

豊川市への大型商業施設進出に関する アンケート調査 報告書

1. アンケート実施期間 2023年11月6日（月）～12月25日（月）
2. 調査対象 地域住民、商業・サービス業事業者、商業・サービス業以外の事業者
3. 調査方法（3調査共通）
 - 「Google Form」及びFAXで回答を依頼
 - 【調査票の送付方法、回答の依頼先】
 - 1) 豊川商工会議所会員事業所（約2,300）に調査票を郵送
 - 2) 豊川商工会議所ホームページに掲載
 - 3) 豊川商工会議所「公式LINE」に配信（友だち：788）
 - 4) 会員事業所の大手企業の人事担当者に社員の回答を依頼
 - 5) 諸会議の席上で回答を依頼
4. 回答数

1,108件	内訳：地域住民	745件
	商業・サービス業	184件
	その他の業種	179件
5. 調査委託先 公益社団法人東三河地域研究センター

2024年3月

豊川商工会議所

分析結果と考察

1. 地域住民向けアンケート

地域住民向けアンケート結果まとめ

- ・イオンモール豊川がオープンしたことによる買い物行動の変化については、イオンモール豊川のオープン前に利用していた店について、オープン後も変わらず利用している人が多いことがわかる。
- ・品目別にみると、購入したい品目ごとに利用先を使い分けていることがわかる。衣料品や身の回り品についてはインターネットショッピングや通販を利用している人が多いため、これらを実店舗で購入してもらえるような対策は必要である。
- ・イオンモール豊川のオープンに対する総合的な満足度は「どちらとも言えない」が大半を占めているが、不満をもっている人の割合は少ない。
- ・イオンモール豊川がオープンすることで買い物機会の創出には寄与しているが、周辺道路状況の悪化や近接する病院への通院や救急搬送への影響を懸念する声が多くあがっている。
- ・イオンモール豊川のオープン後も、地元の商業者には個性を生かして差別化を図り、根強く頑張ってもらいたいとの意見が多くある。
- ・イオンモール豊川に対しては、岡崎や浜松と比較して魅力のある店が少ないため店舗ブランドの拡充を求める意見が多い。

(1) 回答者の属性について

- ・性別は男性・女性がほぼ同数となっている。
- ・回答者の年齢は50代が198名で最も多く、次いで40代、60代の順となっている。
- ・同居の家族の人数は2人が180名で最も多く、次いで3人、4人の順となっている。
- ・職業は会社員が45%を占め、次いで自営業・自由業、学生の順に多い。
- ・住まいの地域は市内では豊川小学校区が最も多く、次いで国府小学校区、三蔵子小学校区の順に多い。豊川市外が30%を占めている。
- ・回答者の年代別に住まいの地域を確認すると、10代と20代では豊川市外の回答者が過半数を占めている。そのため特に若年層の回答の取り扱いには注意が必要。

(2) 回答者の普段の買い物行動について

○主に買い物する時間帯

- ・平日は「16～19時」が約4割を占め、次いで「19～22時」が3割弱となっている。職場からの帰宅時間帯の買い物が多いと考えられる。
- ・休日は「13～16時」が約4割を占め、次いで「10～13時」が3割弱となっている。これより、平日と休日では買い物行動を起こす時間帯に違いがあることがわかる。

