

V 港区の政策課題

1 「クリエイティブ産業調査」の特徴

ここでは、本報告書で述べてきた「クリエイティブ産業調査」の結果を踏まえて、今後の港区におけるクリエイティブ産業振興の課題について検討する。最初に、「クリエイティブ産業調査」の特徴を指摘する。

第1に、21世紀に入り世界的に重視されているクリエイティブ産業を対象にした産業政策について、港区におけるクリエイティブ産業の実態と振興の課題を明らかにすることを目的として実施された調査である。しかし、クリエイティブ産業とは何か、については厳密にその範囲が確定されてきたわけではないし、日本でも国、自治体によってクリエイティブ産業の捉え方は異なっている（本報告書「I-3 クリエイティブ産業論とクリエイティブ産業振興」参照）。本調査報告書では、すでに述べてきたように、平成26年度に実施された東京都の調査を参考に「クリエイティブ産業」を『『クリエイティブ活動』に強く関連するような産業（例えば、芸術、舞台芸術、音楽、映画、ビデオ、写真、テレビ、ラジオ、アニメ、ゲーム、デザイン、ファッション、広告、出版、工芸、玩具、家具、ソフトウェア、観光、食などに関する事業）が中心である産業」とし、「クリエイティブ活動」とは「企画、設計、デザイン、開発、編集などの企業としての獨創性、創造性と密接に関係した活動」としている。

第2に、以上のクリエイティブ産業のカテゴリーに基づいて港区のクリエイティブ産業の範囲を統計的に確認したところ、「平成26年度経済センサス」では港区内事業所の32.3%がクリエイティブ産業に属することがわかった。同様の基準で見ると東京都では25.8%、23区では27.0%なので、港区の比率が都内でも高いことがわかる（本報告書「II-2 港区におけるクリエイティブ産業の特徴」参照）。

以上のように、港区は都内でもクリエイティブ産業が集積する地域である。港区とクリエイティブ産業に親和性があるという点を確認した上で、

本調査ではアンケート調査を実施する対象を選定するため、経済センサスにおける業種を「タウンページデータベース（港区）」に落とし込み、調査対象先を決定したうえで調査票を送付し、データを回収した（本報告書「I-2 調査の概要」参照）。

2 調査結果から

調査結果については、本報告書で紹介しているので、詳しくはそちらを参照していただきたい。ここでは、今後の施策にかかわるポイントのみを指摘していく。

第1に、「クリエイティブ産業」という枠組みで対象とした事業所（企業）であっても、「企画、設計、デザイン、開発、編集などの企業としての獨創性、創造性と密接に関係した活動」を強みとしていないケースが少なくない（本報告書「III 基本集計結果」図表3-2-2、図表3-3-2）。これは、当然のことであると同時に以下の点で重要でもある。

①「クリエイティブ産業」として分類された産業分野によって、「企画、設計、デザイン、開発、編集」などとの親和性が異なっている。例えば、一般業種では、「デザイン」、「建築設計」、「文化・芸術・音楽」などは親和性が高い一方、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」、「出版・印刷」は低い産業分野となっている（本報告書「IV クロス集計結果」図表4-1-4-18、図表4-1-6-3）。また、飲食関係においては、創作料理をテーマとしている店であれば、「クリエイティブ」なイメージと結びつきやすいが、「一般的な」料理を提供している店では、店側も客も「クリエイティブ」をそれほど強く意識していないことが多いだろう。

②「企画、設計、デザイン、開発、編集」にかかわる仕事であっても、仕事の階層性が存在し、下位にあればあるほど、顧客の指示に従った仕事に従事することが少なくないと考えられ「獨創性、創造性と密接に関係」しているとは必ずしも言えない場合もある。

③しかしながら、人間の仕事は常に「獨創性、

創造性と密接に関係」しているということもできる。低価格の商品やサービスの提供であっても、独創性や創造性がなければ実現しない、ということもできる。「独創性、創造性と密接に関係」しているという点で「クリエイティブ」を考えれば、その領域に制限はない。クリエイティブ度の高い事業所は、事業分野によってその比率に差はあるものの、すべての分野に存在しているという点も看過できない。

第2に、「独創性、創造性と密接に関係」する項目を強みとする事業所の採算状況は相対的に良好であることに示されているように、「独創性、創造性と密接に関係」をもつことは、今日港区に所在する一般業種においても、飲食業種においても重要な課題になっている（本報告書「IV クロス集計結果」図表4-1-5-8、図表4-2-4-10）。「独創性、創造性と密接に関係」することは、ニーズを先取りし、時代に合ったあるいは時代の先端を超えた商品やサービスを提供することで、差別化、高付加価値化を実現することができる。

第3に、一般業種においてクリエイティブ度の高い事業所ほど港区の事業環境の評価、とりわけクリエイティブな活動を進めていくうえで必要となるような事業環境への評価が高いことである（本報告書「IV クロス集計結果」図表4-1-6-15）。前述したように港区は、クリエイティブ産業が東京都の中でも集積している地域である。その理由は、港区の事業環境、特にクリエイティブな事業に親和的な事業環境への評価が高いことにある。

3 クリエイティブ産業振興施策について

(1) クリエイティブ産業振興の視座

港区は一般的にクリエイティブ産業と区分される産業分野の企業が23区内でも多く集積している地域である。これらの企業は、交通利便性、顧客情報、人材、ブランド力などの面で港区立地にメリットを感じ集積し、事業活動を展開している。こうしたクリエイティブ産業分野の集積を維持・発展させ、企業の成長を促進することは、「第3次港区産業振興プラン（平成30年度～平成32年度）」で記された港区の産業振興の課題「①区の産業特性・集積等を踏まえた産業力の強化」「②

産業力・ネットワーク力を生かした新たなビジネスの創出」「③まちの新たな活力となる起業・創業の推進」（33頁）と強く関係している。

ただし、すでに何度も述べてきたように、クリエイティブ産業の範囲をどう考えるのか、クリエイティブ産業の範囲とされた企業全体を対象とするのか、などクリエイティブ産業については検討すべき課題が多い。ここでは、次に述べるような視座でクリエイティブ産業振興を考えたいうえで、具体的な施策について検討する。

第1に、クリエイティブ産業政策の対象範囲については、ある程度の範囲を確定する必要があるため、一般に想定されているクリエイティブ産業、つまり本調査で対象とした分野と捉える。

第2に、港区におけるクリエイティブ産業政策の課題は、①港区のさまざまな立地優位性を活かしたクリエイティブ産業集積の維持・発展、②クリエイティブ産業内の企業の成長促進、創業促進、③企業のクリエイティブ力（提案力、開発力、デザイン力等）の向上、とする。

第3に、クリエイティブ産業に共通する一般的な施策の難しさである。クリエイティブ産業では各事業の事業内容により、求められる課題や行政への期待が異なっている。クリエイティブ産業内のさまざまな事業に対応した個別的な施策が必要になるが、個別的であればあるほど行政のやるべきこと、やれることについては精査が必要になる。

(2) クリエイティブ産業振興政策について

以上の視座に立ったうえで、次のクリエイティブ産業振興策を検討する。

①クリエイティブ産業振興の重要性の認識の共有

前述したように、クリエイティブ産業振興は「第3次港区産業振興プラン（平成30年度～平成32年度）」で記された港区の産業振興の課題「①区の産業特性・集積等を踏まえた産業力の強化」「②産業力・ネットワーク力を生かした新たなビジネスの創出」「③まちの新たな活力となる起業・創業の推進」（33頁）と密接に関係しており、港区らしい産業振興政策と位置づけることができる。

しかし、クリエイティブ産業は、新しい用語で

もあり、広く認知されているとは言えない。港区には、港区の立地優位性を求めて多くのクリエイティブ企業が集まり、クリエイティブ産業集積を形成している。また、毎年クリエイティブ企業が新たに生まれ、港区に活気をもたらしている。そうした点で、港区は日本でも有数のクリエイティブシティであることを区内外にPRし、区民に広く認識してもらうことが必要である。

また、既存の中小企業振興策においても、クリエイティブ産業集積の維持・発展、中小企業のクリエイティブ能力の向上（またはクリエイティブ度の向上）を図ることを課題としている点を追加するなど、港区の産業振興の柱の一つになっている点が見える化することも必要である。

②仮称 MINATO クリエイティブ・コミュニティ

一般業種で、港区を立地先として選択する基準として高い比率だったのが、交通の利便性、取引先・顧客の存在、ブランド力だった。次いで、2割前後を占めていたのが、他社との連携、クリエイティブな人材、関連業種、情報収集、同業者、展示館等へのアクセスだった。前述したようにクリエイティブ産業内の事業内容によって求める具体的な施策に差があるものの、こうしたネットワークや情報などに関する要望が一定存在していることは重視したい。クリエイティブ産業において企業がクリエイティブ力を高めていくためには、ネットワークの有効な活用、情報収集、クリエイティブな人材の活用などが必要であり、港区はこうした条件に恵まれていると考えられている。

ネットワークの活用、情報収集などは個別企業の課題であることは言うまでもないが、行政としてできることもある。その一つがバーチャル及びリアルな世界でのプラットフォームとしての「仮

称 MINATO クリエイティブ・コミュニティ」である。港区に立地しているクリエイティブ企業が、ビジネス内容、自社の強み、求める課題などを登録し、バーチャルな場を活かしたクリエイティブ企業同士、あるいはクリエイティブな企業を求めている港区内外の企業との交流を促進していくことが可能になる。登録内容については、同様な試みを実施している自治体がすでにあり、こうした事例を参考にするとともに、今回の実態調査から明らかになった港区クリエイティブ企業の優位性などが見える化できるような内容にしていく。

また、リアルなプラットフォームや場についても、バーチャルなプラットフォームを補完し、発展させるものとして、必要性に応じて検討していくことも大事である。

③クリエイティブ企業表彰

クリエイティブ度の高い企業から求められていた施策の一つにクリエイティブ企業表彰がある。毎年数社程度、クリエイティブな事業を積極的に営み、港区の地域経済に貢献（例えば雇用や港区のブランドを高めてくれたなど）などの一定の条件を満たした、クリエイティブ企業（クリエイティブ産業内の企業）を自薦他薦によって表彰しようというものである。他の経済団体や大学などの協力（あるいは共催）によって実施することで、港区はクリエイティブ産業、クリエイティブ企業を重視していることのPR、先進的なクリエイティブ企業の事例を広めることで港区全体のクリエイティブ度を向上させていくこと、などの点で効果的である。なお、クリエイティブ企業表彰については、京都商工会議所がクリエイティブ産業モデル企業選定事業を実施している。

VI 資料

資料1 多変量解析 IBM SPSS Statistics を使用した統計的分析

1 本項の目的と方法

本編（Ⅲ・Ⅳ章）で述べたように、港区政策創造研究所では、港区におけるクリエイティブ産業の特徴や課題に接近すべく、調査回答データについてクロス集計による分析を行ってきた。ただし、クロス集計の方法のみによって分析を行うことは、分析視野が特定の項目に限定されてしまうという限界を抱えていることも否めない。港区におけるクリエイティブ産業の特徴や課題をより多面的に明らかにするためには、クロス集計以外の方法による分析を取り入れることが有効である。そこで、本項では、多変量解析やテキスト分析の方法によって、クロス集計とは異なる視点から本調査結果の特徴を明らかにする。

以下では、「港区におけるクリエイティブ産業に関するアンケート調査」（一般業種）における、「現在重要視している課題」（問10（1））及び「港区が企業のクリエイティブ活動支援をする上で重要な点」（問15）を分析対象とする。第1に、「現在重要視している課題」（問10（1））には、21項目の質問が含まれる。そこで、「コレスポネンダ分析」や「因子分析」等の多変量解析を行うことによって、それらの質問間の関係を分析する。第2に、「港区が企業のクリエイティブ活動支援をする上で重要な点」（問15）は、自由記述の設定である（回答数343件）。テキスト分析によって、港区が今後企業のクリエイティブ活動を支援する上で検討すべき課題を、キーワードの形で抽出する。

なお、本文中では各項目の呼称を調査票記載のとおり記載するが、煩雑さを避けるため、図表やグラフの一部においては略称を使用する。「5 資料における記載名と略称」で一覧を示すので、適宜参考されたい。

2 現在重要視している課題についての分析（コレスポネンダ分析）

（1）課題別の取組状況

「現在重要視している課題」（問10（1））では、各事業所が重要視している課題を21項目挙げ、それぞれの課題に対する取組状況について、「積極的」、「やや積極的」、「どちらともいえない」、「やや消極的」、「消極的」の5段階で聞いている。まず、調査結果を図表6-1-1・2で示す。

「（1）取引先の開拓」、「（5）人脈・ネットワークの拡大」、「（6）情報収集・分析力の強化」、「（8）注文への対応力の強化」、「（9）顧客との価値共創」では、「やや積極的」と「積極的」の回答が多いことがわかる。

（2）各課題の間の相関関係

ここでは、問10（1）で聞いた21の課題について、因子分析を行う。因子分析が有効となるためには、分析対象の変数の間に一定程度の相関があることが必要である。ただし、変数間の相関があまりに強すぎると、多重共線性と呼ばれる問題が起こってしまう。そこで、あらかじめ、各課題の間の相関の強さを、相関係数によって確認する（図表6-1-3）¹。

一般的に、相関係数が0.7を超えると、相関が強いと表現される。さらに、相関係数が0.9を超えると、多重共線性の問題が生じる恐れがある。同図表で示すように、「（3）海外市場への展開」と「（4）インバウンド需要・国際化への対応」で0.741、「（12）従業員の確保」と「（13）従業員の教育・研修」で0.758と、今回調査データの一部で比較的高い正の相関が見られる。とはいえ、多重共線性の問題が起こるほどの強い相関ではない。

¹ これら質問項目は、「消極的」～「積極的」まで5段階で聞いているので、リッカートスケールの5件法の量的データと考えることができ、ピアソンの相関係数を計算することができる。

図表6-1-1 課題別の取組状況（実数）

	課題	消極的	やや消極的	どちらとも いえない	やや積極的	積極的	合計
(1)	取引先の開拓	75	132	218	324	229	978
(2)	イベントや展示会への出展	424	163	213	103	58	961
(3)	海外市場への展開	497	115	168	112	66	958
(4)	インバウンド需要・国際化への対応	425	112	220	126	69	952
(5)	人脈やネットワークの拡大	86	87	270	357	175	975
(6)	情報収集・分析力の強化	62	83	280	372	170	967
(7)	情報発信力の強化	82	115	335	286	140	958
(8)	注文への対応力の強化	35	38	237	418	236	964
(9)	顧客との価値共創	39	25	250	363	284	961
(10)	日本や海外の文化の活用	236	127	327	163	106	959
(11)	地域資源の活用	289	155	374	85	50	953
(12)	従業員の確保	141	101	321	269	145	977
(13)	従業員の教育・研修	124	78	311	308	148	969
(14)	設備投資	177	165	378	192	52	964
(15)	新分野への進出	223	140	302	220	74	959
(16)	資金繰り・資金調達	154	92	474	161	84	965
(17)	同業種との連携	150	137	353	249	81	970
(18)	他業種との連携	181	142	378	198	65	964
(19)	文化機関（展示場等含む）との連携	283	181	322	121	47	954
(20)	周辺地域や商店街との連携	365	185	290	82	37	959
(21)	デザイナーとのコラボレーション	265	123	311	184	69	952

図表6-1-2 課題別の取組状況（%）

	課題	消極的	やや消極的	どちらとも いえない	やや積極的	積極的	合計
(1)	取引先の開拓	7.7%	13.5%	22.3%	33.1%	23.4%	100.0%
(2)	イベントや展示会への出展	44.1%	17.0%	22.2%	10.7%	6.0%	100.0%
(3)	海外市場への展開	51.9%	12.0%	17.5%	11.7%	6.9%	100.0%
(4)	インバウンド需要・国際化への対応	44.6%	11.8%	23.1%	13.2%	7.2%	100.0%
(5)	人脈やネットワークの拡大	8.8%	8.9%	27.7%	36.6%	17.9%	100.0%
(6)	情報収集・分析力の強化	6.4%	8.6%	29.0%	38.5%	17.6%	100.0%
(7)	情報発信力の強化	8.6%	12.0%	35.0%	29.9%	14.6%	100.0%
(8)	注文への対応力の強化	3.6%	3.9%	24.6%	43.4%	24.5%	100.0%
(9)	顧客との価値共創	4.1%	2.6%	26.0%	37.8%	29.6%	100.0%
(10)	日本や海外の文化の活用	24.6%	13.2%	34.1%	17.0%	11.1%	100.0%
(11)	地域資源の活用	30.3%	16.3%	39.2%	8.9%	5.2%	100.0%
(12)	従業員の確保	14.4%	10.3%	32.9%	27.5%	14.8%	100.0%
(13)	従業員の教育・研修	12.8%	8.0%	32.1%	31.8%	15.3%	100.0%
(14)	設備投資	18.4%	17.1%	39.2%	19.9%	5.4%	100.0%
(15)	新分野への進出	23.3%	14.6%	31.5%	22.9%	7.7%	100.0%
(16)	資金繰り・資金調達	16.0%	9.5%	49.1%	16.7%	8.7%	100.0%
(17)	同業種との連携	15.5%	14.1%	36.4%	25.7%	8.4%	100.0%
(18)	他業種との連携	18.8%	14.7%	39.2%	20.5%	6.7%	100.0%
(19)	文化機関（展示場等含む）との連携	29.7%	19.0%	33.8%	12.7%	4.9%	100.0%
(20)	周辺地域や商店街との連携	38.1%	19.3%	30.2%	8.6%	3.9%	100.0%
(21)	デザイナーとのコラボレーション	27.8%	12.9%	32.7%	19.3%	7.2%	100.0%

図表6-1-3 質問項目間の相関行列

課題	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)	(21)
(1) 取引先の開拓	1.00	.400**	.282**	.293**	.531**	.464**	.471**	.336**	.269**	.185**	.238**	.450**	.377**	.320**	.370**	.399**	.317**	.405**	.317**	.276**	.234**
(2) イベントや展示会への出展	.400**	1.00	.481**	.435**	.291**	.247**	.359**	.095**	.093**	.314**	.335**	.288**	.230**	.269**	.310**	.288**	.281**	.339**	.539**	.379**	.295**
(3) 海外市場への展開	.282**	.481**	1.00	.741**	.330**	.287**	.339**	.118**	.144**	.492**	.364**	.220**	.194**	.258**	.348**	.260**	.233**	.327**	.455**	.374**	.291**
(4) インバウンド需要・国際化への対応	.293**	.435**	.741**	1.00	.349**	.315**	.356**	.154**	.196**	.576**	.424**	.207**	.209**	.241**	.289**	.264**	.219**	.355**	.472**	.450**	.358**
(5) 人脈やネットワークの拡大	.531**	.291**	.330**	.349**	1.00	.629**	.549**	.394**	.357**	.329**	.287**	.416**	.384**	.328**	.381**	.357**	.437**	.462**	.376**	.277**	.295**
(6) 情報収集・分析力の強化	.464**	.247**	.287**	.315**	.629**	1.00	.698**	.437**	.379**	.333**	.301**	.373**	.409**	.327**	.361**	.286**	.396**	.431**	.353**	.263**	.321**
(7) 情報発信力の強化	.471**	.359**	.339**	.356**	.549**	.698**	1.00	.366**	.324**	.384**	.347**	.386**	.384**	.273**	.370**	.311**	.354**	.417**	.410**	.314**	.353**
(8) 注文への対応力の強化	.336**	.095**	.118**	.154**	.394**	.437**	.366**	1.00	.576**	.206**	.210**	.317**	.306**	.282**	.193**	.282**	.281**	.269**	.176**	.145**	.246**
(9) 顧客との価値共創	.269**	.093**	.144**	.196**	.357**	.379**	.324**	.576**	1.00	.305**	.249**	.244**	.272**	.250**	.232**	.257**	.266**	.310**	.189**	.207**	.275**
(10) 日本や海外の文化の活用	.185**	.314**	.492**	.576**	.329**	.333**	.384**	.206**	.305**	1.00	.546**	.149**	.179**	.270**	.262**	.170**	.266**	.343**	.489**	.402**	.369**
(11) 地域資源の活用	.238**	.335**	.364**	.424**	.287**	.301**	.347**	.210**	.249**	.546**	1.00	.270**	.282**	.351**	.279**	.231**	.325**	.405**	.467**	.544**	.371**
(12) 従業員の確保	.450**	.288**	.220**	.207**	.416**	.373**	.386**	.317**	.244**	.149**	.270**	1.00	.758**	.511**	.315**	.433**	.354**	.327**	.236**	.217**	.204**
(13) 従業員の教育・研修	.377**	.230**	.194**	.209**	.384**	.409**	.384**	.306**	.272**	.179**	.282**	.758**	1.00	.537**	.280**	.372**	.312**	.318**	.237**	.208**	.210**
(14) 設備投資	.320**	.269**	.258**	.241**	.328**	.327**	.273**	.282**	.250**	.270**	.351**	.511**	.537**	1.00	.415**	.396**	.335**	.325**	.291**	.297**	.277**
(15) 新分野への進出	.370**	.310**	.348**	.289**	.381**	.361**	.370**	.193**	.232**	.262**	.279**	.315**	.280**	.415**	1.00	.342**	.331**	.464**	.382**	.290**	.373**
(16) 資金繰り・資金調達	.399**	.288**	.260**	.264**	.357**	.286**	.311**	.282**	.257**	.170**	.231**	.433**	.372**	.396**	.342**	1.00	.339**	.345**	.297**	.296**	.252**
(17) 同業種との連携	.317**	.281**	.233**	.219**	.437**	.396**	.354**	.281**	.266**	.266**	.325**	.354**	.312**	.335**	.331**	.339**	1.00	.536**	.375**	.308**	.359**
(18) 他業種との連携	.405**	.339**	.327**	.355**	.462**	.431**	.417**	.269**	.310**	.343**	.405**	.327**	.318**	.325**	.464**	.345**	.536**	1.00	.545**	.448**	.470**
(19) 文化機関（展示場等含む）との連携	.317**	.539**	.455**	.472**	.376**	.353**	.410**	.176**	.186**	.489**	.467**	.236**	.237**	.291**	.382**	.297**	.375**	.545**	1.00	.587**	.494**
(20) 周辺地域や商店街との連携	.276**	.379**	.374**	.450**	.277**	.263**	.314**	.145**	.207**	.402**	.544**	.217**	.208**	.297**	.290**	.296**	.308**	.448**	.587**	1.00	.467**
(21) デザイナーとのコラボレーション	.234**	.295**	.291**	.358**	.295**	.321**	.353**	.246**	.275**	.369**	.371**	.204**	.210**	.277**	.373**	.252**	.359**	.470**	.494**	.467**	1.00

**、相関係数は1%水準で有意（両側）です。

(3) 各課題と主な事業の関係

次に、「主な事業」（問6（1））と「現在重要視している課題」（問10（1））の関係を見る。

主な事業別の、それぞれの課題に対する取組状況の平均値を、図表6-1-4で示す。平均値は、各課題に対する取組状況「積極的」「やや積極的」

「どちらともいえない」「やや消極的」「消極的」に対して、それぞれ+5点、+4点、+3点、+2点、+1点を配点したときの、グループ内の事業所の得点を平均したものである。平均値が高い項目ほど、そのグループ内の事業所が積極的に取り組んでいる項目になる。

図表6-1-4 主な事業別の各課題に対する評価の平均値（1：消極的から5：積極的の平均値）
【略称については図表6-1-14・15参照】

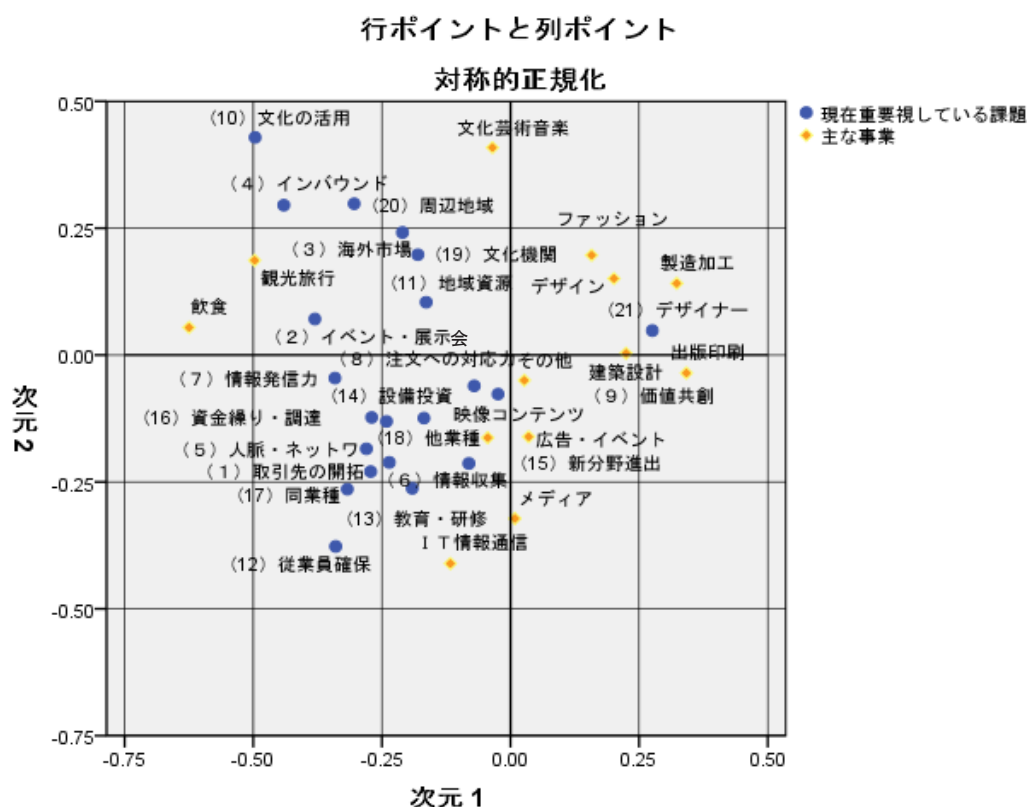
課題	業種 1. 飲食	2. IT・情報通信・ソフトウェア制作	3. 映像・コンテンツ制作	4. ファッション	5. デザイン	6. 観光・旅行・宿泊	7. 広告・イベント	8. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	9. 出版・印刷	10. 文化・芸術・音楽	11. 建築設計	12. 製造加工	13. その他
(1) 取引先の開拓	4.00	4.01	3.44	3.25	3.34	3.92	3.57	3.75	3.58	3.25	3.17	3.16	3.50
(2) イベント・展示会	3.20	2.53	2.06	2.35	1.88	2.60	2.19	2.17	2.00	2.48	1.66	2.16	2.10
(3) 海外市場	1.80	2.01	2.27	2.03	2.12	3.13	2.04	1.75	1.65	2.48	1.94	1.87	2.08
(4) インバウンド需要	2.80	2.29	2.21	2.31	2.24	3.51	2.21	1.83	1.92	2.67	1.97	1.87	2.23
(5) 人脈・ネットワーク	3.80	3.84	3.60	3.14	3.28	3.79	3.65	3.62	3.18	3.48	3.35	2.87	3.46
(6) 情報収集	4.00	3.90	3.64	3.28	3.28	3.75	3.57	3.73	3.36	3.30	3.46	3.28	3.53
(7) 情報発信力	4.20	3.53	3.44	3.20	3.15	3.60	3.27	3.33	3.16	3.35	3.04	3.00	3.33
(8) 注文への対応力	4.00	3.70	3.95	3.67	3.76	4.06	3.94	3.83	3.92	3.50	3.81	3.84	3.78
(9) 価値共創	3.80	3.93	3.96	3.98	3.84	3.87	4.00	3.84	3.47	3.62	4.09	3.74	3.79
(10) 文化の活用	4.20	2.36	2.88	2.81	2.88	3.58	2.57	2.58	2.19	3.40	2.83	2.74	2.71
(11) 地域資源	2.80	2.40	2.45	2.37	2.34	2.75	2.29	2.25	2.24	2.55	2.57	2.37	2.53
(12) 従業員確保	3.60	3.72	3.47	2.90	2.71	3.58	3.41	3.51	2.68	2.70	2.94	2.81	3.32
(13) 教育・研修	3.20	3.66	3.47	3.02	2.99	3.70	3.41	3.55	2.76	2.92	3.07	3.13	3.51
(14) 設備投資	3.40	2.89	3.31	2.62	2.56	2.92	2.69	2.92	2.65	2.67	2.76	2.50	2.63
(15) 新分野進出	2.60	3.17	3.11	2.45	2.94	2.90	2.90	2.90	2.70	2.67	2.54	2.39	2.53
(16) 資金繰り・調達	3.20	3.20	3.07	2.77	2.75	3.48	2.95	3.00	2.77	2.81	2.86	2.37	2.91
(17) 同業種	3.80	3.28	3.17	2.61	2.63	3.08	3.18	3.30	2.79	2.79	2.85	2.61	3.09
(18) 他業種	3.20	2.97	2.78	2.52	3.00	3.04	2.98	2.97	2.58	2.55	2.84	2.65	2.81
(19) 文化機関	2.60	2.24	2.36	2.31	2.52	2.92	2.52	2.53	2.27	3.02	2.06	2.29	2.45
(20) 周辺地域	3.00	1.89	2.09	2.43	2.21	2.78	2.18	1.97	1.97	2.52	2.00	2.06	2.31
(21) デザイナー	1.80	2.39	2.82	2.56	2.94	2.45	2.96	2.29	2.92	2.63	2.61	2.71	2.50

図表6-1-4の結果を基に、コレスポンデンス分析を行う。コレスポンデンス分析とは、2つの変数の関係を図（知覚マップ）で示す分析方法である。今回は、「主な事業」（問6（1））と「現在重要視している課題」（問10（1））の関係を、図（知覚マップ）によって表す（図表6-1-5）。

本図表から、「6. 観光・旅行・宿泊」では、「(4) インバウンド需要・国際化への対応」を重要視していることがわかる。また、「10. 文化・芸術・音楽」では、「(20) 周辺地域や商店街との連携」、「(3) 海外市場への展開」、「(19) 文化機

関（展示場等を含む）」を重要視している。「2. IT・情報通信・ソフトウェア制作」では、「(12) 従業員の確保」を重要視している。「3. 映像・コンテンツ制作」、「7. 広告・イベント」、「8. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」では、「(15) 新分野進出」を重要視している。「4. ファッション」、「5. デザイン」、「12. 製造・加工」、「11. 建築設計」、「9. 出版・印刷」では、「(21) デザイナーとのコラボレーション」を重要視していることがわかる。

図表6-1-5 主な事業と現在重要視している課題の関係図【知覚マップ】
【略称については図表6-1-14・15参照】



3 現在重要視している課題についての分析（因子分析）

(1) 現在重要視している課題の因子抽出

「現在重要視している課題」（問10（1））には、21の質問項目が含まれる。それらの質問項目間の

関係を、因子分析の方法によって分析する²。因子分析は、質問項目間の関係する共通の因子を抽出する手法である。

因子分析を行う前に、これら21個の項目が因子分析に適しているかどうかを確認するための分

² 因子抽出法は最尤法、回転法は Kaiser の正規化を伴うプロマックス回転を採用する。

析（信頼性分析）を行った。この結果、信頼性係数は0.913と極めて高い値であった³。したがって、因子分析を行うには問題がないと判断することができる。また、このほかに2つのテストを行ったが、いずれも因子分析を行うことを妥当とする結果であった⁴。

今回の調査データで因子分析を行うことの妥当性を確認できたので、以下では、分析を進めていく。まずは、因子負荷行列を算出した（図表6-1-6）。因子負荷行列はパターン行列と構造行列に分かれており、その両方を示す。なお、結果を解釈しやすくするため、因子ごとの変数の並べ替えを行った上で、0.3以下の数値については表示して

図表6-1-8 信頼性係数：Cronbachのアルファ係数

信頼性統計量	
Cronbachのアルファ	項目の数
0.913	21

いない。

抽出した因子の変数の構成から、各因子について、以下のように解釈した。第1因子：「他企業や地域等との連携の強化」、第2因子は：「人的投資及び物的投資」、第3因子：「情報・ネットワーク・取引先の拡充」、第4因子：「国際化」、第5因子：「顧客との関係の強化」。

図表6-1-6 「現在重要視している課題」（問10（1））についての因子分析の結果

パターン行列 a	因子				
	1	2	3	4	5
(19) 文化機関（展示場等を含む）との連携	0.815				
(20) 周辺地域や商店街との連携	0.766				
(18) 他業種との連携	0.656				
(21) デザイナーとのコラボレーション	0.649				
(11) 地域資源の活用	0.563				
(17) 同業種との連携	0.453				
(15) 新分野への進出	0.375				
(2) イベントや展示会への出展	0.351				
(12) 従業員の確保		0.976			
(13) 従業員の教育・研修		0.831			
(14) 設備投資		0.532			
(16) 資金繰り・資金調達		0.362			
(6) 情報収集・分析力の強化			0.900		
(7) 情報発信力の強化			0.759		
(5) 人脈やネットワークの拡大			0.636		
(1) 取引先の開拓			0.465		
(4) インバウンド需要・国際化への対応				0.892	
(3) 海外市場への展開				0.825	
(10) 日本や海外の文化の活用	0.319			0.437	
(9) 顧客との価値共創					0.780
(8) 注文への対応力の強化					0.625

因子抽出法：最尤法
回転法：Kaiserの正規化を伴うプロマックス法

構造行列	因子				
	1	2	3	4	5
(19) 文化機関（展示場等を含む）との連携	0.794	0.314	0.462	0.546	
(20) 周辺地域や商店街との連携	0.710		0.330	0.495	
(18) 他業種との連携	0.696	0.413	0.552	0.370	0.322
(11) 地域資源の活用	0.649	0.358	0.371	0.490	
(21) デザイナーとのコラボレーション	0.626		0.395	0.370	0.301
(2) イベントや展示会への出展	0.562	0.355	0.387	0.525	
(17) 同業種との連携	0.537	0.424	0.497		0.306
(15) 新分野への進出	0.524	0.395	0.464	0.332	
(12) 従業員の確保	0.358	0.905	0.500		
(13) 従業員の教育・研修	0.366	0.828	0.511		0.330
(14) 設備投資	0.457	0.614	0.409		0.308
(16) 資金繰り・資金調達	0.423	0.500	0.403		
(6) 情報収集・分析力の強化	0.468	0.457	0.844	0.317	0.475
(7) 情報発信力の強化	0.518	0.453	0.775	0.382	0.378
(5) 人脈やネットワークの拡大	0.496	0.484	0.734	0.364	0.420
(1) 取引先の開拓	0.434	0.523	0.620	0.307	0.310
(4) インバウンド需要・国際化への対応	0.573		0.385	0.892	
(3) 海外市場への展開	0.526		0.378	0.827	
(10) 日本や海外の文化の活用	0.593		0.375	0.632	0.333
(9) 顧客との価値共創	0.335	0.307	0.415		0.792
(8) 注文への対応力の強化		0.380	0.491		0.714

因子抽出法：最尤法
回転法：Kaiserの正規化を伴うプロマックス法

³ Cronbachのアルファ係数によって信頼性を検討した。同係数が1に近いほど因子分析に適していると評価される。

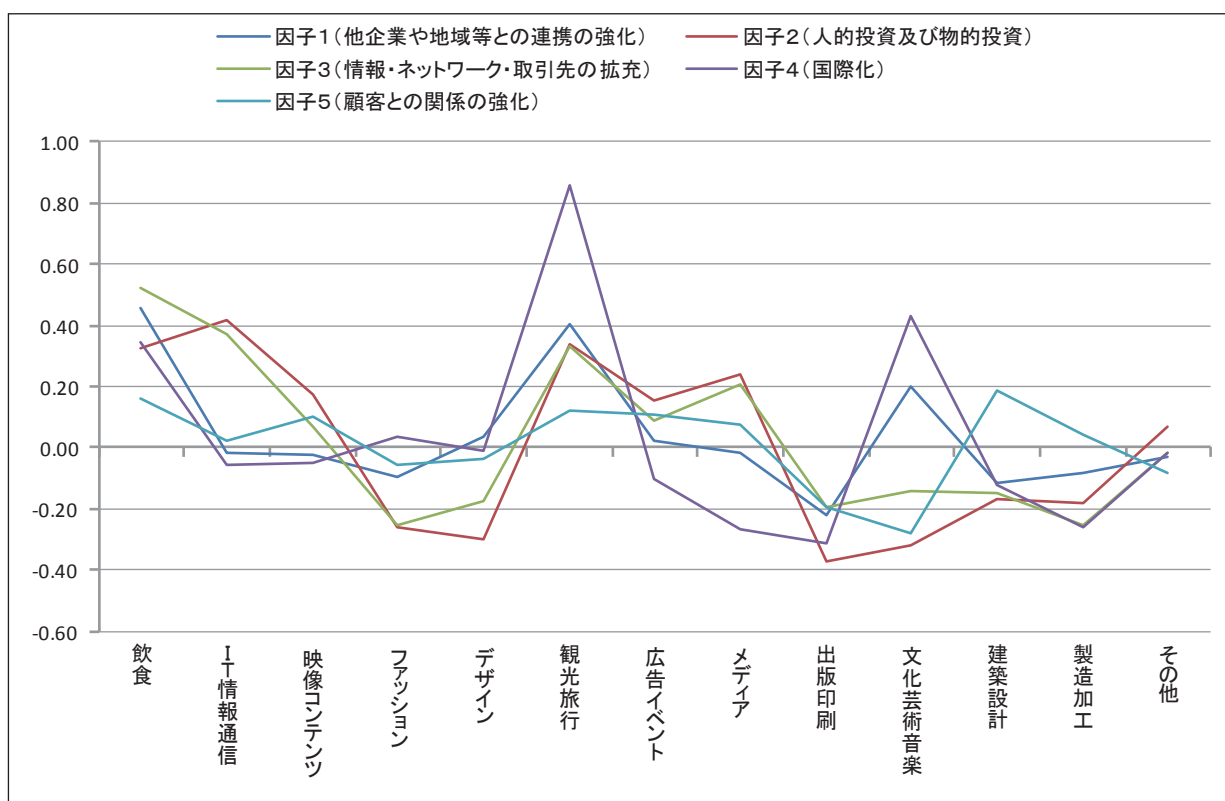
⁴ 分析を進めながら、さらに2つの方法で因子分析の妥当性のテストを行ったので、その結果を述べておく。KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) による標本妥当性の測度を算出すると、0.842であった。これは、因子分析を行うのに良好であるという値である。さらに、Bartlettの球面性の検定も行い、因子分析を行うことに問題がないという結果（使用する分散共分散行列がある一定倍の単位行列に等しいという帰無仮説を棄却するという結果）を得た。後者については、近似 $\chi^2=2408.202$ 、自由度=210、有意確率=0.000であった。

次に、得られた因子を得点化し、その因子得点の平均値を、主な事業別に比較する（図表6-1-7）。

「2. IT・情報通信・ソフトウェア制作」では、第2因子（人的投資及び物的投資）、第3因子（情報・ネットワーク・取引先の拡充）の得点が高い。一方で、「4. ファッション」、「5. デザイン」では、それらの因子得点は低い。「6. 観

光・旅行・宿泊」では、「国際化」の得点が高い。「10. 文化・芸術・音楽」でも第4因子（国際化）が高い値をとっている。一方で、「7. 広告・イベント」、「8. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」、「9. 出版・印刷」、「11. 建築設計」、「12. 製造・加工」では、第4因子（国際化）の得点が低いことがわかる。

図表6-1-7 主な事業と現在重要視している課題の因子得点の平均値



（2） 因子得点を使った事業所のグループ化

先に述べた因子得点を使って、今回調査事業所（1,047件）を、グループ化する。グループ化の手法は、クラスタ分析と呼ばれるものである。クラスタ分析を行うことで、5つの因子得点から保存された特徴を基に、事業所をグループ化することができる。何度か試行した結果のうち、以下では、グループの数（クラスタ数）を5つにしたものを紹介する（図表6-1-8）⁵。

図表6-1-8 各クラスタのケース数

クラスタ	1	210
	2	76
	3	205
	4	151
	5	239
有効数		881
欠損		166

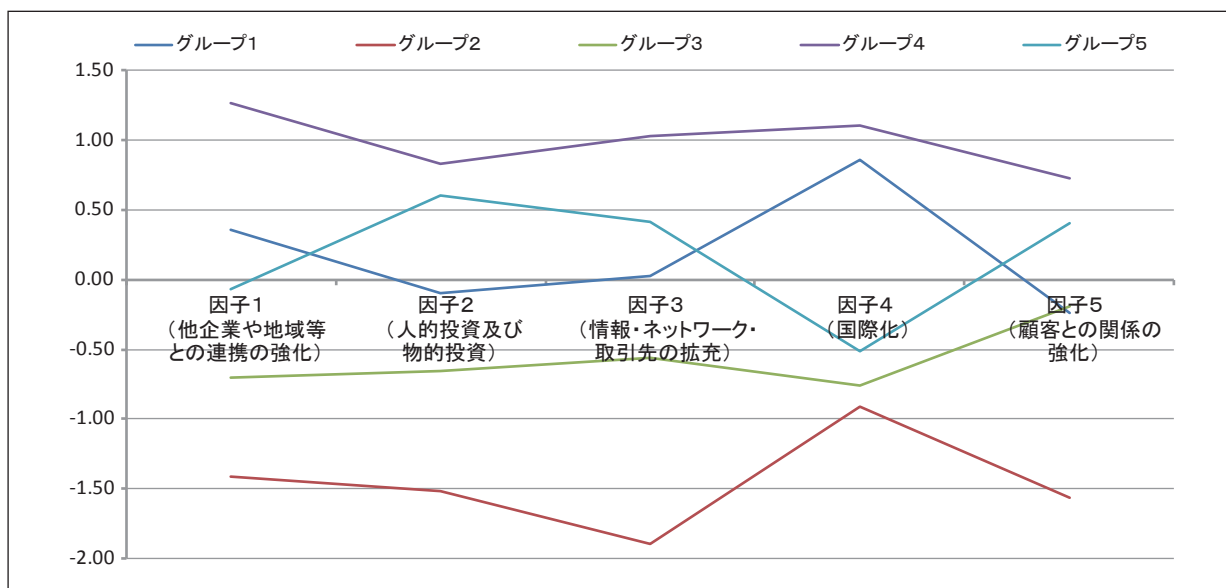
⁵ 大規模ファイルのクラスタと呼ばれる K-Means 法によるクラスタ化の手法を使った。収束までの回数は8回であった。なお、欠損が166件あったが、これは、因子分析を行った「現在重要視している課題」（問10（1））の21の質問項目内に欠損値を持っていることにより、因子得点を得ることができなかったことによる。

各グループの特徴を把握するため、グループ別の、先述の5つの因子（「他企業や地域との連携の強化」、「人的投資及び物的投資」、「情報・ネットワーク・取引先の拡充」、「国際化」、「顧客との関係の強化」）に対する因子得点の平均値を見る（図表6-1-9）。

グループ1は、全グループの中でも平均的なグループであり、因子4（国際化）については比較

的高い得点を持つ。グループ2は、全ての項目において、得点が全グループ中最も低い。グループ3は、因子得点が比較的低いグループである。グループ4は、全ての項目において最も因子得点が高い。グループ5は、因子3（情報・ネットワーク・取引先の拡充）及び因子5（顧客との関係の強化）の得点がやや高い一方、因子4（国際化）の得点が低い。

図表6-1-9 クラスタ分析に基づくグループ化【5区分】別の因子得点の平均点



(3) クラスタ分析の結果と主な事業との関係

前項では、クラスタ分析によって、事業所を5つのグループに分けた。ここでは、このグループ区分と「主な事業」（問6（1））の関係を見る（図表6-1-10）。

グループ1は、因子4（国際化）の得点がやや高いが、その他は平均的なグループである。このグループ1の割合が高い業種は、「6. 観光・旅行・宿泊」及び「10. 文化・芸術・音楽」である。「6. 観光・旅行・宿泊」及び「10. 文化・芸術・音楽」は、グループ4の割合も高い。

グループ2は、全ての項目において、得点が全グループ中最も低い。このグループの割合が高い業種は見られず、言い換えれば、どの業種にもあるグループである。「9. 出版・印刷」では同グループの割合が相対的に高いが、件数としては多くはない。

グループ3は、因子得点が比較的低いグループである。このグループの割合が高い業種は、「4. ファッション」、「5. デザイン」、「9. 出版・印刷」、「12. 製造・加工」である。

グループ4は、全ての項目において最も因子得点が高い。このグループの割合が高い業種は、「6. 観光・旅行・宿泊」及び「10. 文化・芸術・音楽」である。

グループ5は、因子3（情報・ネットワーク・取引先の拡充）及び因子5（顧客との関係の強化）の得点がやや高い一方、因子4（国際化）の得点が低い。このグループの割合が高い業種は、「2. IT・情報通信・ソフトウェア制作」、「8. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」、「11. 建築設計」、「7. 広告・イベント」、「3. 映像・コンテンツ制作」である。

