

「武蔵村山市産業振興ビジョン」策定のための
アンケート調査報告書

令和3年5月

武蔵村山市

目 次

I	調査概要	1
II	製造業調査	3
1.	企業概要	3
2.	経営状況	7
3.	生産・取引状況	13
4.	立地環境	23
5.	人材の確保・育成	28
6.	事業承継	30
7.	事業所の課題	34
8.	今後の展開	36
9.	武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望	39
III	非製造業調査	40
1.	企業概要	40
2.	経営状況	45
3.	事業状況	51
4.	立地環境	61
5.	人材の確保・育成	65
6.	事業承継	67
7.	事業所の課題	71
8.	今後の展開	73
9.	武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望	78
IV	市民調査	81
1.	属性	81
2.	就労状況等	83
3.	市内での就業意向	86
4.	買い物状況	87
5.	武蔵村山市の産業振興について	96
6.	武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望	102
V	公的支援策について（製造業・非製造業・市民）	106
1.	武蔵村山市が実施している支援策の利用・関心	106
2.	武蔵村山市の産業振興策に対する意見	107
3.	支援策情報の収集方法	110
資 料		
1.	製造業調査票	資料-1
2.	非製造業調査票	資料-5
3.	市民調査票	資料-9

I 調査概要

調査目的：武蔵村山市産業振興ビジョンの策定に当たり、市内事業者の状況を把握するとともに、事業等のニーズ、施策に対する意向等及び市民の市内産業に関する意向等を調査し、当ビジョンを検討するための基礎資料とする。

調査内容：市内事業者を対象とした事業者調査（製造業調査及び非製造業調査）及び市民を対象とした市民調査としてアンケート調査を実施

調査対象：①事業者調査 2,520 件

A 製造業調査 303 件

B 非製造業調査 2,217 件

抽出方法：平成 28 年経済センサス活動調査（平成 30 年度フレームデータ）から抽出

②市民調査 2,000 名

調査対象：満 18 歳以上～満 75 歳以下の市民

抽出方法：住民基本台帳に基づく無作為抽出

（性別、地区、年代で区分し、人口割合で按分して抽出）

調査実施期日：令和 3 年 2 月 10 日～2 月 28 日

調査方法：郵送配布回収

回収数：【事業者調査】

調査種類	A. 配布数	B. 有効回答数	C. 有効回答率 (B/A)
製造業調査	303	104	34.3%
非製造業調査	2,217	519	23.4%

【市民調査】

	2,000	896	44.8%
--	-------	-----	-------

本報告書の表記方法について

- ①調査結果の比率は、その設問の回答者数を基数として、小数点以下第 2 位を四捨五入し、少数点第 1 位まで表示している。したがって、合計が 100%にならない場合がある。
- ②複数回答形式の場合、回答比率の合計は通常 100%を超える。
- ③選択肢の語句が長い場合、本文や表・グラフ中では省略した表現を用いている。
- ④図表中の「n」とは、その設問への回答者数を表す。

⑤調査結果の数値を考察するにあたり、次の表現を用いている。

(例)		(表現)
80.1～80.9	⇒	約8割
81.0～82.9	⇒	8割強
83.0～84.9	⇒	8割台半ば近く
85.0～85.9	⇒	8割台半ば
86.0～87.9	⇒	8割台半ば超え
88.0～88.9	⇒	9割近く
89.0～89.9	⇒	9割弱

⑥各設問の分析における文章表記において、次のようにカッコを用いている。

「***」	設問の選択肢、クロス集計の項目について言及する場合。 例：「増加」「減少」など
『***』	設問の選択肢をまとめて言及する場合。例：「1人」と「2～3人」 をまとめて『3人以下』など

⑦市民調査における「居住地区」については、次のとおり分類している。

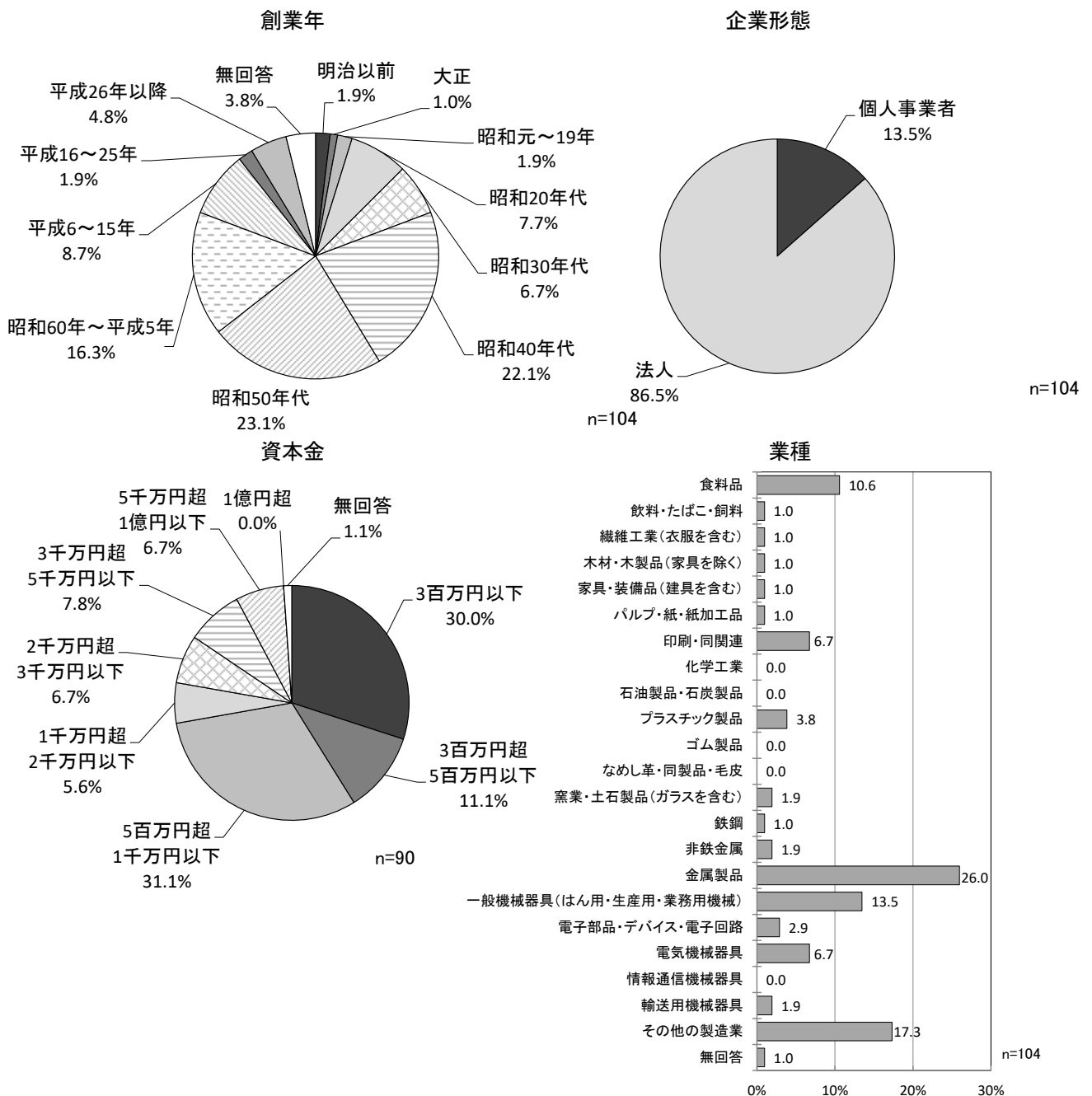
居住地区	各地区に包含する町丁目
A 地区	中藤・神明・中央・本町
B 地区	三ツ木・岸・中原
C 地区	三ツ藤・伊奈平・残堀
D 地区	榎・学園・大南
E 地区	緑が丘

Ⅱ 製造業調査

1. 企業概要

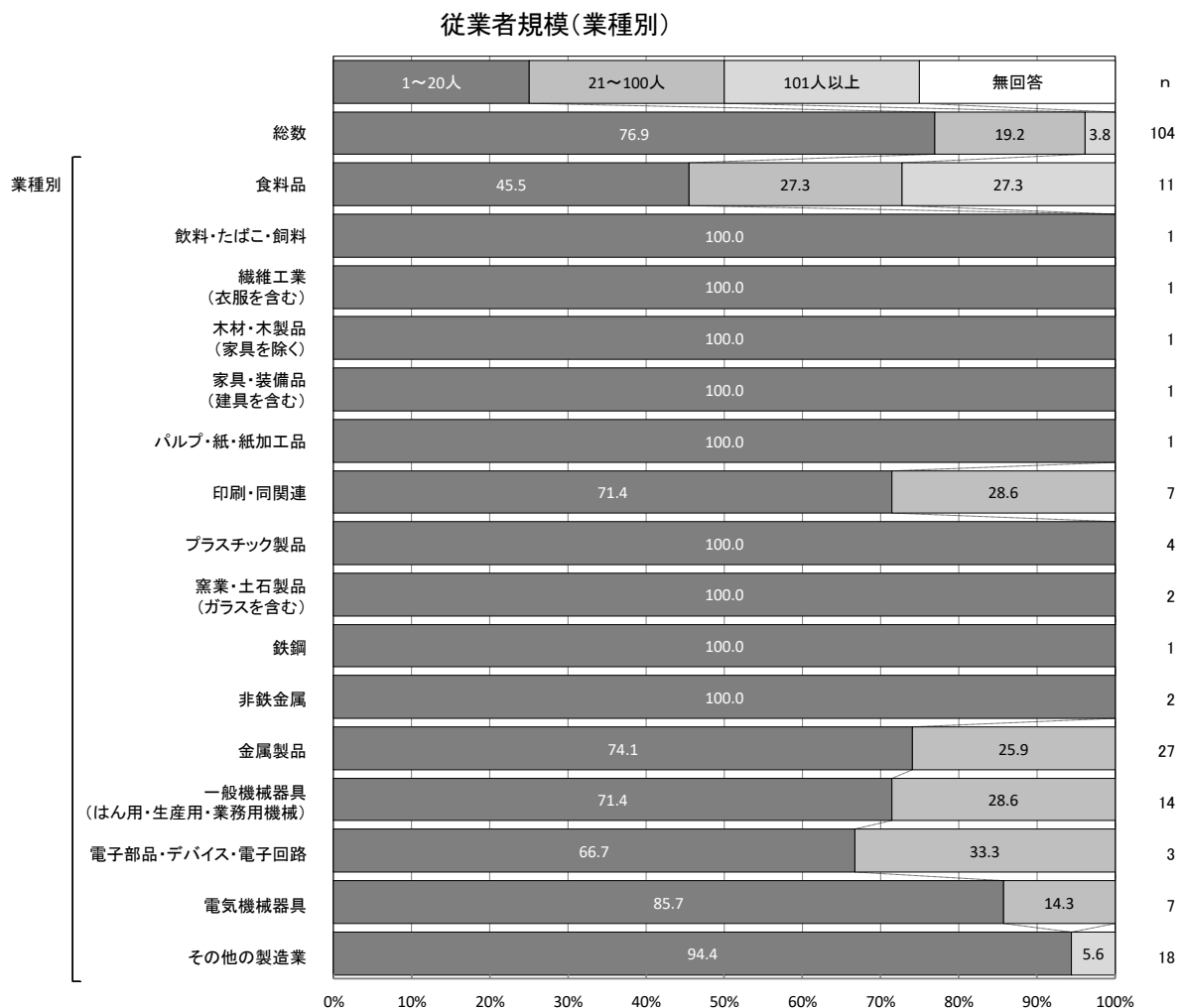
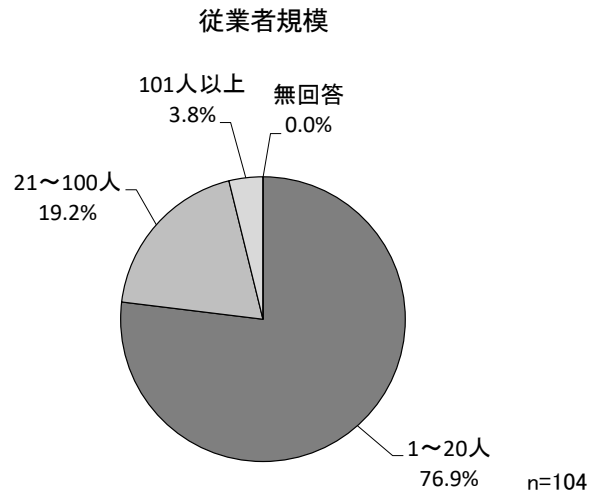
(1) 創業年・企業形態・業種

- 創業年は、「昭和50年代」(23.1%)が最も高く、次いで「昭和40年代」(22.1%)、「昭和60年～平成5年」(16.3%)と続く。『昭和40年代～昭和50年代』(45.2%)が4割台半ばである。
- 企業形態は、「法人」が86.5%、「個人事業者」が13.5%である。法人における資本金は、「5千万円超1千万円以下」(31.1%)が最も高く、次いで「3百万円以下」(30.0%)、「3百万円超5百万円以下」(11.1%)と続く。
- 業種は、「金属製品」(26.0%)が2割台半ばを超え最も高く、次いで「その他の製造業」(17.3%)、「一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)」(13.5%)が続く。



(2) 従業者規模

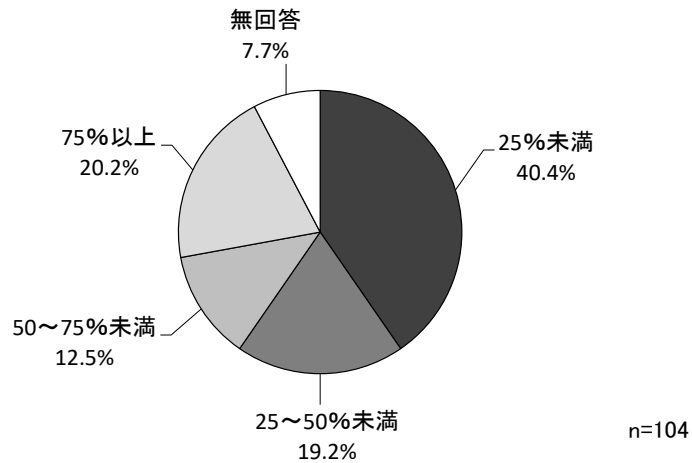
- 従業者規模は、「1～20人」(76.9%)が7割台半ばを越え最も高く、次いで「21～100人」(19.2%)が2割弱、「101人以上」(3.8%)は1割に満たない。
- 業種別にみると、「食料品」では、「1～20人」(45.5%)が4割台半ばと、他の業種と比べて小規模事業者の比率が低い。次いで、「電子部品・デバイス・電子回路」が6割台半ば越えで比率が低くなっている。



(3) 従業員の市内居住率

- 従業員の市内居住率は、「25%未満」(40.4%) が約4割を占め、次いで「75%以上」(20.2%)、「25～50%未満」(19.2%) と続く。

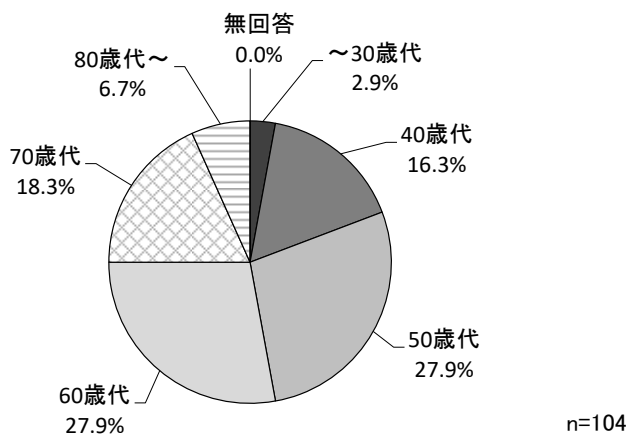
従業員の市内居住率



(4) 代表者の年齢

- 代表者の年齢は、「50歳代」と「60歳代」がそれぞれ27.9%で最も高く、次いで「70歳代」(18.3%) が続く。『50歳代・60歳代』(55.8%) が5割台半ばを占める。

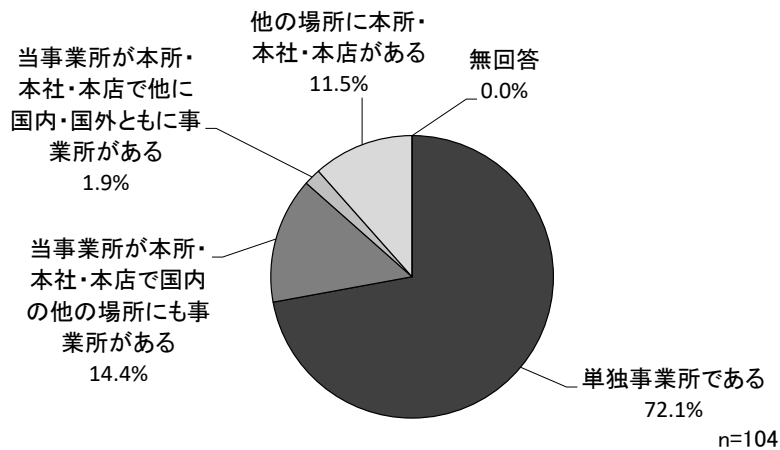
代表者の年齢



(5) 事業所の機能

● 事業所の機能は、「単独事業所である」(72.1%)が7割強を占め、次いで「当事業所が本所・本社・本店で国内の他の場所にも事業所がある」(14.4%)、「他の場所に本所・本社・本店がある」(11.5%)と続く。

事業所の機能



事業所の機能(従業員規模別)

従業員規模別者	従業員数	件数(計)	事業所の機能				無回答
			単独事業所である	当事業所が本所・本社・本店で国内の他の場所にも事業所がある	当事業所が本所・本社・本店で他に国内・国外ともに事業所がある	他の場所に本所・本社・本店がある	
規模別者	1~20人	80	82.5	6.3	2.5	8.8	0.0
	21~100人	20	45.0	40.0	0.0	15.0	0.0
	101人以上	4	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
合計		104	72.1	14.4	1.9	11.5	0.0

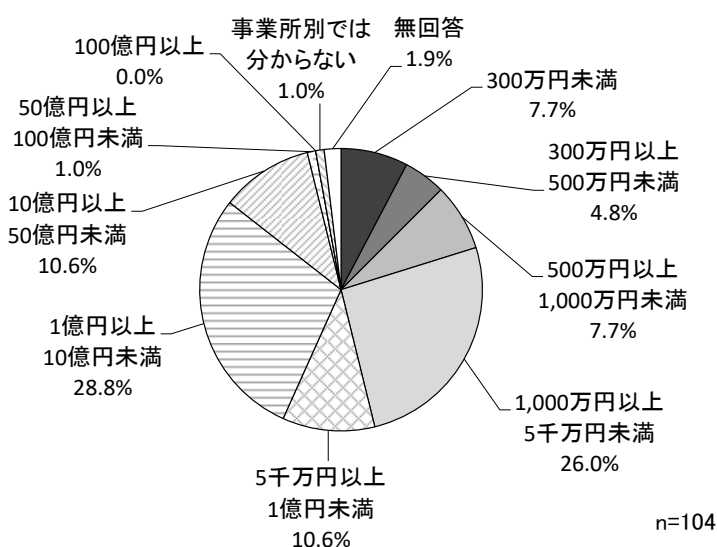
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

2. 経営状況

問3 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 直近決算の年間売上高は、「1億円以上 10億円未満」(28.8%) が3割近くで最も高く、次いで「1,000万円以上 5千万円未満」(26.0%) が続く。
- 業種別にみると、「金属製品」及び「一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)」では、「1,000万円以上 5千万円未満」がそれぞれ4割台で最も高くなっている。

直近決算の年間売上高



直近決算の年間売上高(業種別)

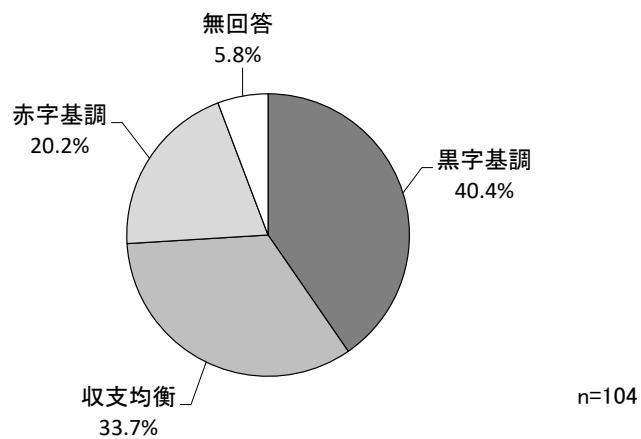
業種別	件数(計)	売上高区分											事業所別では分からない	無回答
		300万円未満	300万円以上 500万円未満	500万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 5千万円未満	5千万円以上 1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上 50億円未満	50億円以上 100億円未満	100億円以上				
食料品	11	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	36.4	45.5	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	
飲料・たばこ・飼料	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
木材・木製品(家具を除く)	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
パルプ・紙・紙加工品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
印刷・同関連	7	14.3	0.0	0.0	28.6	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	
プラスチック製品	4	25.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
鉄鋼	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
非鉄金属	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
金属製品	27	3.7	3.7	7.4	40.7	11.1	18.5	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	
一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	7.1	0.0	0.0	42.9	0.0	35.7	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
電子部品・デバイス・電子回路	3	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
電気機械器具	7	0.0	0.0	28.6	0.0	14.3	42.9	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
輸送用機械器具	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他の製造業	18	16.7	5.6	5.6	11.1	22.2	33.3	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	
無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
合計	104	7.7	4.8	7.7	26.0	10.6	28.8	10.6	1.0	0.0	1.0	1.9		

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問4 平成 29(2017)年度から令和元(2019)年度の3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前)の経営状況はどうでしたか。(1つに○)

- 新型コロナウイルス感染症の発生前の3年間における経営状況は、「黒字基調」(40.4%)が約4割を占め、「収支均衡」(33.7%)、「赤字基調」(20.2%)と続く。「黒字基調」と「収支均衡」を合わせた7割台半ば近くの事業所が比較的良い経営状況となっている。

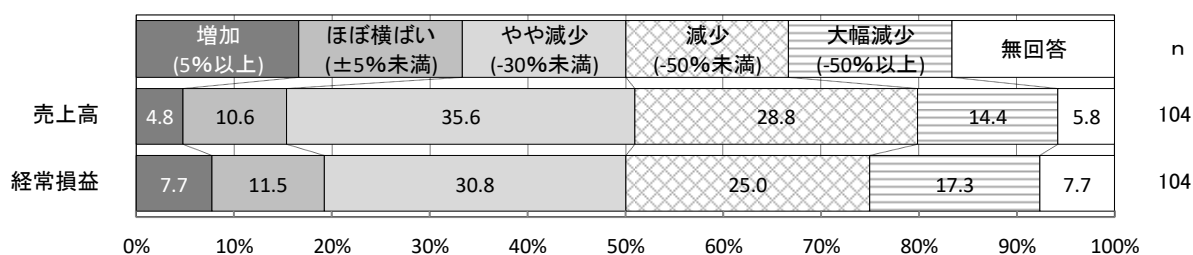
3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前)の経営状況



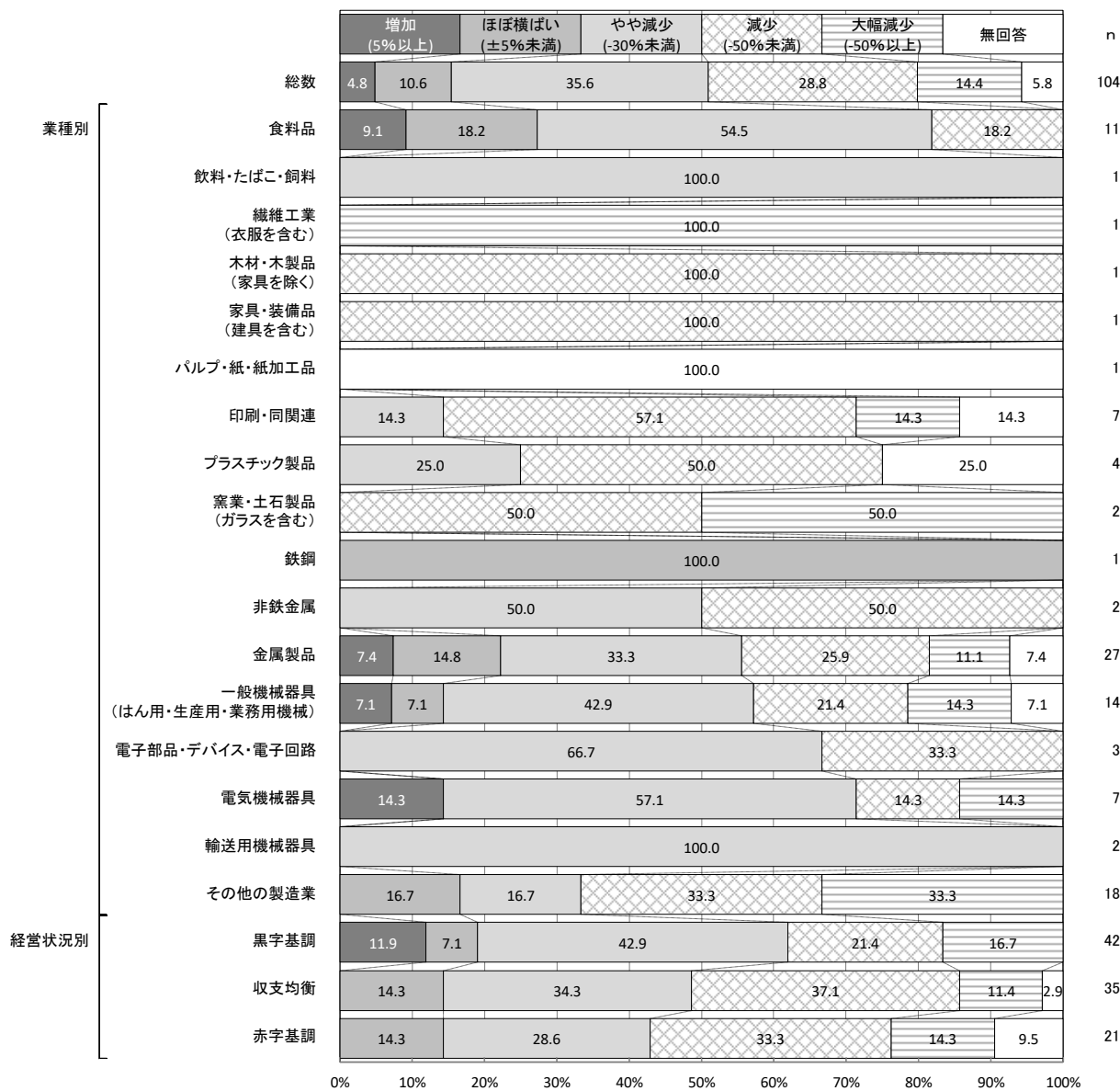
問5 令和元(2019)年4～12月(9か月)と令和2(2020)年4～12月(9か月)と比較して、売上高及び経常損益はどのように変化していますか。(各1つに○)

- 新型コロナウイルス感染症拡大の前後における売上高の変化は、「やや減少(-30%未満)」(35.6%)が最も高く、次いで、「減少(-50%未満)」(28.8%)と続く。一方、「ほぼ横ばい(±5%未満)」(10.6%)は約1割、「増加(5%以上)」(4.8%)は1割未満となっている。
- 経常損益の変化は、「やや減少(-30%未満)」(30.8%)が最も高く、次いで、「減少(-50%未満)」(25.0%)と続く。一方、「ほぼ横ばい(±5%未満)」(11.5%)は1割強、「増加(5%以上)」(7.7%)は1割未満である。
- 売上高の変化を業種別にみると、「増加(5%以上)」と「ほぼ横ばい(±5%未満)」を合わせた『ほぼ横ばい以上』は、「食料品」(27.3%)、「金属製品」(22.2%)では2割を超えている。
- 売上高の変化を経営状況別にみると、「減少(-50%未満)」は「黒字基調」(21.4%)に比べて「収支均衡」(37.1%)や「赤字基調」(33.3%)の方が高い。
- 経常損益の変化を経営状況別にみると、「黒字基調」では「増加(5%以上)」(19.0%)が2割弱を占める一方、「大幅減少(-50%以上)」(23.8%)も2割台半ば近くを占めている。

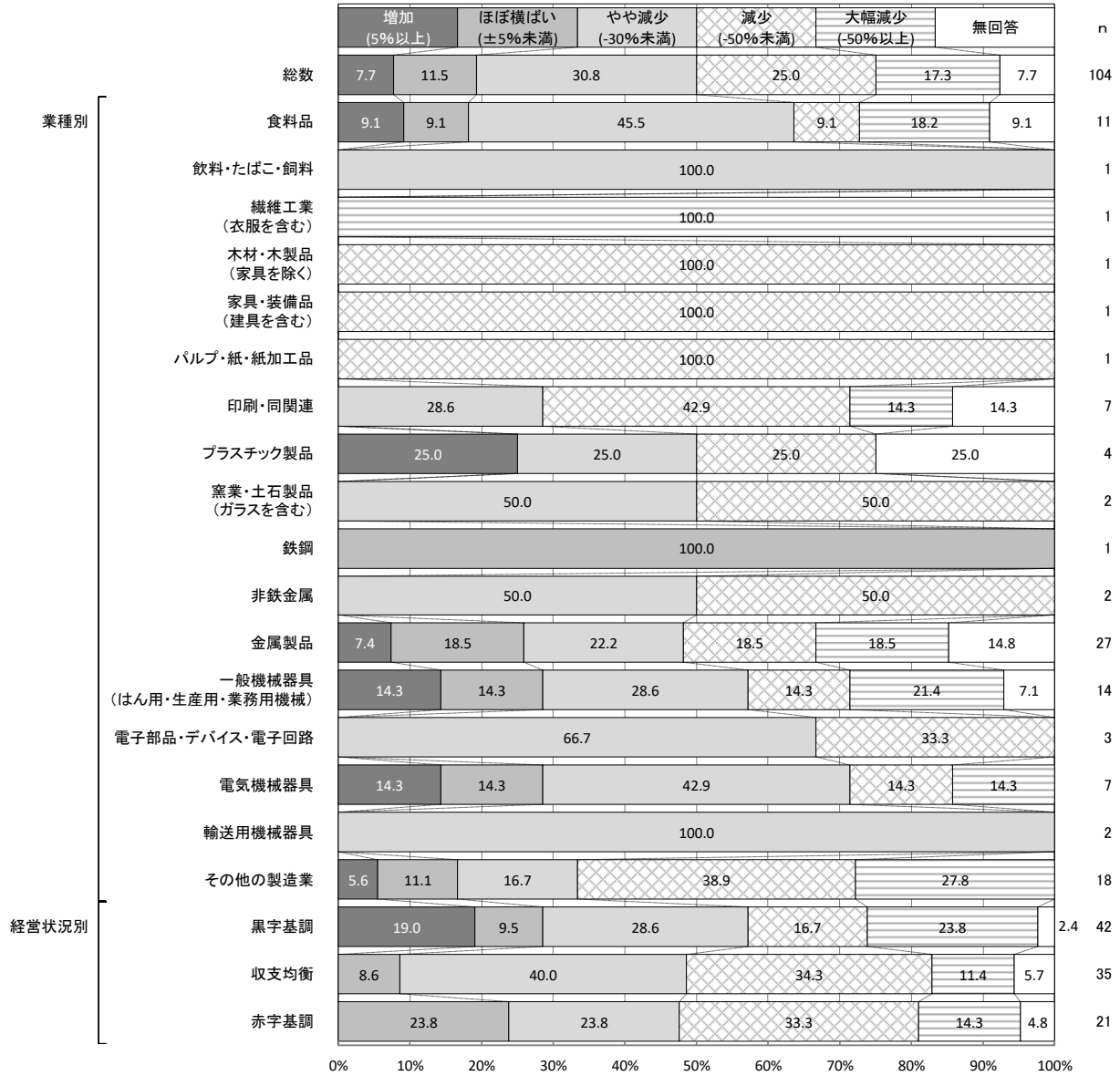
売上高・経常損益の変化



売上高の変化(業種別・経営状況別)



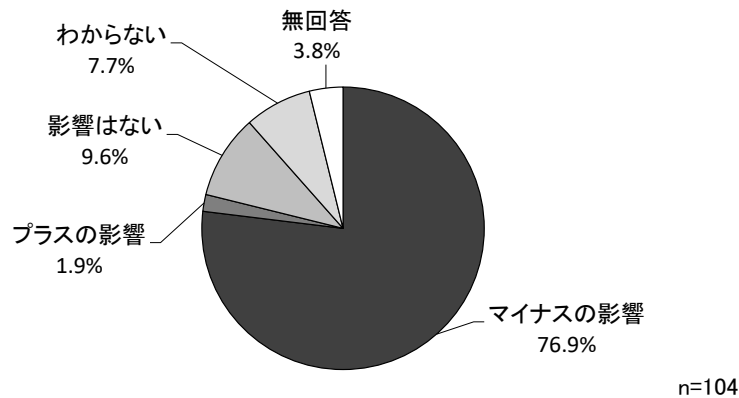
経常損益の変化(業種別・経営状況別)



問6 貴事業所が受けた新型コロナウイルス感染症の影響は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

● 新型コロナウイルス感染症の影響は、「マイナスの影響」(76.9%)が7割台半ばを超える。

新型コロナウイルス感染症の影響

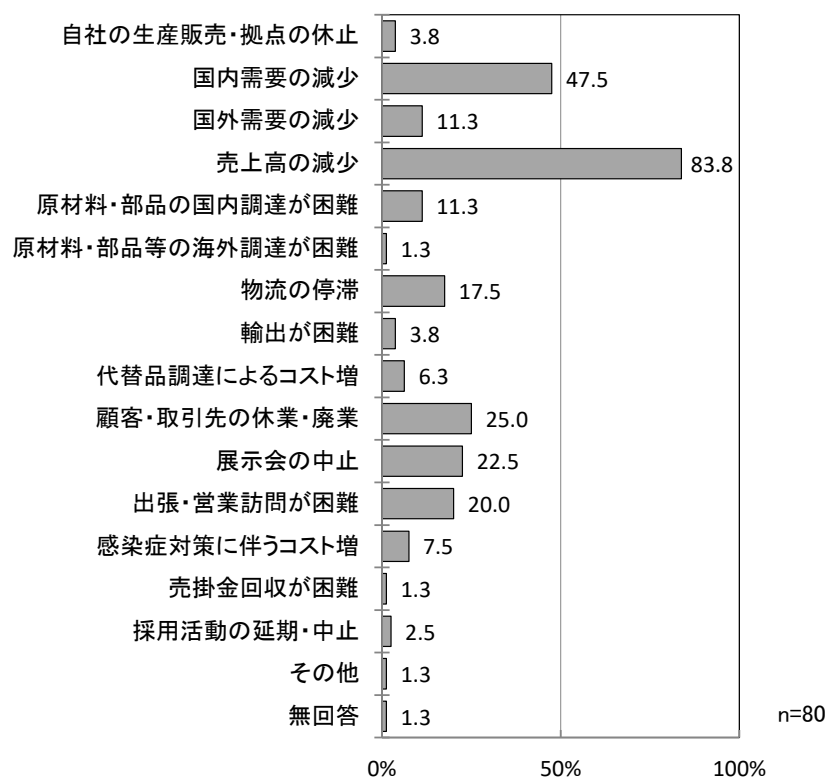


問6で、「マイナスの影響」と回答された方にお聞きします。

問6-1 その影響は、次のどれに該当しますか。(あてはまるものすべてに○)

● 「売上高の減少」(83.8%)が最も高く、次いで「国内需要の減少」(47.5%)、「顧客・取引先の休業・廃業」(25.0%)と続く。

新型コロナウイルス感染症による影響の内容

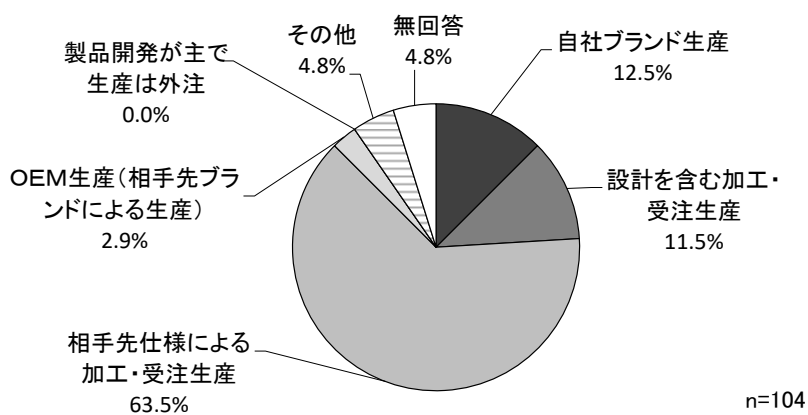


3. 生産・取引状況

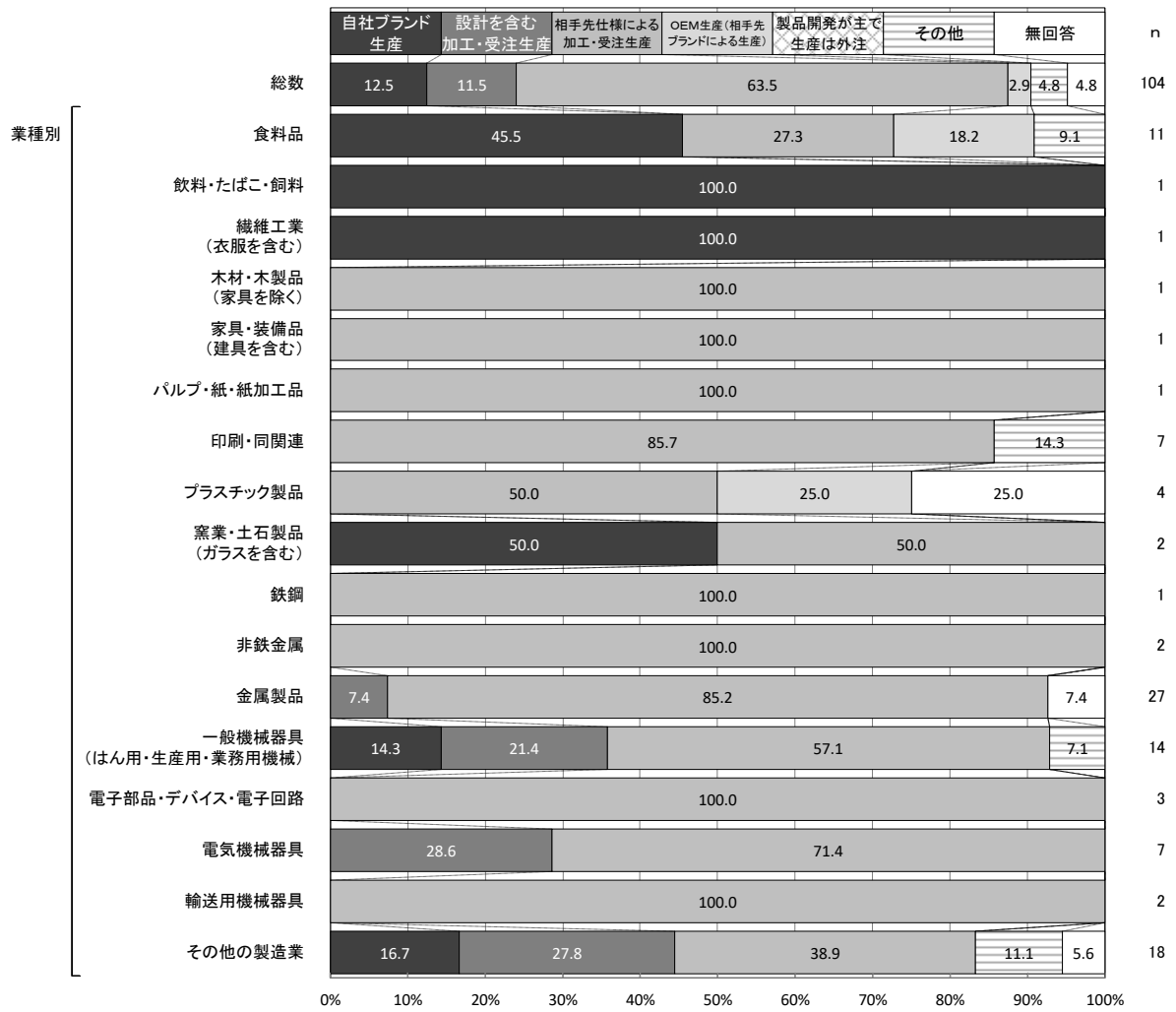
問7 主な生産内容は、次のどれに該当しますか(最も当てはまるもの1つに○)

- 主な生産内容は、「相手先仕様による加工・受注生産」(63.5%)が最も高く、次いで「自社ブランド生産」(12.5%)、「設計を含む加工・受注生産」(11.5%)と続く。
- 業種別にみると、最も回答数が多い「金属製品」では、「相手先仕様による加工・受注生産」(85.2%)が8割台半ばを占め、「自社ブランド生産」は回答がなかった。また、「電気機械器具」では、「設計を含む加工・受注生産」(28.6%)が3割近い。

主な生産内容



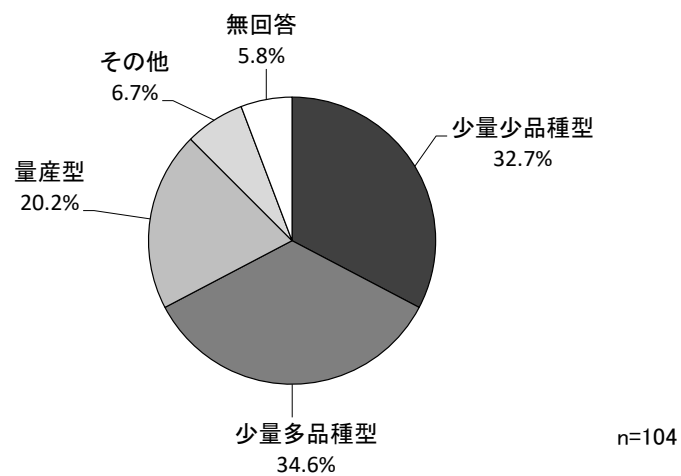
主な生産内容(業種別)



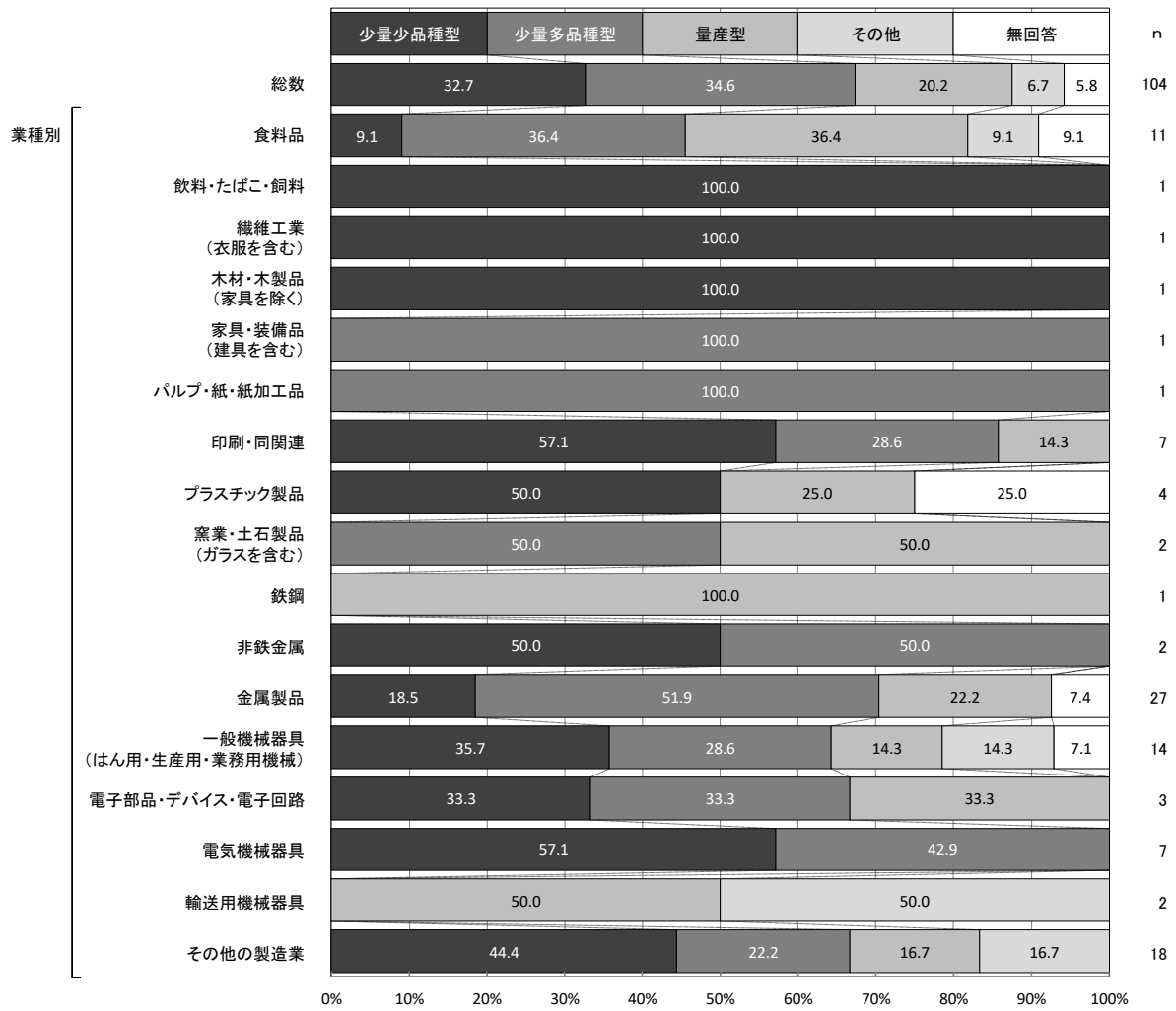
問8 主な生産形態は、次のどれに該当しますか(最も当てはまるもの1つに○)

- 主な生産形態は、「少量多品種型」(34.6%)が最も高く、次いで「少量少品種型」(32.7%)、「量産型」(20.2%)と続く。
- 業種別にみると、最も回答数が多い「金属製品」では、「少量多品種型」(51.9%)が5割強で、「少量少品種型」(18.5%)は2割近くである。「食料品」では、「少量多品種型」(36.4%)と「量産型」(36.4%)がそれぞれ3割台半ばを越えている。

主な生産形態



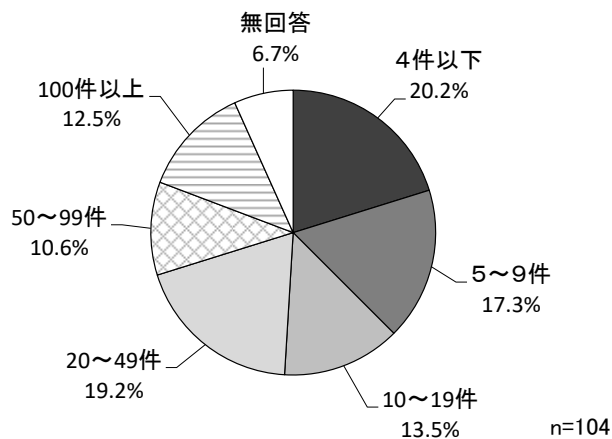
主な生産形態(業種別)



問9 顧客・取引先の件数は、何件ですか。(1つに○)

- 顧客・取引先の件数は、「4件以下」(20.2%)が最も高く、次いで「20～49件」(19.2%)、「5～9件」(17.3%)と続く。

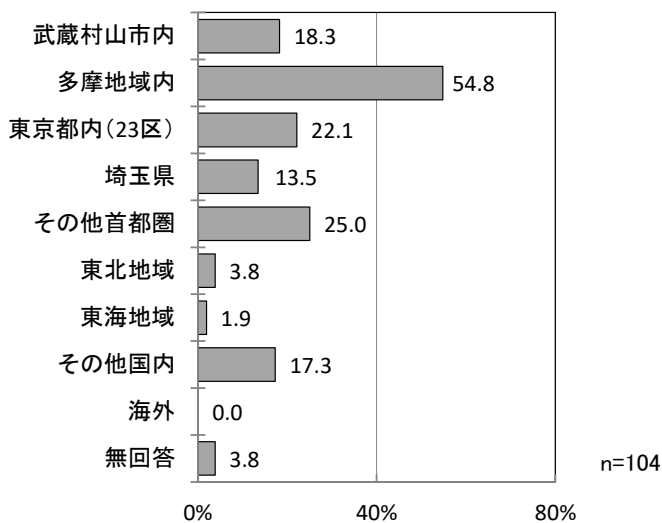
顧客・取引先の件数



問10 主な顧客・取引先の地域は、次のどれに該当しますか。(取引額上位2つの地域に○印)

- 主な顧客・取引先の地域は、「多摩地域内」(54.8%)が最も高く、次いで「その他首都圏」(25.0%)、「東京都内(23区)」(22.1%)、「武蔵村山市内」(18.3%)と続く。

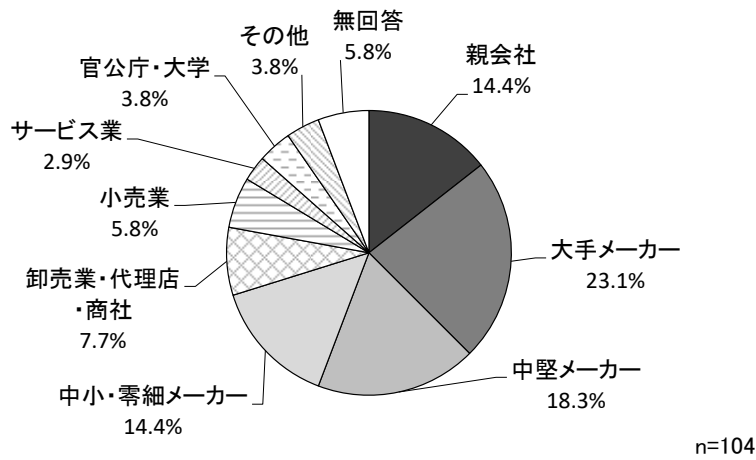
主な顧客・取引先の地域



問 11 年間売上高第1位の顧客・取引先の属性は、次にどれに該当しますか。(1つに○)

