

総務委員会資料

2 所管事務の調査（報告）

（1）川崎市経済労働局 新型コロナウイルス感染症 関連施策の取組実績について

- 資料 1 川崎市経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策の
取組実績について
- 参考資料 1 経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧
- 参考資料 2 有識者の意見
- 参考資料 3 川崎じもと応援券（第 2 弾・第 3 弾）について

経済労働局

令和 4 年 8 月 18 日

**川崎市経済労働局
新型コロナウイルス感染症関連施策の
取組実績について**

令和4年8月18日（木）

経済労働局

1 新型コロナウイルス感染症の影響

- (1) 感染状況の推移・・・・・・・・・・・・・ 4
- (2) 本市経済への影響・・・・・・・・・・・・・ 5
- (3) 雇用への影響・・・・・・・・・・・・・ 8

2 経済労働局における新型コロナウイルス感染症 関連施策の概要

- (1) 国・県・市の施策の概要・・・・・・・・・・・・・ 9
- (2) 取組の考え方・・・・・・・・・・・・・ 10
- (3) 経済労働局の実施事業・・・・・・・・・・・・・ 11

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症 関連施策の取組

- (1) 就業支援の強化～雇用労働対策～・・・・・・・・・・・・・ 13
- (2) 資金繰りの円滑化～制度融資による支援～・・・・・・・・・・・・・ 15
- (3) 地域における経済循環
～川崎じもと応援券(第2弾)～・・・・・・・・・・・・・ 18
- (4) ポストコロナを見据えた支援
～新たな生活様式に対応した補助事業～・・・・・・・・・・・・・ 23
～ポストコロナに向けた取組～・・・・・・・・・・・・・ 25
～職場環境改善補助金～・・・・・・・・・・・・・ 26

4 経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策に おける課題及び対応等について

- (1) 取組の考え方
A就業支援の強化・B資金繰りの円滑化・・・・・・・・・・・・・ 27
- (2) 取組の考え方
C地域における経済循環・Dポストコロナを見据えた支援・・・・・・・・・・・・・ 28
- (3) 取組の総括・課題・今後の取組の方向性・・・・・・・・・・・・・ 29

※参考

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧・・・・・・・・・・・・・ 30
【参考資料1】

有識者の意見【参考資料2】・・・・・・・・・・・・・ 37

川崎じもと応援券(第2弾・第3弾)について・・・・・・・・・・・・・ 38
【参考資料3】

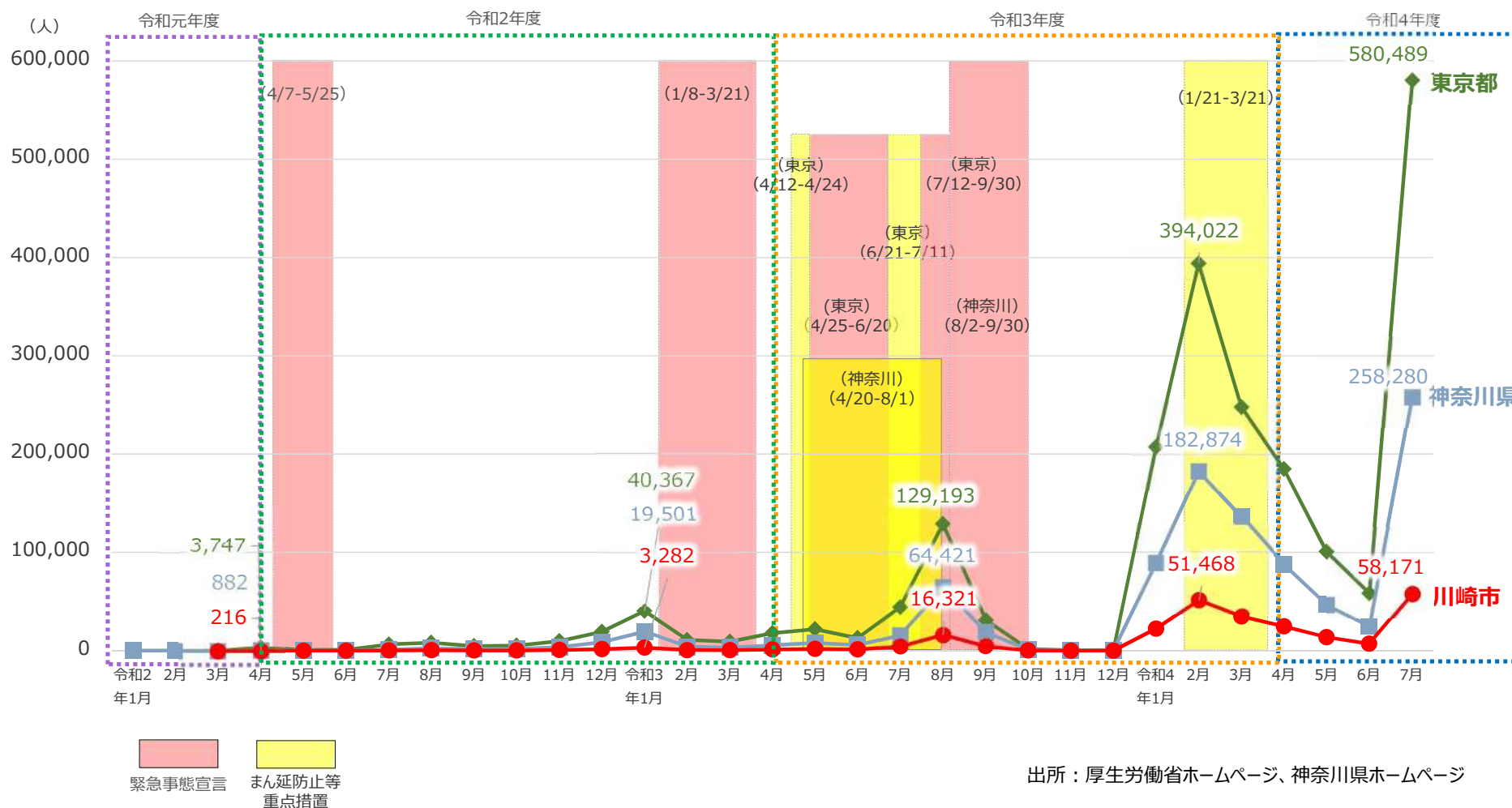
1 新型コロナウイルス感染症の影響

(1) 感染状況の推移

ポイント

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、神奈川県では令和2年度に2回の緊急事態宣言が発出され、令和3年度は1回の緊急事態宣言の発出、2回のまん延防止等重点措置が実施された（令和4年7月まで）。

新型コロナウイルス感染症の感染状況（陽性者数・令和4年7月まで）（川崎市・神奈川県・東京都）

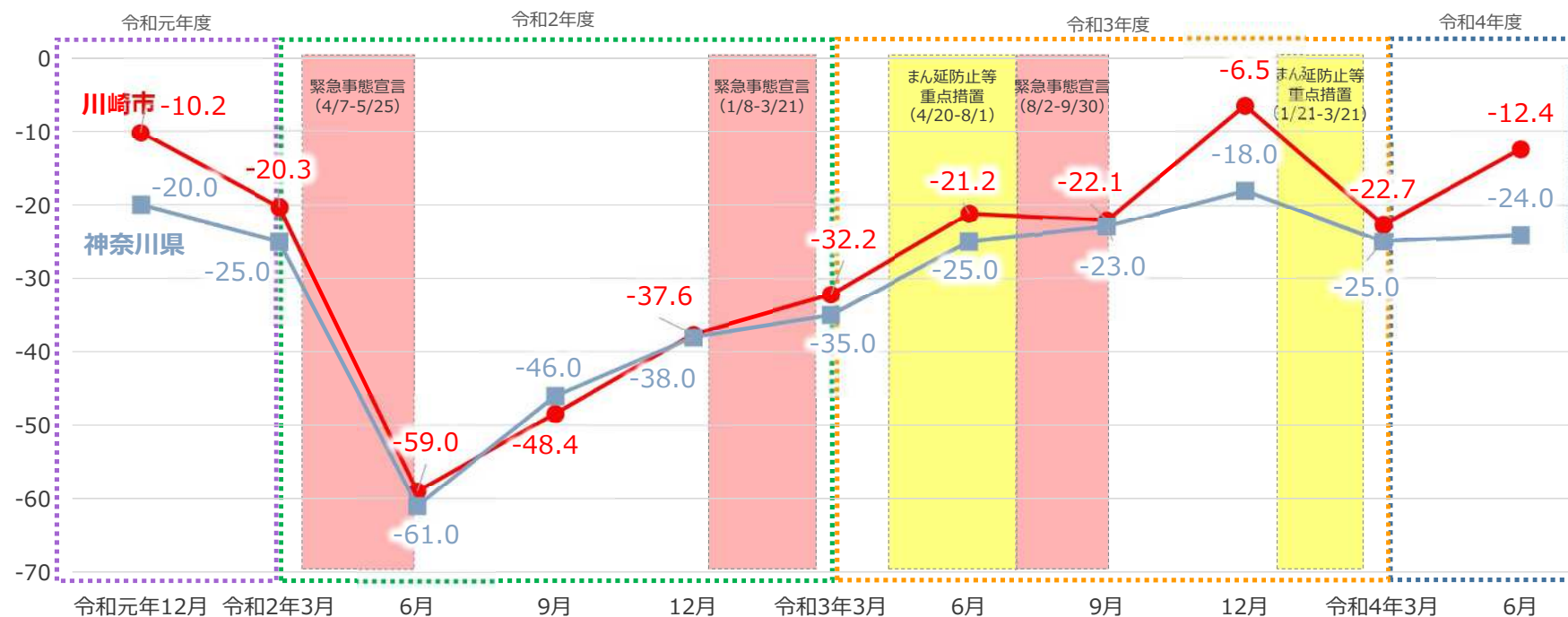


1 新型コロナウイルス感染症の影響 (2)本市経済への影響①

ポイント

地域金融機関による市内中小企業の景況感を総合的に示す業況DI（業況判断指数）では、令和2年6月期に最も低いマイナスとなり、その後改善傾向となっている。令和4年1月には、まん延防止等重点措置が実施され、3月期に再び後退したものの、その後は持ち直しの動きをみせている。

川崎市及び神奈川県業況DI



* 業況DIとは、前期と比べた業況について、「良い」、「やや良い」、「変わらず」、「やや悪い」、「悪い」の選択肢のうち、「良い」、「やや良い」と回答した企業の割合から、「やや悪い」、「悪い」と回答した企業の割合を差し引いた値を示している。

出所：川崎信用金庫「中小企業動向調査2021年1-3月期、2021年7-9月期、2022年4-6月期実績」
 浜銀総合研究所「企業経営予測調査2021年6月、2022年6月調査結果」

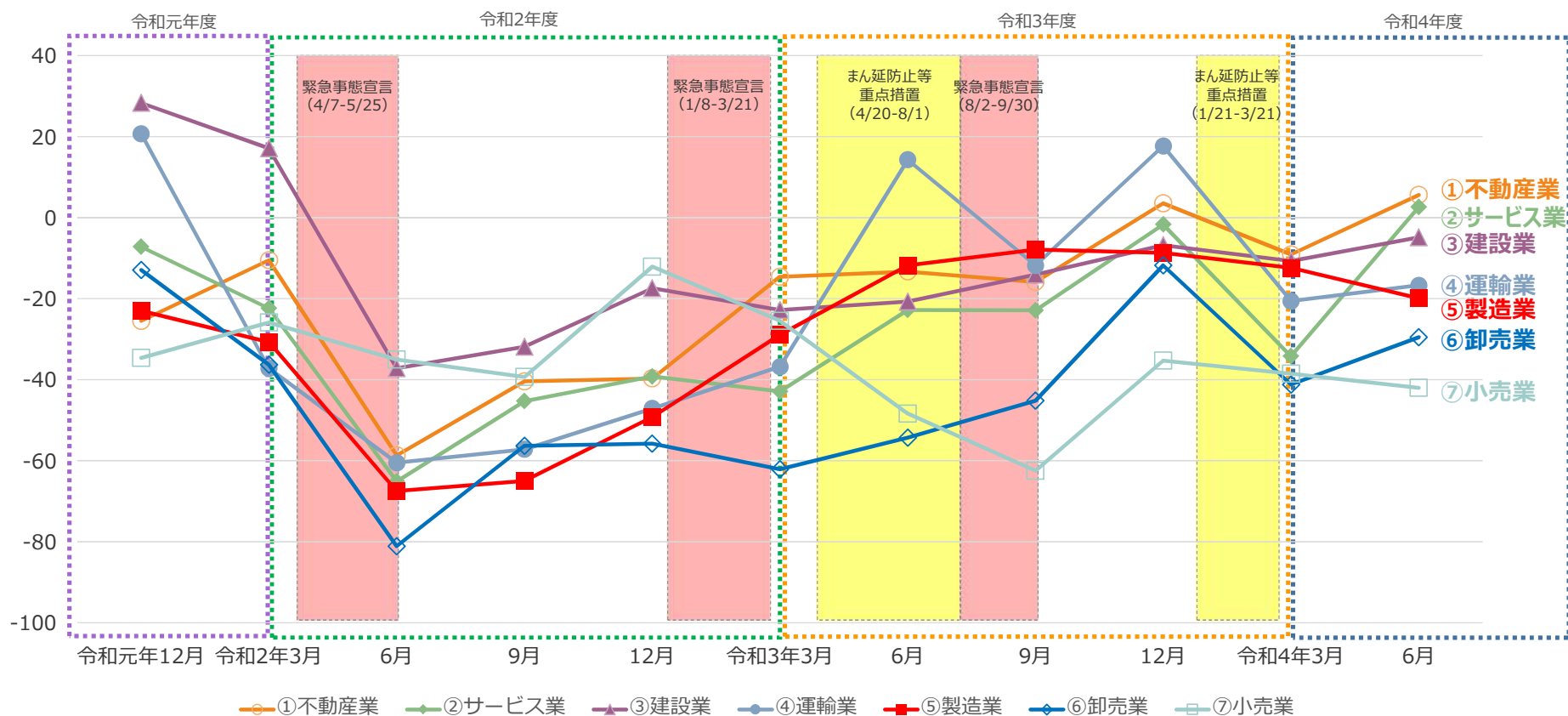
1 新型コロナウイルス感染症の影響

(2)本市経済への影響②

ポイント

令和4年6月から外国人観光客の受入れ再開などにより経済の活性化が期待される一方、原油価格・原材料価格の高騰や急激な円安など、コロナ禍のみならず企業収益の下押し要因が発生しており、業種によって業況DIの動きに差が出ている。

川崎市の業種別業況DI



出所：川崎信用金庫「中小企業動向調査2021年1-3月、2021年7-9月、2022年4-6月実績」

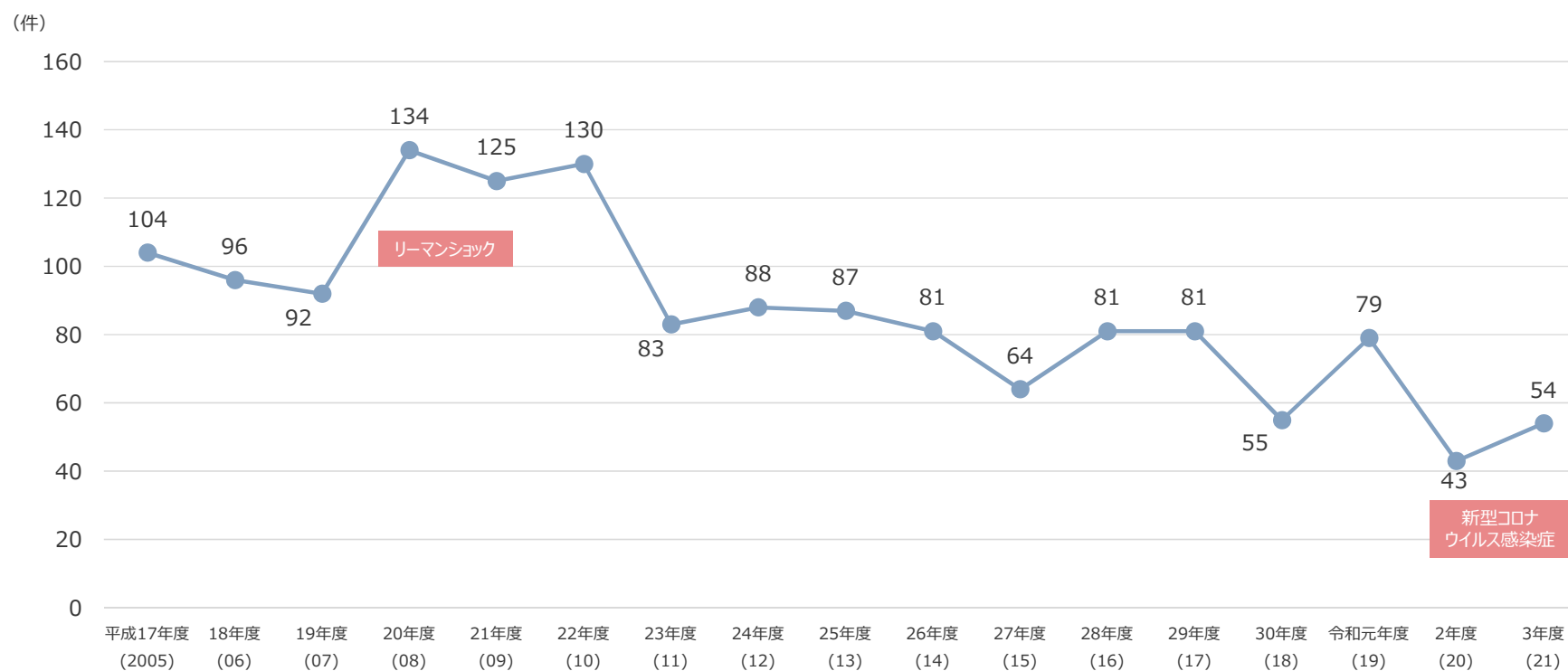
1 新型コロナウイルス感染症の影響

(2)本市経済への影響③

ポイント

令和2年以降の新型コロナウイルス感染症禍においては、国や自治体、金融機関による緊急措置として各種支援が実施された結果、令和3年度もコロナ禍前の水準を下回る54件となった。

倒産件数の推移（負債総額1,000万円以上・川崎市）



出所：川崎市資料（㈱東京商工リサーチ「企業倒産状況」）

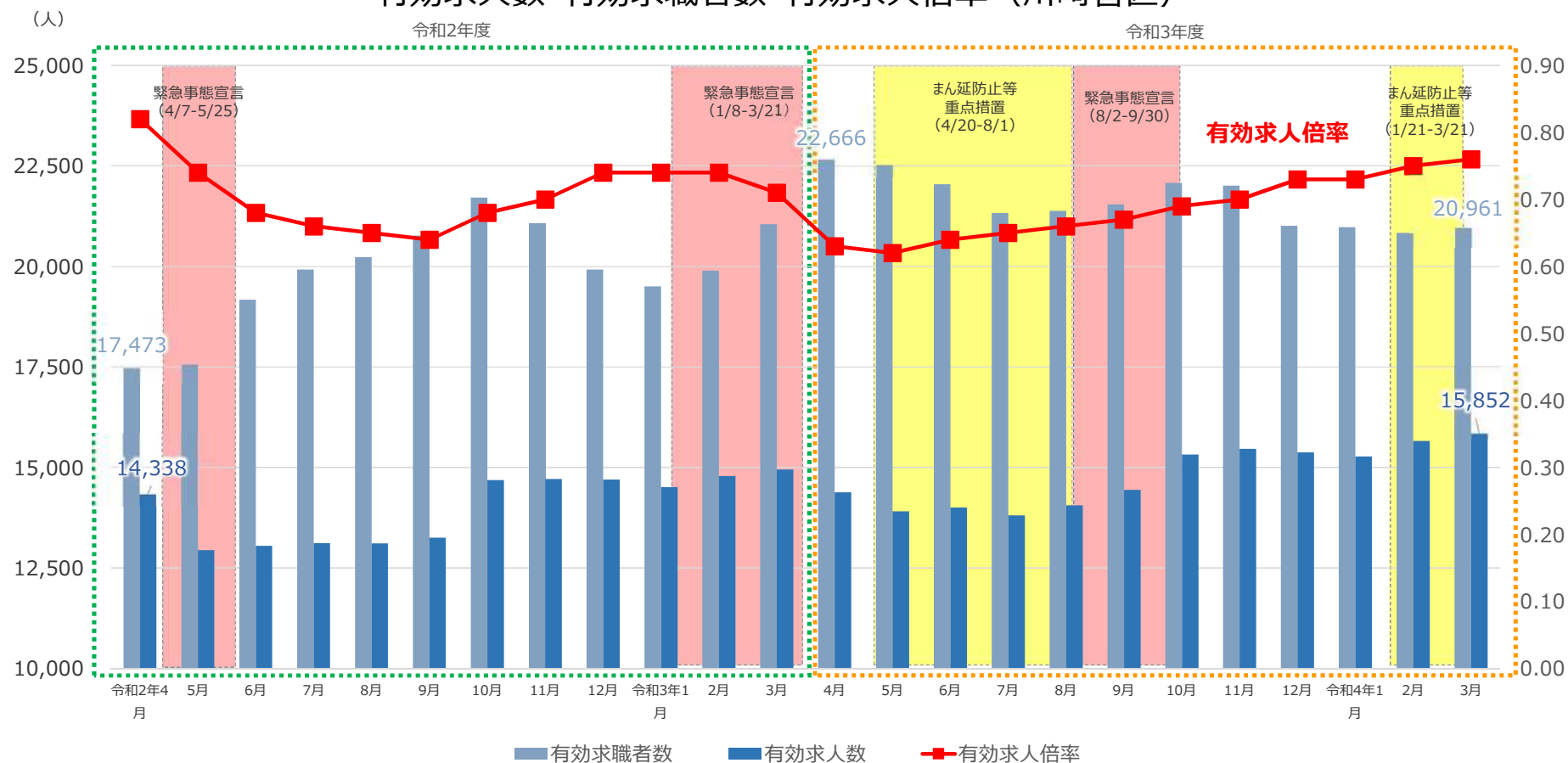
1 新型コロナウイルス感染症の影響

(3)雇用への影響

ポイント

有効求職者数は、令和3年4月をピークに徐々に下降傾向にある一方で、有効求人数は微増で推移しており、就業環境の改善が見られる。

有効求人数・有効求職者数・有効求人倍率（川崎管区）



出所：川崎・川崎北公共職業安定所「統計月報」、神奈川県労働局「神奈川労働市場月報」を基に作成

2 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の概要

(1) 国・県・市の施策の概要

	取組の概要	主な取組
国	● 広範囲にわたる雇用対策や事業者支援を実施	● 雇用調整助成金 労使間の協定に基づき「雇用調整(休業)」を実施する事業主に休業手当等の一部を助成 ● 持続化給付金・一時支援金・月次支援金 売上が基準期間の同月比50%以上減少した事業者を対象に給付 ● 事業復活支援金 売上が基準期間の同月比50%以上又は30%以上50%未満減少した事業者を対象に給付 ● 事業再構築補助金 経済社会の変化に対応するため、中小企業等の事業再構築を支援
	● 感染拡大防止策や予防策を実施	● 新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく、 緊急事態宣言・まん延防止等重点措置 の発令等による感染拡大防止・予防の取組
神奈川県	● 感染拡大防止策とあわせた協力金の交付、コロナ禍での消費還元事業等を実施	● 新型コロナウイルス感染症拡大防止協力金 県からの要請に応じて、時短営業・休業等に協力した事業者に対し、協力金を交付 ● キャッシュレス・消費還元事業（かながわpay） 売上減少の県内産業の消費喚起を促すため、決済額の最大20%のポイントを消費者に還元 ● かながわ県民割 県民限定で県内旅行の割引を行い、観光事業者を支援
川崎市	● 地域経済の下支えとして事業者における雇用の維持と事業の継続、ポストコロナ社会を見据えた取組を実施	<就業支援の強化> ● 雇用・労働特別相談窓口、特別電話就業相談窓口 ● キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化 <資金繰りの円滑化> ● 制度融資による支援 (無利子・無担保、コロナ対応伴走支援型経営改善資金等) <地域における経済循環> ● 川崎じもと応援券（第1弾・第2弾） ● 小規模事業者臨時給付金 <ポストコロナを見据えた支援> ● テレワーク導入促進補助金 ● 職場環境改善支援補助金 ● 製造業や商店街・商業者のデジタル化への支援

2 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の概要

(2)取組の考え方

ポイント

- 令和2年度は、緊急経済対策（経済労働局所管分）として、「就業支援の強化」「資金繰りの円滑化」「地域における経済循環」「ポストコロナを見据えた支援」に取り組み、令和3年度においても、未だ続く新型コロナウイルス感染症の影響への対応として関連施策を実施
- これらの取組により、事業者における「雇用の維持」と「事業の継続」を図るとともに、ウィズコロナ社会の「新たな生活様式への対応」、「ポストコロナに向けた取組」を支援

