

令和7年度
荒川区モノづくりセンサス
(製造業等実態調査)
実施報告書

令和8年3月
荒川区

目 次

I. 荒川区モノづくりセンサス(製造業等実態調査)の実施概要	6
1 事業の目的/内容	6
(1) 事業の目的	6
(2) 事業の内容	6
2 調査対象事業所/調査実施事業所/調査回答事業所	7
(1) 調査対象事業所数	7
(2) 調査実施事業所数	7
(3) 調査回答事業所数	7
(4) 回収率(対 調査実施事業所数)	7
(5) 回収率(対営業が確認できた事業所数)	8
3 主な調査内容	10
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. 調査対象事業所	14
1 調査対象事業所	14
(1) 対象数	14
2 調査実施事業所	14
(1) 実施数	14
(2) 業種(調査対象・調査実施事業所)	15
(3) 地区(調査対象・調査実施事業所)	16
3 調査回答事業所	17
(1) 回答数	17
(2) 業種(調査回答事業所)	19
(3) 地区(調査回答事業所)	21
IV. 基本情報調査票の集計結果	22
1 経営環境	22
(1) 代表者の居住地(基本情報調査票回答事業所)	22
(2) 代表者の年齢(基本情報調査票回答事業所)	23
(3) 経営組織(基本情報調査票回答事業所)	24
(4) 経営形態(基本情報調査票回答事業所)	25
(5) 工場の場合(基本情報調査票回答事業所)	26
(6) 事務所建物保有形態(基本情報調査票回答事業所)	27
(7) 資本金(基本情報調査票回答事業所)	28

(8) 営業年数(基本情報調査票回答事業所)	29
(9) ホームページの有無(基本情報調査票回答事業所)	30
(10) 従業員(基本情報調査票回答事業所)	31
①従業員数	31
②女性従業員数	32
③外国人従業員数	33
④従業員の平均年齢	34
2 業績(基本情報調査票回答事業所)	35
(1) 直前期の売上高	35
(2) 直前期の営業利益	36
(3) 直前期の経常利益	37
(4) 直前期の借入金	38
V. 調査票の集計結果	39
1 経営状況について	39
(1) コロナ前と比較した場合の変化	39
(2) コロナ前と比較し、売上高が増加した外部要因	43
(3) コロナ前と比較し、売上高が増加した内部要因	44
(4) コロナ前と比較し、「売上横ばい・減少」となった外部要因	45
(5) コロナ前と比較し、「売上横ばい・減少」となった内部要因	46
2 取引先	47
(1) 主要な取引先(販売先)の属性	47
(2) 受注形態	48
(3) 受注形態(公共工事)	49
(4) 受注形態(民間工事)	50
(5) 海外/輸出業者との取引の有無	51
(6) 販売先の地域	52
(7) 海外との取引意欲	53
(8) 一般消費者との取引の有無	56
(9) 今後の取引の課題	57
3 経営課題	58
(1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題	58
(2) 経営課題の解決における相談先	60
4 営業戦略	62
(1) 取り組んでいる販売促進の方法	62
(2) 販売促進の取り組みの課題	63
(3) 顧客に対する営業方針	64

(4) 販売促進を進めるうえで求める支援策	65
5 人材状況	66
(1) 現在の人材の状況	66
(2) 確保に課題がある人材	67
(3) 人材確保対策として今後取り組みたいこと	68
(4) 採用を強化したい人材	69
(5) 人材確保・定着のために荒川区に求める支援策	70
6 賃上げの状況	71
(1) 賃上げの状況	71
(2) 賃上げ率	72
(3) 賃上げを実施した理由	73
(4) 賃上げ原資を確保するための取り組み	74
7 価格転嫁の状況	75
(1) 直近1年間における価格交渉の状況	75
(2) 直近1年間におけるコスト増加分に対する価格転嫁の状況	77
8 デジタル化の状況	78
(1) デジタル化について、現在すでに取り組んでいる項目	78
(2) 今後取り組みたいデジタル化	79
(3) デジタル化を推進するうえでの課題	80
(4) デジタル化やDX化を推進するために荒川区に求める支援策	82
9 見本市(展示会)	83
(1) 見本市(展示会)への出展の有無	83
(2) 出展頻度	84
(3) 出展先	85
(4) 見本市(展示会)に出展しなかった理由	86
10 技術開発／知的財産／事業所・大学・研究機関連携	87
(1) 技術開発の取り組み意欲	87
(2) 技術開発の課題	88
(3) 知的財産の有無	90
(4) 知的財産の活用状況と弁護士等の専門家の活用状況	91
(5) 事業所・大学・研究機関等との連携状況	92
(6) 事業所・大学・研究機関等との連携意欲	93
(7) 事業所との連携の課題	94
(8) 大学・研究機関・スタートアップとの連携の課題	95
11 借入金・資金繰りについて	96
(1) 借入金の有無	96

(2) 現在の借入先.....	97
(3) 利用している借入金支援制度(制度融資、利子補給等).....	98
(4) 借入金の使い道.....	99
(5) 借入金に関して検討している内容.....	100
(6) 貴事業所が感じる金融機関の融資姿勢.....	101
12 事業方針.....	102
(1) 今後(5年後まで)の「区内事業所」の事業所方針.....	102
(2) 今後(5年後まで)の廃業の理由.....	103
(3) 今後(5年後まで)の事業承継、経営権移転の予定.....	104
(4) 事業承継の相談相手.....	105
(5) 後継者の育成にあたり活用する予定の方法.....	106
(6) 事業承継の際に苦労した点.....	107
(7) 今後(5年後まで)の設備投資の予定.....	108
(8) 今後(5年後まで)の資金調達の方法.....	109
(9) 設備投資の目的.....	110
(10) BCPの策定について.....	111
13 荒川区の企業支援施策に対する意見.....	113
(1) 施策の認知、利用状況.....	113
(2) 直近5年で利用、または知っている支援.....	114
(3) 支援施策への期待度.....	116
(4) 期待する施策.....	117
(5) 荒川区の企業支援施策に対するご意見・ご要望.....	119
(6) 荒川区の産業施策に関する情報を入手する媒体やルート.....	122
VI. 関連性分析.....	124
1 売上高推移との関連性.....	124
(1) 代表者年齢と売上高推移.....	124
(2) 直近売上高規模と売上高推移.....	125
(3) ホームページの有無と売上高推移.....	126
(4) 顧客(販売先)の属性と売上高推移.....	127
(5) 製品の種類と売上高推移.....	128
(6) 技術開発の取り組み意欲と売上高推移.....	129
(7) 今後の事業方針と売上高推移.....	130
(8) 事業承継と売上高推移.....	131
(9) 設備投資予定と売上高推移.....	132
(10) 企業支援施策の認知度と売上高推移.....	133
(11) 借入金の有無と売上高推移.....	134

2	賃上げ状況との関連性	135
(1)	従業員数と賃上げの状況	135
(2)	営業利益推移と賃上げの状況	136
(3)	借入金の有無と賃上げの状況	137
(4)	事業形態(製品の種類)と賃上げの状況	138
VII.	調査結果に基づく企業振興施策の今後の方針	139
1	経営基盤の強化に向けた支援	139
2	事業承継及び人材確保に対する支援	140
3	デジタル技術の活用の促進	141
4	販路開拓に対する支援	142
5	支援施策の認知度向上	143
VIII.	参考資料	144
1	周知・PR	144
(1)	はがきによる事前通知	144
(2)	広報誌による通知	144
(3)	荒川区公式 HP による告知	145
2	調査票	146
(1)	基本情報調査(製造業)	146
(2)	基本情報調査(建設業)	148
(3)	実態調査票	150

I. 荒川区モノづくりセンサス（製造業等実態調査）の実施概要

1 事業の目的/内容

(1) 事業の目的

区内製造業、建設業、道路貨物運輸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支援施策に活用し、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

中小事業所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 事業所への周知

対象事業所に対して、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が調査（荒川区西日暮里5-14-3サンキエームビル501）を受託しました。協会は調査事務局（上記同住所）を設置した上で、電話及びメールアドレスによって、事業所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

中小事業所への経営診断や助言を専門とする「中小企業診断士」68名が調査員として、中小事業所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も併せて実施しました。

④ 個別訪問調査の実施期間

令和7年6月9日から10月3日まで

⑤ 調査時の配布資料

- ・基本情報調査票
- ・調査票
- ・区の企業支援メニュー等の資料

2 調査対象事業所／調査実施事業所／調査回答事業所

(1) 調査対象事業所数

区が有する企業情報データベース及び令和5年度経済センサス基礎調査のデータに基づいて、調査対象件数は1,827件としました。

- 製造業 1,180件
- 運輸業・郵便業 75件
- 建設業 572件

(2) 調査実施事業所数

(1)の調査対象件数に対して、調査の周知はがきを郵送し、周知はがき不達等の事業所を除いた最終的な調査実施件数は、1,679件となりました。

- 製造業 1,084件
- 運輸業・郵便業 60件
- 建設業 535件

(3) 調査回答事業所数

(2)の調査実施事業所に対して、中小企業診断士による訪問調査を行い、「基本情報調査票」の調査回答事業所数は930件、「調査票」の調査回答事業所数は712件となりました。

(基本情報調査票)

- 製造業 656件
- 運輸業・郵便業 26件
- 建設業 248件

(調査票)

- 製造業 516件
- 運輸業・郵便業 21件
- 建設業 175件

(4) 回収率(対 調査実施事業所数)

(2)の調査実施事業所に対する「基本情報調査票」回収率は55.4%、「調査票」の回収率は42.4%となりました。

(基本情報調査票)

- 製造業 60.5%
- 運輸業・郵便業 43.3%
- 建設業 46.4%

(調査票)

- 製造業 47.6%
- 運輸業・郵便業 35.0%
- 建設業 32.7%

(5) 回収率(対営業が確認できた事業所数)

(2)の調査実施事業所のうち、営業が確認できた事業所数は 1,246 件でした。営業が確認できた事業所からの「基本情報調査票」の回収率は74.6%、「調査票」の回収率は57.1%となりました。

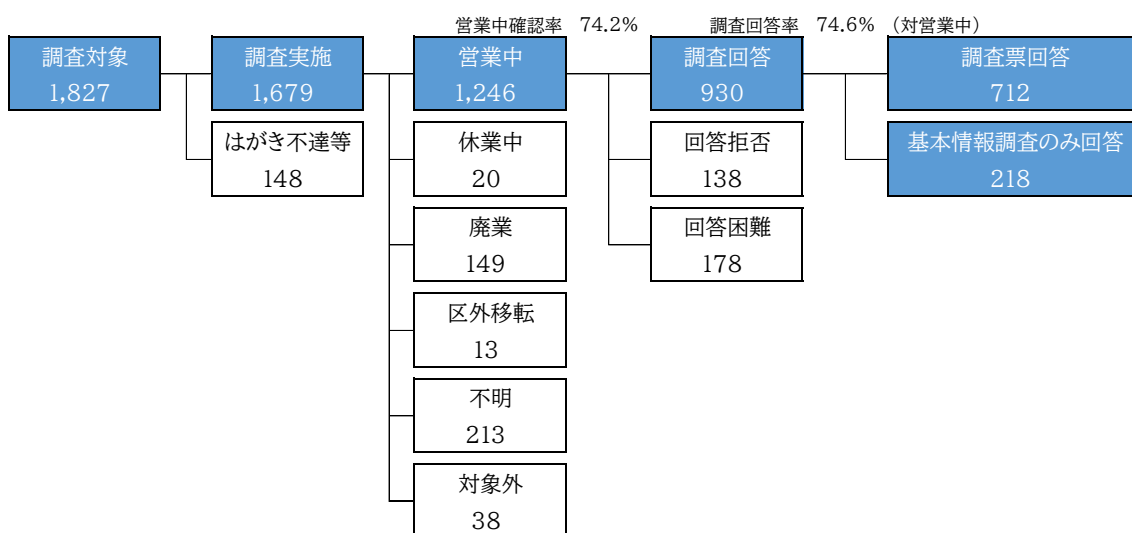
(基本情報調査票)

- 製造業 81.4%
- 運輸業・郵便業 65.0%
- 建設業 62.0%

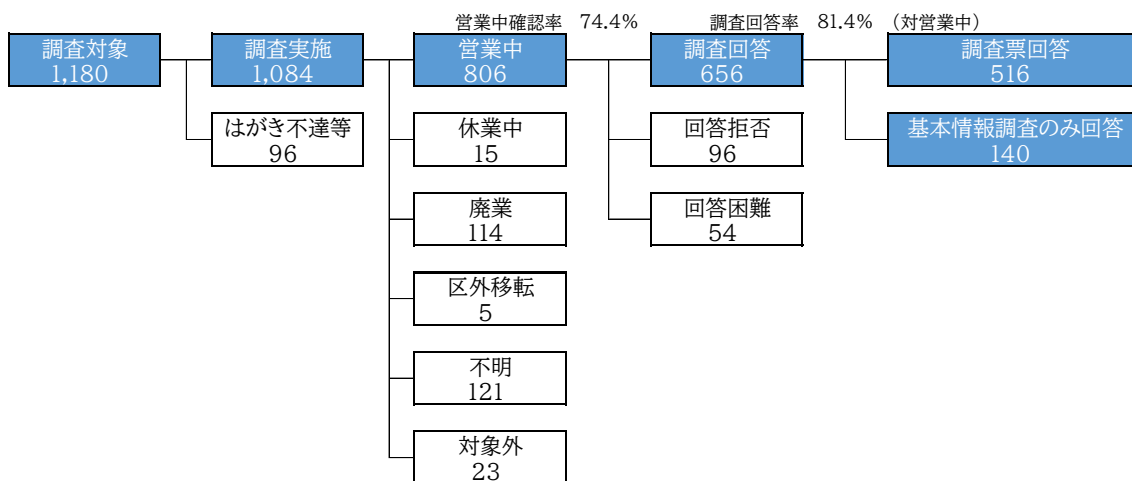
(調査票)

- 製造業 64.0%
- 運輸業・郵便業 52.5%
- 建設業 43.8%

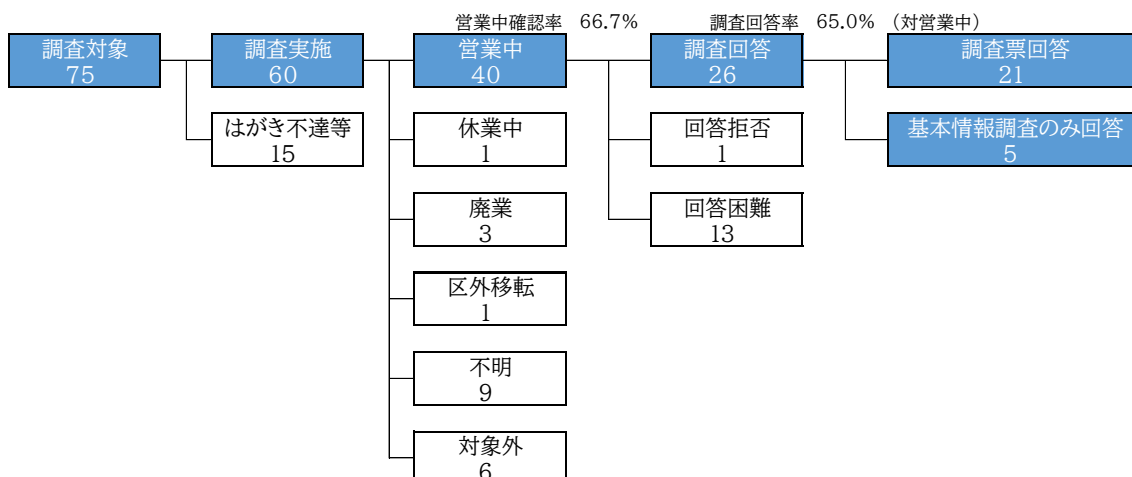
(A) 製造業、運輸業・郵便業、建設業合計



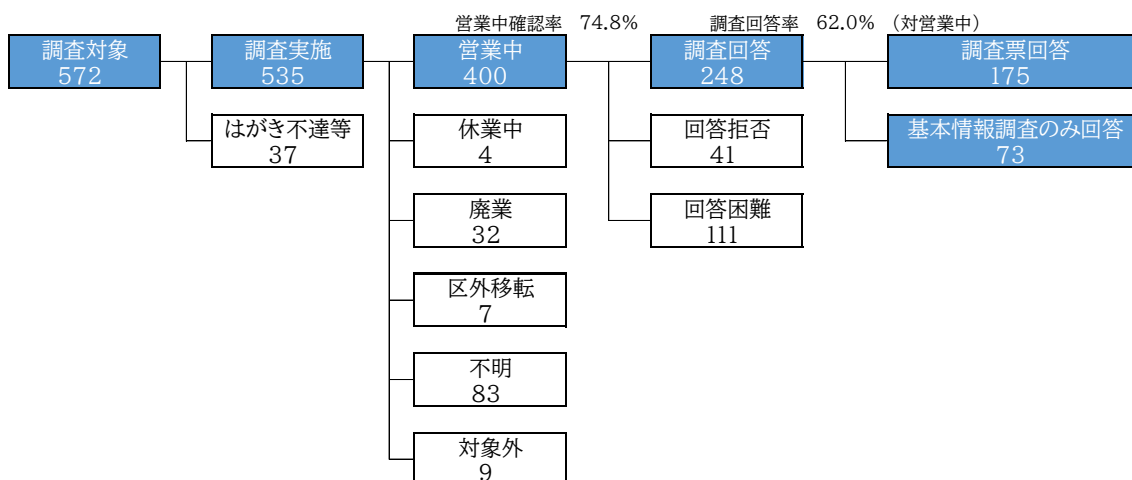
(B) 製造業



(C) 運輸業・郵便業



(D) 建設業



3 主な調査内容

- ① 事業所の基本情報(業種、経営形態、業歴・業績、従業員数等)
- ② 事業所の経営状況
- ③ 事業所の取引先
- ④ 事業所の経営課題
- ⑤ 事業所の販売促進の取り組みについて
- ⑥ 人材確保の状況について
- ⑦ 賃上げの状況について
- ⑧ 価格転嫁の状況について
- ⑨ デジタル化への取り組み
- ⑩ 見本市(展示会)への取り組み
- ⑪ 技術開発・知的財産・産学連携の取り組み
- ⑫ 借入金・資金繰り
- ⑬ 今後の事業方針・事業承継・設備投資・BCP
- ⑭ 荒川区の企業支援施策

※上記①は基本情報調査票の項目、②以降は調査票の項目

【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2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

事業所から相談があった件数は、以下のとおりです。

訪問支援相談内容	件数	割合	具体的内容
販路開拓、販売販促	30	25.9%	広告宣伝、商品PR
経営関係(事業承継、廃業等)	28	24.1%	経営悪化、事業承継
人事関係(人材採用・育成等)	15	12.9%	人材採用・育成、福利厚生
その他	14	12.1%	
資金調達(融資、補助金等)	13	11.2%	融資、補助金、資金繰り
製品／商品開発	5	4.3%	技術承継、新製品開発
生産性向上・業務効率化(製品／商品管理等)	4	3.4%	既存機械・設備改善
新分野進出(市場調査、海外展開等)	2	1.7%	市場調査、事業計画策定
税務、経理	2	1.7%	会計処理
デジタル技術の活用(ホームページ作成、受発注管理等)	2	1.7%	ホームページ、SNS
同業・異業種連携(産学連携等)	1	0.9%	同業・異業種連携
合計	116	100.0%	

○調査訪問時の相談支援内容は「販路開拓、販売販促」が 25.9%、「経営関係(事業承継、廃業等)」が 24.1%、「人事関係(人材採用・育成等)」が 12.9%の順で多くなっています。

2 経営相談・助言の実施事例

調査員による個別訪問時の事業所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、区役所産業経済部経営支援課に属する企業相談員(中小企業診断士)が改めて伺って相談対応させていただく旨をお伝えしました。

事業者からの相談内容	調査員の助言内容及びその後の対応
【販路開拓、販売販促】 今後の販路開拓について相談したい。	ネットでの直接販売(受発注生産)を展開する方法があることを説明し、ECサイト構築の補助や構築にあたって専門家による助言が受けられる旨を助言しました。今後社内で調整のうえ区へ相談することとなっています。
【販路開拓、販売促進】 製造業の事業者より、売上をさらに拡大したいという相談を受けた。	販路開拓のために、見本市への出展を行うことを助言しました。その際、区の施策である見本市等出展補助金を活用することもお伝えしました。結果として、海外向けの見本市補助への活用につながりました。
【製品／商品開発】 既存の取引業者の廃業が続いており、取り扱い先が減少傾向であるが新規開拓が進まない。原材料費高騰のなか、発注元からは、製造に必要な材料を支給してもらっており、既存取引に依存していたこともある。今後先細りになりそうなので、どうしたものか。	同年代の経営者との情報交換を提案。区の各種セミナー等で出席者とのコミュニケーションのほか、荒川区の支援施策「企業相談員」の活用も助言しました。
【製品／商品開発】 製造業の事業者より、特許を取得すべきか否かの相談を受けた。	独自技術を進化させた新製品の特許取得を考えていたため、区の施策である産業財産権取得補助金を紹介。その後、実際に補助金を活用して、特許の申請につながりました。
【製品／商品開発】 製造業の事業者より、新製品開発にあたり資金面で不安があると相談を受けた。	区の施策である制度融資や、新製品・新技術開発補助金を紹介。その後、新製品・新技術開発補助金を活用して、新製品の開発を進めています。
【人事関係(人材採用・育成等)】 屋外での作業のため、エアコンがきいた室内と比べて、採用面で人気がない。	東京都の熱中症対策に関する助成金を紹介し、今後活用を検討する旨の回答がありました。
【人事関係(人材採用・育成等)】 従業員の福利厚生に関して、スポーツジム利用や映画などの娯楽など、何か楽しいことを気楽にできるようになるとよい。	東京広域勤労者サービスセンターの中小企業者向け福利厚生提供サービスを紹介しました。
【人事関係(人材採用・育成等)】 オペレータが不足しており、ハローワークに募集しても集まらない。従業員の平均年齢も50を越えて、人材不足が今後の事業ネックになりうる。採用をどうすれば良いか？	魅力ある求人票の制作や採用・定着支援に向けた面接会の開催、若手従業員の合同研修など、荒川区の人材確保・雇用相談の支援施策について説明しました。就労支援課が今後、コンタクトをとり求人票作成等の支援を行います。

事業者からの相談内容	調査員の助言内容及びその後の対応
<p>【経営関係(事業承継、廃業等)】 代表者の健康上の理由により、1年以内の廃業を予定している。後継者が不在であるため、事業承継は困難である。同業他社への案件引き継ぎを検討してきたが独自の加工技術の引継ぎが課題となっている。</p>	<p>荒川区の支援施策「事業承継訪問相談」について紹介するとともに、保有技術について登録、閲覧できる「あらかわ産業ネット」の活用を助言しました。今後社内で調整のうえ区へ相談することとなっています。</p>
<p>【経営関係(事業承継、廃業等)】 息子に事業を継承したいと考えているが、業界は縮小傾向にある。現場は狭く危険であり、設備は老朽化しているため更新投資が必要である。加えて、作業は重労働で若年層にとって魅力が乏しく、継承の動機が薄い。</p>	<p>産業の魅力を伝えた上で、息子さんにも多くの経営者と接する機会を持つことで、今後の方向性を考えるきっかけになると助言し、荒川区の事業承継メニュー(相談事業、後継者塾)について紹介し、今後活用を検討することとなっています。</p>
<p>【経営関係(事業承継、廃業等)】 印刷業者より事業承継を含めた今後の事業方針について相談を受けた。</p>	<p>事業承継相談等の事業承継に関する支援メニューについて紹介。その後、区企業相談員と事業承継相談員が訪問し、事業承継促進支援補助金を活用し設備の更新を行うこととなりました。</p>
<p>【資金調達(融資、補助金等)】 国・都・区それぞれの補助金・助成金情報の入手が簡単では無く、今回の案内で情報を得た「製造業等企業価値向上支援事業」などは、作業効率のために投資した作業機械などが対象になっていたかも知れない。また申請書類の作成などの知識が少ないので、どんな事を作成するのか、その量はどのくらいなのか、今後の為に知見を深めたい。</p>	<p>設備投資に関しては補助金が利用できる場合が多いため、予定があるときは、まず情報調達も含めて区役所や関係機関へ事前に相談するよう助言しました。</p>
<p>【資金調達(融資、補助金等)】 建設業者より本社の蛍光灯が老朽化していると相談を受けた。</p>	<p>GX経営推進支援事業補助金を紹介し、その後補助金を活用するうえ蛍光灯をLEDに取り替えました。</p>
<p>【資金調達(融資、補助金等)】 建設業者より小型重機を購入したいと相談を受けた。</p>	<p>製造業等企業価値向上支援事業補助金の生産性向上設備投資補助を紹介しました。その後、補助金を活用するうえ小型重機購入につながりました。</p>
<p>【デジタル技術の活用】 ホームページを作成したいという相談を受けた。</p>	<p>区の施策であるホームページ作成補助金を紹介しました。その後、補助金を活用したホームページ作成につながりました。</p>

III. 調査対象事業所

1 調査対象事業所

(1) 対象数

区が有する企業情報データベース及び令和5年度経済センサス基礎調査のデータに基づいて、調査対象件数は1,827件としました。

- 製造業 1,180件
- 運輸業・郵便業 75件
- 建設業 572件

2 調査実施事業所

(1) 実施数

調査対象件数に対して、調査の周知はがきを郵送し、周知はがき不達等の事業所を除いた最終的な調査実施件数は、1,679件となりました。

- 製造業 1,084件
- 運輸業・郵便業 60件
- 建設業 535件

(注)調査対象外とした事業所

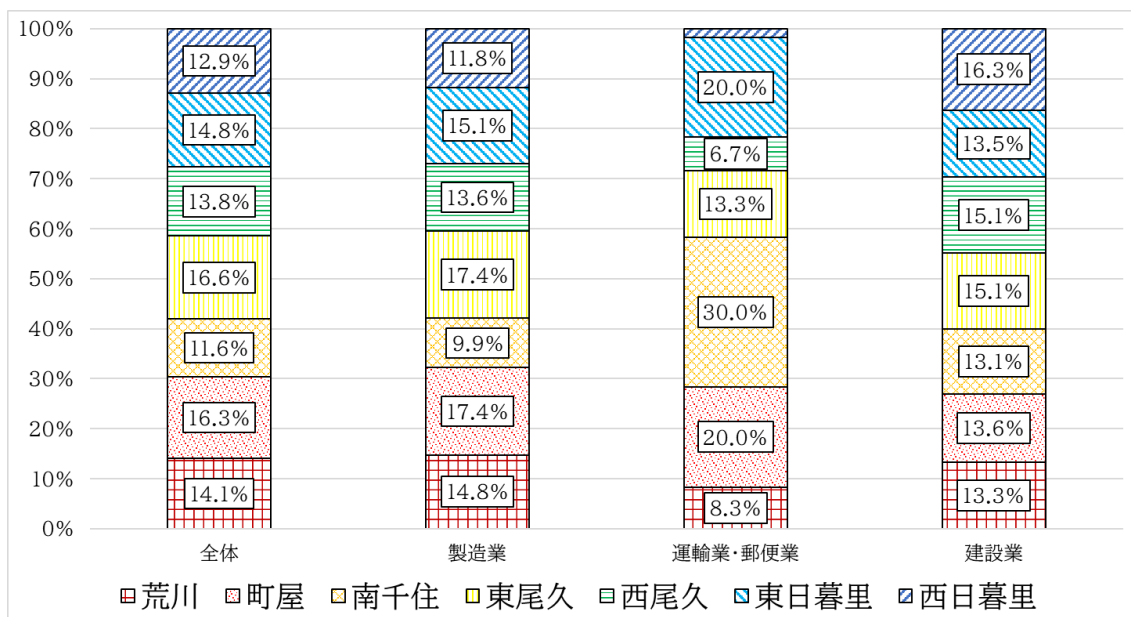
- 支社・支所・支店
- 非営利団体
- 中小企業基本法の定義(資本金と常用従業員数の両方)に該当する事業所
(資本金3億円超、かつ、常用従業員数300人超)
- はがきが到達しない事業所
- 事務局に対して調査辞退を申し出た事業所

(2) 業種(調査対象・調査実施事業所)

法律分類	大分類		中分類		調査対象件数		調査実施件数									
製造業その他	D	建設業	6	総合工事業	172	572		157	535							
			7	職別工事業(設備工事業を除く)	221			214								
			8	設備工事業	179			164								
	E	製造業	9	食料品製造業	35	1,180	1,827	33	1,084	1,679						
			10	飲料・たばこ・飼料製造業	1			1								
			11	繊維工業	67			58								
			12	木材・木製品製造業(家具を除く)	16			16								
			13	家具・装備品製造業	49			45								
			14	パルプ・紙・紙加工品製造業	70			65								
			15	印刷・同関連業	215			189								
			16	化学工業	12			11								
			17	石油製品・石炭製品製造業	1			1								
			18	プラスチック製品製造業(別掲を除く)	70			65								
			19	ゴム製品製造業	23			21								
			20	なめし革・同製品・毛皮製造業	76			66								
			21	窯業・土石製品製造業	21			21								
			22	鉄鋼業	3			3								
			23	非鉄金属製造業	13			13								
			24	金属製品製造業	189			176								
			25	はん用機械器具製造業	30			28								
			26	生産用機械器具製造業	59			58								
			27	業務用機械器具製造業	36			34								
			28	電子部品・デバイス・電子回路製造業	12			11								
			29	電気機械器具製造業	39			38								
			30	情報通信機械器具製造業	4			3								
			31	輸送用機械器具製造業	8			7								
			32	その他の製造業	131			121								
			H	運輸業, 郵便業	43			道路旅客運送業			9	75		5	60	
					44			道路貨物運送業			61			51		
					48			運輸に附帯するサービス業			5			4		

○調査対象件数、調査実施件数ともに、「職別工事業(設備工事業を除く)」「印刷・同関連事業」「金属製品製造業」の順で、多くなっています。

(3) 地区(調査対象・調査実施事業所)



地区(調査実施事業所)	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
荒川	236	14.1%	160	14.8%	5	8.3%	71	13.3%
町屋	274	16.3%	189	17.4%	12	20.0%	73	13.6%
南千住	195	11.6%	107	9.9%	18	30.0%	70	13.1%
東尾久	278	16.6%	189	17.4%	8	13.3%	81	15.1%
西尾久	232	13.8%	147	13.6%	4	6.7%	81	15.1%
東日暮里	248	14.8%	164	15.1%	12	20.0%	72	13.5%
西日暮里	216	12.9%	128	11.8%	1	1.7%	87	16.3%
合計	1679	100.0%	1084	100.0%	60	100.0%	535	100.0%

○調査実施事業者の地区は、「東尾久」が16.6%と最も多くなっています。次いで、「町屋」が16.3%、東日暮里が14.8%となっています。「南千住」が11.6%と最も少なくなっています。

3 調査回答事業所

(1) 回答数

調査実施事業所に対して、中小企業診断士による訪問調査を行い、「基本情報調査票」の調査回答事業所数は930件、「調査票」の調査回答事業所数は712件となりました。

(基本情報調査票)

- 製造業 656件
- 運輸業・郵便業 26件
- 建設業 248件

(調査票)

- 製造業 516件
- 運輸業・郵便業 21件
- 建設業 175件

調査実施事業所のうち、営業が確認できた事業所数は 1,246 件でした。営業が確認できた事業所からの「基本情報調査票」の回収率は74.6%、「調査票」の回収率は57.1%となりました。

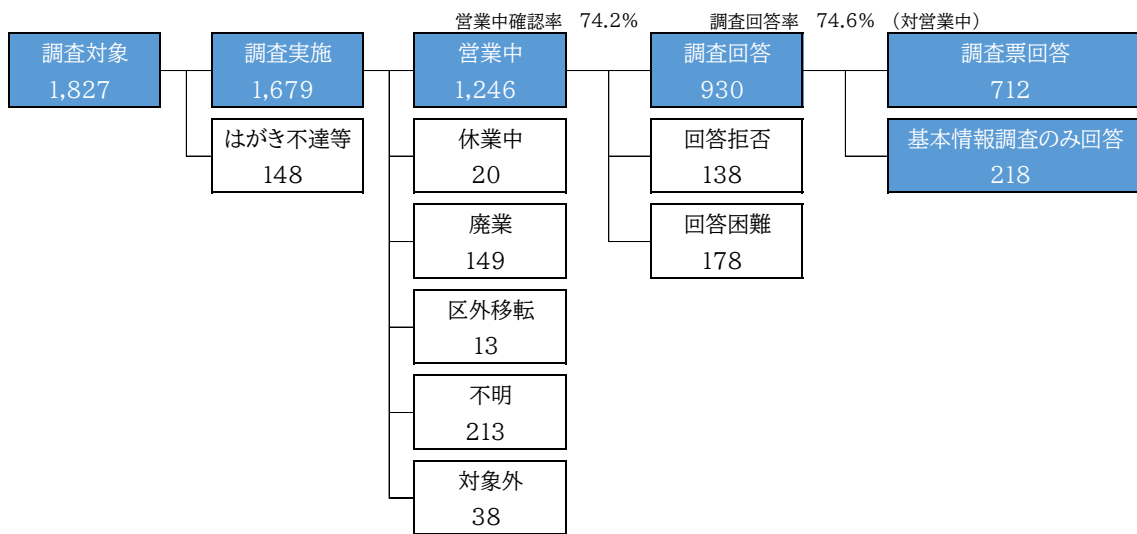
(基本情報調査票)

- 製造業 81.4%
- 運輸業・郵便業 65.0%
- 建設業 62.0%

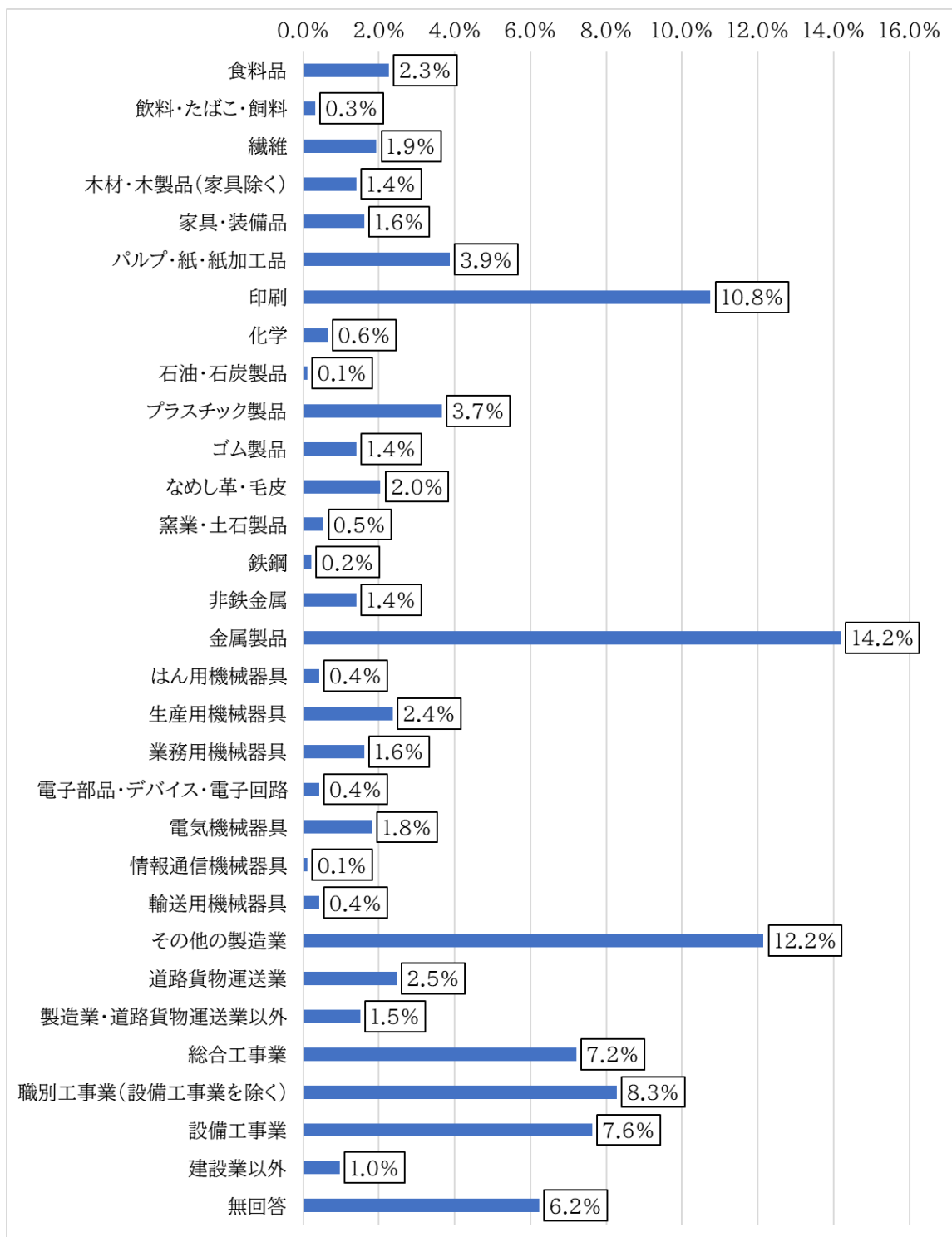
(調査票)

- 製造業 64.0%
- 運輸業・郵便業 52.5%
- 建設業 43.8%

令和5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所数は310件(うち、はがき不達148件、訪問調査の際に判明162件)でした。調査対象事業所数に対して、廃業あるいは移転が確認できた事業所の割合は17.0%でした。



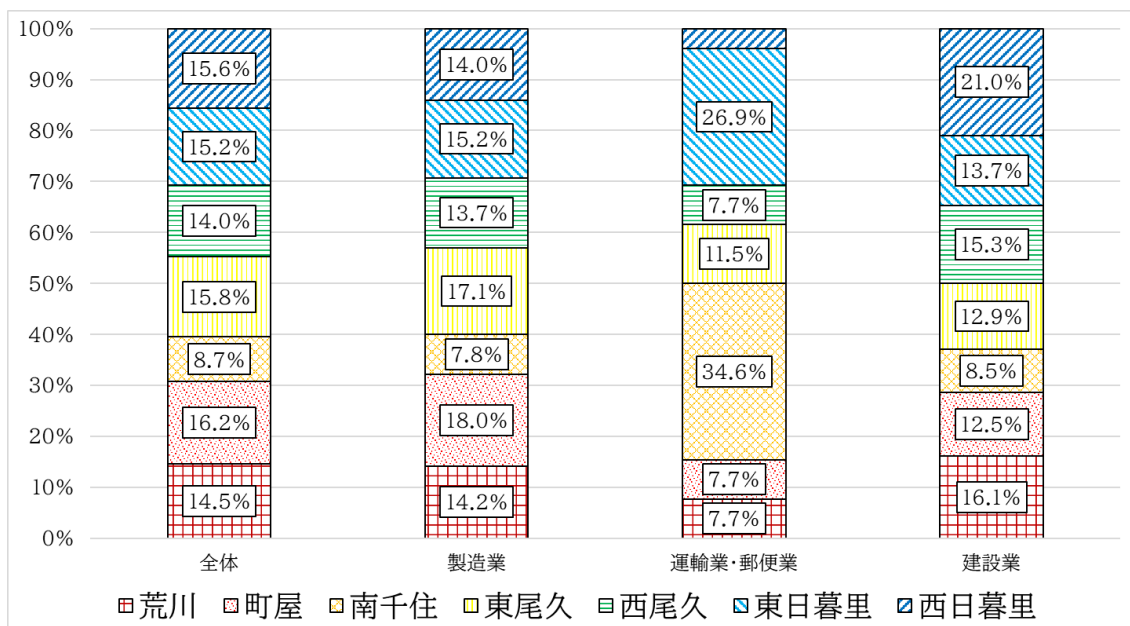
(2) 業種(調査回答事業所)



業種	全体	
	件数	割合
食料品	21	2.3%
飲料・たばこ・飼料	3	0.3%
繊維	18	1.9%
木材・木製品(家具除く)	13	1.4%
家具・装備品	15	1.6%
パルプ・紙・紙加工品	36	3.9%
印刷	100	10.8%
化学	6	0.6%
石油・石炭製品	1	0.1%
プラスチック製品	34	3.7%
ゴム製品	13	1.4%
なめし革・毛皮	19	2.0%
窯業・土石製品	5	0.5%
鉄鋼	2	0.2%
非鉄金属	13	1.4%
金属製品	132	14.2%
はん用機械器具	4	0.4%
生産用機械器具	22	2.4%
業務用機械器具	15	1.6%
電子部品・デバイス・電子回路	4	0.4%
電気機械器具	17	1.8%
情報通信機械器具	1	0.1%
輸送用機械器具	4	0.4%
その他の製造業	113	12.2%
道路貨物運送業	23	2.5%
製造業・道路貨物運送業以外	14	1.5%
総合工事業	67	7.2%
職別工事業(設備工事業を除く)	77	8.3%
設備工事業	71	7.6%
建設業以外	9	1.0%
無回答	58	6.2%
合計	930	100.0%

○調査回答事業所の業種は、「金属製品」が 14.2%と最も多くなっています。次いで、「その他の製造業」が 12.2%、「印刷」が 10.8%となっています。

(3) 地区(調査回答事業所)



地区(調査回答事業所)	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
荒川	135	14.5%	93	14.2%	2	7.7%	40	16.1%
町屋	151	16.2%	118	18.0%	2	7.7%	31	12.5%
南千住	81	8.7%	51	7.8%	9	34.6%	21	8.5%
東尾久	147	15.8%	112	17.1%	3	11.5%	32	12.9%
西尾久	130	14.0%	90	13.7%	2	7.7%	38	15.3%
東日暮里	141	15.2%	100	15.2%	7	26.9%	34	13.7%
西日暮里	145	15.6%	92	14.0%	1	3.8%	52	21.0%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

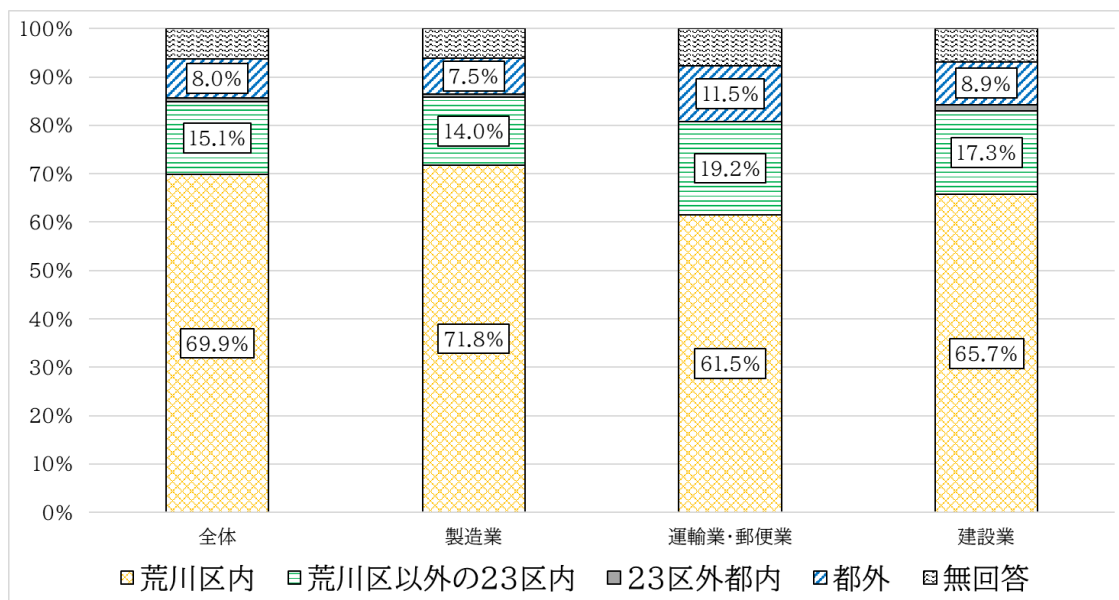
○調査回答事業所の地区は「町屋」が16.2%と最も多くなっています。次いで、「東尾久」が15.8%、「西日暮里」が「15.6%」となっています。

○なお、「南千住」が8.7%と最も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

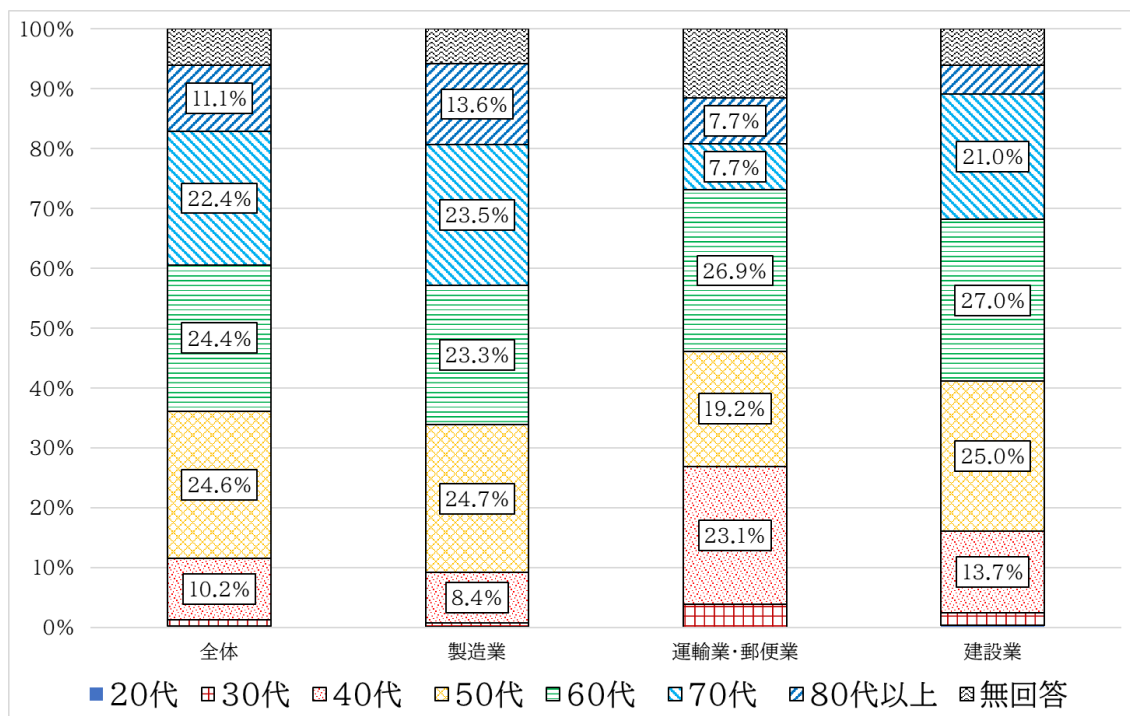
(1) 代表者の居住地(基本情報調査票回答事業所)



代表者の居住地	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
荒川区内	650	69.9%	471	71.8%	16	61.5%	163	65.7%
荒川区以外の23区内	140	15.1%	92	14.0%	5	19.2%	43	17.3%
23区外都内	7	0.8%	4	0.6%	0	0.0%	3	1.2%
都外	74	8.0%	49	7.5%	3	11.5%	22	8.9%
無回答	59	6.3%	40	6.1%	2	7.7%	17	6.9%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○回答事業所の地区は「荒川区内」が69.9%と最も多くなっています。次いで、「荒川区以外の23区内」が15.1%、「都外」8.0%となっています。

(2) 代表者の年齢(基本情報調査票回答事業所)

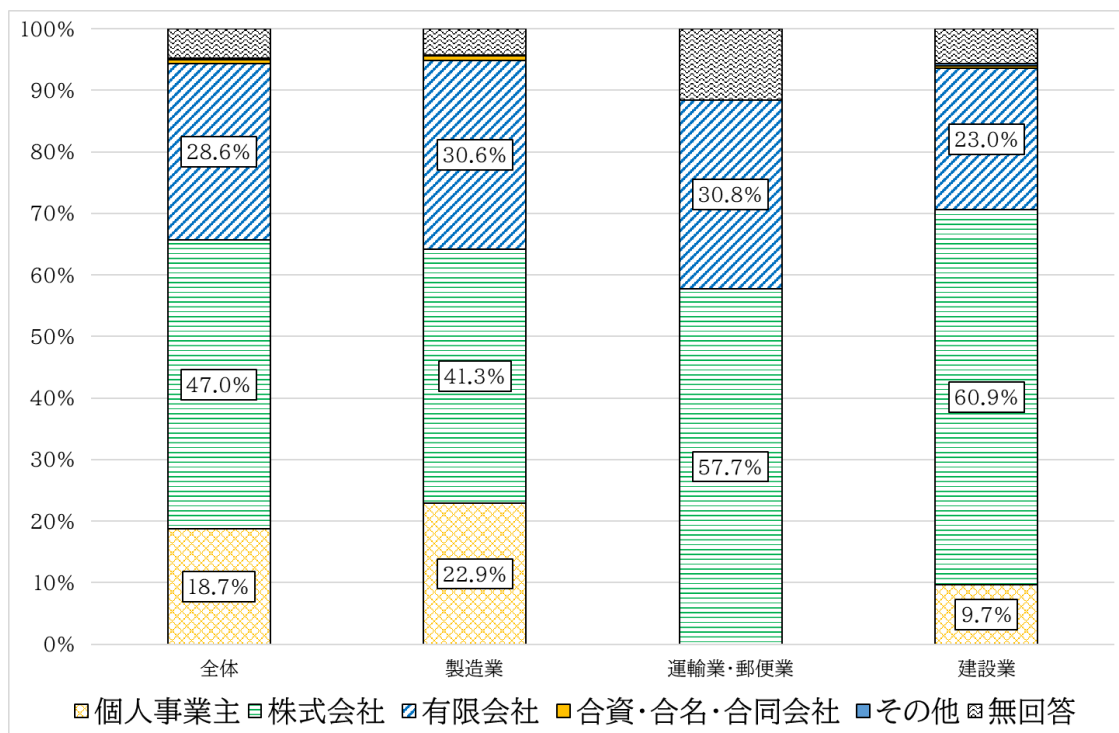


代表者の年齢	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20代	2	0.2%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.4%
30代	10	1.1%	4	0.6%	1	3.8%	5	2.0%
40代	95	10.2%	55	8.4%	6	23.1%	34	13.7%
50代	229	24.6%	162	24.7%	5	19.2%	62	25.0%
60代	227	24.4%	153	23.3%	7	26.9%	67	27.0%
70代	208	22.4%	154	23.5%	2	7.7%	52	21.0%
80代以上	103	11.1%	89	13.6%	2	7.7%	12	4.8%
無回答	56	6.0%	38	5.8%	3	11.5%	15	6.0%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○代表者の年齢は「50代」が24.6%と最も多くなっています。次いで、「60代」が24.4%、「70代」が22.4%となっています。

○60代以上は合わせて57.9%となります。

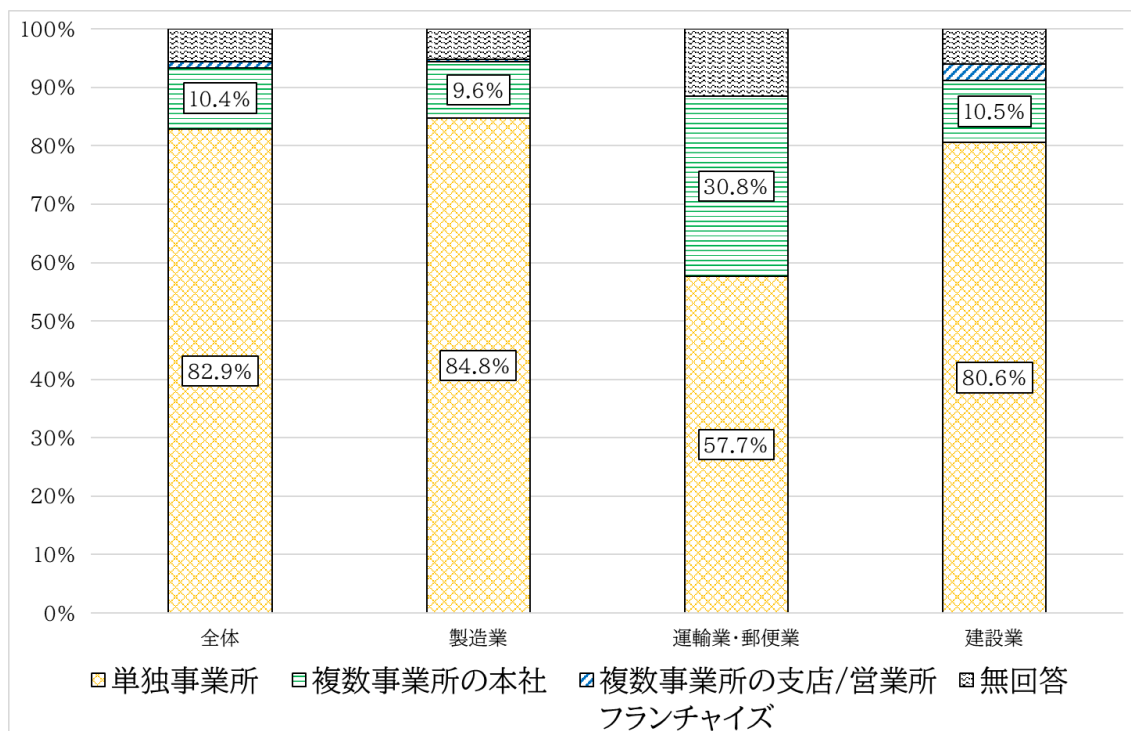
(3) 経営組織(基本情報調査票回答事業所)



経営組織	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
個人事業主	174	18.7%	150	22.9%	0	0.0%	24	9.7%
株式会社	437	47.0%	271	41.3%	15	57.7%	151	60.9%
有限会社	266	28.6%	201	30.6%	8	30.8%	57	23.0%
合資・合名・合同会社	6	0.6%	5	0.8%	0	0.0%	1	0.4%
その他	2	0.2%	1	0.2%	0	0.0%	1	0.4%
無回答	45	4.8%	28	4.3%	3	11.5%	14	5.6%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○経営組織は「株式会社」が47.0%と最も多くなっています。次いで、「有限会社」が28.6%、「個人事業主」が18.7%となっています。

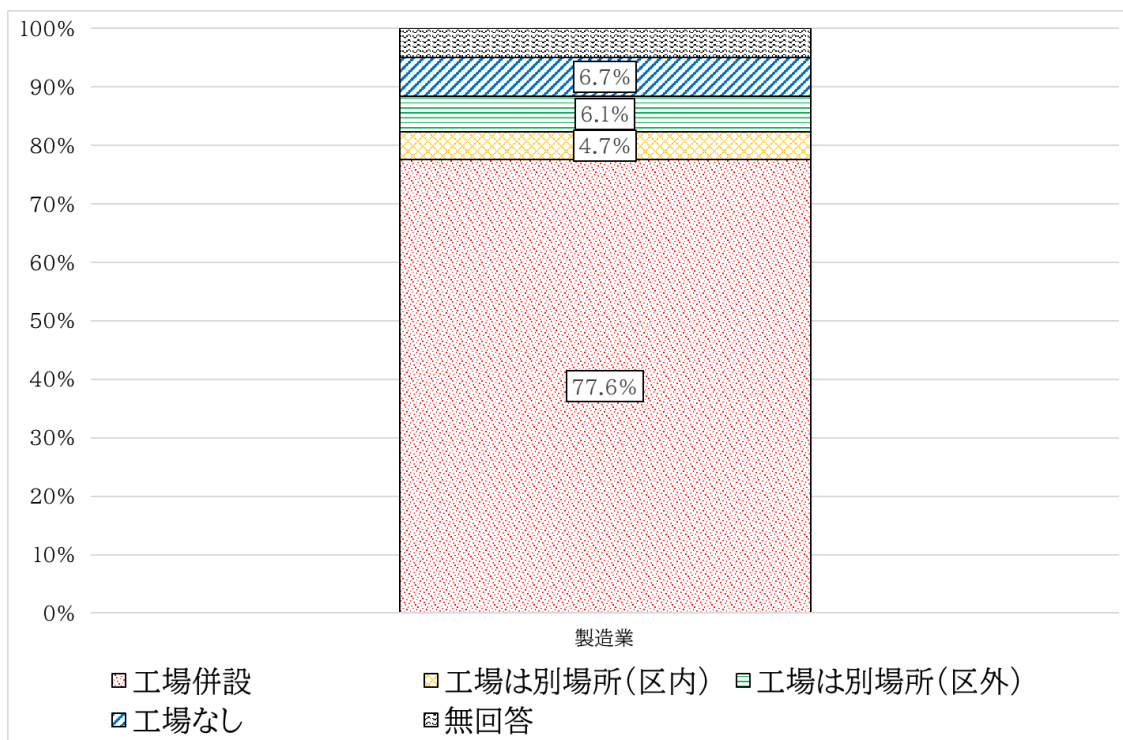
(4) 経営形態(基本情報調査票回答事業所)



経営形態	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
単独事業所	771	82.9%	556	84.8%	15	57.7%	200	80.6%
複数事業所の本社	97	10.4%	63	9.6%	8	30.8%	26	10.5%
複数事業所の支店/営業所 フランチャイズ	10	1.1%	3	0.5%	0	0.0%	7	2.8%
無回答	52	5.6%	34	5.2%	3	11.5%	15	6.0%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○経営形態は「単独事業所」が82.9%と最も多くなっています。次いで、「複数事業所の本社」が10.4%となっています。

(5) 工場の場所(基本情報調査票回答事業所)

