

令和7年度（2025年度）
練馬区事業所実態調査
報告書（概要版）

令和8年（2026年）3月
練馬区

1 調査の概要

(1) 調査の目的

本調査は、アンケート調査およびヒアリング調査を通じて、区内事業者の現状や経営課題等を把握し、事業者支援策の検討に資する基礎資料として活用することを目的に実施した。

(2) 調査方法と回収状況

ア アンケート調査

(ア) 調査対象者：練馬区内事業者

(イ) 抽出方法：総務省の経済センサス等により構成された「事業所母集団データベース」(令和5年次フレーム)から業種および従業員規模別に5,000件を無作為抽出した。

(ウ) 調査方法：郵送配布—郵送/WEB併用回収

(エ) 調査期間：令和7年9月19日(金)～10月10日(金)

(オ) 回収状況

配布数：5,000票(有効配布数：4,554件)

回収数：2,447票(有効回収数：2,347件[紙：1,335件 / WEB：1,012件])

有効回収率：51.5%

(カ) 表記方法について

- ・グラフに使われる「n」は、各設問に対する回答者数である。
また、「前回調査」は、令和4年度調査を意味する。
- ・百分率(%)の計算は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位まで表示した。従って、単数回答(1つだけ選ぶ問)においても、四捨五入の影響で、%を足し合わせて100%にならない場合がある。
- ・複数回答(2つ以上選んでよい問)においては、%の合計が100%を超える場合がある。
- ・選択肢の語句が長い場合、簡略化して表現している場合がある。
- ・各設問に関する文章表記においては、次のように括弧を用いている。

「***」 設問の回答、クロス集計の項目について言及する場合
例：「増加」、「減少」等

『***』 設問の回答をまとめて言及する場合
例：「1人」と「2～3人」をまとめて『3人以下』等

イ ヒアリング調査

(ア) 調査対象・抽出方法

アンケート回答事業者のうち、ヒアリング調査への協力に同意を得た事業者から、業種および地域を考慮し、15事業者を抽出した。

(イ) 調査実施期間

令和7年11月11日(火)～12月24日(水)

(ウ) 調査方法

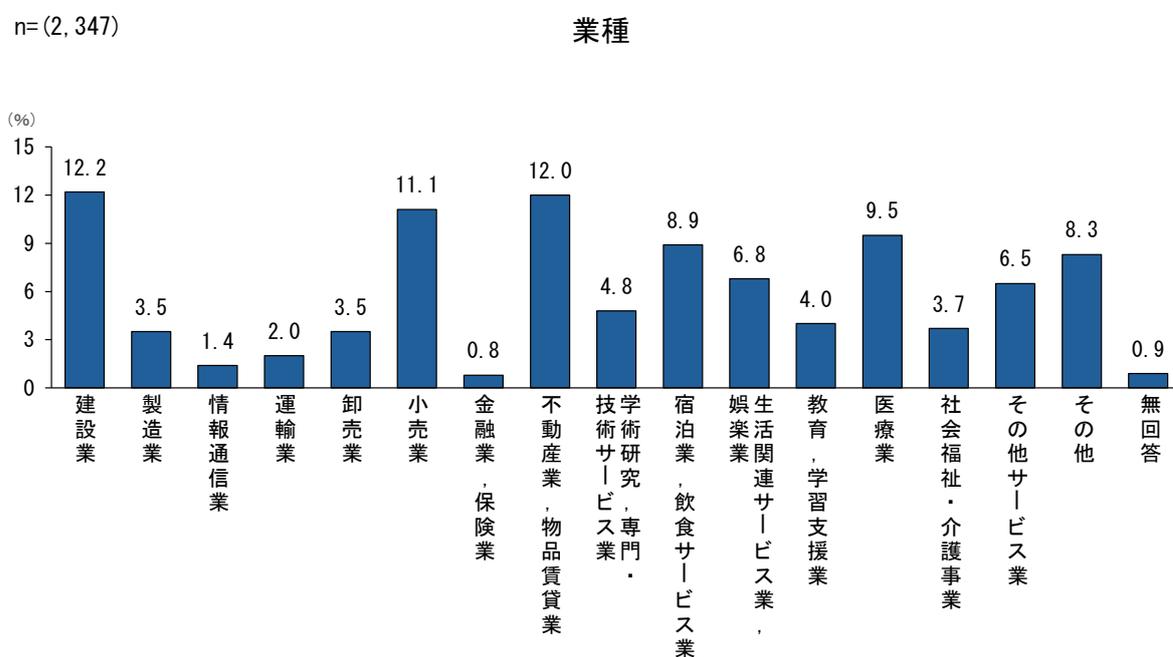
事業所への訪問により、ヒアリングを行った。

2 調査結果の概要

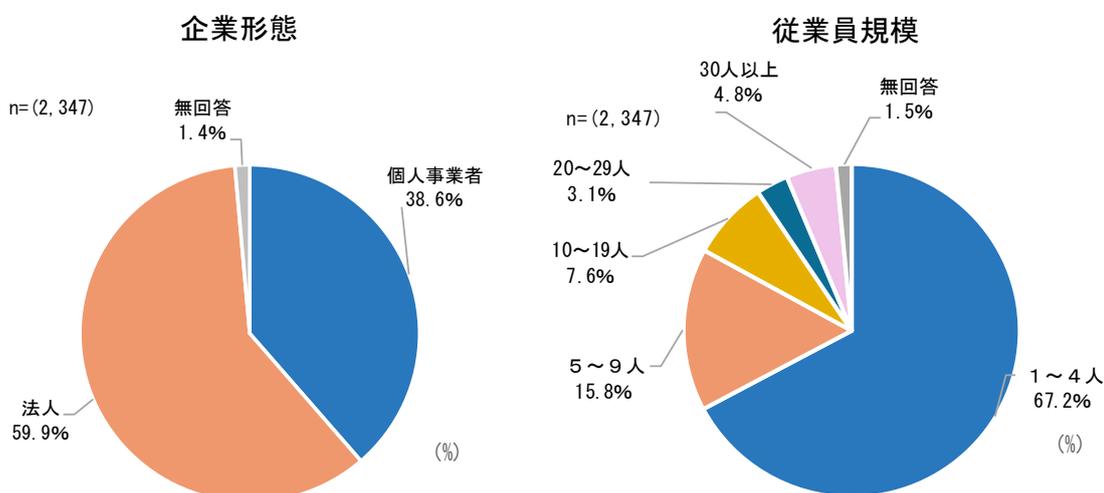
(1) 事業所の概要

ア 地域特性

- ・業種は、「建設業」(12.2%)が最も多く、「不動産業, 物品賃貸業」(12.0%)、「小売業」(11.1%)と続き、これら3業種で全体の3割以上を占める。
- ・企業形態は、「法人」(59.9%)、「個人事業者」(38.6%)と、法人が半数以上を占める一方で、個人事業者も4割近く存在する。
- ・従業員規模は「1～4人」(67.2%)が最も多く、「5～9人」(15.8%)と続く。「9人以下」が全体の8割以上を占めており、小規模事業者が大半を占めている。



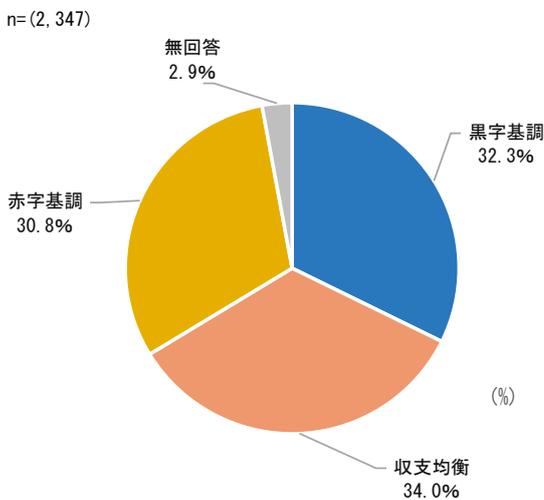
※「その他サービス業」: 廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、その他の事業サービス業



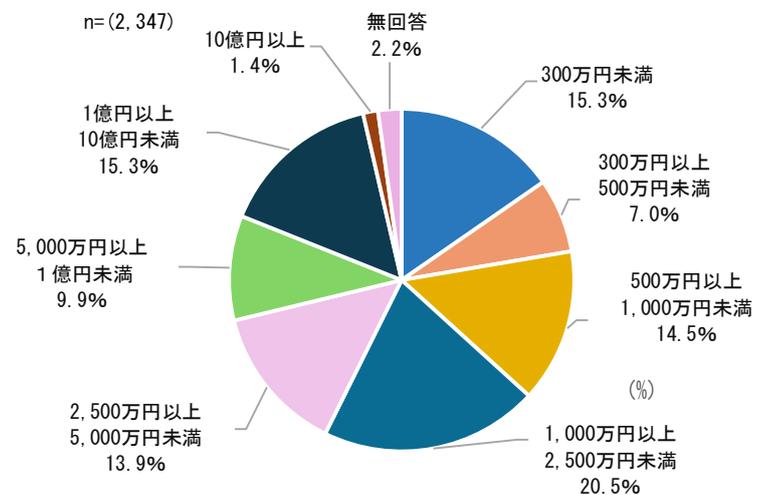
イ 経営状況

- ・直近決算の経営状況は、「収支均衡」(34.0%)が最も高く、「黒字基調」(32.3%)、「赤字基調」(30.8%)となっている。
- ・直近決算の年間売上高は、「1,000万円以上2,500万円未満」(20.5%)が最も高く、「300万円未満」「1億円以上10億円未満」(ともに15.3%)と続く。
- ・経営上の課題は、「物価高騰による原材料費の高騰、販売価格への転嫁」(35.1%)が最も高く、「人材の確保 育成・定着」(30.7%)と合わせ、この二つが主要な課題である。