経済労働局における新型コロナウイルス関連施策の考え方

※ 記載事業は全取組から抜粋

●取組の考え方

A 就業支援の強化	B 資金繰りの円滑化	C 地域における経済循環	D ポストコロナを見据えた支援
- 雇用・労働特別相談窓口、特別電話就業相談窓口 - キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化 - 短期求人紹介支援	- 制度融資による支援(無利子・無担保等) - 制度融資による支援(コロナ対応伴走型資金等)	- 川崎じもと応援券(第1・2弾) - 小規模事業者臨時給付金 - ワンストップ型臨時経営相談窓口の開設 - 市内宿泊施設テレワーク利用促進事業	- テレワーク導入促進補助金 - 職場環境改善支援補助金 - 中小製造業デジタル化対応支援事業 - 商業者等デジタル化対応支援事業 など
① 雇用の維持	② 事業の継続	③ 新たな生活様式への対応	④ ポストコロナに向けた取組

●目的

令和2年度 緊急経済対策

令和3年度～ 新型コロナウイルス感染症関連施策

2 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の概要

(3)経済労働局の実施事業①（令和2年度事業）

公表時期	事業名		決算(千円) (※)	備考
	就業支援の強化・資金繰りの円滑化・地域における経済循環	ポストコロナを見据えた支援		
第1弾 (R2.4月)	・ 離職者向けの特別電話就業相談窓口			当初事業費で対応
	・ 雇用を守るための支援相談窓口		18,923	
	・ 制度融資による支援(無利子・無担保はR2.5からR3.3まで受付)		2,197,396	預託金・代位弁済を含まず
	・ 川崎じもと応援券(第1弾)		3,032,919	R3.5まで実施のため、R3決算を含む
	・ 市場内事業者への施設使用料等の猶予			執行予算なし
	・ テイクアウト・デリバリー実施店舗の市HPへの掲載			執行予算なし
	・ 臨時経営相談等による支援メニューの活用サポート			当初事業費で対応
		・ テレワーク導入促進補助金	11,073	
		・ テイクアウト等参入促進事業補助金 ①中小事業者テイクアウト等参入支援事業補助金 ②商店街等緊急支援事業補助金	25,527	
第2弾 (R2.5月)	・ 小規模事業者臨時給付金		126,729	
第3弾 (R2.7月)	・ ワンストップ型臨時経営相談窓口		255,924	予備費で対応
第4弾 (R2.8月)	・ キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化		59,388	
		・ 中小企業海外展開支援事業補助金 ①コンテンツグローバル化促進事業補助金 ②グローバル展開支援事業補助金 ③越境 E C 専門相談事業	6,466	【補正分のみ】 R2-3にかけて実施 R2-3にかけて実施
		・ 職場環境改善支援補助金	26,291	
		・ 商店街再起支援補助事業 ①商店街魅力再起支援事業補助金 ②川崎市商店街連合会補助金(情報発信強化)	2,540	R2-3にかけて実施
		・ 「新しい生活様式」対応研究開発補助金	99	R2-3にかけて実施
		・ ポストコロナ型新分野参入促進事業		R2-3にかけて実施
		・ 市内観光農園のPR等	7,999	
		・ 産業支援施設のIT環境整備	2,680	

※「決算」は、令和2年度の決算額の1,000円未満を四捨五入したもの

※ 預託金は経営安定資金のみを計上

※ 令和2年度から3年度にかけて実施する事業は、令和2年度決算額のみ計上
(じもと応援券事業のみ、令和3年度事業分を含む)

合計
(融資原資として金融機関に預け入れる預託金を含めた場合)

5,773,954
27,514,932

2 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の概要

(3)経済労働局の実施事業②（令和3年度事業）

事業名		決算見込 (千円) (※)	備考
就業支援の強化・資金繰りの円滑化・地域における経済循環	ポストコロナを見据えた支援		
・ 離職者向けの電話就業相談窓口		75,027	当初事業費で対応
・ キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化		上記、金額に含む	
・ 雇用を守るための支援相談窓口		1,546	当初事業費で対応
・ 制度融資による支援(コロナ対応伴走支援型経営改善資金等)		2,064,267	預託金・代位弁済を含まず
・ ワンストップ型経営相談窓口		229,925	左記事業費の一部で対応
・ テイクアウト・デリバリー実施店舗の市HPへの掲載			執行予算なし
	・ グローバル展開促進事業 ①コンテンツグローバル化促進事業補助金 ②グローバル展開支援事業補助金 ③越境 E C 専門相談事業	18,430	
	・ 商店街魅力再起支援補助金	11,892	
	・ 「新しい生活様式」対応研究開発補助金	11,344	
	・ ポストコロナ型新分野参入促進事業	3,300	
・ かわさき短期求人紹介支援		38,986	【以下R3.3月補正分】
・ 川崎じもと応援券(第2弾)		1,358,652	【R4繰越額を除く】
	・ 商店街等緊急支援事業補助金(第2弾)	6,106	
	・ 産業支援施設のテレワーク環境整備	9,244	
	・ 職場環境改善支援補助金(第2弾)	98,146	当初事業費・R3.3補正・ 予備費を含む
・ 市内宿泊施設テレワーク利用促進事業		87,163	R3.3月補正・R3.9月 補正等を含む
・ 対象特化型就業マッチング事業		17,739	【以下R3.9月補正分】
	・ 中小製造業等デジタル化対応支援事業	2,219	
	・ 商業者等デジタル化推進事業 ①デジタル化講習会 ②デジタル化モデル事業補助金	12,605	
	・ 働き方改革・生産性向上推進事業 (中小企業間連携新規事業化モデル事業)	20,000	

※ 「決算見込」は、令和3年度の決算見込額の1,000円未満を四捨五入したもの
 ※ 預託金は経営安定資金のみを計上

合計 4,066,591
 18,297,591

(融資原資として金融機関に預け入れる預託金を含めた場合)

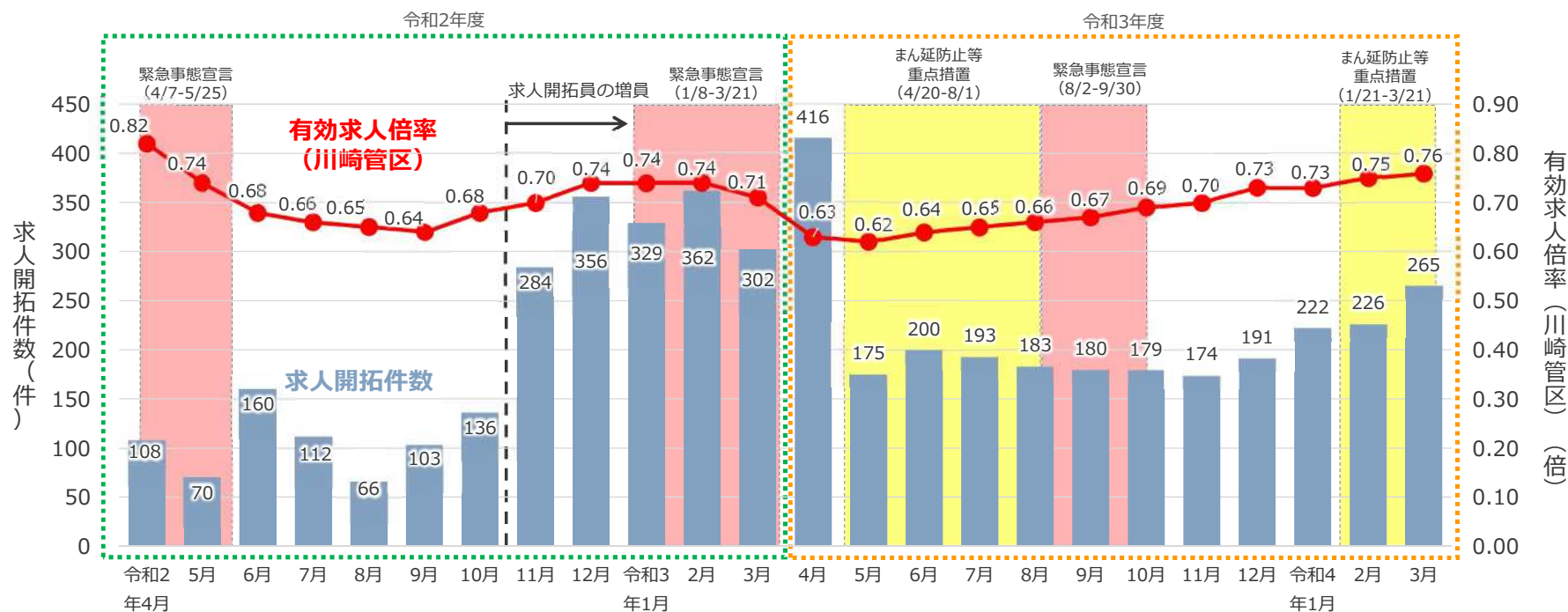
3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(1) 就業支援の強化～雇用労働対策～①

ポイント

- ① 就職に関する総合相談窓口「キャリアサポートかわさき」では、令和2年10月に求人開拓員を3名増員後、11月以降の求人開拓件数を増加させた。
- ② 令和3年5月以降の求人開拓件数は、効果的に就職決定につながるよう、より求職者のニーズを踏まえた求人開拓に変更したため、減少している。

有効求人倍率とキャリアサポートかわさきにおける月別の求人開拓件数



【月平均求人開拓件数】 令和2年4月～10月…約108件 11月～令和3年3月…約327件、令和3年4月～令和4年3月…約217件

【年間求人開拓件数】 令和2年度…2,388件、令和3年度…2,604件

*「川崎管区」には横浜市鶴見区を含む *「求人開拓件数」…登録求職者の希望、条件等を踏まえて求人開拓員が訪問・電話等を行い、企業からキャリアサポートかわさきへ求人票を提出いただいた件数

取組概要

- 令和2年5月の緊急事態宣言解除以降、有効求人倍率は急速に悪化（求人数の減、求職者数の増）し、川崎管内においては0.7を下回る率での推移が続いていた。
- このため、求人開拓体制を強化することを目的として、従来は求職者との面談業務等を兼任する6名のスタッフが担当していた求人開拓について、令和2年10月から、専従スタッフを3名追加で配置した。

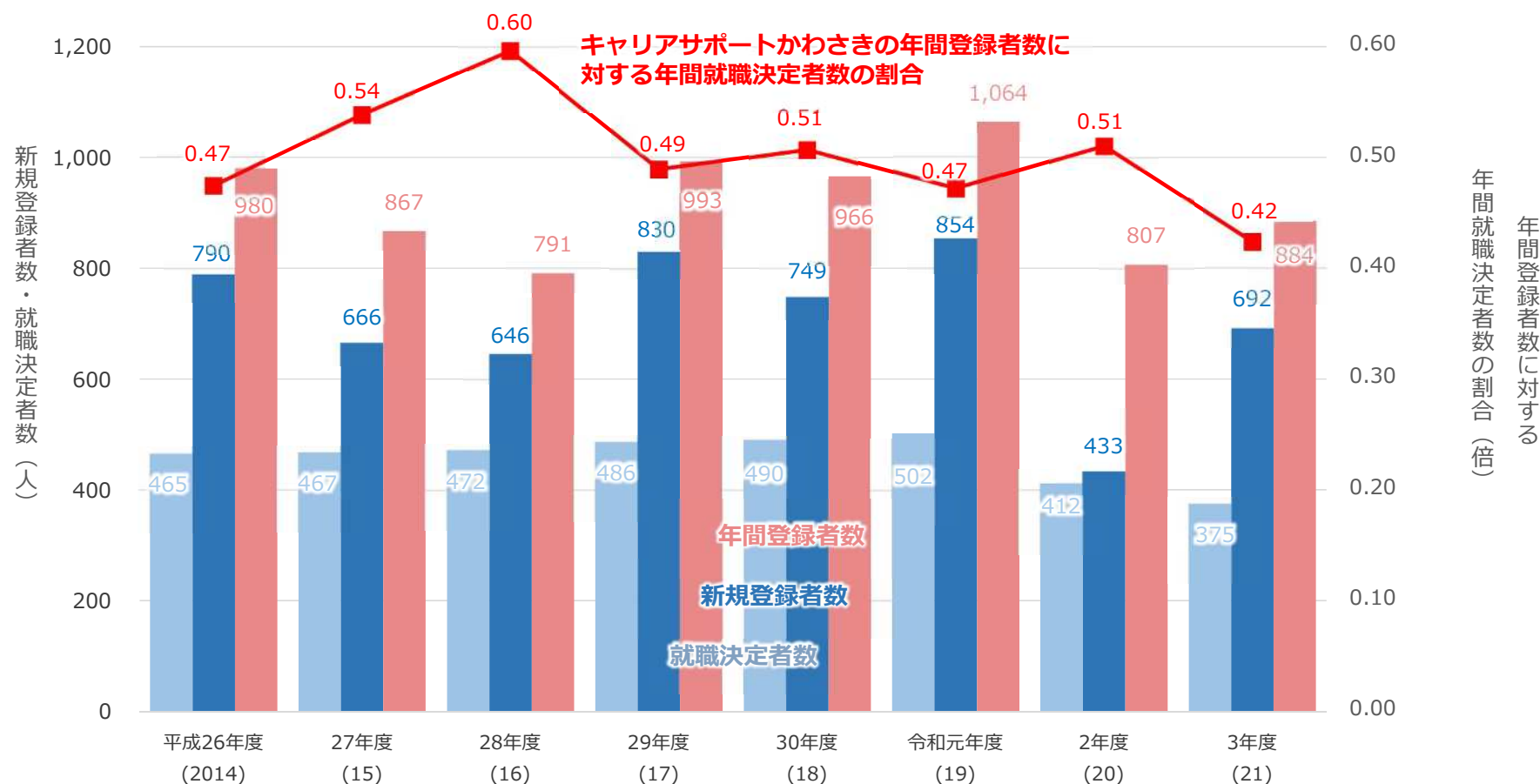
3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(1) 就業支援の強化～雇用労働対策～②

ポイント

- ① 「キャリアサポートかわさき」を通じた就職決定者数は、令和元年度までは概ね横ばいで推移していたが、令和2年度、令和3年度と減少傾向にあり、令和3年度の年間就職決定者数の割合は、0.42に減少している。
- ② 「キャリアサポートかわさき」の新規登録者数は、コロナ禍の影響による相談窓口の休止や、周知機会の減少等から、令和2年度に大きく減少したが、令和3年度は増加に転じている。

キャリアサポートかわさきにおける年度別の就職決定者数、
新規登録者数及び年間登録者数に対する年間就職決定者数の割合



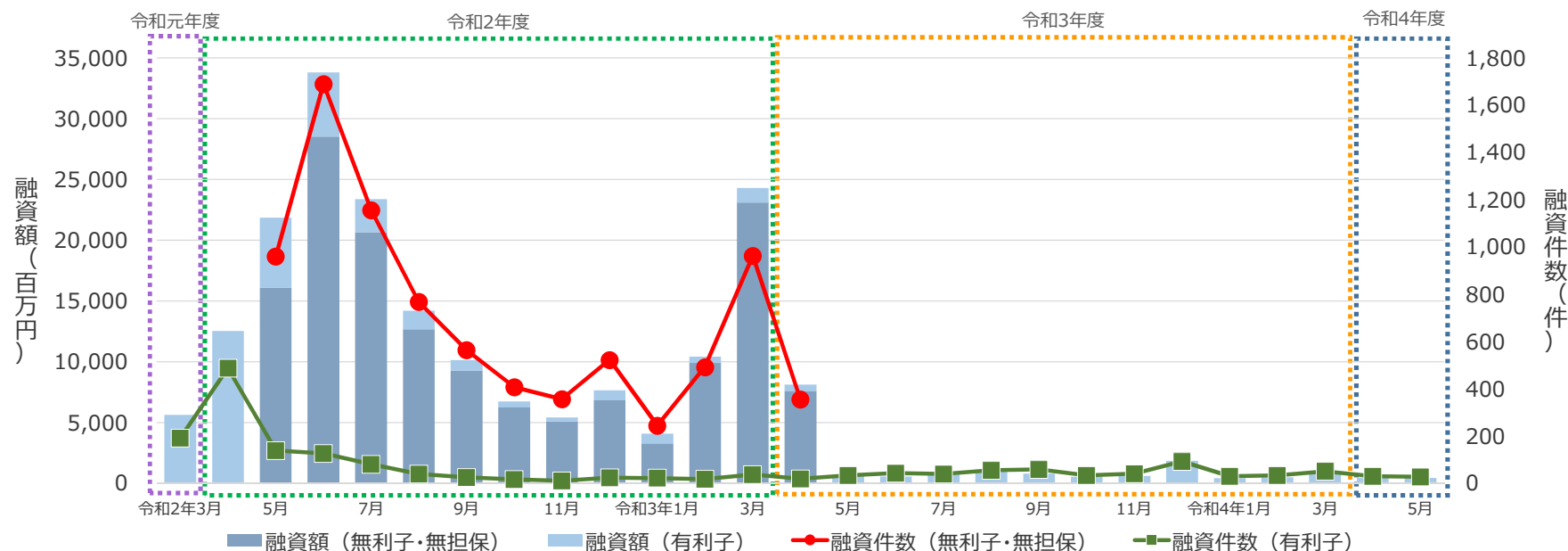
3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(2) 資金繰りの円滑化～制度融資による支援～①

ポイント

本市の制度融資における融資額・件数*は、令和2年5月に制度化した無利子・無担保融資の融資額・件数が大きく増加しており、無利子・無担保融資の終了後の令和3年5月以降は、融資額・件数ともに大きく減少している。

融資額・件数（無利子・有利子別）



* 融資額及び融資件数は、本市融資制度に関する川崎市信用保証協会の保証承諾の金額及び件数から、新型コロナウイルス感染症関連融資のみを集計

取組概要

- 新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、融資限度額の増額、低金利の設定、信用保証料の補助等を盛り込んだ融資制度により支援を実施した。
【R2無利子・無担保融資（新型コロナウイルス感染症対応資金）】
【R2有利子融資（経営安定資金）】※危機関連保証、セーフティネット（SN）保証4号、5号を利用
- 新型コロナウイルス感染症の影響に伴い、融資限度額の増額、低金利の設定、信用保証料の補助等を盛り込んだ融資制度により支援を実施した。
【R3経営安定資金（コロナ対応伴走支援型経営改善資金含む）、新型コロナウイルス感染症対応資金、事業展開・多角化資金（R4.4から）】
※危機関連保証、セーフティネット（SN）保証4号、5号を利用

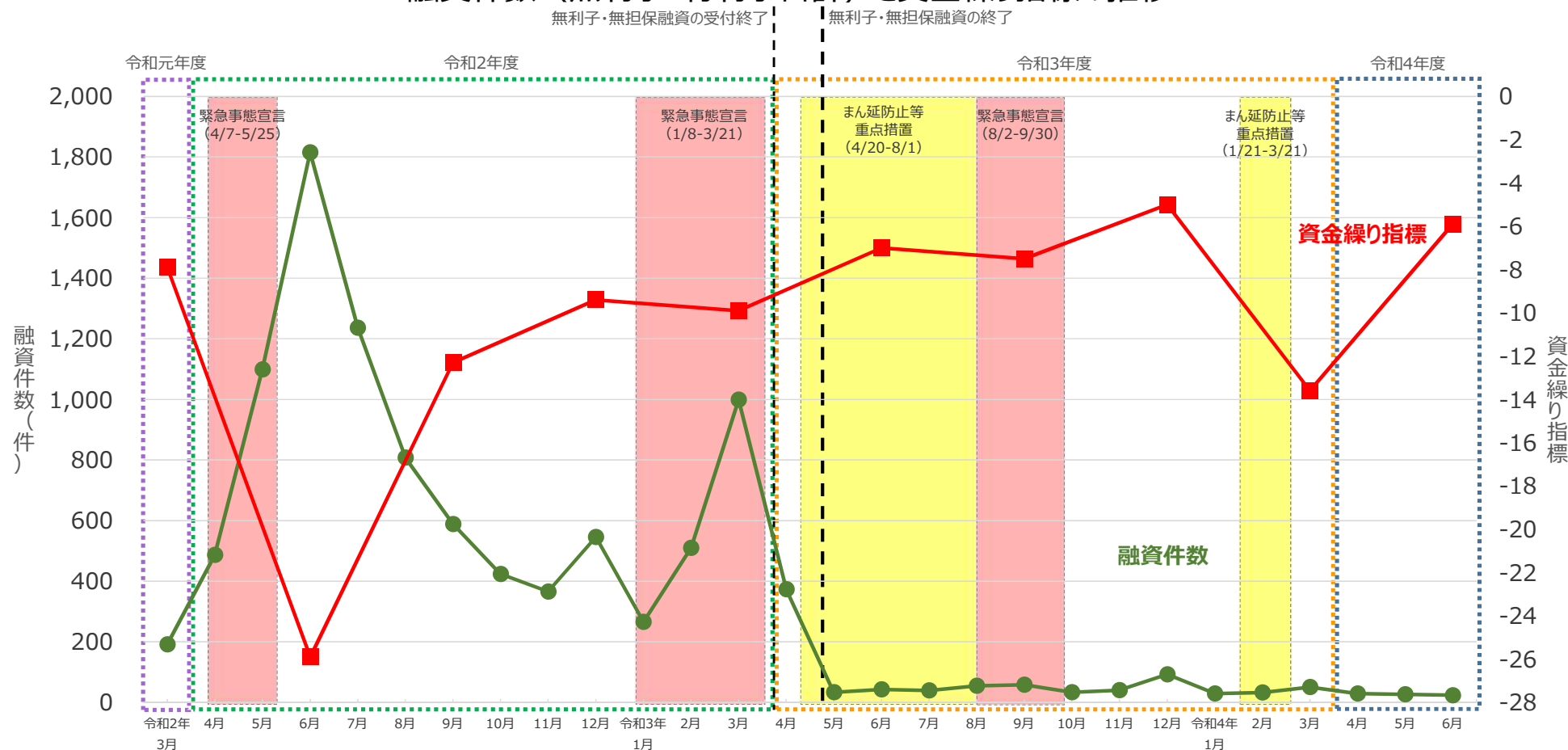
3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(2) 資金繰りの円滑化～制度融資による支援～②

ポイント

融資件数*1と、資金繰りの良・不良を示す資金繰り指標の推移は、令和2年6月をピークに融資件数が急増し、令和3年3月に再度増加した後は、減少傾向。資金繰り指標は令和2年6月を底に低下するが、その後持ち直し、令和4年3月に低下するものの、6月は持ち直す。

融資件数（無利子・有利子合計）と資金繰り指標の推移



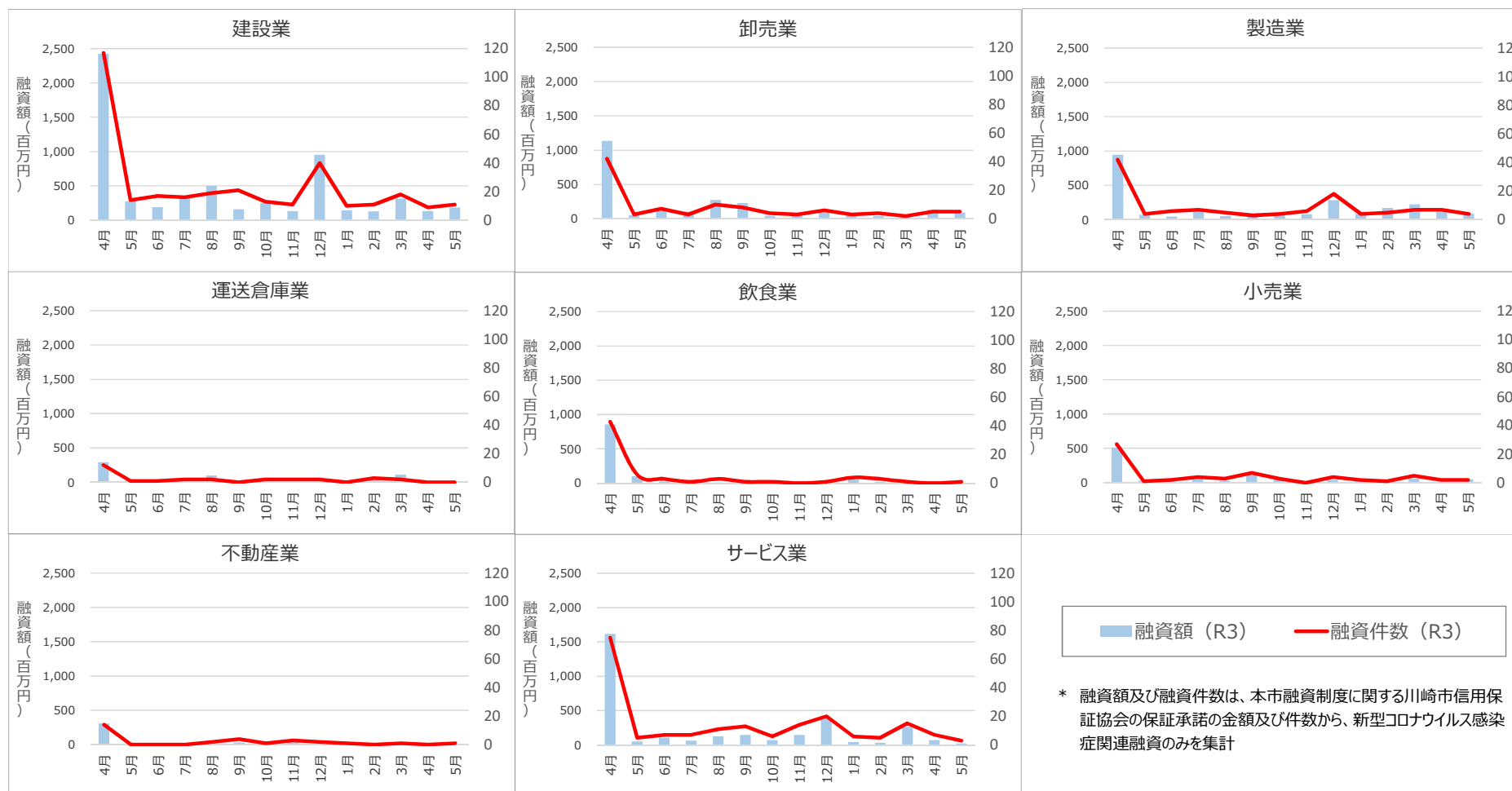
- * 1 融資件数は、本市融資制度に関する川崎市信用保証協会の保証承諾の件数から、新型コロナウイルス感染症関連融資のみを集計しており、無利子・有利子の合計値としている
- * 2 「資金繰り指標」の考え方…前期と比べた資金繰りの状況について、「楽」、「やや楽」、「変わらず」、「やや苦しい」、「苦しい」の選択肢のうち、「楽」、「やや楽」と回答した企業の割合から、「やや苦しい」、「苦しい」と回答した企業の割合を差し引いた値を示している。