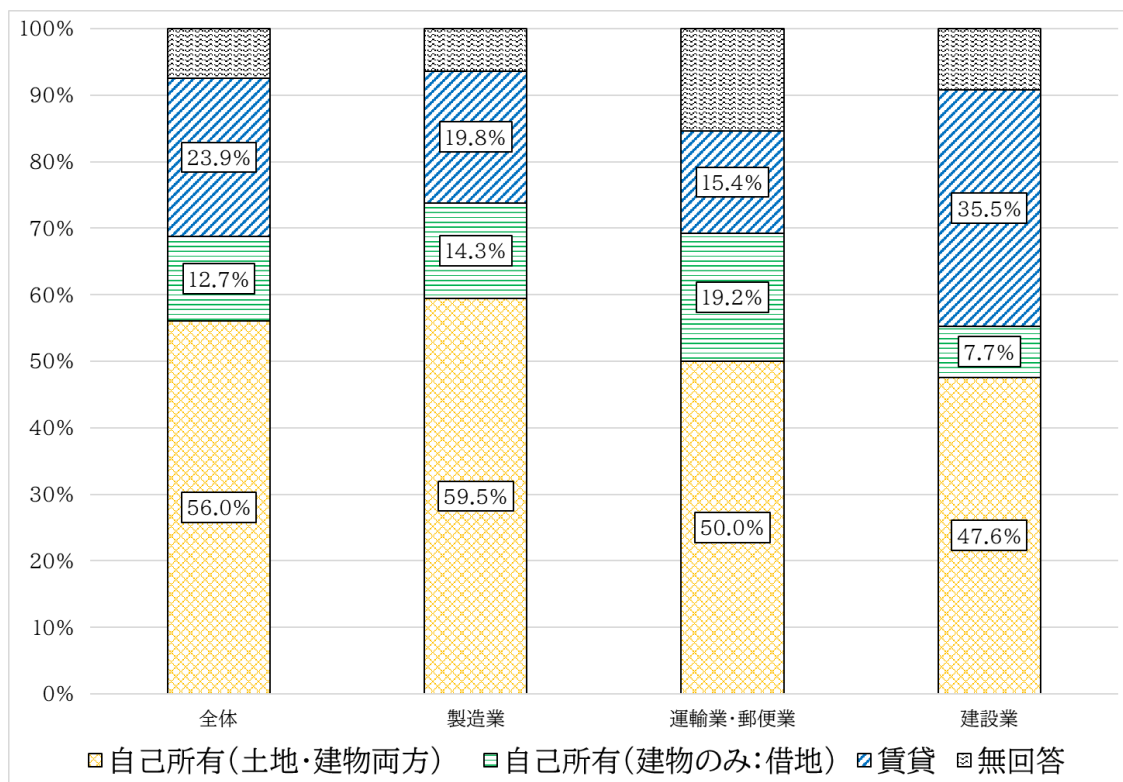


工場の場所	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
工場併設	-	-	509	77.6%	-	-	-	-
工場は別場所(区内)	-	-	31	4.7%	-	-	-	-
工場は別場所(区外)	-	-	40	6.1%	-	-	-	-
工場なし	-	-	44	6.7%	-	-	-	-
無回答	-	-	32	4.9%	-	-	-	-
合計	-	-	656	100.0%	-	-	-	-

○工場の場所は「工場併設」が77.6%と最も多くなっています。次いで、「工場なし」が6.7%となっています。

○工場のある事業所は合わせて88.4%となっており、うち区外に工場がある事業所は6.1%となります。

(6) 事務所建物保有形態(基本情報調査票回答事業所)

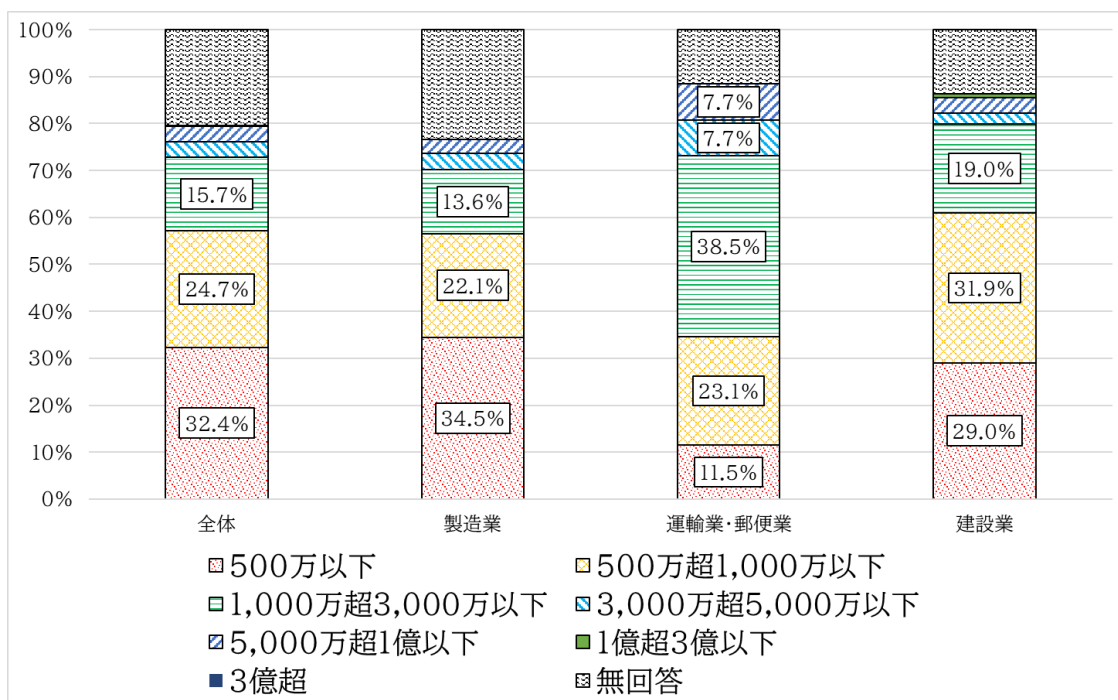


事業所建物保有形態	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
自己所有(土地・建物両方)	521	56.0%	390	59.5%	13	50.0%	118	47.6%
自己所有(建物のみ:借地)	118	12.7%	94	14.3%	5	19.2%	19	7.7%
賃貸	222	23.9%	130	19.8%	4	15.4%	88	35.5%
無回答	69	7.4%	42	6.4%	4	15.4%	23	9.3%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○事務所建物保有形態は「自己所有(土地・建物両方)」が56.0%と最も多くなっています。次いで、「賃貸」が23.9%となっています。

○自己所有は「自己所有(建物のみ・借地)」を合わせて68.7%となります。

(7) 資本金(基本情報調査票回答事業所)

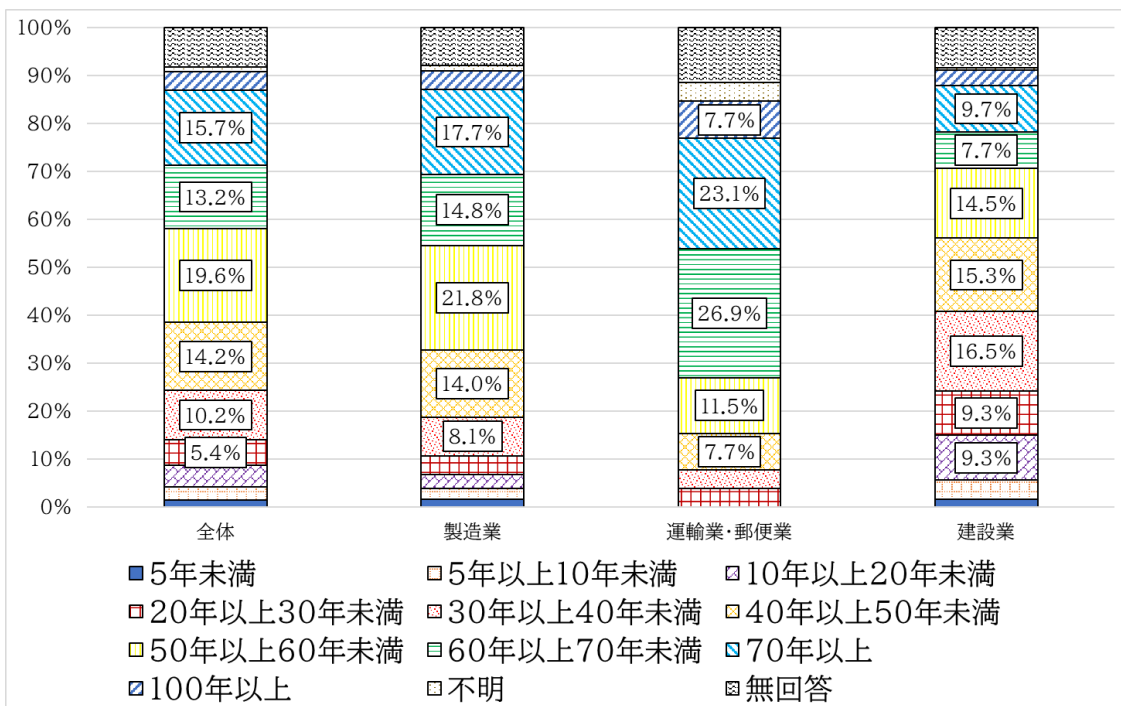


資本金(法人の場合)	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
500万以下	301	32.4%	226	34.5%	3	11.5%	72	29.0%
500万超1,000万以下	230	24.7%	145	22.1%	6	23.1%	79	31.9%
1,000万超3,000万以下	146	15.7%	89	13.6%	10	38.5%	47	19.0%
3,000万超5,000万以下	31	3.3%	23	3.5%	2	7.7%	6	2.4%
5,000万超1億以下	30	3.2%	20	3.0%	2	7.7%	8	3.2%
1億超3億以下	2	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	0.8%
3億超	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	190	20.4%	153	23.3%	3	11.5%	34	13.7%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○資本金は「500万以下」が32.4%と最も多くなっています。次いで、「500万超1,000万以下」が24.7%、「1,000万超3,000万以下」が15.7%となっています。

○資本金が「1,000万以下」の回答は合わせて57.1%となります。

(8) 営業年数(基本情報調査票回答事業所)

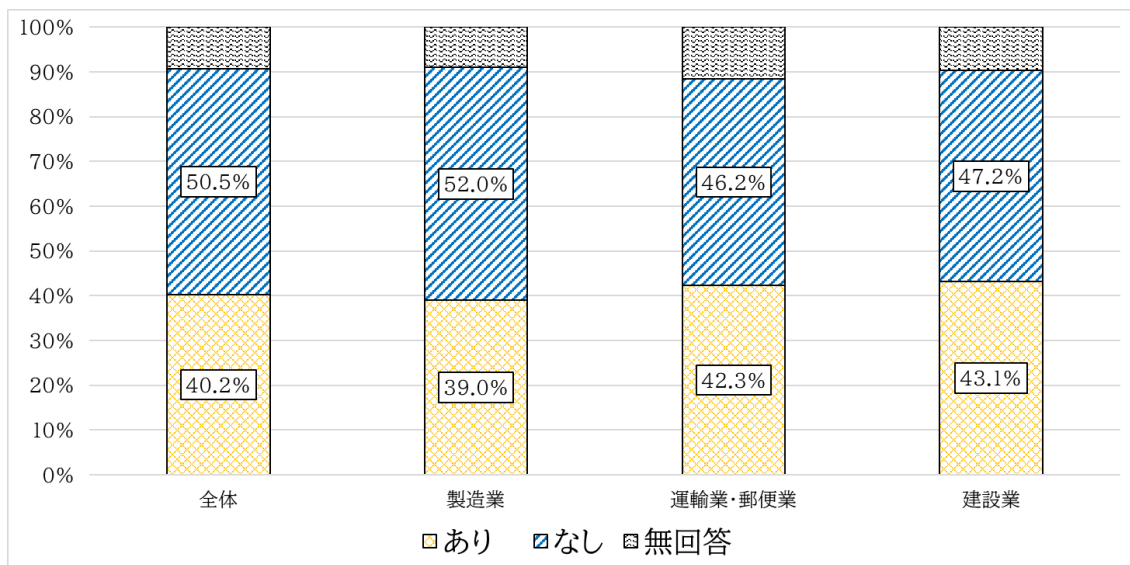


営業年数	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
5年未満	14	1.5%	10	1.5%	0	0.0%	4	1.6%
5年以上10年未満	25	2.7%	15	2.3%	0	0.0%	10	4.0%
10年以上20年未満	42	4.5%	19	2.9%	0	0.0%	23	9.3%
20年以上30年未満	50	5.4%	26	4.0%	1	3.8%	23	9.3%
30年以上40年未満	95	10.2%	53	8.1%	1	3.8%	41	16.5%
40年以上50年未満	132	14.2%	92	14.0%	2	7.7%	38	15.3%
50年以上60年未満	182	19.6%	143	21.8%	3	11.5%	36	14.5%
60年以上70年未満	123	13.2%	97	14.8%	7	26.9%	19	7.7%
70年以上	146	15.7%	116	17.7%	6	23.1%	24	9.7%
100年以上	36	3.9%	26	4.0%	2	7.7%	8	3.2%
不明	9	1.0%	7	1.1%	1	3.8%	1	0.4%
無回答	76	8.2%	52	7.9%	3	11.5%	21	8.5%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○営業年数は「50 年以上 60 年未満」が 19.6%と最も多くなっています。次いで、「70 年以上」が 15.7%、「40年以上50年未満」が 14.2%となっています。

○営業年数が「50 年以上」の割合は 52.4%となります。

(9) ホームページの有無(基本情報調査票回答事業所)

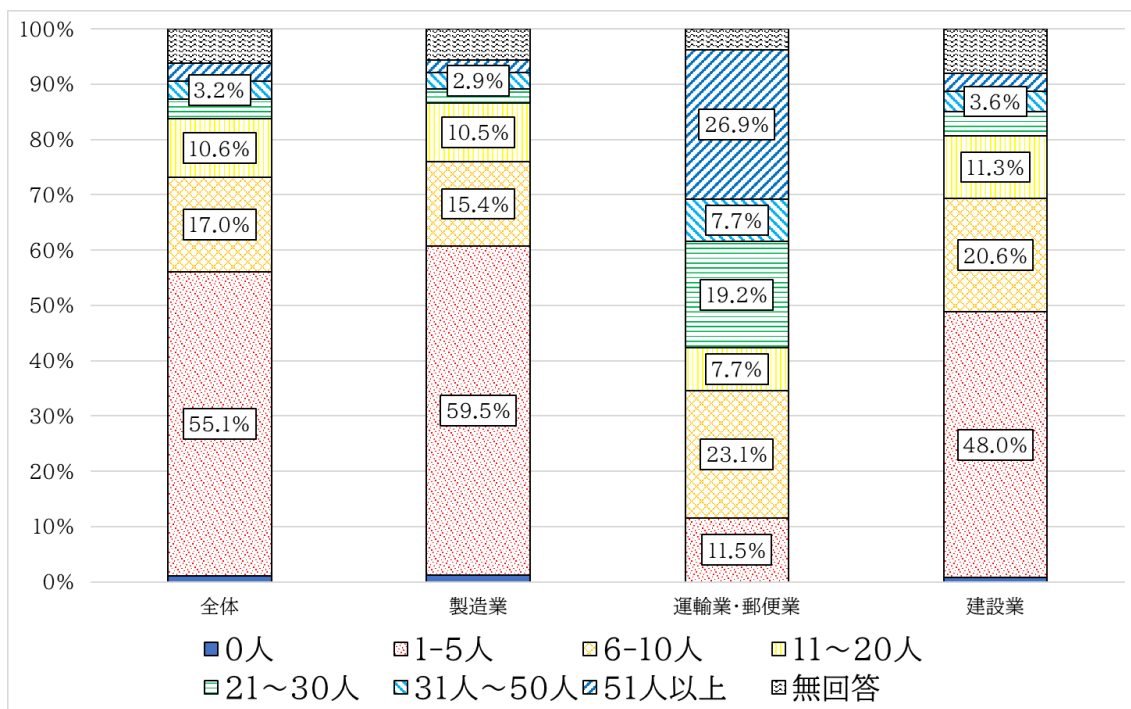


ホームページ	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
あり	374	40.2%	256	39.0%	11	42.3%	107	43.1%
なし	470	50.5%	341	52.0%	12	46.2%	117	47.2%
無回答	86	9.2%	59	9.0%	3	11.5%	24	9.7%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○ホームページの有無について「ホームページなし」が50.5%、「ホームページあり」が40.2%となっています。

(10) 従業員(基本情報調査票回答事業所)

①従業員数

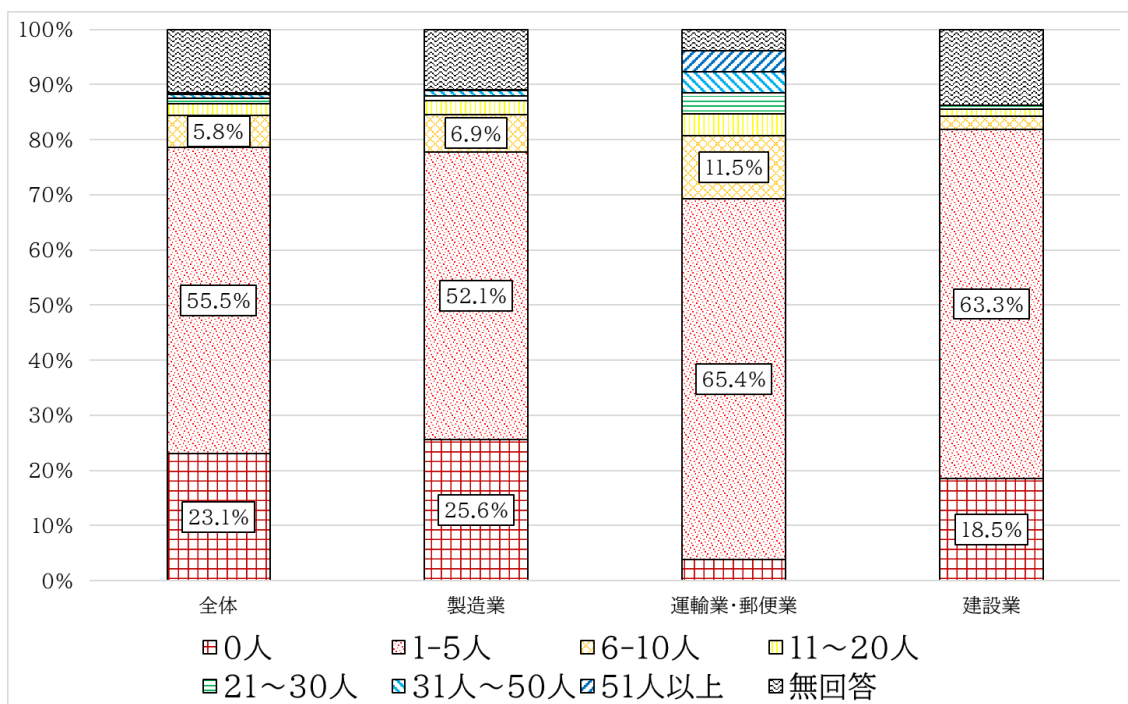


従業員数	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
0人	10	1.1%	8	1.2%	0	0.0%	2	0.8%
1-5人	512	55.1%	390	59.5%	3	11.5%	119	48.0%
6-10人	158	17.0%	101	15.4%	6	23.1%	51	20.6%
11~20人	99	10.6%	69	10.5%	2	7.7%	28	11.3%
21~30人	33	3.5%	17	2.6%	5	19.2%	11	4.4%
31人~50人	30	3.2%	19	2.9%	2	7.7%	9	3.6%
51人以上	30	3.2%	15	2.3%	7	26.9%	8	3.2%
無回答	58	6.2%	37	5.6%	1	3.8%	20	8.1%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○従業員数は「1-5人」が55.1%と最も多くなっています。次いで、「6-10人」が17.0%、「11-20人」が10.6%となっています。

○従業員数が10人以下の回答は合わせて73.2%となります。

②女性従業員数

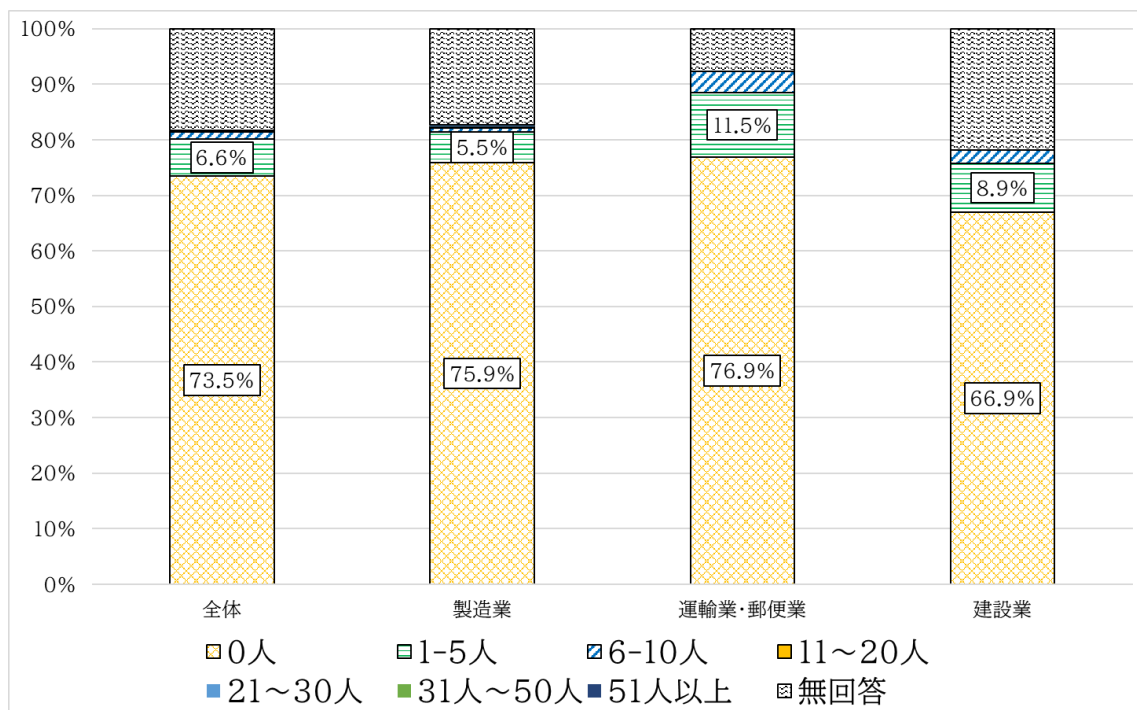


女性従業員数	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
0人	215	23.1%	168	25.6%	1	3.8%	46	18.5%
1-5人	516	55.5%	342	52.1%	17	65.4%	157	63.3%
6-10人	54	5.8%	45	6.9%	3	11.5%	6	2.4%
11~20人	20	2.2%	16	2.4%	1	3.8%	3	1.2%
21~30人	9	1.0%	6	0.9%	1	3.8%	2	0.8%
31人~50人	7	0.8%	6	0.9%	1	3.8%	0	0.0%
51人以上	2	0.2%	1	0.2%	1	3.8%	0	0.0%
無回答	107	11.5%	72	11.0%	1	3.8%	34	13.7%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○女性従業員数は「1-5人」が55.5%と最も多くなっています。次いで、「0人」が23.1%、「6-10人」が5.8%となっています。

○女性従業員数が1名以上の回答は合わせて65.5%となります。

③外国人従業員数

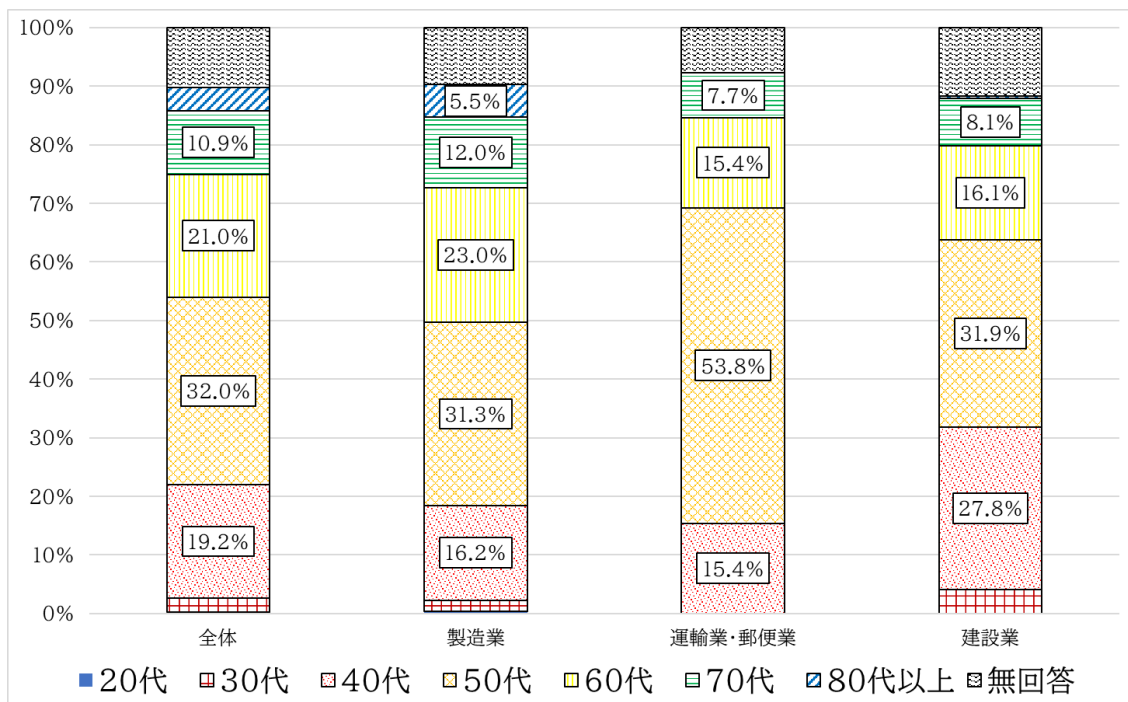


外国人従業員数	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
0人	684	73.5%	498	75.9%	20	76.9%	166	66.9%
1-5人	61	6.6%	36	5.5%	3	11.5%	22	8.9%
6-10人	12	1.3%	5	0.8%	1	3.8%	6	2.4%
11~20人	2	0.2%	2	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
21~30人	1	0.1%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
31人~50人	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
51人以上	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	170	18.3%	114	17.4%	2	7.7%	54	21.8%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○外国人従業員数は「0 人」が 73.5%と最も多くなっています。次いで、「1-5 人」が 6.6%、「6-10 人」が 1.3%となっています。

○外国人従業員数が 1 名以上の回答は合わせて 8.2%となります。

④従業員の平均年齢



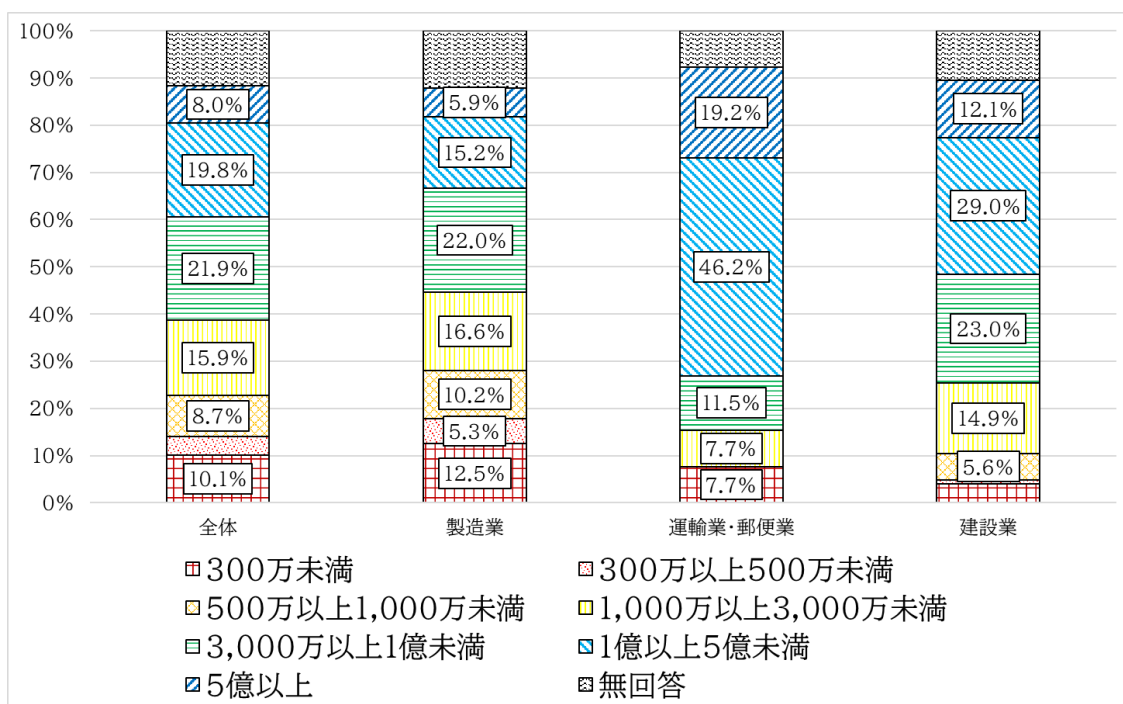
平均年齢	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
20代	2	0.2%	2	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
30代	23	2.5%	13	2.0%	0	0.0%	10	4.0%
40代	179	19.2%	106	16.2%	4	15.4%	69	27.8%
50代	298	32.0%	205	31.3%	14	53.8%	79	31.9%
60代	195	21.0%	151	23.0%	4	15.4%	40	16.1%
70代	101	10.9%	79	12.0%	2	7.7%	20	8.1%
80代以上	37	4.0%	36	5.5%	0	0.0%	1	0.4%
無回答	95	10.2%	64	9.8%	2	7.7%	29	11.7%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○従業員の平均年齢は「50代」が32.0%と最も多くなっています。次いで、「60代」が21.0%、「40代」が19.2%となっています。

○従業員の平均年齢が60代以上の回答は合わせて35.9%となります。

2 業績(基本情報調査票回答事業所)

(1) 直前期の売上高

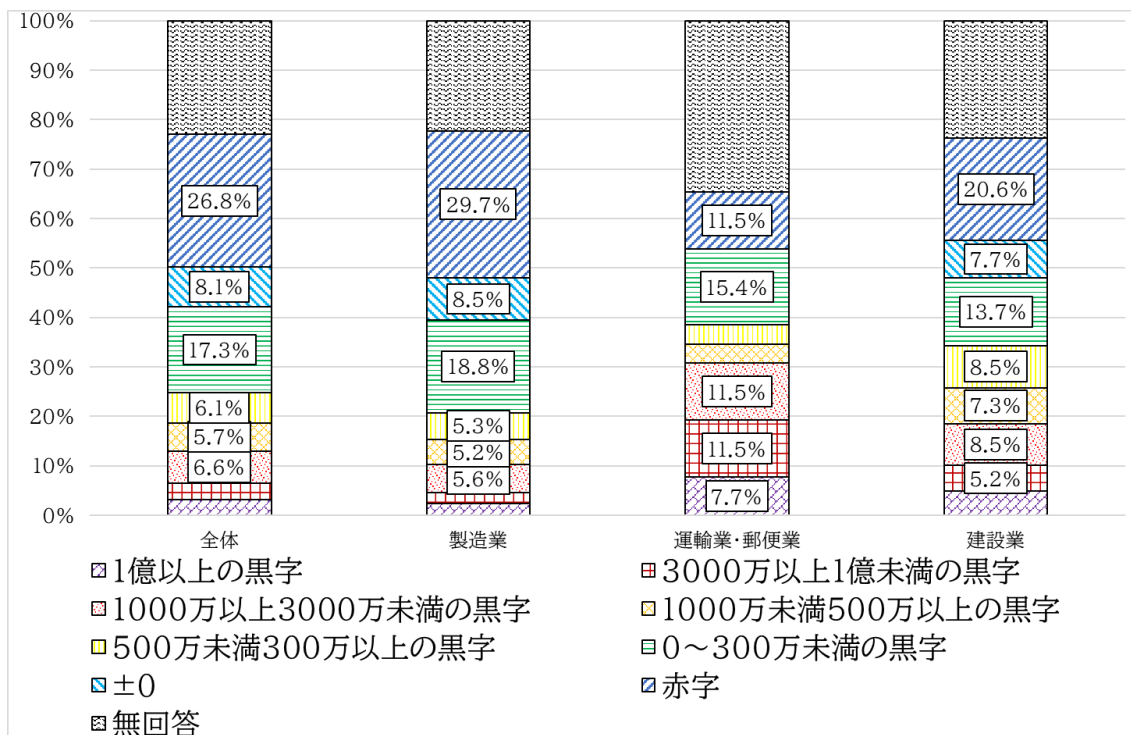


直前期の売上高	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
300万未満	94	10.1%	82	12.5%	2	7.7%	10	4.0%
300万以上500万未満	37	4.0%	35	5.3%	0	0.0%	2	0.8%
500万以上1,000万未満	81	8.7%	67	10.2%	0	0.0%	14	5.6%
1,000万以上3,000万未満	148	15.9%	109	16.6%	2	7.7%	37	14.9%
3,000万以上1億未満	204	21.9%	144	22.0%	3	11.5%	57	23.0%
1億以上5億未満	184	19.8%	100	15.2%	12	46.2%	72	29.0%
5億以上	74	8.0%	39	5.9%	5	19.2%	30	12.1%
無回答	108	11.6%	80	12.2%	2	7.7%	26	10.5%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○直前期の売上高は「3,000万以上1億未満」が21.9%と最も多くなっています。次いで、「1億以上5億未満」が19.8%、「1,000万以上3,000万未満」が15.9%となっています。

○直前期の売上高が1億円以上の回答は合わせて27.8%となります。

(2) 直前期の営業利益

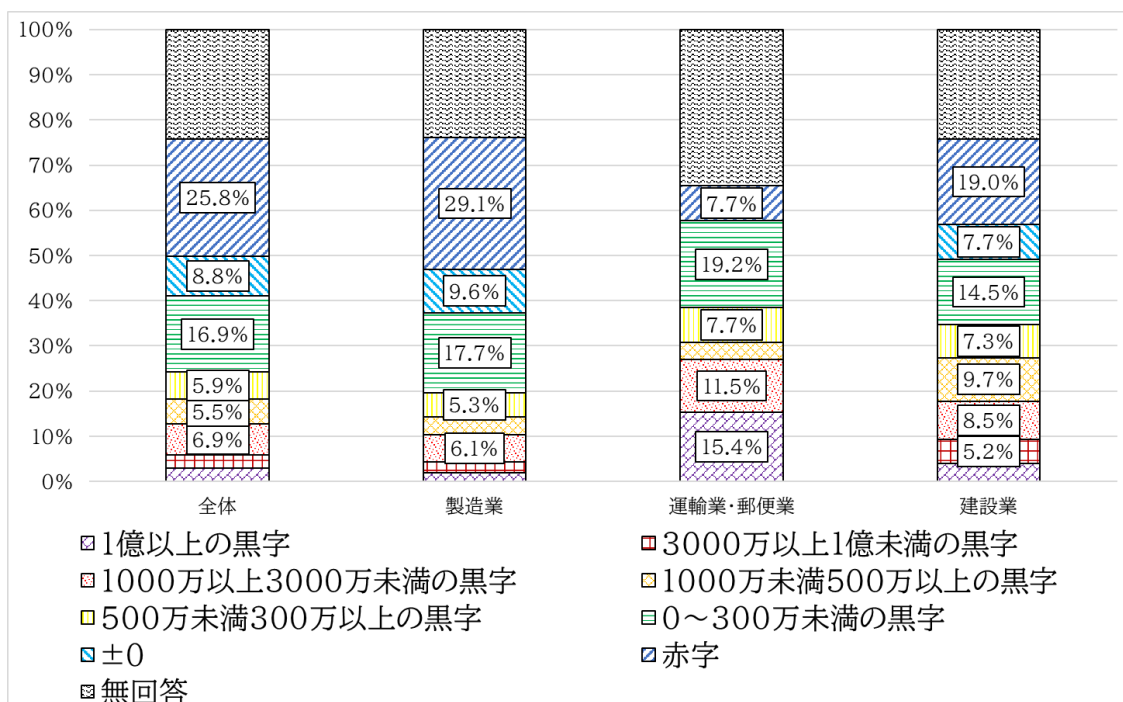


直前期の営業利益	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1億以上の黒字	30	3.2%	16	2.4%	2	7.7%	12	4.8%
3000万以上1億未満の黒字	30	3.2%	14	2.1%	3	11.5%	13	5.2%
1000万以上3000万未満の黒字	61	6.6%	37	5.6%	3	11.5%	21	8.5%
1000万未満500万以上の黒字	53	5.7%	34	5.2%	1	3.8%	18	7.3%
500万未満300万以上の黒字	57	6.1%	35	5.3%	1	3.8%	21	8.5%
0～300万未満の黒字	161	17.3%	123	18.8%	4	15.4%	34	13.7%
±0	75	8.1%	56	8.5%	0	0.0%	19	7.7%
赤字	249	26.8%	195	29.7%	3	11.5%	51	20.6%
無回答	214	23.0%	146	22.3%	9	34.6%	59	23.8%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○直前期の営業利益は「赤字」が26.8%と最も多くなっています。次いで、「0～300万未満の黒字」が17.3%、「1000万以上3000万未満の黒字」が6.6%となっています。

○直前期の営業利益が黒字の回答は合わせて42.1%となります。

(3) 直前期の経常利益

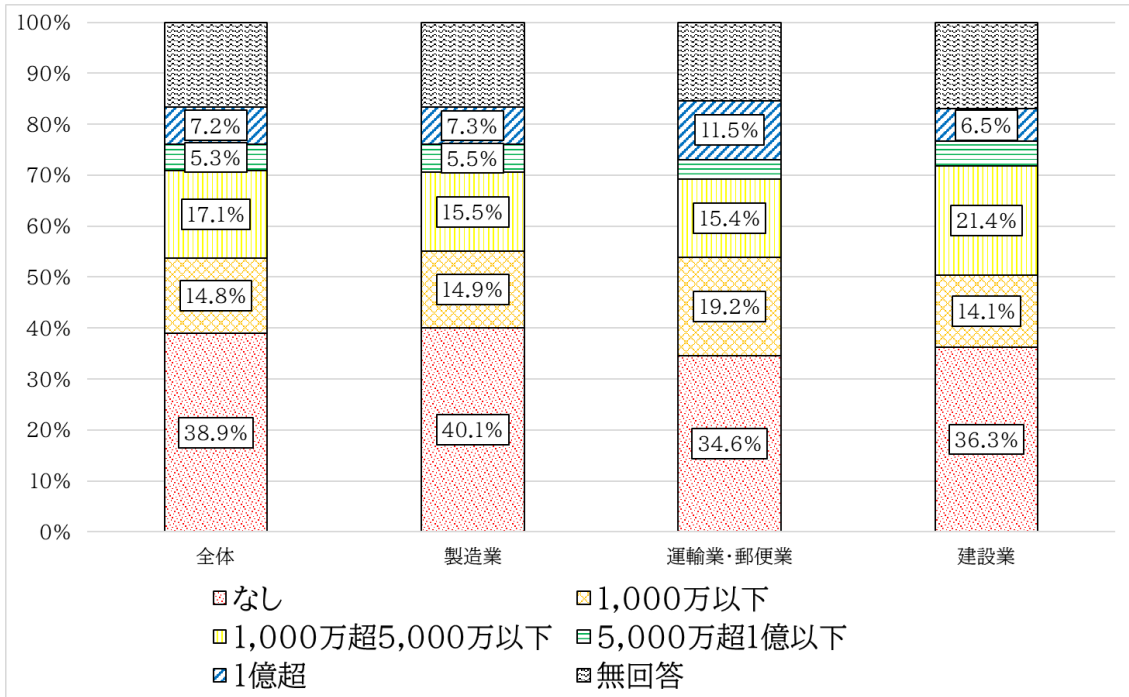


直前期の経常利益	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1億以上の黒字	27	2.9%	13	2.0%	4	15.4%	10	4.0%
3000万以上1億未満の黒字	28	3.0%	15	2.3%	0	0.0%	13	5.2%
1000万以上3000万未満の黒字	64	6.9%	40	6.1%	3	11.5%	21	8.5%
1000万未満500万以上の黒字	51	5.5%	26	4.0%	1	3.8%	24	9.7%
500万未満300万以上の黒字	55	5.9%	35	5.3%	2	7.7%	18	7.3%
0~300万未満の黒字	157	16.9%	116	17.7%	5	19.2%	36	14.5%
±0	82	8.8%	63	9.6%	0	0.0%	19	7.7%
赤字	240	25.8%	191	29.1%	2	7.7%	47	19.0%
無回答	226	24.3%	157	23.9%	9	34.6%	60	24.2%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○直前期の経常利益は「赤字」が25.8%と最も多くなっています。次いで、「0~300万未満の黒字」が16.9%、「±0」が8.8%となっています。

○直前期の経常利益が黒字の回答は全体で41.1%となります。

(4) 直前期の借入金



直前期の借入金	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
なし	362	38.9%	263	40.1%	9	34.6%	90	36.3%
1,000万円以下	138	14.8%	98	14.9%	5	19.2%	35	14.1%
1,000万円超5,000万円以下	159	17.1%	102	15.5%	4	15.4%	53	21.4%
5,000万円超1億以下	49	5.3%	36	5.5%	1	3.8%	12	4.8%
1億超	67	7.2%	48	7.3%	3	11.5%	16	6.5%
無回答	155	16.7%	109	16.6%	4	15.4%	42	16.9%
合計	930	100.0%	656	100.0%	26	100.0%	248	100.0%

○直前期の借入金は「なし」が38.9%と最も多くなっています。次いで、「1,000万円超5,000万円以下」が17.1%となっています。

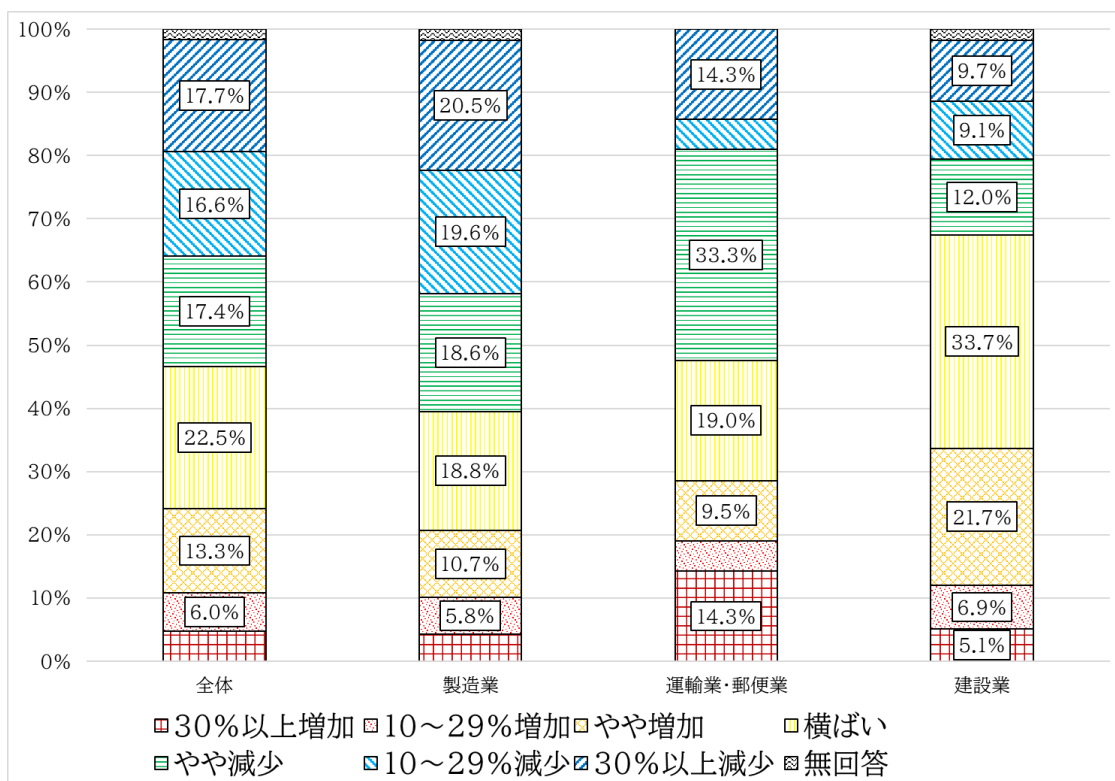
○直前期の借入金「あり」の回答は合わせて44.4%となります。

V. 調査票の集計結果

1 経営状況について

(1) コロナ前と比較した場合の変化

① 受注量

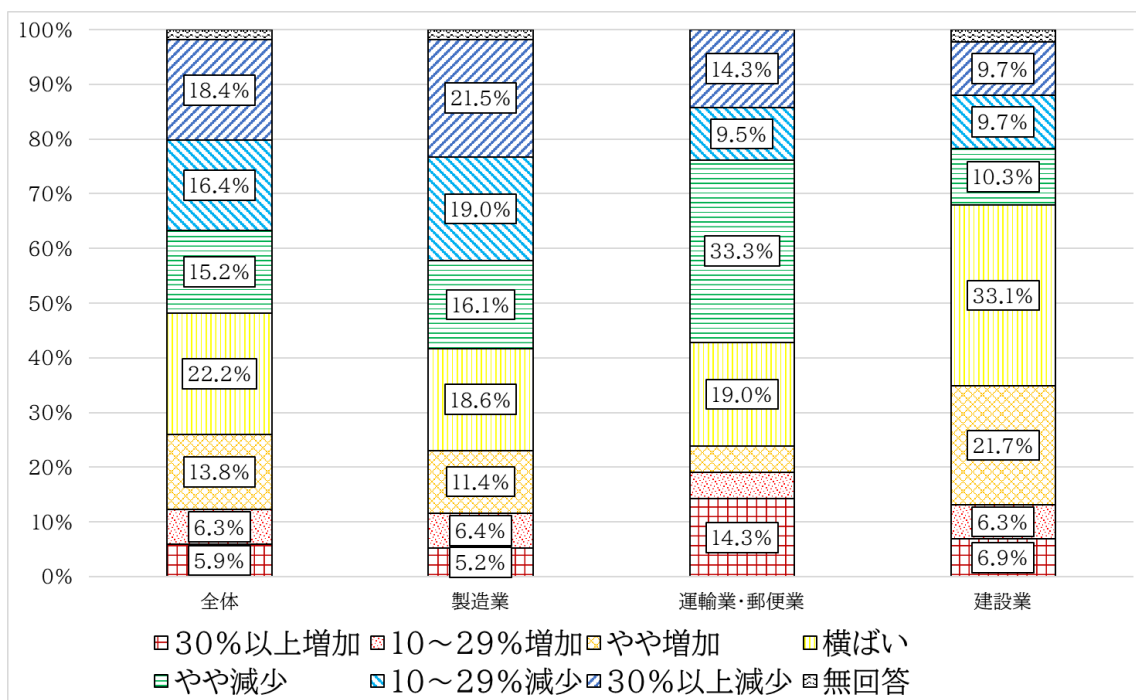


受注量	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
30%以上増加	34	4.8%	22	4.3%	3	14.3%	9	5.1%
10~29%増加	43	6.0%	30	5.8%	1	4.8%	12	6.9%
やや増加	95	13.3%	55	10.7%	2	9.5%	38	21.7%
横ばい	160	22.5%	97	18.8%	4	19.0%	59	33.7%
やや減少	124	17.4%	96	18.6%	7	33.3%	21	12.0%
10~29%減少	118	16.6%	101	19.6%	1	4.8%	16	9.1%
30%以上減少	126	17.7%	106	20.5%	3	14.3%	17	9.7%
無回答	12	1.7%	9	1.7%	0	0.0%	3	1.7%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○コロナ前と比較し、受注量は「横ばい」が 22.5%と最も多くなっています。次いで、「30%以上減少」が 17.7%、「やや減少」が 17.4%となっています。

○受注量が「増加」したのは合わせて 24.1%、受注量が「減少」したのは合わせて 51.7%となります。

② 売上高

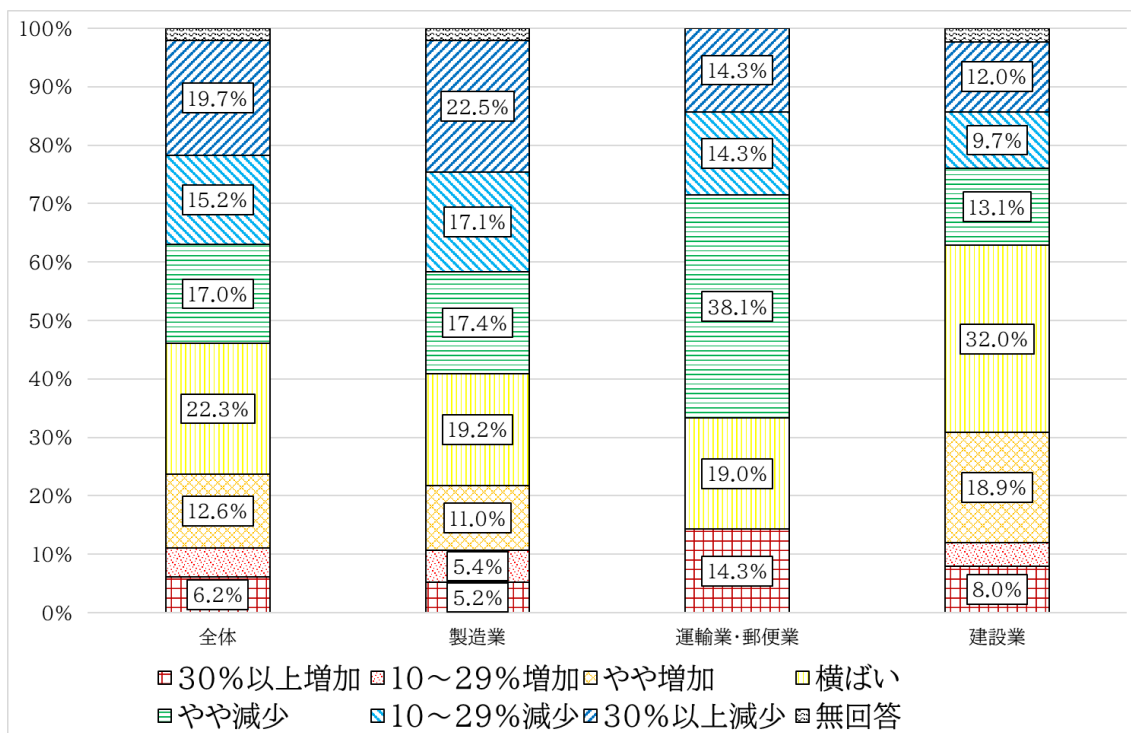


売上高	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
30%以上増加	42	5.9%	27	5.2%	3	14.3%	12	6.9%
10~29%増加	45	6.3%	33	6.4%	1	4.8%	11	6.3%
やや増加	98	13.8%	59	11.4%	1	4.8%	38	21.7%
横ばい	158	22.2%	96	18.6%	4	19.0%	58	33.1%
やや減少	108	15.2%	83	16.1%	7	33.3%	18	10.3%
10~29%減少	117	16.4%	98	19.0%	2	9.5%	17	9.7%
30%以上減少	131	18.4%	111	21.5%	3	14.3%	17	9.7%
無回答	13	1.8%	9	1.7%	0	0.0%	4	2.3%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○コロナ前と比較し、売上高は「横ばい」が 22.2%と最も多くなっています。次いで、「30%以上減少」が 18.4%、「10~29%減少」が 16.4%となっています。

○売上高が「増加」したのは合わせて 26.0%、売上高が「減少」したのは合わせて 50.0%となります。

③ 営業利益

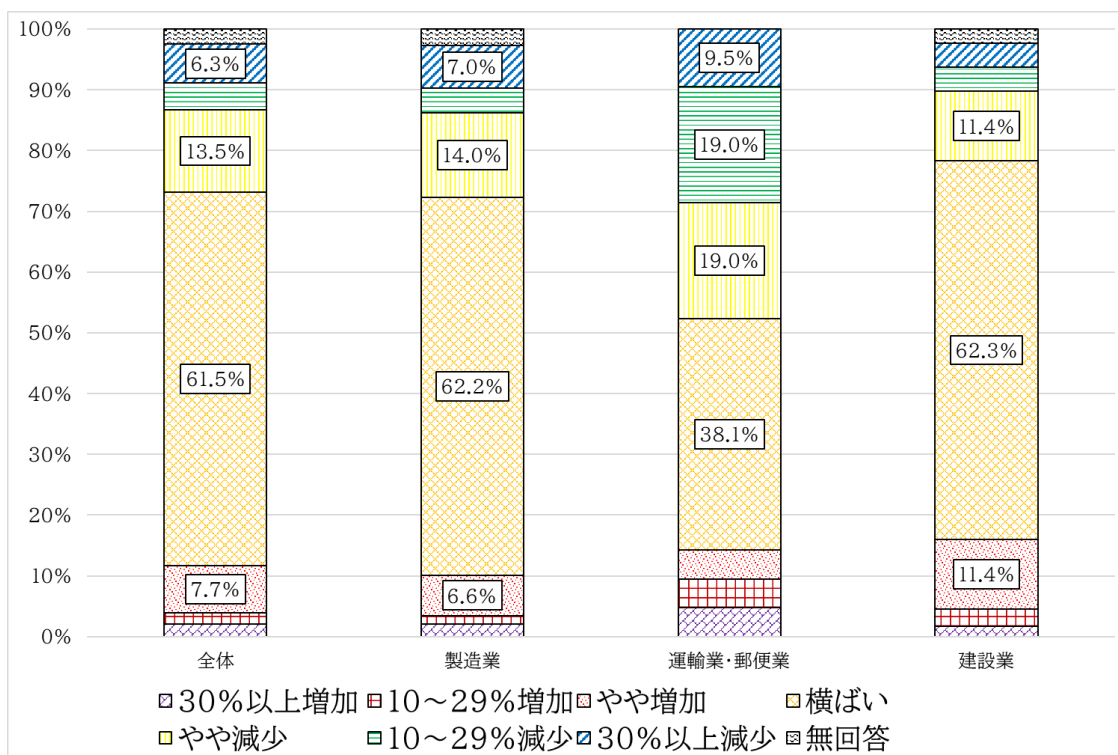


営業利益	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
30%以上増加	44	6.2%	27	5.2%	3	14.3%	14	8.0%
10~29%増加	35	4.9%	28	5.4%	0	0.0%	7	4.0%
やや増加	90	12.6%	57	11.0%	0	0.0%	33	18.9%
横ばい	159	22.3%	99	19.2%	4	19.0%	56	32.0%
やや減少	121	17.0%	90	17.4%	8	38.1%	23	13.1%
10~29%減少	108	15.2%	88	17.1%	3	14.3%	17	9.7%
30%以上減少	140	19.7%	116	22.5%	3	14.3%	21	12.0%
無回答	15	2.1%	11	2.1%	0	0.0%	4	2.3%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○コロナ前と比較し、営業利益は「横ばい」が 22.3%と最も多くなっています。次いで、「30%以上減少」が 19.7%、「やや減少」が 17.0%となっています。

○営業利益が「増加」したのは合わせて 23.7%、営業利益が「減少」したのは合わせて 51.9%となります。

④ 従業員数



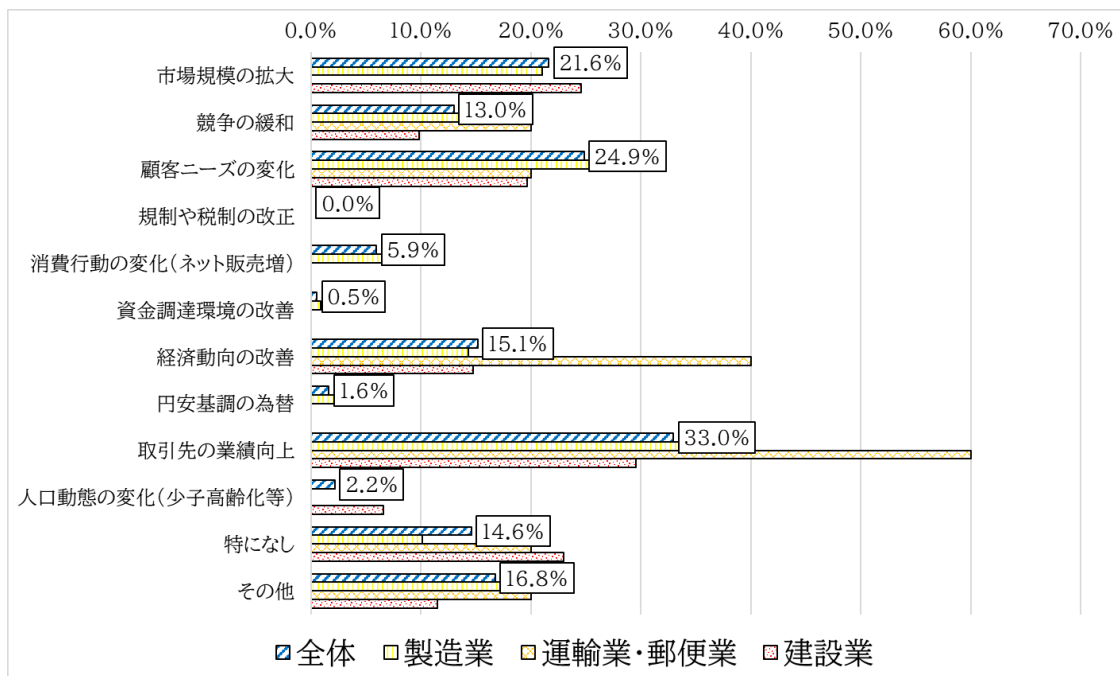
従業員数	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
30%以上増加	15	2.1%	11	2.1%	1	4.8%	3	1.7%
10~29%増加	13	1.8%	7	1.4%	1	4.8%	5	2.9%
やや増加	55	7.7%	34	6.6%	1	4.8%	20	11.4%
横ばい	438	61.5%	321	62.2%	8	38.1%	109	62.3%
やや減少	96	13.5%	72	14.0%	4	19.0%	20	11.4%
10~29%減少	32	4.5%	21	4.1%	4	19.0%	7	4.0%
30%以上減少	45	6.3%	36	7.0%	2	9.5%	7	4.0%
無回答	18	2.5%	14	2.7%	0	0.0%	4	2.3%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○コロナ前と比較し、従業員数は「横ばい」が 61.5%と最も多くなっています。次いで、「やや減少」が 13.5%、「やや増加」が 7.7%となっています。

