

## 瑞穂町の産業振興に関するアンケート調査【結果報告書】（概要版）

## 1. 調査の実施概要

## (1) 調査の種類と実施概要

- ①事業所用調査・・・1,740件対象、令和3年6月18日（金）～7月2日（金）、郵送法
- ②町民用調査・・・1,000件対象、令和3年6月18日（金）～7月2日（金）、郵送法

## (2) 回収数と回収率

- ①事業所用調査・・・561件、回収率32.2%
- ②町民用調査・・・418件、回収率41.8%

## 2. 調査結果について

## (1) 事業所用調査

## ■対象・属性【問1～問4】

---

⇒設立から30～40年、株式会社、製造業、単独事業所が多い状況

- 事業所の設立年についてみると、「1980～1999年」が31.7%と最も多い（設立から30～40年）。
  - 事業所の経営形態は、「株式会社」が41.7%と最も多く、次いで「有限会社」が28.5%、「個人事業主」が25.5%となっている。
  - 事業所の業種は、「製造業」が31.2%と最も多く、次いで「建設業」が19.3%、「小売業」が16.0%となっている。
  - 事業所についてみると、「単独事業所（他の場所に本社、支社、工場を持たない、または左記すべて町内にある）」が66.8%と最も多い。
- 

## ■代表者の年齢と事業承継（後継者）について【問6、問16】

---

⇒代表者の年齢は50歳代が多い。事業承継については「まだ考えていない」の割合が多いものの、規模の小さい事業所では「今の代でやめたい」という意見が多く、規模の大きい事業所では「後継者が決まっている」傾向がうかがえる

## &lt;①代表者の年齢&gt;

- 事業所の代表者の年齢についてみると、「50歳代」が28.3%と最も多く、次いで「70歳代以上」が27.3%、「60歳代」が22.3%となっている。

## &lt;②事業承継（後継者）について&gt;

- 事業所の事業承継（後継者問題）についてみると、「まだ考えていない」が29.2%と最も多く、次いで「後継者が決まっている」が23.9%、「先行きがみえないで今の代でやめたい」が15.5%
-

---

となっている。

- 業種別にみると、製造業では「まだ考えていない」が32.0%、「後継者が決まっている」が21.1%の順に多くなっており、商業・サービス業では「まだ考えていない」が29.4%、「先行きが見えないで今の代でやめたい」が20.0%の順で多くなっている。
  - 従業員規模や売上が小さい事業所ほど、「先行きが見えないで今の代でやめたい」の割合が高く、従業員規模や売上が大きい事業所ほど、「後継者が決まっている」の割合が高い傾向がある。
- 

#### ■事業所の経営状況（コロナの影響）【問7、問8】

---

⇒約6割の事業所でコロナによる経営へのダメージを受けている

- 2017年～2019年の売上傾向についてみると、「横ばい」が47.2%と最も多く、次いで「減少傾向」が30.3%、「増加傾向」が18.0%となっている。
  - 2017年～2019年の売上傾向は、事業所の規模や年間売上が大きくなるにつれ「増加傾向」が高くなる傾向がある。
  - 新型コロナウイルスによる緊急事態宣言発出以降とそれ以前を比較した売上傾向の変化についてみると、『増加（「大幅に増加した」と「増加した」の計）』は7.1%、「変わらない」が27.5%、『減少（「減少した」と「大幅に減少した」の計）』が58.3%となっている。
  - 従業員規模や売上が小さい事業所ほど、コロナにより売上が『減少』したと感じている。
  - 業種別にみると、コロナ以前の売上高と比べて、製造業では「21～30%」減少したと回答した事業所が23.8%、商業・サービス業では「31～50%」減少したと回答した事業所が27.3%で最も多くなっている。
- 

#### ■原材料・部品等の仕入先の地域と顧客・販売先の地域（国内）【問10】

---

⇒原材料等の町内調達率は約2割、顧客・販売先が町内対象の事業所は約4割

<①原材料・部品等の仕入先の地域>

- 【国内】での原材料・部品等の仕入先の地域についてみると、「その他多摩地域（東京都下）」が38.7%と最も多く、次いで「東京都内（23区）」が27.3%、「瑞穂町」が24.8%となっている。
- 業種別にみると、製造業では「その他多摩地域（東京都下）」が47.4%、商業・サービス業では「その他多摩地域（東京都下）」が31.9%と最も多くなっている。
- 従業員規模・売上が大きい事業所ほど、町外調達率が高くなっており、小さい規模の事業所ほど、町内を対象としている傾向がある。