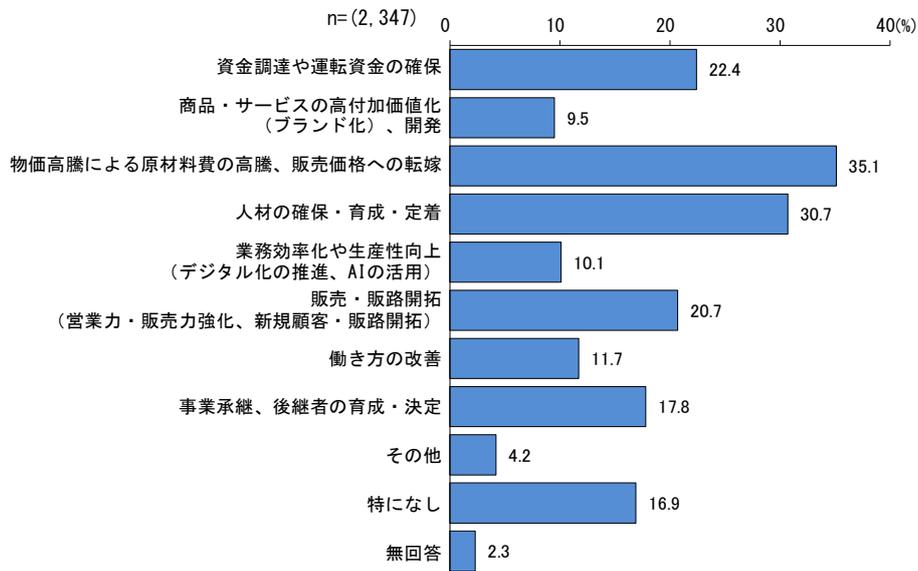
直近決算の経営状況



直近決算の年間売上高



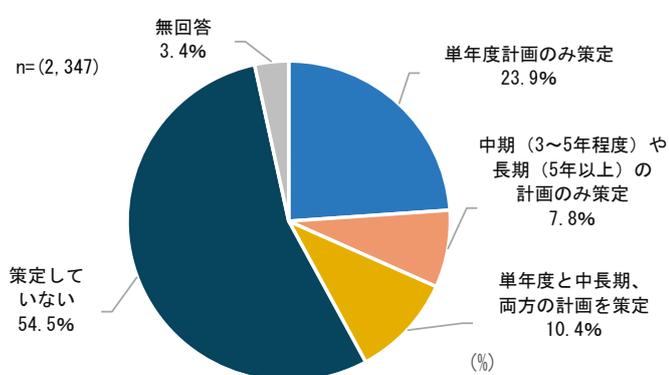
経営上の課題



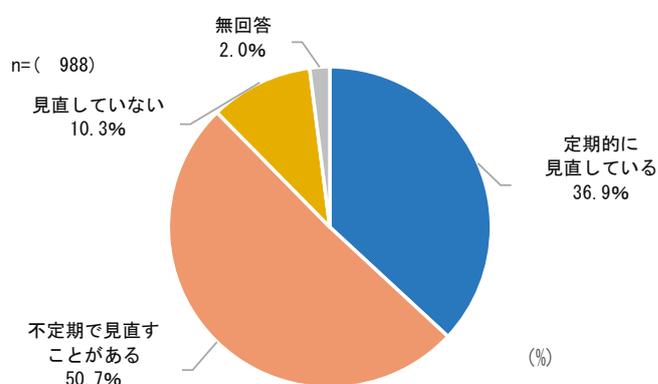
ウ 経営計画、事業計画の策定状況

- 経営計画や事業計画の策定状況は、「策定していない」(54.5%)が最も高く、「単年度計画のみ策定」(23.9%)、「単年度と中長期、両方の計画を策定」(10.4%)、「中期や長期の計画のみ策定」(7.8%)と続く。
- 経営計画や事業計画の運用状況は、「不定期で見直すことがある」(50.7%)が半数以上を占め、「定期的に見直している」(36.9%)、「見直していない」(10.3%)と続く。
- 経営計画の見直しの課題は、「通常業務が忙しく、見直す余裕がない」(49.1%)が突出して高い。

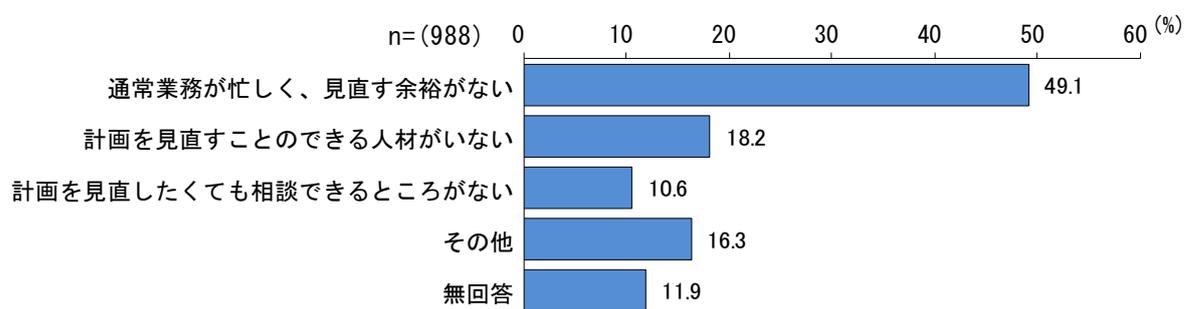
経営計画・事業計画の策定



経営計画や事業計画などの運用状況



経営計画や事業計画の見直しにあたっての課題

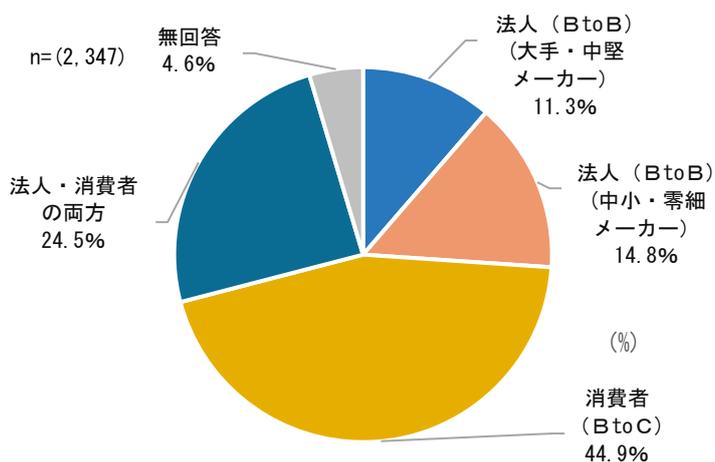


(2) 販売・販路拡大

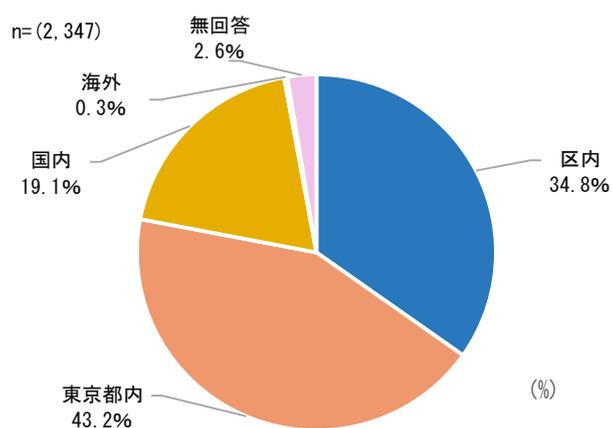
ア 取引先・取引先等の現況

- ・主な顧客や取引先は、「消費者(B to C)」(44.9%)が最も高く、『法人(B to B)』(26.1%)、「法人・消費者の両方」(24.5%)、と続く。
- ・主な商圈・取引先の地域は、「東京都内」(43.2%)が最も高く、「区内」(34.8%)、「国内」(19.1%)と続く。「区内」と「東京都内」で、全体の78.0%を占める。

主な顧客や取引先

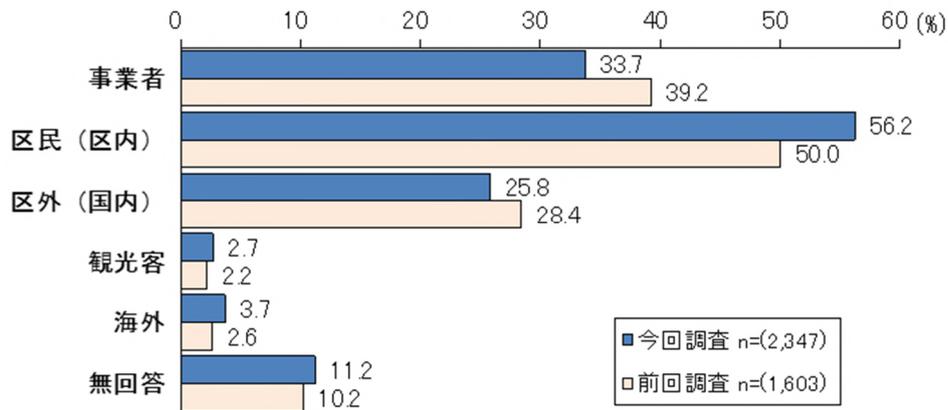


主な商圈・取引先の地域

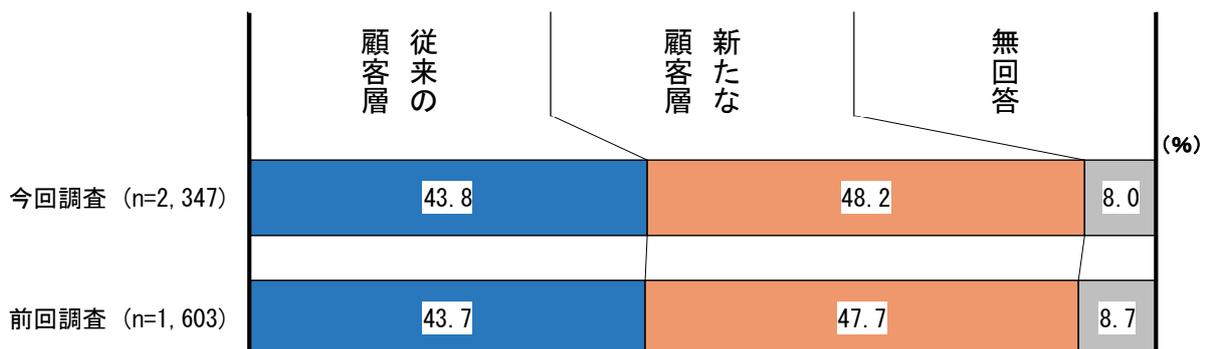


- ・拡大したい販売先・取引先のターゲットは、「区民（区内）」（56.2%）が最も高く、「事業者」（33.7%）、「区外（国内）」（25.8%）と続く。
- ・拡大したい顧客層は、「新たな顧客層」（48.2%）が、「従来の顧客層」（43.8%）を上回っている。
- ・ヒアリング調査では、「展示会出展を最重要の販路開拓手段と位置付け、継続出展による認知向上を重視している」といった声が聞かれた。