○従業員数が「増加」したのは合わせて 11.6%、従業員数が「減少」したのは合わせて 24.3%となります。

(2) コロナ前と比較し、売上が増加した外部要因

- 売上が増加した事業所のみ回答、複数回答可

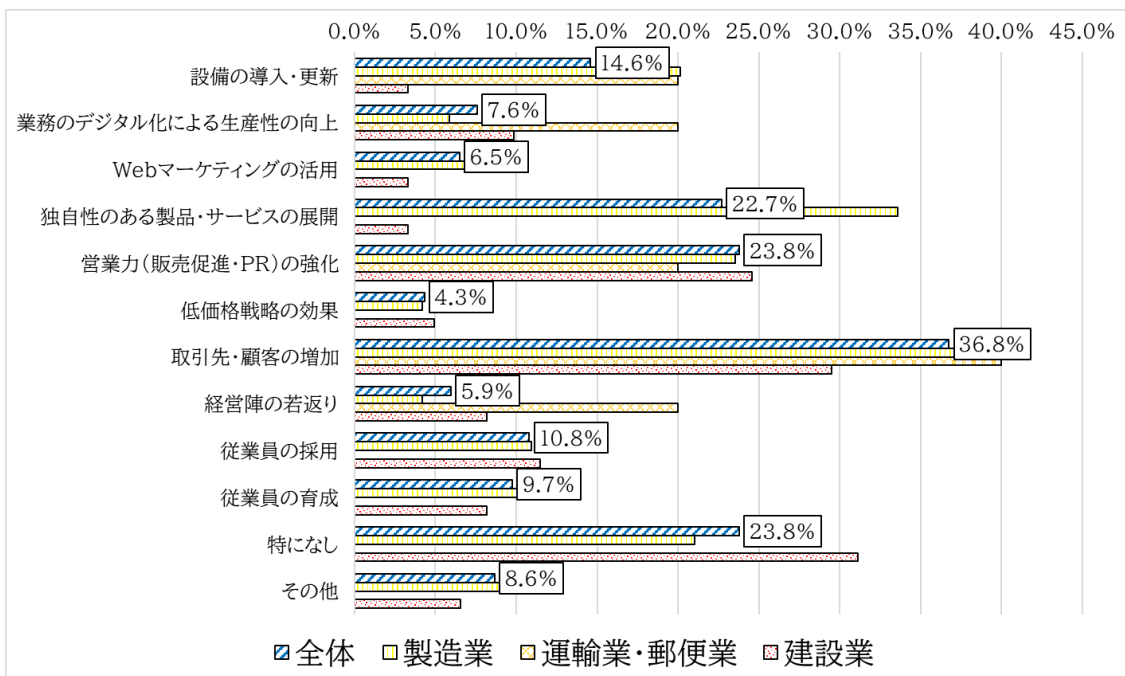


「売上増加」の外部要因	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
市場規模の拡大	40	21.6%	25	21.0%	0	0.0%	15	24.6%
競争の緩和	24	13.0%	17	14.3%	1	20.0%	6	9.8%
顧客ニーズの変化	46	24.9%	33	27.7%	1	20.0%	12	19.7%
規制や税制の改正	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
消費行動の変化(ネット販売増)	11	5.9%	11	9.2%	0	0.0%	0	0.0%
資金調達環境の改善	1	0.5%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
経済動向の改善	28	15.1%	17	14.3%	2	40.0%	9	14.8%
円安基調の為替	3	1.6%	3	2.5%	0	0.0%	0	0.0%
取引先の業績向上	61	33.0%	40	33.6%	3	60.0%	18	29.5%
人口動態の変化(少子高齢化等)	4	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	4	6.6%
特になし	27	14.6%	12	10.1%	1	20.0%	14	23.0%
その他	31	16.8%	23	19.3%	1	20.0%	7	11.5%
売上高増加事業所合計	185		119		5		61	

○コロナ前と比較し、売上高増加の外部要因は、「取引先の業績向上」が 33.0%と最も多くなっています。次いで、「顧客ニーズの変化」が 24.9%、「市場規模の拡大」が 21.6%となっています。

(3) コロナ前と比較し、売上が増加した内部要因

- 売上が増加した事業所のみ回答、複数回答可

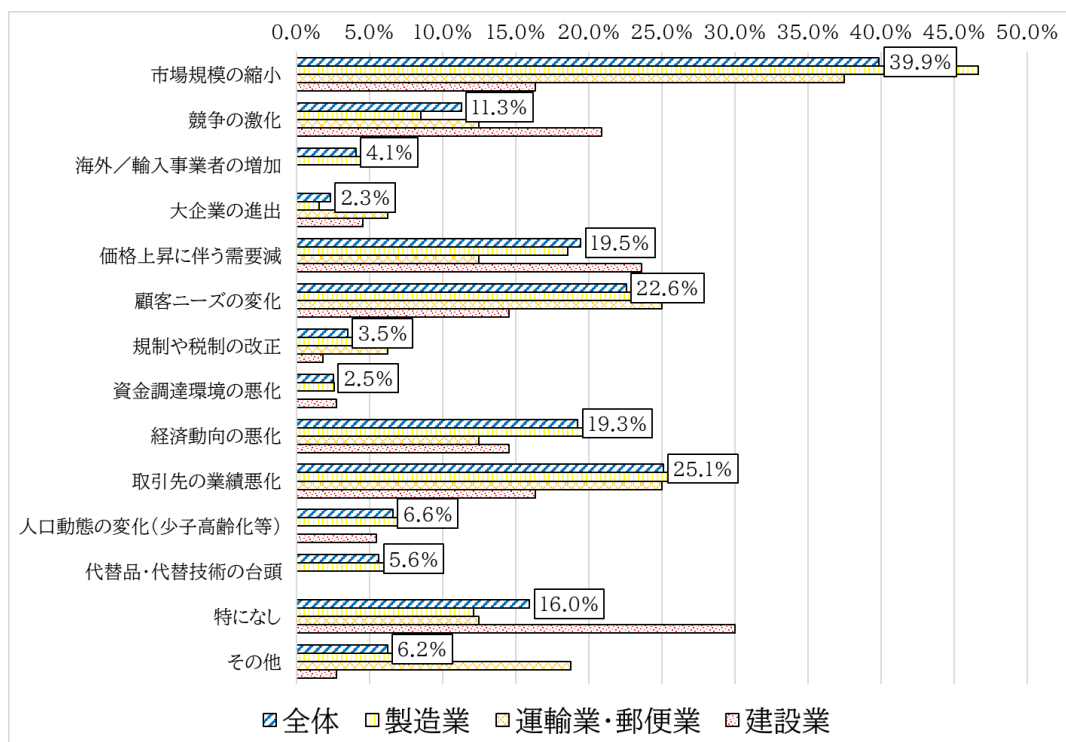


「売上増加」の内部要因	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
設備の導入・更新	27	14.6%	24	20.2%	1	20.0%	2	3.3%
業務のデジタル化による生産性の向上	14	7.6%	7	5.9%	1	20.0%	6	9.8%
Webマーケティングの活用	12	6.5%	10	8.4%	0	0.0%	2	3.3%
独自性のある製品・サービスの展開	42	22.7%	40	33.6%	0	0.0%	2	3.3%
営業力(販売促進・PR)の強化	44	23.8%	28	23.5%	1	20.0%	15	24.6%
低価格戦略の効果	8	4.3%	5	4.2%	0	0.0%	3	4.9%
取引先・顧客の増加	68	36.8%	48	40.3%	2	40.0%	18	29.5%
経営陣の若返り	11	5.9%	5	4.2%	1	20.0%	5	8.2%
従業員の採用	20	10.8%	13	10.9%	0	0.0%	7	11.5%
従業員の育成	18	9.7%	13	10.9%	0	0.0%	5	8.2%
特になし	44	23.8%	25	21.0%	0	0.0%	19	31.1%
その他	16	8.6%	12	10.1%	0	0.0%	4	6.6%
売上高増加事業所合計	185		119		5		61	

○コロナ前と比較し、売上高増加の内部要因は、「取引先・顧客の増加」が36.8%と最も多くなっています。次いで、「営業力(販売促進・PR)の強化」が23.8%、「独自性のある製品・サービスの展開」が22.7%となっています。

(4) コロナ前と比較し、「売上横ばい・減少」となった外部要因

- 売上が横ばい・減少した事業所のみ回答、複数回答可

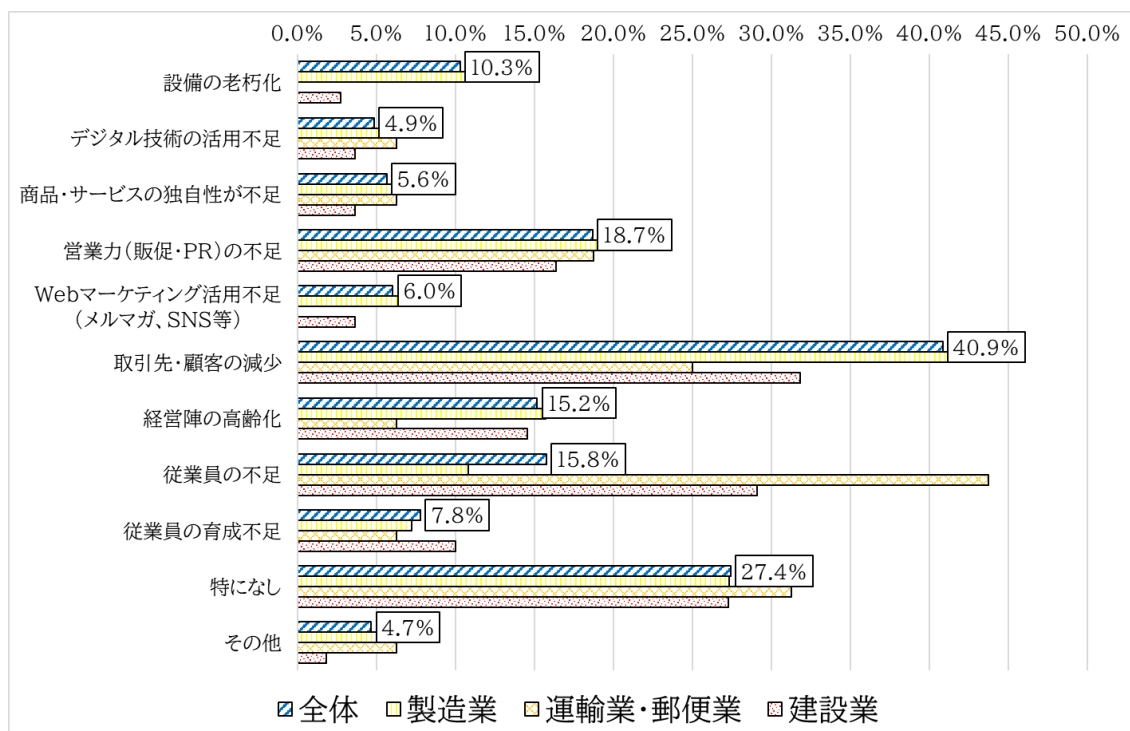


「売上横ばい・減少」の外部要因	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
市場規模の縮小	205	39.9%	181	46.6%	6	37.5%	18	16.4%
競争の激化	58	11.3%	33	8.5%	2	12.5%	23	20.9%
海外／輸入事業者の増加	21	4.1%	21	5.4%	0	0.0%	0	0.0%
大企業の進出	12	2.3%	6	1.5%	1	6.3%	5	4.5%
価格上昇に伴う需要減	100	19.5%	72	18.6%	2	12.5%	26	23.6%
顧客ニーズの変化	116	22.6%	96	24.7%	4	25.0%	16	14.5%
規制や税制の改正	18	3.5%	15	3.9%	1	6.3%	2	1.8%
資金調達環境の悪化	13	2.5%	10	2.6%	0	0.0%	3	2.7%
経済動向の悪化	99	19.3%	81	20.9%	2	12.5%	16	14.5%
取引先の業績悪化	129	25.1%	107	27.6%	4	25.0%	18	16.4%
人口動態の変化(少子高齢化等)	34	6.6%	28	7.2%	0	0.0%	6	5.5%
代替品・代替技術の台頭	29	5.6%	29	7.5%	0	0.0%	0	0.0%
特になし	82	16.0%	47	12.1%	2	12.5%	33	30.0%
その他	32	6.2%	26	6.7%	3	18.8%	3	2.7%
売上高横ばい・減少事業所合計	514		388		16		110	

○コロナ前と比較し、売上高減少の外部要因は、「市場規模の縮小」が 39.9%と最も多くなっています。次いで、「取引先の業績悪化」が 25.1%、「顧客ニーズの変化」22.6%となっています。

(5) コロナ前と比較し、「売上横ばい・減少」となった内部要因

- 売上高が横ばい・減少した事業所のみ回答、複数回答可

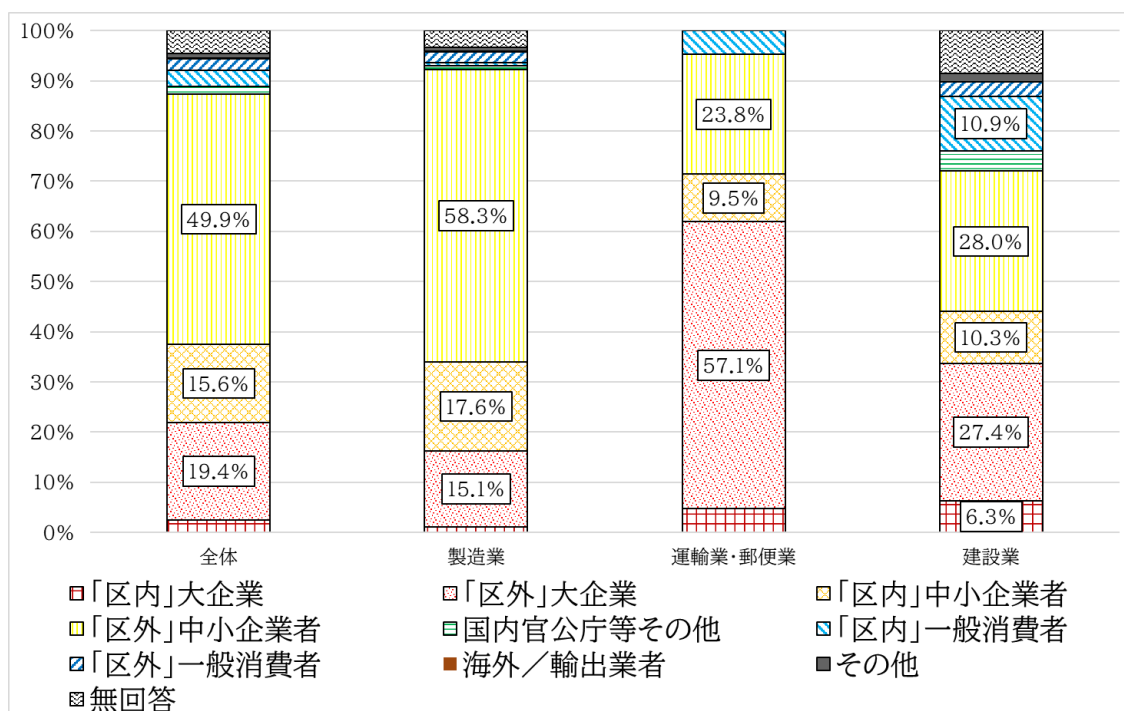


「売上横ばい・減少」の内部要因	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
設備の老朽化	53	10.3%	50	12.9%	0	0.0%	3	2.7%
デジタル技術の活用不足	25	4.9%	20	5.2%	1	6.3%	4	3.6%
商品・サービスの独自性が不足	29	5.6%	24	6.2%	1	6.3%	4	3.6%
営業力(販促・PR)の不足	96	18.7%	75	19.3%	3	18.8%	18	16.4%
Webマーケティング活用不足(メルマガ、SNS等)	31	6.0%	27	7.0%	0	0.0%	4	3.6%
取引先・顧客の減少	210	40.9%	171	44.1%	4	25.0%	35	31.8%
経営陣の高齢化	78	15.2%	61	15.7%	1	6.3%	16	14.5%
従業員の不足	81	15.8%	42	10.8%	7	43.8%	32	29.1%
従業員の育成不足	40	7.8%	28	7.2%	1	6.3%	11	10.0%
特になし	141	27.4%	106	27.3%	5	31.3%	30	27.3%
その他	24	4.7%	21	5.4%	1	6.3%	2	1.8%
売上高横ばい・減少事業所合計	514		388		16		110	

○コロナ前と比較し、売上高減少の内部要因は、「取引先・顧客の減少」が40.9%と最も多くなっています。次いで、「特になし」が27.4%、「営業力(販促・PR)の不足」18.7%となっています。

2 取引先

(1) 主要な取引先(販売先)の属性



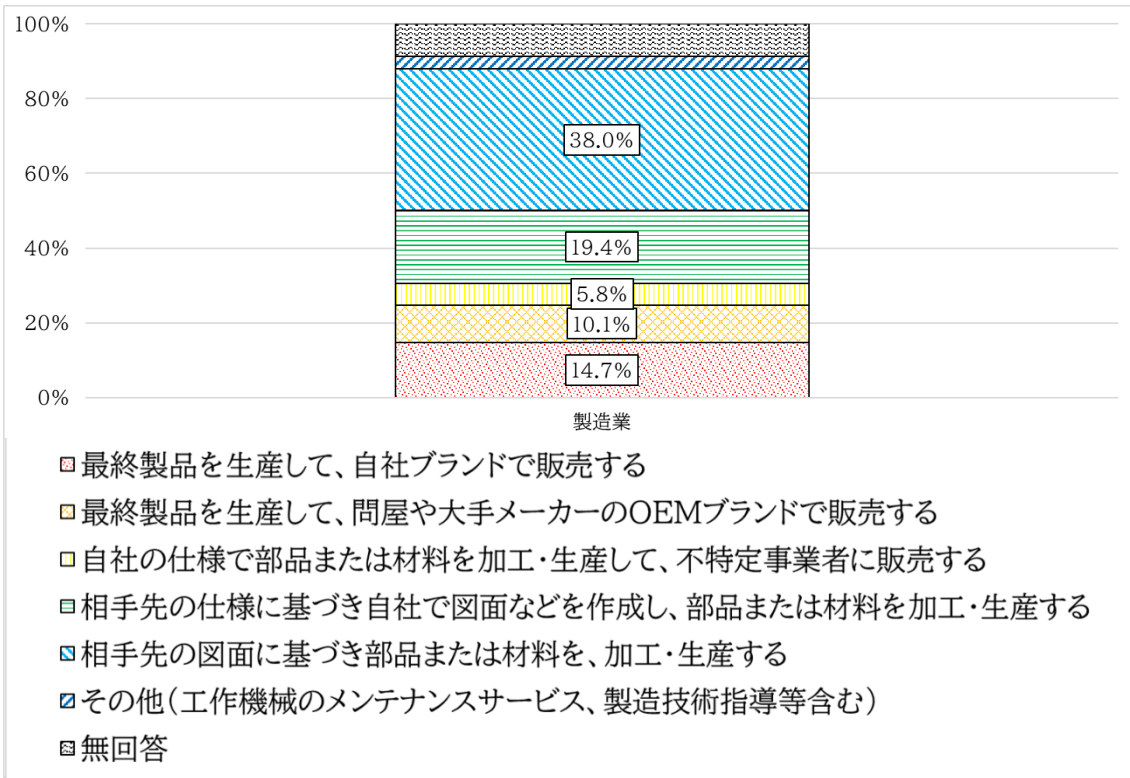
主要な取引先(販売先)の属性	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
「区内」大企業	18	2.5%	6	1.2%	1	4.8%	11	6.3%
「区外」大企業	138	19.4%	78	15.1%	12	57.1%	48	27.4%
「区内」中小企業者	111	15.6%	91	17.6%	2	9.5%	18	10.3%
「区外」中小企業者	355	49.9%	301	58.3%	5	23.8%	49	28.0%
国内官公庁等その他	11	1.5%	4	0.8%	0	0.0%	7	4.0%
「区内」一般消費者	23	3.2%	3	0.6%	1	4.8%	19	10.9%
「区外」一般消費者	16	2.2%	11	2.1%	0	0.0%	5	2.9%
海外／輸出業者	1	0.1%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
その他	7	1.0%	4	0.8%	0	0.0%	3	1.7%
無回答	32	4.5%	17	3.3%	0	0.0%	15	8.6%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○主要な取引先(販売先)は、「区外中小企業者」が49.9%と最も多くなっています。次いで、「区外大企業」が19.4%、「区内中小企業者」が15.6%となっています。

○主要取引先が「区内」の企業・一般消費者である事業所は合わせて21.3%となっています。

【製造業事業所向け】

(2) 受注形態



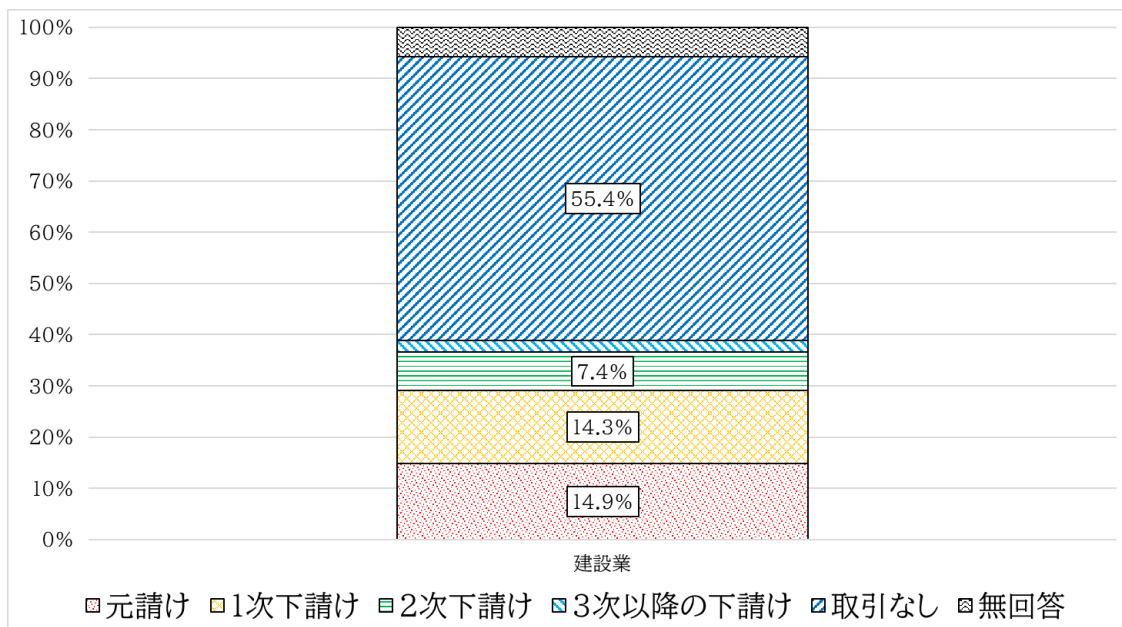
- 最終製品を生産して、自社ブランドで販売する
- 最終製品を生産して、問屋や大手メーカーのOEMブランドで販売する
- 自社の仕様で部品または材料を加工・生産して、不特定事業者販売する
- 相手先の仕様に基づき自社で図面などを作成し、部品または材料を加工・生産する
- 相手先の図面に基づき部品または材料を、加工・生産する
- その他(工作機械のメンテナンスサービス、製造技術指導等含む)
- 無回答

受注形態	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
最終製品を生産して、自社ブランドで販売する	-	-	76	14.7%	-	-	-	-
最終製品を生産して、問屋や大手メーカーのOEMブランドで販売する	-	-	52	10.1%	-	-	-	-
自社の仕様で部品または材料を加工・生産して、不特定事業者販売する	-	-	30	5.8%	-	-	-	-
相手先の仕様に基づき自社で図面などを作成し、部品または材料を加工・生産する	-	-	100	19.4%	-	-	-	-
相手先の図面に基づき部品または材料を、加工・生産する	-	-	196	38.0%	-	-	-	-
その他(工作機械のメンテナンスサービス、製造技術指導等含む)	-	-	17	3.3%	-	-	-	-
無回答	-	-	45	8.7%	-	-	-	-
合計	-	-	516	100.0%	-	-	-	-

○受注形態は、「相手先の図面に基づき部品または材料を加工・生産する」が 38.0%と最も多くなっています。次いで、「相手先の仕様に基づき自社で図面などを作成し部品または材料を加工・生産する」が 19.4%、「最終製品を生産して、自社ブランドで販売する」が 14.7%となっています。

【建設業事業所向け】

(3) 受注形態(公共工事)

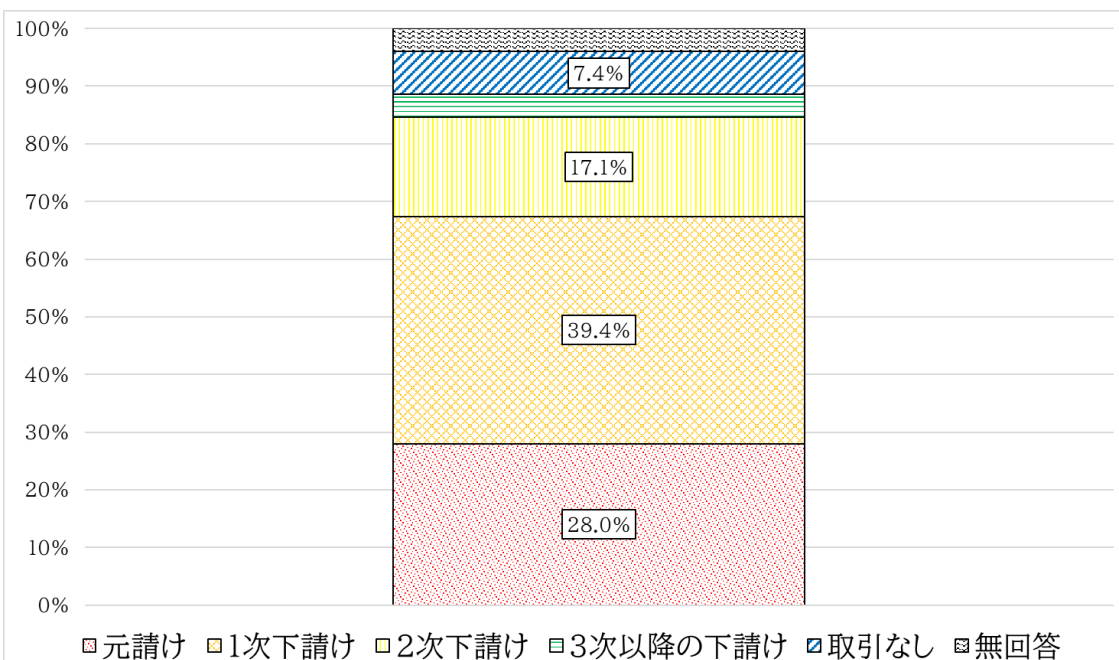


公共工事における受注形態	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
元請け	-	-	-	-	-	-	26	14.9%
1次下請け	-	-	-	-	-	-	25	14.3%
2次下請け	-	-	-	-	-	-	13	7.4%
3次以降の下請け	-	-	-	-	-	-	4	2.3%
取引なし	-	-	-	-	-	-	97	55.4%
無回答	-	-	-	-	-	-	10	5.7%
合計	-	-	-	-	-	-	175	100.0%

○公共工事における受注形態は「取引なし」が 55.4%と最も多くなっています。次いで、「元請け」が 14.9%、「1次下請け」が 14.3%となっています。

○「取引あり」は合わせて 38.9%となっています。

(4) 受注形態(民間工事)

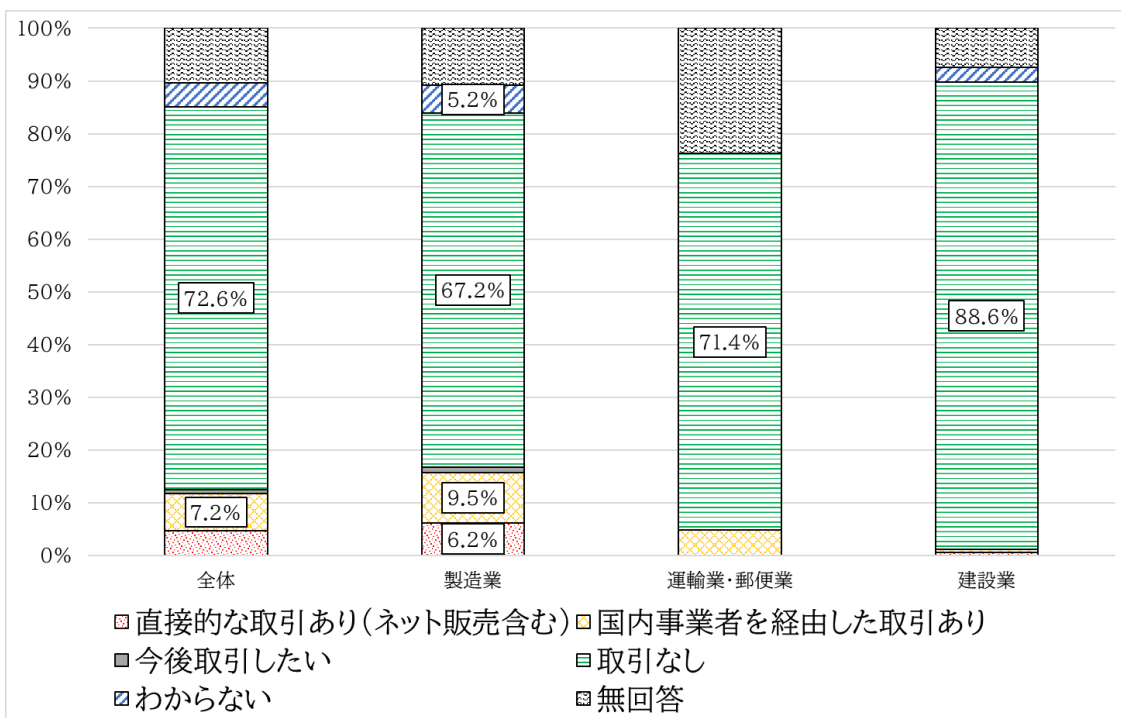


民間工事における貴社の受注形態	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
元請け	-	-	-	-	-	-	49	28.0%
1次下請け	-	-	-	-	-	-	69	39.4%
2次下請け	-	-	-	-	-	-	30	17.1%
3次以降の下請け	-	-	-	-	-	-	7	4.0%
取引なし	-	-	-	-	-	-	13	7.4%
無回答	-	-	-	-	-	-	7	4.0%
合計	-	-	-	-	-	-	175	100.0%

○民間工事における受注形態は「1次下請け」が39.4%と最も多くなっています。次いで、「元請け」が28.0%、「2次下請け」が17.1%となっています。

○「取引あり」は合わせて88.5%となっています。

(5) 海外/輸出業者との取引の有無

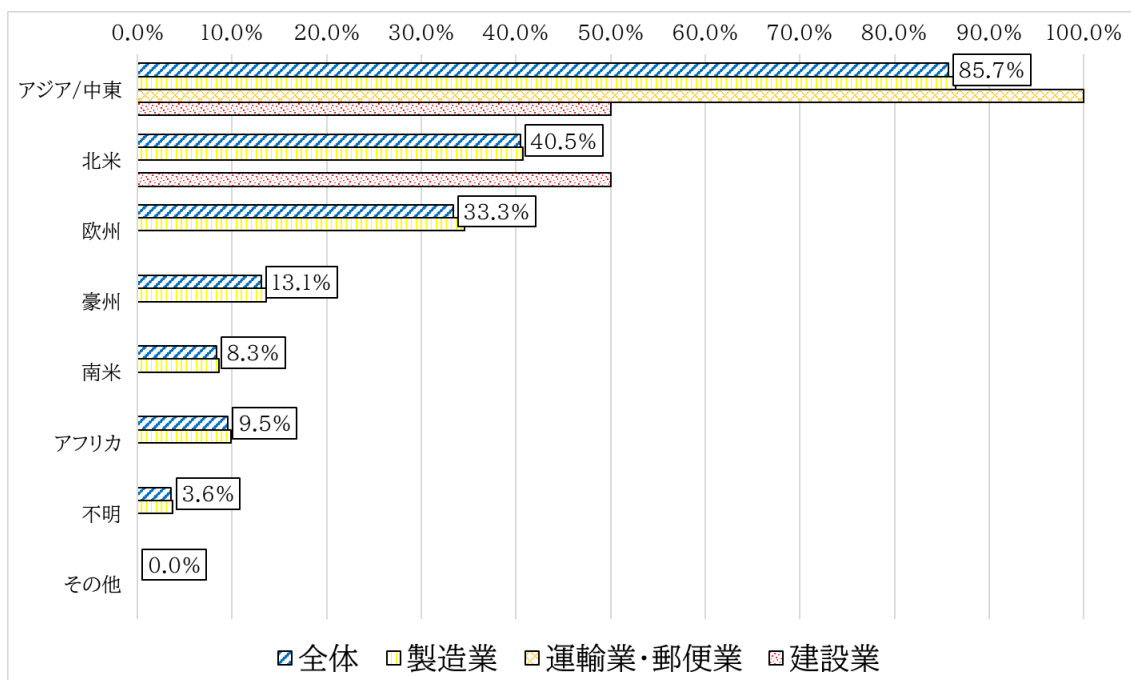


海外/輸出業者との取引	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
直接的な取引あり(ネット販売含む)	33	4.6%	32	6.2%	0	0.0%	1	0.6%
国内事業者を経由した取引あり	51	7.2%	49	9.5%	1	4.8%	1	0.6%
今後取引したい	5	0.7%	5	1.0%	0	0.0%	0	0.0%
取引なし	517	72.6%	347	67.2%	15	71.4%	155	88.6%
わからない	32	4.5%	27	5.2%	0	0.0%	5	2.9%
無回答	74	10.4%	56	10.9%	5	23.8%	13	7.4%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○海外・輸出業者との取引は「取引なし」が 72.6%と最も多くなっています。次いで、「国内事業所を経由した取引あり」が 7.2%、「直接的な取引あり(ネット販売含む)」が 4.6%となっています。
 ○「取引あり」は合わせて 11.8%となっています。

(6) 販売先の地域

- 海外／輸出業者との直接的な取引がある事業所のみ回答、複数回答可



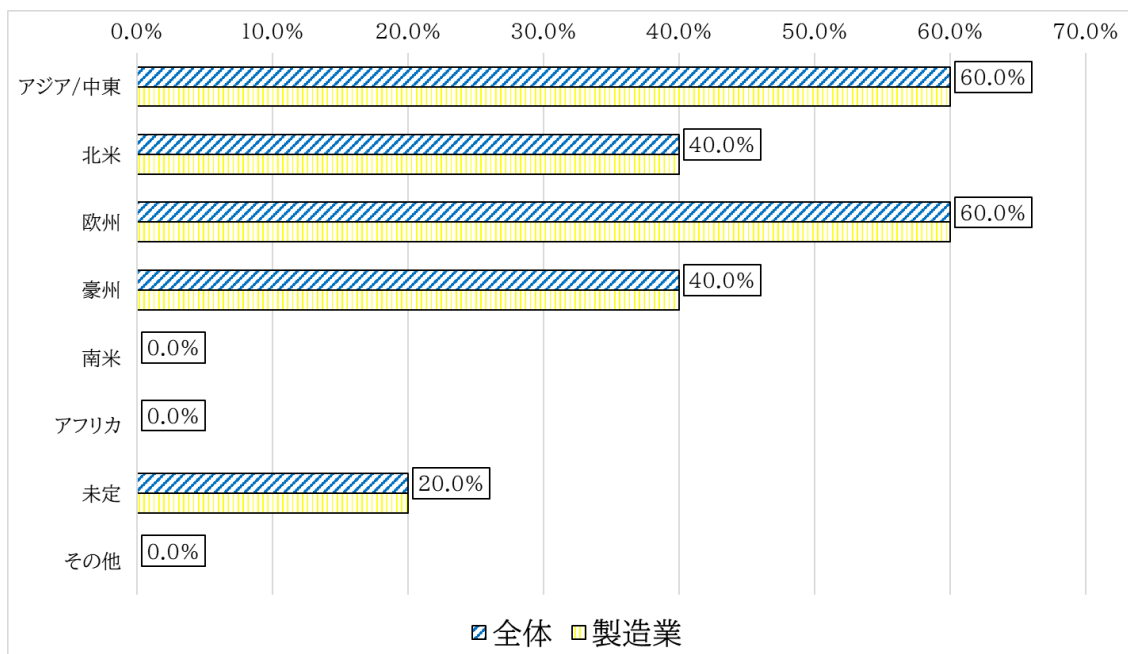
販売先の地域	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
アジア/中東	72	85.7%	70	86.4%	1	100.0%	1	50.0%
北米	34	40.5%	33	40.7%	0	0.0%	1	50.0%
欧州	28	33.3%	28	34.6%	0	0.0%	0	0.0%
豪州	11	13.1%	11	13.6%	0	0.0%	0	0.0%
南米	7	8.3%	7	8.6%	0	0.0%	0	0.0%
アフリカ	8	9.5%	8	9.9%	0	0.0%	0	0.0%
不明	3	3.6%	3	3.7%	0	0.0%	0	0.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
海外/輸出業者との取引がある事業所合計	84		81		1		2	

○海外の販売先の地域は、「アジア/中東」が 85.7%と最も多くなっています。次いで、「北米」が 40.5%、「欧州」が 33.3%となっています。

(7) 海外との取引意欲

- 海外/輸出業者と今後取引したい事業所のみ回答、複数回答可

【販売先地域】

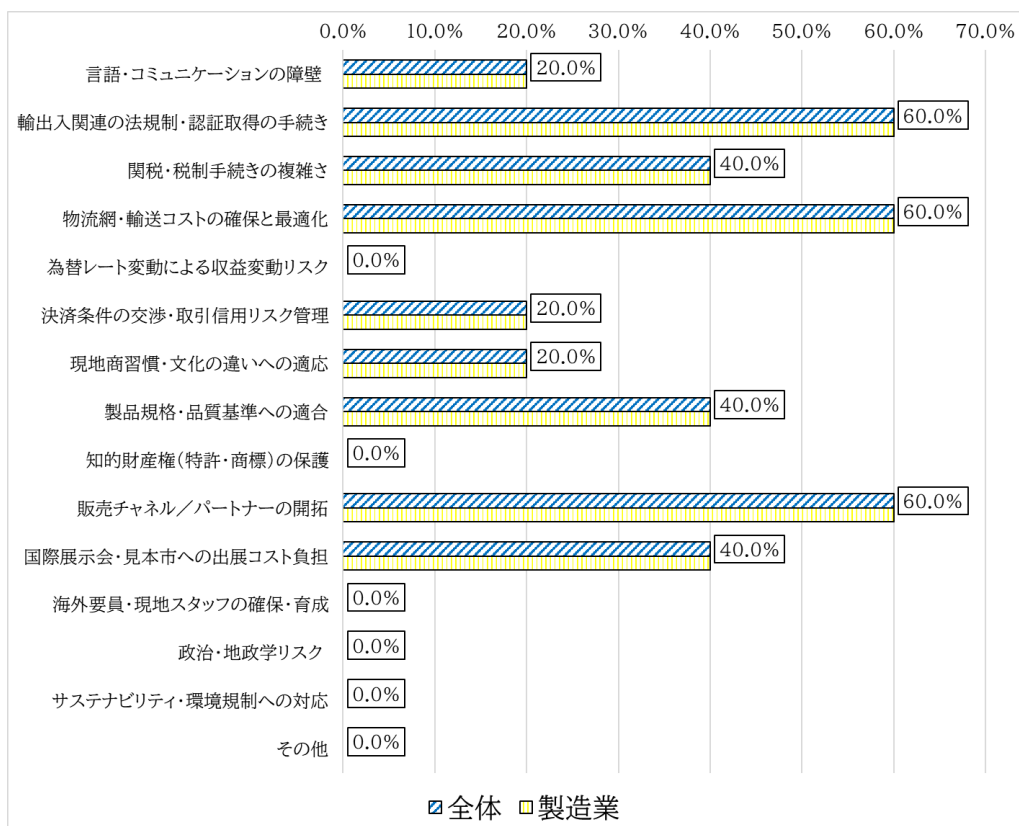


販売先地域	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
アジア/中東	3	60.0%	3	60.0%	0	-	0	-
北米	2	40.0%	2	40.0%	0	-	0	-
欧州	3	60.0%	3	60.0%	0	-	0	-
豪州	2	40.0%	2	40.0%	0	-	0	-
南米	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
アフリカ	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
未定	1	20.0%	1	20.0%	0	-	0	-
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
海外/輸出業者と今後取引したい事業所合計	5		5		0		0	

○取引したい海外の販売地域は、「アジア/中東」「欧州」が60.0%で最も高くなっています。次いで、「北米」「豪州」が40.0%となっています。

【海外取引にあたっての課題】

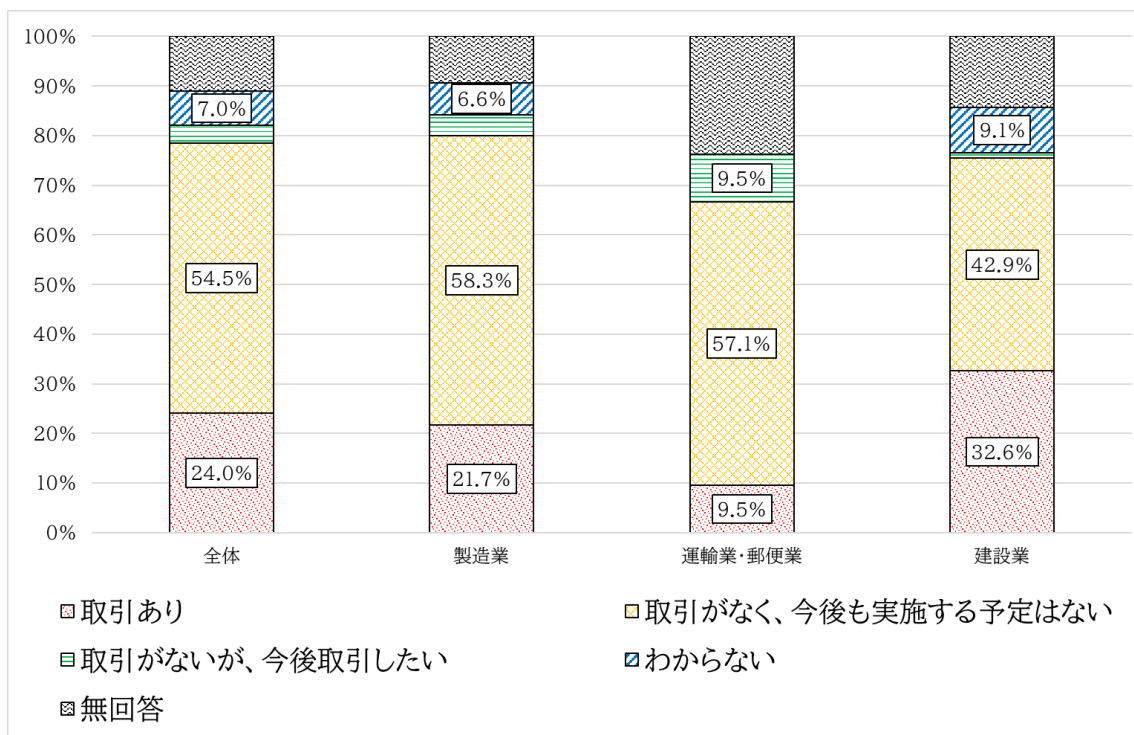
- 海外/輸出業者と今後取引したい事業所のみ回答、複数回答可



海外取引にあたっての課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
言語・コミュニケーションの障壁	1	20.0%	1	20.0%	0	-	0	-
輸出入関連の法規制・認証取得の手続き	3	60.0%	3	60.0%	0	-	0	-
関税・税制手続きの複雑さ	2	40.0%	2	40.0%	0	-	0	-
物流網・輸送コストの確保と最適化	3	60.0%	3	60.0%	0	-	0	-
為替レート変動による収益変動リスク	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
決済条件の交渉・取引信用リスク管理	1	20.0%	1	20.0%	0	-	0	-
現地商習慣・文化の違いへの適応	1	20.0%	1	20.0%	0	-	0	-
製品規格・品質基準への適合	2	40.0%	2	40.0%	0	-	0	-
知的財産権(特許・商標)の保護	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
販売チャネル/パートナーの開拓	3	60.0%	3	60.0%	0	-	0	-
国際展示会・見本市への出展コスト負担	2	40.0%	2	40.0%	0	-	0	-
海外要員・現地スタッフの確保・育成	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
政治・地政学リスク	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
サステナビリティ・環境規制への対応	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	-	0	-
海外/輸出業者と今後取引したい事業所合計	5		5		0		0	

○海外取引にあたっての課題は、「輸出入関連の法規制・認証取得の手続き」「物流網・輸送コストの確保と最適化」「販売チャネル／パートナーの開拓」が 60.0%で最も高くなっています。次いで、「関税・税制手続きの複雑さ」「製品規格・品質基準への適合」「国際展示会・見本市への出展コスト負担」が 40.0%となっています。

(8) 一般消費者との取引の有無

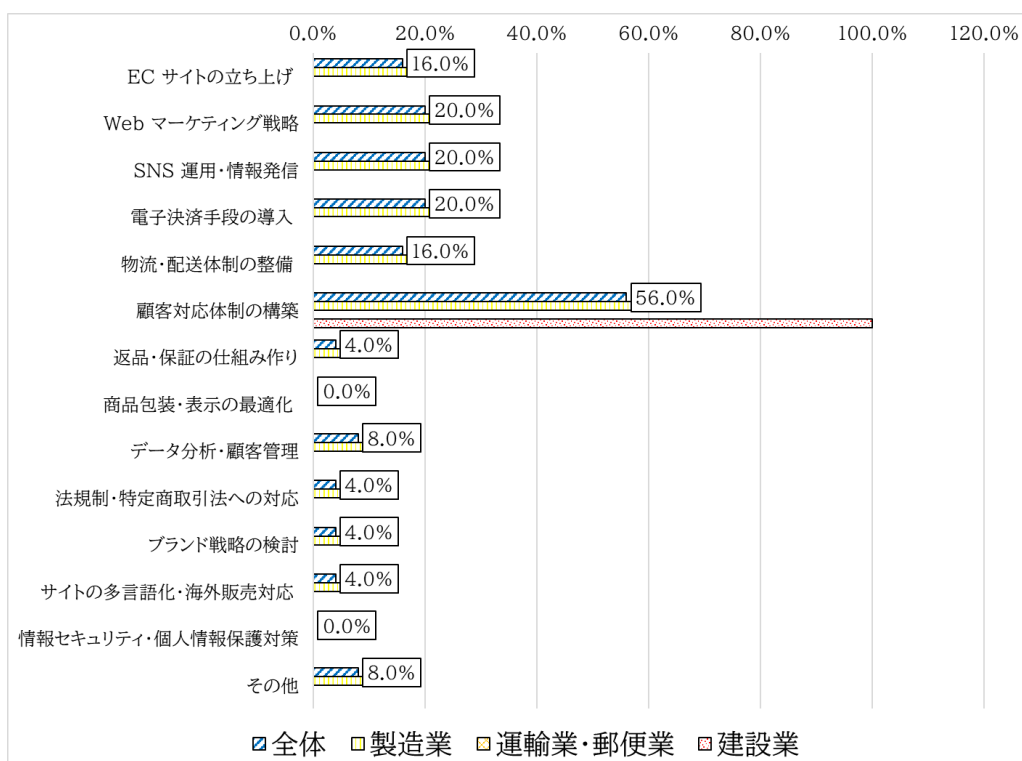


一般消費者との直接的な取引 (ネット販売含む)の有無	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
取引あり	171	24.0%	112	21.7%	2	9.5%	57	32.6%
取引がなく、今後も実施する予定はない	388	54.5%	301	58.3%	12	57.1%	75	42.9%
取引がないが、今後取引したい	25	3.5%	21	4.1%	2	9.5%	2	1.1%
わからない	50	7.0%	34	6.6%	0	0.0%	16	9.1%
無回答	78	11.0%	48	9.3%	5	23.8%	25	14.3%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○一般消費者との取引は、「取引がなく、今後も実施する予定はない」が54.5%で最も高くなっています。次いで、「取引あり」が24.0%となっています。

(9) 今後の取引の課題

- 一般消費者との直接的な取引がないが、今後取引したい事業所のみ回答、複数回答可



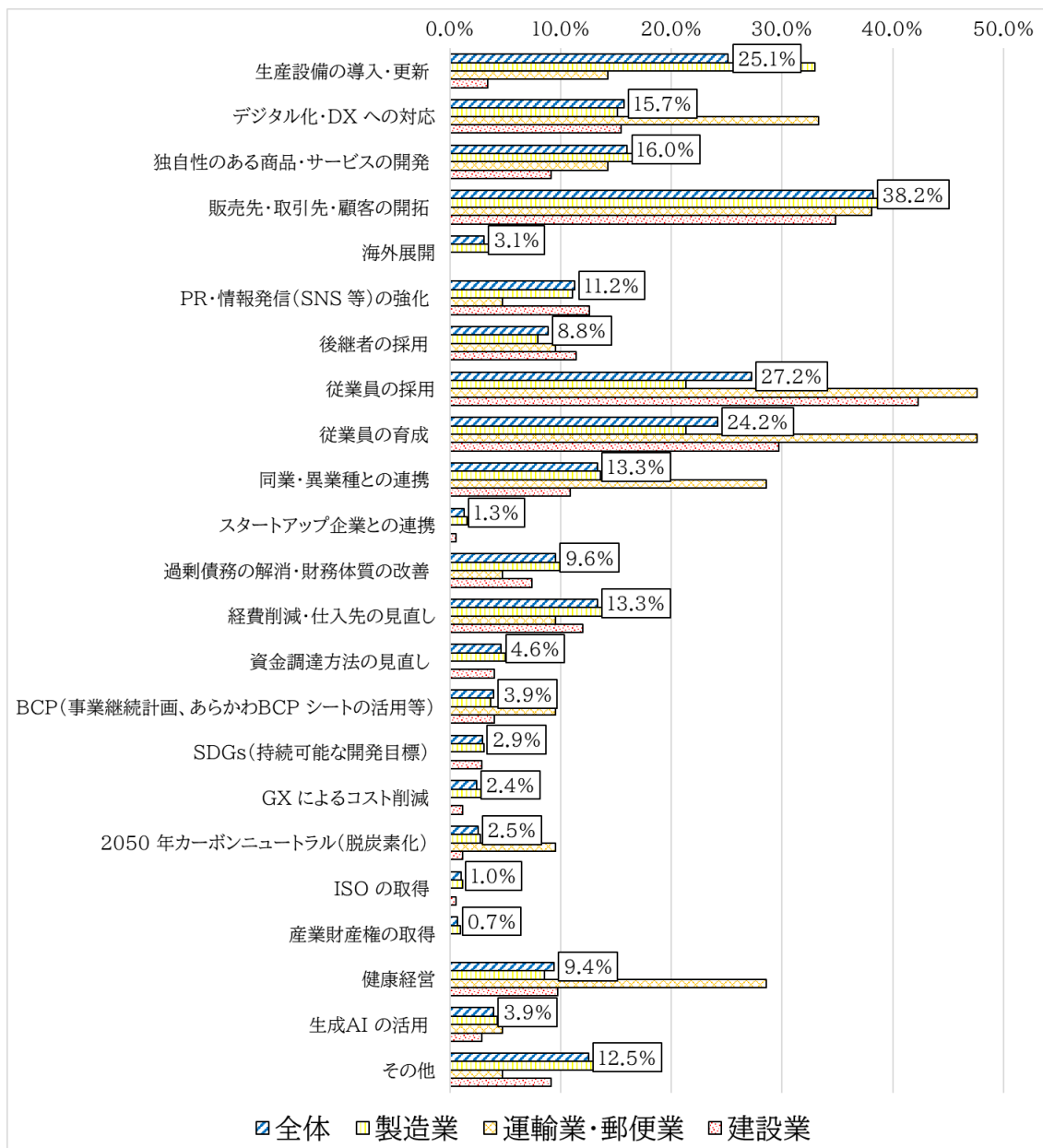
今後の取引における課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
EC サイトの立ち上げ	4	16.0%	4	19.0%	0	0.0%	0	0.0%
Web マーケティング戦略	5	20.0%	5	23.8%	0	0.0%	0	0.0%
SNS 運用・情報発信	5	20.0%	5	23.8%	0	0.0%	0	0.0%
電子決済手段の導入	5	20.0%	5	23.8%	0	0.0%	0	0.0%
物流・配送体制の整備	4	16.0%	4	19.0%	0	0.0%	0	0.0%
顧客対応体制の構築	14	56.0%	12	57.1%	0	0.0%	2	100.0%
返品・保証の仕組み作り	1	4.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%
商品包装・表示の最適化	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
データ分析・顧客管理	2	8.0%	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%
法規制・特定商取引法への対応	1	4.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%
ブランド戦略の検討	1	4.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%
サイトの多言語化・海外販売対応	1	4.0%	1	4.8%	0	0.0%	0	0.0%
情報セキュリティ・個人情報保護対策	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	2	8.0%	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%
一般消費者との直接的な取引がないが 今後取引したい事業者合計	25		21		2		2	

○一般消費者との取引の課題は、「顧客対応体制の構築」が 56.0%で最も高くなっています。次いで、「Web マーケティング戦略」「SNS 運用・情報発信」「電子決済手段の導入」が 20.0%となっています。

3 経営課題

(1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題

- 複数回答可

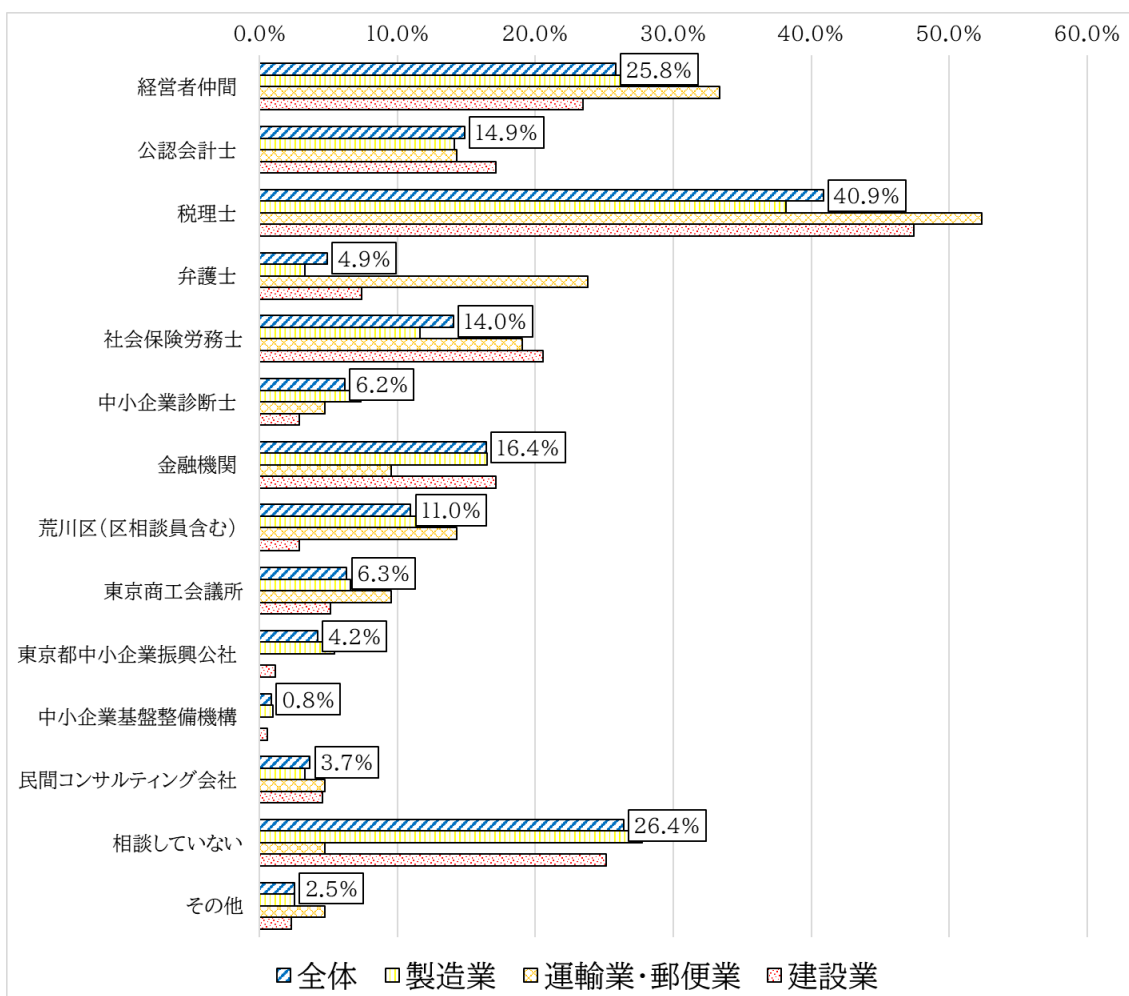


今後(5年後まで)取り組みたい経営課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
生産設備の導入・更新	179	25.1%	170	32.9%	3	14.3%	6	3.4%
デジタル化・DX への対応	112	15.7%	78	15.1%	7	33.3%	27	15.4%
独自性のある商品・サービスの開発	114	16.0%	95	18.4%	3	14.3%	16	9.1%
販売先・取引先・顧客の開拓	272	38.2%	203	39.3%	8	38.1%	61	34.9%
海外展開	22	3.1%	22	4.3%	0	0.0%	0	0.0%
PR・情報発信(SNS 等)の強化	80	11.2%	57	11.0%	1	4.8%	22	12.6%
後継者の採用	63	8.8%	41	7.9%	2	9.5%	20	11.4%
従業員の採用	194	27.2%	110	21.3%	10	47.6%	74	42.3%
従業員の育成	172	24.2%	110	21.3%	10	47.6%	52	29.7%
同業・異業種との連携	95	13.3%	70	13.6%	6	28.6%	19	10.9%
スタートアップ企業との連携	9	1.3%	8	1.6%	0	0.0%	1	0.6%
過剰債務の解消・財務体質の改善	68	9.6%	54	10.5%	1	4.8%	13	7.4%
経費削減・仕入先の見直し	95	13.3%	72	14.0%	2	9.5%	21	12.0%
資金調達方法の見直し	33	4.6%	26	5.0%	0	0.0%	7	4.0%
BCP(事業継続計画、あらかじめBCP シートの活用等)	28	3.9%	19	3.7%	2	9.5%	7	4.0%
SDGs(持続可能な開発目標)	21	2.9%	16	3.1%	0	0.0%	5	2.9%
GX によるコスト削減	17	2.4%	15	2.9%	0	0.0%	2	1.1%
2050 年カーボンニュートラル(脱炭素化)	18	2.5%	14	2.7%	2	9.5%	2	1.1%
ISO の取得	7	1.0%	6	1.2%	0	0.0%	1	0.6%
産業財産権の取得	5	0.7%	5	1.0%	0	0.0%	0	0.0%
健康経営	67	9.4%	44	8.5%	6	28.6%	17	9.7%
生成AI の活用	28	3.9%	22	4.3%	1	4.8%	5	2.9%
その他	89	12.5%	72	14.0%	1	4.8%	16	9.1%
回答者計	712		516		21		175	