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組 (2)資金繰りの円滑化～制度融資による支援～③

ポイント

融資額・件数*を業種別で比較すると、「建設業」が最も多く、「サービス業」、「卸売業」、「製造業」が続く。

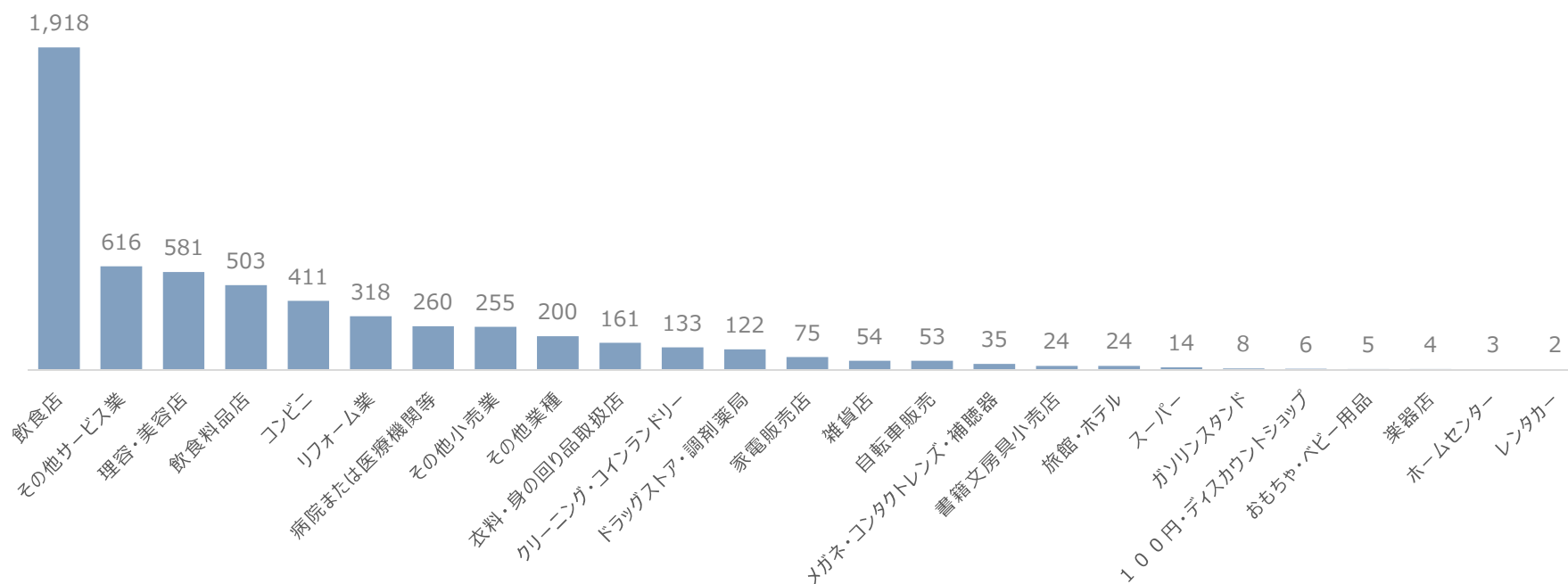
令和3年4月以降の業種別の融資額・件数（無利子・有利子合計）



ポイント

- ① 新型コロナウイルス感染症の影響により売上が減少している飲食店や生活関連サービス業等における消費を喚起するため、プレミアム率20%の「川崎じもと応援券（第2弾）」を発行した。
- ② 登録店舗数は5,785店舗となっており、業種別に見ると、「飲食店」、「その他サービス業」、「理容・美容店」が上位となっている。

業種別登録店舗数



取組概要

【令和3年度 川崎じもと応援券（第2弾） 概要】

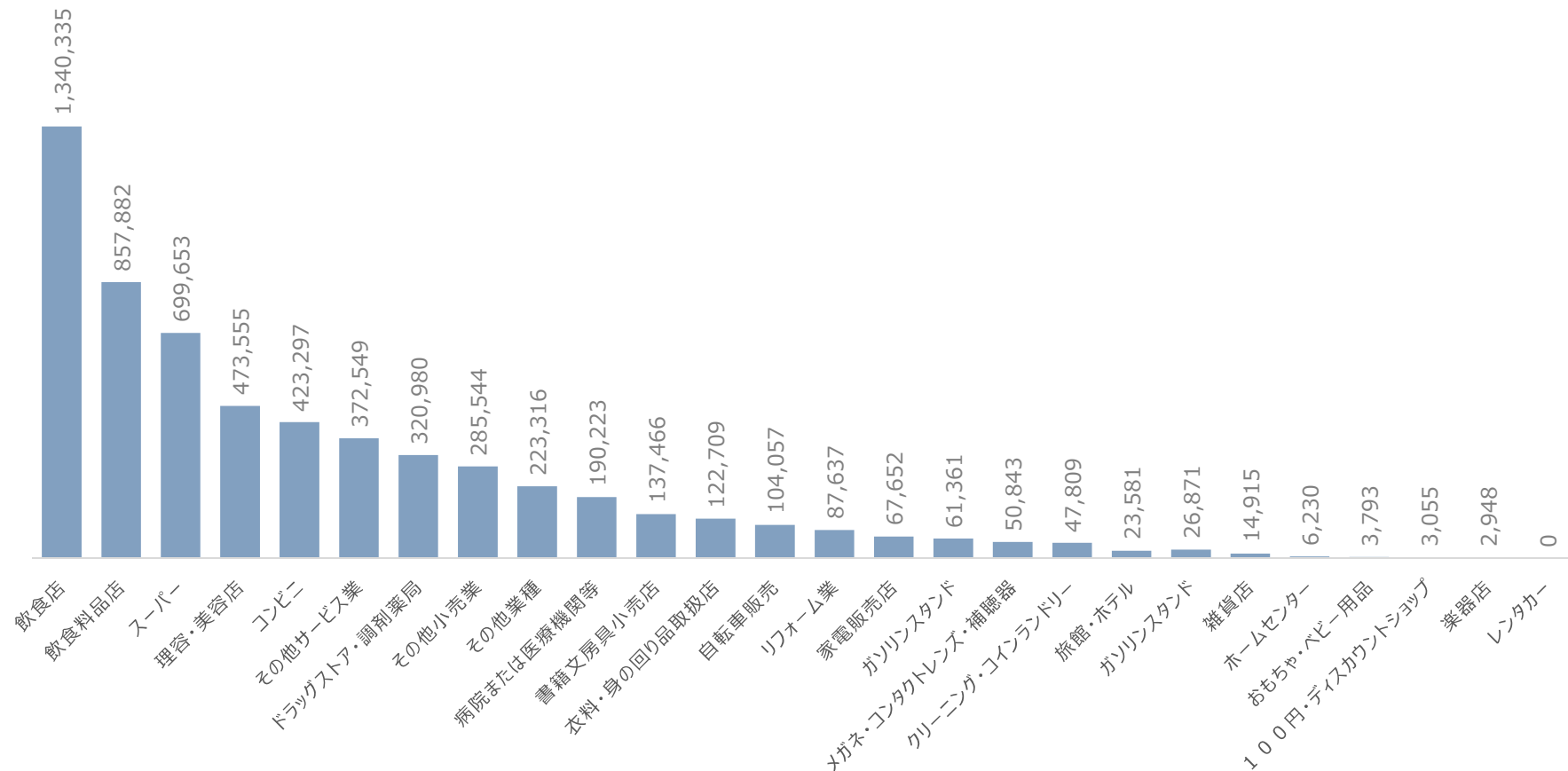
- ①発行総額 60億円（販売額50億円 プレミアム分10億円） ②発行冊数 50万冊
- ③1冊あたりの構成 1冊1,000円×12枚の応援券（12,000円分）を10,000円で販売（プレミアム率20%）
- ④利用期間 令和3年7月16日（金）～令和4年3月31日（月） ⑤登録店舗数 5,785店舗（R4.3.31現在）

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組 (3)地域における経済循環～川崎じもと応援券(第2弾)～②

ポイント

業種別の利用実績額は、「飲食店」が最も多く、「飲食料品店」、「スーパー」が続く。

業種別利用実績額（千円）



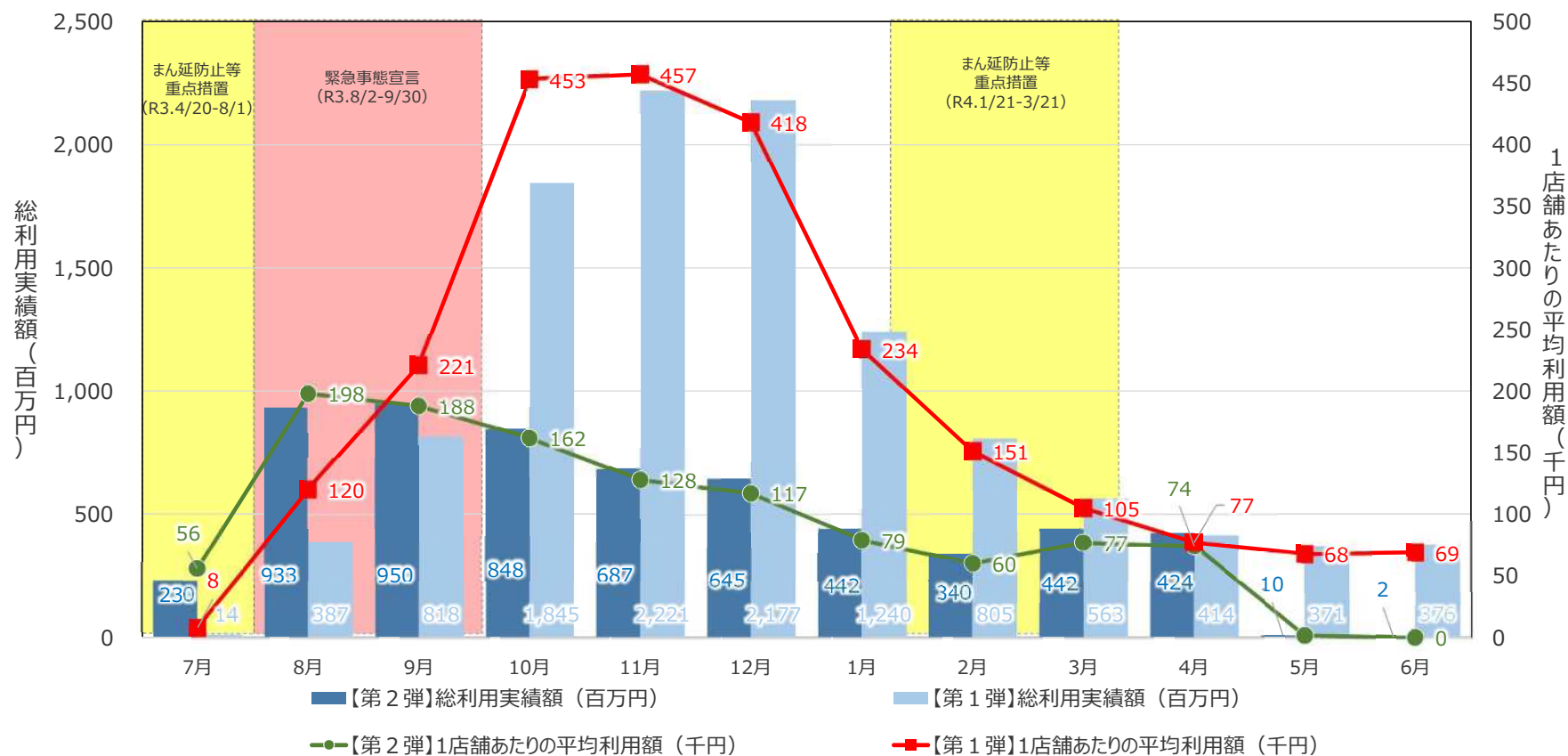
出所：川崎市資料

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組 (3)地域における経済循環～川崎じもと応援券(第2弾)～③

ポイント

- ① 第2弾の月別の総利用実績額は、9月が最も多く、約9.5億円となっている。
- ② 第2弾の月別の1店舗あたりの平均利用額は、8月が最も多く、19.8万円となっている。

総利用実績額（月別）と1店舗あたりの平均利用額（月別）



* 赤線グラフの期間は、令和2年7月から令和3年6月まで。緑線グラフの期間は、令和3年7月から令和4年6月まで。

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(3)地域における経済循環～川崎じもと応援券(第2弾)～④

ポイント

- ①【市予算額に対する事務費の割合】 じもと応援券(第2弾) 32.2% : じもと応援券(第1弾) 14.5%
- ②【市予算額に対する資金循環】 じもと応援券(第2弾) 4.6倍 : じもと応援券(第1弾) 4.0倍

- ・市予算額に対する事務費の割合32.2% (事務費4.7億円※1÷市予算額14.6億円※2)
- ・市内中小事業者に66.5億円(消費総額71.1億円※3×93.6%※4)が循環
市予算額の4.6倍の資金循環(66.5億円÷市予算額14.6億円※2)

※4 川崎じもと応援券(第2弾)における中小店舗での利用割合

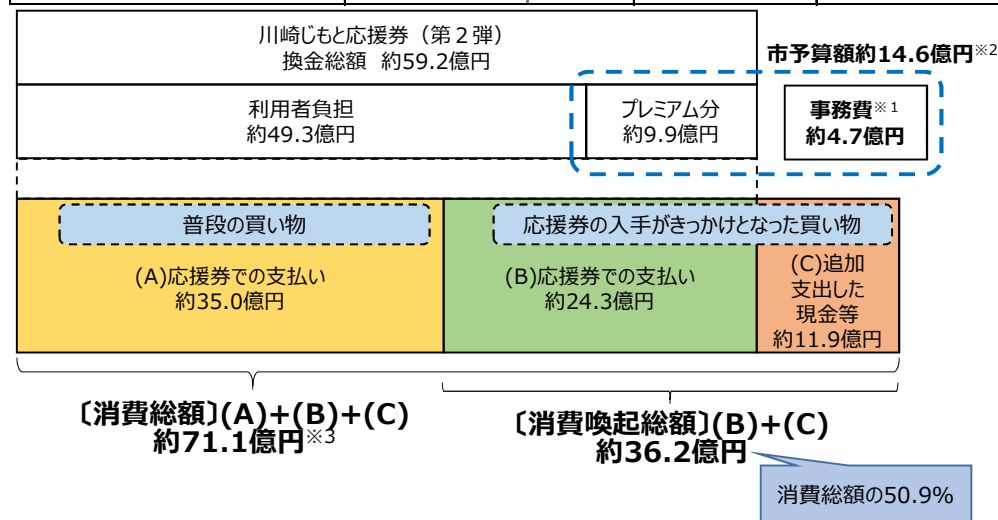
- ・市予算額に対する事務費の割合14.5% (事務費4.4億円※5÷市予算額30.3億円※6)
- ・市内中小事業者に121.7億円(消費総額127.6億円※7×95.4%※8)が循環
市予算額の4.0倍の資金循環(121.7億円÷市予算額30.3億円※6)

※8 川崎じもと応援券(第1弾)における中小店舗での利用割合

令和3年度 川崎じもと応援券(第2弾)

(単位:千円)

じもと応援券の利用目的	じもと応援券での 支払額	割合	じもと応援券での 支払いにあわせ 追加支出した現金等	合計
普段の買い物をじもと応援券で支払った	3,495,000	59.0%		3,495,000
じもと応援券の入手がきっかけとなった 商品の購入・サービスの利用・飲食等	2,426,000	41.0%	1,190,000	3,616,000 〔消費喚起総額〕
合計	5,921,000	100.0%	1,190,000	7,111,000 〔消費総額〕

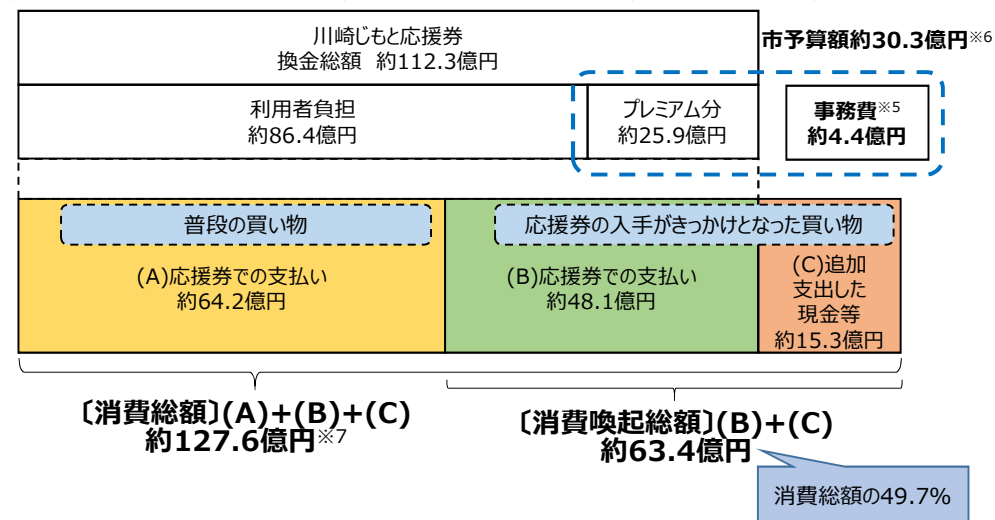


・市内中小事業者への新規消費喚起33.9億円(消費喚起総額36.2億円×93.6%※4)

令和2年度 川崎じもと応援券(第1弾)

(単位:千円)

じもと応援券の利用目的	じもと応援券での 支払額	割合	じもと応援券での 支払いにあわせ 追加支出した現金等	合計
普段の買い物をじもと応援券で支払った	6,419,000	57.1%		6,419,000
じもと応援券の入手がきっかけとなった 商品の購入・サービスの利用・飲食等	4,813,000	42.9%	1,531,000	6,344,000 〔消費喚起総額〕
合計	11,232,000	100.0%	1,531,000	12,763,000 〔消費総額〕

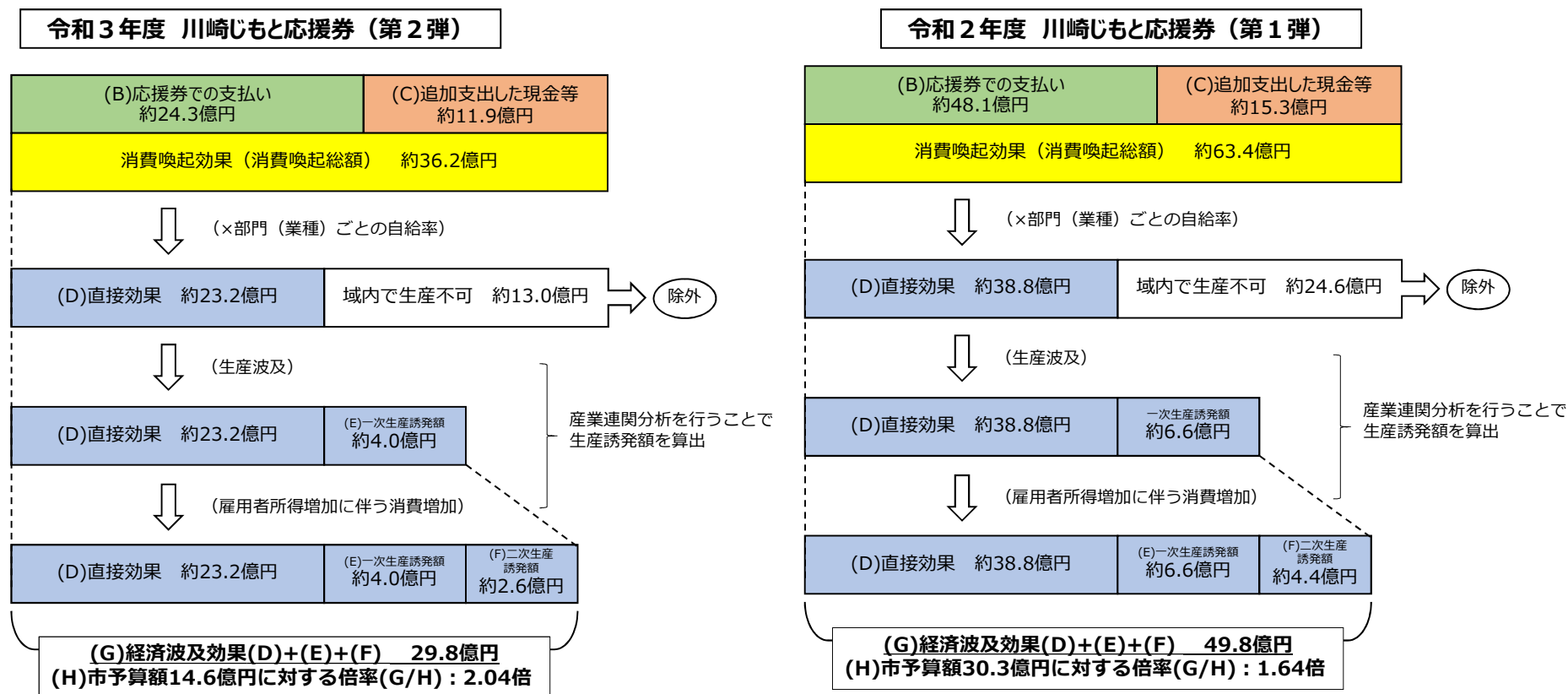


・市内中小事業者への新規消費喚起60.5億円(消費喚起総額63.4億円×95.4%※8)

・利用者アンケート調査の集計結果をもとに、川崎じもと応援券の利用目的ごとの金額を推計
・「普段の買い物をじもと応援券で支払った」、「じもと応援券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等」、「じもと応援券での支払いにあわせ追加支出した現金等」を集計し、換金総額ベースに換算

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組 (3)地域における経済循環～川崎じもと応援券(第2弾)～⑤

ポイント 【市予算額に対する直接効果及び生産誘発額】 じもと応援券（第2弾）2.04倍：じもと応援券（第1弾）1.64倍



用語説明

- 【自給率】各産業の市内需要に対する市内で調達される割合
- 【直接効果】消費喚起効果（消費喚起総額）について、商品の購入・サービスの利用・飲食等の内容に基づき分類した産業部門ごとの自給率を乗じて、川崎市内で生産・調達できる分を算出（他地域から移輸入する分を除く）
- 【一次生産誘発額】直接効果が生じた結果、ある部門の需要の増加に伴い、他の産業部門から原材料を購入するなど、市内の生産を誘発した金額
- 【二次生産誘発額】一次生産誘発額までの過程で生まれた雇用者所得の一部が、新たな消費等に回ることによりさらなる市内の生産を誘発した金額

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(4)ポストコロナを見据えた支援～新たな生活様式に対応した補助事業～①

