

# 第三期武蔵野市産業振興計画に係る 基礎調査報告書

令和5年3月

武 蔵 野 市



## 目 次

1	武蔵野市産業の特性.....	1
(1)	人口.....	1
ア	人口の推移.....	1
イ	将来人口の推計.....	3
ウ	昼夜間人口.....	4
エ	市内の就業動向.....	5
(2)	産業構造.....	6
ア	事業所数・従業者数の推移.....	6
イ	市内の産業構造.....	7
ウ	創業比率.....	9
エ	地域経済循環.....	10
(3)	工業.....	11
ア	事業所数・従業者数の推移.....	11
イ	製造品出荷額等.....	13
(4)	商業.....	14
ア	事業所数・従業者数の推移.....	14
イ	年間商品販売額.....	14
ウ	小売業売場面積の推移.....	19
(5)	農業.....	20
ア	農家数・面積等.....	20
イ	農業出荷額等.....	21
(6)	観光.....	22
ア	観光地点等入込客数.....	22
イ	外国人旅行者数の推移.....	22
(7)	立地環境.....	24
ア	面積等.....	24
イ	商店街・大学等.....	25
(8)	市内事業者を取り巻く環境.....	26
ア	東京都の中小企業の景況.....	26
2	調査概要.....	29
(1)	調査目的.....	29
(2)	調査内容.....	29
ア	事業者調査.....	29
イ	市民調査.....	29
ウ	近隣市区民調査.....	29
エ	本報告書の表記方法について.....	30
3	アンケート調査結果.....	31
(1)	事業者調査.....	31

ア	企業概要.....	31
イ	新型コロナウイルス感染症の影響.....	42
ウ	貴事業所の課題.....	66
エ	販売・販路拡大.....	68
オ	人材の確保・育成.....	70
カ	事業承継.....	78
キ	デジタル技術の活用.....	86
ク	地域活動.....	92
ケ	今後の展開.....	104
コ	公的支援策の利用.....	114
サ	自由意見.....	120
(2)	市民調査.....	123
ア	属性.....	123
イ	市内での買い物・飲食等について.....	127
ウ	就業・起業について.....	132
エ	武蔵野市の産業振興について.....	140
オ	自由意見.....	142
(3)	近隣市区民調査.....	149
ア	属性.....	149
イ	よく行く買い物・食事等の場所について.....	151
ウ	武蔵野市について.....	154
エ	自由意見.....	158

#### 資料編

事業者調査票.....	資料-1
市民調査票.....	資料-5
近隣市区民調査票.....	資料-7



# 1 武蔵野市産業の特性

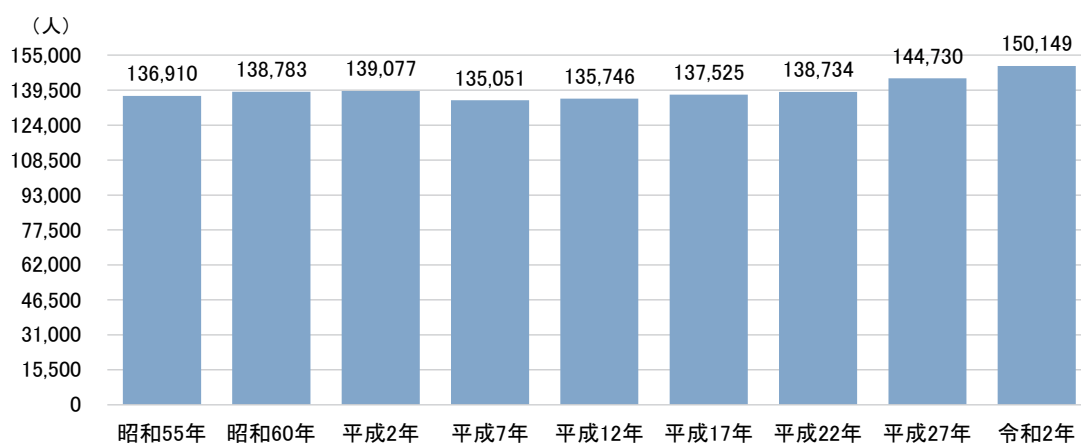
## (1) 人口

### ア 人口の推移

本市の人口は平成7年に一旦減少に転じたがその後、増加傾向が続き、令和2年度の総人口は150,149人を数える。

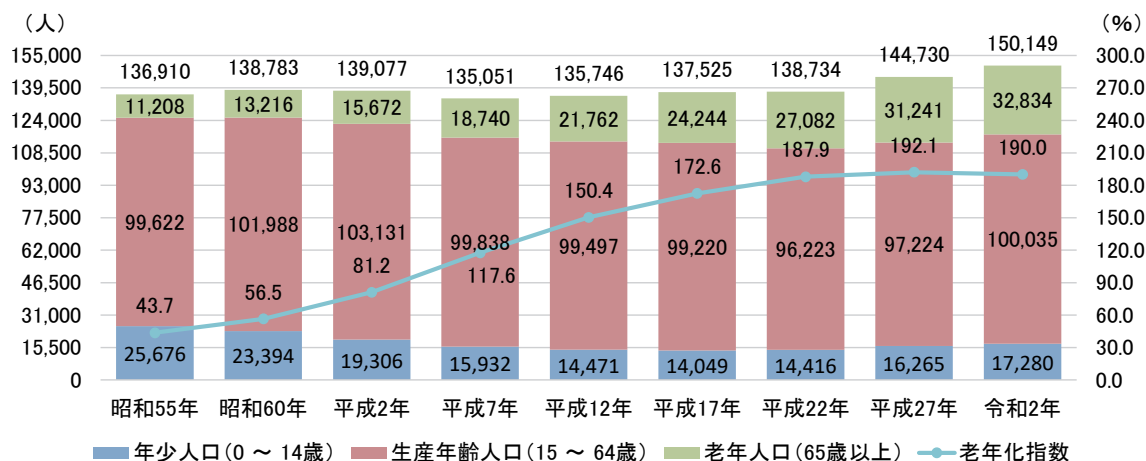
年齢3区分別にみると、生産年齢人口割合は微減してきたが、人口増加傾向が続いているため、実数は横ばいで推移している。将来的には、実数も減少することが予測されている。

人口の推移



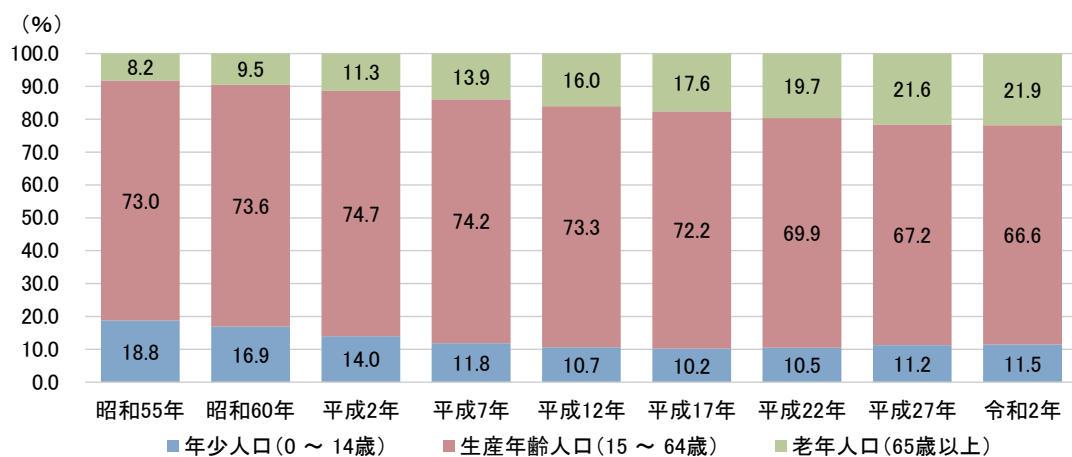
出典：総務省統計局「国勢調査」  
(注) 年齢「不詳」を含む。

年齢3区分別 人口及び老年化指数の推移



出典：総務省統計局「国勢調査」  
(注) 年齢(3区分)の「総数」には、年齢「不詳」の者を含む。

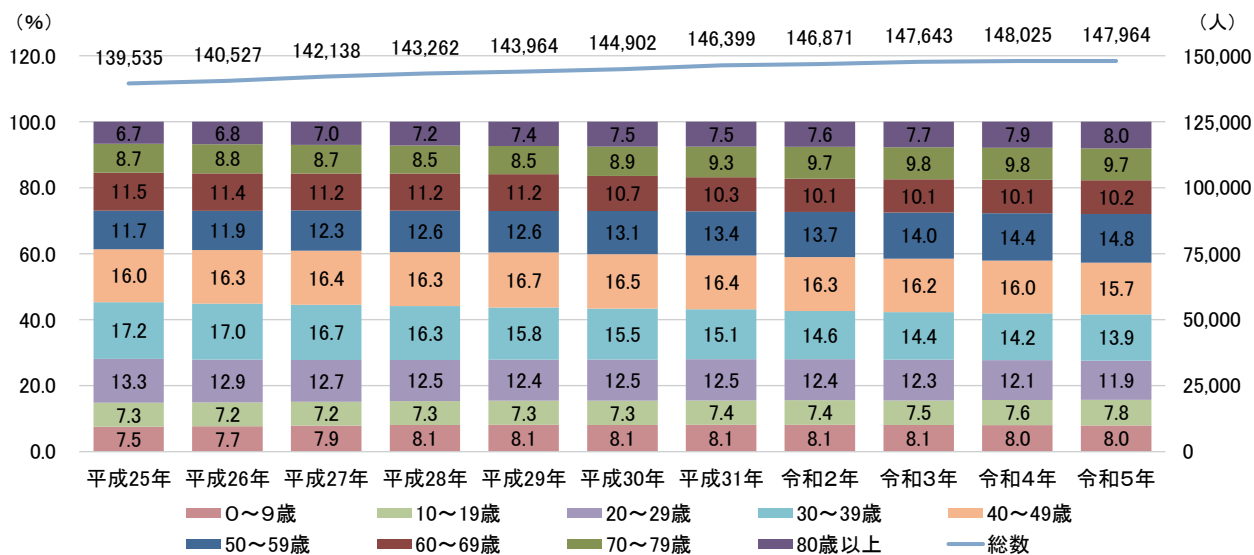
年齢3区分別 人口比率の推移



出典：総務省統計局「国勢調査」

(注) 比率は、分母から不詳を除いて算出している。

年齢別人口の推移（各年1月1日現在）



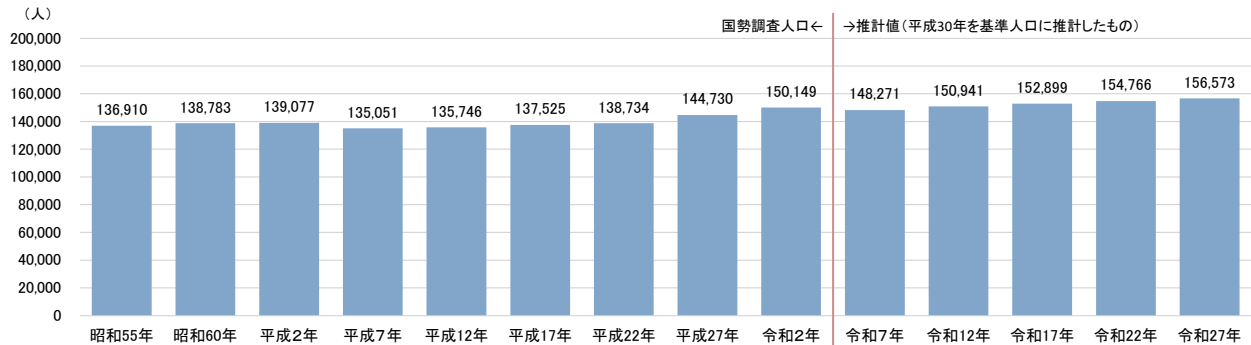
出典：住民基本台帳

## イ 将来人口の推計

将来人口予測も継続して増加することが見込まれており、令和27年には約15万7千人となることが予測されている。

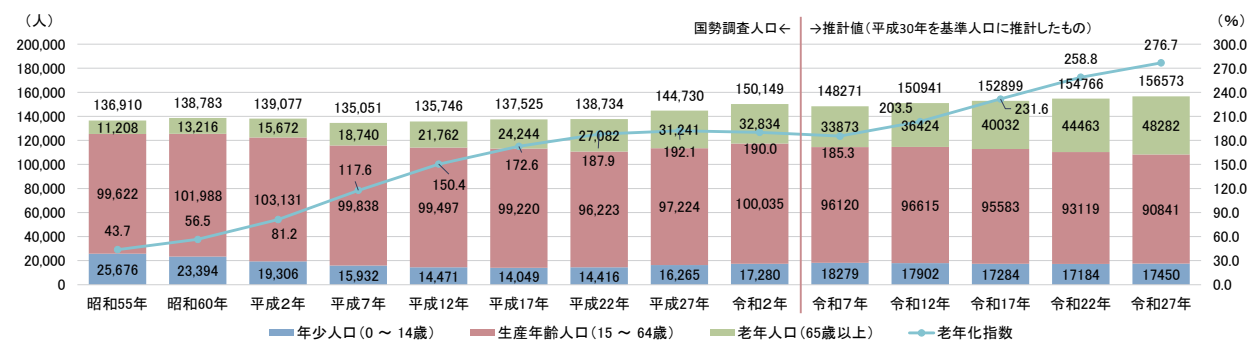
年齢3区分別にみると、老年人口は増加傾向にあり、将来人口において老年人口比率は上昇し、令和27年には30.8%となることが見込まれている。

将来人口の推計



出典：令和2年までは総務省統計局「国勢調査」、令和3年以降の推計人口は武蔵野市「武蔵野市の将来人口推計」

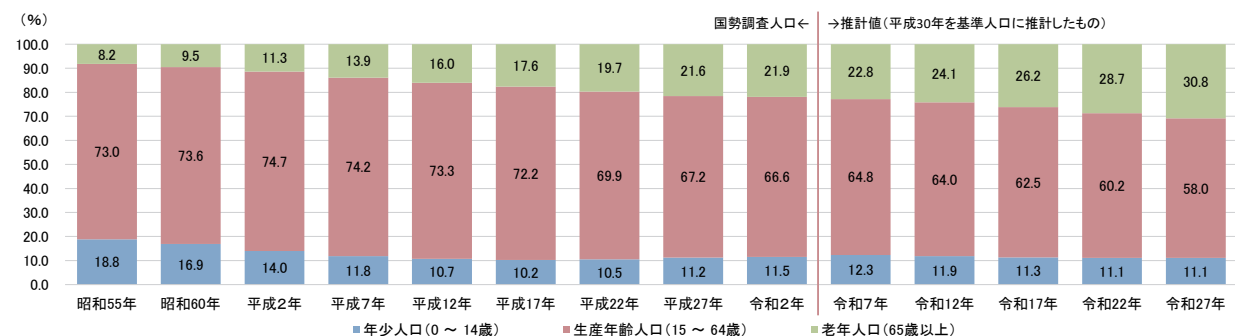
年齢3区分別 将来人口及び老年化指数の推計



出典：令和2年までは総務省統計局「国勢調査」、令和3年以降の推計人口は武蔵野市「武蔵野市の将来人口推計」

(注) 年齢(3区分)の「総数」には、年齢「不詳」の者を含む。

年齢3区分別 将来人口比率の推計



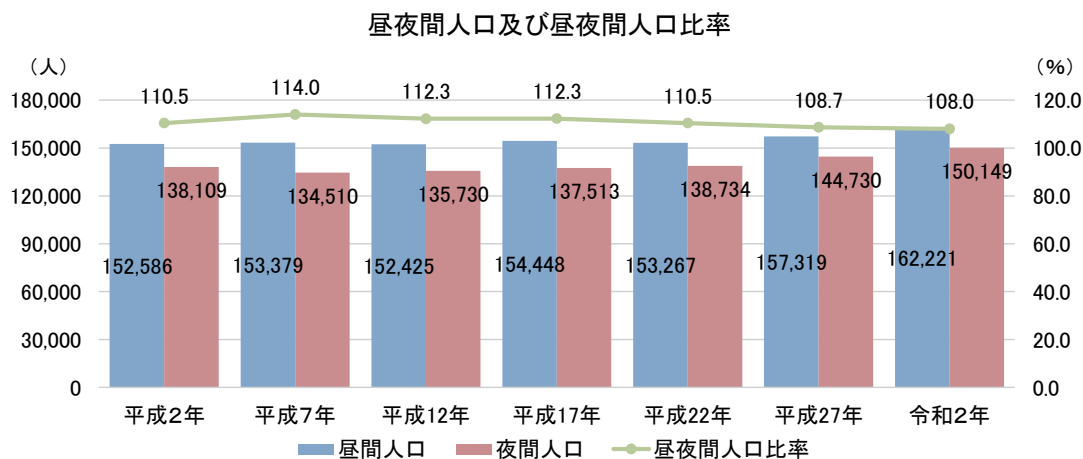
出典：令和2年までは総務省統計局「国勢調査」、令和3年以降の推計人口は武蔵野市「武蔵野市の将来人口推計」

(注) 比率は、分母から不詳を除いて算出している。

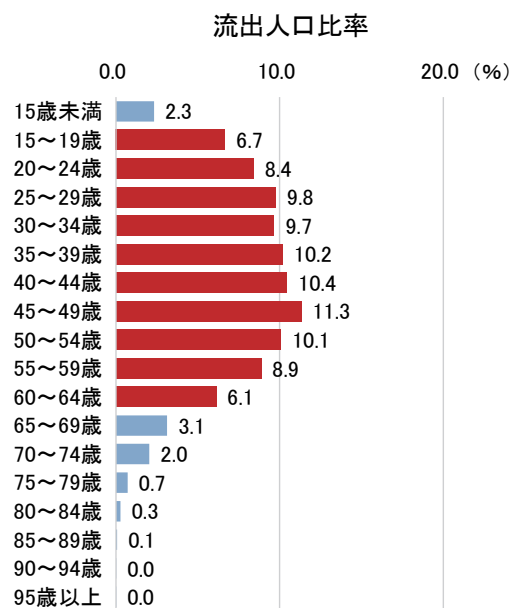
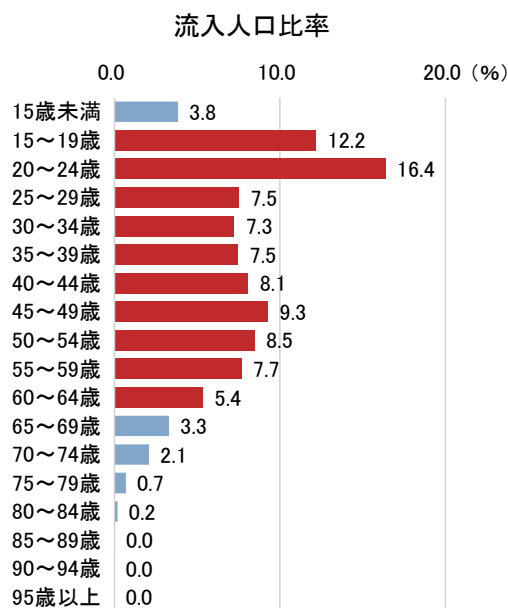
## ウ 昼夜間人口

昼間人口が夜間人口を上回っており、他の区市からの通勤・通学者が多い状況となっている。令和2年の昼夜間人口比率は108.0%で、平成7年以降微減傾向にある。

本市への流入人口は59,158人、流出人口は47,086人を数え、流入人口が流出人口を上回っている。流入人口を年齢区分別に見ると、15歳から24歳が3割弱を占め、若い世代が多い。その上の世代の25歳から64歳の流入人口は36,230人、流出人口が35,965人で、ほぼ同数程度となっている。



出典：総務省統計局「国勢調査」

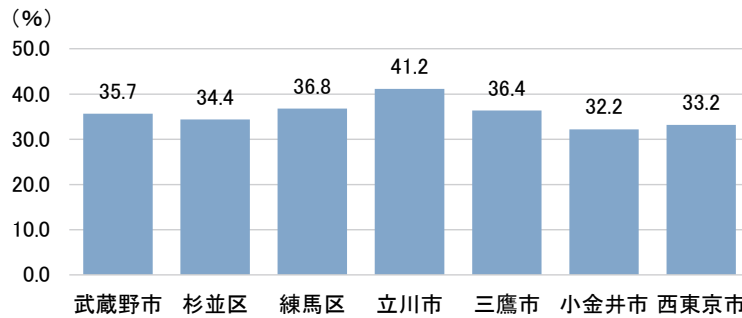


出典：総務省統計局「国勢調査」（令和2年）

## エ 市内の就業動向

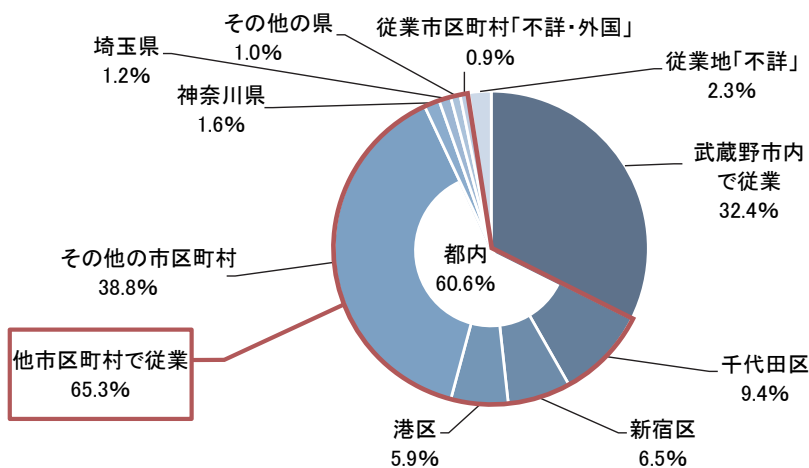
本市に常住する就業者の市内就業率は 35.7%であり、近隣自治体と比較すると、立川市、練馬区、三鷹市よりも低くなっている。本市に常住する 15 歳以上就業者の従業地比率は、3 割強が市内で従業しており、都内の他市区町村での従業は約 6 割を占める。本市で従業する 15 歳以上就業者の常住地比率は、3 割が市内常住者で、5 割半ばを都内の他市区町村の常住者が占める。

市内就業率（近隣自治体比較）



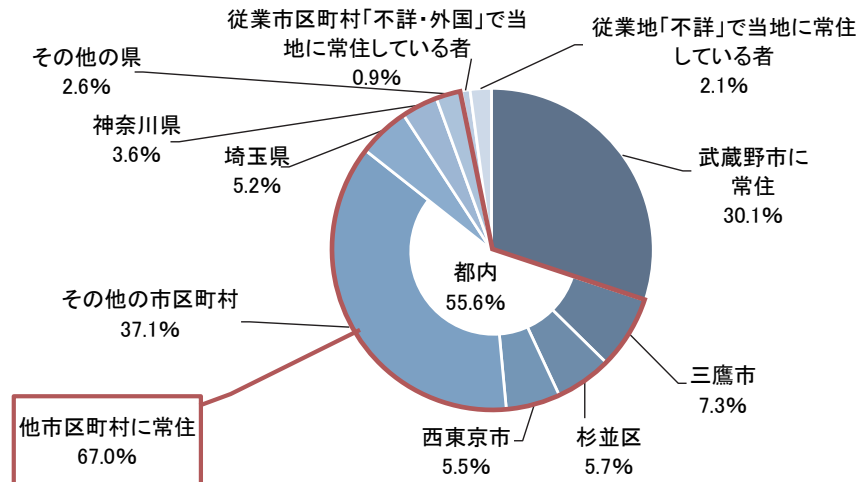
出典：総務省統計局「国勢調査」（令和 2 年）

本市に常住する 15 歳以上就業者の従業地比率



出典：総務省統計局「国勢調査」（令和 2 年）

本市で従業する 15 歳以上就業者の常住地比率



出典：総務省統計局「国勢調査」（令和 2 年）

## (2) 産業構造

### ア 事業所数・従業者数の推移

本市の事業所数及び従業者数は、ともに減少傾向である。

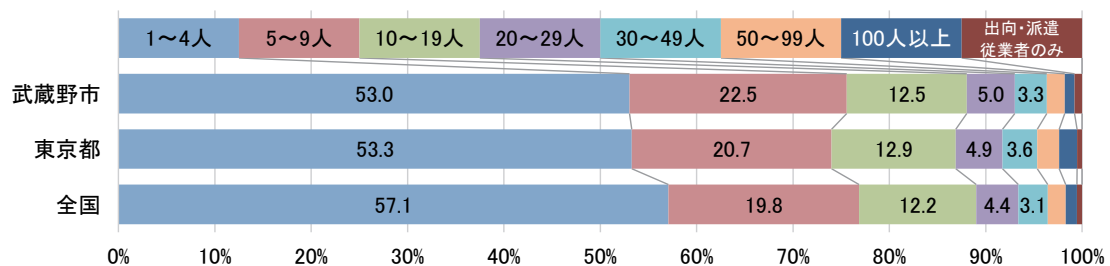
従業者数規模は、5割半ば近くを従業者数1～4人の事業所が占める。

事業所数・従業者数の推移



出典：総務省・経済産業省「平成21年・26年経済センサス - 基礎調査」  
「平成24年・28年・令和3年経済センサス - 活動調査」(令和3年は速報値)  
(注) 従業者数は男女別の不詳を含む。

従業者数規模 (全国及び東京都比較)

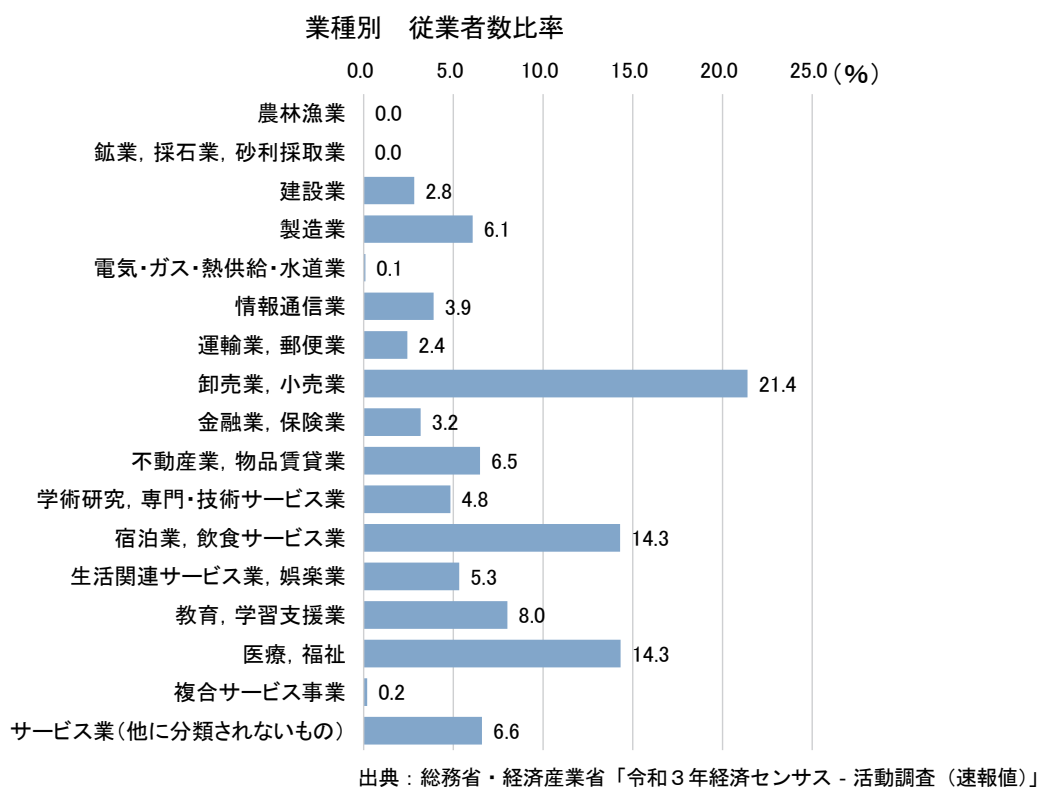
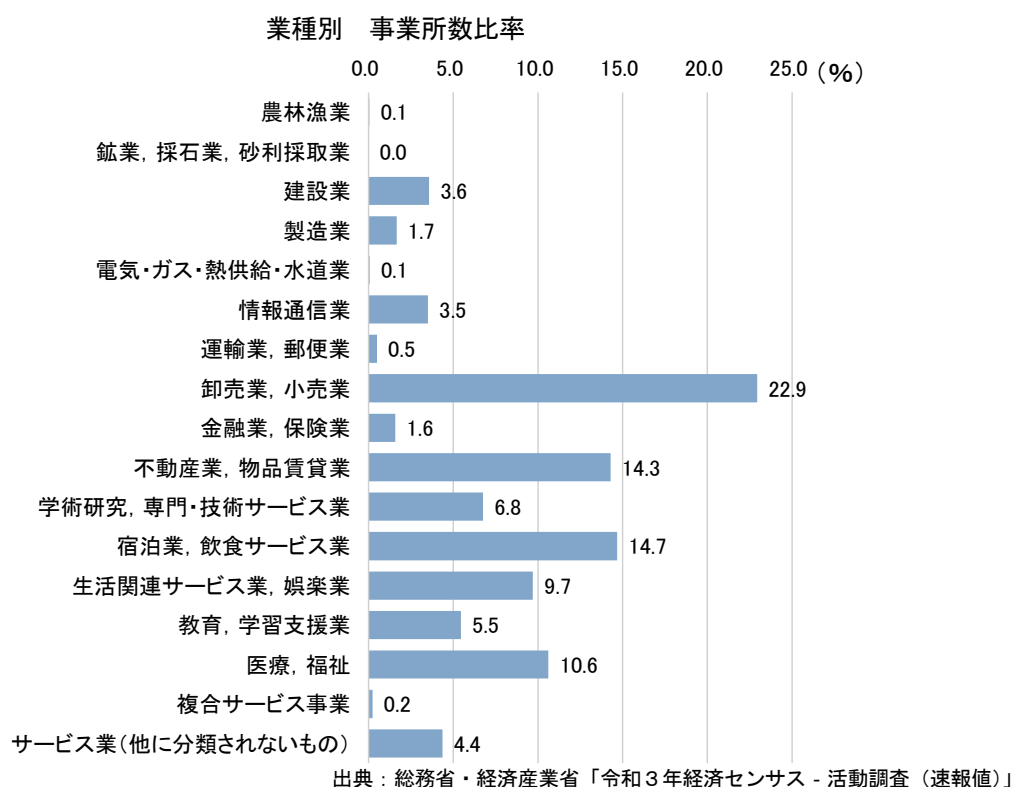


出典：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス - 活動調査」

## イ 市内の産業構造

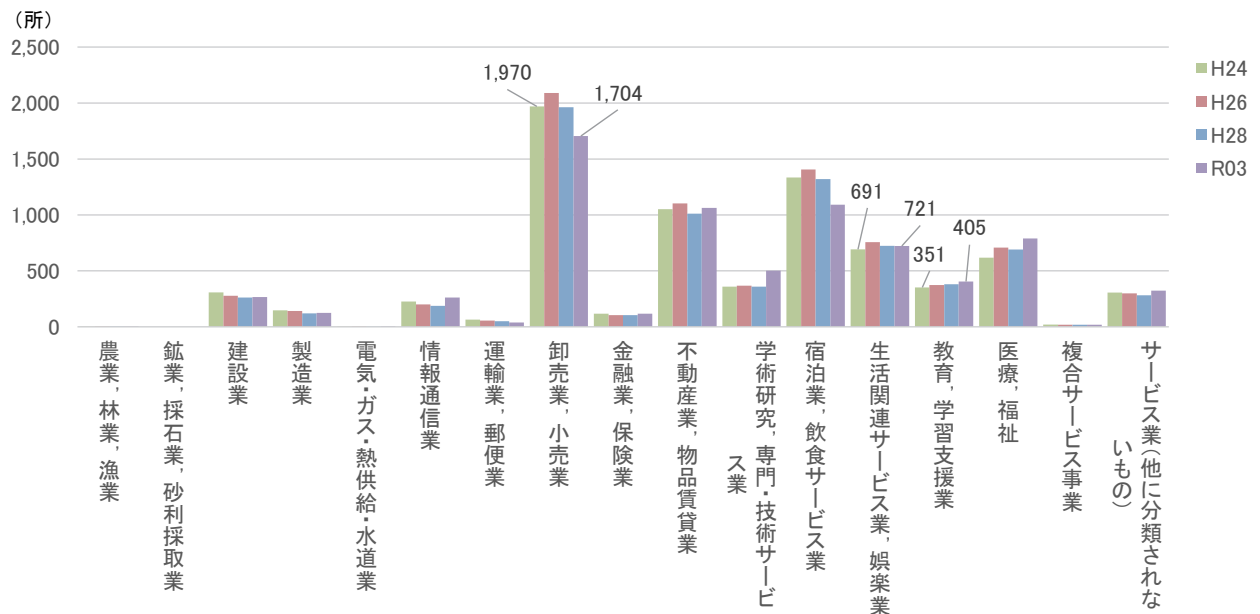
業種別にみると、事業所数比率は「卸売業, 小売業」が最も高く、次いで「宿泊業, 飲食サービス業」、「不動産業, 物品賃貸業」と続き、この3業種が全体の5割強を占める。

従業者数比率は、事業所数と同様に「卸売業, 小売業」が最も多く、次いで「宿泊業, 飲食サービス業」と「医療, 福祉」が続く。



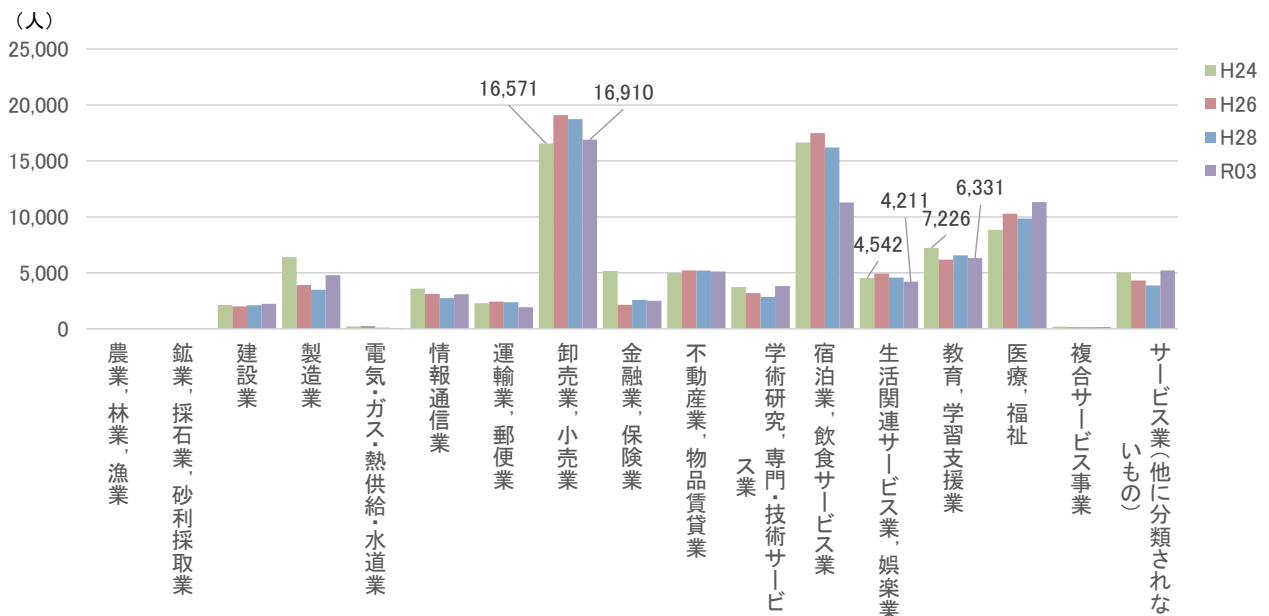
事業所数及び従業者数の推移を業種別にみると、最も事業所数が多い「卸売業、小売業」は事業所数が減少化傾向にある。「生活関連サービス業、娯楽業」と「教育、学習支援業」は事業所数が増加し、従業者数が減少している。「医療・福祉」は事業所数及び従業者数ともに増加傾向にある。

業種別 事業所数の推移



出典：総務省・経済産業省「平成 26 年経済センサス - 基礎調査」  
「平成 24 年・28 年・令和 3 年経済センサス - 活動調査」(令和 3 年は速報値)

業種別 従業者数の推移

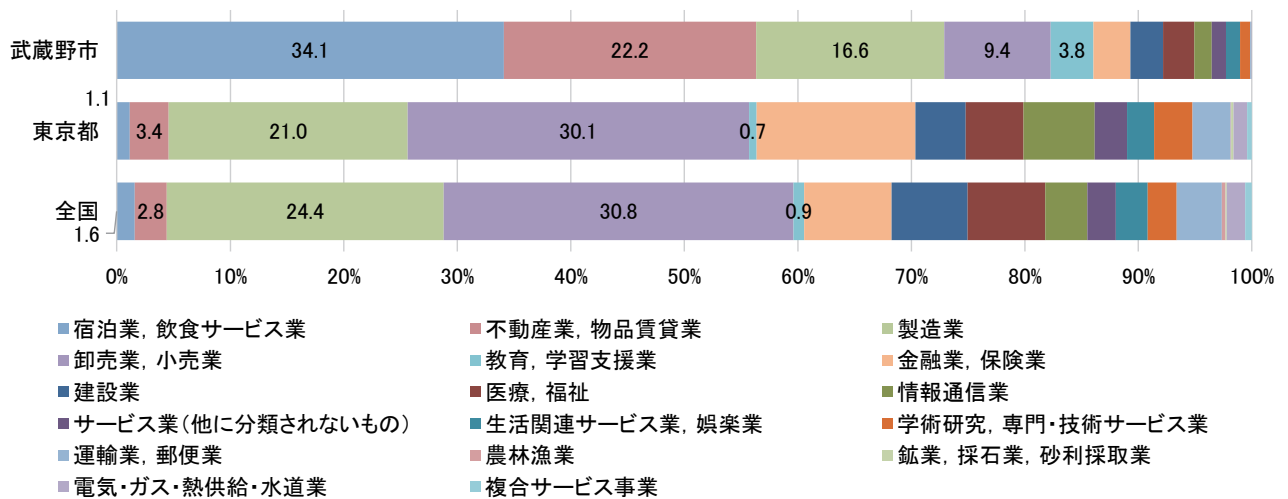


出典：総務省・経済産業省「平成 26 年経済センサス - 基礎調査」  
「平成 24 年・28 年・令和 3 年経済センサス - 活動調査」(令和 3 年は速報値)



売上高（企業単位）を業種別にみると、「宿泊業, 飲食サービス業」が最も高く 34.1%を占めており、次いで「不動産業, 物品賃貸業」、「製造業」と続く。一方、全国及び東京都では、「卸売業, 小売業」が最も高く、次いで「製造業」が続いており、武蔵野市と異なる構成となっている。

業種別 売上高（企業単位）の構成比（全国及び東京都比較）

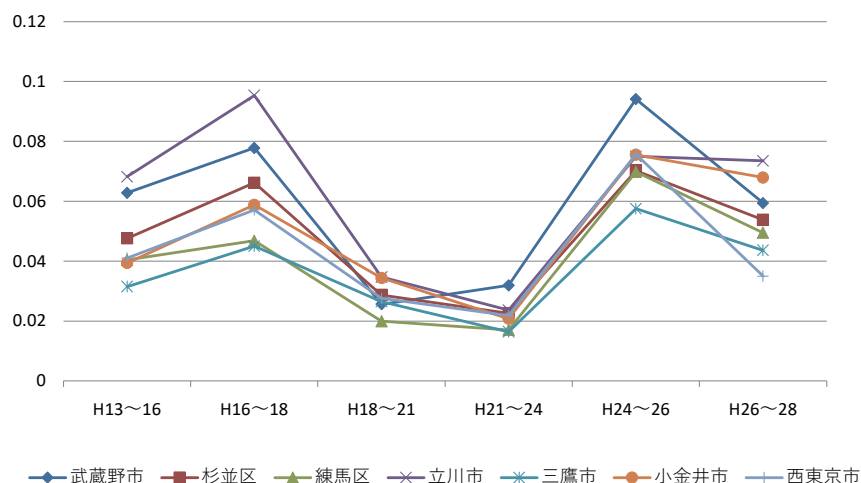


出典：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

## ウ 創業比率

創業比率は平成 24～26 年までは、近隣自治体の中でも比較的高い比率で推移していたが、平成 26～28 年では、立川市、小金井市よりも低くなっている。

創業比率の推移（近隣自治体比較）

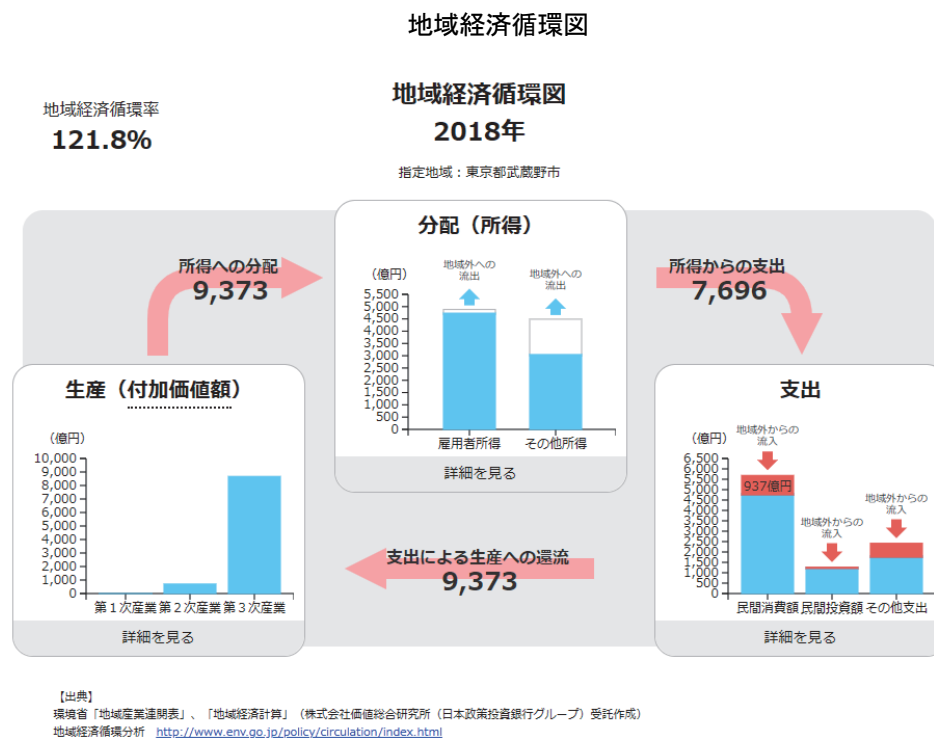


出典：RESAS - 地域経済分析システム

## エ 地域経済循環

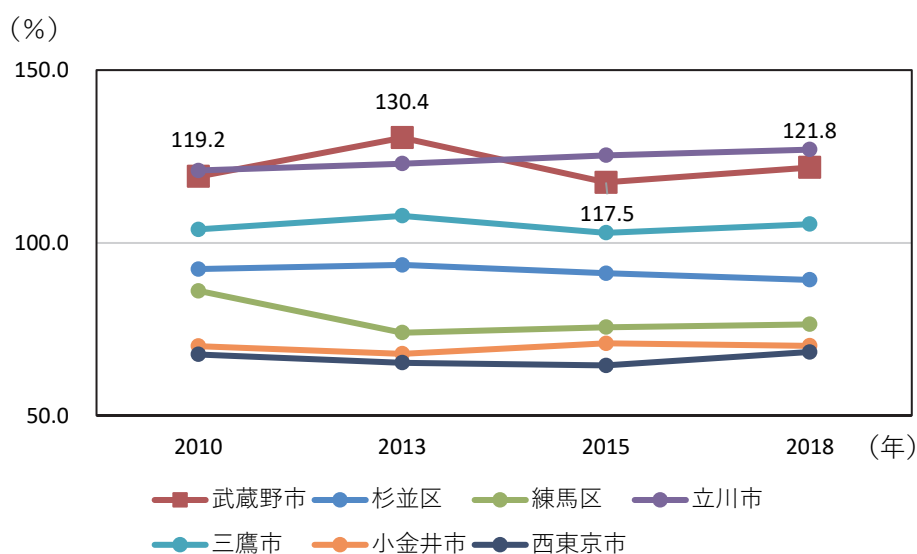
本市の地域経済循環図（2018 年）をみると、所得からの支出が 7,696 億であるのに対して、支出による生産への還流及び所得への分配が 9,373 億で、地域の循環率は 121.8% になっている。支出段階で地域外から流入していることがうかがえる。

地域経済循環率の推移をみると、本市は 2010 年以降 110% を超えている。また、近隣自治体と比較すると立川市とならんで高い循環率を維持している。



出典: RESAS - 地域経済分析システム

### 地域経済循環率の推移（近隣自治体比較）



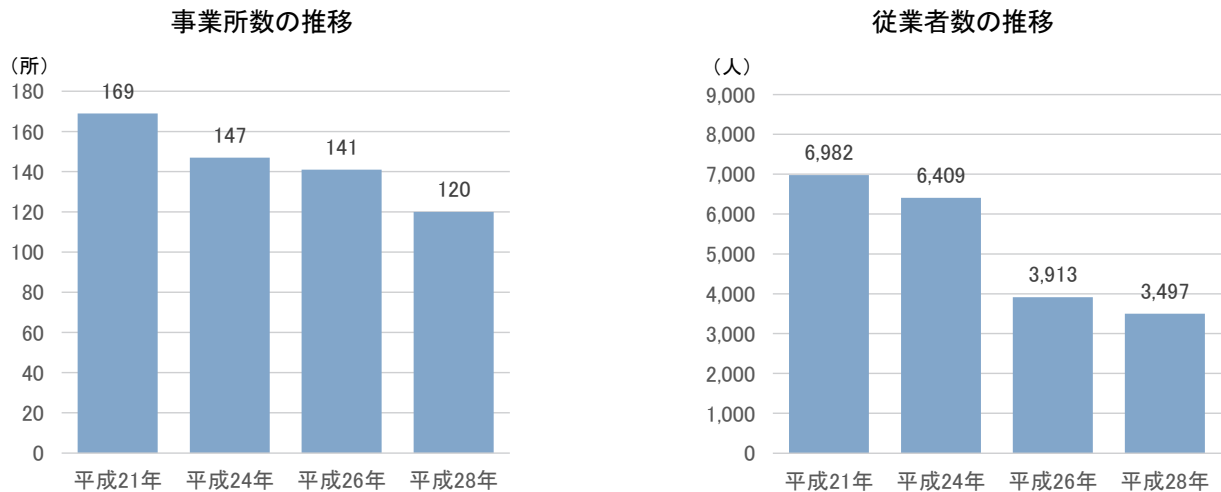
出典: RESAS - 地域経済分析システム

### (3) 工業

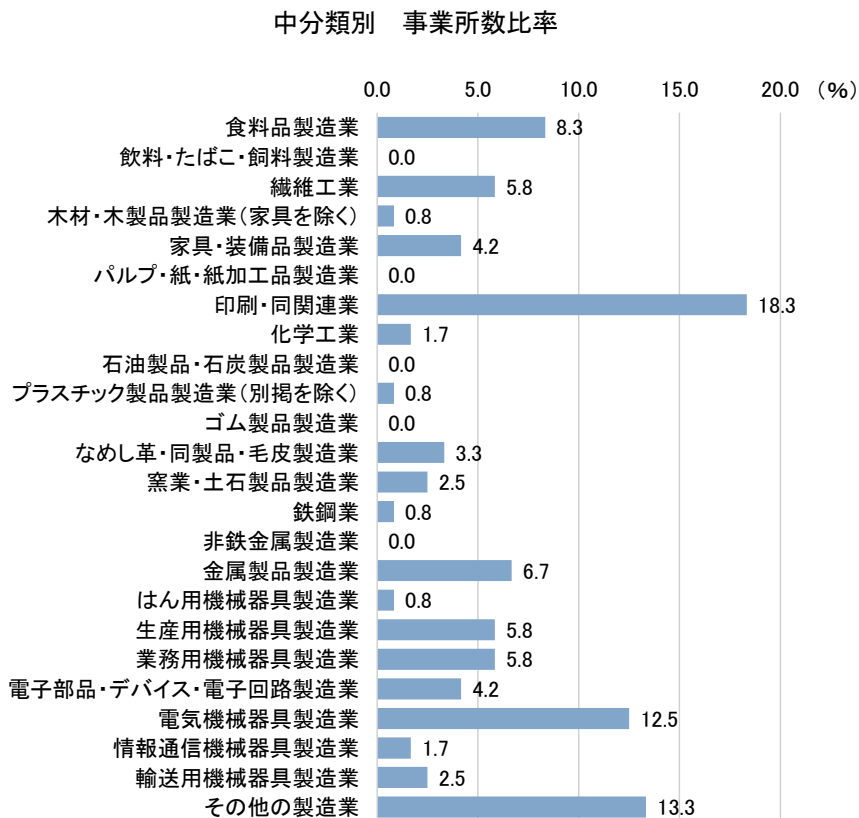
#### ア 事業所数・従業者数の推移

本市の製造業の事業所数は、平成 21 年以降減少傾向が続いており、平成 28 年の事業所数は 120 所である。従業者数も同様に減少しており、平成 28 年の従業者数は 3,497 人となっている。

中分類別事業所数比率は、「印刷・同関連業」が最も高く、次いで「その他の製造業」、「電気機械器具製造業」と続く。従業者数比率は、「輸送用機械器具製造業」が 68.8%を占める。

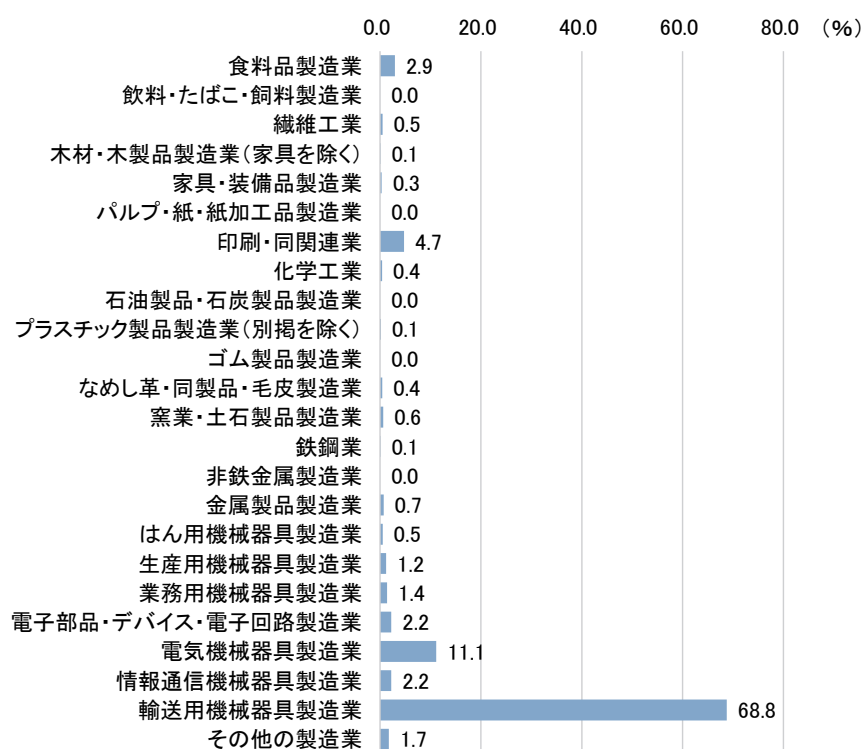


出典：総務省・経済産業省「平成 21 年・26 年経済センサス-基礎調査」「平成 24 年・28 年経済センサス-活動調査」



出典：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

中分類別 従業者数比率



出典：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

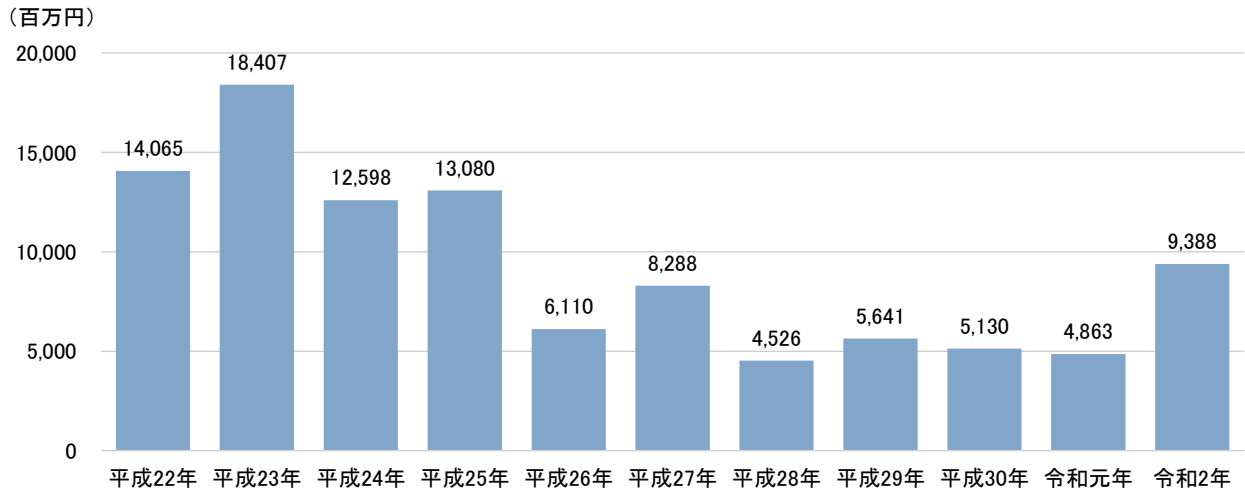
## イ 製造品出荷額等

製造品出荷額等の推移をみると、令和元年までは継続して減少傾向にあったが、令和2年は93億8,800万円に増加している。

事業所あたりの製造品出荷額等は3億9,100万円で、近隣自治体と比較すると低い。

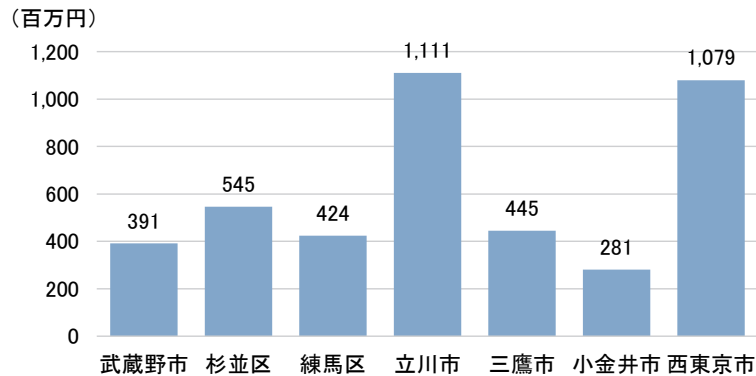
従業者一人あたりの製造品出荷額等は1,400万円で、近隣自治体の中で最も低い。

製造品出荷額等の推移（従業者4人以上の事業所）



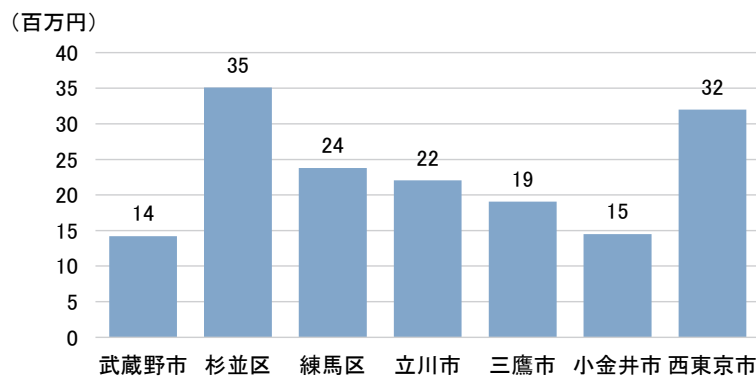
出典：経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「平成24年・28年経済センサス-活動調査」（2011年・2015年）

事業所あたりの製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）（近隣自治体比較）



出典：経済産業省「工業統計調査」（令和2年）

従業者一人あたりの製造品出荷額等（従業者4人以上の事業所）（近隣自治体比較）

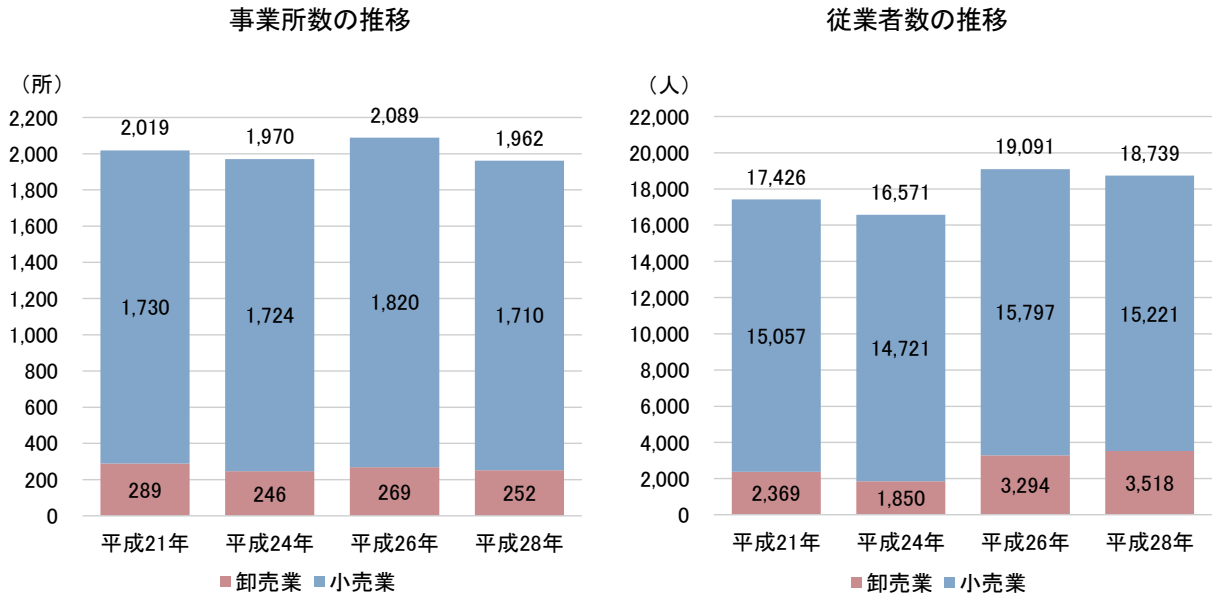


出典：経済産業省「工業統計調査」（令和2年）

#### (4) 商業

##### ア 事業所数・従業者数の推移

本市の「小売業」における事業所数及び従業者数はともに横ばいで推移している。「卸売業」は、事業所数は横ばいで推移しているが、従業者数は増加傾向にある。

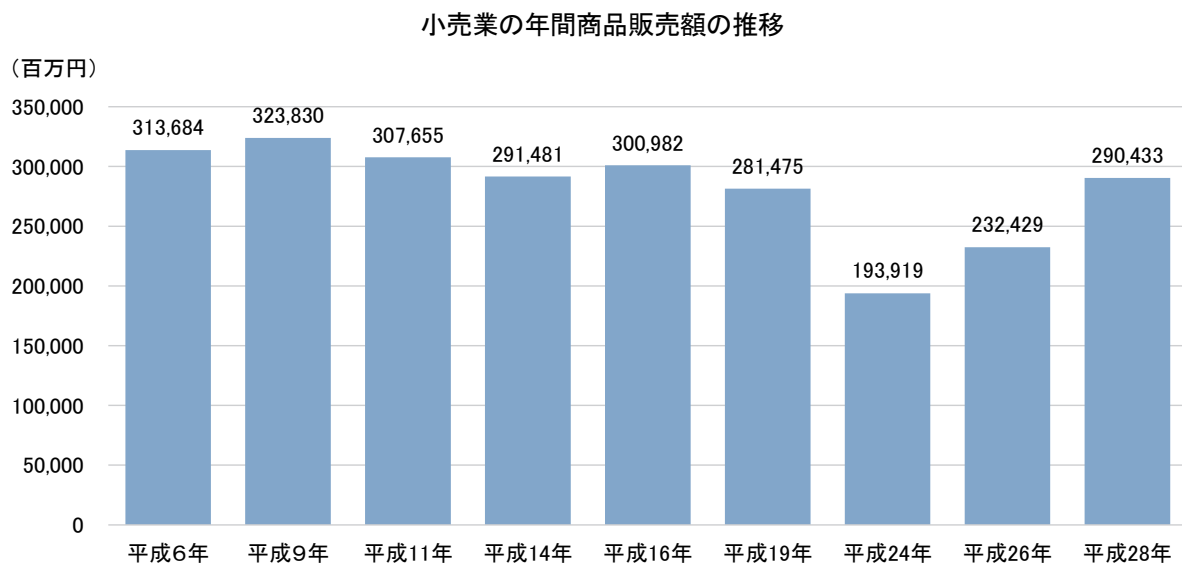


出典：総務省・経済産業省「平成21年・26年経済センサス-基礎調査」「平成24年・28年経済センサス-活動調査」

##### イ 年間商品販売額

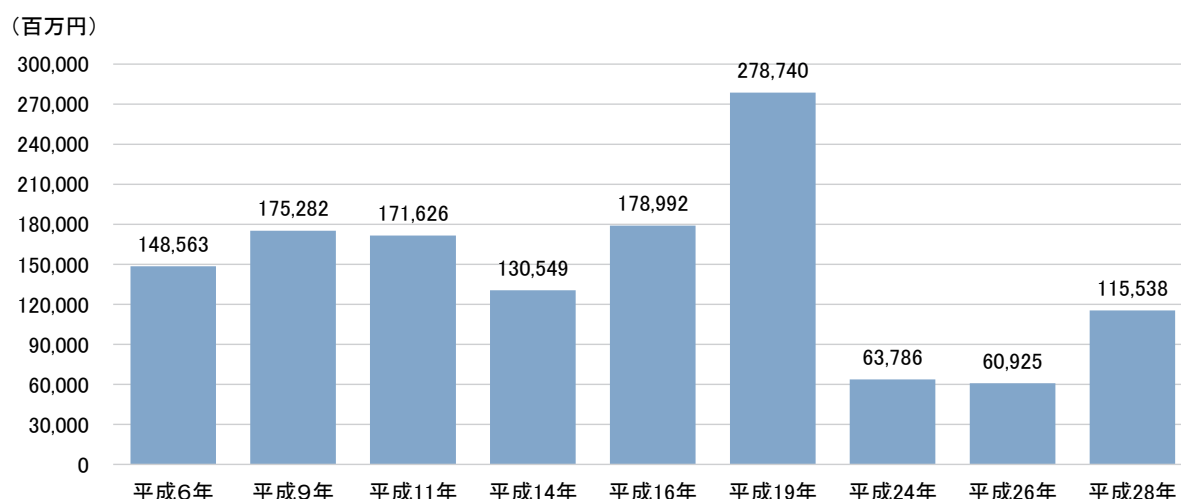
「小売業」の年間商品販売額は、平成24年に一旦減少したが、その後、増加しており、平成28年は、約2,904億3,300万円である。

「卸売業」の年間商品販売額は、平成19年に増加した後、減少に転じたが、平成28年は再び増加し約1,155億3,800万円となっている。



出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成24年・28年経済センサス-活動調査」(2012年・2016年)

### 卸売業の年間商品販売額の推移

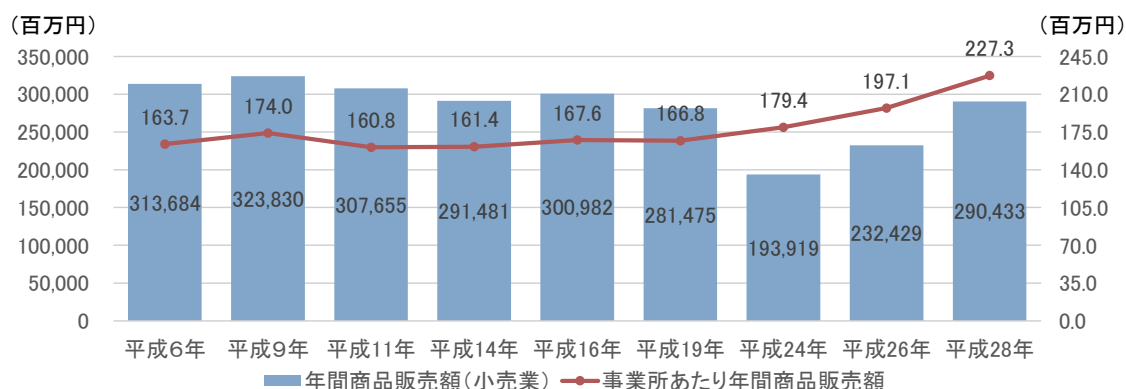


出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成24年・28年経済センサス-活動調査」(2012年・2016年)

「小売業」の事業所あたりの年間商品販売額は、平成19年から増加傾向にあり、近隣自治体の中では立川市、三鷹市に次いで高い。

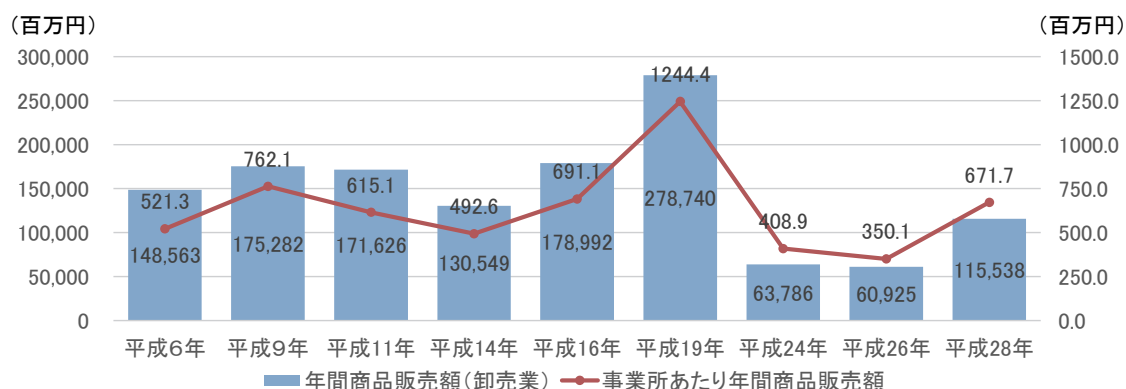
「卸売業」の事業所あたりの年間商品販売額は、平成19年から平成24年にかけて減少したが、平成26年から増加傾向である。近隣自治体の中では、立川市、杉並区に次いで高い。

### 小売業 事業所あたりの年間商品販売額の推移



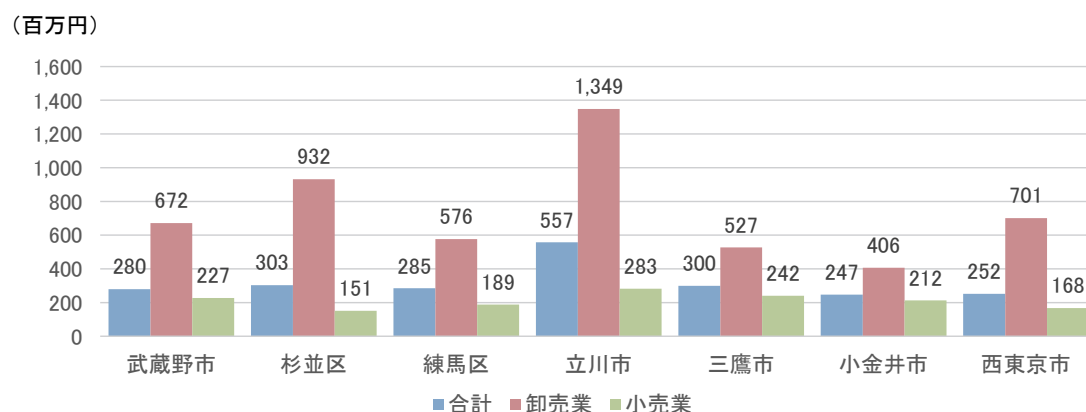
出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成24年・28年経済センサス-活動調査」(2012年・2016年)

### 卸売業 事業所あたり年間商品販売額の推移



出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成24年・28年経済センサス-活動調査」(2012年・2016年)