○今後(5年後までに)取り組みたい経営課題は、「販売先・取引先・顧客の開拓」が 38.2%で最も高くなっています。次いで、「従業員の採用」が 27.2%、「生産設備の導入・更新」が 25.1%となっています。

(2) 経営課題の解決における相談先

- 複数回答可



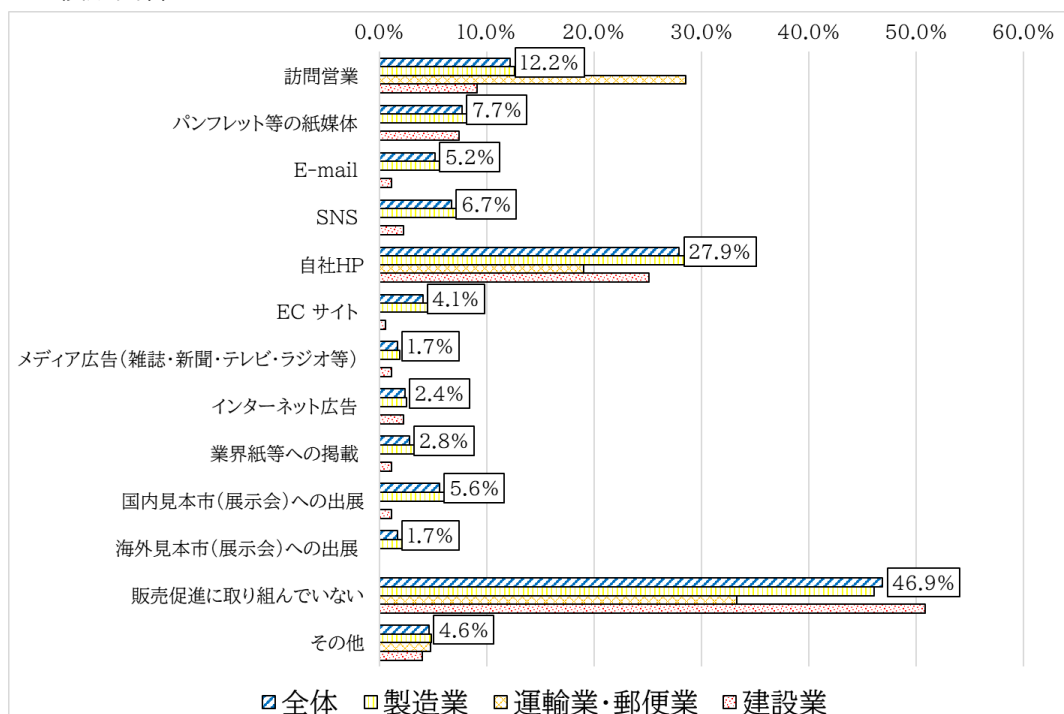
経営課題の解決にあたり、該当する相談先	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営者仲間	184	25.8%	136	26.4%	7	33.3%	41	23.4%
公認会計士	106	14.9%	73	14.1%	3	14.3%	30	17.1%
税理士	291	40.9%	197	38.2%	11	52.4%	83	47.4%
弁護士	35	4.9%	17	3.3%	5	23.8%	13	7.4%
社会保険労務士	100	14.0%	60	11.6%	4	19.0%	36	20.6%
中小企業診断士	44	6.2%	38	7.4%	1	4.8%	5	2.9%
金融機関	117	16.4%	85	16.5%	2	9.5%	30	17.1%
荒川区(区相談員含む)	78	11.0%	70	13.6%	3	14.3%	5	2.9%
東京商工会議所	45	6.3%	34	6.6%	2	9.5%	9	5.1%
東京都中小企業振興公社	30	4.2%	28	5.4%	0	0.0%	2	1.1%
中小企業基盤整備機構	6	0.8%	5	1.0%	0	0.0%	1	0.6%
民間コンサルティング会社	26	3.7%	17	3.3%	1	4.8%	8	4.6%
相談していない	188	26.4%	143	27.7%	1	4.8%	44	25.1%
その他	18	2.5%	13	2.5%	1	4.8%	4	2.3%
回答者計	712		516		21		175	

○経営課題の解決における相談先は、「税理士」が40.9%で最も高くなっています。次いで、「相談していない」が26.4%、「経営者仲間」が25.8%となっています。

4 営業戦略

(1) 取り組んでいる販売促進の方法

- 複数回答可

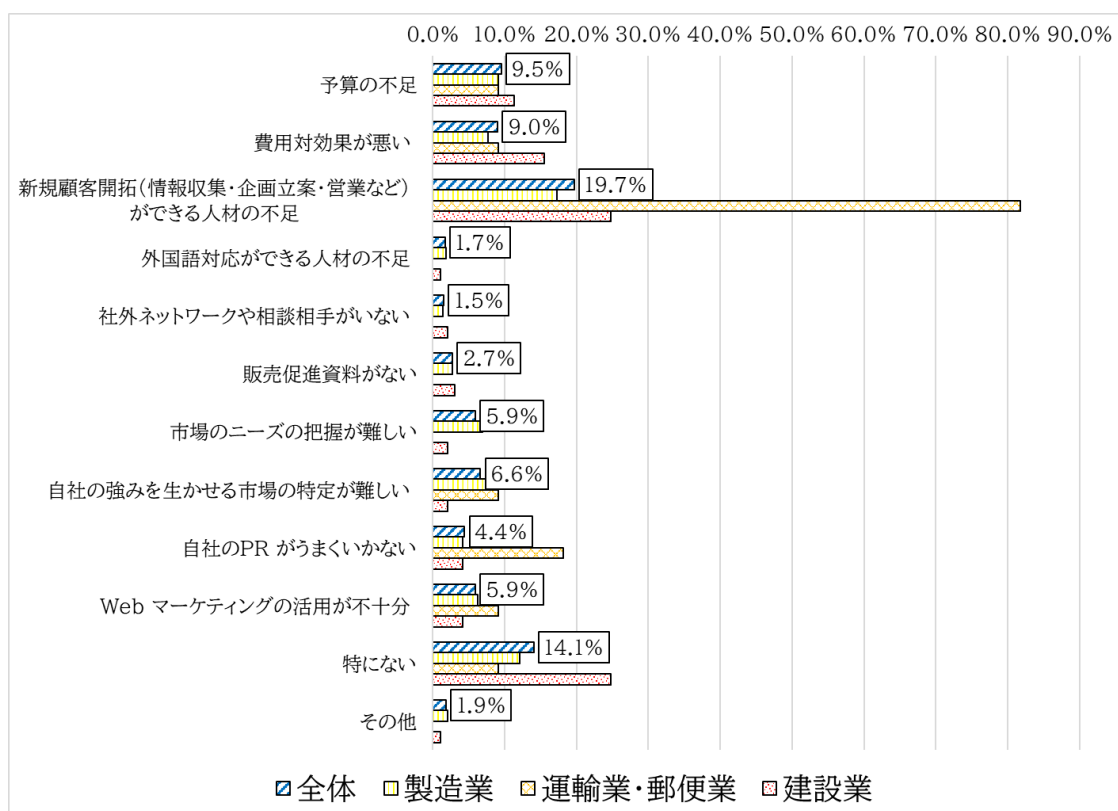


取り組んでいる販売促進の方法	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
訪問営業	87	12.2%	65	12.6%	6	28.6%	16	9.1%
パンフレット等の紙媒体	55	7.7%	42	8.1%	0	0.0%	13	7.4%
E-mail	37	5.2%	35	6.8%	0	0.0%	2	1.1%
SNS	48	6.7%	44	8.5%	0	0.0%	4	2.3%
自社HP	199	27.9%	151	29.3%	4	19.0%	44	25.1%
EC サイト	29	4.1%	28	5.4%	0	0.0%	1	0.6%
メディア広告(雑誌・新聞・テレビ・ラジオ等)	12	1.7%	10	1.9%	0	0.0%	2	1.1%
インターネット広告	17	2.4%	13	2.5%	0	0.0%	4	2.3%
業界紙等への掲載	20	2.8%	18	3.5%	0	0.0%	2	1.1%
国内見本市(展示会)への出展	40	5.6%	38	7.4%	0	0.0%	2	1.1%
海外見本市(展示会)への出展	12	1.7%	12	2.3%	0	0.0%	0	0.0%
販売促進に取り組んでいない	334	46.9%	238	46.1%	7	33.3%	89	50.9%
その他	33	4.6%	25	4.8%	1	4.8%	7	4.0%
回答者計	712		516		21		175	

○取り組んでいる販売促進の方法は「販売促進に取り組んでいない」が46.9%で最も高くなっています。次いで、「自社ホームページ」が27.9%、「訪問営業」が12.2%、「パンフレット等の紙媒体」が7.7%となっています。

(2) 販売促進の取り組みの課題

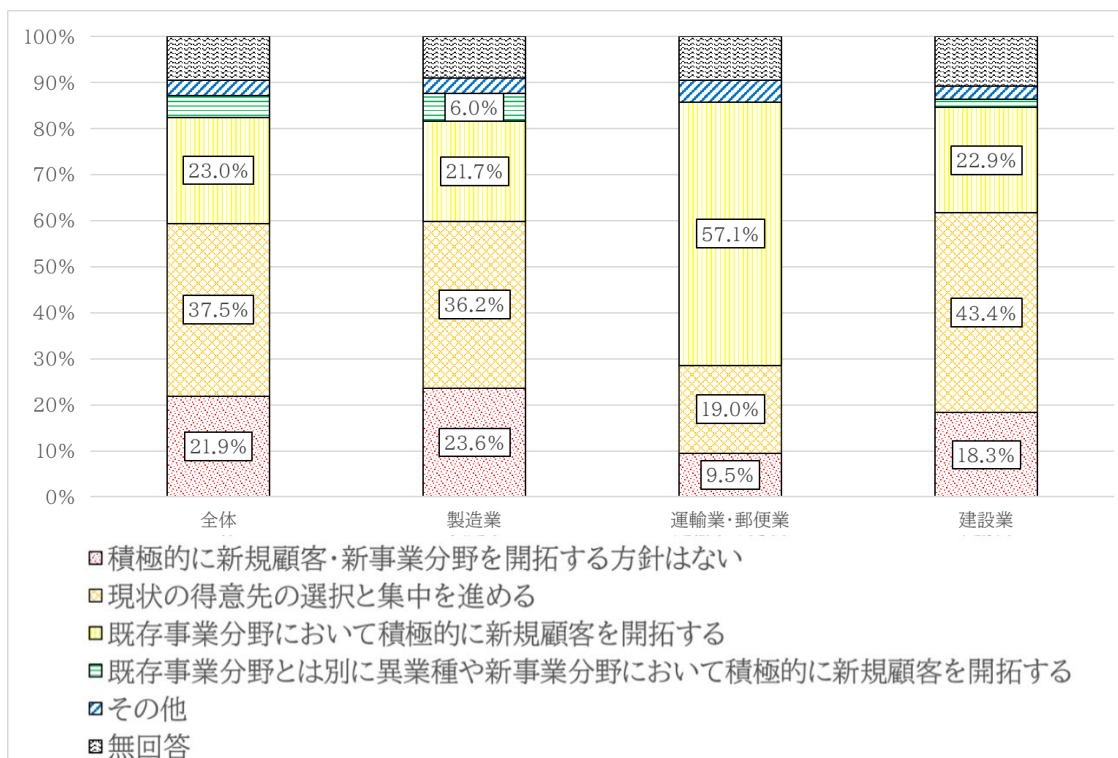
- 販促に取り組んでいる事業所のみ回答、複数回答可



販売促進の取り組みの課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
予算の不足	56	9.5%	44	9.1%	1	9.1%	11	11.3%
費用対効果が悪い	53	9.0%	37	7.7%	1	9.1%	15	15.5%
新規顧客開拓(情報収集・企画立案・営業など)ができる人材の不足	116	19.7%	83	17.3%	9	81.8%	24	24.7%
外国語対応ができる人材の不足	10	1.7%	9	1.9%	0	0.0%	1	1.0%
社外ネットワークや相談相手がない	9	1.5%	7	1.5%	0	0.0%	2	2.1%
販売促進資料がない	16	2.7%	13	2.7%	0	0.0%	3	3.1%
市場のニーズの把握が難しい	35	5.9%	33	6.9%	0	0.0%	2	2.1%
自社の強みを生かせる市場の特定が難しい	39	6.6%	36	7.5%	1	9.1%	2	2.1%
自社のPR がうまくいかない	26	4.4%	20	4.2%	2	18.2%	4	4.1%
Web マーケティングの活用が不十分	35	5.9%	30	6.2%	1	9.1%	4	4.1%
特にない	83	14.1%	58	12.1%	1	9.1%	24	24.7%
その他	11	1.9%	10	2.1%	0	0.0%	1	1.0%
販売促進に取り組む事業所合計	589		481		11		97	

○販売促進の取り組みの課題は、「新規顧客開拓(情報収集・企画立案・営業など)ができる人材の不足」が19.7%で最も高くなっています。次いで、「特にない」が14.1%、「予算の不足」が9.5%となっています。

(3) 顧客に対する営業方針

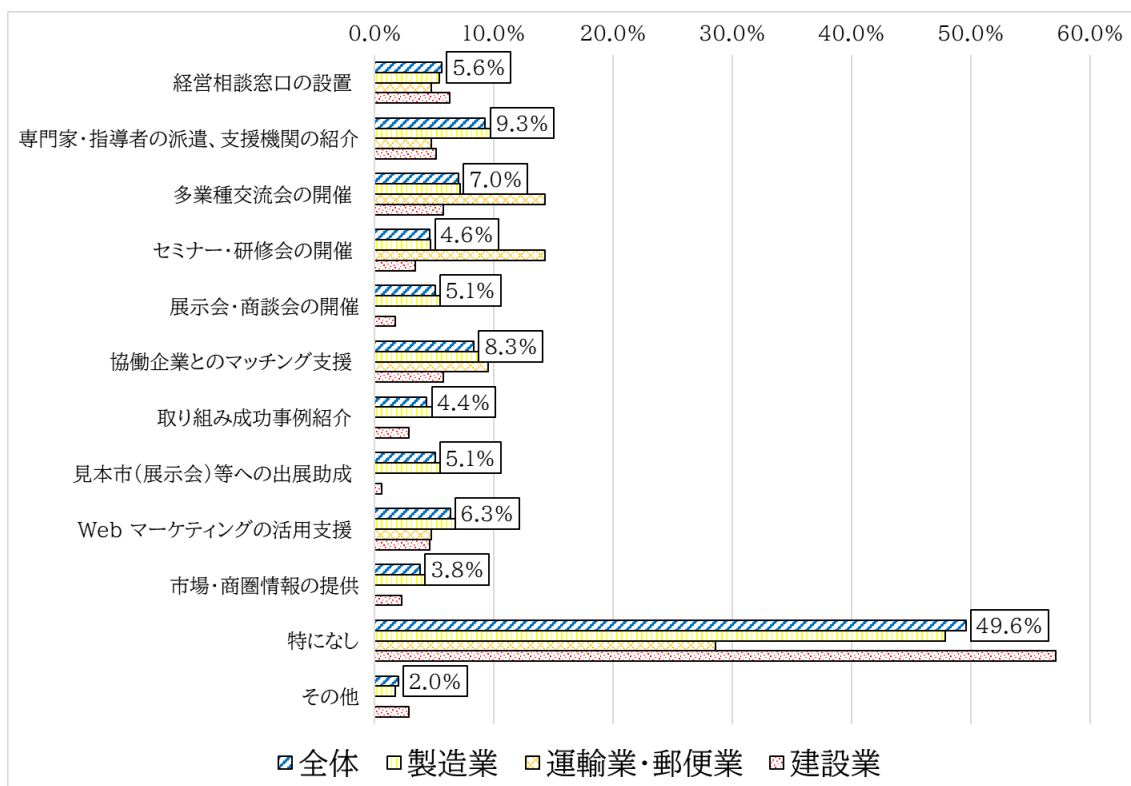


顧客に対する営業方針	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない	156	21.9%	122	23.6%	2	9.5%	32	18.3%
現状の得意先の選択と集中を進める	267	37.5%	187	36.2%	4	19.0%	76	43.4%
既存事業分野において積極的に新規顧客を開拓する	164	23.0%	112	21.7%	12	57.1%	40	22.9%
既存事業分野とは別に異業種や新事業分野において積極的に新規顧客を開拓する	34	4.8%	31	6.0%	0	0.0%	3	1.7%
その他	23	3.2%	17	3.3%	1	4.8%	5	2.9%
無回答	68	9.6%	47	9.1%	2	9.5%	19	10.9%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○顧客に対する営業方針は、「現状の得意先の選択と集中を進める」が 37.5%で最も高くなっています。次いで、「既存事業分野において積極的に新規顧客を開拓する」が 23.0%、「積極的に新規顧客・新事業分野を開拓する方針はない」が 21.9%となっています。

(4) 販売促進を進めるうえで求める支援策

- 複数回答可

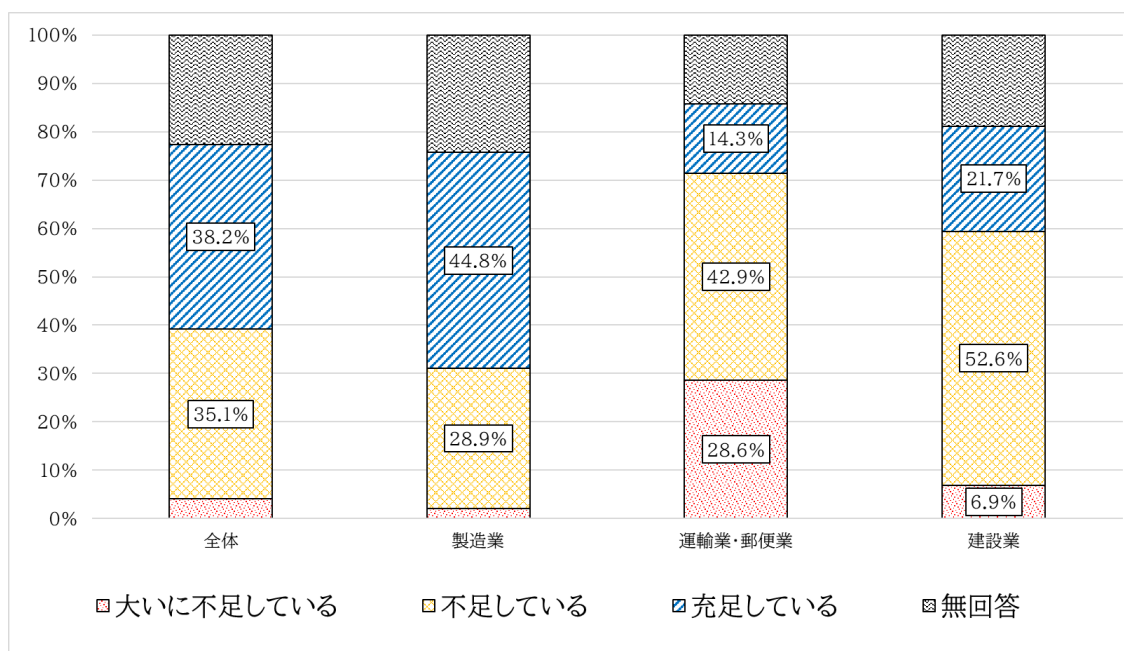


販売促進を進めるうえで求める支援策	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営相談窓口の設置	40	5.6%	28	5.4%	1	4.8%	11	6.3%
専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介	66	9.3%	56	10.9%	1	4.8%	9	5.1%
多業種交流会の開催	50	7.0%	37	7.2%	3	14.3%	10	5.7%
セミナー・研修会の開催	33	4.6%	24	4.7%	3	14.3%	6	3.4%
展示会・商談会の開催	36	5.1%	33	6.4%	0	0.0%	3	1.7%
協働企業とのマッチング支援	59	8.3%	47	9.1%	2	9.5%	10	5.7%
取り組み成功事例紹介	31	4.4%	26	5.0%	0	0.0%	5	2.9%
見本市(展示会)等への出展助成	36	5.1%	35	6.8%	0	0.0%	1	0.6%
Web マーケティングの活用支援	45	6.3%	36	7.0%	1	4.8%	8	4.6%
市場・商圏情報の提供	27	3.8%	23	4.5%	0	0.0%	4	2.3%
特になし	353	49.6%	247	47.9%	6	28.6%	100	57.1%
その他	14	2.0%	9	1.7%	0	0.0%	5	2.9%
回答者計	712		516		21		175	

○販売促進を進めるうえで求める支援策は、「特になし」が 49.6%で最も高くなっています。次いで、「専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介」が 9.3%、「協業企業とのマッチング支援」が 8.3%となっています。

5 人材状況

(1) 現在の人材の状況



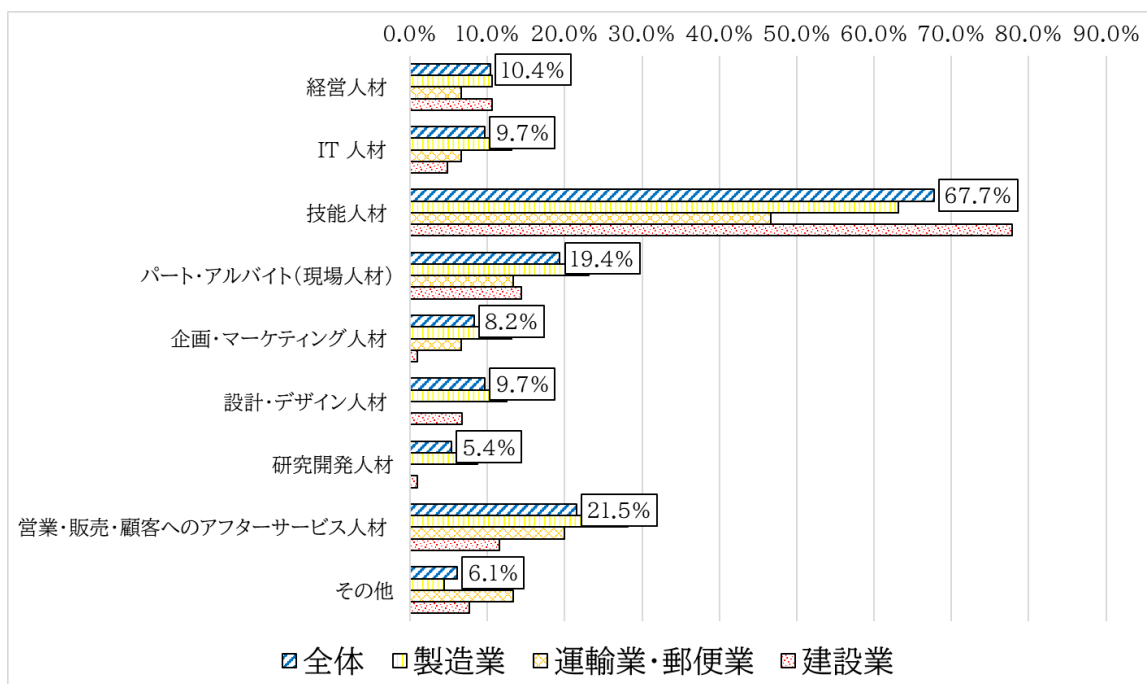
現在の人材の状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
大いに不足している	29	4.1%	11	2.1%	6	28.6%	12	6.9%
不足している	250	35.1%	149	28.9%	9	42.9%	92	52.6%
充足している	272	38.2%	231	44.8%	3	14.3%	38	21.7%
無回答	161	22.6%	125	24.2%	3	14.3%	33	18.9%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○現在の人材の状況は、「充足している」が38.2%で最も高くなっています。次いで、「不足している」が35.1%となっています。

○人材が「不足している」事業所は合わせて39.2%となります。

(2) 確保に課題がある人材

- 人材が不足している事業所のみ回答、複数回答可

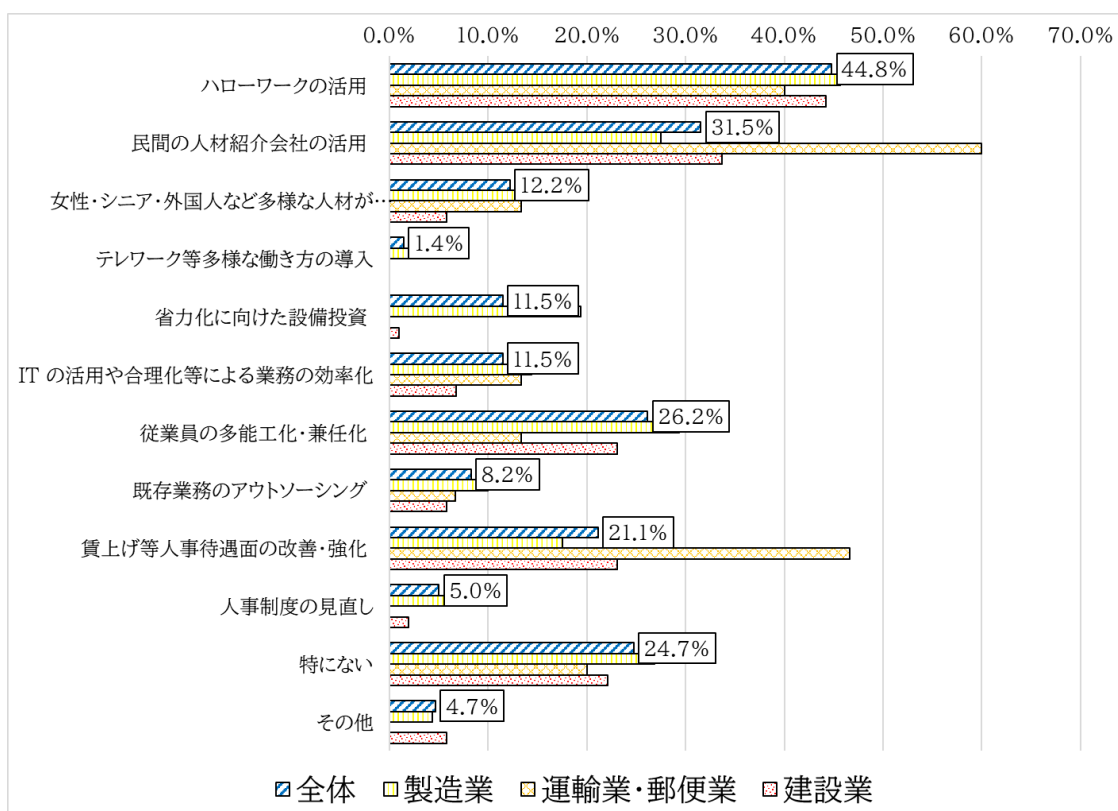


確保に課題がある人材	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営人材	29	10.4%	17	10.6%	1	6.7%	11	10.6%
IT 人材	27	9.7%	21	13.1%	1	6.7%	5	4.8%
技能人材	189	67.7%	101	63.1%	7	46.7%	81	77.9%
パート・アルバイト(現場人材)	54	19.4%	37	23.1%	2	13.3%	15	14.4%
企画・マーケティング人材	23	8.2%	21	13.1%	1	6.7%	1	1.0%
設計・デザイン人材	27	9.7%	20	12.5%	0	0.0%	7	6.7%
研究開発人材	15	5.4%	14	8.8%	0	0.0%	1	1.0%
営業・販売・顧客へのアフターサービス人材	60	21.5%	45	28.1%	3	20.0%	12	11.5%
その他	17	6.1%	7	4.4%	2	13.3%	8	7.7%
人材が不足している事業所合計	279		160		15		104	

○確保に課題がある人材は、「技能人材」が67.7%で最も高くなっています。次いで、「営業・販売・顧客へのアフターサービス人材」が21.5%、「パート・アルバイト(現場人材)」が19.4%となっています。

(3) 人材確保対策として今後取り組みたいこと

- 人材が不足している事業所のみ回答、複数回答可

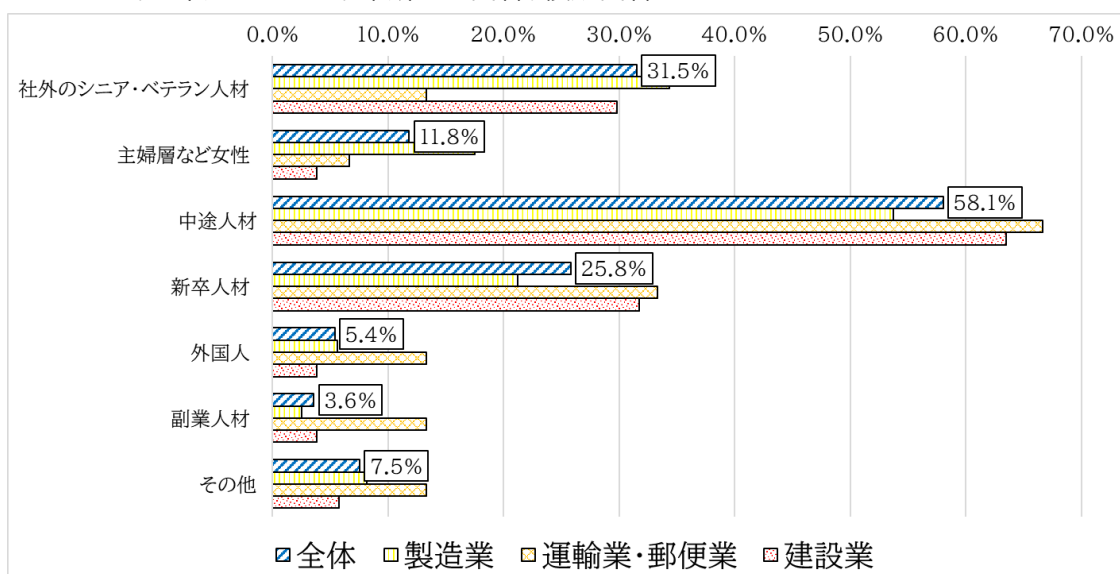


人材確保対策として今後取り組みたいこと	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
ハローワークの活用	125	44.8%	73	45.6%	6	40.0%	46	44.2%
民間の人材紹介会社の活用	88	31.5%	44	27.5%	9	60.0%	35	33.7%
女性・シニア・外国人など多様な人材が長く働ける職場環境の整備	34	12.2%	26	16.3%	2	13.3%	6	5.8%
テレワーク等多様な働き方の導入	4	1.4%	4	2.5%	0	0.0%	0	0.0%
省力化に向けた設備投資	32	11.5%	31	19.4%	0	0.0%	1	1.0%
ITの活用や合理化等による業務の効率化	32	11.5%	23	14.4%	2	13.3%	7	6.7%
従業員の多能工化・兼任化	73	26.2%	47	29.4%	2	13.3%	24	23.1%
既存業務のアウトソーシング	23	8.2%	16	10.0%	1	6.7%	6	5.8%
賃上げ等人事待遇面の改善・強化	59	21.1%	28	17.5%	7	46.7%	24	23.1%
人事制度の見直し	14	5.0%	12	7.5%	0	0.0%	2	1.9%
特にない	69	24.7%	43	26.9%	3	20.0%	23	22.1%
その他	13	4.7%	7	4.4%	0	0.0%	6	5.8%
人材が不足している事業所合計	279		160		15		104	

○人材確保対策として今後取り組みたいことは、「ハローワークの活用」が44.8%で最も高くなっています。次いで、「民間の人材紹介会社の活用」が31.5%、「従業員の多能工化・兼任化」が26.2%となっています。

(4) 採用を強化したい人材

- 人材が不足している事業所のみ回答、複数回答可

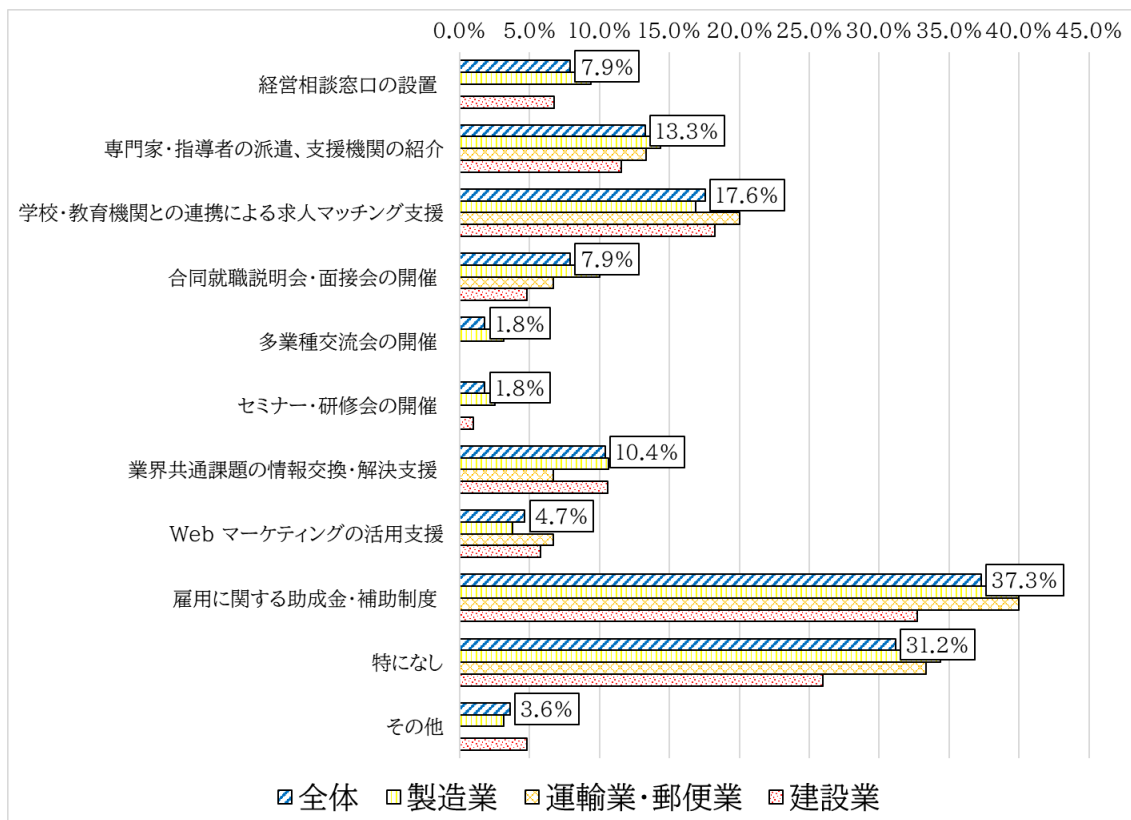


採用を強化したい人材	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
社外のシニア・ベテラン人材	88	31.5%	55	34.4%	2	13.3%	31	29.8%
主婦層など女性	33	11.8%	28	17.5%	1	6.7%	4	3.8%
中途人材	162	58.1%	86	53.8%	10	66.7%	66	63.5%
新卒人材	72	25.8%	34	21.3%	5	33.3%	33	31.7%
外国人	15	5.4%	9	5.6%	2	13.3%	4	3.8%
副業人材	10	3.6%	4	2.5%	2	13.3%	4	3.8%
その他	21	7.5%	13	8.1%	2	13.3%	6	5.8%
人材が不足している事業所合計	279		160		15		104	

○採用を強化したい人材は、「中途人材」が 58.1%で最も高くなっています。次いで、「社外のシニア・ベテラン人材」が 31.5%、「新卒人材」が 25.8%となっています。

(5) 人材確保・定着のために荒川区に求める支援策

- 人材が不足している事業所のみ回答、複数回答可

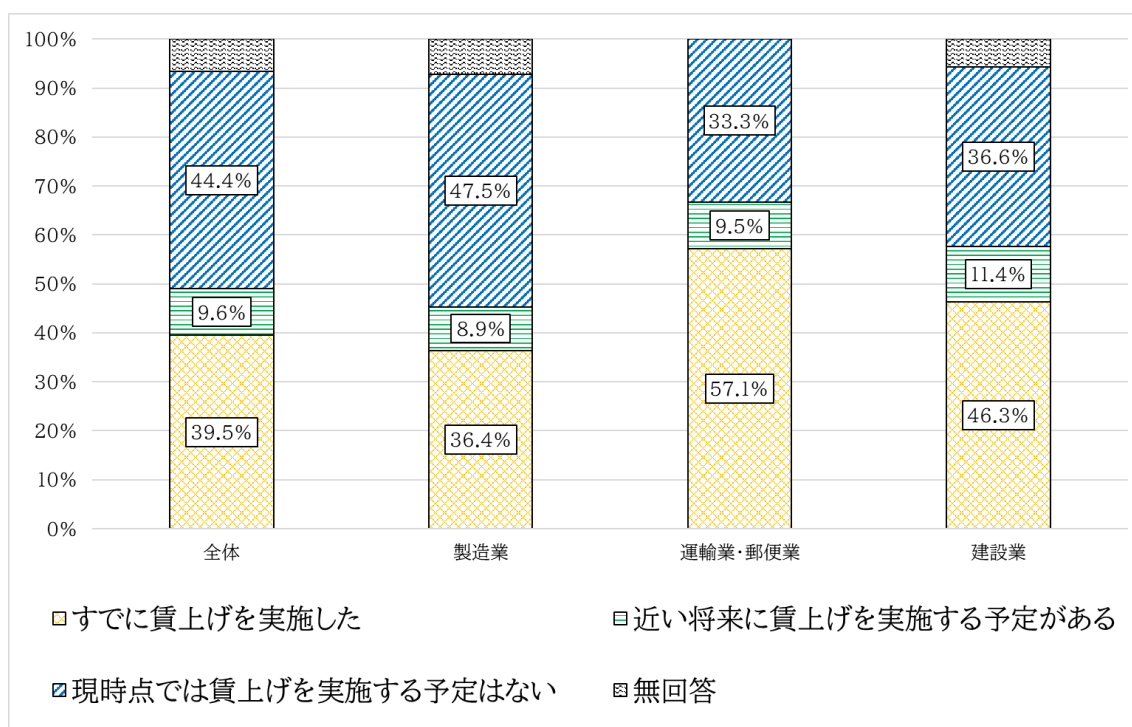


人材確保・定着のために求める支援策	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営相談窓口の設置	22	7.9%	15	9.4%	0	0.0%	7	6.7%
専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介	37	13.3%	23	14.4%	2	13.3%	12	11.5%
学校・教育機関との連携による求人マッチング支援	49	17.6%	27	16.9%	3	20.0%	19	18.3%
合同就職説明会・面接会の開催	22	7.9%	16	10.0%	1	6.7%	5	4.8%
多業種交流会の開催	5	1.8%	5	3.1%	0	0.0%	0	0.0%
セミナー・研修会の開催	5	1.8%	4	2.5%	0	0.0%	1	1.0%
業界共通課題の情報交換・解決支援	29	10.4%	17	10.6%	1	6.7%	11	10.6%
Web マーケティングの活用支援	13	4.7%	6	3.8%	1	6.7%	6	5.8%
雇用に関する助成金・補助制度	104	37.3%	64	40.0%	6	40.0%	34	32.7%
特になし	87	31.2%	55	34.4%	5	33.3%	27	26.0%
その他	10	3.6%	5	3.1%	0	0.0%	5	4.8%
人材が不足している事業所合計	279		160		15		104	

○人材確保・定着のために荒川区に求める支援策は、「雇用に関する助成金・補助制度」が37.3%で最も高くなっています。次いで、「特になし」が31.2%、「学校・教育機関との連携による求人マッチング支援」が17.6%となっています。

6 賃上げの状況

(1) 賃上げの状況



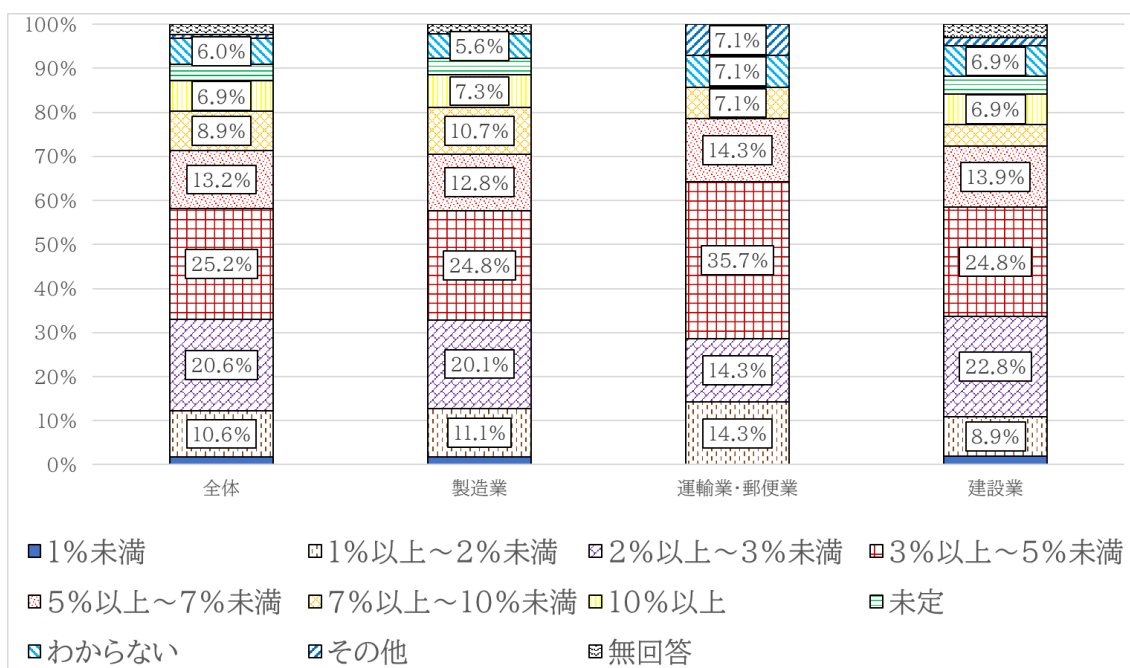
賃上げの状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
すでに賃上げを実施した	281	39.5%	188	36.4%	12	57.1%	81	46.3%
近い将来に賃上げを実施する予定がある	68	9.6%	46	8.9%	2	9.5%	20	11.4%
現時点では賃上げを実施する予定はない	316	44.4%	245	47.5%	7	33.3%	64	36.6%
無回答	47	6.6%	37	7.2%	0	0.0%	10	5.7%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○賃上げの状況は「現時点では賃上げを実施する予定はない」が44.4%で最も高くなっています。次いで、「すでに賃上げを実施した」が39.5%となっています。

○賃上げを実施した、または予定がある事業所は、合わせて49.1%となります。

(2) 賃上げ率

● 賃上げを実施した、または予定がある事業所のみ回答



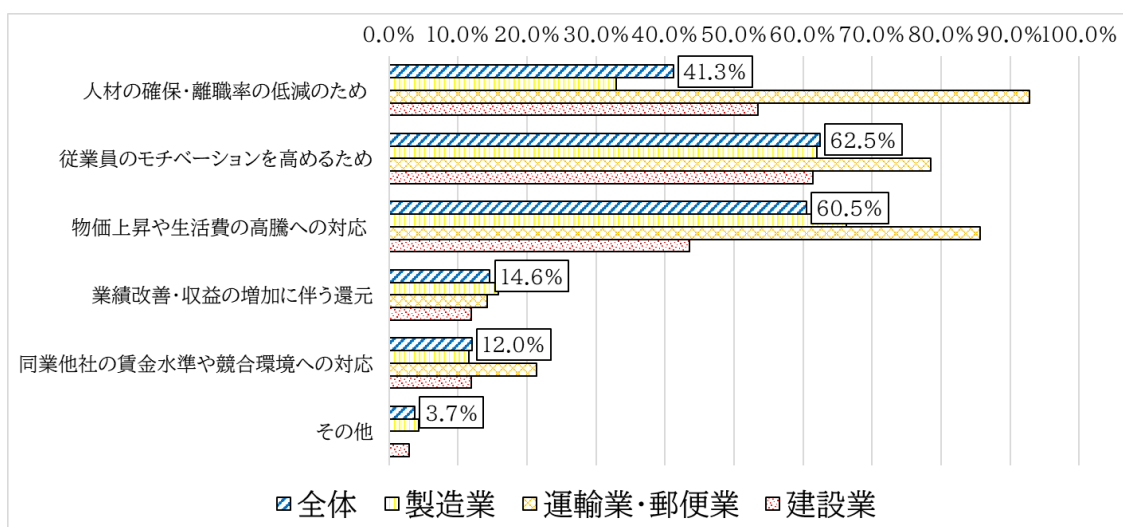
賃上げ率	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1%未満	6	1.7%	4	1.7%	0	0.0%	2	2.0%
1%以上～2%未満	37	10.6%	26	11.1%	2	14.3%	9	8.9%
2%以上～3%未満	72	20.6%	47	20.1%	2	14.3%	23	22.8%
3%以上～5%未満	88	25.2%	58	24.8%	5	35.7%	25	24.8%
5%以上～7%未満	46	13.2%	30	12.8%	2	14.3%	14	13.9%
7%以上～10%未満	31	8.9%	25	10.7%	1	7.1%	5	5.0%
10%以上	24	6.9%	17	7.3%	0	0.0%	7	6.9%
未定	13	3.7%	9	3.8%	0	0.0%	4	4.0%
わからない	21	6.0%	13	5.6%	1	7.1%	7	6.9%
その他	3	0.9%	0	0.0%	1	7.1%	2	2.0%
無回答	8	2.3%	5	2.1%	0	0.0%	3	3.0%
賃上げを実施した、または予定がある事業所合計	349	100.0%	234	100.0%	14	100.0%	101	100.0%

○賃上げ率は、「3%以上～5%未満」が25.2%で最も高くなっています。次いで、「2%以上～3%未満」が20.6%、「5%以上～7%未満」が13.2%となっています。

○「2%以上」賃上げを実施した事業者は、合わせて74.8%となります。

(3) 賃上げを実施した理由

- 賃上げを実施した、または予定がある事業所のみ回答、複数回答可

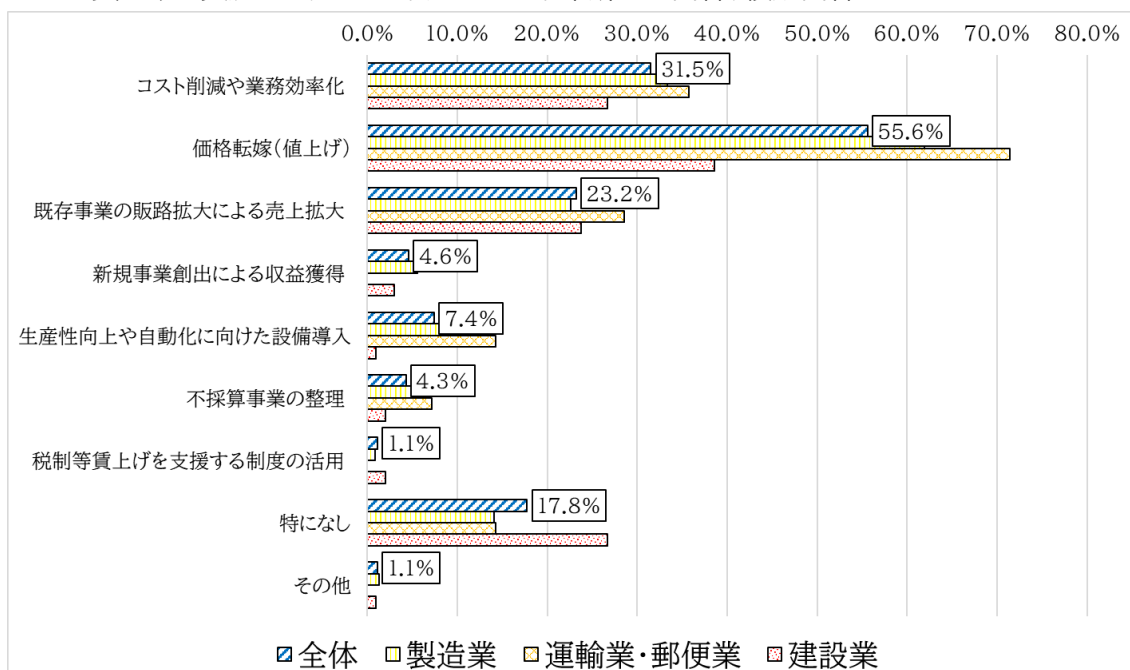


賃上げを実施した理由	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
人材の確保・離職率の低減のため	144	41.3%	77	32.9%	13	92.9%	54	53.5%
従業員のモチベーションを高めるため	218	62.5%	145	62.0%	11	78.6%	62	61.4%
物価上昇や生活費の高騰への対応	211	60.5%	155	66.2%	12	85.7%	44	43.6%
業績改善・収益の増加に伴う還元	51	14.6%	37	15.8%	2	14.3%	12	11.9%
同業他社の賃金水準や競合環境への対応	42	12.0%	27	11.5%	3	21.4%	12	11.9%
その他	13	3.7%	10	4.3%	0	0.0%	3	3.0%
賃上げを実施した、または予定がある事業所合計	349		234		14		101	

○賃上げを実施した理由は、「従業員のモチベーションを高めるため」が62.5%で最も高くなっています。次いで、「物価上昇や生活費の高騰への対応」が60.5%、「人材の確保・離職率の低減のため」が41.3%となっています。

(4) 賃上げ原資を確保するための取り組み

- 賃上げを実施した、または予定がある事業所のみ回答、複数回答可

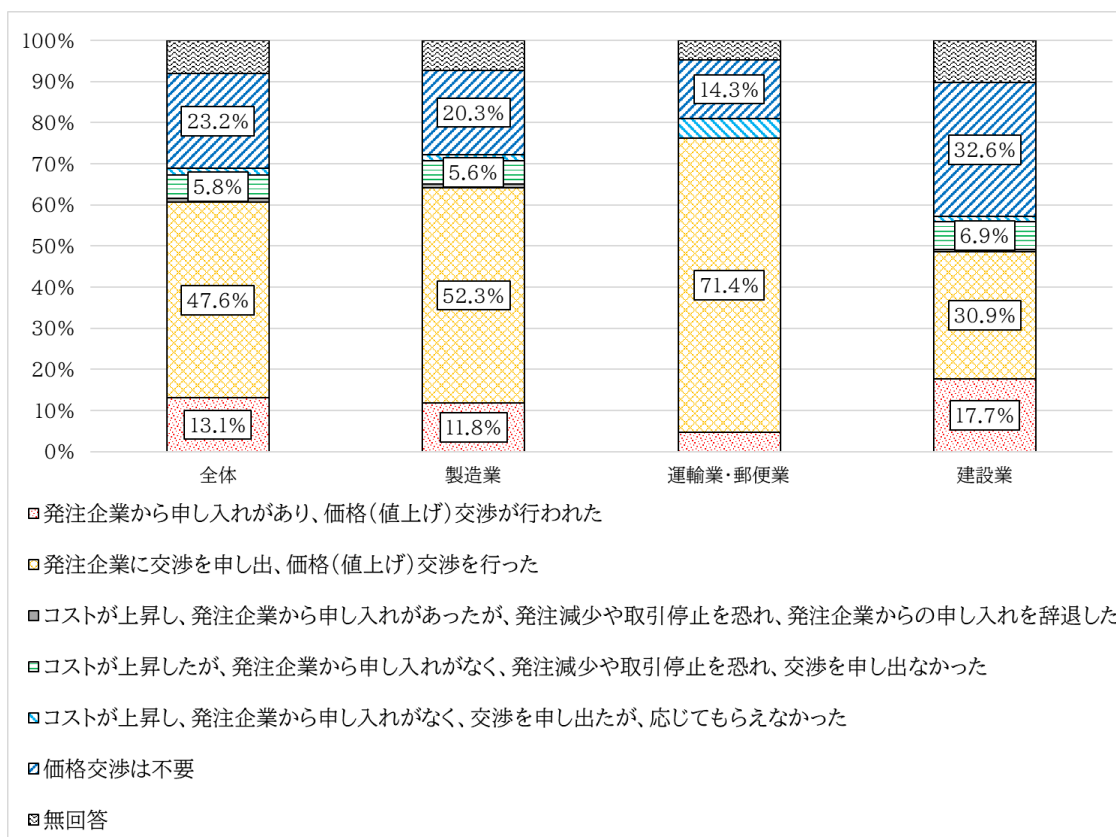


賃上げ原資を確保するための取り組み	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
コスト削減や業務効率化	110	31.5%	78	33.3%	5	35.7%	27	26.7%
価格転嫁(値上げ)	194	55.6%	145	62.0%	10	71.4%	39	38.6%
既存事業の販路拡大による売上拡大	81	23.2%	53	22.6%	4	28.6%	24	23.8%
新規事業創出による収益獲得	16	4.6%	13	5.6%	0	0.0%	3	3.0%
生産性向上や自動化に向けた設備導入	26	7.4%	23	9.8%	2	14.3%	1	1.0%
不採算事業の整理	15	4.3%	12	5.1%	1	7.1%	2	2.0%
税制等賃上げを支援する制度の活用	4	1.1%	2	0.9%	0	0.0%	2	2.0%
特になし	62	17.8%	33	14.1%	2	14.3%	27	26.7%
その他	4	1.1%	3	1.3%	0	0.0%	1	1.0%
賃上げを実施した、または予定がある事業所合計	349		234		14		101	

○賃上げ原資を確保するための取り組みは、「価格転嫁(値上げ)」が55.6%で最も高くなっています。次いで、「コスト削減や業務効率化」が31.5%、「既存事業の販路拡大による売上拡大」23.2%となっています。

7 価格転嫁の状況

(1) 直近1年間における価格交渉の状況



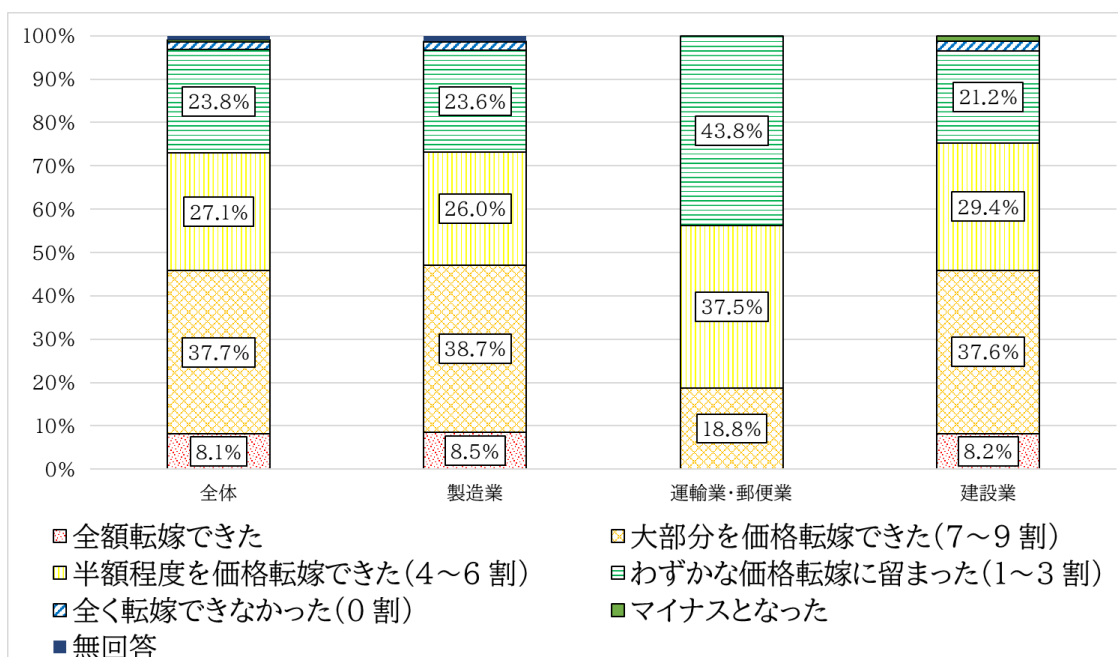
直近1年間における価格交渉の状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
発注企業から申し入れがあり 価格(値上げ)交渉が行われた	93	13.1%	61	11.8%	1	4.8%	31	17.7%
発注企業に交渉を申し出 価格(値上げ)交渉を行った	339	47.6%	270	52.3%	15	71.4%	54	30.9%
コストが上昇し、発注企業から申し入れがあったが 発注減少や取引停止を恐れ 発注企業からの申し入れを辞退した	6	0.8%	5	1.0%	0	0.0%	1	0.6%
コストが上昇したが、発注企業から申し入れがなく 発注減少や取引停止を恐れ、交渉を申し出なかった	41	5.8%	29	5.6%	0	0.0%	12	6.9%
コストが上昇し、発注企業から申し入れがなく 交渉を申し出たが、応じてもらえなかった	11	1.5%	8	1.6%	1	4.8%	2	1.1%
価格交渉は不要	165	23.2%	105	20.3%	3	14.3%	57	32.6%
無回答	57	8.0%	38	7.4%	1	4.8%	18	10.3%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○価格交渉の状況は、「発注企業に交渉を申し出、価格(値上げ)交渉を行った」が47.6%で最も高くなっています。次いで、「価格交渉は不要」が23.2%、「発注企業から申し入れがあり価格(値上げ)交渉が行われた」が13.1%となっています。

○「価格(値上げ)交渉を行った」事業者は合わせて60.7%となっています。

(2) 直近1年間におけるコスト増加分に対する価格転嫁の状況

● 価格交渉を行った事業所のみ回答



直近1年間における コスト増加分に対する価格転嫁の状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
全額転嫁できた	35	8.1%	28	8.5%	0	0.0%	7	8.2%
大部分を価格転嫁できた(7~9割)	163	37.7%	128	38.7%	3	18.8%	32	37.6%
半額程度を価格転嫁できた(4~6割)	117	27.1%	86	26.0%	6	37.5%	25	29.4%
わずかな価格転嫁に留まった(1~3割)	103	23.8%	78	23.6%	7	43.8%	18	21.2%
全く転嫁できなかった(0割)	8	1.9%	6	1.8%	0	0.0%	2	2.4%
マイナスとなった	2	0.5%	1	0.3%	0	0.0%	1	1.2%
無回答	4	0.9%	4	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
価格交渉を行った事業者合計	432	100.0%	331	100.0%	16	100.0%	85	100.0%

