

新型コロナウイルスによる区内中小企業等への影響調査
分析報告書

令和2年10月

墨田区産業観光部経営支援課

目次

1 調査概要	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査対象	1
(3) 調査方法	1
(4) 調査内容	1
(5) 調査期間	1
(6) 回収結果	1
2 調査結果	2
(1) 業種別回答企業	2
(2) 景況感	3
(3) イベントの中止・延期・規模縮小	6
(4) 自社での対応	7
(5) 墨田区の産業・観光施策	8
(6) すみサポのサポート・相談を希望するか	9
3 調査結果の分析	10
(1) 回答企業の属性	10
(2) 景況感	12
(3) イベントの中止・延期・規模縮小	22
(4) 自社での対応	25
(5) 墨田区の産業・観光施策	30
(6) すみサポのサポート・相談を希望するか	36
4 調査結果に基づく課題分析	38
(1) 新型コロナウイルス収束後の区内産業飛躍のための先行投資	38
(2) 区内経済再生のための情報発信	40
(3) 働き方改革の推進による区な企業の体制強化	42
(4) イベント再開による販路開拓機会の創出	44
(5) 区内企業への経営支援の充実	46

1 調査概要

(1) 調査目的

新型コロナウイルス感染症の流行を受け、区は、区内中小企業等に対し、令和2年3月から新型コロナウイルス感染症緊急対策資金を創設するとともに、すみだビジネスサポートセンターで相談を受け付けるなど、早期の緊急的対応を実施した。しかし、区内中小企業等への影響は深刻であり、これらの緊急的対応に加え、事業活動の改善に向けたさらなる支援策が求められていることが予想された。そこで、区内中小企業等に対し、新型コロナウイルスによる影響調査を実施し、区内中小企業等の現状を的確に把握するとともに、地域経済の改善に向けたさらなる支援策構築の基礎資料とするため、本調査を実施した。

(2) 調査対象

企業台帳に登録されている8,149社（令和2年1月31日現在）から抽出した区内企業1,132社

(3) 調査方法

電話または電子メールによる調査

当初、訪問による聞き取り調査を原則としていたが、令和2年4月7日の緊急事態宣言の発令を受け、電話または電子メールによる調査に切り替えた。

(4) 調査内容

- 1．基本情報（会社名・屋号、所在地、代表者名、業種、社歴、従業員数等）
- 2．自社の景況感について
- 3．新型コロナウイルス感染症に伴うイベントの中止・延期について
- 4．自社における対応について
- 5．墨田区の産業及び観光施策について
- 6．すみだビジネスサポートセンターへの相談について

(5) 調査期間

令和2年3月から6月

(6) 回収結果

634社（回収率56.1%）

2 調査結果

(1) 業種別回答企業（単回答）

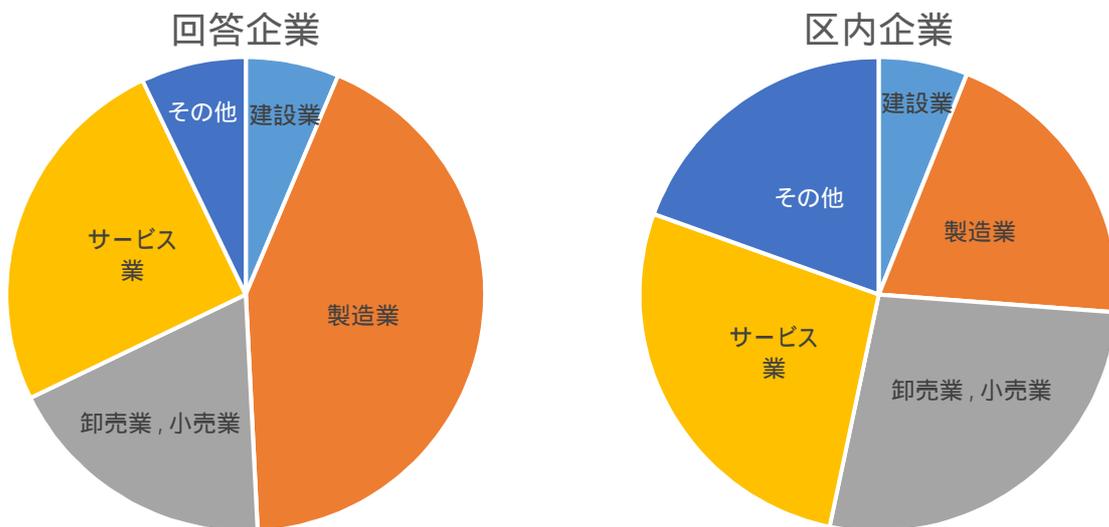
回答企業は、実際の区内企業の割合と比べ、「製造業」が多く「その他」が少ない結果となったが、これは調査に使用した企業台帳が「製造業」を中心に構成されているためである。

業種	回答企業		区内企業	
	企業数	構成比	企業数	構成比
建設業	40	6.31%	931	6.01%
製造業	272	42.90%	3,129	20.20%
卸売業，小売業	118	18.61%	4,197	27.09%
サービス業	159	25.08%	4,177	27.21%
その他	45	7.10%	3,020	19.49%
合計	634	100%	15,492	100%

「サービス業」には、宿泊業、飲食店、洗濯・理容・美容・浴場業等を含む。

「その他」には、情報通信業、運輸業、不動産業、医療、福祉等を含む。

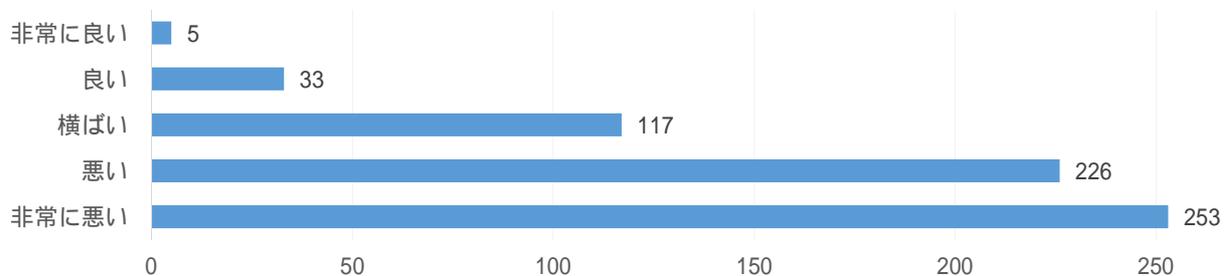
「区内企業」は平成28年経済センサスを基に墨田区が作成した。



(2) 景況感

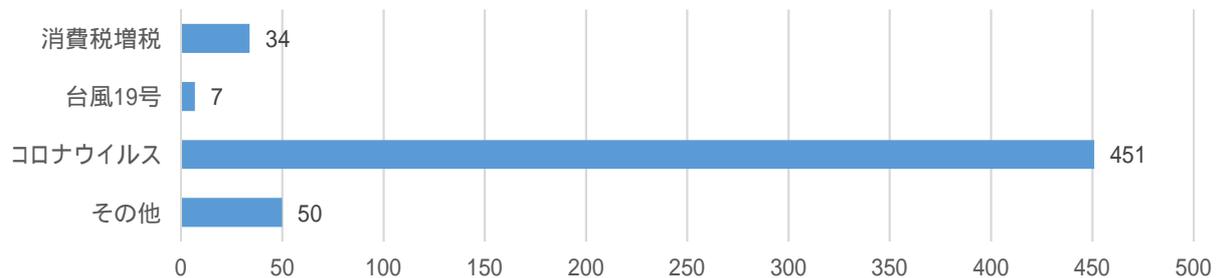
自社の景況感（単回答）

回答企業の75.6%にあたる479社が「悪い」または「非常に悪い」と回答している。一方、5.9%と少数ではあるが、「非常に良い」または「良い」と回答した企業も存在している。



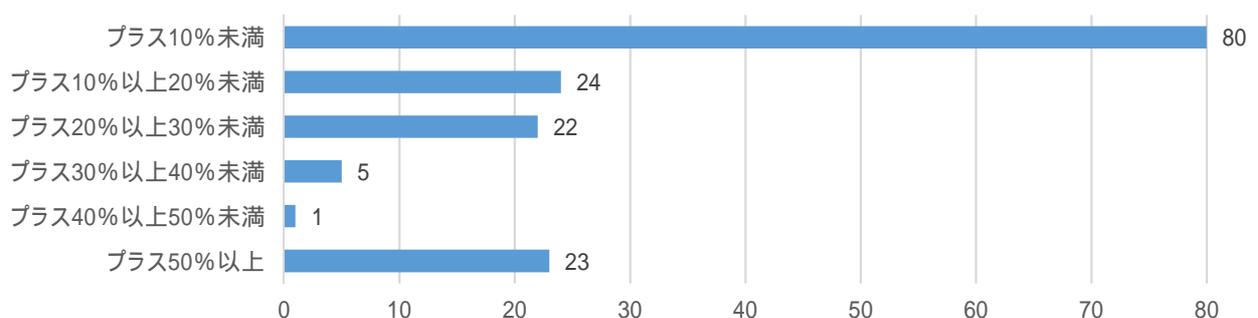
景況感が悪化した要因（複数回答）

悪化した要因は「新型コロナウイルス」が圧倒的に多い。一方、「消費税増税」や「台風19号」、「その他」としてリーマンショックから悪化が続いているなど、元々景況が悪化していたところに「新型コロナウイルス」が追い打ちをかけた感がある。



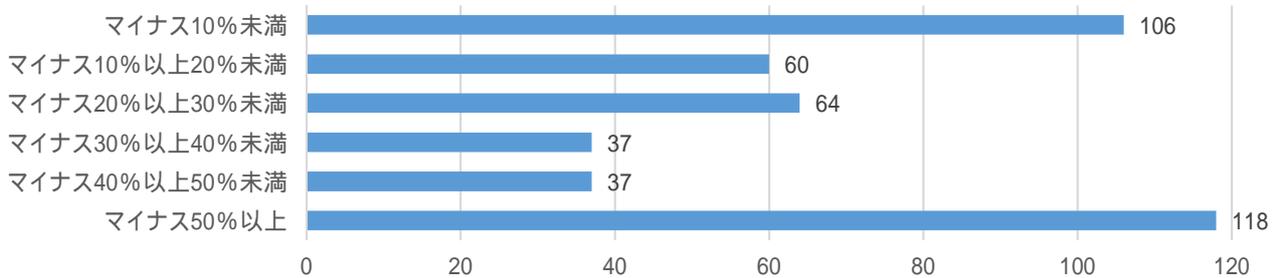
対前年3月比の売上（プラス）（単回答）

対前年3月比の売上がプラスとなった企業は155社あった。取り扱う商品やサービスによっては、新型コロナウイルスの影響を受けにくい企業もある。



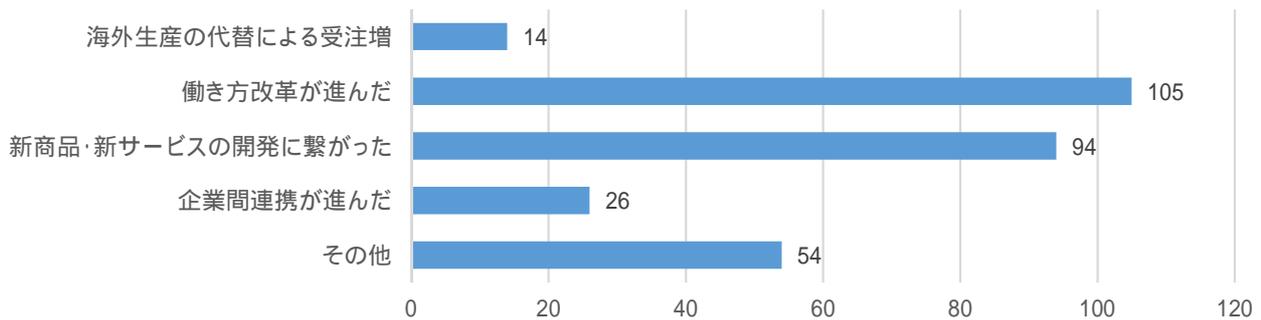
対前年3月比の売上（マイナス）（単回答）

対前年3月比の売上がマイナスとなった企業は422社あった。マイナス50%以上と回答した企業が最も多く、影響は深刻である。



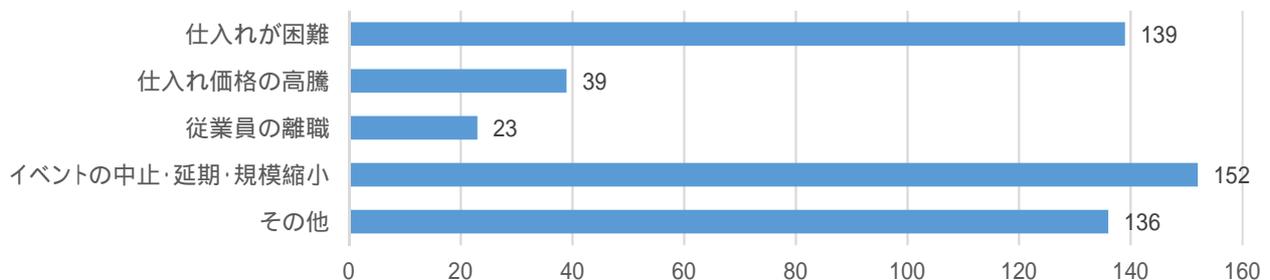
売上以外の影響（プラス面）（複数回答）

売上以外でプラスの影響があるとの回答は293件であった。新商品・新サービスの開発など、かねてから検討中であった課題に取り組むきっかけとなったとする回答が多かった。また、テイクアウト需要の増加など、純粋なビジネスチャンスと捉える企業も存在している。



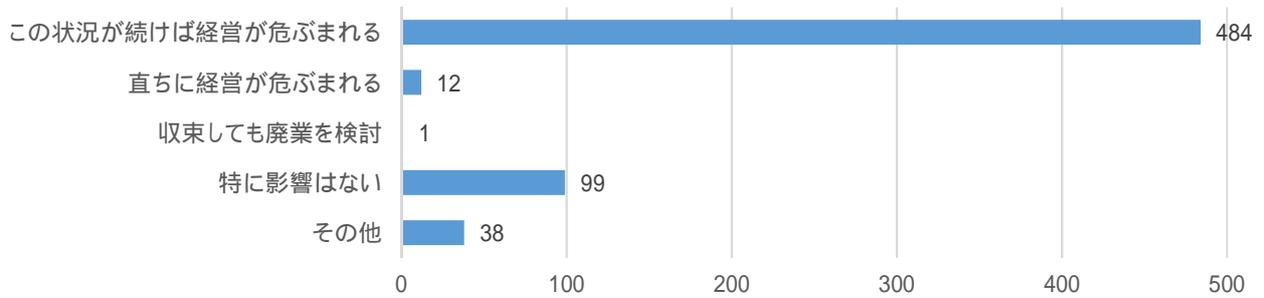
売上以外の影響（マイナス面）（複数回答）

売上以外でマイナスの影響があるとの回答は489件であった。中国からの輸入が滞るなど「仕入れが困難」とする回答や、イベント中止による営業機会の損失などを挙げる企業が多かった。



今後の自社への影響（単回答）

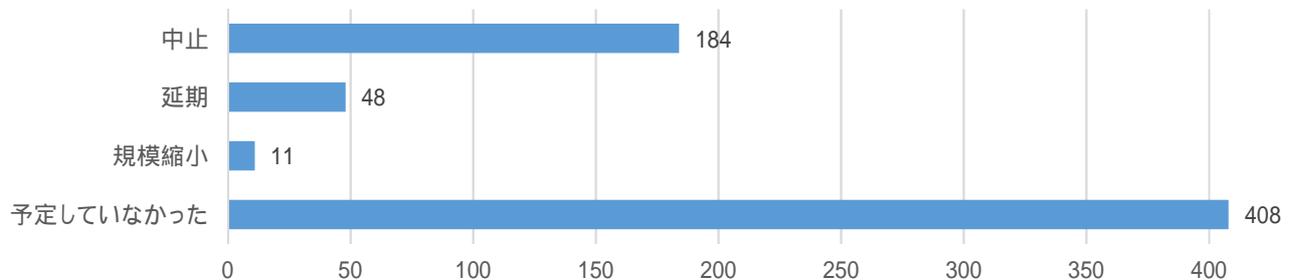
今後の影響として、「この状況が続けば経営が危ぶまれる」とする企業が 484 社と圧倒的に多かった。具体的な期間としては、「夏頃まで」の経済活動再開を目安とする企業が多かった。「直ちに経営が危ぶまれる」と回答した企業の具体的な理由としては、「家賃の支払」や「受注が完全にストップ」が挙げられている。



(3) イベントの中止・延期・規模縮小

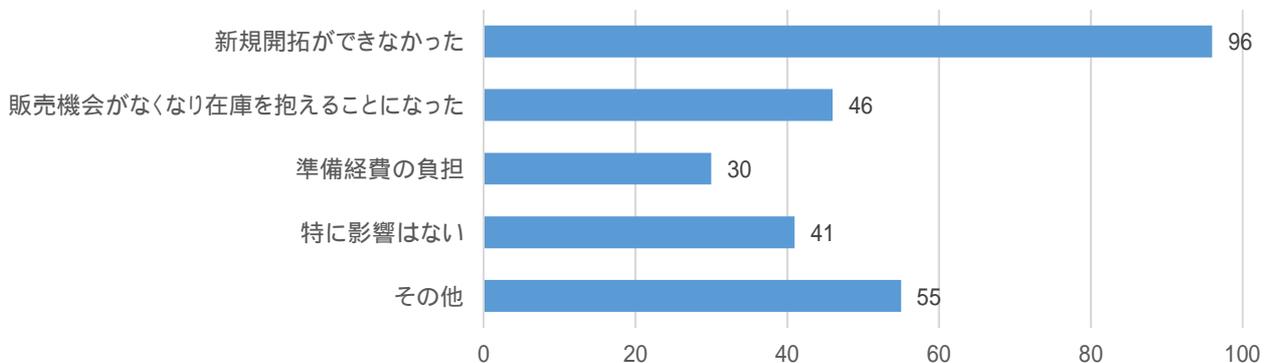
イベントの中止・延期・規模縮小の状況（複数回答）

イベントについては、「中止」となったものが多いことがわかる。イベントの内容としては、展示会、催事、マルシェ等、大小様々なイベントに影響が及んでいる。一方、「イベントを予定していなかった」企業が408社あり、イベント中止等による直接的な影響を受けない企業も多い。



中止・延期・規模縮小による影響（複数回答）

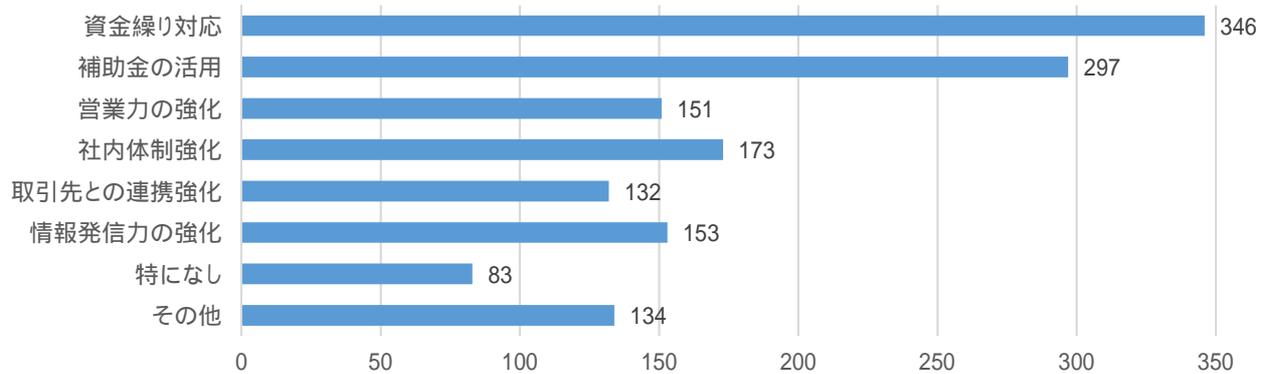
イベントの「中止・延期・規模縮小による影響」があるとの回答は227件あった（「特に影響はない」とした回答41件を除く）。具体的な内容としては、イベント出展による販路開拓や営業機会の損失を挙げる企業が多いが、博物館周辺の飲食店などはイベント中止による来客減の影響を挙げていた。また、イベントに従業員の教育・モチベーション向上の機会と捉えており、人材育成の機会が失われたとする企業もあった。



(4) 自社での対応

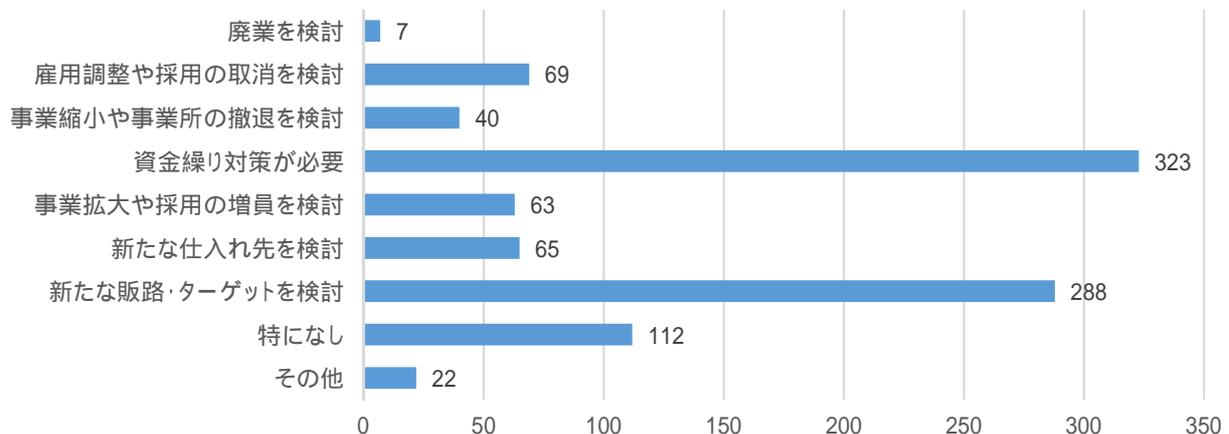
打開策として取り組んでいること(複数回答)

打開策としての取組は「資金繰り対応」(346件)と「補助金の活用」(297件)が圧倒的に多かった。また、新商品・新サービスの開発や設備投資の計画、働き方改革の推進など、空いてしまった時間を活用して、将来を見据えた取組を行う企業も多くみられた。