拡大したい販売先・取引先のターゲット



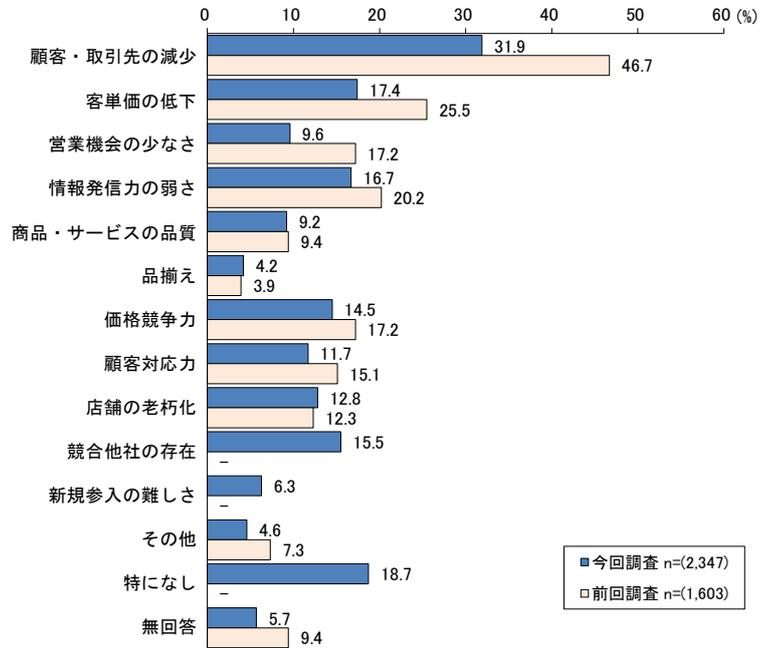
拡大したい販売先・取引先の顧客層



イ 課題

- ・販売・販路の拡大における課題は、「顧客・取引先の減少」(31.9%)が最も高く、「客単価の低下」(17.4%)、「情報発信力の弱さ」(16.7%)と続く。

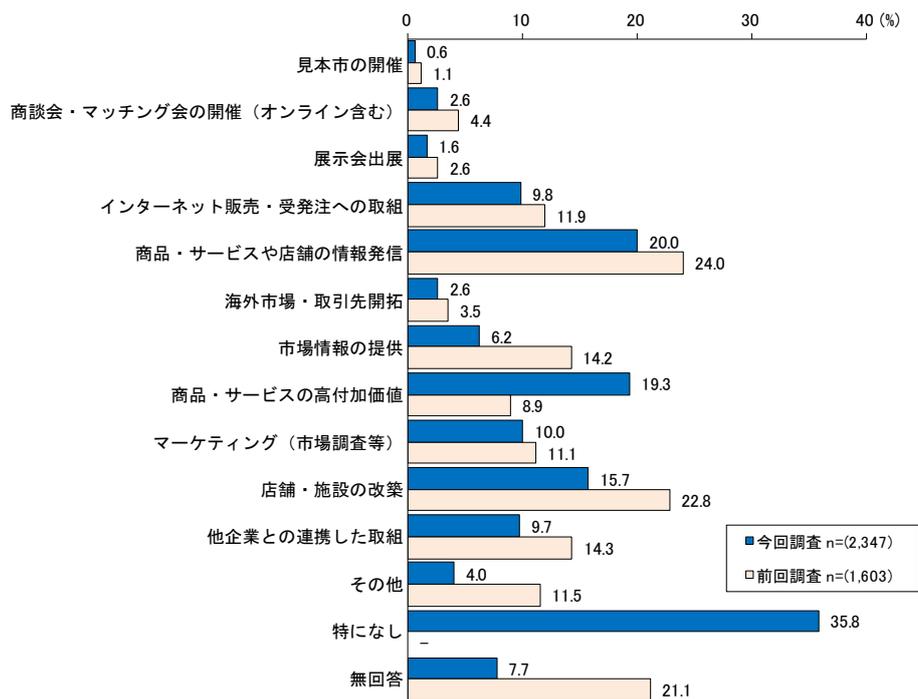
販売・販路の拡大における課題



ウ 求められる支援策

- ・販売・販路の拡大に向けて必要な支援策は、「商品・サービスや店舗の情報発信」(20.0%)が最も高く、「商品・サービスの高付加価値化」(19.3%)、「店舗・施策の改築」(15.7%)、「マーケティング(市場調査等)」(10.0%)と続く。

販売・販路の拡大に向けて必要な支援策



(3) デジタル化への取組

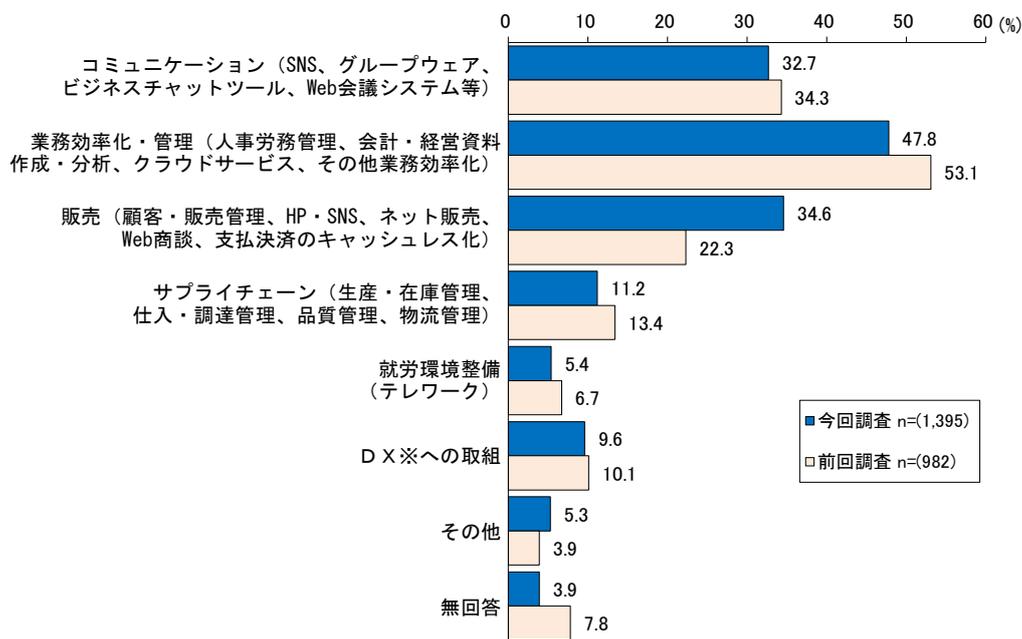
ア デジタル化の現況

- ・デジタル化への取組状況は、「取り組む必要がなく、予定もない」(25.1%)が最も高く、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」(21.8%)、「関心はあるが、取り組んでいない」(17.0%)と続く。
- ・今後、重点的に取り組んでいきたいデジタル化は、「業務効率化・管理」(47.8%)が最も高く、「販売」(34.6%)、「コミュニケーション」(32.7%)と続く。
- ・ヒアリング調査では、「受注業務のオンライン化や、RPA(売上管理など定型的な作業の自動化)、OCR(注文伝票の読み取りの自動化)の導入、大型モニターによる受注データの共有など、デジタル化の取組により、業務効率化につなげている」という声が聞かれた。

デジタル化への取組状況



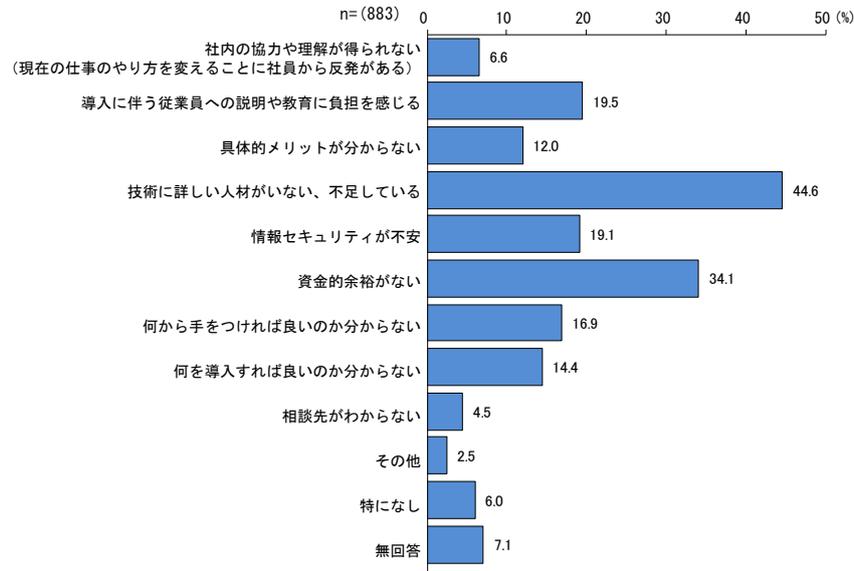
今後重点的に取り組んでいきたいデジタル化



イ 課題

- デジタル化に取り組むに当たっての課題は、「技術に詳しい人材がない、不足している」(44.6%)が最も高く、「資金的余裕がない」(34.1%)、「導入に伴う従業員への説明や教育に負担を感じる」(19.5%)と続く。

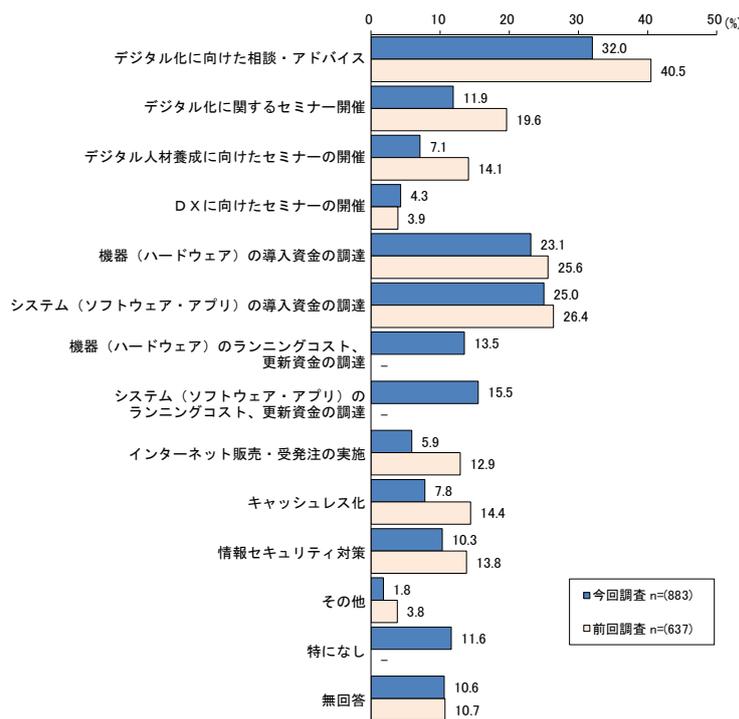
デジタル化に取り組むに当たっての課題



ウ 求められる支援策

- デジタル化に向けて必要な支援策は、「デジタル化に向けた相談・アドバイス」(32.0%)が最も高く、「システム(ソフトウェア・アプリ)の導入資金の調達」(25.0%)、「機器(ハードウェア)の導入資金の調達」(23.1%)と続く。