- 年間売上高1位の顧客・取引先の属性は、「大手メーカー」(23.1%)が最も高く、次いで「中堅メーカー」(18.3%)、「親会社」(14.4%)及び「中小・零細メーカー」(14.4%)と続く。
- 業種別にみると、「電気機械器具」及び「輸送用機械器具」では、「大手メーカー」が5割を超える。最も回答事業者が多い「金属製品」では「大手メーカー」(25.9%)が最も高く、次いで「親会社」(22.2%)、「中堅メーカー」(14.8%)、「中小・零細メーカー」(14.8%)と続く。

年間売上高1位の顧客・取引先の属性



年間売上高1位の顧客・取引先の属性(業種別)

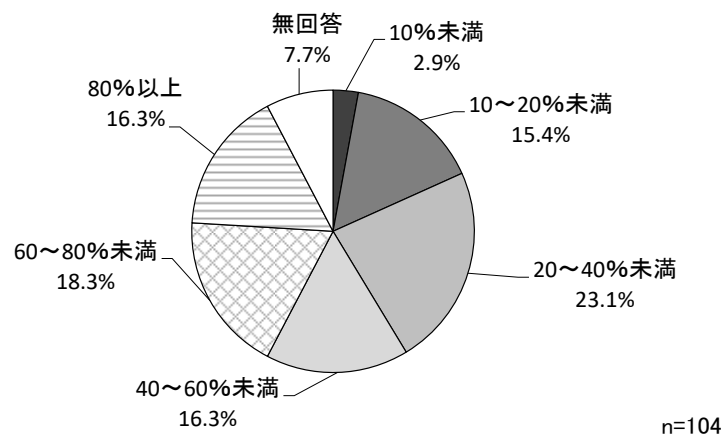
業種別	件数(計)	属性										
		親会社	大手メーカー	中堅メーカー	中小・零細メーカー	卸売業・代理店・商社	小売業	サービス業	官公庁・大学	その他	無回答	
食料品	11	9.1	18.2	18.2	0.0	9.1	18.2	9.1	0.0	18.2	0.0	
飲料・たばこ・飼料	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
木材・木製品(家具を除く)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
家具・装備品(建具を含む)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
パルプ・紙・紙加工品	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
印刷・同関連	7	28.6	0.0	14.3	28.6	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	
プラスチック製品	4	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	
窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
鉄鋼	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
非鉄金属	2	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
金属製品	27	22.2	25.9	14.8	14.8	11.1	0.0	3.7	0.0	0.0	7.4	
一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	7.1	35.7	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	7.1	
電子部品・デバイス・電子回路	3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
電気機械器具	7	14.3	57.1	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	
輸送用機械器具	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他の製造業	18	5.6	16.7	22.2	11.1	5.6	11.1	5.6	5.6	5.6	11.1	
無回答	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
合計	104	14.4	23.1	18.3	14.4	7.7	5.8	2.9	3.8	3.8	5.8	

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 12 年間売上高第1位の顧客・取引先との取引は全売上高においてどのぐらいの比率を占めていますか。
(1つに○)

- 年間売上高1位の顧客・取引先との取引が売上高に占める割合は、「20～40%未満」(23.1%)が最も高く、次いで「60～80%未満」(18.3%)、「40～60%未満」(16.3%)及び「80%以上」(16.3%)と続く。

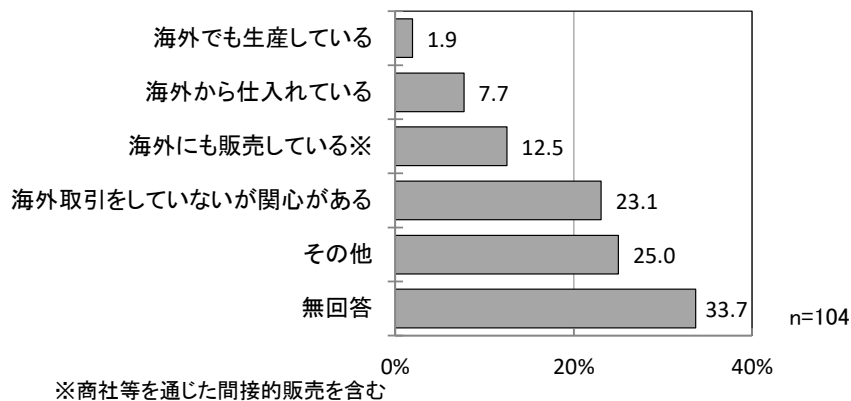
年間売上高1位の顧客・取引先との取引が売上高に占める割合



問 13 海外市場との取引を行っていますか。(当てはまるものすべてに○)

- 海外市場との取引は、「海外でも生産している」(1.9%)、「海外から仕入れている」(7.7%)、「海外にも販売している」(12.5%)といずれも2割に達していない。「海外取引をしていないが関心がある」(23.1%)が2割台半ば近い。「その他」(25.0%)には、「取引していない」「客先が取引している」といった意見がみられた。

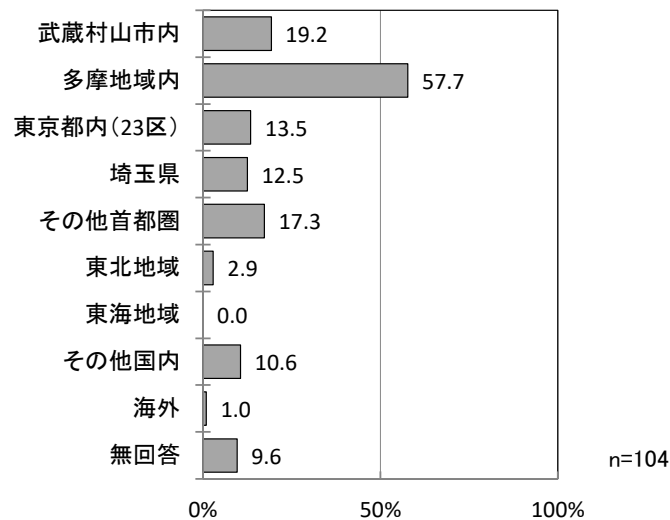
海外市場との取引



問 14 主要外注・生産分業先の地域は、次のどれに該当しますか。(取引額上位2つの地域に○印)

- 主要外注・生産分業先の地域は、「多摩地域内」(57.7%)が主な顧客・取引先の地域と同様に最も高く、次いで「武蔵村山市内」(19.2%)、「その他首都圏」(17.3%)と続く。

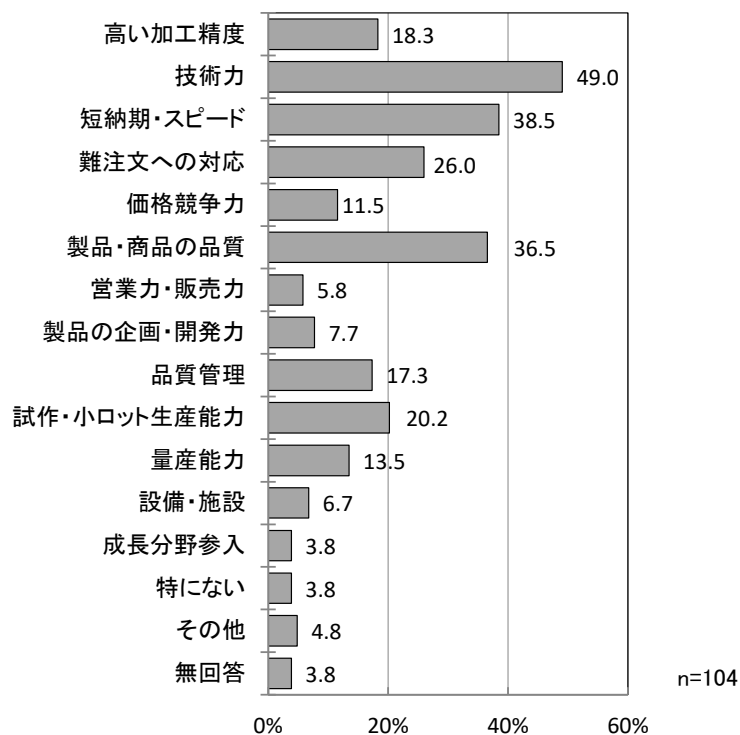
主要外注・生産分業先の地域



問 15 貴事業所の強みは、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 事業所の強みは、「技術力」(49.0%)が最も高く、次いで「短納期・スピード」(38.5%)、「製品・商品の品質」(36.5%)と続く。「特にない」は3.8%に留まっている。

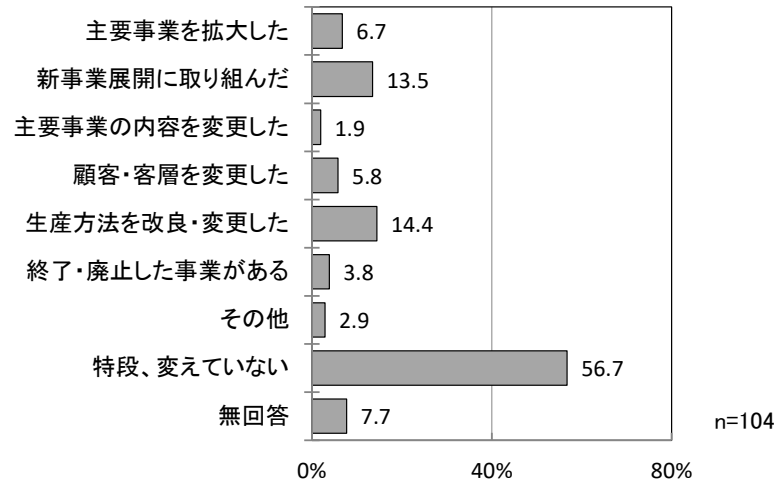
事業所の強み



問 16 事業環境の変化に対応するため、過去 10 年以内に事業を見直し・変更したことがありますか。(当てはまるものすべてに○)

● 過去 10 年以内における事業を見直し・変更は、「生産方法を改良・変更した」(14.4%) が最も高く、次いで「新事業展開に取り組んだ」(13.5%) と続く。「特段、変えていない」(56.7%) が 5 割台半ばを超える。

事業の見直し・変更



事業の見直し・変更(業種別・従業員規模別・経営状況別)

	件数 (計)	主要事業 を拡大した	新事業 展開に 取り組 んだ	主要事 業の内 容を変 更した	顧客・ 客層を 変更し た	生産方 法を改 良・変 更した	終了・ 廃止し た事業 がある	その他	特段、 変えて いない	無回答	
業 種 別	食料品	11	9.1	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	63.6	0.0	
	飲料・たばこ・飼料	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	木材・木製品(家具を除く)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	パルプ・紙・紙加工品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	
	印刷・同関連	7	28.6	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	57.1	0.0	
	プラスチック製品	4	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	25.0	
	窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	鉄鋼	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
	非鉄金属	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	
	金属製品	27	3.7	7.4	0.0	7.4	18.5	0.0	7.4	51.9	18.5
	一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	7.1	28.6	7.1	14.3	14.3	7.1	0.0	57.1	0.0
	電子部品・デバイス・電子回路	3	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	66.7	0.0
	電気機械器具	7	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	71.4	0.0
	輸送用機械器具	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
その他の製造業	18	5.6	16.7	5.6	5.6	11.1	11.1	0.0	44.4	11.1	
無回答	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
規 模 業 者 別	1~20人	80	6.3	11.3	2.5	5.0	10.0	3.8	2.5	58.8	10.0
	21~100人	20	5.0	20.0	0.0	5.0	30.0	5.0	5.0	55.0	0.0
	101人以上	4	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0
経 営 状 況 別	黒字基調	42	9.5	19.0	0.0	4.8	14.3	4.8	7.1	50.0	4.8
	収支均衡	35	8.6	11.4	2.9	8.6	20.0	0.0	0.0	68.6	0.0
	赤字基調	21	0.0	9.5	4.8	4.8	9.5	9.5	0.0	57.1	9.5
	無回答	6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7
合計	104	6.7	13.5	1.9	5.8	14.4	3.8	2.9	56.7	7.7	

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 16 で「主要事業を拡大した」「新事業展開に取り組んだ」「主要事業の内容を変更した」「顧客・客層を変更した」「生産方法を改良・変更した」「終了・廃止した事業がある」「その他」と回答した方にお聞きします。

問 16—1 見直し・変更した内容を簡単にお書きください。

見直し・変更した具体的内容について、選択項目ごとにみると、「1. 主要事業を拡大した」と回答した事業者では、生産力の向上や設備投資、新規販路開拓等による主要事業の拡大等が取り組まれていた。次に、「2. 新事業展開に取り組んだ」では、環境に対応した素材活用による新事業展開、M&Aや近隣の廃業企業の事業継承による新事業展開、顧客との共同開発による新市場開拓といった連携のもと新事業に展開している事業者があった。「3. 主要事業の内容を変更した」では、新分野での取引開拓に向けた事業変更の事例が見られた。「4. 顧客・客層を変更した」では、1社依存からの脱却、他分野への参入、販売方法の変更等の取組が実施されていた。「5. 生産方法を改良・変更した」では、ISO9001の取得や生産の効率化、外注先の増強、海外展開等の取組、「6. 終了・廃止した事業がある」では、顧客との取引や顧客の絞り込み等の事例が挙げられた。

<回答事例>

【1. 主要事業の拡大】

- 自社工場での生産を分業にして生産力を向上させた。環境事業も進めるようにした。(一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械))
- 主要事業の拡大と、更なる顧客・客層の拡大のため製品の品質向上を行い、生産方法も効率化を図った。(その他製造業)
- 生産能力を高めるため専有敷地を拡大し、設備機器の台数を増やした。(印刷・同関連)

【2. 新事業展開】

- 事業をM&Aにて継承、生産管理システム、在庫システム等を導入し、作業事務時間を短縮、作業履歴のPDF化により能率を高める。(一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械))
- 近くで廃業した事業者の業務・従業員を引き継いでその分野の業務も手がけるようにした。(その他の製造業)
- お客様と共同開発して新市場へ製品を販売した。(その他の製造業)

【3. 主要事業の内容変更】

- 自動車業界の仕事が少なくなったため、試作業務や顧客対応の仕事に変えた。(その他の製造業)
- 専用機の設計製作から自社商品の開発設計製造販売に変更した。(一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械))

【4. 顧客・客層の変更】

- 1社依存から複数の顧客にした。(一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械))
- 自動車・半導体分野以外の建機、環境エネルギー等の客層を新規で開拓。(金属製品)
- メール、FAXで注文を受け宅配する。(食料品)

【5. 生産方法の改良・変更】

- ISO9001を取得し品質マネジメントを運用。品質管理の仕組強化を行った。(金属製品)
- 機械の入れ換え(金属製品)
- 社会状況により外注先を増やした。(印刷・同関連)
- 生産加工のための自動機や作業改善を行わないコスト削減に取り組んでいる。(金属製品)
- 人手不足・人件費高騰に対応するために、海外に子会社(外注)を立ち上げた。(輸送用機械器具)

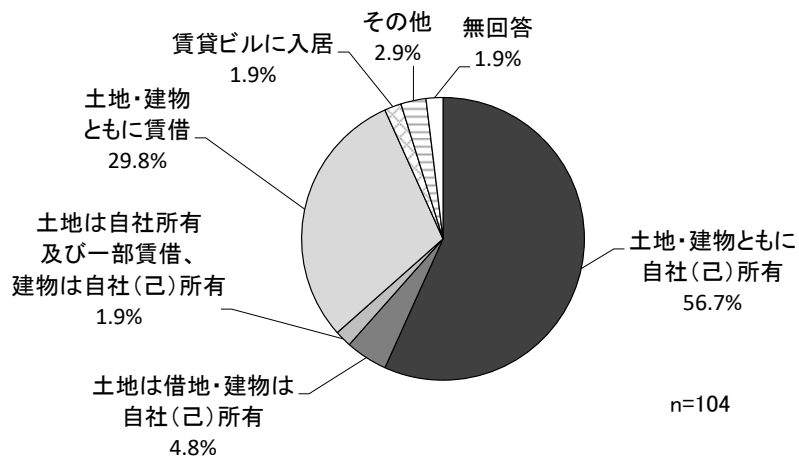
※回答事例はすべての回答を記載していない。誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

4. 立地環境

問 17 土地・建物所有の状況は、次のどれに該当しますか。(主に当てはまるもの1つに○)

- 土地・建物所有の状況は、「土地・建物ともに自社(己)所有」(56.7%)が5割台半ばを超える。「土地・建物ともに賃借」(29.8%)は3割弱となっている。

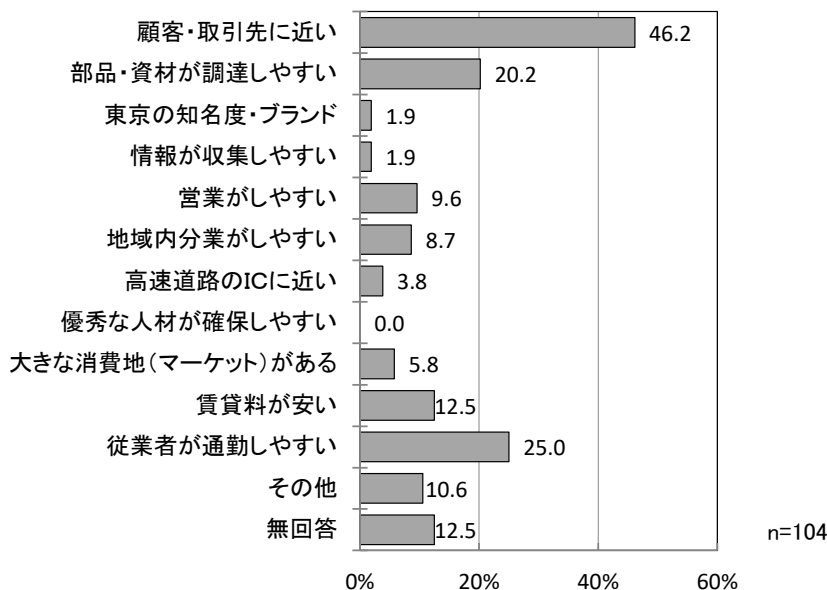
土地・建物所有の状況



問 18 当該地における立地の利点(メリット)は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 立地の利点(メリット)は、「顧客・取引先に近い」(46.2%)が最も高く、次いで「従業員が通勤しやすい」(25.0%)、「部品・資材が調達しやすい」(20.2%)が続く。一方、「優秀な人材が確保しやすい」(0.0%)、「東京の知名度・ブランド」(1.9%)、「情報が収集しやすい」(1.9%)は低い。

立地の利点(メリット)



立地の利点(メリット)(業種別)

	件数(計)	顧客・取引先に近い	部品・資材が調達しやすい	東京の知名度・ブランド	情報が収集しやすい	営業がしやすい	地域内分業がしやすい	高速道路のICに近い	優秀な人材が確保しやすい	大きな消費地(マーケット)がある	賃貸料が安い	従業員が通勤しやすい	その他	無回答
食料品	11	45.5	18.2	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	27.3	9.1	0.0	9.1	18.2
飲料・たばこ・飼料	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
パルプ・紙・紙加工品	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
印刷・同関連	7	42.9	0.0	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	28.6	28.6	0.0	14.3
プラスチック製品	4	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0
窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
鉄鋼	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
非鉄金属	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
金属製品	27	70.4	14.8	0.0	3.7	7.4	7.4	3.7	0.0	0.0	14.8	29.6	7.4	14.8
一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	35.7	28.6	0.0	0.0	7.1	14.3	14.3	0.0	0.0	7.1	21.4	21.4	7.1
電子部品・デバイス・電子回路	3	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
電気機械器具	7	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3	42.9	0.0	0.0
輸送用機械器具	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他の製造業	18	22.2	16.7	11.1	0.0	11.1	5.6	0.0	0.0	0.0	11.1	27.8	16.7	22.2
無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
合計	104	46.2	20.2	1.9	1.9	9.6	8.7	3.8	0.0	5.8	12.5	25.0	10.6	12.5

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

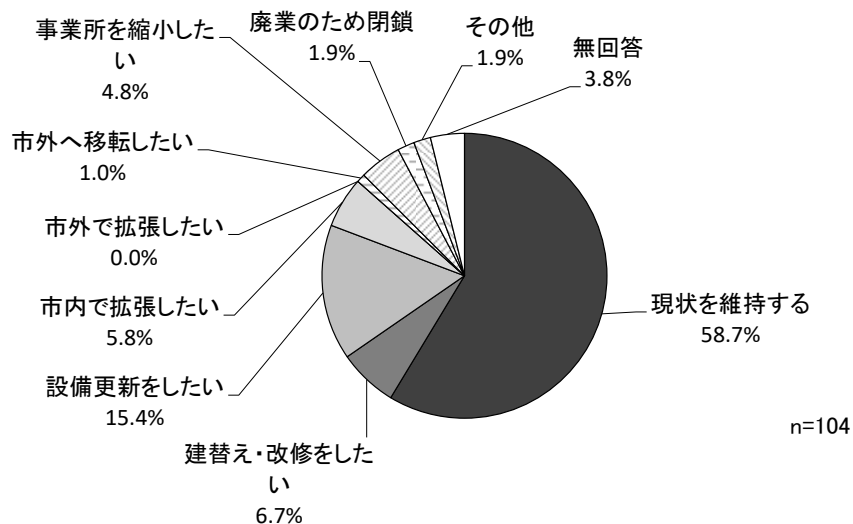
問 19 今後の拡張・移転等の方向性は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

問 19 で、「市外で拡張したい」「市外へ移転したい」と回答された方にお聞きします。

問 19-1 市外に拡張・移転する主な理由は何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 今後の拡張・移転等の方向性は、「現状を維持する」(58.7%)が6割近くを占める。
- 「建替え・改修をしたい」(6.7%)、「設備更新をしたい」(15.4%)、「市内で拡張したい」(5.8%)を合わせた27.9%が設備投資意向を有している。
- 市外移転・縮小・廃業については、「市外へ移転したい」(1.0%)が1件、「事業所を縮小したい」(4.8%)が5件、「廃業のため閉鎖」(1.9%)が2件となっている。
- 市外に拡張・移転したいと回答した事業者は1件だったが、その主な理由は「通勤の利便性が悪い」と「人材確保が困難」を挙げている。

今後の拡張・移転等の方向性



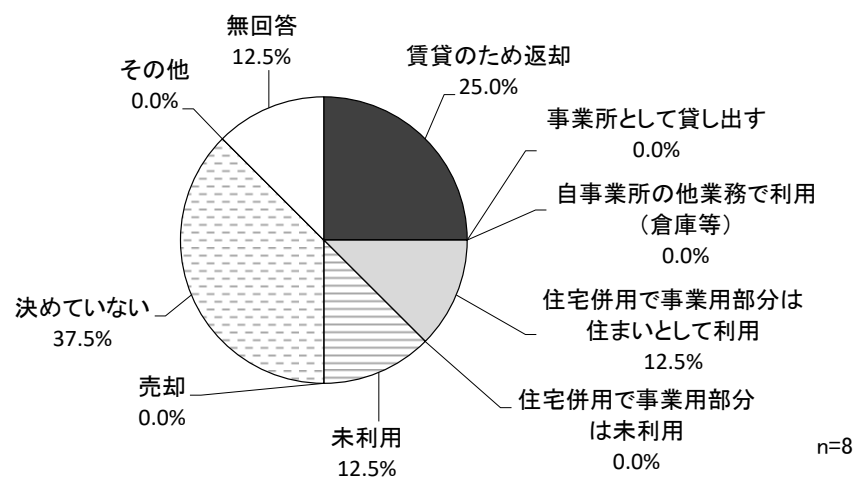
問 19 で、「市外へ移転したい」「事業所を縮小したい」「廃業のため閉鎖」と回答された方にお聞きします。

問 19-2 移転・縮小・閉鎖に伴い、使用しなくなる事業所・店舗はどうされるご予定ですか。

(1つに〇)

- 「市外へ移転したい」「事業所を縮小したい」「廃業のため閉鎖」と回答した 8 事業所に対して、移転・縮小・閉鎖に伴い、使用しなくなる事業所・店舗への対応方法を聞いたところ、「決めていない」(37.5%) が 3 件、「賃貸のため返却」(25.0%) が 2 件、「住宅併用で事業用部分は住まいとして利用」(12.5%) が 1 件、「未利用」(12.5%) が 1 件、「無回答」(12.5%) が 1 件となっている。

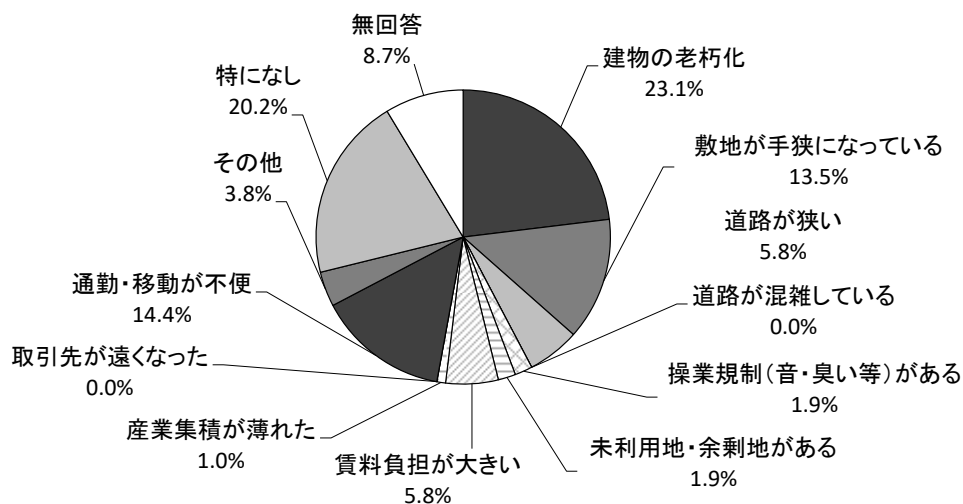
移転・縮小・閉鎖後の事業所・店舗への対応方法



問 20 事業用地・建物における問題点はありますか。(最も当てはまるもの1つに○)

● 事業用地・建物における問題点は、「建物の老朽化」(23.1%)が最も高く、次いで「通勤・移動が不便」(14.4%)、「敷地が手狭になっている」(13.5%)と続く。「特になし」(20.2%)は約2割である。

事業用地・建物における問題点



n=104

事業用地・建物における問題点(業種別)

業種別	件数(計)	問題点												
		建物の老朽化	敷地が手狭になっている	道路が狭い	道路が混雑している	操業規制(音・臭い等)がある	未利用地・余剰地がある	賃料負担が大きい	産業集積が薄れた	取引先が遠くなった	通勤・移動が不便	その他	特になし	無回答
食料品	11	36.4	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0	9.1	0.0
飲料・たばこ・飼料	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
パルプ・紙・紙加工品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
印刷・同関連	7	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3
プラスチック製品	4	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
鉄鋼	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
非鉄金属	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
金属製品	27	29.6	11.1	7.4	0.0	3.7	3.7	7.4	0.0	0.0	11.1	3.7	14.8	7.4
一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	7.1	21.4	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	14.3	7.1	42.9	0.0
電子部品・デバイス・電子回路	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械器具	7	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	28.6	0.0
輸送用機械器具	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
その他の製造業	18	22.2	11.1	5.6	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0	16.7	5.6	16.7	11.1
無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
合計	104	23.1	13.5	5.8	0.0	1.9	1.9	5.8	1.0	0.0	14.4	3.8	20.2	8.7

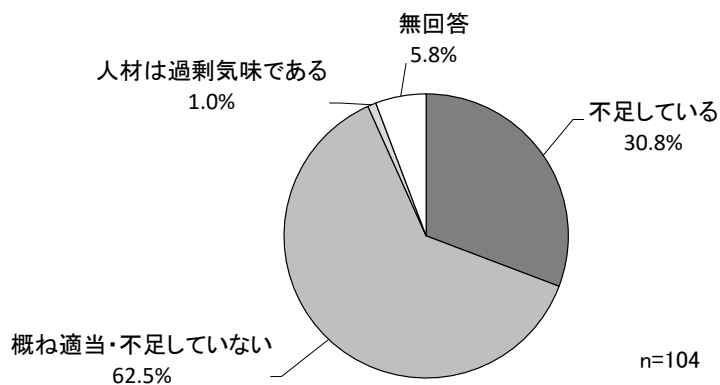
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

5. 人材の確保・育成

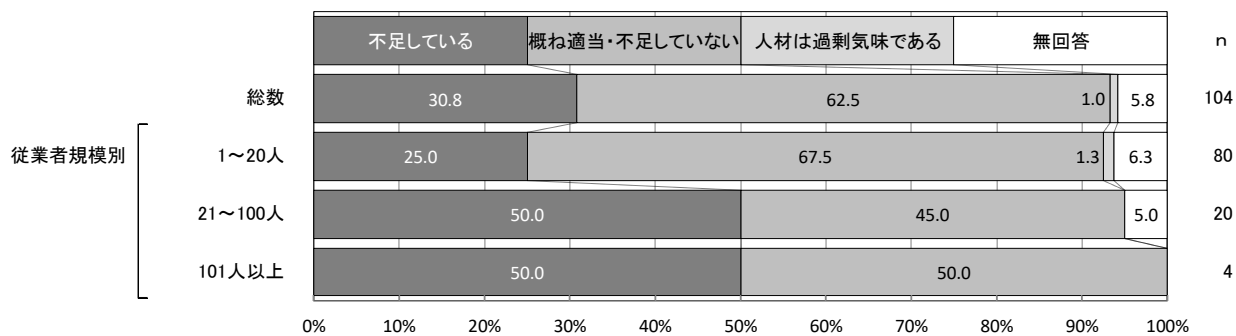
問 21 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(1つに〇)

- 人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(62.5%) が6割強を占め、「不足している」(30.8%) が約3割、「人材は過剰気味である」(1.0%) が1割以下となっている。
- 従業者規模別にみると、『21人以上』では「不足している」が5割を占める。

人材確保状況



人材確保状況(従業者規模別)

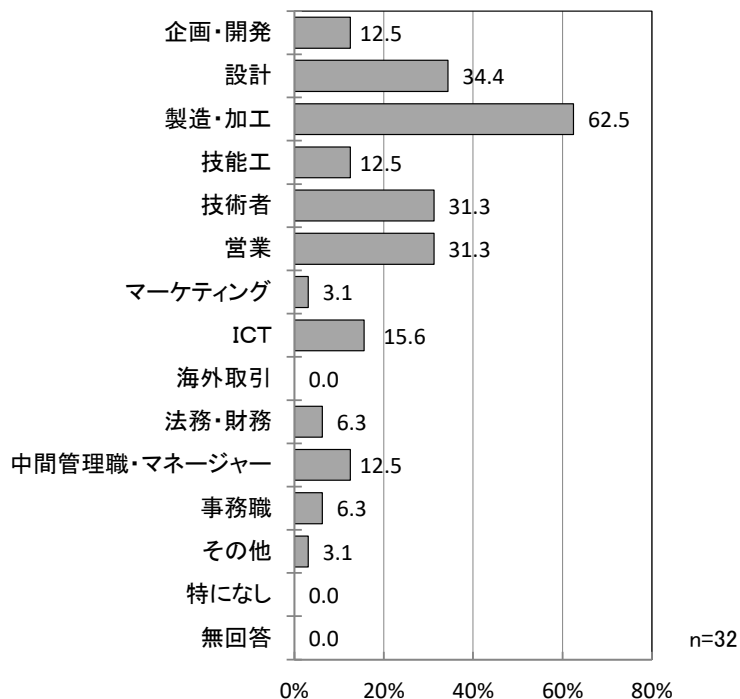


問 21 で「不足している」と回答された方にお聞きします。

問 21-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 不足している人材の職種は、「製造・加工」(62.5%) が最も高く、次いで「設計」(34.4%)、「技術者」(31.3%)、「営業」(31.3%) と続く。

不足している人材の職種



不足している人材の職種(業種別・従業員規模別)

		件数 (計)	企画・ 開発	設計	製造・ 加工	技能工	技術者	営業	マーケ ーティ ング	ICT	海外取 引	法務・ 財務	中間管 理職・ マネー ジャー	事務職	その他	特にな し	無回答
業 種 別	食料品	3	33.3	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
	印刷・同関連	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	プラスチック製品	1	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	窯業・土石製品(ガラスを含む)	1	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	鉄鋼	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	非鉄金属	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	金属製品	9	0.0	33.3	55.6	11.1	33.3	22.2	11.1	33.3	0.0	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	7	14.3	57.1	57.1	28.6	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0
	電気機械器具	3	0.0	66.7	66.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	輸送用機械器具	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他の製造業	4	25.0	25.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	
規 模 別	1~20人	20	10.0	25.0	70.0	10.0	40.0	30.0	0.0	5.0	0.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	21~100人	10	10.0	50.0	40.0	20.0	20.0	30.0	10.0	30.0	0.0	10.0	20.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	101人以上	2	50.0	50.0	100.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
合計		32	12.5	34.4	62.5	12.5	31.3	31.3	3.1	15.6	0.0	6.3	12.5	6.3	3.1	0.0	0.0

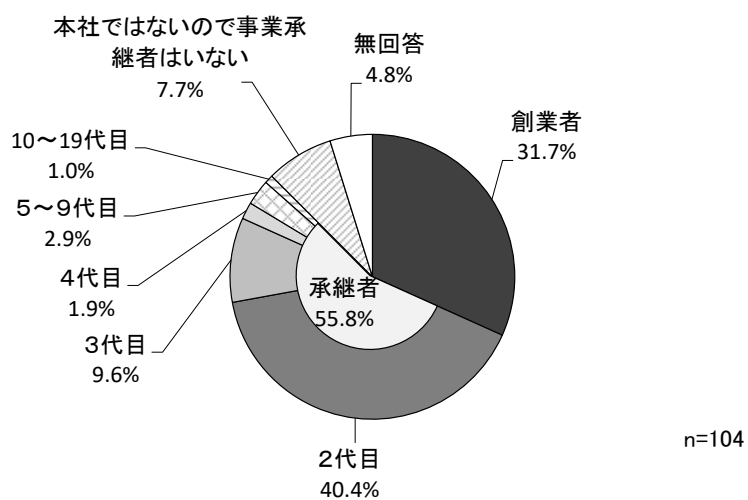
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

6. 事業承継

問 22 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 現在の代表者は、「2代目」(40.4%) が約4割を占め、次いで「創業者」(31.7%) が3割強となっている。『2代目以降』の承継者は55.8%で5割台半ばの事業所ですでに事業が承継されている。

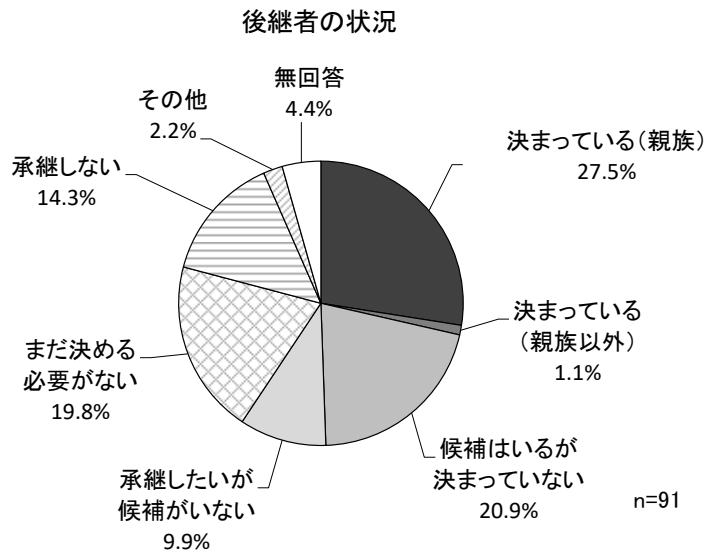
現在の代表者の承継状況



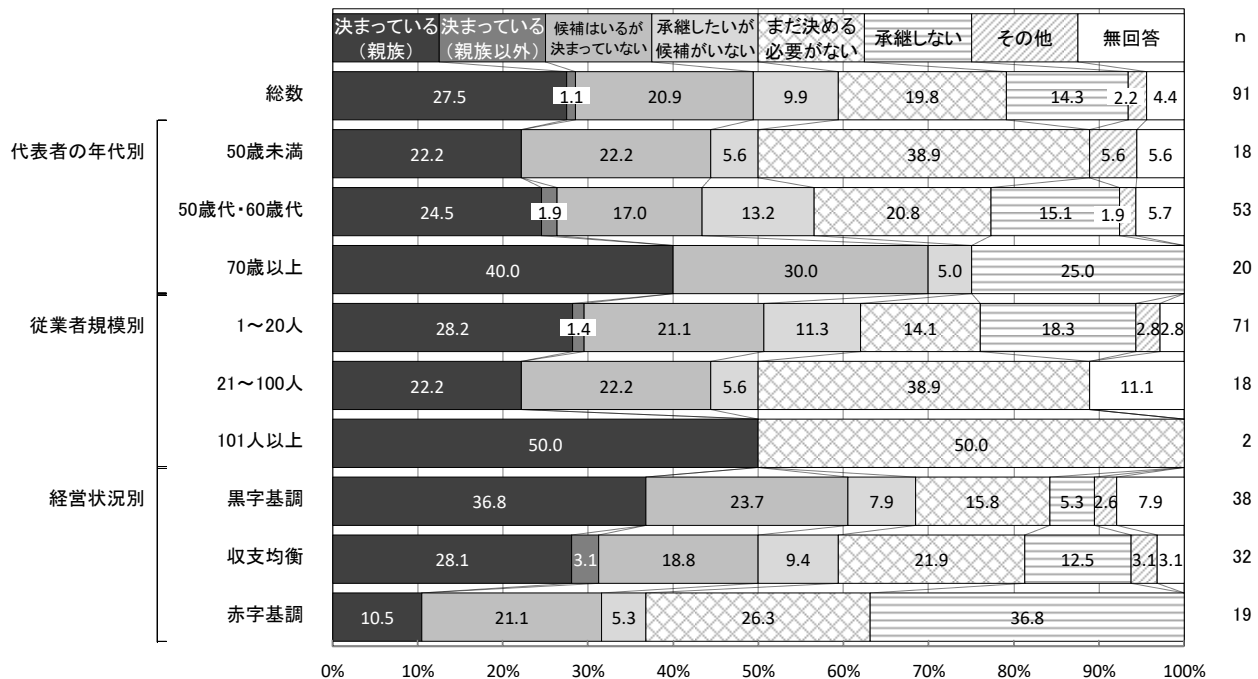
問 22 で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きします。

問 22-1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 後継者の状況は、「決まっている（親族）」(27.5%) が最も高く、次いで「候補はいるが決まっていない」(20.9%)、「まだ決める必要がない」(19.8%)、「承継しない」(14.3%)、「承継したいが候補がない」(9.9%)、「決まっている（親族以外）」(1.1%) と続く。
- 『決まっている』(28.6%) は3割近く、代表者の年代別にみると、「70歳以上」で『決まっている』(40.0%) は4割を占める。
- 経営状況別にみると、「黒字基調」では『決まっている』(36.8%) が3割台半ばを超えているが、一方で「承継したいが候補がない」が7.9%となっている。同じく「収支均衡」でも「承継したいが候補がない」が9.4%を数える。



後継者の状況(代表者の年代別・従業者規模別・経営状況別)

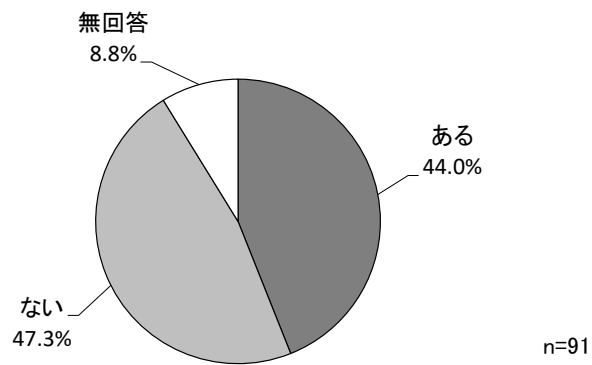


問 22 で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きします。

問 22-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

- 事業承継に関する課題は、「ある」(44.0%) が4割台半ば近くで、「ない」(47.3%) が4割台半ばを超えている。

事業承継に関する課題

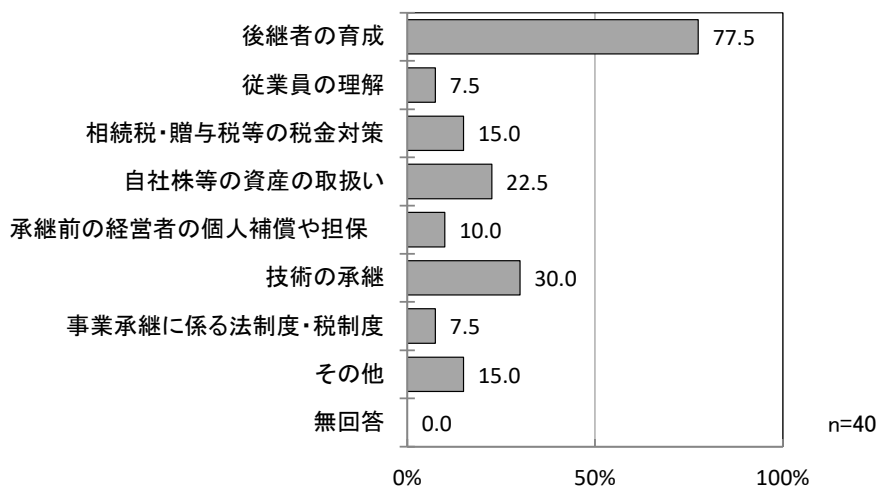


問 22-2 で、「ある」と回答された方にお聞きします。

問 22-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- 事業承継における課題は、「後継者の育成」(77.5%)が最も高く、次いで「技術の承継」(30.0%)、「自社株等の資産の取扱い」(22.5%)と続く。
- 代表者の年代別にみると、『50歳代以上』では、「後継者の育成」が87.5%と8割台半ばを越えている。

事業承継における課題



事業承継における課題(代表者の年代別)

代表者の年代別	件数(計)	後継者の育成	従業員の理解	相続税・贈与税等の税金対策	自社株等の資産の取扱い	承継前の経営者の個人補償や担保	技術の承継	事業承継に係る法制度・税制度	その他	無回答
50歳未満	8	37.5	12.5	12.5	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0
50歳代・60歳代	24	87.5	8.3	20.8	25.0	16.7	29.2	12.5	12.5	0.0
70歳以上	8	87.5	0.0	0.0	12.5	0.0	37.5	0.0	12.5	0.0
合計	40	77.5	7.5	15.0	22.5	10.0	30.0	7.5	15.0	0.0

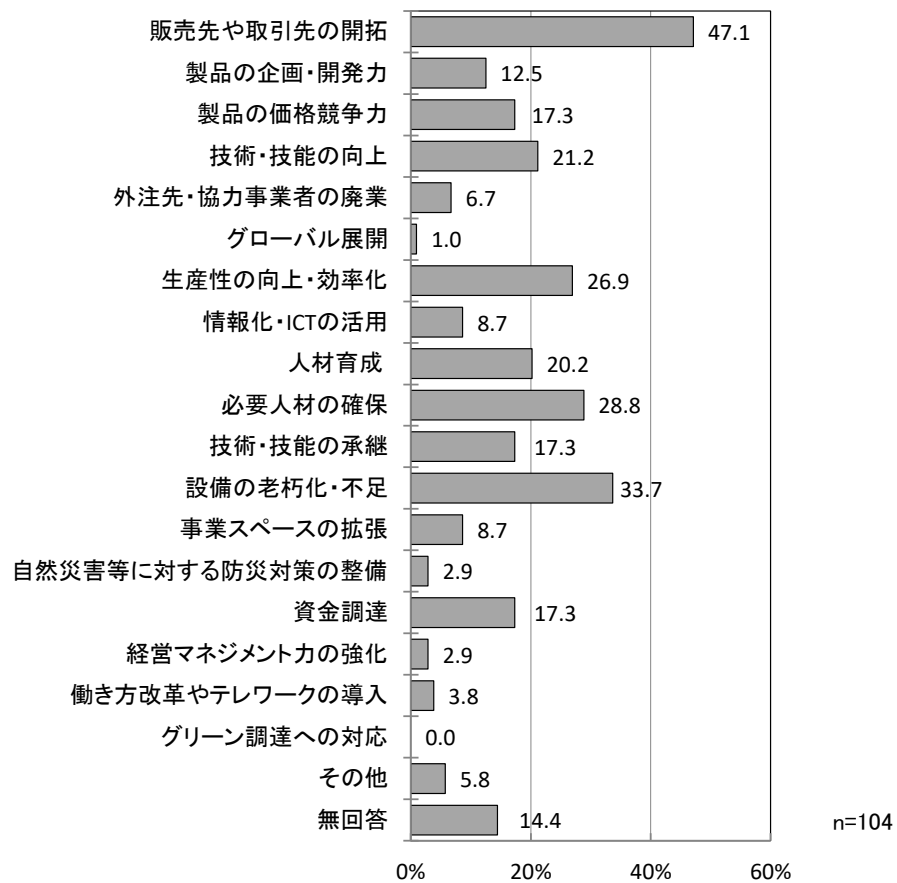
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

7. 事業所の課題

問 23 経営上の課題は、何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 経営上の課題は、「販売先や取引先の開拓」(47.1%)が最も高く、次いで「設備の老朽化・不足」(33.7%)、「必要人材の確保」(28.8%)、「生産性の向上・効率化」(26.9%)、「技術・技能の向上」(21.2%)、「人材育成」(20.2%)と続く。
- 業種別にみると、「電気機械器具」では、「人材育成」(71.4%)が7割強で最も高く、次いで「必要人材の確保」(57.1%)と「技術・技能の向上」(57.1%)が続き、人材に関する課題が上位にあがっている。

経営上の課題



経営上の課題(業種別)

	件数 (計)	販売先 や取引 先の開 拓	製品の 企画・ 開発力	製品の 価格競 争力	技術・ 技能の 向上	外注 先・協 力事業 者の廃 業	グロー バル展 開	生産性 の向 上・効 率化	情報 化・ICT の活用	人材育 成	必要人 材の確 保	
業 種 別	食料品	11	63.6	27.3	18.2	18.2	0.0	0.0	45.5	9.1	36.4	45.5
	飲料・たばこ・飼料	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	木材・木製品(家具を除く)	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	パルプ・紙・紙加工品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	印刷・同関連	7	57.1	0.0	14.3	42.9	0.0	0.0	28.6	28.6	0.0	14.3
	プラスチック製品	4	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
	鉄鋼	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0
	非鉄金属	2	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	金属製品	27	48.1	3.7	18.5	11.1	11.1	0.0	18.5	7.4	14.8	22.2
	一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	35.7	21.4	21.4	7.1	0.0	7.1	28.6	0.0	7.1	35.7
	電子部品・デバイス・電子回路	3	100.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	電気機械器具	7	14.3	0.0	14.3	57.1	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4	57.1
	輸送用機械器具	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0	50.0	50.0	50.0
その他の製造業	18	55.6	22.2	11.1	33.3	11.1	0.0	33.3	16.7	16.7	33.3	
無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
合計	104	47.1	12.5	17.3	21.2	6.7	1.0	26.9	8.7	20.2	28.8	
		技術・ 技能の 承継	設備の 老朽化・ 不足	事業ス ペース の拡張	自然災 害等に 対する 防災対 策の整 備	資金調 達	経営マ ネジメ ント力 の強化	働き方 改革や テレワ ークの 導入	グリー ン調達 への対 応	その他	無回答	
業 種 別	食料品	18.2	54.5	9.1	0.0	18.2	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0	
	飲料・たばこ・飼料	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	繊維工業(衣服を含む)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	木材・木製品(家具を除く)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	家具・装備品(建具を含む)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	パルプ・紙・紙加工品	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	
	印刷・同関連	0.0	28.6	0.0	14.3	28.6	0.0	0.0	0.0	14.3	14.3	
	プラスチック製品	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	
	窯業・土石製品(ガラスを含む)	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	鉄鋼	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	非鉄金属	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	金属製品	18.5	40.7	14.8	3.7	18.5	3.7	7.4	0.0	0.0	18.5	
	一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14.3	42.9	14.3	0.0	21.4	0.0	0.0	0.0	14.3	7.1	
	電子部品・デバイス・電子回路	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	電気機械器具	42.9	14.3	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	
	輸送用機械器具	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他の製造業	22.2	22.2	0.0	5.6	16.7	5.6	0.0	0.0	16.7	16.7		
無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0		
合計	17.3	33.7	8.7	2.9	17.3	2.9	3.8	0.0	5.8	14.4		

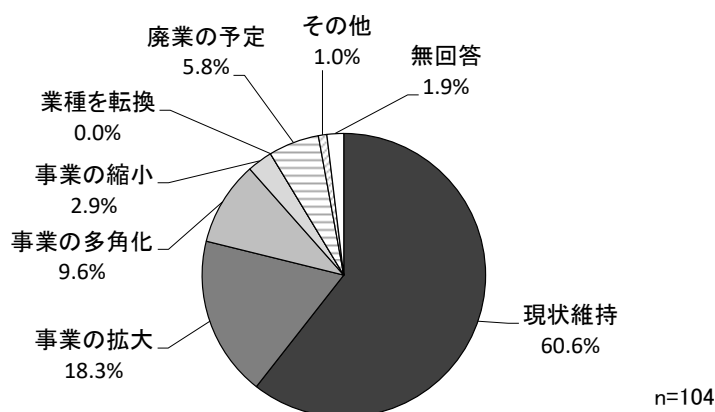
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