○普段の買い物に出かける時、主に利用する交通機関

- ・自家用車が83%を占め、次いで自転車が10%である。ほとんどの人が自動車を使用して買い物をしている。

(3) イオンモール豊川がオープンする前の買い物行動

○商品それぞれについて、イオンモール豊川のオープン前に多く購入していた店

- ・食料品については市内の「食品スーパー」が最も多く63%を占めている。次いで「豊橋市内のお店」、市内の「コンビニエンスストア・ドラッグストア」が多い。年代別に見ても市内の「食品スーパー」が最も多くなっている。
- ・日用品については市内の「コンビニエンスストア・ドラッグストア」が最も多く42%を占める。一方で16%の人が無回答となっており、この品目をイオンモール豊川では買い物していない可能性がある。年代別に見ると、若年層は市外の回答者が多いため市外の回答が多く、20歳以上では市内の「コンビニエンスストア・ドラッグストア」が多い。60歳以上では無回答も多い。
- ・衣料品については「インターネットショッピング・通販」が19%で最も多く、僅差で市内の「ショッピングセンター」が続く。回答が多岐にわたっており、市外のお店やイオンモールを選択している人も合わせて38%程度いる。年代別に見ると、19歳以下では市外のお店が多く、20～59歳では「インターネットショッピング・通販」、60歳以上では市内の「ショッピングセンター」となった。年代によって購入行動の違いが明確に表れていることがわかる。
- ・身の回り品（靴、貴金属、化粧品等）については「インターネットショッピング・通販」が18%で最も多く、次いで市内の「ショッピングセンター」が16.5%となっている。こちらも衣料品と同様に回答が多岐にわたり、市外のお店や他市のイオンモールを選択している人が3分の1程度いる。年代別に見ると衣料品と同じ結果となっており、19歳以下では市外のお店が多く、20～59歳では「インターネットショッピング・通販」、60歳以上では市内の「ショッピングセンター」となっている。
- ・文化品（家電品、家具、書籍等）については市内の「大型専門店」が47%を占めている。次いで「インターネットショッピング・通販」が13%で続く。選択肢に家電量販店や大型書店の記載があるので、選択が集中したと考えられる。年代別に見ると、19歳以下では市外のお店が多いが、それ以外の年代では市内の「大型専門店」が最も多くなっている。
- ・お食事については市内の「専門の個店」が37%で最も多く、次いで「豊橋市内のお店」が16%と多い。約3割の人が市外のお店に行くと回答している。
市内の「商店街のお店」の選択者数が他の品目と比べて多いことから、商店街には食事目的で行く人が多いことが推察される。
年代別に見ると、19歳以下では市外の選択肢が上位3つを占めており、20歳以上では市内の「専門の個店」が最も多い。

- ・その他サービス業については無回答が19%で最も多い。具体的なサービス内容を回答者がイメージできなかった可能性がある。
- ・結果をまとめると、19歳以下では食料品以外の項目全てにおいて「豊橋市内のお店」と「その他の地域のお店」が上位2項目となっており、食料品でも2・3位となっている。回答者の市外在住の比率が高いことも一因ではあるが、この年代ではクレジットカードを作ることが難しいため、衣料品や身の回り品などの上の年代では「インターネットショッピング、通販」が上位となっている項目においても対面のお店が上位となっているところに特徴がある。

一方で60歳以上の高齢者については市内の選択肢もしくは無回答がすべての品目で上位に来ている。このことから、高齢者は買い物をしていない人が多く、イオンモール豊川に行った場合でも家族の付き添いであまり買い物をしていない可能性があることがわかる。

中間である20歳～59歳については、食料品は「食品スーパー」、日用品は「コンビニエンスストア、ドラッグストア」、衣料品と身の回り品は「インターネットショッピング、通販」、文化品は「大型専門店」、お食事とその他サービス業は「専門の個店」と品目に応じて使い分けていることがわかる。衣料品に関しては市内の選択肢（148人）よりも市外の選択肢（205人）を選んだ人数の方が多い。

○イオンモール豊川オープン後、選んだお店に行く回数の変化

- ・どの品目についても75%以上の人が「変わらない」と回答している。イオンモール豊川開店後も影響はあまりなく、以前利用した店についても変わらず利用していることがわかる。ただし、衣料品については行く回数が「減った」の回答が14%と他品目と比べて高く、影響が出ているといえる。

○なぜそのお店を利用しているか

- ・「自宅の近くにあり便利」が78%で最も多く、次いで「価格が安い」「品揃えが良い」が続く。買い物する店を選択するうえで自宅からの近接性が最も重要視されていることがわかる。