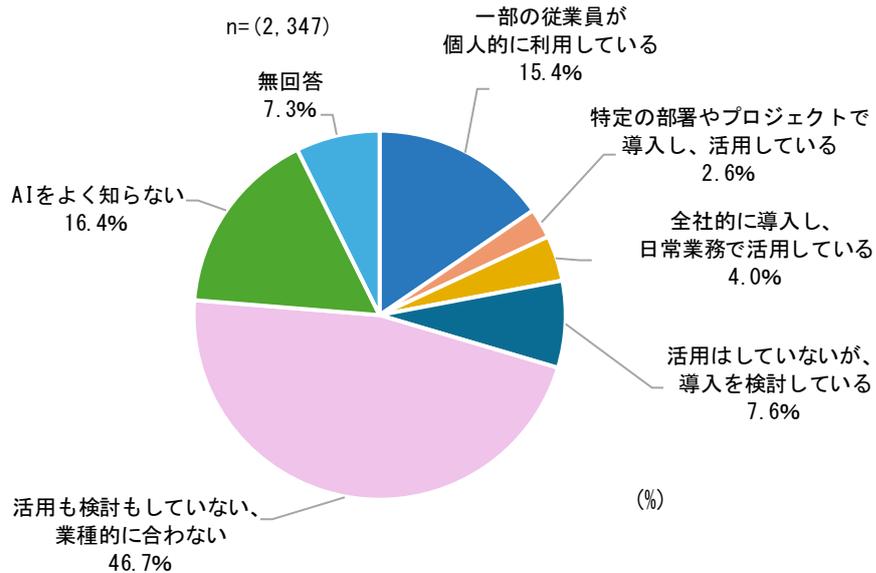
デジタル化に向けて必要な支援策



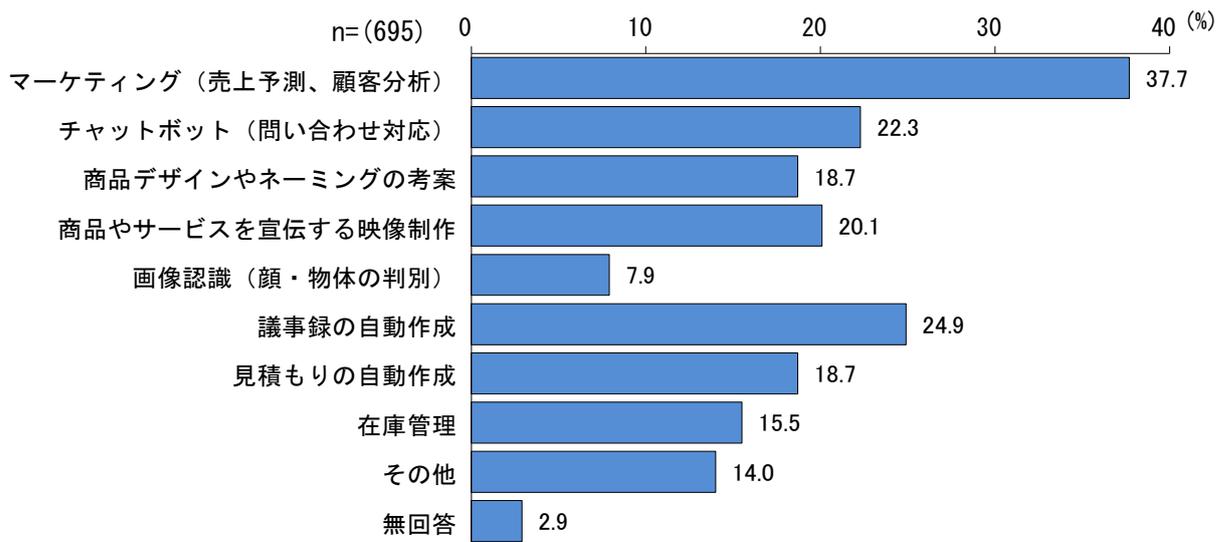
エ AIの活用状況

- ・AIの活用状況は、「活用も検討もしていない、業種的に合わない」(46.7%)が最も高く、「AIをよく知らない」(16.4%)、「一部の従業員が個人的に利用している」(15.4%)と続く。
- ・AIを利用したい分野は、「マーケティング(売上予測、顧客分析)」(37.7%)が最も高く、「議事録の自動作成」(24.9%)、「チャットボット(問い合わせ対応)」(22.3%)と続く。
- ・ヒアリング調査では、「プログラムコードの作成にAIを活用しており、必要な情報を適切に入力することで、効果的な提示をしてくれる」といった声が聞かれた。

AIの活用状況



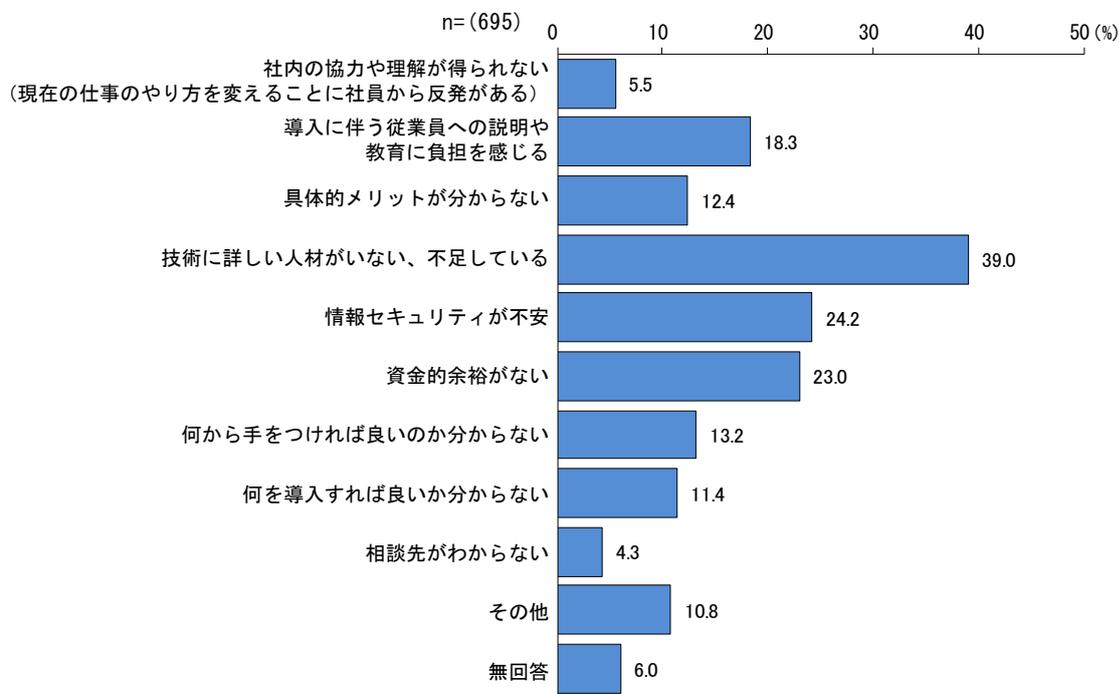
AIを利用したい分野



オ 課題

- ・AIの活用にあたっての課題は、「技術に詳しい人材がない、不足している」(39.0%)が最も高く、「情報セキュリティが不安」(24.2%)、「資金的余裕がない」(23.0%)と続く。

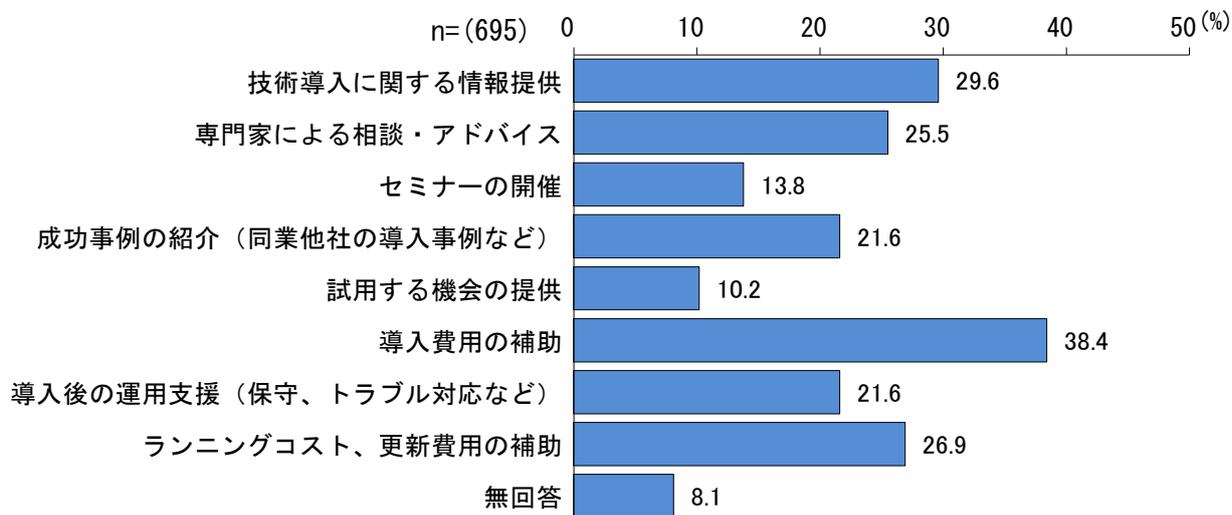
AIの活用にあたっての課題



カ 求められる支援策

- ・AIの活用に向けて必要な支援策は、「導入費用の補助」(38.4%)が最も高く、「技術導入に関する情報提供」(29.6%)、「ランニングコスト、更新費用の補助」(26.9%)と続く。

AIの活用に向けて必要な支援策

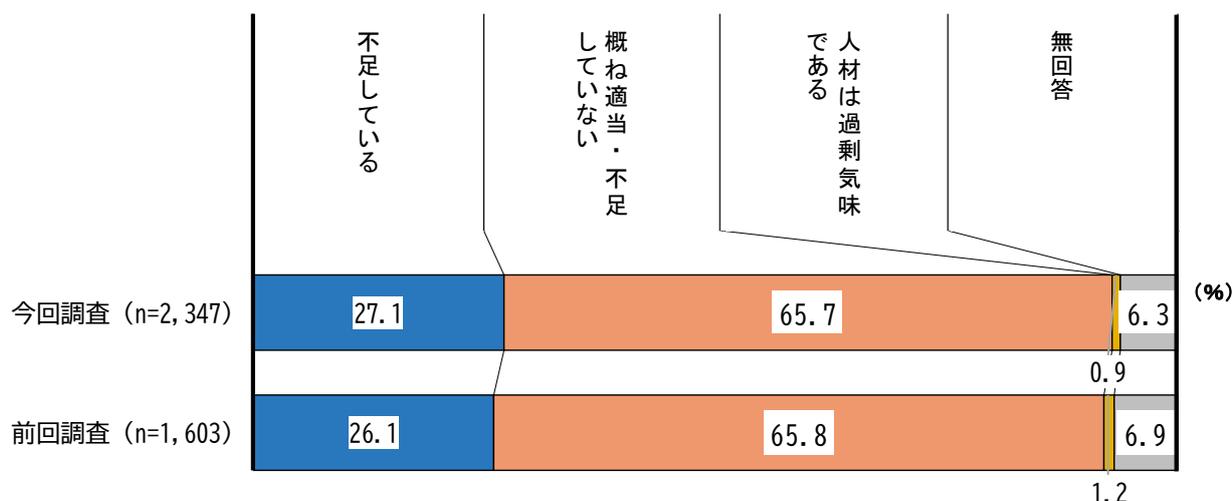


(4) 人材の確保・育成

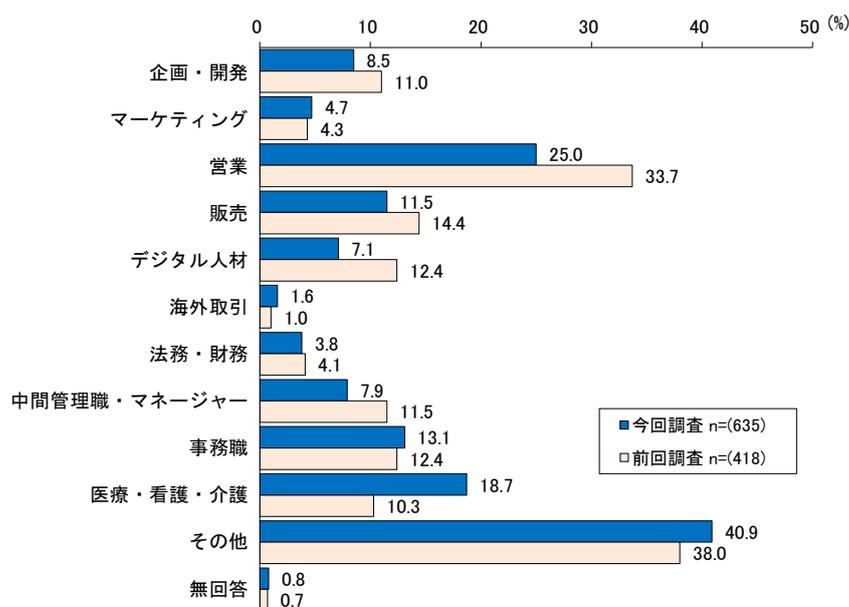
ア 人材確保の現況

- ・人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(65.7%)が最も高く、「不足している」(27.1%)、「人材は過剰気味である」(0.9%)と続く。
- ・不足している人材の業種は、「営業」(25.0%)が最も高く、「医療・看護・介護」(18.7%)、「事務職」(13.1%)、「販売」(11.5%)と続く。なお、「その他」(40.9%)には、「建設・設備・土木(現場職)系」「製造・加工・技術系」「サービス・接客(店舗・飲食)系」「運輸・物流・ドライバー系」などがあり、4割以上を占める。