今後の事業継続について(複数回答)

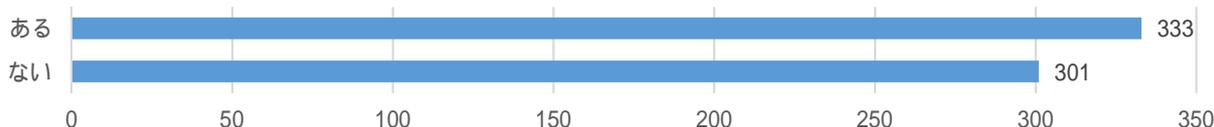
今後の事業継続に関しては、「資金繰り対策」(323件)が最も多く、速やかな資金供給が求められていることがわかる。また、新商品・新サービスの開発や情報発信力の強化など「新たな販路・ターゲットを検討」(288件)も多く、業態の転換や拡大の支援も求められている。



(5) 墨田区の産業・観光施策

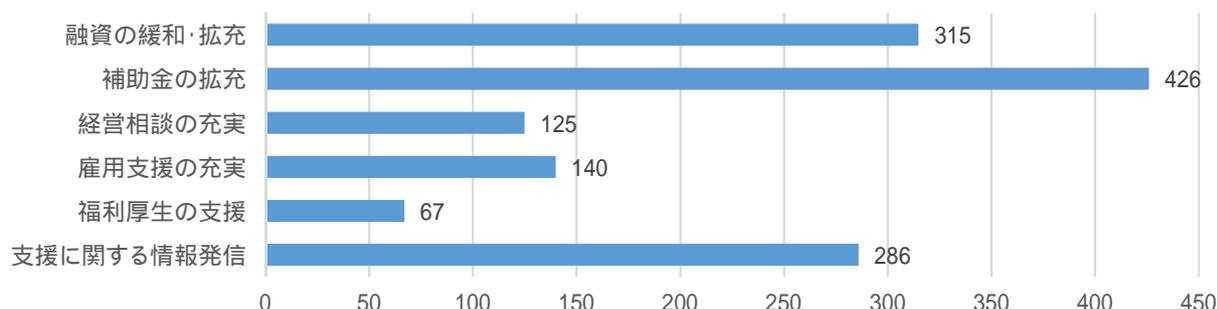
行政等の支援策を利用したことがあるか(単回答)

行政等の支援策については、「利用したことがある」と回答した企業が333社(52.6%)となり、「利用したことがない」と回答した301社(47.5%)を上回ったものの、これまでに行政の支援策を利用したことがない企業には、新型コロナウイルスの支援策についても情報が届いていない可能性があり、わかりやすい支援情報の発信が必要である。



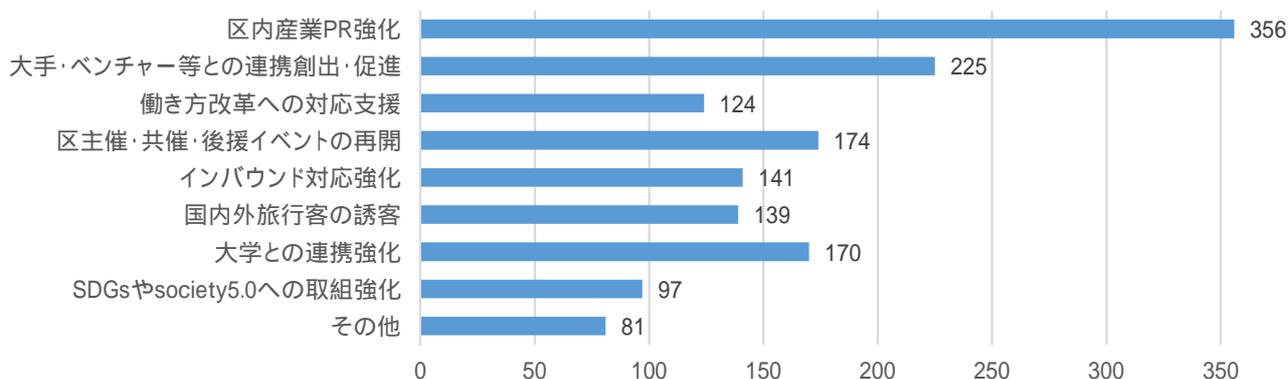
新型コロナウイルス対策として行政に求める支援(複数回答)

行政に求める支援策としては、「補助金の拡充」(426件)、「融資の緩和・拡充」(315件)が多く、資金繰りへの支援を求める意見が多い。また、「支援に関する情報発信」もかなり多く、「窓口の一本化」を求める意見も挙がっている。



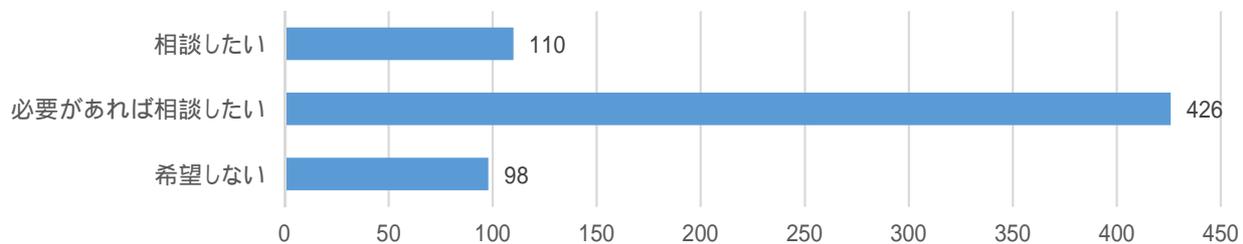
区内産業を発展させるために必要な施策(複数回答)

新型コロナウイルス収束後の経済復興も含め、区内産業の発展に必要な支援策について聞いたところ、「区内産業のPR強化」が最も多く、「区主催・共催・後援イベントの再開」と合わせ、区内への誘客の復活・強化が求められている。また、「大手やベンチャー等との新たな連携創出・促進」も多く、新たなビジネスチャンスの創出が求められている。



(6) すみサポのサポート・相談を希望するか (単回答)

すみだビジネスサポートセンターによるサポートや相談については、「相談したい」(110 社) 「必要があれば相談したい」(426 社) を合わせると、全体の 84.6% がすみだビジネスサポートセンターによる支援を求めている。



3 調査結果の分析

(1) 回答企業の属性

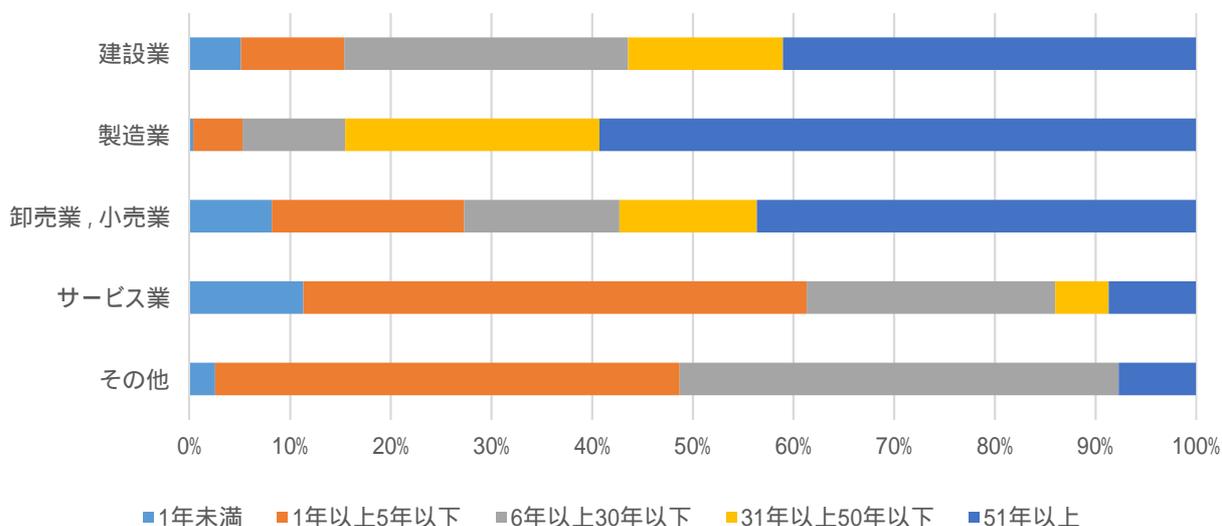
業種別・業歴別調査企業（業歴未回答の企業を除く）

調査企業を業種別・業歴別に見ると、「建設業」「製造業」「卸売業,小売業」は業歴31年以上の企業が50%を超えている。特に「製造業」では業歴31年以上の企業が80%以上であり、そのうち業歴51年以上の企業が約60%を占めている。

一方、「サービス業」「その他」は業歴30年以下の企業が80%を超えており、業歴5年以下の企業が「サービス業」では60%以上、「その他」では約50%となっている。

この結果からは、「建設業」「製造業」「卸売業,小売業」は、バブル崩壊、リーマンショック、東日本大震災といった社会経済の大変動を乗り越え、事業を継続・承継してきた企業が多いことがわかる。一方、「サービス業」「その他」は、時代や消費者ニーズの変化に合わせ、業態やサービス内容を工夫した新規参入が活発であることがうかがえる。

	1年未満	1年以上 5年以下	6年以上 30年以下	31年以上 50年以下	51年以上	合計
建設業	2 (5.13%)	4 (10.26%)	11 (28.21%)	6 (15.38%)	16 (41.03%)	39 (100%)
製造業	1 (0.38%)	13 (4.91%)	27 (10.19%)	67 (25.28%)	157 (59.25%)	265 (100%)
卸売業, 小売業	9 (8.18%)	21 (19.09%)	17 (15.45%)	15 (13.64%)	48 (43.64%)	110 (100%)
サービス業	17 (11.33%)	75 (50.00%)	37 (24.67%)	8 (5.33%)	13 (8.67%)	150 (100%)
その他	1 (2.56%)	18 (46.15%)	17 (43.59%)	0 (0%)	3 (7.69%)	39 (100%)
合計	30 (4.98%)	131 (21.72%)	109 (18.08%)	96 (15.92%)	237 (39.30%)	603 (100%)

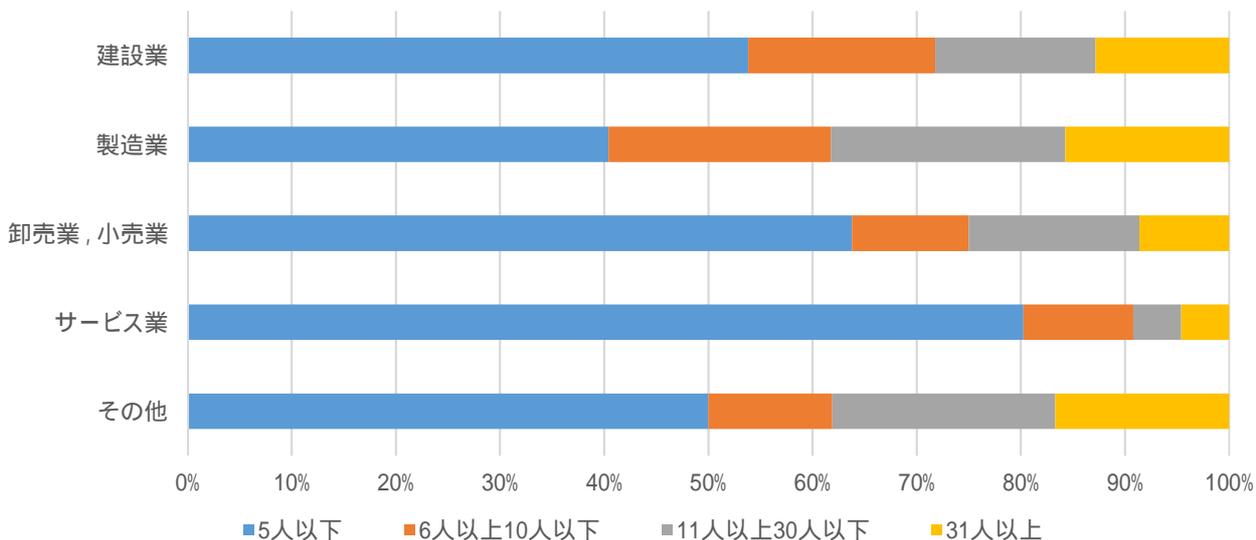


業種別・従業員規模別調査企業（従業員数未回答の企業を除く）

調査企業を業種別・従業員規模別に見ると、「建設業」「卸売業、小売業」「サービス業」「その他」は従業員数 5 人以下の企業が 50%以上となっている。「製造業」でも従業員数 5 人以下の企業が 40%を超えており、従業員数 10 人以下の企業はすべての業種で 60%を超えている。特に「サービス業」では、従業員数 5 人以下の企業が 80%を超えている。

いわゆる労働集約型産業である「サービス業」において、従業員規模が特に小さいことから、区内企業は個人経営・家族経営に近い形態の企業が多いことがうかがえる。

	5 人以下	6 人以上 10 人以下	11 人以上 30 人以下	31 人以上	合計
建設業	21 (53.85%)	7 (17.95%)	6 (15.38%)	5 (12.82%)	39 (100%)
製造業	108 (40.45%)	57 (21.35%)	60 (22.47%)	42 (15.73%)	267 (100%)
卸売業、 小売業	74 (63.79%)	13 (11.21%)	19 (16.38%)	10 (8.62%)	116 (100%)
サービス業	122 (80.26%)	16 (10.53%)	7 (4.61%)	7 (4.61%)	152 (100%)
その他	21 (50.00%)	5 (11.90%)	9 (21.43%)	7 (16.67%)	42 (100%)
合計	346 (56.17%)	98 (15.91%)	101 (16.40%)	71 (11.53%)	616 (100%)



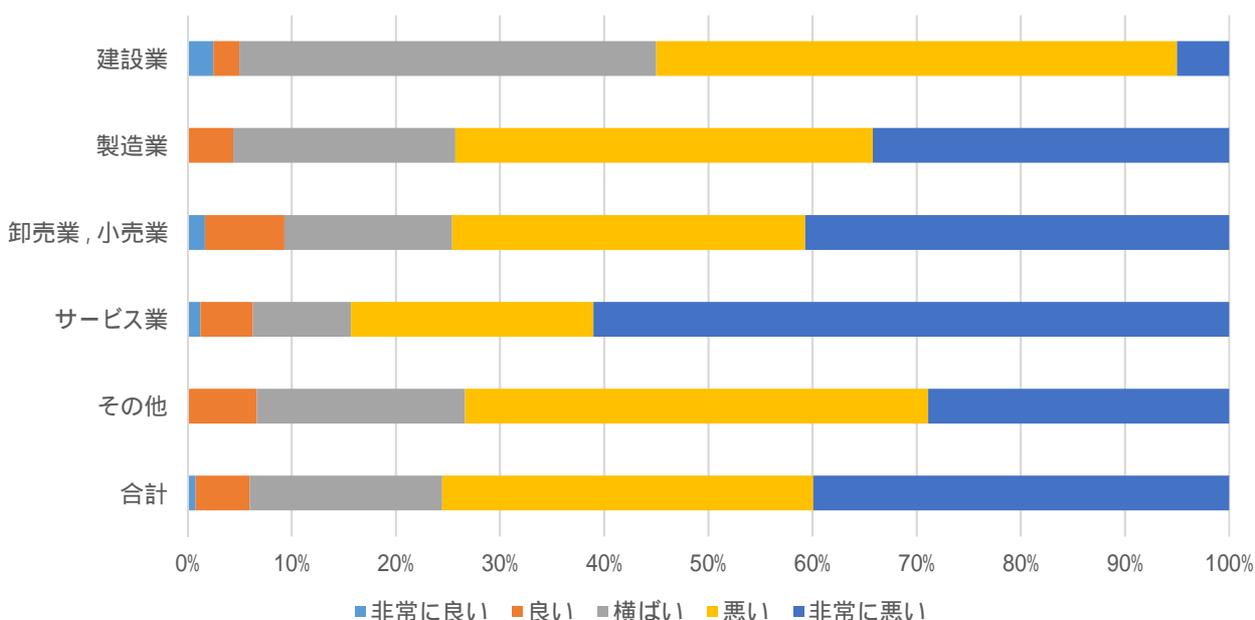
(2) 景況感

業種別景況感

調査企業の景況感を業種別に見ると、「悪い」「非常に悪い」とした企業が、すべての業種で50%を超えており、影響は深刻である。なかでも「サービス業」が顕著であり、80%以上の企業が「悪い」「非常に悪い」と回答している。

一方、厳しい状況ながらも「建設業」では「横ばい」と回答した企業が40%存在する。また、他の業種でも、少ないながら「非常に良い」「良い」と回答した企業が存在している。医療機器開発を行っていたり、消毒液を製造・販売していた等、コロナ禍においても需要が増大または横ばいであるような分野の企業であると推察される。

	非常に良い	良い	横ばい	悪い	非常に悪い	合計
建設業	1 (2.50%)	1 (2.50%)	16 (40.00%)	20 (50.00%)	2 (5.00%)	40 (100%)
製造業	0 (0%)	12 (4.41%)	58 (21.32%)	109 (40.07%)	93 (34.19%)	272 (100%)
卸売業, 小売業	2 (1.69%)	9 (7.63%)	19 (16.10%)	40 (33.90%)	48 (40.68%)	118 (100%)
サービス業	2 (1.26%)	8 (5.03%)	15 (9.43%)	37 (23.27%)	97 (61.01%)	159 (100%)
その他	0 (0%)	3 (6.67%)	9 (20.00%)	20 (44.44%)	13 (28.89%)	45 (100%)
合計	5 (0.79%)	33 (5.21%)	117 (18.45%)	226 (35.65%)	253 (39.91%)	634 (100%)

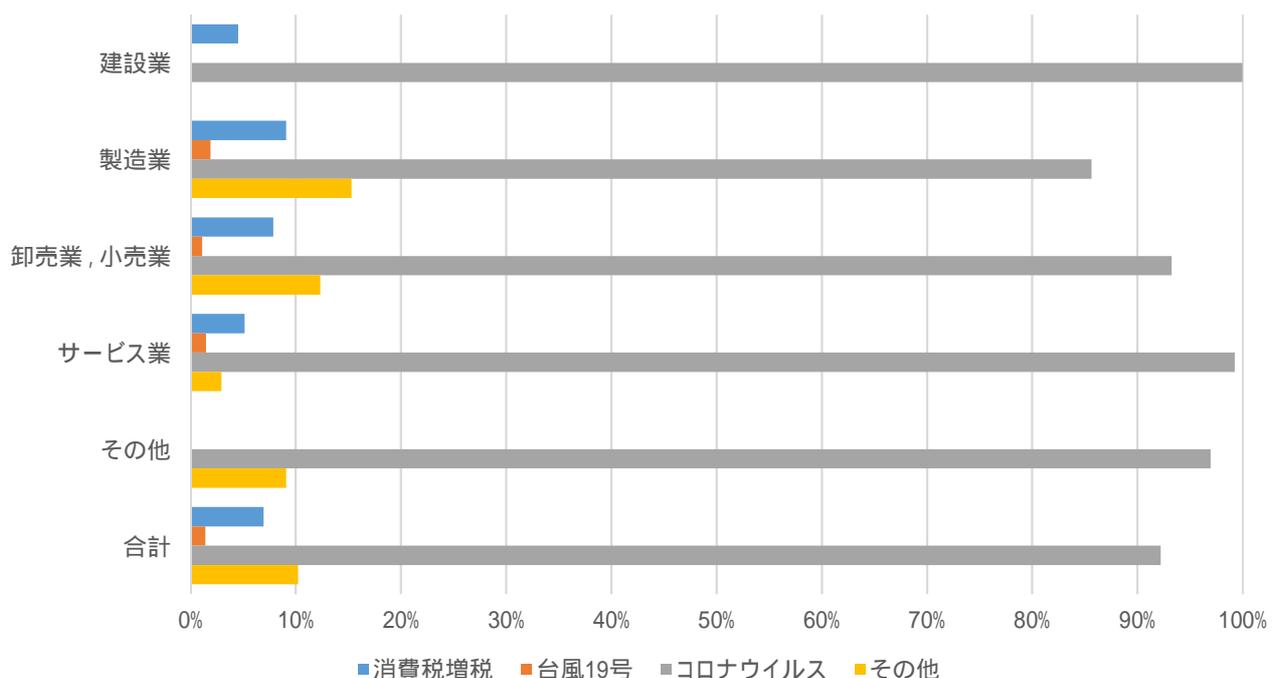


業種別景況感が悪化した要因

景況感が悪化した要因については、すべての業種で「コロナウイルス」が圧倒的に多い。特に「建設業」では、回答した企業の100%が要因に挙げている。また、複数の要因を挙げた企業もあり、「消費税増税」や「その他」としてリーマンショックを挙げるなど、景況が悪化した要因は複合的であることがわかる。

「製造業」においては、若干ではあるが、他の業種に比べ「コロナウイルス」を要因に挙げた割合が低く、「消費税増税」と「その他」を挙げた割合が高い。これは、他の業種に比べ、「コロナウイルス」の直接的な影響が表れるのが遅かったためと考えられるが、すでに80%以上の製造業が要因に挙げており、今後さらなる景況悪化が予想される。