8. 今後の展開

問 24 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 今後の主な事業展開は、「現状維持」(60.6%) が約6割を占め、「事業の拡大」(18.3%)、「事業の多角化」(9.6%) と続く。一方、「廃業の予定」(5.8%) は6件、「事業の縮小」(2.9%) は3件で、「業種を転換」は回答がなかった。

今後の主な事業展開

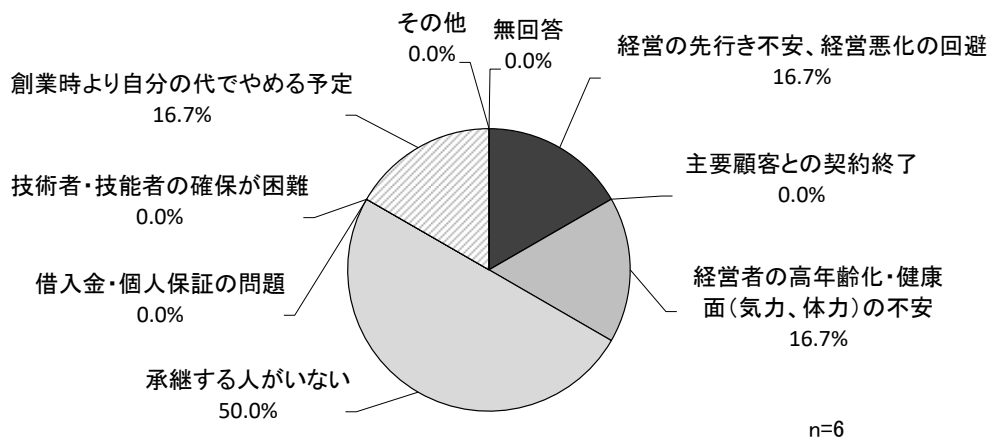


問 24 で、「廃業の予定」と回答された方にお聞きします。

問 24-1 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 「廃業の予定」と回答した事業所 (6件) における廃業理由は、「承継する人がいない」(50.0%) が3件、「経営の先行き不安、経営悪化の回避」「経営者の高齢化・健康面(気力、体力)の不安」「創業時より自分の代でやめる予定」がそれぞれ1件となっている。

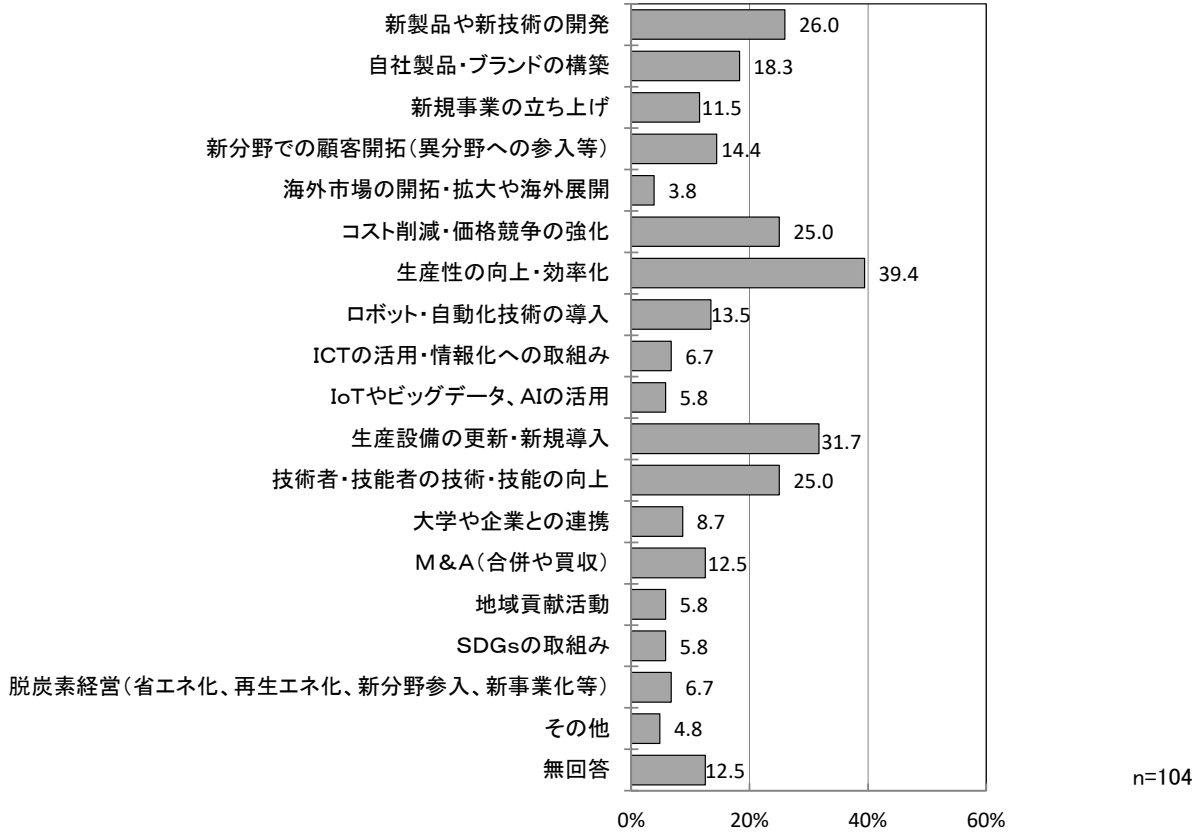
廃業理由



問 25 今後の事業活動において、関心がある活動内容は何か。(当てはまるものすべてに○)

- 今後の事業活動において、関心がある活動内容は、「生産性の向上・効率化」(39.4%)が最も高く、次いで「生産設備の更新・新規導入」(31.7%)、「新製品や新技術の開発」(26.0%)、「コスト削減・価格競争の強化」(25.0%)、「技術者・技能者の技術・技能の向上」(25.0%)と続く。

今後の事業活動において、関心がある活動内容



今後の事業活動において、関心がある活動内容(業種別)

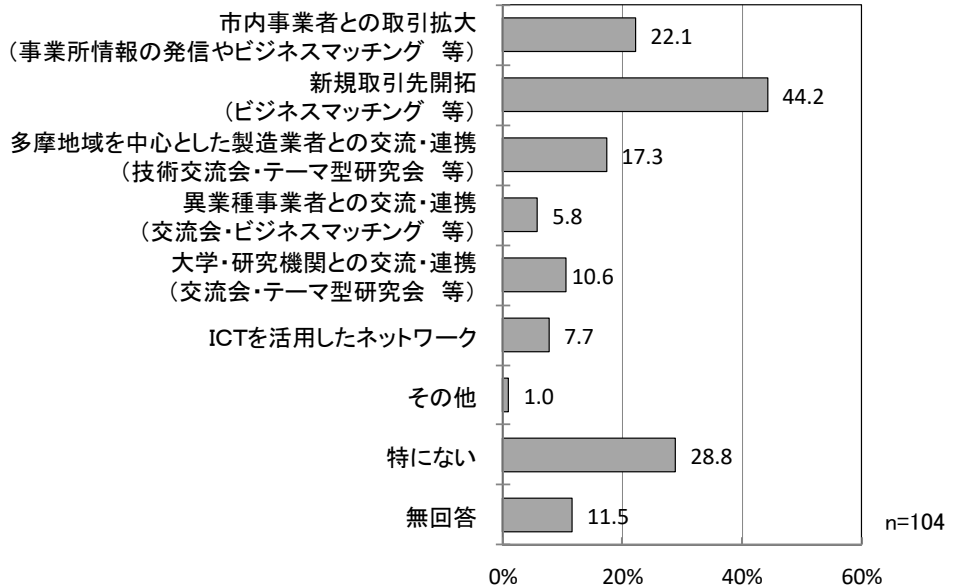
業種別	件数(計)	新製品や新技術の開発	自社製品・ブランドの構築	新規事業の立ち上げ	新分野での顧客開拓(異分野への参入等)	海外市場の開拓・拡大や海外展開	コスト削減・価格競争の強化	生産性の向上・効率化	ロボット・自動化技術の導入	ICTの活用・情報化への取組み	IoTやビッグデータ、AIの活用	生産設備の更新・新規導入	技術者・技能者の技術・技能の向上	大学や企業との連携	M&A(合併や買収)	地域貢献活動	SDGsの取組み	脱炭素経営(省エネ化、再生エネ化、新分野参入、新事業化等)	その他	無回答
食料品	11	27.3	18.2	9.1	18.2	9.1	45.5	63.6	18.2	18.2	0.0	45.5	0.0	0.0	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1
飲料・たばこ・飼料	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
パルプ・紙・紙加工品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
印刷・同関連	7	0.0	14.3	42.9	14.3	0.0	0.0	42.9	14.3	14.3	14.3	57.1	14.3	28.6	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3	0.0
プラスチック製品	4	50.0	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
非鉄金属	2	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
金属製品	27	22.2	14.8	3.7	7.4	0.0	22.2	29.6	18.5	7.4	3.7	25.9	22.2	18.5	14.8	3.7	7.4	3.7	7.4	14.8
一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	28.6	14.3	14.3	28.6	7.1	35.7	42.9	0.0	0.0	14.3	28.6	28.6	7.1	14.3	0.0	0.0	7.1	7.1	7.1
電子部品・デバイス・電子回路	3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	66.7	66.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3
電気機械器具	7	42.9	14.3	14.3	0.0	14.3	57.1	42.9	14.3	0.0	0.0	14.3	57.1	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
輸送用機械器具	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
その他の製造業	18	38.9	16.7	22.2	16.7	5.6	16.7	33.3	5.6	11.1	5.6	27.8	27.8	5.6	11.1	0.0	11.1	5.6	5.6	16.7
無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
合計	104	26.0	18.3	11.5	14.4	3.8	25.0	39.4	13.5	6.7	5.8	31.7	25.0	8.7	12.5	5.8	5.8	6.7	4.8	12.5

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 26 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

● 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは、「新規取引先開拓（ビジネスマッチング等）」（44.2%）が最も高く、次いで「市内事業者との取引拡大（事業所情報の発信やビジネスマッチング等）」（22.1%）、「多摩地域を中心とした製造業者との交流・連携（技術交流会・テーマ型研究会等）」（17.3%）が続く。「特にない」は28.8%である。

今後のネットワークづくりに対する関心



今後のネットワークづくりに対する関心(業種別)

業種別	件数 (計)	今後のネットワークづくりに対する関心(業種別)								
		市内事業者との取引拡大 (事業所情報の発信やビジネスマッチング等)	新規取引先開拓 (ビジネスマッチング等)	多摩地域を中心とした製造業者との交流・連携 (技術交流会・テーマ型研究会等)	異業種事業者との交流・連携 (交流会・ビジネスマッチング等)	大学・研究機関との交流・連携 (交流会・テーマ型研究会等)	ICTを活用したネットワーク	その他	特にない	無回答
食料品	11	45.5	81.8	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
飲料・たばこ・飼料	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
繊維工業(衣服を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
木材・木製品(家具を除く)	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
家具・装備品(建具を含む)	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
パルプ・紙・紙加工品	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
印刷・同関連	7	28.6	57.1	28.6	14.3	28.6	14.3	0.0	28.6	0.0
プラスチック製品	4	50.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0
窯業・土石製品(ガラスを含む)	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
鉄鋼	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
非鉄金属	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
金属製品	27	14.8	37.0	18.5	11.1	18.5	18.5	0.0	33.3	18.5
一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)	14	7.1	28.6	28.6	0.0	7.1	0.0	0.0	57.1	0.0
電子部品・デバイス・電子回路	3	33.3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械器具	7	14.3	28.6	14.3	0.0	28.6	0.0	0.0	28.6	0.0
輸送用機械器具	2	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他の製造業	18	38.9	50.0	22.2	5.6	5.6	11.1	0.0	16.7	11.1
無回答	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
合計	104	22.1	44.2	17.3	5.8	10.6	7.7	1.0	28.8	11.5

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

9. 武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望

武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望は下記のとおり、事業所支援に関して「市内事業者との連携・マッチング等」「働く環境づくり」、地域産業振興として「企業誘致の促進」「観光振興、集客・賑わい・中核機能の整備」、基盤整備として「交通・道路環境の向上」「モノレール延伸による活性化」に関する意見が挙げられた。

<主な意見・要望>

【市内事業者との連携・マッチング等】

- 現状の受注は、残念ながら他市や他県の企業・大学が中心となっており地元企業との連携には課題を持っている。商取引として協力会社としてお互いがしっかり責任を持つことができる事業を模索しており、マッチングを求めている。地域の中で共存していく形が増えていくように誘導を望む。(印刷・同関連業)
- 製造業への支援が全くないと感じる。(一般機械器具 (はん用・生産用・業務用機械))

【働く環境づくり】

- 皆が働きやすい市になればと思う。法人と役所が協力しあえるような市になればよい。(食料品)
- 若者が働きやすい町でありたい。(食料品)

【企業誘致の促進】

- 旧日産工場南側の土地活用。(プラスチック製品)

【観光振興、集客・賑わい・中核機能の整備】

- 市の中心地づくりを望む。特色ある産業振興を計画的に進めてほしい。(印刷・同関連業)
- 駅のない不便な武蔵村山だが、他市他県からも多くの人々が集まって、活性化するような産業に力を入れていただきたい。まだまだ、たくさんの魅力のあるまちだと思っている。全国で「道の駅ブーム」だが、武蔵村山の農産物を生かした大型の地元物産を販売する場所があっても良いと思う。みどりっ子は小さすぎる。(金属製品)

【交通・道路環境の向上】

- 会社の近くにバス停等がなく従業員の通勤に不便を感じている。(金属製品)
- ゴミ対策や交通対策。(金属製品)
- 伊奈平工業地域の道路整備(道路が狭すぎる)。通勤に対する利便性(循環バスの拡充)。(輸送用機械器具)

【モノレールの延伸による活性化】

- モノレールの早期延伸(印刷・同関連業)

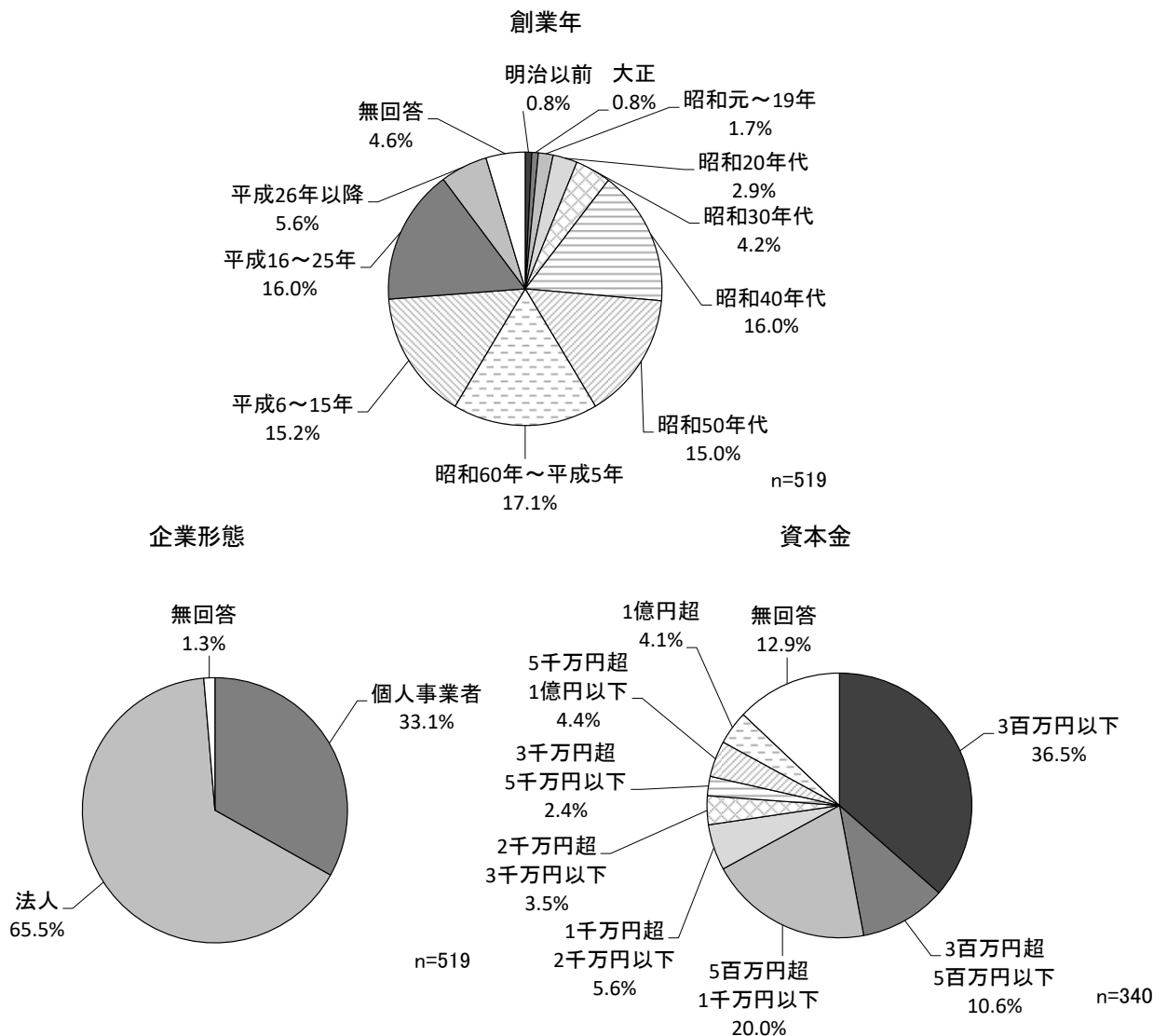
※誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、全体の文調を整えるため原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

Ⅲ 非製造業調査

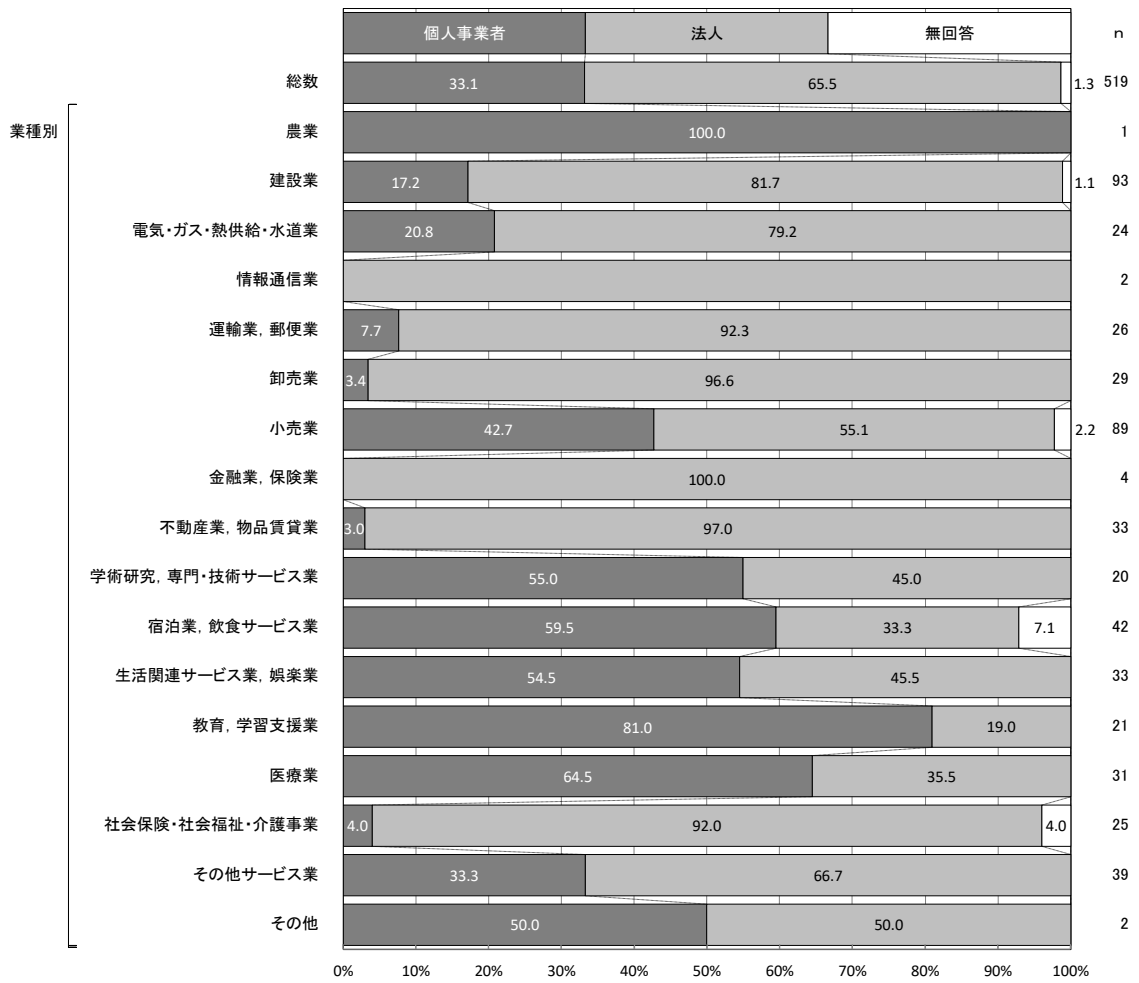
1. 企業概要

(1) 創業年・企業形態・業種

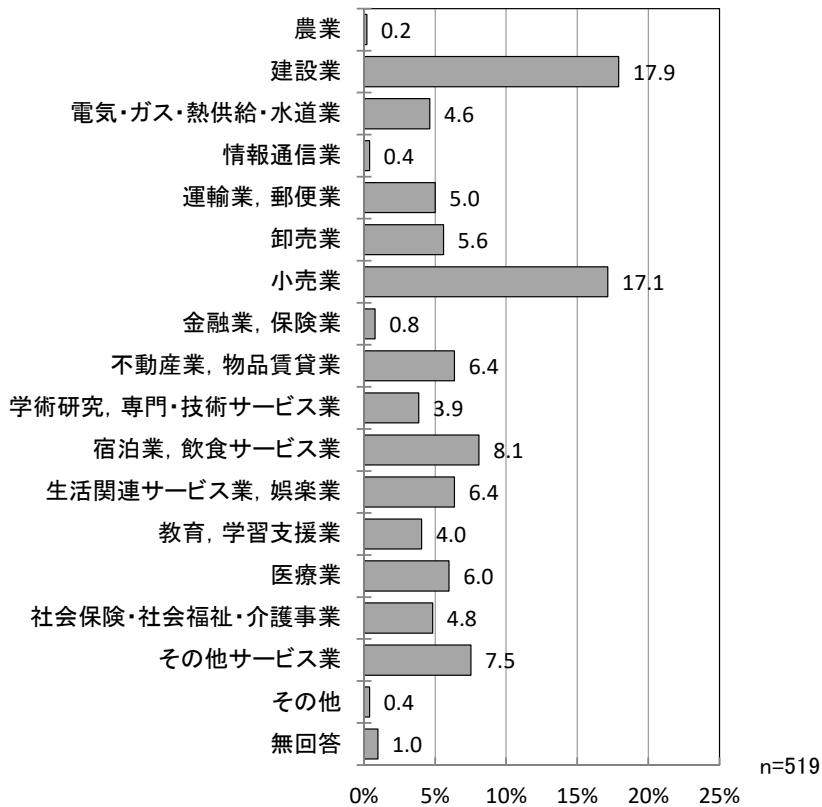
- 創業年は、「昭和60年～平成5年」(17.1%)が最も高く、次いで「昭和40年代」(16.0%)、「平成16～25年」(16.0%)、「平成6～15年」(15.2%)、「昭和50年代」(15.0%)と続き、創業年は分散している。
- 企業形態は、「法人」(65.5%)が6割台半ばで、「個人事業者」(33.1%)が3割台半ば近い。法人における資本金は、「3百万円以下」(36.5%)が最も高く、次いで「5百万円超1千万円以下」(20.0%)、「3百万円超5百万円以下」(10.6%)と続く。
- 企業形態を業種別にみると、「農業」「学術研究, 専門・技術サービス」「宿泊業, 飲食サービス業」「生活関連サービス業, 娯楽業」「教育, 学習支援業」「医療業」「その他」では「個人事業者」が5割を超える。
- 業種は、「建設業」(17.9%)が最も高く、次いで「小売業」(17.1%)、「宿泊業, 飲食サービス業」(8.1%)、「その他サービス業」(7.5%)と続く。



企業形態(業種別)



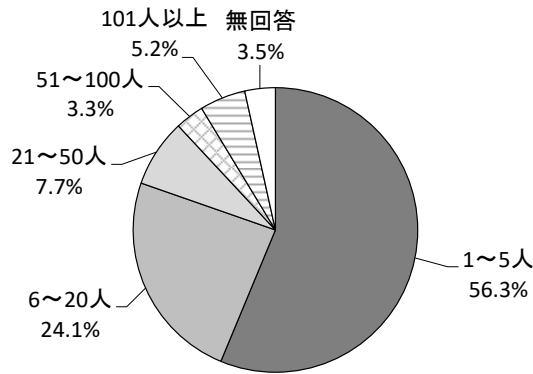
業種



(2) 従業者規模

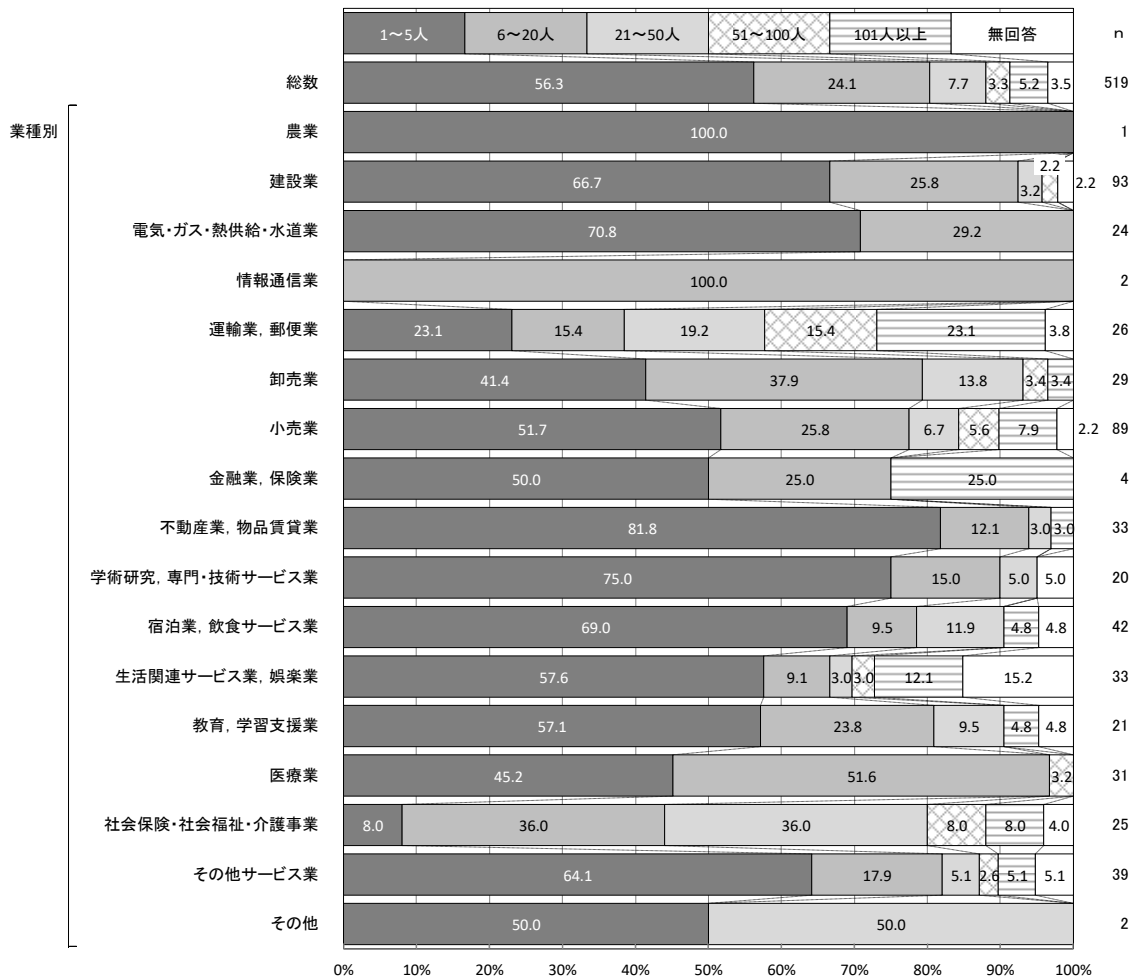
- 従業者規模は、「1～5人」(56.3%)が5割台半ばを超え最も高く、次いで「6～20人」(24.1%)、「21～50人」(7.7%)と続く。全体で『20人以下』(80.4%)が約8割を占める。
- 業種別にみると、「運輸業、郵便業」、「社会保険・社会福祉・介護事業」及び「その他」では、『21人以上』が5割以上を占める。一方、「不動産業、物品賃貸業」及び「学術研究、専門・技術サービス業」では、「1～5人」が7割台半ばを越える。

従業者規模



n=519

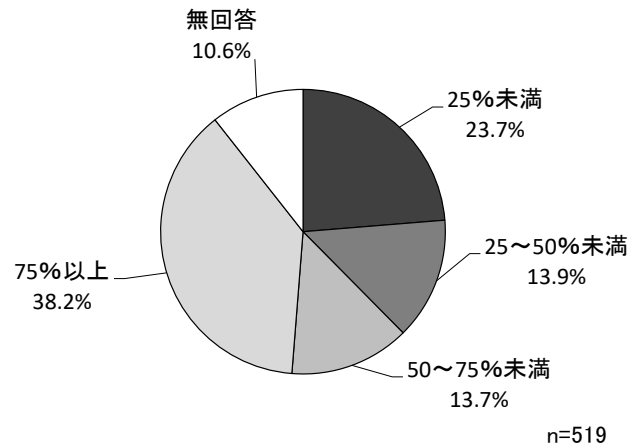
従業者規模(業種別)



(3) 従業員の市内居住率

- 従業員の市内居住率は、「75%以上」(38.2%) が4割近くで最も高く、次いで「25%未満」(23.7%)、「25~50%未満」(13.9%)、「50~75%未満」(13.7%) と続く。

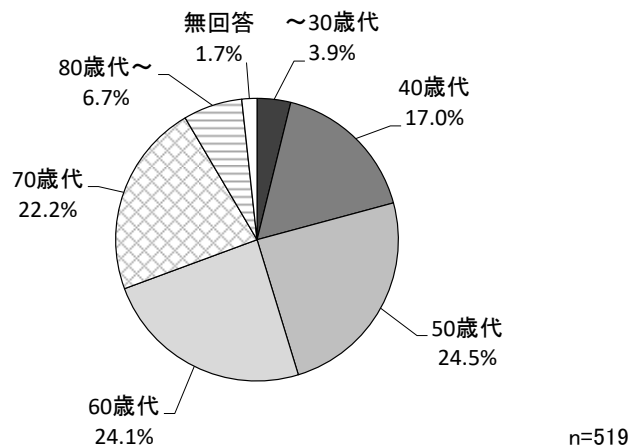
従業員の市内居住率



(4) 代表者の年齢

- 代表者の年齢は、「50歳代」(24.5%) が最も高く、次いで「60歳代」(24.1%)、「70歳代」(22.2%) と続く。『40歳代以下』(20.9%) は約2割である。

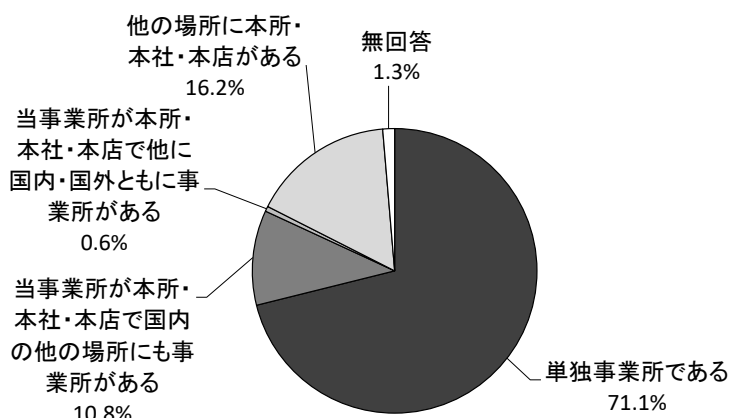
代表者の年齢



(5) 事業所の機能

- 事業所の機能は、「単独事業所である」(71.1%)が7割強を占め、次いで「他の場所に本所・本社・本店がある」(16.2%)、「当事業所が本所・本社・本店で国内の他の場所にも事業所がある」(10.8%)が続く。
- 従業員規模別にみると、「1～5人」では、「単独事業所である」(91.4%)が9割強を占め、『50人以下』では従業員規模が小さくなるほど「単独事業者である」の比率が高まっている。一方、『51人以上』では、「他の場所に本所・本社・本店がある」が従業員規模が大きくなるほど高く、「101人以上」(66.7%)が6割台半ばを越える。

事業所の機能



n=519

事業所の機能(従業員規模別)

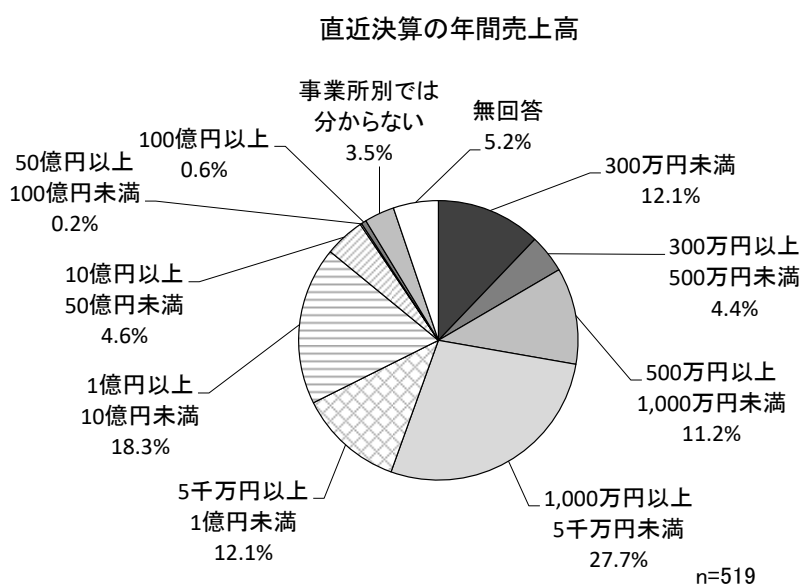
従業員規模別	件数(計)	事業所の機能					無回答
		単独事業所である	当事業所が本所・本社・本店で国内の他の場所にも事業所がある	当事業所が本所・本社・本店で他に国内・国外ともに事業所がある	他の場所に本所・本社・本店がある	無回答	
1～5人	292	91.4	2.7	0.0	4.5	1.4	
6～20人	125	58.4	16.8	2.4	22.4	0.0	
21～50人	40	37.5	32.5	0.0	30.0	0.0	
51～100人	17	0.0	35.3	0.0	58.8	5.9	
101人以上	27	3.7	29.6	0.0	66.7	0.0	
無回答	18	72.2	0.0	0.0	16.7	11.1	
合計	0	71.1	10.8	0.6	16.2	1.3	

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

2. 経営状況

問3 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 直近決算の年間売上高は、「1,000万円以上5千万円未満」(27.7%)が2割台半ば超えで最も高く、次いで「1億円以上10億円未満」(18.3%)、「5千万円以上1億円未満」(12.1%)、「300万円未満」(12.1%)、「500万円以上1,000万円未満」(11.2%)と続く。
- 業種別にみると、「学術研究, 専門・技術サービス業」「生活関連サービス業, 娯楽業」「教育, 学習支援業」では、『500万円未満』が3割以上である。一方、「運輸業, 郵便業」では、『10億円以上』が2割を超える。



直近決算の年間売上高(業種別)

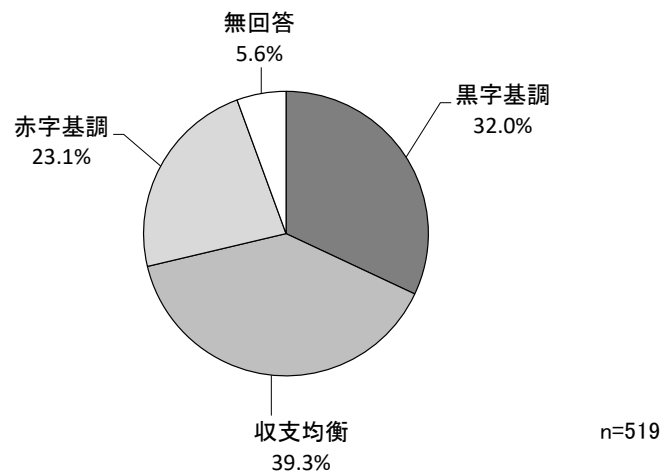
業種別	件数 (計)	売上高区分										事業所別では 分からない	無回答
		300万 円未 満	300万 円以上 500万 円未 満	500万 円以上 1,000 万円未 満	1,000 万円以 上 5千万 円未 満	5千万 円以上 1億円 未 満	1億円 以上 10億円 未 満	10億円 以上 50億円 未 満	50億円 以上 100億 円未 満	100億 円以 上			
農業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	93	5.4	5.4	4.3	34.4	20.4	23.7	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2
電気・ガス・熱供給・水道業	24	12.5	0.0	8.3	33.3	12.5	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	8.3	8.3
情報通信業	2	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業, 郵便業	26	3.8	0.0	3.8	26.9	3.8	38.5	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸売業	29	0.0	0.0	3.4	20.7	24.1	31.0	17.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4
小売業	89	12.4	3.4	11.2	19.1	14.6	24.7	6.7	0.0	2.2	2.2	3.4	3.4
金融業, 保険業	4	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
不動産業, 物品賃貸業	33	6.1	0.0	12.1	48.5	15.2	9.1	3.0	0.0	0.0	0.0	6.1	6.1
学術研究, 専門・技術サービス業	20	20.0	10.0	10.0	30.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	10.0
宿泊業, 飲食サービス業	42	16.7	7.1	23.8	26.2	4.8	4.8	0.0	2.4	0.0	9.5	4.8	4.8
生活関連サービス業, 娯楽業	33	27.3	9.1	36.4	18.2	0.0	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	3.0
教育, 学習支援業	21	42.9	0.0	9.5	19.0	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0	9.5	14.3	14.3
医療業	31	6.5	9.7	3.2	29.0	25.8	12.9	0.0	0.0	0.0	6.5	6.5	6.5
社会保険・社会福祉・介護事業	25	4.0	0.0	12.0	16.0	12.0	20.0	0.0	0.0	0.0	16.0	20.0	20.0
その他サービス業	39	15.4	7.7	10.3	41.0	2.6	12.8	5.1	0.0	0.0	2.6	2.6	2.6
その他	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	5	40.0	20.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	519	12.1	4.4	11.2	27.7	12.1	18.3	4.6	0.2	0.6	3.5	5.2	5.2

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問4 平成 29(2017)年度から令和元(2019)年度の3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前)の経営状況はどうでしたか。(1つに○)

- 新型コロナウイルス感染症の発生前の3年間における経営状況は、「収支均衡」(39.3%)が4割弱を占め、「黒字基調」(32.0%)、「赤字基調」(23.1%)と続く。「黒字基調」と「収支均衡」を合わせた7割強が比較的良い経営状況となっている。

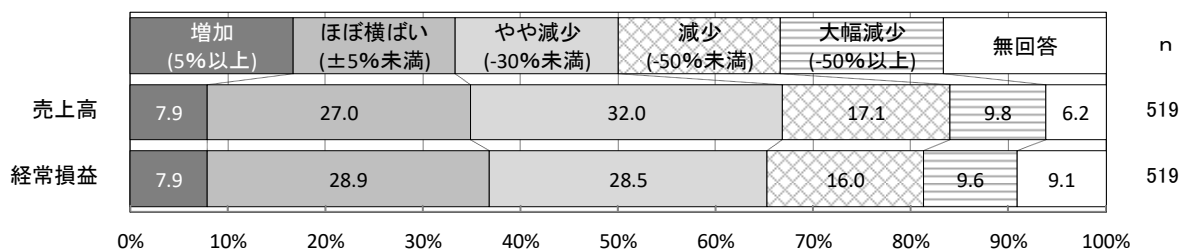
3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前)の経営状況



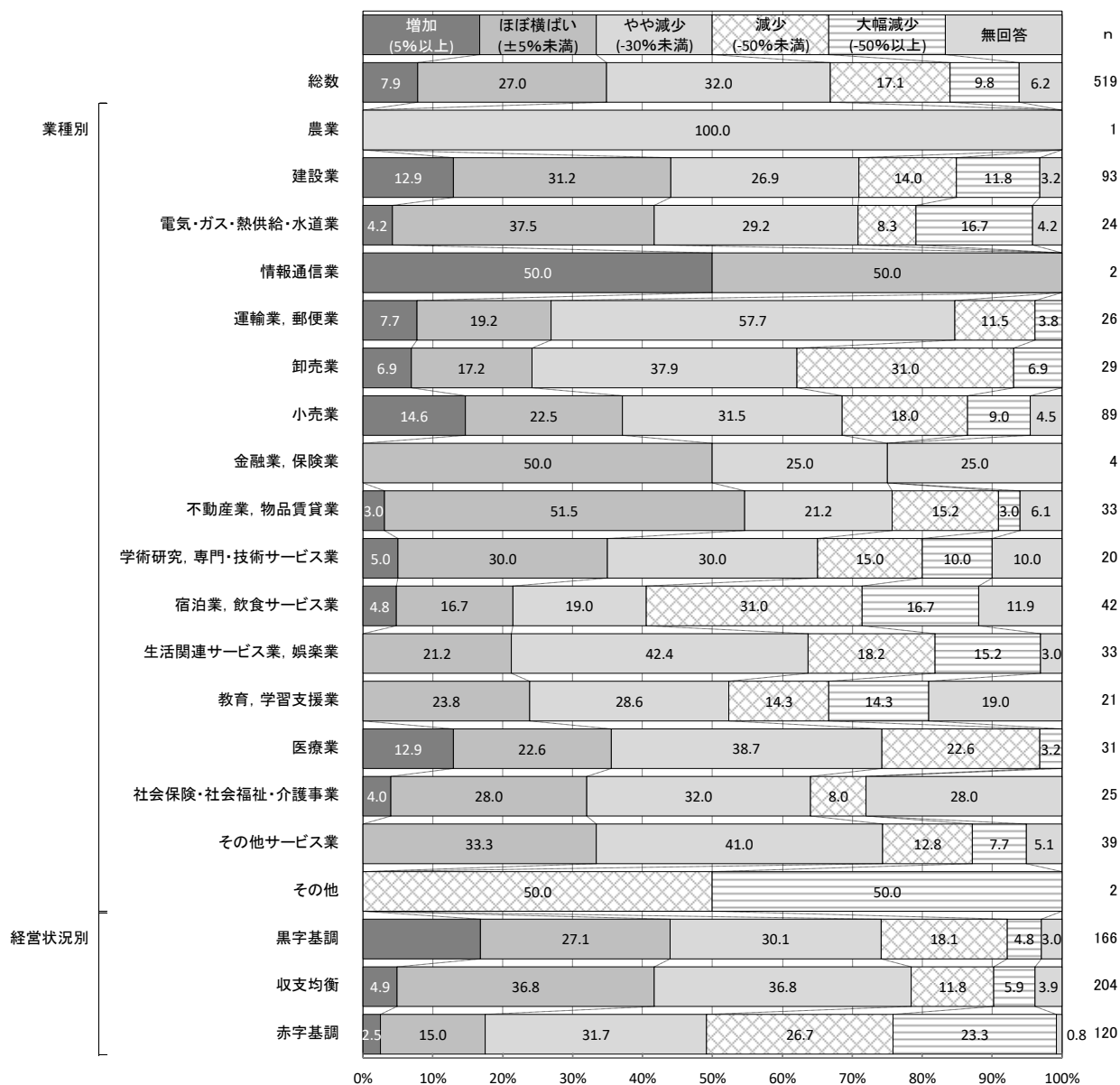
問5 令和元(2019)年4～12月(9か月)と令和2(2020)年4～12月(9か月)と比較して、次の項目はどのように変化していますか。(各1つに○)

- 新型コロナウイルス感染症拡大の前後における売上高の変化は、「やや減少(-30%未満)」(32.0%)が最も高く、次いで、「ほぼ横ばい(±5%未満)」(27.0%)と続く。一方、「増加(5%以上)」(7.9%)は1割未満である。
- 経常損益の変化は、「ほぼ横ばい(±5%未満)」(28.9%)が最も高く、次いで「やや減少(-30%未満)」(28.5%)と続く。一方、「増加(5%以上)」(7.9%)は1割未満である。
- 売上高の変化を業種別にみると、「減少(-50%未満)」と「大幅減少(-50%以上)」を合わせた『減少が-30%以上』が「卸売業」「宿泊業, 飲食サービス業」「生活関連サービス業, 娯楽業」「その他」で3割を超えている。
- 売上高の変化を経営状況別にみると、「黒字基調」に比べて「赤字基調」の方が『減少が-30%以上』が高く、「赤字基調」(50.0%)では5割を占める。
- 経常損益の変化を業種別にみると、「減少(-50%未満)」と「大幅減少(-50%以上)」を合わせた『減少が-30%以上』が「卸売業」「宿泊業, 飲食サービス業」「生活関連サービス業, 娯楽業」「医療業」「その他」で3割を超えている。
- 経常損益の変化を経営状況別にみると、「赤字基調」では、『減少が-30%以上』(45.0%)が4割台半ばを占める。

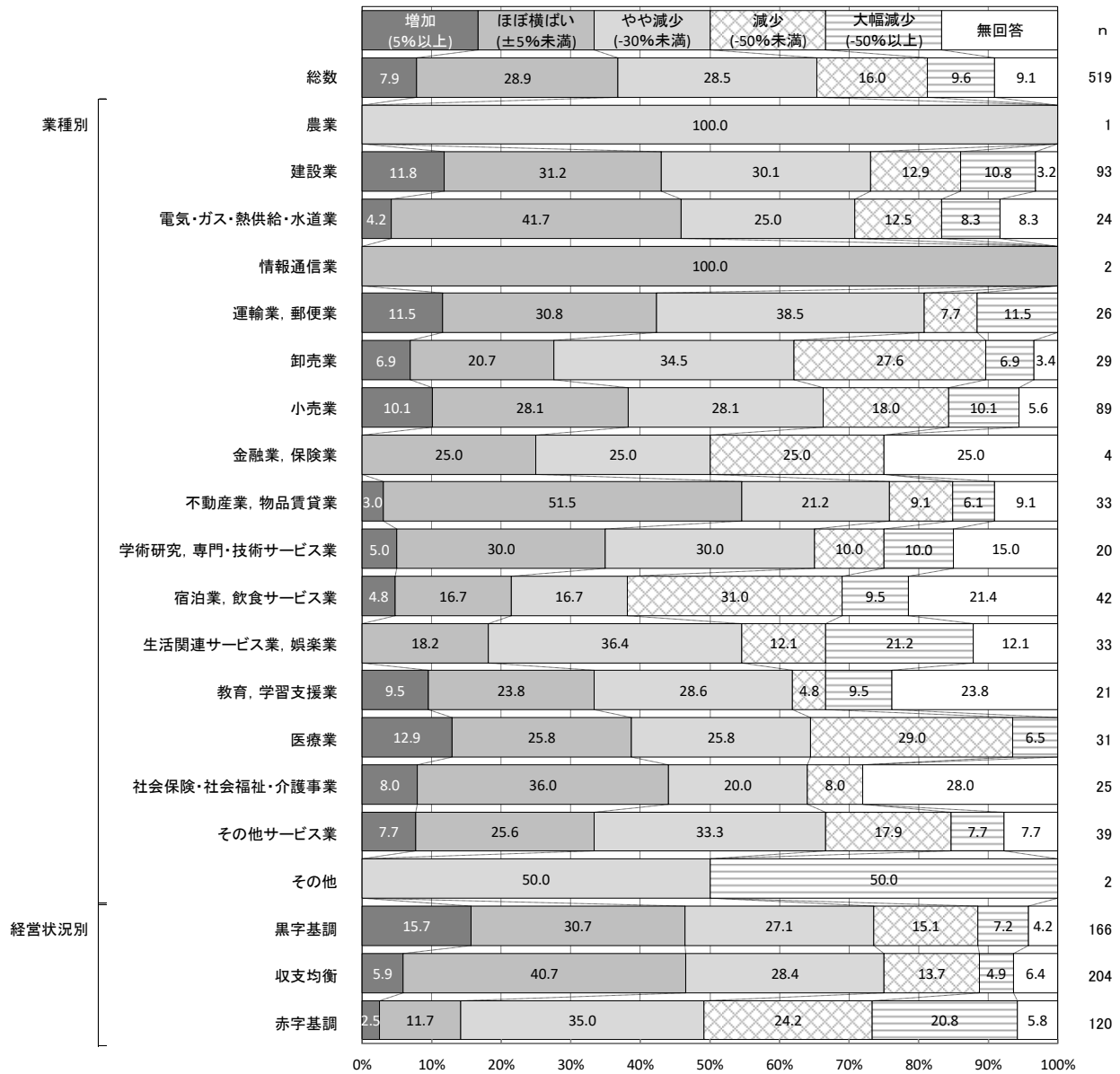
売上高・経常損益の変化



売上高の変化(業種別・経営状況別)