図表6-1-10 主な事業とクラスタ分析によるグループ化【5区分】

		クラスタ番号					合計
		1	2	3	4	5	
1. 飲食	度数	1	0	1	1	2	5
	主な業務の%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%	40.0%	100%
2. IT・情報通信・ソフトウェア制作	度数	16	4	8	12	42	82
	主な業務の%	19.5%	4.9%	9.8%	14.6%	51.2%	100%
3. 映像・コンテンツ制作	度数	21	4	21	11	26	83
	主な業務の%	25.3%	4.8%	25.3%	13.3%	31.3%	100%
4. ファッション	度数	30	9	26	13	15	93
	主な業務の%	32.3%	9.7%	28.0%	14.0%	16.1%	100%
5. デザイン	度数	21	9	22	15	15	82
	主な業務の%	25.6%	11.0%	26.8%	18.3%	18.3%	100%
6. 観光・旅行・宿泊	度数	20	1	6	17	4	48
	主な業務の%	41.7%	2.1%	12.5%	35.4%	8.3%	100%
7. 広告・イベント	度数	14	6	22	17	32	91
	主な業務の%	15.4%	6.6%	24.2%	18.7%	35.2%	100%
8. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	度数	6	3	13	9	21	52
	主な業務の%	11.5%	5.8%	25.0%	17.3%	40.4%	100%
9. 出版・印刷	度数	13	11	19	8	15	66
	主な業務の%	19.7%	16.7%	28.8%	12.1%	22.7%	100%
10. 文化・芸術・音楽	度数	21	6	8	10	3	48
	主な業務の%	43.8%	12.5%	16.7%	20.8%	6.3%	100%
11. 建築設計	度数	12	8	14	7	25	66
	主な業務の%	18.2%	12.1%	21.2%	10.6%	37.9%	100%
12. 製造・加工	度数	8	2	8	2	7	27
	主な業務の%	29.6%	7.4%	29.6%	7.4%	25.9%	100%
13. その他	度数	26	13	36	25	32	132
	主な業務の%	19.7%	9.8%	27.3%	18.9%	24.2%	100%
合計	度数	209	76	204	147	239	875
	主な業務の%	23.9%	8.7%	23.3%	16.8%	27.3%	100%

(4) クラスタ分析の結果と今後の行政への期待

「今後の行政への期待」(問14)とクラスタ分析の結果の関係を見る。まず、クラスタ分析によるグループ化【5区分】別の「今後の行政への期待」のクロス集計を行い、その結果を基に、コレスポネンズ分析を行った。コレスポネンズ分析によって、クラスタ分析によるグループ化【5区分】と「今後の行政への期待」の関係を、図(知覚マップ)によって表すことができる(図表6-1-11)。

グループ1(「国際化」の因子得点が高いグループ)は、「7. 発表の場の提供」、「13. クリエイティブな企業への表彰」、「6. イベント・展示会等の開催又は出展支援」、及び「2. 知的財産権に関する相談・支援」と近い。

グループ2(全ての因子得点の値が最も低いグ

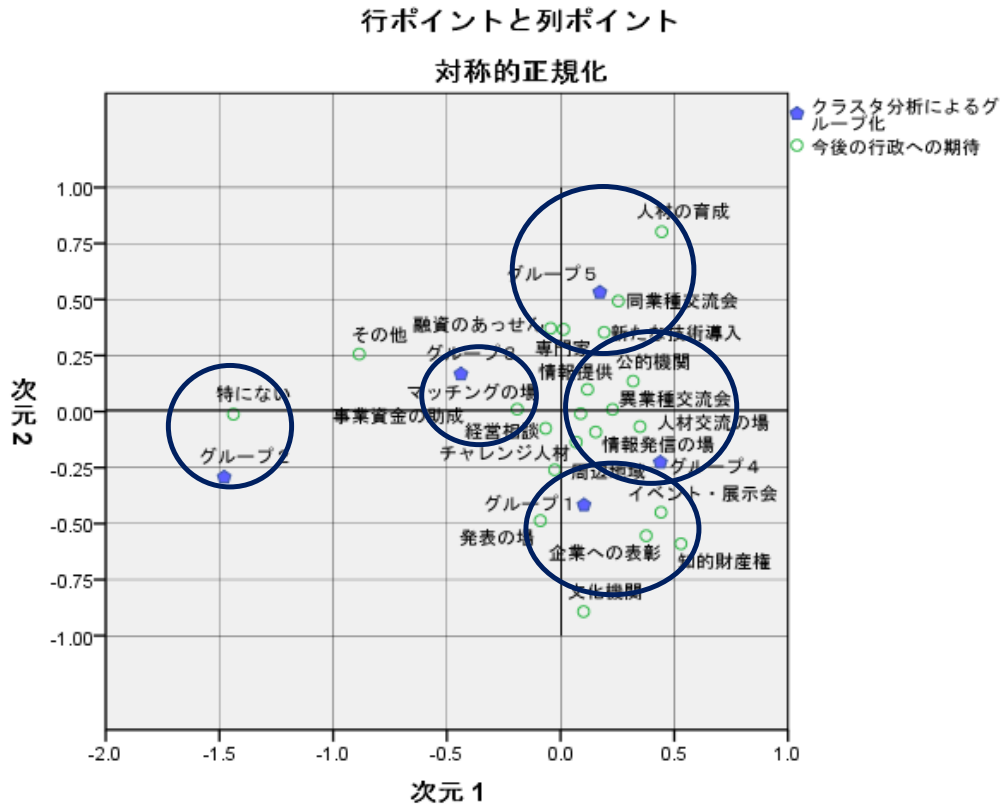
ループ)は、行政への期待について「22. 特にない」の回答と近い位置にある。

グループ3(平均的に得点が低いグループ)は、「9. 事業資金等の助成等」と近い。

グループ4(全ての因子得点の値が最も高いグループ)は、「16. 異業種交流会の開催」、「4. 情報提供」、「8. 事業紹介・マッチングの場の提供」、「14. 人材交流の場の提供」、「20. 公的機関(学校等)との連携支援」、及び「5. 情報発信の場の提供」と近い。

グループ5(「人的投資及び物的投資」及び「情報・ネットワーク・取引先の拡充」の得点が相対的に高いグループ)は、「3. 専門家の派遣・あっせん」、「11. 融資のあっせん」、「12. 新たな技術導入への支援」、「15. 同業種交流会の開催」、及び「17. 人材の育成支援」と近い。

図表6-1-11 クラスタと今後の行政に期待との関係：知覚マップ



3 クリエイティブ活動を支援することの重要点について

「港区が企業のクリエイティブ活動支援をする上で重要な点」（問15）は、自由記述の設問であり、343件の回答が得られた。これらの回答に対して、テキスト分析を行ったところ、次のようなキーワードを抽出することができた。なお、キーワードは、5件以上回答があるケースに限定されている（図表6-1-12）。

支援や活動、提供、人、交流、情報、助成、融資、地域、クリエイターといったキーワードが抽出された。企業の活動の場や提供、交流や情報といった交流の場の提供や環境などを希望していることがわかる。また、助成や融資などの資金についてのキーワードもある。また、人や紹介、クリ

エーターなど人に対しての紹介や個人についても期待されている。

次いで、これらキーワードの関係を Web グラフで示す（図表6-1-13）。

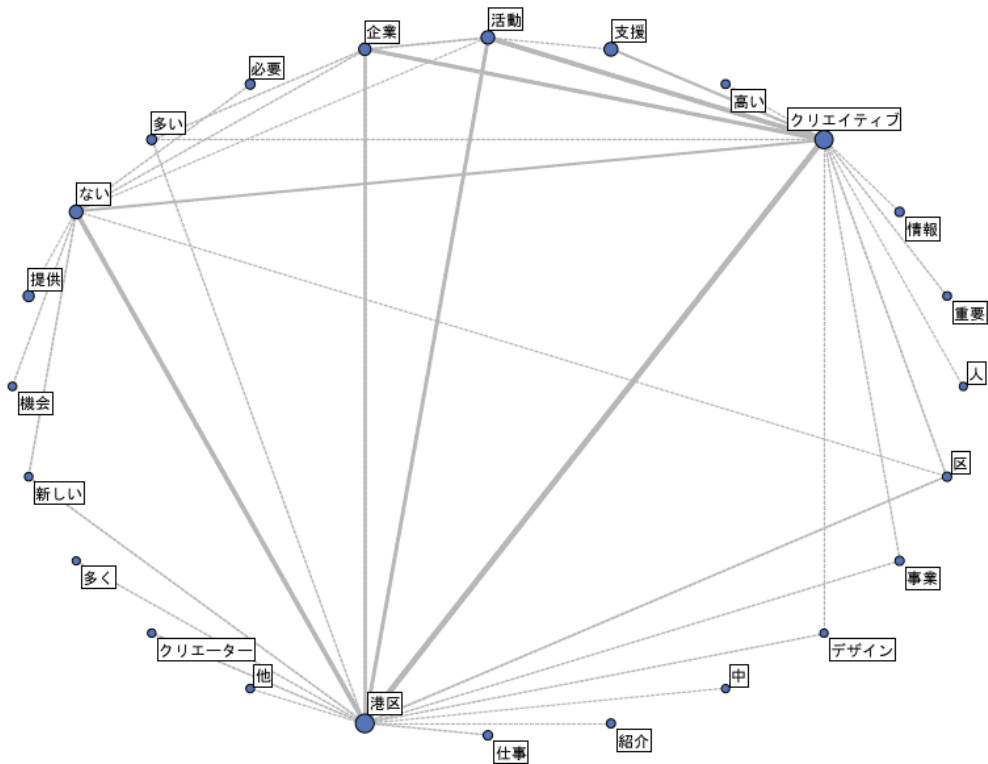
Web グラフは、キーワードの件数を丸の大きさで、キーワード間の関係を線の太さで示している。キーワードの件数が多いほど丸は大きく、2つのキーワードの関係が強いほどそれらの間の線が太い。

同図表からは、「港区」、「クリエイティブ」及び「ない」といったキーワードが、「企業」、「活動」、「支援」及び「クリエイター」などのキーワードと関係していることが視覚的に読み取ることができる。

図表6-1-12 抽出されたキーワード

No.	キーワード	度数	No.	キーワード	度数	No.	キーワード	度数	No.	キーワード	度数
1	港区	64	21	日本	12	41	理解	6	61	整備	5
2	クリエイティブ	61	22	個人	11	42	育成	6	62	今後	5
3	支援	38	23	融資	11	43	利用	6	63	スペース	5
4	活動	36	24	機会	10	44	産業	6	64	海外	5
5	企業	30	25	地域	10	45	イメージ	6	65	維持	5
6	提供	24	26	クリエイター	10	46	モノ	6	66	施策	5
7	人	19	27	事業資金	9	47	資金	6	67	文化	5
8	必要	18	28	デザイン	9	48	実施	6	68	活用	5
9	区	18	29	イベント	9	49	場所	5			
10	交流	16	30	内容	9	50	状況	5			
11	街	16	31	開催	9	51	時代	5			
12	情報	15	32	斡旋	8	52	発表	5			
13	行政	15	33	中小企業	8	53	街並み	5			
14	仕事	15	34	参加	8	54	企画	5			
15	助成	14	35	時間	8	55	異業種	5			
16	環境	14	36	助成金	7	56	展示会	5			
17	事業	14	37	欲しい	6	57	連携	5			
18	紹介	13	38	若い人	6	58	人々	5			
19	重要	12	39	情報発進	6	59	発信	5			
20	会社	12	40	補助金	6	60	マッチング	5			

図表6-1-13 抽出されたキーワードのWeb グラフ



4 まとめ

本節では、「港区におけるクリエイティブ産業に関するアンケート調査」（一般業種）における「現在重要視している課題」（問10（1））及び「港区が企業のクリエイティブ活動支援をする上で重要な点」（問15）について、多変量解析やテキスト分析による詳細な検討を行った。

まず、因子分析により、各事業所が重要視する課題の背景にある因子を5つ抽出した。それらの因子は、「他企業や地域等との連携の強化」、「人的投資及び物的投資」、「情報・ネットワーク・取引先の拡充」、「国際化」、「顧客との関係の強化」と解釈できる。さらに、「主な事業」（問6（1））別に因子得点を比較することで、クロス集計とは異なる角度から、各業種の特徴を明らかにした。

次に、クラスタ分析の手法を用いて、この因子得点を基に事業所全体を5つのグループに区分した。この5つのグループと「今後の行政への期待」（問14）との関係を、コレスポネンス分析によって図表化した。この5つのグループについ

て得られた知見は、次のとおりである。

グループ1：因子4（国際化）が高い。発表の場の提供や、イベント・展示会等の開催又は出展支援等を希望。

グループ2：全ての因子得点が低い。行政への期待は希薄。

グループ3：比較的因子得点が低い。事業資金の助成等を希望。

グループ4：全ての因子得点が高い。人材交流の場の提供等を希望。

グループ5：因子2（人的投資及び物的投資）及び因子3（情報・ネットワーク・取引先の拡充）が高い。同業種交流会の開催等を希望。

また、「港区が企業のクリエイティブ活動支援をする上で重要な点」（問15）の自由記述について、キーワードの抽出を行った。その上で、抽出されたキーワードを基にWebグラフを作成し、各キーワード間の関係を視覚的に示した。

5 資料における記載名と略称

ここでは、各項目の呼称について、調査票における記載名と本文で使用した略称を以下のとおり掲載する。

図表6-1-14 主な事業（問6（1））における記載名と略称

	項目名	略称
1	飲食	飲食
2	IT・情報通信・ソフトウェア制作	IT 情報通信
3	映像・コンテンツ制作	映像コンテンツ
4	ファッション	ファッション
5	デザイン	デザイン
6	観光・旅行・宿泊	観光旅行
7	広告・イベント	広告イベント
8	テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	メディア
9	出版・印刷	出版印刷
10	文化・芸術・音楽	文化芸術音楽
11	建築設計	建築設計
12	製造・加工	製造加工
13	その他	その他

図表6-1-15 「現在重要視している課題」（問10（1））における記載名と略称

	項目名	略称
(1)	取引先の開拓	取引先の開拓
(2)	イベントや展示会への出展	イベント・展示会
(3)	海外市場への展開	海外市場
(4)	インバウンド需要・国際化への対応	インバウンド
(5)	人脈やネットワークの拡大	人脈・ネットワーク
(6)	情報収集・分析力の強化	情報収集
(7)	情報発信力の強化	情報発信力
(8)	注文への対応力の強化	注文への対応力
(9)	顧客との価値共創	価値共創
(10)	日本や海外の文化の活用	文化の活用
(11)	地域資源の活用	地域資源
(12)	従業員の確保	従業員確保
(13)	従業員の教育・研修	教育・研修
(14)	設備投資	設備投資
(15)	新分野への進出	新分野進出
(16)	資金繰り・資金調達	資金繰り・調達
(17)	同業種との連携	同業種
(18)	他業種との連携	他業種
(19)	文化機関（展示場等含む）との連携	文化機関
(20)	周辺地域や商店街との連携	周辺地域
(21)	デザイナーとのコラボレーション	デザイナー

図表6-1-16 「今後の行政への期待」（問14）の記載名と略称

番号	調査票における記載名	本節における略称
1	経営相談	経営相談
2	知的財産権に関する相談・支援	知的財産権
3	専門家の派遣・あっせん	専門家
4	情報提供	情報提供
5	情報発信の場の提供	情報発信の場
6	イベント・展示会等の開催又は出展支援	イベント・展示会
7	発表の場の提供	発表の場
8	事業紹介・マッチングの場の提供	マッチングの場
9	事業資金等の助成等	事業資金の助成
10	チャレンジする人材や企業に対する融資	チャレンジ人材
11	融資のあっせん	融資のあっせん
12	新たな技術導入への支援	新たな技術導入
13	クリエイティブな企業への表彰	企業への表彰
14	人材交流の場の提供	人材交流の場
15	同業種交流会の開催	同業種交流会
16	異業種交流会の開催	異業種交流会
17	人材の育成支援	人材の育成
18	文化機関との連携支援	文化機関
19	周辺地域や商店街との連携支援	周辺地域
20	公的機関（学校等）との連携支援	公的機関
21	その他	その他
22	特にない	特にない

資料2 クロス集計結果

1 資本金額（一般業種）

図表6-2-1-1 資本金額[5区分]×所在地(問1)

	芝川区		赤坂地区		麻布地区		高輪地区		芝浦港南地区		港区外		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	17	15.2%	42	37.5%	34	30.4%	16	14.3%	3	2.7%	0	0.0%	112	100.0%
1,000万円未満	55	24.7%	88	39.5%	53	23.8%	19	8.5%	8	3.6%	0	0.0%	223	100.0%
1,000～2,000万円未満	138	34.5%	140	35.0%	86	21.5%	24	6.0%	12	3.0%	0	0.0%	400	100.0%
2,000万～1億円未満	92	43.8%	63	30.0%	30	14.3%	12	5.7%	13	6.2%	0	0.0%	210	100.0%
1億円以上	31	50.8%	16	26.2%	6	9.8%	3	4.9%	4	6.6%	1	1.6%	61	100.0%
全体	333	33.1%	349	34.7%	209	20.8%	74	7.4%	40	4.0%	1	0.1%	1,006	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=77.669 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-2 資本金額[5区分]×事業所の形態(問2(1))

	単独事業所		本社・本店		支社・支店		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	95	84.8%	5	4.5%	9	8.0%	3	2.7%	112	100.0%
1,000万円未満	175	78.8%	20	9.0%	24	10.8%	3	1.4%	222	100.0%
1,000～2,000万円未満	299	74.9%	55	13.8%	43	10.8%	2	0.5%	399	100.0%
2,000万～1億円未満	129	61.4%	50	23.8%	28	13.3%	3	1.4%	210	100.0%
1億円以上	15	24.6%	18	29.5%	28	45.9%	0	0.0%	61	100.0%
全体	713	71.0%	148	14.7%	132	13.1%	11	1.1%	1,004	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=120.466 自由度=12 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-3 資本金額[5区分]×開業時期(問2(2)①)[4区分]

	1989年まで		1990～1999年		2000～2009年		2010年以降		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	48	44.0%	28	25.7%	16	14.7%	17	15.6%	109	100.0%
1,000万円未満	69	31.4%	46	20.9%	60	27.3%	45	20.5%	220	100.0%
1,000～2,000万円未満	232	59.0%	89	22.6%	62	15.8%	10	2.5%	393	100.0%
2,000万～1億円未満	123	60.0%	43	21.0%	31	15.1%	8	3.9%	205	100.0%
1億円以上	37	60.7%	12	19.7%	9	14.8%	3	4.9%	61	100.0%
全体	509	51.5%	218	22.1%	178	18.0%	83	8.4%	988	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=107.975 自由度=12 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-4 資本金額[5区分]×現在の事業所の開設時期(問2(2)②)

	開業した時期と同じ		開業した時期と異なる		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	65	59.1%	45	40.9%	110	100.0%
1,000万円未満	101	46.1%	118	53.9%	219	100.0%
1,000～2,000万円未満	109	27.5%	287	72.5%	396	100.0%
2,000万～1億円未満	56	26.8%	153	73.2%	209	100.0%
1億円以上	15	24.6%	46	75.4%	61	100.0%
全体	346	34.8%	649	65.2%	995	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=58.934 自由度=4 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-5 資本金額[5区分]×現在の事業所の開設時期(問2(2)②)[4区分]

	1989年まで		1990～1999年		2000～2009年		2010年以降		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	7	17.9%	8	20.5%	10	25.6%	14	35.9%	39	100.0%
1,000万円未満	12	10.5%	18	15.8%	34	29.8%	50	43.9%	114	100.0%
1,000～2,000万円未満	30	11.3%	50	18.9%	80	30.2%	105	39.6%	265	100.0%
2,000万～1億円未満	23	16.4%	18	12.9%	31	22.1%	68	48.6%	140	100.0%
1億円以上	6	14.0%	6	14.0%	17	39.5%	14	32.6%	43	100.0%
全体	78	13.0%	100	16.6%	172	28.6%	251	41.8%	601	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=13.136 自由度=12 p=0.359

図表6-2-1-6 資本金額[5区分]×正規従業者数(問4(1))[4区分]

	2人以下		3～5人		6～10人		11人以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	66	67.3%	23	23.5%	4	4.1%	5	5.1%	98	100.0%
1,000万円未満	96	43.6%	66	30.0%	38	17.3%	20	9.1%	220	100.0%
1,000～2,000万円未満	73	18.3%	136	34.2%	98	24.6%	91	22.9%	398	100.0%
2,000万～1億円未満	17	8.1%	31	14.8%	39	18.7%	122	58.4%	209	100.0%
1億円以上	1	1.7%	4	6.7%	5	8.3%	50	83.3%	60	100.0%
全体	253	25.7%	260	26.4%	184	18.7%	288	29.2%	985	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=369.375 自由度=12 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-7 資本金額[5区分]×非正規従業者数(問4(2))[5区分]

	非正規従業者の雇用なし		1～2人		3～5人		6～10人		11人以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	23	31.5%	38	52.1%	5	6.8%	3	4.1%	4	5.5%	73	100.0%
1,000万円未満	44	32.6%	62	45.9%	19	14.1%	4	3.0%	6	4.4%	135	100.0%
1,000～2,000万円未満	77	27.2%	127	44.9%	50	17.7%	20	7.1%	9	3.2%	283	100.0%
2,000万～1億円未満	40	25.2%	57	35.8%	26	16.4%	16	10.1%	20	12.6%	159	100.0%
1億円以上	5	10.2%	13	26.5%	4	8.2%	2	4.1%	25	51.0%	49	100.0%
全体	189	27.0%	297	42.5%	104	14.9%	45	6.4%	64	9.2%	699	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=138.966 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-8 資本金額【5区分】×経営者の年齢(問5(1))

	30歳未満		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	0	0.0%	2	1.8%	6	5.5%	20	18.3%	38	34.9%	43	39.4%	109	100.0%
1,000万円未満	1	0.5%	11	5.0%	41	18.5%	59	26.6%	69	31.1%	41	18.5%	222	100.0%
1,000～2,000万円未満	1	0.3%	10	2.5%	42	10.5%	112	28.0%	139	34.8%	96	24.0%	400	100.0%
2,000万～1億円未満	1	0.5%	5	2.4%	26	12.4%	69	32.9%	71	33.8%	38	18.1%	210	100.0%
1億円以上	0	0.0%	2	3.3%	4	6.7%	26	43.3%	25	41.7%	3	5.0%	60	100.0%
全体	3	0.3%	30	3.0%	119	11.9%	286	28.6%	342	34.2%	221	22.1%	1,001	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=57.015 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-9 資本金額【5区分】×経営者の性別(問5(2))

	男性		女性		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	82	73.2%	30	26.8%	112	100.0%
1,000万円未満	181	81.2%	42	18.8%	223	100.0%
1,000～2,000万円未満	347	87.0%	52	13.0%	399	100.0%
2,000万～1億円未満	194	92.4%	16	7.6%	210	100.0%
1億円以上	59	96.7%	2	3.3%	61	100.0%
全体	863	85.9%	142	14.1%	1,005	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=32.506 自由度=4 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-10 資本金額【5区分】×主な事業(問6(1))

	飲食		IT・情報通信 ・ソフトウェア 制作		映像・ コンテンツ制作		ファッション		デザイン		観光・旅行 ・宿泊		広告・イベント		テレビ・ラジオ ・新聞 ・他メディア	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	2	1.8%	1	0.9%	5	4.5%	40	35.7%	8	7.1%	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%
1,000万円未満	2	0.9%	5	2.2%	27	12.1%	25	11.2%	35	15.7%	5	2.2%	18	8.1%	14	6.3%
1,000～2,000万円未満	0	0.0%	31	7.8%	41	10.3%	32	8.1%	38	9.6%	14	3.5%	57	14.4%	24	6.0%
2,000万～1億円未満	0	0.0%	38	18.2%	21	10.0%	14	6.7%	10	4.8%	17	8.1%	19	9.1%	16	7.7%
1億円以上	0	0.0%	11	18.0%	1	1.6%	2	3.3%	0	0.0%	13	21.3%	5	8.2%	10	16.4%
全体	4	0.4%	86	8.6%	95	9.5%	113	11.3%	91	9.1%	50	5.0%	99	9.9%	64	6.4%

	出版・印刷		文化・芸術 ・音楽		建築設計		製造・加工		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	6	5.4%	9	8.0%	5	4.5%	7	6.3%	28	25.0%	112	100.0%
1,000万円未満	17	7.6%	16	7.2%	20	9.0%	6	2.7%	33	14.8%	223	100.0%
1,000～2,000万円未満	40	10.1%	17	4.3%	35	8.8%	9	2.3%	59	14.9%	397	100.0%
2,000万～1億円未満	13	6.2%	6	2.9%	16	7.7%	9	4.3%	30	14.4%	209	100.0%
1億円以上	1	1.6%	3	4.9%	0	0.0%	2	3.3%	13	21.3%	61	100.0%
全体	77	7.7%	51	5.1%	76	7.6%	33	3.3%	163	16.3%	1,002	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=273.608 自由度=48 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-11 資本金額【5区分】×業界の特徴(問6(3))

	価格競争が 激しい		高級化が 進んでいる		取引先が固定化され ている		海外からの訪日客の 取込みが課題である		企画・提案力が問われ ている		専門知識が問われて いる		人材の確保が難しい		従業員の教育・研修が 重要である	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	39	36.1%	8	7.4%	25	23.1%	11	10.2%	31	28.7%	51	47.2%	37	34.3%	25	23.1%
1,000万円未満	89	40.5%	10	4.5%	85	38.6%	9	4.1%	110	50.0%	105	47.7%	89	40.5%	68	30.9%
1,000～2,000万円未満	174	43.8%	14	3.5%	147	37.0%	18	4.5%	193	48.6%	177	44.6%	176	44.3%	111	28.0%
2,000万～1億円未満	101	48.3%	7	3.3%	66	31.6%	12	5.7%	97	46.4%	93	44.5%	109	52.2%	75	35.9%
1億円以上	25	43.9%	2	3.5%	17	29.8%	15	26.3%	33	57.9%	29	50.9%	33	57.9%	30	52.6%
全体	428	43.2%	41	4.1%	340	34.3%	65	6.6%	464	46.8%	455	45.9%	444	44.8%	309	31.2%

	事業所のロケーション が重要である		周辺地域との関係が 重要である		同業種との連携が課 題である		異業種との連携が課 題である		業界が拡大傾向にあ る		業界が縮小傾向にあ る		その他		特にない	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	32	29.6%	20	18.5%	12	11.1%	14	13.0%	5	4.6%	27	25.0%	7	6.5%	10	9.3%
1,000万円未満	36	16.4%	16	7.3%	28	12.7%	36	16.4%	13	5.9%	70	31.8%	15	6.8%	4	1.8%
1,000～2,000万円未満	44	11.1%	16	4.0%	43	10.8%	48	12.1%	20	5.0%	145	36.5%	17	4.3%	9	2.3%
2,000万～1億円未満	20	9.6%	6	2.9%	19	9.1%	21	10.0%	11	5.3%	58	27.8%	2	1.0%	5	2.4%
1億円以上	8	14.0%	7	12.3%	9	15.8%	12	21.1%	11	19.3%	16	28.1%	1	1.8%	0	0.0%
全体	140	14.1%	65	6.6%	111	11.2%	131	13.2%	60	6.1%	316	31.9%	42	4.2%	28	2.8%

全体	
実数	%
108	100.0%
220	100.0%
397	100.0%
209	100.0%
57	100.0%
991	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=251.449 自由度=64 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-12 資本金額【5区分】×直近年度の売上高(問7(1))

	1,000万円未満		1,000～3,000万円未満		3,000万～ 1億円未満		1～5億円未満		5億円以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	50	46.7%	33	30.8%	14	13.1%	6	5.6%	4	3.7%	107	100.0%
1,000万円未満	31	14.0%	55	24.9%	78	35.3%	50	22.6%	7	3.2%	221	100.0%
1,000～2,000万円未満	24	6.0%	51	12.8%	122	30.7%	157	39.5%	43	10.8%	397	100.0%
2,000万～1億円未満	3	1.4%	11	5.3%	27	12.9%	74	35.4%	94	45.0%	209	100.0%
1億円以上	0	0.0%	1	1.7%	3	5.0%	4	6.7%	52	86.7%	60	100.0%
全体	108	10.9%	151	15.2%	244	24.5%	291	29.3%	200	20.1%	994	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=567.494 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-13 資本金額【5区分】×最近の売上の推移(問7(2))

	増加した		やや増加した		変わらない		やや減少した		減少した		開業後間もないため比較できない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	4	3.7%	15	13.8%	35	32.1%	18	16.5%	36	33.0%	1	0.9%	109	100.0%
1,000万円未満	30	13.5%	47	21.2%	60	27.0%	42	18.9%	41	18.5%	2	0.9%	222	100.0%
1,000～2,000万円未満	25	6.3%	97	24.4%	92	23.2%	92	23.2%	90	22.7%	1	0.3%	397	100.0%
2,000万～1億円未満	31	14.8%	54	25.7%	61	29.0%	36	17.1%	28	13.3%	0	0.0%	210	100.0%
1億円以上	9	15.0%	25	41.7%	10	16.7%	11	18.3%	5	8.3%	0	0.0%	60	100.0%
全体	99	9.9%	238	23.8%	258	25.9%	199	19.9%	200	20.0%	4	0.4%	998	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=65.077 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-14 資本金額【5区分】×採算状況(問7(3))

	黒字基調		やや黒字基調		ほぼ均衡		やや赤字基調		赤字基調		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	12	11.2%	12	11.2%	39	36.4%	27	25.2%	17	15.9%	107	100.0%
1,000万円未満	28	12.6%	51	22.9%	57	25.6%	66	29.6%	21	9.4%	223	100.0%
1,000～2,000万円未満	62	15.6%	67	16.9%	123	31.0%	93	23.4%	52	13.1%	397	100.0%
2,000万～1億円未満	56	26.9%	59	28.4%	52	25.0%	30	14.4%	11	5.3%	208	100.0%
1億円以上	27	45.8%	12	20.3%	15	25.4%	5	8.5%	0	0.0%	59	100.0%
全体	185	18.6%	201	20.2%	286	28.8%	221	22.2%	101	10.2%	994	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=94.205 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-15 資本金額【5区分】×今後の事業予定(問7(4))

	事業規模の拡大		同程度の事業規模で継続		事業規模の縮小		異なる事業領域への進出		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	15	14.3%	68	64.8%	13	12.4%	1	1.0%	8	7.6%	105	100.0%
1,000万円未満	54	24.2%	119	53.4%	26	11.7%	17	7.6%	7	3.1%	223	100.0%
1,000～2,000万円未満	68	17.2%	250	63.1%	41	10.4%	30	7.6%	7	1.8%	396	100.0%
2,000万～1億円未満	58	27.9%	132	63.5%	5	2.4%	10	4.8%	3	1.4%	208	100.0%
1億円以上	22	37.3%	33	55.9%	1	1.7%	2	3.4%	1	1.7%	59	100.0%
全体	217	21.9%	602	60.7%	86	8.7%	60	6.1%	26	2.6%	991	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=59.034 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-16 資本金額【5区分】×事業の実施状況(1)事業全体の企画立案(問8(1))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	62	67.4%	3	3.3%	5	5.4%	4	4.3%	18	19.6%	92	100.0%
1,000万円未満	125	59.8%	14	6.7%	13	6.2%	26	12.4%	31	14.8%	209	100.0%
1,000～2,000万円未満	230	61.3%	45	12.0%	12	3.2%	48	12.8%	40	10.7%	375	100.0%
2,000万～1億円未満	145	71.1%	14	6.9%	5	2.5%	11	5.4%	29	14.2%	204	100.0%
1億円以上	37	64.9%	11	19.3%	0	0.0%	3	5.3%	6	10.5%	57	100.0%
全体	599	63.9%	87	9.3%	35	3.7%	92	9.8%	124	13.2%	937	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=44.229 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-17 資本金額【5区分】×事業の実施状況(2)事業全体のマネジメント(問8(2))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	59	65.6%	5	5.6%	1	1.1%	7	7.8%	18	20.0%	90	100.0%
1,000万円未満	132	64.1%	14	6.8%	10	4.9%	22	10.7%	28	13.6%	206	100.0%
1,000～2,000万円未満	248	66.5%	28	7.5%	17	4.6%	46	12.3%	34	9.1%	373	100.0%
2,000万～1億円未満	146	72.3%	10	5.0%	6	3.0%	8	4.0%	32	15.8%	202	100.0%
1億円以上	42	73.7%	7	12.3%	0	0.0%	0	0.0%	8	14.0%	57	100.0%
全体	627	67.6%	64	6.9%	34	3.7%	83	8.9%	120	12.9%	928	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=36.428 自由度=16 p=0.003* *p<0.05

図表6-2-1-18 資本金額【5区分】×事業の実施状況(3)作品・商品・サービスの設計・デザイン(問8(3))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	59	64.1%	10	10.9%	4	4.3%	4	4.3%	15	16.3%	92	100.0%
1,000万円未満	107	52.2%	39	19.0%	21	10.2%	15	7.3%	23	11.2%	205	100.0%
1,000～2,000万円未満	185	49.9%	80	21.6%	24	6.5%	42	11.3%	40	10.8%	371	100.0%
2,000万～1億円未満	103	52.6%	42	21.4%	9	4.6%	17	8.7%	25	12.8%	196	100.0%
1億円以上	27	46.6%	18	31.0%	2	3.4%	1	1.7%	10	17.2%	58	100.0%
全体	481	52.2%	189	20.5%	60	6.5%	79	8.6%	113	12.3%	922	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=30.086 自由度=16 p=0.018* *p<0.05

図表6-2-1-19 資本金額【5区分】×事業の実施状況(4)作品・商品・サービスの制作・生産(問8(4))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	53	58.9%	11	12.2%	4	4.4%	6	6.7%	16	17.8%	90	100.0%
1,000万円未満	79	39.1%	47	23.3%	26	12.9%	15	7.4%	35	17.3%	202	100.0%
1,000～2,000万円未満	133	35.8%	109	29.3%	31	8.3%	52	14.0%	47	12.6%	372	100.0%
2,000万～1億円未満	79	40.1%	58	29.4%	17	8.6%	13	6.6%	30	15.2%	197	100.0%
1億円以上	18	31.0%	21	36.2%	6	10.3%	3	5.2%	10	17.2%	58	100.0%
全体	362	39.4%	246	26.8%	84	9.1%	89	9.7%	138	15.0%	919	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=42.968 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-20 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(1)実績(問9(1))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	51	53.1%	24	25.0%	12	12.5%	5	5.2%	4	4.2%	96	100.0%
1,000万円未満	94	45.0%	68	32.5%	32	15.3%	10	4.8%	5	2.4%	209	100.0%
1,000～2,000万円未満	191	49.6%	136	35.3%	45	11.7%	10	2.6%	3	0.8%	385	100.0%
2,000万～1億円未満	97	47.8%	77	37.9%	20	9.9%	4	2.0%	5	2.5%	203	100.0%
1億円以上	29	50.0%	19	32.8%	9	15.5%	1	1.7%	0	0.0%	58	100.0%
全体	462	48.6%	324	34.1%	118	12.4%	30	3.2%	17	1.8%	951	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=19.675 自由度=16 p=0.235

図表6-2-1-21 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(2)企業理念(問9(2))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	29	32.2%	23	25.6%	30	33.3%	3	3.3%	5	5.6%	90	100.0%
1,000万円未満	51	24.4%	50	23.9%	74	35.4%	20	9.6%	14	6.7%	209	100.0%
1,000～2,000万円未満	90	23.9%	109	28.9%	128	34.0%	32	8.5%	18	4.8%	377	100.0%
2,000万～1億円未満	53	26.4%	61	30.3%	72	35.8%	5	2.5%	10	5.0%	201	100.0%
1億円以上	21	36.2%	17	29.3%	16	27.6%	3	5.2%	1	1.7%	58	100.0%
全体	244	26.1%	260	27.8%	320	34.2%	63	6.7%	48	5.1%	935	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=21.299 自由度=16 p=0.167

図表6-2-1-22 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(3)知名度・ブランド力(問9(3))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	16	17.2%	29	31.2%	18	19.4%	13	14.0%	17	18.3%	93	100.0%
1,000万円未満	33	16.1%	44	21.5%	58	28.3%	43	21.0%	27	13.2%	205	100.0%
1,000～2,000万円未満	59	15.4%	98	25.6%	112	29.2%	65	17.0%	49	12.8%	383	100.0%
2,000万～1億円未満	39	19.5%	54	27.0%	64	32.0%	24	12.0%	19	9.5%	200	100.0%
1億円以上	18	30.5%	22	37.3%	11	18.6%	4	6.8%	4	6.8%	59	100.0%
全体	165	17.6%	247	26.3%	263	28.0%	149	15.9%	116	12.3%	940	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=32.979 自由度=16 p=0.007* *p<0.05

図表6-2-1-23 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(4)顧客や取引先へのPR力(問9(4))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	9	10.1%	17	19.1%	37	41.6%	12	13.5%	14	15.7%	89	100.0%
1,000万円未満	19	9.3%	46	22.4%	82	40.0%	37	18.0%	21	10.2%	205	100.0%
1,000～2,000万円未満	33	8.6%	102	26.6%	148	38.5%	62	16.1%	39	10.2%	384	100.0%
2,000万～1億円未満	23	11.6%	55	27.6%	81	40.7%	25	12.6%	15	7.5%	199	100.0%
1億円以上	13	22.4%	19	32.8%	21	36.2%	4	6.9%	1	1.7%	58	100.0%
全体	97	10.4%	239	25.6%	369	39.5%	140	15.0%	90	9.6%	935	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=27.506 自由度=16 p=0.036* *p<0.05

図表6-2-1-24 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(5)ビジネスモデル(問9(5))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	8	9.3%	9	10.5%	32	37.2%	15	17.4%	22	25.6%	86	100.0%
1,000万円未満	16	7.8%	29	14.1%	90	43.9%	32	15.6%	38	18.5%	205	100.0%
1,000～2,000万円未満	26	6.9%	64	17.0%	153	40.6%	60	15.9%	74	19.6%	377	100.0%
2,000万～1億円未満	24	12.0%	36	18.0%	87	43.5%	28	14.0%	25	12.5%	200	100.0%
1億円以上	13	22.4%	19	32.8%	17	29.3%	7	12.1%	2	3.4%	58	100.0%
全体	87	9.4%	157	17.0%	379	40.9%	142	15.3%	161	17.4%	926	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=44.481 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-25 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(6)価格競争力(問9(6))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	9	10.0%	17	18.9%	34	37.8%	9	10.0%	21	23.3%	90	100.0%
1,000万円未満	12	5.7%	38	18.1%	86	41.0%	38	18.1%	36	17.1%	210	100.0%
1,000～2,000万円未満	23	6.1%	80	21.2%	174	46.0%	65	17.2%	36	9.5%	378	100.0%
2,000万～1億円未満	12	6.0%	44	22.0%	89	44.5%	42	21.0%	13	6.5%	200	100.0%
1億円以上	8	13.8%	13	22.4%	24	41.4%	9	15.5%	4	6.9%	58	100.0%
全体	64	6.8%	192	20.5%	407	43.5%	163	17.4%	110	11.8%	936	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=36.514 自由度=16 p=0.002* *p<0.05

図表6-2-1-26 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(7)企画・提案力(問9(7))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	21	23.6%	22	24.7%	33	37.1%	5	5.6%	8	9.0%	89	100.0%
1,000万円未満	59	28.8%	70	34.1%	47	22.9%	13	6.3%	16	7.8%	205	100.0%
1,000～2,000万円未満	98	25.5%	136	35.4%	106	27.6%	33	8.6%	11	2.9%	384	100.0%
2,000万～1億円未満	47	23.4%	69	34.3%	64	31.8%	14	7.0%	7	3.5%	201	100.0%
1億円以上	16	27.1%	23	39.0%	15	25.4%	5	8.5%	0	0.0%	59	100.0%
全体	241	25.7%	320	34.1%	265	28.3%	70	7.5%	42	4.5%	938	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=25.929 自由度=16 p=0.055

図表6-2-1-27 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(8)商品・サービス・技術の開発力(問9(8))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	21	24.1%	27	31.0%	24	27.6%	8	9.2%	7	8.0%	87	100.0%
1,000万円未満	43	20.9%	64	31.1%	64	31.1%	19	9.2%	16	7.8%	206	100.0%
1,000～2,000万円未満	71	18.6%	121	31.8%	118	31.0%	33	8.7%	38	10.0%	381	100.0%
2,000万～1億円未満	29	14.6%	64	32.3%	71	35.9%	22	11.1%	12	6.1%	198	100.0%
1億円以上	14	23.7%	20	33.9%	19	32.2%	5	8.5%	1	1.7%	59	100.0%
全体	178	19.1%	296	31.8%	296	31.8%	87	9.3%	74	7.9%	931	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=12.704$ 自由度=16 $p=0.694$

図表6-2-1-28 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(9)デザイン力(問9(9))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	22	25.3%	26	29.9%	26	29.9%	5	5.7%	8	9.2%	87	100.0%
1,000万円未満	70	33.7%	60	28.8%	51	24.5%	9	4.3%	18	8.7%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	95	24.9%	87	22.8%	125	32.8%	35	9.2%	39	10.2%	381	100.0%
2,000万～1億円未満	33	16.6%	45	22.6%	74	37.2%	14	7.0%	33	16.6%	199	100.0%
1億円以上	11	19.3%	11	19.3%	25	43.9%	5	8.8%	5	8.8%	57	100.0%
全体	231	24.8%	229	24.6%	301	32.3%	68	7.3%	103	11.1%	932	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=36.807$ 自由度=16 $p=0.002^*$ * $p<0.05$

図表6-2-1-29 資本金額【5区分】×現在の事業所の強み(10)知的財産等の活用(問9(10))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらとも いえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	12	13.8%	15	17.2%	31	35.6%	13	14.9%	16	18.4%	87	100.0%
1,000万円未満	25	12.1%	33	15.9%	81	39.1%	24	11.6%	44	21.3%	207	100.0%
1,000～2,000万円未満	39	10.4%	60	16.0%	130	34.6%	57	15.2%	90	23.9%	376	100.0%
2,000万～1億円未満	22	11.1%	24	12.1%	81	40.7%	27	13.6%	45	22.6%	199	100.0%
1億円以上	9	15.8%	11	19.3%	22	38.6%	9	15.8%	6	10.5%	57	100.0%
全体	107	11.6%	143	15.4%	345	37.3%	130	14.0%	201	21.7%	926	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=11.860$ 自由度=16 $p=0.754$

図表6-2-1-30 資本金額【5区分】×今後(も)強化したい強み(問9)

	実績		企業理念		知名度・ ブランド力		顧客や取引先へのPR 力		ビジネスモデル		価格競争力		企画・提案力		商品・サービス・技術 の開発力	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	14	12.4%	4	3.5%	11	9.7%	12	10.6%	3	2.7%	3	2.7%	17	15.0%	11	9.7%
1,000万円未満	50	22.4%	19	8.5%	48	21.5%	44	19.7%	25	11.2%	9	4.0%	61	27.4%	50	22.4%
1,000～2,000万円未満	97	24.3%	41	10.3%	85	21.3%	78	19.5%	30	7.5%	23	5.8%	122	30.5%	79	19.8%
2,000万～1億円未満	54	25.7%	17	8.1%	47	22.4%	48	22.9%	24	11.4%	20	9.5%	58	27.6%	40	19.0%
1億円以上	19	31.1%	9	14.8%	22	36.1%	15	24.6%	10	16.4%	4	6.6%	18	29.5%	22	36.1%
全体	234	23.2%	90	8.9%	213	21.2%	197	19.6%	92	9.1%	59	5.9%	276	27.4%	202	20.1%

デザイン力		知的財産等の活用		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
12	10.6%	9	8.0%	78	69.0%	113	100.0%
50	22.4%	24	10.8%	121	54.3%	223	100.0%
77	19.3%	36	9.0%	203	50.8%	400	100.0%
33	15.7%	19	9.0%	100	47.6%	210	100.0%
8	13.1%	3	4.9%	26	42.6%	61	100.0%
180	17.9%	91	9.0%	528	52.4%	1,007	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した10項目(「実績」～「知的財産等の活用」)のいずれにも〇をつけなかった事業所を指す。 $\chi^2=123.642$ 自由度=44 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-1-31 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(1)取引先の開拓(問10(1)①)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	12	12.9%	26	28.0%	24	25.8%	17	18.3%	14	15.1%	93	100.0%
1,000万円未満	35	16.7%	65	31.1%	49	23.4%	31	14.8%	29	13.9%	209	100.0%
1,000～2,000万円未満	88	22.8%	127	32.9%	93	24.1%	56	14.5%	22	5.7%	386	100.0%
2,000万～1億円未満	65	32.7%	69	34.7%	40	20.1%	19	9.5%	6	3.0%	199	100.0%
1億円以上	23	40.4%	21	36.8%	9	15.8%	2	3.5%	2	3.5%	57	100.0%
全体	223	23.6%	308	32.6%	215	22.8%	125	13.2%	73	7.7%	944	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=60.886$ 自由度=16 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-1-32 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(2)イベントや展示会への出展(問10(1)②)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	5	5.6%	9	10.1%	16	18.0%	14	15.7%	45	50.6%	89	100.0%
1,000万円未満	9	4.3%	19	9.1%	40	19.2%	37	17.8%	103	49.5%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	21	5.6%	30	7.9%	81	21.4%	65	17.2%	181	47.9%	378	100.0%
2,000万～1億円未満	10	5.1%	29	14.9%	49	25.1%	37	19.0%	70	35.9%	195	100.0%
1億円以上	12	21.1%	11	19.3%	15	26.3%	6	10.5%	13	22.8%	57	100.0%
全体	57	6.1%	98	10.6%	201	21.7%	159	17.2%	412	44.4%	927	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=49.669$ 自由度=16 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-1-33 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(3)海外市場への展開(問10(1)③)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	4	4.4%	11	12.1%	16	17.6%	10	11.0%	50	54.9%	91	100.0%
1,000万円未満	11	5.4%	25	12.2%	36	17.6%	24	11.7%	109	53.2%	205	100.0%
1,000～2,000万円未満	29	7.7%	42	11.2%	53	14.1%	50	13.3%	202	53.7%	376	100.0%
2,000万～1億円未満	12	6.1%	18	9.1%	41	20.8%	25	12.7%	101	51.3%	197	100.0%
1億円以上	9	16.1%	9	16.1%	11	19.6%	4	7.1%	23	41.1%	56	100.0%
全体	65	7.0%	105	11.4%	157	17.0%	113	12.2%	485	52.4%	925	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=18.104 自由度=16 p=0.318

