
令和2年度緊急経済対策 効果検証等結果報告書

令和3年9月

武蔵野市

はじめに

このたび、令和2年度に実施した新型コロナウイルス感染症に係る緊急経済対策事業について、その効果を検証するための調査を実施し、得られた知見をコロナ禍における新たな経済対策の検討に資するため、また、今後の産業振興施策に活用するため、その報告書がまとまりました。

令和2(2020)年1月に国内初の新型コロナウイルス感染者が確認されて以後、感染症の拡大により、外出自粛に伴う人手の減少に加え、店舗等の休業・営業時間短縮の要請、感染対策設備の導入や働き方の変更、あるいは閉店や廃業を余儀なくされるなど、全国的に多大な影響が及び、事業を営む方にも深刻な影響をもたらしました。

本市においては、令和2年1月31日に「武蔵野市新型コロナウイルス感染症対策本部」を設置し、これまで様々な課題について協議を重ね、対応してまいりました。市独自の事業者支援の取組みとして、事業資金融資あっせん制度の本人負担利率引き下げのほか、感染拡大防止中小企業者等緊急支援金、感染拡大防止インフラ中小企業者等支援金、商店会活性化出店支援金、中小企業者等テナント家賃支援金、飲食店テイクアウト・デリバリー事業補助金、くらし地域応援券の配付等を実施し、国や東京都における支援策のみでは補えない部分に対する支援を関係機関、関係団体と連携しながら行ってきました。

併せて、感染拡大防止中小企業者等申請サポート窓口や事業者支援ほっとらいんの開設といった各種申請手続きの支援や多岐にわたる支援制度の窓口の適切な案内等、金銭面だけでなく側面的支援となるサポート体制も整備してきました。

これら一連の緊急経済対策について、その効果を検証した本報告書に基づき、今後も引き続き、行政、関係機関及び関係団体が連携し、着実に施策を実施できるよう努め、市民のいのちと暮らしを守るための施策を引き続き推進してまいります。本報告書の作成にあたって、この調査にご協力をいただきました事業者及び市民の皆さまには心からお礼を申し上げますとともに、今後とも市政へのご理解とご協力を賜りますようよろしくお願いいたします。

令和3(2021)年9月

武蔵野市長

松下 玲子

目 次

これまでのコロナ禍における武蔵野市の経済対策の概要

緊急経済対策効果検証事業に係るアンケート調査 結果報告書

I	調査概要	1
II	全国の経済状況の変化	4
II-1	新型コロナウイルス感染症の企業活動への影響	4
II-2	新型コロナウイルス感染症の売上に与える影響	4
II-3	事業継続／廃業の検討	5
III	武蔵野市の産業構造分析	6
III	産業構造分析	6
IV	市内事業者へのアンケート調査	7
IV-1	属性情報	7
IV-2	新型コロナウイルスに対する対応について	8
IV-3	今後の事業運営について	12
IV-4	くらし地域応援券について	23
IV-5	緊急支援金/インフラ支援金について	32
IV-6	テイクアウト・デリバリー支援について	37
IV-7	テナント家賃支援について	40
IV-8	商店会活性出店支援について	44
IV-9	市制度融資について	48
IV-10	セーフティネット保証について	51
IV-11	各施策を「知ったきっかけ（媒体）」の総合分析	54
IV-12	各施策の「申請方法」の総合分析	54
IV-13	各施策の「評価」の総合分析	55
IV-14	対面型業種及び非対面型業種の比較分析	55
IV-15	総括	56
V	市内事業者に対するインタビュー調査	57
V	設問ごと取りまとめ	57

Ⅵ 市民対象調査	60
Ⅵ-1 属性情報	60
Ⅵ-2 新型コロナウイルスによる変化について	61
Ⅵ-3 武蔵野市くらし地域応援券事業について	65
Ⅵ-4 商品券事業等のデジタル化について	73
Ⅵ-5 武蔵野市独自の経済対策について	77
Ⅶ 調査票	78
Ⅶ-1 市内事業者へのアンケート 調査票	78
Ⅶ-2 市民対象調査 調査票	86

令和2年度緊急経済対策 分析・評価 報告書

Ⅰ 概要	91
Ⅱ 各施策の分析・評価	92
Ⅱ-1 感染拡大防止中小企業者等緊急支援金	92
Ⅱ-2 飲食店テイクアウト・デリバリー事業補助金	94
Ⅱ-3 感染拡大防止インフラ中小企業者等支援金	96
Ⅱ-4 事業者支援ほっとらいん	98
Ⅱ-5 中小企業者等テナント家賃支援金	100
Ⅱ-6 商店会活性出店支援金	102
Ⅱ-7 くらし地域応援券	105
Ⅱ-8 市制度融資	108
Ⅱ-9 セーフティネット保証	110

＜参考資料＞武蔵野市くらし地域応援券 事業業務委託 実施報告書（一部抜粋）

1 事業概要	113
2 実施概要	117
3 取扱加盟店 アンケート	122
4 事業の分析・まとめ	125

これまでのコロナ禍における武蔵野市の経済対策の概要

新型コロナウイルス感染症が、令和元年 12 月に中国で確認されてから、1 年 9 カ月が経過し、令和 3 年 9 月時点の国内外を含む累計感染者数は 2 億 1900 万人を超え、累計死亡者数も 455 万人以上に及び、世界的にはいまだに感染拡大が続いている。

本市においては、「武蔵野市新型インフルエンザ等対策行動計画（平成 27 年 3 月）」及び「武蔵野市新型インフルエンザ対応マニュアル（第二版）（平成 22 年 4 月）」に基づき、令和 2 年 1 月 31 日に、市長を本部長とする「武蔵野市新型コロナウイルス感染症対策本部」を設置し、同年 4 月 7 日、新型インフルエンザ等対策特別措置法第 32 条の規定による緊急事態宣言が東京都に発出されたため、同法第 34 条に基づく対策本部へ移行した。その後、緊急事態宣言の発出・解除が繰り返される中で、適時適切な対応を行ってきたところである。

本市は、市民に最も身近な基礎自治体として、市内経済を守り、市民の生活を支える事業者への支援を中心とした様々な緊急経済対策に取組み、今もなお継続中である。改めて、本効果検証の取りまとめに際して、これまでの経過と背景についても触れておきたい。

平成 31 年 2 月ごろより市・生活経済課（現・産業振興課）では、当面の運転資金確保を目途とした市制度融資への相談が増えつつあった。同時期、給食食材に使用する市内産野菜が、学校の休校とともに余剰となり同課において対応が求められるなど、コロナによる影響が顕在化する中、3 月 2 日、セーフティネット保証 4 号の指定がなされ、以降同 5 号、更には危機関連保証にその範囲が広がるとともに、認定を希望する事業者への対応が急増した。前回の大きな経済危機であった平成 20 年のリーマンショックでの経験から、膨大な数の申請が予想されたため、感染拡大を防止する観点並びに処理の迅速化を図るため、郵送申請を原則とするとともに、係員全員が認定事務に対応できる体制を構築した。また同時期、武蔵野商工会議所（以下「会議所」という。）による市制度融資に関する利率の引き下げ等の要望に応え、中小規模事業者事業資金の特別融資及び小口零細特別融資につき、利子の本人負担率の 0.1%引き下げを 4 月 1 日より実施した。

国・都による新型コロナウイルス感染症に対応した経済対策や、各市区町村による経済対策も実施される中、市では、感染拡大防止中小企業者等緊急支援金（東京都制度の対象外となる事業者に対する給付）並びに、感染拡大防止インフラ中小企業者等支援金（農業や建設業など市民生活を基盤の部分で支えている事業者への支援）について、東京司法書士会武蔵野支部の協力のもと、約 6 カ月にわたり実施した。

また、武蔵野市の産業の特徴でもある飲食事業者を支援するため、フードスクラム事業（飲食店テイクアウト・デリバリー事業補助金、地域飲食店応援クラウドファンディング（エール！むさしの）、テイクアウト・デリバリーガイドの WEB 公開、の総称）を行った。

住民からの生の声に耳を傾け、その信頼にこたえようとした事業もある。国・都が行う施策をはじめ、市施策への相談対応を行うため、東京都行政書士会武蔵支部の協力を得て、会議所と武蔵野市商店会連合会（以下「商連」という）と市が連携し、武蔵野市感染拡大防止中小企業者等申請サポート窓口を三駅圏すべてで構築した。これはのちの事業者支援専用コールセンター「ほっとらいん」として事業が再構築の上、継続されたところである。なお、「ほっとらいん」では、中小企業診断士による専門相談支援も実施した。

コロナによる影響が長期化・甚大化の様相を呈する中、国・都、他自治体による施策を視野に入れつつ、市内産業・経済関係者のご意見や、日々の相談に寄せられる声を受け、商店会活性出店支援金（商店会を活性化するため、空き店舗への出店を支援）、中小企業者等テナント家賃支援金（国

の家賃支援給付金への上乗せ支給）を実施した。

特に商店会活性出店支援金は、当初こそ利用が低調であったが、期間終了に近づくとともに急速に申請が増え、効果的な施策であることが判明したため、令和3年6月議会において、補正予算計上し、同年4月に遡って事業を継続するに至っている。

そして、令和2年度の最後に実施したのが、くらし地域応援券事業である。

事業者支援を主としてきた産業振興課が、全市民を対象として事業者支援とともに、市民生活も支える取組みとすることは、市としてこれまで経験したことがない領域であった。

本事業の構想にあたっては、市長、副市長を先頭にコロナ禍に対峙し、日夜、市内事業者、市民への支援を考え続けてきた職員の思いが結実している。そして非常に短期間で、この構想を現実のものとして実施するにあたっては、12月議会において、補正予算を審議しお認め頂いた市議会の皆様をはじめ、会議所が共催として会員企業にとどまらない広範な事業者支援を、相当の努力をもってあたって頂いたこと、また商連が、参加事業所の呼びかけはもとより、バナーによる全市的な事業広報、更には補助金を有効活用した連携事業などに取り組んで頂いたことにも触れておきたい。

これら、多くの関係者のご尽力による結果として、過去に例のない使用率90.3%、発行総額7億3,862万円、取扱1,247店舗となる事業として、推定約15億円ともいわれる経済効果をもたらしたものと考えている。

昨年実施した経済対策の効果検証として、データ、アンケート、インタビューなどによる報告は後段に記載のとおりである。

今回経験した、100年に一度ともいわれる災禍から、いかに我々が学び、対応していくべきかについてまとめ、今後につないでいくこととしたい。

緊急経済対策効果検証事業 に係るアンケート調査

<結果報告書>

I 調査概要

1. 調査目的

令和2年度に実施した緊急経済対策事業について、その効果を検証するとともに、得られた知見を、市の産業振興施策に引き続き活用し、コロナ禍における新たな経済対策の検討に資することを目的として調査を実施。あわせて、市内産業構造の把握を行うことを目的に各種調査を実施した。

2. 調査方法

■市内事業者へのアンケート調査

武蔵野市が実施した緊急経済対策事業等を利用した事業者に対する郵送及びWEB 回答

■市内事業者へのインタビュー調査

調査実施機関の調査員によるヒアリング

■市民対象調査

武蔵野市民に対する郵送及びWEB 回答

3. 調査対象

■市内事業者へのアンケート調査

4,173 件

<業種内訳>

業種	調査対象者数	割合
小売業（コンビニ、雑貨店等）	1,015 件	24.3%
医療、福祉（診療所、整骨院、整体院等）	571 件	13.7%
飲食サービス業（居酒屋、カフェ、レストラン等）	543 件	13.0%
生活関連サービス業（クリーニング屋、美容院等）	517 件	12.4%
学術研究、専門・技術サービス業（税理士、行政書士等）	511 件	12.2%
不動産業、物品賃貸業（不動産取引事業者等）	218 件	5.2%
サービス業（他に分類されない）（ビルメンテナンス業等）	214 件	5.1%
建設業（工務店、造園会社等）	199 件	4.8%
情報通信業（web 関連会社、ゲーム会社等）	115 件	2.8%
運輸業、郵便業（タクシー、運送業者等）	102 件	2.4%
卸売業（精肉店、酒屋等）	74 件	1.8%
製造業（金属加工業者、印刷会社等）	38 件	0.9%
教育、学習支援業（学習塾、教室、スクール等）	24 件	0.6%
農業、林業（農家）	16 件	0.4%
娯楽業（劇団、俳優業等）	10 件	0.2%
金融業、保険業（銀行、保険会社等）	3 件	0.1%
宿泊業	2 件	0.0%
不詳	1 件	0.0%
合計	4,173 件	100.0%

※上記業種名称は、日本標準産業分類に基づくものである。なお、複数の業種に該当する事業者については、業態を考慮し、いずれかの業種に当てはめるものとする。

■市内事業者へのインタビュー調査

20 件【小売業：7件、飲食サービス業：5件、娯楽業：1件、医療・福祉：2件、生活関連サービス業：1件、建設業：1件、情報通信業：1件、学習支援業：1件、専門サービス業：1件】

■市民対象調査

2,000 件

4. 調査期間

■市内事業者へのアンケート調査、市民対象調査

2021 年 6 月 11 日（金）～ 7 月 2 日（金）

■市内事業者へのインタビュー調査

2021 年 7 月～ 8 月

5. 回答結果

■市内事業者へのアンケート調査

調査対象者数	有効回答数	有効回答率
4,173 件	1,372 件	32.9%

■市民対象調査

調査対象者数	有効回答数	有効回答率
2,000 件	875 件	43.8%

6. 調査実施機関

株式会社東京商エリサーチ 立川支店

7. 注意事項

○報告書本文中の比率はすべて百分率（％）で表し、小数点第 2 位以下を四捨五入している。そのため単一回答であっても構成比の合計が 100％にならない場合がある。

○複数回答の設問は、回答が 2 つ以上あり得るため、構成比の合計が 100％を上回る場合がある。

○図中の「N」（Number of cases の略）とは設問に対する回答件数の総数を示しており、回答者の構成比（％）を算出するための基数である。

8. 市が実施した緊急経済対策等

新型コロナウイルス感染症の感染拡大によって、日本経済全体は大きな打撃を受けた。国や各都道府県では、経済の落ち込みを回避するための施策を打ち出し、各市区町村においても、独自の経済対策を行ってきた。

本市では、「感染拡大防止中小企業者等緊急支援金」をはじめ、感染拡大防止や事業継続支援を目的とした施策を実施するとともに、空き店舗対策や市民の生活支援などを目的とした施策も実施した。

<令和2年度における武蔵野市独自の経済対策>

感染拡大防止中小企業者等緊急支援金（令和2年5月25日～令和2年10月30日）

都の休業等要請の対象外であって、市が定める感染防止策を実施している事業者に対し、最大で60万円を支給するもの

飲食店テイクアウト・デリバリー事業補助金（令和2年6月15日～令和2年8月31日）

新たなサービス提供の方法（テイクアウトなど）にチャレンジする飲食サービス業を営む事業者に対し、必要経費の金額に応じて最大10万円を支給するもの

感染拡大防止インフラ中小企業者等支援金（令和2年8月3日～令和2年10月30日）

市の緊急支援金の対象外であって、市が定める感染防止策を実施している事業者に対し、最大で60万円を支給するもの

事業者支援ほっとらいん（令和2年8月3日～令和3年3月31日）

国や東京都、市などが実施している経済対策について、事業者が漏らすことなく情報収集できるよう、制度概要や問合せ先を紹介し、その支援を行うもの

中小企業者等テナント家賃支援金（令和2年8月17日～令和3年1月29日）

一定額以上の家賃を支払っており、国の家賃支援給付金を受給している市内事業者に対し、月額家賃から一定の金額を超えた部分の1/3を上乗せ支給するもの

商店会活性出店支援金（令和2年8月11日～令和3年3月31日）

空き店舗等を活用し、新たに市内で事業を開始する事業者に対し、出店時30万円、出店6か月後に30万円を支給するもの

くらし地域応援券（令和3年2月20日～令和3年3月31日）

令和3年1月1日時点で武蔵野市内に在住しているすべての市民に対し、税込1,000円以上の買い物で1枚使用できる500円割引券10枚（5,000円分）を、世帯ごとに特定記録郵便で配付するもの

市制度融資（既存事業）

市内事業者の健全な経営活動の促進を図り、産業振興に寄与することを目的として、事業用融資のあっせんを行うもの（市、取扱金融機関、東京信用保証協会の審査を経て、融資が実行された場合において、市がその利子の一部と信用保証料の一部又は全部を補助）

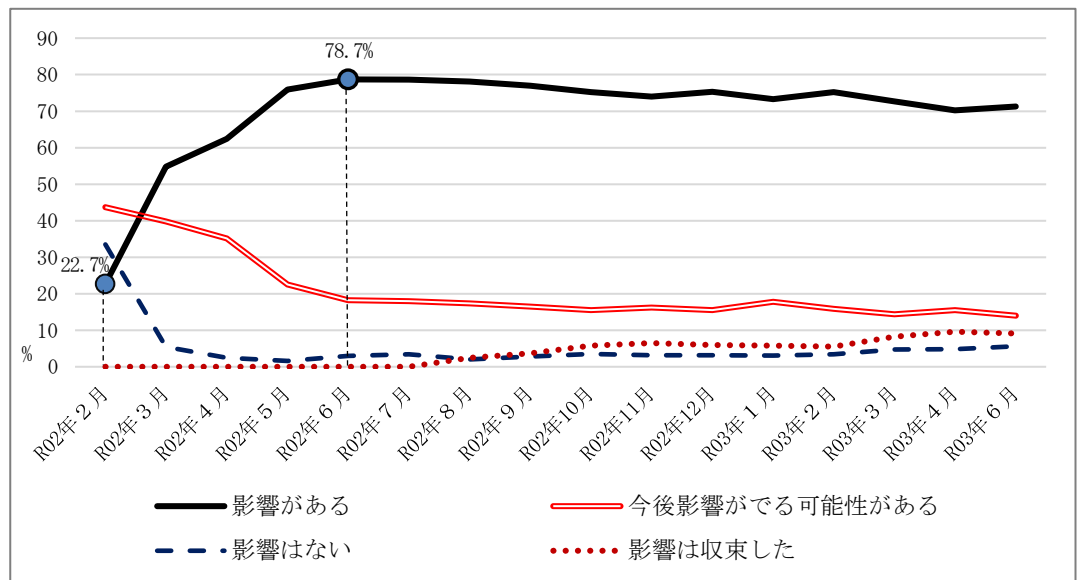
※**セーフティネット保証（4号・5号・危機関連保証）**（令和2年2月18日～）

コロナ禍において、経営の安定に支障が生じている中小企業者に対し、信用保証協会を通じて保証限度額を別枠化することで、資金調達の円滑化を図るもの（中小企業信用保険法に基づく国の制度）であり、市が認定書の発行業務を行う。

Ⅱ 全国の経済状況の変化

Ⅱ-1 新型コロナウイルス感染症の企業活動への影響

国内企業を対象とした東京商工リサーチによる調査では、新型コロナウイルスの企業活動への影響について、「すでに影響が出ている」と回答した企業の割合は、2020年2月調査時点で22.7%であったが、その後急激に増加し、2020年6月には78.7%とピークに達していた。その後も「影響が継続している」と回答する企業は7割台で推移しており、「影響が出たがすでに収束したとする企業」は1割未満にとどまるなど、企業活動の側面においても収束には時間を要している。



参考：株式会社東京商工リサーチ「新型コロナウイルスに関するアンケート調査」(2020年6月調査)

Ⅱ-2 新型コロナウイルス感染症の売上に与える影響

国内で売上が半減以下となった企業の割合が高い業種は下表のとおり。なかでも宿泊業の80.0%、飲食業の44.8%、生活関連サービス業、娯楽業の40.7%が、依然として売上が半減以下となっている。

なお、2020年6月において、東京商工リサーチが全国で実施した調査では、第1回目の緊急事態宣言中であった2020年5月売上が前年同月比で半減以下であった企業の割合は、宿泊業で97.1%、飲食業で76.2%となっていた。ピーク時に比べれば売上半減企業の割合は低下しているものの、企業経営において売上が半減以下となる状況は異常事態であり、対面サービス業については厳しい状況が続いている。

2021年5月の売上高が19年比「半減」以下の業種(降順・上位15)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	宿泊業	80.00%	36	45
2	飲食業	44.78%	30	67
3	生活関連サービス業、娯楽業	40.74%	55	135
4	織物・衣服・身の回り品小売業	30.77%	8	26
5	学術研究、専門・技術サービス業	28.01%	86	307
6	繊維・衣服等卸売業	24.00%	18	75
7	飲食料品小売業	23.26%	10	43
8	各種商品卸売業	22.00%	11	50
9	教育、学習支援業	21.43%	6	28
10	不動産業	20.14%	28	139
11	建設業	18.84%	104	552
12	飲食料品卸売業	16.82%	36	214
13	情報サービス・制作業	15.13%	51	337
14	繊維工業	15.05%	14	93
15	汎・精算・業務用機械器具製造業	14.44%	55	381

参考：株式会社東京商工リサーチ「新型コロナウイルスに関するアンケート調査」(2021年6月調査)

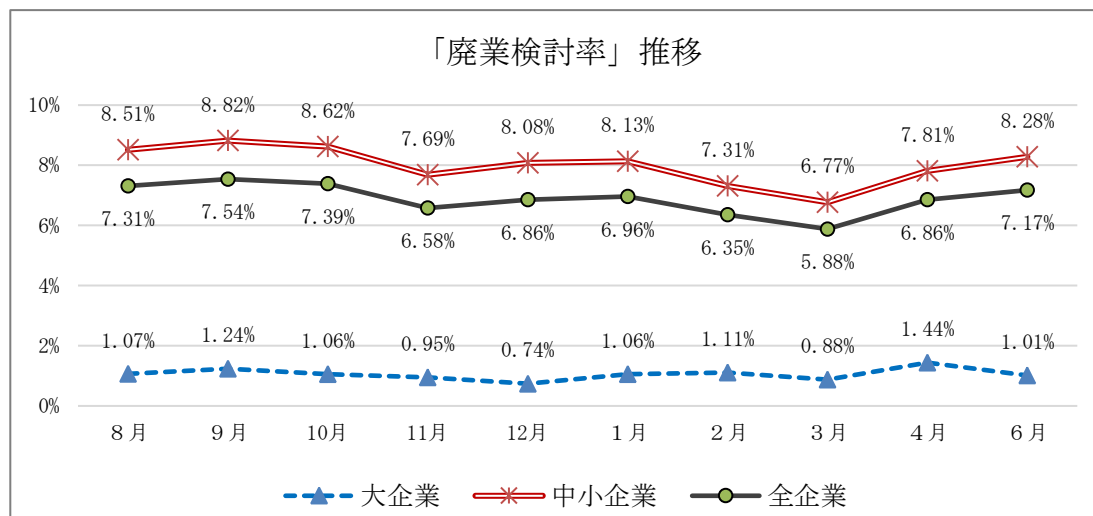
【参考】2020年5月の売上高が前年比「半減」以下の業種(降順・上位15)

順位	名称	構成比	回答	母数
1	宿泊業	97.14%	68	70
2	飲食業	76.15%	99	130
3	織物・衣服・身の回り品小売業	53.06%	26	49
4	輸送用機械器具製造業	45.75%	70	153
5	繊維工業	44.44%	60	135

参考：株式会社東京商工リサーチ「新型コロナウイルスに関するアンケート調査」(2020年6月調査)

Ⅱ-3 事業継続／廃業の検討

コロナ禍の収束が長引いた場合、廃業を検討する可能性が「ある」と回答とした国内企業の割合は、以下のとおり推移している。2021年3月調査では5.9%まで落ちていたものの、同年4月調査では再び上昇し、同年6月調査においては7.2%まで上昇。中小企業では8%超が廃業を検討している状況にある。



参考：株式会社東京商エリサーチ「新型コロナウイルスに関するアンケート調査」（2020年6月調査）

国内の廃業検討率が高い業種については以下のとおり。廃業検討率が高かったのは、宿泊業（36.8%）、その他の生活関連サービス業（36.2%）、飲食店（33.9%）の順となっており、これらの3業種では3割を超える企業が廃業を検討する可能性があるとしている。

廃業検討の可能性「ある」業種別（降順・上位15業種）

順位	名称	構成比	回答	母数
1	宿泊業	36.84%	14	38
2	その他の生活関連サービス業	36.21%	21	58
3	飲食店	33.87%	21	62
4	織物・衣服・身の回り品小売業	29.63%	8	27
5	道路旅客運送業	28.57%	6	21
6	その他の教育、学習支援業	17.86%	5	28
7	印刷・同関連業	17.65%	21	119
8	インターネット附随サービス業	16.67%	4	24
9	広告業	16.18%	11	68
10	農業	15.15%	5	33

参考：株式会社東京商エリサーチ「新型コロナウイルスに関するアンケート調査」
（2020年6月調査）

Ⅲ 武蔵野市の産業構造分析

Ⅲ 産業構造分析

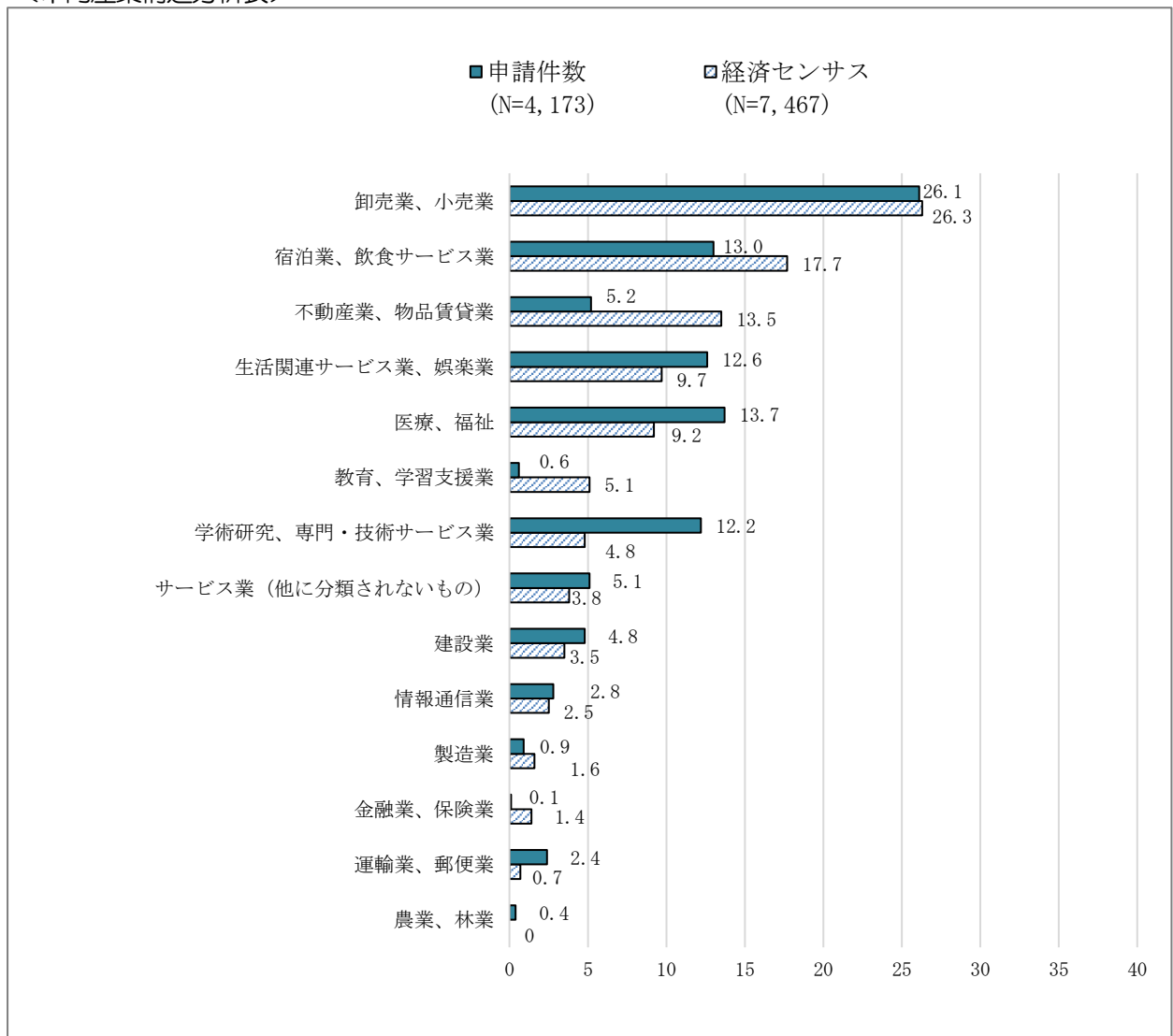
市内産業構造について、昨年度実施した各施策の申請情報と、平成 28 年経済センサス（活動調査）をもとに分析する。

市施策の申請割合としては「卸売業・小売業」が全体の 26.1%と最も高く、次に「医療・福祉」が 13.7%、「飲食サービス業」が 13.0%となっている。

一方で経済センサスにおける市内産業の割合としては、「卸売業・小売業」が 26.3%と最も高く、次に「宿泊業、飲食サービス業」が 17.7%、「不動産業、物品賃貸業」が 13.5%となっている。

いずれの割合でも最も多い「卸売業・小売業」は、市内において事業所数が多い業種であるといえる。一方で「宿泊業、飲食サービス業」や「不動産業、物品賃貸業」については、割合に乖離が生じているが、これは市の施策が、国や東京都が実施した経済対策の対象外事業者を主に対象とする施策であったためである。「飲食サービス業」については、多くの事業者が東京都の「感染拡大防止協力金」の対象であり、市施策の対象外だったため乖離が生じている。また、「不動産業」についても、アパート経営のような不動産賃貸業を市施策では対象外としており、不動産売買等を行う不動産取引業のみを対象としていたため乖離が生じている。「学研究、専門・技術サービス業」については、経済センサスの割合を大きく上回っており、平成 28 年以降市内に多く進出した業種であると考えられる。

<市内産業構造分析表>



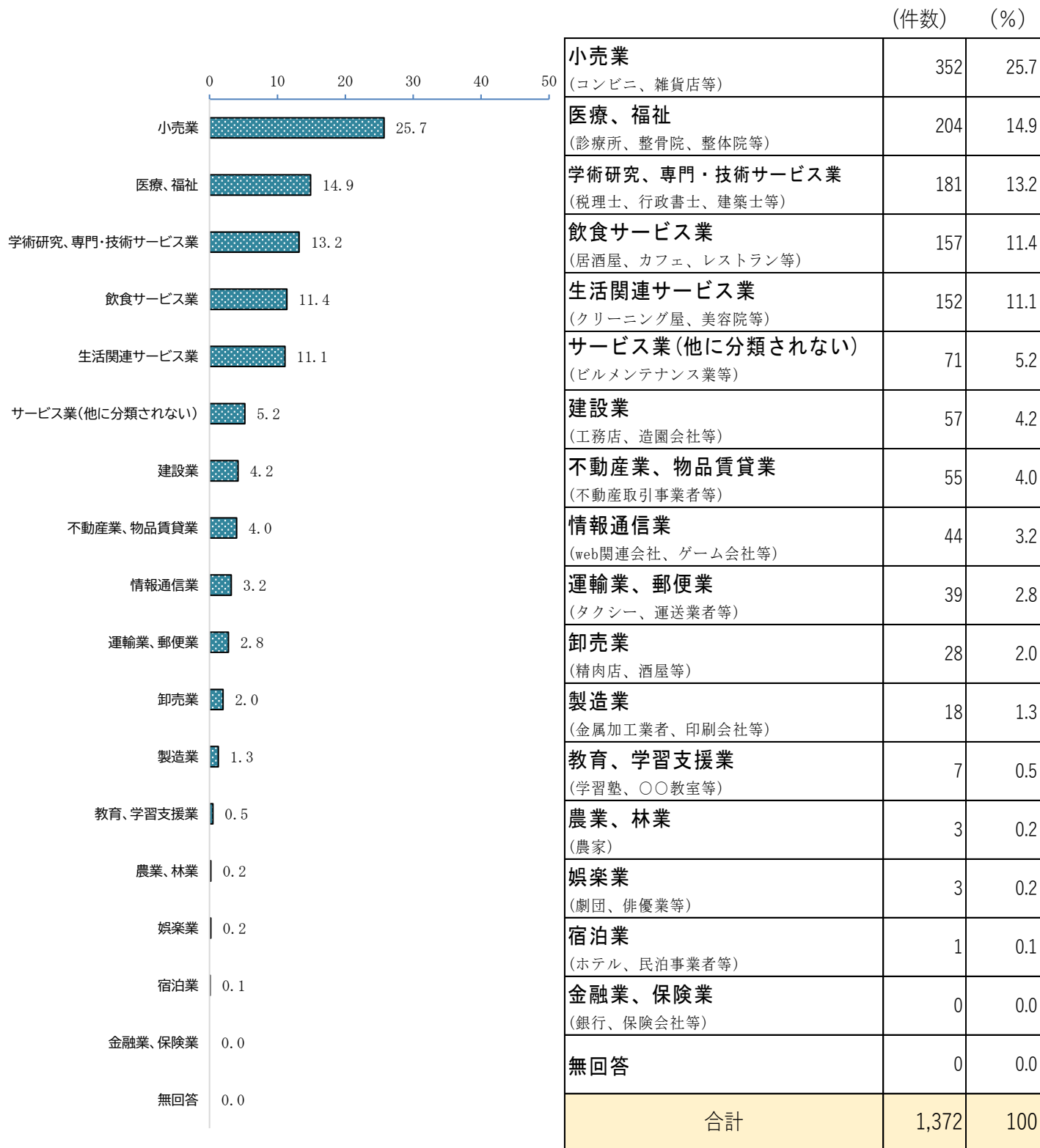
参考：平成 28 年経済センサス活動調査

Ⅳ 市内事業者へのアンケート調査

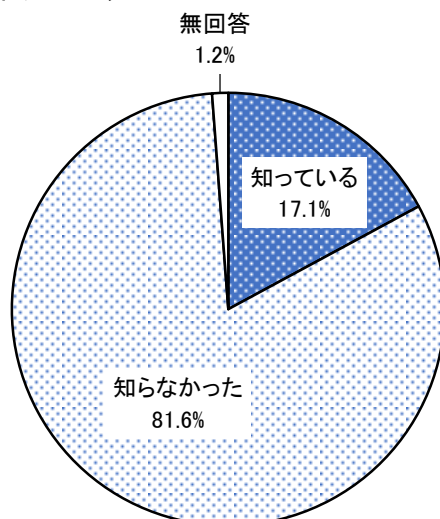
【事業者アンケート】Ⅳ-1 属性情報

【業種】

「小売業」が25.7%と最も高く、次いで「医療、福祉」が14.9%、「学術研究、専門・技術サービス業」が13.2%となっている。



問1 事業者向けの相談ダイヤル「ほっとらいん」をご存じですか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



(N=1,372)

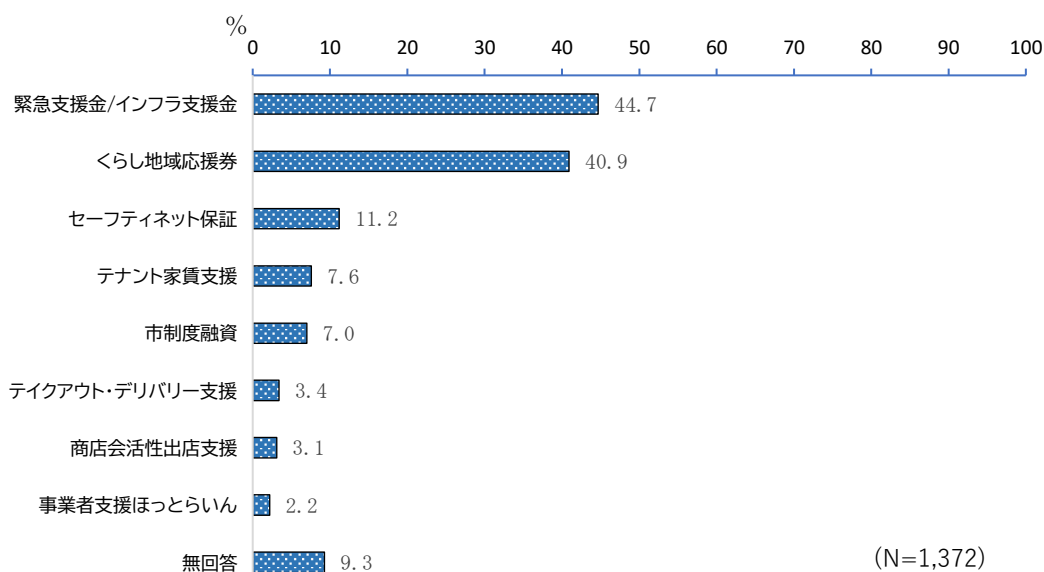
「知っている」が17.1%、「知らなかった」が81.6%となっている。
ただし、問い合わせや相談件数は多く、事業名を知らずに利用しているケースが多いと考えられる。

		事業者向けの相談ダイヤル「ほっとらいん」をご存じですか			
		全 体	知っている (235)	知らなかった (1,120)	無回答 (17)
全 体		1,372件	17.1%	81.6%	1.2%
業 種	農業, 林業	3件	—	100.0%	—
	建設業	57件	24.6%	71.9%	3.5%
	製造業	18件	27.8%	72.2%	—
	情報通信業	44件	20.5%	79.5%	—
	運輸業, 郵便業	39件	33.3%	66.7%	—
	卸売業	28件	28.6%	71.4%	—
	小売業	352件	15.3%	83.0%	1.7%
	金融業, 保険業	—	—	—	—
	不動産業, 物品賃貸業	55件	14.5%	85.5%	—
	学術研究, 専門・技術サービス業	181件	14.9%	85.1%	—
	宿泊業	1件	—	100.0%	—
	飲食サービス業	157件	18.5%	78.3%	3.2%
	生活関連サービス業	152件	16.4%	82.2%	1.3%
	娯楽業	3件	—	100.0%	—
	教育, 学習支援業	7件	—	100.0%	—
	医療, 福祉	204件	12.7%	86.3%	1.0%
	サービス業 (他に分類されない)	71件	23.9%	76.1%	—

本事業について「知らなかった」の割合は多くの業種で7～8割台を占めている。特に、＜不動産業, 物品賃貸業＞、＜学術研究, 専門・技術サービス業＞、＜医療, 福祉＞では「知らなかった」の割合が85%を超えている。

【事業者アンケート】Ⅳ-2新型コロナウイルスに対する対応について

問2 次のうち、利用または参加した市の独自施策等について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)



「緊急支援金/インフラ支援金」が44.7%と最も高く、次いで「暮らし地域応援券」が40.9%、「セーフティネット保証」が11.2%となっている。

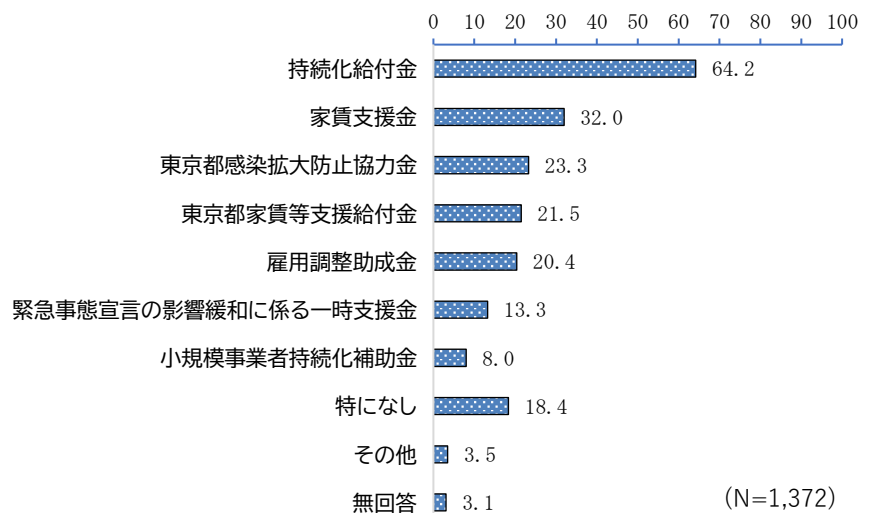
		全 体	次のうち、利用または参加した市の独自施策等について								
			事業者支援ほ とらいん (30)	くらし地域 応援券 (561)	緊急支援金/ インフラ支援金 (631)	テイクアウト・ デリバリー 支援 (46)	テナント家賃支援 (104)	商店会活性 出店支援 (43)	市制度融資 (96)	セーフティ ネット保証 (153)	無回答 (128)
全 体		1,372件	2.2%	40.9%	44.7%	3.4%	7.6%	3.1%	7.0%	11.2%	9.3%
業 種	農業、林業	3件	－	33.3%	66.7%	－	－	－	－	－	－
	建設業	57件	1.8%	19.3%	61.4%	－	1.8%	1.8%	10.5%	17.5%	5.3%
	製造業	18件	－	16.7%	38.9%	－	5.6%	5.6%	16.7%	16.7%	11.1%
	情報通信業	44件	2.3%	－	77.3%	2.3%	11.4%	2.3%	9.1%	18.2%	2.3%
	運輸業、郵便業	39件	5.1%	41.0%	84.6%	－	5.1%	2.6%	10.3%	7.7%	2.6%
	卸売業	28件	－	28.6%	50.0%	－	－	－	17.9%	32.1%	7.1%
	小売業	352件	1.4%	56.3%	33.0%	2.8%	7.4%	4.0%	5.4%	10.2%	10.2%
	金融業、保険業	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－
	不動産業、物品賃貸業	55件	1.8%	9.1%	56.4%	－	5.5%	－	9.1%	25.5%	12.7%
	学術研究、専門・技術 サービス業	181件	3.3%	19.3%	67.4%	－	2.2%	－	7.7%	8.8%	9.9%
	宿泊業	1件	－	－	－	－	－	－	－	－	100.0%
	飲食サービス業	157件	1.9%	73.2%	5.1%	21.0%	12.7%	8.3%	10.2%	11.5%	4.5%
	生活関連サービス業	152件	2.0%	43.4%	41.4%	－	13.8%	4.6%	4.6%	9.9%	12.5%
	娯楽業	3件	－	33.3%	－	－	33.3%	－	－	33.3%	33.3%
	教育、学習支援業	7件	14.3%	28.6%	－	－	－	－	－	42.9%	14.3%
医療、福祉	204件	2.9%	33.3%	57.4%	－	7.8%	1.5%	3.4%	5.4%	12.3%	
サービス業 (他に分類されない)	71件	1.4%	45.1%	43.7%	2.8%	5.6%	2.8%	8.5%	8.5%	5.6%	

業種別にみると、＜小売業＞、＜飲食サービス業＞では「暮らし地域応援券」が、＜建設業＞、＜不動産業、物品賃貸業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞、＜医療、福祉＞等では「緊急支援金/インフラ支援金」がそれぞれ5割を超えており、利用した企業が多かった。＜生活関連サービス業＞、＜サービス業（他に分類されない）＞では「暮らし地域応援券」及び「緊急支援金/インフラ支援金」がともに4割台となっている。

問3 次のうち、利用または申請中の国・東京都の事業について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・新型コロナウイルス感染症特別利子補給事業
- ・感染予防対策ガイドライン実行支援事業助成金
- ・テレワーク助成金
- ・緊急雇用安定化助成金
- ・東京都医療機関・薬局等における新型コロナウイルス感染症感染拡大防止支援金
- ・医療提供体制確保支援補助金
- ・新型コロナ緊急包括支援交付金（感染拡大防止等支援事業）

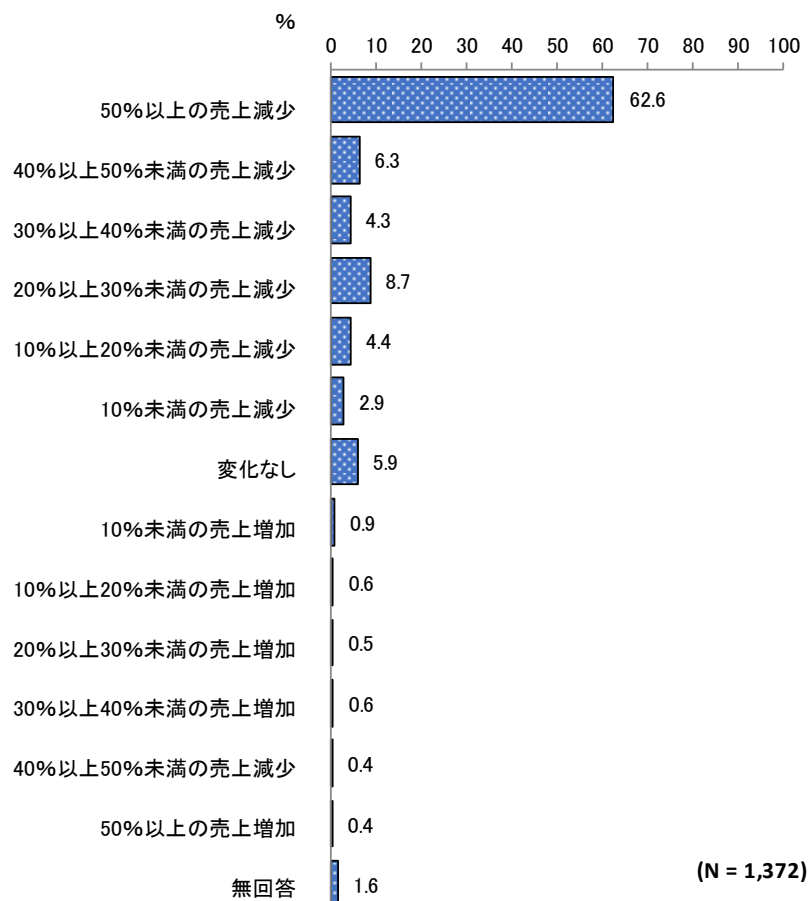


「持続化給付金」が64.2%と最も高く、次いで「家賃支援金」が32.0%、「東京都感染拡大防止協力金」が23.3%となっている。

		全 体	次のうち、利用または申請中の国・東京都の事業について									
			持続化 給付金 (881)	家賃支援金 (439)	雇用調整助成 金 (280)	緊急事態宣言の 影響緩和に係る 一時支援金 (183)	小規模事業者 持続化補助金 (110)	東京都感染 拡大防止協力 (320)	東京都家賃等 支援給付金 (295)	特になし (252)	その他 (48)	無回答 (43)
全 体		1,372件	64.2%	32.0%	20.4%	13.3%	8.0%	23.3%	21.5%	18.4%	3.5%	3.1%
業 種	農業、林業	3件	33.3%	—	—	—	—	—	—	66.7%	—	—
	建設業	57件	75.4%	19.3%	19.3%	3.5%	1.8%	1.8%	15.8%	7.0%	5.3%	8.8%
	製造業	18件	66.7%	16.7%	16.7%	5.6%	11.1%	11.1%	11.1%	16.7%	—	—
	情報通信業	44件	64.3%	28.6%	21.4%	14.2%	10.7%	14.3%	21.4%	14.3%	—	—
	運輸業、郵便業	39件	97.4%	53.8%	2.6%	46.2%	12.8%	5.1%	17.9%	—	—	—
	卸売業	28件	64.3%	28.6%	21.4%	14.3%	10.7%	14.3%	21.4%	14.3%	—	7.1%
	小売業	352件	54.3%	31.8%	21.3%	14.2%	6.8%	17.0%	19.0%	25.6%	4.3%	4.3%
	金融業、保険業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	不動産業、物品賃貸業	55件	65.5%	27.3%	10.9%	7.3%	7.3%	7.3%	18.2%	21.8%	3.6%	3.6%
	学術研究、専門・技術 サービス業	181件	71.3%	30.9%	10.5%	15.5%	6.6%	6.1%	17.7%	22.1%	1.7%	1.7%
	宿泊業	1件	—	—	100.0%	—	—	100.0%	—	—	—	—
	飲食サービス業	157件	80.3%	46.5%	31.8%	11.5%	12.1%	80.3%	39.5%	2.5%	1.3%	0.6%
	生活関連サービス業	152件	70.4%	36.8%	26.3%	13.8%	9.9%	26.3%	23.0%	13.8%	2.6%	3.3%
	娯楽業	3件	100.0%	199.0%	66.7%	66.7%	—	—	66.7%	—	—	—
	教育、学習支援業	7件	57.1%	42.9%	71.4%	14.3%	28.6%	42.9%	14.3%	14.3%	—	—
医療、福祉	204件	49.5%	21.1%	18.1%	8.3%	7.8%	24.5%	14.2%	21.6%	8.8%	4.4%	
サービス業 (他に分類されない)	71件	56.3%	31.0%	21.1%	16.9%	8.5%	18.3%	23.9%	28.2%	1.4%	1.4%	

