

令和4年度
荒川区商業事業者訪問支援事業
実施報告書

令和5年2月
荒川区

目 次

| | |
|--------------------------|----|
| ・ 荒川区商業事業者訪問支援事業の実施概要 | 5 |
| 1. 事業の目的 / 内容 | 5 |
| (1) 事業の目的 | 5 |
| (2) 事業の内容 | 5 |
| 2. 調査対象 / 調査実施 / 調査回答事業者 | 6 |
| 3. 調査対象業種 / 地区 | 9 |
| (1) 業種 | 9 |
| (2) 業種別地区分布 | 10 |
| (3) 地区別業種分布 | 11 |
| 4. 調査内容 | 12 |
| ・ 経営支援事業の実施結果 | 13 |
| 1. 経営相談 | 13 |
| 2. デジタル専門家無料派遣の希望の受付 | 13 |
| 3. 経営相談・助言の実施事例 | 14 |
| 4. 産業経済部職員による調査への参加 | 17 |
| ・ 基本情報調査票の集計結果 | 18 |
| 1. 業種 | 18 |
| (1) 業種 | 18 |
| (2) 業種別地区分布 | 20 |
| (3) 地区別業種分布 | 21 |
| 2. 経営環境 | 22 |
| (1) 経営組織 | 22 |
| (2) 今後(5年後まで)の事業方針 | 23 |
| (3) 廃業の理由 | 24 |
| (4) 後継者がいない理由 | 25 |
| (5) 代表者の年齢 | 26 |
| (6) 店舗保有形態 | 27 |
| (7) 営業年数 | 28 |
| 3. 従業員 | 29 |
| (1) 従業員の有無 | 29 |
| (2) 従業員数 | 30 |
| 4. 業績 | 31 |
| (1) 直前期の売上高 | 31 |
| (2) 直前期の決算 | 32 |

| | |
|---|-----------|
| (3) 昨年の事業所得..... | 33 |
| (4) 直前期の借入金..... | 34 |
| 5. 取引環境..... | 35 |
| (1) 商店会加盟の有無..... | 35 |
| (2) ホームページの有無..... | 36 |
| (3) 主要顧客居住地..... | 37 |
| (4) 主要顧客年齢層..... | 38 |
| 調査票の集計結果..... | 39 |
| 1. 業績..... | 39 |
| (1) 直前期(前年)の売上高の変化..... | 39 |
| (2) 売上高増加の外部要因..... | 40 |
| (3) 売上高増加の内部要因..... | 41 |
| (4) 売上高減少の外部要因..... | 42 |
| (5) 売上高減少の内部要因..... | 43 |
| 2. 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組..... | 44 |
| (1) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響..... | 44 |
| (2) 新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響..... | 45 |
| (3) 新型コロナウイルス感染症に関連して効果があった経営の取組の有無..... | 46 |
| (4) 新型コロナウイルス感染症に関連して効果があった経営の取組内容..... | 47 |
| 3. 経営課題..... | 48 |
| (1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題..... | 48 |
| (2) 今後(5年後まで)の事業承継、経営権移転の検討の有無..... | 49 |
| (3) 事業承継等の検討状況..... | 50 |
| (4) 新たな分野の経営課題の認知度..... | 51 |
| (5) 関心のある新たな分野の経営課題..... | 52 |
| 4. デジタル技術の活用状況..... | 53 |
| (1) デジタル技術の進展の売上への影響..... | 53 |
| (2) 保有するデジタル機器..... | 54 |
| (3) 保有するインターネット回線の種類..... | 55 |
| (4) デジタル技術の活用用途..... | 56 |
| (5) キャッシュレス決済の種類..... | 57 |
| (6) 今後のデジタル技術の活用の意向..... | 58 |
| (7) 今後ともデジタル技術を活用しない理由..... | 59 |
| 5. 営業戦略..... | 60 |
| (1) 販売促進活動..... | 60 |
| (2) 現時点の個店同士の連携状況..... | 61 |

| | |
|--|----|
| (3) 今後の個店同士の連携の意向..... | 62 |
| (4) 今後の商店会への加盟の意向..... | 63 |
| (5) 商店会に加盟しない理由..... | 64 |
| 6. 荒川区の事業者支援策..... | 65 |
| (1) 認知度..... | 65 |
| (2) 期待度..... | 67 |
| ・ 売上高との関連性分析 | 69 |
| 1. 売上高との関連性が大きい事業者の属性..... | 69 |
| (1) 今後の事業方針..... | 69 |
| (2) 売上高規模..... | 70 |
| (3) 新型コロナウイルス感染症の影響..... | 71 |
| (4) ホームページの有無..... | 72 |
| (5) 経営組織..... | 73 |
| (6) デジタル技術の活用の有無..... | 74 |
| (7) 主要顧客居住地..... | 75 |
| (8) 代表者年齢..... | 76 |
| 2. 売上高との関連性が小さい事業者の属性..... | 77 |
| (1) 営業年数..... | 77 |
| (2) 経営課題の有無..... | 78 |
| (3) キャッシュレス決済の活用の有無..... | 79 |
| (4) 商店会加盟の有無..... | 80 |
| (5) 新型コロナウイルス感染症に対する取組の有無..... | 81 |
| (6) 事業者支援策の認知度..... | 82 |
| (7) 事業者支援策の期待度..... | 83 |
| ・ 調査結果に基づく事業者支援策の今後の方針 | 84 |
| 1. 社会情勢の急激な変化に対する支援(令和4年度補正予算により対応)..... | 84 |
| 2. 新たな商品・サービスの開発、販路開拓に対する支援..... | 84 |
| 3. デジタル技術の導入に対する支援..... | 85 |
| 4. キャッシュレス決済の導入に対する支援(令和4年度補正予算により対応)..... | 85 |
| 5. 設備投資に対する支援(令和4年度補正予算により対応)..... | 86 |
| 6. 脱炭素経営に対する支援..... | 86 |
| 7. 専門家の知見を活用した経営基盤強化に対する支援..... | 86 |
| ・ 荒川区の商業事業者における取組事例 | 88 |
| ・ 参考資料 | 96 |
| 1. 周知・PR..... | 96 |
| (1) はがきによる事前通知..... | 96 |

| | |
|---------------------------|-----|
| (2) 広報誌による周知 | 96 |
| (3) 荒川区のホームページによる周知 | 97 |
| 2. 調査票 | 98 |
| (1) 基本情報調査票 | 98 |
| (2) 調査票 | 100 |

． 荒川区商業事業者訪問支援事業の実施概要

1. 事業の目的 / 内容

(1) 事業の目的

区内卸売業、小売業、飲食業及び一部のサービス業事業者への訪問調査を実施し、区内中小企業等の経営実態を把握するとともに、調査結果を今後の商業支援事業の策定に活用し、地域経済の活性化を図ることを目的として、事業を実施しました。

(2) 事業の内容

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

事業者への周知

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

調査事務局の設置

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

調査員による個別訪問の実施

中小事業者への経営診断や助言を専門とする「中小企業診断士」70名が調査員として、中小事業者に個別訪問しました。調査票の回収・集計といった受動的な聞き取り調査だけでなく、個別訪問の機会を利用した区施策の情報提供や経営相談の実施等能動的な経営支援も併せて実施しました。また、今年度は、デジタル専門家の無料派遣事業の受付も行いました。

調査実施期間

令和4年5月1日から9月30日まで

調査時の配布資料

- 調査票
- 区の企業・商業支援策資料

2. 調査対象 / 調査実施 / 調査回答事業者

総務省から提供された令和 2 年次フレームに基づいた区内の事業者数は 3,610 件でした。

- 卸売業 727 件
- 小売業 1,031 件
- 飲食業 717 件
- サービス業 1,135 件

の事業者のうち、大企業や非営利団体等の調査対象外事業者、令和3年度実施の新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査において周知はがき不達や廃業等が判明し調査が不能な事業者及び調査協力を得られなかった事業者を除いた結果、調査対象事業者数は 3,177 件となりました。

- 卸売業 639 件
- 小売業 919 件
- 飲食業 651 件
- サービス業 968 件

の調査対象事業者に対して、調査の周知はがきを郵送し、周知はがき不達等の事業者を除いた結果、調査実施事業者数は 2,888 件となりました。

- 卸売業 587 件
- 小売業 841 件
- 飲食業 587 件
- サービス業 873 件

(注) 調査対象外とした事業者

- A) 支社・支所・支店
- B) 非営利団体
- C) 風俗営業法適用事業者
 - ・ 旅館、ホテル [小分類 751]
 - ・ バー、キャバレー、ナイトクラブ [小分類 766]
 - ・ マージャンクラブ [小分類 80J]
 - ・ パチンコホール [小分類 80K]
 - ・ ゲームセンター [小分類 80L]
- D) 本調査のサービス業の対象外とした情報通信業、サービス業

- ・ 通信業 [中分類 3 7] 放送業 [中分類 3 8]
- ・ 不動産賃貸業・管理業 [中分類 6 9]
- ・ 物品賃貸業 [中分類 7 0]
- ・ 学術研究、専門・技術サービス業 [大分類 L]
- ・ 学校教育 [中分類 8 1]
- ・ 病院 [小分類 8 3 1] 一般診療所 [小分類 8 3 2] 歯科診療所 [小分類 8 3 3] 助産・看護業 [小分類 8 3 4]
- ・ 保健衛生 [中分類 8 4] 社会保険・社会福祉・介護事業 [中分類 8 5]
- ・ 複合サービス事業 [大分類 Q]
- ・ 廃棄物処理業 [中分類 8 8] 機械等修理業 [中分類 9 0] 職業紹介・労働者派遣業 [中分類 9 1] その他の事業サービス業 [中分類 9 2] 政治・経済・文化団体 [中分類 9 3] 宗教 [中分類 9 4] その他のサービス業 [中分類 9 5]

分類は、日本標準産業分類の分類項目に基づいています。

- E) 中小企業基本法の次の定義（資本金と常用従業員数の両方）に該当する事業者
- ・ 卸売業 資本金 1 億円超 かつ 常用従業員数 1 0 0 人超
 - ・ 小売業 資本金 5,000 万円超 かつ 常用従業員数 5 0 人超
 - ・ サービス業 資本金 5,000 万円超 かつ 常用従業員数 1 0 0 人超
 - ・ 製造業その他 資本金 3 億円超 かつ 常用従業員数 3 0 0 人超
- F) 令和 3 年度荒川区新型コロナウイルス感染症の影響に係る実態調査における以下の事業者
- ・ 大企業等を理由として調査対象外とした事業者
 - ・ はがきが到達しなかった事業者
 - ・ 廃業していた事業者
 - ・ 調査を拒否した事業者
- G) 本調査の通知はがきが到達しなかった事業者
- H) 事務局に対して調査辞退を申し出た事業者

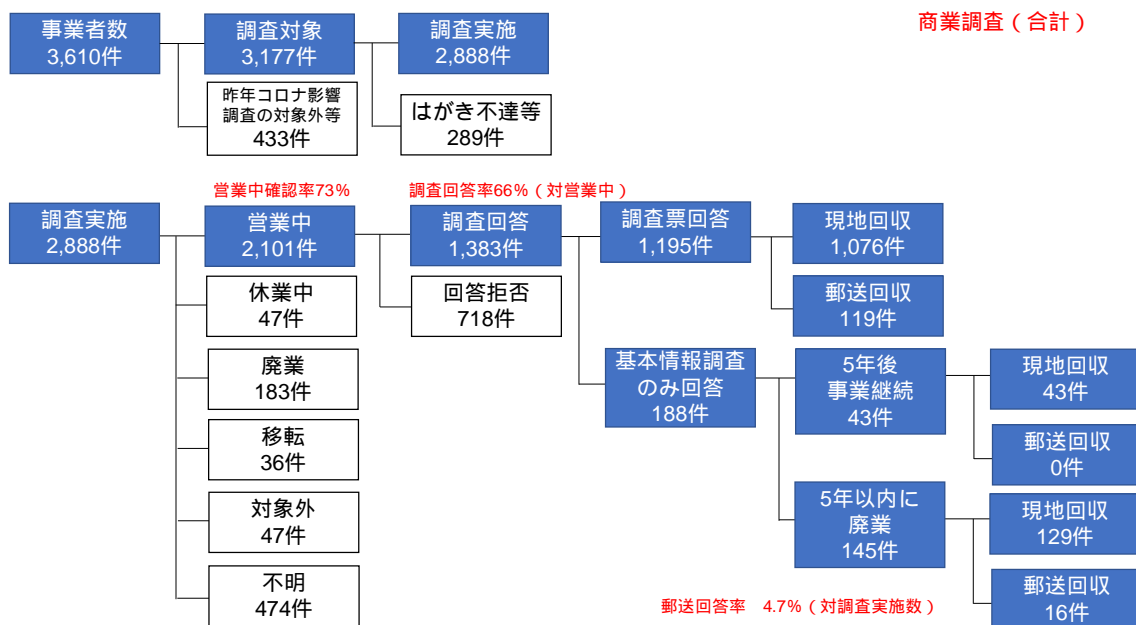
調査回答事業者数は、「基本情報調査票」が 1,383 件、「調査票」が 1,195 件となりました。うち、郵送回収事業者数は、「基本情報調査票」が 137 件、「調査票」が 119 件となりました。「基本情報調査票」の郵送回答率は、調査実施事業者数に対して 4.7% となりました。

回収率は、調査実施事業者数に対して、「基本情報調査票」が 47.9%、

「調査票」が41.4%となりました。営業が確認できた事業者に対して、「基本情報調査票」が65.8%、「調査票」が56.9%となりました。

| | 調査実施数 | 営業中事業者数 | 調査票回収数 | |
|-------|-------|---------|---------|-------|
| | | | 基本情報調査票 | 調査票 |
| 卸売業 | 587 | 409 | 253 | 233 |
| 小売業 | 841 | 612 | 429 | 347 |
| 飲食店 | 587 | 426 | 272 | 237 |
| サービス業 | 873 | 654 | 429 | 378 |
| 合計 | 2,888 | 2,101 | 1,383 | 1,195 |

| | 回収率（対調査完了数） | | 回収率（対営業中事業者数） | |
|-------|-------------|-------|---------------|-------|
| | 基本情報調査票 | 調査票 | 基本情報調査票 | 調査票 |
| 卸売業 | 43.1% | 39.7% | 61.9% | 57.0% |
| 小売業 | 51.0% | 41.3% | 70.1% | 56.7% |
| 飲食店 | 46.3% | 40.4% | 63.8% | 55.6% |
| サービス業 | 49.1% | 43.3% | 65.6% | 57.8% |
| 合計 | 47.9% | 41.4% | 65.8% | 56.9% |



3. 調査対象業種 / 地区

(1) 業種

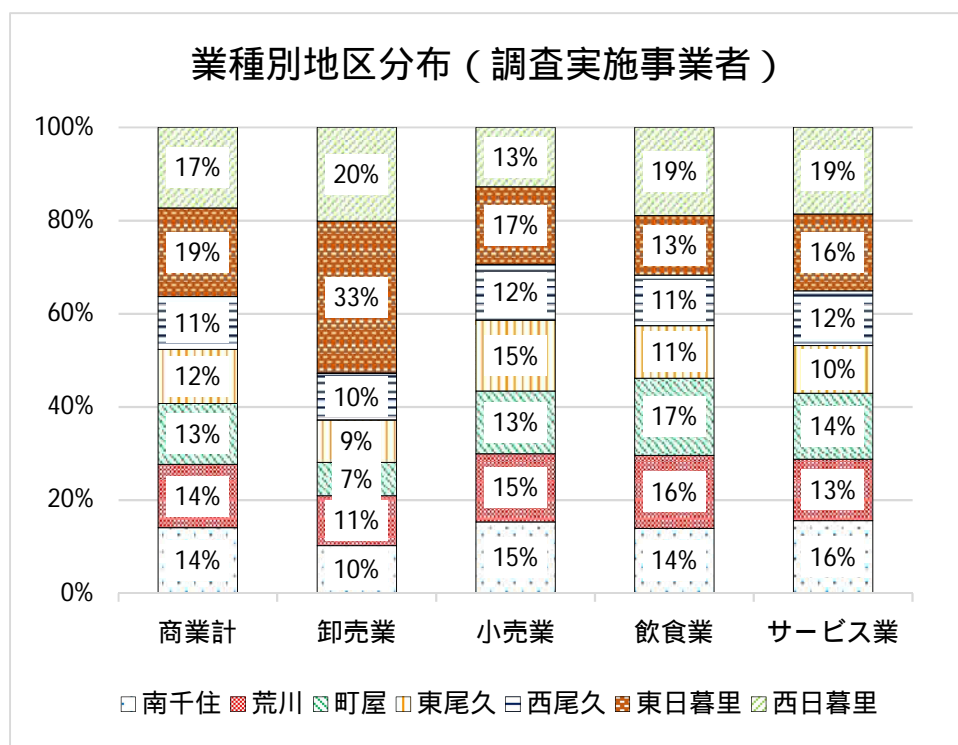
| 法律分類 | 日本標準産業分類 大分類 | 日本標準産業分類 中分類 | 2022年商業調査 | | | | | | 本調査の 区分 | |
|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------------|-------|-----------------------|-----|--------|-----|------------|-------|
| | | | 事業者数 (令和2年次フレーム経済センサス) | | 調査対象件数 (周知はがき送付件数) | | 調査実施件数 | | | |
| | | | 各業種 | 合計 | 各業種 | 合計 | 各業種 | 合計 | | |
| サービス業 | G 情報通信業 | 39 情報サービス業 | 109 | 165 | 95 | 141 | 81 | 116 | サービス業 | |
| 製造業その他 | | 40 インターネット附随サービス業 | 15 | | 13 | | 10 | | | |
| サービス業 | | 41 映像・音声・文字情報制作業 | 41 | | 33 | | 25 | | | |
| 卸売業 | I 卸売業、小売業 (卸売業) | 50 各種商品卸売業 | 2 | 727 | 2 | 639 | 2 | 587 | 卸売業 | |
| | | 51 繊維・衣服等卸売業 | 96 | | 89 | | 77 | | | |
| | | 52 飲食料品卸売業 | 90 | | 81 | | 75 | | | |
| | | 53 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業 | 173 | | 153 | | 140 | | | |
| | | 54 機械器具卸売業 | 133 | | 110 | | 102 | | | |
| | | 55 その他の卸売業 | 233 | | 204 | | 191 | | | |
| | | 56 各種商品小売業 | 1 | | 1 | | 1 | | | |
| 小売業 | I 卸売業、小売業 (小売業) | 57 織物・衣服・身の回り品小売業 | 153 | 1,031 | 141 | 919 | 130 | 841 | 小売業 | |
| | | 58 飲食料品小売業 | 363 | | 326 | | 297 | | | |
| | | 59 機械器具小売業 | 89 | | 75 | | 69 | | | |
| | | 60 その他の小売業 | 365 | | 330 | | 303 | | | |
| | | 61 無店舗小売業 | 60 | | 46 | | 41 | | | |
| | | 製造業その他 | K 不動産業、物品賃貸業 | | 68 不動産取引業 | | 111 | | | 98 |
| サービス業 | M 宿泊業、飲食サービス業 | 75 宿泊業 風営法適用業種除く | 32 | 143 | 25 | 123 | 24 | 116 | サービス業 | |
| 76 飲食店 風営法適用業種除く | | 717 | 651 | | 587 | | | | | |
| 77 持ち帰り・配達飲食サービス業 | | 31 | 27 | | 26 | | | | | |
| サービス業 | N 生活関連サービス業、娯楽業 | 78 洗濯・理容・美容・浴場業 | 410 | 827 | 351 | 704 | 326 | 641 | サービス業 | |
| | | 79 その他の生活関連サービス業 | 59 | | 50 | | 43 | | | |
| | | 80 娯楽業 風営法適用業種除く | 25 | | 18 | | 17 | | | |
| | | 82 その他の教育、学習支援業 | 121 | | 102 | | 94 | | | |
| | O 教育、学習支援業 | P 医療、福祉 | 83 療術業、歯科技工所 | | 127 | | 107 | | | 91 |
| | | | R サービス業(他に分類されないもの) | | 89 自動車整備業 | | 54 | | | 49 |
| | 合計 | | | | 3,610 | | 3,610 | | | 3,177 |

| | 事業者数 | 調査対象件数 | 調査実施件数 | 調査実施件数割合 |
|-------|-------|--------|--------|----------|
| 卸売業 | 727 | 639 | 587 | 20.3% |
| 小売業 | 1,031 | 919 | 841 | 29.1% |
| 飲食業 | 717 | 651 | 587 | 20.3% |
| サービス業 | 1,135 | 968 | 873 | 30.2% |
| 合計 | 3,610 | 3,177 | 2,888 | 100% |

調査を実施した業種の内訳は、「小売業」「サービス業」が30%、「卸売業」「飲食業」が20%となっています。

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

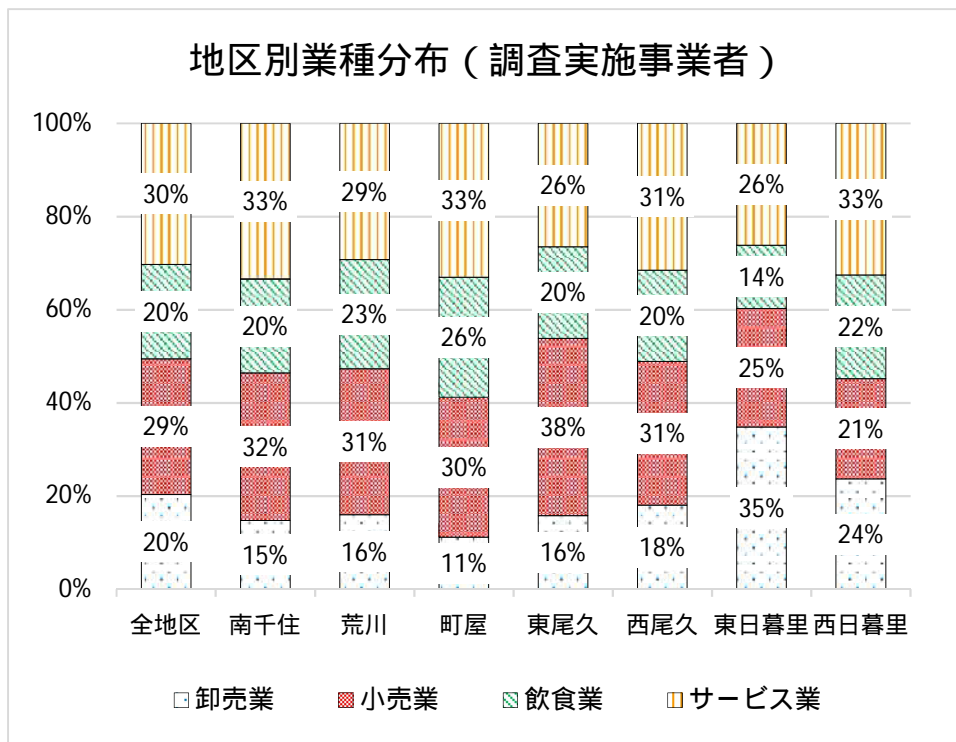
(2) 業種別地区分布



| 業種別地区分布 (調査実施事業者) | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|----------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 南千住 | 407 | 14% | 60 | 10% | 129 | 15% | 82 | 14% | 136 | 16% |
| 荒川 | 393 | 14% | 63 | 11% | 123 | 15% | 92 | 16% | 115 | 13% |
| 町屋 | 376 | 13% | 42 | 7% | 113 | 13% | 97 | 17% | 124 | 14% |
| 東尾久 | 336 | 12% | 53 | 9% | 128 | 15% | 66 | 11% | 89 | 10% |
| 西尾久 | 327 | 11% | 59 | 10% | 101 | 12% | 64 | 11% | 103 | 12% |
| 東日暮里 | 551 | 19% | 192 | 33% | 140 | 17% | 75 | 13% | 144 | 16% |
| 西日暮里 | 498 | 17% | 118 | 20% | 107 | 13% | 111 | 19% | 162 | 19% |
| 合計 | 2,888 | 100% | 587 | 100% | 841 | 100% | 587 | 100% | 873 | 100% |

「東日暮里」が19%、「西日暮里」が17%と多く、「西尾久」が11%と少なくなっています。

(3) 地区別業種分布



| 地区別業種分布 (調査実施事業者) | 全地区 | | 南千住 | | 荒川 | | 町屋 | |
|----------------------|-------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 卸売業 | 587 | 20% | 60 | 15% | 63 | 16% | 42 | 11% |
| 小売業 | 841 | 29% | 129 | 32% | 123 | 31% | 113 | 30% |
| 飲食業 | 587 | 20% | 82 | 20% | 92 | 23% | 97 | 26% |
| サービス業 | 873 | 30% | 136 | 33% | 115 | 29% | 124 | 33% |
| 合計 | 2,888 | 100% | 407 | 100% | 393 | 100% | 376 | 100% |
| 地区別業種分布 (調査実施事業者) | 東尾久 | | 西尾久 | | 東日暮里 | | 西日暮里 | |
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 卸売業 | 53 | 16% | 59 | 18% | 192 | 35% | 118 | 24% |
| 小売業 | 128 | 38% | 101 | 31% | 140 | 25% | 107 | 21% |
| 飲食業 | 66 | 20% | 64 | 20% | 75 | 14% | 111 | 22% |
| サービス業 | 89 | 26% | 103 | 31% | 144 | 26% | 162 | 33% |
| 合計 | 336 | 100% | 327 | 100% | 551 | 100% | 498 | 100% |

○各地区において、区平均に比べて多い業種（全地区の割合に比べて3ポイント以上多い業種）は以下のとおりです。

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

4. 調査内容

事業者の基本情報（業種、経営形態、営業年数、業績、従業員数等）
取引環境（商店会の加盟の有無、主要顧客居住地等）
今後の事業方針
経営環境（売上高の変化）
経営課題（新型コロナウイルス感染症関連含む経営課題、事業承継、DX等
の新たな経営課題）
デジタル技術の活用状況
営業戦略（販売促進活動、個店同士の連携等）
区施策の認知度、区施策に対する期待

【本実施報告書の利用上の注意点】

- ・ 調査結果にある構成比は、小数点以下第1位を四捨五入しているため、構成比を合計しても100%にならない場合があります。
- ・ 集合横棒グラフに記載している割合は、商業計の割合を示します。

経営支援事業の実施結果

1. 経営相談

| 相談分野 | 件数 | 構成比 | 具体的内容 |
|---------------|-----|------|----------------|
| デジタル技術の活用 | 60 | 39% | キャッシュ決済、ホームページ |
| 資金調達 | 44 | 29% | 補助金、融資 |
| 店舗の改装・設備の更新 | 28 | 18% | 空調・照明等の更新 |
| 経営関係 | 28 | 18% | 事業承継 |
| 販路開拓 | 22 | 14% | 展示会、販促媒体活用 |
| 販売促進 | 18 | 12% | デジタル技術活用 |
| 人事関係 | 10 | 7% | 従業員採用、福利厚生 |
| 新分野進出/業種の見直し | 8 | 5% | 新規出店、遊休不動産活用 |
| 生産性向上 | 5 | 3% | システム導入 |
| 商品・サービスの改良・開発 | 3 | 2% | 新商品開発 |
| 経費削減 | 2 | 1% | 仕入コスト削減 |
| 同業・異業種連携 | 1 | 1% | 商店街事業者との連携 |
| 仕入先の見直し | 1 | 1% | 仕入先の見直し |
| その他 | 6 | 4% | BCP |
| 相談件数 合計 | 153 | 5.3% | |

153件の訪問経営支援を行いました。

(卸売業36件、小売業49件、飲食業28件、サービス業40件)

○調査実施事業者数に対する経営相談の割合は6.6%となりました。

○「デジタル技術の活用」「資金調達」「店舗の改装・設備の更新」「経営関係」が多くなっています。

2. デジタル専門家無料派遣の希望の受付

71件のデジタル専門家無料派遣の希望の受付を行いました。

(卸売業12件、小売業22件、飲食業16件、サービス業21件)

○調査実施事業者数に対する受付の割合は2.5%となりました。

3. 経営相談・助言の実施事例

調査員が訪問した際に、事業者からご相談があり、以下のとおり助言を行いました。

(1) デジタル技術の活用を除く分野

| 事業者からのご相談内容 | 調査員の助言内容 |
|---|--|
| 【販売促進】 新商品が売れない。 | 荒川区の支援施策「高度特定分野専門家派遣」について説明しました。 |
| 【販売促進】 あらかわ遊園チケ得サービスについて知りたい。 | 荒川区の支援施策「あらかわ遊園チケ得サービス」について説明しました。 |
| 【販路開拓】 展示会に出展したい。 | 荒川区の支援施策「にぎわいコーディネータ」について説明しました。 |
| 【店舗の改装、資金調達】 店舗の改装（空調、照明、冷蔵庫の更新やトイレ、内装、看板の改修等）を行いたいので、活用できる補助金を知りたい。 | 荒川区の支援施策「商業・サービス業活力創出支援事業補助金」について説明しました。 |
| 【店舗の改装、資金調達】 補助率が比較的高い補助金を知りたい。 | 荒川区の支援施策「事業・業態転換等支援事業」について説明しました。 |
| 【人事関係】 従業員を定着させたい。 | 東京広域勤労者サービスセンターの「福利厚生サービス」について説明しました。 |
| 【人事関係】 従業員の採用や育成が課題である。 | 荒川区の支援施策「中小企業よろず相談」について説明しました。 |
| 【新分野進出】 新分野への進出、新たな業種への取組を検討している。 | 荒川区の支援施策「事業・業態転換等支援事業」について説明しました。 |
| 【新分野進出、資金調達】 新たにテイクアウトを始めるために、厨房を増強したい。 | 荒川区の支援施策「事業・業態転換等支援事業」について説明しました。 |
| 【新分野進出】 商店街の小規模スペースにおける自動販売機ビジネスを検討したい。 | 荒川区の支援施策「にぎわいコーディネータ」について説明しました。 |

| 事業者からのご相談内容 | 調査員の助言内容 |
|--|--|
| <p>【新分野進出】 遊休化している保有ビルやスペースを有効活用したい</p> | <p>荒川区の支援施策「中小企業よろず相談」について説明しました。</p> |
| <p>【経営関係】 廃業時の在庫や備品の処分方法について知りたい。</p> | <p>荒川区の支援施策「事業承継・終了に関する専門家の訪問相談」について説明しました。</p> |
| <p>【経営関係】 事業承継を考えているが、相続や税金について知りたい。</p> | <p>荒川区の支援施策「事業承継・終了に関する専門家の訪問相談」について説明しました。</p> |
| <p>【経営関係】 親族あるいは親族以外への事業承継の方法及びその留意点について知りたい。</p> | <p>荒川区の支援施策「事業承継・終了に関する専門家の訪問相談」について説明しました。</p> |
| <p>【経営関係、資金調達】 事業承継の際に、店舗を改装したい。</p> | <p>荒川区の支援施策「事業承継・終了に関する専門家の訪問相談」及び「商業・サービス業活力創出支援事業補助金」について説明しました。</p> |
| <p>【資金調達】 新型コロナウイルス感染症の拡大による売上減少に対する支援策について知りたい。</p> | <p>経済産業省の支援施策「事業復活支援金」について説明しました。</p> |
| <p>【資金調達】 事業性の資金の借り入れの支援策について知りたい。</p> | <p>荒川区の支援施策「中小企業融資制度」について説明しました。</p> |
| <p>【資金調達】 個人事業主の福利厚生について知りたい。</p> | <p>荒川区の支援施策「小規模企業共済加入助成」について説明しました。</p> |
| <p>【資金調達】 荒川区の経営支援施策について知りたい。</p> | <p>荒川区の支援施策全般について説明しました。</p> |

(2) デジタル技術の活用関連

事業者から、以下のデジタル技術の活用に関連するご相談があり、調査員が荒川区の支援施策「デジタル専門家無料派遣事業」について説明しました。

| 相談分野 | 事業者からのご相談内容 |
|-----------|---|
| 販売促進 | 新しく考案したメニューや商品について、HP や SNS などのデジタル技術の媒体を活用して PR したい。 |
| | ホームページを開設したい |
| 販路開拓 | 新規顧客開拓のために、HP や SNS などのデジタル技術の媒体を活用したい。 |
| | インターネットによる販売を強化したい。 |
| システムの更新 | 基幹システムを更新したい |
| | ホームページを更新したい |
| | オンライン販売サイトをリニューアルしたい |
| 生産性の向上 | DX を活用して業績を拡大したい。 |
| 経理 | 経理処理のコストを下げるために、経理ソフトを導入したい |
| | 電子帳簿保存法や消費税のインボイス制度に対応するために、経理ソフトを導入したい |
| キャッシュレス決済 | 顧客からのキャッシュレス決済の希望が多くなってきたので、キャッシュレス決済機器を導入したい。 |
| | 店舗が狭く、レジが置けないので、キャッシュレス決済機器を導入したい。 |
| | キャッシュレス決済事業者の選択方法を知りたい |
| デジタル技術全般 | デジタル技術について、何から導入すればよいか、わからない |

4. 産業経済部職員による調査への参加

産業経済部産業振興課の職員が、区内の商業事業者の経営実態を直接把握し、その経験を今後の業務に活かせるよう、調査員の協力を得て、調査に同行しました。

(1) 参加職員数

5名

(2) 訪問社数

10社

(3) 訪問時期

令和4年6月中旬～6月下旬

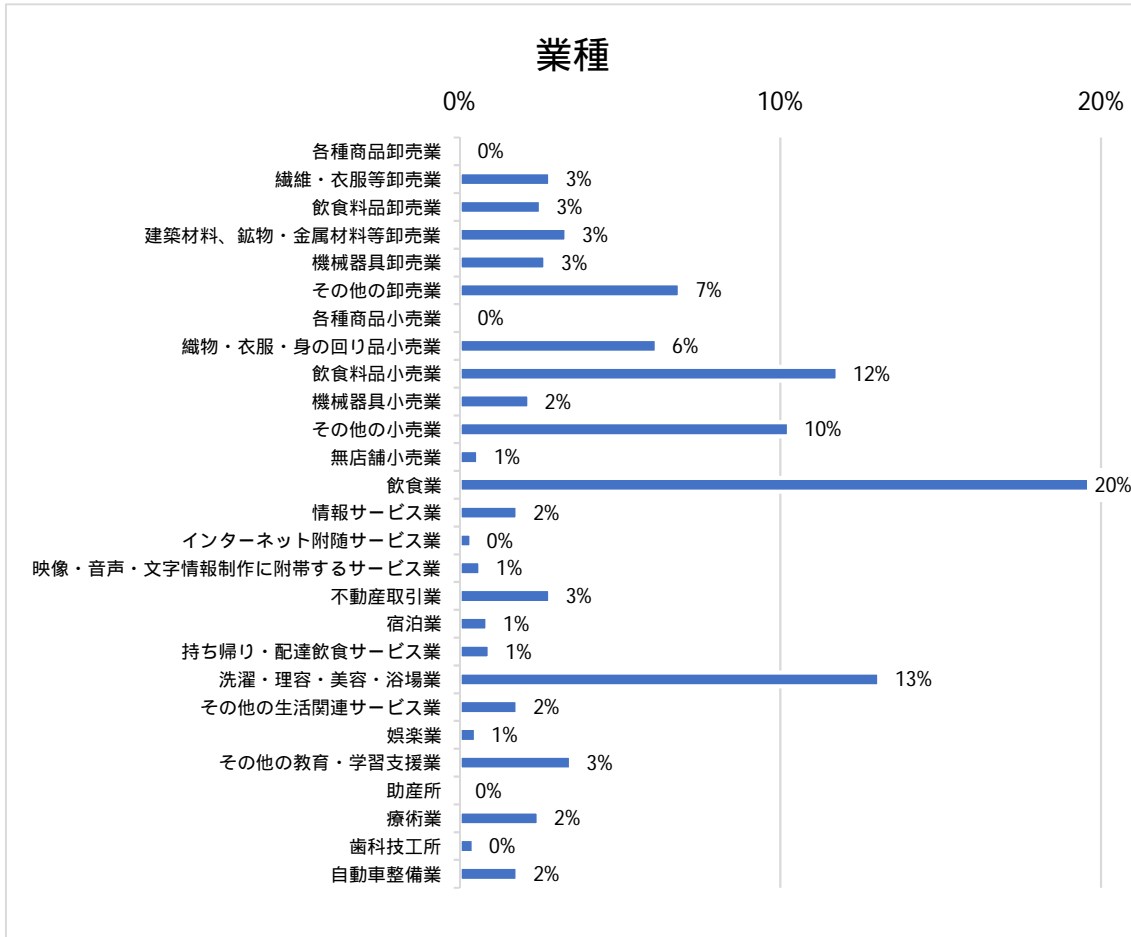
(4) 職員の感想

- ・訪問した2事業者のどちらもコーディネータからの情報提供により、区の補助制度等をよく把握していると、感謝されていました。区内事業者との信頼関係を築き、様々な提案等をしていくことが区内産業の振興につながると感じました。
- ・非接触決済に関しては手数料が高すぎるとの悩みを聞きました。時代に取り残されないように導入するが、不安もあるとおっしゃっていたのが印象的でした。
- ・コロナ禍の影響を受け、経営状況も右肩下がりの事業者が多い印象を持っていましたが、デジタル化等に対応していくことで、大きな打撃はでていないとの話がありました。現場の方の声を聞くことで見えてくるものがあると改めて実感しました。
- ・当区の補助金制度をあまり知らない事業者がいましたが、補助対象経費の見積もり段階だったので、急いで区に申請するよう案内をすることができて良かったです。
- ・コロナ禍の影響を受け客足が遠のいたことや、新たな需要に対応した話を直接お聞きすることができ、大変貴重な機会でした。