図表6-2-1-34 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(4)インバウンド需要・国際化への対応(問10(1)④)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	6	6.9%	9	10.3%	21	24.1%	8	9.2%	43	49.4%	87	100.0%
1,000万円未満	11	5.4%	27	13.4%	42	20.8%	27	13.4%	95	47.0%	202	100.0%
1,000～2,000万円未満	28	7.4%	46	12.2%	85	22.5%	45	11.9%	174	46.0%	378	100.0%
2,000万～1億円未満	8	4.1%	23	11.7%	54	27.4%	27	13.7%	85	43.1%	197	100.0%
1億円以上	11	20.0%	12	21.8%	14	25.5%	1	1.8%	17	30.9%	55	100.0%
全体	64	7.0%	117	12.7%	216	23.5%	108	11.8%	414	45.0%	919	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=32.473 自由度=16 p=0.009* *p<0.05

図表6-2-1-35 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(5)人脈やネットワークの拡大(問10(1)⑤)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	10	10.8%	28	30.1%	29	31.2%	11	11.8%	15	16.1%	93	100.0%
1,000万円未満	35	16.8%	75	36.1%	46	22.1%	22	10.6%	30	14.4%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	66	17.4%	148	38.9%	105	27.6%	32	8.4%	29	7.6%	380	100.0%
2,000万～1億円未満	42	20.9%	68	33.8%	67	33.3%	16	8.0%	8	4.0%	201	100.0%
1億円以上	16	27.6%	26	44.8%	11	19.0%	4	6.9%	1	1.7%	58	100.0%
全体	169	18.0%	345	36.7%	258	27.4%	85	9.0%	83	8.8%	940	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=41.021 自由度=16 p=0.001* *p<0.05

図表6-2-1-36 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(6)情報収集・分析力の強化(問10(1)⑥)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	7	8.0%	32	36.4%	22	25.0%	15	17.0%	12	13.6%	88	100.0%
1,000万円未満	30	14.4%	73	35.1%	61	29.3%	28	13.5%	16	7.7%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	66	17.4%	147	38.8%	114	30.1%	28	7.4%	24	6.3%	379	100.0%
2,000万～1億円未満	42	21.0%	83	41.5%	62	31.0%	6	3.0%	7	3.5%	200	100.0%
1億円以上	16	27.6%	25	43.1%	12	20.7%	4	6.9%	1	1.7%	58	100.0%
全体	161	17.3%	360	38.6%	271	29.0%	81	8.7%	60	6.4%	933	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=47.654 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-37 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(7)情報発信力の強化(問10(1)⑦)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	10	11.4%	17	19.3%	29	33.0%	18	20.5%	14	15.9%	88	100.0%
1,000万円未満	31	15.0%	56	27.2%	67	32.5%	32	15.5%	20	9.7%	206	100.0%
1,000～2,000万円未満	50	13.4%	111	29.7%	136	36.4%	44	11.8%	33	8.8%	374	100.0%
2,000万～1億円未満	28	14.1%	71	35.9%	70	35.4%	16	8.1%	13	6.6%	198	100.0%
1億円以上	18	31.6%	18	31.6%	17	29.8%	3	5.3%	1	1.8%	57	100.0%
全体	137	14.8%	273	29.6%	319	34.6%	113	12.2%	81	8.8%	923	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=40.834 自由度=16 p=0.001* *p<0.05

図表6-2-1-38 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(8)注文への対応力の強化(問10(1)⑧)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	15	17.2%	29	33.3%	26	29.9%	7	8.0%	10	11.5%	87	100.0%
1,000万円未満	57	27.4%	73	35.1%	60	28.8%	11	5.3%	7	3.4%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	99	26.1%	167	43.9%	90	23.7%	13	3.4%	11	2.9%	380	100.0%
2,000万～1億円未満	46	23.1%	107	53.8%	38	19.1%	3	1.5%	5	2.5%	199	100.0%
1億円以上	12	21.1%	24	42.1%	18	31.6%	2	3.5%	1	1.8%	57	100.0%
全体	229	24.6%	400	43.0%	232	24.9%	36	3.9%	34	3.7%	931	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=44.517 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-39 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(9)顧客との価値共創(問10(1)⑨)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	24	26.4%	28	30.8%	27	29.7%	5	5.5%	7	7.7%	91	100.0%
1,000万円未満	70	34.0%	72	35.0%	50	24.3%	4	1.9%	10	4.9%	206	100.0%
1,000～2,000万円未満	110	29.3%	151	40.2%	91	24.2%	10	2.7%	14	3.7%	376	100.0%
2,000万～1億円未満	48	24.1%	81	40.7%	62	31.2%	2	1.0%	6	3.0%	199	100.0%
1億円以上	21	37.5%	17	30.4%	14	25.0%	2	3.6%	2	3.6%	56	100.0%
全体	273	29.4%	349	37.6%	244	26.3%	23	2.5%	39	4.2%	928	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=20.928 自由度=16 p=0.181

図表6-2-1-40 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(10)日本や海外の文化の活用(問10(1)⑩)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	9	10.1%	23	25.8%	30	33.7%	7	7.9%	20	22.5%	89	100.0%
1,000万円未満	28	13.5%	44	21.3%	73	35.3%	17	8.2%	45	21.7%	207	100.0%
1,000～2,000万円未満	37	9.9%	54	14.4%	124	33.1%	62	16.5%	98	26.1%	375	100.0%
2,000万～1億円未満	20	10.2%	22	11.2%	64	32.5%	34	17.3%	57	28.9%	197	100.0%
1億円以上	12	21.1%	8	14.0%	23	40.4%	4	7.0%	10	17.5%	57	100.0%
全体	106	11.5%	151	16.3%	314	33.9%	124	13.4%	230	24.9%	925	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=36.544 自由度=16 p=0.002* *p<0.05

図表6-2-1-41 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(11)地域資源の活用(問10(1)⑪)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	5	5.6%	8	9.0%	40	44.9%	7	7.9%	29	32.6%	89	100.0%
1,000万円未満	15	7.3%	20	9.7%	77	37.4%	28	13.6%	66	32.0%	206	100.0%
1,000～2,000万円未満	12	3.2%	36	9.6%	138	36.9%	72	19.3%	116	31.0%	374	100.0%
2,000万～1億円未満	9	4.6%	12	6.2%	81	41.5%	32	16.4%	61	31.3%	195	100.0%
1億円以上	9	15.8%	4	7.0%	22	38.6%	9	15.8%	13	22.8%	57	100.0%
全体	50	5.4%	80	8.7%	358	38.9%	148	16.1%	285	30.9%	921	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=28.439 自由度=16 p=0.028* *p<0.05

図表6-2-1-42 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(12)従業員の確保(問10(1)⑫)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	7	7.6%	19	20.7%	24	26.1%	8	8.7%	34	37.0%	92	100.0%
1,000万円未満	20	9.6%	47	22.5%	62	29.7%	34	16.3%	46	22.0%	209	100.0%
1,000～2,000万円未満	53	13.8%	93	24.3%	150	39.2%	41	10.7%	46	12.0%	383	100.0%
2,000万～1億円未満	42	20.8%	78	38.6%	61	30.2%	9	4.5%	12	5.9%	202	100.0%
1億円以上	18	31.6%	19	33.3%	14	24.6%	6	10.5%	0	0.0%	57	100.0%
全体	140	14.8%	256	27.1%	311	33.0%	98	10.4%	138	14.6%	943	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=119.752 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-43 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(13)従業員の教育・研修(問10(1)⑬)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	7	7.8%	16	17.8%	31	34.4%	6	6.7%	30	33.3%	90	100.0%
1,000万円未満	26	12.6%	55	26.6%	61	29.5%	21	10.1%	44	21.3%	207	100.0%
1,000～2,000万円未満	53	13.9%	120	31.6%	132	34.7%	34	8.9%	41	10.8%	380	100.0%
2,000万～1億円未満	36	17.9%	82	40.8%	65	32.3%	11	5.5%	7	3.5%	201	100.0%
1億円以上	19	33.3%	21	36.8%	12	21.1%	5	8.8%	0	0.0%	57	100.0%
全体	141	15.1%	294	31.4%	301	32.2%	77	8.2%	122	13.0%	935	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=100.042 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-44 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(14)設備投資(問10(1)⑭)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	2	2.2%	17	18.7%	34	37.4%	14	15.4%	24	26.4%	91	100.0%
1,000万円未満	10	4.8%	38	18.2%	78	37.3%	38	18.2%	45	21.5%	209	100.0%
1,000～2,000万円未満	15	4.0%	74	19.5%	144	38.0%	69	18.2%	77	20.3%	379	100.0%
2,000万～1億円未満	16	8.2%	39	20.0%	86	44.1%	33	16.9%	21	10.8%	195	100.0%
1億円以上	6	10.5%	17	29.8%	19	33.3%	8	14.0%	7	12.3%	57	100.0%
全体	49	5.3%	185	19.9%	361	38.8%	162	17.4%	174	18.7%	931	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=27.400 自由度=16 p=0.037* *p<0.05

図表6-2-1-45 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(15)新分野への進出(問10(1)⑮)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	7	7.9%	12	13.5%	22	24.7%	9	10.1%	39	43.8%	89	100.0%
1,000万円未満	19	9.2%	52	25.1%	60	29.0%	28	13.5%	48	23.2%	207	100.0%
1,000～2,000万円未満	26	6.9%	85	22.6%	115	30.6%	61	16.2%	89	23.7%	376	100.0%
2,000万～1億円未満	17	8.6%	48	24.4%	78	39.6%	26	13.2%	28	14.2%	197	100.0%
1億円以上	5	8.8%	18	31.6%	13	22.8%	9	15.8%	12	21.1%	57	100.0%
全体	74	8.0%	215	23.2%	288	31.1%	133	14.4%	216	23.3%	926	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=39.804 自由度=16 p=0.001* *p<0.05

図表6-2-1-46 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(16)資金繰り・資金調達(問10(1)⑯)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	3	3.3%	7	7.8%	41	45.6%	12	13.3%	27	30.0%	90	100.0%
1,000万円未満	17	8.2%	30	14.4%	95	45.7%	28	13.5%	38	18.3%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	36	9.4%	71	18.6%	187	49.0%	32	8.4%	56	14.7%	382	100.0%
2,000万～1億円未満	21	10.7%	45	23.0%	96	49.0%	14	7.1%	20	10.2%	196	100.0%
1億円以上	4	7.1%	4	7.1%	36	64.3%	2	3.6%	10	17.9%	56	100.0%
全体	81	8.7%	157	16.8%	455	48.8%	88	9.4%	151	16.2%	932	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=45.733 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-47 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(17)同業種との連携(問10(1)(17))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	4	4.4%	17	18.9%	33	36.7%	14	15.6%	22	24.4%	90	100.0%
1,000万円未満	23	11.1%	43	20.7%	68	32.7%	30	14.4%	44	21.2%	208	100.0%
1,000～2,000万円未満	28	7.3%	106	27.8%	143	37.5%	53	13.9%	51	13.4%	381	100.0%
2,000万円～1億円未満	20	10.1%	48	24.1%	82	41.2%	25	12.6%	24	12.1%	199	100.0%
1億円以上	4	7.0%	24	42.1%	15	26.3%	10	17.5%	4	7.0%	57	100.0%
全体	79	8.4%	238	25.5%	341	36.5%	132	14.1%	145	15.5%	935	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=34.181 自由度=16 p=0.005* *p<0.05

図表6-2-1-48 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(18)他業種との連携(問10(1)(18))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
1 個人経営等	5	5.6%	10	11.2%	36	40.4%	16	18.0%	22	24.7%	89	100.0%
2 1,000万円未満	22	10.6%	47	22.6%	68	32.7%	30	14.4%	41	19.7%	208	100.0%
3 1,000～2,000万円未満	20	5.3%	73	19.3%	150	39.7%	63	16.7%	72	19.0%	378	100.0%
4 2,000万円～1億円未満	14	7.1%	39	19.8%	90	45.7%	20	10.2%	34	17.3%	197	100.0%
5 1億円以上	4	7.0%	19	33.3%	21	36.8%	8	14.0%	5	8.8%	57	100.0%
全体	65	7.0%	188	20.2%	365	39.3%	137	14.7%	174	18.7%	929	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=28.766 自由度=16 p=0.026* *p<0.05

図表6-2-1-49 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(19)文化機関(展示場等含む)との連携(問10(1)(19))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
1 個人経営等	6	6.8%	15	17.0%	28	31.8%	14	15.9%	25	28.4%	88	100.0%
2 1,000万円未満	9	4.4%	31	15.2%	56	27.5%	38	18.6%	70	34.3%	204	100.0%
3 1,000～2,000万円未満	14	3.7%	43	11.4%	132	35.0%	74	19.6%	114	30.2%	377	100.0%
4 2,000万円～1億円未満	12	6.2%	18	9.2%	73	37.4%	39	20.0%	53	27.2%	195	100.0%
5 1億円以上	6	10.7%	10	17.9%	19	33.9%	14	25.0%	7	12.5%	56	100.0%
全体	47	5.1%	117	12.7%	308	33.5%	179	19.5%	269	29.2%	920	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=24.438 自由度=16 p=0.008* *p<0.05

図表6-2-1-50 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(20)周辺地域や商店街との連携(問10(1)(20))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
1 個人経営等	4	4.4%	14	15.6%	26	28.9%	18	20.0%	28	31.1%	90	100.0%
2 1,000万円未満	12	5.8%	16	7.8%	59	28.6%	38	18.4%	81	39.3%	206	100.0%
3 1,000～2,000万円未満	10	2.7%	24	6.4%	120	31.8%	76	20.2%	147	39.0%	377	100.0%
4 2,000万円～1億円未満	3	1.5%	14	7.2%	56	28.7%	39	20.0%	83	42.6%	195	100.0%
5 1億円以上	8	14.0%	9	15.8%	14	24.6%	11	19.3%	15	26.3%	57	100.0%
全体	37	4.0%	77	8.3%	275	29.7%	182	19.7%	354	38.3%	925	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=38.214 自由度=16 p=0.001* *p<0.05

図表6-2-1-51 資本金額【5区分】×現在重要視している課題／(21)デザイナーとのコラボレーション(問10(1)(21))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
1 個人経営等	4	4.5%	14	15.9%	27	30.7%	13	14.8%	30	34.1%	88	100.0%
2 1,000万円未満	21	10.2%	48	23.3%	57	27.7%	27	13.1%	53	25.7%	206	100.0%
3 1,000～2,000万円未満	28	7.4%	77	20.5%	126	33.5%	41	10.9%	104	27.7%	376	100.0%
4 2,000万円～1億円未満	8	4.1%	27	14.0%	74	38.3%	32	16.6%	52	26.9%	193	100.0%
5 1億円以上	7	12.7%	10	18.2%	15	27.3%	8	14.5%	15	27.3%	55	100.0%
全体	68	7.4%	176	19.2%	299	32.6%	121	13.2%	254	27.7%	918	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=22.610 自由度=16 p=0.125

図表6-2-1-52 資本金額【5区分】×今後(も)取り組んでいく課題(問10(1))

	取引先の開拓		イベントや展示会への 出展		海外市場への展開		インバウンド需要・国 際化への対応		人脈やネットワークの 拡大		情報収集・ 分析力の強化		情報発信力の強化		注文への 対応力の強化	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	17	15.0%	7	6.2%	5	4.4%	4	3.5%	17	15.0%	10	8.8%	11	9.7%	10	8.8%
1,000万円未満	66	29.6%	14	6.3%	31	13.9%	22	9.9%	52	23.3%	39	17.5%	46	20.6%	46	20.6%
1,000～2,000万円未満	131	32.8%	25	6.3%	29	7.3%	30	7.5%	100	25.0%	76	19.0%	68	17.0%	86	21.5%
2,000万円～1億円未満	87	41.4%	14	6.7%	18	8.6%	17	8.1%	57	27.1%	51	24.3%	45	21.4%	52	24.8%
1億円以上	19	31.1%	8	13.1%	8	13.1%	12	19.7%	14	23.0%	15	24.6%	14	23.0%	9	14.8%
全体	320	31.8%	68	6.8%	91	9.0%	85	8.4%	240	23.8%	191	19.0%	184	18.3%	203	20.2%

顧客との 価値共創		日本や海外の文化の 活用		地域資源の 活用		従業員の 確保		従業員の 教育・研修		設備投資		新分野への 進出		資金繰り・ 資金調達	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
10	8.8%	4	3.5%	1	0.9%	4	3.5%	6	5.3%	3	2.7%	4	3.5%	5	4.4%
48	21.5%	33	14.8%	17	7.6%	31	13.9%	34	15.2%	18	8.1%	31	13.9%	27	12.1%
77	19.3%	23	5.8%	17	4.3%	71	17.8%	75	18.8%	29	7.3%	59	14.8%	38	9.5%
42	20.0%	12	5.7%	11	5.2%	61	29.0%	57	27.1%	22	10.5%	29	13.8%	28	13.3%
10	16.4%	6	9.8%	3	4.9%	11	18.0%	15	24.6%	2	3.3%	9	14.8%	4	6.6%
187	18.8%	78	7.7%	49	4.9%	178	17.7%	187	18.6%	74	7.3%	132	13.1%	102	10.1%

同業種との 連携		他業種との 連携		文化機関(展示場等含 む)との連携		周辺地域や 商店街との 連携		デザイナーとのコラボ レーション		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
5	4.4%	7	6.2%	7	6.2%	4	3.5%	1	0.9%	79	69.9%	113	100.0%
26	11.7%	40	17.9%	25	11.2%	20	9.0%	29	13.0%	112	50.2%	223	100.0%
40	10.0%	42	10.5%	23	5.8%	20	5.0%	40	10.0%	198	49.5%	400	100.0%
19	9.0%	26	12.4%	15	7.1%	8	3.8%	15	7.1%	87	41.4%	210	100.0%
7	11.5%	10	16.4%	4	6.6%	6	9.8%	3	4.9%	30	49.2%	61	100.0%
97	9.6%	125	12.4%	74	7.3%	58	5.8%	88	8.7%	506	50.2%	1,007	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した21項目(「取引先の開拓」～「デザイナーとのコラボレーション」)のいずれにも○をつかなかった事業所を指す。

χ²=122.229 自由度=44 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-53 資本金額(5区分)×人材に関する状況(問11)

	正社員の採用を重視している		アルバイト・パート等を重視している		従業員の採用が難しい		専門的な人材の確保が課題である		海外から専門的な人材を呼んでいる		従業員の定着が課題である		従業員が過剰である		従業員が不足している	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	17	50.0%	7	20.6%	5	14.7%	4	11.8%	17	50.0%	10	29.4%	11	32.4%	10	29.4%
1,000万円未満	66	59.5%	14	12.6%	31	27.9%	22	19.8%	52	46.8%	39	35.1%	46	41.4%	46	41.4%
1,000～2,000万円未満	131	64.9%	25	12.4%	29	14.4%	30	14.9%	100	49.5%	76	37.6%	68	33.7%	86	42.6%
2,000万円～1億円未満	87	70.7%	14	11.4%	18	14.6%	17	13.8%	57	46.3%	51	41.5%	45	36.6%	52	42.3%
1億円以上	19	61.3%	8	25.8%	8	25.8%	12	38.7%	14	45.2%	15	48.4%	14	45.2%	9	29.0%
全体	320	63.9%	68	13.6%	91	18.2%	85	17.0%	240	47.9%	191	38.1%	184	36.7%	203	40.5%

	個人クリエイターと契約している		技術・技能の継承が課題である		社内研修(OJT含む)を重視している		外部研修を行っている		対象者はいるが研修は行っていない		人件費が高騰している		その他		特にない	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	10	29.4%	4	11.8%	1	2.9%	4	11.8%	6	17.6%	3	8.8%	4	11.8%	5	14.7%
1,000万円未満	48	43.2%	33	29.7%	17	15.3%	31	27.9%	34	30.6%	18	16.2%	31	27.9%	27	24.3%
1,000～2,000万円未満	77	38.1%	23	11.4%	17	8.4%	71	35.1%	75	37.1%	29	14.4%	59	29.2%	38	18.8%
2,000万円～1億円未満	42	34.1%	12	9.8%	11	8.9%	61	49.6%	57	46.3%	22	17.9%	29	23.6%	28	22.8%
1億円以上	10	32.3%	6	19.4%	3	9.7%	11	35.5%	15	48.4%	2	6.5%	9	29.0%	4	12.9%
全体	187	37.3%	78	15.6%	49	9.8%	178	35.5%	187	37.3%	74	14.8%	132	26.3%	102	20.4%

全体	
実数	%
10	29.4%
48	43.2%
77	38.1%
42	34.1%
10	32.3%
187	37.3%

※無回答は集計から除く。χ²=285.273 自由度=64 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-54 資本金額(5区分)×事業所及び設備に関する課題(問12)

	機械・設備を増強したい		ソフトウェアを購入・更新したい		事業所が手狭になってきた		取引先や外注先へのアクセスが悪い		事業環境が悪い		設備投資のための資金が不足している		事業所の新設を検討している		事業所の移転を検討している	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	10	11.4%	11	12.5%	6	6.8%	1	1.1%	3	3.4%	15	17.0%	2	2.3%	11	12.5%
1,000万円未満	28	13.7%	61	29.8%	39	19.0%	3	1.5%	5	2.4%	46	22.4%	10	4.9%	28	13.7%
1,000～2,000万円未満	58	15.5%	101	27.1%	40	10.7%	5	1.3%	11	2.9%	60	16.1%	11	2.9%	41	11.0%
2,000万円～1億円未満	37	19.4%	51	26.7%	33	17.3%	2	1.0%	2	1.0%	21	11.0%	6	3.1%	25	13.1%
1億円以上	9	16.4%	8	14.5%	16	29.1%	0	0.0%	2	3.6%	2	3.6%	2	3.6%	7	12.7%
全体	142	15.6%	232	25.4%	134	14.7%	11	1.2%	23	2.5%	144	15.8%	31	3.4%	112	12.3%

その他		特にない		全体	
実数	%	実数	%	実数	%
5	5.7%	42	47.7%	88	100.0%
12	5.9%	71	34.6%	205	100.0%
17	4.6%	162	43.4%	373	100.0%
6	3.1%	71	37.2%	191	100.0%
1	1.8%	22	40.0%	55	100.0%
41	4.5%	368	40.4%	912	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=72.797 自由度=40 p=0.001* *p<0.05

図表6-2-1-55 資本金額(5区分)×立地先の選定で重要視する項目(問13(1)①)

	取引先・顧客が多く存在する		在勤者が多い		若い人が多い		外国人が多い		交通の利便性が高い		知名度が高くブランド力がある		他社との連携が容易である		クリエイティブな人材が集まる	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	38	33.6%	14	12.4%	13	11.5%	14	12.4%	56	49.6%	48	42.5%	15	13.3%	24	21.2%
1,000万円未満	96	43.0%	14	6.3%	15	6.7%	14	6.3%	133	59.6%	99	44.4%	41	18.4%	54	24.2%
1,000～2,000万円未満	168	42.0%	18	4.5%	12	3.0%	18	4.5%	269	67.3%	159	39.8%	74	18.5%	74	18.5%
2,000万円～1億円未満	92	43.8%	10	4.8%	9	4.3%	4	1.9%	144	68.6%	56	26.7%	36	17.1%	19	9.0%
1億円以上	28	45.9%	9	14.8%	2	3.3%	7	11.5%	38	62.3%	21	34.4%	13	21.3%	10	16.4%
全体	422	41.9%	65	6.5%	51	5.1%	57	5.7%	640	63.6%	383	38.0%	179	17.8%	181	18.0%

	情報収集が容易である		展示会等へのアクセスが良い		関連業種が多い		同業者が多い		支援策の充実		無回答		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	21	18.6%	19	16.8%	18	15.9%	21	18.6%	7	6.2%	36	31.9%	113	100.0%
1,000万円未満	46	20.6%	46	20.6%	41	18.4%	38	17.0%	14	6.3%	47	21.1%	223	100.0%
1,000～2,000万円未満	66	16.5%	59	14.8%	64	16.0%	67	16.8%	32	8.0%	72	18.0%	400	100.0%
2,000万円～1億円未満	28	13.3%	21	10.0%	33	15.7%	26	12.4%	8	3.8%	39	18.6%	210	100.0%
1億円以上	8	13.1%	11	18.0%	16	26.2%	10	16.4%	2	3.3%	10	16.4%	61	100.0%
全体	169	16.8%	156	15.5%	172	17.1%	162	16.1%	63	6.3%	204	20.3%	1,007	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した13項目(「取引先・顧客が多く存在する」～「支援策の充実」)のいずれにも○をつけなかった事業所を指す。

χ²=149.273 自由度=56 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-1-56 資本金額(5区分)×港区での事業環境の評価(1)取引先・顧客が多く存在する(問13(1)②-1)

	満足		やや満足		どちらともいえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	20	32.3%	25	40.3%	10	16.1%	4	6.5%	3	4.8%	62	100.0%
1,000万円未満	53	38.1%	47	33.8%	32	23.0%	4	2.9%	3	2.2%	139	100.0%
1,000～2,000万円未満	93	38.3%	100	41.2%	41	16.9%	8	3.3%	1	0.4%	243	100.0%
2,000万円～1億円未満	61	48.4%	43	34.1%	19	15.1%	3	2.4%	0	0.0%	126	100.0%
1億円以上	10	27.8%	22	61.1%	4	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	36	100.0%
全体	237	39.1%	237	39.1%	106	17.5%	19	3.1%	7	1.2%	606	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=30.243 自由度=16 p=0.017* *p<0.05

図表6-2-1-57 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(2)在勤者が多い(問13(1)②-2)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	4	10.0%	8	20.0%	22	55.0%	4	10.0%	2	5.0%	40	100.0%
1,000万円未満	9	14.8%	14	23.0%	29	47.5%	6	9.8%	3	4.9%	61	100.0%
1,000～2,000万円未満	11	10.1%	14	12.8%	73	67.0%	8	7.3%	3	2.8%	109	100.0%
2,000万～1億円未満	10	17.9%	10	17.9%	32	57.1%	2	3.6%	2	3.6%	56	100.0%
1億円以上	3	14.3%	9	42.9%	6	28.6%	1	4.8%	2	9.5%	21	100.0%
全体	37	12.9%	55	19.2%	162	56.4%	21	7.3%	12	4.2%	287	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=21.383 自由度=16 p=0.164

図表6-2-1-58 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(3)若い人が多い(問13(1)②-3)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	6	15.4%	7	17.9%	23	59.0%	1	2.6%	2	5.1%	39	100.0%
1,000万円未満	8	13.3%	16	26.7%	28	46.7%	7	11.7%	1	1.7%	60	100.0%
1,000～2,000万円未満	8	7.5%	20	18.7%	65	60.7%	14	13.1%	0	0.0%	107	100.0%
2,000万～1億円未満	8	14.3%	7	12.5%	39	69.6%	1	1.8%	1	1.8%	56	100.0%
1億円以上	0	0.0%	2	12.5%	10	62.5%	3	18.8%	1	6.3%	16	100.0%
全体	30	10.8%	52	18.7%	165	59.4%	26	9.4%	5	1.8%	278	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=25.682 自由度=16 p=0.059

図表6-2-1-59 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(4)外国人が多い(問13(1)②-4)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	4	9.8%	11	26.8%	26	63.4%	0	0.0%	0	0.0%	41	100.0%
1,000万円未満	12	20.0%	14	23.3%	28	46.7%	2	3.3%	4	6.7%	60	100.0%
1,000～2,000万円未満	16	14.8%	15	13.9%	65	60.2%	10	9.3%	2	1.9%	108	100.0%
2,000万～1億円未満	4	7.7%	9	17.3%	37	71.2%	2	3.8%	0	0.0%	52	100.0%
1億円以上	5	25.0%	5	25.0%	9	45.0%	0	0.0%	1	5.0%	20	100.0%
全体	41	14.6%	54	19.2%	165	58.7%	14	5.0%	7	2.5%	281	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=27.206 自由度=16 p=0.039* *p<0.05

図表6-2-1-60 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(5)交通の利便性が良い(問13(1)②-5)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	50	64.1%	18	23.1%	6	7.7%	3	3.8%	1	1.3%	78	100.0%
1,000万円未満	103	61.3%	49	29.2%	12	7.1%	3	1.8%	1	0.6%	168	100.0%
1,000～2,000万円未満	206	63.0%	98	30.0%	20	6.1%	3	0.9%	0	0.0%	327	100.0%
2,000万～1億円未満	112	63.6%	54	30.7%	7	4.0%	3	1.7%	0	0.0%	176	100.0%
1億円以上	23	48.9%	18	38.3%	6	12.8%	0	0.0%	0	0.0%	47	100.0%
全体	494	62.1%	237	29.8%	51	6.4%	12	1.5%	2	0.3%	796	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=18.755 自由度=16 p=0.282

図表6-2-1-61 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(6)知名度が高くブランド力がある(問13(1)②-6)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	31	44.9%	22	31.9%	14	20.3%	2	2.9%	0	0.0%	69	100.0%
1,000万円未満	78	57.8%	37	27.4%	15	11.1%	3	2.2%	2	1.5%	135	100.0%
1,000～2,000万円未満	132	57.4%	66	28.7%	29	12.6%	2	0.9%	1	0.4%	230	100.0%
2,000万～1億円未満	51	52.6%	25	25.8%	20	20.6%	1	1.0%	0	0.0%	97	100.0%
1億円以上	13	39.4%	12	36.4%	7	21.2%	1	3.0%	0	0.0%	33	100.0%
全体	305	54.1%	162	28.7%	85	15.1%	9	1.6%	3	0.5%	564	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=16.736 自由度=16 p=0.403

図表6-2-1-62 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(7)他社との連携が容易である(問13(1)②-7)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	6	15.0%	9	22.5%	22	55.0%	1	2.5%	2	5.0%	40	100.0%
1,000万円未満	18	20.7%	29	33.3%	32	36.8%	5	5.7%	3	3.4%	87	100.0%
1,000～2,000万円未満	48	30.4%	51	32.3%	50	31.6%	8	5.1%	1	0.6%	158	100.0%
2,000万～1億円未満	24	29.6%	30	37.0%	27	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	81	100.0%
1億円以上	5	20.8%	8	33.3%	10	41.7%	1	4.2%	0	0.0%	24	100.0%
全体	101	25.9%	127	32.6%	141	36.2%	15	3.8%	6	1.5%	390	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=23.989 自由度=16 p=0.009

図表6-2-1-63 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(8)クリエイティブな人材が集まる(問13(1)②-8)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	13	27.1%	7	14.6%	26	54.2%	2	4.2%	0	0.0%	48	100.0%
1,000万円未満	20	22.0%	39	42.9%	23	25.3%	6	6.6%	3	3.3%	91	100.0%
1,000～2,000万円未満	40	26.5%	38	25.2%	65	43.0%	8	5.3%	0	0.0%	151	100.0%
2,000万～1億円未満	12	18.2%	17	25.8%	35	53.0%	1	1.5%	1	1.5%	66	100.0%
1億円以上	3	13.6%	6	27.3%	10	45.5%	2	9.1%	1	4.5%	22	100.0%
全体	88	23.3%	107	28.3%	159	42.1%	19	5.0%	5	1.3%	378	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=33.024 自由度=16 p=0.007* *p<0.05

図表6-2-1-64 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(9)情報収集が容易である(問13(1)②-9)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	11	24.4%	11	24.4%	22	48.9%	1	2.2%	0	0.0%	45	100.0%
1,000万円未満	24	27.3%	34	38.6%	24	27.3%	4	4.5%	2	2.3%	88	100.0%
1,000～2,000万円未満	38	26.2%	43	29.7%	57	39.3%	6	4.1%	1	0.7%	145	100.0%
2,000万～1億円未満	18	24.7%	25	34.2%	27	37.0%	3	4.1%	0	0.0%	73	100.0%
1億円以上	2	9.5%	9	42.9%	9	42.9%	0	0.0%	1	4.8%	21	100.0%
全体	93	25.0%	122	32.8%	139	37.4%	14	3.8%	4	1.1%	372	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=16.200 自由度=16 p=0.439

図表6-2-1-65 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(10)展示会等へのアクセスが良い(問13(1)②-10)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	8	18.6%	14	32.6%	19	44.2%	2	4.7%	0	0.0%	43	100.0%
1,000万円未満	26	32.5%	27	33.8%	19	23.8%	6	7.5%	2	2.5%	80	100.0%
1,000～2,000万円未満	35	25.0%	46	32.9%	50	35.7%	9	6.4%	0	0.0%	140	100.0%
2,000万～1億円未満	11	16.9%	24	36.9%	27	41.5%	2	3.1%	1	1.5%	65	100.0%
1億円以上	5	22.7%	8	36.4%	9	40.9%	0	0.0%	0	0.0%	22	100.0%
全体	85	24.3%	119	34.0%	124	35.4%	19	5.4%	3	0.9%	350	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=16.885 自由度=16 p=0.393

図表6-2-1-66 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(11)関連業種が多い(問13(1)②-11)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	9	20.5%	8	18.2%	23	52.3%	3	6.8%	1	2.3%	44	100.0%
1,000万円未満	18	20.7%	28	32.2%	32	36.8%	7	8.0%	2	2.3%	87	100.0%
1,000～2,000万円未満	36	24.2%	53	35.6%	50	33.6%	10	6.7%	0	0.0%	149	100.0%
2,000万～1億円未満	17	22.1%	23	29.9%	33	42.9%	4	5.2%	0	0.0%	77	100.0%
1億円以上	4	14.3%	12	42.9%	10	35.7%	1	3.6%	1	3.6%	28	100.0%
全体	84	21.8%	124	32.2%	148	38.4%	25	6.5%	4	1.0%	385	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=16.102 自由度=16 p=0.446

図表6-2-1-67 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(12)同業者が多い(問13(1)②-12)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	8	17.0%	10	21.3%	27	57.4%	1	2.1%	1	2.1%	47	100.0%
1,000万円未満	19	22.4%	22	25.9%	32	37.6%	7	8.2%	5	5.9%	85	100.0%
1,000～2,000万円未満	34	22.2%	49	32.0%	55	35.9%	12	7.8%	3	2.0%	153	100.0%
2,000万～1億円未満	13	18.3%	18	25.4%	35	49.3%	5	7.0%	0	0.0%	71	100.0%
1億円以上	3	12.5%	9	37.5%	10	41.7%	1	4.2%	1	4.2%	24	100.0%
全体	77	20.3%	108	28.4%	159	41.8%	26	6.8%	10	2.6%	380	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=17.589 自由度=16 p=0.349

図表6-2-1-68 資本金額【5区分】×港区での事業環境の評価／(13)支援策の充実(問13(1)②-13)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	1	2.9%	1	2.9%	29	85.3%	1	2.9%	2	5.9%	34	100.0%
1,000万円未満	5	8.1%	8	12.9%	33	53.2%	11	17.7%	5	8.1%	62	100.0%
1,000～2,000万円未満	10	8.5%	21	17.8%	67	56.8%	13	11.0%	7	5.9%	118	100.0%
2,000万～1億円未満	7	13.0%	6	11.1%	37	68.5%	4	7.4%	0	0.0%	54	100.0%
1億円以上	0	0.0%	2	12.5%	12	75.0%	0	0.0%	2	12.5%	16	100.0%
全体	23	8.1%	38	13.4%	178	62.7%	29	10.2%	16	5.6%	284	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=26.104 自由度=16 p=0.053

図表6-2-1-69 資本金額【5区分】×今後の行政への期待(問14)

	経営相談		知的財産権に関する 相談・支援		専門家の派遣・あつせん		情報提供		情報発信の 場の提供		イベント・展示会等の 開催又は出展支援		発表の場の 提供		事業紹介・ マッチングの 場の提供	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
個人経営等	7	7.8%	8	8.9%	3	3.3%	17	18.9%	14	15.6%	14	15.6%	10	11.1%	15	16.7%
1,000万円未満	29	14.6%	25	12.6%	11	5.5%	24	12.1%	33	16.6%	27	13.6%	20	10.1%	42	21.1%
1,000～2,000万円未満	41	10.9%	41	10.9%	21	5.6%	70	18.6%	43	11.4%	47	12.5%	24	6.4%	87	23.1%
2,000万～1億円未満	12	6.3%	16	8.4%	10	5.2%	38	19.9%	13	6.8%	15	7.9%	4	2.1%	34	17.8%
1億円以上	2	3.4%	1	1.7%	1	1.7%	16	27.6%	9	15.5%	12	20.7%	1	1.7%	13	22.4%
全体	91	10.0%	91	10.0%	46	5.0%	165	18.1%	112	12.3%	115	12.6%	59	6.5%	191	20.9%

事業資金等の助成等	チャレンジする人材や 企業に対する融資		融資の あつせん		新たな技術導入への 支援		クリエイティブな企業 への表彰		人材交流の 場の提供		同業種交流会の開催		異業種交流会の開催	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
	30	33.3%	13	14.4%	19	21.1%	7	7.8%	9	10.0%	11	12.2%	9	10.0%
	81	40.7%	35	17.6%	51	25.6%	18	9.0%	22	11.1%	22	11.1%	17	8.5%
	139	37.0%	58	15.4%	90	23.9%	34	9.0%	24	6.4%	35	9.3%	35	9.3%
	59	30.9%	29	15.2%	41	21.5%	23	12.0%	7	3.7%	12	6.3%	9	4.7%
	7	12.1%	2	3.4%	1	1.7%	4	6.9%	2	3.4%	6	10.3%	3	5.2%
	316	34.6%	137	15.0%	202	22.1%	86	9.4%	64	7.0%	86	9.4%	73	8.0%

人材の 育成支援	文化機関との連携支 援		周辺地域や 商店街との 連携支援		公的機関 (学校等)との 連携支援		その他		特にな い		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
	11	12.2%	16	17.8%	14	15.6%	8	8.9%	6	6.7%	20	22.2%
	38	19.1%	36	18.1%	26	13.1%	25	12.6%	11	5.5%	35	17.6%
	66	17.6%	38	10.1%	28	7.4%	32	8.5%	10	2.7%	93	24.7%
	41	21.5%	14	7.3%	7	3.7%	16	8.4%	2	1.0%	45	23.6%
	17	29.3%	4	6.9%	7	12.1%	3	5.2%	1	1.7%	16	27.6%
	173	18.9%	108	11.8%	82	9.0%	84	9.2%	30	3.3%	209	22.9%

※無回答は集計から除く。χ²=196.895 自由度=88 p=0.000* *p<0.05

2 主な事業

図表6-2-2-1 主な事業【11区分】×所在地(問1)

	芝地区		赤坂地区		麻布地区		高輪地区		芝浦港南地区		港区外		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	43	48.3%	25	28.1%	10	11.2%	6	6.7%	5	5.6%	0	0.0%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	12	12.4%	43	44.3%	32	33.0%	7	7.2%	3	3.1%	0	0.0%	97	100.0%
ファッション	14	11.3%	54	43.5%	42	33.9%	10	8.1%	3	2.4%	1	0.8%	124	100.0%
デザイン	10	11.0%	44	48.4%	25	27.5%	9	9.9%	3	3.3%	0	0.0%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	38	69.1%	7	12.7%	2	3.6%	5	9.1%	3	5.5%	0	0.0%	55	100.0%
広告・イベント	30	29.7%	46	45.5%	18	17.8%	4	4.0%	3	3.0%	0	0.0%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	26	40.0%	27	41.5%	12	18.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	65	100.0%
出版・印刷	50	63.3%	12	15.2%	7	8.9%	6	7.6%	4	5.1%	0	0.0%	79	100.0%
文化・芸術・音楽	8	14.0%	28	49.1%	14	24.6%	5	8.8%	2	3.5%	0	0.0%	57	100.0%
建築設計	25	32.1%	18	23.1%	21	26.9%	11	14.1%	3	3.8%	0	0.0%	78	100.0%
その他	85	40.5%	60	28.6%	35	16.7%	15	7.1%	15	7.1%	0	0.0%	210	100.0%
全体	341	32.6%	364	34.8%	218	20.8%	78	7.5%	44	4.2%	1	0.1%	1,046	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=216.176 自由度=50 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-2 主な事業【11区分】×事業所の形態(問2(1))

	単独事業所		本社・本店		支社・支店		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	63	70.8%	17	19.1%	9	10.1%	0	0.0%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	71	73.2%	11	11.3%	15	15.5%	0	0.0%	97	100.0%
ファッション	88	71.0%	17	13.7%	19	15.3%	0	0.0%	124	100.0%
デザイン	78	85.7%	6	6.6%	5	5.5%	2	2.2%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	26	47.3%	12	21.8%	17	30.9%	0	0.0%	55	100.0%
広告・イベント	74	73.3%	15	14.9%	12	11.9%	0	0.0%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	45	69.2%	12	18.5%	8	12.3%	0	0.0%	65	100.0%
出版・印刷	57	72.2%	13	16.5%	9	11.4%	0	0.0%	79	100.0%
文化・芸術・音楽	34	59.6%	6	10.5%	15	26.3%	2	3.5%	57	100.0%
建築設計	60	78.9%	6	7.9%	10	13.2%	0	0.0%	76	100.0%
その他	135	64.3%	39	18.6%	29	13.8%	7	3.3%	210	100.0%
全体	731	70.0%	154	14.8%	148	14.2%	11	1.1%	1,044	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=70.195 自由度=30 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-3 主な事業【11区分】×開業時期(問2(2)①)【4区分】

	1989年まで		1990～1999年		2000～2009年		2010年以降		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	22	25.3%	25	28.7%	31	35.6%	9	10.3%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	43	44.3%	24	24.7%	20	20.6%	10	10.3%	97	100.0%
ファッション	59	48.8%	25	20.7%	25	20.7%	12	9.9%	121	100.0%
デザイン	50	54.9%	26	28.6%	8	8.8%	7	7.7%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	23	43.4%	9	17.0%	14	26.4%	7	13.2%	53	100.0%
広告・イベント	41	41.4%	31	31.3%	20	20.2%	7	7.1%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	35	55.6%	12	19.0%	10	15.9%	6	9.5%	63	100.0%
出版・印刷	58	75.3%	8	10.4%	9	11.7%	2	2.6%	77	100.0%
文化・芸術・音楽	32	61.5%	6	11.5%	9	17.3%	5	9.6%	52	100.0%
建築設計	42	54.5%	18	23.4%	11	14.3%	6	7.8%	77	100.0%
その他	116	57.7%	41	20.4%	28	13.9%	16	8.0%	201	100.0%
全体	521	51.2%	225	22.1%	185	18.2%	87	8.5%	1,018	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=76.028 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-4 主な事業【11区分】×現在の事業所の開設時期(問2(2)②)

	開業した時期と同じ		開業した時期と異なる		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	17	19.3%	71	80.7%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	34	35.1%	63	64.9%	97	100.0%
ファッション	58	48.3%	62	51.7%	120	100.0%
デザイン	22	24.2%	69	75.8%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	26	47.3%	29	52.7%	55	100.0%
広告・イベント	29	29.0%	71	71.0%	100	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	23	35.4%	42	64.6%	65	100.0%
出版・印刷	23	29.9%	54	70.1%	77	100.0%
文化・芸術・音楽	21	36.8%	36	63.2%	57	100.0%
建築設計	19	24.4%	59	75.6%	78	100.0%
その他	89	43.6%	115	56.4%	204	100.0%
全体	361	35.0%	671	65.0%	1,032	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=40.347 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-5 主な事業【11区分】×現在の事業所の開設時期(問2(2)②)【4区分】

	1989年まで		1990～1999年		2000～2009年		2010年以降		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	1	1.5%	5	7.7%	18	27.7%	41	63.1%	65	100.0%
映像・コンテンツ制作	6	10.9%	8	14.5%	15	27.3%	26	47.3%	55	100.0%
ファッション	5	8.3%	9	15.0%	20	33.3%	26	43.3%	60	100.0%
デザイン	6	8.8%	15	22.1%	19	27.9%	28	41.2%	68	100.0%
観光・旅行・宿泊	3	10.7%	3	10.7%	5	17.9%	17	60.7%	28	100.0%
広告・イベント	5	7.5%	15	22.4%	21	31.3%	26	38.8%	67	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	6	15.4%	7	17.9%	13	33.3%	13	33.3%	39	100.0%
出版・印刷	13	26.0%	9	18.0%	9	18.0%	19	38.0%	50	100.0%
文化・芸術・音楽	7	23.3%	5	16.7%	10	33.3%	8	26.7%	30	100.0%
建築設計	7	13.0%	14	25.9%	12	22.2%	21	38.9%	54	100.0%
その他	19	19.0%	11	11.0%	35	35.0%	35	35.0%	100	100.0%
全体	78	12.7%	101	16.4%	177	28.7%	260	42.2%	616	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=54.316 自由度=30 p=0.004* *p<0.05

図表6-2-2-6 主な事業【11区分】×経営形態(問3)

	会社企業		個人経営		その他 (医療法人、 NPO法人など)		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	88	98.9%	0	0.0%	1	1.1%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	92	94.8%	5	5.2%	0	0.0%	97	100.0%
ファッション	84	67.7%	40	32.3%	0	0.0%	124	100.0%
デザイン	83	91.2%	7	7.7%	1	1.1%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	54	98.2%	1	1.8%	0	0.0%	55	100.0%
広告・イベント	101	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	65	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	65	100.0%
出版・印刷	73	93.6%	4	5.1%	1	1.3%	78	100.0%
文化・芸術・音楽	48	84.2%	7	12.3%	2	3.5%	57	100.0%
建築設計	73	93.6%	5	6.4%	0	0.0%	78	100.0%
その他	173	83.2%	25	12.0%	10	4.8%	208	100.0%
全体	934	89.5%	94	9.0%	15	1.4%	1,043	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=144.338 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-7 主な事業【11区分】×経営形態/資本金額(問3)

