

小牧市企業新展開支援プログラム策定に向けての アンケート調査結果【速報版】

アンケート調査の概要

- 『小牧市企業新展開支援プログラム』の改定にあたり、小牧市の事業者の方に対して、with コロナ・after コロナを見据えた経営について聞き、プログラム改定の重要な資料とするため、郵送・ウェブ回収によるアンケート調査を実施しました。

■調査の概要

調査の種別	紙面アンケート調査
調査対象者	市内企業のうち無作為抽出した 3,000 企業（個人事業主含む）
配布数	2,808 企業（廃業、市外転出、宛先不明での返還分除く） ※現プログラム策定時のアンケートは 1,468 企業（製造業及び運輸）
回答数	801 件（2022 年 5 月 19 日現在） ※回収率 28.5% [参考：郵送回収 580 件、インターネット回答 221 件] ※現プログラム策定時のアンケートは 371 件 回収率 25.3%
調査方法	郵送配布、郵送回収またはインターネット回答 ※調査期間中に督促状及び礼状を配布
調査内容	I. 貴社の状況について II. 人材の確保について III. 経営の効率化について IV. 省エネルギー、脱炭素、SDGs について V. 市以外の公的支援、市の情報入手、各分野の重要度について VI. 産業集積について VII. こまきプレミアム商品券事業について
調査時期	2022 年 2 月 28 日（月）～2022 年 3 月 18 日（金）

■ 調査結果の信頼性について

本アンケート調査は、「アンケート調査と統計解析がわかる本」を参考として、母集団数 6,322 件において、信頼率 95%、回答比率 50%の時、標本誤差（標本値と母集団値との差）を 5%未満とすることを目標として配布回収を行うよう設計しています。

今回の業種無回答を除く回収数 794 件から、標本誤差を求めると、全体では標本誤差 3.24%となり、標本誤差 5%以内となっているため、計画通りの精度で分析が行えることとなっています。

また、本アンケート調査では、代表的な業種別にクロス集計を行い、業種ごとの傾向を把握しようと考えており、このためには業種ごとに最低 30 件、可能であれば 50 件の回答が必要とされています。

以下のアンケート結果から、「不動産業、物品賃貸業」、「製造業」、「運輸業、郵便業」、「卸売、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「建設業」、「学術研究、専門・技術サービス業」で 50 件以上の回答を得ているので、これらの産業については、標本誤差は最大 13%程度ありますが、信頼できる分析が行えると捉えられます。一方、「農林漁業」、「情報通信業」、「金融業、保険業」については、回答数が極めて低く標本誤差も大きいことから分析の対象外とします。

表 標本誤差(信頼率 95%、回答比率 50%の場合)

	H28 経済セン サス事業所数	配布数	アンケート 回答数	標本誤差
A~B 農林漁業	13	10	4	42.44
K 不動産業, 物品賃貸業	377	194	62	11.39
E 製造業	1,114	469	155	7.31
H 運輸業, 郵便業	503	222	56	12.36
G 情報通信業	28	17	2	68.00
I 卸売業, 小売業	1,489	622	138	7.95
M 宿泊業, 飲食サービス業	644	254	68	11.25
N 生活関連サービス業, 娯楽業	396	159	54	12.41
D 建設業	462	227	87	9.48
J 金融業, 保険業	61	27	3	55.63
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業		0	0	-
L 学術研究, 専門・技術サービス業	187	150	82	8.13
F 電気・ガス・熱供給・水道業	5	5	10	-
その他	1,043	644	73	11.07
無回答	-	-	7	-
全体	6,322	3,000	801	3.24

注：信頼率とは、信頼率が〇〇%の時、〇〇%の確率で標本集団の結果が母集団の結果と同一とみなせるとい割合である。

注：回答比率とは、例えば A,B の選択肢があるとき、50%が A の回答を選んだ場合に回答比率 50%という。回答比率が 50%の時が統計上最も誤差が大きいため、信頼性の検討の際には回答比率 50%の場合を想定して評価を行う。

<参考>「アンケート調査と統計解析がわかる本」(酒井隆 著、日本能率協会マネジメントセンター)

＜参考＞「N 生活関連サービス業、娯楽業」の業種小分類

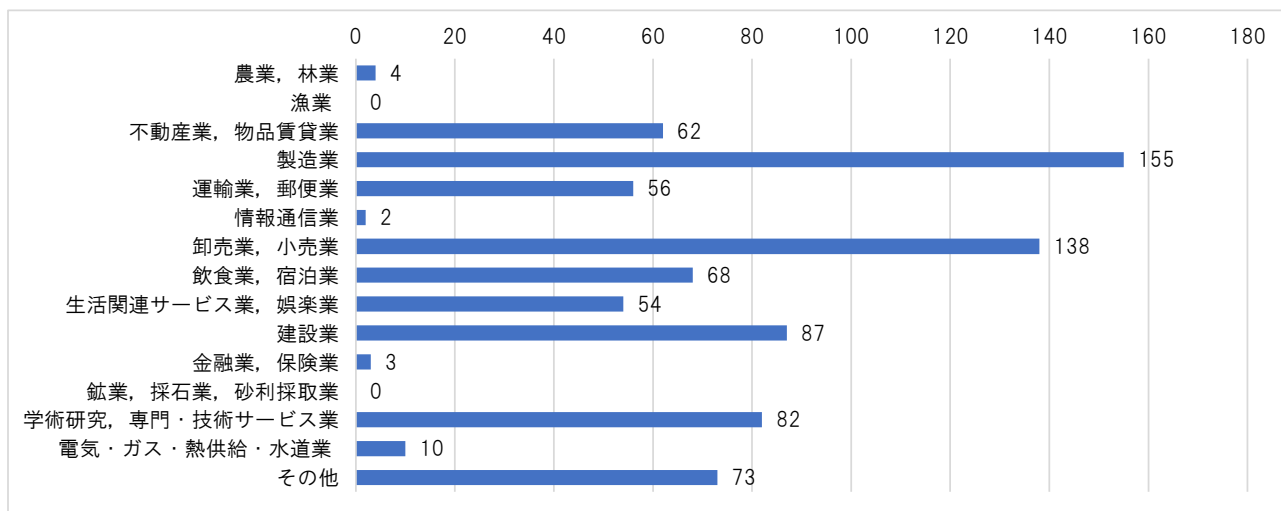
N【生活関連サービス業、娯楽業】
＜中分類＞洗濯・理容・美容・浴場業
管理，補助的経済活動を行う事業所（78 洗濯・理容・美容・浴場業）
洗濯業
理容業
美容業
一般公衆浴場業
その他の公衆浴場業
その他の洗濯・理容・美容・浴場業
＜中分類＞その他の生活関連サービス業
管理，補助的経済活動を行う事業所（79 その他の生活関連サービス
旅行業
家事サービス業
衣服裁縫修理業
物品預り業
火葬・墓地管理業
冠婚葬祭業
他に分類されない生活関連サービス業
＜中分類＞娯楽業
管理，補助的経済活動を行う事業所（80 娯楽業）
映画館
興行場（別掲を除く），興行団
競輪・競馬等の競走場，競技団
スポーツ施設提供業
公園，遊園地
遊戯場
その他の娯楽業

問1 貴社の業種についてご回答ください。

「製造業」が155件(19.5%)で最も多く、以下「卸売業、小売業」138件(17.4%)、「建設業」87件(11.0%)の順となっています。

平成28年の経済センサスによる事業所の割合と比較すると、「学術研究、専門・技術サービス業」、「建設業」の占有率がアンケート回答者で高く、「卸売業、小売業」、「その他」の占有率が低いという偏りはありますが、突出して占有率が高いまたは低い産業分類は見られず、回答は概ね本市の産業を代表していると考えられます。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答含)
1	農業, 林業	4	0.5%	0.5%
2	漁業	0	0.0%	0.0%
3	不動産業, 物品賃貸業	62	7.8%	7.7%
4	製造業	155	19.5%	19.4%
5	運輸業, 郵便業	56	7.1%	7.0%
6	情報通信業	2	0.3%	0.2%
7	卸売業, 小売業	138	17.4%	17.2%
8	飲食業, 宿泊業	68	8.6%	8.5%
9	生活関連サービス業, 娯楽業	54	6.8%	6.7%
10	建設業	87	11.0%	10.9%
11	金融業, 保険業	3	0.4%	0.4%
12	鉱業, 採石業, 砂利採取業	0	0.0%	0.0%
13	学術研究, 専門・技術サービス業	82	10.3%	10.2%
14	電気・ガス・熱供給・水道業	10	1.3%	1.2%
15	その他	73	9.2%	9.1%
	回答総数	794	100.0%	
	無回答	7		0.9%
	母数	801		100.0%



【その他の回答】

労災一人親方団体	編物教室
医療(治療院)	書道塾
医業	ダンス教室
医療	教育業
医療	小牧市外郭団体
保育	ビルメンテナンス
歯科医院	雇用支援業務等
福祉事業	一般社団法人
医療・介護	クリニックの清掃等
介護福祉業	産業廃棄物処理業
医療	自動車修理
福祉	自動車钣金塗装修理業
歯科	派遣会社の雑務の下請け
療術業	高速道路料金所
接骨院	自動車钣金塗装
グループホーム	労働者派遣業
福祉介護	自動車整備
介護	修繕業(車輻内装)
児童福祉	建設機械アタッチメント修理業
鍼・灸・マッサージ	職業紹介事業
障害福祉サービス業	人材派遣業
介護保険事業	自動車修理販売
教育(学習塾)	自動車販売、整備
教育関係	緑化・清掃業
茶華道教室	イベント企画運営
和太鼓教室	音楽教室
音楽教室	その他サービス
バレエ教室	土業
華道教室	検品
教室	紙器機械メンテナンス
進学塾	貸工場
料理教室	業務委託

※「その他」を回答したのは73件ですが、業種名の無回答が9件あったため、上図の64件となっています。

表 経済センサスによる産業中分類事業所占有率との比較

	H28経済センサス事業所数		アンケート回答数		アンケート センサス(%)
	回答数	回答率	回答数	回答率	
A～B 農林漁業	13	0.21%	4	0.50%	0.29%
K 不動産業, 物品賃貸業	377	5.96%	62	7.74%	1.78%
E 製造業	1,114	17.62%	155	19.35%	1.73%
H 運輸業, 郵便業	503	7.96%	56	6.99%	-0.97%
G 情報通信業	28	0.44%	2	0.25%	-0.19%
I 卸売業, 小売業	1,489	23.55%	138	17.23%	-6.32%
M 宿泊業, 飲食サービス業	644	10.19%	68	8.49%	-1.70%
N 生活関連サービス業, 娯楽業	396	6.26%	54	6.74%	0.48%
D 建設業	462	7.31%	87	10.86%	3.55%
J 金融業, 保険業	61	0.96%	3	0.37%	-0.59%
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	0	0.00%	0	0.00%	0.00%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	187	2.96%	82	10.24%	7.28%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	5	0.08%	10	1.25%	1.17%
その他	1,043	16.50%	73	9.11%	-7.38%
無回答	-	-	7	-	-
全体	6,322	100.00%	801	100.00%	0.00%

問2 問1で4「製造業」を選択された方の業種

製造業の業種は以下の通りであり、「金属製品」が32件(20.6%)で最も多く、以下「生産用機械」18件(11.6%)、「プラスチック」16件(10.3%)の順となっています。

全産業と同様に、平成28年の経済センサスにおける製造業の業種占有率と比較すると、占有率の差が5%以上であるのは「電子部品」と「その他」であり、4%以上であるものが「食料品」、「木材・木製品」、「生産用機械」であり、回答の偏りはありますが、突出して数が多い産業分類は見られません。

	選択肢	回答数	割合
1	食料品	14	9.0%
2	飲料・飼料	1	0.6%
3	繊維	3	1.9%
4	木材・木製品	8	5.2%
5	家具・装備品	4	2.6%
6	パルプ・紙	11	7.1%
7	印刷	2	1.3%
8	化学	2	1.3%
9	石油・石炭	0	0.0%
10	プラスチック	16	10.3%
11	ゴム製品	4	2.6%
12	皮革製品	1	0.6%
13	窯業・土石	4	2.6%
14	鉄鋼	10	6.5%
15	非鉄金属	7	4.5%
16	金属製品	32	20.6%
17	はん用機械	8	5.2%
18	生産用機械	18	11.6%
19	業務用機械	6	3.9%
20	電子部品	13	8.4%
21	電気機械	12	7.7%
22	情報通信機械	1	0.6%
23	輸送機械	10	6.5%
24	その他	13	8.4%
	回答総数	200	
	無回答	1	0.6%
	母数	155	100.0%

※複数回答者あり

【その他の回答】木型、車、製缶、量商、テントシート製造、福祉機器、水廻り医薬品・健康食品、砕石、義肢装具等福祉用具、鍛造

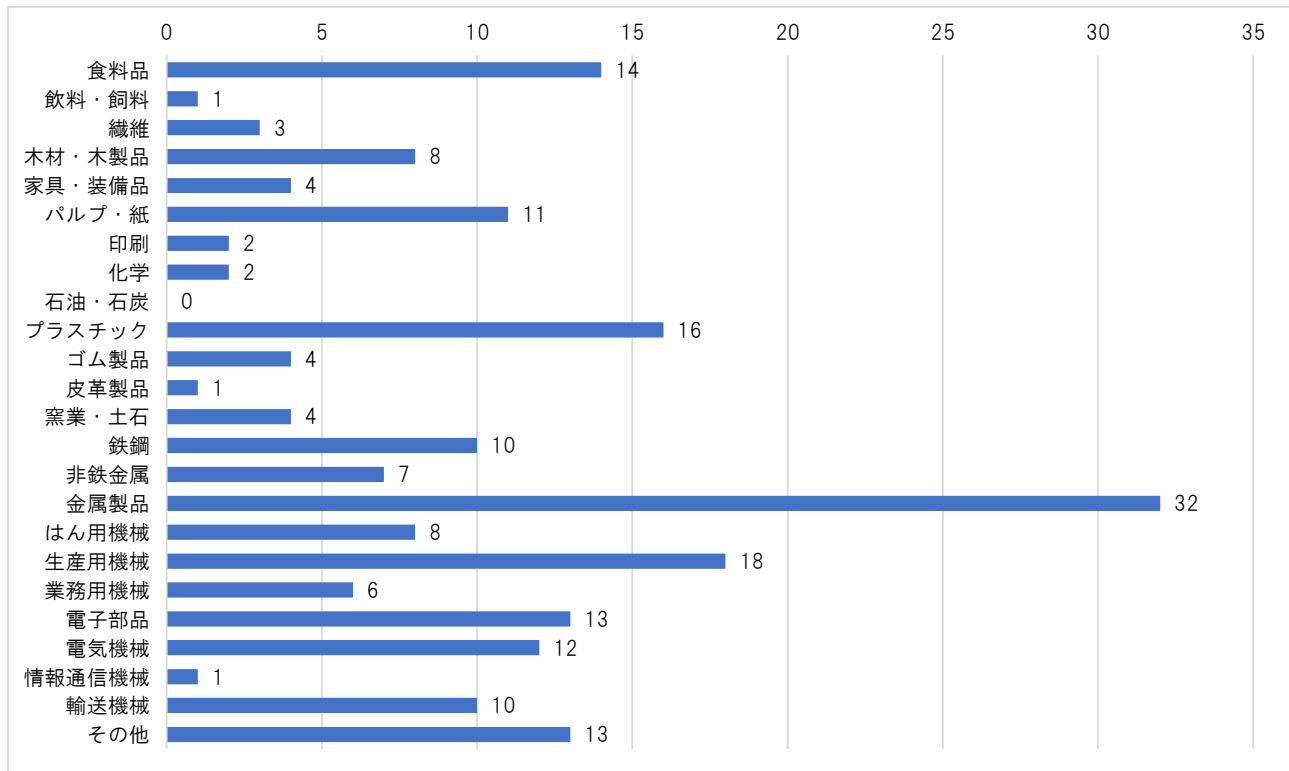


表 経済センサスによる産業中分類事業所占有率との比較

	H28経済センサス		アンケート占有率	アンケート-実態
	事業所数	実態占有		
食料品	49	4.40%	9.03%	4.63%
飲料・飼料	5	0.45%	0.65%	0.20%
繊維	42	3.77%	1.94%	-1.84%
木材・木製品	11	0.99%	5.16%	4.17%
家具・装備品	44	3.95%	2.58%	-1.37%
パルプ・紙	62	5.57%	7.10%	1.53%
印刷	39	3.50%	1.29%	-2.21%
化学	16	1.44%	1.29%	-0.15%
石油・石炭	2	0.18%	0.00%	-0.18%
プラスチック	132	11.86%	10.32%	-1.54%
ゴム製品	20	1.80%	2.58%	0.78%
皮革製品	2	0.18%	0.65%	0.47%
窯業・土石	32	2.88%	2.58%	-0.29%
鉄鋼	30	2.70%	6.45%	3.76%
非鉄金属	14	1.26%	4.52%	3.26%
金属製品	199	17.88%	20.65%	2.77%
はん用機械	41	3.68%	5.16%	1.48%
生産用機械	182	16.35%	11.61%	-4.74%
業務用機械	19	1.71%	3.87%	2.16%
電子部品	24	2.16%	8.39%	6.23%
電気機械	46	4.13%	7.74%	3.61%
情報通信機械	1	0.09%	0.65%	0.56%
輸送機械	71	6.38%	6.45%	0.07%
その他	30	2.70%	8.39%	5.69%

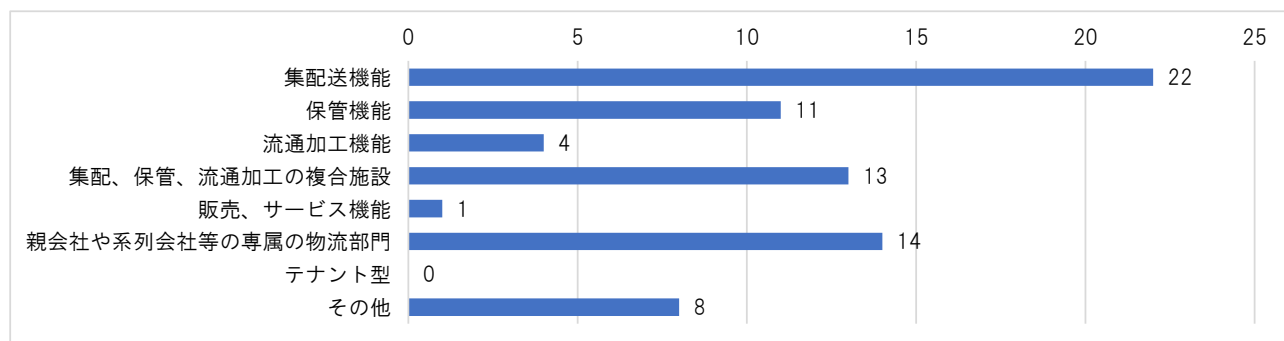
問3 問1で5「運輸業、郵便業」を選択された方の業種

「集配送機能」が22件(39.3%)で最も多く、以下「親会社や系列会社等の専属の物流部門」14件(25.0%)、「集配、保管、流通加工の複合施設」13件(23.2%)、「保管機能」11件(19.6%)となっています。

	選択肢	回答数	割合
1	集配送機能	22	39.3%
2	保管機能	11	19.6%
3	流通加工機能	4	7.1%
4	集配、保管、流通加工の複合施設	13	23.2%
5	販売、サービス機能	1	1.8%
6	親会社や系列会社等の専属の物流部門	14	25.0%
7	テナント型	0	0.0%
8	その他	8	14.3%
	回答総数	73	
	無回答	3	5.4%
	母数	56	100.0%

※複数回答者あり

【その他の回答】一般貨物輸送、会場コンテナ輸送、貨物運送取扱業、スクールバス、精密機械、搬送、タクシー、引越、移転

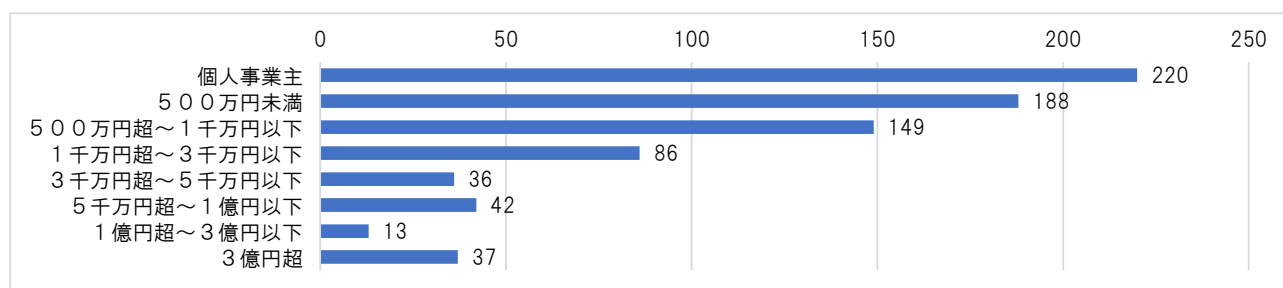


問4 資本金

資本金は、「個人事業主」が220件(28.5%)で最も多く、以下「500万円未満」188件(24.4%)、「500万円超～1千万円以下」149件(19.3%)となっています。

資本金が高額でない事業者の回答が多い状況です。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答)
1	個人事業主	220	28.5%	27.5%
2	500万円未満	188	24.4%	23.5%
3	500万円超～1千万円以下	149	19.3%	18.6%
4	1千万円超～3千万円以下	86	11.2%	10.7%
5	3千万円超～5千万円以下	36	4.7%	4.5%
6	5千万円超～1億円以下	42	5.4%	5.2%
7	1億円超～3億円以下	13	1.7%	1.6%
8	3億円超	37	4.8%	4.6%
	回答総数	771	100.0%	
	無回答	30		3.7%
	母数	801		100.0%



問5 従業員数（常時使用する従業員数）

従業員数は、「0～5人」が424件(53.9%)と半数以上を占めており、以下「6～20人」163件(20.7%)、「21～50人」83件(10.6%)となっています。

平成28年の経済センサスにおける従業員規模別の占有率と比較すると、「100人以上」の占有率がかなり高く、「6～20人」の占有率が低い状況にあります。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	0～5人	424	53.9%	52.9%
2	6～20人	163	20.7%	20.3%
3	21人～50人	83	10.6%	10.4%
4	51人～100人	32	4.1%	4.0%
5	101～300人	42	5.3%	5.2%
6	301人～	42	5.3%	5.2%
	回答総数	786	100.0%	
	無回答	15		1.9%
	母数	801		100.0%

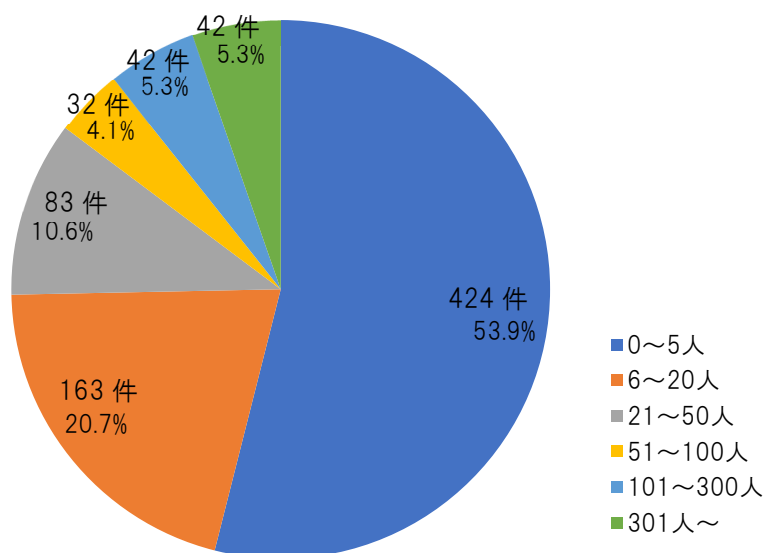
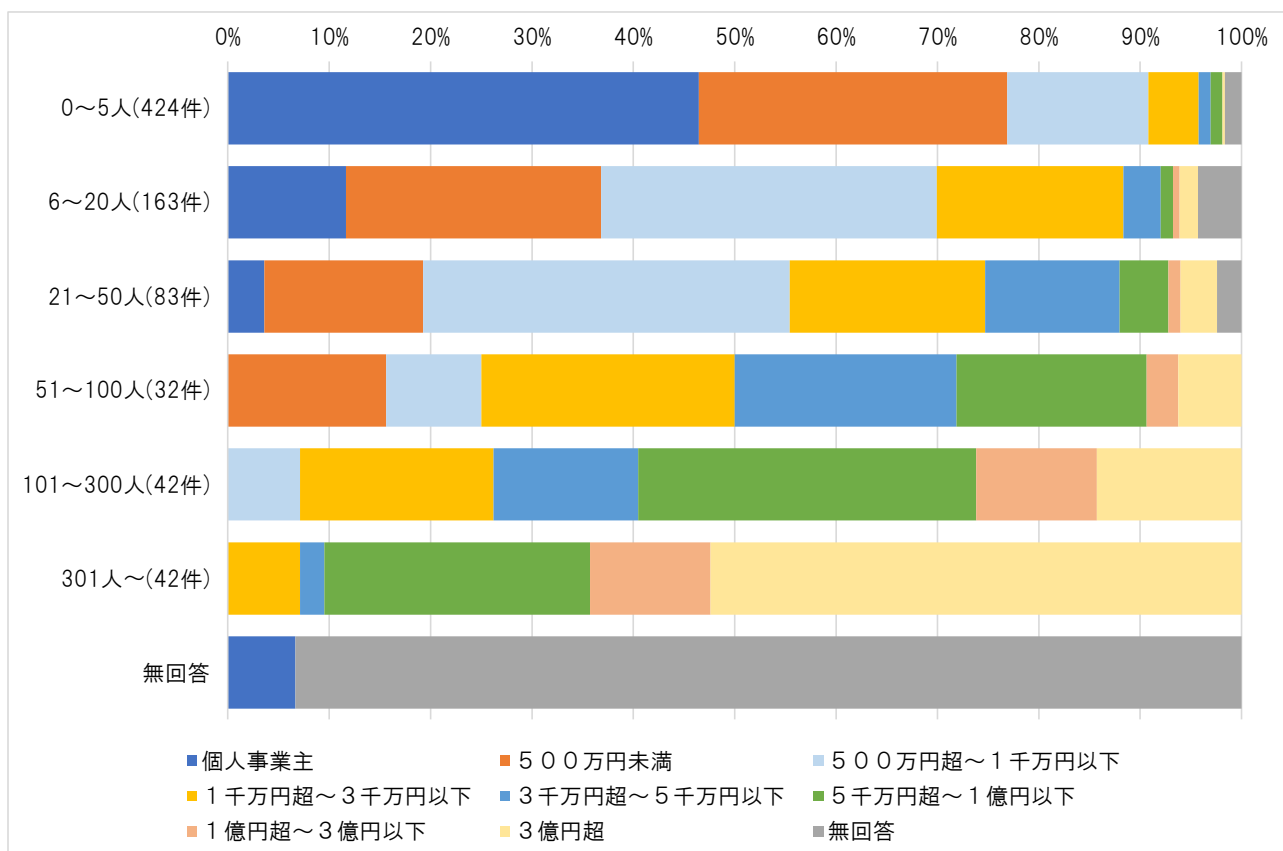


表 経済センサスによる従業者規模別事業所占有率との比較

	H28経済センサス		アンケート占有率	アンケートー実態
	事業所数	実態占有		
0～5人	2,886	45.91%	52.93%	7.02%
6～20人	2,387	37.97%	20.35%	-17.62%
21人～50人	687	10.93%	10.36%	-0.57%
51人～100人	180	2.86%	4.00%	1.13%
101～300人	146	2.32%	5.24%	8.16%
301人～			5.24%	

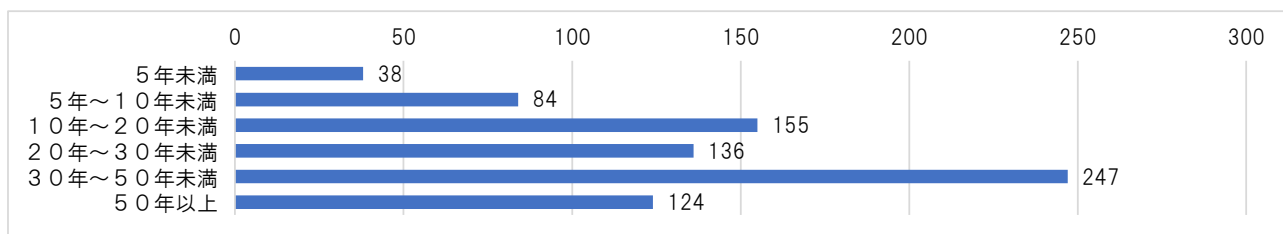
従業員数（問5）と資本金（問4）のクロス集計を行ったところ、従業者数が多くなるほど資本金が高額になる傾向にあり、従業員数（事業所規模）と資本金は相関関係にあると考えられます。



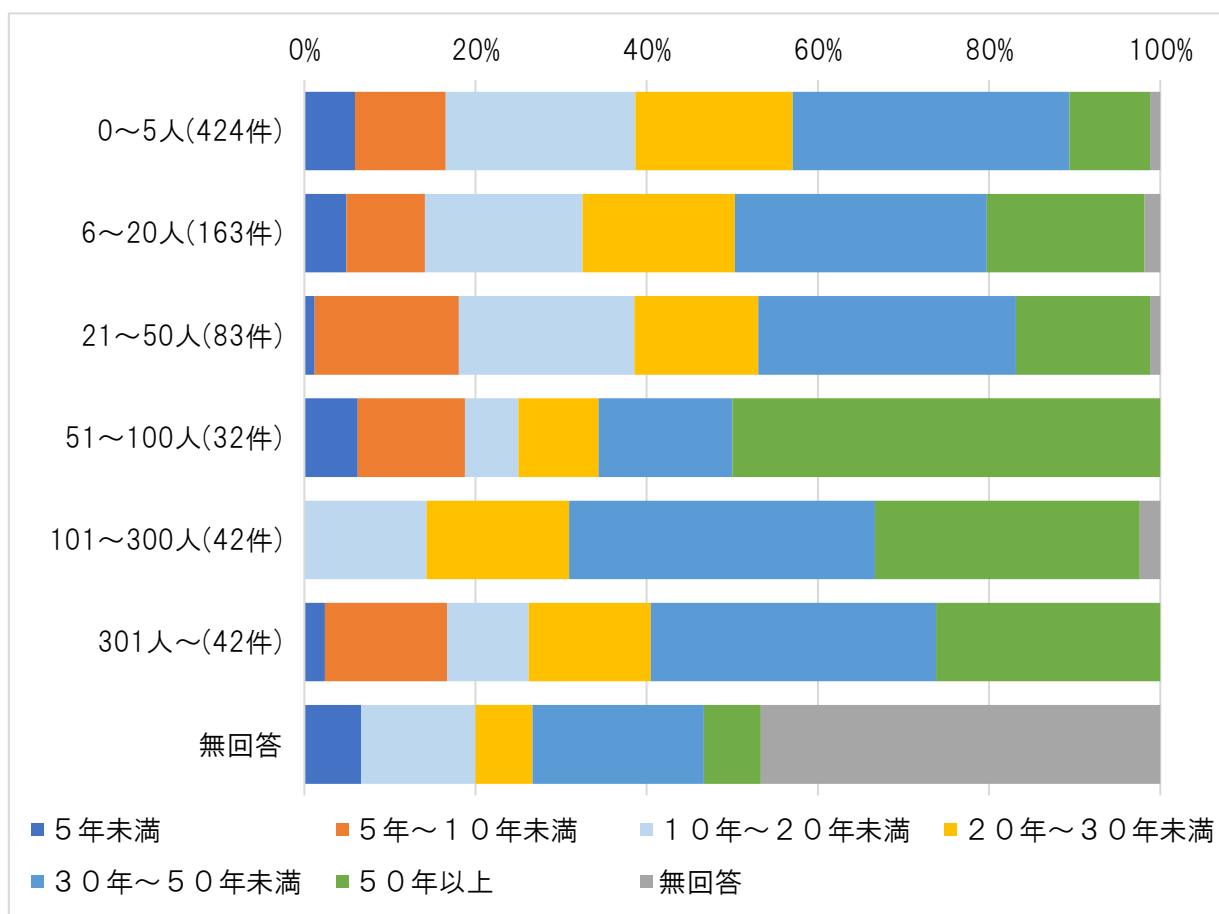
問6 貴社（ご回答いただく事業所）の市内での業歴を次の中から1つ選んでください。

小牧市内での業歴は、「30～50年未満」が247件(31.5%)で最も多く、以下「10～20年未満」155件(19.8%)、「20～30年未満」136件(17.3%)の順となっており、業歴が長い事業所からの回答が高い割合を占めています。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	5年未満	38	4.8%	4.7%
2	5年～10年未満	84	10.7%	10.5%
3	10年～20年未満	155	19.8%	19.4%
4	20年～30年未満	136	17.3%	17.0%
5	30年～50年未満	247	31.5%	30.8%
6	50年以上	124	15.8%	15.5%
	回答総数	784	100.0%	
	無回答	17		2.1%
	母数	801		100.0%



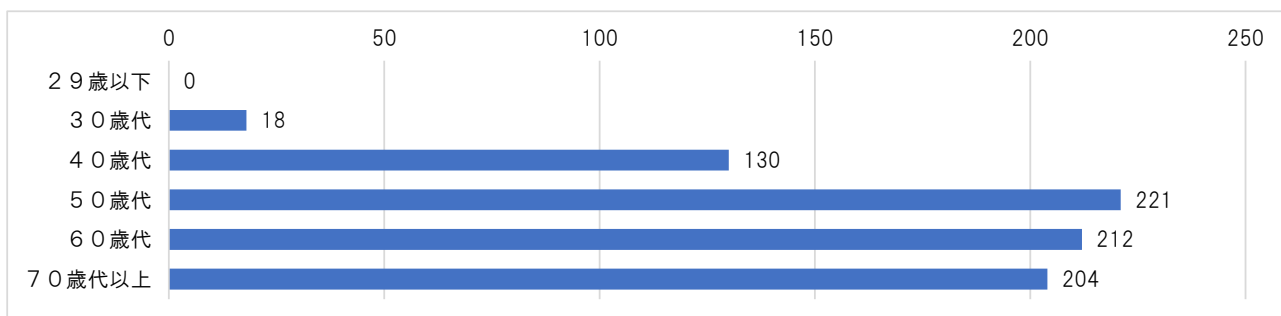
従業員数（問5）と業歴（問6）のクロス集計を行ったところ、従業者数が多くなるほど長い業歴の事業所の割合が高くなる傾向にあります。20人以下の事業所の半分弱も30年以上の業歴があります。



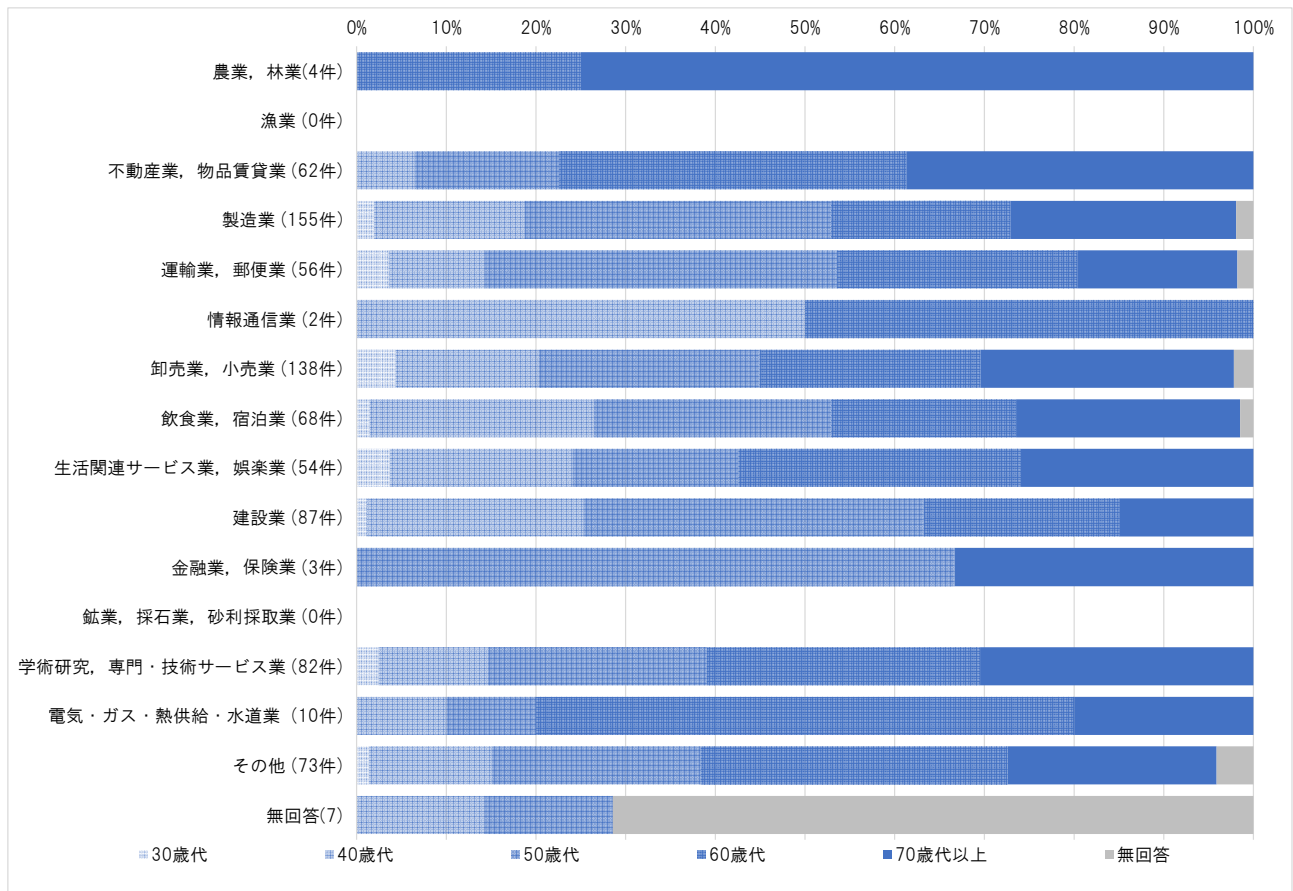
問7 経営者（代表者）の年齢

経営者の年齢は、「50歳代」が221件(28.2%)で最も多く、以下「60歳代」212件(27.0%)、「70歳代以上」204件(26.0%)の順であり、回答者には「29歳以下」の代表者はおらず、全体に中高齢の経営者が多い状況です。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	29歳以下	0	0.0%	0.0%
2	30歳代	18	2.3%	2.2%
3	40歳代	130	16.6%	16.2%
4	50歳代	221	28.2%	27.6%
5	60歳代	212	27.0%	26.5%
6	70歳代以上	204	26.0%	25.5%
	回答総数	785	100.0%	
	無回答	16		2.0%
	母数	801		100.0%



経営者（代表者）の年齢（問7）と業種（問1）のクロス集計を行ったところ、全業種で50歳代以上の代表者が7割以上を占めています。

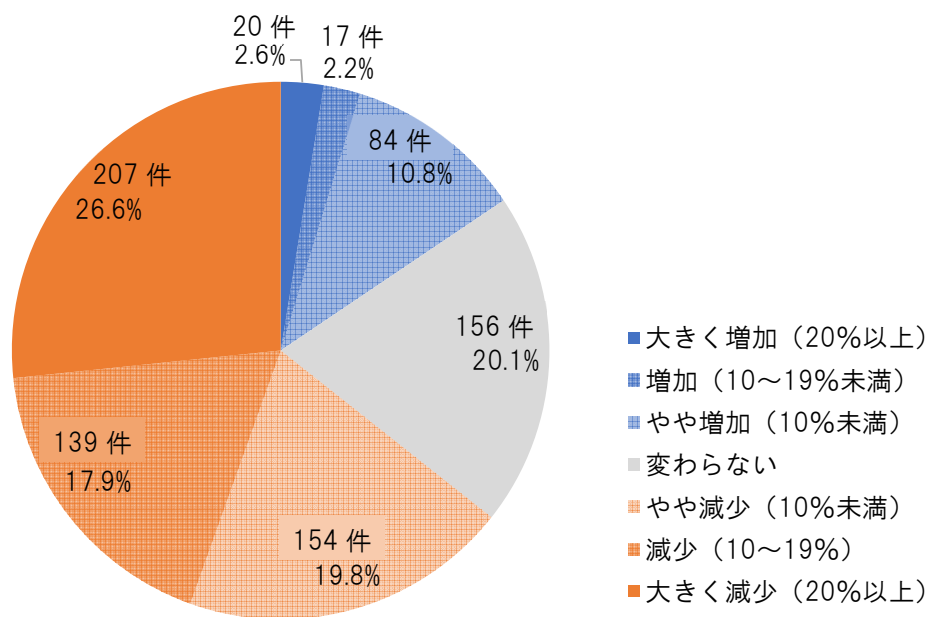


問8 直近の売上高（年間）について、令和元年(コロナ前)と比較して、該当するものとその理由をご回答ください。

直近の売上高は、「大きく減少」が207件(26.6%)で最も多く、以下「変わらない」156件(20.1%)、「やや減少」154件(19.8%)の順であり、「減少した」の500件(64%強)に対して、「増加した」は121件(15%強)であり、売上高が減少した事業者が高い割合を占めています。