いずれの業種においても、「持続化給付金」が高く、＜飲食サービス業＞では「東京都感染拡大防止協力金」も同率で最多となっている。「持続化給付金」の利用率は、＜建設業＞（75.4%）、＜学術研究、専門・技術サービス業＞（71.3%）、＜飲食サービス業＞（80.3%）、＜生活関連サービス業＞（70.4%）で特に高くなっている。また、＜飲食サービス業＞では「家賃支援金」や「東京都家賃等支援給付金」の利用率も他の業種に比べて高い。

問 4 新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、売上への影響が最も大きかった月（前年同月比）について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



「50%以上の売上減少」が62.6%と6割強を占めており、次いで「20%以上30%未満の売上減少」が8.7%、「40%以上50%未満の売上減少」が6.3%となっている。

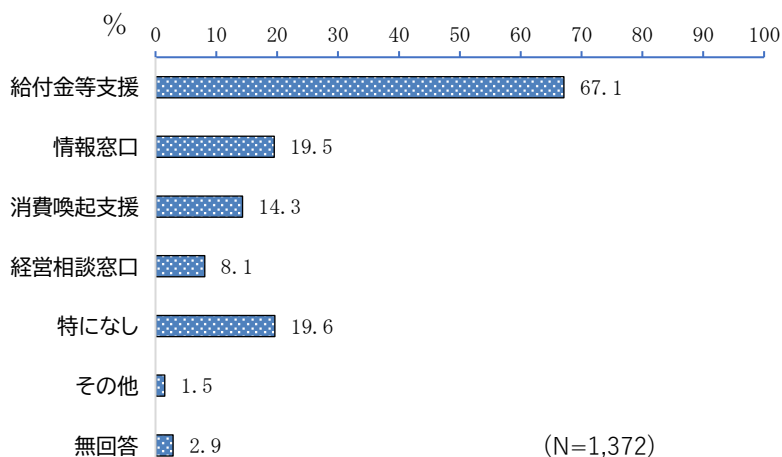
		新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、売上への影響が最も大きかった月について													
全 体		50%以上の売上減少 (859)	40%以上50%未満の売上減少 (86)	30%以上40%未満の売上減少 (59)	20%以上30%未満の売上減少 (119)	10%以上20%未満の売上減少 (60)	10%未満の売上減少 (40)	変化なし (81)	10%未満の売上増加 (12)	10%以上20%未満の売上増加 (8)	20%以上30%未満の売上増加 (7)	30%以上40%未満の売上増加 (6)	40%以上50%未満の売上増加 (5)	50%以上の売上増加 (6)	無回答 (22)
全 体	1,372件	62.6%	6.3%	4.3%	8.7%	4.4%	2.9%	5.9%	0.9%	0.6%	0.5%	0.6%	0.4%	0.4%	1.6%
業 種	農業、林業	3件	33.0%	—	—	—	—	66.7%	—	—	—	—	—	—	—
	建設業	57件	73.7%	7.0%	—	5.3%	—	3.5%	7.0%	1.8%	—	—	1.8%	—	—
	製造業	18件	55.6%	16.7%	5.6%	5.6%	11.1%	5.6%	—	—	—	—	—	—	—
	情報通信業	44件	70.5%	2.3%	2.3%	6.8%	2.3%	—	11.4%	—	—	—	—	—	4.5%
	運輸業、郵便業	39件	89.7%	—	2.6%	2.6%	2.6%	—	2.6%	—	—	—	—	—	—
	卸売業	28件	64.3%	3.6%	3.6%	10.7%	3.6%	—	7.1%	—	3.6%	—	—	3.6%	—
	小売業	352件	55.7%	7.7%	4.8%	10.2%	6.5%	3.1%	4.5%	1.7%	1.1%	1.1%	0.6%	0.9%	1.4%
	金融業、保険業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	不動産業、物品賃貸業	55件	65.5%	1.8%	3.6%	14.5%	3.6%	—	7.3%	—	1.8%	—	—	—	1.8%
	学術研究、専門・技術サービス業	181件	72.9%	2.2%	0.6%	3.9%	2.8%	3.9%	10.5%	—	—	0.6%	0.6%	0.6%	1.1%
	宿泊業	1件	100.0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	飲食サービス業	157件	72.6%	7.6%	6.4%	5.1%	1.9%	3.2%	1.9%	—	—	0.6%	—	—	0.6%
	生活関連サービス業	152件	64.5%	8.6%	7.9%	7.9%	3.9%	—	2.0%	2.0%	—	—	—	—	3.3%
	娯楽業	3件	100.0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	教育、学習支援業	7件	71.3%	—	—	14.3%	—	—	—	—	14.3%	—	—	—	—
	医療、福祉	204件	46.1%	7.8%	5.9%	13.7%	7.8%	4.9%	6.9%	1.0%	0.5%	0.5%	1.0%	0.5%	3.4%
	サービス業（他に分類されない）	71件	60.6%	5.6%	1.4%	11.3%	—	5.6%	11.3%	—	—	—	2.8%	—	—

業種別にみると、特に、＜建設業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞、＜飲食サービス業＞では「50%以上の売上減少」が7割を超えるなど、厳しい状況となった。＜医療、福祉＞では「50%以上の売上減少」が唯一5割を下回った。

問5 今後必要な支援について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・家賃支援、リモートワーク支援
- ・必要物資支援
- ・税金の猶予
- ・減少した売上に対する支援
- ・申請補助窓口
- ・支援等の情報をいち早く、わかりやすい形で知ることができたらよい



「給付金等支援」が67.1%と最も高く、次いで「情報窓口」が19.5%、「消費喚起支援」が14.3%となっている。

		全 体	今後必要な支援について						
			経営相談窓口 (111)	情報窓口 (268)	給付金等支援 (920)	消費喚起支援 (196)	特になし (269)	その他 (21)	無回答 (40)
全 体		1,372件	8.1%	19.5%	67.1%	14.3%	19.6%	1.5%	2.9%
業 種	農業、林業	3件	33.3%	—	66.7%	—	—	—	—
	建設業	57件	5.3%	29.8%	59.6%	7.0%	26.3%	—	5.3%
	製造業	18件	5.6%	16.7%	55.6%	5.6%	38.9%	—	—
	情報通信業	44件	4.5%	15.9%	61.4%	4.5%	31.8%	—	4.5%
	運輸業、郵便業	39件	15.4%	15.4%	92.3%	10.3%	7.7%	5.1%	—
	卸売業	28件	7.1%	14.3%	60.7%	10.7%	25.0%	3.6%	—
	小売業	352件	8.0%	16.2%	68.5%	22.4%	17.3%	1.1%	3.4%
	金融業、保険業	—	—	—	—	—	—	—	—
	不動産業、物品賃貸業	55件	1.8%	16.4%	60.0%	1.8%	27.3%	—	1.8%
	学術研究、専門・技術サービス業	181件	10.5%	24.3%	66.9%	4.4%	21.0%	1.1%	0.6%
	宿泊業	1件	—	—	—	—	100.0%	—	—
	飲食サービス業	157件	9.6%	22.9%	74.5%	29.3%	10.2%	1.3%	3.2%
	生活関連サービス業	152件	5.9%	21.7%	71.1%	13.8%	14.5%	2.6%	3.3%
	娯楽業	3件	33.3%	33.3%	100.0%	—	—	—	—
	教育、学習支援業	7件	14.3%	28.6%	71.4%	—	14.3%	—	—
	医療、福祉	204件	7.8%	17.2%	58.8%	5.9%	24.5%	2.5%	3.9%
サービス業 (他に分類されない)	71件	8.5%	19.7%	64.8%	21.1%	26.8%	1.4%	4.2%	

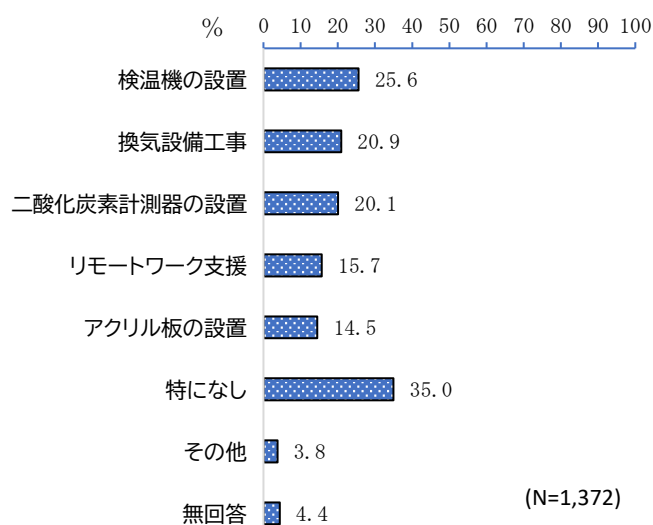
「給付金等支援」を求める割合は、＜飲食サービス業＞（74.5%）、＜生活関連サービス業＞（71.1%）で特に高くなっている。「情報窓口」を求める割合は、＜建設業＞（29.8%）、＜学術研究、専門・技術サービス業＞（24.3%）、＜飲食サービス業＞（22.9%）、＜生活関連サービス業＞（21.7%）で比較的高くなっている。また、「消費喚起支援」を求める割合は、＜飲食サービス業＞（29.3%）、＜小売業＞（22.4%）、＜サービス業（他に分類されない）＞（21.1%）で比較的高かった。

個別インタビュー調査においても、給付金等支援を求める声が大半を占めたが、「売上高の減少を要因とした施策ではなく、収益性を考慮した施策にしてほしい」（小売業）、「離職者の発生や採用時における支援策、さらに本社移転などに係る支援があれば、なおありがたい」（情報通信業）など、売上高の変動のみでなく、支給対象を収益ベースや人員の変動に求める声もあった。

問6 感染拡大防止策について、支援があれば強化したい項目について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・マスク、アルコール、ニトリル手袋などの無料配布
- ・自宅兼事務所でエアコン、換気扇の工事等の支援
- ・テイクアウト（現在よりもわかりやすく早急な）支援や酒販免許取得への支援、食品等の配送などができるための地域内などの支援やシステムがあれば強化したい

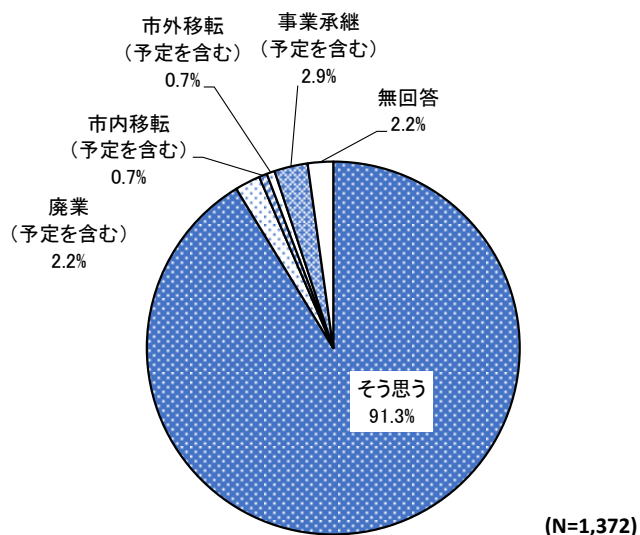


「検温機の設置」が25.6%と最も高く、このほか「換気設備工事」（20.9%）、「二酸化炭素計測器の設置」（20.1%）についても2割を超えている。

		全 体	感染拡大防止策について、支援があれば強化したい項目							
			アクリル板の 設置 (199)	検温機の設置 (351)	二酸化炭素 計測器の設置 (276)	換気設備工事 (287)	リモートワーク 支援 (215)	特になし (480)	その他 (52)	無回答 (61)
全 体		1,372件	14.5%	25.6%	20.1%	20.9%	15.7%	35.0%	3.8%	4.4%
業 種	農業、林業	3件	—	33.3%	33.3%	—	—	33.3%	—	—
	建設業	57件	7.0%	29.8%	17.5%	24.6%	14.0%	43.9%	1.8%	5.3%
	製造業	18件	5.6%	11.1%	16.7%	11.1%	11.1%	50.0%	—	5.6%
	情報通信業	44件	9.1%	9.1%	11.4%	9.1%	50.0%	36.4%	2.3%	2.3%
	運輸業、郵便業	39件	17.9%	7.7%	7.7%	2.6%	2.6%	66.7%	2.6%	2.6%
	卸売業	28件	14.3%	7.1%	10.7%	35.7%	17.9%	25.0%	7.1%	—
	小売業	352件	15.6%	27.0%	13.9%	16.2%	11.4%	41.5%	4.0%	5.7%
	金融業、保険業	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	不動産業、物品賃貸業	55件	16.4%	25.5%	7.3%	16.4%	32.7%	27.3%	1.8%	1.8%
	学術研究、専門・技術 サービス業	181件	11.6%	19.9%	14.9%	11.0%	43.1%	33.1%	3.3%	2.2%
	宿泊業	1件	—	—	—	—	—	100.0%	—	—
	飲食サービス業	157件	22.9%	31.8%	33.1%	33.1%	4.5%	24.2%	3.2%	5.1%
	生活関連サービス業	152件	10.5%	28.9%	31.6%	24.3%	1.3%	32.2%	3.9%	7.2%
	娯楽業	3件	33.3%	—	33.3%	33.3%	—	33.3%	—	—
	教育、学習支援業	7件	28.6%	28.6%	14.3%	—	14.3%	42.9%	—	—
医療、福祉	204件	12.7%	28.9%	26.0%	32.4%	6.9%	28.9%	5.4%	3.9%	
サービス業 (他に分類されない)	71件	18.3%	31.0%	22.5%	19.7%	23.9%	33.8%	5.6%	4.2%	

業種別にみると、「検温機の設置」は＜飲食サービス業＞、＜サービス業（他に分類されない）＞で、「換気設備工事」は＜飲食サービス業＞、＜医療、福祉＞で、「二酸化炭素計測器の設置」は＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞でそれぞれ3割を超えており、これらの感染拡大防止策については顧客との接触が多いサービス業を中心に、強化したい意向が強い。一方、「リモートワーク支援」は＜不動産業、物品賃貸業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞で3割超となっており、他の対策とは異なった傾向がみられる。

問7 今後も事業継続しますか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



「そう思う」が91.3%と9割強を占めている。一方で、「事業承継 (予定を含む)」が2.9%、「廃業 (予定を含む)」が2.2%となっている。

		全 体	今後も事業継続しますか					
			そう思う (1253)	廃業(予定を含む) (30)	市内移転 (予定を含む) (10)	市外移転 (予定を含む) (9)	事業承継 (予定を含む) (40)	無回答 (30)
全 体		1,372件	91.3%	2.2%	0.7%	0.7%	2.9%	2.2%
業 種	農業, 林業	3件	100.0%	—	—	—	—	—
	建設業	57件	86.0%	1.8%	—	—	8.8%	3.5%
	製造業	18件	88.9%	—	—	5.6%	5.6%	—
	情報通信業	44件	97.7%	—	—	—	—	2.3%
	運輸業, 郵便業	39件	84.6%	7.7%	—	—	5.1%	2.6%
	卸売業	28件	89.3%	—	—	—	7.1%	3.6%
	小売業	352件	89.2%	3.4%	0.6%	0.3%	2.8%	3.7%
	金融業, 保険業	—	—	—	—	—	—	—
	不動産業, 物品賃貸業	55件	89.1%	—	3.6%	—	5.5%	1.8%
	学術研究, 専門・技術サービス業	181件	95.0%	1.1%	1.1%	1.1%	1.1%	0.6%
	宿泊業	1件	100.0%	—	—	—	—	—
	飲食サービス業	157件	93.6%	0.6%	0.6%	0.6%	2.5%	1.9%
	生活関連サービス業	152件	89.5%	5.3%	—	0.7%	2.0%	2.6%
	娯楽業	3件	100.0%	—	—	—	—	—
	教育, 学習支援業	7件	85.7%	—	14.3%	—	—	—
	医療, 福祉	204件	93.1%	1.0%	0.5%	1.5%	2.9%	1.0%
	サービス業 (他に分類されない)	71件	93.0%	1.4%	1.4%	—	2.8%	1.4%

業種別にみると、回答数が多かった8業種で「そう思う」がいずれも8割を超えており、事業継続への意向は総じて高い水準にある。一方、「廃業 (予定を含む)」の割合は、＜生活関連サービス業＞で5.3%と、唯一5%を超えている。

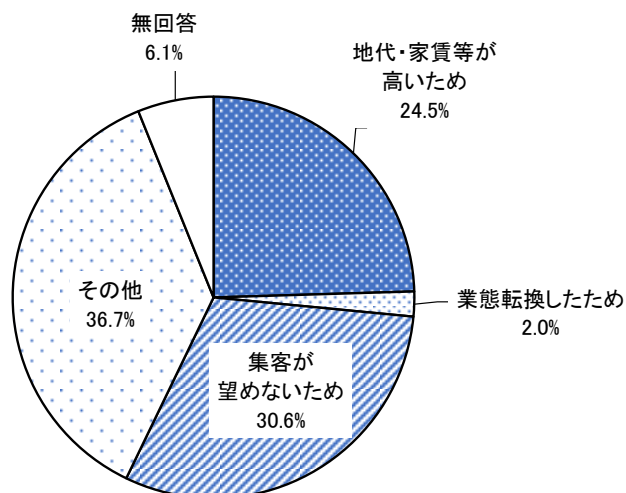
【事業者アンケート】Ⅳ-3 今後の事業運営について

(問7の「今後の事業継続への意向」に関する設問において、「廃業・移転」を選択した者のみ回答)

問8 【廃業・移転】とした理由について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。
(択一回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・コロナにより、従業員の確保が難しく、縮小、撤退した
- ・景気低迷に加え、インボイス制度の開始により非課税事業者が不利な扱いを受けることが確実なため
- ・売上が伸びないため
- ・事業規模縮小のため
- ・建物オーナーの都合（改築予定）
- ・高齢、経済状況の変化
- ・賃貸契約が満了する。また、事業内容の見直しを行うため



(N=49)

「集客が望めないため」が30.6%と最も高く、次いで「地代・家賃等が高いため」が24.5%、「業態転換したため」が2.0%となっている。

		全 体	【廃業・移転】とした理由について				
			地代・家賃等が高いため (12)	業態転換したため (1)	集客が望めないため (15)	その他 (18)	無回答 (3)
全 体		49件	24.5%	2.0%	30.6%	36.7%	6.1%
業 種	農業、林業	－	－	－	－	－	－
	建設業	1件	－	－	－	100.0%	－
	製造業	1件	－	－	－	100.0%	－
	情報通信業	－	－	－	－	－	－
	運輸業、郵便業	3件	－	－	33.3%	33.3%	33.3%
	卸売業	－	－	－	－	－	－
	小売業	15件	33.3%	－	33.3%	26.7%	6.7%
	金融業、保険業	－	－	－	－	－	－
	不動産業、物品賃貸業	2件	－	－	－	100.0%	－
	学術研究、専門・技術サービス業	6件	33.3%	16.7%	16.7%	33.3%	－
	宿泊業	－	－	－	－	－	－
	飲食サービス業	3件	33.3%	－	33.3%	33.3%	－
	生活関連サービス業	9件	11.1%	－	33.3%	55.6%	－
	娯楽業	－	－	－	－	－	－
	教育、学習支援業	1件	100.0%	－	－	－	－
	医療、福祉	6件	33.3%	－	50.0%	16.7%	－
	サービス業（他に分類されない）	2件	－	－	50.0%	－	50.0%

回答数は少ないが、小売業、飲食サービス業、学術研究、専門・技術サービス業、生活関連サービス業などBtoC業態に関しては「集客を望めないため」との回答が一定数あり、コロナ禍における対面業種への影響が窺える。

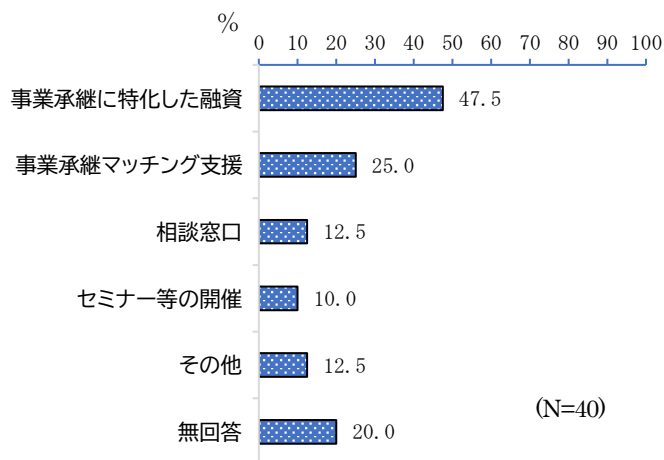
【事業者アンケート】Ⅳ-3 今後の事業運営について

(問7の「今後の事業継続への意向」に関する設問において、「事業承継(予定を含む)」を選択した者のみ回答)

問9 事業承継支援として求めるものについて、当てはまるものをすべて選び、番号に丸を付けてください。(複数回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・市民の方へ市内業者の事業案内

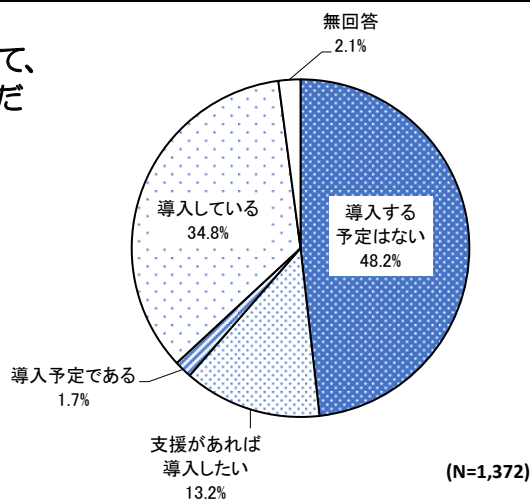


「事業承継に特化した融資」が47.5%と最も高く、次いで「事業承継マッチング支援」が25.0%、「相談窓口」が12.5%となっている。

		全 体	事業承継支援として求めるものについて					
			セミナー等の開催 (4)	相談窓口 (5)	事業承継マッチング 支援 (10)	事業承継に特化した 融資 (19)	その他 (5)	無回答 (8)
全 体		40件	10.0%	12.5%	25.0%	47.5%	12.5%	20.0%
業 種	農業、林業	－	－	－	－	－	－	－
	建設業	5件	20.0%	－	20.0%	60.0%	20.0%	－
	製造業	1件	－	－	－	－	－	100.0%
	情報通信業	－	－	－	－	－	－	－
	運輸業、郵便業	2件	－	－	50.0%	100.0%	50.0%	－
	卸売業	2件	－	－	50.0%	50.0%	50.0%	－
	小売業	10件	10.0%	10.0%	20.0%	50.0%	10.0%	20.0%
	金融業、保険業	－	－	－	－	－	－	－
	不動産業、物品賃貸業	3件	－	33.3%	－	33.3%	－	66.7%
	学术研究、専門・技術 サービス業	2件	－	－	50.0%	50.0%	－	－
	宿泊業	－	－	－	－	－	－	－
	飲食サービス業	4件	25.0%	－	－	25.0%	－	50.0%
	生活関連サービス業	3件	－	33.3%	66.7%	33.3%	－	33.3%
	娯楽業	－	－	－	－	－	－	－
	教育、学習支援業	－	－	－	－	－	－	－
	医療、福祉	6件	16.7%	33.3%	16.7%	50.0%	16.7%	－
	サービス業 (他に分類されない)	2件	－	－	50.0%	50.0%	－	－

全体の回答数は少ないが、「事業承継に特化した融資」に関しては＜建設業＞、＜運輸業、郵便業＞など請負業態にニーズが高いことが窺える。

問10 キャッシュレス決済の導入状況について、該当するものを選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



「導入する予定はない」が48.2%と最も高く、次いで「導入している」が34.8%、「支援があれば導入したい」が13.2%となっている。

		全 体	キャッシュレス決済の導入状況について				
			導入する予定はない (661)	支援があれば導入 したい (181)	導入予定である (24)	導入している (477)	無回答 (29)
全 体		1,372件	48.2%	13.2%	1.7%	34.8%	2.1%
業 種	農業, 林業	3件	66.7%	33.3%	—	—	—
	建設業	57件	87.7%	3.5%	—	5.3%	3.5%
	製造業	18件	88.9%	—	—	11.1%	—
	情報通信業	44件	81.8%	6.8%	—	9.1%	2.3%
	運輸業, 郵便業	39件	12.8%	2.6%	2.6%	82.1%	—
	卸売業	28件	57.1%	14.3%	10.7%	17.9%	—
	小売業	352件	29.5%	11.4%	2.6%	52.8%	3.7%
	金融業, 保険業	—	—	—	—	—	—
	不動産業, 物品賃貸業	55件	69.1%	10.9%	—	18.2%	1.8%
	学術研究, 専門・技術 サービス業	181件	82.3%	8.3%	—	8.8%	0.6%
	宿泊業	1件	—	—	—	100.0%	—
	飲食サービス業	157件	28.7%	16.6%	1.9%	50.3%	2.5%
	生活関連サービス業	152件	34.9%	11.8%	1.3%	49.3%	2.6%
	娯楽業	3件	33.3%	33.3%	—	33.3%	—
	教育, 学習支援業	7件	42.9%	28.6%	—	28.6%	—
	医療, 福祉	204件	52.9%	22.5%	2.9%	20.1%	1.5%
	サービス業 (他に分類されない)	71件	49.3%	22.5%	—	28.2%	—

業種別にみると、「導入している」割合は、＜小売業＞（52.8%）、＜飲食サービス業＞（50.3%）、＜生活関連サービス業＞（49.3%）で5割前後と他の業種に比べて高い。また、これらの業種では「支援があれば導入したい」とする割合は1割台となっている。一方、＜医療, 福祉＞、＜サービス業（他に分類されない）＞では「導入する予定がない」の割合が5割前後と導入済みでない企業が多いが、「支援があれば導入したい」とする割合は2割強にのぼっている。

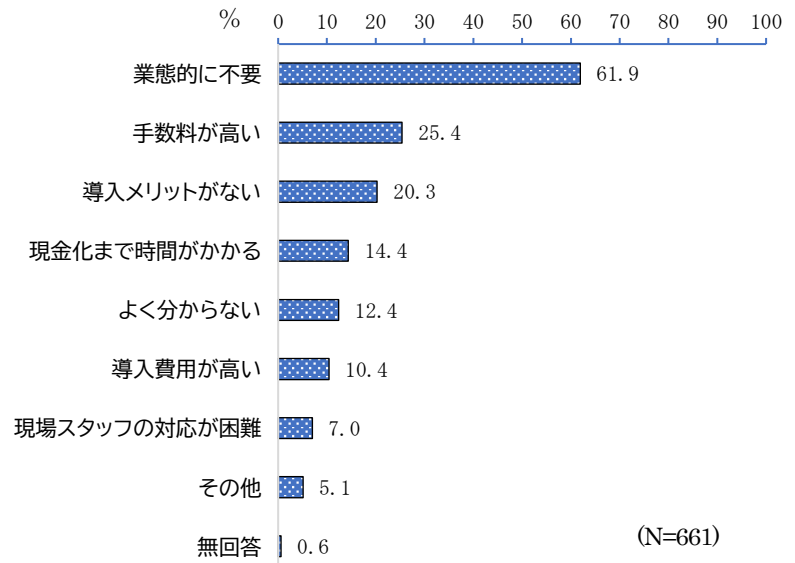
【事業者アンケート】Ⅳ-3 今後の事業運営について

(問10の「キャッシュレス決済」に関する設問において、「導入する予定はない」を選択した者のみ回答)

問11 キャッシュレス決済を導入しない理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・高齢者などキャッシュレス決済を利用していないお客様が相当数いるため
- ・クレジット端末だけで充分、基本現金主義の方が多い
- ・スタッフも年なので面倒くさい
- ・使ってみたが機械の使い方が分からない
- ・人間らしさがなくなる(愛、いたわり等)



「業態的に不要」が61.9%と最も高く、次いで「手数料が高い」が25.4%、「導入メリットがない」が20.3%となっている。

			全 体	キャッシュレス決済を導入しない理由について								
				業態的に不要 (409)	よく分からない (82)	手数料が高い (168)	現金化まで時間 がかかる (95)	導入メリットが ない (134)	現場スタッフの 対応が困難 (46)	導入費用が高い (69)	その他 (34)	無回答 (4)
全 体			661件	61.9%	12.4%	25.4%	14.4%	20.3%	7.0%	10.4%	5.1%	0.6%
業 種	農業、林業	2件	100.0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	建設業	50件	80.0%	14.0%	10.0%	6.0%	16.0%	2.0%	4.0%	2.0%	2.0%	
	製造業	16件	93.8%	6.3%	6.3%	—	—	6.3%	—	6.3%	—	
	情報通信業	36件	83.3%	2.8%	2.8%	—	8.3%	—	—	5.6%	—	
	運輸業、郵便業	5件	60.0%	20.0%	40.0%	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	—	
	卸売業	16件	100.0%	6.3%	12.5%	6.3%	6.3%	6.3%	—	—	—	
	小売業	104件	39.4%	24.0%	41.3%	26.9%	19.2%	15.4%	21.2%	7.7%	1.0%	
	金融業、保険業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	不動産業、物品賃貸業	38件	73.7%	13.2%	13.2%	7.9%	18.4%	2.6%	10.5%	2.6%	—	
	学術研究、専門・技術サービス業	149件	81.2%	4.0%	6.7%	6.0%	15.4%	2.0%	2.7%	2.0%	—	
	宿泊業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
	飲食サービス業	45件	22.2%	31.1%	62.2%	46.7%	17.8%	13.3%	11.1%	11.1%	2.2%	
	生活関連サービス業	53件	34.0%	18.9%	43.4%	26.4%	32.1%	—	18.9%	9.4%	1.9%	
	娯楽業	1件	100.0%	100.0%	—	—	—	100.0%	—	—	—	
	教育、学習支援業	3件	66.7%	66.7%	—	—	—	—	—	33.3%	—	
医療、福祉	108件	54.6%	7.4%	40.7%	11.1%	32.4%	11.1%	16.7%	4.6%	—		
サービス業 (他に分類されない)	35件	65.7%	8.6%	11.4%	8.6%	31.4%	8.6%	5.7%	2.9%	—		

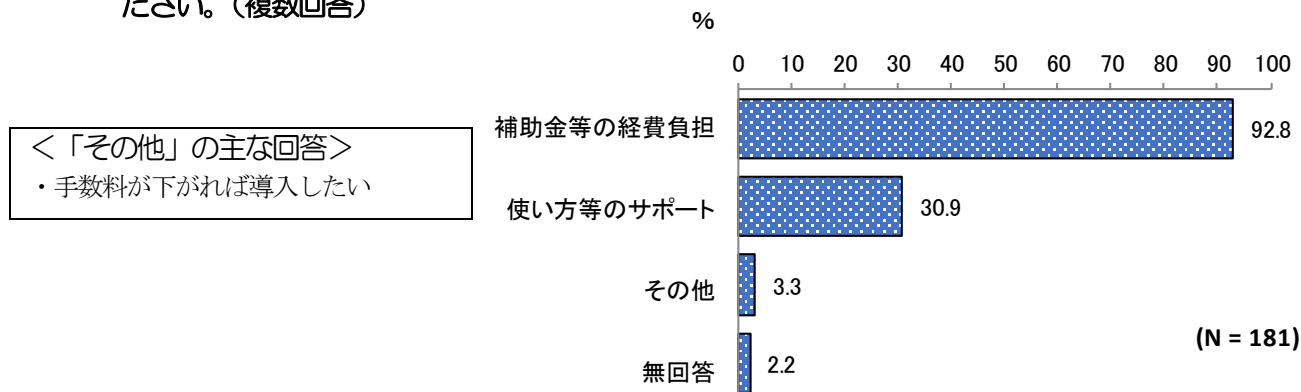
業種別にみると、＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞では「手数料が高い」が4割を超えており、手数料の高さがBtoCの業態でキャッシュレス決済の需要がありながらも、導入を阻む主要因とかがえる。また、＜飲食サービス業＞では「現金化まで時間がかかる」も46.7%と、他の業種に比べて高かった。

一方、＜建設業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞では「業態的に不要」が大半を占めた。

【事業者アンケート】Ⅳ-3 今後の事業運営について

(問10の「キャッシュレス決済」に関する設問において、「支援があれば導入したい」を選択した者のみ回答)

問12 どのような支援があれば導入したいですか。当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)



「補助金等の経費負担」が92.8%と最も高く、次いで「使い方等のサポート」が30.9%となっている。

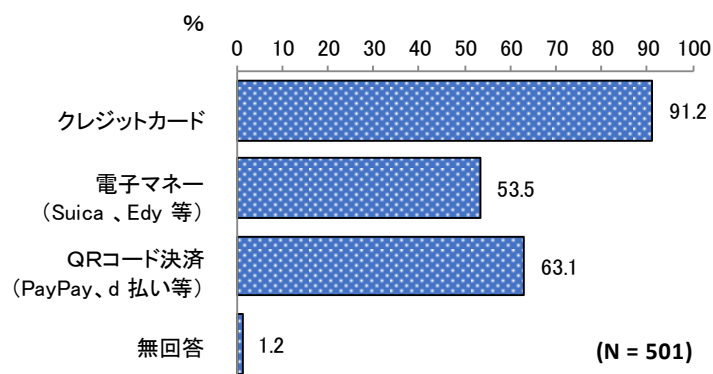
		全 体	どのような支援があれば導入したいですか			
			補助金等の 経費負担 (168)	使い方等の サポート (56)	その他 (6)	無回答 (4)
全 体		181件	92.8%	30.9%	3.3%	2.2%
業 種	農業, 林業	1件	100.0%	－	－	－
	建設業	2件	100.0%	－	－	－
	製造業	－	－	－	－	－
	情報通信業	3件	100.0%	33.3%	－	－
	運輸業, 郵便業	1件	100.0%	100.0%	－	－
	卸売業	4件	75.0%	50.0%	－	－
	小売業	40件	95.0%	22.5%	2.5%	2.5%
	金融業, 保険業	－	－	－	－	－
	不動産業, 物品賃貸業	6件	66.7%	16.7%	－	16.7%
	学術研究, 専門・技術サービス業	15件	93.3%	20.0%	6.7%	－
	宿泊業	－	－	－	－	－
	飲食サービス業	26件	92.3%	53.8%	3.8%	－
	生活関連サービス業	18件	88.9%	27.8%	－	11.1%
	娯楽業	1件	－	100.0%	－	－
	教育, 学習支援業	2件	50.0%	50.0%	－	－
	医療, 福祉	46件	97.8%	26.1%	6.5%	－
	サービス業 (他に分類されない)	16件	100.0%	37.5%	－	－

回答数は少ないが、「補助金等の経費負担」が9割超を占めた業種は＜小売業＞、＜学術研究, 専門・技術サービス業＞、＜飲食サービス業＞、＜医療, 福祉＞、＜他に分類されないサービス業＞となった。

【事業者アンケート】Ⅳ-3 今後の事業運営について

(問10の「キャッシュレス決済」に関する設問において、「導入予定である」または「導入している」を選択した者のみ回答)

問13 導入予定の(導入している)キャッシュレス決済手段について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)

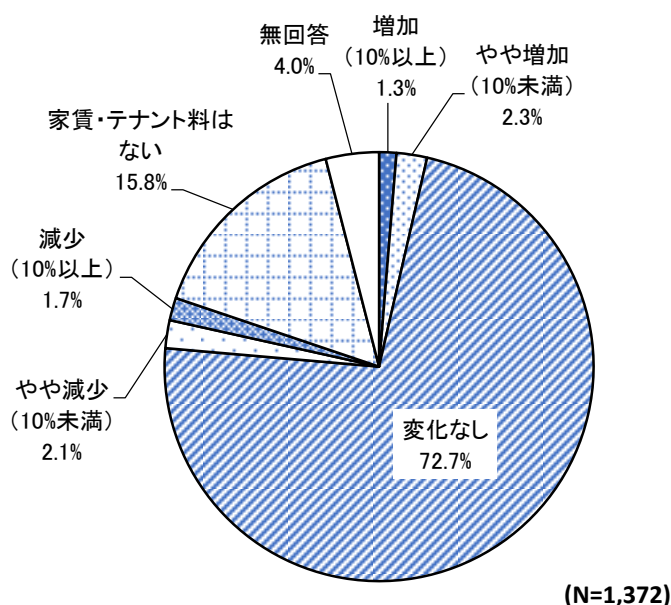


「クレジットカード」が91.2%と最も高く、次いで「QRコード決済 (PayPay、d 払い等)」が63.1%、「電子マネー (Suica、Edy 等)」が53.5%となっている。

		全 体	導入予定の(導入している)キャッシュレス決済手段について			
			クレジットカード (457)	電子マネー (Suica、Edy 等) (268)	QRコード決済x (PayPay、d 払い等) (316)	無回答 (6)
全 体		501件	91.2%	53.5%	63.1%	1.2%
業 種	農業、林業	－	－	－	－	－
	建設業	3件	100.0%	33.3%	66.7%	－
	製造業	2件	100.0%	－	－	－
	情報通信業	4件	75.0%	50.0%	50.0%	－
	運輸業、郵便業	33件	100.0%	90.9%	66.7%	－
	卸売業	8件	75.0%	37.5%	50.0%	12.5%
	小売業	195件	94.9%	57.4%	65.6%	0.5%
	金融業、保険業	－	－	－	－	－
	不動産業、物品賃貸業	10件	100.0%	40.0%	40.0%	－
	学術研究、専門・技術サービス業	16件	100.0%	31.3%	25.0%	－
	宿泊業	1件	100.0%	－	－	－
	飲食サービス業	82件	80.5%	48.8%	74.4%	1.2%
	生活関連サービス業	77件	92.2%	54.5%	64.9%	2.6%
	娯楽業	1件	100.0%	－	－	－
	教育、学習支援業	2件	100.0%	50.0%	50.0%	－
	医療、福祉	47件	87.2%	40.4%	48.9%	－
	サービス業 (他に分類されない)	20件	85.0%	45.0%	75.0%	5.0%

回答数が多かった3業種(＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞)はいずれも「クレジットカード」が8～9割台、「QRコード決済 (PayPay、d 払い等)」が6～7割台、「電子マネー (Suica、Edy 等)」は4～5割台となっている。＜飲食サービス業＞は他の2業種に比べて、「クレジットカード」や「電子マネー (Suica、Edy 等)」の割合がやや低く、「QRコード決済 (PayPay、d 払い等)」の割合が高い傾向にある。

問 14 令和3年度の家賃・テナント料について、令和2年度と比べて変化がありましたか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)

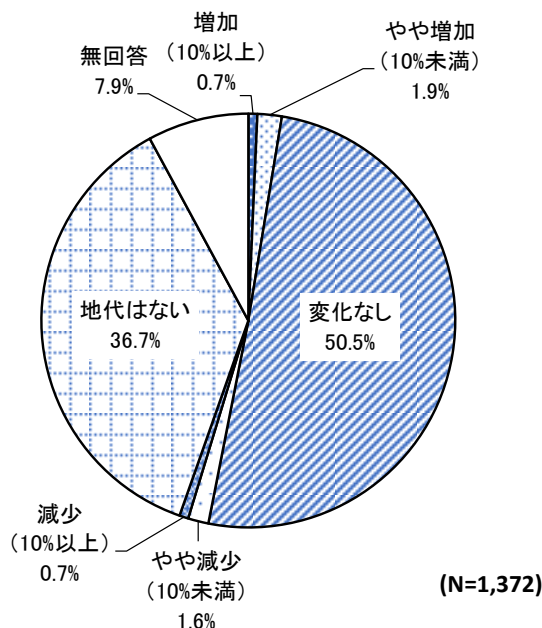


「変化なし」が72.7%と最も高く、次いで「家賃・テナント料はない」が15.8%となっている。「増加 (10%以上)」と「やや増加 (10%未満)」をあわせた割合は3.6%、「減少 (10%以上)」と「やや減少 (10%未満)」をあわせた割合は3.8%となっている。

		全 体	令和3 年度の家賃・テナント料について、令和2 年度と比べて変化がありましたか						
			増加 (10% 以上) (18)	やや増加 (10% 未満) (32)	変化なし (998)	やや減少 (10% 未満) (29)	減少 (10% 以上) (23)	家賃・テナント料は ない (217)	無回答 (55)
全 体		1,372件	1.3%	2.3%	72.7%	2.1%	1.7%	15.8%	4.0%
業 種	農業、林業	3件	－	－	66.7%	－	－	33.3%	－
	建設業	57件	3.5%	1.8%	64.9%	－	3.5%	22.8%	3.5%
	製造業	18件	5.6%	－	72.2%	－	－	22.2%	－
	情報通信業	44件	－	9.1%	79.5%	－	－	9.1%	2.3%
	運輸業、郵便業	39件	2.6%	2.6%	76.9%	2.6%	－	10.3%	5.1%
	卸売業	28件	－	7.1%	75.0%	－	3.6%	7.1%	7.1%
	小売業	352件	0.9%	1.4%	69.6%	2.8%	2.3%	16.5%	6.5%
	金融業、保険業	－	－	－	－	－	－	－	－
	不動産業、物品賃貸業	55件	－	1.8%	78.2%	1.8%	1.8%	16.4%	－
	学術研究、専門・技術 サービス業	181件	1.7%	3.3%	74.0%	－	2.2%	17.1%	1.7%
	宿泊業	1件	－	－	100.0%	－	－	－	－
	飲食サービス業	157件	1.3%	1.3%	72.0%	4.5%	1.3%	16.6%	3.2%
	生活関連サービス業	152件	3.3%	3.3%	75.0%	3.9%	1.3%	8.6%	4.6%
	娯楽業	3件	－	－	100.0%	－	－	－	－
	教育、学習支援業	7件	－	－	71.4%	－	－	28.6%	－
	医療、福祉	204件	0.5%	2.5%	72.1%	1.0%	1.5%	18.6%	3.9%
	サービス業 (他に分類されない)	71件	－	－	77.5%	2.8%	－	16.9%	2.8%

回答数が多かった8業種について、すべての業種で「変化なし」が最も高い。「減少」と「やや減少」をあわせた割合は、＜小売業＞ (5.1%)、＜飲食サービス業＞ (5.8%)、＜生活関連サービス業＞ (5.2%) で5%台となっている。一方、「増加」と「やや増加」をあわせた割合は、＜建設業＞ (5.3%)、＜学術研究、専門・技術サービス業＞ (5.0%)、＜生活関連サービス業＞ (6.6%) で5～6%台と、他の業種に比べるとやや高かった。

問 15 令和3年度の地代について、令和2年度と比べて変化がありましたか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



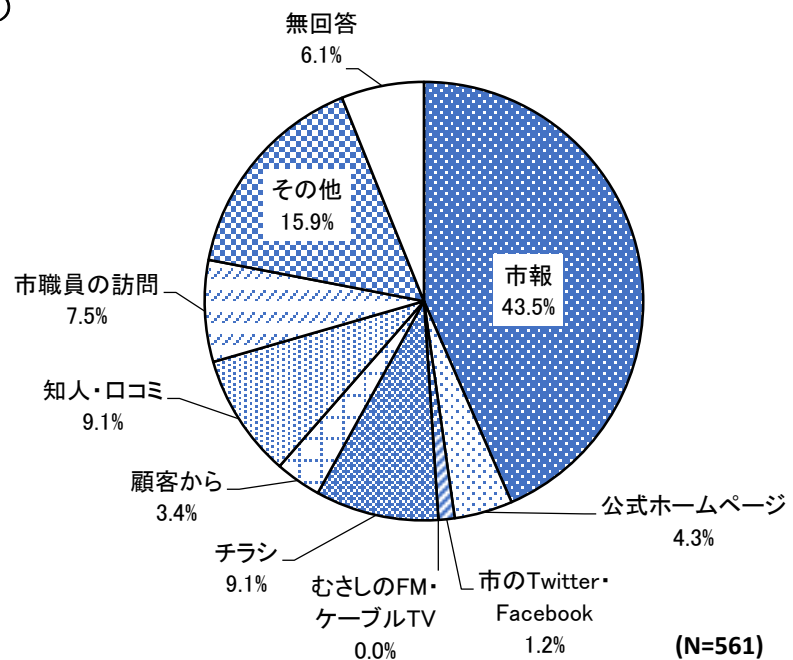
「変化なし」が50.5%と最も高く、次いで「地代はない」が36.7%となっている。「増加（10%以上）」と「やや増加（10%未満）」をあわせた割合は2.6%、「減少（10%以上）」と「やや減少（10%未満）」をあわせた割合は2.3%となっている。

		全 体	令和3 年度の地代について、令和2 年度と比べて変化がありましたか						
			増加 (10% 以上) (10)	やや増加 (10% 未満) (26)	変化なし (693)	やや減少 (10% 未満) (22)	減少 (10% 以上) (9)	地代はない (504)	無回答 (108)
全 体		1,372件	0.7%	1.9%	50.5%	1.6%	0.7%	36.7%	7.9%
業 種	農業、林業	3件	—	—	66.7%	—	—	33.3%	—
	建設業	57件	—	3.5%	49.1%	—	1.8%	40.4%	5.3%
	製造業	18件	—	—	44.4%	—	—	38.9%	16.7%
	情報通信業	44件	—	2.3%	56.8%	4.5%	—	31.8%	4.5%
	運輸業、郵便業	39件	—	—	56.4%	—	—	30.8%	12.8%
	卸売業	28件	—	3.6%	64.3%	—	—	21.4%	10.7%
	小売業	352件	0.9%	1.7%	46.0%	3.1%	0.9%	36.4%	11.1%
	金融業、保険業	—	—	—	—	—	—	—	—
	不動産業、物品賃貸業	55件	1.8%	1.8%	47.3%	5.5%	—	40.0%	3.6%
	学術研究、専門・技術 サービス業	181件	0.6%	2.2%	50.8%	—	0.6%	40.9%	5.0%
	宿泊業	1件	—	—	100.0%	—	—	—	—
	飲食サービス業	157件	1.9%	4.5%	49.0%	1.3%	—	38.9%	4.5%
	生活関連サービス業	152件	1.3%	1.3%	54.6%	0.7%	1.3%	30.3%	10.5%
	娯楽業	3件	—	—	33.3%	—	—	33.3%	33.3%
	教育、学習支援業	7件	—	—	71.4%	—	—	28.6%	—
	医療、福祉	204件	—	1.0%	48.5%	1.0%	0.5%	41.2%	7.8%
	サービス業 (他に分類されない)	71件	—	—	62.0%	1.4%	1.4%	32.4%	2.8%

どの業種も「変化なし」が最も高い。「減少」と「やや減少」をあわせた割合は＜不動産業、物品賃貸業＞（5.5%）で、「増加」と「やや増加」をあわせた割合は＜飲食サービス業＞（6.4%）で他の業種に比べるとやや高かった。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問 16 この制度を知ったきっかけ（媒体）について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



＜「その他」の主な回答＞

- ・武蔵野商工会議所からの案内
- ・LINE、市からの案内等
- ・市議会議員の案内
- ・業界団体
- ・新聞

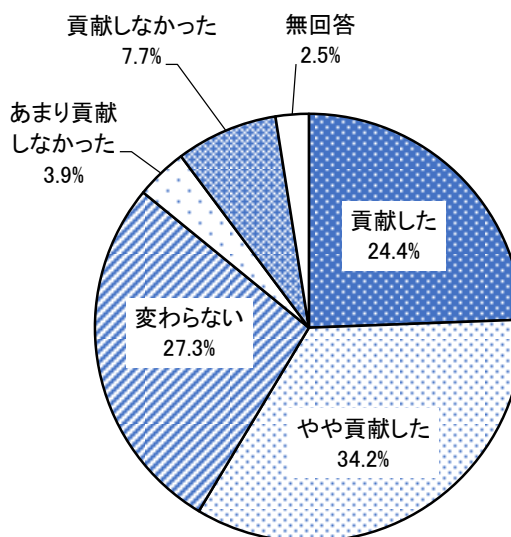
「市報」が43.5%と最も高く、次いで「チラシ」及び「知人・口コミ」が同率で9.1%となっている。