人材確保状況



不足している人材の職種



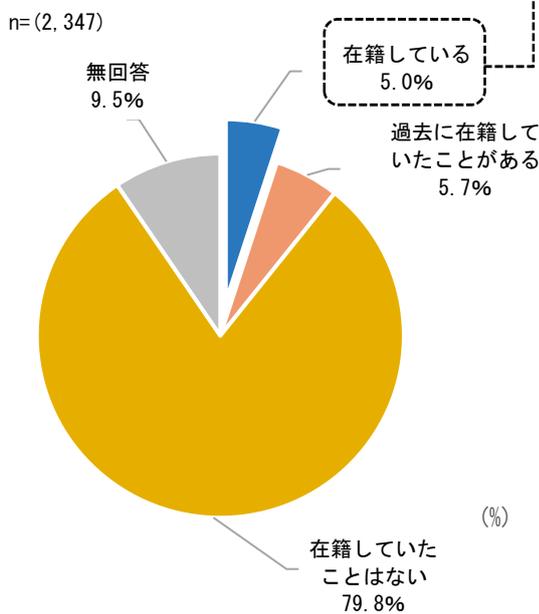
「その他」(247件)の内訳：

「建設・設備・土木(現場職)系」が84件、「製造・加工・技術系」が45件、「事務・その他実務・汎用系」が34件、「サービス・接客(店舗・飲食)系」が25件、「運輸・物流・ドライバー系」が22件、「管理・マネジメント・育成系」が17件、「医療・教育・専門系」が13件、「整備・保守系」が7件となっている。

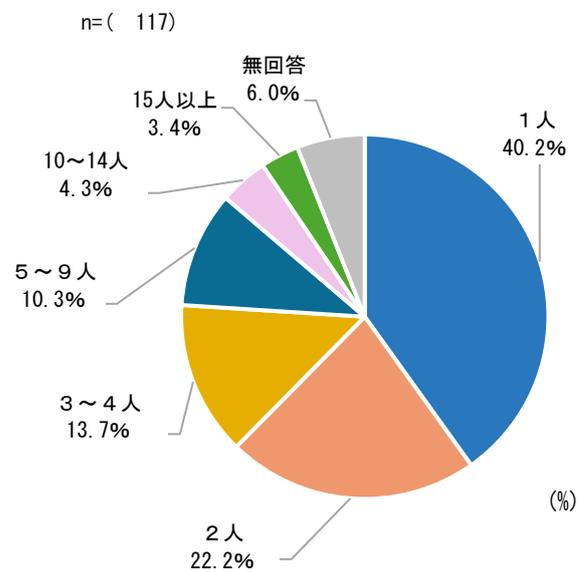
○外国籍従業員の現況

- ・外国籍従業員の在籍状況は、「在籍していたことはない」(79.8%)が最も高く、「過去に在籍していたことがある」(5.7%)、「在籍している」(5.0%)と続く。
- ・在籍している外国籍従業員数は、「1人」(40.2%)が最も高く、「2人」(22.2%)、「3～4人」(13.7%)、「5～9人」(10.3%)と続く。
- ・外国籍従業員の就業形態は、「正規社員」(59.0%)が最も高く、「非正規社員」(41.9%)、「技能実習生」(12.8%)と続く。
- ・外国籍従業員の採用は、「進めたいとは思わない」(55.0%)が最も高く、「どちらとも言えない」(28.3%)、「積極的に進めたい」(3.7%)と続く。

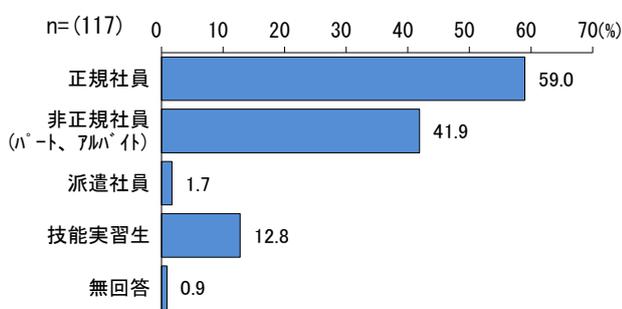
外国籍従業員の在籍状況



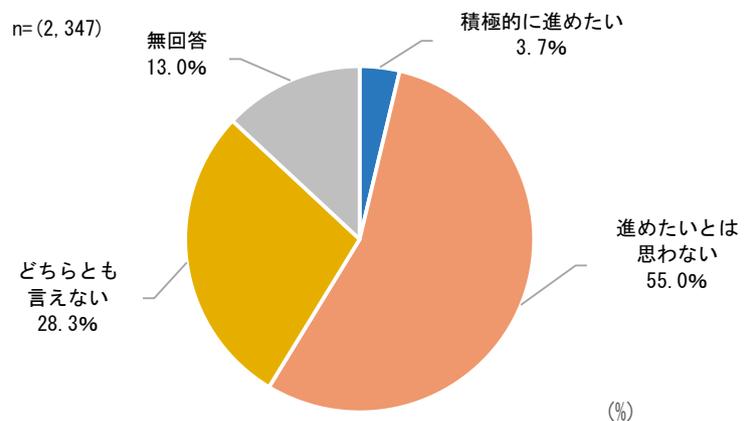
在籍従業員数



外国籍従業員の就業形態

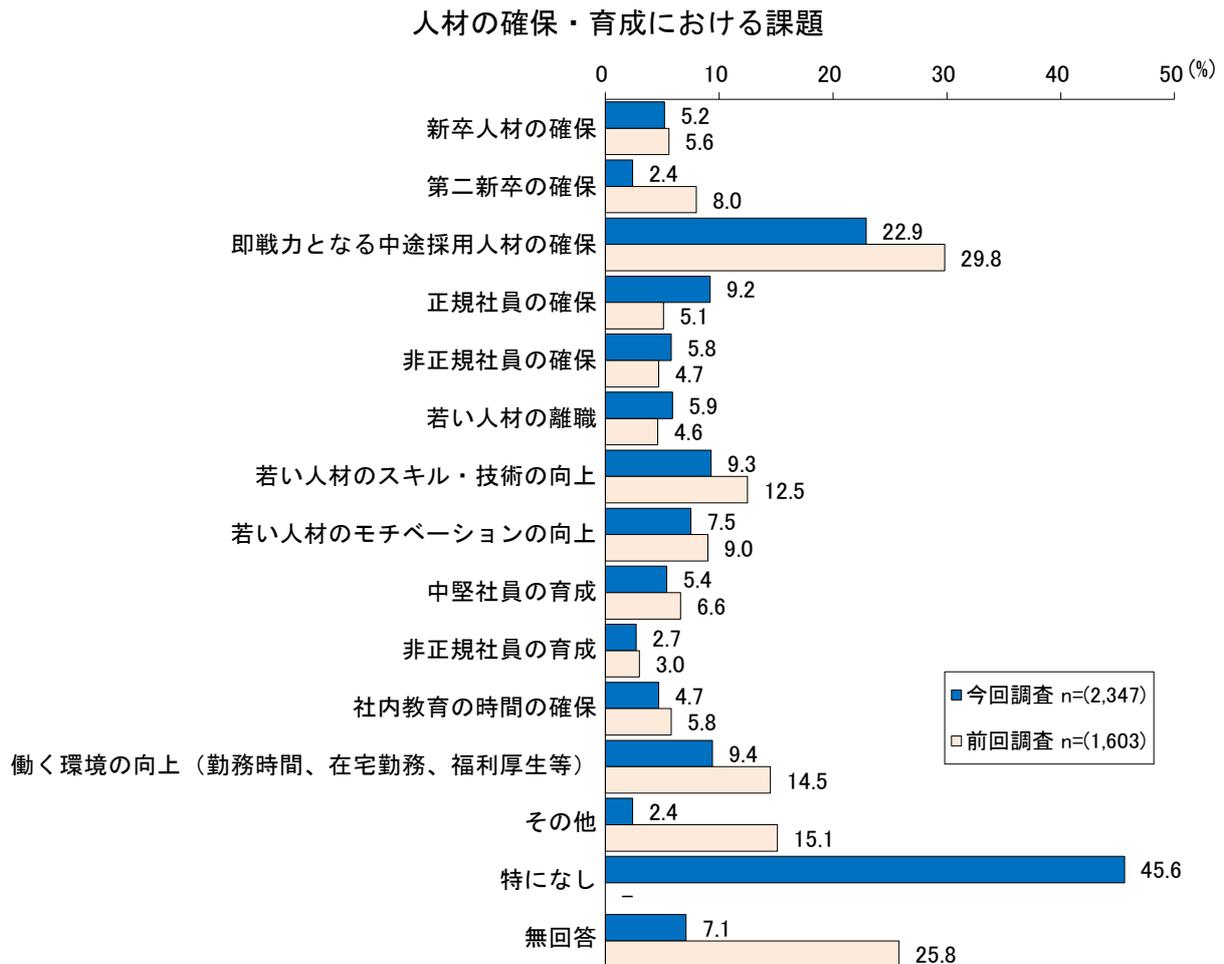


外国籍従業員の採用



イ 課題

- ・人材の確保・育成における課題は、「即戦力となる中途採用人材の確保」(22.9%)が最も高く、それ以外はいずれも10%未満となっている。
- ・ヒアリング調査では、「若い世代は、給与よりもプライベートの充実を重視しており、残業削減等、生産性の向上がさらに必要である」といった声が聞かれた。