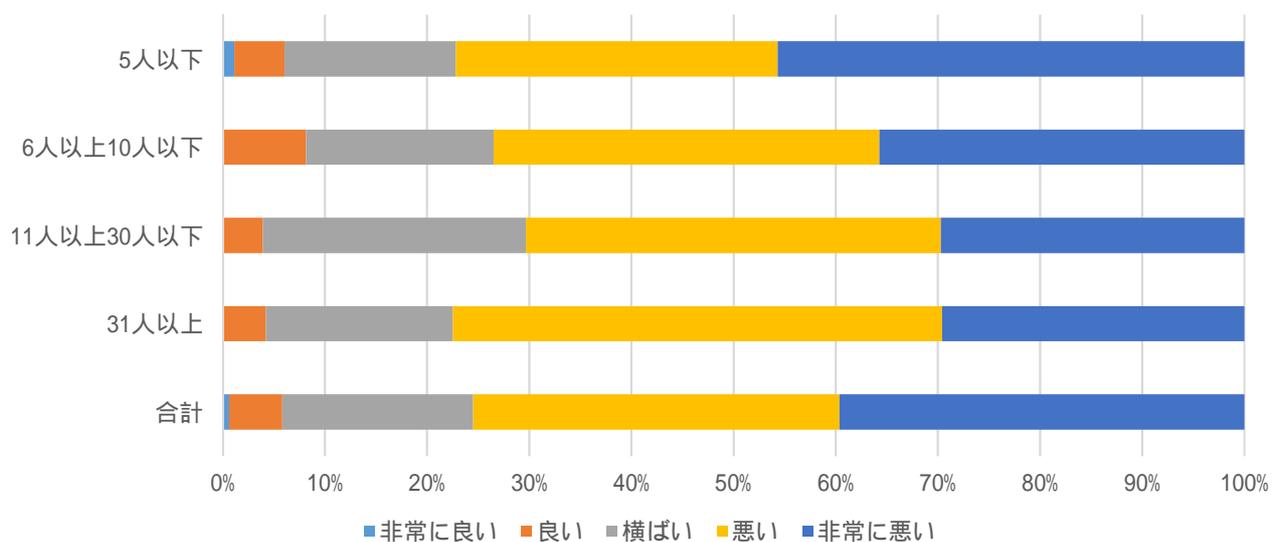
	消費税増税	台風19号	コロナウイルス	その他	回答企業
建設業	1 (4.55%)	0 (0%)	22 (100%)	0 (0%)	22
製造業	19 (9.09%)	4 (1.91%)	179 (85.65%)	32 (15.31%)	209
卸売業、 小売業	7 (7.87%)	1 (1.12%)	83 (93.26%)	11 (12.36%)	89
サービス業	7 (5.15%)	2 (1.47%)	135 (99.26%)	4 (2.94%)	136
その他	0 (0%)	0 (0%)	32 (96.97%)	3 (9.09%)	33
合計	34 (6.95%)	7 (1.43%)	451 (92.23%)	50 (10.22%)	489



従業員規模別景況感（従業員数未回答の企業を除く）

景況感を従業員規模別に見ると、「非常に悪い」との回答は従業員規模に反比例し、規模が小さくなるほど「非常に悪い」とする割合が高まる。これは、従業員規模が小さくなるにつれ環境の変化に対応できる体制が未整備であると推察される。また、「悪い」と「非常に悪い」を合わせると、従業員規模「5人以下」と「31人以上」の割合が若干高い結果となった。「31人以上」の企業では、従業員規模が大きいことで臨機応変な対応が困難である場合があると考えられる。

	非常に良い	良い	横ばい	悪い	非常に悪い	合計
5人以下	4 (1.16%)	17 (4.91%)	58 (16.76%)	109 (31.50%)	158 (45.66%)	346 (100%)
6人以上 10人以下	0 (0%)	8 (8.16%)	18 (18.37%)	37 (37.76%)	35 (35.71%)	98 (100%)
11人以上 30人以下	0 (0%)	4 (3.96%)	26 (25.74%)	41 (40.59%)	30 (29.70%)	101 (100%)
31人以上	0 (0%)	3 (4.23%)	13 (18.31%)	34 (47.89%)	21 (29.58%)	71 (100%)
合計	4 (0.65%)	32 (5.19%)	115 (18.67%)	221 (35.88%)	244 (39.61%)	616 (100%)

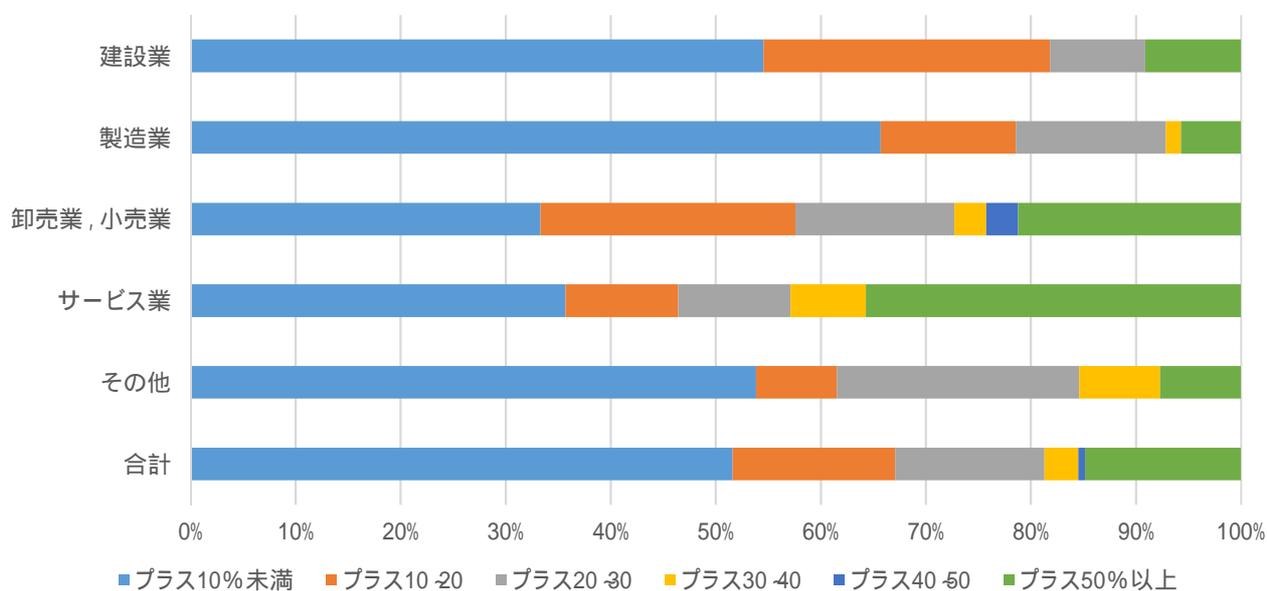


業種別対前年3月比の売上（プラス）

対前年3月比の売上がプラスとなった企業は155社であった。3月期の売上を調査対象としており、緊急事態宣言後の売上が考慮できていないデータである。4月以降、対前年比の売上がマイナスに転じた企業が多いと考えられる。

また、創業1年程度の企業には、順調に売上を伸ばしてきたところに新型コロナウイルスの影響を受けている企業もみられる。

	プラス 10%未満	プラス 10～20%	プラス 20～30%	プラス 30～40%	プラス 40～50%	プラス 50%以上	合計
建設業	6 (54.55%)	3 (27.27%)	1 (9.09%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (9.09%)	11 (100%)
製造業	46 (65.71%)	9 (12.86%)	10 (14.29%)	1 (1.43%)	0 (0%)	4 (5.71%)	70 (100%)
卸売業, 小売業	11 (33.33%)	8 (24.24%)	5 (15.15%)	1 (3.03%)	1 (3.03%)	7 (21.21%)	33 (100%)
サービス業	10 (35.71%)	3 (10.71%)	3 (10.71%)	2 (7.14%)	0 (0%)	10 (35.71%)	28 (100%)
その他	7 (53.85%)	1 (7.69%)	3 (23.08%)	1 (7.69%)	0 (0%)	1 (7.69%)	13 (100%)
合計	80 (51.61%)	24 (15.48%)	22 (14.19%)	5 (3.23%)	1 (0.65%)	23 (14.84%)	155 (100%)

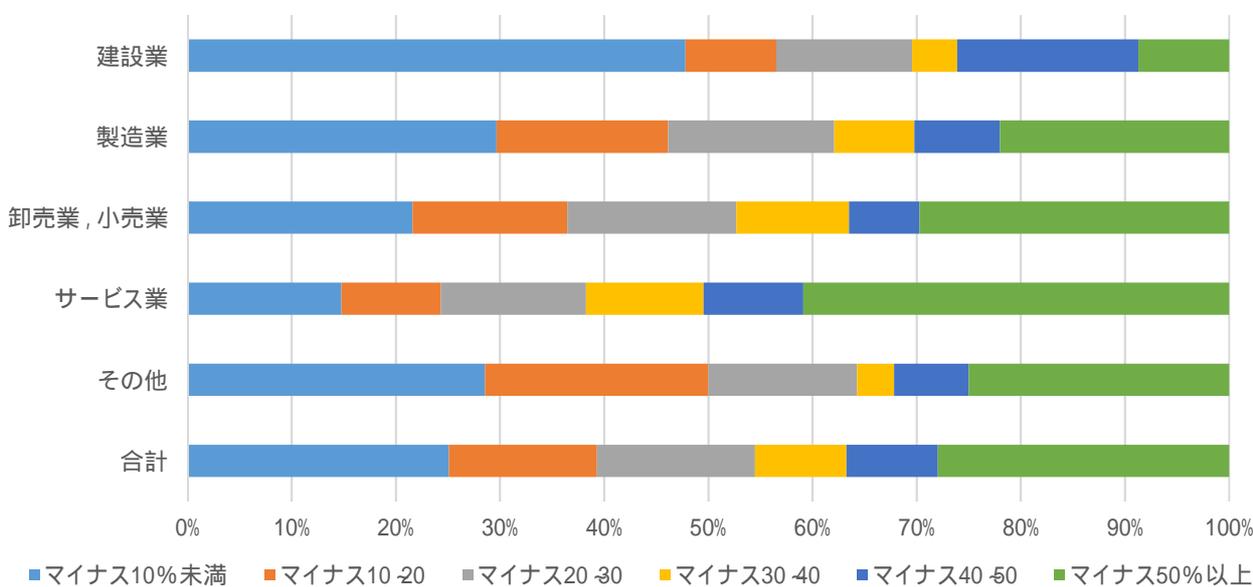


業種別対前年3月比の売上（マイナス）

対前年3月比の売上がマイナスとなった企業は422社であった。緊急事態宣言前の3月期の売上にもかかわらず、多くの企業が売上減少に直面しており、影響は深刻である。

特に「サービス業」での影響が顕著であり、「売上が減少した」と回答した「サービス業」のうち40%以上が「マイナス50%以上」となっている。また、「製造業」でも20%以上にあたる40社が「マイナス50%以上」と回答しており、製造業にも影響が表れていることがわかる。

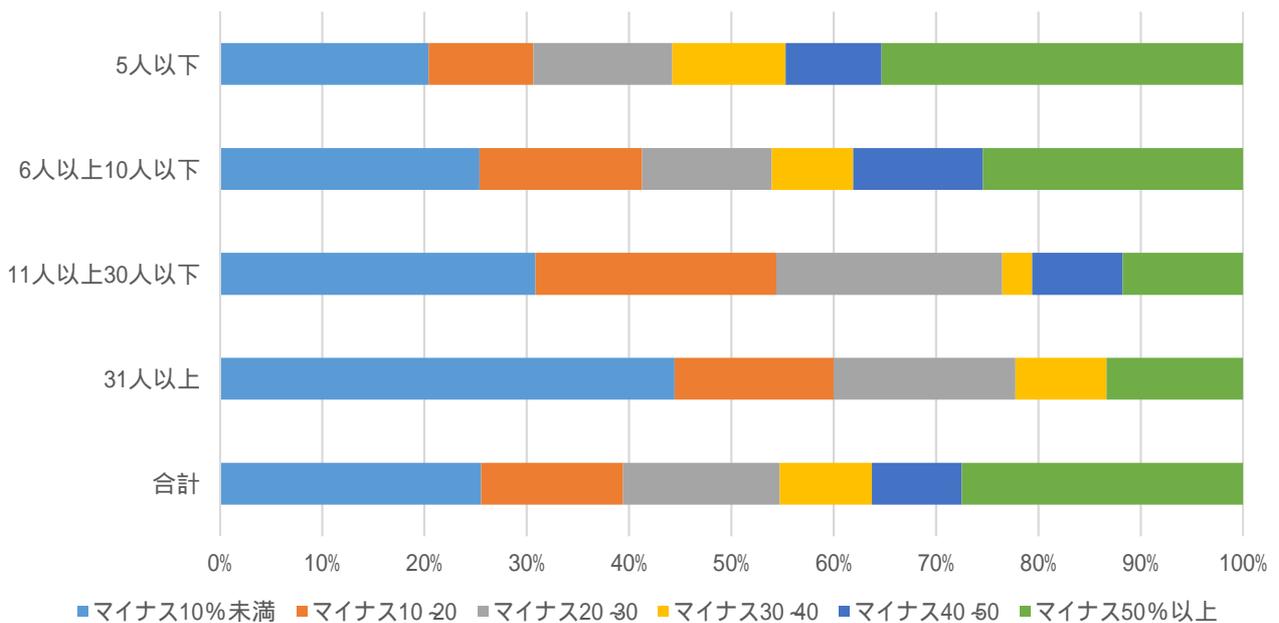
	マイナス 10%未満	マイナス 10～20%	マイナス 20～30%	マイナス 30～40%	マイナス 40～50%	マイナス 50%以上	合計
建設業	11 (47.83%)	2 (8.70%)	3 (13.04%)	1 (4.35%)	4 (17.39%)	2 (8.70%)	23 (100%)
製造業	54 (29.67%)	30 (16.48%)	29 (15.93%)	14 (7.69%)	15 (8.24%)	40 (21.98%)	182 (100%)
卸売業, 小売業	16 (21.62%)	11 (14.86%)	12 (16.22%)	8 (10.81%)	5 (6.76%)	22 (29.73%)	74 (100%)
サービス業	17 (14.78%)	11 (9.57%)	16 (13.91%)	13 (11.30%)	11 (9.57%)	47 (40.87%)	115 (100%)
その他	8 (28.57%)	6 (21.43%)	4 (14.29%)	1 (3.57%)	2 (7.14%)	7 (25.00%)	28 (100%)
合計	106 (25.12%)	60 (14.22%)	64 (15.17%)	37 (8.77%)	37 (8.77%)	118 (27.96%)	422 (100%)



従業員規模別対前年3月比の売上（マイナス）（従業員数未回答の企業を除く）

従業員規模別の景況感と同様、従業員規模が小さくなるにつれて、売上の減少幅が大きくなる傾向がみられる。環境変化に柔軟に対応できる体制が整っていない小規模企業への影響が大きいことがわかる。

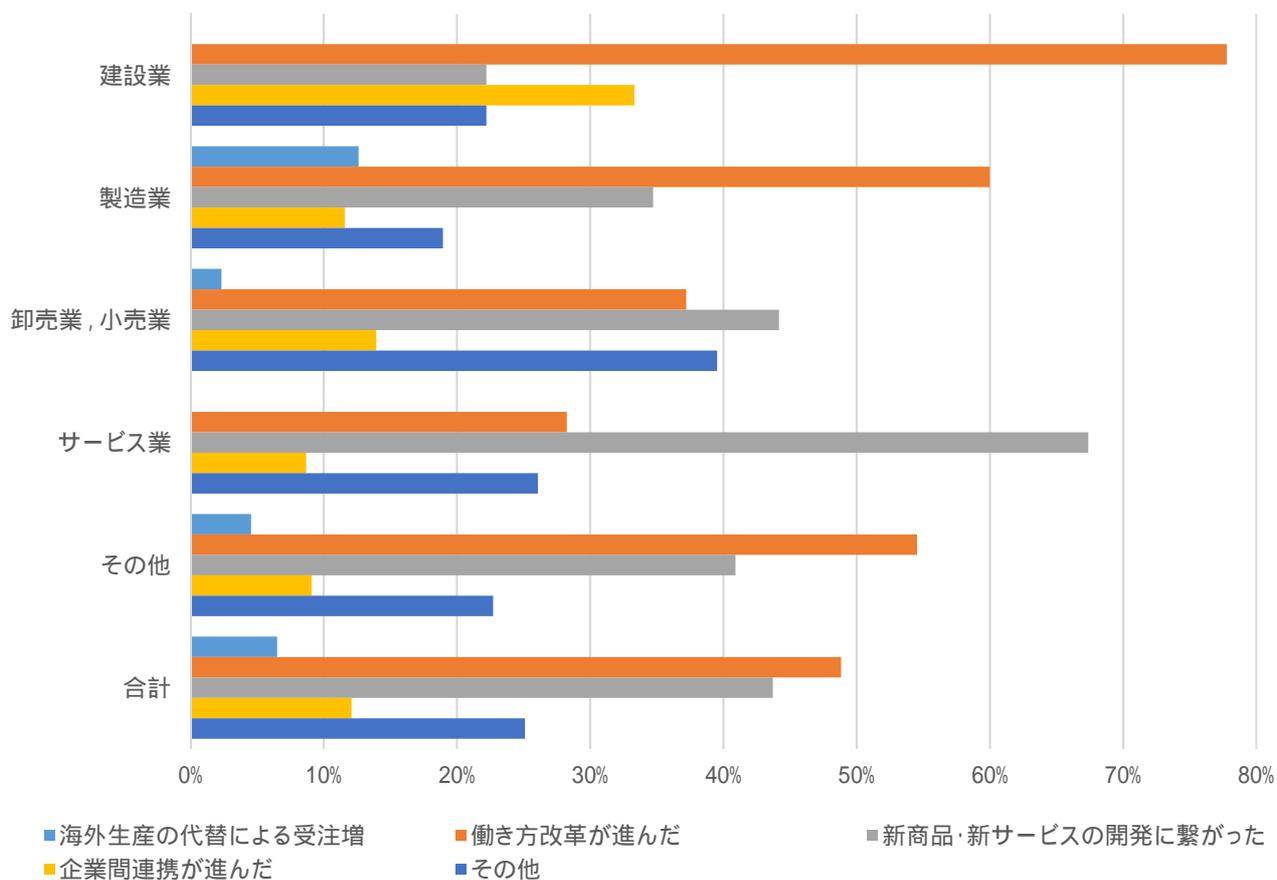
	マイナス 10%未満	マイナス 10～20%	マイナス 20～30%	マイナス 30～40%	マイナス 40～50%	マイナス 50%以上	合計
5人以下	48 (20.43%)	24 (10.21%)	32 (13.62%)	26 (11.06%)	22 (9.36%)	83 (35.32%)	235 (100%)
6人以上 10人以下	16 (25.40%)	10 (15.87%)	8 (12.70%)	5 (7.94%)	8 (12.70%)	16 (25.40%)	63 (100%)
11人以上 30人以下	21 (30.88%)	16 (23.53%)	15 (22.06%)	2 (2.94%)	6 (8.82%)	8 (11.76%)	68 (100%)
31人以上	20 (44.44%)	7 (15.56%)	8 (17.78%)	4 (8.89%)	0 (0%)	6 (13.33%)	45 (100%)
合計	105 (25.55%)	57 (13.87%)	63 (15.33%)	37 (9.00%)	36 (8.76%)	113 (27.49%)	411 (100%)



業種別売上以外の影響（プラス面）

売上以外の影響(プラス面)については、各業種とも働き方改革への取組が進んだことがわかる。また、全業種で新商品・新サービスの開発など、かねてから検討中であった課題に取り組むきっかけとなったとする企業が多かった。特に「サービス業」は、テイクアウト需要の増加など「新しい生活様式」に対応することがビジネスチャンスにつながるため、新商品・新サービスの開発に積極的に取り組んだと考えられる。

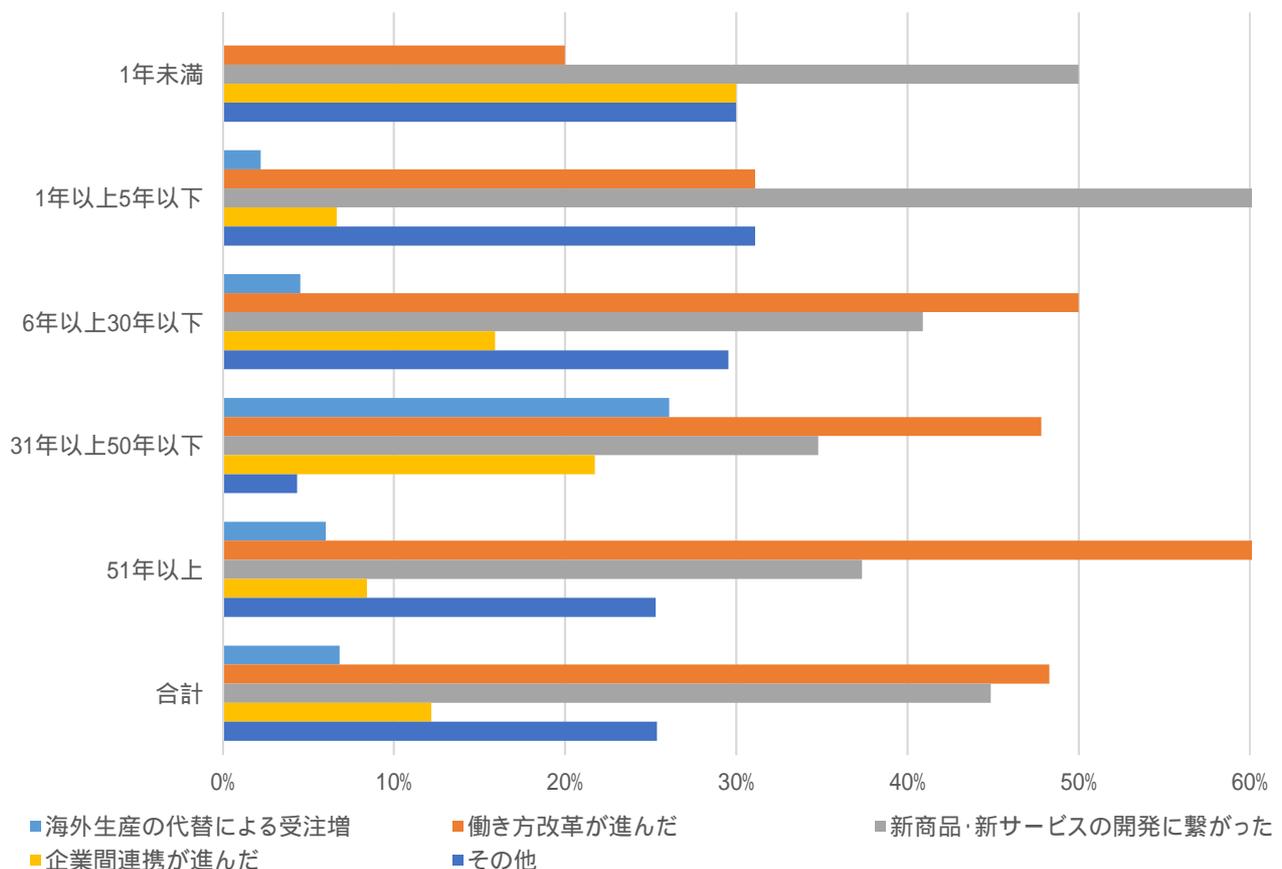
	海外生産の代替による受注増	働き方改革が進んだ	新商品・新サービスの開発に繋がった	企業間連携が進んだ	その他	回答企業
建設業	0 (0%)	7 (77.78%)	2 (22.22%)	3 (33.33%)	2 (22.22%)	9
製造業	12 (12.63%)	57 (60.00%)	33 (34.74%)	11 (11.58%)	18 (18.95%)	95
卸売業, 小売業	1 (2.33%)	16 (37.21%)	19 (44.19%)	6 (13.95%)	17 (39.53%)	43
サービス業	0 (0%)	13 (28.26%)	31 (67.39%)	4 (8.70%)	12 (26.09%)	46
その他	1 (4.55%)	12 (54.55%)	9 (40.91%)	2 (9.09%)	5 (22.73%)	22
合計	14 (6.51%)	105 (48.84%)	94 (43.72%)	26 (12.09%)	54 (25.12%)	215