一方で「変わらない」も156件(20%強)と一定割合を占めています。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答含)
1	大きく増加(20%以上)	20	2.6%	2.5%
2	増加(10~19%未満)	17	2.2%	2.1%
3	やや増加(10%未満)	84	10.8%	10.5%
4	変わらない	156	20.1%	19.5%
5	やや減少(10%未満)	154	19.8%	19.2%
6	減少(10~19%)	139	17.9%	17.4%
7	大きく減少(20%以上)	207	26.6%	25.8%
	回答総数	777	100.0%	
	無回答	24		3.0%
	母数	801		100.0%

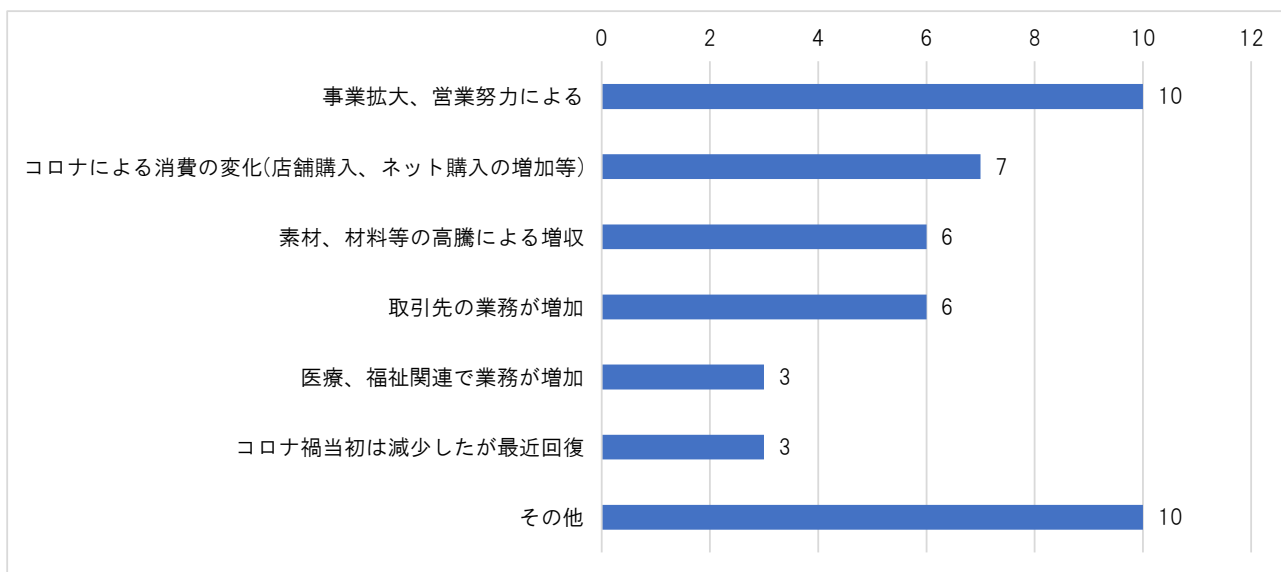


【変化した理由】

自由に記載していただいた変化した理由（P18～P23）を、「増加した」、「変わらない」、「減少した」の3区分で集計すると以下の通りとなります。なお、以下では2件以上から同様の回答が得られたものを集計しています。

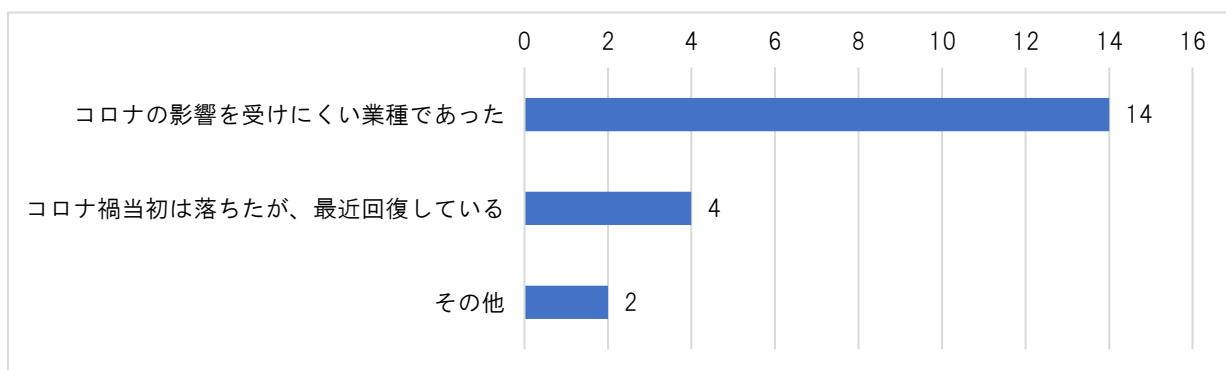
「増加した」方で回答をいただいた45件では、「事業拡大、営業努力による」が10件、「コロナによる消費の変化」が7件、「素材、材料等の高騰による増収」と「取引先の業務が増加」がともに6件であり、コロナ禍による社会経済環境の変化の影響も一定程度あることが分かります。

○「大きく増加」「増加」「やや増加」と回答した方の、変化した理由



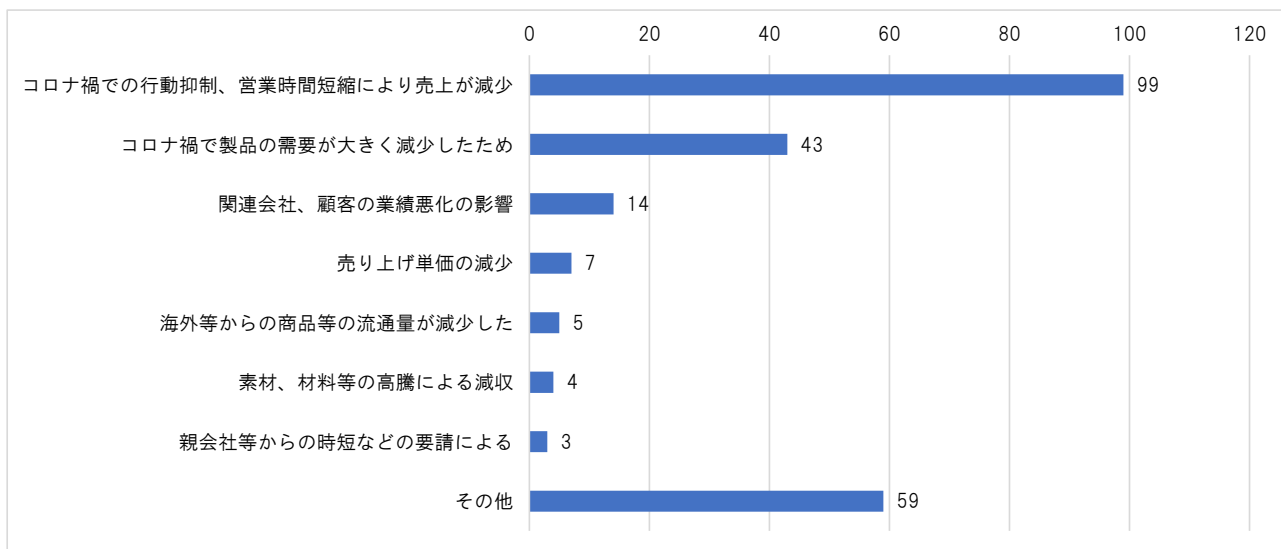
「変わらない」方で回答をいただいた21件では、「コロナの影響を受けにくい業種であった」が14件、「コロナ禍当初は落ちたが、最近回復している」が4件であり、コロナ禍の影響を受けにくい業種もあったことが分かります。

○「変わらない」と回答した方の、変化した理由

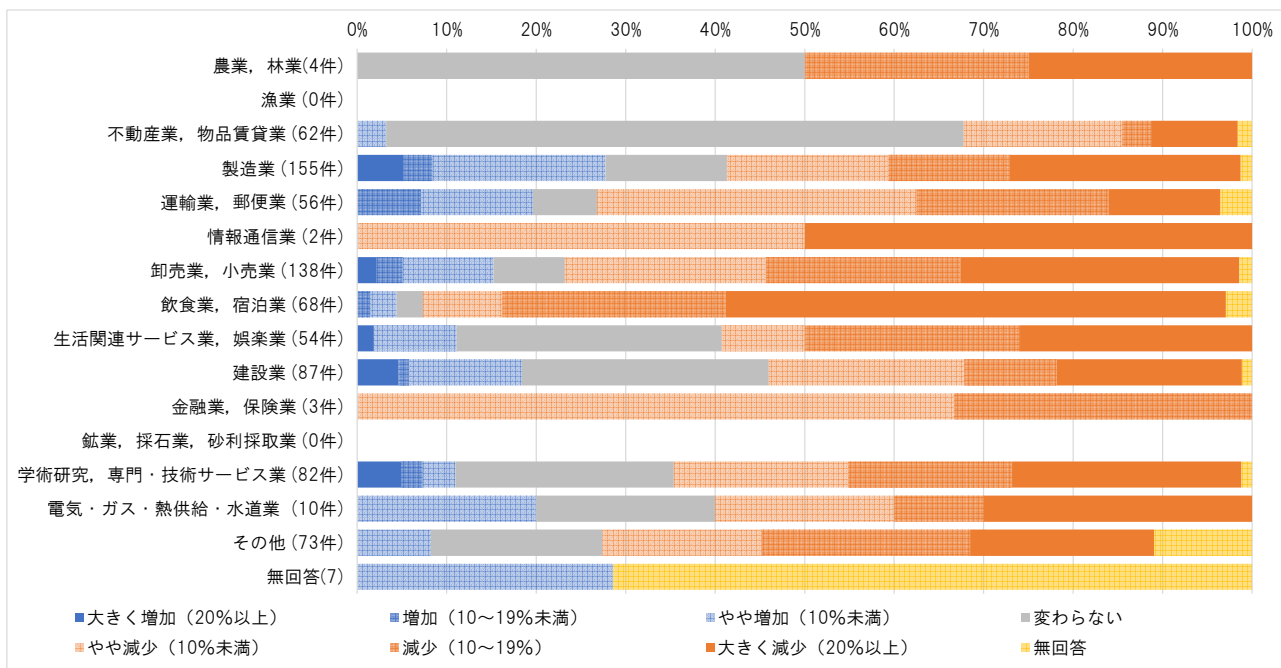


「減少した」方で回答をいただいた 235 件では、「コロナ禍での行動抑制、営業時間短縮により」が 99 件、「コロナ禍で製品の需要が大きく減少した」が 43 件、「関連会社、顧客の業績悪化の影響」が 14 件であり、コロナ禍による社会経済環境の変化の影響が非常に大きかったことが分かります。

○「減少した」と回答した方の、変化した理由



コロナ禍における業績への影響は、業種により大きく異なると考えられるため、業種（問1）とのクロス集計を行ったところ、いずれの産業でも「減少」が「増加」を上回っており、減少した割合の高い順に「飲食業、宿泊業」、「卸売業、小売業」、「運輸業、郵便業」、「学術研究、専門・技術サービス業」となっています。



増加した理由
2022年1月、2月は事業所内で陽性者や濃厚接触者で利用者さんの利用がやや減少したが、その他の月は特に何の影響もなく開所できた為
コロナショックをダイレクトに受けた2020年はかなり業績は落ちてしまったが、2022年に入り急激に盛り返してきている印象。
コロナにて単価・数量UP
コロナになったときに早くから遠隔授業などを取り入れて対応。学校再開後は特に影響なし。
コロナによって患者数が減少したが、院外での活動や契約が増え、売上は少し増加する事となった。
コロナによる需要の落ち込みはほとんどなかった。また義肢装具等の価格は厚労省が決めていて令和3年に2~3%程度のアップがあった為。
コロナに比較的左右されにくい業種だった為
コロナのおかげか分かりませんが、行事・お祝いをレストランなどでする方が減り自宅でケーキを買ってお祝いするご家庭がやや増加したからだと思います。
コロナの検査を実施している為
コロナ特需
スクラップ相場の高騰
テイクアウトや宅配の売上増
わからない。
営業の成果
改装し(2年半前)事業内容を拡大した為
近くの工場が休まなくなった為
元請の発注による増加
個人消費が伸びた
仕事が増えた
仕事量が少し増加した。
仕事量が増加
事業の拡大
自動車部品売上減はあるものの、電子半導体部品需要が好調なため。
社員倍増
取引先の減少
取引先の不動産会社が倒産・競売のアパート物件を数棟購入したことでリフォームの受注が増えた
住宅関連の事業を展開しており、コロナの影響は他業種よりも軽微であったため。
消費者側のコロナに対する恐怖感がやや薄れた感
新規の受注活動を行ったり、新規の取引先から問い合わせをいただいたりしたため。
人員増
巣ごもりで外出を控え家庭内での楽しみ方
巣ごもり需要による販売増
他との差別化を図ったため。
単発で大きな業務が入ったため
店舗が増えたため
得意先の景気も良くなり売上につながらない
半導体の需要増
半導体の搬送装置の部品 半導体製造設備の部品製造
半導体需要に伴う半導体製造設備、機器に対する需要が旺盛なため。
半導体需要の増加
販路の拡大
密をさけるため、乗車定員の減少により、車両増車
令和3年後半に一時的に客数の増加(ソーシャルディスタンスが確保できるスポーツ施設との考え)がみられたが、4年に入り減少(緊急事態宣言解除に伴う家族単位、友人単位のレジャー選択とみられる)に転じ通年比較は変化が見られない。

変化しなかった理由
貸倉庫の入居者からの賃料に変更がなかったため
コロナ禍の影響を大きく受けていない
コロナにより増えた分野もあるが減った分野もありトータルあまり変わらない
コロナの影響が少ない業種だから

コロナ後大きく減少したが、やっと売上げがコロナ前に戻りつつある
コロナ時に、売上が下がり、昨年末より、徐々に上がってきてコロナ前の水準まで、要約戻ってきた。なんとか、現状コロナ前と変わらない。
再生可能エネルギーによる発電及び売電事業、不動産管理会社のためコロナによる影響はゼロである
不動産賃貸業が主の為仲介料としての売上は以前より少ない
水インフラに関わる業界のため
扱う商品が生活必需品のため、コロナ渦でも影響を受けにくい為
感染対策をしっかりとしているので
受注請負量があまり変わらなかった
住宅設備機器などの生産不足により、受注の遅延があるが、巣籠もり需要もあったため
塾なので
初めての緊急事態宣言時は色々あったものの影響があまりないとわかると通常業務となった為
人々のライフラインを守る仕事ゆえ不況に影響を受ける事がない
定額で貸し出ししているため。
平成 29 年 8 月 1 日から休業中
コロナに左右されない職種だからでしょうか。

減少した理由
コロナ禍で航空機、駐車場、需要が大きく減少したため。
・エンドユーザーの消費マインドの変化 ・コロナによる商品の遅延等
・高齢化による顧客の廃業。 ・コロナによる設備投資控え。
1.利益減少による設備予算の減少
①コロナ渦における人の流れが減少した。
②①による企業の稼働低下の為、サラリーマンの収入が減少しコンビニでの買控えが見られる。
1 件の売上単価が少しずつ減ってきている
CVS、外食を中心に減少した為
アルコールを提供する飲食店の為
アルコール類の販売が無くなり その他にアルバイトの募集をかけたつもりでしたが働き手が見つからない。
イベント、催事がなくなった
イベントごとに使用する商品を製造していて、イベントができない状況が続いていつため需要がなく大変困っている。
イベントなど演奏出演の激減
おけいこをお休みにした為
お客様が感染したり、濃厚接触者になったり、濃厚接触者ではないが近い人が感染し念のため来店を見合わせたりなどで、お客様数が減少したため
お客様の外出がコロナなの為減ったから
お客様の設備投資額の減少。
お客様の来店が減少
グループ会社からの依頼が多く、そのグループ会社の業績が悪かったため。
コロナ
コロナウィルス感染拡大による
コロナが原因
コロナが原因ではなく、子供の数の減少か。
コロナが始まったばかりの時期は巣籠もり需要で通販業は一時的に売り上げは伸びたが、コロナが慢性化することによって顧客が外出する機会も増え徐々に通販による購入が減少傾向である。
コロナが長く続き顧客の年齢も進み回数（来店）の減少 お出かけ予定の減少
コロナで、お酒の提供が出来なくなり
コロナでお客様も減り、年齢的にも長時間の労働がきつくなってきた
コロナでコンサルティング依頼や物流セミナー延期のため
コロナでメーカーが動かない為注文が少ない。
コロナで客先が生産調整のため
コロナで仕事が減った事
コロナで自宅で過ごす人が多い お客様が高齢者が多いため。
コロナで生徒が休み月謝はゼロ円です
コロナと室内禁煙法による所が大きい
コロナにて約 1 月休業したためによるユーザー離れ

コロナによりイベントの開催が出来ない為チラシの減少
コロナによりイベントの中止、延期
コロナによりお客様が来店間かくがのびている
コロナにより取引先休業減少の為
コロナにより需要減
コロナによる影響。航空業界での需要減少による。
コロナによる会員数減少
コロナによる経済の停滞の影響。システム部門、物販部門共に受注減。
コロナによる減少というよりも主要顧客の物流再編によるところが大きい。
コロナによる自粛で来店客・購入額がへった
コロナによる取引先(飲食店など)の休業、時短営業の為
コロナによる生産計画延期により、顧客からの発注が遅れたため、受注が減った。
コロナによる発注量の減少
コロナによる物流の悪化
コロナによる来客数の減少
コロナによる来店が少ない
コロナによる利用者の減少
コロナに関係ない
コロナのため
コロナで、経済の動きが悪い為に、客先の設備投資などが、少なくなったからだと思います。
コロナの為
コロナの為、高齢化
コロナの為で売上が減少
コロナの影響
コロナの影響が多い(来院数の減少)
コロナの影響が多少でている
コロナの影響でお客様減少幅が大きく売り上げは下がりました。
コロナの影響としか考えられない。
コロナの影響にて客数が減った為
コロナの影響により顧客企業の設備投資減少の為
コロナの関係で、おけいこを休業しています
コロナやタバコなどが重なったから
コロナ禍と思う
コロナ禍における賃貸料の値下げ
コロナ禍により、販売イベントの減少の為。
コロナ禍による受注の偏り
コロナ禍の為お客様が敬遠した。
コロナ禍情勢を含めた航空産業の低迷による
コロナ感染症による経済活動、設備投資の停滞
コロナ景気のせいでは？
コロナ対策で時短、休業
コロナ発生当初は需要が多くありましたが、ここに来て物価上昇もあり、人の動きが少ないので、消費冷え込みが続いている。
コロナ問題で、お客とのコミュニケーションが出来ない
コロナ流行に伴う、高齢者の受診控え。
スマホ等 IT 関連の普及
ソーシャルディスタンスと時短営業
トヨタ(自動車メーカー等)に左右されている
ドライバーの減少、荷主の減少
とりあえず単に店を開けているだけの為。
ネット通販を増やして、売上をつくったため
ペットホテルの預ける人が減り、飼い主さんも病院に連れてきたがらない。
メインユーザーの設備投資が大きく減った為
もともと夜の営業はしていませんが、年間を通して数回 LIVE、パーティーを行っていました。コロナの影響でそういったイベントができないこと、又モーニング、ランチともに集客が減っているため
愛知県、まん延防止等による時間短縮の為。
安くしないと発注が来ないから

案件が少なくなった
飲食する人の減少
飲食業の休業要請と音楽教室の生徒の減少
営業休業および社員減少
営業時間の短縮
営業時間短縮 席のソーシャルディスタンスによる間引 酒販売中止、外食自粛
営業時間短縮による
営業自粛
営業自粛 時短営業 客足の減少
家賃を一時的に下げた。
海外仕入れ先との接点が薄れ、新製品開発に遅れが生じている
外出の機会が減ったため、新しい衣料などの必要がなくなった
外出機会が減ったので来店客の減少
外出自粛による、客離れ。
外出自粛等
各家庭の外出機会の減少(緊急事態宣言、まん延防止等嚴重措置など)
患者さんが来院回数を減らした為(コロナ患者を受入れしている為)
感染対策による、集会、宴会の中止など。
期間は限定的であったが、大手顧客からの週稼働日数の削減依頼による売上減少。
客の減少 外出・旅行等の減少
客数減少
客先生産減少
客足が減った
客足の減少
休業要請とカラオケ風評被害による客足離れ
緊急事態宣言、蔓延防止重点措置などによる営業時間の短縮、休業。
緊急事態宣言・まん延防止等措置による休業、飲食を伴うため予防で参加人数が減少
緊急事態宣言による休業や
緊急事態宣言等により県外への営業活動の制約を受けた点や新規のフォークリフト生産台数が落ち込んだ要因
景気の影響が少ない業種のため減少はややおさえた
決まっていた物件がキャンセルになってしまったり、延期になってしまったから。
兼業のゴルフ練習場を廃業したため。
建設機械販売減少
建設現場の工事先のばしなど
県営住宅の管理代行者であり、売上(家賃収入等)は県収入となるため、事業所に売上はない。
元請会社からの発注量の減少(納品する自動車メーカーの設備投資の減少)
原材料の高騰により生産が落ちている為
原油価格変動の為
減車要請(荷主より)
顧客の高齢化で外出が困難
顧客減少。
公共機関を使うことによる感染の恐れ
工事収入が減少
航空機需要の落ち込み
航空業界の低迷による大手企業からの発注減少
行動制限による、訪問営業の減少。
高齢の店なのでお客様も高齢の方が多いため自分でこれなくなったり入院とか、しせつに入られたりしたして
高齢者により休業の為
高齢の方がコロナが怖いので外に出ない為
国の承認団体につき売上等はなし。
在籍園児の減少
仕事が少ない 単価下がった
仕事をする取引先が減ったため売上も減少
仕事依頼が減少したため
仕事量が減った
子供の減少と他塾増加かな?!
市区イベントの休止

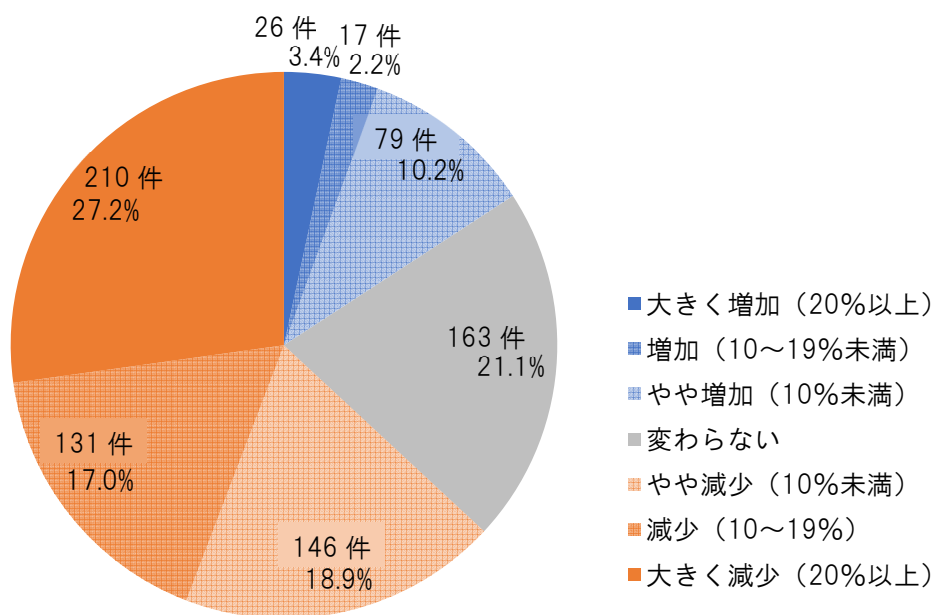
市場の影響
資材の高騰
事業転換を計る予定をしていたがコロナですべてストップして現状となっている
時間短縮やアルコール提供中止、団体客の利用がなくなった為
時短営業による
自粛推奨の影響か、
自粛要請の為利用者が極端に減った
自宅に行つての営業や工事などが難しいため
自動車の完成車の時期が、コロナにより工場の停止等で不安定で、まとまって完成しても、一日の施工台数に限りがあるので、施工現場では手が追いつかず、暇な時期の売上をまとまって確保することが出来ないため。
自動車の付加価値を高める業者なので、そちらにお金が回らなくなってきている。
自分自身の高齢化
車の製造がコロナの影響を受け遅延し減少してしまったため。
車輦の流通量の減少
主要取引先が新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため
主要取引先の荷量の減少
主力受注先の売上不振
取扱貨物の減少
取引の小口化
取引先の不振等
受診ひかえがあり入院患者数がへった。（令和2年度）
受診控えによる処方箋減少
受注がない
受注が減った為
修理依頼減少
集客力の低下 コロナで外出がへった
従業員コロナ感染で休業。
出勤者が減った事により、清掃依頼減少
商品が間に合わない
小学生にもコロナ感染が増加して、教室に来る事を保護者が不安に感じる為
小売りするためには仕入れが大切です その仕入れも インフレ状態 利益を削るわけにはいかず 販売してませんが安くしないと売れない 安くしても売れない
小牧市発注業務が大きく落ちこんだ。
畳の生活様式がなくなりつつ、それにコロナがおい打ちした
新規顧客も無く。顧客自身売り上げが落ちている。
新規品の立ち上がりが無く受注減少
新型コロナウイルスの影響のため
新型コロナウイルス感染者拡大の為
新型コロナウイルス感染症による居住地等の変化
新型コロナウイルス感染防止（緊急事態宣言、まん延防止重点措置）の為、3密厳守の為、企業へのコンサルティング業務活動や講演活動が一切無くなってしまった。
新型コロナで仕事が減少
新型コロナ感染症拡大による
新型コロナ感染防止措置
人との接触を避けているため
人と会う機会がなくなった
人の動きが減ったことと、派遣の受け入れ企業が休業したりして業務が減少きたから
人員不足
人材不足
人流が減り、催事・イベントも予約制となり、商談のチャンスが減少。
人流の低下
世の中全般、外出が減った感有り
生徒さんが緊急事態宣言の為会社から止められる又リモートになった。
生徒数の減少
製造製品販売台数の減少による
全てに縮小されている為
他県へ営業に行けないので

体調不良の為
貸店舗の賃料減額
大口物件の減少
大手企業やベンチャーの買ったたきと下請けいじめ
短縮営業のため
値上げがともなった
中古車販売減少
町内イベント、中止でなにもない
賃加工業、表面処理の受注量減少
通常営業時間帯の来客数がどの時間帯も減ってしまっていることと、緊急事態宣言や蔓延防止措置などのため営業時間が以前より短くなっていることも要因と考えられる
店主が亡くなり、妻1人で細々とやっています。
店舗での飲食が大きく減少したが、テイクアウトへ切り替わっていただけだ。
店舗の出店がほとんど少なくなった。
電気部品の調達にかなり時間がかかっている状況が続いており、仕事を受注できない。
土地建物の売買情報を不動産サイトに掲載しているが、問い合わせの激減及び来店顧客の激減。
土木工事の減少と思われる
当社は建築資材を、現場搬込作業を主にしている現場が減少
売上の大半を占めていた宴会や旅行客の団体がほぼなくなった。個人客も減少した
発注業務の減少
半導体不足によるもの
物量の減少
弊社の業種内容は学校関係が多く、コロナの影響により部活等の活動が減り消耗品などの購入がなくなってしまった。
輸出事業や観光産業関連が減少した
来客数が減ったため
来店されるお客様が、コロナを理由にキャンセルが多い為
来店間隔が長くなり、年間8~10回の方が、5~8回に減少している。不景気のあおりで、高額技術（パーマ、カラー）の需要の減少が続いている
落札業務の減少
利用者の減少 企業の利用の減少
利用者の減少による
利用者の利用日数が減った

問9 直近の営業利益（年間）について、令和元年（コロナ前）と比較して、該当するものとその理由をご回答ください。

営業利益も売上高と同様の傾向にあり、「大きく減少」が210件(27.2%)で最も多く、以下「変わらない」163件(21.1%)、「やや減少」146件(18.9%)の順であり、「減少した」の487件(63%強)に対して、「増加した」は122(16%弱)件であり、営業利益が減少した事業者が高い割合を占めています。一方で「変わらない」も163件(21%強)と一定割合を占めています。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	大きく増加（20%以上）	26	3.4%	3.2%
2	増加（10～19%未満）	17	2.2%	2.1%
3	やや増加（10%未満）	79	10.2%	9.9%
4	変わらない	163	21.1%	20.3%
5	やや減少（10%未満）	146	18.9%	18.2%
6	減少（10～19%）	131	17.0%	16.4%
7	大きく減少（20%以上）	210	27.2%	26.2%
	回答総数	772	100.0%	
	無回答	29		3.6%
	母数	801		100.0%

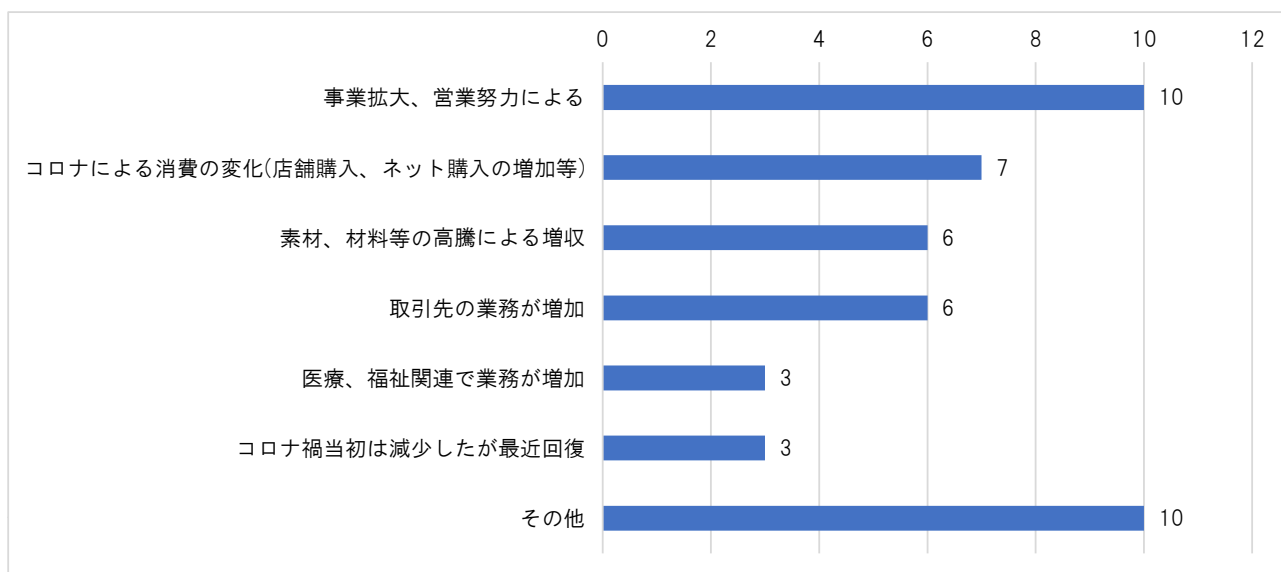


【変化した理由】

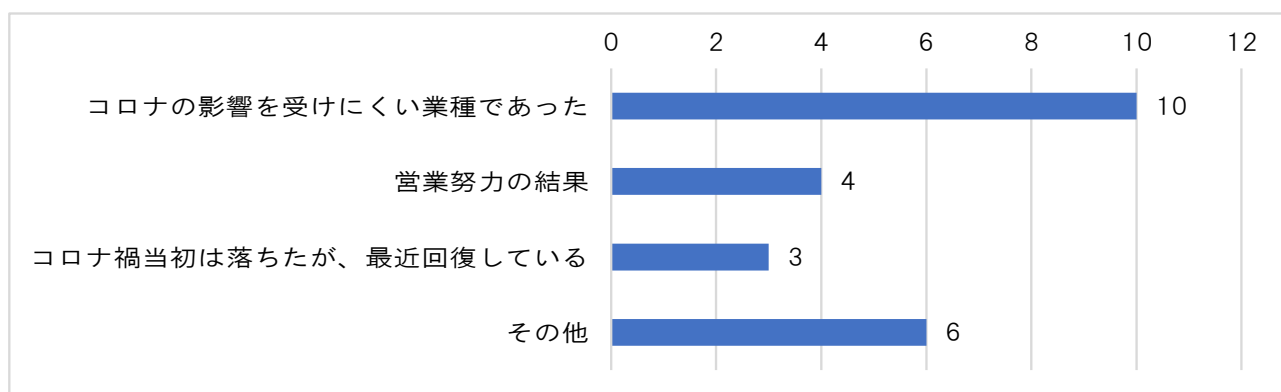
自由に記載していただいた変化した理由（P27～P30）を、「増加した」、「変わらない」、「減少した」の3区分で集計すると以下の通りとなります。なお、以下では2件以上から同様の回答が得られたものを集計しています。

「増加した」方で回答をいただいた41件では、「事業拡大、営業努力による」が14件、「コロナによる消費の変化」が11件、「素材、材料等の高騰による増収」と「取引先の業務が増加」がともに2件であり、売上高と同様にコロナ禍による社会経済環境の変化の影響も一定程度あることが分かります。

○「大きく増加」「増加」「やや増加」と回答した方の、変化した理由

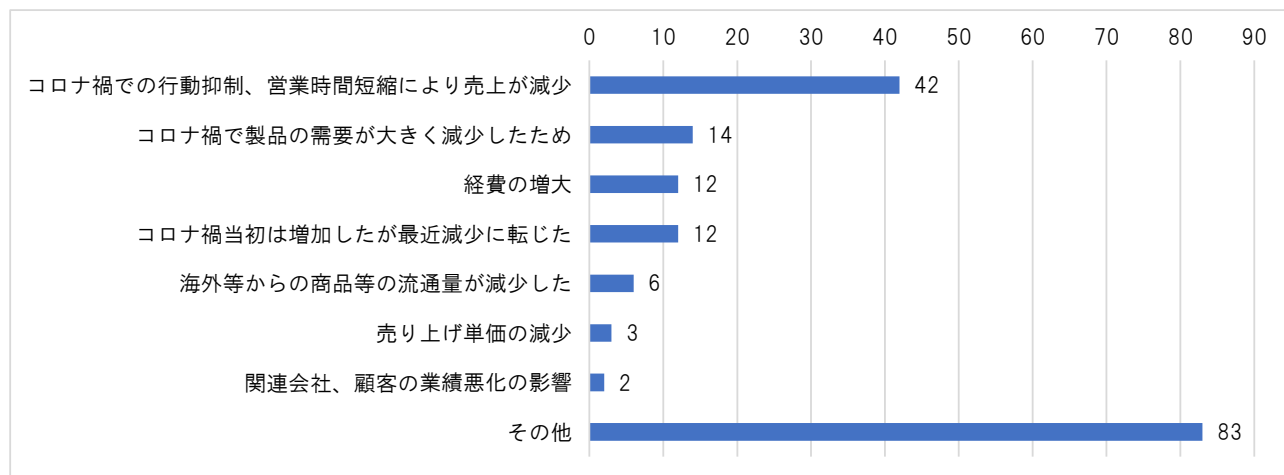


○「変わらない」と回答した方の、変化した理由

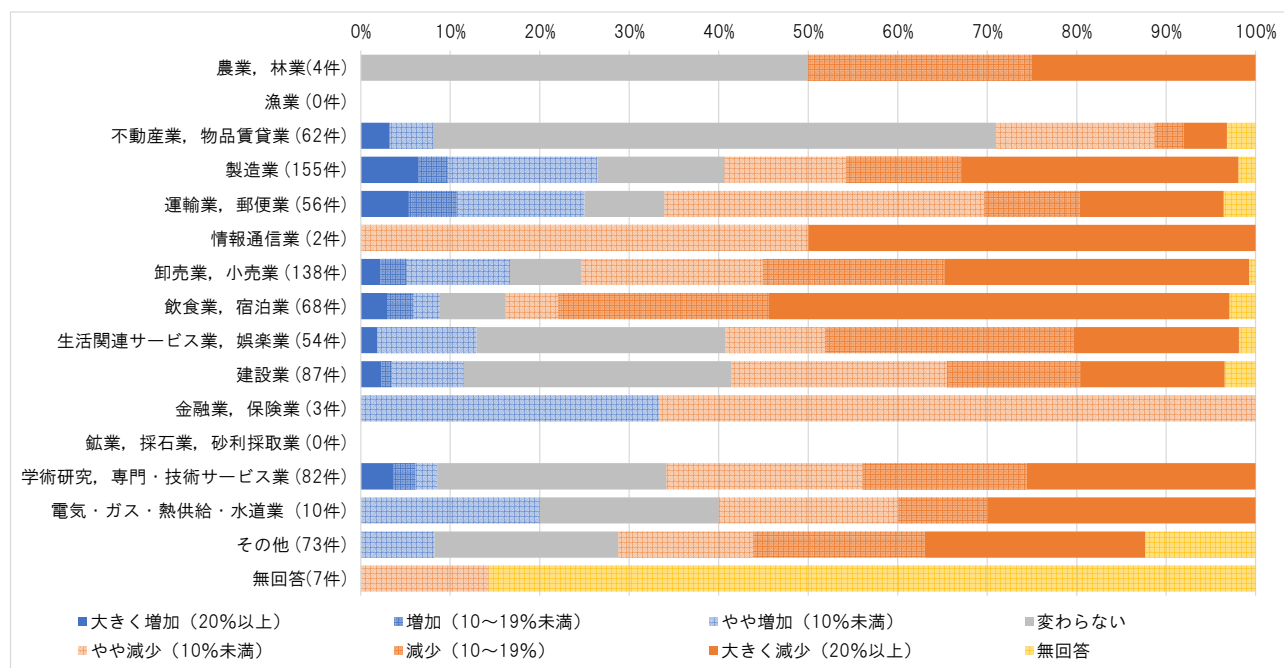


「減少した」方で回答をいただいた 175 件では、「コロナ禍での行動抑制、営業時間短縮により」が 42 件、「コロナ禍で製品の需要が大きく減少した」が 14 件であり、売上高と同様にコロナ禍による社会経済環境の変化の影響が非常に大きかったことが分かります。また、「その他」の回答は「売上減」「コロナの影響」「問 8 と同じ」というものであり、傾向としては売上高と同様となっています。

○「減少した」と回答した方の、変化した理由



売上高と同様に、コロナ禍における業績への影響は、業種により大きく異なると考えられるため、業種（問 1）とのクロス集計を行ったところ、いずれの産業でも「減少」が「増加」を上回っており、減少した割合の高い順に「飲食業、宿泊業」、「卸売業、小売業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「運輸業、郵便業」となっています。



増加した理由
2022年1月、2月は事業所内で陽性者や濃厚接触者で利用者さんの利用がやや減少したが、その他の月は特に何の影響もなく開所できた為
売上が伸びた為
売上はあまり変わらないものの、コスト削減もあり微増
コスト管理を強化したため。
コロナ禍でも、大きな影響を受けていないため
コロナにて単価・数量UP
コロナに比較的左右されにくい業種だった為
コロナのおかげか分かりませんが、行事・お祝いをレストランなどでする方が減り自宅でケーキを買ってお祝いするご家庭がやや増加したからだと思います。
コロナの検査を実施している為
コロナ対策によるネット環境の整備、予約システムの導入により人件費、その他経費の削減
コロナ特需
仕事が増えた
時短営業の協力金をいただいた
スクラップ相場の高騰
近くの工場が休まなくなった為
テイクアウトや宅配の売上増
取引先の不動産会社が倒産・競売のアパート物件を数棟購入したことでリフォームの受注が増えた理由に加え、仕入や外注の見直しや変更を行った
猫種中心で犬よりも猫が飼い易いと認識が広がったの近年犬猫の比率（4：6）になりました
費用が減少
ふっ素樹脂コーティングが半導体関係を中心に増加した。
元請の発注による増加
協力金 助成金
健全経営故
原材料価格等の上昇の影響はあったが、売り上げ増加の理由に書いた価格アップによりやや増加となった。
個人消費が伸びた
作業時間の減少に伴う、時間外手当の減少による人件費の減少
事業改善による効果
巣ごもり需要による販売増
店舗が増えたため
売上の増加
売上は減りましたが協力金が入り、以前より増加した
売上減少による補填を顧客に交渉し、成功。
売上増加と経費削減
半導体需要に伴う半導体製造設備、機器に対する需要が旺盛なため。
販売先の構成比率の変更により利益率の高い先への受注増加によるもの
不採算部門の撤退と、電子半導体部門が好調なため。
利益率の高い商品に恵まれたため。
利幅確保、トラック給油数量増販の為
令和3年は土日祝日に好天が多く冬季も暖かい日が続き好調、4年に入り平均気温昨年比で3℃ほど低い日が続き、また土日祝日に雨や降雪、低温や強風日が多くなり入場者が減少に転じ通年比較は変化が見られない。入場者の増減具合で営業利益が変動する業種なので、前述のとおり変化が少ない。

変わらない理由
介護福祉事業のため
広告宣伝費を少し減らし、経費をなるべくかけない努力をした。
コロナ影響分(材料費等)は販売価格にスライドさせている
コロナに影響されない業態
コロナまん延防止によって、活動が自粛されたり解除されたりと活動が安定してない事と、治療院と言う密な空間になりやすく感染リスクへの意識が患者数が減少。
一方でスポーツ業界への参入により、売上は得られたが院内での売上減少を補填する程度に留まっている。
コロナ前に戻りつつある。
再生可能エネルギーによる発電及び売電事業、不動産管理会社のためコロナによる影響はゼロである

