

アンケート調査の実施概要（案）

1. アンケート調査の目的

- ・産業に関する事業者及び消費者の現状、意向や課題等について把握し、第2次産業振興マスタープラン策定に向けての基礎資料として活用する。

2. 実施予定のアンケート調査の概要

①事業者アンケート 【単独で行うアンケート調査】

調査時期	令和4年11月～12月（予定）
調査対象	市内に事業所等を有する事業者（2,000事業者程度） ※商工会会員、商店街会員、産業振興課が実施した各種支援事業等から事業者を抽出予定
調査方法	郵送配布・郵送回収 ※インターネットを活用したアンケート回収について要検討

②消費者アンケート 【農業振興計画策定に係る市民アンケートと合わせて実施】

調査時期	令和4年11月～12月（予定）
調査対象	無作為抽出による16歳以上の市民3,000人
調査方法	郵送配布・郵送回収

3. 事業者アンケートの設問内容（案）

調査項目	設問内容	ねらい
事業所の状況	<ul style="list-style-type: none"> ・業種 ・事業継続年数 ・従業員数 ・経営者の年齢 など 	設問とのクロス集計分析に活用する
市の取組みに対する評価	<ul style="list-style-type: none"> ・産業振興マスタープランの方向性2～4（方向性1の農業を除く）について、各取組みに対する満足度と重要度 	現行計画の取組みに対する満足度及び重要度を把握する
事業承継	<ul style="list-style-type: none"> ・事業承継の予定（後継者の有無、廃業予定など） →廃業の場合は、その理由 ・現在の事業承継の取組み状況 ・事業承継を検討する上での課題 	事業承継に関する現状と課題を把握する
人材確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> ・人材確保の状況 ・人材確保するにあたっての課題 ・人材育成の状況 ・人材育成するにあたっての課題 ・外国人の雇用状況 ・外国人を雇用するにあたっての課題 	人材確保や育成に関する現状と課題を把握する
外部（企業・大学等）との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・企業との連携の状況 →企業間連携の取組み内容 →企業間連携をしていない理由 ・産学連携の状況 →産学連携の分野 →産学連携をしていない理由 	外部との連携状況と課題、今後の展望について把握する
新型コロナウイルス感染症による経営への影響	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、企業活動にマイナスの影響を及ぼしているか。 →どのようなマイナスの影響があったか。 ・これまで市（商工会）が実施した支援・消費喚起策の効果・影響等について →参加・申請した場合、その理由、効果・影響等 →参加・申請していない場合、その理由 ・行政や支援機関などに期待する支援策 	新型コロナウイルス感染症による影響と、必要な支援策を把握する
経営課題	<ul style="list-style-type: none"> ・今後、重点的に取り組みたい経営課題（資金、人材、労働環境、事業拡大、IT化、開発、CSR など） ・今後、行政から期待する支援策（資金調達、人材確保、販路拡大、キャッシュレス化、事業承継、企業間・産学連携 など） 	事業所が抱える課題と今後の方向性、行政への期待を把握する
西東京市の産業振興について	<ul style="list-style-type: none"> ・西東京市の産業振興にとって重要なキーワードや考え方について（自由記述） 	次期計画の目標や将来像の検討材料として活用する

4. 消費者アンケートの設問内容（案）

※農業振興計画策定に係る市民アンケートの一部として実施

調査項目	設問内容	ねらい
消費動向	<ul style="list-style-type: none"> ・日頃買い物をする場所について (生鮮食品、一般食品、日用品、身の回り品、耐久消費財、理容・美容、外食などに対してそれぞれ利用する店舗の種類や施設が立地するエリアを聞く) ・店舗やサービスを選ぶ際に重視すること ・自宅周辺や市内での「行きつけの店」の有無 →ある場合は、その業種(例:パン屋、八百屋、居酒屋、喫茶店、理髪店 など) ・これまで市が実施した消費喚起策事業について、利用状況や消費行動への影響等 →利用している場合、その理由・内容、効果等 →利用していない場合、その理由 	市民の消費動向や、購買行動に影響する要因を把握する
市内の商店街について	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の商店街の利用状況 →利用している場合、利用する商店街とその理由 →利用していない場合、その理由 ・商店街に関する情報を入手するために、望ましい方法(ホームページ、SNS、チラシ など) ・商店街が、より多くの人に利用されるために、必要な取り組み 	商店街の利用状況と、利用するために必要な取り組みを把握する
就労や働き方について	<ul style="list-style-type: none"> ・就労状況 →就労している場合、雇用環境にどのような課題があるか(やりがい、収入、労働時間や日数、残業、通勤時間、体力的な負担、精神的な負担 など) →就労希望の場合、就労先を選ぶポイントは何か(雇用形態、収入、労働時間、テレワーク、やりがい、専門性、社会貢献、企業規模 など) ・起業への関心度 →起業に関心を持っている場合、その理由 	就労や働き方に関する市民意向を把握する
観光について	<ul style="list-style-type: none"> ・PRしたい観光施設または観光資源 ・西東京市の観光で力を入れるべき取り組み (観光PRの強化、魅力ある観光ルート、特産品のPR、おもてなしの向上、新たな観光資源の掘り起こし、商店街の活性化、スポーツなどの誘致、外国人観光客の誘致など) 	観光についての市民意向を把握する
産業振興について	<ul style="list-style-type: none"> ・産業の観点から、西東京市が目指すまちの状態 (魅力的な商店・飲食店が多い、徒歩圏内で生活必需品がそろそろ、買い物支援が行き届く、商店街に活気がある、ブランド感がある、観光地化が進む、社会貢献に関心のある事業者が多い、新しい技術やサービスを開発・発信する事業所が多い、新しいライフスタイルを提案する、クリエイティブ関連の事業所・就業者が多い など) 	次期計画の目標や将来像、施策の方向性の検討材料として活用する