	1,000万円未満		1,000～ 2,000万円未満		2,000万～ 1億円未満		1億円以上		無回答		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	5	5.7%	31	35.2%	38	43.2%	11	12.5%	3	3.4%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	27	29.3%	41	44.6%	21	22.8%	1	1.1%	2	2.2%	92	100.0%
ファッション	25	29.8%	32	38.1%	14	16.7%	2	2.4%	11	13.1%	84	100.0%
デザイン	35	42.2%	38	45.8%	10	12.0%	0	0.0%	0	0.0%	83	100.0%
観光・旅行・宿泊	5	9.3%	14	25.9%	17	31.5%	13	24.1%	5	9.3%	54	100.0%
広告・イベント	18	17.8%	57	56.4%	19	18.8%	5	5.0%	2	2.0%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	14	21.5%	24	36.9%	16	24.6%	10	15.4%	1	1.5%	65	100.0%
出版・印刷	17	23.3%	40	54.8%	13	17.8%	1	1.4%	2	2.7%	73	100.0%
文化・芸術・音楽	16	33.3%	17	35.4%	6	12.5%	3	6.3%	6	12.5%	48	100.0%
建築設計	20	27.4%	35	47.9%	16	21.9%	0	0.0%	2	2.7%	73	100.0%
その他	41	23.7%	71	41.0%	40	23.1%	15	8.7%	6	3.5%	173	100.0%
全体	223	23.9%	400	42.8%	210	22.5%	61	6.5%	40	4.3%	934	100.0%

※「経営形態」(問3)で「会社企業」と回答した事業所に限った集計。χ²=216.176 自由度=50 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-8 主な事業【11区分】×正規従業員数(問4(1))

	2人以下		3～5人		6～10人		11人以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	8	9.1%	14	15.9%	16	18.2%	50	56.8%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	19	20.2%	30	31.9%	17	18.1%	28	29.8%	94	100.0%
ファッション	55	47.4%	27	23.3%	10	8.6%	24	20.7%	116	100.0%
デザイン	34	37.4%	23	25.3%	21	23.1%	13	14.3%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	8	14.8%	12	22.2%	8	14.8%	26	48.1%	54	100.0%
広告・イベント	14	13.9%	30	29.7%	27	26.7%	30	29.7%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	6	9.2%	10	15.4%	6	9.2%	43	66.2%	65	100.0%
出版・印刷	23	29.5%	27	34.6%	13	16.7%	15	19.2%	78	100.0%
文化・芸術・音楽	26	49.1%	15	28.3%	8	15.1%	4	7.5%	53	100.0%
建築設計	25	32.9%	22	28.9%	20	26.3%	9	11.8%	76	100.0%
その他	44	21.9%	59	29.4%	41	20.4%	57	28.4%	201	100.0%
全体	262	25.8%	269	26.5%	187	18.4%	299	29.4%	1,017	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=183.619 自由度=30 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-9 主な事業【11区分】×非正規従業員数(問4(2))【4区分】

	非正規従業員の雇 用なし		1～2人		3～5人		6～10人		11人以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	16	23.2%	25	36.2%	18	26.1%	4	5.8%	6	8.7%	69	100.0%
映像・コンテンツ制作	23	34.8%	21	31.8%	10	15.2%	7	10.6%	5	7.6%	66	100.0%
ファッション	19	24.7%	45	58.4%	7	9.1%	2	2.6%	4	5.2%	77	100.0%
デザイン	22	37.3%	29	49.2%	6	10.2%	1	1.7%	1	1.7%	59	100.0%
観光・旅行・宿泊	6	14.3%	20	47.6%	5	11.9%	3	7.1%	8	19.0%	42	100.0%
広告・イベント	21	29.2%	29	40.3%	10	13.9%	3	4.2%	9	12.5%	72	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	9	17.3%	16	30.8%	7	13.5%	8	15.4%	12	23.1%	52	100.0%
出版・印刷	22	38.6%	25	43.9%	7	12.3%	2	3.5%	1	1.8%	57	100.0%
文化・芸術・音楽	10	27.0%	20	54.1%	2	5.4%	2	5.4%	3	8.1%	37	100.0%
建築設計	16	30.8%	26	50.0%	7	13.5%	2	3.8%	1	1.9%	52	100.0%
その他	32	22.9%	49	35.0%	30	21.4%	13	9.3%	16	11.4%	140	100.0%
全体	196	27.1%	305	42.2%	109	15.1%	47	6.5%	66	9.1%	723	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=85.866 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-10 主な事業(11区分)×経営者の年齢(問5(1))

	30歳未満		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	0	0.0%	5	5.6%	16	18.0%	31	34.8%	27	30.3%	10	11.2%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	0	0.0%	4	4.1%	16	16.5%	25	25.8%	40	41.2%	12	12.4%	97	100.0%
ファッション	0	0.0%	4	3.3%	14	11.6%	31	25.6%	43	35.5%	29	24.0%	121	100.0%
デザイン	0	0.0%	4	4.4%	11	12.1%	27	29.7%	26	28.6%	23	25.3%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	0	0.0%	0	0.0%	5	9.1%	20	36.4%	23	41.8%	7	12.7%	55	100.0%
広告・イベント	1	1.0%	1	1.0%	17	16.8%	43	42.6%	27	26.7%	12	11.9%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	0	0.0%	3	4.6%	9	13.8%	20	30.8%	24	36.9%	9	13.8%	65	100.0%
出版・印刷	0	0.0%	2	2.5%	12	15.2%	12	15.2%	26	32.9%	27	34.2%	79	100.0%
文化・芸術・音楽	0	0.0%	2	3.7%	5	9.3%	19	35.2%	10	18.5%	18	33.3%	54	100.0%
建築設計	0	0.0%	3	3.8%	7	9.0%	9	11.5%	42	53.8%	17	21.8%	78	100.0%
その他	2	1.0%	5	2.4%	16	7.7%	58	27.8%	67	32.1%	61	29.2%	209	100.0%
全体	3	0.3%	33	3.2%	128	12.3%	295	28.4%	355	34.2%	225	21.7%	1,039	100.0%

無回答は集計から除く。χ²=99.640 自由度=50 p=0.000 *p<0.05

図表6-2-2-11 主な事業(11区分)×経営者の性別(問5(2))

	男性		女性		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	83	93.3%	6	6.7%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	89	91.8%	8	8.2%	97	100.0%
ファッション	87	70.2%	37	29.8%	124	100.0%
デザイン	80	87.9%	11	12.1%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	48	87.3%	7	12.7%	55	100.0%
広告・イベント	87	86.1%	14	13.9%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	55	84.6%	10	15.4%	65	100.0%
出版・印刷	75	94.9%	4	5.1%	79	100.0%
文化・芸術・音楽	41	73.2%	15	26.8%	56	100.0%
建築設計	75	96.2%	3	3.8%	78	100.0%
その他	174	83.3%	35	16.7%	209	100.0%
全体	894	85.6%	150	14.4%	1,044	100.0%

無回答は集計から除く。χ²=52.420 自由度=10 p=0.000 *p<0.05

図表6-2-2-12 主な事業(11区分)×業界の特徴(問6(3))

	価格競争が激しい		高級化が進んでいる		取引先が固定化されている		海外からの訪日客の取込みが課題である		企画・提案力が問われている		専門知識が問われている		人材の確保が難しい		従業員の教育・研修が重要である		事業所のロケーションが重要である	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	28	32.2%	1	1.1%	22	25.3%	1	1.1%	45	51.7%	59	67.8%	56	64.4%	38	43.7%	5	5.7%
映像・コンテンツ制作	42	43.8%	1	1.0%	50	52.1%	2	2.1%	37	38.5%	38	39.6%	52	54.2%	28	29.2%	13	13.5%
ファッション	60	49.2%	14	11.5%	23	18.9%	14	11.5%	42	34.4%	58	47.5%	56	45.9%	46	37.7%	39	32.0%
デザイン	45	50.0%	3	3.3%	35	38.9%	4	4.4%	48	53.3%	41	45.6%	35	38.9%	26	28.9%	20	22.2%
観光・旅行・宿泊	37	68.5%	5	9.3%	13	24.1%	28	51.9%	26	48.1%	17	31.5%	26	48.1%	23	42.6%	9	16.7%
広告・イベント	49	49.5%	2	2.0%	42	42.4%	2	2.0%	68	68.7%	31	31.3%	47	47.5%	30	30.3%	11	11.1%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	24	36.9%	2	3.1%	26	40.0%	0	0.0%	29	44.6%	24	36.9%	35	53.8%	24	36.9%	5	7.7%
出版・印刷	38	48.1%	0	0.0%	34	43.0%	1	1.3%	31	39.2%	25	31.6%	19	24.1%	15	19.0%	4	5.1%
文化・芸術・音楽	13	23.2%	3	5.4%	15	26.8%	9	16.1%	29	51.8%	28	50.0%	15	26.8%	12	21.4%	12	21.4%
建築設計	21	27.6%	3	3.9%	18	23.7%	0	0.0%	46	60.5%	57	75.0%	36	47.4%	22	28.9%	5	6.6%
その他	89	43.0%	10	4.8%	67	32.4%	10	4.8%	76	36.7%	94	45.4%	87	42.0%	60	29.0%	27	13.0%
全体	446	43.3%	44	4.3%	345	33.5%	71	6.9%	477	46.3%	472	45.8%	464	45.0%	324	31.4%	150	14.5%

	周辺地域との関係が重要である		同業種との連携が課題である		他業種との連携が課題である		業界が拡大傾向にある		業界が縮小傾向にある		その他		特にな		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
3	3.4%	10	11.5%	16	18.4%	17	19.5%	13	14.9%	1	1.1%	3	3.4%	87	100.0%	
3	3.1%	11	11.5%	14	14.6%	2	2.1%	37	38.5%	2	2.1%	2	2.1%	96	100.0%	
21	17.2%	7	5.7%	11	9.0%	3	2.5%	40	32.8%	3	2.5%	2	1.6%	122	100.0%	
2	2.2%	9	10.0%	16	17.8%	5	5.6%	30	33.3%	7	7.8%	1	1.1%	90	100.0%	
8	14.8%	8	14.8%	7	13.0%	14	25.9%	5	9.3%	1	1.9%	0	0.0%	54	100.0%	
3	3.0%	8	8.1%	11	11.1%	5	5.1%	26	26.3%	5	5.1%	2	2.0%	99	100.0%	
1	1.5%	15	23.1%	11	16.9%	2	3.1%	19	29.2%	3	4.6%	1	1.5%	65	100.0%	
5	6.3%	6	7.6%	7	8.9%	0	0.0%	50	63.3%	2	2.5%	2	2.5%	79	100.0%	
9	16.1%	9	16.1%	4	7.1%	1	1.8%	23	41.1%	1	1.8%	5	8.9%	56	100.0%	
1	1.3%	10	13.2%	16	21.1%	2	2.6%	14	18.4%	3	3.9%	3	3.9%	76	100.0%	
17	8.2%	22	10.6%	23	11.1%	14	6.8%	70	33.8%	14	6.8%	7	3.4%	207	100.0%	
73	7.1%	115	11.2%	136	13.2%	65	6.3%	327	31.7%	42	4.1%	28	2.7%	1,031	100.0%	

無回答は集計から除く。χ²=816.595 自由度=110 p=0.000 *p<0.05

図表6-2-2-13 主な事業(11区分)×直近年度の売上高(問7(1))

	1,000万円未満		1,000~3,000万円未満		3,000万~1億円未満		1~5億円未満		5億円以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	6	6.8%	6	6.8%	16	18.2%	31	35.2%	29	33.0%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	9	9.4%	10	10.4%	26	27.1%	33	34.4%	18	18.8%	96	100.0%
ファッション	27	22.1%	39	32.0%	18	14.8%	22	18.0%	16	13.1%	122	100.0%
デザイン	14	15.4%	21	23.1%	29	31.9%	24	26.4%	3	3.3%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	2	3.7%	0	0.0%	8	14.8%	18	33.3%	26	48.1%	54	100.0%
広告・イベント	1	1.0%	8	7.9%	27	26.7%	44	43.6%	21	20.8%	101	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	1	1.6%	2	3.1%	17	26.6%	22	34.4%	22	34.4%	64	100.0%
出版・印刷	10	13.0%	14	18.2%	18	23.4%	23	29.9%	12	15.6%	77	100.0%
文化・芸術・音楽	9	16.4%	10	18.2%	19	34.5%	12	21.8%	5	9.1%	55	100.0%
建築設計	13	17.1%	18	23.7%	25	32.9%	15	19.7%	5	6.6%	76	100.0%
その他	23	11.3%	28	13.8%	49	24.1%	52	25.6%	51	25.1%	203	100.0%
全体	115	11.2%	156	15.2%	252	24.5%	296	28.8%	208	20.3%	1,027	100.0%

無回答は集計から除く。χ²=190.910 自由度=40 p=0.000 *p<0.05

図表6-2-2-14 主な事業【11区分】×最近の売上の推移(問7(2))

	増加した		やや増加した		変わらない		やや減少した		減少した		開業後間もないため比較できない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	16	18.2%	28	31.8%	19	21.6%	11	12.5%	12	13.6%	2	2.3%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	13	13.4%	24	24.7%	21	21.6%	19	19.6%	20	20.6%	0	0.0%	97	100.0%
ファッション	3	2.4%	23	18.7%	31	25.2%	30	24.4%	35	28.5%	1	0.8%	123	100.0%
デザイン	5	5.5%	21	23.1%	23	25.3%	16	17.6%	26	28.6%	0	0.0%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	6	10.9%	20	36.4%	12	21.8%	9	16.4%	7	12.7%	1	1.8%	55	100.0%
広告・イベント	12	12.0%	31	31.0%	26	26.0%	19	19.0%	12	12.0%	0	0.0%	100	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	4	6.3%	20	31.3%	12	18.8%	18	28.1%	10	15.6%	0	0.0%	64	100.0%
出版・印刷	4	5.1%	17	21.8%	17	21.8%	18	23.1%	22	28.2%	0	0.0%	78	100.0%
文化・芸術・音楽	3	5.3%	10	17.5%	26	45.6%	9	15.8%	9	15.8%	0	0.0%	57	100.0%
建築設計	10	13.2%	11	14.5%	31	40.8%	8	10.5%	16	21.1%	0	0.0%	76	100.0%
その他	25	12.1%	44	21.3%	52	25.1%	51	24.6%	35	16.9%	0	0.0%	207	100.0%
全体	101	9.7%	249	24.0%	270	26.1%	208	20.1%	204	19.7%	4	0.4%	1,036	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=103.024 自由度=50 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-15 主な事業【11区分】×採算状況(問7(3))

	黒字基調		やや黒字基調		ほぼ均衡		やや赤字基調		赤字基調		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	28	32.2%	21	24.1%	18	20.7%	15	17.2%	5	5.7%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	20	20.6%	19	19.6%	27	27.8%	20	20.6%	11	11.3%	97	100.0%
ファッション	13	10.6%	21	17.1%	41	33.3%	31	25.2%	17	13.8%	123	100.0%
デザイン	8	8.8%	21	23.1%	26	28.6%	26	28.6%	10	11.0%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	16	29.1%	14	25.5%	14	25.5%	9	16.4%	2	3.6%	55	100.0%
広告・イベント	23	23.0%	24	24.0%	28	28.0%	17	17.0%	8	8.0%	100	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	10	15.4%	20	30.8%	22	33.8%	8	12.3%	5	7.7%	65	100.0%
出版・印刷	11	14.3%	12	15.6%	18	23.4%	27	35.1%	9	11.7%	77	100.0%
文化・芸術・音楽	5	8.8%	16	28.1%	17	29.8%	11	19.3%	8	14.0%	57	100.0%
建築設計	12	15.8%	12	15.8%	24	31.6%	19	25.0%	9	11.8%	76	100.0%
その他	44	21.6%	33	16.2%	62	30.4%	46	22.5%	19	9.3%	204	100.0%
全体	190	18.4%	213	20.6%	297	28.8%	229	22.2%	103	10.0%	1,032	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=66.484 自由度=40 p=0.005* *p<0.05

図表6-2-2-16 主な事業【11区分】×今後の事業予定(問7(4))

	事業規模の拡大		同程度の事業規模で継続		事業規模の縮小		異なる事業領域への進出		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	42	48.8%	39	45.3%	0	0.0%	4	4.7%	1	1.2%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	21	21.6%	59	60.8%	8	8.2%	9	9.3%	0	0.0%	97	100.0%
ファッション	23	19.5%	71	60.2%	13	11.0%	4	3.4%	7	5.9%	118	100.0%
デザイン	16	17.6%	54	59.3%	14	15.4%	5	5.5%	2	2.2%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	18	32.7%	36	65.5%	1	1.8%	0	0.0%	0	0.0%	55	100.0%
広告・イベント	24	24.0%	58	58.0%	9	9.0%	9	9.0%	0	0.0%	100	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	12	18.5%	41	63.1%	4	6.2%	7	10.8%	1	1.5%	65	100.0%
出版・印刷	9	11.5%	50	64.1%	6	7.7%	9	11.5%	4	5.1%	78	100.0%
文化・芸術・音楽	11	19.3%	34	59.6%	9	15.8%	2	3.5%	1	1.8%	57	100.0%
建築設計	9	11.8%	56	73.7%	7	9.2%	2	2.6%	2	2.6%	76	100.0%
その他	45	21.8%	126	61.2%	16	7.8%	10	4.9%	9	4.4%	206	100.0%
全体	230	22.4%	624	60.6%	87	8.5%	61	5.9%	27	2.6%	1,029	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=100.546 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-17 主な事業【11区分】×事業の実施状況(1)事業全体の企画立案(問8(1))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	63	70.8%	8	9.0%	3	3.4%	6	6.7%	9	10.1%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	58	61.7%	9	9.6%	5	5.3%	11	11.7%	11	11.7%	94	100.0%
ファッション	88	83.0%	3	2.8%	0	0.0%	1	0.9%	14	13.2%	106	100.0%
デザイン	48	55.2%	7	8.0%	7	8.0%	13	14.9%	12	13.8%	87	100.0%
観光・旅行・宿泊	41	77.4%	6	11.3%	1	1.9%	0	0.0%	5	9.4%	53	100.0%
広告・イベント	59	61.5%	18	18.8%	4	4.2%	12	12.5%	3	3.1%	96	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	34	55.7%	5	8.2%	2	3.3%	7	11.5%	13	21.3%	61	100.0%
出版・印刷	42	56.8%	11	14.9%	2	2.7%	6	8.1%	13	17.6%	74	100.0%
文化・芸術・音楽	37	72.5%	3	5.9%	1	2.0%	6	11.8%	4	7.8%	51	100.0%
建築設計	40	58.0%	5	7.2%	3	4.3%	14	20.3%	7	10.1%	69	100.0%
その他	114	60.0%	16	8.4%	7	3.7%	17	8.9%	36	18.9%	190	100.0%
全体	624	64.3%	91	9.4%	35	3.6%	93	9.6%	127	13.1%	970	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=86.739 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-18 主な事業[11区分]×事業の実施状況(2)事業全体のマネジメント(問8(2))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	63	70.8%	8	9.0%	4	4.5%	4	4.5%	10	11.2%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	64	68.1%	6	6.4%	4	4.3%	11	11.7%	9	9.6%	94	100.0%
ファッション	89	85.6%	2	1.9%	0	0.0%	0	0.0%	13	12.5%	104	100.0%
デザイン	47	55.3%	8	9.4%	2	2.4%	15	17.6%	13	15.3%	85	100.0%
観光・旅行・宿泊	43	81.1%	4	7.5%	1	1.9%	0	0.0%	5	9.4%	53	100.0%
広告・イベント	72	73.5%	10	10.2%	1	1.0%	10	10.2%	5	5.1%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	39	63.9%	2	3.3%	4	6.6%	5	8.2%	11	18.0%	61	100.0%
出版・印刷	41	56.9%	8	11.1%	4	5.6%	5	6.9%	14	19.4%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	37	71.2%	5	9.6%	3	5.8%	4	7.7%	3	5.8%	52	100.0%
建築設計	37	55.2%	5	7.5%	7	10.4%	10	14.9%	8	11.9%	67	100.0%
その他	119	64.0%	9	4.8%	5	2.7%	19	10.2%	34	18.3%	186	100.0%
全体	651	67.7%	67	7.0%	35	3.6%	83	8.6%	125	13.0%	961	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=86.855 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-19 主な事業[11区分]×事業の実施状況(3)作品・商品・サービスの設計・デザイン(問8(3))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	63	70.8%	8	9.0%	3	3.4%	6	6.7%	9	10.1%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	58	61.7%	9	9.6%	5	5.3%	11	11.7%	11	11.7%	94	100.0%
ファッション	88	83.0%	3	2.8%	0	0.0%	1	0.9%	14	13.2%	106	100.0%
デザイン	48	55.2%	7	8.0%	7	8.0%	13	14.9%	12	13.8%	87	100.0%
観光・旅行・宿泊	41	77.4%	6	11.3%	1	1.9%	0	0.0%	5	9.4%	53	100.0%
広告・イベント	59	61.5%	18	18.8%	4	4.2%	12	12.5%	3	3.1%	96	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	34	55.7%	5	8.2%	2	3.3%	7	11.5%	13	21.3%	61	100.0%
出版・印刷	42	56.8%	11	14.9%	2	2.7%	6	8.1%	13	17.6%	74	100.0%
文化・芸術・音楽	37	72.5%	3	5.9%	1	2.0%	6	11.8%	4	7.8%	51	100.0%
建築設計	40	58.0%	5	7.2%	3	4.3%	14	20.3%	7	10.1%	69	100.0%
その他	114	60.0%	16	8.4%	7	3.7%	17	8.9%	36	18.9%	190	100.0%
全体	624	64.3%	91	9.4%	35	3.6%	93	9.6%	127	13.1%	970	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=122.474 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-20 主な事業[11区分]×事業の実施状況(4)作品・商品・サービスの制作・生産(問8(4))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	46	51.7%	22	24.7%	6	6.7%	5	5.6%	10	11.2%	89	100.0%
映像・コンテンツ制作	41	44.1%	25	26.9%	8	8.6%	11	11.8%	8	8.6%	93	100.0%
ファッション	55	50.9%	21	19.4%	7	6.5%	4	3.7%	21	19.4%	108	100.0%
デザイン	27	32.9%	21	25.6%	8	9.8%	15	18.3%	11	13.4%	82	100.0%
観光・旅行・宿泊	24	46.2%	14	26.9%	5	9.6%	0	0.0%	9	17.3%	52	100.0%
広告・イベント	27	28.1%	42	43.8%	12	12.5%	10	10.4%	5	5.2%	96	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	21	34.4%	15	24.6%	6	9.8%	9	14.8%	10	16.4%	61	100.0%
出版・印刷	18	25.4%	33	46.5%	14	19.7%	2	2.8%	4	5.6%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	30	58.8%	9	17.6%	4	7.8%	6	11.8%	2	3.9%	51	100.0%
建築設計	18	28.6%	12	19.0%	5	7.9%	9	14.3%	19	30.2%	63	100.0%
その他	71	38.2%	41	22.0%	11	5.9%	20	10.8%	43	23.1%	186	100.0%
全体	378	39.7%	255	26.8%	86	9.0%	91	9.6%	142	14.9%	952	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=126.386 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-21 主な事業[11区分]×現在の事業所の強み(1)実績(問9(1))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
	IT・情報通信・ソフトウェア制作	37	43.0%	37	43.0%	8	9.3%	1	1.2%	3	3.5%	86
映像・コンテンツ制作	51	53.1%	35	36.5%	6	6.3%	4	4.2%	0	0.0%	96	100.0%
ファッション	52	47.3%	35	31.8%	15	13.6%	6	5.5%	2	1.8%	110	100.0%
デザイン	53	60.9%	24	27.6%	9	10.3%	0	0.0%	1	1.1%	87	100.0%
観光・旅行・宿泊	24	47.1%	16	31.4%	9	17.6%	0	0.0%	2	3.9%	51	100.0%
広告・イベント	45	45.5%	40	40.4%	12	12.1%	2	2.0%	0	0.0%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	27	42.9%	27	42.9%	6	9.5%	3	4.8%	0	0.0%	63	100.0%
出版・印刷	28	38.4%	26	35.6%	14	19.2%	3	4.1%	2	2.7%	73	100.0%
文化・芸術・音楽	29	54.7%	12	22.6%	9	17.0%	3	5.7%	0	0.0%	53	100.0%
建築設計	33	46.5%	30	42.3%	5	7.0%	2	2.8%	1	1.4%	71	100.0%
その他	95	49.2%	56	29.0%	29	15.0%	6	3.1%	7	3.6%	193	100.0%
全体	474	48.3%	338	34.4%	122	12.4%	30	3.1%	18	1.8%	982	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=43.359 自由度=40 p=0.000

図表6-2-2-22 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(2)企業理念(問9(2))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	22	25.6%	27	31.4%	27	31.4%	9	10.5%	1	1.2%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	26	27.4%	26	27.4%	33	34.7%	6	6.3%	4	4.2%	95	100.0%
ファッション	31	29.5%	33	31.4%	30	28.6%	6	5.7%	5	4.8%	105	100.0%
デザイン	22	25.0%	24	27.3%	29	33.0%	9	10.2%	4	4.5%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	12	23.1%	15	28.8%	22	42.3%	0	0.0%	3	5.8%	52	100.0%
広告・イベント	16	16.7%	29	30.2%	40	41.7%	8	8.3%	3	3.1%	96	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	11	17.5%	17	27.0%	27	42.9%	2	3.2%	6	9.5%	63	100.0%
出版・印刷	15	21.1%	18	25.4%	28	39.4%	5	7.0%	5	7.0%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	18	34.0%	8	15.1%	22	41.5%	3	5.7%	2	3.8%	53	100.0%
建築設計	20	27.8%	25	34.7%	21	29.2%	2	2.8%	4	5.6%	72	100.0%
その他	59	31.9%	48	25.9%	52	28.1%	14	7.6%	12	6.5%	185	100.0%
全体	252	26.1%	270	28.0%	331	34.3%	64	6.6%	49	5.1%	966	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=43.359 自由度=40 p=0.330

図表6-2-2-23 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(3)知名度・ブランド力(問9(3))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	5	5.7%	15	17.2%	31	35.6%	22	25.3%	14	16.1%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	22	23.4%	25	26.6%	31	33.0%	12	12.8%	4	4.3%	94	100.0%
ファッション	21	20.2%	27	26.0%	26	25.0%	17	16.3%	13	12.5%	104	100.0%
デザイン	16	18.6%	22	25.6%	23	26.7%	15	17.4%	10	11.6%	86	100.0%
観光・旅行・宿泊	9	17.3%	19	36.5%	13	25.0%	5	9.6%	6	11.5%	52	100.0%
広告・イベント	12	12.2%	19	19.4%	35	35.7%	16	16.3%	16	16.3%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	13	20.6%	18	28.6%	19	30.2%	8	12.7%	5	7.9%	63	100.0%
出版・印刷	9	12.2%	20	27.0%	17	23.0%	15	20.3%	13	17.6%	74	100.0%
文化・芸術・音楽	19	38.0%	14	28.0%	9	18.0%	6	12.0%	2	4.0%	50	100.0%
建築設計	10	13.9%	16	22.2%	20	27.8%	14	19.4%	12	16.7%	72	100.0%
その他	33	17.2%	68	35.4%	45	23.4%	22	11.5%	24	12.5%	192	100.0%
全体	169	17.4%	263	27.1%	269	27.7%	152	15.6%	119	12.2%	972	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=72.775 自由度=40 p=0.001* *p<0.05

図表6-2-2-24 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(4)顧客や取引先へのPR力(問9(4))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	191	47.1%	134	32.6%	52	14.8%	13	3.9%	8	1.7%	398	100.0%
映像・コンテンツ制作	209	47.0%	146	32.2%	57	15.1%	14	4.0%	9	1.7%	434	100.0%
ファッション	226	46.8%	158	31.9%	62	15.5%	15	4.1%	9	1.7%	470	100.0%
デザイン	243	46.7%	170	31.5%	67	15.8%	16	4.2%	10	1.7%	506	100.0%
観光・旅行・宿泊	261	46.5%	182	31.2%	72	16.2%	17	4.4%	11	1.7%	542	100.0%
広告・イベント	278	46.4%	194	30.8%	77	16.5%	18	4.5%	12	1.7%	578	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	295	46.2%	206	30.5%	82	16.9%	20	4.6%	12	1.7%	615	100.0%
出版・印刷	312	46.1%	218	30.1%	86	17.3%	21	4.7%	13	1.7%	651	100.0%
文化・芸術・音楽	330	45.9%	230	29.8%	91	17.6%	22	4.9%	14	1.7%	687	100.0%
建築設計	347	45.8%	242	29.5%	96	18.0%	23	5.0%	15	1.7%	723	100.0%
その他	364	45.6%	254	29.1%	101	18.3%	24	5.1%	15	1.8%	759	100.0%
全体	382	45.5%	266	28.8%	106	18.7%	25	5.2%	16	1.8%	795	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=40.995 自由度=40 p=0.427

図表6-2-2-25 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(5)ビジネスモデル(問9(5))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	16	18.4%	17	19.5%	39	44.8%	9	10.3%	6	6.9%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	10	10.6%	17	18.1%	45	47.9%	8	8.5%	14	14.9%	94	100.0%
ファッション	7	6.9%	13	12.9%	48	47.5%	13	12.9%	20	19.8%	101	100.0%
デザイン	5	5.7%	10	11.5%	36	41.4%	19	21.8%	17	19.5%	87	100.0%
観光・旅行・宿泊	9	17.3%	18	34.6%	13	25.0%	5	9.6%	7	13.5%	52	100.0%
広告・イベント	8	8.1%	17	17.2%	44	44.4%	16	16.2%	14	14.1%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	4	6.3%	10	15.6%	30	46.9%	9	14.1%	11	17.2%	64	100.0%
出版・印刷	3	4.3%	14	20.3%	25	36.2%	11	15.9%	16	23.2%	69	100.0%
文化・芸術・音楽	3	5.9%	5	9.8%	23	45.1%	15	29.4%	5	9.8%	51	100.0%
建築設計	5	7.1%	8	11.4%	29	41.4%	12	17.1%	16	22.9%	70	100.0%
その他	18	9.8%	36	19.7%	62	33.9%	29	15.8%	38	20.8%	183	100.0%
全体	88	9.2%	165	17.2%	394	41.2%	146	15.3%	164	17.1%	957	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=70.970 自由度=40 p=0.002* *p<0.05

図表6-2-2-26 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(6)価格競争力(問9(6))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	5	5.8%	24	27.9%	44	51.2%	12	14.0%	1	1.2%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	8	8.5%	23	24.5%	50	53.2%	11	11.7%	2	2.1%	94	100.0%
ファッション	11	10.7%	20	19.4%	42	40.8%	14	13.6%	16	15.5%	103	100.0%
デザイン	5	5.6%	17	18.9%	38	42.2%	16	17.8%	14	15.6%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	5	9.4%	17	32.1%	19	35.8%	7	13.2%	5	9.4%	53	100.0%
広告・イベント	6	6.1%	19	19.4%	41	41.8%	22	22.4%	10	10.2%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	3	4.8%	12	19.4%	29	46.8%	10	16.1%	8	12.9%	62	100.0%
出版・印刷	4	5.6%	9	12.5%	37	51.4%	13	18.1%	9	12.5%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	3	5.9%	8	15.7%	19	37.3%	12	23.5%	9	17.6%	51	100.0%
建築設計	2	2.8%	9	12.7%	30	42.3%	19	26.8%	11	15.5%	71	100.0%
その他	13	6.9%	42	22.2%	73	38.6%	31	16.4%	30	15.9%	189	100.0%
全体	65	6.7%	200	20.6%	422	43.6%	167	17.2%	115	11.9%	969	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=58.160 自由度=40 p=0.032* *p<0.05

図表6-2-2-27 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(7)企画・提案力(問9(7))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	18	20.5%	27	30.7%	32	36.4%	10	11.4%	1	1.1%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	26	27.4%	33	34.7%	30	31.6%	5	5.3%	1	1.1%	95	100.0%
ファッション	19	18.8%	26	25.7%	40	39.6%	9	8.9%	7	6.9%	101	100.0%
デザイン	38	43.2%	29	33.0%	14	15.9%	6	6.8%	1	1.1%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	15	28.8%	20	38.5%	11	21.2%	2	3.8%	4	7.7%	52	100.0%
広告・イベント	31	31.3%	41	41.4%	24	24.2%	3	3.0%	0	0.0%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	8	12.9%	24	38.7%	23	37.1%	5	8.1%	2	3.2%	62	100.0%
出版・印刷	13	18.1%	22	30.6%	25	34.7%	9	12.5%	3	4.2%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	16	31.4%	14	27.5%	15	29.4%	4	7.8%	2	3.9%	51	100.0%
建築設計	24	33.3%	34	47.2%	9	12.5%	2	2.8%	3	4.2%	72	100.0%
その他	41	21.8%	57	30.3%	51	27.1%	17	9.0%	22	11.7%	188	100.0%
全体	249	25.7%	327	33.8%	274	28.3%	72	7.4%	46	4.8%	968	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=101.591 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-28 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(8)商品・サービス・技術の開発力(問9(8))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	15	17.2%	30	34.5%	33	37.9%	7	8.0%	2	2.3%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	17	17.9%	29	30.5%	35	36.8%	5	5.3%	9	9.5%	95	100.0%
ファッション	24	23.8%	44	43.6%	26	25.7%	4	4.0%	3	3.0%	101	100.0%
デザイン	25	28.7%	22	25.3%	20	23.0%	11	12.6%	9	10.3%	87	100.0%
観光・旅行・宿泊	14	26.4%	13	24.5%	16	30.2%	5	9.4%	5	9.4%	53	100.0%
広告・イベント	12	12.1%	37	37.4%	37	37.4%	6	6.1%	7	7.1%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	9	14.5%	19	30.6%	23	37.1%	9	14.5%	2	3.2%	62	100.0%
出版・印刷	8	11.4%	17	24.3%	23	32.9%	13	18.6%	9	12.9%	70	100.0%
文化・芸術・音楽	8	15.4%	14	26.9%	17	32.7%	9	17.3%	4	7.7%	52	100.0%
建築設計	9	13.0%	26	37.7%	23	33.3%	1	1.4%	10	14.5%	69	100.0%
その他	40	21.2%	53	28.0%	59	31.2%	21	11.1%	16	8.5%	189	100.0%
全体	181	18.8%	304	31.5%	312	32.4%	91	9.4%	76	7.9%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=71.639 自由度=40 p=0.002* *p<0.05

図表6-2-2-29 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(9)デザイン力(問9(9))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	7	8.0%	18	20.5%	36	40.9%	14	15.9%	13	14.8%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	23	25.3%	23	25.3%	34	37.4%	5	5.5%	6	6.6%	91	100.0%
ファッション	33	32.7%	30	29.7%	25	24.8%	8	7.9%	5	5.0%	101	100.0%
デザイン	61	67.8%	21	23.3%	7	7.8%	0	0.0%	1	1.1%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	7	13.7%	5	9.8%	20	39.2%	6	11.8%	13	25.5%	51	100.0%
広告・イベント	26	26.3%	30	30.3%	36	36.4%	1	1.0%	6	6.1%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	7	11.3%	10	16.1%	28	45.2%	7	11.3%	10	16.1%	62	100.0%
出版・印刷	7	9.9%	20	28.2%	28	39.4%	11	15.5%	5	7.0%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	8	15.4%	7	13.5%	26	50.0%	6	11.5%	5	9.6%	52	100.0%
建築設計	28	39.4%	27	38.0%	10	14.1%	3	4.2%	3	4.2%	71	100.0%
その他	30	16.0%	43	22.9%	63	33.5%	12	6.4%	40	21.3%	188	100.0%
全体	237	24.6%	234	24.3%	313	32.5%	73	7.6%	107	11.1%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=246.027 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-30 主な事業【11区分】×現在の事業所の強み(10)知的財産権等の活用(問9(10))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	8	9.1%	8	9.1%	39	44.3%	16	18.2%	17	19.3%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	9	10.0%	22	24.4%	37	41.1%	12	13.3%	10	11.1%	90	100.0%
ファッション	5	5.1%	13	13.1%	41	41.4%	15	15.2%	25	25.3%	99	100.0%
デザイン	14	15.9%	13	14.8%	32	36.4%	10	11.4%	19	21.6%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	5	9.8%	5	9.8%	21	41.2%	8	15.7%	12	23.5%	51	100.0%
広告・イベント	5	5.1%	15	15.2%	37	37.4%	16	16.2%	26	26.3%	99	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	3	4.8%	13	21.0%	23	37.1%	7	11.3%	16	25.8%	62	100.0%
出版・印刷	5	7.0%	13	18.3%	26	36.6%	10	14.1%	17	23.9%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	14	26.4%	5	9.4%	19	35.8%	9	17.0%	6	11.3%	53	100.0%
建築設計	9	13.2%	14	20.6%	20	29.4%	11	16.2%	14	20.6%	68	100.0%
その他	33	17.6%	25	13.3%	65	34.6%	20	10.6%	45	23.9%	188	100.0%
全体	110	11.5%	146	15.3%	360	37.6%	134	14.0%	207	21.6%	957	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=61.049 自由度=40 p=0.018* *p<0.05

図表6-2-2-31 主な事業[11区分]×今後(も)強化したい強み(問9)

	実績		企業理念		知名度・ブランド力		顧客や取引先へのPR力		ビジネスモデル		価格競争力		企画・提案力		商品・サービス技術の開発力		デザイン力	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	26	29.2%	9	10.1%	19	21.3%	16	18.0%	18	20.2%	4	4.5%	28	31.5%	34	38.2%	11	12.4%
映像・コンテンツ制作	28	28.9%	9	9.3%	27	27.8%	18	18.6%	9	9.3%	6	6.2%	29	29.9%	14	14.4%	11	11.3%
ファッション	18	14.5%	10	8.1%	19	15.3%	18	14.5%	3	2.4%	6	4.8%	32	25.8%	28	22.6%	21	16.9%
デザイン	28	30.8%	9	9.9%	23	25.3%	20	22.0%	7	7.7%	4	4.4%	29	31.9%	17	18.7%	39	42.9%
観光・旅行・宿泊	16	29.1%	6	10.9%	11	20.0%	13	23.6%	4	7.3%	4	7.3%	12	21.8%	11	20.0%	4	7.3%
広告・イベント	19	18.8%	7	6.9%	21	20.8%	26	25.7%	14	13.9%	8	7.9%	40	39.6%	24	23.8%	31	30.7%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	19	29.2%	4	6.2%	16	24.6%	13	20.0%	6	9.2%	2	3.1%	18	27.7%	15	23.1%	4	6.2%
出版・印刷	14	17.7%	6	7.6%	15	19.0%	12	15.2%	5	6.3%	5	6.3%	16	20.3%	12	15.2%	8	10.1%
文化・芸術・音楽	7	12.3%	2	3.5%	13	22.8%	6	10.5%	1	1.8%	4	7.0%	9	15.8%	5	8.8%	1	1.8%
建築設計	17	21.8%	9	11.5%	17	21.8%	14	17.9%	7	9.0%	7	9.0%	29	37.2%	17	21.8%	27	34.6%
その他	51	24.2%	20	9.5%	39	18.5%	42	19.9%	18	8.5%	11	5.2%	42	19.9%	31	14.7%	26	12.3%
全体	243	23.2%	91	8.7%	220	21.0%	198	18.9%	92	8.8%	61	5.8%	284	27.1%	208	19.9%	183	17.5%

知的財産等の活用		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%
5	5.6%	34	38.2%	89	100.0%
13	13.4%	51	52.6%	97	100.0%
7	5.6%	75	60.5%	124	100.0%
12	13.2%	39	42.9%	91	100.0%
3	5.5%	29	52.7%	55	100.0%
12	11.9%	48	47.5%	101	100.0%
9	13.8%	34	52.3%	65	100.0%
4	5.1%	44	55.7%	79	100.0%
1	1.8%	39	68.4%	57	100.0%
7	9.0%	36	46.2%	78	100.0%
19	9.0%	125	59.2%	211	100.0%
92	8.8%	554	52.9%	1,047	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した10項目(「実績」～「知的財産等の活用」)のいずれにも○をつかなかった事業所を指す。
 $\chi^2=275.622$ 自由度=110 $p=0.105^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-32 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(1)取引先の開拓(問10(1)①)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	32	36.8%	33	37.9%	15	17.2%	5	5.7%	2	2.3%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	18	19.4%	33	35.5%	21	22.6%	14	15.1%	7	7.5%	93	100.0%
ファッション	20	19.2%	28	26.9%	25	24.0%	20	19.2%	11	10.6%	104	100.0%
デザイン	19	21.6%	25	28.4%	21	23.9%	13	14.8%	10	11.4%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	15	28.3%	24	45.3%	10	18.9%	3	5.7%	1	1.9%	53	100.0%
広告・イベント	28	28.9%	27	27.8%	19	19.6%	18	18.6%	5	5.2%	97	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	15	25.0%	23	38.3%	15	25.0%	6	10.0%	1	1.7%	60	100.0%
出版・印刷	18	23.4%	29	37.7%	16	20.8%	8	10.4%	6	7.8%	77	100.0%
文化・芸術・音楽	10	18.9%	11	20.8%	19	35.8%	8	15.1%	5	9.4%	53	100.0%
建築設計	9	12.7%	23	32.4%	18	25.4%	13	18.3%	8	11.3%	71	100.0%
その他	45	23.1%	68	34.9%	39	20.0%	24	12.3%	19	9.7%	195	100.0%
全体	229	23.4%	324	33.1%	218	22.3%	132	13.5%	75	7.7%	978	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=51.535$ 自由度=40 $p=0.105^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-33 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(2)イベントや展示会への出展(問10(1)②)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	10	11.5%	13	14.9%	18	20.7%	18	20.7%	28	32.2%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	3	3.3%	6	6.7%	22	24.4%	21	23.3%	38	42.2%	90	100.0%
ファッション	8	7.8%	12	11.7%	27	26.2%	17	16.5%	39	37.9%	103	100.0%
デザイン	2	2.2%	6	6.7%	19	21.1%	15	16.7%	48	53.3%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	8	15.4%	5	9.6%	13	25.0%	10	19.2%	16	30.8%	52	100.0%
広告・イベント	7	7.1%	8	8.2%	24	24.5%	17	17.3%	42	42.9%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	1	1.7%	7	11.9%	18	30.5%	8	13.6%	25	42.4%	59	100.0%
出版・印刷	3	4.2%	8	11.3%	12	16.9%	11	15.5%	37	52.1%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	4	7.7%	8	15.4%	16	30.8%	5	9.6%	19	36.5%	52	100.0%
建築設計	1	1.4%	6	8.5%	4	5.6%	17	23.9%	43	60.6%	71	100.0%
その他	11	5.9%	24	12.8%	40	21.3%	24	12.8%	89	47.3%	188	100.0%
全体	58	6.0%	103	10.7%	213	22.2%	163	17.0%	424	44.1%	961	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=66.179$ 自由度=40 $p=0.006^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-34 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(3)海外市場への展開(問10(1)③)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	6	7.0%	5	5.8%	18	20.9%	12	14.0%	45	52.3%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	8	8.9%	10	11.1%	18	20.0%	16	17.8%	38	42.2%	90	100.0%
ファッション	5	5.0%	10	9.9%	21	20.8%	12	11.9%	53	52.5%	101	100.0%
デザイン	7	7.9%	9	10.1%	17	19.1%	11	12.4%	45	50.6%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	12	23.1%	15	28.8%	8	15.4%	2	3.8%	15	28.8%	52	100.0%
広告・イベント	3	3.1%	15	15.3%	17	17.3%	11	11.2%	52	53.1%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	2	3.3%	3	4.9%	10	16.4%	9	14.8%	37	60.7%	61	100.0%
出版・印刷	2	2.8%	4	5.6%	10	14.1%	6	8.5%	49	69.0%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	4	7.7%	13	25.0%	8	15.4%	6	11.5%	21	40.4%	52	100.0%
建築設計	5	7.0%	7	9.9%	9	12.7%	8	11.3%	42	59.2%	71	100.0%
その他	12	6.4%	21	11.2%	32	17.1%	22	11.8%	100	53.5%	187	100.0%
全体	66	6.9%	112	11.7%	168	17.5%	115	12.0%	497	51.9%	958	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=80.346$ 自由度=40 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-35 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(4)インバウンド需要や国際化への対応(問10(1)(4))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	7	8.1%	7	8.1%	25	29.1%	12	14.0%	35	40.7%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	6	6.7%	6	6.7%	25	28.1%	16	18.0%	36	40.4%	89	100.0%
ファッション	5	4.8%	12	11.5%	32	30.8%	16	15.4%	39	37.5%	104	100.0%
デザイン	8	9.1%	12	13.6%	17	19.3%	7	8.0%	44	50.0%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	20	37.7%	11	20.8%	9	17.0%	2	3.8%	11	20.8%	53	100.0%
広告・イベント	3	3.1%	18	18.4%	20	20.4%	13	13.3%	44	44.9%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	0	0.0%	6	10.3%	12	20.7%	6	10.3%	34	58.6%	58	100.0%
出版・印刷	3	4.2%	9	12.5%	12	16.7%	3	4.2%	45	62.5%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	4	7.8%	14	27.5%	12	23.5%	3	5.9%	18	35.3%	51	100.0%
建築設計	4	5.6%	6	8.5%	13	18.3%	9	12.7%	39	54.9%	71	100.0%
その他	9	4.9%	25	13.7%	43	23.6%	25	13.7%	80	44.0%	182	100.0%
全体	69	7.2%	126	13.2%	220	23.1%	112	11.8%	425	44.6%	952	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=139.645 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-36 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(5)人脈やネットワークの拡大(問10(1)(5))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	19	21.8%	42	48.3%	19	21.8%	7	8.0%	0	0.0%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	21	21.9%	35	36.5%	27	28.1%	7	7.3%	6	6.3%	96	100.0%
ファッション	11	10.5%	38	36.2%	26	24.8%	15	14.3%	15	14.3%	105	100.0%
デザイン	13	14.8%	28	31.8%	30	34.1%	5	5.7%	12	13.6%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	13	24.5%	22	41.5%	14	26.4%	2	3.8%	2	3.8%	53	100.0%
広告・イベント	24	24.7%	35	36.1%	24	24.7%	8	8.2%	6	6.2%	97	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	13	21.7%	23	38.3%	15	25.0%	6	10.0%	3	5.0%	60	100.0%
出版・印刷	9	12.5%	23	31.9%	23	31.9%	6	8.3%	11	15.3%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	11	20.4%	19	35.2%	14	25.9%	5	9.3%	5	9.3%	54	100.0%
建築設計	5	6.9%	34	47.2%	21	29.2%	5	6.9%	7	9.7%	72	100.0%
その他	36	18.8%	58	30.4%	57	29.8%	21	11.0%	19	9.9%	191	100.0%
全体	175	17.9%	357	36.6%	270	27.7%	87	8.9%	86	8.8%	975	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=57.934 自由度=40 p=0.003* *p<0.05