入居者の賃貸料の変更がないため
不動産賃貸業が主の為仲介料としての売上は以前より少ない
感染対策をしっかりとしているので
協力金によるもの
経費上昇分を値上げで対応
実際には落ち込んでるが、 給付金等で埋め合わせが出来ている。
受注請負量があまり変わらなかった
塾なので
初めての緊急事態宣言時は色々あったものの影響があまりないとわかると通常業務となった為
定額で貸し出ししているため。
ようやくコロナ前の水準に戻ってきた。だから、コロナ前と変わらない。
理由はわかりません。コロナに左右されない職種だからでしょうか。

減少した理由
仕事量が減り売上げが減少したため。
・高齢化による顧客の廃業。・コロナによる設備投資控え。
2019年より0円
CVS、外食を中心に減少した為
愛知県、まん延防止等による時間短縮の為。
イベントごとに使用する商品を製造していて、イベントができない状況が続いていつため需要がなく大変困っている。。。
飲食店へ納品しているため
売上が下がった為
売上が低い為
売上が減ったのに仕入はかかるから。
売上減が大きすぎて協力金ではまかなえない
売上減少による
売上下がっても給料はさげません
売上が減っても、仕入、雇用、返済と変わらず出費している。
売上の落ちと仕入れ原価の上昇
売上の減少 固定費の割合が増加
お客が来ない！
お客様の高齢化
おけいこをお休みにした為
お客様来店減少です。
外出自粛による、客離れ。
患者さんが来院回数を減らした為(コロナ患者を受入れしている為)
客数減少
客の減少 外出・旅行等の減少
給付金・支援金による営業外収益あれど
グループ会社からの依頼が多く、そのグループ会社の業績が悪かったため。
原価高騰
減価償却が増えた
航空機需要の落ち込み
航空業界の低迷による大手企業からの発注減少及びコロナ対策費
行動制限による、訪問営業の減少。
高齢の店なのでお客様も高齢の方が多いため自分でこれなくなったり入院とか、しせつに入られたりしたして
顧客の高齢化で外出が困難
固定費がかかるため
小牧市発注業務が大きく落ちこんだ。
コロナ
コロナウィルス感染拡大による売上減少及びコロナ対策による経費増加
コロナが長く続き顧客の年齢も進み回数(来店)の減少 お出かけ予定の減少
コロナ感染症による経済活動、設備投資の停滞
コロナ対策費用の為(けんさ、マスク、消毒、注射他)

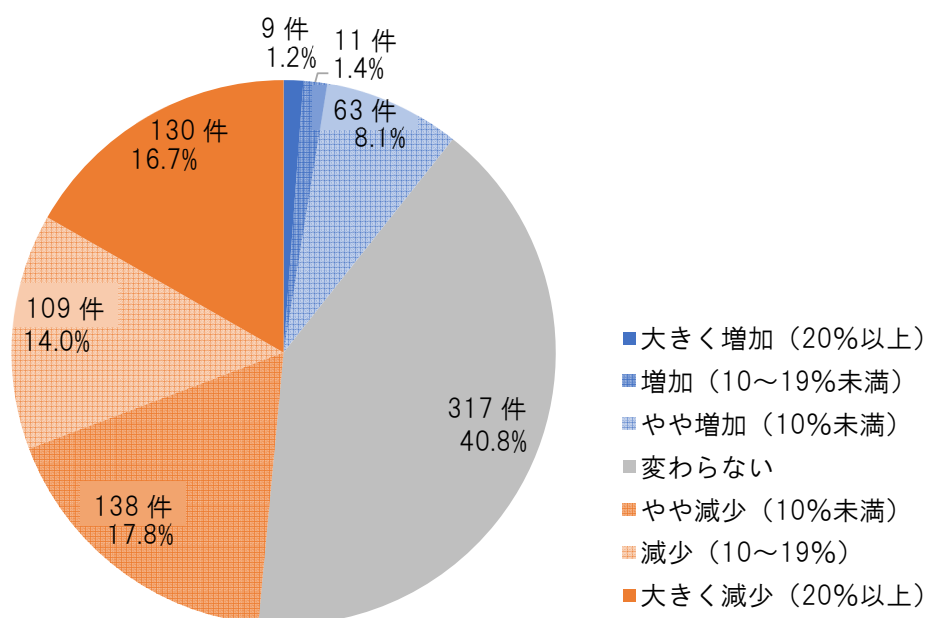
コロナで売上が減ったため
コロナで客先が生産調整のため
コロナで自宅で過ごす人が多い お客さんが高齢者が多いため。
コロナと室内禁煙法による所が大きい
コロナ等売上高の減少
コロナによりお客様が来店間かくがのびている
コロナにより事業中止又は延期
コロナにより需要減
コロナによるコスト増
コロナによる物流の悪化
コロナによる来客数の減少
コロナによる影響。航空業界での需要減少による。
コロナの影響
コロナのため客の収入が無く買物をしない
コロナの影響により顧客企業の設備投資減少の為
コロナの感染予防対策費準備に時間やお金を使いますが、中止の費用はもらえない
コロナ禍で輸入原料のコストが上がり、原材料費が上昇したため。
コロナ禍における賃貸料の値下げ
コロナ禍により、営業利益減少の為。
コロナ禍情勢を含めた航空産業の低迷による
コロナ前と人件費が変わっていない為
コロナ対策で時短、休業
材料の高騰
仕事が少ない
仕事の量も減り、単価も安くなったため利益も減少
仕事量が減少
仕事量が増加
車輛の流通量の減少
受注が減少した為
受注がない
受注減少の割に固定費がかかるので
出勤者が減った事により、清掃依頼減少
上記以外にお客様の老齢化
消毒等経費の増大
職員数が増えた
食材費の上昇、消毒液等の衛生用品使用増加による経費増
人員増・固定費増・仕入額増
製造製品販売台数の減少による
生徒さんが少なくなった
総務省の値下げ圧力による
多少の補填も公的にいただき、売上減少率程には減らずに済んでいる
同業他社による安売り
当社は建築資材を、現場搬込作業を主にしている現場が減少及び車両価格の上昇、燃料も上昇
取引先（仕入）も高齢化で無くなって来た
取引先の減少
値引き依頼が多くなった
販売利益が減少
必要経費は変動があまりないが売上の減少が大きい為
物流が減少
物量の低下
ホームセンター等に工具材料が手頃に有るので、自前で工事をされる時代と成る？
メインユーザーの設備投資が大きく減った為
安売りのネット通販がメインになったため
利用者の数が微小したので
案件が少なくなった
運送料金低下
営業時間の短縮

嫁さんは病気の事もあり、一概にこれとは言えない。
家賃を一時的に下げた。
外出の機会が減ったため、新しい衣料などの必要がなくなった
各仕入メーカーの値上げに対して、販売価格へ転嫁出来ていない。
ガソリンの高騰により、燃料費の負担増。
人件費の増加。
稽古事は思う様にはいきません。
経済的な不況による節約と公共機関による感染の恐れ
経費の増加
月によってはコロナ前同月比で30%以上のマイナスもあり
元請会社からの発注量の減少
原材料の高騰
原材料の高騰により製造単価が上がった。
海外の人件費の高騰による商品の価格が上がった。
世界的にコンテナの減少により輸送コストが上がった。
原油価格の高騰
在籍園児の減少
仕事が無くなった。
仕事量は減少しているにも拘らず原油高等経費増えている
仕入価格、経費増加
資材等の価格高騰により、利益が減少した。
主に、コロナ禍における外出の自粛と、冠婚葬祭などの行事の縮小による関連商品の売り上げ減少
主に、消毒用アルコールやマスクなど、衛生用品費用の増加。
主要取引先が新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けたため
取扱貨物の減少
受診控えによる処方箋減少
受注減
受注減と、製造コストの増加による。
受注減による営業利益の減少
上に同じ。必要経費は変わらない。
輸入商品の未入荷など
上記売上が減少した為。
食事をされるお客様が減ったことで客単価が下がって売り上げも減っているにも関わらず食材費、人件費が上がり続けている
新規入学生徒の減少
人件費の増加
人流の低下
成約件数が減ってしまった。
生徒数の減少
イベントなど演奏出演の激減
生徒数の減少。
設備投資を行ったこと、またそれに伴い固定費が増大したため
先行投資
全項目に同じ
直近の売上高減少と同様に納車が出来なくなってしまうため。
売り上げが減りセールなどで安売りをしたため、利益は減りました。
売り上げが落ちている為
売り上げの減少
発注業務の減少
半導体不足によるもの
普段の業務以外の仕事が入らなくなったから
物価上昇
輸出、観光産業関連の減少が影響している
来院者数が極端に減った
来店客減少
利益率が良いアルコールの売り上げが無くなった

問 10 現在の売上全体に占める固定客（既存の取引先）について、令和元年と比較して、該当するものを1つご回答ください。

固定客の割合は、「変わらない」が 317 件(40.8%)で最も多く、次いで「やや減少」が 138 件(17.8%)、「大きく減少」が 130 件(16.7%)の順となっており、「減少」の 377 件に対して「増加」は 83 件であり、概ね 5 割の事業者が「減少」したと回答しています。

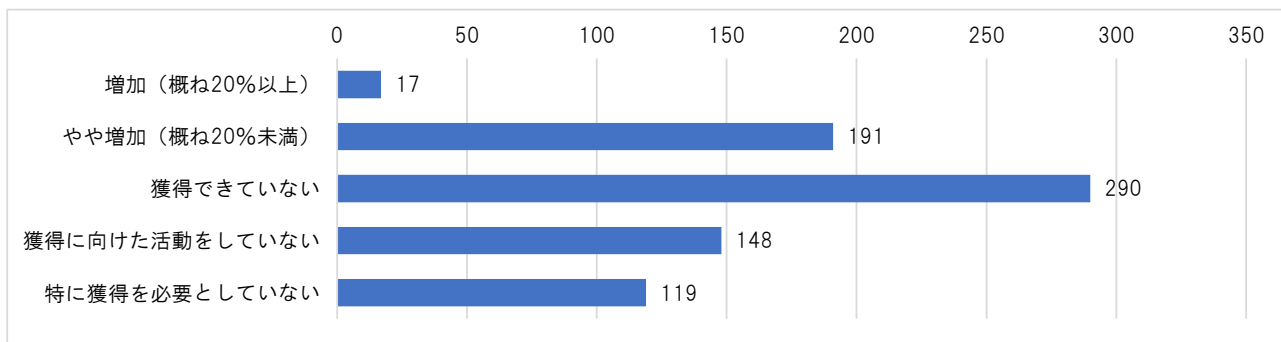
	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	大きく増加（20%以上）	9	1.2%	1.1%
2	増加（10～19%未満）	11	1.4%	1.4%
3	やや増加（10%未満）	63	8.1%	7.9%
4	変わらない	317	40.8%	39.6%
5	やや減少（10%未満）	138	17.8%	17.2%
6	減少（10～19%）	109	14.0%	13.6%
7	大きく減少（20%以上）	130	16.7%	16.2%
	回答総数	777	100.0%	
	無回答	24		3.0%
	母数	801		100.0%



問 11 新規顧客（新規取引先、既存取引先からの変更含む）について、令和元年と比較して、該当するものを1つご回答ください。

新規顧客を「獲得できていない」が 290 件(37.9%)で最も多く、次いで「やや増加」が 191 件(25.0%)、「獲得に向けた活動をしていない」が 148 件(19.3%)の順となっています。また、問 10 で約半数が売上減と回答している一方、新規顧客が増加した事業所は 27.2%で、全体では売上減少分を新規顧客で補えていない可能性が考えられます。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	増加（概ね20%以上）	17	2.2%	2.1%
2	やや増加（概ね20%未満）	191	25.0%	23.8%
3	獲得できていない	290	37.9%	36.2%
4	獲得に向けた活動をしていない	148	19.3%	18.5%
5	特に獲得を必要としていない	119	15.6%	14.9%
	回答総数	765	100.0%	
	無回答	36		4.5%
	母数	801		100.0%

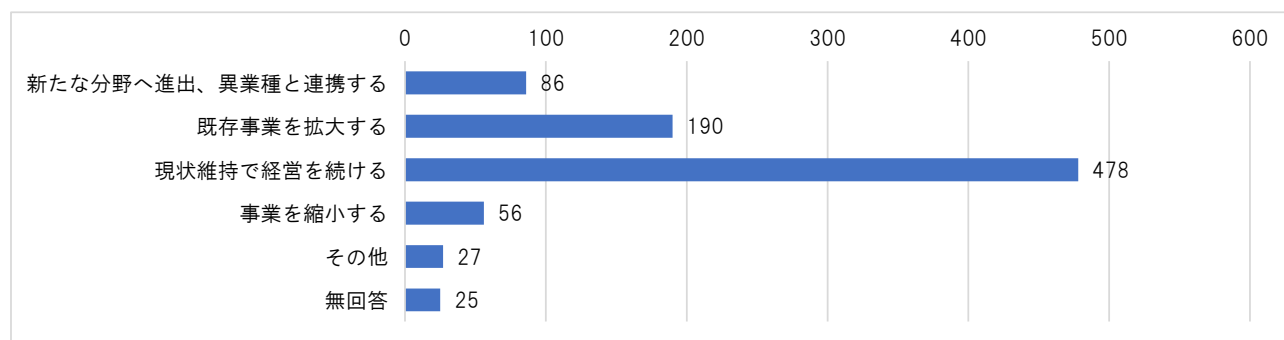


問 12 今後の事業の方向性についてご回答ください。(複数選択可)

今後の事業の方向性は、「現状維持」が 478 件(59.7%)と最も多く、次いで「既存事業を拡大する」が 190 件(23.7%)、「新たな分野へ進出、異業種と連携する」が 86 件(10.7%)となっています。

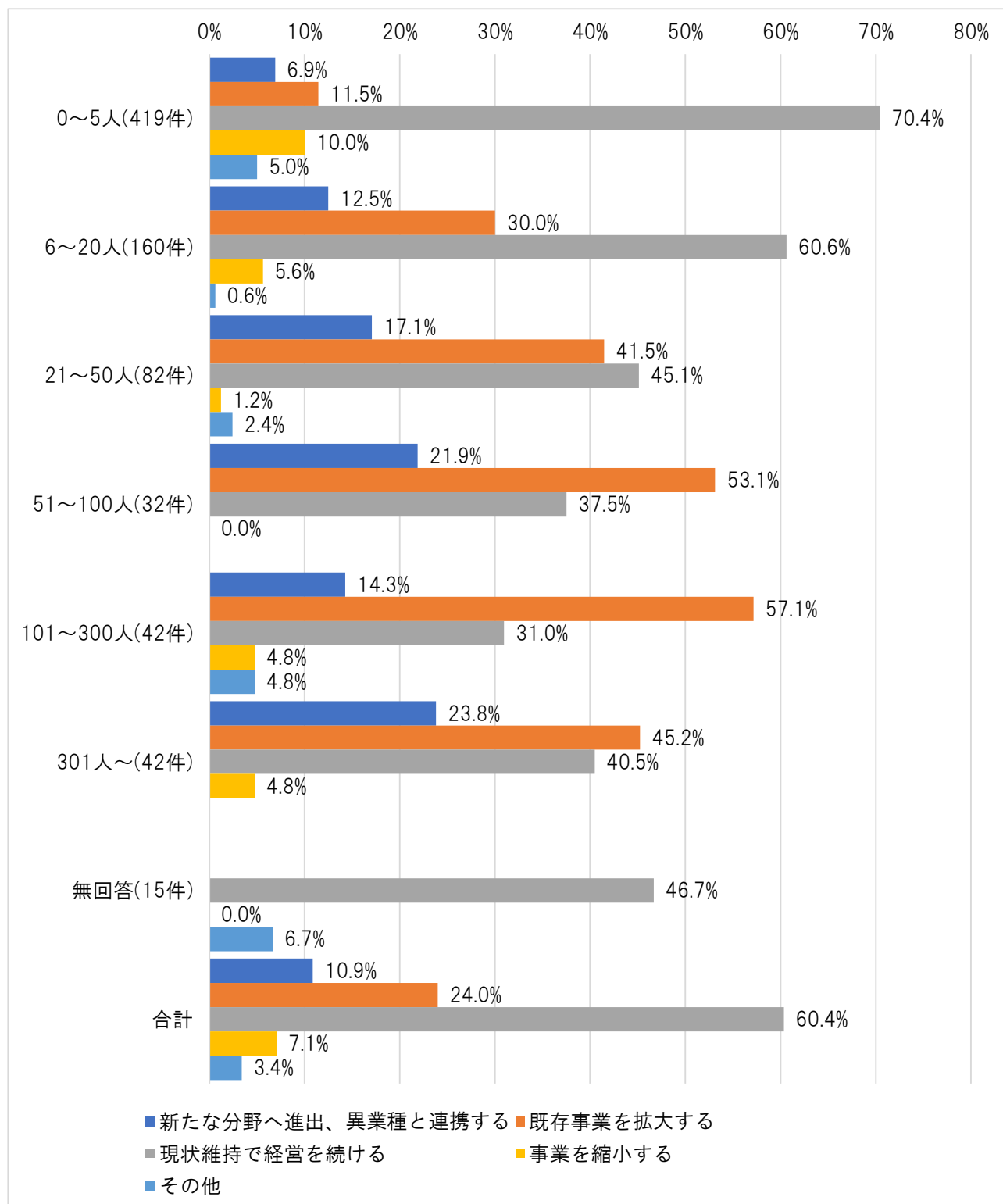
約 6 割の事業者は現状維持を志向していますが、事業の拡大や新分野への進出を目指す回答も 3 割以上あります。一方「事業を縮小する」との回答は 56 件(7.0%)にとどまっています。

	選択肢	回答数	割合
1	新たな分野へ進出、異業種と連携する	86	10.7%
2	既存事業を拡大する	190	23.7%
3	現状維持で経営を続ける	478	59.7%
4	事業を縮小する	56	7.0%
5	その他	27	3.4%
	回答総数	837	
	回答者数	776	
	無回答	25	3.1%
	母数	801	100.0%



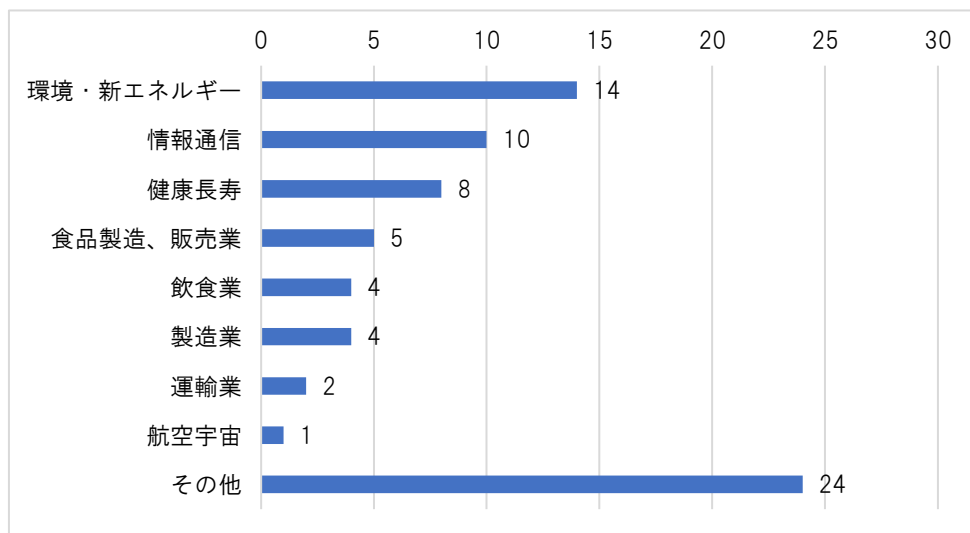
今後の事業の方向性は、事業規模により異なると考えられるため、従業員数（問5）とのクロス集計を行ったところ、従業員数300人以下までの企業では、従業員数が少ないほど現状維持での経営志向が強く従業員数が多いほど既存事業の拡大志向が強くなっています。

従業員数が301人以上の事業所は、現状維持での経営と既存事業の拡大の割合が拮抗する一方で「新たな分野へ進出、異業種と連携する」割合は最も高くなっています。



問 13 問 1 2 で 1 を 選 択 さ れ た 方 に お 伺 い し ま す 。 貴 社 が 進 出 す る 又 は 進 出 を 検 討 す る 新 た な 分 野 や 異 業 種 を ご 回 答 く だ さ い 。

自由 に 記 入 し て い た だ い た 回 答 を 集 計 す る と 以 下 の 通 り と な り、「環 境 ・ 新 エ ネ ル ギ ー」が 14 件、「情 報 通 信」が 10 件、「健 康 長 寿」が 8 件 と な っ て い ま す 。



農業機械、工作機械分野を検討しています。
5G 関係
EC 事業、DX
E コマースへの参入
IOT
IT
IT 関係、CMS 作成、PR 作成
IT 系
VR、拡張現実に関わる製品
一般運送事業
医療、介護、ロボット関連
医療機器
飲食業
飲食業(カラオケ)から個室リモートワーク事務所などのような非接触またはリスクの少ないもの
インテリア アート アグリ イベント
運送業、一般貨物倉庫業
カーボン資源等
カーボンフリー関係事業への展開、セラミック等
海外進出
介護
カゴメ株式会社ホームページをご覧ください。
菓子製造業を取得できればその分野を広げる
環境エネルギー分野、省人化物流
機械の組立
業者は同じで対応プログラムを拡大
現在の客先の隣の市場
検討中
航空・宇宙
子どもに関する事業
コロナが終息し元の社会に戻る場合と ウィズコロナの社会が続く 2通りで何か考えてます
コンサルタント業

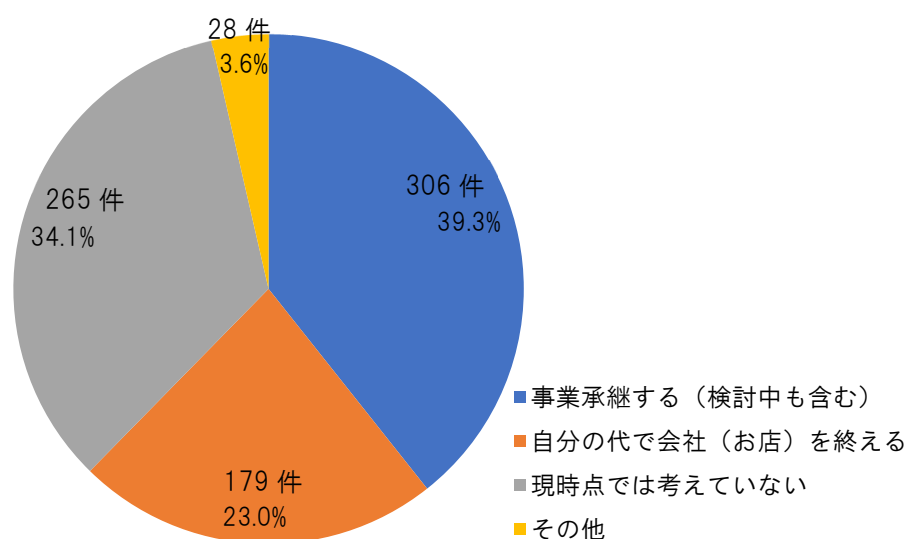
コンテナハウス、モバイルハウスの製造
サービス業
再生可能エネルギー分野（バイオマス）
サニテーション部門
次世代産業参入 医療など 精密加工分野
上水道事業
食品
食品業界
食品の製造販売
新エネルギー分野
製造業
倉庫業
ソフトウェア開発ベースでのIoT 開発
日用品だけでなく医療、病院関係、美容関係向けへ
ネコカフェ 1個室式のリモートワークブースのような貸スペース
農業・飲食
派遣請負業務(警備) 重機整備請負など
福祉関係
マンションなどの経営と
模索していく
養蜂業、レンタル業
卸売業
可視光応答型光触媒に関連する事業
海外での飲食事業
環境貢献事業へも参加していきたい
給電システム（EV 自動車）
新エネルギー（燃料電池関係）
その他
建築設計士との連携
現業とは違うサービス業
しかし簡単ではないのでおいそれとすぐ出来るものではない
現状商品の仕入れを中国がほとんどだが、国内で製造して販売できる商品を開発していく。
車買取・販売事業
新電力事業
地域活性化を目的とする団体、映像分野
鉄道、医療などの部品製造分野
農業分野
不動産業
物販を主体ではなくコト売りやトキ売りにこれから挑戦します。現在はいろいろな可能性を探っています。
物流を必要としている医薬品以外の業界など
縫製及び家具や健康器具

※記号のみの回答など、具体的な内容がわからない回答は除く

問 14 事業承継について現在のお考えをご回答ください。

事業の承継では、「事業承継する」が 306 件(39.3%)で最も多くなっていますが、「現時点では考えていない」は 265 件(34.1%)、「自分の代で会社等を終える」も 179 件(23.0%)あり、傾向は大まかに三分しています。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	事業承継する（検討中も含む）	306	39.3%	38.2%
2	自分の代で会社（お店）を終える	179	23.0%	22.3%
3	現時点では考えていない	265	34.1%	33.1%
4	その他	28	3.6%	3.5%
	回答総数	778	100.0%	
	無回答	23		2.9%
	母数	801		100.0%

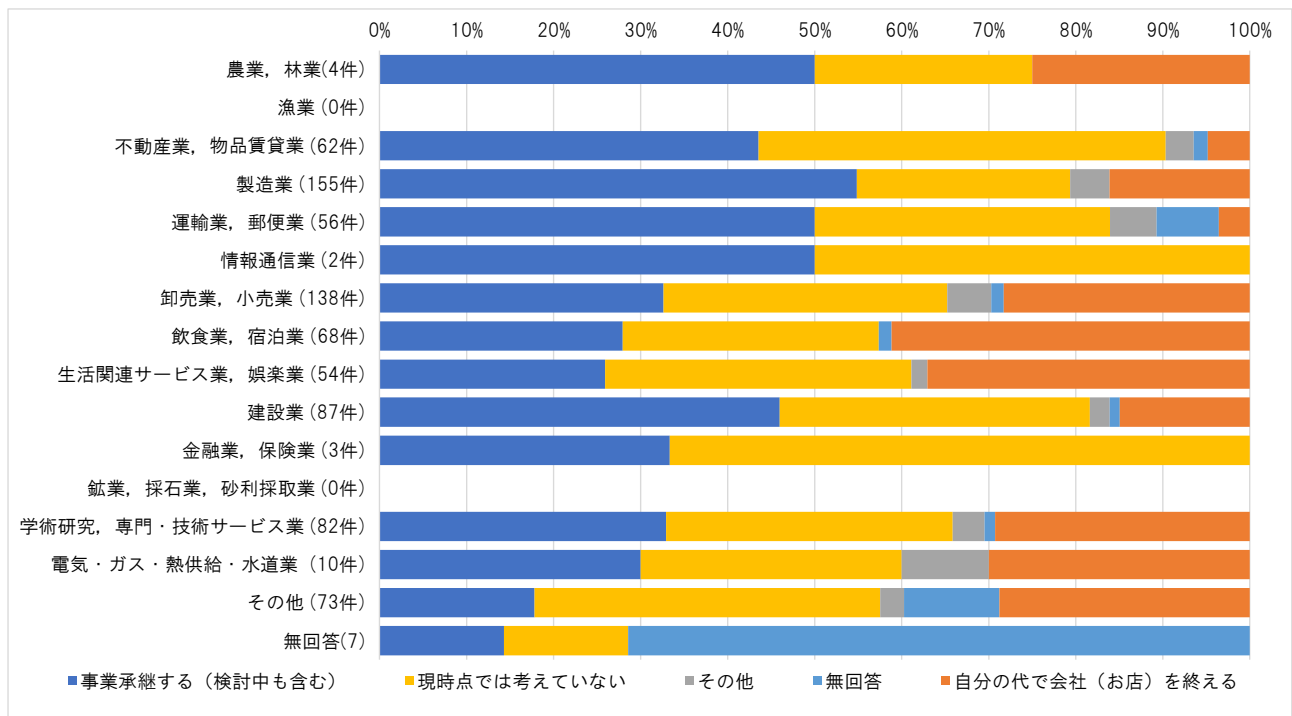


【その他の回答】

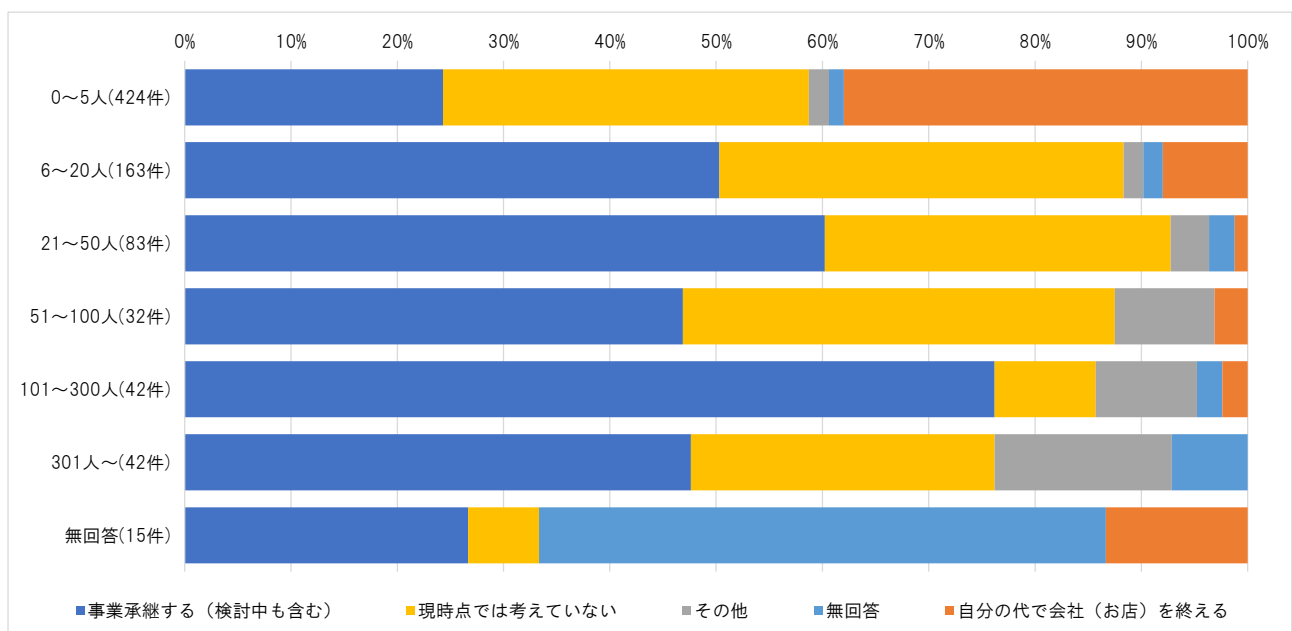
2021 年に実施済
M&A 等も視野にする
NEXCO の意向による
検討していない
個人企業ではない
サラリーマンの為回答できない
事業承継したいが、見通しが（先が）立たない
事業ストップ
したばかり
体力的に出来ない。
チェーン店のため
弟子に承継する
不明
わからない
系列会社につき、事業継承は不要。
経営者でないのでわかりません
経営者ではないので
上場企業の子会社
上場企業子会社の為
親族も同業種である。又別に指導者を現在育てている。

事業承継方針は、業種（問2）や会社規模（従業員数、問5）による差があると思われるため、以下のようにクロス集計を行ったところ、業種（問2）とのクロス集計では、「飲食業、宿泊業」、「生活関連サービス、娯楽業」、「卸売業、小売業」、「学術研究、専門・技術サービス業」において承継意欲が低い傾向にある一方、「製造業」、「運輸業、郵便業」、「建設業」では比較的承継意欲が高い傾向にあります。

一方、問8のクロス集計（P.17）において、コロナ禍により売上減少した割合は「製造業」と「生活関連サービス、娯楽業」でほぼ同じですが、売上増加した割合は「製造業」は「生活関連サービス、娯楽業」の約2倍あり、事業承継意欲も製造業の方が約2倍高くなっています。



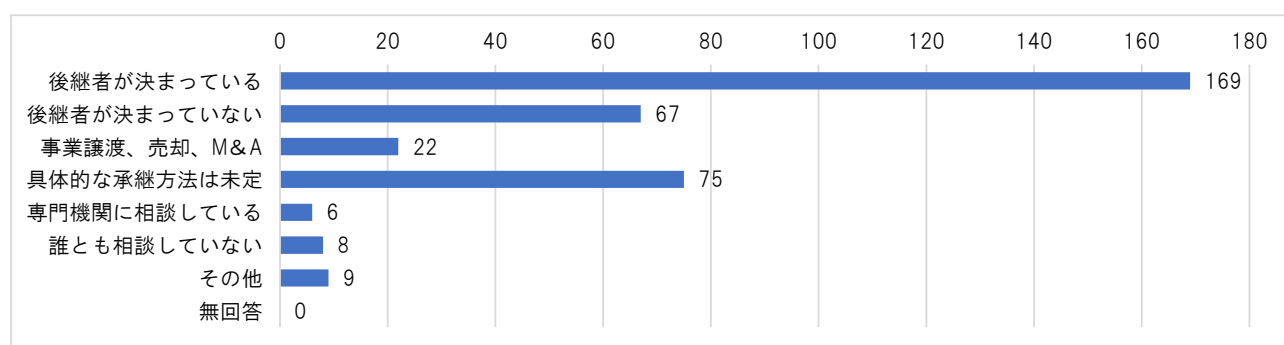
会社規模（従業員数、問5）とのクロス集計では、「自分の代で会社等を終える」と回答した方は、ほとんどが「0～5人」の事業所であり、小規模な事業者ほど事業承継意欲を持つ割合は低くなる傾向にあります。



問15 問14で1を選択された方にお伺いします。事業承継について該当する内容をご回答ください。
(複数選択可)

「事業承継する」と回答した事業者の状況は、「後継者が決まっている」が169件(55.2%)と半数以上は後継者が決まっていますが、「承継方法は未定」が75件(24.6%)、「後継者が決まっていない」が67件(22.0%)あり、事業承継の意向を持っていても具体的な方策が未定の事業者も一定程度います。

	選択肢	回答数	割合
1	後継者が決まっている	169	55.2%
2	後継者が決まっていない	67	21.9%
3	事業譲渡、売却、M&A	22	7.2%
4	具体的な承継方法は未定	75	24.5%
5	専門機関に相談している	6	2.0%
6	誰とも相談していない	8	2.6%
7	その他	9	2.9%
	回答総数	356	
	無回答	1	0.3%
	母数	306	100.0%

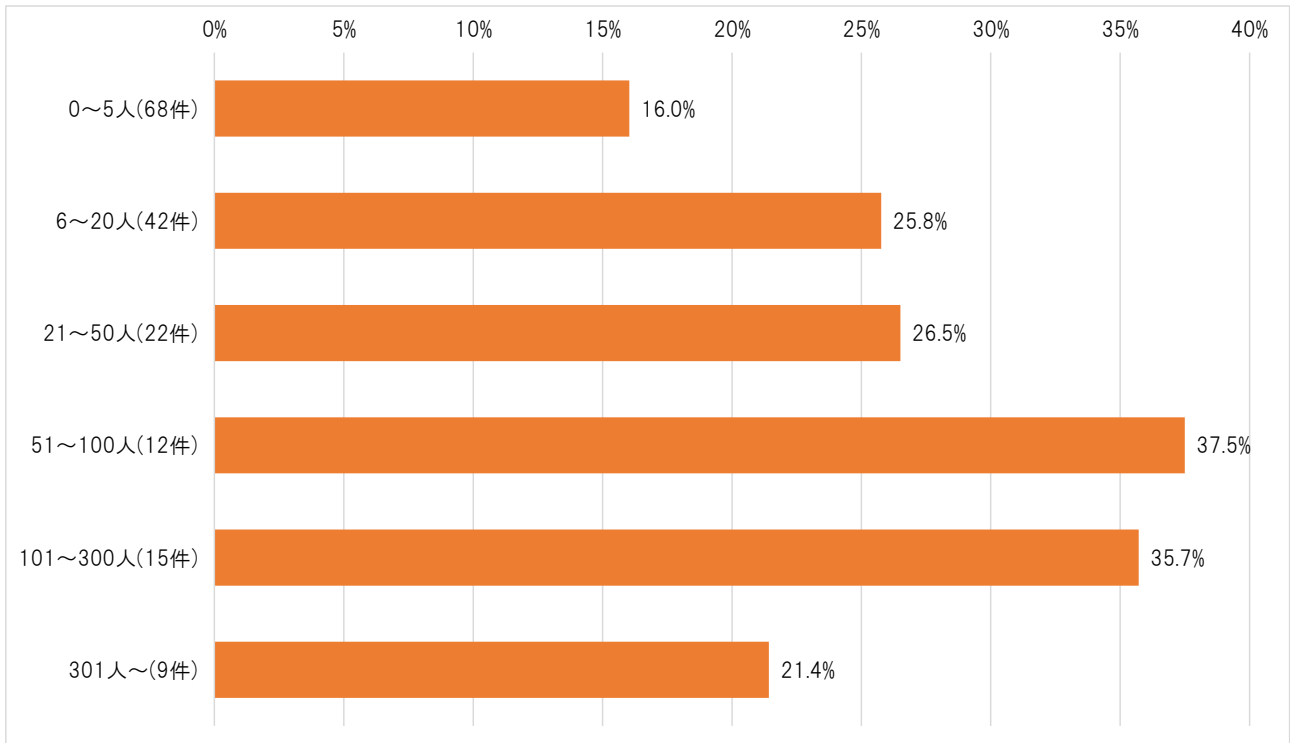


【その他の回答】

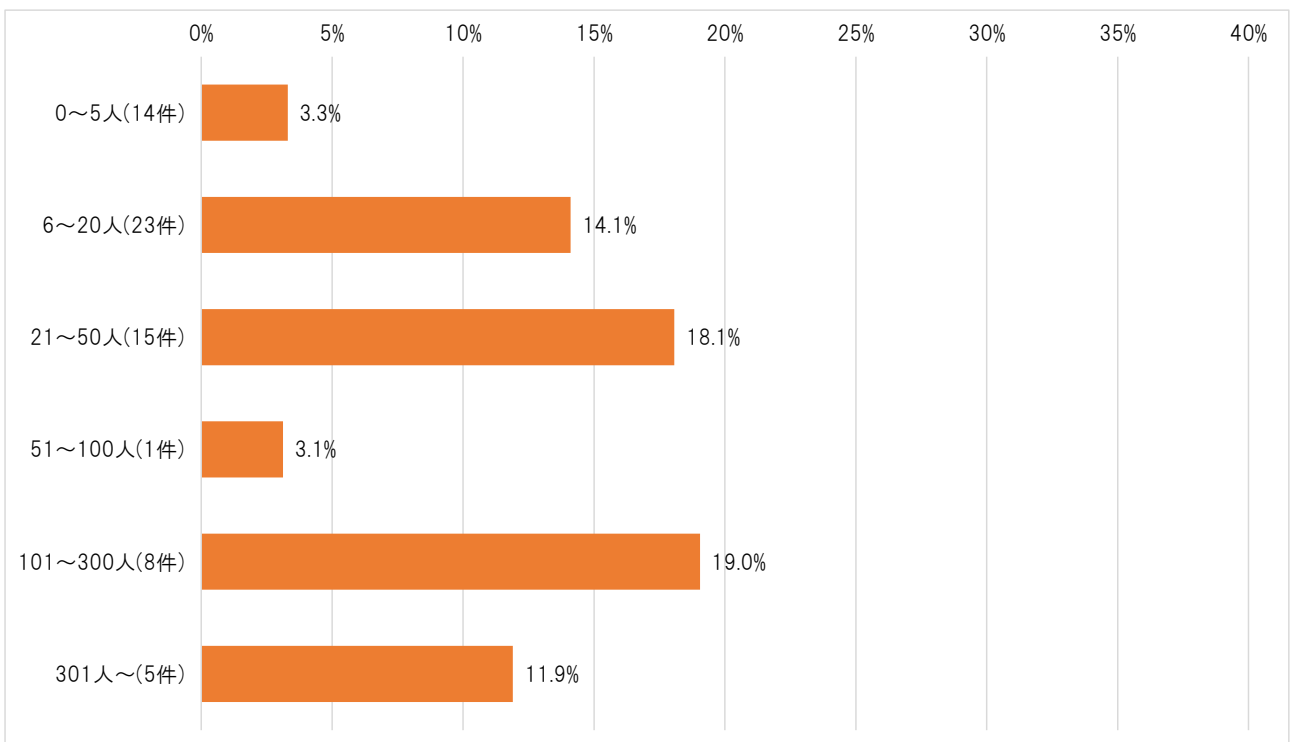
一事業所のため不明
会社として大切な得意先であり、手放すことは考えていない
現代表に一任されています
昨年社長が交代
多少の検討あり
複数いるので見極中
本社東京の為不明
事業所なので後継問題は無関係
親会社の人事マター

問 15 の回答が「後継者が決まっている」と「後継者が決まっていない」事業所の、会社規模ごとの状況は、従業員数が 300 人以下では、従業員数が多い(規模が大きい)事業所ほど「後継者が決まっている」割合が高い傾向にあります。