<②顧客・販売先の地域>

- 【国内】での顧客・販売先の地域についてみると、「その他多摩地域（東京都下）」が42.6%と最も多く、次いで「瑞穂町」が38.3%、「東京都内（23区）」が22.3%となっている。
  - 業種別にみると、商業・サービス業で「瑞穂町」が58.1%と、製造業と比べ35.8ポイント高くなっている。
  - 事業所の従業員規模・売上が大きい事業所ほど、町外を対象とする割合が高くなっており、小規模の事業所ほど、町内を対象としている傾向がある。
-

## ■販路開拓【問 11】

⇒販路を開拓している事業所は製造業で約3割、商業・サービス業では約2割。特に規模の大きい事業所で「開拓している」割合が多い。

- 従来とは別の新たな販路開拓の状況についてみると、「開拓する予定はない」が42.1%と最も多くなっている。
- 業種別にみると、製造業では「開拓している」が33.7%で最も多く、商業・サービス業では「開拓する予定はない」が47.5%で最も多くなっている。
- 従業員規模や売上が大きい事業所ほど、販路開拓について『開拓している』と回答した割合が高くなっている。

## ■事業所の強み・セールスポイント、期待されていること【問 12、問 13】

⇒事業所の強みやセールスポイントは「熟練技能者による技術力」「短納期対応力」「少量・変種対応力」、顧客などから期待されていることは「品質の向上」「短納期への対応」「低コストへの対応」が多くなっている。

### <①強み・セールスポイント>

- 事業所の強み・セールスポイントについてみると、「熟練技能者による技術力」が40.8%と最も多く、次いで「短納期対応力」が29.6%、「少量・変種対応力」が26.2%となっている。
- 業種別にみると、製造業では「短納期対応力」「熟練技能者による技術力」「少量・変種対応力」が4割を超えており、商業・サービス業では「販売力」「熟練技能者による技術力」「少量・変種対応力」「価格競争力」「短納期対応力」「ブランド力」が2割を超えている。
- 従業員の規模別にみると、どの階層でも「熟練技能者による技術力」が4割を超えている。
- 年間売上高別にみると、「熟練技能者による技術力」「短納期対応力」「少量・変種対応力」はすべての事業所で高くなっているが、3億円以上の事業所では「企画・開発力」「販売力」「ブランド力」が2割を超えており、幅広い強みやセールスポイントがあることがわかる。

### <②顧客や販売先から期待されていること>

- 顧客・販売先から期待されていることについてみると、「品質の向上」が40.6%と最も多く、次いで「短納期への対応」が39.8%、「低コストへの対応」が36.4%となっている。
- 業種別にみると、製造業では「短納期への対応」が65.1%、「品質の向上」が53.7%、「少量・変種対応」が52.0%と5割を超えており、商業・サービス業では「品質の向上」が39.4%、「低コストへの対応」が38.8%、「短納期への対応」が29.4%と2割を超えている。
- 従業員の規模別にみると、「量産への対応」「品質の向上」「新技術の開発・提案」については、事業所の従業員規模が大きくなるにつれ高くなっている傾向がある。
- 年間売上高別にみると、3億円以上の事業所では、「量産への対応」「新製品の開発・提案」「新技術の開発・提案」「経営の安定」等、売上が比較的小さい事業所よりも割合が高い。

## ■経営上の課題【問 14】

⇒経営上の課題は「従業員の高齢化」「人材確保」「事業承継（後継ぎ）」が多い。

- 事業所の経営上の課題についてみると、「従業員の高齢化」が38.5%と最も多く、次いで「人材

---

確保」が30.5%、「事業承継（後継ぎ）」が23.4%となっている。

- 業種別にみると、製造業では「従業員の高齢化」「人材確保」「事業承継（後継ぎ）」の順に高くなっている。商業・サービス業では「従業員の高齢化」「販売力・営業力の低下・不足」「人材確保」の順に高くなっている。
  - 従業員の規模別にみると、規模が小さい事業所では「従業員の高齢化」「事業承継（後継ぎ）」「人材確保」「販売力・営業力の低下・不足」の順に多くっており、大きい規模の事業所では「人材確保」「従業員の高齢化」「コスト削減」「人材教育」の順に多くになっている。
  - 年間売上高別にみると、売上高が小さい事業所では「従業員の高齢化」「事業承継（後継ぎ）」「販売力・営業力の低下・不足」「施設・設備の老朽化」の順に多くっており、大きい規模の事業所では従業員の高齢化」「人材確保」「コスト削減」「人材教育」の順に多くになっている。
- 