一方で少なかった回答としては、「商品を配達してくれる」「商品やお得情報のチラシ配付やLINE等のSNSの案内がある」でどちらも5%未満であった。これらはお店の選択にあまり寄与しないことがわかる。

(4) イオンモール豊川について

○イオンモール豊川のオープンによる買い物行動の変化

・「イオンモール豊川のオープン前と大きな変化はない」が約6割を占めた。さらに「地元のスーパーや量販店へ出かける機会が減った」の回答は5%、「近隣の商店や馴染みのお店へ出かける機会が減った」は2%に留まることから、地元のお店へのイオンモール豊川オープンの影響は限定的であることがわかる。

「岡崎や浜松のイオンモールへ出かける機会が減った」との回答も19%に留まり、豊川と岡崎・浜松のイオンモールを必要に応じて使い分けていることが推察される。

年代別に回答をみると、いずれの年代でも「イオンモール豊川のオープン前と大きな変化はない」がトップではあるが、30代・40代では「イオンモール豊川へ出かける回数が増えた」の回答との差が少なくなっており、子育て世代に特に利用されていることがわかる。

○イオンモール豊川がオープンしたことによる、総合的な満足度

・「どちらとも言えない」が44%で最も多く、次いで「まあ満足」が37%となった。「大変満足」と「まあ満足」の回答を合わせても半数に届いておらず、「やや不満」「不満」の回答も7%ほどあった。

年代別にみると、40歳～59歳においては「まあ満足」の回答が最も多かったが、その他の年代では「どちらとも言えない」が最も多かった。19歳以下では「どちらとも言えない」が63%を占めているが、後の質問にあるようにイオンモール豊川に一度も出かけたことがない回答者が60%いることも原因として考えられる。60歳以上についても「どちらとも言えない」が51%を占めている。

「やや不満」と「不満」を合わせても各年代とも10%に満たないため否定的な見方は現時点ではあまりされていないといえるが、特に若年層と高齢者からは「どちらとも言えない」との回答が過半数であるので今後変化していく可能性がある。

○イオンモール豊川がオープンしたことによるメリット・デメリット

・メリットとしては、「買い物やお店にでかける選択の機会が増える」が42%で最も多く、次いで「楽しく買い物ができる」「一度に買い物を済ますことができる」が多い。これより、イオンモール豊川のオープンが買い物行動の創出に寄与していることがわかる。

一方で、「安く買い物ができる」の回答は4%に留まっていることから価格に対する期待値は低く、日常の買い物に利用する店の選択理由では「価格が安い」が2番目に多かったことから、品目に応じて利用する店を使い分けていることが推察される。

・デメリット面としては、「市外からの来訪者が増えて交通が混雑する」が29%で最も多かった。「近隣の医療機関への通院や、救急救命搬送への支障が心配」も17%ほど回答があり、付近の交通事情を危惧していることがわかる。

一方で、無回答やデメリットなしと回答した人も23%ほどいた。

○イオンモール豊川の利用頻度

- ・「2～3 か月に 1 回程度」が 35%で最も多く、一度も出かけたことがない人も約 2 割いる。恒常的な利用というよりも、普段使いのお店と使い分けて利用している人が多いことがこの設問からもわかる。
- ・利用頻度を年代別にみると、19 歳以下と 20 歳～29 歳では「一度も出かけたことがない」が最も多くなり、特に 19 歳以下では 6 割に上った。30 歳以上の年代でも最も多かった回答は「2～3 か月に 1 回程度」であり、週 1 回以上イオンモール豊川に足を運んでいる人の割合は各年代とも 5～12%程度に留まった。

○イオンモール豊川での 1 回あたりの平均買い物金額

- ・「3 千円以上～5 千円未満」が最も多く約 4 分の 1 を占めている。次いで「5 千円以上～1 万円未満」「千円以上 3 千円未満」が続くことから、ある程度まとまった買い物をしていることが多いことがわかる。