基本情報調査票の集計結果

1. 業種

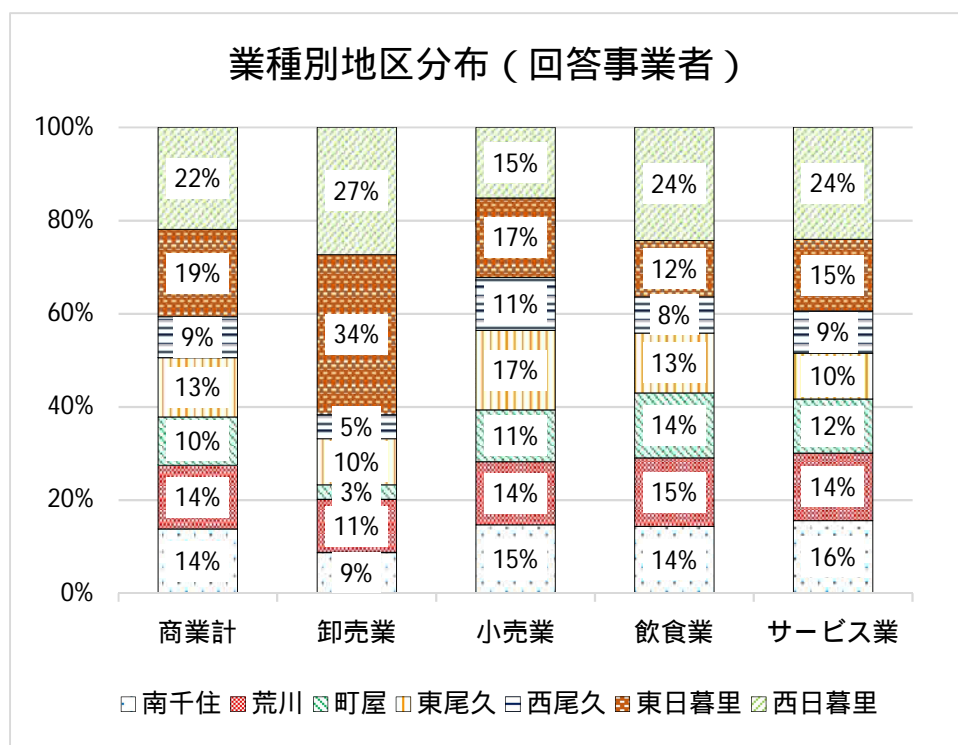
(1) 業種



「飲食業」、「洗濯・理容・美容・浴場業」、「飲食料品小売業」の順で多くなっています。

| 業種 | 調査票回答事業者 | | | |
|------------------------|----------|------|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | | |
| 各種商品卸売業 | 1 | 0% | | |
| 繊維・衣服等卸売業 | 39 | 3% | | |
| 飲食料品卸売業 | 35 | 3% | | |
| 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業 | 46 | 3% | | |
| 機械器具卸売業 | 37 | 3% | 卸売業 | |
| その他の卸売業 | 95 | 7% | 253 | 18% |
| 各種商品小売業 | 1 | 0% | | |
| 織物・衣服・身の回り品小売業 | 85 | 6% | | |
| 飲食料品小売業 | 163 | 12% | | |
| 機械器具小売業 | 30 | 2% | | |
| その他の小売業 | 142 | 10% | 小売業 | |
| 無店舗小売業 | 8 | 1% | 429 | 31% |
| 飲食業 | 272 | 20% | 飲食業 | |
| 情報サービス業 | 25 | 2% | 272 | 20% |
| インターネット附随サービス業 | 5 | 0% | | |
| 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業 | 9 | 1% | | |
| 不動産取引業 | 39 | 3% | | |
| 宿泊業 | 12 | 1% | | |
| 持ち帰り・配達飲食サービス業 | 13 | 1% | | |
| 洗濯・理容・美容・浴場業 | 181 | 13% | | |
| その他の生活関連サービス業 | 25 | 2% | | |
| 娯楽業 | 7 | 1% | | |
| その他の教育・学習支援業 | 48 | 3% | | |
| 助産所 | 0 | 0% | | |
| 療術業 | 34 | 2% | | |
| 歯科技工所 | 6 | 0% | サービス業 | |
| 自動車整備業 | 25 | 2% | 429 | 31% |
| 合計 | 1,383 | 100% | | |

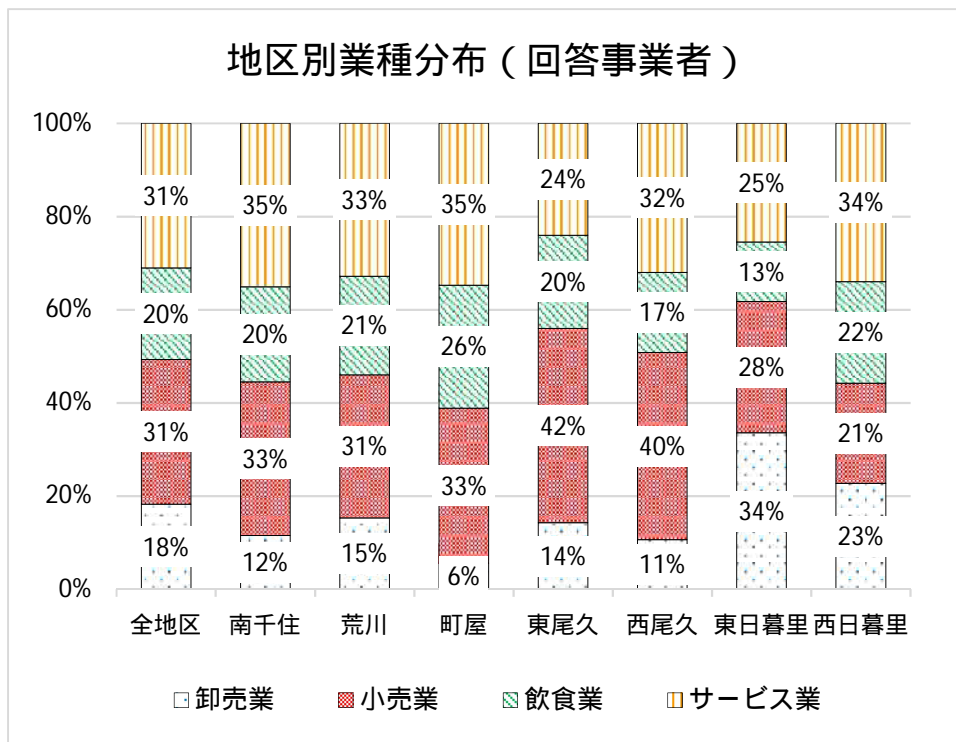
(2) 業種別地区分布



| 業種別地区分布 （回答事業者） | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 南千住 | 191 | 14% | 22 | 9% | 63 | 15% | 39 | 14% | 67 | 16% |
| 荒川 | 189 | 14% | 29 | 11% | 58 | 14% | 40 | 15% | 62 | 14% |
| 町屋 | 144 | 10% | 8 | 3% | 48 | 11% | 38 | 14% | 50 | 12% |
| 東尾久 | 175 | 13% | 25 | 10% | 73 | 17% | 35 | 13% | 42 | 10% |
| 西尾久 | 122 | 9% | 13 | 5% | 49 | 11% | 21 | 8% | 39 | 9% |
| 東日暮里 | 259 | 19% | 87 | 34% | 73 | 17% | 33 | 12% | 66 | 15% |
| 西日暮里 | 303 | 22% | 69 | 27% | 65 | 15% | 66 | 24% | 103 | 24% |
| 合計 | 1,383 | 100% | 253 | 100% | 429 | 100% | 272 | 100% | 429 | 100% |

「西日暮里」「東日暮里」が多く、「西尾久」「町屋」が少なくなっています。

(3) 地区別業種分布



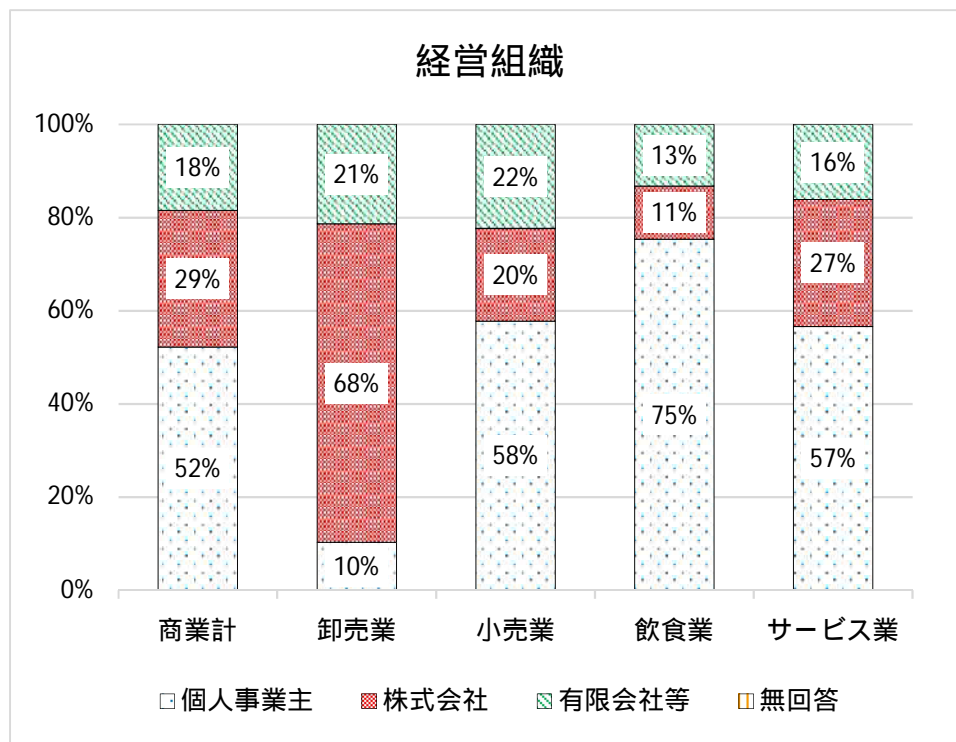
| 地区別業種分布 （回答事業者） | 全地区 | | 南千住 | | 荒川 | | 町屋 | |
|--------------------|-------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 卸売業 | 253 | 18% | 22 | 12% | 29 | 15% | 8 | 6% |
| 小売業 | 429 | 31% | 63 | 33% | 58 | 31% | 48 | 33% |
| 飲食業 | 272 | 20% | 39 | 20% | 40 | 21% | 38 | 26% |
| サービス業 | 429 | 31% | 67 | 35% | 62 | 33% | 50 | 35% |
| 合計 | 1,383 | 100% | 191 | 100% | 189 | 100% | 144 | 100% |
| 地区別業種分布 （回答事業者） | 東尾久 | | 西尾久 | | 東日暮里 | | 西日暮里 | |
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 卸売業 | 25 | 14% | 13 | 11% | 87 | 34% | 69 | 23% |
| 小売業 | 73 | 42% | 49 | 40% | 73 | 28% | 65 | 21% |
| 飲食業 | 35 | 20% | 21 | 17% | 33 | 13% | 66 | 22% |
| サービス業 | 42 | 24% | 39 | 32% | 66 | 25% | 103 | 34% |
| 合計 | 175 | 100% | 122 | 100% | 259 | 100% | 303 | 100% |

○各地区において、他地区に比べて多い業種（全地区の割合に比べて3ポイント以上多い業種）は以下のとおりです。

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

2. 経営環境

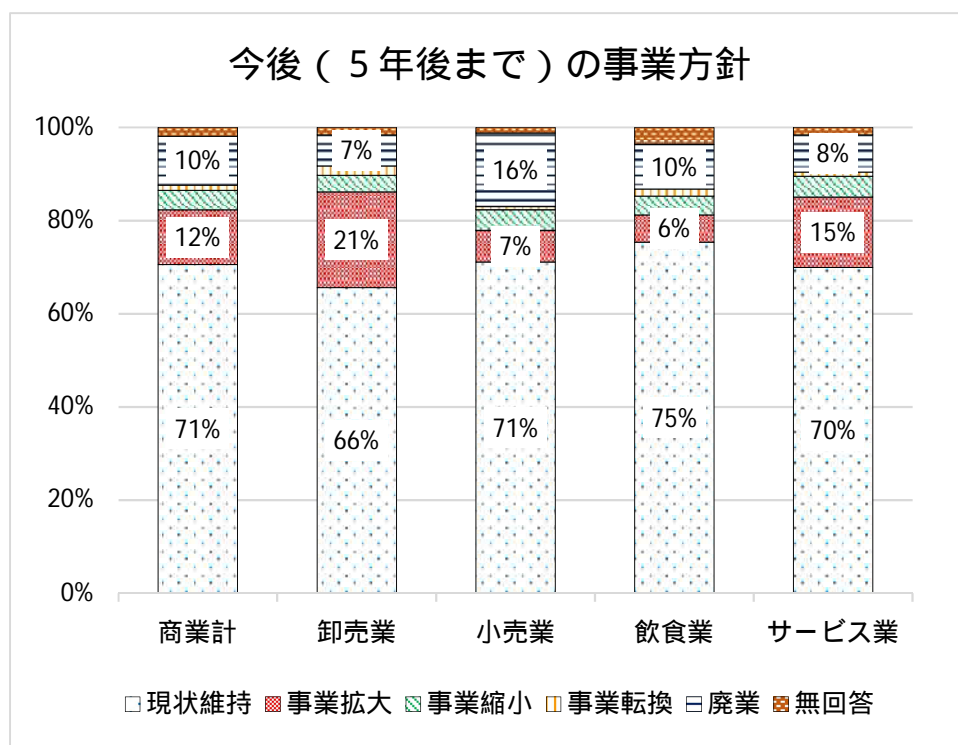
(1) 経営組織



| 経営組織 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 個人事業主 | 722 | 52% | 26 | 10% | 248 | 58% | 205 | 75% | 243 | 57% |
| 株式会社 | 406 | 29% | 173 | 68% | 85 | 20% | 31 | 11% | 117 | 27% |
| 有限会社等 | 255 | 18% | 54 | 21% | 96 | 22% | 36 | 13% | 69 | 16% |
| 無回答 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 基本情報調査票回答者合計 | 1,383 | 100% | 253 | 100% | 429 | 100% | 272 | 100% | 429 | 100% |

「個人事業主」が52%、「株式会社」が29%となっています。
 ○他業種に比べて、卸売業は「株式会社」が多く、飲食業は「個人事業主」が特に多くなっています

(2) 今後(5年後まで)の事業方針

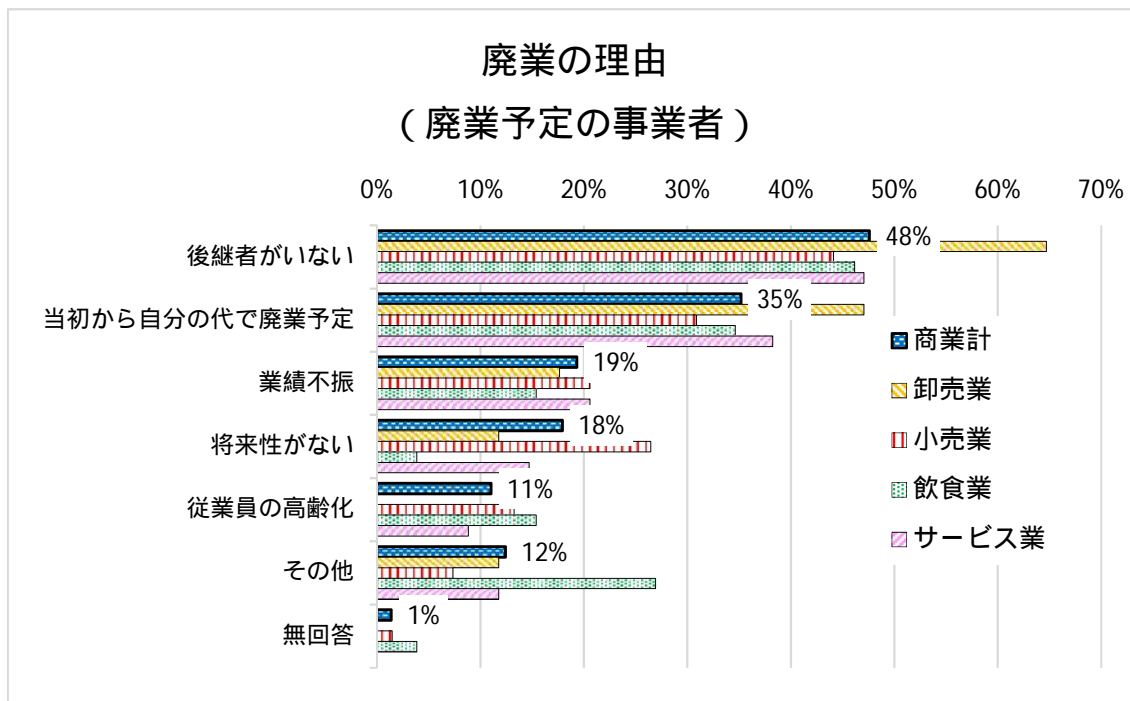


| 今後(5年後まで)の 区内事業所の事業方針 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 現状維持 | 976 | 71% | 166 | 66% | 305 | 71% | 205 | 75% | 300 | 70% |
| 事業拡大 | 162 | 12% | 52 | 21% | 29 | 7% | 16 | 6% | 65 | 15% |
| 事業縮小 | 58 | 4% | 9 | 4% | 19 | 4% | 11 | 4% | 19 | 4% |
| 事業転換 | 16 | 1% | 5 | 2% | 3 | 1% | 4 | 1% | 4 | 1% |
| 廃業 | 145 | 10% | 17 | 7% | 68 | 16% | 26 | 10% | 34 | 8% |
| 無回答 | 26 | 2% | 4 | 2% | 5 | 1% | 10 | 4% | 7 | 2% |
| 基本情報調査票回答者合計 | 1,383 | 100% | 253 | 100% | 429 | 100% | 272 | 100% | 429 | 100% |

「現状維持」が71%、「廃業」が10%となっています。
 ○他業種に比べて、卸売業は「事業拡大」が多くなっています。小売業は「廃業」が多くなっています。

(3) 廃業の理由

- 今後（５年後まで）の事業方針が「廃業」の事業者のみ回答



(注) 集合横棒グラフに記載している割合は、商業計の割合を示します。

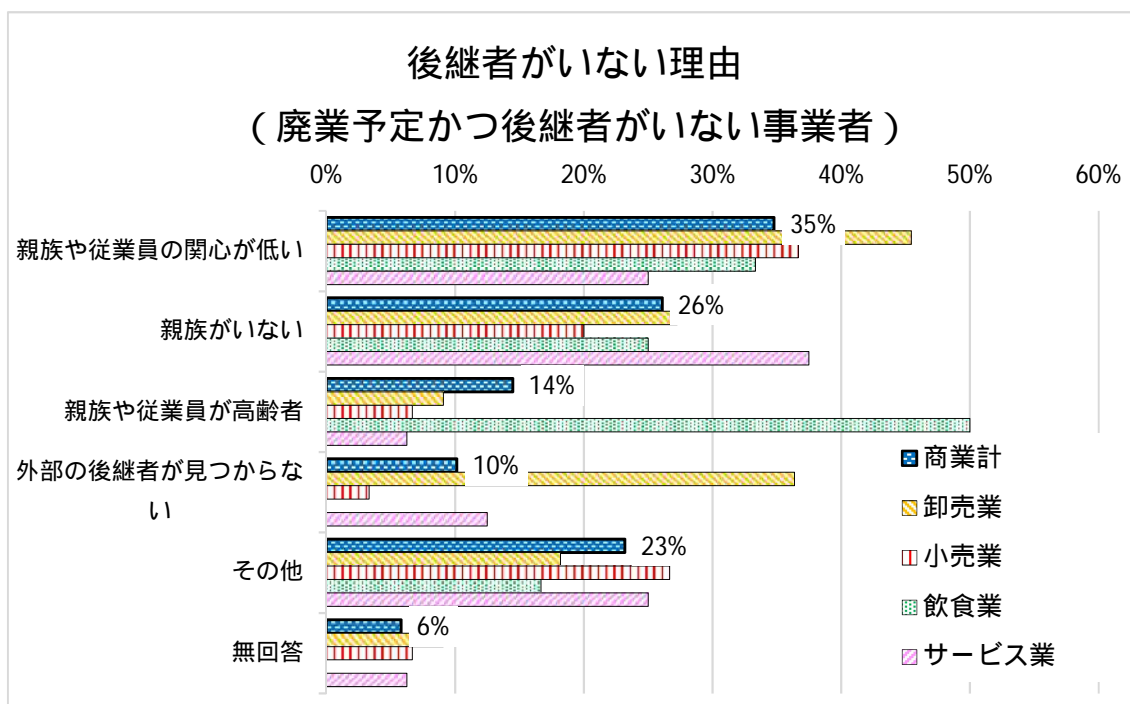
| 廃業の理由 (5年以内廃業の事業者のみ) | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|---------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 後継者がいない | 69 | 48% | 11 | 65% | 30 | 44% | 12 | 46% | 16 | 47% |
| 当初から自分の代で廃業予定 | 51 | 35% | 8 | 47% | 21 | 31% | 9 | 35% | 13 | 38% |
| 業績不振 | 28 | 19% | 3 | 18% | 14 | 21% | 4 | 15% | 7 | 21% |
| 将来性がない | 26 | 18% | 2 | 12% | 18 | 26% | 1 | 4% | 5 | 15% |
| 従業員の高齢化 | 16 | 11% | 0 | 0% | 9 | 13% | 4 | 15% | 3 | 9% |
| その他 | 18 | 12% | 2 | 12% | 5 | 7% | 7 | 27% | 4 | 12% |
| 無回答 | 2 | 1% | 0 | 0% | 1 | 1% | 1 | 4% | 0 | 0% |
| 5年以内廃業事業者合計 | 145 | | 17 | | 68 | | 26 | | 34 | |

「後継者がいない」が48%と最も多くなっています。次いで「当初から自分の代で廃業予定」が35%となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「後継者がいない」が多くなっています。

(4) 後継者がいない理由

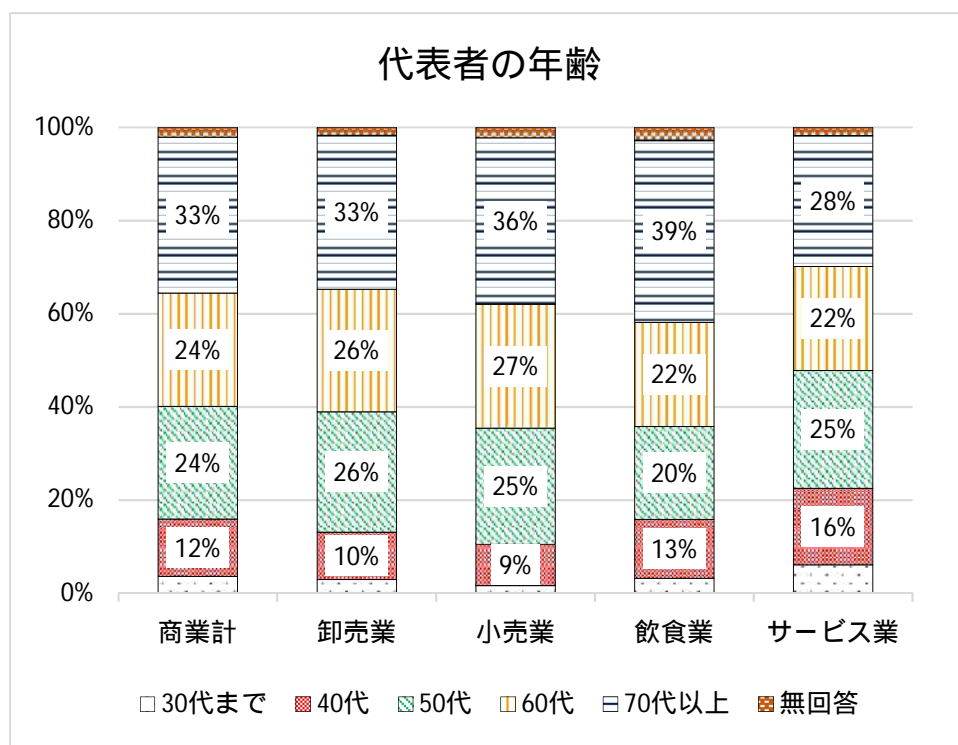
- 今後（５年後まで）の事業方針が「廃業」の事業者、かつ、廃業の理由が「後継者がいない」事業者のみ回答



| 後継者がいない理由 (廃業かつ後継者不在事業者のみ) | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 親族や従業員の関心が低い | 24 | 35% | 5 | 45% | 11 | 37% | 4 | 33% | 4 | 25% |
| 親族がいない | 18 | 26% | 3 | 27% | 6 | 20% | 3 | 25% | 6 | 38% |
| 親族や従業員が高齢者 | 10 | 14% | 1 | 9% | 2 | 7% | 6 | 50% | 1 | 6% |
| 外部の後継者が見つからない | 7 | 10% | 4 | 36% | 1 | 3% | 0 | 0% | 2 | 13% |
| その他 | 16 | 23% | 2 | 18% | 8 | 27% | 2 | 17% | 4 | 25% |
| 無回答 | 4 | 6% | 1 | 9% | 2 | 7% | 0 | 0% | 1 | 6% |
| 後継者不在廃業事業者合計 | 69 | | 11 | | 30 | | 12 | | 16 | |

「親族や従業員の関心が低い」が35%と最も多くなっています。次いで「親族がいない」が26%となっています。

(5) 代表者の年齢

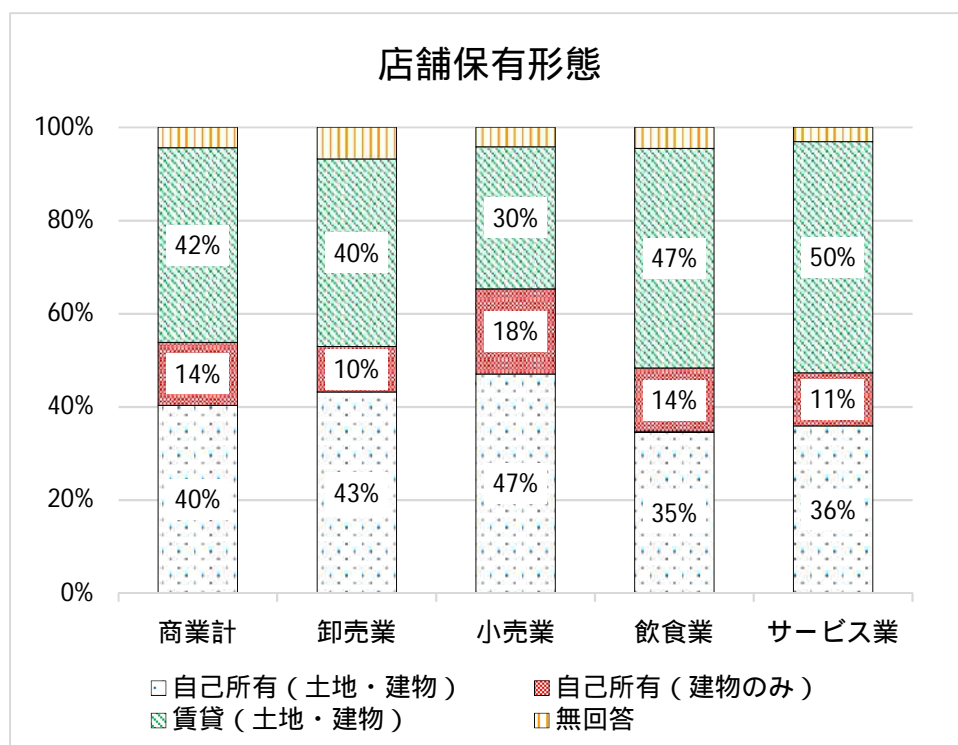


| 代表者の年齢 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 30代まで | 45 | 4% | 7 | 3% | 6 | 2% | 8 | 3% | 24 | 6% |
| 40代 | 152 | 12% | 24 | 10% | 32 | 9% | 31 | 13% | 65 | 16% |
| 50代 | 300 | 24% | 61 | 26% | 90 | 25% | 49 | 20% | 100 | 25% |
| 60代 | 301 | 24% | 62 | 26% | 96 | 27% | 55 | 22% | 88 | 22% |
| 70代以上 | 414 | 33% | 78 | 33% | 129 | 36% | 96 | 39% | 111 | 28% |
| 無回答 | 26 | 2% | 4 | 2% | 8 | 2% | 7 | 3% | 7 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

代表者の年齢は「70代以上」が33%と最も多くなっています。「60代以上」が58%となっています。

○他業種に比べて、小売業は「50代以上」が多く、サービス業は「40代以下」が多くなっています。

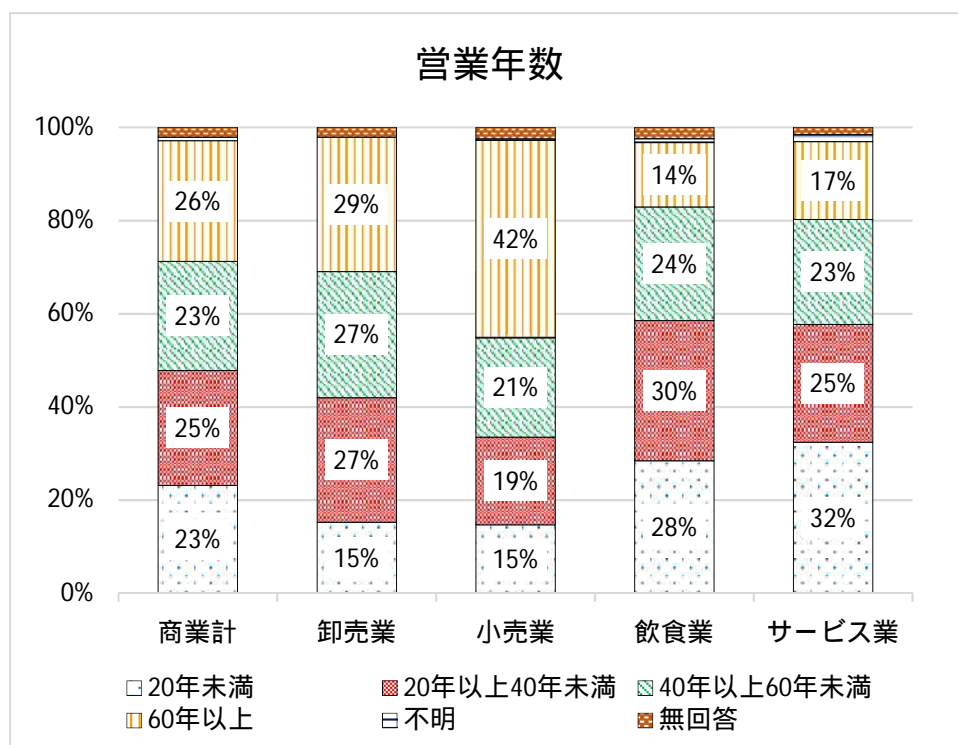
(6) 店舗保有形態



| 店舗の保有形態 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 自己所有（土地・建物） | 499 | 40% | 102 | 43% | 170 | 47% | 85 | 35% | 142 | 36% |
| 自己所有（建物のみ） | 168 | 14% | 23 | 10% | 66 | 18% | 34 | 14% | 45 | 11% |
| 賃貸（土地・建物） | 517 | 42% | 95 | 40% | 110 | 30% | 116 | 47% | 196 | 50% |
| 無回答 | 54 | 4% | 16 | 7% | 15 | 4% | 11 | 4% | 12 | 3% |
| 廃業予定除く基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「賃貸」が42%、「自己所有（土地、建物）」が40%となっています。
 ○他業種に比べて、サービス業は「賃貸」が多く、小売業は「自己所有（土地、建物）」が多くなっています。

(7) 営業年数

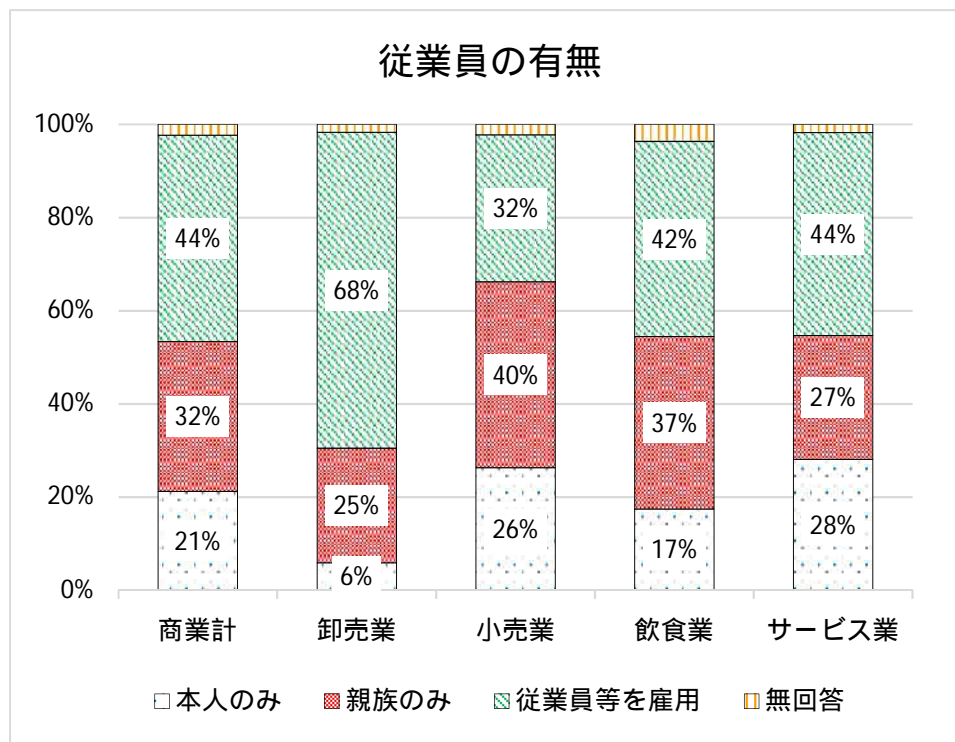


| 営業年数 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 20年未満 | 287 | 23% | 36 | 15% | 53 | 15% | 70 | 28% | 128 | 32% |
| 20年以上40年未満 | 305 | 25% | 63 | 27% | 68 | 19% | 74 | 30% | 100 | 25% |
| 40年以上60年未満 | 290 | 23% | 64 | 27% | 77 | 21% | 60 | 24% | 89 | 23% |
| 60年以上 | 321 | 26% | 68 | 29% | 153 | 42% | 34 | 14% | 66 | 17% |
| 不明 | 9 | 1% | 0 | 0% | 1 | 0% | 2 | 1% | 6 | 2% |
| 無回答 | 26 | 2% | 5 | 2% | 9 | 2% | 6 | 2% | 6 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

営業年数「60年以上」が26%と最も多くなっています。
 ○他業種に比べて、小売業は「60年以上」が多く、サービス業は「20年未満」が多くなっています。

3. 従業員

(1) 従業員の有無

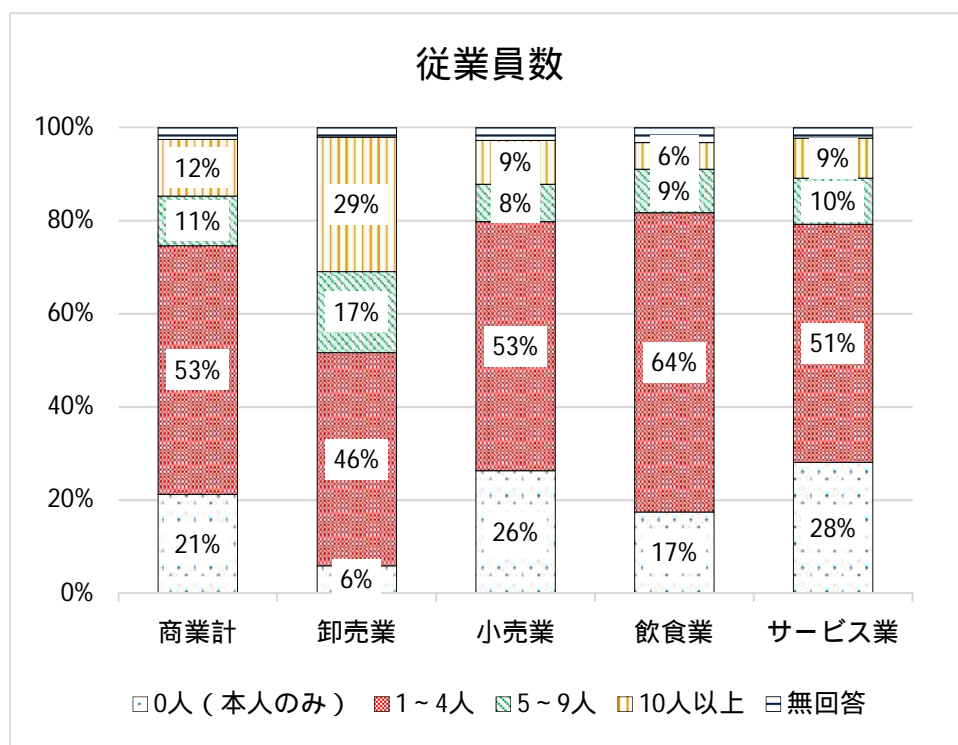


| 従業員の有無 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 本人のみ | 263 | 21% | 14 | 6% | 95 | 26% | 43 | 17% | 111 | 28% |
| 親族のみ | 398 | 32% | 58 | 25% | 144 | 40% | 91 | 37% | 105 | 27% |
| 従業員等を雇用 | 549 | 44% | 160 | 68% | 114 | 32% | 103 | 42% | 172 | 44% |
| 無回答 | 28 | 2% | 4 | 2% | 8 | 2% | 9 | 4% | 7 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「従業員等を雇用」が44%となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「従業員等を雇用」が多く、小売業は「本人のみ及び親族のみの合計」が多くなっています。