#### ■DX（デジタルトランスフォーメーション）について【問15】

---

⇒事業所のDX対応における課題は「DXに取り組んでいないため分からない」「デジタル化が可能な業務が少ない」となっている。

- 事業所のDX対応における課題についてみると、「DXに取り組んでいないため分からない」が33.5%と最も多く、次いで「デジタル化が可能な業務が少ない」が28.9%、「従業員のITの知識・活用能力が不十分である」が15.7%となっている。
  - 業種別にみると、製造業では「デジタル化が可能な業務が少ない」が37.7%と、商業・サービス業と比べ9.0ポイント高くなっている。
  - 従業員規模や売上高別にみると、「DXを推進するための既存システムの改修の負担が大きい」「従業員のITの知識・活用能力が不十分である」については、規模などが大きくなるにつれ割合が高くなっている。
- 

#### ■今後の経営方針について【問17】

---

⇒今後の経営方針は「現状維持したい」が最も多く、比較的、規模が大きい事業所では「人員拡大」「販路・商圏拡大」「品質向上」「新規事業開発」等への意向が伺える。

- 今後の経営方針についてみると、「現状維持したい」が38.1%と最も多く、次いで「販路・商圏拡大」「品質向上」が22.8%、「人員拡大」が21.9%となっている。
  - 業種別にみると、製造業では「現状維持したい」「品質向上」「販路・商圏拡大」「人員拡大」の順に多く、商業・サービス業では「現状維持したい」「販路・商圏拡大」が多く、それぞれ2割を超えている。
  - 従業員規模や売上高別にみると、比較的、規模の小さい事業所では「現状維持したい」への回答の割合が高く、規模の大きい事業所では「人員拡大」「販路・商圏拡大」「品質向上」「新規事業開発」等への割合が高くなっている。
- 

#### ■取り組みたい新規事業分野【問18】

---

⇒取り組みたい新規事業分野は「環境」「エネルギー」「医療・福祉」「卸売・小売」等。  
※「特にない」を除く。

- 今後、取り組みたい新規事業等の分野についてみると、「特にない」が54.7%と最も多く、次いで「環境」が8.4%、「エネルギー」が5.9%となっている。
  - 業種別にみると、製造業では「環境」「エネルギー」「医療・福祉」、商業・サービス業では「卸
-

---

売・小売」が1割を超えている。

- 事業所の従業員規模でみると、20～49人の事業所で「環境」が2割を超えている。
  - 年間売上高別にみると、3億円以上の事業所で「環境」「エネルギー」が1割を超えている。
- 

## ■立地環境について【問19～問22】

---

⇒立地環境で感じているメリットは「顧客・販売先が近くに立地している」「土地購入代・地代・家賃が安い」「物流における交通の利便性が高い」、問題点は「建物・設備の老朽化」「事業スペースが狭い」。※「特にない」を除く。

⇒1割の事業所が（町内での移転を含め）何らかの移転を考えている。

### <①町に立地するきっかけ>

- 事業所が瑞穂町に立地したきっかけについてみると、「創業者・事業主が住んでいたから」が33.2%と最も多く、次いで「土地購入代・地代・家賃が安かったから」が22.6%、「顧客・販売先が近隣に立地していたから」が10.5%となっている。
- 業種別にみると、製造業では「土地購入代・地代・家賃が安かったから」、商業・サービス業では「創業者・事業主が住んでいたから」が3割を超えている。
- 従業員規模や売上高別にみると、比較的、規模の小さい事業所では「創業者・事業主が住んでいたから」への回答の割合が高く、規模の大きい事業所では「土地購入代・地代・家賃が安かったから」への割合が高くなっている。

### <②町に立地するメリット>

- 事業所が瑞穂町に立地するメリットについてみると、「特にない」が32.4%と最も多く、次いで「顧客・販売先が近くに立地している」が26.9%、「土地購入代・地代・家賃が安い」が16.4%となっている。
- 業種別にみると、製造業では「顧客・販売先が近くに立地している」「物流における交通の利便性が高い」が2割を超えている。商業・サービス業では「顧客・販売先が近くに立地している」が3割を超えている。
- 従業員の規模別にみると、「顧客・販売先が近くに立地している」「物流における交通の利便性が高い」については、規模が大きくなるにつれ割合が高くなっている。
- 売上高別にみると、「物流における交通の利便性が高い」「土地購入代・地代・家賃が安い」については、規模が大きくなるにつれ割合が高くなっている。

### <③立地上の問題点>

- 事業所の立地上の問題点についてみると、「特にない」が30.5%と最も多く、次いで「建物・設備の老朽化」が24.8%、「事業スペースが狭い」が18.5%となっている。
- 従業員規模や売上高別にみると、「建物・設備の老朽化」「事業スペースが狭い」への割合は、比較的、小さい事業所よりも規模の大きい事業所で割合が高くなっている。