### 事業所あたりの年間商品販売額（近隣自治体比較）

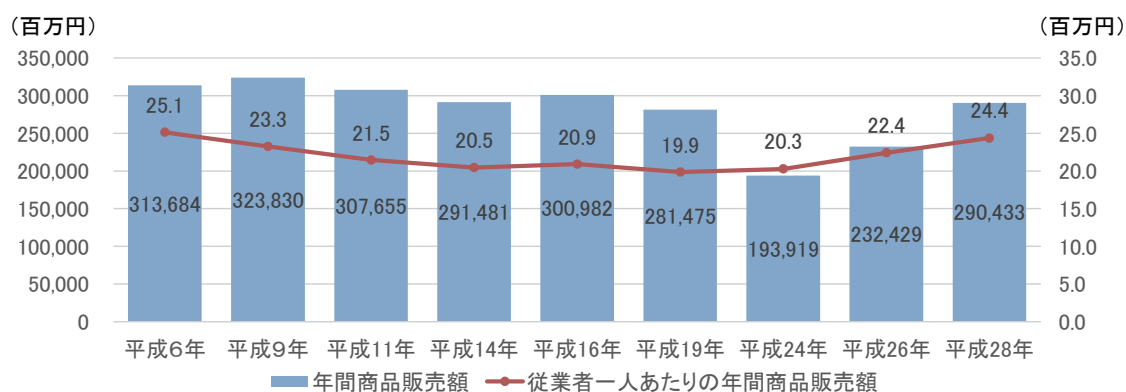


出典：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

「小売業」の従業者一人あたりの年間商品販売額は、平成 19 年から増加傾向にあり、近隣自治体の中では立川市、三鷹市に次いで高い。

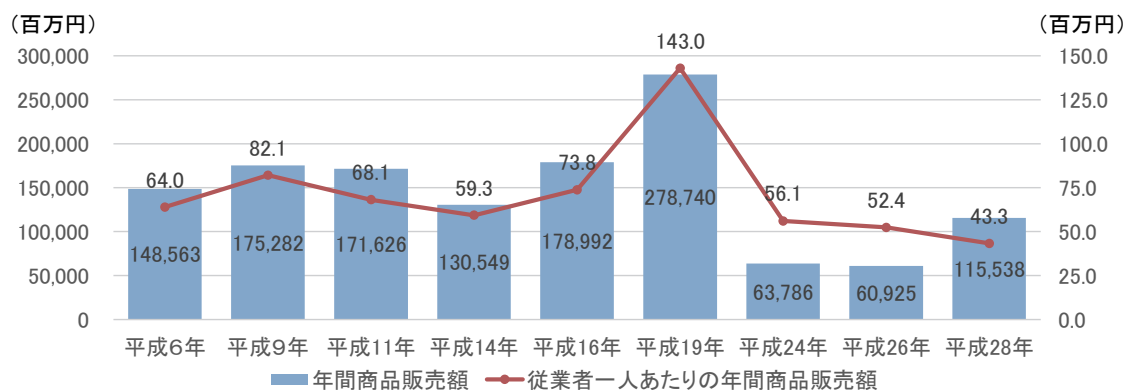
「卸売業」の従業者一人あたりの年間商品販売額は、平成 19 年から平成 24 年にかけて減少したが、平成 26 年から増加傾向である。近隣自治体の中では、立川市、杉並区に次いで高い。

### 小売業 従業者一人あたりの年間商品販売額の推移



出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成 24 年・28 年経済センサス - 活動調査」（2012 年・2016 年）

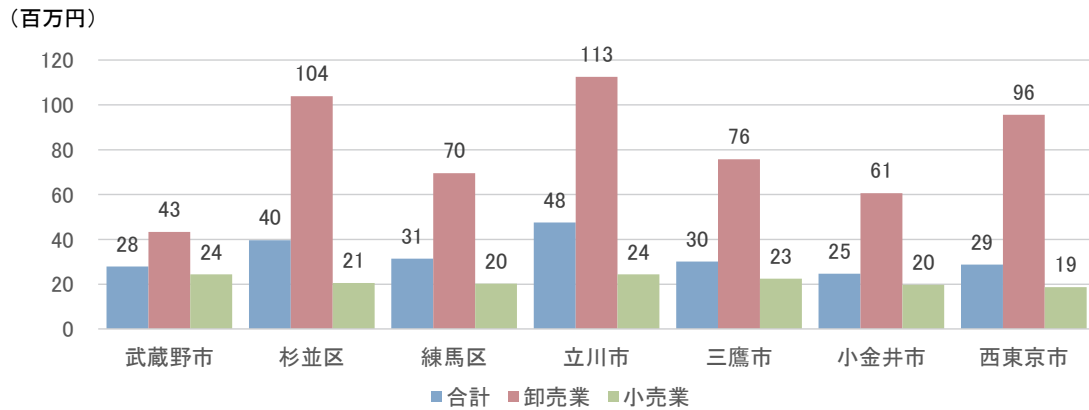
### 卸売業 従業者一人あたりの年間商品販売額の推移



出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成 24 年・28 年経済センサス - 活動調査」（2012 年・2016 年）



従業者一人あたりの年間商品販売額（近隣自治体比較）

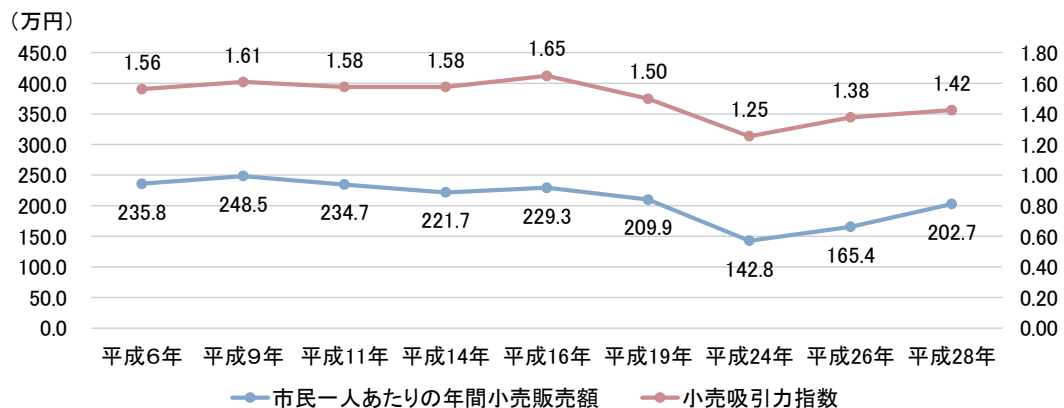


出典：総務省・経済産業省「平成 28 年経済センサス - 活動調査」

市民一人あたりの年間小売販売額は、平成 9 年から平成 24 年まで減少傾向で推移したが、その後増加に転じ、平成 28 年は 202 万 7 千円となっている。

小売吸引力指数は、平成 6 年以降、1.0 を超えて推移している。平成 6 年から平成 16 年まで横ばいで推移したが、平成 19 年に減少に転じた。平成 24 年まで減少が続いたが、その後増加に転じており、平成 28 年の小売吸引力指数は 1.42 となっている。

市民一人あたりの年間小売販売額



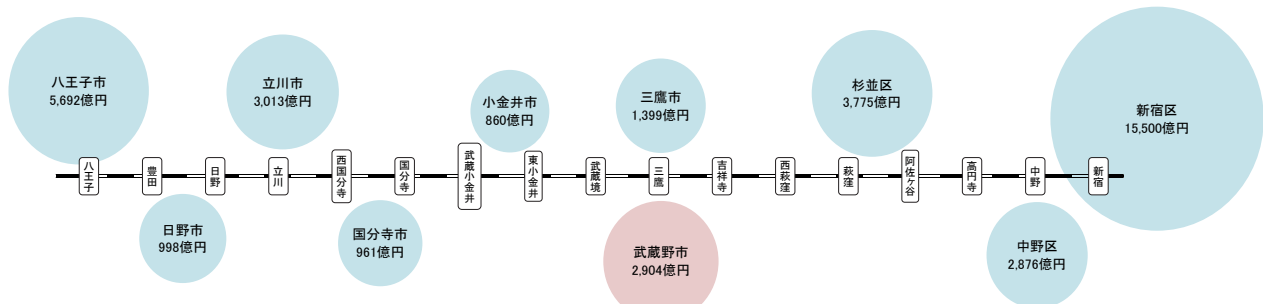
小売吸引力指数とは、東京都の一人あたりの年間小売販売額に対する市域の一人あたり年間小売販売額の比率で、市域の商業の誘客力を示す。1.0 以上の場合、買い物客を外部から呼び寄せている。

出典：年間商品販売額は経済産業省「商業統計」、  
総務省・経済産業省「平成 24 年・28 年経済センサス - 活動調査」（2012 年・2016 年）  
東京都及び武蔵野市の人口は住民基本台帳

中央線沿線上の自治体における小売業の年間商品販売額をみると、武蔵野市の年間商品販売額は、新宿区、八王子市、杉並区、立川市に次いで高い。

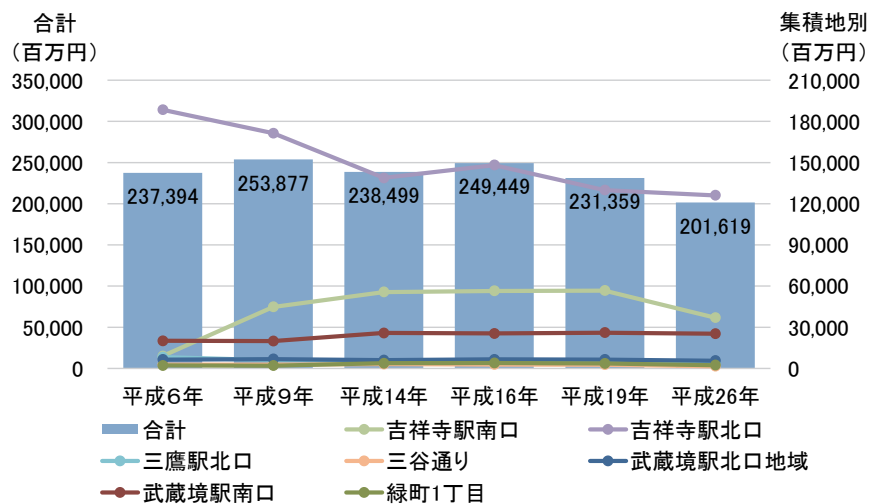
小売業の立地環境特性別集計をみると、市内7つの商業集積地区のうち5つが駅周辺型商業集積地区となっている。

小売業 中央線沿線上の自治体における年間商品販売額



出典：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」

小売業（立地環境特性別集計）商業集積地区年間商品販売額の推移

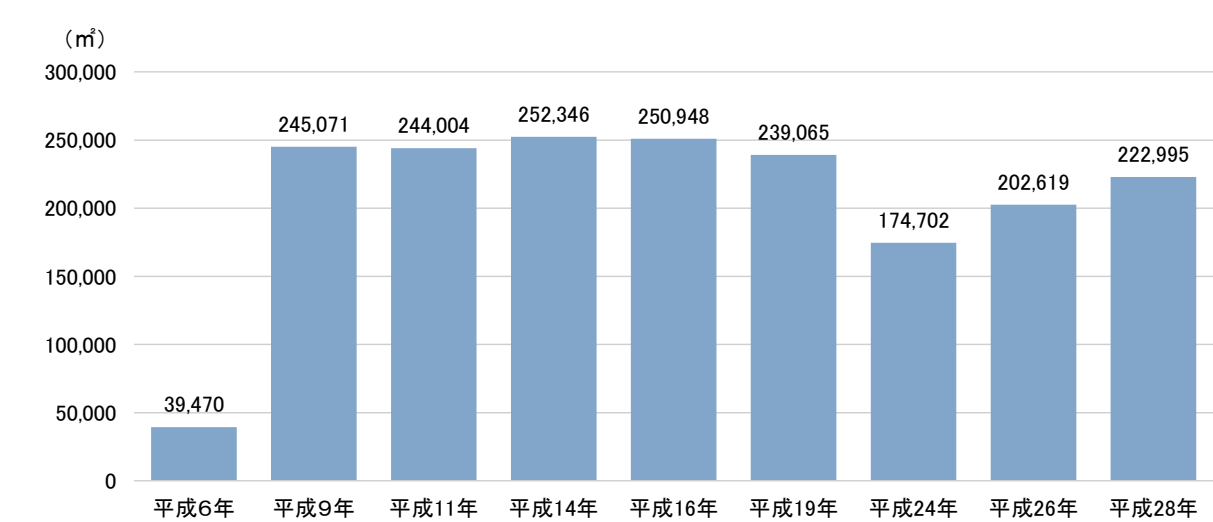


出典：経済産業省「商業統計」

ウ 小売業売場面積の推移

小売業の売場面積の推移は、平成 24 年に一旦減少するが、その後増加傾向にある。

小売業売場面積の推移



出典：経済産業省「商業統計」、総務省・経済産業省「平成 24 年・28 年経済センサス - 活動調査」（2012 年・2016 年）

市内の主な大型小売店一覧（店舗面積 1,000 m²以上）

店舗名	住所	開設期	店舗面積	販売品
ヤマダデンキLABI吉祥寺	武蔵野市吉祥寺南町	平成26年10月	4,013㎡	家電、情報通信機器
ユニクロ吉祥寺店	武蔵野市吉祥寺本町	平成26年10月	2,895㎡	衣料品、身の回り品
TAIRAYA武蔵境店	武蔵野市境	平成24年12月	1,179㎡	食料品、家庭用品
武蔵境共同ビル(いなげや武蔵野関前店)	武蔵野市関前	平成21年4月	3,556㎡	食料品、家庭用品
武蔵野グリーンパークビル(サミットストア武蔵野緑町店)	武蔵野市緑町	平成21年2月	1,974㎡	食料品、家庭用品
秋本産業ビル(イトーヨーカドー武蔵境店東館)	武蔵野市境南町	平成12年11月	14,850㎡	総合
メイズ・ワンビル(ZARA吉祥寺店)	武蔵野市吉祥寺本町	平成7年3月	1,326㎡	衣料品、身の回り品
武蔵野井上ビル(LL Bean吉祥寺店)	武蔵野市吉祥寺南町	平成6年9月	1,006㎡	衣料品、靴・バック類
井ロビル(いなげや武蔵野西久保店)	武蔵野市西久保	昭和56年7月	1,150㎡	食料品、家庭用品
KP共同ビル(吉祥寺バルコ)	武蔵野市吉祥寺本町	昭和55年9月	12,985㎡	衣料品、身の回り品、靴・履物
レンガ館モール	武蔵野市吉祥寺本町	昭和55年1月	1,782㎡	衣料品、家庭用品
南口第一ビル(イトーヨーカドー武蔵境店西館)	武蔵野市境南町	昭和54年1月	9,914㎡	総合、家庭用品、衣料品
清水商事ビル(丸井吉祥寺店)	武蔵野市吉祥寺南町	昭和53年9月	11,951㎡	総合、家庭用品、衣料品、食料品
高橋ビル(いなげや武蔵野桜堤店)	武蔵野市境	昭和53年4月	1,465㎡	食料品、家庭用品
ドン・キホーテ吉祥寺駅前店	武蔵野市吉祥寺南町	昭和51年9月	2,186㎡	食料品、家庭用品、家電
オリンピック吉祥寺ビル(東急百貨店吉祥寺店)	武蔵野市吉祥寺本町	昭和49年6月	29,543㎡	総合
ヨドバシカメラマルチメディア吉祥寺	武蔵野市吉祥寺本町	昭和49年5月	18,520㎡	家電、情報通信機器
キラリナ京王吉祥寺	武蔵野市吉祥寺南町	昭和47年10月	10,589㎡	毛糸・手芸品、生地
武蔵野市開発公社F&Fビル・コビス吉祥寺	武蔵野市吉祥寺本町	昭和47年3月	21,061㎡	書籍・雑誌
いなりやビル(吉祥寺ロフト)	武蔵野市吉祥寺本町	昭和46年12月	5,666㎡	家庭用品、文具・事務用品、身の回り品
アトレ吉祥寺	武蔵野市吉祥寺南町	昭和44年12月	17,425㎡	書籍・雑誌、衣料品、身の回り品
SEIYU吉祥寺店	武蔵野市吉祥寺本町	昭和43年11月	11,971㎡	食料品、家庭用品、衣料品

出典：「全国大型小売店総覧 2022 年」

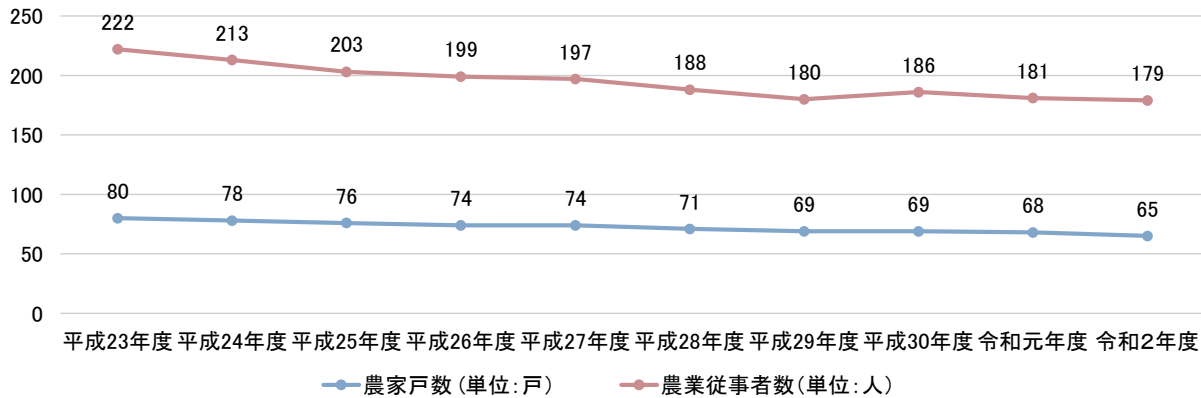
## (5) 農業

### ア 農家数・面積等

本市の農家戸数は継続して減少傾向にあり、令和2年度は65戸となっている。

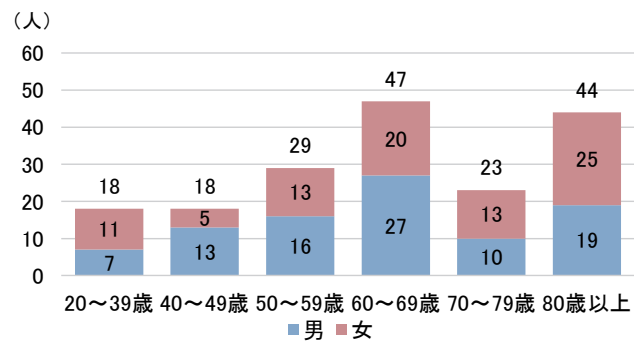
農地面積及び生産緑地面積は、減少傾向が続いている。

農家戸数及び農業従事者数の推移（各年度1月1日時点）



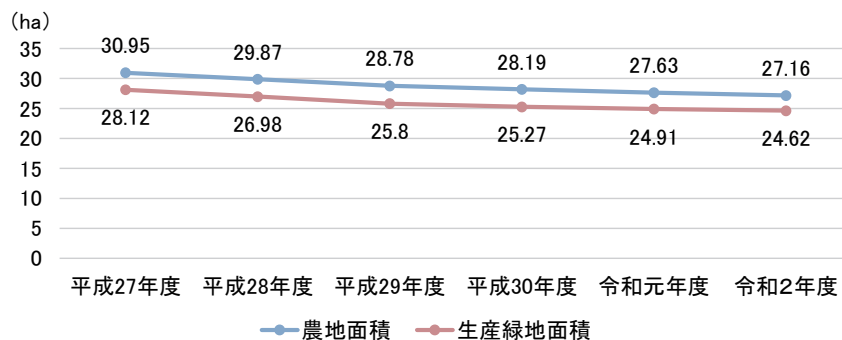
出典：武蔵野市「武蔵野市農業振興基本計画 平成28（2016）年度～令和7（2025）年度＜令和3（2021）年度 改定版＞」

従事者数の年代別内訳（令和3年1月1日時点）



出典：武蔵野市「武蔵野市農業振興基本計画 平成28（2016）年度～令和7（2025）年度＜令和3（2021）年度 改定版＞」

農地面積の推移（内：生産緑地面積）



出典：武蔵野市「武蔵野市農業振興基本計画 平成28（2016）年度～令和7（2025）年度＜令和3（2021）年度 改定版＞」

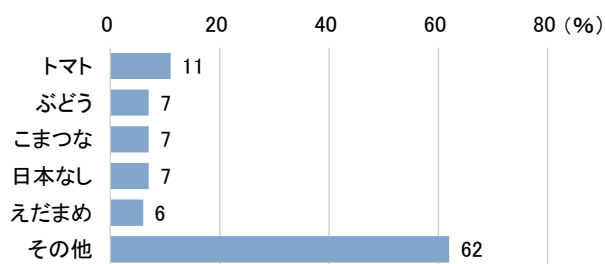
## イ 農業出荷額等

本市の農業産出額は令和元年産の統計では約 2 億 1 千 8 百万円で、その内訳は野菜 1 億 6 千 3 百万円、果樹 4 千 5 百万円、花き 1 千万円で、構成比で上位を占める品目は、図表 29 のとおりである。本市の作付延べ面積は令和元年の統計によると、野菜 3,370 a、果樹 700 a、花き 60 a、その他 90 a で、野菜の延べ作付面積で上位を占める品目は図表 30 のとおりである。

庭先等で生産物の直売を行っている農家は、夏期のみ販売している農家も含めて市内 40 か所で、いずれの直売所も営業は好調である。

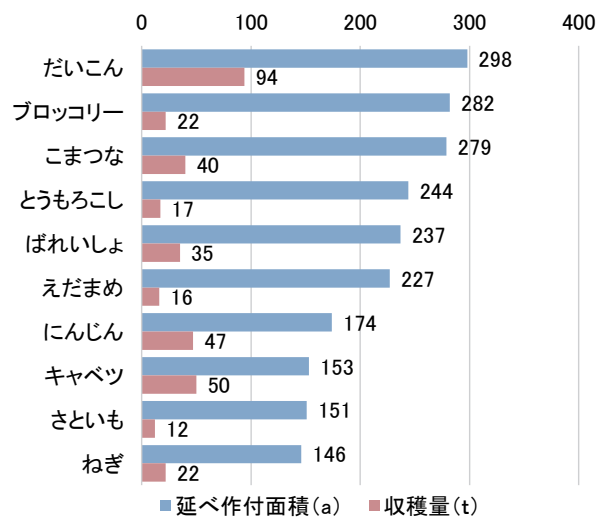
市内には、8 か所 692 区画（12 m<sup>2</sup> 514 区画、9 m<sup>2</sup> 178 区画、総面積 12,461 m<sup>2</sup>）の市民農園がある。

農業産出額順位・構成比（令和元年産）



出典：武蔵野市「武蔵野市農業振興基本計画 平成 28（2016）年度～令和 7（2025）年度＜令和 3（2021）年度 改定版＞」

野菜の作付延べ面積順位（令和元年産）



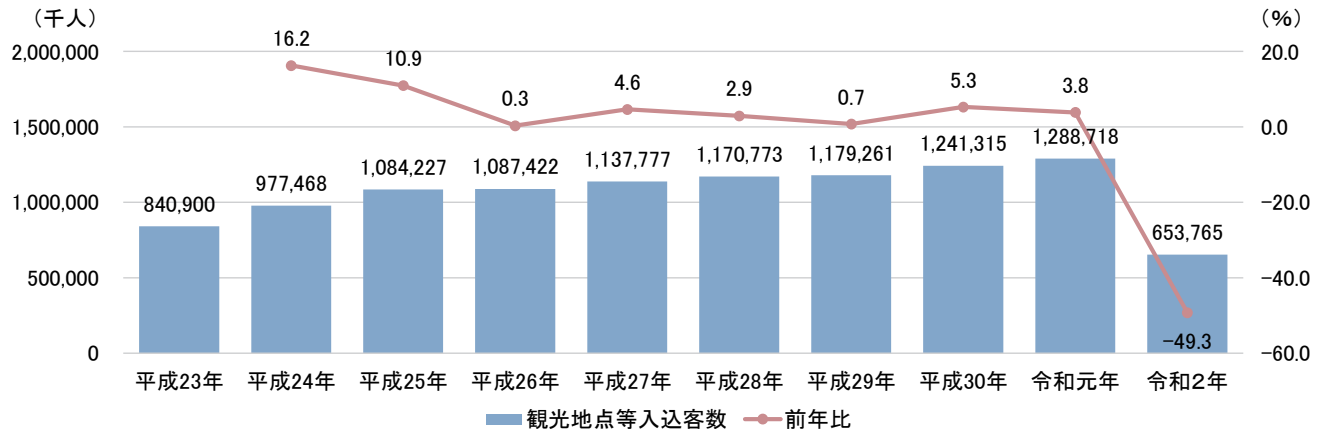
出典：武蔵野市「武蔵野市農業振興基本計画 平成 28（2016）年度～令和 7（2025）年度＜令和 3（2021）年度 改定版＞」

## (6) 観光

### ア 観光地点等入込客数

東京都における観光地点等入込客数は、平成 23 年から令和元年まで増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から令和 2 年は前年比で約半減した。

東京都における観光地点等入込客数の推移



出典：東京都「東京都観光客数等実態調査」

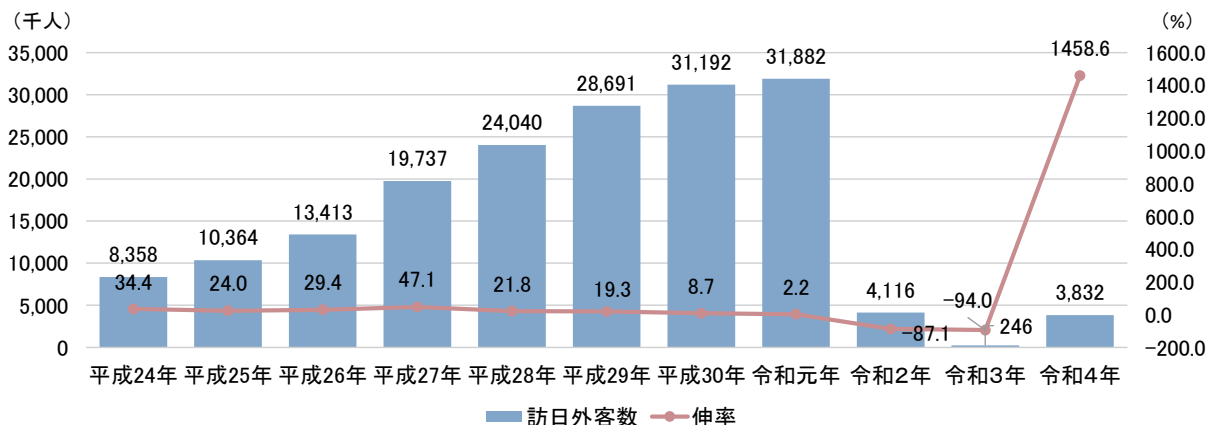
### イ 外国人旅行者数の推移

訪日外客数は、令和元年まで増加傾向にあったが、令和 2 年は 411 万 6,000 人、令和 3 年は 24 万 6,000 人まで減少した。令和 4 年は 383 万 2,000 人まで回復している。

東京都を訪れる外国人旅行者数も、平成 23 年から令和元年まで増加傾向にあったが、令和 2 年は前年比で 8 割強減少した。

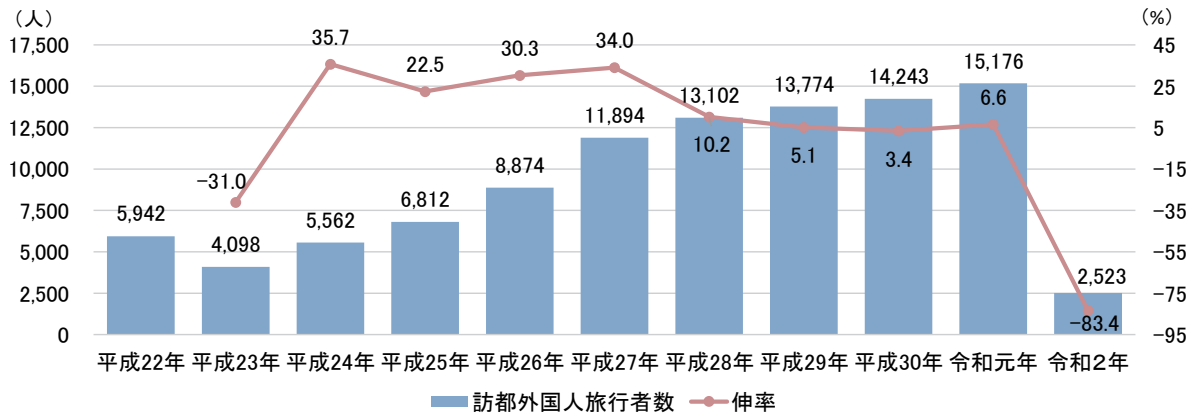
東京都「平成 31 年・令和元年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査」をみると、東京都で外国人旅行者が訪問した場所では、「吉祥寺・三鷹」が 23 区外では最も高くなっている。

訪日外客数の推移



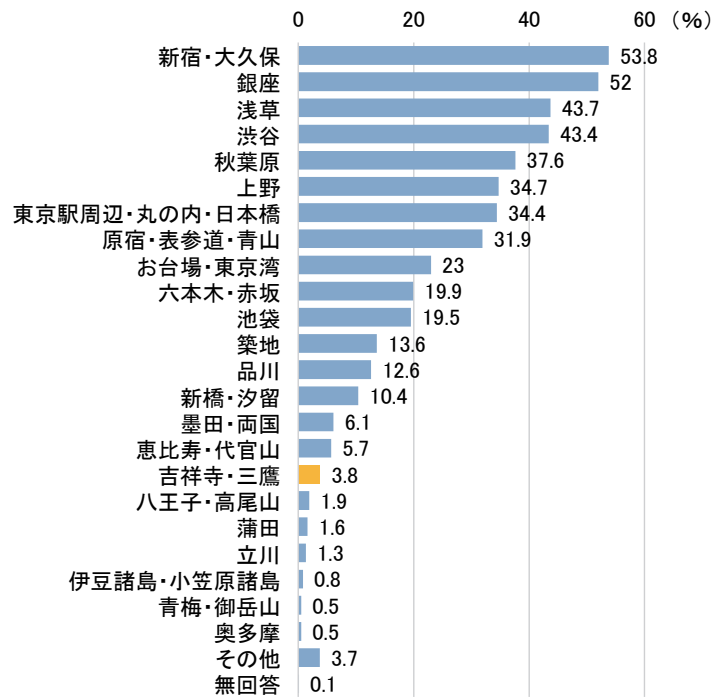
出典：日本政府観光局「訪日外客統計」

訪都外国人旅行者数の推移



出典：東京都「東京都観光客数等実態調査」

外国人旅行者が訪問した場所



n=12,797

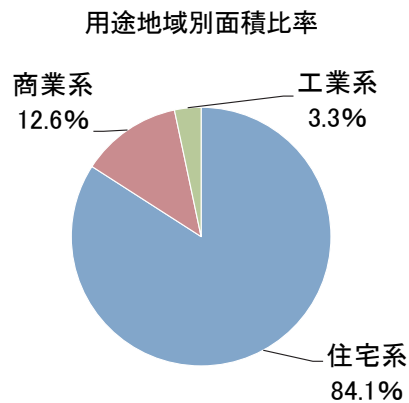
出典：東京都「平成31年・令和元年 国・地域別外国人旅行者行動特性調査」

## (7) 立地環境

### ア 面積等

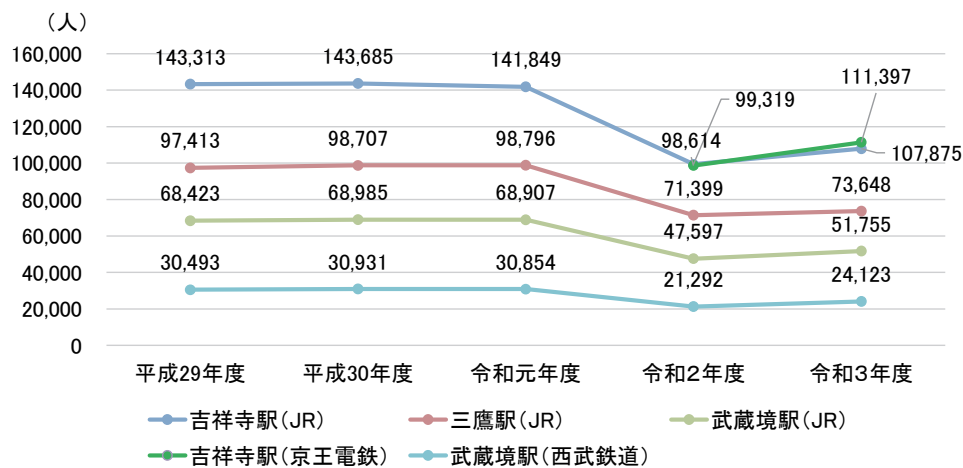
本市の面積は10.98㎢である。用途地域の指定は、住居系 84.1%、商業系 12.6%、工業系 3.3%で、住宅都市としての土地利用構成となっている。

市内の主要5駅における乗降人員数は、令和元年まで横ばいで推移したが、令和2年度に減少したが令和3年度は増加に転じている。令和3年度は、「吉祥寺駅（京王電鉄）」が111,397人で最も多く、次いで「吉祥寺（JR）」が107,875人で続く。



出典：2019 市勢統計 令和元年版（武蔵野市）から作成  
 （注）小数点第二位以下を四捨五入しているため、合計が 100% とならない場合がある。

### 駅別乗降人員（一日平均）の推移



出典：東日本旅客鉄道株式会社、西武鉄道株式会社、京王電鉄株式会社 資料



## イ 商店街・大学等

市内には47の商店会（2022年7月27日現在）があり、身近な買い物スポットとしてだけでなく、『地域のにぎわいの場・コミュニティの核』としての役割を持ち、市や他団体と連携した安心・安全なまちづくりのための活動も実施している。

市内には、私立大学4校と専修学校6校が立地している。近接する5自治体には、大学が19校、短期大学2校、専修学校・各種学校24校が立地している。



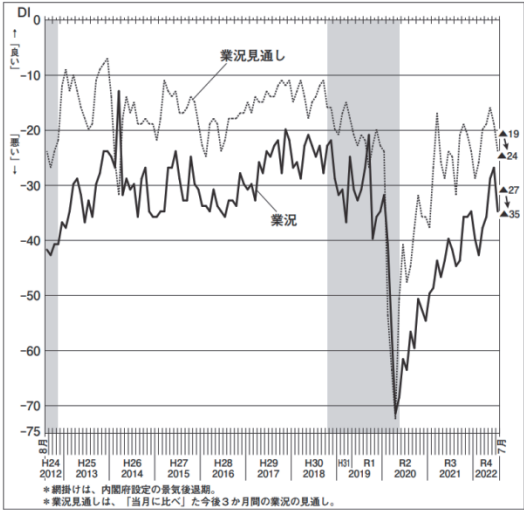
出典：令和3年度全国大学一覧（文部科学省 高等教育局大学振興課）、  
東京都私立専修学校（東京都生活文化スポーツ局 私学行政課専修各種学校担当）

## (8) 市内事業者を取り巻く環境

### ア 東京都の中小企業の景況

東京都の中小企業の景況は、令和2年春に最も落ち込んだが、その後回復転じてきている。

京都中小企業の景況

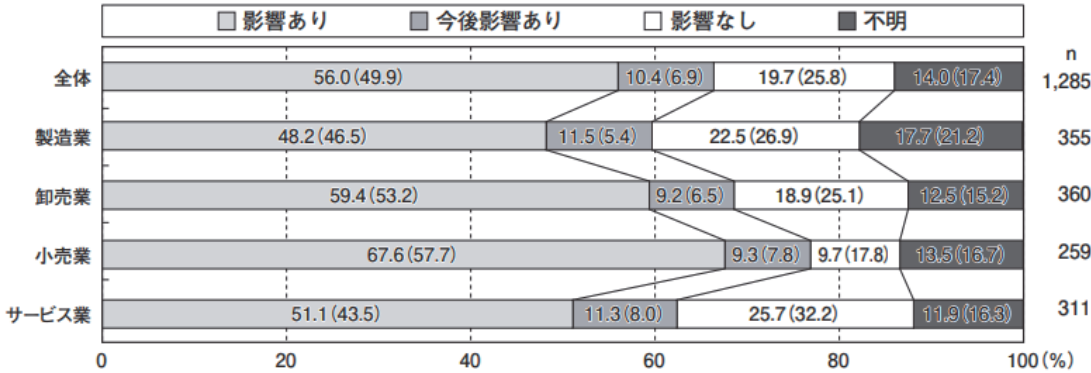


出典：東京都「東京都中小企業の景況」

新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う令和4年7月の経営や事業活動への影響をみると、全体では「影響あり」が56.0%で、前回調査値(49.9%)を上回っている業種別にみると、小売業で「影響あり」が最も高く67.6%を占める。

新型コロナウイルス感染症発生前の令和元年7月と比較した令和4年7月の売上高は、全体で「減少」が91.0%を占め、業種別では「小売業」で「減少」が85.7%と最も高い。新型コロナウイルス感染症拡大の影響はまだ終息していないことがうかがえる。

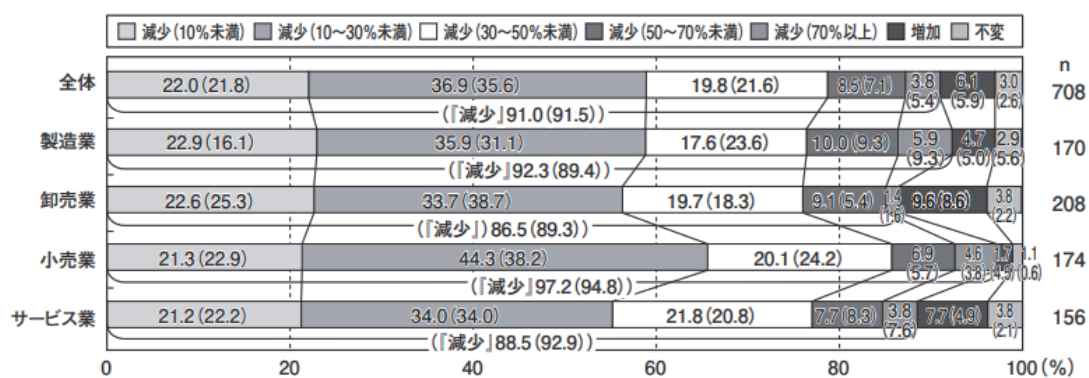
新型コロナウイルス感染症による事業活動への影響



注) 無回答を除き集計。( )内は前回調査(令和4年7月)の数値。  
四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。

出典：東京都「新型コロナウイルス感染症による事業活動等への影響」

## 新型コロナウイルス感染症による売上高への影響



注) 経営や事業活動への影響(図表6)で「影響あり」と回答した企業のうち無回答を除き集計。  
 ( ) 内は前回調査(令和4年7月)の数値。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。

出典: 東京都「新型コロナウイルス感染症による事業活動等への影響」

「令和4年景気見通しに対する企業の意識調査」によると、令和4年の景気に悪影響を及ぼす懸念材料は、「原油・素材価格の上昇」が82.5%と急増している。

## 2022 年の景気見通しに対する企業の意識調査

### (上位 10 項目、3 つまでの複数回答)

(%)

		2021年11月調査	2020年11月調査
1	原油・素材価格(上昇)	↑ 82.5	7.3 (7)
2	感染症による影響の拡大	↓ 39.5	57.9 (1)
3	人手不足	↑ 30.6	11.1 (6)
4	中国経済	↑ 21.7	12.1 (5)
5	為替(円安)	↑ 18.9	1.2 (18)
6	物価上昇(インフレ)	↑ 17.4	1.2 (19)
7	所得(減少)	↓ 9.0	19.2 (3)
8	雇用(悪化)	↓ 9.0	21.0 (2)
9	米国経済	↓ 8.6	19.0 (4)
10	金利(上昇)	5.7	1.7 (15)

注1: 以下、「法人税制」(4.3%)、「株価(下落)」(4.1%)、「消費税制」(3.7%)、「為替(円高)」(2.8%)、「物価下落(デフレ)」(2.7%)、「金融市場の混乱」(2.3%)、「税制(消費税制、法人税制を除く)」(2.3%)、「政局」(2.2%)、「欧州経済」(0.5%)、「その他」(2.9%)

注2: 矢印は2020年11月調査より5ポイント以上増加、または減少していることを示す

注3: カッコ内は2020年11月調査時の順位

注4: 2021年11月調査の母数は有効回答企業1万1,504社。2020年11月調査は1万1,363社

出典: (株)帝国データバンク「2022 年の景気見通しに対する企業の意識調査」

## 2 調査概要

---

### (1) 調査目的

本調査は、市内事業者（事業所）、市民、近隣自治体住民の現状やニーズ等を把握し、課題等の洗い出しを行うことで、第三期産業振興計画策定の方方向性を調査することを目的とする。

### (2) 調査内容

市内事業者を対象とした「事業者調査」、市民を対象とした「市民調査」、及び近隣市区民を対象とした「近隣市区民調査」としてアンケート調査を実施

#### ア 事業者調査

調査対象：武蔵野商工会議所会員及び市内商店会連合会に加入している市内事業者
調査期間：令和4年8月～9月
調査方法：①武蔵野商工会議所会員に対し、メール及び会報誌への掲載・折込チラシにて、調査協力依頼・ウェブアンケートを案内
②各商店会の会員事業所に各商店会長を通じて調査票の配布、郵送回収
回収数：601件（有効回答数）（内訳：郵送回答 463件、ウェブ回答 138件）

#### イ 市民調査

調査対象：市内居住者
600人以上（年齢区分）ウェブリサーチ会社のモニター
調査期間：令和4年8月
調査方法：ウェブアンケート調査
回収数：727件（有効回答数）

#### ウ 近隣市区民調査

調査対象：近隣自治体（練馬区、杉並区、三鷹市、小金井市、西東京市）居住者
各自治体200人以上（年齢区分）ウェブリサーチ会社のモニター
調査期間：令和4年8月
調査方法：ウェブアンケート調査
回収数：1,772件（有効回答数）（内訳：練馬区：333件、杉並区：341件、三鷹市：371件、小金井市：357件、西東京市：370件）

## エ 本報告書の表記方法について

- ・ 調査結果の比率は、その設問の回答者数を基数として、小数点以下第2位を四捨五入し、少数点第1位まで表示している。したがって、合計が100%にならない場合がある。
- ・ 複数回答形式の場合、回答比率の合計は通常100%を超える。
- ・ 選択肢の語句が長い場合、本文や表・グラフ中では省略した表現を用いている。
- ・ 図表中の「n」とは、その設問への回答者数を表す。
- ・ 調査結果の数値を考察するにあたり、次の表現を用いている。

(例)		(表現)
80.1～80.9	⇒	約8割
81.0～82.9	⇒	8割強
83.0～84.9	⇒	8割台半ば近く
85.0～85.9	⇒	8割台半ば
86.0～87.9	⇒	8割台半ば超え
88.0～88.9	⇒	9割近く
89.0～89.9	⇒	9割弱

- ・ 各設問の分析における文章表記において、次のようにカッコを用いている。

「***」	設問の選択肢、クロス集計の項目について言及する場合。 例：「増加」「減少」など
『***』	設問の選択肢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』など

### 3 アンケート調査結果

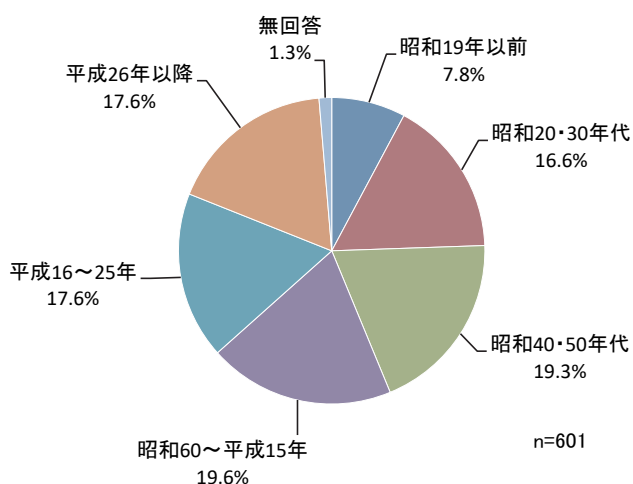
#### (1) 事業者調査

##### ア 企業概要

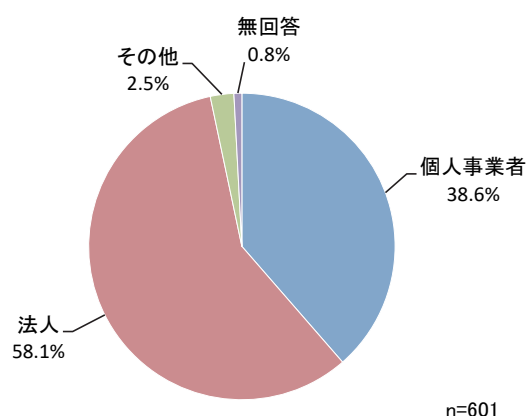
##### 創業年・企業形態・業種

- 創業年は、「昭和 60～平成 15 年」(19.6%) が最も高く、「昭和 40・50 年代」(19.3%)、「平成 16～25 年」(17.6%) と「平成 26 年以降」(17.6%) の順で続く。
- 企業形態は、「法人」(58.1%) が 6 割近い。法人における資本金は、「3 百万円以下」(33.2%) が最も高く、「5 百万円超 1 千万円以下」(24.9%)、「3 百万円超 5 百万円以下」(7.7%) の順で続く。
- 業種は、「卸売業, 小売業」(31.1%) が最も高く、「宿泊業, 飲食サービス業」(17.1%)、「不動産業, 物品賃貸業」(12.3%) の順で続く。

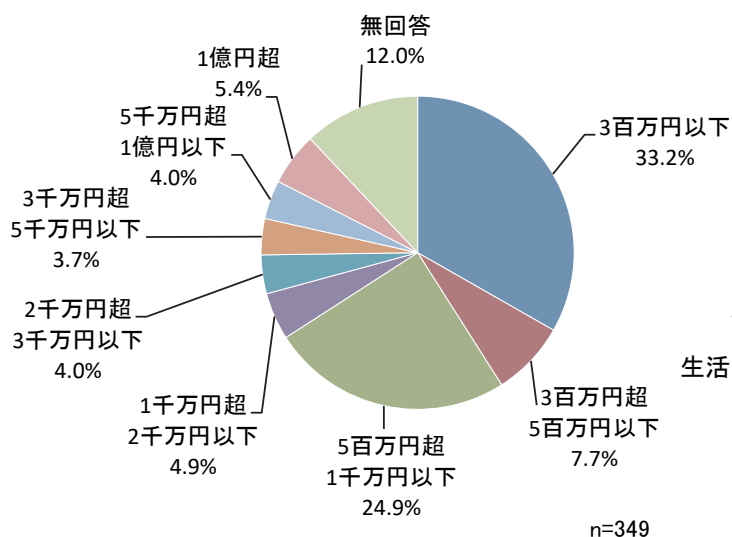
創業年



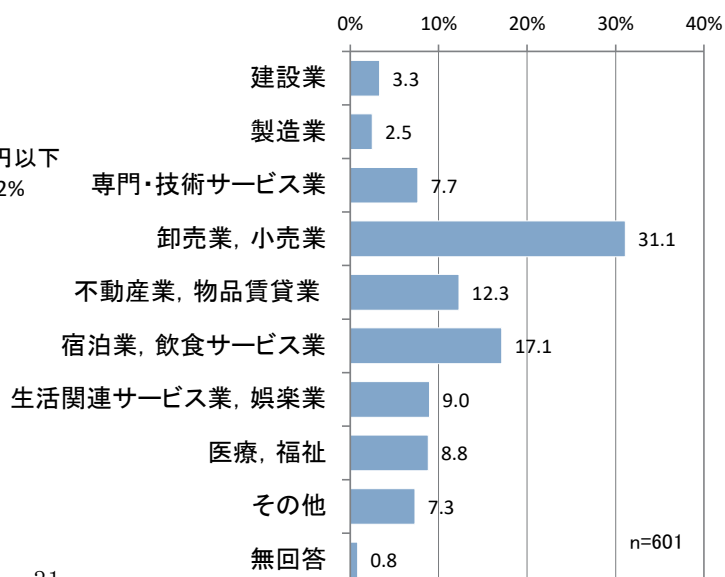
企業形態



資本金



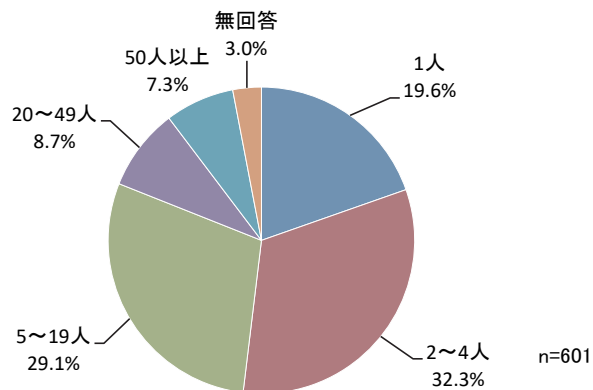
業 種



## 従業者規模

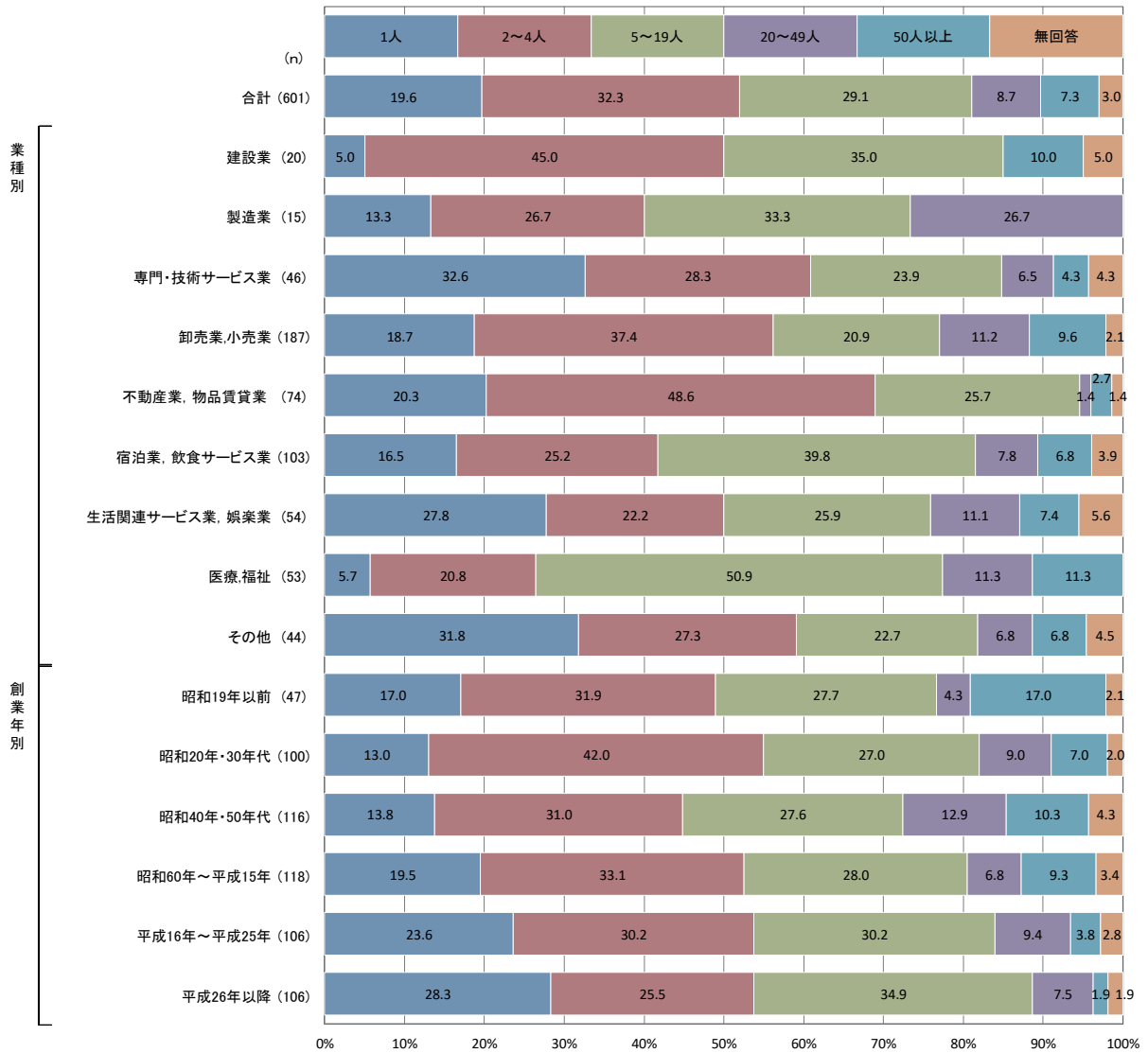
- 従業者規模は、「2～4人」(32.3%)が最も高く、「5～19人」(29.1%)、「1人」(19.6%)の順で続く。『4人以下』(51.9%)が5割強である。
- 従業者規模別にみると、「専門・技術サービス業」(32.6%)と「生活関連サービス業、娯楽業」(27.8%)は「1人」が最も高い。他の従業者規模に比べて「不動産業、物品賃貸業」は「2～4人」(48.6%)が高い。「専門・技術サービス業」(60.9%)と「不動産業、物品賃貸業」(68.9%)は『4人以下』が6割以上を占める。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和20年・30年代」と回答した事業者は『4人以下』(55.0%)が高い。「平成26年以降」と回答した事業者は「5～19人」(34.9%)が最も高い。

従業者規模





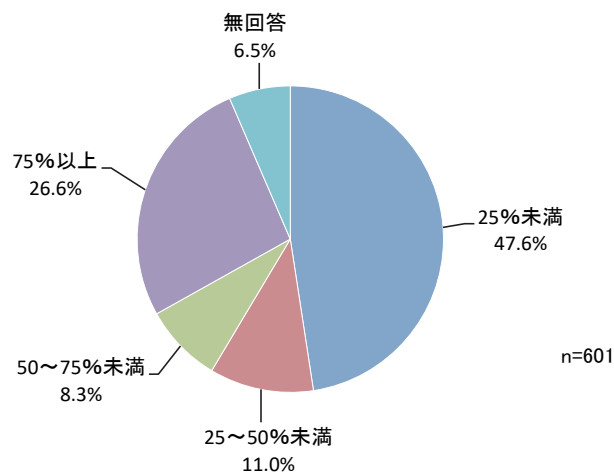
従業者規模（業種別、創業年別）



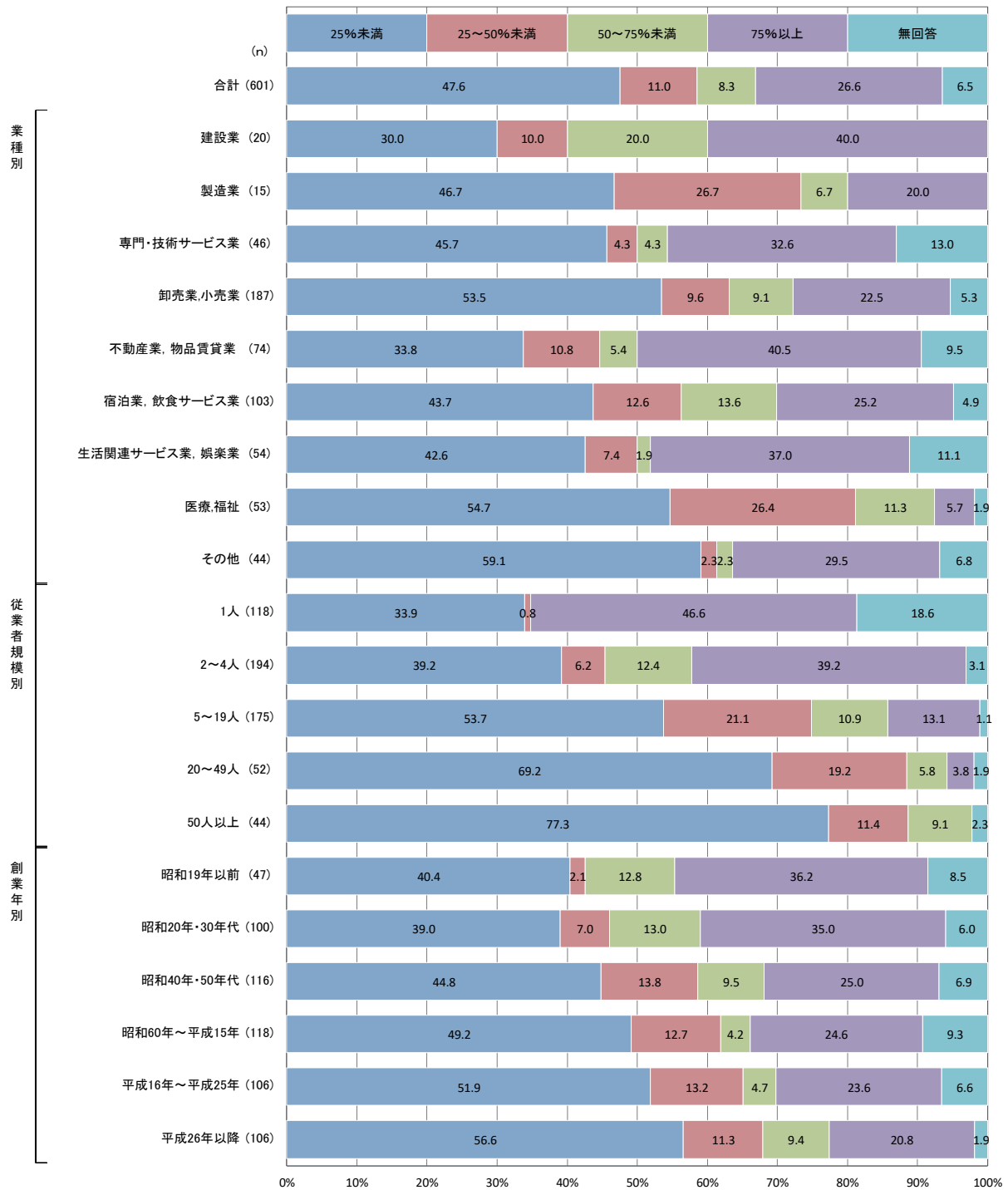
## 従業員の市内居住率

- 従業員の市内居住率は、「25%未満」(47.6%) が最も高く、「75%以上」(26.6%)、「25～50%未満」(11.0%) の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」(40.0%) と「不動産業、物品賃貸業」(40.5%) は「75%以上」が最も高く、4割以上である。
- 従業者規模別にみると、「1人」と回答した事業者は「75%以上」(46.6%) が最も高い。従業者規模が大きくなるほど「25%未満」が高くなる傾向がみられ、従業者規模が小さくなるほど「75%以上」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「25%未満」(56.6%) が高く、5割台半ば越えである。創業年が古くなるほど「75%以上」が高くなる傾向がみられる。

## 従業員の市内居住率



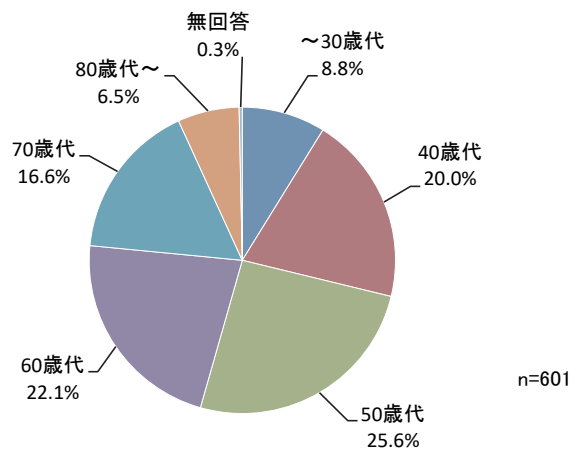
従業員の市内居住率（業種別、従業者規模別、創業年別）



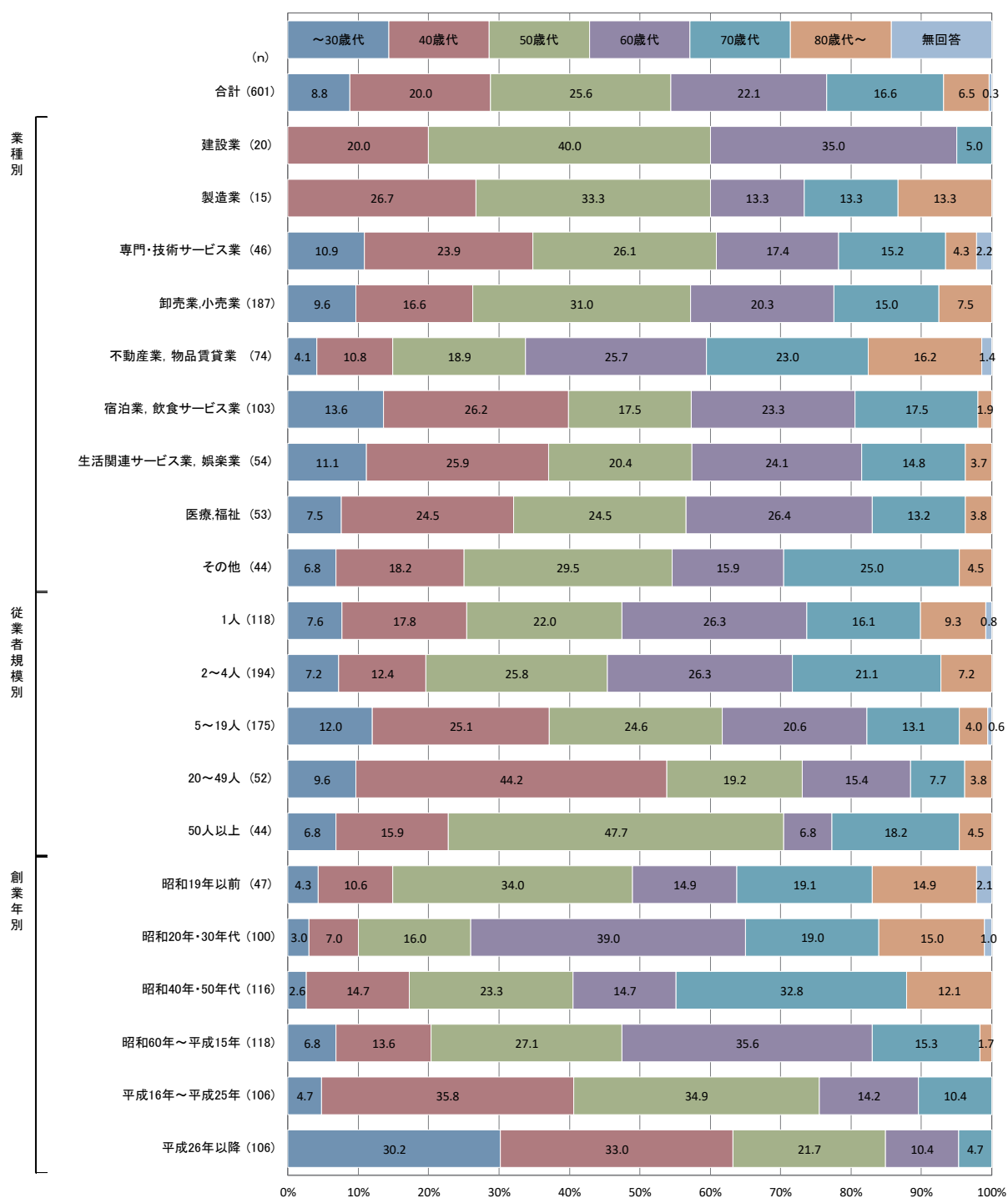
## 代表者の年齢

- 代表者の年齢は、「50 歳代」(25.6%) が最も高く、「60 歳代」(22.1%)、「40 歳代」(20.0%) の順で続く。『50 歳未満』(28.8%) は 3 割近くである。
- 業種別にみると、「不動産業, 物品賃貸業」(25.7%) と「医療, 福祉」(26.4%) は「60 歳代」が、「宿泊業, 飲食サービス業」(26.2%) と「生活関連サービス業, 娯楽業」(25.9%) は「40 歳代」が最も高い。「宿泊業, 飲食サービス業」は『50 歳未満』(39.8%) が 4 割弱である。
- 従業者規模別にみると、「1 人」(26.3%) と回答した事業者と「2～4 人」(26.3%) と回答した事業者は「60 歳代」が最も高く、『60 歳以上』が 5 割以上を占める。他の業種に比べて「20～49 人」と回答した事業者は「40 歳代」(44.2%) が高く、『50 歳未満』(53.8%) が 5 割台半ば近くである。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和 20 年・30 年代」と回答した事業者は「60 歳代」(39.0%) と「80 歳代～」(15.0%) が高く、『60 歳以上』(73.0%) が 7 割台半ば近くを占める。創業年が新しくなるほど『50 歳未満』が高くなる傾向がみられる。

代表者の年齢



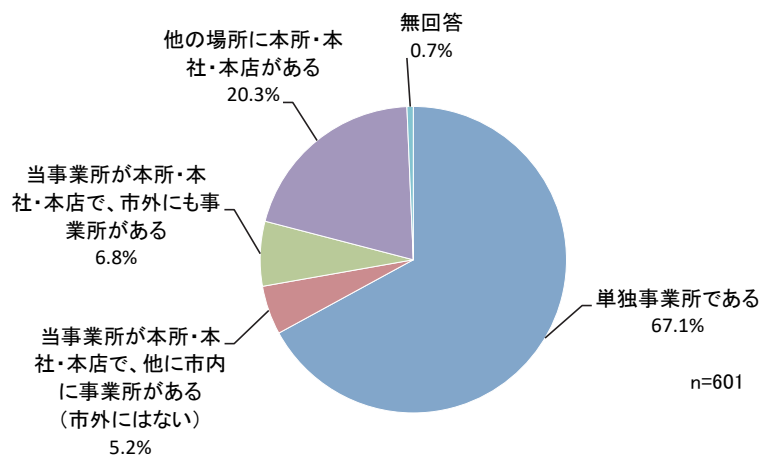
代表者の年齢（業種別、従業者規模別、創業年別）



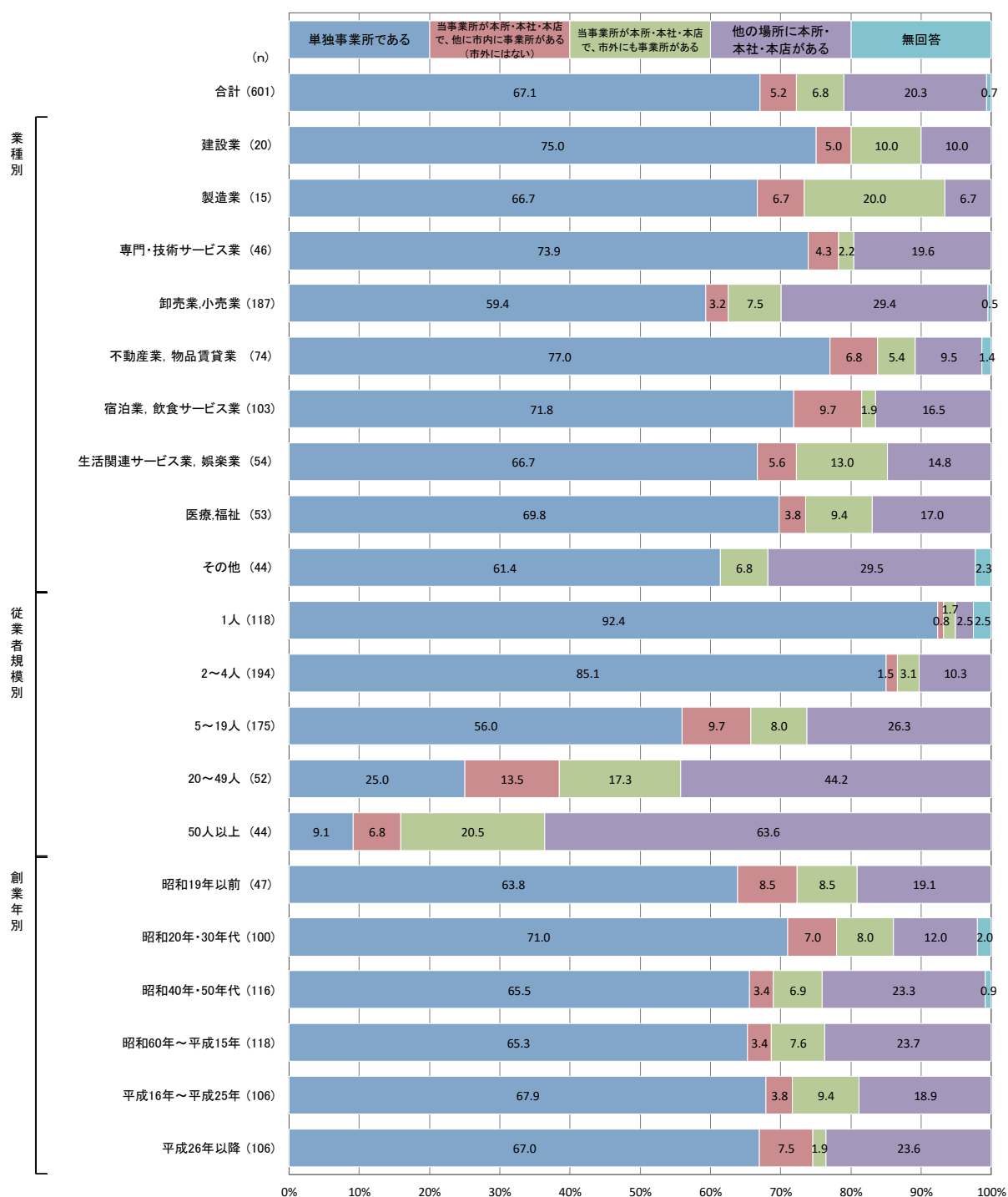
## 事業所の機能

- 事業所の機能は、「単独事業所である」(67.1%)が最も高く、「他の場所に本所・本社・本店がある」(20.3%)、「当事業所が本所・本社・本店で、市外にも事業所がある」(6.8%)の順で続く。
- 業種別にみると、すべての業種で「単独事業所である」が最も高い。他の業種に比べて「製造業」は「当事業所が本所・本社・本店で、市外にも事業所がある」(20.0%)が高い。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が小さくなるほど「単独事業所である」が高くなる傾向がみられ、「1人」と回答した事業者は「単独事業所である」(92.4%)が9割強を占める。従業者規模が大きくなるほど「当事業所が本所・本社・本店で、市外にも事業所がある」と「他の場所に本所・本社・本店がある」が高くなる傾向がみられる。「20～49人」(44.2%)と回答した事業者と「50人以上」(63.6%)と回答した事業者は「他の場所に本所・本社・本店がある」が最も高い。
- 創業年別にみると、すべての創業年で「単独事業所である」が最も高い。