		全 体	この制度を知ったきっかけ(媒体)について									
			市報 (244)	公式ホーム ページ (24)	市のTwitter ・Facebook (7)	むさしのFM・ ケーブルTV (0)	チラシ (51)	顧客から (19)	知人・ロコミ (51)	市職員の 訪問 (42)	その他 (89)	無回答 (34)
全 体		561件	43.5%	4.3%	1.2%	—	9.1%	3.4%	9.1%	7.5%	15.9%	6.1%
業 種	農業, 林業	1件	100.0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	建設業	11件	81.8%	—	—	—	9.1%	—	—	—	9.1%	—
	製造業	3件	—	33.3%	33.3%	—	—	—	—	—	33.3%	—
	運輸業, 郵便業	16件	81.3%	6.3%	—	—	—	—	6.3%	—	—	6.3%
	卸売業	8件	50.0%	—	—	—	12.5%	—	12.5%	—	12.5%	12.5%
	小売業	198件	35.9%	2.5%	1.0%	—	7.6%	4.5%	10.6%	11.1%	18.2%	8.6%
	不動産業, 物品賃貸業	5件	40.0%	—	—	—	40.0%	—	—	—	—	20.0%
	学術研究, 専門・技術 サービス業	35件	77.1%	5.7%	—	—	—	—	2.9%	—	5.7%	8.8%
	飲食サービス業	115件	31.3%	7.0%	1.7%	—	13.0%	2.6%	13.0%	10.4%	15.7%	5.2%
	生活関連サービス業	66件	40.9%	6.1%	—	—	10.6%	9.1%	9.1%	4.5%	15.2%	4.5%
	娯楽業	1件	—	—	—	—	—	—	100.0%	—	—	—
	教育, 学習支援業	2件	50.0%	—	—	—	50.0%	—	—	—	—	—
	医療, 福祉	68件	54.4%	4.4%	1.5%	—	7.4%	1.5%	2.9%	2.9%	23.5%	1.5%
サービス業 (他に分類されない)	32件	50.0%	—	3.1%	—	12.5%	—	9.4%	9.4%	12.5%	3.1%	

回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）ではいずれも「市報」が最も高かった。回答数は少ないものの＜製造業＞は「ホームページ」または「SNS」といったweb活用で知った割合が高い。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問 17 本事業が期間中の売上に与えた影響について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=561)

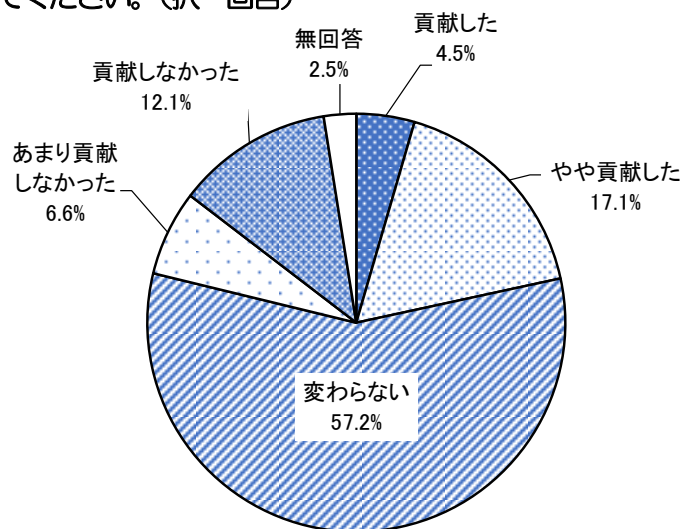
「やや貢献した」が34.2%と最も高く、次いで「変わらない」が27.3%、「貢献した」が24.4%となっている。「貢献した」と「やや貢献した」をあわせた割合は58.6%と6割弱を占めている。

		全 体	本事業期間中の売上に与えた影響について					
			貢献した (137)	やや貢献した (192)	変わらない (153)	あまり 貢献しなかった (22)	貢献しなかった (43)	無回答 (14)
全 体		561件	24.4%	34.2%	27.3%	3.9%	7.7%	2.5%
業 種	農業、林業	1件	—	—	100.0%	—	—	—
	建設業	11件	27.3%	—	54.5%	—	9.1%	9.1%
	製造業	3件	—	—	100.0%	—	—	—
	運輸業、郵便業	16件	12.5%	6.3%	50.0%	—	18.8%	12.5%
	卸売業	8件	37.5%	12.5%	50.0%	—	—	—
	小売業	198件	31.8%	38.4%	18.2%	4.5%	4.0%	3.0%
	不動産業、物品賃貸業	5件	—	60.0%	40.0%	—	—	—
	学術研究、専門・技術サービス業	35件	11.4%	20.0%	37.1%	8.6%	20.0%	2.9%
	飲食サービス業	115件	40.0%	42.6%	12.2%	3.5%	1.7%	—
	生活関連サービス業	66件	13.6%	45.5%	28.8%	—	9.1%	3.0%
	娯楽業	1件	—	—	—	—	100.0%	—
	教育、学習支援業	2件	—	—	—	—	100.0%	—
	医療、福祉	68件	2.9%	22.1%	55.9%	8.8%	7.4%	2.9%
	サービス業 (他に分類されない)	32件	15.6%	31.3%	28.1%	—	25.0%	—

回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）について、「貢献した」と「やや貢献した」をあわせた割合は、＜飲食サービス業＞で82.6%、＜小売業＞で70.2%、＜生活関連サービス業＞で59.1%と、これらの業種では比較的貢献度が高かった。一方、＜医療、福祉＞では「変わらない」が55.9%となり、他の業種に比べると貢献度は低かった。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問 18 本事業が期間後に各事業者の売上に与えた影響について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=561)

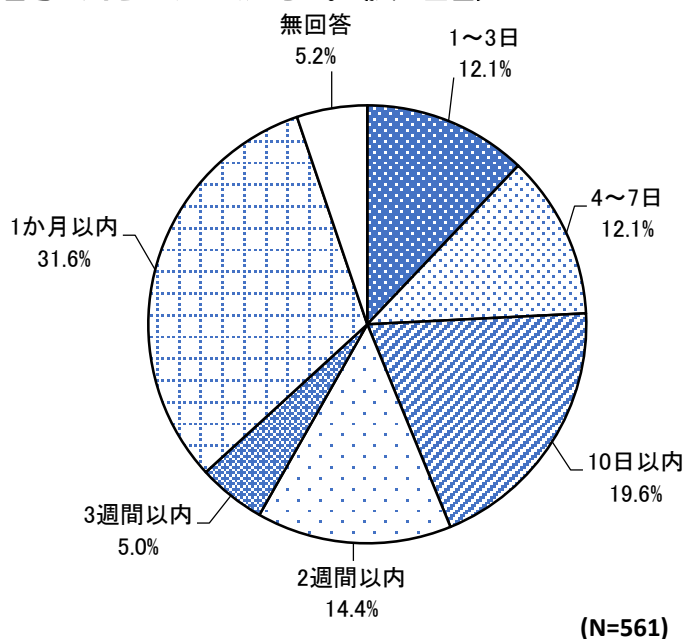
「変わらない」が57.2%と最も高く、次いで「やや貢献した」が17.1%、「貢献しなかった」が12.1%となっている。「貢献した」と「やや貢献した」をあわせた割合は21.6%と2割強となっている。

		全 体	本事業期間後の売上に与えた影響について					
			貢献した (25)	やや貢献した (96)	変わらない (321)	あまり 貢献しなかった (37)	貢献しなかった (68)	無回答 (14)
全 体		561件	24.4%	34.2%	27.3%	3.9%	7.7%	2.5%
業 種	農業、林業	1件	—	—	100.0%	—	—	—
	建設業	11件	9.1%	18.2%	54.5%	—	9.1%	9.1%
	製造業	3件	—	—	100.0%	—	—	—
	運輸業、郵便業	16件	6.3%	6.3%	62.5%	—	12.5%	12.5%
	卸売業	8件	12.5%	12.5%	75.0%	—	—	—
	小売業	198件	4.5%	17.2%	55.6%	8.1%	11.6%	3.0%
	不動産業、物品賃貸業	5件	—	20.0%	80.0%	—	—	—
	学術研究、専門・技術サービス業	35件	5.7%	14.3%	51.4%	5.7%	20.0%	2.9%
	飲食サービス業	115件	6.1%	29.6%	45.2%	11.3%	7.8%	—
	生活関連サービス業	66件	4.5%	12.1%	65.2%	4.5%	10.6%	3.0%
	娯楽業	1件	—	—	—	—	100.0%	—
	教育、学習支援業	2件	—	—	50.0%	—	50.0%	—
	医療、福祉	68件	1.5%	8.8%	69.1%	4.4%	13.2%	2.9%
	サービス業 (他に分類されない)	32件	—	12.5%	62.5%	—	25.0%	—

回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）について、いずれの業種も「変わらない」が最も高かった。「貢献した」と「やや貢献した」をあわせた割合は、＜飲食サービス業＞で35.7%と、他の業種に比べると、事業期間後にも影響が及んだ企業が多くみられた。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問 19 くらし地域応援券の換金日数について、経営に支障のない日数として、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



「1か月以内」が31.6%と最も高く、次いで「10日以内」が19.6%、「2週間以内」が14.4%となっている。

		全 体	くらし地域応援券の換金日数について						
			1～3日 (68)	4～7日 (68)	10日以内 (110)	2週間以内 (81)	3週間以内 (28)	1か月以内 (177)	無回答 (29)
全 体		561件	12.1%	12.1%	19.6%	14.4%	5.0%	31.6%	5.2%
業 種	農業、林業	1件	—	—	—	—	—	100.0%	—
	建設業	11件	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	—	27.3%	36.4%
	製造業	3件	33.3%	—	—	33.3%	—	—	33.3%
	運輸業、郵便業	16件	6.3%	—	—	12.5%	6.3%	31.3%	43.8%
	卸売業	8件	12.5%	12.5%	25.0%	25.0%	—	25.0%	—
	小売業	198件	13.1%	13.6%	21.2%	17.2%	6.1%	27.8%	1.0%
	不動産業、物品賃貸業	5件	40.0%	—	20.0%	—	—	40.0%	—
	学術研究、専門・技術サービス業	35件	2.9%	5.7%	8.6%	17.1%	2.9%	57.1%	5.7%
	飲食サービス業	115件	13.9%	10.4%	23.5%	14.8%	5.2%	28.7%	3.5%
	生活関連サービス業	66件	12.1%	15.2%	22.7%	16.7%	3.0%	25.8%	4.5%
	娯楽業	1件	—	—	—	—	—	100.0%	—
	教育、学習支援業	2件	—	—	—	—	50.0%	50.0%	—
	医療、福祉	68件	10.3%	17.6%	17.6%	2.9%	7.4%	39.7%	4.4%
	サービス業 (他に分類されない)	32件	12.5%	9.4%	21.9%	15.6%	—	31.3%	9.4%

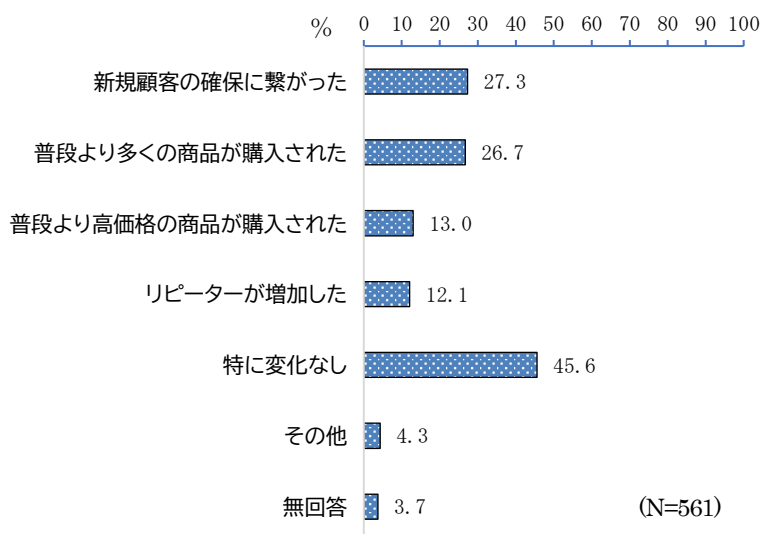
「1か月以内」と回答した割合は、＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞で2割台後半、＜医療、福祉＞で約4割であった。また、「1～3日以内」から「10日以内」をあわせた割合は＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞の4業種でいずれも4割台後半から5割となり、業種にかかわらず、10日以内の換金が最適と考えるケースが約半数を占めた。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問20 「くらし地域応援券」による効果について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸を付けてください。（複数回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・店舗が休業となり利用できなかった
- ・通常の利用料金を応援券で支払ったというだけで、上乗せには繋がらなかった。ただ、お客様は楽しそうだった
- ・武蔵野市在住の固定客が券を利用しただけで売上増加にはならなかった。換金の手間が増えた



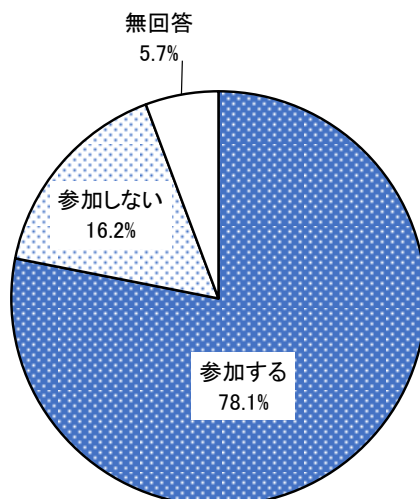
「新規顧客の確保に繋がった」が27.3%と最も高く、次いで「普段より多くの商品が購入された」が26.7%、「普段より高価格の商品が購入された」が13.0%となっている。

		全 体	「くらし地域応援券」による効果について						
			新規顧客の確保に 繋がった (153)	リピーターが 増加した (68)	普段より多くの商品 が購入された (150)	普段より高価格の商品 が購入された (73)	特に変化なし (256)	その他 (24)	無回答 (21)
全 体		561件	27.3%	12.1%	26.7%	13.0%	45.6%	4.3%	3.7%
業 種	農業、林業	1件	－	－	－	－	100.0%	－	－
	建設業	11件	18.2%	－	9.1%	－	45.5%	9.1%	18.2%
	製造業	3件	－	－	－	－	66.7%	－	33.3%
	運輸業、郵便業	16件	－	－	6.3%	6.3%	43.8%	18.8%	25.0%
	卸売業	8件	12.5%	50.0%	37.5%	37.5%	25.0%	－	－
	小売業	198件	30.3%	13.1%	42.4%	21.2%	38.4%	4.0%	0.5%
	不動産業、物品賃貸業	5件	20.0%	20.0%	－	－	40.0%	－	20.0%
	学術研究、専門・技術 サービス業	35件	2.9%	2.9%	11.4%	2.9%	80.0%	5.7%	2.9%
	飲食サービス業	115件	51.3%	20.0%	32.2%	16.5%	25.2%	－	1.7%
	生活関連サービス業	66件	28.8%	9.1%	16.7%	3.0%	51.5%	4.5%	7.6%
	娯楽業	1件	－	－	－	－	100.0%	－	－
	教育、学習支援業	2件	－	－	－	－	100.0%	－	－
	医療、福祉	68件	7.4%	4.4%	4.4%	4.4%	72.1%	7.4%	4.4%
	サービス業 (他に分類されない)	32件	15.6%	12.5%	18.8%	6.3%	56.3%	6.3%	3.1%

業種別にみると、＜小売業＞では「普段より多くの商品が購入された」が42.4%、「新規顧客の確保に繋がった」が30.3%となったほか、＜飲食サービス業＞でも「新規顧客の確保に繋がった」が51.3%、「普段より多くの商品が購入された」が32.2%と一定の効果がうかがえた。一方、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞では「特に変化なし」がそれぞれ51.5%、72.1%と効果が実感できないとする企業が多かった。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問21 同様の事業があった場合、もう一度加盟店として参加されますか。(択一回答)



(N=561)

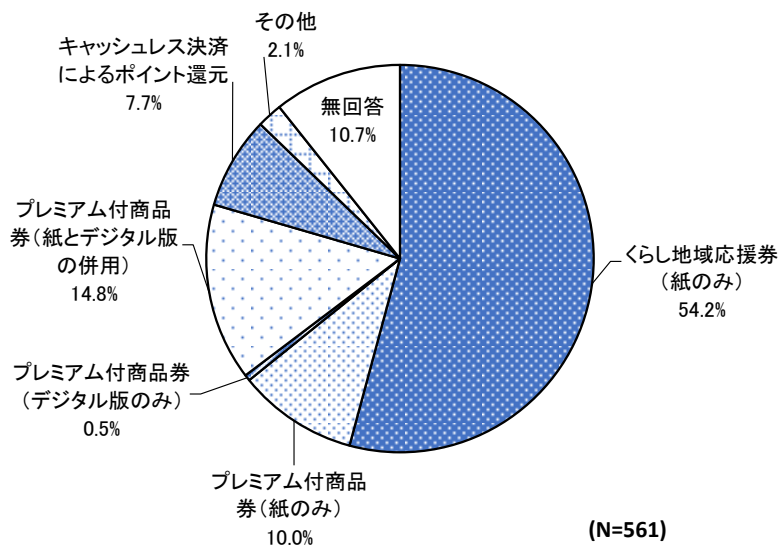
「参加する」が78.1%、「参加しない」が16.2%となっている。

		全 体	同様の事業があった場合、もう一度加盟店として参加されますか		
			参加する (438)	参加しない (91)	無回答 (32)
全 体		561件	78.1%	16.2%	5.7%
業 種	農業, 林業	1件	—	100.0%	—
	建設業	11件	36.4%	36.4%	27.3%
	製造業	3件	—	66.7%	33.3%
	運輸業, 郵便業	16件	31.3%	31.3%	37.5%
	卸売業	8件	62.5%	12.5%	25.0%
	小売業	198件	90.4%	7.1%	2.5%
	不動産業, 物品賃貸業	5件	60.0%	20.0%	20.0%
	学術研究, 専門・技術サービス業	35件	22.9%	62.9%	14.3%
	飲食サービス業	115件	94.8%	3.5%	1.7%
	生活関連サービス業	66件	75.8%	18.2%	6.1%
	娯楽業	1件	—	100.0%	—
	教育, 学習支援業	2件	50.0%	50.0%	—
	医療, 福祉	68件	70.6%	26.5%	2.9%
	サービス業 (他に分類されない)	32件	81.3%	15.6%	3.1%

業種別にみると、「参加する」と回答した割合は、＜小売業＞、＜飲食サービス業＞では9割台と大半の企業がもう一度加盟店として参加したい意向を示した。一方、＜生活関連サービス業＞、＜医療, 福祉＞では「参加する」は7割台となった。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問 22 次の消費喚起策のうち、武蔵野市の産業振興に有効だと思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



<「その他」の主な回答>

- ・現金給付

「くらし地域応援券 (紙のみ)」が54.2%と最も高く、次いで「プレミアム付商品券 (紙とデジタル版の併用)」が14.8%、「プレミアム付商品券 (紙のみ)」が10.0%となっている。

		全 体	次の消費喚起策のうち、武蔵野市の産業振興に有効だと思うもの					
			くらし地域応援券 (紙のみ) (304)	プレミアム付商品券 (紙のみ) (56)	プレミアム付商品券 (デジタル版のみ) (3)	プレミアム付商品券 (紙とデジタル版の 併用) (83)	キャッシュレス決済 によるポイント還元 (43)	その他 (12)
全 体		561件	54.2%	10.0%	0.5%	14.8%	7.7%	2.1%
業 種	農業、林業	1件	—	—	—	—	100.0%	—
	建設業	11件	72.7%	—	—	18.2%	9.1%	—
	製造業	3件	33.3%	—	—	33.3%	—	33.3%
	運輸業、郵便業	16件	56.3%	12.5%	—	6.3%	—	25.0%
	卸売業	8件	50.0%	25.0%	—	—	25.0%	—
	小売業	198件	59.1%	12.1%	—	10.1%	5.6%	2.0%
	不動産業、物品賃貸業	5件	—	—	—	80.0%	—	20.0%
	学術研究、専門・技術 サービス業	35件	51.4%	5.7%	2.9%	25.7%	14.3%	—
	飲食サービス業	115件	63.5%	9.6%	0.9%	9.6%	3.5%	0.9%
	生活関連サービス業	66件	53.0%	10.6%	—	12.1%	7.6%	4.5%
	娯楽業	1件	—	—	—	—	100.0%	—
	教育、学習支援業	2件	—	—	—	50.0%	50.0%	—
	医療、福祉	68件	41.2%	5.9%	1.5%	23.5%	11.8%	5.9%
	サービス業 (他に分類されない)	32件	34.4%	12.5%	—	31.3%	12.5%	—

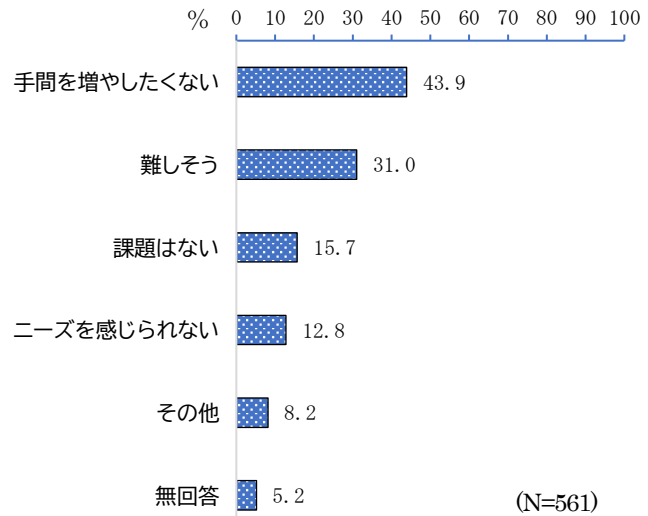
回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）について、いずれの業種も「くらし地域応援券 (紙のみ)」が最も高く、＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞では5～6割台を占めた。このほか、＜医療、福祉＞では「プレミアム付商品券 (紙とデジタル版の併用)」が23.5%と、他の業種に比べると高い傾向がみられた。

【事業者アンケート】Ⅳ-4 くらし地域応援券について

問 23 プレミアム付商品券など消費喚起策のデジタル化の課題について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・キャッシュレスになると手数料が店舗もちのため、逆に売上が減ってしまう
- ・最も必要な低所得層に行き届かない可能性を感じる
- ・デジタル化についていけない年代層があり、結果として不公平な消費喚起策となるため
- ・セキュリティ面やスムーズなシステムが用意できるかの不安がある
- ・スマホを持っていない人への対策
- ・導入に費用がかかる
- ・従業員の高齢化により対応が不安



「手間を増やしたくない」が43.9%と最も高く、次いで「難しそう」が31.0%、「ニーズを感じられない」が12.8%となっている。

		全 体	プレミアム付商品券など消費喚起策のデジタル化の課題について					
			難しそう (174)	手間を 増やしたく ない (246)	ニーズを 感じられ ない (72)	課題はない (88)	その他 (46)	無回答 (29)
全 体		561件	31.0%	43.9%	12.8%	15.7%	8.2%	5.2%
業 種	農業、林業	1件	—	100.0%	—	—	—	—
	建設業	11件	18.2%	9.1%	18.2%	27.3%	9.1%	18.2%
	製造業	3件	33.3%	—	33.3%	33.3%	—	33.3%
	運輸業、郵便業	16件	50.0%	37.5%	6.3%	6.3%	—	25.0%
	卸売業	8件	25.0%	50.0%	25.0%	12.5%	—	—
	小売業	198件	33.8%	41.9%	12.1%	16.2%	11.6%	5.1%
	不動産業、物品賃貸業	5件	40.0%	20.0%	—	40.0%	—	—
	学術研究、専門・技術サービス業	35件	20.0%	22.9%	22.9%	22.9%	8.6%	11.4%
	飲食サービス業	115件	34.8%	59.1%	8.7%	9.6%	4.3%	1.7%
	生活関連サービス業	66件	31.8%	42.4%	12.1%	16.7%	7.6%	4.5%
	娯楽業	1件	—	—	—	100.0%	—	—
	教育、学習支援業	2件	50.0%	—	50.0%	—	—	—
	医療、福祉	68件	23.5%	50.0%	16.2%	11.8%	8.8%	1.5%
	サービス業（他に分類されない）	32件	21.9%	37.5%	12.5%	28.1%	9.4%	6.3%

回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）について、いずれの業種も「手間を増やしたくない」が最も高く、特に＜飲食サービス業＞では約6割を占めた。

問 24 くらし地域応援券やプレミアム付商品券など、消費喚起策についてご要望等あれば、下記空欄に記載してください。(自由回答)

【主な要望】

(くらし地域応援券)

- ・応援券は全員がもらえ、店側も多く購入していただいけ、どちらにもメリットがありとても良かった。
- ・「1,000円につき1枚利用可」が分かりにくいという声もあったが、慣れればそんなに難しいことではないのでこの利用方法を市内に浸透させてもらい今後も定期的に継続実施してほしい。
- ・500円以上という事で値段もつけ易かった。
- ・取扱加盟店として登録されていると、普段利用しない方も興味を持ってくれた。
- ・より多くの市民が利用できるようにするためには紙とデジタル版の併用とすべき。
- ・地域振興のためには大規模店舗でも使用できる券を減らして地域の小規模店舗専用券を増やしてほしい。
- ・大型店と小型店に分けた商品券は使いづらい。共通の商品券で良いと思う。どこで利用するかは、消費者の選択に任せるべき。
- ・換金で、銀行の受付日が限定されているのは難点。
- ・使用できる期間がもう少し長いと利用者が増えたように思った。
- ・HPでの取扱加盟店検索、取扱加盟店舗一覧チラシの見やすさを向上してほしい。
- ・応援券のチケットの紙質が数えるのに不向き。

(プレミアム付き商品券)

- ・買える人が限られ(日時や先着順など)不公平さを感じています。希望した人全員が購入できるのであれば賛成。

(その他)

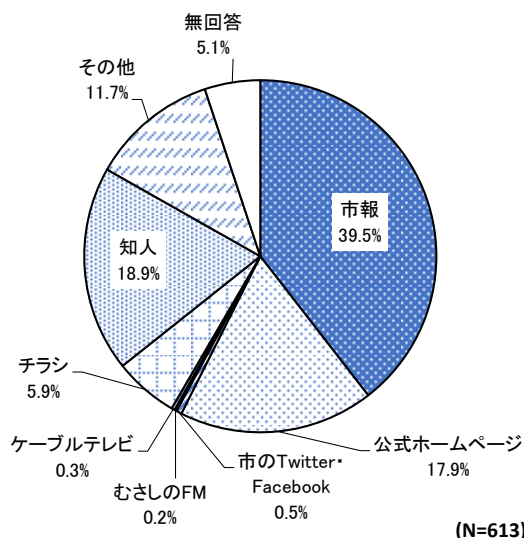
- ・店舗に直接現金を配る方が良い。
- ・新規客と出会いを増やすための施策が欲しい。店舗ラリー商品券とか、普段行かない店舗に客を行かせる施策は、ぜひ検討してほしい。
- ・コロナが収束しても、店の売上はすぐには戻らないと考える。ソーシャルディスタンスを守りため、客席数を減らしながら営業する店舗の収支は合わない。収束期において、感染対策を遵守した店舗が倒産しないよう、一定の期間ソーシャルディスタンス補助金のような施策をぜひ検討してほしい。

【事業者アンケート】Ⅳ-5 緊急支援金/インフラ支援金について

問 25 本制度を知ったきっかけ（媒体）について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・商工会議所、同業組合から
- ・新聞、市からのお知らせ等
- ・顧問税理士、青色申告会等



「市報」が39.5%と最も高く、次いで「知人」が18.9%、「公式ホームページ」が17.9%となっている。

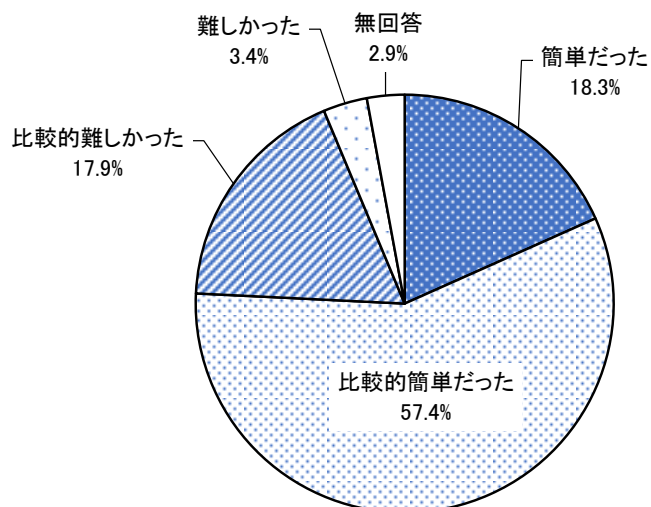
		全 体	本制度を知ったきっかけ(媒体)について								
			市報 (242)	公式ホーム ページ (110)	市のTwitter・ Facebook (3)	むさしのFM (1)	ケーブルテレビ (2)	チラシ (36)	知人 (116)	その他 (72)	無回答 (31)
全 体		613件	39.5%	17.9%	0.5%	0.2%	0.3%	5.9%	18.9%	11.7%	5.1%
業 種	農業、林業	2件	100.0%	—	—	—	—	—	—	—	—
	建設業	35件	45.7%	17.1%	—	—	—	5.7%	8.6%	14.3%	8.6%
	製造業	7件	57.1%	14.3%	—	—	—	—	28.6%	—	—
	情報通信業	34件	47.1%	14.7%	2.9%	—	2.9%	—	20.6%	11.8%	—
	運輸業、郵便業	33件	60.6%	15.2%	—	—	—	—	15.2%	3.0%	6.1%
	卸売業	14件	21.4%	35.7%	—	—	—	7.1%	14.3%	7.1%	14.3%
	小売業	116件	31.0%	16.4%	0.9%	—	—	7.8%	26.7%	9.5%	7.8%
	不動産業、物品賃貸業	31件	29.0%	9.7%	—	—	—	3.2%	41.9%	9.7%	6.5%
	学術研究、専門・技術 サービス業	122件	51.6%	16.4%	—	—	—	7.4%	12.3%	11.5%	0.8%
	飲食サービス業	8件	37.5%	12.5%	—	—	—	—	12.5%	—	37.5%
	生活関連サービス業	63件	23.8%	28.6%	—	—	—	7.9%	28.6%	8.5%	1.6%
	医療、福祉	117件	36.8%	15.4%	—	0.9%	0.9%	6.0%	12.0%	21.4%	6.8%
	サービス業 (他に分類されない)	31件	38.7%	29.0%	3.2%	—	—	6.5%	16.1%	6.5%	—

回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）のうち、＜小売業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞、＜医療、福祉＞は「市報」が最も高く、特に＜学術研究、専門・技術サービス業＞では5割強となった。一方、＜生活関連サービス業＞では「公式ホームページ」が最も高かった。

なお「飲食サービス業」が含まれているのは、飲食サービス業を主とする事業者であっても、東京都感染拡大防止協力金の対象外であり、小売業としての業態も持っている事業者であれば、「緊急支援金」の対象となりうるためである。

【事業者アンケート】Ⅳ-5 緊急支援金/インフラ支援金について

問 26 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=613)

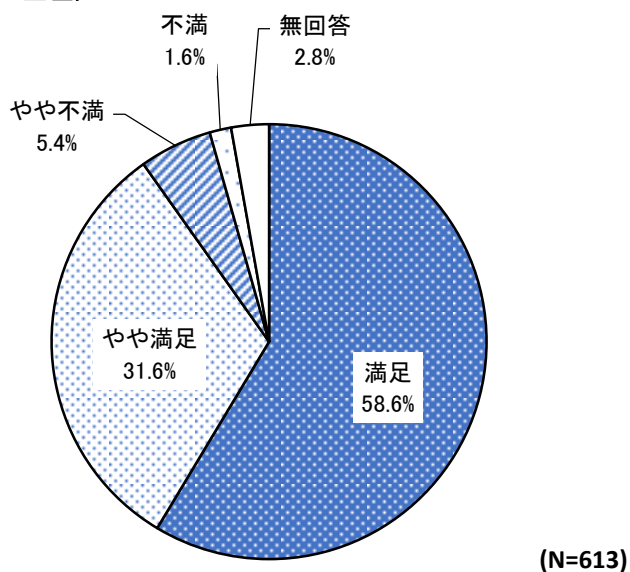
「比較的簡単だった」が57.4%と最も高く、次いで「簡単だった」が18.3%、「比較的難しかった」が17.9%となっている。

		全 体	本制度の申請の方法について				
			簡単だった (112)	比較的 簡単だった (352)	比較的 難しかった (110)	難しかった (21)	無回答 (18)
全 体		613件	18.3%	57.4%	17.9%	3.4%	2.9%
業 種	農業、林業	2件	—	100.0%	—	—	—
	建設業	35件	17.1%	62.9%	11.4%	5.7%	2.9%
	製造業	7件	14.3%	57.1%	28.6%	—	—
	情報通信業	34件	20.6%	61.8%	14.7%	2.9%	—
	運輸業、郵便業	33件	9.1%	75.8%	9.1%	6.1%	—
	卸売業	14件	7.1%	57.1%	21.4%	7.1%	7.1%
	小売業	116件	17.2%	50.9%	24.1%	3.4%	4.3%
	不動産業、物品賃貸業	31件	22.6%	61.3%	12.9%	—	3.2%
	学術研究、専門・技術サービス業	122件	27.9%	50.8%	19.7%	1.6%	—
	飲食サービス業	8件	12.5%	25.0%	12.5%	12.5%	37.5%
	生活関連サービス業	63件	9.5%	60.3%	17.5%	7.9%	4.8%
	医療、福祉	117件	17.9%	60.7%	16.2%	1.7%	3.4%
	サービス業 (他に分類されない)	31件	16.1%	61.3%	19.4%	3.2%	—

回答数が多かった4業種<小売業>、<学術研究、専門・技術サービス業>、<生活関連サービス業>、<医療、福祉>について、「簡単だった」と「比較的簡単だった」をあわせた割合は、いずれの業種も7割弱～8割弱と、大きな差はみられなかった。

【事業者アンケート】Ⅳ-5 緊急支援金/インフラ支援金について

問27 本制度の交付までのスピード感について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



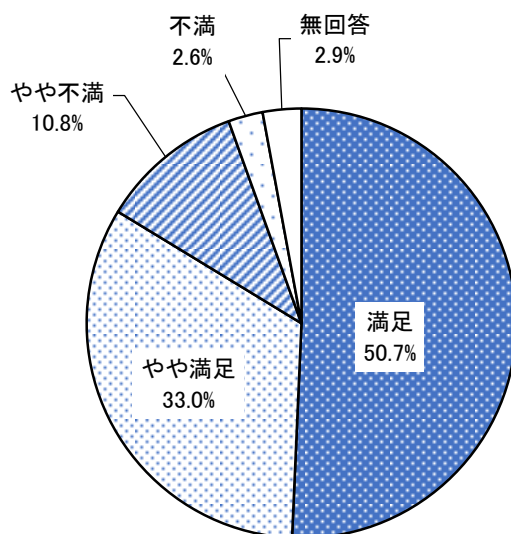
「満足」が58.6%と最も高く、次いで「やや満足」が31.6%、「やや不満」が5.4%となっている。

		全 体	本制度の交付までのスピード感について				
			満足 (359)	やや満足 (194)	やや不満 (33)	不満 (10)	無回答 (17)
全 体		613件	58.6%	31.6%	5.4%	1.6%	2.8%
業 種	農業、林業	2件	—	100.0%	—	—	—
	建設業	35件	62.9%	22.9%	5.7%	5.7%	2.9%
	製造業	7件	57.1%	42.9%	—	—	—
	情報通信業	34件	70.6%	26.5%	—	2.9%	—
	運輸業、郵便業	33件	54.5%	39.4%	3.0%	3.0%	—
	卸売業	14件	35.7%	50.0%	—	7.1%	7.1%
	小売業	116件	58.6%	28.4%	6.9%	1.7%	4.3%
	不動産業、物品賃貸業	31件	54.8%	41.9%	—	—	3.2%
	学術研究、専門・技術サービス業	122件	66.4%	26.2%	5.7%	1.6%	—
	飲食サービス業	8件	25.0%	12.5%	25.0%	12.5%	25.0%
	生活関連サービス業	63件	58.7%	31.7%	4.8%	—	4.8%
	医療、福祉	117件	53.0%	37.6%	6.0%	—	3.4%
	サービス業 (他に分類されない)	31件	61.3%	29.0%	9.7%	—	—

回答数が多かった4業種（＜小売業＞、＜学術研究、専門・技術サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療、福祉＞）について、「満足」と「やや満足」をあわせた割合は、いずれの業種も9割前後と、大きな差はみられなかった。＜情報通信業＞は「満足」だけで7割を超え、全業種のなかでも際立った。

【事業者アンケート】Ⅳ-5 緊急支援金/インフラ支援金について

問 28 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=613)

「満足」が50.7%と最も高く、次いで「やや満足」が33.0%、「やや不満」が10.8%となっている。

		全 体	本制度の評価について				
			満足 (311)	やや満足 (202)	やや不満 (66)	不満 (16)	無回答 (18)
全 体		613件	50.7%	33.0%	10.8%	2.6%	2.9%
業 種	農業、林業	2件	50.0%	50.0%	－	－	－
	建設業	35件	48.6%	31.4%	11.4%	5.7%	2.9%
	製造業	7件	71.4%	28.6%	－	－	－
	情報通信業	34件	64.7%	29.4%	2.9%	2.9%	－
	運輸業、郵便業	33件	42.4%	45.5%	9.1%	－	3.0%
	卸売業	14件	21.4%	50.0%	14.3%	7.1%	7.1%
	小売業	116件	49.1%	28.4%	13.8%	4.3%	4.3%
	金融業、保険業	－	－	－	－	－	－
	不動産業、物品賃貸業	31件	51.6%	41.9%	3.2%	－	3.2%
	学術研究、専門・技術サービス業	122件	57.4%	26.2%	14.8%	1.6%	－
	宿泊業	－	－	－	－	－	－
	飲食サービス業	8件	25.0%	25.0%	12.5%	12.5%	25.0%
	生活関連サービス業	63件	50.8%	36.5%	6.3%	1.6%	4.8%
	娯楽業	－	－	－	－	－	－
	教育、学習支援業	－	－	－	－	－	－
	医療、福祉	117件	48.7%	37.6%	8.5%	1.7%	3.4%
	サービス業 (他に分類されない)	31件	48.4%	29.0%	19.4%	3.2%	－

業種別にみると、「満足」と「やや満足」をあわせた割合は、＜生活関連サービス業＞（87.3%）、＜医療、福祉＞（86.3%）で特に高かった。一方、回答数は少ないが、＜飲食サービス業＞、＜他に分類されないサービス業＞、＜卸売業＞が「やや不満」と「不満」をあわせた割合がそれぞれ25.0%、22.6%、21.4%とやや高かった。

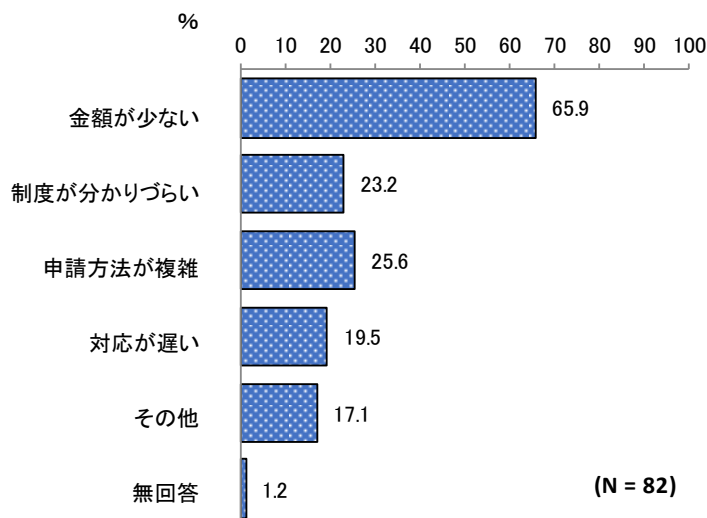
【事業者アンケート】Ⅳ-5 緊急支援金/インフラ支援金について

(問28の「本制度の評価」に関する設問において、「やや不満」または「不満」を選択した者のみ回答)

問29 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・シェアオフィスやコワーキングスペースを利用したり、自宅で業務している者への理解が浅い
- ・写真添付など手間がかかった
- ・法人と個人事業主での給付額の違い、一人で営んでいれば、かかる経費に大差なし
- ・事業ごとの支給、事業規模に応じた支給



「金額が少ない」が65.9%と最も高く、次いで「申請方法が複雑」が25.6%、「制度が分かりづらい」が23.2%となっている。

		全 体	本制度を不満な理由について					
			金額が少ない (54)	制度が分かりづらい (19)	申請方法が複雑 (21)	対応が遅い (16)	その他 (14)	無回答 (1)
全 体		82件	65.9%	23.2%	25.6%	19.5%	17.1%	1.2%
業 種	建設業	6件	66.7%	33.3%	33.3%	33.3%	－	－
	情報通信業	2件	100.0%	－	50.0%	50.0%	－	－
	運輸業、郵便業	3件	66.7%	33.3%	33.3%	66.7%	－	33.3%
	卸売業	3件	100.0%	－	－	33.3%	－	－
	小売業	21件	57.1%	33.3%	28.6%	9.5%	19.0%	－
	不動産業、物品賃貸業	1件	100.0%	－	100.0%	－	－	－
	学術研究、専門・技術サービス業	20件	70.0%	15.0%	20.0%	15.0%	15.0%	－
	飲食サービス業	2件	50.0%	50.0%	－	50.0%	50.0%	－
	生活関連サービス業	5件	60.0%	20.0%	60.0%	20.0%	20.0%	－
	医療、福祉	12件	66.7%	25.0%	25.0%	－	25.0%	－
	サービス業 (他に分類されない)	7件	57.1%	14.3%	－	42.9%	28.6%	－

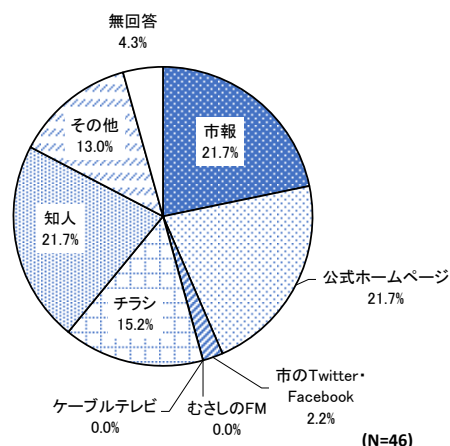
「不満」の割合が比較的高かった＜飲食サービス業＞では「金額」、「分かりづらさ」、「対応の遅さ」が同数、＜他に分類されないサービス業＞では「金額」と「対応の遅さ」の割合が高く、＜卸売業＞では「金額」への不満に全社回答した。「申請方法が複雑」の回答比率が過半となったのは＜情報通信業＞、＜不動産業、物品賃貸業＞、＜生活関連サービス業＞だった。

【事業者アンケート】Ⅳ-6 テイクアウト・デリバリー支援について

問30 本制度を知ったきっかけ（媒体）について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・商工会議所
- ・商店会からの案内

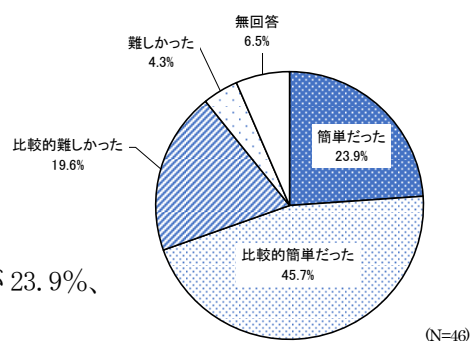


「市報」、「公式ホームページ」及び「知人」がいずれも21.7%と同率で最も高くなっている。

		全 体	本制度を知ったきっかけ(媒体)について								
			市報 (10)	公式ホーム ページ (10)	市のTwitter・ Facebook (1)	むさしのFM (0)	ケーブルテレビ (0)	チラシ (7)	知人 (10)	その他 (6)	無回答 (2)
全 体		46件	21.7%	21.7%	2.2%	—	—	15.2%	21.7%	13.0%	4.3%
業 種	情報通信業	1件	—	—	—	—	—	100.0%	—	—	—
	小売業	10件	20.0%	—	—	—	—	—	30.0%	40.0%	10.0%
	飲食サービス業	33件	24.2%	27.3%	3.0%	—	—	15.2%	21.2%	6.1%	3.0%
	サービス業 (他に分類されない)	2件	—	50.0%	—	—	—	50.0%	—	—	—

支援メニューの性質上、＜飲食サービス業＞の利用割合が高く、一番多いきっかけは「公式ホームページ」で27.3%、次いで「市報」(24.2%)、「知人」(21.2%)となった。

問31 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



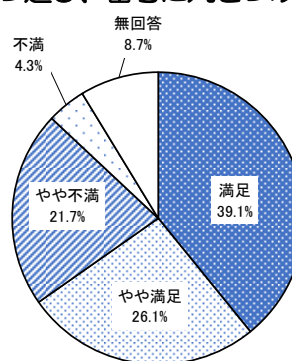
「比較的簡単だった」が45.7%と最も高く、次いで「簡単だった」が23.9%、「比較的難しかった」が19.6%となっている。

		全 体	本制度の申請の方法について				
			簡単だった (11)	比較的 簡単だった (21)	比較的 難しかった (9)	難しかった (2)	無回答 (3)
全 体		46件	23.9%	45.7%	19.6%	4.3%	6.5%
業 種	情報通信業	1件	100.0%	—	—	—	—
	小売業	10件	20.0%	70.0%	—	—	10.0%
	飲食サービス業	33件	21.2%	39.4%	27.3%	6.1%	6.1%
	サービス業 (他に分類されない)	2件	50.0%	50.0%	—	—	—

利用の多い＜飲食サービス業＞の「簡単だった」、「比較的簡単だった」は60.6%、「難しかった」、「比較的難しかった」は33.4%だった。

【事業者アンケート】Ⅳ-6 テイクアウト・デリバリー支援について

問32 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



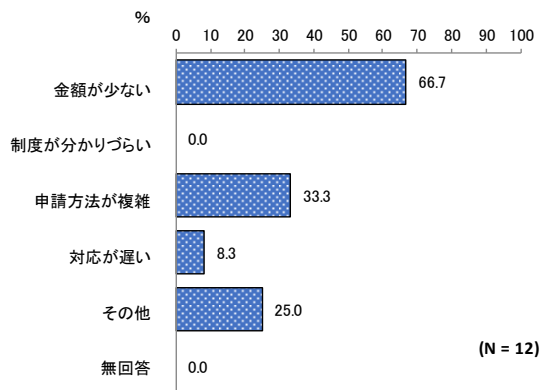
「満足」が39.1%と最も高く、次いで「やや満足」が26.1%、「やや不満」が21.7%となっている。

	全 体	本制度の評価について				
		満足 (18)	やや満足 (12)	やや不満 (10)	不満 (2)	無回答 (4)
全 体	46件	39.1%	26.1%	21.7%	4.3%	8.7%
業 種	情報通信業	1件	100.0%	—	—	—
	小売業	10件	20.0%	30.0%	30.0%	10.0%
	飲食サービス業	33件	39.4%	27.3%	21.2%	3.0%
	サービス業 (他に分類されない)	2件	100.0%	—	—	—

＜飲食サービス業＞の「満足」と「やや満足」は66.7%、「不満」と「やや不満」は24.2%だった。＜小売業＞は「不満」と「やや不満」が40.0%となった。

(問32の「本制度の評価」に関する設問において、「やや不満」または「不満」を選択した者のみ回答)

問33 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)



＜「その他」の主な回答＞
・期間が短い

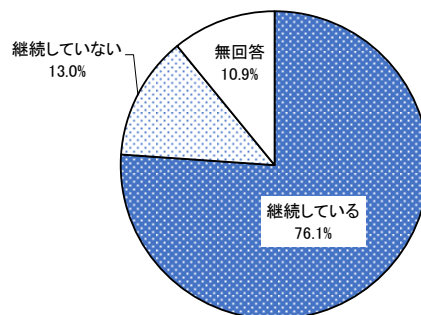
「金額が少ない」が66.7%と最も高く、次いで「申請方法が複雑」が33.3%、「対応が遅い」が8.3%となっている。

	全 体	本制度を不満な理由について					
		金額が少ない (8)	制度が 分かりづらい (0)	申請方法が複雑 (4)	対応が遅い (1)	その他 (3)	無回答 (0)
全 体	12件	66.7%	—	33.3%	8.3%	25.0%	—
業 種	小売業	4件	75.0%	—	—	25.0%	—
	飲食サービス業	8件	62.5%	—	50.0%	12.5%	—