### <④移転について>

- 事業所の移転意向についてみると、「移転するつもりはない」は78.8%、『移転する意向（「具体的な移転計画がある」「移転したい」の割合の計）』は11.4%となっている。
  - 業種別にみると、製造業では『移転する意向（「具体的な移転計画がある」「移転したい」の割合の計）』は18.9%となっており、商業・サービス業の9.4%よりも9.5ポイント多くなっている。
  - 具体的に予定している移転先の地域についてみると、「瑞穂町」が5件（50%）となっている。
-

## ■外部連携について【問 23、問 24】

⇒現在、外部連携（交流など）を行っていない企業は6割。今後、行ってみたい外部連携の取り組みは「同業種交流」「異業種交流」「地域貢献」。※「特にない」を除く。

### <①現在の外部連携の取り組み>

- 外部と連携している取り組みについてみると、「していない」が60.6%と最も多く、次いで「同業種交流」が20.3%、「異業種交流」が7.7%となっている。
- 売上高別にみると、「同業種交流」「異業種交流」については、規模が大きくなるにつれ割合が高くなっている。

### <②今後行ってみたい外部連携の取り組み>

- 今後取り組んでみたい外部との連携策についてみると、「特にない」が57.6%と最も多く、次いで「同業種交流」が14.3%、「異業種交流」が11.6%、「地域貢献」が11.2%となっている。
- 業種別にみると、製造業では「同業種交流」が最も多く、商業・サービス業では「地域貢献」が最も多くなっている（※「特にない」を除く）。
- 従業員の規模別にみると、「地域貢献」は、規模が大きくなるにつれ割合が高くなっている。
- 売上高別にみると、「異業種交流」については、規模が大きくなるにつれ割合が高くなっている。

## ■人材育成や事業環境の整備について【問 25～問 29】

⇒多様な働き方、人材雇用については、従業員規模や売上高の大きい事業所ほど、対策や取り組みを行っている傾向がある。

### <①働き方改革やワーク・ライフ・バランスの取り組み>

- 働き方改革やワーク・ライフ・バランス推進における課題についてみると、「課題は特にない」が45.8%と最も多く、次いで「売上や利益が減少するおそれがある」が15.3%、「担当する人材がいない」が13.2%となっている。
- 事業所の従業員規模や売上高別にみると、「売上や利益が減少するおそれがある」については、規模が大きくなるにつれ割合が高くなっている。

### <②定年退職後の高齢者の再雇用の取り組み>

- 定年退職後の高齢者の再雇用についてみると、「すでに取り組んでいる」が32.4%と最も多く、次いで「今後も取り組むつもりはない」が28.2%、「今後はどちらかと言えば取り組みたい」が11.6%となっている。
- 業種別にみると、製造業では、「すでに取り組んでいる」が4割を超え、商業・サービス業では「今後も取り組むつもりはない」が3割を超えて、それぞれ最も多くなっている。
- 事業所の従業員規模や売上高別にみると、「すでに取り組んでいる」については、規模などが大きくなるにつれ割合が高くなっている。

### <③外国人の雇用の取り組み>

- 外国人雇用は、「今後も取り組むつもりはない」が49.6%と最も多く、次いで「今後はどちらかと言えば取り組むつもりはない」が15.9%、「すでに取り組んでいる」が12.8%となっている。

- 
- 事業所の従業員規模や売上高別にみると、「すでに取り組んでいる」については、規模などが大きくなるにつれ割合が高くなっている。

#### <④女性活躍推進の取り組み>

- 女性活躍推進の取り組みについてみると、「取り組んでいることはない」が60.2%と最も多く、次いで「人事基準を明確にし、性別にとらわれない人事評価を行っている」が10.5%、「性別によらない教育・研修を実施している」が10.3%となっている。
- 事業所の従業員規模や売上高別にみると、「性別によらない教育・研修を実施している」「育児・介護休業制度、短時間勤務制度等、仕事と家庭の両立を推進するための制度を整備し、活用を促進している」については、規模などが大きくなるにつれ割合が高くなっている。

#### <⑤テレワークの取り組み>

- テレワークの実施についてみると、「一度も実施していない」が80.4%と最も多く、次いで「現在実施している」が7.1%、「一時期実施していたが、現在は取りやめた」が6.8%となっている。
  - 事業所の従業員規模や売上高別にみると、「現在実施している」については、規模などが大きくなるにつれ割合が高くなっている。
- 