(2) 従業員数

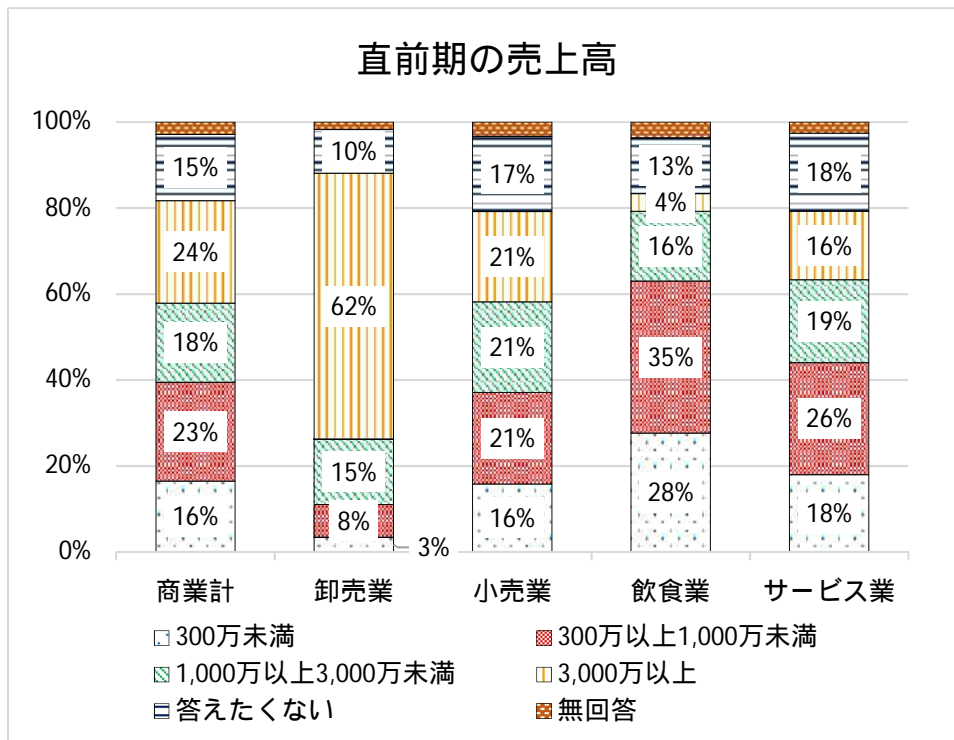


| 従業員数 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 0人(本人のみ) | 263 | 21% | 14 | 6% | 95 | 26% | 43 | 17% | 111 | 28% |
| 1~4人 | 661 | 53% | 108 | 46% | 193 | 53% | 158 | 64% | 202 | 51% |
| 5~9人 | 132 | 11% | 41 | 17% | 29 | 8% | 23 | 9% | 39 | 10% |
| 10人以上 | 150 | 12% | 68 | 29% | 34 | 9% | 14 | 6% | 34 | 9% |
| 無回答 | 32 | 3% | 5 | 2% | 10 | 3% | 8 | 3% | 9 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「1~4人」が53%と最も多くなっています。
 ○他業種に比べて、卸売業は「5人以上」が多くなっています。

4. 業績

(1) 直前期の売上高



| 直前期の売上高 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 300万未満 | 204 | 16% | 8 | 3% | 57 | 16% | 68 | 28% | 71 | 18% |
| 300万以上1,000万未満 | 285 | 23% | 18 | 8% | 77 | 21% | 87 | 35% | 103 | 26% |
| 1,000万以上3,000万未満 | 228 | 18% | 36 | 15% | 76 | 21% | 40 | 16% | 76 | 19% |
| 3,000万以上 | 295 | 24% | 146 | 62% | 76 | 21% | 10 | 4% | 63 | 16% |
| 答えたくない | 191 | 15% | 24 | 10% | 63 | 17% | 32 | 13% | 72 | 18% |
| 無回答 | 35 | 3% | 4 | 2% | 12 | 3% | 9 | 4% | 10 | 3% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

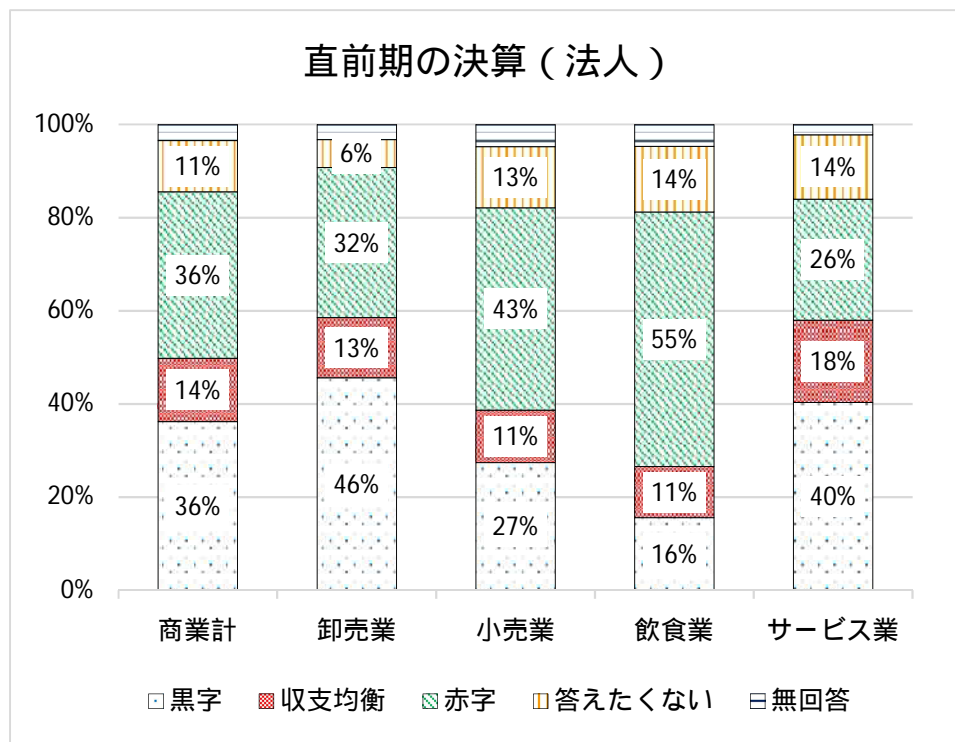
「3,000万以上」が24%と最も多くなっています。

○他業種に比べて、卸売業は「3,000万以上」が多く、飲食業は「300万未満」が多くなっています。

○「答えたくない」及び「無回答」の合計は18%あります。

(2) 直前期の決算

- 法人のみ回答



| 直前期の決算 （法人） | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|----------------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 黒字 | 228 | 36% | 99 | 46% | 46 | 27% | 10 | 16% | 73 | 40% |
| 収支均衡 | 86 | 14% | 28 | 13% | 19 | 11% | 7 | 11% | 32 | 18% |
| 赤字 | 225 | 36% | 70 | 32% | 73 | 43% | 35 | 55% | 47 | 26% |
| 答えたくない | 69 | 11% | 13 | 6% | 22 | 13% | 9 | 14% | 25 | 14% |
| 無回答 | 22 | 3% | 7 | 3% | 8 | 5% | 3 | 5% | 4 | 2% |
| 廃業予定除く法人合計 | 630 | 100% | 217 | 100% | 168 | 100% | 64 | 100% | 181 | 100% |

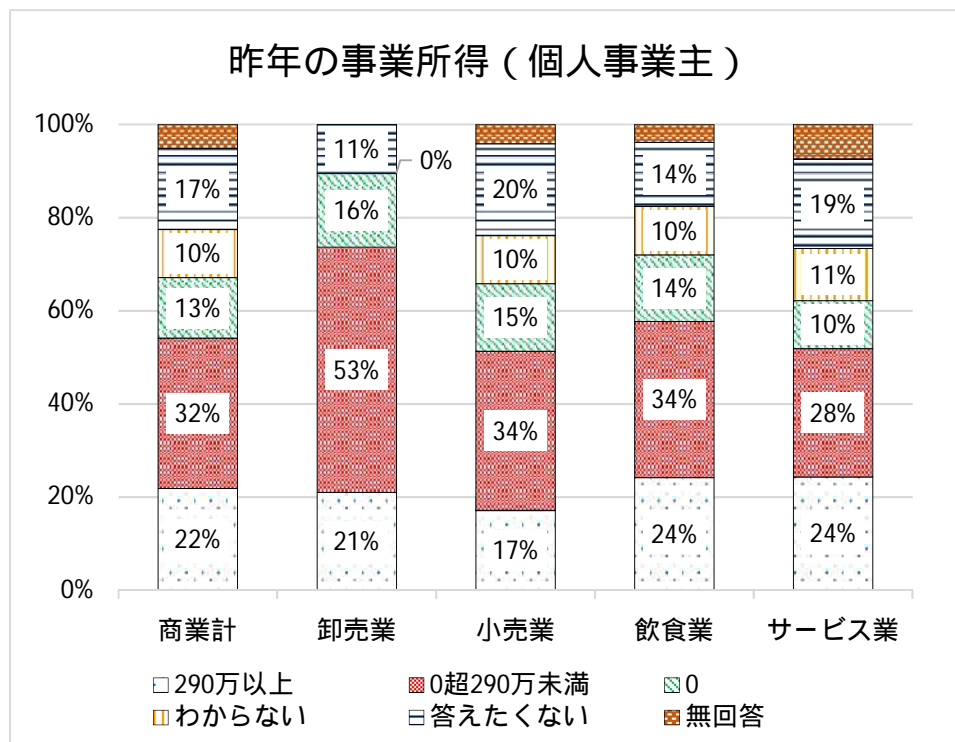
「黒字」「赤字」ともに36%となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「黒字」が多く、飲食業は「赤字」が多くなっています。

○「答えたくない」及び「無回答」の合計は14%あります。

(3) 昨年の事業所得

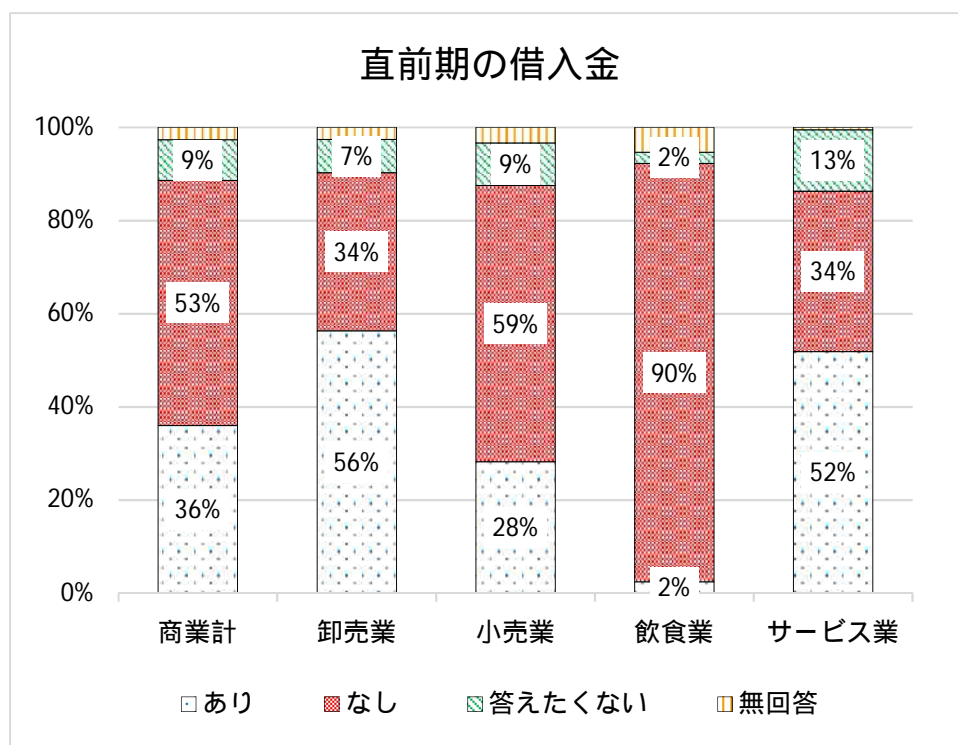
- 個人事業主のみ回答



| 昨年の事業所得 （個人事業主） | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 290万以上 | 133 | 22% | 4 | 21% | 33 | 17% | 44 | 24% | 52 | 24% |
| 0超290万未満 | 196 | 32% | 10 | 53% | 66 | 34% | 61 | 34% | 59 | 28% |
| 0 | 79 | 13% | 3 | 16% | 28 | 15% | 26 | 14% | 22 | 10% |
| わからない | 63 | 10% | 0 | 0% | 20 | 10% | 19 | 10% | 24 | 11% |
| 答えたくない | 106 | 17% | 2 | 11% | 38 | 20% | 25 | 14% | 41 | 19% |
| 無回答 | 31 | 5% | 0 | 0% | 8 | 4% | 7 | 4% | 16 | 7% |
| 廃業予定除く個人事業主合計 | 608 | 100% | 19 | 100% | 193 | 100% | 182 | 100% | 214 | 100% |

「290万以上」は22%、「0超290万未満」は32%となっています。
 ○「わからない」「答えたくない」及び「無回答」の合計は32%あります。

(4) 直前期の借入金

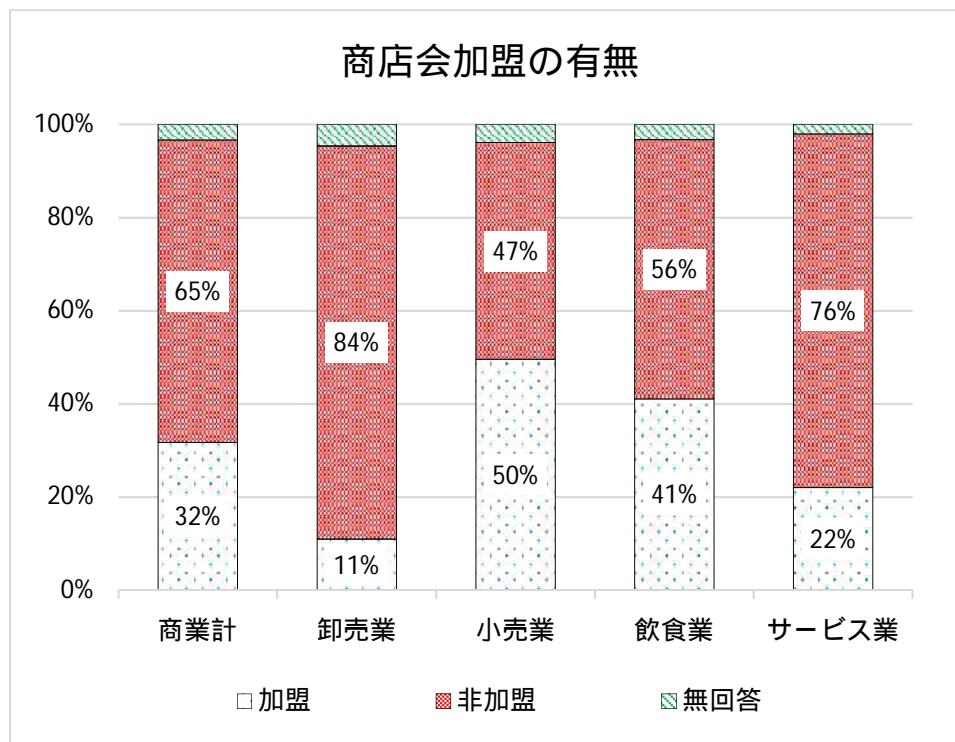


| 直前期の借入金の有無 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| あり | 446 | 36% | 133 | 56% | 102 | 28% | 6 | 2% | 205 | 52% |
| なし | 651 | 53% | 80 | 34% | 214 | 59% | 221 | 90% | 136 | 34% |
| 答えたくない | 108 | 9% | 17 | 7% | 33 | 9% | 6 | 2% | 52 | 13% |
| 無回答 | 33 | 3% | 6 | 3% | 12 | 3% | 13 | 5% | 2 | 1% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「借入金がある」が36%、「借入金がない」が53%となっています。
 ○他業種に比べて、卸売業は「借入金がある」が多く、飲食業は「借入金なし」が多くなっています。

5. 取引環境

(1) 商店会加盟の有無

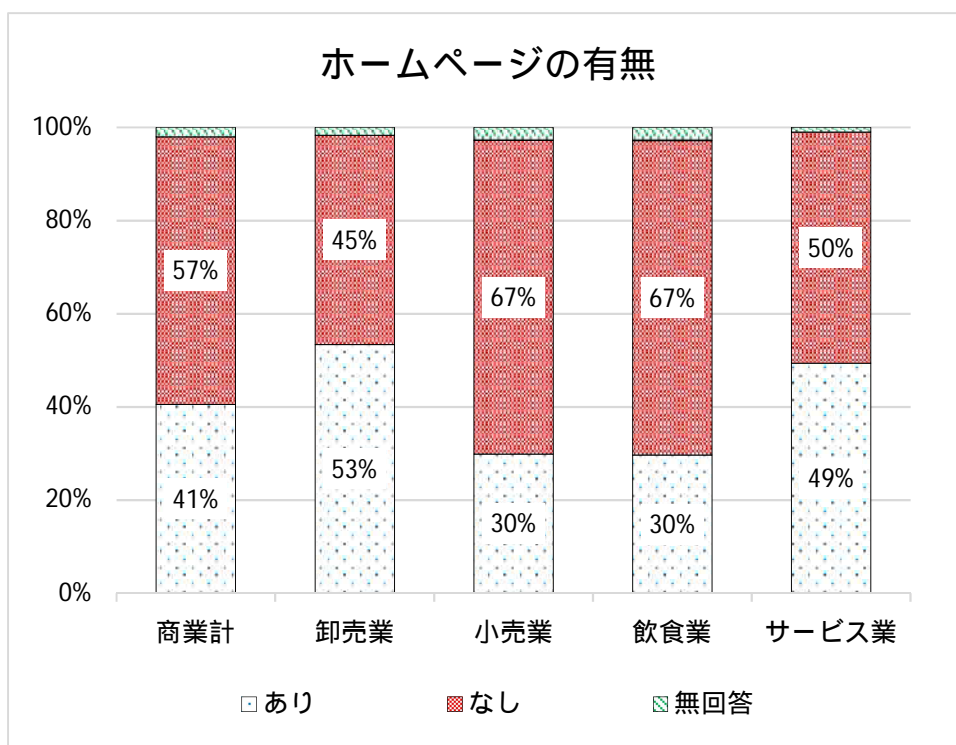


| 商店会の加盟の有無 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 加盟 | 393 | 32% | 26 | 11% | 179 | 50% | 101 | 41% | 87 | 22% |
| 非加盟 | 804 | 65% | 199 | 84% | 168 | 47% | 137 | 56% | 300 | 76% |
| 無回答 | 41 | 3% | 11 | 5% | 14 | 4% | 8 | 3% | 8 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「商店会に加盟」が32%となっています。

○他業種に比べて、小売業は「商店会に加盟」が多く、卸売業は「商店会に非加盟」が多くなっています。

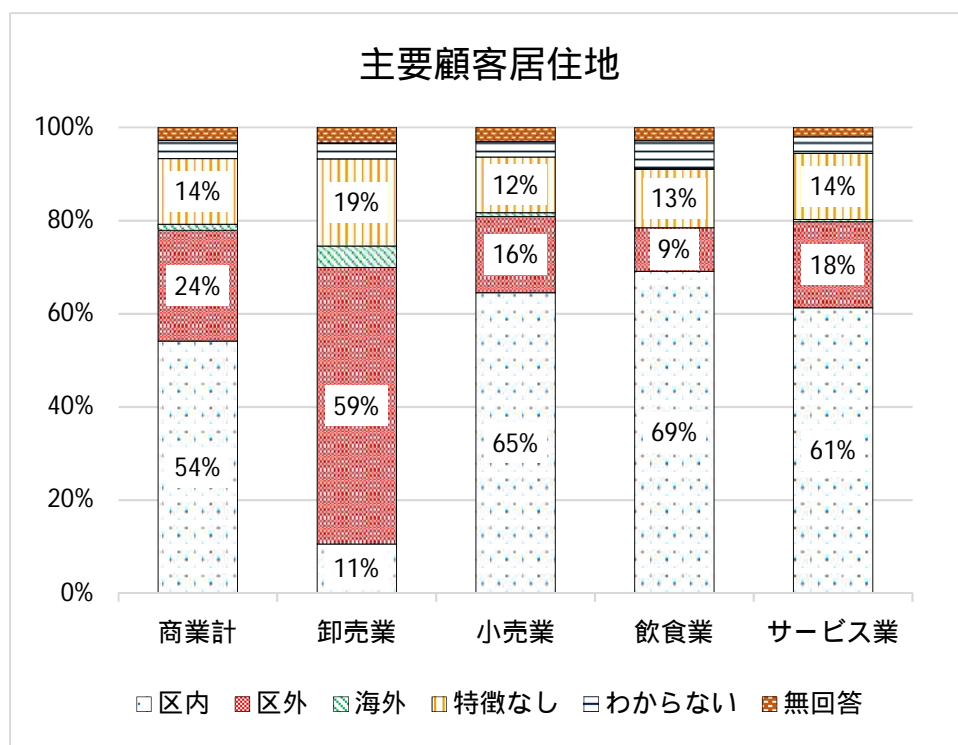
(2) ホームページの有無



| ホームページの有無 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| あり | 502 | 41% | 126 | 53% | 108 | 30% | 73 | 30% | 195 | 49% |
| なし | 711 | 57% | 106 | 45% | 243 | 67% | 166 | 67% | 196 | 50% |
| 無回答 | 25 | 2% | 4 | 2% | 10 | 3% | 7 | 3% | 4 | 1% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「ホームページがある」が41%となっています。
 ○他業種に比べて、卸売業は「ホームページがある」が多く、小売業及び飲食業は「ホームページがない」が多くなっています。

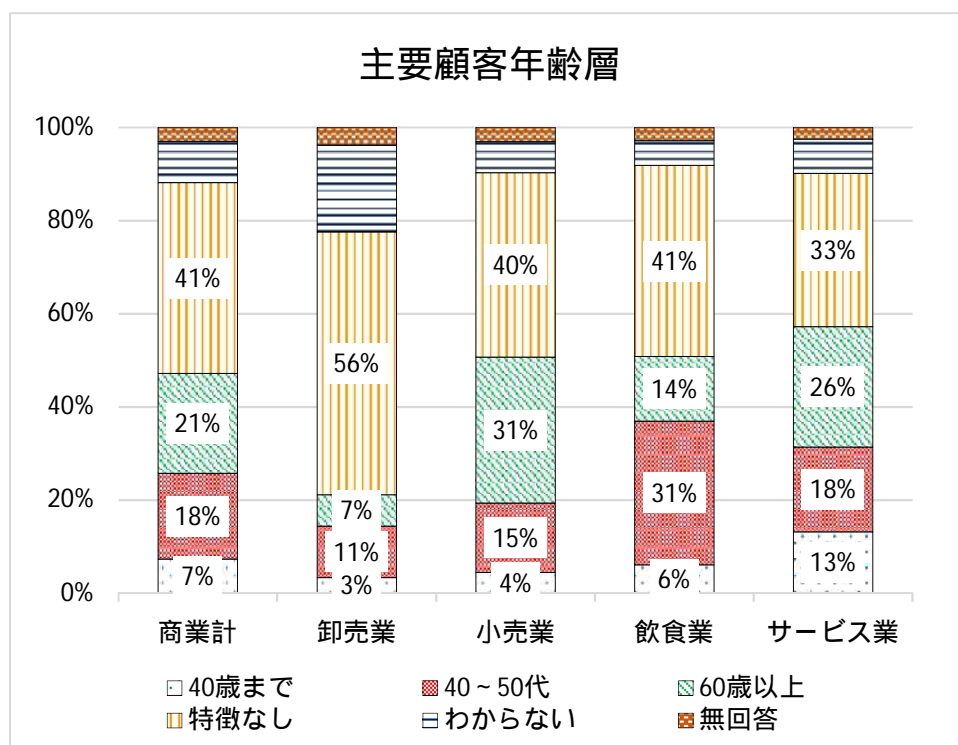
(3) 主要顧客居住地



| 主要顧客居住地 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 区内 | 670 | 54% | 25 | 11% | 233 | 65% | 170 | 69% | 242 | 61% |
| 区外 | 295 | 24% | 140 | 59% | 59 | 16% | 23 | 9% | 73 | 18% |
| 海外 | 16 | 1% | 11 | 5% | 3 | 1% | 0 | 0% | 2 | 1% |
| 特徴なし | 174 | 14% | 44 | 19% | 43 | 12% | 31 | 13% | 56 | 14% |
| わからない | 49 | 4% | 8 | 3% | 12 | 3% | 15 | 6% | 14 | 4% |
| 無回答 | 34 | 3% | 8 | 3% | 11 | 3% | 7 | 3% | 8 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

「区内」が54%と多くなっています。
 ○他業種に比べて、小売業及び飲食業は「区内」が多く、卸売業は「区外」が多くなっています。

(4) 主要顧客年齢層



| 主要顧客年齢層 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 40歳まで | 91 | 7% | 8 | 3% | 16 | 4% | 15 | 6% | 52 | 13% |
| 40~50代 | 228 | 18% | 26 | 11% | 54 | 15% | 76 | 31% | 72 | 18% |
| 60歳以上 | 265 | 21% | 16 | 7% | 113 | 31% | 34 | 14% | 102 | 26% |
| 特徴なし | 507 | 41% | 133 | 56% | 143 | 40% | 101 | 41% | 130 | 33% |
| わからない | 110 | 9% | 44 | 19% | 24 | 7% | 13 | 5% | 29 | 7% |
| 無回答 | 37 | 3% | 9 | 4% | 11 | 3% | 7 | 3% | 10 | 3% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

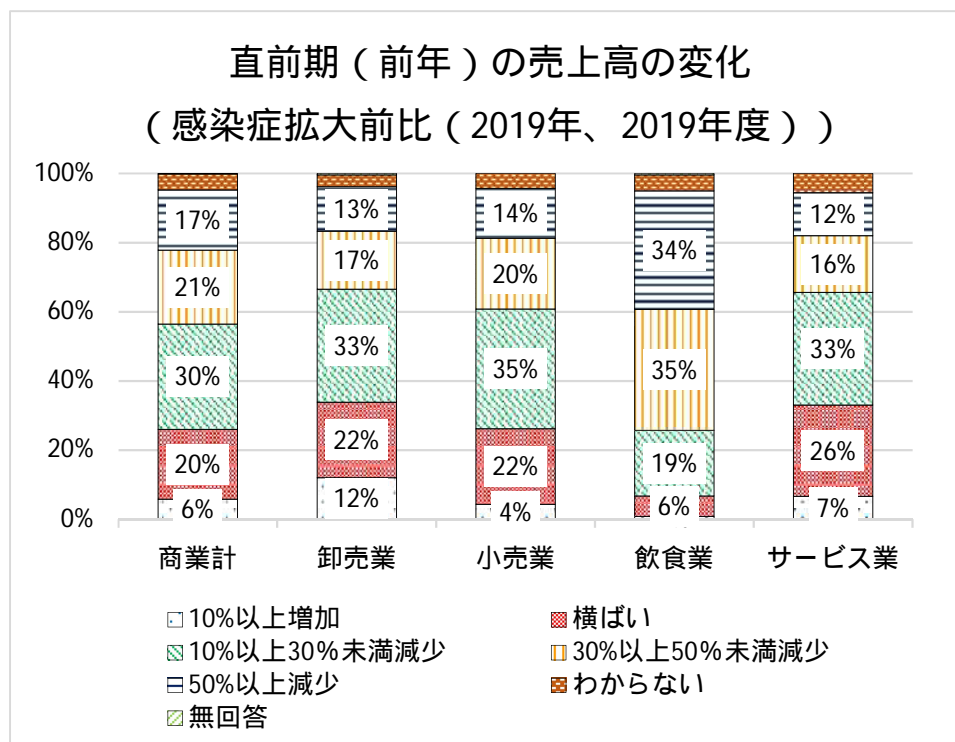
「特徴なし」が41%と多くなっています。

○他業種に比べて、小売業は「60歳以上」が多く、サービス業は「40歳まで」が多くなっています。

調査票の集計結果

1. 業績

(1) 直前期(前年)の売上高の変化



| 感染症拡大前（2019年あるいは2019年度）と比較した直前期（又は昨年）の売上高の変化 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 10%以上増加 | 70 | 6% | 28 | 12% | 15 | 4% | 2 | 1% | 25 | 7% |
| 横ばい | 241 | 20% | 51 | 22% | 76 | 22% | 14 | 6% | 100 | 26% |
| 10%以上30%未満減少 | 364 | 30% | 76 | 33% | 120 | 35% | 45 | 19% | 123 | 33% |
| 30%以上50%未満減少 | 255 | 21% | 39 | 17% | 71 | 20% | 83 | 35% | 62 | 16% |
| 50%以上減少 | 208 | 17% | 30 | 13% | 50 | 14% | 81 | 34% | 47 | 12% |
| わからない | 55 | 5% | 8 | 3% | 15 | 4% | 11 | 5% | 21 | 6% |
| 無回答 | 2 | 0% | 1 | 0% | 0 | 0% | 1 | 0% | 0 | 0% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

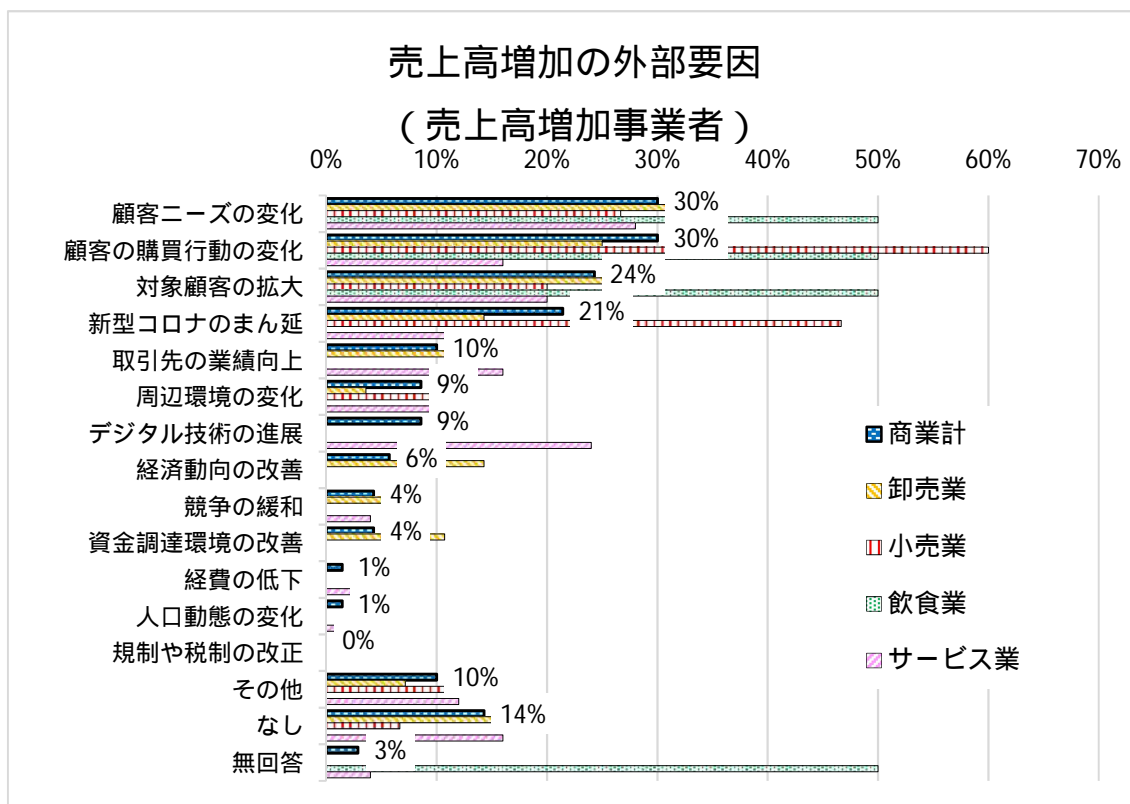
「10%以上30%未満減少」が30%と多くなっています。

○「10%以上増加」は6%、「横ばい（10%未満の増減）」は20%、「10%以上減少」は69%となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「10%以上増加」が多く、飲食業は「10%以上減少」が多くなっています。

(2) 売上高増加の外部要因

- 売上高10%以上増加の事業者のみ回答、複数回答可

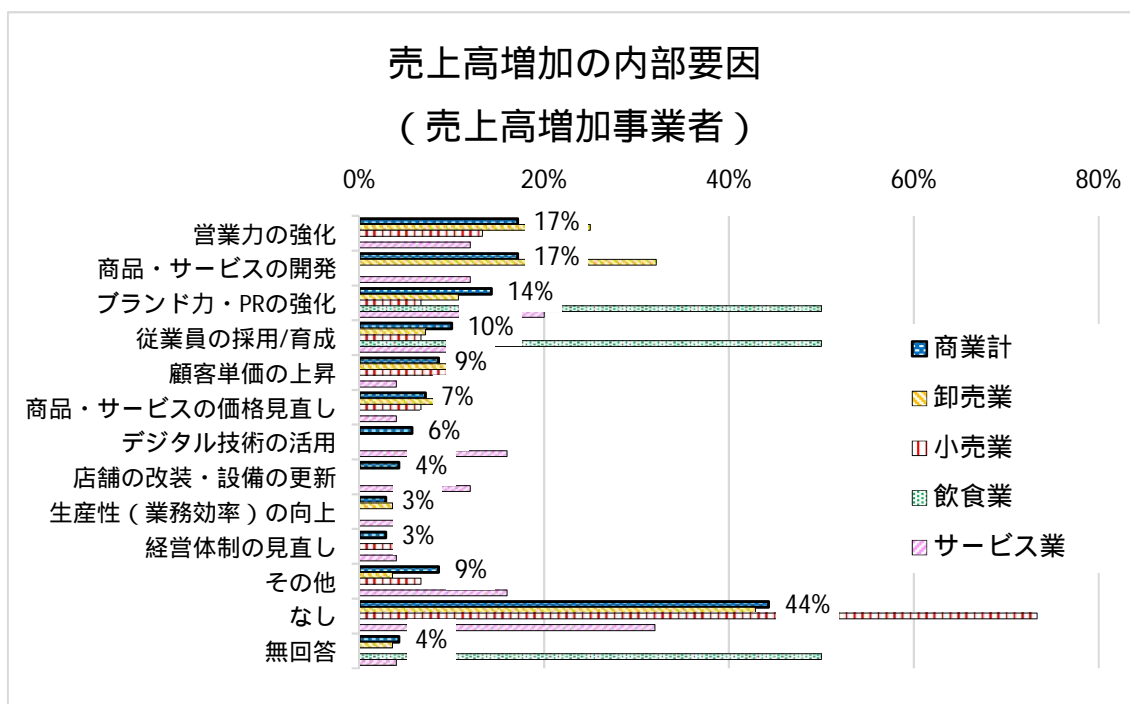


| 「売上高増加」の外部要因 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 顧客ニーズの変化 | 21 | 30% | 9 | 32% | 4 | 27% | 1 | 50% | 7 | 28% |
| 顧客の購買行動の変化 | 21 | 30% | 7 | 25% | 9 | 60% | 1 | 50% | 4 | 16% |
| 対象顧客の拡大 | 17 | 24% | 8 | 29% | 3 | 20% | 1 | 50% | 5 | 20% |
| 新型コロナのまん延 | 15 | 21% | 4 | 14% | 7 | 47% | 0 | 0% | 4 | 16% |
| 取引先の業績向上 | 7 | 10% | 3 | 11% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 16% |
| 周辺環境の変化 | 6 | 9% | 1 | 4% | 2 | 13% | 0 | 0% | 3 | 12% |
| デジタル技術の進展 | 6 | 9% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 6 | 24% |
| 経済動向の改善 | 4 | 6% | 4 | 14% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 競争の緩和 | 3 | 4% | 2 | 7% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| 資金調達環境の改善 | 3 | 4% | 3 | 11% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| 経費の低下 | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| 人口動態の変化 | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| 規制や税制の改正 | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| その他 | 7 | 10% | 2 | 7% | 2 | 13% | 0 | 0% | 3 | 12% |
| なし | 10 | 14% | 5 | 18% | 1 | 7% | 0 | 0% | 4 | 16% |
| 無回答 | 2 | 3% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 50% | 1 | 4% |
| 売上高増加事業者合計 | 70 | | 28 | | 15 | | 2 | | 25 | |