＜小売業＞、＜飲食サービス業＞ともに「金額」が最も多く6割を超えた。「申請方法が複雑」、「対応が遅い」は＜飲食サービス業＞のみとなった。

【事業者アンケート】Ⅳ-6 テイクアウト・デリバリー支援について

問34 本制度申請時に取り組んだ新しい業態について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



「継続している」が76.1%、「継続していない」が13.0%となっている。

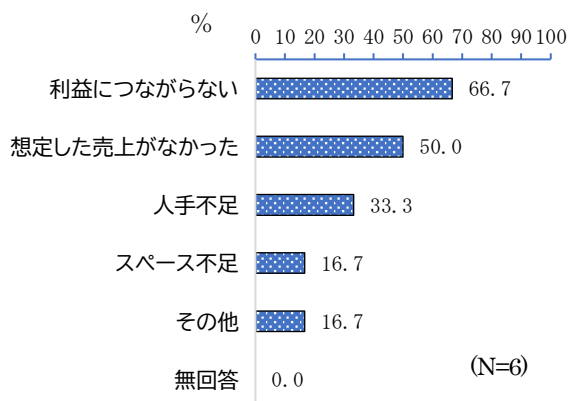
(N=46)

		全 体	本制度申請時に取り組んだ新しい業態について		
			継続している (35)	継続していない (6)	無回答 (5)
全 体		46件	76.1%	13.0%	10.9%
業 種	情報通信業	1件	100.0%	—	—
	小売業	10件	60.0%	30.0%	10.0%
	飲食サービス業	33件	78.8%	9.1%	12.1%
	サービス業 (他に分類されない)	2件	100.0%	—	—

＜小売業＞は3割が申請時に取り組んだ新業態を「継続していない」と回答した。＜飲食サービス業＞も若干同様の回答があった。

（問34の「新しい業態」に関する設問において、「継続していない」を選択した者のみ回答）

問35 継続していない理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）



(N=6)

＜「その他」の主な回答＞

- ・イベントでやっていたもので継続していない

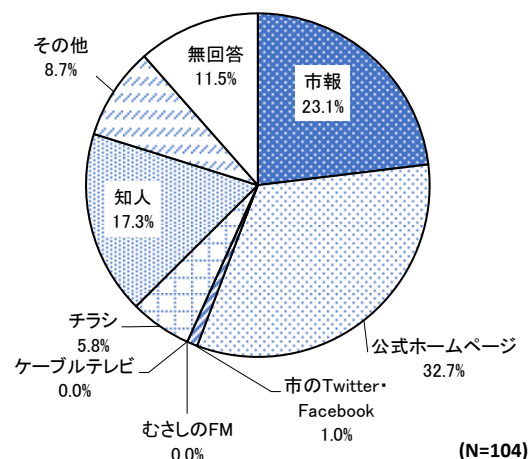
「利益につながらない」が66.7%と最も高く、次いで「想定した売上がなかった」が50.0%、「人手不足」が33.3%となっている。

		全 体	継続していない理由について					
			想定した売上が なかった (3)	利益に つながらない (4)	人手不足 (2)	スペース不足 (1)	その他 (1)	無回答 (0)
全 体		6件	50.0%	66.7%	33.3%	16.7%	16.7%	—
業 種	小売業	3件	66.7%	33.3%	33.3%	—	33.3%	—
	飲食サービス業	3件	33.3%	100.0%	33.3%	33.3%	—	—

＜飲食サービス業＞は3社すべてが「利益につながらない」と回答した。

【事業者アンケート】Ⅳ-7 テナント家賃支援について

問36 本制度を知ったきっかけ(媒体)について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



＜「その他」の主な回答＞

- ・国や東京都の家賃支援給付金の手続きの流れで知った
- ・新聞、メルマガ等
- ・お客様に教えていただいた
- ・商店会のお知らせ

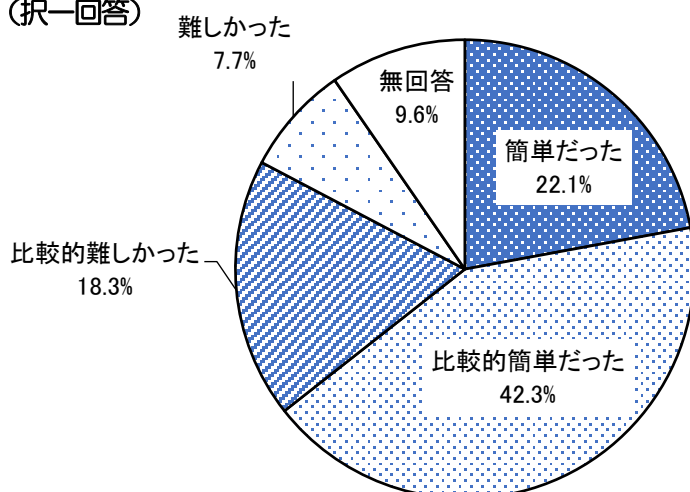
「公式ホームページ」が32.7%と最も高く、次いで「市報」が23.1%、「知人」が17.3%となっている。

		全 体	本制度を知ったきっかけ(媒体)について								
			市報 (24)	公式ホーム ページ (34)	市のTwitter ・Facebook (1)	むさしのFM (0)	ケーブル テレビ (0)	チラシ (6)	知人 (18)	その他 (9)	無回答 (12)
全 体		104件	23.1%	32.7%	1.0%	—	—	5.8%	17.3%	8.7%	11.5%
業 種	建設業	1件	—	—	—	—	—	—	—	100.0%	—
	製造業	1件	100.0%	—	—	—	—	—	—	—	—
	情報通信業	5件	40.0%	20.0%	—	—	—	—	20.0%	—	20.0%
	運輸業、郵便業	2件	—	50.0%	—	—	—	—	—	—	50.0%
	小売業	26件	26.9%	19.2%	—	—	—	—	19.2%	23.1%	11.5%
	不動産業、物品賃貸業	3件	—	33.3%	—	—	—	—	33.3%	—	33.3%
	学術研究、専門・技術 サービス業	4件	25.0%	50.0%	—	—	—	—	—	—	25.0%
	飲食サービス業	20件	10.0%	50.0%	5.0%	—	—	15.0%	15.0%	—	5.0%
	生活関連サービス業	21件	28.6%	33.3%	—	—	—	4.8%	14.3%	9.5%	9.5%
	娯楽業	1件	—	—	—	—	—	—	100.0%	—	—
	医療、福祉	16件	31.3%	37.5%	—	—	—	6.3%	12.5%	—	12.5%
	サービス業 (他に分類されない)	4件	—	25.0%	—	—	—	25.0%	50.0%	—	—

利用が多い＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療・福祉＞はいずれも全体の回答同様「ホームページ」、「市報」の割合が高かった。

【事業者アンケート】Ⅳ-7 テナント家賃支援について

問37 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=104)

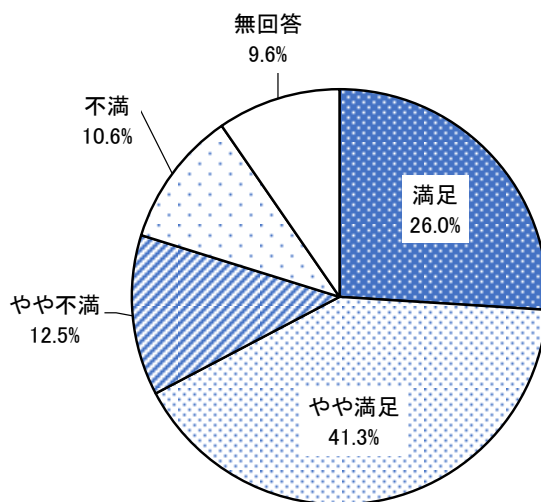
「比較的簡単だった」が42.3%と最も高く、次いで「簡単だった」が22.1%、「比較的難しかった」が18.3%となっている。

		全 体	本制度の申請の方法について				
			簡単だった (23)	比較的 簡単だった (44)	比較的 難しかった (19)	難しかった (8)	無回答 (10)
全 体		104件	22.1%	42.3%	18.3%	7.7%	9.6%
業 種	建設業	1件	—	—	—	100.0%	—
	製造業	1件	—	100.0%	—	—	—
	情報通信業	5件	—	40.0%	40.0%	—	20.0%
	運輸業、郵便業	2件	—	100.0%	—	—	—
	小売業	26件	23.1%	38.5%	19.2%	7.7%	11.5%
	不動産業、物品賃貸業	3件	—	33.3%	66.7%	—	—
	学術研究、専門・技術サービス業	4件	50.0%	25.0%	—	—	25.0%
	飲食サービス業	20件	10.0%	55.0%	15.0%	15.0%	5.0%
	生活関連サービス業	21件	23.8%	42.9%	23.8%	—	9.5%
	娯楽業	1件	100.0%	—	—	—	—
	医療、福祉	16件	25.0%	43.8%	6.3%	12.5%	12.5%
	サービス業 (他に分類されない)	4件	75.0%	—	25.0%	—	—

利用が多い＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療・福祉＞の「簡単だった」、「比較的簡単だった」をあわせた割合はいずれも6割を超えた。一方で＜情報通信業＞、＜不動産業、物品賃貸業＞は「比較的難しかった」の割合が高い。

【事業者アンケート】Ⅳ-7 テナント家賃支援について

問 38 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=104)

「やや満足」が41.3%と最も高く、次いで「満足」が26.0%、「やや不満」が12.5%となっている。

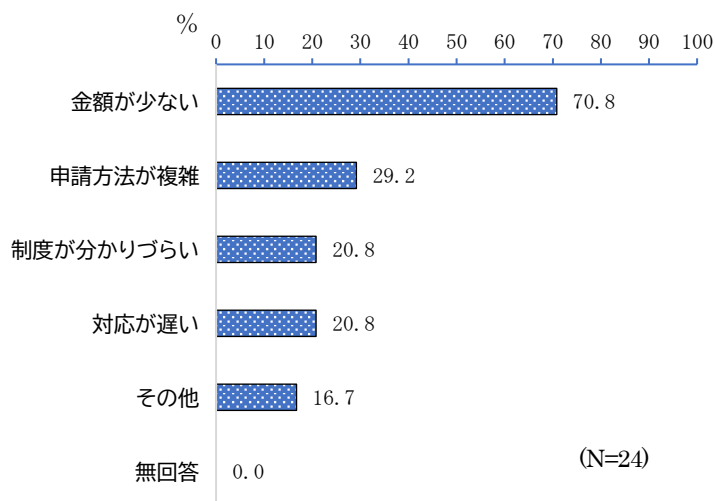
		全 体	本制度の評価について				
			満足 (27)	やや満足 (43)	やや不満 (13)	不満 (11)	無回答 (10)
全 体		104件	26.0%	41.3%	12.5%	10.6%	9.6%
業 種	建設業	1件	—	—	—	100.0%	—
	製造業	1件	—	100.0%	—	—	—
	情報通信業	5件	20.0%	40.0%	20.0%	—	20.0%
	運輸業、郵便業	2件	—	100.0%	—	—	—
	小売業	26件	30.8%	30.8%	23.1%	3.8%	11.5%
	不動産業、物品賃貸業	3件	—	66.7%	—	33.3%	—
	学術研究、専門・技術サービス業	4件	50.0%	25.0%	—	—	25.0%
	飲食サービス業	20件	20.0%	45.0%	10.0%	20.0%	5.0%
	生活関連サービス業	21件	23.8%	42.9%	14.3%	9.5%	9.5%
	娯楽業	1件	—	100.0%	—	—	—
	医療、福祉	16件	37.5%	31.3%	6.3%	12.5%	12.5%
	サービス業 (他に分類されない)	4件	25.0%	75.0%	—	—	—

利用が多い＜小売業＞、＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞、＜医療・福祉＞の「満足」、「やや満足」をあわせた割合はいずれも6割を超えた。

【事業者アンケート】Ⅳ-7 テナント家賃支援について

（問38の「本制度の評価」に関する設問において、「やや不満」または「不満」を選択した者のみ回答）

問39 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）



＜「その他」の主な回答＞

- ・対象の幅、期間に課題あり
- ・一度限りではなく、継続して欲しかった。
- ・市から大家さん（地主）への家賃減免の働きかけをしてもらえたらよい。

問38で「不満」と回答した24社から回答を得た。「金額が少ない」が70.8%と最も高く、次いで「申請方法が複雑」が29.2%、「制度が分かりづらい」及び「対応が遅い」が20.8%となっている。

		全 体	本制度を不満な理由について					
			金額が少ない (17)	制度が 分かりづらい (5)	申請方法が複雑 (7)	対応が遅い (5)	その他 (4)	無回答 (0)
全 体		24件	70.8%	20.8%	29.2%	20.8%	16.7%	—
業 種	建設業	1件	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	—
	情報通信業	1件	100.0%	—	—	—	—	—
	小売業	7件	85.7%	14.3%	14.3%	—	14.3%	—
	不動産業、物品賃貸業	1件	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	—	—
	飲食サービス業	6件	50.0%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	—
	生活関連サービス業	5件	40.0%	20.0%	40.0%	20.0%	20.0%	—
	医療、福祉	3件	100.0%	—	—	—	—	—

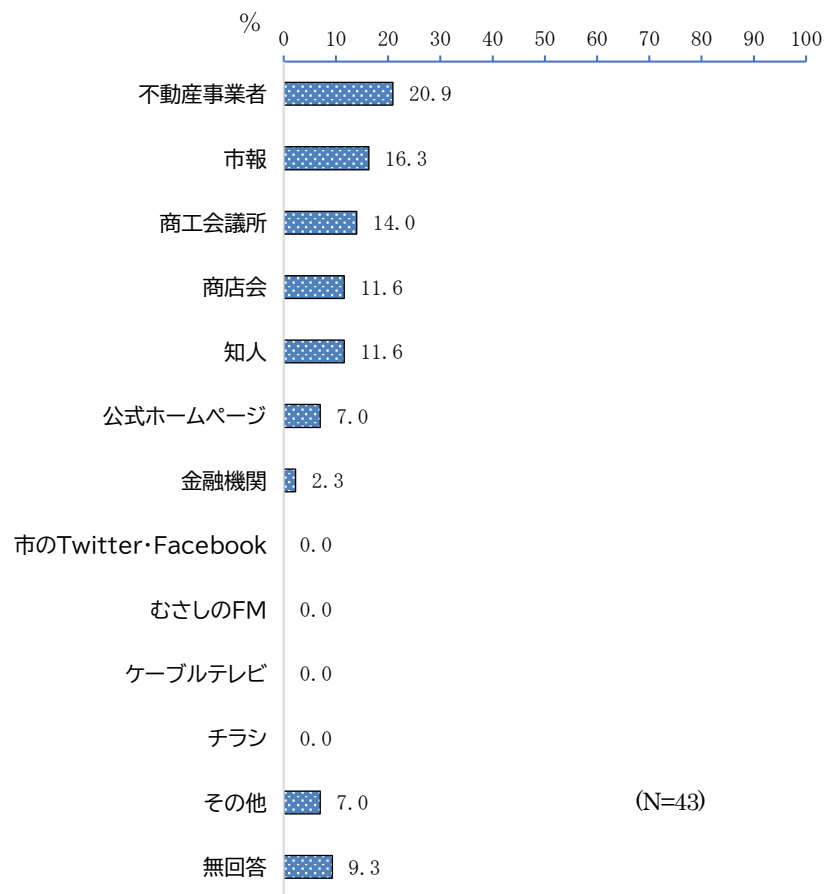
＜飲食サービス業＞、＜生活関連サービス業＞は「金額」以外の理由も多く挙げており、対面型業態のコロナ禍の厳しさが窺える。

【事業者アンケート】Ⅳ-8 商店会活性出店支援について

問 40 本制度を知ったきっかけ（媒体）について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・家主から
- ・新聞



「不動産事業者」が20.9%と最も高く、次いで「市報」が16.3%、「商工会議所」が14.0%となっている。

		全 体	本制度を知ったきっかけ(媒体)について												
			市報 (7)	公式ホーム ページ (3)	市のTwitter ・Facebook (0)	むさしのFM (0)	ケーブル テレビ (0)	チラシ (0)	不動産 事業者 (9)	金融機関 (1)	商工会議所 (6)	商店会 (5)	知人 (5)	その他 (3)	無回答 (4)
全 体		43件	16.3%	7.0%	-	-	-	-	20.9%	2.3%	14.0%	11.6%	11.6%	7.0%	9.3%
業 種	建設業	1件	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	-	-
	製造業	1件	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	-	-	-	-	-
	情報通信業	1件	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	-	-	-	-	-
	運輸業、郵便業	1件	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0%
	小売業	14件	7.1%	7.1%	-	-	-	-	35.7%	7.1%	7.1%	14.3%	-	7.1%	14.3%
	飲食サービス業	13件	23.1%	-	-	-	-	-	-	-	30.8%	7.7%	23.1%	15.4%	-
	生活関連サービス業	7件	28.6%	-	-	-	-	-	28.6%	-	-	14.3%	14.3%	-	14.3%
	医療、福祉	3件	33.3%	33.3%	-	-	-	-	-	-	-	-	33.3%	-	-
	サービス業 (他に分類されない)	2件	-	-	50.0%	-	-	-	-	-	50.0%	-	-	-	-

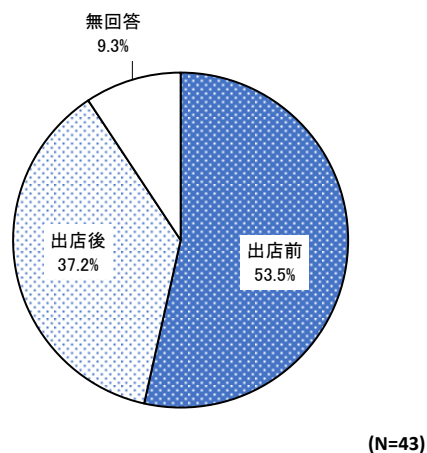
＜小売業＞は市報やホームページなどからより、不動産事業者から直接案内された割合の方が高い。また、＜飲食サービス業＞は商工会議所からの案内で知った割合が他業種よりも高い。

【事業者アンケート】Ⅳ-8 商店会活性出店支援について

問41 本制度を知った時期について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)

「出店前」が53.5%、「出店後」が37.2%となっている。

		全 体	本制度を知った時期について		
			出店前 (23)	出店後 (16)	無回答 (4)
全 体		43件	53.5%	37.2%	9.3%
業 種	建設業	1件	—	100.0%	—
	製造業	1件	100.0%	—	—
	情報通信業	1件	—	100.0%	—
	運輸業、郵便業	1件	—	100.0%	—
	小売業	14件	42.9%	35.7%	21.4%
	飲食サービス業	13件	53.8%	38.5%	7.7%
	生活関連サービス業	7件	71.4%	28.6%	—
	医療、福祉	3件	100.0%	—	—
サービス業 (他に分類されない)		2件	50.0%	50.0%	—



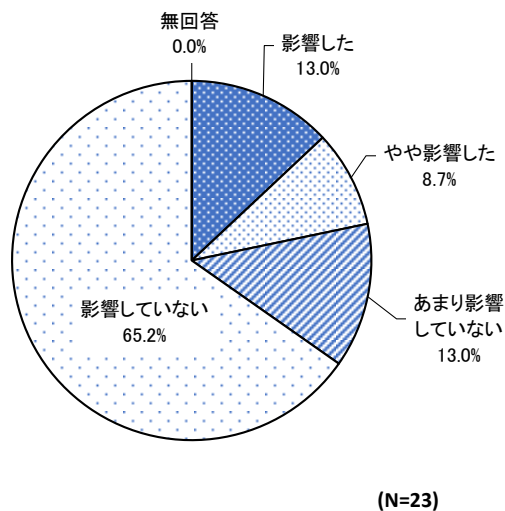
業種別は回答数が少ないが、「出店後に知った」の回答は＜小売業＞に比較的多い。

(問41の「本制度を知った時期」に関する設問において、「出店前」を選択した者のみ回答)

問42 出店場所として武蔵野市を選んだことに、本制度は影響していますか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)

「影響していない」が65.2%と最も高いが、事業実施初年度ながら、約2割が本市に出店するきっかけになったと回答している。

		全 体	出店場所として武蔵野市を選んだことに、本制度は影響していますか				
			影響した (3)	やや影響した (2)	あまり影響していない (3)	影響していない (15)	無回答 (0)
全 体		23件	13.0%	8.7%	13.0%	65.2%	—
業 種	製造業	1件	—	—	—	100.0%	—
	小売業	6件	—	—	—	100.0%	—
	飲食サービス業	7件	42.9%	—	28.6%	28.6%	—
	生活関連サービス業	5件	—	—	20.0%	80.0%	—
	医療、福祉	3件	—	33.3%	—	66.7%	—
	サービス業 (他に分類されない)	1件	—	100.0%	—	—	—



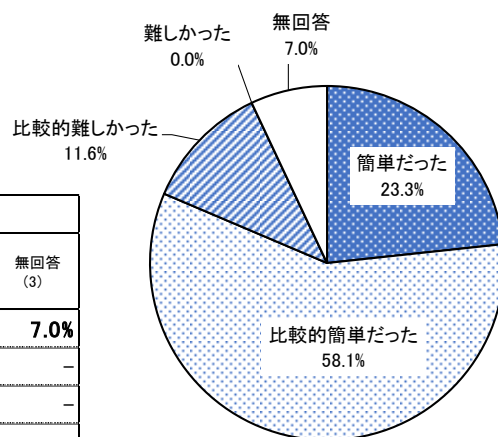
業種別は回答が少ないが、複数回答のあったなかでは「影響した」の割合が高いのは＜飲食サービス業＞である。

【事業者アンケート】Ⅳ-8 商店会活性出店支援について

問 43 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)

「比較的簡単だった」が58.1%と最も高く、次いで「簡単だった」が23.3%、「比較的難しかった」が11.6%となっている。

		全 体	本制度の申請の方法について				
			簡単だった (10)	比較的 簡単だった (25)	比較的 難しかった (5)	難しかった (0)	無回答 (3)
全 体		43件	23.3%	58.1%	11.6%	-	7.0%
業 種	建設業	1件	-	100.0%	-	-	-
	製造業	1件	-	100.0%	-	-	-
	情報通信業	1件	-	100.0%	-	-	-
	運輸業、郵便業	1件	-	100.0%	-	-	-
	小売業	14件	14.3%	57.1%	14.3%	-	14.3%
	飲食サービス業	13件	30.8%	53.8%	7.7%	-	7.7%
	生活関連サービス業	7件	28.6%	42.9%	28.6%	-	-
	医療、福祉	3件	33.3%	66.7%	-	-	-
	サービス業 (他に分類されない)	2件	50.0%	50.0%	-	-	-



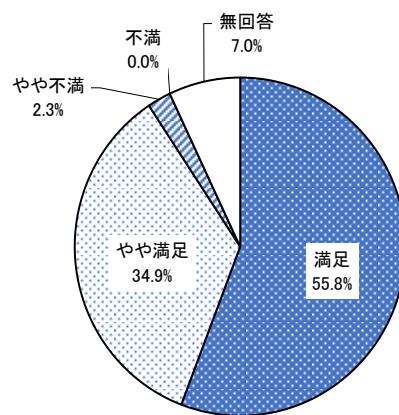
(N=43)

業種別では「比較的難しかった」の割合が比較的高いのは＜生活関連サービス業＞であった。

問 44 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)

「満足」が55.8%と最も高く、次いで「やや満足」が34.9%、「やや不満」が2.3%となっている。

		全 体	本制度の評価について				
			満足 (24)	やや満足 (15)	やや不満 (1)	不満 (0)	無回答 (3)
全 体		43件	55.8%	34.9%	2.3%	-	7.0%
業 種	建設業	1件	-	100.0%	-	-	-
	製造業	1件	100.0%	-	-	-	-
	情報通信業	1件	100.0%	-	-	-	-
	運輸業、郵便業	1件	-	100.0%	-	-	-
	小売業	14件	64.3%	21.4%	-	-	14.3%
	飲食サービス業	13件	38.5%	53.8%	-	-	7.7%
	生活関連サービス業	7件	42.9%	42.9%	14.3%	-	-
	医療、福祉	3件	100.0%	-	-	-	-
	サービス業 (他に分類されない)	2件	100.0%	-	-	-	-



(N=43)

業種別では不満の回答を寄せたのは＜生活関連サービス業＞のみであった。

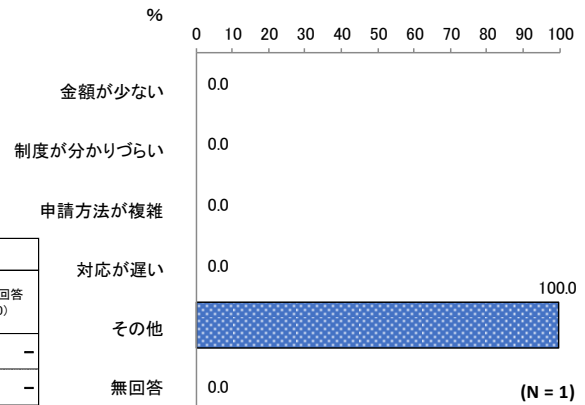
【事業者アンケート】Ⅳ-8 商店会活性出店支援について

(問44の「本制度の評価」に関する設問において、「やや不満」または「不満」を選択した者のみ回答)

問45 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)

「その他」として、「商店会の会費が負担である」という回答が1件であった。

	全 体	本制度を不満な理由について					
		金額が 少ない (0)	制度が 分かりづらい (0)	申請方法が 複雑 (0)	対応が遅い (0)	その他 (1)	無回答 (0)
全 体	1件	-	-	-	-	100.0%	-
業 種	生活関連サービス業	1件	-	-	-	100.0%	-

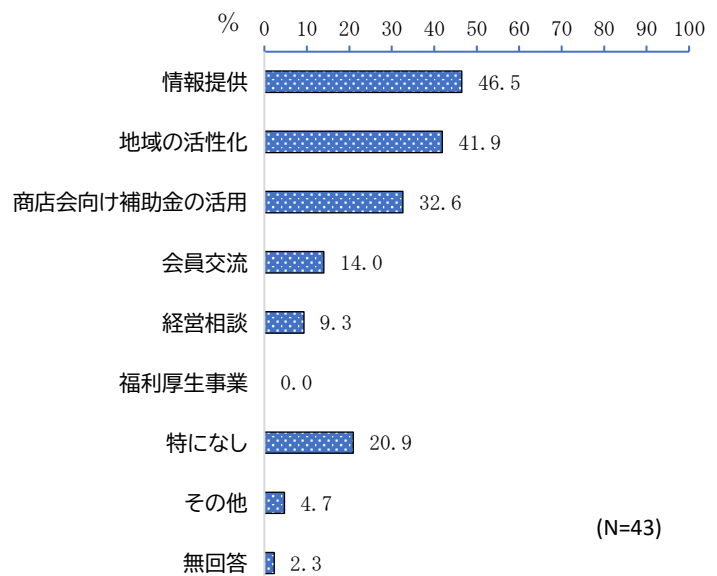


回答があったのは<生活関連サービス業>のみである。

問46 商店会(商工会議所)に加入してメリットだと感じたことについて、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)

「情報提供」が46.5%と最も高く、次いで「地域の活性化」が41.9%、「商店会向け補助金の活用」が32.6%となっている。

<「その他」の主な回答>
・メリットが感じられない

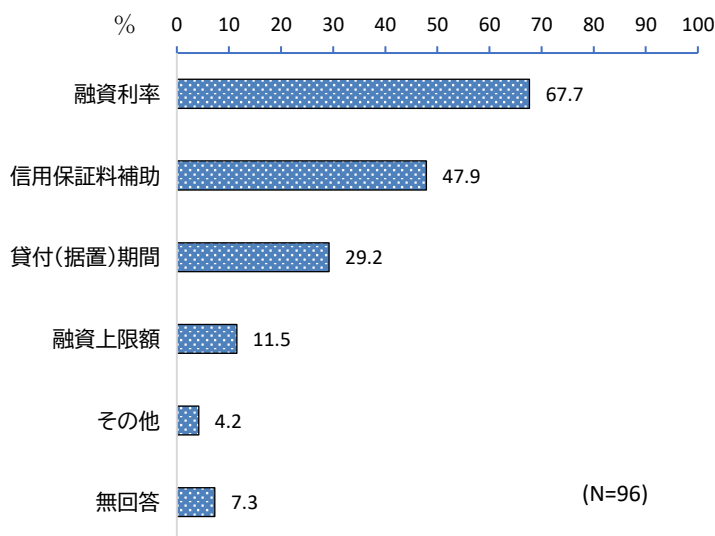


	全 体	商店会(商工会議所)に加入してメリットだと感じたことについて								
		情報提供 (20)	会員交流 (6)	地域の 活性化 (18)	経営相談 (4)	福利厚生 事業 (0)	商店会向け 補助金の 活用 (14)	特になし (9)	その他 (2)	無回答 (1)
全 体	43件	46.5%	14.0%	41.9%	9.3%	-	32.6%	20.9%	4.7%	2.3%
業 種	建設業	1件	-	-	-	-	100.0%	-	-	-
	製造業	1件	-	-	-	-	-	100.0%	-	-
	情報通信業	1件	100.0%	-	-	-	-	-	-	-
	運輸業、郵便業	1件	-	-	100.0%	-	-	-	-	-
	小売業	14件	35.7%	-	21.4%	-	35.7%	21.4%	7.1%	7.1%
	飲食サービス業	13件	69.2%	30.8%	76.9%	23.1%	38.5%	15.4%	-	-
	生活関連サービス業	7件	28.6%	28.6%	14.3%	-	28.6%	28.6%	14.3%	-
	医療、福祉	3件	66.7%	-	66.7%	-	-	33.3%	-	-
	サービス業 (他に分類されない)	2件	50.0%	-	100.0%	-	50.0%	-	-	-

業種別では<飲食サービス業>が特に「地域の活性化」にメリットを感じている傾向にある。

【事業者アンケート】Ⅳ-9 市制度融資について

問 47 市制度融資を選んだ理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。
(複数回答)



＜「その他」の主な回答＞

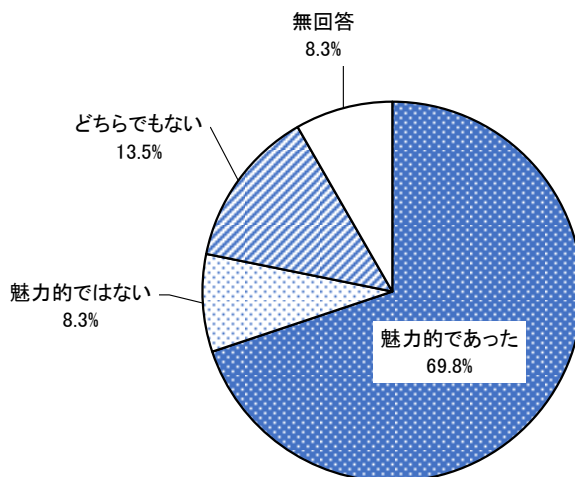
・取引金融機関からの紹介

「融資利率」が67.7%と最も高く、次いで「信用保証料補助」が47.9%、「貸付（据置）期間」が29.2%となっている。

		全 体	市制度融資を選んだ理由について					
			融資上限額 (11)	融資利率 (65)	貸付(据置)期間 (28)	信用保証料補助 (46)	その他 (4)	無回答 (7)
全 体		96件	11.5%	67.7%	29.2%	47.9%	4.2%	7.3%
業 種	建設業	6件	33.3%	50.0%	16.7%	83.3%	—	—
	製造業	3件	100.0%	66.7%	33.3%	33.3%	—	—
	情報通信業	4件	—	100.0%	—	50.0%	—	—
	運輸業、郵便業	4件	—	50.0%	25.0%	50.0%	—	50.0%
	卸売業	5件	20.0%	100.0%	20.0%	60.0%	—	—
	小売業	19件	—	84.2%	36.8%	42.1%	—	—
	不動産業、物品賃貸業	5件	—	80.0%	40.0%	60.0%	—	—
	学術研究、専門・技術サービス業	14件	14.3%	35.7%	21.4%	50.0%	14.3%	14.3%
	飲食サービス業	16件	—	62.5%	25.0%	56.3%	12.5%	—
	生活関連サービス業	7件	28.6%	71.4%	57.1%	42.9%	—	28.6%
	医療、福祉	7件	—	57.1%	28.6%	14.3%	—	28.6%
	サービス業 (他に分類されない)	6件	16.7%	83.3%	33.3%	33.3%	—	16.7%

「融資利率」の回答が8割を超えた業種は＜情報通信業＞、＜卸売業＞、＜小売業＞、＜不動産業、物品賃貸業＞、＜他に分類されないサービス業＞となった。最多回答が「融資利率」でない業種は、＜製造業＞（最多回答は「融資上限額」の100.0%）、＜建設業＞（最多回答は「信用保証料補助」の83.3%）、＜学術研究、専門・技術サービス業＞（最多回答は「信用保証料補助」の50.0%）だった。

問 48 特別融資等の事業者金利0.1%引き下げなど、令和2年度のコロナ特例利率について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=96)

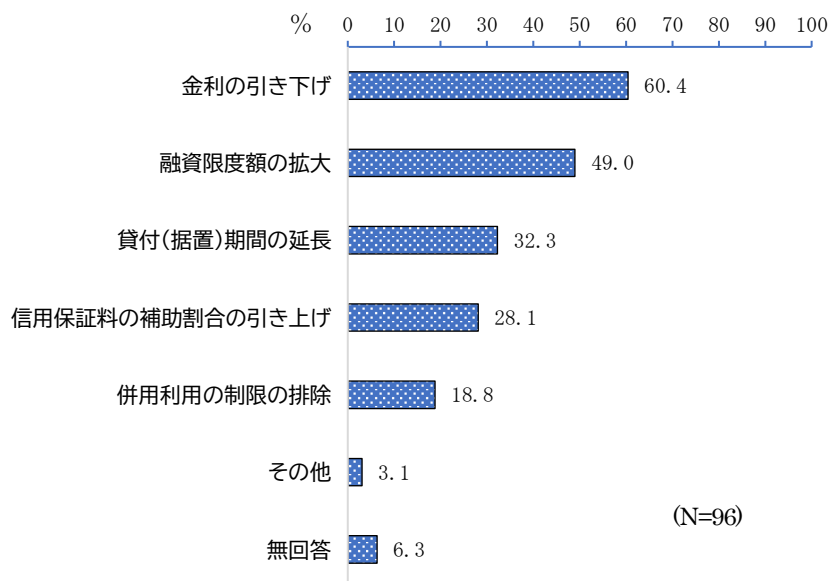
「魅力的であった」が69.8%と最も高く、次いで「どちらでもない」が13.5%、「魅力的ではない」が8.3%となっている。

		全 体	特別融資等の事業者金利0.1 %引き下げなど、 令和2年度のコロナ特例利率について			
			魅力的であった (67)	魅力的ではない (8)	どちらでもない (13)	無回答 (8)
全 体		96件	69.8%	8.3%	13.5%	8.3%
業 種	建設業	6件	83.3%	—	—	16.7%
	製造業	3件	66.7%	33.3%	—	—
	情報通信業	4件	50.0%	25.0%	25.0%	—
	運輸業、郵便業	4件	25.0%	—	25.0%	50.0%
	卸売業	5件	100.0%	—	—	—
	小売業	19件	73.7%	15.8%	10.5%	—
	不動産業、物品賃貸業	5件	100.0%	—	—	—
	学術研究、専門・技術サービス業	14件	57.1%	—	28.6%	14.3%
	飲食サービス業	16件	56.3%	12.5%	31.3%	—
	生活関連サービス業	7件	85.7%	14.3%	—	—
	医療、福祉	7件	71.4%	—	—	28.6%
	サービス業 (他に分類されない)	6件	83.3%	—	—	16.7%

「魅力的ではない」の回答割合がもっとも高かったのは＜製造業＞で33.3%、次いで＜情報通信業＞25.0%、＜小売業＞15.8%となった。

【事業者アンケート】Ⅳ-9 市制度融資について

問 49 市制度融資に期待することについて、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)



＜「その他」の主な回答＞

- ・助成額引き上げ
- ・返済開始までの措置期間の延長

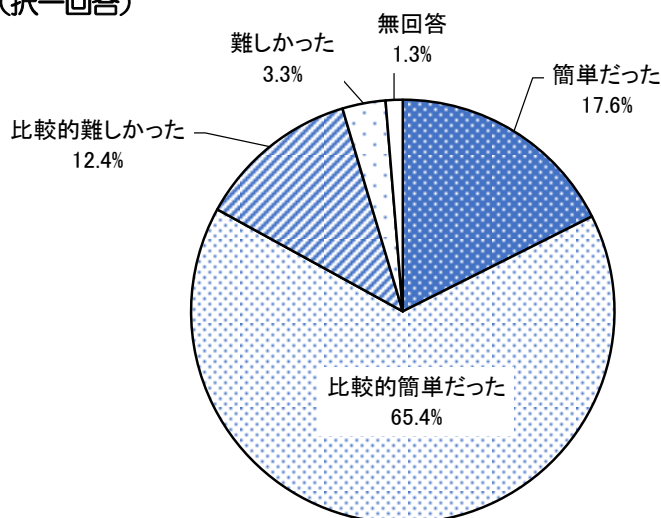
「金利の引き下げ」が60.4%と最も高く、次いで「融資限度額の拡大」が49.0%、「貸付（据置）期間の延長」が32.3%となっている。

		全 体	市制度融資に期待することについて						
			融資限度額の 拡大 (47)	金利の 引き下げ (58)	貸付(据置)期間 の延長 (31)	信用保証料の補 助割合の 引き上げ (27)	併用利用の制限 の排除 (18)	その他 (3)	無回答 (6)
全 体		96件	49.0%	60.4%	32.3%	28.1%	18.8%	3.1%	6.3%
業 種	建設業	6件	50.0%	66.7%	33.3%	66.7%	66.7%	—	—
	製造業	3件	66.7%	100.0%	66.7%	—	—	—	—
	情報通信業	4件	75.0%	25.0%	25.0%	50.0%	25.0%	—	—
	運輸業、郵便業	4件	25.0%	50.0%	25.0%	—	—	—	50.0%
	卸売業	5件	40.0%	60.0%	40.0%	40.0%	20.0%	—	—
	小売業	19件	47.4%	68.4%	52.6%	26.3%	26.3%	5.3%	—
	不動産業、物品賃貸業	5件	40.0%	80.0%	20.0%	40.0%	20.0%	—	—
	学術研究、専門・技術 サービス業	14件	50.0%	35.7%	14.3%	42.9%	14.3%	7.1%	14.3%
	飲食サービス業	16件	50.0%	62.5%	25.0%	12.5%	12.5%	6.3%	—
	生活関連サービス業	7件	42.9%	85.7%	42.9%	14.3%	14.3%	—	—
	医療、福祉	7件	42.9%	42.9%	—	14.3%	—	—	28.6%
	サービス業 (他に分類されない)	6件	66.7%	66.7%	50.0%	33.3%	16.7%	—	—

全体で最多回答の「金利の引き下げ」の割合がトップでない業種は、＜情報通信業＞と＜学術研究、専門・技術サービス業＞で最多回答は「融資限度額の拡大」でそれぞれ75.0%、50.0%であった。

【事業者アンケート】Ⅳ-10 セーフティネット保証について

問 50 本制度の申請のしやすさについて、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）



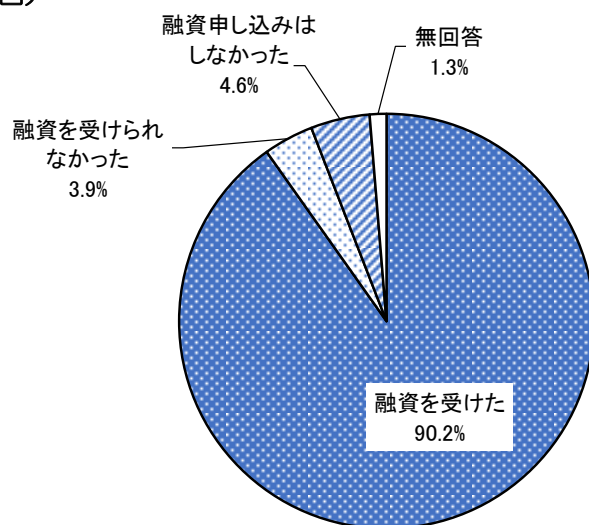
(N=153)

「比較的簡単だった」が65.4%と最も高く、次いで「簡単だった」が17.6%、「比較的難しかった」が12.4%となっている。

		全 体	本制度の申請のしやすさについて				
			簡単だった (27)	比較的 簡単だった (100)	比較的 難しかった (19)	難しかった (5)	無回答 (2)
全 体		153件	17.6%	65.4%	12.4%	3.3%	1.3%
業 種	建設業	10件	—	80.0%	10.0%	10.0%	—
	製造業	3件	—	100.0%	—	—	—
	情報通信業	8件	25.0%	62.5%	12.5%	—	—
	運輸業, 郵便業	3件	—	33.3%	33.3%	33.3%	—
	卸売業	9件	11.1%	88.9%	—	—	—
	小売業	36件	33.3%	55.6%	11.1%	—	—
	不動産業, 物品賃貸業	14件	14.3%	71.4%	14.3%	—	—
	学術研究, 専門・技術サービス業	16件	18.8%	68.8%	6.3%	6.3%	—
	飲食サービス業	18件	11.1%	55.6%	16.7%	5.6%	11.1%
	生活関連サービス業	15件	26.7%	73.3%	—	—	—
	娯楽業	1件	—	100.0%	—	—	—
	教育, 学習支援業	3件	33.3%	33.3%	33.3%	—	—
	医療, 福祉	11件	—	72.7%	18.2%	9.1%	—
	サービス業 (他に分類されない)	6件	—	50.0%	50.0%	—	—

全体の最多回答「比較的簡単だった」がいずれの業種でも最多回答となった。「比較的難しかった」、「難しかった」の割合が最も高かったのは＜運輸業, 郵便業＞の66.6%だった。

問51 本制度による融資の実行の有無について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=153)

「融資を受けた」が90.2%と最も高く、次いで「融資申し込みはしなかった」が4.6%、「融資を受けられなかった」が3.9%となっている。

		全 体	本制度による融資の実行の有無について			
			融資を受けた (138)	融資を 受けられなかった (6)	融資申し込みは しなかった (7)	無回答 (2)
全 体		153件	90.2%	3.9%	4.6%	1.3%
業 種	建設業	10件	100.0%	—	—	—
	製造業	3件	100.0%	—	—	—
	情報通信業	8件	100.0%	—	—	—
	運輸業、郵便業	3件	100.0%	—	—	—
	卸売業	9件	77.8%	—	22.2%	—
	小売業	36件	91.7%	2.8%	5.6%	—
	不動産業、物品賃貸業	14件	85.7%	7.1%	7.1%	—
	学術研究、専門・技術サービス業	16件	87.5%	12.5%	—	—
	飲食サービス業	18件	77.8%	5.6%	5.6%	11.1%
	生活関連サービス業	15件	100.0%	—	—	—
	娯楽業	1件	100.0%	—	—	—
	教育、学習支援業	3件	100.0%	—	—	—
	医療、福祉	11件	81.8%	9.1%	9.1%	—
	サービス業 (他に分類されない)	6件	100.0%	—	—	—

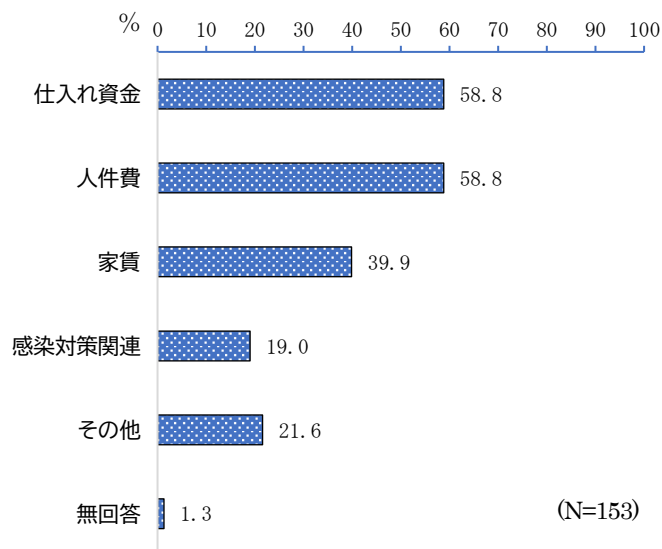
「融資を受けられなかった」割合が最も高いのは＜学術研究、専門・技術サービス業＞で12.5%、次いで＜医療、福祉＞の9.1%、＜不動産業、物品賃貸業＞の7.1%、＜飲食サービス業＞の5.6%、＜小売業＞2.8%となった。

【事業者アンケート】Ⅳ-10 セーフティネット保証について

問52 本制度で借入した（しようとした）資金用途について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・運転資金全般
- ・手元資金の確保
- ・集客
- ・設備購入費
- ・売上減少に伴う経費の全般的な補填
- ・不測の事態への対応のため



「仕入れ資金」及び「人件費」が58.8%と最も高く、次いで「家賃」が39.9%となっている。

		全 体	本制度で借入した(しようとした)資金用途について					
			仕入れ資金 (90)	家賃 (61)	人件費 (90)	感染対策関連 (29)	その他 (33)	無回答 (2)
全 体		153件	58.8%	39.9%	58.8%	19.0%	21.6%	1.3%
業 種	建設業	10件	90.0%	—	70.0%	—	—	—
	製造業	3件	100.0%	—	66.7%	—	—	—
	情報通信業	8件	12.5%	37.5%	100.0%	25.0%	—	—
	運輸業、郵便業	3件	33.3%	100.0%	—	100.0%	66.7%	—
	卸売業	9件	100.0%	22.2%	44.4%	—	11.1%	—
	小売業	36件	83.3%	44.4%	58.3%	19.4%	16.7%	—
	不動産業、物品賃貸業	14件	57.1%	21.4%	50.0%	14.3%	14.3%	—
	学術研究、専門・技術サービス業	16件	37.5%	43.8%	56.3%	6.3%	43.8%	—
	飲食サービス業	18件	66.7%	66.7%	61.1%	22.2%	33.3%	11.1%
	生活関連サービス業	15件	20.0%	53.3%	60.0%	20.0%	33.3%	—
	娯楽業	1件	—	—	100.0%	—	—	—
	教育、学習支援業	3件	33.3%	—	66.7%	—	—	—
	医療、福祉	11件	36.4%	36.4%	36.4%	45.5%	27.3%	—
	サービス業 (他に分類されない)	6件	50.0%	50.0%	83.3%	33.3%	16.7%	—

全体の最多回答である「仕入れ資金」、「人件費」が最多回答でない業種は＜医療、福祉＞で最多回答は「感染対策関連」で45.5%である。＜飲食サービス業＞は「仕入れ資金」とともに「家賃」が最多回答で66.7%を占めた。

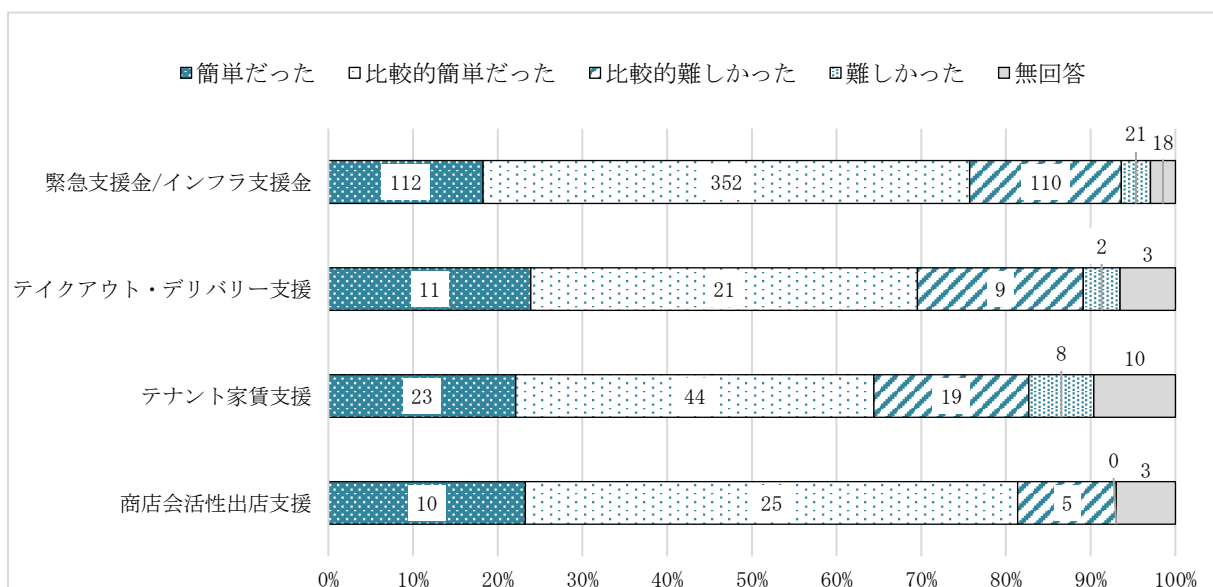
【事業者アンケート】Ⅳ-11 各施策を「知ったきっかけ（媒体）」の総合分析

各施策を知ったきっかけ（媒体）は以下のとおり。設問の選択肢にない媒体は斜線とし、それぞれの施策の中で最も高い項目を網掛けしている。＜くらし地域応援券＞、＜緊急支援金／インフラ支援金＞は「市報」が最も高く、4割前後となっている。＜テイクアウト・デリバリー支援＞は「市報」、「公式ホームページ」及び「知人・ロコミ」が同率で最も高い。＜テナント家賃支援＞は「公式ホームページ」が、＜商店会活性出店支援＞は「不動産事業者」がそれぞれ最も高くなっている。