### ■町の産業振興政策・支援策について【問30】

⇒町の産業振興政策・支援策については、6割強が利用したことないと回答したものの、「瑞穂町中小企業振興資金融資あっせん」「セーフティネット保証制度」は、従業員50人未満の事業所での利用度が高い。

- 町の産業振興政策・支援策で、利用したことがあるものについてみると、「特になし」が65.6%と最も多く、次いで「瑞穂町中小企業振興資金融資あっせん」が16.2%、「セーフティネット保証制度」が6.8%となっている。
  - 事業所の従業員規模別にみると、「瑞穂町中小企業振興資金融資あっせん」「セーフティネット保証制度」については、50人未満の事業所で利用している割合が高くなっている。
- 



#### <前回調査と今回調査の比較からみえること> ※製造業のみの比較

- ・設立年では、年数の長い事業所が増加(設立から41年以上経つ事業所が15.6ポイント増加)。
- ・代表者の年齢では、今回、「50代」が増加(前回調査よりも12.0ポイント増加)
- ・後継者の状況では、「まだ考えていない」が増加(前回調査より13.2ポイント増加)  
⇒各事業所の努力により、代表者の若返りの状況がうかがえ、存続年数が伸びていると考えられる。
- ・売上状況では、「増加傾向」「横ばい」が増加し、「減少傾向」が減少(「増加傾向」が4.5ポイント、「横ばい」が8.9ポイント増加、「減少傾向」が12.9ポイント減少)。※収益状況も同様の傾向  
⇒売上や収益の状況から、一定、売上確保の努力や経営改善の傾向がうかがえる
- ・顧客・販売先の地域では、「瑞穂町」が減少し、その他の地域(「南関東(神奈川、千葉)」など)が増加  
※仕入先の地域も同様の傾向
- ・販路開拓では、「開拓している」が増加(前回調査よりも7.5ポイント増加)  
⇒瑞穂町への割合は減少するものの、販売先や仕入れ先を広範囲に開拓している傾向がうかがえる
- ・外部との連携で行っているものは、「同業種交流」が増加(前回調査よりも9.6ポイント増加)
- ・今後、外部との連携で行いたいものは、「同業種交流」「異業種交流」が増加  
⇒交流の機会が事業所ごとに増えており、今後も交流の機会を求めている傾向がうかがえる
- ・強みやセールスポイント、顧客からの期待では、「価格競争力」「低コストへの対応」が特に減少している
- ・経営上の課題では、「従業員の高齢化」が増加(前回調査よりも16.9ポイント増加)  
⇒市場や顧客が求めるもの、経営課題について、この数年間で変化が起きている。



## (2) 町民用調査

### ■対象・属性【問1～問5】

⇒60～70歳代、箱根ヶ崎地区、親子2世代、30年以上居住している人が多い状況

- 年齢についてみると、「70歳代」が25.4%と最も多く、次いで「60歳代」が22.2%、「50歳代」が16.3%となっている。
- 性別についてみると、「女性」が48.6%、「男性」が48.3%、「無回答」が1.2%。
- 地区についてみると、「箱根ヶ崎地区」が33.7%と最も多く、次いで「武蔵野地区」が15.8%、「元狭山地区」が14.6%となっている。
- 居住年数についてみると、「30年以上」が62.0%と最も多く、次いで「20～29年」が13.2%、「10～19年」が11.7%となっている。
- 世帯構成についてみると、「親子2世代」が44.3%と最も多く、次いで「夫婦のみ世帯」が31.3%、「単身世帯」が10.3%となっている。

### ■消費行動、買い物の状況【問6～11】

⇒食料品や日用品等の買い物については、「町外の店舗」を利用する割合が多い。特に長岡地区や単身世帯以外の世帯で多くなっている。

⇒インターネットを利用した買い物の状況は、週に1回以上の利用が約1割、月に1回以上は約4割、年1回は約6割。

⇒商店街の利用は2割強となっており、買い物可能な範囲に商店街がない地域も見受けられる。

#### <①食料品の買い物>

- 食料品の買い物の状況についてみると、「町外の店舗」が33.3%と最も多く、次いで「町内のスーパー・コンビニ・ドラッグストア・ファミレス」「町内のショッピングセンター等の商業施設」が27.0%、「宅配サービス（生協など）」が3.6%となっている。
- 地区別にみると、長岡地区・武蔵野地区では「町外の店舗」の利用が5割を超えている。
- 世帯構成別にみると、「町内のスーパー・コンビニ・ドラッグストア・ファミレス」の利用は単身世帯では4割を超えているが、「町外の店舗」は夫婦のみ世帯、親子2世代、親・子・孫3世代では3割を超えている。