業歴別売上以外の影響（プラス面）（業歴未回答の企業を除く）

業歴別の売上以外の影響（プラス面）は、業歴5年以下の企業で「新商品・新サービスの開発に繋がった」との回答が最も多く、業歴6年以上の企業では「働き方改革が進んだ」との回答が最も多かった。この結果からは、業歴の長さによって、企業の事業継続のための取り組み方の違いがわかる。業歴の短い企業は、新商品開発などの積極策が採られており、業歴の長い企業では働き方改革といった社内体制を整える策が採られている。

	海外生産の代替による受注増	働き方改革が進んだ	新商品・新サービスの開発に繋がった	企業間連携が進んだ	その他	回答企業
1年未満	0 (0%)	2 (20.00%)	5 (50.00%)	3 (30.00%)	3 (30.00%)	10
1年以上 5年以下	1 (2.22%)	14 (31.11%)	30 (66.67%)	3 (6.67%)	14 (31.11%)	45
6年以上 30年以下	2 (4.55%)	22 (50.00%)	18 (40.91%)	7 (15.91%)	13 (29.55%)	44
31年以上 50年以下	6 (26.09%)	11 (47.83%)	8 (34.78%)	5 (21.74%)	1 (4.35%)	23
51年以上	5 (6.02%)	50 (60.24%)	31 (37.35%)	7 (8.43%)	21 (25.30%)	83
合計	14 (6.83%)	99 (48.29%)	92 (44.88%)	25 (12.20%)	52 (25.37%)	205

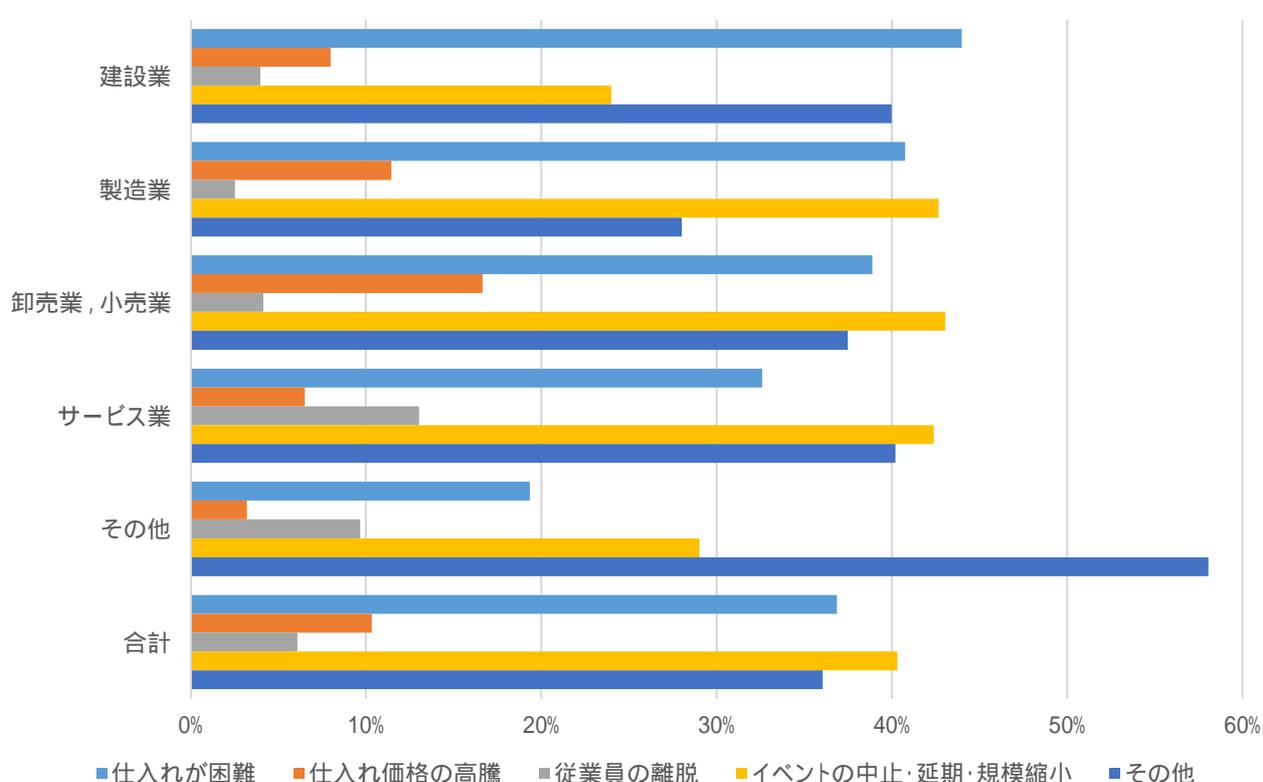


業種別売上以外の影響（マイナス面）

売上以外の影響（マイナス面）については、「仕入れが困難」とする回答が多かった。特定の国や企業に依存していた素材や部材の仕入れが滞り、仕入れ先の変更や国内調達への切り替えなど、サプライチェーン見直しが進んでいくと考えられる。

また「その他」として「年度末の駆け込み需要がなかった」、「消毒剤やマスク等の負担が増えた」、「外出自粛により営業活動・商談ができない」といった影響を挙げる企業も多かった。

	仕入れが困難	仕入れ価格の高騰	従業員の離脱	イベントの中止・延期・規模縮小	その他	回答企業
建設業	11 (44.00%)	2 (8.00%)	1 (4.00%)	6 (24.00%)	10 (40.00%)	25
製造業	64 (40.76%)	18 (11.46%)	4 (2.55%)	67 (42.68%)	44 (28.03%)	157
卸売業, 小売業	28 (38.89%)	12 (16.67%)	3 (4.17%)	31 (43.06%)	27 (37.50%)	72
サービス業	30 (32.61%)	6 (6.52%)	12 (13.04%)	39 (42.39%)	37 (40.22%)	92
その他	6 (19.35%)	1 (3.23%)	3 (9.68%)	9 (29.03%)	18 (58.06%)	31
合計	139 (36.87%)	39 (10.34%)	23 (6.10%)	152 (40.32%)	136 (36.07%)	377

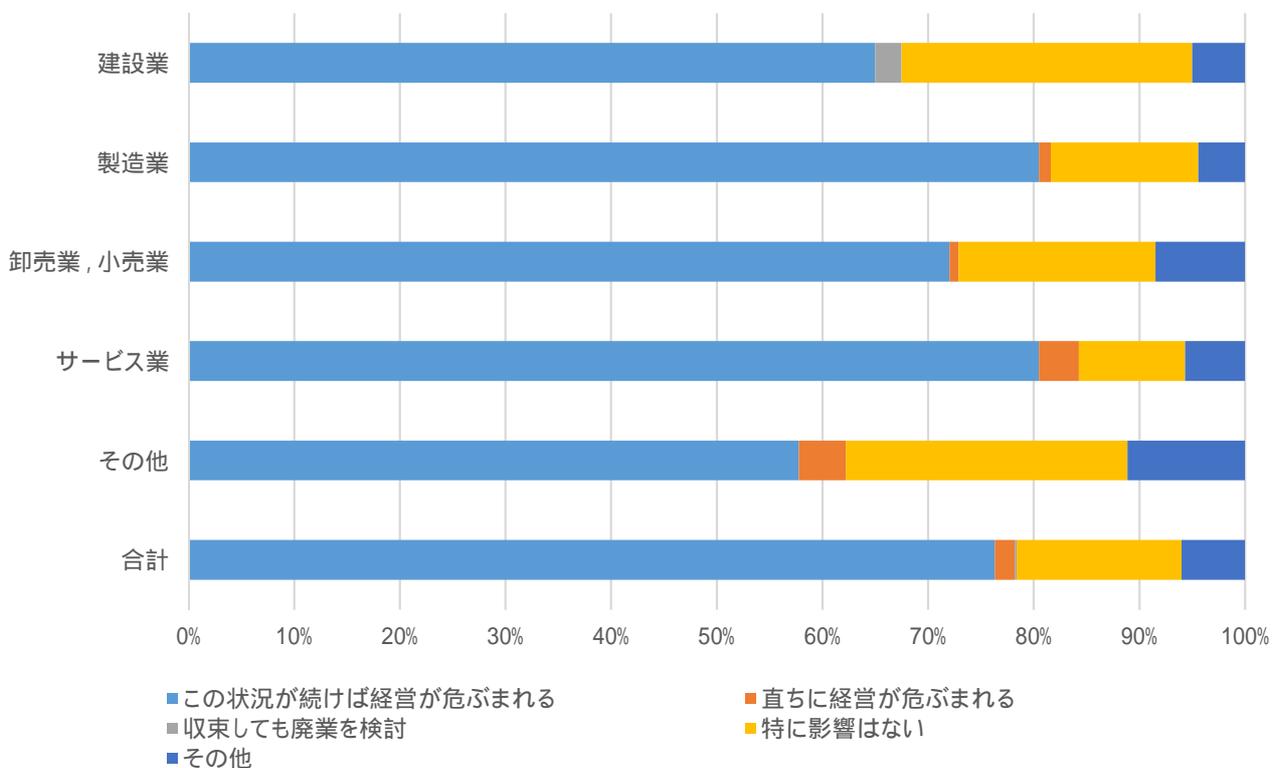


業種別今後の自社への影響

今後の影響として、「この状況が続けば経営が危ぶまれる」とする企業が 484 社と圧倒的に多かった。具体的な期間としては、1 か月程度とする企業から 1 年程度とする企業まで様々であるが、概ね「夏頃」が経済活動再開の目安とする企業が多い。

一方、「特に影響はない」とする企業が 99 社と回答企業全体の 15%以上存在している。しかし、「特に影響はない」と回答した企業のなかにも、「今後は心配」、「長期化すれば影響は免れない」とする企業も多く、先行きの不透明感は強い。

	この状況が続けば 経営が危ぶまれる	直ちに経営が 危ぶまれる	収束しても 廃業を検討	特に影響は ない	その他	合計
建設業	26 (65.00%)	0 (0%)	1 (2.50%)	11 (27.50%)	2 (5.00%)	40 (100%)
製造業	219 (80.51%)	3 (1.10%)	0 (0%)	38 (13.97%)	12 (4.41%)	272 (100%)
卸売業, 小売業	85 (72.03%)	1 (0.85%)	0 (0%)	22 (18.64%)	10 (8.47%)	118 (100%)
サービス業	128 (80.50%)	6 (3.77%)	0 (0%)	16 (10.06%)	9 (5.66%)	159 (100%)
その他	26 (57.78%)	2 (4.44%)	0 (0%)	12 (26.67%)	5 (11.11%)	45 (100%)
合計	484 (76.34%)	12 (1.89%)	1 (0.16%)	99 (15.62%)	38 (5.99%)	634 (100%)

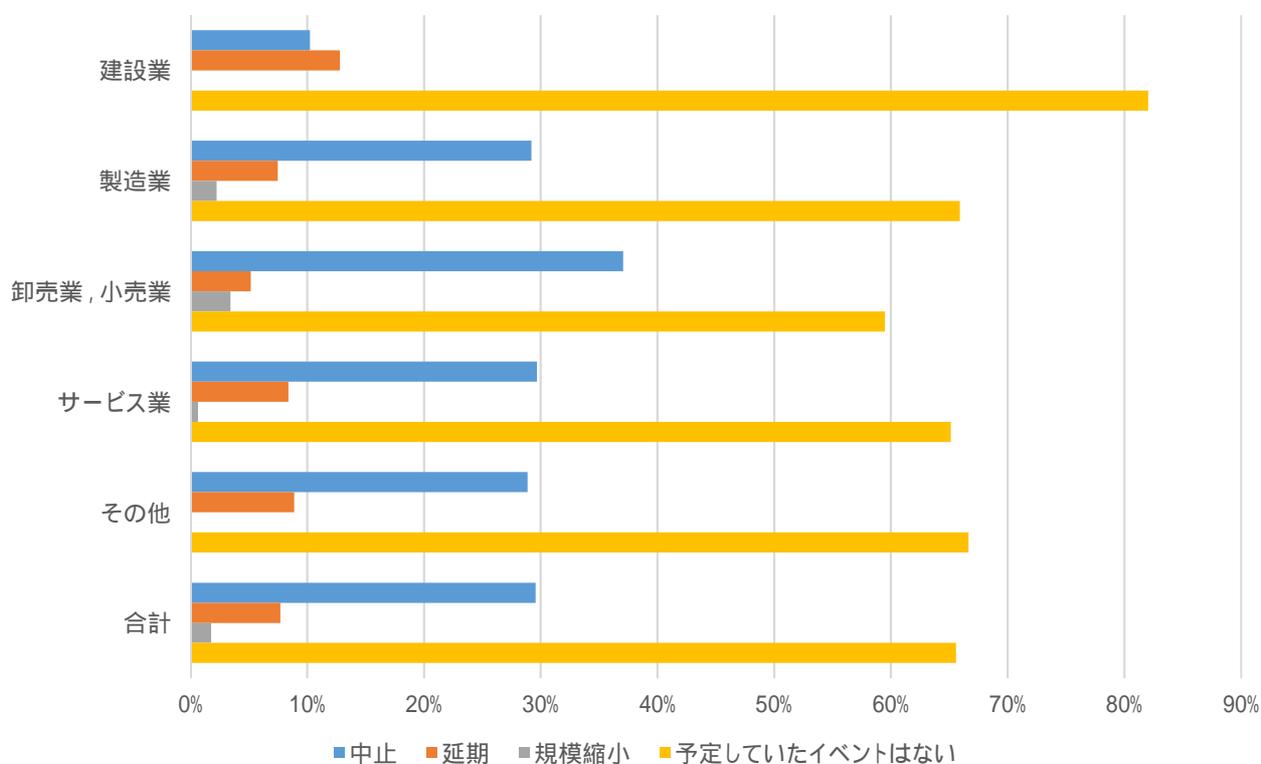


(3) イベントの中止・延期・規模縮小

業種別イベントの中止・延期・規模縮小の状況

イベントについては、「予定していなかった」企業が圧倒的であり、業種別にみても傾向に大きな特徴はみられなかった。「イベントを予定していなかった」企業が408社あり、イベント中止等による直接的な影響を受けない企業が多かったものの、イベント中止による経済全体の低迷が、今後、間接的に影響を与えようと考えられる。

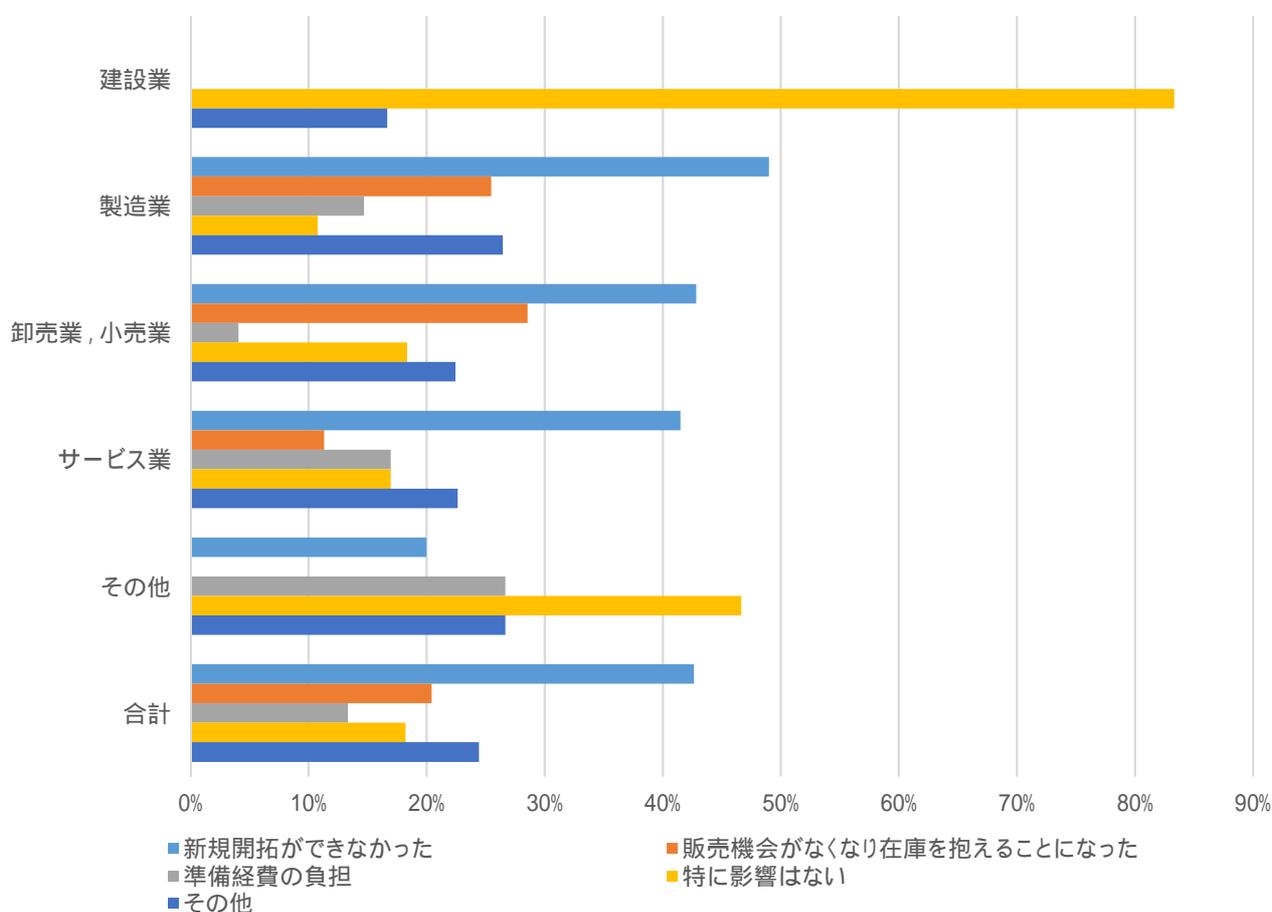
	中止	延期	規模縮小	予定していなかった	回答企業
建設業	4 (10.26%)	5 (12.82%)	0 (0%)	32 (82.05%)	39
製造業	78 (29.21%)	20 (7.49%)	6 (2.25%)	176 (65.92%)	267
卸売業, 小売業	43 (37.07%)	6 (5.17%)	4 (3.45%)	69 (59.48%)	116
サービス業	46 (29.68%)	13 (8.39%)	1 (0.65%)	101 (65.16%)	155
その他	13 (28.89%)	4 (8.89%)	0 (0%)	30 (66.67%)	45
合計	184 (29.58%)	48 (7.72%)	11 (1.77%)	408 (65.59%)	622



業種別イベントの中止・延期・規模縮小による影響

イベントの中止・延期・規模縮小により、「製造業」、「卸売業、小売業」、「サービス業」において新規開拓の機会が奪われたことがわかる。これまで各業種とも展示会等を活用することで、限られた営業力のなかでも新規開拓を行っていたと考えられることから、新しい生活様式に対応したうえでのイベント再開が必要である。

	新規開拓ができなかった	販売機会がなくなり在庫を抱えることになった	準備経費の負担	特に影響はない	その他	回答企業
建設業	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	5 (83.33%)	1 (16.67%)	6
製造業	50 (49.02%)	26 (25.49%)	15 (14.71%)	11 (10.78%)	27 (26.47%)	102
卸売業、 小売業	21 (42.86%)	14 (28.57%)	2 (4.08%)	9 (18.37%)	11 (22.45%)	49
サービス業	22 (41.51%)	6 (11.32%)	9 (16.98%)	9 (16.98%)	12 (22.64%)	53
その他	3 (20.00%)	0 (0%)	4 (26.67%)	7 (46.67%)	4 (26.67%)	15
合計	96 (42.67%)	46 (20.44%)	30 (13.33%)	41 (18.22%)	55 (24.44%)	225