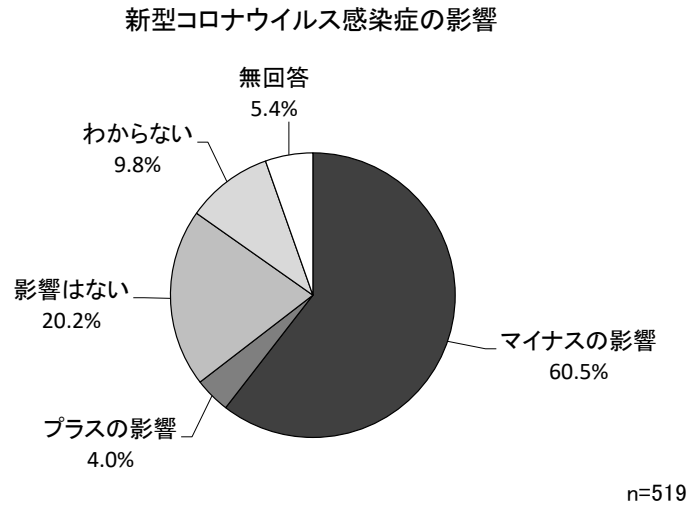


経常損益の変化(業種別・経営状況別)



問6 貴事業所が受けた新型コロナウイルス感染症の影響は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

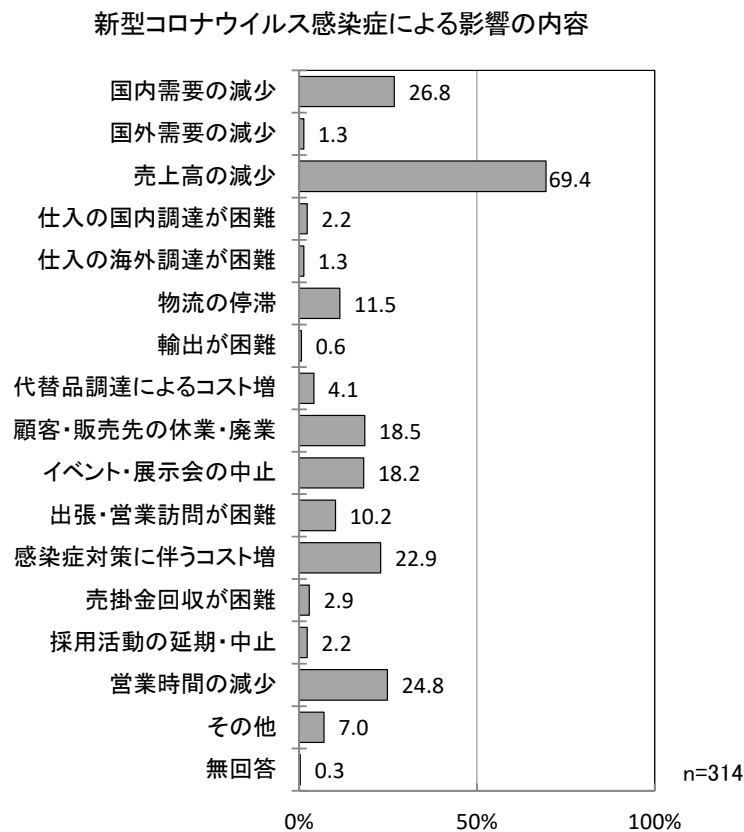
● 新型コロナウイルス感染症の影響は、「マイナスの影響」(60.5%)が約6割、「影響はない」(20.2%)が約2割である。



問6で、「マイナスの影響」と回答された方にお聞きします。

問6-1 その影響は、次のどれに該当しますか。(あてはまるものすべてに○)

● 「売上高の減少」(69.4%)が7割弱で最も高く、次いで「国内需要の減少」(26.8%)、「営業時間の減少」(24.8%)、「感染症対策に伴うコスト増」(22.9%)と続く。

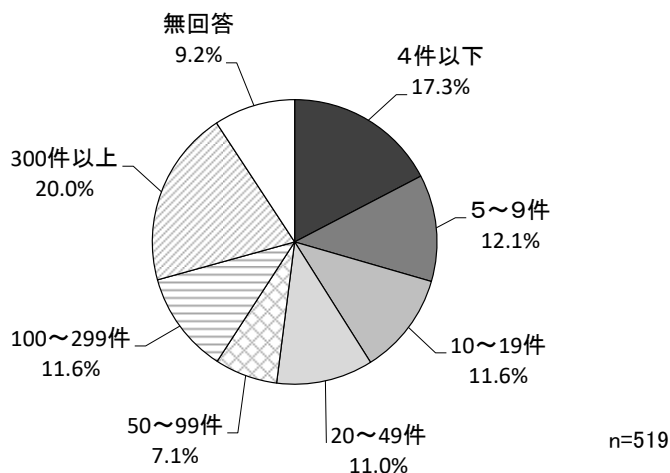


3. 事業状況

問7 顧客・取引先の件数は、何件ですか。(1つに○)

● 顧客・取引先の件数は、「300件以上」(20.0%)が2割で最も高く、次いで「4件以下」(17.3%)、「5～9件」(12.1%)と続く。

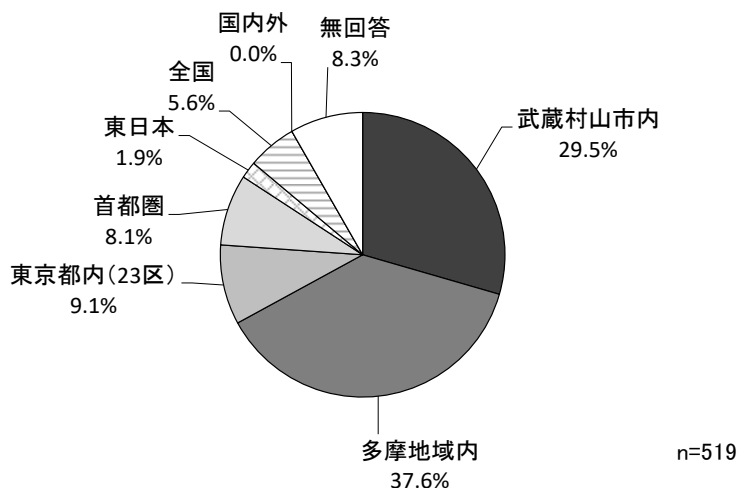
顧客・取引先の件数



問8 主な顧客・取引先の地域(商圈)は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

● 主な顧客・取引先の地域は、「多摩地域内」(37.6%)が最も高く、次いで「武蔵村山市内」(29.5%)、「東京都内(23区)」(9.1%)が続く。

主な顧客・取引先の地域



主な顧客・取引先の地域(業種別)

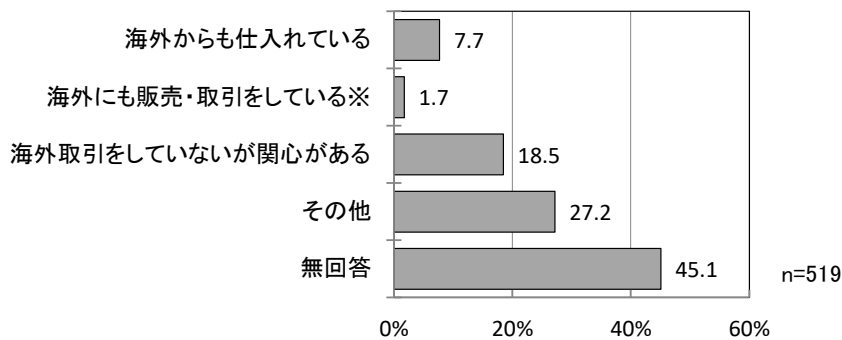
	件数 (計)	武蔵村 山市内	多摩地 域内	東京都 内(23 区)	首都圏	東日本	全国	国内外	無回答
業種別									
農業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	93	6.5	44.1	21.5	17.2	3.2	1.1	0.0	6.5
電気・ガス・熱供給・水道業	24	8.3	66.7	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
情報通信業	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業、郵便業	26	11.5	30.8	23.1	19.2	7.7	3.8	0.0	3.8
卸売業	29	3.4	31.0	10.3	17.2	6.9	31.0	0.0	0.0
小売業	89	41.6	28.1	4.5	5.6	0.0	7.9	0.0	12.4
金融業、保険業	4	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	33	24.2	57.6	3.0	3.0	0.0	6.1	0.0	6.1
学術研究、専門・技術サービス業	20	25.0	35.0	20.0	10.0	5.0	0.0	0.0	5.0
宿泊業、飲食サービス業	42	38.1	31.0	2.4	0.0	4.8	7.1	0.0	16.7
生活関連サービス業、娯楽業	33	63.6	30.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.1
教育、学習支援業	21	66.7	14.3	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5
医療業	31	51.6	38.7	0.0	6.5	0.0	0.0	0.0	3.2
社会保険・社会福祉・介護事業	25	48.0	36.0	0.0	4.0	0.0	0.0	0.0	12.0
その他サービス業	39	23.1	46.2	5.1	2.6	0.0	10.3	0.0	12.8
その他	2	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
無回答	5	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0
合計	519	29.5	37.6	9.1	8.1	1.9	5.6	0.0	8.3

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問9 海外市場との取引を行っていますか。(当てはまるものすべてに○)

● 海外市場との取引の実施は、「海外からも仕入れている」(7.7%)、「海外にも販売・取引をしている」(1.7%)といずれも1割未満である。「海外取引をしていないが関心がある」(18.5%)は2割近い。「その他」(27.2%)は2割台半ばを超えており、「間接的に実施」「海外取引に関心がない」といった回答がみられた。

海外市場との取引の実施

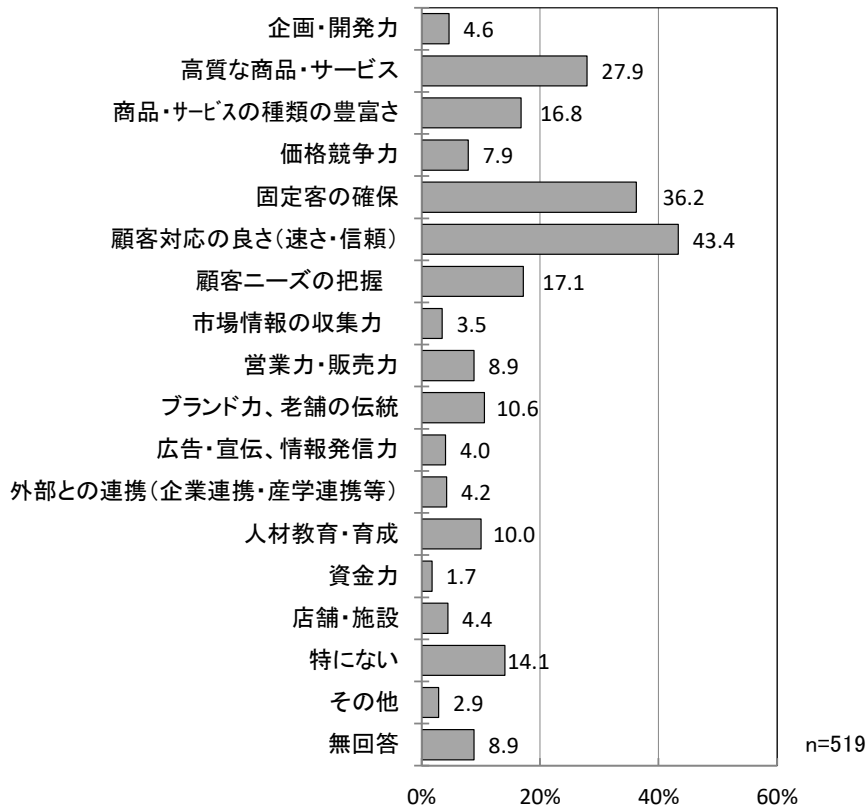


※ 商社等を通じた間接的の販売を含む

問 10 貴事業所の強みは、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

● 事業所の強みは、「顧客対応の良さ(速さ・信頼)」(43.4%)が最も高く、次いで「固定客の確保」(36.2%)、「高質な商品・サービス」(27.9%)が続く。

事業所の強み



事業所の強み(業種別)

業種別	件数(計)	企画・開発力	高質な商品・サービス	商品・サービスの種類の豊富さ	価格競争力	固定客の確保	顧客対応の良さ(速さ・信頼)	顧客ニーズの把握	市場情報の収集力	営業力・販売力	ブランド力、老舗の伝統	広告・宣伝、情報発信力	外部との連携(企業連携・産学連携等)	人材教育・育成	資金力	店舗・施設	特にない	その他	無回答
農業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	93	7.5	32.3	8.6	3.2	40.9	47.3	15.1	1.1	6.5	6.5	0.0	4.3	11.8	1.1	0.0	8.6	7.5	5.4
電気・ガス・熱供給・水道業	24	0.0	25.0	12.5	4.2	37.5	54.2	8.3	0.0	4.2	4.2	0.0	8.3	4.2	0.0	0.0	20.8	0.0	8.3
情報通信業	2	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業、郵便業	26	0.0	23.1	15.4	15.4	34.6	57.7	23.1	3.8	11.5	23.1	7.7	7.7	15.4	7.7	3.8	19.2	0.0	3.8
卸売業	29	10.3	41.4	58.6	13.8	55.2	65.5	13.8	6.9	31.0	13.8	3.4	10.3	3.4	3.4	3.4	3.4	0.0	0.0
小売業	89	6.7	28.1	27.0	15.7	40.4	36.0	28.1	9.0	18.0	18.0	9.0	0.0	7.9	4.5	4.5	16.9	2.2	6.7
金融業、保険業	4	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	100.0	75.0	0.0	75.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	33	6.1	6.1	9.1	6.1	18.2	24.2	3.0	3.0	6.1	12.1	0.0	0.0	3.0	3.0	9.1	30.3	6.1	9.1
学術研究、専門・技術サービス業	20	0.0	35.0	0.0	15.0	30.0	55.0	15.0	0.0	10.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	0.0	5.0	15.0	5.0
宿泊業、飲食サービス業	42	2.4	33.3	23.8	2.4	38.1	26.2	21.4	0.0	2.4	11.9	0.0	2.4	11.9	0.0	9.5	19.0	0.0	19.0
生活関連サービス業、娯楽業	33	0.0	36.4	15.2	3.0	33.3	54.5	6.1	3.0	0.0	9.1	9.1	3.0	0.0	0.0	18.2	3.0	0.0	9.1
教育、学習支援業	21	9.5	23.8	14.3	9.5	23.8	28.6	19.0	9.5	4.8	19.0	4.8	0.0	47.6	0.0	0.0	19.0	0.0	14.3
医療業	31	0.0	29.0	0.0	0.0	45.2	48.4	12.9	0.0	0.0	3.2	6.5	9.7	0.0	0.0	3.2	22.6	3.2	9.7
社会保険・社会福祉・介護事業	25	0.0	16.0	4.0	4.0	4.0	28.0	8.0	0.0	0.0	4.0	0.0	8.0	32.0	0.0	4.0	4.0	0.0	32.0
その他サービス業	39	5.1	17.9	15.4	10.3	43.6	41.0	20.5	2.6	5.1	10.3	5.1	0.0	5.1	0.0	2.6	17.9	0.0	5.1
その他	2	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
無回答	5	20.0	40.0	0.0	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0
合計	519	4.6	27.9	16.8	7.9	36.2	43.4	17.1	3.5	8.9	10.6	4.0	4.2	10.0	1.7	4.4	14.1	2.9	8.9

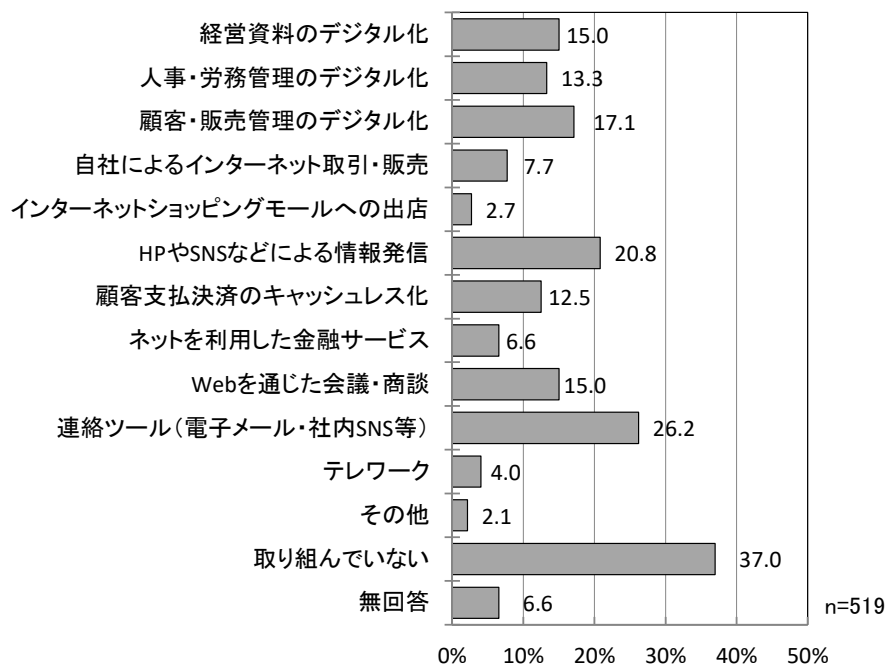
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 11 貴事業所において、ICT(情報通信技術)を活用して取り組んでいることはありますか。

(当てはまるものすべてに○)

- ICT (情報通信技術) の活用は、「連絡ツール (電子メール・社内SNS等)」(26.2%) がもっと高く、次いで「HPやSNSなどによる情報発信」(20.8%)、「顧客・販売管理のデジタル化」(17.1%)が続く。「取り組んでいない」(37.0%) は3割台半ばを超える。
- 業種別にみると、「金融業、保険業」及び「社会保険・社会福祉・介護事業」では、「取り組んでいない」が1割台以下と他業種と比べて低い。
- 従業者規模別にみると、「1～5人」では「取り組んでいない」(50.0%) が5割を占めている。一方、『51人以上』では、「取り組んでいない」は1割未満である。

ICT(情報通信技術) の活用



ICT(情報通信技術)の活用(業種別・従業者規模別)

	件数 (計)	経営資 料のデ ジタル 化	人事・ 労務管 理のデ ジタル 化	顧客・ 販売管 理のデ ジタル 化	自社 による インテ ルネット 取引・ 販売	イン ター ネット ショッ ピング モール への出 店	HPや SNSな どによ る情報 発信	顧客 支払済 の キャッ シュレ ス化	ネット を利用 した金 融サー ビス	Webを 通じた 会議・ 商談	連絡 ツール (電子 メール・ 社内 SNS等)	テレ ワーク	その他	取り組 んでい ない	無回答
業 種 別															
農業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
建設業	93	12.9	10.8	7.5	2.2	0.0	10.8	7.5	7.5	7.5	34.4	2.2	2.2	34.4	5.4
電気・ガス・熱供給・水道業	24	16.7	12.5	16.7	0.0	0.0	12.5	8.3	8.3	8.3	37.5	0.0	0.0	54.2	4.2
情報通信業	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
運輸業、郵便業	26	15.4	26.9	26.9	0.0	0.0	19.2	7.7	7.7	26.9	23.1	11.5	0.0	26.9	0.0
卸売業	29	17.2	6.9	41.4	24.1	10.3	20.7	6.9	17.2	10.3	31.0	10.3	0.0	20.7	3.4
小売業	89	19.1	19.1	28.1	24.7	10.1	29.2	29.2	10.1	18.0	25.8	4.5	1.1	31.5	9.0
金融業、保険業	4	50.0	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	25.0	25.0	100.0	75.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	33	12.1	12.1	18.2	0.0	0.0	9.1	6.1	3.0	12.1	24.2	6.1	0.0	48.5	12.1
学術研究、専門・技術サービス業	20	20.0	0.0	0.0	5.0	5.0	20.0	5.0	10.0	15.0	35.0	0.0	0.0	50.0	0.0
宿泊業、飲食サービス業	42	9.5	14.3	4.8	7.1	2.4	9.5	14.3	0.0	9.5	11.9	0.0	0.0	45.2	16.7
生活関連サービス業、娯楽業	33	12.1	3.0	12.1	3.0	0.0	48.5	18.2	0.0	3.0	21.2	0.0	3.0	27.3	6.1
教育、学習支援業	21	9.5	19.0	14.3	4.8	0.0	23.8	9.5	0.0	14.3	28.6	14.3	4.8	57.1	9.5
医療業	31	29.0	9.7	22.6	3.2	0.0	25.8	0.0	3.2	16.1	6.5	3.2	3.2	29.0	6.5
社会保険・社会福祉・介護事業	25	4.0	20.0	4.0	0.0	0.0	36.0	4.0	8.0	48.0	44.0	4.0	12.0	16.0	4.0
その他サービス業	39	12.8	12.8	12.8	2.6	0.0	20.5	15.4	5.1	12.8	17.9	2.6	2.6	59.0	2.6
その他	2	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0
無回答	5	20.0	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
従 業 者 規 模 別															
1～5人	292	9.6	5.5	12.0	5.1	1.4	11.6	8.6	4.8	6.8	17.8	0.7	2.1	50.0	8.6
6～20人	125	25.6	17.6	23.2	12.0	4.8	27.2	19.2	8.8	20.8	38.4	8.0	1.6	20.0	4.8
21～50人	40	15.0	25.0	20.0	5.0	7.5	42.5	5.0	12.5	25.0	40.0	2.5	2.5	22.5	0.0
51～100人	17	35.3	52.9	47.1	23.5	0.0	47.1	23.5	5.9	41.2	47.1	11.8	5.9	5.9	0.0
101人以上	27	14.8	37.0	25.9	14.8	3.7	44.4	33.3	11.1	51.9	40.7	18.5	3.7	7.4	0.0
無回答	18	11.1	11.1	11.1	0.0	0.0	16.7	5.6	0.0	5.6	5.6	5.6	0.0	50.0	16.7
合計	519	15.0	13.3	17.1	7.7	2.7	20.8	12.5	6.6	15.0	26.2	4.0	2.1	37.0	6.6

■ 最も高い

■ 2番目に高い

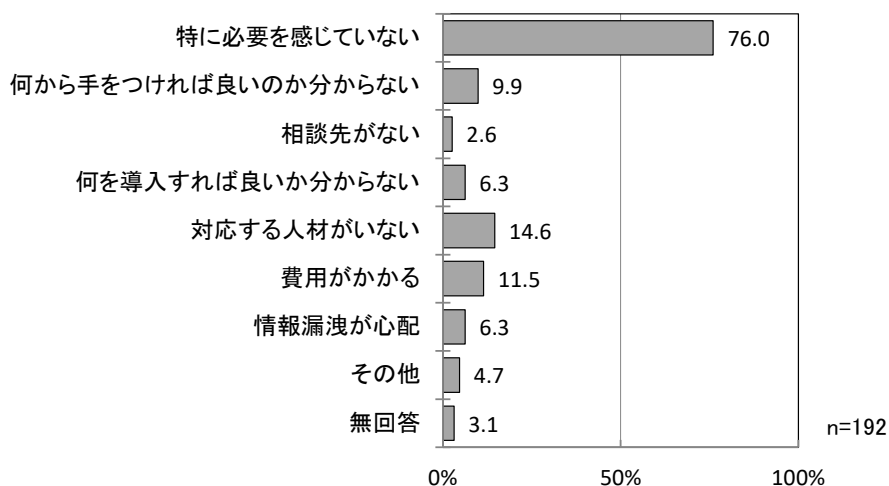
■ 3番目に高い

問 11 で、「取り組んでいない」と回答された方にお聞きます。

問 11-1 取り組んでいない理由は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- I C T (情報通信技術) の利活用に取り組んでいない理由は、「特に必要を感じていない」(76.0%) が7割台半ばを超える。次いで「対応する人材がない」(14.6%)、「費用がかかる」(11.5%)、「何から手をつければ良いのか分からない」(9.9%) と続く。

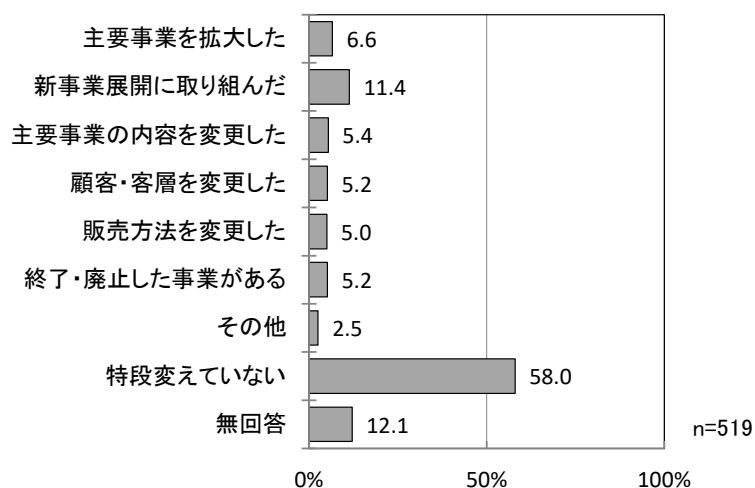
取り組んでいない理由



問 12 事業環境の変化に対応するため、過去 10 年以内に事業を見直し・変更したことがありますか。(当てはまるものすべてに○)

- 過去 10 年以内における事業を見直し・変更は、「新事業展開に取り組んだ」(11.4%) が最も高く、次いで「主要事業を拡大した」(6.6%) と続く。「主要事業の内容を変更した」(5.4%)、「顧客・客層を変更した」(5.2%)、「販売方法を変更した」(5.0%)、「終了・廃止した事業がある」(5.2%) は5%台となっている。「特段変えていない」(58.0%) は6割近くを占める。

事業の見直し・変更



事業の見直し・変更(業種別・従業者規模別・経営状況別)

	件数 (計)	主要事業を拡大した	新事業展開に取り組んだ	主要事業の内容を変更した	顧客・客層を変更した	販売方法を変更した	終了・廃止した事業がある	その他	特段変えていない	無回答
業種別	農業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	建設業	93	10.8	8.6	5.4	9.7	0.0	5.4	54.8	8.6
	電気・ガス・熱供給・水道業	24	0.0	25.0	0.0	4.2	0.0	0.0	70.8	0.0
	情報通信業	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
	運輸業、郵便業	26	11.5	15.4	3.8	7.7	0.0	3.8	0.0	53.8
	卸売業	29	10.3	24.1	6.9	6.9	20.7	6.9	0.0	37.9
	小売業	89	5.6	14.6	7.9	7.9	13.5	10.1	2.2	51.7
	金融業、保険業	4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0
	不動産業、物品賃貸業	33	9.1	12.1	9.1	3.0	6.1	6.1	6.1	54.5
	学術研究、専門・技術サービス業	20	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	80.0
	宿泊業、飲食サービス業	42	7.1	4.8	0.0	2.4	4.8	0.0	0.0	59.5
	生活関連サービス業、娯楽業	33	3.0	9.1	9.1	3.0	9.1	3.0	0.0	66.7
	教育、学習支援業	21	9.5	4.8	0.0	4.8	0.0	4.8	0.0	76.2
	医療業	31	0.0	6.5	9.7	0.0	0.0	0.0	0.0	77.4
	社会保険・社会福祉・介護事業	25	4.0	12.0	4.0	0.0	0.0	8.0	0.0	48.0
	その他サービス業	39	7.7	10.3	5.1	5.1	2.6	7.7	2.6	48.7
	その他	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
無回答	5	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0	
従業者規模別	1～5人	292	3.1	5.5	5.5	5.1	3.8	3.4	1.0	66.4
	6～20人	125	8.8	22.4	7.2	7.2	6.4	6.4	4.8	48.0
	21～50人	40	10.0	10.0	0.0	2.5	5.0	5.0	2.5	50.0
	51～100人	17	29.4	23.5	5.9	11.8	17.6	17.6	0.0	35.3
	101人以上	27	18.5	22.2	7.4	0.0	3.7	14.8	7.4	37.0
	無回答	18	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6	0.0	5.6	61.1
経営状況別	黒字基調	166	12.0	17.5	4.8	7.8	7.2	4.8	4.2	51.2
	収支均衡	204	3.9	10.8	6.4	4.4	2.9	3.4	2.0	63.2
	赤字基調	120	5.0	6.7	5.8	4.2	6.7	10.0	0.8	61.7
	無回答	29	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4	44.8
合計	519	6.6	11.4	5.4	5.2	5.0	5.2	2.5	58.0	

最も高い
 2番目に高い
 3番目に高い

問 12 で「主要事業を拡大した」「新事業展開に取り組んだ」「主要事業の内容を変更した」「顧客・客層を変更した」「販売方法を変更した」「終了・廃止した事業がある」「その他」と回答した方にお聞きします。

問 12-1 見直し・変更した内容を簡単にお書きください。

見直し・変更した具体的内容について業種別※にみると、主に下記のような回答が得られた。

<回答事例>

【建設業】

- 民間工事だけでなく公共工事も受注するようになった。
- 建設業で一般住宅を対象として業務をしていたが、安定化を図るため企業（建設会社）を対象にした。
- 建設業で住宅分野だけでなく福祉施設やホテル分野の建設にも参入した。
- 建設業（住宅・老人ホーム）、新築、リフォームはもともと受注していたが協力会社の得意としている職種の受注も始めた。
- 下請け工事中心から公共工事等元請工事を中心とする工事へ移行した。
- 下請形態を、3次・4次から1次・2次へ格上げした。材料等も自社持ちで施工している。
- 国の助成金でICTに取り組んだ。
- 道路調査において、ICT技術を生かした車両の導入や、橋りょう部の調査を行う車両等を導入した。

【電気・ガス・熱供給・水道業】

- 電力自由化に伴い東京電力の代理店となり電力の販売を始めた。
- 電気小売自由化に伴ない、電気事業を開始。
- 管工事のみから土木工事、消防設備工事にも着手した。

【運輸業・郵便業】

- 車両（トラック）入替えを行い、顧客先に対応している。
- 採算性の低い荷主から撤退、新規荷主への変更。
- 選択と集中を行い古いサービスを廃止。
- 新規事業所の立ち上げ（倉庫）。
- 新規営業所の新設。

【卸売業】

- 品質をより高め、安さより価値を高めた。
- 薄利商品の販売を廃止。
- 紙類だけでなく、除菌関連のものも販売している。
- ニッチ市場への集中。
- 素材販売だけではなく、部品加工を自社で対応する事にした。
- これまで「紙」単体の販売であったが、印刷や製本、またオリジナル商品の開発等「紙加工」にも傾注している。
- BtoB から BtoC への販路の拡大。
- インターネットでの注文追加。
- EC 販売の取組、副業（塾経営）からの撤退。
- 九州支店、広島営業所を開設した。

【小売業】

- 若年層へのアピール。
- シニア世代に変えた。
- 主力商品を、モーターホーム（自走式キャンピングカー）から、キャンピングトレーラーに移行し購買層の拡大を図った。販売方法もHPやSNS等に力を入れていった。
- 新店開発、共に店舗の造作のあり方を考えた、人が心良く待てる場。薬局職員の仕事、作業のしやすさも考え機械の導入、買い換えを行なう。
- ベビー、キッズ部門を実質とりやめ。婦人服（40・50代～70代）に中心を絞り込み、仕入商品の価格や年式の幅を広げた。
- 小売だけでなく、食事提供もできるようにした。
- 新しいサービスを取り入れた。
- 店内大改装。
- 新店のオープン。
- 新たに店舗運営等。
- 外販をやめた。
- ネット事業を拡大した。
- 店頭での小売業に加えてネットスーパー、インターネット予約販売への拡大。
- 通信販売の中で、自社ホームページ上で販売していたが、大手、ショッピングモールに参加等。
- AmazonやZOZO TOWNへの参画・進出。POPUPストアや卸売事業への参入。

【金融業・保険業】

- 相談しやすいスペース（応接室）の増設、市内団体が利用できるよう会議室の増設。

【不動産業・物品賃貸業】

- 自社販売をやめ、仲介不動産業者を入れた。
- コンサルタント業を開始した。一部、個人事業として活動中。将来は、法人の業務項目としたい。
- 建設業等、事業の拡大を行なったが人材不足等により、廃止。以降、本業に絞って事業を展開。
- 不動産業でサブリース等の安定した固定収入の確保。
- 利用者の増加に伴い従業員を増やして対応。
- 1. 拠点2ヶ所増設。 2. イベント用備品のレンタルを始めた。

【学術研究, 専門・技術サービス業】

- 単純に、利益が出ない事業は止めて、利益の出る事業のみとした。
- 出力及びシート製作部を追加した。

【宿泊業, 飲食サービス業】

- 食形態の幅を広げるために、「ムース食」を導入した。昨年よりタンパク質のエネルギー比率の基準が上がったため、今まで使用していなかった食品を導入した。
- 地元で生産された農産物を使用したアイスクリーム製造の委託。
- 店内のみ手打ちそばを提供するように変更した。（以前は機械製麺のみ。定食屋色から手打ちそば屋色を強くし、ファミリー層や蕎麦好きの若者が来店しやすい雰囲気作りに努めた。）
- 焼肉店だけではなく、やきとり、ステーキなどの店を開店。
- Uber Eatsでの宅配サービス開始。

【生活関連サービス業, 娯楽業】

- 子ども食堂を始めた。
- 価格を上げ、最優良顧客にターゲットを絞った。常に少しずつ事業拡大している（新事業）→多角化。
- 価格の見直し。
- サービス内容、価格変更。
- 映画興業の拡大、配給参入、遊戯施設の延長として1人用カラオケ事業の実施。
- 店舗・施設の強みを生かし、顧客ニーズに対応するため、ヨガ教室やピラティス教室を開催する。好調ではあったが、コロナによるダメージは大きかった。
- 支店を閉鎖。

【教育, 学習支援業】

- オンラインサービス開始、赤字店舗の譲渡、経営者の育成等。

【医療業】

- 訪問診療、オンライン診療
- ネットの活用。予約システム等。
- システムの変更。間違いを減少させるため。
- 官令のため分野を縮小した。
- 院内面積を変更した。

【社会保険・社会福祉・介護事業】

- 看取り支援等を強化する観点により、従来型特養からユニット型特養への転換を行った。
- 地域のニーズに合わない事業を廃止した。
- 革製品の製造販売を行っていたが、採算が合わず撤退した。

【その他サービス業】

- 冷凍冷蔵に関する仕事がメインで、運搬設置は他業社が行っていたが、商品の運搬・設置を行うようになってから冷媒工事も行うようになった。
- 建物の管理に参入した。
- 建設業を主に行なっていたが、顧客の変化によりメンテ、サービスを主に行なうようになった。
- 解体工事部門を分社化し産業廃棄物処理の専業となった。
- 下請け体質からの脱却。
- グループ会社（親会社）に業務を委託した。

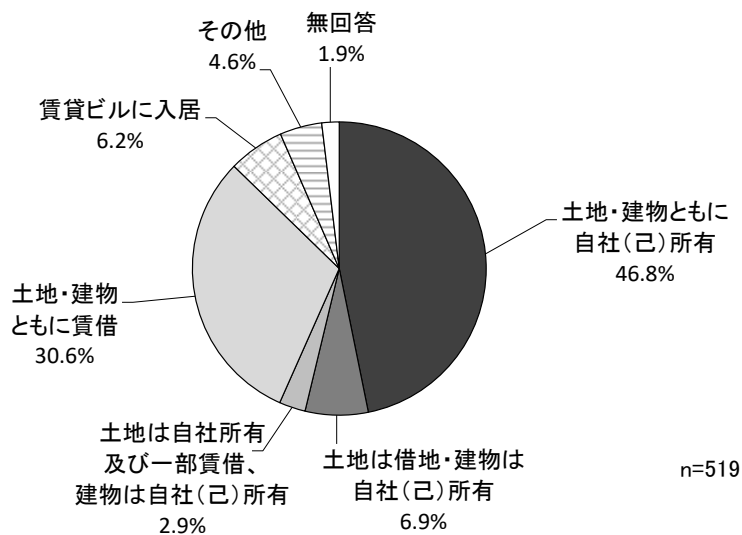
※回答事例はすべての回答を記載していない。誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

4. 立地環境

問 13 土地・建物所有の状況は、次のどれに該当しますか。(主に当てはまるもの1つに○)

● 土地・建物所有の状況は、「土地・建物ともに自社(己)所有」(46.8%)が4割台半ばを超える。次いで「土地・建物ともに賃借」(30.6%)が約3割と続く。

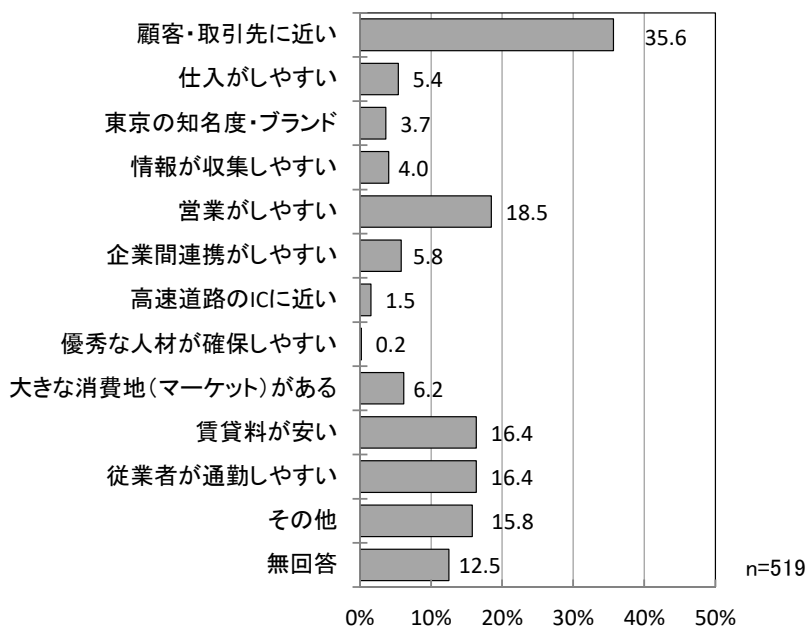
土地・建物所有の状況



問 14 当該地における立地の利点(メリット)は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 立地の利点(メリット)は、「顧客・取引先に近い」(35.6%)が最も高く、次いで「営業がしやすい」(18.5%)、「賃貸料が安い」(16.4%)、「従業員が通勤しやすい」(16.4%)と続く。「優秀な人材が確保しやすい」(0.2%)、「高速道路のICに近い」(1.5%)は低い。

立地の利点(メリット)



立地の利点(メリット)(業種別)

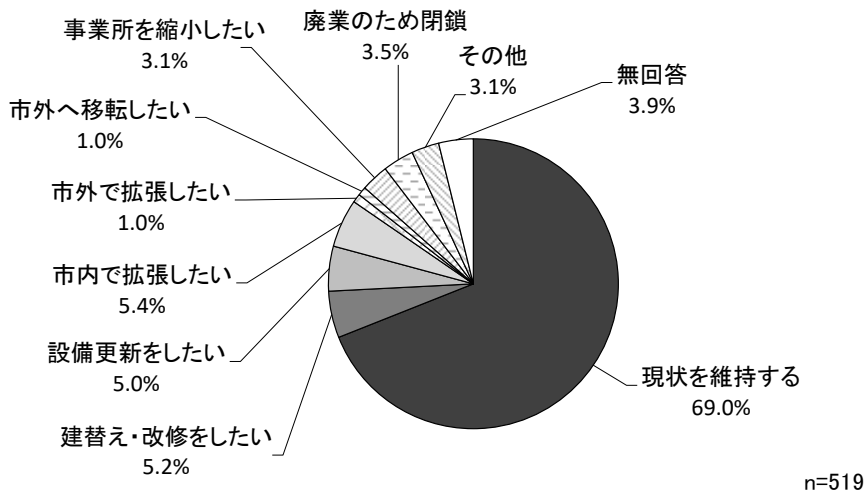
業種別	件数(計)	顧客・取引先に近い	仕入がしやすい	東京の知名度・ブランド	情報が収集しやすい	営業がしやすい	企業間連携がしやすい	高速道路のICに近い	優秀な人材が確保しやすい	大きな消費地(マーケット)がある	賃貸料が安い	従業員が通勤しやすい	その他	無回答
農業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	93	30.1	6.5	1.1	6.5	15.1	7.5	2.2	0.0	2.2	26.9	23.7	18.3	8.6
電気・ガス・熱供給・水道業	24	37.5	12.5	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	4.2	0.0	8.3	20.8	16.7	12.5
情報通信業	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
運輸業、郵便業	26	50.0	3.8	3.8	0.0	3.8	3.8	3.8	0.0	0.0	19.2	38.5	11.5	7.7
卸売業	29	34.5	3.4	3.4	3.4	24.1	6.9	3.4	0.0	0.0	17.2	13.8	13.8	10.3
小売業	89	41.6	7.9	9.0	3.4	28.1	4.5	1.1	0.0	18.0	12.4	7.9	12.4	7.9
金融業、保険業	4	100.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	33	48.5	3.0	3.0	9.1	12.1	3.0	0.0	0.0	6.1	9.1	18.2	18.2	6.1
学術研究、専門・技術サービス業	20	30.0	0.0	0.0	0.0	20.0	10.0	0.0	0.0	5.0	25.0	20.0	15.0	10.0
宿泊業、飲食サービス業	42	26.2	14.3	2.4	4.8	28.6	4.8	0.0	0.0	7.1	11.9	7.1	16.7	16.7
生活関連サービス業、娯楽業	33	36.4	0.0	0.0	0.0	24.2	0.0	0.0	0.0	12.1	18.2	15.2	21.2	6.1
教育、学習支援業	21	33.3	0.0	9.5	0.0	23.8	9.5	0.0	0.0	0.0	19.0	14.3	9.5	33.3
医療業	31	35.5	0.0	3.2	0.0	12.9	3.2	0.0	0.0	3.2	9.7	25.8	9.7	25.8
社会保険・社会福祉・介護事業	25	20.0	0.0	0.0	12.0	4.0	4.0	0.0	0.0	4.0	20.0	4.0	4.0	36.0
その他サービス業	39	33.3	5.1	2.6	5.1	17.9	15.4	5.1	0.0	2.6	15.4	15.4	23.1	12.8
その他	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
無回答	5	60.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
合計	519	35.6	5.4	3.7	4.0	18.5	5.8	1.5	0.2	6.2	16.4	16.4	15.8	12.5

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 15 今後の拡張・移転等の方向性は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

- 今後の拡張・移転等の方向性は、「現状を維持する」(69.0%) が7割弱を占める。「建替え・改修をしたい」(5.2%)、「設備更新をしたい」(5.0%)、「市内で拡張したい」(5.4%) を合わせた15.6%が設備投資意向を有している。
- 市外移転・縮小・廃業については、「市外で拡張したい」(1.0%)、「市外へ移転したい」(1.0%) といった市外への展開意向がそれぞれ5件となっている。「事業所を縮小したい」(3.1%) が16件、「廃業のため閉鎖」(3.5%) が18件となっている。

今後の拡張・移転等の方向性



今後の拡張・移転等の方向性(業種別)

	件数 (計)	現状を 維持する	建替 え・改 修をし たい	設備更 新をし たい	市内で 拡張し たい	市外で 拡張し たい	市外へ 移転し たい	事業所 を縮小 したい	廃業の ため閉 鎖	その他	無回答
農業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	93	71.0	4.3	2.2	6.5	1.1	2.2	3.2	4.3	3.2	2.2
電気・ガス・熱供給・水道業	24	79.2	0.0	8.3	8.3	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0
情報通信業	2	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業、郵便業	26	61.5	7.7	3.8	15.4	0.0	0.0	7.7	0.0	3.8	0.0
卸売業	29	58.6	10.3	0.0	13.8	3.4	0.0	6.9	0.0	3.4	3.4
小売業	89	68.5	5.6	7.9	2.2	0.0	0.0	1.1	4.5	5.6	4.5
金融業、保険業	4	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	33	75.8	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	0.0	0.0	3.0	6.1
学術研究、専門・技術サービス業	20	65.0	5.0	10.0	5.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	5.0
宿泊業、飲食サービス業	42	66.7	4.8	2.4	4.8	0.0	0.0	2.4	4.8	4.8	9.5
生活関連サービス業、娯楽業	33	69.7	9.1	9.1	3.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
教育、学習支援業	21	66.7	0.0	0.0	0.0	4.8	4.8	4.8	4.8	4.8	9.5
医療業	31	83.9	0.0	3.2	6.5	0.0	0.0	0.0	6.5	0.0	0.0
社会保険・社会福祉・介護事業	25	64.0	24.0	0.0	4.0	0.0	0.0	4.0	0.0	0.0	4.0
その他サービス業	39	66.7	0.0	12.8	2.6	0.0	2.6	2.6	5.1	2.6	5.1
その他	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
無回答	5	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0
合計	519	69.0	5.2	5.0	5.4	1.0	1.0	3.1	3.5	3.1	3.9

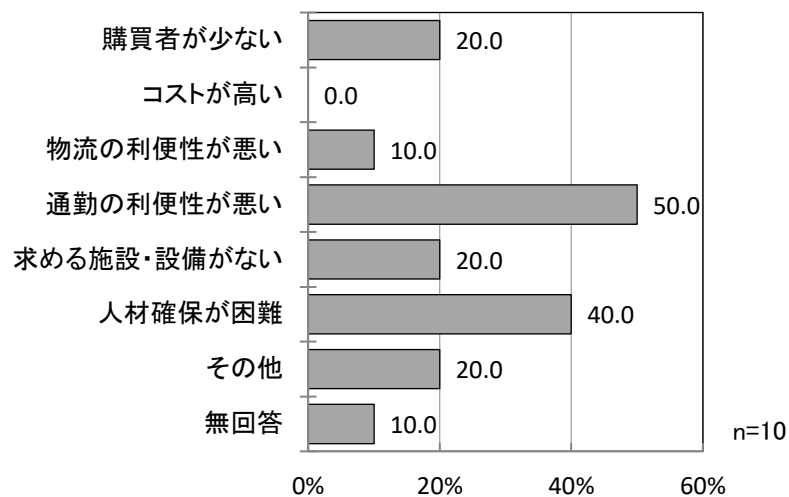
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 15 で、「市外で拡張したい」「市外へ移転したい」と回答された方にお聞きします。

問 15-1 市外に拡張・移転する主な理由は何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 市外に拡張・移転したいと回答した事業者 (10 件) における、その主な理由は「通勤の利便性が悪い」(50.0%) と「人材確保が困難」(40.0%) が高い。

市外への拡張・移転理由

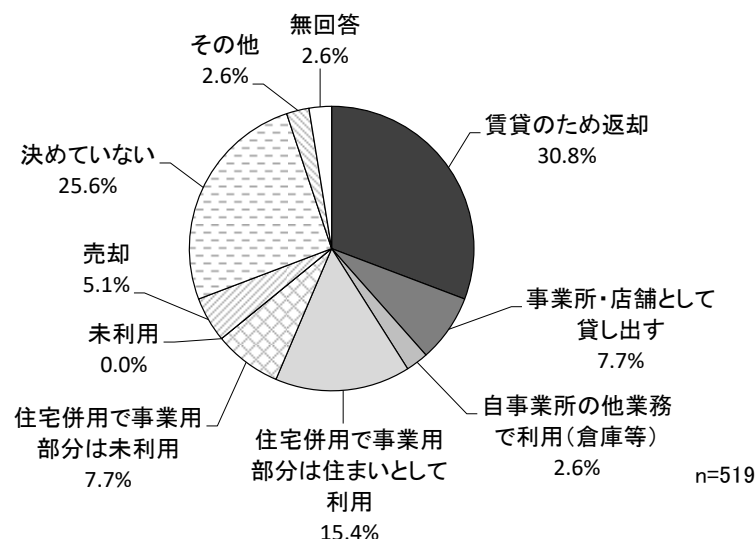


問 15 で、「市外へ移転したい」「事業所を縮小したい」「廃業のため閉鎖」と回答された方にお聞きします。

問 15-2 移転・縮小・閉鎖に伴い、使用しなくなる事業所・店舗はどうされるご予定ですか。(1つに○)

- 「市外へ移転したい」「事業所を縮小したい」「廃業のため閉鎖」と回答した事業所 (39 件) に対して、移転・縮小・閉鎖に伴い、使用しなくなる事業所・店舗への対応方法を聞いたところ、「賃貸のため返却」(30.8%) が 12 件で最も多く、次いで「決めていない」(25.6%) が 10 件、「住宅併用で事業用部分は住まいとして利用」(15.4%) が 6 件となっている。