#### <②日用品の買い物>

- 日用品の買い物の状況についてみると、「町外の店舗」が33.5%と最も多く、次いで「町内のショッピングセンター等の商業施設」が32.8%、「町内のスーパー・コンビニ・ドラッグストア」が24.9%となっている。
- 年齢別にみると、10・20歳代で「通信販売（インターネット利用）」が1割を超えている。
- 地区別にみると、長岡地区では「町外の店舗」の利用が7割を超えている。
- 世帯構成別にみると、「町内のスーパー・コンビニ・ドラッグストア・ファミレス」の利用は単身世帯では4割を超えているが、「町外の店舗」は夫婦のみ世帯、親子2世代、親・子・孫3世代では3割を超えている。

#### <③衣料品の買い物>

- 衣料品の買い物の状況についてみると、「町外の店舗」が58.6%と最も多く、次いで「町内のショッピングセンター等の商業施設」が22.0%、「通信販売（インターネット利用）」が4.8%となっ

---

いる。

- 年齢別にみると、10・20歳代で「通信販売（インターネット利用）」が1割を超えている。
- 地区別にみると、長岡地区では「町外の店舗」の利用が7割を超えている。
- 世帯構成別にみると、「町外の店舗」は夫婦のみ世帯、親子2世代、親・子・孫3世代では5割を超えている。

#### <④インターネット通販の利用状況>

- インターネット通販の利用状況についてみると、「まったく利用していない」が36.4%と最も多く、次いで「年に数回程度」が23.9%、「月に1回程度」が13.4%となっている。（週に1回以上利用する割合は約1割、月に1回以上は約4割、年1回は約6割となっている）
- 年齢別にみると、「まったく利用していない」については、年齢が上がるにつれ高くなる傾向がある。

#### <⑤商店街の利用状況>

- 商店街の利用状況についてみると、『利用している（「よく利用している」と「ときどき利用している」の計）』が25.4%、『利用していない（「あまり利用していない」と「まったく利用していない」の計）』が53.8%、「買い物可能な範囲に商店街がない」が19.1%となっている。
  - 年齢別にみると、『利用している』割合は、年齢が上がるにつれ高くなる傾向がある。
  - 地区別にみると、殿ヶ谷地区・石畑地区で『利用していない』が7割程度となっている。また、長岡地区で「買い物可能な範囲に商店街がない」が3割を超えている。
- 

### ■充実してほしい施設など【問12】

⇒充実してほしい施設は「スーパーマーケット」「レストラン、カフェ」「パン屋」等

- 瑞穂町に充実してほしい商業施設についてみると、「スーパーマーケット」が35.6%と最も多く、次いで「レストラン、カフェ」が34.7%、「パン屋」が29.2%となっている。
  - 年齢別にみると、10・20歳代では「スイーツ店」「衣料品店」「文具・玩具店」「映画館、劇場」がそれぞれ他の年齢と比べ高くなっている。
  - 性別にみると、女性で「レストラン、カフェ」「パン屋」「スイーツ店」「衣料品店」「CD・DVD、本屋等」「生活雑貨店」がそれぞれ男性と比べ高くなっている。
  - 地区別にみると、殿ヶ谷地区で「衣料品店」、長岡地区・武蔵野地区で「スーパーマーケット」がそれぞれ他の地区と比べ高くなっている。
- 

### ■雇用・就労について【問14~16、問18~19】

⇒勤務（通学）先は「多摩地区市町村」が約3割、「町内」が1割程度。

⇒今後の町内で働く意向について、10・20歳代では「希望する仕事があれば働きたい」が5割、「町内で働きたいと思わない」が2割を超えている。

⇒今後充実させるべき、または希望する制度・取組は、「介護休業」「高齢者雇用」「リモートワーク、サテライトオフィス等」。

⇒働き続ける年齢では、年齢の高い人ほど、長く就労したい意欲が伺える。また、そのために必要なことは「福利厚生の実施」「定年延長・再雇用等定年到達者の雇用の延長・継続」「ワーク・ライフ・バランスの推進」等の充実を望んでいる。

#### <①勤務（通学）先について>

- 勤務（通学）先についてみると、「通っていない（専業主婦・専業主夫、無職の方）」が34.4%
-

---

と最も多く、次いで「多摩地区市町村」が25.6%、「町内」が14.1%となっている。

- 年齢別にみると、「多摩地区市町村」では、年齢が若い人ほど割合が高くなっている。
- 地区別にみると、殿ヶ谷地区、長岡地区では「多摩地区市町村」の割合が約4割となっている。