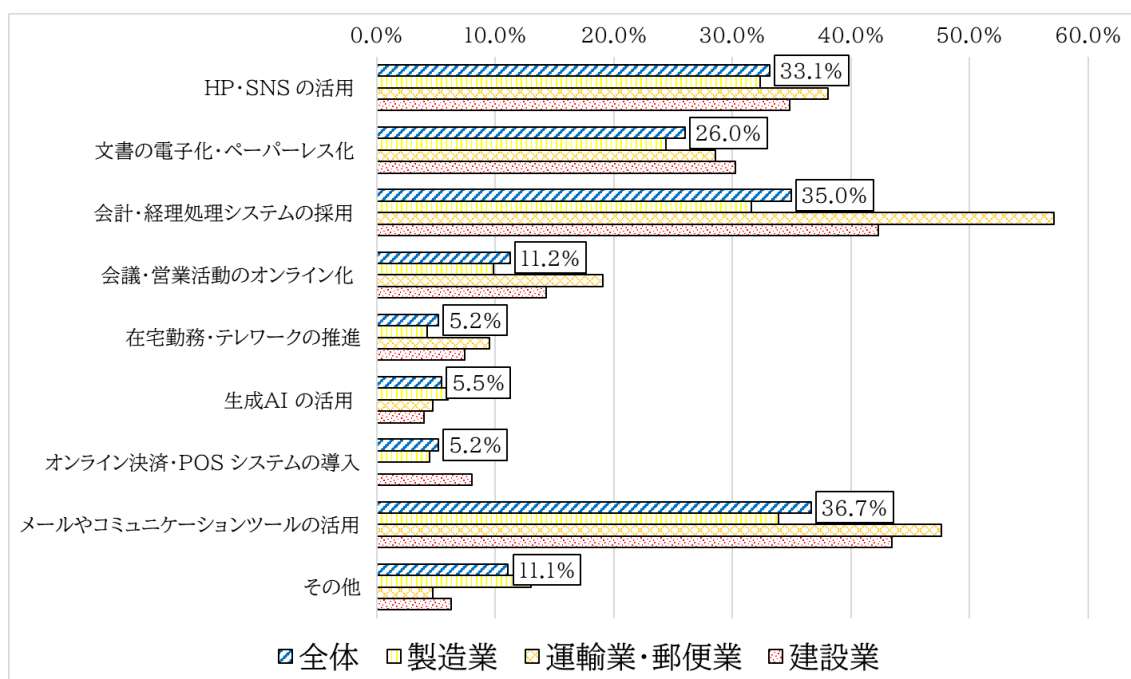
○コスト増加分に対する価格転嫁の状況は、「大部分を価格転嫁できた(7~9割)」が37.7%で最も高くなっています。次いで、「半額程度を価格転嫁できた(4~6割)」が27.1%、「わずかな価格転嫁に留まった(1~3割)」が23.8%となっています。

○半額程度以上に「価格転嫁できた」事業者は合わせて72.9%となっています。

8 デジタル化の状況

(1) デジタル化について、現在すでに取り組んでいる項目

- 複数回答可

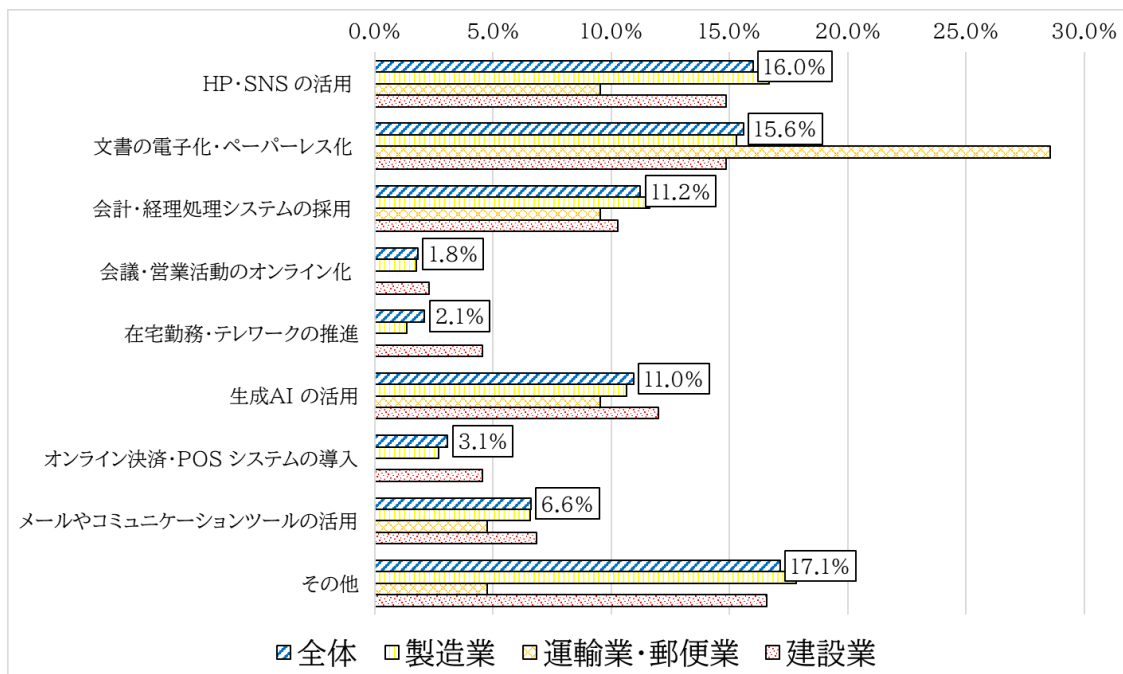


デジタル化について、 現在すでに取り組んでいる項目	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
HP・SNS の活用	236	33.1%	167	32.4%	8	38.1%	61	34.9%
文書の電子化・ペーパーレス化	185	26.0%	126	24.4%	6	28.6%	53	30.3%
会計・経理処理システムの採用	249	35.0%	163	31.6%	12	57.1%	74	42.3%
会議・営業活動のオンライン化	80	11.2%	51	9.9%	4	19.0%	25	14.3%
在宅勤務・テレワークの推進	37	5.2%	22	4.3%	2	9.5%	13	7.4%
生成AI の活用	39	5.5%	31	6.0%	1	4.8%	7	4.0%
オンライン決済・POS システムの導入	37	5.2%	23	4.5%	0	0.0%	14	8.0%
メールやコミュニケーションツールの活用	261	36.7%	175	33.9%	10	47.6%	76	43.4%
その他	79	11.1%	67	13.0%	1	4.8%	11	6.3%
回答者計	712		516		21		175	

○デジタル化ですすでに取り組んでいるのは、「メールやコミュニケーションツールの活用」が 36.7%で最も高くなっています。次いで、「会計・経理処理システムの採用」が 35.0%、「ホームページ・SNS の活用」が 33.1%となっています。

(2) 今後取り組みたいデジタル化

- 複数回答可

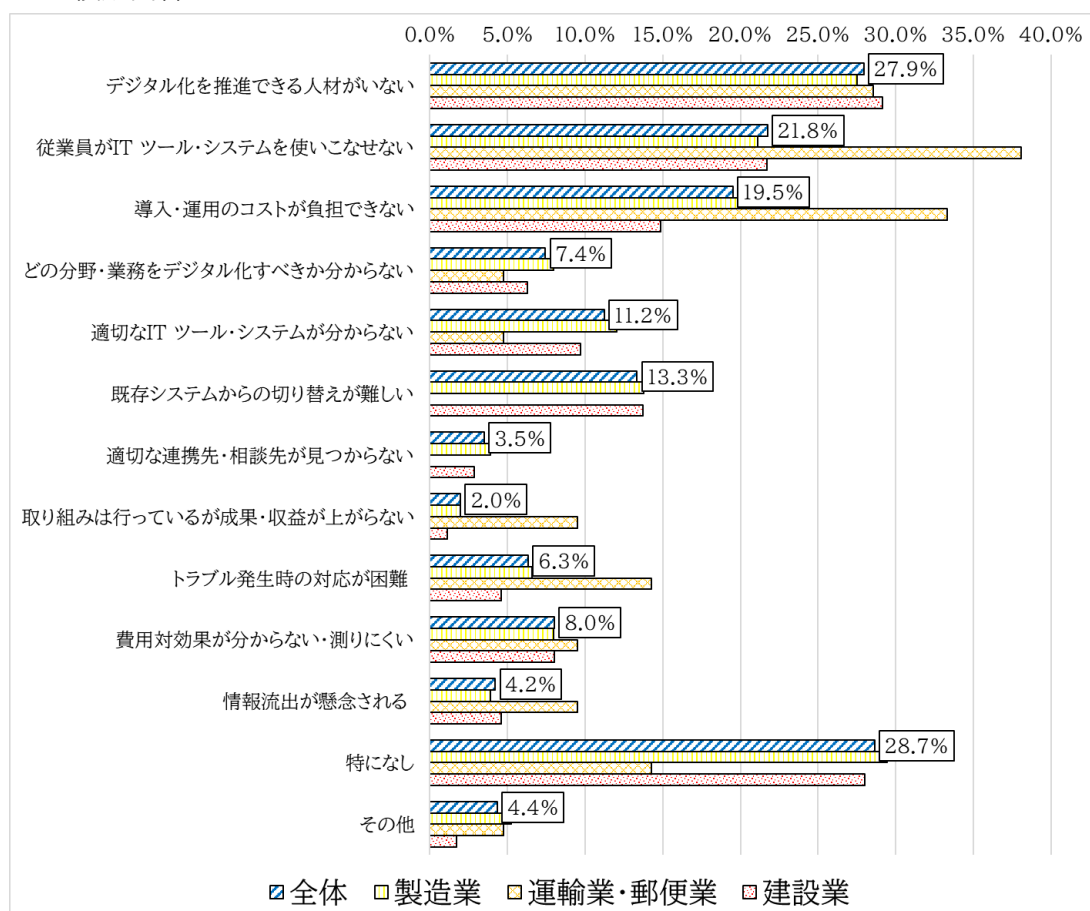


デジタル化について、今後取り組みたい項目	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
HP・SNS の活用	114	16.0%	86	16.7%	2	9.5%	26	14.9%
文書の電子化・ペーパーレス化	111	15.6%	79	15.3%	6	28.6%	26	14.9%
会計・経理処理システムの採用	80	11.2%	60	11.6%	2	9.5%	18	10.3%
会議・営業活動のオンライン化	13	1.8%	9	1.7%	0	0.0%	4	2.3%
在宅勤務・テレワークの推進	15	2.1%	7	1.4%	0	0.0%	8	4.6%
生成AI の活用	78	11.0%	55	10.7%	2	9.5%	21	12.0%
オンライン決済・POS システムの導入	22	3.1%	14	2.7%	0	0.0%	8	4.6%
メールやコミュニケーションツールの活用	47	6.6%	34	6.6%	1	4.8%	12	6.9%
その他	122	17.1%	92	17.8%	1	4.8%	29	16.6%
回答者計	712		516		21		175	

○今後取り組みたいデジタル化は、「その他」が 17.1%で最も高くなっています。次いで、「HP・SNS の活用」が 16.0%、「文書の電子化・ペーパーレス化」が 15.6%となっています。

(3) デジタル化を推進するうえでの課題

- 複数回答可

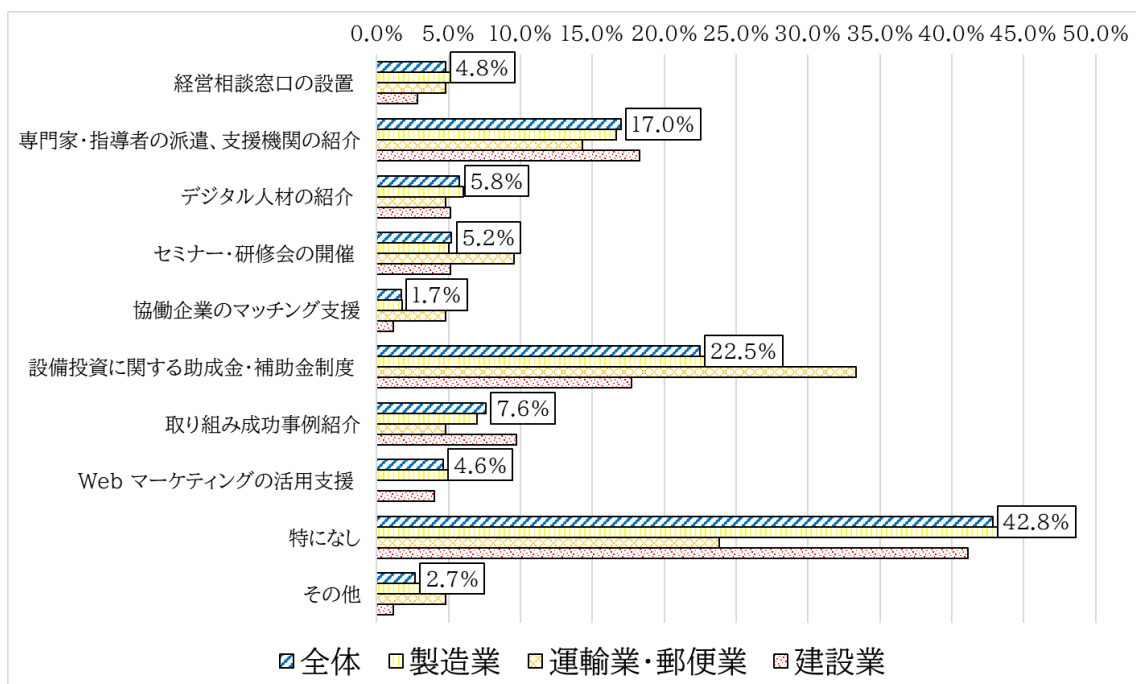


デジタル化を推進するうえでの課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
デジタル化を推進できる人材がいない	199	27.9%	142	27.5%	6	28.6%	51	29.1%
従業員がIT ツール・システムを使いこなせない	155	21.8%	109	21.1%	8	38.1%	38	21.7%
導入・運用のコストが負担できない	139	19.5%	106	20.5%	7	33.3%	26	14.9%
どの分野・業務をデジタル化すべきか分からない	53	7.4%	41	7.9%	1	4.8%	11	6.3%
適切なIT ツール・システムが分からない	80	11.2%	62	12.0%	1	4.8%	17	9.7%
既存システムからの切り替えが難しい	95	13.3%	71	13.8%	0	0.0%	24	13.7%
適切な連携先・相談先が見つからない	25	3.5%	20	3.9%	0	0.0%	5	2.9%
取り組みは行っているが成果・収益が上がらない	14	2.0%	10	1.9%	2	9.5%	2	1.1%
トラブル発生時の対応が困難	45	6.3%	34	6.6%	3	14.3%	8	4.6%
費用対効果が分からない・測りにくい	57	8.0%	41	7.9%	2	9.5%	14	8.0%
情報流出が懸念される	30	4.2%	20	3.9%	2	9.5%	8	4.6%
特になし	204	28.7%	152	29.5%	3	14.3%	49	28.0%
その他	31	4.4%	27	5.2%	1	4.8%	3	1.7%
回答者計	712		516		21		175	

○デジタル化を推進するうえでの課題は、「特になし」が 28.7%で最も高くなっています。次いで、「デジタル化を推進できる人材がない」が 27.9%、「従業員がIT ツール・システムを使いこなせない」が 21.8%となっています。

(4) デジタル化やDX化を推進するために荒川区に求める支援策

- 複数回答可

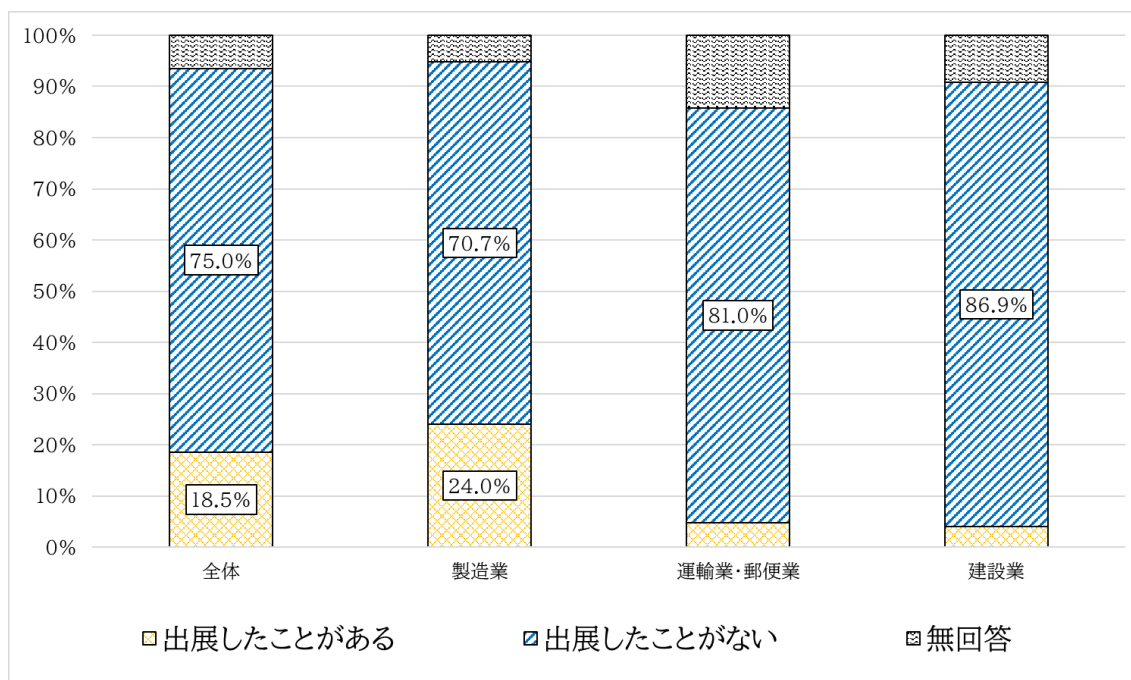


デジタル化やDX化を推進するために求める支援策	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営相談窓口の設置	34	4.8%	28	5.4%	1	4.8%	5	2.9%
専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介	121	17.0%	86	16.7%	3	14.3%	32	18.3%
デジタル人材の紹介	41	5.8%	31	6.0%	1	4.8%	9	5.1%
セミナー・研修会の開催	37	5.2%	26	5.0%	2	9.5%	9	5.1%
協働企業のマッチング支援	12	1.7%	9	1.7%	1	4.8%	2	1.1%
設備投資に関する助成金・補助金制度	160	22.5%	122	23.6%	7	33.3%	31	17.7%
取り組み成功事例紹介	54	7.6%	36	7.0%	1	4.8%	17	9.7%
Web マーケティングの活用支援	33	4.6%	26	5.0%	0	0.0%	7	4.0%
特になし	305	42.8%	228	44.2%	5	23.8%	72	41.1%
その他	19	2.7%	16	3.1%	1	4.8%	2	1.1%
回答者計	712		516		21		175	

○デジタル化やDX化を推進するために荒川区に求める支援策は、「特になし」が42.8%で最も高くなっています。次いで、「設備投資に関する助成金・補助金制度」が22.5%、「専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介」が17.0%となっています。

9 見本市(展示会)

(1) 見本市(展示会)への出展の有無

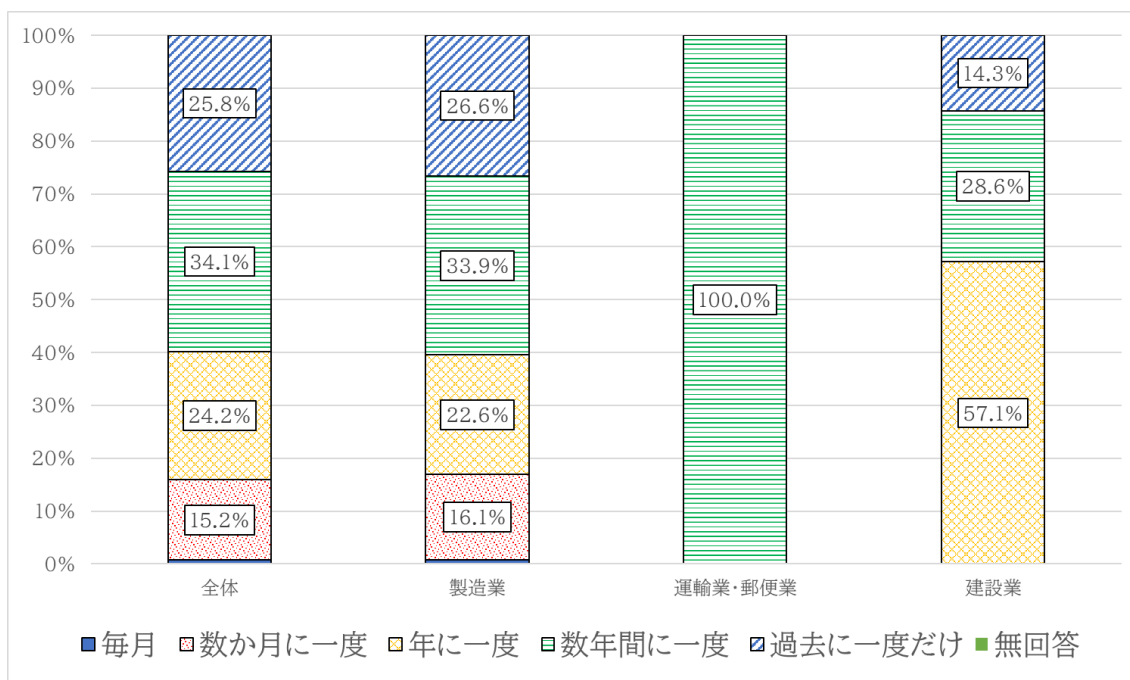


見本市(展示会)への出展の有無	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
出展したことがある	132	18.5%	124	24.0%	1	4.8%	7	4.0%
出展したことがない	534	75.0%	365	70.7%	17	81.0%	152	86.9%
無回答	46	6.5%	27	5.2%	3	14.3%	16	9.1%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○見本市に「出展したことがない」が 75.0%、「出展したことがある」が 18.5%となっています。

(2) 出展頻度

- 見本市へ出展したことがある事業所のみ回答

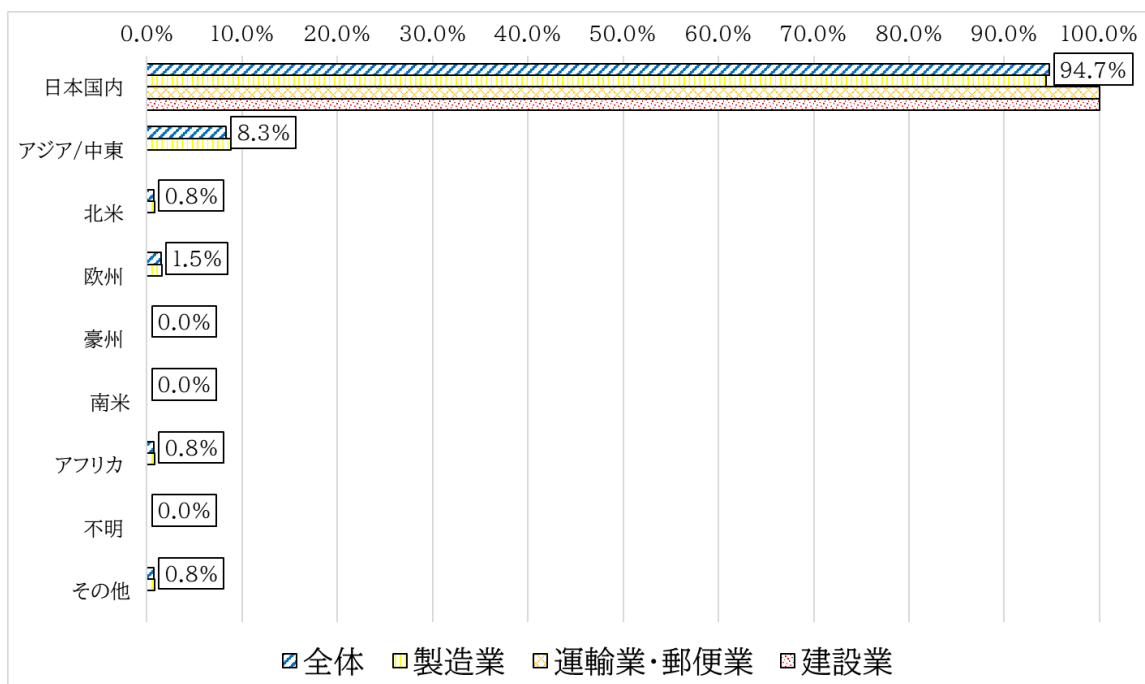


出展頻度	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
毎月	1	0.8%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
数か月に一度	20	15.2%	20	16.1%	0	0.0%	0	0.0%
年に一度	32	24.2%	28	22.6%	0	0.0%	4	57.1%
数年間に一度	45	34.1%	42	33.9%	1	100.0%	2	28.6%
過去に一度だけ	34	25.8%	33	26.6%	0	0.0%	1	14.3%
無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
見本市へ出展したことがある事業所合計	132	100.0%	124	100.0%	1	100.0%	7	100.0%

○見本市への出展頻度は、「数年間に一度」が34.1%で最も高くなっています。次いで、「過去に一度だけ」が25.8%、「年に一度」が24.2%となっています。

(3) 出展先

- 見本市へ出展したことがある事業所のみ回答、複数回答可

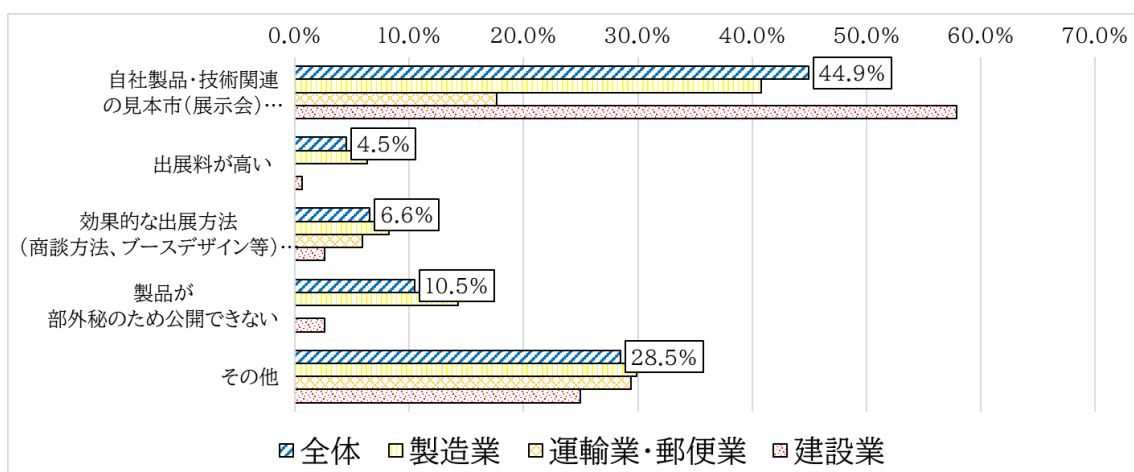


出展先	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
日本国内	125	94.7%	117	94.4%	1	100.0%	7	100.0%
アジア/中東	11	8.3%	11	8.9%	0	0.0%	0	0.0%
北米	1	0.8%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
欧州	2	1.5%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
豪州	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
南米	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
アフリカ	1	0.8%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
不明	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	1	0.8%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
見本市へ出展したことがある事業所合計	132		124		1		7	

○出展先は、「日本国内」が94.7%で最も高くなっています。次いで、「アジア/中東」が8.3%、「欧州」が1.5%となっています。

(4) 見本市(展示会)に出展しなかった理由

- 出展したことがない事業所のみ回答、複数回答可

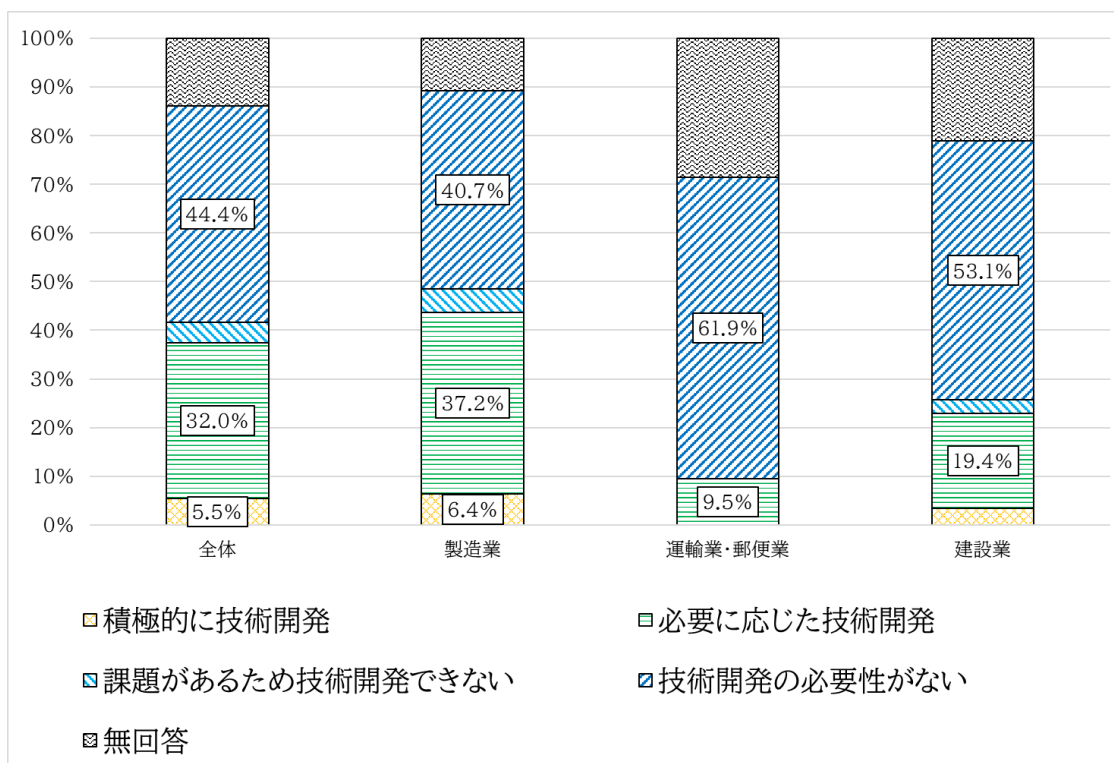


見本市(展示会)に出展しなかった理由	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
自社製品・技術関連の見本市(展示会)がない／わからない	240	44.9%	149	40.8%	3	17.6%	88	57.9%
出展料が高い	24	4.5%	23	6.3%	0	0.0%	1	0.7%
効果的な出展方法(商談方法、ブースデザイン等)がわからない	35	6.6%	30	8.2%	1	5.9%	4	2.6%
製品が部外秘のため公開できない	56	10.5%	52	14.2%	0	0.0%	4	2.6%
その他	152	28.5%	109	29.9%	5	29.4%	38	25.0%
見本市へ出展したことがない事業所合計	534		365		17		152	

○見本市に出展しなかった理由は、「自社製品・技術関連の見本市(展示会)がない／わからない」が44.9%で最も高くなっています。次いで、「その他」が28.5%、「製品が部外秘のため公開できない」が10.5%となっています。

10 技術開発／知的財産／事業所・大学・研究機関連携

(1) 技術開発の取り組み意欲



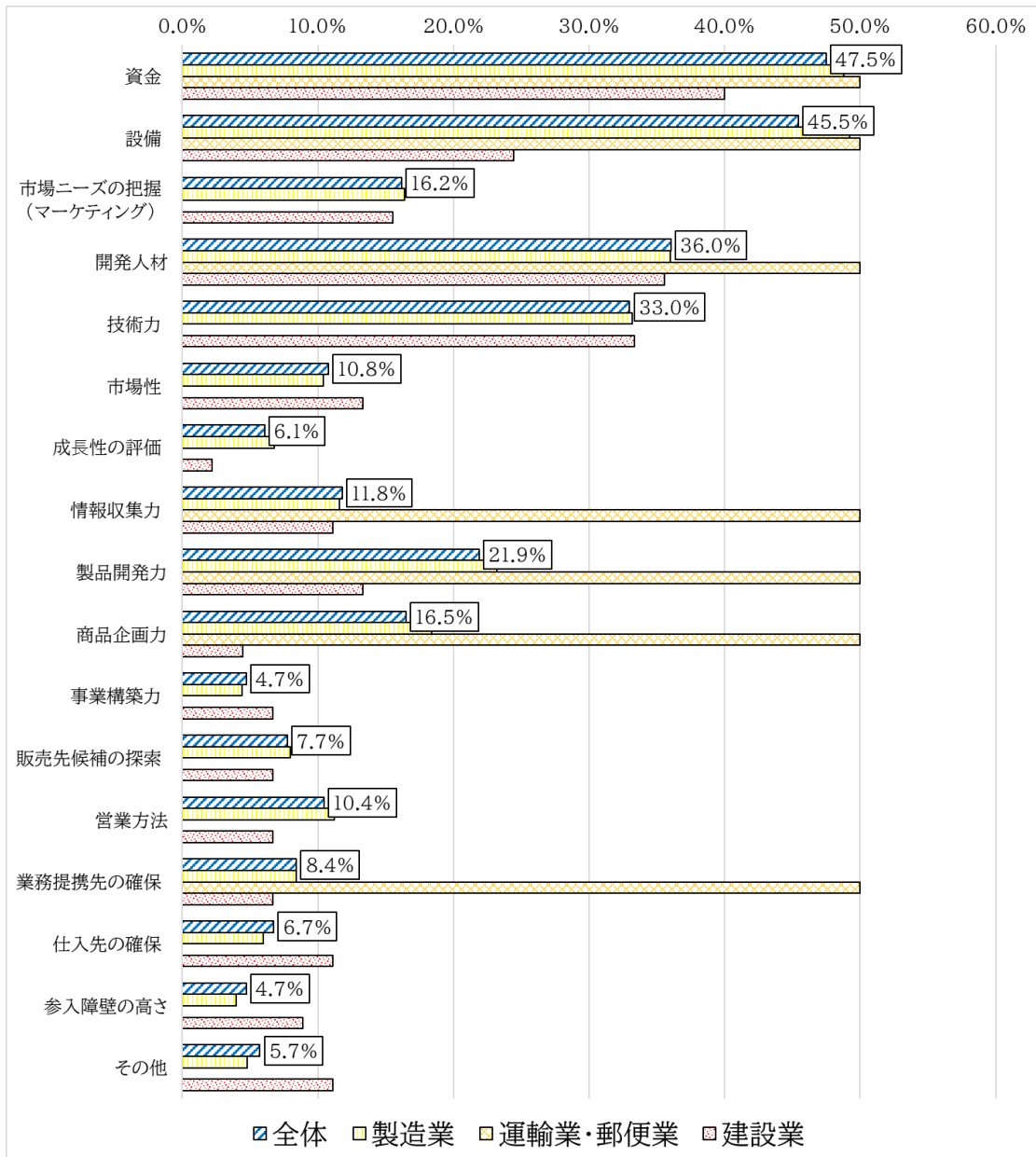
技術開発の取り組み意欲	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
積極的に技術開発	39	5.5%	33	6.4%	0	0.0%	6	3.4%
必要に応じた技術開発	228	32.0%	192	37.2%	2	9.5%	34	19.4%
課題があるため技術開発できない	30	4.2%	25	4.8%	0	0.0%	5	2.9%
技術開発の必要性がない	316	44.4%	210	40.7%	13	61.9%	93	53.1%
無回答	99	13.9%	56	10.9%	6	28.6%	37	21.1%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○技術開発の取組意欲について、「技術開発の必要性がない」が44.4%で最も高くなっています。次いで、「必要に応じた技術開発」が32.0%、「積極的に技術開発」が5.5%となっています。

○技術開発を行う事業者は、合わせて37.5%となります。

(2) 技術開発の課題

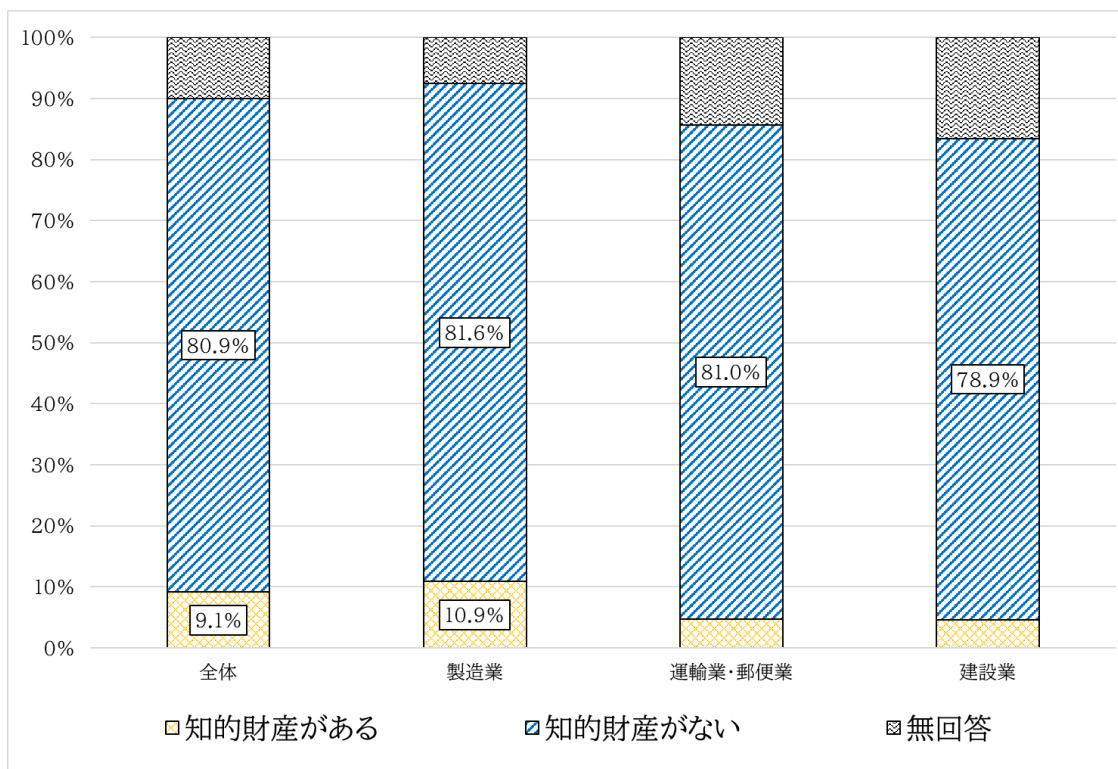
- 技術開発の取り組み意欲がある事業所のみ回答、複数回答可



技術開発の課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
資金	141	47.5%	122	48.8%	1	50.0%	18	40.0%
設備	135	45.5%	123	49.2%	1	50.0%	11	24.4%
市場ニーズの把握(マーケティング)	48	16.2%	41	16.4%	0	0.0%	7	15.6%
開発人材	107	36.0%	90	36.0%	1	50.0%	16	35.6%
技術力	98	33.0%	83	33.2%	0	0.0%	15	33.3%
市場性	32	10.8%	26	10.4%	0	0.0%	6	13.3%
成長性の評価	18	6.1%	17	6.8%	0	0.0%	1	2.2%
情報収集力	35	11.8%	29	11.6%	1	50.0%	5	11.1%
製品開発力	65	21.9%	58	23.2%	1	50.0%	6	13.3%
商品企画力	49	16.5%	46	18.4%	1	50.0%	2	4.4%
事業構築力	14	4.7%	11	4.4%	0	0.0%	3	6.7%
販売先候補の探索	23	7.7%	20	8.0%	0	0.0%	3	6.7%
営業方法	31	10.4%	28	11.2%	0	0.0%	3	6.7%
業務提携先の確保	25	8.4%	21	8.4%	1	50.0%	3	6.7%
仕入先の確保	20	6.7%	15	6.0%	0	0.0%	5	11.1%
参入障壁の高さ	14	4.7%	10	4.0%	0	0.0%	4	8.9%
その他	17	5.7%	12	4.8%	0	0.0%	5	11.1%
技術開発の取り組み意欲がある事業所合計	297		250		2		45	

○技術開発の課題は、「資金」が 47.5%で最も高くなっています。次いで、「設備」が 45.5%、「開発人材」が 36.0%となっています。

(3) 知的財産の有無

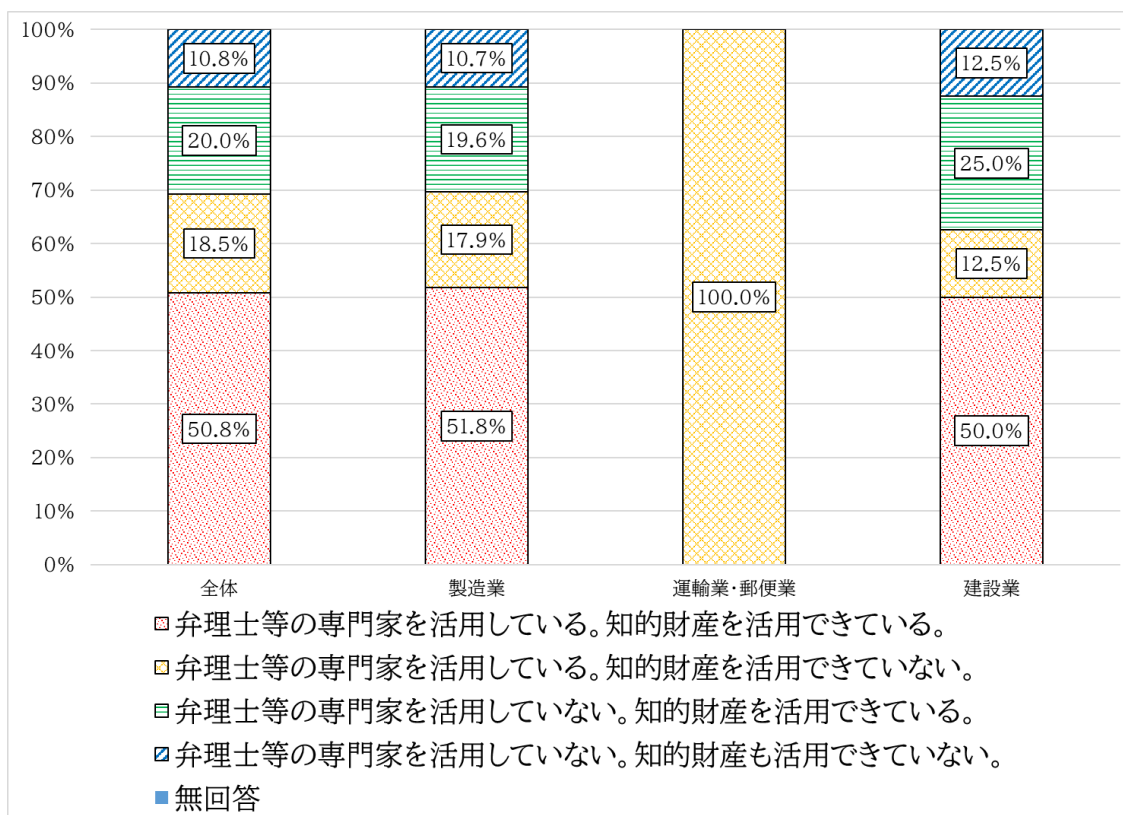


知的財産の有無	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
知的財産がある	65	9.1%	56	10.9%	1	4.8%	8	4.6%
知的財産がない	576	80.9%	421	81.6%	17	81.0%	138	78.9%
無回答	71	10.0%	39	7.6%	3	14.3%	29	16.6%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○「知的財産がない」事業者が80.9%、「知的財産がある」事業者が9.1%となっています。

(4) 知的財産の活用状況と弁理士等の専門家の活用状況

● 知的財産がある事業所のみ回答



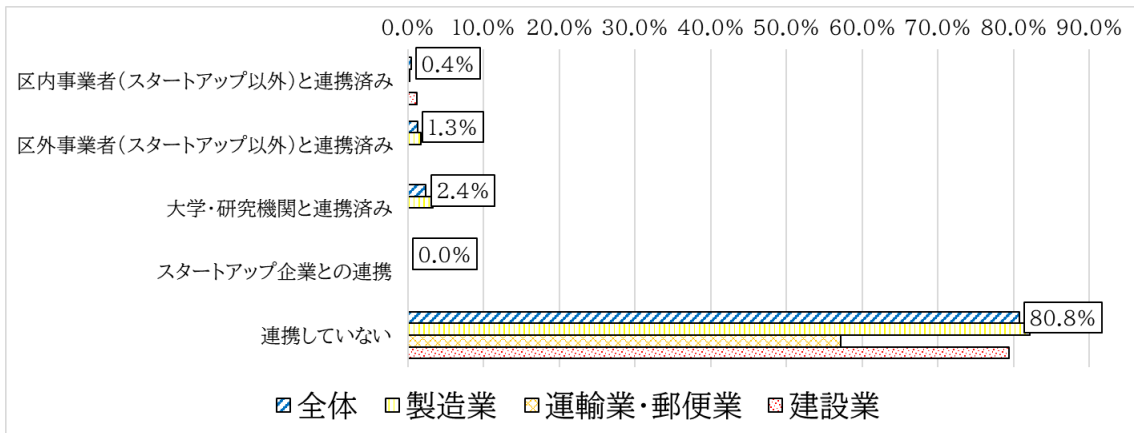
知的財産の活用状況と 弁理士等の専門家の活用状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
弁理士等の専門家を活用している。 知的財産を活用できている。	33	50.8%	29	51.8%	0	0.0%	4	50.0%
弁理士等の専門家を活用している。 知的財産を活用できていない。	12	18.5%	10	17.9%	1	100.0%	1	12.5%
弁理士等の専門家を活用していない。 知的財産を活用できている。	13	20.0%	11	19.6%	0	0.0%	2	25.0%
弁理士等の専門家を活用していない。 知的財産も活用できていない。	7	10.8%	6	10.7%	0	0.0%	1	12.5%
無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
知的財産がある事業所合計	65	100.0%	56	100.0%	1	100.0%	8	100.0%

○知的財産のある事業者のうち、「弁理士等の専門家を活用している。知的財産を活用できている。」事業者が 50.8%で最も高くなっています。次いで、「弁理士等の専門家を活用していない。知的財産を活用できている。」が 20.0%となっています。

○知的財産を活用できていない事業者は、合わせて 29.3%となります。

(5) 事業所・大学・研究機関等との連携状況

- 複数回答可



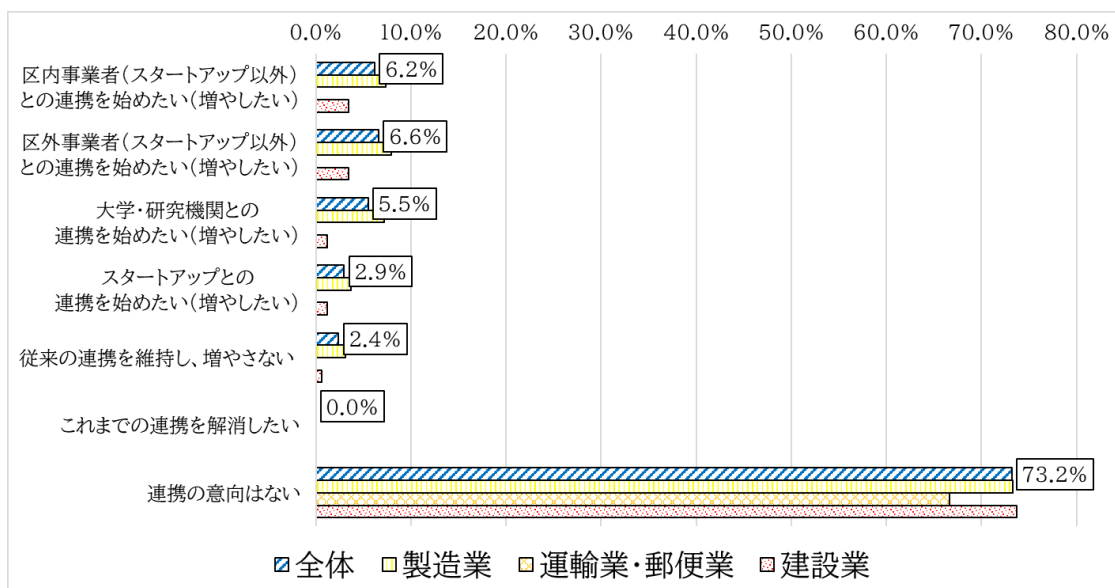
事業者・大学・研究機関等との連携状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
区内事業者(スタートアップ以外)と連携済み	3	0.4%	1	0.2%	0	0.0%	2	1.1%
区外事業者(スタートアップ以外)と連携済み	9	1.3%	9	1.7%	0	0.0%	0	0.0%
大学・研究機関と連携済み	17	2.4%	17	3.3%	0	0.0%	0	0.0%
スタートアップ企業との連携	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
連携していない	575	80.8%	424	82.2%	12	57.1%	139	79.4%
回答者計	712		516		21		175	

○事業所・大学・研究機関等と「連携していない」事業者が 80.8%で最も高くなっています。次いで、「大学・研究機関と連携済み」が 2.4%となっています。

○連携済みの事業者は、合わせて 4.1%となります。

(6) 事業所・大学・研究機関等との連携意欲

- 複数回答可



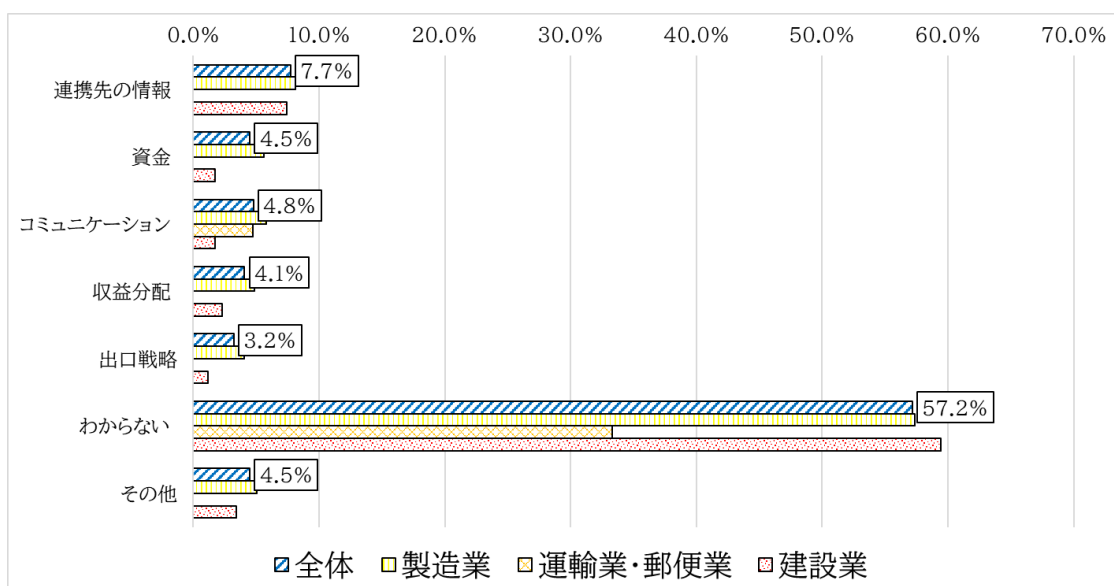
今後の事業者・大学・研究機関等との連携の意向	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
区内事業者(スタートアップ以外)との連携を始めたい(増やしたい)	44	6.2%	38	7.4%	0	0.0%	6	3.4%
区外事業者(スタートアップ以外)との連携を始めたい(増やしたい)	47	6.6%	41	7.9%	0	0.0%	6	3.4%
大学・研究機関との連携を始めたい(増やしたい)	39	5.5%	37	7.2%	0	0.0%	2	1.1%
スタートアップとの連携を始めたい(増やしたい)	21	2.9%	19	3.7%	0	0.0%	2	1.1%
従来の連携を維持し、増やさない	17	2.4%	16	3.1%	0	0.0%	1	0.6%
これまでの連携を解消したい	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
連携の意向はない	521	73.2%	378	73.3%	14	66.7%	129	73.7%
回答者計	712		516		21		175	

○事業所・大学・研究機関等との連携意向について「連携の意向はない」が 73.2%で最も高くなっています。次いで、「区外事業所(スタートアップ以外)との連携を始めたい(増やしたい)」が 6.6%、「区内事業者(スタートアップ以外)との連携を始めたい(増やしたい)」が 6.2%となっています。

○事業所・大学・研究機関等との「連携を始めたい・増やしたい」事業者は、合わせて 21.2%となります。

(7) 事業所との連携の課題

- 複数回答可

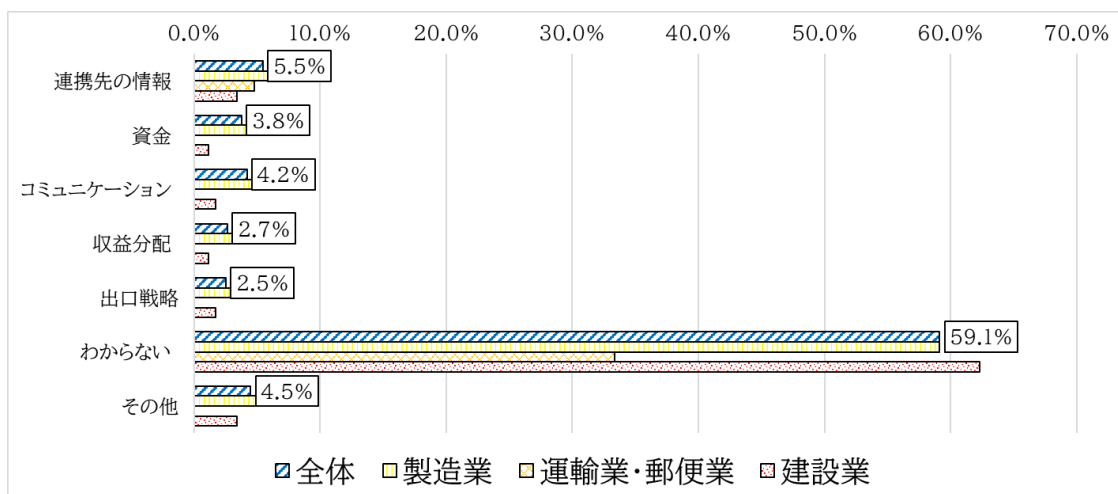


事業者との連携の課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
連携先の情報	55	7.7%	42	8.1%	0	0.0%	13	7.4%
資金	32	4.5%	29	5.6%	0	0.0%	3	1.7%
コミュニケーション	34	4.8%	30	5.8%	1	4.8%	3	1.7%
収益分配	29	4.1%	25	4.8%	0	0.0%	4	2.3%
出口戦略	23	3.2%	21	4.1%	0	0.0%	2	1.1%
わからない	407	57.2%	296	57.4%	7	33.3%	104	59.4%
その他	32	4.5%	26	5.0%	0	0.0%	6	3.4%
回答者計	712		516		21		175	

○事業所との連携の課題は、「わからない」が 57.2%で最も高くなっています。次いで、「連携先の情報」が 7.7%、「コミュニケーション」が 4.8%となっています。

(8) 大学・研究機関・スタートアップとの連携の課題

- 複数回答可

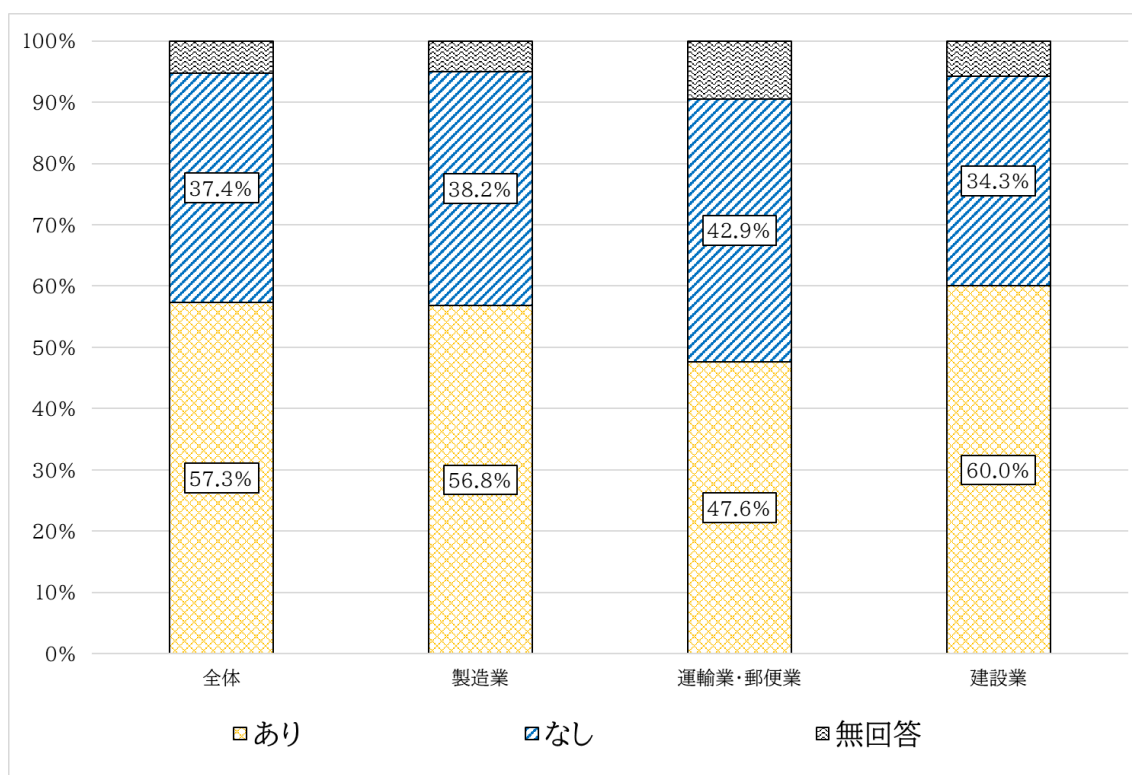


大学・研究機関・スタートアップとの連携の課題	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
連携先の情報	39	5.5%	32	6.2%	1	4.8%	6	3.4%
資金	27	3.8%	25	4.8%	0	0.0%	2	1.1%
コミュニケーション	30	4.2%	27	5.2%	0	0.0%	3	1.7%
収益分配	19	2.7%	17	3.3%	0	0.0%	2	1.1%
出口戦略	18	2.5%	15	2.9%	0	0.0%	3	1.7%
わからない	421	59.1%	305	59.1%	7	33.3%	109	62.3%
その他	32	4.5%	26	5.0%	0	0.0%	6	3.4%
回答者計	712		516		21		175	