事業所の機能



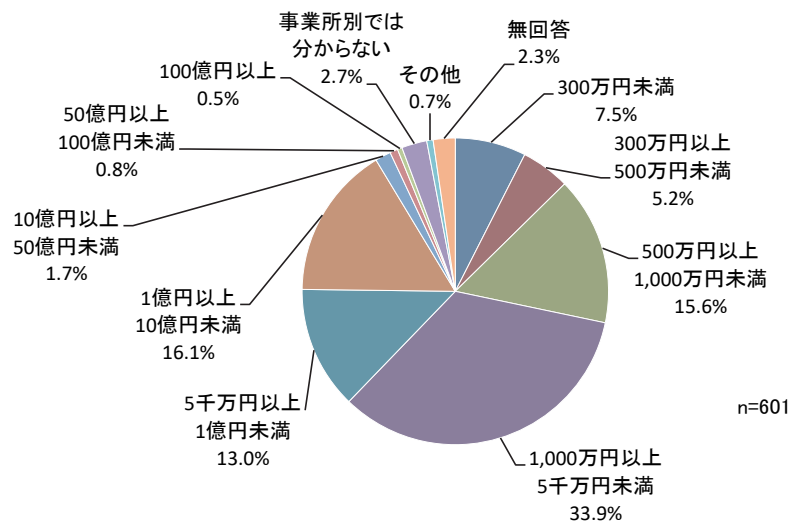
# 事業所の機能（業種別、従業者規模別、創業年別）



問2 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。（当てはまるもの1つに○）

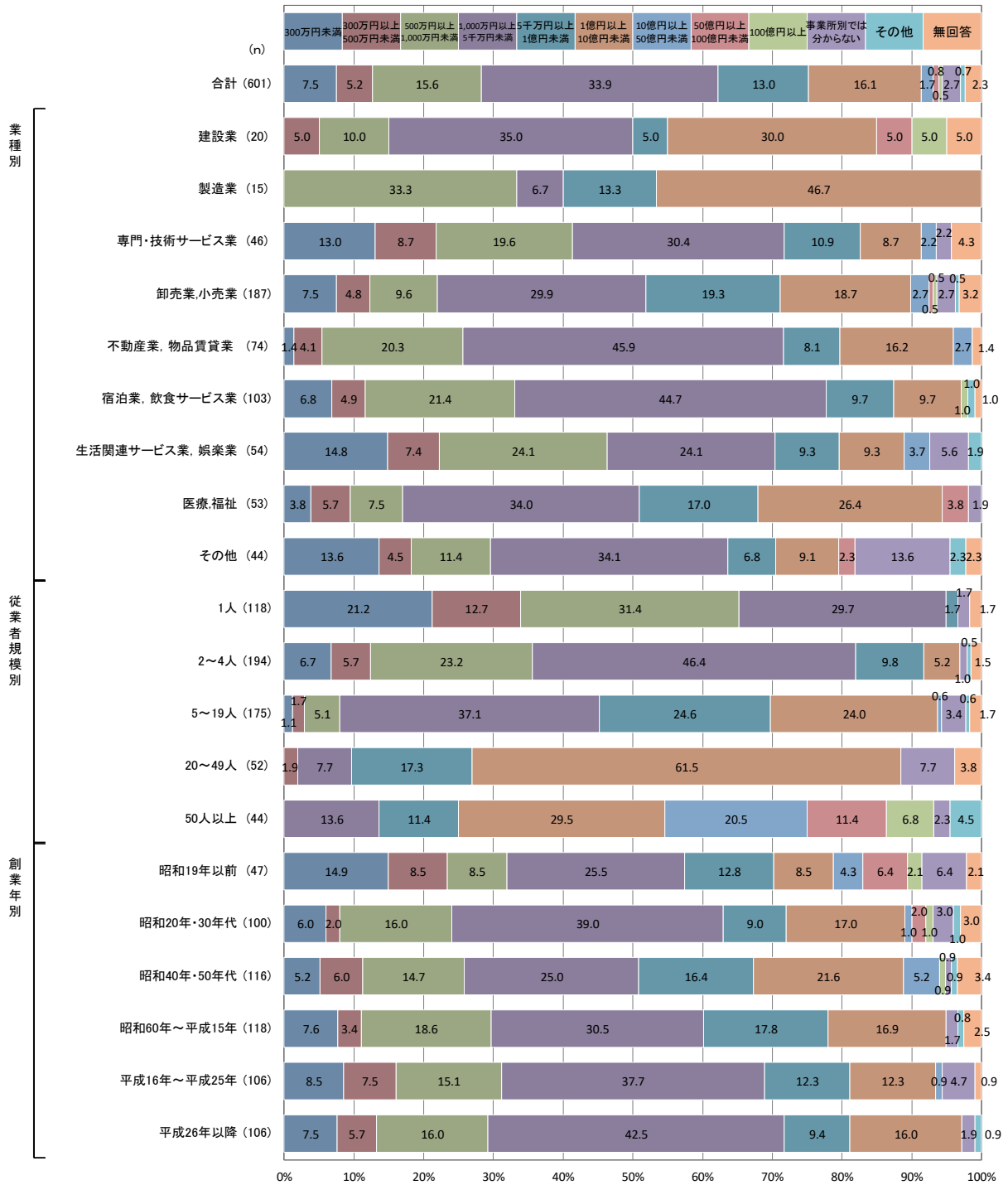
- 直近決算の年間売上高は、「1,000万円以上5千万円未満」（33.9%）が最も高く、「1億円以上10億円未満」（16.1%）、「500万円以上1,000万円未満」（15.6%）の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」は「1億円以上10億円未満」（46.7%）が最も高く、4割台半ば超えである。他の業種に比べて「生活関連サービス業、娯楽業」は『500万円未満』（22.2%）が高い。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が小さくなるほど『500万円未満』が高くなる傾向がみられ、「1人」と回答した事業者は『500万円未満』（33.9%）が3割台半ば近くである。従業者規模が大きくなるほど『1億円以上』が高くなる傾向がみられる。「20～49人」（61.5%）と回答した事業者と「50人以上」（29.5%）と回答した事業者は「1億円以上10億円未満」が最も高い。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は『500万円未満』（23.4%）が高い。『昭和59年以前』と回答した事業者は『1億円以上』が2割以上である。

直近決算の年間売上高





# 直近決算の年間売上高（業種別、従業者規模別、創業年別）



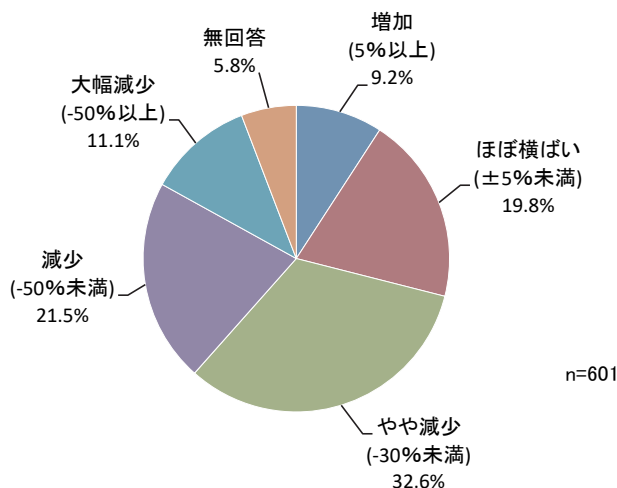
## イ 新型コロナウイルス感染症の影響

問3 新型コロナウイルス感染症の発生前（令和元（2019）年）と現在を比較して、次の項目はどのように変化していますか。（各1つに○）

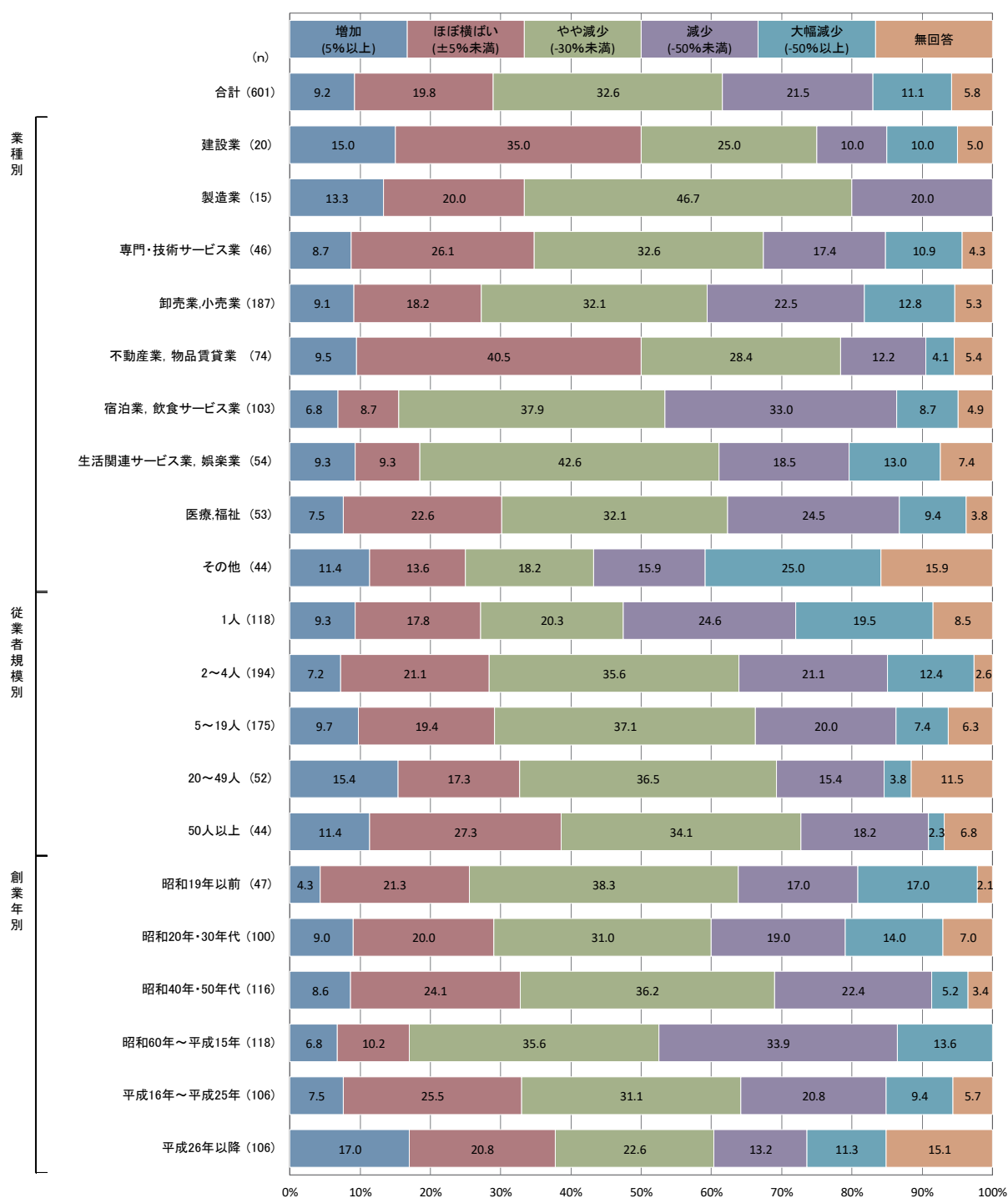
### ①売上高

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した売上高の変化は、「やや減少（-30%未満）」（32.6%）が最も高く、「減少（-50%未満）」（21.5%）、「ほぼ横ばい（±5%未満）」（19.8%）の順で続く。「やや減少（-30%未満）」、「減少（-50%未満）」、「大幅減少（-50%以上）」を合わせた『減少』（65.2%）は6割台半ばである。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「建設業」は「増加（5%以上）」（15.0%）が高い。「建設業」（35.0%）と「不動産業、物品賃貸業」（40.5%）は「ほぼ横ばい（±5%未満）」が最も高い。「宿泊業、飲食サービス業」は『減少』（79.6%）が8割弱を占める。
- 従業者規模別にみると、「1人」と回答した事業者は「減少（-50%未満）」（24.6%）が最も高い。他の従業者規模に比べて「20～49人」と回答した事業者は「増加（5%以上）」（15.4%）が高い。『19人以下』と回答した事業者は『減少』が6割以上を占める。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は「やや減少（-30%未満）」（38.3%）と「大幅減少（-50%以上）」（17.0%）が高く、「平成26年以降」と回答した事業者は「増加（5%以上）」（17.0%）が高い。「昭和60年～平成15年」と回答した事業者は『減少』（83.1%）が8割台半ば近くを占める。

売上高の変化



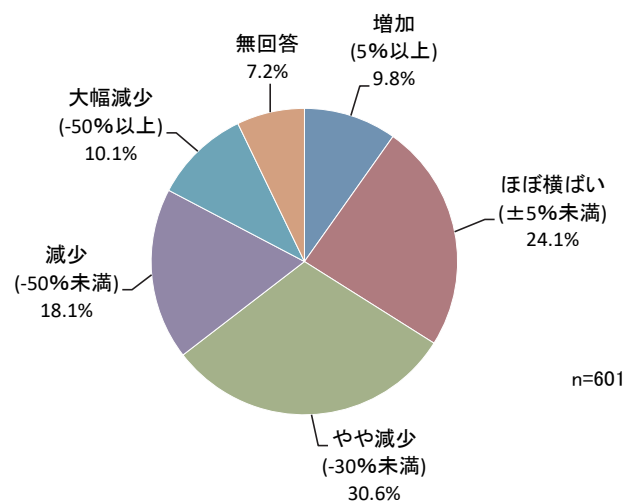
売上高の変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



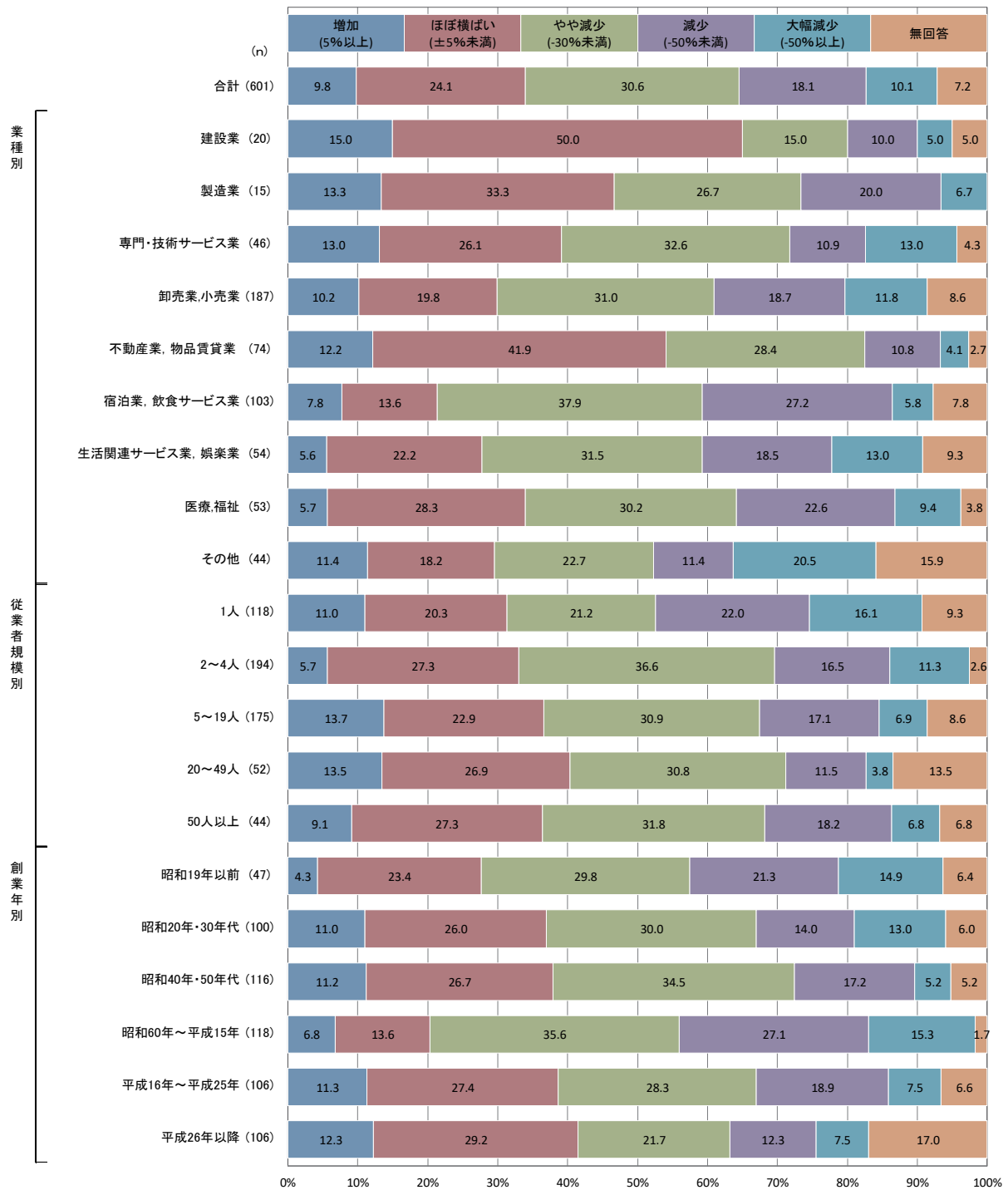
## ②経常損益

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した経常損益の変化は、「やや減少（-30%未満）」（30.6%）が最も高く、「ほぼ横ばい（±5%未満）」（24.1%）、「減少（-50%未満）」（18.1%）の順で続く。「やや減少（-30%未満）」、「減少（-50%未満）」、「大幅減少（-50%以上）」を合わせた『減少』（58.8%）は6割近い。
- 業種別にみると、「建設業」（50.0%）、「製造業」（33.3%）、「不動産業，物品賃貸業」（41.9%）は「ほぼ横ばい（±5%未満）」が最も高い。他の業種に比べて「建設業」は「増加（5%以上）」（15.0%）と「ほぼ横ばい（±5%未満）」（50.0%）が高い。「宿泊業，飲食サービス業」は『減少』（70.9%）が約7割を占める。
- 従業員規模別にみると、「1人」と回答した事業者は「減少（-50%未満）」（22.0%）が最も高い。「2～4人」と回答した事業者は『減少』（64.4%）が6割台半ば近くを占める。
- 創業年別にみると、「昭和60年～平成15年」と回答した事業者は『減少』（78.0%）が8割近くを占める。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「増加（5%以上）」（12.3%）と「ほぼ横ばい（±5%未満）」（29.2%）が高い。

経常損益の変化



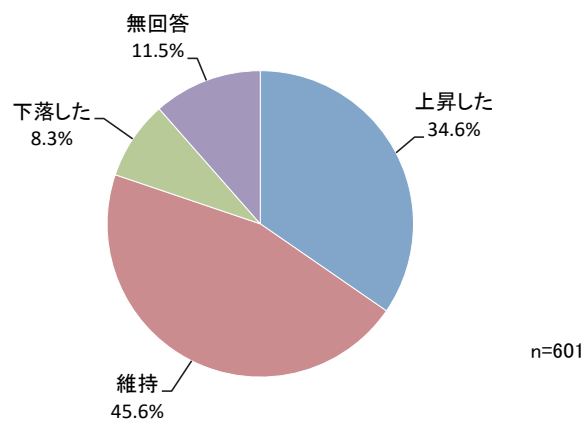
## 経常損益の変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



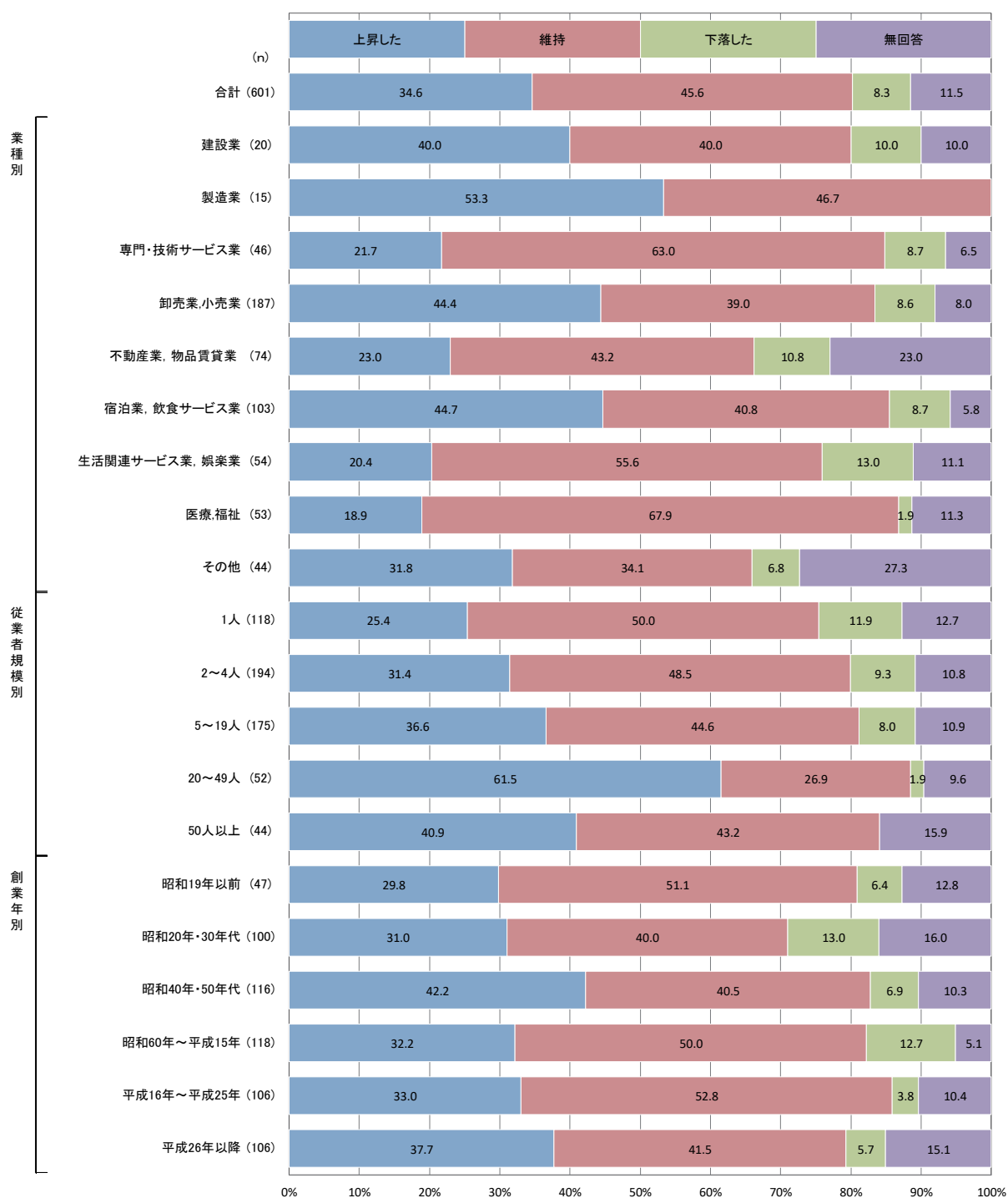
### ③製品・商品・サービス単価

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した製品・商品・サービス単価の変化は、「維持」(45.6%) が最も高く、「上昇した」(34.6%)、「下落した」(8.3%) の順である。
- 業種別にみると、「製造業」(53.3%)、「卸売業, 小売業」(44.4%)、「宿泊業, 飲食サービス業」(44.7%) は「上昇した」が「維持」を上回る。
- 従業者規模別にみると、「20～49 人」と回答した事業者は「上昇した」(61.5%) が最も高い。
- 創業年別にみると、「昭和 40 年・50 年代」と回答した事業者は「上昇した」(42.2%) が最も高い。

製品・商品・サービス単価の変化



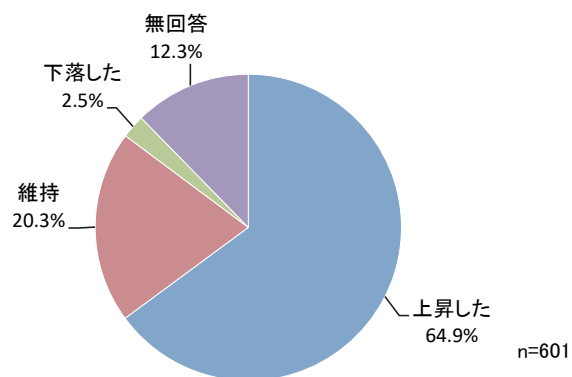
# 製品・商品・サービス単価の変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



#### ④原材料価格

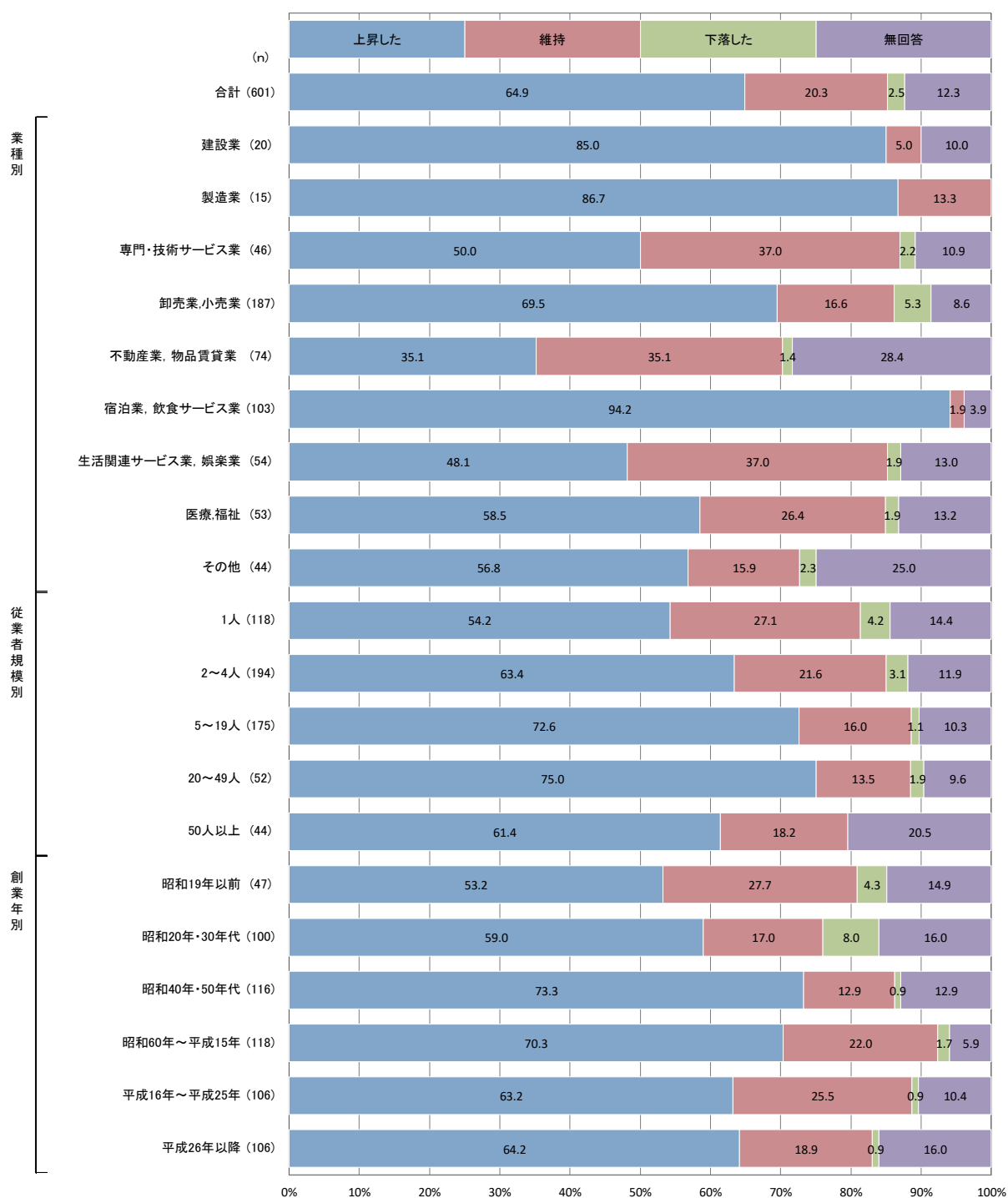
- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した原材料価格の変化は、「上昇した」(64.9%)が6割台半ば近くである。
- 業種別にみると、「宿泊業、飲食サービス業」は「上昇した」(94.2%)が9割台半ば近くを占める。
- 従業者規模別にみると、『49人以下』では、従業者規模が大きくなるほど「上昇した」が高くなる傾向がみられ、従業者規模が小さくなるほど「維持」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和40年・50年代」(73.3%)と回答した事業者と「昭和60年～平成15年」(70.3%)と回答した事業者は「上昇した」が7割以上を占める。

原材料価格の変化





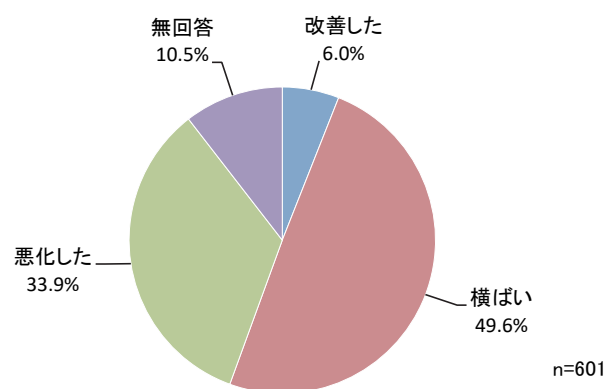
原材料価格の変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



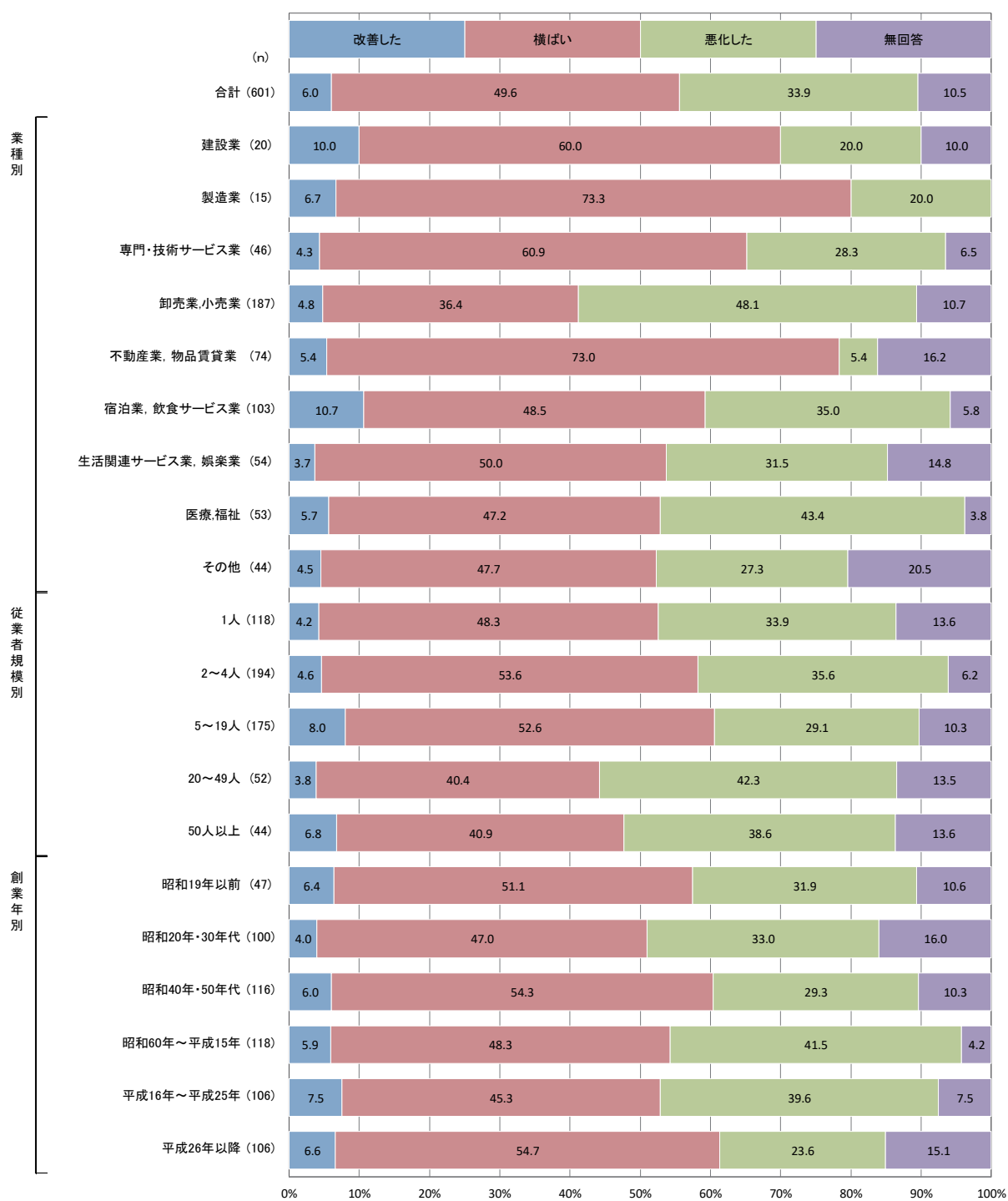
### ⑤資金繰り

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した資金繰りの変化は、「横ばい」(49.6%) が最も高く、「悪化した」(33.9%)、「改善した」(6.0%) の順である。
- 業種別にみると、「卸売業, 小売業」は「悪化した」(48.1%) が最も高い。
- 従業者規模別にみると、「20～49 人」と回答した事業者は「悪化した」(42.3%) が最も高い。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和 60 年～平成 15 年」と回答した事業者は「悪化した」(41.5%) が高い。

資金繰りの変化



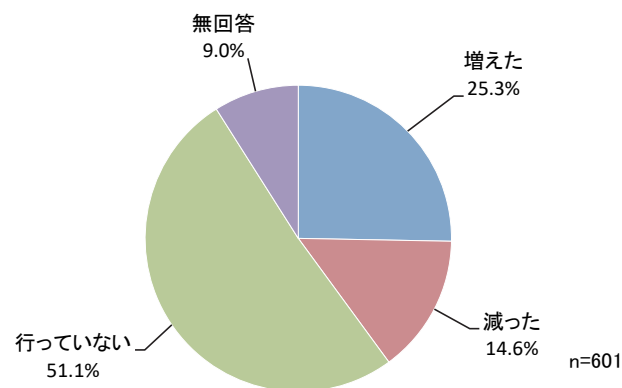
資金繰りの変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



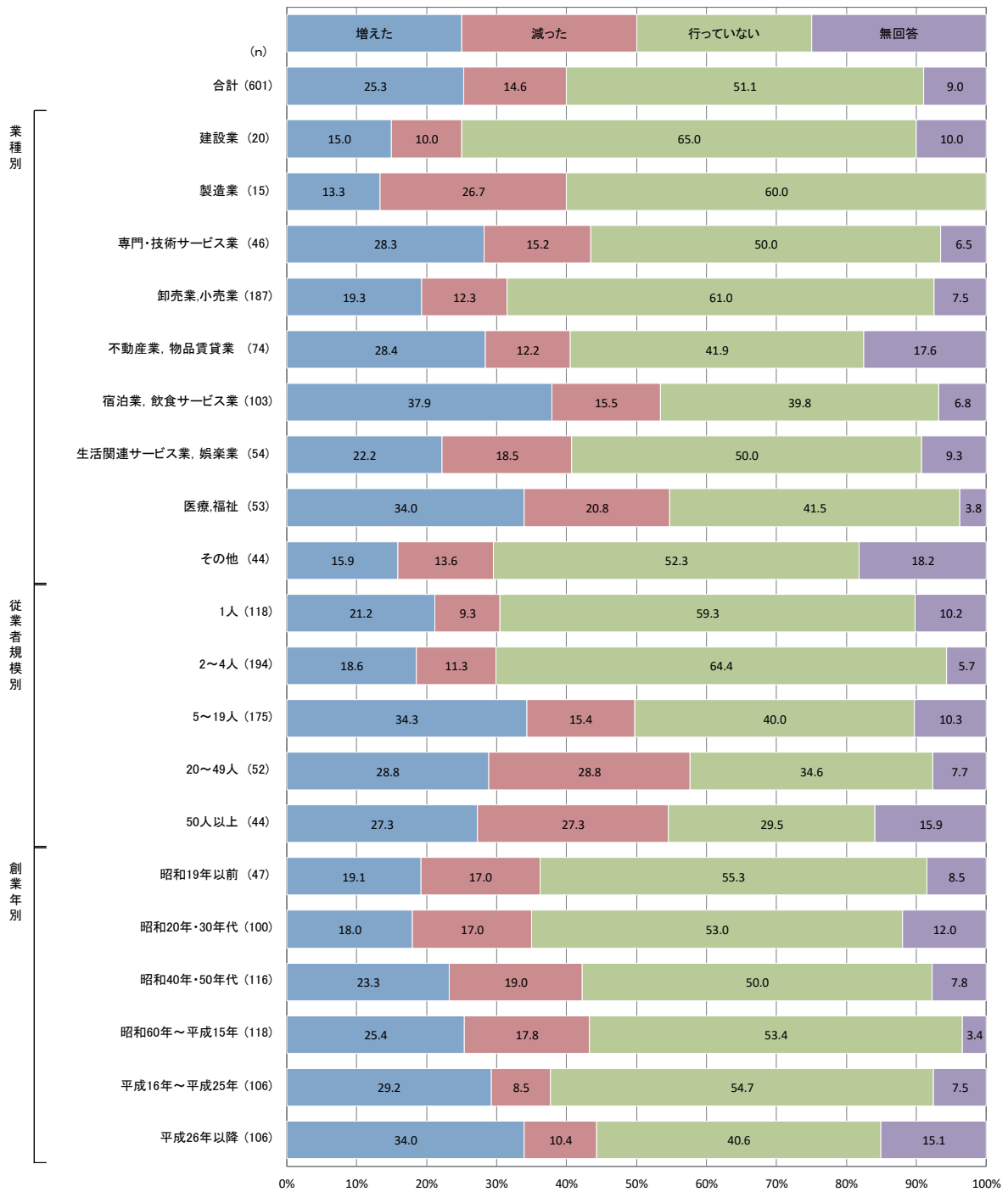
## ⑥設備投資

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した設備投資の変化は、「行っていない」(51.1%) が最も高く、「増えた」(25.3%)、「減った」(14.6%) の順である。
- 業種別にみると、「建設業」(65.0%)、「製造業」(60.0%)、「卸売業,小売業」(61.0%) は「行っていない」が6割以上を占める。他の業種に比べて「製造業」は「減った」(26.7%)が高い。
- 従業者規模別にみると、『4人以下』と回答した事業者は「行っていない」が6割弱以上を占める。『49人以下』では、従業者規模が大きくなるほど「減った」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「平成26年以降」を除くすべての創業年で「行っていない」が5割以上を占める。『昭和20年以降』では、創業年が新しくなるほど「増えた」が高くなる傾向がみられる。

設備投資の変化



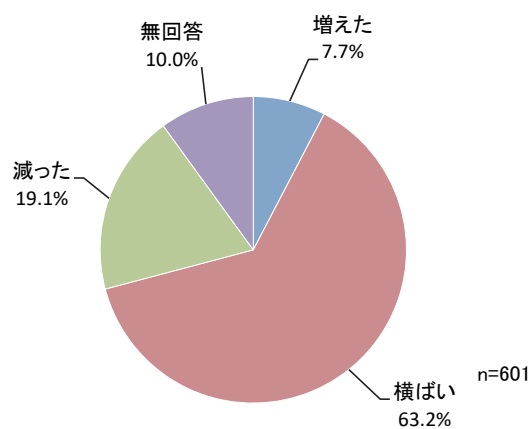
設備投資の変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



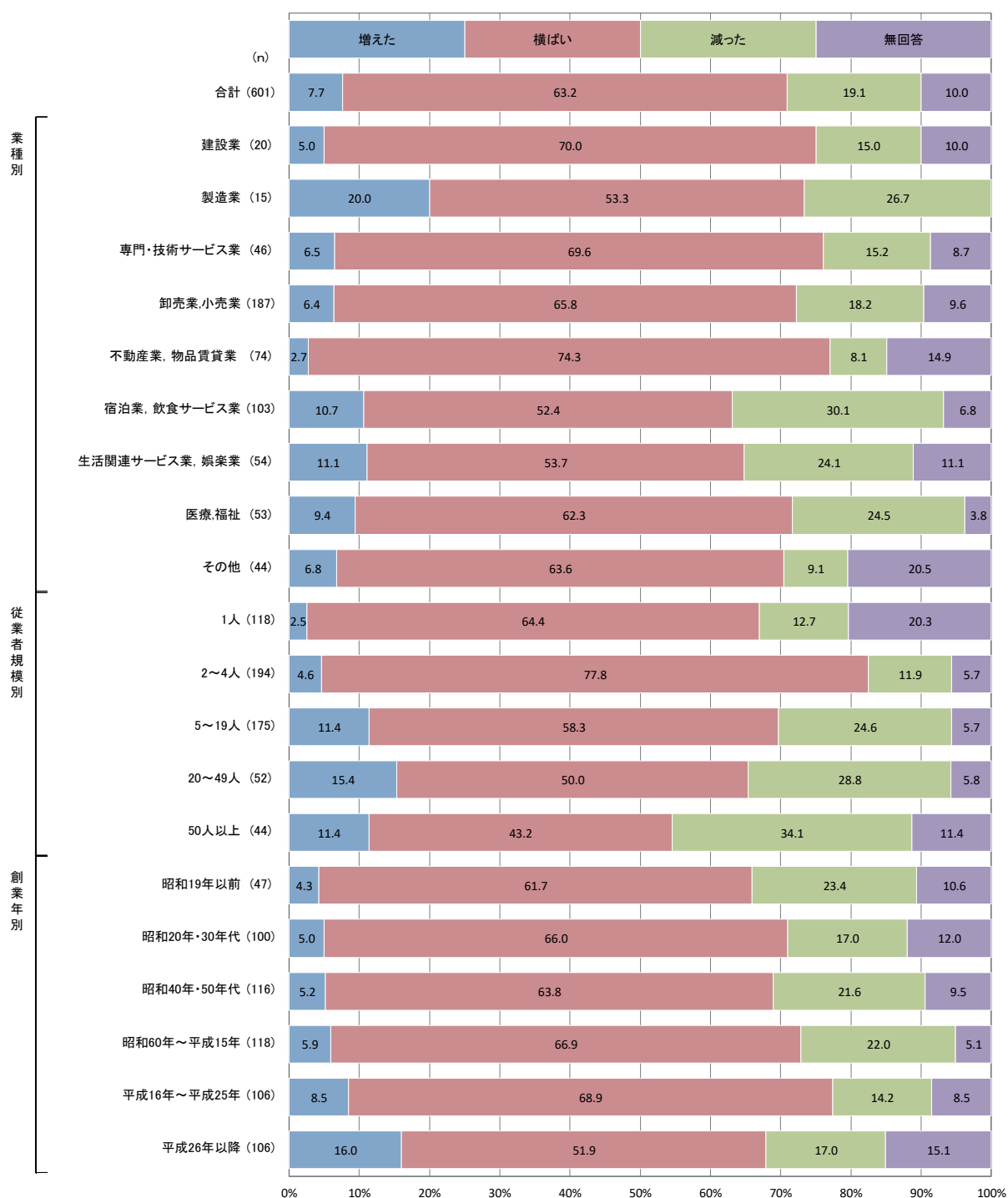
## ⑦雇用人数

- 新型コロナウイルス感染症の発生前と現在を比較した雇用人数の変化は、「横ばい」(63.2%)が6割台半ば近くである。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「製造業」は「増えた」(20.0%)が、「宿泊業、飲食サービス業」は「減った」(30.1%)が高い。
- 従業者規模別にみると、「2～4人」と回答した事業者は「横ばい」(77.8%)が7割台半ば超えを占める。
- 創業年別にみると、創業年が新しくなるほど「増えた」が高くなる傾向がみられる。

雇用人数の変化



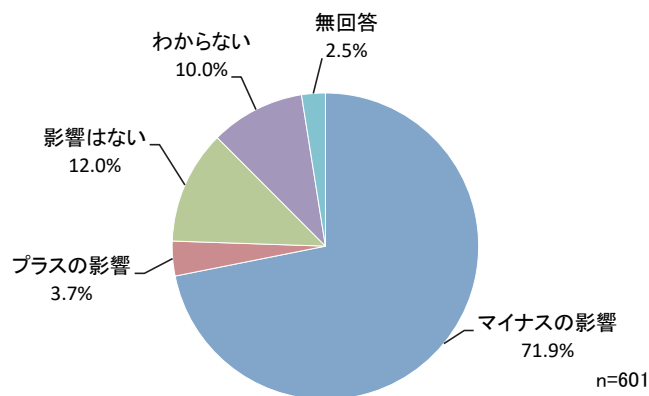
雇用人数の変化（業種別、従業者規模別、創業年別）



問4 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

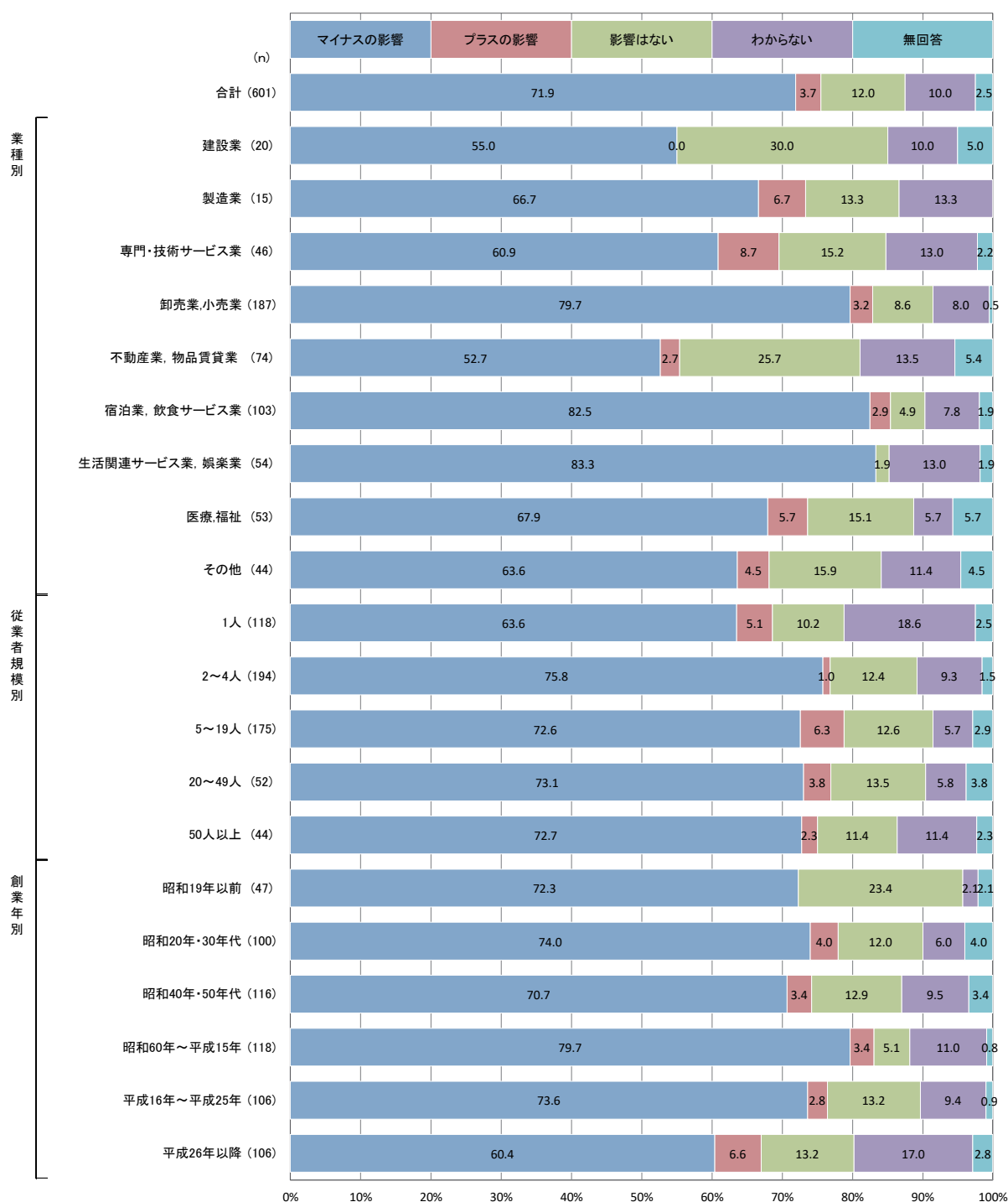
- 新型コロナウイルス感染症の影響は、「マイナスの影響」(71.9%)が最も高く、「影響はない」(12.0%)、「わからない」(10.0%)の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「建設業」は「影響はない」(30.0%)が高い。「宿泊業、飲食サービス業」(82.5%)と「生活関連サービス業、娯楽業」(83.3%)は「マイナスの影響」が8割以上を占める。
- 従業者規模別にみると、「1人」を除くすべての従業者規模で「マイナスの影響」が7割以上を占める。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は「影響はない」(23.4%)が高い。「昭和60年～平成15年」と回答した事業者は「マイナスの影響」(79.7%)が約8割を占める。

新型コロナウイルス感染症の影響





## 新型コロナウイルス感染症の影響（業種別、従業者規模別、創業年別）

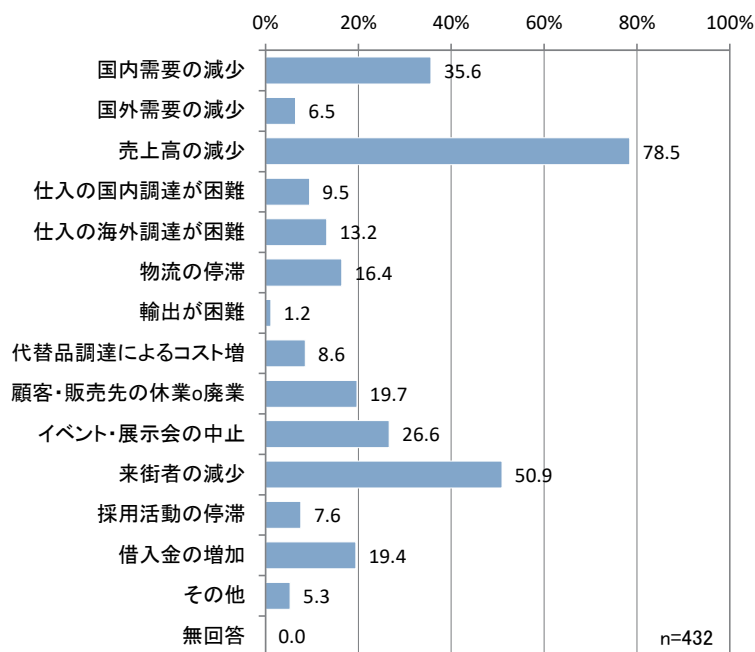


問4で、「マイナスの影響」と回答された方にお聞きます。

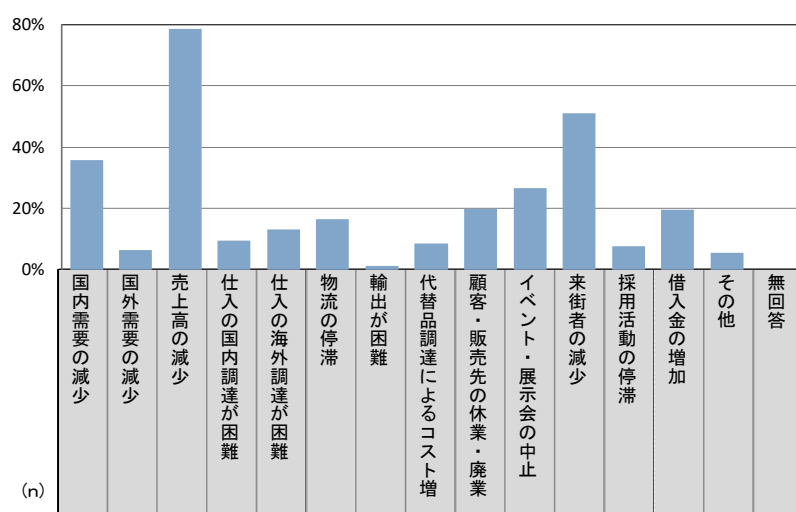
問4-1 その影響は、次のどれに該当しますか。（当てはまるものすべてに○）

- 新型コロナウイルス感染症によるマイナスの影響は、「売上高の減少」（78.5%）が最も高く、「来街者の減少」（50.9%）、「国内需要の減少」（35.6%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」は「物流の停滞」（45.5%）が、4割台半ばである。他の業種に比べて「卸売業, 小売業」は「仕入の海外調達が困難」（23.5%）と「イベント・展示会の中止」（39.6%）が、「宿泊業, 飲食サービス業」は「売上高の減少」（94.1%）、「代替品調達によるコスト増」（17.6%）、「来街者の減少」（65.9%）が高い。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「2～4人」と回答した事業者は「来街者の減少」（55.8%）が、「5～19人」と回答した事業者は「売上高の減少」（79.5%）と「顧客・販売先の休業・廃業」（22.0%）が高い。従業者規模が大きくなるほど「採用活動の停滞」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は「顧客・販売先の休業・廃業」（35.3%）と「イベント・展示会の中止」（41.2%）が高い。『昭和20年以降』では、創業年が新しくなるほど「仕入の国内調達が困難」が高くなる傾向がみられる。

新型コロナウイルス感染症による影響の内容



# 新型コロナウイルス感染症による影響の内容（業種別、従業者規模別、創業年別）

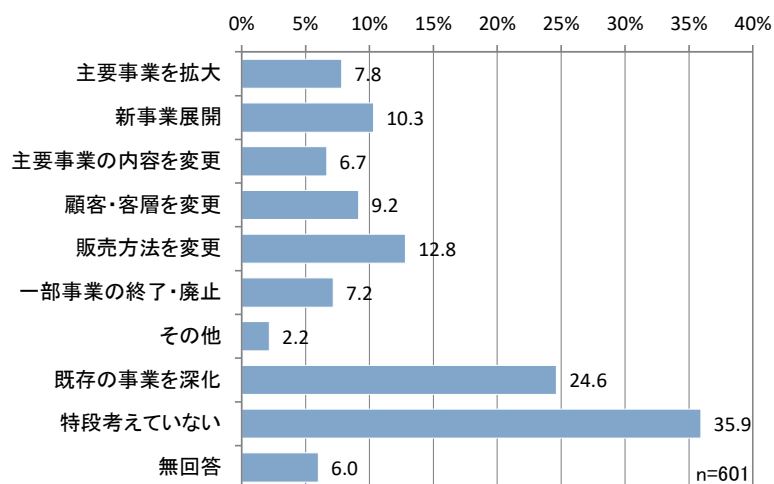


全体		(432)	35.6	6.5	78.5	9.5	13.2	16.4	1.2	8.6	19.7	26.6	50.9	7.6	19.4	5.3	0.0
業種別	建設業	(11)	18.2	0.0	72.7	18.2	9.1	45.5	0.0	9.1	27.3	9.1	0.0	0.0	18.2	9.1	0.0
	製造業	(10)	40.0	20.0	80.0	10.0	0.0	20.0	0.0	0.0	10.0	10.0	30.0	20.0	30.0	10.0	0.0
	専門・技術サービス業	(28)	35.7	0.0	60.7	3.6	3.6	7.1	0.0	3.6	21.4	32.1	21.4	3.6	14.3	7.1	0.0
	卸売業,小売業	(149)	40.9	12.8	85.2	12.1	23.5	23.5	2.7	8.7	25.5	39.6	64.4	6.7	21.5	2.0	0.0
	不動産業, 物品賃貸業	(39)	35.9	0.0	53.8	2.6	2.6	7.7	0.0	2.6	33.3	12.8	46.2	7.7	5.1	7.7	0.0
	宿泊業, 飲食サービス業	(85)	28.2	5.9	94.1	9.4	12.9	10.6	0.0	17.6	10.6	17.6	65.9	8.2	20.0	2.4	0.0
	生活関連サービス業, 娯楽業	(45)	42.2	0.0	66.7	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	8.9	26.7	37.8	2.2	24.4	6.7	0.0
	医療,福祉	(36)	22.2	0.0	80.6	19.4	11.1	19.4	0.0	13.9	11.1	13.9	50.0	16.7	22.2	11.1	0.0
	その他	(28)	42.9	7.1	64.3	10.7	14.3	25.0	3.6	3.6	25.0	28.6	21.4	10.7	17.9	14.3	0.0
従業者規模別	1人	(75)	34.7	2.7	78.7	8.0	8.0	14.7	2.7	8.0	14.7	22.7	46.7	1.3	17.3	6.7	0.0
	2～4人	(147)	32.7	6.8	77.6	8.2	17.0	13.6	2.0	6.1	20.4	26.5	55.8	2.7	15.0	4.1	0.0
	5～19人	(127)	37.8	6.3	79.5	13.4	11.8	18.9	0.0	11.8	22.0	29.1	49.6	11.8	21.3	3.1	0.0
	20～49人	(38)	36.8	2.6	78.9	2.6	7.9	18.4	0.0	5.3	18.4	28.9	50.0	13.2	31.6	10.5	0.0
	50人以上	(32)	43.8	21.9	75.0	15.6	18.8	21.9	0.0	15.6	18.8	31.3	46.9	21.9	21.9	12.5	0.0
創業年別	昭和19年以前	(34)	38.2	5.9	73.5	8.8	5.9	20.6	2.9	0.0	35.3	41.2	44.1	8.8	23.5	2.9	0.0
	昭和20年・30年代	(74)	28.4	2.7	82.4	5.4	4.1	13.5	0.0	1.4	16.2	17.6	50.0	5.4	13.5	5.4	0.0
	昭和40年・50年代	(82)	31.7	8.5	76.8	7.3	6.1	13.4	0.0	8.5	17.1	24.4	53.7	8.5	14.6	7.3	0.0
	昭和60年～平成15年	(94)	30.9	8.5	76.6	8.5	19.1	13.8	1.1	11.7	21.3	27.7	48.9	9.6	20.2	9.6	0.0
	平成16年～平成25年	(78)	42.3	9.0	78.2	11.5	15.4	14.1	3.8	6.4	21.8	33.3	53.8	10.3	29.5	1.3	0.0
	平成26年以降	(64)	46.9	3.1	81.3	17.2	25.0	29.7	0.0	20.3	15.6	25.0	54.7	3.1	17.2	3.1	0.0

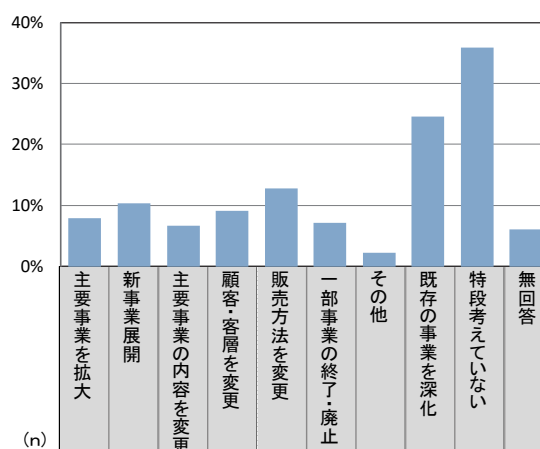
問5 事業環境の変化に対応するため、事業を見直し・変更した、もしくは今後実施する予定はありますか。(当てはまるものすべてに○)

- 事業を見直し・変更した、もしくは今後実施する予定は、「特段考えていない」(35.9%)が最も高く、「既存の事業を深化」(24.6%)、「販売方法を変更」(12.8%)の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」は「新事業展開」(40.0%)が最も高く、他の業種に比べて「主要事業を拡大」(20.0%)、「新事業展開」(40.0%)、「販売方法を変更」(26.7%)、「その他」(6.7%)が高い。「専門・技術サービス業」は「既存の事業を深化」(26.1%)が最も高く、他の業種に比べて「顧客・客層を変更」(15.2%)が高い。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど「販売方法を変更」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『平成26年以降』と回答した事業者は「既存の事業を深化」が最も高い。
- 新型コロナウイルス感染症の影響別にみると、他の影響に比べて「プラスの影響」と回答した事業者は「主要事業を拡大」(22.7%)、「新事業展開」(18.2%)、「その他」(4.5%)、「既存の事業を深化」(36.4%)が高い。

事業を見直し・変更した、もしくは今後実施する予定



事業を見直し・変更した、もしくは今後実施する予定  
(業種別、従業者規模別、創業年別、新型コロナウイルス感染症の影響別)



全体		(601)	7.8	10.3	6.7	9.2	12.8	7.2	2.2	24.6	35.9	6.0
業 種 別	建設業	(20)	10.0	0.0	5.0	10.0	0.0	5.0	0.0	25.0	40.0	10.0
	製造業	(15)	20.0	40.0	6.7	6.7	26.7	6.7	6.7	20.0	13.3	0.0
	専門・技術サービス業	(46)	15.2	19.6	8.7	15.2	13.0	6.5	2.2	26.1	19.6	6.5
	卸売業、小売業	(187)	6.4	9.6	9.1	7.5	18.2	11.2	1.6	24.6	34.8	5.9
	不動産業、物品賃貸業	(74)	6.8	5.4	2.7	5.4	8.1	1.4	1.4	21.6	52.7	5.4
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	3.9	9.7	4.9	7.8	13.6	3.9	2.9	26.2	35.9	5.8
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	11.1	7.4	3.7	11.1	7.4	9.3	3.7	25.9	31.5	5.6
	医療・福祉	(53)	5.7	9.4	9.4	15.1	13.2	11.3	1.9	32.1	35.8	1.9
	その他	(44)	11.4	13.6	6.8	11.4	4.5	0.0	2.3	15.9	38.6	13.6
	その他	(44)	11.4	13.6	6.8	11.4	4.5	0.0	2.3	15.9	38.6	13.6
従 業 者 規 模 別	1人	(118)	7.6	10.2	6.8	9.3	11.0	7.6	1.7	20.3	39.8	6.8
	2～4人	(194)	6.2	7.2	6.7	8.8	11.9	5.2	1.0	22.7	40.7	6.2
	5～19人	(175)	7.4	10.9	6.3	8.6	12.6	6.3	3.4	30.3	32.6	5.7
	20～49人	(52)	11.5	15.4	5.8	11.5	13.5	11.5	3.8	25.0	25.0	7.7
	50人以上	(44)	13.6	20.5	9.1	6.8	20.5	13.6	2.3	29.5	22.7	2.3
創 業 年 別	昭和19年以前	(47)	10.6	10.6	4.3	10.6	10.6	12.8	4.3	12.8	36.2	8.5
	昭和20年・30年代	(100)	3.0	4.0	5.0	1.0	5.0	8.0	4.0	19.0	52.0	6.0
	昭和40年・50年代	(116)	3.4	8.6	6.0	7.8	10.3	4.3	0.9	26.7	37.1	7.8
	昭和60年～平成15年	(118)	5.1	8.5	10.2	11.0	13.6	7.6	2.5	21.2	42.4	1.7
	平成16年～平成25年	(106)	12.3	15.1	6.6	14.2	18.9	7.5	0.9	31.1	22.6	8.5
	平成26年以降	(106)	15.1	16.0	5.7	11.3	17.9	6.6	1.9	29.2	25.5	4.7
影 響 別 新 型 コ ロ ナ の	マイナスの影響	(432)	7.4	10.4	8.6	11.3	15.7	8.3	2.8	26.2	31.5	4.9
	プラスの影響	(22)	22.7	18.2	0.0	4.5	4.5	0.0	4.5	36.4	36.4	0.0
	影響はない	(72)	8.3	8.3	1.4	2.8	2.8	4.2	0.0	16.7	62.5	1.4
	わからない	(60)	6.7	11.7	3.3	5.0	8.3	6.7	0.0	21.7	40.0	8.3

問5で、「主要事業を拡大」「新事業展開」「主要事業の内容を変更」「顧客・客層を変更」「販売方法を変更」「一部事業の終了・廃止」「その他」と回答した方にお聞きします。

問5—1 見直し・変更したもしくは今後実施を考えられている内容を簡単にお書きください。

**【建設業】**

- ・ 新規顧客の受け入れ、社員を増やす。
- ・ 今まで、新築を多く受注していたが、改修工事が主流になっている。
- ・ 人を採用して一般客を増やしたい。

**【製造業】**

- ・ 主力商品である化粧品、シャンプーの他、健康食品を商品化、販売予定。ネット販売の拡充を計っている。新たな流通経路を開拓している。
- ・ 提案型ビジネスになるように、周年事業、イベント企画、提案、運営。酒販免許も取得し、ECサイトでの事業を模索。また、ブランディングツールを押し出すことで周年事業など一貫しての企業の応援事業を推進。
- ・ 今までと違う方向も検討したりしている。
- ・ 委託製作のみを行ってきたが、オリジナル商品の製作を開始。
- ・ 既存設備でできる新しい製品作り。
- ・ 営業日を減らし、通販を増やしていく予定。

**【専門・技術サービス業】**

- ・ 既存顧客のみでなく新たな顧客開拓に力を入れている。
- ・ 事業メニューの追加。
- ・ 受託業務を増やす。
- ・ 人材のみならず物販へも力を入れていく。
- ・ 内装設計業だが、家具販売を拡大中。さらに施工請負までリスクをとる。
- ・ 訪問美容への参入を行う。顧客の年齢を絞っていく予定。
- ・ 病院・施設などへの人材を紹介。
- ・ 家でケアできる商品を多くすること。
- ・ オンラインショップに力を入れるため、オリジナル商品の開発。
- ・ Web 面談の積極活用による営業活動等の効率化。
- ・ 店舗内の設置椅子を減らした。

**【卸売業、小売業】**

- ・ EC、自社サイトへの送客へ注力。
- ・ EC サイト構築によるインターネット販売・出張着付けサービスの拡大・きものお手入メンテナンス事業の展開。
- ・ EC 強化。 【1】
- ・ EC 強化と品揃えの変更。
- ・ EC 他、SNS の活用を考えている。
- ・ NET 通販に重点を置いた。 【1】
- ・ SNS の強化、取扱商品の変更。 【1】
- ・ オンラインショップを開始した。 【4】
- ・ ネット販売を始める 不動産業を始める。

- ・ ネット集客ビジネス。
- ・ ネット販売の強化 オリジナル商品の販路拡大。コロナ禍で中止していた企画展や展示の再開や商品の質の向上等を行い、ターゲット層を変え、客単価を上げる。
- ・ 各組織への参入により事業拡大を図る。
- ・ 小売業が基本（スーパー）だが、新規事業としてネットスーパー、サテライトなど新しい試みを少しずつ行なっている。
- ・ コロナの影響で多くの人の消費のスタイルがオンラインへの依存度を高めていることに危機感を持っている。自分の店だけでもオンラインに依存しない生の生活の豊かさを大切にしたいと考えるようになった。品揃え、値付け、陳列などに工夫している。
- ・ コロナ以前よりオンライン販売に力を入れている。
- ・ シーズン毎のセールを廃止。生産を大幅減産。
- ・ 商圏が日本全国だったが、人の往来が減少し、地域密着型へ集客方法を変更した。
- ・ 通販サイトを活用し、販路の拡充につとめようと思っている。現在、その準備をしている。
- ・ 店舗を閉鎖し、工場内に事務所を移動、業務展開。学校給食用米の販売と、貸店舗を含む不動産業。
- ・ 販売項目の中止。
- ・ 販売価格をできるだけ下げ、セールの回数を増やす、イベントをやるなどしている。
- ・ メニュー変更。
- ・ 化粧品小売業だけでは売上減少のため、新規エステ事業を始めて、新規顧客の来店をねらう。
- ・ 現金仕入れ中止。
- ・ 現在利用しているネット通販とは別に、商品に対してその価値を理解してもらえぬ顧客や、国内に色々な販路を持つ通販サイトと提携して、効率良く全国に販路を拡大していく。
- ・ 若者をターゲット層としての商品構成。
- ・ 取引先の見直し、取扱ブランドの見直し等。
- ・ 商品の店内飲食を不可にし、テイクアウトのみとした。
- ・ 商品の品ぞろえ減少。
- ・ 新規品種の展開、既存商品の減少。
- ・ 新商品の開発。
- ・ M&A 【2】
- ・ 宅配業者の見直しにより支出減少。営業時間の見直し。
- ・ 低価格への変行。
- ・ 店舗売り上げの減少が激しく、通販、外商に力をそそぐ。
- ・ 販売方法の変更 製造見直し等。
- 【不動産業、物品賃貸業】
- ・ 物件を増やす。
- ・ 不動産業の深化としても、動画や出版など、知的財産コンテンツ事業を立ち上げ。
- ・ 製造販売部門では、販売所を新設して強化を図った。不動産賃貸部門では、募集条件を下げてフリーレント制等取り入れた。
- ・ 仲介だけでなく建築営業を始めた。
- ・ 飲食業の方で営業時間の変更、テイクアウトなど。
- ・ よりいっそうネット、オンラインの重視、活用。