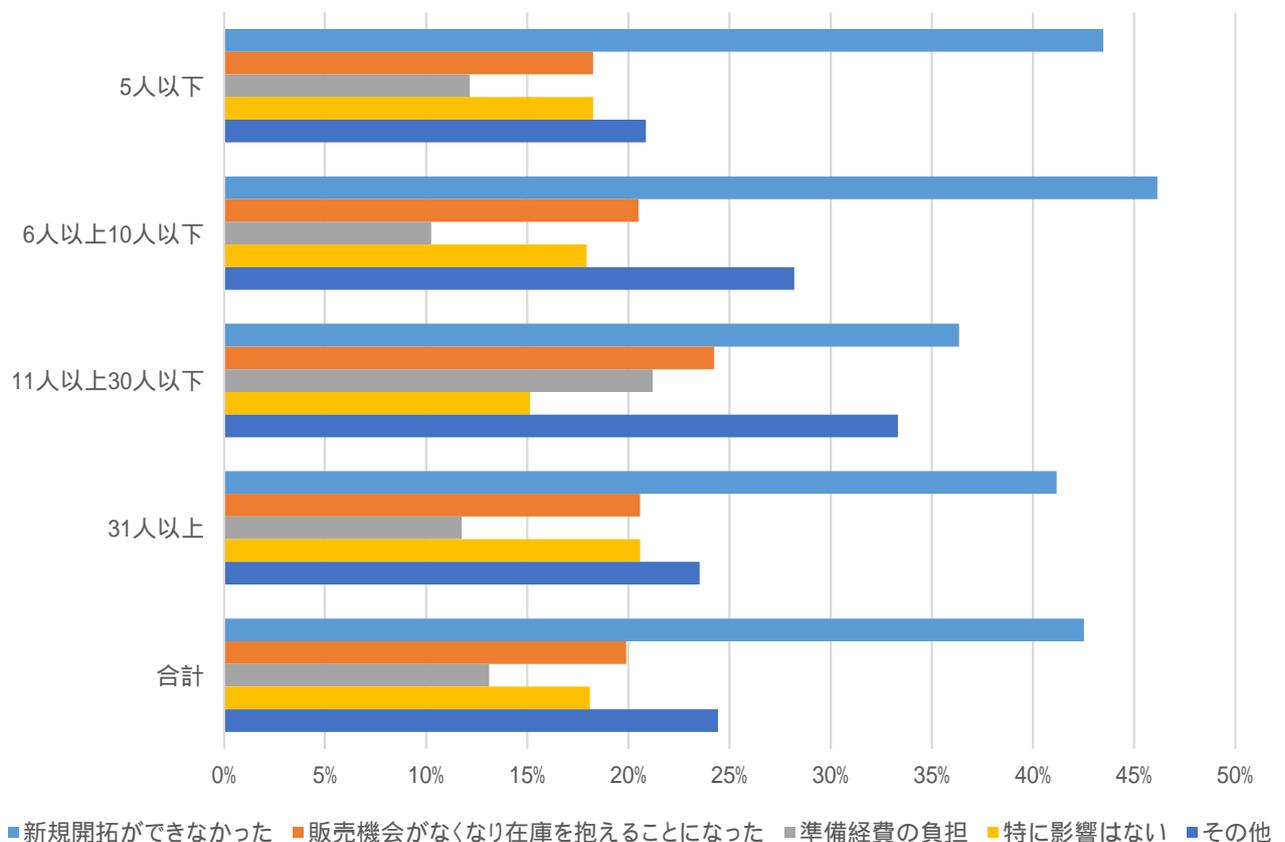


従業員規模別イベントの中止・延期・規模縮小による影響（従業員数未回答の企業を除く）

従業員規模別にみても、各規模で新規開拓の機会が奪われたことがわかる。新しい生活様式に対応しながら、経済活動やイベントを再開していくことが望まれている。

また、「その他」と回答した54社のうち「製造業」が半数の27社である。内容としては、自社ではなく取引先の展示会出展が中止となったことで、展示会で使用する予定であったパンフレットや試作品の受注がなくなったという影響が表れている。

	新規開拓ができなかった	販売機会がなくなり在庫を抱えることになった	準備経費の負担	特に影響はない	その他	回答企業
5人以下	50 (43.48%)	21 (18.26%)	14 (12.17%)	21 (18.26%)	24 (20.87%)	115
6人以上 10人以下	18 (46.15%)	8 (20.51%)	4 (10.26%)	7 (17.95%)	11 (28.21%)	39
11人以上 30人以下	12 (36.36%)	8 (24.24%)	7 (21.21%)	5 (15.15%)	11 (33.33%)	33
31人以上	14 (41.18%)	7 (20.59%)	4 (11.76%)	7 (20.59%)	8 (23.53%)	34
合計	94 (42.53%)	44 (19.91%)	29 (13.12%)	40 (18.10%)	54 (24.43%)	221

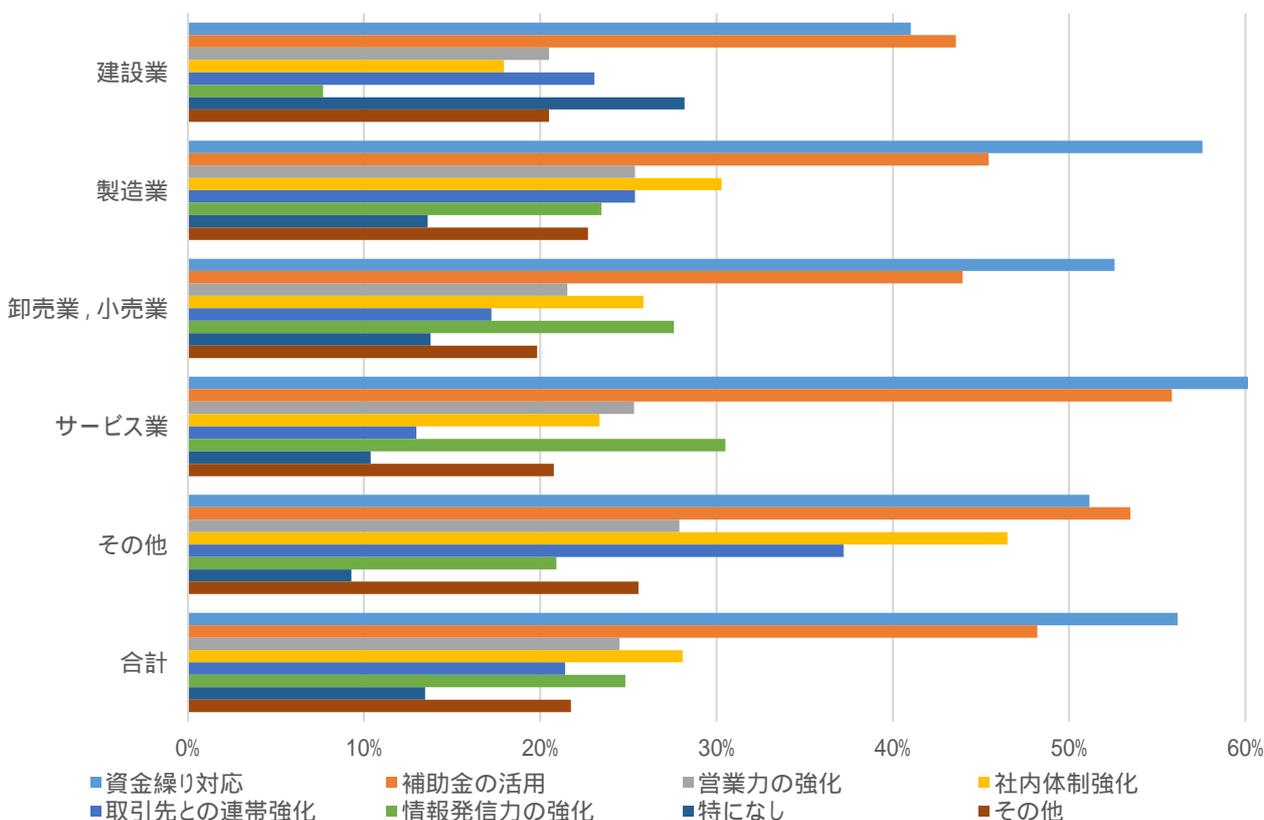


(4) 自社での対応

業種別打開策として取り組んでいること

打開策としての取組は「資金繰り対応」と「補助金の活用」がすべての業種で圧倒的に多かった。資金面以外での取組としては、「製造業」「その他」では「社内体制強化」、「卸売業、小売業」「サービス業」では「情報発信力の強化」が多かった。「製造業」「その他」は長期的な視点からの取組が必要になったとみられ、「卸売業、小売業」「サービス業」はコロナ禍の自粛要請の影響により迅速な情報発信の必要性が高まったとみられる。

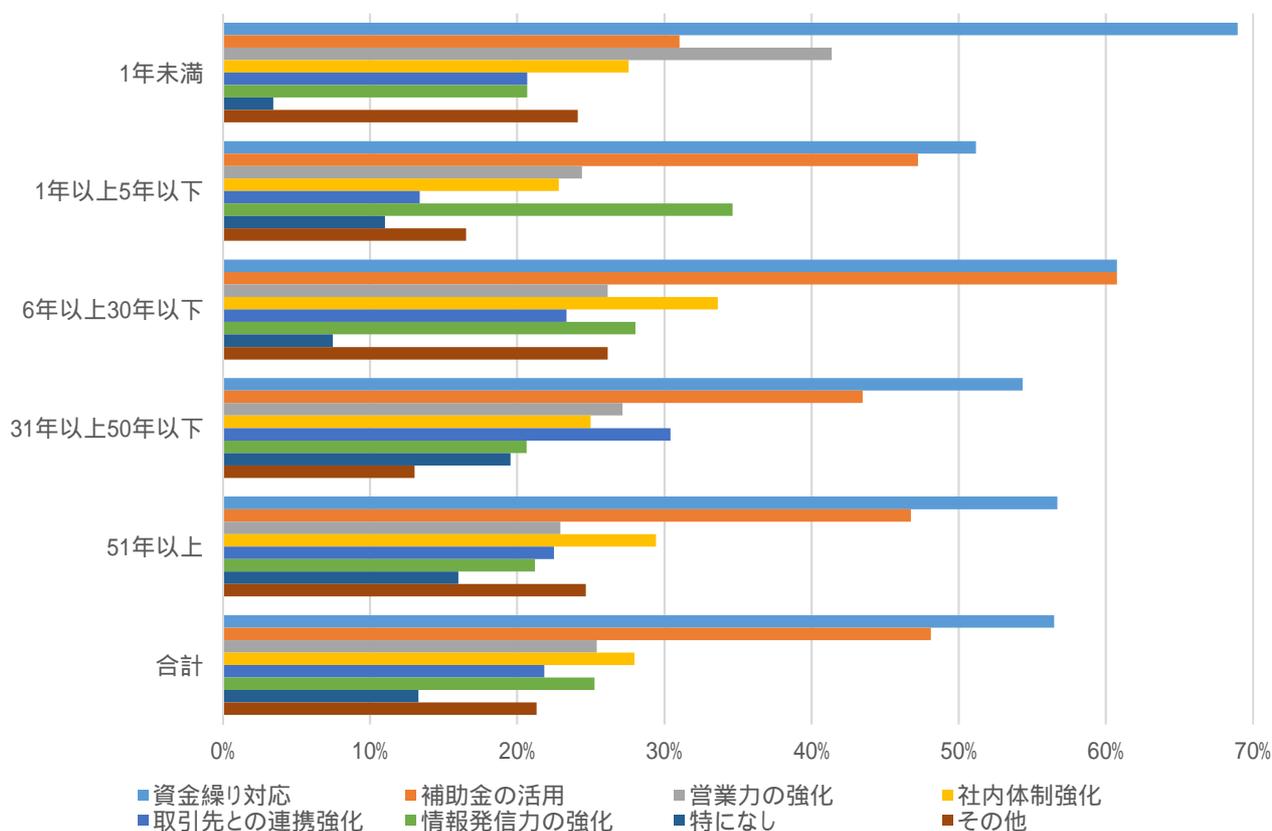
	資金繰り対応	補助金の活用	営業力の強化	社内体制強化	取引先との連帯強化	情報発信力の強化	特になし	その他	回答企業
建設業	16 (41.03%)	17 (43.59%)	8 (20.51%)	7 (17.95%)	9 (23.08%)	3 (7.69%)	11 (28.21%)	8 (20.51%)	39
製造業	152 (57.58%)	120 (45.45%)	67 (25.38%)	80 (30.30%)	67 (25.38%)	62 (23.48%)	36 (13.64%)	60 (22.73%)	264
卸売業、小売業	61 (52.59%)	51 (43.97%)	25 (21.55%)	30 (25.86%)	20 (17.24%)	32 (27.59%)	16 (13.79%)	23 (19.83%)	116
サービス業	95 (61.69%)	86 (55.84%)	39 (25.32%)	36 (23.38%)	20 (12.99%)	47 (30.52%)	16 (10.39%)	32 (20.78%)	154
その他	22 (51.16%)	23 (53.49%)	12 (27.91%)	20 (46.51%)	16 (37.21%)	9 (20.93%)	4 (9.30%)	11 (25.58%)	43
合計	346 (56.17%)	297 (48.21%)	151 (24.51%)	173 (28.08%)	132 (21.43%)	153 (24.84%)	83 (13.47%)	134 (21.75%)	616



業歴別打開策として取り組んでいること（業歴未回答の企業を除く）

業種別の分析と同様「資金繰り対応」と「補助金の活用」がすべての業種で多かった。特徴的なのは、業歴「1年未満」において「営業力の強化」が「補助金の活用」よりも多かった点と、業歴「1年以上5年以下」において「情報発信力の強化」が多い点である。これは、業歴の浅い企業においては、営業力と情報発信力の強化という積極策を採ることで、事業の継続性を高めていると考えられる。一方、業歴が6年以上になると、「社内体制強化」や「取引先との連携強化」の割合が高まり、企業の成長ステージに沿った取組が行われていることがわかる。

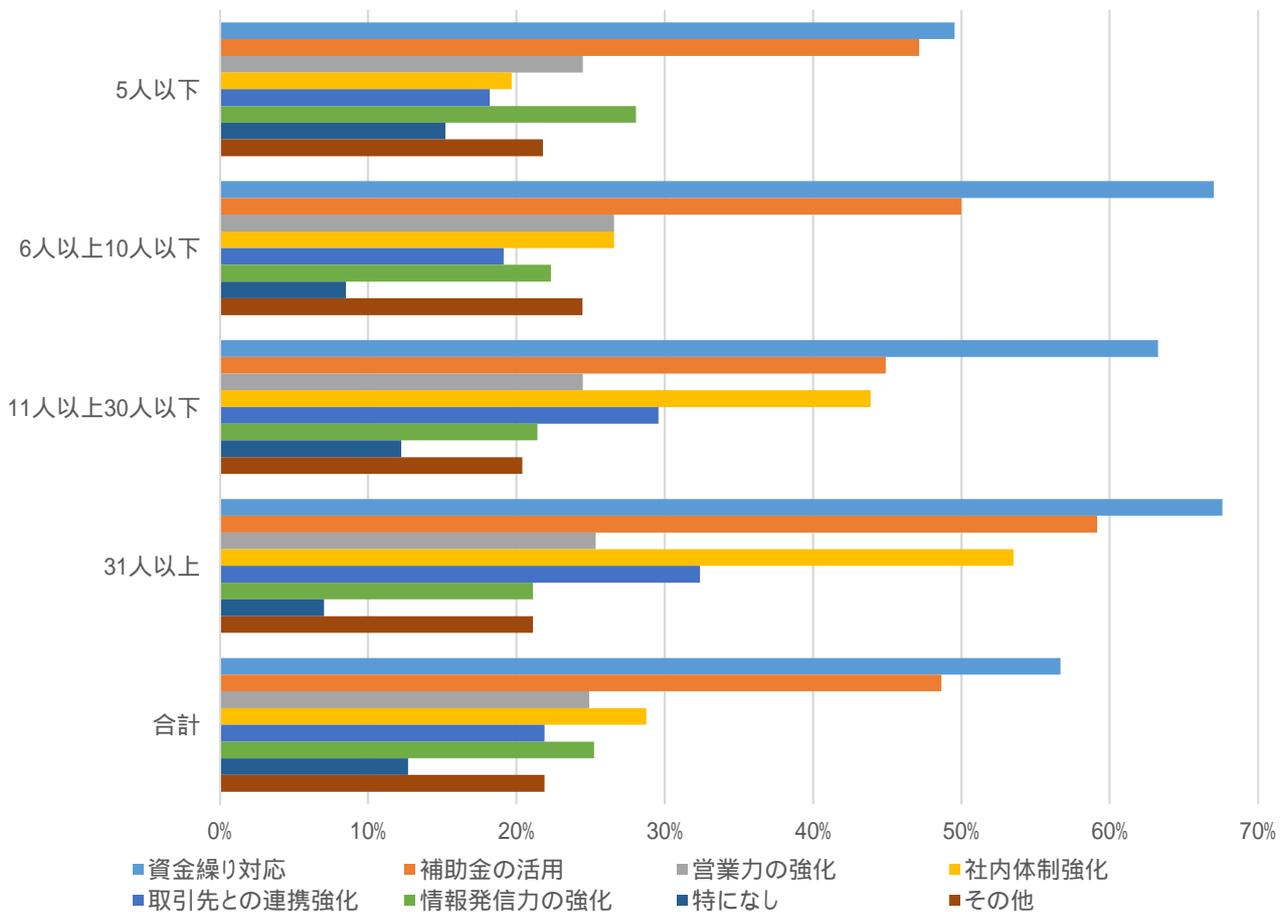
	資金繰り対応	補助金の活用	営業力の強化	社内体制強化	取引先との連携強化	情報発信力の強化	特になし	その他	回答企業
1年未満	20 (68.97%)	9 (31.03%)	12 (41.38%)	8 (27.59%)	6 (20.69%)	6 (20.69%)	1 (3.45%)	7 (24.14%)	29
1年以上5年以下	65 (51.18%)	60 (47.24%)	31 (24.41%)	29 (22.83%)	17 (13.39%)	44 (34.65%)	14 (11.02%)	21 (16.54%)	127
6年以上30年以下	65 (60.75%)	65 (60.75%)	28 (26.17%)	36 (33.64%)	25 (23.36%)	30 (28.04%)	8 (7.48%)	28 (26.17%)	107
31年以上50年以下	50 (54.35%)	40 (43.48%)	25 (27.17%)	23 (25.00%)	28 (30.43%)	19 (20.65%)	18 (19.57%)	12 (13.04%)	92
51年以上	121 (56.71%)	108 (46.75%)	53 (22.94%)	68 (29.44%)	52 (22.51%)	49 (21.21%)	37 (16.02%)	57 (24.68%)	231
合計	331 (56.48%)	282 (48.12%)	149 (25.43%)	164 (27.99%)	128 (21.84%)	148 (25.26%)	78 (13.31%)	125 (21.33%)	586



従業員規模別打開策として取り組んでいること（従業員数未回答の企業を除く）

まず、「資金繰り対応」と「補助金の活用」がすべての業種で最も多く、業種別・業歴別の分析と同様の傾向となった。特徴的なのは、従業員規模「5人以下」において「情報発信力の強化」が多かった点と、従業員規模が大きくなるにつれて「社内体制強化」や「取引先との連携強化」の割合が高まる点である。これは、小規模企業ほど積極策を採り、規模が大きい企業は長期的な視点に立った取組に注力しているとみられ、業歴別の分析と同様の傾向であることがわかる。

	資金繰り対応	補助金の活用	営業力の強化	社内体制強化	取引先との連携強化	情報発信力の強化	特になし	その他	回答企業
5人以下	166 (49.55%)	158 (47.16%)	82 (24.48%)	66 (19.70%)	61 (18.21%)	94 (28.06%)	51 (15.22%)	73 (21.79%)	335
6人以上 10人以下	63 (67.02%)	47 (50.00%)	25 (26.60%)	25 (26.60%)	18 (19.15%)	21 (22.34%)	8 (8.51%)	23 (24.47%)	94
11人以上 30人以下	62 (63.27%)	44 (44.90%)	24 (24.49%)	43 (43.88%)	29 (29.59%)	21 (21.43%)	12 (12.24%)	20 (20.41%)	98
31人以上	48 (67.61%)	42 (59.15%)	18 (25.35%)	38 (53.52%)	23 (32.39%)	15 (21.13%)	5 (7.04%)	15 (21.13%)	71
合計	339 (56.69%)	291 (48.66%)	149 (24.92%)	172 (28.76%)	131 (21.91%)	151 (25.25%)	76 (12.71%)	131 (21.91%)	598

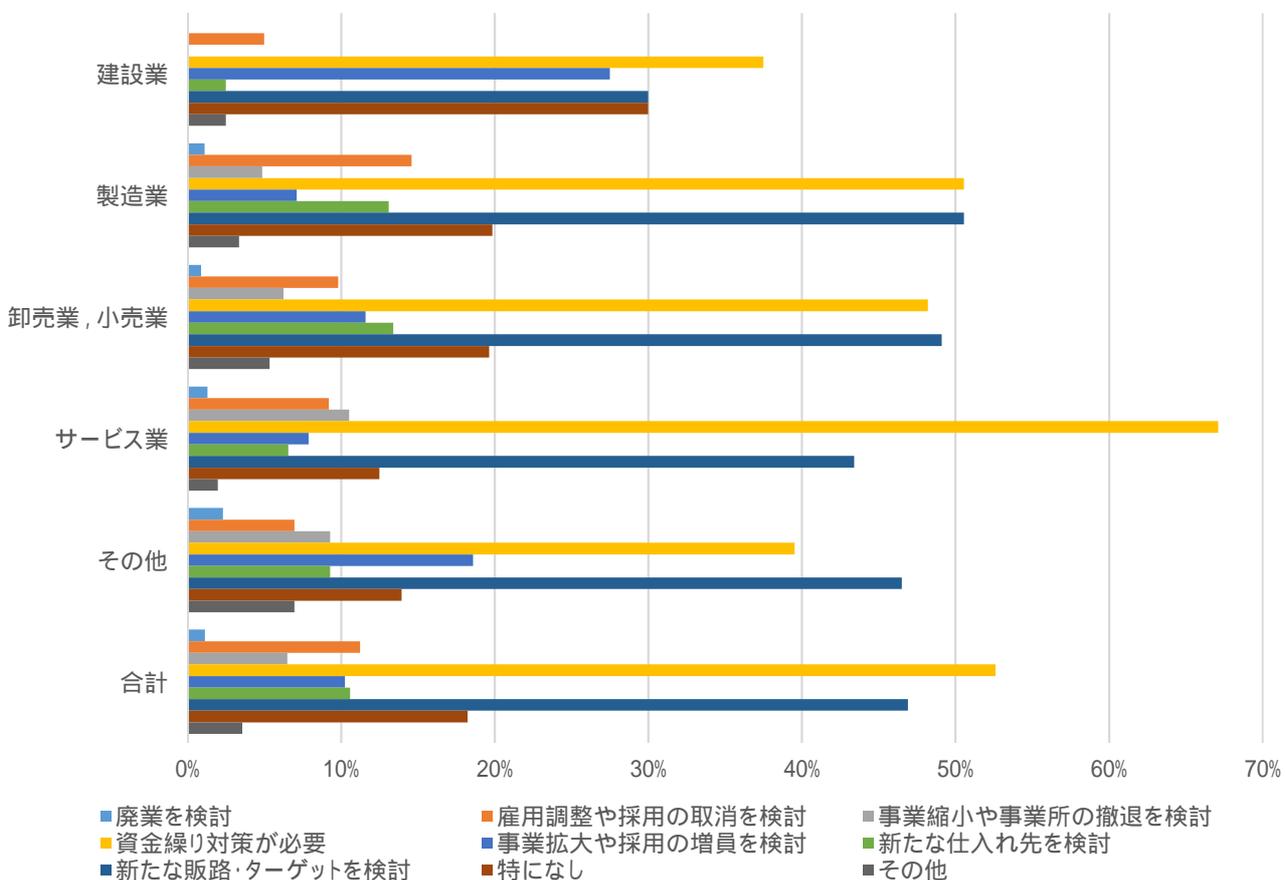


業種別今後の事業継続について

総じて「資金繰り対策が必要」との意見が多いが、特に「サービス業」が際立っている。自粛要請の影響を最も強く受ける業種なだけに、素早い資金供給が求められていたことがわかる。