※「第二新卒の確保」は前回調査の「新卒以外の若い人材の確保」として比較した。

また、「特になし」は今回調査から設けた。

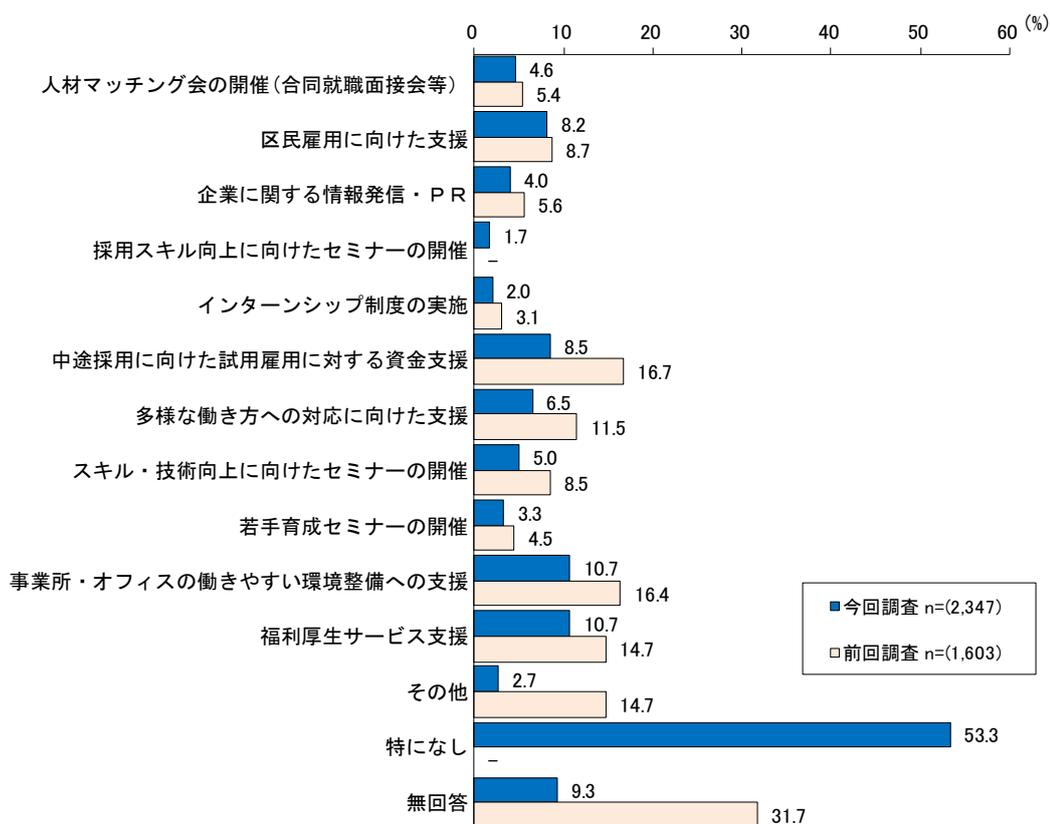
※正規社員：期間の定めのない雇用契約で働いている人

※非正規社員：期間を定めた雇用契約により働いている人（パート・アルバイト・派遣社員等）

ウ 求められる支援策

- ・人材の確保・育成に向けて必要な支援策は、「事業所・オフィスでの働きやすい環境整備への支援」と「福利厚生サービス支援」（ともに10.7%）が最も高く、「中途採用に向けた試用雇用に対する資金支援」（8.5%）が続く。

人材の確保・育成に向けて必要な支援策

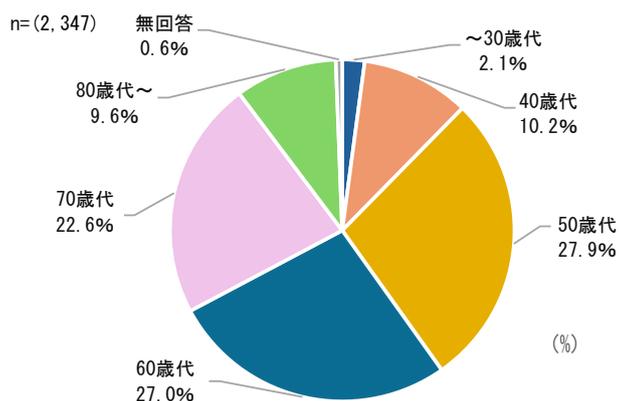


(5) 事業承継

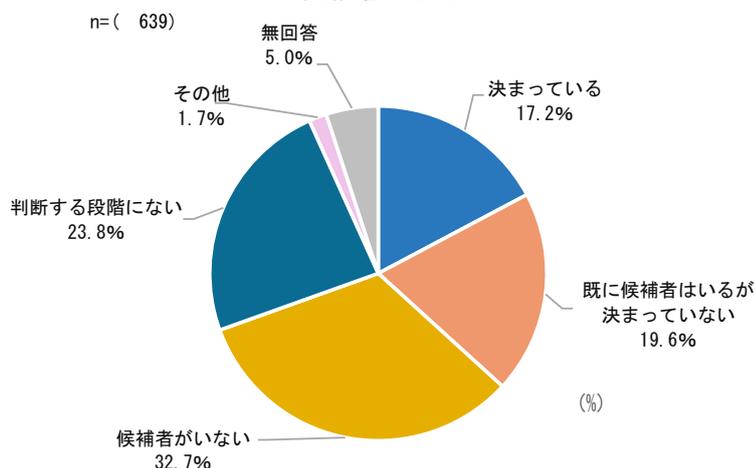
ア 経営者、後継者の現況

- ・代表者の年齢は、「50歳代」(27.9%)が最も高く、「60歳代」(27.0%)、「70歳代」(22.6%)と続き、高い年齢層が中心となっている。
- ・後継者の状況は、「候補者がいない」(32.7%)が最も高く、「判断する段階にない」(23.8%)、「既に候補者はいるが決まっていない」(19.6%)、「決まっている」(17.2%)と続く。
- ・後継者としては、「配偶者や親族」(57.7%)が最も高く、「従業員」(18.9%)、「自企業以外」(11.3%)と続く。
- ・ヒアリング調査では、「将来的には従業員承継やM&Aによる事業の引継ぎも選択肢に含めて検討している」といった声も聞かれた。

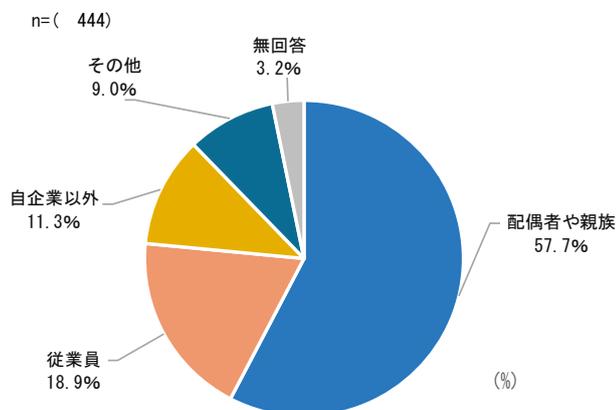
代表者の年齢



後継者の状況



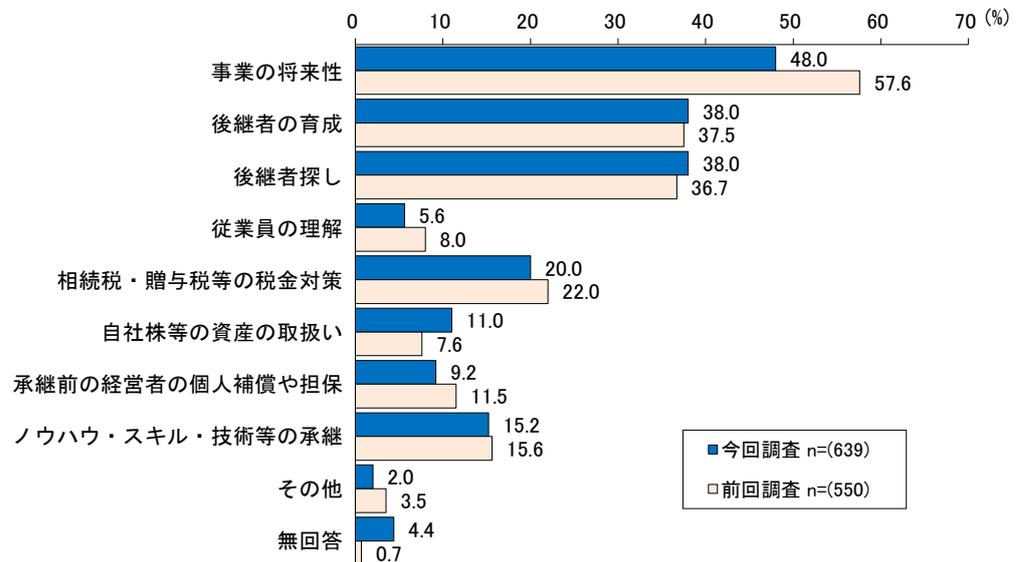
後継者（候補、希望を含む）の属性



イ 課題

- ・事業承継における課題は、「事業の将来性」(48.0%)が最も高く、「後継者の育成」と「後継者探し」がともに38.0%、「相続税・贈与税等の税金対策」(20.0%)と続く。

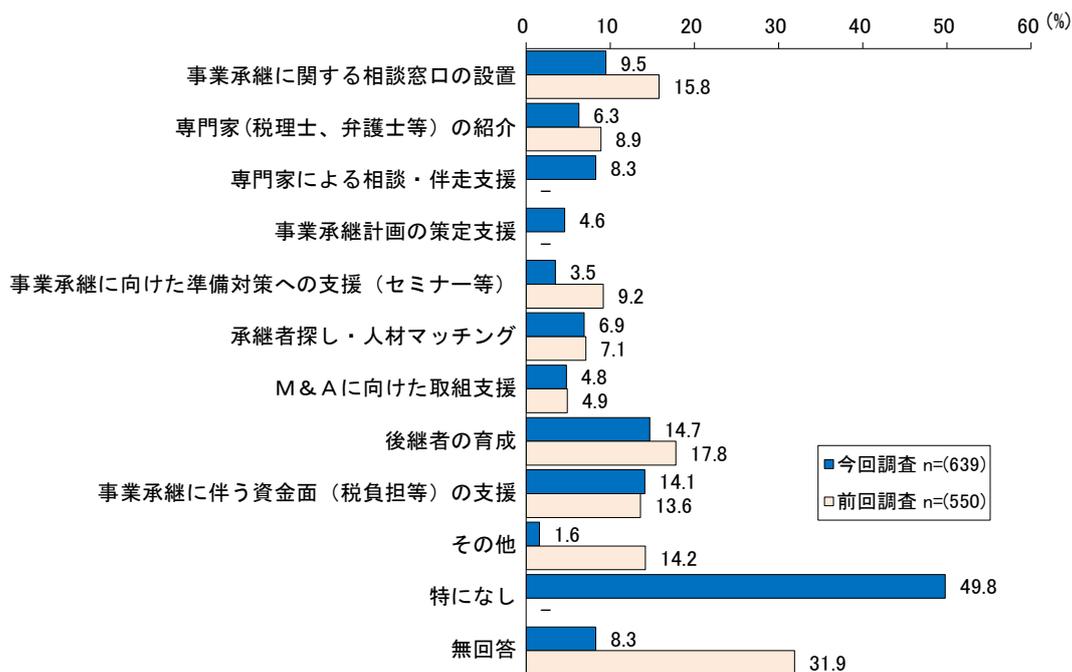
事業承継における「課題」



ウ 求められる支援策

- ・事業承継に向けて必要な支援策は、「後継者の育成」(14.7%)、「事業承継に伴う資金面(税負担等)の支援」(14.1%)が高く、「特になし」(49.8%)が約半数となっている。