○大学・研究機関・スタートアップとの連携の課題は、「わからない」が 59.1%で最も高くなっています。次いで、「連携先の情報」が 5.5%、「コミュニケーション」が 4.2%となっています。

11 借入金・資金繰りについて

(1) 借入金の有無

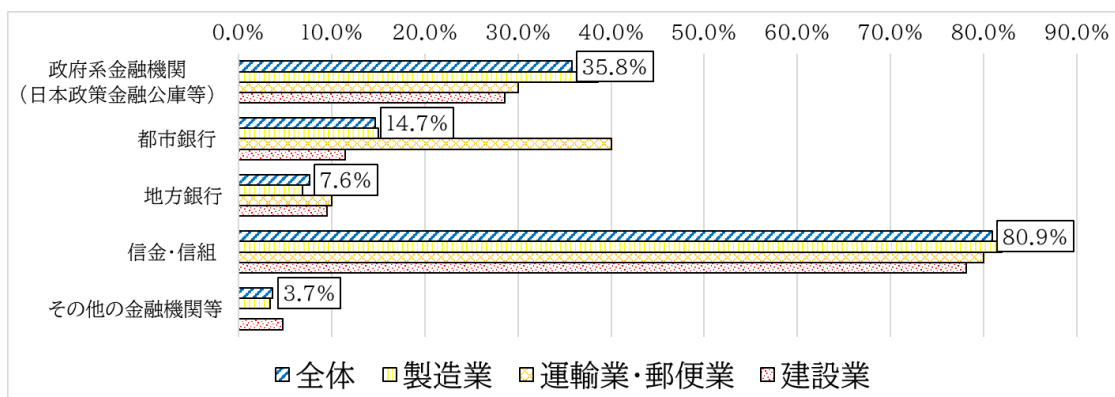


借入金の有無	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
あり	408	57.3%	293	56.8%	10	47.6%	105	60.0%
なし	266	37.4%	197	38.2%	9	42.9%	60	34.3%
無回答	38	5.3%	26	5.0%	2	9.5%	10	5.7%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○借入金について、「借入金がある」事業者が 57.3%、「借入金がない」事業者が 37.4%となっています。

(2) 現在の借入先

- 借入金がある事業所のみ回答、複数回答可

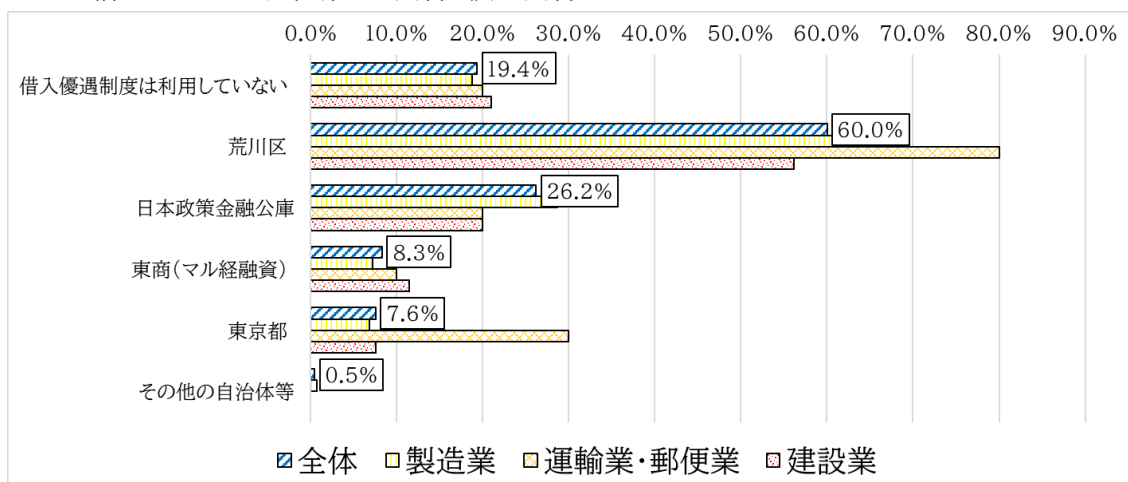


現在の借入先	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
政府系金融機関(日本政策金融公庫等)	146	35.8%	113	38.6%	3	30.0%	30	28.6%
都市銀行	60	14.7%	44	15.0%	4	40.0%	12	11.4%
地方銀行	31	7.6%	20	6.8%	1	10.0%	10	9.5%
信金・信組	330	80.9%	240	81.9%	8	80.0%	82	78.1%
その他の金融機関等	15	3.7%	10	3.4%	0	0.0%	5	4.8%
借入金がある事業所合計	408		293		10		105	

○借入先は「信金・信組」が 80.9%で最も高くなっています。次いで、「政府系金融機関(日本政策金融公庫等)」が 35.8%、「都市銀行」が 14.7%となっています。

(3) 利用している借入金支援制度(制度融資、利子補給等)

- 借入金がある事業所のみ回答、複数回答可

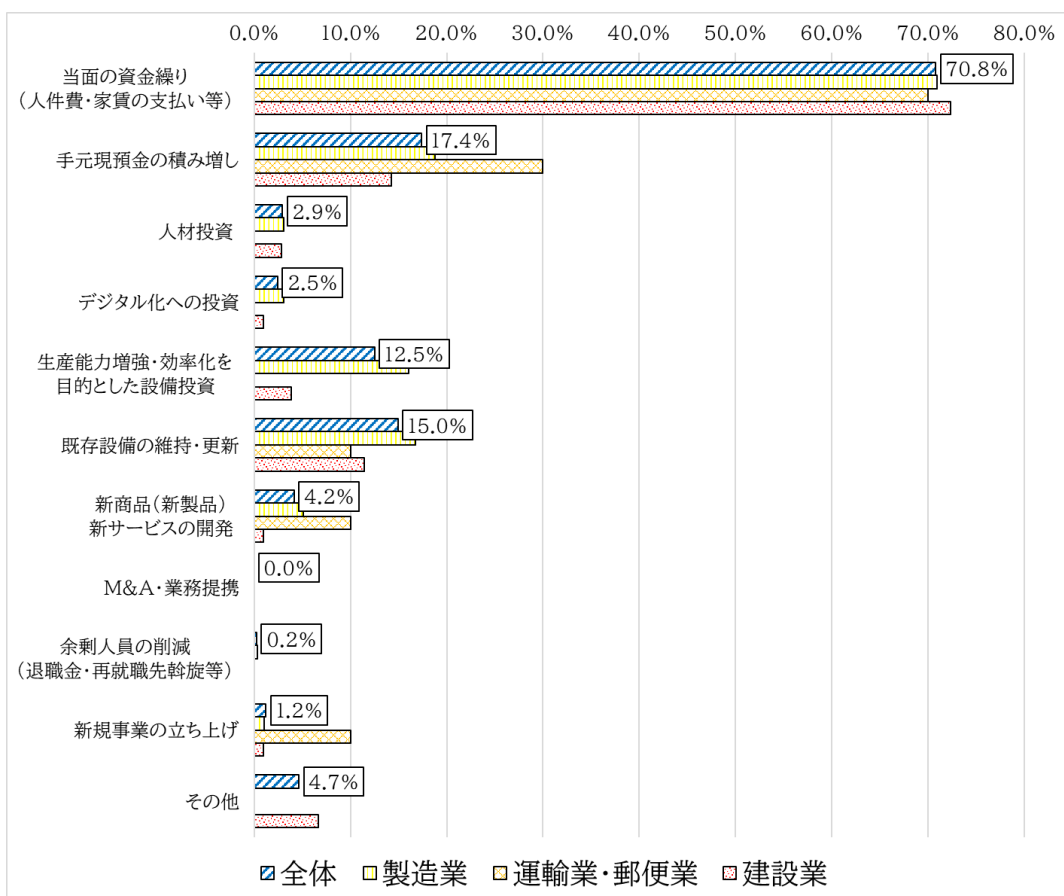


利用している借入金支援制度(制度融資、利子補給等)	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
借入優遇制度は利用していない	79	19.4%	55	18.8%	2	20.0%	22	21.0%
荒川区	245	60.0%	178	60.8%	8	80.0%	59	56.2%
日本政策金融公庫	107	26.2%	84	28.7%	2	20.0%	21	20.0%
東商(マル経融資)	34	8.3%	21	7.2%	1	10.0%	12	11.4%
東京都	31	7.6%	20	6.8%	3	30.0%	8	7.6%
その他の自治体等	2	0.5%	2	0.7%	0	0.0%	0	0.0%
借入金がある事業所合計	408		293		10		105	

○利用している借入金支援制度は、「荒川区」が 60.0%で最も高くなっています。次いで、「日本政策金融公庫」が 26.2%、「借入優遇制度は利用していない」が 19.4%となっています。○借入金がある事業者のうち「借入支援制度を利用している」事業者は、合わせて 80.6%となります。

(4) 借入金の使い道

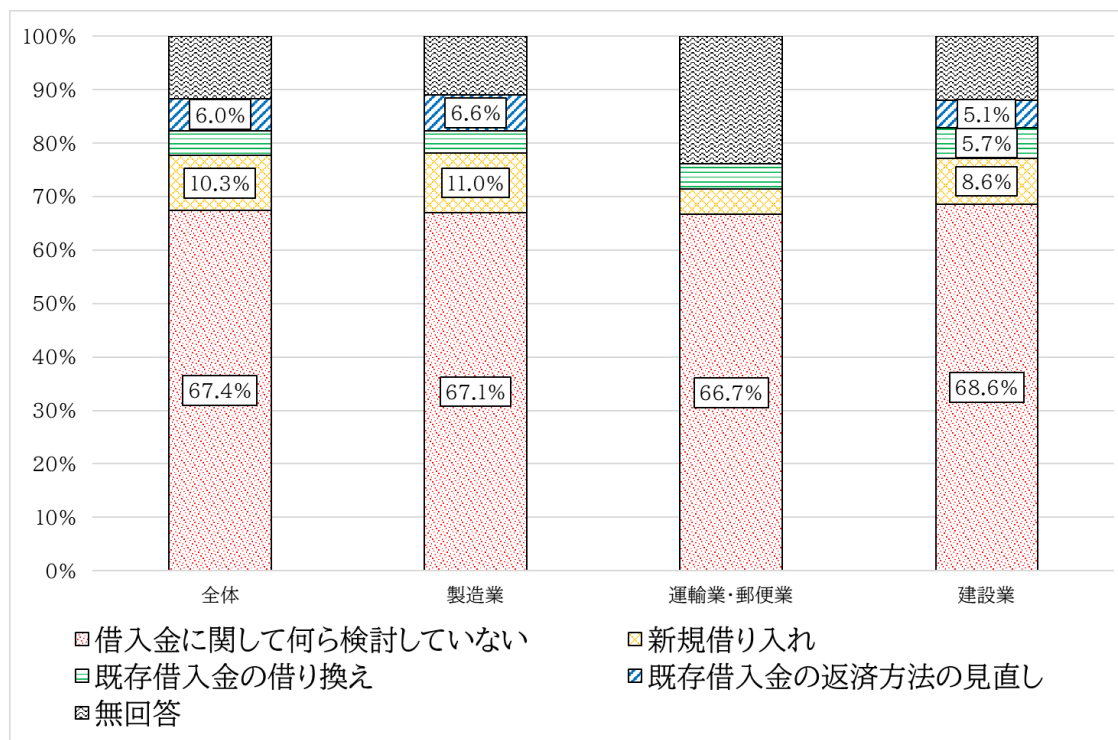
- 借入金がある事業所のみ回答、複数回答可



借入金の使い道	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
当面の資金繰り(人件費・家賃の支払い等)	289	70.8%	208	71.0%	7	70.0%	76	72.4%
手元現預金の積み増し	71	17.4%	55	18.8%	3	30.0%	15	14.3%
人材投資	12	2.9%	9	3.1%	0	0.0%	3	2.9%
デジタル化への投資	10	2.5%	9	3.1%	0	0.0%	1	1.0%
生産能力増強・効率化を目的とした設備投資	51	12.5%	47	16.0%	0	0.0%	4	3.8%
既存設備の維持・更新	61	15.0%	49	16.7%	1	10.0%	12	11.4%
新商品(新製品)・新サービスの開発	17	4.2%	15	5.1%	1	10.0%	1	1.0%
M&A・業務提携	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
余剰人員の削減(退職金・再就職先斡旋等)	1	0.2%	1	0.3%	0	0.0%	0	0.0%
新規事業の立ち上げ	5	1.2%	3	1.0%	1	10.0%	1	1.0%
その他	19	4.7%	0	0.0%	0	0.0%	7	6.7%
借入金がある事業所合計	408		293		10		105	

○借入金の使い道は、「当面の資金繰り(人件費・家賃の支払い等)」が70.8%で最も高くなっています。次いで、「手元現預金の積み増し」が17.4%、「既存設備の維持・更新」が15.0%となっています。

(5) 借入金に関して検討している内容

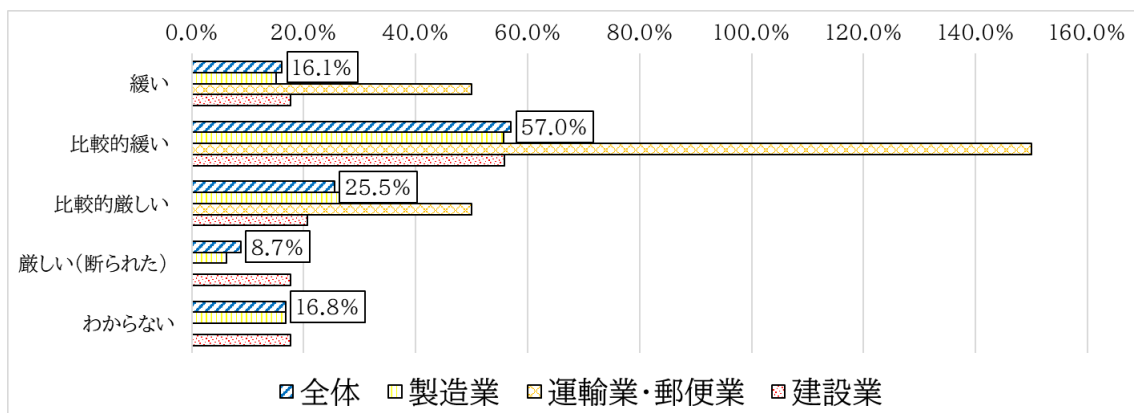


借入金に関して検討している内容	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
借入金に関して何ら検討していない	480	67.4%	346	67.1%	14	66.7%	120	68.6%
新規借入れ	73	10.3%	57	11.0%	1	4.8%	15	8.6%
既存借入金の借り換え	33	4.6%	22	4.3%	1	4.8%	10	5.7%
既存借入金の返済方法の見直し	43	6.0%	34	6.6%	0	0.0%	9	5.1%
無回答	83	11.7%	57	11.0%	5	23.8%	21	12.0%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○借入金に関して検討している内容は、「借入金に関して何ら検討していない」が 67.4%で最も高くなっています。次いで、「新規借入れ」が 10.3%、「既存借入金の返済方法の見直し」が 6.0%となっています。

(6) 貴事業所が感じる金融機関の融資姿勢

- 借入金に関して検討している事業所のみ回答、複数回答可



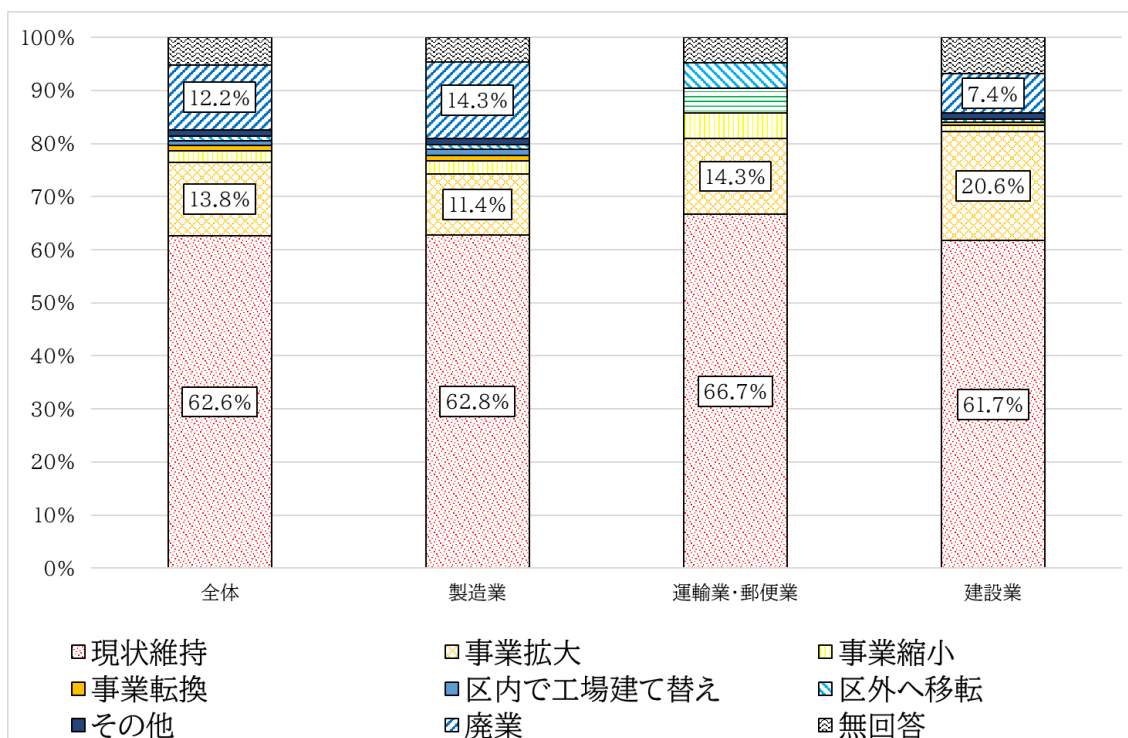
貴事業所が感じる金融機関の融資姿勢	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
緩い	24	16.1%	17	15.0%	1	50.0%	6	17.6%
比較的緩い	85	57.0%	63	55.8%	3	150.0%	19	55.9%
比較的厳しい	38	25.5%	30	26.5%	1	50.0%	7	20.6%
厳しい(断られた)	13	8.7%	7	6.2%	0	0.0%	6	17.6%
わからない	25	16.8%	19	16.8%	0	0.0%	6	17.6%
借入金に関して検討している事業所回答者計	149		113		2		34	

○金融機関の融資姿勢は、「比較的緩い」が57.0%で最も高くなっています。次いで、「比較的厳しい」が25.5%となっています。

○金融機関の融資姿勢は緩いが、合わせて73.1%となっています。

12 事業方針

(1) 今後(5年後まで)の「区内事業所」の事業所方針

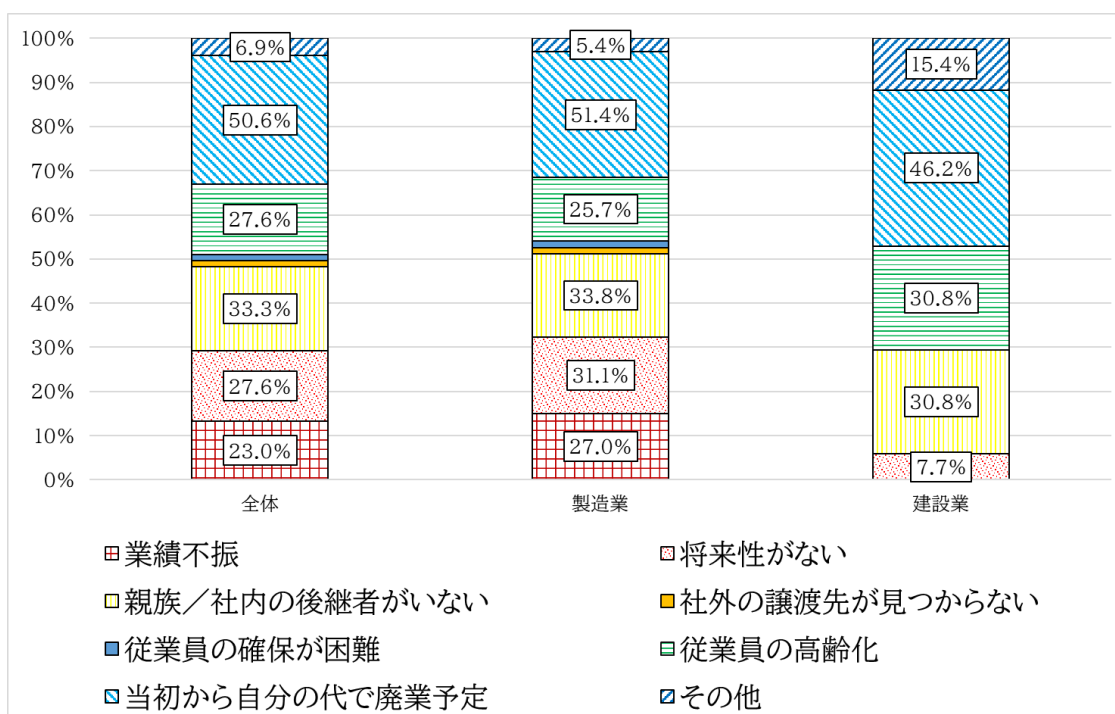


5年後までの「区内事業所」の事業方針	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
現状維持	446	62.6%	324	62.8%	14	66.7%	108	61.7%
事業拡大	98	13.8%	59	11.4%	3	14.3%	36	20.6%
事業縮小	16	2.2%	13	2.5%	1	4.8%	2	1.1%
事業転換	7	1.0%	5	1.0%	1	4.8%	1	0.6%
区内で工場建て替え	6	0.8%	6	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
区外へ移転	7	1.0%	5	1.0%	1	4.8%	1	0.6%
その他	8	1.1%	6	1.2%	0	0.0%	2	1.1%
廃業	87	12.2%	74	14.3%	0	0.0%	13	7.4%
無回答	37	5.2%	24	4.7%	1	4.8%	12	6.9%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○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62.6%で最も高くなっています。次いで、「事業拡大」が13.8%、「廃業」が12.2%となっています。

(2) 今後(5年後まで)の廃業の理由

- 今後(5年後までに)廃業予定の事業所のみ回答、複数回答可

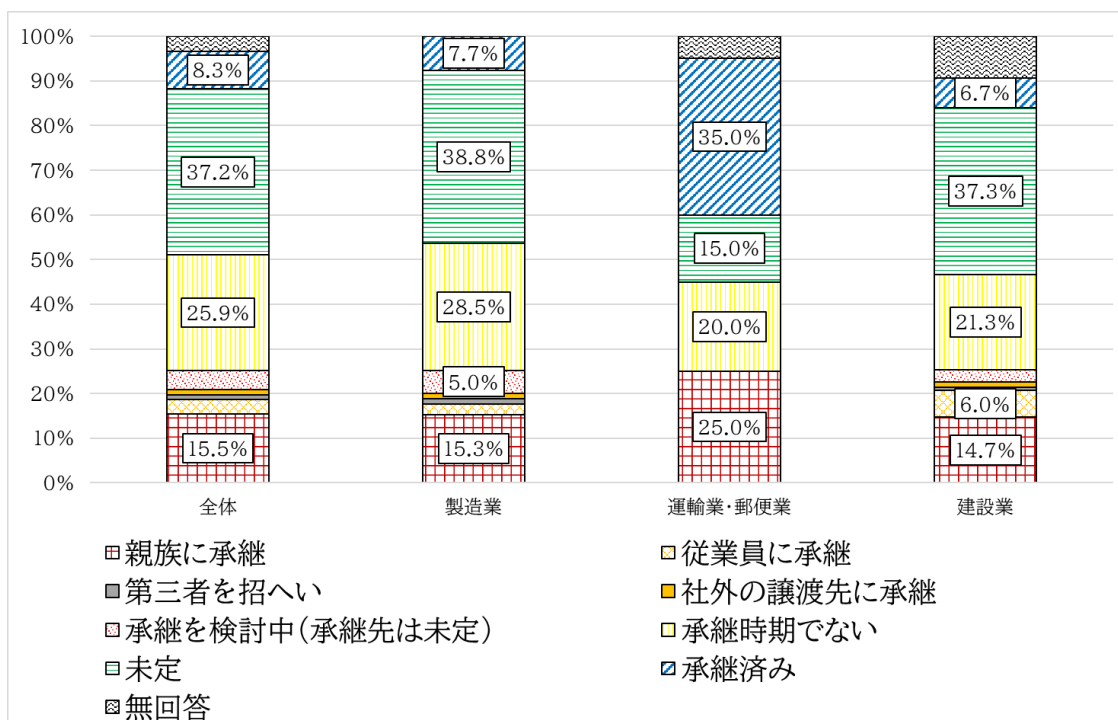


廃業の理由	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
業績不振	20	23.0%	20	27.0%	0	-	0	0.0%
将来性がない	24	27.6%	23	31.1%	0	-	1	7.7%
親族/社内の後継者がいない	29	33.3%	25	33.8%	0	-	4	30.8%
社外の譲渡先が見つからない	2	2.3%	2	2.7%	0	-	0	0.0%
従業員の確保が困難	2	2.3%	2	2.7%	0	-	0	0.0%
従業員の高齢化	24	27.6%	19	25.7%	0	-	4	30.8%
当初から自分の代で廃業予定	44	50.6%	38	51.4%	0	-	6	46.2%
その他	6	6.9%	4	5.4%	0	-	2	15.4%
廃業予定事業者合計	87		74		0		13	

○今後(5年後まで)の廃業予定の理由は、「当初から自分の代で廃業予定」が 50.6%で最も高くなっています。次いで、「親族/社内の後継者がいない」が 33.3%、「将来性がない」「従業員の高齢化」が 27.6%となっています。

(3) 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所のみ回答



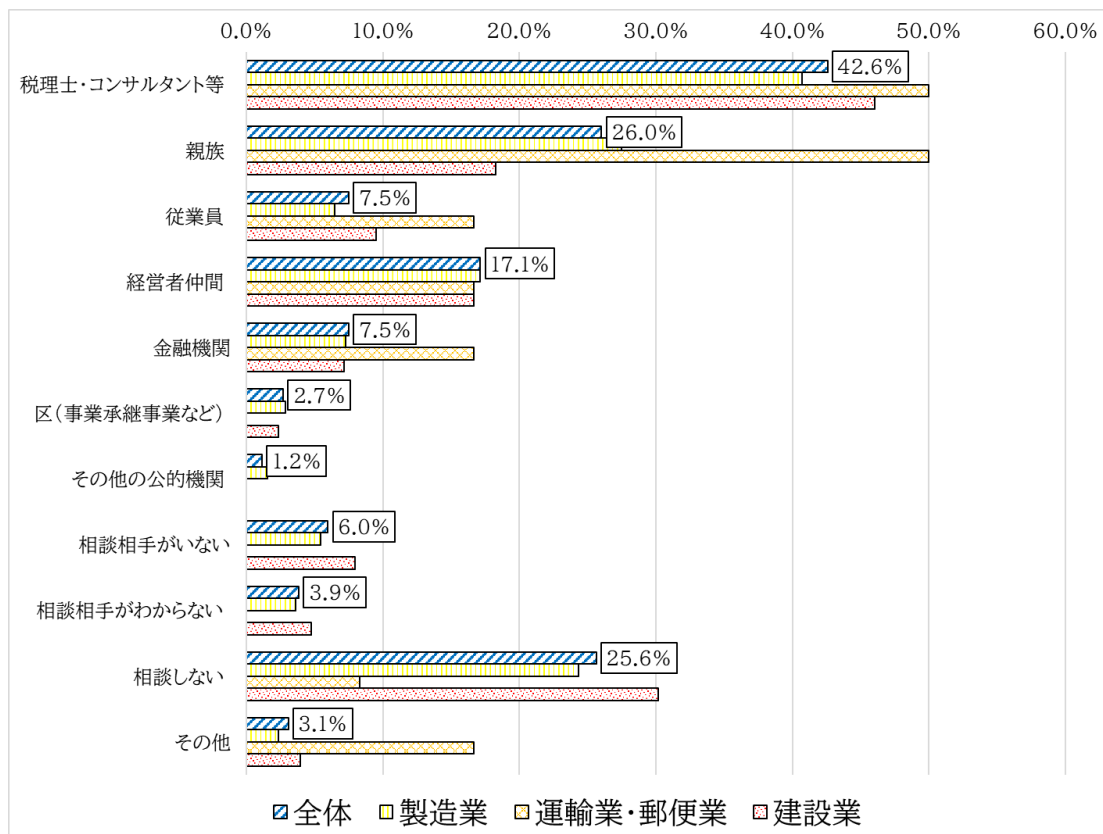
5年後までの事業承継、経営権移転の予定	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
親族に承継	91	15.5%	64	15.3%	5	25.0%	22	14.7%
従業員に承継	19	3.2%	10	2.4%	0	0.0%	9	6.0%
第三者を招へい	6	1.0%	5	1.2%	0	0.0%	1	0.7%
社外の譲渡先に承継	7	1.2%	5	1.2%	0	0.0%	2	1.3%
承継を検討中(承継先は未定)	25	4.3%	21	5.0%	0	0.0%	4	2.7%
承継時期でない	152	25.9%	119	28.5%	4	20.0%	32	21.3%
未定	219	37.2%	162	38.8%	3	15.0%	56	37.3%
承継済み	49	8.3%	32	7.7%	7	35.0%	10	6.7%
無回答	20	3.4%	0	0.0%	1	5.0%	14	9.3%
廃業以外予定事業者合計	588	100.0%	418	100.0%	20	100.0%	150	100.0%

○今後(5年後まで)の事業承継、経営権移転の予定は、「未定」が37.2%で最も高くなっています。次いで、「承継時期でない」が25.9%、「親族に承継」が15.5%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25.1%となります。

(4) 事業承継の相談相手

- 今後(5年後までに)廃業予定がなく事業承継が完了していない事業所のみ回答、複数回答可

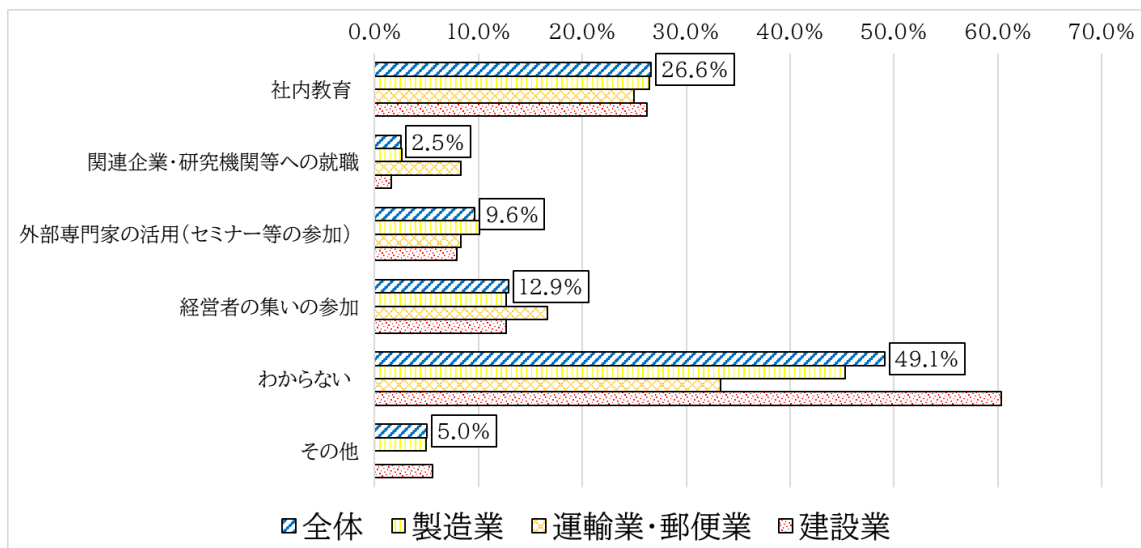


事業承継の相談相手	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
税理士・コンサルタント等	221	42.6%	157	40.7%	6	50.0%	58	46.0%
親族	135	26.0%	106	27.5%	6	50.0%	23	18.3%
従業員	39	7.5%	25	6.5%	2	16.7%	12	9.5%
経営者仲間	89	17.1%	66	17.1%	2	16.7%	21	16.7%
金融機関	39	7.5%	28	7.3%	2	16.7%	9	7.1%
区(事業承継事業など)	14	2.7%	11	2.8%	0	0.0%	3	2.4%
その他の公的機関	6	1.2%	6	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
相談相手がいらない	31	6.0%	21	5.4%	0	0.0%	10	7.9%
相談相手がわからない	20	3.9%	14	3.6%	0	0.0%	6	4.8%
相談しない	133	25.6%	94	24.4%	1	8.3%	38	30.2%
その他	16	3.1%	9	2.3%	2	16.7%	5	4.0%
廃業予定がなく事業承継が完了していない事業所合計	519		386		12		126	

○事業承継の相談相手は、「税理士・コンサルタント等」が 42.6%で最も高くなっています。次いで、「親族」が 26.0%、「相談しない」が 25.6%となっています。

(5) 後継者の育成にあたり活用する予定の方法

- 今後(5年後までに)廃業予定がなく事業承継が完了していない事業所のみ回答、複数回答可

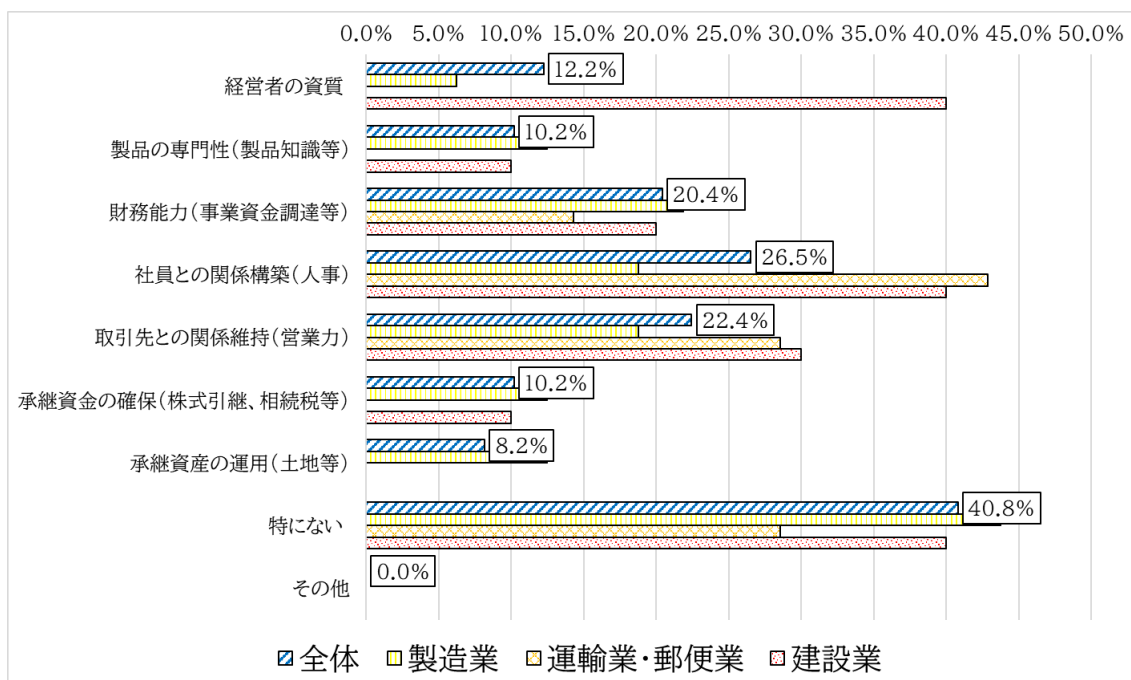


後継者の育成にあたり活用する予定の方法	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
社内教育	138	26.6%	102	26.4%	3	25.0%	33	26.2%
関連企業・研究機関等への就職	13	2.5%	10	2.6%	1	8.3%	2	1.6%
外部専門家の活用(セミナー等の参加)	50	9.6%	39	10.1%	1	8.3%	10	7.9%
経営者の集いの参加	67	12.9%	49	12.7%	2	16.7%	16	12.7%
わからない	255	49.1%	175	45.3%	4	33.3%	76	60.3%
その他	26	5.0%	19	4.9%	0	0.0%	7	5.6%
廃業予定がなく事業承継が完了していない事業所合計	519		386		12		126	

○後継者の育成にあたり活用する予定の方法は、「わからない」が49.1%で最も高くなっています。次いで、「社内教育」が26.6%、「経営者の集いの参加」が12.9%となっています。

(6) 事業承継の際に苦勞した点

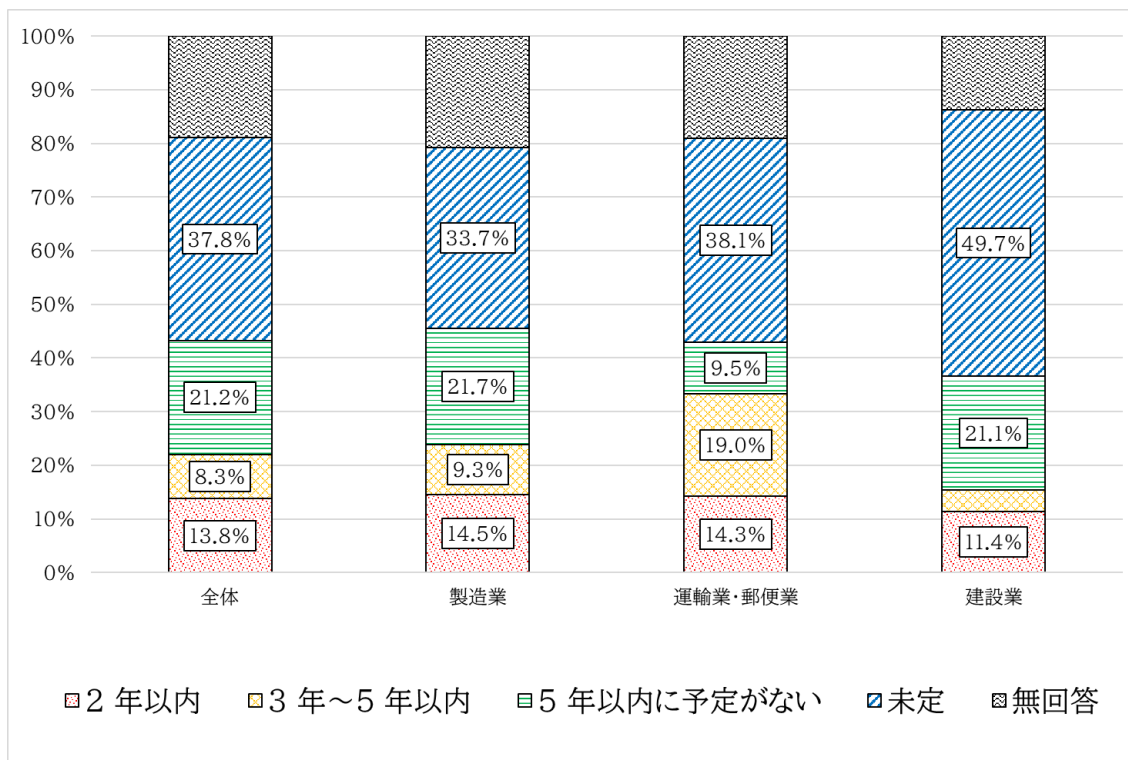
- 事業承継済みの事業所のみ回答、複数回答可



事業承継の際に苦勞した点	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
経営者の資質	6	12.2%	2	6.3%	0	0.0%	4	40.0%
製品の専門性(製品知識等)	5	10.2%	4	12.5%	0	0.0%	1	10.0%
財務能力(事業資金調達等)	10	20.4%	7	21.9%	1	14.3%	2	20.0%
社員との関係構築(人事)	13	26.5%	6	18.8%	3	42.9%	4	40.0%
取引先との関係維持(営業力)	11	22.4%	6	18.8%	2	28.6%	3	30.0%
承継資金の確保(株式引継、相続税等)	5	10.2%	4	12.5%	0	0.0%	1	10.0%
承継資産の運用(土地等)	4	8.2%	4	12.5%	0	0.0%	0	0.0%
特にない	20	40.8%	14	43.8%	2	28.6%	4	40.0%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
廃業予定がなく事業承継済みの事業所合計	49		32		7		10	

○事業承継の際に苦勞した点については、「特にない」が 40.8%で最も高くなっています。次いで、「社員との関係構築(人事)」が 26.5%、取引先との関係維持(営業力)22.4%となっています。

(7) 今後(5年後まで)の設備投資の予定



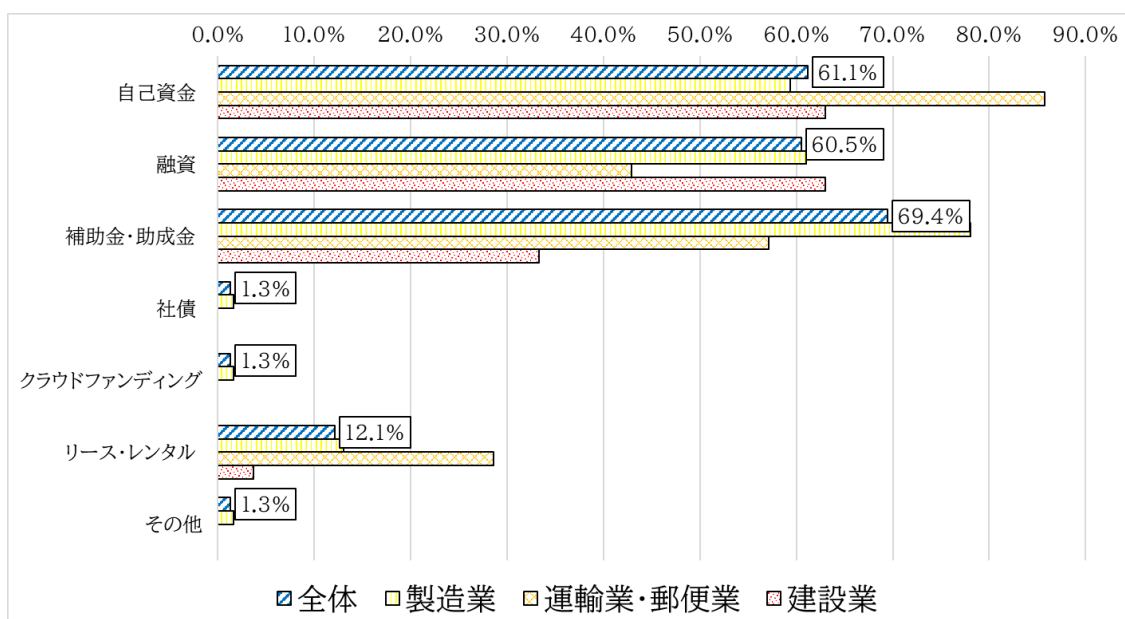
5年以内の設備投資の予定	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
2年以内	98	13.8%	75	14.5%	3	14.3%	20	11.4%
3年～5年以内	59	8.3%	48	9.3%	4	19.0%	7	4.0%
5年以内に予定がない	151	21.2%	112	21.7%	2	9.5%	37	21.1%
未定	269	37.8%	174	33.7%	8	38.1%	87	49.7%
無回答	135	19.0%	107	20.7%	4	19.0%	24	13.7%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○今後(5年後まで)の設備投資の予定は、「未定」が37.8%で最も高くなっています。次いで、「5年以内に予定がない」が21.2%となっています。

○5年以内に設備投資を行う予定は、合わせて22.1%となります。

(8) 今後(5年後まで)の資金調達の方法

- 今後(5年後までに)設備投資の予定がある事業所のみ回答、複数回答可

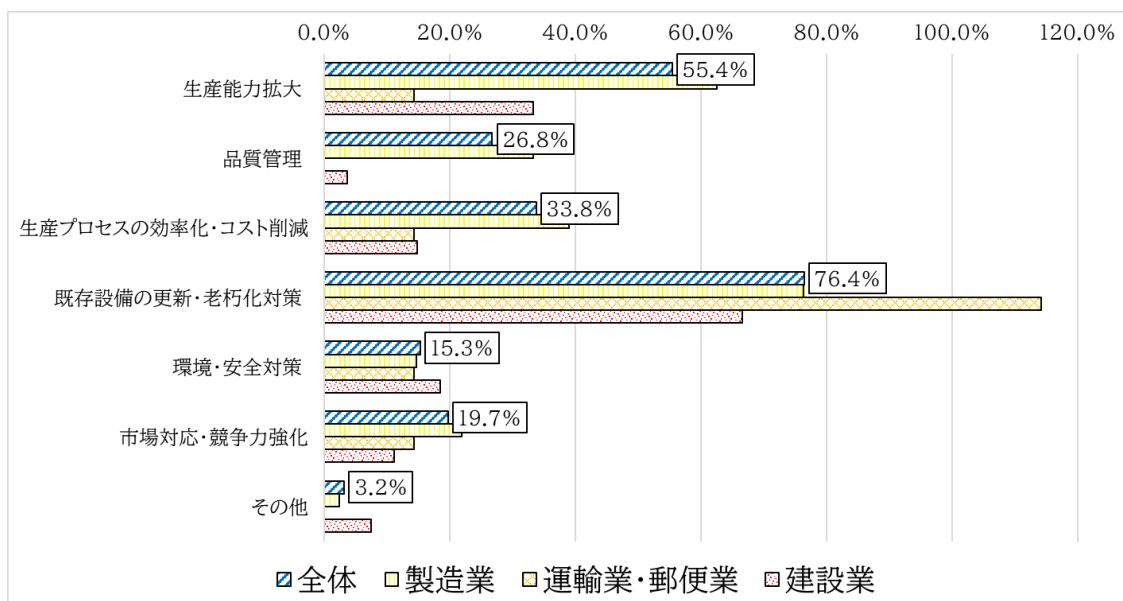


資金調達の予定	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
自己資金	96	61.1%	73	59.3%	6	85.7%	17	63.0%
融資	95	60.5%	75	61.0%	3	42.9%	17	63.0%
補助金・助成金	109	69.4%	96	78.0%	4	57.1%	9	33.3%
社債	2	1.3%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
クラウドファンディング	2	1.3%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
リース・レンタル	19	12.1%	16	13.0%	2	28.6%	1	3.7%
その他	2	1.3%	2	1.6%	0	0.0%	0	0.0%
設備投資の予定がある事業所合計	157		123		7		27	

○今後(5年後まで)の設備投資に関する資金調達の方法は、「補助金・助成金」が69.4%で最も高くなっています。次いで、「自己資金」が61.1%、「融資」が60.5%となっています。

(9) 設備投資の目的

- 今後(5年後までに)設備投資の予定がある事業所のみ回答、複数回答可

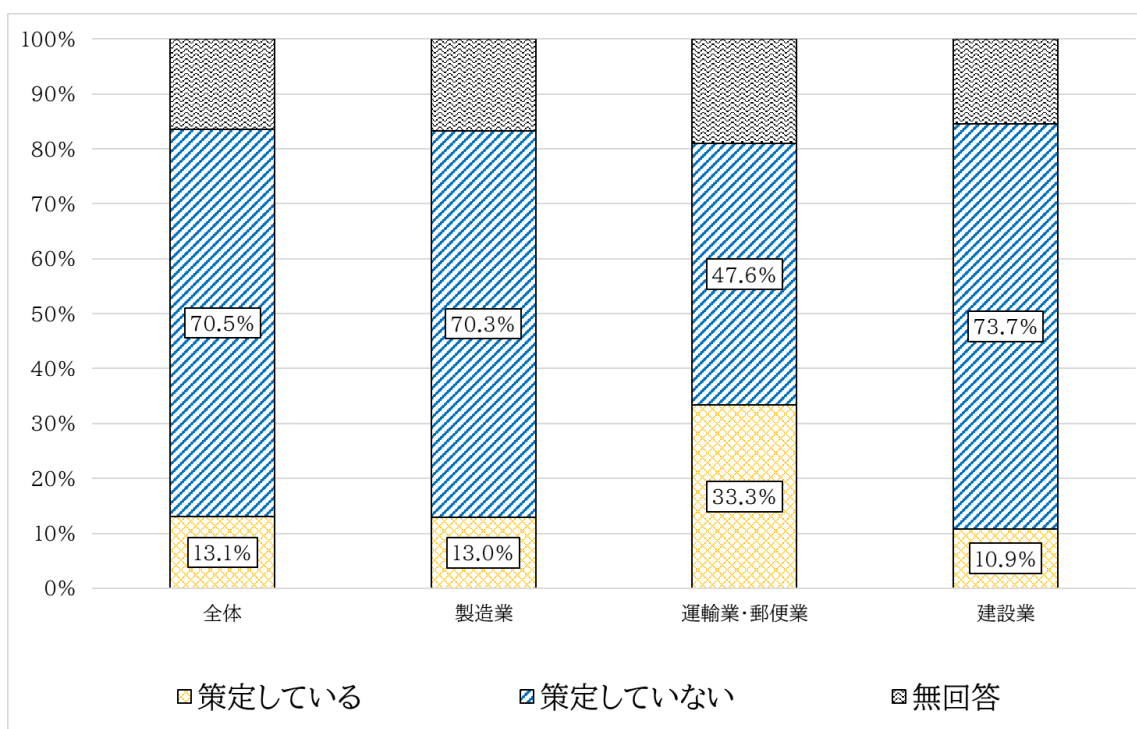


設備投資の目的	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
生産能力拡大	87	55.4%	77	62.6%	1	14.3%	9	33.3%
品質管理	42	26.8%	41	33.3%	0	0.0%	1	3.7%
生産プロセスの効率化・コスト削減	53	33.8%	48	39.0%	1	14.3%	4	14.8%
既存設備の更新・老朽化対策	120	76.4%	94	76.4%	8	114.3%	18	66.7%
環境・安全対策	24	15.3%	18	14.6%	1	14.3%	5	18.5%
市場対応・競争力強化	31	19.7%	27	22.0%	1	14.3%	3	11.1%
その他	5	3.2%	3	2.4%	0	0.0%	2	7.4%
設備投資の予定がある事業所合計	157		123		7		27	

○設備投資の目的は、「既存設備の更新・老朽化対策」が 76.4%で最も高くなっています。次いで、「生産能力拡大」が 55.4%、「生産プロセスの効率化・コスト削減」が 33.8%となっています。

(10) BCPの策定について

【BCP策定の有無】

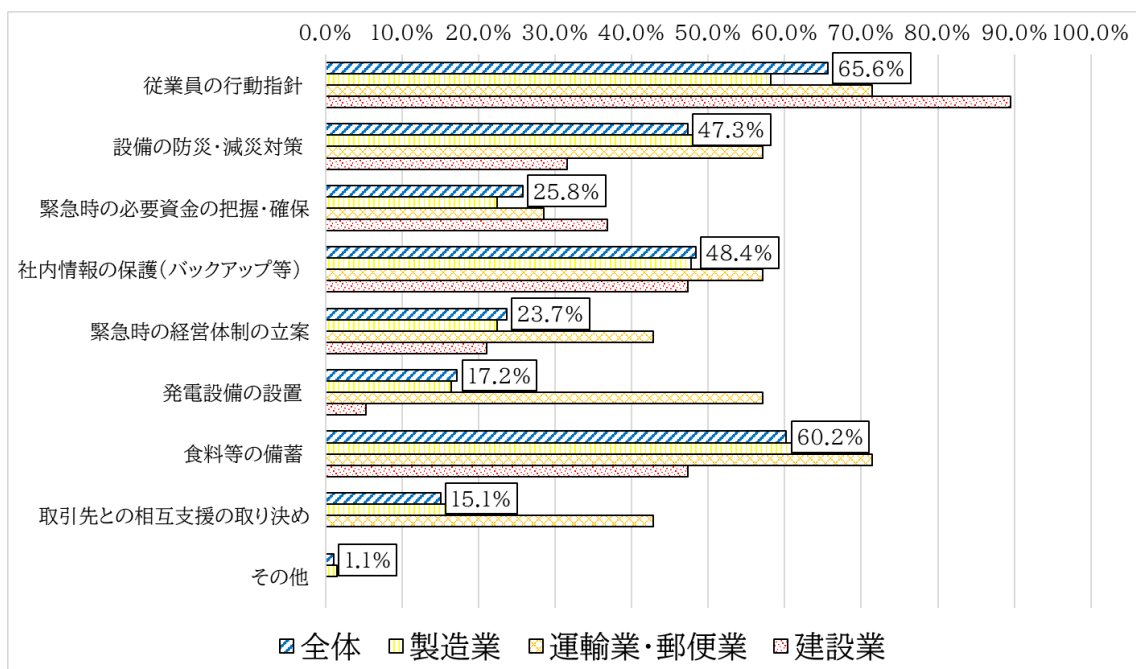


BCP 策定の有無	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
策定している	93	13.1%	67	13.0%	7	33.3%	19	10.9%
策定していない	502	70.5%	363	70.3%	10	47.6%	129	73.7%
無回答	117	16.4%	86	16.7%	4	19.0%	27	15.4%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○「BCPを策定していない」が70.5%、「BCPを策定している」が13.1%となっています。

【BCP 策定状況】

- BCP を策定している事業所のみ回答、複数回答可

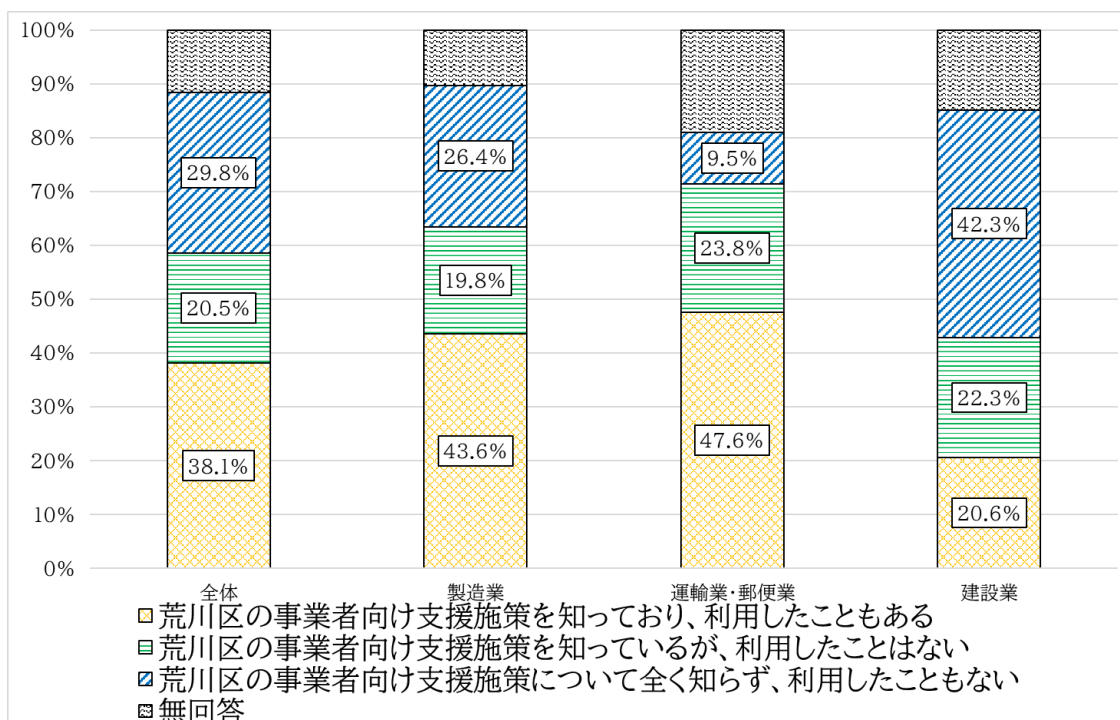


BCP 策定状況	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
従業員の行動指針	61	65.6%	39	58.2%	5	71.4%	17	89.5%
設備の防災・減災対策	44	47.3%	34	50.7%	4	57.1%	6	31.6%
緊急時の必要資金の把握・確保	24	25.8%	15	22.4%	2	28.6%	7	36.8%
社内情報の保護(バックアップ等)	45	48.4%	32	47.8%	4	57.1%	9	47.4%
緊急時の経営体制の立案	22	23.7%	15	22.4%	3	42.9%	4	21.1%
発電設備の設置	16	17.2%	11	16.4%	4	57.1%	1	5.3%
食料等の備蓄	56	60.2%	42	62.7%	5	71.4%	9	47.4%
取引先との相互支援の取り決め	14	15.1%	11	16.4%	3	42.9%	0	0.0%
その他	1	1.1%	1	1.5%	0	0.0%	0	0.0%
BCPを策定している事業所合計	93		67		7		19	

○策定している BCP は、「従業員の行動指針」が 65.6%で最も高くなっています。次いで、「食料等の備蓄」が 60.2%、「社内情報の保護(バックアップ等)」が 48.4%となっています。