次に「事業拡大や採用の増員を検討」が「建設業」と「その他（運輸・医療・福祉等を含む）」で多い。これは、コロナ禍で解雇や雇い止めによる失業者が増加しているなかで、特に人手不足業界と言われる「建設・建築・土木」、「運送・流通」、「医療・介護福祉」の業界が、積極的な採用活動を検討しているとみられる。

	廃業を検討	雇用調整や採用の取消を検討	事業縮小や事業所の撤退を検討	資金繰り対策が必要	事業拡大や採用の増員を検討	新たな仕入れ先を検討	新たな販路・ターゲットを検討	特になし	その他	回答企業
建設業	0 (0%)	2 (5.00%)	0 (0%)	15 (37.50%)	11 (27.50%)	1 (2.50%)	12 (30.00%)	12 (30.00%)	1 (2.50%)	39
製造業	3 (1.12%)	39 (14.61%)	13 (4.87%)	135 (50.56%)	19 (7.12%)	35 (13.11%)	135 (50.56%)	53 (19.85%)	9 (3.37%)	264
卸売業、小売業	1 (0.89%)	11 (9.82%)	7 (6.25%)	54 (48.21%)	13 (11.61%)	15 (13.39%)	55 (49.11%)	22 (19.64%)	6 (5.36%)	116
サービス業	2 (1.32%)	14 (9.21%)	16 (10.53%)	102 (67.11%)	12 (7.89%)	10 (6.58%)	66 (43.42%)	19 (12.50%)	3 (1.97%)	154
その他	1 (2.33%)	3 (6.98%)	4 (9.30%)	17 (39.53%)	8 (18.60%)	4 (9.30%)	20 (46.51%)	6 (13.95%)	3 (6.98%)	43
合計	7 (1.14%)	69 (11.24%)	40 (6.51%)	323 (52.61%)	63 (10.26%)	65 (10.59%)	288 (46.91%)	112 (18.24%)	22 (3.58%)	616

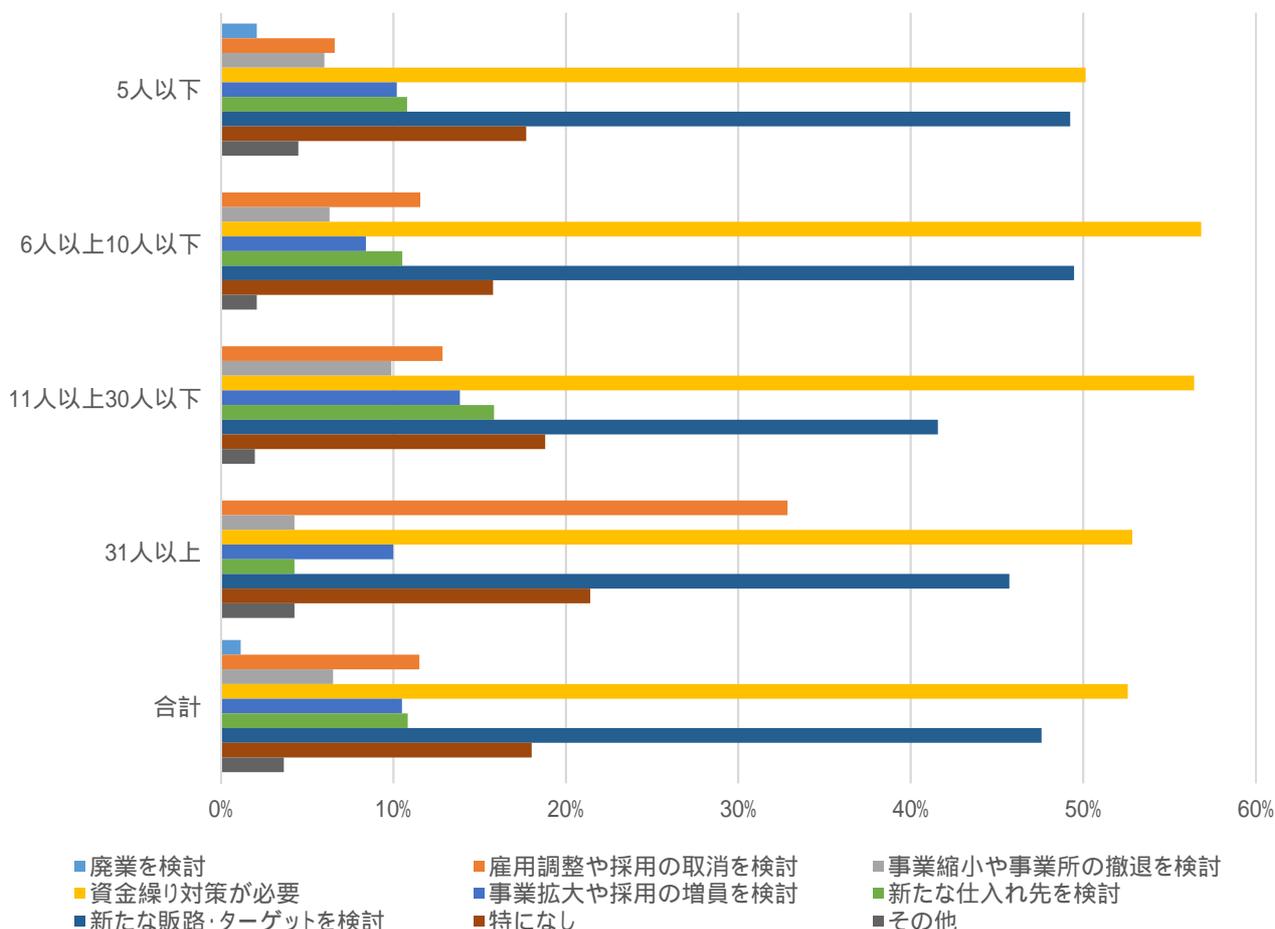


従業員規模別今後の事業継続について（従業員数未回答の企業を除く）

「廃業を検討」と回答したのはすべて従業員規模「5人以下」の小規模企業であった。業界は「製造業」、「小売業」、「飲食店」、「宿泊業」、「医療業」と多岐にわたっていた。業種を問わず、小規模企業への影響が強いことがわかる。

「雇用調整や採用の取消を検討」は、従業員規模が大きくなるにつれて割合が高まるが、特に従業員規模「31人以上」の割合の高さが際立っている。コロナ禍を乗り切るために、人員整理をせざるを得ない状況がうかがえる。

	廃業を検討	雇用調整や採用の取消を検討	事業縮小や事業所の撤退を検討	資金繰り対策が必要	事業拡大や採用の増員を検討	新たな仕入れ先を検討	新たな販路・ターゲットを検討	特になし	その他	回答企業
5人以下	7 (2.10%)	22 (6.61%)	20 (6.01%)	167 (50.15%)	34 (10.21%)	36 (10.81%)	164 (49.25%)	59 (17.72%)	15 (4.50%)	333
6人以上 10人以下	0 (0%)	11 (11.58%)	6 (6.32%)	54 (56.84%)	8 (8.42%)	10 (10.53%)	47 (49.47%)	15 (15.79%)	2 (2.11%)	95
11人以上 30人以下	0 (0%)	13 (12.87%)	10 (9.90%)	57 (56.44%)	14 (13.86%)	16 (15.84%)	42 (41.58%)	19 (18.81%)	2 (1.98%)	101
31人以上	0 (0%)	23 (32.86%)	3 (4.29%)	37 (52.86%)	7 (10.00%)	3 (4.29%)	32 (45.71%)	15 (21.43%)	3 (4.29%)	70
合計	7 (1.17%)	69 (11.52%)	39 (6.51%)	315 (52.59%)	63 (10.52%)	65 (10.85%)	285 (47.58%)	108 (18.03%)	22 (3.67%)	599

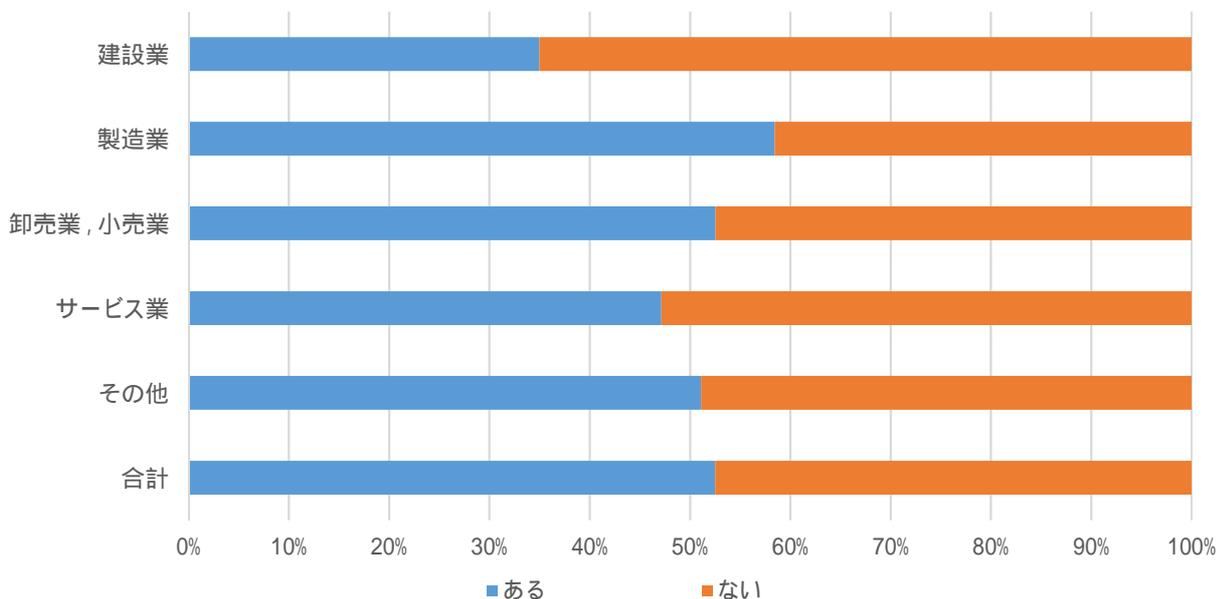


(5) 墨田区の産業・観光施策

業種別行政等の支援策を利用したことがあるか

行政等の支援策の利用の有無については、「建設業」、「サービス業」で「利用したことがある」との回答が半数を下回った。経営相談などの行政等の支援策は、基本的には「平日・日中」のみ対応しているため、日中に現場で従事する「建設業」や店舗での顧客対応を行っている「サービス業」は行政の支援策を利用しづらい状況がうかがえる。

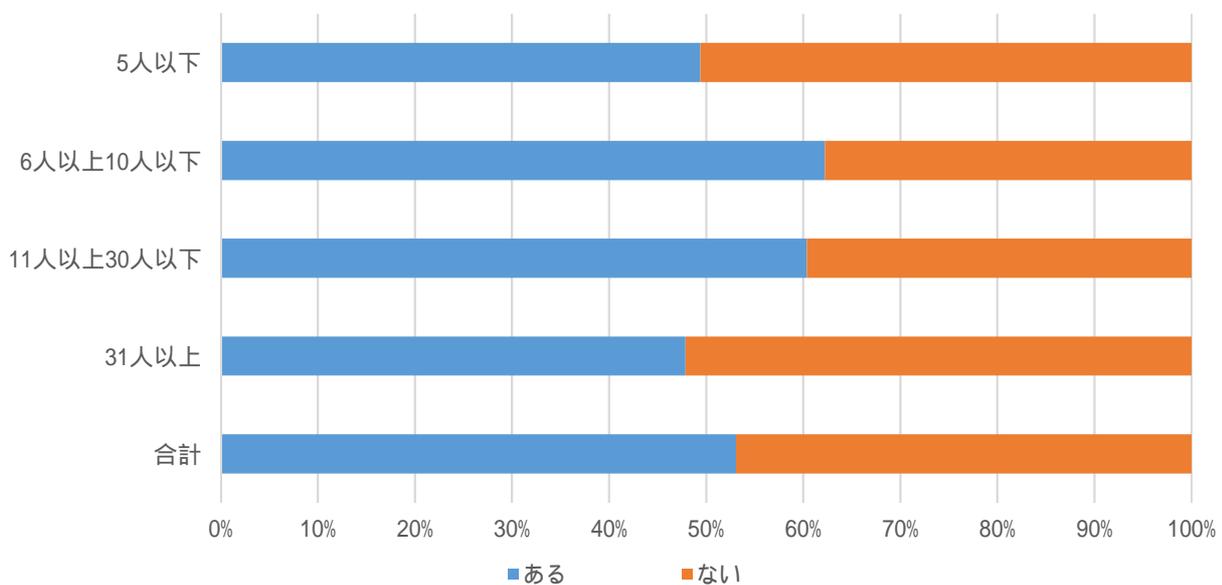
	ある	ない	合計
建設業	14 (35.00%)	26 (65.00%)	40 (100%)
製造業	159 (58.46%)	113 (41.54%)	272 (100%)
卸売業, 小売業	62 (52.54%)	56 (47.46%)	118 (100%)
サービス業	75 (47.17%)	84 (52.83%)	159 (100%)
その他	23 (51.11%)	22 (48.89%)	45 (100%)
合計	333 (52.52%)	301 (47.48%)	634 (100%)



従業員規模別行政等の支援策を利用したことがあるか（従業員数未回答の企業を除く）

従業員規模別に行政等の支援策の利用の有無をみると、従業員規模「5人以下」と「31人以上」で「利用したことがある」との回答が半数を下回った。従業員数が少ない小規模企業においては、行政が実施する経営相談などに対応できる人材が不足していることがうかがえる。一方、「31人以上」の企業においては、30人以下の企業と比べて社内体制が整っており、事業承継や補助金申請といった場面で活用しているとみられる。

	ある	ない	合計
5人以下	171 (49.42%)	175 (50.58%)	346 (100%)
6人以上 10人以下	61 (62.24%)	37 (37.76%)	98 (100%)
11人以上 30人以下	61 (60.40%)	40 (39.60%)	101 (100%)
31人以上	34 (47.89%)	37 (52.11%)	71 (100%)
合計	327 (53.08%)	289 (46.92%)	616 (100%)

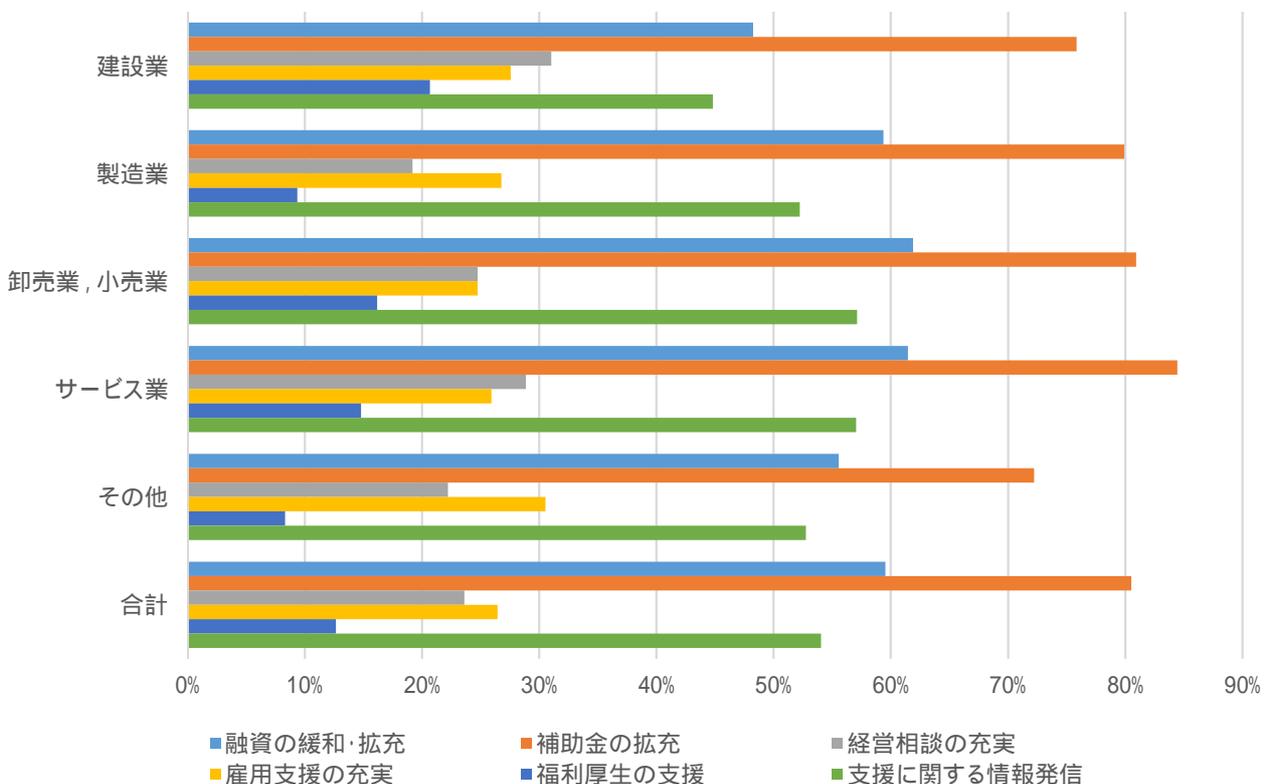


業種別新型コロナウイルス対策として行政に求める支援

行政に求める支援策として回答が多かったのは、「補助金の拡充」、「融資の緩和・拡充」、「支援に関する情報発信」の順であり、すべての業種で共通であった。

「建設業」と「サービス業」では、次いで「経営相談の充実」との回答が多かった。他の業種と比べて、行政等の支援策の利用が少ない業種であるが、経営相談等の行政支援策へのニーズがあることがわかる。また、「建設業」と「その他」は「雇用支援の充実」が多く、コロナ禍において積極的に採用を検討していることがうかがえる。

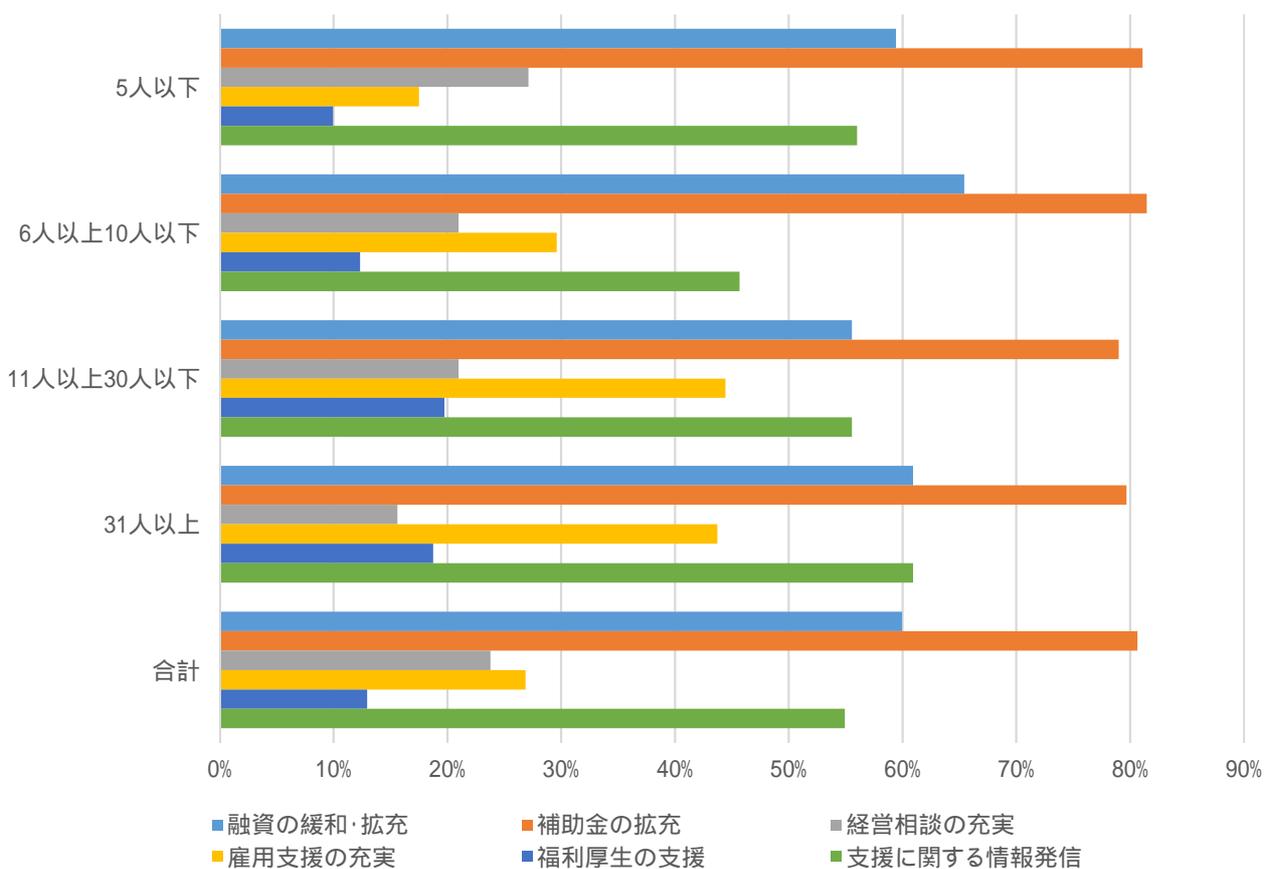
	融資の緩和・拡充	補助金の拡充	経営相談の充実	雇用支援の充実	福利厚生への支援	支援に関する情報発信	回答企業
建設業	14 (48.28%)	22 (75.86%)	9 (31.03%)	8 (27.59%)	6 (20.69%)	13 (44.83%)	29
製造業	133 (59.38%)	179 (79.91%)	43 (19.20%)	60 (26.79%)	21 (9.38%)	117 (52.23%)	224
卸売業、小売業	65 (61.90%)	85 (80.95%)	26 (24.76%)	26 (24.76%)	17 (16.19%)	60 (57.14%)	105
サービス業	83 (61.48%)	114 (84.44%)	39 (28.89%)	35 (25.93%)	20 (14.81%)	77 (57.04%)	135
その他	20 (55.56%)	26 (72.22%)	8 (22.22%)	11 (30.56%)	3 (8.33%)	19 (52.78%)	36
合計	315 (59.55%)	426 (80.53%)	125 (23.63%)	140 (26.47%)	67 (12.67%)	286 (54.06%)	529