- ・ 来店方の店舗販売のため、ホームページを新たに更新することにして、EC サイトへの参入も検討している。
- ・ 新事業を模索中。

#### 【宿泊業、飲食サービス業】

- ・ デリバリー、通販・イベント等で増客したい。
- ・ 店舗を増やし、異なる客層をとらえる事で、リスクを分散させる。
- ・ 飲食営業だけでなくテイクアウト商品にも力を入れた。今後の売上（来店数）しだいで、他業種への変更や新店立上げや、逆に移店や事業規模の縮小も考えている。
- ・ 飲食業で持ち帰りの商品の販売を考えている。
- ・ 吉祥寺に当ホテルチェーンの新たなホテルを出店し、吉祥寺エリアでの企業価値を高める。
- ・ テイクアウト・デリバリーメニューの充実化。
- ・ デリバリー（飲食）に力を入れる。
- ・ テイクアウトをはじめた。 【4】
- ・ 夜間のみ営業のレストラン。緊急事態宣言中、昼間にテイクアウトの販売をした。営業時間も30分早くする。仕入原価が上がったため9月より値上げする予定。
- ・ 中華・カレーでの飲食形態を一新し、土地に合ったもので売上増を目指したい。
- ・ デリバリー、テイクアウトの強化。
- ・ 店内販売の他、テイクアウト商品を増やした。
- ・ ディナーのみの営業17～24時→ランチタイム12～15時、ディナータイム17～22時に切り換えテイクアウトの焼き菓子販売も始めた。今後、アラカルトのみをコースのみに変えていける様にして客単価を安定、尚お客様にも伝わりやすい様にしていきたい。
- ・ テイクアウト用の商品を委託販売できないかを考えている。
- ・ インターネットによる販売促進。
- ・ 店舗改装し、コロナ換気に対応できる様にし、夜の営業時間を延ばす。
- ・ 商業地への出店。
- ・ 営業コストのスリム化により売上減でも利益増の構図をつくり出すことができた。
- ・ 大人数、団体のお客様をターゲットとしてきたが、2名や1名などのお客様に向けたメニュー開発。
- ・ 客単価の見直し、人件費削減。
- ・ ランチタイムのメニューの品を充実化し、若者や家族連れでも入りやすい入口にリニューアルした。
- ・ 業務内容を大幅に見直し、客単価を上げる工夫や店舗の規模の縮小を検討している。
- ・ 事業の廃業。

#### 【生活関連サービス業、娯楽業】

- ・ 予約を受け出張施術をしていたが、客の増加で固定店舗を持って1年になる。益々客が増えているので席数を増やすことも考えている。
- ・ オンライン化を強化。
- ・ CAFE 事業進出。
- ・ クライアントから個人層までを考えた事業展開をする。
- ・ パソコン講座からスマホ講座に変更。
- ・ ニーズに合せた商品プラン及び低価格を前面に提案をしている。



- ・ 客様減少のため単価を上げる。
- ・ 他店との差別化、ターゲットを大人世代から若年世代も意識する。
- ・ メニュー内容の見直し、客層の変更。
- ・ 事業所を増やす。
- ・ 店舗移店。
- ・ 需要にあわせて事業の縮小。
- ・ 店舗数の減少。 【1】

#### 【医療、福祉】

- ・ 施設の受入人数を増やした。
- ・ 店舗の増加を検討して、主要事業の安定化を目指す。
- ・ 健康の概念を広く広報すべく、健康をテーマにしたレンタルスタジオ事業を始めた。
- ・ 施術内容の変更・料金体系の見直し。
- ・ レンタルしていたダンススタジオのオーナーからコロナで経営悪化した為、居抜きでスタジオを借りてほしいとの話しがあった。スタジオは収益を見込めるので、市のコロナ対策融資あっせん制度を利用して借りた。コロナで新プログラム利用者数は少ないが、新事業への展開ができた。
- ・ EC 販売を行う。
- ・ 内科を休止（従来の方のみ）。肛門科、乳腺科に特化。
- ・ 顧客設定の見直し。
- ・ 単価 UP により客層の変更というよりは変化があった。
- ・ 新たな販売方法を始めた。
- ・ 新規顧客獲得のため広告や SNS の活用を始めた。サブスクリプションを提供することにした。
- ・ これまでは主に対面対応だったが、オンライン対応を開始した。 【1】
- ・ 現在 3 事業所あるものを、2 事業所に縮小するか否か検討中。
- ・ 営業時間の変更。

#### 【その他】

- ・ 配送エリアの見直し。
- ・ 事業分野の拡大を図っている。
- ・ 新規事業を展開。 【2】
- ・ 運輸業で運賃値上げを検討している。
- ・ インターネットを活用した販促、オンライン予約システムの導入。
- ・ 広告はインターネットに頼っているので、Google 担当者にカウンセリングを受けて、アドバイス内容改善をしている。
- ・ モノを販売するだけではなく価値を販売できるような体制づくり。
- ・ 海外ボランティア体験事業は休止。その間、国内の学習支援事業のみ継続。
- ・ 研修事業の積極的開拓、新たな顧客へダイレクトメール送付、Zoom 研修の増加。
- ・ 城内エリア進出。
- ・ 採算性を重視。
- ・ 10 代～50 代客を獲得するため、技術・設備の改善を考えている。

※誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

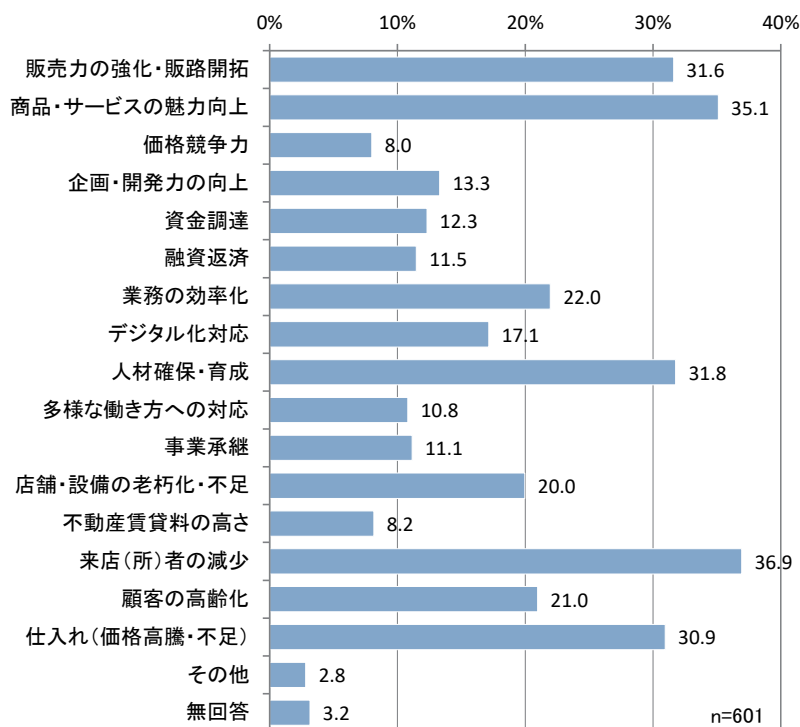
※【 】内は、同一意見数。

## ウ 事業所の課題

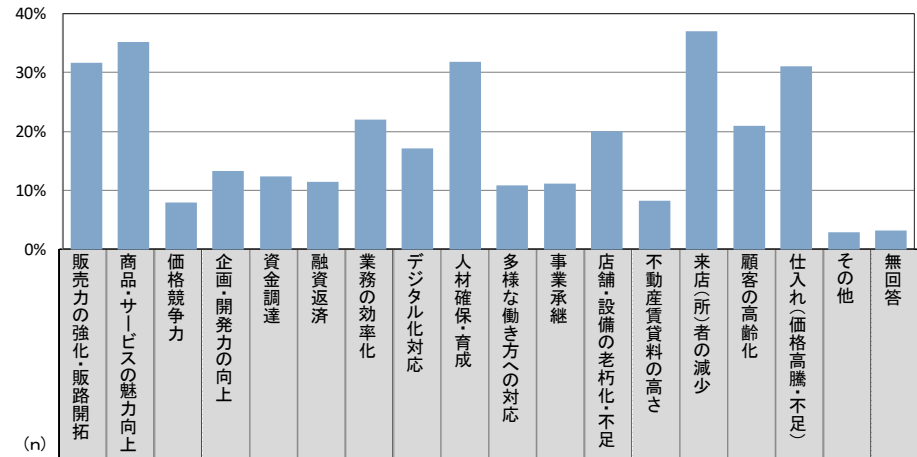
問6 経営上の課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 経営上の課題は、「来店(所)者の減少」(36.9%)が最も高く、「商品・サービスの魅力向上」(35.1%)、「人材確保・育成」(31.8%)の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」(75.0%)と「宿泊業, 飲食サービス業」(56.3%)は「仕入れ(価格高騰・不足)」が最も高く、「建設業」は7割台半ばを占める。他の業種に比べて「製造業」は「商品・サービスの魅力向上」(60.0%)が高い。「建設業」(40.0%)、「製造業」(53.3%)、「生活関連サービス業, 娯楽業」(40.7%)、「医療, 福祉」(54.7%)は「人材確保・育成」が4割以上である。
- 従業者規模別にみると、『5人以上』と回答した事業者は「人材確保・育成」が最も高い。『20人以上』と回答した事業者は「商品・サービスの魅力向上」が5割以上を占める。従業者規模が大きくなるほど「デジタル化対応」、「人材確保・育成」、「多様な働き方への対応」が高くなる傾向がみられ、従業者規模が小さくなるほど「仕入れ(価格高騰・不足)」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和19年以前」(34.0%)と回答した事業者と「平成26年以降」(45.3%)と回答した事業者は「商品・サービスの魅力向上」が最も高い。『平成16年以降』と回答した事業者は「販売力の強化・販路開拓」が4割以上である。

経営上の課題



経営上の課題（業種別、従業者規模別、創業年別）



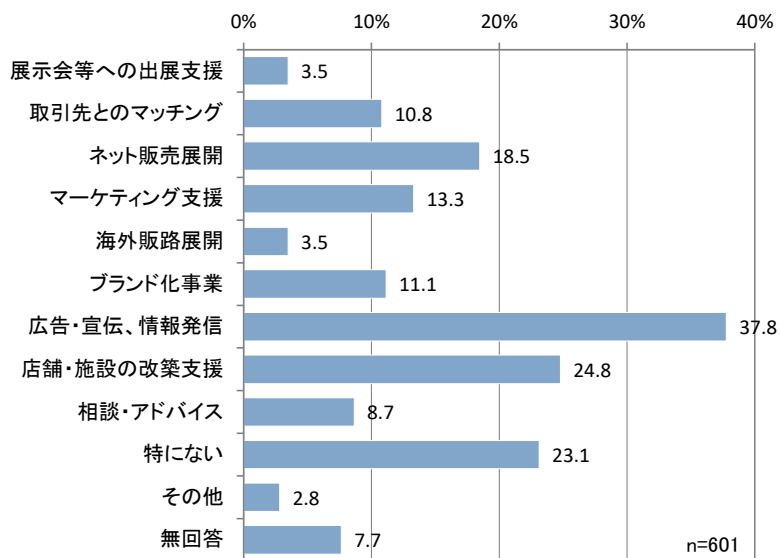
全体		(601)	31.6	35.1	8.0	13.3	12.3	11.5	22.0	17.1	31.8	10.8	11.1	20.0	8.2	36.9	21.0	30.9	2.8	3.2
業種別	建設業	(20)	25.0	25.0	15.0	10.0	10.0	5.0	30.0	15.0	40.0	10.0	20.0	5.0	5.0	0.0	20.0	75.0	0.0	5.0
	製造業	(15)	53.3	60.0	6.7	40.0	20.0	6.7	6.7	20.0	53.3	6.7	20.0	0.0	6.7	0.0	6.7	46.7	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(46)	37.0	41.3	4.3	17.4	15.2	15.2	21.7	13.0	30.4	13.0	17.4	6.5	8.7	26.1	28.3	6.5	2.2	2.2
	卸売業、小売業	(187)	44.9	39.6	11.2	12.8	13.9	12.3	18.2	15.0	25.7	11.2	5.3	18.2	11.2	46.5	25.1	38.0	2.1	2.1
	不動産業、物品賃貸業	(74)	23.0	16.2	6.8	10.8	5.4	5.4	17.6	10.8	20.3	6.8	24.3	31.1	6.8	24.3	8.1	9.5	6.8	8.1
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	22.3	40.8	8.7	13.6	10.7	12.6	23.3	9.7	33.0	2.9	12.6	26.2	4.9	49.5	21.4	56.3	3.9	1.0
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	18.5	29.6	1.9	11.1	16.7	14.8	25.9	16.7	40.7	13.0	5.6	29.6	13.0	33.3	20.4	9.3	1.9	3.7
	医療、福祉	(53)	18.9	30.2	3.8	9.4	9.4	15.1	28.3	39.6	54.7	13.2	5.7	18.9	3.8	39.6	22.6	22.6	1.9	1.9
	その他	(44)	31.8	36.4	6.8	15.9	15.9	9.1	29.5	34.1	25.0	27.3	11.4	11.4	4.5	29.5	20.5	18.2	2.3	4.5
従業者規模別	1人	(118)	28.8	35.6	5.9	5.9	13.6	11.0	16.1	9.3	7.6	3.4	4.2	22.9	10.2	39.8	29.7	37.3	6.8	2.5
	2～4人	(194)	29.9	30.4	11.9	13.9	12.9	11.3	16.5	16.5	19.1	5.2	14.4	24.2	10.3	41.2	22.7	34.0	2.1	3.6
	5～19人	(175)	33.1	32.6	6.9	12.6	12.0	14.9	25.7	18.3	48.0	13.1	14.3	16.0	6.3	36.6	15.4	28.6	2.3	3.4
	20～49人	(52)	40.4	53.8	5.8	26.9	13.5	7.7	25.0	25.0	61.5	21.2	9.6	15.4	7.7	26.9	19.2	26.9	0.0	0.0
	50人以上	(44)	36.4	50.0	6.8	18.2	4.5	4.5	45.5	27.3	63.6	31.8	2.3	15.9	2.3	20.5	11.4	15.9	2.3	0.0
創業年別	昭和19年以前	(47)	29.8	34.0	6.4	17.0	6.4	8.5	19.1	17.0	25.5	14.9	14.9	12.8	4.3	27.7	21.3	25.5	0.0	8.5
	昭和20年・30年代	(100)	24.0	29.0	12.0	6.0	8.0	6.0	20.0	14.0	27.0	10.0	17.0	27.0	3.0	38.0	35.0	28.0	2.0	5.0
	昭和40年・50年代	(116)	26.7	36.2	9.5	11.2	7.8	10.3	20.7	12.9	26.7	9.5	19.8	25.0	5.2	38.8	21.6	34.5	5.2	3.4
	昭和60年～平成15年	(118)	23.7	27.1	7.6	14.4	15.3	14.4	17.8	17.8	33.9	9.3	9.3	26.3	11.9	40.7	25.4	32.2	3.4	2.5
	平成16年～平成25年	(106)	43.4	37.7	3.8	10.4	16.0	14.2	20.8	17.9	42.5	12.3	7.5	15.1	12.3	36.8	11.3	32.1	1.9	1.9
	平成26年以降	(106)	42.5	45.3	8.5	23.6	17.9	14.2	31.1	23.6	33.0	12.3	0.9	7.5	9.4	33.0	12.3	30.2	2.8	0.0

## エ 販売・販路拡大

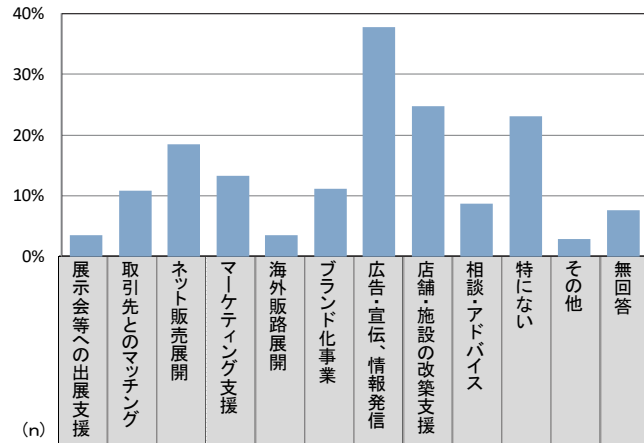
問7 販売を拡大するために必要な支援策は、次のどれに該当しますか。（当てはまるものすべてに○）

- 販売を拡大するために必要な支援策は、「広告・宣伝、情報発信」（37.8%）が最も高く、「店舗・施設の改築支援」（24.8%）、「ネット販売展開」（18.5%）の順で続く。
- 業種別にみると、「専門・技術サービス業」は「取引先とのマッチング」（32.6%）が、「卸売業、小売業」は「ネット販売展開」（32.1%）が、「宿泊業、飲食サービス業」は「店舗・施設の改築支援」（31.1%）が3割以上である。他の業種に比べて「生活関連サービス業、娯楽業」は「広告・宣伝、情報発信」（53.7%）が高い。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「20～49人」と回答した事業者は「ネット販売展開」（26.9%）、「マーケティング支援」（28.8%）、「広告・宣伝、情報発信」（51.9%）が高い。『2人以上』では、従業者規模が大きくなるほど「広告・宣伝、情報発信」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『昭和39年以前』と回答した事業者は「広告・宣伝、情報発信」と「店舗・施設の改築支援」が最も高い。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「広告・宣伝、情報発信」（52.8%）が高く、5割強を占める。

販売を拡大するために必要な支援策



販売を拡大するために必要な支援策（業種別、従業者規模別、創業年別）



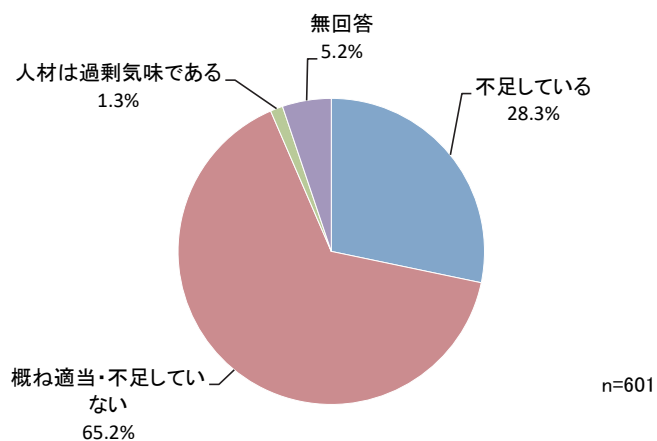
全体		(601)	3.5	10.8	18.5	13.3	3.5	11.1	37.8	24.8	8.7	23.1	2.8	7.7
業種別	建設業	(20)	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	5.0	20.0	50.0	0.0	5.0
	製造業	(15)	0.0	33.3	33.3	26.7	13.3	26.7	33.3	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(46)	4.3	32.6	17.4	23.9	2.2	21.7	37.0	13.0	13.0	15.2	0.0	8.7
	卸売業、小売業	(187)	6.4	9.6	32.1	15.5	5.9	10.2	43.3	29.9	8.0	19.8	3.2	6.4
	不動産業、物品賃貸業	(74)	0.0	2.7	10.8	6.8	0.0	6.8	25.7	25.7	8.1	28.4	0.0	13.5
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	0.0	5.8	11.7	9.7	2.9	7.8	35.0	31.1	3.9	23.3	6.8	4.9
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	1.9	3.7	11.1	13.0	3.7	16.7	53.7	25.9	9.3	16.7	1.9	9.3
	医療・福祉	(53)	3.8	7.5	15.1	13.2	0.0	11.3	43.4	24.5	11.3	28.3	1.9	3.8
	その他	(44)	6.8	25.0	9.1	11.4	4.5	9.1	25.0	11.4	13.6	25.0	4.5	15.9
従業者規模別	1人	(118)	3.4	11.0	13.6	9.3	1.7	8.5	29.7	20.3	6.8	30.5	3.4	9.3
	2～4人	(194)	4.1	10.3	19.6	9.8	3.6	8.2	36.6	27.3	9.3	22.7	4.1	8.8
	5～19人	(175)	4.0	7.4	18.3	14.3	4.6	13.1	41.7	22.3	7.4	24.0	2.3	3.4
	20～49人	(52)	1.9	13.5	26.9	28.8	0.0	15.4	51.9	26.9	9.6	13.5	0.0	7.7
	50人以上	(44)	2.3	25.0	22.7	15.9	6.8	20.5	38.6	36.4	18.2	11.4	2.3	4.5
創業年別	昭和19年以前	(47)	2.1	4.3	10.6	2.1	0.0	10.6	25.5	25.5	10.6	23.4	0.0	14.9
	昭和20年・30年代	(100)	4.0	11.0	11.0	11.0	2.0	9.0	22.0	22.0	6.0	32.0	4.0	9.0
	昭和40年・50年代	(116)	2.6	9.5	21.6	12.9	1.7	8.6	37.9	24.1	9.5	22.4	2.6	10.3
	昭和60年～平成15年	(118)	3.4	9.3	14.4	7.6	5.1	7.6	37.3	28.0	7.6	28.8	3.4	5.9
	平成16年～平成25年	(106)	3.8	14.2	19.8	17.0	7.5	15.1	42.5	22.6	5.7	18.9	2.8	3.8
	平成26年以降	(106)	4.7	13.2	29.2	23.6	2.8	16.0	52.8	25.5	14.2	15.1	2.8	4.7

## オ 人材の確保・育成

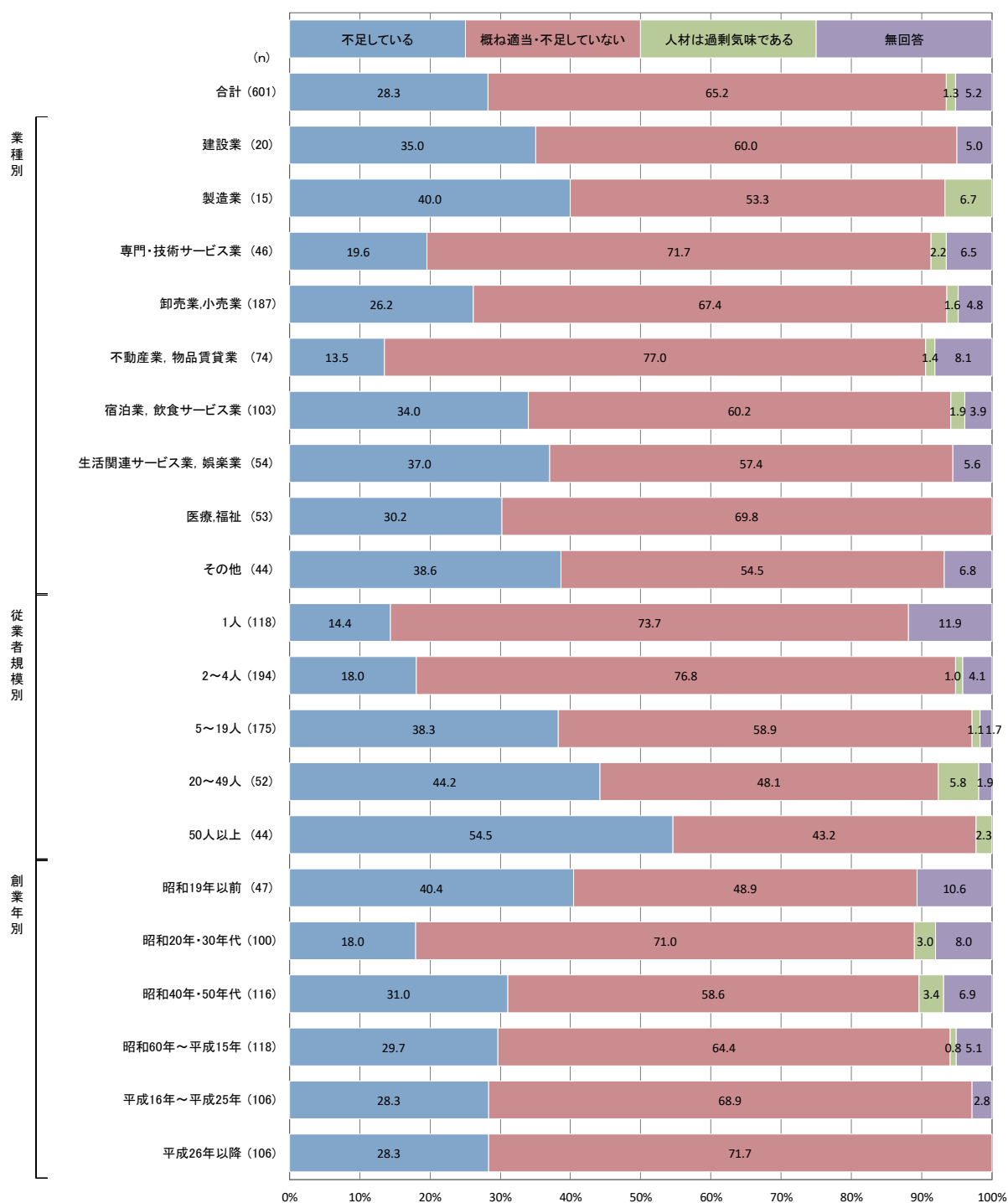
問8 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(65.2%)が6割台半ばである。
- 業種別にみると、「製造業」は「不足している」(40.0%)が4割である。
- 従業者規模別にみると、「50人以上」と回答した事業者は「不足している」(54.5%)が最も高い。従業者規模が大きくなるほど「不足している」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和19年以前」と回答した事業者は「不足している」(40.4%)が約4割である。

人材確保状況



人材確保状況（業種別、従業者規模別、創業年別）

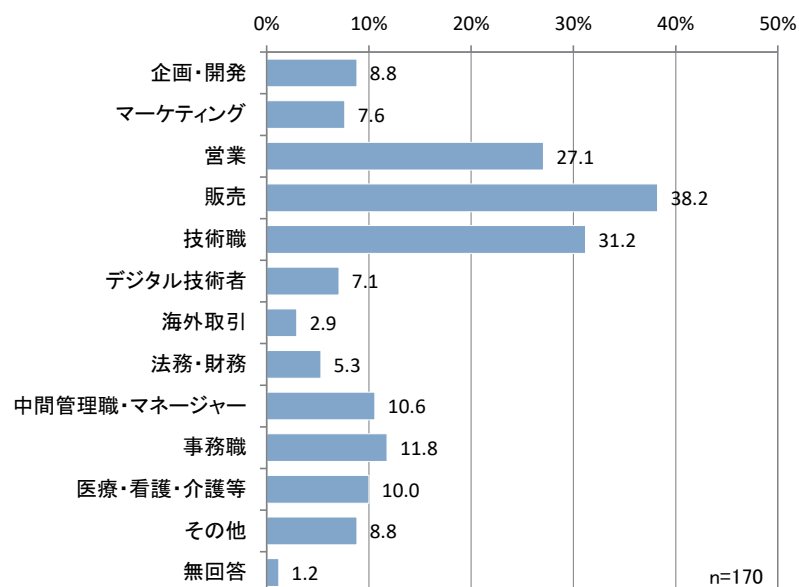


問8で、「不足している」と回答された方にお聞きます。

問8－1 不足している人材の職種は、何ですか。（当てはまるものすべてに○）

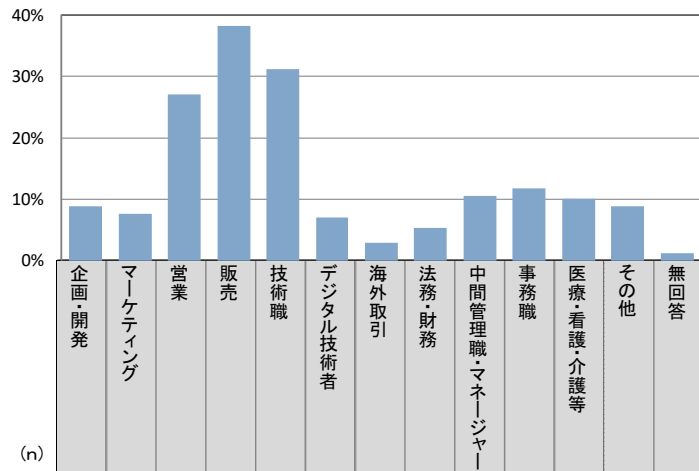
- 不足している人材の職種は、「販売」(38.2%)が最も高く、「技術職」(31.2%)、「営業」(27.1%)の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「製造業」は「企画・開発」(50.0%)、「マーケティング」(16.7%)、「海外取引」(16.7%)、「中間管理職・マネージャー」(50.0%)が高い。「不動産業、物品賃貸業」は「デジタル技術者」(30.0%)が3割である。
- 従業者規模別にみると、『4人以下』と回答した事業者は「営業」が3割以上である。他の従業者規模に比べて「2～4人」と回答した事業者は「技術職」(40.0%)が、「20～49人」と回答した事業者は「販売」(52.2%)が高い。
- 創業年別にみると、『昭和59年以前』と回答した事業者は「営業」が3割以上である。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「企画・開発」(20.0%)、「海外取引」(6.7%)、「その他」(16.7%)が高い。

不足している人材の職種





不足している人材の職種（業種別、従業者規模別、創業年別）



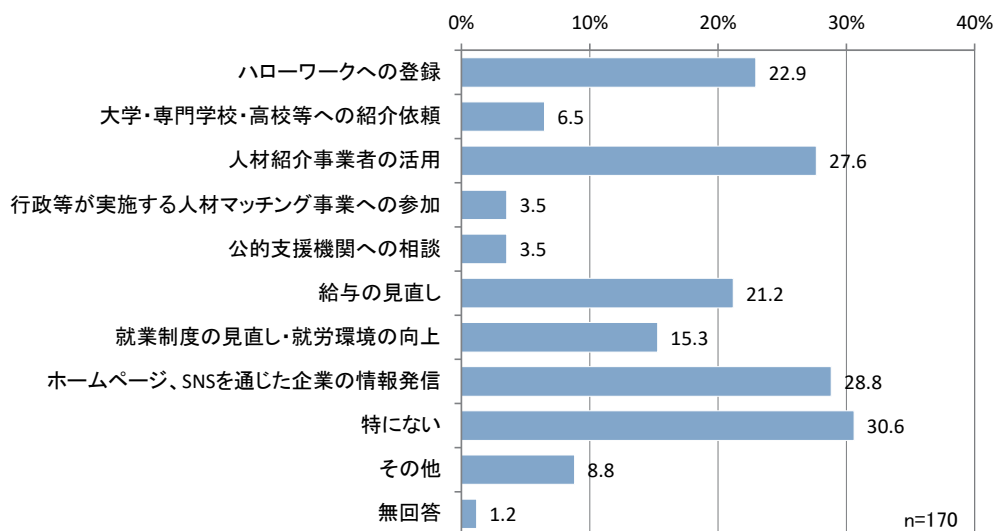
全体		(170)	8.8	7.6	27.1	38.2	31.2	7.1	2.9	5.3	10.6	11.8	10.0	8.8	1.2
業 種 別	建設業	(7)	0.0	0.0	14.3	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0
	製造業	(6)	50.0	16.7	33.3	16.7	50.0	0.0	16.7	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(9)	0.0	0.0	22.2	22.2	66.7	11.1	0.0	11.1	11.1	11.1	11.1	22.2	0.0
	卸売業,小売業	(49)	10.2	14.3	22.4	81.6	14.3	10.2	2.0	4.1	8.2	8.2	0.0	4.1	2.0
	不動産業, 物品賃貸業	(10)	0.0	0.0	80.0	20.0	20.0	30.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
	宿泊業, 飲食サービス業	(35)	8.6	5.7	28.6	37.1	42.9	2.9	2.9	0.0	8.6	11.4	0.0	14.3	0.0
	生活関連サービス業, 娯楽業	(20)	5.0	5.0	20.0	15.0	35.0	0.0	5.0	10.0	15.0	15.0	5.0	15.0	0.0
	医療,福祉	(16)	0.0	0.0	6.3	6.3	12.5	0.0	0.0	6.3	18.8	18.8	93.8	0.0	0.0
	その他	(17)	17.6	11.8	41.2	11.8	23.5	11.8	5.9	11.8	0.0	23.5	0.0	11.8	5.9
従 業 者 規 模 別	1人	(17)	17.6	0.0	35.3	17.6	29.4	11.8	0.0	5.9	5.9	5.9	11.8	5.9	5.9
	2～4人	(35)	14.3	14.3	34.3	37.1	40.0	17.1	0.0	5.7	0.0	11.4	2.9	5.7	2.9
	5～19人	(67)	7.5	6.0	25.4	35.8	37.3	1.5	6.0	6.0	13.4	13.4	10.4	10.4	0.0
	20～49人	(23)	8.7	13.0	21.7	52.2	21.7	4.3	0.0	0.0	13.0	8.7	8.7	8.7	0.0
	50人以上	(24)	0.0	4.2	25.0	45.8	8.3	8.3	4.2	8.3	20.8	16.7	20.8	12.5	0.0
創 業 年 別	昭和19年以前	(19)	0.0	0.0	36.8	31.6	21.1	10.5	0.0	0.0	5.3	5.3	10.5	10.5	5.3
	昭和20年・30年代	(18)	11.1	11.1	44.4	44.4	33.3	11.1	5.6	5.6	16.7	16.7	5.6	0.0	0.0
	昭和40年・50年代	(36)	2.8	8.3	30.6	47.2	27.8	8.3	2.8	2.8	11.1	11.1	5.6	11.1	0.0
	昭和60年～平成15年	(35)	8.6	5.7	22.9	31.4	40.0	2.9	2.9	8.6	14.3	17.1	11.4	5.7	2.9
	平成16年～平成25年	(30)	10.0	10.0	20.0	46.7	26.7	6.7	0.0	6.7	6.7	10.0	16.7	6.7	0.0
	平成26年以降	(30)	20.0	10.0	20.0	30.0	30.0	6.7	6.7	6.7	10.0	10.0	10.0	16.7	0.0

問8で、「不足している」と回答された方にお聞きます。

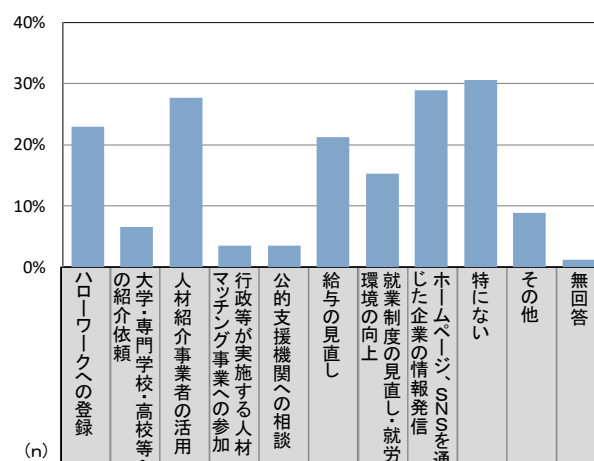
問8-2 現在、人材確保に向けて、すでに取り組んでいることがありますか。(当てはまるものすべてに○)

- 人材確保の取り組み状況は、「ホームページ、SNSを通じた企業の情報発信」(28.8%)が最も高く、「人材紹介事業者の活用」(27.6%)、「ハローワークへの登録」(22.9%)の順で続く。「特にない」(30.6%)は約3割である。
- 業種別にみると、「建設業」(71.4%)と「製造業」(66.7%)は「ハローワークへの登録」が6割以上である。「専門・技術サービス業」(44.4%)、「宿泊業、飲食サービス業」(25.7%)は「給与の見直し」が最も高い。他の業種に比べて「医療、福祉」は「大学・専門学校・高校等への紹介依頼」(18.8%)、「人材紹介事業者の活用」(56.3%)、「行政等が実施する人材マッチング事業への参加」(12.5%)が高い。
- 従業員規模別にみると、『20人以上』と回答した事業者は「ハローワークへの登録」と「給与の見直し」が3割以上、「人材紹介事業者の活用」が4割以上を占める。従業員規模が大きくなるほど「就業制度の見直し・就労環境の向上」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『昭和39年以前』と回答した事業者は「人材紹介事業者の活用」が3割以上である。他の創業年に比べて「昭和60年～平成15年」と回答した事業者は「ホームページ、SNSを通じた企業の情報発信」(40.0%)が高い。

人材確保の取り組み状況



人材確保の取り組み状況（業種別、従業者規模別、創業年別）



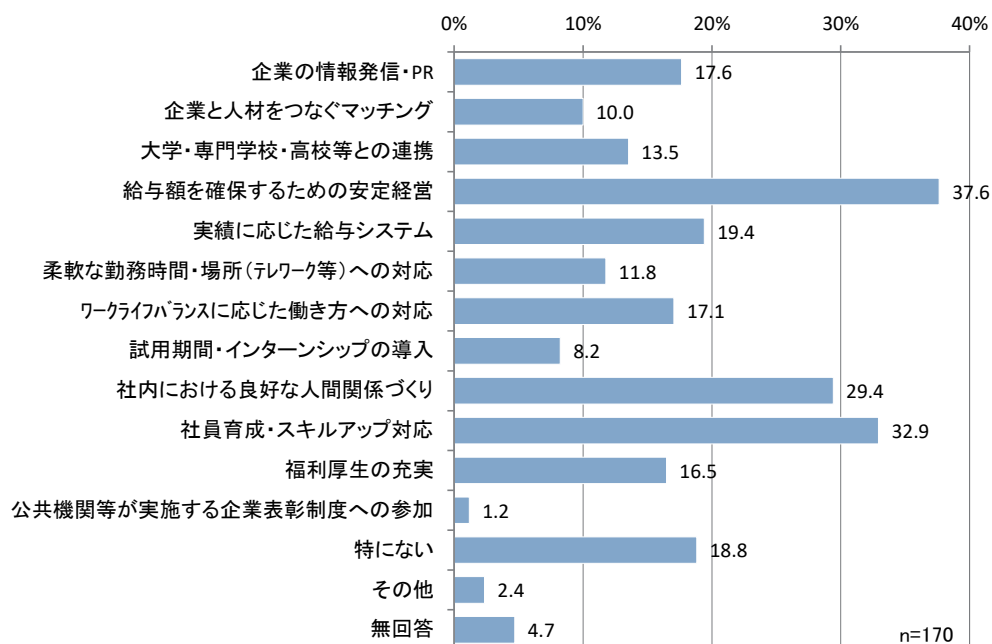
全体		(170)	22.9	6.5	27.6	3.5	3.5	21.2	15.3	28.8	30.6	8.8	1.2
業種別	建設業	(7)	71.4	0.0	0.0	0.0	14.3	14.3	14.3	28.6	28.6	0.0	0.0
	製造業	(6)	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0	16.7	33.3	33.3	0.0	16.7	0.0
	専門・技術サービス業	(9)	11.1	0.0	22.2	11.1	11.1	44.4	22.2	11.1	33.3	11.1	0.0
	卸売業、小売業	(49)	16.3	6.1	26.5	4.1	6.1	18.4	12.2	36.7	36.7	6.1	0.0
	不動産業、物品賃貸業	(10)	20.0	0.0	20.0	0.0	0.0	30.0	0.0	30.0	30.0	0.0	10.0
	宿泊業、飲食サービス業	(35)	17.1	5.7	20.0	2.9	0.0	25.7	11.4	20.0	22.9	20.0	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	(20)	15.0	5.0	50.0	0.0	0.0	20.0	30.0	35.0	25.0	0.0	0.0
	医療、福祉	(16)	50.0	18.8	56.3	12.5	6.3	31.3	18.8	31.3	25.0	12.5	0.0
	その他	(17)	11.8	11.8	17.6	0.0	0.0	0.0	5.9	23.5	52.9	5.9	5.9
従業者規模別	1人	(17)	11.8	5.9	11.8	0.0	5.9	0.0	5.9	11.8	64.7	5.9	5.9
	2～4人	(35)	14.3	5.7	11.4	2.9	2.9	5.7	8.6	25.7	45.7	5.7	2.9
	5～19人	(67)	17.9	6.0	23.9	3.0	4.5	23.9	14.9	29.9	26.9	11.9	0.0
	20～49人	(23)	47.8	0.0	56.5	8.7	0.0	39.1	21.7	39.1	4.3	8.7	0.0
	50人以上	(24)	33.3	16.7	45.8	4.2	4.2	37.5	29.2	37.5	16.7	8.3	0.0
創業年別	昭和19年以前	(19)	31.6	15.8	31.6	0.0	0.0	10.5	21.1	31.6	31.6	5.3	5.3
	昭和20年・30年代	(18)	27.8	0.0	38.9	11.1	11.1	38.9	27.8	27.8	11.1	5.6	0.0
	昭和40年・50年代	(36)	33.3	2.8	19.4	2.8	2.8	27.8	5.6	22.2	33.3	5.6	0.0
	昭和60年～平成15年	(35)	17.1	8.6	28.6	2.9	5.7	17.1	17.1	40.0	28.6	11.4	0.0
	平成16年～平成25年	(30)	26.7	10.0	26.7	3.3	0.0	26.7	13.3	26.7	36.7	6.7	0.0
	平成26年以降	(30)	6.7	3.3	26.7	3.3	3.3	10.0	16.7	26.7	33.3	16.7	3.3

問8で、「不足している」と回答された方にお聞きします。

問8-3 今後、人材を確保するために取り組んでみたいことは何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

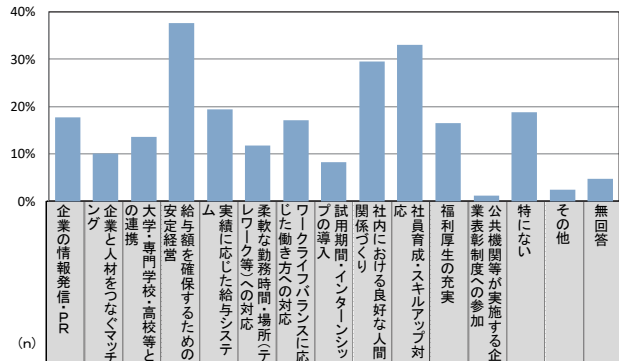
- 今後、人材を確保するために取り組んでみたいことは、「給与額を確保するための安定経営」(37.6%)が最も高く、「社員育成・スキルアップ対応」(32.9%)、「社内における良好な人間関係づくり」(29.4%)の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」は「社内における良好な人間関係づくり」(83.3%)が最も高く、8割台半ば近くを占める。他の業種に比べて「専門・技術サービス業」は「企業と人材をつなぐマッチング」(22.2%)、「給与額を確保するための安定経営」(66.7%)、「ワークライフバランスに応じた働き方への対応」(33.3%)、「社員育成・スキルアップ対応」(77.8%)が高い。「生活関連サービス業、娯楽業」は「大学・専門学校・高校等との連携」(35.0%)が3割台半ばである。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「5～19人」と回答した事業者は「給与額を確保するための安定経営」(50.7%)が高い。『20人以上』と回答した事業者は「社員育成・スキルアップ対応」が5割以上を占める。
- 創業年別にみると、「昭和19年以前」と回答した事業者は「社内における良好な人間関係づくり」(42.1%)と「社員育成・スキルアップ対応」(42.1%)が最も高い。「昭和20年・30年代」と回答した事業者は「社内における良好な人間関係づくり」(61.1%)が6割強を占める。
- 不足している人材の職種別にみると、他の職種に比べて「マーケティング」と回答した事業者は「企業と人材をつなぐマッチング」(46.2%)と「試用期間・インターンシップの導入」(30.8%)が高い。「技術職」と回答した事業者は「給与額を確保するための安定経営」(50.9%)が最も高く、「実績に応じた給与システム」(26.4%)が2割台半ばを超える。
- 人材確保の取組状況別にみると、「公的支援機関への相談」にすでに取り組んでいると回答した企業は「企業と人材をつなぐマッチング」(83.3%)が8割台半ば近くを占める。

今後、人材を確保するために取り組んでみたいこと



今後、人材を確保するために取り組んでみたいこと

(業種別、従業者規模別、創業年別、不足している人材の職種別、人材確保の取組状況別)



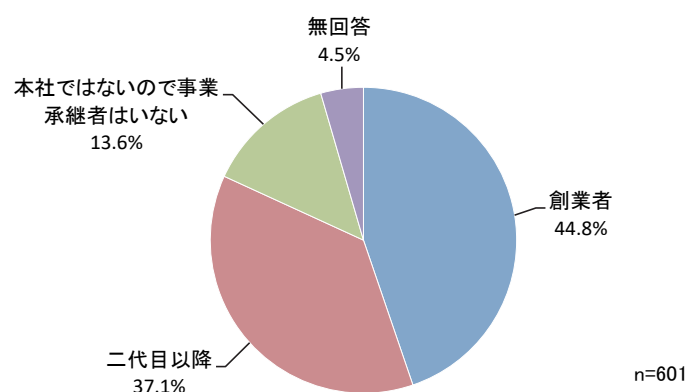
業種別	全体	(170)	17.6	10.0	13.5	37.6	19.4	11.8	17.1	8.2	29.4	32.9	16.5	1.2	18.8	2.4	4.7
	建設業	(7)	14.3	0.0	0.0	28.6	28.6	0.0	14.3	0.0	28.6	28.6	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0
	製造業	(6)	16.7	0.0	16.7	66.7	16.7	33.3	0.0	83.3	50.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(9)	22.2	22.2	0.0	66.7	22.2	11.1	33.3	0.0	22.2	77.8	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
	卸売業・小売業	(49)	18.4	16.3	12.2	26.5	16.3	8.2	12.2	8.2	24.5	28.6	12.2	2.0	26.5	4.1	6.1
	不動産業、物品賃貸業	(10)	30.0	10.0	10.0	30.0	20.0	0.0	10.0	0.0	20.0	40.0	20.0	10.0	20.0	0.0	20.0
	宿泊業、飲食サービス業	(35)	8.6	2.9	11.4	57.1	20.0	5.7	11.4	8.6	31.4	25.7	25.7	0.0	17.1	0.0	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	(20)	10.0	0.0	35.0	55.0	25.0	30.0	30.0	10.0	35.0	35.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	医療・福祉	(16)	18.8	18.8	18.8	43.8	6.3	12.5	25.0	25.0	31.3	43.8	25.0	0.0	12.5	6.3	0.0
	その他	(17)	35.3	11.8	5.9	5.9	11.8	17.6	11.8	5.9	17.6	17.6	17.6	0.0	23.5	5.9	17.6
従業者規模別	1人	(17)	11.8	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0	17.6	5.9	11.8	11.8	5.9	5.9	35.3	0.0	17.6
	2～4人	(35)	17.1	14.3	5.7	34.3	17.1	11.4	14.3	17.1	20.0	25.7	20.0	0.0	25.7	2.9	2.9
	5～19人	(67)	13.4	9.0	10.4	50.7	22.4	10.4	16.4	4.5	31.3	28.4	14.9	1.5	14.9	3.0	1.5
	20～49人	(23)	30.4	13.0	21.7	30.4	26.1	26.1	26.1	8.7	47.8	56.5	21.7	0.0	8.7	0.0	4.3
	50人以上	(24)	25.0	8.3	29.2	41.7	25.0	12.5	12.5	4.2	37.5	54.2	20.8	0.0	16.7	4.2	4.2
創業年別	昭和19年以前	(19)	21.1	0.0	10.5	31.6	21.1	10.5	21.1	5.3	42.1	42.1	21.1	0.0	21.1	10.5	5.3
	昭和20年・30年代	(18)	27.8	16.7	16.7	44.4	33.3	5.6	16.7	0.0	61.1	38.9	16.7	11.1	11.1	0.0	0.0
	昭和40年・50年代	(36)	16.7	11.1	5.6	44.4	16.7	13.9	2.8	5.6	16.7	25.0	16.7	0.0	19.4	0.0	8.3
	昭和60年～平成15年	(35)	20.0	8.6	17.1	45.7	20.0	17.1	25.7	2.9	25.7	25.7	14.3	0.0	22.9	2.9	2.9
	平成16年～平成25年	(30)	6.7	16.7	13.3	16.7	20.0	10.0	16.7	6.7	26.7	36.7	13.3	0.0	26.7	3.3	3.3
	平成26年以降	(30)	20.0	6.7	16.7	43.3	13.3	10.0	23.3	23.3	26.7	40.0	20.0	0.0	10.0	0.0	6.7
不足している人材の職種	企画・開発	(15)	26.7	26.7	20.0	33.3	33.3	13.3	26.7	13.3	46.7	33.3	26.7	6.7	20.0	0.0	6.7
	マーケティング	(13)	38.5	46.2	15.4	38.5	30.8	30.8	38.5	30.8	46.2	38.5	30.8	0.0	7.7	0.0	0.0
	営業	(46)	21.7	13.0	26.1	39.1	21.7	15.2	15.2	8.7	28.3	30.4	21.7	4.3	19.6	0.0	6.5
	販売	(65)	16.9	12.3	9.2	35.4	18.5	10.8	15.4	7.7	29.2	32.3	15.4	3.1	21.5	1.5	4.6
	技術職	(53)	13.2	3.8	15.1	50.9	26.4	9.4	24.5	9.4	22.6	34.0	17.0	1.9	13.2	1.9	1.9
	デジタル技術者	(12)	33.3	33.3	0.0	41.7	33.3	25.0	8.3	16.7	25.0	41.7	8.3	8.3	25.0	0.0	8.3
	海外取引	(5)	40.0	40.0	20.0	80.0	40.0	60.0	40.0	20.0	60.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	法務・財務	(9)	44.4	33.3	33.3	44.4	22.2	33.3	44.4	11.1	22.2	11.1	22.2	0.0	22.2	0.0	0.0
	中間管理職・マネージャー	(18)	22.2	22.2	27.8	55.6	27.8	27.8	16.7	11.1	44.4	55.6	11.1	0.0	0.0	5.6	11.1
	事務職	(20)	30.0	10.0	15.0	60.0	20.0	25.0	15.0	10.0	20.0	30.0	35.0	0.0	20.0	0.0	5.0
	医療・看護・介護等	(17)	23.5	23.5	17.6	52.9	11.8	11.8	29.4	23.5	35.3	52.9	29.4	0.0	5.9	5.9	0.0
	その他	(15)	13.3	0.0	0.0	40.0	33.3	13.3	26.7	0.0	33.3	40.0	13.3	0.0	20.0	6.7	0.0
と人材確保に向けて、すでに取り組んでいること	ハローワークへの登録	(39)	25.6	12.8	25.6	43.6	28.2	10.3	15.4	10.3	38.5	51.3	12.8	2.6	2.6	0.0	2.6
	大学・専門学校・高校等への紹介依頼	(11)	27.3	27.3	45.5	63.6	27.3	18.2	18.2	9.1	18.2	45.5	36.4	0.0	0.0	0.0	0.0
	人材紹介事業者の活用	(47)	29.8	14.9	25.5	48.9	27.7	12.8	21.3	12.8	31.9	44.7	19.1	0.0	4.3	2.1	0.0
	行政等が実施する人材マッチング事業への参加	(6)	50.0	66.7	50.0	66.7	50.0	33.3	0.0	33.3	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	公的支援機関への相談	(6)	33.3	83.3	33.3	66.7	50.0	33.3	0.0	16.7	16.7	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
	給与の見直し	(36)	16.7	13.9	22.2	50.0	33.3	8.3	25.0	8.3	30.6	50.0	19.4	2.8	8.3	0.0	2.8
	就業制度の見直し・就労環境の向上	(26)	23.1	15.4	38.5	46.2	34.6	30.8	30.8	15.4	46.2	61.5	11.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	ホームページ、SNSを通じた企業の情報発信	(49)	32.7	18.4	22.4	44.9	30.6	16.3	22.4	12.2	44.9	40.8	20.4	2.0	10.2	0.0	0.0
	特になし	(52)	1.9	3.8	1.9	26.9	3.8	7.7	15.4	9.6	17.3	11.5	9.6	0.0	42.3	0.0	7.7
	その他	(15)	20.0	6.7	13.3	53.3	33.3	13.3	6.7	6.7	33.3	60.0	26.7	0.0	6.7	20.0	0.0

## カ 事業承継

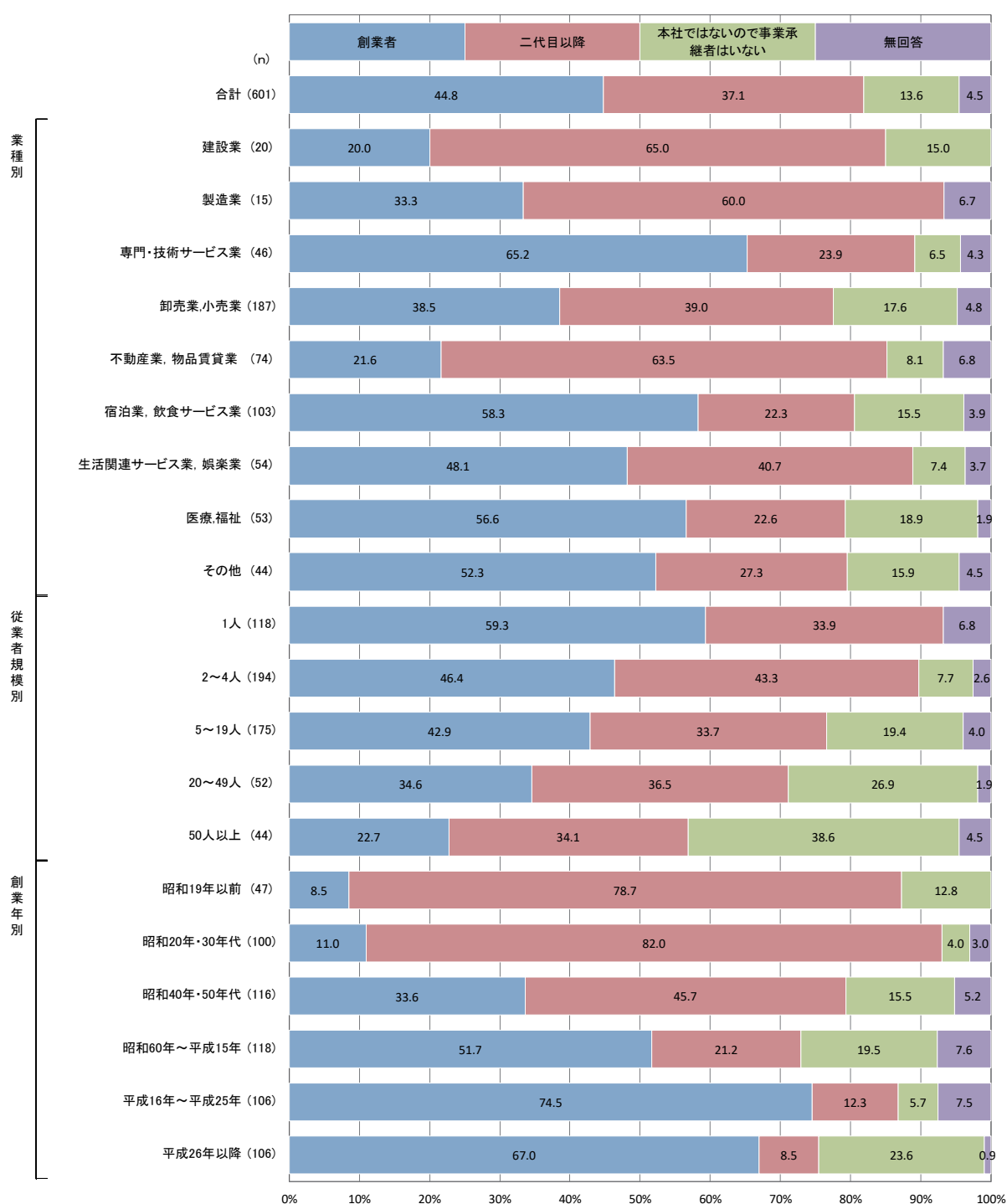
問9 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 現在の代表者は、「創業者」(44.8%)が最も高く、次いで「二代目以降」(37.1%)である。
- 業種別にみると、「建設業」(65.0%)、「製造業」(60.0%)、「卸売業,小売業」(39.0%)、「不動産業,物品賃貸業」(63.5%)は「二代目以降」が最も高い。他の業種に比べて「専門・技術サービス業」は「創業者」(%65.2)が高い。
- 従業者規模別にみると、「20～49人」と回答した事業者は「二代目以降」(36.5%)が最も高い。従業者規模が大きくなるほど「本社ではないので事業承継者はいない」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『昭和59年以前』と回答した事業者は「二代目以降」が最も高い。創業年が新しくなるほど「創業者」が高くなる傾向がみられる。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「本社ではないので事業承継者はいない」(23.6%)が高い。

現在の代表者の承継状況



現在の代表者の承継状況（業種別、従業者規模別、創業年別）

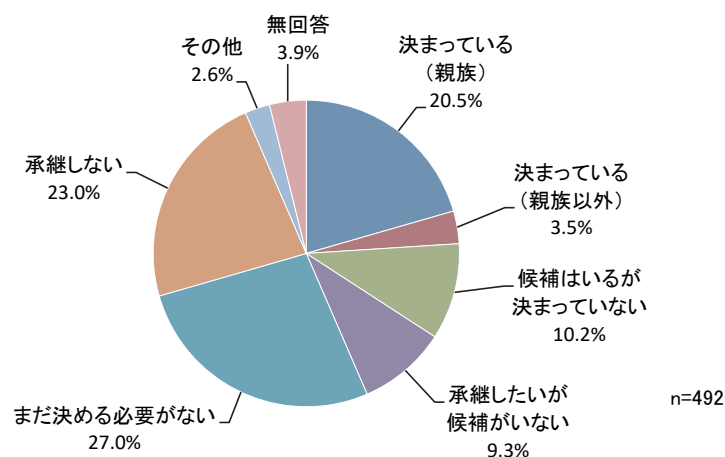


問9で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きます。

問9－1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。（当てはまるもの1つに○）

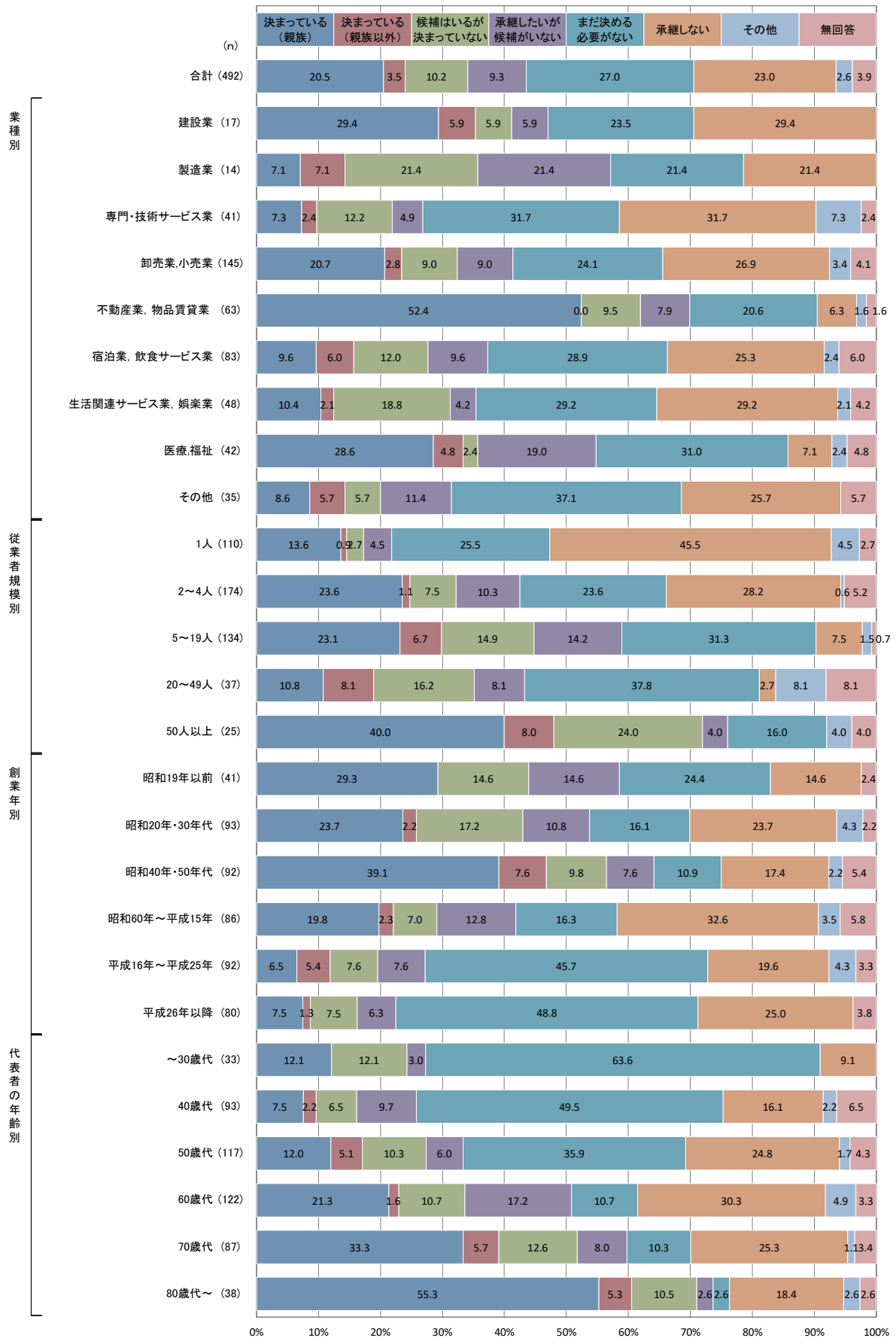
- 後継者の状況は、「まだ決める必要がない」(27.0%)が最も高く、「承継しない」(23.0%)、「決まっている(親族)」(20.5%)の順で続く。「決まっている(親族)」と「決まっている(親族以外)」を合わせた『決まっている』(24.0%)は2割台半ば近くである。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「製造業」は「決まっている(親族以外)」(7.1%)、「候補はいるが決まっていない」(21.4%)、「承継したいが候補がいない」(21.4%)が高い。「不動産業、物品賃貸業」は「決まっている(親族)」(52.4%)が5割強を占める。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が小さくなるほど「承継しない」が高くなる傾向がみられ、「1人」と回答した事業者は「承継しない」(45.5%)が4割台半ば近くである。他の従業者規模に比べて「50人以上」と回答した事業者は「決まっている(親族)」(40.0%)と「候補はいるが決まっていない」(24%)が高い。
- 創業年別にみると、「昭和40年・50年代」と回答した事業者は『決まっている』(46.7%)が4割台半ば超えである。他の創業年に比べて「昭和60年～平成15年」と回答した事業者は「承継しない」(32.6%)が高い。『昭和20年以降』では、創業年が新しくなるほど「まだ決める必要がない」が高くなる傾向がみられる。
- 代表者の年齢別にみると、代表者の年齢が低くなるほど「まだ決める必要がない」が高くなる傾向がみられ、「～30歳代」と回答した事業者は「まだ決める必要がない」(63.6%)が6割台半ば近くを占める。『40歳代以上』では、代表者の年齢が高くなるほど「決まっている(親族)」が高くなる傾向がみられる。他の年齢に比べて「60歳代」と回答した事業者は「承継したいが候補がいない」(17.2%)と「承継しない」(30.3%)が高い。

後継者の状況





# 後継者の状況（業種別、従業者規模別、創業年別、代表者の年齢別）

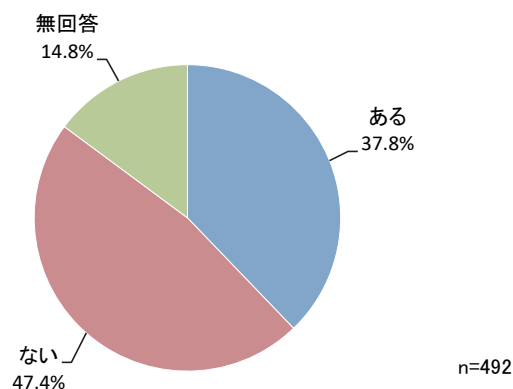


問9で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きます。

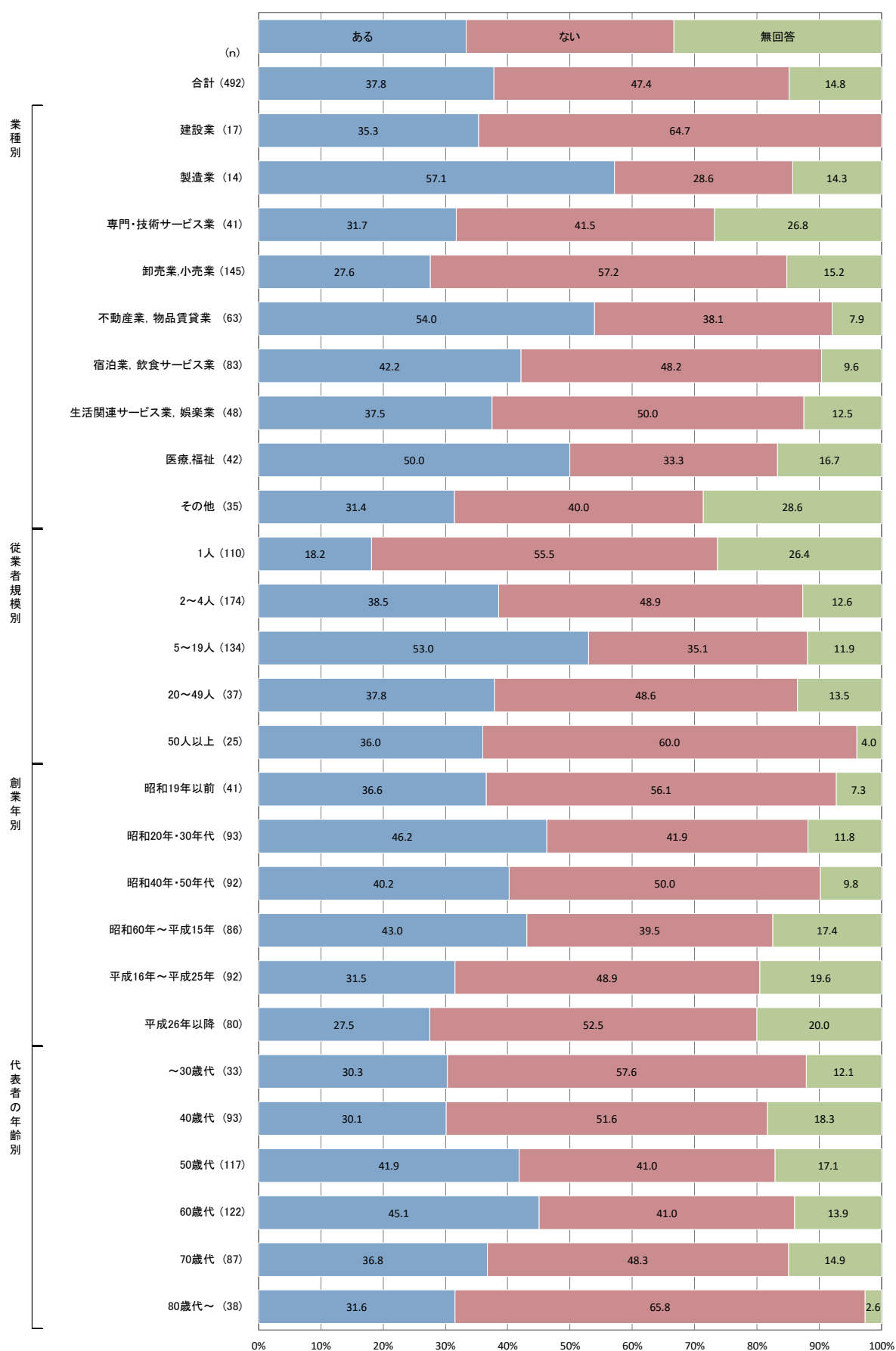
問9-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

- 事業承継に関する課題は、「ない」(47.4%)が4割台半ばを超え、「ある」(37.8%)が3割台半ばを超えである。
- 業種別にみると、「製造業」(57.1%)、「不動産業, 物品賃貸業」(54.0%)、「医療, 福祉」(50.0%)は「ある」が5割以上を占める。他の業種に比べて「建設業」は「ない」(64.7%)が高い。
- 従業者規模別にみると、「5～19人」と回答した事業者は「ある」(53.0%)が5割台半ば近くを占める。他の従業者規模に比べて「50人以上」と回答した事業者は「ない」(60.0%)が高い。
- 創業年別にみると、『昭和20年～平成15年』と回答した事業者は「ある」が4割以上である。他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は「ない」(56.1%)が高い。
- 代表者の年齢別にみると、『50歳代・60歳代』と回答した事業者は「ある」が「ない」を上回る。他の年齢に比べて「80歳代～」と回答した事業者は「ない」(65.8%)が高い。

事業承継に関する課題



# 事業承継に関する課題（業種別、従業者規模別、創業年別、代表者の年齢別）

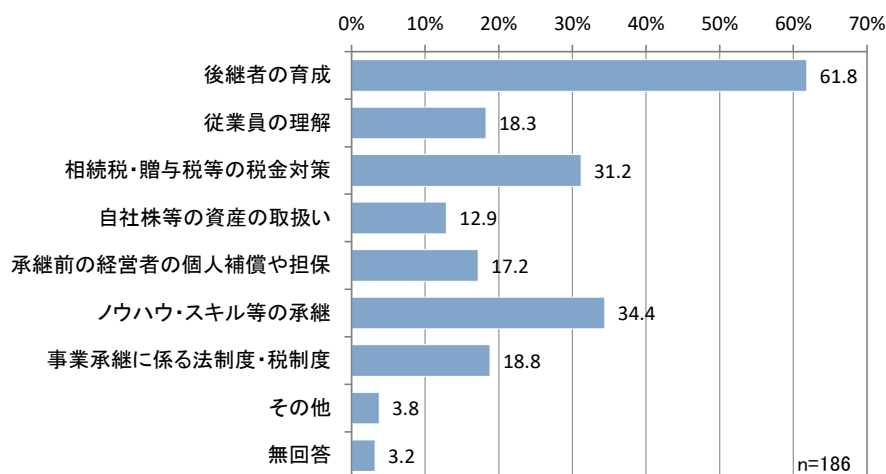


問9-2で、「ある」と回答された方にお聞きします。

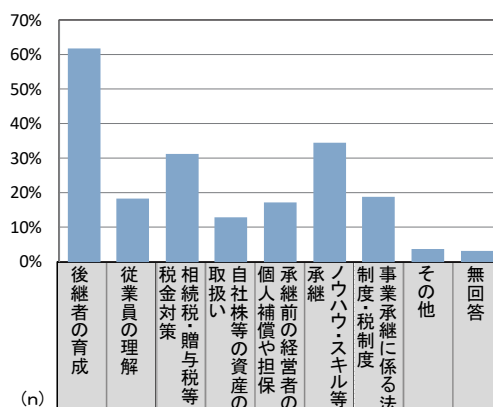
問9-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。（当てはまるものすべてに○）