#### <②町内で働く意向>

- 町内で働く意向についてみると、「今後働く予定はない」が29.2%と最も多く、次いで「希望する仕事があれば働きたい」が22.5%、「町内で既に働いており、今後も働きたい」が18.2%となっている。
- 年齢別にみると、10・20歳代では「希望する仕事があれば働きたい」が5割、「町内で働きたいと思わない」が2割を超えている。また、50歳代以下では、年齢が高くなるにつれ「町内で既に働いており、今後も働きたい」の割合が高くなっている。

#### <③今後充実させるべき、または希望する制度・取組>※就労している人のみ

- 現在の勤務先において、今後充実させるべき、または希望する制度・取組についてみると、「介護休業」が24.2%と最も多く、次いで「高齢者雇用」が22.4%、「リモートワーク、サテライトオフィス等」が19.3%となっている。
- 年齢別にみると、40～50歳代で「介護休業」、60歳代以上で「高齢者雇用」がそれぞれ3割を超えている。また、若い人ほど「リモートワーク、サテライトオフィス等」の割合が高くなっている。

#### <④働き続ける年齢>※就労している人のみ

- 何歳まで働き続けたいと思うかについてみると、「66歳～70歳」が19.3%と最も多く、次いで「61歳～65歳」が18.8%、「わからない」が17.9%となっている。
- 年齢別にみると、50～60歳代では「66歳～70歳」、70歳代以上では「76歳以上」がそれぞれ最も多くなっている。

#### <⑤働き続けるために必要なことや、企業に求めること>※就労している人のみ

- 働き続けるために必要なことや、企業に求めることについてみると、「福利厚生の実施」が39.0%と最も多く、次いで「定年延長・再雇用等定年到達者の雇用の延長・継続」が32.3%、「ワーク・ライフ・バランスの推進」が24.2%となっている。
- 年齢別にみると、10・20歳代では「ワーク・ライフ・バランスの推進」、30～40歳代では「福利厚生の実施」、50～60歳代では「定年延長・再雇用等定年到達者の雇用の延長・継続」、70歳代以上では「特になし」がそれぞれ最も多くなっている。

---

#### ■起業の意識【問17】※働いている人のみ

⇒起業してみたい意向は約1割強で、特に10・20歳代では3割となっている。

- 将来の起業意向についてみると、『してみたい（「是非してみたい」と「まあしてみたい」の計）』が15.7%、『したいとは思わない（「あまりしたいとは思わない」と「全然してみたいとは思わない」の計）』が67.8%、「どちらともいえない」が13.9%となっている。
  - 年齢別にみると、10・20歳代で『してみたい』が30.0%と他の年齢と比べ高くなっている。
-

## ■産業施策に必要なこと【問 20～22】

⇒商業振興のために必要な取組は「道路・交通網の整備」「若い人が集まりやすい店舗の誘致」「使いやすい駐車場・駐輪場の設置」等。

⇒工業振興のために必要な取組は「人材育成の推進」「新たな企業誘致の推進」等。

⇒中小企業振興のために必要な取組は「仕事に携わる人材の確保、育成の支援」「時代の変化に対応した業種の立地の推進」「融資制度の充実など、中小企業の経営の安定化などへの支援」等。

### <①商業振興のために必要な取組>

- 瑞穂町における商業振興のために必要だと思う取組についてみると、「道路・交通網の整備」が27.8%と最も多く、次いで「若い人が集まりやすい店舗の誘致」が25.1%、「使いやすい駐車場・駐輪場の設置」が23.9%となっている。
- 年齢別にみると、年齢が若い人ほど「若い人が集まりやすい店舗の誘致」の割合が高くなっている。
- 性別にみると、男性で「道路・交通網の整備」が34.2%と、女性と比べ12.0ポイント高くなっている。
- 地区別にみると、石畑地区で「歩道の整備」、長岡地区で「商業施設の誘致」が、それぞれ他の地区と比べ高くなっている。

### <②工業振興のために必要な取組>

- 瑞穂町における工業振興のために必要だと思う取組についてみると、「人材育成の推進」が30.9%と最も多く、次いで「新たな企業誘致の推進」が24.4%、「わからない」が22.7%となっている。
- 年齢別にみると、30歳代で「人材育成の推進」が6割を超えている。
- 性別にみると、男性で「新たな企業誘致の推進」が31.7%と、女性と比べ14.0ポイント高くなっている。
- 地区別にみると、元狭山地区で「新たな企業誘致の推進」が他の地区と比べ高くなっている。