(5) イオンモール豊川以外の商業者に期待、望むこと

- ・イオンモール豊川がオープンしても、個店はその魅力を生かして引き続き頑張ってもらいたいとの意見が多く、独自性を生かし経営を続けてほしい意向がある。特に 50 代以上の人からの存続を願う意見が多くみられる。

2. 商業・サービス業の事業者向けアンケート

商業・サービス業事業者向けアンケートまとめ

- ・アンケートの結果によれば、イオンモール豊川の開店によって売上や客数への影響は、約70%の事業者は大きく影響を受けていないとの回答であったが、約20%の事業者からは、売上の減少や客足への影響を受けていると回答があった。なかでも影響を受けているのが衣料品小売をはじめとする小売業者であった。一方でプラスの影響を受けている事業者は飲食店の一部であった。
- ・雇用に関しても影響がないと回答した事業者が多数である一方で、時給や給与など賃上げなど実施した事業者が一定数あり、その要因がイオンモール豊川の開店によるものであるかどうかの判断は各店舗で異なると考えられるものの、雇用環境への影響を懸念する回答も少なからずあった。モール内の店舗と競合する事業者には影響が出ているようである。
- ・市や商工会議所に期待する施策としては、販路拡大や広告宣伝などの既存事業の拡大に対する支援を希望する事業者が多い。一方でアンケートの回答として挙げた候補内で回答が分散していることから、きめ細やかな施策が求められていることがわかる。
- ・イオンモールに期待することとして、ランドマークとしての集客力向上や地域経済との連携など、相乗効果に期待する部分が多いことがわかった。

(1) 事業所属性について

- ・代表者の年代は「50代」と「70歳以上」が同数で最も多い。
- ・業種はその他が最も多く、次いで「その他の小売」が多かった。
- ・従業員数は「0~2人」が約4割で最も多く、家族経営等の零細企業が多くを占めていることがわかる。
- ・事業所・店舗の地域は「豊川小学校区」が最も多く、次いで「中部小学校区」が多い。

(2) 事業所の状況

- ・1日の平均来店者数は「10人以下」が過半数の53%を占めている。不特定多数が来店する店舗よりも特定の分野の顧客に絞っている店舗が多いと思われる。
- ・主たる営業時間は「昼営業」が7割を占め、次いで「昼営業&夜営業」が26%となっている。「24時間営業」と回答した人はいなかった。
- ・主な客層としては「シニア」が37%で最も多く、次いで「ファミリー」が27%で多い。「観光客」を対象にしている事業所は4%に留まり少ない。
- ・直近の年間売上高としては「1,000万円以下」が最も多く35%に上る。「1,000万円超~3,000万円以下」と合わせると過半数となる。
- ・直近の年間の利益としては、利益があると答えた事業者は過半数の53%に上っている。一方で「欠損状態」との回答も23%あった。

- ・今後の事業の方向性としては、約半数が「現状維持」と回答しており、積極的に拡充や他業種への進出を予定している企業も約3割あった。

今後も事業を継続していきたいという企業が多くある一方で、縮小や廃業を考えている事業者も17%いることがわかった。

- ・事業の方向性を業種別にみると、積極的拡充や他業種への進出を考えている事業者が多いのはその他の小売であった。一方で、縮小や廃業を考えている事業者が多い業種はその他の小売と飲食店であった。

- ・事業の方向性を直近の売上高別にみると、1,000万円超～1億円以下と1億円超では積極的拡充や他業種等への進出を考えている事業者が3割程度あるが、1,000万以下だと15%程度に留まった。一方で、縮小や廃業を考えている事業者の割合は売上高が少ないほど高く、1,000万円以下では3割程度に上る。どの売上帯においても現状維持を考えている事業者が半数程度いることがわかる。

(3) イオンモール豊川開店による変化

- ・売上については特に変化がないと回答している事業者が7割弱を占めている。売上が増えたと回答した事業者は7～8%、売上が減ったと回答した事業者は2割強で、4月～6月と7月～10月では同様の傾向を示している。