年度	事業名	目的	支援対象	概要	主な実績
R2	①テレワーク導入促進補助金	市内企業の速やかなテレワーク導入を促進し、新たな働き方の確立と公共交通機関の混雑緩和による感染拡大の抑制に繋げる。	市内に、常時雇用する従業員が2名以上いる事業所がある中小企業、個人事業主	テレワーク環境の新規構築・拡張に要する経費への補助 【対象】 ・設備導入費（WEB会議用機器、ソフトウェア等） ・コンサルティング費用（導入相談に係る経費等） 【補助額】 ・設備導入費 補助率1/2 上限20万円 ・コンサルティング費 補助率1/2 上限5万円	【R2実績】 ・交付件数 71件 ・交付額 11,073千円
R2	(テイクアウト等参入促進事業補助金) ②中小事業者テイクアウト等参入支援事業補助金	外出自粛等により売上が減少した中小事業者による飲食物のテイクアウトやデリバリー、インターネットを活用した新たなサービス提供など、売上を確保する新たな取組を支援し、業者の経営安定化に資する。	市内に事業所を有する中小事業者	テイクアウトやデリバリー、インターネットを活用した新たなサービス提供など、売上を確保する新たな取組に要する経費への補助 【対象】 ・フード・デリバリーサービス利用料 ・広告宣伝費（チラシ作成や広告掲載等） ・設備装置費 ・ITを活用したサービス開始事業（インターネット通販の導入等） ・消耗品費（テイクアウト用容器類等） 【補助額】 補助率 3/4 上限10万円	【R2実績】 ・交付件数 205件 ・交付額 16,728千円
R2/R3	(テイクアウト等参入促進事業補助金) ③商店街等緊急支援事業補助金	外出自粛等により売り上げが減少した事業者を応援する取組や、新しい生活様式に対応するための取組を支援し、地域経済の再起に資することを目的とする。	市内商店街、商業者グループ等	売上が減少した事業者の応援や、安心して買い物できる環境づくりに取り組む市内商店街等を対象とした補助 【対象】 ・商店街内の店舗やサービスのPRに要する経費 ・新しい生活様式に対応する取組に要する経費（キャッシュレス対応セミナーの開催、消毒液設置等） 【補助額】 補助率 3/4 上限20万円	【R2実績】 ・交付件数 51件 ・交付額 8,295千円 【R3実績】 ・交付件数 32件 ・交付額 6,106千円
R2/R3	④職場環境改善支援補助金	新型コロナウイルス感染症の拡大防止対策として、職場環境を改善するための設備等の導入を補助することで、市内中小企業者の事業継続及び経営基盤の確保を図り、市内経済の活性化に資することを目的とする。	市内に事業所がある中小企業者、個人事業主(R3から、組合等の団体を含む)等	新型コロナウイルス感染症の拡大防止を防ぐため、飛沫感染や接触感染、近距離での会話への対策として行う設備等の導入に係る経費への補助 【対象】 ・設備導入費 ・ITサービス導入費、消耗品費(R2のみ)、委託費等 【補助額】 補助率 3/4 上限30万円・下限3万円	【R2実績】 ・交付件数 149件 ・交付額 26,291千円 【R3実績】 ・交付件数 594件 ・交付額 90,264千円
R2/R3	(中小企業海外展開支援事業補助金/グローバル展開促進事業) ⑤コンテンツグローバル化促進事業補助金	展示会等の中止・延期や移動制限により中小事業者等の販路開拓が難しくなっていることから、海外展開に向けて行う自社コンテンツのグローバル化に要する経費を補助し、海外展開を促進することで販路拡大を図る。	市内に事業所を有する中小事業者等	市内の中小事業者等による、海外展開に向けて行う自社コンテンツのグローバル化に要する経費への補助 【対象】 ・外国語の資料・ホームページ等作成に要する経費 ・PR動画等の作成に要する経費 ・契約資料等の作成・翻訳に要する経費 【補助額】 補助率 2/3 上限20万円	【R2実績】 ・交付件数 35件 ・交付額 6,466千円 【R3実績】 ・交付件数 25件 ・交付額 4,523千円

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(4)ポストコロナを見据えた支援～新たな生活様式に対応した補助事業～②

年度	事業名	目的	支援対象	概要	主な実績
R3	(グローバル展開促進事業) ⑥グローバル展開支援事業補助金	感染症の影響による販路開拓の機会損失や蒸発した需要の回復を図るためのオンライン商談等の経費や、渡航調査や海外の展示会出展等にかかる経費を補助し、オンラインと対面での双方の形態により、新常态下での市内産業のグローバルな発展を後押しする。	市内に事業所を有する中小事業者等	市内中小事業者等の海外展開に係る取組に要する経費を対象とした補助 【対象・補助額】補助率 2/3 ・国際的な電子商取引(越境EC)の取組(上限40万円) ・海外事業者とのオンライン商談等の取組(上限20万円) ・海外販路開拓や拠点成立に向けた現地調査(上限10万円) ・海外で開催される展示会等への出展(上限20万円) ・海外展開に必要な国際認証等の取得(上限40万円)	【R3実績】 ・交付件数 22件 ・交付額 6,449千円
R3	⑦商店街魅力再起支援補助金	新型コロナウイルス感染症拡大の影響により商店街の来客や売り上げが減少している中、商店街への人の流れを生み出し、賑わいを回復することなどを目的とする。	市内商店街、商業者団体等	商店街団体等が自ら取り組む「新しい生活様式」に対応した事業を対象とした補助 【対象】 ・活性化研究会・講習会事業(最低事業費30万円) ・地域貢献事業(最低事業費30万円) ・情報発信事業(最低事業費20万円) ・イベント事業(最低事業費30万円) 【補助額】 補助率 1/2 上限200万円	【R3実績】 ・交付件数 11件 ・交付額 11,283千円
R3	⑧「新しい生活様式」対応研究開発補助金	「新しい生活様式」に対応するために市内の中小企業等が行う研究開発に要する経費に対して補助することにより、本市における中小企業等の研究開発力の向上を図るとともに、新産業の創出を促進する。	市内に事業所がある中小企業者等	「新しい生活様式」に対応する研究開発に要する経費を補助 【対象】 ・感染症に関わる検査や治療に関する研究開発 ・感染予防製品等の研究開発 ・「新しい生活様式」に向けた事業活動の効率化に資する研究開発 ・「新しい生活様式」に向けたICTを活用した地域経済活性化に資する研究開発 【補助額】 補助率 3/4 上限200万円 ※大学等と共同で研究開発を行う場合は、500万円以内	【R3実績】 ・交付件数 5件 ・交付額 11,344千円
R3	⑨市内宿泊施設テレワーク利用促進事業	新型コロナウイルス感染症の対策として、新しい生活様式のひとつであるテレワークの促進と、市内宿泊施設の利用促進を目的とする。	デユースをシングル利用してテレワークを行う市内在住・在勤者 宿泊をシングル利用してテレワークを行う神奈川県在住者	市内在住・在勤者が、市内宿泊施設でテレワークを行う際に施設を利用する経費への補助 【補助額・デユース】 ・2,500円(利用価格(税込)3,000円～4,999円) ・4,000円(利用価格(税込)5,000円～6,999円) ・5,000円(利用価格(税込)7,000円以上) 【補助額・宿泊】 ・1,000円(利用価格(税込)2,000円～4,999円) ・2,500円(利用価格(税込)5,000円～6,999円) ・3,500円(利用価格(税込)7,000円～9,999円) ・5,000円(利用価格(税込)10,000円以上)	【R3実績】 ・デユース 利用件数 14,332件 ・宿泊 利用件数 4,288件

3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(4)ポストコロナを見据えた支援～ポストコロナに向けた取組～

年度	事業名	目的	支援対象	概要	主な実績
R3	①ポストコロナ型新分野参入促進事業	医療機関、大学や医療機器製造販売企業、市内企業間の、コロナ禍におけるニーズ・シーズの顕在化、マッチング等を行うことにより、市内中小企業の「ポストコロナ」への対応に資する取組等を支援し、本市産業の活性化を図る。	市内に事業所を有する中小事業者等	ポストコロナ社会を見据え、市内中小企業のICT活用などに資する取組や、医療分野等への新規参入、販路開拓を支援 【内容】 ・コロナ禍における医療現場の感染症対策に関するセミナーの開催 ・医療現場ニーズと企業シーズのマッチング ・医療分野への参入やICT活用に関する個別相談支援、マッチングの実施	【R3実績】 ・専門家派遣 25回 ・コーディネーター派遣 74回 ・マッチング 5件
R3	②中小製造業等デジタル化対応支援事業	中小企業のデジタル化に対する意識を高め、方針・目標を明確化し、戦略的に取組むことで、中小製造業等の競争力を確保し、地域経済の活性化を図る。	市内に事業所を有する中小製造業者等	市内中小製造業等のデジタル技術活用に関する事業環境の変化への対応を支援 【内容】 ・市内中小製造業等のデジタル化実態調査 ・市内中小製造業等の意識啓発・体制づくりに向けた出前講座 ・専門家によるデジタル化に向けた個別支援	【R3実績】 ・デジタル化実態調査 ・意識啓発に向けたセミナー、出前講座 11回 ・専門家派遣 35回
R3	(商業者等デジタル化推進事業) ③デジタル化講習会	商業者のデジタル化を推進するとともに、消費者である市民の利便性の向上に繋げることを目的とする。	市内商店街、商業者団体等	商店街内の個店等に対して、宣伝・PR・顧客管理などに活用できる無償又は安価なデジタルツールの使い方を伝える講習会を実施	【R3実績】 ・出前講座 5回 ・セミナー 3回
R3	(商業者等デジタル化推進事業) ④デジタル化モデル事業補助金	新型コロナウイルス感染症の影響への対応が求められていく中で、デジタル技術を活用した新たな取組を行う市内商業者を支援する。	市内商店街、商業者団体等	デジタル技術の活用による非接触型のサービスの導入や新たな販路開拓、イベント等の新たな取組に要する経費への補助 【対象例】 (例1)新しい生活様式への対応のため、非接触型サービスとしてキャッシュレス端末やセルフオーダーシステムを導入 (例2)売上の増加を目指し、新たな販路開拓として、ECサイトを作成 (例3)デジタルのポイントへ移行するため、ポイントシステムを構築 (例4)客足が落ち込んでいる商店街の活性化ため、デジタルスタンプラリーを実施 (例5)デジタル化を行うために、ITの専門家にコンサルティングを依頼 【補助額】 補助率 3/4 上限50万円(個店)・上限100万円(商店街)	【R3実績】 ・個店 交付件数 11件 交付額 4,202千円 ・商店街 交付件数 10件 交付額 6,118千円
R3	⑤働き方改革・生産性向上推進事業（中小企業間連携新規事業化モデル事業）	ポストコロナにおいて、市内中小企業等が社会の変革に柔軟に対応し、事業の再構築や生産性向上等の取り組みを進めることを目的とする。	3者以上であり、かつ2業種以上の異業種で連携して事業に取り組む市内に事業所を有する中小事業者等	企業間での連携により事業化及び生産性向上を図り、1社では困難な課題の解決を目指す取組を「モデル事業」として選定し、支援 【対象(全てを満たす事業)】 ・新規事業化及び生産性向上に資する事業 ・3社以上が連携し、かつ2業種以上の業種が参加する事業体制 ・事業期間が令和4年3月に完了する事業 【事業費】 上限500万円	【R3実績】 ・モデル事業 3件

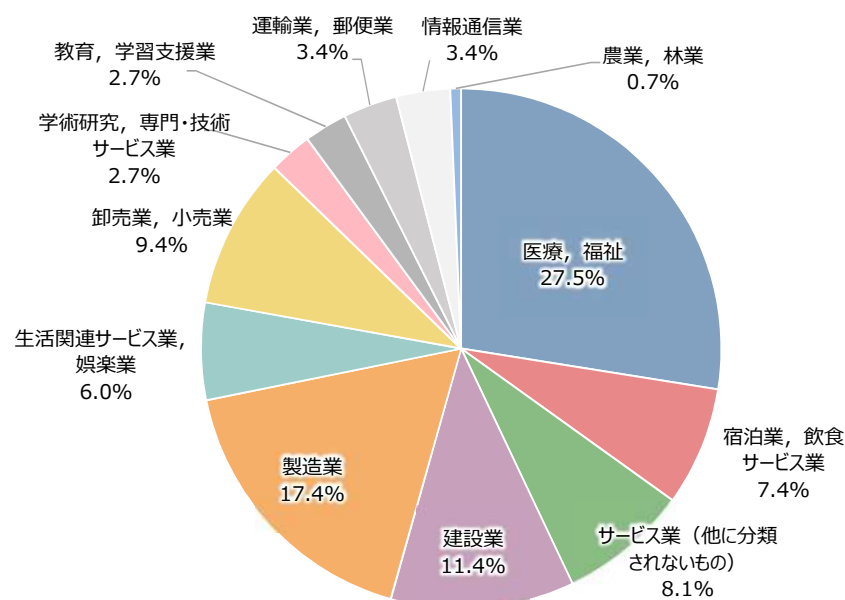
3 経済労働局における新型コロナウイルス感染症関連施策の取組

(4) ポストコロナを見据えた支援～職場環境改善支援補助金～

ポイント

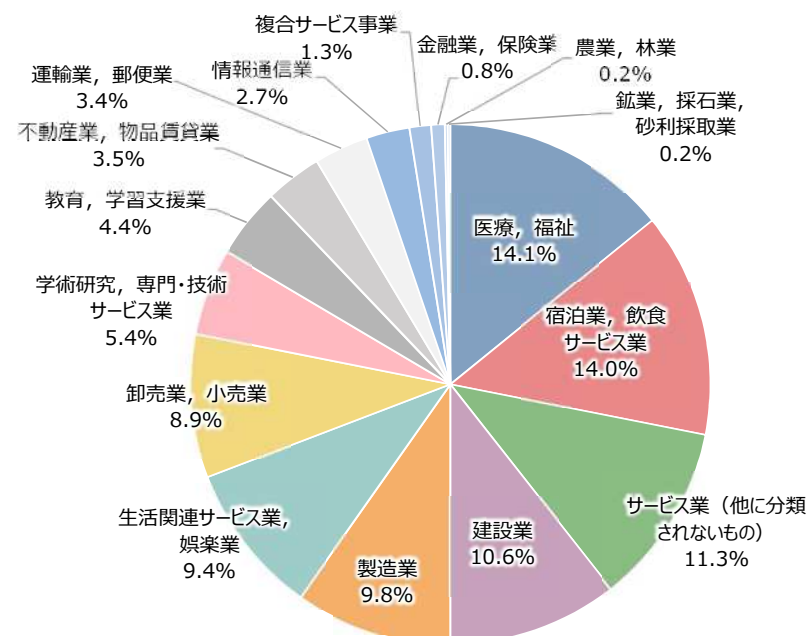
令和2年度に149件と利用ニーズが高かったことをふまえて、令和3年度は補助対象者を拡大したことにより、594件と多くの事業者を利用された。「医療、福祉」や「宿泊業、飲食サービス業」の順に多かった。

補助を受けた事業者の業種割合（令和2年度）



交付決定件数・交付総額：149件（26,291千円）

補助を受けた事業者の業種割合（令和3年度）



交付決定件数・交付総額：594件（90,264千円）

取組概要

- 新型コロナウイルス感染症の拡大防止等に対応した職場環境の構築のために必要な設備・備品の購入やITサービスの導入等に対する経費を補助
 - ①補助対象者 令和2年度：中小企業者、個人事業主
令和3年度：中小企業者、個人事業主、事業協同組合、医療法人、特定非営利活動法人等
 - ②補助対象経費 空調・衛生設備、キャッシュレス決済等のITサービス、改修工事等（令和2年度は消耗品を含む）
 - ③補助率 3/4（上限30万円・下限3万円）

4 経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策における課題及び対応等について

(1)取組の考え方 A就業支援の強化・B資金繰りの円滑化

	取組の考え方 A就業支援の強化	取組の考え方 B資金繰りの円滑化
取組概要	国などが実施する雇用調整助成金等の活用支援の他、市独自の取組として、市就業支援室「キャリアサポートかわさき」の特別電話就業相談窓口の設置や求人開拓体制の強化、短期求人情報を紹介する特設サイトの開設、対象特化型の就業マッチング事業等を開催し、コロナの影響による離職者の早期就業を支援した。	新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受ける市内中小企業者等の資金繰り支援として、令和2年度に無利子・無担保融資を創設(令和3年5月末終了)したほか、令和3年度は、「コロナ対応伴走支援型経営改善資金」の創設や無利子・無担保融資利用者への利子補給の継続等により、市内中小企業等の資金繰りの円滑化に取り組んだ。
主な効果・課題	(1)「キャリアサポートかわさき」において、相談件数・求人開拓数が令和2年度に比べ、令和3年度は増加したが、コロナ禍による窓口休止や周知機会等が減少したことから、令和2・3年度の利用者の新規登録者数及び就職決定者数実績は令和元年度より減少しており、コロナ禍での窓口の実施及び周知手法が課題。【参考資料1・P30・2に詳細】 (2)かわさき短期求人紹介支援は、求人情報のみを求める利用者が多いのに対して、就職相談は少なく、民間求人サイト等との差別化が図れていない。【参考資料1・P30・3に詳細】 (3)対象特化型就業マッチング事業でのオンラインセミナー等、Eラーニング講座の提供やカウンセリング等を行い、求職者の就職決定につながった。【参考資料1・P30・4に詳細】	(1)令和2年度実施の無利子・無担保融資は、多くの市内中小企業等に活用され、令和2・3年度の市内倒産件数が低く抑えられたことに一定の効果があつた。【参考資料1・P31・6に詳細】 (2)令和3年度実施のコロナ関連融資（コロナ対応伴走支援型経営改善資金を含む）の実績件数は多く、コロナ禍で、市内中小企業の資金繰り支援、経営の安定化につながった。【参考資料1・P31・7に詳細】 (3)物価高騰など新たな要因も加わり厳しい経営環境が継続していることから、資金繰りに影響を及ぼす可能性がある。
主な対応	①「キャリアサポートかわさき」は、コロナ禍においても相談しやすいよう、HPへの申込フォームの設置、オンライン相談窓口の開設など、電話以外の対応手段を用いて、引き続き実施していく。 ②短期求職支援の次のステップとして、離職者等の正規雇用や就業定着率の向上等を目指してIT関連のスキルアップ等と事業者の就業体験等の受入環境整備を踏まえた就業マッチングを一体的に行う伴走型支援を実施していく。 ③対象特化型就業マッチング事業の取組を踏まえ、キャリアサポートかわさきによる就職に向けた支援や既存施策である合同就職説明会等のマッチングイベントについて見直し・改善を行い、正規雇用を基本とした就職決定に向けた支援を実施していく。	①引き続き、経営安定資金を活用し、コロナ禍での市内中小企業等の資金繰り支援を継続していくとともに、令和3年度に創設した、金融機関による伴走支援を受けて経営改善に取り組む「コロナ対応伴走支援型経営改善資金」は、令和4年7月から保証料補助を上乗せし、また、令和4年度に「事業展開・多角化資金」を創設するなど、資金繰り支援を強化するとともに早期の経営改善を促していく。 ②経営課題がある市内中小企業等には、信用保証協会や産業振興財団における窓口相談や専門家派遣など、事業者の事業継続・経営改善支援に取り組んでいく。
主な有識者意見	ア.就業者のリスキリングは重要で、IT人材等が不足している、IT分野等へのスキルアップ、労働移動の取組は必要である。オンラインセミナーやEラーニングは、重要な取組だと考える。 イ.Eラーニングが受けられない分野も一定程度ある。人材不足している介護業などへの転職等に向けては、実地訓練が必要な場合もあり、訓練を受けられる取組の充実が必要である。 ウ.就業支援により、離職につながらなかったということに一定の効果があつたと考える。	ア.経営環境の悪化を緩衝し、経済を支えたことは、大事であつたと考える。 イ.業種ごとに融資実績が異なり、融資を受けている業種ごとの要因を分析する必要があるのではないかと考える。

4 経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策における課題及び対応等について

(2)取組の考え方 C地域における経済循環・Dポストコロナを見据えた支援

	取組の考え方 C地域における経済循環	取組の考え方 Dポストコロナを見据えた支援
取組概要	国などが実施する支援金・給付金等の活用支援の他、市独自の取組として、売上が減少している市内中小企業等に対して、消費を喚起させるためのじもと応援券の発行や、小規模事業者臨時給付金の実施、市内宿泊施設でのテレワーク利用の促進など、地域経済を下支えする経済循環の取組を行った。	テレワークや職場環境の改善のための設備導入等への支援やインターネットを活用した海外展開支援、コロナ禍で顕在化した事業者のデジタル化への支援など、コロナ禍におけるウィズコロナ・ポストコロナ社会への対応に向けた支援に取り組んだ。
主な効果・課題	(1)2回のじもと応援券事業の実施により、推計値で、約100億円の新たな消費が創出され、消費喚起につながった。 【参考資料1・P32・9、10に詳細】 (2)小規模事業者臨時給付金は、感染拡大による影響額の見通しが困難で、国の持続化給付金の支給要件である50%以上の売上減少となる市内中小企業等が想定より多くなったため、支給件数は見込みを大きく下回った。 【参考資料1・P32・12に詳細】 (3)宿泊施設テレワーク利用促進事業は、市内在住者の利用が新たに増えたことや、宿泊施設の売上が向上したことなど、宿泊業者の事業継続等に効果があった。【参考資料1・P32・14に詳細】	(1)テレワーク導入促進補助金や職場環境改善支援補助金は、ニーズが高く、多くの業種の事業者利用され、市内中小企業の事業継続性の確保等につながった。【参考資料1・P33・15に詳細】 (2)越境ECやオンライン商談など、海外展開や販路拡大を支援する各種補助金は、それらに取り組む市内企業の裾野拡大につながったが、事業者の取組が軌道に乗るまで時間を要することから、継続的なフォローが必要。 【参考資料1・P34・22、23、24に詳細】 (3)商業者等デジタル化推進事業【デジタル化モデル事業補助】は、業務の効率化や新たな販路開拓など、市内商業者等のデジタル化に一定の効果があつたが、個店への周知が浸透せず、申請件数は想定を下回る結果となった。 【参考資料1・P36・32に詳細】
主な対応	①じもと応援券事業は、新たな消費喚起とともに、接触機会の低減やデジタル化促進への対応として電子商品券で実施している。 ②小規模事業者臨時給付金は終了とし、今後は、制度融資や相談業務などの事業を活用し、事業者の事業継続支援に取り組む。 ③市内宿泊施設テレワーク利用促進事業は、事業効果が高いことから、令和4年度も引き続き、実施していく。	①テレワーク導入促進補助金や職場環境改善支援補助金は、一定の成果が図られたため、事業終了とした。 ②各種補助金でのインターネットを活用した海外展開や、オンラインでの販路拡大などは、コロナ禍での効果が高く、一部事業を継続して取り組んでいく。 ③商業者、製造業など、市内事業者のデジタル化の推進の必要性や意義について、引き続き丁寧に説明し、支援を実施していく。
主な有識者意見	ア.令和2年9月-12月期に業種別業況DIの数値が上がっているのは、応援券事業の効果なのではとも考えられ、波及効果があったものと考ええる。 イ.電子商品券の販売が現時点で7割なのはいいのではないか。商店街では、デジタル化等に対応できていない事業者が高い比率であり、電子商品券を契機に機運を高めていかないといけない。 ウ.小規模事業者臨時給付金は、給付額が低かったのではないかと考える。手間を考えたときに申請しないのではないかと。 エ.事業者がテレワークできる体制を構築しても従業員側が対応できないケースがある。感染対策という意味を含めて、宿泊施設を活用したテレワークの取組はいいことだと考える。	ア.越境ECの継続的な支援について、翻訳ソフトの活用なども有効と考える。 イ.電子商品券を契機に事業者が様々な面でIT化・デジタル化への対応を図るようになるため、啓蒙活動、セミナーなどが必要でないかと考える。 ウ.デジタル化の啓蒙に向けては、事業者のレベルに合わせたステージ別にセミナーなどを実施した方がいいのではないかと。 エ.事業者のデジタル化の推進を行政として進めていくべき。今回の施策はその視点につながっていると考ええる。

(3)取組の総括・課題・今後の取組の方向性

取組の 総括

(1) 取組の考え方 A 就業支援の強化

就業支援の強化の取組は、コロナ禍においても、一定の就職決定者数が確保できていることや、市内有効求人数・有効求人倍率の増加が見られることなど、市内求職者の就業支援の取組が雇用の維持等につながったものと考えている。

(2) 取組の考え方 B 資金繰りの円滑化

資金繰りの円滑化の取組は、「資金繰り指標」や「融資件数」が安定して推移していることや、倒産件数がコロナ禍以前より、減少傾向にあることから、市内中小企業等の資金需要を概ね満たし、経営安定への支援の取組が事業の継続等につながったものと考えている。

(3) 取組の考え方 C 地域における経済循環

地域における経済循環の取組は、新たな消費喚起や、テレワークの促進と宿泊業者の売上の両立が図られ、事業の継続、新たな生活様式への対応等につながったものと考えている。

(4) 取組の考え方 D ポストコロナを見据えた支援

ポストコロナを見据えた支援の取組は、市内中小企業等のインターネットの活用やデジタル化の後押し、今後の競争力強化等に向けた取組につながったものと考えている。

課題

①これまでの取組からの課題

新型コロナウイルス感染症の影響により、電子商取引の導入やテレワーク環境の整備、キャッシュレス決済の普及など、急速にデジタル化が進んできたが、市内中小企業等の約4割※がデジタル化の必要性を感じていないなど、デジタル化に取り組む意識が低い。

②新たな課題

新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、急激な原油価格や原材料価格の高騰、円安などにより、新たな経営課題が生じている。

今後の 取組の 方向性

ア.市内中小企業等に対し、デジタル化を促進する取組への支援などにより、業務の効率化や、事業者が自ら新しい付加価値を創出する事業の再構築に取り組むなど、事業継続や競争力強化を図る。