13 荒川区の企業支援施策に対する意見

(1) 施策の認知、利用状況



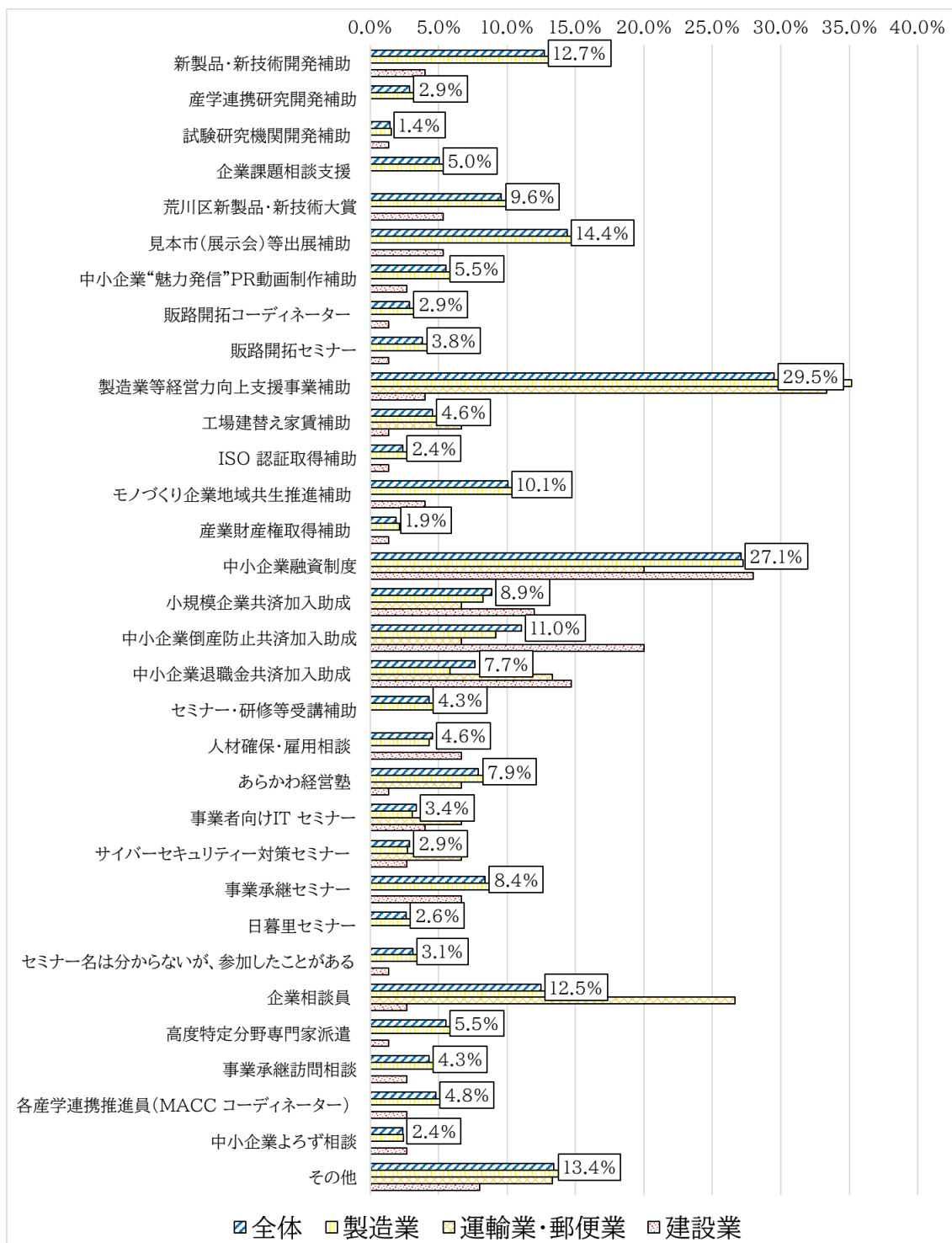
荒川区の事業者向け支援施策について	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
荒川区の事業者向け支援施策を知っており利用したこともある	271	38.1%	225	43.6%	10	47.6%	36	20.6%
荒川区の事業者向け支援施策を知っているが利用したことはない	146	20.5%	102	19.8%	5	23.8%	39	22.3%
荒川区の事業者向け支援施策について全く知らず利用したこともない	212	29.8%	136	26.4%	2	9.5%	74	42.3%
無回答	83	11.7%	53	10.3%	4	19.0%	26	14.9%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○荒川区の企業支援施策について、「知っており利用したこともある」が38.1%で最も高くなっています。次いで、「全く知らず利用したこともない」が29.8%となっています。

○荒川区の企業支援施策について、「知っている」が合わせて58.6%、「利用したことがない」が合わせて50.3%となります。

(2) 直近5年で利用、または知っている支援

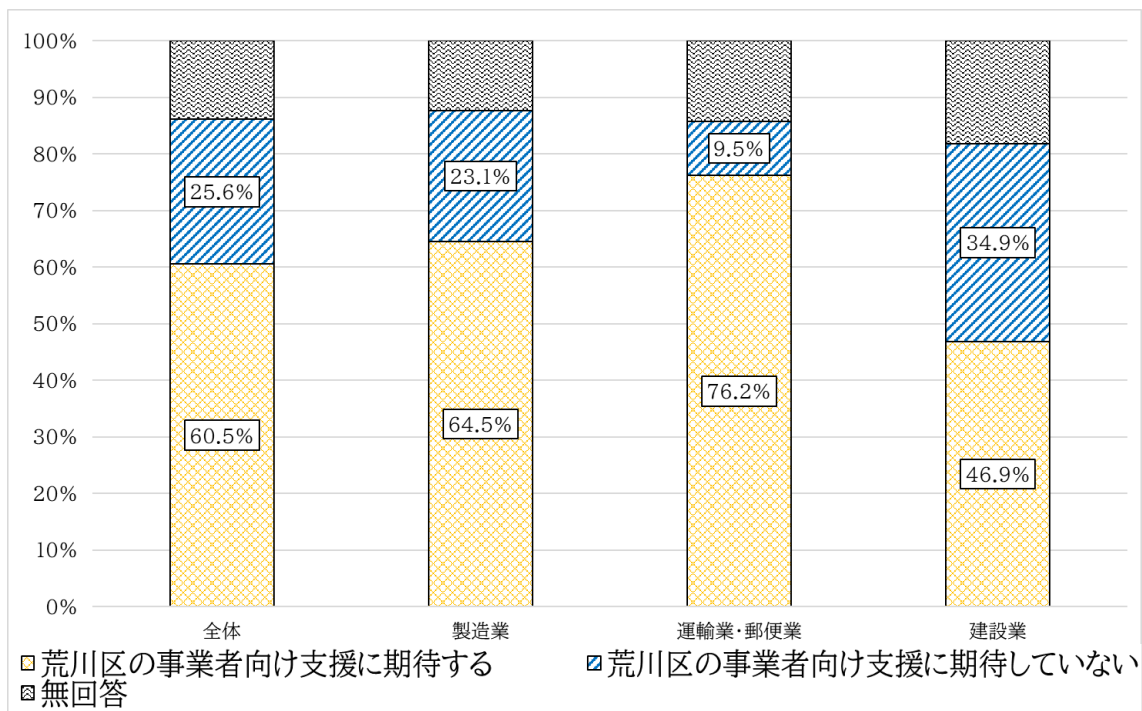
- 荒川区の事業所向け支援施策を知っている事業所のみ回答、複数回答可



直近5年間で利用した または知っている支援内容(補助金等)	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
新製品・新技術開発補助	53	12.7%	50	15.3%	0	0.0%	3	4.0%
産学連携研究開発補助	12	2.9%	12	3.7%	0	0.0%	0	0.0%
試験研究機関開発補助	6	1.4%	5	1.5%	0	0.0%	1	1.3%
企業課題相談支援	21	5.0%	21	6.4%	0	0.0%	0	0.0%
荒川区新製品・新技術大賞	40	9.6%	36	11.0%	0	0.0%	4	5.3%
見本市(展示会)等出展補助	60	14.4%	56	17.1%	0	0.0%	4	5.3%
中小企業“魅力発信”PR動画制作補助	23	5.5%	21	6.4%	0	0.0%	2	2.7%
販路開拓コーディネーター	12	2.9%	11	3.4%	0	0.0%	1	1.3%
販路開拓セミナー	16	3.8%	15	4.6%	0	0.0%	1	1.3%
製造業等経営力向上支援事業補助	123	29.5%	115	35.2%	5	33.3%	3	4.0%
工場建替え家賃補助	19	4.6%	17	5.2%	1	6.7%	1	1.3%
ISO 認証取得補助	10	2.4%	9	2.8%	0	0.0%	1	1.3%
モノづくり企業地域共生推進補助	42	10.1%	39	11.9%	0	0.0%	3	4.0%
産業財産権取得補助	8	1.9%	7	2.1%	0	0.0%	1	1.3%
中小企業融資制度	113	27.1%	89	27.2%	3	20.0%	21	28.0%
小規模企業共済加入助成	37	8.9%	27	8.3%	1	6.7%	9	12.0%
中小企業倒産防止共済加入助成	46	11.0%	30	9.2%	1	6.7%	15	20.0%
中小企業退職金共済加入助成	32	7.7%	19	5.8%	2	13.3%	11	14.7%
セミナー・研修等受講補助	18	4.3%	18	5.5%	0	0.0%	0	0.0%
人材確保・雇用相談	19	4.6%	14	4.3%	0	0.0%	5	6.7%
あらかわ経営塾	33	7.9%	31	9.5%	1	6.7%	1	1.3%
事業者向けIT セミナー	14	3.4%	10	3.1%	1	6.7%	3	4.0%
サイバーセキュリティ対策セミナー	12	2.9%	9	2.8%	1	6.7%	2	2.7%
事業承継セミナー	35	8.4%	30	9.2%	0	0.0%	5	6.7%
日暮里セミナー	11	2.6%	11	3.4%	0	0.0%	0	0.0%
セミナー名は分からないが、参加したことがある	13	3.1%	12	3.7%	0	0.0%	1	1.3%
企業相談員	52	12.5%	46	14.1%	4	26.7%	2	2.7%
高度特定分野専門家派遣	23	5.5%	22	6.7%	0	0.0%	1	1.3%
事業承継訪問相談	18	4.3%	16	4.9%	0	0.0%	2	2.7%
各産学連携推進員(MACC コーディネーター)	20	4.8%	18	5.5%	0	0.0%	2	2.7%
中小企業よろず相談	10	2.4%	8	2.4%	0	0.0%	2	2.7%
その他	56	13.4%	48	14.7%	2	13.3%	6	8.0%
荒川区の事業者向け支援施策を知っている事業所合計	417		327		15		75	

○荒川区の企業支援施策で利用したまたは知っている施策は、「製造業等経営力向上支援事業補助」が 29.5%で最も高くなっています。次いで、「中小企業融資制度」が 27.1%、「見本市(展示会)等出展補助」が 14.4%となっています。

(3) 支援施策への期待度

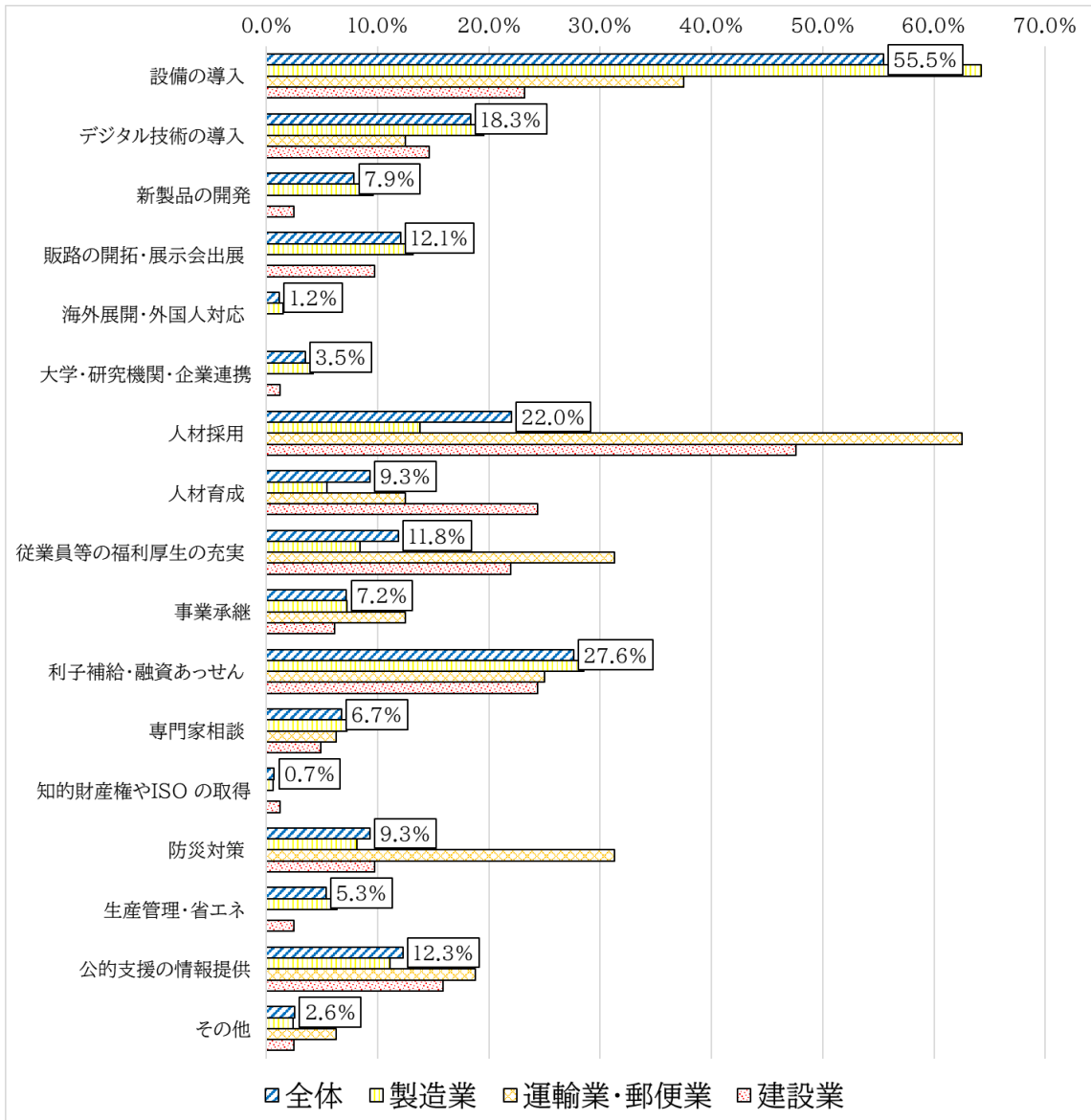


事業者向け支援施策に対する期待度	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
荒川区の事業者向け支援に期待する	431	60.5%	333	64.5%	16	76.2%	82	46.9%
荒川区の事業者向け支援に期待していない	182	25.6%	119	23.1%	2	9.5%	61	34.9%
無回答	99	13.9%	64	12.4%	3	14.3%	32	18.3%
合計	712	100.0%	516	100.0%	21	100.0%	175	100.0%

○荒川区の企業支援施策について、「期待する」が 60.5%、「期待していない」が 25.6%となっています。

(4) 期待する施策

- 荒川区の事業所向け支援に期待する事業所のみ回答、複数回答可



期待する施策	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
設備の導入	239	55.5%	214	64.3%	6	37.5%	19	23.2%
デジタル技術の導入	79	18.3%	65	19.5%	2	12.5%	12	14.6%
新製品の開発	34	7.9%	32	9.6%	0	0.0%	2	2.4%
販路の開拓・展示会出展	52	12.1%	44	13.2%	0	0.0%	8	9.8%
海外展開・外国人対応	5	1.2%	5	1.5%	0	0.0%	0	0.0%
大学・研究機関・企業連携	15	3.5%	14	4.2%	0	0.0%	1	1.2%
人材採用	95	22.0%	46	13.8%	10	62.5%	39	47.6%
人材育成	40	9.3%	18	5.4%	2	12.5%	20	24.4%
従業員等の福利厚生の充実	51	11.8%	28	8.4%	5	31.3%	18	22.0%
事業承継	31	7.2%	24	7.2%	2	12.5%	5	6.1%
利子補給・融資あっせん	119	27.6%	95	28.5%	4	25.0%	20	24.4%
専門家相談	29	6.7%	24	7.2%	1	6.3%	4	4.9%
知的財産権やISOの取得	3	0.7%	2	0.6%	0	0.0%	1	1.2%
防災対策	40	9.3%	27	8.1%	5	31.3%	8	9.8%
生産管理・省エネ	23	5.3%	21	6.3%	0	0.0%	2	2.4%
公的支援の情報提供	53	12.3%	37	11.1%	3	18.8%	13	15.9%
その他	11	2.6%	8	2.4%	1	6.3%	2	2.4%
荒川区の事業者向け支援に期待する事業所合計	431		333		16		82	

○荒川区の企業支援施策で期待する施策は、「設備の導入」が55.5%で最も高くなっています。次いで、「利子補給・融資あっせん」が27.6%、「人材採用」が22.0%、「デジタル技術の導入」が18.3%となっています。

(5) 荒川区の企業支援施策に対するご意見・ご要望

○補助金関係

- ・BtoC 向けの支援を強化してほしい ものづくり支援は続けてほしい。
- ・GX 経営支援補助金等を受けており、助かっている。
- ・LED の助成が欲しい。
- ・事業所建物、機械導入の支援を是非お願いしたい。
- ・事前申請の承認のプロセスに時間がかかりすぎるためもっと簡素化してほしい。
- ・従業員の道具購入等の補助があるといい。
- ・従業員向け健康診断の補助など。
- ・助成金額や比率を増やしてほしい。
- ・助成金の申請を簡単にしてほしい。
- ・新規に開拓開発したものへの補助はあるが、今あるものを維持していくための修繕などにかかる支援があると良い。失われる技術も救われるように思う。
- ・生産性向上、省力化に対する補助金支援やキュービクル入替に関する補助金が欲しい。
- ・展示会の回数制限を撤廃してほしい。
- ・導入も大切だが、修繕等にも目を向けてほしい。
- ・どの支援施策が弊社にフィットするか簡易に調べられるプラットフォームがあると良いと思う。
- ・建屋の補助金の充実を希望する。
- ・規制が多すぎる(省エネ性能とか)。そもそもお金がないから補助金申請するのに、高価な省エネエアコンなど導入できない。
- ・トラック購入時の支援で助かっています。
- ・リース可能な設備導入を補助してほしい。

○人材関係

- ・荒川区在住の人が荒川区の企業に勤務したときには補助金を出してほしい。
- ・荒川区内の事業者で人材をまわせる取組みをしてほしい。
- ・高齢者の採用に対する助成金があったらよい。
- ・人材が不足しているため、荒川区でも人材の斡旋を願いたい。
- ・人材採用について、結果が出るまでサポートして頂けると助かります。これまでのコンサルタントは結果に関わらず、指定回数をこなせばそれで終了です。
- ・人材紹介を公的機関でやってもらえれば費用が掛からない。(現在、民間のサービスを使っているが、費用がかなりかかる。)

○融資関係

- ・融資関係は継続的に実施してほしい。
- ・過去の金融機関からの借入返済が重荷になっている。

- ・手軽なつなぎ融資補助があればよい。
- ・利子、融資などの充実してほしい。審査をゆるくしてほしい。
- ・利子補給は継続してほしい。

○事業承継・廃業関係

- ・会社をたたむための支援はあるかどうか。
- ・M&A 関連の支援策があればよい。
- ・仲介業(不動産業や商社等)に比べ、製造業は設備も高額でリスクも高く重労働である。その為、製造業を廃業してしまう会社が多いので、事業承継には大胆な優遇措置が必要だと考える。

○相談事業関係

- ・空き賃貸物件を紹介してほしい。
- ・事業者は業務に手一杯で、相談する余力や余裕がない。相談や申込をしなくても、巡回して御用聞きや悩み相談に来て欲しい。
- ・より業界に詳しく特化した相談員を派遣してほしい。
- ・小企業にとって設備投資は絶対必要だがハードルが高い大きな課題。設備が整っていないと若い人材は集まらない。何か良いご指導を賜りたい。
- ・専門家の支援、よくやっています
- ・相談員が親身になっていただき適切な指導がありました。また手続きが早く助かりました。

○周知関係

- ・区長からの施策等の PR に期待する。
- ・広報があまりされていないのでは(東京都産業振興局からは定期的に会報のようなものが届く。台東区の同業者からは、台東区の取り組みを活用している例をよく聞く。これらと比較すると、荒川区の取り組みは事業者が届いていないのではないか。)
- ・補助金の情報を定期的に PR してほしい。(年に 1 回程度)
- ・情報が入ってこないのが今一分からない。特に個人事業主なのでどの程度支援があるのか知らない。
- ・大学などが保有するシーズを積極的に発信してほしい。
- ・東京アンチモニー工芸品を区の産業、特産品(地場産業)として紹介してほしい。
- ・ホームページを見ないとわからず、情報が広く提供されていないと感じる。

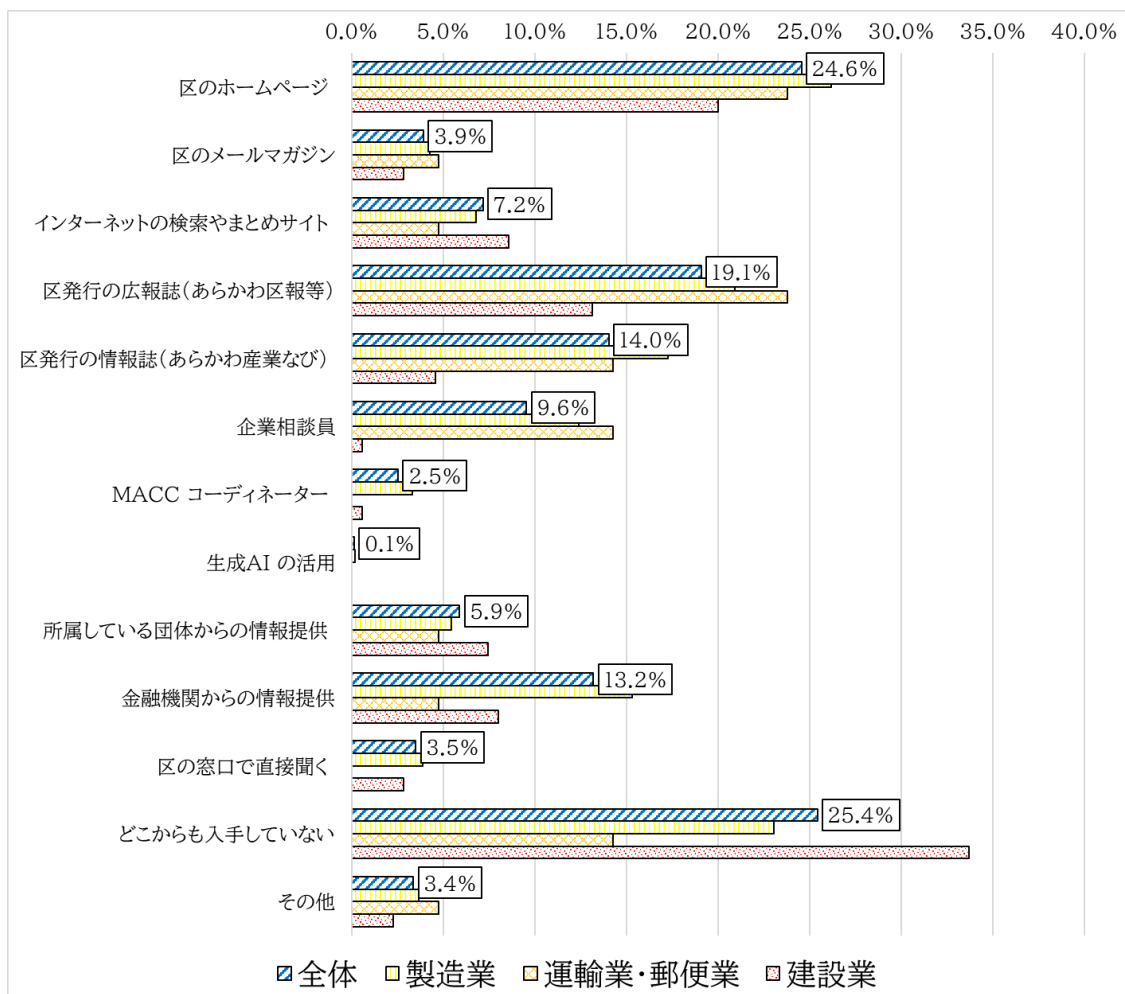
○その他

- ・荒川区の事業者向け支援は今後も続けてほしい。
- ・個人の場合少し敷居が高く感じます。
- ・荒川区は経済基盤が弱い割には施策が厚いと思う。新しい区長の手腕を期待したい。

- ・荒川区は中小企業や個人事業主に他の行政に比べ手厚いと感じているので、継続してほしい。
- ・区の相見積もり案件に呼んでもらえるように登録できるものがほしい。
- ・若手経営者同士で横の連携をとりたい。
- ・事業承継もあり設備を導入する時に補助金でお世話になり、大変ありがたかったです。いろいろ相談できて心強かったです。

(6) 荒川区の産業施策に関する情報を入手する媒体やルート

- 複数回答可



区の産業施策に関する情報を入手する媒体やルート	全体		製造業		運輸業・郵便業		建設業	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
区のホームページ	175	24.6%	135	26.2%	5	23.8%	35	20.0%
区のメールマガジン	28	3.9%	22	4.3%	1	4.8%	5	2.9%
インターネットの検索やまとめサイト	51	7.2%	35	6.8%	1	4.8%	15	8.6%
区発行の広報誌(あらかわ区報等)	136	19.1%	108	20.9%	5	23.8%	23	13.1%
区発行の情報誌(あらかわ産業ナビ)	100	14.0%	89	17.2%	3	14.3%	8	4.6%
企業相談員	68	9.6%	64	12.4%	3	14.3%	1	0.6%
MACC コーディネーター	18	2.5%	17	3.3%	0	0.0%	1	0.6%
生成AI の活用	1	0.1%	1	0.2%	0	0.0%	0	0.0%
所属している団体からの情報提供	42	5.9%	28	5.4%	1	4.8%	13	7.4%
金融機関からの情報提供	94	13.2%	79	15.3%	1	4.8%	14	8.0%
区の窓口で直接聞く	25	3.5%	20	3.9%	0	0.0%	5	2.9%
どこからも入手していない	181	25.4%	119	23.1%	3	14.3%	59	33.7%
その他	24	3.4%	19	3.7%	1	4.8%	4	2.3%
回答者計	712		516		21		175	

○荒川区の産業施策に関する情報を入手する媒体やルートについては、「どこからも入手していない」が25.4%で最も高くなっています。次いで、「区のホームページ」が24.6%、「区発行の広報誌(あらかわ区報等)」が19.1%、「区発行の情報誌(あらかわ産業ナビ)」が14.0%となっています。

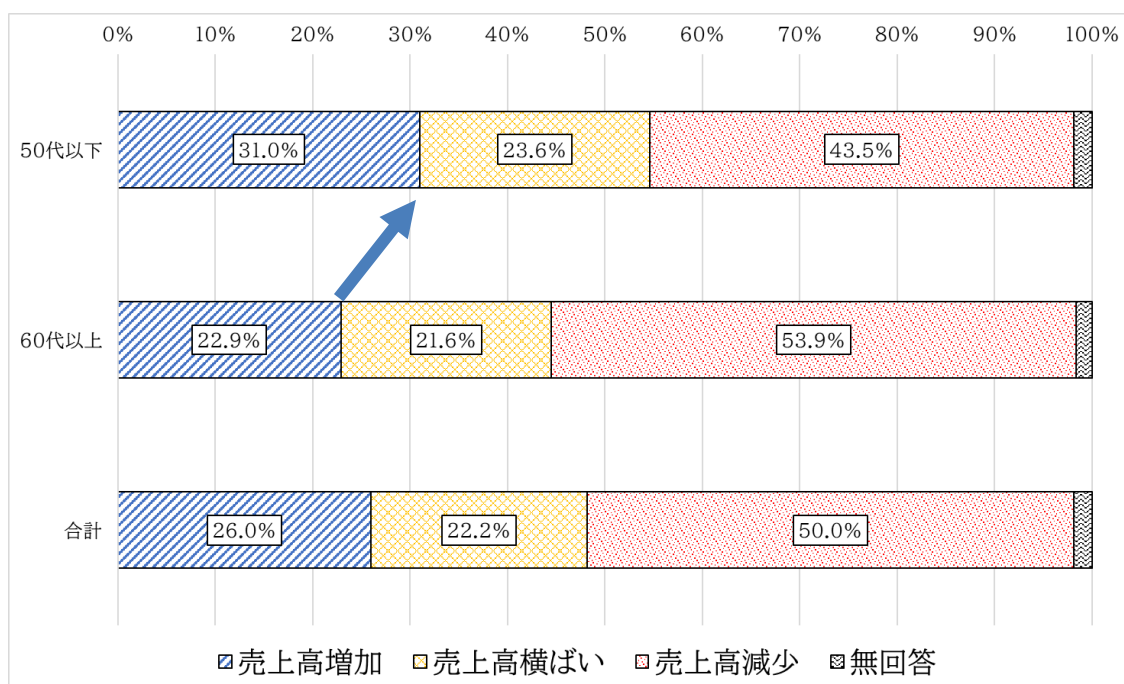
VI. 関連性分析

製造業の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 売上高推移との関連性

売上高の推移と関連ある項目を抽出しました。

(1) 代表者年齢と売上高推移

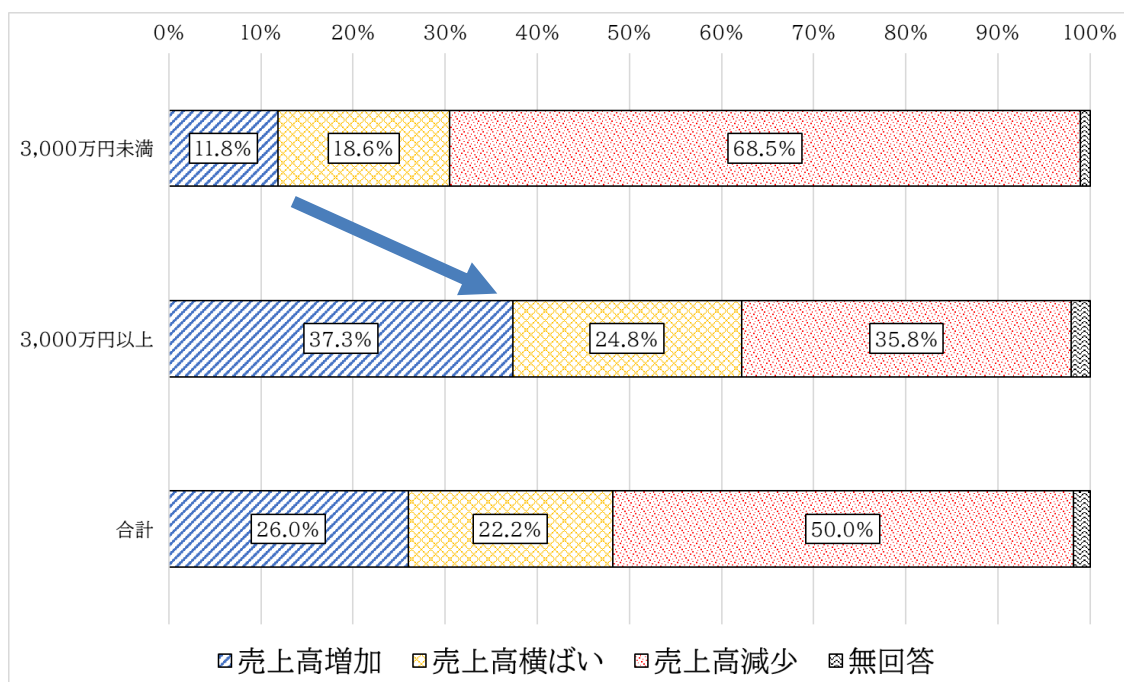


	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
50代以下	84	31.0%	64	23.6%	118	43.5%	5	1.8%	271
60代以上	100	22.9%	94	21.6%	235	53.9%	7	1.6%	436
無回答	1	20.0%	0	0.0%	3	60.0%	1	20.0%	5
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○代表者の年齢が「50代以下」の事業所は、コロナ前と比較して「売上高増加」となった割合が、「60代以上」の事業所と比べて高くなっています。

○「60代以上」の事業所では「売上高減少」とする回答が中心となっています。

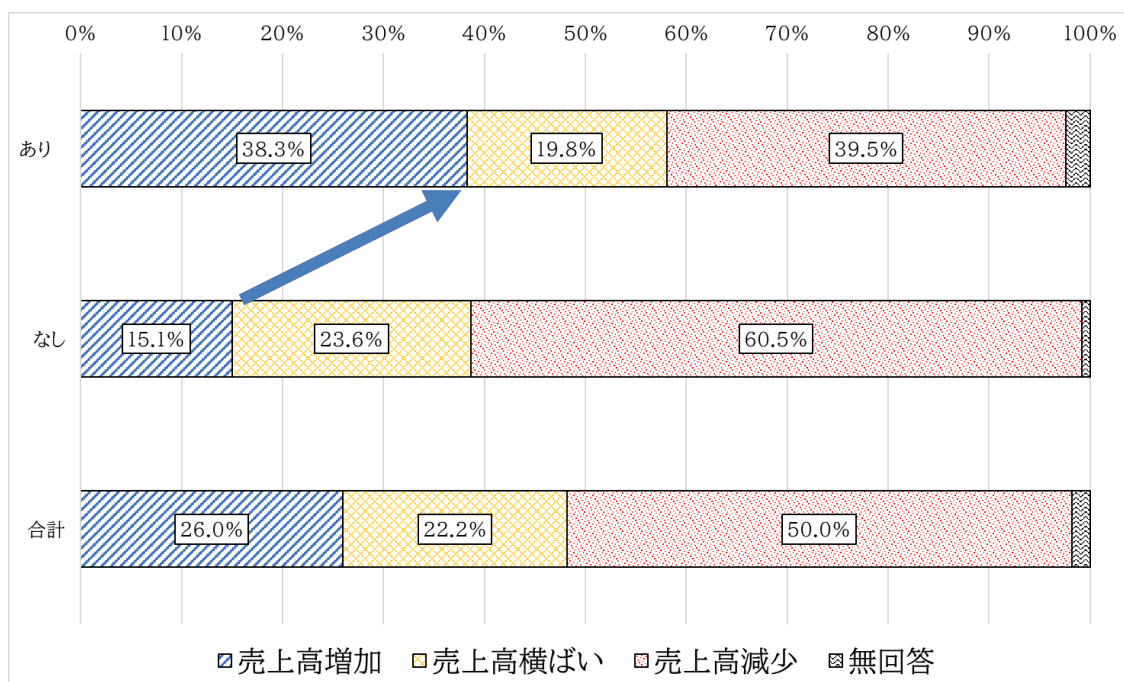
(2) 直近売上高規模と売上高推移



	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
3,000万円未満	33	11.8%	52	18.6%	191	68.5%	3	1.1%	279
3,000万円以上	149	37.3%	99	24.8%	143	35.8%	8	2.0%	399
無回答	3	8.8%	7	20.6%	22	64.7%	2	5.9%	34
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○直近売上高規模が「3,000 万円以上」の事業所は、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、直近売上高規模が「3,000 未満」の事業所と比べて 3 倍以上となっています。

(3) ホームページの有無と売上高推移

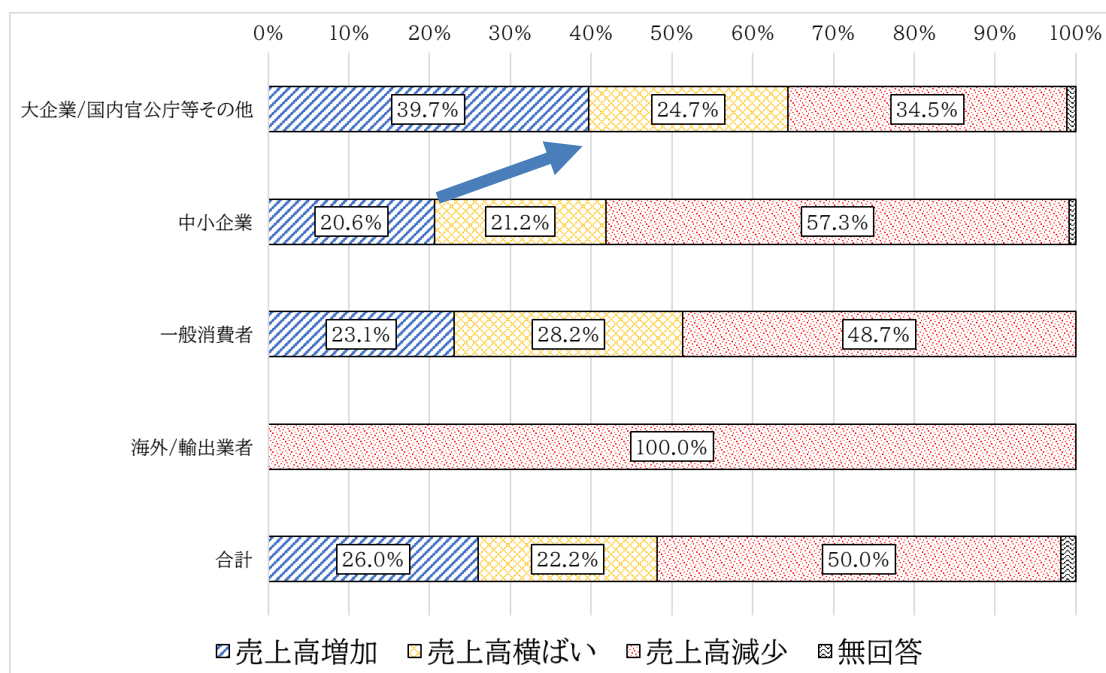


	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
あり	126	38.3%	65	19.8%	130	39.5%	8	2.4%	329
なし	53	15.1%	83	23.6%	213	60.5%	3	0.9%	352
無回答	6	19.4%	10	32.3%	13	41.9%	2	6.5%	31
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○「ホームページあり」の事業所では売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「ホームページなし」の事業所に比べて2倍以上高くなっています。

○「ホームページなし」の事業所では売上高がコロナ前と比較して「横ばい」や「減少」している割合が中心となっています。

(4) 顧客（販売先）の属性と売上高推移

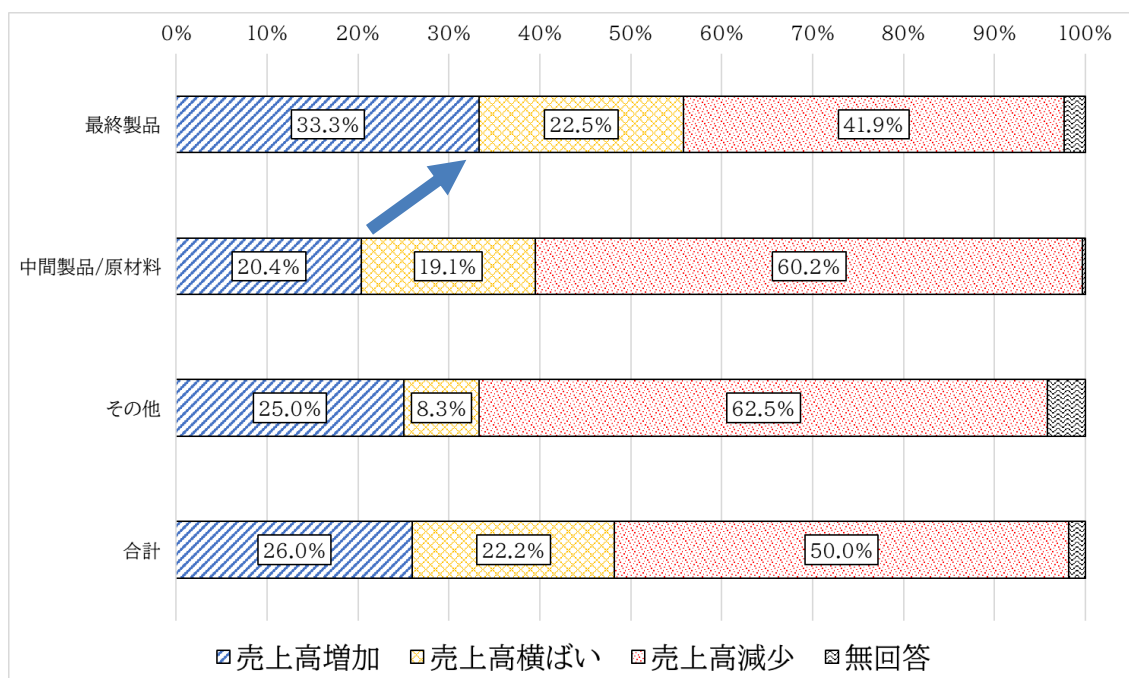


	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
大企業 国内官公庁等その他	69	39.7%	43	24.7%	60	34.5%	2	1.1%	174
中小企業	96	20.6%	99	21.2%	267	57.3%	4	0.9%	466
一般消費者	9	23.1%	11	28.2%	19	48.7%	0	0.0%	39
海外/輸出業者	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1
無回答	11	34.4%	5	15.6%	9	28.1%	7	21.9%	32
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○顧客（販売先）の属性が「大企業・官公庁・自治体等」の事業所では、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「中小企業」の事業所に比べて2倍程度高くなっています。

○顧客（販売先）の属性が「中小企業」「一般消費者」の事業所では、売上高がコロナ前と比較して「横ばい」や「減少」している割合が中心となっています。

(5) 製品の種類と売上高推移

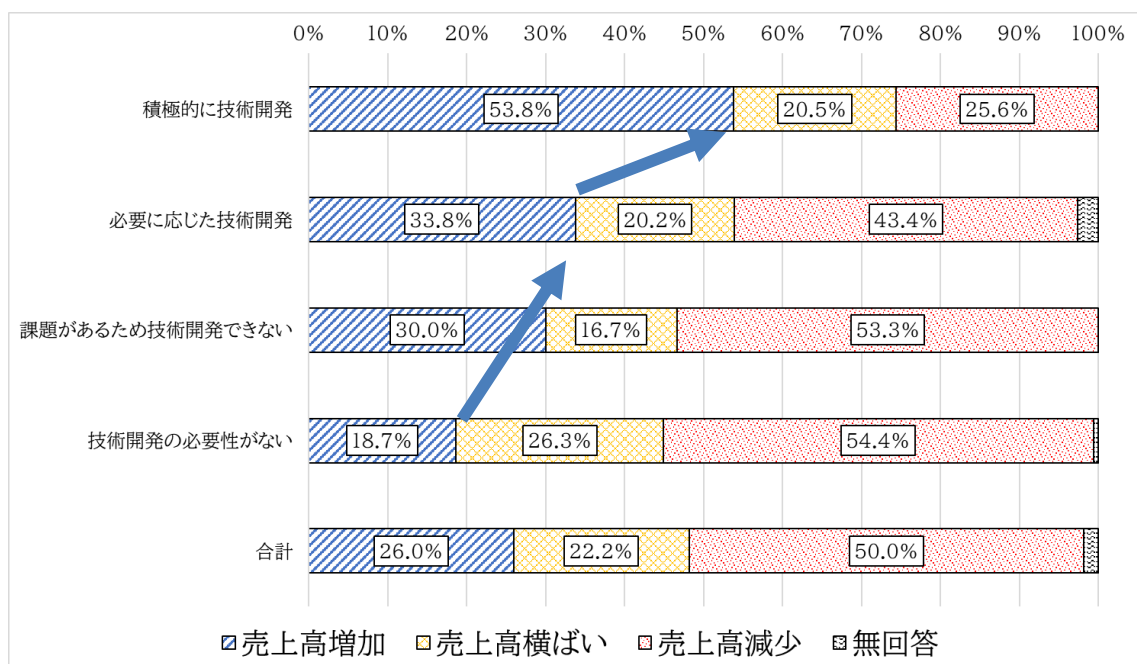


	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
最終製品	43	33.3%	29	22.5%	54	41.9%	3	2.3%	129
中間製品/原材料	67	20.4%	63	19.1%	198	60.2%	1	0.3%	329
その他	6	25.0%	2	8.3%	15	62.5%	1	4.2%	24
無回答	69	30.0%	64	27.8%	89	38.7%	8	3.5%	230
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○製品の種類が「最終製品」の事業所では、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が「中間製品/原材料」の事業所に比べて1.5倍以上高くなっています。

○製品の種類が「中間製品/原材料」の事業所では、売上高がコロナ前と比較して「減少」している割合が全体平均に比べて高くなっています。

(6) 技術開発の取り組み意欲と売上高推移

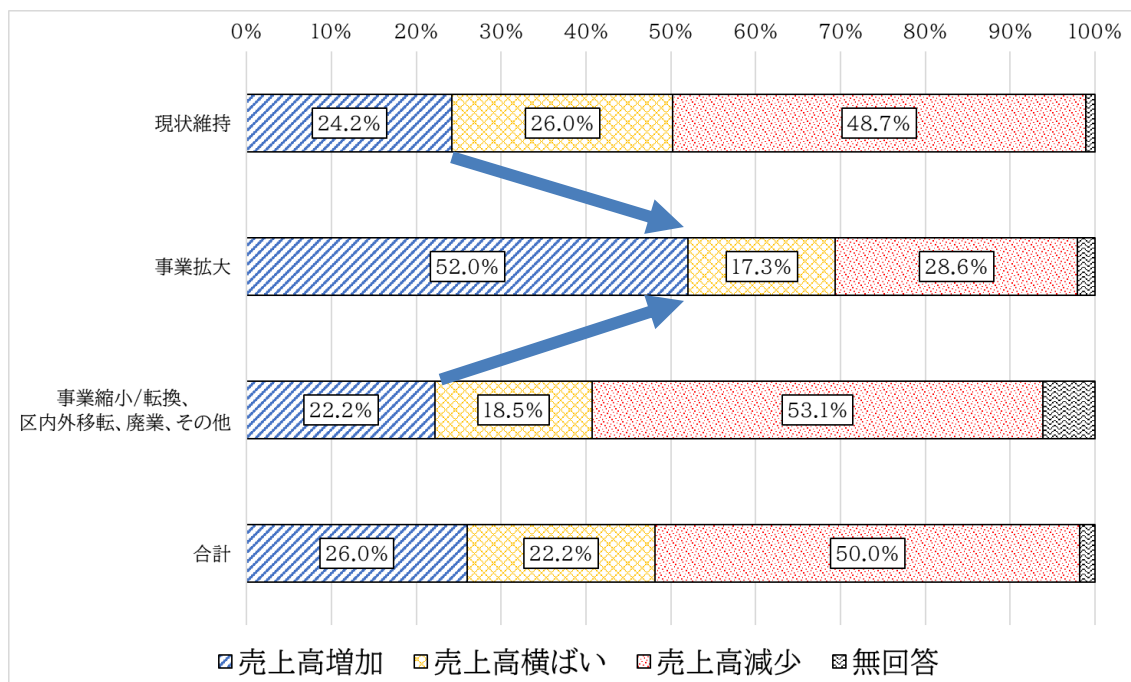


	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
積極的に技術開発	21	53.8%	8	20.5%	10	25.6%	0	0.0%	39
必要に応じた技術開発	77	33.8%	46	20.2%	99	43.4%	6	2.6%	228
課題があるため技術開発できない	9	30.0%	5	16.7%	16	53.3%	0	0.0%	30
技術開発の必要性がない	59	18.7%	83	26.3%	172	54.4%	2	0.6%	316
無回答	19	19.2%	16	16.2%	59	59.6%	5	5.1%	99
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○「積極的に技術開発を行っている」事業所及び「必要に応じた技術開発を行っている」事業所では、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「技術開発の必要性がない」事業所に比べて2倍程度高くなっています。

○「技術開発の必要性がない」事業所及び「課題があるため技術開発できない」事業所では、売上高が「減少」している割合が全体平均に比べて高くなっています。

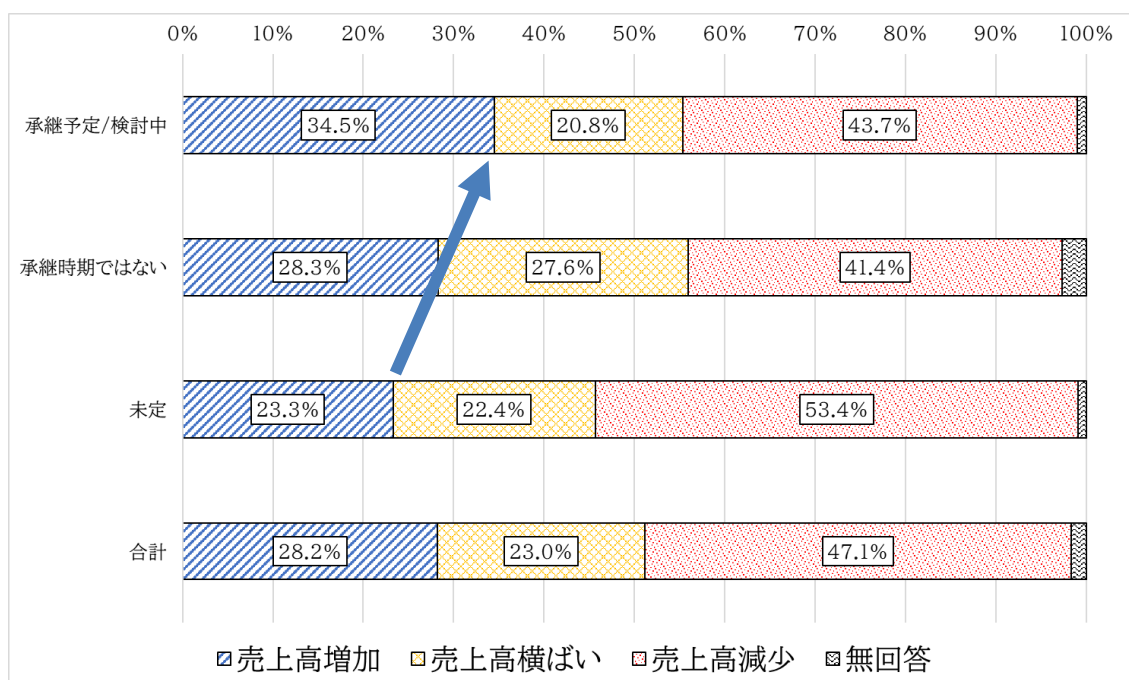
(7) 今後の事業方針と売上高推移



	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
現状維持	108	24.2%	116	26.0%	217	48.7%	5	1.1%	446
事業拡大	51	52.0%	17	17.3%	28	28.6%	2	2.0%	98
事業縮小/転換、区内外移転、廃業、その他	18	22.2%	15	18.5%	43	53.1%	5	6.2%	81
無回答	8	9.2%	10	11.5%	68	78.2%	1	1.1%	87
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○今後5年間の事業方針が「事業拡大」の事業者は、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「現状維持」や「事業縮小/転換、区内外移転、廃業、その他」に比べて2倍以上高くなっています。

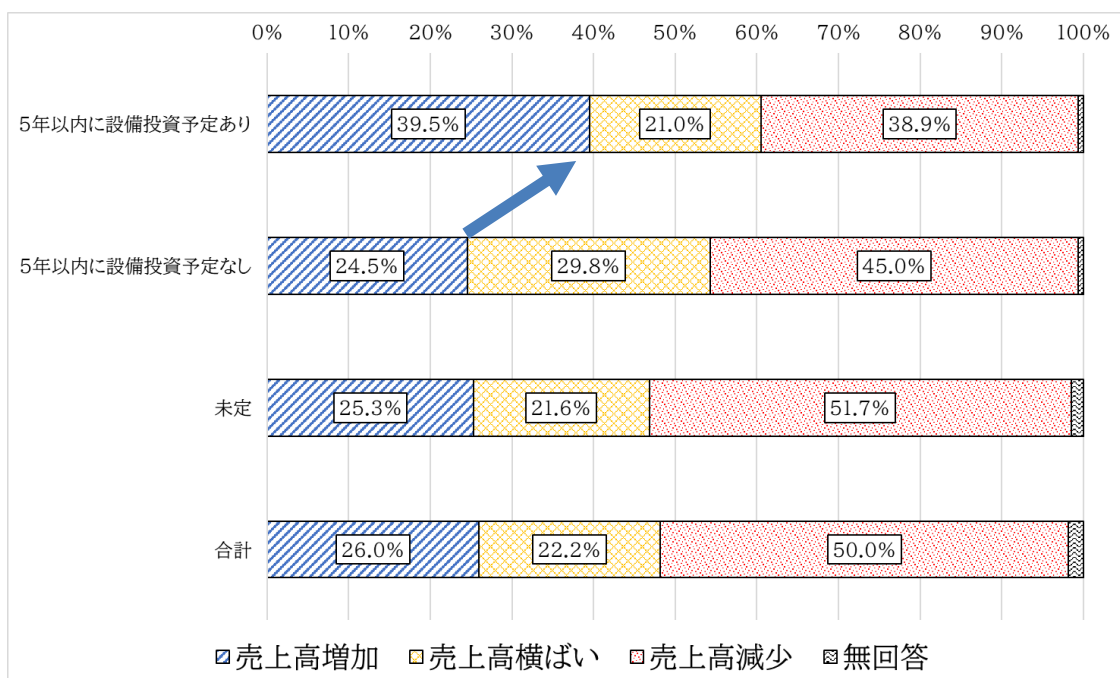
(8) 事業承継と売上高推移



	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
承継予定/検討中	68	34.5%	41	20.8%	86	43.7%	2	1.0%	197
承継時期ではない	43	28.3%	42	27.6%	63	41.4%	4	2.6%	152
未定	51	23.3%	49	22.4%	117	53.4%	2	0.9%	219
無回答	4	20.0%	3	15.0%	11	55.0%	2	10.0%	20
合計	166	28.2%	135	23.0%	277	47.1%	10	1.7%	588

○「5年後までに承継予定/検討中」の事業者は、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「未定」の事業者に比べて1.5倍程度高くなっています。

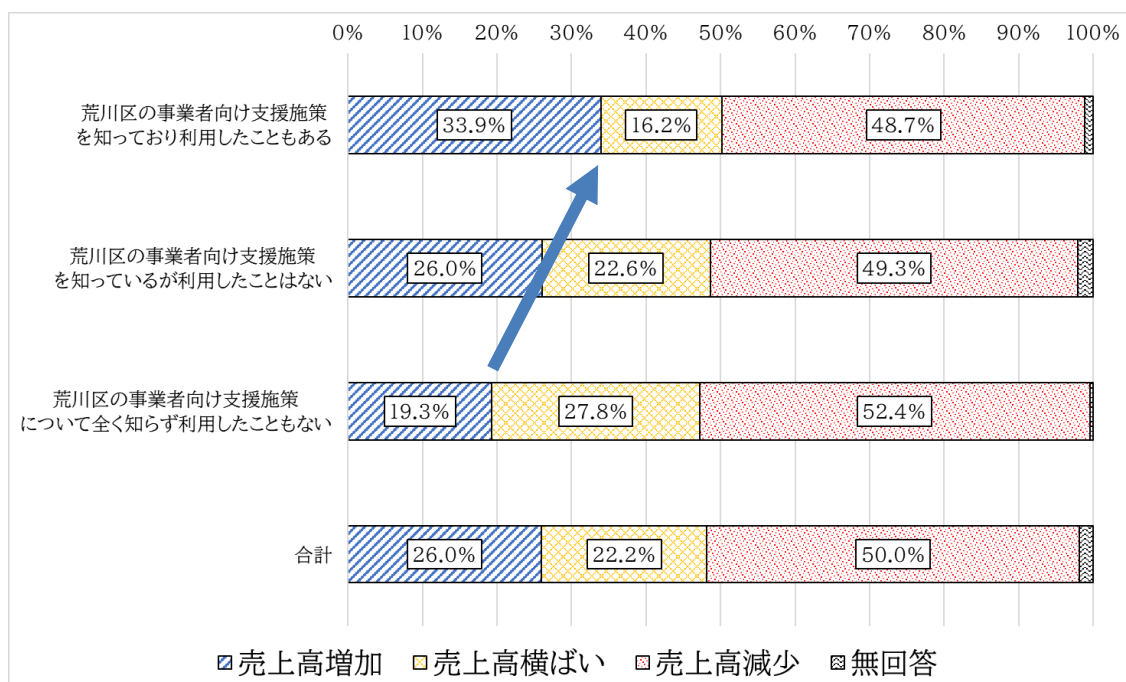
(9) 設備投資予定と売上高推移



	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
5年以内に設備投資予定あり	62	39.5%	33	21.0%	61	38.9%	1	0.6%	157
5年以内に設備投資予定なし	37	24.5%	45	29.8%	68	45.0%	1	0.7%	151
未定	68	25.3%	58	21.6%	139	51.7%	4	1.5%	269
無回答	18	13.3%	22	16.3%	88	65.2%	7	5.2%	135
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○「5年以内に設備投資予定あり」の事業者は、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「5年以内に設備投資予定なし」の事業者に比べて1.5倍以上高くなっています。

(10) 企業支援施策の認知度と売上高推移

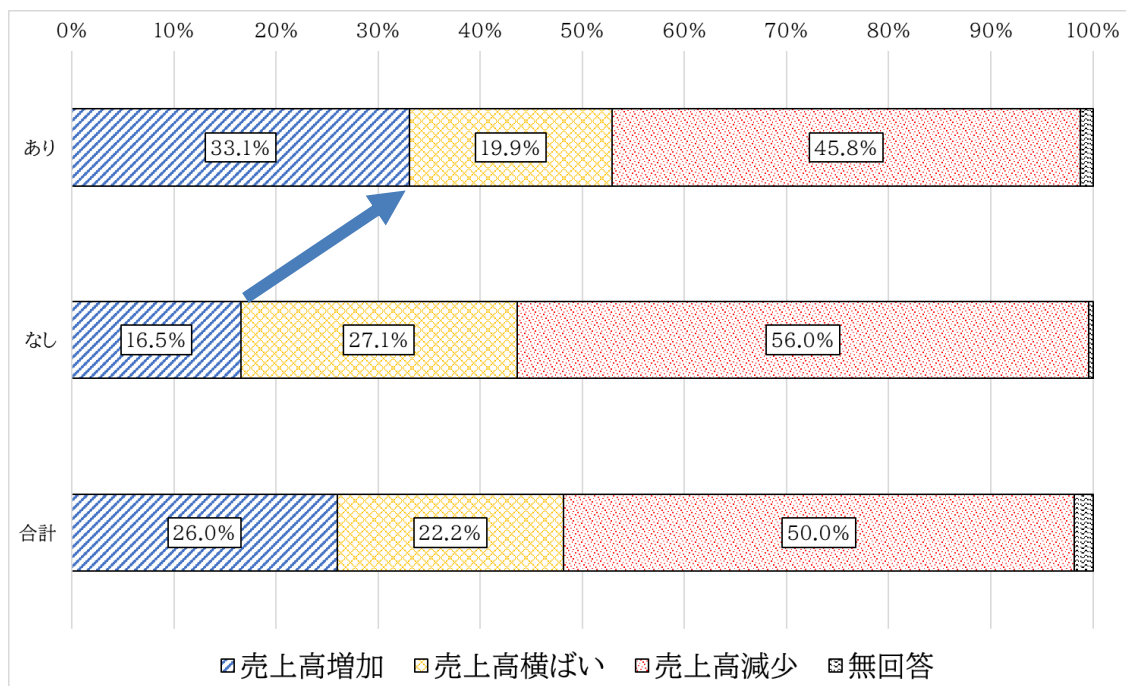


	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
荒川区の事業者向け支援施策を知っており、利用したこともある	92	33.9%	44	16.2%	132	48.7%	3	1.1%	271
荒川区の事業者向け支援施策を知っているが、利用したことはない	38	26.0%	33	22.6%	72	49.3%	3	2.1%	146
荒川区の事業者向け支援施策について全く知らず、利用したこともない	41	19.3%	59	27.8%	111	52.4%	1	0.5%	212
無回答	14	16.9%	22	26.5%	41	49.4%	6	7.2%	83
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○「荒川区の事業者向け支援施策を知っており、利用したこともある」事業者は、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「荒川区の事業者向け支援施策について全く知らず、利用したこともない」事業者に比べて1.5倍以上高くなっています。