- ・来店客数についても売上と同様の傾向を示している。

- ・業種別に売上と来店客数の変化をみると、大きく減少したと回答している事業者が多いのは「衣料品小売」で半数あった。次いでその他の小売が売上・来店客数ともに減少と回答した事業者が2割ほどいる。

飲食店については売上及び来店客数が増えた事業者と減った事業者がいずれも2割ほどあり、イオンモール豊川の開店がプラスに働いている事業者とマイナスに働いている事業者がそれぞれあることがわかる。

- ・直近の売上高別に売上と来店客数の変化をみると、どの売上帯であっても7割程度は変化がないと回答している。売上や来店客数が増えたと回答しているのはほとんどが

「1,000万円超～1億円以下」の売上高の事業者で、売上や来店客数が「3割減」「4割以上減」と回答しているのはほとんどが1,000万円以下の売上高の事業者であった。

- ・売上高の増減と来店客数の増減の相関をみると、ほぼ相関が取れていることがわかるが、一部に売上の増加量に対して来店客数の増加量は伸びていない事業者がみられた。

- ・上記より、イオンモール豊川の開店による影響をほとんど受けていない事業者が3分の2程度を占めているが、売上が増えた事業者が1割弱、売上が減った事業者が2割強程度おり、イオンモール豊川の開店直後である4～6月と、開店特需の一段落した7～10月では傾向は変わらないことがわかる。プラスの影響を受けている事業者は直近の売上高が1,000万円～1億円の事業者が多く、マイナスの影響を受けている事業者は売上高が1,000万円以下の零細企業に多いことがわかる。

(4) 雇用状況

- ・2022年11月以降の雇用の変化をみると、「雇用状況に変化はない」と回答した事業者が7割に上った。
- ・イオンモール豊川のオープンによる雇用環境の変化をみると、3分の2の事業者は「雇用環境に変化はない」と回答しているが、「新たな従業員確保が難しくなっている」「人手不足が深刻になっている」「時給の見直しや賃上げなど、雇用条件の改善をせざるを得なくなっている」がそれぞれ15%前後の回答がある。
- ・上記より、多くの事業者にとってはイオンモール豊川の開店による雇用への影響は受けていないが、一部の事業者には雇用条件等で影響が出ていることがわかる。

(5) 豊川市、豊川商工会議所に期待する施策

- ・経営環境の改善に向けて期待する施策としては、「販路開拓・販売促進の支援」が23%で最も多く、次いで「広告宣伝・プロモーション活動への支援」が多かった。
一方で、無回答や特になしとの回答も21%ほどあり、支援を期待していない事業者も一定数いることがわかる。
- ・期待する施策を業種別にみると、下記の傾向がある。
卸売業では「求人・人材育成支援」が最も多く、販路開拓や事業承継等含め現在の事業を継続していく部分への支援を期待している傾向がある。
小売業では「販路開拓・販売促進の支援」が最も多く、次いで広告宣伝やビジネスマッチングが多い。こちらは新しい可能性の開拓やPR活動への仲介役としての支援を求めていることがわかる。
飲食店では「施設・設備投資への支援」と「広告宣伝・プロモーション活動への支援」が同数で最も多い。さまざまな項目に回答が分散していることから、事業者によって事情や考え方が様々であることがわかる。
その他の業種ではビジネスマッチングが最も多いが、こちらもさまざまな項目に回答が分散しており、事業者によって求めているものは異なることがわかる。
- ・期待する施策を直近の売上高別にみると、下記の傾向がある。
1,000万円以下の小規模事業者では、販路開拓や広告宣伝、ビジネスマッチングの回答が多く、情報発信に対する支援を多く求めていることがわかる。一方で最も多かったのは無回答であり、そもそも支援には期待せず自分の力で事業を進めていきたい意向の事業者も多いことがわかる。
1,000万円超～1億円以下の中規模事業者では、販路開拓や広告宣伝が多いのは小規模事業者と同様だが、これに加えて求人・人材育成支援や設備投資への支援を求める意見が多い。着実に事業拡大を図っていききたい傾向がある。
1億円超の大規模事業者では求人・人材支援育成が最も多く、次いでビジネスマッチングが多い。既存事業の底上げに加え、新たな可能性を見出していく方向に重点をおいていることがわかる。