図表6-2-2-37 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(6)情報収集・分析力の強化(問10(1)(6))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	20	22.7%	47	53.4%	15	17.0%	4	4.5%	2	2.3%	88	100.0%
映像・コンテンツ制作	19	20.2%	38	40.4%	26	27.7%	6	6.4%	5	5.3%	94	100.0%
ファッション	16	15.8%	29	28.7%	32	31.7%	15	14.9%	9	8.9%	101	100.0%
デザイン	11	12.4%	30	33.7%	30	33.7%	9	10.1%	9	10.1%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	12	22.6%	22	41.5%	15	28.3%	2	3.8%	2	3.8%	53	100.0%
広告・イベント	17	17.7%	38	39.6%	28	29.2%	9	9.4%	4	4.2%	96	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	16	25.8%	21	33.9%	19	30.6%	4	6.5%	2	3.2%	62	100.0%
出版・印刷	8	11.1%	28	38.9%	25	34.7%	4	5.6%	7	9.7%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	7	13.2%	18	34.0%	17	32.1%	6	11.3%	5	9.4%	53	100.0%
建築設計	5	6.9%	36	50.0%	23	31.9%	3	4.2%	5	6.9%	72	100.0%
その他	39	20.9%	65	34.8%	50	26.7%	21	11.2%	12	6.4%	187	100.0%
全体	170	17.6%	372	38.5%	280	29.0%	83	8.6%	62	6.4%	967	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=56.500 自由度=40 p=0.043* *p<0.05

図表6-2-2-38 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(7)情報発信力の強化(問10(1)(7))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	11	12.6%	36	41.4%	31	35.6%	6	6.9%	3	3.4%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	14	15.4%	29	31.9%	36	39.6%	7	7.7%	5	5.5%	91	100.0%
ファッション	14	13.7%	29	28.4%	31	30.4%	19	18.6%	9	8.8%	102	100.0%
デザイン	9	10.2%	25	28.4%	34	38.6%	10	11.4%	10	11.4%	88	100.0%
観光・旅行・宿泊	11	20.8%	18	34.0%	18	34.0%	4	7.5%	2	3.8%	53	100.0%
広告・イベント	12	12.6%	27	28.4%	37	38.9%	13	13.7%	6	6.3%	95	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	13	21.7%	15	25.0%	17	28.3%	9	15.0%	6	10.0%	60	100.0%
出版・印刷	10	13.7%	21	28.8%	23	31.5%	9	12.3%	10	13.7%	73	100.0%
文化・芸術・音楽	11	21.2%	11	21.2%	18	34.6%	9	17.3%	3	5.8%	52	100.0%
建築設計	4	5.6%	19	26.8%	32	45.1%	8	11.3%	8	11.3%	71	100.0%
その他	31	16.7%	56	30.1%	58	31.2%	21	11.3%	20	10.8%	186	100.0%
全体	140	14.6%	286	29.9%	335	35.0%	115	12.0%	82	8.6%	958	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=44.419 自由度=40 p=0.291

図表6-2-2-39 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(8)注文への対応力の強化(問10(1)(8))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	10	11.5%	48	55.2%	24	27.6%	3	3.4%	2	2.3%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	29	31.9%	36	39.6%	21	23.1%	2	2.2%	3	3.3%	91	100.0%
ファッション	28	27.2%	33	32.0%	28	27.2%	8	7.8%	6	5.8%	103	100.0%
デザイン	23	25.6%	36	40.0%	21	23.3%	6	6.7%	4	4.4%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	17	32.7%	21	40.4%	14	26.9%	0	0.0%	0	0.0%	52	100.0%
広告・イベント	29	29.6%	42	42.9%	22	22.4%	2	2.0%	3	3.1%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	15	25.0%	23	38.3%	20	33.3%	1	1.7%	1	1.7%	60	100.0%
出版・印刷	19	25.7%	37	50.0%	13	17.6%	3	4.1%	2	2.7%	74	100.0%
文化・芸術・音楽	9	17.3%	21	40.4%	14	26.9%	3	5.8%	5	9.6%	52	100.0%
建築設計	19	27.1%	32	45.7%	10	14.3%	5	7.1%	4	5.7%	70	100.0%
その他	38	20.3%	89	47.6%	50	26.7%	5	2.7%	5	2.7%	187	100.0%
全体	236	24.5%	418	43.4%	237	24.6%	38	3.9%	35	3.6%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=54.206 自由度=40 p=0.066

図表6-2-2-40 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(9)顧客との価値共創(問10(1)⑨)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	22	25.6%	41	47.7%	19	22.1%	3	3.5%	1	1.2%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	28	30.8%	35	38.5%	26	28.6%	0	0.0%	2	2.2%	91	100.0%
ファッション	40	37.7%	33	31.1%	28	26.4%	1	0.9%	4	3.8%	106	100.0%
デザイン	26	29.2%	35	39.3%	21	23.6%	2	2.2%	5	5.6%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	15	28.8%	19	36.5%	15	28.8%	2	3.8%	1	1.9%	52	100.0%
広告・イベント	36	36.7%	34	34.7%	23	23.5%	2	2.0%	3	3.1%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	17	27.9%	21	34.4%	21	34.4%	0	0.0%	2	3.3%	61	100.0%
出版・印刷	10	14.3%	27	38.6%	24	34.3%	4	5.7%	5	7.1%	70	100.0%
文化・芸術・音楽	16	30.8%	12	23.1%	16	30.8%	4	7.7%	4	7.7%	52	100.0%
建築設計	22	31.4%	36	51.4%	10	14.3%	0	0.0%	2	2.9%	70	100.0%
その他	52	28.0%	70	37.6%	47	25.3%	7	3.8%	10	5.4%	186	100.0%
全体	284	29.6%	363	37.8%	250	26.0%	25	2.6%	39	4.1%	961	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=54.728 自由度=40 p=0.060

図表6-2-2-41 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(10)日本や海外の文化の活用(問10(1)⑩)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	4	4.6%	8	9.2%	27	31.0%	24	27.6%	24	27.6%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	9	10.0%	17	18.9%	37	41.1%	8	8.9%	19	21.1%	90	100.0%
ファッション	8	7.7%	18	17.3%	45	43.3%	12	11.5%	21	20.2%	104	100.0%
デザイン	10	11.2%	17	19.1%	33	37.1%	10	11.2%	19	21.3%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	14	26.9%	14	26.9%	16	30.8%	4	7.7%	4	7.7%	52	100.0%
広告・イベント	9	9.2%	14	14.3%	30	30.6%	16	16.3%	29	29.6%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	3	5.1%	11	18.6%	21	35.6%	6	10.2%	18	30.5%	59	100.0%
出版・印刷	5	6.9%	6	8.3%	18	25.0%	12	16.7%	31	43.1%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	16	30.2%	9	17.0%	17	32.1%	2	3.8%	9	17.0%	53	100.0%
建築設計	7	10.0%	17	24.3%	19	27.1%	11	15.7%	16	22.9%	70	100.0%
その他	21	11.4%	32	17.3%	64	34.6%	22	11.9%	46	24.9%	185	100.0%
全体	106	11.1%	163	17.0%	327	34.1%	127	13.2%	236	24.6%	959	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=100.982 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-42 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(11)地域資源の活用(問10(1)⑪)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	1	1.2%	8	9.3%	33	38.4%	26	30.2%	18	20.9%	86	100.0%
映像・コンテンツ制作	6	6.6%	4	4.4%	41	45.1%	14	15.4%	26	28.6%	91	100.0%
ファッション	2	1.9%	9	8.7%	43	41.7%	20	19.4%	29	28.2%	103	100.0%
デザイン	3	3.4%	9	10.1%	34	38.2%	12	13.5%	31	34.8%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	7	13.5%	5	9.6%	19	36.5%	10	19.2%	11	21.2%	52	100.0%
広告・イベント	3	3.1%	10	10.2%	33	33.7%	18	18.4%	34	34.7%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	3	5.0%	1	1.7%	26	43.3%	8	13.3%	22	36.7%	60	100.0%
出版・印刷	4	5.6%	3	4.2%	27	37.5%	10	13.9%	28	38.9%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	2	3.9%	7	13.7%	20	39.2%	10	19.6%	12	23.5%	51	100.0%
建築設計	4	5.7%	9	12.9%	31	44.3%	5	7.1%	21	30.0%	70	100.0%
その他	15	8.3%	20	11.0%	67	37.0%	22	12.2%	57	31.5%	181	100.0%
全体	50	5.2%	85	8.9%	374	39.2%	155	16.3%	289	30.3%	953	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=58.058 自由度=40 p=0.032* *p<0.05

図表6-2-2-43 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(12)従業員の確保(問10(1)⑫)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	23	26.4%	33	37.9%	22	25.3%	2	2.3%	7	8.0%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	24	25.3%	20	21.1%	35	36.8%	9	9.5%	7	7.4%	95	100.0%
ファッション	12	11.0%	28	25.7%	30	27.5%	15	13.8%	24	22.0%	109	100.0%
デザイン	7	7.8%	20	22.2%	26	28.9%	14	15.6%	23	25.6%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	13	24.5%	15	28.3%	17	32.1%	6	11.3%	2	3.8%	53	100.0%
広告・イベント	17	17.3%	30	30.6%	36	36.7%	6	6.1%	9	9.2%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	13	21.3%	19	31.1%	17	27.9%	10	16.4%	2	3.3%	61	100.0%
出版・印刷	1	1.4%	16	22.2%	30	41.7%	9	12.5%	16	22.2%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	3	5.7%	9	17.0%	22	41.5%	7	13.2%	12	22.6%	53	100.0%
建築設計	6	8.5%	20	28.2%	23	32.4%	8	11.3%	14	19.7%	71	100.0%
その他	26	13.8%	59	31.4%	63	33.5%	15	8.0%	25	13.3%	188	100.0%
全体	145	14.8%	269	27.5%	321	32.9%	101	10.3%	141	14.4%	977	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=106.952 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-44 主な事業[11区分]×現在重要視している課題(13)従業員の教育・研修(問10(1)⑬)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	17	19.5%	36	41.4%	26	29.9%	3	3.4%	5	5.7%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	21	22.3%	25	26.6%	33	35.1%	7	7.4%	8	8.5%	94	100.0%
ファッション	15	14.0%	25	23.4%	36	33.6%	9	8.4%	22	20.6%	107	100.0%
デザイン	7	8.0%	28	32.2%	26	29.9%	9	10.3%	17	19.5%	87	100.0%
観光・旅行・宿泊	11	20.8%	22	41.5%	15	28.3%	3	5.7%	2	3.8%	53	100.0%
広告・イベント	17	17.3%	33	33.7%	29	29.6%	11	11.2%	8	8.2%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	12	20.0%	19	31.7%	21	35.0%	6	10.0%	2	3.3%	60	100.0%
出版・印刷	3	4.2%	19	26.8%	25	35.2%	6	8.5%	18	25.4%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	3	5.7%	15	28.3%	21	39.6%	3	5.7%	11	20.8%	53	100.0%
建築設計	6	8.5%	28	39.4%	17	23.9%	5	7.0%	15	21.1%	71	100.0%
その他	36	19.1%	58	30.9%	62	33.0%	16	8.5%	16	8.5%	188	100.0%
全体	148	15.3%	308	31.8%	311	32.1%	78	8.0%	124	12.8%	969	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=80.996 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-45 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(14)設備投資(問10(1)(14))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	2	2.3%	18	20.7%	46	52.9%	10	11.5%	11	12.6%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	11	11.8%	31	33.3%	34	36.6%	10	10.8%	7	7.5%	93	100.0%
ファッション	4	3.8%	20	19.0%	38	36.2%	18	17.1%	25	23.8%	105	100.0%
デザイン	2	2.2%	18	20.2%	27	30.3%	23	25.8%	19	21.3%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	8	15.7%	8	15.7%	17	33.3%	8	15.7%	10	19.6%	51	100.0%
広告・イベント	2	2.0%	17	17.3%	45	45.9%	17	17.3%	17	17.3%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	5	8.2%	15	24.6%	20	32.8%	12	19.7%	9	14.8%	61	100.0%
出版・印刷	3	4.2%	12	16.7%	31	43.1%	9	12.5%	17	23.6%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	2	3.8%	9	17.3%	20	38.5%	12	23.1%	9	17.3%	52	100.0%
建築設計	2	2.8%	15	21.1%	31	43.7%	10	14.1%	13	18.3%	71	100.0%
その他	11	5.9%	29	15.7%	69	37.3%	36	19.5%	40	21.6%	185	100.0%
全体	52	5.4%	192	19.9%	378	39.2%	165	17.1%	177	18.4%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=70.090 自由度=40 p=0.002* *p<0.05

図表6-2-2-46 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(15)新分野への進出(問10(1)(15))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	5	5.7%	30	34.5%	35	40.2%	9	10.3%	8	9.2%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	11	12.1%	24	26.4%	31	34.1%	14	15.4%	11	12.1%	91	100.0%
ファッション	7	6.7%	17	16.2%	32	30.5%	9	8.6%	40	38.1%	105	100.0%
デザイン	10	11.1%	23	25.6%	26	28.9%	14	15.6%	17	18.9%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	7	13.5%	9	17.3%	16	30.8%	12	23.1%	8	15.4%	52	100.0%
広告・イベント	6	6.4%	26	27.7%	30	31.9%	17	18.1%	15	16.0%	94	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	4	6.6%	21	34.4%	15	24.6%	7	11.5%	14	23.0%	61	100.0%
出版・印刷	4	5.5%	17	23.3%	24	32.9%	9	12.3%	19	26.0%	73	100.0%
文化・芸術・音楽	2	4.1%	11	22.4%	16	32.7%	9	18.4%	11	22.4%	49	100.0%
建築設計	2	2.8%	16	22.5%	19	26.8%	15	21.1%	19	26.8%	71	100.0%
その他	16	8.6%	26	14.0%	58	31.2%	25	13.4%	61	32.8%	186	100.0%
全体	74	7.7%	220	22.9%	302	31.5%	140	14.6%	223	23.3%	959	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=78.947 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-47 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(16)資金繰り・資金調達(問10(1)(16))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	13	14.9%	15	17.2%	43	49.4%	8	9.2%	8	9.2%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	8	8.8%	21	23.1%	43	47.3%	7	7.7%	12	13.2%	91	100.0%
ファッション	5	4.8%	18	17.3%	48	46.2%	14	13.5%	19	18.3%	104	100.0%
デザイン	8	8.8%	13	14.3%	37	40.7%	14	15.4%	19	20.9%	91	100.0%
観光・旅行・宿泊	10	19.2%	13	25.0%	24	46.2%	2	3.8%	3	5.8%	52	100.0%
広告・イベント	7	7.2%	20	20.6%	45	46.4%	11	11.3%	14	14.4%	97	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	5	8.2%	5	8.2%	42	68.9%	3	4.9%	6	9.8%	61	100.0%
出版・印刷	2	2.8%	11	15.5%	40	56.3%	5	7.0%	13	18.3%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	2	3.8%	7	13.5%	31	59.6%	3	5.8%	9	17.3%	52	100.0%
建築設計	6	8.5%	9	12.7%	35	49.3%	11	15.5%	10	14.1%	71	100.0%
その他	18	9.6%	29	15.4%	86	45.7%	14	7.4%	41	21.8%	188	100.0%
全体	84	8.7%	161	16.7%	474	49.1%	92	9.5%	154	16.0%	965	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=63.117 自由度=40 p=0.011* *p<0.05

図表6-2-2-48 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(17)同業種との連携(問10(1)(17))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	6	6.9%	34	39.1%	32	36.8%	8	9.2%	7	8.0%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	12	12.9%	28	30.1%	30	32.3%	10	10.8%	13	14.0%	93	100.0%
ファッション	6	5.7%	12	11.4%	47	44.8%	15	14.3%	25	23.8%	105	100.0%
デザイン	6	6.7%	15	16.7%	32	35.6%	14	15.6%	23	25.6%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	7	13.2%	15	28.3%	13	24.5%	11	20.8%	7	13.2%	53	100.0%
広告・イベント	10	10.2%	30	30.6%	35	35.7%	14	14.3%	9	9.2%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	6	9.8%	15	24.6%	32	52.5%	7	11.5%	1	1.6%	61	100.0%
出版・印刷	3	4.2%	20	28.2%	21	29.6%	13	18.3%	14	19.7%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	4	7.5%	12	22.8%	16	30.2%	11	20.8%	10	18.9%	53	100.0%
建築設計	5	7.0%	16	22.5%	26	36.6%	11	15.5%	13	18.3%	71	100.0%
その他	16	8.5%	52	27.7%	69	36.7%	23	12.2%	28	14.9%	188	100.0%
全体	81	8.4%	249	25.7%	353	36.4%	137	14.1%	150	15.5%	970	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=70.893 自由度=40 p=0.002* *p<0.05

図表6-2-2-49 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(18)他業種との連携(問10(1)(18))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	6	6.9%	20	23.0%	37	42.5%	13	14.9%	11	12.6%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	6	6.5%	21	22.8%	32	34.8%	13	14.1%	20	21.7%	92	100.0%
ファッション	5	4.8%	12	11.5%	43	41.3%	16	15.4%	28	26.9%	104	100.0%
デザイン	10	11.1%	22	24.4%	31	34.4%	12	13.3%	15	16.7%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	7	13.2%	10	18.9%	20	37.7%	10	18.9%	6	11.3%	53	100.0%
広告・イベント	6	6.2%	23	23.7%	42	43.3%	15	15.5%	11	11.3%	97	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	3	4.9%	17	27.9%	25	41.0%	7	11.5%	9	14.8%	61	100.0%
出版・印刷	2	2.8%	14	19.7%	25	35.2%	12	16.9%	18	25.4%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	2	3.8%	9	17.0%	17	32.1%	13	24.5%	12	22.6%	53	100.0%
建築設計	4	5.8%	16	23.2%	27	39.1%	9	13.0%	13	18.8%	69	100.0%
その他	14	7.5%	34	18.2%	79	42.2%	22	11.8%	38	20.3%	187	100.0%
全体	65	6.7%	198	20.5%	378	39.2%	142	14.7%	181	18.8%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=40.579 自由度=40 p=0.445

図表6-2-2-50 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(19)文化機関(展示場等含む)との連携(問10(1)⑱)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	2	2.3%	6	6.9%	27	31.0%	28	32.2%	24	27.6%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	3	3.3%	11	12.1%	31	34.1%	17	18.7%	29	31.9%	91	100.0%
ファッション	1	1.0%	10	9.7%	42	40.8%	17	16.5%	33	32.0%	103	100.0%
デザイン	5	5.6%	14	15.6%	28	31.1%	19	21.1%	24	26.7%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	8	16.0%	6	12.0%	19	38.0%	8	16.0%	9	18.0%	50	100.0%
広告・イベント	6	6.2%	17	17.5%	26	26.8%	20	20.6%	28	28.9%	97	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	2	3.3%	10	16.7%	22	36.7%	10	16.7%	16	26.7%	60	100.0%
出版・印刷	1	1.4%	13	18.3%	16	22.5%	15	21.1%	26	36.6%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	8	16.0%	10	20.0%	17	34.0%	5	10.0%	10	20.0%	50	100.0%
建築設計	1	1.4%	5	7.1%	22	31.4%	11	15.7%	31	44.3%	70	100.0%
その他	10	5.4%	19	10.3%	72	38.9%	31	16.8%	53	28.6%	185	100.0%
全体	47	4.9%	121	12.7%	322	33.8%	181	19.0%	283	29.7%	954	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=78.042 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-51 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(20)周辺地域や商店街との連携(問10(1)⑳)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	2	2.3%	3	3.4%	20	23.0%	20	23.0%	42	48.3%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	3	3.3%	7	7.8%	22	24.4%	21	23.3%	37	41.1%	90	100.0%
ファッション	3	2.9%	15	14.4%	36	34.6%	20	19.2%	30	28.8%	104	100.0%
デザイン	4	4.4%	5	5.6%	32	35.6%	14	15.6%	35	38.9%	90	100.0%
観光・旅行・宿泊	6	11.8%	7	13.7%	19	37.3%	8	15.7%	11	21.6%	51	100.0%
広告・イベント	2	2.0%	10	10.2%	27	27.6%	24	24.5%	35	35.7%	98	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	0	0.0%	3	4.9%	21	34.4%	8	13.1%	29	47.5%	61	100.0%
出版・印刷	0	0.0%	5	7.0%	22	31.0%	10	14.1%	34	47.9%	71	100.0%
文化・芸術・音楽	4	8.0%	7	14.0%	14	28.0%	11	22.0%	14	28.0%	50	100.0%
建築設計	0	0.0%	6	8.5%	20	28.2%	13	18.3%	32	45.1%	71	100.0%
その他	13	7.0%	14	7.5%	57	30.6%	36	19.4%	66	35.5%	186	100.0%
全体	37	3.9%	82	8.6%	290	30.2%	185	19.3%	365	38.1%	959	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=64.042 自由度=40 p=0.009* *p<0.05

図表6-2-2-52 主な事業【11区分】×現在重要視している課題(21)デザイナーとのコラボレーション(問10(1)㉑)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	3	3.4%	11	12.6%	26	29.9%	24	27.6%	23	26.4%	87	100.0%
映像・コンテンツ制作	9	9.8%	22	23.9%	29	31.5%	7	7.6%	25	27.2%	92	100.0%
ファッション	7	6.8%	14	13.6%	39	37.9%	13	12.6%	30	29.1%	103	100.0%
デザイン	11	12.4%	22	24.7%	26	29.2%	11	12.4%	19	21.3%	89	100.0%
観光・旅行・宿泊	4	8.2%	6	12.2%	14	28.6%	9	18.4%	16	32.7%	49	100.0%
広告・イベント	10	10.3%	24	24.7%	34	35.1%	10	10.3%	19	19.6%	97	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	1	1.7%	6	10.2%	25	42.4%	4	6.8%	23	39.0%	59	100.0%
出版・印刷	5	6.9%	24	33.3%	19	26.4%	8	11.1%	16	22.2%	72	100.0%
文化・芸術・音楽	6	11.8%	8	15.7%	14	27.5%	7	13.7%	16	31.4%	51	100.0%
建築設計	2	2.8%	13	18.3%	29	40.8%	9	12.7%	18	25.4%	71	100.0%
その他	11	6.0%	34	18.7%	56	30.8%	21	11.5%	60	33.0%	182	100.0%
全体	69	7.2%	184	19.3%	311	32.7%	123	12.9%	265	27.8%	952	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=69.149 自由度=40 p=0.003* *p<0.05

図表6-2-2-53 主な事業【11区分】×今後(も)取り組んでいく課題(問10(1))

	取引先の開拓		イベントや展示会への出展		海外市場への展開		インバウンド需要・国際化への対応		人脈やネットワークの拡大		情報収集・分析力の強化		情報発信力の強化		注文への対応力の強化		顧客との価値共創	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	40	44.9%	7	7.9%	6	6.7%	5	5.6%	28	31.5%	24	27.0%	21	23.6%	22	24.7%	23	25.8%
映像・コンテンツ制作	32	33.0%	6	6.2%	12	12.4%	7	7.2%	25	25.8%	23	23.7%	22	22.7%	22	22.7%	20	20.6%
ファッション	20	16.1%	9	7.3%	8	6.5%	4	3.2%	16	12.9%	16	12.9%	14	11.3%	17	13.7%	20	16.1%
デザイン	36	39.6%	3	3.3%	14	15.4%	8	8.8%	22	24.2%	16	17.6%	20	22.0%	19	20.9%	14	15.4%
観光・旅行・宿泊	20	36.4%	9	16.4%	10	18.2%	16	29.1%	13	23.6%	11	20.0%	13	23.6%	10	18.2%	11	20.0%
広告・イベント	40	39.6%	7	6.9%	9	8.9%	11	10.9%	31	30.7%	22	21.8%	20	19.8%	27	26.7%	25	24.8%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	22	33.8%	3	4.6%	2	3.1%	1	1.5%	18	27.7%	11	16.9%	11	16.9%	10	15.4%	8	12.3%
出版・印刷	23	29.1%	5	6.3%	2	2.5%	4	5.1%	10	12.7%	11	13.9%	10	12.7%	18	22.8%	12	15.2%
文化・芸術・音楽	11	19.3%	3	5.3%	6	10.5%	6	10.5%	8	14.0%	7	12.3%	8	14.0%	7	12.3%	7	12.3%
建築設計	23	29.5%	4	5.1%	7	9.0%	5	6.4%	28	35.9%	18	23.1%	15	19.2%	18	23.1%	19	24.4%
その他	62	29.4%	13	6.2%	17	8.1%	19	9.0%	47	22.3%	36	17.1%	32	15.2%	38	18.0%	33	15.6%
全体	329	31.4%	69	6.6%	93	8.9%	86	8.2%	246	23.5%	195	18.6%	186	17.8%	208	19.9%	192	18.3%

日本や海外の文化の活用		地域資源の活用		従業員の確保		従業員の教育・研修		設備投資		新分野への進出		資金繰り・資金調達		同業種との連携		他業種との連携	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2	2.2%	2	2.2%	34	38.2%	30	33.7%	4	4.5%	16	18.0%	13	14.6%	11	12.4%	16	18.0%
5	5.2%	3	3.1%	23	23.7%	19	19.6%	12	12.4%	15	15.5%	12	12.4%	10	10.3%	9	9.3%
3	2.4%	3	2.4%	10	8.1%	15	12.1%	5	4.0%	6	4.8%	10	8.1%	5	4.0%	8	6.5%
9	9.9%	3	3.3%	13	14.3%	17	18.7%	5	5.5%	17	18.7%	6	6.6%	5	5.5%	13	14.3%
12	21.8%	6	10.9%	10	18.2%	11	20.0%	3	5.5%	3	5.5%	5	9.1%	6	10.9%	6	10.9%
10	9.9%	7	6.9%	23	22.8%	25	24.8%	10	9.9%	21	20.8%	11	10.9%	10	9.9%	18	17.8%
2	3.1%	1	1.5%	12	18.5%	13	20.0%	2	3.1%	11	16.9%	4	6.2%	6	9.2%	8	12.3%
3	3.8%	1	1.3%	5	6.3%	8	10.1%	10	12.7%	7	8.9%	5	6.3%	7	8.9%	7	8.9%
4	7.0%	5	8.8%	5	8.8%	4	7.0%	4	7.0%	5	8.8%	4	7.0%	5	8.8%	7	12.3%
8	10.3%	5	6.4%	12	15.4%	14	17.9%	3	3.8%	9	11.5%	13	16.7%	9	11.5%	9	11.5%
20	9.5%	13	6.2%	34	16.1%	34	16.1%	16	7.6%	24	11.4%	20	9.5%	25	11.8%	28	13.3%
78	7.4%	49	4.7%	181	17.3%	190	18.1%	74	7.1%	134	12.8%	103	9.8%	99	9.5%	129	12.3%

文化機関(展示場等含む)との連携		周辺地域や商店街との連携		デザイナーとのコラボレーション		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
4	4.5%	5	5.6%	9	10.1%	30	33.7%	89	100.0%
6	6.2%	5	5.2%	9	9.3%	42	43.3%	97	100.0%
5	4.0%	3	2.4%	5	4.0%	81	65.3%	124	100.0%
12	13.2%	4	4.4%	11	12.1%	39	42.9%	91	100.0%
7	12.7%	7	12.7%	2	3.6%	28	50.9%	55	100.0%
8	7.9%	8	7.9%	12	11.9%	46	45.5%	101	100.0%
6	9.2%	1	1.5%	3	4.6%	31	47.7%	65	100.0%
5	6.3%	2	2.5%	7	8.9%	44	55.7%	79	100.0%
7	12.3%	5	8.8%	2	3.5%	33	57.9%	57	100.0%
3	3.8%	4	5.1%	8	10.3%	38	48.7%	78	100.0%
12	5.7%	14	6.6%	20	9.5%	122	57.8%	211	100.0%
75	7.2%	58	5.5%	88	8.4%	534	51.0%	1,047	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した21項目(「取引先の開拓」～「デザイナーとのコラボレーション」)のいずれにも〇をつかなかった事業所を指す。
 $\chi^2=465.032$ 自由度=220 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-54 主な事業【11区分】×人材に関する状況(問11)

	正社員の採用を重視している		アルバイト・パート等を重視している		従業員の採用が難しい		専門的な人材の確保が課題である		海外から専門的な人材を呼んでいる		従業員の定着が課題である		従業員が過剰である		従業員が不足している		個人クリエイターと契約している	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	60	68.2%	6	6.8%	52	59.1%	48	54.5%	4	4.5%	20	22.7%	1	1.1%	34	38.6%	14	15.9%
映像・コンテンツ制作	54	56.3%	6	6.3%	37	38.5%	35	36.5%	2	2.1%	23	24.0%	0	0.0%	22	22.9%	35	36.5%
ファッション	38	33.9%	13	11.6%	37	33.0%	33	29.5%	1	0.9%	24	21.4%	3	2.7%	18	16.1%	8	7.1%
デザイン	38	42.2%	11	12.2%	36	40.0%	31	34.4%	3	3.3%	15	16.7%	2	2.2%	9	10.0%	24	26.7%
観光・旅行・宿泊	32	58.2%	9	16.4%	20	36.4%	19	34.5%	3	5.5%	10	18.2%	0	0.0%	12	21.8%	3	5.5%
広告・イベント	66	66.7%	6	6.1%	47	47.5%	28	28.3%	2	2.0%	21	21.2%	1	1.0%	28	28.3%	33	33.3%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	37	57.8%	3	4.7%	28	43.8%	25	39.1%	0	0.0%	14	21.9%	1	1.6%	20	31.3%	13	20.3%
出版・印刷	29	38.2%	6	7.9%	14	18.4%	19	25.0%	0	0.0%	6	7.9%	1	1.3%	8	10.5%	20	26.3%
文化・芸術・音楽	15	28.3%	9	17.0%	11	20.8%	18	34.0%	1	1.9%	10	18.9%	0	0.0%	4	7.5%	5	9.4%
建築設計	41	56.9%	7	9.7%	23	31.9%	27	37.5%	0	0.0%	5	6.9%	0	0.0%	15	20.8%	6	8.3%
その他	91	46.2%	21	10.7%	78	39.6%	81	41.1%	5	2.5%	34	17.3%	1	0.5%	41	20.8%	18	9.1%
全体	501	50.0%	97	9.7%	383	38.2%	364	36.3%	21	2.1%	182	18.2%	10	1.0%	211	21.1%	179	17.9%

技術・技能の継承が課題である		社内研修(OJT含む)を重視している		外部研修を行っている		対象者はいが研修は行っていない		人件費が高騰している		その他		特にな		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
21	23.9%	25	28.4%	10	11.4%	4	4.5%	15	17.0%	3	3.4%	3	3.4%	88	100.0%
28	29.2%	14	14.6%	2	2.1%	3	3.1%	15	15.6%	1	1.0%	2	2.1%	96	100.0%
37	33.0%	8	7.1%	6	5.4%	2	1.8%	26	23.2%	4	3.6%	15	13.4%	112	100.0%
23	25.6%	4	4.4%	4	4.4%	2	2.2%	12	13.3%	3	3.3%	12	13.3%	90	100.0%
9	16.4%	14	25.5%	6	10.9%	3	5.5%	1	1.8%	1	1.8%	4	7.3%	55	100.0%
20	20.2%	13	13.1%	8	8.1%	3	3.0%	12	12.1%	1	1.0%	7	7.1%	99	100.0%
19	29.7%	10	15.6%	6	9.4%	3	4.7%	12	18.8%	1	1.6%	5	7.8%	64	100.0%
15	19.7%	3	3.9%	3	3.9%	3	3.9%	5	6.6%	4	5.3%	13	17.1%	76	100.0%
14	26.4%	3	5.7%	2	3.8%	1	1.9%	8	15.1%	1	1.9%	9	17.0%	53	100.0%
25	34.7%	7	9.7%	0	0.0%	0	0.0%	6	8.3%	3	4.2%	7	9.7%	72	100.0%
47	23.9%	23	11.7%	8	4.1%	5	2.5%	34	17.3%	7	3.6%	23	11.7%	197	100.0%
258	25.7%	124	12.4%	55	5.5%	29	2.9%	146	14.6%	29	2.9%	100	10.0%	1,002	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=435.811$ 自由度=160 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-55 主な事業【11区分】×事業所及び設備に関する課題(問12)

	機械・設備を増強したい		ソフトウェアを購入・更新したい		事業所が手狭になってきた		取引先や外注先へのアクセスが悪い		事業環境が悪い		設備投資のための資金が不足している		事業所の新設を検討している		事業所の移転を検討している		その他	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	17	20.5%	19	22.9%	17	20.5%	1	1.2%	3	3.6%	11	13.3%	2	2.4%	9	10.8%	6	7.2%
映像・コンテンツ制作	28	30.1%	27	29.0%	25	26.9%	1	1.1%	1	1.1%	16	17.2%	5	5.4%	10	10.8%	5	5.4%
ファッション	9	9.0%	10	10.0%	11	11.0%	2	2.0%	3	3.0%	20	20.0%	10	10.0%	10	10.0%	7	7.0%
デザイン	14	15.9%	35	39.8%	16	18.2%	3	3.4%	3	3.4%	18	20.5%	2	2.3%	11	12.5%	5	5.7%
観光・旅行・宿泊	5	10.4%	10	20.8%	5	10.4%	0	0.0%	2	4.2%	4	8.3%	1	2.1%	4	8.3%	2	4.2%
広告・イベント	10	10.4%	27	28.1%	18	18.8%	1	1.0%	2	2.1%	9	9.4%	5	5.2%	12	12.5%	1	1.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	16	27.6%	14	24.1%	10	17.2%	0	0.0%	1	1.7%	6	10.3%	1	1.7%	8	13.8%	0	0.0%
出版・印刷	8	11.0%	21	28.8%	2	2.7%	0	0.0%	0	0.0%	9	12.3%	2	2.7%	16	21.9%	4	5.5%
文化・芸術・音楽	8	15.7%	11	21.6%	7	13.7%	0	0.0%	3	5.9%	12	23.5%	2	3.9%	6	11.8%	0	0.0%
建築設計	6	8.6%	31	44.3%	9	12.9%	1	1.4%	1	1.4%	12	17.1%	0	0.0%	7	10.0%	1	1.4%
その他	26	14.3%	34	18.7%	20	11.0%	3	1.6%	7	3.8%	32	17.6%	3	1.6%	19	10.4%	11	6.0%
全体	147	15.6%	239	25.4%	140	14.9%	12	1.3%	26	2.8%	149	15.8%	33	3.5%	112	11.9%	42	4.5%

特になし		全体	
実数	%	実数	%
28	33.7%	83	100.0%
33	35.5%	93	100.0%
44	44.0%	100	100.0%
31	35.2%	88	100.0%
26	54.2%	48	100.0%
45	46.9%	96	100.0%
26	44.8%	58	100.0%
29	39.7%	73	100.0%
18	35.3%	51	100.0%
21	30.0%	70	100.0%
80	44.0%	182	100.0%
381	40.4%	942	100.0%

無回答は集計から除く。χ²=188.191 自由度=100 p=0.000 *p<0.05

図表6-2-2-56 主な事業【11区分】×立地先の選定で重要視する項目(問13(1)①)

	取引先・顧客が多く存在する		在勤者が多い		若い人が多い		外国人が多い		交通の利便性が高い		知名度が高くブランド力がある		他社との連携が容易である		クリエイティブな人材が集まる		情報収集が容易である	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	37	41.6%	5	5.6%	3	3.4%	3	3.4%	67	75.3%	30	33.7%	21	23.6%	7	7.9%	15	16.9%
映像・コンテンツ制作	63	64.9%	7	7.2%	8	8.2%	6	6.2%	69	71.1%	42	43.3%	22	22.7%	27	27.8%	16	16.5%
ファッション	39	31.5%	11	8.9%	8	6.5%	11	8.9%	64	51.6%	55	44.4%	6	4.8%	26	21.0%	17	13.7%
デザイン	30	33.0%	4	4.4%	7	7.7%	4	4.4%	56	61.5%	49	53.8%	20	22.0%	35	38.5%	19	20.9%
観光・旅行・宿泊	20	36.4%	7	12.7%	2	3.6%	7	12.7%	39	70.9%	14	25.5%	8	14.5%	3	5.5%	7	12.7%
広告・イベント	38	37.6%	1	1.0%	5	5.0%	3	3.0%	73	72.3%	39	38.6%	25	24.8%	23	22.8%	14	13.9%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	38	58.5%	4	6.2%	2	3.1%	2	3.1%	42	64.6%	12	18.5%	18	27.7%	7	10.8%	13	20.0%
出版・印刷	38	48.1%	3	3.8%	2	2.5%	3	3.8%	57	72.2%	25	31.6%	19	24.1%	8	10.1%	14	17.7%
文化・芸術・音楽	20	35.1%	6	10.5%	4	7.0%	7	12.3%	33	57.9%	27	47.4%	8	14.0%	17	29.8%	10	17.5%
建築設計	30	38.5%	2	2.6%	1	1.3%	1	1.3%	46	59.0%	40	51.3%	12	15.4%	11	14.1%	20	25.6%
その他	80	37.9%	18	8.5%	10	4.7%	12	5.7%	118	55.9%	64	30.3%	26	12.3%	24	11.4%	29	13.7%
全体	433	41.4%	68	6.5%	52	5.0%	59	5.6%	664	63.4%	397	37.9%	185	17.7%	188	18.0%	174	16.6%

	展示会等へのアクセスが良い		関連業種が多い		同業者が多い		支援策の充実		無回答		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
13	14.6%	11	12.4%	7	7.9%	9	10.1%	12	13.5%	89	100.0%	
12	12.4%	36	37.1%	30	30.9%	9	9.3%	14	14.4%	97	100.0%	
18	14.5%	12	9.7%	21	16.9%	6	4.8%	35	28.2%	124	100.0%	
20	22.0%	19	20.9%	16	17.6%	2	2.2%	17	18.7%	91	100.0%	
13	23.6%	11	20.0%	10	18.2%	6	10.9%	13	23.6%	55	100.0%	
15	14.9%	21	20.8%	15	14.9%	6	5.9%	13	12.9%	101	100.0%	
8	12.3%	25	38.5%	17	26.2%	3	4.6%	16	24.6%	65	100.0%	
6	7.6%	6	7.6%	14	17.7%	6	7.6%	12	15.2%	79	100.0%	
12	21.1%	13	22.8%	12	21.1%	4	7.0%	10	17.5%	57	100.0%	
11	14.1%	4	5.1%	4	5.1%	3	3.8%	17	21.8%	78	100.0%	
31	14.7%	20	9.5%	19	9.0%	11	5.2%	54	25.6%	211	100.0%	
159	15.2%	178	17.0%	165	15.8%	65	6.2%	213	20.3%	1,047	100.0%	

*「無回答」は、調査票に掲載した13項目(「取引先・顧客が多く存在する」～「支援策の充実」)のいずれにも○をつけなかった事業所を指す。

χ²=432.885 自由度=140 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-2-57 主な事業【11区分】×港区での事業環境の評価(1)取引先・顧客が多く存在する(問13(1)②-1)

	満足		やや満足		どちらともいえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	24	46.2%	20	38.5%	7	13.5%	1	1.9%	0	0.0%	52	100.0%
映像・コンテンツ制作	36	44.4%	32	39.5%	10	12.3%	3	3.7%	0	0.0%	81	100.0%
ファッション	24	35.3%	27	39.7%	12	17.6%	4	5.9%	1	1.5%	68	100.0%
デザイン	14	28.6%	16	32.7%	17	34.7%	1	2.0%	1	2.0%	49	100.0%
観光・旅行・宿泊	10	31.3%	14	43.8%	8	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	32	100.0%
広告・イベント	20	37.0%	25	46.3%	8	14.8%	1	1.9%	0	0.0%	54	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	23	46.0%	22	44.0%	4	8.0%	1	2.0%	0	0.0%	50	100.0%
出版・印刷	15	33.3%	22	48.9%	6	13.3%	1	2.2%	1	2.2%	45	100.0%
文化・芸術・音楽	11	37.9%	9	31.0%	6	20.7%	2	6.9%	1	3.4%	29	100.0%
建築設計	19	40.4%	14	29.8%	12	25.5%	1	2.1%	1	2.1%	47	100.0%
その他	46	38.3%	44	36.7%	23	19.2%	5	4.2%	2	1.7%	120	100.0%
全体	242	38.6%	245	39.1%	113	18.0%	20	3.2%	7	1.1%	627	100.0%

*無回答は集計から除く。χ²=36.500 自由度=40 p=0.629

図表6-2-2-58 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(2)在勤者が多い(問13(1)②-2)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	2	8.0%	4	16.0%	18	72.0%	0	0.0%	1	4.0%	25	100.0%
映像・コンテンツ制作	3	9.7%	9	29.0%	14	45.2%	3	9.7%	2	6.5%	31	100.0%
ファッション	6	14.0%	7	16.3%	22	51.2%	6	14.0%	2	4.7%	43	100.0%
デザイン	3	12.0%	3	12.0%	15	60.0%	3	12.0%	1	4.0%	25	100.0%
観光・旅行・宿泊	2	8.7%	8	34.8%	9	39.1%	4	17.4%	0	0.0%	23	100.0%
広告・イベント	3	11.5%	2	7.7%	18	69.2%	2	7.7%	1	3.8%	26	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	2	12.5%	2	12.5%	10	62.5%	1	6.3%	1	6.3%	16	100.0%
出版・印刷	1	10.0%	3	30.0%	5	50.0%	0	0.0%	1	10.0%	10	100.0%
文化・芸術・音楽	2	10.5%	1	5.3%	14	73.7%	1	5.3%	1	5.3%	19	100.0%
建築設計	4	19.0%	2	9.5%	14	66.7%	1	4.8%	0	0.0%	21	100.0%
その他	9	14.5%	19	30.6%	29	46.8%	3	4.8%	2	3.2%	62	100.0%
全体	37	12.3%	60	19.9%	168	55.8%	24	8.0%	12	4.0%	301	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=36.180 自由度=40 p=0.643

図表6-2-2-59 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(3)若い人が多い(問13(1)②-3)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	2	8.3%	2	8.3%	19	79.2%	1	4.2%	0	0.0%	24	100.0%
映像・コンテンツ制作	4	12.9%	8	25.8%	16	51.6%	3	9.7%	0	0.0%	31	100.0%
ファッション	5	12.2%	9	22.0%	21	51.2%	5	12.2%	1	2.4%	41	100.0%
デザイン	3	11.1%	9	33.3%	13	48.1%	2	7.4%	0	0.0%	27	100.0%
観光・旅行・宿泊	1	5.6%	2	11.1%	12	66.7%	3	16.7%	0	0.0%	18	100.0%
広告・イベント	3	10.3%	6	20.7%	17	58.6%	2	6.9%	1	3.4%	29	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	1	6.7%	1	6.7%	11	73.3%	2	13.3%	0	0.0%	15	100.0%
出版・印刷	1	11.1%	0	0.0%	8	88.9%	0	0.0%	0	0.0%	9	100.0%
文化・芸術・音楽	2	11.1%	1	5.6%	12	66.7%	2	11.1%	1	5.6%	18	100.0%
建築設計	2	10.5%	4	21.1%	12	63.2%	1	5.3%	0	0.0%	19	100.0%
その他	6	10.0%	12	20.0%	32	53.3%	8	13.3%	2	3.3%	60	100.0%
全体	30	10.3%	54	18.6%	173	59.5%	29	10.0%	5	1.7%	291	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=27.407 自由度=40 p=0.935