「顧客のニーズの変化」「顧客の購買行動の変化」が30%と多くなっています。次いで、「対象顧客の拡大」が多くなっています。

(3) 売上高増加の内部要因

- 売上高10%以上増加の事業者のみ回答
- 複数回答可

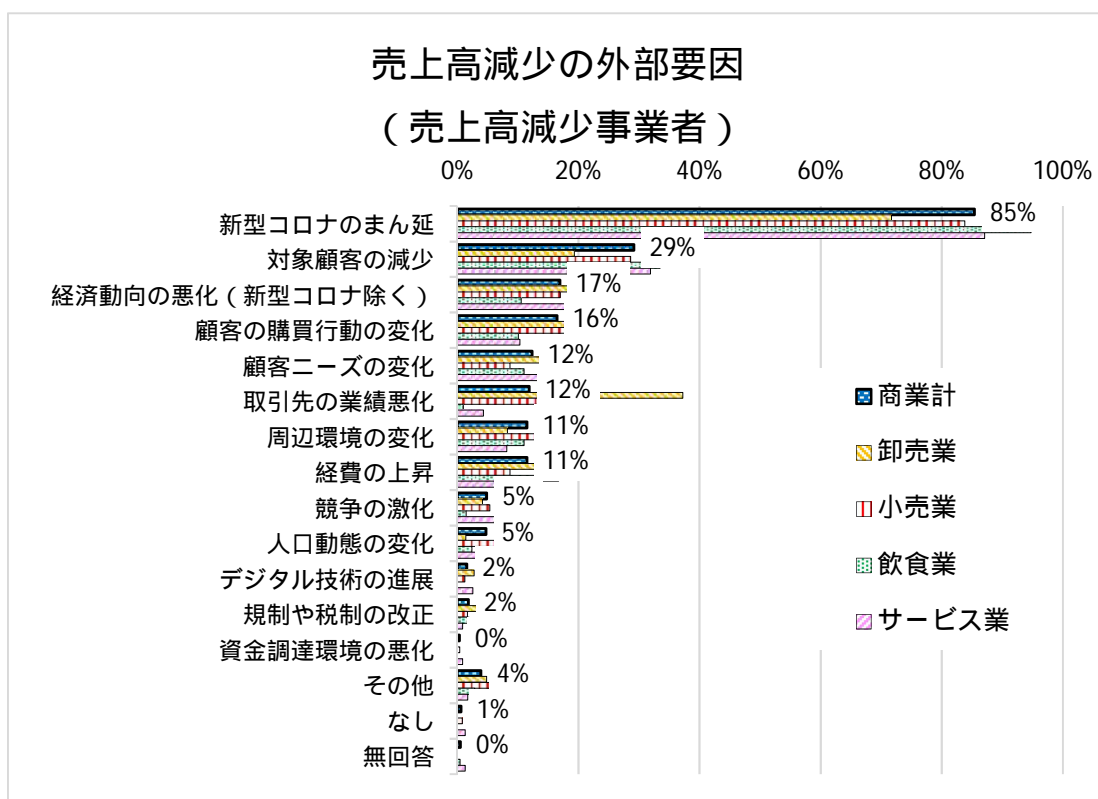


| 「売上高増加」の 内部要因 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 営業力の強化 | 12 | 17% | 7 | 25% | 2 | 13% | 0 | 0% | 3 | 12% |
| 商品・サービスの開発 | 12 | 17% | 9 | 32% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 12% |
| ブランド力・PRの強化 | 10 | 14% | 3 | 11% | 1 | 7% | 1 | 50% | 5 | 20% |
| 従業員の採用/育成 | 7 | 10% | 2 | 7% | 1 | 7% | 1 | 50% | 3 | 12% |
| 顧客単価の上昇 | 6 | 9% | 3 | 11% | 2 | 13% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| 商品・サービスの価格見直し | 5 | 7% | 3 | 11% | 1 | 7% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| デジタル技術の活用 | 4 | 6% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4 | 16% |
| 店舗の改装・設備の更新 | 3 | 4% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 3 | 12% |
| 生産性(業務効率)の向上 | 2 | 3% | 1 | 4% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| 経営体制の見直し | 2 | 3% | 0 | 0% | 1 | 7% | 0 | 0% | 1 | 4% |
| その他 | 6 | 9% | 1 | 4% | 1 | 7% | 0 | 0% | 4 | 16% |
| なし | 31 | 44% | 12 | 43% | 11 | 73% | 0 | 0% | 8 | 32% |
| 無回答 | 3 | 4% | 1 | 4% | 0 | 0% | 1 | 50% | 1 | 4% |
| 売上高増加事業者合計 | 70 | | 28 | | 15 | | 2 | | 25 | |

「増加の内部要因なし」が44%と多くなっています。次いで、「営業力の強化」「商品・サービスの開発」が多くなっています。

(4) 売上高減少の外部要因

- 売上高10%以上減少の事業者のみ回答、複数回答可

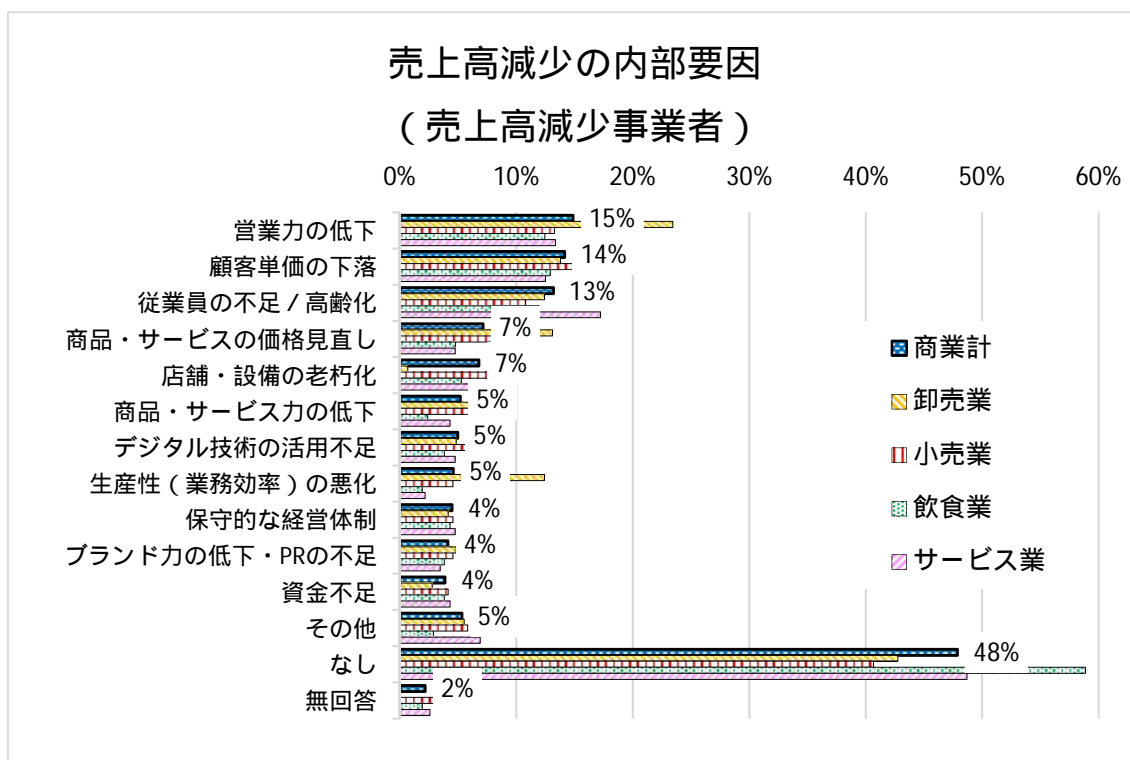


| 「売上高減少」の外部要因 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 新型コロナのまん延 | 706 | 85% | 104 | 72% | 202 | 84% | 198 | 95% | 202 | 87% |
| 対象顧客の減少 | 241 | 29% | 28 | 19% | 69 | 29% | 70 | 33% | 74 | 32% |
| 経済動向の悪化(新型コロナ除く) | 140 | 17% | 34 | 23% | 41 | 17% | 22 | 11% | 43 | 19% |
| 顧客の購買行動の変化 | 136 | 16% | 37 | 26% | 54 | 22% | 21 | 10% | 24 | 10% |
| 顧客ニーズの変化 | 102 | 12% | 22 | 15% | 21 | 9% | 23 | 11% | 36 | 16% |
| 取引先の業績悪化 | 98 | 12% | 54 | 37% | 32 | 13% | 2 | 1% | 10 | 4% |
| 周辺環境の変化 | 95 | 11% | 12 | 8% | 41 | 17% | 23 | 11% | 19 | 8% |
| 経費の上昇 | 95 | 11% | 23 | 16% | 21 | 9% | 35 | 17% | 16 | 7% |
| 競争の激化 | 40 | 5% | 6 | 4% | 13 | 5% | 3 | 1% | 18 | 8% |
| 人口動態の変化 | 39 | 5% | 2 | 1% | 16 | 7% | 5 | 2% | 16 | 7% |
| デジタル技術の進展 | 13 | 2% | 4 | 3% | 3 | 1% | 0 | 0% | 6 | 3% |
| 規制や税制の改正 | 15 | 2% | 5 | 3% | 4 | 2% | 4 | 2% | 2 | 1% |
| 資金調達環境の悪化 | 3 | 0% | 0 | 0% | 1 | 0% | 0 | 0% | 2 | 1% |
| その他 | 32 | 4% | 7 | 5% | 15 | 6% | 6 | 3% | 4 | 2% |
| なし | 5 | 1% | 0 | 0% | 2 | 1% | 0 | 0% | 3 | 1% |
| 無回答 | 4 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 0% | 3 | 1% |
| 売上高減少事業者合計 | 827 | | 145 | | 241 | | 209 | | 232 | |

「新型コロナウイルス感染症のまん延」が85%と多くなっています。次いで、「対象顧客の減少」「経済動向の悪化(新型コロナ除く)」「顧客の購買行動の変化」が多くなっています。

(5) 売上高減少の内部要因

- 売上高10%以上減少の事業者のみ回答
- 複数回答可



| 「売上高減少」の 内部要因 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 営業力の低下 | 123 | 15% | 34 | 23% | 32 | 13% | 26 | 12% | 31 | 13% |
| 顧客単価の下落 | 117 | 14% | 20 | 14% | 41 | 17% | 27 | 13% | 29 | 13% |
| 従業員の不足/高齢化 | 109 | 13% | 18 | 12% | 26 | 11% | 25 | 12% | 40 | 17% |
| 商品・サービスの価格見直し | 59 | 7% | 19 | 13% | 19 | 8% | 10 | 5% | 11 | 5% |
| 店舗・設備の老朽化 | 56 | 7% | 1 | 1% | 25 | 10% | 11 | 5% | 19 | 8% |
| 商品・サービス力の低下 | 43 | 5% | 10 | 7% | 18 | 7% | 5 | 2% | 10 | 4% |
| デジタル技術の活用不足 | 41 | 5% | 7 | 5% | 15 | 6% | 8 | 4% | 11 | 5% |
| 生産性(業務効率)の悪化 | 38 | 5% | 18 | 12% | 11 | 5% | 4 | 2% | 5 | 2% |
| 保守的な経営体制 | 37 | 4% | 6 | 4% | 11 | 5% | 9 | 4% | 11 | 5% |
| ブランド力の低下・PRの不足 | 34 | 4% | 7 | 5% | 11 | 5% | 8 | 4% | 8 | 3% |
| 資金不足 | 32 | 4% | 4 | 3% | 10 | 4% | 8 | 4% | 10 | 4% |
| その他 | 44 | 5% | 8 | 6% | 14 | 6% | 6 | 3% | 16 | 7% |
| なし | 396 | 48% | 62 | 43% | 98 | 41% | 123 | 59% | 113 | 49% |
| 無回答 | 18 | 2% | 0 | 0% | 8 | 3% | 4 | 2% | 6 | 3% |
| 売上高減少事業者計 | 827 | | 145 | | 241 | | 209 | | 232 | |

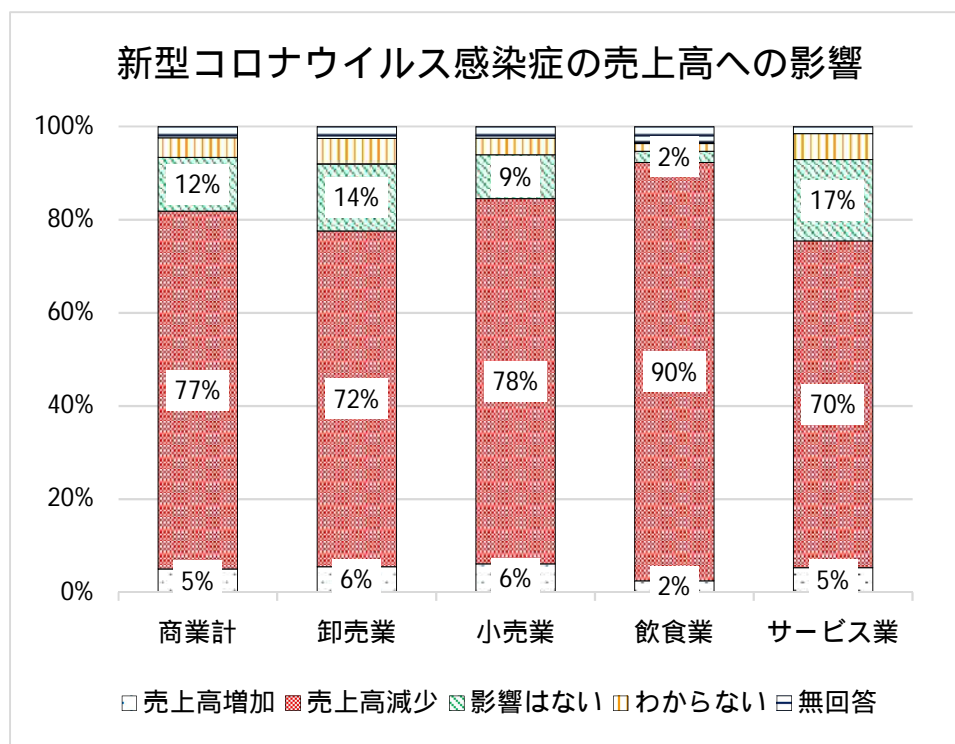
「減少の内部要因なし」が48%と多くなっています。次いで、「営業力の低下」「顧客単価の下落」「従業員の不足/高齢化」が多くなっています。

2. 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組

(1) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響

- 基本情報調査票の回答

(注) 調査票を回答していない事業者を含みます

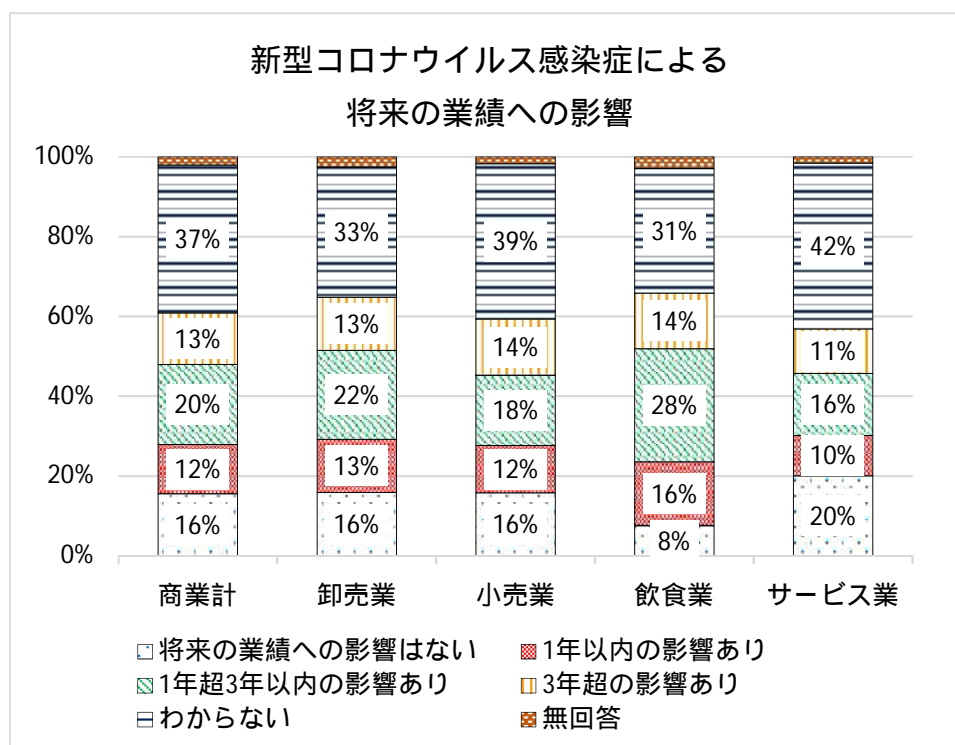


| 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 売上高増加 | 62 | 5% | 13 | 6% | 22 | 6% | 6 | 2% | 21 | 5% |
| 売上高減少 | 951 | 77% | 170 | 72% | 283 | 78% | 221 | 90% | 277 | 70% |
| 影響はない | 143 | 12% | 34 | 14% | 34 | 9% | 6 | 2% | 69 | 17% |
| わからない | 52 | 4% | 13 | 6% | 13 | 4% | 4 | 2% | 22 | 6% |
| 無回答 | 30 | 2% | 6 | 3% | 9 | 2% | 9 | 4% | 6 | 2% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | 100% | 236 | 100% | 361 | 100% | 246 | 100% | 395 | 100% |

新型コロナウイルス感染症による「売上高減少の影響がある」が77%となっています。

○他業種に比べて、飲食業は「売上高減少の影響がある」が多くなっています。

(2) 新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響



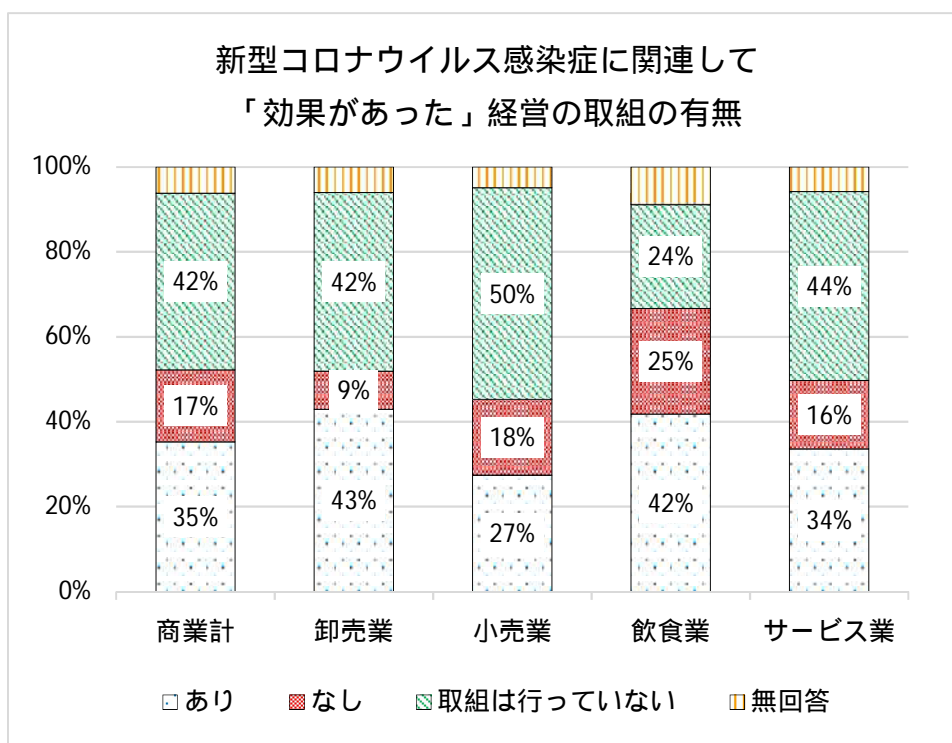
| 新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 将来の業績への影響はない | 186 | 16% | 37 | 16% | 55 | 16% | 18 | 8% | 76 | 20% |
| 1年以内の影響あり | 148 | 12% | 31 | 13% | 41 | 12% | 38 | 16% | 38 | 10% |
| 1年超3年以内の影響あり | 239 | 20% | 52 | 22% | 61 | 18% | 67 | 28% | 59 | 16% |
| 3年超の影響あり | 155 | 13% | 31 | 13% | 49 | 14% | 33 | 14% | 42 | 11% |
| わからない | 442 | 37% | 76 | 33% | 135 | 39% | 74 | 31% | 157 | 42% |
| 無回答 | 25 | 2% | 6 | 3% | 6 | 2% | 7 | 3% | 6 | 2% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

「わからない」が37%と最も多くなっています。次いで、「1年超3年以内の影響あり」が20%、「将来の業績への影響はない」が16%となっています。

○「将来の業績への影響あり」は合わせて45%となります。

○他業種に比べて、飲食業は「将来の業績への影響あり」が多くなっています。

(3) 新型コロナウイルス感染症に関連して効果があった経営の取組の有無

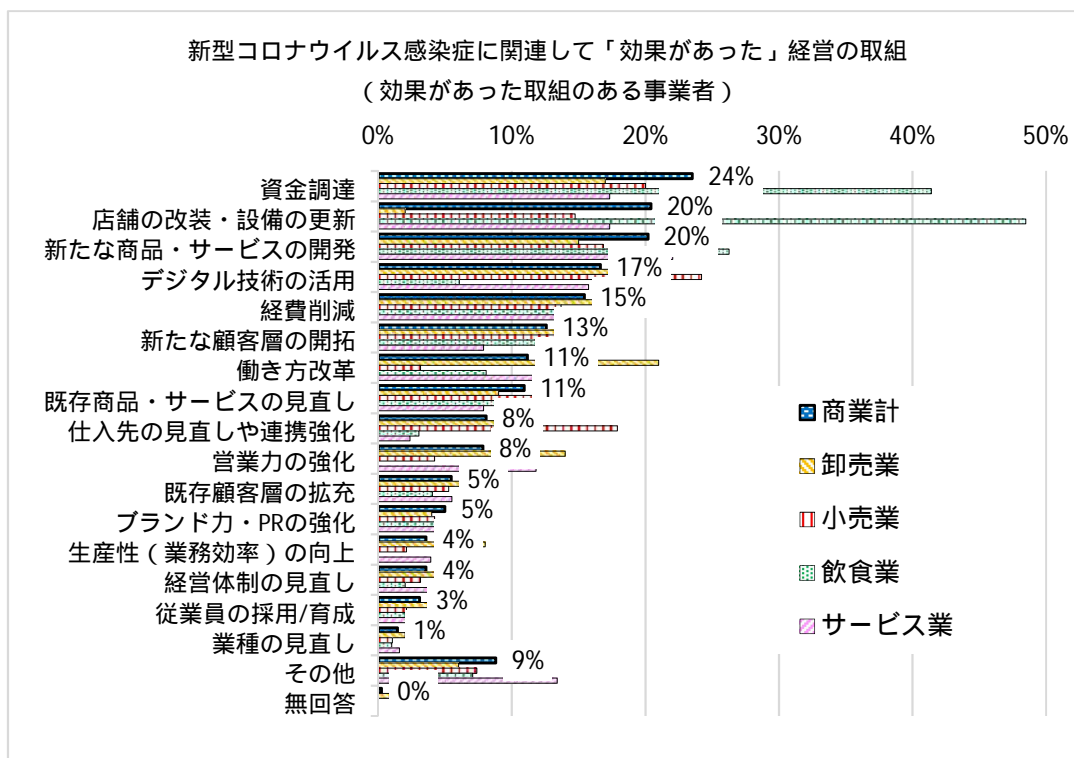


| 新型コロナウイルス感染症に関連して「効果があった」経営の取組の有無 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-----------------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| あり | 421 | 35% | 100 | 43% | 95 | 27% | 99 | 42% | 127 | 34% |
| なし | 203 | 17% | 21 | 9% | 62 | 18% | 59 | 25% | 61 | 16% |
| 取組は行っていない | 497 | 42% | 98 | 42% | 173 | 50% | 58 | 24% | 168 | 44% |
| 無回答 | 74 | 6% | 14 | 6% | 17 | 5% | 21 | 9% | 22 | 6% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

「取組は行っていない」が42%、「効果があった取組がある」が35%、
「効果があった取組なし」が17%となっています。
○他業種に比べて、卸売業は「効果があった取組がある」が多くなっています。

(4) 新型コロナウイルス感染症に関連して効果があった経営の取組内容

● 複数回答可



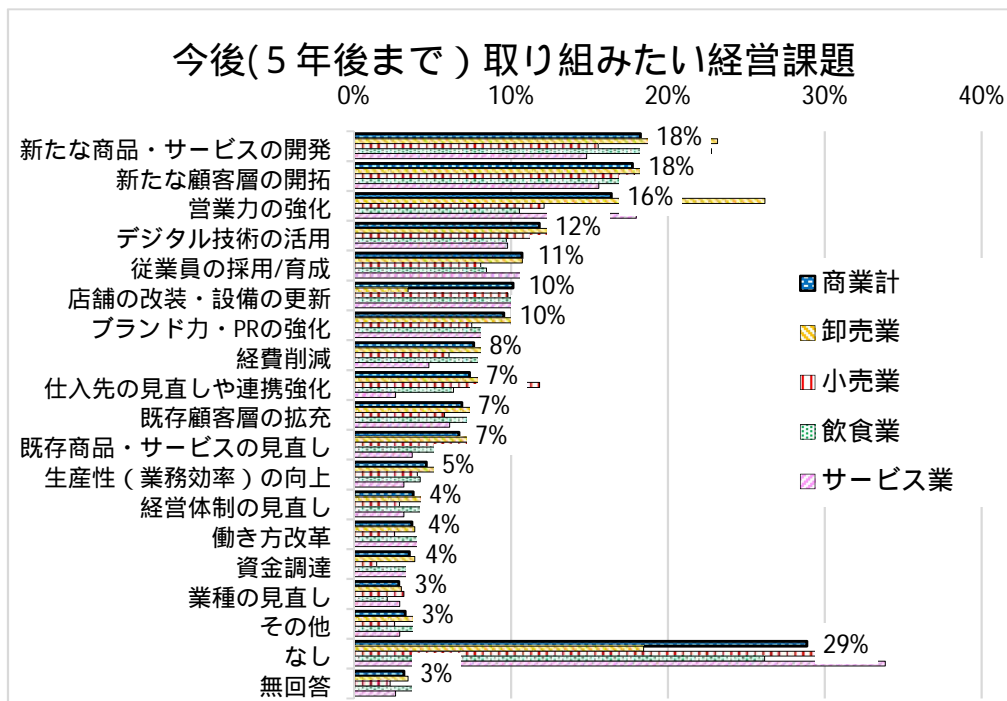
| 新型コロナウイルス感染症に関連した「効果があった」経営の取組 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 資金調達 | 99 | 24% | 17 | 17% | 19 | 20% | 41 | 41% | 22 | 17% |
| 店舗の改装・設備の更新 | 86 | 20% | 2 | 2% | 14 | 15% | 48 | 48% | 22 | 17% |
| 新たな商品・サービスの開発 | 85 | 20% | 15 | 15% | 16 | 17% | 26 | 26% | 28 | 22% |
| デジタル技術の活用 | 70 | 17% | 21 | 21% | 23 | 24% | 6 | 6% | 20 | 16% |
| 経費削減 | 65 | 15% | 18 | 18% | 13 | 14% | 14 | 14% | 20 | 16% |
| 新たな顧客層の開拓 | 53 | 13% | 17 | 17% | 13 | 14% | 13 | 13% | 10 | 8% |
| 働き方改革 | 47 | 11% | 21 | 21% | 3 | 3% | 8 | 8% | 15 | 12% |
| 既存商品・サービスの見直し | 46 | 11% | 9 | 9% | 15 | 16% | 12 | 12% | 10 | 8% |
| 仕入先の見直しや連携強化 | 34 | 8% | 11 | 11% | 17 | 18% | 3 | 3% | 3 | 2% |
| 営業力の強化 | 33 | 8% | 14 | 14% | 4 | 4% | 0 | 0% | 15 | 12% |
| 既存顧客層の拡充 | 23 | 5% | 7 | 7% | 5 | 5% | 4 | 4% | 7 | 6% |
| ブランド力・PRの強化 | 21 | 5% | 4 | 4% | 4 | 4% | 5 | 5% | 8 | 6% |
| 生産性（業務効率）の向上 | 15 | 4% | 8 | 8% | 2 | 2% | 0 | 0% | 5 | 4% |
| 経営体制の見直し | 15 | 4% | 5 | 5% | 3 | 3% | 2 | 2% | 5 | 4% |
| 従業員の採用/育成 | 13 | 3% | 4 | 4% | 2 | 2% | 2 | 2% | 5 | 4% |
| 業種の見直し | 6 | 1% | 2 | 2% | 1 | 1% | 1 | 1% | 2 | 2% |
| その他 | 37 | 9% | 6 | 6% | 7 | 7% | 7 | 7% | 17 | 13% |
| 無回答 | 1 | 0% | 1 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| コロナ取組効果あり回答者計 | 421 | | 100 | | 95 | | 99 | | 127 | |

「資金調達」が24%と最も多くなっています。次いで、「店舗の改装・設備の更新」「新たな商品・サービスの開発」が20%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

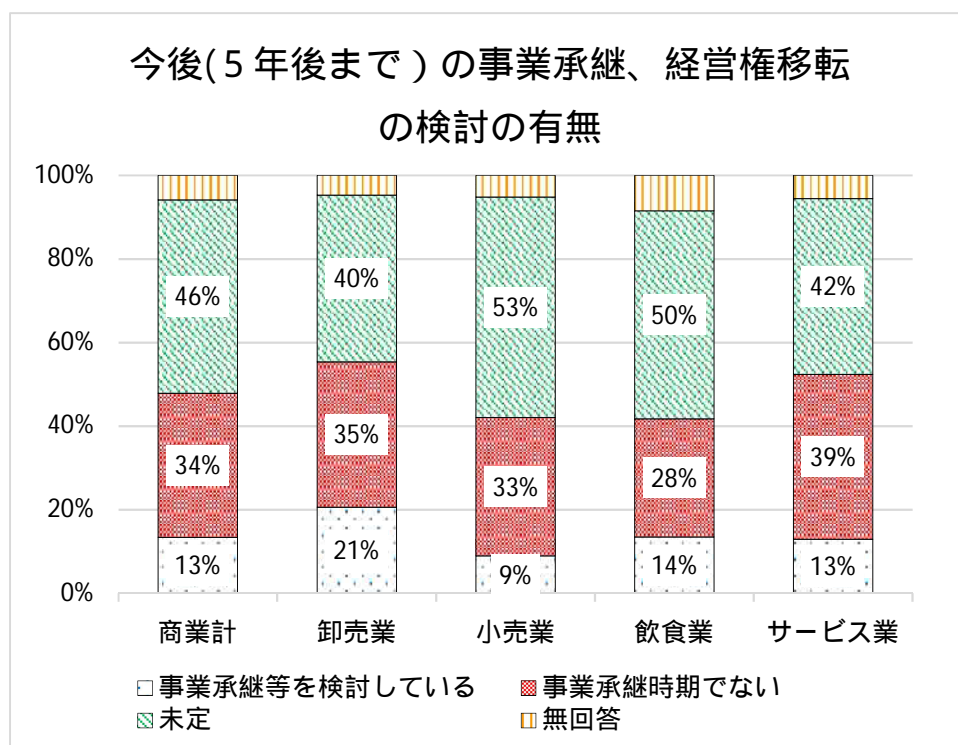
- 複数回答可



| 今後(5年後まで) 取り組みたい経営課題 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 新たな商品・サービスの開発 | 218 | 18% | 54 | 23% | 54 | 16% | 54 | 23% | 56 | 15% |
| 新たな顧客層の開拓 | 212 | 18% | 49 | 21% | 62 | 18% | 42 | 18% | 59 | 16% |
| 営業力の強化 | 196 | 16% | 61 | 26% | 42 | 12% | 25 | 11% | 68 | 18% |
| デジタル技術の活用 | 141 | 12% | 32 | 14% | 49 | 14% | 23 | 10% | 37 | 10% |
| 従業員の採用/育成 | 128 | 11% | 25 | 11% | 28 | 8% | 20 | 8% | 55 | 15% |
| 店舗の改装・設備の更新 | 121 | 10% | 8 | 3% | 34 | 10% | 34 | 14% | 45 | 12% |
| ブランド力・PRの強化 | 114 | 10% | 26 | 11% | 26 | 7% | 20 | 8% | 42 | 11% |
| 経費削減 | 91 | 8% | 26 | 11% | 21 | 6% | 26 | 11% | 18 | 5% |
| 仕入先の見直しや連携強化 | 88 | 7% | 22 | 9% | 41 | 12% | 15 | 6% | 10 | 3% |
| 既存顧客層の拡充 | 82 | 7% | 21 | 9% | 20 | 6% | 18 | 8% | 23 | 6% |
| 既存商品・サービスの見直し | 80 | 7% | 17 | 7% | 30 | 9% | 19 | 8% | 14 | 4% |
| 生産性(業務効率)の向上 | 55 | 5% | 19 | 8% | 14 | 4% | 10 | 4% | 12 | 3% |
| 経営体制の見直し | 45 | 4% | 12 | 5% | 10 | 3% | 11 | 5% | 12 | 3% |
| 働き方改革 | 44 | 4% | 9 | 4% | 9 | 3% | 10 | 4% | 16 | 4% |
| 資金調達 | 42 | 4% | 9 | 4% | 5 | 1% | 11 | 5% | 17 | 4% |
| 業種の見直し | 34 | 3% | 7 | 3% | 11 | 3% | 5 | 2% | 11 | 3% |
| その他 | 39 | 3% | 9 | 4% | 9 | 3% | 10 | 4% | 11 | 3% |
| なし | 345 | 29% | 43 | 18% | 112 | 32% | 62 | 26% | 128 | 34% |
| 無回答 | 38 | 3% | 8 | 3% | 8 | 2% | 12 | 5% | 10 | 3% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

「経営課題なし」が29%で最も多くなっています。次いで、「新たな商品・サービスの開発」「新たな顧客層の開拓」が18%となっています。○他業種に比べて、サービス業は「経営課題なし」が多くなっています。

(2) 今後(5年後まで)の事業承継、経営権移転の検討の有無

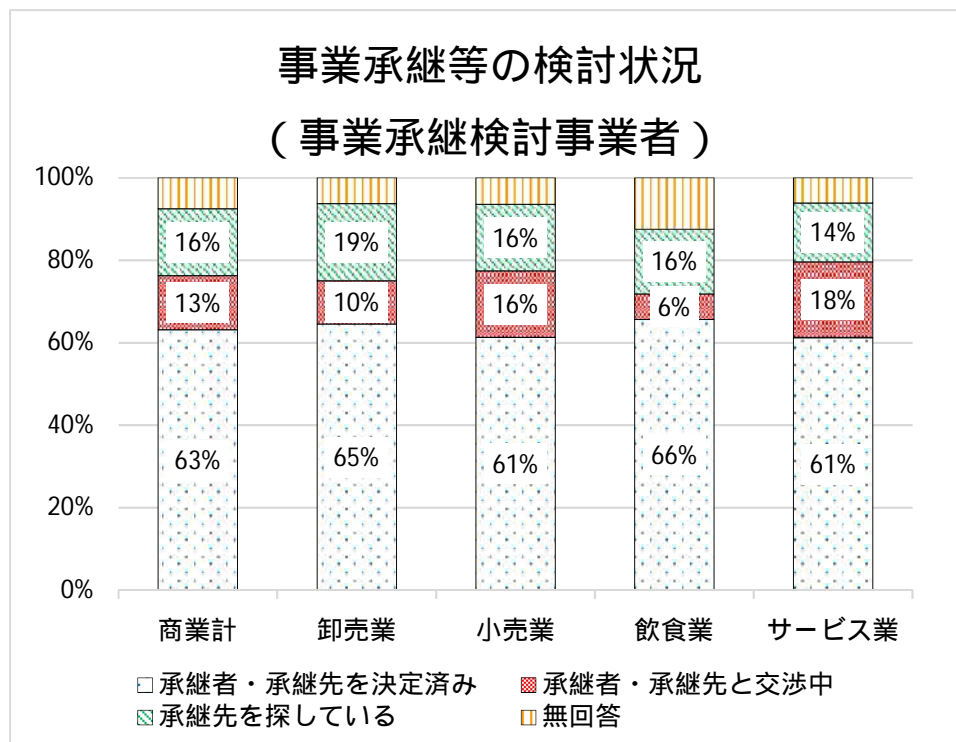


| 今後(5年後まで)の 事業承継、経営権移転 の検討の有無 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 事業承継等を検討している | 160 | 13% | 48 | 21% | 31 | 9% | 32 | 14% | 49 | 13% |
| 事業承継時期でない | 412 | 34% | 81 | 35% | 115 | 33% | 67 | 28% | 149 | 39% |
| 未定 | 553 | 46% | 93 | 40% | 183 | 53% | 118 | 50% | 159 | 42% |
| 無回答 | 70 | 6% | 11 | 5% | 18 | 5% | 20 | 8% | 21 | 6% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

「事業承継等を検討している」が13%となっています。
 ○他業種に比べて、卸売業は「事業承継等を検討している」が多くなっています。

(3) 事業承継等の検討状況

- 事業承継等を検討している事業者のみ回答

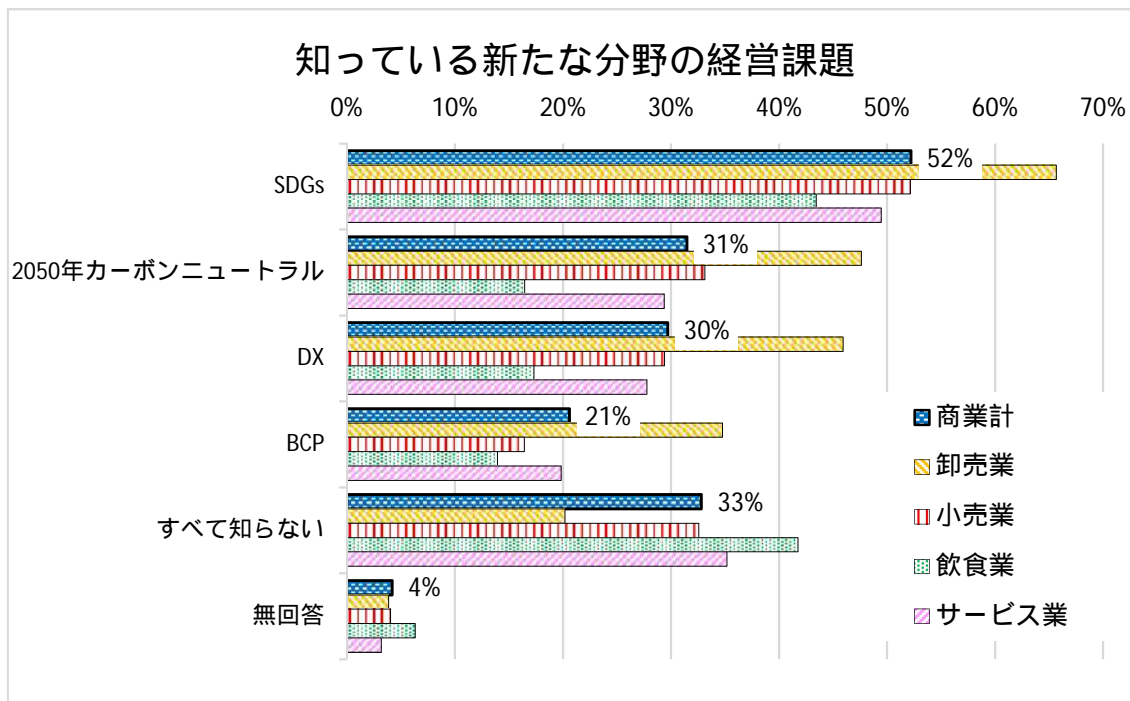


| 事業承継等の 検討状況 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|----------------|-----|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 承継者・承継先を決定済み | 101 | 63% | 31 | 65% | 19 | 61% | 21 | 66% | 30 | 61% |
| 承継者・承継先と交渉中 | 21 | 13% | 5 | 10% | 5 | 16% | 2 | 6% | 9 | 18% |
| 承継先を探している | 26 | 16% | 9 | 19% | 5 | 16% | 5 | 16% | 7 | 14% |
| 無回答 | 12 | 8% | 3 | 6% | 2 | 6% | 4 | 13% | 3 | 6% |
| 事業承継等検討中の回答者計 | 160 | 100% | 48 | 100% | 31 | 100% | 32 | 100% | 49 | 100% |