- ・国・県・市からの補助金や助成金を利用している事業者は回答者の4割程度に上った。活用した補助金・助成金としては持続化補助金が最も多く36事業所であった。
- ・市・商工会議所に期待する施策としては、地場産品を販売する機会の創出や、地域プレミアム商品券の発行の要望が多く挙げられている。
- ・イオンモール豊川に期待することとしては、市のランドマークとしての集客力の向上や情報発信を求める声が多い。また、地域経済とのコラボを求める意見も多く挙げられた。

商業・サービス業以外の事業者向けアンケートまとめ

- ・商業・サービス業事業者へのアンケートと比較すると、積極的拡充や他業種への進出を考えている企業の割合が高く、事業縮小や廃業予定の比率も少ないことから、事業の積極的拡大を行っていきたい意向を持つ事業者が多いことがわかる。
- ・雇用状況は商業・サービス業事業者と似たような傾向で、変化はない事業者が7割程度、影響を受けている事業者が2~3割程度であった。本調査の実施時点では、影響を受けている事業者は2~3割ではあるものの、今後、国内全体で人手不足が深刻化することが懸念される中で、更なる業務の効率化や労働環境の整備が必要である。
- ・イオンモール豊川との直接的や間接的な取引はまだまだ少なく、地元企業との連携の要望も出ていることから、今後連携したイベントの実施や積極的な商品の活用などを進めていく必要があるといえる。
- ・市や商工会議所に対しては、主に人材育成に対する支援を要望する事業者が多くあったため、これらを念頭に置いて今後の支援策を検討していく必要がある。

3. 商業・サービス業以外の事業者向けアンケート

(1) 事業所属性について

- ・代表者の年代は「50代」が最も多く、次いで「60代」が多い。
- ・業種は製造業が最も多く、次いで建設業が多かった。
- ・組織形態としては法人事業が全体の4分の3を占めており、個人事業者は22%に留まった。
- ・従業員数は「1~5人」が約3割で最も多く、人数が増えるにつれて回答者の比率が小さくなっている。
- ・事業所・店舗の地域は「中部小学校区」が最も多く、次いで「三蔵子小学校区」が多い。

(2) 事業所の状況

- ・直近の年間売上高としては「3億円以上」が最も多く全体の4割に上る。一方で売上高が3,000万円以下の企業も全体の4分の1程度ある。
- ・直近の年間の利益としては、利益があると答えた事業者は全体の3分の2に上っている。一方で「欠損状態」との回答は16%あった。
- ・今後の事業の方向性としては、44%が「現状維持」と回答しており、積極的に拡充や他業種への進出を予定している企業も46%あった。
縮小や廃業を考えている事業者は7%に留まり、商業・サービス業の事業者と比較すると少ないことがわかる。
- ・事業の方向性を業種別にみると、積極的拡充や他業種への進出を考えている事業者が多いのは製造業と運輸・倉庫業であり、現状維持が多いのは建設業、不動産業、サービス

業であった。一方で、縮小や廃業を考えている事業者が多い業種は製造業とサービス業の一部であった。

- ・事業の方向性を直近の売上高別にみると、1億円超では積極的拡充や他業種等への進出を考えている事業者が過半数である。縮小や廃業を考えている事業者の割合は売上高が少ないほど高く、商業・サービス業事業者と同様の傾向である。