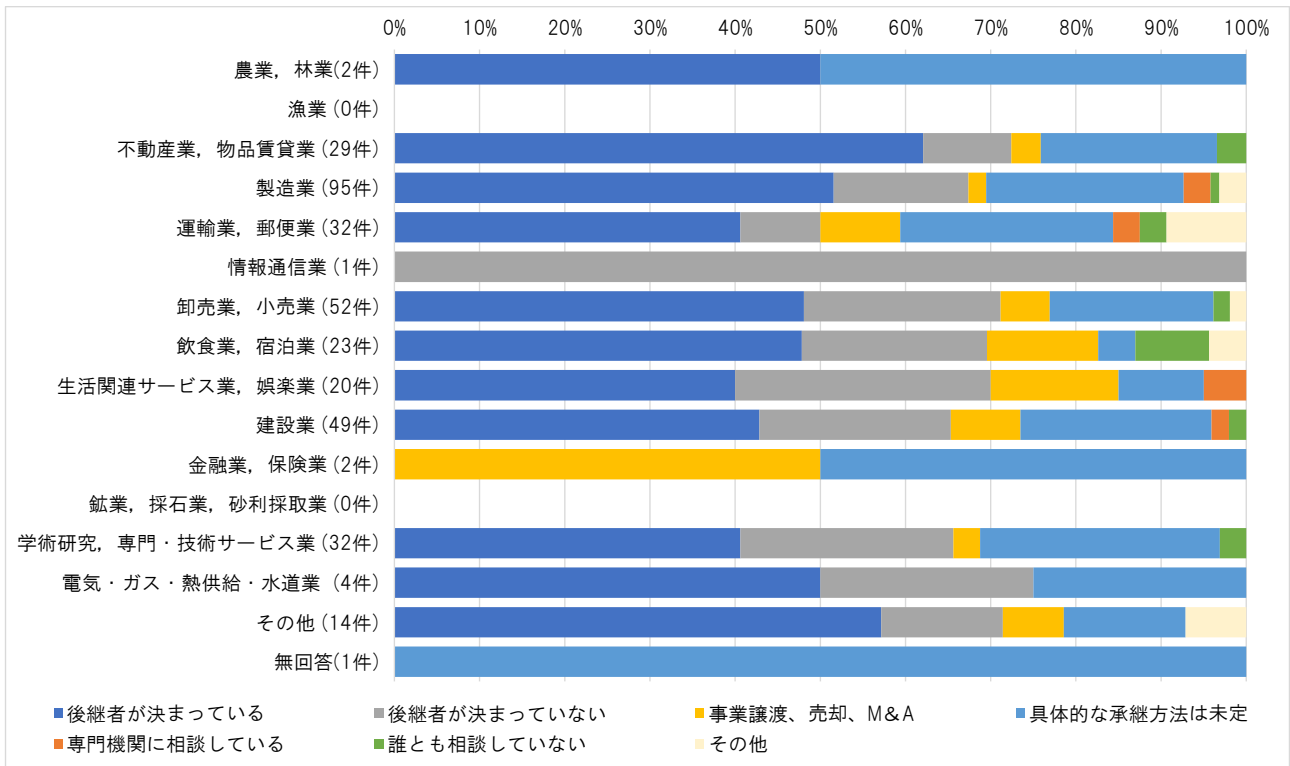
<後継者が決まっている>



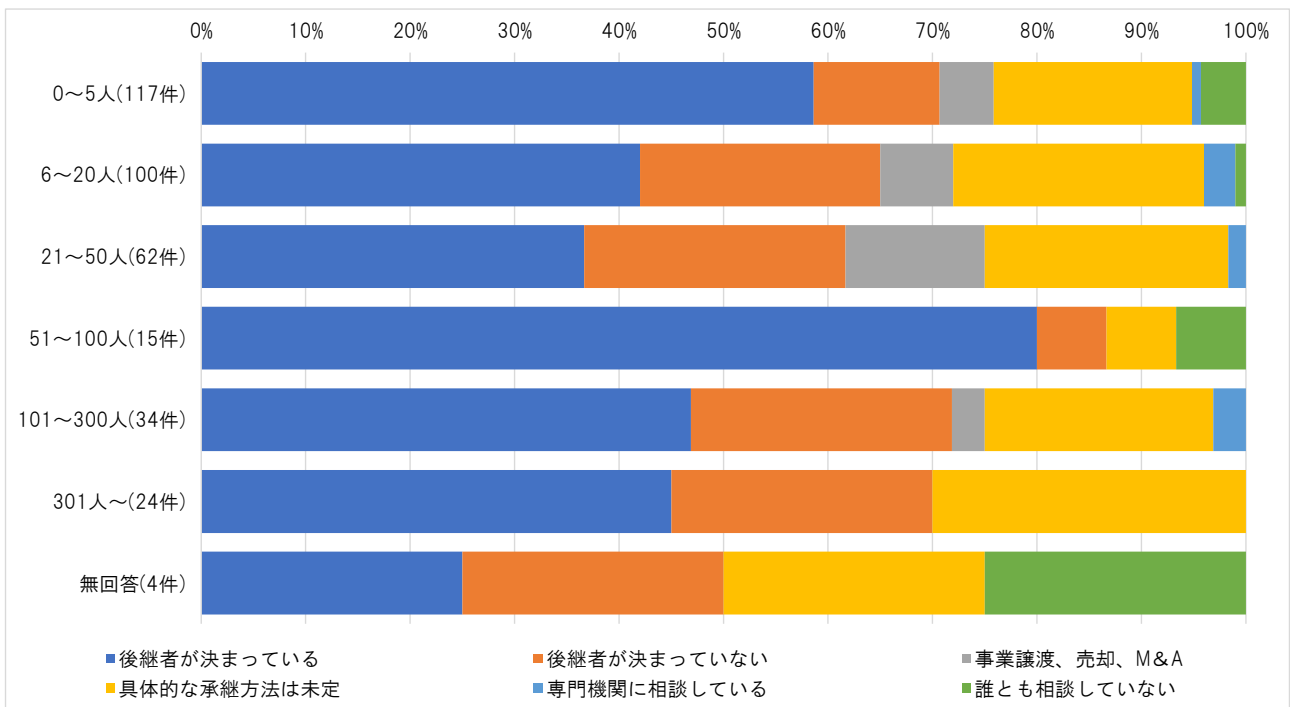
<後継者が決まっていない>



問 15 の結果を、業種（問 2）とのクロス集計でみると、特に業種による差異はみられません。



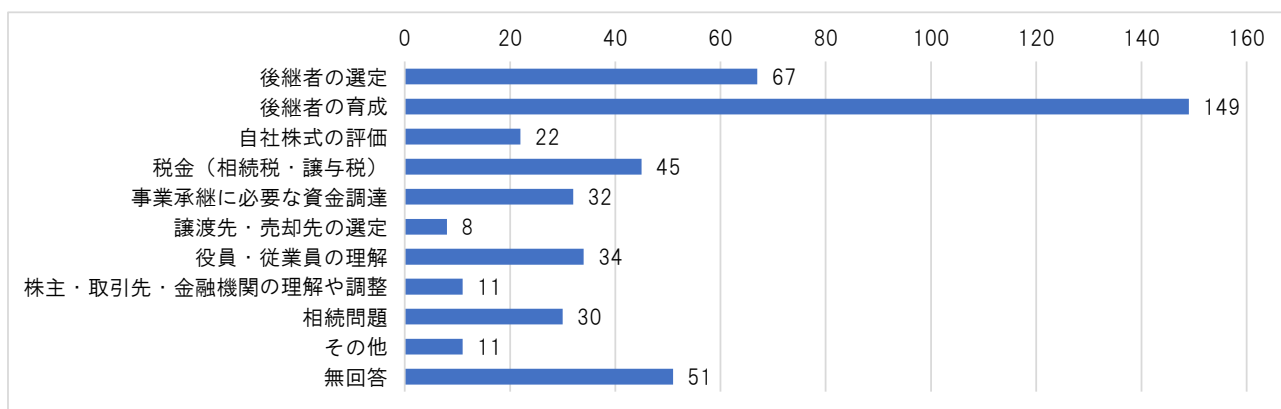
問 15 の結果を、会社規模（従業員数、問 5）とのクロス集計でも、目立った差異はみられませんでした。



問 16 問 14 で 1 を選択された方にお伺いします。事業承継についての課題、取り組まれていること、関心事項をご回答ください。(複数選択可)

「事業承継する」と回答した事業者の課題については、「後継者の育成」149件(48.7%)、「後継者の選定」67件(21.9%)の順に割合が高く、次に「高い税金(相続税・譲与税)」を含めて後継者に関連する課題が多くなっています。

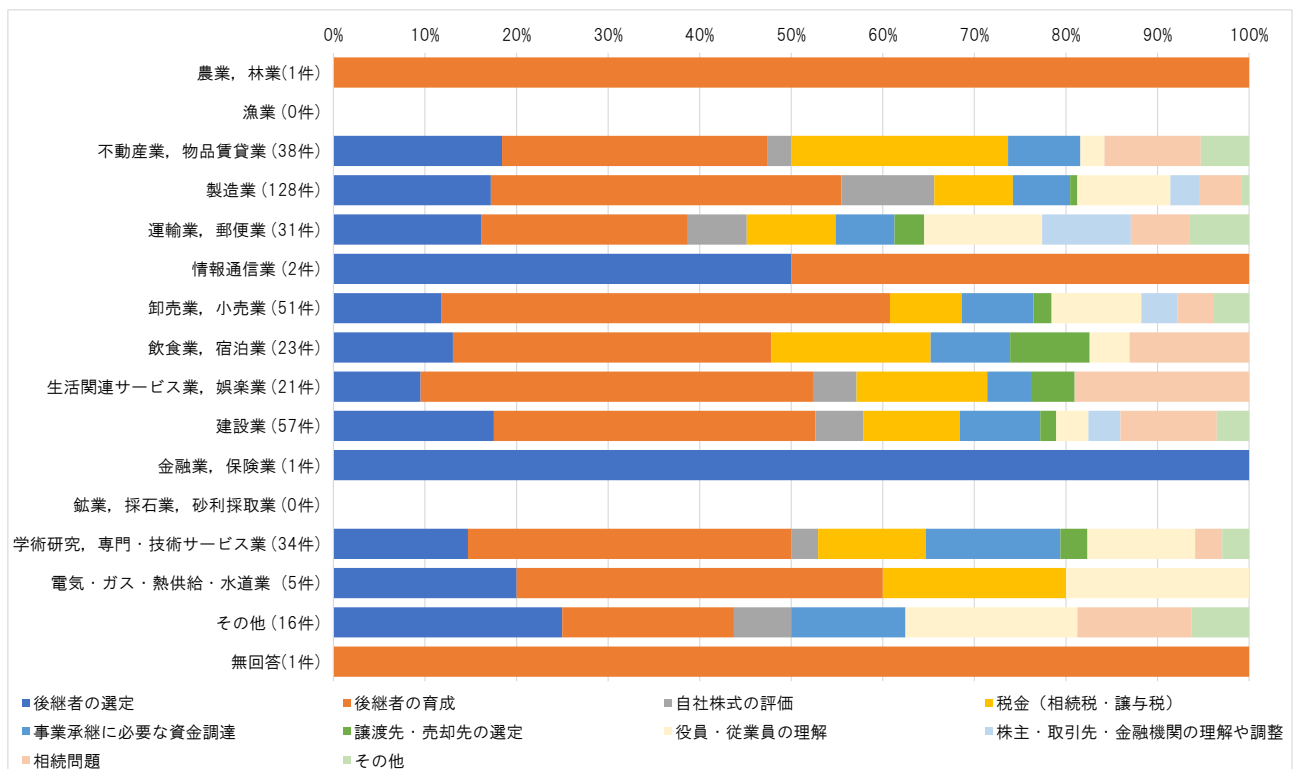
	選択肢	回答数	割合
1	後継者の選定	67	21.9%
2	後継者の育成	149	48.7%
3	自社株式の評価	22	7.2%
4	税金(相続税・譲与税)	45	14.7%
5	事業承継に必要な資金調達	32	10.5%
6	譲渡先・売却先の選定	8	2.6%
7	役員・従業員の理解	34	11.1%
8	株主・取引先・金融機関の理解や調整	11	3.6%
9	相続問題	30	9.8%
10	その他	11	3.6%
	回答総数	409	
	無回答	51	16.7%
	母数	306	100.0%



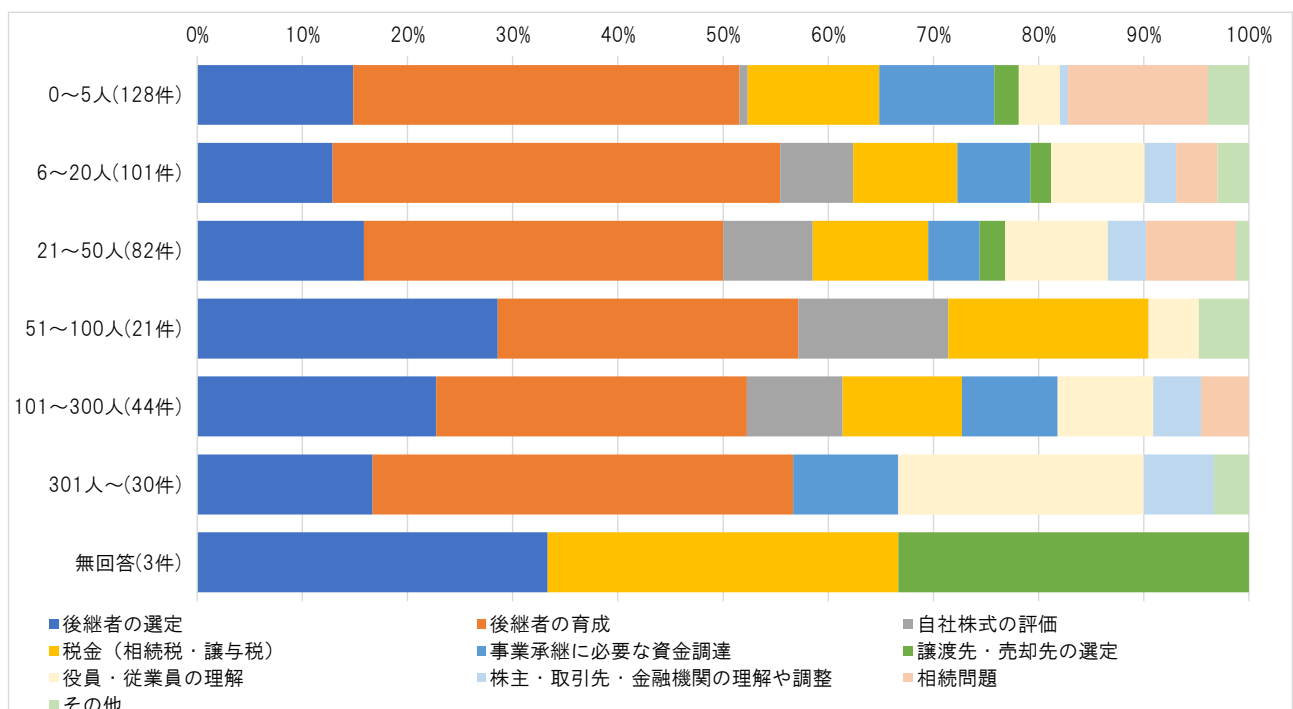
【その他の回答】

売上減少による意欲減退阻止
社員教育
特になし
特になし
不動産の建替え
不明
課題：株式の譲渡方法、教育
特に問題点はありません。

問 16 の結果を、業種（問 2）とのクロス集計でみると、どの業種でも後継者に関する割合が高いですが、特に業種による差異はみられません。



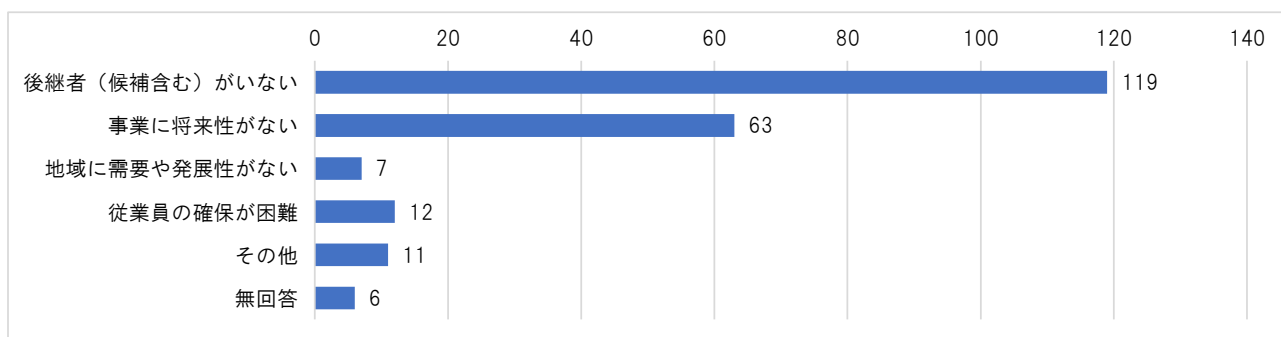
問 16 の結果を、会社規模（従業員数、問 5）とのクロス集計でも、301 人以上では自社株式の評価や税金の課題はなく役員・従業員の理解の割合が高い傾向にあります。会社規模による大きな差異や特徴はみられません。



問 17 問 14 で 2 を選択された方にお伺いします。自分の代で会社（お店）を終える理由をご回答ください。（複数選択可）

「自分の代で会社等を終える」と回答した事業者の理由は、「後継者（候補含む）がない」が 119 件（66.5%）で最も多く、次いで「事業に将来性がない」が 63 件（35.2%）となっており、事業の将来性よりも後継者不足が主な理由となっています。

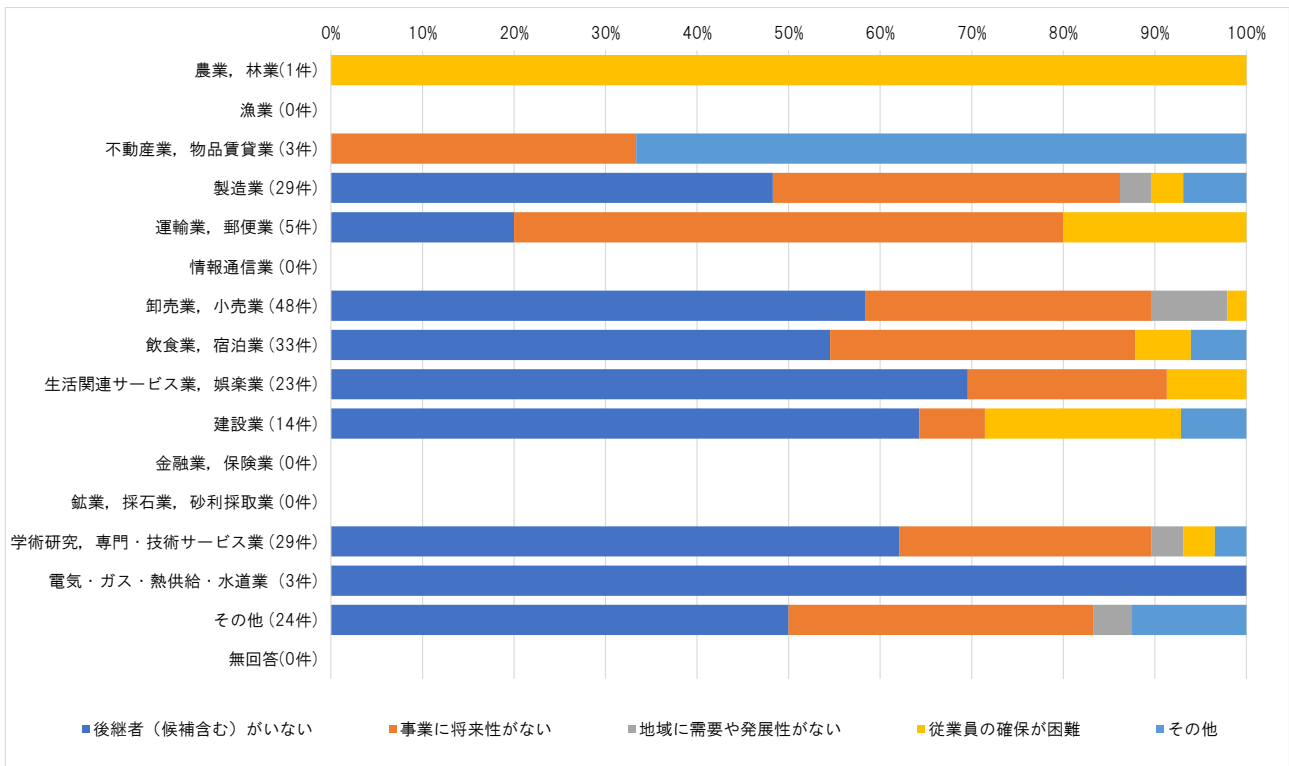
	選択肢	回答数	割合
1	後継者（候補含む）がない	119	66.5%
2	事業に将来性がない	63	35.2%
3	地域に需要や発展性がない	7	3.9%
4	従業員の確保が困難	12	6.7%
5	その他	11	6.1%
	回答総数	212	
	無回答	6	3.4%
	母数	179	100.0%



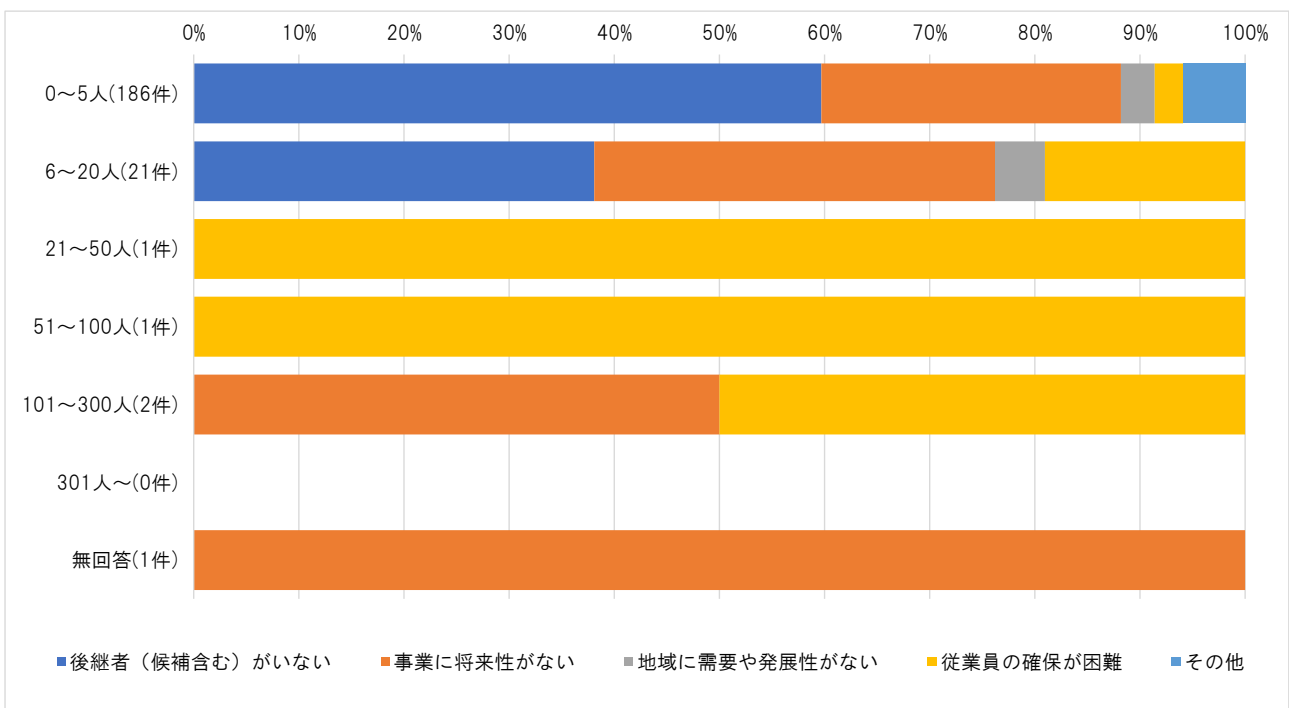
【その他の回答】

技術的に困難
高齢の為仕事を終了します。以後の回答はひかえさせていただきます。
国家資格必要なため
固低価格買取期間が終了する為
これからの時代はなくなる。ネットの時代
事業承継当時よりの意志
自分が高齢であるため
自分の代でやめる。
夫婦で営んでいる為

問 17 の結果を、業種（問 2）とのクロス集計で見ると、件数が少ないものを除き、特に業種による差異はみられません。



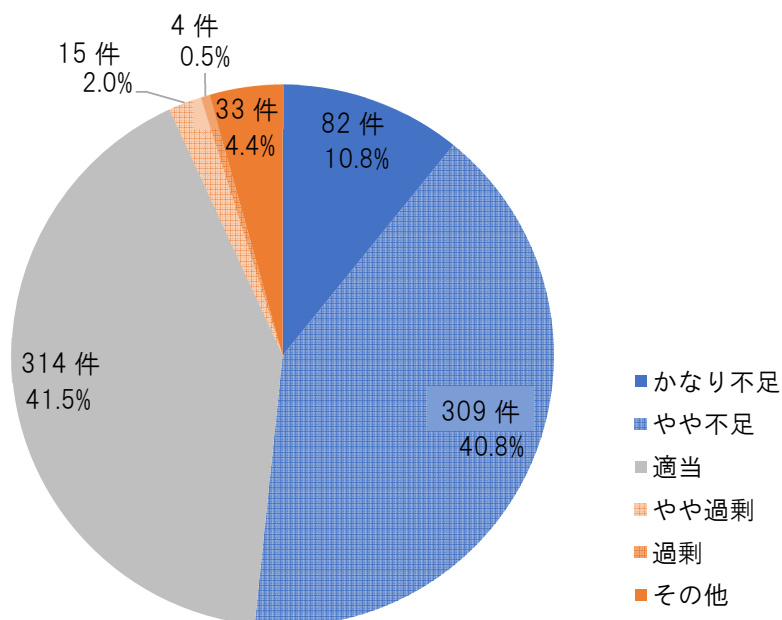
問 17 の結果を、会社規模ごとでは、ほとんどが 20 人以下の事業所であり、21 人以上の事業所のほとんどは、自分の代で会社を終える意向がないことがわかります。



問 18 人材の過不足感についてご回答ください。

人材の過不足感では、「適当」314件(41.5%)と「やや不足」309件(40.8%)がほぼ同数であり、次いで「かなり不足」が82件(10.8%)となっており、半数以上の事業者が人材不足を実感しています。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答)
1	かなり不足	82	10.8%	10.2%
2	やや不足	309	40.8%	38.6%
3	適当	314	41.5%	39.2%
4	やや過剰	15	2.0%	1.9%
5	過剰	4	0.5%	0.5%
6	その他	33	4.4%	4.1%
	回答総数	757	100.0%	
	無回答	44		5.5%
	母数	801		100.0%



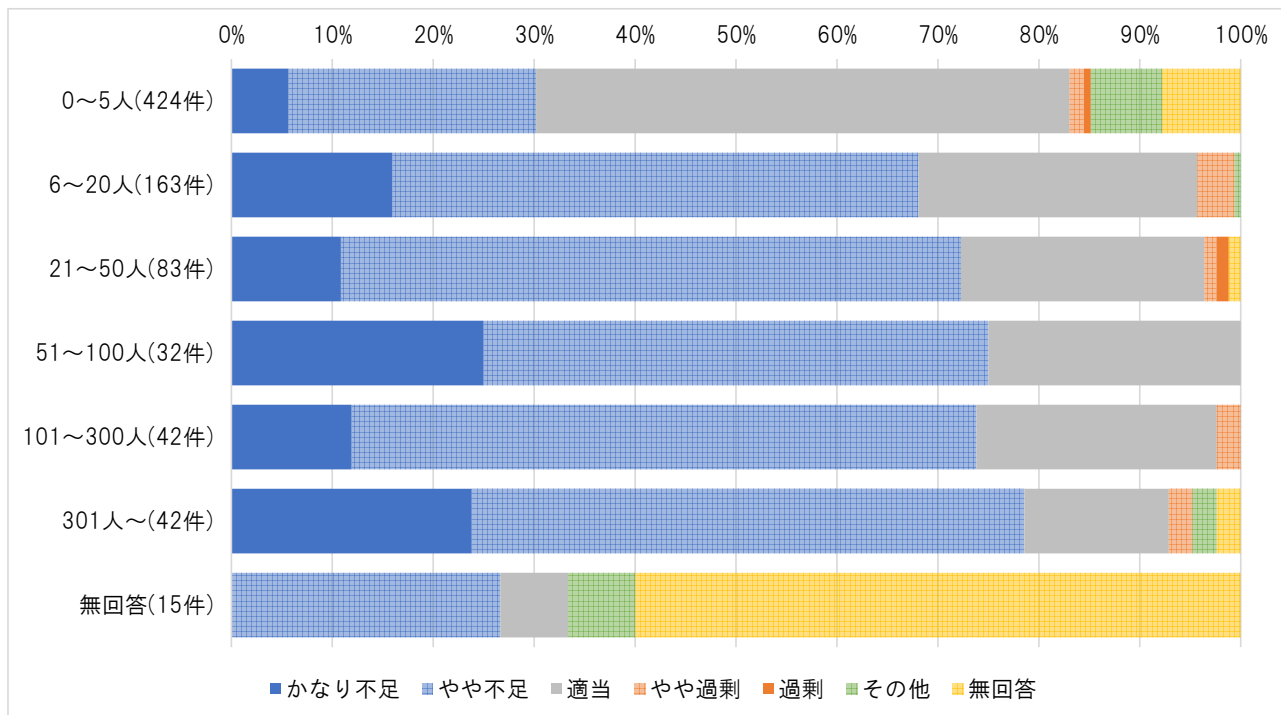
【その他の回答】

1人でやっている
業務資等
資質低下
従業員はなし
スタッフは入れない
なし
必要ない
不要
別に必要なし
家人だけで営業
個人事業のため
人材を必要としていない。
特に不要
必要なし
不要
部署(仕事内容)により、やや不足・やや過剰のところがある。

従業員数（問5）とのクロス集計を行ったところ、「0～5人」では「適当」の割合が最も高くなっていますが、6人以上の事業所では人材不足を実感している割合の方が高くなっています。

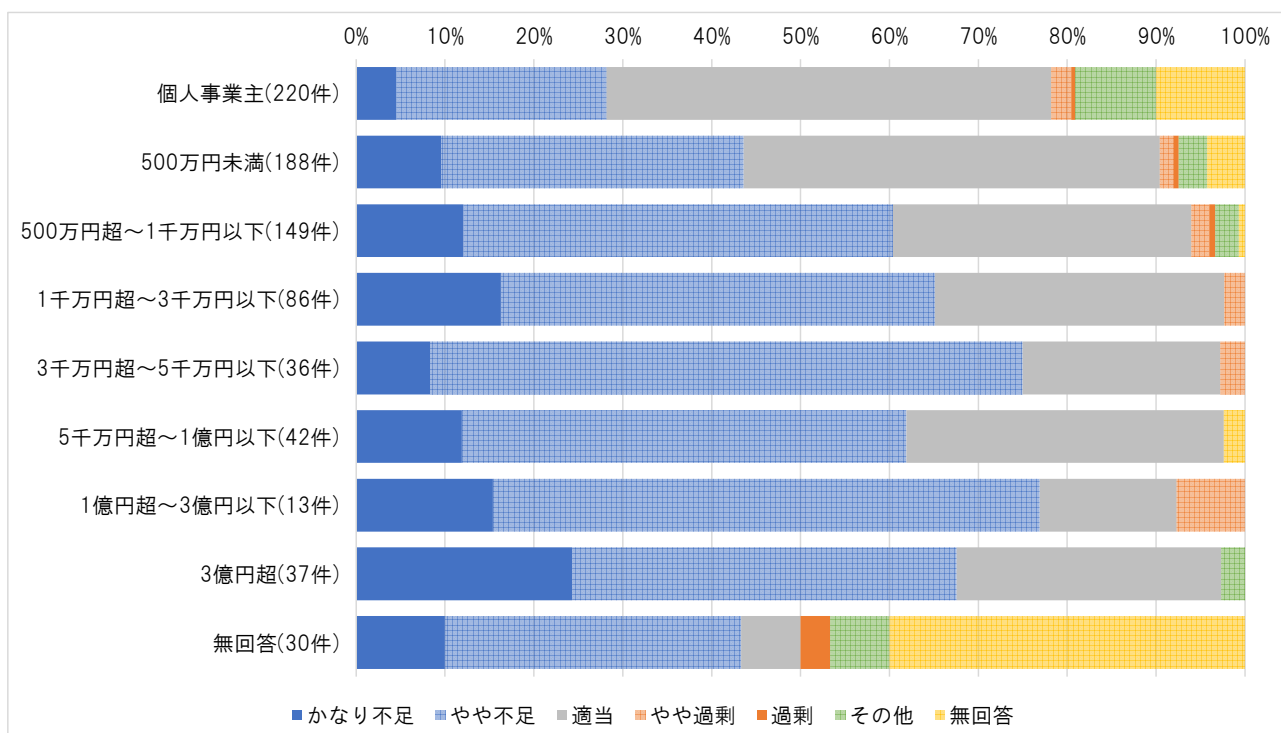
なお、問5の従業員数と資本金のクロス集計（P.11）により従業員数「0～5人」のうち個人事業主は約200となっていることから、人材の過不足感がない「適当」の多くは個人事業主で、従業員数が「0～5人」でも法人は人材不足を感じている可能性もあります。

図 従業員規模別人材の過不足状況



資本金（問4）とのクロス集計を行ったところ、個人事業主や資本金が少ないほど「適当」の割合が高くなっており、前頁の従業員数とのクロス集計と同様の傾向にあります。

図 資本金別人材の過不足状況

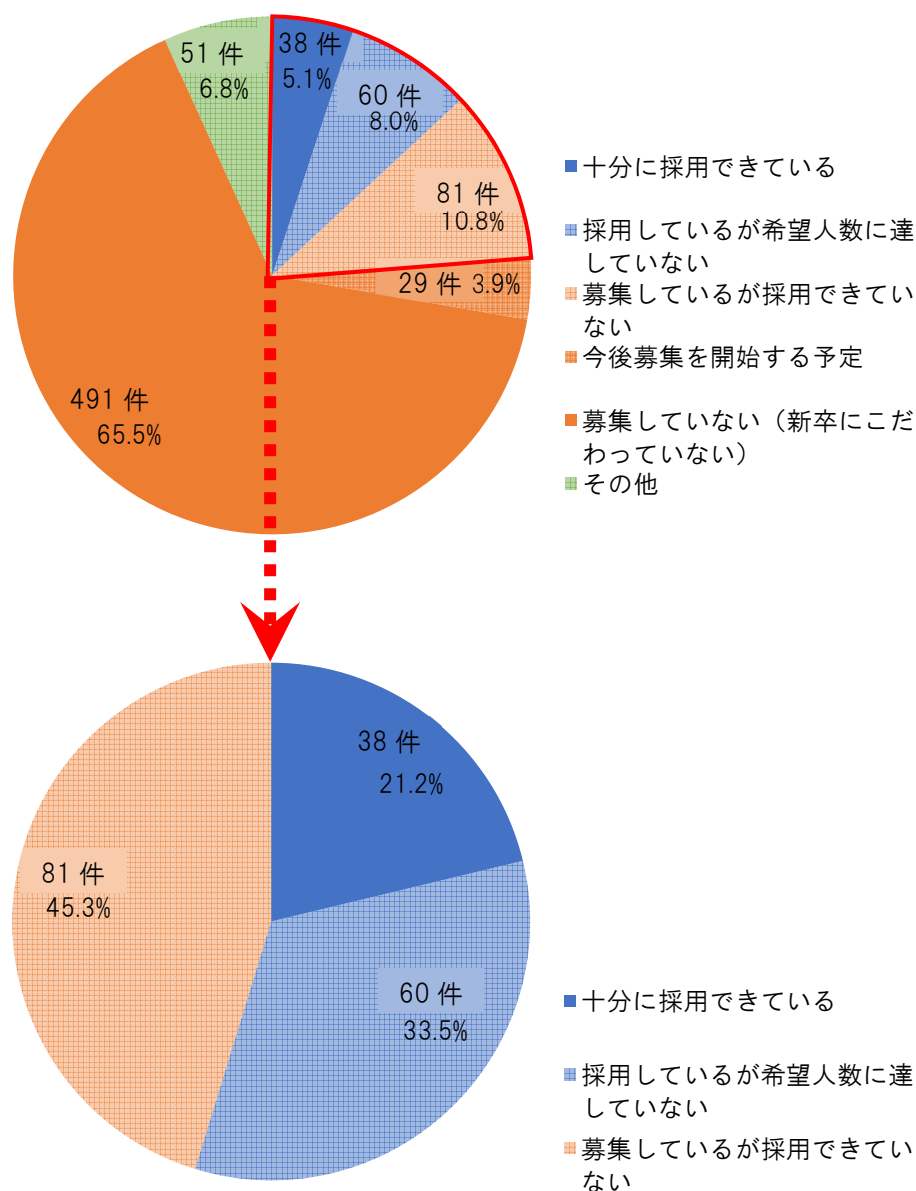


問 19 新卒採用の状況についてご回答ください。

新卒の採用状況は、「募集していない」が 491 件(65.5%)で最も多く、次いで「募集しているが採用できていない」が 81 件(10.8%)、「採用しているが希望人数に達していない」が 60 件(8.0%)の順となっています。

新卒採用の意欲がある選択肢 1 から 3 のうち、「十分に採用できている」と回答した事業所の割合は約 21%となっています。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答含)
1	十分に採用できている	38	5.1%	4.7%
2	採用しているが希望人数に達していない	60	8.0%	7.5%
3	募集しているが採用できていない	81	10.8%	10.1%
4	今後募集を開始する予定	29	3.9%	3.6%
5	募集していない(新卒にこだわっていない)	491	65.5%	61.3%
6	その他	51	6.8%	6.4%
	回答総数	750	100.0%	
	無回答	51		6.4%
	母数	801		100.0%

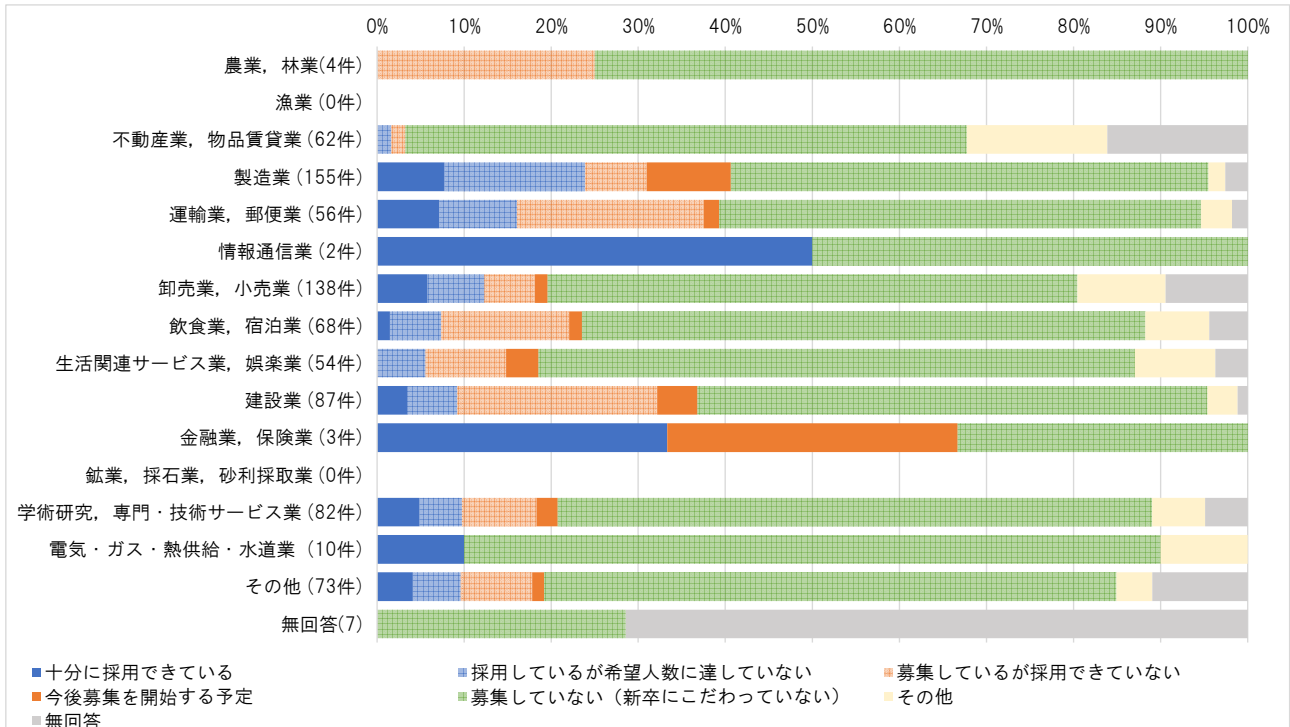


【その他の回答】

アルバイトのみ
外国人実習生を採用しているが、入国できていない。
家族経営
家族だけなので無
家族内で
個人事業主
個人のため
コロナ前は順調
採用したいが免許が取得
採用の予定なし
していない
親族で入社予定者あり 20代
新卒が運送業に興味があると思えない
短時間のアルバイトのみ
担当部署でないので回答できない
チェーン店のため
中途採用も募集している
なし
パート、アルバイトのみ
パートで充分
必要としてない。(個人事業同等の為。)
必要無し
不要
募集していない
本社対応
利益がない
個人事業のため
新卒は求めている
正社員の募集をしていない。
正社員を雇えるほど、潤沢した資本が無い。そのためパート・アルバイトで営業を行っている。
不要