- 事業承継における課題は、「後継者の育成」(61.8%)が最も高く、「ノウハウ・スキル等の承継」(34.4%)、「相続税・贈与税等の税金対策」(31.2%)の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」(83.3%)、「製造業」(75.0%)、「宿泊業、飲食サービス業」(71.4%)、「生活関連サービス業、娯楽業」(77.8%)、「その他」(81.8%)は「後継者の育成」が7割以上を占める。「医療、福祉」は「ノウハウ・スキル等の承継」(52.4%)が最も高い。
- 従業者規模別にみると、『49人以下』では、従業者規模が大きくなるほど「後継者の育成」が高く傾向がみられる。「20～49人」と回答した事業者は「自社株等の資産の取扱い」(42.9%)が4割強である。
- 創業年別にみると、『平成25年以前』では、創業年が古くなるほど「相続税・贈与税等の税金対策」が高くなる傾向がみられる。他の創業年に比べて「平成16年～平成25年」と回答した事業者は「ノウハウ・スキル等の承継」(62.1%)が高い。

事業承継における課題



事業承継における課題（業種別、従業者規模別、創業年別）



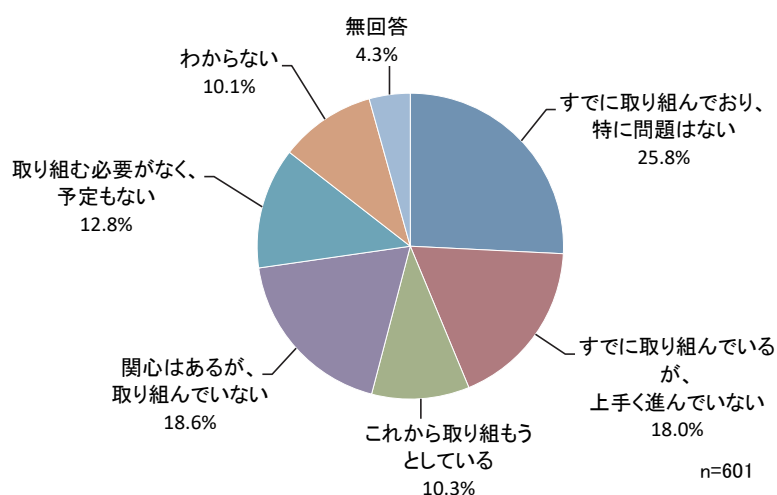
全体		(186)	61.8	18.3	31.2	12.9	17.2	34.4	18.8	3.8	3.2
業 種 別	建設業	(6)	83.3	50.0	50.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0
	製造業	(8)	75.0	37.5	37.5	37.5	37.5	25.0	25.0	0.0	12.5
	専門・技術サービス業	(13)	53.8	23.1	23.1	15.4	23.1	30.8	23.1	7.7	0.0
	卸売業,小売業	(40)	45.0	20.0	32.5	12.5	22.5	32.5	20.0	5.0	0.0
	不動産業, 物品賃貸業	(34)	61.8	5.9	55.9	20.6	5.9	23.5	23.5	2.9	2.9
	宿泊業, 飲食サービス業	(35)	71.4	11.4	17.1	5.7	17.1	37.1	14.3	0.0	5.7
	生活関連サービス業, 娯楽業	(18)	77.8	27.8	22.2	11.1	16.7	38.9	16.7	5.6	5.6
	医療,福祉	(21)	47.6	23.8	19.0	9.5	23.8	52.4	23.8	9.5	4.8
	その他	(11)	81.8	9.1	27.3	0.0	0.0	45.5	9.1	0.0	0.0
従 業 者 規 模 別	1人	(20)	45.0	5.0	40.0	0.0	10.0	45.0	15.0	20.0	0.0
	2～4人	(67)	59.7	10.4	32.8	6.0	11.9	25.4	11.9	1.5	4.5
	5～19人	(71)	62.0	25.4	26.8	16.9	25.4	39.4	23.9	2.8	2.8
	20～49人	(14)	85.7	35.7	35.7	42.9	21.4	28.6	28.6	0.0	0.0
	50人以上	(9)	77.8	33.3	44.4	22.2	11.1	55.6	22.2	0.0	0.0
創 業 年 別	昭和19年以前	(15)	66.7	13.3	66.7	20.0	26.7	20.0	33.3	0.0	0.0
	昭和20年・30年代	(43)	60.5	16.3	51.2	18.6	14.0	23.3	25.6	7.0	0.0
	昭和40年・50年代	(37)	62.2	13.5	37.8	16.2	18.9	27.0	16.2	2.7	5.4
	昭和60年～平成15年	(37)	54.1	29.7	29.7	10.8	27.0	35.1	13.5	2.7	5.4
	平成16年～平成25年	(29)	62.1	24.1	0.0	10.3	13.8	62.1	20.7	3.4	3.4
	平成26年以降	(22)	68.2	9.1	4.5	0.0	4.5	40.9	9.1	4.5	4.5

## キ デジタル技術の活用

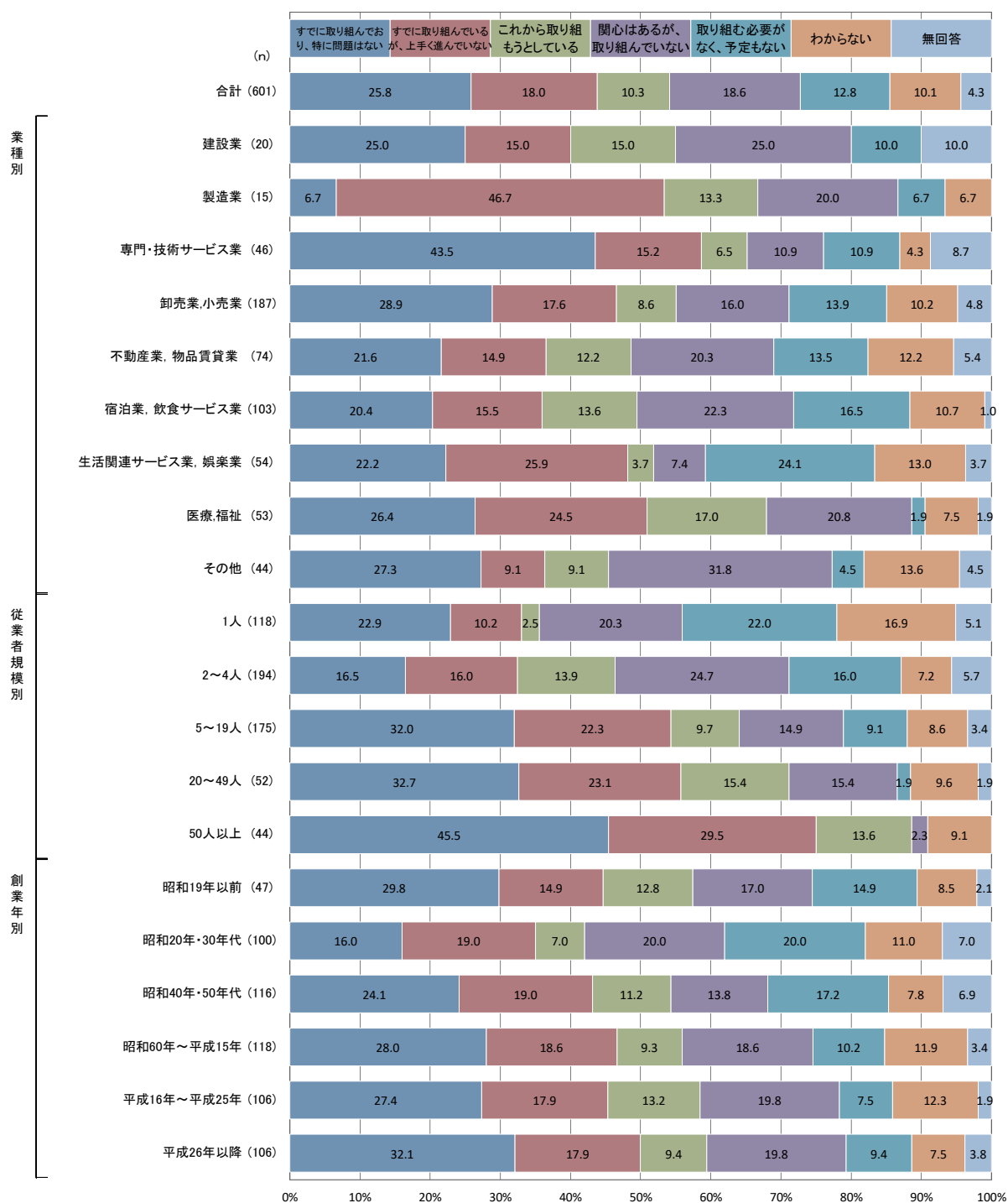
問 10 デジタル化への取り組み状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- デジタル化への取り組み状況は、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」(25.8%) が最も高く、「関心はあるが、取り組んでいない」(18.6%)、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」(18.0%) の順で続く。「すでに取り組んでおり、特に問題はない」と「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」を合わせた『取り組んでいる』(43.8%) は4割台半ば近くである。
- 業種別にみると、「製造業」(53.4%)、「専門・技術サービス業」(58.7%)、「医療、福祉」(50.9%) は『取り組んでいる』が5割以上を占める。「製造業」(46.7%) と「生活関連サービス業、娯楽業」(25.9%) は「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」が最も高い。他の業種に比べて「生活関連サービス業、娯楽業」は「取り組む必要がなく、予定もない」(24.1%) が高い。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「1人」と回答した事業者は「取り組む必要がなく、予定もない」(22.0%) と「わからない」(16.9%) が高い。「2～4人」と回答した事業者は「関心はあるが、取り組んでいない」(24.7%) が最も高い。『5人以上』と回答した事業者は『取り組んでいる』が5割以上である。従業者規模が大きくなるほど「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和20年・30年代」と回答した事業者は「関心はあるが、取り組んでいない」(20.0%) と「取り組む必要がなく、予定もない」(20.0%) が最も高い。『昭和20年以降』では、創業年が新しくなるほど「すでに取り組んでおり、特に問題はない」が高くなる傾向がみられる。

デジタル化への取り組み状況



## デジタル化への取り組み状況（業種別、従業者規模別、創業年別）

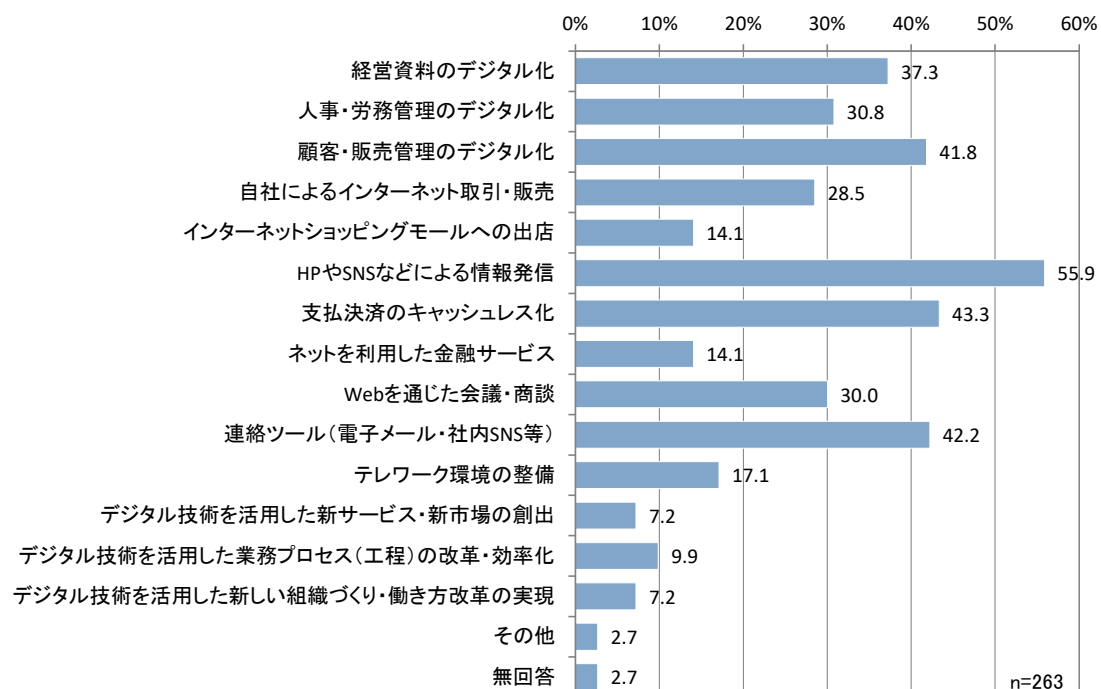


問 10 で、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」もしくは「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」と回答された方にお聞きします。

問 10－1 具体的にどのようなことに取り組んでいますか。（当てはまるものすべてに○）

- デジタル化への具体的な取り組みは、「HPやSNSなどによる情報発信」（55.9%）が最も高く、「支払決済のキャッシュレス化」（43.3%）、「連絡ツール（電子メール・社内SNS等）」（42.2%）、「顧客・販売管理のデジタル化」（41.8%）の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「建設業」は「人事・労務管理のデジタル化」（50.0%）、「顧客・販売管理のデジタル化」（62.5%）、「デジタル技術を活用した業務プロセス（工程）の改革・効率化」（50.0%）、「デジタル技術を活用した新しい組織づくり・働き方改革の実現」（12.5%）が高い。「宿泊業，飲食サービス業」は「支払決済のキャッシュレス化」（67.6%）が最も高い。「卸売業，小売業」（62.1%）、「宿泊業，飲食サービス業」（62.2%）、「生活関連サービス業，娯楽業」（65.4%）は「HPやSNSなどによる情報発信」が6割以上を占める。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「1人」と回答した事業者は「経営資料のデジタル化」（51.3%）、「自社によるインターネット取引・販売」（33.3%）、「デジタル技術を活用した新サービス・新市場の創出」（10.3%）が高い。「20～49人」と回答した事業者は「顧客・販売管理のデジタル化」（62.1%）が6割強を占め、「HPやSNSなどによる情報発信」（79.3%）が8割弱を占める。従業者規模が大きくなるほど「人事・労務管理のデジタル化」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は「テレワーク環境の整備」（28.6%）、「デジタル技術を活用した業務プロセス（工程）の改革・効率化」（23.8%）、「デジタル技術を活用した新しい組織づくり・働き方改革の実現」（19.0%）が高い。『平成16年以降』と回答した事業者は「HPやSNSなどによる情報発信」が6割以上を占める。
- デジタル化への取組状況別にみると、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」と回答した事業者は「HPやSNSなどによる情報発信」（63.0%）が6割台半ば近くを占める。

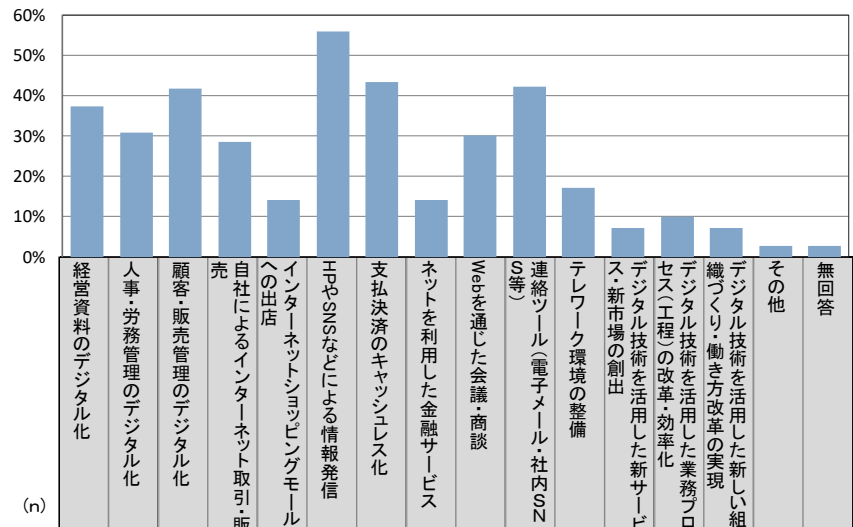
デジタル化への具体的な取り組み





## デジタル化への具体的な取り組み

(業種別、従業者規模別、創業年別、デジタル化への取組状況別)

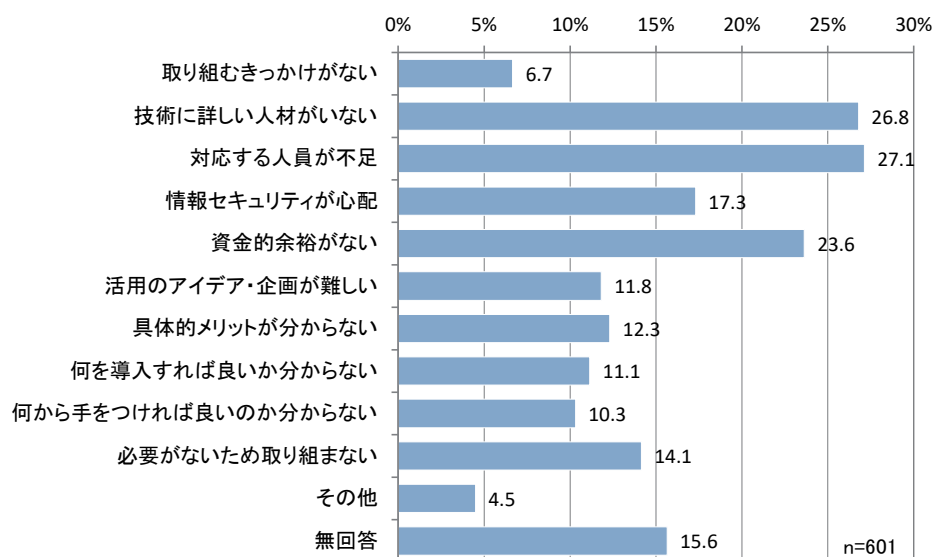


全体		(263)	37.3	30.8	41.8	28.5	14.1	55.9	43.3	14.1	30.0	42.2	17.1	7.2	9.9	7.2	2.7	2.7
業種別	建設業	(8)	37.5	50.0	62.5	0.0	0.0	25.0	37.5	25.0	25.0	62.5	25.0	0.0	50.0	12.5	0.0	0.0
	製造業	(8)	12.5	0.0	12.5	37.5	12.5	50.0	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	25.0	0.0	12.5	12.5	12.5
	専門・技術サービス業	(27)	55.6	33.3	59.3	22.2	14.8	51.9	29.6	14.8	59.3	66.7	51.9	11.1	11.1	7.4	0.0	0.0
	卸売業、小売業	(87)	33.3	26.4	46.0	46.0	25.3	62.1	51.7	10.3	21.8	44.8	12.6	10.3	4.6	6.9	3.4	2.3
	不動産業、物品賃貸業	(27)	37.0	29.6	22.2	25.9	3.7	40.7	11.1	11.1	25.9	29.6	14.8	7.4	7.4	11.1	3.7	7.4
	宿泊業、飲食サービス業	(37)	35.1	21.6	29.7	10.8	13.5	62.2	67.6	16.2	16.2	24.3	5.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	(26)	38.5	46.2	53.8	30.8	3.8	65.4	46.2	11.5	42.3	46.2	26.9	7.7	19.2	11.5	0.0	0.0
	医療、福祉	(27)	40.7	48.1	33.3	3.7	7.4	55.6	44.4	14.8	29.6	40.7	3.7	3.7	14.8	7.4	3.7	3.7
	その他	(16)	37.5	25.0	50.0	37.5	6.3	43.8	31.3	31.3	56.3	50.0	18.8	6.3	12.5	12.5	6.3	6.3
従業者規模別	1人	(39)	51.3	12.8	46.2	33.3	10.3	51.3	38.5	10.3	28.2	43.6	17.9	10.3	5.1	5.1	0.0	0.0
	2～4人	(63)	31.7	15.9	34.9	30.2	19.0	55.6	49.2	12.7	20.6	38.1	7.9	6.3	11.1	6.3	4.8	1.6
	5～19人	(95)	31.6	25.3	35.8	23.2	10.5	52.6	43.2	13.7	28.4	43.2	15.8	6.3	6.3	5.3	2.1	4.2
	20～49人	(29)	48.3	58.6	62.1	31.0	13.8	79.3	27.6	20.7	44.8	48.3	24.1	6.9	13.8	10.3	3.4	3.4
	50人以上	(33)	42.4	75.8	48.5	30.3	18.2	48.5	48.5	15.2	42.4	39.4	33.3	9.1	21.2	15.2	3.0	3.0
創業年別	昭和19年以前	(21)	33.3	28.6	28.6	28.6	0.0	38.1	28.6	14.3	28.6	19.0	28.6	9.5	23.8	19.0	4.8	9.5
	昭和20年・30年代	(35)	34.3	17.1	45.7	25.7	8.6	48.6	34.3	17.1	22.9	37.1	17.1	2.9	8.6	0.0	5.7	5.7
	昭和40年・50年代	(50)	34.0	36.0	40.0	36.0	20.0	48.0	38.0	14.0	26.0	44.0	16.0	6.0	10.0	10.0	4.0	2.0
	昭和60年～平成15年	(55)	40.0	32.7	45.5	25.5	9.1	58.2	49.1	14.5	30.9	47.3	12.7	14.5	12.7	7.3	1.8	1.8
	平成16年～平成25年	(48)	39.6	29.2	37.5	31.3	16.7	66.7	54.2	20.8	35.4	45.8	22.9	2.1	6.3	6.3	0.0	2.1
	平成26年以降	(53)	37.7	35.8	45.3	22.6	18.9	64.2	43.4	5.7	34.0	43.4	13.2	7.5	5.7	5.7	1.9	0.0
組 デ み ジ タ ル 化 状 況 別 取 組 み	すでに取り組んでおり、特に問題はない	(155)	41.9	34.2	47.1	31.0	13.5	51.0	45.2	19.4	34.2	48.4	20.6	7.1	6.5	6.5	1.9	3.2
	すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない	(108)	30.6	25.9	34.3	25.0	14.8	63.0	40.7	6.5	24.1	33.3	12.0	7.4	14.8	8.3	3.7	1.9

問 11 デジタル化に取り組むにあたっての課題は、次のどれに該当しますか。（当てはまるものすべてに○）

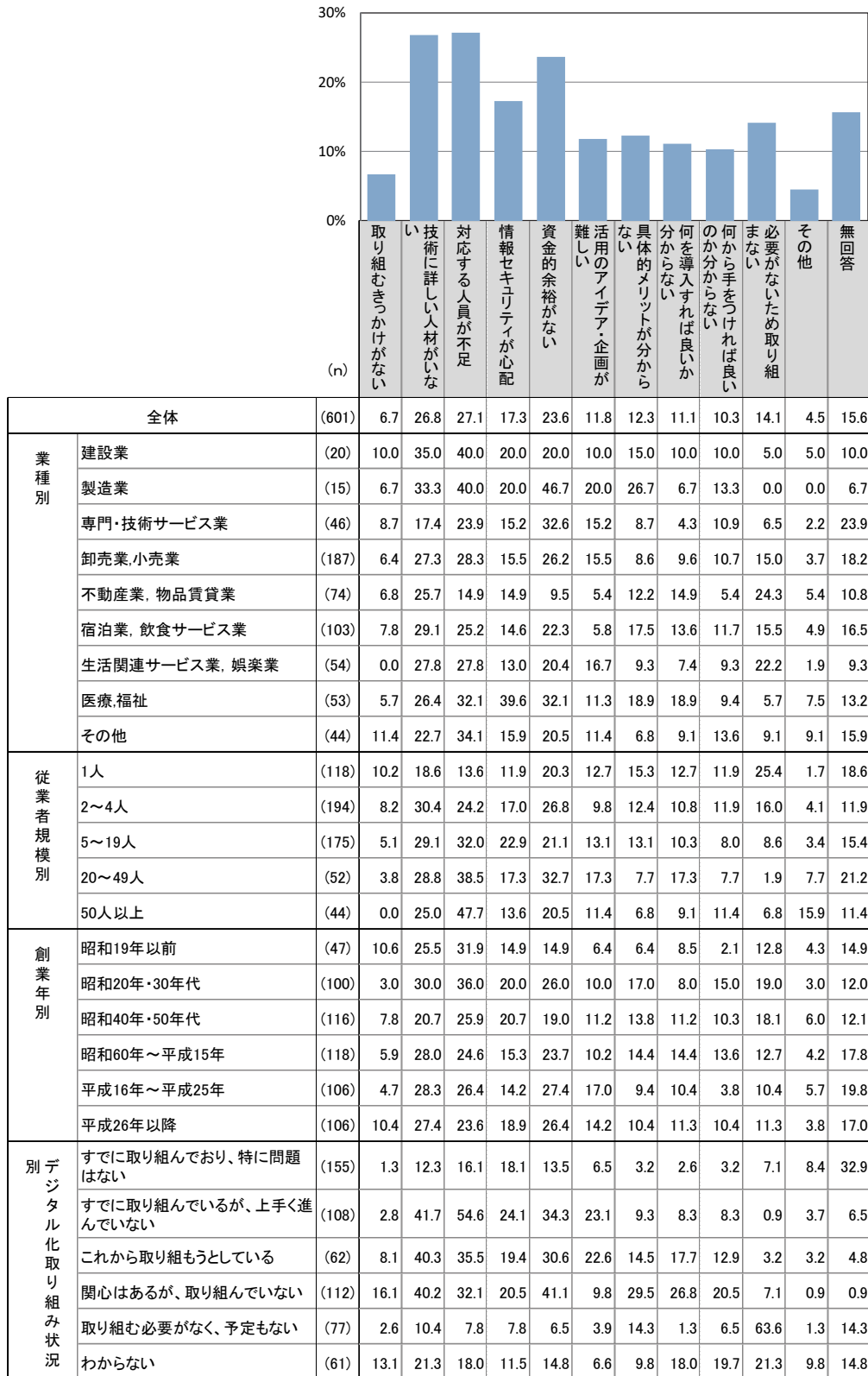
- デジタル化への取り組みにおける課題は、「対応する人員が不足」(27.1%) が最も高く、「技術に詳しい人材がいない」(26.8%)、「資金的余裕がない」(23.6%) の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」は「対応する人員が不足」(40.0%) と「資金的余裕がない」(46.7%) が4割以上である。「医療, 福祉」は「情報セキュリティが心配」(39.6%) が最も高く、4割弱である。
- 従業者規模別にみると、「1人」と回答した事業者は「必要がないため取り組まない」(25.4%)、「2～4人」と回答した事業者は「技術に詳しい人材がいない」(30.4%) が最も高い。従業者規模が小さくなるほど「取り組むきっかけがない」が高くなる傾向がみられ、従業者規模が大きくなるほど「対応する人員が不足」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和20年・30年代」と回答した事業者は「技術に詳しい人材がいない」(30.0%) と「対応する人員が不足」(36.0%) が3割以上である。『昭和60年以降』と回答した事業者は「技術に詳しい人材がいない」が最も高い。
- デジタル化への取組状況別にみると、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」と回答した事業者は「情報セキュリティが心配」(18.1%) が最も高い。「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」と回答した事業者は「対応する人員が不足」(54.6%) が5割台半ば近くを占める。他の取組状況に比べて「関心はあるが取り組んでいない」と回答した事業者は「取り組むきっかけがない」(16.1%)、「資金的余裕がない」(41.1%)、「具体的メリットが分からない」(29.5%)、「何を導入すれば良いか分からない」(26.8%)、「何から手をつければ良いのか分からない」(20.5%) が高い。

デジタル化への取り組みにおける課題



## デジタル化への取り組みにおける課題

(業種別、従業者規模別、創業年別、デジタル化への取組状況別)

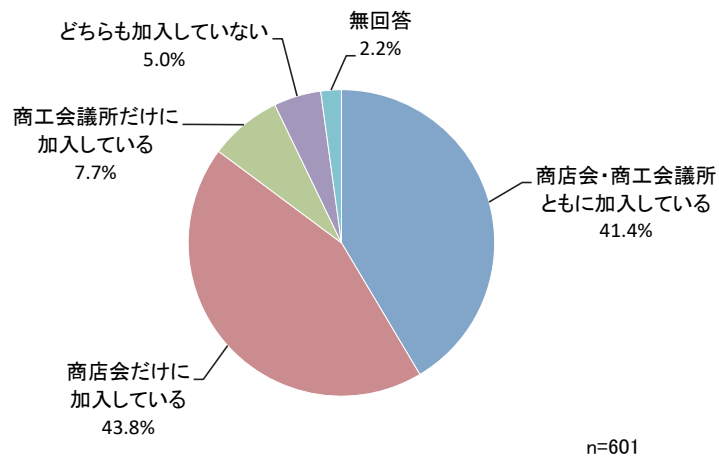


## ク 地域活動

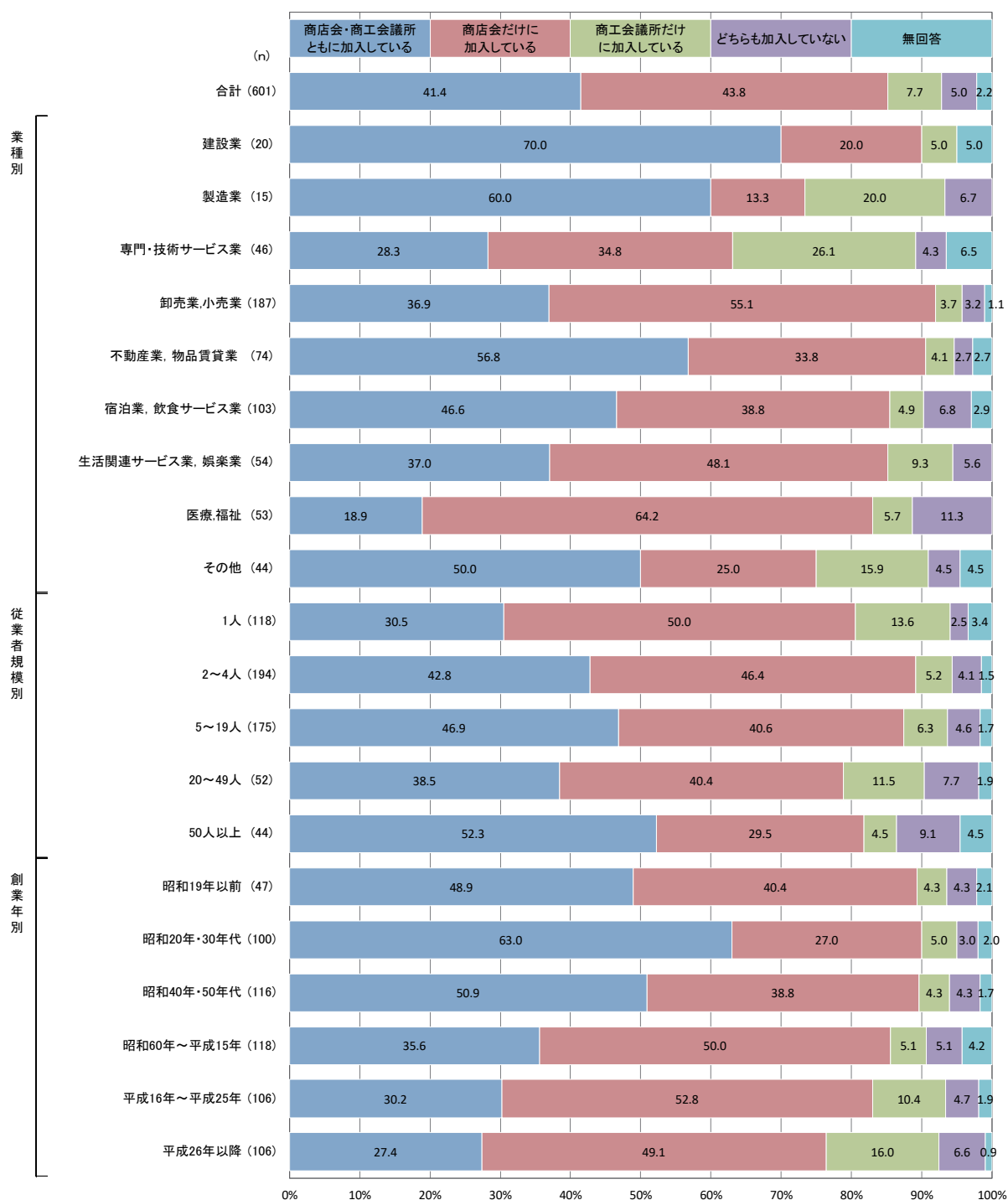
問 12 商店会または商工会議所への加入について、次のどれに該当しますか。（当てはまるもの1つに○）

- 商店会または商工会議所への加入は、「商店会だけに加入している」（43.8%）が最も高く、「商店会・商工会議所ともに加入している」（41.4%）、「商工会議所だけに加入している」（7.7%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」（70.0%）、「製造業」（60.0%）、「不動産業，物品賃貸業」（56.8%）、「その他」（50.0%）は「商店会・商工会議所ともに加入している」が5割以上を占める。他の業種に比べて「専門・技術サービス業」は「商工会議所だけに加入している」（26.1%）が高い。「医療，福祉」は「商店会だけに加入している」（64.2%）が6割台半ば近くを占める。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「50人以上」と回答した事業者は「商店会・商工会議所ともに加入している」（52.3%）が高く、5割強を占める。従業者規模が小さくなるほど「商店会だけに加入している」が高くなる傾向がみられ、従業者規模が大きくなるほど「どちらも加入していない」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『昭和59年以前』と回答した事業者は「商店会・商工会議所ともに加入している」、「昭和60年」と回答した事業者は「商店会だけに加入している」が最も高い。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「商工会議所だけに加入している」（16%）と「どちらも加入していない」（6.6%）が高い。

商店会または商工会議所への加入



# 商店会または商工会議所への加入（業種別、従業者規模別、創業年別）

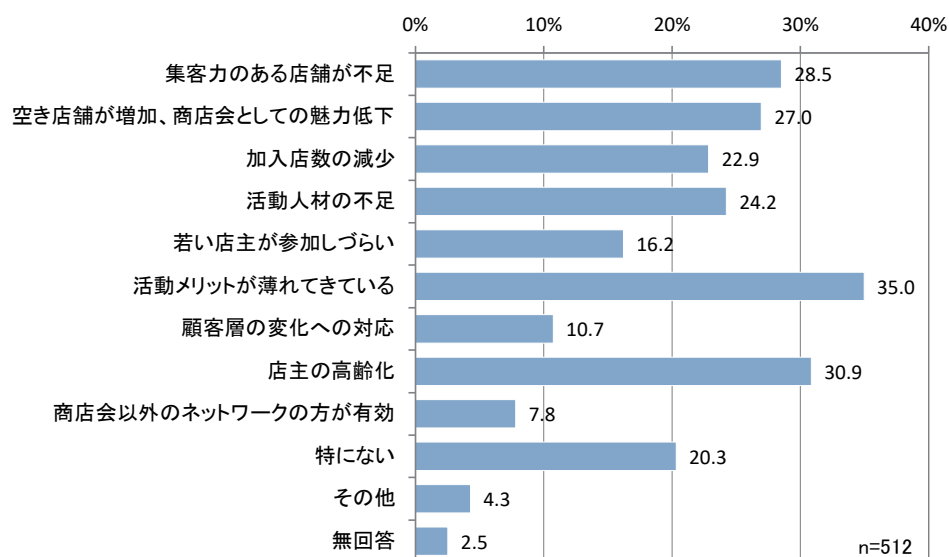


問 12 で、「商店会・商工会議所ともに加入している」もしくは「商店会だけに加入している」と回答された方にお聞きします。

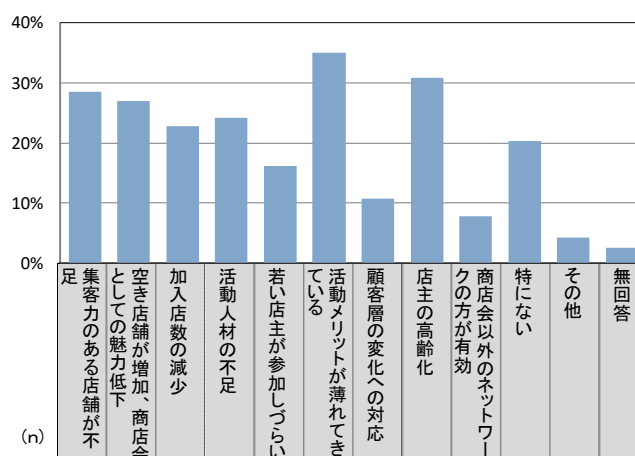
問 12－1 商店会における重要な課題点は、次のどれに該当しますか。（当てはまるものすべてに○）

- 商店会における重要な課題点は、「活動メリットが薄れてきている」（35.0%）が最も高く、「店主の高齢化」（30.9%）、「集客力のある店舗が不足」（28.5%）の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「建設業」は「空き店舗が増加、商店会としての魅力低下」（38.9%）、「加入店数の減少」（44.4%）、「活動メリットが薄れてきている」（50.0%）、「店主の高齢化」（66.7%）が高い。「卸売業、小売業」は「集客力のある店舗が不足」（36.0%）が最も高い。
- 従業者規模別にみると、「50 人以上」と回答した事業者は「活動人材の不足」（33.3%）が最も高い。従業者規模が小さくなるほど「活動メリットが薄れてきている」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和 19 年以前」は「集客力のある店舗が不足」（52.4%）と「店主の高齢化」（50.0%）が 5 割以上を占める。『昭和 59 年以前』と回答した事業者は「加入店数の減少」が 3 割以上である。「平成 16 年～平成 25 年」と回答した事業者は「活動メリットが薄れてきている」（45.5%）が 4 割台半ばである。

商店会における重要な課題点



商店会における重要な課題点（業種別、従業者規模別、創業年別）

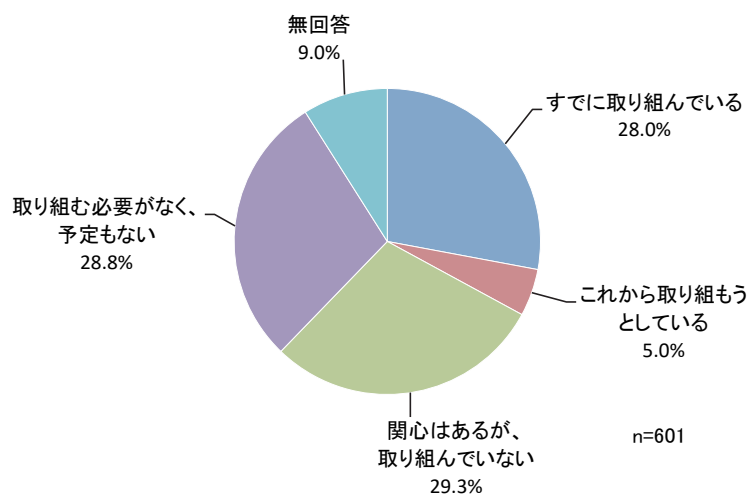


全体		(512)	28.5	27.0	22.9	24.2	16.2	35.0	10.7	30.9	7.8	20.3	4.3	2.5
業種別	建設業	(18)	16.7	38.9	44.4	27.8	11.1	50.0	5.6	66.7	11.1	11.1	0.0	0.0
	製造業	(11)	27.3	9.1	18.2	36.4	0.0	45.5	9.1	36.4	0.0	27.3	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(29)	27.6	20.7	24.1	24.1	17.2	41.4	13.8	41.4	17.2	17.2	6.9	0.0
	卸売業、小売業	(172)	36.0	28.5	25.6	23.3	15.1	34.3	10.5	23.8	5.2	23.3	4.7	2.9
	不動産業、物品賃貸業	(67)	31.3	25.4	14.9	31.3	16.4	31.3	11.9	34.3	10.4	9.0	4.5	3.0
	宿泊業、飲食サービス業	(88)	22.7	25.0	17.0	18.2	15.9	31.8	12.5	26.1	6.8	27.3	3.4	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	(46)	17.4	26.1	26.1	21.7	19.6	41.3	0.0	26.1	13.0	17.4	6.5	6.5
	医療・福祉	(44)	27.3	29.5	25.0	25.0	18.2	36.4	15.9	34.1	6.8	22.7	0.0	4.5
	その他	(33)	27.3	27.3	21.2	30.3	21.2	27.3	15.2	45.5	6.1	15.2	9.1	3.0
従業者規模別	1人	(95)	28.4	31.6	28.4	18.9	16.8	38.9	10.5	38.9	9.5	21.1	4.2	1.1
	2～4人	(173)	28.9	31.8	26.6	26.0	13.3	35.3	7.5	33.5	6.9	18.5	2.9	2.3
	5～19人	(153)	28.8	19.0	19.0	22.2	15.0	34.6	9.2	22.9	7.8	21.6	5.9	3.3
	20～49人	(41)	34.1	22.0	12.2	29.3	22.0	31.7	17.1	34.1	9.8	19.5	7.3	2.4
	50人以上	(36)	19.4	30.6	19.4	33.3	27.8	27.8	25.0	19.4	8.3	22.2	2.8	2.8
創業年別	昭和19年以前	(42)	52.4	38.1	31.0	42.9	26.2	35.7	9.5	50.0	4.8	14.3	2.4	0.0
	昭和20年・30年代	(90)	30.0	25.6	30.0	35.6	10.0	33.3	11.1	37.8	3.3	13.3	5.6	2.2
	昭和40年・50年代	(104)	25.0	25.0	30.8	29.8	18.3	26.9	12.5	37.5	4.8	18.3	4.8	2.9
	昭和60年～平成15年	(101)	26.7	33.7	19.8	19.8	11.9	37.6	7.9	30.7	13.9	19.8	5.9	5.0
	平成16年～平成25年	(88)	22.7	23.9	18.2	12.5	17.0	45.5	12.5	17.0	10.2	27.3	2.3	1.1
	平成26年以降	(81)	29.6	21.0	11.1	14.8	18.5	30.9	11.1	19.8	7.4	27.2	3.7	2.5

問 13 地域活動やまちづくりへの取り組み状況は、次のどれに該当しますか。（当てはまるもの 1 つに  
○）

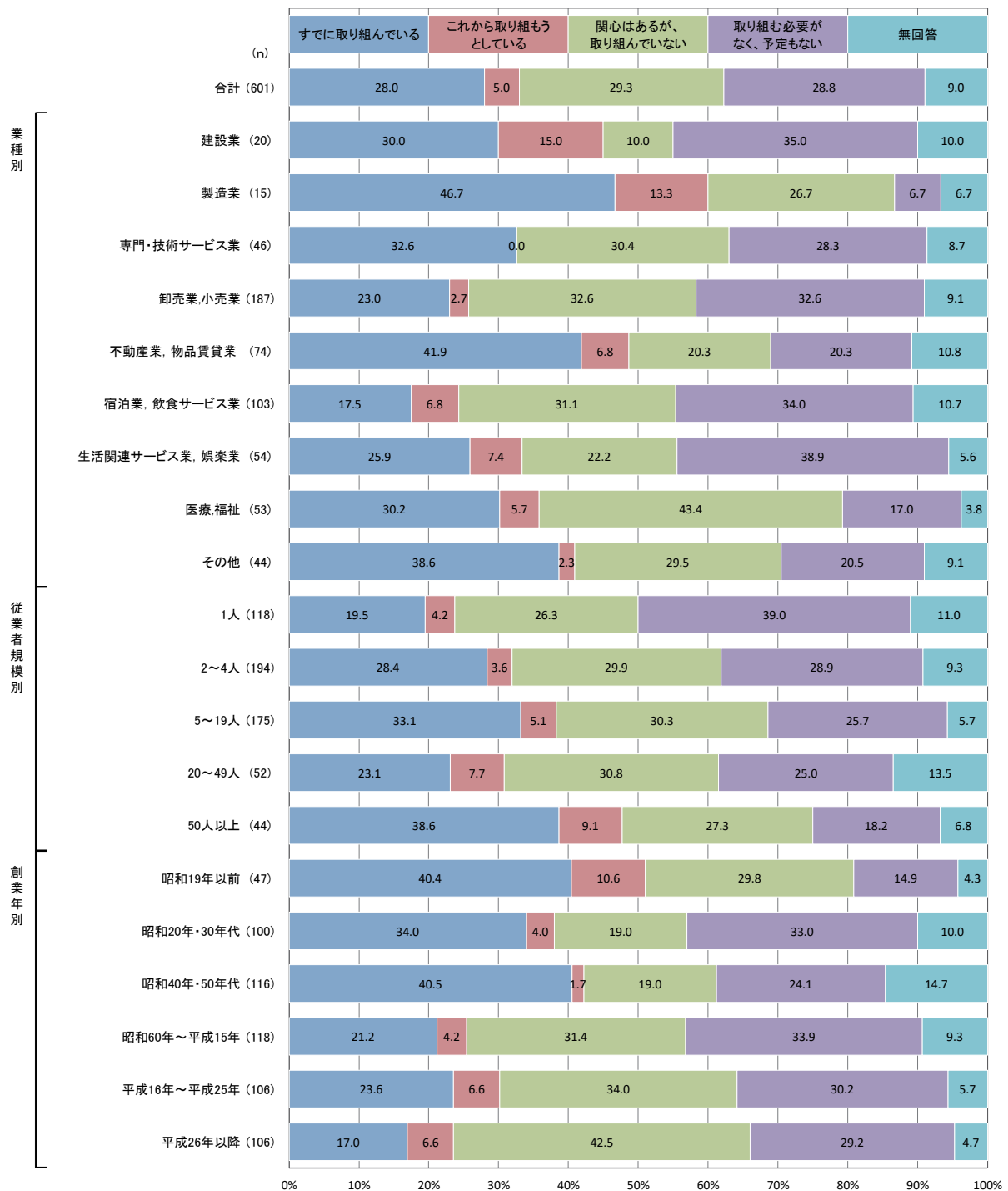
- 地域活動やまちづくりへの取り組み状況は、「関心はあるが、取り組んでいない」（29.3%）が最も高く、「取り組む必要がなく、予定もない」（28.8%）、「すでに取り組んでいる」（28.0%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」（35.0%）、「卸売業, 小売業」（32.6%）、「宿泊業, 飲食サービス業」（34.0%）、「生活関連サービス業, 娯楽業」（38.9%）は「取り組む必要がなく、予定もない」が最も高い。「製造業」（46.7%）と「不動産業, 物品賃貸業」（41.9%）は「すでに取り組んでいる」が4割以上である。他の業種に比べて「医療, 福祉」は「関心はあるが、取り組んでいない」（43.4%）が高い。
- 従業者規模別にみると、「5～19 人」（33.1%）と回答した事業者と「50 人以上」（38.6%）と回答した事業者は「すでに取り組んでいる」が最も高い。従業者規模が小さくなるほど「取り組む必要がなく、予定もない」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『昭和 59 年以前』と回答した事業者は「すでに取り組んでいる」が最も高い。『昭和 20 年以降』では、創業年が新しくなるほど「関心はあるが、取り組んでいない」が高くなる傾向がみられる。

地域活動やまちづくりへの取り組み状況





# 地域活動やまちづくりへの取り組み状況（業種別、従業者規模別、創業年別）



問13で、「すでに取り組んでいる」「これから取り組もうとしている」「関心はあるが、取り組んでいない」と回答された方にお聞きます。

問13-1 取り組んでいる活動内容や今後取組みに関心のあることを簡単にお書きください。

● **すでに取り組んでいる**

**【商店会や商工会議所の活動】**

- ・ 商店会の活動（お祭り等）。(建設業、2～4人) 【30】
- ・ 商店会及び商工会議所の企画等催しには、支援金を含め協力している。(製造業、5～19人)
- ・ 清掃活動、倫理法人会、青年会議所（OB会）。(専門・技術サービス業、1人)
- ・ 商店会祭礼実行委員、商工会議所部会（専門・技術サービス業、2～4人）
- ・ 商店会の役員として活動している。(卸売業、小売業、2～4人) 【6】
- ・ 単一商店会でできることは少ないので連合会としての活動を拡大していきたい。(卸売業、小売業、5～19人)
- ・ 近隣商店会、町会と連携を密にとって協力しあっている。子供食堂や地域小イベントへの協力を行っている。(不動産業、物品賃貸業、5～19人)
- ・ 商店街活動、商工会議所への積極的参加、防犯活動参加。(不動産業、物品賃貸業、5～19人) 【1】
- ・ 商店会主催の清掃活動。今後、自社でも清掃活動に取り組む予定。(宿泊業、飲食サービス業、20～49人) 【2】
- ・ 武蔵野商工会議所での活動。(その他、2～4人)

**【地域活動への参加・協力】**

- ・ 地域活動に参加している。(宿泊業、飲食サービス業、2～4人)
- ・ 地域活動として、関前小学校での花火大会。千川小学校での夏まつり。何かで地域活性のため、他の団体とのコミュニティ。(建設業、5～19人)
- ・ イベントなどの協力、協賛（専門・技術サービス業、5～19人） 【12】
- ・ 色々な地域との関わりを持って学校関係とか地域の安心、安全を第1に活動している。(卸売業、小売業、1人)
- ・ 清そう活動、地域イベントへの協賛。(卸売業、小売業、50人以上)
- ・ 町内会活動。(不動産業、物品賃貸業、2～4人) 【2】
- ・ 地域コミセン、協力委員として活動して居る。地域小学校、青少協、老人団体等で、スポーツ指導をしている。(不動産業、物品賃貸業、1人)
- ・ 消防、防災。(生活関連サービス業、娯楽業、2～4人)
- ・ 防犯カメラ、防災防犯、コミセン活動、地域活動（盆踊り等）。(生活関連サービス業、娯楽業、1人)
- ・ 創業以来、地域への協力活動を継続して行っている。(生活関連サービス業、娯楽業、5～19人)
- ・ お祭り関連、健康診断関連。(医療、福祉、5～19人)
- ・ 地域活動、イベントへの積極的に参加しコミュニケーションをとる。地域金融機関として、地域の課題解決、活性化のため取り組む。(その他、20～49人)
- ・ 無料相談会の開催、お祭りへの参加、街路灯設置への協力。(その他、5～19人)
- ・ 消防団。(その他、2～4人) 【1】

### 【連携】

- ・ 市民団体との活動。(卸売業, 小売業, 1 人)
- ・ ゴミ拾い活動 (グリーンバードと連携)。(卸売業, 小売業, 20~49 人)
- ・ 武蔵野市役所と連携して、テラス事業の実験など。(宿泊業, 飲食サービス業, 5~19 人)
- ・ 教育事業を活かした連携。(生活関連サービス業, 娯楽業, 50 人以上)
- ・ 地域の商店や、活動されている方とのコラボ。(生活関連サービス業, 娯楽業, 50 人以上)
- ・ 地域医療機関、介護事業所、コミュニティとの連携。(医療, 福祉, 5~19 人)

### 【CSR 活動】

- ・ 各種団体への参加。(宿泊業, 飲食サービス業, 50 人以上) 【2】
- ・ 地域団体への積極的事業への参加。(専門・技術サービス業, 5~19 人)
- ・ ボランティア団体への加入。(専門・技術サービス業, 1 人) 【3】
- ・ 町内会への寄附など。(製造業, 2~4 人)
- ・ 地域活性化事業への参加、防災ボランティアへの参加。(製造業, 1 人)
- ・ 職場体験、インターン生受入、会社見学などの CSR 活動。(製造業, 20~49 人)
- ・ 会計事務所で、税務相談などに参加している。(専門・技術サービス業, 5~19 人)
- ・ 美化運動、緑懇話会へ参加。NPO へ協力(ハロウィン)。(卸売業, 小売業, 2~4 人)
- ・ お祭り、ファスタ、道路のフラワーポット、清掃活動など。(卸売業, 小売業, 5~19 人)
- ・ 歳末警戒、お祭、一斉清掃、公園の植さい管理、親睦バス旅行。(卸売業, 小売業, 2~4 人)
- ・ 気候市民会議への参画。(卸売業, 小売業, 20~49 人)
- ・ 地域清掃。(卸売業, 小売業, 5~19 人) 【3】
- ・ SDGs 活動を、不動産業としては率先して行っている。(不動産業, 物品賃貸業, 1 人)
- ・ まちの清掃、花の植替活動に参加。(宿泊業, 飲食サービス業, 2~4 人)
- ・ ふるさと納税の返礼品、地産地消の取り組み。(宿泊業, 飲食サービス業, 5~19 人)
- ・ 介護予防事業・地域の高齢者向け健康講座。(医療, 福祉, 1 人)
- ・ 市民対象、薬用植物観察会。(市と薬剤師会)、漢方相談 (医療, 福祉, 2~4 人)
- ・ むさしのあったかまつりに参加、タワーズマルシェに参加 (コロナ禍は不参加)、大学生のボランティア受け入れ。(医療, 福祉, 5~19 人)
- ・ こども食堂に取り組んでいる。(医療, 福祉, 20~49 人)
- ・ 生活保護世帯の子ども向け学習支援。(その他, 2~4 人)

### 【地域活性化につながる活動】

- ・ 地元料飲店への集客力 up による街の活性化。(卸売業, 小売業, 2~4 人)
- ・ イベントを開催。(卸売業, 小売業, 1 人)
- ・ さまざまなイベントを主催、企画、実施している。また、コミュニティスペースとしての場所を運営し、ネットワークづくりをしている。(その他, 2~4 人)

### 【その他】

- ・ 武蔵野プレミアムなどに参加。(製造業, 20~49 人)
- ・ 大型バイクの駐車できる場所が少ないため、スペースを設け展開。(その他, 5~19 人)

## ● これから取り組もうとしている

- ・ コロナが落ちついたら、商店会若手が中心となり活動とイベントを行っていききたい。(宿泊業, 飲食サービス業, 5~19 人)

- ・ 地域の清掃活動や試合・大会への参加、イベント等の参加、お手伝い。(生活関連サービス業、娯楽業、5～19 人)
- ・ 吉祥寺活性化委員会に協力、商店会連合会に協力、商工会議所の各種事業に協力 (その他、2～4 人)
- ・ 情報交換の場が増えると良いと思う。(建設業、50 人以上)
- ・ 高齢化の対応、お祭り行事など。(卸売業、小売業、20～49 人)
- ・ 定期的に行うイベント(祭りなど)。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 祭り、商店街見回り。(生活関連サービス業、娯楽業、1 人)
- ・ 会合への参加、地域イベントへの参加。(医療、福祉、5～19 人)
- ・ 地産地消。(宿泊業、飲食サービス業、1 人)
- ・ ふるさと納税の返礼品登録をした。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 日本一の激戦区「メガネの街吉祥寺」をブランディング化したいと考え、「吉祥寺の眼鏡屋 MAP」を作りたいと考えている。(卸売業、小売業、2～4 人)
- ・ 店舗の売上アップにつながるならしたい。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 地域に根づいた店舗の運営 (医療、福祉、50 人以上)

## ● 関心はあるが、取り組んでいない

### 【商店会活動】

- ・ 商店会に加入しているが、加入会員にとっての地域活性化と、実際に行なわれている活動との間に、かい離があるように感じる。商店会の活動を、今の時代に合うよう内容を見直す時期と思う。(卸売業、小売業、2～4 人)
- ・ 行政と商店会が連携し、家賃を下げる等して店舗を借りやすくする事。(卸売業、小売業、2～4 人)
- ・ 古い商店会から若返り。商店会活動の目標の模索。(不動産業、物品賃貸業、2～4 人)
- ・ 商店街や市の振興事業予算の使い方の見直し。例えば、季節ごとのイベント/祭り/神輿など伝統事業を、損益計算の視点で見直したい。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 商店会の活動に参加。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 各店舗や商店会の小さな単位ではなく、街全体をまき込んだイベント、外部からの流入が見込める大規模なイベント、若年層や子育て世代向けのイベント。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 商店会や地区商連の役員として、如何にして地域住民を巻き込めるかを模索している。(生活関連サービス業、娯楽業、5～19 人)
- ・ 商店会のイベント等には参加しているが、地域活動には積極的に取り組んではいない。(医療、福祉、5～19 人)

### 【集客イベント等の開催・参加】

- ・ お祭り等集客が見込める活動には積極的に参加したい。(卸売業、小売業、5～19 人) 【9】
- ・ まちのイベントに参加出来るようなアーティスト活動の発信。(生活関連サービス業、娯楽業、2～4 人)
- ・ 今後、防災訓練に参加したいと思っている。(生活関連サービス業、娯楽業、5～19 人)
- ・ 町内会活動参加、同テナントとの防災訓練、武蔵野消防署との自衛消防訓練参加。(医療、福祉、50 人以上)

- ・ 他のお店と協同でイベント的なものをやってみたい。(宿泊業, 飲食サービス業、2～4 人)
- ・ 駅前の平和通り商店街を飲食店・小売店混在の露店販売(フリーマーケット)での歩行者天国開放。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 井の頭公園を中心とした健康フェスが出来たらと思っている。皇居ランの人をターゲットとしたビジネスが展開したように、井の頭公園を中心とした健康に関するビジネスの輪が出来ればと思っている。(医療, 福祉、5～19 人)

#### 【交流、連携】

- ・ 地域企業の協力による新事業。(製造業、20～49 人)
- ・ 地域活動と自社事業をどの様に結びつけるか。(専門・技術サービス業、20～49 人)
- ・ 交流の会。(不動産業, 物品賃貸業、1 人)
- ・ 地域行事への参加で親交を深めたい。(不動産業, 物品賃貸業、5～19 人)
- ・ 地域の方とのつながりを強める。(不動産業, 物品賃貸業、2～4 人)
- ・ 集客につながるネットワークづくり。(宿泊業, 飲食サービス業、2～4 人)
- ・ 地域住民との交流。(その他、1 人)

#### 【CSR 活動】

- ・ 機会があれば奉仕団体等に入会したい。(建設業、5～19 人)
- ・ どういう形で地域へ貢献できるか知りたい。(専門・技術サービス業、1 人)
- ・ 子供たちのための活動。(卸売業, 小売業、5～19 人)
- ・ 環境問題、人権問題など。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 再生可能エネルギー。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 環境美化。(卸売業, 小売業、1 人) 【6】
- ・ 障害のある方の支援 お仕事、カフェなど。(医療, 福祉、2～4 人)
- ・ 医療サービス提供、健康情報の発信など。(医療, 福祉、5～19 人)

#### 【その他】

- ・ 特に吉祥寺は長い年月を振り返ると、音楽や映画、漫画やアニメーションなどのカルチャー、サブカルチャーの街としての特色があったと思う。その方面での街の深化を進めたい。(宿泊業, 飲食サービス業、2～4 人)
- ・ 取り組む必要は感じているが、何をすれば良いのかわからない。(専門・技術サービス業、2～4 人)
- ・ 何をすればいいかわからない。(卸売業, 小売業、5～19 人) 【8】
- ・ 地域の活動に加わりたいが時間・気持ちの余裕がない。(建設業、2～4 人) 【5】
- ・ 地域のコミュニティの場になりたい考えはあるが、具体的には取り組んでいない。(医療, 福祉、2～4 人)
- ・ 小さな商店の魅力を発信し、街の特性を強めたい。(卸売業, 小売業、2～4 人)

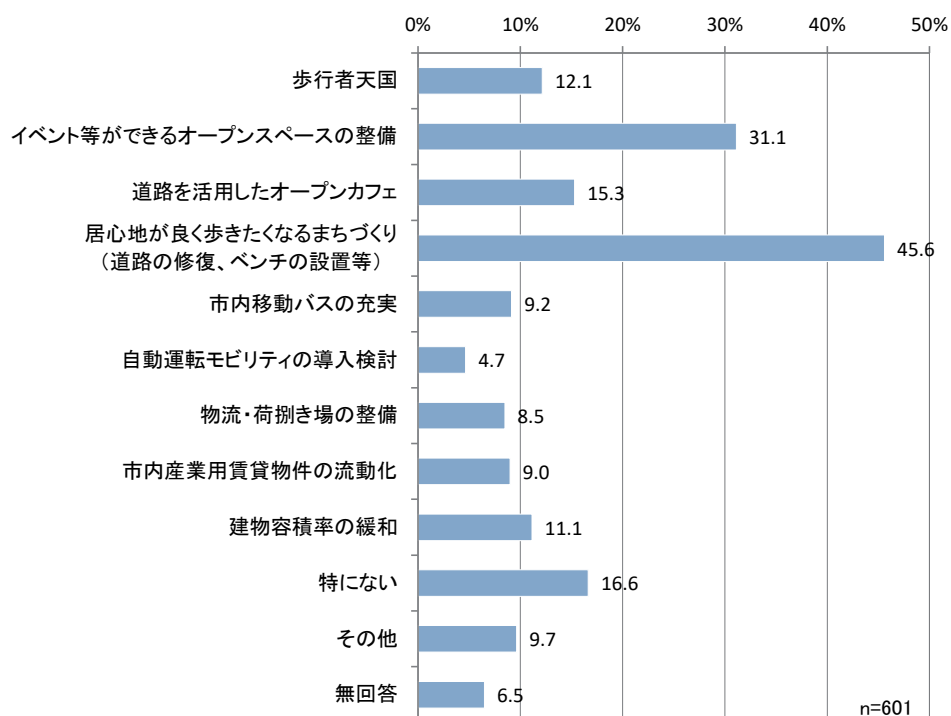
※誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

※【 】内は、同一意見数

問 14 市内産業の活性化に必要なまちづくりの取組みは、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

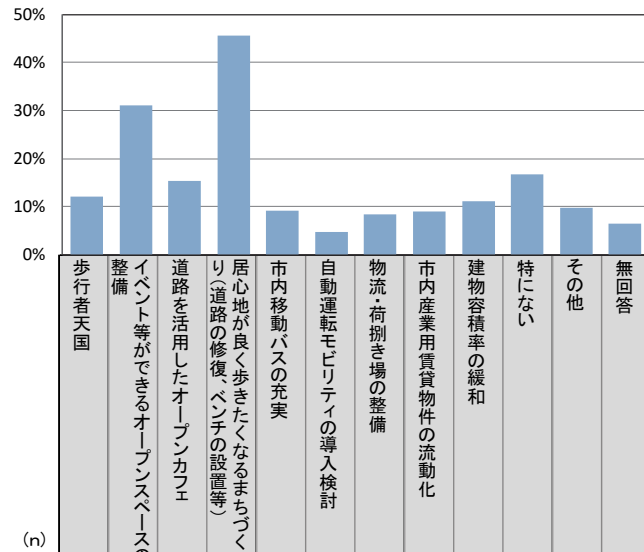
- 市内産業の活性化に必要なまちづくりの取組みは、「居心地が良く歩きたくなるまちづくり（道路の修復、ベンチの設置等）」（45.6%）が最も高く、「イベント等ができるオープンスペースの整備」（31.1%）、「道路を活用したオープンカフェ」（15.3%）の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「建設業」は「建物容積率の緩和」（30.0%）が、「宿泊業、飲食サービス業」は「歩行者天国」（20.4%）が、「生活関連サービス業、娯楽業」は「道路を活用したオープンカフェ」（31.5%）が高い。「専門・技術サービス業」は「イベント等ができるオープンスペースの整備」（39.1%）が最も高い。
- 従業者規模別にみると、『20人以上』と回答した事業者は「居心地が良く歩きたくなるまちづくり（道路の修復、ベンチの設置等）」が5割以上を占める。従業者規模が大きくなるほど「イベント等ができるオープンスペースの整備」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、「昭和19年以前」と回答した事業者は「建物容積率の緩和」（21.3%）が2割強である。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「歩行者天国」（19.8%）と「イベント等ができるオープンスペースの整備」（38.7%）が高い。
- 地域活動やまちづくりへの取組状況別にみると、「すでに取り組んでいる」と回答した事業者は「建物容積率の緩和」（20.2%）が約2割である。他の取組状況に比べて「これから取り組もうとしている」と回答した事業者は「歩行者天国」（20.0%）、「道路を活用したオープンカフェ」（23.3%）、「居心地が良く歩きたくなるまちづくり（道路の修復、ベンチの設置等）」（60.0%）、「市内移動バスの充実」（16.7%）が高い。

市内産業の活性化に必要なまちづくりの取組み



## 市内産業の活性化に必要なまちづくりの取組み

(業種別、従業者規模別、創業年別、地域活動やまちづくりへの取組状況別)



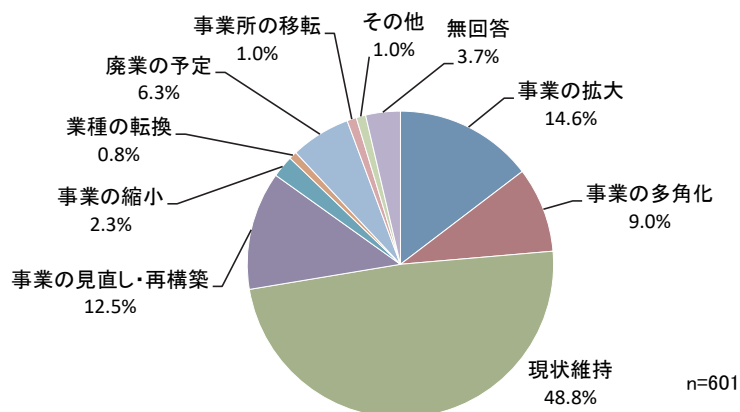
全体		(601)	12.1	31.1	15.3	45.6	9.2	4.7	8.5	9.0	11.1	16.6	9.7	6.5
業種別	建設業	(20)	0.0	10.0	10.0	35.0	5.0	5.0	0.0	15.0	30.0	20.0	5.0	20.0
	製造業	(15)	0.0	26.7	0.0	33.3	13.3	6.7	6.7	6.7	13.3	26.7	6.7	13.3
	専門・技術サービス業	(46)	8.7	39.1	13.0	34.8	13.0	13.0	4.3	19.6	8.7	13.0	4.3	8.7
	卸売業、小売業	(187)	15.0	31.0	13.4	47.1	9.1	4.3	11.2	8.6	7.5	16.6	12.8	5.9
	不動産業、物品賃貸業	(74)	6.8	39.2	10.8	48.6	4.1	5.4	12.2	16.2	29.7	10.8	14.9	6.8
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	20.4	28.2	15.5	47.6	9.7	1.0	7.8	3.9	7.8	17.5	7.8	5.8
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	7.4	25.9	31.5	44.4	9.3	1.9	1.9	5.6	9.3	22.2	11.1	1.9
	医療、福祉	(53)	11.3	22.6	20.8	52.8	15.1	1.9	5.7	5.7	5.7	17.0	7.5	5.7
	その他	(44)	11.4	45.5	13.6	47.7	6.8	11.4	13.6	6.8	6.8	11.4	2.3	4.5
従業者規模別	1人	(118)	11.0	27.1	11.9	39.0	10.2	3.4	3.4	8.5	7.6	18.6	10.2	10.2
	2～4人	(194)	13.9	28.9	17.0	45.9	11.3	3.1	8.2	9.8	8.2	17.0	9.8	7.7
	5～19人	(175)	12.6	30.3	13.7	44.0	6.9	7.4	12.0	9.7	13.7	15.4	9.7	5.1
	20～49人	(52)	11.5	36.5	15.4	55.8	7.7	1.9	7.7	7.7	19.2	15.4	11.5	3.8
	50人以上	(44)	9.1	40.9	20.5	54.5	9.1	9.1	13.6	9.1	15.9	11.4	9.1	2.3
創業年別	昭和19年以前	(47)	10.6	34.0	10.6	46.8	12.8	6.4	12.8	6.4	21.3	8.5	12.8	8.5
	昭和20年・30年代	(100)	3.0	33.0	11.0	42.0	10.0	3.0	8.0	9.0	15.0	22.0	11.0	9.0
	昭和40年・50年代	(116)	13.8	25.0	9.5	45.7	7.8	6.0	8.6	6.0	18.1	17.2	8.6	11.2
	昭和60年～平成15年	(118)	8.5	29.7	16.9	47.5	10.2	2.5	10.2	11.0	9.3	16.9	7.6	4.2
	平成16年～平成25年	(106)	16.0	29.2	24.5	45.3	8.5	7.5	7.5	13.2	3.8	14.2	11.3	0.9
	平成26年以降	(106)	19.8	38.7	17.0	44.3	8.5	3.8	5.7	7.5	5.7	17.0	9.4	5.7
状況別	すでに取り組んでいる	(168)	11.9	48.8	14.9	50.6	10.7	7.1	16.1	13.7	20.2	6.5	11.3	3.6
	これから取り組もうとしている	(30)	20.0	46.7	23.3	60.0	16.7	0.0	0.0	13.3	6.7	10.0	3.3	3.3
	関心はあるが、取り組んでいない	(176)	12.5	30.7	17.6	52.3	10.2	4.0	5.7	8.5	6.8	11.4	12.5	6.8
	取り組む必要がなく、予定もない	(173)	9.8	19.1	12.7	31.8	6.4	4.0	5.8	5.2	8.1	35.8	7.5	2.3