移転・縮小・閉鎖後の事業所・店舗への対応方法

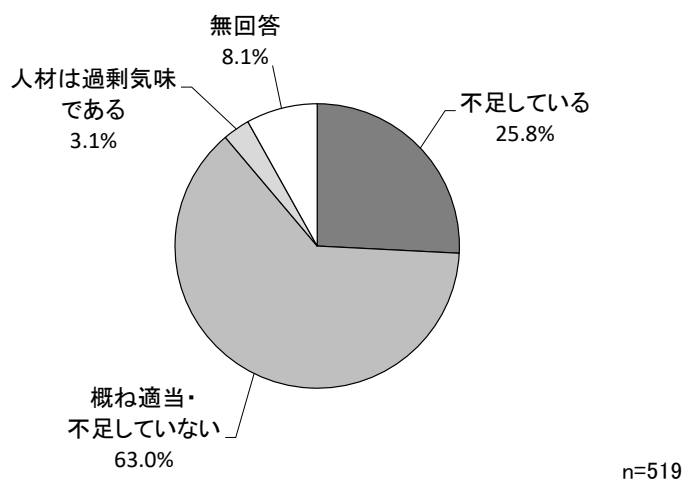


5. 人材の確保・育成

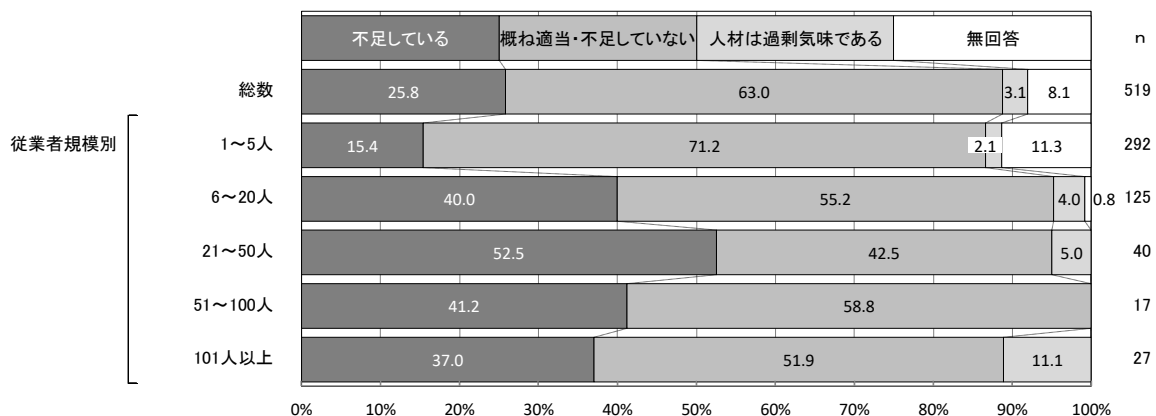
問 16 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(1つに〇)

- 人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(63.0%)が6割台半ば近くを占め、「不足している」(25.8%)が2割台半ば、「人材は過剰気味である」(3.1%)が1割以下となっている。
- 従業者規模別にみると、『50人以下』では従業者規模が大きくなるほど、「不足している」が高くなっており、「21～50人」(52.5%)は5割強を占める。一方、『51人以上』では従業者規模が大きくなるほど、「不足している」が低下している。

人材確保状況



人材確保状況(従業者規模別)

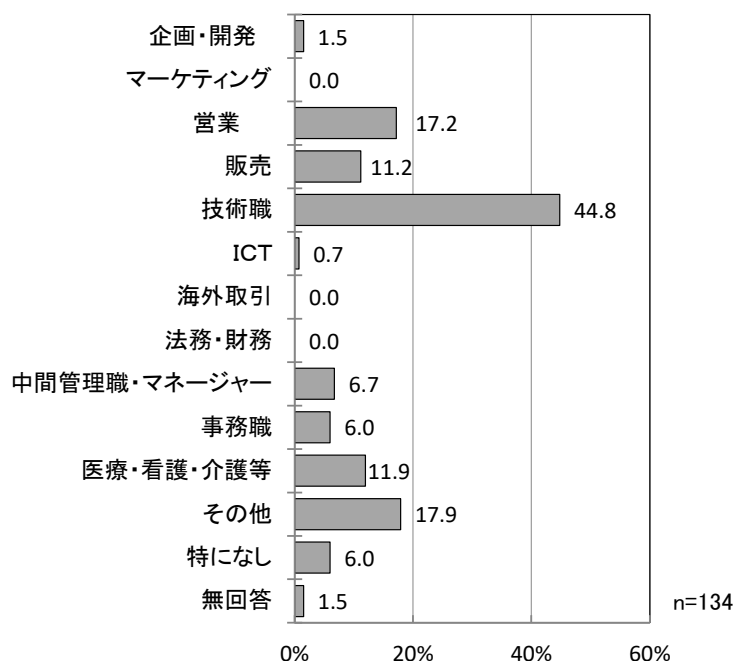


問 16 で、「不足している」と回答された方にお聞きします。

問 16-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 不足している人材の職種は、「技術職」(44.8%) が最も高く、次いで「その他」(17.9%)、「営業」(17.2%) と続く。「その他」の回答として、建設現場人材(建設業(7))、ドライバー(運輸業(6))、その他サービス業(1))、教師(教育, 学習支援業(2))、保育士(社会保険・社会福祉・介護事業(4))などが挙げられた。【() 内は回答事業者数】

不足している人材の職種



不足している人材の職種(業種別)

業種別	件数(計)	企画・開発	マーケティング	営業	販売	技術職	ICT	海外取引	法務・財務	中間管理職・マネージャー	事務職	医療・看護・介護等	その他	特になし	無回答
		建設業	38	0.0	0.0	7.9	2.6	78.9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	18.4
電気・ガス・熱供給・水道業	8	0.0	0.0	12.5	0.0	87.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
情報通信業	2	0.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業、郵便業	10	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	60.0	0.0	20.0
卸売業	5	0.0	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
小売業	19	5.3	0.0	31.6	42.1	26.3	5.3	0.0	0.0	15.8	10.5	0.0	0.0	5.3	0.0
金融業、保険業	1	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
学術研究、専門・技術サービス業	4	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
宿泊業、飲食サービス業	8	0.0	0.0	25.0	37.5	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	25.0	0.0
生活関連サービス業、娯楽業	4	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0
教育、学習支援業	5	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	40.0	20.0	0.0
医療業	10	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
社会保険・社会福祉・介護事業	11	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	54.5	36.4	0.0	0.0
その他サービス業	6	0.0	0.0	33.3	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
無回答	2	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
合計	134	1.5	0.0	17.2	11.2	44.8	0.7	0.0	0.0	6.7	6.0	11.9	17.9	6.0	1.5

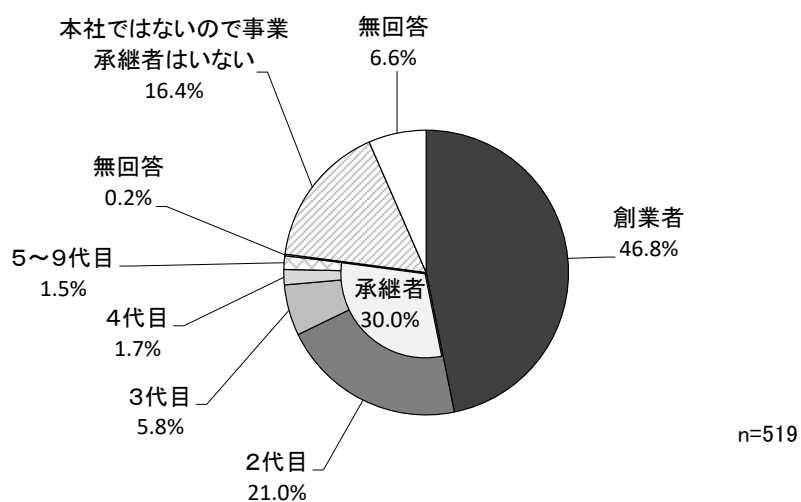
最も高い
 2番目に高い
 3番目に高い

6. 事業承継

問 17 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(1つに〇)

- 現在の代表者は、「創業者」(46.8%) が4割台半ばを超え、次いで「2代目」(21.0%) が2割強と続く。『2代目以降』の承継者は30.0%で3割の事業所ですでに事業が承継されている。

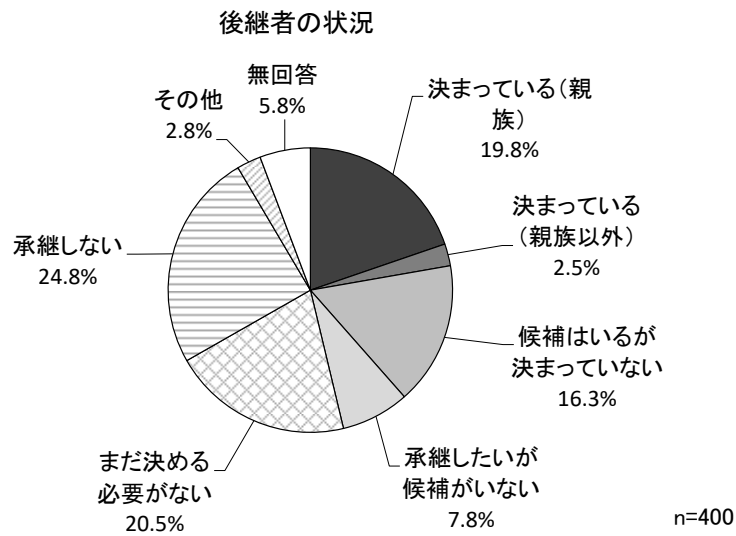
現在の代表者の承継状況



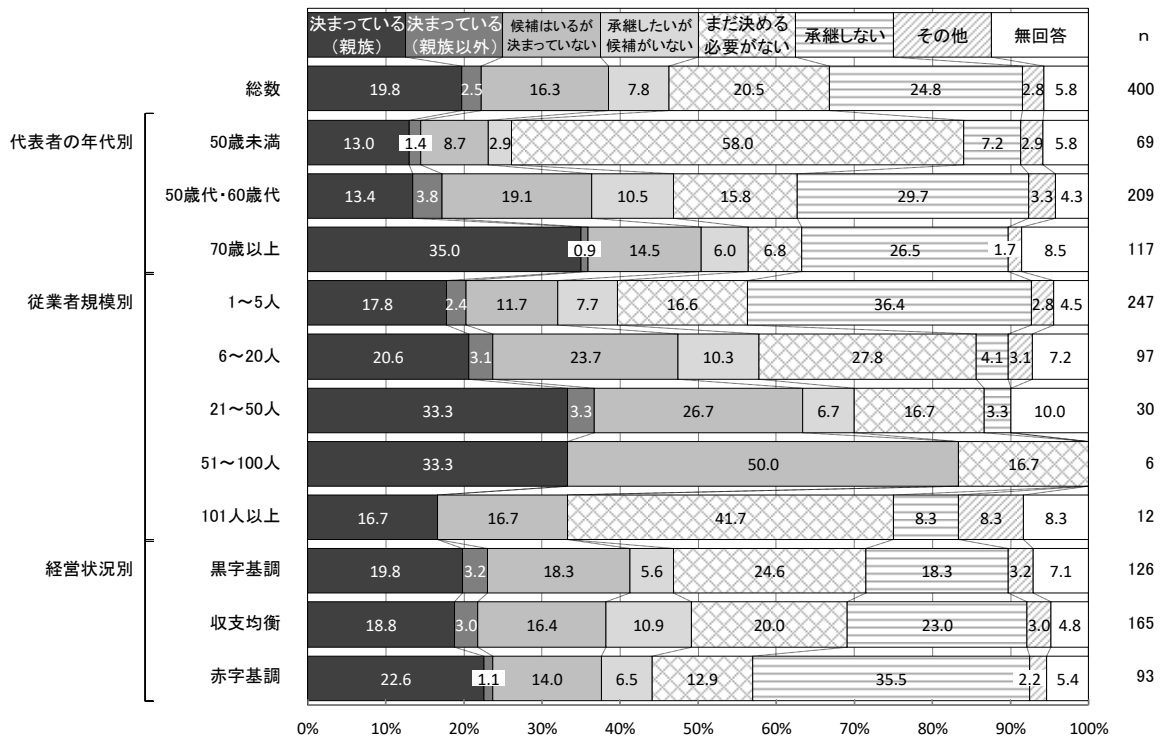
問 17 で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きします。

問 17-1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 後継者の状況は、『決まっていない』に関しては「承継しない」(24.8%) が最も高く、次いで「まだ決める必要がない」(20.5%)、「候補はいるが決まっていない」(16.3%) と続く。「決まっている(親族)」(19.8%) と「決まっている(親族以外)」(2.5%) を合わせた『決まっている』(22.3%) は2割強である。
- 代表者の年代別にみると、「70歳以上」では「決まっている(親族)」(35.0%) が3割台半ばで、「承継しない」(26.5%) が2割台半ばを越える。『50歳代以上』で「承継しない」が2割台半ばを越える。一方、「50歳未満」では「まだ決める必要がない」(58.0%) が6割近くを占める。



後継者の状況(代表者の年代別・従業者規模別・経営状況別)

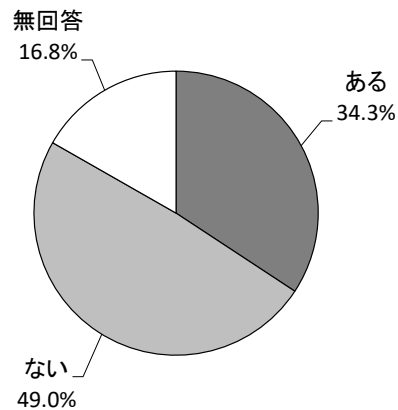


問 17 で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きします。

問 17-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

- 事業承継に関する課題は、「ある」(34.3%) が3割台半ば近くで、「ない」(49.0%) が5割弱である。

事業承継に関する課題



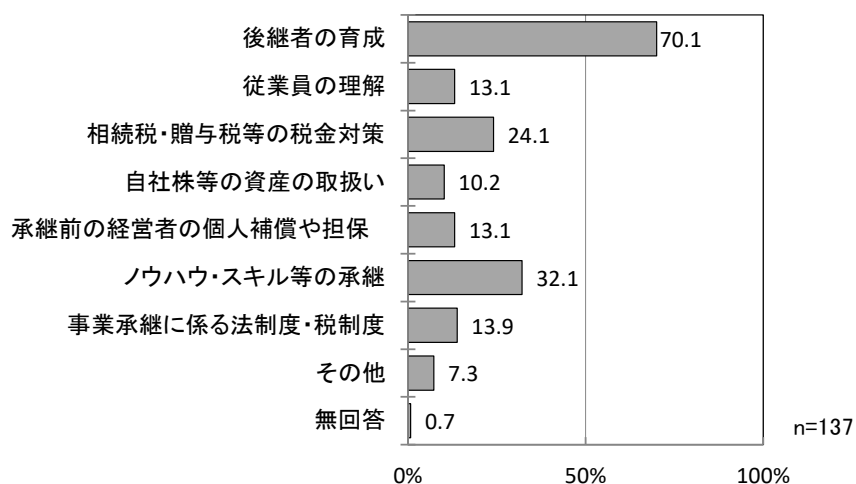
n=400

問 17-2 で、「ある」と回答された方にお聞きします。

問 17-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- 事業承継における課題は、「後継者の育成」(70.1%)が最も高く、次いで「ノウハウ・スキル等の承継」(32.1%)、「相続税・贈与税等の税金対策」(24.1%)と続く。
- 代表者の年代別にみると、「70歳以上」では「ノウハウ・スキル等の承継」(45.2%)が4割台半ばを占め、他の年代と比べて高い。一方、「50歳未満」では「後継者の育成」(90.9%)が約9割を占める。

事業承継における課題



事業承継における課題(代表者の年代別)

代表者の年代別	件数 (計)	後継者の育成	従業員の理解	相続税・贈与税等の税金対策	自社株等の資産の取扱い	承継前の経営者の個人補償や担保	ノウハウ・スキル等の承継	事業承継に係る法制度・税制度	その他	無回答
50歳未満	22	90.9	13.6	22.7	9.1	4.5	27.3	4.5	4.5	0.0
50歳代・60歳代	81	71.6	13.6	24.7	13.6	16.0	29.6	17.3	7.4	1.2
70歳以上	31	51.6	9.7	22.6	3.2	12.9	45.2	12.9	9.7	0.0
無回答	3	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	137	70.1	13.1	24.1	10.2	13.1	32.1	13.9	7.3	0.7

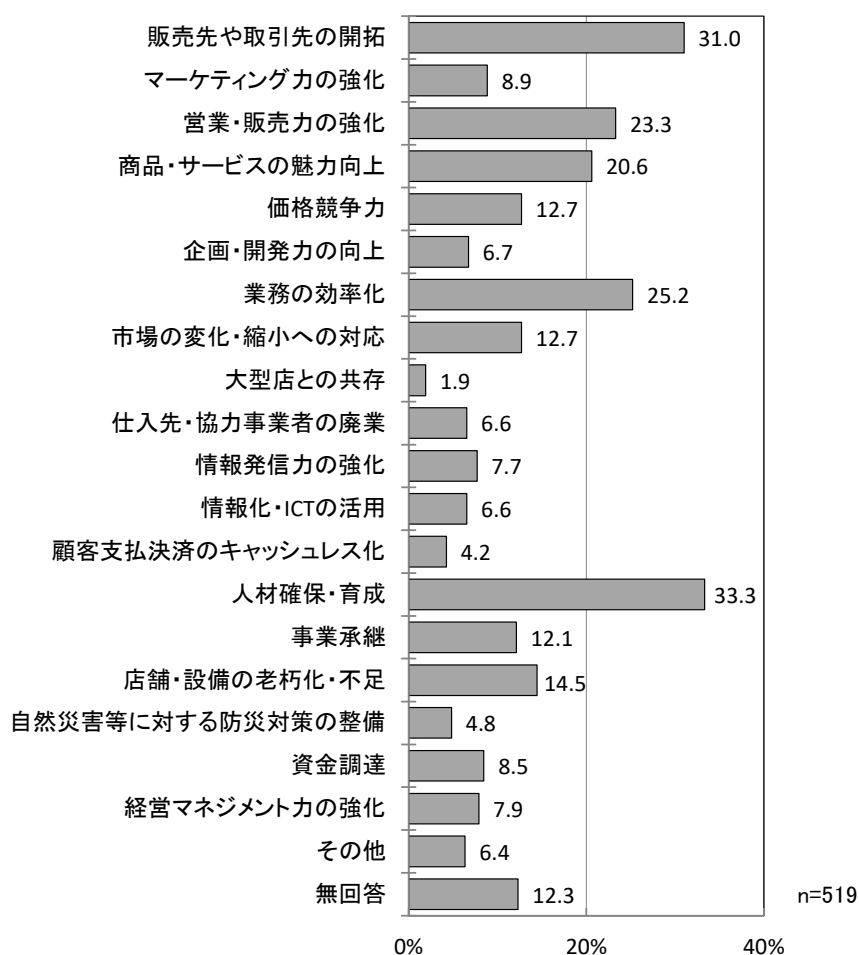
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

7. 事業所の課題

問 18 経営上の課題は、何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 経営上の課題は、「人材確保・育成」(33.3%)が最も高く、次いで「販売先や取引先の開拓」(31.0%)、「業務の効率化」(25.2%)、「営業・販売力の強化」(23.3%)、「商品・サービスの魅力向上」(20.6%)と続く。
- 業種別にみると、「運輸業、郵便業」「社会保険・社会福祉・介護事業」では「人材確保・育成」が6割を超えている。「宿泊業、飲食サービス業」では「商品・サービスの魅力向上」(42.9%)が最も高い。「生活関連サービス業、娯楽業」では「商品・サービスの魅力向上」(48.5%)と「店舗・設備の老朽化・不足」(48.5%)が最も高い。

経営上の課題



経営上の課題(業種別)

		件数 (計)	販売先 や取引 先の開 拓	マーケ ティン グ力の 強化	営業・ 販売力 の強化	商品・ サービ スの魅 力向上	価格競 争力	企画・ 開発力 の向上	業務の 効率化	市場の 変化・ 縮小へ の対応	大型店 との共 存	仕入 先・協 力事業 者の廃 業	
業 種 別	農業	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業	93	41.9	5.4	19.4	9.7	22.6	6.5	22.6	6.5	1.1	8.6	
	電気・ガス・熱供給・水道業	24	41.7	0.0	12.5	4.2	12.5	4.2	20.8	12.5	0.0	8.3	
	情報通信業	2	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業、郵便業	26	53.8	3.8	30.8	19.2	11.5	3.8	46.2	7.7	0.0	0.0	
	卸売業	29	58.6	6.9	58.6	10.3	34.5	6.9	31.0	17.2	0.0	10.3	
	小売業	89	27.0	12.4	31.5	32.6	15.7	5.6	29.2	18.0	3.4	9.0	
	金融業、保険業	4	50.0	25.0	75.0	25.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
	不動産業、物品賃貸業	33	33.3	3.0	18.2	15.2	0.0	3.0	18.2	21.2	6.1	6.1	
	学術研究、専門・技術サービス業	20	15.0	5.0	20.0	20.0	20.0	5.0	40.0	10.0	0.0	5.0	
	宿泊業、飲食サービス業	42	7.1	9.5	7.1	42.9	4.8	9.5	19.0	11.9	2.4	14.3	
	生活関連サービス業、娯楽業	33	27.3	27.3	33.3	48.5	9.1	24.2	15.2	15.2	3.0	0.0	
	教育、学習支援業	21	9.5	0.0	0.0	9.5	4.8	9.5	9.5	9.5	0.0	4.8	
	医療業	31	0.0	12.9	3.2	6.5	0.0	3.2	19.4	6.5	0.0	0.0	
	社会保険・社会福祉・介護事業	25	20.0	0.0	16.0	8.0	0.0	0.0	36.0	4.0	0.0	4.0	
	その他サービス業	39	41.0	12.8	28.2	20.5	10.3	5.1	25.6	23.1	5.1	5.1	
	その他	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
無回答	5	60.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0		
合計		519	31.0	8.9	23.3	20.6	12.7	6.7	25.2	12.7	1.9	6.6	
			情報発 信力の 強化	情報 化・ICT の活用	顧客支 払決済 の キャッ シュレ ス化	人材確 保・育 成	事業承 継	店舗・ 設備の 老朽化・ 不足	自然災 害等に 対する 防災対 策の整 備	資金調 達	経営マ ネジメ ント力 の強化	その他	無回答
業 種 別	農業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	建設業	6.5	10.8	1.1	46.2	19.4	5.4	1.1	14.0	5.4	7.5	8.6	
	電気・ガス・熱供給・水道業	4.2	4.2	4.2	41.7	8.3	4.2	0.0	4.2	4.2	8.3	12.5	
	情報通信業	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	運輸業、郵便業	7.7	3.8	0.0	61.5	7.7	11.5	7.7	11.5	19.2	0.0	7.7	
	卸売業	3.4	3.4	3.4	34.5	13.8	13.8	3.4	13.8	6.9	3.4	3.4	
	小売業	5.6	2.2	6.7	23.6	12.4	18.0	2.2	7.9	10.1	4.5	12.4	
	金融業、保険業	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	
	不動産業、物品賃貸業	6.1	9.1	3.0	15.2	24.2	15.2	3.0	15.2	3.0	9.1	9.1	
	学術研究、専門・技術サービス業	0.0	10.0	0.0	35.0	20.0	0.0	5.0	10.0	5.0	15.0	5.0	
	宿泊業、飲食サービス業	2.4	2.4	7.1	23.8	4.8	33.3	11.9	2.4	2.4	7.1	21.4	
	生活関連サービス業、娯楽業	15.2	6.1	6.1	12.1	3.0	48.5	3.0	9.1	6.1	0.0	6.1	
	教育、学習支援業	14.3	0.0	0.0	33.3	4.8	4.8	4.8	0.0	4.8	19.0	28.6	
	医療業	19.4	16.1	16.1	41.9	12.9	9.7	9.7	3.2	6.5	6.5	19.4	
	社会保険・社会福祉・介護事業	12.0	16.0	0.0	68.0	4.0	16.0	24.0	0.0	20.0	0.0	20.0	
	その他サービス業	7.7	0.0	5.1	17.9	10.3	5.1	2.6	10.3	12.8	10.3	15.4	
	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
無回答	0.0	0.0	0.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0		
合計		7.7	6.6	4.2	33.3	12.1	14.5	4.8	8.5	7.9	6.4	12.3	

■ 最も高い

■ 2番目に高い

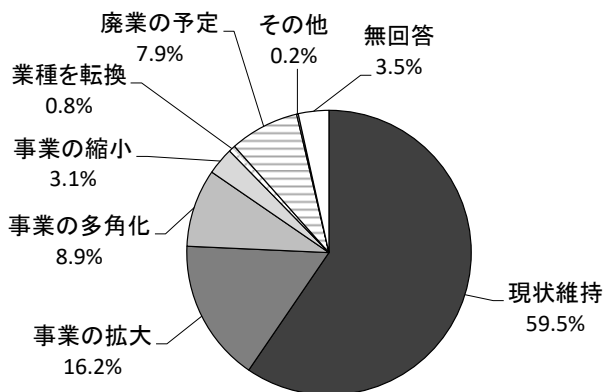
■ 3番目に高い

8. 今後の展開

問 19 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(1つに○)

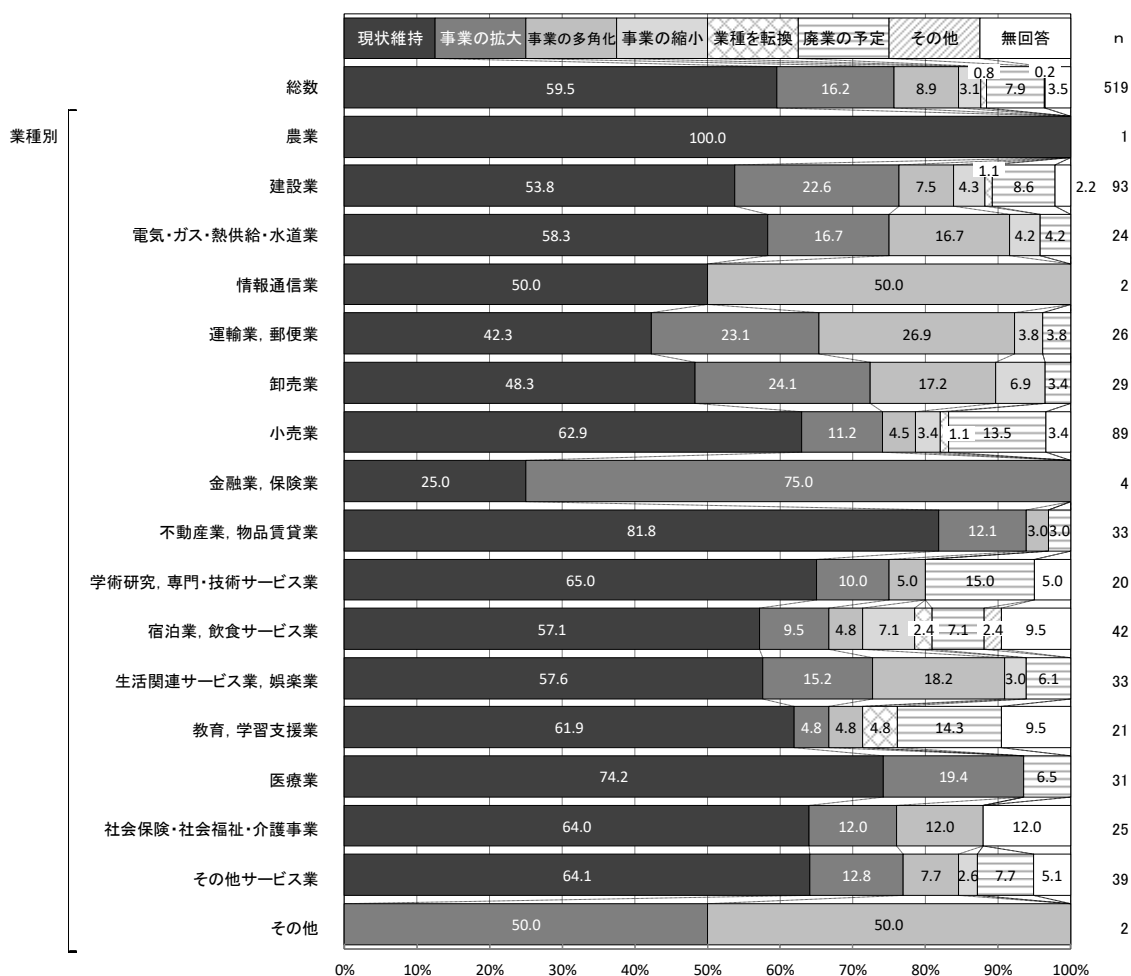
- 今後の主な事業展開は、「現状維持」(59.5%)が6割弱を占め、「事業の拡大」(16.2%)、「事業の多角化」(8.9%)と続く。一方、「廃業の予定」(7.9%)は41件、「事業の縮小」(3.1%)は16件で、「業種を転換」(0.8%)は4件である。

今後の主な事業展開



n=519

今後の主な事業展開(業種別)

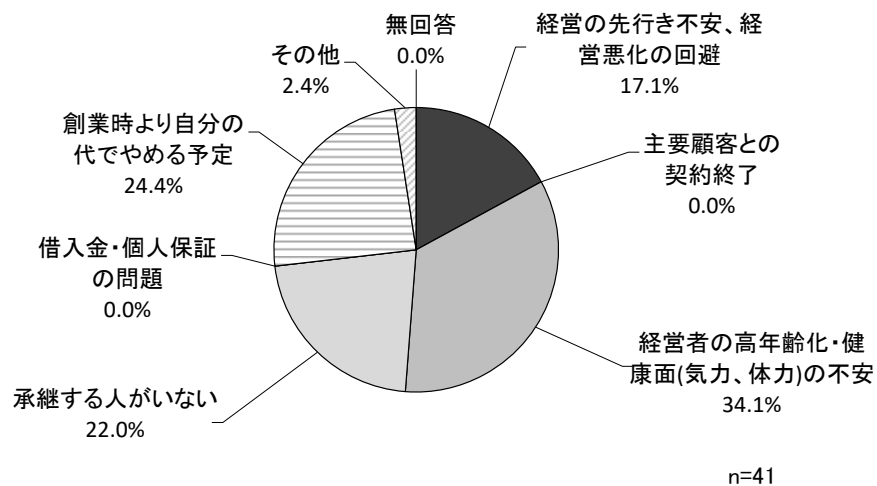


問 19 で、「廃業の予定」と回答された方にお聞きします。

問 19-1 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 「廃業の予定」と回答した事業所 (41 件) における廃業理由は、「経営者の高齢化・健康面 (気力、体力) の不安」(34.1%) が最も高く、次いで「創業時より自分の代でやめる予定」(24.4%) 「承継する人がいない」(22.0%)、「経営の先行き不安、経営悪化の回避」(17.1%) と続く。

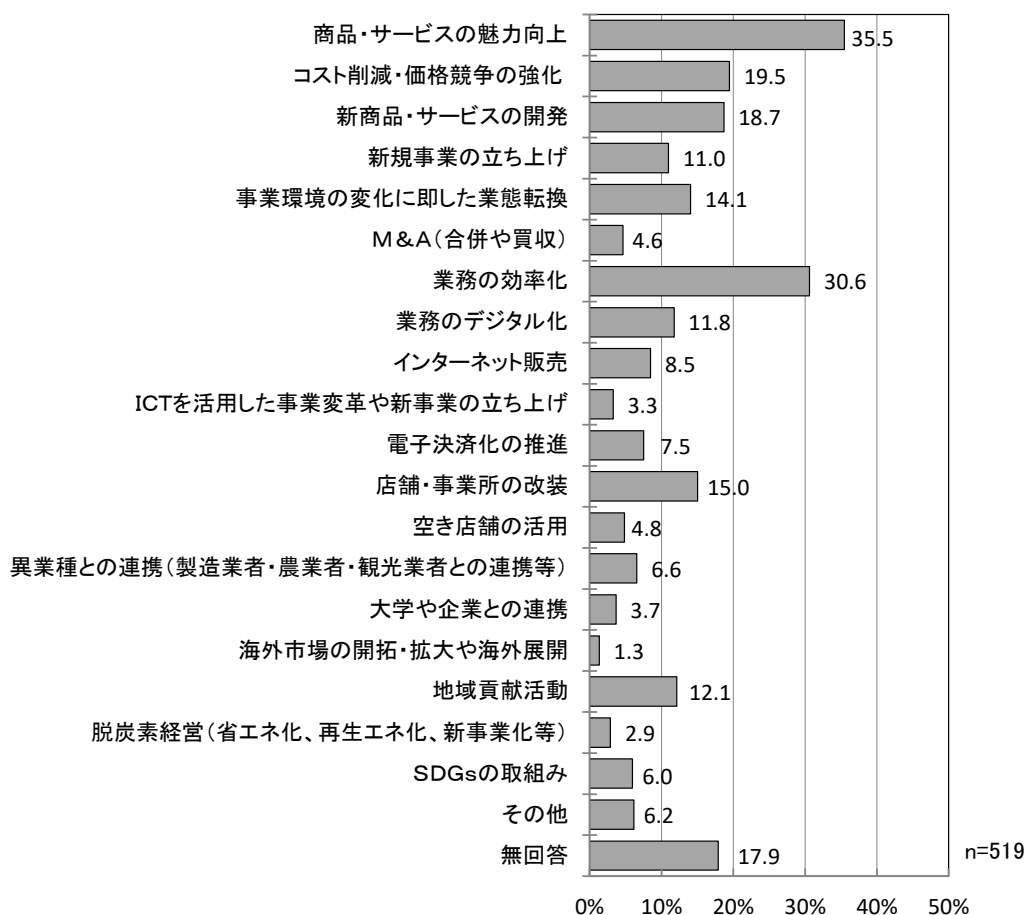
廃業理由



問 20 今後の事業活動において、関心がある活動内容は何か。(当てはまるものすべてに○)

- 今後の事業活動において、関心がある活動内容は「商品・サービスの魅力向上」(35.5%)が最も高く、次いで「業務の効率化」(30.6%)、「コスト削減・価格競争の強化」(19.5%)、「新商品・サービスの開発」(18.7%)と続く。
- 業種別にみると、「宿泊業, 飲食サービス業」では「商品・サービスの魅力向上」に次いで「新商品・サービスの開発」(33.3%)が高く、「卸売業」でも「業務の効率化」(37.9%)と合わせて「新商品・サービスの開発」(37.9%)が高くなっている。「生活関連サービス業, 娯楽業」では「事業環境の変化に即した業態転換」「店舗・事業所の改装」が高い。「医療業」「社会保険・社会福祉・介護事業」では、「業務の効率化」が最も高く、次いで「業務のデジタル化」が高くなっている。「金融業, 保険業」「教育, 学習支援業」では「地域貢献活動」が最も高い。

今後の事業活動において、関心がある活動内容



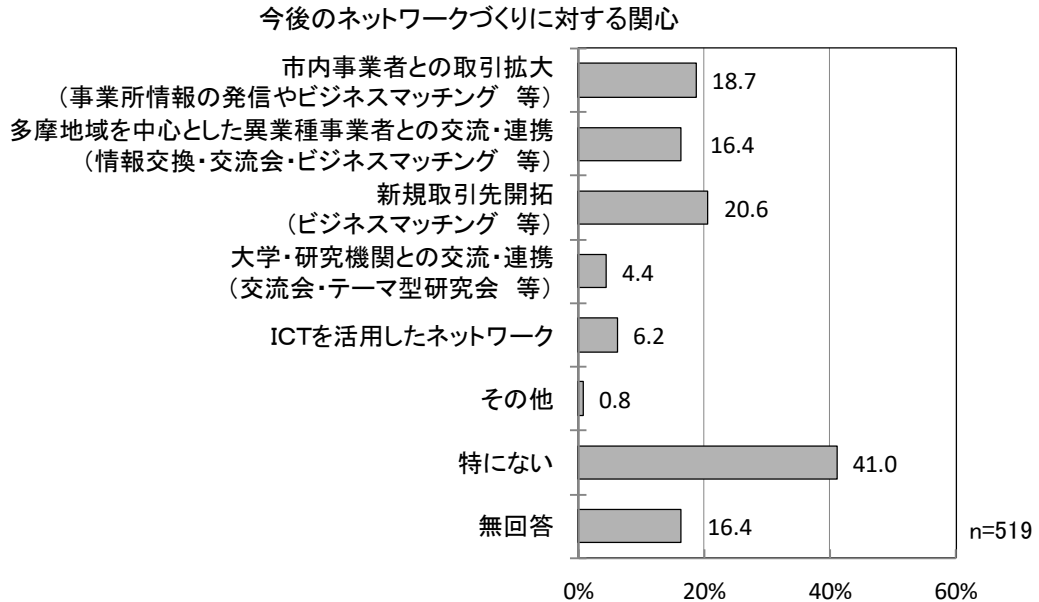
今後の事業活動において、関心がある活動内容(業種別)

	件数 (計)	商品・ サービスの魅力向上	コスト削減・ 価格競争の強化	新商 品・ サービ スの開 発	新規事 業の立 ち上げ	事業環 境の変 化に即 した業 態転換	M&A (合併 や買 取)	業務の 効率化	業務の デジタル 化	イン ター ネット 販売	ICTを 活用し た事業 変革や 新事業 の立ち 上げ	
業種別												
農業	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
建設業	93	25.8	25.8	10.8	8.6	17.2	5.4	34.4	9.7	7.5	2.2	
電気・ガス・熱供給・水道業	24	16.7	12.5	8.3	12.5	12.5	8.3	29.2	12.5	0.0	4.2	
情報通信業	2	0.0	100.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
運輸業、郵便業	26	46.2	42.3	26.9	26.9	11.5	11.5	46.2	19.2	3.8	0.0	
卸売業	29	44.8	34.5	37.9	6.9	20.7	6.9	37.9	10.3	24.1	6.9	
小売業	89	47.2	23.6	27.0	7.9	13.5	2.2	36.0	10.1	16.9	3.4	
金融業、保険業	4	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	
不動産業、物品賃貸業	33	12.1	9.1	9.1	24.2	15.2	3.0	27.3	6.1	6.1	6.1	
学術研究、専門・技術サービス業	20	35.0	10.0	10.0	5.0	10.0	0.0	25.0	5.0	0.0	5.0	
宿泊業、飲食サービス業	42	45.2	11.9	33.3	4.8	9.5	0.0	21.4	2.4	7.1	0.0	
生活関連サービス業、娯楽業	33	60.6	24.2	30.3	24.2	36.4	6.1	18.2	15.2	15.2	3.0	
教育、学習支援業	21	19.0	9.5	9.5	14.3	4.8	4.8	4.8	9.5	4.8	9.5	
医療業	31	25.8	3.2	6.5	3.2	3.2	3.2	38.7	32.3	0.0	0.0	
社会保険・社会福祉・介護事業	25	24.0	8.0	8.0	8.0	0.0	4.0	44.0	28.0	4.0	4.0	
その他サービス業	39	35.9	15.4	12.8	5.1	17.9	5.1	15.4	5.1	2.6	0.0	
その他	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	50.0	0.0	
無回答	5	60.0	20.0	40.0	40.0	0.0	0.0	60.0	0.0	0.0	20.0	
合計	519	35.5	19.5	18.7	11.0	14.1	4.6	30.6	11.8	8.5	3.3	
		電子決 済化の 推進	店舗・ 事業所 の改装	空き店 舗の活 用	異業種 との連 携(製 造業 者・農 業者・ 観光業 者との 連携等)	大学や 企業と の連携	海外市 場の開 拓・拡 大や海 外展開	地域貢 献活動	脱炭素 経営 (省エ ネ化、 再生エ ネ化、 新事業 化等)	SDGs の取組 み	その他	無回答
業種別												
農業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
建設業	4.3	5.4	3.2	6.5	3.2	1.1	7.5	2.2	3.2	9.7	15.1	
電気・ガス・熱供給・水道業	4.2	4.2	4.2	16.7	4.2	0.0	4.2	4.2	0.0	8.3	25.0	
情報通信業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
運輸業、郵便業	3.8	7.7	7.7	3.8	3.8	0.0	7.7	11.5	7.7	0.0	11.5	
卸売業	13.8	10.3	0.0	6.9	3.4	3.4	0.0	3.4	3.4	0.0	6.9	
小売業	10.1	19.1	4.5	9.0	3.4	1.1	13.5	1.1	6.7	2.2	22.5	
金融業、保険業	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	
不動産業、物品賃貸業	3.0	21.2	9.1	12.1	6.1	0.0	15.2	6.1	3.0	9.1	15.2	
学術研究、専門・技術サービス業	0.0	10.0	5.0	5.0	5.0	0.0	15.0	0.0	0.0	15.0	15.0	
宿泊業、飲食サービス業	4.8	31.0	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	2.4	2.4	2.4	23.8	
生活関連サービス業、娯楽業	21.2	36.4	9.1	6.1	6.1	3.0	15.2	0.0	3.0	3.0	9.1	
教育、学習支援業	9.5	9.5	4.8	4.8	9.5	4.8	28.6	4.8	19.0	14.3	38.1	
医療業	16.1	6.5	0.0	0.0	0.0	3.2	22.6	0.0	6.5	6.5	19.4	
社会保険・社会福祉・介護事業	0.0	12.0	4.0	12.0	0.0	0.0	20.0	4.0	20.0	8.0	16.0	
その他サービス業	5.1	15.4	5.1	2.6	5.1	2.6	10.3	5.1	10.3	10.3	20.5	
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
無回答	0.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	
合計	7.5	15.0	4.8	6.6	3.7	1.3	12.1	2.9	6.0	6.2	17.9	

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 21 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

● 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは、「新規取引先開拓（ビジネスマッチング等）」（20.6%）が最も高く、「市内事業者との取引拡大（事業所情報の発信やビジネスマッチング等）」（18.7%）、「多摩地域を中心とした異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」（16.4%）が続く。「特にない」は41.0%である。



今後のネットワークづくりに対する関心(業種別)

業種別	件数 (計)	市内事業者との取引拡大 (事業所情報の発信やビジネスマッチング等)	多摩地域を中心とした異業種事業者との交流・連携 (情報交換・交流会・ビジネスマッチング等)	新規取引先開拓 (ビジネスマッチング等)	大学・研究機関との交流・連携 (交流会・テーマ型研究会等)	ICTを活用したネットワーク	その他	特にない	無回答
		農業	1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	93	23.7	19.4	28.0	2.2	5.4	1.1	39.8	7.5
電気・ガス・熱供給・水道業	24	12.5	8.3	20.8	4.2	4.2	0.0	54.2	12.5
情報通信業	2	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業、郵便業	26	19.2	34.6	38.5	3.8	3.8	0.0	30.8	11.5
卸売業	29	13.8	17.2	44.8	0.0	6.9	0.0	27.6	13.8
小売業	89	16.9	10.1	11.2	5.6	6.7	1.1	44.9	23.6
金融業、保険業	4	75.0	50.0	75.0	25.0	50.0	0.0	25.0	0.0
不動産業、物品賃貸業	33	15.2	12.1	24.2	6.1	3.0	3.0	57.6	6.1
学術研究、専門・技術サービス業	20	10.0	15.0	30.0	5.0	5.0	0.0	50.0	10.0
宿泊業、飲食サービス業	42	7.1	2.4	11.9	2.4	0.0	0.0	52.4	28.6
生活関連サービス業、娯楽業	33	21.2	18.2	18.2	3.0	6.1	0.0	42.4	6.1
教育、学習支援業	21	4.8	9.5	14.3	19.0	9.5	0.0	52.4	23.8
医療業	31	16.1	12.9	3.2	6.5	12.9	0.0	35.5	22.6
社会保険・社会福祉・介護事業	25	24.0	36.0	8.0	4.0	12.0	0.0	24.0	20.0
その他サービス業	39	28.2	17.9	17.9	2.6	2.6	2.6	28.2	25.6
その他	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
無回答	5	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0
合計	519	18.7	16.4	20.6	4.4	6.2	0.8	41.0	16.4

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

9. 武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望

武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望は下記のとおり、事業所支援に関して「ポストコロナ対策支援」「商業支援」「人材支援」等、地域産業振興として「起業支援」「企業誘致の促進」「観光振興、集客・賑わい・中核機能の整備」、基盤整備として「交通・道路環境の向上」「モノレール延伸による活性化」、武蔵村山市の政策について「政策方針（人口増化等）」「産業施策評価（プレミアム商品券）」「政策・施策に関する情報発信」に関する意見が挙げられた。

<主な意見・要望>

【ポストコロナ対策支援】

- コロナの影響はこれから出て来ると思う。長い目で見た支援等を望む。(建設業)
- 長く続く不況とコロナで商店会の売り上げ、イベント等に大きく負担があり市や商工会からの補助やアドバイスが必要だと思う。市全体でできるイベント（GO TO等）を利用できるように国と進めて頂きたい。(その他産業)
- 地域の特色を生かし区画整理された場所を中心に地元の人の参加できる施策を図ってほしい。コロナ禍後の社会や人々の考えが変わると考えられるので、そこをチャンスと捉え新しい事に取り組める体制が必要と思う。(その他産業)

【商業支援】

- 武蔵村山市は東京多摩地区にあって、都心のベッドタウンとして位置付けられる。教育や子育て、住みやすさの取組みが重要だ。商業圏としての活発化を求めたい。大南近辺の商店街はシャッター通りになってしまっている。商店に対する支援を望む。大型店舗との共存も必要。(その他産業)
- 大型店が多過ぎて我々は完全に駄目になっている。(小売業)
- イオンモールやジョイフル本田などの大型店・チェーン店の誘致が『産業振興』と言うのであれば意見なし。細々とではあるが、地元市民が営む店がどんどん廃業している現状にどう手が打てるか？(建設業)
- GoTo 商店街に商工会が参加してほしい。(小売業)

【人材支援】

- 高齢者のパート情報等、知りたい人もいるのではないか。(建設業)
- 人材確保の支援してもらえると助かる。(建設業)
- 超高齢化社会を逆に生かす方法も望ましいかと思う。(建設業)

【その他支援ニーズ】

- 優良建設会社を紹介してほしい。(建設業)
- 業者選定に当たっては、なるべく市内の業者を使っていたきたい。(建設業)
- エコ住宅補助金制度の継続及び拡充。市内業者への仕事のあっせん。(建設業)
- エコ住宅助成金を継続。(建設業)
- 小口融資枠を増加して欲しい。(生活サービス業)【2】
- 運転資金、設備資金の枠を拡大して欲しい。(その他産業)

【起業支援】

- 税金を下げて、多くの企業が起業できるようにするべきではと思う。会社が増えればそこで働く若い人々が増えて市の活性化につながると思う。(生活サービス業)

【企業誘致の促進】

- 日産自動車跡地の活用。(その他産業)
- 新規産業の企業を多数誘致して欲しい。(建設業)
- 新青梅街道農地への企業の誘致。(建設業)

【観光振興、集客・賑わい・中核機能の整備】

- 水道道路は現在「さくら祭り」が実施されているが、道路の両側に花壇を設置して、一年中楽しめる安全な道路にする。土日だけでも送迎自転車（3輪）を走らせてみる。(小売業)
- 市内及び周辺の豊かな自然をアピールして、来訪者を増やす。特産品を増やしていく。農業もしかり。(その他産業)
- 町の資産（なにもない町）を生かせる観光等があったら。旧住民なので外から事業者を呼ぶことは反対。(その他産業)
- 野山北公園やかたくりの湯を再整備したら良いと思う。もっとタレントの薬丸さんに活躍してもらおう。(医療・福祉)
- ビジネスホテルがないので来市者、観光のための宿泊場があったら良いと思う。(建設業)
- 狭山丘陵を利用したジブリパークの誘致、日産工場跡地を利用したモータースポーツ施設（サーキット等）整備、かたくりの湯の拡充。(その他産業)
- 高校野球等の予選ができる球場の設置（プロ野球も可）、空地が多いのでモノレールが延伸するタイミングでオープンすれば人も多く来るので良いと思う。(その他産業)
- 大規模な商業施設があるので他市からの人が集まるゆえ相乗効果が上げられるよう案を練るべきと思う。(小売業)
- 道の駅をつかってほしい。(医療・福祉、建設業)【2】
- アピールできる特徴ある“まちづくり”を。子育てしやすい“まちづくり”を。商業地・イベント交流広場などメリハリのある活気あふれる“まちづくり”。空き家の責極的活用の条例制定等(その他産業)
- 行政機能と商業一体となった街の核を作ってほしい。(小売業)

【交通・道路環境の向上】

- 鉄道等インフラが悪すぎる。武蔵村山市の発展には、インフラが最重要と考える。(その他産業)【3】
- 鉄道がなく、また、道路幅等、自転車移動にとって危険な所が多すぎる。どのようなまちづくりを目指しているのかまったく分からない。(その他産業)
- 伊奈平地区等の工業地域内は道路の整備・拡幅を図り、事業者の流通負担の軽減を図る必要がある。高齢者が500メートル圏内で、身の回り品を購入できるよう小売店舗の支援・育成を図ってほしい。(その他産業)
- 武蔵砂川駅と市内との連絡（交通）を良くすること。総合体育館への交通が良くなれば大きなスポーツ大会が実施できるのでは。市外からの人が来ることにより市全体に活気が生まれると思う。(その他産業)
- 新青梅街道からかたくりの湯に多く来客すると思うのでバスの運行状況を良くし、イオンにもスムーズに行け年寄りも買い物に人に頼らず行けるルートを発進して頂きたい。(その他産業)
- 通勤が不便なので、電車、バス等も利便性を高めてほしい。客数（人口）と販売員数が立川市や昭島市と比較して少ないので増やす施策をお願いしたい。(小売業)

【モノレール延伸による活性化】

- モノレールの開通と共に更に元気なまちになることを期待する。(建設業、その他産業)【2】
- モノレール延伸は箱根ヶ崎方面でなく、所沢方面へ延伸できるともっとまちが活性化すると思う。(小売業)
- モノレール延伸による駅を中心としたまちづくり。(その他産業)
- モノレール延伸により人口の増加に希望・期待する。(生活サービス業)
- モノレール駅周辺に商店が集積した場所ができると良い。モノレール駅の周辺にイベントができる会場がほしい。新青梅街道に道の駅ができると良いと思う。野山北公園周辺に駐車場が所々に有ると良い。月に何度か朝市が開催できる場所がほしい(農産物、グルメ)。イオンモール南側の市有地空地の有効利用。(建設業)
- 本当にモノレールは、伸びるのですか？(生活サービス業)
- 野山北・六道山公園のハイキングコースがさらに整備されモノレールが開通した時には沢山の人が訪れることを願う。(生活サービス業)
- とにかくモノレールの完成が急務。商工業事業者の誘致・発展・求人募集にも多大な好影響が考えられる。当然人口増にもつながる。ひまわり畑・日産跡地の有効利用(企業誘致等)を市民と共同で協議すべき(人が呼べる施設等)。村山団地への若い世代の優先入居(都への働きかけ)。(その他産業)
- 新青梅街道及び駅建設予定地域への計画を示して欲しい。(建設業)