イ.新たな経営課題に対し、エネルギー調達コストの軽減に向けた支援などにより、経営の安定化を図る。

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
1雇用を守るための支援相談窓口の開設 雇用の維持に悩む経営者や雇用環境に不安を抱える労働者を支援する相談窓口を設置。相談員2名及び受付員2名を配置。	【R2】 400件(40件/1月×10か月)を想定	【R2相談件数】338件	・国などの助成金、給付金等の活用検討にあたり増加した相談に対応した。 ・コロナ禍では対面での相談を実施できず、詳細な聞き取りやフォローアップが不十分であった。	R3は電話と併せて対面での相談を可能として、事業を継続実施している。
2特別電話就業相談窓口の開設、キャリアサポートかわさきにおける求人開拓の強化 新型コロナウイルス感染症の影響により離職した方の特別電話就業相談窓口の設置や求職者のニーズに沿った求人案件の掘り起こしを実施。求人開拓員を6名から9名に増加	キャリアサポートかわさきの対面相談休止に伴う代替手段としての電話相談 【R2求人開拓件数(増員分)】900件	【R2相談件数】2,527件(特別電話就業相談件数を含む) 【R2開拓件数(増員分)】1,079件 ※開拓件数(既存分)1,309件	R2に比べ、R3の相談件数、求人開拓数は増加したが、コロナ禍による窓口休止や周知機会等が減少したことから、R2・R3の利用者の新規登録者数及び就職決定者数実績はR1より減少しており、コロナ禍での窓口の実施手法・周知手法が課題である。	R3以降、電話相談、求人開拓体制の強化は継続しながら、コロナ禍でも相談しやすいHPへの申込フォーム設置、オンライン相談窓口(Webex)の開設、求職者向け広報の強化等を実施していく。
3.就業マッチング事業 【かわさき短期求人紹介支援】 離職者の早期就労につなげるため、短期求人紹介サイト構築や対応相談員、求人開拓員の設置による就労支援を実施	【R3就職決定者数】200名 【R3サイト月間PV数】5,000PV 【相談窓口の設置】	R3就職決定者数】248名 【R3サイト月間PV数】約1.5万PV 【R3相談件数】48件	オンライン等での相談対応、HPでの短期求人情報の紹介により、一定の就職決定につなげられた。 相談せずに、即時、求人情報を得たい層の利用が多く、民間サイト等との差別化が課題である。	効果・課題を踏まえ、R4は、キャリアサポートかわさきにおいて、引き続き、求人開拓・紹介を行う等、正規雇用を基本とした就職決定に向けた支援を実施していく。
4.就業マッチング事業費 【対象特化型就業マッチング事業】 若者・女性・介護業界・ITものづくり業界など、求職者の特性や業種に特化したマッチングや、キャリアカウンセラーのフォローアップによる求職者の就業支援を実施	【R3就職説明会】4回 【R3就職説明会参加者】180名 【R3求職者向けセミナー等】4回 【R3Eラーニング】1回 【R3キャリアカウンセラーの配置】	【R3就職説明会】4回 【R3就職説明会参加者】55名 【R3求職者向けオンラインセミナー】3回 【R3求職者向けセミナー】1回 【R3Eラーニング】60名 【R3就職決定者数】12名	説明会等の開催が感染症拡大時期と重なり、キャンセル率が5割を超え、集客に課題が生じたが、求職者の一定の就職決定につなげた。	効果・課題を踏まえ、R4においては、キャリアサポートかわさきによる就職に向けた支援や既存施策である合同就職説明会等のマッチングイベントについて見直し・改善を行い、正規雇用を基本とした就職決定に向けた支援を実施していく。
5.就業スキル向上・職業体験支援事業 求職者の就職に向けたスキルアップ支援や市内中小企業等に対する就業体験等の受入環境整備に向けた伴走型支援を実施	【R4スキルアップ講座】3コース(計80名) 【R4職場体験受入環境整備セミナー、個別支援】2回(10社) 【R4受入企業開拓キャリアカウンセラーの配置】	R4実施中	—	—

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧

取組の考え方 B資金繰りの円滑化

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
6.制度融資による支援(無利子・無担保融資等) 実質無利子融資及び独自の融資メニューにより、資金繰り支援を実施	【R2】 R2.4～6月の保証料補助額平均額から年間で約21億と算定	【R2コロナ関連融資】 9,146件 約1,745億2,182万円 (うち無利子・無担保8,120件 約1,416億53百万円) 【R2保証料補助決算額】 約15億9,342万円(融資全体)	・市内倒産件数が、R2:43件(R1:79件)と低く抑えられた。 ・3年間の利子補給がR5からR6にかけて終了する一方、物価高騰などによる厳しい経営環境が続いているため、早期の経営改善等が求められる。	・R3以降も無利子・無担保融資利用者に対し、最大3年間利子補給を実施していく。
7.制度融資による支援(コロナ対応伴走支援型経営改善資金等、新型コロナウイルス関連融資) 経営行動計画の策定やモニタリング等、金融機関の支援を受ける伴走支援やセーフティネット保証等がある本市独自の融資メニューにより、資金繰り支援を実施	【R3】 R3.1～3月に想定される保証料補助額から年間で12億と算定	【R3コロナ関連融資】 887件 約168億59百万円 (うち無利子・無担保355件・約76億11百万円) (うち伴走支援型220件・約36億91百万円) 【R3保証料補助決算額】 約3億5,283万円(融資全体) 【R3相談件数】 2,355件 【R3セーフティ認定件数】 1,080件	・市内倒産件数は、R3:54件となっており、過去10年間の平均倒産件数の71件を大きく下回っている。 ・物価高騰などによる厳しい経営環境が続き、資金繰りへの影響が懸念、早期の経営改善等が求められる。	・引き続き、経営安定資金でコロナ禍での市内中小企業等の資金繰り支援を継続していくとともに、R3に創設した「コロナ対応伴走支援型経営改善資金」について、R4.7月から保証料補助を上乗せし、またR4に「事業展開・多角化資金」を創設するなど、資金繰り支援とともに早期の経営改善を促していく。 ・経営課題がある市内中小企業等には、信用保証協会や産業振興財団における窓口相談や専門家派遣など、事業者の事業継続・経営改善支援にも取り組んでいく。
8.卸売事業者への施設使用料等の猶予 売上が減少している市場内事業者の市場使用料及び光熱水費の支払い猶予を実施	【R2市場内事業者数】 北部市場143社 南部市場 38社	【R2申請件数】 37件 (北部35件・南部2件) 【R3申請件数】 0件	対象事業者の持続的な経営の確保につながった。	延長事業者が全て完納し、R3も申請がなかったことから猶予措置は終了とした。

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧

取組の考え方 C地域における経済循環

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
9.川崎じもと応援券(第1弾) 売上が大幅に減少している飲食店や生活関連サービス等における消費を促し、早期の経済回復を目的として、プレミアム付き商品券事業を実施	R2-3 【内容】1冊10,000円 (1,000円×13枚) 【プレミアム率】30% 【総額】11,310百万円 【発行冊数】87万冊	【利用金額】11,234百万円 【実発行総額】11,273百万円 当初の利用期間R2.12末から延長、再延長を重ね、R3.5末まで実施	消費総額は約127.6億円と推定しており、そのうち市内中小事業者において121.7億円の資金が循環し、その結果、60.5億円の新たな消費が創出されたものと推計される。	R3に実施した第2弾においては、一部内容を改善し、好事例を他の利用店舗に紹介・販売促進に資する取組を行ったほか、窓口販売により密の状況が生じた点を改善し、HP、はがきによる事前申込制やコンビニ入金、自宅郵送とした。
10.川崎じもと応援券(第2弾) 売上が大幅に減少している飲食店や生活関連サービス等における消費を促し、早期の経済回復を目的として、プレミアム付き商品券事業を実施	R3 【内容】1冊10,000円 (1,000円×12枚) 【プレミアム率】20% 【総額】6,000百万円 【発行冊数】50万冊	【R3利用金額】5,921百万円 【R3実発行総額】5,955百万円 当初の利用期間R3.12末から延長し、R4.3末まで実施	消費総額は約71.1億円と推定しており、そのうち、市内中小事業者において66.5億円の資金が循環し、その結果、33.9億円の新たな消費が創出されたものと推計される。	R4の第3弾は、接触機会の低減やデジタル化促進への対応として電子商品券で実施。第2弾と比較して、印刷や換金、郵送に係る経費等が不要となり、経費を削減している。
11.川崎じもと応援券(第3弾) 接触機会の低減やデジタル化促進への対応として電子商品券で発行。消費を促し、早期の経済回復を目的として、プレミアム付き商品券事業を実施	【R4】 【内容】1セット10,000円 (12,000円分チャージ) 【プレミアム率】20% 【総額】4,800百万円 【発行冊数】40万セット	R4実施中	—	—
12.小規模事業者臨時給付金 1か月あたりの事業収入の減少が前年比で30%以上50%未満の期間が1か月以上認められる市内小規模事業者を対象とした事業継続のための給付金を交付	【R2交付件数】 19,000件 【R2予算】1,900,000千円	【R2交付件数】1,057件 【R2交付額】105,700千円	感染拡大の見通しが困難で、国の持続化給付金の支給要件である50%以上の売上減少となる市内中小企業等が想定より多くなったため、支給件数は見込みを大きく下回った。	R3以降は、制度融資や相談業務などの既存事業を活用し、事業者における雇用の維持と事業の継続に取り組んでいる。
13.ワンストップ型臨時経営相談窓口 国・県・市の施策案内、補助金申請、経営相談等を専門家がワンストップで支援する相談窓口を設置	【R2】 【実施期間】8月末 【経営相談窓口】市内3ヵ所 【街頭ブース】市内主要駅3駅	【R2実施期間】R2.7.15～8.31 【経営相談窓口】3ヵ所(産業振興会館、コンベンションホール、市内金融機関) 【街頭ブース】3駅(川崎駅・武蔵小杉駅・登戸駅) 9月以降も産業振興会館で実施。 【R2相談件数】679件	これまで市や市産業振興財団がリーチできていなかった新たな業種、事業者等にも支援範囲が拡大した。コロナ禍が長期化しており、継続的なフォローアップが課題である。	R3以降もワンストップ型経営相談窓口を産業振興会館に設置し、事業を継続。市財団は事業復活支援金等の登録確認機関となっているなど、引き続き幅広い業種・事業者への支援を担う。
14.市内宿泊施設テレワーク利用促進事業 市内宿泊施設においてデユース及び宿泊でテレワークを行う者に対して施設の利用に要する経費を補助	【R3デユース】3,170件 ・4～7月の利用想定数を各500件、8月以降、月約20%ずつ減少、期間を8か月で想定 【R3追加・デユース】10,100件 【R3・宿泊】22,000件	【R3デユース・利用件数】3,342件 (4月～7月分の宿泊施設アンケートから) 【R3追加・デユース・利用件数】11,248件(8～2月の宿泊施設アンケートから) 【R3追加・宿泊・利用件数】4,288件(宿泊施設アンケートから)	各宿泊施設へのアンケートやヒアリングにおいては、これまで利用のなかった市内在住者の利用が増えたことや、宿泊施設の売上が向上したことなど、宿泊業者の事業継続等に効果があつた。	R4においては、宿泊を追加で実施したものの想定より利用が少なかったことから廃止し、デユースのみを対象として、引き続き実施していく。

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧

取組の考え方 Dポストコロナを見据えた支援

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
15.テレワーク導入促進補助金 市内中小企業等のテレワーク環境の構築に要する経費への補助	【R2設備導入費】50件 【R2コンサルティング費】50件 【R2予算】12,500千円	【R2補助件数(導入)】66件 【R2補助件数(コンサルティング)】22件 【R2決算額】11,073千円	テレワーク環境の構築に高いニーズがあったため、幅広い業種・規模の企業から申請があり、早期に予算額に達し募集終了。対象事業者の事業継続、働き方改革につながった。	R3以降は、制度融資や相談業務などの既存事業を活用し、事業者における雇用の維持と事業の継続に取り組んでいる。
16.テイクアウト等参入促進事業補助金【中小事業者テイクアウト等参入支援事業補助金】 テイクアウトなどの新しいサービスに取り組む小売業者・サービス事業者への補助	【R2補助件数】350件 【R2予算】35,000千円 【対象】 ・テイクアウト・デリバリー開始事業 ・ITを活用したサービス開始事業(インターネット通販の導入等)	【R2補助件数】205件 【R2補助交付額】16,728千円	想定件数の6割程度となり、申請件数は見込みを下回ったが、テイクアウト・インターネット通販など、新たな販売手法の構築などの一助となった。	R3以降は、国の補助事業の周知を実施。R4は、既存事業の一部を見直し、新事業展開等への支援を実施している。
17.テイクアウト等参入促進事業補助金【商店街等緊急支援事業補助金(R2・R3)】 売上が減少した商業者を応援する事業や、安心して買い物できる環境をつくる事業などに取り組む市内商店街等への補助	【R2補助件数】50件 【R2予算】10,000千円 【R3補助件数】50件 【R3予算】10,000千円 【対象】 ・商店街内で集客の増加や売上げの向上を図る事業 ・感染症拡大を予防し安心と安全を図るための事業	【R2補助件数】51件 【R2補助交付額】8,295千円 【R3補助件数】32件 【R3補助交付額】6,106千円	R3はコロナ禍で活動を控えた商店街も多く、申請件数はR2より減少したが、感染症対策の推進や、店舗の情報発信、集客の維持・増進に繋げるイベントの開催などを支援することで、商店街活動の持続・活性化につながった。	R4は既存事業によりイベント支援を実施している。
18.テイクアウトやデリバリー可能な市内店舗情報の市HP掲載 市民有志による飲食店応援サイトのPR、テイクアウトやデリバリー可能な飲食店の周知	・R2.4に外出が難しい市民へ、テイクアウトやデリバリーに取り組んでいる店舗の情報を速やかに提供手法を検討	【R2-3】 ・市民有志による飲食店応援サイトの掲載 30サイト(R4.3月末) ・テイクアウトやデリバリー可能な飲食店の公開 約260店舗(R4.3月末) ・オープンデータを活用した民間サイトが2つ開設	・開設直後のR2.4～6の3か月間で閲覧数10万件を超え、効果的な情報提供となった。 ・現在の閲覧数は月千件程度になっており、サイトの情報更新を民間に任せため更新が頻度が低いことが課題である。	個店の飲食店リストは、R4.3末をもって閉鎖とし、飲食店応援サイトは、引き続き市HPに掲載している。
19.リモートによる会議や商談等を行うための環境を整備 市内3か所の産業支援施設において、市内中小企業が利用可能なリモートワーク環境を整備	モニター等設備×11台(計3施設) Wi-Fi工事2か所 設置工事	【R2】市内3か所の産業支援施設にモニターを計11台設置(R3.2) Wi-Fi設置2か所 【利用者数】計621件(R4.3時点)	月ごとに上下があるものの、3施設合計で平均的に月40～50者に利用されており、市内中小企業のリモートワークの推進につながった。	R3以降は、利用率向上に向けて、引き続き周知を行っている。

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧

取組の考え方 Dポストコロナを見据えた支援

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
20.観光農園のPR事業 観光農園及びその周辺の観光マップやPR動画を作成し、観光農園の経営継続を支援	【R2】 ・観光ガイドマップ ・PR動画 ・HP作成	【R2-3】 ・観光ガイドマップ10,000部作成、R3増刷分も含め約15,000部配布(R4.3末) ・PR動画(90秒、15秒)作成、配信し約1,500PV(R4.7末) ・HP作成、公開し、約25,000PV(R4.3末)	ガイドマップに市内観光農園(20農園)及び周辺施設(11)を掲載し、各施設へ配布し、多くのニーズがあったため、R3に再配布を行った。観光農園の周知及び農園の売上向上に一定の効果があった。	ガイドマップを配布したところ、多くのニーズがあったため、R3に10,000部の増刷・配布を行った。R4も引き続き広報に取り組んでいる。
21.職場環境改善支援補助金 新型コロナウイルス感染症の拡大防止に向けた職場環境の改善のための設備導入等に係る経費を補助	【R2補助件数】100件 【R2予算】30,000千円 【R3補助件数】200件 【R3予算】100,000千円 【対象】 ・設備・備品購入費(R2のみ消耗品を含む) ・ITサービス導入費 ・委託費・外注費	【R2補助件数】149件 【R2補助交付額】26,291千円 【R3補助件数】594件 【R3補助交付額】90,264千円	ニーズが高く、R2は公募開始から1か月で予算上限に達した。R3は補助対象を恒常的な取組につながる備品購入、工事等に限定して実施したが、多く利用され、市内中小企業の事業継続性の確保等につながった。	本補助金はR3で終了とした。R4は、R2・R3に補助金を交付した事業者の活用事例などを「かわさき労働情報」などで広報することで、市内中小企業等の職場環境の改善を図る。
22.中小企業海外展開支援事業補助金・グローバル展開促進事業 【グローバル展開支援事業補助金】 市内中小企業等の海外展開に係る取組に要する経費を補助	【R2-3補助件数】65件 【R2-3予算】13,000千円 【対象】 ・電子商取引(越境EC)の取組 ・オンライン商談等の取組 ・海外販路開拓等に向けた現地調査 ・海外の展示会等への出展 ・国際認証等の取得	【R2-3補助件数】22件 【R2-3補助交付額】6,449千円	オンライン商談等の新たな手法による取組により、コロナ禍における海外展開に寄与することができた。また、オンラインは経済的コストが比較的少なく済むこともあり、新たに海外展開に取り組む市内企業の裾野拡大につながった。	R4に当初予算化した。引き続き、世界情勢や市内企業のニーズを見極めながら、オンラインとリアルの両面にわたり、海外展開に係る取組を支援していく。
23.中小企業海外展開支援事業補助金・グローバル展開促進事業 【コンテンツグローバル化促進事業補助金】 海外展開に向けて行う自社コンテンツのグローバル化に要する経費を補助	【R2補助件数】35件 【R2予算】7,000千円 【対象】 ・外国語の資料・ホームページ等作成 ・PR動画等作成 ・契約資料等の作成・翻訳	【R2補助件数】35件 【R2補助交付額】6,466千円	ニーズが高く、予算上限を上回る申請があった。また、利用者から、HP訪問者数の10%増加や、PR動画により海外からの問合せが半年で30件程度増加など、海外販路としての周知につながった。	利用率が高く、効果も見られるため、R3から当初予算化し、継続して支援に取り組んでいる。
24.中小企業海外展開支援事業補助金・グローバル展開促進事業 【越境EC専門家による支援・相談】 越境ECの専門人材による個々の相談受付や専門家派遣を実施	【R2-3専門家派遣想定件数】50件	【R2-3相談対応件数】47件 【R2-3利用社数】33社	出品方法から商習慣、販促活動についてまで、企業のニーズに合わせてきめ細かな支援を行い、市内企業が越境ECに取組み始めた。しかし、一定の成果がでるまで時間を要することから、継続的なフォローが必要である。	R4以降は、他支援機関の越境EC相談事業等も活用しながら、引き続き、切れ目ない支援を行っていく。

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧

取組の考え方 Dポストコロナを見据えた支援

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
25.「新しい生活様式」対応研究開発補助金 「新しい生活様式」に対応するための研究開発に要する経費を補助	【R3補助件数】4件 【R3予算】14,000千円 【対象】・ICTを活用した地域経済活性化に資すること ・検査や治療に関すること ・感染予防製品等 ・事業活動の効率化に資すること	【R3補助件数】5件 (うち1件は大学等との共同研究) 【R3補助交付額】11,344千円	採択件数5件に対して申請件数は6件と申請が少なく、対象とする事業の難易度が高かったと推測される。	R4は、既存事業の申請要件の見直し等により、引き続き企業の新製品開発等の支援を切れ目なく実施している。
26.ポストコロナ型新分野参入促進事業 市内中小企業の「新しい生活様式」への対応に資する取組や、医療分野等への新規参入、販路開拓を支援する専門家派遣等を実施	【R3専門家派遣】20回 【R3コーディネーター派遣等】49回 【R3マッチング】3件	【R3専門家派遣】25回 【R3コーディネーター派遣等】74回 【R3マッチング】5件	・新型コロナウイルス感染症対策を中心とした医療現場のニーズを収集し、特設サイトでの広報のほか、臨床ニーズ発表会や技術提案会を開催したことなどによりマッチングが成立し、事業者の新分野等への進出を促進した。	引き続き、医療現場のニーズに対応するため、市内企業やキングスカイフロント等の医療関連機関等と連携を図っていく。
27.商店街再起支援事業 【商店街魅力再起支援補助金】 商店街団体等が自ら取り組む「新しい生活様式」に対応した事業に要する経費を補助	【R3補助件数】25件 【R3予算】25,000千円 【対象】 ・イベント事業 ・活性化研究会・講習会事業 ・地域貢献事業 ・情報発信事業	【R3補助件数】11件 【R3補助交付額】11,283千円	コロナ禍の収束が見通せない中、イベントを中止する商店街が多く、補助件数は、見込みに至らなかったが、回遊性を高めるイベントの開催や、感染症対策の実施など、コロナ禍に対応した事業内容への転換につながった。	R4は、既存事業の補助率や上限金額の見直しにより、継続して支援していく。
28.商店街再起支援事業 【川崎市商店街連合会補助金】 商店街団体等が、情報発信を強化するために要する経費を補助	【R2予算】2,500千円 ・市商連ウェブサイトの改修 ・会員内での情報通信手段にデジタルツールを導入	【R2補助交付額】2,500千円 ・市商連ウェブサイトの改修 ・LINEによる連絡体制構築 ・リモート会議開催 1回	ホームページを改修し、スマートフォン上でも閲覧・検索しやすくなったことで情報発信の強化につながった。	R3以降は、市商店街連合会で運用を継続している。
29.テレワーク環境整備事業 テレワークやオンライン会議、オンラインセミナー等を実施できる環境を産業振興会館に整備	【開設予定時期】R3.9 【想定利用者数】2,800名（感染症の影響を考慮し、20名/日）	R3.8月開設・定員88席 【R3利用者数】1,493名 【R3セミナー・相談会】26回	中小企業等へのテレワーク環境の場の提供による事業継続、生産性向上・働き方改革の支援として、一定の効果があつた。	R3以降は、利用率向上に向けて、引き続き広報を行っている。
30.中小製造業等デジタル化対応支援事業 市内中小製造業等におけるデジタル化への支援を実施	【R3デジタル化実態調査の実施】 【R3専門家派遣】12回 【R3意識啓発に向けた出前講座】6回	【R3デジタル化実態調査】203件 【R3専門家派遣】11回 【R3意識啓発に向けたセミナー・出前講座】7回	デジタル化への課題整理やオンラインを活用した販路開拓等、企業の実態に応じた支援につながった。 企業の進捗に応じて、継続的なフォローが必要である。	R4から当初予算化し、オンライン展示会出展などの販路開拓支援とともに、引き続き意識啓発、伴走支援に取り組んでいく。

経済労働局 新型コロナウイルス感染症関連施策一覧
取組の考え方 Dポストコロナを見据えた支援

事業名・概要	当初想定	実績	効果・課題	令和3年度以降の対応
31. 商業者等デジタル化推進事業 【デジタル化講習会】 商業者が宣伝・顧客管理等に活用できるデジタルツールの利用方法について講習会を実施	【R3出前講座】10回 【R3セミナー】6回 【参加者】計150名見込	【R3出前講座】5回 【R3セミナー】3回 【参加者】計105名	開催がまん延防止措置期間と重なったため、想定よりも開催・参加者が少なかったが、アンケート結果では9割以上の満足を得られ、一部では、情報発信に取り組む契機となった。	R4からは既存事業の見直しを図り、一部の事業を継続するとともに、国や県の制度等の周知を行い、より広く商店街や商業者のデジタル化推進を支援していく。
32. 商業者等デジタル化推進事業 【デジタル化モデル事業補助】 個店及び商店街によるデジタル技術による活性化の取組に要する経費を補助	【R3補助件数(個店)】20件 【R3補助件数(商店街)】3件 R3予算】13,000千円 【対象】 ECサイト・ポイントカードシステム構築、デジタルマップ作成等、デジタル技術の導入など	【R3補助件数(個店)】11件 【R3補助件数(商店街)】10件 【R3補助交付額】10,320千円	業務の効率化や新たな販路開拓など、市内商業者等のデジタル化に一定の効果があつたが、個店に対して効果的な周知が出来なかったため、申請件数は想定を下回る結果となった。	
33. 働き方改革・生産性向上推進事業 【中小企業間連携新規事業化モデル事業】 経営課題の解決に向けて、企業間で連携して取組む新規ビジネス創出や生産性向上を支援	【R3モデル事業の創出】 3件	【R3モデル事業の創出】3件 ・生産地と消費地をつなぐ食のプラットフォームの構築 ・仲卸事業者のB to Cビジネス支援プラットフォームの構築 ・複数の企業連携でのオンライン上の共同受注プラットフォームの構築	各モデル事業でのプラットフォームの構築により、受発注機会の拡大等となり、事業者における新たなビジネス創出や生産性向上につながった。	R4においては、関係支援機関等と連携し、既存事業の中で、モデル事業の事業効果が高まるよう継続して伴走的に支援するとともに、広報PRを行っていく。

経済労働局における令和2年度の緊急経済対策及び令和3年度の新型コロナウイルス感染症関連施策の取組の考え方に沿った実績について、学識者委員（4名）からの意見聴取を行った。

(1) 産業振興協議会の学識者委員にヒアリング

学識者ヒアリング ①

日時	令和4年7月28日（木）11時45分～13時00分
場所	産業振興会館 4 階企画展示場
学識者	専修大学商学部教授 鹿住 倫世（産業振興協議会 会長） 明治大学経営学部教授 岡田 浩一（産業振興協議会 会長代理） 共立女子大学ビジネス学部教授 中山 健（産業振興協議会 委員）

学識者ヒアリング ②

日時	令和4年7月29日（金）14時00分～15時30分
場所	川崎フロンティアビル10階会議室
学識者	専修大学経済学部教授 遠山 浩 （産業振興協議会・中小企業活性化専門部会 部会長）