## ケ 今後の展開

問 15 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

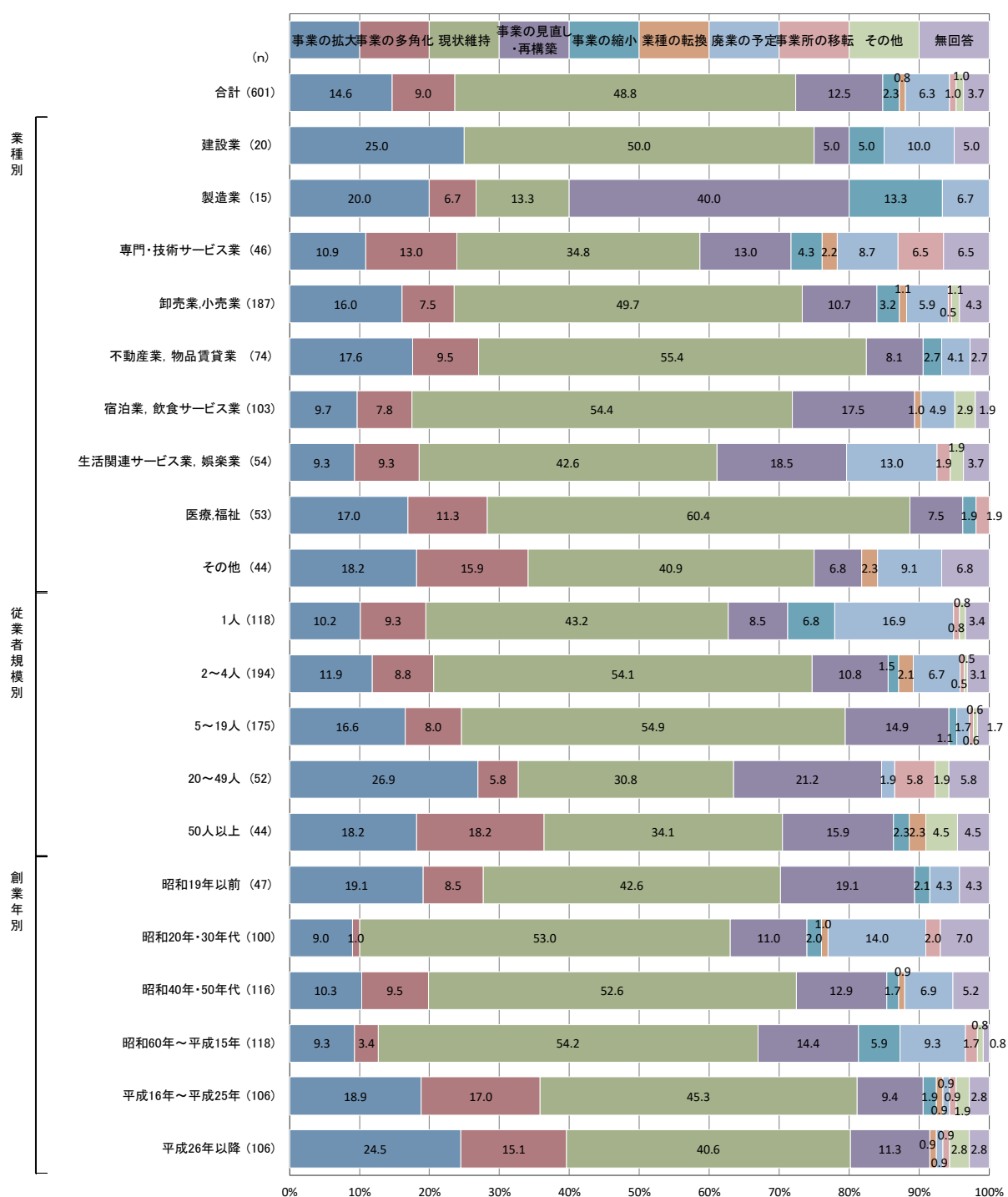
- 今後の主な事業展開は、「現状維持」(48.8%)が最も高く、「事業の拡大」(14.6%)、「事業の見直し・再構築」(12.5%)、「事業の多角化」(9.0%)の順で続く。「事業の縮小」(2.3%)と回答した事業者は14件、「業種の転換」(0.8%)と回答した事業者は5件、「廃業の予定」(6.3%)と回答した事業者は38件である。
- 業種別にみると、「建設業」(50.0%)、「不動産業, 物品賃貸業」(55.4%)、「宿泊業, 飲食サービス業」(54.4%)、「医療, 福祉」(60.4%)は「現状維持」が5割以上を占める。「製造業」は「事業の見直し・再構築」(40.0%)が最も高い。他の業種に比べて「生活関連サービス業, 娯楽業」は「廃業の予定」(13.0%)が高い。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「1人」と回答した事業者は「事業の縮小」(6.8%)と「廃業の予定」(16.9%)が高い。『2～19人』と回答した事業者は「現状維持」が5割以上を占める。『49人以下』では、従業者規模が大きくなるほど「事業の拡大」と「事業の見直し・再構築」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、『昭和20年～平成15年』と回答した事業者は「現状維持」が5割以上を占める。他の創業年に比べて「平成26年以降」と回答した事業者は「事業の拡大」(24.5%)が高い。

今後の主な事業展開





## 今後の主な事業展開（業種別、従業者規模別、創業年別）

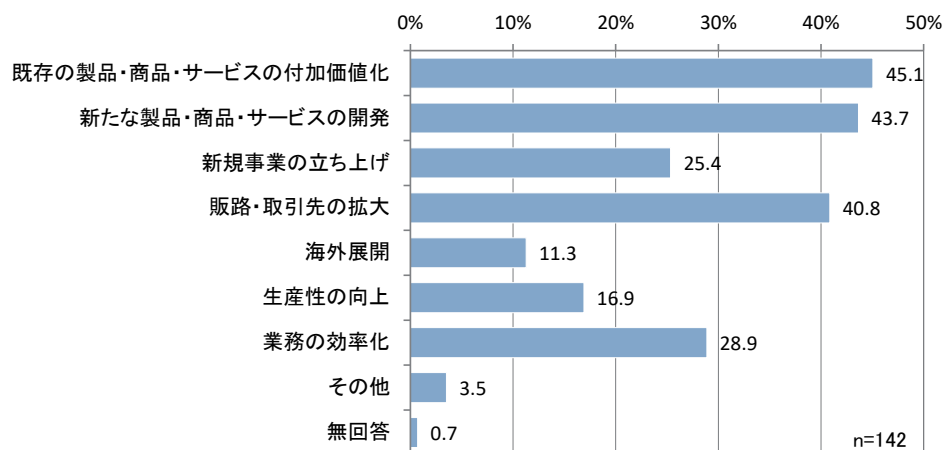


問 15 で、「事業の拡大」もしくは「事業の多角化」と回答された方にお聞きます。

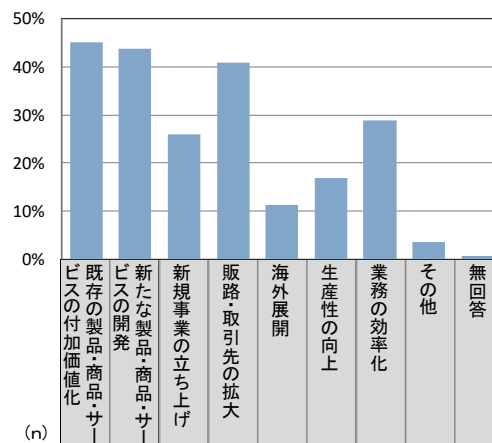
問 15－1 今後の事業活動において、関心がある活動内容は何ですか。（最も当てはまるもの3つまでに○）

- 今後の事業活動において、関心がある活動は、「既存の製品・商品・サービスの付加価値化」（45.1％）が最も高く、「新たな製品・商品・サービスの開発」（43.7％）、「販路・取引先の拡大」（40.8％）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」は「業務の効率化」（80.0％）が最も高い。他の業種に比べて「製造業」は「既存の製品・商品・サービスの付加価値化」（75.0％）と「新たな製品・商品・サービスの開発」（100％）が、「生活関連サービス業、娯楽業」は「新規事業の立ち上げ」（80.0％）が高い。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「1人」と回答した事業者は「新たな製品・商品・サービスの開発」（60.9％）と「販路・取引先の拡大」（47.8％）が高い。従業者規模が大きくなるほど「業務の効率化」が高くなる傾向がみられ、「50人以上」と回答した事業者は「業務の効率化」（62.5％）が6割強を占める。
- 創業年別にみると、「昭和19年以前」と回答した事業者は「新たな製品・商品・サービスの開発」（38.5％）と「販路・取引先の拡大」（38.5％）が最も高い。他の創業年に比べて「昭和40年・50年代」と回答した事業者は「新たな製品・商品・サービスの開発」（60.9％）と「販路・取引先の拡大」（47.8％）が高い。「平成26年以降」と回答した事業者は「既存の製品・商品・サービスの付加価値化」（52.4％）と「新たな製品・商品・サービスの開発」（50.0％）が5割以上を占める。

今後の事業活動において、関心がある活動



今後の事業活動において、関心がある活動（業種別、従業者規模別、創業年別）



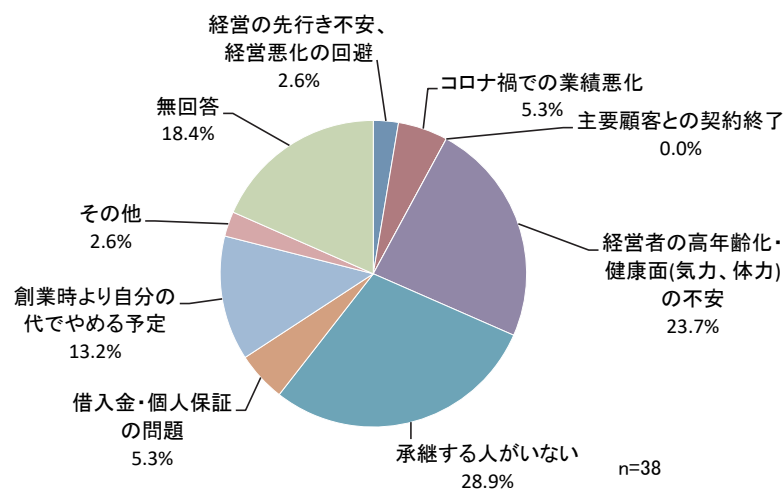
全体		(142)	45.1	43.7	26.1	40.8	11.3	16.9	28.9	3.5	0.7
業種別	建設業	(5)	20.0	20.0	0.0	60.0	0.0	60.0	80.0	0.0	0.0
	製造業	(4)	75.0	100.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(11)	72.7	54.5	36.4	54.5	9.1	27.3	18.2	0.0	0.0
	卸売業、小売業	(44)	56.8	38.6	22.7	52.3	15.9	11.4	27.3	2.3	0.0
	不動産業、物品賃貸業	(20)	20.0	40.0	25.0	35.0	10.0	20.0	25.0	5.0	5.0
	宿泊業、飲食サービス業	(18)	33.3	50.0	22.2	33.3	5.6	16.7	33.3	5.6	0.0
	生活関連サービス業、娯楽業	(10)	30.0	30.0	80.0	10.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0
	医療、福祉	(15)	40.0	40.0	26.7	20.0	13.3	26.7	53.3	6.7	0.0
	その他	(15)	53.3	53.3	13.3	46.7	13.3	6.7	20.0	6.7	0.0
従業者規模別	1人	(23)	39.1	60.9	26.1	47.8	13.0	8.7	8.7	4.3	0.0
	2～4人	(40)	50.0	32.5	17.5	45.0	15.0	20.0	17.5	2.5	2.5
	5～19人	(43)	44.2	44.2	34.9	37.2	11.6	20.9	32.6	4.7	0.0
	20～49人	(17)	47.1	47.1	35.3	41.2	5.9	5.9	47.1	0.0	0.0
	50人以上	(16)	43.8	43.8	12.5	31.3	6.3	18.8	62.5	6.3	0.0
創業年別	昭和19年以前	(13)	30.8	38.5	23.1	38.5	7.7	15.4	30.8	7.7	7.7
	昭和20年・30年代	(10)	60.0	60.0	40.0	10.0	0.0	30.0	50.0	10.0	0.0
	昭和40年・50年代	(23)	47.8	60.9	21.7	47.8	8.7	8.7	8.7	0.0	0.0
	昭和60年～平成15年	(15)	26.7	40.0	13.3	46.7	13.3	26.7	26.7	0.0	0.0
	平成16年～平成25年	(38)	44.7	26.3	34.2	39.5	15.8	13.2	31.6	2.6	0.0
	平成26年以降	(42)	52.4	50.0	23.8	45.2	11.9	16.7	33.3	4.8	0.0

問 15 で、「廃業の予定」と回答された方にお聞きします。

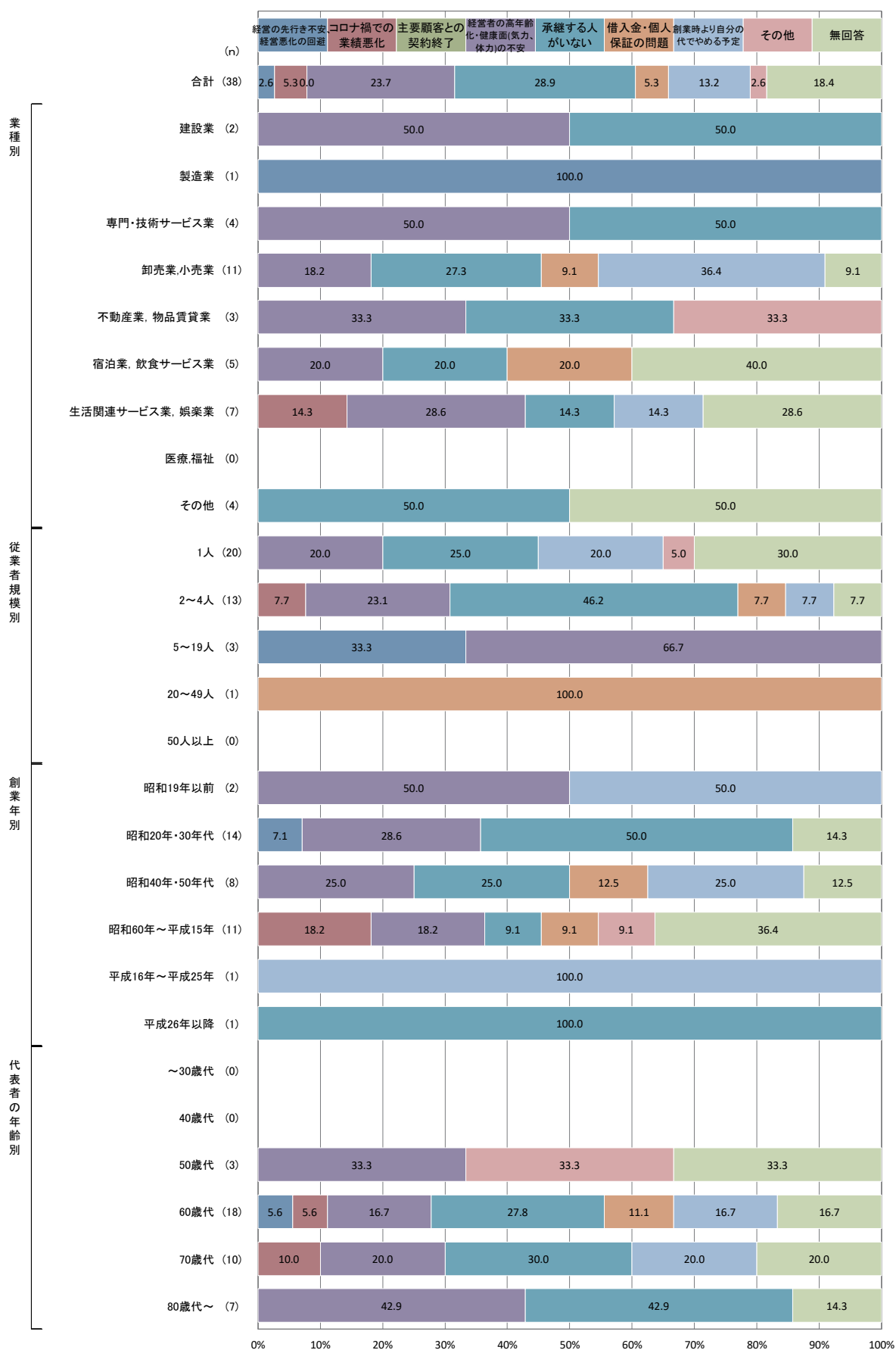
問 15－2 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。（当てはまるもの 1 つに○）

- 廃業する主な理由は、「承継する人がいない」（28.9％）が最も高く、「経営者の高年齢化・健康面（気力、体力）の不安」（23.7％）、「創業時より自分の代でやめる予定」（13.2％）の順で続く。
- 業種別にみると、「卸売業、小売業」は「創業時より自分の代でやめる予定」（36.4％）が最も高い。他の業種に比べて「生活関連サービス業、娯楽業」は「コロナ禍での業績悪化」（14.3％）が高い。
- 従業者規模別にみると、他の従業者規模に比べて「1 人」と回答した事業者は「創業時より自分の代でやめる予定」（20.0％）が高い。「5 ～19 人」と回答した事業者は「経営者の高年齢化・健康面（気力、体力）の不安」（66.7％）が最も高い。
- 創業年別にみると、創業年が古くなるほど「経営者の高年齢化・健康面（気力、体力）の不安」が高くなる傾向がみられる。他の創業年に比べて「昭和 60 年～平成 15 年」と回答した事業者は「コロナ禍での業績悪化」（18.2％）が高い。
- 代表者の年齢別にみると、代表者の年齢が高くなるほど「承継する人がいない」が高くなる傾向がみられる。「80 歳代～」と回答した事業者は「経営者の高年齢化・健康面（気力、体力）の不安」（42.9％）と「承継する人がいない」（42.9％）がともに 4 割強である。

廃業する主な理由



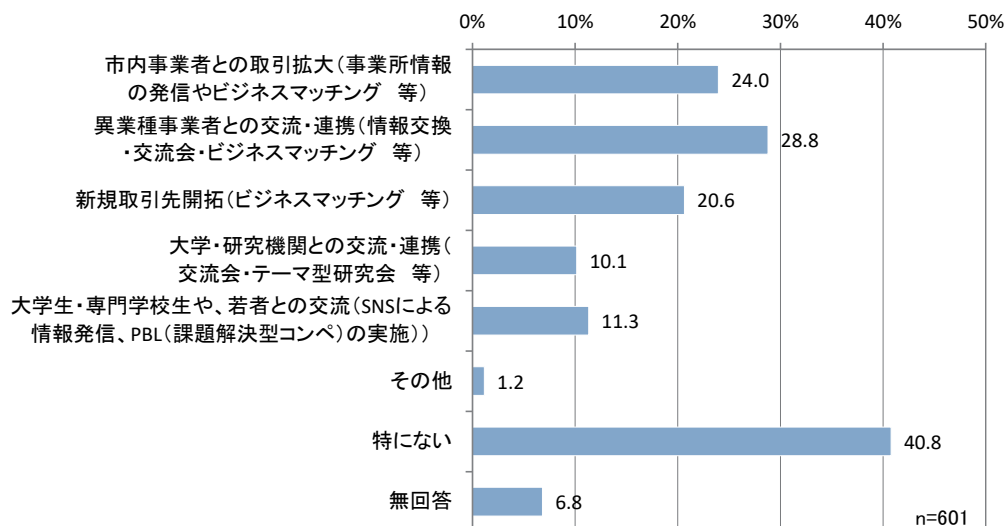
## 廃業する主な理由（業種別、従業者規模別、創業年別、代表者の年齢別）



問 16 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは、「異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」（28.8％）が最も高く、「市内事業者との取引拡大（事業所情報の発信やビジネスマッチング等）」（24.0％）、「新規取引先開拓（ビジネスマッチング等）」（20.6％）の順で続く。
- 業種別にみると、他の業種に比べて「製造業」は「異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」（53.3％）が高く、5割台半ば近くを占める。「専門・技術サービス業」は「新規取引先開拓（ビジネスマッチング等）」（37.0％）が最も高い。「宿泊業、飲食サービス業」は「特にない」（51.5％）が5割強を占める。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど「市内事業者との取引拡大（事業所情報の発信やビジネスマッチング等）」、「異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」、「大学生・専門学校生や、若者との交流（SNSによる情報発信、PBL（課題解決型コンペ）の実施）」が高くなる傾向がみられる。従業者規模が小さくなるほど「特にない」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「平成 26 年以降」と回答した事業者は「市内事業者との取引拡大（事業所情報の発信やビジネスマッチング等）」（35.8％）、「異業種事業者との交流・連携（情報交換・交流会・ビジネスマッチング等）」（45.3％）、「新規取引先開拓（ビジネスマッチング等）」（24.5％）が高い。

今後のネットワークづくりについて、関心のあるもの



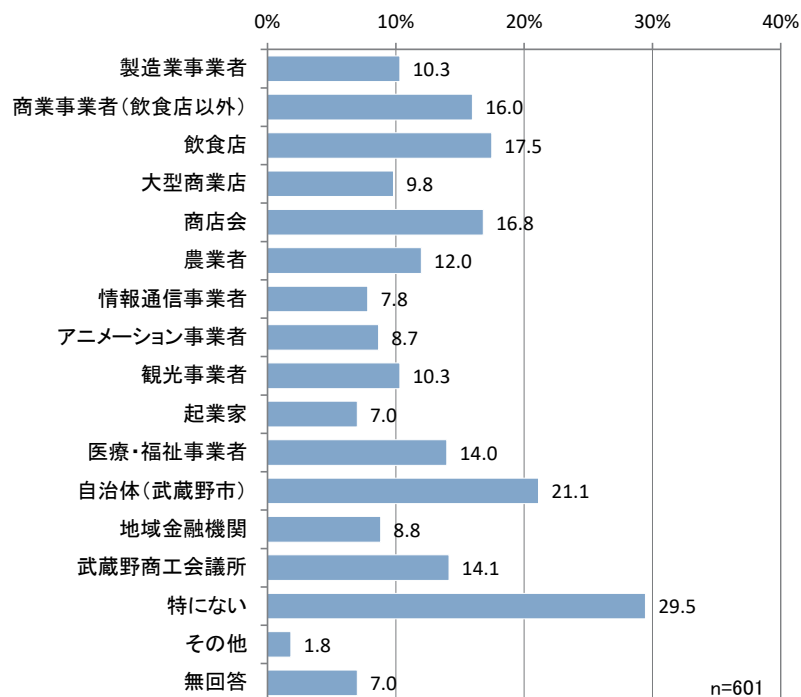
今後のネットワークづくりについて、関心のあるもの（業種別、従業者規模別、創業年別）



問 17 今後、連携先として関心がある先はありますか。（当てはまるものすべてに○）

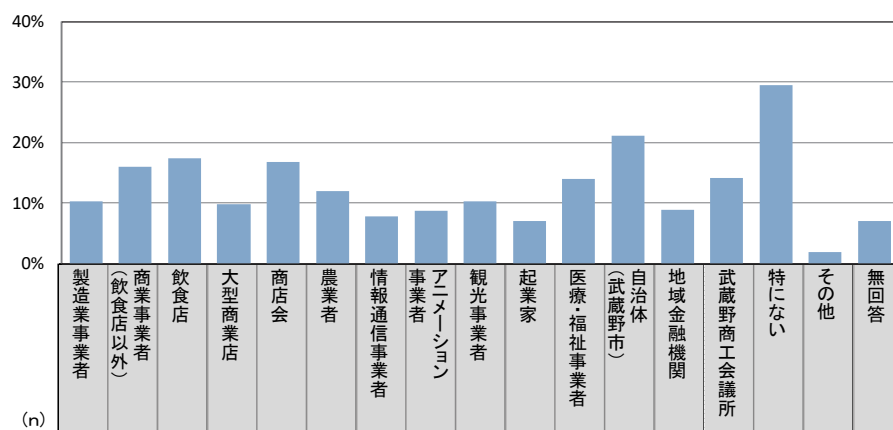
- 今後、連携先として関心がある先は、「自治体（武蔵野市）」（21.1％）が最も高く、「飲食店」（17.5％）、「商店会」（16.8％）、「商業事業者（飲食店以外）」（16.0％）の順で続く。
- 業種別にみると、「製造業」は「製造業事業者」（26.7％）と「飲食店」（26.7％）が最も高い。他の業種に比べて「宿泊業、飲食サービス業」は「飲食店」（33.0％）と「農業者」（23.3％）が高い。「医療、福祉」は「医療・福祉事業者」（71.7％）が7割強を占める。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど「製造業事業者」、「大型商業店」、「アニメーション事業者」、「武蔵野商工会議所」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和 19 年以前」と回答した事業者は「自治体（武蔵野市）」（34.0％）、「地域金融機関」（21.3％）、「武蔵野商工会議所」（19.1％）、「その他」（4.3％）が高い。「平成 26 年以降」と回答した事業者は「飲食店」（27.4％）が最も高い。

今後、連携先として関心がある先





今後、連携先として関心がある先（業種別、従業者規模別、創業年別）



業種別		(n)	10.3	16.0	17.5	9.8	16.8	12.0	7.8	8.7	10.3	7.0	14.0	21.1	8.8	14.1	29.5	1.8	7.0
全体		(601)	10.3	16.0	17.5	9.8	16.8	12.0	7.8	8.7	10.3	7.0	14.0	21.1	8.8	14.1	29.5	1.8	7.0
業種別	建設業	(20)	15.0	20.0	0.0	0.0	5.0	5.0	5.0	0.0	0.0	0.0	5.0	30.0	10.0	10.0	25.0	10.0	5.0
	製造業	(15)	26.7	20.0	26.7	13.3	6.7	20.0	6.7	13.3	13.3	13.3	6.7	6.7	13.3	20.0	20.0	0.0	0.0
	専門・技術サービス業	(46)	10.9	23.9	17.4	17.4	19.6	17.4	15.2	15.2	13.0	19.6	26.1	32.6	28.3	19.6	28.3	2.2	6.5
	卸売業、小売業	(187)	11.8	19.8	14.4	11.8	15.5	9.1	5.9	8.0	10.7	3.2	6.4	18.7	7.0	11.2	32.1	2.1	7.5
	不動産業、物品賃貸業	(74)	4.1	13.5	12.2	4.1	29.7	6.8	6.8	9.5	9.5	4.1	8.1	18.9	12.2	16.2	28.4	2.7	12.2
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	8.7	11.7	33.0	9.7	13.6	23.3	4.9	8.7	12.6	5.8	3.9	18.4	5.8	12.6	32.0	0.0	3.9
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	3.7	14.8	20.4	9.3	13.0	7.4	9.3	7.4	14.8	11.1	7.4	11.1	5.6	5.6	40.7	1.9	3.7
	医療・福祉	(53)	5.7	7.5	7.5	1.9	15.1	7.5	11.3	5.7	5.7	5.7	71.7	35.8	1.9	18.9	15.1	0.0	5.7
	その他	(44)	25.0	15.9	15.9	18.2	20.5	13.6	13.6	11.4	6.8	15.9	11.4	25.0	9.1	25.0	22.7	2.3	13.6
従業者規模別	1人	(118)	7.6	14.4	9.3	5.9	16.1	10.2	6.8	4.2	5.9	5.1	12.7	18.6	7.6	11.0	30.5	1.7	11.0
	2～4人	(194)	10.3	13.4	17.5	6.2	14.9	11.3	6.7	6.2	7.7	5.7	9.3	17.5	8.2	12.9	32.0	2.6	6.7
	5～19人	(175)	10.9	19.4	21.7	13.1	18.9	13.7	5.7	10.3	15.4	10.3	20.0	22.9	8.6	16.0	26.9	2.3	4.6
	20～49人	(52)	13.5	19.2	19.2	13.5	19.2	15.4	11.5	15.4	7.7	7.7	13.5	30.8	13.5	17.3	23.1	0.0	7.7
	50人以上	(44)	13.6	20.5	18.2	18.2	15.9	11.4	13.6	20.5	20.5	6.8	18.2	31.8	11.4	18.2	27.3	0.0	4.5
創業年別	昭和19年以前	(47)	14.9	14.9	23.4	8.5	14.9	14.9	6.4	10.6	8.5	4.3	19.1	34.0	21.3	19.1	19.1	4.3	8.5
	昭和20年・30年代	(100)	5.0	13.0	11.0	5.0	16.0	8.0	4.0	6.0	6.0	3.0	5.0	15.0	11.0	10.0	49.0	3.0	8.0
	昭和40年・50年代	(116)	10.3	14.7	13.8	8.6	18.1	8.6	6.0	11.2	12.1	6.0	9.5	19.0	5.2	13.8	28.4	0.9	13.8
	昭和60年～平成15年	(118)	8.5	16.1	9.3	7.6	16.1	5.1	7.6	5.1	9.3	2.5	11.0	19.5	8.5	13.6	34.7	0.8	6.8
	平成16年～平成25年	(106)	10.4	16.0	24.5	12.3	17.0	19.8	14.2	9.4	14.2	12.3	25.5	27.4	9.4	17.9	23.6	0.0	2.8
	平成26年以降	(106)	15.1	20.8	27.4	16.0	17.9	17.9	8.5	11.3	11.3	13.2	17.0	20.8	5.7	14.2	17.0	3.8	1.9

## コ 公的支援策の利用

問 18 国、東京都、自治体（区市町村）が実施している支援策で、これまで利用されて有効だった支援策をお書きください。

### ● 国

- ・ 持続化給付金 【55】
- ・ 家賃支援給付金 【20】
- ・ 一時支援金 【2】
- ・ 月次支援金 【3】
- ・ 事業復活支援金 【19】
- ・ 新型コロナウイルス感染症対応休業支援金・給付金 【1】
- ・ 感染拡大防止継続支援補助金（医療） 【5】
- ・ 融資等 【3】
- ・ 不明（コロナ関連と記載あるが詳細不明） 【11】
- ・ 雇用調整助成金 【4】
- ・ 事業再構築助成金
- ・ その他（上記以外） 【7】

### ● 東京都

- ・ コロナ協力金、給付金、支援金 【61】
- ・ 家賃支援給付金 【16】
- ・ 融資 【4】
- ・ 雇用調整助成金 【2】
- ・ 雇用環境整備促進奨励金 【1】
- ・ 新規事業支援
- ・ その他（上記以外） 【4】

### ● 自治体（区市町村）

#### 【武蔵野市】

- ・ コロナ中小企業者等特別支援金 【10】
- ・ コロナ感染拡大防止中小企業者等緊急支援金 【15】
- ・ 家賃支援金 【4】
- ・ 商店会活性出店支援金 【4】
- ・ 創業 【3】
- ・ 地域券 【22】
- ・ 融資等 【7】
- ・ その他（上記以外） 【4】

#### 【その他の自治体、機関】

- ・ 創業時に杉並区のインキュベーション施設を利用した（杉並区）
- ・ コロナに負けない環境整備補助金（三鷹市）
- ・ 電気自動車充電スタンド設置補助金（横浜市）

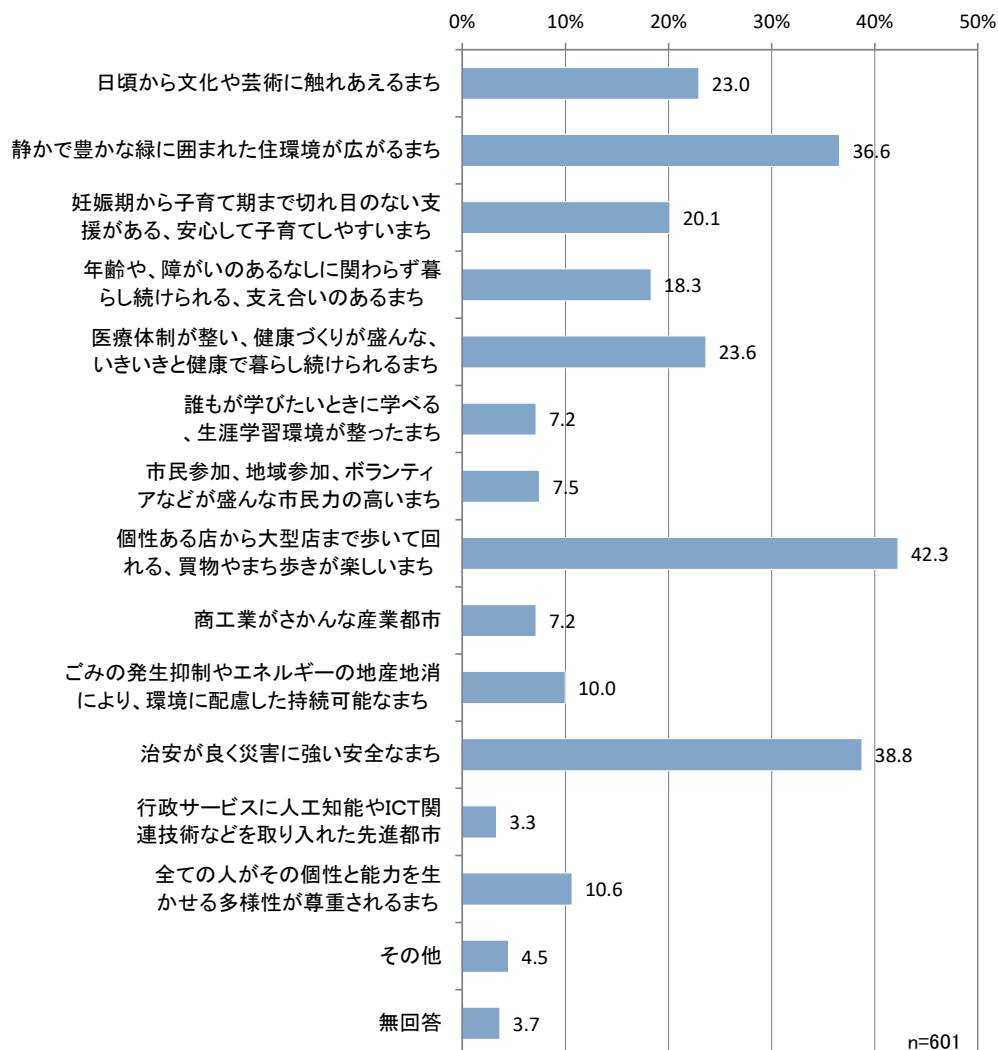
- ・ コロナ対策融資（日本政策金融公庫）
- ・ テレワーク助成金（東京しごと財団）
- ・ 小規模事業者持続化補助金（商工会議所） 【1】
- ・ マル経融資（商工会議所） 【1】

※支援策名称は、調査票の表記とおりに記載している。

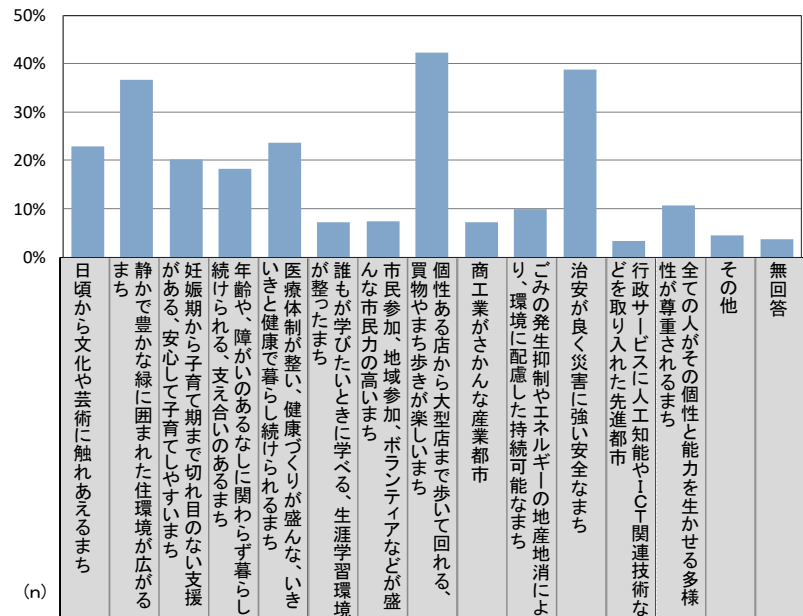
問 19 市内事業所からみて、武蔵野市は、これからどのようになれば、より魅力的で活力あふれる都市（まち）になると思いますか。（最も当てはまるもの3つまでに○）

- 武蔵野市の産業振興の方向性は、「個性ある店から大型店まで歩いて回れる、買物やまち歩きが楽しいまち」（42.3%）が最も高く、「治安が良く災害に強い安全なまち」（38.8%）、「静かで豊かな緑に囲まれた住環境が広がるまち」（36.6%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」（55.0%）と「生活関連サービス業、娯楽業」（35.2%）は「治安が良く災害に強い安全なまち」が最も高い。他の業種に比べて「製造業」は「日頃から文化や芸術に触れあえるまち」（33.3%）、「年齢や、障がいのあるなしに関わらず暮らし続けられる、支え合いのあるまち」（33.3%）、「全ての人がその個性と能力を生かせる多様性が尊重されるまち」（20.0%）が高い。「医療、福祉」は「医療体制が整い、健康づくりが盛んな、いきいきと健康で暮らし続けられるまち」（60.4%）が約6割を占める。
- 従業者規模別にみると、『4人以下』と回答した事業者は「治安が良く災害に強い安全なまち」が4割以上である。「50人以上」と回答した事業者は「静かで豊かな緑に囲まれた住環境が広がるまち」（43.2%）が最も高い。
- 創業年別にみると、『昭和20年以降』では、創業年が新しくなるほど「静かで豊かな緑に囲まれた住環境が広がるまち」が高くなる傾向がみられる。

武蔵野市の産業振興の方向性



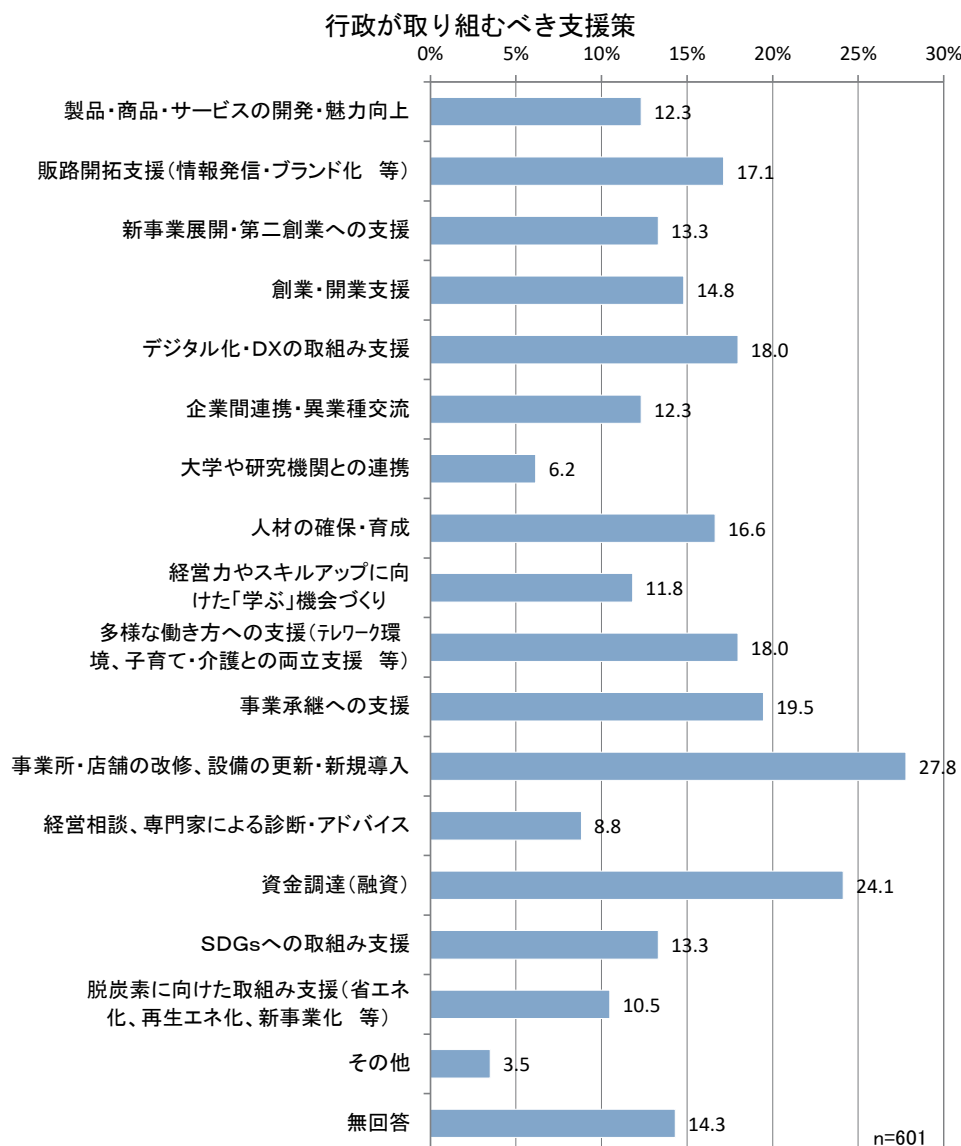
武蔵野市の産業振興の方向性（業種別、従業者規模別、創業年別）



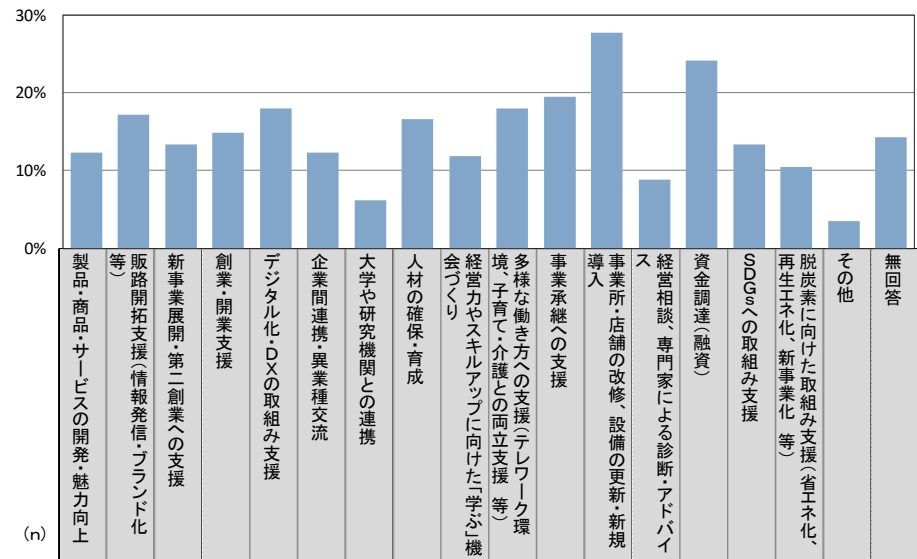
全体		(601)	23.0	36.6	20.1	18.3	23.6	7.2	7.5	42.3	7.2	10.0	38.8	3.3	10.6	4.5	3.7
業 種 別	建設業	(20)	0.0	30.0	25.0	25.0	40.0	5.0	0.0	20.0	25.0	15.0	55.0	5.0	10.0	5.0	0.0
	製造業	(15)	33.3	40.0	6.7	33.3	13.3	6.7	0.0	33.3	0.0	6.7	26.7	0.0	20.0	0.0	20.0
	専門・技術サービス業	(46)	30.4	32.6	19.6	28.3	13.0	15.2	6.5	43.5	6.5	4.3	37.0	4.3	13.0	4.3	4.3
	卸売業、小売業	(187)	24.6	36.4	18.7	14.4	17.1	5.3	5.3	49.2	5.9	11.2	40.1	3.7	12.3	4.3	4.3
	不動産業、物品賃貸業	(74)	14.9	32.4	13.5	16.2	20.3	2.7	16.2	59.5	9.5	10.8	39.2	4.1	9.5	4.1	4.1
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	29.1	38.8	19.4	11.7	19.4	7.8	6.8	44.7	10.7	9.7	37.9	1.0	11.7	4.9	2.9
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	22.2	29.6	27.8	22.2	20.4	14.8	5.6	22.2	1.9	9.3	35.2	3.7	14.8	9.3	3.7
	医療、福祉	(53)	20.8	41.5	26.4	24.5	60.4	7.5	13.2	20.8	3.8	5.7	35.8	3.8	3.8	5.7	0.0
	その他	(44)	20.5	47.7	22.7	22.7	34.1	4.5	6.8	43.2	6.8	15.9	34.1	4.5	2.3	0.0	2.3
	無回答																
従 業 者 規 模 別	1人	(118)	22.0	39.0	18.6	24.6	25.4	11.9	7.6	31.4	2.5	10.2	44.1	5.1	10.2	5.1	3.4
	2～4人	(194)	23.2	35.6	15.5	18.0	20.6	5.7	6.2	46.4	8.8	10.8	43.8	2.1	9.3	4.6	5.2
	5～19人	(175)	22.9	37.1	24.6	14.9	26.9	7.4	9.1	47.4	9.1	9.1	33.7	4.0	10.3	3.4	1.7
	20～49人	(52)	21.2	32.7	26.9	15.4	23.1	5.8	5.8	46.2	3.8	13.5	34.6	3.8	17.3	1.9	3.8
	50人以上	(44)	27.3	43.2	25.0	20.5	22.7	4.5	9.1	34.1	6.8	4.5	22.7	2.3	9.1	9.1	4.5
創 業 年 別	昭和19年以前	(47)	14.9	38.3	29.8	17.0	27.7	4.3	4.3	40.4	8.5	14.9	44.7	2.1	8.5	6.4	2.1
	昭和20年・30年代	(100)	11.0	28.0	18.0	20.0	29.0	5.0	7.0	30.0	13.0	9.0	46.0	2.0	9.0	8.0	5.0
	昭和40年・50年代	(116)	19.0	32.8	12.9	17.2	21.6	5.2	11.2	44.8	10.3	13.8	41.4	1.7	8.6	4.3	7.8
	昭和60年～平成15年	(118)	26.3	39.8	16.1	17.8	22.9	4.2	6.8	44.1	3.4	11.0	41.5	1.7	11.0	3.4	3.4
	平成16年～平成25年	(106)	34.0	40.6	20.8	22.6	23.6	9.4	6.6	47.2	4.7	3.8	35.8	2.8	11.3	3.8	0.9
	平成26年以降	(106)	26.4	40.6	30.2	15.1	21.7	14.2	7.5	44.3	3.8	9.4	24.5	9.4	14.2	2.8	1.9

問 20 行政が取り組むべき支援策として、どのような支援策を充実してほしいですか。（最も当てはまるもの5つまでに○）

- 行政が取り組むべき支援策は、「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入」（27.8%）が最も高く、「資金調達」（24.1%）、「事業承継への支援」（19.5%）の順で続く。
- 業種別にみると、「建設業」は「人材の確保・育成」（40.0%）が4割、「製造業」は「販路開拓支援」（46.7%）が4割台半ば超えである。「専門・技術サービス業」は「創業・開業支援」（23.9%）と「資金調達」（23.9%）が最も高い。他の業種に比べて「生活関連サービス業、娯楽業」は「多様な働き方への支援」（29.6%）と「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入」（38.9%）が高い。
- 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど「デジタル化・DXの取組み支援」と「企業間連携・異業種交流」が高くなるけいこがみられ、従業者規模が小さくなるほど「経営力やスキルアップに向けた「学ぶ」機会づくり」と「資金調達」が高くなる傾向がみられる。
- 創業年別にみると、他の創業年に比べて「昭和19年以前」と回答した事業者は「大学や研究機関との連携」（8.5%）、「多様な働き方への支援」（21.3%）、「事業承継への支援」（29.8%）、「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入」（36.2%）が高い。「平成16年～平成25年」と回答した事業者は「資金調達」（32.1%）が最も高い。



行政が取り組むべき支援策（業種別、従業者規模別、創業年別）



全体		(601)	12.3	17.1	13.3	14.8	18.0	12.3	6.2	16.6	11.8	18.0	19.5	27.8	8.8	24.1	13.3	10.5	3.5	14.3
業種別	建設業	(20)	15.0	5.0	0.0	20.0	25.0	15.0	0.0	40.0	10.0	15.0	35.0	25.0	5.0	20.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	製造業	(15)	20.0	46.7	20.0	13.3	26.7	26.7	6.7	26.7	13.3	6.7	26.7	0.0	6.7	26.7	13.3	26.7	0.0	6.7
	専門・技術サービス業	(46)	6.5	13.0	15.2	23.9	19.6	15.2	6.5	10.9	19.6	17.4	17.4	19.6	15.2	23.9	8.7	6.5	2.2	17.4
	卸売業・小売業	(187)	14.4	24.1	15.5	12.3	18.2	11.8	2.1	13.9	9.1	11.8	13.9	29.9	10.2	22.5	15.5	10.2	2.1	16.6
	不動産業、物品賃貸業	(74)	10.8	16.2	8.1	13.5	20.3	9.5	16.2	18.9	13.5	24.3	33.8	32.4	9.5	28.4	10.8	8.1	6.8	13.5
	宿泊業、飲食サービス業	(103)	14.6	13.6	11.7	13.6	7.8	9.7	4.9	15.5	8.7	20.4	17.5	25.2	4.9	24.3	13.6	12.6	4.9	17.5
	生活関連サービス業、娯楽業	(54)	7.4	5.6	11.1	16.7	7.4	9.3	3.7	16.7	13.0	29.6	13.0	38.9	5.6	27.8	11.1	3.7	3.7	9.3
	医療・福祉	(53)	5.7	9.4	18.9	13.2	30.2	15.1	13.2	30.2	17.0	22.6	22.6	32.1	9.4	20.8	11.3	9.4	5.7	5.7
	その他	(44)	18.2	22.7	15.9	18.2	29.5	15.9	6.8	4.5	11.4	13.6	22.7	18.2	9.1	22.7	9.1	13.6	2.3	18.2
従業者規模別	1人	(118)	11.9	13.6	15.3	20.3	11.9	5.1	4.2	8.5	16.1	15.3	19.5	21.2	15.3	27.1	11.0	9.3	1.7	22.0
	2～4人	(194)	8.8	14.9	9.8	10.8	16.0	12.9	7.7	9.3	13.9	15.5	20.1	33.5	8.8	26.3	12.4	13.4	4.6	16.0
	5～19人	(175)	12.6	20.6	18.3	20.0	20.6	13.7	6.9	24.6	9.1	21.1	22.3	29.7	5.1	25.7	11.4	8.6	2.9	10.3
	20～49人	(52)	19.2	25.0	15.4	11.5	25.0	19.2	1.9	28.8	7.7	23.1	25.0	23.1	7.7	19.2	19.2	7.7	3.8	3.8
	50人以上	(44)	15.9	13.6	6.8	2.3	29.5	20.5	6.8	27.3	6.8	22.7	4.5	22.7	6.8	6.8	25.0	15.9	4.5	11.4
創業年別	昭和19年以前	(47)	6.4	10.6	6.4	6.4	17.0	8.5	8.5	17.0	8.5	21.3	29.8	36.2	10.6	10.6	10.6	8.5	0.0	14.9
	昭和20年・30年代	(100)	13.0	16.0	4.0	12.0	15.0	13.0	2.0	14.0	9.0	13.0	24.0	25.0	6.0	22.0	13.0	11.0	6.0	25.0
	昭和40年・50年代	(116)	11.2	16.4	9.5	14.7	17.2	12.1	7.8	14.7	6.9	17.2	23.3	28.4	7.8	21.6	12.9	11.2	2.6	17.2
	昭和60年～平成15年	(118)	9.3	11.9	14.4	15.3	21.2	11.9	4.2	18.6	11.9	19.5	17.8	27.1	9.3	26.3	11.0	10.2	4.2	16.1
	平成16年～平成25年	(106)	14.2	24.5	22.6	16.0	18.9	12.3	7.5	17.9	18.9	19.8	11.3	28.3	11.3	32.1	14.2	8.5	4.7	6.6
	平成26年以降	(106)	17.9	20.8	18.9	17.9	18.9	14.2	7.5	17.0	15.1	19.8	16.0	26.4	9.4	23.6	16.0	11.3	1.9	6.6

## サ 自由意見

○武蔵野市の産業振興について、ご意見・要望などがありましたら、ご自由にご記入ください。

### 【魅力ある個店づくり・まちづくり】

- ・ 駅周辺には飲食店が多いが、駅から離れるとコンビニ以外の選択肢がない。食べることは生きることへの意欲に繋がる。そんな店が発展していくと嬉しいと思う。(製造業、5～19人)
- ・ 小さくとも魅力ある個性的な店を大切にしていきたい。(卸売業、小売業、1人)
- ・ 以前はワクワクする店舗が多かったが、現在はどこの街と比較しても何の個性もない街になってきた。また、駅前が整備されておらず、弱者に厳しい武蔵野は魅力的ではない。(卸売業、小売業、1人)
- ・ 目先の事だけではなく、次世代にどのようなまちを残していくかを考えたまちづくりが必要。今のままでは大型店やチェーン店、同業種ばかりのまちになる。出店できるのが資金力のある企業ばかりになる状況が問題。(卸売業、小売業、1人)
- ・ 個店が生き生きと売れるような、テナント料の安い店舗が必要。(卸売業、小売業、1人)
- ・ 武蔵野市での個人商店持続は限界を感じる。家賃が高い上に、消費者は保守的で、なかなか難しい現状である。(卸売業、小売業、2～4人)
- ・ 外からの購買以前に市民の購買行動を取り戻す施策が必要と考える。住みたい街などと外から見られる事への意識を内へと変換の時期で、如何に自分たちが魅力的なふるまいが、出来るかにあると考える。(卸売業、小売業、2～4人)
- ・ 最近、空き店舗が目立つ様になり、業種もフランチャイズ店が増えた気がする。個性あふれるおしゃれな個人商店がたちならぶ街なみは、もう過去の姿になってしまった。街を散歩してみても帰る方が多く、しかも、家賃が高いため、どこも苦戦している。まちを美しくして、守っていききたい。(卸売業、小売業、2～4人)
- ・ 緑も多く、静かで治安も良く、とても良い町だと思っている。今は店の経営のみで手一杯だが、店を訪ねてくれる客が増えれば、武蔵野市の魅力を広げる一助になるのではと、頑張っている。(卸売業、小売業、5～19人)
- ・ 店舗改修等の支援を充実して頂けたら有難い。(卸売業、小売業、5～19人)
- ・ 行政主導ではなかなか成果が上がらないと思う。魅力的な店舗や街並みが活性化には必要。若い人にチャンスを与えることで可能になると思う。チェーン店に頼らない街作りをしてほしい。(不動産業、物品賃貸業、2～4人)
- ・ 市、独自の振興策を期待する。街の賑わいを支える個人事業主に対して手厚い政策を求める。大手企業は経営体力等、零細企業にはない部分でハンデがある。没個性を招く施策はやめてほしい。(宿泊業、飲食サービス業、2～4人)
- ・ 地元の店が姿を消して量販店が蔓延る魅力のない街になってきている。(生活関連サービス業、娯楽業、5～19人)
- ・ 市内の昔ながらの個店が減少しており、商店会支援の強化が必要と考える。吉祥寺エリアの地代の高騰の抑制。(生活関連サービス業、娯楽業、5～19人) 【1】

### 【商店街の活性化】

- ・ 路線商店は駅前よりも店の減少が進んで今後は商店街そのものがなくなっていく。3～5年のうちには半分以下ではないか。(卸売業、小売業、1人)
- ・ 吉祥寺駅中心は客が多いが、そこから離れるとどこの商店会も客が少ない。武蔵野市には50商店会があるが、生鮮三品のある商店街はない。これでは客は来ない。個人の努力ではどうしよ



うもない。(卸売業, 小売業、2～4 人)

- ・ FC (フランチャイズ) 店が多くなると無組合店になり商店街の交通協力が薄れ、商店街のイベントも費用人手が減り、魅力が無くなっていく。その為には、例えば大家在が棚子 (FC) に組合に加入する事を伝える。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 行政には、地域商店会の現場の声を聞いてほしい。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 年配の事業主、地主の方の意識改革等をすれば、廃れてしまった商店街の活性化につながると考える。頑固に新規事業者を受け入れずに居ることでシャッターがいつまでも開かない場所が多いのではないか。(宿泊業, 飲食サービス業、1 人)

#### 【都市づくり・都市整備】

- ・ 産業ではないが、街中の公園をきちんと整備してほしい。雑草が伸び、空き地としか思えない。遊具もなく、誰も子どもが遊んでいない。(本町周辺) とても”すみたい街”とは思えない。ここで育っている子どもたちがかわいそう。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 近隣商業地域の容積率の緩和。(卸売業, 小売業、2～4 人)
- ・ 吉祥寺地区に喫煙所が 1 ヶ所というのは少なすぎる。飲食文化の発達を妨げている。ポイ捨てが増えて困っている。(卸売業, 小売業、5～19 人)
- ・ 井の頭道路上にバス停が 8 か所あるが、渋滞の源である。(不動産業, 物品賃貸業、2～4 人)
- ・ 五日市街道の道路政策。(不動産業, 物品賃貸業、2～4 人)
- ・ 狭い商店街の道路、数メートルおきの電柱。休日となると、車、自転車、歩行者で繁雑な街と化すのを何とかしてほしい。タバコ、缶、コップのポイ捨て。マナーを徹底してほしい。(不動産業, 物品賃貸業、5～19 人)
- ・ 吉祥寺駅周辺の様々な規制 (建ぺい率、容積、高さ、附置義務、設置義務など) を緩和し、活力ある特区化。(不動産業, 物品賃貸業、5～19 人)
- ・ 吉祥寺の中心地は、平成以降、危険と隣り合わせの計画性の無い状態が続いており、物流を含めた商業集積地の再々開発の税収に見合った施策をお願いしたい。(不動産業, 物品賃貸業、5～19 人)
- ・ まちの美化 (宿泊業, 飲食サービス業、-)
- ・ 南口再開発、歩行者とバスが近すぎる。(宿泊業, 飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 中道通りで一方通行を逆走する車が危ない。(医療, 福祉、5～19 人)

#### 【イベント開催】

- ・ 文化会館などで行なわれているイベント、コンサートは評判が良いので、そういった施設と、市内の飲食店を結ぶようなきっかけ (クーポン等ではなく) があると市内の施設を利用する方々が他の地域でお金を使わず、市内でお金を使ってくれる頻度があがり、良いのではないか。(宿泊業, 飲食サービス業、2～4 人)
- ・ 人の集まるイベントをたくさんやってほしい。(生活関連サービス業, 娯楽業、20～49 人)
- ・ 武蔵野市がおこなうイベントが魅力的でない。イベントのあり方で、市内の事業者同士コミュニティのあり方や、街の姿が良い方になると思う。また、吉祥寺のバス停前の道路の使用の仕方など、一部の団体にのみ貸し出しをしているように思える。(その他、2～4 人)

#### 【次世代のためのまちづくり】

- ・ 次世代を見据えた環境配慮や子どもたちがイキイキと遊べる場づくり。(製造業, 20～49 人)
- ・ 武蔵野市はとても魅力的な街なので、人に優しい憧れられる街づくりに期待をしたい。特に子供たちや老人にとって住みやすい街作りを望む。(専門・技術サービス業、1 人)

- ・ 高齢化が一番の問題点となってくると思うので、若い世代が定着する環境整備が必要。(卸売業, 小売業、20～49 人)

#### 【連携】

- ・ 武蔵野市単独で産業振興を考えることに無理がある。中心 3 駅の駅前としての性格と規模に違いがありすぎる。法人が市内に本社を設置するメリットがあまりない。三鷹市、西東京市、杉並区などと物理的な壁があるわけではない。行政区の違いはあるが、広域で連携して検討したらどうか。(不動産業、物品賃貸業、5～19 人)
- ・ 農地の規制を緩和して市内の業者とコラボする。(不動産業、物品賃貸業、5～19 人)

#### 【情報発信】

- ・ 幅広く企画されていると思うが、何らかの機会がないと知りえない情報が沢山ある。幅広いアナウンスが必要であり、商店会、商工会の伝える力がもっと必要。(専門・技術サービス業、5～19 人)
- ・ 事例集があればいい。経験者の取り組みと成功、失敗も。予想だけのものはいらない。(宿泊業、飲食サービス業、1 人)

#### 【新型コロナウイルス感染症関連】

- ・ コロナ禍が長引き、来店される客数が激減した。少しでも店に足を運んでもらえるよう、感染対策グッズの提供や、無料広告の提供など、店が維持できるようサポートしてほしい。(卸売業, 小売業、1 人)
- ・ コロナ借金のこれからの返済に関する支援。(卸売業, 小売業、5～19 人)

#### 【創業支援】

- ・ 地域住民の創業を後押しするような取り組み、特に、ハードだけではなくソフト面の支援として創業機運を醸成するような取り組みや創業の裾野を広げるような取り組みを行うことで、中長期的な産業の活性化を考えていけるといいのではないかと感じる。私たちは民間企業として創業支援やまちづくりに取り組んでいるが、市としての方向性と足並みを揃えながら、連携して取り組めるとよりインパクトのあるものにしていけるのではないかと感じる。(専門・技術サービス業、5～19 人)

#### 【その他】

- ・ 「くらし応援券」の継続実施。現在武蔵野市民以外の方が街にあふれているため、市民がもっと買い物がしやすい街づくりを希望。(卸売業, 小売業、5～19 人)
- ・ 港区、中央区で取り組んでいるような地域振興券の発行。(宿泊業、飲食サービス業、2～4 人)
- ・ 法人・個人事業者への税制改善。(宿泊業、飲食サービス業、5～19 人)
- ・ 武蔵野市は他市と比較しても税収も多く多様な行政サービスを展開できる基盤がある。だからこそ他市ではできないような積極的な支援策を数多く講じていただきたい。(生活関連サービス業、娯楽業、50 人以上)
- ・ スーパー・コンビニなどの宅配事業の推進。(その他、1 人)
- ・ 市内に特殊専門家の存在を調査し、その専門家を各企業に紹介すると同時に研修会を開催する。(その他、1 人)
- ・ 武蔵野商工会議所を中心とした産業振興が街の活性化につながる。(その他、2～4 人)

※誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

※【 】内は、同一意見数。

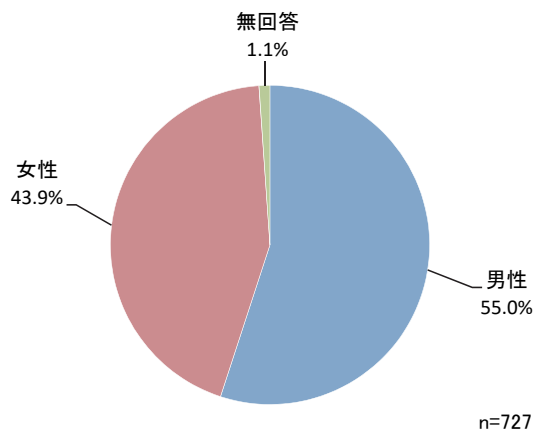
## (2) 市民調査

### ア 属性

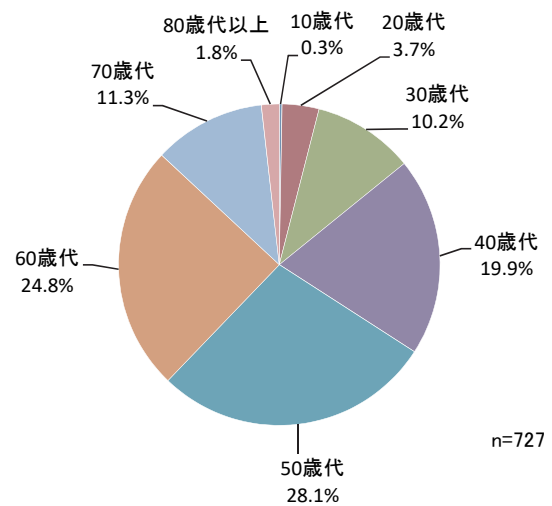
#### 性別・年齢・居住地域・世帯の家族構成

- 性別は、「男性」(55.0%) が5割台半ば、「女性」(43.9%) が4割台半ば近くである。
- 年齢は、「50歳代」(28.1%) が最も高く、「60歳代」(24.8%)、「40歳代」(19.9%) の順で続く。
- 居住地域は、「吉祥寺北町」(12.0%) が最も高く、「境南町」(11.6%)、「中町」(10.9%) の順で続く。
- 世帯の家族構成は、「親と子の世帯」(38.8%) が最も高く、「一人暮らし」(28.5%)、「夫婦のみ(パートナー含む)」(27.6%) の順で続く。

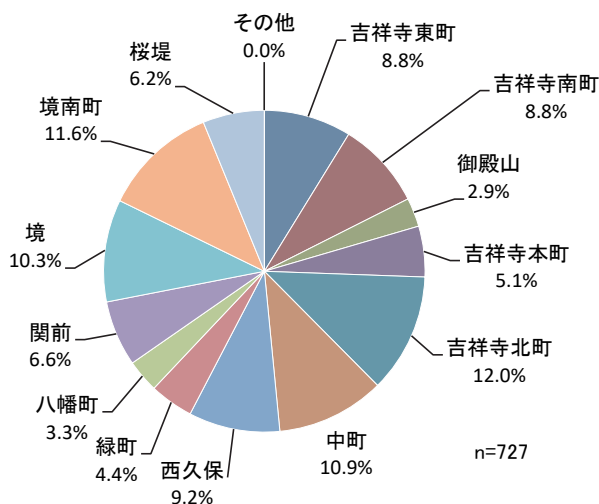
性別



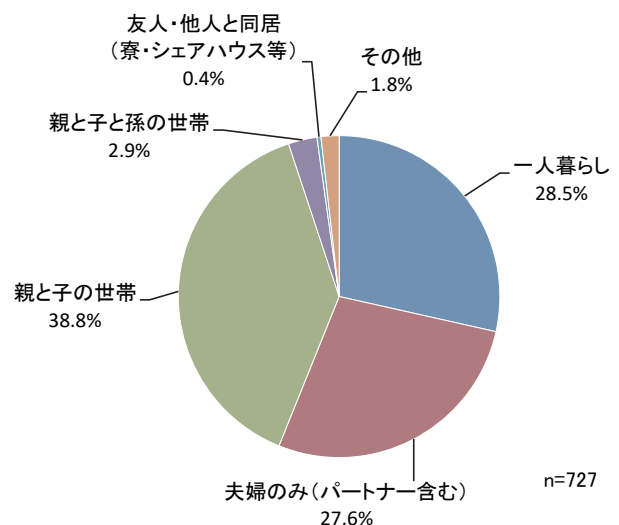
年齢



居住地域

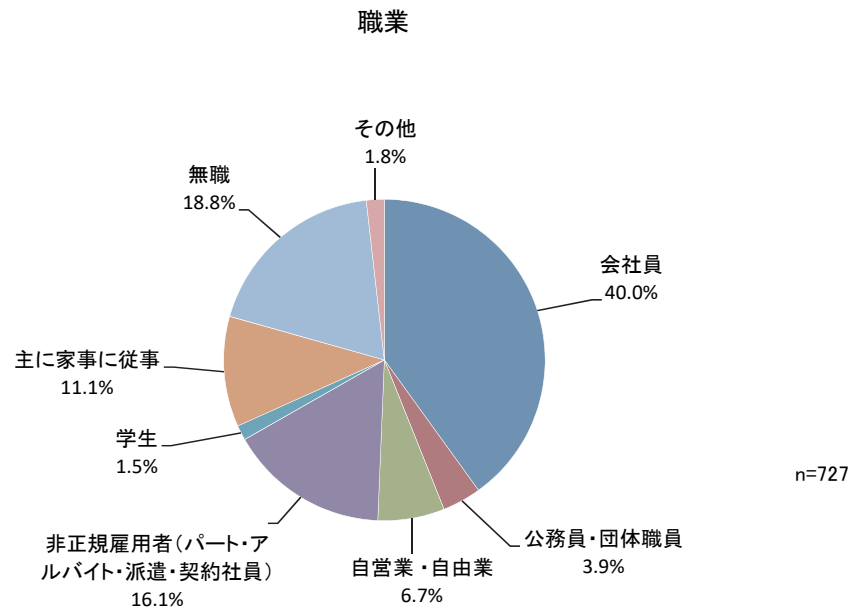


世帯の家族構成

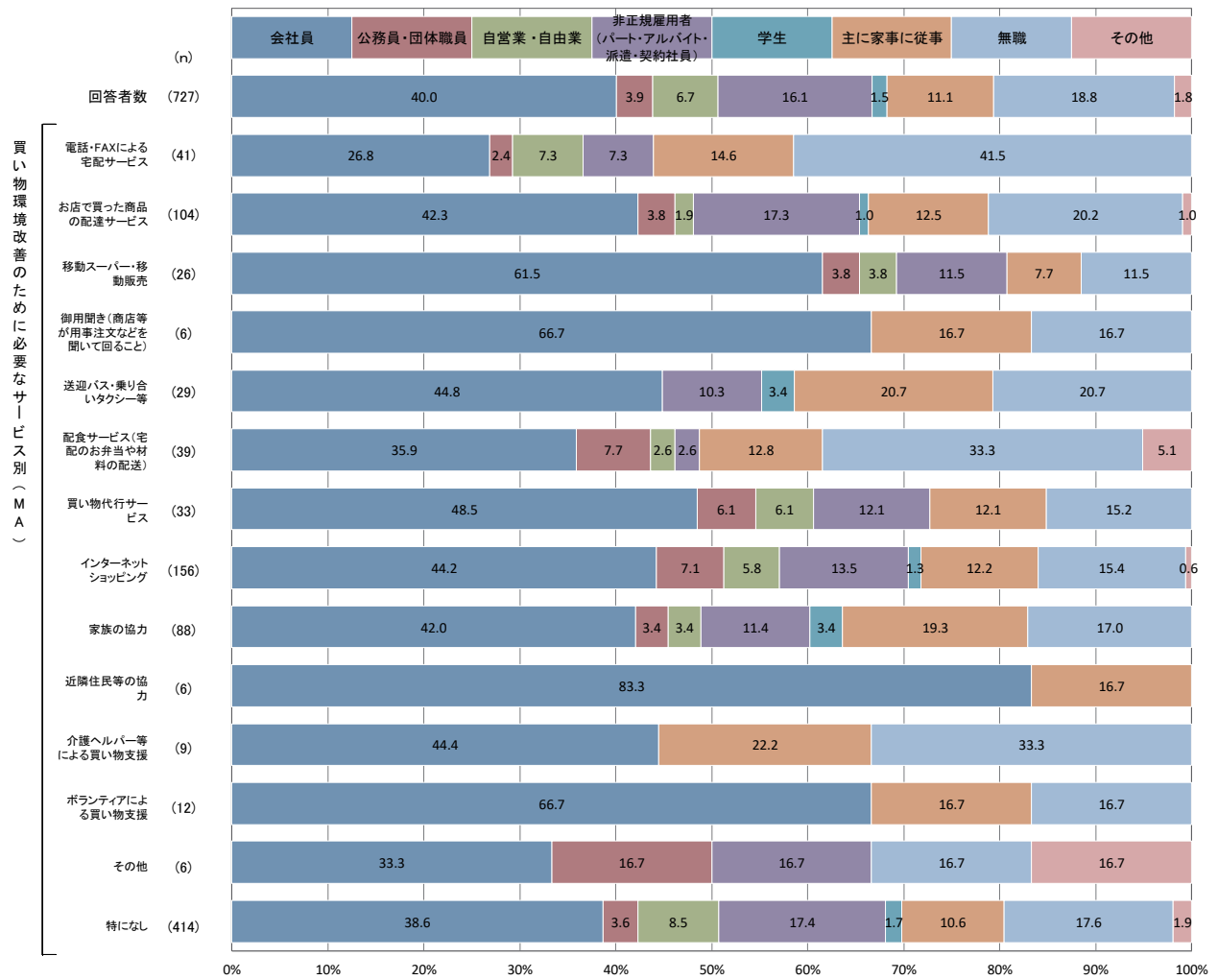


問5 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

- 職業は、「会社員」(40.0%) が最も高く、「無職」(18.8%)、「非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣・契約社員)」(16.1%) の順で続く。
- 買い物環境改善のために必要なサービス別にみると、「電話・FAXによる宅配サービス」と回答した市民は「無職」が最も高い。「移動スーパー・移動販売」(61.5%)、「御用聞き(商店等が用事注文などを聞いて回ること)」(66.7%)、「近隣住民等の協力」(83.3%)、「ボランティアによる買い物支援」(66.7%) と回答した市民は「会社員」が6割以上を占める。