【政策方針(人口増化等)】

- 大型マンション等人口増になる施策の実現。(医療・福祉)
- 人口増加の施策をお願いしたい。(生活サービス業)
- 本当に志ある商人、農家、工人及び市民の近未来討論を実行。(小売業)

【産業施策評価(プレミアム商品券)】

- 令和2年度のプレミアム付商品券の反響はとても大きいものだった。令和3年度も継続していただきたい。(生活サービス業)
- プレミアム商品券の販売は市の活性化にとっても役立ったと思う。(建設業)

【政策・施策に関する情報発信】

- 市報を配布してほしい。(その他産業)
- 産業振興・事業支援など特に有効策を市が行っているようには思わない(見えない)。(小売業、医療・福祉)【2】
- スマホ、パソコンがつかえる人ばかりではない。アナログな方法も残してほしい。(小売業)

※回答事例はすべての回答を記載していない。誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、全体の文調を整えるため原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

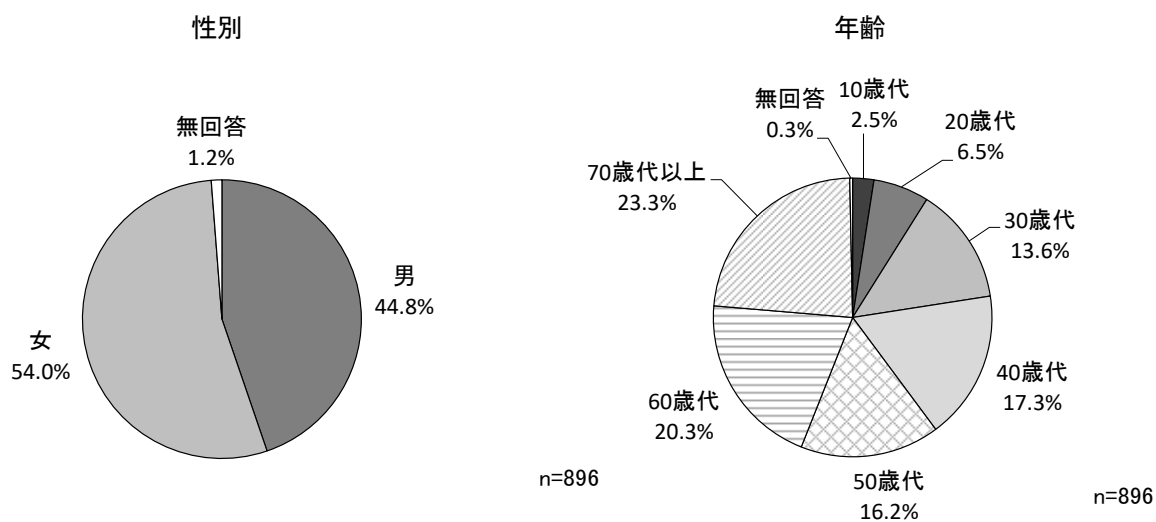
【 】内は同一意見数。

IV 市民調査

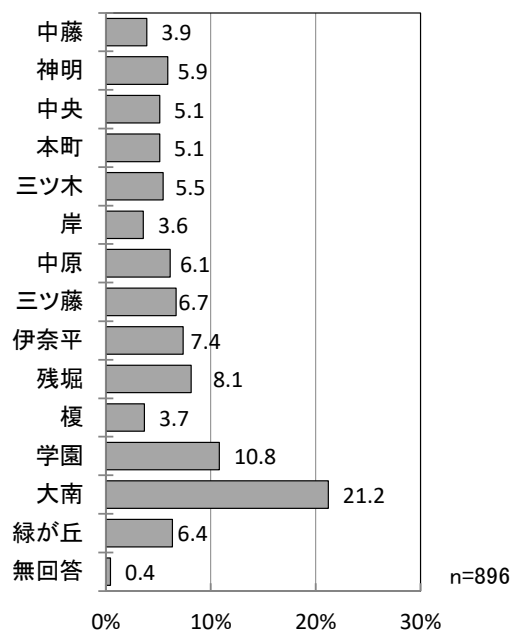
1. 属性

(1) 性別・年齢・居住地域

- 性別は、「男」(44.8%) が4割台半ば近く、「女」(54.0%) が5割台半ば近くである。
- 年齢は、「70歳代以上」(23.3%) が最も高く、次いで「60歳代」(20.3%)、「40歳代」(17.3%) と続く。
- 居住地域は、「大南」(21.2%) が最も高く、次いで「学園」(10.8%)、「残堀」(8.1%) と続く。



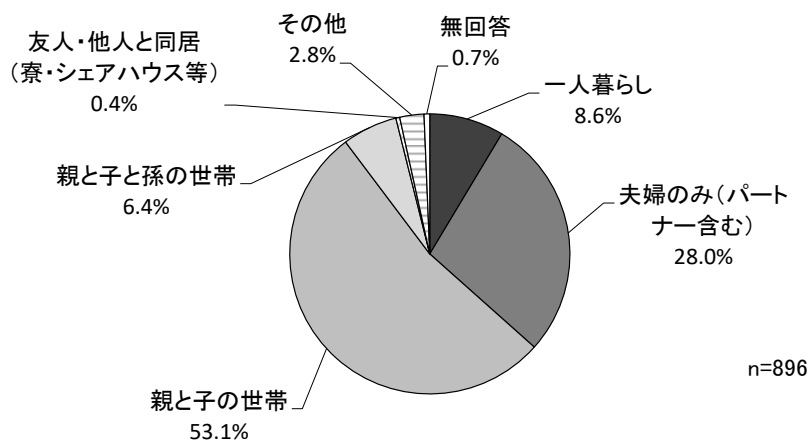
居住地域



(2) 世帯の家族構成

- 世帯の家族構成は、「親と子の世帯」(53.1%)が最も高く、次いで「夫婦のみ(パートナー含む)」(28.0%)、「一人暮らし」(8.6%)と続く。

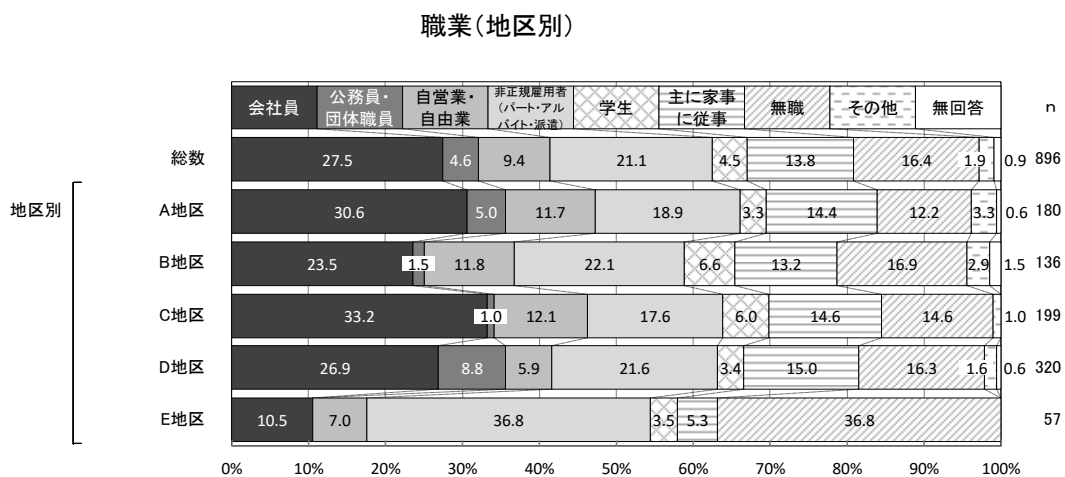
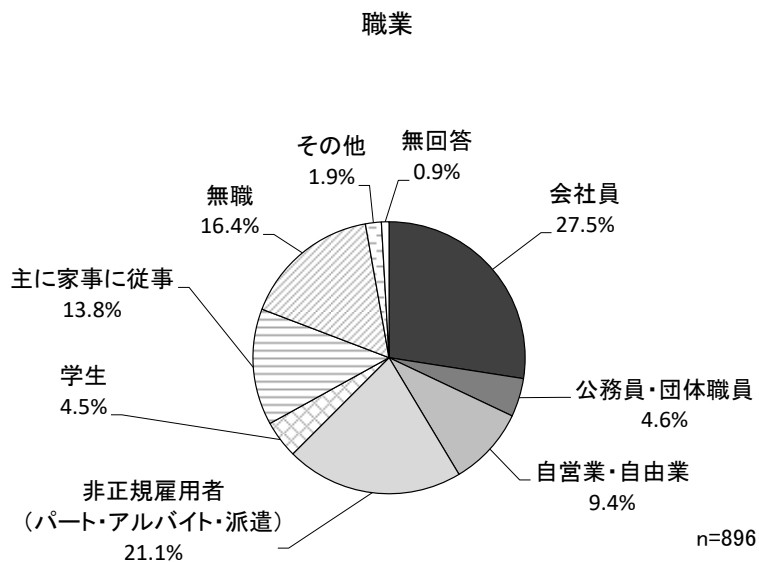
世帯の家族構成



2. 就労状況等

問5 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

- 職業は、「会社員」(27.5%)が最も高く、次いで「非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣)」(21.1%)、「無職」(16.4%)と続く。
- 地区別にみると、「E地区」は「非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣)」(36.8%)と「無職」(36.8%)がそれぞれ3割台半ばを超えている。

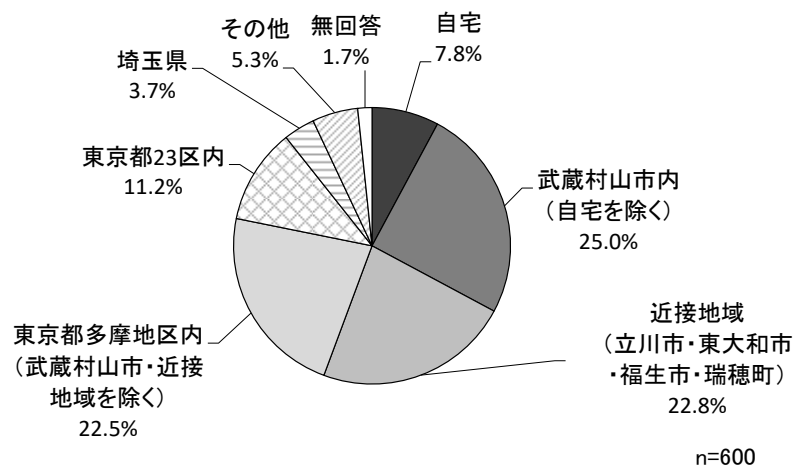


問5で「会社員」「公務員・団体職員」「自営業・自由業」「非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣)」「学生」と回答された方にお聞きます。

問5-1 通勤・通学先はどこですか。(最も当てはまるもの1つに○)

- 通勤・通学先は、「武蔵村山市内(自宅を除く)」(25.0%)が最も高く、次いで「近接地域(立川市・東大和市・福生市・瑞穂町)」(22.8%)、「東京都多摩地区内(武蔵村山市・近接地域を除く)」(22.5%)と続き、『多摩地域』(70.3%)が約7割を占める。「東京都23区内」(11.2%)は1割強である。

通勤・通学先

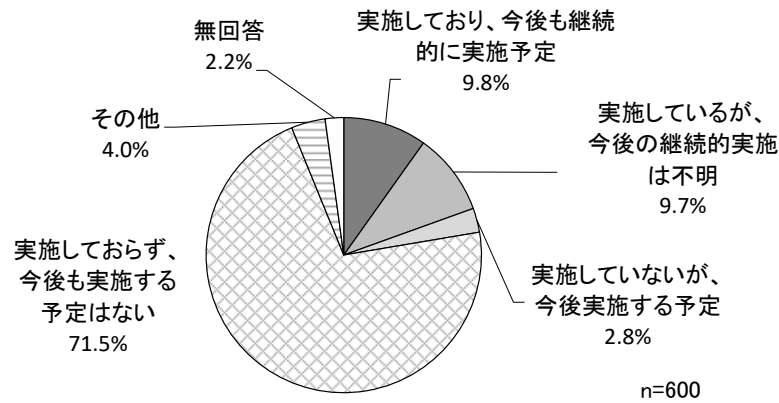


問5-2 自宅等でのテレワークを含む在宅勤務やオンライン学習を実施していますか。

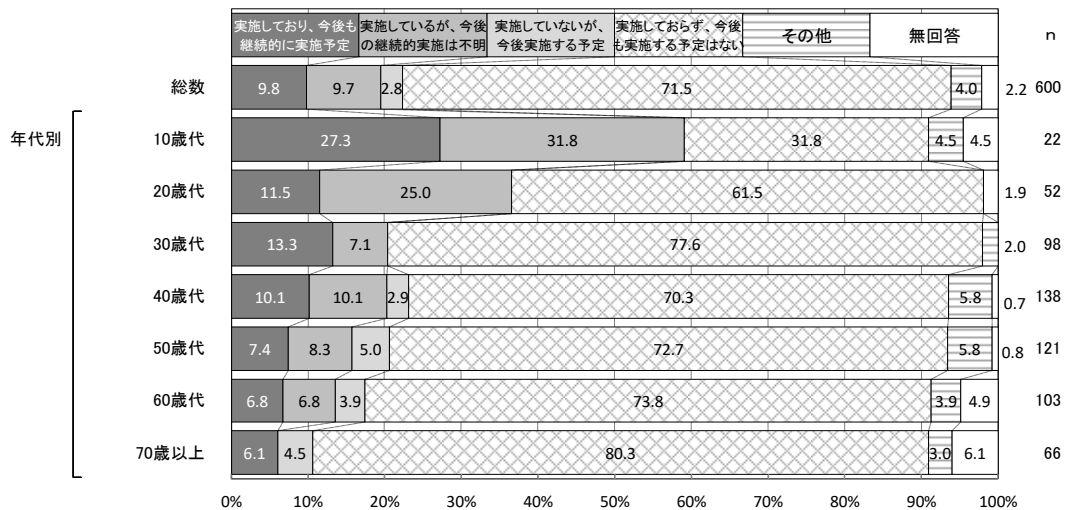
(最も当てはまるもの1つに○)

- 自宅等におけるテレワークを含む在宅勤務やオンライン学習の実施状況は、「実施しておらず、今後も実施する予定はない」(71.5%)が7割強を占める。「実施しており、今後も継続的に実施予定」(9.8%)と「実施しているが、今後の継続的实施は不明」(9.7%)を合わせた『実施している』(19.5%)は2割弱である。
- 年代別にみると、「10歳代」では『実施している』が6割弱、「20歳代」では3割台半ばを超えており、若年層になるほど高くなっている。「実施していないが、今後実施する予定」は『40歳代以上』で数%の回答がみられる。

自宅等におけるテレワークを含む在宅勤務やオンライン学習の実施状況



自宅等でのテレワークを含む在宅勤務やオンライン学習の実施(年代別)

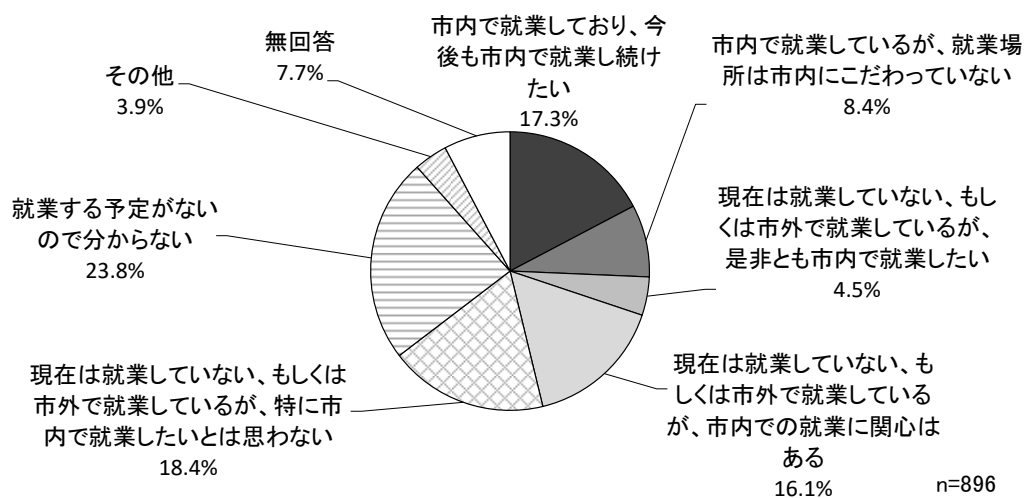


3. 市内での就業意向

問6 市内での就業について、どう思われますか。(当てはまるもの1つに○)

- 市内での就業意向は、「就業する予定がないので分からない」(23.8%)が最も高く、次いで「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、特に市内で就業したいとは思わない」(18.4%)、「市内で就業しており、今後も市内で就業し続けたい」(17.3%)と続く。「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、是非とも市内で就業したい」(4.5%)と「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に関心はある」(16.1%)を合わせた『現在市内で就業していないが市内での就業に関心を持っている』(20.6%)は約2割である。

市内での就業意向

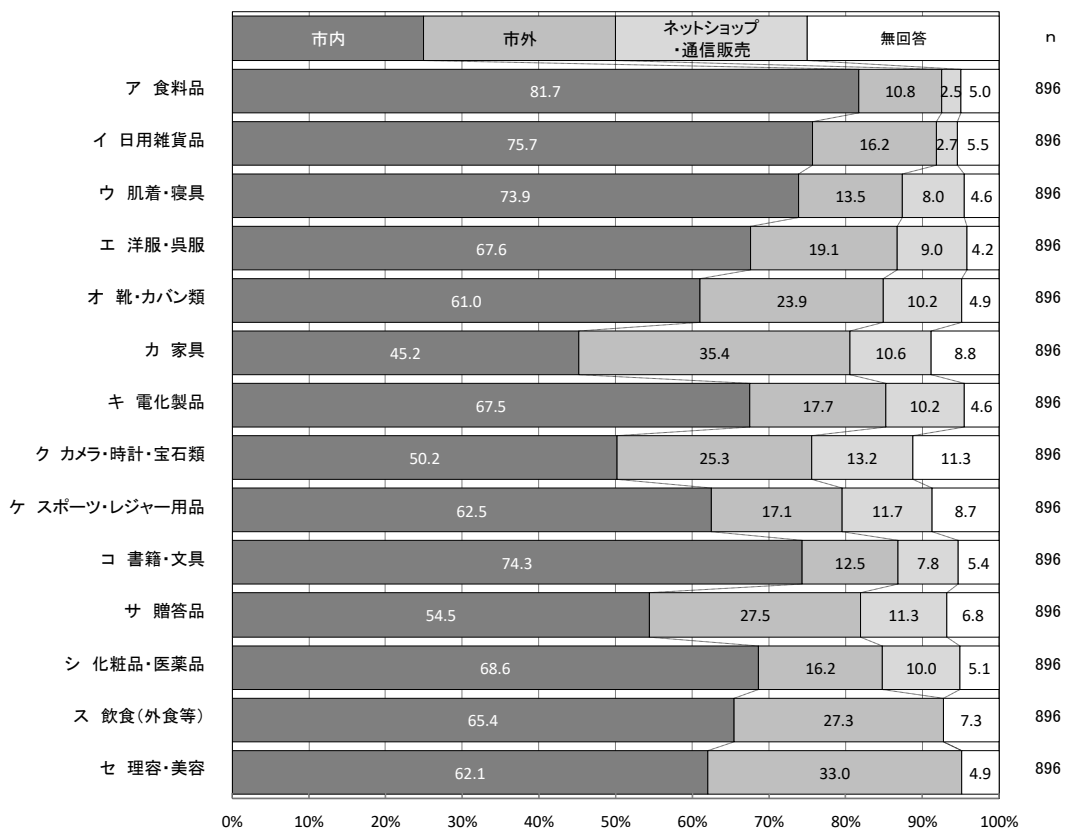


4. 買い物状況

問7 普段の買い物先についてお聞きします。ア～セの商品ごとに一番良く利用する場所をそれぞれ1つずつ選んで○をつけてください。

- 普段の買い物先は、すべての商品群で「市内」が4割以上となっている。「食料品」(81.7%)、「日用雑貨品」(75.7%)、「肌着・寝具」(73.9%)、「書籍・文具」(74.3%)では「市内」が7割を超えている。
- 「市外」は、「家具」(35.4%)、「理容・美容」(33.0%)が3割を超えている。
- 「ネットショップ・通信販売」は「カメラ・時計・宝石類」(13.2%)が1割台半ば近くで最も高く、すべての商品群が1割半ばに満たない。

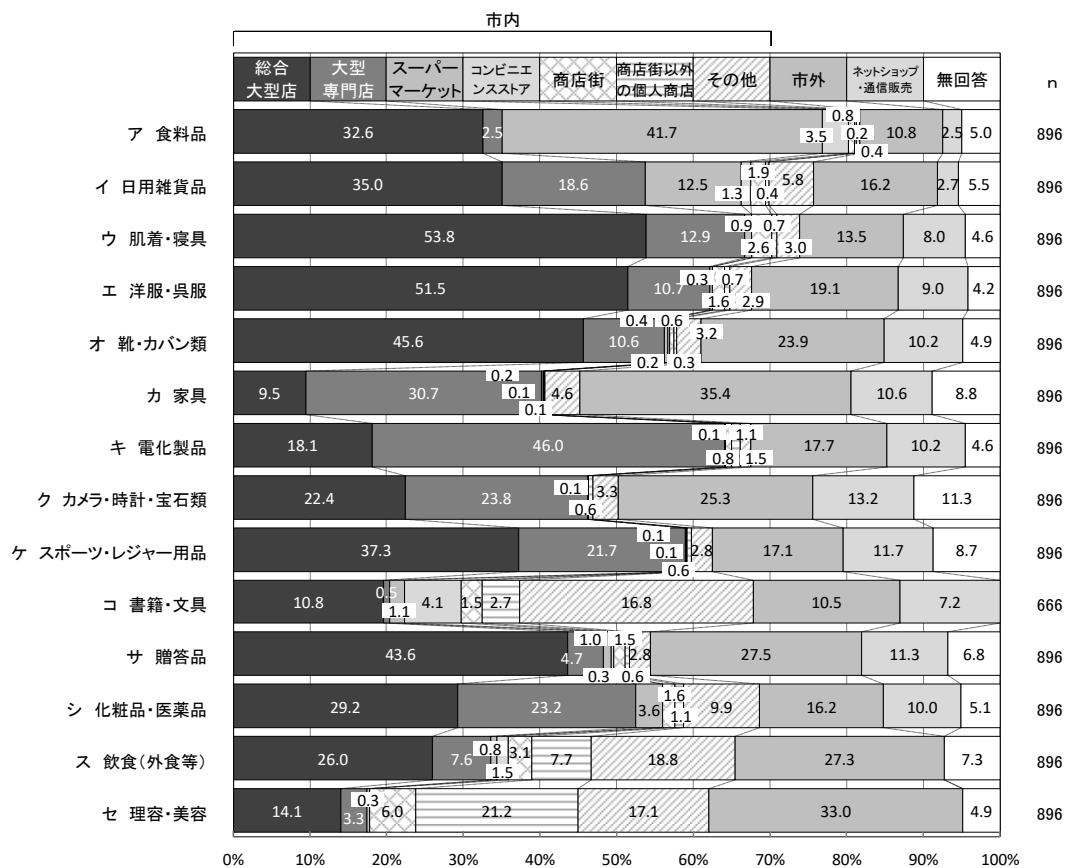
普段の買い物先



【普段の買い物先（詳細）】

- 普段の買い物先について、市内での買い物先の詳細をみると、「食料品」は「スーパーマーケット」（41.7%）、「電化製品」は「大型専門店」（46.0%）で4割を超えている。
- 「肌着・寝具」（53.8%）、「洋服・呉服」（51.5%）、「靴・カバン類」（45.6%）、「贈答品」（43.6%）では「総合大型店」が4割を超えている。

普段の買い物先（詳細）

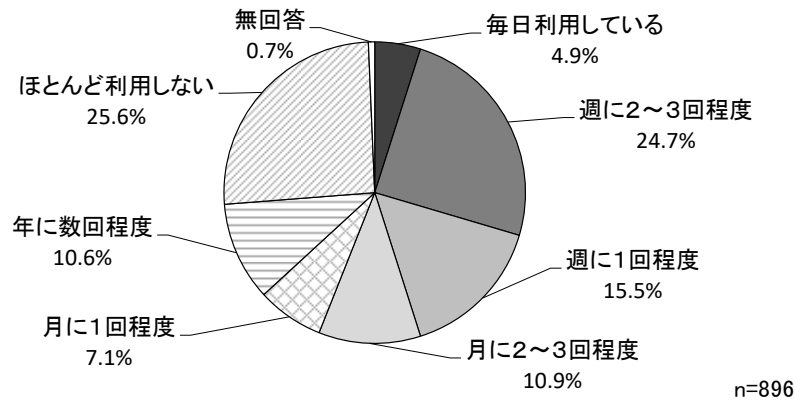


問8 市内の商店等(スーパー、大型店、量販店を除く)でどれぐらいの頻度で買い物をされますか。

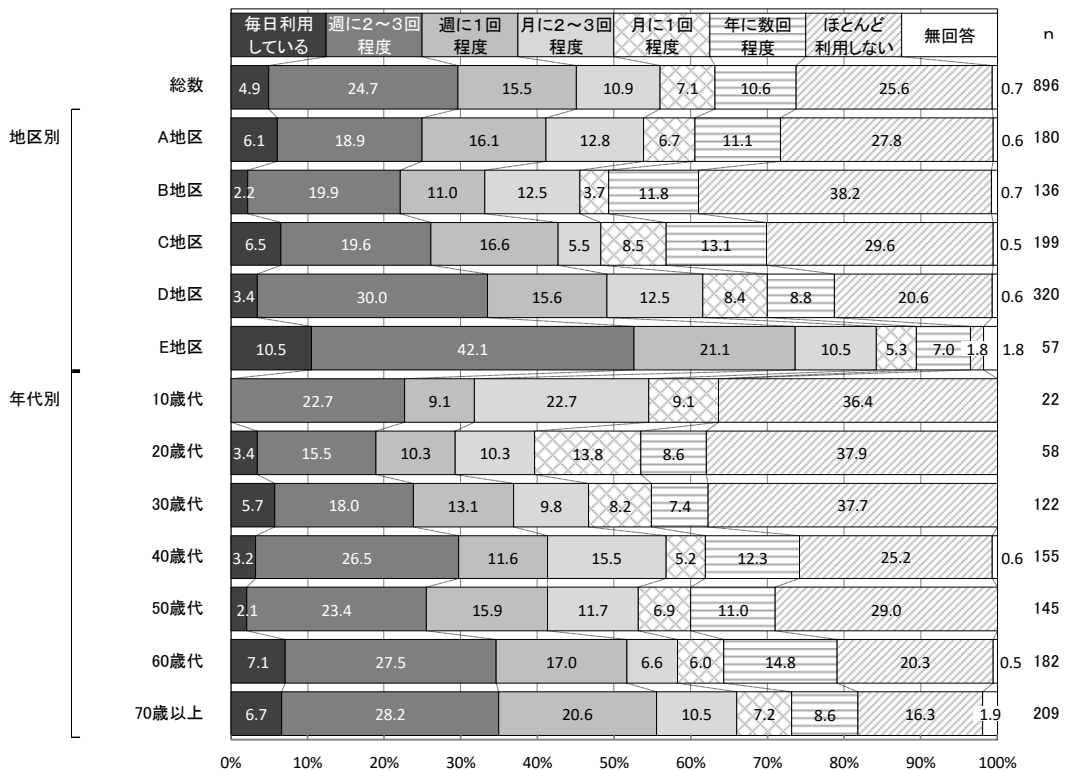
(当てはまるもの1つに○)

- 市内の商店等(スーパー、大型店、量販店を除く)の利用頻度は、「週に2～3回程度」(24.7%)、「週に1回程度」(15.5%)、「月に2～3回程度」(10.9%)、「年に数回程度」(10.6%)と続く。『週に1回程度以上』の利用(45.1%)は4割台半ばである。「ほとんど利用しない」(25.6%)は2割台半ばである。
- 地区別にみると、「E地区」は「毎日利用している」と「週に2～3回程度」を合わせた『週に2～3回程度以上』(52.6%)が5割強を占める。一方、「B地区」は「ほとんど利用しない」(38.2%)が4割近くとなっている。
- 年代別にみると、『週に2～3回程度以上』は『60歳代以上』で3割を超えている。一方、『30歳代以下』では「ほとんど利用しない」が3割を超えている。

市内の商店等(スーパー、大型店、量販店を除く)の利用頻度



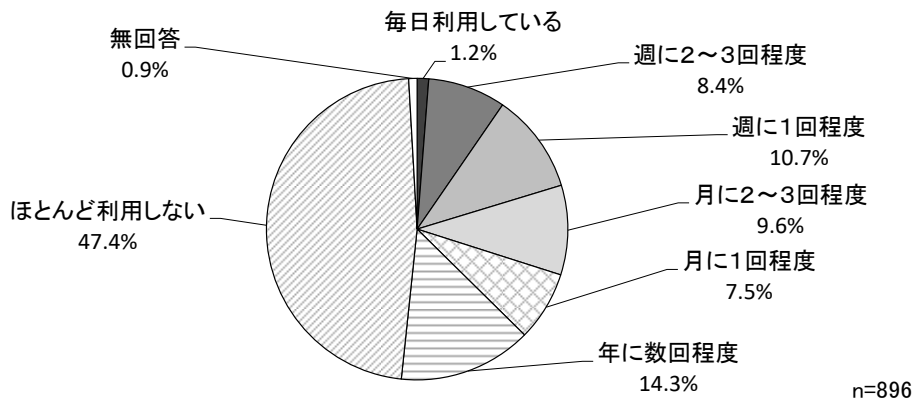
市内の商店等(スーパー、大型店、量販店を除く)の利用頻度(地区別、年代別)



問9 市内商店街はどれぐらいの頻度で行かれますか。(当てはまるもの1つに○)

- 市内商店街の利用頻度は、「年に数回程度」(14.3%)、「週に1回程度」(10.7%)「月に2～3回程度」(9.6%)、「週に2～3回程度」(8.4%)と続く。『週に1回程度以上』の利用(20.3%)は約2割である。「ほとんど利用しない」(47.4%)は4割台半ばを超える。
- 地区別にみると、「E地区」は『週に2～3回程度以上』(35.1%)が3割台半ばである。「B地区」「C地区」では「ほとんど利用しない」が5割を超えている。
- 年代別にみると、年齢が高くなるにつれて利用頻度も高くなる傾向がみられる。

市内商店街の利用頻度



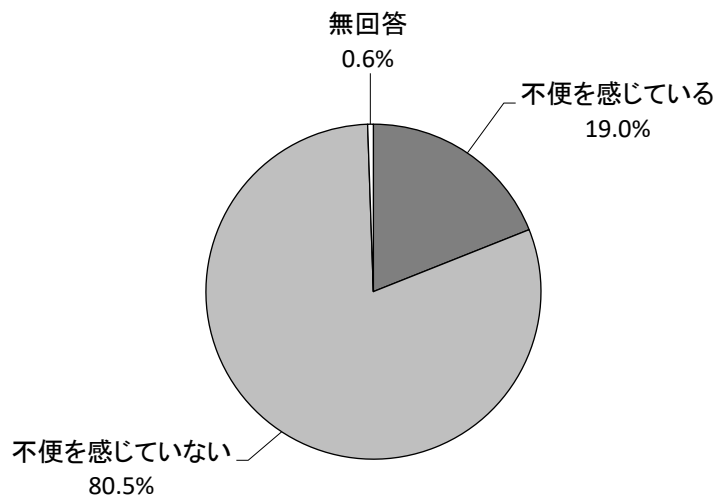
市内商店街の利用頻度(地区別、年代別)

	市内商店街の利用頻度(地区別、年代別)								n	
	毎日利用している	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度	ほとんど利用しない	無回答		
総数	1.2	8.4	10.7	9.6	7.5	14.3	47.4	0.9	896	
地区別										
A地区	2.2	7.2	9.4	13.9	9.4	15.6	41.7	0.6	180	
B地区	5.9	3.7	7.4	1.5	17.6		62.5	1.5	136	
C地区	0.5	8.0	5.5	8.5	15.6		58.3	1.0	199	
D地区	0.9	9.7	13.4	10.3	7.8	12.8	44.1	0.9	320	
E地区	5.3		29.8		26.3	10.5	10.5	5.3	12.3	57
年代別										
10歳代	4.5	4.5	4.5	13.6	4.5		68.2		22	
20歳代	5.2	3.4	10.3	6.9	19.0		55.2		58	
30歳代	3.3	6.6	6.6	9.8	9.8		63.9		122	
40歳代	5.2	7.1	12.3	5.8	12.9		56.1	0.6	155	
50歳代		10.3	9.0	8.3	5.5	13.8	53.1		145	
60歳代	2.7	11.0	14.8	6.6	6.6	17.0	40.1	1.1	182	
70歳以上	2.9	11.0	16.3	13.4	9.1	15.3	29.7	2.4	209	

問 10 日常の買い物において、不便を感じていますか。(当てはまる方に○)

- 日常の買い物における利便性は、「不便を感じていない」(80.5%) が約8割、「不便を感じている」(19.0%) が2割弱である。

日常の買い物における利便性



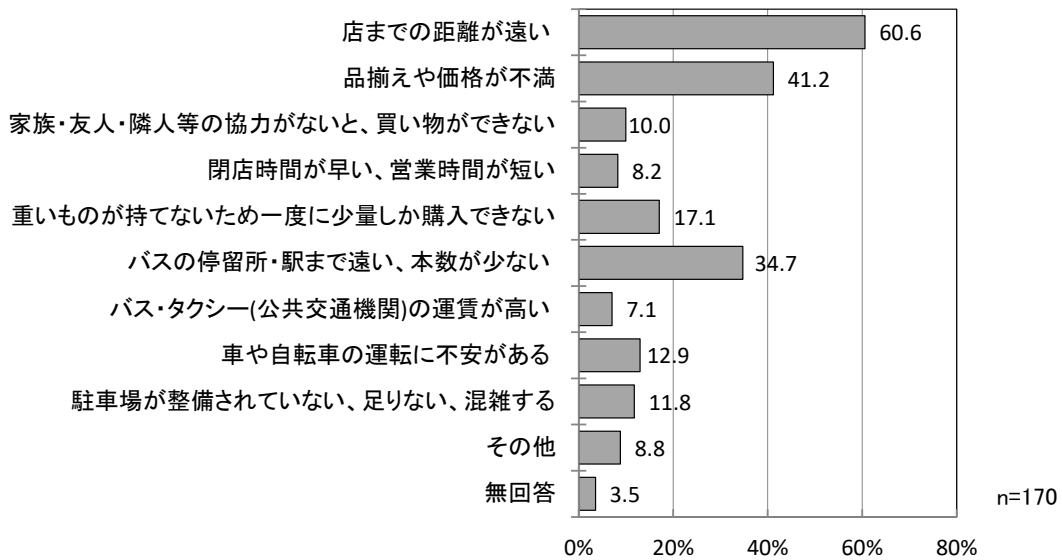
n=896

問 10 で「不便を感じている」と回答された方にお聞きします。

問 10-1 不便を感じている理由は何ですか。(最もあてはまるもの3つまでに○)

- 不便を感じている理由は、「店までの距離が遠い」(60.6%) が最も高く、「品揃えや価格が不満」(41.2%)、「バスの停留所・駅まで遠い、本数が少ない」(34.7%) が続く。
- 地区別にみると、「C地区」を除くすべての地区で「店までの距離が遠い」が最も高く、「C地区」は「品揃えや価格が不満」(63.6%) が最も高い。
- 年代別にみると、すべての年代で「店までの距離が遠い」が5割以上である。『30歳代～50歳代』では、「品揃えや価格が不満」が5割近くを超えている。「30歳代」は「駐車場の整備されていない、足りない、混雑する」(24.1%) が2割台半ば近くを占め、他の年代に比べて高くなっている。

不便を感じている理由



不便を感じている理由(地区別・年代別)

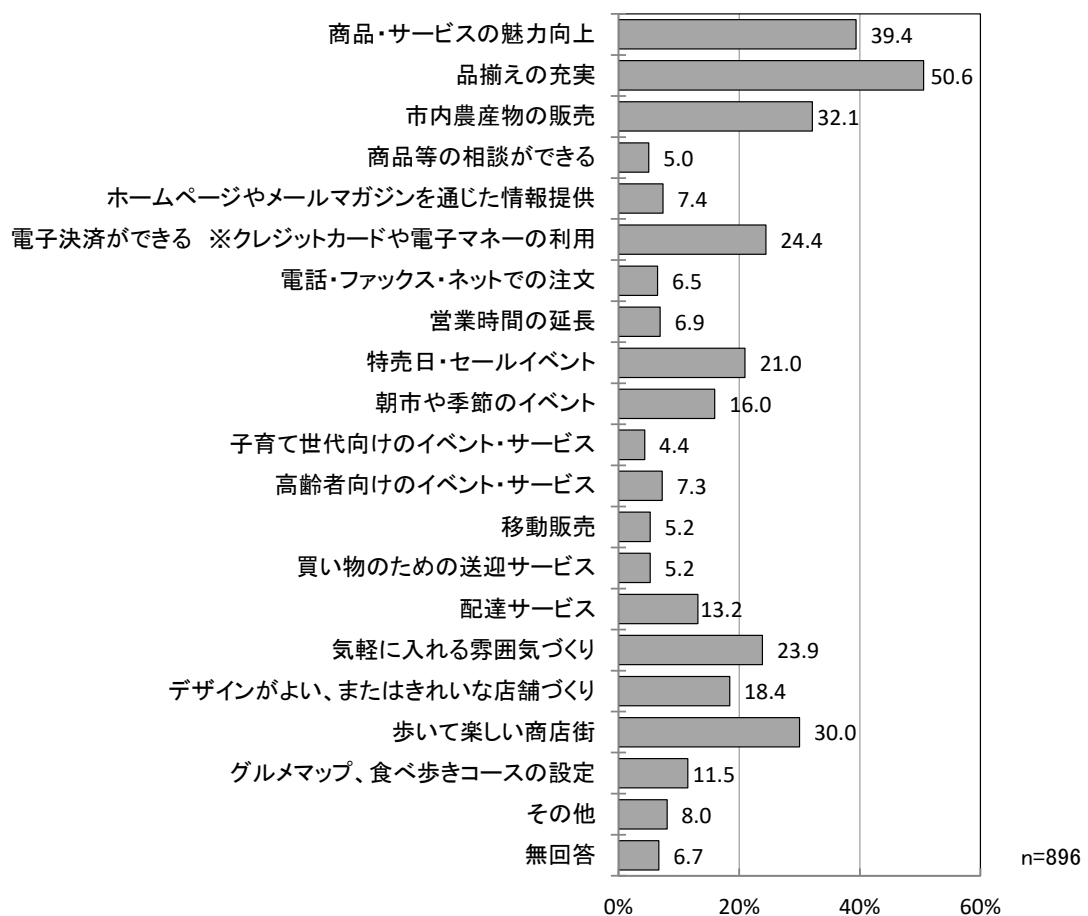
	件数(計)	店までの距離が遠い	品揃えや価格が不満	家族・友人・隣人等の協力がなく、買い物ができない	閉店時間が早い、営業時間が短い	重いものが持てないため一度に少量しか購入できない	バスの停留所・駅まで遠い、本数が少ない	バス・タクシー(公共交通機関)の運賃が高い	車や自転車の運転に不安がある	駐車場の整備されていない、足りない、混雑する	その他	無回答	
地区別	A地区	45	73.3	31.1	2.2	4.4	15.6	33.3	6.7	13.3	4.4	4.4	
	B地区	36	50.0	38.9	19.4	2.8	13.9	38.9	8.3	8.3	11.1	5.6	
	C地区	22	40.9	63.6	18.2	13.6	18.2	50.0	4.5	9.1	18.2	9.1	
	D地区	53	62.3	41.5	7.5	11.3	15.1	32.1	5.7	18.9	7.5	13.2	3.8
	E地区	11	72.7	45.5	9.1	18.2	36.4	9.1	18.2	9.1	18.2	0.0	0.0
	無回答	3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年代別	10歳代	2	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
	20歳代	18	50.0	38.9	16.7	5.6	16.7	50.0	16.7	5.6	11.1	5.6	
	30歳代	29	65.5	48.3	13.8	13.8	3.4	24.1	6.9	20.7	24.1	6.9	
	40歳代	26	53.8	50.0	3.8	11.5	11.5	30.8	3.8	3.8	15.4	7.7	
	50歳代	22	50.0	54.5	4.5	9.1	18.2	31.8	0.0	9.1	9.1	13.6	
	60歳代	31	74.2	38.7	6.5	6.5	22.6	45.2	6.5	9.7	6.5	16.1	
	70歳以上	39	59.0	28.2	15.4	5.1	23.1	28.2	10.3	20.5	7.7	5.1	
	無回答	3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	
合計	170	60.6	41.2	10.0	8.2	17.1	34.7	7.1	12.9	11.8	8.8	3.5	

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 11 市内の商店街・店舗等に、どのようなことを望まれますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 市内の商店街・店舗等に望むことは、「品揃えの充実」(50.6%) が約5割で最も高く、次いで「商品・サービスの魅力向上」(39.4%)、「市内農産物の販売」(32.1%)、「歩いて楽しい商店街」(30.0%)、「電子決済ができる※クレジットカードや電子マネーの利用」(24.4%) と続く。
- 年代別にみると、「30歳代」では、「品揃えの充実」(60.7%) に次いで「電子決済ができる」(36.1%) が高い。『60歳代以上』では、「市内農産物の販売」が4割を超えて他の年代と比べて高くなっている。

市内の商店街・店舗等に望むこと



市内の商店街・店舗等に望むこと(年代別)

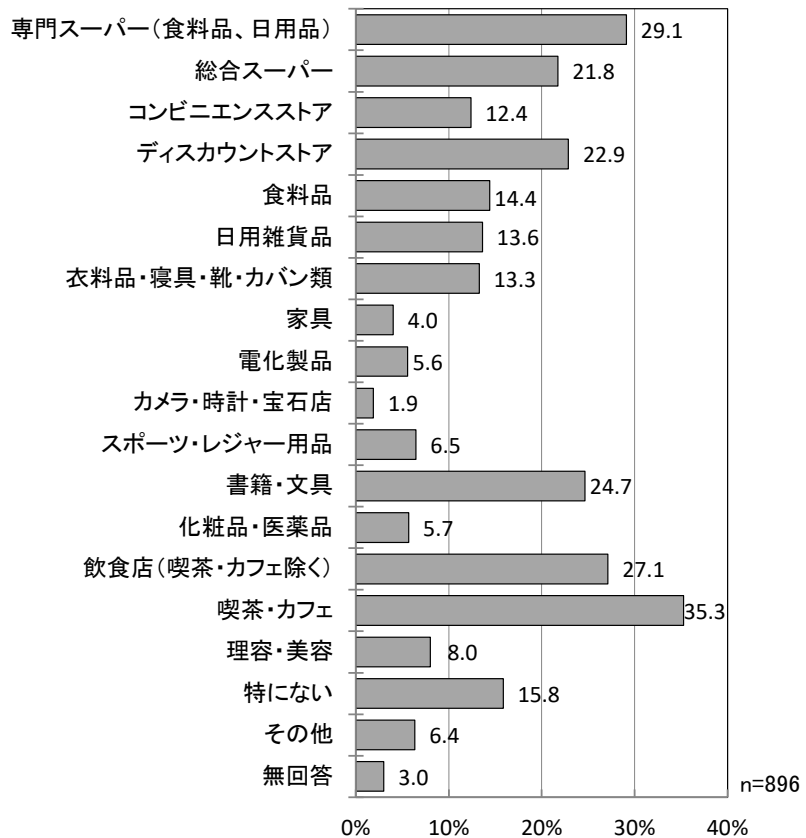
		件数 (計)	商品・ サービスの 魅力向上	品揃え の充実	市内農 産物の 販売	商品等 の相談 ができる	ホーム ページ やメー ルマガ ジンを 通じた 情報提 供	電子決 済がで きる	電話・ ファッ クス・ ネット での注 文	営業時 間の延 長	特売 日・ セール イベン ト	朝市や 季節の イベン ト	
年代別	10歳代	22	36.4	45.5	4.5	4.5	0.0	18.2	4.5	9.1	9.1	9.1	
	20歳代	58	37.9	41.4	10.3	3.4	10.3	22.4	6.9	12.1	22.4	12.1	
	30歳代	122	35.2	60.7	23.0	4.9	13.9	36.1	7.4	13.1	18.0	12.3	
	40歳代	145	39.4	53.5	23.9	2.6	8.4	27.1	7.1	12.3	29.7	11.6	
	50歳代	155	37.9	52.4	31.0	5.5	5.5	31.7	7.6	6.2	23.4	14.5	
	60歳代	182	44.0	47.8	41.8	4.4	7.7	20.3	8.8	2.7	19.2	18.1	
	70歳以上	209	39.2	46.9	45.0	7.7	3.8	15.3	2.9	1.9	17.2	22.0	
	無回答	3	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	
	合計	896	39.4	50.6	32.1	5.0	7.4	24.4	6.5	6.9	21.0	16.0	
			子育て 世代向 けのイ ベント ・サー ビス	高齢者 向けの イベン ト・サ ービス	移動販 売	買い物 のため の送迎 サービ ス	配達 サービ ス	気軽 に入れ る雰 囲気 づくり	デザ イン がよ い、ま たは きれ いな 店舗 づく り	歩い て楽 しい 商店 街	グル メマ ップ 、食 べ歩 きコ ース の設 定	その他	無回答
年代別	10歳代	0.0	0.0	0.0	4.5	9.1	22.7	18.2	13.6	9.1	13.6	4.5	
	20歳代	8.6	0.0	3.4	5.2	13.8	24.1	29.3	27.6	13.8	1.7	5.2	
	30歳代	16.4	0.8	3.3	4.1	9.8	23.8	27.0	25.4	16.4	9.8	5.7	
	40歳代	5.2	2.6	4.5	0.6	10.3	25.8	24.5	34.2	12.9	12.3	3.2	
	50歳代	1.4	4.8	4.1	4.1	13.8	21.4	14.5	26.2	12.4	9.7	4.1	
	60歳代	1.6	6.6	7.7	7.7	17.0	22.0	15.9	31.3	9.3	5.5	7.7	
	70歳以上	0.5	19.6	6.7	8.1	13.9	25.8	11.0	33.5	8.6	6.2	11.5	
	無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	
合計	4.4	7.3	5.2	5.2	13.2	23.9	18.4	30.0	11.5	8.0	6.7		

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

問 12 お住まいの近くにどのようなお店が増えるとよいと思いますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 住まいの近くに増えてほしい店は、「喫茶・カフェ」(35.3%) が最も高く、次いで「専門スーパー(食料品、日用品)」(29.1%)、「飲食店(喫茶・カフェを除く)」(27.1%)、「書籍・文具」(24.7%)、「ディスカウントストア」(22.9%) と続く。
- 年代別にみると、『50歳代以下』では、「喫茶・カフェ」が最も高いが、『60歳代以上』では「専門スーパー(食料品、日用品)」が最も高くなっている。

住まいの近くに増えてほしい店



住まいの近くに増えてほしい店(年代別)

	件数(計)	専門スーパー(食料品、日用品)	総合スーパー	コンビニエンスストア	ディスカウントストア	食料品	日用雑貨品	衣料品・寝具・靴・カバン類	家具	電化製品	カメラ・時計・宝石店	スポーツ・レジャー用品	書籍・文具	化粧品・医薬品	飲食店(喫茶・カフェ除く)	喫茶・カフェ	理容・美容	特にない	その他	無回答
		10歳代	22	18.2	18.2	9.1	4.5	9.1	13.6	36.4	4.5	13.6	0.0	18.2	22.7	9.1	13.6	45.5	18.2	13.6
20歳代	58	37.9	20.7	20.7	19.0	6.9	15.5	22.4	5.2	3.4	0.0	6.9	25.9	13.8	36.2	48.3	10.3	6.9	6.9	1.7
30歳代	122	31.1	28.7	13.9	21.3	9.8	18.0	10.7	11.5	4.1	1.6	8.2	24.6	10.7	31.1	50.8	13.1	4.1	9.0	0.8
40歳代	155	27.7	23.2	20.0	27.1	13.5	12.3	9.0	4.5	3.9	1.3	9.7	25.8	2.6	29.0	38.7	5.2	14.8	9.0	1.9
50歳代	145	21.4	13.1	11.0	22.8	10.3	14.5	9.7	4.1	6.2	3.4	4.1	22.1	4.8	26.9	29.7	7.6	24.8	11.0	3.4
60歳代	182	29.1	21.4	8.8	25.3	20.9	12.1	10.4	2.2	6.0	3.8	4.4	21.4	3.8	24.2	24.7	4.9	21.4	3.3	3.3
70歳以上	209	33.0	23.4	8.1	21.1	17.2	12.4	18.2	0.5	6.7	0.5	5.3	28.2	4.8	24.9	32.1	8.6	15.3	2.4	5.3
無回答	3	33.3	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	896	29.1	21.8	12.4	22.9	14.4	13.6	13.3	4.0	5.6	1.9	6.5	24.7	5.7	27.1	35.3	8.0	15.8	6.4	3.0