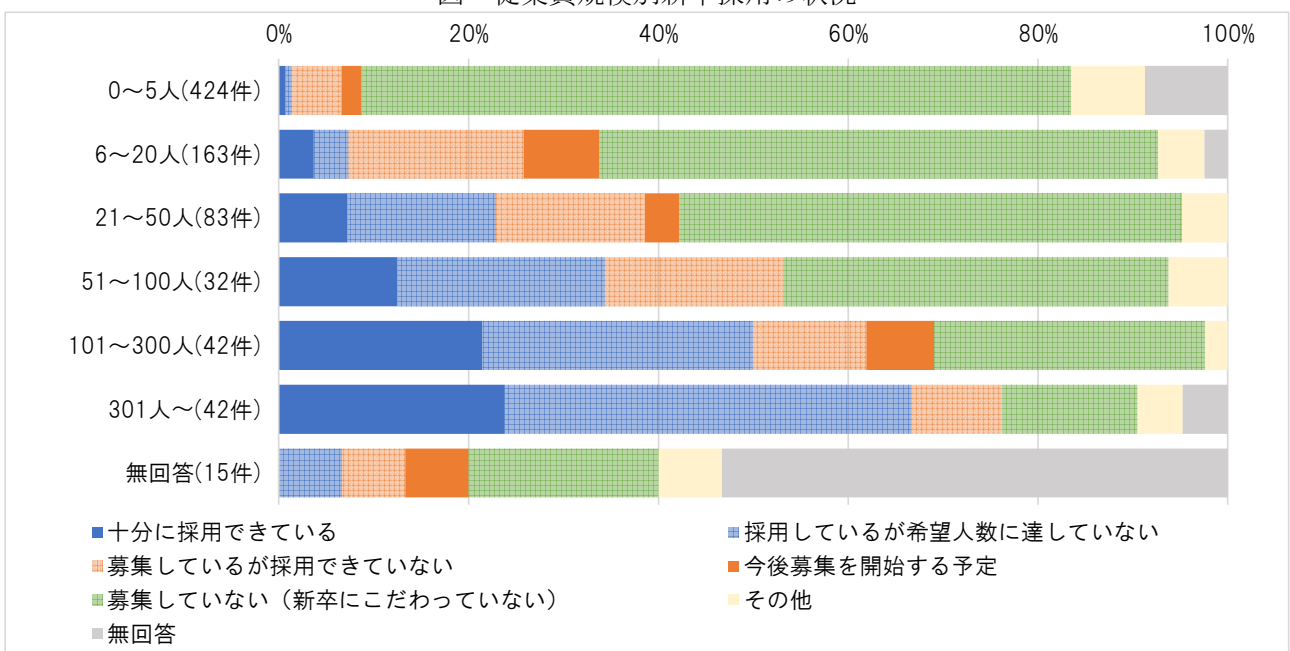
業種別（問4）とのクロス集計を行ったところ、製造業で「採用しているが希望人数に達していない」と「今後募集を開始する予定」の割合が高くなっています。

図 業種別新卒採用の状況



従業員数（問5）とのクロス集計を行ったところ、従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど新卒採用を行っている割合、「十分に採用できている」割合がともに高くなっている一方、「採用しているが希望人数に達していない」割合も従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど高くなっています。

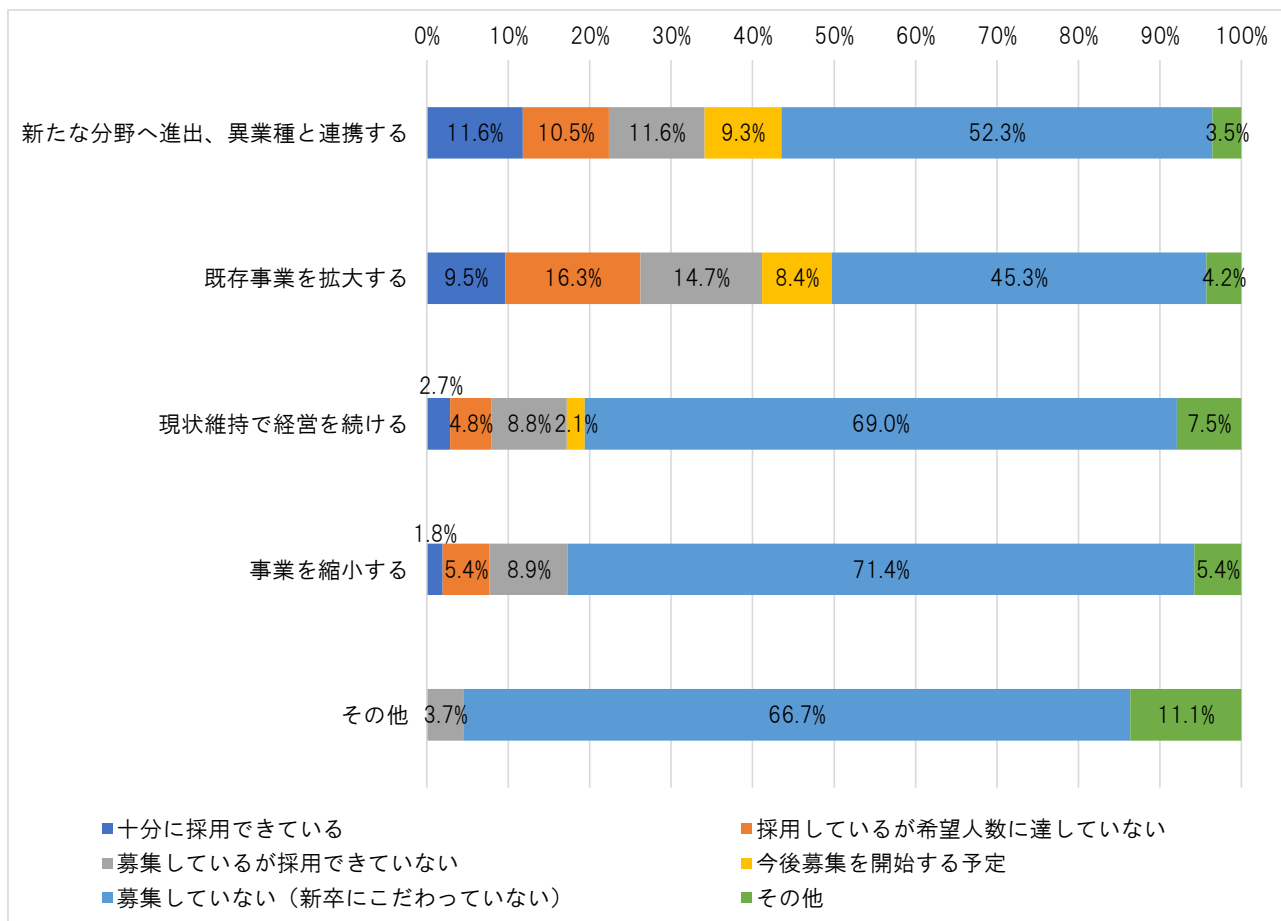
図 従業員規模別新卒採用の状況



今後の事業の方向性（問 12）とのクロス集計を行ったところ、「新たな分野へ進出、異業種と連携する」または「既存事業を拡大する」と回答した事業所で、「十分に採用できている」、「採用しているが希望人数に達していない」、「募集しているが採用できていない」、「今後募集を開始する予定」の4項目の割合が比較的高く、採用意欲が高いことがわかります。

反対に、「現状維持で経営を続ける」と「事業を縮小する」事業所は採用意欲が低い傾向にあります。

図 今後の事業の方向性別新卒採用の状況

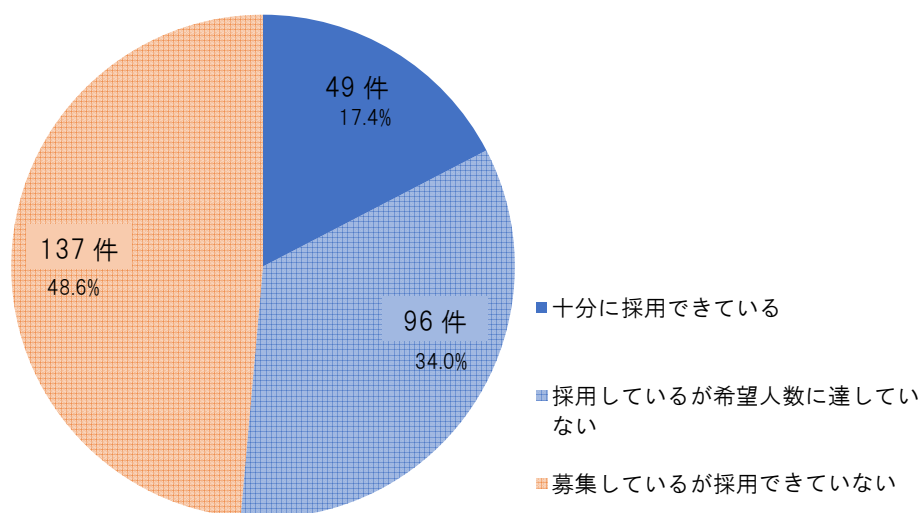
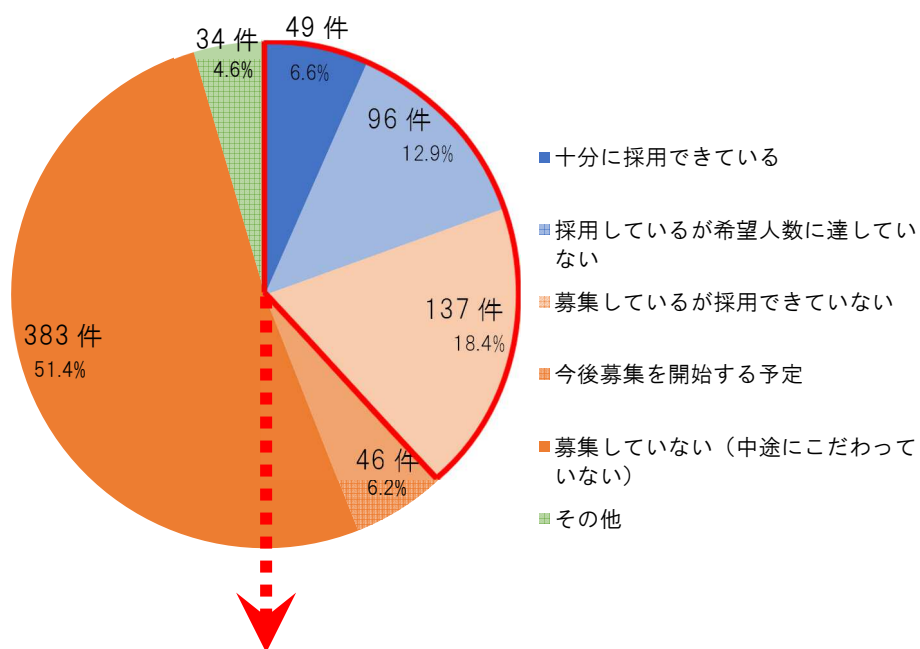


問 20 中途採用の状況についてご回答ください。

中途採用の状況は、「募集していない（中途にこだわっていない）」が 383 件(51.4%)で最も高く、次いで「募集しているが採用できていない」が 137 件(18.4%)、「採用しているが希望人数に達していない」が 96 件(12.9%)の順となっています。

中途採用の意欲がある選択肢 1 から 3 のうち、「十分に採用できている」と回答した事業所の割合は約 17%であり、新卒採用と同様に多くの事業所にとって中途の採用状況は厳しい状況にあります。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	十分に採用できている	49	6.6%	6.1%
2	採用しているが希望人数に達していない	96	12.9%	12.0%
3	募集しているが採用できていない	137	18.4%	17.1%
4	今後募集を開始する予定	46	6.2%	5.7%
5	募集していない（中途にこだわっていない）	383	51.4%	47.8%
6	その他	34	4.6%	4.2%
	回答総数	745	100.0%	
	無回答	56		7.0%
	母数	801		100.0%

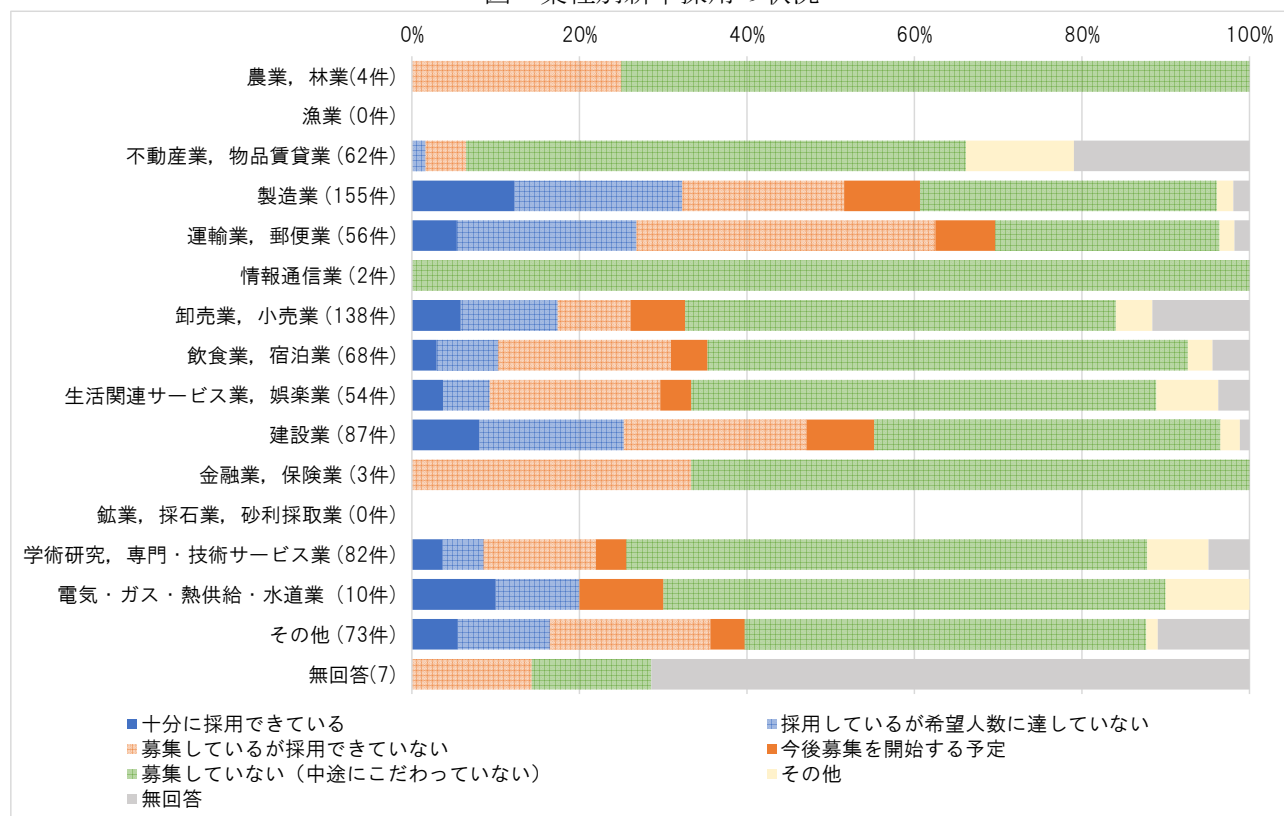


【その他の回答】

チェーン店の為、本部一括。
なし
なし
必要無し
不要
不要
募集していない
募集を入れたが、採用できず、保留中
本社対応
個人事業のため
新卒採用のみ
欲しい有資格者の応募がこない

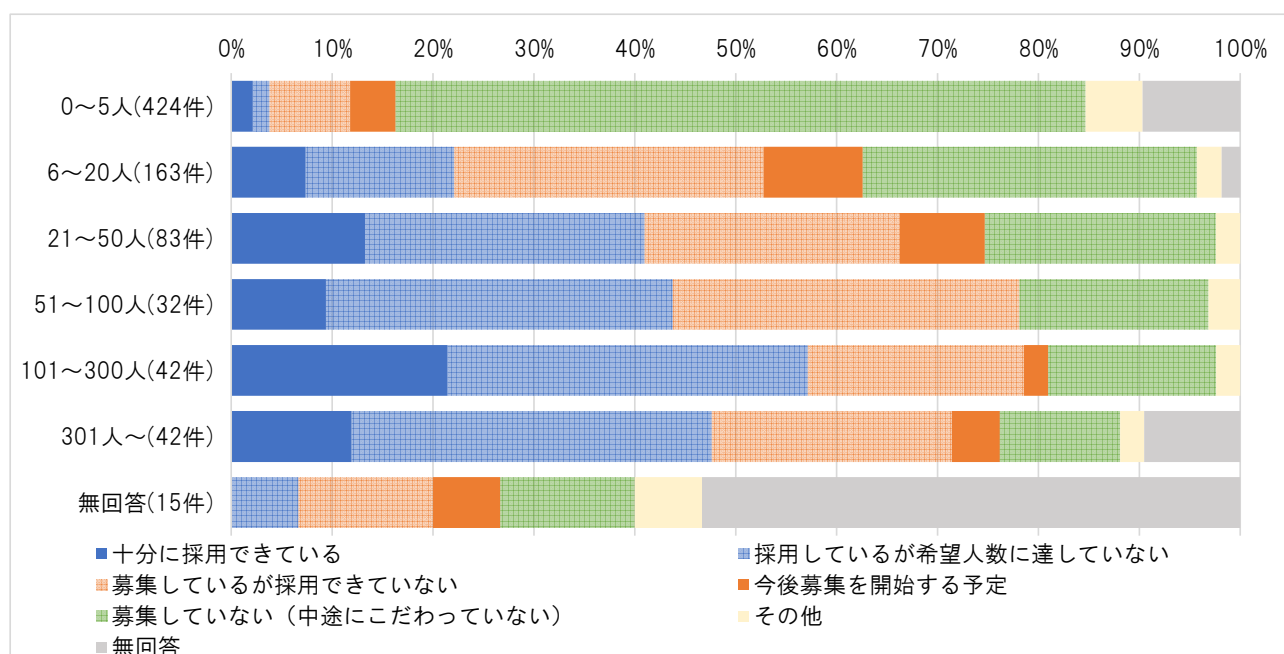
業種別（問4）とのクロス集計を行ったところ、「製造業」、「運輸業、郵便業」、「建設業」で中途募集の意欲が高く、「採用しているが希望人数に達していない」、「募集しているが採用できていない」、「今後募集を開始する予定」の割合も高い傾向にあります。

図 業種別新卒採用の状況



従業員数（問5）とのクロス集計を行ったところ、従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど中途採用を行っている割合が高くなっている一方、「採用しているが希望人数に達していない」割合も従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほど高くなっています。

図 従業員規模別新卒採用の状況

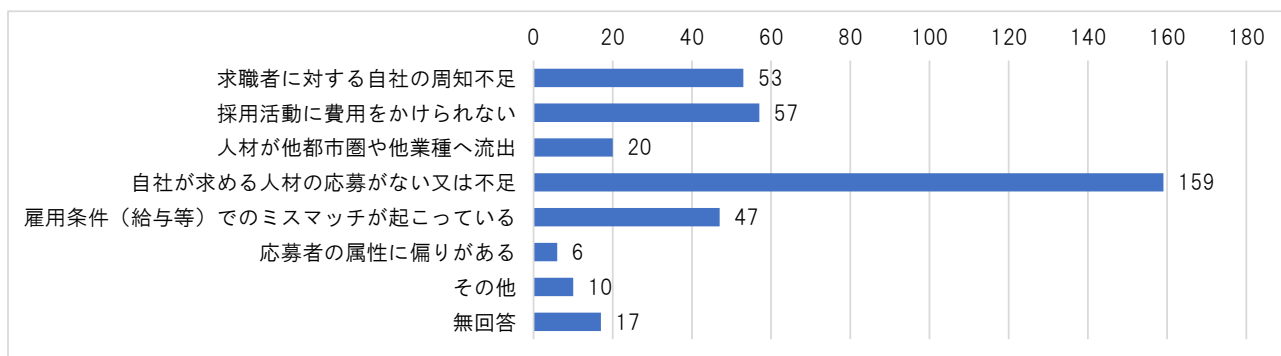


問 21 問 19、問 20 で 2 または 3 を選択された方にお伺いします。採用できていない要因として考えられるものをご回答ください。（複数回答可）

採用できていない理由としては、「自社が求める人材の応募がない又は不足」が 159 件(64.1%)で最も多く、次いで「採用活動に費用を掛けられない」が 57 件(23.0%)、「求職者に対する自社の周知不足」が 53 件(21.4%)、「雇用条件でのミスマッチが起こっている」が 47 件(19.0%)であり、事業所が求める人材について需要と供給のミスマッチが生じていると考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	求職者に対する自社の周知不足	53	21.4%
2	採用活動に費用を掛けられない	57	23.0%
3	人材が他都市圏や他業種へ流出	20	8.1%
4	自社が求める人材の応募がない又は不足	159	64.1%
5	雇用条件（給与等）でのミスマッチが起こっている	47	19.0%
6	応募者の属性に偏りがある	6	2.4%
7	その他	10	4.0%
	回答総数	352	
	無回答	17	6.9%
	母数	248	100.0%

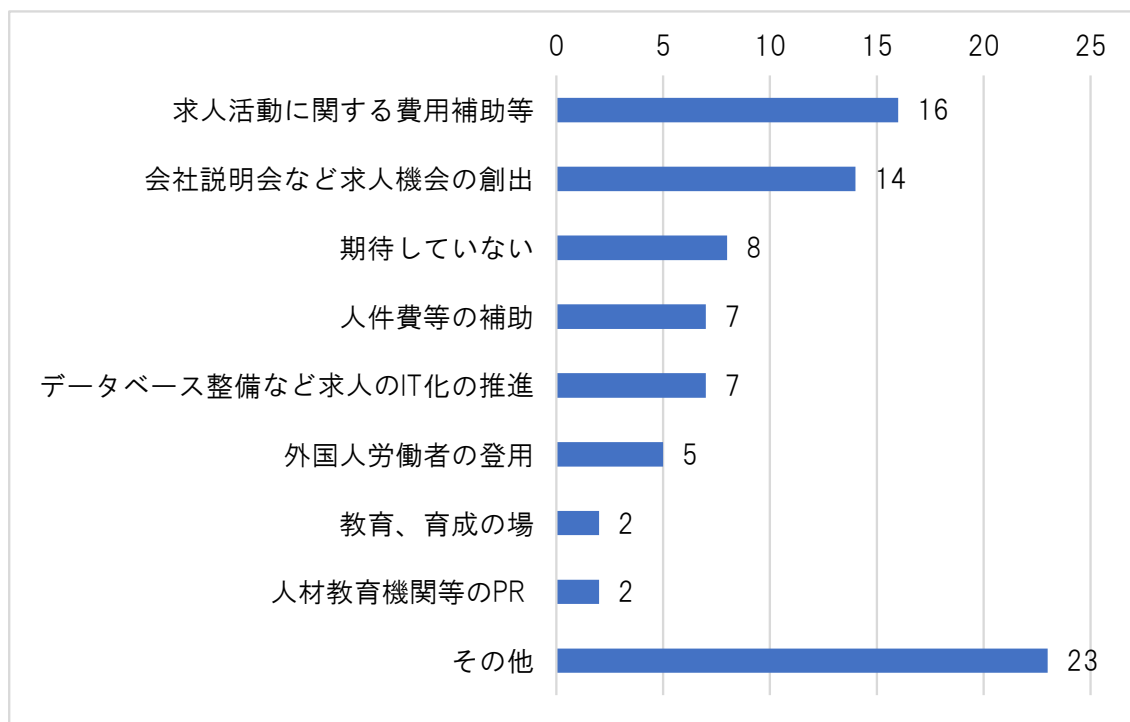
【その他の回答】若い人材が入社するが長く続かない、身体的に、きつい仕事には、従事したがない



問 22 人材の確保にあたり、行政に期待する支援があればご回答ください。

自由に記入いただいた意見について、同趣旨の意見を取りまとめて集計し、2 件以上の意見をいただいたものをまとめると以下ようになります。

「求人活動などに対する費用補助等」16 件、「会社説明会など求人機会の創出」14 件が比較的多くなっています。



求人活動に関する費用補助等	求人広告に対する補助金の活用、採用した際の0助成金の拡大
	採用補助金
	市独自の奨励金のようなものがあれば
	税制優遇
	ナース人材紹介を通すと年収の20~30%必要となり経費と収入のバランスがとれないので補助金あるいは市でナース紹介を導入できないか?(医師会と連携して etc)
	求人広告にかかる費用を援助してほしい
	広告宣伝費の助成
	採用活動推進のための、補助金・助成金等の支援
	採用活動費用の補助
	事前の準備に対する費用を見てもらえないので考慮してほしい
	とても人を雇える予算がない
	社内の制度(就業規則)や仕組みを整備する上での補助金を中小企業向けに拡充してほしい。
	就職フェアなどの機会の確保と、求人活動にかかる経費への補助。
	人材確保、育成の助成金
	人材確保に対する助成金があると助かります
補助金などの拡充延長	
募集費用や採用時の補助金制度	
一定期間雇用を続けた場合の雇用促進奨励金等を設けて頂きたい	

会社説明会などイベントとして開催(現在もして頂いている。)

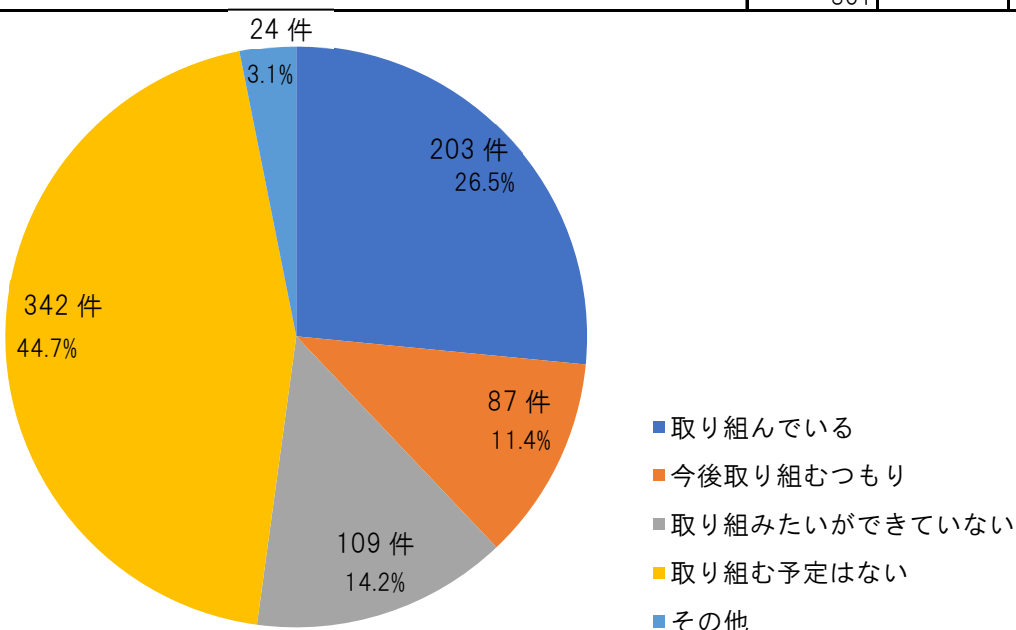
会社説明会など求人 機会の創出	採用フェア等の開催
	新卒者のあっせん
	第2新卒や中途採用の就職フェアの開催。
	マッチングと機会を作って欲しい
	学校とのご縁が確立していないため、学校とのご縁を繋いで欲しい。
	新卒採用にあたり勉強会を開いてほしい。
	求めている人材を紹介してくれるとありがたい
	求めている人材と求職者の懸け橋になってほしい
	求職者に直接アプローチできるような企業説明会の開催
	高卒者への企業説明会の場を提供してほしい
	自治体主催の地元企業就職面談会の定期的な開催をしていただきたい。
	新卒、中途とも地域での就職説明会等に多くの方が参加していただけるように働きかけていただけると助かります。
	人材の紹介
	当社のような製造業は募集をしても中々応募が来ず、採用活動費用が無駄に終わる場合も多々ある。小牧市の採用募集なども載せていただいた事はあるが、見てる人が少ないのか、全く音沙汰なかった。 当社は、毎年小牧市内の高校にハローワーク経由で応募をかけているがそちらも全く反応が薄い。 行政には高校や中学校と連携していただいて、市内の企業への就職を仲介するような事をしてもらえたら大変助かるなど感じています。
期待していない	余り期待していない
	行政で支援できる職種では無い
	行政に期待等できるはずもない。
	コンビニという形態での正社員もしくは契約社員の雇用は現状あり得ない。 (固定費の増大を押さえたいのはコンビニ業界以外の企業も同じ考え) そこに行政が支援するという事は行政自体も考えるに値しないのではないかと見返りが少なすぎてやる価値無しと判断している。 もし行政の支援があるとするなら具体的な案を聞かせてほしい。
	期待せず
	期待出来ない
	個人(一人)での経営で満足しているので、特に期待はないです。
人件費等の補助	自助努力のみ
	アルバイトの時給が、上がり続けているので止めて欲しい!
	採用後2週間までの人件費の援助をして欲しい
	採用してもすぐに使えないからその間の補助金の支給
	人件費高騰への援助
	単価の底上げ
	技術職のため、育成費に予算が掛かる。給与補助もそうだが、育成時に必要となる練習材料の材料費が馬鹿にならない。 練習時に破棄する材料費の負担が大きく、教育費に予算が掛けられない。
日本人、外国人を雇用した時の寮費の補助金や住宅の補助金制度	
データベース整備な ど求人IT化の推進	企業データベース IT化・デジタル化
	求職者を登録する機関がありその内容を閲覧出来ればと思う。
	掲示等
	市内企業の市役所による紹介等の支援策の打ち出し
	ホームページで企業紹介等 無償してほしい
	求人を出すにしても費用がかなりかかるので継続的に求人誌への掲載はできない。市のホームページにも求人情報が載せられるのであればありがたい
無料の就職サイトの開設 小牧市へ若い人々を居住、移住させるための宣伝や斡旋	
外国人労働者の登用	外国人の起用
	入国規制緩和
	海外からの介護への人材確保をどんどん行って欲しい
	技能実習生、特定技能外国人制度の緩和
	現状の日本は若い人口が減り今後外国籍の労働者が増加すると考えられるが、中小企業にも外国籍の方々を結びつける何らかのシステムがあるとよい。
教育、育成の場	人材教育(一般常識レベル)の場を設けてほしい。・最低賃金の引下げ

	行政は市場の変化に対応できる人材育成要
人材教育機関等の PR	一番必要となる現場人材を育てる機関の PR が不足
	ハローワークの求人をもっと広めてほしい
その他	公正な価格競争を（管制主導でない）
	行政が何ができるかわかりません
	コミュニティーバスもいいが、公共交通機関があれば
	サービス業に対する魅力を伝えて欲しい。 サービス業と言うだけで遠慮されている。
	採用しても、短期でやめない様、仕組み作りしてほしい
	市民や事業者に還元できる税金の使い方
	市を文化都市にする
	人材確保よりも企業と企業をむすんで仕事を効率よくまわしていく、このむすぶという点を支援してほしい。コロナにより外へ営業がかけられないので新しい事業や企業とつながれないため。
	促進
	能力給
	働いていない人へ、あっせんしてほしい。
	ハローワークにての求人にて、求職活動をして居ない人が多数居る！！
	福祉就業者への処遇改善及び福祉事業者(会社)の利益確保
	物流の必要性をもっと国民に訴えて欲しい
	余裕を持って人員配置ができるように
	運送業のイメージ回復
	給料を上げる流れに世の中なってきたけど経営者からするとなかなか厳しく、雇用踏み切れない。
	建設業の仕組みを変更を元請けから変える必要がある土曜日や祝日の工事は通常業務になっているため下請けは週休2日制を導入できない。 社員に負担がかかる。
	採用するほど忙しく無い。
	自社は美容院なのですが、今のところありませんが今後、美容組合を通じて何か一緒に美容師の魅力発信的な事を手伝っていただけると助かります。
	中小企業は、取引先への値上げ要請がしづらい傾向があり、適正な収益確保が困難なため、給与を上げるのが難しい。
	人材を必要としていないので、特にない
	専門職なので行政の支援は必要ありません。

問 23 デジタル化・DXについて、該当するものを1つご回答ください。

デジタル化・DX化への取組みは、「取り組む予定はない」が342件(44.7%)で最も多く、回答者の半数近くは業務のデジタル化・DX化に取り組む予定がない一方、「取り組んでいる」が203件(26.5%)、「取り組みたいができていない」が109件(14.2%)となっており、回答者の約4割以上はデジタル化・DX化に取り組む意向を持っています。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答)
1	取り組んでいる	203	26.5%	25.3%
2	今後取り組むつもり	87	11.4%	10.9%
3	取り組みたいができていない	109	14.2%	13.6%
4	取り組む予定はない	342	44.7%	42.7%
5	その他	24	3.1%	3.0%
	回答総数	765	100.0%	
	無回答	36		4.5%
	母数	801		100.0%

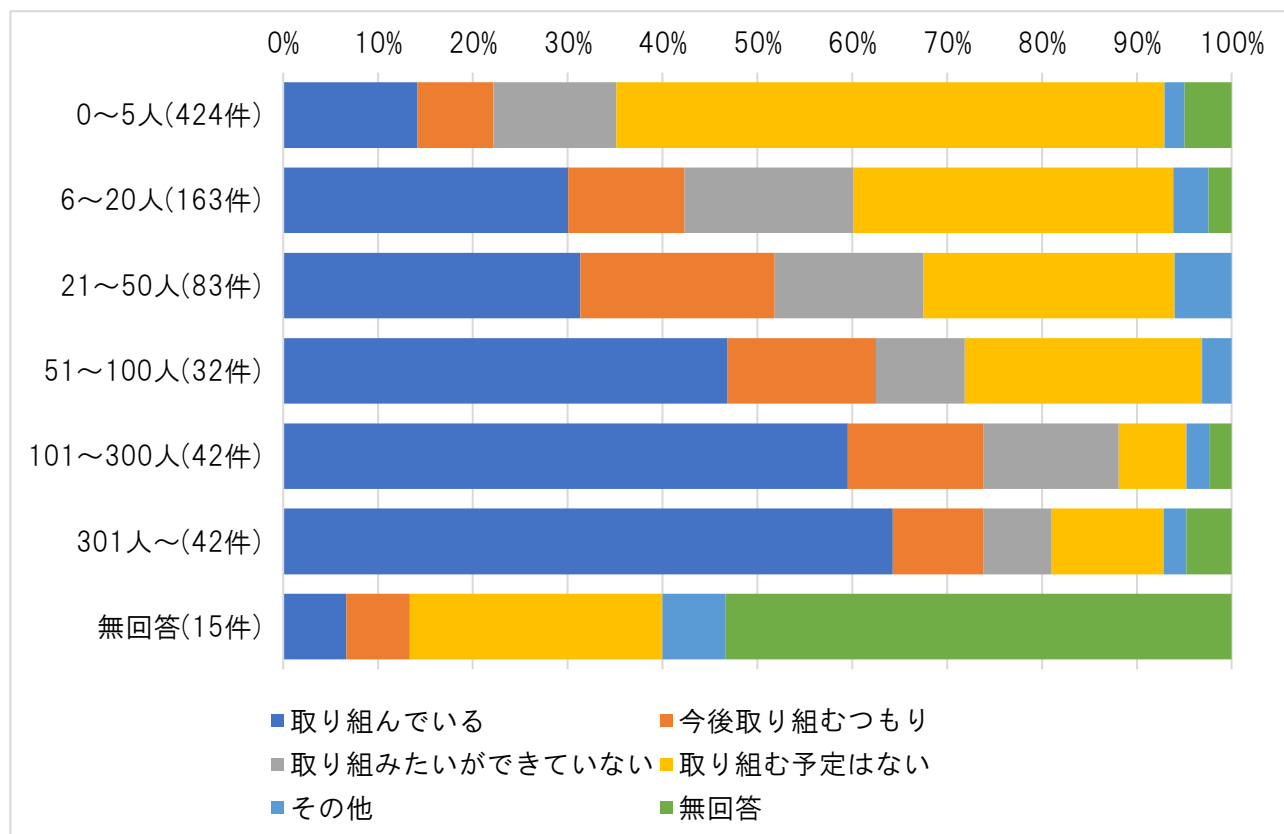


【その他の回答】

旧喫茶飲食業では無理と思う
小売業という業態上、対面せざるをえない
これからの当店には、デジタル化に必要を感じない。
コロナ再拡大等になれば一部分について非対面化も考える
今後の業種(新たな)及び業績による
障がい児対応のためマンパワーが必要
製造業なので難しい所だが、打ち合わせなどできる所は取り組んでいる
そんな業種ではない
チェーン店の為、本部一括。
できない
デジタル化が出来る職種ではない。
デジタル化出来ない(対面)
デジタルとは無関係の仕事のため必要なし
取り組みが計画はあるがその通りにしていない
猫のブリーディング中心なので必要ない
私の意見では答えられない 本社に問い合わせして下さい
我々運送業に何が出来るか分からない
経営者の考え方が不明

従業員数（問5）とのクロス集計を行ったところ、従業員数が多い（会社規模が大きい）事業所ほどデジタル化・DX化に「取り組んでいる」、取り組む意向を持っている割合が高くなる傾向にある一方、小規模な事業所ほどデジタル化・DX化に「取り組む予定はない」割合が高くなっています。

図 従業員規模別デジタル化、DX化への取り組み状況

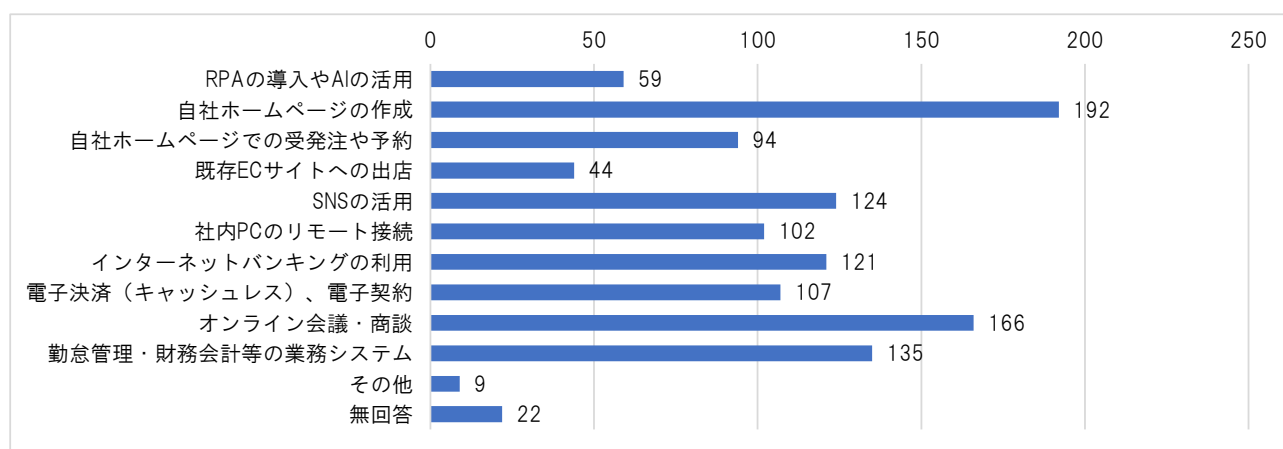


問 24 問 23 で1 から 3 を選択された方にお伺いします。取り組んでいるまたは取り組みたい内容をご回答ください。(複数選択可)

取り組んでいる、または取り組みたい内容では、「自社ホームページの作成」が 192 件(48.1%)で最も多く、次いで「オンライン会議・商談」166 件(41.6%)、「業務システム」135 件(33.8%)の順となっています。

各事業所の事情に応じたデジタル化等が進められているとともに、新型コロナの影響により可能な部分から非対面・非接触での業務が徐々に浸透していると考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	RPAの導入やAIの活用	59	14.8%
2	自社ホームページの作成	192	48.1%
3	自社ホームページでの受発注や予約	94	23.6%
4	既存ECサイトへの出店	44	11.0%
5	SNSの活用	124	31.1%
6	社内PCのリモート接続	102	25.6%
7	インターネットバンキングの利用	121	30.3%
8	電子決済(キャッシュレス)、電子契約	107	26.8%
9	オンライン会議・商談	166	41.6%
10	勤怠管理・財務会計等の業務システム	135	33.8%
11	その他	9	2.3%
	回答総数	1153	
	無回答	22	5.5%
	母数	399	100.0%



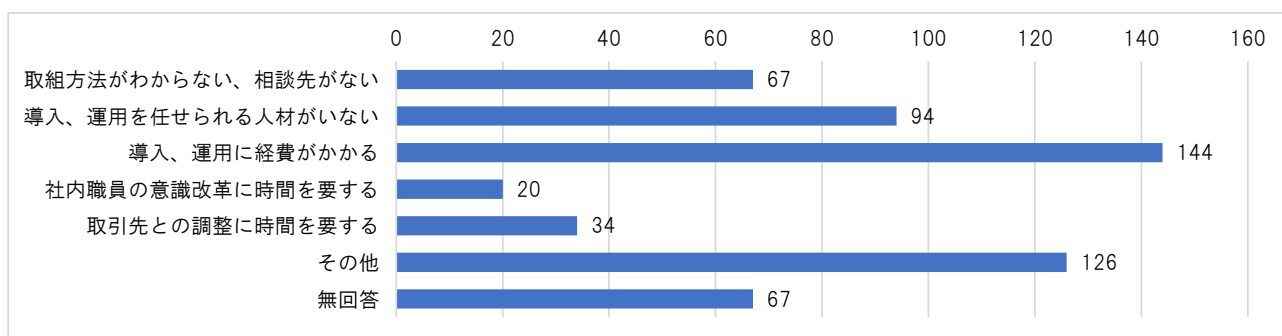
【その他の回答】

インスタなど始めた
新卒教育セミナーの Web 上受講
セルフレジの導入、タッチパネルの注文システム
不良品を取り除く選別機
レセコン
遠隔操作による化学分析業務