	くらし地域応援券		緊急支援金／インフラ支援金		テイクアウト・デリバリー支援		テナント家賃支援		商店会活性出店支援	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
全 体	561	100.0	613	100.0	46	100.0	104	100.0	43	100.0
市報	244	43.5	242	39.5	10	21.7	24	23.1	7	16.3
公式ホームページ	24	4.3	110	17.9	10	21.7	34	32.7	3	7.0
市のTwitter・Facebook	7	1.2	3	0.5	1	2.2	1	1.0	-	-
むさしのFM	-	-	1	0.2	-	-	-	-	-	-
ケーブルテレビ	-	-	2	0.3	-	-	-	-	-	-
チラシ	51	9.1	36	5.9	7	15.2	6	5.8	-	-
知人・ロコミ	51	9.1	116	18.9	10	21.7	18	17.3	5	11.6
顧客から	19	3.4								
市職員の訪問	42	7.5								
不動産事業者									9	20.9
金融機関									1	2.3
商工会議所									6	14.0
商店会									5	11.6
その他	89	15.9	72	11.7	6	13.0	9	8.7	3	7.0
無回答	34	6.1	31	5.1	2	4.3	12	11.5	4	9.3

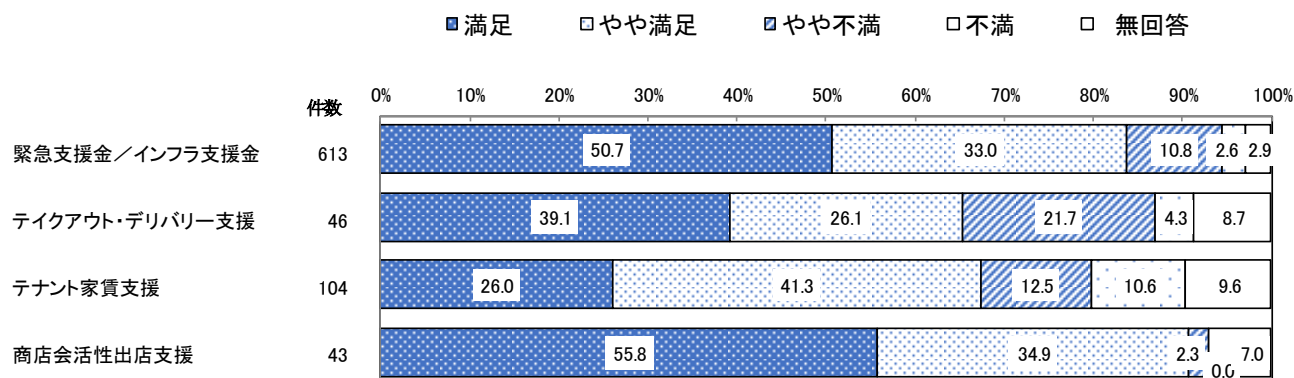
【事業者アンケート】Ⅳ-12 各施策の「申請方法」の総合分析

いずれの施策も「比較的簡単だった」が最も高く、4～5割台を占めている。「簡単だった」と「比較的簡単だった」をあわせた割合は、＜商店会活性出店支援＞で81.4%、＜緊急支援金／インフラ支援金＞で75.7%、＜テイクアウト・デリバリー支援＞で69.6%、＜テナント家賃支援＞で64.4%となっている。一方、「難しかった」と「比較的難しかった」をあわせた割合は、＜テナント家賃支援＞で26.0%、＜テイクアウト・デリバリー支援＞で23.9%、＜緊急支援金／インフラ支援金＞で21.3%、＜商店会活性出店支援＞で11.6%となっている。



【事業者アンケート】Ⅳ-13 各施策の「評価」の総合分析

各施策で最も「満足」の割合が高かったものは＜商店会活性出店支援＞で55.8%であり、「やや満足」と合わせると9割を超え、非常に高い評価を得ている。一方で、最も「満足」の割合が低かったものは＜テナント家賃支援＞で26.0%であった。

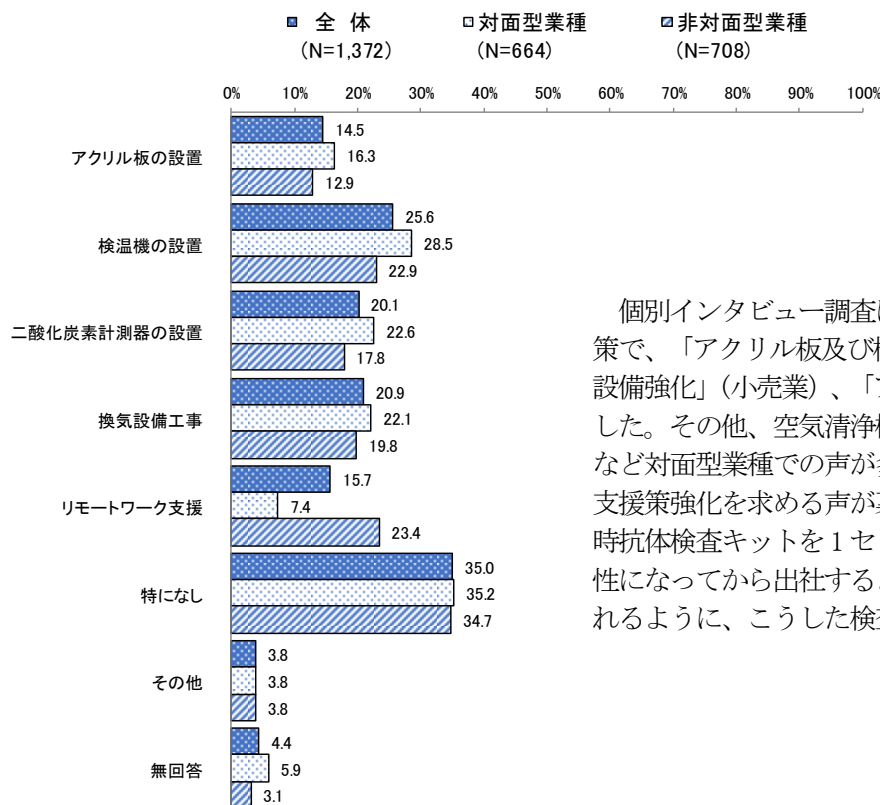


【事業者アンケート】Ⅳ-14 対面型業種及び非対面型業種の比較分析

小売業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業を「対面型業種」、それ以外の業種を「非対面型業種」と定義づけし、両者の違いについて分析を行った。

【支援があれば強化したい感染拡大防止策】

支援があれば強化したい感染拡大防止策について、対面型業種では「検温機の設置」が28.5%と最も高く、次いで「二酸化炭素計測器の設置」が22.6%、「換気設備工事」が22.1%となっている。一方、非対面型業種では「リモートワーク支援」が23.4%と最も高く、次いで「検温機の設置」が22.9%、「換気設備工事」が19.8%となっている。



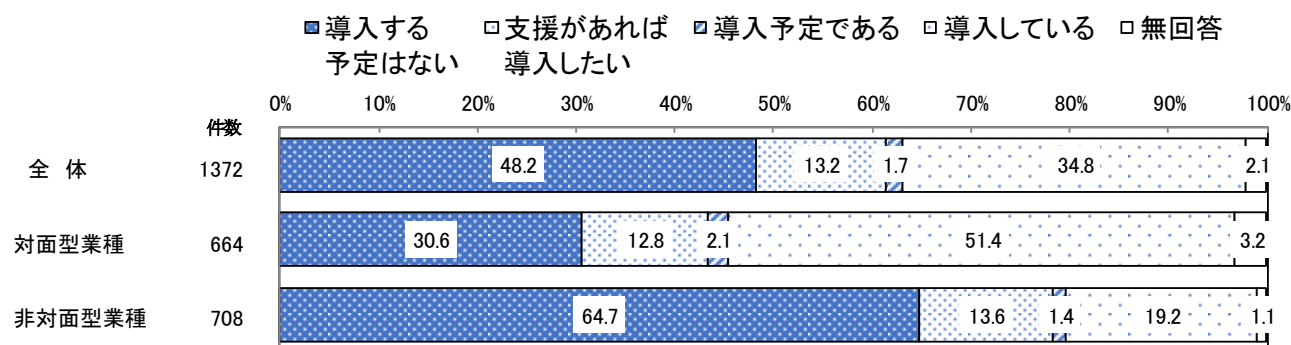
個別インタビュー調査においても、独自で実施した感染予防対策で、「アクリル板及び検温器、二酸化炭素計測器を設置。換気設備強化」(小売業)、「アルコール消毒を徹底し、換気扇を交換した。その他、空気清浄機、二酸化炭素計測器を設置」(医療)など対面型業種での声が多く、費用負担が発生していることへの支援策強化を求める声が裏付けとして窺える。また、「社員に常時抗体検査キットを1セットもたせ、体調がすぐれない社員は陰性になってから出勤するようにした」(情報通信業)の声に見られるように、こうした検査キットの支給も有益と考える。

【事業者アンケート】Ⅳ-14 対面型業種及び非対面型業種の比較分析

【キャッシュレス決済の導入状況】

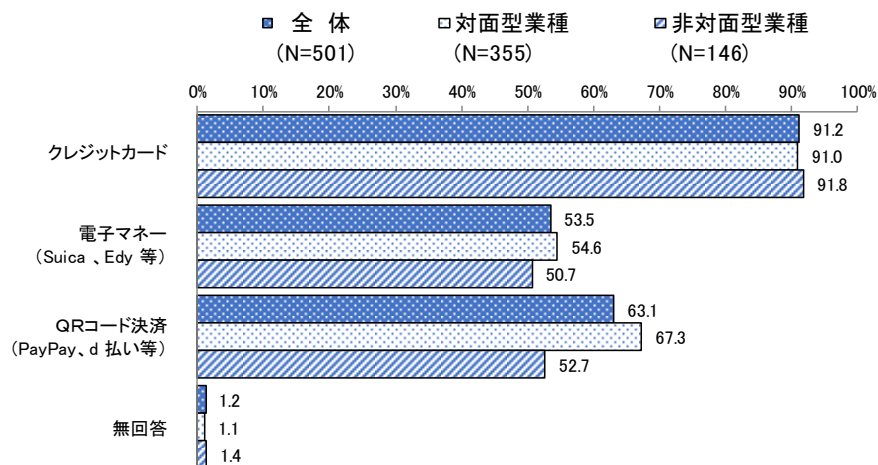
キャッシュレス決済の導入状況について、対面型業種では「導入している」が51.4%と過半数を占めており、「支援があれば導入したい」が12.8%、「導入予定である」が2.1%となっている。

一方、非対面型業種では「導入する予定はない」が64.7%と6割半ばを占めており、「導入している」は19.2%と約2割にとどまっている。



【導入予定（または導入している）キャッシュレス決済手段】

導入予定（または導入している）キャッシュレス決済手段については、対面型業種、非対面型業種ともに「クレジットカード」が最も高く、いずれも9割を超えている。「電子マネー」についても、両者とも5割台で大きな差はないが、「QRコード決済」については、対面型業種で67.3%、非対面型業種で52.7%と差がみられる。



【事業者アンケート】Ⅳ-15 総括

アンケート調査において、各施策の満足度を尋ねた結果、いずれの施策においても、満足を感じた事業者が65%を超えるなど、一定の効果があったといえる。

しかしながら、「金額が少ない」、「今後も継続してほしい」等の意見もあり、新型コロナウイルス感染症の影響が長引く中では、実情に応じた支援策を引き続き検討する必要がある。

今後必要な支援としては、7割弱の企業が「給付金等支援」を期待している。公平性や即効性という観点では、給付金等の支援は有効と考えられるものの、新型コロナウイルス感染症による影響が長期化する中で、新しい生活様式に対応するための支援や新たな消費を喚起する施策も必要である。

本市は小売業や飲食サービス業、生活関連サービス業等の割合が高く、いずれも新型コロナウイルス感染症の影響を直接的に受けている。また、不動産業については、テナント企業である飲食店や小売店の業績回復を支援することが有効と考える。

V 市内事業者に対するインタビュー調査

【事業者インタビュー調査】V 設問ごと取りまとめ

Q1 出店の経緯、市内で事業を始めた理由について

20社のほとんどが先代からの事業承継、または居住地近隣だったため、市内で創業したという回答であった。立地に関してはすべての事業者が満足している様子である。なかには「吉祥寺駅周辺には数多くの美容室があり、実力を示せば、客を獲得して店舗を運営できる」（生活関連サービス業）や「世界のインディーゲームのクリエイターの聖地にしたいと考えている」（小売業）といった前向きでチャレンジングな回答もあった。

Q2 売上の減少幅、消費者の行動的な変化、コロナ前と比べて変わったことについて

多くの事業者が相当な売上減少を強いられた。コロナ前から好転した回答は「不要不急の外出自粛が徹底されるなかで生活必需品を扱う当店においては前年同月比150%～160%の売上となった。また、同時期にレジ袋有料化となったこともあってエコバッグの売上が増えたほか、外出自粛がネット売上を大きく後押しした」（小売業）、「2020年度はむしろ巣ごもり需要の影響を受けて、通信インフラの拡充や電気・ガスの使用量増加などが追い風となった」（情報通信業）。

減収幅が小さかった回答としては「日用品、生活必需品のためコロナ前後での売上変動はさほどなく2020年度は前年度比5%減少程度だった」（小売業）、「法人販売がプラスだったこともあり、減少幅は抑えられた」（小売業）、「年配者のリピーターの方が大きく、来店頻度は減少したものの、既存客の消費行動に変化はない。くらし地域応援券の効果により新規顧客の来店頻度は多くなった」（飲食サービス業）などがあった。

その他多くは「影響が深刻」、「売上の計上は僅かだった」など厳しいコメントである。

Q3 独自で実施した感染予防対策や、コロナでの影響に合わせて行った工夫等について

各事業者一般的な対策を十分行ったうえでさらなる感染予防の工夫はしており、感染予防対策への費用に補助金等を活用する事業者も一部あった。換気扇の交換、空気清浄機や二酸化炭素計測器の購入などハード面での対策のほか、「社員に常時抗体検査キットを1セットもたせ、体調がすぐれない社員は陰性になってから出勤するようにした」（情報通信業）、「出社しての業務が主体であったが、コロナ後はリモートワークを実施し、現在も続けている」（小売業）など、ソフト面での対策を独自で行う事業者もあった。

Q4 利用した市の施策の申請方法で難しかった点や改善してほしい点について

・くらし地域応援券(14)※

概ね効果があったという回答が多かったが、一部「換金に行くのがやや手間なのと一回の換金で持ち込める枚数が決まっており、特に利用頻度が高い当店では換金の頻度が多くなってしまうのは難点」（小売業）、「店頭で顧客に説明するのがやや大変。ルールを守らない店があると苦情が寄せられるケースが多少あった」（小売業）、「換金の手続きが煩雑だった。お客さんが混同していたり、使いづらそう」（小売業）といった声も寄せられ、課題が浮かび上がった。

・緊急支援金／インフラ支援金(8)

本インタビューは小売業、飲食サービス業が多かったものの、これら業態への支援が目立つなかで、様々な業種で利用できる点は概ね好評な様子が窺える。

・テナント家賃支援(5)

他の支援施策同様不満の声はないが、「書類ではなくデジタル化してほしい」（小売業）、「（予定していた）家賃支援金は申請可能対象ではなく申請不可であった」（学術研究・専門・技術サービス）などの声も一部あった。

・その他の支援メニュー含め後ろ向きな回答は少ない。

※（ ）内の数字は、インタビューを行った事業者のうち、当該施策を利用した事業者の数を指す。

【事業者インタビュー調査】Ⅴ 設問ごと取りまとめ

Q5 利用した市の施策の交付までのスピード感について

大半は「満足」、「問題ない」、「適正」との回答であった。一部「申請してから給付されるまでに時間がかかった。もう少しスピードを早めて欲しい」（生活関連サービス業）、「交付までのスピードはやや遅いと感じた」（教育・学習支援業）といった回答もあった。

Q6 利用した市の施策の支援内容について（感想等）

本設問でも前向きな回答が大半である。主な回答は「大変ありがたいが、出来れば支援金の金額を上乗せして欲しい」（飲食サービス業）、「我慢出来る範囲であるが、不十分な点もあったと感じる」（医療、福祉）、「家賃支援の条件を引き下げてほしい。条件を満たす運営状況では事業は続けられない」（生活関連サービス業）、「利用できる施策は全て使い、概ね役立った。ただ、申請の手間と補助金の金額を天秤にかけて申請しない事業者もいたのではないか」（飲食サービス業）、「新型コロナウイルス感染症の収束後、どのくらいのお店が申請して、どのような効果が得られたのか総括を知りたい」（飲食サービス業）など。

Q7 利用した市の施策の目的を踏まえ、効果があったと言えるか

大半は「効果があった」との回答である。その他の意見としては「くらし地域応援券は、消費者にはメリットがあったが、事業者には業種ごとに偏りが発生していたと思う」（小売業）、「減収幅が大きい事業者の資金繰り補填、売上補填に貢献したかどうかは分からない。ただ、費用補填にはなったと考える」（小売業）などがあつた。

Q8 利用した市以外の施策についての感想（申請方法や制度の内容等）

「要件を満たしていないため、申請なし」（小売業）、「要件を満たしていないため、国、都の支援メニューは未利用」（小売業）など一部事業者を除いて国、東京都の支援メニューを利用。特段の不満、改善要望は見当たらなかった。一部「東京都の感染拡大防止協力金は支給が非常に遅く、2021年4月申請分がまだに入金されず困惑」（飲食サービス業）、「事務の専門家（司法書士・行政書士）へのアナウンスが不足していた」（飲食サービス業）、「国や東京都とのコミュニケーションが不十分で、申請しづらいこともあった」（生活関連サービス業）、「最初は申請方法が複雑だった（段々と簡素化された）。交付までの時間もかかりすぎ」（飲食サービス業）、「支援金額は増額を望む。売上高は厳しい状況が続いており、継続した支援が必要」（小売業）という回答もあった。

Q9 適切な広報手段として、どのような手段が望ましいか

広報手段に関する要望は事業者によってまちまちであった。

「年配者の客層が多いことから、新聞媒体により確認できることは顧客とのコミュニケーションにおいて役立つ」（飲食サービス業）、「年齢その他関係なく誰でも見ることが可能であるため、市報がよい」（小売業）、「webサイトは見る頻度が非常に少なく、webでの案内はありがたくない」（飲食サービス業）といった“紙媒体派”と「法人向けの登録サイトを作ってメール配信で広報して欲しい」（医療、福祉）、「もっとSNSの活用を」（飲食サービス業）などの“web推進派”、「支援制度を知ったのは知人から聞き、インターネットで調べて申請した」（小売業）、「会計士（税理士）や金融機関からの施策の紹介を受けることが多かった。市の広報誌はすみずみまでは読み難い」（飲食サービス業）、「各種施策は、社会保険労務士、税理士からの情報が多い」（情報通信業）といった“人づて派”など様々だ。書面アンケート結果も踏まえて多方面、多分野、多チャンネルに亘る広報発信が必要とみられる。

Q10 商工会議所や商店会に加入しているか（加入していない場合はその理由について）

今回対象となった20事業者においてほとんどが、商工会議所、商店会に加入している。加入していない事業者は業種的に必要性、絡みが少ないケースが大半で、一部「特段の必要性を感じず、経費削減のため」（情報通信業）という回答もあった。

Q11 今後、どのような施策があるとよいか（短期的・中長期的）

今回の経済対策事業に関しては好評で多くの事業者が継続を要望している。支援メニューの種類については「給付金支援が一番良いと考える。業種により必要なものは全く違うため」（建設業）、「直接店に届くような支援策の案内と、支援金等の増額。売上が5%減少しても運営が厳しくなる」（小売業）、「コロナ対策も含めて老朽化した設備改修を考えている。こうした設備交換を行う際の補助金、支援金があると良い」（飲食サービス業）と“現金支給”を望んでいる声が多い。

なかには「直接給付型もありがたいが、結局商売、経済が回らないと一時的な効果に留まるため、くらし応援券のような間接的な消費喚起支援策は来店を促し、非常に効果的だった。経済が回れば皆良くなる」（小売業）や「コロナ収束を見据え、武蔵野市産直の野菜を使い、町おこしのグルメ開発などの手助けも行なって欲しい。売上が向上しても収益が低下するような施策よりも、収益が向上して店舗運営の維持につながる施策を行って欲しい」（飲食サービス業）といった間接支援を求める声や「応援券や補助金・助成金の支援は当店にとってはありがたいが、今後、財政が心配」（飲食サービス業）という声もあった。このほか、「コロナ禍において一元化した窓口があった方が良い」（学術研究・専門・技術サービス）など、金銭給付だけでなく、体制整備を求める声もあった。

Q12 コロナによって、まちの変化をどう感じているか

「人の流れが減っている」という回答が多いなかで吉祥寺などの繁華街においては「コロナ慣れ、宣言慣れを感じる」（小売業）、「土曜日、日曜日のまちの雰囲気は変わらない」（飲食サービス業）、「昨年の最初の緊急事態宣言時頃には一時期人流は減ったが、それ以降はほぼ変わらない。公園では最近、若者が花火などもやっている。駅前も人流の減少は一時だけで近時は変わらない」（小売業）という声もある。また、「吉祥寺の魅力であった多様性が失われ、大手資本だけで面白みに欠けるまちになることを危惧している。市は人口流入だけでなく、長期的な人口定着を目指し、まち全体で魅力向上を図れる施策を行って欲しい」（飲食サービス業）、「駅周辺は大手チェーン店の立地が増え、活気が出た分、入れ替わりが激しくなっている。また、大手チェーンのため休業要請を遵守し、さらに人流が減っている。商店街としては人流を戻すための祭り、イベントの開催が出来ないことが非常に辛い。大手チェーン系の立地増は賑わいは出るが、個人商店同士のつながりが減って寂しい面もある」（小売業）と大手資本との共存について言及した回答もあった。

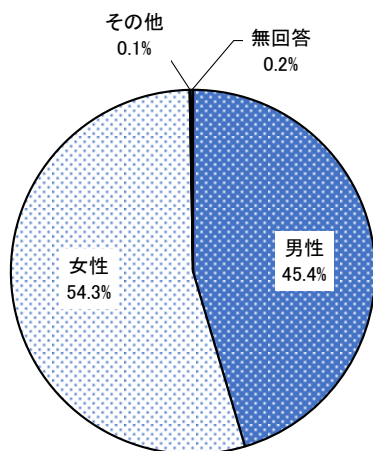
Q13 （事業継続予定の事業者に対し）事業継続の動機について

各事業者とも自身の生活や従業員雇用の維持、既存顧客との関係維持などの観点からコロナ禍によって事業継続が揺らいでいる様子は見当たらない。一方でモチベーションとして特記すべき特徴も見当たらず、売上の補てんだけでなく「収益」（小売業）力の確保や「まちの活力」（飲食サービス業）、「昼間営業も行うなどリスクヘッジ」（飲食サービス業）が事業継続に必要な要素であり、こうした事業者ニーズを満たす経済対策が必要とみられる。

Ⅵ 市民対象調査

【市民対象調査】Ⅵ-1 属性情報

問1 あなたの性別について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)

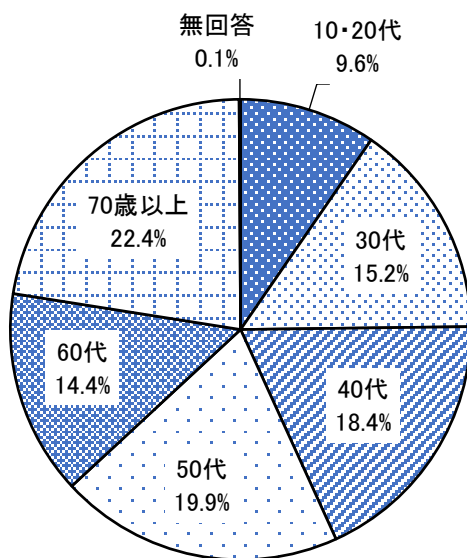


(N=875)

「男性」は45.4%、「女性」は54.3%であった。

全 体	男性	女性	その他	無回答
875	45.4%	54.3%	0.1%	0.2%

問2 あなたの年齢について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



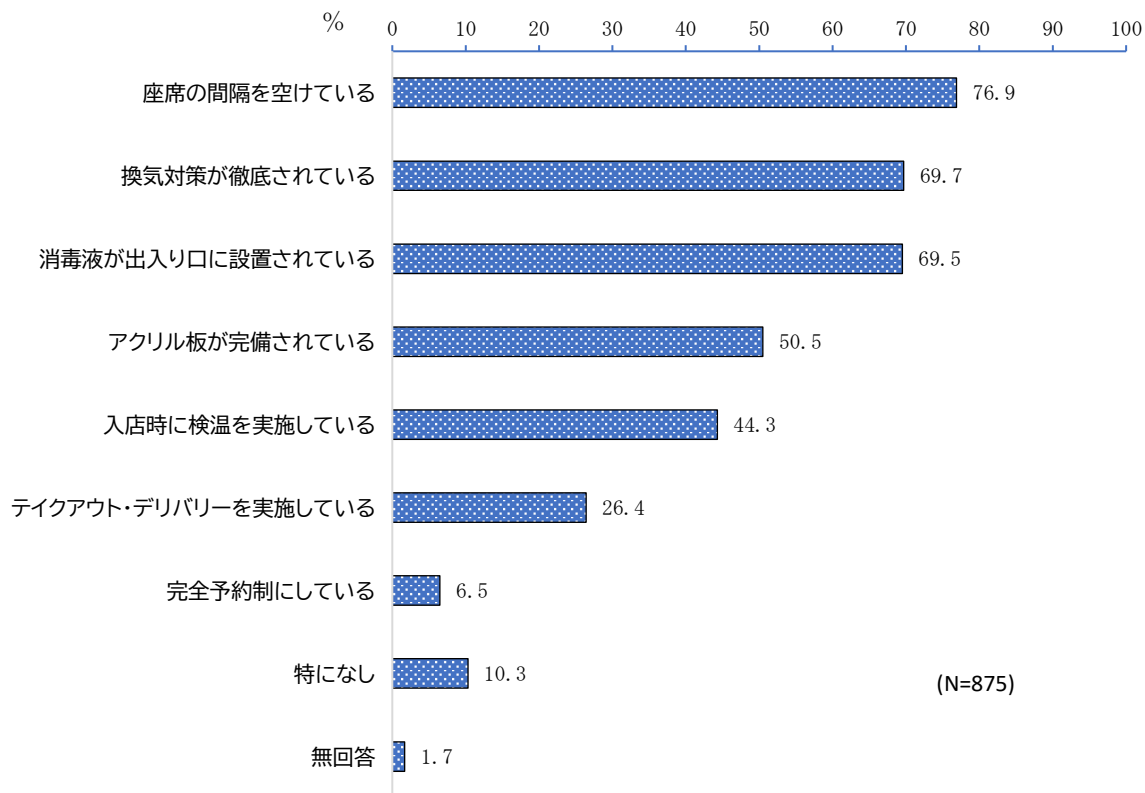
(N=875)

「70歳以上」が22.4%と最も高く、次いで「50代」が19.9%、「40代」が18.4%となっている。

全 体	10・20代 (84)	30代 (133)	40代 (161)	50代 (174)	60代 (126)	70歳以上 (196)	無回答 (1)
875	9.6%	15.2%	18.4%	19.9%	14.4%	22.4%	0.1%

【市民対象調査】VI-2 新型コロナウイルスによる変化について

問3 飲食店を利用するうえで、次のうち重視している条件について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）



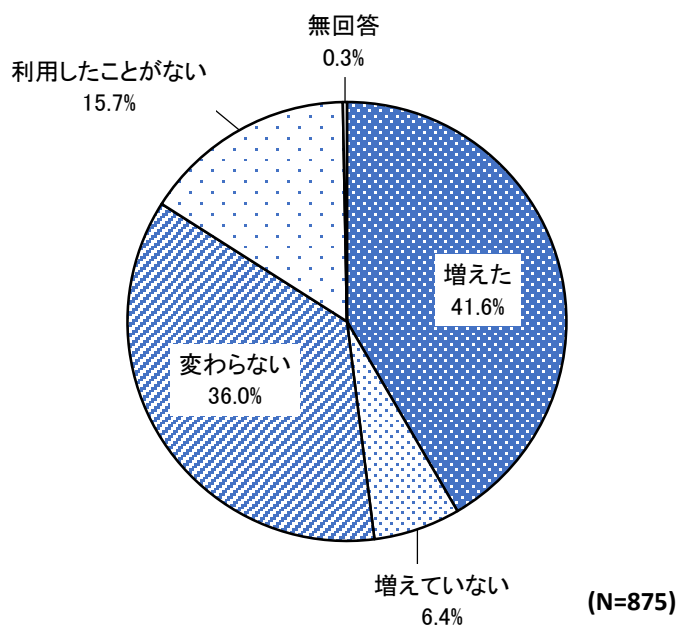
「座席の間隔を空けている」が76.9%と最も高く、次いで「換気対策が徹底されている」が69.7%、「消毒液が出入りに設置されている」が69.5%となっている。

	全 体	飲食店を利用するうえで、重視している条件について								
		アクリル板が完備されている (442)	座席の間隔を空けている (673)	消毒液が出入りに設置されている (608)	完全予約制にしている (57)	入店時に検温を実施している (388)	テイクアウト・デリバリーを実施している (231)	換気対策が徹底されている (610)	特になし (90)	無回答 (15)
全 体	875	50.5%	76.9%	69.5%	6.5%	44.3%	26.4%	69.7%	10.3%	1.7%
男性	397	47.1%	69.5%	63.0%	5.3%	40.1%	20.4%	61.5%	15.9%	1.3%
女性	475	53.5%	83.4%	75.2%	7.6%	48.0%	31.4%	76.8%	5.7%	1.7%
その他	1	100.0%	100.0%	100.0%	—	100.0%	100.0%	100.0%	—	—
10・20代	84	42.9%	63.1%	57.1%	1.2%	36.9%	39.3%	58.3%	16.7%	—
30代	133	38.3%	72.9%	67.7%	3.8%	39.1%	31.6%	64.7%	14.3%	1.5%
40代	161	45.3%	77.0%	69.6%	3.7%	32.3%	31.7%	73.3%	9.9%	—
50代	174	50.0%	79.9%	64.4%	7.5%	41.4%	23.0%	70.1%	8.6%	1.1%
60代	126	64.3%	86.5%	81.7%	7.9%	61.1%	19.0%	77.8%	6.3%	—
70歳以上	196	58.2%	77.0%	73.0%	11.2%	53.1%	20.9%	69.9%	9.2%	5.1%

性別では、いずれの項目も男性より女性の方が重視している割合が高い。

年代別では、全体の回答割合の高かった「座席の間隔を空けている」、「換気対策が徹底されている」、「消毒液が出入りに設置されている」について、いずれも60代が最も高く、10・20代が最も低くなっている。

問4 コロナ禍における、ネットショッピングの頻度について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



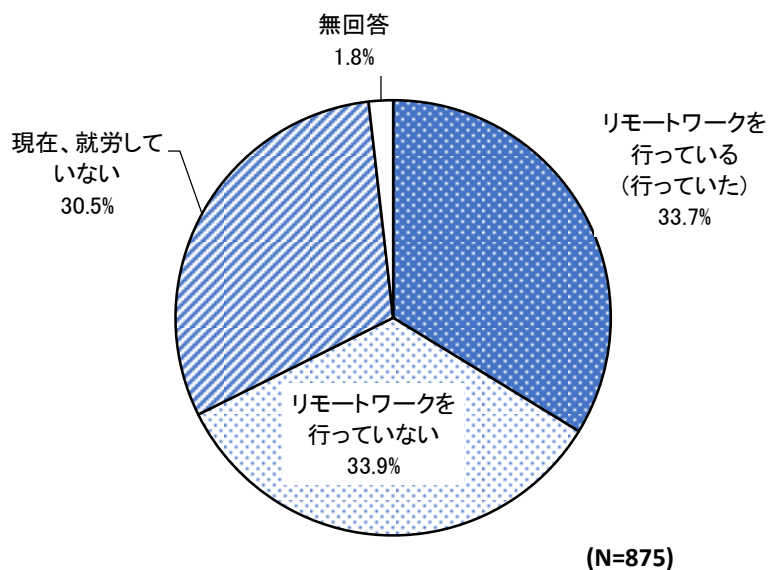
「増えた」が41.6%と最も高く、次いで「変わらない」が36.0%、「利用したことがない」が15.7%となっている。

	全 体	コロナ禍における、ネットショッピングの頻度について				
		増えた (364)	増えていない (56)	変わらない (315)	利用したことが ない (137)	無回答 (3)
全 体	875	41.6%	6.4%	36.0%	15.7%	0.3%
男性	397	33.2%	6.8%	42.6%	16.6%	0.8%
女性	475	48.6%	6.1%	30.5%	14.7%	—
その他	1	100.0%	—	—	—	—
10・20代	84	54.8%	7.1%	32.1%	6.0%	—
30代	133	54.9%	6.8%	36.8%	0.8%	0.8%
40代	161	56.5%	5.6%	36.0%	1.2%	0.6%
50代	174	40.2%	9.2%	43.7%	6.9%	—
60代	126	34.1%	7.9%	36.5%	21.4%	—
70歳以上	196	20.9%	3.1%	30.1%	45.4%	0.5%

性別では、女性は「増えた」が最も高く、男性は「変わらない」が最も高くなっている。

年代別では、40代以下で「増えた」が、50～60代で「変わらない」が、70歳以上で「利用したことがない」がそれぞれ最も高くなっている。

問5 リモートワークについて、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



「リモートワークを行っていない」が33.9%、「リモートワークを行っている(行っていた)」が33.7%となっている。

	リモートワークについて				
	全 体	リモートワークを行っている(行っていた) (295)	リモートワークを行っていない (297)	現在、就労していない (267)	無回答 (16)
全 体	875	33.7%	33.9%	30.5%	1.8%
男性	397	42.8%	32.7%	22.4%	2.0%
女性	475	26.1%	34.9%	37.5%	1.5%
その他	1	100.0%	—	—	—
10・20代	84	32.1%	47.6%	20.2%	—
30代	133	51.9%	33.8%	14.3%	—
40代	161	50.3%	33.5%	14.3%	1.9%
50代	174	43.1%	38.5%	17.2%	1.1%
60代	126	21.4%	40.5%	36.5%	1.6%
70歳以上	196	8.2%	20.4%	67.3%	4.1%

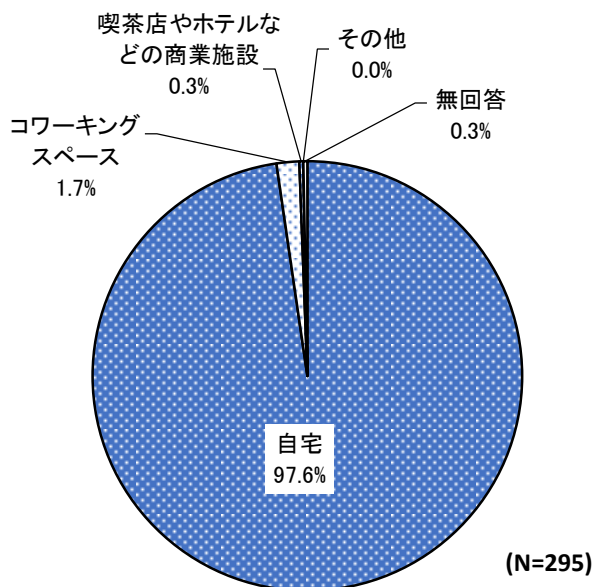
性別では、男性では「リモートワークを行っている(行っていた)」が「リモートワークを行っていない」を上回り、女性では「リモートワークを行っていない」が「リモートワークを行っている(行っていた)」を上回っている。

年代別では、10・20代と60代以降では「リモートワークを行っていない」が「リモートワークを行っている(行っていた)」を上回り、30～50代では「リモートワークを行っている(行っていた)」が「リモートワークを行っていない」を上回っている。

【市民対象調査】VI-2 新型コロナウイルスによる変化について

(問5の「リモートワーク」に関する設問において、「リモートワークを行っている(行っていた)」を選択した者のみ回答)

問6 リモートワークを主に行っている(行っていた)場所について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



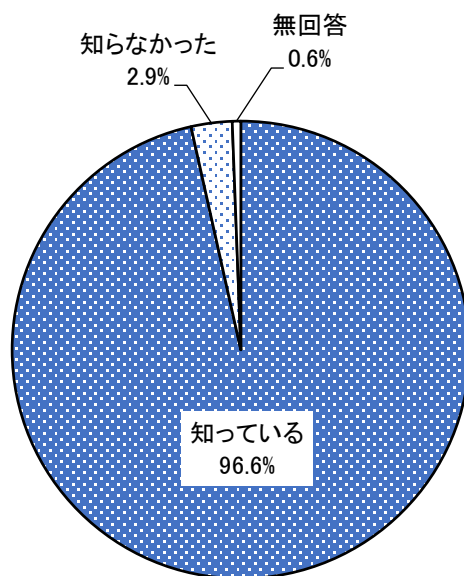
「自宅」が97.6%と最も高く、次いで「コワーキングスペース」が1.7%、「喫茶店やホテルなどの商業施設」が0.3%となっている。

	全 体	リモートワークを主に行っている(行っていた)場所について				
		自宅 (288)	コワーキング スペース (5)	喫茶店やホテル などの商業施設 (1)	その他 (0)	無回答 (1)
全 体	295	97.6%	1.7%	0.3%	—	0.3%
男性	170	96.5%	2.9%	—	—	0.6%
女性	124	99.2%	—	0.8%	—	—
その他	1	100.0%	—	—	—	—
10・20代	27	100.0%	—	—	—	—
30代	69	100.0%	—	—	—	—
40代	81	95.1%	3.7%	1.2%	—	—
50代	75	97.3%	2.7%	—	—	—
60代	27	100.0%	—	—	—	—
70歳以上	16	93.8%	—	—	—	6.3%

性別では、男女とも「自宅」が9割を超えている。

年代別でも、すべての年代で「自宅」が9割を超えており、特段の差はみられない。

問7 今年の2月下旬から3月末まで実施した、「武蔵野市くらし地域応援券」についてご存じですか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



(N=875)

「知っている」は96.6%、「知らなかった」は2.9%であった。

	「武蔵野市くらし地域応援券」についてご存じですか			
	全 体	知っている (845)	知らなかった (25)	無回答 (5)
全 体	875	96.6	2.9	0.6
男性	397	94.2	4.8	1.0
女性	475	98.5	1.3	0.2
その他	1	100.0	—	—
10・20代	84	90.5	9.5	—
30代	133	99.2	0.8	—
40代	161	99.4	0.6	—
50代	174	97.1	1.7	1.1
60代	126	96.0	2.4	1.6
70歳以上	196	94.9	4.6	0.5

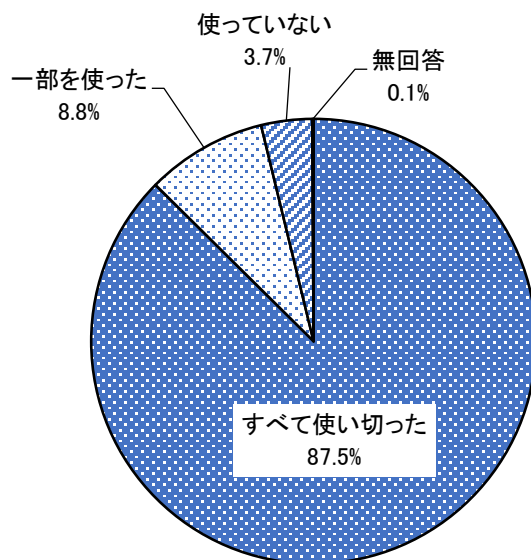
性別では、「知っている」の割合は男性94.2%、女性98.5%と、男性の方がやや低いですが、ともに認知度はかなり高かった。

年代別でも、すべての年代で「知っている」が9割を超えたが、10・20代では「知らなかった」と回答した人も約1割に達している。

【市民対象調査】VI-3 武蔵野市くらし地域応援券事業について

(問7の「くらし地域応援券」に関する設問において、「知っている」を選択した者のみ回答)

問8 「くらし地域応援券」は使用しましたか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。



(N=845)

「すべて使い切った」が87.5%と最も高く、次いで「一部を使った」が8.8%、「使っていない」が3.7%となっている。

	全 体	「くらし地域応援券」は使用しました			
		すべて 使い切った (739)	一部を使った (74)	使っていない (31)	無回答 (1)
全 体	845	87.5%	8.8%	3.7%	0.1%
男性	374	86.9%	8.0%	4.8%	0.3%
女性	468	87.8%	9.4%	2.8%	—
その他	1	100.0%	—	—	—
10・20代	76	71.1%	18.4%	10.5%	—
30代	132	85.6%	12.1%	2.3%	—
40代	160	86.9%	10.0%	3.1%	—
50代	169	90.5%	5.3%	4.1%	—
60代	121	94.2%	4.1%	1.7%	—
70歳以上	186	88.7%	7.5%	3.2%	0.5%

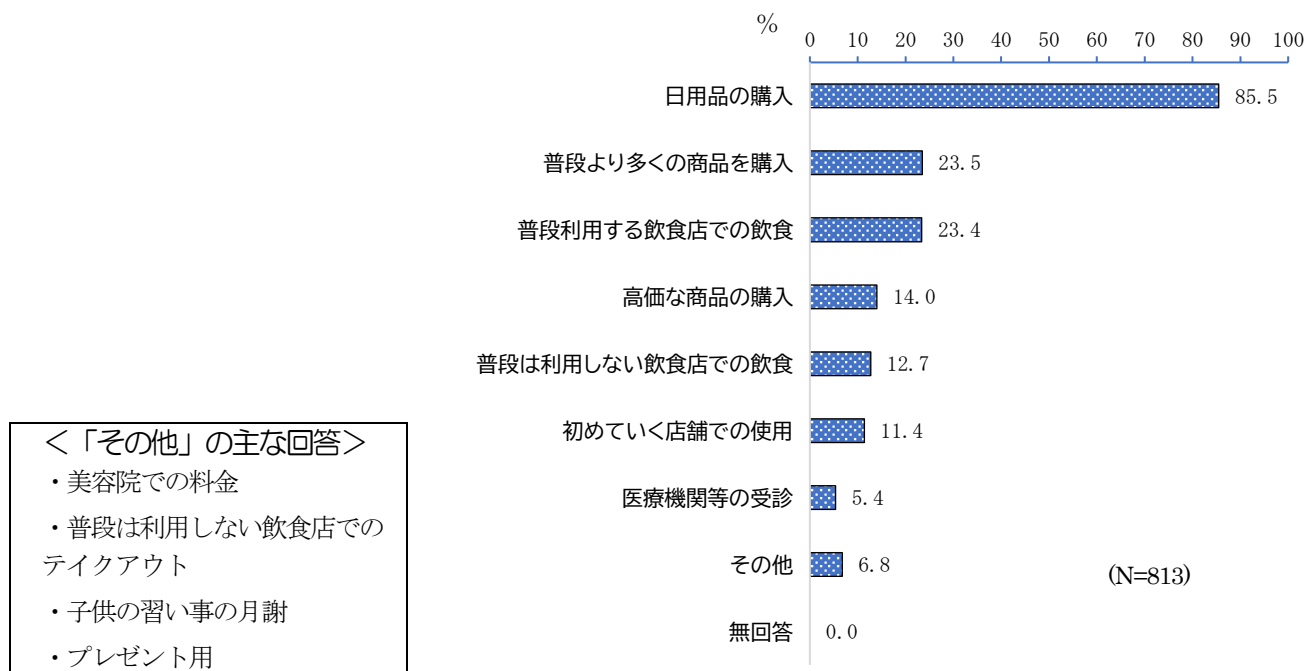
性別では、男女とも9割弱が「すべて使い切った」と回答しており、特段の差はみられない。

年代別では、若い年代ほど「すべて使い切った」と回答した割合は低く、10・20代では「一部を使った」が18.4%、「使っていない」が10.5%となった。

【市民対象調査】VI-3 武蔵野市くらし地域応援券事業について

(問8の「くらし地域応援券の使用」に関する設問において、「すべて使い切った」または「一部を使った」を選択した者のみ回答)

問9 「くらし地域応援券」を、どのように使用しましたか。該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)



「日用品の購入」が85.5%と最も高く、次いで「普段より多くの商品を購入」が23.5%、「普段利用する飲食店での飲食」が23.4%となっている。

	全 体	「くらし地域応援券」を、どのように使用しましたか								
		日用品の購入 (695)	普段より多くの 商品を購入 (191)	高価な 商品の購入 (114)	普段利用する 飲食店での飲食 (190)	普段は利用しない 飲食店での 飲食(103)	医療機関等の 受診 (44)	初めてのいく店舗 での使用 (93)	その他 (55)	無回答 (0)
全 体	813	85.5%	23.5%	14.0%	23.4%	12.7%	5.4%	11.4%	6.8%	—
男性	355	85.1%	19.4%	10.1%	23.4%	13.2%	5.6%	11.5%	5.4%	—
女性	455	85.9%	26.6%	16.9%	23.3%	12.3%	5.3%	11.4%	7.9%	—
その他	1	100.0%	—	100.0%	—	—	—	—	—	—
10・20代	68	88.2%	25.0%	20.6%	22.1%	17.6%	5.9%	14.7%	5.9%	—
30代	129	87.6%	22.5%	17.1%	27.9%	17.8%	7.0%	11.6%	2.3%	—
40代	155	83.2%	29.7%	19.4%	28.4%	15.5%	4.5%	16.1%	7.7%	—
50代	162	80.9%	22.8%	16.0%	27.8%	13.6%	8.0%	13.0%	6.2%	—
60代	119	89.1%	14.3%	8.4%	17.6%	8.4%	2.5%	11.8%	8.4%	—
70歳以上	179	86.6%	25.1%	6.7%	15.6%	6.7%	4.5%	4.5%	8.9%	—

性別では、男女とも「日用品の購入」が8割半ばを占めた。「普段より多くの商品を購入」は男性19.4%、女性26.6%と女性の方がやや高い。

年代別でも、すべての年代で「日用品の購入」が8割台を占めた。「高価な商品の購入」は10・20代や40代、「普段は利用しない飲食店での飲食」は10～30代で他の年代に比べて高い傾向がみられた。

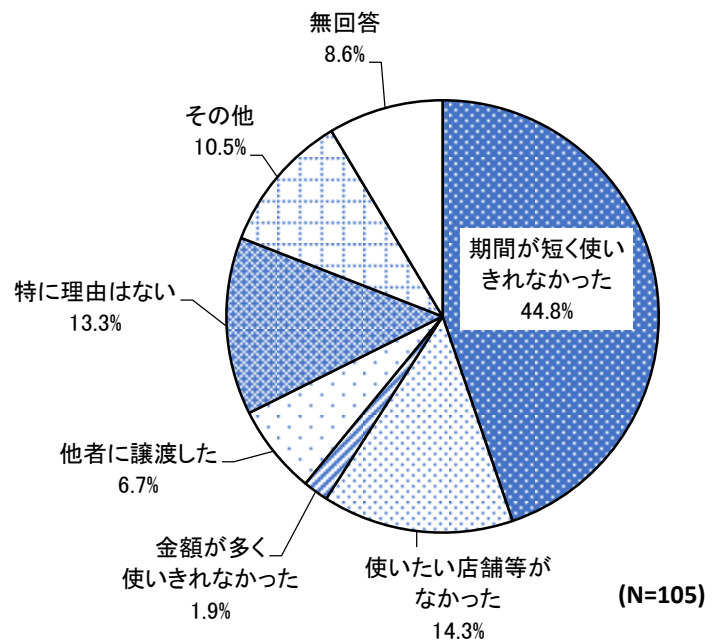
【市民対象調査】VI-3 武蔵野市くらし地域応援券事業について

(問8の「くらし地域応援券の使用」に関する設問において、「一部を使った」または「使っていない」を選択した者のみ回答)