図表6-2-2-60 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(4)外国人が多い(問13(1)②-4)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	1	4.0%	4	16.0%	18	72.0%	2	8.0%	0	0.0%	25	100.0%
映像・コンテンツ制作	6	20.0%	5	16.7%	17	56.7%	2	6.7%	0	0.0%	30	100.0%
ファッション	6	13.3%	11	24.4%	25	55.6%	2	4.4%	1	2.2%	45	100.0%
デザイン	4	14.8%	7	25.9%	14	51.9%	0	0.0%	2	7.4%	27	100.0%
観光・旅行・宿泊	6	26.1%	3	13.0%	13	56.5%	1	4.3%	0	0.0%	23	100.0%
広告・イベント	3	10.7%	5	17.9%	19	67.9%	1	3.6%	0	0.0%	28	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	0	0.0%	2	14.3%	9	64.3%	2	14.3%	1	7.1%	14	100.0%
出版・印刷	1	10.0%	2	20.0%	7	70.0%	0	0.0%	0	0.0%	10	100.0%
文化・芸術・音楽	5	26.3%	4	21.1%	9	47.4%	1	5.3%	0	0.0%	19	100.0%
建築設計	3	15.8%	4	21.1%	11	57.9%	0	0.0%	1	5.3%	19	100.0%
その他	7	12.5%	12	21.4%	31	55.4%	4	7.1%	2	3.6%	56	100.0%
全体	42	14.2%	59	19.9%	173	58.4%	15	5.1%	7	2.4%	296	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=28.751 自由度=40 p=0.907

図表6-2-2-61 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(5)交通の利便性が高い(問13(1)②-5)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	51	62.2%	26	31.7%	5	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	82	100.0%
映像・コンテンツ制作	53	64.6%	22	26.8%	6	7.3%	1	1.2%	0	0.0%	82	100.0%
ファッション	51	57.3%	26	29.2%	8	9.0%	3	3.4%	1	1.1%	89	100.0%
デザイン	37	50.7%	25	34.2%	7	9.6%	3	4.1%	1	1.4%	73	100.0%
観光・旅行・宿泊	28	56.0%	20	40.0%	2	4.0%	0	0.0%	0	0.0%	50	100.0%
広告・イベント	50	59.5%	26	31.0%	8	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	84	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	36	66.7%	13	24.1%	3	5.6%	2	3.7%	0	0.0%	54	100.0%
出版・印刷	35	53.8%	26	40.0%	3	4.6%	1	1.5%	0	0.0%	65	100.0%
文化・芸術・音楽	24	60.0%	10	25.0%	5	12.5%	1	2.5%	0	0.0%	40	100.0%
建築設計	45	77.6%	10	17.2%	3	5.2%	0	0.0%	0	0.0%	58	100.0%
その他	99	65.6%	43	28.5%	8	5.3%	1	0.7%	0	0.0%	151	100.0%
全体	509	61.5%	247	29.8%	58	7.0%	12	1.4%	2	0.2%	828	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=41.773 自由度=40 p=0.394

図表6-2-2-62 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(6)知名度が高くブランド力がある(問13(1)②-6)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	27	56.3%	9	18.8%	12	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	48	100.0%
映像・コンテンツ制作	36	59.0%	19	31.1%	5	8.2%	1	1.6%	0	0.0%	61	100.0%
ファッション	41	52.6%	18	23.1%	17	21.8%	2	2.6%	0	0.0%	78	100.0%
デザイン	39	60.0%	20	30.8%	4	6.2%	1	1.5%	1	1.5%	65	100.0%
観光・旅行・宿泊	14	51.9%	8	29.6%	5	18.5%	0	0.0%	0	0.0%	27	100.0%
広告・イベント	33	58.9%	14	25.0%	8	14.3%	0	0.0%	1	1.8%	56	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	9	34.6%	9	34.6%	8	30.8%	0	0.0%	0	0.0%	26	100.0%
出版・印刷	19	57.6%	12	36.4%	2	6.1%	0	0.0%	0	0.0%	33	100.0%
文化・芸術・音楽	19	55.9%	10	29.4%	4	11.8%	1	2.9%	0	0.0%	34	100.0%
建築設計	33	61.1%	14	25.9%	5	9.3%	1	1.9%	1	1.9%	54	100.0%
その他	45	45.0%	35	35.0%	17	17.0%	3	3.0%	0	0.0%	100	100.0%
全体	315	54.1%	168	28.9%	87	14.9%	9	1.5%	3	0.5%	582	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=41.744 自由度=40 p=0.395

図表6-2-2-63 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(7)他社との連携が容易である(問13(1)②-7)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	14	35.9%	12	30.8%	12	30.8%	1	2.6%	0	0.0%	39	100.0%
映像・コンテンツ制作	15	35.7%	10	23.8%	15	35.7%	2	4.8%	0	0.0%	42	100.0%
ファッション	5	13.9%	2	5.6%	26	72.2%	1	2.8%	2	5.6%	36	100.0%
デザイン	9	22.5%	15	37.5%	14	35.0%	1	2.5%	1	2.5%	40	100.0%
観光・旅行・宿泊	1	4.3%	16	69.8%	6	26.1%	0	0.0%	0	0.0%	23	100.0%
広告・イベント	16	35.6%	12	26.7%	14	31.1%	3	6.7%	0	0.0%	45	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	11	33.3%	12	36.4%	9	27.3%	0	0.0%	1	3.0%	33	100.0%
出版・印刷	5	20.8%	15	62.5%	4	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	24	100.0%
文化・芸術・音楽	7	35.0%	2	10.0%	8	40.0%	3	15.0%	0	0.0%	20	100.0%
建築設計	8	25.8%	12	38.7%	7	22.6%	3	9.7%	1	3.2%	31	100.0%
その他	14	19.2%	22	30.1%	34	46.6%	2	2.7%	1	1.4%	73	100.0%
全体	105	25.9%	130	32.0%	149	36.7%	16	3.9%	6	1.5%	406	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=87.270$ 自由度=40 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-64 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(8)クリエイティブな人材が集まる(問13(1)②-8)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	5	17.9%	5	17.9%	15	53.6%	3	10.7%	0	0.0%	28	100.0%
映像・コンテンツ制作	18	40.0%	9	20.0%	17	37.8%	1	2.2%	0	0.0%	45	100.0%
ファッション	14	25.0%	15	26.8%	24	42.9%	3	5.4%	0	0.0%	56	100.0%
デザイン	14	26.9%	23	44.2%	12	23.1%	2	3.8%	1	1.9%	52	100.0%
観光・旅行・宿泊	0	0.0%	5	26.3%	14	73.7%	0	0.0%	0	0.0%	19	100.0%
広告・イベント	10	25.0%	14	35.0%	13	32.5%	3	7.5%	0	0.0%	40	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	2	10.5%	4	21.1%	12	63.2%	1	5.3%	0	0.0%	19	100.0%
出版・印刷	4	22.2%	5	27.8%	9	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	18	100.0%
文化・芸術・音楽	7	26.9%	8	30.8%	9	34.6%	1	3.8%	1	3.8%	26	100.0%
建築設計	6	20.0%	12	40.0%	9	30.0%	2	6.7%	1	3.3%	30	100.0%
その他	11	17.7%	14	22.6%	32	51.6%	3	4.8%	2	3.2%	62	100.0%
全体	91	23.0%	114	28.9%	166	42.0%	19	4.8%	5	1.3%	395	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=51.730$ 自由度=40 $p=0.101$

図表6-2-2-65 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(9)情報収集が容易である(問13(1)②-9)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	7	20.0%	14	40.0%	13	37.1%	1	2.9%	0	0.0%	35	100.0%
映像・コンテンツ制作	9	25.0%	8	22.2%	18	50.0%	1	2.8%	0	0.0%	36	100.0%
ファッション	13	27.7%	17	36.2%	14	29.8%	3	6.4%	0	0.0%	47	100.0%
デザイン	9	23.1%	17	43.6%	12	30.8%	1	2.6%	0	0.0%	39	100.0%
観光・旅行・宿泊	4	17.4%	10	43.5%	9	39.1%	0	0.0%	0	0.0%	23	100.0%
広告・イベント	12	35.3%	3	8.8%	18	52.9%	1	2.9%	0	0.0%	34	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	7	26.9%	11	42.3%	5	19.2%	2	7.7%	1	3.8%	26	100.0%
出版・印刷	6	30.0%	9	45.0%	5	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	20	100.0%
文化・芸術・音楽	4	19.0%	4	19.0%	11	52.4%	2	9.5%	0	0.0%	21	100.0%
建築設計	13	35.1%	12	32.4%	10	27.0%	1	2.7%	1	2.7%	37	100.0%
その他	12	17.1%	23	32.9%	31	44.3%	2	2.9%	2	2.9%	70	100.0%
全体	96	24.7%	128	33.0%	146	37.6%	14	3.6%	4	1.0%	388	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=44.550$ 自由度=40 $p=0.286$

図表6-2-2-66 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(10)展示会等へのアクセスが良い(問13(1)②-10)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	4	11.1%	12	33.3%	17	47.2%	3	8.3%	0	0.0%	36	100.0%
映像・コンテンツ制作	8	25.0%	9	28.1%	14	43.8%	1	3.1%	0	0.0%	32	100.0%
ファッション	9	18.8%	19	39.6%	18	37.5%	2	4.2%	0	0.0%	48	100.0%
デザイン	12	31.6%	13	34.2%	7	18.4%	6	15.8%	0	0.0%	38	100.0%
観光・旅行・宿泊	8	29.6%	7	25.9%	11	40.7%	0	0.0%	1	3.7%	27	100.0%
広告・イベント	9	23.7%	13	34.2%	15	39.5%	1	2.6%	0	0.0%	38	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	3	17.6%	4	23.5%	9	52.9%	1	5.9%	0	0.0%	17	100.0%
出版・印刷	4	30.8%	6	46.2%	3	23.1%	0	0.0%	0	0.0%	13	100.0%
文化・芸術・音楽	5	22.7%	9	40.9%	7	31.8%	1	4.5%	0	0.0%	22	100.0%
建築設計	6	23.1%	9	34.6%	9	34.6%	1	3.8%	1	3.8%	26	100.0%
その他	20	29.9%	20	29.9%	23	34.3%	3	4.5%	1	1.5%	67	100.0%
全体	88	24.2%	121	33.2%	133	36.5%	19	5.2%	3	0.8%	364	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=36.140$ 自由度=40 $p=0.645$

図表6-2-2-67 主な事業[11区分]×港区での事業環境の評価(11)関連業種が多い(問13(1)②-11)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	4	13.3%	7	23.3%	16	53.3%	3	10.0%	0	0.0%	30	100.0%
映像・コンテンツ制作	18	32.1%	18	32.1%	16	28.6%	4	7.1%	0	0.0%	56	100.0%
ファッション	8	18.6%	7	16.3%	24	55.8%	4	9.3%	0	0.0%	43	100.0%
デザイン	8	21.1%	12	31.6%	15	39.5%	2	5.3%	1	2.6%	38	100.0%
観光・旅行・宿泊	4	16.0%	12	48.0%	9	36.0%	0	0.0%	0	0.0%	25	100.0%
広告・イベント	8	19.0%	16	38.1%	17	40.5%	1	2.4%	0	0.0%	42	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	13	33.3%	18	46.2%	8	20.5%	0	0.0%	0	0.0%	39	100.0%
出版・印刷	1	6.7%	9	60.0%	4	26.7%	1	6.7%	0	0.0%	15	100.0%
文化・芸術・音楽	6	25.0%	7	29.2%	8	33.3%	3	12.5%	0	0.0%	24	100.0%
建築設計	2	8.7%	8	34.8%	11	47.8%	1	4.3%	1	4.3%	23	100.0%
その他	15	22.7%	13	19.7%	28	42.4%	8	12.1%	2	3.0%	66	100.0%
全体	87	21.7%	127	31.7%	156	38.9%	27	6.7%	4	1.0%	401	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=57.502$ 自由度=40 $p=0.036^*$ * $p<0.05$

図表6-2-2-68 主な事業【11区分】×港区での事業環境の評価(12) 同業者が多い(問13(1)②-12)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	3	10.7%	7	25.0%	15	53.6%	3	10.7%	0	0.0%	28	100.0%
映像・コンテンツ制作	15	28.3%	16	30.2%	19	35.8%	3	5.7%	0	0.0%	53	100.0%
ファッション	6	11.3%	14	26.4%	26	49.1%	6	11.3%	1	1.9%	53	100.0%
デザイン	7	18.9%	10	27.0%	17	45.9%	2	5.4%	1	2.7%	37	100.0%
観光・旅行・宿泊	6	24.0%	9	36.0%	10	40.0%	0	0.0%	0	0.0%	25	100.0%
広告・イベント	8	22.2%	10	27.8%	16	44.4%	2	5.6%	0	0.0%	36	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	10	32.3%	13	41.9%	7	22.6%	0	0.0%	1	3.2%	31	100.0%
出版・印刷	3	13.6%	11	50.0%	6	27.3%	2	9.1%	0	0.0%	22	100.0%
文化・芸術・音楽	6	27.3%	6	27.3%	7	31.8%	3	13.6%	0	0.0%	22	100.0%
建築設計	3	12.5%	5	20.8%	14	58.3%	0	0.0%	2	8.3%	24	100.0%
その他	12	18.8%	10	15.6%	31	48.4%	5	7.8%	6	9.4%	64	100.0%
全体	79	20.0%	111	28.1%	168	42.5%	26	6.6%	11	2.8%	395	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=56.799 自由度=40 p=0.041* *p<0.05

図表6-2-2-69 主な事業【11区分】×港区での事業環境の評価(13) 支援策の充実(問13(1)②-13)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	24	46.2%	20	38.5%	7	13.5%	1	1.9%	0	0.0%	52	100.0%
映像・コンテンツ制作	36	44.4%	32	39.5%	10	12.3%	3	3.7%	0	0.0%	81	100.0%
ファッション	24	35.3%	27	39.7%	12	17.6%	4	5.9%	1	1.5%	68	100.0%
デザイン	14	28.6%	16	32.7%	17	34.7%	1	2.0%	1	2.0%	49	100.0%
観光・旅行・宿泊	10	31.3%	14	43.8%	8	25.0%	0	0.0%	0	0.0%	32	100.0%
広告・イベント	20	37.0%	25	46.3%	8	14.8%	1	1.9%	0	0.0%	54	100.0%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	23	46.0%	22	44.0%	4	8.0%	1	2.0%	0	0.0%	50	100.0%
出版・印刷	15	33.3%	22	48.9%	6	13.3%	1	2.2%	1	2.2%	45	100.0%
文化・芸術・音楽	11	37.9%	9	31.0%	6	20.7%	2	6.9%	1	3.4%	29	100.0%
建築設計	19	40.4%	14	29.8%	12	25.5%	1	2.1%	1	2.1%	47	100.0%
その他	46	38.3%	44	36.7%	23	19.2%	5	4.2%	2	1.7%	120	100.0%
全体	242	38.6%	245	39.1%	113	18.0%	20	3.2%	7	1.1%	627	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=46.269 自由度=40 p=0.229

図表6-2-2-70 主な事業【11区分】×今後の行政への期待(問14)

	経営相談		知的財産権に関する相談・支援		専門家の派遣・あっせん		情報提供		情報発信の場の提供		イベント・展示会等の開催又は出展支援		発表の場の提供		事業紹介・マッチングの場の提供		事業資金等の助成等	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
IT・情報通信・ソフトウェア制作	12	14.6%	10	12.2%	8	9.8%	21	25.6%	10	12.2%	11	13.4%	2	2.4%	23	28.0%	28	34.1%
映像・コンテンツ制作	8	8.8%	13	14.3%	3	3.3%	13	14.3%	9	9.9%	8	8.8%	8	8.8%	14	15.4%	30	33.0%
ファッション	15	14.2%	3	2.8%	3	2.8%	19	17.9%	13	12.3%	12	11.3%	6	5.7%	10	9.4%	42	39.6%
デザイン	9	10.6%	20	23.5%	4	4.7%	13	15.3%	10	11.8%	8	9.4%	9	10.6%	27	31.8%	32	37.6%
観光・旅行・宿泊	6	10.9%	2	3.6%	0	0.0%	14	25.5%	11	20.0%	12	21.8%	2	3.6%	7	12.7%	20	36.4%
広告・イベント	9	9.7%	9	9.7%	4	4.3%	19	20.4%	9	9.7%	17	18.3%	7	7.5%	24	25.8%	34	36.6%
テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	4	6.9%	1	1.7%	2	3.4%	11	19.0%	8	13.8%	5	8.6%	1	1.7%	13	22.4%	14	24.1%
出版・印刷	4	5.7%	7	10.0%	1	1.4%	11	15.7%	8	11.4%	4	5.7%	3	4.3%	13	18.6%	18	25.7%
文化・芸術・音楽	6	11.8%	6	11.8%	1	2.0%	10	19.6%	10	19.6%	17	33.3%	8	15.7%	6	11.8%	15	29.4%
建築設計	6	8.6%	5	7.1%	4	5.7%	16	22.9%	6	8.6%	4	5.7%	3	4.3%	21	30.0%	25	35.7%
その他	19	10.3%	17	9.2%	16	8.6%	25	13.5%	26	14.1%	24	13.0%	14	7.6%	39	21.1%	64	34.6%
全体	98	10.4%	93	9.8%	46	4.9%	172	18.2%	120	12.7%	122	12.9%	63	6.7%	197	20.8%	322	34.0%

	チャレンジする人材や企業に対する融資		融資のあっせん		新たな技術導入への支援		クリエイティブな企業への表彰		人材交流の場の提供		同業種交流会の開催		異業種交流会の開催		人材の育成支援		文化機関との連携支援	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
14	17.1%	17	20.7%	14	17.1%	3	3.7%	8	9.8%	11	13.4%	10	12.2%	30	36.6%	3	3.7%	
11	12.1%	21	23.1%	7	7.7%	8	8.8%	11	12.1%	10	11.0%	11	12.1%	21	23.1%	12	13.2%	
16	15.1%	29	27.4%	5	4.7%	4	3.8%	11	10.4%	9	8.5%	16	15.1%	16	15.1%	7	6.6%	
21	24.7%	24	28.2%	11	12.9%	19	22.4%	6	7.1%	7	8.2%	13	15.3%	10	11.8%	15	17.6%	
9	16.4%	9	16.4%	5	9.1%	1	1.8%	3	5.5%	6	10.9%	9	16.4%	10	18.2%	7	12.7%	
18	19.4%	17	18.3%	6	6.5%	6	6.5%	11	11.8%	10	10.8%	11	11.8%	21	22.6%	10	10.8%	
3	5.2%	6	10.3%	3	5.2%	2	3.4%	5	8.6%	2	3.4%	7	12.1%	16	27.6%	3	5.2%	
6	8.6%	16	22.9%	4	5.7%	1	1.4%	6	8.6%	0	0.0%	7	10.0%	6	8.6%	5	7.1%	
8	15.7%	8	15.7%	4	7.8%	4	7.8%	2	3.9%	5	9.8%	5	9.8%	4	7.8%	24	47.1%	
12	17.1%	19	27.1%	10	14.3%	8	11.4%	6	8.6%	6	8.6%	7	10.0%	12	17.1%	7	10.0%	
28	15.1%	38	20.5%	19	10.3%	10	5.4%	21	11.4%	13	7.0%	21	11.4%	38	20.5%	18	9.7%	
146	15.4%	204	21.6%	88	9.3%	66	7.0%	90	9.5%	79	8.4%	117	12.4%	184	19.5%	111	11.7%	

	周辺地域や商店街との連携支援		公的機関(学校等)との連携支援		その他		特にない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
3	3.7%	4	4.9%	1	1.2%	14	17.1%	82	100.0%	
5	5.5%	11	12.1%	1	1.1%	23	25.3%	91	100.0%	
14	13.2%	5	4.7%	3	2.8%	23	21.7%	106	100.0%	
13	15.3%	11	12.9%	6	7.1%	16	18.8%	85	100.0%	
9	16.4%	4	7.3%	2	3.6%	12	21.8%	55	100.0%	
6	6.5%	10	10.8%	1	1.1%	23	24.7%	93	100.0%	
2	3.4%	5	8.6%	1	1.7%	16	27.6%	58	100.0%	
2	2.9%	2	2.9%	1	1.4%	24	34.3%	70	100.0%	
9	17.6%	3	5.9%	3	5.9%	8	15.7%	51	100.0%	
12	17.1%	7	10.0%	3	4.3%	11	15.7%	70	100.0%	
17	9.2%	22	11.9%	9	4.9%	44	23.8%	185	100.0%	
92	9.7%	84	8.9%	31	3.3%	214	22.6%	946	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=451.799 自由度=220 p=0.000* *p<0.05

3 クリエイティブ度（一般業種）

図表6-2-3-1 クリエイティブ度×所在地(問1)

	芝地区		赤坂地区		麻布地区		高輪地区		芝浦港南地区		港区外		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	60	27.6%	90	41.5%	41	18.9%	15	6.9%	11	5.1%	0	0.0%	217	100.0%
1個該当	32	18.5%	73	42.2%	48	27.7%	15	8.7%	4	2.3%	1	0.6%	173	100.0%
該当なし	249	38.0%	201	30.6%	129	19.7%	48	7.3%	29	4.4%	0	0.0%	656	100.0%
合計	341	32.6%	364	34.8%	218	20.8%	78	7.5%	44	4.2%	1	0.1%	1,046	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=38.931$ 自由度=10 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-2 クリエイティブ度×事業所の形態(問2(1))

	単独事業所		本社・本店		支社・支店		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	151	69.6%	29	13.4%	34	15.7%	3	1.4%	217	100.0%
1個該当	128	74.0%	24	13.9%	18	10.4%	3	1.7%	173	100.0%
該当なし	452	69.1%	101	15.4%	96	14.7%	5	0.8%	654	100.0%
合計	731	70.0%	154	14.8%	148	14.2%	11	1.1%	1,044	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=4.753$ 自由度=6 $p=0.576$

図表6-2-3-3 クリエイティブ度×開業時期(問2(1))【4区分】

	1989年まで		1990～1999年		2000～2009年		2010年以降		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	106	49.5%	45	21.0%	46	21.5%	17	7.9%	214	100.0%
1個該当	78	45.6%	47	27.5%	31	18.1%	15	8.8%	171	100.0%
該当なし	337	53.2%	133	21.0%	108	17.1%	55	8.7%	633	100.0%
合計	521	51.2%	225	22.1%	185	18.2%	87	8.5%	1,018	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=6.214$ 自由度=6 $p=0.400$

図表6-2-3-4 クリエイティブ度×現在の事業所の開設時期(問2(2))

	開業した時期と同じ		開業した時期と異なる		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	69	32.2%	145	67.8%	214	100.0%
1個該当	59	34.3%	113	65.7%	172	100.0%
該当なし	233	36.1%	413	63.9%	646	100.0%
合計	361	35.0%	671	65.0%	1,032	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=1.076$ 自由度=2 $p=0.584$

図表6-2-3-5 クリエイティブ度×現在の事業所の開設時期(問2(2))【4区分】

	1989年まで		1990～1999年		2000～2009年		2010年以降		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	16	11.8%	22	16.2%	37	27.2%	61	44.9%	136	100.0%
1個該当	6	5.6%	20	18.7%	32	29.9%	49	45.8%	107	100.0%
該当なし	56	15.0%	59	15.8%	108	29.0%	150	40.2%	373	100.0%
合計	78	12.7%	101	16.4%	177	28.7%	260	42.2%	616	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=7.415$ 自由度=6 $p=0.284$

図表6-2-3-6 クリエイティブ度×経営形態(問3)

	会社企業		個人経営		その他 (医療法人、 NPO法人など)		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	198	91.7%	18	8.3%	0	0.0%	216	100.0%
1個該当	156	90.2%	14	8.1%	3	1.7%	173	100.0%
該当なし	580	88.7%	62	9.5%	12	1.8%	654	100.0%
合計	934	89.5%	94	9.0%	15	1.4%	1,043	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=4.529$ 自由度=4 $p=0.339$

図表6-2-3-7 クリエイティブ度×経営形態／資本金額(問3)

	1,000万円未満		1,000～ 2,000万円未満		2,000万～ 1億円未満		1億円以上		無回答		合計	
	度数	行のN%	度数	行のN%	度数	行のN%	度数	行のN%	度数	行のN%	度数	行のN%
2個以上該当	75	34.4%	86	39.4%	37	17.0%	14	6.4%	6	2.8%	218	100.0%
1個該当	63	36.4%	69	39.9%	27	15.6%	7	4.0%	7	4.0%	173	100.0%
該当なし	198	30.2%	245	37.3%	146	22.3%	40	6.1%	27	4.1%	656	100.0%
合計	336	32.1%	400	38.2%	210	20.1%	61	5.8%	40	3.8%	1,047	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=8.763$ 自由度=8 $p=0.363$

図表6-2-3-8 クリエイティブ度×正規従業員数(問4(1))【4区分】

	2人以下		3～5人		6～10人		11人以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	57	26.9%	53	25.0%	49	23.1%	53	25.0%	212	100.0%
1個該当	51	30.0%	47	27.6%	39	22.9%	33	19.4%	170	100.0%
該当なし	154	24.3%	169	26.6%	99	15.6%	213	33.5%	635	100.0%
合計	262	25.8%	269	26.5%	187	18.4%	299	29.4%	1,017	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=20.185$ 自由度=6 $p=0.003^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-9 クリエイティブ度×非正規従業員数(問4(2))【4区分】

	非正規従業員の雇用なし		1~2人		3~5人		6~10人		11人以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	42	27.1%	69	44.5%	22	14.2%	10	6.5%	12	7.7%	155	100.0%
1個該当	31	25.6%	63	52.1%	16	13.2%	4	3.3%	7	5.8%	121	100.0%
該当なし	123	27.5%	173	38.7%	71	15.9%	33	7.4%	47	10.5%	447	100.0%
合計	196	27.1%	305	42.2%	109	15.1%	47	6.5%	66	9.1%	723	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=10.145 自由度=8 p=0.255

図表6-2-3-10 クリエイティブ度×経営者の年齢(問5(1))

	30歳未満		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	0	0.0%	8	3.7%	26	12.0%	66	30.6%	77	35.6%	39	18.1%	216	100.0%
1個該当	1	0.6%	6	3.5%	18	10.5%	48	27.9%	65	37.8%	34	19.8%	172	100.0%
該当なし	2	0.3%	19	2.9%	84	12.9%	181	27.8%	213	32.7%	152	23.3%	651	100.0%
合計	3	0.3%	33	3.2%	128	12.3%	295	28.4%	355	34.2%	225	21.7%	1,039	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=6.280 自由度=10 p=0.791

図表6-2-3-11 クリエイティブ度×経営者の性別(問5(2))

	男性		女性		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	181	83.4%	36	16.6%	217	100.0%
1個該当	148	85.5%	25	14.5%	173	100.0%
該当なし	565	86.4%	89	13.6%	654	100.0%
合計	894	85.6%	150	14.4%	1,044	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=1.178 自由度=2 p=0.555

図表6-2-3-12 クリエイティブ度×主な事業(問6(1))

	飲食		IT・情報通信・ソフトウェア制作		映像・コンテンツ制作		ファッション		デザイン		観光・旅行・宿泊		広告・イベント		テレビ・ラジオ・新聞・他メディア		出版・印刷	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	1	0.5%	14	6.5%	21	9.7%	23	10.6%	38	17.6%	13	6.0%	21	9.7%	8	3.7%	8	3.7%
1個該当	0	0.0%	12	7.0%	18	10.5%	21	12.2%	26	15.1%	5	2.9%	20	11.6%	5	2.9%	10	5.8%
該当なし	4	0.6%	63	9.6%	58	8.9%	80	12.3%	27	4.1%	37	5.7%	60	9.2%	52	8.0%	61	9.3%
合計	5	0.5%	89	8.5%	97	9.3%	124	11.9%	91	8.7%	55	5.3%	101	9.7%	65	6.2%	79	7.6%

	文化・芸術・音楽		建築設計		製造・加工		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	11	5.1%	20	9.3%	8	3.7%	30	13.9%	216	100.0%
1個該当	14	8.1%	16	9.3%	2	1.2%	23	13.4%	172	100.0%
該当なし	32	4.9%	42	6.4%	24	3.7%	113	17.3%	653	100.0%
合計	57	5.5%	78	7.5%	34	3.3%	166	15.9%	1,041	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=6.214 自由度=6 p=0.400

図表6-2-3-13 クリエイティブ度×業界の特徴(問6(3))

	価格競争が激しい		高級化が進んでいる		取引先が固定化されている		海外からの訪日客の取込みが課題である		企画・提案力が問われている		専門知識が問われている		人材の確保が難しい		従業員の教育・研修が重要である		事業所のロケーションが重要である	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	84	39.1%	11	5.1%	65	30.2%	16	7.4%	134	62.3%	123	57.2%	100	46.5%	77	35.8%	40	18.6%
1個該当	70	40.7%	10	5.8%	55	32.0%	14	8.1%	89	51.7%	68	39.5%	67	39.0%	44	25.6%	23	13.4%
該当なし	292	45.3%	23	3.6%	225	34.9%	41	6.4%	254	39.4%	281	43.6%	297	46.1%	203	31.5%	87	13.5%
合計	446	43.3%	44	4.3%	345	33.5%	71	6.9%	477	46.3%	472	45.8%	464	45.0%	324	31.4%	150	14.5%

	周辺地域との関係が重要である		同業種との連携が課題である		他業種との連携が課題である		業界が拡大傾向にある		業界が縮小傾向にある		その他		特にない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	16	7.4%	24	11.2%	38	17.7%	18	8.4%	60	27.9%	10	4.7%	2	0.9%	215	100.0%
1個該当	14	8.1%	13	7.6%	26	15.1%	15	8.7%	60	34.9%	8	4.7%	4	2.3%	172	100.0%
該当なし	43	6.7%	78	12.1%	72	11.2%	32	5.0%	207	32.1%	24	3.7%	22	3.4%	644	100.0%
合計	73	7.1%	115	11.2%	136	13.2%	65	6.3%	327	31.7%	42	4.1%	28	2.7%	1,031	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=92.710 自由度=32 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-3-14 クリエイティブ度×直近年度の売上高(問7(1))

	1,000万円未満		1,000~3,000万円未満		3,000万~1億円未満		1~5億円未満		5億円以上		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	24	11.3%	30	14.1%	57	26.8%	61	28.6%	41	19.2%	213	100.0%
1個該当	19	11.0%	33	19.2%	44	25.6%	44	25.6%	20	11.6%	172	100.0%
該当なし	72	11.2%	93	14.5%	151	23.5%	179	27.9%	147	22.9%	642	100.0%
合計	115	11.2%	156	15.2%	252	24.5%	296	28.8%	208	20.3%	1,027	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=12.642 自由度=8 p=0.125

図表6-2-3-15 クリエイティブ度×最近の売上の推移(問7(2))

	増加した		やや増加した		変わらない		やや減少した		減少した		開業後間もないため比較できない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	28	13.1%	58	27.1%	50	23.4%	37	17.3%	40	18.7%	1	0.5%	214	100.0%
1個該当	25	14.5%	37	21.5%	47	27.3%	47	27.3%	28	16.3%	34	19.8%	172	100.0%
該当なし	48	7.4%	154	23.7%	173	26.6%	143	22.0%	130	20.0%	2	0.3%	650	100.0%
合計	101	9.7%	249	24.0%	270	26.1%	208	20.1%	204	19.7%	4	0.4%	1,036	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=16.026 自由度=10 p=0.099

図表6-2-3-16 クリエイティブ度×採算状況(問7(3))

	黒字基調		やや黒字基調		ほぼ均衡		やや赤字基調		赤字基調		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	63	29.3%	39	18.1%	50	23.3%	49	22.8%	14	6.5%	215	100.0%
1個該当	34	19.8%	32	18.6%	39	22.7%	40	23.3%	27	15.7%	172	100.0%
該当なし	93	14.4%	142	22.0%	208	32.2%	140	21.7%	62	9.6%	645	100.0%
合計	190	18.4%	213	20.6%	297	28.8%	229	22.2%	103	10.0%	1,032	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=36.903$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-17 クリエイティブ度×今後の事業予定(問7(4))

	事業規模の拡大		同程度の事業規模で継続		事業規模の縮小		異なる事業領域への進出		その他		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	58	27.0%	113	52.6%	18	8.4%	20	9.3%	6	2.8%	215	100.0%
1個該当	48	27.9%	94	54.7%	19	11.0%	6	3.5%	5	2.9%	172	100.0%
該当なし	124	19.3%	417	65.0%	50	7.8%	35	5.5%	16	2.5%	642	100.0%
合計	230	22.4%	624	60.6%	87	8.5%	61	5.9%	27	2.6%	1,029	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=20.310$ 自由度=8 $p=0.009^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-18 クリエイティブ度×事業の実施状況(1)事業全体の企画立案(問8(1))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	168	79.2%	11	5.2%	6	2.8%	13	6.1%	14	6.6%	212	100.0%
1個該当	93	57.4%	17	10.5%	9	5.6%	22	13.6%	21	13.0%	162	100.0%
該当なし	363	60.9%	63	10.6%	20	3.4%	58	9.7%	92	15.4%	596	100.0%
合計	624	64.3%	91	9.4%	35	3.6%	93	9.6%	127	13.1%	970	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=31.539$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-19 クリエイティブ度×事業の実施状況(2)事業全体のマネジメント(問8(2))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	160	76.2%	14	6.7%	4	1.9%	14	6.7%	18	8.6%	210	100.0%
1個該当	107	66.0%	9	5.6%	9	5.6%	17	10.5%	20	12.3%	162	100.0%
該当なし	384	65.2%	44	7.5%	22	3.7%	52	8.8%	87	14.8%	589	100.0%
合計	651	67.7%	67	7.0%	35	3.6%	83	8.6%	125	13.0%	961	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=13.187$ 自由度=6 $p=0.106$

図表6-2-3-20 クリエイティブ度×事業の実施状況(3)作品・商品・サービスの設計・デザイン(問8(3))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	152	72.7%	30	14.4%	12	5.7%	7	3.3%	8	3.8%	209	100.0%
1個該当	93	57.1%	36	22.1%	12	7.4%	12	7.4%	10	6.1%	163	100.0%
該当なし	253	43.4%	132	22.6%	38	6.5%	62	10.6%	98	16.8%	583	100.0%
合計	498	52.1%	198	20.7%	62	6.5%	81	8.5%	116	12.1%	955	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=69.043$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-21 クリエイティブ度×事業の実施状況(4)作品・商品・サービスの制作・生産(問8(4))

	自社が請負				他社が請負				自社の業務と関係しない		全体	
	自社が中心になり事業を実施		事業の一部を外部へ委託		自社が中心になり事業を実施		他社が中心になり自社は一部受託					
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	107	51.4%	52	25.0%	12	5.8%	11	5.3%	26	12.5%	208	100.0%
1個該当	60	37.7%	44	27.7%	20	12.6%	16	10.1%	19	11.9%	159	100.0%
該当なし	211	36.1%	159	27.2%	54	9.2%	64	10.9%	97	16.6%	585	100.0%
合計	378	39.7%	255	26.8%	86	9.0%	91	9.6%	142	14.9%	952	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=22.357$ 自由度=8 $p=0.004^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-22 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(1)実績(問9(1))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	157	73.4%	40	18.7%	12	5.6%	4	1.9%	1	0.5%	214	100.0%
1個該当	101	60.1%	47	28.0%	14	8.3%	2	1.2%	4	2.4%	168	100.0%
該当なし	216	36.0%	251	41.8%	96	16.0%	24	4.0%	13	2.2%	600	100.0%
全体	474	48.3%	338	34.4%	122	12.4%	30	3.1%	18	1.8%	982	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=102.418$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-23 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(2)企業理念(問9(2))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	118	55.4%	45	21.1%	34	16.0%	7	3.3%	9	4.2%	213	100.0%
1個該当	46	27.9%	47	28.5%	57	34.5%	11	6.7%	4	2.4%	165	100.0%
該当なし	88	15.0%	178	30.3%	240	40.8%	46	7.8%	36	6.1%	588	100.0%
全体	252	26.1%	270	28.0%	331	34.3%	64	6.6%	49	5.1%	966	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=139.843$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-24 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(3)知名度・ブランド力(問9(3))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	86	40.2%	43	20.1%	47	22.0%	21	9.8%	17	7.9%	214	100.0%
1個該当	32	19.3%	53	31.9%	42	25.3%	23	13.9%	16	9.6%	166	100.0%
該当なし	51	8.6%	167	28.2%	180	30.4%	108	18.2%	86	14.5%	592	100.0%
全体	169	17.4%	263	27.1%	269	27.7%	152	15.6%	119	12.2%	972	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=114.784$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-25 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(4)顧客や取引先へのPR力(問9(4))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	55	25.8%	56	26.3%	57	26.8%	23	10.8%	22	10.3%	213	100.0%
1個該当	19	11.5%	44	26.7%	59	35.8%	26	15.8%	17	10.3%	165	100.0%
該当なし	23	3.9%	149	25.3%	264	44.8%	98	16.6%	55	9.3%	589	100.0%
全体	97	10.0%	249	25.7%	380	39.3%	147	15.2%	94	9.7%	967	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=92.866$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-26 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(5)ビジネスモデル(問9(5))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	51	24.3%	46	21.9%	64	30.5%	15	7.1%	34	16.2%	210	100.0%
1個該当	18	10.8%	30	18.1%	60	36.1%	26	15.7%	32	19.3%	166	100.0%
該当なし	19	3.3%	89	15.3%	270	46.5%	105	18.1%	98	16.9%	581	100.0%
全体	88	9.2%	165	17.2%	394	41.2%	146	15.3%	164	17.1%	957	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=102.134$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-27 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(6)価格競争力(問9(6))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	43	20.5%	39	18.6%	77	36.7%	23	11.0%	28	13.3%	210	100.0%
1個該当	10	6.0%	33	19.6%	70	41.7%	29	17.3%	26	15.5%	168	100.0%
該当なし	12	2.0%	128	21.7%	275	46.5%	115	19.5%	61	10.3%	591	100.0%
全体	65	6.7%	200	20.6%	422	43.6%	167	17.2%	115	11.9%	969	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=93.125$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-28 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(7)企画・提案力(問9(7))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	194	89.8%	13	6.0%	5	2.3%	2	0.9%	2	0.9%	216	100.0%
1個該当	55	33.1%	62	37.3%	33	19.9%	10	6.0%	6	3.6%	166	100.0%
該当なし	0	0.0%	252	43.0%	236	40.3%	60	10.2%	38	6.5%	586	100.0%
全体	249	25.7%	327	33.8%	274	28.3%	72	7.4%	46	4.8%	968	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=678.987$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-29 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(8)商品・サービス・技術の開発力(問9(8))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	156	72.9%	32	15.0%	17	7.9%	2	0.9%	7	3.3%	214	100.0%
1個該当	25	15.1%	69	41.6%	44	26.5%	12	7.2%	16	9.6%	166	100.0%
該当なし	0	0.0%	203	34.8%	251	43.0%	77	13.2%	53	9.1%	584	100.0%
全体	181	18.8%	304	31.5%	312	32.4%	91	9.4%	76	7.9%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=565.537$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-30 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(9)デザイン力(問9(9))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	169	79.0%	19	8.9%	18	8.4%	1	0.5%	7	3.3%	214	100.0%
1個該当	68	40.7%	37	22.2%	42	25.1%	6	3.6%	14	8.4%	167	100.0%
該当なし	0	0.0%	178	30.5%	253	43.4%	66	11.3%	86	14.8%	583	100.0%
全体	237	24.6%	234	24.3%	313	32.5%	73	7.6%	107	11.1%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=559.942$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-31 クリエイティブ度×現在の事業所の強み(10)知的財産等の活用(問9(10))

	あてはまる		ややあてはまる		どちらともいえない		あまりあてはまらない		あてはまらない		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	85	39.9%	27	12.7%	57	26.8%	15	7.0%	29	13.6%	213	100.0%
1個該当	25	15.2%	24	14.6%	64	39.0%	19	11.6%	32	19.5%	164	100.0%
該当なし	0	0.0%	95	16.4%	239	41.2%	100	17.2%	146	25.2%	580	100.0%
全体	110	11.5%	146	15.3%	360	37.6%	134	14.0%	207	21.6%	957	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=250.889$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-32 クリエイティブ度×今後(も)強化したい強み(問9)

	実績		企業理念		知名度・ブランド力		顧客や取引先へのPR力		ビジネスモデル		価格競争力		企画・提案力		商品・サービス技術の開発力		デザイン力	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	60	27.5%	33	15.1%	51	23.4%	47	21.6%	23	10.6%	18	8.3%	78	35.8%	59	27.1%	68	31.2%
1個該当	48	27.7%	16	9.2%	44	25.4%	28	16.2%	18	10.4%	6	3.5%	52	30.1%	34	19.7%	37	21.4%
該当なし	135	20.6%	42	6.4%	125	19.1%	123	18.8%	51	7.8%	37	5.6%	154	23.5%	115	17.5%	78	11.9%
全体	243	23.2%	91	8.7%	220	21.0%	198	18.9%	92	8.8%	61	5.8%	284	27.1%	208	19.9%	183	17.5%

知的財産等の活用		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%
33	15.1%	111	50.9%	218	100.0%
16	9.2%	79	45.7%	173	100.0%
43	6.6%	364	55.5%	656	100.0%
92	8.8%	554	52.9%	1,047	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した10項目(「実績」～「知的財産等の活用」)のいずれにも○をつけなかった事業所を指す。

$\chi^2=123.247$ 自由度=22 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-33 クリエイティブ度×現在重要視している課題(1)取引先の開拓(問10(1)①)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	74	34.4%	61	28.4%	34	15.8%	26	12.1%	20	9.3%	215	100.0%
1個該当	38	22.8%	50	29.9%	41	24.6%	21	12.6%	17	10.2%	167	100.0%
該当なし	117	19.6%	213	35.7%	143	24.0%	85	14.3%	38	6.4%	596	100.0%
全体	229	23.4%	324	33.1%	218	22.3%	132	13.5%	75	7.7%	978	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=27.301$ 自由度=8 $p=0.001^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-34 クリエイティブ度×現在重要視している課題(2)イベントや展示会への出展(問10(1)②)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	20	9.5%	17	8.1%	51	24.2%	37	17.5%	86	40.8%	211	100.0%
1個該当	12	7.3%	18	10.9%	26	15.8%	27	16.4%	82	49.7%	165	100.0%
該当なし	26	4.4%	68	11.6%	136	23.2%	99	16.9%	256	43.8%	585	100.0%
全体	58	6.0%	103	10.7%	213	22.2%	163	17.0%	424	44.1%	961	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=14.418$ 自由度=8 $p=0.072$

図表6-2-3-35 クリエイティブ度×現在重要視している課題(3)海外市場への展開(問10(1)③)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	30	14.4%	27	12.9%	41	19.6%	23	11.0%	88	42.1%	209	100.0%
1個該当	12	7.4%	19	11.7%	26	16.0%	20	12.3%	85	52.5%	162	100.0%
該当なし	24	4.1%	66	11.2%	101	17.2%	72	12.3%	324	55.2%	587	100.0%
全体	66	6.9%	112	11.7%	168	17.5%	115	12.0%	497	51.9%	958	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=30.105$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-36 クリエイティブ度×現在重要視している課題(4)インバウンド需要・国際化への対応(問10(1)④)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	30	14.5%	35	16.9%	47	22.7%	22	10.6%	73	35.3%	207	100.0%
1個該当	13	8.1%	22	13.7%	37	23.0%	22	13.7%	67	41.6%	161	100.0%
該当なし	26	4.5%	69	11.8%	136	23.3%	68	11.6%	285	48.8%	584	100.0%
全体	69	7.2%	126	13.2%	220	23.1%	112	11.8%	425	44.6%	952	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=31.885$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-37 クリエイティブ度×現在重要視している課題(5)人脈やネットワークの拡大(問10(1)⑤)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	61	28.4%	74	34.4%	51	23.7%	8	3.7%	21	9.8%	215	100.0%
1個該当	36	21.6%	54	32.3%	47	28.1%	12	7.2%	18	10.8%	167	100.0%
該当なし	78	13.2%	229	38.6%	172	29.0%	67	11.3%	47	7.9%	593	100.0%
全体	175	17.9%	357	36.6%	270	27.7%	87	8.9%	86	8.8%	975	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=37.514$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-38 クリエイティブ度×現在重要視している課題(6)情報収集・分析力の強化(問10(1)⑥)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	72	34.0%	79	37.3%	41	19.3%	11	5.2%	9	4.2%	212	100.0%
1個該当	34	20.2%	50	29.8%	50	29.8%	21	12.5%	13	7.2%	168	100.0%
該当なし	64	10.9%	243	41.4%	189	32.2%	51	8.7%	40	6.8%	587	100.0%
全体	170	17.6%	372	38.5%	280	29.0%	83	8.6%	62	6.4%	967	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=69.581$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-39 クリエイティブ度×現在重要視している課題(7)情報発信力の強化(問10(1)⑦)