「事業承継・承継先を決定済み」が63%、「承継先を探しているところ」が16%となっています。

(4) 新たな分野の経営課題の認知度

- 複数回答可

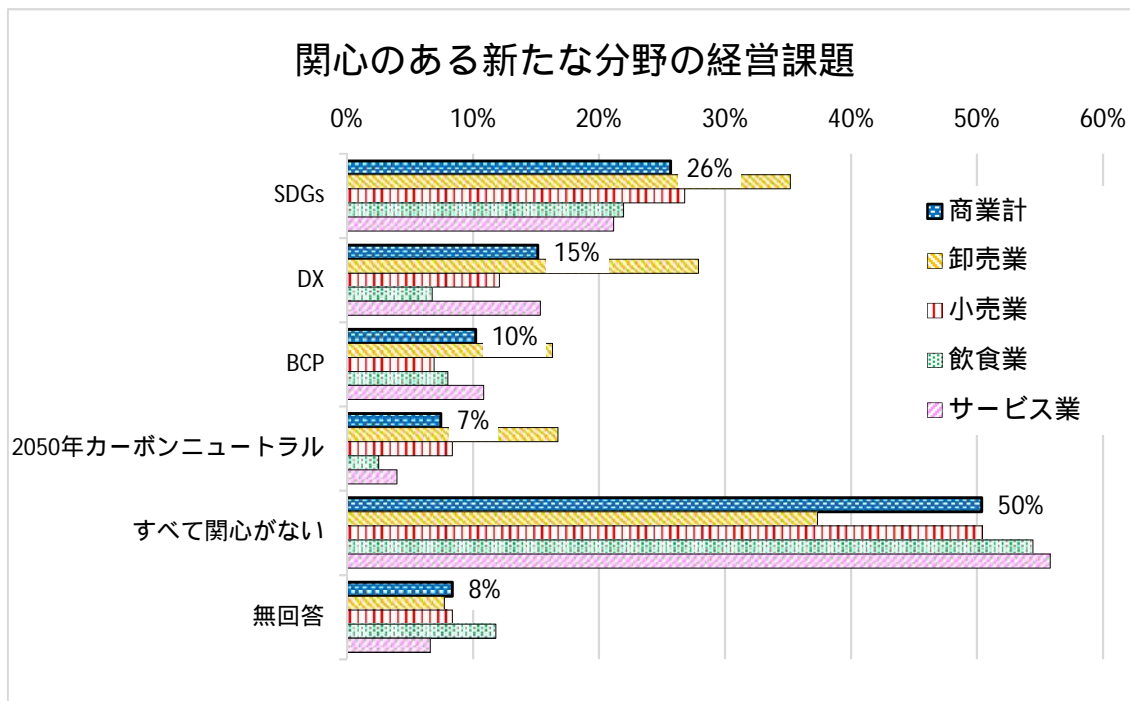


| 知っている新たな分野の経営課題 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-----------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| SDGs | 624 | 52% | 153 | 66% | 181 | 52% | 103 | 43% | 187 | 49% |
| 2050年カーボンニュートラル | 376 | 31% | 111 | 48% | 115 | 33% | 39 | 16% | 111 | 29% |
| DX | 355 | 30% | 107 | 46% | 102 | 29% | 41 | 17% | 105 | 28% |
| BCP | 246 | 21% | 81 | 35% | 57 | 16% | 33 | 14% | 75 | 20% |
| すべて知らない | 392 | 33% | 47 | 20% | 113 | 33% | 99 | 42% | 133 | 35% |
| 無回答 | 50 | 4% | 9 | 4% | 14 | 4% | 15 | 6% | 12 | 3% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

- 「SDGs」が52%で最も多くなっています。次いで、「2050年カーボンニュートラル」が31%、「DX」が30%となっています。
 「すべて知らない」が33%となっています。

(5) 関心のある新たな分野の経営課題

- 複数回答可

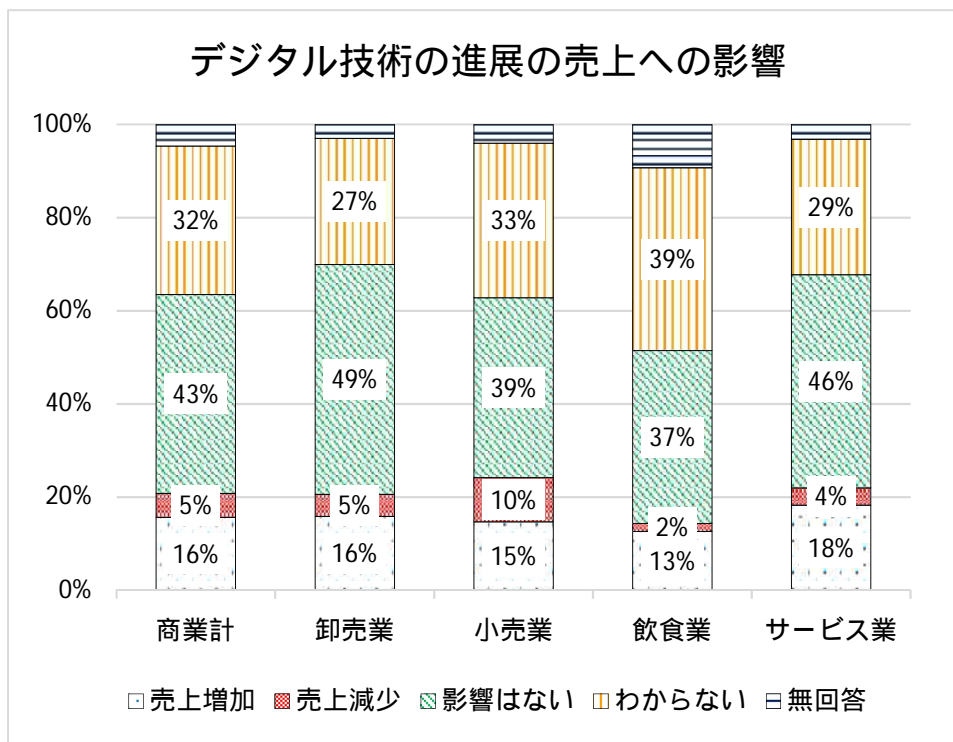


| 関心のある新たな分野の経営課題 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-----------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| SDGs | 307 | 26% | 82 | 35% | 93 | 27% | 52 | 22% | 80 | 21% |
| DX | 181 | 15% | 65 | 28% | 42 | 12% | 16 | 7% | 58 | 15% |
| BCP | 122 | 10% | 38 | 16% | 24 | 7% | 19 | 8% | 41 | 11% |
| 2050年カーボンニュートラル | 89 | 7% | 39 | 17% | 29 | 8% | 6 | 3% | 15 | 4% |
| すべて関心がない | 602 | 50% | 87 | 37% | 175 | 50% | 129 | 54% | 211 | 56% |
| 無回答 | 100 | 8% | 18 | 8% | 29 | 8% | 28 | 12% | 25 | 7% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

「SDGs」が26%で最も多くなっています。次いで、「DX」が15%、「BCP」が10%となっています。
 「すべて関心がない」が50%となっています。

4. デジタル技術の活用状況

(1) デジタル技術の進展の売上への影響



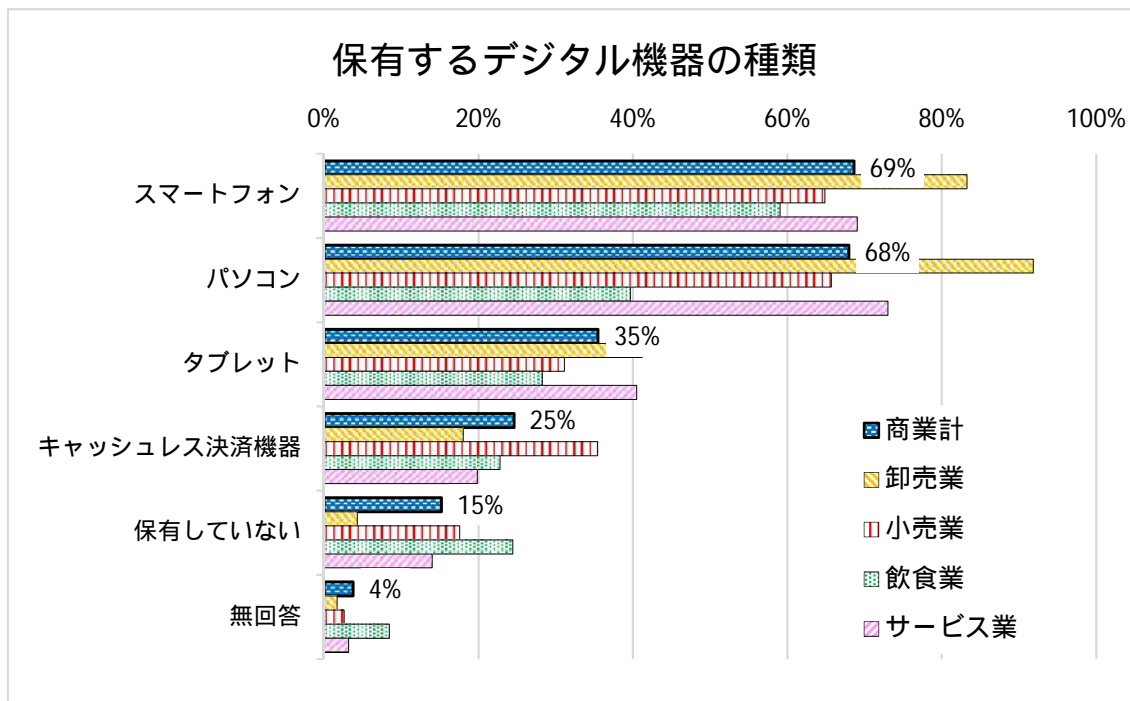
| デジタル技術の進展の 売上への影響 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|----------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 売上増加 | 187 | 16% | 37 | 16% | 51 | 15% | 30 | 13% | 69 | 18% |
| 売上減少 | 62 | 5% | 11 | 5% | 33 | 10% | 4 | 2% | 14 | 4% |
| 影響はない | 510 | 43% | 115 | 49% | 134 | 39% | 88 | 37% | 173 | 46% |
| わからない | 381 | 32% | 63 | 27% | 115 | 33% | 93 | 39% | 110 | 29% |
| 無回答 | 55 | 5% | 7 | 3% | 14 | 4% | 22 | 9% | 12 | 3% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

「影響はない」が43%で最も多くなっています。

「売上増加」が16%、「わからない」が32%となっています。

(2) 保有するデジタル機器

- 複数回答可



| 保有するデジタル機器の種類 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|---------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| スマートフォン | 820 | 69% | 194 | 83% | 225 | 65% | 140 | 59% | 261 | 69% |
| パソコン | 812 | 68% | 214 | 92% | 228 | 66% | 94 | 40% | 276 | 73% |
| タブレット | 424 | 35% | 96 | 41% | 108 | 31% | 67 | 28% | 153 | 40% |
| キャッシュレス決済機器 | 294 | 25% | 42 | 18% | 123 | 35% | 54 | 23% | 75 | 20% |
| 保有していない | 182 | 15% | 10 | 4% | 61 | 18% | 58 | 24% | 53 | 14% |
| 無回答 | 45 | 4% | 4 | 2% | 9 | 3% | 20 | 8% | 12 | 3% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

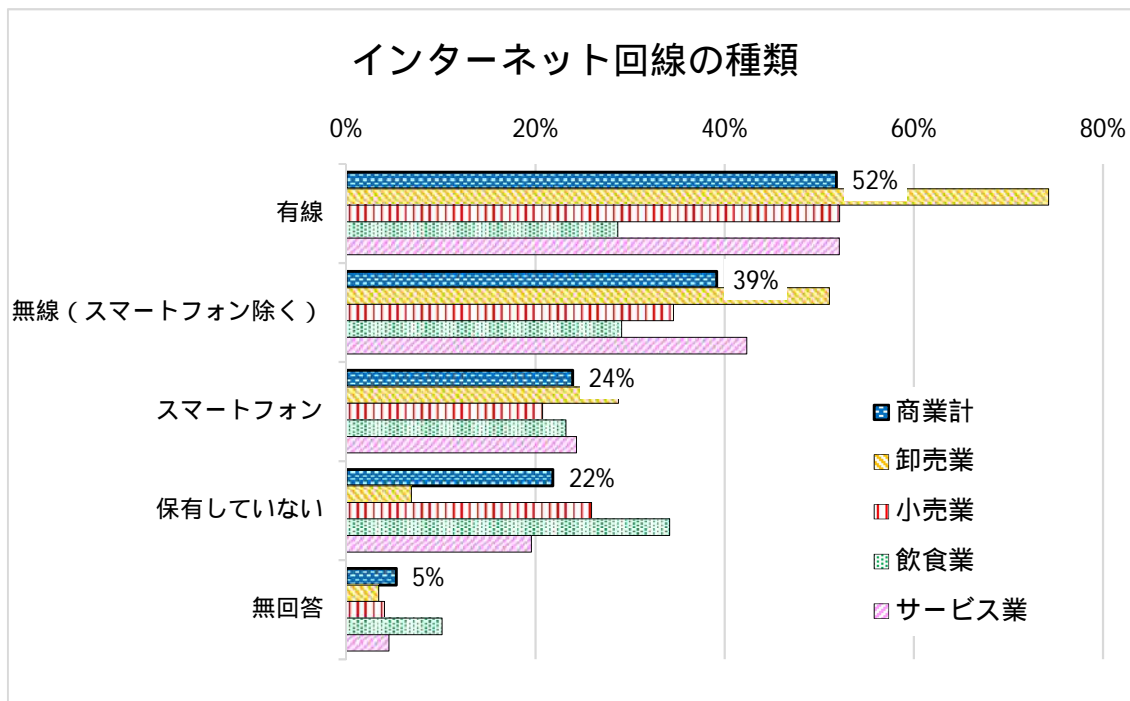
「スマートフォン」が69%、「パソコン」が68%となっています。

○「保有していない」が15%となっています。

○他業種に比べて、卸売業は「保有していない」が少なく、飲食業は「保有していない」が多くなっています。小売業は「キャッシュレス決済機器」が多くなっています。

(3) 保有するインターネット回線の種類

- 複数回答可

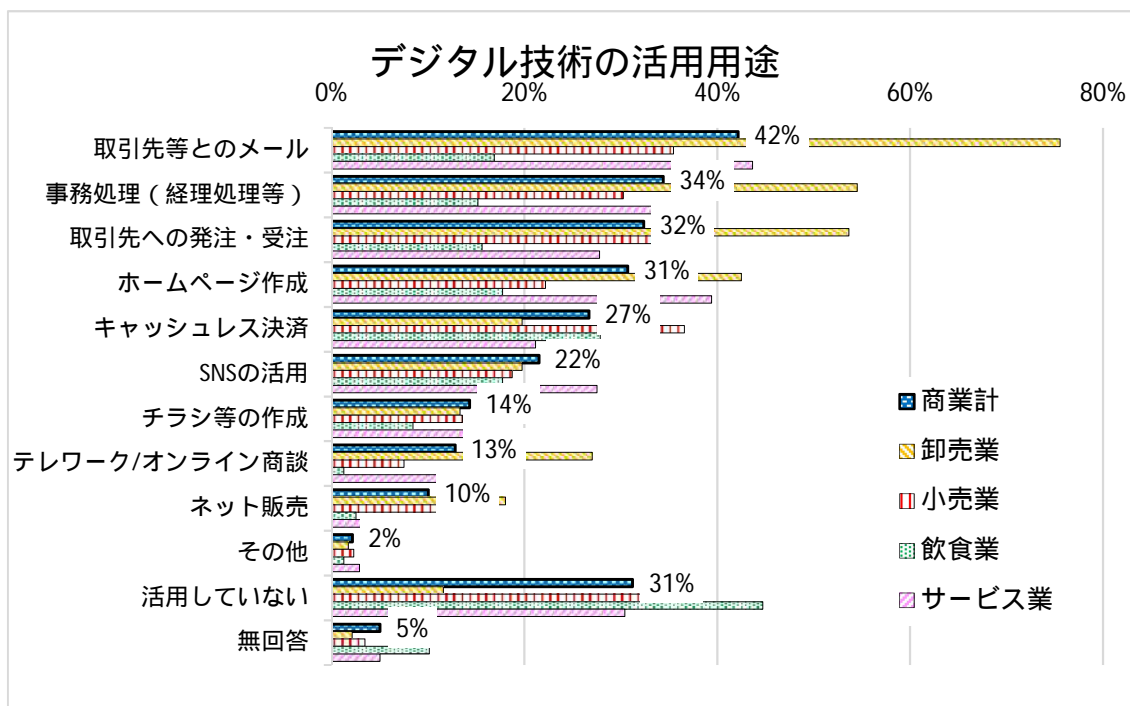


| インターネット回線の種類 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|----------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 有線 | 619 | 52% | 173 | 74% | 181 | 52% | 68 | 29% | 197 | 52% |
| 無線 (スマートフォン除く) | 468 | 39% | 119 | 51% | 120 | 35% | 69 | 29% | 160 | 42% |
| スマートフォン | 286 | 24% | 67 | 29% | 72 | 21% | 55 | 23% | 92 | 24% |
| 保有していない | 261 | 22% | 16 | 7% | 90 | 26% | 81 | 34% | 74 | 20% |
| 無回答 | 63 | 5% | 8 | 3% | 14 | 4% | 24 | 10% | 17 | 4% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

- 「有線」が52%、「無線」が39%となっています。
- 「保有していない」が22%となっています。
- 他業種に比べて、卸売業は「保有していない」が少なく、飲食業は「保有していない」が多くなっています。

(4) デジタル技術の活用用途

- 複数回答可



| デジタル技術の活用用途 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|---------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 取引先等とのメール | 504 | 42% | 176 | 76% | 123 | 35% | 40 | 17% | 165 | 44% |
| 事務処理(経理処理等) | 411 | 34% | 127 | 55% | 105 | 30% | 36 | 15% | 143 | 38% |
| 取引先への発注・受注 | 387 | 32% | 125 | 54% | 120 | 35% | 37 | 16% | 105 | 28% |
| ホームページ作成 | 367 | 31% | 99 | 42% | 77 | 22% | 42 | 18% | 149 | 39% |
| キャッシュレス決済 | 319 | 27% | 46 | 20% | 127 | 37% | 66 | 28% | 80 | 21% |
| SNSの活用 | 257 | 22% | 46 | 20% | 65 | 19% | 42 | 18% | 104 | 28% |
| チラシ等の作成 | 171 | 14% | 31 | 13% | 47 | 14% | 20 | 8% | 73 | 19% |
| テレワーク/オンライン商談 | 153 | 13% | 63 | 27% | 26 | 7% | 3 | 1% | 61 | 16% |
| ネット販売 | 120 | 10% | 42 | 18% | 48 | 14% | 6 | 3% | 24 | 6% |
| その他 | 26 | 2% | 4 | 2% | 8 | 2% | 3 | 1% | 11 | 3% |
| 活用していない | 373 | 31% | 27 | 12% | 125 | 36% | 106 | 45% | 115 | 30% |
| 無回答 | 60 | 5% | 5 | 2% | 12 | 3% | 24 | 10% | 19 | 5% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

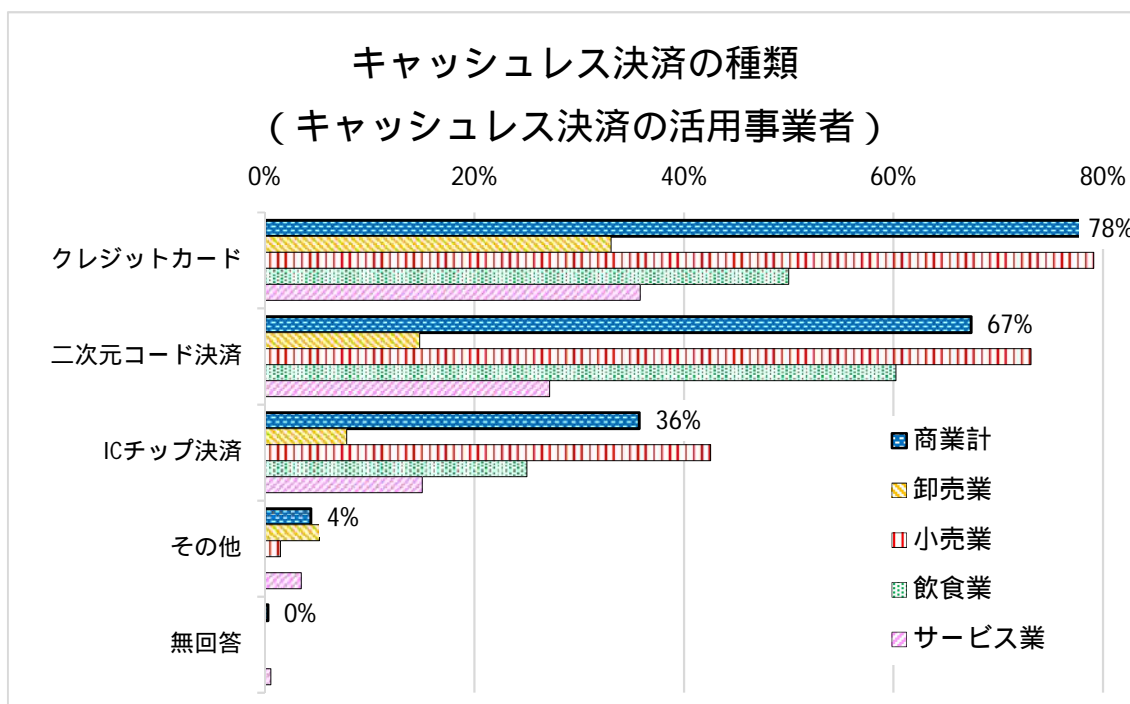
「取引先等のメール」が42%で最も多くなっています。次いで、「事務処理(経理処理等)」が34%、「取引先等への発注・受注」が32%、「ホームページ作成」が31%、「キャッシュレス決済」が27%の順に多くなっています。

○「活用していない」が31%となっています。

○他業種に比べて、飲食業は「活用していない」が多くなっています。

(5) キャッシュレス決済の種類

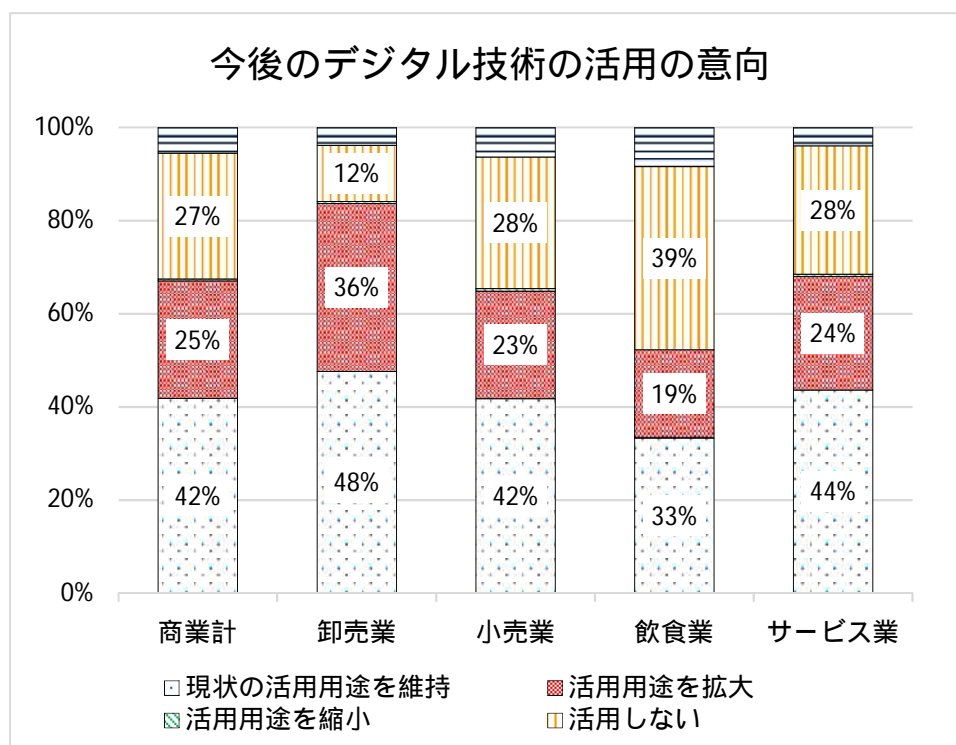
- キャッシュレス決済を活用している事業者のみ回答
- 複数回答可



| キャッシュレス 決済の種類 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| クレジットカード | 250 | 78% | 38 | 33% | 106 | 79% | 44 | 50% | 62 | 36% |
| 二次元コード決済 | 215 | 67% | 17 | 15% | 98 | 73% | 53 | 60% | 47 | 27% |
| ICチップ決済 | 114 | 36% | 9 | 8% | 57 | 43% | 22 | 25% | 26 | 15% |
| その他 | 14 | 4% | 6 | 5% | 2 | 1% | 0 | 0% | 6 | 3% |
| 無回答 | 1 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 0 | 0% | 1 | 1% |
| キャッシュレス 決済活用者合計 | 319 | | 115 | | 134 | | 88 | | 173 | |

「クレジットカード」が78%で最も多くなっています。次いで、「二次元コード決済」が67%となっています。

(6) 今後のデジタル技術の活用の意向

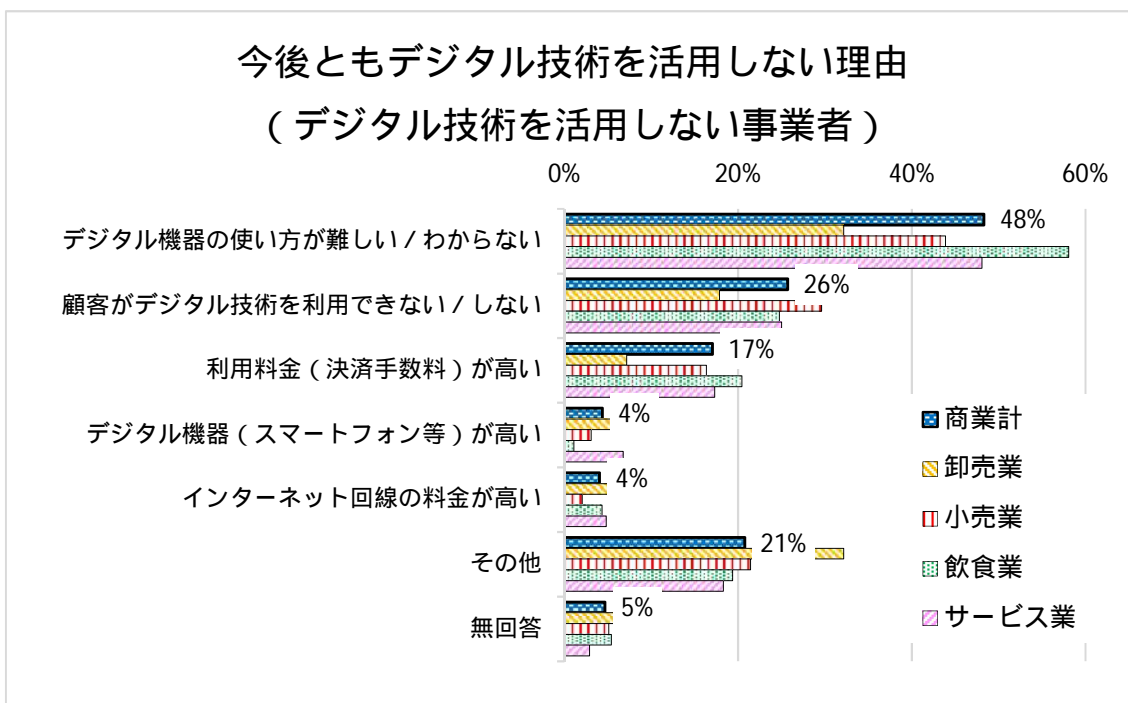


| 今後のデジタル技術の 活用の意向 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|---------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 現状の活用用途を維持 | 500 | 42% | 111 | 48% | 145 | 42% | 79 | 33% | 165 | 44% |
| 活用用途を拡大 | 301 | 25% | 84 | 36% | 80 | 23% | 45 | 19% | 92 | 24% |
| 活用用途を縮小 | 5 | 0% | 1 | 0% | 2 | 1% | 0 | 0% | 2 | 1% |
| 活用しない | 323 | 27% | 28 | 12% | 98 | 28% | 93 | 39% | 104 | 28% |
| 無回答 | 66 | 6% | 9 | 4% | 22 | 6% | 20 | 8% | 15 | 4% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

- 「現状の活用用途を維持」が42%で最も多くなっています。
- 「活用用途を拡大」は25%、「活用しない」は27%となっています。
- 他業種に比べて、飲食業は「活用しない」が多くなっています。

(7) 今後ともデジタル技術を活用しない理由

- 今後ともデジタル技術を活用しない事業者のみ回答、複数回答可



| 今後ともデジタル技術 を活用しない理由 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| デジタル機器の使い方が難しい/わからない | 156 | 48% | 9 | 32% | 43 | 44% | 54 | 58% | 50 | 48% |
| 顧客がデジタル技術を利用できない/しない | 83 | 26% | 5 | 18% | 29 | 30% | 23 | 25% | 26 | 25% |
| 利用料金(決済手数料)が高い | 55 | 17% | 2 | 7% | 16 | 16% | 19 | 20% | 18 | 17% |
| デジタル機器(スマートフォン等)が高い | 14 | 4% | 3 | 11% | 3 | 3% | 1 | 1% | 7 | 7% |
| インターネット回線の料金が高い | 13 | 4% | 2 | 7% | 2 | 2% | 4 | 4% | 5 | 5% |
| その他 | 67 | 21% | 9 | 32% | 21 | 21% | 18 | 19% | 19 | 18% |
| 無回答 | 15 | 5% | 2 | 7% | 5 | 5% | 5 | 5% | 3 | 3% |
| デジタル技術を活用しない事業者合計 | 323 | | 28 | | 98 | | 93 | | 104 | |

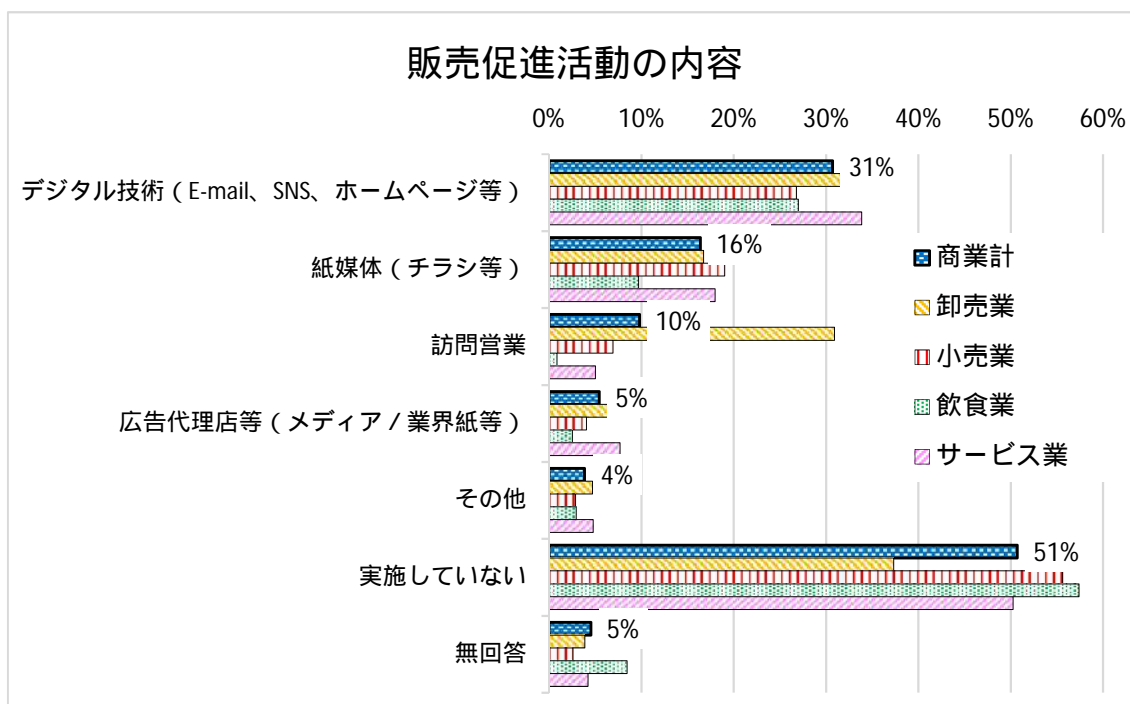
「デジタル機器の使い方が難しい/わからない」が48%で最も多くなっています。次いで、「顧客がデジタル技術を利用できない/しない」が26%となっています。

○「利用料金(決済手数料)が高い」は17%となっています。

5. 営業戦略

(1) 販売促進活動

- 複数回答可

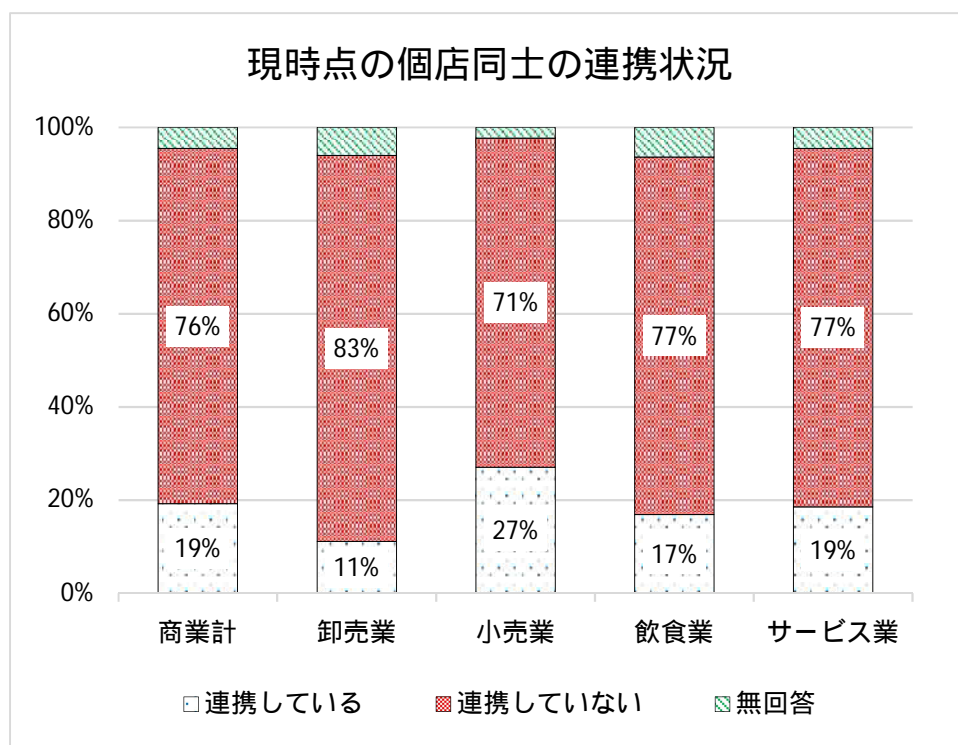


| 販売促進活動の内容 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-----------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| デジタル技術 (E-mail、SNS、ホームページ等) | 367 | 31% | 82 | 35% | 93 | 27% | 64 | 27% | 128 | 34% |
| 紙媒体 (チラシ等) | 196 | 16% | 39 | 17% | 66 | 19% | 23 | 10% | 68 | 18% |
| 訪問営業 | 117 | 10% | 72 | 31% | 24 | 7% | 2 | 1% | 19 | 5% |
| 広告代理店等 (メディア / 業界紙等) | 65 | 5% | 16 | 7% | 14 | 4% | 6 | 3% | 29 | 8% |
| その他 | 46 | 4% | 11 | 5% | 10 | 3% | 7 | 3% | 18 | 5% |
| 実施していない | 606 | 51% | 87 | 37% | 193 | 56% | 136 | 57% | 190 | 50% |
| 無回答 | 54 | 5% | 9 | 4% | 9 | 3% | 20 | 8% | 16 | 4% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