# 職業（買い物環境改善のために必要なサービス別）



問5で、「会社員」「公務員・団体職員」「自営業・自由業」「非正規雇用者（パート・アルバイト・派遣・契約社員）」「学生」と回答された方にお聞きします。

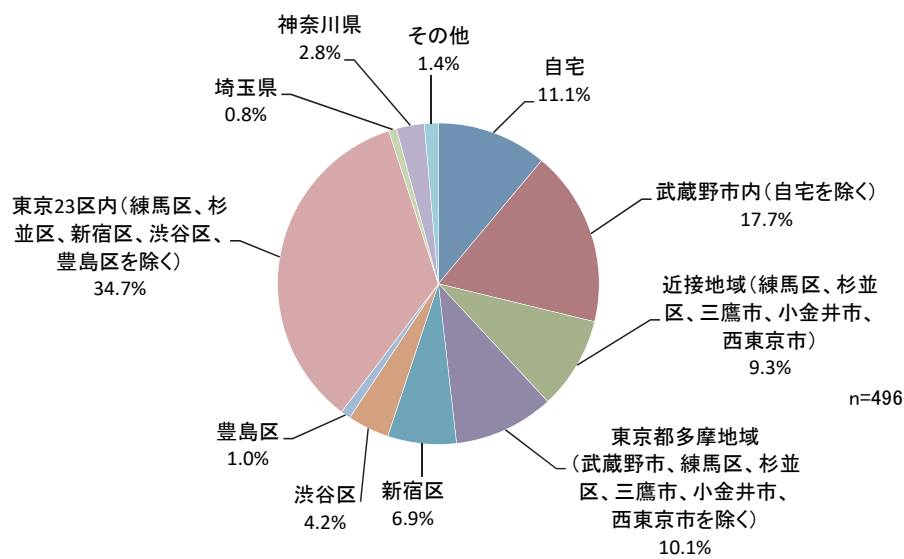
問5－1 通勤・通学先はどこですか。（最も当てはまるもの1つに○）

※会社等にお勤めで、現在テレワークで完全在宅勤務の場合は「1. 自宅」とお答えください。

在宅勤務と出社勤務の両方がある場合はお勤め先の所在地をお答えください。

● 通勤・通学先は、「東京23区内（練馬区、杉並区、新宿区、渋谷区、豊島区を除く）」（34.7%）が最も高く、「武蔵野市内（自宅を除く）」（17.7%）、「自宅」（11.1%）の順で続く。

通勤・通学先

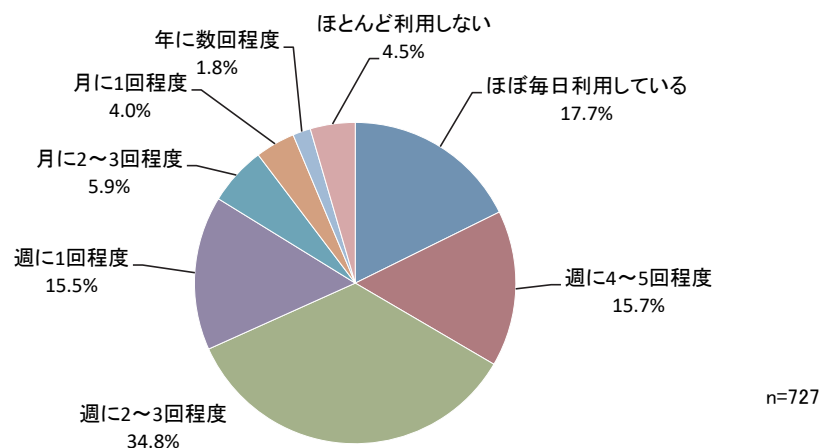


## イ 市内での買い物・飲食等について

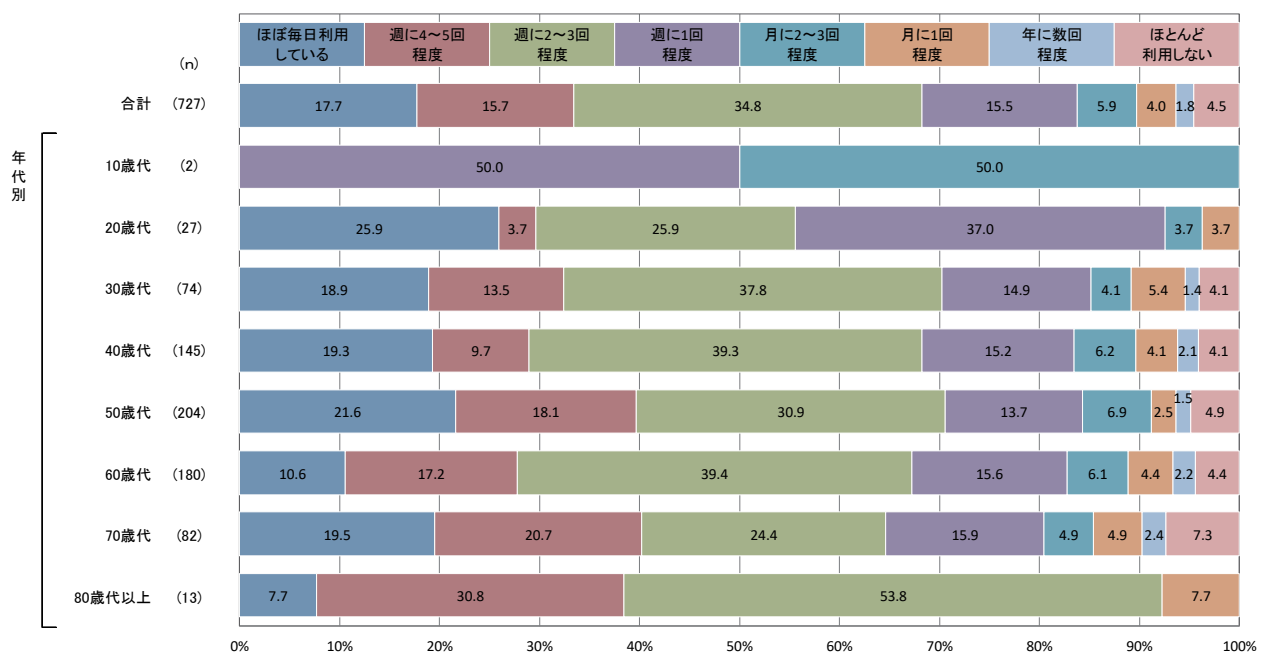
問6 市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）にどれぐらいの頻度で行かれますか。（当てはまるもの1つに○）

- 市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）の利用頻度は、「週に2～3回程度」（34.8%）が最も高く、「ほぼ毎日利用している」（17.7%）、「週に4～5回程度」（15.7%）の順で続く。「ほぼ毎日利用している」、「週に4～5回程度」、「週に2～3回程度」、「週に1回程度」を合わせた『週に1回程度以上』（%）は8割台半ば近くを占める。
- 年代別にみると、「20歳代」は「週に1回程度」（37.0%）が最も高い。「10歳代」を除くすべての年代で『週に1回以上』が8割以上を占める。

市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）の利用頻度



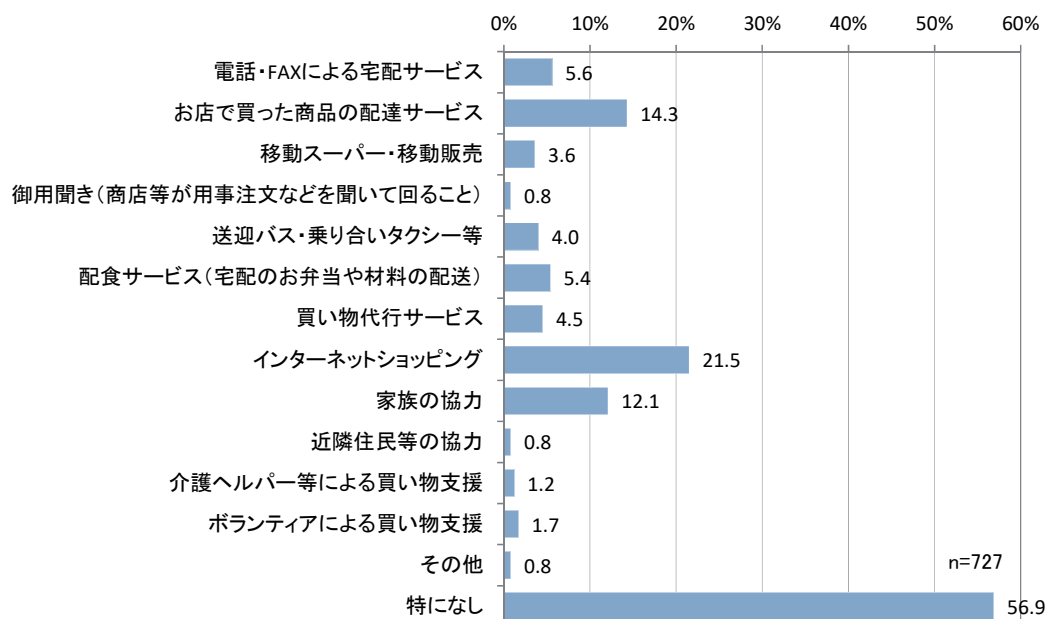
市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）の利用頻度（年代別）



問7 日常生活品等の買い物環境について、改善するために必要なサービス等は何ですか。（現在利用しているものを除く。当てはまるものすべてに○）

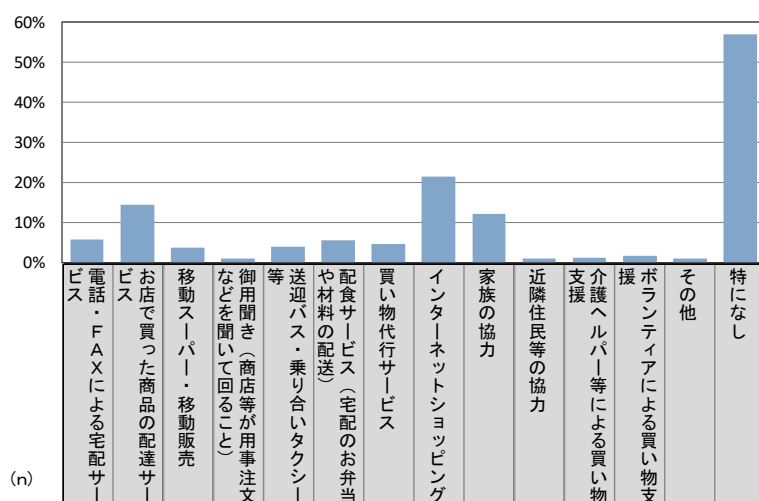
- 日常生活品等の買い物環境改善のために必要なサービス等は、「インターネットショッピング」（21.5%）が最も高く、「お店で買った商品の配達サービス」（14.3%）、「家族の協力」（12.1%）の順で続く。「特になし」（56.9%）は5割台半ば超えである。
- 年代別にみると、「80歳代以上」は他の年代に比べて「家族の協力」（38.5%）が高く、「お店で買った商品の配達サービス」（30.8%）が約3割である。
- 職業別にみると、「その他」を除くすべての職業で「インターネットショッピング」が最も高い。

日常生活品等の買い物環境改善のために必要なサービス等





日常生活品等の買い物環境改善のために必要なサービス等（年代別、職業別）

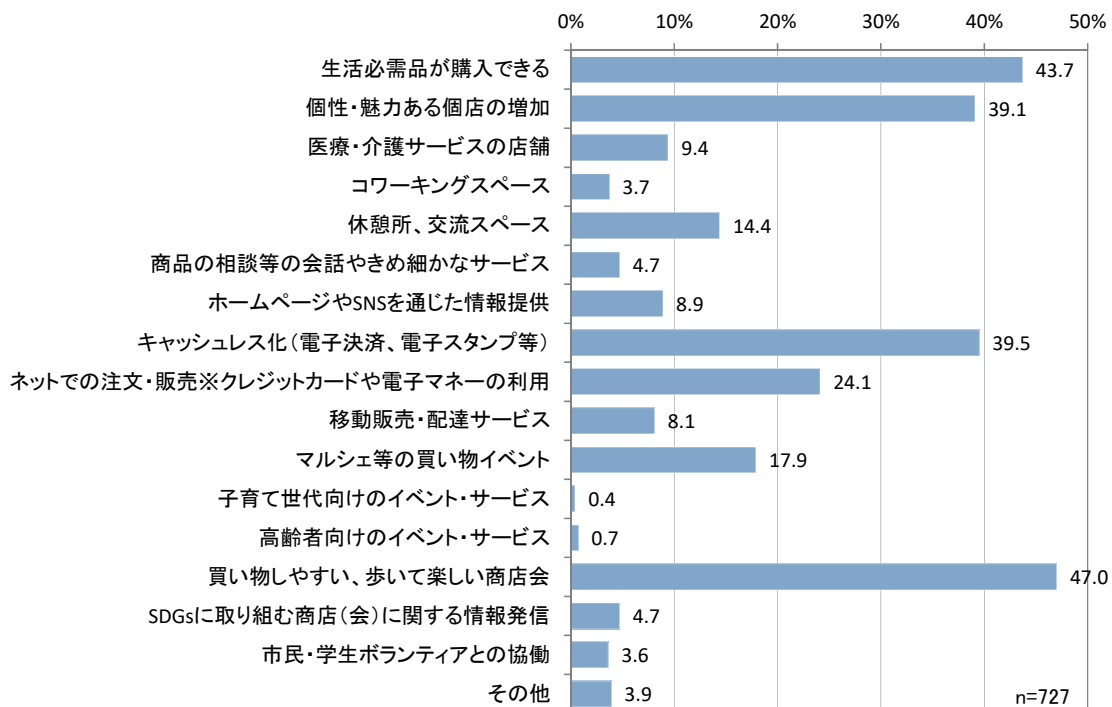


		(n)	5.6	14.3	3.6	0.8	4.0	5.4	4.5	21.5	12.1	0.8	1.2	1.7	0.8	56.9
全体		(727)	5.6	14.3	3.6	0.8	4.0	5.4	4.5	21.5	12.1	0.8	1.2	1.7	0.8	56.9
年代別	10歳代	(2)	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
	20歳代	(27)	0.0	7.4	3.7	0.0	3.7	0.0	0.0	11.1	14.8	0.0	0.0	0.0	0.0	70.4
	30歳代	(74)	2.7	13.5	8.1	1.4	1.4	8.1	10.8	31.1	17.6	2.7	0.0	1.4	0.0	52.7
	40歳代	(145)	4.1	16.6	5.5	1.4	4.1	5.5	7.6	25.5	12.4	0.7	0.7	2.8	0.0	51.0
	50歳代	(204)	4.9	12.3	2.9	0.0	2.9	4.9	2.9	21.1	8.3	1.5	1.5	1.0	1.5	64.2
	60歳代	(180)	5.6	16.7	1.7	1.1	4.4	3.9	2.2	19.4	12.2	0.0	2.2	1.7	0.6	54.4
	70歳代	(82)	13.4	9.8	2.4	1.2	7.3	7.3	3.7	15.9	11.0	0.0	1.2	2.4	2.4	58.5
	80歳代以上	(13)	15.4	30.8	0.0	0.0	7.7	15.4	7.7	7.7	38.5	0.0	0.0	0.0	0.0	30.8
職業別	会社員	(291)	3.8	15.1	5.5	1.4	4.5	4.8	5.5	23.7	12.7	1.7	1.4	2.7	0.7	55.0
	公務員・団体職員	(28)	3.6	14.3	3.6	0.0	0.0	10.7	7.1	39.3	10.7	0.0	0.0	0.0	3.6	53.6
	自営業・自由業	(49)	6.1	4.1	2.0	0.0	0.0	2.0	4.1	18.4	6.1	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4
	非正規雇用者（パート・アルバイト・派遣・契約社員）	(117)	2.6	15.4	2.6	0.0	2.6	0.9	3.4	17.9	8.5	0.0	0.0	0.0	0.9	61.5
	学生	(11)	0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	18.2	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	63.6
	主に家事に従事	(81)	7.4	16.0	2.5	1.2	7.4	6.2	4.9	23.5	21.0	1.2	2.5	2.5	0.0	54.3
	無職	(137)	12.4	15.3	2.2	0.7	4.4	9.5	3.6	17.5	10.9	0.0	2.2	1.5	0.7	53.3
	その他	(13)	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	61.5

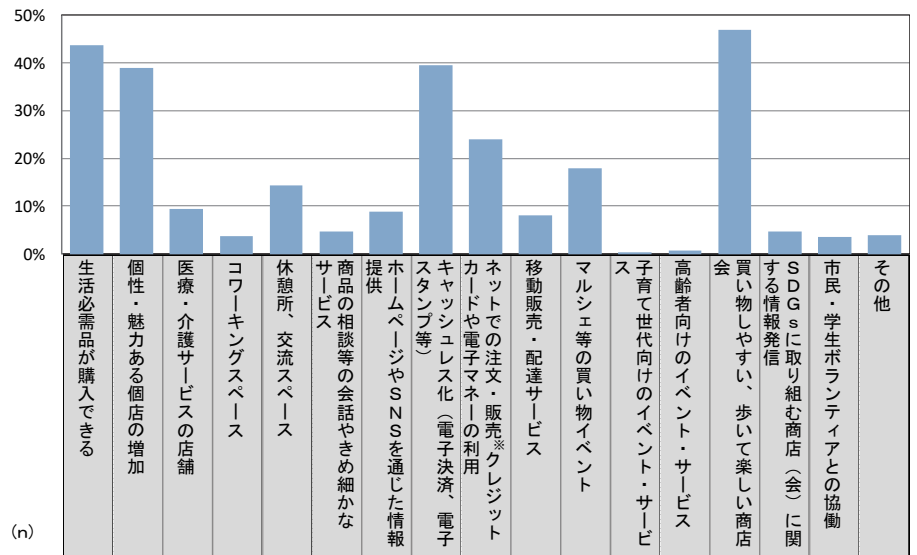
問8 市内の商店会に、どのようなことを望まれますか。（当てはまるものすべてに○）

- 市内の商店会に望むことは、「買い物しやすい、歩いて楽しい商店会」（47.0％）が最も高く、「生活必需品が購入できる」（43.7％）、「キャッシュレス化（電子決済、電子スタンプ等）」（39.5％）の順で続く。
- 年代別にみると、「40歳代」と「70歳代」は「買い物しやすい、歩いて楽しい商店会」（52.4％）が5割強を占める。『59歳以下』は「キャッシュレス化（電子決済、電子スタンプ等）」4割以上である。『50歳以上』では、年代が高くなるほど「生活必需品が購入できる」、「医療・介護サービスの店舗」、「休憩所、交流スペース」、「商品の相談等の会話やきめ細かなサービス」が高くなる傾向がみられる。

市内の商店会に望むこと



市内の商店会に望むこと（年代別）



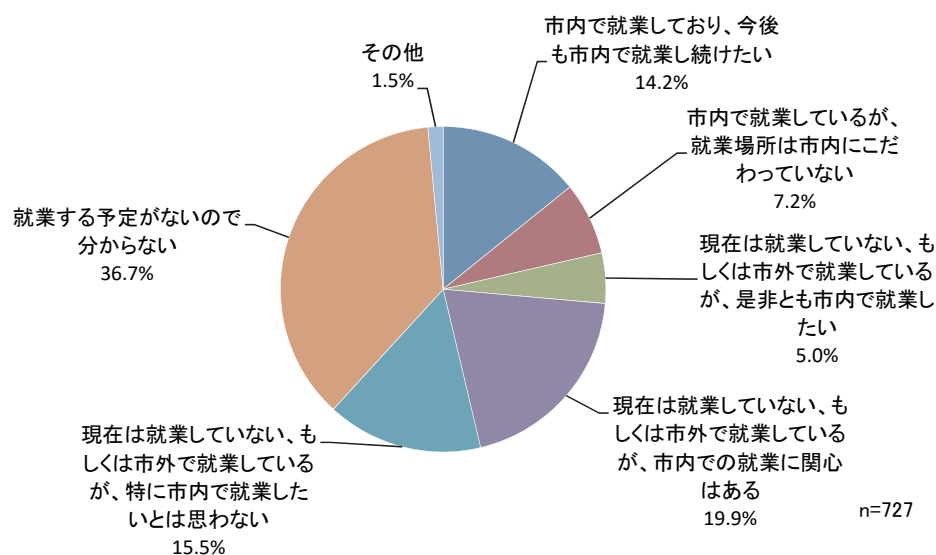
全体		(n)	生活必需品が購入できる	個性・魅力ある個店の増加	医療・介護サービスの店舗	コワーキングスペース	休憩所、交流スペース	サービス	商品の相談等の会話やきめ細かな提供	ホームページやSNSを通じた情報提供	ネットでの注文・販売※クレジットカードや電子マネーの利用	移動販売・配達サービス	マルシェ等の買い物イベント	ス	子育て世代向けのイベント・サービス	高齢者向けのイベント・サービス	会	買い物しやすい、歩いて楽しい商店	S D G sに取り組む商店（会）に関する情報発信	市民・学生ボランティアとの協働	その他
年代別	10歳代	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20歳代	(27)	25.9	18.5	3.7	3.7	14.8	3.7	0.0	55.6	25.9	14.8	11.1	0.0	0.0	29.6	3.7	7.4	3.7		
	30歳代	(74)	45.9	29.7	8.1	5.4	10.8	1.4	10.8	41.9	29.7	9.5	18.9	1.4	0.0	39.2	6.8	1.4	5.4		
	40歳代	(145)	46.9	42.1	9.0	3.4	15.2	3.4	13.1	44.1	25.5	7.6	25.5	1.4	0.7	52.4	5.5	4.1	1.4		
	50歳代	(204)	41.2	45.1	6.9	4.9	12.3	4.4	6.4	43.6	23.0	8.3	17.6	0.0	1.0	45.6	6.4	2.9	6.9		
	60歳代	(180)	41.7	40.0	11.7	2.8	15.0	5.0	8.3	33.9	21.7	7.2	17.2	0.0	0.6	48.9	2.2	5.0	3.3		
	70歳代	(82)	51.2	32.9	12.2	2.4	18.3	8.5	11.0	30.5	19.5	6.1	9.8	0.0	1.2	52.4	3.7	2.4	1.2		
	80歳代以上	(13)	61.5	38.5	23.1	0.0	30.8	15.4	7.7	7.7	38.5	15.4	7.7	0.0	0.0	38.5	0.0	0.0	0.0		

## ウ 就業・起業について

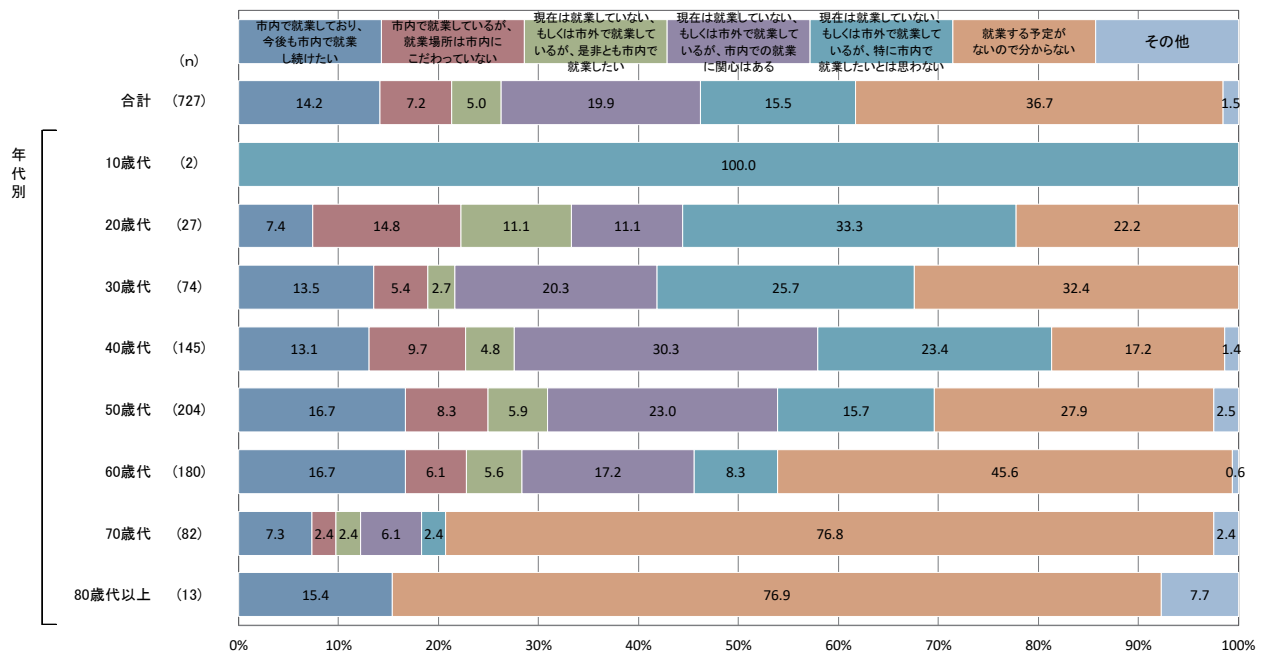
問9 市内での就業について、どう思われますか。(当てはまるもの1つに○)

- 市内での就業意向は、「就業する予定がないので分からない」(36.7%) が最も高く、「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に関心はある」(19.9%)、「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、特に市内で就業したいとは思わない」(15.5%) の順で続く。「市内で就業しており、今後も市内で就業し続けたい」と「市内で就業しているが、就業場所は市内にこだわっていない」を合わせた『市内で就業している』(21.4%) は2割強である。
- 年代別にみると、他の年代に比べて「40歳代」は「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に関心はある」(30.3%) が高い。年代が低くなるほど「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、特に市内で就業したいとは思わない」が高くなる傾向がみられる。

市内での就業意向



## 市内での就業意向（年代別）

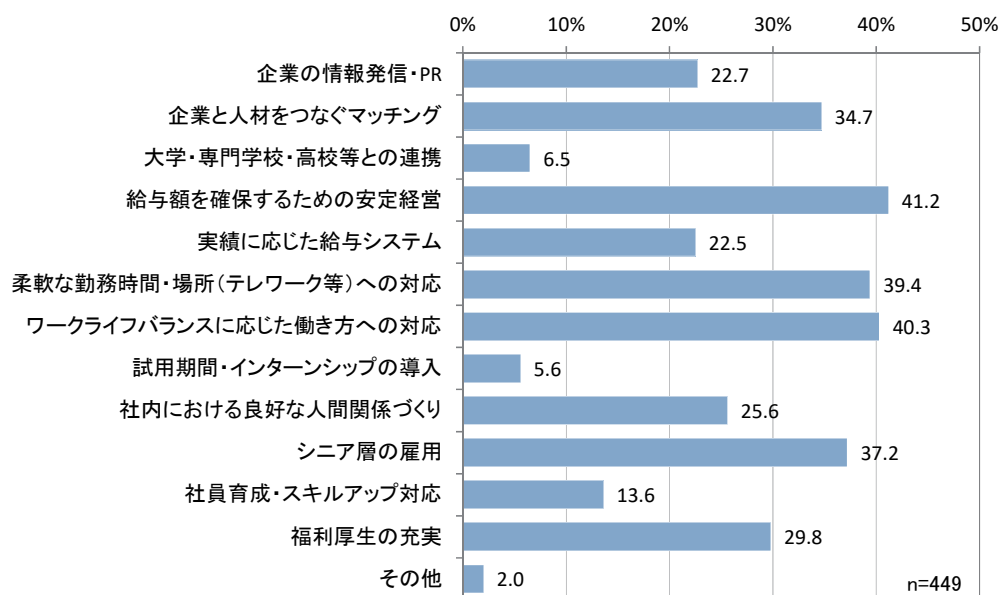


問9で、「市内で就業しており、今後も市内で就業し続けたい」「市内で就業しているが、就業場所は市内にこだわっていない」「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、是非とも市内で就業したい」「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に関心はある」「現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、特に市内で就業したいとは思わない」と回答された方にお聞きします。

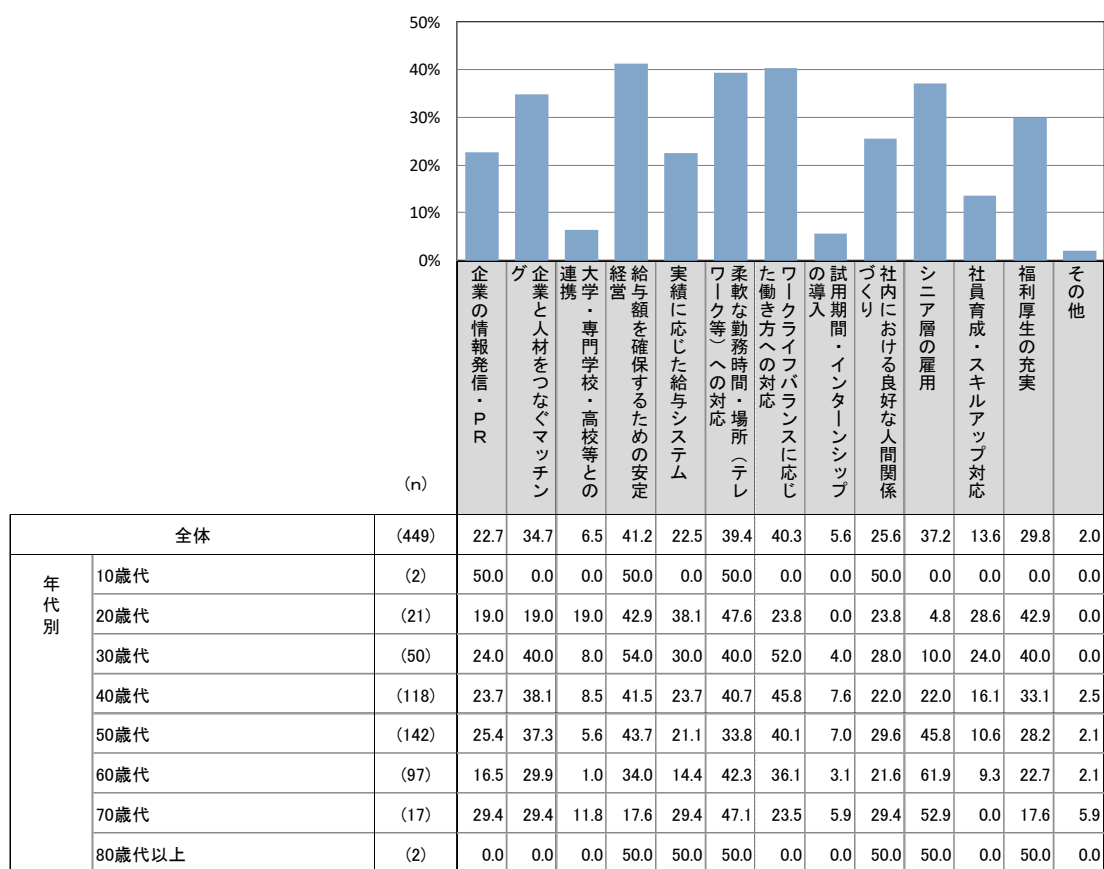
問9－1 市内での就業につながるために、企業に求める取組みは何ですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 市内での就業につながるために、企業に求める取組みは、「給与額を確保するための安定経営」(41.2%)が最も高く、「ワークライフバランスに応じた働き方への対応」(40.3%)、「柔軟な勤務時間・場所(テレワーク等)への対応」(39.4%)の順で続く。
- 年代別にみると、「20歳代」は「柔軟な勤務時間・場所(テレワーク等)への対応」(47.6%)が最も高い。他の年代に比べて「30歳代」は「企業と人材をつなぐマッチング」(40.0%)、「給与額を確保するための安定経営」(54.0%)、「ワークライフバランスに応じた働き方への対応」(52.0%)が高い。『60歳以上』は、「シニア層の雇用」が5割以上を占める。

市内での就業につながるために、企業に求める取組み



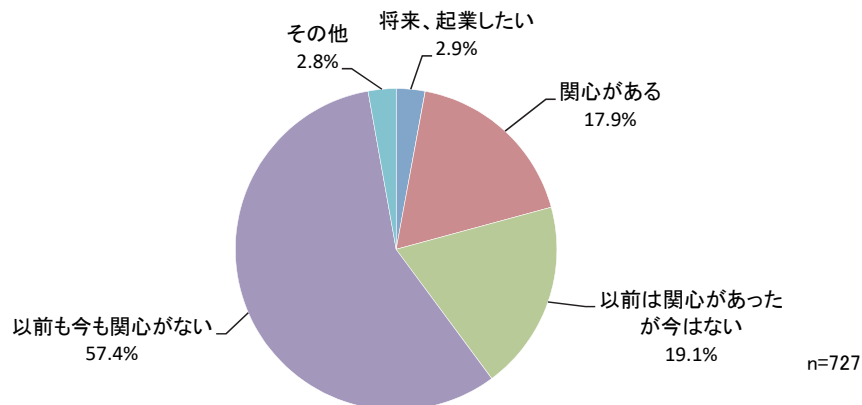
市内での就業につながるために、企業に求める取組み（年代別）



問 10 今後、ご自身が起業されることに関心がありますか。（当てはまるもの 1 つに○）

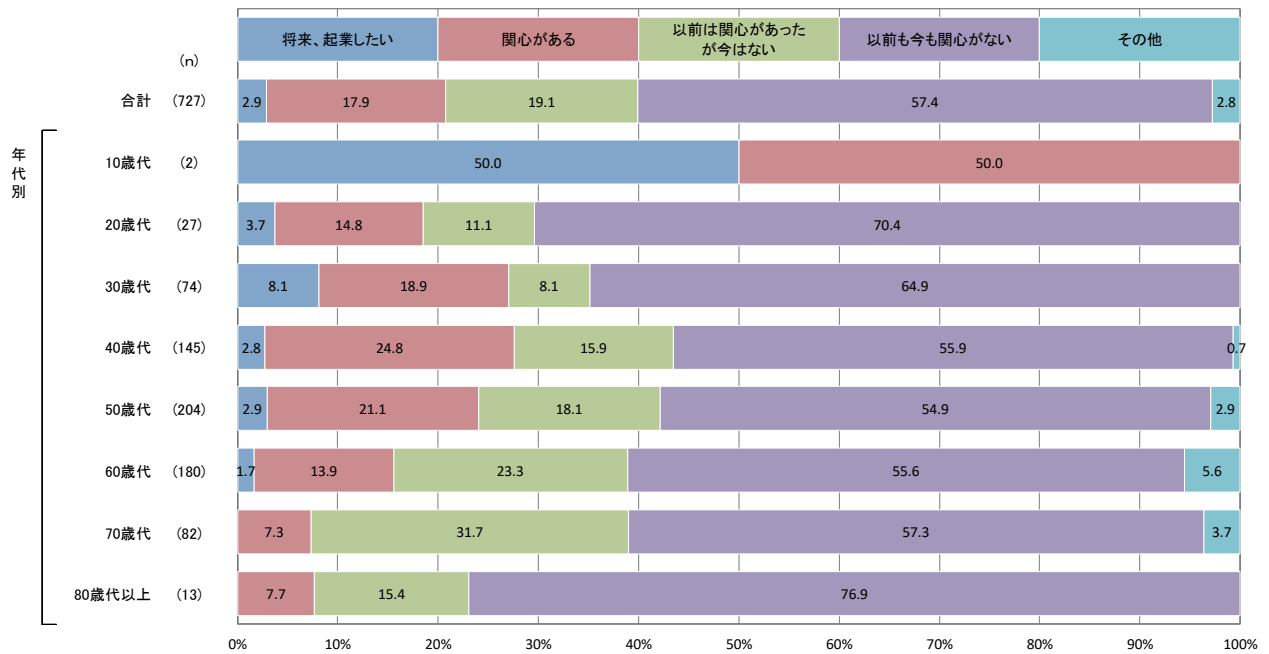
- 起業への関心は、「以前も今も関心がない」（57.4%）が最も高く、「以前は関心があったが今はない」（19.1%）、「関心がある」（17.9%）の順で続く。「以前も今も関心がない」と「以前は関心があったが今はない」を合わせた『関心がない』（76.5%）は 7 割台半ば超えである。
- 年代別にみると、「10 歳代」を除くすべての年代で「以前も今も関心がない」が最も高く、「20 歳代」（70.4%）と「80 歳代以上」（76.9%）は 7 割以上を占める。他の年代に比べて「10 歳代」は「将来、起業したい」と「関心がある」を合わせた『関心がある』（100%）が高い。『30～49 歳』は『関心がある』が 2 割台半ば超えである。

起業への関心





## 起業への関心（年代別）

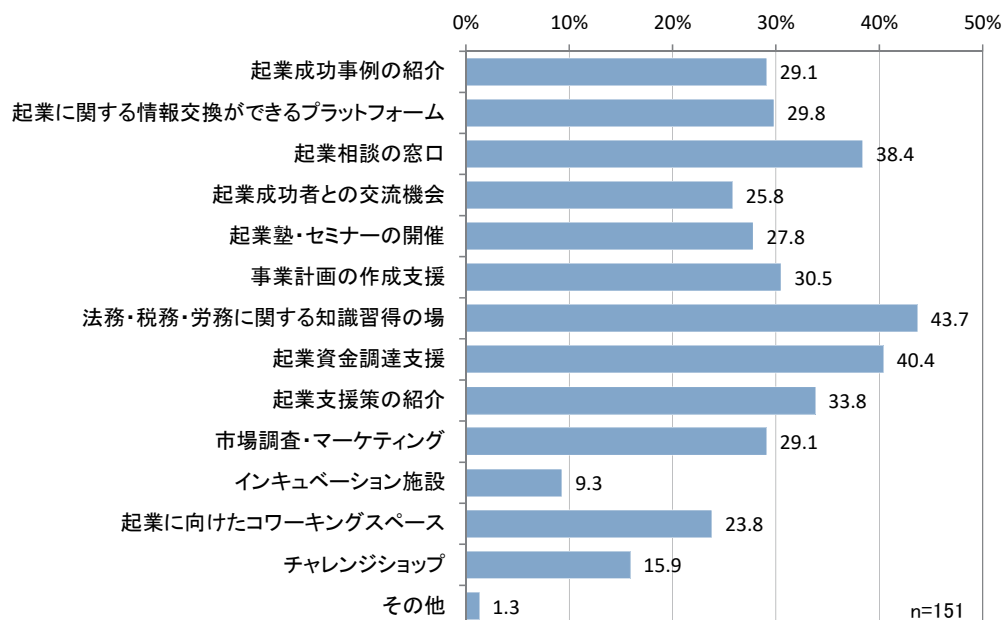


問 10 で、「将来、起業したい」もしくは「関心がある」と回答された方にお聞きします。

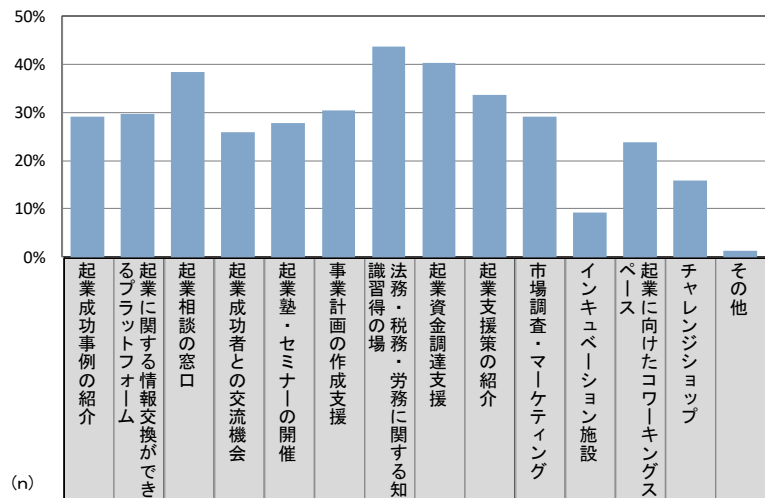
問 10－1 起業を検討される際に、どのような取組みがあると利用しようと思われませんか。（当てはまるものすべてに○）

- 起業を検討する際に利用したい取り組みは、「法務・税務・労務に関する知識習得の場」（43.7%）が最も高く、「起業資金調達支援」（40.4%）、「起業相談の窓口」（38.4%）の順で続く。
- 年代別にみると、「20 歳代」は「起業成功者との交流機会」（60.0%）が 6 割を占め、「30 歳代」は「起業支援策の紹介」（50.0%）が 5 割を占める。他の年代に比べて「60 歳代」は「法務・税務・労務に関する知識習得の場」（53.6%）、「起業資金調達支援」（46.4%）が高い。「70 歳代」は「市場調査・マーケティング」（66.7%）が最も高く、6 割台半ば超えである。

起業を検討する際に利用したい取り組み



起業を検討する際に利用したい取り組み（年代別）



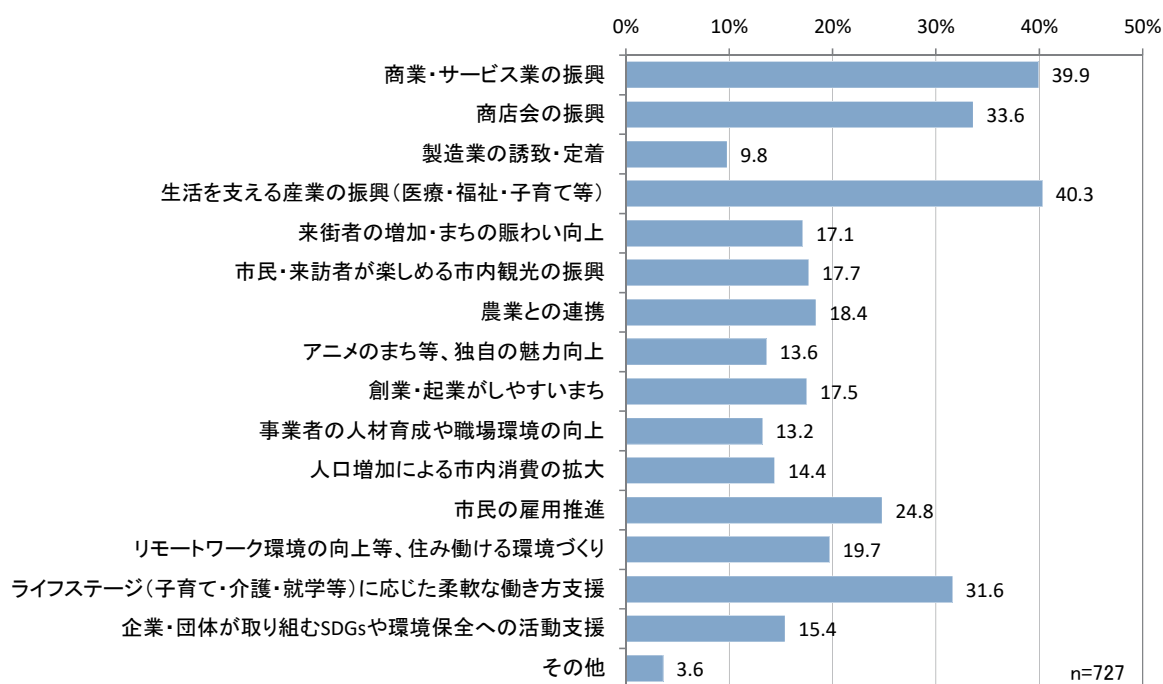
全体		(151)	29.1	29.8	38.4	25.8	27.8	30.5	43.7	40.4	33.8	29.1	9.3	23.8	15.9	1.3
年代別	10歳代	(2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20歳代	(5)	20.0	40.0	0.0	60.0	20.0	20.0	40.0	40.0	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	30歳代	(20)	40.0	30.0	30.0	15.0	20.0	25.0	40.0	40.0	50.0	10.0	0.0	5.0	10.0	0.0
	40歳代	(40)	32.5	32.5	42.5	35.0	32.5	42.5	47.5	40.0	25.0	35.0	10.0	32.5	12.5	2.5
	50歳代	(49)	28.6	30.6	40.8	18.4	26.5	24.5	42.9	40.8	32.7	26.5	14.3	28.6	20.4	2.0
	60歳代	(28)	17.9	25.0	42.9	25.0	32.1	28.6	53.6	46.4	35.7	32.1	3.6	17.9	17.9	0.0
	70歳代	(6)	16.7	16.7	33.3	33.3	33.3	33.3	16.7	33.3	33.3	66.7	16.7	33.3	33.3	0.0
	80歳代以上	(1)	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

## エ 武蔵野市の産業振興について

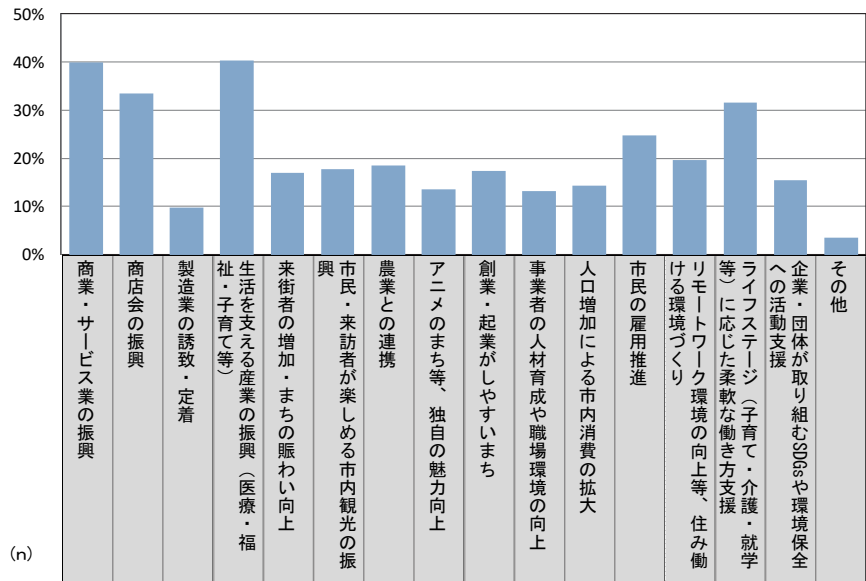
問 11 武蔵野市の産業振興策として、重要と思われる取組みは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 武蔵野市の産業振興策として、重要と思われる取組みは、「生活を支える産業の振興（医療・福祉・子育て等）」（40.3%）が最も高く、「商業・サービス業の振興」（39.9%）、「商店会の振興」（33.6%）、「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」（31.6%）の順で続く。
- 年代別にみると、他の年代に比べて「20 歳代」は「アニメのまち等、独自の魅力向上」（22.2%）と「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」（44.4%）が高い。「40 歳代」（40.7%）と「50 歳代」（46.6%）は「商業・サービス業の振興」が最も高い。『20～69 歳』では、年代が低くなるほど「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」が高くなる傾向がみられる。
- 職業別にみると、「公務員・団体職員」は「ライフステージ（子育て・介護・就学等）に応じた柔軟な働き方支援」（53.6%）が最も高く、5 割台半ば近くを占める。他の職業に比べて「非正規雇用者（パート・アルバイト・派遣・契約社員）」は「商業・サービス業の振興」（42.7%）と「市民の雇用推進」（37.6%）が、「学生」は「アニメのまち等、独自の魅力向上」（18.2%）と「リモートワーク環境の向上等、住み働ける環境づくり」（36.4%）が高い。

武蔵野市の産業振興策として、重要と思われる取組み



武蔵野市の産業振興策として、重要と思われる取組み（年代別、職業別）



全体		(n)	39.9	33.6	9.8	40.3	17.1	17.7	18.4	13.6	17.5	13.2	14.4	24.8	19.7	31.6	15.4	3.6
年代別	10歳代	(2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	20歳代	(27)	25.9	22.2	3.7	29.6	7.4	11.1	11.1	22.2	7.4	14.8	11.1	18.5	25.9	44.4	14.8	3.7
	30歳代	(74)	33.8	23.0	5.4	40.5	16.2	12.2	8.1	8.1	9.5	10.8	18.9	18.9	20.3	37.8	16.2	4.1
	40歳代	(145)	40.7	30.3	13.1	39.3	15.2	20.0	17.9	17.2	24.1	14.5	15.2	23.4	26.9	34.5	12.4	1.4
	50歳代	(204)	46.6	38.2	10.8	37.7	18.1	14.7	17.2	17.2	16.7	11.3	14.2	27.9	18.6	32.4	13.7	3.9
	60歳代	(180)	37.8	35.6	8.9	41.7	20.6	18.9	20.6	12.2	21.1	15.6	12.2	28.9	19.4	28.9	18.3	3.9
	70歳代	(82)	36.6	39.0	11.0	50.0	15.9	23.2	30.5	6.1	9.8	13.4	13.4	18.3	8.5	22.0	15.9	4.9
	80歳代以上	(13)	38.5	15.4	0.0	38.5	7.7	30.8	15.4	0.0	15.4	7.7	30.8	23.1	7.7	30.8	30.8	7.7
職業別	会社員	(291)	40.9	34.0	13.1	37.8	18.9	17.5	15.5	15.5	21.0	16.2	17.2	23.0	22.0	32.3	13.1	3.8
	公務員・団体職員	(28)	39.3	21.4	3.6	46.4	17.9	28.6	17.9	14.3	14.3	14.3	7.1	14.3	21.4	53.6	28.6	0.0
	自営業・自由業	(49)	38.8	38.8	6.1	46.9	20.4	16.3	16.3	12.2	30.6	6.1	14.3	18.4	22.4	30.6	20.4	4.1
	非正規雇用者（パート・アルバイト・派遣・契約社員）	(117)	42.7	32.5	11.1	41.9	13.7	13.7	22.2	13.7	12.0	8.5	10.3	37.6	15.4	29.1	14.5	3.4
	学生	(11)	36.4	18.2	9.1	9.1	0.0	18.2	9.1	18.2	18.2	9.1	0.0	18.2	36.4	36.4	18.2	0.0
	主に家事に従事	(81)	35.8	38.3	6.2	49.4	18.5	17.3	22.2	11.1	16.0	12.3	19.8	27.2	17.3	34.6	17.3	0.0
	無職	(137)	38.7	34.3	5.8	38.0	16.1	21.2	20.4	12.4	12.4	14.6	13.1	22.6	16.1	27.0	14.6	4.4
	その他	(13)	38.5	15.4	15.4	38.5	7.7	7.7	23.1	0.0	7.7	7.7	0.0	7.7	30.8	23.1	23.1	23.1

## オ 自由意見

○その他、武蔵野市の産業振興に向けてご意見がありましたらお書きください。

### 【市民を中心としたまちづくり、住み心地のよいまちづくり】

- ・ 住民を中心とした産業振興を考えてほしい。(吉祥寺北町、50 歳代) 【7】
- ・ 住んでいる人が日常生活をしやすいまちづくりをしてほしい。遊びに来る人に重きをおいているように感じる。(吉祥寺東町、50 歳代)
- ・ 子育て家庭だけを支援するのではなく独身でも住みやすい街。(吉祥寺本町、30 歳代)
- ・ 安全に住みやすく、便利な武蔵野市をもっと目指して欲しい。(中町、30 歳代)
- ・ 企業等は充実しているので、生活環境が良ければ定住者は増えると思う。(中町、30 歳代)

### 【街並み環境の整備】

- ・ 吉祥寺駅周囲の再開発による、施設整備。(吉祥寺東町、70 歳代) 【3】
- ・ 吉祥寺駅南口の開発。(西久保、50 歳代) 【1】
- ・ 吉祥寺南口のバス乗降をスムーズにしてほしい。(八幡町、50 歳代)
- ・ 北口駅前の整備。(吉祥寺東町、70 歳代)
- ・ 駅前ターミナルの整備。(中町、50 歳代)
- ・ 吉祥寺・三鷹駅前の動線の改良。歩行者と車が交差している。(御殿山、70 歳代)
- ・ 駅前広場の美化、整備。駅前繁華街の整備。(吉祥寺北町、70 歳代)
- ・ ムーバスの路線の反対まわりを希望する。(関前、50 歳代)
- ・ 道路の整備。自転車走行、歩行し易い環境が必要。(吉祥寺東町、60 歳代) 【1】
- ・ 歩行者専用の時間を増やしてほしい。(吉祥寺本町、60 歳代)
- ・ 駐輪スペースを街中にも作って欲しい。(吉祥寺本町、70 歳代) 【1】
- ・ 歩きやすい道路の整備を続けてほしい。(西久保、70 歳代)
- ・ 安全な街づくり。(吉祥寺南町、70 歳代) 【2】
- ・ 商店街の整備。(吉祥寺東町、70 歳代)
- ・ ハモニカ横丁の維持、整備。(西久保、60 歳代)
- ・ 電柱地中化。(中町、50 歳代)
- ・ 街の整備。(西久保、50 歳代)
- ・ 市有遊休地の有効活用。(西久保、50 歳代) 【1】
- ・ 駐車場のないお店が多いのでできれば駐車場がほしい。(八幡町、20 歳代)
- ・ 吉祥寺から市役所行きシャトルバスを出してほしい。(吉祥寺南町、60 歳代)
- ・ 路上喫煙禁止を徹底してほしい。(八幡町、30 歳代)
- ・ どこまで計画性を持って開発を行っているのか疑問。景観を良くしてもらいたい。(吉祥寺東町、50 歳代)
- ・ 充実した暮らしができる環境づくり。(緑町、80 歳代以上)
- ・ 強引な再開発は御法度。(桜堤、60 歳代)

### 【子育て世代と若者の誘致、高齢者・障害者福祉】

- ・ 若者を呼び込む。(境南町、20 歳代)
- ・ 子育て支援による人口増大。住民の誘致。(桜堤、50 歳代)
- ・ 若い世代や子育て世代の世帯が増えると良いと思う。(吉祥寺南町、50 歳代)
- ・ 若者向けの企画やサポートが少ない。(桜堤、60 歳代)

- ・ 育児施設の充実により人口増。(吉祥寺本町、50 歳代)
- ・ 保育施設、介護付き住宅の充実。(八幡町、60 歳代)
- ・ お一人様の看取り。(緑町、70 歳代)
- ・ 高齢者向けの品揃えの店舗、サービスの充実。(吉祥寺東町、60 歳代) 【1】
- ・ 高齢者が単身でも住み続けられるまちづくり。(桜堤、70 歳代)
- ・ 地元武蔵野市民(老人)を大切にしたいまちづくり。(緑町、60 歳代)
- ・ 老人にも楽しく過ごせる武蔵野市。(吉祥寺南町、70 歳代)
- ・ 高齢者に親身になって欲しい。境地区には市のスポーツ施設がないので、民間の施設を市の施設並に使えるようにして欲しい。吉祥寺は恵比寿・新宿・青山よりもレストランの価格が高い。(境、50 歳代)
- ・ 高齢者に優しいまちづくり(御殿山、60 歳代) 【1】
- ・ 福祉の向上(西久保、50 歳代)
- ・ ハンディキャップに優しいサポート体制(吉祥寺東町、50 歳代)

#### 【就労支援、人材活用】

- ・ 市内学生が卒業後、社会人としての武蔵野市に定着できるよう支援して欲しい(境南町、60 歳代)
- ・ 正式雇用前の体験等、ミスマッチが発生しないような仕組みがあると良い。(中町、50 歳代)
- ・ 就職氷河期世代の救出(西久保、40 歳代)
- ・ 良い企業や店舗などが増えて雇用が増えると素晴らしいと思う(境南町、50 歳代)
- ・ 雇用が増えるような産業振興(御殿山、70 歳代)
- ・ 駅近に保育施設を作るなど、子育てしながらでも就業しやすい環境を作ること。新規参入事業者が地域に溶け込めるよう、地元の事業団体が受け入れ易い下地づくり。(西久保、50 歳代)
- ・ シニア世代の働く場とその協力タイミグ。(吉祥寺東町、30 歳代)
- ・ 子育て世代でも働きやすい職場が増えると嬉しい。高学歴でとても有能なお母さんが、子育て優先のためにスキルと見合わない就労をしているのがとても勿体無く感じる。(八幡町、40 歳代)
- ・ 障がい者や低所得者の働く場所が増えてほしい。(吉祥寺北町、50 歳代) 【1】
- ・ 子育てしながらも働きやすい環境。(緑町、30 歳代) 【1】
- ・ 年配の人が関われる産業が増えると良い。(吉祥寺東町、60 歳代) 【1】
- ・ アニメ会社に対して、正当な労働報酬が支払われる様に監査を求める。(八幡町、50 歳代)
- ・ 障害者雇用の促進。(西久保、60 歳代)
- ・ そこで働きたいと思わせるような利点を作ること。(吉祥寺北町、50 歳代)
- ・ 働く環境に重点を置いて欲しい。(吉祥寺南町、70 歳代)
- ・ 週2から3で3時間ほどの時間短縮で働けるのなら働きたいと思いながら、そのような雇用はない。(桜堤、40 歳代)
- ・ 高齢者を活用した学習支援を充実させてはどうか。(中町、60 歳代)
- ・ 地元のマンパワーの育成と活用による、新しい武蔵野らしさ。(中町、40 歳代)
- ・ 市内に住む管理職経験者の活用。(関前、60 歳代)

#### 【地場産業の活性化、新産業の創出・育成】

- ・ アニメ業界との関係を、練馬区や杉並区のようにして欲しい。(中町、50 歳代)
- ・ 武蔵野市ならではの産業や商業を発信、発展させてほしい。起業のプロセスも含めて独自のシ

ステムやノウハウ、他企業との連携等もアピール出来たらよい。(関前、60 歳代)

- ・ 市役所と地域産業がもっと連携して活性化していければ良いと思う。(境、50 歳代)
- ・ 地場産業の足固め。(境、60 歳代)
- ・ 新しい産業をつくる工夫をお願いしたい。特に再生エネルギーなどのこれからの産業企画をコラボレーションしたい。(西久保、50 歳代)
- ・ 恵まれた自然環境を更に充実させる産業の育成。(境、70 歳代)
- ・ エネルギーも含めた地産地消の仕組み作りが必要と思う。(吉祥寺南町、60 歳代)
- ・ 個性、独自性のある産業の育成。(吉祥寺東町、70 歳代)
- ・ 商店に偏った振興が多いような気がする。商業以外の事業振興のための、運営支援策を増やして欲しい。(吉祥寺北町、50 歳代)
- ・ 消費活動に余り寄与しない層ではなく、それ以外の消費活動に積極的な層を対象とした産業構造になっていないのではないかと感じている。(吉祥寺東町、50 歳代)
- ・ 武蔵野市は都心に近い割に自然が豊かな所が魅力だと思うので、その良さを更に活かしてほしい。(中町、40 歳代)

#### 【情報発信】

- ・ 具体的な事業の紹介。(境南町、40 歳代)
- ・ 地元アピールが足りない。(吉祥寺本町、30 歳代)
- ・ 地産地消について、現在どこで何の取り扱いがあるかなどの情報がほしい。(桜堤、40 歳代)
- ・ 商店街それぞれの特徴を明確にして、積極的に発信してもらいたい。(吉祥寺南町、70 歳代)
- ・ いろいろな年齢層に合うような情報発信と産業と市民を繋ぐきっかけづくり。(境、60 歳代)
- ・ クチコミや就業機会紹介制度の充実。(桜堤、50 歳代)
- ・ 起業成功例の紹介。(緑町、70 歳代)
- ・ 商店街独自の振興を行っているのは分かるが、いつどのような取り組みを行っているのか、市民への情報提供が少なく、遅い。(吉祥寺北町、40 歳代)
- ・ 色々な情報が欲しい。(御殿山、60 歳代) 【2】
- ・ すでに魅力ある街なので、より関心を持つような広報、発信の方法の研究。(西久保、60 歳代)
- ・ 産業振興のアピールを積極的に行う。(境南町、60 歳代)
- ・ スーパーにはない魅力を発信してほしい。(境南町、50 歳代)
- ・ 地場産業の発信場所を増やして欲しい。(吉祥寺東町、50 歳代)

#### 【農業】

- ・ 農家で作っている野菜や果物の無人売買ボックスを駅近に置いてほしい。(中町、60 歳代)
- ・ 安全な農業との協同を目指した産業の育成。(吉祥寺東町、60 歳代)
- ・ 農業の振興。(桜堤、70 歳代) 【1】
- ・ 農地が相続によって減っていくことに思いきった対策をしてほしい。(関前、70 歳代)
- ・ 市や商工会が色々なタイアップを考えてくれていることがありがたい。(吉祥寺北町、40 歳代)
- ・ 市内の農作物を、もっと手軽に買えるようにしてほしい。(緑町、70 歳代)
- ・ 農業支援。(桜堤、60 歳代)
- ・ 農福連携と 6 次産業の展開を是非とも進めて欲しい。(緑町、50 歳代)

#### 【商店街の活性化、イベント開催によるにぎわいづくり】

- ・ 三鷹駅北口の商業施設活性化。(中町、60 歳代)
- ・ 境の商店街スキップ通りのより一層の活性化。(境、40 歳代)



- ・ 商店街を増やしてほしい。(関前、30 歳代)
- ・ 武蔵境南口エリアでの商店街の活性化。(境南町、70 歳代)
- ・ 商店街の活性化への取り組み。(吉祥寺北町、70 歳代) 【1】
- ・ シャッター街の整備。(境南町、50 歳代)
- ・ 商店街は、閉鎖的なイメージで、新しい人が入っていきにくい雰囲気がある。もっと開けたイベントなどがあると、参加しやすい。(西久保、30 歳代)
- ・ 祭りやイベントなどの取り組み。(中町、40 歳代) 【2】
- ・ 人を集めるイベント企画(地方の物産販売等)。イベント対応出来る場所。(境、40 歳代)
- ・ いろいろなイベントを企画開催している様子は時々ポスターなどで見かけるが、自宅にいる高齢者が重い腰を上げる気持ちになるような積極的な誘い方を打ち出してほしい。(西久保、60 歳代)
- ・ 市内拠点での様々なイベントの開催。シャッター商店街の新しい担い手の発掘と経済的支援。(緑町、60 歳代)
- ・ みんなで楽しめるイベント、例えば飲み歩き会など。(吉祥寺南町、60 歳代)
- ・ シニアも、楽しく他のイベントなどに参加しやすいまちづくり。(吉祥寺北町、70 歳代)

#### 【魅力と多様性のある個店づくり・まちづくり】

- ・ 個人商店の発展。(吉祥寺本町、60 歳代) 【3】
- ・ どこにでもあるチェーン店系の店ばかりになり、オリジナリティがなくなっているの、吉祥寺らしい店を増やす。(吉祥寺東町、50 歳代) 【8】
- ・ 昔ながらの店の閉店が目立つ。似たような店はあまり複数要らないので、吉祥寺ならではの名店はなるべく続いて欲しい。(吉祥寺南町、50 歳代) 【2】
- ・ 魅力的な個店の誘致に力を入れるべき。(境南町、50 歳代) 【1】
- ・ 個人事業者が続けられる環境があれば、より個性的で住みやすい街になると思う。(吉祥寺南町、40 歳代)
- ・ 個人経営のお店が儲かるようにサポートしてほしい。住民として地元積極的にお金を落としたいので、武蔵野市にお店を開くメリットがある状態だとよい。(中町、50 歳代)
- ・ 大手ではない個人商店が出店しやすい環境。(吉祥寺東町、70 歳代)
- ・ 個人出店の多い商店街形成への支援。(吉祥寺本町、40 歳代)
- ・ 個人商店に魅力を持たせて欲しい。そうでないとスーパーなどで買い物をすましてしまう。(緑町、60 歳代)
- ・ 吉祥寺という全国的に有名な商業地があるにもかかわらず、ありきたりなお店ばかりになり特色が薄れてしまい、ブランド化に失敗している。(御殿山、40 歳代)
- ・ 百貨店の誘致、生活用品の購入出来る店舗、個性的な店舗の存続の援助に力を注いでほしい。(吉祥寺南町、50 歳代)
- ・ 武蔵小金井、三鷹に比べて魅力的なショップが少ない。(吉祥寺除く)(境南町、50 歳代)
- ・ 個人商店を増やす。(境、50 歳代)
- ・ 本格的なフィットネスジムを駅前に作ってほしい。(中町、40 歳代)
- ・ 綺麗で清潔な八百屋を増やし、野菜の直売所マップを配布してほしい。(桜堤、50 歳代)
- ・ 市内にあった玩具店がどんどん減少しており、楽しい子育てができない環境になっている。いわゆる「駄菓子屋」があるまちづくりをして欲しい。(御殿山、60 歳代)
- ・ 武蔵境にチェーン店でなく、個性的、魅力的な飲食店やお店が増えて欲しい。(境南町、50 歳)

代)

- ・ オーガニックスーパーが欲しい。(西久保、40 歳代)
- ・ ホームセンターがほしい。(吉祥寺南町、50 歳代)
- ・ 今時のどこにでもあるような街づくりや流行りのコンセプトではなく、中央の方とは異なる、昔の吉祥寺のよさ(個性的な店が多い、バウスに代表されるような独自の文化のある街)、武蔵野の自然や農業などを活かした街づくり、会話のある商店街など、武蔵野らしさを大切にしてほしい。(吉祥寺本町、60 歳代)
- ・ 魅力的で誰でもが住み易いと思える街にして欲しい。(緑町、60 歳代)
- ・ 新しい視点を率先して採り入れつつ昔ながらの良さも出せると吉祥寺らしい。(吉祥寺南町、50 歳代)
- ・ 三鷹北口地区は吉祥寺に比べて、魅力がない。三鷹南口の方が良い。(吉祥寺北町、70 歳代)
- ・ 吉祥寺がより魅力的な街になるといいかな！(西久保、50 歳代)
- ・ 近鉄、伊勢丹がなくなり、東急にも 100 均がはいるなど安い街になりつつある。高齢者が安心できる店がない。(吉祥寺北町、80 歳代以上)
- ・ 休憩スペースを確保すれば、もっと買い物客の流入が見込めるものと考ええる。(吉祥寺北町、60 歳代)
- ・ 駅付近にある風俗店には立ち退いて欲しい。(吉祥寺本町、50 歳代)
- ・ 市街の観光客が多い。吉祥寺には、地元の者はいかなくなっている。(吉祥寺南町、60 歳代)
- ・ 大型店舗の活性化。(吉祥寺南町、40 歳代)
- ・ 吉祥寺だけでなく三鷹にも商業施設がほしい。(中町、30 歳代)
- ・ 大人がゆっくり買い物できる店が少ない。(境、50 歳代)
- ・ 高齢者が買い物しやすい店が欲しい。(吉祥寺南町、70 歳代)
- ・ 駅前にはショッピングする店があるが、少し離れるとお店はほとんどない。中野、高円寺のような個性的な商店街があれば魅力的と思う。また大きなデパートがないため誘致できると、幅広い年齢層が集まり、街が活性化すると思う。各駅で年齢層に偏りがあり、バランスがとれてない。(境、40 歳代)
- ・ 中心部(駅前ばかり)に集中していて外れのほうは買い物すら大変なので、どうかしてほしい。(吉祥寺南町、40 歳代)
- ・ 吉祥寺の再生。(桜堤、60 歳代)
- ・ 吉祥寺以外にも繁華街が必要。(中町、60 歳代)
- ・ 吉祥寺ポイント新設。(吉祥寺本町、60 歳代)
- ・ 吉祥寺には若者向けのお店が多いが、中高年以降でも気楽に入れて落ち着いた、かつリーズナブルなお店が増えれば、幅広い層が住みやすく、武蔵野市に訪れるのではないかと思う。(吉祥寺東町、40 歳代)
- ・ デパートは残して欲しい。(八幡町、60 歳代)
- ・ 食料品売り場と日用品売り場が一体化している店が無いのでそういう店が欲しい(吉祥寺北町、40 歳代)
- ・ 有名な大型店舗の誘致はしないでほしい。(西久保、50 歳代)
- ・ 駅周辺の賑わいはあるが、住宅街付近の商店が以前のように活気を戻してほしい。(西久保、50 歳代)

- ・ アウトレットやショッピングモール。(中町、50 歳代)
- ・ 気軽に運動できる施設が充実している。商店等連携して、スポーツ用品等安く購入できれば活性化につながるのではないか。(西久保、60 歳代)
- ・ 武蔵野プレイスをもっと使い易い施設にするべき。デザインが素敵でよく撮影にも使われているが、信じられないほど蔵書が少ない。学びの場としては不十分。(境南町、40 歳代)

#### 【産学連携、交流、マッチング】

- ・ 企業のマッチング機能がほしい。商工会議所の役割かもしれないが、敷居が高いように感じる。(境、60 歳代)
- ・ 店舗、販売経路を持っている店と生産、卸業者のマッチング。(境南町、50 歳代)
- ・ 市民と行政がもっと話しやすい環境を作って議論して欲しい。(境、70 歳代)
- ・ 産学が連携しクリエイティブ産業の振興。(御殿山、40 歳代)
- ・ 産学官連携が活発になるとよい。(桜堤、50 歳代)
- ・ 様々な交流の場が必要。(吉祥寺本町、50 歳代)