	積極的		やや積極的		どちらともいえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	67	31.6%	61	28.8%	55	25.9%	16	7.5%	13	6.1%	212	100.0%
1個該当	24	14.6%	50	30.5%	56	34.1%	17	10.4%	17	10.4%	164	100.0%
該当なし	49	8.4%	175	30.1%	224	38.5%	82	14.1%	52	8.9%	582	100.0%
全体	140	14.6%	286	29.9%	335	35.0%	115	12.0%	82	8.6%	958	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=72.466$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-40 クリエイティブ度×現在重要視している課題(8)注文への対応力の強化(問10(1)⑧)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	98	45.8%	67	31.3%	37	17.3%	7	3.3%	5	2.3%	214	100.0%
1個該当	46	27.9%	62	37.6%	42	25.5%	9	5.5%	6	3.6%	165	100.0%
該当なし	92	15.7%	289	49.4%	158	27.0%	22	3.8%	24	4.1%	585	100.0%
全体	236	24.5%	418	43.4%	237	24.6%	38	3.9%	35	3.6%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=80.844$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-41 クリエイティブ度×現在重要視している課題(9)顧客との価値共創(問10(1)⑨)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	126	59.7%	50	23.7%	29	13.7%	2	0.9%	4	1.9%	211	100.0%
1個該当	51	31.1%	50	30.5%	52	31.7%	6	3.7%	5	3.0%	164	100.0%
該当なし	107	18.3%	263	44.9%	169	28.8%	17	2.9%	30	5.1%	586	100.0%
全体	284	29.6%	363	37.8%	250	26.0%	25	2.6%	39	4.1%	961	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=135.237$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-42 クリエイティブ度×現在重要視している課題(10)日本や海外の文化の活用(問10(1)⑩)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	48	22.9%	42	20.0%	70	33.3%	18	8.6%	32	15.2%	210	100.0%
1個該当	23	14.0%	38	23.2%	51	31.1%	20	12.2%	32	19.5%	164	100.0%
該当なし	35	6.0%	83	14.2%	206	35.2%	89	15.2%	172	29.4%	585	100.0%
全体	106	11.1%	163	17.0%	327	34.1%	127	13.2%	236	24.6%	959	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=69.575$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-43 クリエイティブ度×現在重要視している課題(11)地域資源の活用(問10(1)⑪)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	27	13.1%	18	8.7%	78	37.9%	26	12.6%	57	27.7%	206	100.0%
1個該当	7	4.3%	18	11.1%	67	41.4%	26	16.0%	44	27.2%	162	100.0%
該当なし	16	2.7%	49	8.4%	229	39.1%	103	17.6%	188	32.1%	585	100.0%
全体	50	5.2%	85	8.9%	374	39.2%	155	16.3%	289	30.3%	953	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=36.896$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-44 クリエイティブ度×現在重要視している課題(12)従業員の確保(問10(1)⑫)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	43	20.1%	60	28.0%	60	28.0%	17	7.9%	34	15.9%	214	100.0%
1個該当	19	11.5%	42	25.5%	51	30.9%	24	14.5%	29	17.6%	165	100.0%
該当なし	83	13.9%	167	27.9%	210	35.1%	60	10.0%	78	13.0%	598	100.0%
全体	145	14.8%	269	27.5%	321	32.9%	101	10.3%	141	14.4%	977	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=14.834$ 自由度=8 $p=0.062$

図表6-2-3-45 クリエイティブ度×現在重要視している課題(13)従業員の教育・研修(問10(1)⑬)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	56	26.3%	64	30.0%	48	22.5%	13	6.1%	32	15.0%	213	100.0%
1個該当	18	11.0%	51	31.1%	55	33.5%	15	9.1%	25	15.2%	164	100.0%
該当なし	74	12.5%	193	32.6%	208	35.1%	50	8.4%	67	11.3%	592	100.0%
全体	148	15.3%	308	31.8%	311	32.1%	78	8.0%	124	12.8%	969	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=34.088$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-46 クリエイティブ度×現在重要視している課題(14)設備投資(問10(1)⑭)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	29	13.6%	47	22.1%	74	34.7%	24	11.3%	39	18.3%	213	100.0%
1個該当	4	2.4%	32	19.5%	57	34.8%	31	18.9%	40	24.4%	164	100.0%
該当なし	19	3.2%	113	19.3%	247	42.1%	110	18.7%	98	16.7%	587	100.0%
全体	52	5.4%	192	19.9%	378	39.2%	165	17.1%	177	18.4%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=47.791$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-47 クリエイティブ度×現在重要視している課題(15)新分野への進出(問10(1)⑮)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	39	18.4%	54	25.5%	53	25.0%	24	11.3%	42	19.8%	212	100.0%
1個該当	12	7.4%	34	20.9%	48	29.4%	21	12.9%	48	29.4%	163	100.0%
該当なし	23	3.9%	132	22.6%	201	34.4%	95	16.3%	133	22.8%	584	100.0%
全体	74	7.7%	220	22.9%	302	31.5%	140	14.6%	223	23.3%	959	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=54.566$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-48 クリエイティブ度×現在重要視している課題(16)資金繰り・資金調達(問10(1)⑯)

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	38	17.9%	28	13.2%	91	42.9%	21	9.9%	34	16.0%	212	100.0%
1個該当	13	7.9%	28	17.1%	67	40.9%	20	12.2%	36	22.0%	164	100.0%
該当なし	33	5.6%	105	17.8%	316	53.7%	51	8.7%	84	14.3%	589	100.0%
全体	84	8.7%	161	16.7%	474	49.1%	92	9.5%	154	16.0%	965	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=42.215$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-49 クリエイティブ度×現在重要視している課題(17)同業種との連携(問10(1)(17))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	29	13.7%	50	23.6%	64	30.2%	23	10.8%	46	21.7%	212	100.0%
1個該当	9	5.5%	43	26.1%	56	33.9%	27	16.4%	30	18.2%	165	100.0%
該当なし	43	7.3%	156	26.3%	233	39.3%	87	14.7%	74	12.5%	593	100.0%
全体	81	8.4%	249	25.7%	353	36.4%	137	14.1%	150	15.5%	970	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=25.926$ 自由度=8 $p=0.001^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-50 クリエイティブ度×現在重要視している課題(18)他業種との連携(問10(1)(18))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	35	16.8%	52	24.6%	66	31.3%	21	10.0%	37	17.5%	211	100.0%
1個該当	9	5.5%	33	20.0%	66	40.0%	21	12.7%	36	21.8%	165	100.0%
該当なし	21	3.6%	113	19.2%	246	41.8%	100	17.0%	108	18.4%	588	100.0%
全体	65	6.7%	198	20.5%	378	39.2%	142	14.7%	181	18.8%	964	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=53.033$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-51 クリエイティブ度×現在重要視している課題(19)文化機関(展示場等含む)との連携(問10(1)(19))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	25	11.9%	38	18.1%	59	28.1%	31	14.8%	57	27.1%	210	100.0%
1個該当	8	4.9%	19	11.7%	54	33.1%	34	20.9%	48	29.4%	163	100.0%
該当なし	14	2.4%	64	11.0%	209	36.0%	116	20.0%	178	30.6%	581	100.0%
全体	47	4.9%	121	12.7%	322	33.8%	181	19.0%	283	29.7%	954	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=40.553$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-52 クリエイティブ度×現在重要視している課題(20)周辺地域や商店街との連携(問10(1)(20))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	20	9.6%	19	9.1%	74	35.4%	22	10.5%	74	35.4%	209	100.0%
1個該当	3	1.8%	12	7.4%	44	27.0%	32	19.6%	72	44.2%	163	100.0%
該当なし	14	2.4%	51	8.7%	172	29.3%	131	22.3%	219	37.3%	587	100.0%
全体	37	3.9%	82	8.6%	290	30.2%	185	19.3%	365	38.1%	959	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=38.821$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-53 クリエイティブ度×現在重要視している課題(21)デザイナーとのコラボレーション(問10(1)(21))

	積極的		やや積極的		どちらとも いえない		やや消極的		消極的		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	38	18.4%	44	21.3%	61	29.5%	21	10.1%	43	20.8%	207	100.0%
1個該当	9	5.5%	37	22.6%	57	34.8%	16	9.8%	45	27.4%	164	100.0%
該当なし	22	3.8%	103	17.7%	193	33.2%	86	14.8%	177	30.5%	581	100.0%
全体	69	7.2%	184	19.3%	311	32.7%	123	12.9%	265	27.8%	952	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=57.789$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-54 クリエイティブ度×今後(も)取り組んでいく課題(問10(1))

	取引先の開拓		イベントや展示会への出展		海外市場への展開		インバウンド需要・国際化への対応		人脈やネットワークの拡大		情報収集・分析力の強化		情報発信力の強化		注文への対応力の強化		顧客との価値共創	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	74	33.9%	13	6.0%	30	13.8%	24	11.0%	68	31.2%	55	25.2%	53	24.3%	55	25.2%	56	25.7%
1個該当	52	30.1%	16	9.2%	21	12.1%	17	9.8%	41	23.7%	23	13.3%	36	20.8%	31	17.9%	25	14.5%
該当なし	203	30.9%	40	6.1%	42	6.4%	45	6.9%	137	20.9%	117	17.8%	97	14.8%	122	18.6%	111	16.9%
全体	329	31.4%	69	6.6%	93	8.9%	86	8.2%	246	23.5%	195	18.6%	186	17.8%	208	19.9%	192	18.3%

日本や海外の文化の活用		地域資源の活用		従業員の確保		従業員の教育・研修		設備投資		新分野への進出		資金繰り・資金調達		同業種との連携		他業種との連携	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
30	13.8%	11	5.0%	45	20.6%	49	22.5%	21	9.6%	37	17.0%	30	13.8%	20	9.2%	30	13.8%
13	7.5%	9	5.2%	29	16.8%	27	15.6%	18	10.4%	23	13.3%	16	9.2%	19	11.0%	23	13.3%
35	5.3%	29	4.4%	107	16.3%	114	17.4%	35	5.3%	74	11.3%	57	8.7%	60	9.1%	76	11.6%
78	7.4%	49	4.7%	181	17.3%	190	18.1%	74	7.1%	134	12.8%	103	9.8%	99	9.5%	129	12.3%

文化機関(展示場等含む)との連携		周辺地域や商店街との連携		デザイナーとのコラボレーション		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
19	8.7%	14	6.4%	24	11.0%	106	48.6%	218	100.0%
17	9.8%	9	5.2%	19	11.0%	82	47.4%	173	100.0%
39	5.9%	35	5.3%	45	6.9%	346	52.7%	656	100.0%
75	7.2%	58	5.5%	88	8.4%	534	51.0%	1,047	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した21項目「取引先の開拓」「イベントや展示会への出展」「海外市場への展開」「インバウンド需要・国際化への対応」「人脈やネットワークの拡大」「情報収集・分析力の強化」「情報発信力の強化」「注文への対応力の強化」「顧客との価値共創」のいずれにも○をつけなかった事業所を指す。

 $\chi^2=122.229$ 自由度=44 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表6-2-3-55 クリエイティブ度×人材に関する状況(問11)

	正社員の採用を重視している		アルバイト・パート等を重視している		従業員の採用が難しい		専門的な人材の確保が課題である		海外から専門的な人材を呼んでいる		従業員の定着が課題である		従業員が過剰である		従業員が不足している		個人クリエイターと契約している	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	117	54.4%	18	8.4%	75	34.9%	92	42.8%	13	6.0%	38	17.7%	1	0.5%	44	20.5%	51	23.7%
1個該当	77	46.4%	17	10.2%	51	30.7%	54	32.5%	1	0.6%	26	15.7%	1	0.6%	28	16.9%	37	22.3%
該当なし	307	49.4%	62	10.0%	257	41.4%	218	35.1%	7	1.1%	118	19.0%	8	1.3%	139	22.4%	91	14.7%
全体	501	50.0%	97	9.7%	383	38.2%	364	36.3%	21	2.1%	182	18.2%	10	1.0%	211	21.1%	179	17.9%

技術・技能の継承が課題である		社内研修(OJT含む)を重視している		外部研修を行っている		対象者はいるが研修は行っていない		人件費が高騰している		その他		特にない		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
61	28.4%	25	11.6%	16	7.4%	7	3.3%	31	14.4%	8	3.7%	13	6.0%	215	100.0%
39	23.5%	19	11.4%	7	4.2%	8	4.8%	22	13.3%	6	3.6%	20	12.0%	166	100.0%
158	25.4%	80	12.9%	32	5.2%	14	2.3%	93	15.0%	15	2.4%	67	10.8%	621	100.0%
258	25.7%	124	12.4%	55	5.5%	29	2.9%	146	14.6%	29	2.9%	100	10.0%	1,002	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=67.245 自由度=32 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-3-56 クリエイティブ度×事業所及び設備に関する課題(問12)

	機械・設備を増強したい		ソフトウェアを購入・更新したい		事業所が手狭になってきた		取引先や外注先へのアクセスが悪い		事業環境が悪い		設備投資のための資金が不足している		事業所の新設を検討している		事業所の移転を検討している		その他	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	32	15.7%	55	27.0%	38	18.6%	4	2.0%	1	0.5%	31	15.2%	12	5.9%	22	10.8%	16	7.8%
1個該当	18	11.3%	41	25.6%	22	13.8%	2	1.3%	4	2.5%	26	16.3%	5	3.1%	21	13.1%	7	4.4%
該当なし	97	16.8%	143	24.7%	80	13.8%	6	1.0%	21	3.6%	92	15.9%	16	2.8%	69	11.9%	19	3.3%
全体	147	15.6%	239	25.4%	140	14.9%	12	1.3%	26	2.8%	149	15.8%	33	3.5%	112	11.9%	42	4.5%

特にない		全体	
実数	%	実数	%
75	36.8%	204	100.0%
66	41.3%	160	100.0%
240	41.5%	578	100.0%
381	40.4%	942	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=26.636 自由度=20 p=0.146

図表6-2-3-57 クリエイティブ度×立地先の選定で重要視する項目(問13(1)①)

	取引先・顧客が多く存在する		在勤者が多い		若い人が多い		外国人が多い		交通の利便性が高い		知名度が高くブランド力がある		他社との連携が容易である		クリエイティブな人材が集まる		情報収集が容易である	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	89	40.8%	19	8.7%	15	6.9%	16	7.3%	151	69.3%	97	44.5%	52	23.9%	59	27.1%	51	23.4%
1個該当	72	41.6%	9	5.2%	8	4.6%	11	6.4%	112	64.7%	83	48.0%	28	16.2%	41	23.7%	27	15.6%
該当なし	272	41.5%	40	6.1%	29	4.4%	32	4.9%	401	61.1%	217	33.1%	105	16.0%	88	13.4%	96	14.6%
全体	433	41.4%	68	6.5%	52	5.0%	59	5.6%	664	63.4%	397	37.9%	185	17.7%	188	18.0%	174	16.6%

展示会等へのアクセスが良い		関連業種が多い		同業者が多い		支援策の充実		無回答		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
41	18.8%	41	18.8%	33	15.1%	18	8.3%	37	17.0%	218	100.0%
22	12.7%	27	15.6%	26	15.0%	10	5.8%	30	17.3%	173	100.0%
96	14.6%	110	16.8%	106	16.2%	37	5.6%	146	22.3%	656	100.0%
159	15.2%	178	17.0%	165	15.8%	65	6.2%	213	20.3%	1,047	100.0%

※「無回答」は、調査票に掲載した13項目(「取引先・顧客が多く存在する」～「支援策の充実」)のいずれにも○をつけなかった事業所を指す。
χ²=81.384 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-3-58 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(1)取引先・顧客が多く存在する(問13(1)②-1)

	満足		やや満足		どちらともいえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	67	51.1%	34	26.0%	26	19.8%	4	3.1%	0	0.0%	131	100.0%
1個該当	49	46.7%	33	31.4%	21	20.0%	0	0.0%	2	1.9%	105	100.0%
該当なし	126	32.2%	178	45.5%	66	16.9%	16	4.1%	5	1.3%	391	100.0%
全体	242	38.6%	245	39.1%	113	18.0%	20	3.2%	7	1.1%	627	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=29.981 自由度=8 p=0.000* *p<0.05

図表6-2-3-59 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(2)在勤者が多い(問13(1)②-2)

	満足		やや満足		どちらともいえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	13	17.6%	14	18.9%	40	54.1%	4	5.4%	3	4.1%	74	100.0%
1個該当	9	18.8%	4	8.3%	24	50.0%	7	14.6%	4	8.3%	48	100.0%
該当なし	15	8.4%	42	23.5%	104	58.1%	13	7.3%	5	2.8%	179	100.0%
全体	37	12.3%	60	19.9%	168	55.8%	24	8.0%	12	4.0%	301	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=16.700 自由度=8 p=0.033* *p<0.05

図表6-2-3-60 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(3)若い人が多い(問13(1)②-3)

	満足		やや満足		どちらともいえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	14	20.0%	12	17.1%	36	51.4%	6	8.6%	2	2.9%	70	100.0%
1個該当	6	12.5%	10	20.8%	25	52.1%	7	14.6%	0	0.0%	48	100.0%
該当なし	10	5.8%	32	18.5%	112	64.7%	16	9.2%	3	1.7%	173	100.0%
全体	30	10.3%	54	18.6%	173	59.5%	29	10.0%	5	1.7%	291	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=14.868 自由度=8 p=0.062

図表6-2-3-61 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(4)外国人が多い(問13(1)②-4)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	17	24.6%	12	17.4%	36	52.2%	2	2.9%	2	2.9%	69	100.0%
1個該当	8	15.4%	10	19.2%	30	57.7%	2	3.8%	2	3.8%	52	100.0%
該当なし	17	9.7%	37	21.1%	107	61.1%	11	6.3%	3	1.7%	175	100.0%
全体	42	14.2%	59	19.9%	173	58.4%	15	5.1%	7	2.4%	296	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=11.068$ 自由度=8 $p=0.198$

図表6-2-3-62 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(5)交通の利便性が高い(問13(1)②-5)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	130	71.0%	37	20.2%	13	7.1%	2	1.1%	1	0.5%	183	100.0%
1個該当	87	62.6%	41	29.5%	8	5.8%	3	2.2%	0	0.0%	139	100.0%
該当なし	292	57.7%	169	33.4%	37	7.3%	7	1.4%	1	0.2%	506	100.0%
全体	509	61.5%	247	29.8%	58	7.0%	12	1.4%	2	0.2%	828	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=13.871$ 自由度=8 $p=0.085$

図表6-2-3-63 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(6)知名度が高くブランド力がある(問13(1)②-6)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	91	66.9%	31	22.8%	12	8.8%	2	1.5%	0	0.0%	136	100.0%
1個該当	78	67.8%	27	23.5%	9	7.8%	0	0.0%	1	0.9%	115	100.0%
該当なし	146	44.1%	110	33.2%	66	19.9%	7	2.1%	2	0.6%	331	100.0%
全体	315	54.1%	168	28.9%	87	14.9%	9	1.5%	3	0.5%	582	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=35.65$ 自由度=8 $p=0.000$ * $p<0.05$

図表6-2-3-64 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(7)他社との連携が容易である(問13(1)②-7)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	36	36.0%	27	27.0%	32	32.0%	4	4.0%	1	1.0%	100	100.0%
1個該当	16	24.2%	20	30.3%	25	37.9%	3	4.5%	2	3.0%	66	100.0%
該当なし	53	22.1%	83	34.6%	92	38.3%	9	3.8%	3	1.3%	240	100.0%
全体	105	25.9%	130	32.0%	149	36.7%	16	3.9%	6	1.5%	406	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=8.907$ 自由度=8 $p=0.350$

図表6-2-3-65 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(8)クリエイティブな人材が集まる(問13(1)②-8)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	33	32.7%	36	35.6%	31	30.7%	1	1.0%	0	0.0%	101	100.0%
1個該当	26	32.9%	23	29.1%	25	31.6%	4	5.1%	1	1.3%	79	100.0%
該当なし	32	14.9%	55	25.6%	110	51.2%	14	6.5%	4	1.9%	215	100.0%
全体	91	23.0%	114	28.9%	166	42.0%	19	4.8%	5	1.3%	395	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=31.662$ 自由度=8 $p=0.000$ * $p<0.05$

図表6-2-3-66 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(9)情報収集が容易である(問13(1)②-9)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	35	36.8%	30	31.6%	28	29.5%	2	2.1%	0	0.0%	95	100.0%
1個該当	25	37.9%	17	25.8%	20	30.3%	3	4.5%	1	1.5%	66	100.0%
該当なし	36	15.9%	81	35.7%	98	43.2%	9	4.0%	3	1.3%	227	100.0%
全体	96	24.7%	128	33.0%	146	37.6%	14	3.6%	4	1.0%	388	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=25.692$ 自由度=8 $p=0.001$ * $p<0.05$

図表6-2-3-67 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(10)展示会等へのアクセスが良い(問13(1)②-10)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	31	36.0%	22	25.6%	27	31.4%	5	5.8%	1	1.2%	86	100.0%
1個該当	10	16.9%	17	28.8%	26	44.1%	5	8.5%	1	1.7%	59	100.0%
該当なし	47	21.5%	82	37.4%	80	36.5%	9	4.1%	1	0.5%	219	100.0%
全体	88	24.2%	121	33.2%	133	36.5%	19	5.2%	3	0.8%	364	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=14.316$ 自由度=8 $p=0.074$

図表6-2-3-68 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(11)関連業種が多い(問13(1)②-11)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	27	29.3%	24	26.1%	36	39.1%	5	5.4%	0	0.0%	92	100.0%
1個該当	14	21.2%	18	27.3%	26	39.4%	6	9.1%	2	3.0%	66	100.0%
該当なし	46	18.9%	85	35.0%	94	38.7%	16	6.6%	2	0.8%	243	100.0%
全体	87	21.7%	127	31.7%	156	38.9%	27	6.7%	4	1.0%	401	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=10.013$ 自由度=8 $p=0.264$

図表6-2-3-69 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(12)同業者が多い(問13(1)②-12)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	24	28.2%	21	24.7%	37	43.5%	2	2.4%	1	1.2%	85	100.0%
1個該当	12	18.5%	15	23.1%	28	43.1%	8	12.3%	2	3.1%	65	100.0%
該当なし	43	17.6%	75	30.6%	103	42.0%	16	6.5%	8	3.3%	245	100.0%
全体	79	20.0%	111	28.1%	168	42.5%	26	6.6%	11	2.8%	395	100.0%

※無回答は集計から除く。 $\chi^2=11.775$ 自由度=8 $p=0.162$

図表6-2-3-70 クリエイティブ度×港区での事業環境の評価(13) 支援策の充実(問13(1)②-13)

	満足		やや満足		どちらとも いえない		やや不満		不満		全体	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	7	10.3%	7	10.3%	39	57.4%	9	13.2%	6	8.8%	68	100.0%
1個該当	6	12.2%	6	12.2%	28	57.1%	6	12.2%	3	6.1%	49	100.0%
該当なし	10	5.6%	26	14.4%	121	67.2%	15	8.3%	8	4.4%	180	100.0%
全体	23	7.7%	39	13.1%	188	63.3%	30	10.1%	17	5.7%	297	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=7.870 自由度=8 p=0.446

図表6-2-3-71 クリエイティブ度×今後の行政への期待(問14)

	経営相談		知的財産権に関する相談・支援		専門家の派遣・あつせん		情報提供		情報発信の場の提供		イベント・展示会等の開催又は出展支援		発表の場の提供		事業紹介・マッチングの場の提供		事業資金等の助成等	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
2個以上該当	21	10.5%	35	17.5%	11	5.5%	35	17.5%	35	17.5%	23	11.5%	19	9.5%	51	25.5%	62	31.0%
1個該当	16	10.0%	15	9.4%	12	7.5%	39	24.4%	23	14.4%	27	16.9%	15	9.4%	32	20.0%	59	36.9%
該当なし	61	10.4%	43	7.3%	23	3.9%	98	16.7%	62	10.6%	72	12.3%	29	4.9%	114	19.5%	201	34.3%
全体	98	10.4%	93	9.8%	46	4.9%	172	18.2%	120	12.7%	122	12.9%	63	6.7%	197	20.8%	322	34.0%

チャレンジする人材や企業に対する融資		融資のあつせん		新たな技術導入への支援		クリエイティブな企業への表彰		人材交流の場の提供		同業種交流会の開催		異業種交流会の開催		人材の育成支援		文化機関との連携支援	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
33	16.5%	44	22.0%	23	11.5%	37	18.5%	23	11.5%	21	10.5%	28	14.0%	38	19.0%	29	14.5%
29	18.1%	39	24.4%	18	11.3%	5	3.1%	17	10.6%	13	8.1%	16	10.0%	24	15.0%	27	16.9%
84	14.3%	121	20.6%	47	8.0%	24	4.1%	50	8.5%	45	7.7%	73	12.5%	122	20.8%	55	9.4%
146	15.4%	204	21.6%	88	9.3%	66	7.0%	90	9.5%	79	8.4%	117	12.4%	184	19.5%	111	11.7%

周辺地域や商店街との連携支援		公的機関(学校等)との連携支援		その他		特にない		全体	
実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
27	13.5%	31	15.5%	12	6.0%	42	21.0%	200	100.0%
16	10.0%	13	8.1%	4	2.5%	27	16.9%	160	100.0%
49	8.4%	40	6.8%	15	2.6%	145	24.7%	586	100.0%
92	9.7%	84	8.9%	31	3.3%	214	22.6%	946	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=151.081 自由度=44 p=0.000* *p<0.05

平成30年5月

各 位

港区長 **武井 雅昭**

「港区におけるクリエイティブ産業に関する
アンケート調査」への御協力をお願い

日頃から、港区政に対し、御理解と御協力をいただき、誠にありがとうございます。

さて、このたび、港区では、区内のクリエイティブ産業関連事業所を対象に、アンケート調査を行うことになりました。

誠に勝手ながら、貴事業所に同封の調査票を送付させていただきます。

この調査は、貴事業所の概要、クリエイティブ活動の実施状況・課題、必要な行政サービス等についてお伺いし、これからの港区の産業振興施策、地域振興施策等に生かしていくことを目的として行うものです。

調査結果は、平成31年3月までにまとめて港区ホームページ等で公表する予定です。

御回答いただいた内容は、全て匿名で処理しますので、貴事業所が特定されることはありません。また、上記の目的以外に利用することはありません。

御多忙の中、お手数をお掛けして申し訳ありませんが、本調査の趣旨を御理解の上、皆様の御協力をお願い申し上げます。

アンケート用紙に御記入の上、同封の返信用封筒で、6月15日（金）までに御投函くださいますよう、お願い申し上げます。

※アンケート調査の送付に当たっては、NTTタウンページ株式会社の電話帳データを活用しています。

【問合せ先】

港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）
電話：03-3578-2567（平日9：00～17：00）

【所在地】

〒105-8511 港区芝公園 1-5-25
港区役所 4階

港区におけるクリエイティブ産業に関するアンケート調査

ご協力をお願い

この調査は、これからの港区の産業振興施策、地域振興施策等のある様子を検討するため、区内企業のクリエイティブ活動の実態を把握し港区におけるクリエイティブ産業の課題を明らかにすることを目的として、港区が実施するものです。
ご多忙のところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解のうえ、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

「クリエイティブ活動」とは？

・企画、設計、デザイン、開発、編集などの企業としての獨創性、創造性と密接に関係した活動を指します。

「クリエイティブ産業」とは？

・「クリエイティブ活動」に強く関連するような事業（例えば、芸術、舞台芸術、音楽、映画、ビデオ、写真、テレビ、ラジオ、アニメ、ゲーム、デザイン、ファッション、広告、出版、工芸、玩具、家具、ソフトウェア、観光、食などに関する事業）が中心である産業のことです。

【調査の対象について】

この調査では、港区内に立地し、クリエイティブ産業を構成しているかクリエイティブ活動を行っていると思われる事業所を「タウンページ」から抽出し、調査票をお送りさせていただきます。

【ご回答の取扱いについて】

ご回答いただいた内容は、全て匿名で処理しますので、貴事業所が特定されることはありません。また、上記の目的以外に利用することはありません。

【調査の結果について】

調査結果は、平成31年3月までに港区ホームページ等で公表する予定です。

【ご回答にあたって】

できるだけ経営者もしくは経営全般のわかる方にご回答をお願いいたします。なお、ご回答は、おわかりになる範囲で結構ですので、調査へのご協力のほどよろしくお願いいたします。

・平成30(2018)年5月1日現在でお答えください。

・**6月15日(金)まで**に、この回答用紙に記入し、同封の返信用封筒に入れて投函してください。

【問合せ先】港区政策創造研究所（港区 企画経営部 企画課 政策研究担当）

電話：03-5578-2567（平日 9:00～17:00）

【所在地】 〒105-8511 港区芝公園 1-5-25 港区役所4階

A. 事業の概要

問1 貴事業所の所在地についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 芝地区（芝・浜松町・三田1～3・海岸1～3・新橋・虎ノ門・愛宕）
2. 赤坂地区（赤坂・青山）
3. 麻布地区（麻布・六本木）
4. 高輪地区（三田4～5・高輪・白金・白金台）
5. 芝浦港南地区（港南・海岸2～3・芝浦・台場）
6. 港区外

問2 貴事業所についておたずねします。

(1) 貴事業所についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 単独事業所（他の場所に本社・本店や支社・支店を持たない事業所）
2. 本社・本店（他の場所に支社・支店を持ち、それらを統括する事業所）
3. 支社・支店（他の場所にある本社などの統括を受けている事業所）
4. その他（具体的に）

(2) 貴社の開業時期についておたずねします。

(1) 貴社が開業した（事業を開始した）時期をご記入ください。

（西暦） _____ 年

(2) 現在地に事業所を開業した時期についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 開業した時期と同じ
2. 開業した時期と異なる（西暦： _____ 年）

問3 貴社の経営形態についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 会社企業（資本金額： _____ 万円）
2. 個人経営
3. その他（医療法人、NPO法人など）

問4 貴事業所の現在の従業員数について回答欄にご記入ください。貴社が複数の事業所を持つ場合は、貴事業所単独での従業員数についてお答えください。

- | | |
|---------------------------------------|---------|
| (1) 正規従業員数
(正社員、代表、役員含む) | _____ 人 |
| (2) 非正規従業員数
(契約社員、派遣社員、パート、アルバイト等) | _____ 人 |

問5 経営者（法人の場合は法人代表）の方についておたずねします。

(1) 経営者の方の年齢についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|----------|---------|----------|
| 1. 30歳未満 | 2. 30歳代 | 3. 40歳代 |
| 4. 50歳代 | 5. 60歳代 | 6. 70歳以上 |

(2) 経営者の方の性別についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

問6 貴事業所の事業についてお答えください。
 (1) 貴事業所の主な事業についてお答えをお願いします。あてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|----------------|---------------------|---------------|
| 1. 飲食 | 2. IT・情報通信・ソフトウェア制作 | 3. 映像・コンテンツ制作 |
| 4. ファッション | 5. デザイン | 6. 観光・旅行・宿泊 |
| 7. 広告・イベント | 8. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア | 9. 出版・印刷 |
| 10. 文化・芸術・音楽 | 11. 建築設計 | 12. 製造・加工 |
| 13. その他 (具体的に) | | |

(2) 貴事業所が現在手掛けている主な事業の内容を具体的にご記入ください。
 例：広告用のグラフィック・デザインを設計・制作している。／販促品の企画・販売を行っている。

(3) 貴事業所から見た業界の特徴についてお答えをお願いします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。(複数回答可)

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. 価格競争が激しい | 2. 高級化が進んでいる |
| 3. 取引先が固定化されている | 4. 海外からの訪日客の取込みが課題である |
| 5. 企画・提案力が問われている | 6. 専門知識が問われている |
| 7. 人材の確保が難しい | 8. 従業員の教育・研修が重要である |
| 9. 事業所のロケーションが重要である | 10. 周辺地域との関係が重要である |
| 11. 同業種との連携が課題である | 12. 他業種との連携が課題である |
| 13. 業界が拡大傾向にある | 14. 業界が縮小傾向にある |
| 15. その他 (具体的に) | 16. 特になし |

問7 貴社の経営状況についてお答えをお願いします。
 (1) 直近年度の売上高についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|--------------|--------------------|-----------------|
| 1. 1,000万円未満 | 2. 1,000～3,000万円未満 | 3. 3,000万～1億円未満 |
| 4. 1～5億円未満 | 5. 5億円以上 | |

(2) 最近1～2年の売上についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|-----------|-----------|--------------------|
| 1. 増加した | 2. やや増加した | 3. 変わらない |
| 4. やや減少した | 5. 減少した | 6. 開業後間もないため比較できない |

(3) 採算状況についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | | | | |
|---------|-----------|---------|-----------|---------|
| 1. 黒字基調 | 2. やや黒字基調 | 3. ほぼ均衡 | 4. やや赤字基調 | 5. 赤字基調 |
|---------|-----------|---------|-----------|---------|

(4) 今後の事業予定について最もあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

- | | | |
|----------------|----------------|------------|
| 1. 事業規模の拡大 | 2. 同程度の事業規模で継続 | 3. 事業規模の縮小 |
| 4. 異なる事業領域への進出 | 5. その他 (具体的に) | |

B. クリエイティブ活動

問8 貴事業所の事業についてお答えをお願いします。以下に挙げる(1)～(4)の各プロセスについてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

	自社が請負		他社が請負		自社の業務と関係しない
	自社が中心になり事業を実施	自社が一部を外部へ委託	自社が中心になり事業を実施	他社が中心になり事業の一部を自社は一部受託	
(1) 事業全体の企画立案	1	2	3	4	5
(2) 事業全体のマネージメント	1	2	3	4	5
(3) 作品・商品・サービスの設計・デザイン	1	2	3	4	5
(4) 作品・商品・サービスの制作・生産	1	2	3	4	5

問9 現在の貴事業所の強みについてお答えをお願いします。以下のそれぞれの項目についてあてはまるものを、1～5から1つ選んで○をつけてください。また、それぞれの項目について、今後(も)強化したいと考えるものには、左列の空欄に○をつけてください。

	現在の貴事業所の強み					今後(も)強化したい
	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	あまりあてはまらない	あてはまらない	
(1) 実績	1	2	3	4	5	
(2) 企業理念	1	2	3	4	5	
(3) 知名度・ブランド力	1	2	3	4	5	
(4) 顧客や取引先へのPR力	1	2	3	4	5	
(5) ビジネスモデル	1	2	3	4	5	
(6) 価格競争力	1	2	3	4	5	
(7) 企画・提案力	1	2	3	4	5	
(8) 商品・サービス・技術の開発力	1	2	3	4	5	
(9) デザイン力	1	2	3	4	5	
(10) 知的財産等の活用	1	2	3	4	5	

問 10 貴事業所が事業を行う上で重要視している課題についておたずねします。
 (1) 以下のそれぞれの課題の現在の取組状況について該当するものを、1～5から1つ選んで○をつけてください。また、それぞれの項目について、今後(も)取組んでいきたいと考えているものには、左列の空欄に○をつけてください。

	現在の取組状況					今後(も)取組んでいく
	積極的	やや積極的	どちらともいえない	やや消極的	消極的	
(1) 取引先の開拓	1	2	3	4	5	
(2) イベントや展示会への出展	1	2	3	4	5	
(3) 海外市場への展開	1	2	3	4	5	
(4) インハウンド需要・国際化への対応	1	2	3	4	5	
(5) 人脈やネットワークの拡大	1	2	3	4	5	
(6) 情報収集・分析力の強化	1	2	3	4	5	
(7) 情報発信力の強化	1	2	3	4	5	
(8) 注文への対応力の強化	1	2	3	4	5	
(9) 顧客との価値共創	1	2	3	4	5	
(10) 日本や海外の文化の活用	1	2	3	4	5	
(11) 地域資源の活用	1	2	3	4	5	
(12) 従業員の確保	1	2	3	4	5	
(13) 従業員の教育・研修	1	2	3	4	5	
(14) 設備投資	1	2	3	4	5	
(15) 新分野への進出	1	2	3	4	5	
(16) 資金繰り・資金調達	1	2	3	4	5	
(17) 同業種との連携	1	2	3	4	5	
(18) 他業種との連携	1	2	3	4	5	
(19) 文化機関(展示場等含む)との連携	1	2	3	4	5	
(20) 周辺地域や商店街との連携	1	2	3	4	5	
(21) デザイナーとのコラボレーション	1	2	3	4	5	

(2) (1)でおたずねしたような課題に取組む上で、貴事業所が直面している問題があれば、具体的に書きください。

(例1) 自社の技術を高めるために他社や大学等との連携を模索しているが、見つからない。
 (例2) 設備投資を行いたい資金に余裕がないため、補助金の利用を検討している。

問 11 人材に関するおたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。(複数回答可)。

1. 正社員の採用を重視している
2. アルバイト・パート等を重視している
3. 従業員の採用が難しい
4. 専門的な人材の確保が課題である
5. 海外から専門的な人材を呼んでいる
6. 従業員の定着が課題である
7. 従業員が過剰である
8. 従業員が不足している
9. 個人クリエイターと契約している
10. 技術・技能の継承が課題である
11. 社内研修(OJT含む)を重視している
12. 外部研修を行っている
13. 対象者はいるが研修は行っていない
14. 人件費が高騰している
15. その他(具体的に)
16. 特にない

問 12 貴事業所及び設備に関する課題についておたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。(複数回答可)。

1. 機械・設備を増強したい
2. ソフトウェアを購入・更新したい
3. 事業所が手狭になってきた
4. 取引先や外注先へのアクセスが悪い
5. 事業環境が悪い
6. 設備投資のための資金が不足している
7. 事業所の新設を検討している
8. 事業所の移転を検討している
9. その他(具体的に)
10. 特にない

C. 港区への立地

- 問13 港区での事業環境についておたずねします。
 (1) 以下の(1)～(13)の項目についておたずねします。
 ① 立地先を選ぶにあたって、どのような項目を重要視しましたか。あてはまるものを全て選んで本枠内の空欄に○をつけてください。(複数回答可)
 ② ①で選んだ項目について、港区での事業環境としてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。(①で○をつけたなかった項目については、②で答えなくて結構です。)

	①重要視する項目	②港区での事業環境			
		やや満足	どちらとも言えない	やや不満	不満
(1)	取引先・顧客が多く存在する	2	3	4	5
(2)	在勤者が多い	2	3	4	5
(3)	若い人が多い	2	3	4	5
(4)	外国人が多い	2	3	4	5
(5)	交通の利便性が高い	2	3	4	5
(6)	知名度が高くブランド力がある	2	3	4	5
(7)	他社との連携が容易である	2	3	4	5
(8)	クリエイティブな人材が集まる	2	3	4	5
(9)	情報収集が容易である	2	3	4	5
(10)	展示会等へのアクセスが良い	2	3	4	5
(11)	関連業種が多い	2	3	4	5
(12)	同業者が多い	2	3	4	5
(13)	支離業の充実	2	3	4	5

(2) 貴事業所が現在の場所を選んだ理由について、具体的に書きください。

- (例1) 港区で働いていたことがあり、当時のつながりがあった。
 (例2) 立地条件や家賃等で適切な場所があった。

問14 今後の行政に期待したいことについておたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。(複数回答可)。

1. 経営相談	2. 知的財産権に関する相談・支援
3. 専門家の派遣・あつせん	4. 情報提供
5. 情報発信の場の提供	6. イベント・展示会等の開催又は出張支援
7. 発表の場の提供	8. 事業紹介・マッチングの場の提供
9. 事業資金等の助成等	10. チャレンジする人材や企業に対する融資
11. 融資のあつせん	12. 新たな技術導入への支援
13. クリエイティブな企業への表彰	14. 人材交流の場の提供
15. 同業種交流会の開催	16. 異業種交流会の開催
17. 人材の育成支援	18. 文化機関との連携支援
19. 周辺地域や商店街との連携支援	20. 公的機関(学校等)との連携支援
21. その他(具体的に)	22. 特にない

D. 最後に

問15 港区が企業のクリエイティブ活動を支援するにあたり、どのような点が重要だと思いますか。ご自由にお書きください。

アンケートは、以上で終了です。この用紙は、**6月15日(金)まで**に、同封の返信用封筒に入れ、郵をして投函してください。ご協力ありがとうございます。

ヒアリングご協力をお願い

港区では、今回皆様にご協力いただいたアンケート調査の結果を生かして、今後の区の産業振興施策、地域振興施策について検討していきます。その際、追加調査として企業様にご協力いただき、現在抱えている経営課題等について、さらに詳しくお聞きしたく考えています。

港区によるヒアリングにご協力していただける方は、下欄に企業名等をご記入ください。ご記入いただいた企業様に、電話・郵送等にてご相談させていただくことがあります。あらかじめご了承ください。
ご協力をお願いする企業様には、港区から追ってご連絡申し上げます。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

追加調査を受けたくない方は、以下の欄には何も記入しないでください。

※ヒアリングにご協力いただける方のみご記入ください。
※なお、本欄にご記入していただいた情報が公開されることはありません。

企業名	
所在地	〒
電話番号	
メールアドレス	@
ご記入者名	

港区におけるクリエイティブ産業に関するアンケート調査 (飲食業)

ご協力をお願い

この調査は、これからの港区の産業振興施策、地域振興施策等のあり様を検討するため、区内企業のクリエイティブ活動の実態を把握し港区におけるクリエイティブ産業の課題を明らかにすることを目的として、港区が実施するものです。
ご多忙のところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解のうえ、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

「クリエイティブ活動」とは？

・企画、設計、デザイン、開発、編集などの企業としての獨創性、創造性と密接に関連した活動を指します。

「クリエイティブ産業」とは？

・「クリエイティブ活動」に強く関連するような事業（例えば、芸術、舞台芸術、音楽、映画、ビデオ、写真、テレビ、ラジオ、アニメ、ゲーム、デザイン、ファッション、広告、出版、工芸、玩具、家具、ソフトウェア、観光、食などに関する事業）が中心である産業のことです。

【調査の対象について】

この調査では、港区内に立地し、クリエイティブ産業を構成しているかクリエイティブ活動を行っていると思われる事業所を「タウンページ」から抽出し、調査票をお送りさせていただきます。

【ご回答票の取扱いについて】

ご回答いただいた内容は、全て匿名で処理しますので、貴事業所が特定されることはありません。また、上記の目的以外に利用することはありません。

【調査の結果について】

調査結果は、平成31年3月までに港区ホームページ等で公表する予定です。

【ご回答にあたって】

できるだけ経営者もしくは経営全般のわかる方にご回答をお願いいたします。なお、ご回答は、おわかりになる範囲で結構ですので、調査へのご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

・平成30(2018)年5月1日現在でお答えください。

・**6月15日(金)まで**に、この回答用紙に記入し、同封の返信用封筒に入れて投函してください。

【問合せ先】港区政策創造研究所(港区 企画経営部 企画課 政策研究担当)

電話:03-5578-2567(平日 9:00~17:00)

【所在地】〒105-8511 港区芝公園 1-5-25 港区役所4階

A. 事業の概要

問1 貴事業所(店舗)の所在地についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 芝地区(芝・浜松町・三田1~3・海岸1・新橋・虎ノ門・愛宕)
2. 赤坂地区(赤坂・青山)
3. 麻布地区(麻布・六本木)
4. 高輪地区(三田4~5・高輪・白金・白金台)
5. 芝浦港南地区(港南・海岸2~3・芝浦・台場)
6. 港区外

問2 貴事業所(店舗)についておたずねします。

(1) 貴事業所(店舗)についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 単独事業所(他の場所に本社・本店や支社・支店を持たない事業所)
2. 本社・本店(他の場所に支社・支店を持ち、それらを統括する事業所)
3. 支社・支店(他の場所にある本社などの統括を受けている事業所)
4. その他(具体的に)

(2) 貴社の開業時期についておたずねします。

① 貴社が開業した(事業を開始した)時期をご記入ください。

(西暦) _____年

② 現在地に事業所(店舗)を開設した時期についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 開業した時期と同じ
2. 開業した時期と異なる(西暦: _____年)

問3 貴社の経営形態についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 会社企業(資本金額: _____万円)
2. 個人経営
3. その他(医療法人、NPO法人など)

問4 貴事業所(店舗)の現在の従業員数について回答欄にご記入ください。貴社が複数の事業所(店舗)を持つ場合には、**貴事業所(店舗)単独での従業員数**についてお答えください。

- | | |
|---------------------------------------|--------|
| (1) 正規従業員数
(正社員、代表・役員含む) | _____人 |
| (2) 非正規従業員数
(契約社員、派遣社員、パート、アルバイト等) | _____人 |

問5 経営者(法人の場合は法人代表)の方についておたずねします。

(1) 経営者の方の年齢についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 30歳未満
2. 30歳代
3. 40歳代
4. 50歳代
5. 60歳代
6. 70歳以上

(2) 経営者の方の性別についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 男性
2. 女性

図6 主な事業の内容についてお答えください。
 (1) 貴事業所(店舗)が提供するサービスの内容に最も近いものを、1つ選んで○をつけてください。

1. レストラン	2. 創作料理
3. 日本料理	4. 海外の専門料理 (詳細な国・地域)
5. 酒類の提供 (バー・居酒屋等)	6. カフェ
7. その他 (具体的に)	

(2) 貴事業所(店舗)のメニュー・サービス等の特徴について、ご記入ください。

例：泡盛の品揃えが充実した沖縄料理の専門店である。ノースポーツを観戦しながら飲食が可能である。

(3) 貴事業所(店舗)から見た飲食業界の特徴についておたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください(複数回答可)。

1. 価格競争が激しい	2. 高級化が進んでいる
3. 顧客が固定化されている	4. 海外からの訪日客の取込みが課題である
5. 企画・提案力が問われている	6. 専門知識が問われている
7. 人材の確保が難しい	8. 従業員の教育・研修が重要である
9. 店舗のロケーションが重要である	10. 周辺地域との関係が重要である
11. 他の飲食店との連携が課題である	12. 飲食業以外の業種との連携が課題である
13. 業界が拡大傾向にある	14. 業界が縮小傾向にある
15. その他 (具体的に)	16. 特になし

図7 貴社の経営状況についておたずねします。
 (1) 直近年度の売上高についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 1,000万円未満	2. 1,000～3,000万円未満	3. 3,000万～1億円未満
4. 1～5億円未満	5. 5億円以上	

(2) 最近1～2年の売上についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 増加した	2. やや増加した	3. 変わらない
4. やや減少した	5. 減少した	6. 開業後間もないため比較できない