「販売促進を実施していない」が51%となっています。

- 「デジタル技術 (E-mail、SNS、ホームページ等)」が31%、「紙媒体 (チラシ等)」が16%となっています。

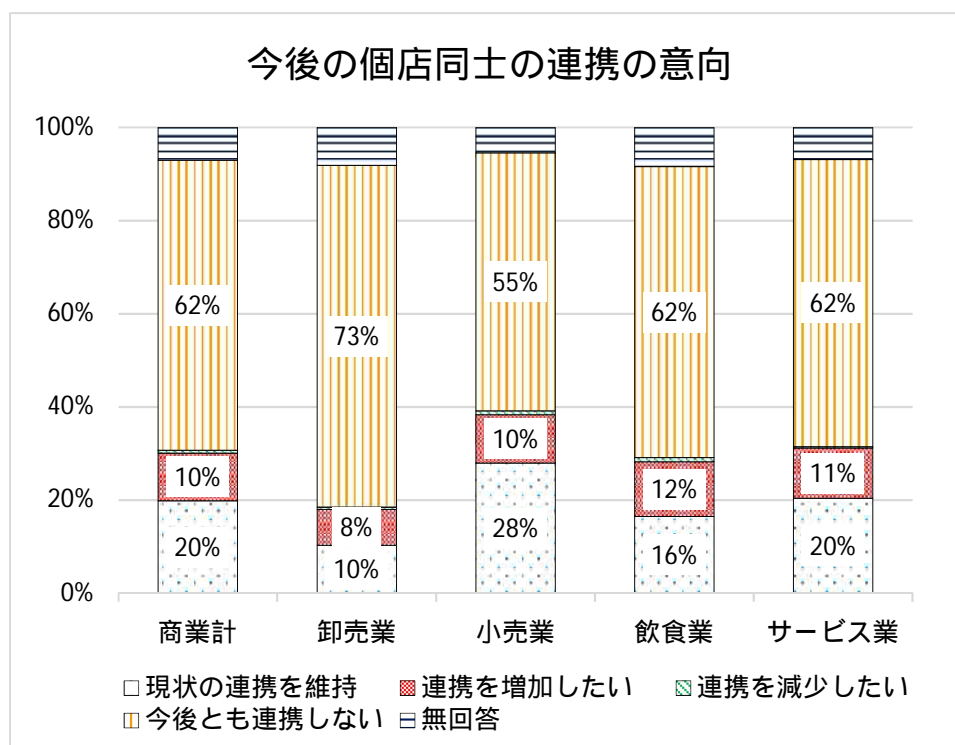
(2) 現時点の個店同士の連携状況



| 現時点の個店同士の 連携状況 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 連携している | 230 | 19% | 26 | 11% | 94 | 27% | 40 | 17% | 70 | 19% |
| 連携していない | 911 | 76% | 193 | 83% | 245 | 71% | 182 | 77% | 291 | 77% |
| 無回答 | 54 | 5% | 14 | 6% | 8 | 2% | 15 | 6% | 17 | 4% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

「連携している」が19%となっています。
 ○他業種に比べて、小売業は「連携している」が多くなっています。

(3) 今後の個店同士の連携の意向

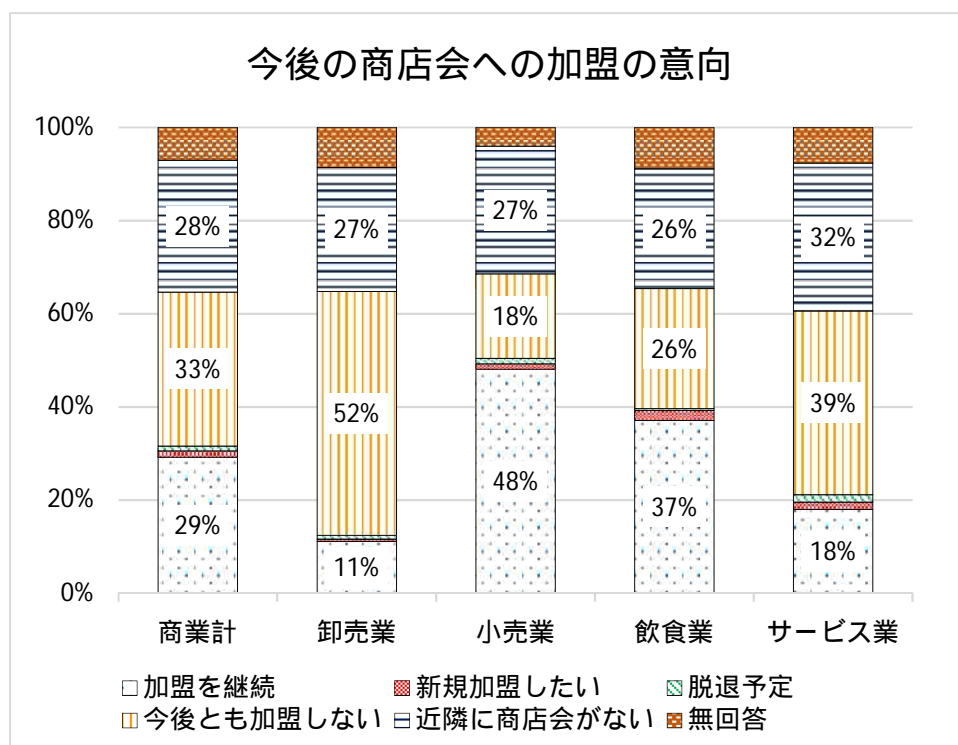


| 今後の個店同士の 連携の意向 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 現状の連携を維持 | 237 | 20% | 24 | 10% | 97 | 28% | 39 | 16% | 77 | 20% |
| 連携を増加したい | 123 | 10% | 18 | 8% | 36 | 10% | 28 | 12% | 41 | 11% |
| 連携を減少したい | 7 | 1% | 1 | 0% | 3 | 1% | 2 | 1% | 1 | 0% |
| 今後とも連携しない | 744 | 62% | 171 | 73% | 192 | 55% | 148 | 62% | 233 | 62% |
| 無回答 | 84 | 7% | 19 | 8% | 19 | 5% | 20 | 8% | 26 | 7% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

「現状の連携を維持」が20%、「連携を増加したい」が10%となっています。

○他業種に比べて、小売業は「現状の連携を維持」及び「連携を増加したい」の合計が多くなっています。

(4) 今後の商店会への加盟の意向



| 今後の商店会への 加盟の意向 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|-------------------|-------|------|-----|------|-----|------|-----|------|-------|------|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 加盟を継続 | 349 | 29% | 26 | 11% | 167 | 48% | 88 | 37% | 68 | 18% |
| 新規加盟したい | 16 | 1% | 1 | 0% | 4 | 1% | 5 | 2% | 6 | 2% |
| 脱退予定 | 13 | 1% | 2 | 1% | 4 | 1% | 1 | 0% | 6 | 2% |
| 今後とも加盟しない | 395 | 33% | 122 | 52% | 63 | 18% | 61 | 26% | 149 | 39% |
| 近隣に商店会がない | 338 | 28% | 62 | 27% | 95 | 27% | 61 | 26% | 120 | 32% |
| 無回答 | 84 | 7% | 20 | 9% | 14 | 4% | 21 | 9% | 29 | 8% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | 100% | 233 | 100% | 347 | 100% | 237 | 100% | 378 | 100% |

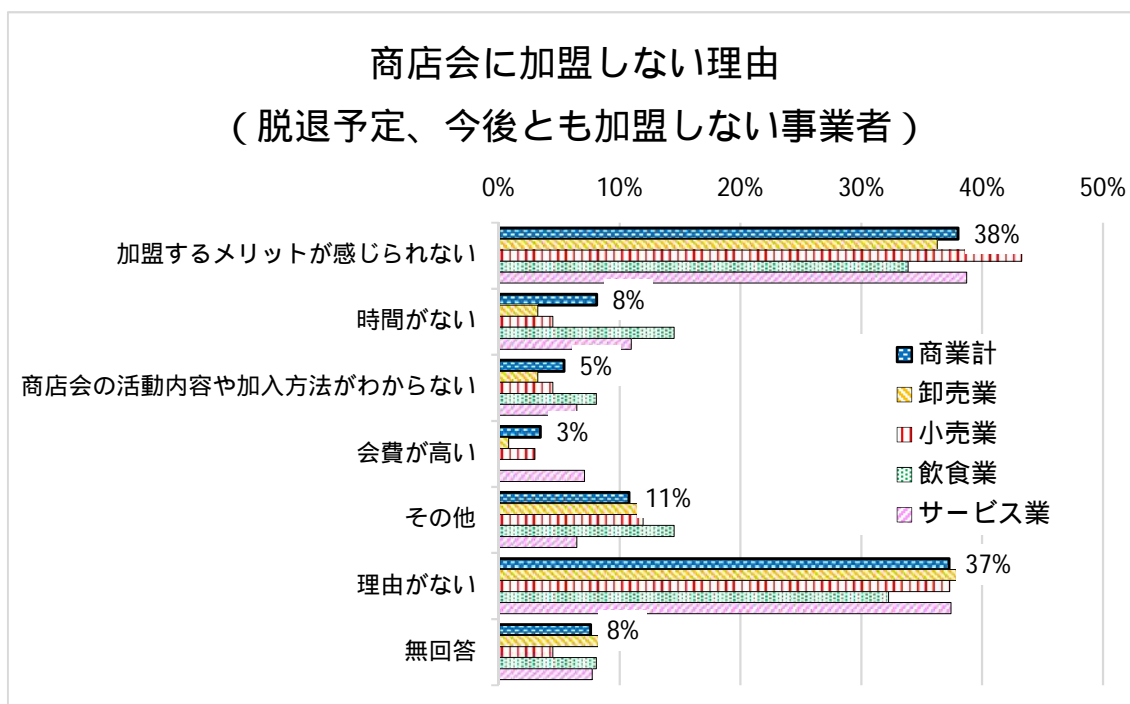
「加盟を継続」が29%となっています。

○「近隣に商店会がない」が28%となっています。

○他業種に比べて、小売業は「加盟を継続」が多くなっています。

(5) 商店会に加盟しない理由

- 今後商店会を脱退予定、今後とも商店会に加盟しない事業者のみ回答
- 複数回答可



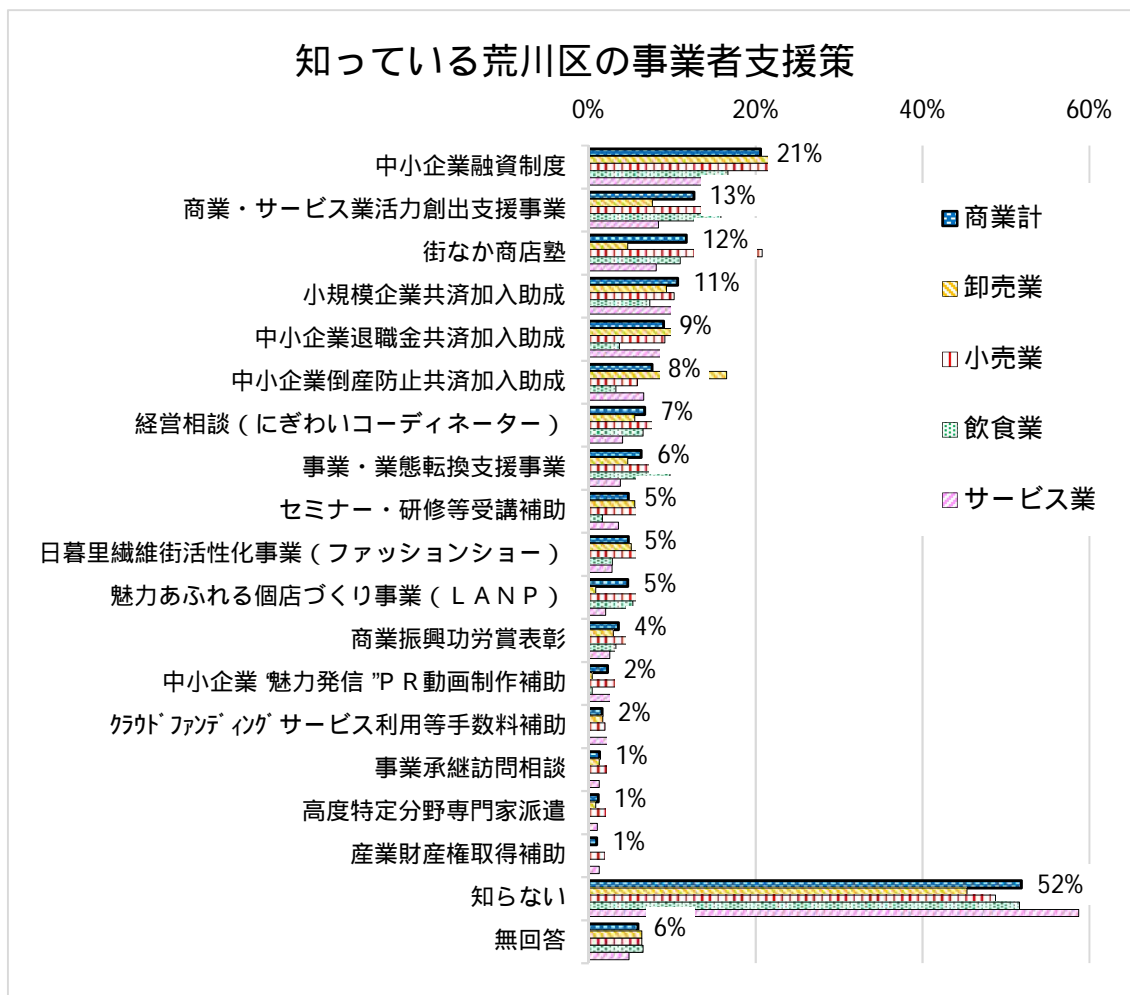
| 商店会に加盟しない理由 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 加盟するメリットが感じられない | 155 | 38% | 45 | 36% | 29 | 43% | 21 | 34% | 60 | 39% |
| 時間がない | 33 | 8% | 4 | 3% | 3 | 4% | 9 | 15% | 17 | 11% |
| 商店会の活動内容や加入方法がわからない | 22 | 5% | 4 | 3% | 3 | 4% | 5 | 8% | 10 | 6% |
| 会費が高い | 14 | 3% | 1 | 1% | 2 | 3% | 0 | 0% | 11 | 7% |
| その他 | 44 | 11% | 17 | 14% | 8 | 12% | 9 | 15% | 10 | 6% |
| 理由がない | 152 | 37% | 49 | 40% | 25 | 37% | 20 | 32% | 58 | 37% |
| 無回答 | 31 | 8% | 11 | 9% | 3 | 4% | 5 | 8% | 12 | 8% |
| 今後とも加盟しない、脱退予定事業者合計 | 408 | | 124 | | 67 | | 62 | | 155 | |

「加盟するメリットが感じられない」が38%となっています。
○「理由がない」が37%となっています。

6. 荒川区の事業者支援策

(1) 認知度

- 基本情報調査票の回答

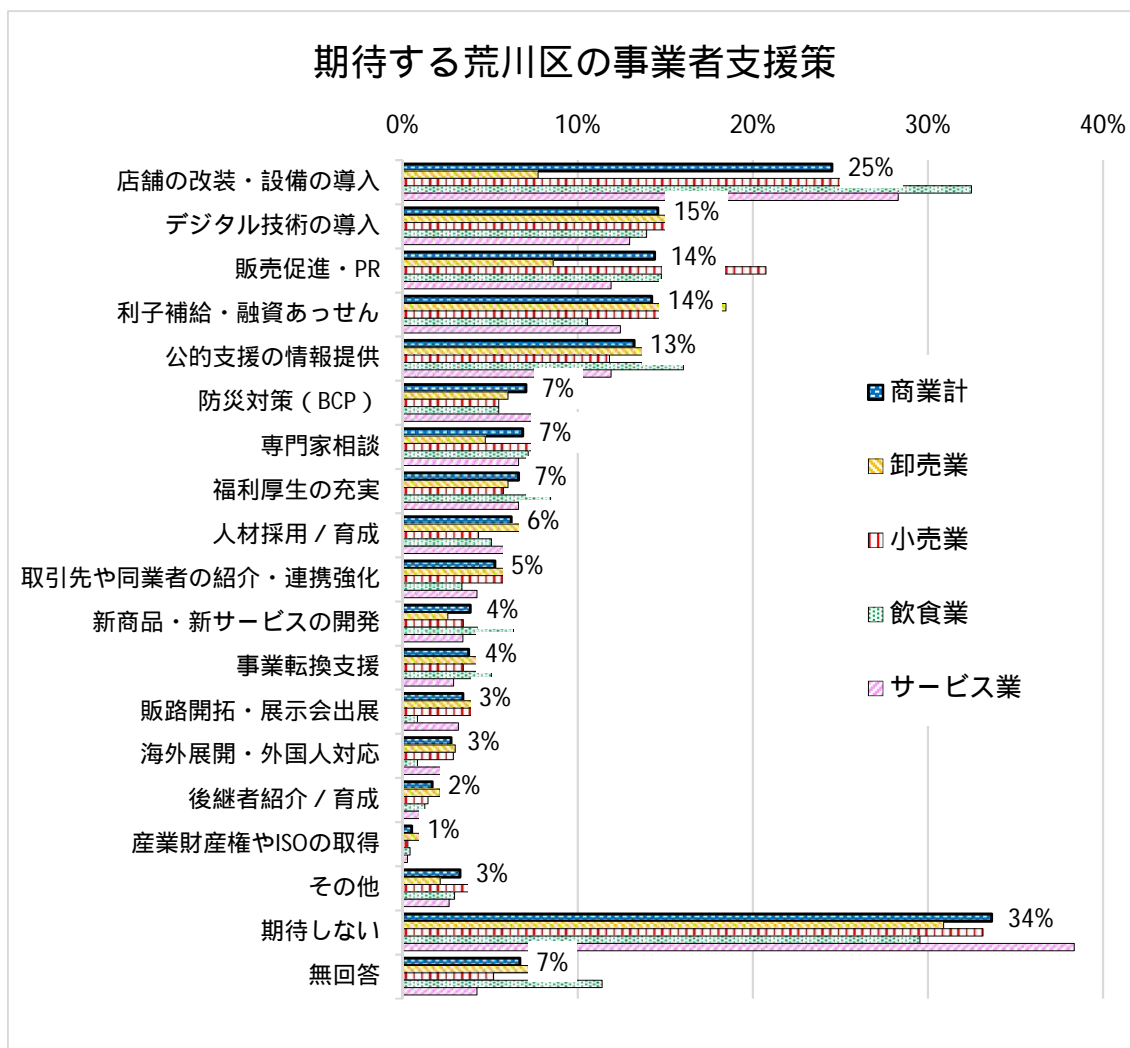


「知らない」が52%となっています。

「中小企業融資制度」が21%、「商業・サービス業活力創出支援事業」が13%、「街なか商店塾」が12%、「小規模企業共済加入助成」が11%の順に多くなっています。

| 知っている荒川区の 事業者支援策 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|---------------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 中小企業融資制度 | 255 | 21% | 67 | 28% | 78 | 22% | 41 | 17% | 69 | 17% |
| 商業・サービス業活力 創出支援事業 | 156 | 13% | 18 | 8% | 66 | 18% | 39 | 16% | 33 | 8% |
| 街なか商店塾 | 145 | 12% | 11 | 5% | 75 | 21% | 27 | 11% | 32 | 8% |
| 小規模企業共済加入助 成 | 132 | 11% | 22 | 9% | 37 | 10% | 18 | 7% | 55 | 14% |
| 中小企業退職金共済加 入助成 | 111 | 9% | 33 | 14% | 33 | 9% | 9 | 4% | 36 | 9% |
| 中小企業倒産防止共済 加入助成 | 94 | 8% | 39 | 17% | 21 | 6% | 8 | 3% | 26 | 7% |
| 経営相談（にぎわい コーディネーター） | 83 | 7% | 13 | 6% | 38 | 11% | 16 | 7% | 16 | 4% |
| 事業・業態転換支援事 業 | 78 | 6% | 11 | 5% | 28 | 8% | 24 | 10% | 15 | 4% |
| セミナー・研修等受講 補助 | 59 | 5% | 13 | 6% | 28 | 8% | 4 | 2% | 14 | 4% |
| 日暮里繊維街活性化事 業（ファッション ショー） | 59 | 5% | 12 | 5% | 29 | 8% | 7 | 3% | 11 | 3% |
| 魅力あふれる個店づく り事業（LANP） | 58 | 5% | 2 | 1% | 35 | 10% | 13 | 5% | 8 | 2% |
| 商業振興功労賞表彰 | 44 | 4% | 7 | 3% | 19 | 5% | 8 | 3% | 10 | 3% |
| 中小企業「魅力発信」P R動画制作補助 | 28 | 2% | 1 | 0% | 15 | 4% | 1 | 0% | 11 | 3% |
| クラウドファンディン グサービス利用等手数 料補助 | 20 | 2% | 4 | 2% | 7 | 2% | 0 | 0% | 9 | 2% |
| 事業承継訪問相談 | 16 | 1% | 3 | 1% | 8 | 2% | 0 | 0% | 5 | 1% |
| 高度特定分野専門家派 遣 | 14 | 1% | 2 | 1% | 8 | 2% | 0 | 0% | 4 | 1% |
| 産業財産権取得補助 | 12 | 1% | 0 | 0% | 7 | 2% | 0 | 0% | 5 | 1% |
| 知らない | 642 | 52% | 107 | 45% | 176 | 49% | 127 | 52% | 232 | 59% |
| 無回答 | 73 | 6% | 15 | 6% | 23 | 6% | 16 | 7% | 19 | 5% |
| 廃業予定除く 基本情報調査票回答者合計 | 1,238 | | 236 | | 361 | | 246 | | 395 | |

(2) 期待度



「期待しない」が34%となっています。

「店舗の改装・設備の導入」が25%、「デジタル技術の導入」が15%、「販売促進・PR」「利子補給・融資あっせん」が14%、「公的支援の情報提供」が13%の順に多くなっています。

| 期待する荒川区の 事業者支援策 | 商業計 | | 卸売業 | | 小売業 | | 飲食業 | | サービス業 | |
|--------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|
| | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 店舗の改装・設備の導入 | 293 | 25% | 18 | 8% | 91 | 26% | 77 | 32% | 107 | 28% |
| デジタル技術の導入 | 174 | 15% | 39 | 17% | 53 | 15% | 33 | 14% | 49 | 13% |
| 販売促進・PR | 172 | 14% | 20 | 9% | 72 | 21% | 35 | 15% | 45 | 12% |
| 利子補給・融資あっせん | 170 | 14% | 43 | 18% | 55 | 16% | 25 | 11% | 47 | 12% |
| 公的支援の情報提供 | 158 | 13% | 34 | 15% | 41 | 12% | 38 | 16% | 45 | 12% |
| 防災対策（BCP） | 84 | 7% | 14 | 6% | 19 | 5% | 13 | 5% | 38 | 10% |
| 専門家相談 | 82 | 7% | 11 | 5% | 29 | 8% | 17 | 7% | 25 | 7% |
| 福利厚生の充実 | 79 | 7% | 14 | 6% | 20 | 6% | 20 | 8% | 25 | 7% |
| 人材採用／育成 | 74 | 6% | 18 | 8% | 15 | 4% | 12 | 5% | 29 | 8% |
| 取引先や同業者の紹介・連携強化 | 63 | 5% | 18 | 8% | 21 | 6% | 8 | 3% | 16 | 4% |
| 新商品・新サービスの開発 | 46 | 4% | 6 | 3% | 12 | 3% | 15 | 6% | 13 | 3% |
| 事業転換支援 | 45 | 4% | 10 | 4% | 12 | 3% | 12 | 5% | 11 | 3% |
| 販路開拓・展示会出展 | 41 | 3% | 13 | 6% | 14 | 4% | 2 | 1% | 12 | 3% |
| 海外展開・外国人対応 | 33 | 3% | 7 | 3% | 10 | 3% | 2 | 1% | 14 | 4% |
| 後継者紹介／育成 | 20 | 2% | 5 | 2% | 5 | 1% | 3 | 1% | 7 | 2% |
| 産業財産権やISOの取得 | 6 | 1% | 3 | 1% | 1 | 0% | 1 | 0% | 1 | 0% |
| その他 | 39 | 3% | 5 | 2% | 17 | 5% | 7 | 3% | 10 | 3% |
| 期待しない | 402 | 34% | 72 | 31% | 115 | 33% | 70 | 30% | 145 | 38% |
| 無回答 | 80 | 7% | 19 | 8% | 18 | 5% | 27 | 11% | 16 | 4% |
| 調査票回答者合計 | 1,195 | | 233 | | 347 | | 237 | | 378 | |

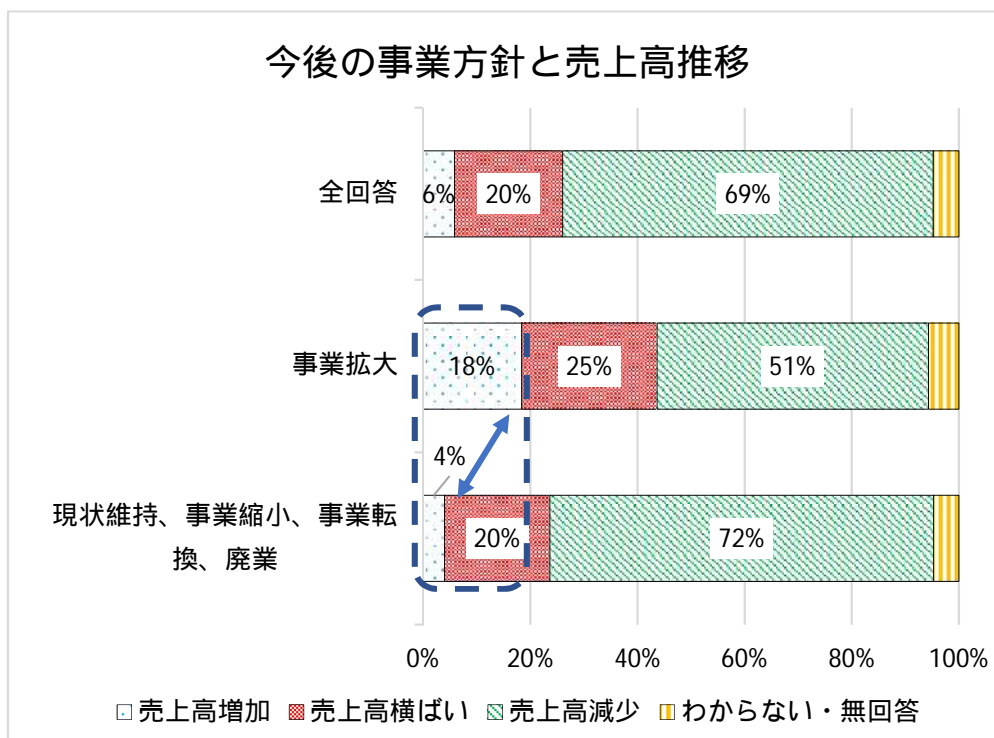
．売上高との関連性分析

基本情報調査票と調査票の調査結果をクロス集計し、売上高の推移と関連性のある事業者の属性を分析しました。

1. 売上高との関連性が大きい事業者の属性

売上高と関連性が大きい事業者の属性とは、「売上高が増加した事業者」の割合が属性間で「5ポイント以上乖離している場合」としました。売上高の比較年は、「新型コロナウイルス感染症の感染拡大前（2019年あるいは2019年度）」と「直前期（あるいは昨年）」としました。

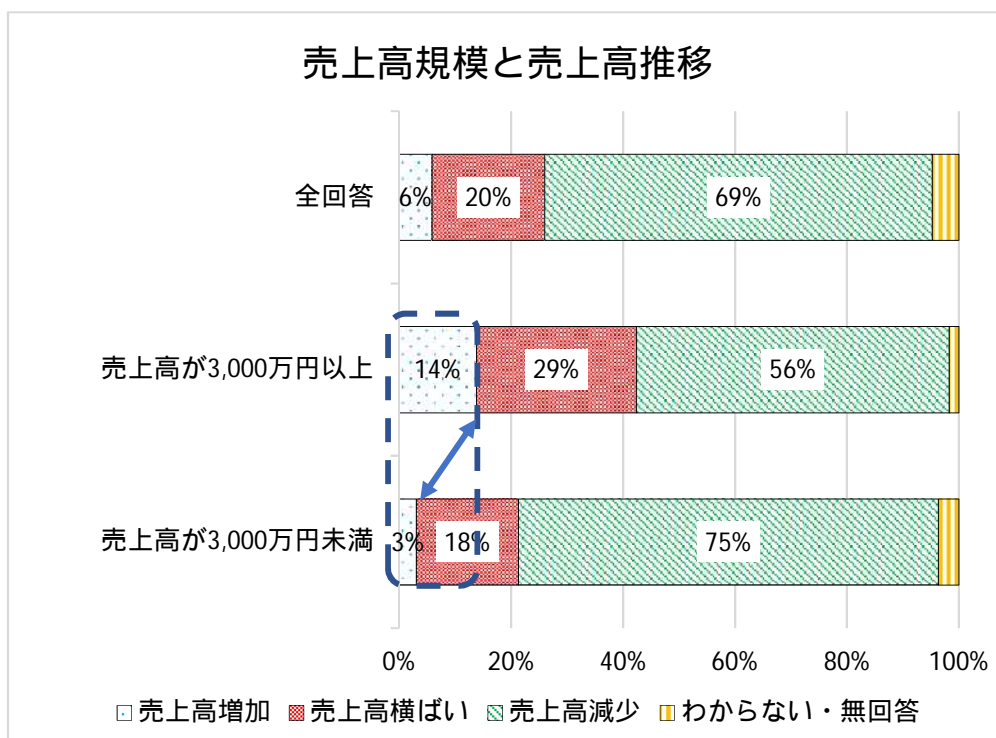
(1) 今後の事業方針



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|-------------------|-------|-------|-----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 事業拡大 | 158 | 29 | 18% | 40 | 25% | 80 | 51% | 9 | 6% |
| 現状維持、事業縮小、事業転換、廃業 | 1,012 | 40 | 4% | 199 | 20% | 725 | 72% | 48 | 5% |
| 無回答 | 25 | 1 | 4% | 2 | 8% | 22 | 88% | 0 | 0% |

今後「事業拡大」する事業者は、「売上高増加」の割合が、「現状維持、事業縮小、事業転換、廃業」に比べて14ポイント多くなっています。

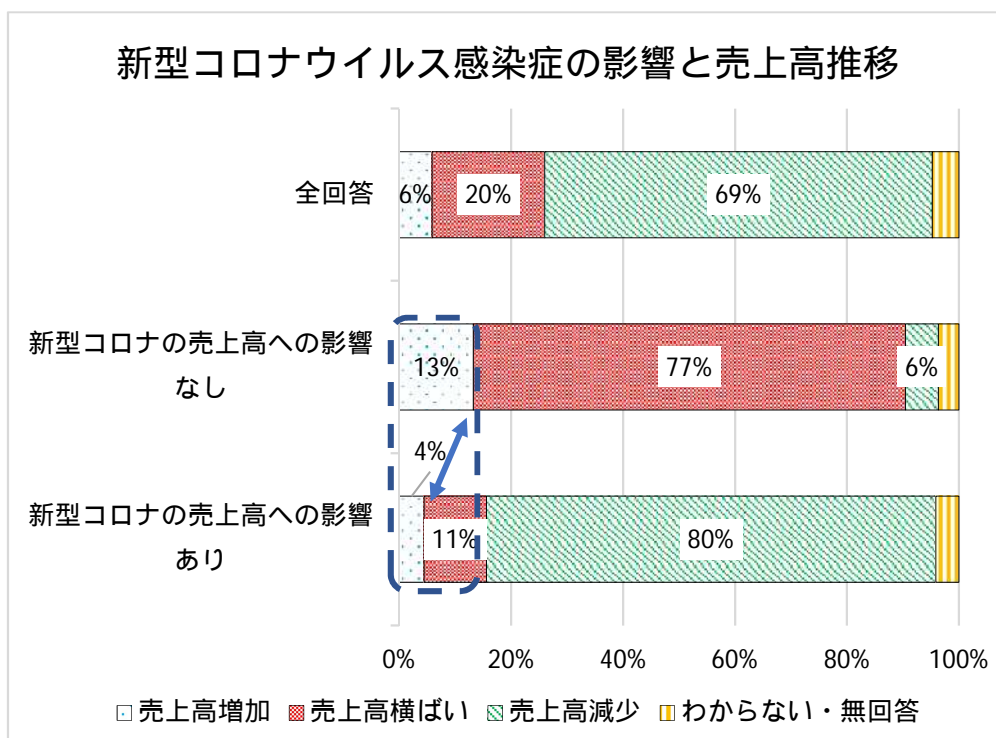
(2) 売上高規模



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|---------------|-------|-------|-----|--------|-----|-------|-----|-----------|-----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 売上高が3,000万円以上 | 290 | 40 | 14% | 83 | 29% | 162 | 56% | 5 | 2% |
| 売上高が3,000万円未満 | 686 | 21 | 3% | 125 | 18% | 515 | 75% | 25 | 4% |
| 無回答 | 219 | 9 | 4% | 33 | 15% | 150 | 68% | 27 | 12% |

売上高が「3,000万円以上」の事業者は、「売上高増加」の割合が、「3,000万円未満」に比べて11ポイント多くなっています。

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響

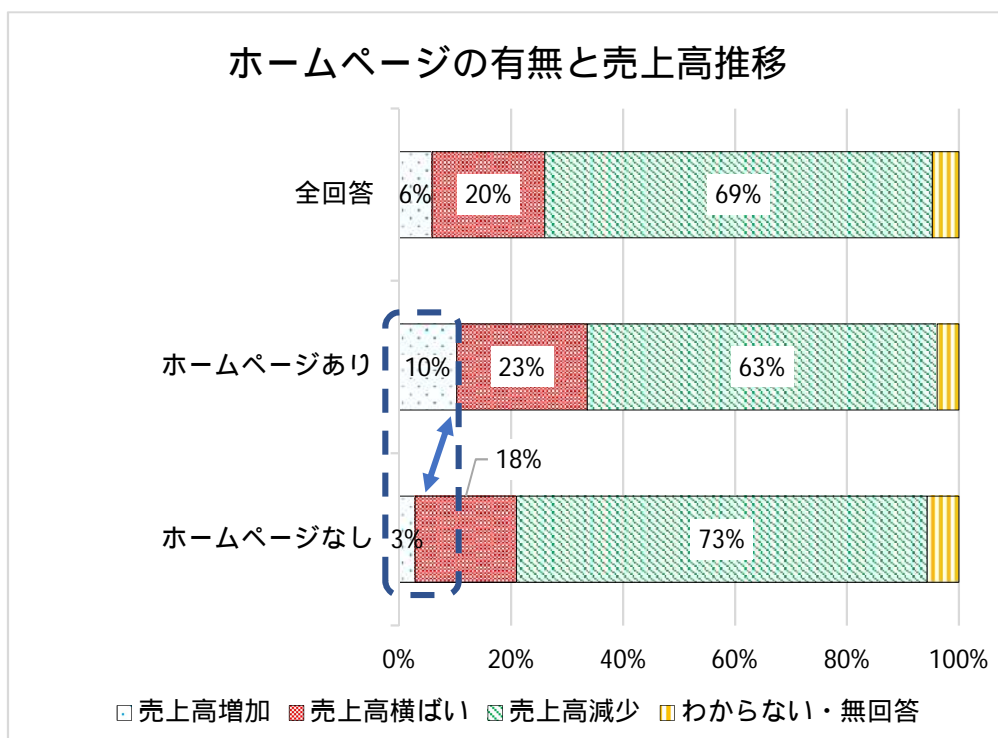


| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|---------------------|-------|-------|-----|--------|-----|-------|-----|-----------|-----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 新型コロナウイルスの売上高への影響なし | 136 | 18 | 13% | 105 | 77% | 8 | 6% | 5 | 4% |
| 新型コロナウイルスの売上高への影響あり | 970 | 43 | 4% | 108 | 11% | 779 | 80% | 40 | 4% |
| 無回答 | 89 | 9 | 10% | 28 | 31% | 40 | 45% | 12 | 13% |

新型コロナウイルス感染症の売上高への「影響がない」事業者は、「売上高増加」の割合が、「影響がある」事業者に比べて9ポイント多くなっています。

- 新型コロナウイルス感染症の売上高への「影響がない」事業者における「売上高増加」と「売上高横ばい」の合計の割合は90%になります。

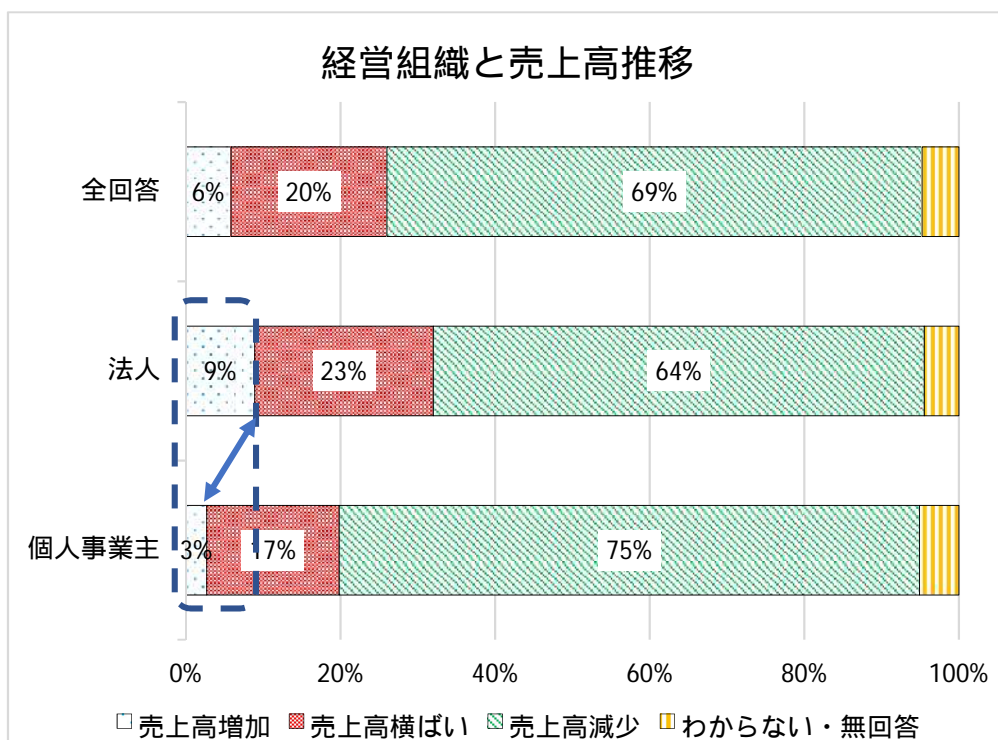
(4) ホームページの有無



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|----------|-------|-------|-----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| ホームページあり | 488 | 50 | 10% | 114 | 23% | 305 | 63% | 19 | 4% |
| ホームページなし | 673 | 19 | 3% | 122 | 18% | 494 | 73% | 38 | 6% |
| 無回答 | 34 | 1 | 3% | 5 | 15% | 28 | 82% | 0 | 0% |