従業員規模別新型コロナウイルス対策として行政に求める支援（従業員数未回答の企業を除く）業種別の分析と同じく、「補助金の拡充」、「融資の緩和・拡充」、「支援に関する情報発信」の順で回答が多かった。

「経営相談の充実」を求める回答が多かったのは、従業員規模「5人以下」であり、従業員規模が大きくなるにつれて経営相談を求める割合は減少している。従業員規模「5人以下」の企業は、他の規模の企業と比べ、行政等の支援策の利用が少ない企業であるが、経営相談等の行政支援策へのニーズがあることがわかる。

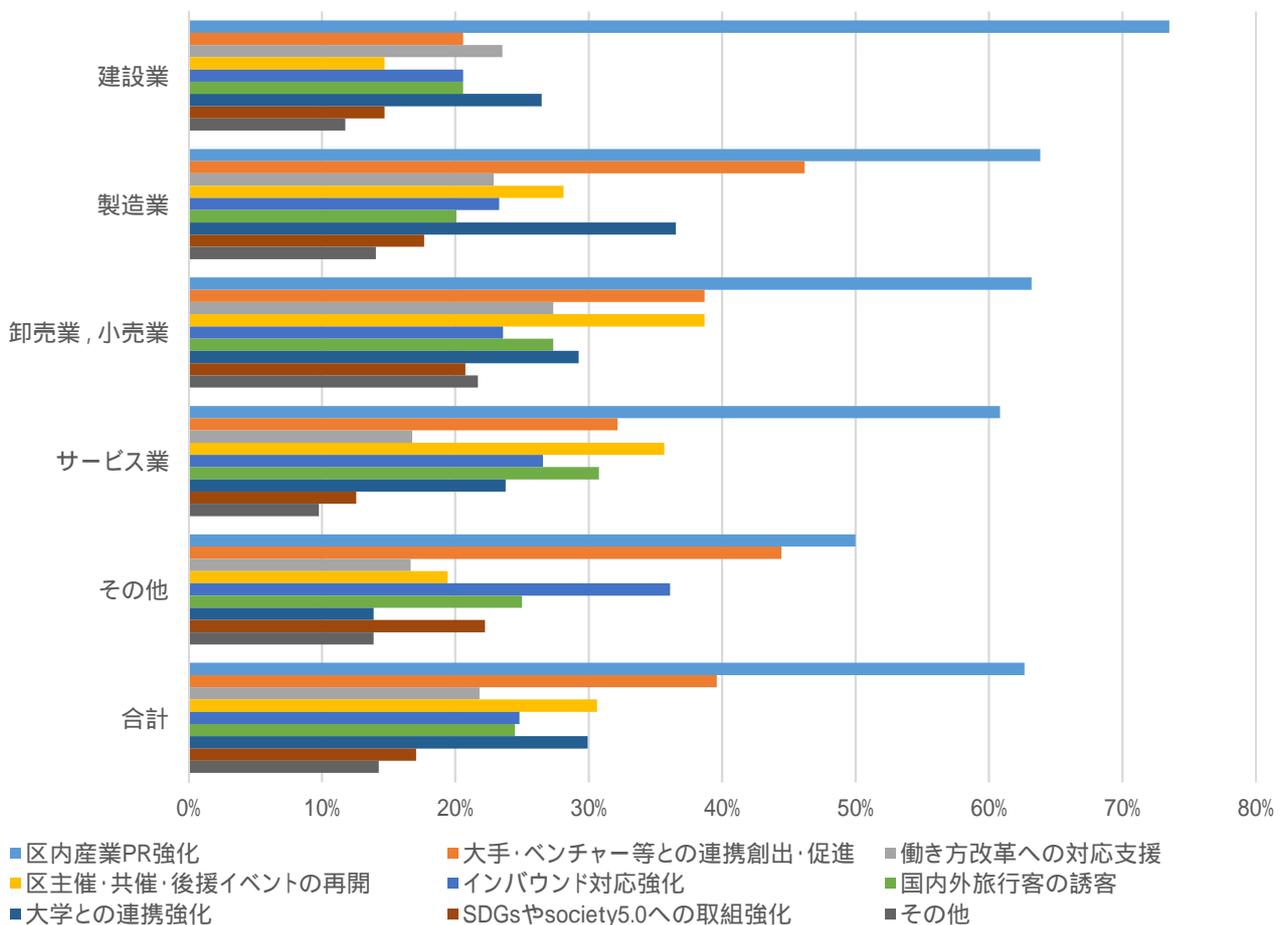
	融資の緩和・ 拡充	補助金の拡充	経営相談の 充実	雇用支援の 充実	福利厚生 の 支援	支援に 関 する 情 報 発 信	回答 企 業
5人以下	173 (59.45%)	236 (81.10%)	79 (27.15%)	51 (17.53%)	29 (9.97%)	163 (56.01%)	291
6人以上 10人以下	53 (65.43%)	66 (81.48%)	17 (20.99%)	24 (29.63%)	10 (12.35%)	37 (45.68%)	81
11人以上 30人以下	45 (55.56%)	64 (79.01%)	17 (20.99%)	36 (44.44%)	16 (19.75%)	45 (55.56%)	81
31人以上	39 (60.94%)	51 (79.69%)	10 (15.63%)	28 (43.75%)	12 (18.75%)	39 (60.94%)	64
合計	310 (59.96%)	417 (80.66%)	123 (23.79%)	139 (26.89%)	67 (12.96%)	284 (54.93%)	517



業種別区内産業を発展させるために必要な施策

「区内産業を発展させるために必要な施策」については、すべての業種で「区内産業のPR強化」を求める意見が圧倒的に多かった。「製造業」、「卸売業、小売業」、「その他」では、「大手・ベンチャー等との連携創出・促進」も多く、新たなビジネスチャンスを求めていることがわかる。「卸売業、小売業」、「サービス業」では、「区主催・共催・後援イベントの再開」も多く、区内誘客の強化が求められている。

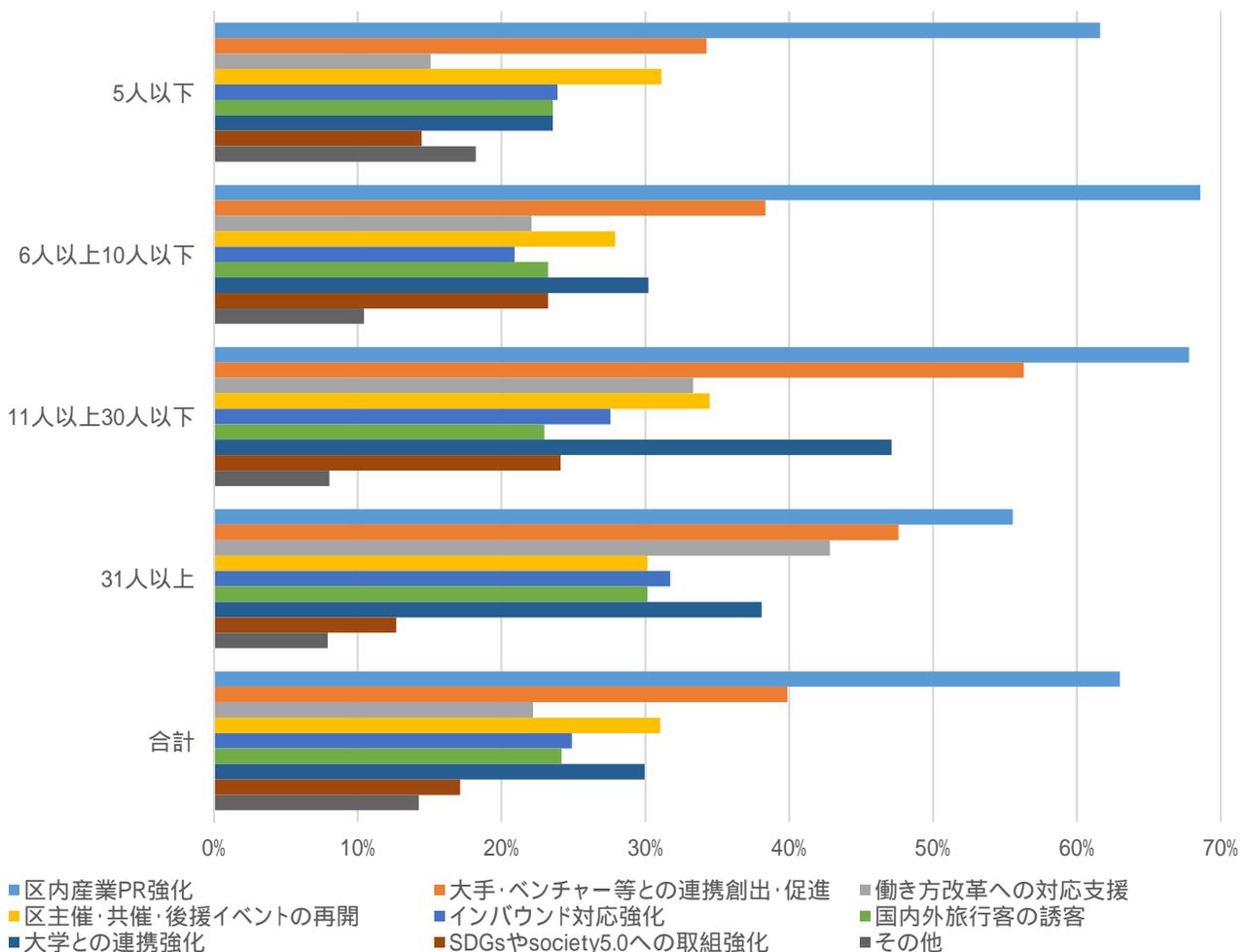
	区内産業PR強化	大手・ベンチャー等との連携創出・促進	働き方改革への対応支援	区主催・共催・後援イベントの再開	インバウンド対応強化	国内外旅行客の誘客	大学との連携強化	SDGsやsociety5.0への取組強化	その他	回答企業
建設業	25 (73.53%)	7 (20.59%)	8 (23.53%)	5 (14.71%)	7 (20.59%)	7 (20.59%)	9 (26.47%)	5 (14.71%)	4 (11.76%)	34
製造業	159 (63.86%)	115 (46.18%)	57 (22.89%)	70 (28.11%)	58 (23.29%)	50 (20.08%)	91 (36.55%)	44 (17.67%)	35 (14.06%)	249
卸売業、小売業	67 (63.21%)	41 (38.68%)	29 (27.36%)	41 (38.68%)	25 (23.58%)	29 (27.36%)	31 (29.25%)	22 (20.75%)	23 (21.70%)	106
サービス業	87 (60.84%)	46 (32.17%)	24 (16.78%)	51 (35.66%)	38 (26.57%)	44 (30.77%)	34 (23.78%)	18 (12.59%)	14 (9.79%)	143
その他	18 (50.00%)	16 (44.44%)	6 (16.67%)	7 (19.44%)	13 (36.11%)	9 (25.00%)	5 (13.89%)	8 (22.22%)	5 (13.89%)	36
合計	356 (62.68%)	225 (39.61%)	124 (21.83%)	174 (30.63%)	141 (24.82%)	139 (24.47%)	170 (29.93%)	97 (17.08%)	81 (14.26%)	568



従業員規模別区内産業を発展させるために必要な施策（従業員数未回答の企業を除く）

従業員規模別の「区内産業を発展させるために必要な施策」は、すべての規模で「区内産業のPR強化」と「大手・ベンチャー等との連携創出・促進」を求める意見が多かった。従業員規模「5人以下」では、「区主催・共催・後援イベントの再開」を求める意見が多く、イベントによる販売やPRの機会を求めているとみられる。従業員規模「31人以上」では、「働き方改革への対応支援」も多く、コロナ禍における離職防止や採用にあたっての環境整備を求めていると考えられる。

	区内産業PR強化	大手・ベンチャー等との連携創出・促進	働き方改革への対応支援	区主催・共催・後援イベントの再開	インバウンド対応強化	国内外旅行客の誘客	大学との連携強化	SDGsやsociety5.0への取組強化	その他	回答企業
5人以下	196 (61.64%)	109 (34.28%)	48 (15.09%)	99 (31.13%)	76 (23.90%)	75 (23.58%)	75 (23.58%)	46 (14.47%)	58 (18.24%)	318
6人以上 10人以下	59 (68.60%)	33 (38.37%)	19 (22.09%)	24 (27.91%)	18 (20.93%)	20 (23.26%)	26 (30.23%)	20 (23.26%)	9 (10.47%)	86
11人以上 30人以下	59 (67.82%)	49 (56.32%)	29 (33.33%)	30 (34.48%)	24 (27.59%)	20 (22.99%)	41 (47.13%)	21 (24.14%)	7 (8.05%)	87
31人以上	35 (55.56%)	30 (47.62%)	27 (42.86%)	19 (30.16%)	20 (31.75%)	19 (30.16%)	24 (38.10%)	8 (12.70%)	5 (7.94%)	63
合計	349 (63.00%)	221 (39.89%)	123 (22.20%)	172 (31.05%)	138 (24.91%)	134 (24.19%)	166 (29.96%)	95 (17.15%)	79 (14.26%)	554

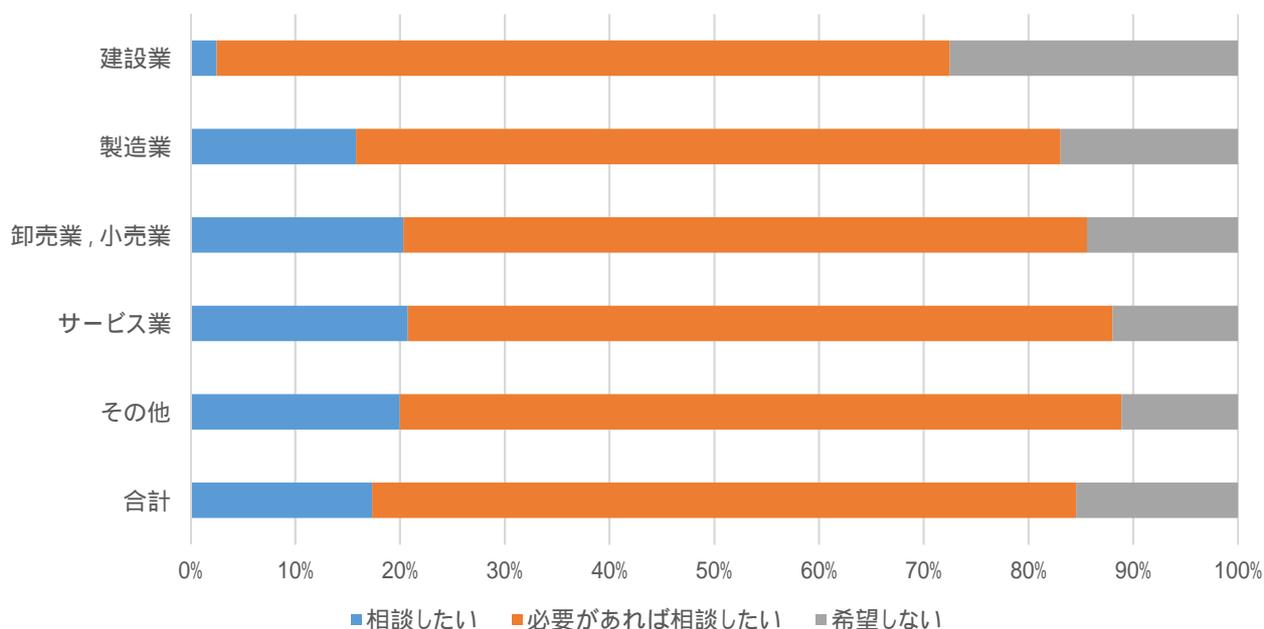


(6) すみサポのサポート・相談を希望するか

業種別すみサポのサポート・相談を希望するか

「相談したい」と「必要があれば相談したい」を合わせると、すべての業種で70%以上が相談を希望している。新型コロナウイルス対策の相談はもとより、新規事業創出や事業承継など、収束後も継続的に支援していく必要がある。また、「必要があれば相談したい」と回答した区内企業に対しても、相談が来るのを待つのではなく、オンライン相談を強化するなど積極的かつ熱意を持った支援体制をさらに展開していく必要がある。

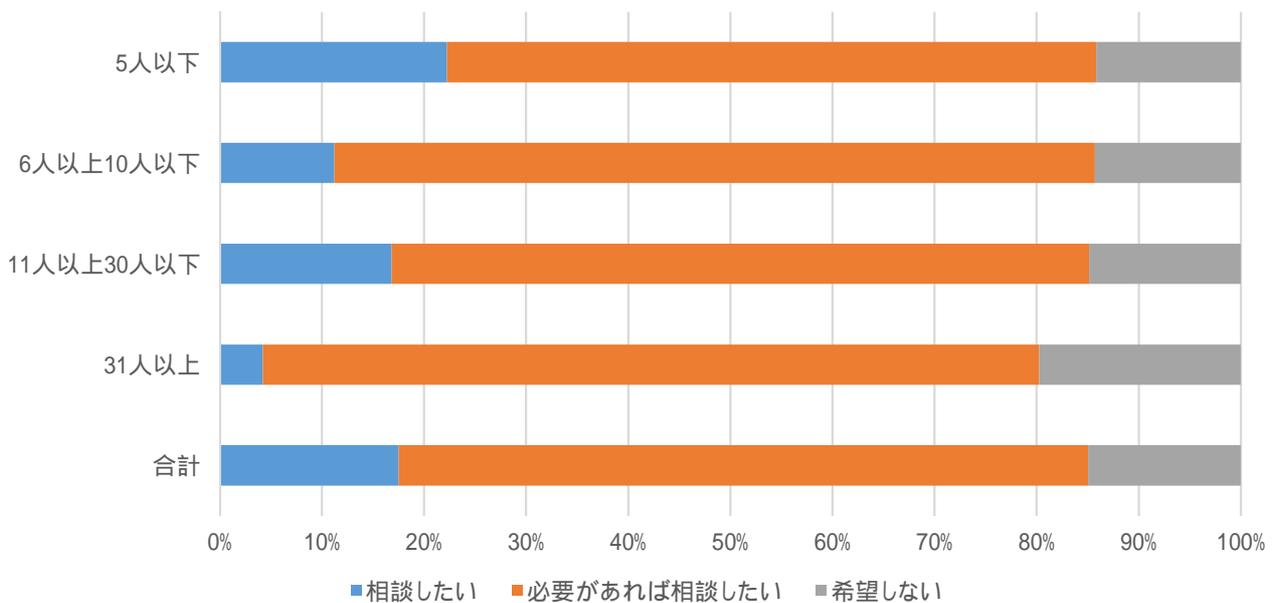
	相談したい	必要があれば 相談したい	希望しない	合計
建設業	1 (2.50%)	28 (70.00%)	11 (27.50%)	40 (100%)
製造業	43 (15.81%)	183 (67.28%)	46 (16.91%)	272 (100%)
卸売業, 小売業	24 (20.34%)	77 (65.25%)	17 (14.41%)	118 (100%)
サービス業	33 (20.75%)	107 (67.30%)	19 (11.95%)	159 (100%)
その他	9 (20.00%)	31 (68.89%)	5 (11.11%)	45 (100%)
合計	110 (17.35%)	426 (67.19%)	98 (15.46%)	634 (100%)



従業員規模別すみサポのサポート・相談を希望するか（従業員数未回答の企業を除く）

「相談したい」と「必要があれば相談したい」を合わせると、すべての従業員規模で80%以上が相談を希望している。すみサポのサポートや相談については、企業規模を問わず求められていることがわかる。特に従業員規模「5人以下」の企業では、「相談したい」との回答が77件あった。

	相談したい	必要があれば相談したい	希望しない	合計
5人以下	77 (22.25%)	220 (63.58%)	49 (14.16%)	346 (100%)
6人以上 10人以下	11 (11.22%)	73 (74.49%)	14 (14.29%)	98 (100%)
11人以上 30人以下	17 (16.83%)	69 (68.32%)	15 (14.85%)	101 (100%)
31人以上	3 (4.23%)	54 (76.06%)	14 (19.72%)	71 (100%)
合計	108 (17.53%)	416 (67.53%)	92 (14.94%)	616 (100%)



4 調査結果に基づく課題分析

(1) 新型コロナウイルス収束後の区内産業飛躍のための先行投資

「対前年3月比の売上」について、「マイナス」となったと回答した企業は422社であり、「50%以上のマイナス」とした企業は118社であった。調査は緊急事態宣言前の3月比であり、売上が減少した企業はさらに増えているものと予想される。こうした状況において企業が求めているのは、給付金等の一時的な資金供給だけでなく、売上を戻すための施策であると考えられる。

一方、「今後の事業継続について」の回答は、下表のとおり業種別・従業員規模別どちらでみても、「資金繰り対策」に次いで「新たな販路・ターゲットを検討」という回答が多かった。新型コロナウイルス収束後に区内企業が円滑に事業を実施し、売上を回復できるよう、業態転換や事業革新に対する先行投資が必要だと考えられる。

また、「売上以外の影響（プラス面）」を業歴別にみると、業歴の短い企業は「新商品・新サービスの開発」に取り組んだ割合が高いが、業歴の長い企業は比較的低い状況である。業歴の長い企業も、業態転換や事業革新に積極的にチャレンジできるような支援策が必要だと考えられる。

<業種別_今後の事業継続について>

		廃業を検討	雇用調整や採用の取消を検討	事業縮小や事業所の撤退を検討	資金繰り対策が必要	事業拡大や採用の増員を検討	新たな仕入れ先を検討	新たな販路・ターゲットを検討	特になし	その他
建設業	回答割合	0.00%	5.00%	0.00%	37.50%	27.50%	2.50%	30.00%	30.00%	2.50%
	順位	8	5	8	1	4	6	2	2	6
製造業	回答割合	1.12%	14.61%	4.87%	50.56%	7.12%	13.11%	50.56%	19.85%	3.37%
	順位	9	4	7	1	6	5	1	3	8
卸売業、小売業	回答割合	0.89%	9.82%	6.25%	48.21%	11.61%	13.39%	49.11%	19.64%	5.36%
	順位	9	6	7	2	5	4	1	3	8
サービス業	回答割合	1.32%	9.21%	10.53%	67.11%	7.89%	6.58%	43.42%	12.50%	1.97%
	順位	9	5	4	1	6	7	2	3	8
その他	回答割合	2.33%	6.98%	9.30%	39.53%	18.60%	9.30%	46.51%	13.95%	6.98%
	順位	9	7	5	2	3	5	1	4	7
合計	回答割合	1.14%	11.24%	6.51%	52.61%	10.26%	10.59%	46.91%	18.24%	3.58%
	順位	9	4	7	1	6	5	2	3	8