問 25 問 23 で3または4を選択された方にお伺いします。3または4を選択された理由をご回答ください。(複数選択可)

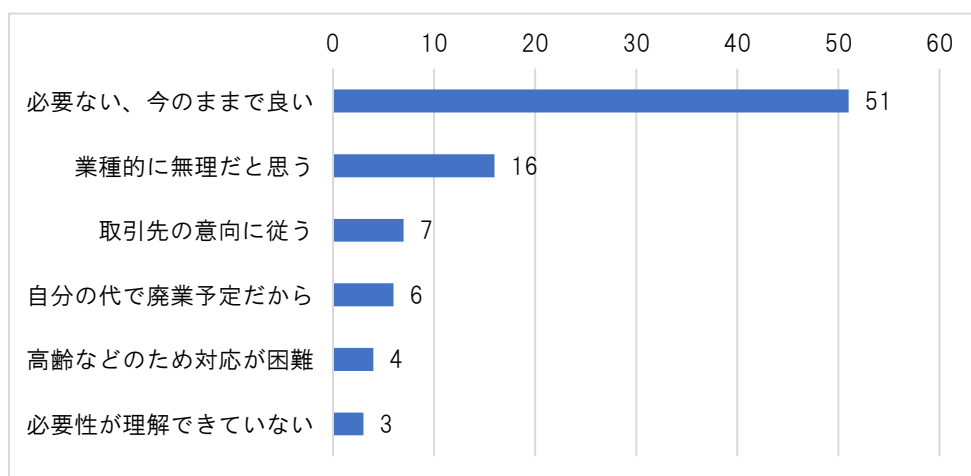
デジタル化等に取り組んでいない理由では、「導入、運用に経費がかかる」が144件(31.9%)で最も多く、次いで「その他」が126件(27.9%)、「導入、運用を任せられる人材がない」が94件(20.8%)、「取組方法がわからない、相談先がない」が67件(14.9%)の順となっており、「その他」を除くと、デジタル化等に取り組むためには、費用と人材、ノウハウが求められていることがわかります。

	選択肢	回答数	割合
1	取組方法がわからない、相談先がない	67	14.9%
2	導入、運用を任せられる人材がない	94	20.8%
3	導入、運用に経費がかかる	144	31.9%
4	社内職員の意識改革に時間を要する	20	4.4%
5	取引先との調整に時間を要する	34	7.5%
6	その他	126	27.9%
	回答総数	485	
	無回答	67	14.9%
	母数	451	100.0%



また、「その他」で具体的に回答があった意見を分類し、2件以上から回答があったものを集計すると以下の通りとなります。

「その他」とした理由としては、「必要ない、今のままで良い」が51件、「業種的に無理だと思う」が16件、「取引先の意向に従う」が7件であり、積極的・能動的に取り組む意向がない事業所が一定数あります。



【その他の回答】

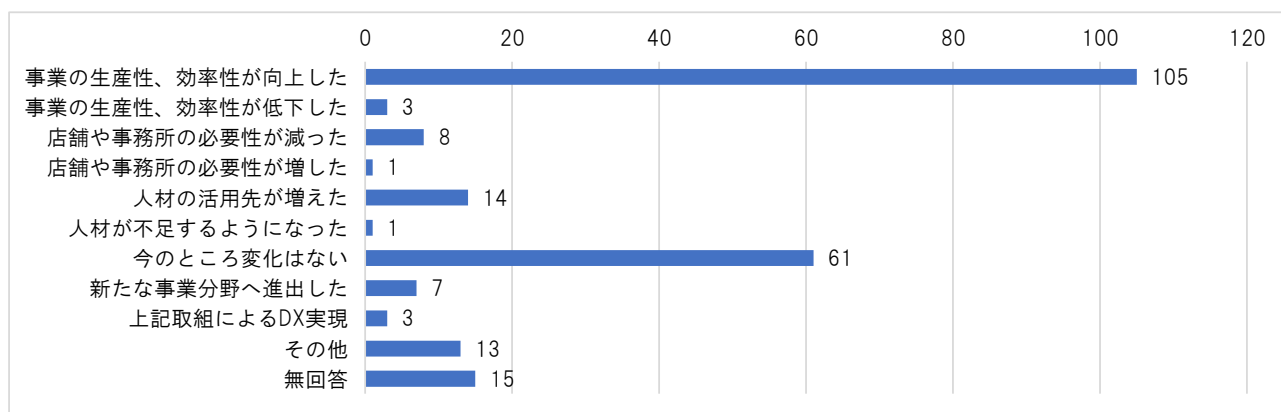
今の所必要としていない
今のままで良い
お客様も今のままで良いとの事なので
お客さんが年配の方が多から！
お客との対面の事業のため。
考えた事もない
業種的に不可能だと思う
近年に廃業を考えている
現在のパソコン等で充分運営ができています
現状のみ
この先そんなにやらないから
事業縮小予定につき
仕事の内容上無理だから
仕事的内容的にできない
自分も高齢者になっていて、意欲がなくなっている
小規模なので必要ない 教育に非対面なんてありえない
将来性がないので
職業的に対面が必要
職種的に無理
すべて取引先の意向に合わせており、独自に取り組む必要を感じない。
そのような業種ではない
そもそも運輸業で取り組めるものなのか
対面によるサービス業だからデジタル化出来ない
近い将来閉店予定
デジタル化したくない
デジタル化できない。対面が必要。
デジタル化不可
デジタル化では仕事ができない。
デジタル機器を仕事先に持ち込めない。
導入の必要性を感じない
特に必要性がない
特に必要はない
年齢的に無理
廃業の為
パソコンにて事務処理
非対面が出来ない仕事の為
必要がない
必要を感じない
必要を認めない
不要
フランチャイズ店で必要ない
閉店するから
まだ必要性がない。
メリット・デメリットが不明
予定がない
理解が難しい
業種的に当面は必要としない。業界全体のデジタル化に向けた取り組みが必要。
業務上、無理
県営住宅の家賃徴収が主業務であり、DX化についても県の制度によるため。
現状、その必要がない
実労働でしか出来ない
小さい教室なのに必要ない
先がない
早急な問題としていない。
対面でないと伝わらない

賃貸業の為
東京本社で運用しており、今のところ選択肢にない
導入する権限がない
費用対効果が期待できない
非対面で簡単に商売が出来るなら とっくの昔にやっている
本部に従うのみです

問 26 問 23 で 1 を選択された方にお伺いします。問 2 3 の取組の結果として該当する内容をご回答ください。(複数選択可)

デジタル化等に取り組んだ成果としては、「生産性、効率性が向上した」が 105 件(51.7%)で最も多く、半数以上の事業所がデジタル化の効果を感じており、「生産性、効率性が低下した」などの否定的な意見は少ない状況です。一方で「今のところ変化はない」も 61 件(30.0%)あり、一定の効果が出るまでに時間を要するケースもあると考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	事業の生産性、効率性が向上した	105	51.7%
2	事業の生産性、効率性が低下した	3	1.5%
3	店舗や事務所の必要性が減った	8	3.9%
4	店舗や事務所の必要性が増した	1	0.5%
5	人材の活用先が増えた	14	6.9%
6	人材が不足するようになった	1	0.5%
7	今のところ変化はない	61	30.0%
8	新たな事業分野へ進出した	7	3.4%
9	上記取組によるDX実現	3	1.5%
10	その他	13	6.4%
	回答総数	216	
	無回答	15	7.4%
	母数	203	100.0%



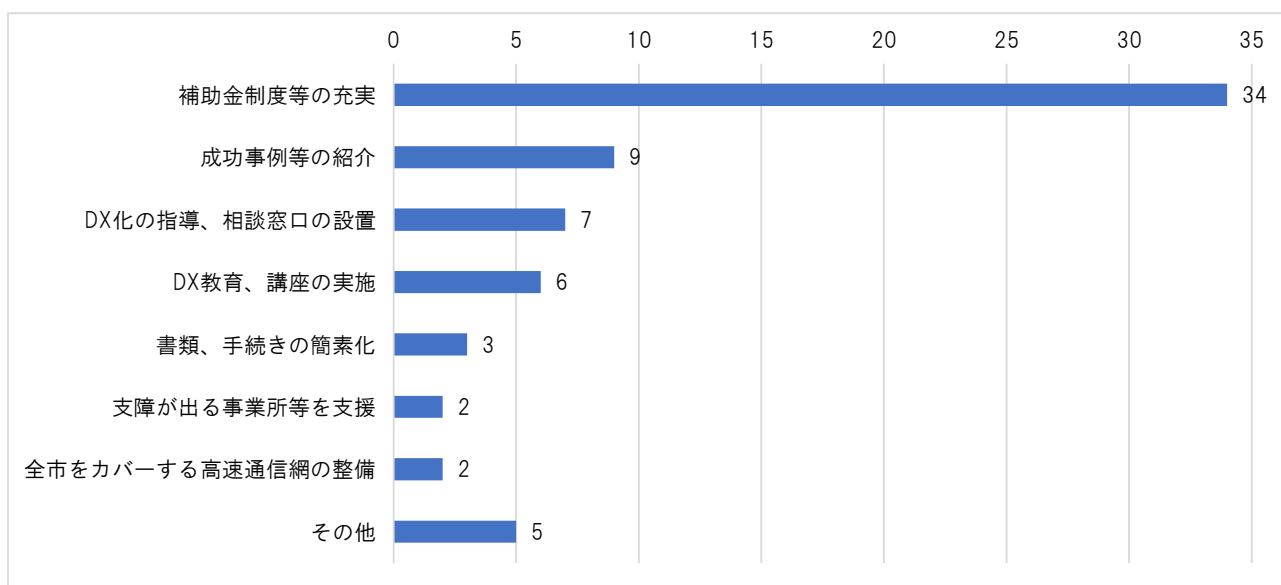
【その他の回答】

コロナ禍における外出自粛で店頭での売り上げ減少が続く中、ネット販売にて少し補う事が出来ている。
病気や環境の変化による離職がなくなり、定着率が高まった。また、体調不良の場合には遠慮なく在宅勤務を選択できるようになったことで、肉体的・精神的な負担が減り、また、欠勤者が出ないことで業務が回りやすくなった。
感染症対策
コロナ前からテレビ会議等に取り組んでいる。電子印活用による業務の簡素化を実施している。
新規のお客様がわずかですが増えた
ずっと以前よりデジタル化には取り組んでいる。そのためコロナ禍だからといって変化はない
そもそも、何がDXなのか、各社取組みレベルが違う。
はっきりと数値化しやすくなった
標準化
ホームページ作成により、ご家族等に施設の様子を見ていただけるようになった。
今後検討したいと思っています。
人事、勤怠管理、その他間接業務の効率化を進めたい。
生産管理より工場内をデジタル化し納期管理など 100%実現 OX+IOT+EMS を組み合わせて活動中 現場のロボットなどのCAMは設計室で制作、機械を止める事なく稼働、女性の採用の場が増大する
弊社がお客様へデジタル化・DXを推進する立場

問 27 デジタル化や DX を推進するにあたり、行政に期待する支援があればご回答ください。

行政に期待する支援を自由に記入いただいた意見のうち、2 件以上から回答があったものを集計すると以下の通りとなります。

意見の中では「補助金制度等の充実」が 34 件と最も多くあげられ、高い割合を占めています。以下「成功事例等の紹介」、「DX 化の指導、相談窓口の設置」、「DX 教育、講座の実施」があげられており、費用と人材、ノウハウが求められていることがわかります。



【その他の回答】

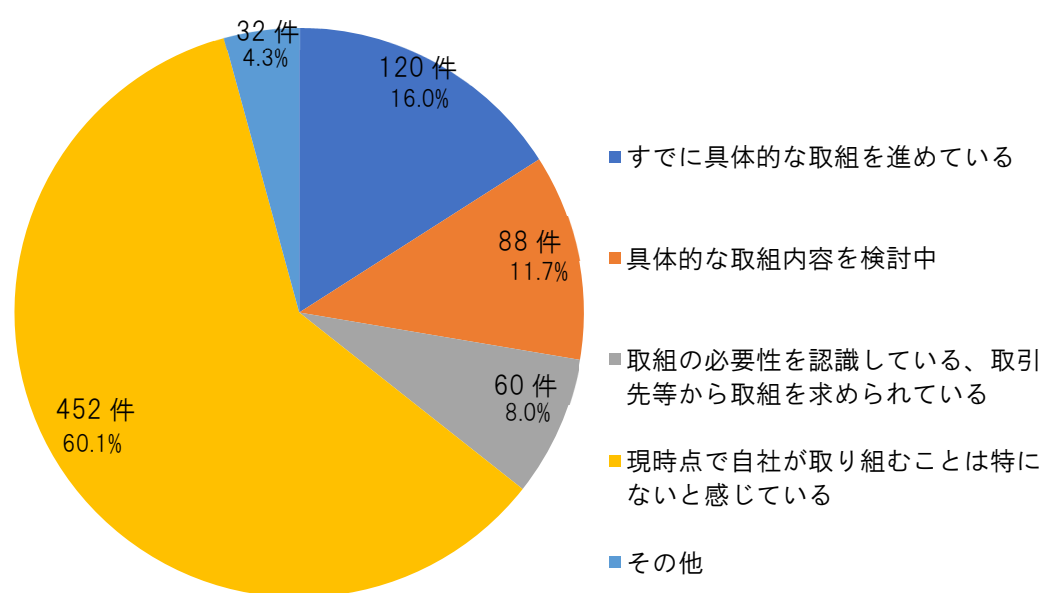
デジタル化ができない飲食サービスなどはどう対応すればよいのか？
期待していない
行政がまずデジタル化、犬猫登録のネット化
行政が率先して社内で進めてほしい
母体企業が行っているため、我々に支援の要請はない。

問 28 貴社の省エネルギー・脱炭素に関する取組状況をご回答ください。

省エネ、脱炭素への取組みは、「取り組むことは特にない」が 452 件(60.1%)で最も多く、回答者の約 6 割は現時点で省エネ、脱炭素に取り組むことが特にないと感じています。

一方、「すでに具体的な取組を進めている」が 120 件(16.0%)、「具体的な取組内容を検討中」が 88 件 (11.7%)、「必要性を認識している、取引先等から取組を求められている」が 60 件 (8.0%) となっており、今後、具体的な取組が増える可能性があります。

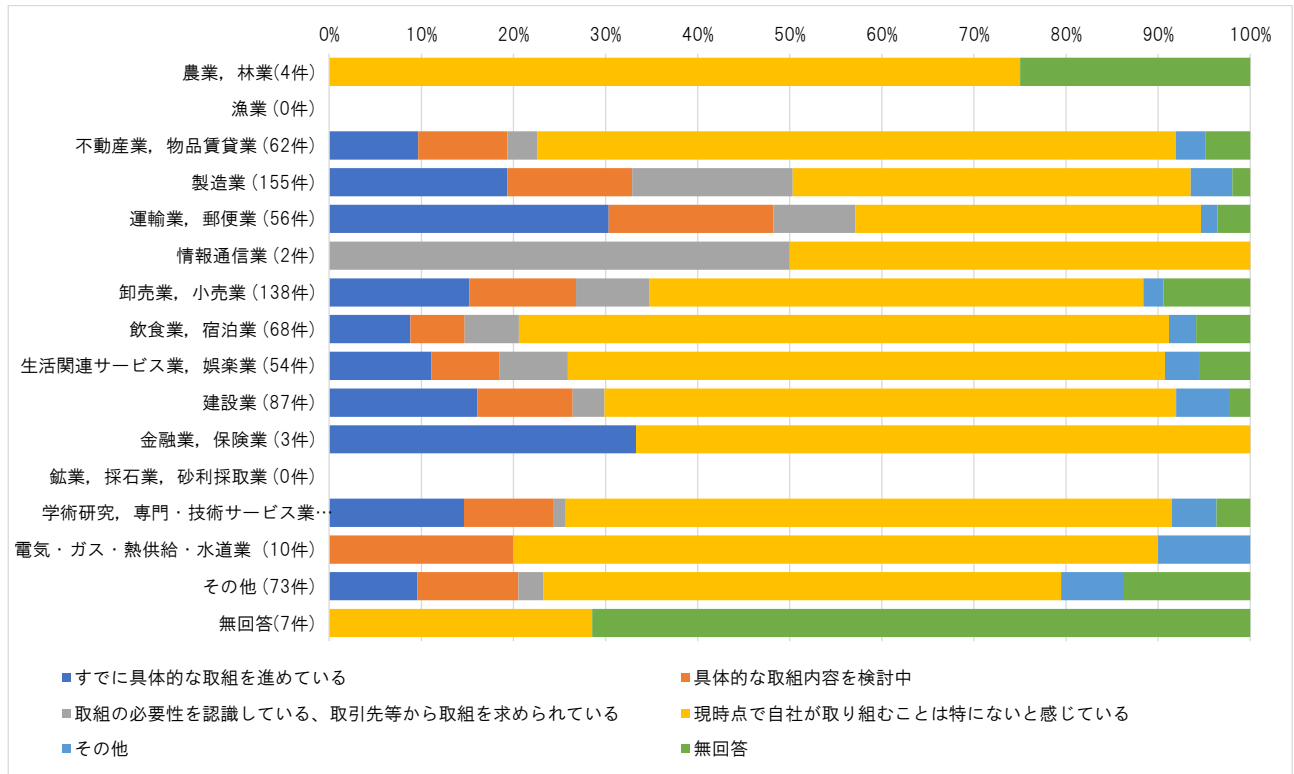
	選択肢	回答数	割合	割合(無回答)
1	すでに具体的な取組を進めている	120	16.0%	15.0%
2	具体的な取組内容を検討中	88	11.7%	11.0%
3	取組の必要性を認識している、取引先等から取組を求められている	60	8.0%	7.5%
4	現時点で自社が取り組むことは特にないと感じている	452	60.1%	56.4%
5	その他	32	4.3%	4.0%
	回答総数	752	100.0%	
	無回答	49		6.1%
	母数	801		100.0%



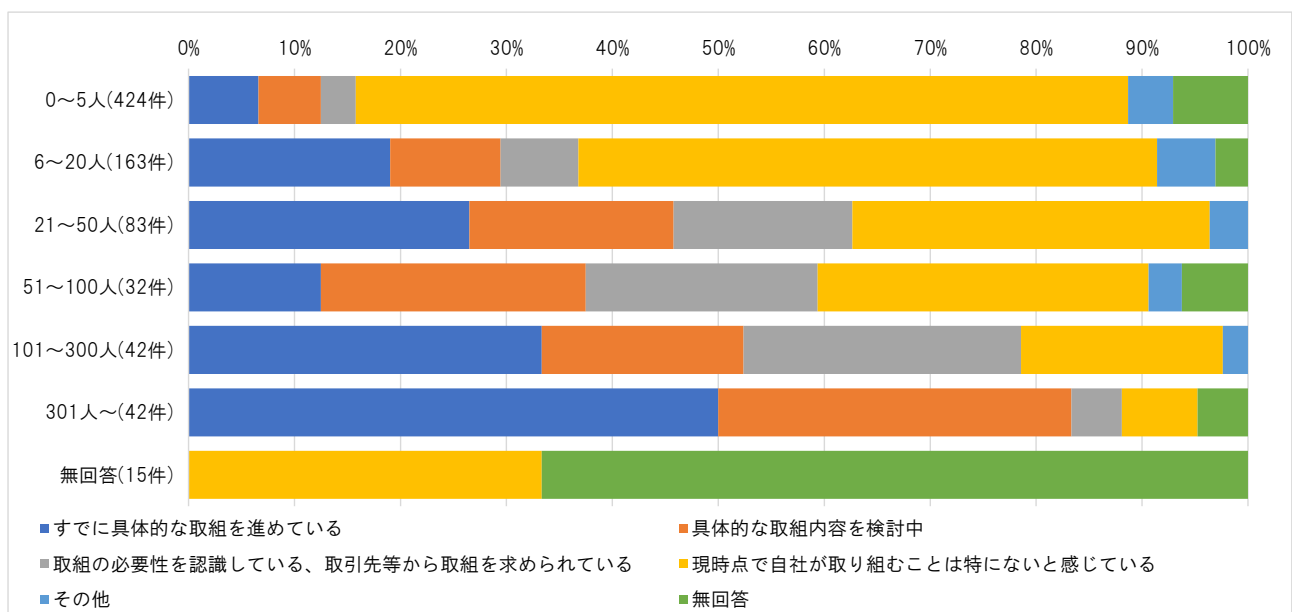
【その他の回答】

ISO14001
新たな顧客獲得したい
会社自体でなくカーボンニュートラルに対しての教育も実施
現時点でなにも考えていない。
今後考慮する
そういう商品をすすめている
そこまで手が回らない
太陽光発電、オール電化
できる範囲でやっている
取り組んでいない
何から取り組めばよいかわからない
ペーパーレスに向け検討
本社にて検討
本社に問い合わせして下さい
身近な小さなことは気をつけている…その程度
やれる範囲の事をする
よく分からない。
冷暖房設備の取り替えなど順次対応

省エネルギー等の取組は、業種（問2）や会社規模（従業員数、問5）によるエネルギー需要量等の差があると思われるため、以下のようにクロス集計を行ったところ、業種（問2）とのクロス集計では、「運輸業、郵便業」、「製造業」では、5割程度の事業所が今後、具体的な取組に繋がる可能性が見られますが、特に取組が進んでいる業種はありません。



従業員数（問5）とのクロス集計では、従業員数が多い事業所ほど「具体的な取組を進めている」、「具体的な取組内容を検討中」の割合が高い傾向にあり、今後の具体的な取組に繋がる可能性が高く会社規模による差が大きくなっています。

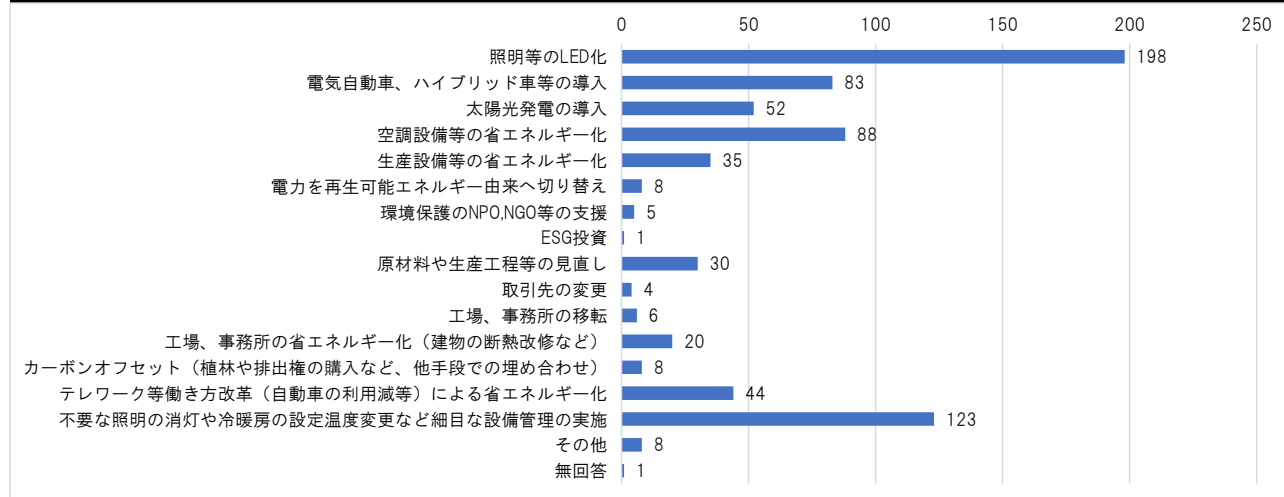


問 29 問 28 で 1 から 3 を選択された方にお伺いします。省エネルギー・脱炭素に向けた取組み内容を以下からご回答ください。(複数回答可)

具体的な取組み内容としては、「照明等の LED 化」が 198 件(73.9%)と最も多く、次いで「細目な設備管理の実施」が 123 件(45.9%)、「空調設備等の省エネルギー化」が 88 件(32.8%)、「電気自動車、ハイブリッド車等の導入」が 83 件(31.0%)の順となっています。

従来から普及している照明等の LED 化、照明やエアコンの節電の割合が高く、現状はできる範囲から取り組んでいると考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	照明等のLED化	198	73.9%
2	電気自動車、ハイブリッド車等の導入	83	31.0%
3	太陽光発電の導入	52	19.4%
4	空調設備等の省エネルギー化	88	32.8%
5	生産設備等の省エネルギー化	35	13.1%
6	電力を再生可能エネルギー由来へ切り替え	8	3.0%
7	環境保護のNPO,NGO等の支援	5	1.9%
8	ESG投資	1	0.4%
9	原材料や生産工程等の見直し	30	11.2%
10	取引先の変更	4	1.5%
11	工場、事務所の移転	6	2.2%
12	工場、事務所の省エネルギー化（建物の断熱改修など）	20	7.5%
13	カーボンオフセット（植林や排出権の購入など、他手段での埋め合わせ）	8	3.0%
14	テレワーク等働き方改革（自動車の利用減等）による省エネルギー化	44	16.4%
15	不要な照明の消灯や冷暖房の設定温度変更など細目な設備管理の実施	123	45.9%
16	その他	8	3.0%
	回答総数	713	
	無回答	1	0.4%
	母数	268	100.0%



【その他の回答】

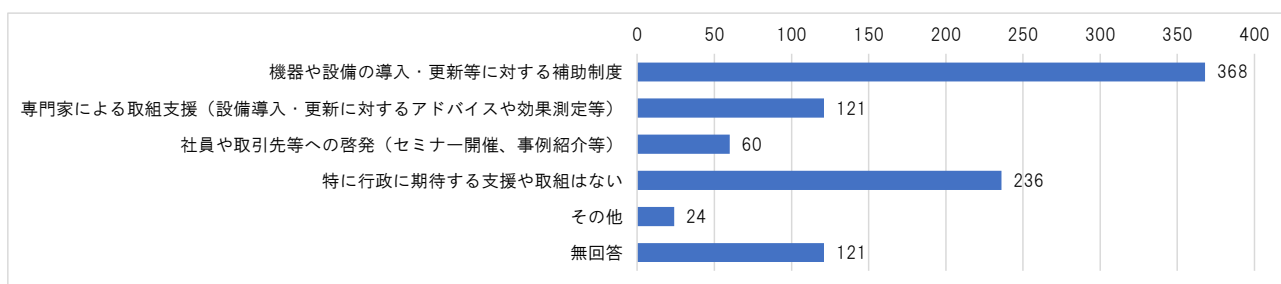
エコドライブの推進
買物袋をなくした
近距離通勤者（自動車利用）を、自転車・徒歩に切替え補助金支援
従業員の意識向上
水素を発生させ発電するシステムの開発
袋(お客様用)の有料化
未定
リサイクル材の導入

問 30 省エネルギー・脱炭素に取り組むにあたり行政に期待することをご回答ください。(複数選択可)

行政に期待することでは、「補助制度」が368件(45.9%)で最も多く5割弱を占めています。

次いで、「特にない」が236件(29.5%)、「専門家による取組支援」が121件(15.1%)の順となっており省エネルギー・脱炭素のさらなる取組普及には、費用や人材、ノウハウが求められているとともに取り組むことによる効果やメリットがより広く認識される必要があると考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	機器や設備の導入・更新等に対する補助制度	368	45.9%
2	専門家による取組支援(設備導入・更新に対するアドバイスや効果測定等)	121	15.1%
3	社員や取引先等への啓発(セミナー開催、事例紹介等)	60	7.5%
4	特に行政に期待する支援や取組はない	236	29.5%
5	その他	24	3.0%
	回答総数	809	
	無回答	121	15.1%
	母数	801	100.0%



【その他の回答】

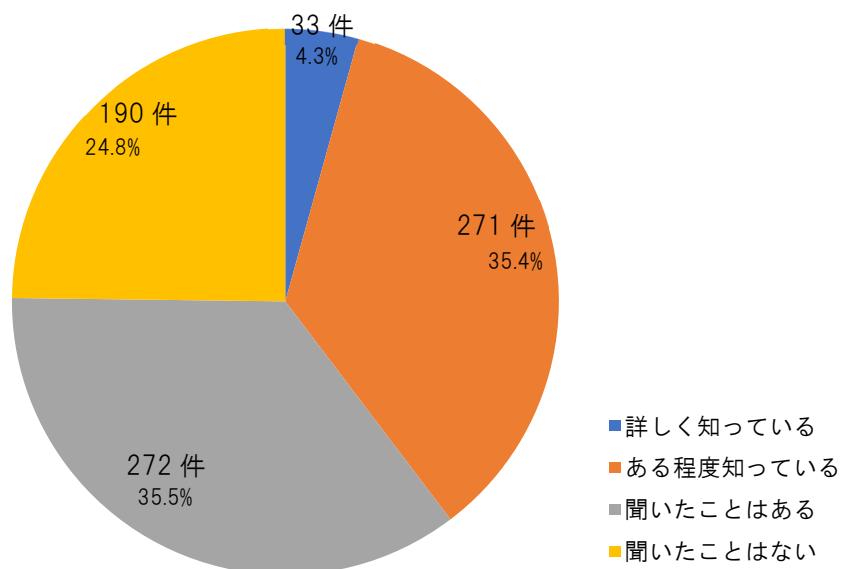
今現在でもトラック車両の高価が続いている。これ以上、運送業者に負担をさせないでほしい。
エアコン、加湿器等
コロナで換気しろと言っておいて、エアコン代かかっているのに一体どうやって電力を減らすのか謎 家電も増えてる 電力を火力発電してるなら全く意味ない 根本から考えてほしい 上っ面で言うだけならやめてほしい
制度理利用わかりやすく
多角的なデータに乏しい為正しいデータを多角的に揃える事が最優先
脱炭素が原発増進に向かれない様注意して欲しい
デイスービスをしているが、送迎車も車イス仕様の場合、ガソリン車しかない為なかなか貢献できていない
不利益や被害をこうむったさいの救済保証等
まず一番に行政が率先して行って頂ければ
よくわからない
企業が独自で行っていると思われる為、回答は控えます。
脱炭素とはいうが 実現することは無理 無理なことに時間を裂くなら他の事を考えてみるのも必要
脱炭素に乗っかって安易な税金の無駄遣いをしないでほしいです。

問 31 SDGs（持続可能な開発目標）をどのくらい知っていますか。

「詳しく知っている」は 33 件(4.3%)、「ある程度知っている」は 271 件(35.4%)、「聞いたことはある」 272 件(35.5%)で 7 割以上を占め一定の認知度があります。

一方で、「詳しく知っている」は 33 件(4.3%)、「ある程度知っている」は 271 件(35.4%)で 4 割程度にとどまり、「聞いたことはない」が 190 件(24.8%)あり理解度は大部分では進んでいない可能性もあります。

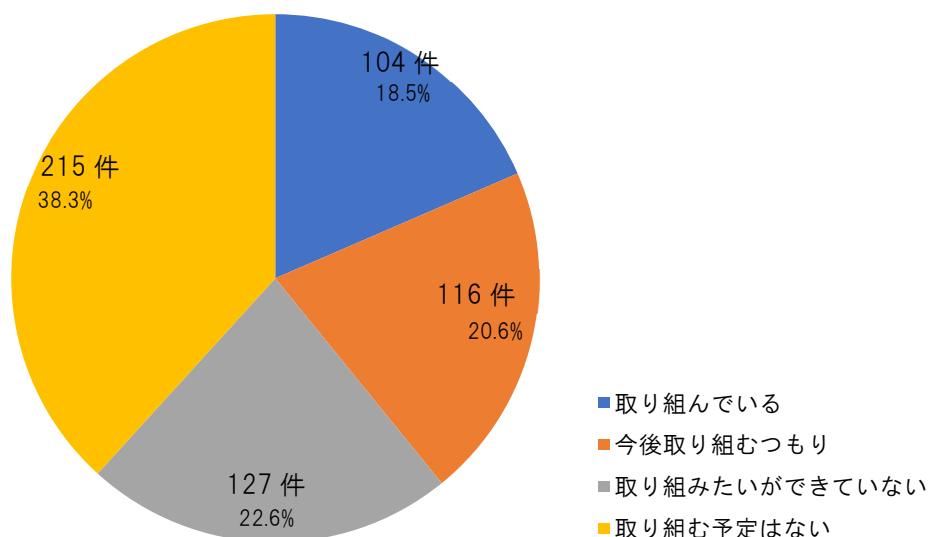
	選択肢	回答数	割合	割合（無回答）
1	詳しく知っている	33	4.3%	4.1%
2	ある程度知っている	271	35.4%	33.8%
3	聞いたことはある	272	35.5%	34.0%
4	聞いたことはない	190	24.8%	23.7%
	回答総数	766	100.0%	
	無回答	35		4.4%
	母数	801		100.0%



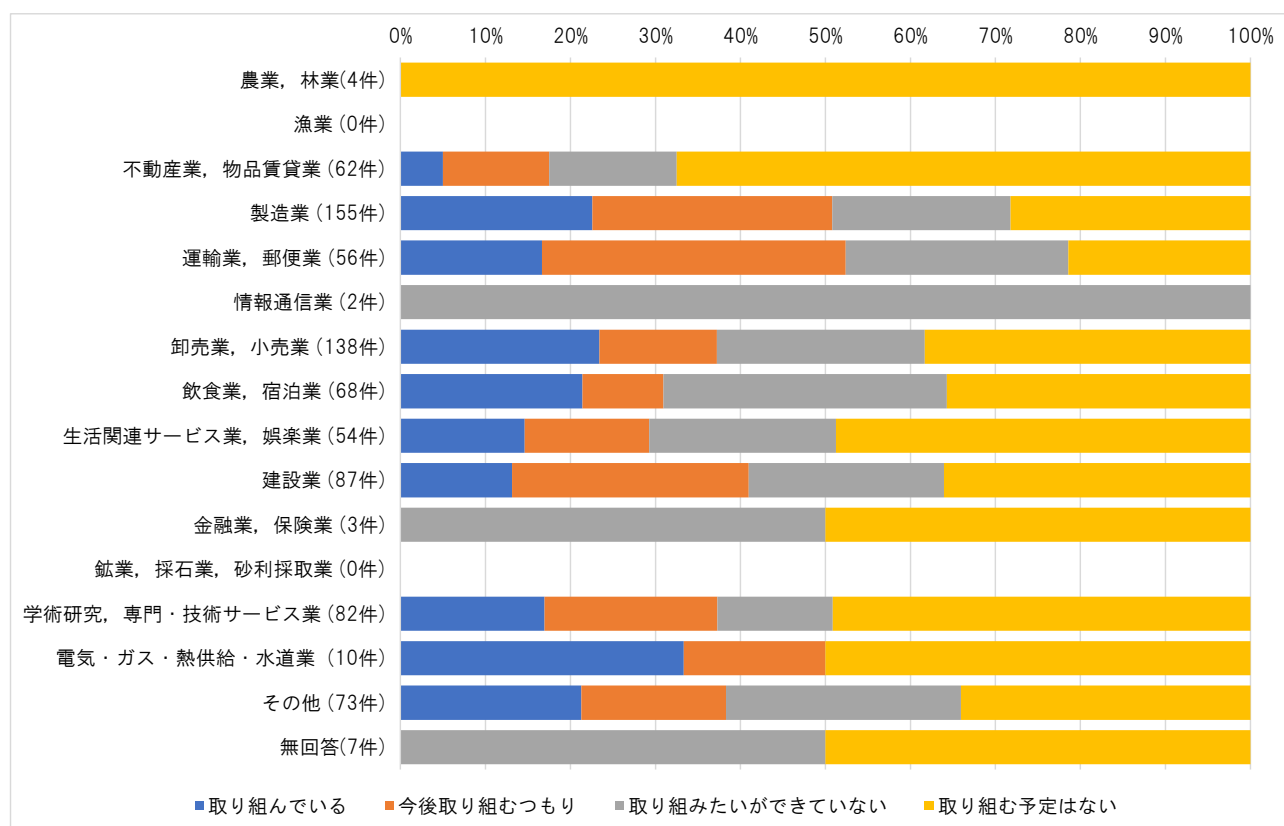
問 32 問 31 で 1 から 3 を選択された方にお伺いします。貴社の業務で SDGs を意識した取り組みをしていますか。

SDGs を意識した取り組み状況は、「取り組む予定はない」が 215 件(37.3%)で最も多く 4 割弱を占めています。次いで「取り組みたいができていない」が 127 件(22.0%)、「今後取り組むつもり」が 116 件(20.1%)、「取り組んでいる」は 104 件 (18.1%) にとどまり、現時点で具体的な取り組みをしている事業所は多くはありません。

	選択肢	回答数	割合
1	取り組んでいる	104	18.1%
2	今後取り組むつもり	116	20.1%
3	取り組みたいができていない	127	22.0%
4	取り組む予定はない	215	37.3%
	回答総数	562	
	無回答	14	2.4%
	母数	576	100.0%

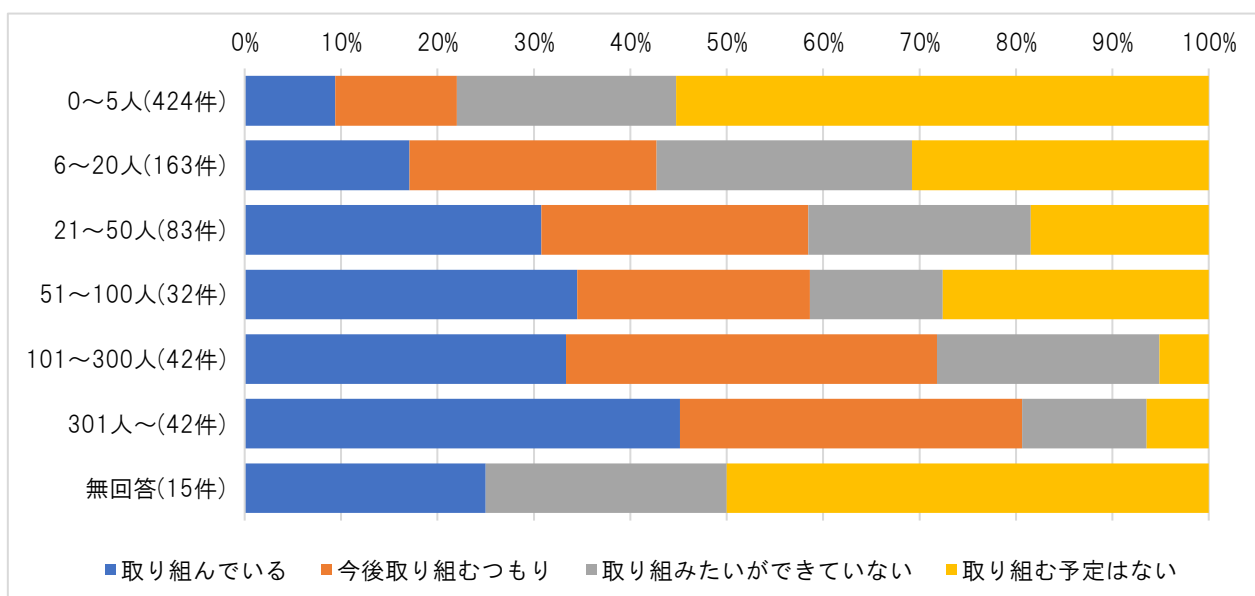


業種（問2）や会社規模（従業員数、問5）によりクロス集計を行ったところ、「電気・ガス・熱供給・水道業」が「取り組んでいる」割合が最も高くなっていますが、全体的には業種による差はあまりありません。



従業員規模でみると、規模が大きい事業所の方が取組み状況、今後の取組み意欲共に高いことがわかります。

従業員数（問5）とのクロス集計では、従業員数が多い事業所ほど「取り組んでいる」と「今後取り組むつもり」の占める割合が高くなっており、取組意欲は会社規模に概ね比例しています。



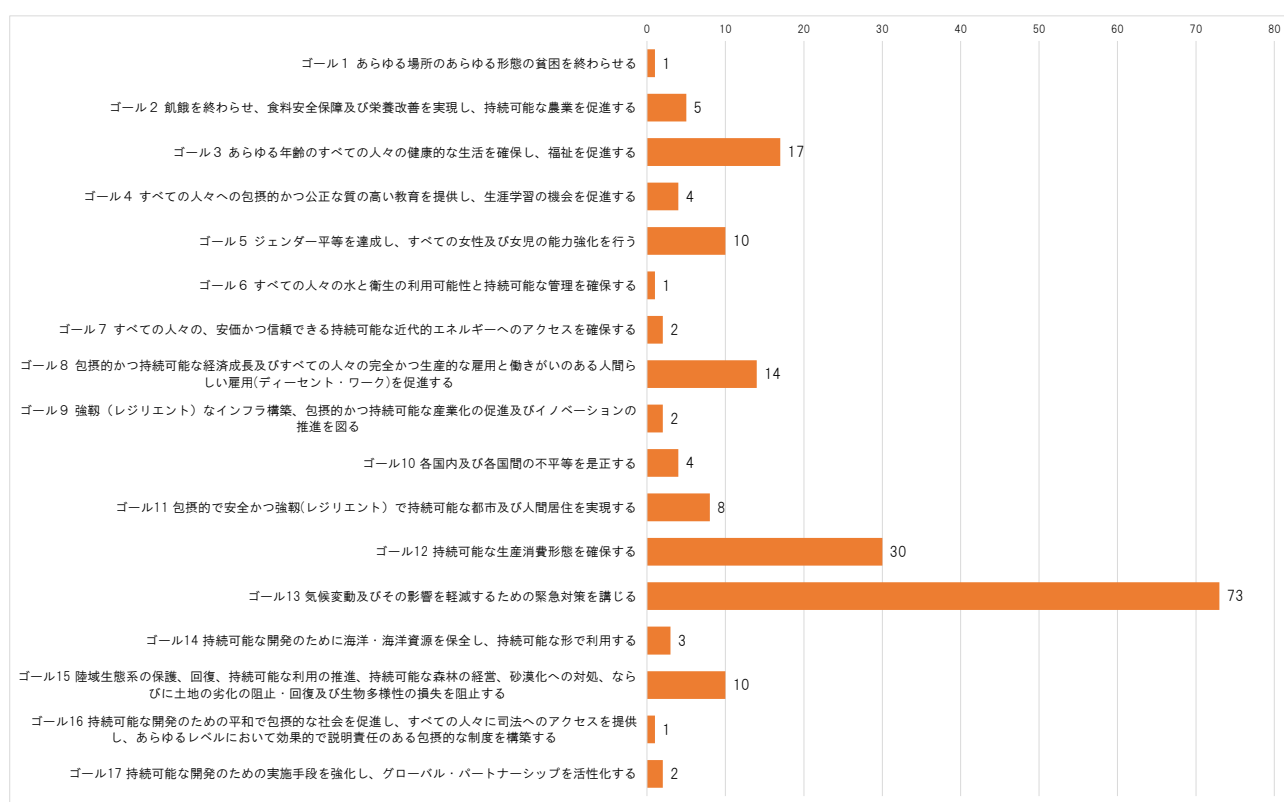
問 32 で 1 から 3 を選択された方

問 33 貴社が SDGs と位置付けて取り組んでいる又は検討していることがあればご回答ください。

自由に記入いただいた回答を SDGs の項目別に整理すると以下の通りとなり、「ゴール 13 気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる」が 73 件と最も多く、次いで「ゴール 12 持続可能な生産消費形態を確保する」が 30 件、「ゴール 3 あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する」が 17 件となっています。