問10 使わなかった理由として、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。
(択一回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・小規模店舗を探しづらかった
- ・AとBがよく分らず使いきれなかった
- ・気付いた時には終わっていた
- ・使用できる店舗を確認することが面倒だった
- ・残っていた分を紛失してしまった

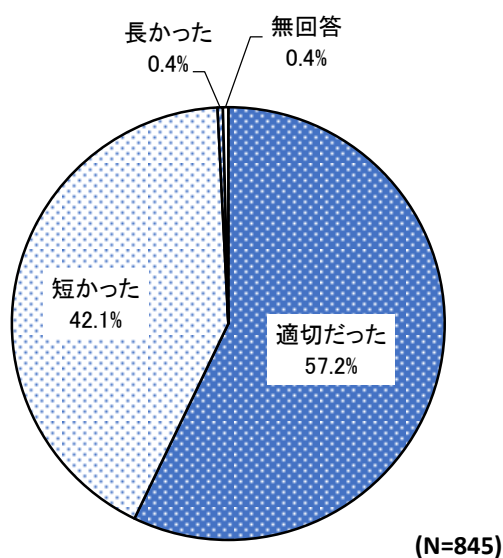


「期間が短く使いきれなかった」が44.8%と最も高く、次いで「使いたい店舗等がなかった」14.3%、「他者に譲渡した」が6.7%となっている。

	全 体	使わなかった理由						
		期間が短く 使いきれなかった (47)	使いたい店舗等 がなかった (15)	金額が多く 使いきれなかった (2)	他者に譲渡した (7)	特に理由はない (14)	その他 (11)	無回答 (9)
全 体	105	44.8%	14.3%	1.9%	6.7%	13.3%	10.5%	8.6%
男性	48	41.7%	18.8%	2.1%	6.3%	12.5%	8.3%	10.4%
女性	57	47.4%	10.5%	1.8%	7.0%	14.0%	12.3%	7.0%
その他	—	—	—	—	—	—	—	—
10・20代	22	50.0%	13.6%	4.5%	13.6%	4.5%	9.1%	4.5%
30代	19	52.6%	10.5%	5.3%	—	15.8%	10.5%	5.3%
40代	21	42.9%	19.0%	—	—	14.3%	14.3%	9.5%
50代	16	68.8%	—	—	12.5%	—	18.8%	—
60代	7	14.3%	42.9%	—	28.6%	14.3%	—	—
70歳以上	20	25.0%	15.0%	—	—	30.0%	5.0%	25.0%

性別では、男女とも「期間が短く使いきれなかった」が最も多かった。「使いたい店舗等がなかった」は男性18.8%、女性10.5%と男性の方が高かった。

問 11 「くらし地域応援券」は、使用率向上や転売防止等の視点から、使用期間を短く設定しました。
(2/20～3/31) 使用期間について、最も当てはまるものを選び、番号に丸をつけてください。



「適切だった」が57.2%と最も高く、次いで「短かった」が42.1%、「長かった」が0.4%となっている。

	全 体	「くらし地域応援券」の使用期間について			
		適切だった (483)	短かった (356)	長かった (3)	無回答 (3)
全 体	845	57.2%	42.1%	0.4%	0.4%
男性	374	58.6%	40.4%	0.5%	0.5%
女性	468	55.8%	43.8%	0.2%	0.2%
その他	1	100.0%	—	—	—
10・20代	76	44.7%	53.9%	1.3%	—
30代	132	57.6%	42.4%	—	—
40代	160	60.0%	40.0%	—	—
50代	169	52.1%	47.9%	—	—
60代	121	62.8%	36.4%	0.8%	—
70歳以上	186	60.2%	37.6%	0.5%	1.6%

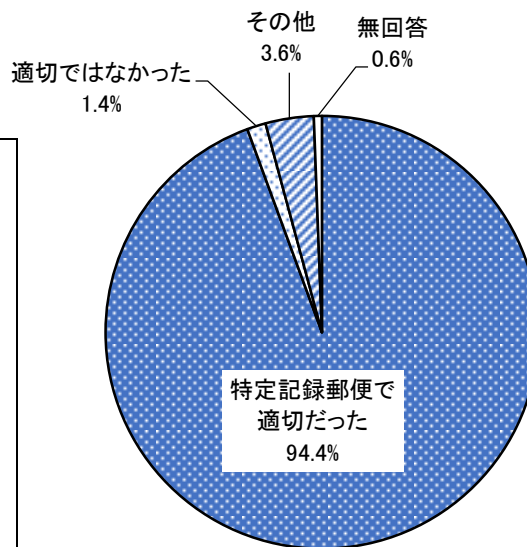
性別では、男女とも「適切だった」が5割台で最も高く、次いで、「短かった」が4割台で続いており、特段の差はみられない。

年代別では、30代以降は「適切だった」が5～6割台を占めて最も高かった。一方、10・20代では「短かった」が唯一5割を超えていた。

問 12 「くらし地域応援券」は、短期間で全世帯に配付し、確実に配達するために、特定記録郵便を採用しました。配付方法について、最も当てはまるものを一つ選び、番号に丸をつけてください。
(択一回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・特定記録郵便は良かったが、家族4人のうち、先に娘一人分だけ届き、他の家族分が届くのか不安になった
- ・家族全員分が一度に配送される方が好ましい
- ・家族分がまとまって来なかったのが不満
- ・紙だけではなくデジタルでの配付を希望
- ・届けば何でも大丈夫
- ・普通郵便でよい
- ・コスト低減の考えからデジタル活用



(N=845)

「特定記録郵便で適切だった」は94.4%、「適切ではなかった」は1.4%であった。

	全 体	特定記録郵便を採用した配付方法について			
		特定記録郵便で適切だった (798)	適切ではなかった (12)	その他 (30)	無回答 (5)
全 体	845	94.4%	1.4%	3.6%	0.6%
男性	374	92.8%	2.1%	4.3%	0.8%
女性	468	95.7%	0.9%	3.0%	0.4%
その他	1	100.0%	—	—	—
10・20代	76	96.1%	—	2.6%	1.3%
30代	132	96.2%	0.8%	2.3%	0.8%
40代	160	92.5%	1.9%	5.6%	—
50代	169	92.3%	2.4%	5.3%	—
60代	121	94.2%	2.5%	2.5%	0.8%
70歳以上	186	96.2%	0.5%	2.2%	1.1%

性別では、男女とも「特定記録郵便で適切だった」が9割を超えていた。

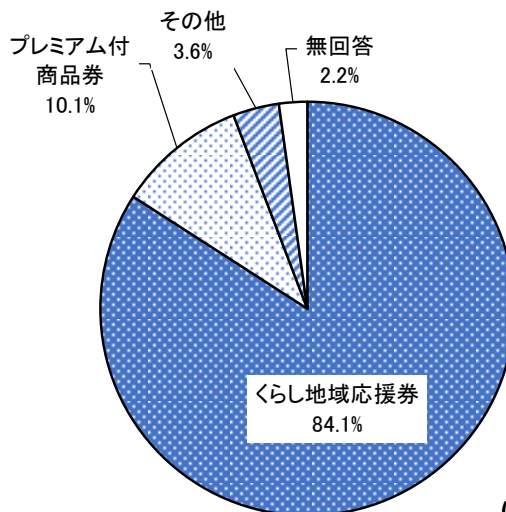
年代別でも、すべての年代で「特定記録郵便で適切だった」が9割を超えており、特段の差はみられない。

問 13 「くらし地域応援券」と「プレミアム付商品券※」では、どちらが武蔵野市の経済、産業振興に効果があると思いますか。次の中から当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）

※プレミアム付商品券…プレミアム分が付いた商品券を、使用者が事前に購入するもの

＜「その他」の主な回答＞

- ・違いが分からない
- ・くらし地域応援券は使い方や使う店が限られていてわかりにくく、プレミアム付商品券は事前に購入するモチベーションにまで至らないので、シンプルに現金がいいです
- ・両方良かった
- ・本当に必要なものが購入できるよう、条件付きではない方が望ましいと考えます



(N=845)

「くらし地域応援券」が84.1%、「プレミアム付商品券」が10.1%となっている。

	全 体	どちらが武蔵野市の経済、産業振興に効果があると思いますか			
		くらし地域応援券 (711)	プレミアム付 商品券 (85)	その他 (30)	無回答 (19)
全 体	845	84.1%	10.1%	3.6%	2.2%
男性	374	79.9%	13.1%	4.0%	2.9%
女性	468	87.6%	7.7%	3.2%	1.5%
その他	1	—	—	—	100.0%
10・20代	76	92.1%	5.3%	2.6%	—
30代	132	89.4%	6.8%	3.0%	0.8%
40代	160	85.6%	8.8%	5.0%	0.6%
50代	169	83.4%	10.7%	4.1%	1.8%
60代	121	79.3%	15.7%	2.5%	2.5%
70歳以上	186	79.6%	11.3%	3.2%	5.9%

性別では、男女とも「くらし地域応援券」が最も高いが、その割合は男性 79.9%、女性 87.6%と女性の方がやや高い。

年代別では、すべての年代で「くらし地域応援券」が最も高いが、その割合は若い年代ほど高く、最も高い 10・20 代では 92.1%、最も低い 60 代では 79.3%であった。60 代では「プレミアム付商品券」が 15.7%と、他の年代に比べてやや高い。

問 14 「くらし地域応援券」について、ご意見があればご記入ください。（自由回答）

【主な意見】

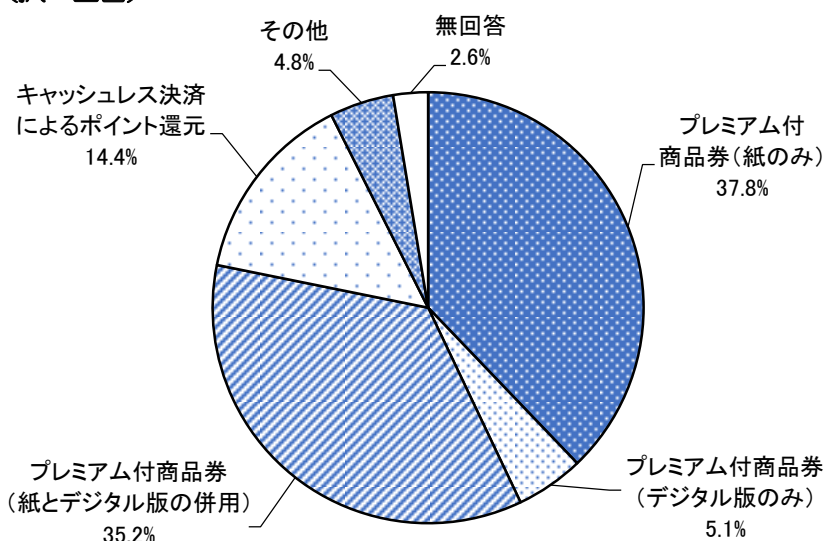
- ・くらし地域応援券には、プレゼント感が込められており、ウキウキ感を感じながらコロナ禍に温かい気持ちになり楽しく使用しました。プレミアム付商品券は単にちょっとトクする。それだけのもの。くらし地域応援券にはハートがあったと思っています。
- ・プレミアム付商品券は、事前に関えた人と関えなかつた人で、不平等であるが、応援券は全員配付で、使用の有無は個人で選べるため平等と思います。
- ・くらし地域応援券は、申込等も不要で自宅へ届けて頂けたので、使いやすく有難かつたです。
- ・全世帯への配付の仕方が良かつたと思う。家計が大変助かつた。どこでも使える訳ではなく配付された金額に対して使用期間が短かつたので、利用したことのない店舗に行く機会にもなつた。
- ・医療機関で使えたのが良かつたです。
- ・くらし地域応援券のおかげで必要品でも月に1個しか関えなかつた物を2個から3個関えて助かりました。特に薬に関しては助かりました。
- ・大変ありがたく使わせていただきました。2回目、3回目もお待ちしています。ただポストに入っていたのですが、盗まれる心配はないのかな、と思いました。
- ・自費支出と併用の方式が非常によかつたと思う。普段より少し贅沢な品を買つたりできた。内需拡大の効果があつた。現金や商品券を配るより遥かに知恵がある。
- ・大型店と小型店で券が分かれていたので少し使いづらかつたです。
- ・券の大きさがもっと小さければ、持ち歩きやすくて良かつたです。
- ・紙ではなくペーパーレスの配付方法を検討すべき。
- ・どの店舗が対象なのか、ホームページをもう少し見やすくしてほしかつた。
- ・封筒が何なのか分かりづらく、危うく捨てる所だつた。
- ・使用期限が短すぎると、期限切れ直前に人気店に殺到する危険もある。期限は長く設定すべきだと思う。
- ・お年寄には単純な方がよい。

【市民対象調査】VI-4 商品券事業等のデジタル化について

問 15 消費喚起策について、次のうち、どれを希望しますか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。（択一回答）

＜「その他」の主な回答＞

- ・わかりやすいもの
- ・地域応援券の再配付
- ・減税
- ・低所得者に現金支給
- ・条件付きではない、どの店でも使用できる商品券



(N=875)

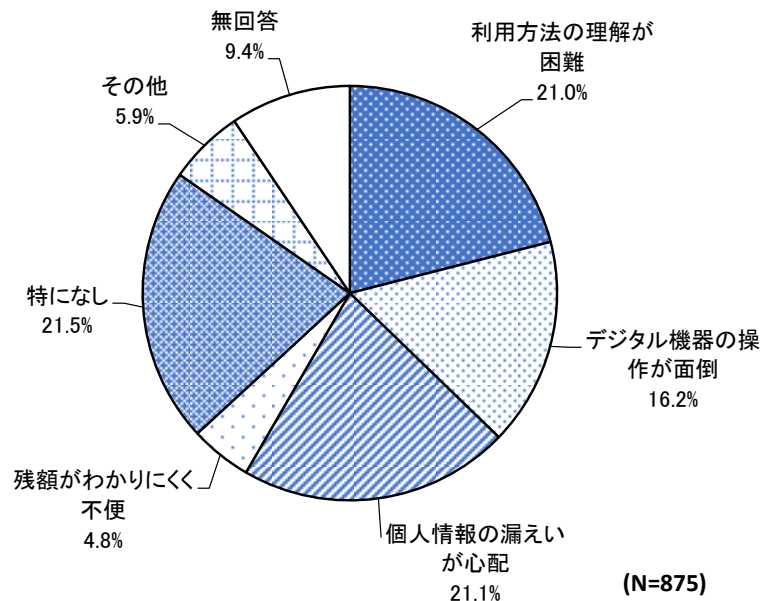
「プレミアム付商品券（紙のみ）」が37.8%と最も高く、次いで「プレミアム付商品券（紙とデジタル版の併用）」が35.2%、「キャッシュレス決済によるポイント還元」が14.4%となっている。

	全 体	消費喚起策について、次のうち、どれを希望しますか					
		プレミアム付 商品券（紙のみ） (331)	プレミアム付 商品券（デジタル 版のみ） (45)	プレミアム付 商品券（紙とデジ タル版の併用） (308)	キャッシュレス 決済による ポイント還元 (126)	その他 (42)	無回答 (23)
全 体	875	37.8%	5.1%	35.2%	14.4%	4.8%	2.6%
男性	397	36.3%	6.5%	33.0%	14.6%	6.8%	2.8%
女性	475	38.9%	4.0%	37.3%	14.3%	3.2%	2.3%
その他	1	—	—	—	—	—	100.0%
10・20代	84	22.6%	11.9%	44.0%	19.0%	1.2%	1.2%
30代	133	27.8%	8.3%	36.8%	21.8%	2.3%	3.0%
40代	161	24.2%	9.3%	44.7%	17.4%	3.1%	1.2%
50代	174	39.1%	4.0%	36.8%	13.8%	4.6%	1.7%
60代	126	43.7%	1.6%	37.3%	9.5%	5.6%	2.4%
70歳以上	196	57.1%	—	19.9%	8.7%	9.2%	5.1%

性別では、全体の結果と同様に、男女とも「プレミアム付商品券（紙のみ）」が最も高く、次いで「プレミアム付商品券（紙とデジタル版の併用）」、「キャッシュレス決済によるポイント還元」となっており、大きな差はみられない。

年代別では、「プレミアム付商品券（紙とデジタル版の併用）」の割合は、年代が若いほど高く、40代以下では最も高い。一方、「プレミアム付商品券（紙のみ）」の割合は、年代が高いほど高く、50代以降では最も高くなっている。

問 16 デジタルを活用した消費喚起策へ抱く不安要素について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。(択一回答)



＜「その他」の主な回答＞

- ・店舗側が仕組みを理解しておらず、使えないことがないか気になる
- ・不正ログインによる不正使用
- ・デジタル機器を持っていない者はどうするのか
- ・高齢者が分かりづらい

「個人情報の漏えいが心配」が21.1%と最も高く、次いで「利用方法の理解が困難」が21.0%、「デジタル機器の操作が面倒」が16.2%となっている。

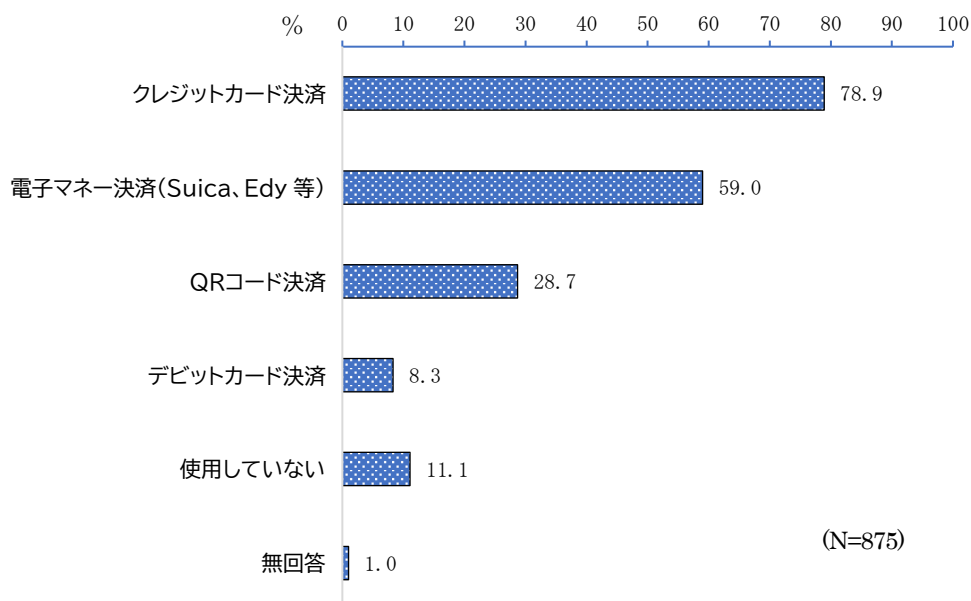
	全 体	デジタルを活用した消費喚起策へ抱く不安要素について						
		利用方法の 理解が困難 (184)	デジタル機器の 操作が面倒 (142)	個人情報の 漏えいが心配 (185)	残額が わかりにくく不便 (42)	特になし (188)	その他 (52)	無回答 (82)
全 体	875	21.0%	16.2%	21.1%	4.8%	21.5%	5.9%	9.4%
男性	397	21.4%	12.8%	19.9%	5.8%	26.2%	7.3%	6.5%
女性	475	20.4%	19.2%	22.1%	4.0%	17.7%	4.8%	11.8%
その他	1	—	—	100.0%	—	—	—	—
10・20代	84	15.5%	11.9%	20.2%	8.3%	38.1%	3.6%	2.4%
30代	133	15.8%	13.5%	25.6%	6.8%	30.8%	3.0%	4.5%
40代	161	20.5%	13.7%	24.2%	3.7%	26.1%	8.1%	3.7%
50代	174	21.8%	14.9%	21.3%	2.9%	21.3%	8.6%	9.2%
60代	126	19.8%	17.5%	23.8%	4.8%	11.9%	7.9%	14.3%
70歳以上	196	27.0%	22.4%	14.3%	4.6%	10.7%	3.6%	17.3%

性別では、男性では「利用方法の理解が困難」が、女性では「個人情報の漏えいが心配」が最も高い。また、「特になし」の割合は男性で26.2%、女性で17.7%と、男性の方が高い傾向にある。

年代別では、70歳以上は「利用方法の理解が困難」が27.0%、「デジタル機器の操作が面倒」が22.4%と他の年代に比べて高くなっている。

【市民対象調査】VI-4 商品券事業等のデジタル化について

問 17 決済手段として使用しているものについて、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。（複数回答）



「クレジットカード決済」が78.9%と最も高く、次いで「電子マネー決済（Suica、Edy 等）」が59.0%、「QRコード決済」が28.7%となっている。

	全 体	決済手段として使用しているものについて、					
		クレジットカード 決済 (690)	デビットカード 決済 (73)	電子マネー決済 (Suica、Edy 等) (516)	QRコード決済 (251)	使用していない (97)	無回答 (9)
全 体	875	78.9%	8.3%	59.0%	28.7%	11.1%	1.0%
男性	397	75.1%	10.6%	61.7%	29.5%	11.3%	1.0%
女性	475	82.3%	6.5%	56.8%	28.0%	10.7%	0.8%
その他	1	100.0%	—	100.0%	100.0%	—	—
10・20代	84	73.8%	13.1%	75.0%	32.1%	7.1%	—
30代	133	91.0%	8.3%	68.4%	42.1%	2.3%	0.8%
40代	161	88.8%	11.2%	72.7%	39.8%	3.1%	—
50代	174	85.1%	8.6%	64.9%	29.9%	6.3%	0.6%
60代	126	77.0%	7.1%	54.0%	26.2%	13.5%	—
70歳以上	196	60.7%	4.6%	32.7%	9.7%	28.1%	3.1%

性別では、男女とも「クレジットカード決済」が最も高く、次いで「電子マネー決済（Suica、Edy 等）」、「QRコード決済」となっており、大きな差はみられない。

年代別では、30～50代では「クレジットカード決済」が8～9割台とかなり高い割合を占めている。10・20代では「電子マネー決済（Suica、Edy 等）」が75.0%、「クレジットカード決済」が73.8%と、これらが広く普及している。また、「QRコード決済」は60代以下で2割を超えるのに対し、70歳以上では9.7%と、高齢の世代にはほとんど普及が進んでいない。

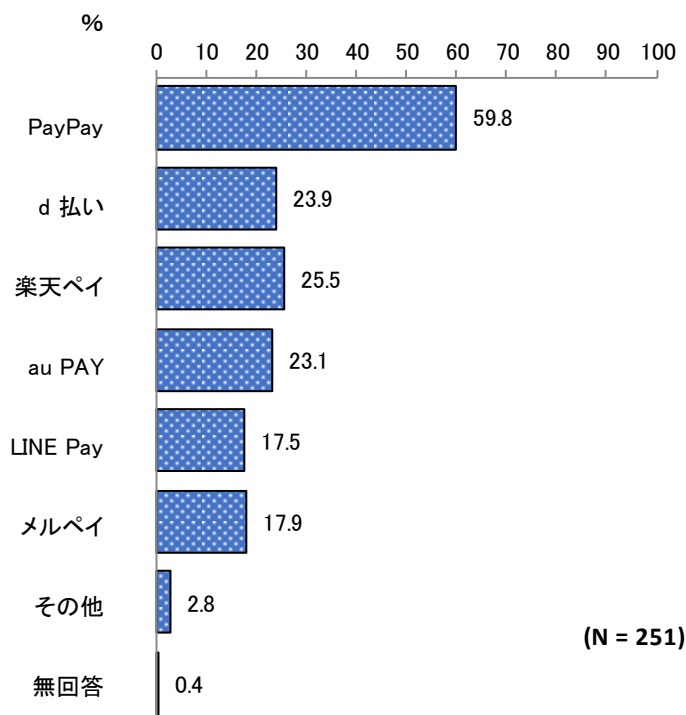
【市民対象調査】VI-4 商品券事業等のデジタル化について

(問17の「決済手段」に関する設問において、「QRコード決済」を選択した者のみ回答)

問18 QRコード決済で使用している決済方法について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。(複数回答)

＜「その他」の主な回答＞

- ・ファミペイ
- ・ビットコイン
- ・Tマネー
- ・Ali pay
- ・アメックス
- ・ANA Pay



「PayPay」が59.8%と最も高く、次いで「楽天ペイ」が25.5%、「d払い」が23.9%となっている。

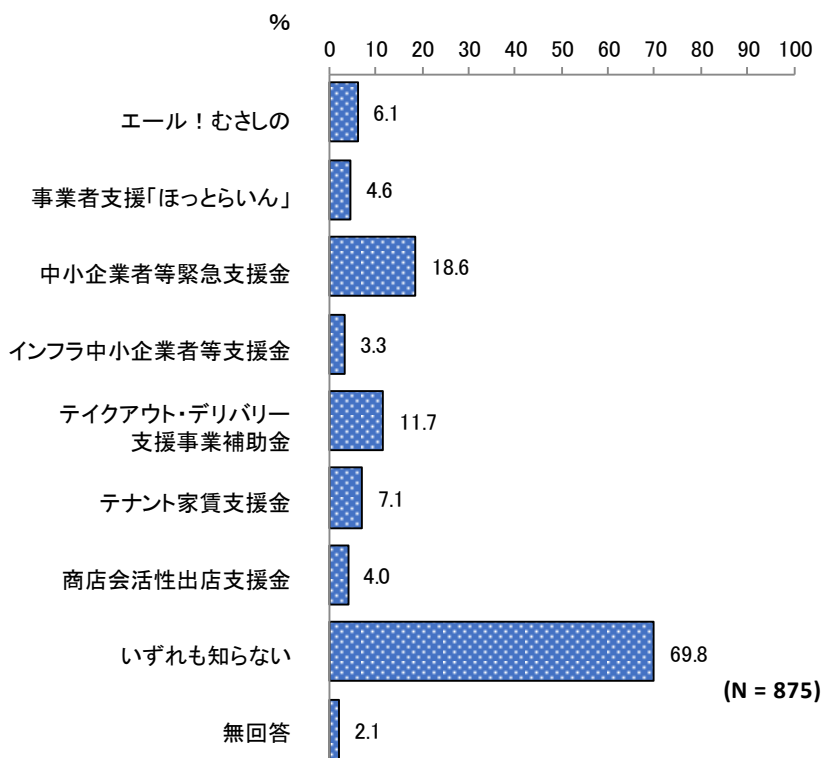
	全 体	コード決済で使用している決済方法について							
		PayPay (150)	d 払い (60)	楽天ペイ (64)	au PAY (58)	LINE Pay (44)	メルペイ (45)	その他 (7)	無回答 (1)
全 体	251	59.8%	23.9%	25.5%	23.1%	17.5%	17.9%	2.8%	0.4%
男性	117	59.8%	29.9%	29.1%	19.7%	18.8%	16.2%	2.6%	—
女性	133	59.4%	18.8%	22.6%	26.3%	16.5%	19.5%	3.0%	0.8%
その他	1	100.0%	—	—	—	—	—	—	—
10・20代	27	70.4%	11.1%	37.0%	22.2%	14.8%	22.2%	3.7%	—
30代	56	58.9%	16.1%	35.7%	17.9%	19.6%	25.0%	1.8%	—
40代	64	64.1%	31.3%	21.9%	15.6%	21.9%	18.8%	4.7%	1.6%
50代	52	63.5%	25.0%	23.1%	34.6%	17.3%	15.4%	1.9%	—
60代	33	39.4%	30.3%	9.1%	30.3%	12.1%	15.2%	—	—
70歳以上	19	57.9%	26.3%	26.3%	21.1%	10.5%	—	5.3%	—

性別では、男女とも「PayPay」は6割弱で最も高い。このほか、男性では「d払い」(29.9%)、「楽天ペイ」(29.1%)が、女性では「au PAY」(26.3%)の割合が高い。

年代別では、すべての年代で「PayPay」が最も高い。回答数が50件以上となった30～50代について、30代では「楽天ペイ」が、40代では「d払い」が、50代では「au PAY」が2番目に高くなっている。

【市民対象調査】VI-5 武蔵野市独自の経済対策について

問 19 武蔵野市では、令和2年度において、市独自の経済対策事業を実施しました。次の中で、知っていた、もしくは利用した事業をすべて選び、番号に丸を付けてください。（複数回答）



「中小企業者等緊急支援金」が18.6%と最も高く、次いで「テイクアウト・デリバリー支援事業補助金」が11.7%、「テナント家賃支援金」が7.1%となっている。

	全 体	市独自の経済対策事業を実施しました。次の中で、知っていた、もしくは利用した事業								
		エール！ むさしの (53)	事業者支援 「ほっとらい ん」 (40)	中小企業者 等緊急 支援金 (163)	インフラ中小 企業者等 支援金 (29)	テイクアウト・ デリバリー 支援事業 補助金 (102)	テナント家賃 支援金 (62)	商店会活性 出店支援金 (35)	いずれも 知らない (611)	無回答 (18)
全 体	875	6.1%	4.6%	18.6%	3.3%	11.7%	7.1%	4.0%	69.8%	2.1%
男性	397	5.8%	4.3%	17.1%	3.5%	7.6%	6.3%	3.8%	74.1%	1.3%
女性	475	6.1%	4.8%	19.8%	3.2%	14.9%	7.8%	4.2%	66.5%	2.7%
その他	1	—	—	100.0%	—	100.0%	—	—	—	—
10・20代	84	4.8%	3.6%	8.3%	1.2%	4.8%	4.8%	2.4%	79.8%	1.2%
30代	133	7.5%	3.0%	17.3%	1.5%	16.5%	1.5%	3.0%	64.7%	3.8%
40代	161	6.2%	3.1%	23.6%	4.3%	21.1%	9.9%	4.3%	67.1%	0.6%
50代	174	6.3%	2.3%	20.1%	2.9%	12.6%	8.6%	5.2%	69.0%	0.6%
60代	126	5.6%	6.3%	15.1%	4.0%	6.3%	4.8%	4.8%	74.6%	1.6%
70歳以上	196	5.1%	8.2%	20.9%	4.6%	6.1%	9.7%	3.6%	69.4%	4.1%

性別では、男女とも「中小企業者等緊急支援金」が最も高く、次いで「テイクアウト・デリバリー支援事業補助金」となっている。「テイクアウト・デリバリー支援事業補助金」の認知度は男性で7.6%、女性で14.9%と、女性の方がやや高い。

年代別では、すべての年代で「中小企業者等緊急支援金」が最も高く、30代以降では1～2割台の認知度であった。

VII 調査票

VII-1 市内事業者へのアンケート 調査票

武蔵野市内事業者へのアンケート 調査票

WEB でご回答の場合は下記いずれかの方法で以下の ID、パスワードでアクセスの上、ご回答ください。

①依頼状に記載の QR コードからアクセス

②URL(<https://kktssr.com/musashino2>)を直接入力

ID:

パスワード:



1. 回答者について

貴社名／屋号			
店舗名		電話番号	
役職		ご芳名	

共通項目

2. 新型コロナウイルスへの対応について

問 1 事業者向けの相談ダイヤル「ほっとらいん」をご存じですか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 知っている

2. 知らなかった

問 2 次のうち、利用または参加した市の独自施策等について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

1. 事業者支援ほっとらいん

2. 暮らし地域応援券

3. 緊急支援金/インフラ支援金

4. テイクアウト・デリバリー支援

5. テナント家賃支援

6. 商店会活性化出店支援

7. 市制度融資

8. セーフティネット保証

問 3 次のうち、利用または申請中の国・東京都の事業について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

1. 持続化給付金

2. 家賃支援金

3. 雇用調整助成金

4. 緊急事態宣言の影響緩和に係る一時支援金

5. 小規模事業者持続化補助金

6. 東京都感染拡大防止協力金

7. 東京都家賃等支援給付金

8. 特になし

9. その他()

問 4 新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、売上への影響が最も大きかった月(前年同月比)について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 50%以上の売上減少

2. 40%以上 50%未満の売上減少

3. 30%以上 40%未満の売上減少

4. 20%以上 30%未満の売上減少

5. 10%以上 20%未満の売上減少

6. 10%未満の売上減少

7. 変化なし

8. 10%未満の売上増加

9. 10%以上 20%未満の売上増加

10. 20%以上 30%未満の売上増加

11. 30%以上 40%未満の売上増加

12. 40%以上 50%未満の売上増加

13. 50%以上の売上増加

3. 今後の事業運営について

問 5 今後必要な支援について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|---------|-----------|
| 1. 経営相談窓口 | 2. 情報窓口 | 3. 給付金等支援 |
| 4. 消費喚起支援 | 5. 特になし | 6. その他() |

問 6 感染拡大防止策について、支援があれば強化したい項目について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-------------|--------------|----------------|
| 1. アクリル板の設置 | 2. 検温機の設置 | 3. 二酸化炭素計測器の設置 |
| 4. 換気設備工事 | 5. リモートワーク支援 | 6. 特になし |
| 7. その他() | | |

問 7 今後も事業継続しますか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. そう思う ⇒問 10 へ | 2. 廃業(予定を含む) ⇒問 8 へ | 3. 市内移転(予定を含む) ⇒問 8 へ |
| 4. 市外移転(予定を含む) ⇒問 8 へ | 5. 事業承継(予定を含む) ⇒問 9 へ | |

問 8 【廃業・移転】とした理由について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|----------------|-------------|--------------|
| 1. 地代・家賃等が高いため | 2. 業態転換したため | 3. 集客が望めないため |
| 4. その他() | | |

⇒回答後は問 10 へ

問 9 事業承継支援として求めるものについて、当てはまるものをすべて選び、番号に丸を付けてください。

- | | | |
|----------------|-----------|----------------|
| 1. セミナー等の開催 | 2. 相談窓口 | 3. 事業承継マッチング支援 |
| 4. 事業承継に特化した融資 | 5. その他() | |

問 10 キャッシュレス決済の導入状況について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|----------------------|------------------------|
| 1. 導入する予定はない ⇒問 11 へ | 2. 支援があれば導入したい ⇒問 12 へ |
| 3. 導入予定である ⇒問 13 へ | 4. 導入している ⇒問 13 へ |

問 11 キャッシュレス決済を導入しない理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|----------------|--------------|-----------------|
| 1. 業態的に不要 | 2. よく分からない | 3. 手数料が高い |
| 4. 現金化まで時間がかかる | 5. 導入メリットがない | 6. 現場スタッフの対応が困難 |
| 7. 導入費用が高い | 8. その他() | |

⇒回答後は問 14 へ

問 12 どのような支援があれば導入したいですか。当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|--------------|--------------|-----------|
| 1. 補助金等の経費負担 | 2. 使い方等のサポート | 3. その他() |
|--------------|--------------|-----------|

⇒回答後は問 14 へ

問 13 導入予定の(導入している)キャッシュレス決済手段について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-------------|-----------------------|--------------------------|
| 1. クレジットカード | 2. 電子マネー(Suica、Edy 等) | 3. QRコード決済(PayPay、d 払い等) |
|-------------|-----------------------|--------------------------|

問 14 令和 3 年度の家賃・テナント料について、令和 2 年度と比べて変化がありましたか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. 増加(10%以上) | 2. やや増加(10%未満) | 3. 変化なし |
| 4. やや減少(10%未満) | 5. 減少(10%以上) | 6. 家賃・テナント料はない |

問 15 令和 3 年度の地代について、令和 2 年度と比べて変化がありましたか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|----------------|----------------|----------|
| 1. 増加(10%以上) | 2. やや増加(10%未満) | 3. 変化なし |
| 4. やや減少(10%未満) | 5. 減少(10%以上) | 6. 地代はない |

個別項目

4.【問 2 で「2. くらし地域応援券」を回答した方にお伺いします】

くらし地域応援券について

問 16 この制度を知ったきっかけ(媒体)について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|--------------------|-------------|------------------------|
| 1. 市報 | 2. 公式ホームページ | 3. 市の Twitter・Facebook |
| 4. むさしの FM・ケーブル TV | 5. チラシ | 6. 顧客から |
| 7. 知人・ロコミ | 8. 市職員の訪問 | 9. その他() |

問 17 本事業期間中の売上に与えた影響について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|---------------|------------|----------|
| 1. 貢献した | 2. やや貢献した | 3. 変わらない |
| 4. あまり貢献しなかった | 5. 貢献しなかった | |

問 18 本事業期間後の売上に与えた影響について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|---------------|------------|----------|
| 1. 貢献した | 2. やや貢献した | 3. 変わらない |
| 4. あまり貢献しなかった | 5. 貢献しなかった | |

1. 1～3 日	2. 4～7 日	3. 10 日以内
4. 2 週間以内	5. 3 週間以内	6. 1 か月以内

1. 新規顧客の確保に繋がった	2. リピーターが増加した
3. 普段より多くの商品が購入された	4. 普段より高価格の商品が購入された
5. 特に変化なし	6. その他()

1. 参加する 2. 参加しない

1. 暮らし地域応援券(紙のみ)	2. プレミアム付商品※券(紙のみ)
3. プレミアム付商品券(デジタル版のみ)	4. プレミアム付商品券(紙とデジタル版の併用)
5. キャッシュレス決済によるポイント還元※	6. その他()

※キャッシュレス決済によるポイント還元…対象店舗において、登録されたキャッシュレス決済で支払うと、消費者がポイント還元を受けられる事業

1. 難しそう	2. 手間を増やしたくない	3. ニーズを感じられない
4. 課題はない	5. その他()	

--

5.【問2で「3. 緊急支援金/インフラ支援金」を回答した方にお伺いします】

緊急支援金/インフラ支援金について

問25 本制度を知ったきっかけ(媒体)について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|------------|--------------|------------------------|
| 1. 市報 | 2. 公式のホームページ | 3. 市の Twitter・Facebook |
| 4. むさしの FM | 5. ケーブルテレビ | 6. チラシ |
| 7. 知人 | 8. その他() | |

問26 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1. 簡単だった | 2. 比較的簡単だった |
| 3. 比較的難しかった | 4. 難しかった |

問27 本制度の交付までのスピード感について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|---------|---------|
| 1. 満足 | 2. やや満足 |
| 3. やや不満 | 4. 不満 |

問28 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|---------------|-------------|
| 1. 満足 | 2. やや満足 |
| 3. やや不満 ⇒問29へ | 4. 不満 ⇒問29へ |

問29 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|--------------|------------|
| 1. 金額が少ない | 2. 制度が分かりづらい | 3. 申請方法が複雑 |
| 4. 対応が遅い | 5. その他() | |

6.【問2で「4. テイクアウト・デリバリー支援」を回答した方にお伺いします】

テイクアウト・デリバリー支援について

問30 本制度を知ったきっかけ(媒体)について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|------------|-------------|------------------------|
| 1. 市報 | 2. 公式ホームページ | 3. 市の Twitter・Facebook |
| 4. むさしの FM | 5. ケーブルテレビ | 6. チラシ |
| 7. 知人 | 8. その他() | |

問31 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1. 簡単だった | 2. 比較的簡単だった |
| 3. 比較的難しかった | 4. 難しかった |

問 32 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 満足 ⇒問 34 へ | 2. やや満足 ⇒問 34 へ |
| 3. やや不満 ⇒問 33 へ | 4. 不満 ⇒問 33 へ |

問 33 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|--------------|------------|
| 1. 金額が少ない | 2. 制度が分かりづらい | 3. 申請方法が複雑 |
| 4. 対応が遅い | 5. その他() | |

問 34 本制度申請時に取り組んだ新しい業態について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-----------|--------------------|
| 1. 継続している | 2. 継続していない ⇒問 35 へ |
|-----------|--------------------|

問 35 継続していない理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|----------------|--------------|---------|
| 1. 想定した売上がなかった | 2. 利益につながらない | 3. 人手不足 |
| 4. スペース不足 | 5. その他() | |

7. 【問 2 で「5. テナント家賃支援」を回答した方にお伺いします】

テナント家賃支援について

問 36 本制度を知ったきっかけ(媒体)について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|------------|-------------|------------------------|
| 1. 市報 | 2. 公式ホームページ | 3. 市の Twitter・Facebook |
| 4. むさしの FM | 5. ケーブルテレビ | 6. チラシ |
| 7. 知人 | 8. その他() | |

問 37 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1. 簡単だった | 2. 比較的簡単だった |
| 3. 比較的難しかった | 4. 難しかった |

問 38 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-----------------|---------------|
| 1. 満足 | 2. やや満足 |
| 3. やや不満 ⇒問 39 へ | 4. 不満 ⇒問 39 へ |

問 39 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|--------------|------------|
| 1. 金額が少ない | 2. 制度が分かりづらい | 3. 申請方法が複雑 |
| 4. 対応が遅い | 5. その他() | |

8.【問 2 で「6. 商店会活性出店支援」を回答した方にお伺いします】

商店会活性出店支援について

問 40 本制度を知ったきっかけ(媒体)について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|------------|-------------|------------------------|
| 1. 市報 | 2. 公式ホームページ | 3. 市の Twitter・Facebook |
| 4. むさしの FM | 5. ケーブルテレビ | 6. チラシ |
| 7. 不動産事業者 | 8. 金融機関 | 9. 商工会議所 |
| 10. 商店会 | 11. 知人 | 12. その他() |

問 41 本制度を知った時期について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. 出店前 ⇒問 42 へ | 2. 出店後 ⇒問 43 へ |
|----------------|----------------|

問 42 出店場所として武蔵野市を選んだことに、本制度は影響していますか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|---------------|------------|
| 1. 影響した | 2. やや影響した |
| 3. あまり影響していない | 4. 影響していない |

問 43 本制度の申請の方法について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1. 簡単だった | 2. 比較的簡単だった |
| 3. 比較的難しかった | 4. 難しかった |

問 44 本制度の評価について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 満足 ⇒問 46 へ | 2. やや満足 ⇒問 46 へ |
| 3. やや不満 ⇒問 45 へ | 4. 不満 ⇒問 45 へ |

問 45 本制度を不満な理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|--------------|------------|
| 1. 金額が少ない | 2. 制度が分かりづらい | 3. 申請方法が複雑 |
| 4. 対応が遅い | 5. その他() | |

問 46 商店会(商工会議所)に加入してメリットだと感じたことについて、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|---------|-----------|----------------|
| 1. 情報提供 | 2. 会員交流 | 3. 地域の活性化 |
| 4. 経営相談 | 5. 福利厚生事業 | 6. 商店会向け補助金の活用 |
| 7. 特になし | 8. その他() | |

9.【問2で「7. 市制度融資」を回答した方にお伺いします】

市制度融資について

問47 市制度融資を選んだ理由について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|------------|-----------|-------------|
| 1. 融資上限額 | 2. 融資利率 | 3. 貸付(据置)期間 |
| 4. 信用保証料補助 | 5. その他() | |

問48 特別融資等の事業者金利 0.1%引き下げなど、令和2年度のコロナ特例利率について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|------------|------------|------------|
| 1. 魅力的であった | 2. 魅力的ではない | 3. どちらでもない |
|------------|------------|------------|

問49 市制度融資に期待することについて、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|--------------------|---------------|----------------|
| 1. 融資限度額の拡大 | 2. 金利の引き下げ | 3. 貸付(据置)期間の延長 |
| 4. 信用保証料の補助割合の引き上げ | 5. 併用利用の制限の排除 | |
| 6. その他() | | |

10.【問2で「8. セーフティネット保証」を回答した方にお伺いします】

セーフティネット保証について

問50 本制度の申請のしやすさについて、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1. 簡単だった | 2. 比較的簡単だった |
| 3. 比較的難しかった | 4. 難しかった |

問51 本制度による融資の実行の有無について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|----------------|-----------------|
| 1. 融資を受けた | 2. 融資を受けられなかった | 3. 融資申し込みはしなかった |
|-----------|----------------|-----------------|

問52 本制度で借入した(しようとした)資金用途について、当てはまるものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | |
|-----------|-----------|--------|
| 1. 仕入れ資金 | 2. 家賃 | 3. 人件費 |
| 4. 感染対策関連 | 5. その他() | |

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

最後に、回答結果から個別のインタビュー調査をお願いする場合がございます。**協力が困難な場合は**、以下に丸をつけてください。

協力ができない

アンケート用紙は同封の返信用封筒で令和3年7月2日(金)までにご返送ください。

※インターネットでご回答いただいた場合、ご返送は不要です。

武蔵野市民へのアンケート 調査票

WEB でご回答の場合は下記いずれかの方法で以下の ID、パスワードでアクセスの上、ご回答ください。

①依頼状に記載の QR コードからアクセス

②URL (<https://kktssr.com/musashino1>) を直接入力

ID:

パスワード:



1. あなたについて

問 1 あなたの性別について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 男性

2. 女性

3. その他

問 2 あなたの年齢について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 10・20 代

2. 30 代

3. 40 代

4. 50 代

5. 60 代

6. 70 歳以上

2. 新型コロナウイルスによる変化について

問 3 飲食店を利用するうえで、次のうち重視している条件について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

1. アクリル板が完備されている

2. 座席の間隔を空けている

3. 消毒液が出入りに設置されている

4. 完全予約制にしている

5. 入店時に検温を実施している

6. テイクアウト・デリバリーを実施している

7. 換気対策が徹底されている

8. 特になし

問 4 コロナ禍における、ネットショッピングの頻度について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 増えた

2. 増えていない

3. 変わらない

4. 利用したことがない

問 5 リモートワークについて、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. リモートワークを行っている(行っていた) ⇒ 問 6 へ

2. リモートワークを行っていない ⇒ 問 7 へ

3. 現在、就労していない ⇒ 問 7 へ

問 6 リモートワークを主に行っている(行っていた)場所について、該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 自宅

2. コワーキングスペース

3. 喫茶店やホテルなどの商業施設

4. その他 ()

3. 武蔵野市くらし地域応援券事業について

武蔵野市くらし地域応援券は、まちの賑わいと市民の日常生活を支えることを目的に、1,000 円以上の買い物ごとに1枚使える 5,000 円分(500 円券 10 枚)の購入補助券を、全市民対象に特定記録郵便で世帯ごとに配付した事業です。(以下「くらし地域応援券」という。)

問 7 今年の2月下旬から3月末まで実施した、「武蔵野市くらし地域応援券」についてご存じですか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 知っている ⇒問 8 へ

2. 知らなかった ⇒問 14 へ

問 8 「くらし地域応援券」は使用しましたか。該当するものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. すべて使い切った ⇒問 9 へ

2. 一部を使った ⇒問 9、問 10 へ

3. 使っていない ⇒問 10 へ

問 9 「くらし地域応援券」を、どのように使用しましたか。該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

1. 日用品の購入

2. 普段より多くの商品を購入

3. 高価な商品の購入

4. 普段利用する飲食店での飲食

5. 普段は利用しない飲食店での飲食

6. 医療機関等の受診

7. 初めていく店舗での使用

8. その他()

問 10 使わなかった理由として、最も当てはまるものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 期間が短く使いきれなかった

2. 使いたい店舗等がなかった

3. 金額が多く使いきれなかった

4. 他者に譲渡した

5. 特に理由はない

6. その他()

問 11 「くらし地域応援券」は、使用率向上等の観点から、使用期間を短く設定しました。(2/20～3/31) 使用期間について、最も当てはまるものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 適切だった

2. 短かった

3. 長かった

問 12 「くらし地域応援券」は、短期間で全世帯に配付し、確実に配達するために、特定記録郵便を採用しました。配付方法について、最も当てはまるものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

1. 特定記録郵便で適切だった

2. 適切ではなかった

3. その他()

問 13 「くらし地域応援券」と「プレミアム付商品券※」では、どちらが武蔵野市の経済、産業振興に効果があると思いますか。次の中から当てはまるものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

※プレミアム付商品券…プレミアム分が付いた商品券を、使用者が事前に購入するもの

1. くらし地域応援券

2. プレミアム付商品券

3. その他()

問 14 「くらし地域応援券」について、ご意見があればご記入ください。

4. 商品券事業等のデジタル化について

問 15 消費喚起策について、次のうち、どれを希望しますか。最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 1. プレミアム付商品券(紙のみ) | 2. プレミアム付商品券(デジタル版のみ) |
| 3. プレミアム付商品券(紙とデジタル版の併用) | 4. キャッシュレス決済によるポイント還元※ |
| 5. その他() | |