事業承継に向けて必要な支援策

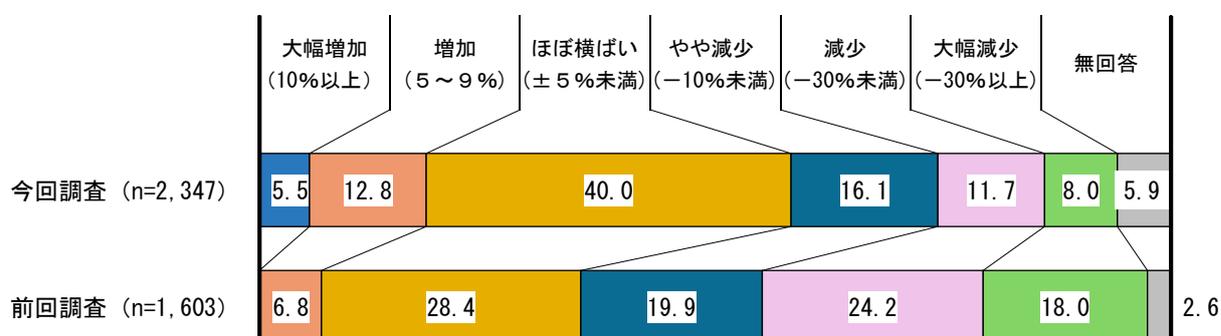


(6) 経営状況、物価上昇の影響、今後の事業展開

ア 直近3年間の経営状況

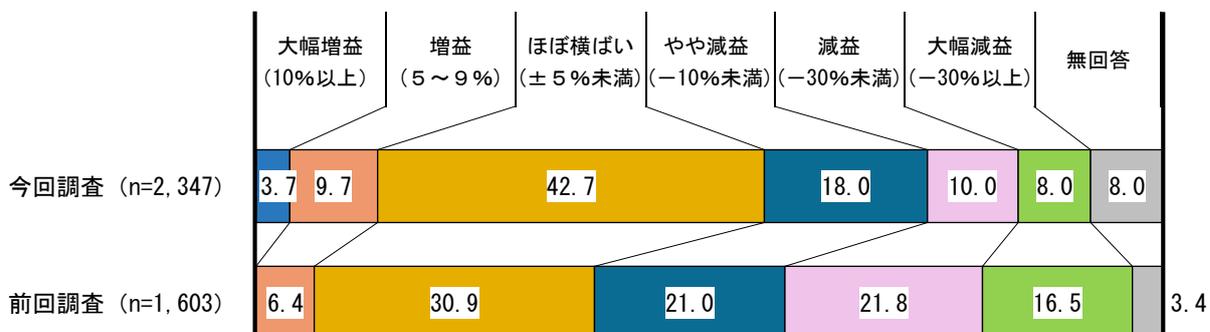
- ・ 3年前と比較した売上高増減の変化は、「ほぼ横ばい」(40.0%)が最も高く、「大幅増加」(5.5%)と「増加」(12.8%)を合わせた『増加』は18.3%である。一方で、「やや減少」(16.1%)、「減少」(11.7%)、「大幅減少」(8.0%)を合わせた『減少』は35.8%である。
- ・ 3年前と比較した経常損益の変化は、「ほぼ横ばい」(42.7%)が最も高く、「大幅増益」(3.7%)と「増益」(9.7%)を合わせた『増益』は13.4%である。一方で、「やや減益」(18.0%)、「減益」(10.0%)、「大幅減益」(8.0%)を合わせた『減益』は36.0%である。
- ・ 3年前と比較した資金繰りの変化は、「横ばい」(64.3%)が最も高く、「悪化した」(19.3%)、「改善した」(8.0%)と続く。

売上高の変化



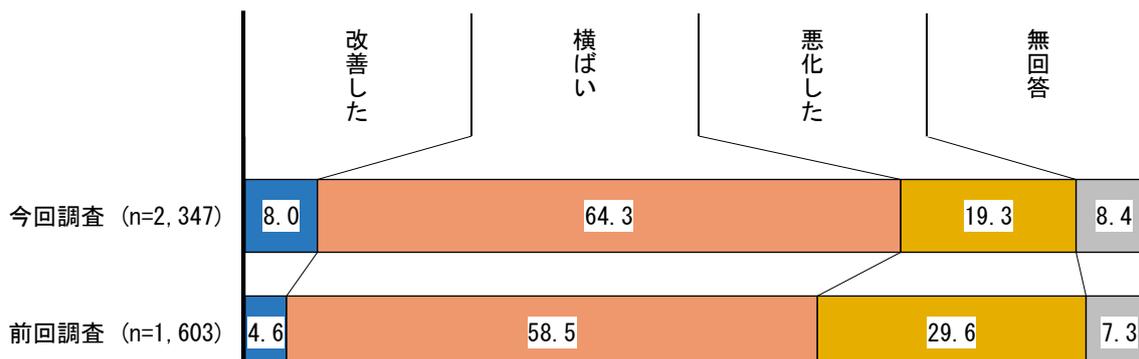
※「大幅増加」は今回調査から設けた。前回調査では「増加（5%以上）」となっている。

経常損益の変化



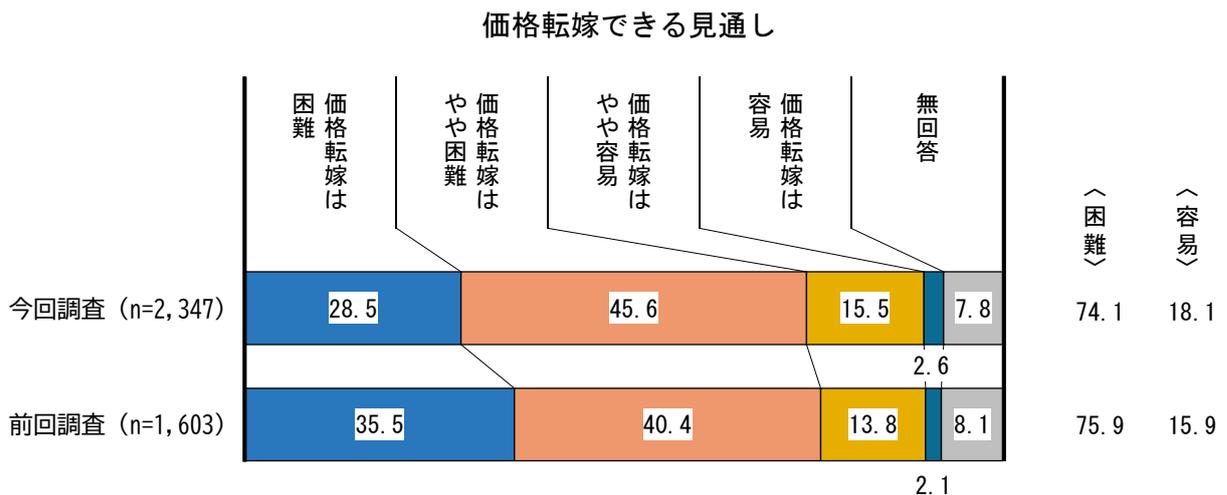
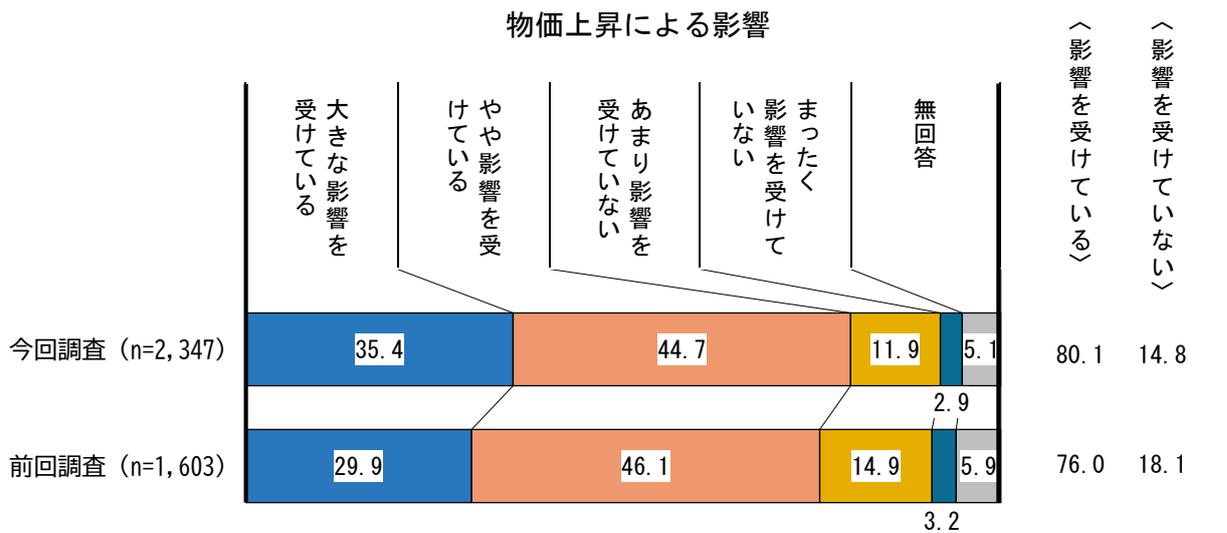
※「大幅増益」は今回調査から設けた。前回調査では「増益（5%以上）」となっている。

資金繰りの変化



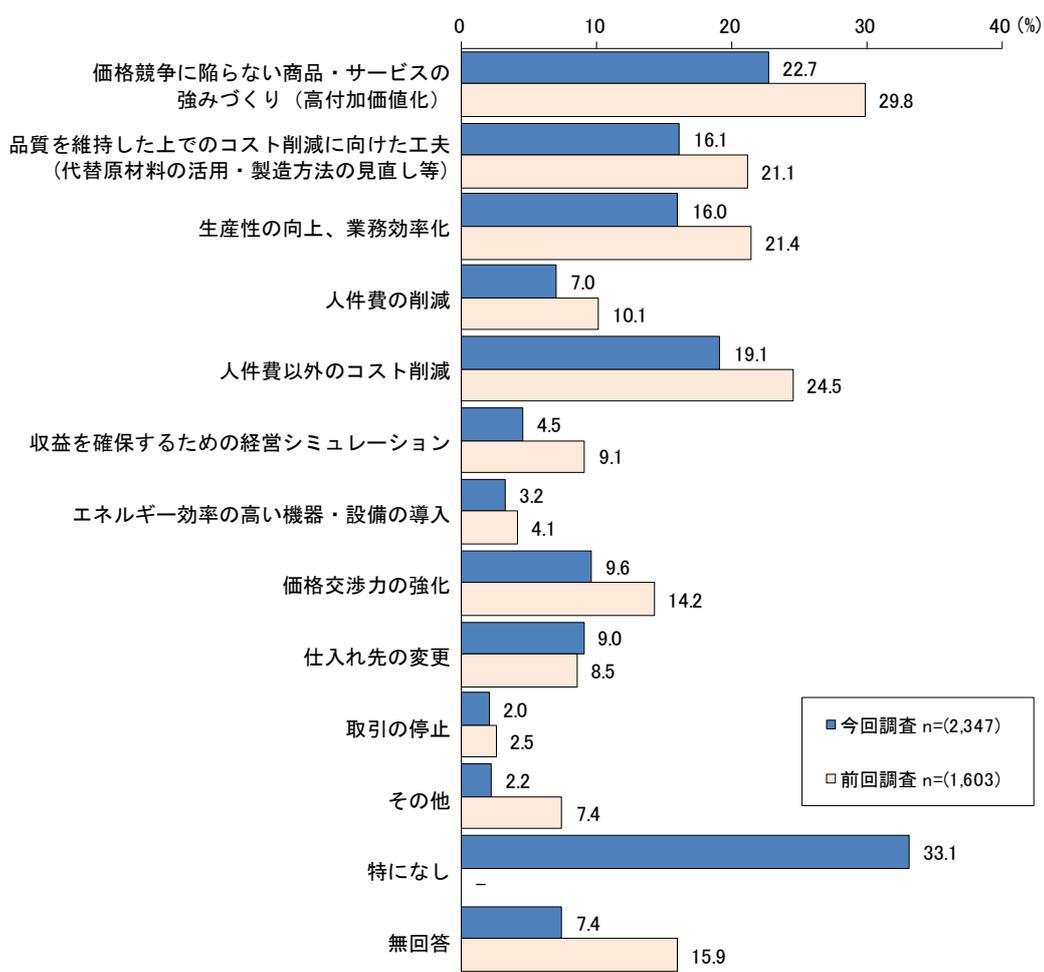
イ 物価上昇の影響

- 物価上昇による影響は、「やや影響を受けている」(44.7%)が最も高く、「大きな影響を受けている」(35.4%)、「あまり影響を受けていない」(11.9%)と続く。『影響を受けている』(80.1%)は8割以上を占める。
- 価格転嫁できる見通しは、「やや困難」(45.6%)が最も高く、「困難」(28.5%)、「やや容易」(15.5%)、「容易」(2.6%)と続く。「やや困難」と「困難」を合わせた『困難』(74.1%)が、「やや容易」と「容易」を合わせた『容易』(18.1%)を大きく上回る。