(3) 雇用状況と経営状況

- ・2022年11月以降の雇用の変化をみると、「雇用状況に変化はない」と回答した事業者が57%に上ったが、新規採用や従業員給与の賃上げを行った事業者も2割以上あった。これにはイオンモール豊川の開店以外にも物価高による影響も寄与している可能性があるため、注意が必要である。
- ・イオンモール豊川のオープンによる雇用環境の変化をみると、7割の事業者は「雇用環境に変化はない」と回答しているが、「新たな従業員確保が難しくなっている」「時給の見直しや賃上げなど、雇用条件の改善をせざるを得なくなっている」がそれぞれ15%前後の回答がある。
- ・上記より、商業・サービス業事業者と同様に、多くの事業者にとってはイオンモール豊川の開店による雇用への影響は受けていないが、一部の事業者には影響が出ていることがわかる。
- ・予定している新たな採用としては、正社員では「今後、採用を予定している」が最も多い回答となったが、派遣社員・臨時職員・パート・アルバイト等では「採用の予定はない」が最も多くなった。

期間を区切った限定的な雇用よりも、永続的な雇用を望む企業が多いことがわかる。

- ・今後の経営課題としては「従業員の雇用維持」が最も多く、次いで「売上高の回復」「新規顧客の掘り起こし」が多かった。新たな働き方や新事業への進出などは優先順位としては低めであり、まずは既存事業の足場固めが重要視されていることがわかる。
- ・イオンモール豊川の進出により新たに生まれた取引や受発注の発生については、4%の事業者が新たな取引等が生まれたと回答している。9割以上の事業者は変化なしと回答しており、影響は非常に限定的であることがわかる。

新たに取引等が生まれた事業者を業種別にみると、サービス業が3件、製造業が2件、建設業と運輸・倉庫業がそれぞれ1件であった。また、売上高別でみると全て1,000万円超の中規模もしくは大規模事業者であり、1,000万円以下の小規模事業者では新たな取引が生まれたとの回答はなかった。

(4) 豊川市、豊川商工会議所に期待する施策

- ・経営環境の改善に向けて期待する施策としては、「求人・人材育成支援」が37%で最も多く、次いで「セミナー・研修機会の提供」が多かった。

商業・サービス業の結果と比較すると傾向が異なり、プロモーション活動よりも人材育成への支援を求める事業者の方が多いことがわかる。

- ・期待する施策を業種別にみると、下記の傾向がある。

製造業では「求人・人材育成支援」が最も多く、販路開拓や事業承継等含め現在の事業を継続していく部分への支援を期待している傾向がある。また、「セミナー・研修機会の提供」の回答も多い。

建設業でも製造業と似たような傾向であるが、販路開拓の選択肢は業務内容上少なくなっている。また、無回答（特に期待しない）が3番目に多く回答の約4分の1を占めた。サービス業も製造業と傾向は似ているが、「ビジネスマッチング機会の提供」の回答が多くなっており、事業拡大に向けた支援を求める事業者も多いことがわかる。

- ・期待する施策を直近の売上高別にみると、下記の傾向がある。

1,000万円以下の小規模事業者では、「事業承継・技術承継の支援」と「新型コロナウイルス感染症対策支援」が同数で最も多いが、回答が分散しており事業者によって求めているものが異なることがわかる。また、無回答とした事業者も多い。

1,000万円超～1億円以下の中規模事業者については「ビジネスマッチング機会の提供」や「セミナー・研修機会の提供」の回答が増え、少しずつ事業拡大に向けた回答の割合が小規模事業者よりも増えているが、こちらも回答が広く分散している。

1億円超の大規模事業者では「求人・人材支援育成」が最も多く回答者の過半数に上った。「販路開拓・販売促進の支援」や「セミナー・研修機会の提供」が次いで多かった。

- ・国・県・市からの補助金や助成金を利用している事業者は回答者の44%に上った。活用した補助金・助成金としては持続化補助金が最も多く26事業所であった。
- ・市・商工会議所に期待する施策としては、市内事業者に関する情報提供と、赤塚PAへのスマートインターの設置要望が多く意見として挙げられていた。
- ・イオンモール豊川に期待することとしては、地元企業の紹介・活用や連携したイベントなどを行ってほしいとの要望が多く挙げられている。