※キャッシュレス決済によるポイント還元…対象店舗において、登録されたキャッシュレス決済で支払うと、消費者がポイント還元を受けられる事業

問 16 デジタルを活用した消費喚起策へ抱く不安要素について、最も当てはまると思うものを一つ選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|----------------|-----------------|
| 1. 利用方法の理解が困難 | 2. デジタル機器の操作が面倒 |
| 3. 個人情報の漏えいが心配 | 4. 残額がわかりにくく不便 |
| 5. 特になし | |
| 6. その他 () | |

問 17 決済手段として使用しているものについて、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| 1. クレジットカード決済 | 2. デビットカード決済 |
| 3. 電子マネー決済(Suica、Edy 等) | 4. QRコード決済 ⇒問 18 へ |
| 5. 使用していない | |

問 18 QR コード決済で使用している決済方法について、該当するものをすべて選び、番号に丸をつけてください。

- | | | | |
|-------------|---------|------------|-----------|
| 1. PayPay | 2. d 払い | 3. 楽天ペイ | 4. au PAY |
| 5. LINE Pay | 6. メルペイ | 7. その他 () | |

5. 武蔵野市独自の経済対策について

問 19 武蔵野市では、令和 2 年度において、市独自の経済対策事業を実施しました。次の中で、知っていた、もしくは利用した事業をすべて選び、番号に丸を付けてください。

- | | | |
|------------------|------------------------|----------------|
| 1. エール！むさしの | 2. 事業者支援「ほっとらいん」 | 3. 中小企業者等緊急支援金 |
| 4. インフラ中小企業者等支援金 | 5. テイクアウト・デリバリー支援事業補助金 | |
| 6. テナント家賃支援金 | 7. 商店会活性化出店支援金 | 8. いずれも知らない |

以上でアンケートは終了です。ご協力ありがとうございました。

アンケート用紙は同封の返信用封筒で令和 3 年 7 月 2 日(金)までにご返送ください。

※インターネットでご回答いただいた場合、ご返送は不要です。

令和2年度緊急経済対策 分析・評価

<報告書>

I 概要

1. 実施目的

令和2年度に実施した緊急経済対策事業について、その効果を検証するため、東京商工リサーチに委託しアンケート調査等を実施した。同調査は、主にアンケートの回答を分析するものであり、申請情報をもとにした分析は行っていないため、事務局（産業振興課）において各施策の申請情報に基づいた地域性や業種割合を分析し、令和2年度において実施した各経済対策について評価する。

2. 分析・評価

■各施策の評価

申請情報や効果検証アンケート結果等をもとに、分析評価シートを使って分析・評価する。

■各施策の申請情報の分析

各施策の申請情報をもとに、申請事業者の地域性、業種割合等について分析する。

地域分析においては、以下の3つのエリアに分けて分析する。

【吉祥寺エリア】

（吉祥寺北町、吉祥寺東町、吉祥寺南町、吉祥寺本町、御殿山）

【中央エリア】

（中町、八幡町、緑町、西久保）

【武蔵境エリア】

（関前、桜堤、境、境南町）

3. 各施策の申請件数

■各施策の業種別申請件数

業種※1	緊急	テイクアウト	インフラ	テナント	出店支援	応援券※2
農業、林業	—	—	16	—	—	—
建設業	—	—	147	—	—	—
製造業	—	—	24	2	1	—
情報通信業	—	—	85	2	1	—
運輸業、郵便業	—	—	98	—	—	—
卸売業	76	—	—	—	—	—
小売業	637	—	—	37	28	489
金融業、保険業	—	—	—	—	1	—
不動産業、物品賃貸業	156	—	—	4	5	1
学術研究、専門・技術サービス業	95	—	354	3	4	6
宿泊業	—	—	—	—	—	3
飲食サービス業	—	147	—	52	38	383
生活関連サービス業	416	—	—	6	24	135
娯楽業	—	—	—	10	4	—
教育、学習支援業	—	—	—	1	4	—
医療、福祉	519	—	—	14	7	105
サービス業（他に分類されない）	102	—	—	10	1	125
合計	2,001	147	724	141	118	1,247

※1…上記業種は、各施策において対象業種として判断されたものによる。

※2…くらし地域応援券については、加盟店数を指す。

Ⅱ 各施策の分析・評価

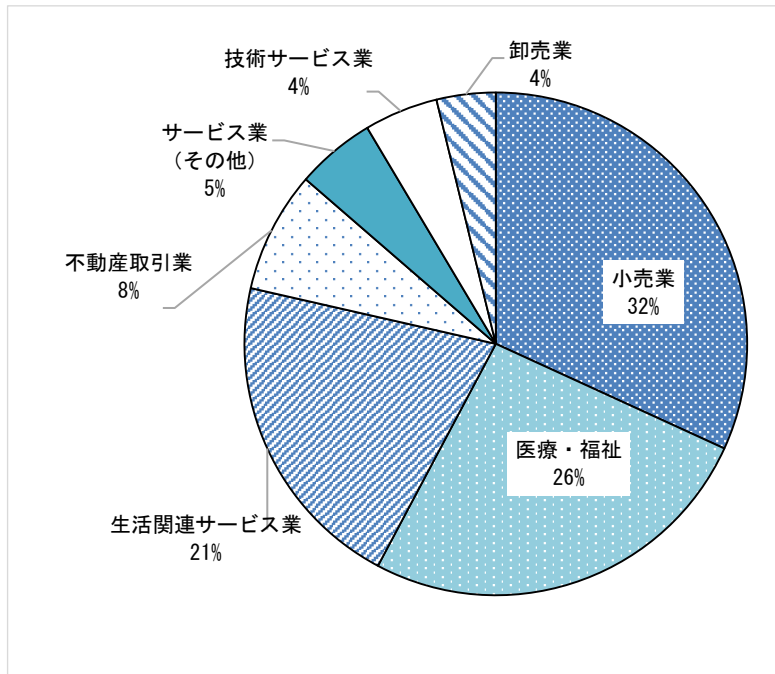
各施策の分析・評価については以下のとおり。

Ⅱ－１ 感染拡大防止中小企業者等緊急支援金

事業名称	感染拡大防止中小企業者等緊急支援金	
実施期間	令和２年５月２５日～１０月３０日（当初予定７月３１日から延長）	
事業内容	東京都感染拡大防止協力金の対象外事業者のうち、市が指定する対象業種に該当する事業を市内において実施している事業者を対象に、法人１事業者あたり３０万円、個人事業主１事業者あたり１５万円を支給するもの	
人員体制	職員５名、アシスタント職員２名、委託事業者９名	
根拠法令等	武蔵野市感染拡大防止中小企業者等緊急支援金支給事業実施要綱	
実施主体	市	
対象（業種）	「生活関連サービス業」、「卸売業・小売業」、「医療・福祉」、「不動産取引業」、「技術サービス業」、「サービス業（他に分類されないもの）」	
主な効果	・市内事業者における感染拡大防止策の徹底 ・事業継続支援	
予算額	509,250千円（補助金のみ） ※補正減後	
決算額	498,750,000円	
成果	指標	支給件数
	目標	3,905件（補正減前）
	実績	2,001件（法人1,113件＋個人888件）
	乖離理由	東京都感染拡大防止協力金の対象として明記されていない事業者についても、当該協力金の対象となる事があり、当初想定に比べ、本事業の対象事業者数が減少したため。
評価	満足（50.7％）、やや満足（33.0％）、やや不満（10.8％）、不満（2.6％）、無回答（2.9％） *アンケート結果（計613件）より	
課題・問題点等	業種を限定していたため、対象業種に該当するかの判断に時間を要することがあった。	
類似事業（他市事例）	・八王子市（中小企業者等感染拡大防止対策支援補助金） ・国分寺市（小規模事業者経営持続支援金）	
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☒ むさしのFM ☒ ケーブルテレビ ☒ その他（市職員が市内事業所を個別訪問し、制度説明を行った）	
今後の展望	・本事業は、感染拡大防止と事業継続支援を目的とした、緊急性の高い経済対策としており、申請から交付までのスピードを重視した事業であった。効果検証アンケートの結果では、本制度の交付までのスピード感について、“満足”、“やや満足”が90.2％を占め、交付スピードは早かったといえる。 ・コロナ禍における緊急経済対策だったため、長期間継続していく施策ではないが、本事業をととして市内の事業者数や業種割合等を一定程度把握することができた。また、本事業を知るきっかけとして、「市報」と「HP」で6割を占めていたことから、今後も市報等を中心に広報活動を進めていくとともに、残り4割の事業者へ情報を届けるため、あらゆる媒体を用いて広報活動に努めていく。 ・効果検証アンケートの結果では、事業者全体としても最も必要な支援は「給付金等支援」である一方で、売上の減少幅に関わらず一律の給付であることについて不満の声も挙がっている。今後は、一律の給付ではなく、より経営が厳しい事業者等に焦点を当てた支援策が求められている。	

＜業種別申請割合＞

申請件数の業種別分析では、「小売業」が最も多く、次いで「医療・福祉」、「生活関連サービス業」が多かった。これらの業種は市内に直接店舗を構えているものが多く、市職員の市内回りによる広報活動で認知度が上がり、申請件数に繋がったものと考えられる。



業種	件数
小売業	637
医療・福祉	519
生活関連サービス業	416
不動産取引業	156
サービス業（その他）	102
技術サービス業	95
卸売業	76
総計	2,001

＜エリア別申請割合＞

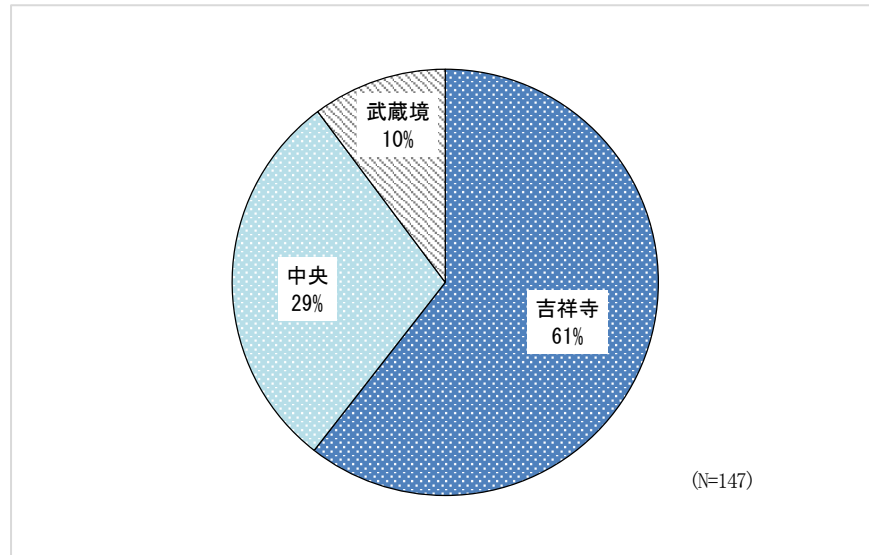
エリア別分析では、「吉祥寺」エリアが最も多く、「中央」、「武蔵境」エリアはほぼ同等の申請件数となった。特に、「吉祥寺」エリアにおける小売業、生活関連サービス業の事業者数は非常に高いことが分かる。小売業としては雑貨店や洋服店が多く、生活関連サービス業としては理容室や美容室が多かった。医療・福祉としては診療所や福祉施設以外にも、整体院や整骨院、国家資格を持つマッサージ店なども含まれるため、全体数が多くなっている。

業種	吉祥寺	中央	武蔵境	計
小売業	380	117	140	637
生活関連サービス業	253	70	93	416
医療・福祉	245	129	145	519
不動産取引業	78	42	36	156
技術サービス業	45	32	18	95
サービス業（その他）	56	27	19	102
卸売業	37	18	21	76
総計	1,094	435	472	2,001

事業名称	飲食店テイクアウト・デリバリー事業補助金	
実施期間	令和２年６月１５日（月）から８月３１日（月）まで（申請期間）	
事業内容	１店舗当たり１０万円を限度に、新たにテイクアウトやデリバリーサービスを行うための必要経費等を市独自で補助するもの。市内飲食業を武蔵野市の魅力や個性を表す特徴的な産業ととらえ、その経営環境改善等を目的に【フードスクラムむさしの】と称する市内飲食店支援プログラムを展開した。【フードスクラムむさしの】のうち、①情報発信支援、②クラウドファンディングを活用した地域/店舗支援、とともに実施した、補助事業のひとつである。	
人員体制	職員４名、アシスタント職員２名	
根拠法令等	武蔵野市飲食店テイクアウト・デリバリー事業補助金交付要綱	
実施主体	市	
対象	令和２年４月１日以後の日から新たにテイクアウト・デリバリーを開始した市内飲食店事業者	
主な効果	新型コロナウイルス感染症の流行による外出自粛要請等に伴い、経営環境が悪化している市内飲食事業者が新たなサービスにより売上げを確保する取組みを支援し、事業継続を促す。	
予算額	20,000 千円（補助金のみ） ※流用後	
決算額	12,189,000 円	
成果	指標	支給件数
	目標	600 件（流用前）
	実績	147 件（法人 91 件＋個人 56 件）
	乖離理由	同時期に中小企業振興公社が同類制度を実施していたことや、本事業が新たに業態転換する事業者に限っていたため、対象期間前に既にテイクアウト等を実施していた店舗が対象外となったことなどが理由として挙げられる。また、補助申請期間中に緊急事態宣言が解除され、業態転換への需要が落ちたことも要因の一つと考えられる。
評価	満足（39.1％）、やや満足（26.1％）、やや不満（21.7％）、不満（4.3％）、無回答（8.7％） *アンケート結果（計 46 件）より	
課題・問題点等	・申請が複雑 ・新型コロナウイルス感染拡大による営業転換時期と当制度の申請期間が必ずしも一致しなかった。 ・夏季に実施ため、事業者側のテイクアウト等の需要が拡大しなかった。	
類似事業（他市事例）	・東京都 ・中小企業振興公社	
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☒ むさしのFM ☒ ケーブルテレビ ☒ その他（周知チラシの全戸配布）	
今後の展望	今後も同種支援として、他制度の上乗せ等を検討する余地はあるが、業態転換自体は、飲食事業者にとって必ずしもベストな選択肢ではない（通常営業が許されるのではあればわざわざ転換しない）との意見もあり、直接的な店舗支援だけでなく、広く市民にテイクアウト・デリバリーの利用促進を周知する事業も検討していく必要がある。	

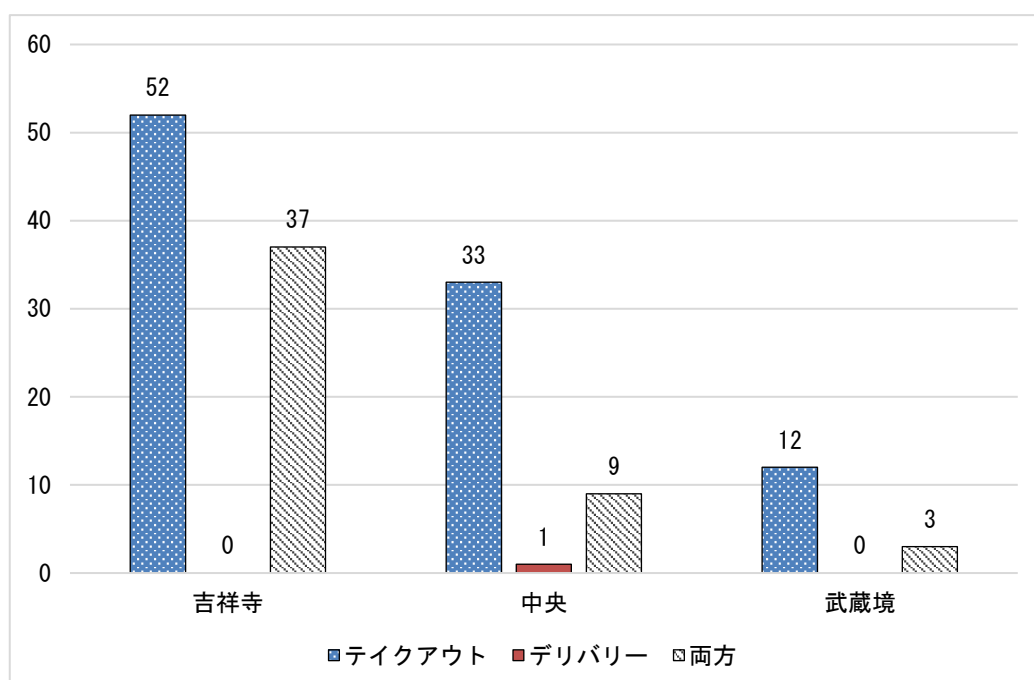
＜エリア別分析＞

エリア分析では、「吉祥寺」が最も多く、次いで「中央」、「武蔵境」となっていた。本事業は、すでにテイクアウトやデリバリーを始めている事業者は対象外となるため、下記割合は新たに取り組み始めた飲食事業者に限られる。下記の割合からも、吉祥寺エリアでのテイクアウト等の需要が高いことが分かる。



＜取組み内容別の割合＞

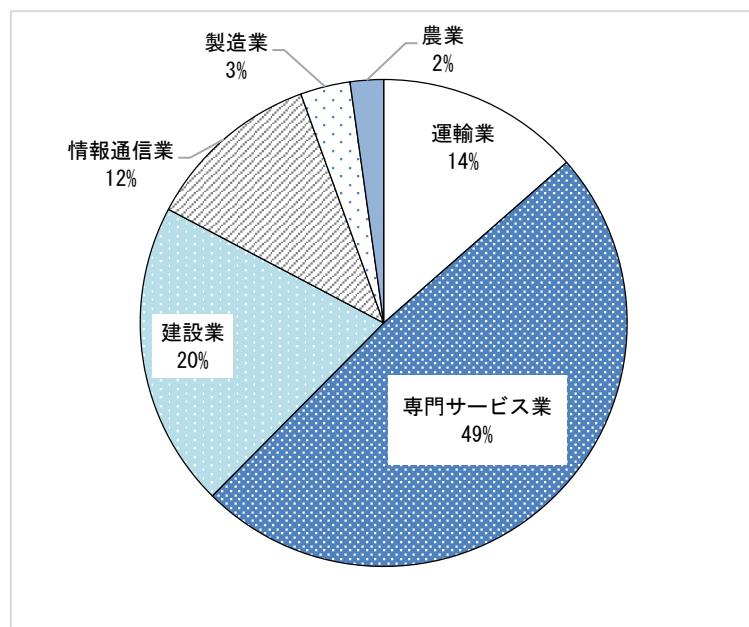
本事業では、テイクアウト、デリバリー、又はその両方の取り組みを新たに始める事業者を対象としており、いずれのエリアにおいてもテイクアウトが最も多く、テイクアウトとデリバリーの両方を始める事業者も多かった。



事業名称	感染拡大防止インフラ中小企業者等支援金	
実施期間	令和２年８月３日～１０月３０日	
事業内容	東京都感染拡大防止協力金の対象外事業者のうち、市が指定する対象業種に該当する事業を市内において実施している事業者を対象に、法人１事業者あたり３０万円、個人事業主１事業者あたり１５万円を支給するもの	
人員体制	職員５名、アシスタント職員２名、委託事業者９名（中小企業者等緊急支援金と兼務）	
根拠法令等	武蔵野市感染拡大防止インフラ中小企業者等支援金支給事業実施要綱	
実施主体	市	
対象（業種）	「農業」、「建設業」、「製造業」、「情報通信業」、「運輸業」、「専門サービス業」、「広告業」	
主な効果	・市内事業者における感染拡大防止策の徹底 ・事業継続支援	
予算額	１５５，９００千円（補助金のみ） ※補正増後	
決算額	１５１，９５０，０００円	
成果	指標	支給件数
	目標	５４０件（補正増前）
	実績	７２３件（法人２７４件＋個人４４９件）
	乖離理由	申請件数は当初目標の約８割と乖離は少なかった。対象事業者には BtoB 業態の事業者が多く、直接市内巡回による広報活動が困難であったが、業界団体等を通じて事業者に広く周知されたことで、申請件数が伸びたと考えられる。
評価	満足（５０．７％）、やや満足（３３．０％）、やや不満（１０．８％）、不満（２．６％）、無回答（２．９％） ＊アンケート結果（計６１３件）より	
課題・問題点等	感染防止策の実施について、写真による証明を求めたが、現地確認までは行っていないため、継続して実施しているか不明である。	
類似事業（他市事例）	・八王子市（中小企業者等感染拡大防止対策支援補助金） ・国分寺市（小規模事業者経営持続支援金）	
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☒ むさしのFM ☐ ケーブルテレビ ☒ その他（市職員による、市内全域を歩き回り、事業所に個別訪問し制度説明を行った）	
今後の展望	・本事業によって、東京都感染拡大防止協力金や武蔵野市感染拡大防止中小企業者等緊急支援金の対象とならない業種がほぼすべて対象範囲となったため、市内事業者においては、いずれかの支援金の対象となった。 ・中小企業者等緊急支援金と合わせて、市内事業者の感染拡大防止策の徹底に寄与した。 ・コロナ禍における緊急経済対策だったため、今後も継続していく施策ではないが、本事業をとおして市内の事業者数や業種割合等を一定程度把握することができた。また、本事業を知るきっかけとして、「市報」と「HP」で６割を占めていたことから、今後も市報等を中心に広報活動を進めていくとともに、残り４割の事業者に情報を届けるため、あらゆる媒体を用いて広報活動に努めていく。	

＜業種別申請割合＞

申請件数の業種別分析では、「学術研究、専門サービス業」が最も多く、次いで「建設業」、「運輸業」が多かった。専門サービス業では、税理士や行政書士などのBtoC業態の事業者が多く、運輸業では、タクシー運転手からの申請が多かった。



業種	件数
運輸業	98
専門サービス業	354
建設業	147
情報通信業	85
製造業	24
農業	16
計	724

＜エリア別申請割合＞

エリア別分析では、「吉祥寺」エリアが最も多く、「中央」、「武蔵境」エリアはほぼ同等の申請件数となった。特に、「吉祥寺」エリアにおいて「専門サービス業」の事業者数が突出して多く、当該エリアに事務所を構える事業者が多いことが分かる。

業種	吉祥寺	中央	武蔵境	計
運輸業	15	26	57	98
専門サービス業	191	91	72	354
建設業	44	44	59	147
情報通信業	51	19	15	85
製造業	7	13	4	24
農業	6	2	8	16
計	314	195	215	724

事業名称	事業者支援ほっとらいん					
実施期間	令和2年8月3日～令和3年3月31日※（当初の10月30日より延長） ※令和3年度も継続中					
事業内容	武蔵野商工会議所への委託事業として、国の持続化給付金や都の感染拡大防止協力金及び、市の感染拡大防止中小企業者等緊急支援金申請方法や、書類の確認についてサポートする「中小企業者等申請サポート窓口」を開設し、申請が困難な事業者への支援を行った（約2か月の開設期間で280件）。サポート窓口の終了後も、事業者からの多くの支援制度があるにも拘らず、情報収集の労力が大きく、既存の支援制度を活用しきれていないとの声があった。これを受け、ワンストップで受けたご相談に対して、国・都及び市の支援制度をご案内することにより、支援制度を有効に活用してもらい、市内事業者の事業継続のサポートをする。					
人員体制	職員1名、委託事業者4名、専門相談員2名					
根拠法令等						
実施主体	市					
対象	市内に店舗又は事業所を有する、中小企業者または個人事業者					
主な効果	・相談者のニーズや経営状況等を聴取し、市及び国・都の実施する支援制度の案内を行うことで、市内事業者の事業継続に繋げる。 ・中小企業診断士等による窓口相談も行い、必要な支援制度の案内や経営アドバイスを行うことで、市内事業者の事業継続に繋げる。					
予算額	10,503千円（コールセンター業務委託費用等）					
決算額	7,157,251円					
成果	指標	相談件数				
	実績※	相談者数	721人			
		相談内容	国制度	都制度	市制度	その他
			479件	198件	223件	297件
		相談方法	電話相談	窓口相談	HP問合せ	相談員対応
			560件	35件	4件	122件
※複数回答あり						
課題・問題点等	・制度が多岐にわたるため、現在進行形での情報収集をどの範囲まで行えばよいのかの見極めが困難である。 ・制度の周知に一定の課題あり。					
類似事業（他市事例）	新型コロナウイルス感染症に関する中小企業等相談窓口（荒川区）					
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☒ むさしのFM ☒ ケーブルテレビ ☒ その他（JR3駅構内ポスター掲示）					
今後の展望	目まぐるしく追加される各種制度について、事業者へのきめ細やかな情報提供が必要不可欠であり、令和3年度についても本事業を継続して行っている（市職員のみ対応）。また、市公式LINEアカウントによる情報提供も開始した（令和3年6月～）。制度が多岐に渡るため、問い合わせ件数も多いことから、今後も情報窓口としてのニーズは高いものと考えられる。引き続き、市の公式HPやLINE等での情報提供を強化するとともに、窓口や電話でのご相談に対し、きめ細やかな支援を強化する。					

＜対応した主な施策＞

「ほっとらいん」事業においては、法人や個人事業主向けの支援策に関する問い合わせに対応しており、下表の各種施策は、対応した施策の一部である。必ずしも事業主からではなく、従業員やその家族から問い合わせが来ることも多い。その都度、個々の状況を細かくヒアリングし、適切な支援制度を紹介するため、担当職員だけでなく、事務局全体で制度に対する情報を共有し、常にアップデートし続けなければならない。新たな経済対策を展開するだけでなく、今ある各種施策の情報を正しく迅速に収集するための支援も、経済対策として非常に重要であるといえる。

	制度名	実施期間(受付期間)
事業者支援ほっとらいん において紹介した 主な支援制度	【国】持続化給付金	令和2年5月1日～令和3年2月15日
	【国】家賃支援給付金	令和2年7月14日～令和3年1月15日
	【国】一時支援金	令和3年3月8日～令和3年5月31日
	【都】家賃等支援給付金	令和2年8月17日～令和3年4月30日
	【都】営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金	令和2年9月1日～令和3年2月26日
	【都】緊急事態宣言に伴う営業時間短縮に係る感染拡大防止協力金	令和3年2月22日～令和3年4月26日
	【都振興公社】新型コロナウイルス感染予防対策ガイドライン等に基づく対策実行支援事業	令和2年6月18日～令和2年12月28日
	【都振興公社】中小企業等による感染症対策助成事業	令和3年1月4日～令和3年10月31日

＜相談記録より抜粋＞

	内容	回答
具体例1	市内に住む娘が勤めているアルバイト先が潰れるなどで収入が減少し困っており、どこに相談すれば良いか教えてほしい。	休業支援金・給付金の対象となる可能性がある旨伝え、コールセンター連絡先をお知らせした。また、住居確保給付金、緊急小口資金、総合支援貸付等の生活費を支援する制度があることを伝え、生活福祉課の電話番号をご案内した。
具体例2	ボイストレーナーとして専門学校と委託契約を結んで定期的にレッスンを行っているが、持続化給付金の申請にあたり修正提出の要請が3回あり、理解できなくなったため助言を受けたい。	実態は給与形態で所得を得ていたものの、確定申告では事業収入となっていたため、申請に誤りがあることを説明した（持続化給付金コールセンターでも確認）。改めて、修正の申請を行うための方法についてアドバイスした。
具体例3	都の家賃支援金に申請したいがパソコンがないのでどう申請すればよいかわかるか教えてほしい。	郵送でも受け付けていることを説明し、申請要項は市役所にも用意があることを説明した。
具体例4	飲食店などで歌うことを生業としている歌手だが、何か利用できる制度はあるか。	自宅兼事業所ということであり、家賃計上が明確に分けられているということであれば家賃支援給付金（国）や家賃等支援給付金（都）については可能性があるため、直接確認するように説明。また、生活資金全般にお困りのようであったため、住居確保給付金、緊急小口資金等貸付についても案内し、生活福祉課にて生活全般の相談を行うよう伝えた。
具体例5	国・都の制度について確認したいが、コールセンターに全く繋がらないので、制度について教えてほしい。	制度概要について説明し、細かい要件の解釈などについてはコールセンター等で確認していただくよう伝えた。

事業名称	中小企業者等テナント家賃支援金	
実施期間	令和２年８月１７日（月）～令和３年１月２９日（金）	
事業内容	売上減の影響が大きい事業者に対する家賃負担の軽減を目的に、本市では近隣市に比べ相対的に地価が高いことから、国の家賃支援給付金の対象者に対して、月額家賃から一定の金額（個人：３７万５千円、法人：７５万円）を超えた部分の１／３を上乗せ支給する（最大６０万円）。	
人員体制	職員２名	
根拠法令等	武蔵野市中小企業者等テナント家賃支援金支給事業実施要綱	
実施主体	市	
対象	下記の条件を満たす中小企業者、小規模企業者、個人事業者。 ・国の家賃支援給付金の支給が決定していること ・事業者自らの事業のために使用・収益する土地・建物を、武蔵野市内で賃借していること	
主な効果	家賃負担の軽減	
予算額	１１０，３２０千円（補助金のみ）※補正減及び流用後	
決算額	６６，６６１，３８６円	
成果	指標	支給件数
	目標	３８４件（補正減及び流用前）
	実績	１４１件（法人１０７件＋個人３４件）
	乖離理由	・支給対象は、個人事業主の場合は家賃が３７万５千円、中小企業者にあたる法人の場合は７５万円を超える家賃が対象であるが、想定したよりも、そのような高額の家賃に該当する事業者が少なかったからと考えられる。 ・複数の事業展開をしている事業者の場合、飲食店で売上が落ちていても他の事業でその落ち込みをカバーして対象にならないケースがあったのではないかと推測できる。
評価	満足（２６．０％）、やや満足（４１．３％）、やや不満（１２．５％）、不満（１０．６％）、無回答（９．６％） ＊アンケート結果（計１０４件）より	
課題・問題点等	・申請件数の見込みを推測するのが非常に困難。 ・申請するための一律の家賃金額を設定するのではなく、近隣の家賃相場や規模に応じた施策体系を検討することも必要である。 ・支給対象者の審査については国の家賃支援給付金の対象者としたため、原則、市の独自審査は不要だったが、もし、市が独自に審査を行うのであれば、個々の賃貸借契約書で形式等が異なるため、相当のマンパワーと行政書士等の専門家の協力が必要となる。 ・市の家賃支援事業の案内をきっかけとして国や都の家賃支援事業を案内することができた。	
類似事業（他市事例）	・家賃支援給付金（国） ・東京都家賃等支援給付金	
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☒ むさしのFM ☒ ケーブルテレビ ☐ その他（ ）	
今後の展望	・吉祥寺を中心に高額家賃を支払う事業者が存在し、一定の効果はあったと思われる。 ・現在、国の家賃支援給付金事業が現時点で終了しているため、その上乗せ制度である市の家賃支援事業も終了しているが、今後、国が再び家賃支援給付金事業を実施する場合には再度、事業の実施を検討する必要がある。ただし、効果検証アンケートの結果では、物件オーナーに対し家賃減免の働きかけを求める声もあり、給付金以外の取り組みについても検討していく必要がある。	

＜業種別申請件数と家賃合計＞

業種別にみると、「飲食サービス業」が最も多く、次いで「卸売業・小売業」、「生活関連サービス業」となっている。一方で、「製造業」などの非対面型サービスの事業所からも申請があったが、その件数は少なく、一定の面積が必要となる業態の事業所については、家賃相場が高いことで、市内参入が困難になる事が考えられる。

業種別	物件数	家賃合計（円）	支給金額合計（円）
宿泊業、飲食サービス業	100	70,762,504	25,347,552
卸売業、小売業	62	46,423,901	18,015,438
生活関連サービス業、娯楽業	28	24,675,342	7,142,334
サービス業（他に分類されないもの）	23	25,592,578	5,586,000
医療、福祉	21	12,040,076	4,999,608
不動産業、物質賃貸業	8	4,745,424	2,018,034
製造業	5	5,657,949	1,200,000
情報通信業	5	5,660,302	656,856
学術研究、専門・技術関連サービス業	3	2,438,726	1,500,648
教育、学習支援業	2	847,460	194,916
合計	257	198,844,262	66,661,386

＜エリア別申請件数と家賃分析＞

エリア別にみると、「吉祥寺」エリアが最も多い。特に、「吉祥寺本町」エリアにおける申請件数が最も多く、事業所が集積していることが分かる。また、坪単価平均では「吉祥寺南町」が最も高く、市内の他地域とは最大で4倍以上も乖離があり、相対的に家賃が高いことが分かる。

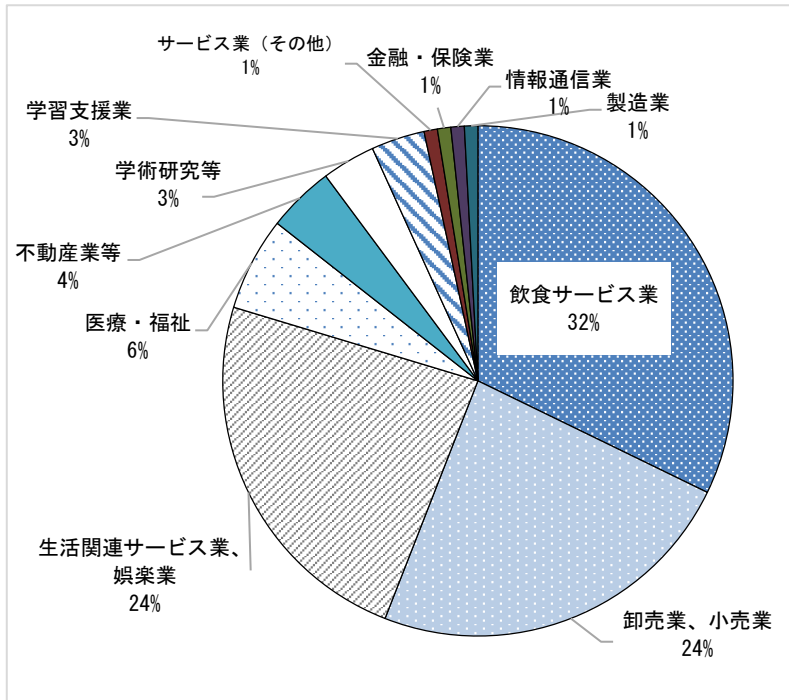
一方で、「中央」、「武蔵境」エリアにおいても、坪単価平均が高いエリアがあり、駅周辺地域は比較的家賃相場は高いものと考えられる。

町名	物件数	支給額合計（円）	家賃合計（円）	面積合計（㎡）	坪単価平均（円）
吉祥寺本町	140	38,378,094	112,955,938	16,724.38	22,288
吉祥寺南町	50	16,473,786	44,275,459	4,356.99	33,534
吉祥寺東町	16	2,348,688	7,781,850	1,669.23	15,384
吉祥寺北町	4	0	545,368	177.23	10,155
御殿山	0	0	0	0.00	－
中町	16	4,585,818	14,718,842	3,373.63	14,398
西久保	7	1,200,000	2,613,700	481.84	17,901
緑町	2	282,000	1,008,000	398.30	8,351
八幡町	1	0	305,000	143.85	6,997
関前	1	69,996	410,000	99.76	13,563
境南町	11	1,263,996	6,715,180	1,265.90	17,505
境	9	2,059,008	7,514,926	1,381.15	17,956
桜堤	0	0	0	0.00	－
合計	257	66,661,386	198,844,263	30,072.26	－

事業名称	商店会活性出店支援金	
実施期間	①令和２年８月１１日（火）～令和３年３月３１日（水）【事業開始時】 ②事業開始後６ヶ月経過時～令和３年１０月１日（金）【６ヶ月経過時】（令和３年度継続中）	
事業内容	・産業の振興と商店会の活性化を図るため、市内の空き店舗や空き事務所に出力し商店会に加入する事業者に対し、出店時（事業開始時）に３０万円、出店後（事業開始後）６ヶ月経過時に３０万円を支給。	
人員体制	職員２名、アシスタント職員１名	
根拠法令等	武蔵野市商店会活性出店支援金支給事業実施要綱	
実施主体	市	
対象	令和２年８月１日以降に市内の空き店舗や空き事務所に出力し商店会に加入する中小企業者、小規模企業者、個人事業者または会社以外の法人	
主な効果	・空き店舗対策 ・商店会の活性化 ・出店者への支援（支援金は定額のため、事業者の規模が小さいほどインセンティブとして作用）	
予算額	21,000 千円（補助金のみ） ※補正減後	
決算額	37,800,000 円	
成果	指標	支給件数（開業時）
	目標	140 件（補正減前）
	実績	118 件（法人 69 件＋個人 49 件）
	乖離理由	当初は業者間流通システムの空き店舗件数から 140 件としたが、８月～11 月の申請実績をもとに目標件数を 70 件に修正した。ところが、年明けから急に申請が伸び始めたため、想定を上回る結果となった。これは、コロナ禍に対し出店を様子見していた事業者がコロナ禍の長期化を感じ出店を決めた結果だと思われる。
評価	満足（55.8％）、やや満足（34.9％）、やや不満（2.3％）、無回答（7.0％） *アンケート結果（計 43 件）より	
課題・問題点等	・コロナ禍ということで居酒屋・バー等深夜酒類提供飲食店を対象外としたが、空き店舗対策や商店会の活性という観点からは対象にしている。 ・転賃借物件やレンタルオフィスについては空き店舗ではないこと、同一物件に対して何度も支給することになること、意図的に物件を分割して貸し出すことが可能なことから、対象外としている。 ・補助金は本来、補助対象経費と補助率を定めて支給すべきだが、簡便さを優先して定額給付とした。	
類似事業（他市事例）	・江東区（江東区商店街空き店舗活用支援補助金） ・荒川区（荒川区事務所等賃料支援事業補助金） ・八王子市（八王子市空き店舗改修費補助金）	
広報手段	☑市報 ☑ホームページ、☑Twitter・Facebook ☑むさしのFM ☑ケーブルテレビ ☑その他（全国宅地建物取引業協会、全日本不動産協会、多摩信用金庫、西武信用金庫、日本政策金融公庫等）	
今後の展望	効果検証アンケートの結果では、出店場所として本市を選んだことに本制度が影響したかについて、“影響した”と“やや影響した”との回答が 21.7％を占めていることから、創業支援事業の一環として有効であるといえる。また、本制度の評価については”満足”と”やや満足”で 97.5％を占めており、非常に高い評価を得ており、今後は、恒常的な事業として耐えうるよう補助対象経費・補助率を定めるなど制度設計を見直し、令和４年度以降の継続事業化を検討する。今後もコロナ禍による影響が続くことを鑑みると、空き店舗対策として引き続き実施する必要があり、特定業種を優遇する等まちづくりに結び付けることが望ましい。	

＜業種別申請割合＞

業種別にみると、「飲食サービス業」が最も多く、「小売業」や「生活関連サービス業」も比較的多い。本事業は業種を限定しておらず、事務所であっても対象となり得るため、幅広い業種で活用されていることが分かる。

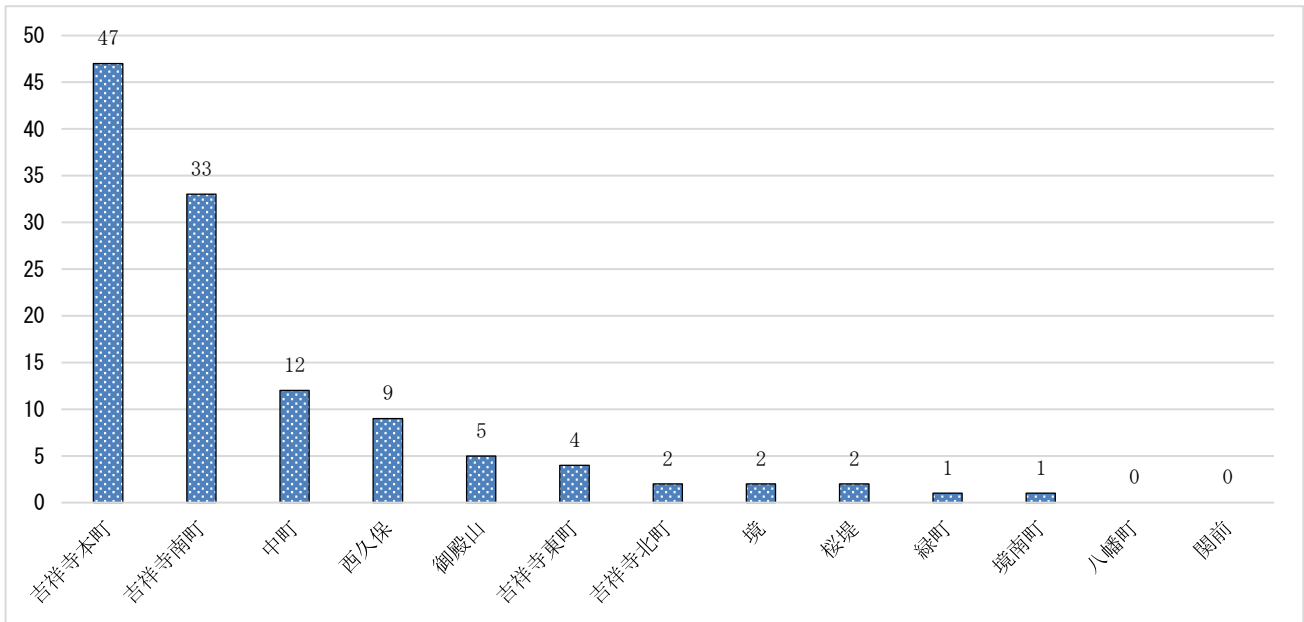


業種	件数
飲食サービス業	38
卸売業、小売業	28
生活関連サービス業、娯楽業	28
医療・福祉	7
不動産業、物質賃貸業	5
専門・技術関連サービス業	4
学習支援業	4
サービス業（その他）	1
金融・保険業	1
情報通信業	1
製造業	1
計	118

業種	事業詳細
飲食サービス業	飲食・居酒屋(43)
卸売業、小売業	洋菓子販売(6)、食パン専門店・パン屋(4)、ベビー用品・ベビー子供服(2)、理容・美容用品の卸販売、ゲーム販売及びクリエイターのマネジメント事業、アパレル業、紳士・婦人服飾雑貨オリジナル商品販売、服飾雑貨販売・café(軽飲食)、アクセサリー・雑貨小売り(2)、眼鏡小売、インテリア雑貨の販売(2)、工芸品販売、絵本と雑貨の販売、キッチン雑貨の販売、惣菜製造業・冷凍食品製造、衣料品小売、小売業(3)、古書店
生活関連サービス業、娯楽業	美容室(12)、エステサロン(4)、理容店、エステティック・マッサージ・関連商品販売、パーソナルトレーニングジム及び研修施設(3)、タイ古式マッサージ、リラクゼーション、整体院、レンタルレイアウト(鉄道ジオラマ)、コンディショニングサロン・整体、ネイルサロン、フィットネススタジオ、整体・占い
医療・福祉	鍼灸院(4)、クリニック(2)、診療所
不動産業、物質賃貸業	貸スペース・貸スタジオ、シェアハウス、サブリース業、ワーキングカフェ・サテライトオフィス業、不動産業
専門・技術関連サービス業	集客プロモーション事業、広告代理店、デザイン業(2)
学習支援業	中国茶教室、教育(生涯学習事業)、学習塾、ダンススクール
サービス業（他に分類されないもの）	警備・派遣業
金融業、保険業	保険募集
情報通信業	税理士より委託を受けてする受託計算業務（現金・有価証券の計算・整理、帳票の貴重・整理等事務処理）
製造業	製造

＜エリア別分析＞

エリア別分析では、大きな商業地区を持つ吉祥寺エリアの出店が多い。商業施設が集積しているといえるが、一方で、空き店舗が出やすい、店舗の出入りが激しいエリアともいえる。特に武蔵境エリアでは、新規出店の数も少ないが、店舗の出入りも少ないことが分かる。



＜出店場所(階層)に関する分析＞

出店場所として最も多い階層は「1F」だが、2Fや3Fであっても、一定のニーズがあることが分かる。複数階を一体的に利用する事業者もいるが、階が上がるごとに出店ニーズが下がるといえる。また、B1Fについては窓がないため、コロナ禍においては出店ニーズが下がっていることも考えられる。

フロアー	支給件数
B1F	5
1 F	62
2 F	17
3 F	12
4 F	5
5 F	3
6 F	1
7 F	0
8 F	0
9 F	1
10 F	1
大型店	12
合計	119

平均賃料 (円)	307,118
最高額賃料 (円)	1,650,000
最低額賃料 (円)	48,400

事業名称	くらし地域応援券		
実施期間	使用期間：令和３年２月２０日（土）～令和３年３月３１日（水） 換金期間：令和３年２月２２日（月）～令和３年４月１６日（金）		
事業内容	・５,０００円分の割引券（５００円割引券１０枚綴り、Ａ券４枚、Ｂ券６枚） ※Ａ券：全ての取扱加盟店使用可　Ｂ券：大型店を除く加盟店で使用可 ・税込み１,０００円以上のお買い物ごとに１枚使用でき、一度に複数枚使用も可 ・世帯ごとに特定記録郵便にて配付 ・応援券の発行及び郵送を市が担い、換金業務を商工会議所が担う		
人員体制	職員５名		
根拠法令等	武蔵野市くらし地域応援券事業補助金交付要綱		
実施主体	共催：市・武蔵野商工会議所　協力：武蔵野市商店会連合会		
対象	武蔵野市在住市民（令和３年１月１日時点）		
主な効果	・最大で購入金額の半額分が補填されるため、消費者負担の軽減に繋がる。 ・応援券を使用するために１,０００円以上の購買活動が促進され、事業者支援に繋がる。 ・応援券を全世帯に郵送することで、公平性を担保するとともに、商品券購入時の混雑を回避し、感染拡大防止に寄与する。		
予算額	751,168千円（事業費…669,000千円、事務費…82,168千円）　※流用後		
決算額	745,712,817円（事業費…666,989,500円、事務費…78,723,317円）		
成果	①	指標	応援券使用率（当初発行額…147,724人×5,000円＝738,620,000円）
		目標	75%
		実績	90.3%（応援券換金額666,989,500円）
		乖離	過去最大規模の加盟店数であり、用途を広く設定したため、想定以上の使用率となった。
	②	指標	取扱加盟店数
		目標	700店舗（過去プレミアム商品券事業の取扱加盟店数）
		実績	1,247店舗（大型店62　大型店以外1,185店舗）
		乖離	利用者が全市民対象で事業規模が大きくなったことと、換金金融機関にメガバンクが参加したことが取扱加盟店への誘因となったと思われる。
課題	・郵送による配付のため、受け取っていないなどのトラブルが発生しうる。 ・応援券のみで利用することができないため、使用方法が複雑との意見があった。 ・1,000円未満の買い物では使用できないため、券面の金額（割引額）を下げてほしいとの意見があった。 ・大型店の基準を面積で判断すべきでないとの意見があった。 ・デジタル化に対応しづらい		
類似事業（他市事例）	・近江八幡市（おうみはちまんじもと応援クーポン）　　・甲賀市（地域経済応援クーポン券） ・綾瀬市（あやせ得々スペシャルグルメクーポン）		
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☒ むさしのFM ☒ ケーブルテレビ ☒ その他（市内の商店街に宣伝用のフラッグを掲示、加盟店募集のため、市職員による市内店舗への広報活動を実施）		
今後の展望	発行金額や配付方法の見直しを進めながら、第２弾の実施について検討する。		