<従業員規模別_今後の事業継続について>

		廃業を検討	雇用調整や採用の取消を検討	事業縮小や事業所の撤退を検討	資金繰り対策が必要	事業拡大や採用の増員を検討	新たな仕入れ先を検討	新たな販路・ターゲットを検討	特になし	その他
5人以下	回答割合	2.10%	6.61%	6.01%	50.15%	10.21%	10.81%	49.25%	17.72%	4.50%
	順位	9	6	7	1	5	4	2	3	8
6人以上 10人以下	回答割合	0.00%	11.58%	6.32%	56.84%	8.42%	10.53%	49.47%	15.79%	2.11%
	順位	9	4	7	1	6	5	2	3	8
11人以上 30人以下	回答割合	0.00%	12.87%	9.90%	56.44%	13.86%	15.84%	41.58%	18.81%	1.98%
	順位	9	6	7	1	5	4	2	3	8
31人以上	回答割合	0.00%	32.86%	4.29%	52.86%	10.00%	4.29%	45.71%	21.43%	4.29%
	順位	9	3	6	1	5	6	2	4	6
合計	回答割合	1.17%	11.52%	6.51%	52.59%	10.52%	10.85%	47.58%	18.03%	3.67%
	順位	9	4	7	1	6	5	2	3	8

<業歴別_売上以外の影響（プラス面）>

		海外生産の代替 による受注増	働き方改革が進んだ	新商品・新サービスの 開発に繋がった	企業間連携が進んだ	その他
1年未満	回答割合	0.00%	20.00%	50.00%	30.00%	30.00%
	順位	5	4	1	2	2
1年以上5 年以下	回答割合	2.22%	31.11%	66.67%	6.67%	31.11%
	順位	5	2	1	4	2
6年以上 30年以下	回答割合	4.55%	50.00%	40.91%	15.91%	29.55%
	順位	5	1	2	4	3
31年以上 50年以下	回答割合	26.09%	47.83%	34.78%	21.74%	4.35%
	順位	3	1	2	4	5
51年以上	回答割合	6.02%	60.24%	37.35%	8.43%	25.30%
	順位	5	1	2	4	3
合計	回答割合	6.83%	48.29%	44.88%	12.20%	25.37%
	順位	5	1	2	4	3

(2) 区内経済再生のための情報発信

「区内産業を発展させるために必要な施策」については、業種別・従業員規模別どちらでも、「区内産業のPR強化」を求める意見が圧倒的に多かった。

また、「打開策として取り組んでいること」については、業種別では「卸売業、小売業」「サービス業」が、従業員規模別では「5人以下」の小規模企業が「情報発信力の強化」を多く挙げている。自粛要請の影響を最も強く受ける「卸売業、小売業」「サービス業」と、環境変化への体制が未整備である「5人以下」の小規模企業が、「情報発信力の強化」という積極策を採っている。

これらの企業を支援するためにも、区内産業のPRを強化し、区内産業への注目度を高めるとともに、大手企業やベンチャー企業等の誘致も積極的に行い、区内企業への新たなビジネスチャンスの創出につながるような施策が求められていると考えられる。

<業種別_区内産業を発展させるために必要な施策>

		区内産業PR強化	大手・ベンチャー等との連携創出・促進	働きかた改革への対応支援	区主催・共催・後援イベントの再開	インバウンド対応強化	国内外旅行者の誘客	大学との連携強化	SDGsやsociety5.0への取組強化	その他
建設業	回答割合	73.53%	20.59%	23.53%	14.71%	20.59%	20.59%	26.47%	14.71%	11.76%
	順位	1	4	3	7	4	4	2	7	9
製造業	回答割合	63.86%	46.18%	22.89%	28.11%	23.29%	20.08%	36.55%	17.67%	14.06%
	順位	1	2	6	4	5	7	3	8	9
卸売業、小売業	回答割合	63.21%	38.68%	27.36%	38.68%	23.58%	27.36%	29.25%	20.75%	21.70%
	順位	1	2	5	2	7	5	4	9	8
サービス業	回答割合	60.84%	32.17%	16.78%	35.66%	26.57%	30.77%	23.78%	12.59%	9.79%
	順位	1	3	7	2	5	4	6	8	9
その他	回答割合	50.00%	44.44%	16.67%	19.44%	36.11%	25.00%	13.89%	22.22%	13.89%
	順位	1	2	7	6	3	4	8	5	8
合計	回答割合	62.68%	39.61%	21.83%	30.63%	24.82%	24.47%	29.93%	17.08%	14.26%
	順位	1	2	7	3	5	6	4	8	9

<従業員規模別_区内産業を発展させるために必要な施策>

		区内産業PR強化	大手・ベンチャー等との連携創出・促進	働きかた改革への対応支援	区主催・共催・後援イベントの再開	インバウンド対応強化	国内外旅行者の誘客	大学との連携強化	SDGsやsociety5.0への取組強化	その他
5人以下	回答割合	61.64%	34.28%	15.09%	31.13%	23.90%	23.58%	23.58%	14.47%	18.24%
	順位	1	2	8	3	4	5	5	9	7
6人以上 10人以下	回答割合	68.60%	38.37%	22.09%	27.91%	20.93%	23.26%	30.23%	23.26%	10.47%
	順位	1	2	7	4	8	5	3	5	9
11人以上 30人以下	回答割合	67.82%	56.32%	33.33%	34.48%	27.59%	22.99%	47.13%	24.14%	8.05%
	順位	1	2	5	4	6	8	3	7	9
31人以上	回答割合	55.56%	47.62%	42.86%	30.16%	31.75%	30.16%	38.10%	12.70%	7.94%
	順位	1	2	3	6	5	6	4	8	9
合計	回答割合	63.00%	39.89%	22.20%	31.05%	24.91%	24.19%	29.96%	17.15%	14.26%
	順位	1	2	7	3	5	6	4	8	9

<業種別_打開策として取り組んでいること>

		資金繰り対応	補助金の活用	営業力の強化	社内体制強化	取引先との 連帯強化	情報発信 力の強化	特になし	その他
建設業	回答割合	41.03%	43.59%	20.51%	17.95%	23.08%	7.69%	28.21%	20.51%
	順位	2	1	5	7	4	8	3	5
製造業	回答割合	57.58%	45.45%	25.38%	30.30%	25.38%	23.48%	13.64%	22.73%
	順位	1	2	4	3	4	6	8	7
卸売業, 小売業	回答割合	52.59%	43.97%	21.55%	25.86%	17.24%	27.59%	13.79%	19.83%
	順位	1	2	5	4	7	3	8	6
サービス業	回答割合	61.69%	55.84%	25.32%	23.38%	12.99%	30.52%	10.39%	20.78%
	順位	1	2	4	5	7	3	8	6
その他	回答割合	51.16%	53.49%	27.91%	46.51%	37.21%	20.93%	9.30%	25.58%
	順位	2	1	5	3	4	7	8	6
合計	回答割合	56.17%	48.21%	24.51%	28.08%	21.43%	24.84%	13.47%	21.75%
	順位	1	2	5	3	7	4	8	6

<従業員規模別_打開策として取り組んでいること>

		資金繰り対応	補助金の活用	営業力の強化	社内体制強化	取引先との 連帯強化	情報発信 力の強化	特になし	その他
5人以下	回答割合	49.55%	47.16%	24.48%	19.70%	18.21%	28.06%	15.22%	21.79%
	順位	1	2	4	6	7	3	8	5
6人以上 10人以下	回答割合	67.02%	50.00%	26.60%	26.60%	19.15%	22.34%	8.51%	24.47%
	順位	1	2	3	3	7	6	8	5
11人以上 30人以下	回答割合	63.27%	44.90%	24.49%	43.88%	29.59%	21.43%	12.24%	20.41%
	順位	1	2	5	3	4	6	8	7
31人以上	回答割合	67.61%	59.15%	25.35%	53.52%	32.39%	21.13%	7.04%	21.13%
	順位	1	2	5	3	4	6	8	6
合計	回答割合	56.69%	48.66%	24.92%	28.76%	21.91%	25.25%	12.71%	21.91%
	順位	1	2	5	3	6	4	8	6

(3) 働き方改革の推進による区内企業の体制強化

「売上以外の影響(プラス面)」をみると、業種別ではすべての企業で取り組まれたようにみえるものの、「卸売業、小売業」「サービス業」で割合は若干低い状況である。さらに業歴別でみると、「1年未満」と「1年以上5年未満」の業歴が短い企業で取り組んだとする割合が低い。

働き方改革については、多くの業種・業歴の企業で取り組まれているものの、継続的に支援すべき課題であり、コロナ禍においては雇用の維持・拡大において非常に重要な要素である。

また、「今後の事業継続について」を業種別にみると、「事業拡大や採用の増員を検討」の回答が「建設業」と「その他(運輸・医療・福祉等含む)」において比較的高いことがわかる。人手不足業界と言われるこれらの業種の企業が、コロナ禍で失業者が増加しているなかで積極的な採用を検討していると考えられる。

区内企業の働き方改革への支援を早期に実施することで、区内企業の雇用の維持・拡大を推進していくことが必要だと考えられる。

<業種別_売上以外の影響(プラス面)>

		海外生産の代替による受注増	働き方改革が進んだ	新商品・新サービスの開発に繋がった	企業間連携が進んだ	その他
建設業	回答割合	0.00%	77.78%	22.22%	33.33%	22.22%
	順位	5	1	3	2	3
製造業	回答割合	12.63%	60.00%	34.74%	11.58%	18.95%
	順位	4	1	2	5	3
卸売業、小売業	回答割合	2.33%	37.21%	44.19%	13.95%	39.53%
	順位	5	3	1	4	2
サービス業	回答割合	0.00%	28.26%	67.39%	8.70%	26.09%
	順位	5	2	1	4	3
その他	回答割合	4.55%	54.55%	40.91%	9.09%	22.73%
	順位	5	1	2	4	3
合計	回答割合	6.51%	48.84%	43.72%	12.09%	25.12%
	順位	5	1	2	4	3

<業歴別_売上以外の影響(プラス面)>

		海外生産の代替による受注増	働き方改革が進んだ	新商品・新サービスの開発に繋がった	企業間連携が進んだ	その他
1年未満	回答割合	0.00%	20.00%	50.00%	30.00%	30.00%
	順位	5	4	1	2	2
1年以上5年以下	回答割合	2.22%	31.11%	66.67%	6.67%	31.11%
	順位	5	2	1	4	2
6年以上30年以下	回答割合	4.55%	50.00%	40.91%	15.91%	29.55%
	順位	5	1	2	4	3
31年以上50年以下	回答割合	26.09%	47.83%	34.78%	21.74%	4.35%
	順位	3	1	2	4	5
51年以上	回答割合	6.02%	60.24%	37.35%	8.43%	25.30%
	順位	5	1	2	4	3
合計	回答割合	6.83%	48.29%	44.88%	12.20%	25.37%
	順位	5	1	2	4	3

<業種別_今後の事業継続について>

		廃業を検討	雇用調整や採用の取消を検討	事業縮小や事業所の撤退を検討	資金繰り対策が必要	事業拡大や採用の増員を検討	新たな仕入れ先を検討	新たな販路・ターゲットを検討	特になし	その他
建設業	回答割合	0.00%	5.00%	0.00%	37.50%	27.50%	2.50%	30.00%	30.00%	2.50%
	順位	8	5	8	1	4	6	2	2	6
製造業	回答割合	1.12%	14.61%	4.87%	50.56%	7.12%	13.11%	50.56%	19.85%	3.37%
	順位	9	4	7	1	6	5	1	3	8
卸売業, 小売業	回答割合	0.89%	9.82%	6.25%	48.21%	11.61%	13.39%	49.11%	19.64%	5.36%
	順位	9	6	7	2	5	4	1	3	8
サービス業	回答割合	1.32%	9.21%	10.53%	67.11%	7.89%	6.58%	43.42%	12.50%	1.97%
	順位	9	5	4	1	6	7	2	3	8
その他	回答割合	2.33%	6.98%	9.30%	39.53%	18.60%	9.30%	46.51%	13.95%	6.98%
	順位	9	7	5	2	3	5	1	4	7
合計	回答割合	1.14%	11.24%	6.51%	52.61%	10.26%	10.59%	46.91%	18.24%	3.58%
	順位	9	4	7	1	6	5	2	3	8

(4) イベント再開による販路開拓機会の創出

「イベントの中止・延期・規模縮小による影響」を業種別・従業員規模別にみると、「新規開拓ができなかった」とする回答が多い。区内企業は業種・従業員規模に関わらず、展示会やマルシェ等のイベントを活用し、営業活動に取り組んでいたことがうかがえる。また、販売機会も失ったとする回答も多く、売上減少に直結していると考えられる。また、「製造業」で「その他」と回答した企業は27社あったが、具体的な内容としては、取引先の展示会出展が中止となったことで、展示会で使用するパンフレットや試作品が失注したというものであり、間接的な売上減少にもつながっていることがうかがえる。

「区内産業を発展させるために必要な施策」を業種別・従業員規模別にみても、「区主催・共催・後援イベントの再開」を望む割合は比較的高い状況である。

新たな生活様式に対応したうえで、区が関わるイベントを早期に再開していくことが必要であるとともに、展示会もオンライン開催になるなど変化しており、こうした新しい形の展示会に対する出展支援も必要であると考えられる。

<業種別_イベントの中止・延期・規模縮小による影響>

		新規開拓ができなかった	販売機会がなくなり在庫を抱えることになった	準備経費の負担	特に影響はない	その他
建設業	回答割合	0.00%	0.00%	0.00%	83.33%	16.67%
	順位	3	3	3	1	2
製造業	回答割合	49.02%	25.49%	14.71%	10.78%	26.47%
	順位	1	3	4	5	2
卸売業、小売業	回答割合	42.86%	28.57%	4.08%	18.37%	22.45%
	順位	1	2	5	4	3
サービス業	回答割合	41.51%	11.32%	16.98%	16.98%	22.64%
	順位	1	5	3	3	2
その他	回答割合	20.00%	0.00%	26.67%	46.67%	26.67%
	順位	4	5	2	1	2
合計	回答割合	42.67%	20.44%	13.33%	18.22%	24.44%
	順位	1	3	5	4	2

<従業員規模別_イベントの中止・延期・規模縮小による影響>

		新規開拓ができなかった	販売機会がなくなり在庫を抱えることになった	準備経費の負担	特に影響はない	その他
5人以下	回答割合	43.48%	18.26%	12.17%	18.26%	20.87%
	順位	1	3	5	3	2
6人以上 10人以下	回答割合	46.15%	20.51%	10.26%	17.95%	28.21%
	順位	1	3	5	4	2
11人以上 30人以下	回答割合	36.36%	24.24%	21.21%	15.15%	33.33%
	順位	1	3	4	5	2
31人以上	回答割合	41.18%	20.59%	11.76%	20.59%	23.53%
	順位	1	3	5	3	2
合計	回答割合	42.53%	19.91%	13.12%	18.10%	24.43%
	順位	1	3	5	4	2

<業種別_区内産業を発展させるために必要な施策>

		区内産業 PR 強化	大手・ベンチ ャー等との 連携創出・促 進	働きかた改 革への対応 支援	区主催・共 催・後援イベ ントの再開	インバウン ド対応強化	国内外旅行 客の誘客	大学との連 携強化	SDGs や society5.0 への取組強 化	その他
建設業	回答割合	73.53%	20.59%	23.53%	14.71%	20.59%	20.59%	26.47%	14.71%	11.76%
	順位	1	4	3	7	4	4	2	7	9
製造業	回答割合	63.86%	46.18%	22.89%	28.11%	23.29%	20.08%	36.55%	17.67%	14.06%
	順位	1	2	6	4	5	7	3	8	9
卸売業、 小売業	回答割合	63.21%	38.68%	27.36%	38.68%	23.58%	27.36%	29.25%	20.75%	21.70%
	順位	1	2	5	2	7	5	4	9	8
サービス業	回答割合	60.84%	32.17%	16.78%	35.66%	26.57%	30.77%	23.78%	12.59%	9.79%
	順位	1	3	7	2	5	4	6	8	9
その他	回答割合	50.00%	44.44%	16.67%	19.44%	36.11%	25.00%	13.89%	22.22%	13.89%
	順位	1	2	7	6	3	4	8	5	8
合計	回答割合	62.68%	39.61%	21.83%	30.63%	24.82%	24.47%	29.93%	17.08%	14.26%
	順位	1	2	7	3	5	6	4	8	9

<従業員規模別_区内産業を発展させるために必要な施策>

		区内産業 PR 強化	大手・ベンチ ャー等との 連携創出・促 進	働きかた改 革への対応 支援	区主催・共 催・後援イベ ントの再開	インバウン ド対応強化	国内外旅行 客の誘客	大学との連 携強化	SDGs や society5.0 への取組強 化	その他
5人以下	回答割合	61.64%	34.28%	15.09%	31.13%	23.90%	23.58%	23.58%	14.47%	18.24%
	順位	1	2	8	3	4	5	5	9	7
6人以上 10人以下	回答割合	68.60%	38.37%	22.09%	27.91%	20.93%	23.26%	30.23%	23.26%	10.47%
	順位	1	2	7	4	8	5	3	5	9
11人以上 30人以下	回答割合	67.82%	56.32%	33.33%	34.48%	27.59%	22.99%	47.13%	24.14%	8.05%
	順位	1	2	5	4	6	8	3	7	9
31人以上	回答割合	55.56%	47.62%	42.86%	30.16%	31.75%	30.16%	38.10%	12.70%	7.94%
	順位	1	2	3	6	5	6	4	8	9
合計	回答割合	63.00%	39.89%	22.20%	31.05%	24.91%	24.19%	29.96%	17.15%	14.26%
	順位	1	2	7	3	5	6	4	8	9

(5) すみだビジネスサポートセンター体制強化による区内企業への経営支援の充実

「行政等の支援策を利用したことがあるか」について、業種別では「建設業」と「サービス業」で50%を下回っていることがわかる。従業員規模別では、最小規模である「5人以下」と最大規模である「31人以上」で50%を下回っている。経営相談を中心とする行政の支援サービスは、基本的に「平日・日中」しか対応しておらず、この時間帯に現場作業や店舗での顧客対応に追われる「建設業」と「サービス業」での利用が低いことがうかがえる。

また、小規模企業は人手が不足しているため、「建設業」や「サービス業」以外の業種であっても行政の支援サービスを受けることが困難なことがうかがえる。規模の大きい企業については、補助金申請や事業承継といった内容に関して行政の支援を受けており、場面に応じてうまく行政を活用していると考えられる。

「新型コロナウイルス対策として行政に求める支援」について、業種別・従業員規模別にみると、「行政等の支援策を利用したことがあるか」では「ない」の割合が高かった「建設業」「サービス業」「5人以下」で「経営相談の充実」の回答割合が比較的高いことがわかる。

「すみサポのサポート・相談を希望するか」についても、業種別・従業員規模別ともに「相談したい」、「必要があれば相談したい」を合わせると、すべての属性で70%以上となった。

すみだビジネスサポートセンターでは、東京商工会議所墨田支部や区内金融機関と連携した出張相談会や、オンライン相談を実施しているが、区内企業がアクセスしやすい相談体制の整備を強化していく必要があると考えられる。

<業種別_行政等の支援策を利用したことがあるか>

	ある	ない
建設業	35.00%	65.00%
製造業	58.46%	41.54%
卸売業, 小売業	52.54%	47.46%
サービス業	47.17%	52.83%
その他	51.11%	48.89%
合計	52.52%	47.48%

<従業員規模別_行政等の支援策を利用したことがあるか>

	ある	ない
5人以下	49.42%	50.58%
6人以上 10人以下	62.24%	37.76%
11人以上 30人以下	60.40%	39.60%
31人以上	47.89%	52.11%
合計	53.08%	46.92%

<業種別_新型コロナウイルス対策として行政に求める支援>

		融資の緩和・拡充	補助金の拡充	経営相談の充実	雇用支援の充実	福利厚生への支援	支援に関する情報発信
建設業	回答割合	48.28%	75.86%	31.03%	27.59%	20.69%	44.83%
	順位	2	1	4	5	6	3
製造業	回答割合	59.38%	79.91%	19.20%	26.79%	9.38%	52.23%
	順位	2	1	5	4	6	3
卸売業、 小売業	回答割合	61.90%	80.95%	24.76%	24.76%	16.19%	57.14%
	順位	2	1	4	4	6	3
サービス業	回答割合	61.48%	84.44%	28.89%	25.93%	14.81%	57.04%
	順位	2	1	4	5	6	3
その他	回答割合	55.56%	72.22%	22.22%	30.56%	8.33%	52.78%
	順位	2	1	5	4	6	3
合計	回答割合	59.55%	80.53%	23.63%	26.47%	12.67%	54.06%
	順位	2	1	5	4	6	3

<従業員規模別_新型コロナウイルス対策として行政に求める支援>

		融資の緩和・拡充	補助金の拡充	経営相談の充実	雇用支援の充実	福利厚生への支援	支援に関する情報発信
5人以下	回答割合	59.45%	81.10%	27.15%	17.53%	9.97%	56.01%
	順位	2	1	4	5	6	3
6人以上 10人以下	回答割合	65.43%	81.48%	20.99%	29.63%	12.35%	45.68%
	順位	2	1	5	4	6	3
11人以上 30人以下	回答割合	55.56%	79.01%	20.99%	44.44%	19.75%	55.56%
	順位	2	1	5	4	6	2
31人以上	回答割合	60.94%	79.69%	15.63%	43.75%	18.75%	60.94%
	順位	2	1	6	4	5	2
合計	回答割合	59.96%	80.66%	23.79%	26.89%	12.96%	54.93%
	順位	2	1	5	4	6	3

<業種別_すみサポのサポート・相談を希望するか>

	相談したい	必要があれば相談したい	希望しない
建設業	2.50%	70.00%	27.50%
製造業	15.81%	67.28%	16.91%
卸売業、小売業	20.34%	65.25%	14.41%
サービス業	20.75%	67.30%	11.95%
その他	20.00%	68.89%	11.11%
合計	17.35%	67.19%	15.46%

<従業員規模別_すみサポのサポート・相談を希望するか>

	相談したい	必要があれば相談したい	希望しない
5人以下	22.25%	63.58%	14.16%
6人以上 10人以下	11.22%	74.49%	14.29%
11人以上 30人以下	16.83%	68.32%	14.85%
31人以上	4.23%	76.06%	19.72%
合計	17.53%	67.53%	14.94%