(3) 採算状況についてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 黒字基調	2. やや黒字基調	3. ほぼ均衡	4. やや赤字基調	5. 赤字基調
---------	-----------	---------	-----------	---------

(4) 今後の事業予定について最もあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。

1. 事業規模の拡大	2. 同程度の事業規模で継続	3. 事業規模の縮小
4. 異なる事業領域への進出	5. その他 (具体的に)	

B. クリエイティブ活動

図8 貴事業所(店舗)の特徴や提供する料理等の特徴についておたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください(複数回答可)。

1. メニューやサービスのオリジナリティ	2. 健康的
3. 料理や酒類のコンピネーション	4. 食材
5. ストーリー性	6. 意外性
7. 日本の伝統文化	8. 日本の地方の食文化
9. 海外文化	10. 音楽・スポーツ・アニメ等のテーマ性
11. 食器へのこだわり	12. 調理設備
13. 店舗の内装	14. 店舗の外観
15. その他 (具体的に)	16. 特になし

図9 貴事業所(店舗)の強みについておたずねします。以下のそれぞれの項目についてあてはまるものを、1～5から1つ選んで○をつけてください。また、それぞれの項目について、今後(も)強化したいと考えているものには、右列の空欄に○をつけてください。

	現在の貴事業所(店舗)の強み					今後(も)強化したい
	あてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	あまりあてはまらない	あてはまらない	
(1) 実績	1	2	3	4	5	
(2) 企業理念	1	2	3	4	5	
(3) 知名度・ブランド力	1	2	3	4	5	
(4) 顧客や取引先へのPR力	1	2	3	4	5	
(5) ビジネスモデル	1	2	3	4	5	
(6) 価格競争力	1	2	3	4	5	
(7) メニュー・料理のコンセプト	1	2	3	4	5	
(8) メニュー・料理の開発力	1	2	3	4	5	
(9) メニュー・料理の創造性	1	2	3	4	5	
(10) 店舗・内装のデザイン	1	2	3	4	5	

問 10 貴事業所（店舗）が事業を行う上で重要視している課題についておたずねします。
 (1) 以下のそれぞれの課題の現在の取組状況について該当するものを、1～5から1つ選んで○をつけてください。また、それぞれの項目について、今後（も）取組んでいきたいと考えているものには、左列の空欄に○をつけてください。

	現在の取組状況					今後（も） 取組んでいく
	積極的	やや積極的	どちらとも いえない	やや消極的	消極的	
(1) 顧客の開拓	1	2	3	4	5	
(2) イベントやコンテストへの出展	1	2	3	4	5	
(3) 海外市場への展開	1	2	3	4	5	
(4) インバウンド需要・国際化への対応	1	2	3	4	5	
(5) 人脈やネットワークの拡大	1	2	3	4	5	
(6) 料理・酒類・食材等に関する情報の収集	1	2	3	4	5	
(7) 顧客に関する情報の収集	1	2	3	4	5	
(8) 顧客のニーズ等に関する情報の分析	1	2	3	4	5	
(9) 情報発信力の強化	1	2	3	4	5	
(10) 注文への対応力の強化	1	2	3	4	5	
(11) 従業員の確保	1	2	3	4	5	
(12) 従業員の教育・研修	1	2	3	4	5	
(13) 店舗の雰囲気へのこだわり	1	2	3	4	5	
(14) コンセプトの強化	1	2	3	4	5	
(15) 食器・調理設備等への投資	1	2	3	4	5	
(16) 資金繰り・資金調達	1	2	3	4	5	
(17) 他の飲食店との連携	1	2	3	4	5	
(18) 飲食業以外の業種との連携	1	2	3	4	5	
(19) 周辺地域や商店街との連携	1	2	3	4	5	
(20) 類似店との差別化	1	2	3	4	5	
(21) 創造性・創造力の強化	1	2	3	4	5	

(2) (1)でおたずねしたような課題に取組む上で、貴事業所（店舗）が直面している問題があれば、具体的に書きください。

(例) インバウンドへ対応したいが、スタッフやメニューなど外国語対応がうまくいかない。

問 11 人材に関するおたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。（複数回答可）。

1. 正社員の採用を重視している
2. アルバイト・パート等を重視している
3. 従業員の採用が難しい
4. 専門的な人材の確保が課題である
5. 海外から専門的な人材を呼んでいる
6. 従業員の定着が課題である
7. 従業員が過剰である
8. 従業員が不足している
9. 店舗の内装等をデザイナーに委託している
10. 技術・技能の継承が課題である
11. 社内研修（OJT含む）を重視している
12. 外部研修を行っている
13. 対象者はいるが研修は行っていない
14. 人件費が高騰している
15. その他（具体的に）
16. 特にない

問 12 貴事業所（店舗）及び設備に関する課題についておたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。（複数回答可）。

1. 調理設備を増強したい
2. 食器等をリニューアルしたい
3. 内装をリニューアルしたい
4. 店舗の雰囲気・コンセプトを一新したい
5. 店舗へのアクセスに不満がある
6. 事業環境が悪い
7. 店舗が手狭になってきた
8. 設備投資のための資金が不足している
9. 新店舗の出店を検討している
10. 店舗の移転を検討している
11. その他（具体的に）
12. 特にない

C. 港区への立地

問 13 港区での事業環境についておたずねします。
 (1) 以下の(1)～(13)の項目についておたずねします。
 ① 立地先を選ぶにあたって、どのような項目を重要視しましたか。あてはまるものを全て選んで本枠内の空欄に○をつけてください。(複数回答可)
 ② ①で選んだ項目について、港区での事業環境としてあてはまるものを、1つ選んで○をつけてください。(①で○をつけたなかった項目については、②で答えなくて結構です。)

	①重要視する項目	②港区での事業環境				
		やや満足	どちらとも言えない	やや不満	不満	
(1)	取引先・顧客が多く存在する	1	2	3	4	5
(2)	在勤者が多い	1	2	3	4	5
(3)	若い人が多い	1	2	3	4	5
(4)	外国人が多い	1	2	3	4	5
(5)	観光客が多い	1	2	3	4	5
(6)	交通の利便性が高い	1	2	3	4	5
(7)	知名度が高くブランド力がある	1	2	3	4	5
(8)	他社との連携が容易である	1	2	3	4	5
(9)	クリエイティブな人材が集まる	1	2	3	4	5
(10)	情報収集が容易である	1	2	3	4	5
(11)	関連業種が多い	1	2	3	4	5
(12)	同業者が多い	1	2	3	4	5
(13)	支離業の充実	1	2	3	4	5

(2) 貴事業所が現在の場所を選んだ理由について、具体的に書きください。

(例1) 港区で働いていたことがあり、当時のつながりがあった。
 (例2) 立地条件や家賃等で適切な場所があった。

問 14 今後の行政に期待したいことについておたずねします。あてはまるものを全て選んで○をつけてください。(複数回答可)。

- | | |
|--------------------|------------------------|
| 1. 経営相談 | 2. 知的財産権に関する相談・支援 |
| 3. 専門家の派遣・あつせん | 4. 情報提供 |
| 5. 情報発信の場の提供 | 6. イベント・展示会等の開催又は出展支援 |
| 7. 発表の場の提供 | 8. 事業紹介・マッチングの場の提供 |
| 9. 事業資金等の助成等 | 10. チャレンジする人材や企業に対する融資 |
| 11. 融資のあつせん | 12. 新たな技術導入への支援 |
| 13. クリエイティブな企業への表彰 | 14. 人材交流の場の提供 |
| 15. 同業種交流会の開催 | 16. 異業種交流会の開催 |
| 17. 人材の育成支援 | 18. 文化機関との連携支援 |
| 19. 周辺地域や商店街との連携支援 | 20. 公的機関(学校等)との連携支援 |
| 21. その他(具体的に) | 22. 特にない |

D. 最後に

問 15 港区が企業のクリエイティブ活動を支援するにあたり、どのような点が重要だと思いますか。ご自由にお書きください。

アンケートは、以上で終了です。この用紙は、**6月15日(金)まで**に、同封の返信用封筒に入れ、封をして投函してください。ご協力ありがとうございます。

ヒアリングご協力のお願い

港区では、今回皆様にご協力いただいたアンケート調査の結果を生かして、今後の区の産業振興施策、地域振興施策について検討していきます。その際、追加調査として企業様にご協力いただき、現在抱えている経営課題等について、さらに詳しくお聞きしたく考えています。

港区によるヒアリングにご協力していただける方は、下欄に企業名等をご記入ください。ご記入いただいた企業様に、電話・郵送等にてご相談させていただきます。あらかじめご了承ください。

ご協力をお願いする企業様には、港区から追ってご連絡申し上げます。どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

追加調査を受けたくない方は、以下の欄には何も記入しないでください。

※ヒアリングにご協力いただける方のみご記入ください。
※なお、本欄にご記入していただいた情報が公開されることはありません。


企業名	
所在地	〒
電話番号	
メールアドレス	@
ご記入者名	

1 依頼用（角形2号）

港区役所からのアンケートのお願い

このアンケートは港区の政策を検討するための調査です。ぜひ、ご回答ください。

ご回答いただいたアンケートは、同封されている封筒（切手不要）にて平成30年6月15日（金）までにご投函ください。

 **港区 MINATO CITY**

港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）

〒105-8511
東京都港区芝公園一丁目5番25号

☎ 03(3578)2111（代表） 内線2567（直通）

<http://www.city.minato.tokyo.jp>

区の木 ハナミズキ 区の花 アジサイ バラ

2 返信用（長形3号）

料金受取人払郵便
芝居承認
6209
差出有効期間
平成30年7月
31日まで

1058790
141

港区役所 企画課
港区政策創造研究所 行

東京都港区芝公園1丁目5番25号

「港区におけるクリエイティブ産業に関するアンケート調査」への御協力のお礼

日頃から、港区政に対し、御理解と御協力をいただき、誠にありがとうございます。

さて、5月下旬に、「港区におけるクリエイティブ産業に関するアンケート調査」の調査票を送付させていただきました。

御回答いただきました方には、大変お忙しい中、御協力をいただき、ありがとうございました。

調査結果は、平成31年3月までにまとめて港区ホームページ等で公表する予定です。

皆様の貴重な御意見は、今後の港区の産業振興施策、地域振興施策等にできる限り生かして参ります。

結びに、皆様の益々の御健勝、御活躍を心からお祈り申し上げます。

平成30年6月
港区長 武井雅昭

なお、アンケート調査票を、まだ、お手元にお持ちの方がおいでになりましたら、恐縮ですが、6月15日(金)までに御投函くださいますよう、お願い申し上げます。

【問合せ先】

港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）
〒105-8511 港区芝公園 1-5-25 港区役所 4階
電話：03-3578-2567（平日9：00～17：00）

1 政策研究会によるクリエイティブ産業フィールド調査

(1) 政策研究会と特別研究員

港区政策創造研究所が実施している政策研究会は、職員の政策形成能力の向上を目的としており、毎年度異なったテーマについて月1回程度の研究活動を行っている。政策研究会は、港区政策創造研究所の4つの機能（資料9参照）の一つである「人材育成機能」に当たる。

政策研究会で研究活動を行うのが特別研究員であり、特別研究員は入区後おおむね10年以内の職員を対象として全庁から募集を行っている。

(2) 平成30年度政策研究会の活動内容

平成30年度の政策研究会では、本報告書の本編（I～V章）で記載している港区政策創造研究所が実施した「港区におけるクリエイティブ産業実態調査」（以下「港区クリエイティブ産業調査」という。）と関連し、港区内のクリエイティブ産業15事業所に赴き、代表者に直接聞き取り調査を行い、その聞き取り結果について分析を行った。

平成30年度の特別研究員は庁内各部署から8人の職員が参加し、全13回の活動（第7回から第11回まで）で、クリエイティブ産業フィールド調査の企画、実施及び分析を行った（資料8参照）。

2 クリエイティブ産業フィールド調査の概要

(1) 調査の目的

クリエイティブ産業フィールド調査では、「港区クリエイティブ産業調査」だけでは把握できないクリエイティブ産業事業者の“生の声”について、テーマを設けて聞き取り、分析し、港区らしいクリエイティブ産業とは何であるのかを明らかにすることを目的とした。

(2) 調査対象事業所

港区にあるクリエイティブ産業に該当する全事業所のうち、「港区クリエイティブ産業調査」の調査票9ページでヒアリング協力依頼を行い、企業名、連絡先等をご記入いただいた事業所に協力を依頼した。

(3) 調査の方法

事業所リストを基に、特別研究員が電話で事前に聞き取り調査への協力依頼と日程調整を行って調査日を決定し、グループ毎に調査に伺った。

グループ分けについては、調査結果を分析する際のテーマを、「きっかけ」、「連携」の2テーマに分け、2つのグループごとに行った。調査の際は、テーマごとに作成した調査票を元に、それぞれのグループで7～8事業所に聞き取りを行った。

3 クリエイティブ産業フィールド調査の実施日時（★はグループリーダー；行政順）

チームきっかけ

滑川 綾、和田 志穂、★土居 達矢、島田 航輔

調査実施日	調査時間	業種	企業形態
11月 5日	9:30～10:30	ファッション	株式会社
11月 5日	11:15～11:50	その他	株式会社
11月13日	10:30～11:50	その他	株式会社
11月13日	14:00～15:25	デザイン	株式会社
11月14日	10:00～10:55	製造・加工	株式会社
11月19日	14:30～15:00	デザイン	有限会社
11月19日	16:00～16:45	その他	株式会社
12月 4日	15:00～16:10	その他	株式会社

Team 連携

渡邊 裕輝、清水 真理恵、★大楠 知明、小山 智晴

調査実施日	調査時間	業種	企業形態
11月 2日	16:02~16:34	デザイン	株式会社
11月 7日	16:00~17:05	デザイン	株式会社
11月 8日	10:00~10:45	観光・旅行・宿泊	株式会社
11月 8日	14:00~14:45	建築設計	有限会社
11月 9日	13:00~14:05	広告・イベント	株式会社
11月 9日	15:00~16:10	IT・情報通信・ソフトウェア制作	株式会社
11月16日	15:00~15:35	IT・情報通信・ソフトウェア制作	株式会社

※業種は、「港区クリエイティブ調査」の業種と連動している。

4 クリエイティブ産業フィールド調査の分析

クリエイティブ産業フィールド調査の分析は、第6回政策研究会（10月）から第11回政策研究会（1月）で行った。なお、政策研究会以外でも、グループごとに自主的に集まり分析を行った。

(1) きっかけグループの分析結果

8事業所について、きっかけをテーマにした質問で得られた結果について分析を行った。

ア 調査の目的

第3次港区産業振興プランの目標である「港区の強みを生かした産業の活性化と新たな産業の創造・育成」のもと、港区の強みである、クリエイティブ産業の集積を活かし、産業の活性化を図るためには、企業のクリエイティブ活動の現状を見る必要がある。人材、他企業との関係、クリエイティブな発想の源泉という三つの側面に注目し、聞き取り調査を行った。

イ 訪問事業所の概要

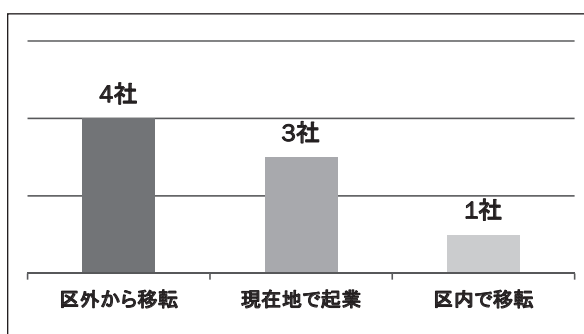
聞き取り調査に協力してもよいと回答した事業所の中から、クリエイティブ性を特に強く感じた事業所8社に聞き取り調査を行った。

(ア) 事業の内容

ファッション、オーダーキッチン、雑貨、建築設計、製造業、店舗デザイン、デザイン業、専門サービスで、8事業所全てが異なる事業内容であった。

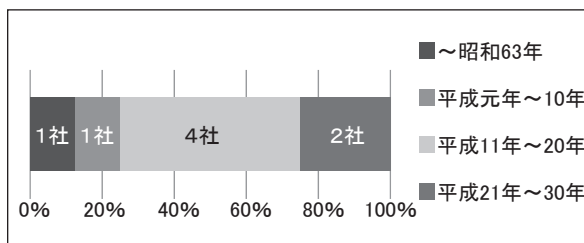
(イ) 事業所の場所

図表6-7-1 事業所の場所



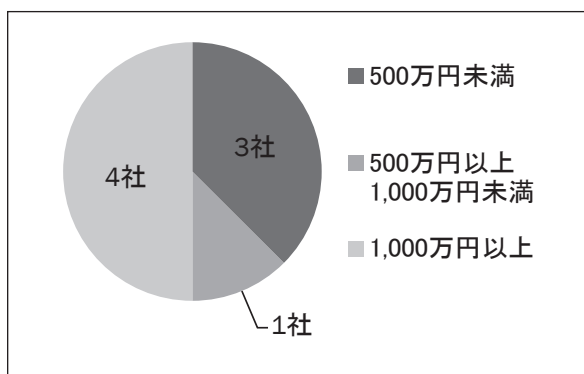
(ウ) 法人設立年

図表6-7-2 法人設立年



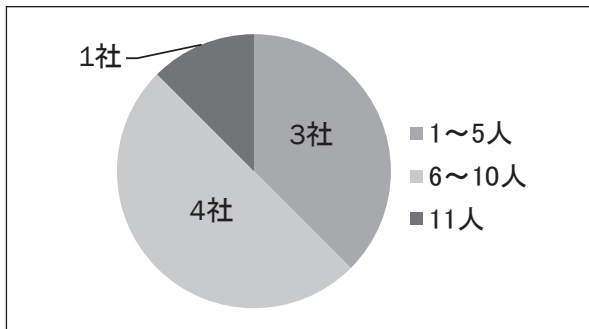
(エ) 資本金

図表6-7-3 資本金



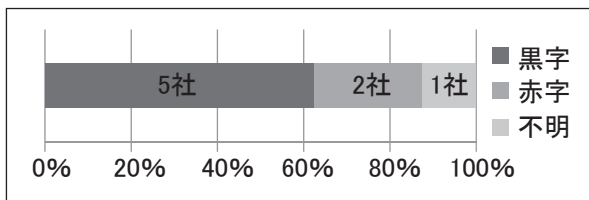
(オ) 従業者数

図表6-7-4 従業者数



(カ) 経営状況

図表6-7-5 経営状況



ウ 調査結果

(ア) 人材に関する課題

8事業所の特徴的な意見をまとめたものが図表6-7-6である。

特徴的な意見としては、「経験者採用が望ましいが、なかなか適した人材が見つからない」、「事業所のスペースがなく、まだ事務の方を雇うほどの余裕がないため、採用は見送っている」などがあつた。

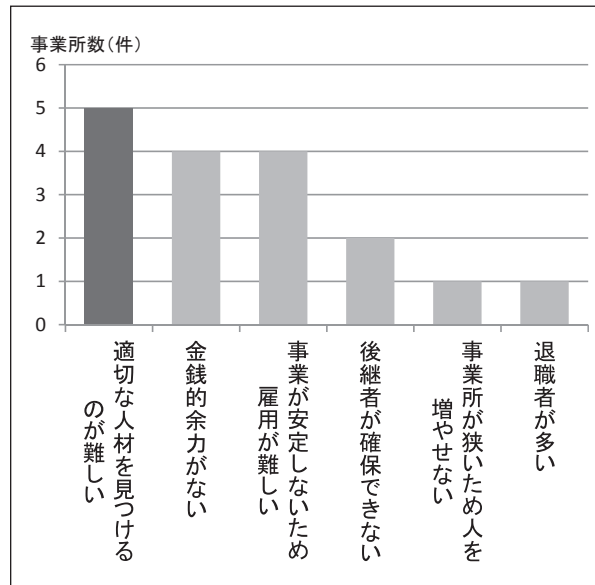
見えてきた特徴としては、専門的なスキルが求められることや企業の設立年次が浅く、事業が安定していないこと等の事情によって、クリエイティブ企業では、人材の確保や育成等課題を抱えているところが多いことが考えられる。

(イ) 他企業との関係

8事業所全てで、交流の経験があつた。現在も交流がある事業所は、展示会、協会・学会、自ら主催することでの交流であり、過去に交流があつた事業所は、区の交流会や自ら主催する、であつた。

現在、自ら主催していない理由として、「SNSの発達により、交流会という形でなくても情報

図表6-7-6 人材に関する課題（複数回答）



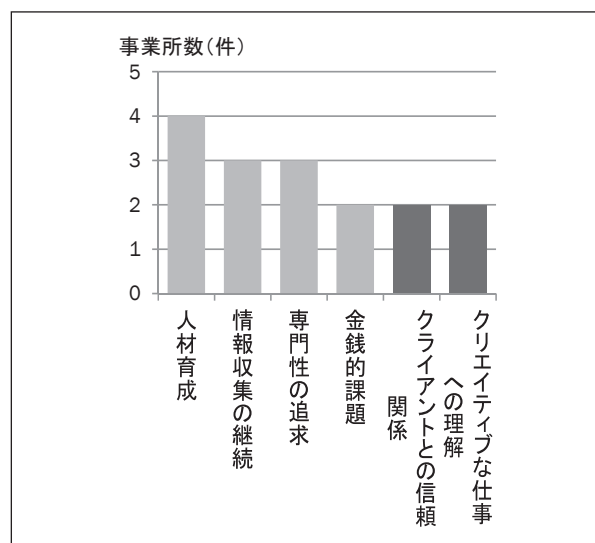
共有ができるため、開催はしていない」、「取引につながらず、やめてしまった」などがあつた。

(ウ) クリエイティブ活動の課題

8事業所の特徴的な意見をまとめたものが図表6-7-7である。

特徴的な意見としては、「クリエイティブ性という形のないものを提供しているので、クライアントとの信頼関係を構築するのは重要」、「フェイストゥフェイスのコミュニケーションを重視」、「形のないものへの理解が日本の風土としてまだ

図表6-7-7 クリエイティブ活動の課題（複数回答）



乏しい」などがあつた。

見えてきた特徴としては、クリエイティブな仕事は「形のないもの」であるがゆえの課題として、クライアントとの信頼関係や、クリエイティブな仕事への理解があつた。また、クリエイティブな活動をする上での課題としては、人材育成、情報収集の継続、専門性の追求、金銭的課題があることが考えられる。

エ 調査結果のまとめ

(ア) 人材に関する課題について

従業者数や事業者数の多さから、クリエイティブな人材が集まっていると予想したが、実際は課題として、適切な人材の雇用を挙げる企業が多かつた。

(イ) 他企業との関係について

港区の立地を生かし、他企業との交流が盛んと予想したが、実際はすべての企業で交流の経験があり、自ら交流会を主宰するケースもあつたものの、現在は行っていない企業が多かつた。

(ウ) クリエイティブ活動の課題について

クリエイティブな活動をする上で、人材や情報収集、金銭的な面で課題があると予想したが、実際は予想した課題のほかに、「クライアントとの信頼関係」という点を重視している企業があつた。

オ 感じたこと

(ア) 人材に関する課題について

各企業の求める人材に様々なこだわり（専門スキル等）があり、なかなか採用に関してうまくいかないことが多いのではないかと感じた。また、仕事の忙しさに波がある企業が多く、採用へのタイミングの難しさも障害となっているのではないかと、感じた。

(イ) 他企業との関係について

取り引きに繋がらないことや、参加する時間・余力がないことなど、どの企業も交流会の優先度が低いのではないかと感じた。また、SNSの発達による交流会の需要減少は、特に重視すべきこ

とではないかと思われる。

(ウ) クリエイティブ活動の課題について

フェイストゥフェイスのコミュニケーション、人間的な付き合いを重視している企業があることや、クリエイティブな仕事に対する理解を課題に挙げている企業もあり、クリエイティブ産業において信頼性は重大な意味を持っているのではないかと思われる。

カ 今後の展望

これからの港区のクリエイティブ産業の見通しと対策を考えた。

見通しの1つ目が、人材不足の状況に対して、企業間での連携によって乗り越えていくこと、2つ目が、企業間の交流の場が、SNSへと変化しつつあること、3つ目が経済のクリエイティブ化が進むほど、企業間の信頼関係が重要となる、というような形になっていくのではないかと考えられる。

その対策として、今後、企業間の連携が一層重要になっていく中で、企業同士が交流できる場をSNSの場でも展開していくことで、よりクリエイティブな発想を生み出してもらい、港区の産業の活性化を図っていくことができるのではないかと考えられる。

(2) 連携グループの分析結果

7事業所について、連携をテーマにした質問で得られた結果について分析を行った。

ア 調査の目的

第3次港区産業振興プランの目標である「港区の強みを生かした産業の活性化と新たな産業の創造・育成」をもとに、港区の強みのひとつであるクリエイティブ産業のさらなる活性化のため、現状を把握するために「連携」に焦点を当てた。

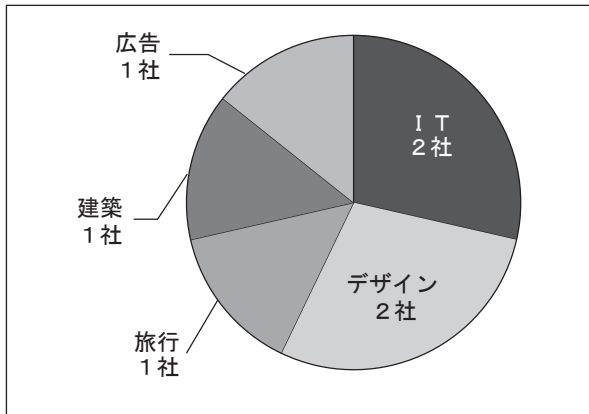
クリエイティブ産業のイメージから、個人のアイデアや発想、センスを必要とする産業であり、ひとつひとつの企業が小規模となるため、連携を必要としているのではないかと考え、同業種、他業種、地域組織・文化機関との連携について聞

き取り調査を行った。

イ 訪問事業所の概要

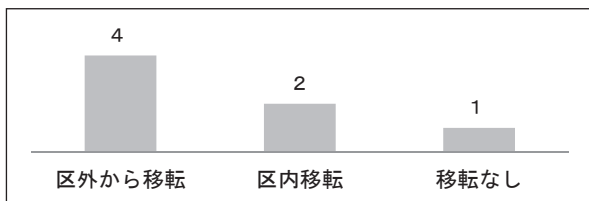
(ア) 事業の内容

図表6-7-8 事業の内容



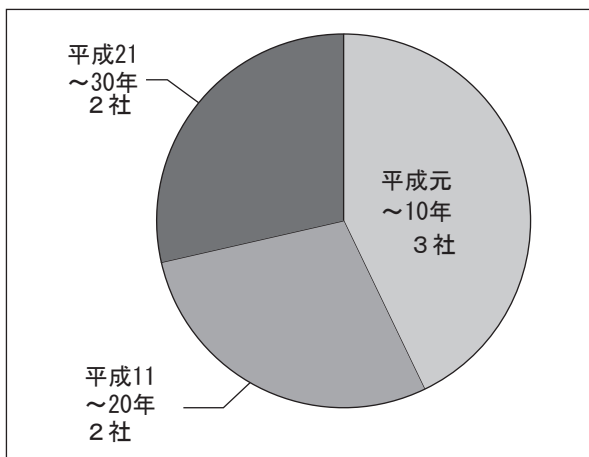
(イ) 事業所の場所

図表6-7-9 事業所の場所



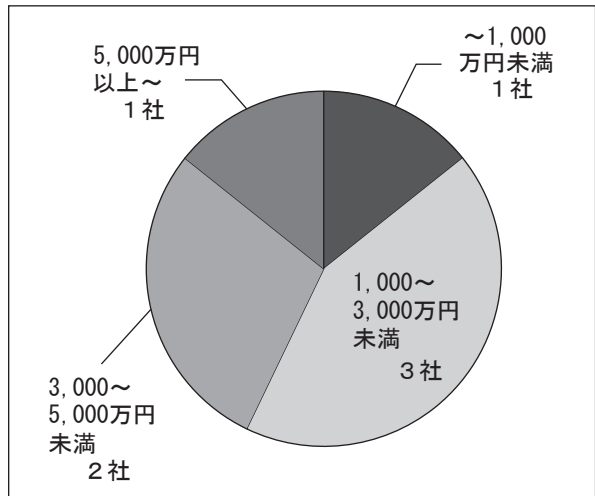
(ウ) 法人設立年

図表6-7-10 法人設立年



(エ) 資本金

図表6-7-11 資本金



(オ) 従業員数

図表6-7-12 従業員数

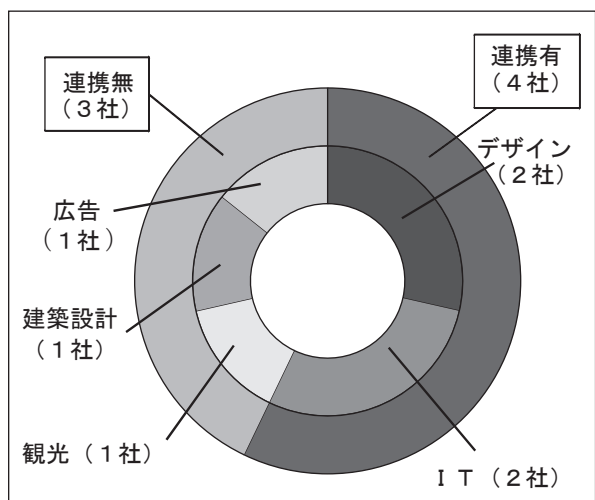


ウ 調査結果

(ア) 同業種との連携

現在の連携の有無について、4社は連携がある、3社は連携がないと回答した（図表6-7-13）。デザイン2社、IT2社はともに現在連携ありと回答し、業種によって同業種との連携の有無に差があった。

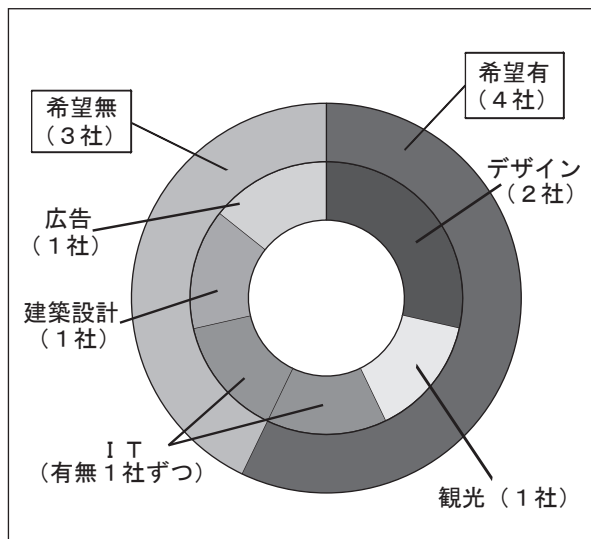
図表6-7-13 現在の連携（同業種）



また、今後の連携拡大希望の有無については、4社は希望がある、3社は希望がないと回答した(図表6-7-14)。現在の連携の有無と事業所数は変わらないが、従業員数が10人以下の観光業が今後の連携を希望したのに対し、従業員が100人以上のIT企業は今後の連携希望について、「これ以上上げる必要はない」と回答した。このことから、今後の連携拡大の希望については、業種だけでなく従業員数も関係してくるのではないと思われる。

特徴的な意見として、「老舗に対してはたらきかけづらい」、「同業種が集まって使えるような場所があればお互いに刺激し合うこともできるが、現状ではそういったものが無い」という声があっ

図表6-7-14 今後の連携拡大の希望



た。

(イ) 他業種との連携

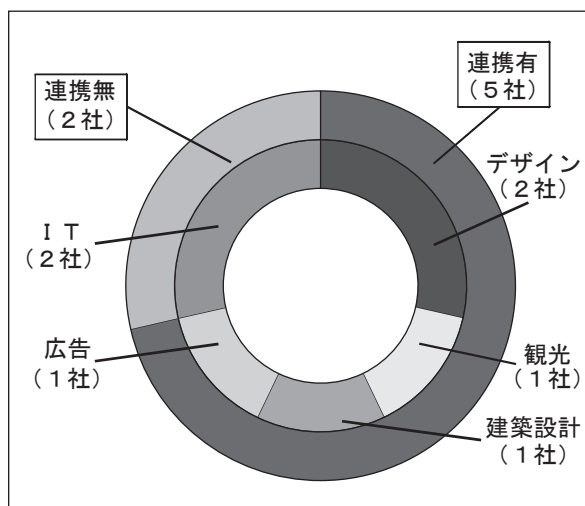
現在の連携の有無としては、5社は連携がある、2社は連携がないと回答した(図表6-7-15)。連携がないと回答した2社はどちらもITであり、業種により差が見られた。

調査を行う中で、他業種連携には、2つのパターンがあり、依頼品完成に向け複数の企業と連携を取るものと、依頼者と1対1で連携するものがあることが分かった。今後の他業種との連携については、全ての企業が前向きに捉えていた。

要望として、「他企業と知り合う機会がなく、

お互いに方法も分からない」、「掲示板のような形で、中小企業が作りたいものやお互いに依頼し合える場所がほしい」、「他社から連携の提案を受けることはあるが、自社の企業理念に沿ったものではないので断っている」という声があった。

図表6-7-15 現在の連携(他業種)



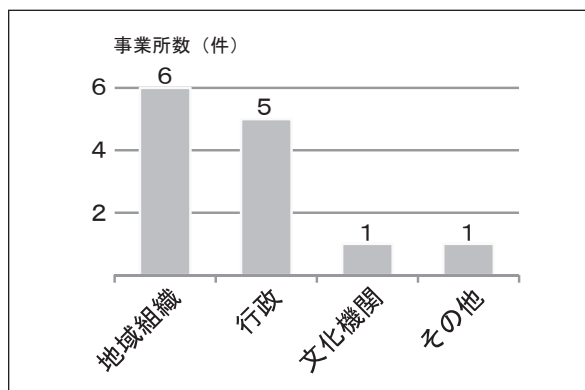
(ウ) 地域組織・文化機関との連携

現時点で連携を行っている事業所はないものの、今後の連携希望については6社が連携を希望し、残り1社も前向きに捉えていた(図表6-7-16・17)。

特に商店街との連携を望む声が多く聞かれ、業種や従業員数に関わらず、地域への関心の高さが感じられた。

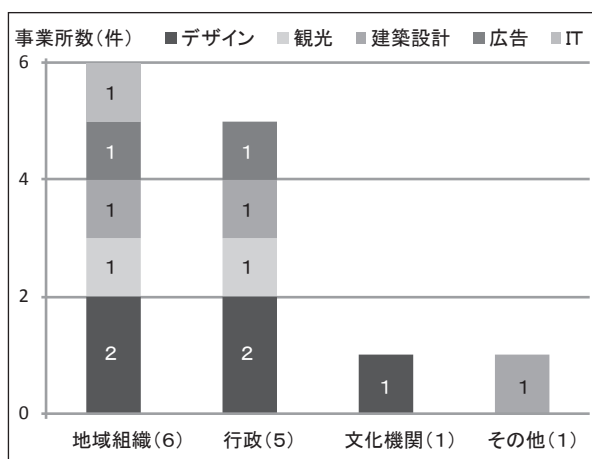
産業と行政の連携は地域活性化に繋がり、また事業所側にも信用力を高める効果があると思われる、互いに利点のある連携だと考えられる。

図表6-7-16 地域組織・文化機関との連携(複数回数)



特徴的な意見では、「オリンピックや区のイベントに協力したい」、「商店街を巻き込み、区の新たな観光資源をつくりたい」、「多文化という特徴を生かしたイベントを商店街で開きたい」という声があった。

図表6-7-17 地域組織・文化機関との連携（業種別：複数回数）



エ 調査結果のまとめ

調査結果をまとめると、次の4つの特徴が見えてきた。

1つ目は、同業種、多業種ともに、業種によって連携の有無や連携の形、連携の中での役割に違いがあった。

2つ目は、同業種の今後の連携拡大の希望について、従業員数も影響している可能性が考えられる。

3つ目は、他業種の連携は、業種関係なくすべての企業が前向きに捉え、積極的に連携拡大を求めている。

4つ目は、地域組織との連携について、関心や期待度は高い一方、実際に連携を行っている事業所はなかった。

オ 感じたこと

「クリエイティブ産業には連携が必要である」考えていたが、「連携」といってもその内容は

様々で、業種、従業員数、起業年数などによって求める連携の形や役割が異なっていた。

また、他業種との連携をすべての企業が前向きに捉えていたことについては、他業種との連携は直接的に仕事の依頼につながるためと考えられる。

一方、地域組織との連携は、関心や期待度が高い反面、現時点で実際に連携を行っている事業所はなかったことから、実際に具体的な機会やきっかけが少ないのではないかと感じた。

最後に、調査を行う中でどの事業所の方も丁寧にご対応いただき、貴重なお時間を割いてたくさんのご意見をお聞かせいただいた。クリエイティブ産業にける熱意と、行政への期待感を、肌で感じる事ができた。

カ 今後の展望

企業同士や企業と行政が連携を取ることで、クリエイティブ産業と行政が手を取り合い、港区全体として地域活性化に取り組むことができればよいと考える。

(ア) 同業種との連携

業種によって連携の有無や今後の希望が異なったことから、業種ごとに希望を確認し、希望の多かったものは業種単位での集まる場を設けることが良いのではないかと考える。

(イ) 他業種との連携

他業種は、実際に意見にあったように、掲示板のようなものに作りたいものの依頼を不特定多数の企業に発信し合える場を設けることで、連携の敷居を下げ、多様な業種との連携が促進されることが考えられる。

(ウ) 地域組織・文化機関との連携

地域組織は、最初のきっかけづくりのため、商店街の祭りの装飾や出店、区が企画したイベントへの協力など、行政側からクリエイティブ産業に対して具体的に連携の機会を提案するなどが考えられる。

1 平成30年度 第8期特別研究員 名簿

平成31年1月時点

	氏名	所属
チーム きっかけ	ナメカワ リョウ 滑川 綾	芝) 区民課窓口サービス係
	ワダ シホ 和田 志穂	高輪) まちづくり課まちづくり係
	ドイ タツヤ ★土居 達矢	税務課納税促進係
	シマダ コウスケ 島田 航輔	高齢者支援課高齢者相談支援係
Team 連携	ワタナベ ユウキ 渡邊 裕輝	芝浦港南) 区民課窓口サービス係
	シミズ マリエ 清水 真理恵	健康推進課地域保健係
	オオグス トモアキ ★大楠 知明	防災課防災係
	コヤマ トモハル 小山 智晴	図書文化財課利用者支援係

※ ★はグループリーダー

2 平成30年度政策研究会活動内容

回	日付	内容
1	平成30年6月7日	・武井区長からの激励の言葉 ・植田所長 特別講話
2	平成30年6月28日	・港区へのアプローチ ・講義「RESAS（地域経済分析システム）を活用した分析事例 東京都港区」 講師：経済産業省 関東経済産業局 金子 眞裕 様
3	平成30年8月2日	・RESASオンライン講座受講の感想等 ・RESASを活用した地方創生案（港区）についてのグループ討議
4	平成30年8月29日	・RESASを活用した地方創生案（港区）についてのグループ討議・応募作品の検討（中間報告）
5	平成30年9月27日	・RESASを活用した地方創生案（港区）についてのグループ討議・応募作品の検討（最終報告） ・「地方創生☆政策アイデアコンテスト2018」へ応募
6	平成30年10月11日	・社会調査の目的と方法 ～「聞き取り調査調査票」の作成に向けて～ ・平成30年度研究所実施「港区におけるクリエイティブ産業実態調査」速報値について ・クリエイティブ産業フィールド調査の調査項目の検討
7	平成30年11月1日	・クリエイティブ産業フィールド調査の調査票の検討 ・クリエイティブ産業フィールド調査の調査結果の予測
8	平成30年11月2日 ～12月4日まで	・クリエイティブ産業フィールド調査（日程は資料7参照） 2つのグループに分かれ、各グループで調査対象事業所を訪問
9	平成30年11月28日	・特別研究員からのフィールド調査の報告 ・フィールドワーク結果の分析手法 ・調査結果の分析等について
10	平成30年12月12日	・クリエイティブ産業フィールド調査の分析① ・クリエイティブ産業フィールド調査の分析結果の発表（中間報告）
11	平成31年1月16日	・クリエイティブ産業フィールド調査の分析② ・クリエイティブ産業フィールド調査の分析結果の発表（最終報告）
12	平成31年2月4日	・政策研究会発表会リハーサル
13	平成31年2月18日	・平成30年度政策研究会発表会

<研究会以外の活動> 地方経済分析システム（RESAS）オンライン講座受講（基礎編、応用編）

1 設置目的

港区政策創造研究所は、各部門の個別情報の収集・分析等を踏まえ、横断的に課題を捉え、総合的な政策研究を行い、各支援部・総合支所を支援することを目的とします。

2 設置日等

(1) 設置日

平成23年2月1日

(2) 設置場所

港区役所（本庁舎）4階

(3) 所長

植田浩史（慶應義塾大学経済学部教授）（平成27年4月1日着任）

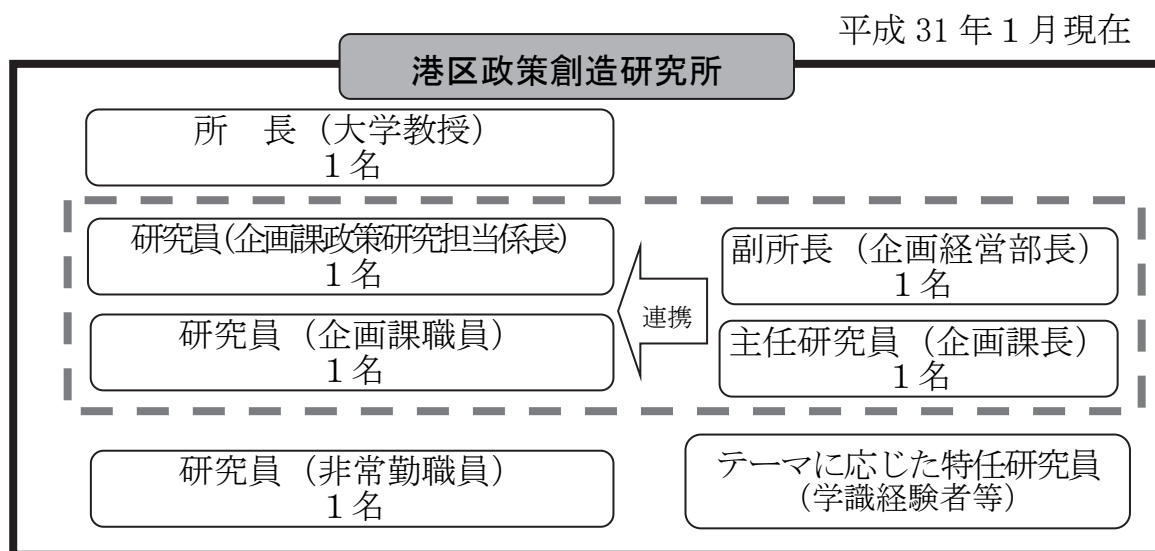
3 機能

研究所は、次の4つの機能を備えます。

機能	狙い
情報活用機能	区内で何が起きているのかを的確に把握
分析・予測機能	それが区民の生活に与える影響を予測
政策研究・形成機能	顕在化する課題を先取りし、迅速に対応
人材育成機能	流動的な時代に対応できる人材育成への貢献

4 体制

所長1名、副所長1名、研究員4名の合計6名で構成し、活動を行っています。



港区におけるクリエイティブ産業実態調査報告書 関係者名簿・報告書執筆分担

平成31年1月現在

【港区政策創造研究所】

- 植田 浩史 港区政策創造研究所所長（慶應義塾大学経済学部教授）
[調査統括、はじめに、I 1, 3、IV1(6), V]
- 浦田 幹男 港区政策創造研究所副所長（港区企画経営部長）
- 野上 宏 港区政策創造研究所主任研究員（港区企画経営部企画課長）
- 佐藤 珠実 港区政策創造研究所研究員（港区企画経営部企画課政策研究担当係長）
[I 2、III5、IV1(3), 2(3)]
- 大塚 真澄 港区政策創造研究所研究員（港区企画経営部企画課政策研究担当）
[II 1、III1~4、IV1(2), 2(2)]
- 小濱 武 港区政策創造研究所研究員（神奈川大学経済学部非常勤講師）
[II 2、IV1(1), 1(4), 1(5), 2(1), (4)]
- 長谷川博康 港区政策創造研究所特任研究員（株式会社スタテックス代表取締役社長）
[資料1]

【港区産業・地域振興支援部】

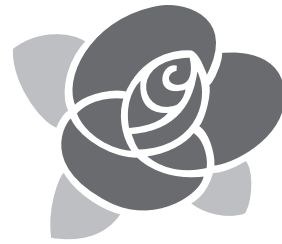
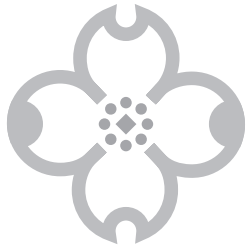
- 星川 邦昭 港区産業・地域振興支援部長
- 西川 克介 港区産業・地域振興支援部産業振興課長
- 石井 厚司 港区産業・地域振興支援部産業振興課経営相談担当係長
- 生駒 憲一 港区産業・地域振興支援部産業振興課産業振興係
- 星野 紗織 港区産業・地域振興支援部産業振興課産業振興係

港区「区の木・区の花」

区の木 ハナミズキ

区の花 アジサイ

区の花 バラ



刊行物発行番号 30253-5811

港区におけるクリエイティブ産業実態調査報告書

平成31年（2019年）3月発行

発行 港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）

〒105-8511 東京都港区芝公園1-5-25

電話 03-3578-2111（代表）