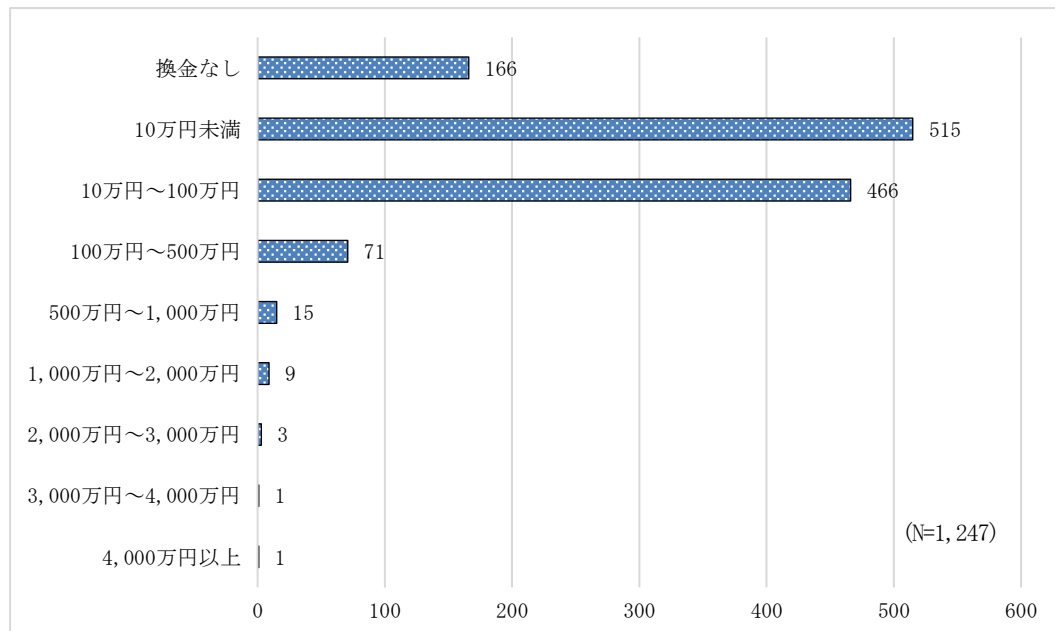
<加盟店種別使用割合>

本事業においては、生活必需品を扱う店舗や飲食店のほか、小売業や医療機関など幅広い事業者を取扱加盟店の対象としており、下表のとおり使用場所が多岐に渡り、市民の生活支援や市内事業者支援に寄与したといえる。コロナ禍での実施だったため、飲食店等での使用が伸び悩み、スーパー等の小売店舗での利用率が高かった。取扱加盟店については、募集期間が短かったにも関わらず、過去の商品券事業と比べても最も多い加盟店となった。

業種	大型店		大型店以外		合計			
	店舗数	換金額	店舗数	換金額	店舗数	割合	換金額	割合
スーパー	5	53,385,000	9	122,201,500	14	1.1%	175,586,500	26.3%
その他小売業	17	112,771,000	99	24,080,500	116	9.3%	136,851,500	20.5%
ドラッグストア・調剤薬局	1	757,500	53	97,105,000	54	4.3%	97,862,500	14.7%
飲食店	8	7,000	377	77,514,500	385	30.9%	77,521,500	11.6%
飲食料品店	3	307,500	81	29,923,500	84	6.7%	30,231,000	4.5%
コンビニ	1	－	35	27,566,000	36	2.9%	27,566,000	4.1%
衣料・身の回り取扱店	14	1,830,500	81	23,307,500	95	7.6%	25,138,000	3.8%
家電販売店	2	18,903,000	8	531,500	10	0.8%	19,434,500	2.9%
百貨店	1	17,115,000	－	－	1	0.1%	17,115,000	2.6%
理容・美容店	－	－	105	12,331,500	105	8.4%	12,331,500	1.8%
その他業種	－	－	46	8,974,000	46	3.7%	8,974,000	1.3%
書籍文房具小売店	－	－	11	6,477,500	11	0.9%	6,477,500	1.0%
病院または医療機関等	－	－	105	6,223,500	105	8.4%	6,223,500	0.9%
雑貨店	2	2,933,000	29	2,850,500	31	2.5%	5,783,500	0.9%
その他サービス業	6	－	76	5,362,500	82	6.6%	5,362,500	0.8%
クリーニング・コインランドリー	－	－	30	5,175,000	30	2.4%	5,175,000	0.8%
自転車販売	－	－	11	4,702,000	11	0.9%	4,702,000	0.7%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	2	69,000	14	2,710,000	16	1.3%	2,779,000	0.4%
楽器店	－	－	2	847,000	2	0.2%	847,000	0.1%
おもちゃ・ベビー用品	－	－	3	495,000	3	0.2%	495,000	0.1%
リフォーム業	－	－	6	356,000	6	0.5%	356,000	0.1%
旅館・ホテル	－	－	3	169,000	3	0.2%	169,000	0.0%
レンタカー	－	－	1	7,500	1	0.1%	7,500	0.0%
計	62	208,078,500	1,185	458,911,000	1,247	100.0%	666,989,500	100.0%
使用率	28.2%		62.1%				90.3%	

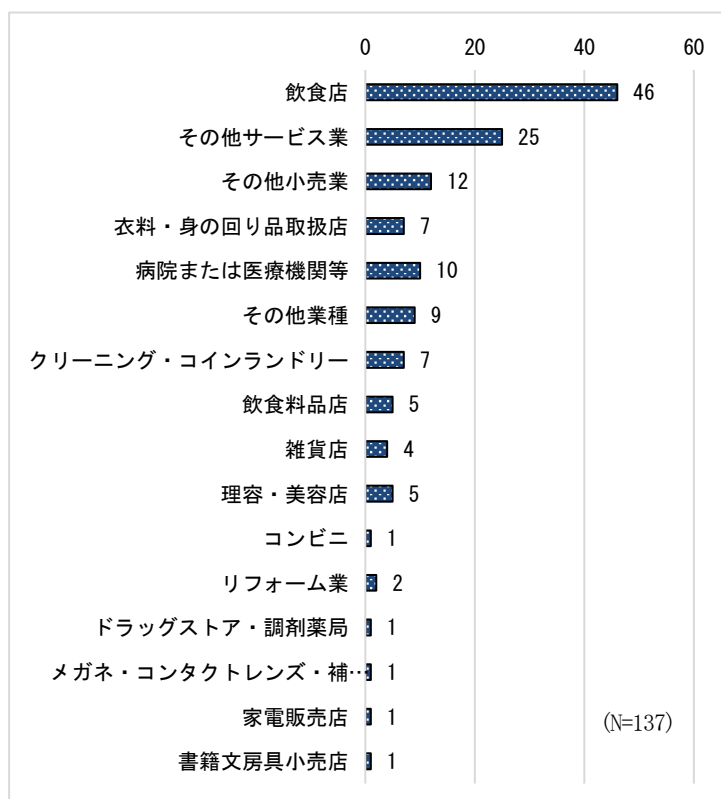
＜換金額帯別店舗数分析＞

「10万円未満」、「10万円～100万円」の換金実績店舗が多いことから、各取扱加盟店舗にて幅広く使用されたといえる。なお、「換金なし」166件のうち、27件については吉祥寺レンガ館モール内の店舗であり、レンガ館モール商店会が一括して換金を行ったため、各店舗の換金実績としては「換金なし」となっている。



＜換金なしの店舗※種別分析＞ ※大型店（29）を除く

応援券事業における「換金なし」の店舗については、飲食店や小売店が多いが、理美容業や医療・福祉などにおいても一部使用されなかったことが分かる。今後実施する場合は、加盟店の周知をより分かりやすい方法へ改善することが求められる。



事業名称	市制度融資		
実施期間	令和２年４月１日～令和３年３月３１日		
事業内容	中小規模の企業及び個人事業者に対し、事業経営に必要な資金の融資をあっせんする。 各融資については以下のとおり。（①融資限度額、①利子補給率、③信用保証料補助） 事業資金特別融資 ①1,000万円 ②1.6% ③全額補助 事業資金一般融資 ①1,250万円 ②1.0% ③1/2補助 小口零細事業資金特別融資 ①1,000万円 ②1.7% ③全額補助 小口零細事業資金一般融資 ①1,250万円 ②1.1% ③1/2補助 創業資金融資 ①運転資金500万円、設備資金800万円、併用800万円 ②1.6% ③全額補助 令和２年度は事業資金特別融資及び小口零細事業資金特別融資の利子補給率を0.1%上乗せ。 新規あっせん事業者及び既に融資の貸付を受けている事業者のうち希望した事業者を対象とした。		
人員体制	職員２名、パートナー職員１名		
根拠法令等	武蔵野市中小規模事業者事業資金融資あっせん条例 武蔵野市中小規模事業者事業資金融資あっせん条例施行規則		
実施主体	市		
対象	市内在住または市内に本店を有する中小規模事業者		
主な効果	健全な経営活動の促進を図り、産業の振興に寄与する。		
予算額	64,880千円		
決算額	65,039,183円		
成果	①	指標	融資実行実績（うち事業資金特別融資及び小口零細事業資金特別融資）
		目標	
		実績	163件、1,042,270千円（104件、698,200千円）
	②	指標	利子補給実績
		目標	
		実績	1,492件、31,130千円
	③	指標	既に特別融資の貸付を受けていた事業者のうち利子補給の上乗せを適用した事業者
		目標	
		実績	184件（対象は246件）
課題・問題点等	・既に特別融資の貸付を受けていた事業者も希望すれば利子補給率の上乗せを適用できることとしたが、別途金融機関との変更契約書の締結が必要となり、金融機関が個別に対応しなくなることや、変更契約による印紙税200円がかかるなどの問題が発生した。		
類似事業（他市事例）	特定不況対策緊急資金融資あっせん制度（三鷹市）、新型コロナウイルス緊急対策資金（青梅市）、新型コロナ等緊急対策事業資金（昭島市）新型コロナウイルス感染症対策緊急資金（小金井市）		
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☒ Twitter・Facebook ☐ むさしのFM ☐ ケーブルテレビ ☐ その他（プレスリリース、金融機関への周知）		
今後の展望	東京都や日本政策金融公庫の融資実績をふまえ、市制度融資の利子補給率や上限額、併用要件の緩和を検討		

＜月別融資あっせん件数＞

月別の融資あっせん件数は、４月～６月の件数が非常に多く、セーフティネット保証の認定件数と同様にコロナが事業者の経営に大きな影響を与えた時期であったといえる。また、令和元年度との件数比較をすると、全体数としては微増程度だが、特別枠の融資あっせん件数が、令和元年度の約３倍になっている。特別枠の融資は売上減少要件があるため、市の利子補給率や信用保証料補助の条件が一般枠の融資に比べて有利であるが、コロナ前のあっせん件数は年間４０～７０件程度であった。特別枠の融資あっせん件数の増加は、コロナ禍で売上が減少し、業況が悪化した事業者の増加を表している。

月	R2件数		R2金額 (千円)	R1件数		R1金額 (千円)
	特別	一般		特別	一般	
４	29	10	278,700	5	6	63,500
５	32	4	279,400	4	10	102,720
６	17	12	184,460	5	12	95,000
７	6	0	42,000	5	13	97,300
８	8	4	102,000	5	7	85,190
９	6	2	57,600	4	8	86,500
10	6	5	81,200	3	9	72,850
11	5	5	60,500	2	13	93,000
12	6	8	79,220	1	9	55,000
１	2	3	41,400	0	7	50,500
２	2	5	47,500	3	10	97,200
３	5	5	56,670	4	8	80,360
年計	124	63	1,310,650	41	112	979,120

＜年度別利子補給金等の比較＞

利子補給金について、令和２年度に件数が減少した要因としては、国の無利子無担保の融資制度により市制度融資の借換えを行ったものと考えられる。（借換えにより、複数の融資を１本化することで、毎月の返済額を軽減できる効果がある。）一方で、金額が増加した要因としては、新規の融資件数（特に市の利子補給率の高い特別枠の融資）が増えたことが挙げられる。

信用保証料補助について、令和２年度に件数及び金額が増加した。特別枠の融資は全額補助、一般枠の融資は２分の１補助する制度であるため、特別枠の融資件数の増加に比例して、金額も増加したといえる。

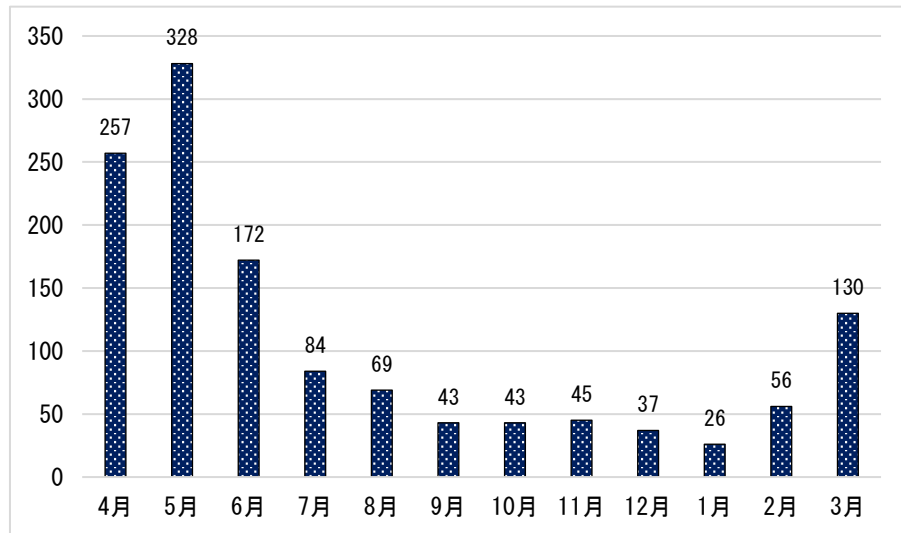
コロナの影響で業況が悪化し、市の制度融資を利用した事業者を、利子補給及び信用保証料補助により支援できたといえる。

年度	利子補給金		信用保証料補助	
	件数	金額（円）	件数	金額（円）
28	1,568	29,732,106	151	11,628,828
29	1,588	29,647,157	170	15,851,208
30	1,623	29,967,716	134	12,561,278
元（31）	1,613	28,859,546	124	12,176,221
令 2	1,492	31,130,102	170	23,128,587

事業名称	セーフティネット保証	
実施期間	①4号 新型コロナウイルス感染症指定期間：令和2年2月18日から ②5号 通年（ただし新型コロナウイルス感染症により令和2年5月から全業種指定） ③危機関連保証 新型コロナウイルス感染症指定期間：令和2年2月1日から	
事業内容	セーフティネット保証とは、中小企業信用保険法で定める要因により経営の安定に支障が生じている中小企業者に対し、信用保証協会を通じて保証限度額の別枠化することで資金調達の円滑化を図る制度。 令和2年から新型コロナウイルス感染症が指定されたため、市が認定書の発行業務を行った。	
人員体制	職員2名、パートナー職員1名	
根拠法令等	中小企業信用保険法	
実施主体	市	
対象	最近1か月及び最近1か月の後2か月間を含む3か月間の売上が前年同期または前々年同期 ^{※1} と比較して減少 ^{※2} 、見込まれる事業者 ※1 前年同期がコロナの影響を受けている場合は前々年との比較が可能 ※2 売上の減少率の要件はそれぞれ①20%以上、②5%以上、③15%以上	
主な効果	・信用保証協会に融資を申込み際に、別枠の保証が可能となる。 ・国や東京都等の融資制度（①～③の認定書が要件）の申込が可能となる。	
予算額	なし	
決算額	なし	
成果	指標	認定件数
	目標	
	実績	①877件 ②161件 ③252件
課題・問題点等	・直接窓口での申請が多かったため、窓口体制の構築と、感染拡大防止策の徹底が求められた。 ・申請書類に不備があった場合は認定までに時間がかかった。	
広報手段	☒ 市報 ☒ ホームページ、 ☐ Twitter・Facebook ☐ むさしのFM ☐ ケーブルテレビ ☒ その他（市内金融機関等）	
今後の展望	・新型コロナによる指定期間について、4号は3か月ごと、危機関連保証は6か月ごとに延長が続いている。5号の全業種指定については令和3年7月31日までの予定となっている。 ・資金調達を終えた事業者が増えたことに加え、民間金融機関における国の無利子無担保の融資制度が終了したこともあり、今後の申請件数は減少傾向となることが見込まれる。	
備考	1号：連鎖倒産防止 2号：取引先企業のリストラ等の事業活動の制限 3号：突発的災害（事故等） 4号：突発的災害（自然災害等） 5号：業況の悪化している業種（全国的） 6号：取引金融機関の破綻 7号：金融機関の経営の相当程度の合理化に伴う金融取引の調整 8号：金融機関の整理回収機構に対する貸付債権の譲渡	

＜月別認定件数＞

月別の認定件数から、4月・5月の認定件数が突出して多いことが分かる。これは、緊急事態宣言等の影響が大きいと考えられる。6月以降の認定件数は比較的落ち着いていたが、翌年3月に再度認定件数が増えた。これは、1月から発出された緊急事態宣言が延長されたことや民間金融機関における国の無利子無担保の融資制度が3月末で終了することによるものと考えられる。



＜業種別分析＞

業種別分析では、飲食サービス業や小売業等の対面でサービスを行う業種の認定件数が多く、認定要件が売上減少率20%以上と最も厳しい「4号認定」においては、50%以上売上が減少している業種も多いことが分かる。通常営業が出来ず、先の見通しが立たない局面において、手元に資金を確保しておきたいという借入需要が高まった。一方で、国や東京都の給付金だけで資金を確保するのは難しいことから、市独自でも引き続き事業継続支援を検討していく必要がある。

業種(大分類)	4号認定		5号認定		危機関連保証	
	平均減少率	件数	平均減少率	件数	平均減少率	件数
サービス業	62.8	36	24.2	5	40.8	5
宿泊・飲食サービス業	54.7	180	32.2	25	47.5	53
生活関連サービス業	46.1	73	24.4	14	43.9	21
専門・技術サービス業	61.7	101	34.1	8	53.5	20
複合サービス業	21.5	2	7.8	2	—	—
医療・福祉	43.2	57	27.4	10	33.7	13
運輸業	46.9	16	—	—	20.6	1
卸売・小売	51.7	164	27.7	30	49.1	44
教育・学習支援	50.1	20	10.0	4	37.5	7
金融・保険	43.0	1	—	—	—	—
建設業	56.1	77	34.0	16	44.9	26
娯楽業	67.4	17	—	—	17.0	2
情報通信業	58.9	28	41.6	7	53.9	3
製造業	39.4	15	33.7	9	37.2	6
不動産業	54.9	89	38.4	30	58.5	51
物品賃貸業	86.0	1	5.0	1	—	—
総計	52.8	877	26.2	161	41.4	252

＜参考資料＞

武蔵野市くらし地域応援券
事業業務委託

＜実施報告書(一部抜粋)＞
(武蔵野商工会議所)

1 事業概要

1-1 事業趣旨

市民の生活支援および市内事業者支援を目的に、武蔵野商工会議所・武蔵野市では、地域の商店等において使用できる応援券を発行。

応援券は金券でなく、税込 1,000 円のお買い物ごとに 1 枚使用できる割引券（最大 50%引）。武蔵野市在住市民（一人 1 冊）送付。

1-2 事業概要

名称	武蔵野市くらし地域応援券（発行：武蔵野商工会議所・武蔵野市）
発行額	7 億 4,000 万円
発行冊数	総数 148,000 冊
綴り構成	1 冊額面 500 円 10 枚綴り割引券（1,000 円のお買い物ごとに 1 枚使用可） ※最大 50%割引 券面内訳：A 券 4 枚、B 券 6 枚 ※A 券：全ての取扱加盟店使用可 B 券：大型店を除く取扱加盟店使用可
使用期間	令和 3 年 2 月 20 日（土）～令和 3 年 3 月 31 日（水）
換金期間	令和 3 年 2 月 22 日（月）～令和 3 年 4 月 16 日（金）
配布対象者	武蔵野市在住市民（令和 3 年 1 月 1 日を基準日とする） 一人 1 冊
発送方法	世帯ごとに特定記録にて郵送（発送データは武蔵野市が提供）
使用方法	税込 1,000 円以上のお買い物で 1 枚使用できる割引券（1 回で複数枚使用可）
取扱加盟店	700 店舗想定 小売業・宿泊業・飲食店・生活関連サービス等の業種で市内中小企業・小規模事業者及び個人事業主を想定

【応援券の対象にならないもの】

- (1) 換金性の高いもの（商品券、ビール券、お米券、図書券、旅行券、共通入浴券、文具券、ギフト券、店舗が独自に発行する商品券、切手、官製はがき、収入印紙、電子マネーのチャージ、プリペイドカード、各種乗車券・乗船券・搭乗券、金、プラチナ、銀等）
- (2) 性風俗関連特殊営業等への支払い
- (3) 資産性の高いもの（不動産、自動車、金融商品等）
- (4) 国や地方公共団体への支払い、公共料金
- (5) 応援券の発行趣旨にそぐわないもの
- (6) その他、武蔵野商工会議所が応援券の使用対象として適切と認めないもの

武蔵野商工会議所、武蔵野市、取扱加盟店、使用対象者様の利便性を高め、武蔵野市くらし地域応援券の一連の業務を円滑に進めた。



JTBにより、各社のプラットフォーム機能にて事務局業務の管理を一元化することにより業務効率が向上した。煩雑な業務となる加盟店管理も地域のJTB 東京多摩支店が武蔵野商工会議所と連携させて頂き、地元の支店ならではのネットワークで実施した。



1-5 事業業務分担

J T B 東京多摩支店	●主催者である武蔵野商工会議所様、武蔵野市様との窓口 ●実施運営事務局業務（事業全体計画の策定） ●本事業における広報計画～実施に関する業務全般 ●マニュアル作成（金融機関向け、取扱加盟店向け） ●金融機関との依頼～決定～契約・口座開設・解約、換金原資管理 ●取扱加盟店の換金管理、換金精算データ作成 ●各関係機関との調整 ●取扱加盟店・金融機関へ各種資料発送 ●応援券の保管・在庫管理 ●使用済み応援券の廃棄処理 ●ポータルサイト・使用対象者向けホームページの開設 ●ポータルサイト・使用対象者向けホームページの更新管理
【精算】 各金融機関 商店街（会）事務所 武蔵野商工会議所 J T B 東京多摩支店	●取扱加盟店の換金（振替・振込・現金手渡し） ●JTB 事務局確認のもと、各金融機関を通じて取扱加盟店への送金
【電話対応】 J T B 東京多摩支店	●コールセンターの設置・オペレーター管理 （使用対象者・取扱加盟店・販売店）
【分析・報告】 J T B 東京多摩支店 JTB データサービス	●本事業における取扱加盟店へアンケートの実施・集計 ●終了後、実施結果がわかるよう、報告書の作成

1-6 事業スケジュール

	事務局	ツール等	市役所	使用	換金	取扱加盟店
11月						
12月						
1月	武蔵野市くらし地域応援券事務局 (JTB東京多摩支店)	各種マニュアル・ポスター・ ステッカー等制作 金融機関・ 取扱加盟店・ 各種資料 送付	応援券の制作・納品		金融機関 換金契約・口座開設	募集チラシ 制作・発送 取扱加盟店 募集
2月	ホームページ開設 コールセンター		全戸 配布	令和3年2月20日～3月31日 応援券使用期間	令和3年2月22日～4月16日 応援券換金期間	取扱加盟店 追加募集
3月						
4月						アンケート

2 実施概要

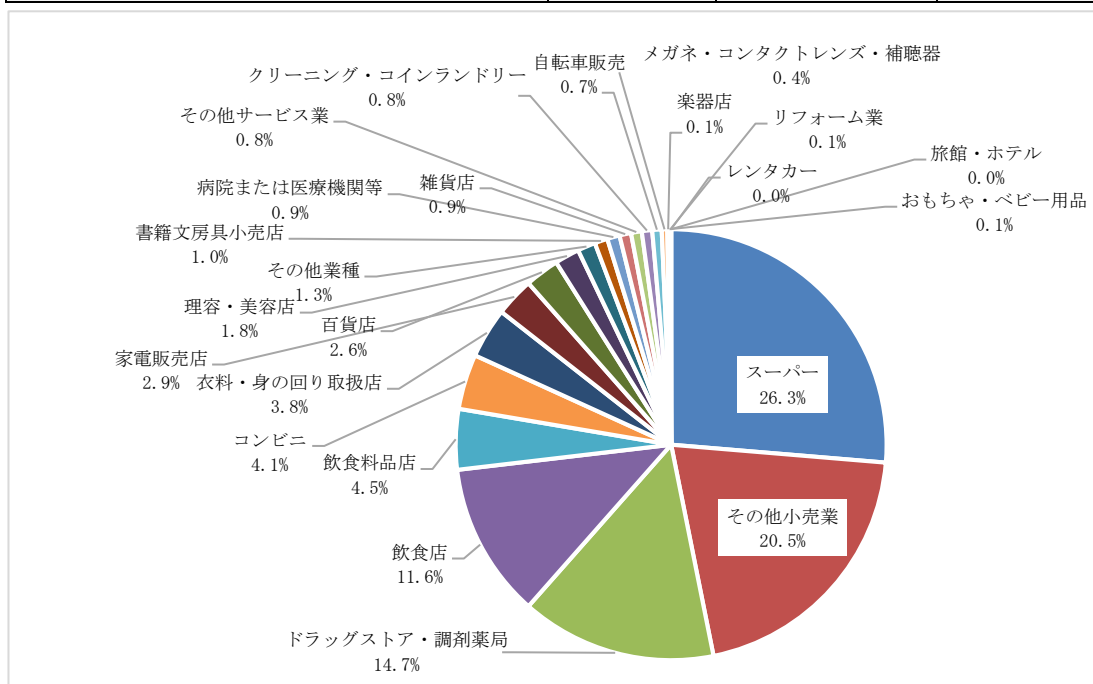
2-1 実施結果

(1) 取扱加盟店

地域における消費を喚起・下支えすることを図るため、小売業・宿泊業・飲食店・生活関連サービス等の業種で市内中小企業・小規模事業者及び個人事業主を登録対象とした。

＜業種別換金実績＞

業種	枚数	換金額	割合
スーパー	351,173	¥175,586,500	26.3%
その他小売業	273,703	¥136,851,500	20.5%
ドラッグストア・調剤薬局	195,725	¥97,862,500	14.7%
飲食店	155,043	¥77,521,500	11.6%
飲食料品店	60,462	¥30,231,000	4.5%
コンビニ	55,132	¥27,566,000	4.1%
衣料・身の回り品取扱店	50,276	¥25,138,000	3.8%
家電販売店	38,869	¥19,434,500	2.9%
百貨店	34,230	¥17,115,000	2.6%
理容・美容店	24,663	¥12,331,500	1.8%
その他業種	17,948	¥8,974,000	1.3%
書籍文房具小売店	12,955	¥6,477,500	1.0%
病院または医療機関等	12,447	¥6,223,500	0.9%
雑貨店	11,567	¥5,783,500	0.9%
その他サービス業	10,725	¥5,362,500	0.8%
クリーニング・コインランドリー	10,350	¥5,175,000	0.8%
自転車販売	9,404	¥4,702,000	0.7%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	5,558	¥2,779,000	0.4%
楽器店	1,694	¥847,000	0.1%
おもちゃ・ベビー用品	990	¥495,000	0.1%
リフォーム業	712	¥356,000	0.1%
旅館・ホテル	338	¥169,000	0.0%
レンタカー	15	¥7,500	0.0%
総計	1,333,979	¥666,989,500	100.0%



(2) 換金取次機関

市内の金融機関 11 箇所、商店街（会）事務所 5 箇所と武蔵野商工会議所にて換金取次を行った。

○換金機関一覧

【金融機関】

換金依頼後、5 営業日以内に取扱加盟店の指定口座に JTB 口座から振替入金。

換金取次金融機関名	対応曜日・時間	換金条件
みずほ銀行 吉祥寺支店	火・水・木 09:00～14:00 ※月・金・土・日・祝日は不可	・申込時に申請をした金融機関が対象となります。 ・大型店の換金は致しません。 ・1 回当りの入金枚数の上限を 2,000 枚とします。 ・1 回当り 1,000 枚以上を換金する場合、事前予約を要します。
三菱UFJ 銀行 吉祥寺支店・吉祥寺駅前支店		
三井住友銀行 吉祥寺支店		
西武信用金庫 吉祥寺支店	月～金 09:00～15:00 ※土・日・祝日は不可	
西武信用金庫 武蔵境支店		
多摩信用金庫 成蹊学園前支店		
多摩信用金庫 武蔵境南口支店		
多摩信用金庫 武蔵野支店		
多摩信用金庫 吉祥寺支店		
多摩信用金庫 境支店		
JA 東京むさし 武蔵野支店	月～金 09:00～14:00 ※土・日・祝日は不可	

【商店街（会）事務所】

商店街・商店会名	対応曜日・時間	換金条件
吉祥寺サンロード商店街振興組合	それぞれの加入商店街により異なる。	・それぞれの商店街に加入をしている組合員・会員のみ換金の対象となります。
ダイヤ街商店協同組合		
吉祥寺平和通り商店会協同組合		
武蔵野市中央地区商店連合会	月・火・水・金 10:00～16:00 木・土・日・祝日は不可	・1 回当りの入金枚数の上限を 2,000 枚とします。 ・1 回当り 1,000 枚以上を換金する場合、事前予約を要します。
武蔵境駅前商店街協同組合	月・火・水・金 12:00～16:00 木・土・日・祝日は不可	

【商工会議所】

換金依頼後、約 2 週間後に取扱加盟店の指定口座に JTB 口座から振込。

機関名	対応曜日・時間	換金条件
武蔵野商工会議所	月～金 09:00～15:00 土・日祝日は不可	・大型店及び指定の金融機関口座をお持ちでない方が対象となります。 ・1 回当りの入金枚数の上限を 2,000 枚とします。 ・1 回当り 1,000 枚以上を換金する場合、事前予約を要します。

(3) コールセンター

コールセンター機能を事務局内に設置して対応した。

<コールセンター入電数>

		12月	1月	2月	3月	4月	合計
時間別 入電数	9時台	8	27	249	41	16	341
	10時台	9	38	187	49	13	296
	11時台	9	48	178	49	9	293
	12時台	7	26	133	35	7	208
	13時台	15	27	157	28	4	231
	14時台	14	45	153	40	6	258
	15時台	9	42	147	36	5	239
	16時台	10	45	164	34	8	261
	17時台	9	24	113	10	6	162
対象	販売店	0	1	1	1	0	3
	取扱加盟店	90	297	376	97	52	912
	対象者	0	23	1,099	211	6	1,339
	金融機関	0	1	5	12	15	33
	その他	0	0	0	1	1	2
内容 種別	問合せ	89	321	1,425	315	72	2,222
	シグナル	1	1	56	6	1	65
	その他	0	0	0	1	1	2
入電合計		90	322	1,481	322	74	2,289

○月別主な問合せ内容

月	件数	概要	内容詳細
12月	87	加盟について	・加盟店申込書の記入方を詳しく知りたい。 ・加盟店申込書の FAX 着信確認をしたい。
	1	換金について	・応援券の換金の手順について知りたい。
	2	その他	・加盟店申込書を郵送して欲しい。
1月	278	加盟について	・加盟店申込書の記入方を詳しく知りたい。 ・加盟店申込書の FAX 着信確認をしたい。 ・加盟店申込書に掲載されている銀行口座を持っていないが、新たに口座を開設しないといけないのか。
	20	応援券詳細	・応援券の配布日はいつか。 ・応援券の詳細について知りたい。
	6	申込後の変更依頼	
	4	加盟店・一覧について	・加盟店を検索して欲しい。
	3	換金について	・大東京信用組合の口座しかない、加盟できないのか。 ・応援券の換金を隣の店に依頼してもよいのか。 ・換金の手順について確認したい。
	3	加盟店送付物関連	・応援券のマニュアル等はいつ届くのか。
2月	144	応援券詳細	・応援券は家族全員分をまとめて使用できるか。 ・応援券は最大何枚まで使用できるのか。 ・応援券の郵送は手渡しなのか。 ・加盟店が受取った応援券の裏面には全てハンコが必要か。 ・応援券はいつから使用できるのか。 ・応援券の A 券と B 券の違いは何か。 ・応援券を紛失してしまったので再発行して欲しい。 ・加盟店で領収書を発行する場合は、どうするのか。
	637	応援券送付関連	・4 人家族なのに、1 人分しか応援券が届いていない。 ・応援券はいつ届くのか。 ・親族の応援券を転送して欲しい。 ・加盟店のマニュアル等の発送日を知りたい。
	237	応援券使用方法	・加盟店で発行されている回数券に使用できるか。 ・ゴミ袋に使用できるか。 ・タバコに使用できるか。 ・応援券使用時に残金をクレジットカードで支払えるか。 ・どの加盟店でも応援券使用時に残金を現金以外で支払えるのか。 ・医療保険のものに、応援券は使用できるのか。
	194	加盟について	・加盟店申込書の記入方を詳しく知りたい。 ・加盟店申込書の FAX 着信確認をしたい。 ・加盟店申込書に掲載されている銀行口座を持っていないが、新たに口座を開設しないといけないのか。
	106	加盟店・一覧について	・加盟店を検索して欲しい。 ・HP の加盟店検索方法を知りたい。 ・加盟店一覧表はどこで配布しているのか。
3月	92	応援券使用方法	・応援券の詳細を知りたい。 ・応援券を使用しないので、返金して欲しい。 ・2000 円の品に割引券を使用して 900 円になった場合、応援券は使用できるか。
	54	応援券送付関連	・応援券はどういう基準で郵送されるのか。 ・応援券が届かない。

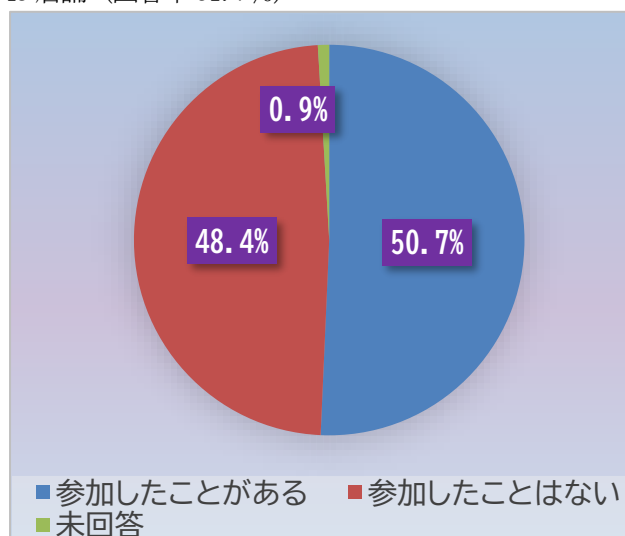
月	件数	概要	内容詳細
4月	52	換金について	・応援券換金について知りたい。 ・加盟店が受取った応援券の裏面には全てハンコが必要か。 ・一度に換金できるのは最大何枚までか。 ・登録証に記載された以外の銀行で換金したい。 ・商工会議所での換金予約をしたい。 ・登録した換金する銀行を変更したい。
	44	加盟店・一覧について	・加盟店を検索して欲しい。 ・加盟店一覧表はどこで配布しているのか。
	26	加盟について	・加盟店申込書を郵送して欲しい。 ・インターネットからの加盟店申込方法を詳しく知りたい。 ・加盟店申請承認後の流れを知りたい。 ・加盟店申込書のFAX 着信確認をしたい。 ・商工会議所換金に必要な委任状の記入が一部分からない。
	65	換金について	・応援券換金について知りたい。 ・一度に換金できるのは最大何枚までか。 ・加盟店が受取った応援券の裏面には全てハンコが必要か。 ・登録しているメガバンクで換金期間終了したが、換金漏れがあったので換金できないか。 ・換金原資が不足している、または不足しそう。
	3	応援券詳細	・使用期間が短い。 ・応援券を配布していただきありがとうございます。
	2	応援券使用方法	・使用期間が終了したが、まだ応援券が残っている。
	1	取扱店・一覧について	・使用期限を知りたい。
	1	使用方法について	・期間終了後、換金依頼書・ステッカーなどは破棄してよいか。

3 取扱加盟店 アンケート

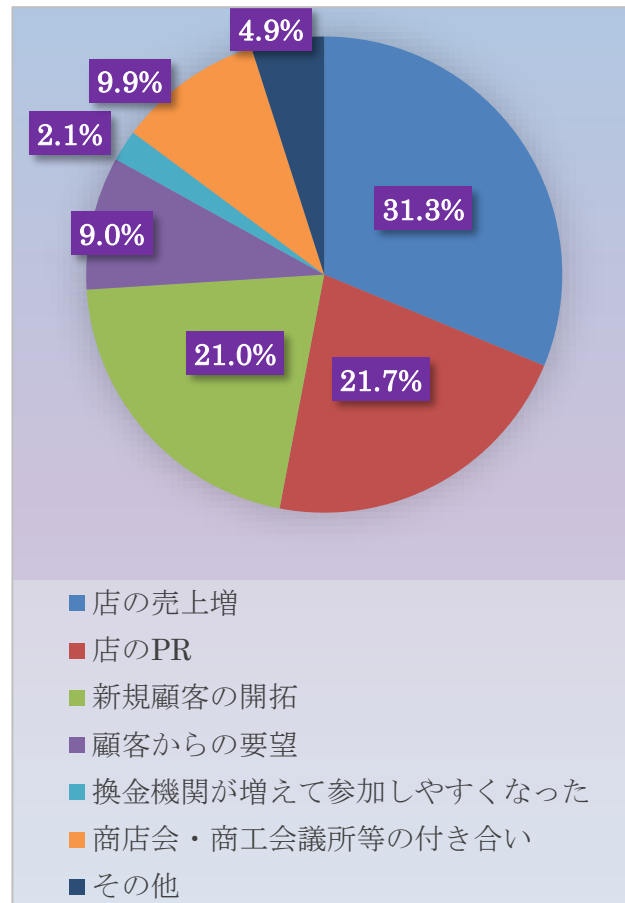
アンケート依頼 1,243 店舗

FAX 回答 453 店舗、WEB 回答 190 店舗 (4/22 現在) = 回答 643 店舗 (回答率 51.7%)

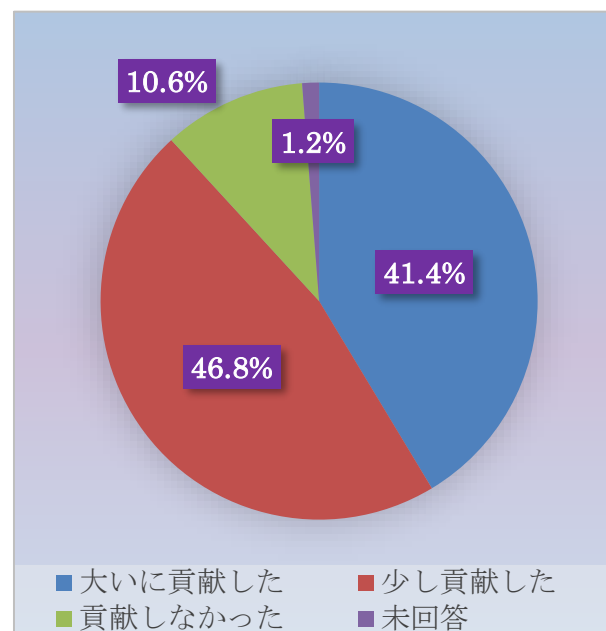
Q1	これまでプレミアム付商品券等の類似事業に参加したことがありますか？	回答数	割合
1	参加したことがある	326	50.7
2	参加したことはない	311	48.4
0	未回答	6	0.9
	合計	643	100



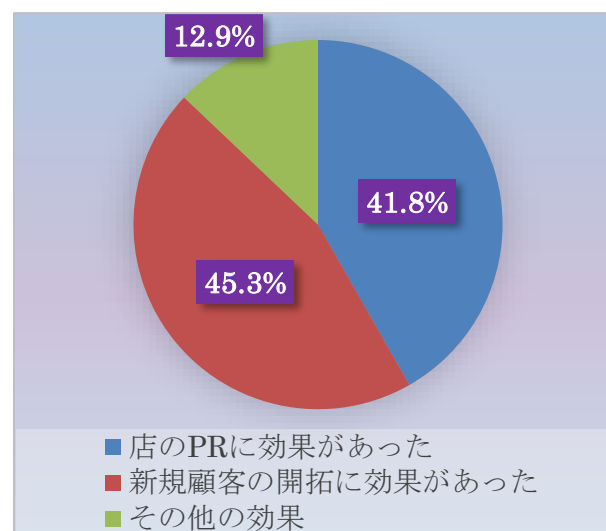
Q2	くらし地域応援兼事業に参加した理由は何ですか？ (複数回答可)	回答のべ数	割合
1	店の売上増	411	31.3
2	店のPR	286	21.7
3	新規顧客の開拓	276	21.0
4	顧客からの要望	119	9.0
5	換金機関が増えて参加しやすくなった	28	2.1
6	商店会・商工会議所等の付き合い	130	9.9
7	その他	65	4.9
	合計	1,315	100



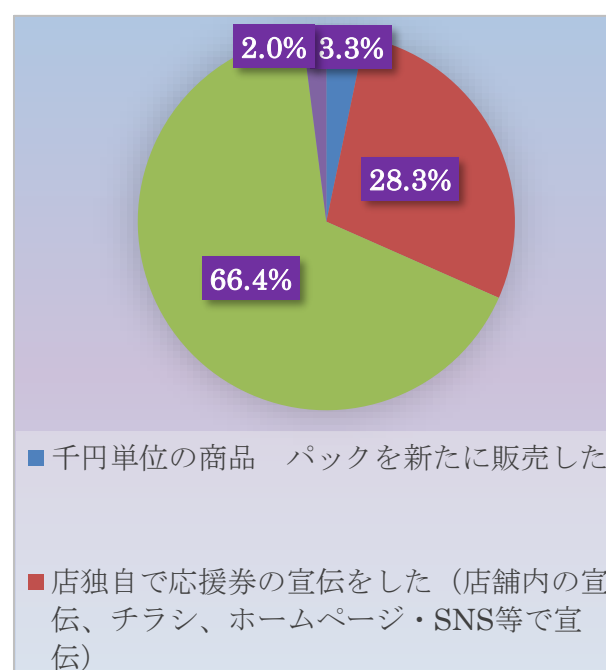
Q3	くらし地域応援券はあなたの店舗の売上に貢献したと思いますか？	回答数	割合
1	大いに貢献した	266	41.4
2	少し貢献した	301	46.8
3	貢献しなかった	68	10.6
0	未回答	8	1.2
	合計	643	100



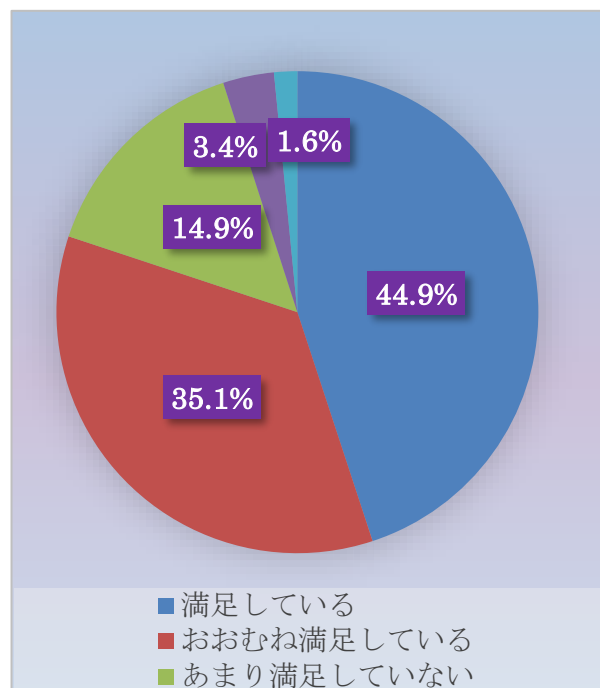
Q4	売上高以外でくらし地域応援券の効果はありましたか？（複数回答可）	回答のべ数	割合
1	店のPRに効果があった	291	41.8
2	新規顧客の開拓に効果があった	316	45.3
3	その他の効果	90	12.9
	合計	697	100



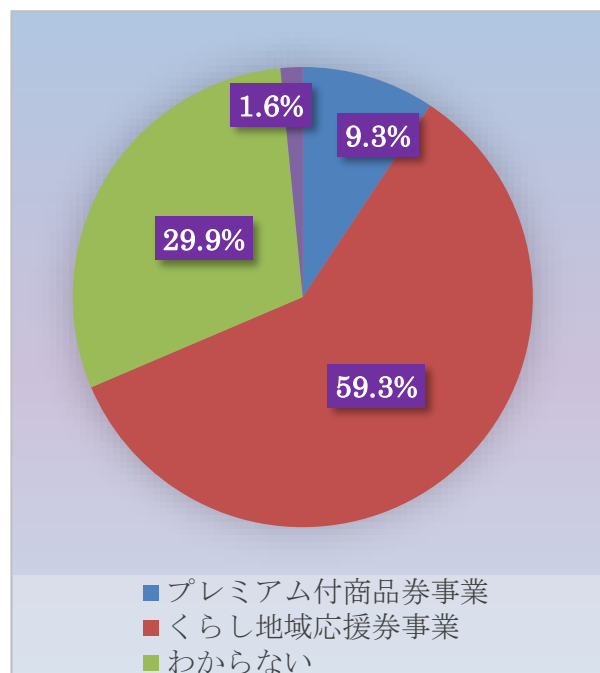
Q5	くらし地域応援券の使用開始に合わせ、独自の取組みをしましたか？（複数回答可）	回答のべ数	割合
1	千円単位の商品 パックを新たに販売した	21	3.3
2	店独自で応援券の宣伝をした（店舗内の宣伝、チラシ、ホームページ・SNS等で宣伝）	182	28.3
3	特になし	426	66.4
4	その他	13	2.0
	合計	642	100



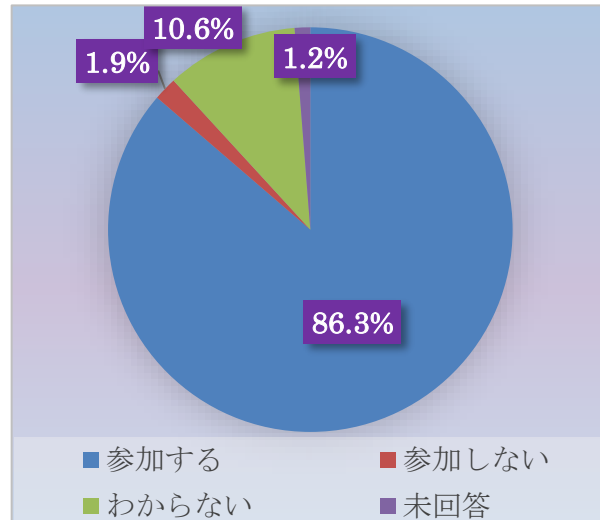
Q6	くらし地域応援券の換金体制について	回答数	割合
1	満足している	289	44.9
2	おおむね満足している	226	35.1
3	あまり満足していない	96	14.9
4	満足していない	22	3.4
0	未回答	10	1.6
	合計	643	100



Q7	プレミアム付商品券事業とくらし地域応援券事業のどちらが武蔵野市の経済の活性化に効果があると思いますか？	回答数	割合
1	プレミアム付商品券事業	60	9.3
2	くらし地域応援券事業	381	59.3
3	わからない	192	29.9
0	未回答	10	1.6
	合計	643	100



Q8	今後、同様の事業があれば参加しますか？	回答数	割合
1	参加する	555	86.3
2	参加しない	12	1.9
3	わからない	68	10.6
0	未回答	8	1.2
	合計	643	100



4 事業の分析・まとめ

(1) 準備

JTB のプラットフォームを活用し、JTB 東京多摩支店で事務局業務の管理を一元化することにより業務効率が向上させ、準備期間を短縮し運営体制を整えることができた。

煩雑な業務となる加盟店管理も武蔵野商工会議所と JTB 東京多摩支店が連携し、JTB のプラットフォームを活用し、地元ならではのネットワークで実施した。このことにより、想定以上の店舗様にご加盟いただいた。

【課題・改善点など】

応援券の配布から使用開始まで短期だったため、使用開始までに応援券が届いていない旨の問合せが多数あったが、一方で即日使用できないとお声もあり。

また1通3人分までの送付のため、4人以上世帯だと到着日がずれた事による問合せが多数あった。同世帯だが次の封筒が到着するまで1週間以上かかった場合もあり、ご心配による問い合わせが多かった。

(2) 実施期間中

想定以上の店舗様にご加盟いただいた事により、市民の方々への利便性が高まり、地域における消費を喚起・下支えに貢献した。

取扱加盟店様の売上増やPRに貢献できた。

市民の方から事業実施について御礼の電話をいただいた。

【課題・改善点など】

使用期間が短いとのご意見もあり。

(3) 換金

武蔵野市内の各金融機関様にご協力をいただき、JTB 東京多摩支店にて口座開設し、換金の際に各取扱加盟店様の口座に迅速に入金を行うことができた。

【課題・改善点】

取扱加盟店登録時、指定金融機関の他支店口座登録可が周知されておらず、登録についての問合せが多数あった。

使用期間終了後に1度のみ換金している取扱加盟店がかなりあった。

1度の換金限度2,000枚は少ないとのご意見あり。

令和 2 年度緊急経済対策
効果検証等結果報告書

令和 3 (2021) 年 9 月発行

編集 武蔵野市 市民部 産業振興課

TEL : 0422-60-1832 (直通)