A 就業支援の強化

- ア. 就業者のリスキリングは重要で、IT人材等が不足している、IT分野等へのスキルアップ、労働移動の取組は必要である。オンラインセミナーやEラーニングは、重要な取組だと考える。
- イ. Eラーニングが受けられない分野も一定程度ある。人材不足している介護業などへの転職等に向けては、実地訓練が必要な場合もあり、訓練を受けられる取組の充実が必要である。
- ウ. 今後、JFEスチールの離職者は多くが市内で働きたいと考える。雇用相談窓口が利用されると考えられるので充実していた方がいい。
- エ. 若者は就職先として、職場の雰囲気の良い会社など、労働環境を求めていることが多く、経営者には若者の認識を理解してほしい。
- オ. 就業支援により、離職につながなかったということに一定の効果があつたと考える。

B 資金繰りの円滑化

- ア. 業種ごとに融資実績が異なり、融資を受けている業種ごとの要因を分析する必要があるのではないかと考える。
- イ. 経営環境の悪化を緩衝し、経済を支えたことは、大事であつたと考える。

C 地域における経済循環

- ア. 令和2年9月-12月期に業種別業況DIの数値が上がっているのは、応援券事業の効果なのではとも考えられ、波及効果があつたものとする。
- イ. 電子商品券の販売が現時点で7割なのはいいのではないかと考える。商店街では、デジタル化やキャッシュレス等に対応できていない事業者が高い比率であり、電子商品券を契機に事業者の機運を高めていかないとはいえない。
- ウ. 応援券で事業者のデジタル化を進めるということで、中小企業の将来の利便性を考えているといった視点を見せしていく必要がある。
- エ. 小規模事業者臨時給付金は、給付額が低かったのではないかと考える。手間を考えたときに申請しないのではないかと考える。
- エ. 事業者がテレワークできる体制を構築しても従業員側が対応できないケースがある。感染対策という意味を含めて、宿泊施設を活用したテレワークの取組はいいことだと考える。
- オ. 他都市ではワーケーションの取組も進めており、川崎市も可能だと思われるので、取り組むのもいいのではないかと考える。
- カ. 労働者の働き方改革も含めて、ビジネスホテルを開放し、市内在住者等が利用したことは良い取組だと考える。
- キ. テレワークは事業者のこと、労働者のこと、両方の観点から促進していかないとはいえない。行政は中小企業にそれを伝えていかないとはいえない。

D ポストコロナを見据えた支援

- ア. 越境ECの継続的な支援について、翻訳ソフトの活用なども有効と考える。
- イ. 電子商品券を契機に事業者が様々な面でIT化・デジタル化への対応を図るようにするため、啓蒙活動、セミナーなどが必要でないかと考える。
- ウ. デジタル化の啓蒙に向けては、事業者のレベルに合わせたステージ別にセミナーなどを実施した方がいいのではないかと考える。
- エ. 特に低いレベルの事業者には、「デジタル化」という言葉を使わず、「業務の効率化への取組」や「インボイス対応」など、事業者にわかりやすい取組として、伝えていった方がいいのではないかと考える。
- オ. 事業者のデジタル化の推進を行政として進めていくべき。今回の施策はその視点につながっていると考える。
- カ. デジタル化に対応できるよう中小企業、経営者、人材を育てていかないとはいえない。そこが課題である。

川崎じもと応援券（第2弾・第3弾）について

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(1) 目的・概要等

1 目的

新型コロナウイルス感染症の影響により売上が大幅に減少している飲食店や生活関連サービス等における消費を促し、市内で資金を循環させることで早期の経済回復を図ることを目的として実施。

2 概要

項目	内容
発行総額	60億円（販売額50億円、プレミアム分10億円）
発行冊数	50万冊
1冊あたりの構成	1冊1,000円×12枚の応援券（12,000円分）を10,000円で販売（プレミアム率20%）
利用期間	令和3年7月16日（金）～令和4年3月31日（木）
利用対象者	市内在住、在勤及び在学の方 ※応募者多数の場合は市内在住者を優先して抽選
利用店舗	川崎市内で営業する小売業、宿泊業、飲食店、生活関連サービス等の業種で、中小企業・小規模事業者及び個人事業主
販売方法	1次募集：ホームページ・はがきで応募、コンビニで支払い後郵送 2次募集：ホームページ・はがきで応募、コンビニで支払い後郵送
申込期間／販売期間	1次募集 申込期間：令和3年 4月22日（木）～ 5月24日（月） 販売期間： 6月17日（木）～ 7月 2日（金） 2次募集 申込期間：令和3年10月 1日（金）～10月18日（月） 販売期間： 11月 8日（月）～11月24日（水）
購入限度	対象者1人に付き最大5冊（1次、2次募集）
換金方法	①利用店舗においてQRコードを読み取る方法 毎週日曜日までに読み取った分⇒同週の水曜日に入金 毎週火曜日までに読み取った分⇒同週の金曜日に入金 換金サイクル 週2回 ②応援券の半券を事務局に郵送する方法 事務局に毎週月曜日までに到着した分⇒翌週の水曜日に入金 換金サイクル 週1回

3 広報の取組

(1) 利用者向け購入促進

ホームページ、市政だより、ポスター、チラシ、新聞、テレビ、ラジオ、SNS、交通広告、地域情報誌、デジタルサイネージなど

(2) 利用店舗募集

ホームページ、市政だより、ポスター、チラシ、ラジオ、SNS、地域情報誌、デジタルサイネージ、関係団体への説明、商店街店舗等への直接訪問など

4 販売実績

(1) 販売概要

		販売冊数
1次募集	当初当選	454,443冊
	追加当選	9,675冊
2次募集		7,640冊
小計		471,758冊
新生児応援事業		24,524冊
合計		496,282冊
(残数)		(3,718冊)

(2) 1次募集、2次募集の内訳

	購入申込者数	購入希望冊数	当選冊数	販売冊数
1次募集	122,119人	510,787冊	500,000冊	454,443冊
(ホームページ)	(110,006人)	(458,620冊)	(448,485冊)	(407,636冊)
(はがき)	(12,113人)	(52,167冊)	(51,515冊)	(46,807冊)
1次募集（追加）	-	-	10,787冊	9,675冊
(ホームページ)	-	-	(10,135冊)	(9,042冊)
(はがき)	-	-	(652冊)	(633冊)
2次募集	53,455人	219,115冊	7,882冊	7,640冊
(ホームページ)	(47,923人)	(195,976冊)	(7,006冊)	(6,777冊)
(はがき)	(5,532人)	(23,139冊)	(876冊)	(863冊)
合計	175,574人	729,902冊	518,669冊	471,758冊

5 大型店舗等と中小店舗の利用割合

	大型店舗等※		中小店舗	
	利用金額（千円）	割合（%）	利用金額（千円）	割合（%）
R3川崎じもと応援券（第2弾）	381,648	6.4	5,539,742	93.6
R2川崎じもと応援券（第1弾）	520,317	4.6	10,713,324	95.4
（参考）H27川崎プレミアム商品券	2,424,199	73.6	870,298	26.4

※R3 →利用店舗の参加条件の基準に当てはまらないが、本市の施策と密接な連携を図っている事業者として、対象とした8事業者54店舗

R2 →利用店舗の参加条件の基準に当てはまらないが、本市の施策と密接な連携を図っている事業者として、対象とした6事業者52店舗

H27→店舗面積1,000㎡以上の店舗

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(3)利用店舗の登録状況

ポイント

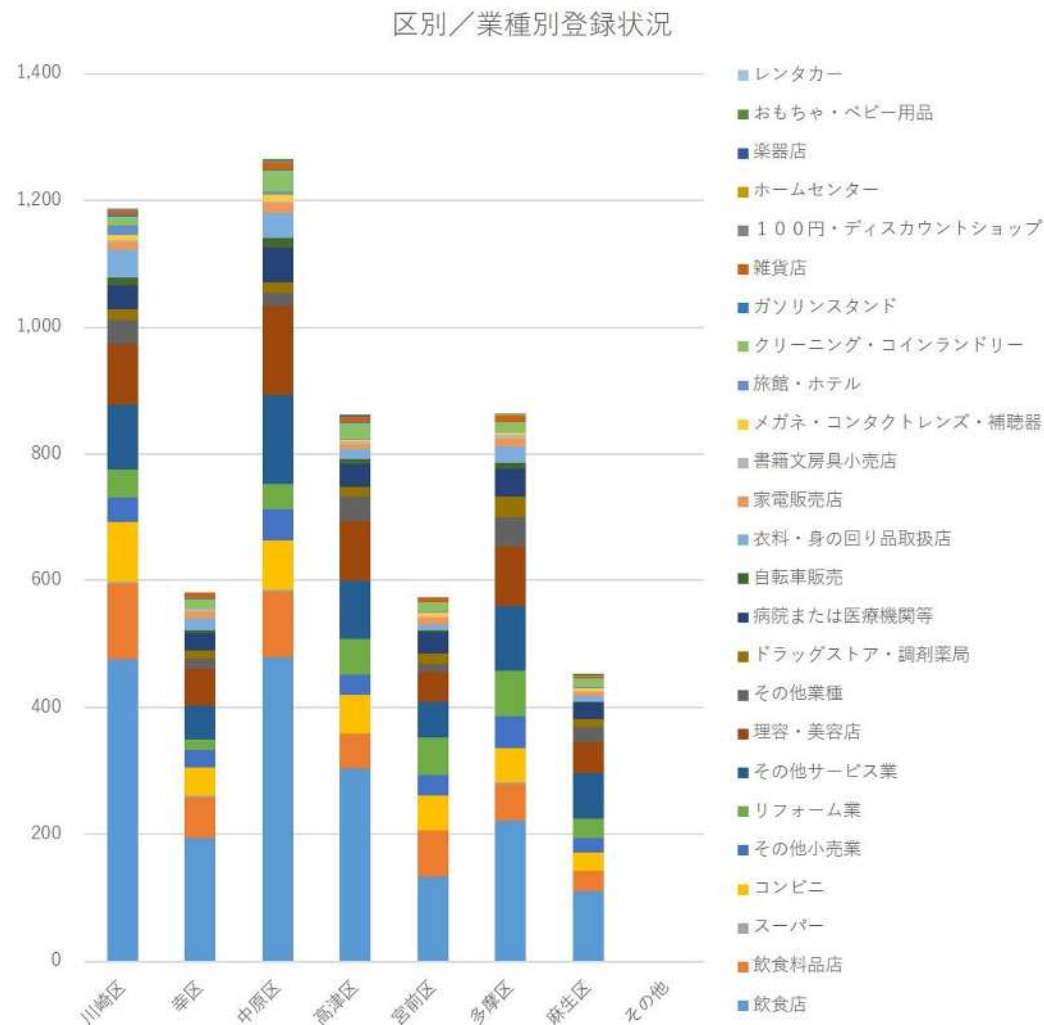
- ① 第1弾から継続して登録する店舗が多かったため、利用開始当初から一定程度の登録店舗があった。
- ② 業種別店舗数では、飲食店、その他サービス業、理容・美容店の順に多い。（前掲）

1 区別／業種別登録状況

業種	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区	その他	合計	割合
飲食店	476	194	479	303	133	222	111	0	1,918	33.2%
飲食料品店	118	65	103	55	73	57	32	0	503	8.7%
スーパー	4	3	3	0	0	4	0	0	14	0.2%
コンビニ	94	43	78	60	55	53	28	0	411	7.1%
その他小売業	39	28	51	32	32	50	23	0	255	4.4%
リフォーム業	45	16	39	57	59	71	31	0	318	5.5%
その他サービス業	101	54	140	91	57	102	71	0	616	10.6%
理容・美容店	97	58	141	94	47	95	49	0	581	10.0%
その他業種	38	17	20	40	13	46	25	1	200	3.5%
ドラッグストア・調剤薬局	16	12	17	16	16	33	12	0	122	2.1%
病院または医療機関等	38	27	55	36	34	44	26	0	260	4.5%
自転車販売	12	5	15	7	3	10	1	0	53	0.9%
衣料・身の回り品取扱店	45	18	39	16	9	25	9	0	161	2.8%
家電販売店	12	11	15	7	11	12	7	0	75	1.3%
書籍文房具小売店	3	4	4	5	1	6	1	0	24	0.4%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	7	0	11	3	6	3	5	0	35	0.6%
旅館・ホテル	15	0	4	2	1	1	1	0	24	0.4%
クリーニング・コインランドリー	14	16	34	24	15	17	13	0	133	2.3%
ガソリンスタンド	3	1	1	2	1	0	0	0	8	0.1%
雑貨店	7	9	11	7	7	9	4	0	54	0.9%
100円・ディスカウントショップ	2	0	2	1	0	1	0	0	6	0.1%
ホームセンター	0	0	0	1	0	1	1	0	3	0.1%
楽器店	0	0	1	1	0	1	1	0	4	0.1%
おもちゃ・ベビー用品	0	0	2	1	0	1	1	0	5	0.1%
レンタカー	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0.0%
合計	1,188	581	1,265	861	573	864	452	1	5,785	100.0%
割合	20.5%	10.0%	21.9%	14.9%	9.9%	14.9%	7.8%	0.0%	100.0%	

※端数処理により割合の合計が100%となりません。

2 利用店舗登録数の推移



1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(4)利用結果①

ポイント ① 多くの業種で利用開始直後（8月～9月）が利用のピーク

1 月別／業種別利用結果

(単位：千円)

業種	R3. 7月	R3. 8月	R3. 9月	R3. 10月	R3. 11月	R3. 12月	R4. 1月	R4. 2月	R4. 3月	R4. 4月	R4. 5月	R4. 6月	合計	利用額割合	店舗数	店舗数割合	1店舗当たり 平均利用額
飲食店	41,731	161,748	163,159	198,115	185,215	163,723	119,254	80,811	98,705	124,704	2,004	1,166	1,340,335	22.6%	1,918	33.2%	699
飲食料品店	33,219	117,937	140,578	149,383	97,568	86,819	71,737	52,389	56,747	51,195	96	214	857,882	14.5%	503	8.7%	1,706
スーパー	1,854	158,976	128,041	98,689	80,014	70,792	44,899	36,786	46,912	32,690	0	0	699,653	11.8%	14	0.2%	49,975
コンビニ	8,107	66,691	84,920	57,670	44,827	38,219	31,225	26,911	27,174	37,082	142	329	423,297	7.1%	411	7.1%	1,030
その他小売業	8,822	38,743	52,075	40,800	32,404	34,634	25,576	14,305	17,244	20,941	0	0	285,544	4.8%	255	4.4%	1,120
リフォーム業	13,131	17,699	12,446	9,703	5,759	9,666	4,051	3,480	7,343	4,359	0	0	87,637	1.5%	318	5.5%	276
その他サービス業	23,935	67,674	66,210	57,264	42,438	41,816	21,508	16,040	16,735	18,659	261	9	372,549	6.3%	616	10.6%	605
理容・美容店	26,741	86,002	86,671	69,124	54,134	51,058	33,730	22,409	22,813	20,310	305	258	473,555	8.0%	581	10.0%	815
その他業種	11,603	29,325	35,775	29,537	20,386	20,734	15,434	21,691	18,892	13,052	6,887	0	223,316	3.8%	200	3.5%	1,117
ドラッグストア・調剤薬局	8,883	50,895	58,394	42,073	33,402	41,155	17,934	13,696	26,724	27,824	0	0	320,980	5.4%	122	2.1%	2,631
病院または医療機関等	7,461	30,201	27,067	27,742	26,796	26,822	12,517	11,050	11,026	9,212	208	121	190,223	3.2%	260	4.5%	732
自転車販売	8,796	22,124	15,162	12,073	8,102	7,906	5,910	6,009	9,392	8,583	0	0	104,057	1.8%	53	0.9%	1,963
衣料・身の回り品取扱店	4,683	17,888	18,695	12,692	12,339	11,044	11,299	8,965	13,739	11,234	0	131	122,709	2.1%	161	2.8%	762
家電販売店	13,927	17,832	9,459	5,202	3,969	4,381	2,219	3,051	4,018	3,594	0	0	67,652	1.1%	75	1.3%	902
書籍文房具小売店	6,388	15,428	19,600	14,458	11,400	12,964	8,976	8,700	18,314	21,238	0	0	137,466	2.3%	24	0.4%	5,728
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	3,237	10,717	7,983	6,233	3,846	5,348	3,010	3,366	3,336	3,767	0	0	50,843	0.9%	35	0.6%	1,453
旅館・ホテル	17	1,882	3,998	4,140	3,705	2,555	2,485	1,605	1,365	1,829	0	0	23,581	0.4%	24	0.4%	983
クリーニング・コインランドリー	1,118	6,013	5,426	4,271	10,964	4,840	3,290	2,375	2,737	6,764	11	0	47,809	0.8%	133	2.3%	359
ガリンスタンド	5,306	9,239	9,223	5,972	6,914	6,222	4,412	4,278	6,274	3,521	0	0	61,361	1.0%	8	0.1%	7,670
雑貨店	453	3,416	2,136	1,181	1,247	2,309	1,016	758	1,368	1,028	0	3	14,915	0.3%	54	0.9%	276
100円・ディスカウントショップ	0	516	514	261	539	187	292	122	71	553	0	0	3,055	0.1%	6	0.1%	509
ホームセンター	0	759	1,469	922	796	408	481	122	401	872	0	0	6,230	0.1%	3	0.1%	2,077
楽器店	442	759	539	443	214	151	138	110	91	61	0	0	2,948	0.0%	4	0.1%	737
おもちゃ・ベビー用品	31	83	29	86	255	1,005	398	580	227	1,099	0	0	3,793	0.1%	5	0.1%	759
レンタカー	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0%	2	0.0%	0
合計	229,885	932,547	949,569	848,034	687,233	644,758	441,791	339,609	411,648	424,171	9,914	2,231	5,921,390	100.0%	5,785	100.0%	1,024
利用額割合	3.9%	15.7%	16.0%	14.3%	11.6%	10.9%	7.5%	5.7%	7.0%	7.2%	0.2%	0.0%	100.0%				

2 月別／区別利用結果

(単位：千円)

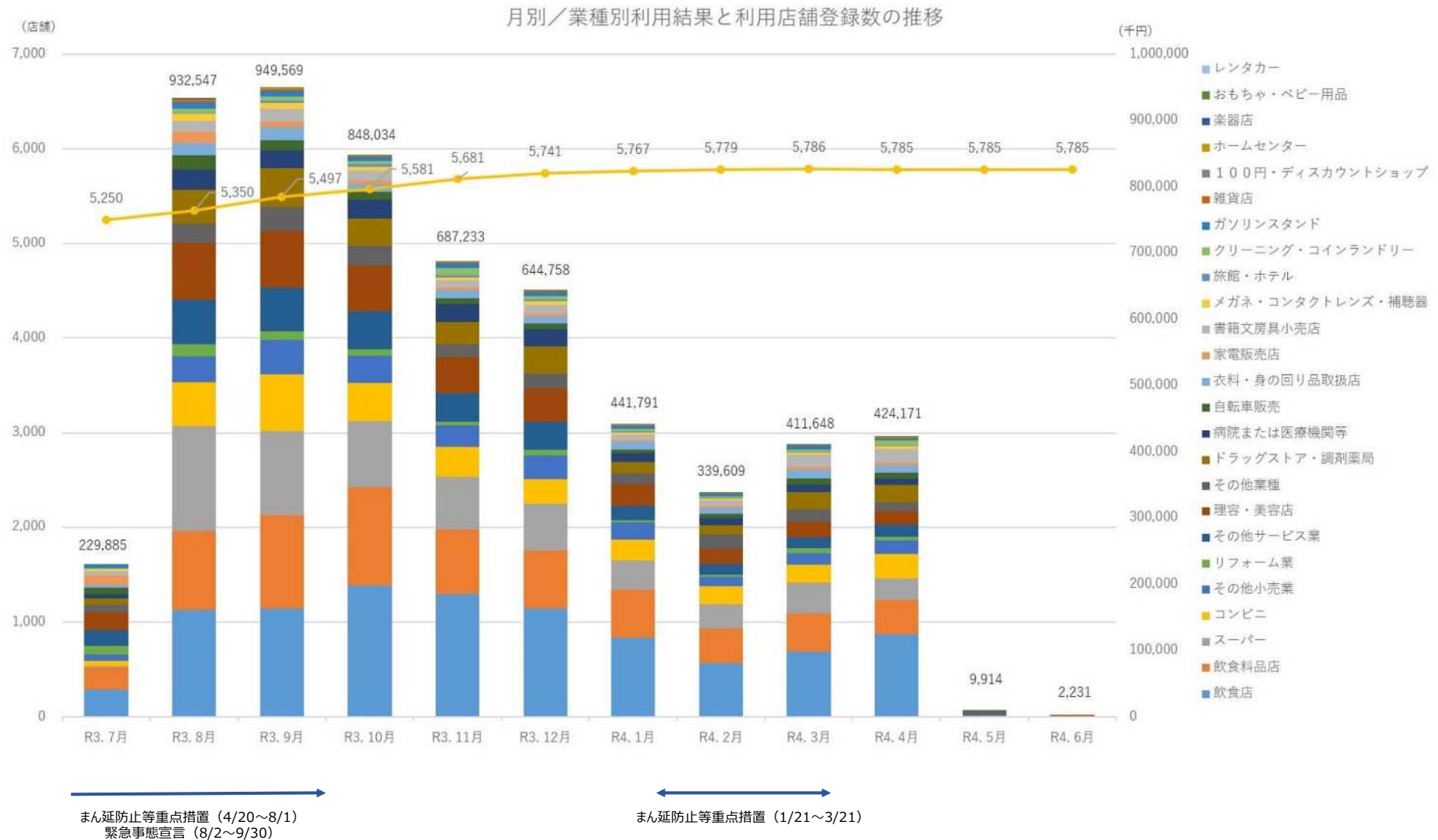
	R3. 7月	R3. 8月	R3. 9月	R3. 10月	R3. 11月	R3. 12月	R4. 1月	R4. 2月	R4. 3月	R4. 4月	R4. 5月	R4. 6月	合計	利用額割合
川崎区	34,661	172,977	159,284	145,721	122,586	111,843	79,904	66,810	85,825	72,825	434	118	1,052,988	17.8%
幸区	24,951	79,046	81,674	71,942	55,951	57,932	37,962	29,549	41,937	46,258	195	459	527,856	8.9%
中原区	54,293	232,819	218,771	191,159	154,290	148,841	103,528	78,462	83,367	86,575	421	686	1,353,212	22.9%
高津区	37,901	141,533	142,644	122,656	97,869	97,955	62,143	52,813	60,543	58,607	7,045	120	881,829	14.9%
宮前区	29,544	105,401	121,449	145,271	95,228	83,018	53,625	45,027	51,276	44,123	267	351	774,580	13.1%
多摩区	33,461	112,185	126,947	93,144	80,457	79,774	49,933	32,197	45,512	53,390	241	336	707,577	11.9%
麻生区	13,725	58,386	63,488	61,460	55,669	46,189	36,768	24,164	31,522	45,800	191	159	437,521	7.4%
市外	1,349	30,200	35,312	16,681	25,183	19,206	17,928	10,587	11,666	16,593	1,120	2	185,827	3.1%
合計	229,885	932,547	949,569	848,034	687,233	644,758	441,791	339,609	411,648	424,171	9,914	2,231	5,921,390	100.0%

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果 (4)利用結果②

3 月別／業種別利用結果と利用店舗登録数の推移

ポイント

- ① 7月～9月が利用のピーク。10月以降は利用がなだらかに減少。
- ② 1月以降はピーク時の半分以下の利用



1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果 (4)利用結果③

4 販売分と新生児応援事業分の利用結果（内訳）

ポイント

- ① 全体の利用率（99.4％）は、R2川崎じもと応援券（第1弾）、R1川崎市プレミアム付商品券（99.7％）、H27川崎プレミアム商品券（99.8％）とほぼ同程度。

（令和4年6月30日時点）

	実発行総額	利用金額（換金申請額）	未利用金額	利用率	【参考】第1弾利用率	【参考】過去利用率
販売分 （1次、2次）	5,661,096,000円 （471,758冊）	5,634,430,000円 （469,536冊）	26,666,000円 （2,222冊）	99.5%	99.7%	-
新生児応援事業分 （R3.1.1～12.31生 12,262人分）	294,288,000円 （24,524冊）	286,960,000円 （23,913冊）	7,328,000円 （610冊）	97.5%	97.5%	-
合計	5,955,384,000円 （496,282冊）	5,921,390,000円 （493,449冊）	33,994,000円 （2,832冊）	99.4%	99.6%	R1:99.7% H27:99.8%

5 換金方法の利用割合

ポイント

- ① 利用店舗においてQRコードを読み取る方法の割合は、利用枚数ベースで約19.5%、事業者数ベースで約32.4%（併用含む）。
- ② 第1弾と比較してQR換金のための店舗が約6.6倍増加（202から1,336に増加）

本事業においては、利用店舗への換金方法として、①利用店舗においてQRコードを読み取る方法、②応援券の半券を事務局に郵送する方法の2種類を用意した。利用枚数ベース、利用事業者数ベースそれぞれの利用割合は、下記のとおり。

(1) 利用枚数ベース

換金方法	換金枚数	利用割合
利用店舗においてQRコードを読み取る方法	1,151,744枚	19.5%
応援券の半券を事務局に郵送する方法	4,796,646枚	80.5%
合計	5,921,390枚	100.0%