「ホームページがある」事業者は、「売上高増加」の割合が、「ホームページがない」事業者に比べて7ポイント多くなっています。

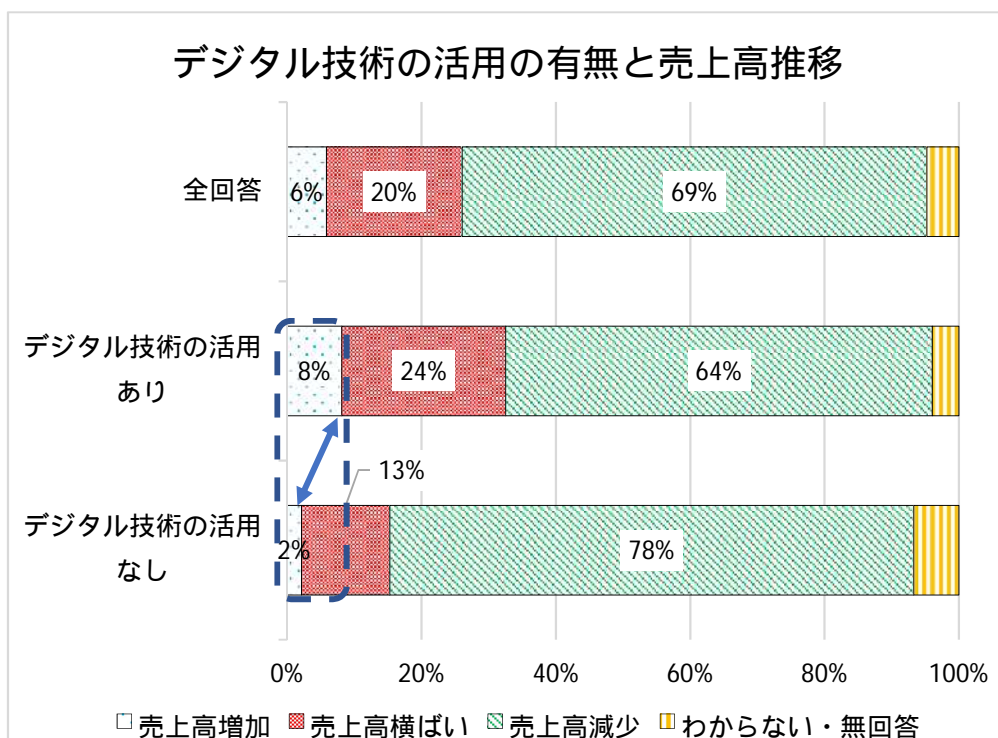
(5) 経営組織



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|-------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 個人事業主 | 589 | 16 | 3% | 101 | 17% | 442 | 75% | 30 | 5% |
| 法人 | 606 | 54 | 9% | 140 | 23% | 385 | 64% | 27 | 4% |

「法人」は、「売上高増加」の割合が、「個人事業主」に比べて6ポイント多くなっています。

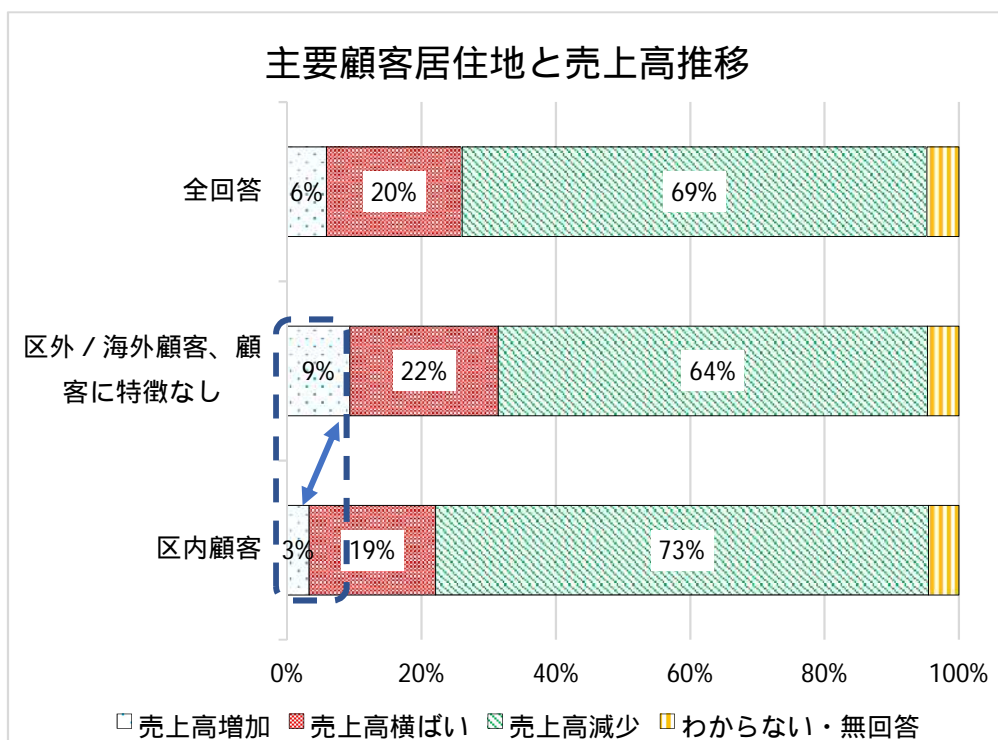
(6) デジタル技術の活用の有無



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|-------------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| デジタル技術の活用あり | 762 | 62 | 8% | 186 | 24% | 484 | 64% | 30 | 4% |
| デジタル技術の活用なし | 373 | 8 | 2% | 49 | 13% | 291 | 78% | 25 | 7% |
| 無回答 | 60 | 0 | 0% | 6 | 10% | 52 | 87% | 2 | 3% |

「デジタル技術を活用する」事業者は、「売上高増加」の割合が、「デジタル技術を活用しない」事業者に比べて6ポイント多くなっています。

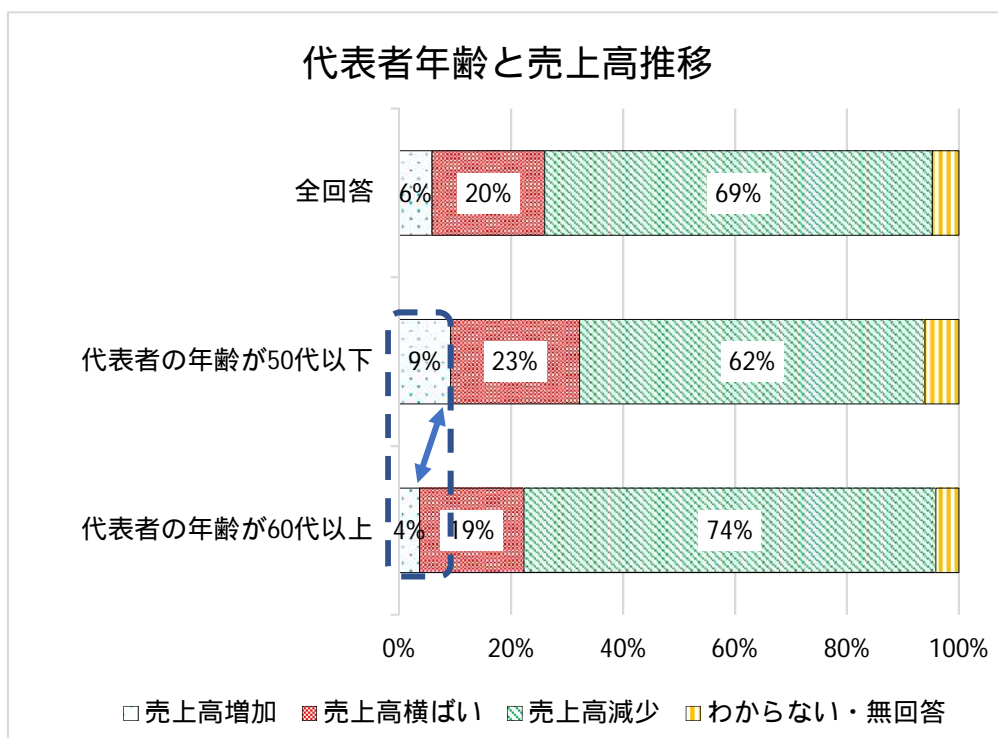
(7) 主要顧客居住地



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|-----------------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 区外/海外顧客、顧客に特徴なし | 471 | 44 | 9% | 104 | 22% | 301 | 64% | 22 | 5% |
| 区内顧客 | 638 | 21 | 3% | 120 | 19% | 468 | 73% | 29 | 5% |
| わからない、無回答 | 86 | 5 | 6% | 17 | 20% | 58 | 67% | 6 | 7% |

主要顧客居住地が「区外」「海外」「特徴なし」の事業者は、「売上高増加」の割合が、「区内」に比べて6ポイント多くなっています。

(8) 代表者年齢

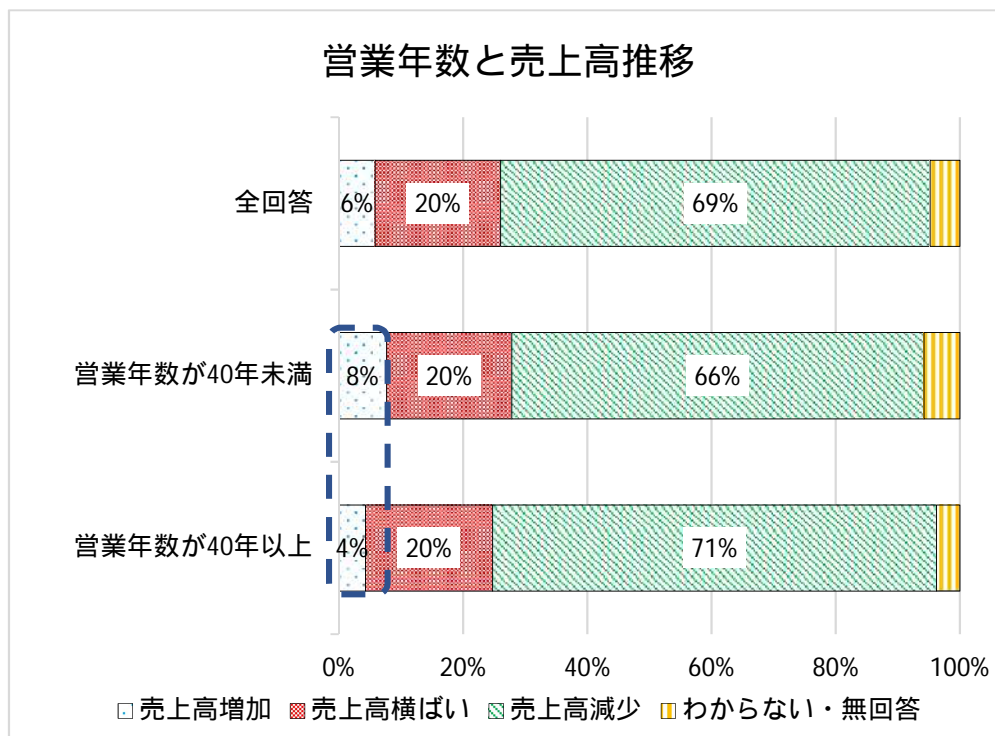


| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|--------------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 代表者の年齢が50代以下 | 478 | 44 | 9% | 110 | 23% | 295 | 62% | 29 | 6% |
| 代表者の年齢が60代以上 | 683 | 25 | 4% | 127 | 19% | 503 | 74% | 28 | 4% |
| 無回答 | 34 | 1 | 3% | 4 | 12% | 29 | 85% | 0 | 0% |

代表者の年齢が「50代以下」の事業者は、「売上高増加」の割合が、「60代以上」の事業者に比べて5ポイント多くなっています。

2. 売上高との関連性が小さい事業者の属性

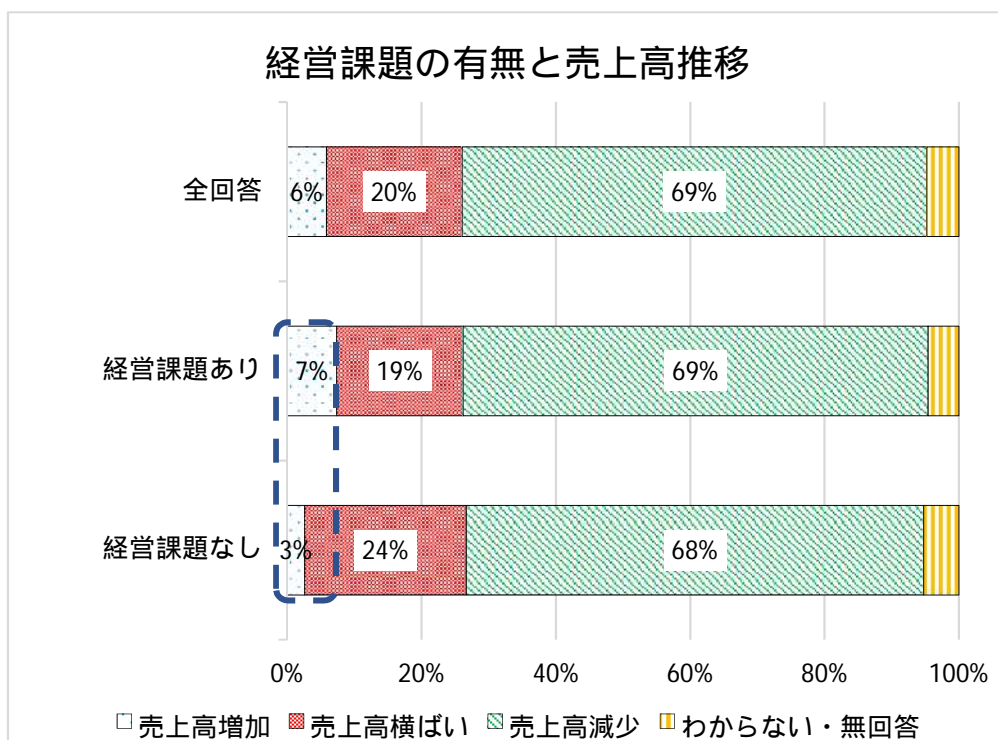
(1) 営業年数



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|------------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 営業年数が40年未満 | 571 | 44 | 8% | 115 | 20% | 379 | 66% | 33 | 6% |
| 営業年数が40年以上 | 582 | 25 | 4% | 119 | 20% | 416 | 71% | 22 | 4% |
| わからない、無回答 | 42 | 1 | 2% | 7 | 17% | 32 | 76% | 2 | 5% |

営業年数が「40年未満」の事業者は、「売上高増加」の割合が、「40年以上」の事業者に比べて4ポイント多くなっています。

(2) 経営課題の有無

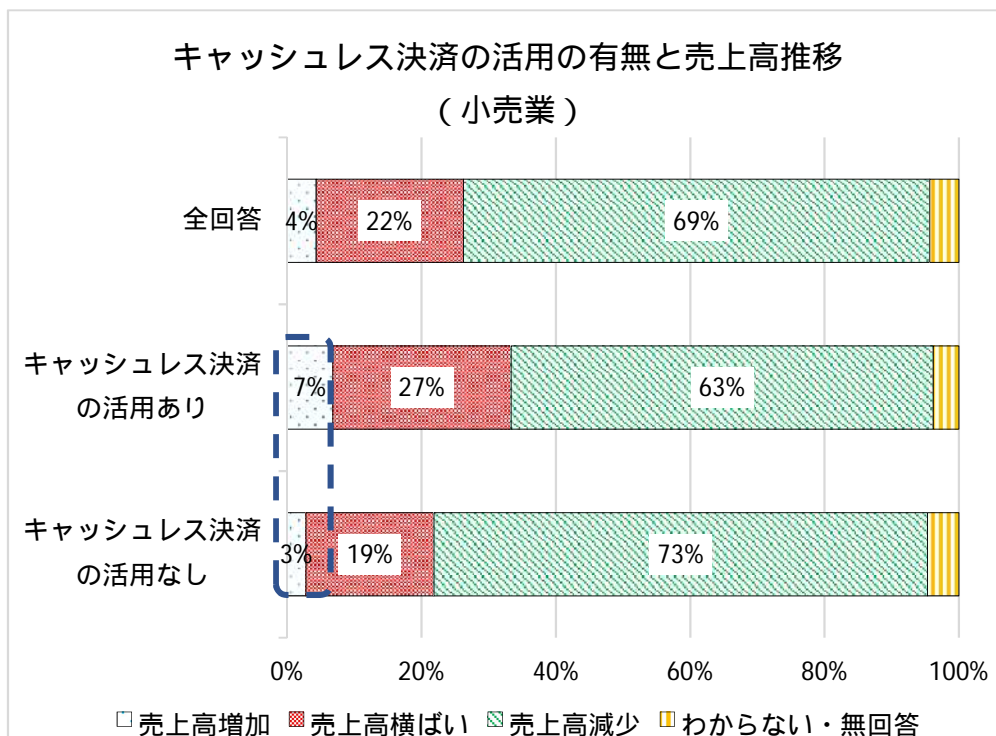


| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|--------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 経営課題あり | 813 | 60 | 7% | 153 | 19% | 563 | 69% | 37 | 5% |
| 経営課題なし | 345 | 9 | 3% | 83 | 24% | 235 | 68% | 18 | 5% |
| 無回答 | 37 | 1 | 3% | 5 | 14% | 29 | 78% | 2 | 5% |

「経営課題がある」事業者は、「売上高増加」の割合が、「経営課題がない」事業者に比べて4ポイント多くなっています。

(3) キャッシュレス決済の活用の有無

- 小売業のみ抽出

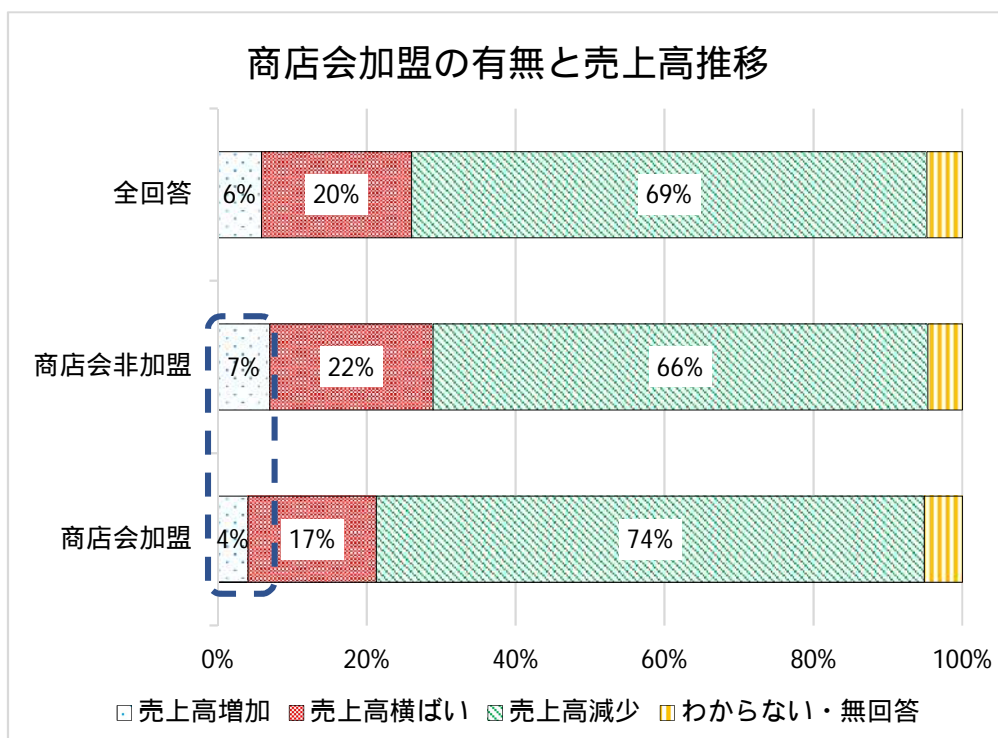


| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|----------------|-----|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 (小売業) | 347 | 15 | 4% | 76 | 22% | 241 | 69% | 15 | 4% |
| キャッシュレス決済の活用あり | 132 | 9 | 7% | 35 | 27% | 83 | 63% | 5 | 4% |
| キャッシュレス決済の活用なし | 215 | 6 | 3% | 41 | 19% | 158 | 73% | 10 | 5% |
| 無回答 | 0 | 0 | | 0 | | 0 | | 0 | |

「キャッシュレス決済を活用している」事業者（小売業）は、「売上高増加」の割合が、「活用していない」事業者（小売業）に比べて4ポイント多くなっています。

○売上高「増加」と「横ばい」の事業者の合計では、12ポイントの差があります。

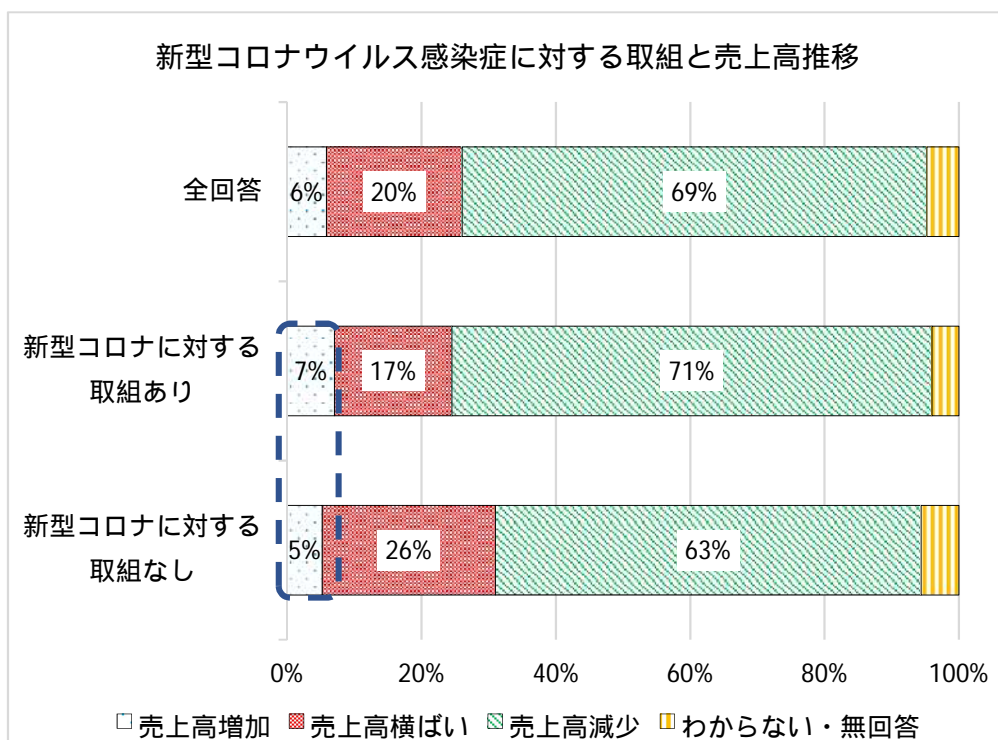
(4) 商店会加盟の有無



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|--------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 商店会非加盟 | 775 | 54 | 7% | 170 | 22% | 515 | 66% | 36 | 5% |
| 商店会加盟 | 371 | 15 | 4% | 64 | 17% | 273 | 74% | 19 | 5% |
| 無回答 | 49 | 1 | 2% | 7 | 14% | 39 | 80% | 2 | 4% |

商店会「非加盟」の事業者は、「売上高増加」の割合が、商店会「加盟」の事業者に比べて3ポイント多くなっています。

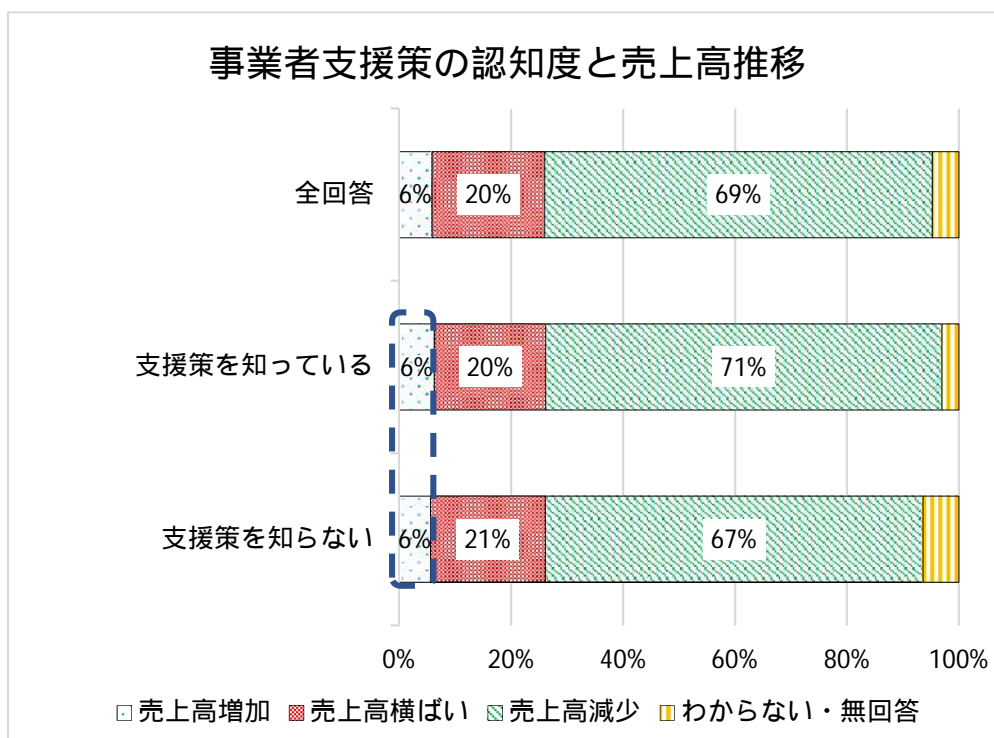
(5) 新型コロナウイルス感染症に対する取組の有無



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|---------------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 新型コロナに対する取組あり | 624 | 44 | 7% | 109 | 17% | 446 | 71% | 25 | 4% |
| 新型コロナに対する取組なし | 497 | 26 | 5% | 128 | 26% | 315 | 63% | 28 | 6% |
| 無回答 | 74 | 0 | 0% | 4 | 5% | 66 | 89% | 4 | 5% |

新型コロナウイルス感染症に対する「取組がある」事業者は、「売上高増加」の割合が、「取組がない」事業者に比べて2ポイント多くなっています。

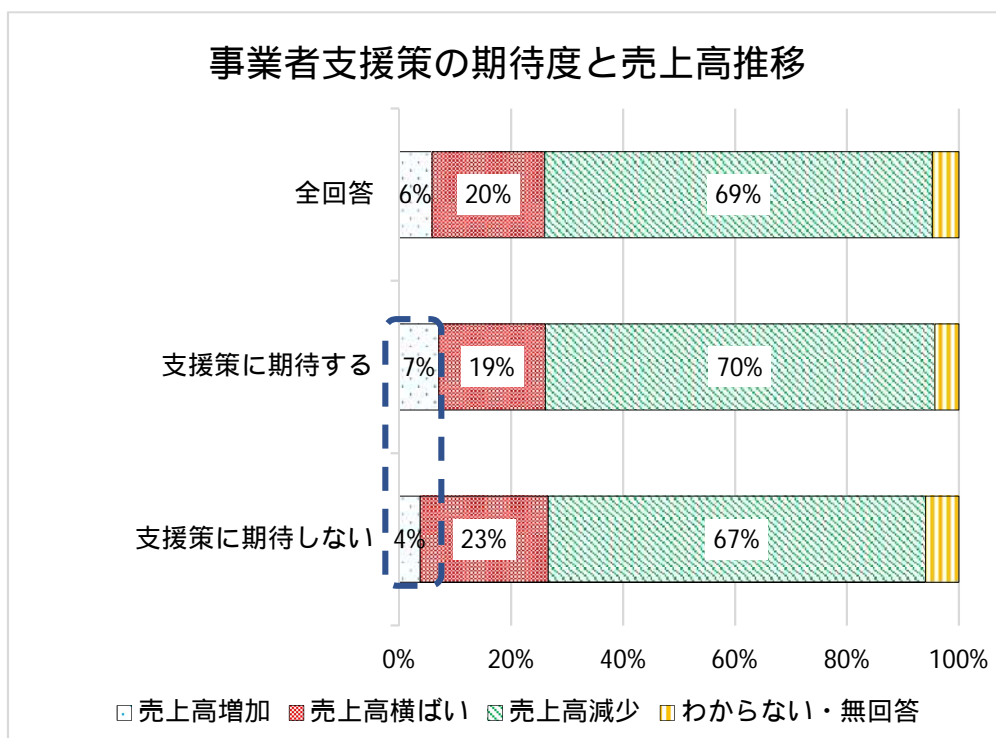
(6) 事業者支援策の認知度



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|-----------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 支援策を知っている | 524 | 33 | 6% | 104 | 20% | 371 | 71% | 16 | 3% |
| 支援策を知らない | 609 | 34 | 6% | 125 | 21% | 411 | 67% | 39 | 6% |
| 無回答 | 62 | 3 | 5% | 12 | 19% | 45 | 73% | 2 | 3% |

荒川区の事業者支援策を「知っている」事業者と「知らない」事業者の「売上高増加」の割合は、同程度となっています。

(7) 事業者支援策の期待度



| | 総数 | 売上高増加 | | 売上高横ばい | | 売上高減少 | | わからない・無回答 | |
|-----------|-------|-------|----|--------|-----|-------|-----|-----------|----|
| | 件数 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 | 件数 | 割合 |
| 全回答 | 1,195 | 70 | 6% | 241 | 20% | 827 | 69% | 57 | 5% |
| 支援策に期待する | 720 | 51 | 7% | 137 | 19% | 501 | 70% | 31 | 4% |
| 支援策に期待しない | 402 | 15 | 4% | 92 | 23% | 271 | 67% | 24 | 6% |
| 無回答 | 73 | 4 | 5% | 12 | 16% | 55 | 75% | 2 | 3% |

荒川区の事業者支援策に「期待する」事業者の割合が、「期待しない」事業者に比べて3ポイント多くなっています。

調査結果に基づく事業者支援策の今後の方針

調査結果を踏まえた、事業者支援策の今後の方針は、以下のとおりです。

1. 社会情勢の急激な変化に対する支援(令和4年度補正予算により対応)

区内事業者の77%は、新型コロナウイルス感染症のまん延による「売上高減少の影響」を受けています。また、区内事業者の45%は「将来も新型コロナウイルス感染症の影響がある」としています。さらに、ウクライナ情勢や急激な為替変動等を背景とした原油及び原材料等の価格高騰が新たな経営課題となっています。

このため、区では、令和4年度に、区内商業事業者の経営基盤を維持強化するために、区民の需要を喚起するプレミアム付き区内共通お買い物券の発行(プレミアム率20%。発行総額は当初予算の2倍)や、区民の公衆衛生維持や交流の場として重要な地域社会の施設と位置付けられる公衆浴場に対する燃料費等への緊急補助を行いました。

【根拠となる調査結果】

調査票の集計結果

2. 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組

(1) 新型コロナウイルス感染症の売上高への影響

(2) 新型コロナウイルス感染症による将来の業績への影響

2. 新たな商品・サービスの開発、販路開拓に対する支援

「新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組」として、「新たな商品・サービスの開発(調査回答事業者の20%)」「新たな顧客層の開拓(同13%)」が上位になっています。また、今後(5年後までに)取り組みたい経営課題として、「新たな商品・サービスの開発(調査回答事業者の18%)」「新たな顧客層の開拓(同18%)」が上位になっています。

このため、区では、これらの取組を行う事業者に対する補助率の上乗せを行い、区内事業者の「新たな商品・サービスの開発、販路開拓」に対する支援を充実していきます。

【根拠となる調査結果】

調査票の集計結果

2. 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組

(4) 新型コロナウイルス感染症に関連して効果があった経営の取組内容

3. 経営課題

(1) 今後(5年後までに)取り組みたい経営課題

3. デジタル技術の導入に対する支援

「ホームページがある」事業者や「デジタル技術を活用している」事業者は、売上高が増加している割合が多くなっています。また、主要顧客居住地が「区外や海外」あるいは「居住地の特徴なし」の事業者(商圏が広い事業者)は、主要顧客居住地が「区内」の事業者に比べて、売上高が増加している割合が多くなっています。

このため、区では、商圏の拡大に寄与する「ECサイトの構築」や、消費者の購買行動の変化に対応する「キャッシュレス決済機器の導入」を行う区内事業者に対する補助率の上乗せを行い、区内事業者の「デジタル化」に対する支援を充実していきます。

【根拠となる調査結果】

売上高との関連性分析

1. 売上高との関連性が大きい事業者の属性

(6) デジタル技術の活用の有無

(7) 主要顧客居住地

4. キャッシュレス決済の導入に対する支援(令和4年度補正予算により対応)

区内の小売事業者の63%は、キャッシュレス決済を活用していません。

「キャッシュレス決済を活用している」小売事業者は、売上高が増加及び横ばいの事業者の合計(売上高が減少していない事業者)の割合が多くなっています。

このため、区では、令和4年度補正予算により、キャッシュレス決済によるポイント還元に対する補助(ポイント還元率20%、ポイント還元額2億円)を実施しました。

【根拠となる調査結果】

調査票の集計結果

4. デジタル技術の活用状況

(4) デジタル技術の活用用途

売上高との関連性分析

2. 売上高との関連性が小さい事業者の属性

(3) キャッシュレス決済の活用の有無

5. 設備投資に対する支援(令和4年度補正予算により対応)

「新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組」として、「店舗の改装・設備の更新(調査回答事業者の20%)」が上位になっています。また、期待する荒川区の事業者支援策として、「店舗の改装・設備の導入(調査回答事業者の25%)」が上位になっています。

このため、区では、引き続き、区内事業者の「設備投資」に対する支援を行っていきます。また、令和4年度補正予算により、ウクライナ情勢や急激な為替変動等を背景とした原油及び原材料等の価格高騰により経営環境に大きな影響を受けている区内事業者の、固定費の削減につながる設備投資に対する補助率及び補助上限額の上乗せを行いました。

【根拠となる調査結果】

調査票の集計結果

2. 新型コロナウイルス感染症に対する経営の取組

(4) 新型コロナウイルス感染症に関連して効果があった経営の取組内容

6. 荒川区の事業者支援策

(2) 期待度

6. 脱炭素経営に対する支援

新たな分野の経営課題である「2050年カーボンニュートラル」の関心度は7%にとどまっています。政府の2050年カーボンニュートラル宣言などを背景に、温暖化対策への取組は事業者にとって経営面での重要な評価軸になっています。

このため、脱炭素経営に取り組むことによるブランド構築を通じた競争力強化及びコスト低減による経営基盤強化を支援していきます。

【根拠となる調査結果】

調査票の集計結果

3. 経営課題

(5) 関心のある新たな分野の経営課題

7. 専門家の知見を活用した経営基盤強化に対する支援

区内事業者の多くは、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、売上高が減少しています。一方で、「新型コロナウイルス感染症の影響がない」区内事

業者の90%は、売上高が「増加」あるいは「横ばい」となっています。

このことから、新型コロナウイルス感染症の収束後、区内事業者の業績は改善すると考えられます。ただし、今後は、新型コロナウイルス感染症のまん延を契機とした消費者の行動変化に対応するために、ECサイトの構築、オンライン商品やテイクアウト商品の開発、キャッシュレス決済などデジタル技術を活用した非接触型の取引方法の導入を検討していくことが必要です。

また、新たな分野の経営課題である「SDGs」の関心度は26%にとどまっています。国内における環境や人権などの社会問題に対する関心は徐々に高まっており、区内事業者も「SDGs」などの新たな社会問題を経営課題として関心を持っていくことが必要となっています。

区内事業者が期待する荒川区の事業者支援策として、「デジタル技術の導入（調査回答事業者の15%）」「専門家相談（同7%）」が挙げられています。

このため、区では、引き続き、中小企業診断士等の専門家による個別相談を実施し、デジタル技術やSDGsなど事業者の経営基盤強化に資する経営課題に対する支援を行います。また、設備導入関連の補助金においては、専門家が、機器導入前に指導、助言し、機器導入後に現地確認することで、機器導入の実効性を高める取組を行っていきます。