ゴール 13 の具体的内容は、照明の LED 化、設備や機器の省エネ化、省エネ活動の推進、クリーンエネルギー化などがあげられており、省エネルギー・脱炭素化の取組みともリンクしています。

ゴール 12 では、リサイクルの推進、廃棄物の削減などがあげられています。ゴール 3 では、ダイバーシティ、ジェンダー平等への取組みなどがあげられています。



- 01 (貧困をなくそう)・・・当然の事ですが、最低賃金・残業代全額支給・賞与も年二回支給しています
- 02 (飢餓をゼロに)・・・当社では今年度、子ども食堂(岩倉市)へ支援をさせていただいております。
- 03 (すべての人に健康と福祉を)・・・当社では従業員全員の健康診断とインフルエンザ予防接種を負担しています。コロナワクチン休暇制度有。
また、健康を考えたメニューのお弁当もパートも含む従業員全員に支給しています。
- 04 (質の高い教育をみんなに)・・・今後当社では工業系の学校の新設の為にふるさと納税制度を利用した支援を検討中です。
- 08 (働きがいも経済成長も)・・・当社ではすべての従業員の賃金アップを計画的にしております。
- 09 (産業と技術革新の基盤をつくろう)・・・国内の技術産業の衰退防止の為に、研究に力を入れていく計画を立てています。
- 10 (人や国の不平等をなくそう)・・・当社では外国籍の従業員も日本人と同じ賃金で採用しています。
- 12 (つくる責任つかう責任)・・・当社の製品造りは常に使用される先(完成・その後)を意識している
- 食支援活動団体に対する、物流機能としての役割を果たし、地域貢献する
- 飢餓をゼロに すべての人に健康と福祉を 陸の豊かさを守ろう
- SDGsの課題を意識したグループ会社の環境方針として、エコビジョン2030を掲げて活動している。
- 高齢で一人暮らしの方の送迎サービス等

ゴール3, 8 働き方改革
ゴール14, 15 廃棄物の有効利用(竹炭) 他
ジェンダー平等 女性の活躍
つくる責任つかう責任 廃棄物の発生防止、削減、再生利用及び再利用
食育 まちづくり 気候変動 健康と福祉
ショッパーの廃止、お客様の健康と美容のお手伝い 空き箱の再利用
体調及び健康管理
ダイバーシティ、健康への取組み こども食堂などへの賞味期限が近い商品の寄付など
ダイバーシティ経営・労働整備、製品開発、環境、共存共栄を掲げてSDGs 宣言済
働きやすい環境
貧困撲滅、ジェンダー平等、環境の持続可能性確保と云われてもサービス業で具体的に何をすれば良いか見えない。
保健・ジェンダー・不平等
全ての人に健康と福祉を、働き甲斐も経済成長も、人や国の不平等をなくそう、つくる責任つかう責任、陸の豊かさも守ろう
質の高い教育をみんなに、クリーンエネルギー化、技術革新の基盤づくり
ジェンダーの平等
働きがいも経済成長も
資源の再利用、男女差別しない
女性活躍
ダイバーシティの推進
平等
検討中。7.エネルギーをみんなに。そしてクリーンに。15.陸の豊かさを守ろう。
(8 働きがいも経済成長も) 資格取得支援制度を創設し、職員のスキルアップ・ステップアップに繋げる応援体制を行っています。
経営資源を集約して、効率UPをしている。
経営指針書に取り入れている
働く環境づくり、エコ商品の採用、もの造りに対しての環境影響低減
下水道のメンテナンスという事業がSDGsと合致しており、事業を継続していくこと
環境に負荷の少ない地盤改良工事の推進
#12の目標達成のためリユースの活用をすすめたい。
・製造時に出る金属の端材は廃棄処分していたが、それを活用して製品開発した。(アルミ風鈴の製造、販売をしている)
・モノづくりがこれからも持続可能な産業であり続けるためにできること(仕事のやりがいを広く知ってもらう、興味を持ってもらうなど)を考え、それらを地域へ積極的に発信・活動している。(地元高校のインターンシップ受入、こまきこども未来館で「交流・体験CAMP」に出展、こまきこども未来大学への参加など)
エコバックの使用を薦める ビニール袋の廃止
期限切れ商品の廃棄減少化 在庫管理の徹底等。
原材料のリサイクル、廃棄物類のリサイクル
ゴミ削減の取り組み
産業廃棄物を少なくする
省エネ、脱炭素は環境ISOの中で少しずつ取組を行っています。
省エネ建築住宅の検討等
小さなことですがふだんは捨ててしまう野菜の芯などでだしをとリスープにしたり、廃棄したりする食材がないように心がけている。コーヒーの残りかすを畑をやっている方に使ってもらう。
つかう責任つくる責任、陸の豊かさを守ろうなど。
つくる責任 つかう責任
電気の節約 ゴミの削減 再利用
廃材を利用した商品開発
無駄な出勤・出張を抑えるようにしている
今までは、原材料のリサイクルを他社に依頼していたが、原材料のリサイクルのための設備を1台だけ導入してみた。資金があれば10台導入したい。
生産活動でのCN削減
廃材の活用
(7)のエネルギーをみんなにそしてクリーンに 当社工場には、太陽光発電パネル設置済、省エネという視点からも電気の節約を推進検討

<ul style="list-style-type: none"> ・ISO17025 取得、高度な分析技術提供（最新分析機器導入による分析の効率化） ・定時退社奨励活動 ・災害時のボランティア活動 ・ハイブリッド車の導入
<ul style="list-style-type: none"> ・カーボンニュートラル ・廃棄物削減
<ul style="list-style-type: none"> ・省エネルギー・脱炭素に向けた取り組み ・障害者支援 ・地域社会貢献(塗料の無償提供など)など
<ul style="list-style-type: none"> ・ストーンペーパーを活用した環境にやさしい（森林保全、水質保全、CO2 排出削減）商品の企画販売・地域貢献活動等
<ul style="list-style-type: none"> ・太陽光発電導入 ・照明 LED 化
<ul style="list-style-type: none"> ・廃材分別の徹底 ・人材育成
CO ₂ 排出削減のための植物増加
LED 化
LED 照明化を進め、給電設備（キュービクル）の一部を減らし 100 ボルト電源化。
PET 製の資材・製品の削減
アイドリングストップ ゴミ等リサイクルの徹底等
買物袋
ガソリン節約
紙類の有効利用
環境に配慮した材の提案
環境問題
期限切れ在庫をなく様にする EV 化
コスト面での問題がある 脱プラ
資源の再生事業
資材のリサイクル
省エネ対策、節エアコン
省エネルギー化
省エネルギー化
照明の LED 化
照明の LED 化・設備の省エネ化-骨・油脂のリサイクル・HACCP 認証・SDS の活用・原料のトレーサビリティ管理
職場内の省エネ化
太陽光発電の導入、環境保護の NPO・NGO 等の支援、工場・事務所の移転、工場・事務所の省エネルギー（建物の断熱改修など）
電気・水素自動車とか太陽光発電
生ごみを堆肥にし、作物を作るのに利用する
フードバンクへの商品提供
フードロス削減・3010 運動の推進
プラごみの削減・生ごみの堆肥
プラスチック製品の排除
古くなった空調設備を新しくするなど。
ペーパーレス
ペーパーレス、電力使用量削減、ワクチン寄付等
ペーパーレス化
ペーパーレスを検討
ペーパーレス化・節電
ペットボトルキャップの回収
ペーパーレス
リサイクル率、分別化の強化他
環境への配慮とクリーンエネルギーの使用や省エネなど身近な持続可能な取り組みを行なっていこうと画策しています。
環境マネジメントシステム（ISO14001）取得に向け本社にて活動中。
既存認証を受けている環境 ISO の社内取り組みと重なるところがあり、この取り組みをベースに、社内周知と啓発を実施中。
資源をリサイクル業者に、依頼して回収してもらっている
事業活動による不必要な電力の削減や、取引先間における梱包材などの見直しなど
省エネルギー

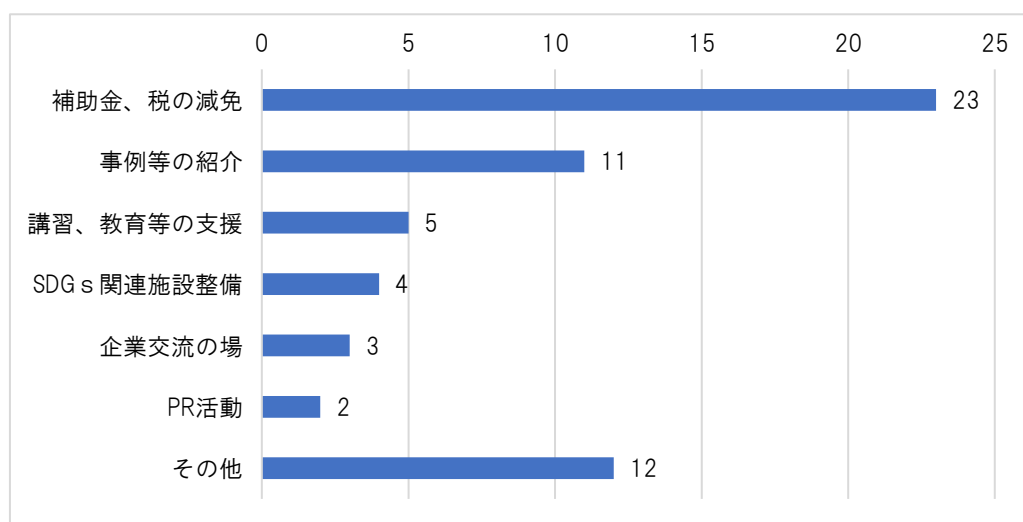
省資源・省エネ・働きがいの有る職場・幸せな生活環境
食材の効率利用 仕込みの効率化
人材育成 ゴミ削減 地域貢献 食品など安全安心
生産におけるカーボン削減、リサイクル
製品にバイオマス原料などを使用
節電 LEDへの切り替え等
太陽光発電の推進
太陽光発電の導入、EV充電器の設置
弊社はスポーツ用品店（野球専門店）兼バッティングセンターの為、地域の健康的な活動をサポートさせて頂いています。 またお客様にもスポーツ用品など新品の購入をするより修理をして使える内容があればそのつど説明をさせて頂いています。
目標7：エネルギーをみんなにそしてクリーンに に対して太陽光発電の導入を行った。
海洋資源を持続可能な形で利用する
環境プログラム 海岸清掃 14 海の豊かさを守ろう
FSC 認証制度の導入
有機農業者、新規就農者の応援 今後検討したいと思っています。 「弊社で何ができるのか。」そこからの話。
17 項目の中での必要性の物を考えている
SDGs の学習をすすめる
SDGs のコンサルタントを入れて、勉強会から目標設定までを行い、その内容を外務省のホームページに載せて頂いた
SDGs を企業に指導している
SDGs を見据えた自社製品の開発
SDGs 活動の宣言、ESG 経営の導入
金融機関(取引銀行)を通じて検討中
グローバルなパートナーシップの推進を検討している
ごはんを残さず食べる。
小牧版 SDGs 登録済み、年間生産物のロスを5年で1%以下にする 造る責任使う責任 食品ロスを1%以下にする
コロナの中プラスチック製品を減らしていきたいと思っても無理。使い捨てにすることが経費となったり、難しい
仕事上何から始めたらよいか判らない
人材育成
人材不足
製造している機械への導入等
節電
宣言済み
専門家に指導をうけている
勉強中
本社に問い合わせ下さい
まだ不明です
レッスン教室をオンラインに効率化した e-tax をやり始めるように検討
外注先への説明など
具体的なものはありません
今後取り組み内容を精査していく段階
社員の意識改革教育その他
親会社が主導で対応していて、具体的には把握していない。
宣言をするために、内容を精査中。

※SDGs 項目番号のみの記載など、具体的な内容がわからない回答は除く

問 34 SDGs を推進するにあたり、行政に期待する支援があればご回答ください。

行政に期待する支援を自由に記入いただいた意見のうち、2件以上から回答があったものを集計すると以下の通りとなります。

「補助金、税の減免」が 23 件で最も多く、「事例等の紹介」が 11 件、「講習、教育等の支援」が 5 件となっています。また「SDGs 関連施設整備」では、電気自動車への給電施設の整備、バス等の公共交通の整備などがあげられています。



SDGs 関連のイベント
SDGs 取組企業に対する給付金
SDGs を推進するための補助金等
機器の補助制度、事例紹介
機器や設備の導入・更新等に対する補助制度
クリーンエネルギー導入に対する、補助金の拡充
助成金・補助金申請の簡略化
助成制度の整備
税制優遇
導入に対する補助、助成金等
導入補助
補助金
補助金の拡中
補助制度の充実
原材料のリサイクルに取り組むための設備導入の補助金制度
柔軟に活用出来る助成金があると検討しやすい
助成金が欲しい
製品の購入使用、実績作りの支援
対象案件別に補助金の設定
地域に向けての活動に対する経費の補助や、大手メディア（新聞、テレビなど）を使った大々的な広報。
補助金、助成金。必要性は十分に理解しているが、今割ける資金が無い。
補助金の支援
補助金の充実
補助金等の拡充
SDGs 認知度をもっと上げて欲しい。知らない人がまだまだ多いので、PRの方法をもっと充実出来ればと感じます。
方向性を強く主張し、それに対する支援・各家庭でもエネルギーの節約工夫をうったえる。
169 の具体的な達成基準の視覚化

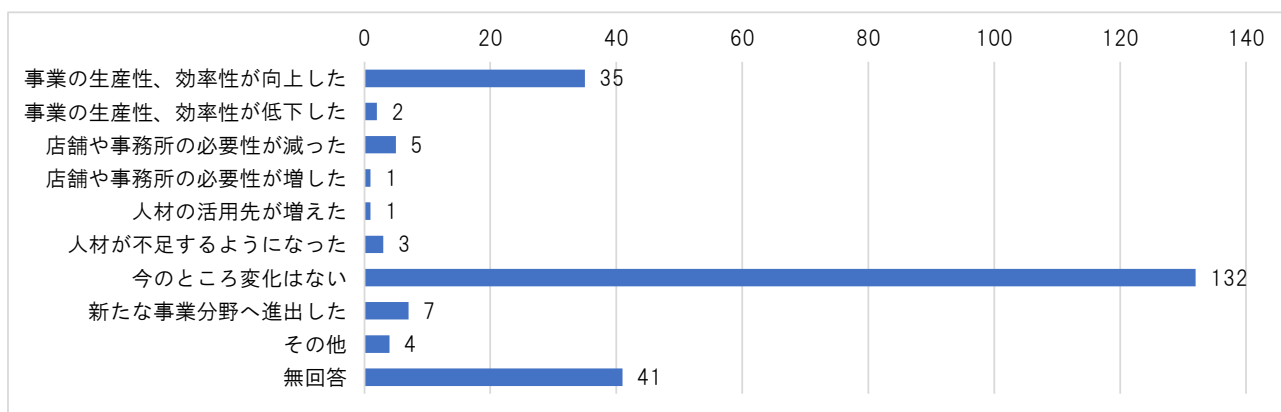
SDGs 取組企業に対するアピール支援
SDGs に取り組んでいる小牧市の企業をもっと取り上げてほしいです。
簡単な例示の周知
業務毎に具体例を示してほしい。
具体的な取組事例の共有
市の取組の紹介など
身近な事例をわかりやすく紹介して欲しい
事例紹介
他社事例のご紹介を頂けると幸いです。
新しい技術の紹介など
上記を目指すために企業と企業をつなげてほしい
他の企業とのコラボ
異業種との意見交流会
SDGs の基本的セミナー
市民にわかりやすいレベルで行ってほしい
セミナー等の充実
範囲が広いが、業務の効率化、DX に関する教育の拡大など
勉強会等
高齢の方が巡回バスを利用しても乗り換えが多く大変。せめて役所・病院に行く時は、予約で家の近くまで迎えの車があると良いと思います。同日であれば複数人でも良いと思います。
電気自動車の電気供給スポットがもっとたくさんあれば…
食品ゴミ（麺類）の処分設備を考えて欲しい
零細・中小企業への啓蒙・補助拡充
推進している企業への認定制度を期待します
SDGs 自体をよくわかってないので、期待する支援など分かりかねます。
小牧市内での、プラスチック製品の販売を禁止する。テイクアウトの食器をプラスチック禁止にする。
ゴミ、空気、電気、工場、排気ガス、車 小牧は空気が汚い
事業者の負担を増やす取組なら意味がない
指導して欲しい
戦争をしない
ターゲットを絞り込めない
まずは雇用確保できるように住みたい小牧の創設
子供服のリユース以外にも日曜雑貨や家具なども行ってほしい
小牧市 SDGs 未来都市計画を進めていただければ充分支援になると思います。
製造業で SDGs は売上とリンクさせる事がとても難しいと感じています。（結局どこかへ寄付したりお金を使う事でしか出来ない）。
その為 SDGs をすることで会社に利益として還元（循環）されないと続けていくのは難しいと感じています。
当社では 04 番の教育の部分で、企業版のふるさと納税で高校や大学への寄付を検討しています。
しかし現状、愛知県内の学校はなく、あまり遠い何の所縁もない学校へ高額の寄付をする事も悩みます。
なので、市内とまでは言いませんが、県内の工業大学・高校などに寄付が出来て学生たちに当社の事も知っていただけると一番理想的だなと思っています。
先陣をきって、具体的な目標、実施内容の例を見せ続けてほしい
良い企画官民で
官は長期継続、担当が変わると消滅して行きがち

問 35 問 28 で 1、問 32 で 1 を選択された方にお伺いします。省エネルギー、脱炭素、SDGs への取組の結果として該当する内容をご回答ください。（複数選択可）

省エネルギー、脱炭素、SDGs の取り組みの成果では、「今のところ変化はない」が 132 件(58.9%)で最も多く、次いで「事業の生産性、効率性が向上した」が 35 件(15.6%)となっており、否定的な意見は少ないものの、現状ではまだ効果を実感できない状況の方が多くなっています。

	選択肢	回答数	割合
1	事業の生産性、効率性が向上した	35	15.6%
2	事業の生産性、効率性が低下した	2	0.9%
3	店舗や事務所の必要性が減った	5	2.2%
4	店舗や事務所の必要性が増した	1	0.4%
5	人材の活用先が増えた	1	0.4%
6	人材が不足するようになった	3	1.3%
7	今のところ変化はない	132	58.9%
8	新たな事業分野へ進出した	7	3.1%
9	その他	4	1.8%
	回答総数	190	
	無回答	41	18.3%
	母数	224	100.0%

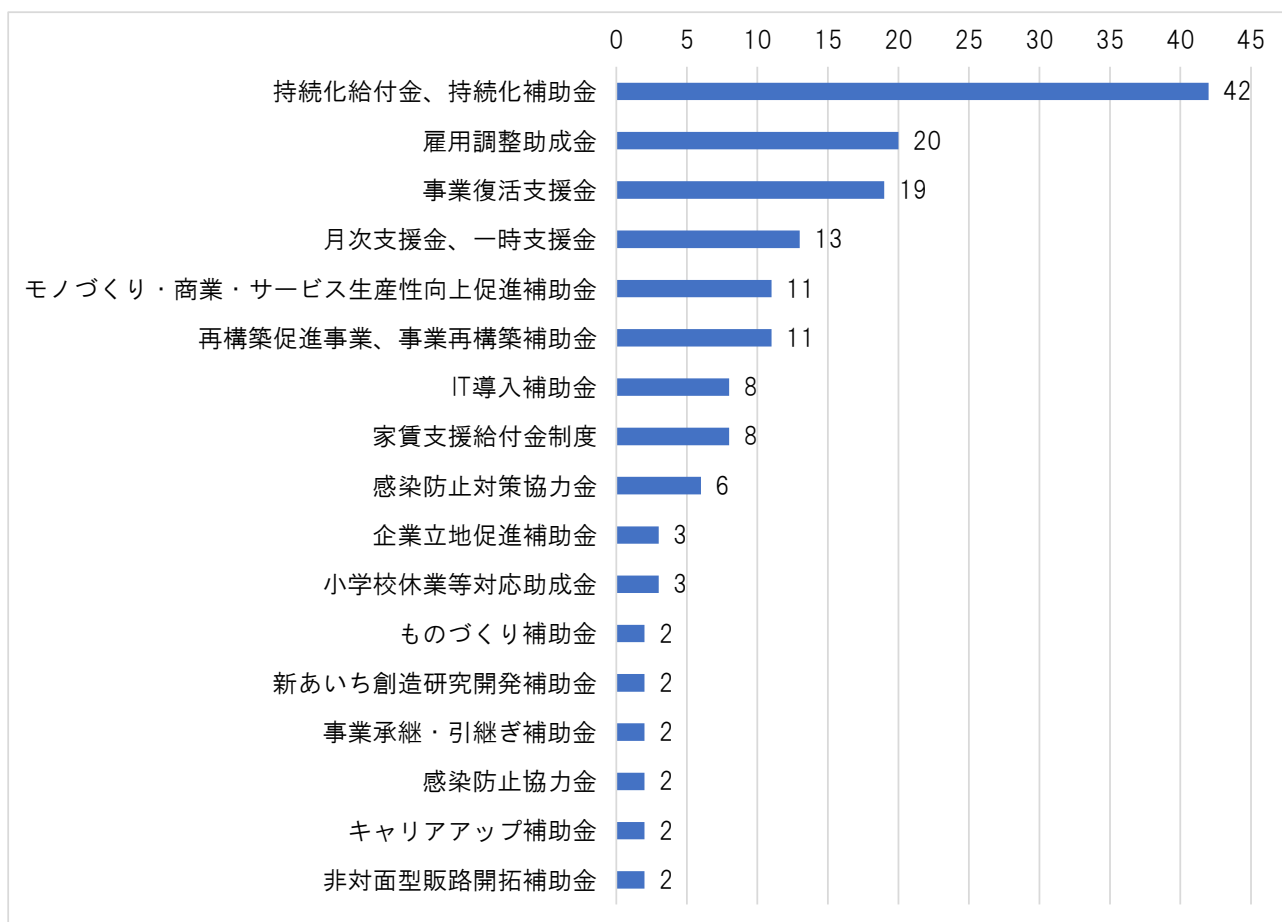
【その他の回答】業務、コストが増えた、水道光熱費の減少、やればやるほど利益が減る、セブンイレブンが行っている動きに関してはセブンイレブンにお問い合わせください。



問 36 国、県の補助金・助成金で利用又は利用を検討したものがあれば、制度名と感想をご回答ください。

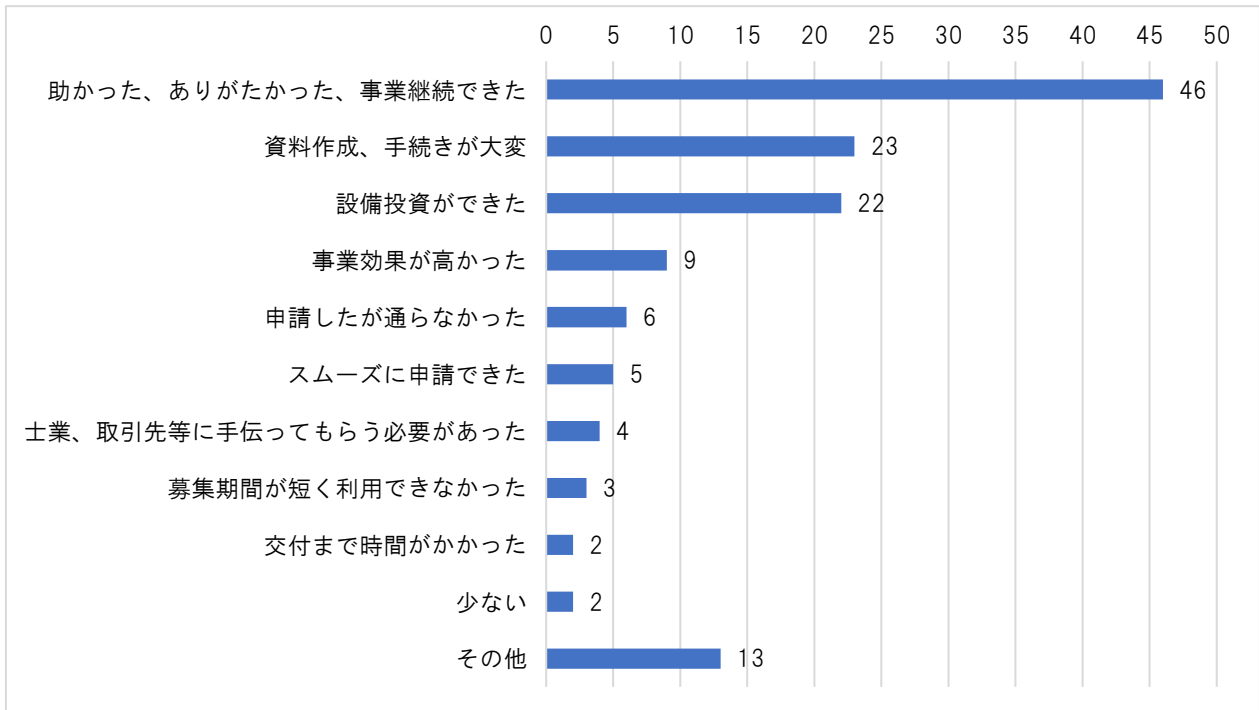
自由に記入いただいた意見のうち、2件以上から回答があったものを補助金の項目別に集計すると以下の通りとなります。

「持続化給付金、持続化補助金」が42件で最も多く、以下「雇用調整助成金」が20件、「事業復活支援金」が19件の順となっています。



補助金・助成金を利用した感想 135 件では、「助かった、ありがたかった、事業継続できた」が 46 件で最も多く、「資料作成、手続きが大変」が 23 件、「設備投資ができた」が 22 件となっています。

ありがたかった、効果があったという意見が多い中、手続きが大変、利用できなかった、申請したが通らなかったという意見も出されています。



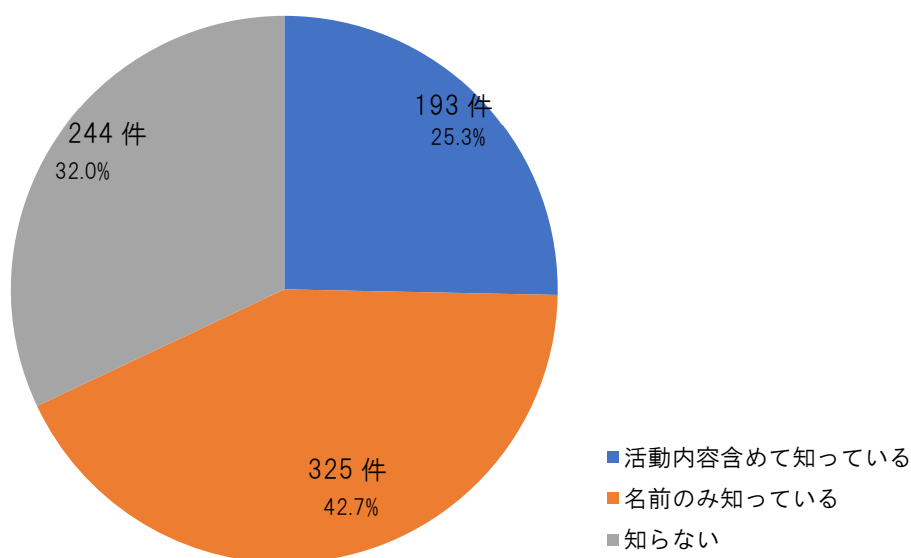
【その他の回答】

いいと思います
独立行政法人高齢、障害求取者雇用支援機構と一体化してほしい
未だに入金振込みは有りません
不正が横行したのが腹立たしい
売り上げ減少要件を満たさず断念した。
オープン・クローズ時間が早まり楽になりました。
手続きがネットでできると良かった
採択企業になりましたが、導入する分析機器の納品が遅延しているため、事業を開始できていない。
補助金等の申請に関して、かなり行政の指導バックアップがあったので良かった。
店内感染対策（の設備）に役立った
行政側の周知が出来ていないので、存在自体知らない
回数も金額も少ない
現在新工場移転計画があるので、そういった支援が手厚い市町村に移転したい。

問 37 小牧商工会議所中小企業相談所[※]を知っていますか。[[※]小牧商工会議所中小企業相談所は、小規模事業者の経営上の悩み、トラブル、補助金の利活用等についての相談窓口であり、必要に応じて税理士、社会保険労務士、弁理士などの専門家派遣などを通して様々な経営支援を実施しています。(利用料は原則無料)]

中小企業相談所の認知度は、「名前のみ知っている」が 325 件(42.7%)で最も多く、次いで「知らない」が 244 件(32.0%)、「活動内容含めて知っている」が 193 件(25.3%)の順となっており、一定の認知度はあるものの活動内容を含めた認知度は高くない状況にあります。

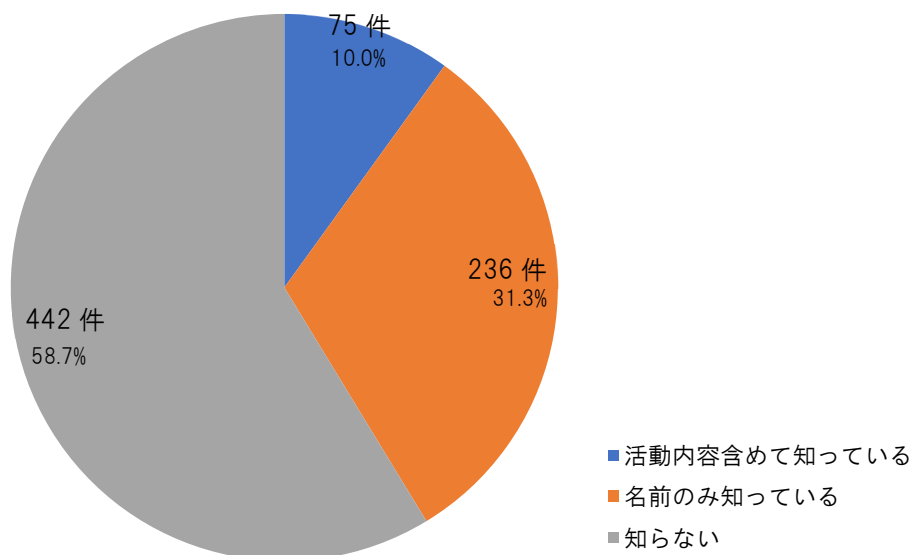
	選択肢	回答数	割合	割合(無回答含)
1	活動内容含めて知っている	193	25.3%	24.1%
2	名前のみ知っている	325	42.7%	40.6%
3	知らない	244	32.0%	30.5%
	回答総数	762	100.0%	
	無回答	39		4.9%
	母数	801		100.0%



問 38 こまき新産業振興センター※を知っていますか。 [※こまき新産業振興センター（令和元年度設立、中部公民館1階）は、小牧市の持続的な産業・雇用・財政の基盤づくりを目的として設立された施設です。成長産業への参入促進、新事業展開の促進、生産性革命の推進に向け、市内事業者の相談対応やセミナー開催などを行っています。（コーディネーター3名体制で利用料は原則無料）]

新産業振興センター認知度は、「知らない」が442件(58.7%)で最も多く、次いで「名前のみ知っている」が236件(31.3%)、「活動内容含めて知っている」が75件(10.0%)であり、設立して3年程度の段階でまだ認知度は非常に低い状況となっています。

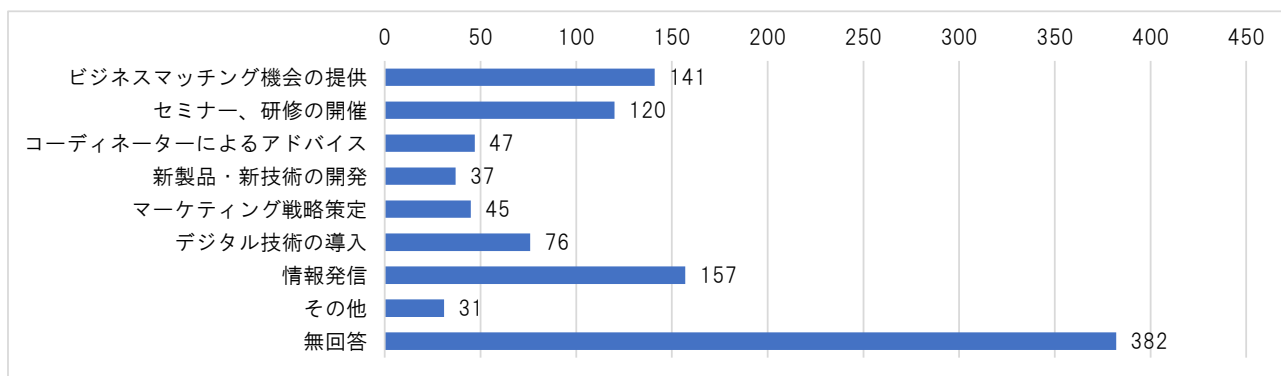
	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	活動内容含めて知っている	75	10.0%	9.4%
2	名前のみ知っている	236	31.3%	29.5%
3	知らない	442	58.7%	55.2%
	回答総数	753	100.0%	
	無回答	48		6.0%
	母数	801		100.0%



問 39 こまき新産業振興センターに期待する支援があればご回答ください。(複数選択可)

新産業振興センターに期待する支援としては、「情報発信」が 157 件(19.6%)で最も多く、次いで「ビジネスマッチング機会の提供」が 141 件(17.6%)、「セミナー、研修の開催」が 120 件(15.0%)の順となっていますが、「無回答」が 382 件(47.7%)と非常に多いことから、センターの機能や支援内容を周知することが第一に必要と考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	ビジネスマッチング機会の提供	141	17.6%
2	セミナー、研修の開催	120	15.0%
3	コーディネーターによるアドバイス	47	5.9%
4	新製品・新技術の開発	37	4.6%
5	マーケティング戦略策定	45	5.6%
6	デジタル技術の導入	76	9.5%
7	情報発信	157	19.6%
8	その他	31	3.9%
	回答総数	654	
	無回答	382	47.7%
	母数	801	100.0%



【その他の回答】

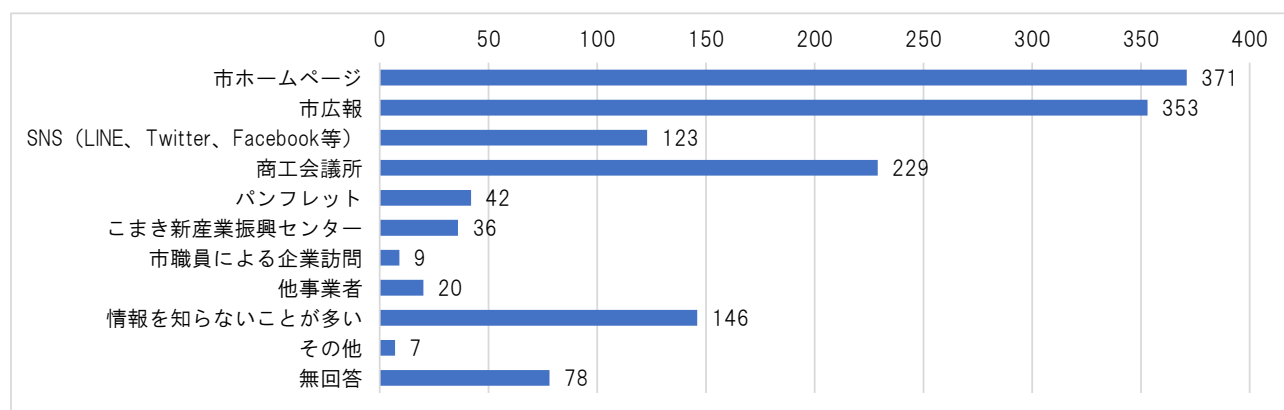
FCなので、会社から派遣されるので問題ありません。
ありません
介護業界の雇用促進の取組
活動内容を知らないので現時点では特に無い。
工業だけでなく食品商業分野にも目を向ける事①について
事業資金への協力
知らない
人材確保
特になし
何してくれるのかよくわからない。
本業・課題解決に向けた人材紹介メニュー
よくわからない
分からない
求人広告の補助金があると嬉しい
支援を必要としていない。
人材の提供
知らないから

問 40 市の情報の入手方法についてご回答ください。(複数選択可)

市の情報の入手媒体としては、「市ホームページ」が 371 件(46.3%)と最も多く、次いで「市広報」が 353 件(44.1%)、「商工会議所」が 229 件(28.6%)の順となっており、ホームページが広報紙と情報入手手段としてほぼ同程度活用されていますが、SNS は 123 件 (15.4%) にとどまっています。

一方で「情報を知らないことが多い」も 146 件 (18.2%) と一定程度存在しています。

	選択肢	回答数	割合
1	市ホームページ	371	46.3%
2	市広報	353	44.1%
3	SNS (LINE、Twitter、Facebook等)	123	15.4%
4	商工会議所	229	28.6%
5	パンフレット	42	5.2%
6	こまき新産業振興センター	36	4.5%
7	市職員による企業訪問	9	1.1%
8	他事業者	20	2.5%
9	情報を知らないことが多い	146	18.2%
10	その他	7	0.9%
	回答総数	1336	
	無回答	78	9.7%
	母数	801	100.0%



【その他の回答】

組合
小牧商工会議だより
顧問税理士
市の情報より国の情報の方が多い
当方からの訪問
なし

問 41 貴社が after コロナを見据えた経営で重要度が増した点について、その重要性をご回答ください。

	選択肢	回答数				
		低←1 2 3 4 5→高				
		1	2	3	4	5
1	新たな事業分野への進出	241	83	136	101	83
2	新商品・新サービスの開発	204	72	138	132	89
3	デジタルを活用した生産性向上	171	70	163	154	77
4	生産性向上に向けた設備投資	174	63	192	124	79
5	既存事業・製品の改良・既存の取引先との連携強化・販売促進	141	51	173	177	89
6	海外への販路開拓	457	48	67	27	20
7	BtoB による販路開拓	311	55	121	50	46
8	BtoC による販路開拓	328	56	112	42	42
9	省エネルギー・脱炭素への取組み	183	86	196	93	60
10	リスク管理計画等の策定 (BCPなど)	184	81	214	90	40
11	事業計画の策定や見直し (市場・商圏の把握・分析)	136	88	198	136	64
12	手元資金の確保、財務体質の強化	107	50	212	149	120
13	生産拠点の分散もしくは集中	289	75	161	59	26
14	海外事業の国内回帰	448	52	82	10	4
15	事業承継の推進(M&A含む)	302	68	165	40	34
16	人材の確保に向けた取組み	167	44	166	133	115
17	人材の育成	136	36	168	140	151
18	テレワーク等による働き方改革	309	73	145	56	34