### <③中小企業振興のために必要な取組>

- 瑞穂町の中小企業振興のために必要だと思う取組についてみると、「仕事に携わる人材の確保、育成の支援」が25.8%と最も多く、次いで「時代の変化に対応した業種の立地の推進」が21.5%、「融資制度の充実など、中小企業の経営の安定化などへの支援」が21.3%となっている。
- 性別にみると、男性で「新たな事業に挑戦する起業家やベンチャー企業（起業・創業）への支援」が24.8%と、女性と比べ12.5ポイント高くなっている。
- 地区別にみると、殿ヶ谷地区で「仕事に携わる人材の確保、育成の支援」が48.6%と他の地区と比べ高くなっている。

## ■観光について【問 23～28】

⇒魅力的な観光資源だと感じるものは、「六道山公園」「シクラメン」等。

⇒観光振興のうち、町民に知られている取組の認知度は2～3割程度となっている。

⇒観光化を進めるために必要だと感じる取組は、「瑞穂町の特産品の新規開発」「観光資源やレジャースポットの発掘、創造」等。

### <①観光資源として魅力的だと感じるもの>

- 
- 観光資源として魅力的だと感じるものについてみると、「六道山公園」が50.0%と最も多く、次いで「シクラメン」が29.4%、「特にない」が22.0%となっている。
  - 年齢別にみると、「六道山公園」の割合は、どの世代でも最も多くなっている。
  - 性別にみると、女性で「シクラメン」が36.5%と、男性と比べ14.2ポイント高くなっている。

#### <②町外に住む親せきや友人・知人に勧めたり招いたりしたことのある観光資源>

- 親せきや友人・知人に勧めた観光資源についてみると、「特にない」が38.3%と最も多く、次いで「六道山公園」が30.6%、「シクラメン」が23.4%となっている。
- 年齢別にみると、若い人ほど「特にない」と回答する割合が多くなっている。一方で「六道山公園」は年齢が高い人ほど、割合が多くなっている。
- 性別にみると、女性で「耕心館」が22.2%と、男性と比べ13.3ポイント高くなっている。
- 地区別にみると、「六道山公園」は殿ヶ谷地区・石畑地区・武蔵野地区で4割を超え、長岡地区・元狭山地区では「シクラメン」が3割を超えている。

#### <③瑞穂町の観光振興の取組の認知度>

- 観光振興の取組のうち、知っているものについてみると、「知っているものはない」が42.8%と最も多く、次いで「観光ガイドブック」が29.2%、「瑞穂町フォトコンテスト」が24.6%となっている。
- 年齢についてみると、年齢が若い人ほど、「知っているものはない」の割合が多くなっているが、「観光ガイドブック」については、年齢が高くなるにつれ、認知度が上がっている。また、60～70歳代で「瑞穂町フォトコンテスト」が3割を超えている。

#### <④瑞穂町の観光化を進めるために必要な取組>

- 観光化を進めるために必要だと感じる取組についてみると、「瑞穂町の特産品の新規開発」が38.5%と最も多く、次いで「観光資源やレジャースポットの発掘、創造」が35.6%、「イベント開催の推進」「町民の観光に対する意識の向上」が27.8%となっている。
  - 年齢別にみると、10～50歳代は、「観光資源やレジャースポットの発掘、創造」の割合が最も多く、60歳代以上では「瑞穂町の特産品の新規開発」の割合が最も多くなっている。
- 



#### アンケート結果から見えてくる現状や課題……

- ・事業承継については、前回調査時より進んでいるが、今後も課題になる事業所はありえる。
- ・売上や収益は前回調査時よりも改善されているが、コロナでのダメージが大きいものとなっている。
- ・販促先や仕入れ先を町外に求め経営努力により拡大している傾向がある(町内の経済循環性を高めるための取り組みも検討する必要がある)
- ・技術力や対応力は依然、強みとなっているため、これらを活かした商業振興や工業振興の取り組み(技術力、対応力等)が重要となってる。
- ・時代のニーズも変化してきており、人材の課題への対応(従業員の高齢化、人材の確保への対応等)、デジタル化・DX推進に関する取り組み等が必要となっている。
- ・外部連携は事業所ごとに努力し広げているが、今後も企業間マッチング、異業種交流等などの機会づくりが求められている(新規開拓や新規事業分野推進等を含めて)。
- ・多様な働き方を支援する取り組み(特に小規模、中小企業等への支援、優良企業事例の情報発信等)や創業・起業支援の取り組みは引き続き必要となっている。
- ・町内での購買力向上につながる商業振興の施策や取り組み等が必要となっている。
- ・魅力ある事業所や企業の集積があれば、今後も町内での住民の雇用につながる可能性はある。
- ・観光振興の取り組みの充実が求められる(情報の発信、魅力資源の磨き上げ、特産品等の開発等)。