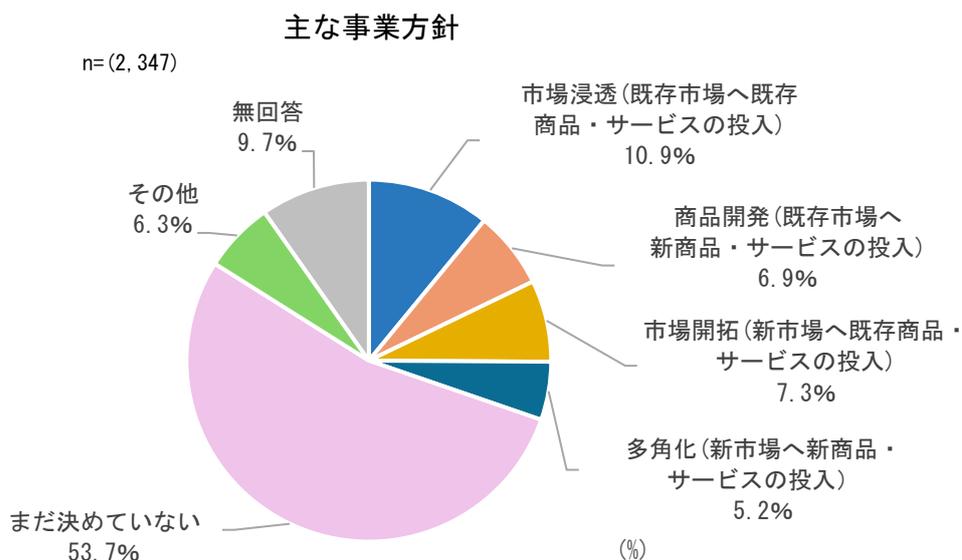
- ・価格転嫁できない場合の対応は、「価格競争に陥らない商品・サービスの強みづくり」(22.7%)が最も高く、「人件費以外のコスト削減」(19.1%)、「品質を維持した上でのコスト削減に向けた工夫」(16.1%)と続く。

価格転嫁できない場合の対応

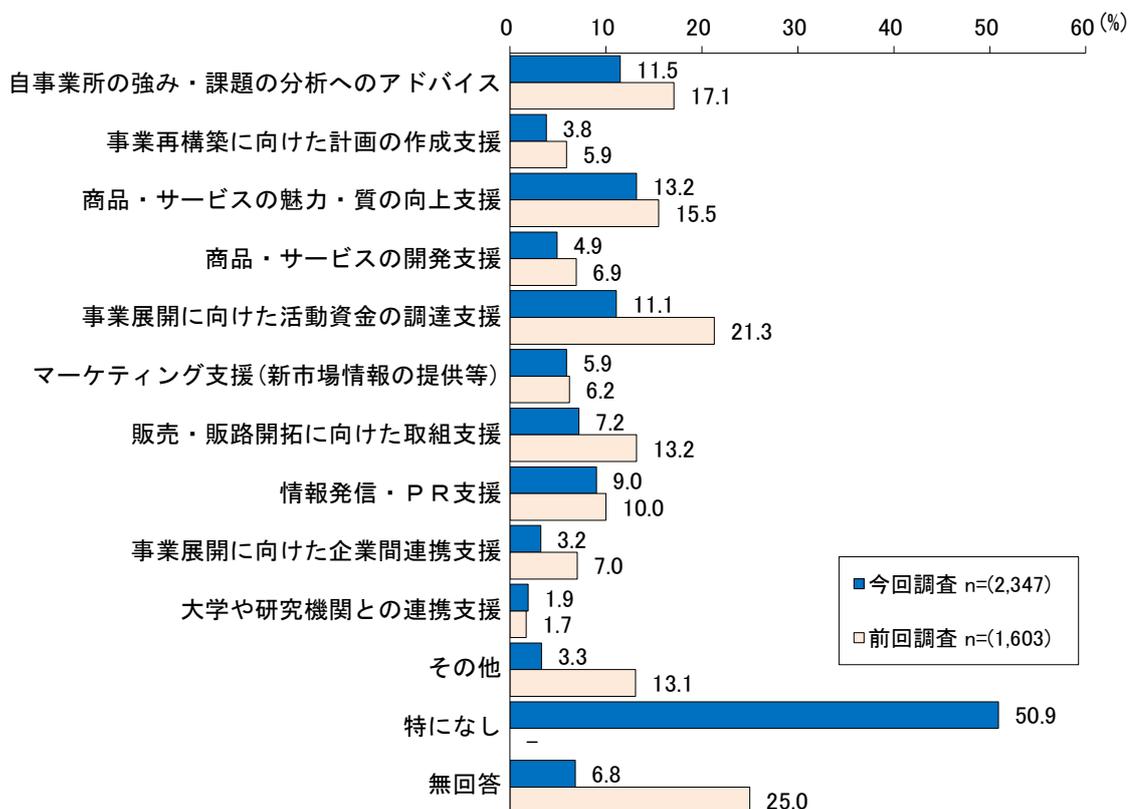


ウ 今後の事業展開と求められる支援策

- ・今後の主な事業方針は、「まだ決めていない」(53.7%)が最も高く、「市場浸透」(10.9%)、「市場開拓」(7.3%)、「商品開発」(6.9%)、「多角化」(5.2%)と続く。
- ・今後の事業展開に向けて必要な支援策は、「特になし」(50.9%)が最も高く、必要な支援策としては「商品・サービスの魅力・質の向上支援」(13.2%)、「自事業所の強み・課題の分析へのアドバイス」(11.5%)、「事業展開に向けた活動資金の調達支援」(11.1%)と続く。



今後の事業展開に向けて必要な支援策

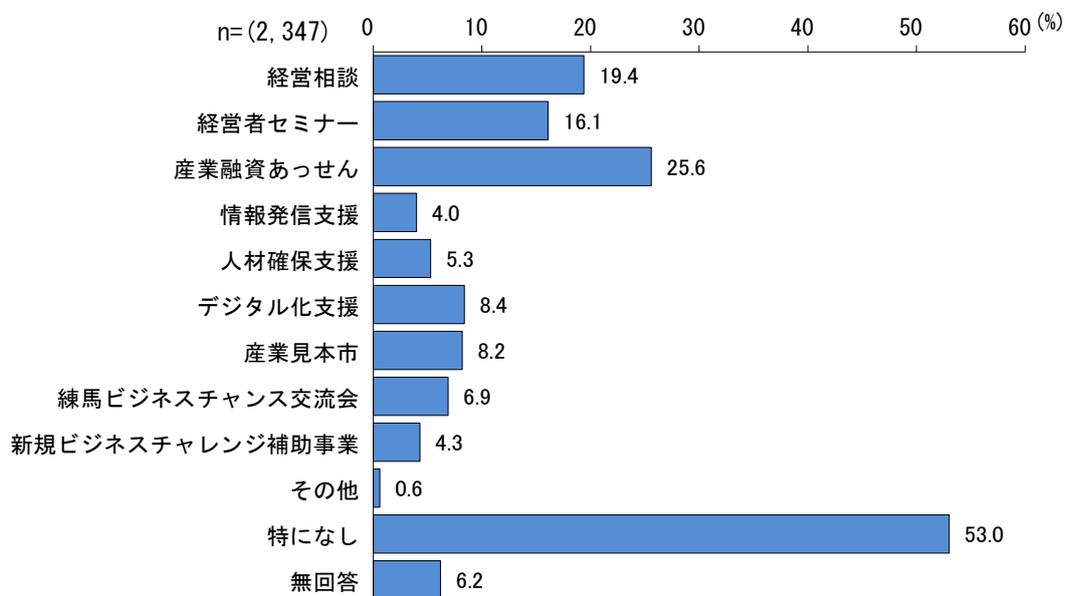


(7) 区の事業者支援策

ア 区が実施している事業者支援策

- ・区が実施している事業者支援策のうち知っているものは、「産業融資あっせん」(25.6%)が最も高く、「経営相談」(19.4%)、「経営者セミナー」(16.1%)と続く。

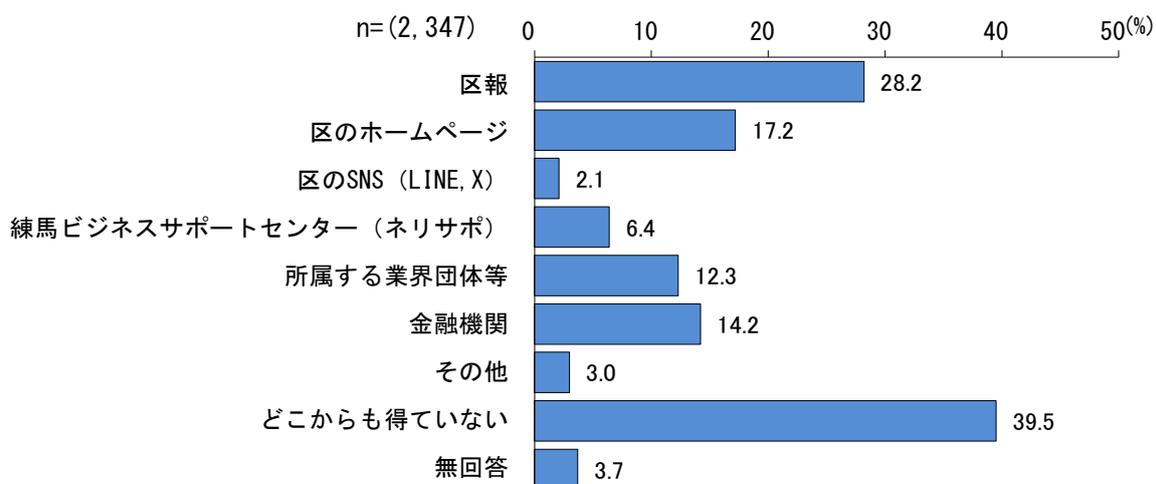
区が実施している事業者支援策の認知度



イ 事業者支援策の情報等を得ている媒体

- ・区の事業者支援策の情報等を得ている媒体は、「区報」(28.2%)が最も高く、「区のホームページ」(17.2%)、「金融機関」(14.2%)、「所属する業界団体等」(12.3%)と続く。

区の事業者支援策の情報等を得ている媒体



令和7年度（2025年度）
練馬区事業所実態調査
報告書（概要版）

令和8年（2026年）3月

編集・発行 練馬区産業経済部経済課
練馬区豊玉北6丁目3番1号
03-5984-1194