【根拠となる調査結果】

調査票の集計結果

3．経営課題

(5) 関心のある新たな分野の経営課題

6．荒川区の事業者支援策

(2) 期待度



売上高との関連性分析

1．売上高との関連性が大きい事業者の属性




(3) 新型コロナウイルス感染症の影響

． 荒川区の商業事業者における取組事例

(1) デジタル技術の活用取組事例

| | | |
|---------|--|--|
| 事例テーマ | デジタル技術の活用 | |
| 店名・所在地 | 有限会社一誠会 （荒川 6・33・4、町屋駅徒歩4分） | |
| 事業概要 | <p>創業64年（令和4年現在）になる家族経営の電気店。 家電販売とそれに伴う電気工事が中心で、他に住宅リフォーム、水道工事、店舗設備販売・工事を手がける。電球1個の取り換えから対応するフットワークの軽さが強み。</p> |  |
| 取組内容 | <p>新規顧客開拓のために、近隣住宅等へのチラシ配布を行ってきたが、HPによる集客を強化した。 まず、SEO（検索エンジン最適化）対策を行い、「荒川区 電気屋」、「町屋 電気屋」等のキーワードで上位表示されるよう、コンテンツを見直した。 その上で、「エアコンの効きが悪い」、「照明がチカチカする」等、消費者が家電を使用する中で直面しやすいトラブルを取り上げ、解決法をHP内で紹介した。解決法をWebで検索する消費者が当社HPにたどり着き、消費者が自力で解決できない場合は当社に電話で問い合わせをする、という流れを作った。</p> |  |
| 成果・効果 | <p>直近決算期において新規開拓できた世帯数が過去最多となり、うち3分の2はHPを見た顧客が占めた。 これまで新規顧客との取引は小口の修理案件等からスタートすることが多かったが、最近はエアコン総取り替えや住宅丸ごとリフォームといった大口契約も増えている。</p> | |
| 【店舗データ】 | | |
| U R L | https://ichiseikai.com/ | 電話番号 3895・8870 |
| | | 代表者 坂場 富士夫 |

(2) 店舗の改装・設備の更新の取組事例

| | | | |
|---------|--|---|---------------|
| 事例テーマ | 店舗の改装・設備の更新 | | |
| 店名・所在地 | プリユネ (荒川6-68-1 0、町屋駅徒歩8分) | | |
| 事業概要 | <p>○住宅街にあるエステサロン。フェイシャルエステ、ボディエステ、ネックケア、ハンドケア、デコルテラインや背中のケア、スキンケア、メイクとお客様のご希望に合わせてサービスを提供している。また、ワミレス化粧品の代理店として商品を提供している。</p> |  | |
| 取組内容 | <p>○3人の子育てをしながら2014年に自宅でエステサロンを開業し、2021年4月に店舗を改装しリニューアルオープンした。新型コロナウイルス感染症対策のため消毒を徹底し、補助金を活用して換気機能付きエアコンや空気清浄機、パーテーションを設置し、オンラインカウンセリングやオンラインイベントも実施している。店舗は白を基調にした内装で、落ち着いたインテリアとともに、お客様に居心地よい空間を演出している。当店には、エステシャンが4名在席しており、それぞれの担当顧客に完全予約制で施術している。新たに、メンズエステのサービスを始めており、フェイシャルエステを定期的に受けるお客様もいらっしゃる。</p> <p>○2021年11月には、サービス機能強化のため、荒川区の設備補助制度を活用し専用ミニキッチン、洗髪機器を設置した。</p> |   | |
| 成果・効果 | <p>○店内の感染対策を徹底し、お客様に安心して来店いただいている。くつろげる店内で施術を心地よく受けていただける。</p> <p>○店舗専用キッチンの設置により、お客様への飲み物提供時の利便性が高まった。洗髪機器の設置により、ヘッドスパや育毛剤を使用したケアが可能となり、サービスメニューが増えた。</p> <p>○お客様の様々な要望に対応したことで、再来店の頻度が高まっている。お客様から「サロンが気に入りました」「ケアがとても楽しみ」と評価をいただき、顧客満足度が向上している。</p> | | |
| 【店舗データ】 | | | |
| U R L | https://prune.tokyo/ | 電話番号 | 080・7296・3926 |
| | | 代表者 | 高岡 久美子 |

(3) 販路開拓の取組事例

| | | |
|--------|---|---|
| 事例テーマ | 販路開拓 | |
| 店名・所在地 | 有限会社大倉屋 (南千住5-3-6-11、南千住駅徒歩3分) | |
| 事業概要 | <p>1914年創業。3代続く豆腐店。老舗ながら日本で初めてソフト木綿豆腐の実用化を行うなど会社として常に新しいことに挑戦している。</p> <p>売上の7割が学校給食を含む卸売業でコロナの影響で売上が大きく落ちた時期がある。経営の安定化のため店舗売上を5割にすべく新規住民層の取込みが課題。</p> <p>製造・販売促進は4代目である石橋忠専務が担当している。</p> |  |
| 取組内容 | <p>区内20数店舗と一緒に、食品ロスをテーマとした「おから活用グランプリ」を企画・開催。リーダーとしてTVや新聞などにも取り上げられた。</p> <p>売り方や見せ方にこだわり、豆腐をデザートとして食べられるように「蜜やっこ」をはじめ、豆腐屋がお勧めする豆腐の詰め合わせをオリジナル保冷バッグに詰めた「こだわりセット」など、若い新規顧客をターゲットにした商品の開発とともに看板や説明文を掲示した。</p> <p>SNSも積極的に活用し、Facebook、Instagramを使って食べ方の提案や店の様子などを発信し、顧客開拓を行なった。</p> |   |
| 成果・効果 | <p>施策が効果を発揮し、店舗の売上が伸びている。ターゲットとした顧客層の開拓が進んでいる。</p> | |

【店舗データ】

| | | | |
|-------|---|------|-----------|
| U R L | https://www.facebook.com/ookurayatofuten | 電話番号 | 3801 6958 |
| | | 代表者 | 石橋忠男 |

(4) 販売促進の取組事例


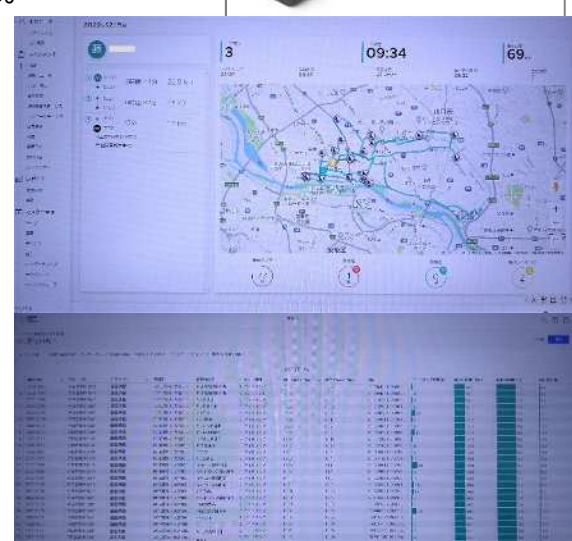
| | | |
|--------|---|--|
| 事例テーマ | 販売促進 | |
| 店名・所在地 | 株式会社齊藤商店（東日暮里4-3-3、日暮里駅徒歩10分） | |
| 事業概要 | <p>奥日暮里にある生地専門店。綿、ウール、ポリエステル、麻、シルク、撥水生地、裏地、接着芯といった各種織物等を扱っている。</p> <p>かつては法人のお客様に対する卸売が中心であったが、近年は個人のお客様が增加しており、顧客数ベースでは半々の割合である。</p> | |
| 取組内容 | <p>代表の息子夫婦が当社に入社してからは、SNSを積極的に活用し、「自分の子どものためにおくるみやスタイ等を自ら作りたいたいと思っている20～30代の女性」をファン化している。</p> <p>Instagramでは当店が扱う生地を、YouTubeではロックミシンのような裁縫に使用する機材の使い方を紹介している。いずれの媒体でも頻繁にライブを開催しており、視聴者との密接なコミュニケーションを図っている。</p> | |
| 成果・効果 | <p>Instagramのフォロワーは6,000人を超える。既存顧客とのリレーション強化にも役立っているのはもちろんのこと、DM経由での生地の注文も増加している。</p> <p>YouTubeのチャンネル登録者数は700人を超える。息子夫婦が当初ターゲットとして想定していた裁縫初心者だけでなく、経験者を取り込むことにも成功している。</p> | |



【店舗データ】

| | | | |
|-------|---|------|-----------|
| U R L | https://nippori3110.wixsite.com/saitoshoten | 電話番号 | 3803-4007 |
| | | 代表者 | 齊藤 雅久 |




(5) 生産性向上の取組事例

| | | |
|--------|---|---|
| 事例テーマ | 生産性向上 | |
| 店名・所在地 | 株式会社大久保本社（東日暮里1・40・5、三ノ輪駅徒歩10分） | |
| 事業概要 | <p>○古紙リサイクル業。一般古紙、産業古紙を回収、荷受け、し、選別、圧縮梱包し製紙会社に販売している。本社倉庫、戸田営業所、多摩古紙センター府中、武蔵野センター、武里古紙備蓄センター、多摩古紙センター昭島、新潟事業所、座間事業所と、複数拠点で広域にわたり古紙を仕入れ、販売している。</p> | |
| 取組内容 | <p>○古紙回収のため65台の車両を保有し運用・管理している。以前は車両運行データを収集しておらず、ドライバーの日報は手書きで、社外での車両・ドライバーの行動を把握できていなかった。車両によって走行距離にばらつきがあり、隣接する収集所に複数台の車両が向かうなど、効率が悪かった。このため、車両管理システム「スマートドライブ」を導入した。</p> <p>○「スマートドライブ」で、各車両のデバイスからリアルタイムに走行データを自動収集。位置情報、走行履歴、安全運転診断が確認でき、運転日報・月報を作成している。</p> <p>○ドライバーにスマートフォンを貸与し自ら走行状況、履歴を確認。アルコールチェックや日報を自動記録。</p> |   |
| 成果・効果 | <p>○収集した車両・走行データの解析で、車両のルートを最適化。走行時間の短縮による労働生産性の向上が図られている。</p> <p>○ドライバーごとの運転状態を可視化し、危険な運転やヒヤリハットを察知することが可能となる。安全運転を啓発することができ、その結果、事故が減少し安全性が高まっている。</p> <p>○走行ルートが短縮し、ドライバーの運転状態の改善で急発進やアイドリングが減少し、燃料費の削減につながる。</p> | |

【店舗データ】

| | | | |
|-------|-------------------------|------|-----------|
| U R L | https://kk-okubo.co.jp/ | 電話番号 | 3891・1188 |
| | | 代表者 | 大久保 薫 |




(6) 商品・サービスの改良/開発の取組事例

| | | |
|--------|--|---|
| 事例テーマ | 商品・サービスの改良/開発 | |
| 店名・所在地 | ハロークリーニング (西尾久3・23・11、小台駅徒歩3分) | |
| 事業概要 | <p>○当店は、約15年前に当地にて開業。ドライ・水洗いクリーニングからアイロン仕上げ、包装まで自店で行う、地域に根差した経営を行っている。キャッシュレス化にも対応し、来店客に対する利便性にも配慮している。</p> |  |
| 取組内容 | <p>○当店近隣の3中学校に通学する学生は、伸び盛りゆえに制服が小さくなると、母親同士の伝手で卒業生の制服の譲り合いが行われている。一方で、同じ中学校の卒業生を知らない場合には、一着3~4万円の制服を新たに購入するしかない。その状況を見て、当店の店主は「おさがり制服プロジェクト」を新型コロナウイルスの感染が拡がり始めた頃に開始した。付近の中学校の不要な制服の寄付を募り、当店の汗抜きやしみ抜きを含むクリーニングを行い、クリーニング後の制服を希望者にクリーニング代金で提供している。</p> <p>○上記に加え、「街なか図書館」として付近の住民から不要な書籍の寄付を募って、誰でも借りられるようにしている(特に返却期限は設けていない)。</p> |   |
| 成果・効果 | <p>○「おさがり制服プロジェクト」では、中学校別に在庫状況を店頭で提示して、購入希望者はいつでも在庫状況(制服の種類やサイズ)が分かる仕組みにしている。サイズの大きな制服の需要は高く、寄付があってもすぐに引き取られる状況である。</p> <p>○「街なか図書館」は、上記プロジェクトと共にSDGsの取組みの一環として、更には地域社会への貢献として行っている。</p> <p>○両プロジェクトともボランティアで行っているが、当店への来店のきっかけづくりにもなっている。</p> | |

【店舗データ】

| | | | |
|-------|--|------|-----------|
| U R L | | 電話番号 | 3800・0366 |
| | | 代表者 | 馬場 栄寿 |




(7) 同業・異業種連携の取組事例

| | | |
|--------|---|--|
| 事例テーマ | 同業・異業種連携 | |
| 店名・所在地 | アキバボクシング&フィットネスジム(町屋2・2・2 0 斉藤ビル3F、町屋駅徒歩2分) | |
| 事業概要 | <p>○代表はプロボクサーとして、日本フェザー級2位。引退後、いくつかのジムでトレーナーを経て2015年開業。会員数約170名。「楽しく」をテーマにイベントや雰囲気作りに力を入れ、キッズ、シニアからプロまで幅広い客層から支持される。特に近年は接触しない『エアボクシング』に力を入れており、コロナ禍の中、キッズ・シニアを中心に支持を集めている。</p> | |
| 取組内容 | <p>区内飲食店を中心に約50店舗で特典が受けられる会員カードを発行。店舗にジムのチラシを置いてもらう代わりに登録店舗の案内をブログやコミュニケーションの中で行っており、相互集客となっている。会員自ら知り合い店舗の紹介やチラシの配布協力もあり、連携の輪が広がっている。</p> <p>フリーで活動しているヨガやストレッチの講師を呼んで定期的に講座を開いている。費用は店舗負担で会員は無料で受講できるので評判よく、ボクシングにあまり興味のない顧客に対してもアピールする機会となっている。</p> <p>定期的なイベントにも力を入れており、ハロウィンにはプロも含め仮装して練習に励んでいる。</p> |    |
| 成果・効果 | <p>○コロナの影響でフィットネス業界は打撃を受けたが、当社は会員サービスの充実で会員数は微減であった。新規会員の約1割は店舗配布のチラシおよび紹介によるもので、連携の効果が大きい。</p> | |

【店舗データ】

| | | | |
|-------|---------------------------|------|-----------|
| U R L | https://akiba-boxing.net/ | 電話番号 | 5901・9792 |
| | | 代表者 | 秋葉慶介 |

(8) 仕入先との連携強化の取組事例

| | | |
|--------|--|---|
| 事例テーマ | 仕入先との連携強化 | |
| 店名・所在地 | お好み焼き てるぼ (西尾久1-19-9、小台駅徒歩5分) | |
| 事業概要 | <p>小台駅より徒歩5分の西尾久で、もんじゃ焼き・お好み焼きを提供している。</p> <p>北海道で飲食店を運営していたことから現地の仕入れルートを持っており、地元荒川区に戻ってからこれを維持してきた。北海道安平町のカマンベールチーズを使ったもんじゃ焼き、ラム、豚バター焼きなどが看板メニューである。</p> |  |
| | <p>生産者から直接仕入れる北海道産の食材は特別な美味しさである。店主が惚れ込んだ食材は徐々にその比率が増え、現在は約8割に達した。野菜だけでなく、肉、海鮮などを取り寄せており、塩ハーブ味のラム肉は都内では珍しいとの評判である。</p> <p>店主は毎年北海道を訪問し、仕入先とのコミュニケーションを欠かさない。コロナ禍でも変わらぬ安心、安全、美味しい食材への想いは生産者にも伝わっており、紹介で仕入先が増えるなど、現地との関係を強化している。</p> |   |
| 成果・効果 | <p>宴会需要が大きく減少するなか、変わらぬ素材の美味しさにこだわり提供してきた。結果、コロナ前よりさらに家族連れが増え、地元で愛される飲食店となっている。</p> | |

【店舗データ】

| | | | |
|-------|---|------|-----------|
| U R L | . | 電話番号 | 3894-6271 |
| | | 代表者 | 石塚 輝章 |

参考資料

1. 周知・PR

(1) はがきによる事前通知

令和4年4月

区内商業・サービス事業者の皆様へ

**荒川区商業事業者訪問支援事業への
ご協力をお願い**

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、区内の商業・サービス事業者の実態調査を実施いたします。

今後（5月上旬～9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。

また、デジタル専門家の無料派遣事業の受付も行っていきますので、ぜひこの機会をご利用ください。

なお、本調査結果において、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
荒川区商業事業者訪問支援事業 事務局

荒川区西日暮里 5-14-3 サンキームビル 501号室
電話:03-5404-8910(10:00-17:30 土日祝除く)
Mail: info_arakawa@ftcarbon.co.jp

荒川区 産業経済部 産業振興課 商業振興係

(2) 広報誌による周知

あらかわ区報 5月21日号

区内商業事業者への訪問支援事業にご協力を


区が委託した中小企業診断士が、区内商業事業者等を訪問し、聞き取り調査や経営課題に対するアドバイス等を行います。希望に応じて、デジタル専門家の派遣も可能です。

📅 5月～9月

📍 荒川区商業事業者訪問支援事業事務局 ☎ (5404) 8910

「荒川区商業事業者訪問支援事業」を実施中 お知らせ

～経営相談・デジタル化相談にも対応～



イメージ

区が委託した中小企業診断士が区内の商業事業者を訪問し、聞き取り調査を行うとともに、経営課題に対する相談やアドバイスなどを行う「荒川区商業事業者訪問支援事業」を実施しています。

併せて、区内事業者のデジタル化を促進するため、希望に応じて、デジタル専門家の派遣を行っています。ぜひこの機会をご利用ください。

対象となる事業所の皆様には、あらかじめ案内はがきを郵送したうえ、戸別訪問します。ご多忙のところ恐縮ですが、ご協力をお願いします。

実施事業者 一般社団法人 荒川区中小企業経営協会

対象：区内の中小商業事業者（一部を除く）

期間 5月～9月

問合せ 一般社団法人 荒川区中小企業経営協会
荒川区商業事業者訪問支援事業 事務局
[Tel] 03-5404-8910 (10:00～17:30土日祝除く)
[e-mail] info_arakawa@ftcarbon.co.jp

(3) 荒川区のホームページによる周知

荒川区商業事業者訪問支援事業実施のお知らせ

荒川区では今後の産業施策に活かすことを目的に、区内の商業・サービス業事業者の実態調査を実施いたします。本事業は、一般社団法人荒川区中小企業経営協会に業務委託しており、中小企業診断士の資格を有する調査員が個別に訪問し、聞き取り調査を実施するとともに、経営相談等も行います。（調査の対象となる事業者様には、調査実施のお知らせハガキを送付しております。）

また、区内事業者のデジタル化を推進するために、デジタル専門家派遣の申請も併せて実施しますので、是非ご利用ください。

※本調査において、事業者の個別内容を公表することは一切ありません。

なお、本件は任意での回答をお願いしております。可能な限りで構いませんので、ご協力いただければ幸いです。

調査期間

令和4年5月上旬～令和4年9月（予定）

調査機関

一般社団法人荒川区中小企業経営協会 荒川区商業事業者訪問支援事業事務局
電話番号：03-5404-8910（10時00分～17時30分※土日祝除く）
Mail:info_arakawa@ftcarbon.co.jp

お問い合わせ

産業経済部産業振興課商業振興係
〒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：468）
ファクス：03-3803-2333

2. 調査票

(1) 基本情報調査票

基本情報調査

【以下に該当する事業者は『調査の対象外』となります】

- 小売業、卸売業、サービス業でない事業者 サービス業は、以下の一部の業種のみ調査対象
- 中小企業基本法の大企業に該当する事業者
- 支店・チェーン店 フランチャイズ店は対象となります。
- 廃業/休業している事業者

【『今後5年以内に廃業を予定』している事業者は、**1枚目(表面)**で調査終了となります】

| | |
|-------------------|---|
| 事業者名 | |
| 店舗名 | |
| 業種 経済センサス調査中分類 | <p>【情報サービス業】 情報サービス業 インターネット附随サービス業 映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業</p> <p>【卸売業】 各種商品卸売業 繊維・衣服等卸売業 飲食料品卸売業 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業 機械器具卸売業 その他の卸売業</p> <p>【小売業】 各種商品小売業 織物・衣服・身の回り品小売業 飲食料品小売業 機械器具小売業 その他の小売業 無店舗小売業</p> <p>【不動産取引業】 不動産取引業 【宿泊業】 宿泊業</p> <p>【飲食業】 飲食店 持ち帰り・配達飲食サービス業</p> <p>【生活関連サービス業】 洗濯・理容・美容・浴場業 その他の生活関連サービス業 娯楽業</p> <p>【教育・学習支援業】 その他の教育・学習支援業</p> <p>【医療業】 助産所 療術業 歯科技工所</p> <p>【自動車整備業】 自動車整備業</p> <p>(上記の業種に該当しない事業者は調査対象外となります)</p> |
| 経営組織 | 個人事業主 株式会社 有限・合資・合名・合同会社などその他 |
| 今後5年後までの事業方針 | 現状維持 事業拡大 事業縮小 事業転換【 ~ は裏面へ】 廃業【 は以下の廃業の理由を選択】 |
| 廃業の理由 【最大3つ選択】 | 当初から自分の代で廃業予定 業績不振 将来性がない 後継者がいない【 は以下の理由を選択】 従業員の高齢化 その他 |
| 後継者がいない理由【最大3つ選択】 | 親族や従業員が高齢者 親族や従業員の関心が低い 親族がいない 外部の後継者が見つからない その他 【廃業予定事業者はこれで調査終了です。調査票への回答は不要です。以下の調査結果の利用の同意に署名し、本基本情報調査票をご提出ください。】 |
| 調査結果の利用の同意(廃業予定者) | 本調査結果を「荒川区の産業振興施策」に利用することに同意します。 【署名】氏名 役職 |

| | | | | | |
|----------------------------|--|-------------|--------------------------------|-------------|------------|
| 代表者の年齢 | 30代まで | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 |
| 店舗の所有形態 | 土地・建物両方を自己所有 | | 建物のみ自己所有(借地) | | 賃貸 |
| 営業年数 | 20年未満 | 20年以上 | 40年未満 | 40年以上 | |
| | 60年以上 | 不明 | | | |
| 従業員の有無 | 本人のみ 親族のみ 親族以外の従業員やアルバイト等を雇用 | | | | |
| 従業員数 | 0人(本人のみ) | 1~4人 | 5~9人 | 10人以上 | |
| 直前期の売上高 (協力金等除く) | 300万未満 | 300万以上 | | 1,000万未満 | 1,000万以上 |
| | 3,000万以上 | 無回答(答えたくない) | | | |
| 直前期の決算【法人】 (協力金等除く) | 黒字 | 収支均衡 | 赤字 | 無回答(答えたくない) | |
| 昨年の事業所得【個人事業主】 (協力金等除く) | 事業所得290万以上(個人事業税の納税者) 事業所得0超290万未満(個人事業税の非納税者) 事業所得0(個人事業税の非納税者) わからない 無回答(答えたくない) | | | | |
| 新型コロナウイルス感染症の影響 | 売上高増加の影響がある | | 売上高減少の影響がある | | 影響はない |
| | わからない | | | | |
| 直前期の借入金 | あり | なし | 無回答(答えたくない) 役員等内部借入除く、主に金融機関借入 | | |
| 商店会加盟の有無 | 加盟 | 非加盟 | | | |
| ホームページの有無 | あり | なし | | | |
| 主要顧客居住地 | 【一つ選択】 | 区内顧客 | 区外顧客 | 海外顧客 | 特徴なし わからない |
| 主要顧客年齢層 | 【一つ選択】 | 40歳まで | 40~50代 | 60歳以上 | 特徴なし わからない |
| 区の事業者支援策 | 知っている【以下の知っている事業者支援策をすべて選択】 | | | | 知らない |
| 知っている事業者支援策【複数選択可】 | 【販売促進、商品・サービスの開発支援】 街なか商店塾 魅力あふれる個店づくり事業(LANP) 【補助金・融資あっせん】 商業・サービス業活力創出支援事業 事業・業態転換支援事業 中小企業「魅力発信」PR動画制作補助 産業財産権取得補助 クラウドファンディングサービス利用等手数料補助 小規模企業共済加入助成 中小企業倒産防止共済加入助成 中小企業退職金共済加入助成 セミナー・研修等受講補助 中小企業融資制度 【経営相談等】 経営相談(にぎわいコーディネーター) 日暮里繊維街活性化事業(ファッションショー) 高度特定分野専門家派遣 商業振興功労賞表彰 事業承継訪問相談 | | | | |
| 調査結果の利用の同意(廃業予定者以外) | 本調査結果を「荒川区の産業振興施策」に利用することに同意します 【署名】氏名 役職 | | | | |

(2) 調査票

1. 貴事業所の経営状況について

(問1) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大前(2019年あるいは2019年度)と比較した直前期(又は昨年)の売上高の変化について、ご回答ください(協力金、補助金等の収入は除く)。

- | | |
|----------------------------|----------------------------|
| 1. 10%以上増加 (問2,3 増加要因) | 2. 横ばい(10%未満の変動)(次頁問6) |
| 3. 10%以上30%未満減少(問4,5 減少要因) | 4. 30%以上50%未満減少(問4,5 減少要因) |
| 5. 50%以上減少(問4,5 減少要因) | 6. わからない(次頁問6) |

(問2)(問1で「売上増加」の回答者のみ)「売上増加」の「外部」要因(経済動向、取引先の業績等)はありますか。また、「ある場合」は、その外部要因を最大3つご回答ください。

- | | | |
|----------------------------------|--------------|---------------|
| 1. 売上増加につながった外部要因がある【以下選択(最大3つ)】 | 2. 特になし | |
| 1. 新型コロナのまん延 | 2. 経済動向の改善 | 3. 周辺環境の変化 |
| 4. 対象顧客の拡大 | 5. 顧客ニーズの変化 | 6. 顧客の購買行動の変化 |
| 7. 取引先の業績向上 | 8. 競争の緩和 | 9. デジタル技術の進展 |
| 10. 経費(原材料や人件費等)の低下 | 11. 規制や税制の改正 | 12. 資金調達環境の改善 |
| 13. 人口動態の変化(少子高齢化等) | 14. その他 | |

(問3)(問1で「売上増加」の回答者のみ)「売上増加」の「内部」要因(商品・サービスの開発等)はありますか。また、「ある場合」は、その内部要因を最大3つご回答ください。

- | | | |
|----------------------------------|----------------|---------------|
| 1. 売上増加につながった内部要因がある【以下選択(最大3つ)】 | 2. 特になし | |
| 1. 営業力の強化 | 2. ブランド力・PRの強化 | 3. 商品・サービスの開発 |
| 4. 商品・サービスの価格見直し | 5. 顧客単価の上昇 | 6. 店舗の改装・設備更新 |
| 7. 生産性(業務効率)の向上 | 8. デジタル技術の活用 | 9. 従業員の採用/育成 |
| 10. 経営体制の見直し | 11. その他 | |

(問4)(問1で「売上減少」の回答者のみ)「売上減少」の「外部」要因(経済動向、取引先の業績等)はありますか。また、「ある場合」は、その外部要因を最大3つご回答ください。

- | | | |
|----------------------------------|---------------------|---------------|
| 1. 売上減少につながった外部要因がある【以下選択(最大3つ)】 | 2. 特になし | |
| 1. 新型コロナのまん延 | 2. 経済動向の悪化(新型コロナ除く) | 3. 周辺環境の変化 |
| 4. 対象顧客の減少 | 5. 顧客ニーズの変化 | 6. 顧客の購買行動の変化 |
| 7. 取引先の業績悪化 | 8. 競争の激化 | 9. デジタル技術の進展 |
| 10. 経費(原材料や人件費等)の上昇 | 11. 規制や税制の改正 | 12. 資金調達環境の悪化 |
| 13. 人口動態の変化(少子高齢化等) | 14. その他 | |

(問5)(問1で「売上減少」の回答者のみ)「売上減少」の「内部」要因(商品・サービス力の低下等)はありますか。また、「ある場合」は、内部要因を最大3つご回答ください。

- | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------------|---------|
| 1. 売上減少につながった内部要因がある【以下選択(最大3つ)】 | 2. 特になし | | |
| 1. 営業力の低下 | 2. ブランド力の低下・PRの不足 | 3. 商品・サービス力の低下 | |
| 4. 商品・サービスの価格見直し | 5. 顧客単価の下落 | 6. 店舗・設備の老朽化 | |
| 7. 生産性(業務効率)の悪化 | 8. デジタル技術の活用不足 | | |
| 9. 従業員の不足/高齢化 | 10. 保守的な経営体制 | 11. 資金不足 | 12. その他 |

2. 貴事業所の経営課題について

(問6) **新型コロナウイルス感染症**に関連した経営の取組のうち、「**効果があった**」取組はありますか。また、「効果があった場合」は、その取組内容を**最大3つ**ご回答ください。

| | | |
|--|---------------------|--------------|
| 1. 効果があった取組がある【 効果があった取組を以下選択(最大3つ) 】 | | |
| 2. 経営課題として取り組んだが、効果がなかった | | |
| 3. 新型コロナウイルス感染症 に対する経営の取組は行っていない | | |
| 1. 営業力の強化 | 2. ブランド力・PRの強化 | |
| 3. 新たな商品・サービスの開始 | 4. 既存商品・サービスの見直し | |
| 5. 新たな顧客層の開拓(顧客ターゲットの見直し) | 6. 既存顧客層の拡充 | |
| 7. 経費削減(雇用調整含む) | 8. 仕入先の見直しや連携強化 | |
| 9. 店舗の改装・設備の更新 | 10. 生産性(業務効率)の向上 | |
| 11. デジタル技術の活用(オンライン販売/商談、キャッシュ・レス化等) | | |
| 12. 働き方改革 | 13. 従業員の採用/育成 | 14. 経営体制の見直し |
| 15. 業種の見直し | 16. 資金調達(協力金・補助金含む) | 17. その他 |

(問7) **新型コロナウイルス感染症**の「**将来**」の業績への影響について一つご回答ください。

| | | |
|-----------------|--------------|-----------------|
| 1. 将来の業績への影響はない | 2. 1年以内の影響あり | 3. 1年超3年以内の影響あり |
| 4. 3年超の影響あり | 5. わからない | |

(問8) **今後(5年後までに)**取り組みたい**経営課題**はありますか。また、「ある場合」は、その経営課題を**最大3つ**ご回答ください。

| | | | |
|--------------------------------------|------------------|--------------|------------|
| 1. 経営課題がある【 経営課題を以下選択(最大3つ) 】 | | | 2. 経営課題はない |
| 1. 営業力の強化 | 2. ブランド力・PRの強化 | | |
| 3. 新たな商品・サービスの開始 | 4. 既存商品・サービスの見直し | | |
| 5. 新たな顧客層の開拓(顧客ターゲットの見直し) | 6. 既存顧客層の拡充 | | |
| 7. 経費削減(雇用調整含む) | 8. 仕入先の見直しや連携強化 | | |
| 9. 店舗の改装・設備の更新 | 10. 生産性(業務効率)の向上 | | |
| 11. デジタル技術の活用(オンライン販売/商談、キャッシュ・レス化等) | | | |
| 12. 働き方改革 | 13. 従業員の採用/育成 | 14. 経営体制の見直し | |
| 15. 業種の見直し | 16. 資金調達 | 17. その他 | |

(問9) **今後(5年後まで)**の**事業承継**、**経営権移転**を検討していますか。また、「検討している場合」は、その検討状況の一つご回答ください。

| | | |
|------------------------------------|----------------|--------------|
| 1. 事業承継等を検討している【 以下選択(一つ) 】 | 2. 承継時期でない | 3. 未定 |
| 1. 承継者・承継先を決定済み | 2. 承継者・承継先と交渉中 | 3. 承継先を探している |

(問10) **ご存知の新たな経営課題**について**すべて【複数可】**ご回答ください。

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

(問 11) 関心のある新たな経営課題についてすべて【複数可】ご回答ください。

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

3. デジタル技術 (インターネットやキャッシュ・レス決済等) の活用状況について

(問 12) デジタル技術 (インターネットやキャッシュ・レス決済等) の進展は売上に影響していますか。

- | | | | |
|---------|---------|----------|----------|
| 1. 売上増加 | 2. 売上減少 | 3. 影響はない | 4. わからない |
|---------|---------|----------|----------|

(問 13) 以下のデジタル機器をお持ちですか。また、「保有機器」をすべてご回答ください。

- | | |
|-----------------------------|------------------|
| 1. デジタル機器を持っている【以下選択 (複数可)】 | 2. 持っていない (問 17) |
|-----------------------------|------------------|

- | | | | |
|---------|----------|------------|-----------------|
| 1. パソコン | 2. タブレット | 3. スマートフォン | 4. キャッシュ・レス決済機器 |
|---------|----------|------------|-----------------|

(問 14) (問 13 で「デジタル機器を持っている」回答者のみ) インターネット回線はありますか。また、「インターネット回線の種類」をすべてご回答ください。

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1. インターネット回線あり【以下選択 (複数可)】 | 2. インターネット回線なし (問 17) |
|----------------------------|-----------------------|

- | | | |
|-----------------------|--|--------------|
| 1. 有線 (光回線 / ケーブル回線等) | 2. 無線 (モバイル Wi-Fi ルーター、ポータブル キャッシュ・レス決済端末等) | 3. スマートフォン回線 |
|-----------------------|--|--------------|

(問 15) (問 14 で「インターネット回線がある」回答者のみ) 以下のデジタル技術を活用していますか。また、「活用している場合」は、「活用用途」についてすべてご回答ください。

- | | |
|------------------------------|-------------------|
| 1. デジタル技術を活用している【以下選択 (複数可)】 | 2. 活用していない (問 17) |
|------------------------------|-------------------|

- | | | | |
|----------------------|-----------------|--------------------|------------|
| 1. 取引先等のメール | 2. ホームページ作成 | 3. SNS の活用 | 4. チラシ等の作成 |
| 5. キャッシュ・レス決済 (問 16) | 6. ネット販売 | 7. テレワーク / オンライン商談 | |
| 8. 取引先への発注・受注 | 9. 事務処理 (経理処理等) | 10. その他 | |

(問 16) (問 15 で「キャッシュ・レス決済を活用している」回答者のみ) キャッシュ・レス決済の方法についてすべて【複数可】ご回答ください。

- | | |
|------------------------------------|-------------------------|
| 1. クレジットカード | 2. IC チップ決済 (交通系電子マネー等) |
| 3. バーコード / QR コード決済 (PayPay、d 払い等) | 4. その他 |

(問 17) 今後のデジタル技術の活用の意向について一つご回答ください。

- | | | | |
|---------------|------------|------------|----------|
| 1. 現状の活用用途を維持 | 2. 活用用途を拡大 | 3. 活用用途を縮小 | 4. 活用しない |
|---------------|------------|------------|----------|

(問 18) (問 17 で「デジタル技術を活用しない」回答者のみ) デジタル技術を活用しない理由について最大 3 つご回答ください。

- | | |
|-----------------------------|---------------------------|
| 1. デジタル機器 (スマートフォン等) が高い | 2. インターネット回線の料金が低い |
| 3. 利用料金 (決済手数料) が高い | 4. デジタル機器の使い方が難しい / わからない |
| 5. 顧客がデジタル技術を利用できない / 利用しない | 6. その他 |

(問 19) 荒川区では、デジタル専門家の無料派遣事業 (年間 10 時間まで)を行っています。デジタル専門家の派遣を希望しますか。希望される場合は、具体的内容をご回答ください。

- | | |
|----------------|----------|
| 1. 希望する (内容:) | 2. 希望しない |
|----------------|----------|

4. 貴事業所の取組について

(問20) **販売促進活動を実施**していますか。また、「実施している場合」は、その「販売促進活動の方法」について**すべて**ご回答ください。

1. 販売促進活動をしている【以下選択(複数可)】 2. 販売促進活動をしていない

1. 訪問営業 2. 紙媒体(チラシ等) 3. デジタル技術(E-mail、SNS、ホームページ、ネット出品等) 4. 広告代理店等(メディア/業界紙等) 5. その他

(問21) **現時点の個店同士の連携状況(共同仕入、セール、イベント等)**をご回答ください。

1. 連携している 2. 連携していない

(問22) **今後の個店同士の連携の意向**についてご回答ください。

1. 現状の連携を維持 2. 連携を増加したい 3. 連携を減少したい 4. 今後とも連携しない

(問23) **今後の商店会への加盟の意向**についてご回答ください。

1. 加盟を継続(問25) 2. 新規加盟したい(問25) 3. 脱退予定(問24)
4. 今後とも加盟しない(問24) 5. 近隣に商店会がない(問25)

(問24)(問23で「脱退予定」「今後とも加盟しない」回答者のみ) **加盟しない理由**はありますか。また、「理由がある場合」は、その理由について**最大3つ**ご回答ください。

1. 加盟しない理由がある【以下選択(最大3つ)】 2. 理由はない

1. 加盟するメリットが感じられない 2. 時間がない 3. 会費が高い
4. 商店会の活動内容や加入方法がよくわからない 5. その他

5. 荒川区の商業振興施策について

(問25) **荒川区の事業者支援策に期待**していますか。また、「期待している場合」は、その内容を**すべて**ご回答ください。

1. 荒川区の事業者向け支援に期待する【以下選択(複数可)】 2. 期待していない

1. 店舗の改装・設備の導入 2. 販売促進・PR
3. デジタル技術の活用 4. 新商品・新サービスの開発
5. 取引先や同業者の紹介・連携強化 6. 事業転換支援
7. 販路開拓・展示会出展 8. 海外展開・外国人対応
9. 人材採用/育成 10. 後継者紹介/育成
11. 福利厚生充実 12. 利子補給・融資あっせん
13. 専門家相談 14. 産業財産権やISOの取得
15. 防災対策(BCP) 16. 公的支援の情報提供 17. その他

(問26) **事業者支援策**についてのご意見・ご要望をお聞かせください。

| |
|--|
| |
|--|

ご質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

令和5年2月発行

登録番号(04)0059

令和4年度荒川区商業事業者訪問支援事業
実施報告書

編集・発行 荒川区産業経済部産業振興課
〒116・850 1 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・001 3 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)