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

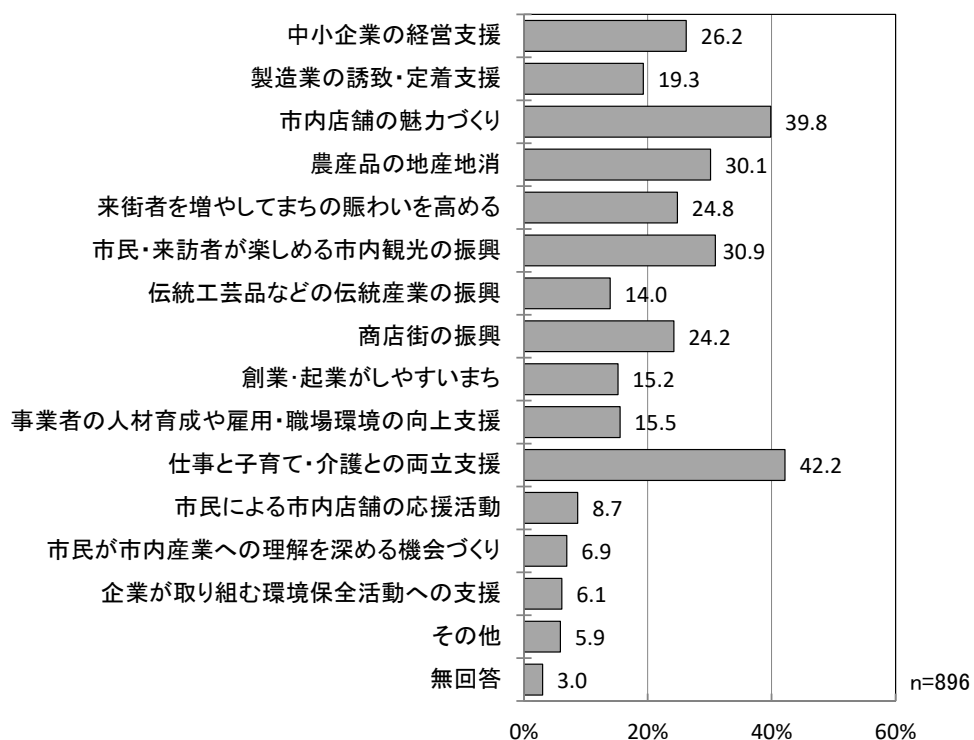
5. 武蔵村山市の産業振興について

(1) 市の産業振興策として重要だと思う取組

○武蔵村山市の産業振興策として、重要と思われる取組は何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 本市の産業振興策として重要だと思う取組は、「仕事と子育て・介護との両立支援」(42.2%)が4割強で最も高く、次いで「市内店舗の魅力づくり」(39.8%)、「市民・来訪者が楽しめる市内観光の振興」(30.9%)、「農産品の地産地消」(30.1%)、「中小企業の経営支援」(26.2%)と続く。
- 年代別にみると、「30歳代」で「仕事と子育て・介護との両立支援」(60.7%)が約6割を占め他の年代より高くなっている。

市の産業振興策として重要だと思う取組



市の産業振興策として重要だと思う取組(年代別)

年代別	件数(計)	中小企業の経営支援	製造業の誘致・定着支援	市内店舗の魅力づくり	農産品の地産地消	来街者を増やしてまちの賑わいを高める	市民・来訪者が楽しめる市内観光の振興	伝統工芸品などの伝統産業の振興	商店街の振興	創業・起業がしやすいまち	事業者の人材育成や雇用・職場環境の向上支援	仕事と子育て・介護との両立支援	市民による市内店舗の応援活動	市民が市内産業への理解を深める機会づくり	企業が取り組む環境保全活動への支援	その他	無回答
		10歳代	22	27.3	9.1	36.4	9.1	31.8	22.7	18.2	9.1	18.2	4.5	31.8	0.0	4.5	4.5
20歳代	58	24.1	12.1	37.9	17.2	32.8	25.9	12.1	27.6	15.5	15.5	44.8	5.2	6.9	8.6	6.9	0.0
30歳代	122	31.1	18.9	40.2	25.4	23.8	30.3	17.2	22.1	13.9	10.7	60.7	9.0	4.1	3.3	4.9	0.8
40歳代	155	32.9	23.9	41.3	24.5	25.2	31.6	12.3	23.9	18.1	14.8	47.7	6.5	3.2	3.9	8.4	1.9
50歳代	145	28.3	18.6	34.5	30.3	25.5	30.3	9.7	19.3	16.6	20.7	34.5	9.0	9.0	9.0	7.6	3.4
60歳代	182	22.5	17.6	40.7	40.7	17.0	28.0	14.3	27.5	14.3	19.2	35.2	11.0	8.8	7.1	5.5	4.4
70歳以上	209	21.1	20.6	42.6	33.5	28.2	35.9	16.3	27.3	12.9	13.4	39.2	10.0	8.6	6.2	2.9	4.8
無回答	3	0.0	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0
合計	896	26.2	19.3	39.8	30.1	24.8	30.9	14.0	24.2	15.2	15.5	42.2	8.7	6.9	6.1	5.9	3.0

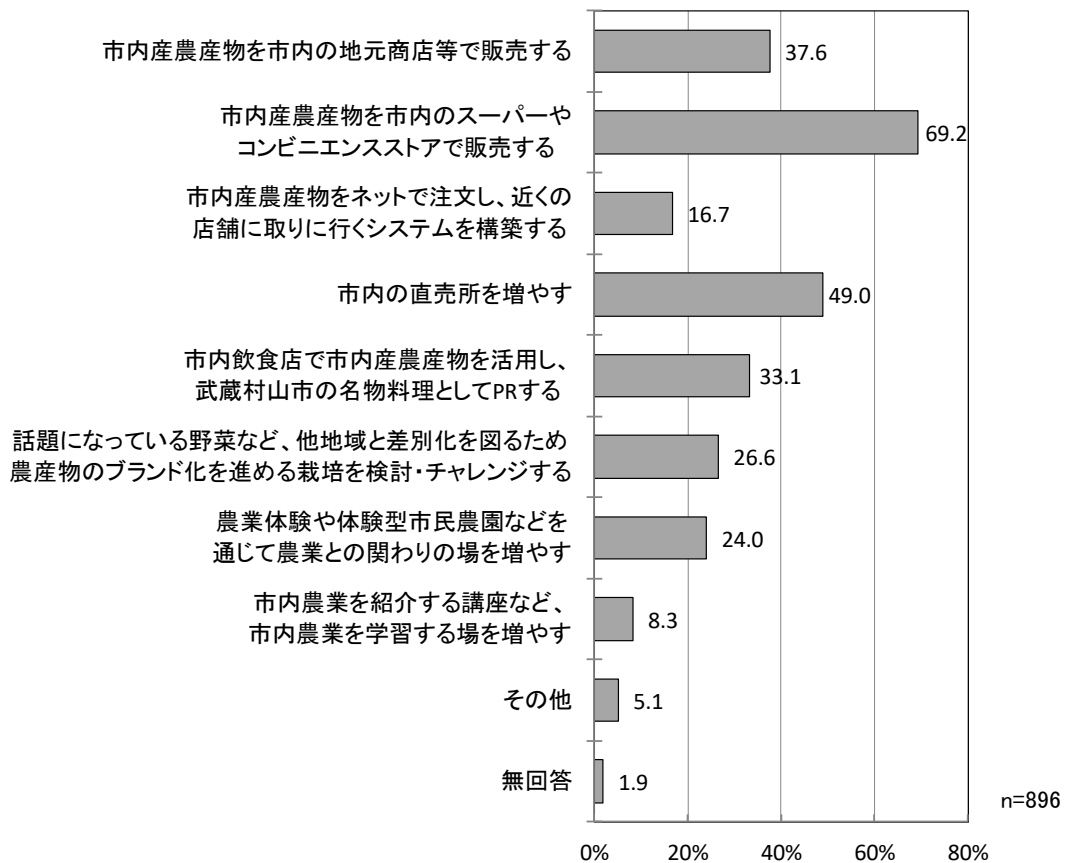
■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

(2) 市内の農業・観光振興

○市民がさらに、武蔵村山市の農業に触れ、農産物を消費できるようにするためには、どのようなことをすればよいと思いますか。(当てはまるものすべてに○)

- 市内農業に触れる機会づくりは、「市内産農産物を市内のスーパーやコンビニエンスストアで販売する」(69.2%)が7割弱で最も高く、次いで「市内の直売所を増やす」(49.0%)、「市内産農産物を市内の地元商店等で販売する」(37.6%)と続く。
- 年代別にみると、「市内産農産物を市内のスーパーやコンビニエンスストアで販売する」はすべての年代で6割を超えている。「10歳代」では「市内産農産物を市内のスーパーやコンビニエンスストアで販売する」(63.6%)に次いで「市内飲食店で市内産農産物を活用し、武蔵村山市の名物料理としてPRする」(54.5%)が5割台半ば近くとなっている。

市内農業に触れる機会づくり



市内農業に触れる機会づくり(年代別)

	件数 (計)	市内産物を市内の地元商店で販売する	市内産物を市内のスーパーやコンビニエンスストアで販売する	市内産物をネット注文し、近くの店舗に取りに行くシステムを構築する	市内の直売所を増やす	市内飲食店で市内産物を利用し、武蔵村山市の名物料理としてPRする	話題になっている野菜など、他地域と差別化を図るため農産物のブランド化を進める栽培を検討・チャレンジする	農業体験や市民などを通じて農業の関わりを増やす	休園や農園を農産物の販売場とする	市内農業を紹介する講座など、市内農業を学ぶ場を増やす	その他	無回答
年代別	10歳代	22	40.9	63.6	27.3	36.4	54.5	22.7	36.4	9.1	9.1	0.0
	20歳代	58	31.0	72.4	24.1	22.4	31.0	19.0	20.7	5.2	5.2	0.0
	30歳代	122	32.8	71.3	28.7	42.6	36.9	20.5	34.4	14.8	4.9	0.8
	40歳代	155	37.4	78.7	22.6	49.7	28.4	26.5	29.0	8.4	6.5	0.0
	50歳代	145	32.4	69.0	13.8	51.7	32.4	28.3	20.7	9.7	6.9	1.4
	60歳代	182	39.6	69.8	14.8	53.3	29.7	28.6	21.4	8.2	3.8	3.3
	70歳以上	209	44.0	61.2	6.2	55.0	36.4	29.7	18.7	4.3	3.3	3.8
	無回答	3	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0
合計	896	37.6	69.2	16.7	49.0	33.1	26.6	24.0	8.3	5.1	1.9	

最も高い
 2番目に高い
 3番目に高い

○武蔵村山市の観光・農業において、特に体験して満足したこともしくは興味があることは何ですか。

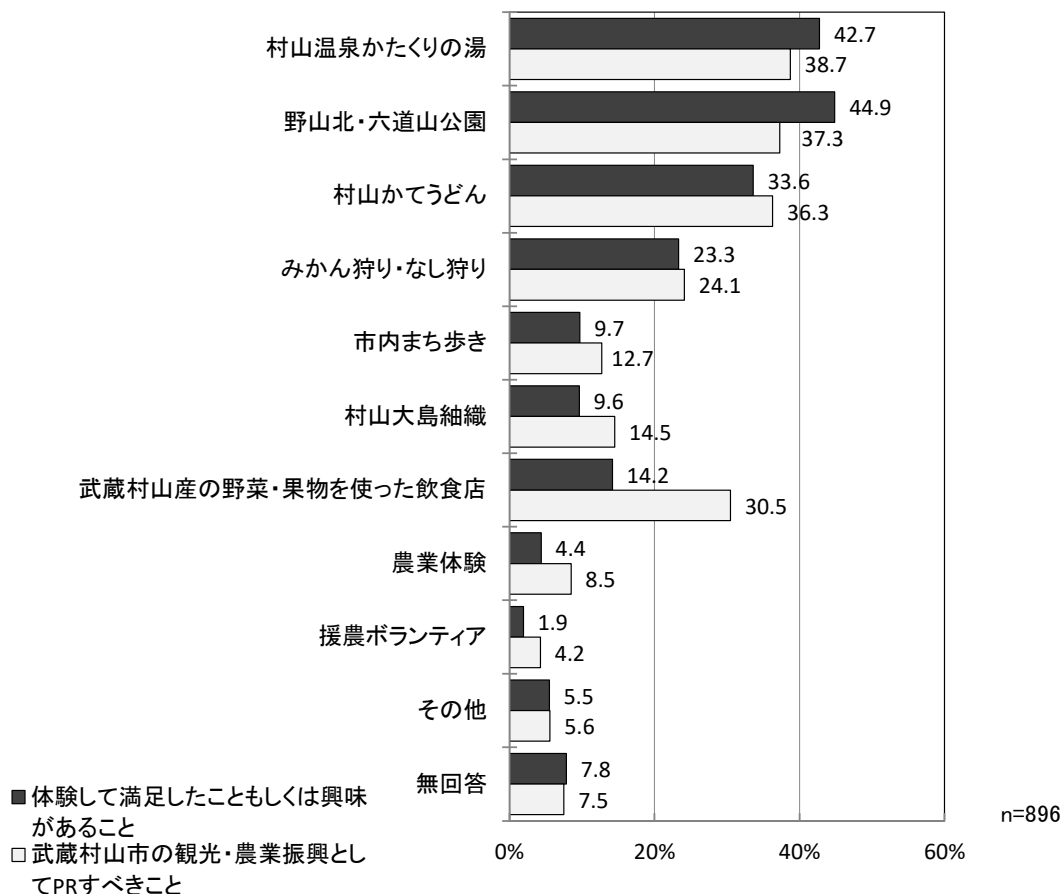
(最も当てはまるもの3つまでに○)

○今後、武蔵村山市の観光・農業振興として、何をPRしていけばよいと思いますか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 武蔵村山市の観光・農業において、体験して満足したこともしくは興味があることは、「野山北・六道山公園」(44.9%)が最も高く、次いで「村山温泉かたくりの湯」(42.7%)、「村山かてうどん」(33.6%)、「みかん狩り・なし狩り」(23.3%)と続く。
- 一方、武蔵村山市の観光・農業振興としてPRすべきことは、「村山温泉かたくりの湯」(38.7%)が最も高く、次いで、「野山北・六道山公園」(37.3%)、「村山かてうどん」(36.3%)と続く。
- 体験して満足したこともしくは興味があることについて年代別にみると、『20歳代以下』では、「村山温泉かたくりの湯」が5割台で他の年代と比べて高い。
- 武蔵村山市の観光・農業振興としてPRすべきことについて年代別にみると、「10歳代」と『30歳代～50歳代』では、「村山かてうどん」が最も高くなっている。

自身の体験・興味、PRすべきこと



体験して満足したこともしくは興味があること

		件数 (計)	村山温 泉かた くりの 湯	野山 北・六 道山公 園	村山か てうど ん	みかん 狩り・ なし狩 り	市内ま ち歩き	村山大 島細織	武蔵村 山産の 野菜・ 果物を 使った 飲食店	農業体 験	援農ポ ラン ティア	その他	無回答
年代別	10歳代	22	50.0	31.8	36.4	27.3	0.0	27.3	9.1	4.5	0.0	4.5	4.5
	20歳代	58	56.9	31.0	31.0	29.3	3.4	5.2	17.2	8.6	0.0	5.2	5.2
	30歳代	122	36.9	45.9	34.4	23.0	9.0	8.2	15.6	8.2	2.5	4.1	5.7
	40歳代	155	42.6	47.7	38.7	30.3	5.2	5.8	9.7	3.9	0.0	5.2	6.5
	50歳代	145	38.6	37.9	39.3	17.2	5.5	9.0	15.2	3.4	2.1	7.6	10.3
	60歳代	182	40.7	45.6	30.2	22.0	13.2	10.4	16.5	3.8	3.8	5.5	9.3
	70歳以上	209	45.9	51.2	29.2	21.1	16.3	12.4	13.9	2.4	1.9	5.3	8.1
	無回答	3	66.7	66.7	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計		896	42.7	44.9	33.6	23.3	9.7	9.6	14.2	4.4	1.9	5.5	7.8

最も高い
 2番目に高い
 3番目に高い

武蔵村山市の観光・農業振興としてPRすべきこと

		件数 (計)	村山温 泉かた くりの 湯	野山 北・六 道山公 園	村山か てうど ん	みかん 狩り・ なし狩 り	市内ま ち歩き	村山大 島細織	武蔵村 山産の 野菜・ 果物を 使った 飲食店	農業体 験	援農ポ ラン ティア	その他	無回答
年代別	10歳代	22	27.3	18.2	68.2	31.8	0.0	27.3	22.7	9.1	0.0	9.1	0.0
	20歳代	58	53.4	32.8	31.0	24.1	10.3	13.8	27.6	5.2	3.4	3.4	6.9
	30歳代	122	32.0	35.2	41.0	26.2	10.7	11.5	30.3	16.4	4.9	5.7	6.6
	40歳代	155	34.2	36.8	47.7	27.1	11.6	12.9	24.5	9.0	3.2	6.5	3.9
	50歳代	145	36.6	34.5	39.3	17.2	12.4	15.2	31.7	10.3	2.8	6.2	8.3
	60歳代	182	37.9	40.1	29.1	24.7	12.6	15.4	33.0	7.1	6.0	7.1	7.1
	70歳以上	209	45.0	41.1	27.8	23.9	17.2	15.3	33.5	4.3	4.8	3.3	11.5
	無回答	3	66.7	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
合計		896	38.7	37.3	36.3	24.1	12.7	14.5	30.5	8.5	4.2	5.6	7.5

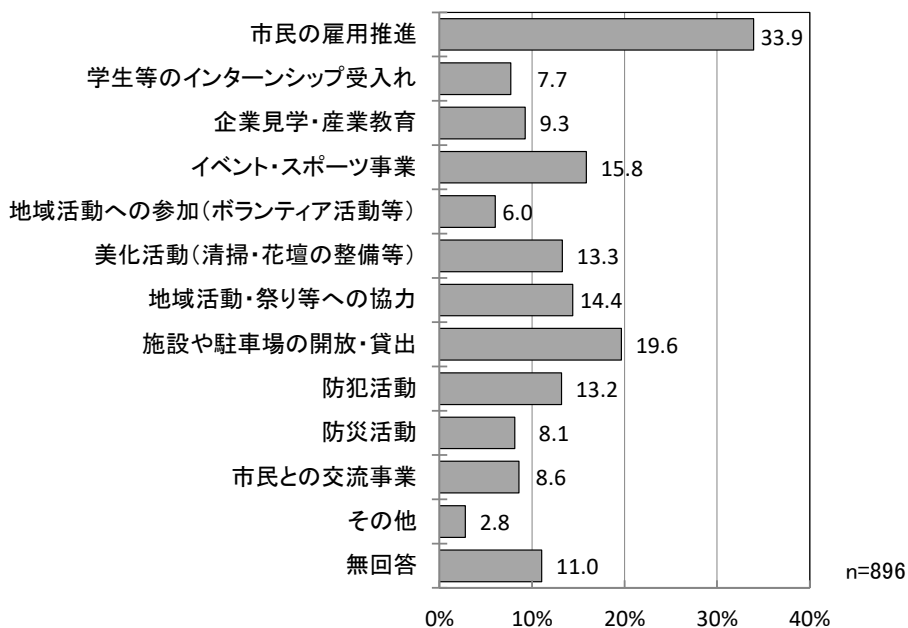
最も高い
 2番目に高い
 3番目に高い

(3) 市内事業者における社会貢献活動

○市内事業者にどのようなことを望みますか。(最も当てはまるもの2つまでに○)

- 市内事業者に希望することは、「市内の雇用推進」(33.9%)が最も高く、次いで「施設や駐車場の開放・貸出」(19.6%)、「イベント・スポーツ事業」(15.8%)と続く。
- 年代別にみると、「10歳代」では「イベント・スポーツ事業」(31.8%)が3割強で最も高く、次いで「学生等のインターンシップ受入れ」「施設や駐車場の開放・貸出」がそれぞれ22.7%で続いている。

市内事業者に希望すること



市内事業者に希望すること(年代別)

年代別	件数(計)	市民の雇用推進	学生等のインターンシップ受入れ	企業見学・産業教育	イベント・スポーツ事業	地域活動への参加(ボランティア活動等)	美化活動(清掃・花壇の整備等)	地域活動・祭り等への協力	施設や駐車場の開放・貸出	防犯活動	防災活動	市民との交流事業	その他	無回答
		10歳代	22	13.6	22.7	9.1	31.8	0.0	9.1	13.6	22.7	4.5	13.6	4.5
20歳代	58	22.4	8.6	8.6	19.0	6.9	8.6	24.1	29.3	20.7	6.9	10.3	1.7	5.2
30歳代	122	32.0	9.8	10.7	17.2	4.1	13.9	13.1	20.5	18.0	9.0	7.4	1.6	8.2
40歳代	155	28.4	12.3	9.0	23.9	1.9	9.7	21.9	16.1	12.3	7.1	4.5	3.9	10.3
50歳代	145	40.0	6.9	11.7	11.0	5.5	11.0	6.9	23.4	13.8	8.3	6.2	4.1	10.3
60歳代	182	37.4	4.9	11.0	12.1	8.2	13.7	13.2	15.9	10.4	9.3	11.0	3.8	12.6
70歳以上	209	36.8	3.8	5.7	13.4	8.6	18.7	13.4	19.6	12.0	6.7	11.5	1.0	14.4
無回答	3	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	0.0	0.0
合計	896	33.9	7.7	9.3	15.8	6.0	13.3	14.4	19.6	13.2	8.1	8.6	2.8	11.0

■ 最も高い ■ 2番目に高い ■ 3番目に高い

6. 武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望

武蔵村山市の産業振興に関する意見・要望として主に意見が多かった点は、以下のとおりである。

(1) 交通・買い物環境の向上

交通の利便性が低いことにより市内の商店街や個店に行きづらいこと、また観光振興の面でも自動車以外では来街者が楽しみづらいことが挙げられた。バス路線の充実を求める意見に加えて道路の狭隘化によりまち歩きを楽しむ観光等の取組が困難なため道路の整備を求める声も多い。さらに、市内には商店街が少なく個店が点在していることから商店街の振興や、点在していても市民や来街者が訪れる魅力ある店づくり、魅力店の誘致を求める意見もみられた。市内の農産物等を販売する販売所の充実や市民や来街者が買い物や飲食を楽しめる道の駅の整備を望む意見もあった。

<意見・要望例>

- バス路線を充実させ、市内の移動を便利にすることで商店街へ行きやすくしてほしい。(男性、40 歳代)
- 道路が狭い。基本的に車がないと不便だが、スーパーの駐車場も狭いため、イオンなど広いところに行ってしまう。(男性、20 歳代)
- 公共交通機関の不足や手軽に消費活動のできる場が少ない。全体的に”市内を拠点に生活する”際の利便性に欠けている印象がある。進学先の選択肢が一気に増える高校生等の若者世代に具体的に分かりやすく、市としての強みや魅力を伝えることがまず大事なかなと思う。(女性、20 歳代)
- 市内のスーパー、商店街に買物の際、MM シャトルバスを使用する(週に 1~2 回)。帰りのバスの時刻を気にしながらの買物なので必要不可欠の品を先に購入しあわただしく帰ることになる。本当なら花屋さんに行きたいなあ、パン屋さんに寄りたいなあとか思うが次のバスを逃すと 1 時間ぐらいかかる。あと 30 分欲しい。(女性、70 歳代以上)
- 温泉はとても魅力的だが、MM シャトルの本数が少なく湯につかりながらバス時間を気にする必要があった。とにかく交通が不便なので、観光を充実させてもアクセスの悪さから行くのをためらってしまいそう。(女性、30 歳代)
- 武蔵村山市は、村山団地の商店街以外には大きな商店街がないため、1 店舗ごとにポツンとしている感じ。街歩きをしながらふらりと入れるような通りを作って、買い物も散歩もできて、活気が出るような通りを望む。(女性、30 歳代)
- 地元商店街を歩いて見て楽しめる活気ある商店街にしてほしい。(女性、70 歳代以上)
- 農業地が多い割には地元野菜等が売っているところが少ないし、スーパー等にもおいていないように思う。(男性、70 歳代以上)
- 武蔵村山市の道の駅として、食堂、ケーキ屋(和&洋スイーツ)、農産物販売所、かてうどんなどを作って食べる体験コーナー、その場で食べられる食べ歩きできるフード店、武蔵村山市内まち歩き案内所など、総合施設を利便性のいい所に作るのがいいかなと思う。観光にもなり、市民の人も楽しめて、いいスポットになると思う。(女性、30 歳代)

(2) モノレール延伸によるまちの活性化

最も件数が多かったのは、自らの生活の利便性を高めることに加えて来街者の増加を図ることが期待できるモノレール延伸によるまちの活性化に関する意見である。特に、モノレール延伸による来街者の増加により市内産業の活性化を図ることが期待されており、モノレール駅周辺地域における魅力的なまちづくりとして、集客力のある店舗やホテル等の誘致を望む意見、中心市街地等のまちの中核となるまちづくりを望む意見もあった。

<意見・要望例>

- モノレールの延長をきっかけとして駅周辺への事業所の誘致、商業施設やホテル等の整備による人の流れを作る。武蔵村山市単独だけではなく東大和市や瑞穂町とも連携し、西多摩エリア全体での産業振興を検討していくべき。(男性、30歳代)
- モノレールの延伸をみすえたまちづくりが必要。これを機にインパクトある特色、特化を持つ市に変えることにより、発展が可能になると考える。(学園都市、教育の拠点、ファッションの集積、ITの推進等、中途半端ではなく、武蔵村山市が一番となるようなテーマで市の特色を新たに作り出して行くことが大切である)(男性、50歳代)
- 農業以外の強みが必要。古民家があれば、そこを生かしたカフェや道の駅をつくり、そこで市内農作物や村山大島紬などを提供することができる。個人的には古民家カフェがあれば行きたいと思う。(女性、30歳代)
- とにかく、市内に商業施設、公共施設、公共的施設、文教・文化スポーツ施設の総合的核がない。市内に、病院を核とした集合地域や公共施設を核とした集合地域等、何かを核とした商業・産業の集まりが必要。村山は分散して利用効率が良くない。駅がなくても、知恵を出すべき。(男性、60歳代)
- 市の中心部はどこ？という疑問が常にある。核となる街が必要ではないか。(男性、60歳代)

(3) 市民・来街者を呼び込む魅力づくり、情報発信・PRの充実

市民・来街者を呼び込むための方策については、農業体験や農産物販売等の農業を活かした魅力づくり、自然風景や野山北・六道山公園、ランニングコースやサイクリングルート等の恵まれた自然を活かした魅力づくりや魅力あるイベントの実施等に関する意見がみられた。また、市内には、自然やかてうどん、村山大島紬と特徴ある地域資源があるにもかかわらず十分な情報発信・PRができていないことが課題とされている。商業振興の面からも市内の独自性を持った魅力ある個店のPRをしていくべきといった意見もみられた。

<意見・要望例>

- のどかで落ち着いていて、治安も良く住みやすいまちだと思う。土地が広くて活用されていないところが多くあるように見受けられるので農業などをもっと盛んにすると良いと思う。若い人は農業に興味がある人が意外に多いと思う。(女性、30歳代)
- 以前住んでいた所は直売所が色々な所にあったので少し歩けば別の直売所など地元野菜を購入できたが、そのような場所が見あたらず、地産解消に力を入れていないのかと思っていた。(女性、20歳代)
- 野山北公園のアスレチックなどは、もっと宣伝した方がいいと思う。ここに限らず、市のいい所が、市民にもあまり伝わっていない。(女性、70歳以上)

- かたくりの湯を起点として狭山湖、多摩湖周辺のランニングやサイクリングができるよう、ランニングスパを整備してほしい。サイクルスタンドや外ロッカーの増設、関連ショップや市内農産物を使った飲食店もあるとよい。バードウォッチングマップを作成したり、ランニングイベント(オンライン含む)にもどんどん取り組んでほしい。(女性、50歳代)
- かたくりの湯を基点として、トレランレースを実施して、魅力をアピールしたら良いと思う。(男性、50歳代)
- 市民が参加しやすいイベントを二週間ごとぐらいに実施してほしい。(男性、30歳代以上)
- 冬にクリスマスマーケットを開催し、市外からも来るような、おしゃれなイベントを企画してほしい。(日比谷公園で行なわれるようなイベントをイメージしている)(男性、40歳代)
- 休日のイオンモールでPR活動を試してみるのはいかがか。遠方から来る人も多し、市内産の農産物を販売するとともに、市内の直売所マップ等配ったら、市内の住民にも周知されるのでは？私は、近所の直売所は知っているがその他は知らない。(女性、30歳代)

(4) 産業振興の方向性

産業振興の方向性については、市民が地域の魅力を認識し、武蔵村山市の独自のまちづくりを図っていくこと、その上で鉄道が通っていないことをまちの個性とするといった意見や、学生等の若い人がまちづくりに参画できること、地域内外のネットワークを活用すること等が提案された。独自性を生み出すために、“健康”をテーマとした農産物販売やペットも楽しめる自然観光など、武蔵村山の魅力となるテーマを設定して推進するとよいといった意見も見られた。

土地活用については、日産村山工場跡地の活用、雇用を生み出す企業誘致に関する意見があった。

住民としての意見では、住みやすいまちとの評価も多く、市内で働く環境づくりを求める声もあった。

<意見・要望例>

- 周辺のまちに負けないよう、徹底した比較を行い、産業、観光などの武蔵村山の「独自性」を出す必要があると思う。駅に恵まれない地を生かした何か。平地を生かした何か。市内に人を集める、留める何か。武蔵村山市民が、共通して言えるくらいの「武蔵村山と言ったらコレ！！」(男性、30歳代)
- 「鉄道が通ってない唯一の市」というのは裏を返せば絶好のオリジナリティだったのではないかとも思う。鉄道が通ってないからこそ市内のインフラが他の市や町よりも整っている、変わった移動手段があるなど、他とわざわざ同じラインに並ぶのではなく、不便さを売りにするというのもありだったのではなかろうか。(女性、40歳代)
- 村山市の学生達若者が協力してまちを明るく楽しく出来るような市の皆が考えて行動する事が大事。(女性、70歳代以上)
- 村山産の無農薬・非遺伝子組み換え作物を生産し、まちおこしをしてほしい。市内飲食店で利用し健康で元気な子供・お年寄りが多くいるまちとして健康志向の”働く世代”の方に注目して頂きたい。安全なお弁当が毎日手軽に食べられる等。魅力的な店が市内のそこかしこにあったら…驚き、話題になりますね！(女性、30歳代)
- 日産の跡地を有効に使ってほしい。(女性、60歳代)
- 企業立地の促進、雇用機会の拡大、人口増加を図るための策定、人が多く動くことにより、お金も動き税収アップにもつながる。増加した税収で、地域商店街、中小企業への助成金として還元していければ、地場経済、産業も潤っていくと思う。(男性、40歳代)

- 5年前に“都内なのに自然がいっぱいある”という魅力をみつけて 23 区内より子育て、今後の住む場所として引っ越してきた。山があり温泉があり、子どもが農業を学べたり安心して散歩ができる素晴らしい場所だと思っている。自然、農業をピーアールし、観光できるようにしてほしいと思う。宿泊施設もあつたらいい。里山民家みたいな所で合宿・・・みたいな・・・(女性、30 歳代)
- 大卒は都心に就職することに注力するので、地元で働きたいと思える企業はわからない、みつからない、などの問題があると思う。市内でも U ターン就職、地元復興起業、テレワーク在宅ワークできる仕事を推進、飲食以外にも職場があることをもっとアピールしてほしい。(女性、30 歳代)

※回答事例はすべての回答を記載していない。誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、全体の文調を整えるため原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

V 公的支援策について（製造業・非製造業・市民）

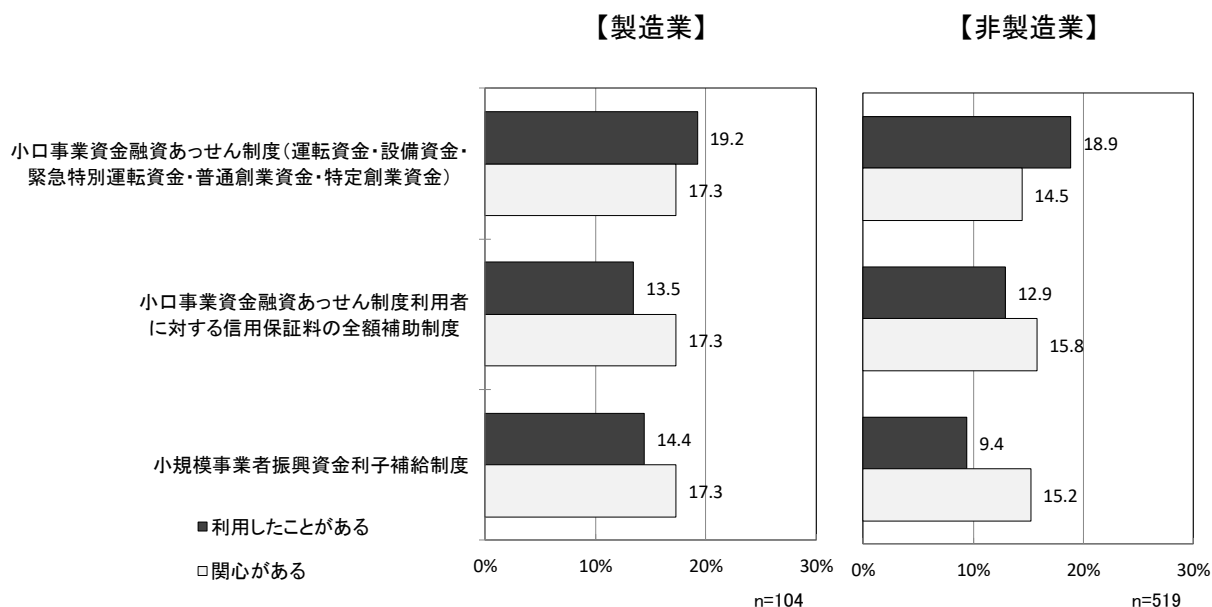
公的支援策について、製造業アンケート調査、非製造業アンケート調査及び市民アンケート調査の結果を総合的に見ながら整理した。

1. 武蔵村山市が実施している支援策の利用・関心

○武蔵村山市が実施している支援策について、これまでの利用の有無と今後の利用に対する関心の有無について、お答えください。（それぞれ当てはまるものに○）

- 武蔵村山市が実施している支援策の利用・関心は、「小口事業資金融資あっせん制度（運転資金・設備資金・緊急特別運転資金・普通創業資金・特定創業資金）」及び「小口事業資金融資あっせん制度利用者に対する信用保証料の全額補助制度」は、「利用したことがある」「関心がある」ともに1割台である。「小規模事業者振興資金利子補給制度」は、非製造業の「利用したことがある」（9.4%）が1割未満であるが、製造業の「利用したことがある」と「関心がある」は1割台となっている。
- 「小口事業資金融資あっせん制度利用者に対する信用保証料の全額補助制度」及び「小規模事業者振興資金利子補給制度」は、「関心がある」が「利用したことがある」を製造業、非製造業ともに上回っている。

武蔵村山市が実施している支援策の利用・関心



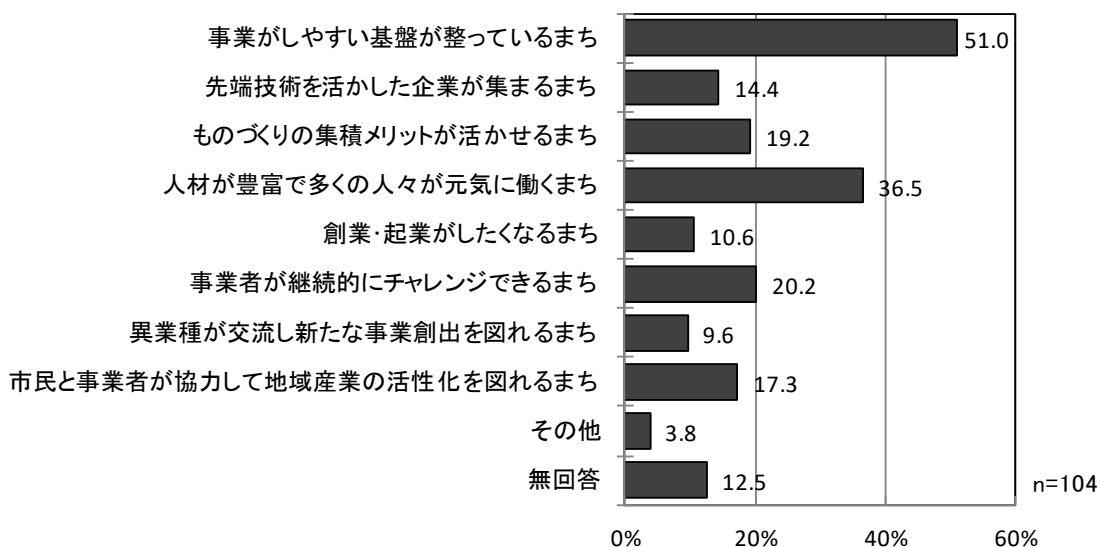
2. 武蔵村山市の産業振興策に対する意見

○武蔵村山市の産業振興の方向性として、どのようなまちを目指すといよいでしょうか。

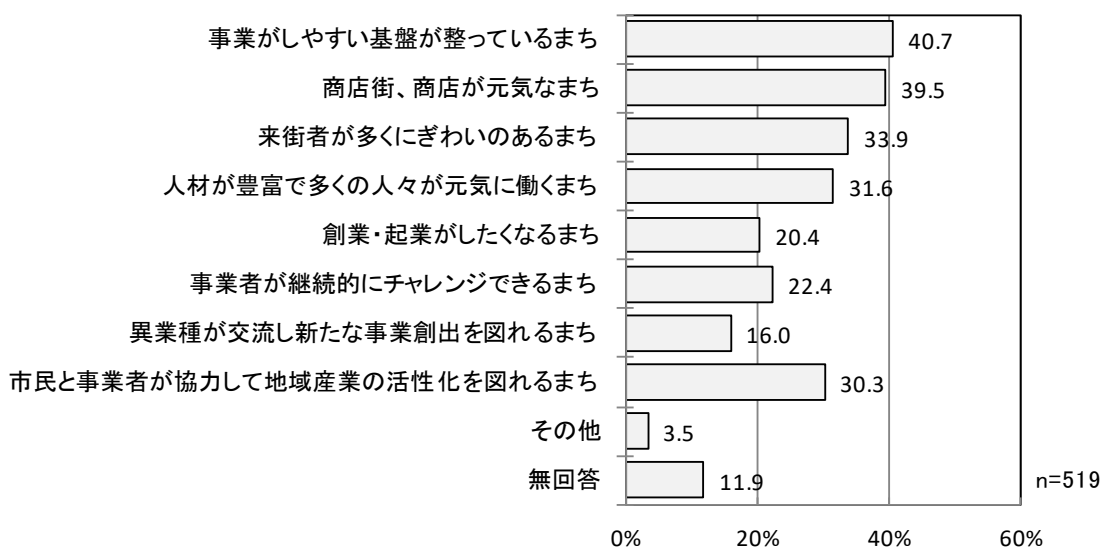
(当てはまるものすべてに○)

- 武蔵村山市の産業振興の方向性は、「事業がしやすい基盤が整っているまち」が製造業及び非製造業ともに最も高い。
- 製造業では、次いで「人材が豊富で多くの人々が元気に働くまち」(36.5%)、「事業者が継続的にチャレンジできるまち」(20.2%)、「ものづくりの集積メリットが活かせるまち」(19.2%)と続く。非製造業では、「商店街、商店が元気なまち」(39.5%)、「来街者が多くにぎわいのあるまち」(33.9%)、「人材が豊富で多くの人々が元気に働くまち」(31.6%)と続く。

武蔵村山市の産業振興の方向性【製造業】



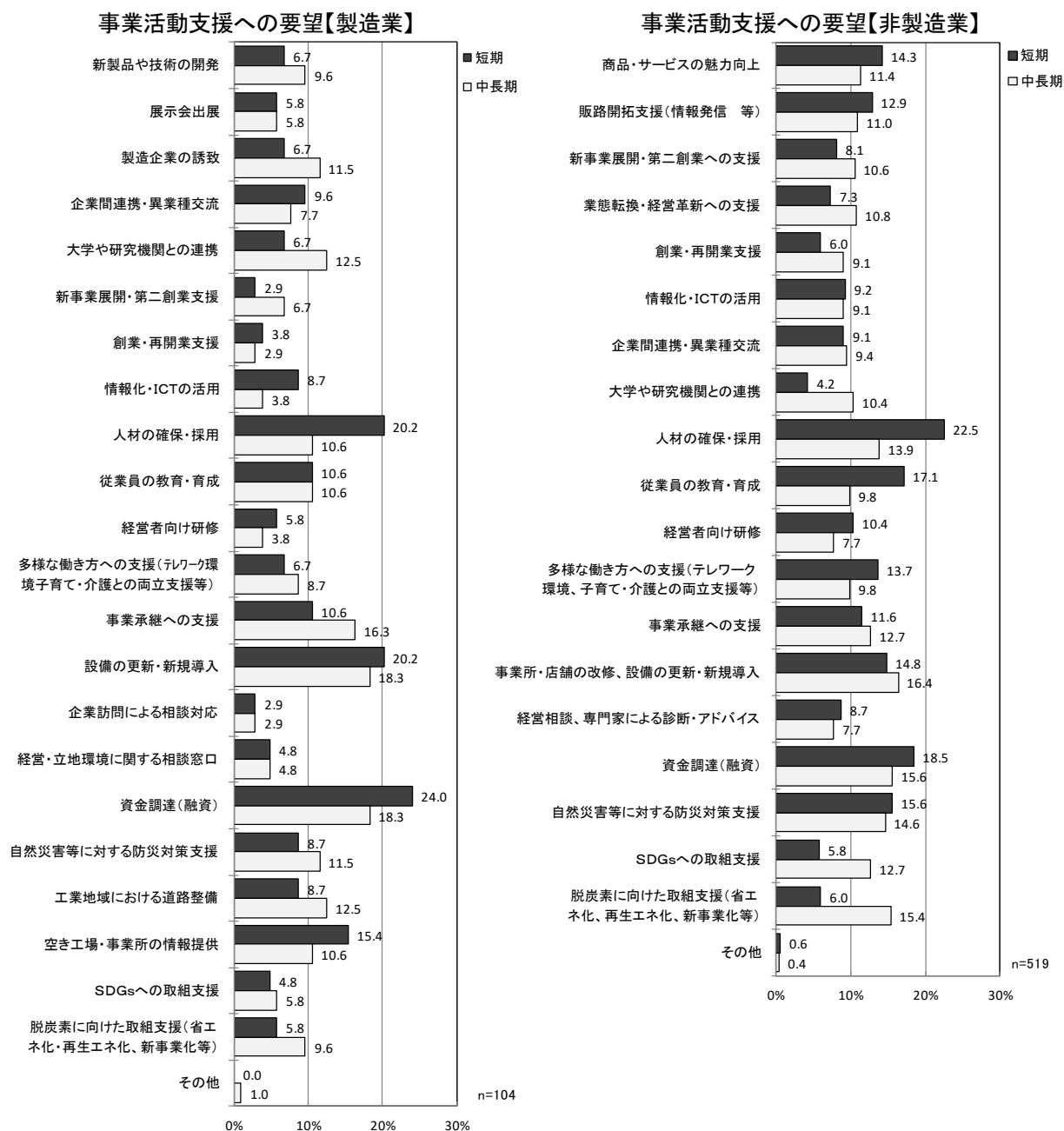
武蔵村山市の産業振興の方向性【非製造業】



○当面(おおよそ1~2年)の支援策(新型コロナウイルス感染症対策も含む)及び、中長期(おおよそ3~10年)の事業活動に対して、どのような支援策を充実してほしいですか。(項目ごとに当てはまるものに○)

- 製造業における事業活動支援への要望は、短期的支援として「資金調達(融資)」(24.0%)が最も高く、次いで「人材の確保・採用」(20.2%)、「設備の更新・新規導入」(20.2%)と続く。
- 短期的支援を上回る中・長期的支援をみると、「大学や研究機関との連携」(5.8ポイント差*)や「事業承継への支援」(5.7ポイント差*)で差が大きくなっている。
- 非製造業においては、短期的支援として「人材の確保・採用」(22.5%)が最も高く、次いで「資金調達(融資)」(18.5%)、「従業員の教育・育成」(17.1%)と続く。
- 短期的支援を上回る中・長期的支援をみると、「脱炭素に向けた取組支援(省エネ化、再生エネ化、新事業化等)」(9.4ポイント差*)や「SDGsへの取組支援」(6.9ポイント差*)で差が大きくなっている。

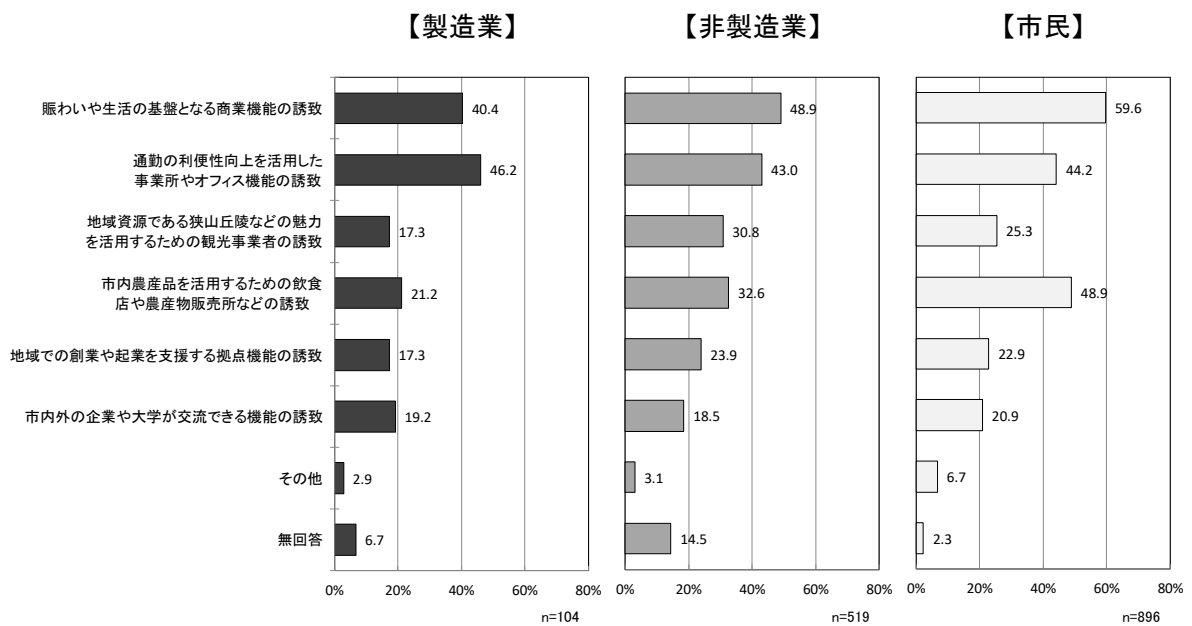
※短期的支援の比率と中・長期的支援の比率の差を表す。



○今後のモノレール延伸により新青梅街道沿道地区のまちづくりが重要となりますが、これからの武蔵村山市にはどのような機能や事業者を誘致することがよいと思いますか。(当てはまるものすべてに○)

● これからの武蔵村山市へ誘致することが期待される機能・事業者は、非製造業及び市民では「賑わいや生活の基盤となる商業機能の誘致」が最も高く、製造業では「通勤の利便性向上を活用した事業所やオフィス機能の誘致」が最も高い。製造業では、「賑わいや生活の基盤となる商業機能の誘致」、非製造業では「通勤の利便性向上を活用した事業所やオフィス機能の誘致」、市民では「市内農産品を活用するための飲食店や農産物販売所などの誘致」が2番目に高くなっている。

誘致すべき機能・事業者

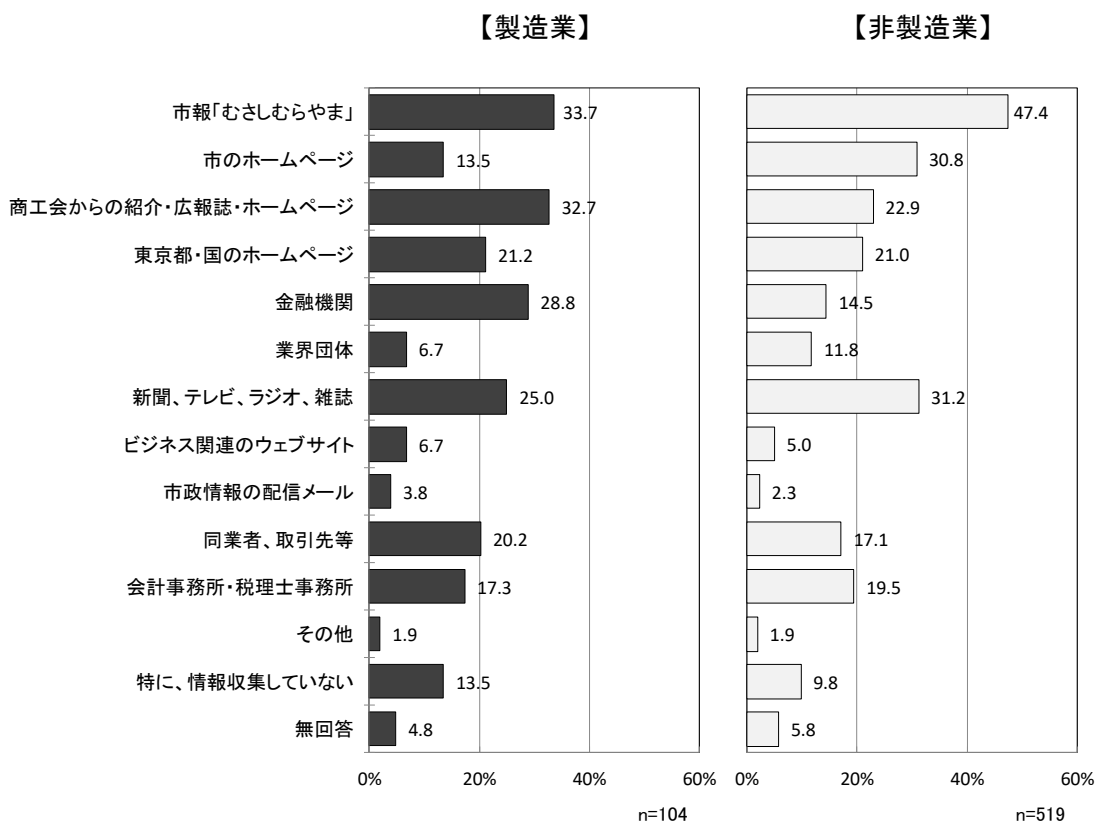


3. 支援策情報の収集方法

○武蔵村山市及び東京都、国が実施している各種支援策に関する情報をどのように収集されていますか。
 (当てはまるものすべてに○)