※令和4年4月27日以降の入金分は除く
※汚損等により読み取りができなかった応援券は除く

(2) 利用事業者数ベース（換金実績より）

換金方法	事業者数	割合
利用店舗においてQRコードを読み取る方法のみ利用	1,336	29.5%
応援券の半券を事務局に郵送する方法のみ利用	3,061	67.6%
併用	130	2.9%
合計	4,527	100.0%

【参考】第1弾の換金割合

換金方法	換金枚数	利用割合
利用店舗においてQRコードを読み取る方法	2,190,910枚	19.5%
応援券の半券を事務局に郵送する方法	9,030,675枚	80.5%
合計	11,221,585枚	100.0%

換金方法	事業者数	割合
利用店舗においてQRコードを読み取る方法のみ利用	202	4.4%
応援券の半券を事務局に郵送する方法のみ利用	3,084	67.8%
併用	1,263	27.8%
合計	4,549	100.0%

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(5)利用店舗アンケート調査①

「川崎じもと応援券（第2弾）」の利用状況等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的として実施

1 調査概要

項目	内容
調査対象	全事業者 4,954事業者（利用店舗 5,785店舗）
調査期間	令和4年3月18日（金）～ 4月30日（土）
調査手法	①メールにより調査依頼し、WEBフォーム上で回答（4,243事業者、対象店舗数 5,002店舗） ②FAXにより調査依頼し、調査票に記入して返送（401事業者、対象店舗数 425店舗） ③郵送により調査依頼し、調査票に記入して返送（310事業者、対象店舗数 359店舗）
主な調査項目	・登録業種 ・利用店舗に登録いただいたきっかけ ・応援券がよく使用された商品の購入・サービスの利用等 ・店舗にどのような効果があったか（売上面、来客面、新規顧客面） ・QRコード換金と半券郵送換金の利用状況 ・QRコード換金を利用しなかった理由 ・着金までの期間についての満足度 ・着金までの期間について、不満・やや不満を選択した理由 ・プレミアム商品券の券種について、良いと思われるもの ・事業満足度 ・事業満足度の理由 ・利用促進について工夫した点 ・自由意見（今後、プレミアム商品券事業を実施する際の要望など）
回収状況	①メール 1,405事業者、対象店舗数 1,539店舗（回収率 33.1% 1,405事業者／4,243事業者） ②FAX 112事業者、対象店舗数 120店舗（回収率 27.9% 112事業者／401事業者） ③郵送 105事業者、対象店舗数 135店舗（回収率 33.9% 105事業者／310事業者） 合計 1,622事業者、対象店舗数 1,794店舗（回収率 32.7% 1,622事業者／4,954事業者） 【参考】令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾） 回収率 40.0% 1,821事業者／4,553事業者（メール・FAX・郵送により実施）
商店会加入店舗	商店会加入店舗 406店舗（回答のあった1,794店舗中 22.6%）

2 主な調査結果

(1) 登録業種／業種別回答状況

業種	回答店舗数	構成割合	登録店舗数	回答割合
飲食店	468	26.1%	1,918	24.4%
飲食料品店	211	11.8%	503	41.9%
スーパー	9	0.5%	14	64.3%
コンビニ	94	5.2%	411	22.9%
その他小売業（※1）	100	5.6%	255	39.2%
リフォーム業	67	3.7%	318	21.1%
その他サービス業（※2）	239	13.3%	616	38.8%
理容・美容店	158	8.8%	581	27.2%
その他業種（※3）	69	3.8%	200	34.5%
ドラッグストア・調剤薬局	46	2.6%	122	37.7%
病院または医療機関等	98	5.5%	260	37.7%
自転車販売	26	1.4%	53	49.1%
衣料・身の回り品取扱店	46	2.6%	161	28.6%
家電販売店	42	2.3%	75	56.0%
書籍文房具小売店	14	0.8%	24	58.3%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	16	0.9%	35	45.7%
旅館・ホテル	13	0.7%	24	54.2%
クリーニング	35	2.0%	133	26.3%
ガソリンスタンド	7	0.4%	8	87.5%
雑貨店	26	1.4%	54	48.1%
100円・ディスカウントショップ	3	0.2%	6	50.0%
ホームセンター	1	0.1%	3	33.3%
楽器店	3	0.2%	4	75.0%
おもちゃ・ベビー用品	3	0.2%	5	60.0%
レンタカー	0	0.0%	2	0.0%
合計	1,794	100.0%	5,785	

(2) 利用店舗に登録いただいたきっかけ

「事務局からの案内（第1弾からの継続）」が最も多い（45.9%）

ご登録のきっかけ	第2弾		第1弾と比較	第1弾	
	回答数	割合		回答数	割合
川崎市ホームページ	294	15.0%	-8.3%	560	23.2%
市政だより	114	5.8%	-5.0%	261	10.8%
タウンニュース	76	3.9%	-3.2%	170	7.1%
商店街など加盟団体からの情報提供	227	11.5%	-7.6%	461	19.1%
SNS（インスタグラム・フェイスブックなど）	41	2.1%	-3.2%	128	5.3%
新聞・テレビ・ラジオ	49	2.5%	-3.4%	141	5.9%
チラシ	24	1.2%	-2.3%	86	3.6%
事務局からの案内（第1弾からの継続）	903	45.9%	45.9%		0.0%
その他	238	12.1%	-12.9%	602	25.0%
	1,966	100.0%		2,409	100.0%

その他 → お客様からの紹介、金融機関からの紹介、同業者からの紹介など

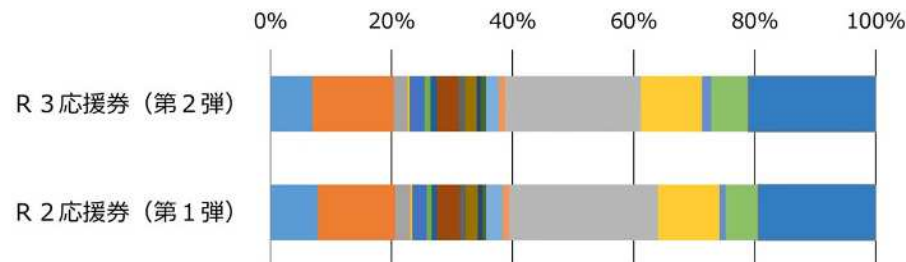
1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(5)利用店舗アンケート調査②

(4) 応援券がよく使用された商品の購入・サービスの利用等（複数回答）

ポイント 利用された業種の割合は、第2弾と第1弾はほぼ同じ

	R 3 応援券（第2弾）	R 2 応援券（第1弾）
■ 生鮮食料品	6.9%	7.8%
■ 加工食品、飲料等	13.3%	12.7%
■ 衣類、寝具	2.3%	2.5%
■ 家具、建具等	0.3%	0.3%
■ 家電製品	2.5%	2.4%
■ 宝飾品、かばん、革製品	0.9%	0.9%
■ 時計、眼鏡	1.1%	0.8%
■ 化粧品、医薬品	3.5%	3.8%
■ 台所用品	1.1%	0.9%
■ 自転車・オートバイ	1.8%	2.0%
■ 自動車関連部品・サービス	0.7%	0.7%
■ 玩具・娯楽用品	0.9%	0.6%
■ 住宅設備関連	2.1%	2.8%
■ 娯楽・レジャー	1.1%	1.1%
■ 飲食店での食事・テイクアウト	22.2%	24.5%
■ 美容、エステ等	10.1%	10.1%
■ 教養、教育	1.5%	1.0%
■ 病院・クリニック・歯科医院等での診療	6.1%	5.3%
■ その他	21.0%	19.3%



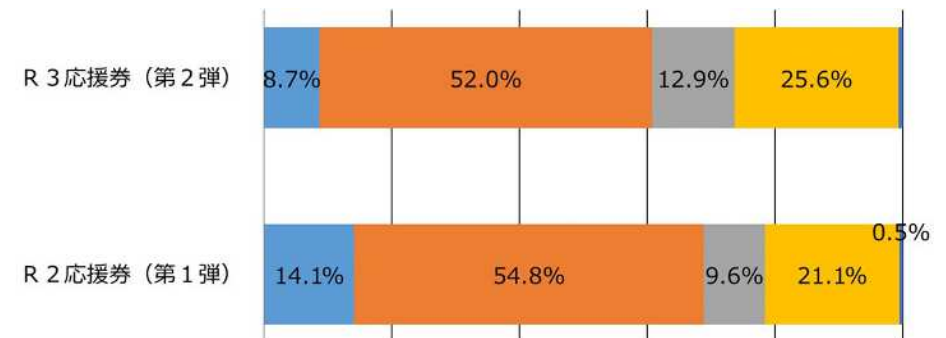
補足 ①病院・クリニック・歯科等の診療：5.3%(第1弾)→6.1%(第2弾)と増加
②飲食店での食事・テイクアウトは24.5%(第1弾)→22.1%(第2弾)と減少

(5) 売上面での効果

ポイント 「非常に効果があった」と「効果があった」を合わせた割合は
第2弾は60.7%（第1弾68.9%に対し8.2%減少）

ア どの程度効果があったか

	R 3 応援券（第2弾）	R 2 応援券（第1弾）
■ 非常に効果があった	8.7%	14.1%
■ 効果があった	52.0%	54.8%
■ 効果がなかった	12.9%	9.6%
■ わからない	25.6%	21.1%
■ 無回答	0.7%	0.5%



イ 売上面の効果（数値）

	10%未満	10～20%	21～30%	31～40%	41～50%	51%以上	わからない	無回答	合計
非常に効果があった	21	30	15	9	2	2	9	1	89
効果があった	403	266	38	8	2	0	116	11	844
合計	424	296	53	17	4	2	125	8	933
割合	45.4%	31.7%	5.7%	1.8%	0.4%	0.2%	13.4%	0.9%	100.0%

補足 「非常に効果があった」と「効果があった」と回答した店舗のうち、売上面の効果が「～20%」であった割合は77.1%

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

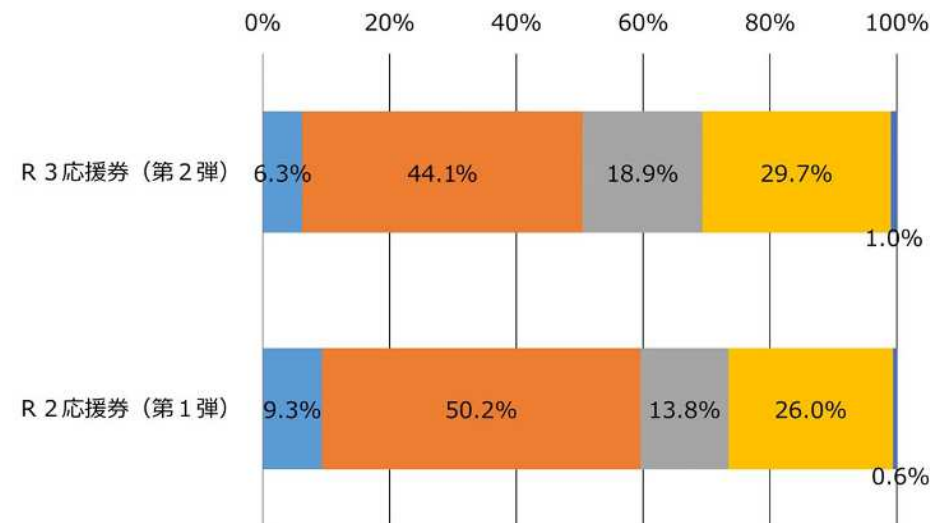
(5)利用店舗アンケート調査③

(6) 来客面での効果

ポイント 「非常に効果があった」と「効果があった」を合わせた割合は
第2弾は50.4%（第1弾59.5%に対し9.1%減少）

ア どの程度効果があったか

	R 3 応援券（第2弾）	R 2 応援券（第1弾）
非常に効果があった	6.3%	9.3%
効果があった	44.1%	50.2%
効果がなかった	18.9%	13.8%
わからない	29.7%	26.0%
無回答	1.0%	0.6%



イ 来客面の効果（数値）

	10%未満	10～20%	21～30%	31～40%	41～50%	51%以上	わからない	無回答	合計
非常に効果があった	19	42	12	9	1	3	16	0	102
効果があった	358	218	40	10	2	0	78	10	716
合計	377	260	52	19	3	3	94	10	818
割合	46.1%	31.8%	6.4%	2.3%	0.4%	0.4%	11.5%	1.2%	100.0%

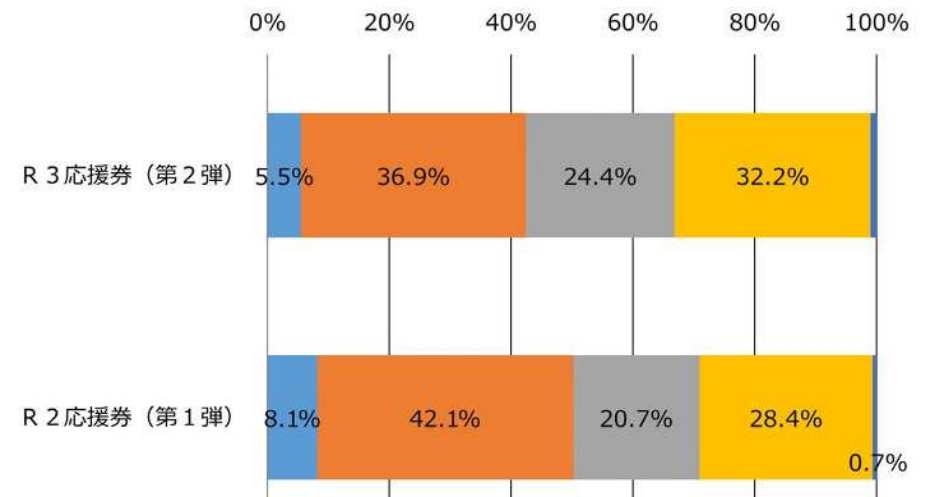
補足 「非常に効果があった」と「効果があった」と回答した店舗のうち、来客面の効果が「～20%」であった割合は77.9%

(7) 新規顧客面での効果

ポイント 「非常に効果があった」と「効果があった」を合わせた割合は
第2弾は42.4%（第1弾50.2%に対し7.8%減少）

ア どの程度効果があったか

	R 3 応援券（第2弾）	R 2 応援券（第1弾）
非常に効果があった	5.5%	8.1%
効果があった	36.9%	42.1%
効果がなかった	24.4%	20.7%
わからない	32.2%	28.4%
無回答	1.0%	0.7%



イ 新規顧客面の効果（数値）

	10%未満	10～20%	21～30%	31～40%	41～50%	51%以上	わからない	無回答	合計
非常に効果があった	21	30	15	9	2	2	9	1	89
効果があった	461	185	35	8	0	1	69	7	766
合計	482	215	50	17	2	3	78	8	855
割合	56.4%	25.1%	5.8%	2.0%	0.2%	0.4%	9.1%	0.9%	100.0%

補足 「非常に効果があった」と「効果があった」と回答した店舗のうち、新規顧客面の効果が「～20%」であった割合は81.5%

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(5)利用店舗アンケート調査④

(8) 換金関係

ポイント

- ①QRコード換金を利用しなかった理由として、
「郵送換金に慣れているため」「読み取る枚数が多いため」などが多い

ア QRコード換金と半券郵送換金の利用状況

(ア)件数と割合（アンケート回答より）

	第2弾		第1弾と比較	第1弾	
	回答数	割合		回答数	割合
QRコード読取による換金	580	35.8%	6.3%	537	29.5%
半券郵送による換金	969	59.7%	-6.1%	1,199	65.8%
両方	55	3.4%	-0.6%	72	4.0%
無回答	18	1.1%	0.4%	13	0.7%
合計	1,622	100.0%		1,821	100.0%

(イ)QRコード換金を利用しなかった理由

	第2弾		第1弾と比較	第1弾	
	回答数	割合		回答数	割合
郵送換金に慣れているため	519	42.3%	8.4%	502	33.9%
読み取る枚数が多いため	300	24.4%	-4.5%	429	29.0%
操作方法が難しいため	203	16.5%	-2.4%	280	18.9%
スマートフォン、タブレットを持っていないため	106	8.6%	-0.5%	135	9.1%
その他回答	95	7.7%	-0.8%	127	8.6%
無回答	5	0.4%	-0.1%	8	0.5%
合計	1,228	100.0%		1,481	100.0%

その他回答：面倒なため 7、通信不良等の不安 5、知らなかった 5、
商店街事務局のとりまとめによる 5、読み取りができなかった 5 など

イ 着金までの期間についての満足度

	第2弾		第1弾と比較	第1弾	
	回答数	割合		回答数	割合
満足	704	43.4%	8.4%	638	35.0%
やや満足	225	13.9%	0.7%	240	13.2%
普通	616	38.0%	-3.2%	749	41.1%
やや不満	44	2.7%	-4.3%	128	7.0%
不満	16	1.0%	-2.2%	58	3.2%
無回答	17	1.0%	0.6%	8	0.4%
合計	1,622	100.0%		1,821	100.0%

ウ 着金までの期間について、不満・やや不満を選択した理由（自由記入）

	第2弾 回答数	第1弾 回答数
換金が遅い	51	170
換金回数が少ない	1	5
QRコードが読み取りにくい	1	3

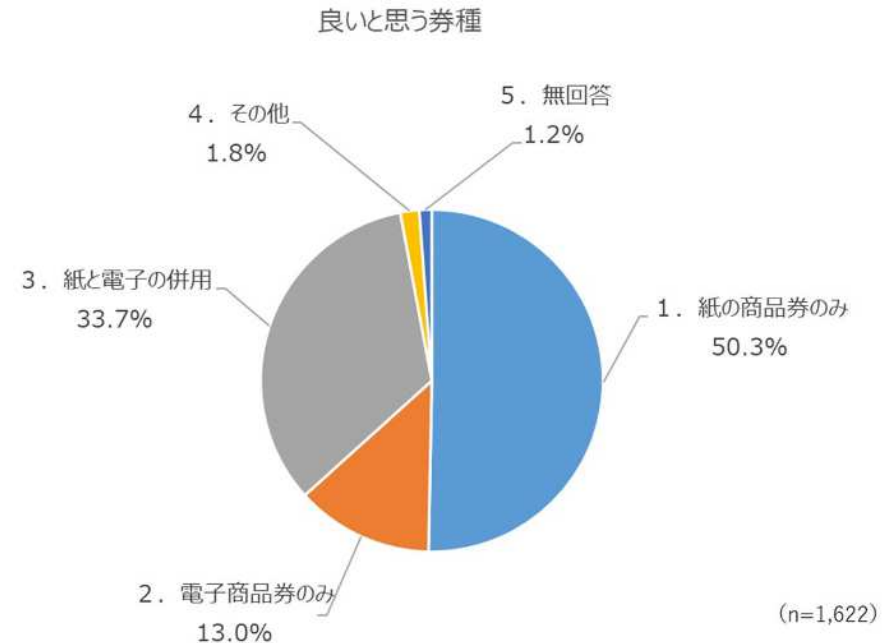
補足

- ①「QRコード読取による換金」の件数ベースの割合は35.8%（6.3%増）
②着金までの期間で「満足」と「やや満足」を合わせた割合は57.3%（8.4%増）

(9) プレミアム商品券の券種について、良いと思われるもの

ポイント

- ①「紙商品券のみ」の割合が50.3%と過半数



良いと思う券種	回答数	%
1. 紙の商品券のみ	816	50.3%
2. 電子商品券のみ	211	13.0%
3. 紙と電子の併用	547	33.7%
4. その他	29	1.8%
5. 無回答	19	1.2%
総計	1,622	100.0%

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果 (5)利用店舗アンケート調査⑤

(10) 事業満足度

ポイント

①「満足」と「やや満足」を合わせた割合は第2弾は61.8%
(第1弾71.0%に対し9.2%減少)



事業満足度の理由（自由記入）

	回答数
集客効果があった／新規客が増えた	119
お客様が喜んでた	71
より幅広くより多くの人が使えるようにしてほしい	58
お客様の消費意欲を感じられた（客単価／利用回数の増加）	57
売上につながった	49
お客様にとってメリットがある	40
第1弾ほどの効果が得られなかった	40
還元率が下がって残念（低い）	37
特に効果は感じられなかった	30

補足

①「不満」と「やや不満」を合わせた割合は7.0%→5.1%(R2)より増加

(11) 利用促進について工夫した点

ポイント

①利用促進の工夫は、「ポスターを目立つ場所に掲示した」の割合が多い
(第2弾 53.8%、第1弾 58.7%)

工夫された点	第2弾		第1弾	
	回答数	%	回答数	%
専用の商品・メニューを作成した	28	1.5%	34	1.5%
SNS等広報に力を入れた	250	13.0%	357	16.2%
ポスターを目立つ場所に掲示した	1,034	53.8%	1,289	58.7%
特に工夫はしていない	509	26.5%	418	19.0%
その他	93	4.8%	95	4.3%
無回答	9	0.5%	4	0.2%
総計	1,923	100.0%	2,197	100.0%

(12) 自由意見欄

	回答数
満足している	157
より幅広くより多くの人が使えるようにしてほしい	78
紙の応援券がよい	75
（第3弾）電子応援券に対して不安がある（高齢者の利用など）	50
還元率を上げてほしい（還元率が下がって残念、30%に戻してほしい）	38
もっと広報に力を入れてほしい	37
経費節減につとめてほしい	30
紙応援券と電子応援券の選択制・併用がよい	29
1000円未満の券（500円券・100円券）を希望する	26
電子応援券（電子決済）がよい	19
QRコードの読み込み、換金システムの使い勝手がよくない	16
利用・実施店舗を増やしてほしい	16

補足

①自由意見は「満足している」、「より幅広くより多くの人が使えるようにしてほしい」の他、第3弾（電子商品券）への不安等の意見が寄せられた

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

(6)利用者アンケート調査①

「川崎じもと応援券（第2弾）」の利用実績等を調査し、地域経済に対しどの程度の影響・効果があったのかを把握することを目的として実施

1 調査概要

項目	内容
調査対象	①1次募集及び2次募集におけるホームページからの申込者約100,000人（重複除く）のうち30,000人を無作為抽出 ②1次募集及び2次募集におけるはがきからの申込者約11,000人（重複除く）のうち2,000人を無作為抽出
調査期間	令和4年3月28日（月）～4月18日（月）
調査手法	①メールにより調査依頼し、WEBフォーム上で回答 ②郵送により調査依頼し、調査票に記入して返送
主な調査項目	・属性（市内在住・在勤・在学、年齢） ・家族構成 ・購入冊数 ・応援券を主に利用した店舗 ・応援券の販売をどのように知ったか ・利用店舗をどのように探したか ・自由意見欄 ・目的別商品の購入・サービスの利用・飲食等の利用状況 ・商品の購入・サービスの利用・飲食等の分類別利用状況
回収状況	①メール 5,063人（回収率 16.9% 5,063人／30,000人） ②郵送 1,058人（回収率 45.2% 904人／2,000人） 合計 5,967人（回収率 18.6% 5,967人／32,000人） 【参考】じもと応援券（第1弾） 回収率 17.7% 3,884人／22,000人
その他	回答者の中から抽選で200名にプレゼント（QUOカード）を実施

2 主な調査結果

(1) 年齢

令和3年度 川崎じもと応援券（第2弾）



令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）

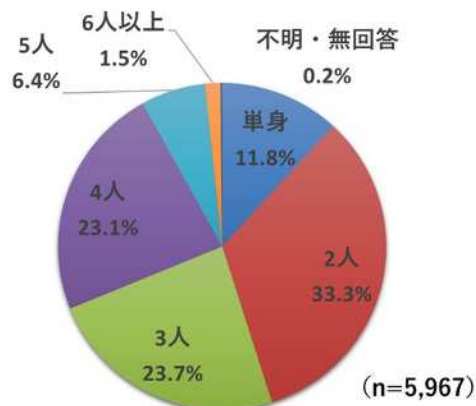


(2) 家族構成／購入冊数

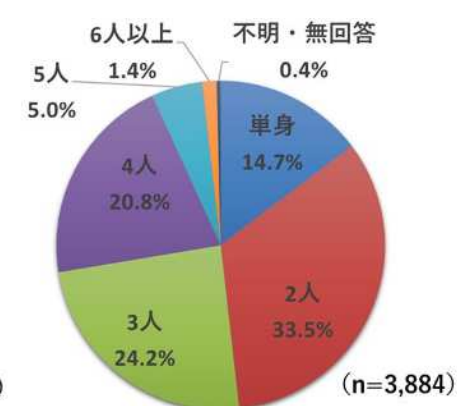
ポイント ①「11冊以上」の割合が13.1%(第1弾)→8.8%(第2弾)に減少