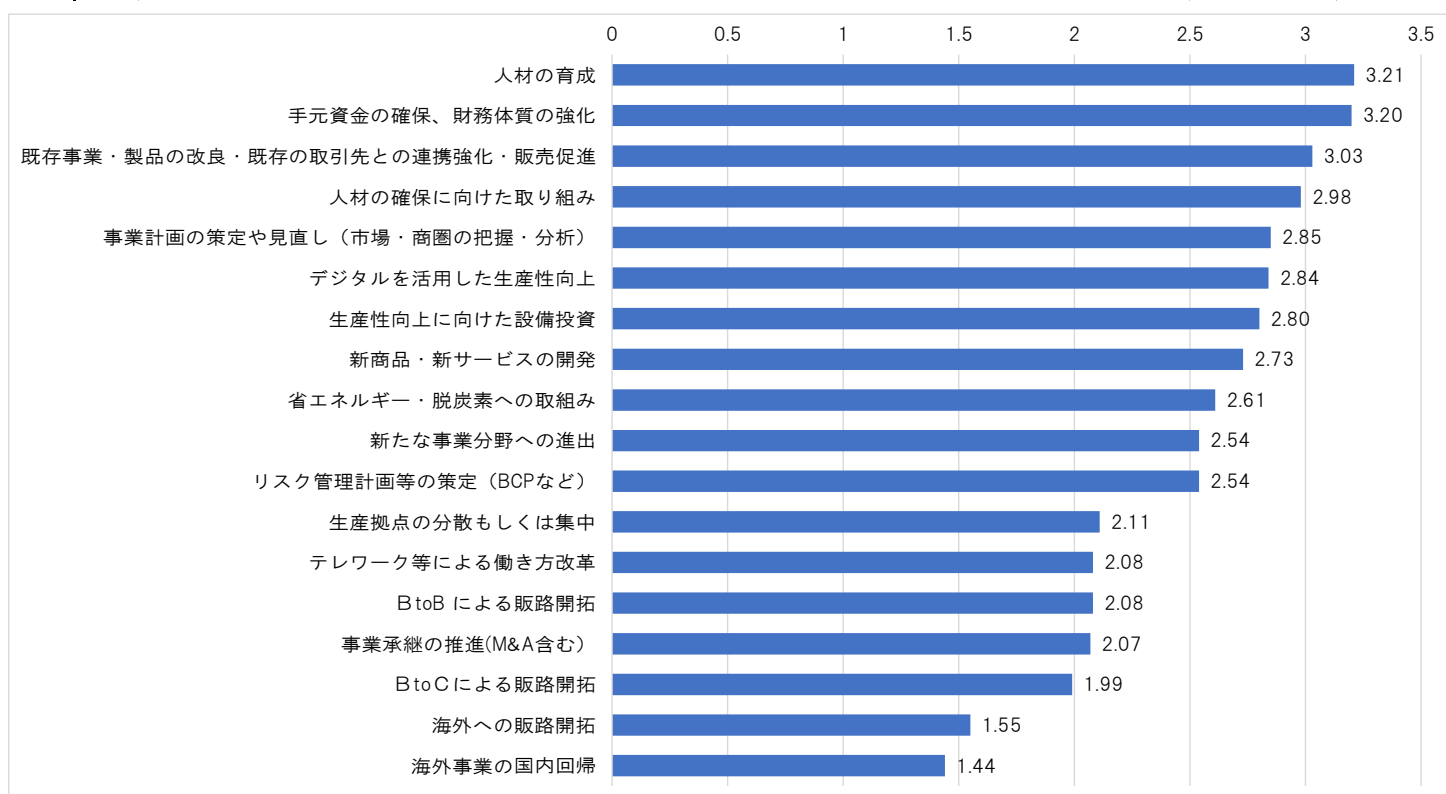
		割合				
		1	2	3	4	5
1	新たな事業分野への進出	37.4%	12.9%	21.1%	15.7%	12.9%
2	新商品・新サービスの開発	32.1%	11.3%	21.7%	20.8%	14.0%
3	デジタルを活用した生産性向上	26.9%	11.0%	25.7%	24.3%	12.1%
4	生産性向上に向けた設備投資	27.5%	10.0%	30.4%	19.6%	12.5%
5	既存事業・製品の改良・既存の取引先との連携強化・販売促進	22.3%	8.1%	27.4%	28.1%	14.1%
6	海外への販路開拓	73.8%	7.8%	10.8%	4.4%	3.2%
7	BtoB による販路開拓	53.3%	9.4%	20.8%	8.6%	7.9%
8	BtoC による販路開拓	56.6%	9.7%	19.3%	7.2%	7.2%
9	省エネルギー・脱炭素への取組み	29.6%	13.9%	31.7%	15.0%	9.7%
10	リスク管理計画等の策定 (BCPなど)	30.2%	13.3%	35.1%	14.8%	6.6%
11	事業計画の策定や見直し (市場・商圏の把握・分析)	21.9%	14.1%	31.8%	21.9%	10.3%
12	手元資金の確保、財務体質の強化	16.8%	7.8%	33.2%	23.4%	18.8%
13	生産拠点の分散もしくは集中	47.4%	12.3%	26.4%	9.7%	4.3%
14	海外事業の国内回帰	75.2%	8.7%	13.8%	1.7%	0.7%
15	事業承継の推進(M&A含む)	49.6%	11.2%	27.1%	6.6%	5.6%
16	人材の確保に向けた取組み	26.7%	7.0%	26.6%	21.3%	18.4%
17	人材の育成	21.6%	5.7%	26.6%	22.2%	23.9%
18	テレワーク等による働き方改革	50.1%	11.8%	23.5%	9.1%	5.5%

重要度が5と回答された票数に5点を乗じ、以下重要度4, 3, 2, 1の回答票数にそれぞれ、4点、3点、2点、1点を乗じてその平均を求めると以下の通りとなります。

平均点5点が最も重要性が高く、1点が最も重要性が低いことになり、本設問で相対的に最も重要と回答された項目は、「人材の育成」の3.21点、以下「手元資金の確保、財務体質の強化」が3.20点、「既存事業・製品の改良、既存の取引先との連携強化・販売促進」が3.03点、「人材の確保に向けた取り組み」が2.98点の順となっています。

一方で相対的に重要性が低いものとしては、「海外事業の国内回帰」が1.44点、「海外への販路開拓」が1.55点、「BtoCによる販路開拓」が1.99点となっています。

	選択肢	平均
1	新たな事業分野への進出	2.54
2	新商品・新サービスの開発	2.73
3	デジタルを活用した生産性向上	2.84
4	生産性向上に向けた設備投資	2.80
5	既存事業・製品の改良・既存の取引先との連携強化・販売促進	3.03
6	海外への販路開拓	1.55
7	BtoBによる販路開拓	2.08
8	BtoCによる販路開拓	1.99
9	省エネルギー・脱炭素への取り組み	2.61
10	リスク管理計画等の策定（BCPなど）	2.54
11	事業計画の策定や見直し（市場・商圈の把握・分析）	2.85
12	手元資金の確保、財務体質の強化	3.20
13	生産拠点の分散もしくは集中	2.11
14	海外事業の国内回帰	1.44
15	事業承継の推進(M&A含む)	2.07
16	人材の確保に向けた取り組み	2.98
17	人材の育成	3.21
18	テレワーク等による働き方改革	2.08

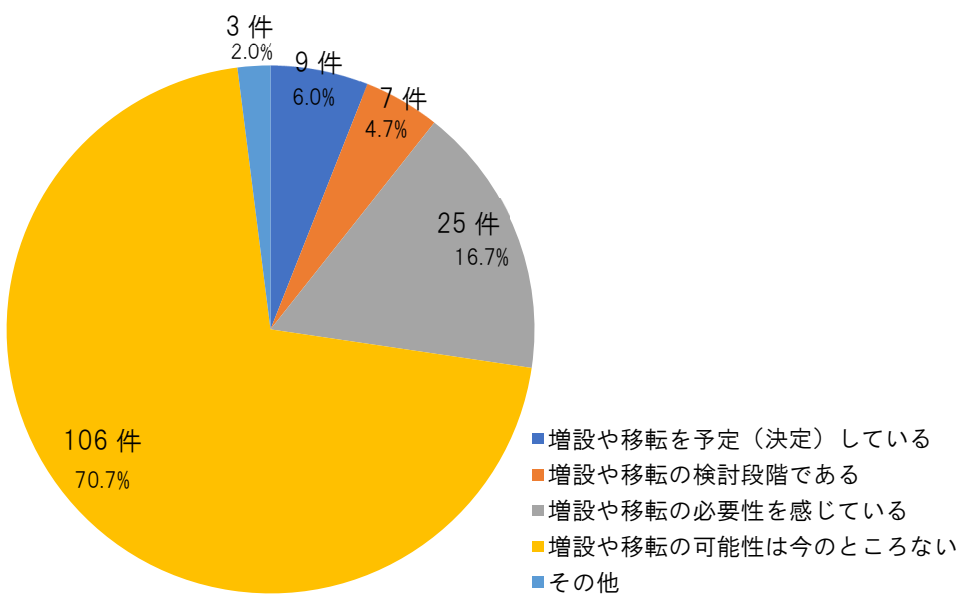


問1で4「製造業」を選択された方のみ回答

問42 貴社の工場、研究開発施設、社屋等の増設、移転の可能性についてお伺いします。

工場等の増設、移転の可能性では、「増設や移転を予定している」が9件(6.0%)、「増設や移転の検討段階」が7件(4.7%)、「増設や移転の必要性を感じている」が25件(16.7%)であり、増設、移転の需要は一定数存在しています。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答含)
1	増設や移転を予定(決定)している	9	6.0%	5.8%
2	増設や移転の検討段階である	7	4.7%	4.5%
3	増設や移転の必要性を感じている	25	16.7%	16.1%
4	増設や移転の可能性は今のところない	106	70.7%	68.4%
5	その他	3	2.0%	1.9%
	回答総数	150	100.0%	
	無回答	5		3.2%
	母数	155		100.0%



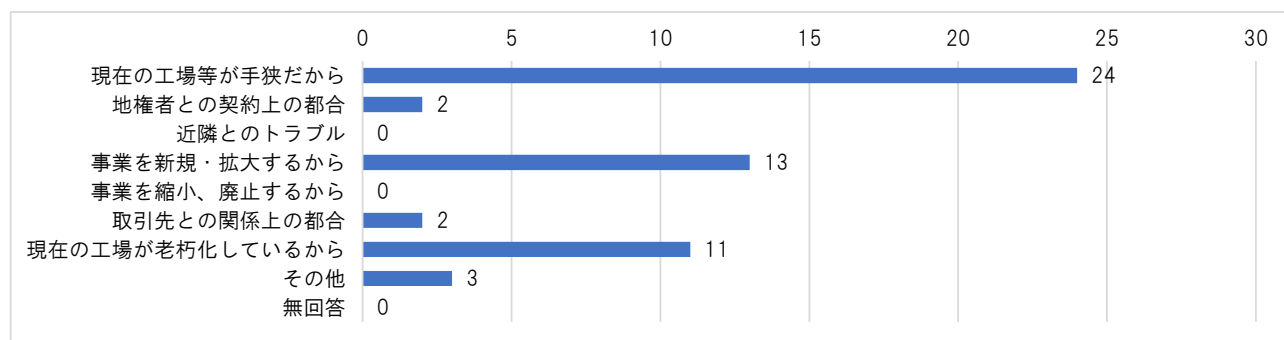
【その他の回答】

移転済
増設を希望
退却の要請が地元からあり

問 43 問 42 で1 から3 のいずれかを選択された方にお伺いします。増設や移転を予定又は検討している、必要性を感じている理由をご回答ください。(複数選択可)

増設や移転の理由としては、「工場等が手狭だから」が 24 件(58.5%)で最も多く、以下「事業を新規・拡大するから」が 13 件(31.7%)、「現在の工場が老朽化しているから」が 11 件(26.8%)の順となっています。

	選択肢	回答数	割合
1	現在の工場等が手狭だから	24	58.5%
2	地権者との契約上の都合	2	4.9%
3	近隣とのトラブル	0	0.0%
4	事業を新規・拡大するから	13	31.7%
5	事業を縮小、廃止するから	0	0.0%
6	取引先との関係上の都合	2	4.9%
7	現在の工場が老朽化しているから	11	26.8%
8	その他	3	7.3%
	回答総数	55	
	無回答	0	0.0%
	母数	41	100.0%



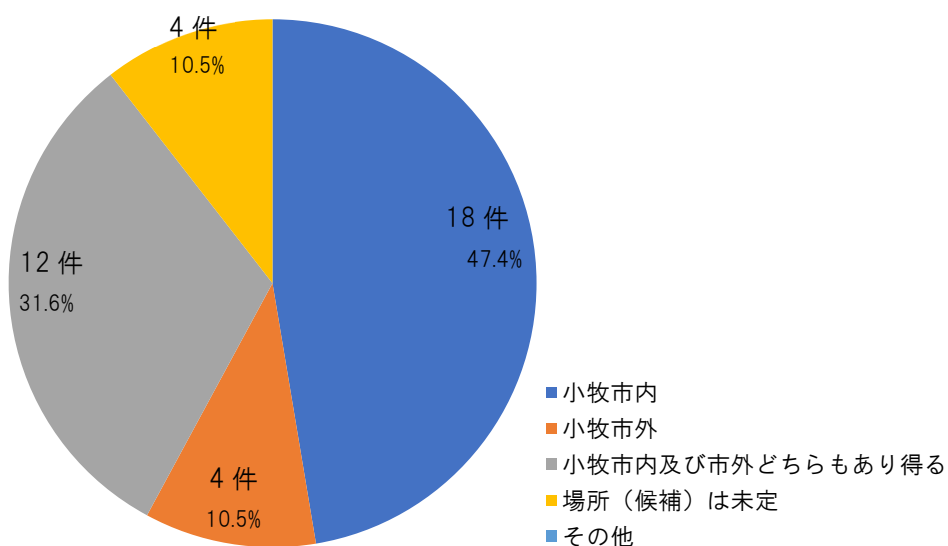
【その他の回答】

工場の集約、効率的な製造を検討
商圏等の地盤沈下、売上の減少
新店の出店
他の会社との協業
良い物件が出てきたから
固定費の見直しの為

問 44 問 42 で1 から3 のいずれかを選択された方にお伺いします。増設や移転先の場所（候補）をご回答ください。

増設や移転先の候補地としては、「小牧市内」18件(47.4%)、「小牧市内及び市外どちらも」12件(31.6%)、「小牧市外」及び「場所未定」4件(10.5%)であり、小牧市内での増設や移転を志向する事業所が約半数占める一方、小牧市内にこだわらない事業所も同程度いると考えられます。

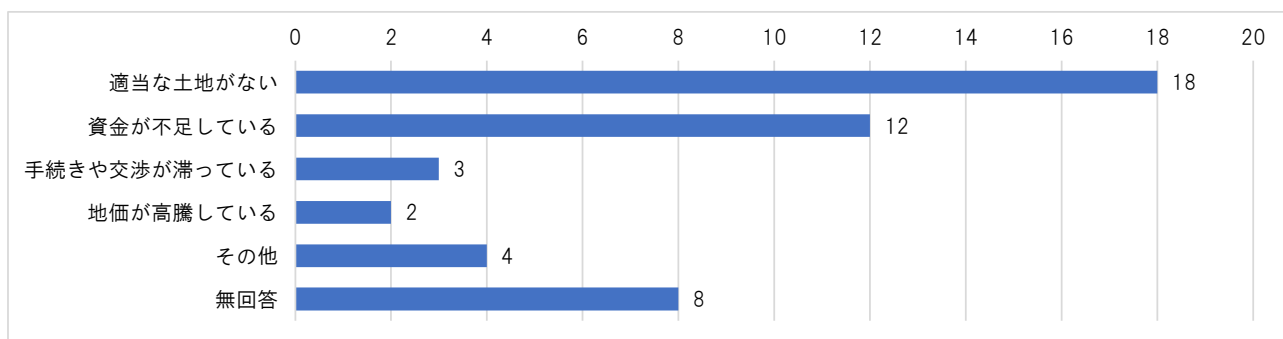
	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	小牧市内	18	47.4%	43.9%
2	小牧市外	4	10.5%	9.8%
3	小牧市内及び市外どちらもあり得る	12	31.6%	29.3%
4	場所（候補）は未定	4	10.5%	9.8%
5	その他	0	0.0%	0.0%
	回答総数	38	100.0%	
	無回答	3		7.3%
	母数	41		100.0%



問 45 問 42 で 1 から 3 のいずれかを選択された方にお伺いします。増設や移転にあたっての課題をご回答ください。(複数選択可)

増設や移転の課題としては、「適当な土地がない」が 18 件(43.9%)、「資金が不足している」が 12 件(29.3%)となっています。

	選択肢	回答数	割合
1	適当な土地がない	18	43.9%
2	資金が不足している	12	29.3%
3	手続きや交渉が滞っている	3	7.3%
4	地価が高騰している	2	4.9%
5	その他	4	9.8%
	回答総数	39	
	無回答	8	19.5%
	母数	41	100.0%



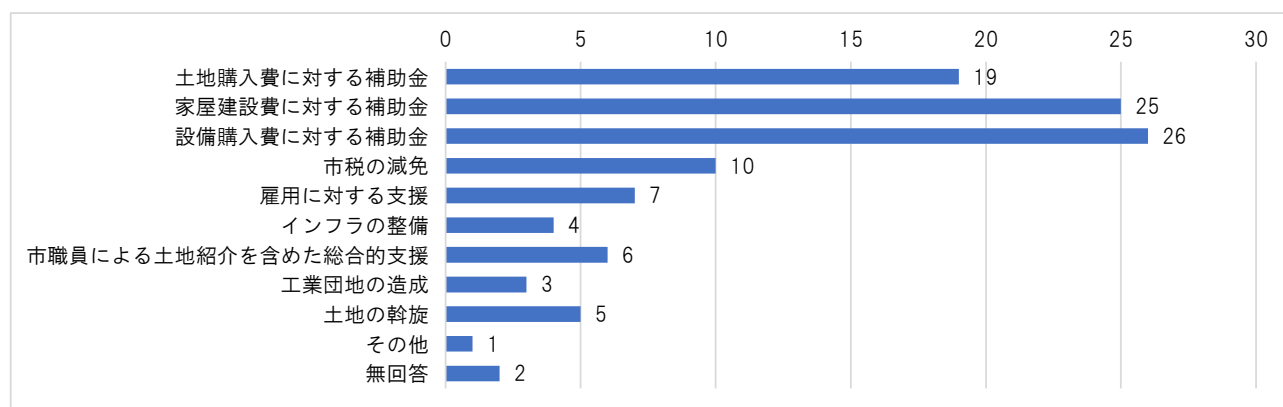
【その他の回答】

該当する適切な場所が見当たらない
市場の回復
人材の育成が出来ていない
進行形です
特になし
自社敷地内の移転を予定
人員確保

問 46 問 42 で1 から3 のいずれかを選択された方にお伺いします。増設や移転にあたり、必要と思われる支援を3つご回答ください。(上位3つを選択)

増設や移転に向けた必要な支援としては、「設備購入費に対する補助金」が26件(63.4%)、「家屋建設費に対する補助金」が25件(61.0%)、「土地購入費に対する補助金」が19件(46.3%)の3つが高い割合を占めています。

	選択肢	回答数	割合
1	土地購入費に対する補助金	19	46.3%
2	家屋建設費に対する補助金	25	61.0%
3	設備購入費に対する補助金	26	63.4%
4	市税の減免	10	24.4%
5	雇用に対する支援	7	17.1%
6	インフラの整備	4	9.8%
7	市職員による土地紹介を含めた総合的支援	6	14.6%
8	工業団地の造成	3	7.3%
9	土地の斡旋	5	12.2%
10	その他	1	2.4%
	回答総数	106	
	無回答	2	4.9%
	母数	41	100.0%



【その他の回答】

別会社 資産管理会社での不動産取得も対象としてほしい

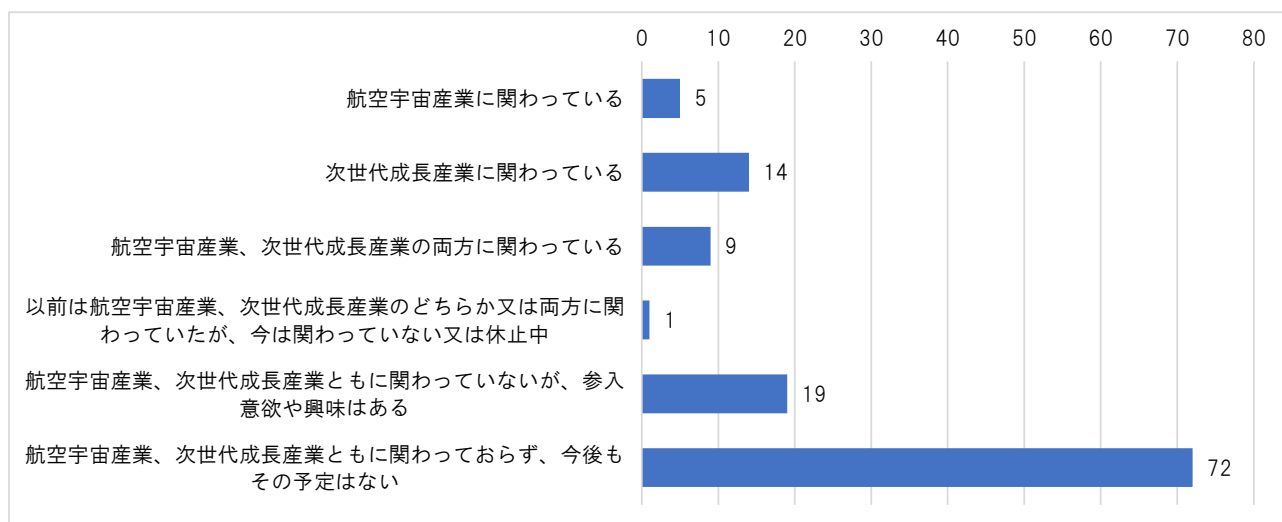
問 47 貴社の事業で航空宇宙産業、次世代成長産業※に該当するものをご回答ください。 [※次世代成長産業は、次世代自動車、環境・新エネルギー、AI・ロボット、情報通信、健康長寿、その他貴社が次世代成長産業と定義するものです。]

航空宇宙産業又は次世代成長産業に関わっている事業所は 28 件(23.4%)であり、「参入意欲や興味はある」事業所は 19 件(15.8%)となっています。

一方で「以前関わっていたが、今は関わっていない」は 1 件(0.8%)います。

また、関わっている次世代成長産業は、「次世代自動車」が 10 件と最も多くなっています。

	選択肢	回答数	割合	割合(無回答含)
1	航空宇宙産業に関わっている	5	4.2%	3.2%
2	次世代成長産業に関わっている	14	11.7%	9.0%
3	航空宇宙産業、次世代成長産業の両方に関わっている	9	7.5%	5.8%
4	以前は航空宇宙産業、次世代成長産業のどちらか又は両方に関わっていたが、今は関わっていない又は休止中	1	0.8%	0.6%
5	航空宇宙産業、次世代成長産業ともに関わっていないが、参入意欲や興味はある	19	15.8%	12.3%
6	航空宇宙産業、次世代成長産業ともに関わっておらず、今後もその予定はない	72	60.0%	46.5%
	回答総数	120	100.0%	
	無回答	35		22.6%
	母数	155		100.0%



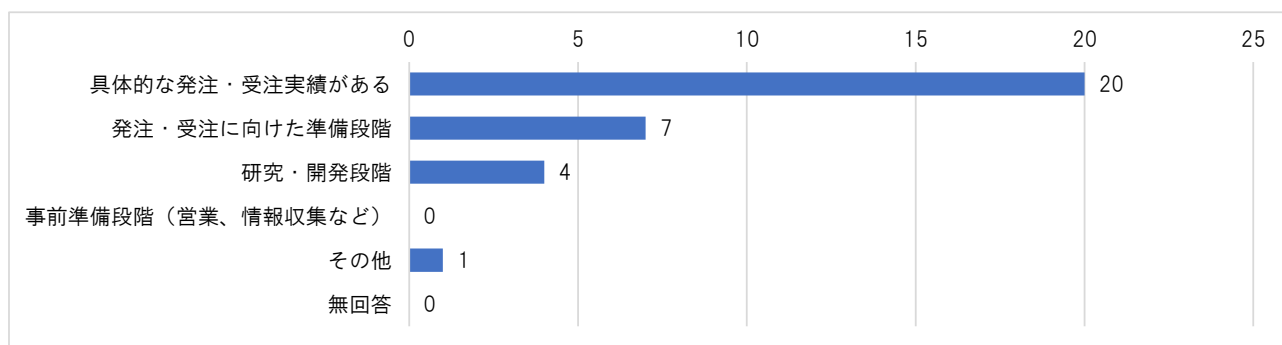
※関わっている次世代成長産業を選択してください。

次世代自動車	10
環境・新エネルギー	3
AI・ロボット	4
情報通信	2
健康長寿	0
その他	0

問 48 問 47 で1 から4 のいずれかを選択された方にお伺いします。貴社の具体的な関わり方をご回答ください。(複数選択可)

具体的な関わり方は、「発注・受注の実績がある」が 20 件(69.0%)であり、「準備段階」が 7 件(24.1%)、「研究・開発段階」が 4 件(13.8%)となっています。

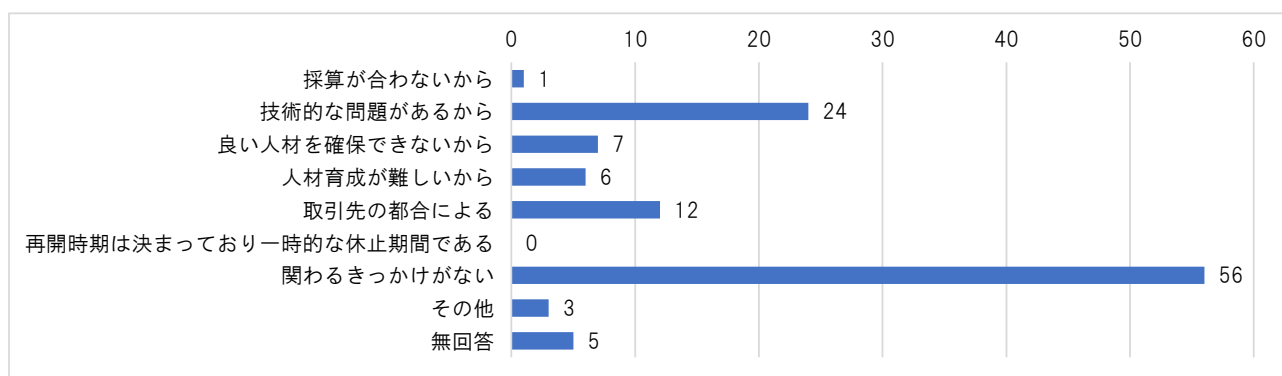
	選択肢	回答数	割合
1	具体的な発注・受注実績がある	20	69.0%
2	発注・受注に向けた準備段階	7	24.1%
3	研究・開発段階	4	13.8%
4	事前準備段階(営業、情報収集など)	0	0.0%
5	その他	1	3.4%
	回答総数	32	
	無回答	0	0.0%
	母数	29	100.0%



問49 問47で4から6を選択された方にお伺いします。現在関わっていない理由をご回答ください。
(複数選択可)

航空宇宙産業、次世代成長産業に現在関わっていない理由では、「関わるきっかけがない」が56件(60.9%)で最も多く、次いで「技術的な問題があるから」が24件(26.1%)、「取引先の都合による」が12件(13.0%)であり、現時点では事業性や技術面の問題より、きっかけがないことが参入していない主な理由として認識されています。

	選択肢	回答数	割合
1	採算が合わないから	1	1.1%
2	技術的な問題があるから	24	26.1%
3	良い人材を確保できないから	7	7.6%
4	人材育成が難しいから	6	6.5%
5	取引先の都合による	12	13.0%
6	再開時期は決まっておりに一時的な休止期間である	0	0.0%
7	関わるきっかけがない	56	60.9%
8	その他	3	3.3%
	回答総数	109	
	無回答	5	5.4%
	母数	92	100.0%



【その他の回答】

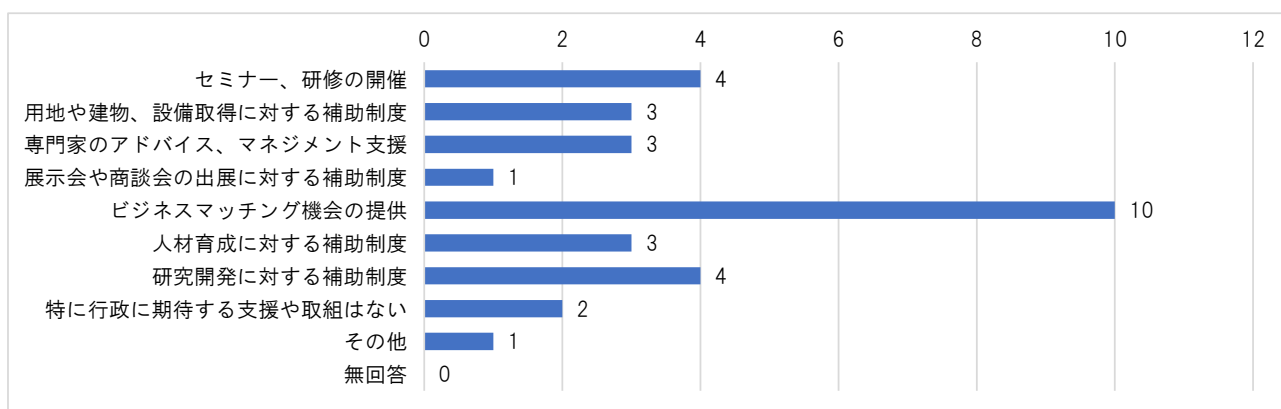
関わるつもりなし
業種が違う
ビジネスチャンス検討中
必要ない
理由はない無理
東京本社の事業内容に含まれていない

問 50 問 47 で5を選択された方にお伺いします。航空宇宙産業又は次世代成長産業への参入にあたり、行政に期待することをご回答ください。(複数選択可)

行政に期待することでは、「ビジネスマッチング機会の提供」が10件(52.6%)、「研究開発に対する補助制度」と「セミナー、研修の開催」が4件(21.1%)となっています。

参入していない理由の裏返しとして、関わるきっかけづくりが求められていると考えられます。

	選択肢	回答数	割合
1	セミナー、研修の開催	4	21.1%
2	用地や建物、設備取得に対する補助制度	3	15.8%
3	専門家のアドバイス、マネジメント支援	3	15.8%
4	展示会や商談会の出展に対する補助制度	1	5.3%
5	ビジネスマッチング機会の提供	10	52.6%
6	人材育成に対する補助制度	3	15.8%
7	研究開発に対する補助制度	4	21.1%
8	特に行政に期待する支援や取組はない	2	10.5%
9	その他	1	5.3%
	回答総数	31	
	無回答	0	0.0%
	母数	19	100.0%



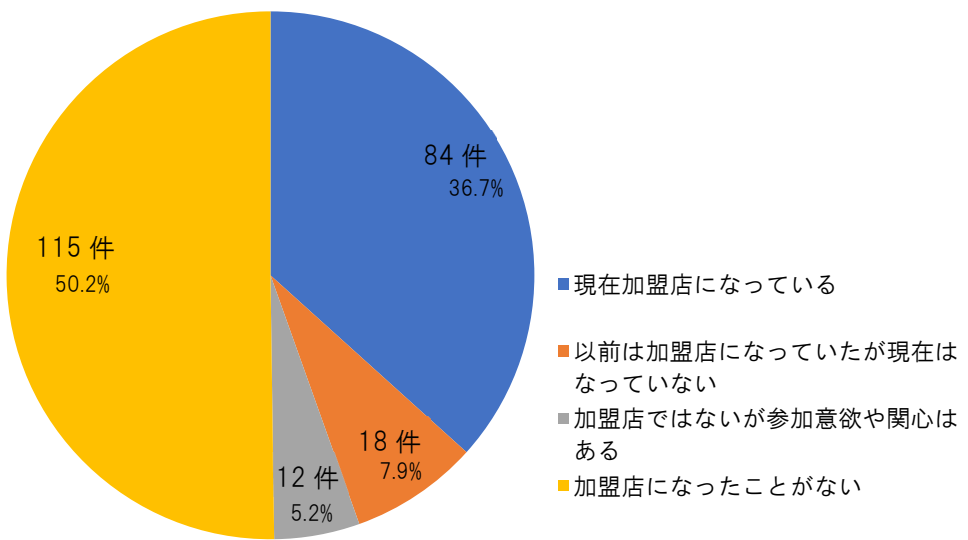
問1で7「卸売業、小売業」、8「飲食業、宿泊業」、9「生活関連サービス業、娯楽業」を選択された方のみ回答

問 51 こまきプレミアム商品券についてご回答ください。

こまきプレミアム商品券については、「加盟店になっている」が 84 件(36.7%)、「加盟店になったことがない」が 115 件(50.2%)となっています。

また、「以前は加盟店になっていたが現在はなっていない」が 18 件(7.9%)おり、加盟を取りやめる事業者も一定数存在しています。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	現在加盟店になっている	84	36.7%	32.3%
2	以前は加盟店になっていたが現在はなっていない	18	7.9%	6.9%
3	加盟店ではないが参加意欲や関心はある	12	5.2%	4.6%
4	加盟店になったことがない	115	50.2%	44.2%
	回答総数	229	100.0%	
	無回答	31		11.9%
	母数	260		100.0%

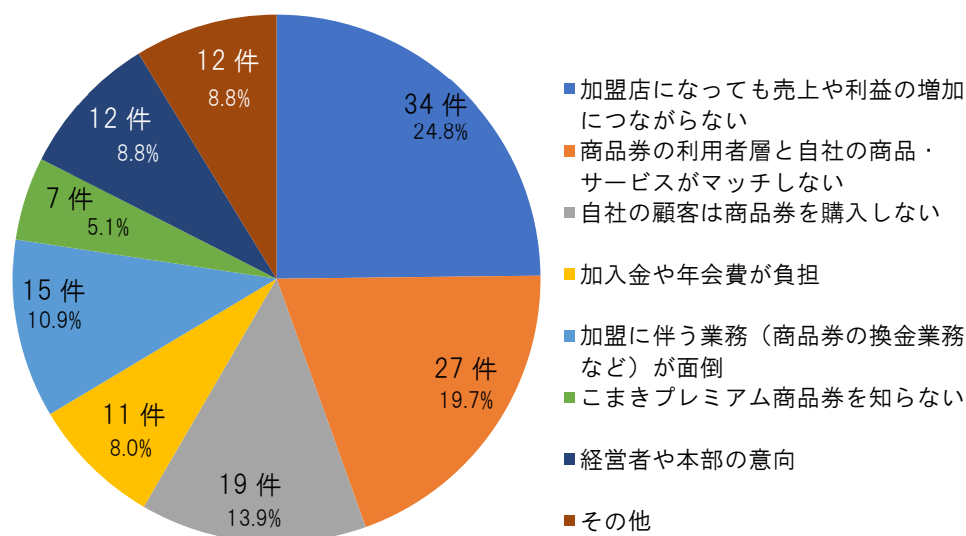


問 52 問 51 で 2 から 4 のいずれかを選択された方にお伺いします。貴社が加盟店になっていない理由をお伺いします。

現時点で加盟店になっていない理由としては、「売り上げや利益の増加につながらない」が 34 件 (24.8%)、「利用者層と自社の商品・サービスがマッチしない」が 27 件(19.7%)、「自社の顧客は商品券を購入しない」が 19 件(13.9%)であり、業種や業態、サービス内容等によってはプレミアム商品券が事業者の売上や利益に結び付かない事例も一定程度あることがわかります。

また、「加盟に伴う業務（商品券の換金業務など）が面倒」15 件（10.9%）、「加入金や年会費が負担」11 件（8.0%）と事務負担や金銭的な負担の影響も一定程度あげられています。

	選択肢	回答数	割合	割合（無回答含）
1	加盟店になっても売上や利益の増加につながらない	34	24.8%	23.4%
2	商品券の利用者層と自社の商品・サービスがマッチしない	27	19.7%	18.6%
3	自社の顧客は商品券を購入しない	19	13.9%	13.1%
4	加入金や年会費が負担	11	8.0%	7.6%
5	加盟に伴う業務（商品券の換金業務など）が面倒	15	10.9%	10.3%
6	こまきプレミアム商品券を知らない	7	5.1%	4.8%
7	経営者や本部の意向	12	8.8%	8.3%
8	その他	12	8.8%	8.3%
	回答総数	137	100.0%	
	無回答	8		5.5%
	母数	145		100.0%



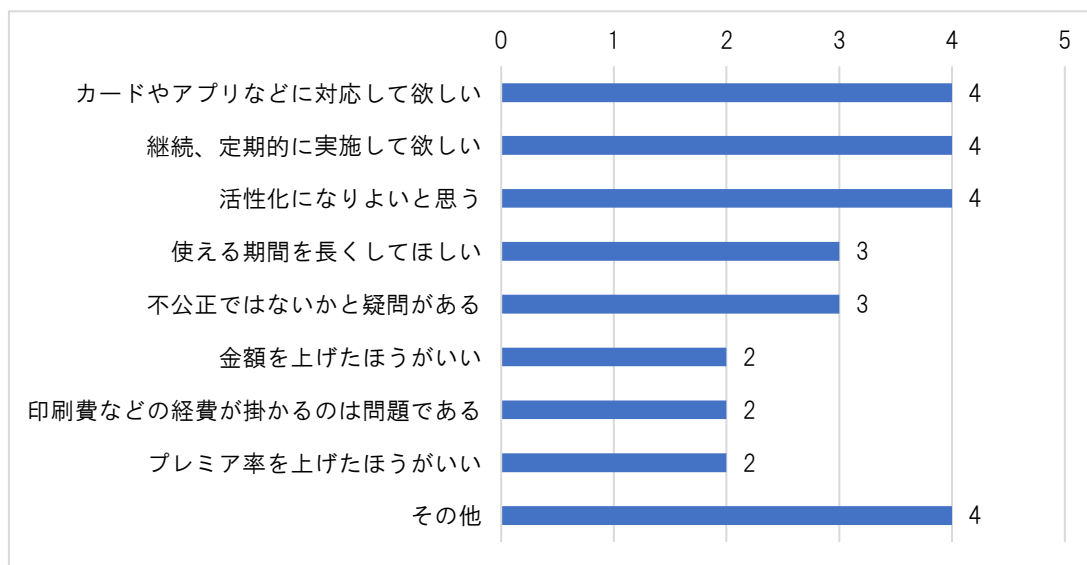
【その他の回答】

飲食店へ納入しているため
お客様が、商品券を活用しない
卸売業で該当しない
高齢で将来性のない事業
店舗がない、内容の把握が出来ていない
内容の把握が出来ていない
ほとんどが健康保険利用のため
必要ない
付加価値を感じなかった為、脱退しました。加盟店でしかできない取り組みなどもっといろいろと出来たと思います。

問 53 こまきプレミアム商品券に関するご意見があればご回答ください。

こまきプレミアム商品券への意見を自由に記入していただいた回答のうち、2件以上の回答を項目別に集計すると以下の通りとなります。

「カードやアプリに対応して欲しい」、「継続、定期的を実施して欲しい」、「活性化になりよいと思う」、「使える期間を長くしてほしい」、「不公正ではないかと疑問がある」等の意見が出されています。



1人当たりの購入金額をもう少し上げてもらいたい (+2~3万)
金種を増やしてほしい
一年中使える様にしてはどうか
期間を長くしてほしい。
使用開始を早めスタート、例えば5月スタート 3月上旬〆切り (期間を永くすれば多く使用可)
「発券時にお金がある人しか購入できないのでピンポ一人には不公平」という声を聞いた事がある
特定の人が入り込んで不公平感がある
税金を使っているのに一部の人しかメリットを得ていない。すべての住民が平等にメリットを受けられるものにしてほしい。費用がかかりすぎ。
紙でなくカード化できるといい。
紙は持ち歩くのが大変。カードやアプリも対応してほしい。
商品券の紙数が毎回持ち歩くのが困難 プリペイドカードぐらいがよい
電子券があると効率がいい
継続した実施を希望します
継続して欲しい
今後も継続して欲しい お客様が楽しんで利用されています
もっと発行してほしい(定期的に)
コロナ休業要請期間が長すぎて全く利用する人はいなかった
市外の人でも購入できるようにしてほしい
市の活性化になる為良いと思う
来店をうながす動機にはなっていると思います
市内小売業にとっては大変良い取り組みと思う
大変有効に活用している
商品券でおつりが出るか、言う客があります。(聞かれるので)
商品券を作る資金分減税した方が良い。
国の商品券事業でも問題になったが、印刷などにかかる経費を考えると他の方法の検討も必要だと思う
創設以来ずっとお願いしています「バーコードつけて下さい」

贈答用が有る時は、全く違う券にしてほしい。お客様も間違えて、期限が切れた券と一緒に入っている時があり、後で気が付く時があります。
プレミア率アップ
プレミア率を 30% にすべき
利用出来る店舗の冊子の様な物を作って欲しいと思います。
返金が面倒 商工会議所の態度が最悪だった
旗だけもらってポールがない。大きなポスターは貼る場所がない。
もう少しめくりやすい素材にしてほしい。
持ち運びが不便
消費者だけでなく事業所へのメリットも欲しい

問 54 貴社の売上・利益確保上の課題があればご回答ください。

売上・利益確保上の課題へは 20 件の回答があり以下の通りです。

安心・安全への向上
カラオケ風評被害が社会的回復するには行政医療のアピールが必須。未来のない業種です
期限切れを受け取ってしまい、換金できなかった(4500 円の損失)
競合店の増加と、人口減。
小牧の産業を守るための予算を計上してほしい。
自分ではこれ以上の方途が判りませんが機会があれば誰方のアドバイスを受け検討して参りたい。
商売はいつも明るく、元気良くしかない
人材確保しだい
駐車場・客席の回転率向上と販売促進強化 少人数で運営可能なレイアウトの改善
低理容店の廃業を希望 我々組合員の敵、生活を安定出来ない。
ネット予約なども使用したいと思うが高齢の従業員がわかりにくくなる為、導入できない
廃業致しました。
配送費の計上がお客様に浸透しない。引き取りソファー・家具 etc・・・お客様負担が浸透しない。
良い PR になっているので続けて欲しいです
商品開発
人材の確保
人材不足、場所
設備更新に費用と手間がかかりすぎる
認知度を高めること
販売価格が十分に上がらない中最低賃金のアップは雇用の減少、非正規化につながりかねないので慎重にお願いしたい