○「荒川区の事業者向け支援施策について全く知らず、利用したこともない」事業者は、売上高がコロナ前と比較して「横ばい」や「減少」している割合が、中心となっています。

(11) 借入金の有無と売上高推移



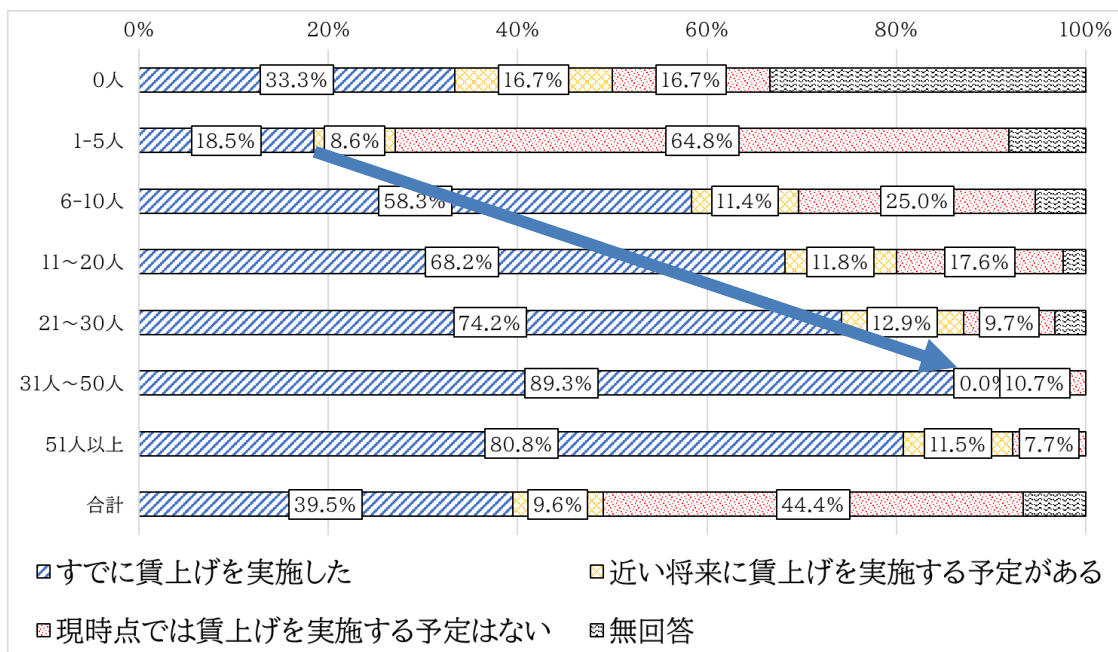
	売上高増加		売上高横ばい		売上高減少		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
あり	135	33.1%	81	19.9%	187	45.8%	5	1.2%	408
なし	44	16.5%	72	27.1%	149	56.0%	1	0.4%	266
無回答	6	15.8%	5	13.2%	20	52.6%	7	18.4%	38
合計	185	26.0%	158	22.2%	356	50.0%	13	1.8%	712

○ 借入金が「あり」の事業者では、売上高がコロナ前と比較して「増加」している割合が、「なし」の事業者に比べて2倍高くなっています。

2 賃上げ状況との関連性

賃上げの状況と関連ある項目を抽出しました。

(1) 従業員数と賃上げの状況

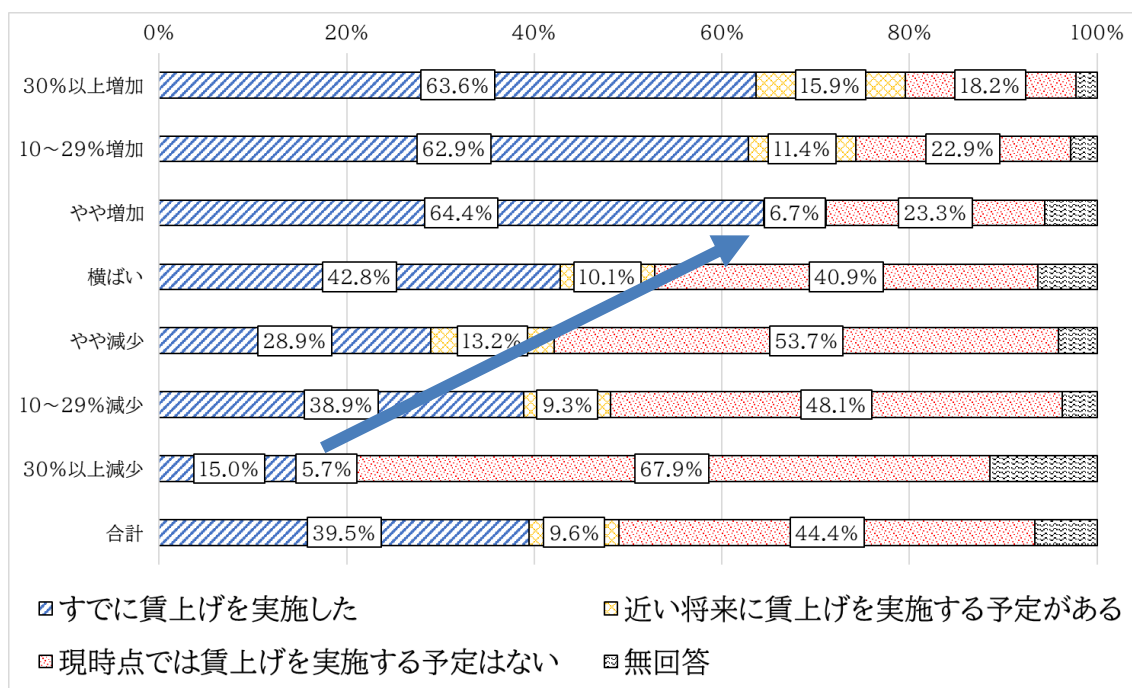


	すでに賃上げを実施した		近い将来に賃上げを実施する予定がある		現時点では賃上げを実施する予定はない		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
0人	2	33.3%	1	16.7%	1	16.7%	2	33.3%	6
1-5人	73	18.5%	34	8.6%	256	64.8%	32	8.1%	395
6-10人	77	58.3%	15	11.4%	33	25.0%	7	5.3%	132
11~20人	58	68.2%	10	11.8%	15	17.6%	2	2.4%	85
21~30人	23	74.2%	4	12.9%	3	9.7%	1	3.2%	31
31人~50人	25	89.3%	0	0.0%	3	10.7%	0	0.0%	28
51人以上	21	80.8%	3	11.5%	2	7.7%	0	0.0%	26
無回答	2	22.2%	1	11.1%	3	33.3%	3	33.3%	9
合計	281	39.5%	68	9.6%	316	44.4%	47	6.6%	712

○ 従業員数「31~50人」の事業者では、「すでに賃上げを実施した」割合が、「1~5人」の事業者に比べて5倍程度高くなっています。

○ 従業員数「1~5人」の事業者では、「現時点では賃上げを実施する予定はない」とする割合が、6割強となっています。

(2) 営業利益推移と賃上げの状況

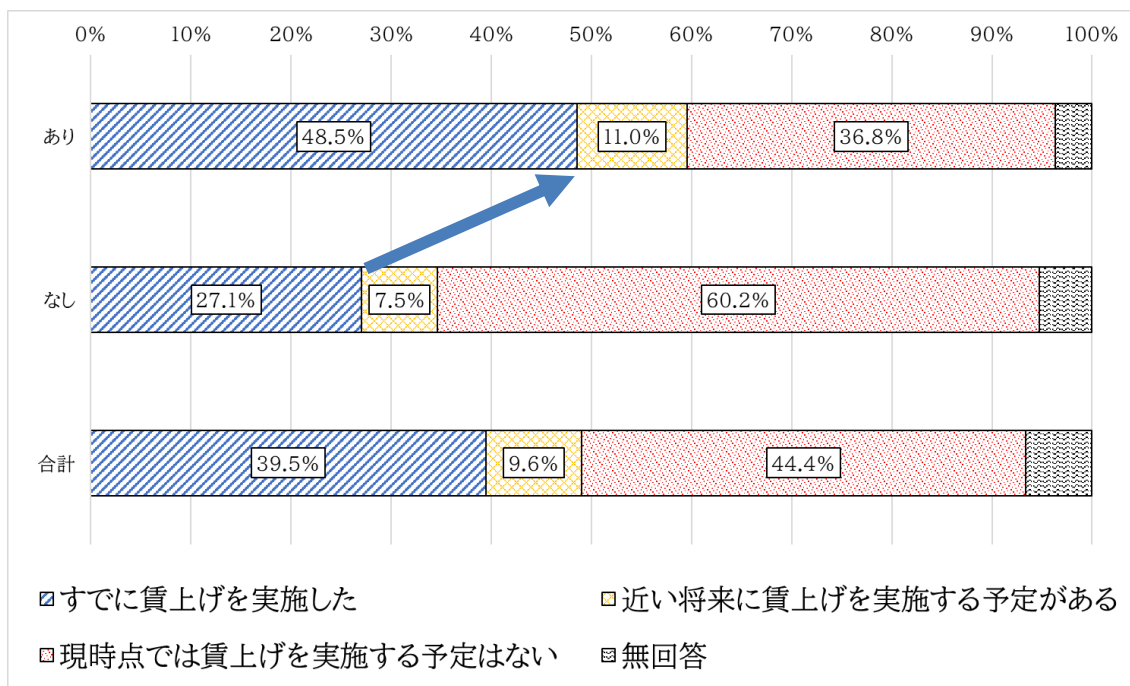


	すでに賃上げを実施した		近い将来に賃上げを実施する予定がある		現時点では賃上げを実施する予定はない		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
30%以上増加	28	63.6%	7	15.9%	8	18.2%	1	2.3%	44
10~29%増加	22	62.9%	4	11.4%	8	22.9%	1	2.9%	35
やや増加	58	64.4%	6	6.7%	21	23.3%	5	5.6%	90
横ばい	68	42.8%	16	10.1%	65	40.9%	10	6.3%	159
やや減少	35	28.9%	16	13.2%	65	53.7%	5	4.1%	121
10~29%減少	42	38.9%	10	9.3%	52	48.1%	4	3.7%	108
30%以上減少	21	15.0%	8	5.7%	95	67.9%	16	11.4%	140
無回答	7	46.7%	1	6.7%	2	13.3%	5	33.3%	15
合計	281	39.5%	68	9.6%	316	44.4%	47	6.6%	712

○ 営業利益が増加している事業者では、「すでに賃上げを実施した」割合が、営業利益が大きく減少している事業者に比べて4倍以上高くなっています。

○ 営業利益が減少している中でも、「すでに賃上げを実施した」割合が一定数存在しており、いわゆる「防衛的賃上げ」の状況が見られます。

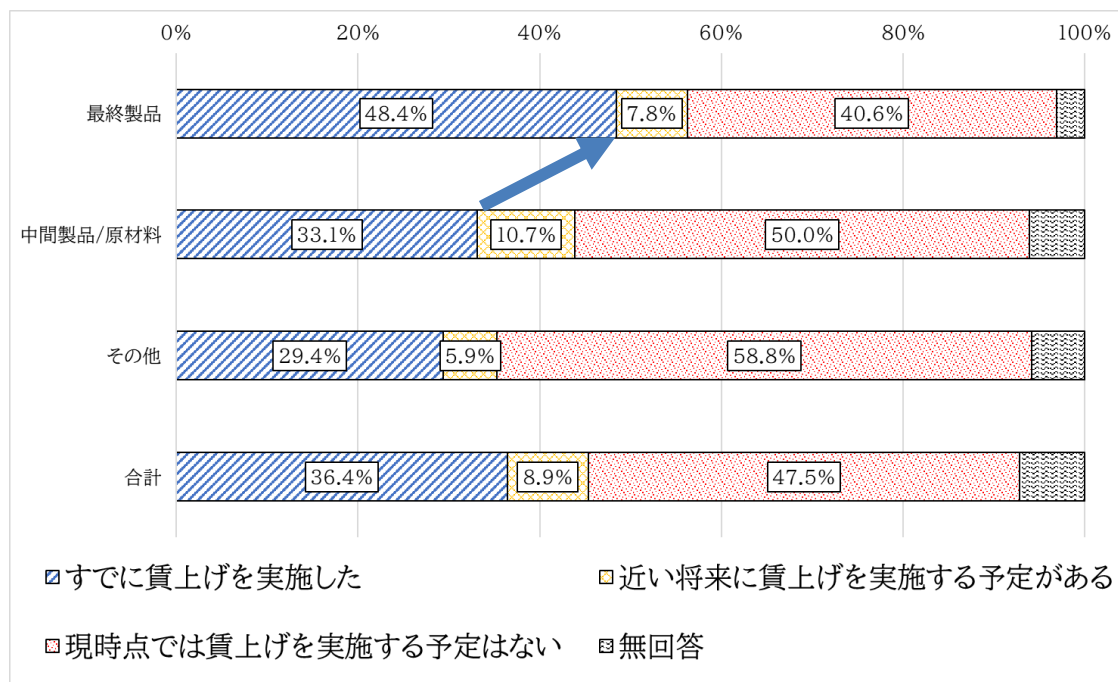
(3) 借入金の有無と賃上げの状況



	すでに賃上げを実施した		近い将来に賃上げを実施する予定がある		現時点では賃上げを実施する予定はない		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
あり	198	48.5%	45	11.0%	150	36.8%	15	3.7%	408
なし	72	27.1%	20	7.5%	160	60.2%	14	5.3%	266
無回答	11	28.9%	3	7.9%	6	15.8%	18	47.4%	38
合計	281	39.5%	68	9.6%	316	44.4%	47	6.6%	712

○ 「借入金あり」の事業者では、「すでに賃上げを実施した」割合が、「借入金なし」の事業者に比べて2倍程度高くなっています。

(4) 事業形態（製品の種類）と賃上げの状況



	すでに賃上げを実施した		近い将来に賃上げを実施する予定がある		現時点では賃上げを実施する予定はない		無回答		合計
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	
最終製品	62	48.4%	10	7.8%	52	40.6%	4	3.1%	128
中間製品/原材料	108	33.1%	35	10.7%	163	50.0%	20	6.1%	326
その他	5	29.4%	1	5.9%	10	58.8%	1	5.9%	17
無回答	13	28.9%	0	0.0%	20	44.4%	12	26.7%	45
合計	188	36.4%	46	8.9%	245	47.5%	37	7.2%	516

○「最終製品」を扱う事業者では、「すでに賃上げを実施した」割合が、「中間製品／原材料」を扱う事業者に比べて 1.5 程度高くなっています。

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、企業支援施策の今後の方針は以下のとおりである。

1 経営基盤の強化に向けた支援

少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少や深刻な人手不足、さらには長期化する物価高騰など、区内事業者の経営環境は厳しさを増している。

企業にとって生産性向上が喫緊の課題となるが、今後の設備投資計画について、5年以内の実施予定が約2割に留まる一方、6割近い事業者が「未定」または「予定なし」と回答している。

直近の利益状況をみても約3割の事業者が「赤字」と回答しており、原材料費やエネルギー価格の高騰、防衛的な賃上げ等が利益を圧迫し、経営基盤の弱体化や資金繰りへの不安を招いている実態がうかがえる。

こうした背景から、デジタル化を含む生産性向上に向けた設備投資は、自己資金の不足や投資負担への懸念が障壁となり、十分に進展していない状況が示されている。

現在、区では、生産性の向上や省エネルギー化、脱炭素化に資する設備投資補助などを通じて、継続的なコスト縮減や付加価値の向上を図っているところである。資金繰り支援にあたっては、経済急変対応融資をはじめとした低利の制度融資を行うほか、区内事業者の大半を占める小規模事業者の経営をバックアップするため、令和7年度から新たにマル経融資の利子補助の制度を導入している。

さらに令和8年2月より、区では、賃上げや生産性向上に向けたデジタル化等の設備投資支援を拡充するとともに、資金繰り支援の充実を図るなど、区内企業の持続的な成長に向けて経営基盤を強化しており、今後も、区内事業者のニーズをとらえた、適切な支援を行っていく。

【根拠となる調査項目】

IV.基本情報調査票の集計結果

2(2) 直前期の営業利益

V.調査票の集計結果

11(1) 借入金の有無

11(4) 借入金の使い道

12(7) 今後(5年後まで)の設備投資の予定

13(4) 期待する施策

VI.関連性分析

1(9) 設備投資予定と売上高推移

2(2) 営業利益推移と賃上げの状況

2(3) 借入金の有無と賃上げの状況

2 事業承継及び人材確保に対する支援

今後(5年後までに)の事業承継・経営権移転については、「未定」とする事業所が最も多い一方で、「承継予定」「承継検討中」とする事業所も一定割合存在しており、令和3年度の調査時と同様に事業の転換期を迎える企業が多いことが示されている。

しかし、後継者の育成にあたり、育成方法については「わからない」が最も多くなっている。また、人材の確保に課題がある事業所では、「技能人材」を挙げる割合が最も高く、事業承継と人材不足が同時並行で進行している状況が確認できる。

区では、事業承継への支援に関して、「啓発セミナー」や「事業承継士による訪問相談」、「後継者塾」などを実施しているところであるが、今後、金融機関をはじめとした関係機関との連携をさらに強化し、事業承継を必要としている事業所の掘り起しを行い、いち早く適切な支援に繋げていく。

人材確保については、ハローワークと連携した地域密着型の「就職面接会」のほか、令和7年度から「荒川区健康づくり推進事業所表彰」制度を創設のうえ、健康経営を推進し従業員の健康づくりについて優れた取組を行う事業所をPRしている。また、企業と就職者とのミスマッチを防ぐため、工場で実際に作業を体験したり、見学できる面接会を開催した。

今後も、国や都等の関係機関とも連携し人材確保に向けた支援を充実させる。加えて、価格転嫁に関する相談支援や賃上げ特例を設けた設備補助により持続的な賃上げの促進を図るとともに、安全な労働環境に向けた整備費を補助するなど、人材の確保・定着に向けた支援を強化していく。

【根拠となる調査結果】

IV.基本情報調査票の集計結果

1(2)代表者の年齢

V.調査票の集計結果

3(1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題

5(1) 現在の人材の状況

5(2) 確保に課題がある人材

5(4) 採用を強化したい人材

5(5) 人材確保・定着のために荒川区に求める支援策

12(3) 今後(5年後まで)の事業承継、経営権移転の予定

12(5) 後継者の育成にあたり活用する予定の方法

13(4) 期待する施策

VI.関連性分析

1(1)代表者年齢と売上高推移

1(8)事業承継と売上高推移

3 デジタル技術の活用の促進

荒川区に期待する企業支援施策として、「設備の導入」だけでなく「デジタル技術の導入」を求める声もみられた。現在取り組んでいるデジタル化の内容では「メールやコミュニケーションツールの活用」が最も多く、デジタル化の初期段階に留まっている事業所が多いことが推察される。

一方、デジタル化を推進するうえでの課題は「デジタル化を推進できる人材がない」「従業員が IT ツール・システムを使いこなせない」など、人的体制に関する課題が多く挙げられており、機器導入のみならず、実務レベルの人材育成や支援制度の拡充が必要である。

さらに、ホームページ未保有が半数超であることや、DX の導入意欲はあるものの、「人材・知識・資金」などの経営資源の不足からデジタル化が遅れ、結果として、販路・受注・生産管理の非効率化を招いていると考えられる。人手不足の深刻化は常態化しており、省力化にも資するデジタル化は避けて通れない課題である。

区では、デジタルツールに関するセミナーや専門家によるデジタル化伴走支援、デジタル環境の整備費補助等を実施しているところであるが、デジタル化・DX を更に押し進めていくためには、人材育成を含めた多角的な支援が求められる。今後は、生成 AI 等の急速な技術進展も踏まえ、国や都等の関係機関とも連携し、支援内容の更なる充実を図っていく。

【根拠となる調査結果】

IV.基本情報調査票の集計結果

1 (9) ホームページの有無

V.調査票の集計結果

3(1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題

8(1) デジタル化について、現在すでに取り組んでいる項目

8(2) 今後取り組みたいデジタル化

8(3) デジタル化を推進するうえでの課題

8(4) デジタル化やDX化を推進するために荒川区に求める支援策

13(4) 期待する施策

VI.関連性分析

1(3) ホームページの有無と売上高推移

4 販路開拓に対する支援

コロナ前と比較した受注量・売上高・営業利益については、「横ばい」や「やや減少」「30%以上減少」などの回答が全体の半数となり、令和3年度調査時と同様に、区内事業所を取り巻く経営環境が依然厳しい状況がうかがえる。一方、売上高が増加した事業所では、外部要因として「取引先の業績向上」、内部要因として「取引先・顧客の増加」、「営業力の強化」を挙げる回答が多く、取引先確保に向けた販路開拓が成長の鍵となっていることが示されている。今後(5年後までに)取り組みたい経営課題としては、「販売先・取引先・顧客の開拓」を挙げた事業所が全体の約15%と最も多く、事業所側としても、販路拡大を重要な課題として認識している。

他方で、見本市・展示会への出展経験は全体の2割程度と十分に進んでおらず、その主な理由として「情報不足」が挙げられている。また、海外取引については一定の関心や意欲がみられるものの、海外取引における主な課題として「ノウハウ不足」が挙げられており、新たな市場開拓に向けた支援の必要性が明らかとなっている。

区では、販路開拓支援に関して、海外販路開拓等のセミナーや販路開拓専門家による相談支援、見本市出展補助のほか、マッチングにおけるBtoB支援として機械要素技術展への共同出展、BtoC支援としてモノづくりブランド「ara!kawa」の展開などを実施しているところである。加えて、新製品・新技術開発に向けた補助などの支援も行っている。

今後は、見本市出展補助をはじめ販路開拓に向けた支援を拡充させるほか、国や都等の関係機関とも連携し、海外販路開拓に向けた支援の充実を図る。また、ビジネスマッチングや共同開発に向けた交流会の開催に加え、区イベント等での販売ブースの出展などを通じ、継続的な販路拡大を支援していく。

【根拠となる調査項目】

V.調査票の集計結果

- 1(1) コロナ前と比較した場合の変化(受注量・売上高・営業利益)
- 1(2) コロナ前と比較し、売上高が増加した外部要因
- 1(3) コロナ前と比較し、売上高が増加した内部要因
- 2(5) 海外/輸出業者との取引の有無
- 2(7) 海外との取引意欲
- 3(1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題
- 4(1) 取り組んでいる販売促進の方法
- 4(2) 販売促進の取り組みの課題
- 9(1) 見本市(展示会)への出展の有無
- 9(4) 見本市(展示会)に出展しなかった理由
- 13(4) 期待する施策

VI.関連性分析

- 1(2) 直近売上高規模と売上高推移
- 1(5) 製品の種類と売上高推移
- 1(6) 技術開発の取り組み意欲と売上高推移
- 2(4) 事業形態(製品の種類)と賃上げの状況

5 支援施策の認知度向上

区が実施している各種支援施策については、「知っている」が 6 割弱ある一方で、「全く知らず利用したこともない」が 3 割弱であった。特に、制度の存在は知っていても内容や利用方法が分からない、あるいは自社に適用できるか判断できないといった事業所も一定数存在しており、支援施策が十分に届いていない状況がうかがえる。

このような状況を踏まえると、事業所との情報接点を拡充し、個々の経営状況や課題に応じた適切な周知を行うことが重要である。

区では、支援メニューの周知について、区報やホームページ、メールマガジン、産業ナビ、東京商工会議所や金融機関等の関係機関を通じて実施している。また、中小企業診断士等の専門家による巡回相談時に、個々の事業所の課題に応じた支援施策を紹介するとともに、補助金申請に関する手続き面もサポートしている。

今後、周知体制の拡充に向けて、関係機関との更なる連携強化や、LINE を通じたプッシュ型での通知を実施していく。また、事業者どうしの口コミを通じた周知を促すために、事業者間のネットワーク構築を図る取組を強化していくなど、支援施策の認知度向上と利用促進を図っていく。

【根拠となる調査項目】

V.調査票の集計結果

- 3(2) 経営課題の解決における相談先
- 13(1) 施策の認知、利用状況

VI.関連性分析

- 1(10) 企業支援施策の認知度と売上高推移

以上

VIII. 参考資料

1 周知・PR

(1) はがきによる事前通知

令和7年5月

区内事業者の皆様へ

荒川区モノづくりセンサス（製造業等実態調査）
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、荒川区では今後の産業施策に活かすことを目的に、区内の事業者（製造業、道路貨物運送業、建設業）の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
荒川区モノづくりセンサス調査事務局
荒川区西日暮里5-14-3 サンキエームビル 501
電話:03-6821-5602(10:00-17:00 土日祝除く)
Mail: info_sensus2025@googlegroups.com
《実施元》
荒川区 産業経済部 経営支援課 経営支援係

(2) 広報誌による通知

①あらかわ区報 5月21日号



経営実態調査にご協力を

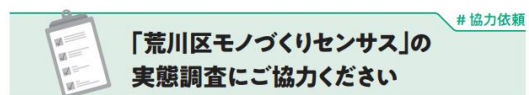
区が委託した調査員が訪問し、聞き取り調査を行います。ご協力をお願いします。

📅10月15日(水)まで 区内の製造業・道路貨物運送業・建設業の事業者

📍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



区では、4年に一度、区内中小企業者の経営実態調査(通称:荒川区モノづくりセンサス)を実施しています。中小企業診断士の資格を持つ調査員が事業所にお伺いします。ぜひご協力ください。

対象者	荒川区内の製造業、道路貨物運送業、建設業の全ての事業者
期間	6月上旬～10月中旬
調査方法	中小企業診断士の資格を持つ調査員が事業所を訪問します。調査票の質問事項について、調査員の聞き取りを通じてご回答ください ※経営に関するご相談にもお応えします。お気軽にご相談ください ※調査結果をほか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
調査機関 問合せ	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:新木 荒川区西日暮里5-14-3 サンキエームビル501号室 TEL)03-3805-5871 (平日10:00～17:30)
詳細	経営支援課 経営支援係 TEL)03-3802-4808 (e-mail) keieishien@city.arakawa.lg.jp

(3) 荒川区公式 HP による告知

令和7年度荒川区モノづくりセンサスの実施

目次 CONTENTS

- [調査対象](#)
- [実施期間](#)
- [実施方法](#)
- [調査機関・問い合わせ先](#)
- [実施元](#)

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。

[令和3年度荒川区モノづくりセンサス（製造業等実態調査）の実施報告](#)

調査対象

区内の製造業、道路貨物運送業、建設業のすべての事業者

実施期間

令和7年6月上旬から令和7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
荒川区西日暮里5-14-3サンキエームビル501号室
電話：03-6821-5602（午前10時から午後5時30分まで。土曜・日曜・祝日を除く。）

[一般社団法人荒川区中小企業経営協会（外部サイトヘリンク）（別ウィンドウで開きます）](#)

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）

2 調査票

(1) 基本情報調査(製造業)

－令和7年度荒川区モノづくりセンサス（製造業等実態調査）－

基本情報調査

法人名	(かな)		
代表者名			
代表者の居住地	荒川区内・荒川区以外の23区内・23区外都内・都外		
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		
工場の場所	①工場併設 ②工場は別場所(区内) ③工場は別場所(区外) ④工場なし		
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 ⑩100年以上 ⑪不明		
従業員 (代表者・ 常勤役員・ パート・ア ルバイト 含む)	従業員数	名 ※代表者・常勤役員・パート・アルバイト含む	
	内女性 従業員数	名	
	外国人 従業員数	名	
	平均年齢	①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70代 ⑦80代以上	
業種(製造する製品) ※経済センサス調査中分類	①食品 ②飲料・たばこ・飼料 ③繊維 ④木材・木製品(家具除く) ⑤家具・ 装備品 ⑥パルプ・紙・紙加工品 ⑦印刷 ⑧化学 ⑨石油・石炭製品 ⑩プラスチ ック製品 ⑪ゴム製品 ⑫なめし革・毛皮 ⑬窯業・土石製品 ⑭鉄鋼 ⑮非鉄金属 ⑯金属製品 ⑰はん用機械器具 ⑱生産用機械器具 ⑲業務用機械器具 ⑳電子部 品・デバイス・電子回路 ㉑電気機械器具 ㉒情報通信機械器具 ㉓輸送用機械器具 ㉔その他の製造業 ㉕道路貨物運送業 ㉖製造業・道路貨物運送業以外		
主な事業内容			
独自の技術・製品			
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		
直前期の営業利益	①1億以上の黒字②3000万以上1億未満の黒字③1000万以上3000万未満の黒字 ④1000万未満500万以上の黒字⑤500万未満300万以上の黒字⑥0~300万未満の 黒字⑦±0 ⑧赤字 ⑨無回答		
直前期の経常利益	①1億以上の黒字②3000万以上1億未満の黒字③1000万以上3000万未満の黒字 ④1000万未満500万以上の黒字⑤500万未満300万以上の黒字⑥0~300万未満の 黒字⑦±0 ⑧赤字 ⑨無回答		
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	

(2) 基本情報調査(建設業)

－令和7年度荒川区モノづくりセンサス（建設業実態調査）－

基本情報調査

法人名	(かな)		
代表者名			
代表者の居住地	荒川区内・荒川区以外の23区内・23区外都内・都外		
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 ⑩100年以上 ⑪不明		
従業員 (代表者・ 常勤役員・ パート・ア ルバイト 含む)	従業員数	名 ※代表者・常勤役員・パート・アルバイト含む	
	内女性 従業員数	名	
	内外国人 従業員数	名	
	平均年齢	①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70代 ⑦80代以上	
業種(工事内容の 性質) ※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建設業以外		
主な事業内容			
独自の技術・製品			
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		
直前期の営業利益	①1億以上の黒字②3000万以上1億未満の黒字③1000万以上3000万未満の黒字 ④1000万未満500万以上の黒字 ⑤500万未満300万以上の黒字 ⑥0~300万未満の黒字 ⑦±0 ⑧赤字 ⑨無回答		
直前期の経常利益	①1億以上の黒字②3000万以上1億未満の黒字③1000万以上3000万未満の黒字 ④1000万未満500万以上の黒字 ⑤500万未満300万以上の黒字 ⑥0~300万未満の黒字 ⑦±0 ⑧赤字 ⑨無回答		
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、製造業以外)	
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
<p>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）</p>	
<p>⑪その他 ※米国関税の影響についてご回答ください。</p>	

(3) 実態調査票

－令和7年度荒川区モノづくりセンサス（製造業等実態調査）－

事業所番号：

別紙5

1. 貴事業所の経営状況について

（問1）コロナ前（2020年3月以前）と比較した以下の項目の変化について、それぞれ該当する番号一つに○をご記入ください。

① 受注量	1. 30%以上増加 2. 10~29%増加 3. やや増加 4. 横ばい 5. やや減少 6. 10~29%減少 7. 30%以上減少
② 売上高	1. 30%以上増加 2. 10~29%増加 3. やや増加 4. 横ばい 5. やや減少 6. 10~29%減少 7. 30%以上減少
③ 営業利益	1. 30%以上増加 2. 10~29%増加 3. やや増加 4. 横ばい 5. やや減少 6. 10~29%減少 7. 30%以上減少
④ 従業員数	1. 30%以上増加 2. 10~29%増加 3. やや増加 4. 横ばい 5. やや減少 6. 10~29%減少 7. 30%以上減少

問1-②【売上高】で「売上増加」（選択肢1~3）の回答者は、問2~4を回答してください。

※選択肢4~7の回答者は【問5】へ移動

（問2）「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. 顧客ニーズの変化 4. 規制や税制の改正
5. 消費行動の変化（ネット販売増） 6. 資金調達環境の改善 7. 経済動向の改善
8. 円安基調の為替 9. 取引先の業績向上 10. 人口動態の変化（少子高齢化等）
11. 特になし 12. その他（ ） |
|--|

（問3）「売上増加」の内部要因をすべてご回答ください。

- | |
|---|
| 1. 設備の導入・更新 2. 業務のデジタル化による生産性の向上
3. Webマーケティングの活用 4. 独自性のある製品・サービスの展開
5. 営業力（販売促進・PR）の強化 6. 低価格戦略の効果 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. 特になし
12. その他（ ） |
|---|

※選択肢7を含む回答があった場合は問4へ。それ以外は、問7へ移動してください。

事業所番号：

（問4）問3で「7. 取引先・顧客の増加」を選択した回答者のみ回答

取引先が増加した経緯を具体的にご回答ください。（例：支援機関の活用、見本市（展示会）での商談、HPへのアクセス、SNS発信、Webマーケティングの活用等）

※本問に回答された方は、問7へ移動してください。

問1-②【売上高】で「横ばい」または「減少」（選択肢4～7）を選択した回答者のみ、問5～6を回答してください

（問5）「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. 代替品・代替技術の台頭 13. 特になし
14. その他（ ）

（問6）「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. 営業力（販促・PR）の不足 5. Webマーケティング活用不足（メルマガ、SNS等）
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. 特になし 11. その他（ ）

本問に回答された方はこのまま問7に進んでください。

2. 貴事業所の取引先について

（問7）主要な取引先（販売先）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
9. その他（ ）

事業所番号：

【製造業事業者向け】

※建設業の方は本問をスキップし、問9へ移動してください。

（問8）貴社の受注形態として最も当てはまるものに一つ○をご記入ください。

1. 最終製品を生産して、自社ブランドで販売する
2. 最終製品を生産して、問屋や大手メーカーのOEMブランドで販売する
3. 自社の仕様で部品または材料を加工・生産して不特定事業者販売する
4. 相手先の仕様に基づき自社で図面などを作成し、部品または材料を加工・生産する
5. 相手先の図面に基づき部品または材料を加工・生産する
6. その他（工作機械のメンテナンスサービス、製造技術指導等含む）

※本問に回答された製造業事業者は問11へ移動してください。

【注意：本問は建設業の事業者のみご回答ください】

（問9）公共工事における貴社の受注形態として最も当てはまるものに一つ○をご記入ください。

※該当しない場合は「5. 取引なし」を選択

【公共工事】

1. 元請け
2. 1次下請け
3. 2次下請け
4. 3次以降の下請け
5. 取引なし

（問10）民間工事における貴社の受注形態として最も当てはまるものに一つ○をご記入ください。

※該当しない場合は「5. 取引なし」を選択

【民間工事】

1. 元請け
2. 1次下請け
3. 2次下請け
4. 3次以降の下請け
5. 取引なし

※問9-10に回答された建設事業者は次の問11に移動してください。

（問11）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）（→問12-13）
2. 国内事業者を経由した取引あり（→問12-13）
3. 今後取引したい（→問14）
4. 取引なし（→問15）
5. わからない（→問15）

問11で「1.海外／輸出業者との直接的な取引あり、2.国内事業者を介した取引があり」の回答者は以下問12～13に回答してください。

（問12）販売先の地域について、すべてご回答ください。

1. アジア/中東
2. 北米
3. 欧州
4. 豪州
5. 南米
6. アフリカ
7. 不明
8. その他（ ）

事業所番号：

（問13）どのようにして取引につながったのかの経緯をご回答ください。

（例：支援機関の活用、見本市（展示会）での商談、HPへのアクセスなど）

--

※問12-13に回答された方は、問15に移動してください。

問11で「3. 今後取引したい」の回答者は以下問14に回答してください。

（問14）今後の取引について、それぞれ当てはまるものをすべてご回答ください。

【ア：販売先地域】

1. アジア/中東 2. 北米 3. 欧州 4. 豪州 5. 南米 6. アフリカ 7. 未定
8. その他（ ）

【イ：海外取引にあたっての課題】

1. 言語・コミュニケーションの障壁 2. 輸出入関連の法規制・認証取得の手続き
3. 関税・税制手続きの複雑さ 4. 物流網・輸送コストの確保と最適化
5. 為替レート変動による収益変動リスク 6. 決済条件の交渉・取引信用リスク管理
7. 現地商習慣・文化の違いへの適応 8. 製品規格・品質基準への適合
9. 知的財産権（特許・商標）の保護 10. 販売チャネル/パートナーの開拓
11. 国際展示会・見本市への出展コスト負担 12. 海外要員・現地スタッフの確保・育成
13. 政治・地政学リスク 14. サステナビリティ・環境規制への対応
15. その他（ ）

※このまま問15にお進みください。

（問15）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. 取引がなく、今後も実施する予定はない（→問17）
3. 取引がないが、今後取引したい（→問16）
4. わからない（→問17）

事業所番号：

問15で「3. 取引がないが、今後取引したい」の回答者は以下問16に回答してください。

（問16）今後の取引における課題として当てはまるものをすべてご回答ください。

1. ECサイトの立ち上げ
2. Webマーケティング戦略
3. SNS運用・情報発信
4. 電子決済手段の導入
5. 物流・配送体制の整備
6. 顧客対応体制の構築
7. 返品・保証の仕組み作り
8. 商品包装・表示の最適化
9. データ分析・顧客管理
10. 法規制・特定商取引法への対応
11. ブランド戦略の検討
12. サイトの多言語化・海外販売対応
13. 情報セキュリティ・個人情報保護対策
14. その他（ ）

※このまま問17にお進みください。

3. 貴事業所の経営課題について

（問17）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. 生産設備の導入・更新
2. デジタル化・DXへの対応
3. 独自性のある商品・サービスの開発
4. 販売先・取引先・顧客の開拓
5. 海外展開
6. PR・情報発信（SNS等）の強化
7. 後継者の採用
8. 従業員の採用
9. 従業員の育成
10. 同業・異業種との連携
11. スタートアップ企業との連携
12. 過剰債務の解消・財務体質の改善
13. 経費削減・仕入先の見直し
14. 資金調達方法の見直し
15. BCP（事業継続計画、あらかじめBCPシートの活用等）
16. SDGs（持続可能な開発目標）
17. GXによるコスト削減
18. 2050年カーボンニュートラル（脱炭素化）
19. ISOの取得
20. 産業財産権の取得
21. 健康経営
22. 生成AIの活用
23. その他（ ）

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
- ・スタートアップ企業とは、比較的設立間もなく、革新的なアイデア・技術を有する企業
- ・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
- ・GXとは、脱炭素社会の実現に向けて、環境負荷の低減と経済成長の両立を目指し、企業活動や社会の構造を抜本的に変革すること。再生可能エネルギーへの転換や省エネルギー技術の普

事業所番号：

及に加えて、製品やサービスのライフサイクル全体を見直す取り組みなどが進んでおり、企業は環境戦略の強化と新たな事業機会の創出を推進
・健康経営とは、従業員の健康管理を経営課題として捉え、従業員の健康保持・増進に向けた取り組みを戦略的に実践すること（取組例示：ワークライフバランスの実現、メンタルヘルス対策等）

（問18）経営課題の解決にあたり、該当する相談先をすべてご回答ください。

1. 経営者仲間 2. 公認会計士 3. 税理士 4. 弁護士 5. 社会保険労務士
6. 中小企業診断士 7. 金融機関 8. 荒川区（区相談員含む） 9. 東京商工会議所
10. 東京都中小企業振興公社 11. 中小企業基盤整備機構 12. 民間コンサルティング会社
13. 相談していない
14. その他（ ）

（問19）すでに取り組んでいる貴社の経営課題の具体的内容をご回答ください。

4. 貴事業所の販売促進の取り組みについて

（問20）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HP
6. ECサイト 7. メディア広告（雑誌・新聞・テレビ・ラジオ等） 8. インターネット広告
9. 業界紙等への掲載 10. 国内見本市（展示会）への出展
11. 海外見本市（展示会）への出展 12. 販売促進に取り組んでいない→（問22へ）
13. その他（ ）

「12. 販売促進に取り組んでいない」と回答した方は問22に移動してください。

それ以外の項目に回答された方は次の問21に進んでください。

（問21）販売促進の取り組みの課題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. 新規顧客開拓（情報収集・企画立案・営業など）ができる人材の不足
4. 外国語対応ができる人材の不足 5. 社外ネットワークや相談相手がいない
6. 販売促進資料がない 7. 市場のニーズの把握が難しい
8. 自社の強みを生かせる市場の特定が難しい 9. 自社のPRがうまくいかない
10. Webマーケティングの活用が不十分 11. 特にな
12. その他（ ）

本問に回答された方は、問23に移動してください。

事業所番号：

(問 27) 人材確保対策として今後取り組みたいこととして当てはまるものをすべてご回答ください。

- | |
|---|
| 1. ハローワークの活用 2. 民間の人材紹介会社の活用 3. 女性・シニア・外国人など多様な人材が長く働ける職場環境の整備 4. テレワーク等多様な働き方の導入
5. 省力化に向けた設備投資 6. ITの活用や合理化等による業務の効率化
7. 従業員の多能工化・兼任化 8. 既存業務のアウトソーシング 9. 賃上げ等人事待遇面の改善・強化 10. 人事制度の見直し 11. 特になし
12. その他 (<input type="text"/>) |
|---|

(問 28) 採用を強化したい人材として当てはまるものをすべてご回答ください。

- | |
|---|
| 1. 社外のシニア・ベテラン人材 2. 主婦層など女性 3. 中途人材
4. 新卒人材 5. 外国人 6. 副業人材 7. その他 (<input type="text"/>) |
|---|

(問 29) どのような支援があれば人材確保・定着ができるかについて、当てはまるものをすべてご回答ください。

- | |
|---|
| 1. 経営相談窓口の設置 2. 専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介
3. 学校・教育機関との連携による求人マッチング支援
4. 合同就職説明会・面接会の開催 5. 多業種交流会の開催 6. セミナー・研修会の開催
7. 業界共通課題の情報交換・解決支援 8. Webマーケティングの活用支援
9. 雇用に関する助成金・補助制度 10. 特になし
11. その他 (<input type="text"/>) |
|---|

※本問に回答された方は、問 30 へ移動してください。

6. 賃上げの状況について

(問 30) 賃上げの状況について、もっとも当てはまるものを一つお選びください。

- | |
|--|
| 1. すでに賃上げを実施した (→問 31-33)
2. 近い将来に賃上げを実施する予定がある (→問 31-33)
3. 現時点では賃上げを実施する予定はない (→問 34) |
|--|

(問 30 で「1. すでに賃上げを実施した」「2. 近い将来に賃上げを実施する予定がある」と回答した方は、以下の問 31-33 にご回答ください。)

(問 31) 賃上げ率として当てはまるものをひとつ回答してください。

- | |
|--|
| 1. 1%未満 2. 1%以上～2%未満 3. 2%以上～3%未満
4. 3%以上～5%未満 5. 5%以上～7%未満 6. 7%以上～10%未満
7. 10%以上 8. 未定 9. わからない 10. その他 (<input type="text"/>) |
|--|

事業所番号：

(問32) 賃上げを実施した理由として当てはまるものをすべて回答してください。

1. 人材の確保・離職率の低減のため
2. 従業員のモチベーションを高めるため
3. 物価上昇や生活費の高騰への対応
4. 業績改善・収益の増加に伴う還元
5. 同業他社の賃金水準や競合環境への対応
6. その他（ ）

(問33) 賃上げ原資を確保するために行った取り組みとして当てはまるものをすべて回答してください。

1. コスト削減や業務効率化
2. 価格転嫁（値上げ）
3. 既存事業の販路拡大による売上拡大
4. 新規事業創出による収益獲得
5. 生産性向上や自動化に向けた設備導入
6. 不採算事業の整理
7. 税制等賃上げを支援する制度の活用
8. 特になし
9. その他（ ）

※本問に回答された方は、問34へ移動してください。

7. 価格転嫁の状況について

(問34) 直近1年間における価格交渉の状況として、最も当てはまるものをご回答ください。

1. 発注企業から申し入れがあり、価格（値上げ）交渉が行われた（→問35）
2. 発注企業に交渉を申し出、価格（値上げ）交渉を行った（→問35）
3. コストが上昇し、発注企業から申し入れがあったが、発注減少や取引停止を恐れ、発注企業からの申し入れを辞退した（→問36）
4. コストが上昇したが、発注企業から申し入れがなく、発注減少や取引停止を恐れ、交渉を申し出なかった（→問36）
5. コストが上昇し、発注企業から申し入れがなく、交渉を申し出たが、応じてもらえなかった（→問36）
6. 価格交渉は不要（→問36）

(問34で「価格交渉が行われた【選択肢1,2】」と回答した方のみ)

(問35) 直近1年間における、コスト増加分に対する価格転嫁の状況として、最も当てはまるものをご回答ください。

1. 全額転嫁できた
2. 大部分を価格転嫁できた（7～9割）
3. 半額程度を価格転嫁できた（4～6割）
4. わずかな価格転嫁に留まった（1～3割）
5. 全く転嫁できなかった（0割）
6. マイナスとなった

※本問に回答された方は、問36へ移動してください。

事業所番号：

8. デジタル化への取り組みについて

（問36）貴社のデジタル化の状況について、現在すでに取り組んでいる項目はありますか。
該当する番号をすべて○で囲んでください。

1. HP・SNSの活用
2. 文書の電子化・ペーパーレス化
3. 会計・経理処理システムの採用
4. 会議・営業活動のオンライン化
5. 在宅勤務・テレワークの推進
6. 生成AIの活用
7. オンライン決済・POSシステムの導入
8. メールやコミュニケーションツールの活用
9. その他（ ）

（問37）貴社のデジタル化の状況について、今後取り組みたい項目はありますか。
該当する番号をすべて○で囲んでください。

1. HP・SNSの活用
2. 文書の電子化・ペーパーレス化
3. 会計・経理処理システムの採用
4. 会議・営業活動のオンライン化
5. 在宅勤務・テレワークの推進
6. 生成AIの活用
7. オンライン決済・POSシステムの導入
8. メールやコミュニケーションツールの活用
9. その他（ ）

（問38）貴社において、デジタル化を推進するうえでの課題は何ですか。
該当する番号をすべて○で囲んでください。

1. デジタル化を推進できる人材がいない
2. 従業員がITツール・システムを使いこなせない
3. 導入・運用のコストが負担できない
4. どの分野・業務をデジタル化すべきか分からない
5. 適切なITツール・システムが分からない
6. 既存システムからの切り替えが難しい
7. 適切な連携先・相談先が見つからない
8. 取り組みは行っているが成果・収益が上がらない
9. トラブル発生時の対応が困難
10. 費用対効果が分からない・測りにくい
11. 情報流出が懸念される
12. 特になし
13. その他（ ）

（問39）どのような支援策があれば、デジタル化やDXを推進しやすくなりますか。
該当する番号をすべて○で囲んでください。

1. 経営相談窓口の設置
2. 専門家・指導者の派遣、支援機関の紹介
3. デジタル人材の紹介
4. セミナー・研修会の開催
5. 協働企業のマッチング支援
6. 設備投資に関する助成金・補助金制度
7. 取り組み成功事例紹介
8. Webマーケティングの活用支援
9. 特になし
10. その他（ ）

事業所番号：

9. 見本市（展示会）に関する取り組みについて

（問40）見本市（展示会）への出展の有無について一つご回答ください。

1. 出展したことがある（→問41-42） 2. 出展したことがない（→問43）

（問40で「出展したことがある」と回答した方は、以下の問41～42にご回答ください）

（問41）出展頻度として当てはまるものを一つご回答ください。

1. 毎月 2. 数か月に一度 3. 年に一度 4. 数年間に一度 5. 過去に一度だけ

（問42）出展先として当てはまるものをすべてご回答ください。

1. 日本国内 2. アジア/中東 3. 北米 4. 欧州 5. 豪州 6. 南米
7. アフリカ 8. 不明 9. その他（ ）

※問41-42を回答された方は、問44へ移動してください。

（問40で「2. 出展したことがない」の回答者のみ）

（問43）見本市（展示会）に出展しなかった理由として、当てはまるものをすべてご回答ください。

1. 自社製品・技術関連の見本市（展示会）がない／わからない
2. 出展料が高い 3. 効果的な出展方法（商談方法、ブースデザイン等）がわからない
4. 製品が部外秘のため公開できない
5. その他（ ）

※本問に回答された方は、次の問44に進んでください。

10. 貴事業所の技術開発／知的財産／事業者・大学・研究機関連携の取り組みについて

（問44）技術開発の取り組み意欲を一つご回答ください。

1. 積極的に技術開発（→問45） 2. 必要に応じた技術開発（→問45）
3. 課題があるため技術開発できない（→問45） 4. 技術開発の必要性がない（→問46）

（問44で「1.積極的に技術開発」「2.必要に応じた技術開発」「3.課題があるため技術開発できない」の回答者のみ）

（問45）技術開発の課題についてすべてご回答ください。

1. 資金 2. 設備 3. 市場ニーズの把握（マーケティング） 4. 開発人材
5. 技術力 6. 市場性 7. 成長性の評価 8. 情報収集力 9. 製品開発力
10. 商品企画力 11. 事業構築力 12. 販売先候補の探索 13. 営業方法
14. 業務提携先の確保 15. 仕入先の確保 16. 参入障壁の高さ
17. その他（ ）

※本問に回答された方は、このまま次の問46に進んでください。

事業所番号：

11. 貴事業所の借入金・資金繰りについて

(問 52) 借入金の有無について一つご回答ください。

1. あり (→問 53-55) 2. なし (→問 56)

(問 52 で「借入金がある」の回答者は、以下の問 53～55 にご回答ください)

(問 53) 現在の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 54) 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 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

(問 55) 借入金の使い道について該当するものをすべてご回答ください。

1. 当面の資金繰り（人件費・家賃の支払い等） 2. 手元現預金の積み増し
3. 人材投資 4. デジタル化への投資
5. 生産能力増強・効率化を目的とした設備投資 6. 既存設備の維持・更新
7. 新商品（新製品）・新サービスの開発 8. M&A・業務提携
9. 余剰人員の削減（退職金・再就職先斡旋等） 10. 新規事業の立ち上げ
11. 無回答 12. その他（ ）

問 53～55 まで回答された方は、このまま次の問 56 に進んでください。

(問 56) 現在、借入金に関して検討している内容についてもっとも当てはまるものを一つご回答ください。

1. 借入金に関して何ら検討していない (→問 58)
2. 新規借り入れ (→問 57)
3. 既存借入金の借り換え (→問 57)
4. 既存借入金の返済方法の見直し (→問 57)

(問 56 で「2.3.4. 借入金に関して検討している」回答者のみ)

(問 57) 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

※本問に回答された方は、問 58 へ移動してください。

事業所番号：

12. 貴事業所の今後の事業方針について

(問 58) 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. 区内で工場建て替え
6. 区外へ移転 7. その他（ ） ※1～7の回答者は問 60 へ
8. 廃業（→問 59）

(問 58 で「8. 廃業」の回答者のみ)

(問 59) 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. 従業員の確保が困難
6. 従業員の高齢化 7. 当初から自分の代で廃業予定
8. その他（ ）

※本問の回答者は、本章はここで終了。問 72 へ移動してください。

(問 58 で「選択肢 1～7」の回答者)

(問 60) 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. 親族に承継 2. 従業員に承継 3. 第三者を招へい 4. 社外の譲渡先に承継
5. 承継を検討中（承継先は未定） 6. 承継時期でない 7. 未定
※1～7の回答者は問 61～63 へ
8. 承継済み（→問 64）

(問 60 で「選択肢 1～7」の回答者は、問 61～63 をご回答ください。)

(問 61) 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. 区（事業承継事業など） 7. その他の公的機関 8. 相談相手がいない
9. 相談相手がわからない 10. 相談しない 11. その他（ ）

(問 62) 事業承継に関して、望ましい支援メニューをご回答ください。もし実際に区の支援メニューを利用した経験があれば、その評価についてもお答えください。

事業所番号：

(問 63) 後継者の育成にあたり活用する予定の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（ ）

※問 61-63 に回答された方は、問 65 に移動してください。

(問 60 で「8. 承継済み」の回答者のみ)

(問 64) 事業承継の際に苦勞した点をすべてご回答ください。

1. 経営者の資質 2. 製品の専門性（製品知識等） 3. 財務能力（事業資金調達等）
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（ ）

※本問に回答された方は、このまま次の問 65 に進んでください。

(問 65) 今後（5年以内）の設備投資の予定について一つご回答ください。

1. 2年以内（→問 66-68） 2. 3年～5年以内（→問 66-68）
3. 5年以内に予定がない（→問 69） 4. 未定（→問 69）

設備投資の予定がある方（問 65 で選択肢 1～2 を回答した方は、問 66～68 を回答してください）

(問 66) 資金調達の予定として当てはまるものをすべてご回答ください。

1. 自己資金 2. 融資 3. 補助金・助成金 4. 社債 5. クラウドファンディング
6. リース・レンタル 7. その他（ ）

(問 67) 設備投資の目的として当てはまるものをすべてご回答ください。

1. 生産能力拡大 2. 品質管理 3. 生産プロセスの効率化・コスト削減
4. 既存設備の更新・老朽化対策 5. 環境・安全対策 6. 市場対応・競争力強化
7. その他（ ）

(問 68) 具体的に導入を予定している設備があればご回答ください（金額含む）。

--

※問 66～68 に回答された方は、このまま次の問 69 へ進んでください。

事業所番号：

(問 69) 自然災害等の被災時における BCP（事業継続）のために、策定の有無および事前に取り決めている被災時の行動指針や防災・減災対策をすべてご回答ください。

【ア：BCP 策定の有無】

1. 策定している（→設問イ） 2. 策定していない（→問 71）

【イ：BCP 策定状況】※当てはまるものをすべてご回答ください。

1. 従業員の行動指針 2. 設備の防災・減災対策 3. 緊急時の必要資金の把握・確保
4. 社内情報の保護（バックアップ等） 5. 緊急時の経営体制の立案
6. 発電設備の設置 7. 食料等の備蓄 8. 取引先との相互支援の取り決め
9. その他（ ）

※イ：BCP 策定状況の設問に回答された方は、次の問 70 へ進んでください。

(問 69 でイ：BCP 策定状況について回答した方)

(問 70) 行動指針や防災・減災対策を策定した経緯や方法について具体的にご回答ください。

本問に回答された方は、問 72 に移動してください。

(問 69 【ア：BCP 策定の有無】で2「策定していない」を回答した方)

(問 71) これまで BCP 策定を行ってこなかった理由があればご回答ください。

本問に回答された方は、問 72 に移動してください。

13. 荒川区の企業支援施策について

(問 72) 荒川区の事業者向け支援施策について、当てはまるものを一つご回答ください。

1. 荒川区の事業者向け支援施策を知っており、利用したこともある（→問 73）
2. 荒川区の事業者向け支援施策を知っているが、利用したことはない（→問 73）
3. 荒川区の事業者向け支援施策について全く知らず、利用したこともない（→問 74）

事業所番号：

（問72で「選択肢1～2」の回答者のみ）

（問73）直近5年間で利用した、または知っている支援内容（補助金等）すべて選んでください。

【新製品・新技術開発】

1. 新製品・新技術開発補助 2. 産学連携研究開発補助
3. 試験研究機関開発補助 4. 企業課題相談支援 5. 荒川区新製品・新技術大賞

【販路開拓】

6. 見本市（展示会）等出展補助 7. 中小企業“魅力発信”PR動画制作補助
8. 販路開拓コーディネーター 9. 販路開拓セミナー

【経営基盤強化】

10. 製造業等経営力向上支援事業補助 11. 工場建替え家賃補助 12. ISO認証取得補助
13. モノづくり企業地域共生推進補助 14. 産業財産権取得補助 15. 中小企業融資制度
16. 小規模企業共済加入助成 17. 中小企業倒産防止共済加入助成

【人材育成・確保】

18. 中小企業退職金共済加入助成 19. セミナー・研修等受講補助
20. 人材確保・雇用相談 21. あらかわ経営塾 22. 事業者向けITセミナー
23. サイバーセキュリティ対策セミナー 24. 事業承継セミナー 25. 日暮里セミナー
26. セミナー名は分からないが、参加したことがある

【経営相談等】

27. 企業相談員 28. 高度特定分野専門家派遣 29. 事業承継訪問相談
30. 各産学連携推進員（MACCコーディネーター） 31. 中小企業よろず相談

【その他】

32. その他（ ）

※本問に回答された方は、このまま次の問74に進んでください。

（問74）これまでに、国や都の支援を受けたことがある場合、その具体的な名称をご回答ください。（例：専門家派遣、創業支援、国の補助金【ものづくり補助金・事業再構築補助金】、東京都の補助金【LED照明等節電促進助成金、躍進的な事業推進のための設備投資援事業】など）

※知っている補助金があるが申請したことがない場合は、申請しない理由をお聞かせください。

事業所番号：

(問75) 事業者向け支援施策に対する期待度として当てはまるものを一つご回答ください。

1. 荒川区の事業者向け支援に期待する (→問76)
2. 荒川区の事業者向け支援に期待していない (→問77)

(問75で「1. 荒川区の事業者向け支援に期待する」の回答者のみ)

(問76) 期待する施策として該当するものを最大3つまでお選びください。

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

本問に回答された方は、このまま次の問77に進んでください。

(問77) 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。

(問78) 区の産業施策に関する情報について、どの媒体やルートから情報を入手していますか。当てはまるものをすべてご回答ください。

1. 区のホームページ
2. 区のメールマガジン
3. インターネットの検索やまとめサイト
4. 区発行の広報誌（あらかわ区報等）
5. 区発行の情報誌（あらかわ産業なび）
6. 企業相談員
7. MACC コーディネーター
8. 生成AIの活用
9. 所属している団体からの情報提供
10. 金融機関からの情報提供
11. 区の窓口で直接聞く
12. どこからも入手していない
13. その他 ()

(問79) 本アンケートで回答いただいた課題について、産業経済部内支援策の担当者への情報提供及び支援を受けることに同意されますか？

1. 同意する (→問80)
2. 同意しない (→アンケート終了)

(問79で「1.同意する」の回答者のみ)

(問80) 今後のセミナー等のご案内のため、メールアドレスを記入してください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

令和 8 年4月発行

登録番号 (07)0132号

令和 7 年度荒川区モノづくりセンサス(製造業等実態調査) 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)