ア 家族構成

令和3年度 川崎じもと応援券（第2弾）

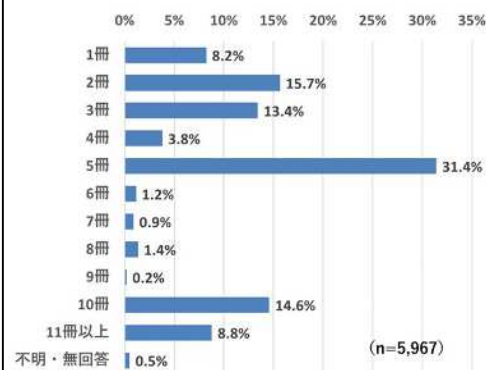


令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）

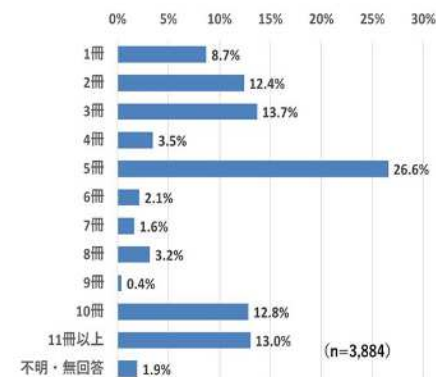


イ 購入冊数

令和3年度 川崎じもと応援券（第2弾）



令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



補足

- ①家族構成は第1弾、第2弾はほぼ同様の構成比
- ②「5冊以上」の割合は59.7%(第1弾)→58.4%(第2弾)とほぼ同じ

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果

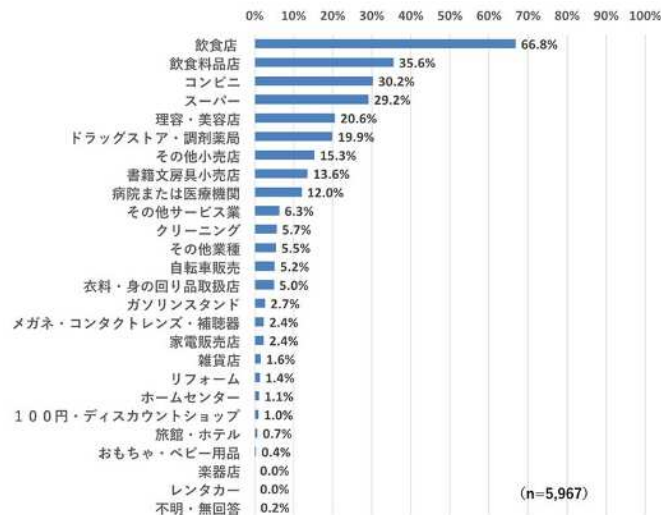
(6)利用者アンケート調査②

(3) 応援券を主に利用した店舗（複数回答）

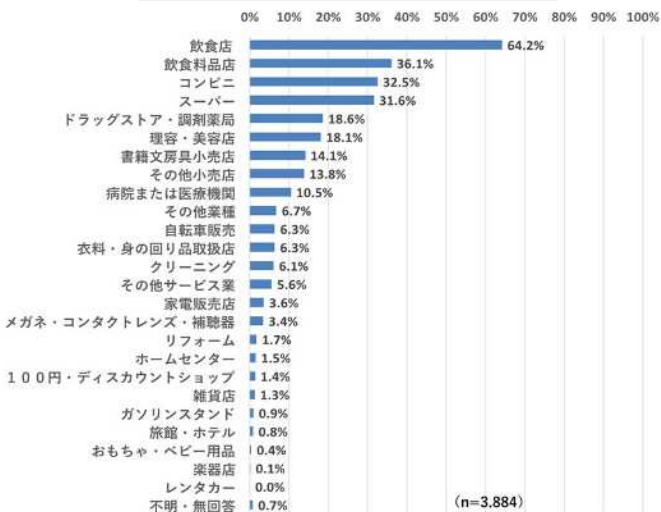
ポイント

- ①「飲食店」は64.1%(第1弾) → 66.8%(第2弾)に増加
- ②「理容・美容店」は18.1%(第1弾) → 20.6%(第2弾)に増加

令和3年度 川崎じもと応援券（第2弾）



令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）



補足

- ①「スーパー」は31.6%（第1弾）→ 29.2%（第2弾）に減少
- ②「病院または医療機関」は10.5%（第1弾）→ 12.0%（第2弾）に増加

(4) 応援券の販売をどのように知ったか／利用店舗をどのように探したか／自由意見欄

ポイント

- ①応援券の販売をどのように知ったかは「ホームページ」が最も多いが、「市政だより」「タウンニュース」「ポスター」「チラシ」など紙媒体によるものの割合が多い

ア 応援券の販売をどのように知ったか（複数回答）

	第2弾		第1弾と比較	第1弾	
	回答数	割合		回答数	割合
ホームページ	2,457	27.0%	5.4%	1,367	21.6%
市政だより	2,150	23.6%	0.1%	1,487	23.5%
タウンニュース	1,261	13.8%	-0.8%	926	14.6%
ポスター	1,173	12.9%	1.6%	716	11.3%
その他	726	8.0%	3.1%	307	4.8%
SNS	599	6.6%	-1.8%	532	8.4%
新聞・テレビ・ラジオ	474	5.2%	-4.0%	585	9.2%
チラシ	259	2.8%	-3.4%	398	6.3%
不明・無回答	15	0.2%	-0.2%	20	0.3%
延べ総数	9,114	100.0%		6,338	100.0%

イ 利用店舗をどのように探したか（複数回答）

	第2弾		第1弾と比較	第1弾	
	回答数	割合		回答数	割合
ホームページ	4,161	45.8%	0.4%	2,708	45.4%
ポスター	3,751	41.3%	3.2%	2,274	38.1%
友人・知人	542	6.0%	-0.1%	362	6.1%
店主	464	5.1%	-0.9%	359	6.0%
その他	155	1.7%	-2.2%	235	3.9%
不明・無回答	13	0.1%	-0.3%	29	0.5%
延べ総数	9,086	100.0%		5,967	100.0%

ウ 自由意見欄

	回答数
よかった（様々な場面での利用、お得感、地域の店舗を応援など）	2,279
利用できる店舗が少ないので、もっと増やしてほしい	1,047
1000円未満の券（500円券・100円券）を入れてほしい	647
大型店、スーパー、ドラッグストアなどで利用できるようにしてほしい	438
プレミアム率を上げてほしい（プレミアム率が下がって残念、30%に戻してほしい）	363
利用可能店舗がわかりにくい	358
電子応援券がよい	287
もっと広報に力を入れてほしい（応援券自体、販売、店舗、利用期間延長）	181
紙の応援券がよい	168

補足

- ①利用店舗をどのように探したかは第1弾、第2弾ともに「ホームページ」「ポスター」の割合が高い
- ②自由意見は全般的に「よかった」が最も多いが、一方で利用店舗や券種、プレミアム率、広報等に関する改善要望の意見も多く寄せられた

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果 (7)経済効果①

1 消費総額・消費喚起総額の推計

ポイント

①【市予算額に対する事務費の割合】

じもと応援券（第2弾）

32.2%

じもと応援券（第1弾）

14.5%

②【市予算額に対する資金循環】

じもと応援券（第2弾）

4.6倍

じもと応援券（第1弾）

4.0倍

・市予算額に対する事務費の割合32.2%（事務費4.7億円※1÷市予算額14.6億円※2）
・市内中小事業者へ66.5億円（消費総額71.1億円※3×93.6%※4）が循環
市予算額の4.6倍の資金循環（66.5億円÷市予算額14.6億円※2）

※4 川崎じもと応援券（第2弾）における中小店舗での利用割合

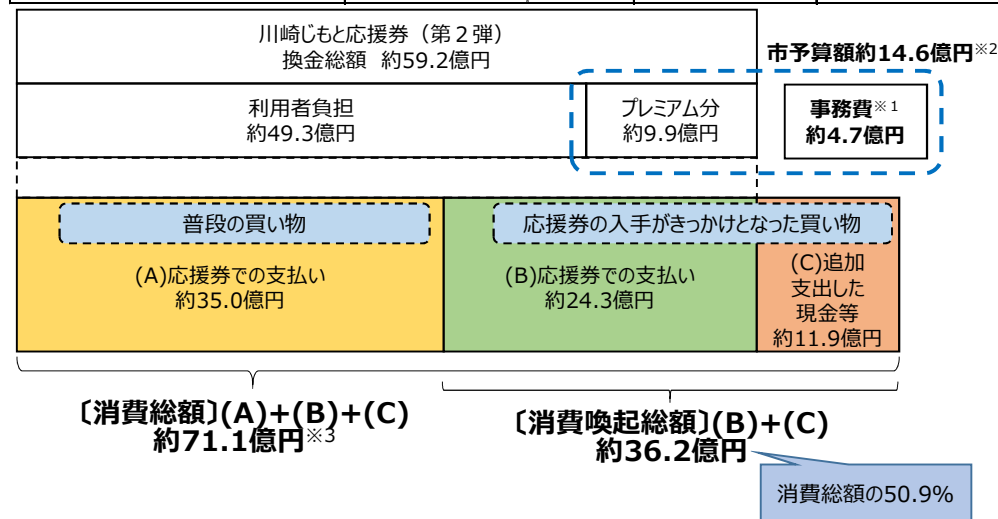
・市予算額に対する事務費の割合14.5%（事務費4.4億円※5÷市予算額30.3億円※6）
・市内中小事業者へ121.7億円（消費総額127.6億円※7×95.4%※8）が循環
市予算額の4.0倍の資金循環（121.7億円÷市予算額30.3億円※6）

※8 川崎じもと応援券（第1弾）における中小店舗での利用割合

令和3年度 川崎じもと応援券（第2弾）

（単位：千円）

じもと応援券の利用目的	じもと応援券での支払額	割合	じもと応援券での支払いにあわせ追加支出した現金等	合計
普段の買い物をじもと応援券で支払った	3,495,000	59.0%		3,495,000
じもと応援券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等	2,426,000	41.0%	1,190,000	3,616,000 〔消費喚起総額〕
合計	5,921,000	100.0%	1,190,000	7,111,000 〔消費総額〕

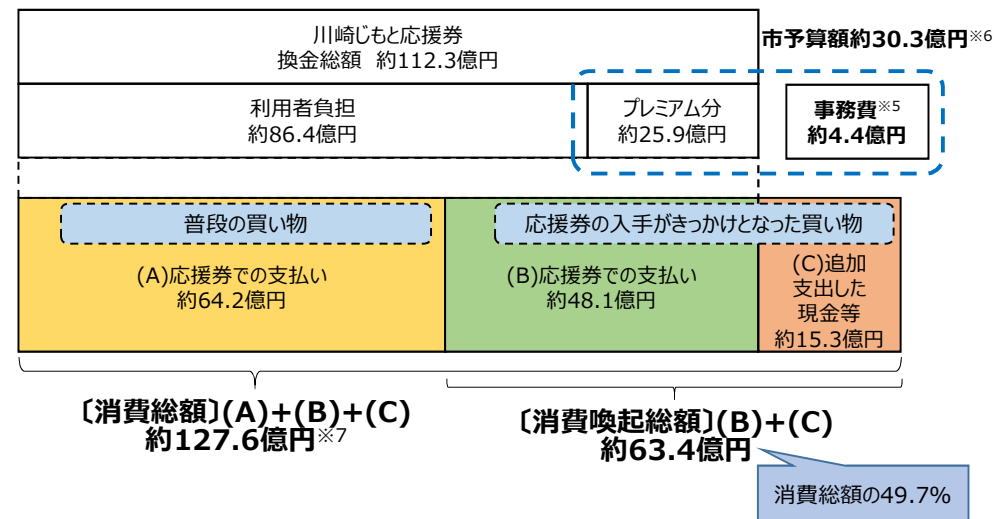


・市内中小事業者への新規消費喚起33.9億円（消費喚起総額36.2億円×93.6%※4）

令和2年度 川崎じもと応援券（第1弾）

（単位：千円）

じもと応援券の利用目的	じもと応援券での支払額	割合	じもと応援券での支払いにあわせ追加支出した現金等	合計
普段の買い物をじもと応援券で支払った	6,419,000	57.1%		6,419,000
じもと応援券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等	4,813,000	42.9%	1,531,000	6,344,000 〔消費喚起総額〕
合計	11,232,000	100.0%	1,531,000	12,763,000 〔消費総額〕



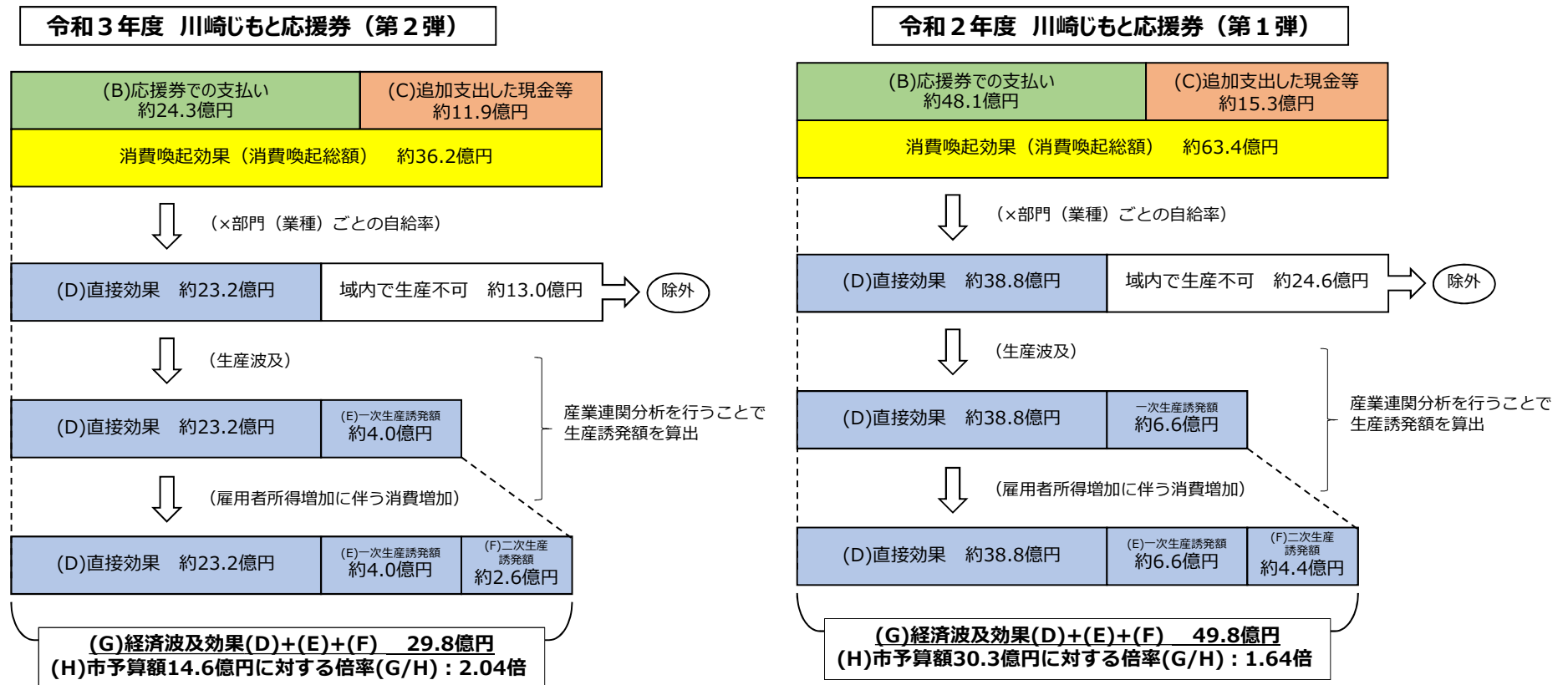
・市内中小事業者への新規消費喚起60.5億円（消費喚起総額63.4億円×95.4%※8）

・利用者アンケート調査の集計結果をもとに、川崎じもと応援券の利用目的ごとの金額を推計

・「普段の買い物をじもと応援券で支払った」、「じもと応援券の入手がきっかけとなった商品の購入・サービスの利用・飲食等」、「じもと応援券での支払いにあわせ追加支出した現金等」を集計し、換金総額ベースに換算

1 川崎じもと応援券（第2弾）の実施結果 (7)経済効果②

ポイント 【市予算額に対する直接効果及び生産誘発額】 じもと応援券（第2弾）2.04倍：じもと応援券（第1弾）1.64倍



用語説明

- 【自給率】各産業の市内需要に対する市内で調達される割合
- 【直接効果】消費喚起効果（消費喚起総額）について、商品の購入・サービスの利用・飲食等の内容に基づき分類した産業部門ごとの自給率を乗じて、川崎市内で生産・調達できる分を算出（他地域から移輸入する分を除く）
- 【一次生産誘発額】直接効果が生じた結果、ある部門の需要の増加に伴い、他の産業部門から原材料を購入するなど、市内の生産を誘発した金額
- 【二次生産誘発額】一次生産誘発額までの過程で生まれた雇用者所得の一部が、新たな消費等に回ることによりさらなる市内の生産を誘発した金額

川崎じもと応援券（第3弾）について①

1 目的

新型コロナウイルス感染症の影響により売上が大幅に減少している飲食店や生活関連サービス等における消費を促し、市内で資金を循環させることで早期の経済回復を図るとともに、新しい生活様式やデジタル化促進への対応を目的として電子商品券を発行

2 概要

項目	内容
発行総額	4 8 億円（販売額 4 0 億円、プレミアム分 8 億円）
発行セット数	4 0 万セット
1 セットあたりの構成	1 セット12,000円を10,000円で販売（プレミアム率 2 0 %）
利用期間	令和4年7月4日（月）～12月31日（土）
利用対象者	市内在住、在勤及び在学の方 ※応募者多数の場合は市内在住者を優先して抽選
利用店舗	川崎市内で営業する小売業、宿泊業、飲食店、生活関連サービス等の業種で、中小企業・小規模事業者及び個人事業主等
販売方法	1 次募集：インターネットからの申込みによる販売（抽選） 2 次販売：インターネットからの申込みによる販売（先着順）
申込期間	1 次募集：令和4年4月28日（木）～5月31日（火） 2 次販売：令和4年8月15日（月）～随時受付
購入限度	対象者 1 人に付き最大 5 セット
購入期間	1 次 募 集：令和4年6月13日（月）～6月24日（金） 追加当選等：令和4年7月 1 日（金）～7月12日（火） 2 次 販 売：令和4年8月22日（月）～随時購入可
換金方法	事前に申し込まれた指定口座へ、月6回、自動的に振り込む。締日は毎月5日、10日、15日、20日、25日及び月末（締日が休日の場合は翌営業日が締日）で、締日後、3営業日後が振込予定日となる。

3 広報の取組

(1) 利用者向け購入促進

ホームページ、市政だより、ポスター、チラシ、新聞、テレビ、ラジオ、SNS、地域情報誌、デジタルサイネージなど

(2) 利用店舗募集

ホームページ、市政だより、チラシ、ラジオ、産業情報誌、地域情報誌、関係団体への説明、第2弾登録店舗への案内メール・架電・訪問、商店街店舗等への説明会・個別訪問など

4 販売結果

(1) 一次募集申込み

	市内在住		市内在勤	市内在学	合計
		うち家族分			
申込者総数	98,580人	25,427人	2,067人	135人	100,782人
うち有効申込者数	94,477人	24,268人	1,954人	121人	96,552人
うち無効申込者数	4,103人	1,159人	113人	14人	4,230人

(2) 一次募集抽選結果

	市内在住		市内在勤	市内在学	合計
		うち家族分			
有効申込者数	94,477人	24,268人	1,954人	121人	96,552人
当選者数	80,000人	20,551人	—	—	80,000人
倍率	1.18倍	1.18倍	—	—	1.21倍

(3) 当初購入期間販売結果

	発行数/当選者数	販売数/購入者数	残数/未購入者数
セット数	400,000セット	220,414セット	179,586セット
人数	80,000人	55,549人	24,451人

(4) 追加当選結果

	市内在住		市内在勤	市内在学	合計
		うち家族分			
有効申込者数	94,477人	24,268人	1,954人	121人	96,552人
当選者数	80,000人	20,551人	—	—	80,000人
追加当選者数	14,477人	3,717人	1,954人	121人	16,552人

(5) 追加当選/未購入者販売結果

	発行数/当選者数	販売数/購入者数	残数/未購入者数
セット数	179,586セット	58,832セット	120,754セット
人数	41,003人	14,723人	26,280人

(6) 販売結果合計

	発行数/当選者数	販売数/購入者数	残数/未購入者数
セット数	400,000セット	279,246セット	120,754セット
人数	96,552人	70,272人	26,280人

川崎じもと応援券（第3弾）について②

5 利用店舗の登録状況（令和4年7月31日現在）

(1) 区別／業種別登録状況

業種	川崎区	幸区	中原区	高津区	宮前区	多摩区	麻生区	合計	割合
飲食店	344	145	402	234	100	177	93	1,495	35.1%
飲食料品店	66	36	44	39	30	34	24	273	6.4%
スーパー	7	1	3	0	0	4	0	15	0.4%
コンビニ	58	28	57	45	18	32	13	251	5.9%
その他小売業	63	38	80	26	34	41	22	304	7.1%
リフォーム業	14	6	17	17	26	14	11	105	2.5%
その他サービス業	56	36	105	66	33	67	54	417	9.8%
理容・美容店	72	41	113	73	33	80	44	456	10.7%
その他業種	23	11	22	21	20	30	9	136	3.2%
ドラッグストア・調剤薬局	19	11	20	18	16	38	13	135	3.2%
病院または医療機関等	32	30	65	38	29	53	23	270	6.3%
自転車販売	10	6	13	7	4	10	1	51	1.2%
衣料・身の回り品取扱店	24	9	17	6	5	13	5	79	1.9%
家電販売店	9	9	10	7	9	13	6	63	1.5%
書籍文房具小売店	1	3	5	4	2	7	1	23	0.5%
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	6	0	10	2	5	5	2	30	0.7%
旅館・ホテル	12	1	4	2	1	0	1	21	0.5%
クリーニング	7	8	25	22	13	17	10	102	2.4%
ガソリンスタンド	2	1	0	0	1	0	1	5	0.1%
雑貨店	0	2	4	6	2	2	1	17	0.4%
100円・ディスカウントショップ	0	0	1	1	0	1	0	3	0.1%
ホームセンター	0	0	0	1	0	1	0	2	0.0%
楽器店	0	0	1	0	0	1	1	3	0.1%
おもちゃ・ベビー用品	0	0	1	2	0	0	2	5	0.1%
レンタカー	2	0	0	1	0	0	0	3	0.1%
合計	827	422	1,019	638	381	640	337	4,264	100.0%
割合	19.4%	9.9%	23.9%	15.0%	8.9%	15.0%	7.9%	100.0%	

(2) 第2弾からの継続登録の状況 ※精査中

第2弾利用店舗	継続登録	新規登録	第3弾利用店舗
5,785	3,867	397	4,264
	継続しない	検討中	未回答
	1,059	703	156

※休業等のため連絡が
取れない店舗

「継続しない」1,059店舗の業種と理由

理由	飲食店	飲食料品店	スーパー	その他小売業	コンビニ	自転車販売	その他サービス業	理容・美容店	その他業種	ドラッグストア・ 調剤薬局	家電販売店	病院・医療 機関等	衣料・身の 回り品	書籍文房具	リフォーム業	メガネ・補聴 器等	クリーニング	雑貨店	旅館・ホテル	100円・ディ スカウント	ガソリンスタンド	合計
① 客層がスマホや電子に不慣れ	108	36	0	23	15	1	35	28	37	1	3	12	11	4	31	0	9	5	0	1	1	361
② スタッフには年配者が多いので運用が面倒	75	26	0	19	20	2	35	28	35	2	1	18	10	1	27	1	11	3	1	0	1	316
③ 第1弾&第2弾で利用者がいなかった	48	13	0	11	12	0	25	18	23	0	1	3	6	1	25	1	1	0	0	0	0	188
④ お店を閉める	20	4	1	3	1	0	7	4	2	0	1	0	4	0	5	0	2	0	1	0	0	55
⑤ レジとのリンクができない	3	0	0	1	9	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	17
⑥ やらない	5	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0	0	1	0	0	12
⑦ その他	33	5	0	7	6	1	17	12	10	0	0	3	0	0	12	0	4	0	0	0	0	110
合計	292	84	1	64	64	4	121	90	108	4	6	39	31	6	102	2	27	8	3	1	2	1059

6 利用状況（令和4年7月31日現在）

(1) 業種別利用状況

（単位：千円）

業種	R4.7月	利用額割合	1店舗当たり 平均利用額
飲食店	182,816	24.8%	122
飲食料品店	62,361	8.5%	228
スーパー	69,308	9.4%	4,621
コンビニ	39,357	5.3%	157
その他小売業	42,642	5.8%	140
リフォーム業	8,522	1.2%	81
その他サービス業	53,773	7.3%	129
理容・美容店	64,336	8.7%	141
その他業種	15,526	2.1%	114
ドラッグストア・調剤薬局	47,366	6.4%	351
病院または医療機関等	37,726	5.1%	140
自転車販売	21,515	2.9%	422
衣料・身の回り品取扱店	9,877	1.3%	125
家電販売店	8,984	1.2%	143
書籍文房具小売店	19,609	2.7%	853
メガネ・コンタクトレンズ・補聴器	9,453	1.3%	315
旅館・ホテル	2,088	0.3%	99
クリーニング	8,899	1.2%	87
ガソリンスタンド	24,269	3.3%	4,854
雑貨店	582	0.1%	34
100円・ディスカウントショップ	6,580	0.9%	2,193
ホームセンター	452	0.1%	226
楽器店	467	0.1%	156
おもちゃ・ベビー用品	155	0.0%	31
レンタカー	74	0.0%	25
合計	736,737	100.0%	173

(2) 区別利用状況

（単位：千円）

区名	R4.7月	利用額割合
川崎区	103,371	14.0%
幸区	77,189	10.5%
中原区	181,582	24.6%
高津区	127,280	17.3%
宮前区	88,254	12.0%
多摩区	109,850	14.9%
麻生区	49,211	6.7%
合計	736,737	100.0%