● 各種支援策に関する情報収集方法は、製造業・非製造業ともに、「市報「むさしむらやま」」が最も高い。製造業では、次いで「商工会からの紹介・広報誌・ホームページ」(32.7%)、「金融機関」(28.8%)、「新聞、テレビ、ラジオ、雑誌」(25.0%)が続く。非製造業では、「新聞、テレビ、ラジオ、雑誌」(31.2%)、「市のホームページ」(30.8%)、「商工会からの紹介・広報誌・ホームページ」(22.9%)が続く。

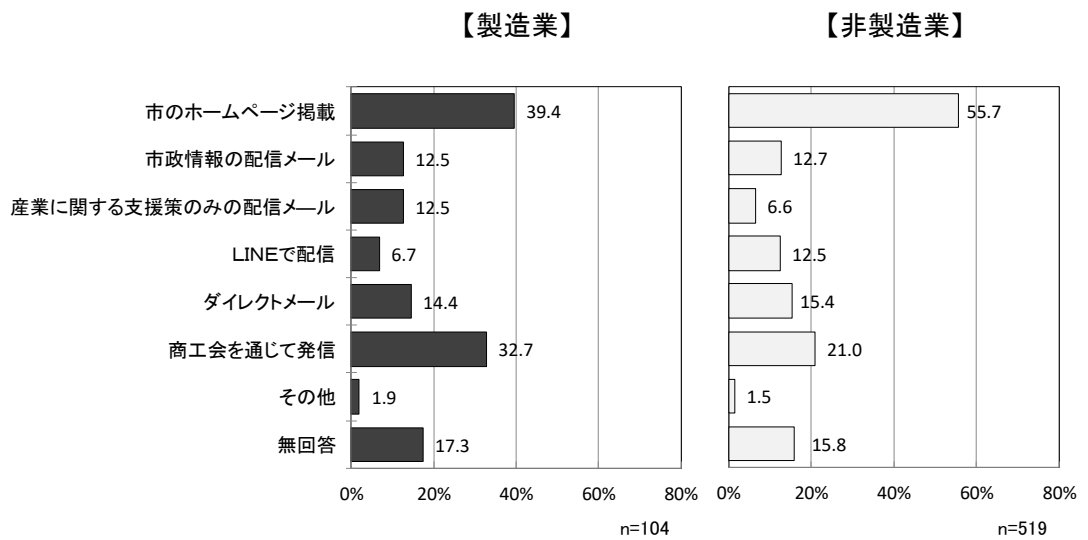
各種支援策に関する情報収集方法



○今後、武蔵村山市が実施している各種支援策情報はどのような提供方法を望まれますか。
 (最も当てはまるもの2つまでに○)

● 武蔵村山市の各種支援策に関して希望する提供方法は、製造業・非製造業ともに、「市のホームページ掲載」が最も高く、次いで「商工会を通じて発信」、「ダイレクトメール」が続く。

希望する支援策情報提供方法



資料

1. 製造業調査票

問4 平成 29(2017)年度から令和元(2019)年度の3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前)の経営状況はどうでしたか。(1つに○)

1. 赤字基調	2. 収支均衡	3. 赤字基調			
①売上高	1. 増 加 (5%以上)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (-30%未満)	4. 減 少 (-50%未満)	5. 大幅減少 (-50%以上)
②経常損益	1. 増 加 (5%以上)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (-30%未満)	4. 減 少 (-50%未満)	5. 大幅減少 (-50%以上)

問5 令和元(2019)年4~12月(9か月)と令和2(2020)年4~12月(9か月)と比較して、次の項目はどのような変化していますか(各1つに○) ※事業所別に分からない場合、回答は不要です。

1. マイナスの影響	2. プラスの影響	3. 影響はない	4. わからない
------------	-----------	----------	----------

問6 貴事業所が受けた新型コロナウイルス感染症の影響は、次のどれに該当しますか(1つに○)

- 問6で、「1」と回答された方にお聞きします。
問6-1 その影響は、次のどれに該当しますか(あてはまるものすべてに○)
1. 自社の生産販売・拠点の休止
 2. 国内需要の減少
 3. 国外需要の減少
 4. 売上の減少
 5. 原材料・部品の国内調達が困難
 6. 原材料・部品の海外調達が困難
 7. 物流の停滞
 8. 輸出が困難
 9. 代替品調達によるコスト増
 10. 顧客・取引先の休業・廃業
 11. 展示会の中止
 12. 出張・営業訪問が困難
 13. 感染症対策に伴うコスト増
 14. 売掛金回収が困難
 15. 採用活動の延期・中止
 16. その他()

Ⅲ 貴事業所の生産・取引状況

- 問7 主な生産内容は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)
1. 自社ブランド生産
 2. 設計を含む加工・受注生産
 3. 相手先仕様による加工・受注生産
 4. OEM生産(相手先ブランドによる生産)
 5. 製品開発が主で生産は外注
 6. その他()

- 問8 主な生産形態は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)
1. 少量少品種型
 2. 少量多品種型
 3. 量産型
 4. その他()

- 問9 顧客・取引先の件数は、何件ですか。(1つに○)
1. 4件以下
 2. 5~9件
 3. 10~19件
 4. 20~49件
 5. 50~99件
 6. 100件以上

- 問10 主な顧客・取引先の地域は、次のどれに該当しますか。(取引額上位2つの地域に○印)
1. 武蔵村山市内
 2. 多摩地域内
 3. 東京都内(23区)
 4. 埼玉県
 5. その他首都圏*
 6. 東北地域**
 7. 東海地域**
 8. その他国内
 9. 海外(国名:)
- ※2) その他首都圏一神奈川、千葉、栃木、群馬、茨城、山梨 ※3) 東北地域一青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島
※4) 東海地域一静岡、愛知、岐阜、三重

調 査 票

Ⅰ 貴事業所の概要

貴事業所の概要についてご記入ください。

創業年	明治 年 大正 年 昭和 年 平成 年 令和 年
企業形態	1. 個人事業者 2. 法人(資本金 万円)
従業員数*	合計 人(うち、男性 人、女性 人)
従業員の所属 山市内居住率	1. 25%未満 2. 25~50%未満 3. 50~75%未満 4. 75%以上
代表者の年齢	1. ~30歳代 2. 40歳代 3. 50歳代 4. 60歳代 5. 70歳代 6. 80歳代~
事業所の機能 (1つに○印)	1. 単独事業所である 2. 当事業所が本所・本社・本店で国内の他の場所にも事業所がある 3. 当事業所が本所・本社・本店で他に国内・国外ともに事業所がある 4. 他の場所に本所・本社・本店がある

※1)役員・個人事業主・家族従業員 期間の定まらなく雇用しているパートアルバイトを含む

- 問3 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。(最も年間売上高の多いもの1つに○)
1. 食料品
 2. 飲料・たばこ・飼料
 3. 繊維工業(衣服を含む)
 4. 木材・木製品(家具を除く)
 5. 家具・装備品(雑具を含む)
 6. パルプ・紙・紙加工品
 7. 印刷・同関連
 8. 化学工業
 9. 石油製品・石炭製品
 10. プラスチック製品
 11. ゴム製品
 12. なめし革・同製品・毛皮
 13. 窯業・土石製品(ガラスを含む)
 14. 鉄鋼
 15. 非鉄金属
 16. 金属製品
 17. 一般機械器具(はん用・生産用・業務用機械)
 18. 電子部品・デバイス・電子回路
 19. 電気機械器具
 20. 情報通信機械器具
 21. 輸送用機械器具
 22. その他の製造業()

問2 貴事業所の主たる事業概要及び独自の技術・製品の内容を書いてください。(具体的に)
(例)巻き取りカン等の製造-4輪以上のマシニングセンターを使い、複雑形状加工で付加価値が高い加工を行っている

Ⅱ 貴事業所の経営状況

- 問3 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(1つに○)
1. 300万円未満
 2. 300万円以上500万円未満
 3. 500万円以上1,000万円未満
 4. 1,000万円以上5,000万円未満
 5. 5,000万円以上1億円未満
 6. 1億円以上10億円未満
 7. 10億円以上50億円未満
 8. 50億円以上100億円未満
 9. 100億円以上
 10. 事業所別では分からない

NO

問11 年間売上高第1位の顧客・取引先の属性は、次にどれに該当しますか(1つに○)

1. 親会社
2. 大手メーカー
3. 中堅メーカー
4. 中小・零細メーカー
5. 卸売業・代理店・商社
6. 小売業
7. サービス業
8. 官公庁・大学
9. その他

問12 年間売上高第1位の顧客・取引先との取引は全売上高においてどのぐらいの比率を占めていますか(1つに○)

1. 10%未満
2. 10~20%未満
3. 20~40%未満
4. 40~60%未満
5. 60~80%未満
6. 80%以上

問13 海外市場との取引を行っていますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 海外でも生産している
2. 海外から仕入れている
3. 海外にも販売している※5
4. 海外取引を希望しているが関心がある
5. その他 ()

※5) 商社等を通じた間接的販売を含む

問14 主要外注・生産分業先の地域は、次にどれに該当しますか。(取引額上位2つの地域に○印)

1. 武蔵村山市内
2. 多摩地域内
3. 東京都内(23区)
4. 埼玉県
5. その他首都圏※2
6. 東北地域※3
7. 東海地域※4
8. その他国内
9. 海外(国名:)

※2) その地首都圏一神奈川・千葉・栃木・群馬・茨城・山梨 ※3) 東北地域一青森・岩手・宮城・秋田・山形・福島
 ※4) 東海地域一静岡・愛知・岐阜・三重

問15 貴事業所の強みは、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 高い加工精度
2. 技術力
3. 短納期・スピード
4. 難注文への対応
5. 価格競争力
6. 製品・商品の品質
7. 営業力・販売力
8. 製品の企画・開発力
9. 品質管理
10. 試作・小ロット生産能力
11. 生産能力
12. 設備・施設
13. 成長分野参入
14. 特になし
15. その他 ()

問16 事業環境の変化に対応するため、過去10年以内に事業を見直し・変更したことがありますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 主要事業を拡大した
2. 新事業展開に取り組んだ
3. 主要事業の内容を変更した
4. 顧客・客層を変更した
5. 生産方法を改良・変更した
6. 終了・廃止した事業がある
7. その他 ()
8. 特段、変えていない

「8」と回答した方は、問17へお進みください

問16で「1」~「7」と回答した方にお聞きします。

問16-1 見直し・変更した内容をお書きください。

(例)社員に外部講習を受けさせシステムエンジニア・ライター(システム総合開発者)人材を育成、ロボットを導入、一部の生産について自動化した。

IV 立地環境

問17 土地・建物所有の状況は、次にどれに該当しますか。(主に当てはまるもの1つに○)

1. 土地・建物ともに自社(己)所有
2. 土地は借地・建物は自社(己)所有
3. 土地は自社所有及び一部賃借、建物は自社(己)所有
4. 土地・建物ともに賃借
5. 賃貸ビルに入居
6. その他 ()

問18 当該地における立地の利点(メリット)は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 顧客・取引先に近い
2. 部品・資材が調達しやすい
3. 東京の知名度・ブランド
4. 情報が収集しやすい
5. 営業がしやすい
6. 地域内分業がしやすい
7. 高速道路のICに近い
8. 優秀な人材が確保しやすい
9. 大きな消費地(マーケット)がある
10. 賃貸料が安い
11. 従業員が通勤しやすい
12. その他 ()

問19 今後の拡張・移転等の方向性は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 現状を維持する
2. 建替え・改修をしたい
3. 設備更新をしたい
4. 市内で拡張したい
5. 市外で拡張したい
6. 市外へ移転したい
7. 事業所を縮小したい
8. 廃業のため閉鎖
9. その他 ()

「5」~「8」と回答した方は、問20へお進みください

問19で、「5」~「6」と回答された方にお聞きします。

問19-1 市内で拡張・移転する主な理由は何か。(当てはまるものすべてに○)

1. 市内では必要面積が確保できない
2. コストが高い
3. 物流の利便性が悪い
4. 通勤の利便性が悪い
5. 求める施設・設備がない
6. 人材確保が困難
7. 顧客・取引先が移転した
8. その他 ()

問19で、「6」~「8」と回答された方にお聞きします。

問19-2 移転・縮小・閉鎖に伴い、使用しなくなる事業所・店舗はどうされますか。(1つに○)

1. 賃貸のため返却
2. 事業所として貸し出す
3. 自事業所の他業務で利用(倉庫等)
4. 住宅併用で事業用部分は住まいとして利用
5. 住宅併用で事業用部分は未利用
6. 未利用
7. 売却
8. 決めていない
9. その他 ()

問20 事業用地・建物において問題点はありませんか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 建物の老朽化
2. 敷地が手狭になっている
3. 道路が狭い
4. 道路が混雑している
5. 操業規制(音・臭い等)がある
6. 未利用地・余剰地がある
7. 貨物負担が大きいの
8. 産業集積が薄れた
9. 取引先が遠くなった
10. 通勤・移動が不便
11. その他 ()
12. 特になし

V 人材の確保・育成

問21 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 不足している 2. 概ね適当・不足していない 3. 人材は過剰気味である

→ 1-2)もしくは13)と回答した方は、問22へお進みください

問21で「1」と回答された方にお聞きます。

問21-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 企画・開発 2. 設計 3. 製造・加工 4. 技能工
5. 技術者 6. 営業 7. マーケティング 8. ICT^{※6)}
9. 海外取引 10. 法務・財務 11. 中間管理職・マネージャー 12. 事務職
13. その他 () 14. 特になし

※6) ICT:コンピュータやインターネットに関連する情報通信技術全般

VI 事業承継

問22 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 創業者 2. 代目 3. 本社ではないので事業承継者はいない

→ 1-3)と回答した方は、問23へお進みください

問22で、「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きます。

問22-1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 決まっている (親族) 2. 決まっている (親族以外)
3. 候補がいるが決まっていない 4. 承継したいが候補がいらない
5. まだ決める必要がない 6. 承継しない
7. その他 ()

問22-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

1. ある 2. ない

→ 1-2)と回答した方は、問23へお進みください

問22-2で、「1」と回答された方にお聞きます。

問22-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 後継者の育成 2. 従業員の理解
3. 相続税・贈与税等の税金対策 4. 自社株等の資産の取扱い
5. 承継前の経営者の個人担保や相保 6. 技術の承継
7. 事業承継に係る法制度・税制度 8. その他 ()

VII 貴事業所の課題

問23 経営上の課題は、何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 販売先や取引先の開拓 2. 製品の企画・開発力 3. 製品の価格競争力
4. 技術・技能の向上 5. 外注先・協力事業者の廃業 6. グローバル展開
7. 生産性の向上・効率化 8. 情報化・ICT^{※6)}の活用 9. 人材育成
10. 必要人材の確保 11. 技術・技能の承継 12. 設備の老朽化・不足
13. 事業スベールへの拡張 14. 自然災害等に対する防災対策の整備 15. 資金調達
16. 経営マネジメント力の強化 17. 働き方改革やテレワークの導入 18. プレーン調達^{※7)}への対応
19. その他 ()

※6) ICT:コンピュータやインターネットに関連する情報通信技術全般

※7) 環境負荷が低減された部品や材料を調達する仕組み

VIII 今後の展開

問24 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 現状維持 2. 事業の拡大 3. 事業の多角化 4. 事業の縮小 5. 業種を転換
6. 廃業の予定 7. その他 ()

→ 1-6)以外の回答した方は、問25へお進みください

問24で、「6」と回答された方にお聞きます。

問24-1 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 経営の先行き不安、経営悪化の回避 2. 主要顧客との契約終了
3. 経営者の高齢化・健康面(気力、体力)の不安 4. 承継する人がいない
5. 借入金・個人保証の問題 6. 技術者・技能者の確保が困難
7. 創業時より自分の代やめる予定 8. その他 ()

問25 今後の事業活動において、関心がある活動内容は何か。(当てはまるものすべてに○)

1. 新製品や新技術の開発 2. 自社製品・ブランドの構築
3. 新規事業の立ち上げ 4. 新分野での顧客開拓 (異分野への参入等)
5. 海外市場の開拓・拡大や海外展開 6. コスト削減・価格競争の強化
7. 生産性の向上・効率化 8. ロボット・自動化技術の導入
9. ICTの活用・情報化への取組み 10. IoTやビッグデータ、AIの活用
11. 生産設備の更新・新規導入 12. 技術者・技能者の技術・技能の向上
13. 大学や企業との連携 14. M&A (合併や買収)
15. 地域貢献活動 16. SDGs^{※8)}の取組み
17. 脱炭素経営 (省エネ化、再生エネ化、新分野参入、新事業化等)
18. その他 ()

※8) 国連で採択された「持続可能な開発目標」。2030年までの達成目標として17ゴールが設定されている。

問26 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 市内事業者との取引拡大 (事業所情報の発信やビジネスマッチング 等)
2. 新規取引先開拓 (ビジネスマッチング 等)
3. 多摩地域を中心とした製造業者との交流・連携 (技術交流会・テーマ型研究会 等)
4. 異業種事業者との交流・連携 (交流会・ビジネスマッチング 等)
5. 大学・研究機関との交流・連携 (交流会・テーマ型研究会 等)
6. ICTを活用したネットワーク
7. その他 ()
8. 特になし

IX 公的支援策の利用

問27 武蔵村山市が実施している支援策について、これまでの利用の有無と今後の利用に対する関心の有無について、お答えください。(それぞれ当てはまるものに○)

	利用 (有る場合○)	関心 (有る場合○)
小口事業資金融資あっせん制度 (運転資金・設備資金・緊急特別運転資金・普通創業資金・特定創業資金)		
小口事業資金融資あっせん制度利用者に対する信用保証料の全額補助制度		
小規模事業者振興資金利子補給制度		

問28 武蔵村山市の工業振興の方向性として、どのようなまちを目指すとよいでしょうか。
(当てはまるものすべてに○)

1. 事業がしやすしい基礎が整っているまち
2. 先端技術を活かした企業が集まるまち
3. ものづくりの集積メ리트が活かせるまち
4. 人材が豊富で多くの人々が元気に働くまち
5. 創業・起業がしやすくなるまち
6. 事業者が継続的にチャレンジできるまち
7. 異業種が交流し新たな事業創出を図れるまち
8. 市民と事業者が協力して地域産業の活性化を図れるまち
9. その他 ()

問29 当面(おおよそ1~2年)の支援策(新型コロナウイルス感染症対策も含む)及び、中長期(おおよそ3~10年)の事業活動に対して、どのような支援策を充実してほしいですか。(項目ごとに当てはまるものに○)
(当てはまる項目に○)

項目	短期 (1~2年)	中長期 (3~10年)
1. 新製品や技術の開発		
2. 展示会出席		
3. 製造企業の誘致		
4. 企業間連携・異業種交流		
5. 大学や研究機関との連携		
6. 新事業展開・第二創業支援		
7. 創業・再開業支援		
8. 情報化・ICTの活用		
9. 人材の確保・採用		
10. 従業員の教育・育成		
11. 経営者向け研修		
12. 多様な働き方への支援(ワーカー環境、子育て・介護との両立支援等)		
13. 事業承継への支援		
14. 設備の更新・新規導入		
15. 企業訪問による相談対応		
16. 経営・立地環境に関する相談窓口		
17. 資金調達(融資)		
18. 自然災害等に対する防災対策支援		
19. 工業地域における道路整備		
20. 空き工場・事業所の情報提供		
21. SDGsへの取組支援		
22. 脱炭素に向けた取組支援(省エネ化、再生エネ化、新事業化等)		
23. その他 ()		

問30 今後のモノレール延伸により新青梅街道沿道地区のまちづくりが重要となりますが、これからの武蔵村山市にはどのような機能や事業者を誘致することがよいと思いますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 賑わいや生活の基盤となる商業機能の誘致
2. 通勤の利便性向上を活用した事業所やオフィス機能の誘致
3. 地域資源である秩山丘陵などの魅力を活用するための観光事業者の誘致
4. 市内農産品を活用するための飲食店や農産物販売所などの誘致
5. 地域での創業や起業を支援する拠点機能の誘致
6. 市内外の企業や大学が交流できる機能の誘致
7. その他 ()

問31 武蔵村山市及び東京都、国が実施している各種支援策に関する情報をどのように収集されていますか。
(当てはまるものすべてに○)

1. 市報「むさしむらやま」
2. 市のホームページ
3. 商工会からの紹介・広報誌・ホームページ
4. 東京都・国のホームページ
5. 金融機関(名称:)
6. 業界団体
7. 新聞、テレビ、ラジオ、雑誌
8. ビジネス関連のウェブサイトを
9. 市政情報の配信メール
10. 同業者、取引先等
11. 会計事務所・税理士事務所
12. その他 ()
13. 特に、情報収集していない

問32 今後、武蔵村山市が実施している各種支援策情報はどのような提供方法を望めますか。
(当てはまるものすべてに○)

1. 市のホームページ掲載
2. 市政情報の配信メール
3. 産業に関する支援類のみの配信メール
4. LINEで配信
5. ダイレクトメール
6. 商工会を通じて発信
7. その他 ()

武蔵村山市の産業振興について、ご意見・要望などありましたら、自由にご記入ください。

【訪問ヒアリングご協力をお願い】

今後、いくつかの事業者様には個別に訪問して、さらに詳しくお話を伺いするヒアリング調査を予定しています。その場合、調査にご協力いただけますでしょうか。当てはまる方に○印を付けてください。

1. 協力してもよい	2. 協力できない
------------	-----------

「1. 協力してもよい」と回答された方は、ご連絡先をお書きください。

事業所名
所属・役職
お名前
e-mail
電話番号

以上でアンケートは終了です。ご多忙中、ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒(切手は不要)にて、2021年2月28日(日)までにご返函ください。
なお、締切日過ぎても確認のためご返信ください。

2. 非製造業調査票

調査票	
I 貴事業所の概要	
貴事業所の概要についてご記入ください。	
創業年	明治 年 大正 年 昭和 年 平成 年 令和 年
企業形態	1. 個人事業者 2. 法人 (資本金 万円)
従業員数*	合計 人 (うち、パート・7割 [※] 1人)
従業員の氏名	山内 氏 (山内 氏)
代表者の年齢	1. 25%未満 2. 25～50%未満 3. 50～75%未満 4. 75%以上
事業所の機能 (1つに○印)	1. ～30歳代 2. 40歳代 3. 50歳代 4. 60歳代 5. 70歳代 6. 80歳代～ 1. 単独事業所である 2. 当事業所が本所・本社・本店で国内の他の場所にも事業所がある 3. 当事業所が本所・本社・本店で他に国内・国外ともに事業所がある 4. 他の場所に本所・本社・本店がある
※1) 役員・個人事業主・家族従業員、期間の定めなく雇用しているパートアルバイトを含む	
問1 貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。(最も年間売上高の多いもの1つに○)	
1. 農業	3. 電気・ガス・熱供給・水道業
4. 情報通信業	6. 卸売業
7. 小売業	9. 不動産業、物品賃貸業
10. 学術研究、専門・技術サービス業	12. 生活関連サービス業、娯楽業
13. 教育、学習支援業	14. 医療業
16. その他サービス業 ^{※2}	17. その他()
※2) 16. その他サービス業: 廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、その他の事業サービス業	
問2 貴事業所の主たる事業概要及び独自の商品・サービスの説明を書いてください。(具体的に)	
(例) 家庭用化粧品を販売。地域に特化した店として商品の説明やアフターサービスを丁寧に行うよう努めており、訪問設置サービスも持っている。	

II 貴事業所の経営状況					
問3 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(1つに○)					
1. 300万円未満	2. 300万円以上500万円未満				
3. 500万円以上1,000万円未満	4. 1,000万円以上5,000万円未満				
5. 5,000万円以上1億円未満	6. 1億円以上10億円未満				
7. 10億円以上50億円未満	8. 50億円以上100億円未満				
9. 100億円以上	10. 事業別では分からない				
問4 平成29年度(2017年度)から令和元年度(2019年度)の3年間(新型コロナウイルス感染症の発生前の経営状況はどうでしたか。(1つに○))					
1. 黒字基調	2. 収支均衝	3. 赤字基調			
問5 令和元(2019)年4～12月(9か月)と令和2(2020)年4～12月(9か月)と比較して、次の項目はどのような変化していますか。(各1つに○) ※事業別に分らない場合、回答は不要です。					
①売上高	1. 増加 (5%以上) (±5%未満)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (±30%未満)	4. 減少 (±50%未満)	5. 大幅減少 (±50%以上)
②経常損益	1. 増加 (5%以上) (±5%未満)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (±30%未満)	4. 減少 (±50%未満)	5. 大幅減少 (±50%以上)
問6 貴事業所が受けた新型コロナウイルス感染症の影響は、次のどれに該当しますか。(1つに○)					
1. マイナスの影響 2. プラスの影響 3. 影響はない 4. わからない					
問6で「1」と回答された方にお聞きます。					
問6-1 その影響は、次のどれに該当しますか。(あてはまるものすべてに○)					
→「2」～「4」と回答した方は、問7へお進みください					
1. 国内需要の減少 2. 仕入の海外調達困難 3. 売上の減少 4. 仕入の国内調達が困難 5. 仕入の海外調達が困難 6. 物流の停滞 7. 輸出が困難 8. 代替品調達によるコスト増 9. 顧客・販売先の休業・廃業 10. イベント・展示会の中止 11. 出張・営業訪問が困難 12. 感染症対策に伴うコスト増 13. 売掛金回収が困難 14. 採用活動の延期・中止 15. 営業時間の減少 16. その他()					
III 貴事業所の事業状況					
問7 顧客・取引先の件数は、何件ですか。(1つに○)					
1. 4件以下	2. 5～9件	3. 10～19件	4. 20～49件		
5. 50～99件	6. 100～299件	7. 300件以上			
問8 主な顧客・取引先の地域(商圏)は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)					
1. 武蔵村山市内	2. 多摩地域内	3. 東京都内(23区)	4. 首都圏		
5. 東日本 ^{※3}	6. 全国	7. 国内外			
※3) 東日本=北海道、東北、(首都圏を除く)					

IV 立地環境

問9 海外市場との取引を行っていますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 海外からも仕入れている
2. 海外にも販売・取引をしている*4
3. 海外取引をしていないが関心がある
4. その他 ()

※4) 商社等を通じた間接的販売を含む

問10 貴事業所の強みは、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 企画・開発力
2. 高質な商品・サービス
3. 商品・サービスの種類の豊富さ
4. 価格競争力
5. 固定客の確保
6. 顧客対応の良さ(速さ・信頼)
7. 顧客ニーズの把握
8. 市場情報の収集力
9. 営業力・販売力
- 10.ブランド力、老舗の伝統
11. 広告・宣伝、情報発信力
12. 外部との連携(企業連携・産学連携等)
13. 人材教育・育成
14. 資金力
15. 店舗・施設
16. 特にない
17. その他 ()

問11 貴事業所において、ICT(情報通信技術)**を活用して取り組んでいることはありますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 経営資料のデジタル化
2. 人事・労務管理のデジタル化
3. 顧客・販売管理のデジタル化
4. 自社によるインターネット取引・販売
5. インターネットショッピングモールへの出店
6. IPやSNSなどによる情報発信
7. 顧客支払決済のキャッシュレス化
8. ネットを利用した金融サービス
9. Webを通じた会議・商談
10. 連絡ツール(電子メール・社内SNS等)
11. テレワーク
12. その他 ()
13. 取り組んでいない

※5) ICT:コンピュータやインターネットに関連する情報通信技術全般

問12 事業環境の変化に対応するため、過去10年以内に事業を見直し・変更したことがありますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 特に必要なと感じていない
2. 何から手をつければ良いかわからない
3. 相談先がない
4. 何を導入すれば良いかわからない
5. 対応する人材がいない
6. 費用がかかる
7. 情報漏洩が心配
8. その他 ()

問13 主要事業を拡大した 2. 新事業展開に取り組んだ 3. 主要事業の内容を変更した 4. 顧客・客層を変更した 5. 販売方法を変更した 6. 終了・廃止した事業がある 7. その他 () 8. 特段変えていない

問14 「1」～「7」と回答した方にお聞きします。

問14-1 見直し・変更した内容を簡単に書きください。

(例)建設業で、一般住宅だけでなく介護住宅リフォームの受注を始めた。業務を通じて蓄積された知識を活用し、経営の安定化を図るために介護ビジネスにも参入した。

問13 土地・建物所有の状況は、次のどれに該当しますか。(主に当てはまるもの1つに○)

1. 土地・建物ともに自社(己)所有
2. 土地は借地・建物は自社(己)所有
3. 土地は自社所有及び一部賃借、建物は自社(己)所有
4. 土地・建物ともに賃借
5. 賃貸ビルに入居
6. その他 ()

問14 当該地における立地の利点(メリット)は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 顧客・取引先に近い
2. 仕入がしやすい
3. 東京の知名度・ブランド
4. 情報が収集しやすい
5. 営業がしやすい
6. 企業間連携がしやすい
7. 高速度のICに近い
8. 優秀な人材が確保しやすい
9. 大きな消費地(マーケット)がある
10. 賃貸料が安い
11. 従業者が通勤しやすい
12. その他 ()

問15 今後の拡張・移転等の方向性は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 現状を維持する
2. 建替え・改修をしたい
3. 設備更新をしたい
4. 市内で拡張したい
5. 市外で拡張したい
6. 市外へ移転したい
7. 事業所を縮小したい
8. 廃業のため閉鎖
9. その他 ()

→「15」～「18」以外と回答した方は、問16へお進みください

問15で、「5」～「6」と回答された方にお聞きします。

問15-1 市外に拡張・移転する主な理由は何か。(当てはまるものすべてに○)

1. 購買者が少ない
2. コストが高い
3. 物流の利便性が悪い
4. 通勤の利便性が悪い
5. 求める施設・設備がない
6. 人材確保が困難
7. その他 ()

問15で、「6」～「8」と回答された方にお聞きします。

問15-2 移転・縮小・閉鎖に伴い、使用しなくなる事業所・店舗はどうされますか。(1つに○)

1. 賃貸のため返却
2. 事業所・店舗として貸し出す
3. 自事業所の他業務で利用(倉庫等)
4. 住宅併用で事業用部分は住まいとして利用
5. 住宅併用で事業用部分は未利用
6. 未利用
7. 売却
8. 決めていない
9. その他 ()

V 人材の確保・育成

問 16 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 不足している 2. 概ね適当・不足していない 3. 人材は過剰気味である

→ 1-2)もしくは13)と回答した方は、問 17へお進みください

問 16で「1」と回答された方にお聞きます。

問 16-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 企画・開発 2. マーケティング 3. 営業 4. 販売 5. 技術職
6. ICT 7. 海外取引 8. 法務・財務 9. 中間管理職・マネージャー
10. 事務職 11. 医療・看護・介護等
12. その他 () 13. 特になし

VI 事業承継

問 17 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 創業者 2. 代目 3. 本社ではないので事業承継者はいない

→ 1-3)と回答した方は、問 18へお進みください

問 17で、「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きます。

問 17-1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 決まっている (親族) 2. 決まっている (親族以外)
3. 候補はいっているが決まっていない 4. 承継たいが候補がいらない
5. まだ決める必要がない 6. 承継しない
7. その他 ()

問 17-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

1. ある 2. ない

→ 1-2)と回答した方は、問 18へお進みください

問 17-2で、「1」と回答された方にお聞きます。

問 17-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 後継者の育成 2. 従業員の理解
3. 相続税・贈与税等の税金対策 4. 自社株等の資産の取扱い
5. 承継前の経営者の個人補償や担保 6. ノウハウ・スキル等の承継
7. 事業承継に係る法制度・税制度 8. その他 ()

VII 貴事業所の課題

問 18 経営上の課題は、何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 販売先や取引先の開拓 2. マーケティング力の強化 3. 営業・販売力の強化
4. 商品・サービスの魅力向上 5. 価格競争力 6. 企画・開発力の向上
7. 業務の効率化 8. 市場の変化・縮小への対応 9. 大卸店との共存
10. 仕入先・協力事業者の廃業 11. 情報発信力の強化 12. 情報化・ICTの活用
13. 顧客支払決済のキャッシュレス化 14. 人材確保・育成 15. 事業承継
16. 店舗・設備の老朽化・不足 17. 自然災害等に対する防災対策の整備 18. 資金調達
19. 経営マネジメント力の強化 20. その他 ()

Ⅷ 今後の展開

問 19 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 現状維持 2. 事業の拡大 3. 事業の多角化 4. 事業の縮小 5. 業種を転換
6. 廃業の予定 7. その他 ()

→ 1-6)以外の回答された方は、問 20へお進みください

問 19で、「6」と回答された方にお聞きます。

問 19-1 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

1. 経営の先行き不安、経営悪化の回避 2. 主要顧客との契約終了
3. 経営者の高齢化・健康面(気力、体力)の不安 4. 承継する人がいない
5. 借入金・個人保証の問題 6. 創業時より自分の代でやめる予定
7. その他 ()

問 20 今後の事業活動において、関心がある活動内容は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 商品・サービスの魅力向上 2. コスト削減・価格競争の強化
3. 新商品・サービスの開発 4. 新規事業の立ち上げ
5. 事業環境の変化に即した業態転換 6. M&A (合併や買収)
7. 業務の効率化 8. 業務のデジタル化
9. インターネット販売 10. ICTを活用した事業変革や新事業の立ち上げ
11. 電子決済の推進 12. 店舗・事業所の改装
13. 空き店舗の活用 14. 異業種との連携(製造業者・農業者・観光業者との連携等)
15. 大学や企業との連携 16. 海外市場の開拓・拡大や海外展開
17. 地域貢献活動 18. 脱炭素経営(省エネ化、再生エネ化、新事業化等)
19. SDG s[※]の取組み 20. その他 ()

※6)国選で採択された「持続可能な開発目標」。2030年までの達成目標として17ゴールが設定されている。

問 21 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 市内事業者との取引拡大(事業所情報の発信やビジネスマッチング等)
2. 多摩地域を中心とした異業種事業者との交流・連携(情報交換・交流会・ビジネスマッチング等)
3. 新規取引先開拓(ビジネスマッチング等)
4. 大学・研究機関との交流・連携(交流会・テーマ型研究会等)
5. ICTを活用したネットワーク
6. その他 ()
7. 特になし

Ⅸ 公的支援策の利用

問 22 武蔵村山市が実施している支援策について、これまでの利用の有無と今後の利用に対する関心の有無について、お答えください。(それぞれ当てはまるものに○)

支援策名称	利用 (有る場合○)	今後の関心 (有る場合○)
小口事業資金融資あっせん制度 (運転資金・設備資金・緊急特別運転資金・普通創業資金・特定創業資金)		
小口事業資金融資あっせん制度利用者に対する信用保証料の全額補助制度		
小規模事業者振興資金利子補給制度		

問23 武蔵村山市の産業振興の方向性として、どのようなまちを目指すとよいでしょうか。

(当てはまるものすべてに○)

- 1. 事業がしやすい基盤が整っているまち
- 2. 商店街、商店が元気なまち
- 3. 来街者が多くにぎわいのあるまち
- 4. 人材が豊富で多くの人々が元気に働くまち
- 5. 創業・起業がしやすくなるまち
- 6. 事業者が継続的にチャレンジできるまち
- 7. 異業種が交流し新たな事業創出を図れるまち
- 8. 市民と事業者が協力して地域産業の活性化を図れるまち
- 9. その他 ()

問24 当面(おおよそ1~2年)の支援策(新型コロナウイルス感染症対策も含む)及び、中長期(おおよそ3~10年)の事業活動に対して、どのような支援策を充実してほしいですか。

(項目ごとに当てはまるものに○)

項目	(当てはまる項目に○)	
	短期 (1~2年)	中長期 (3~10年)
1. 商品・サービスの魅力向上		
2. 販路開拓支援 (情報発信 等)		
3. 新事業展開・第二創業への支援		
4. 業態転換・経営革新への支援		
5. 創業・再開業支援		
6. 情報化・ICTの活用		
7. 企業間連携・異業種交流		
8. 大学や研究機関との連携		
9. 人材の確保・採用		
10. 従業員の教育・育成		
11. 経営者向け研修		
12. 多様な働き方への支援 (ワーカー環境、子育て・介護との両立支援等)		
13. 事業承継への支援		
14. 事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入		
15. 経営相談、専門家による診断・アドバイズ		
16. 資金調達 (融資)		
17. 自然災害等に対する防災対策支援		
18. SDGsへの取組支援		
19. 脱炭素に向けた取組支援 (省エネ化、再生エネ化、新事業化等)		
20. その他 ()		

問25 今後のモレール延伸により新青梅街道沿道地区のまちづくりが重要となりますが、これからの武蔵村山市にはどのような機能や事業者を誘致することがよいと思いますか。(当てはまるものすべてに○)

- 1. 賑わいや生活の基盤となる商業機能の誘致
- 2. 通勤の利便性向上を活用した事業所やオフィス機能の誘致
- 3. 地域資源である奥山丘陵などの魅力を活用するための観光事業者の誘致
- 4. 市内農産品を活用するための飲食店や農産物販売所などの誘致
- 5. 地域での創業や起業を支援する拠点機能の誘致
- 6. 市内外の企業や大学が交流できる機能の誘致
- 7. その他 ()

問26 武蔵村山市及び東京都、国が実施している各種支援策に関する情報をどのように収集されていますか。

(当てはまるものすべてに○)

- 1. 市報「むさしむらやま」
- 2. 市のホームページ
- 3. 商工会からの紹介・広報紙・ホームページ
- 4. 東京都・国のホームページ
- 5. 金融機関 (名称: _____)
- 6. 業界団体
- 7. 新聞、テレビ、ラジオ、雑誌
- 8. ビジネス関連のウェブサイトを
- 9. 市政情報の配信メール
- 10. 同業者、取引先等
- 11. 会計事務所・税理士事務所
- 12. その他 ()
- 13. 特に、情報収集していない

問27 今後、武蔵村山市が実施している各種支援策情報はどのような提供方法を望めますか。

(当てはまるものすべてに○)

- 1. 市のホームページ掲載
- 2. 市政情報の配信メール
- 3. 産業に関する支援策のみの配信メール
- 4. LINEで配信
- 5. ダイレクトメール
- 6. 商工会を通じて発信
- 7. その他 ()

武蔵村山市の産業振興について、ご意見・要望などありましたら、自由にご記入ください。

【訪問ヒアリングご協力をお願い】

今後、いくつかの事業者様には個別に訪問して、さらに詳しくお話を伺いますヒアリング調査を予定しています。その場合、調査にご協力いただけますでしょうか。当てはまる方に○印を付けてください。

- 1. 協力してもよい
- 2. 協力できない

「1. 協力してもよい」と回答された方は、ご連絡先をお書きください。

事業所名
所属・役職
お名前
e-mail
電話番号

以上でアンケートは終わりです。ご多忙中、ご協力ありがとうございました。同封の返信用封筒(切手は不要)にて、2021年2月28日(日)までにご返函ください。なお、締切日を過ぎても確認のためご返信ください。

3. 市民調査票

I ご自身のことについてお聞きします

問1 性別をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 男
2. 女

※選択することによって違和感がある場合は回答不要です。

問2 年齢をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 10歳代
2. 20歳代
3. 30歳代
4. 40歳代
5. 50歳代
6. 60歳代
7. 70歳代以上

問3 お住まいの地域をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 中藤
2. 神明
3. 中央
4. 本町
5. 三ツ木
6. 岸
7. 中原
8. 三ツ藤
9. 伊奈平
10. 残堀
11. 榎
12. 学園
13. 大南
14. 緑が丘

問4 世帯の家族構成は、次のうちどれにあたりますか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 一人暮らし
2. 夫婦のみ(パートナー含む)
3. 親と子の世帯
4. 親と子と孫の世帯
5. 友人、他人と同居(寮・シェアハウス等)
6. その他 ()

問5 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

1. 会社員
2. 公務員・団体職員
3. 自営業・自由業
4. 非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣)
5. 学生
6. 主に家事に従事
7. 無職
8. その他 ()

→「6」～「8」と回答した方は、問6へお進みください

→問5で「1」～「5」と回答された方にお聞きします。

問5-1 通勤・通学先はどこですか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 自宅
2. 武蔵村山市内(自宅を除く)
3. 近接地域(立川市・東大和市・福生市・瑞穂町)
4. 東京都多摩地区内(武蔵村山市・近接地域を除く)
5. 東京都23区内
6. 埼玉県
7. その他 ()

問5-2 自宅等でのテレワークを含む在宅勤務やオンライン学習を実施していますか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 実施しており、今後も継続的に実施予定
2. 実施しているが、今後の継続的実施は不明
3. 実施していないが、今後実施する予定
4. 実施しておらず、今後も実施する予定はない
5. その他 ()

II 市内での就業についてお聞きします

問6 市内での就業について、どう思われますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 市内で就業しており、今後も市内で就業し続けたい
2. 市内で就業しているが、就業場所は市内にこだわっていない
3. 現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に聞きたい
4. 現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に聞きたい
5. 現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、特に市内で就業したいとは思わない
6. 就業する予定がないので分からない
7. その他 ()

III 市内での買い物についてお聞きします

問7 普段の買い物先についてお聞きします。ア～セの商品ごとに一番良く利用する場所をそれぞれ1つずつ選んで○をつけてください。

商品	購入場所																
	総合スーパー 大型専門店 スーパーマーケット コンビニエンスストア 商店街 商店街以外の個人商店 その他	立川	東大和	昭島	福生	八王子	国分寺(23区)	練心(23区)	入間	平野(23区)を希望する場合は※							
ア 食料品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
イ 日用雑貨品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ウ 服飾・寝具	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
エ 洋服・眼鏡	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
オ 靴・カバン類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
カ 家具	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
キ 電化製品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ク カメラ・時計・宝石類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ケ スポーツ・アウトドア用品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
コ 書籍・文具	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
サ 贈答品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
シ 化粧品・医薬品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
ス 飲食(外食等)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
セ 美容・美辞	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17

問8 市内の商店等(スーパー、大型店、量販店を除く)でどれぐらいの頻度で買い物されますか。
(当てはまるもの1つに○)

1. 毎日利用している 2. 週に2～3回程度 3. 週に1回程度 4. 月に2～3回程度
5. 月に1回程度 6. 年に数回程度 7. ほとんど利用しない

問9 市内商店街はどれぐらいの頻度で行かれますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 毎日利用している 2. 週に2～3回程度 3. 週に1回程度 4. 月に2～3回程度
5. 月に1回程度 6. 年に数回程度 7. ほとんど利用しない

問10 日常の買い物において、不便を感じていますか。(当てはまる方に○)

1. 不便を感じている 2. 不便を感じていない

問10で1. 不便を感じていると回答された方にお聞きします。
問10-1 不便を感じている理由は何ですか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 店までの距離が遠い
2. 品揃えや価格が不揃い
3. 家族・友人・隣人等の協力がなく、買い物ができない
4. 閉店時間が早い、営業時間が短い
5. 重いものが持てないため一度に少量しか購入できない
6. バスの停留所・駅まで遠い、本数が少ない
7. バス・タクシー(公共交通機関)の運賃が高い
8. 車や自転車の運転に不安がある
9. 駐車場が整備されていない、足りない、混雑する
10. その他 ()

問11 市内の商店街・店舗等に、どのようなことを望まれますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 商品・サービスの魅力向上
2. 品揃えの充実
3. 市内農産物の販売
4. 商品等の相談ができる
5. ネットやアプリやパソコンを通じた情報提供
6. 電子決済ができる
7. 電話・ファックス・ネットでの注文
8. 営業時間の延長
9. 特売日・セールイベント
10. 朝市や季節のイベント
11. 子育て世代向けのイベント・サービス
12. 高齢者向けのイベント・サービス
13. 移動販売
14. 買い物のための送迎サービス
15. 配達サービス
16. 気軽に入れる雰囲気づくり
17. デザインがよい、またはきれいな店舗づくり
18. 歩いて楽しい商店街
19. グルメマップ、食べ歩きコースの設定
20. その他 ()

問12 お住まいの近くにどのようなお店が増えるよとしたいと思いますか。
(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 専門スーパー(食料品、日用品) 2. 総合スーパー
3. コンビニエンスストア 4. デイスクラウンストア
5. 食料品 6. 日用雑貨品
7. 衣料品・寝具・靴・カバン類 8. 家具
9. 電化製品 10. カメラ・時計・宝石店
11. スポーツ・レジャー用品 12. 書籍・文具
13. 化粧品・医薬品 14. 飲食店(喫茶・カフェ除く)
15. 喫茶・カフェ 16. 理容・美容
17. 特にない 18. その他 ()

IV 武蔵村山市の産業振興についてお聞きします

問13 武蔵村山市の産業振興策として、重要と思われる取組みは何ですか。
(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 中小企業の経営支援
2. 製造業の誘致・定着支援
3. 市内店舗の魅力づくり
4. 農産物の地産地消
5. 来街者を増やしてまちの賑わいを高める 6. 市民・来訪者が楽しめる市内観光の振興
7. 伝統工芸品などの伝統産業の振興 8. 商店街の振興
9. 創業・起業がしやすいまち 10. 事業者の人材育成や雇用・職場環境の向上支援
11. 仕事と子育て・介護との両立支援 12. 市民による市内店舗の応援活動
13. 市民が市内産業への理解を深める機会づくり 14. 企業が取り組む環境保全活動への支援
15. その他 ()

問14 今後のモレール延伸により新青梅街道沿道地区のまちづくりが重要となりますが、これからの武蔵村山市にはどのような機能や事業者を誘致することがよいかと思いますか。
(当てはまるものすべてに○)

1. 賑わいや生活の基盤となった商業機能の誘致
2. 通勤の利便性向上を活用した事業所やオフィス機能の誘致
3. 地域資源である狭山丘陵などの魅力を活用するための観光事業者の誘致
4. 市内農産品を活用するための飲食店や農産物販売所などの誘致
5. 地域での創業や起業を支援する拠点機能の誘致
6. 市内外の企業や大学が交流できる機能の誘致
7. その他 ()

問 15 市民がさらに、武蔵村山市の農業に触れ、農産物を消費できるようにするためには、どのようなことをすればよいと思いますか。(当てはまるものすべてに○)

- 1. 市内産農産物を市内の地元商店等で販売する
- 2. 市内産農産物を市内のスーパーやコンビニエンスストアで販売する
- 3. 市内産農産物をネットで注文し、近くの店舗に取りに行くシステムを構築する
- 4. 市内の直売所を増やす
- 5. 市内飲食店で市内産農産物を活用し、武蔵村山市の名物料理としてPRする
- 6. 話題になっている野菜など、他地域と差別化を図るため農産物のブランド化を進める栽培を検討・チャレンジする
- 7. 農業体験や体験型市民農園などを通じて農業との関わりを増やす
- 8. 市内農業を紹介する講座など、市内農業を学習する場を増やす
- 9. その他 ()

問 16 武蔵村山市の観光・農業において、特に体験して満足したこともしくは興味があることは何ですか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 1. 村山温泉かたくりの湯
- 2. 野山北・六道山公園
- 3. 村山かてうどん
- 4. みかん狩り・なし狩り
- 5. 市内まら歩き
- 6. 村山大島軸織
- 7. 武蔵村山産の野菜・果物を使った飲食店
- 8. 農業体験
- 9. 振農ボランティア
- 10. その他 ()

問 17 今後、武蔵村山市の観光・農業振興として、何をPRしていけばよいと思いますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 1. 村山温泉かたくりの湯
- 2. 野山北・六道山公園
- 3. 村山かてうどん
- 4. みかん狩り・なし狩り
- 5. 市内まら歩き
- 6. 村山大島軸織
- 7. 武蔵村山産の野菜・果物を使った飲食店
- 8. 農業体験
- 9. 振農ボランティア
- 10. その他 ()

問 18 市内事業者にとどのようなことを望みますか。(最も当てはまるもの2つまでに○)

- 1. 市民の雇用推進
- 2. 学生等のインターンシップ受入れ
- 3. 企業見学・産業教育
- 4. イベント・スポーツ事業
- 5. 地域活動への参加 (ボランティア活動等)
- 6. 美化活動 (清掃・花壇の整備等)
- 7. 地域活動・祭り等への協力
- 8. 施設や駐車場の開放・貸出
- 9. 防犯活動
- 10. 防災活動
- 11. 市民との交流事業
- 12. その他 ()

その他、武蔵村山市の産業振興に向けてご意見がありましたらお書きください。

これで、質問は終了いたしました。お忙しいところご協力いただき、誠にありがとうございます。

同封の封筒に調査票を入れて **2021年 2月 28日(日)**までに投函してください。
なお、締切日を過ぎても確認のためご返信ください。

「武蔵村山市産業振興ビジョン」策定のための
アンケート調査報告書
令和3年5月

発行： 武蔵村山市
編集： 協働推進部 産業観光課
〒208-8501
東京都武蔵村山市本町一丁目1番地の1
電話： 042-565-1111（代）