#### 【企業誘致、創業支援、事業承継】

- ・ 魅力ある企業を誘致してほしい。(境、50 歳代) 【2】
- ・ 市外からの人や企業に、耳を傾けおらかな気持ちで迎える気持ちになって欲しい。(吉祥寺南町、70 歳代)
- ・ 大企業が比較的集積しているエリアなので引き続き誘致する必要がある。(境南町、40 歳代)
- ・ ベンチャー企業の誘致。(桜堤、60 歳代)
- ・ 企業誘致のための商業ビル建設。(境、60 歳代)
- ・ 地元の若者が出店出来るような助成。(中町、60 歳代)
- ・ どんなことが望まれていて起業につながるキャリアしたり、実際に起業に結びつけるチャレンジスペースがあると良い。(八幡町、60 歳代)
- ・ 起業への助力が欲しい。(八幡町、50 歳代)
- ・ 社員をきちんと雇用して育成できる企業を保護、誘致する。起業しやすい風土を作る。(吉祥寺南町、60 歳代)
- ・ 若い人の企業を支援応援するプロジェクトの促進。(境南町、60 歳代)
- ・ スタートアップには原資の確保が重要。(境、50 歳代)
- ・ 事業引き継ぎのマッチング。(関前、50 歳代)
- ・ 老舗の廃業をくい止めてほしい。(吉祥寺本町、60 歳代)

#### 【空き店舗の増加、賃料・地代の高騰】

- ・ 商店の空き屋を起業したい人に期間限定で貸出す橋渡しと資金融資をする。(八幡町、50 歳代)
- ・ コロナが流行ってから閉店した店舗が多く、空きテナントが増えたと感じる。(吉祥寺本町、20 歳代)
- ・ 家賃が高い。駅周辺の市有地の活用。(中町、60 歳代)
- ・ 賃料が高すぎる。(吉祥寺東町、50 歳代) 【1】
- ・ 家賃が高すぎるせいか、数年以上入居がないビルのテナントがあったり、新規オープンした店がすぐに閉店したり、吉祥寺は新規参入者にとって敷居が高すぎると思う。(吉祥寺本町、40 歳代)
- ・ 吉祥寺駅周辺に集中している商店などをほかの地域まで拡げることが活性化になる。吉祥寺に集中していることで地価が高すぎて商店経営が安定していないことが問題！(中町、70 歳代)

- ・ 住宅地がほとんどだと思うので、オフィスで何かできることになると、武蔵野市を拠点にするメリットがない。家賃も高い。(境南町、30 歳代)

**【その他】**

- ・ 住んではいても、市への帰属意識は強くないので、「武蔵野市の」を考えるのは難しい。三鷹市と仲良くしてほしい。(御殿山、30 歳代)
- ・ 武蔵野市の産業振興について何をしているのか知らない。(吉祥寺南町、50 歳代) 【4】
- ・ 月に一回くらい市民の日を作る。その日は市内の指定の店舗では、市民は一定の割引サービスを受けることができる。(吉祥寺北町、40 歳代)
- ・ 地域振興券を発行するときは、早めに発行することで、利用可能期間を長く確保して欲しい。(境、40 歳代)
- ・ 賃金を上げた方が良い。東西エリアで貧富の差が大きい。(関前、30 歳代)
- ・ 住民税、固定資産税の減税。(桜堤、70 歳代) 【2】
- ・ 補助金、税優遇措置、雇用助成と市民教育。(吉祥寺北町、60 歳代)
- ・ インフレ対策の、具体案がまったく無し。(吉祥寺北町、60 歳代)
- ・ 最近やっているような地元消費のユーザー向けのサービスを増やす。(境南町、50 歳代)
- ・ インターネットの拡充。駐輪場の確保。低所得者対策。(中町、50 歳代)

※誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

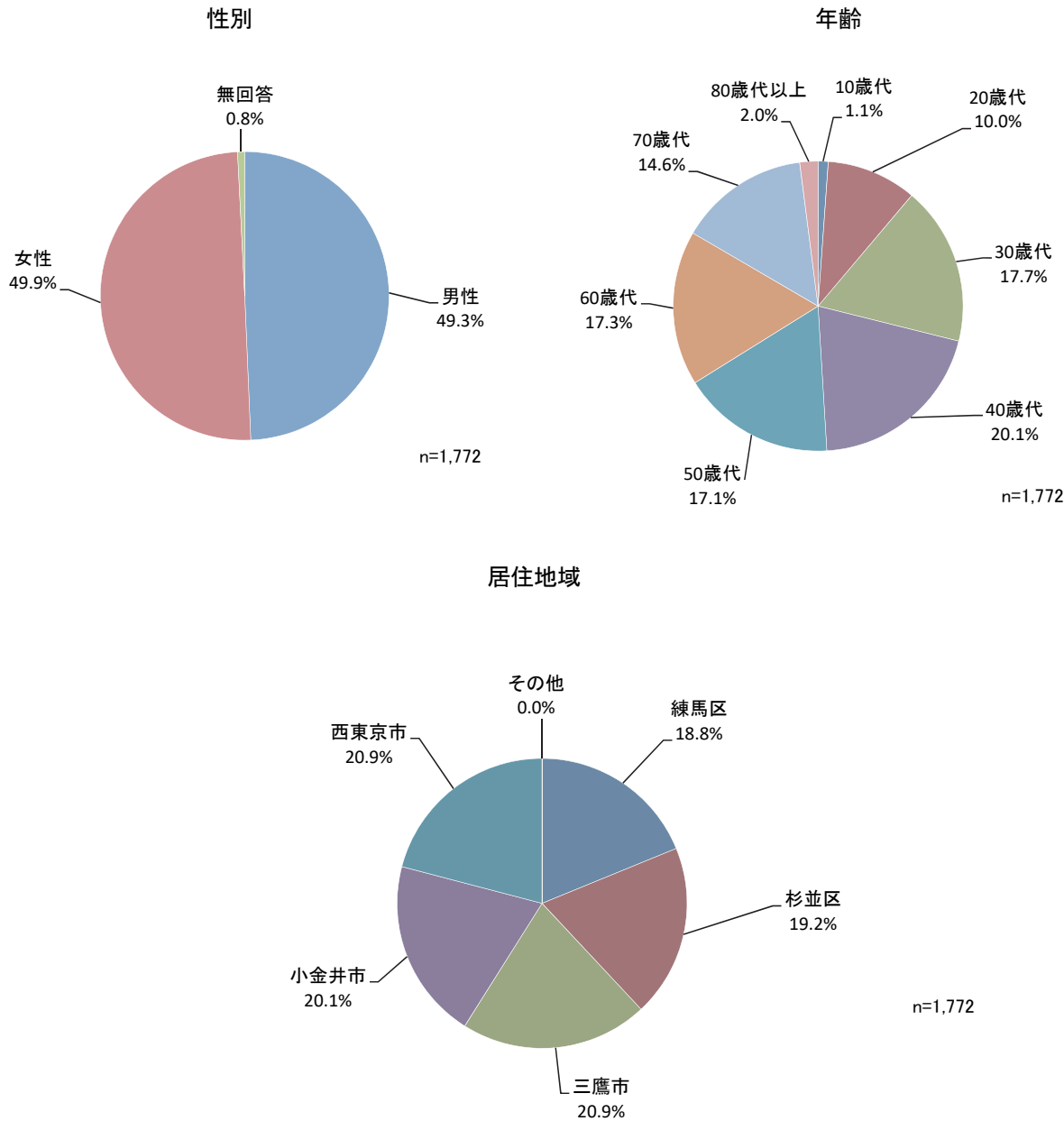
※【 】内は、同一意見数。

(3) 近隣市区民調査

ア 属性

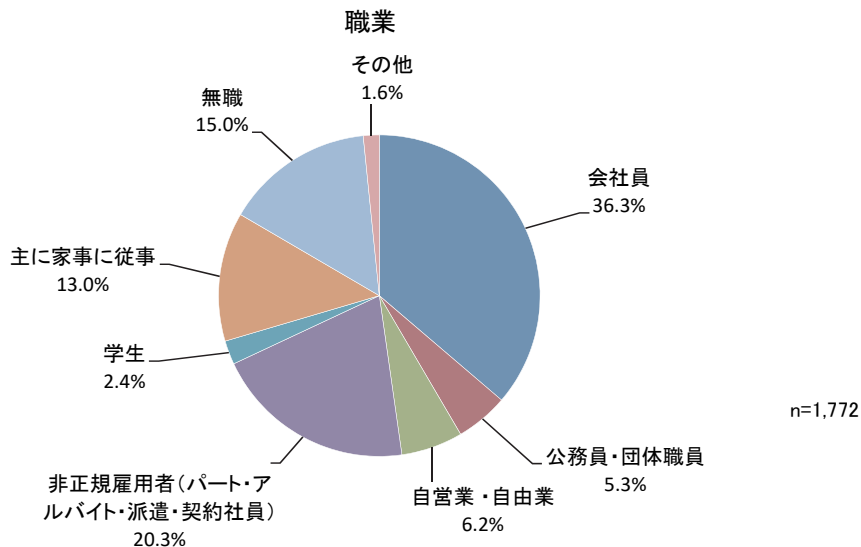
性別・年齢・居住地域

- 性別は、「男性」(49.3%)と「女性」(49.9%)がともに5割弱である。
- 年齢は、「40歳代」(20.1%)が最も高く、「30歳代」(17.7%)、「60歳代」(17.3%)の順で続く。
- 居住地域は、「三鷹市」(20.9%)と「西東京市」(20.9%)が最も高く、「小金井市」(20.1%)、「杉並区」(19.2%)、「練馬区」(18.8%)の順である。



問4 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

- 職業は、「会社員」(36.3%) が最も高く、「非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣・契約社員)」(20.3%)、「無職」(15.0%) の順で続く。



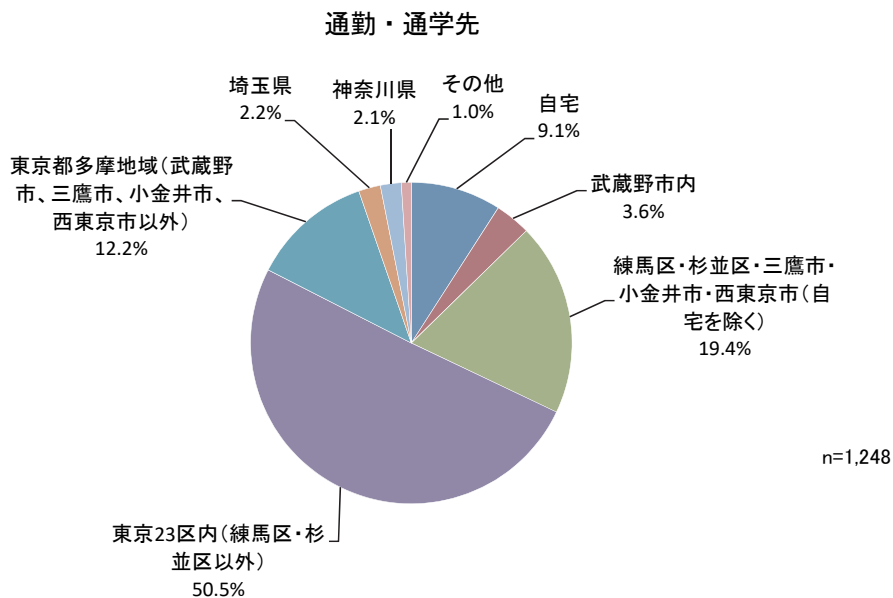
問4で、「会社員」「公務員・団体職員」「自営業・自由業」「非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣・契約社員)」「学生」と回答された方にお聞きます。

問4-1 通勤・通学先はどこですか。(最も当てはまるもの1つに○)

※会社等にお勤めで、現在テレワークで完全在宅勤務の場合は「1. 自宅」とお答えください。

在宅勤務と出社勤務の両方がある場合はお勤め先の所在地をお答えください。

- 通勤・通学先は、「東京23区内(練馬区・杉並区以外)」(50.5%) が最も高く、「練馬区・杉並区・三鷹市・小金井市・西東京市(自宅を除く)」(19.4%)、「東京都多摩地域(武蔵野市、三鷹市、小金井市、西東京市以外)」(12.2%) の順で続く。

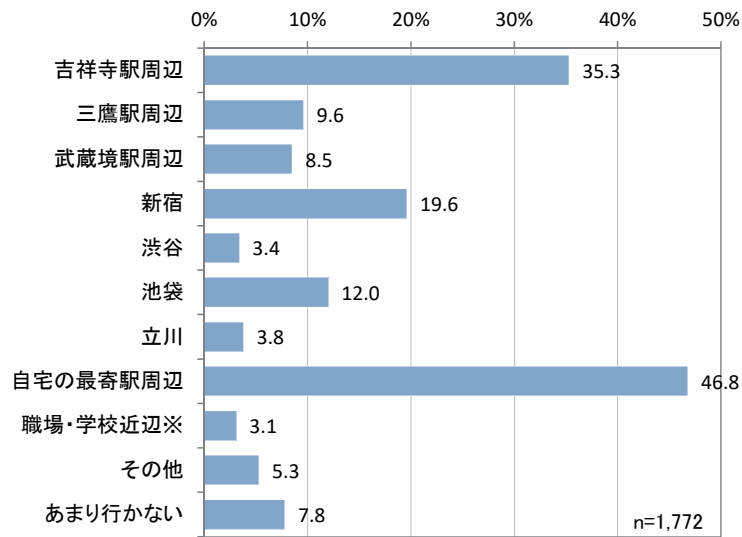


イ よく行く買い物・食事等の場所について

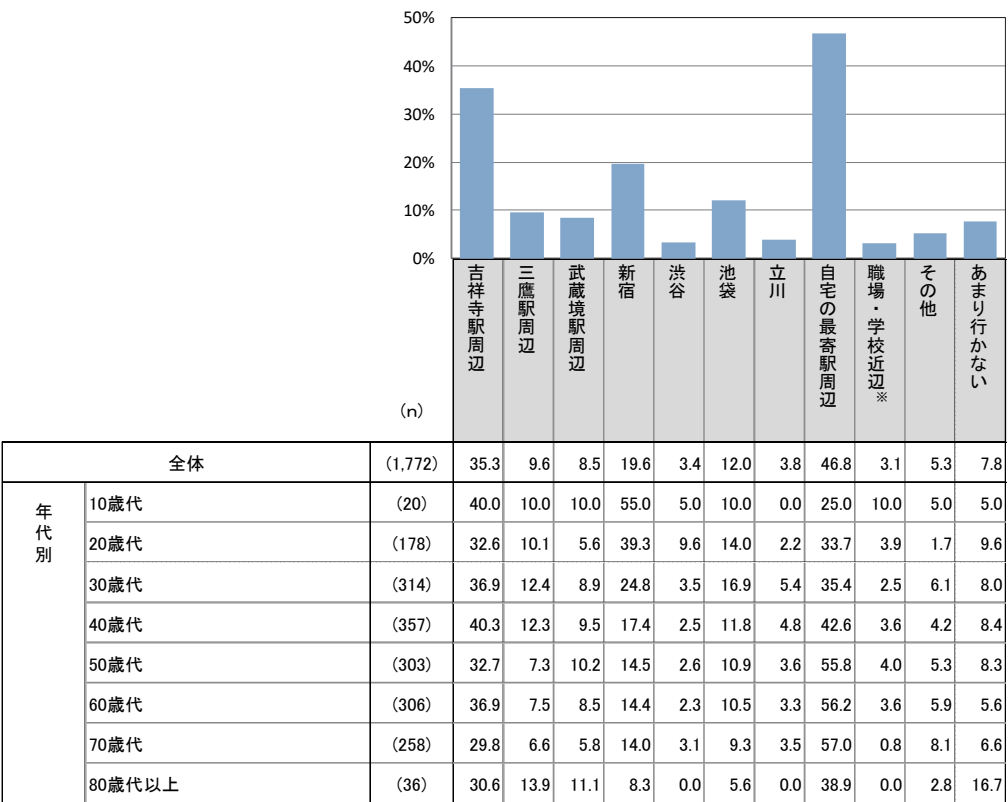
問5 休日等に、買い物や食事によく行く場所について、お教えてください。（最も当てはまるもの2つまでに○）

- 休日等に、買い物や食事によく行く場所は、「自宅の最寄駅周辺」（46.8%）が最も高く、「吉祥寺駅周辺」（35.3%）、「新宿」（19.6%）の順で続く。
- 年代別にみると、「10 歳代」（40.0%）と「40 歳代」（40.3%）は「吉祥寺駅周辺」が4 割以上である。年代が低くなるほど「新宿」が高くなる傾向がみられる。『79 歳以下』では、年代が高くなるほど「自宅の最寄駅周辺」が高くなる傾向が見える。

休日等に、買い物や食事によく行く場所



休日等に、買い物や食事によく行く場所（年代別）

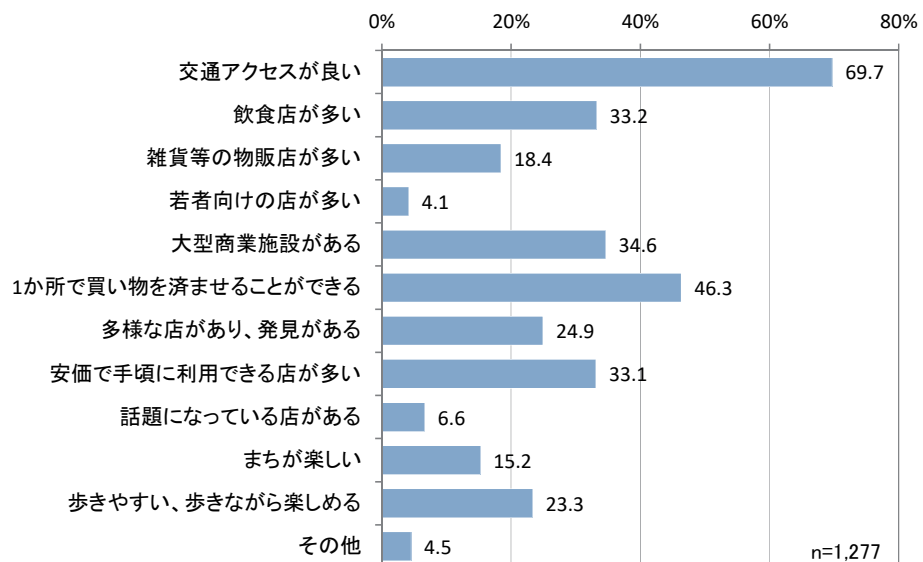


問5で、「新宿」「渋谷」「池袋」「立川」「自宅の最寄駅周辺」「職場・学校近辺」「その他」と回答された方にお聞きします。

問5－1 あなたがよく行く場所が持つ魅力は何ですか。（当てはまるものすべてに○）

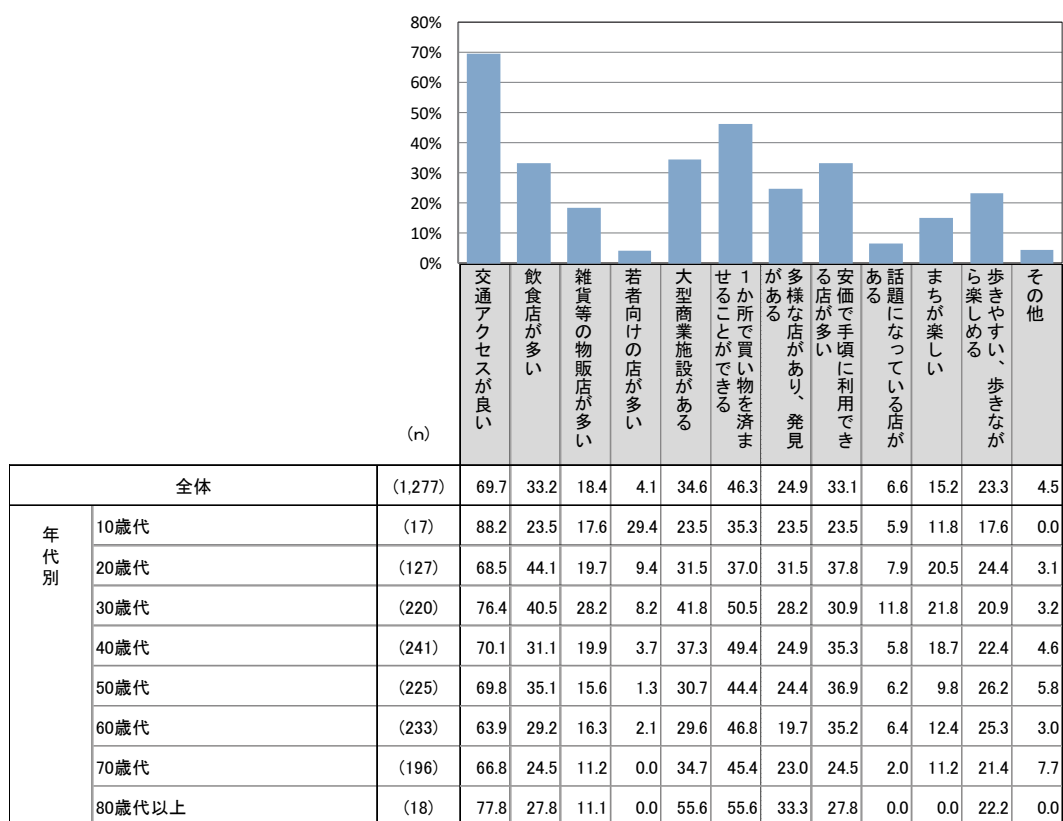
- よく行く場所が持つ魅力は、「交通アクセスが良い」（69.7%）が最も高く、「1か所で買い物を済ませることができる」（46.3%）、「大型商業施設がある」（34.6%）の順で続く。
- 年代別にみると、「10 歳代」は「交通アクセスが良い」（88.2%）が9割近くを占める。他の年代に比べて「20 歳代」は「飲食店が多い」（44.1%）と「安価で手頃に利用できる店が多い」（37.8%）が、「30 歳代」は「雑貨等の物販店が多い」（28.2%）、「話題になっている店がある」（11.8%）、「まちが楽しい」（21.8%）が、「80 歳代以上」は「大型商業施設がある」（55.6%）と「1か所で買い物を済ませることができる」（55.6%）が高い。

よく行く場所が持つ魅力





# よく行く場所が持つ魅力（年代別）

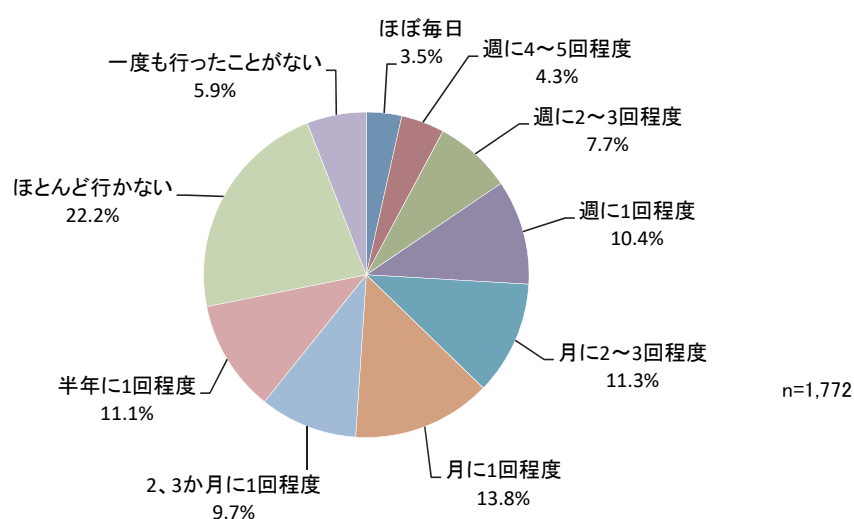


## ウ 武蔵野市について

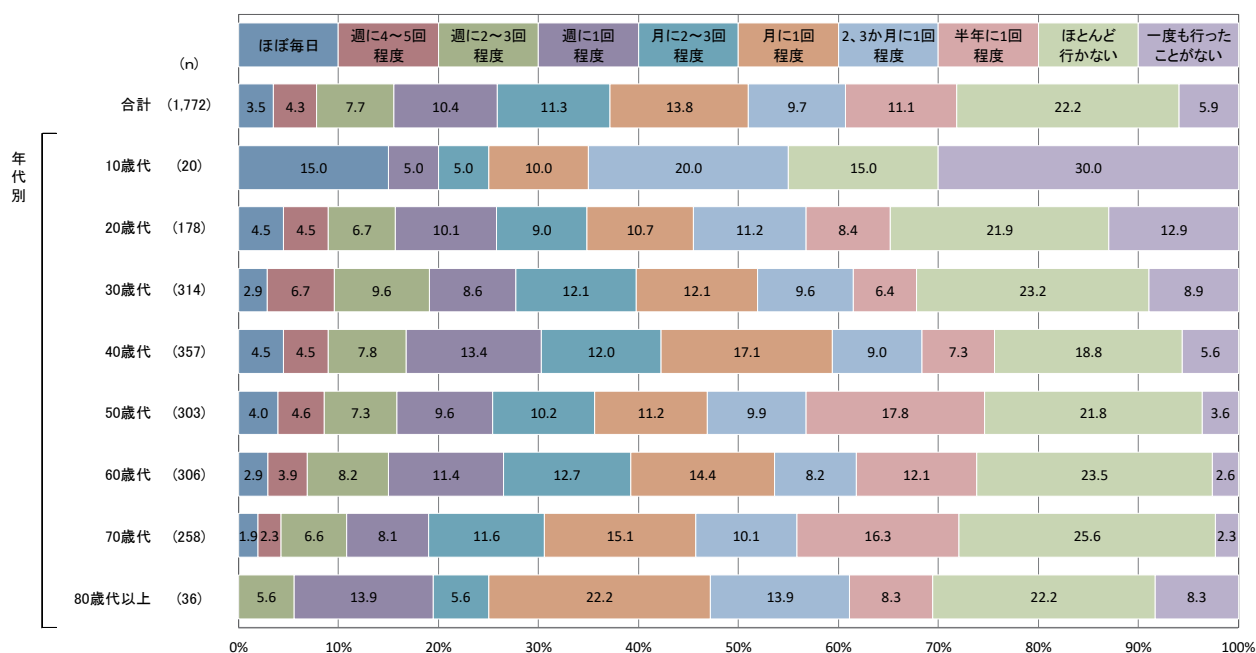
問6 普段、武蔵野市を訪れる機会はどれぐらいありますか。(最も当てはまるもの1つに○)

- 普段、武蔵野市を訪れる頻度は、「ほとんど行かない」(22.2%)が最も高く、「月に1回程度」(13.8%)、「月に2～3回程度」(11.3%)の順で続く。「ほぼ毎日」、「週に4～5回程度」、「週に2～3回程度」、「週に1回程度」を合わせた『週に1回程度以上』(25.9%)が2割台半ばである。
- 年代別にみると、他の年代に比べて「40歳代」は『週に1回程度以上』(30.2%)が高い。『79歳以下』では、年代が低くなるほど「一度も行ったことがない」が高くなる傾向がみられる。

普段、武蔵野市を訪れる頻度



普段、武蔵野市を訪れる頻度（年代別）

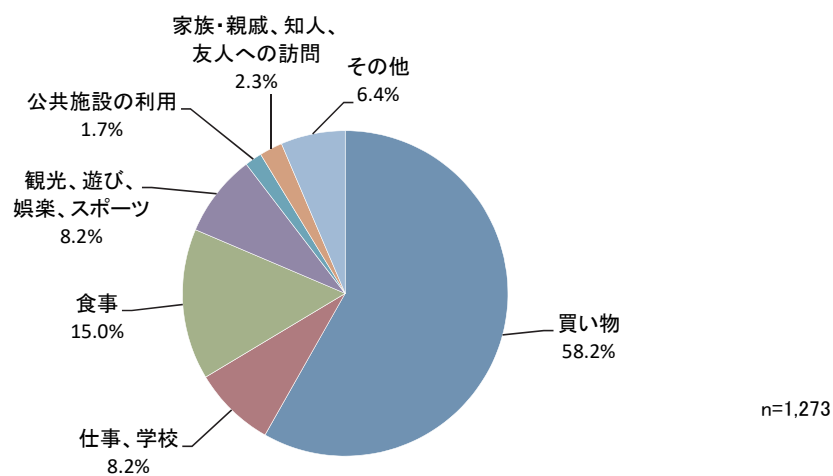


問6で、「ほぼ毎日」「週に4～5回程度」「週に2～3回程度」「週に1回程度」「月に2～3回程度」「月に1回程度」「2、3か月に1回程度」「半年に1回程度」と回答された方にお聞きします。

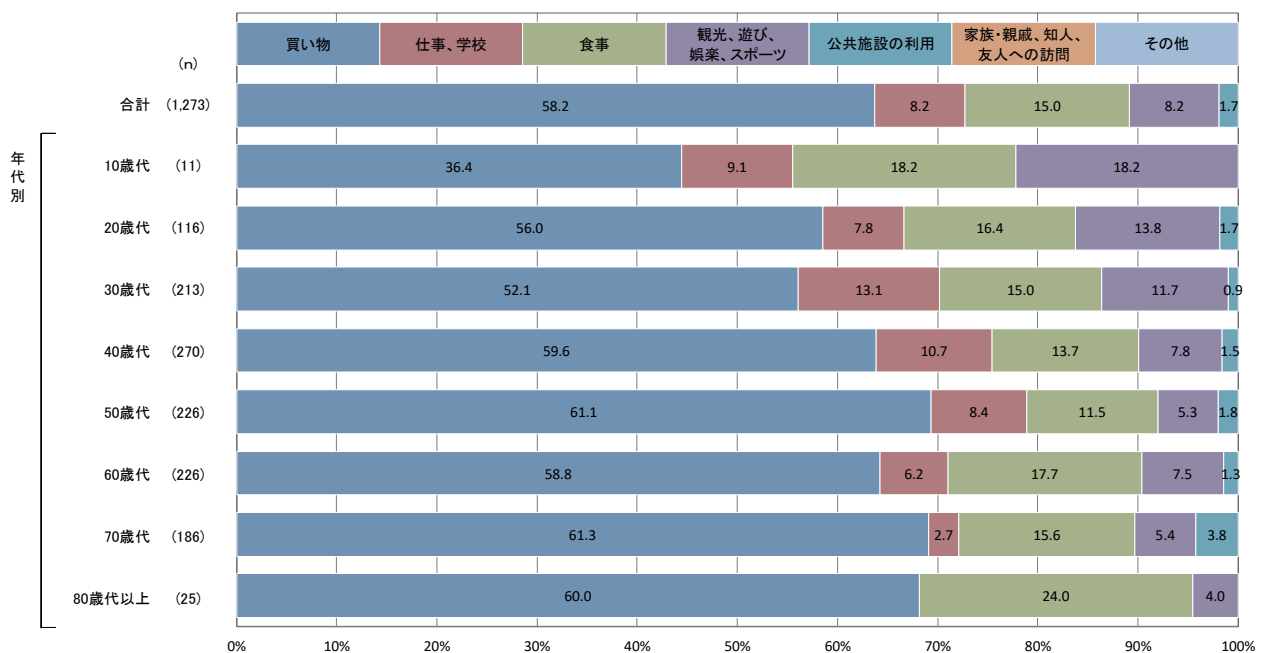
問6－1 武蔵野市を訪れる目的・理由として最も多いのはどれですか。(最も当てはまるもの1つに○)

- 武蔵野市を訪れる目的・理由は、「買い物」(58.2%)が最も高く、「食事」(15.0%)、「仕事、学校」(8.2%)の順で続く。
- 年代別にみると、「10歳代」を除くすべての年代で「買い物」が5割以上を占める。他の年代に比べて「10歳代」は「観光、遊び、娯楽、スポーツ」(18.2%)が高い。

武蔵野市を訪れる目的・理由

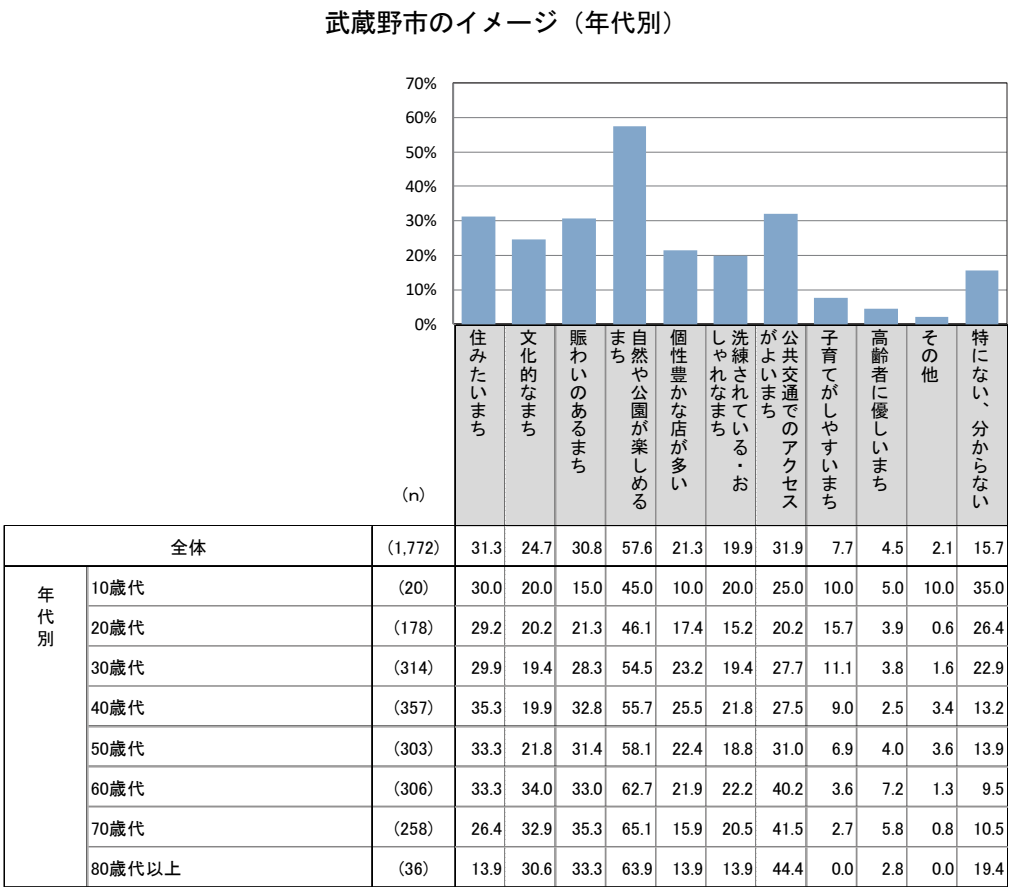
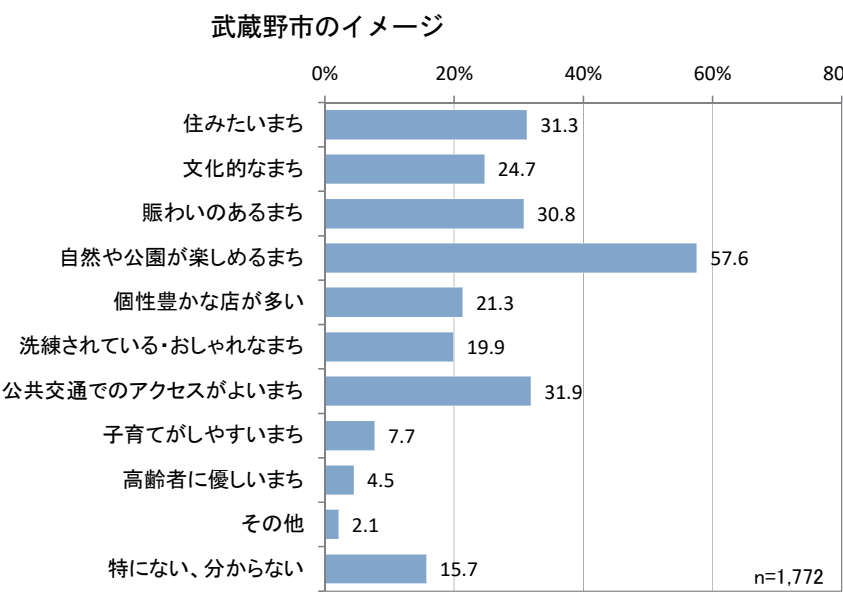


武蔵野市を訪れる目的・理由（年代別）



問7 あなたが持っている武蔵野市のイメージとして、当てはまるものはどれですか。(当てはまるものすべてに○)

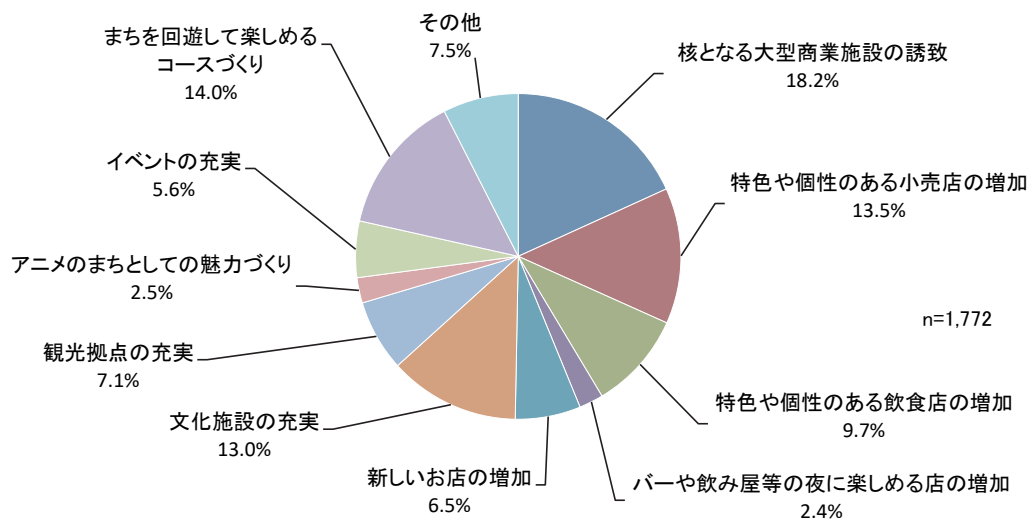
- 武蔵野市のイメージは、「自然や公園が楽しめるまち」(57.6%) が最も高く、「公共交通でのアクセスがよいまち」(31.9%)、「住みたいまち」(31.3%)、「賑わいのあるまち」(30.8%) の順で続く。
- 年代別にみると、『79 歳以下』では、年代が高くなるほど「自然や公園が楽しめるまち」が高くなる傾向がみられる。『20 歳以上』では、年代が低くなるほど「子育てがしやすいまち」が高くなる傾向がみられる。



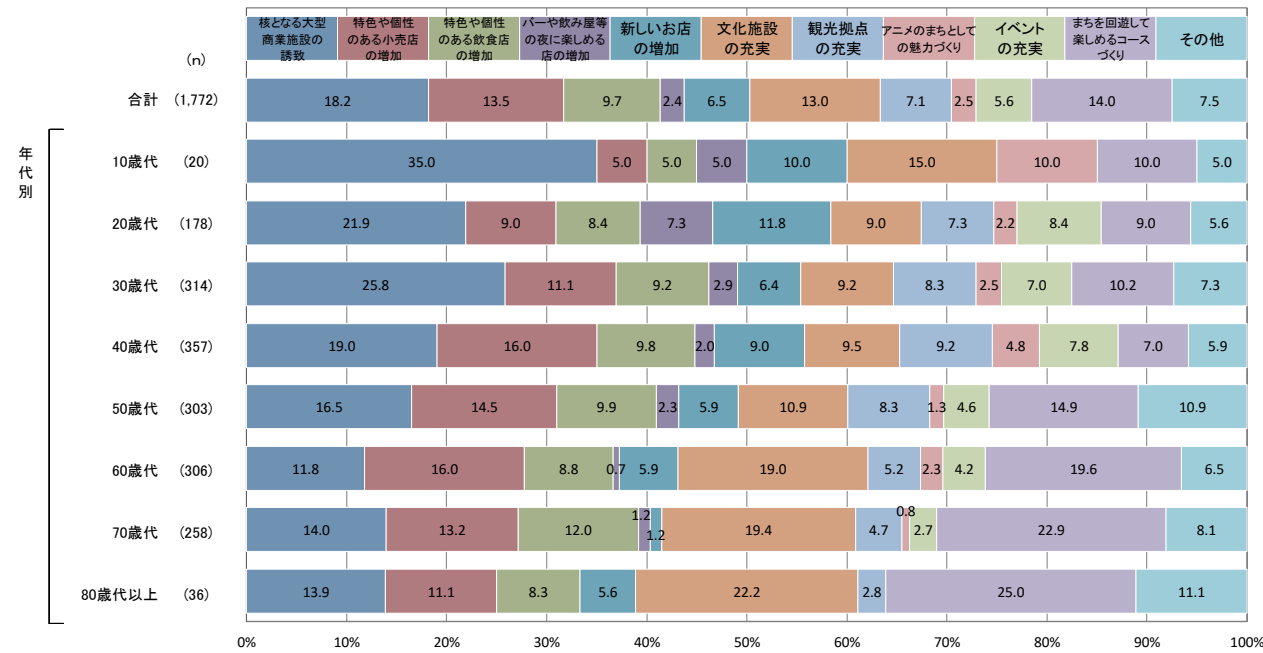
問8 今後、武蔵野市の魅力を高めるために必要と思われることをお答えください。(当てはまるもの1つに○)

- 今後、武蔵野市の魅力を高めるために必要と思われることは、「核となる大型商業施設の誘致」(18.2%) が最も高く、「まちを回遊して楽しめるコースづくり」(14.0%)、「特色や個性のある小売店の増加」(13.5%) の順で続く。
- 年代別にみると、「10 歳代」は「核となる大型商業施設の誘致」(35.0%) が3割台半ばである。『20歳以降』では、年代が高くなるほど「文化施設の充実」が高くなる傾向がみられる。『40歳以降』では、年代が高くなるほど「まちを回遊して楽しめるコースづくり」が高くなる傾向がみられる。

今後、武蔵野市の魅力を高めるために必要と思われること



今後、武蔵野市の魅力を高めるために必要と思われること（年代別）



## エ 自由意見

○その他、武蔵野市の産業振興に向けてご意見がありましたらお書きください。

### 【方向性】

- ・ 住民を増やして産業振興につなげるのか、来訪者を増やして産業振興につなげるのか、市の方向性がわからない。子育て世代も高齢者も関係ないが、住民税を払う人へのメリットが感じられる市になれば住みたいと思う。市内に様々な施設があるので、仕事帰りに寄ることができ、住んでいて便利で、ありがたい。(小金井市、50 歳代)
- ・ 賑わいは増したが、高齢者が落ち着いて過ごせるまちではなくなってきている気がする。住みやすいまちランキングが下降したのも気になる。将来像を明確にした対策が必要だと思う。(練馬区、70 歳代)
- ・ 吉祥寺は地の利を生かして、これまでの方向性を極めていけば、より住みたいまち・訪れたいまちになれる。(杉並区、50 歳代)

### 【まちづくりのコンセプト】

#### ○魅力向上、将来イメージ

- ・ 綺麗な町のイメージを作る。(杉並区、50 歳代)
- ・ 着物を着て歩いて楽しい街になるといい。(小金井市、50 歳代)
- ・ 人気の町である分、人が多く、町全体がごちゃごちゃした雰囲気。もっとのびのびと落ち着いて買い物や散策ができる町になってほしい。(小金井市、30 歳代) 【8】
- ・ 人の暖かみを感じたい。(小金井市、40 歳代)
- ・ 出かけたいなと思える街づくりをしているなど感じている。(三鷹市、70 歳代)
- ・ より街全体を楽しめる工夫があると良い。(練馬区、40 歳代)
- ・ 都民の一人として、都内に魅力的なスポットが増えるのは好ましい。施策が形になったときには、ぜひ訪れたい。(練馬区、30 歳代)
- ・ おしゃれな街づくりを期待している。(小金井市、30 歳代) 【1】
- ・ いつまでも洗練された町作りをして欲しい。(杉並区、60 歳代)
- ・ 武蔵野市に対するイメージがない。(西東京市、30 歳代)
- ・ 武蔵野市特有のピクトグラムで街を案内できる仕組みを作ったら面白いと思う。(練馬区、60 歳代)
- ・ 敷居が高いイメージを払拭する。(練馬区、50 歳代)
- ・ 品格を意識した姿勢が大事だと思う。(小金井市、60 歳代)
- ・ 憧れの街。(西東京市、50 歳代)
- ・ 知名度向上。(杉並区、30 歳代)
- ・ 人を引き付けるおもしろさや魅力のある施設がもっと増えると良いと思う。(三鷹市、40 歳代) 【1】
- ・ 落ちついた大人街を望む。(小金井市、70 歳代) 【2】
- ・ 若い人に魅力のある街にしてほしい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 吉祥寺のイメージしかないので、他にもアピールできる点があれば良いのではないかと思います。(練馬区、20 歳代) 【11】
- ・ 三鷹市と小金井市に隣接していて特色が感じられない。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 三鷹駅北口が少しゴミゴミしている気がするので、洗練した雰囲気になれば、吉祥寺との合わ

せ技でもっと魅力が増すのではないか。(三鷹市、30 歳代)

- ・ 明るいまちづくり。(西東京市、20 歳代) 【3】
- ・ 魅力的な街に期待する。(練馬区、40 歳代)

#### ○自然を活かしたまちづくり

- ・ 吉祥寺駅周辺は人が多く雑多な感じがするが、井の頭公園側は緑が多く自然豊か。店は駅周辺にとどめて、静かな環境を作ってほしい。(小金井市、60 歳代)
- ・ 自然を生かしたまちづくりをしてほしい。(小金井市、40 歳代) 【13】
- ・ 緑が豊かな街というイメージがある。歩いて心豊かになる体験をしたくなるまちづくりを軸に、各産業が知恵をだしてほしい。(練馬区、60 歳代)
- ・ 緑が多く、とても良い場所。都心へのアクセスも良い。(西東京市、40 歳代)
- ・ 緑が多いイメージがあるので、公園等を活かしたイベント等があるとよいかもしれない。(杉並区、20 歳代) 【1】
- ・ 緑が多いイメージがあるので、自然と調和するような産業振興を心がけて欲しい。(西東京市、50 歳代) 【7】
- ・ 緑(自然)と街並みの整備(小金井市、50 歳代) 【2】
- ・ 自然環境は残しつつ、特色や個性のある店を作る事で、他の東京には無い魅力が生まれるのではないか。(西東京市、30 歳代)
- ・ 自然豊かな環境を維持してほしい。(練馬区、50 歳代) 【6】
- ・ 自然と文化を大切に、幅広い年代層が集まれる街づくり。(練馬区、70 歳代)
- ・ 自然と文化を生かして都心部にはない街づくりの前提で産業振興していただきたい。(西東京市、60 歳代)
- ・ 自然と文化がバランス良い部分をもっとアピールして欲しい。(杉並区、30 歳代)
- ・ 桜並木等の自然が多く素晴らしい街なので、今後も自然を減らす事なく、高齢者にも優しい小売店が増えて欲しい。(小金井市、70 歳代)
- ・ 今以上に商業施設は増やさないで欲しい。皆が気楽に集まれる野原の様な広場、緑の木々が溢れるのんびりした空間等、昔の武蔵野市が復活すれば逆に目新しくて老若男女が集まるのではないか。(西東京市、60 歳代)
- ・ 大規模施設などは作らずに、自然豊かで落ち着いた雰囲気을大事にしてほしい(西東京市、40 歳代)
- ・ 公共輸送機関が多様に接続しており、非常に便利。産業振興には、公園や自然の景観を有効に活用して、利用客の安全を確保し、また行きたいと思うように、商業施設よりも自然環境を整えることが重要だと思う。(練馬区、80 歳代以上)
- ・ 自然公園。(三鷹市、30 歳代)
- ・ 小金井公園。(西東京市、40 歳代)

#### ○市民を中心としたまちづくり

- ・ 武蔵野市は吉祥寺だけでなく、武蔵境も賑やかにした方が良い。吉祥寺を訪れるのは他市民が多い。地元民を中心としたまちづくりをしてほしい。(西東京市、30 歳代)
- ・ 住人が追い出されては本末転倒なので、地域に根差して共存できる、そして一過性に終わらないものを考えるべき。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 吉祥寺は地方や外部から来ている人が多くて治安やマナーが悪い。地元出身の人を大切にした上で、観光やまちの発展を目指して欲しい。(練馬区、30 歳代)

- ・ 吉祥寺に住んでいる人は行けるお店がないと言っている。地元の人がゆったり楽しめるお店が必要ではないか。(杉並区、70 歳代)

#### ○住み心地のよいまちづくり

- ・ 住みやすさ。(三鷹市、20 歳代) 【6】
- ・ 住みやすい街というイメージがあるのでその面をもっとアピールしたら良いと思う。(練馬区、30 歳代)
- ・ これからも居心地良いまちづくりをしてほしい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 過ごしやすい街になってほしい。(杉並区、20 歳代)

#### ○多様性のあるまちづくり

- ・ 多様性を大事にしてほしい。(小金井市、70 歳代)
- ・ 多様性を持った、さまざまな人を受け入れてくれる街であってほしいと思う。(西東京市、40 歳代)
- ・ いろいろな人が集まる場所なので、多様性のあるまちづくりが必要。(杉並区、80 歳代以上)

#### ○新旧のバランスが取れたまちづくり

- ・ 老舗のお店が多いことが強み。(小金井市、40 歳代)
- ・ 以前は吉祥寺に住んでいたが、吉祥寺は若い人達をターゲットにした店舗が多くなり、老舗が少なくなった。流行に大きく左右される街になり、住みたい街ではなくなった。(西東京市、60 歳代)
- ・ 伝統のある店舗を大切にしたい。(小金井市、70 歳代) 【9】
- ・ あまりにも店が増え過ぎて、最近も行っても楽しくない。(練馬区、70 歳代)
- ・ 昔は凄く落ち着いて静かな町並みだったが、今は人が多く騒がしすぎる。もう少し原点に戻る事も必要かもしれない。(杉並区、70 歳代)
- ・ 昔は、近鉄、伊勢丹、東急とデパートがあり、とても楽しかった。東急デパートも、今は百貨店というより、雑貨の集まる店のようで足が遠ざかる。高齢者も洋服などいろいろ置いてくれると嬉しい。(小金井市、60 歳代)
- ・ 昔のような落ち着いた町に戻してほしい。(杉並区、80 歳代以上)
- ・ 昔のようなのんびりと自然が楽しめる場所ではなくなっている。若者が増えて活気があるように見えるが、その反面ゆったりとした趣がなくなった。吉祥寺の高級感がなくなっているように感じる。(西東京市、70 歳代)
- ・ 昔ながらの店を残しながら発展して行ってほしい。子どもがより楽しめる街づくりをしてほしい。(西東京市、30 歳代)
- ・ 新旧のいい所があるので、バランスのとれた開発をして欲しい(三鷹市、30 歳代) 【1】
- ・ 新しさを追求するのではなく昔の吉祥寺らしさを残してほしい。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 新しい発見があるとよい。(西東京市、30 歳代)
- ・ 新しいものも取り入れつつ、老舗や古いものもしっかり残して共存して活性化してほしい。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 新しいものだけでなく古いものを守り続けて欲しい。(練馬区、40 歳代)
- ・ 昭和のいい雑多な雰囲気は壊さないでほしい。(小金井市、50 歳代)
- ・ 社会変化があっても現状の人気のある街の特徴を維持して欲しい。(練馬区、50 歳代)
- ・ 古いものと新しいものが混ざり合っている感じがよいので、現状を残しながら活気のあるまちづくりをしてほしい。(西東京市、50 歳代)



- ・ 古きも大切に、武蔵野市らしい街であってほしい。(杉並区、40 歳代)
- ・ 下町の雰囲気がい。(練馬区、40 歳代)
- ・ 以前、武蔵野市に住んでいたが、現在の吉祥寺駅は統一感のない雑多な感じがする。個性がなくなっていったような気がする。(練馬区、40 歳代)

#### ○多様な年齢層に向けたまちづくり

- ・ 若者だけでなく幅広い年齢層に愛される町にしてほしい。(小金井市、60 歳代) 【4】
- ・ デパートや銀行がなくなり雑居ビルの店が多くなってからは、ただごみごみしていて、洗練された感じがなくなった気がする。ターゲット層を決めた振興策が必要と考える。(小金井市、70 歳代)
- ・ すきっぷ通りの施設を若者向けにしてほしい。(小金井市、10 歳代)
- ・ 子ども達にとって魅力がある産業が欲しい。(三鷹市、50 歳代) 【5】
- ・ 子どもが天候関係なく遊べる施設またはスペースを作ると、子連れの人が遊びに行きやすいと思う。(西東京市、40 歳代) 【1】
- ・ 子どもが小さいので武蔵野プレイス、ののプレによく行く。近隣より規模が大きい図書館、ダイナミックに遊べるプレイパークが魅力。とはいえ、他に寄る場所はあまりない。来たついでに寄っていきたいようなお店ができれば嬉しい。(小金井市、40 歳代)
- ・ 出産・子育て支援を強化してほしい。(杉並区、30 歳代)
- ・ ベビーカーが押しやすく、段差がなく、エレベーターがたくさんあって、子連れといえば武蔵野市になると良いと思う。(杉並区、30 歳代)
- ・ ファミリー連れが多いので、子育て世代に優しい産業を期待する。(三鷹市、30 歳代)
- ・ 高齢者よりも若者が行きたい、入りやすい店や環境作りが必要だと思う。(杉並区、20 歳代)
- ・ 年配の方々が集まる街づくり。(小金井市、50 歳代)
- ・ カジノを誘致したホテル等を創り、コロナで海外に行けないので、ショーや食事など高齢者でも楽しめる施設があれば楽しいと思う。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 高齢者には優しいまちだと感じている。高齢者をターゲットにしても良いのではないか。(西東京市、50 歳代)
- ・ 高齢者向けの商業施設の充実。(杉並区、60 歳代) 【6】
- ・ 高齢者にやさしいまちづくり。(三鷹市、70 歳代) 【1】
- ・ 高齢者でも買い物しやすい街になって欲しい。休憩出来るベンチを増やしたり、通路を広めるなど。(小金井市、50 歳代)

#### 【文化イベント・文化施設の充実】

- ・ 文化イベントを多くしてほしい。(小金井市、60 歳代) 【1】
- ・ 文化的で個性がある街だと思う。それを活かした街づくりが差別化に繋がる。(杉並区、40 歳代) 【1】
- ・ 文化商業施設を網羅した web があると有り難い。行きたい施設を選択すると、それらで開催されているイベントやキャンペーンが一覧できる等。(杉並区、40 歳代)
- ・ 小劇場はあると思うが、どこにあるのかわかりません。場所がわかり易い案内があれば、足を運びやすい。(杉並区、60 歳代)
- ・ 文化施設の充実。(三鷹市、60 歳代) 【2】
- ・ 様々な世代が楽しめる図書館の充実があると良い。(小金井市、50 歳代) 【1】
- ・ 複合施設があれば、尚良い。(小金井市、30 歳代)

- ・ 武蔵野市民文化会館は駅から遠く不便。吉祥寺駅周辺に文化施設があればいいと思う。(三鷹市、50 歳代) 【4】
- ・ 美術館をはじめとするアートに触れる空間が少なく、あったとしても渋い(有名な作品・作者じゃない、若者が行ってみたいと思うような魅力がない)展示ばかりなので、アートに触れることができる環境が欲しい。(三鷹市、20 歳代)
- ・ 繁華街から少し離れると自然や文化施設がたくさんあることを活かしてはどうか。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 誰でも利用できる総合施設。(練馬区、60 歳代)
- ・ 大劇場でのイベントをクラシックだけでなく、多様化して欲しい。(三鷹市、80 歳代以上)
- ・ 大型ホールの建設。(西東京市、60 歳代)
- ・ 大きな図書館や商業施設にお世話になっているので、文化的な側面で発展していくことを願う。(小金井市、30 歳代)
- ・ 前進座のようなシアターの復活。(杉並区、60 歳代)
- ・ 洗練されたまちで公園もあるので、文化面をアピールしたら良いと思う。(杉並区、40 歳代)
- ・ 折角場所が広いので、下北沢のような音楽や演劇のできる施設(コラボ企画など)を小さくてもいいので作ってほしい。(西東京市、30 歳代)
- ・ 色々な場所でダンスの発表ができるスペースがあると良いと思う。(公園など) (杉並区、70 歳代)
- ・ 若者だけでなく中年年配の方も楽しめる文化的、文学的な講演会や展覧会などがあればよい。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 市の施設の他区市民への簡易な開放。(三鷹市、40 歳代) 【1】
- ・ 市にある文化施設とのつながりのある企画を期待する。(杉並区、60 歳代)
- ・ 公共施設の充実。(小金井市、60 歳代) 【1】
- ・ 公共のテニスコートの充実。プロの試合を招喚して観客を動員することなど。(杉並区、60 歳代)
- ・ 吉祥寺駅周辺に人が集中し、雑然とした雰囲気が強い。ジブリの森、アニメなど何らかの形で連携し、少しでも文化度を高める努力が欲しい。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 吉祥寺駅しか目立たない。三鷹駅北口を武蔵野市として文化的な建物があればよい。(小金井市、60 歳代)
- ・ 吉祥寺の銭湯復活を切に願う。近隣市民・年齢関係なく、特に新型コロナウイルス感染症が流行してから「銭湯」の重要性やありがたさを感じている。武蔵野市は海外知名度も高いイメージがあるので、観光や文化の発信にもなると思う。(練馬区、50 歳代)
- ・ 学生の街という文化的な雰囲気と庶民性を併せ持つ良さを失わないでほしい。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 歴史的建造物に興味がある。(杉並区、20 歳代)
- ・ 何でもありのような街ではなく、文化的でのんびりした雰囲気を壊さない産業誘致をしてほしい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 演劇や映像の核となる施設などあるとよい。(練馬区、70 歳代)
- ・ 1,000~2,000 人規模のライブ、コンサート、イベントが開ける会場が駅近くに出来て欲しい。(小金井市、40 歳代) 【2】
- ・ 井の頭公園等の自然・文化施設の更なる整備。(練馬区、60 歳代) 【2】

- ・ 井の頭公園を維持してほしい。(杉並区、60 歳代) 【2】
- ・ 井の頭公園の魅力とコラボできたらよいと思う。(杉並区、50 歳代)
- ・ 井の頭公園にドッグランを作って欲しい。(三鷹市、40 歳代)
- ・ スポーツ施設の充実。(小金井市、60 歳代) 【1】
- ・ 公園に隣接するホテル、美術館などの建設。(小金井市、60 歳代)
- ・ アニメをもっと推していけば良いと思う。(杉並区、30 歳代) 【4】
- ・ ジブリスタジオ、井の頭公園をフューチャーする。(練馬区、30 歳代) 【1】
- ・ ジブリが羨ましい(練馬区、40 歳代)

#### 【街並み・環境の整備】

#### ○道路整備、都市開発 等

- ・ 先日起きた道路陥没が気になる。その後の調査や取り組みについて発信してほしい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 小田急バス乗り場の整備。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 特色のあるお店が狭い道路に面している事が多く、車が通る時に危険を感じる。(小金井市、40 歳代)
- ・ 人の流れがスムーズな街だと歩きやすいと思う。(杉並区、50 歳代)
- ・ 商業地区と住宅地区を明確に分ける。(西東京市、60 歳代)
- ・ 自宅からバスで吉祥寺によく出かけるが、街の規模を考えると、駅を大きくし、駅前のバスターミナルを広くして分かりやすくしたらよいと思う。(練馬区、60 歳代)
- ・ 市内の各鉄道駅へ向かう他市からのバスの路線(吉祥寺行きや武蔵境行き等)がもう少しあると良い。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 子供や高齢者が買い物しやすいように歩道や道路の拡張して欲しい。(西東京市、40 歳代) 【1】
- ・ 景観に影響しない程度に、建物の高さを制限して欲しい。(杉並区、40 歳代)
- ・ 吉祥寺南側の道路整備。(三鷹市、40 歳代) 【7】
- ・ 吉祥寺駅周辺の歩道の道幅拡張。(三鷹市、20 歳代)
- ・ 吉祥寺駅前再開発。(小金井市、40 歳代) 【6】
- ・ 吉祥寺駅東口方面の吉祥寺本町1丁目や南町2丁目の一部を総合的な開発整備で個性ある飲食店の誘致で活性化をしてほしい。(三鷹市、80 歳代以上)
- ・ 吉祥寺駅周辺のみの開発及び再開発のイメージがあるため、市として全体的に発展できるような政策に期待する。(練馬区、40 歳代)
- ・ 吉祥寺駅周辺に限った話だが、今よりも人が増えると歩きづらくなる。歩道がさほど広くない割に、歩道を歩く人も走る自転車も多いため歩きにくいと感じている。(杉並区、20 歳代)
- ・ 吉祥寺駅周辺、特に横丁系を保存した上での、歩きやすさの整備。(杉並区、60 歳代)
- ・ 吉祥寺駅の混雑を緩和してほしい。自転車運転者には、歩道は歩行者優先と言う事を学校、警察がもっと PR すべきだと思う。(小金井市、50 歳代)
- ・ 吉祥寺は子連れで楽しめお店や施設がある一方で、サンロードや駅南口を出たあたりなどは階段の店が多かったり、道や店内が狭かったりしてベビーカーの子連れは行きづらい。バリアフリーに対応した街になったらもっと行きやすい街になる。(小金井市、30 歳代)
- ・ 吉祥寺は住みたい街ランキングで常に上位であるが、私としてはとても歩きにくい街という印象があり、あまり行かない。歩道の幅が狭く、人や自転車自動車は多い。確かにオシャレなカ

- フェ、雑貨店、レストラン等あるが、とにかく歩きにくい。(杉並区、60 歳代)
- ・ 吉祥寺は道が狭いので、子供連れ向けに広くなると歩きやすいと思う。井の頭公園やジブリ美術館など子供にとって魅力ある場所も多いので、整備して欲しい。(西東京市、30 歳代)
  - ・ 引き続きコンパクトシティを目指すべき。(三鷹市、60 歳代) 【1】
  - ・ 井の頭公園をもう少し歩きやすい道にして欲しい。(杉並区、70 歳代)
  - ・ ロータリーの整備。歩道周りの緑が多いと潤いを感じる。(西東京市、70 歳代)
  - ・ ハモニカ横丁の整備。(杉並区、60 歳代)
  - ・ 歩きやすい道を整備して欲しい。(三鷹市、60 歳代)
  - ・ 歩きやすいアーケードの充実。(小金井市、60 歳代) 【1】
  - ・ 魅力的な店が離れたエリアに点在しているので、一か所にまとめるのも良いのではないか。(下北の駅前再開発も良い事例になると思う)(杉並区、20 歳代)
  - ・ 武蔵野市役所と商業施設の中心である吉祥寺が離れており、二極化している。駅周辺再開発時に統合が必要では。(杉並区、70 歳代)
  - ・ 道路標識を増やして欲しい。(三鷹市、80 歳代以上)
  - ・ 道路整備。(三鷹市、30 歳代) 【4】
  - ・ 区画整理が必要だと思う。(練馬区、40 歳代)
  - ・ 沿線および南口が発展しているが、それ以外の発展がほしい。(三鷹市、40 歳代)
  - ・ 駅北口をもっと発展させてほしい。(西東京市、60 歳代)
  - ・ 駅前の再開発によって、若者だけではなく、広い年齢層が楽しめる街になると良いと思う。(杉並区、70 歳代)
  - ・ 駅周辺を歩きやすくしてほしい。(小金井市、60 歳代) 【2】
  - ・ 駅周辺が住める街になるとよい。(杉並区、60 歳代) 【1】
  - ・ 駅ナカの動線をもっとスッキリしてほしい。(小金井市、60 歳代)
  - ・ 南口周辺のバス停の利便性の改善とバスの吉祥寺駅へのルートの改善。現状は狭い道をバスが通り危険。(三鷹市、70 歳代)
  - ・ 北口の駅前広場の活用。今はスペースとベンチはあるが誰も利用していない。人々が集って飲食ができるスペースになると良い。(三鷹市、70 歳代)
  - ・ 自転車利用者が多いので道路脇の自転車用通路の幅を広くしてほしい。(三鷹市、30 歳代)
  - ・ 吉祥寺をさらに活性化させる。井の頭公園周りの開発。(小金井市、60 歳代)
  - ・ 駐車場の充実。(西東京市、60 歳代) 【22】
  - ・ 駐輪場の整備。(三鷹市、10 歳代) 【14】

## ○交通

- ・ 道路渋滞の緩和。(西東京市、70 歳代) 【7】
- ・ 交通機関が混み合わなければ、行きやすいと思う。(西東京市、50 歳代)
- ・ 交通の便を多様にする。(練馬区、50 歳代)
- ・ 交通アクセス(バス)を増やす。(西東京市、30 歳代)
- ・ ひばりヶ丘駅～吉祥寺駅のバスがあると嬉しい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 武蔵小金井駅からのバスを出してほしい。(小金井市、40 歳代)
- ・ 武蔵境駅から大型公園などまでへのアクセスをよくしてほしい。(三鷹市、20 歳代)
- ・ 街の南北間のアクセスを良くしてほしい。(杉並区、30 歳代) 【4】
- ・ 他所からのアクセスがしにくいので改善してほしい。(三鷹市、50 歳代)

- ・ アクセスの向上。(杉並区、20 歳代) 【2】
- ・ 武蔵野市だけが持つ施設が有り、バス等安い移動が可能なら良いと思う。(西東京市、70 歳代)
- ・ 自家用車でのアクセスがしやすいとよい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 混雑緩和。(小金井市、30 歳代) 【1】
- ・ もっと交通網を改善して欲しい。(西東京市、30 歳代)
- ・ 井の頭通りなど、いつも混んでいるイメージがある。電車以外の交通機関が使いづらい。(小金井市、40 歳代)
- ・ 移動手段として私鉄の乗り入れが増えると良い。(練馬区、50 歳代)
- ・ 電車の特別快速の停車駅にする。(練馬区、50 歳代) 【1】
- ・ 移動時間の明記。(杉並区、40 歳代)

#### ○安心、安全

- ・ 車や自転車が多く歩道が狭い場所も多いので、歩行者天国のように安全に歩けるようにしてはどうかと考える。(西東京市、30 歳代)
- ・ 誰もが安心できる街づくりを期待する。(練馬区、20 歳代) 【1】
- ・ 人が多い分、治安に不安を感じる。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 安心して買い物や食事が出来るまちになって欲しい。(三鷹市、80 歳代以上)
- ・ 夜間の呼び込みの抑制をしてほしい。(西東京市、50 歳代)
- ・ 映画館や図書館が多くなって、防犯カメラがたくさん配置されているとよい。(杉並区、40 歳代)
- ・ 防犯に力を入れてほしい。治安が悪い。(三鷹市、50 歳代) 【1】
- ・ 安全な街にしてほしい。古い建物が多く、災害時心配。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 公園、遊歩道等はいつでも安心してやすらげるよう維持してほしい。(西東京市、60 歳代)

#### ○景観整備、マナー向上

- ・ きれいな町並み。(三鷹市、50 歳代) 【1】
- ・ 清潔な街づくり。(三鷹市、40 歳代) 【5】
- ・ 喫煙所が少ない。(杉並区、30 歳代) 【1】
- ・ 個人運送業(Uber eats)の交通違反の取締り、タクシー運転手の交通モラルの改善を望む。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 自転車のマナー向上。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 休日の人員整理。裏通りのゴミ棄て等モラルの徹底をしないとこれ以上の外部流入は害しか無いと思う。(練馬区、30 歳代)

#### ○その他

- ・ 買い物の途中で休憩できるスペース、ベンチだけでもあると嬉しい。(杉並区、50 歳代) 【4】
- ・ バス停に、屋根かベンチがあったらいいと思う。(練馬区、60 歳代)
- ・ 駅前などは混雑してゴミゴミしている印象。有料無料問わず、開放的なスペースが増えるといいと思う。(三鷹市、30 歳代)

#### 【生活の充実】

- ・ おしゃれなファッション関連の店、飲食店は充実していて、お友達と会ったり、デートなどでは楽しめる街だと思うが、生活をするにはスーパー等が充実していない。(三鷹市、50 歳代)

- ・食料品や日用品商品が充実していて安く手に入る店舗があったら嬉しい。(西東京市、50 歳代) 【1】
- ・スーパーが駅近にもう1店舗くらいあるととても嬉しい。(三鷹市、30 歳代) 【1】
- ・食品のディスカウントスーパーが増えたら嬉しい。(小金井市、40 歳代)
- ・成城石井や紀伊国屋など高級スーパーがあって武蔵野マダムのイメージが強い。サミットなど安いスーパーが増えるといいなと思う。(練馬区、30 歳代)
- ・武蔵野市には松屋やモンテローザ、すかいらーくなどの飲食大手が多数ある。コロナ対策を大幅に撤廃しても構わないので、飲食業を盛り上げるべき。(三鷹市、30 歳代)
- ・北口側だが駅前大型スーパーが無くなってしまってから通勤帰りの買い出しが不便になった。(三鷹市、30 歳代)
- ・コロナが終わればお洒落な飲食店巡りをしたい。外食産業が盛んになればありがたい。(三鷹市、30 歳代)
- ・飲食店の増加。(西東京市、20 歳代) 【4】
- ・ゴルフ場を作ってほしい。(練馬区、50 歳代)
- ・シネコンができたらうれしい。(小金井市、40 歳代) 【6】
- ・スポーツ用品店、特にゴルフ用品店があれば嬉しい。(小金井市、60 歳代)
- ・一人でも入れるお店が欲しい。(三鷹市、40 歳代)
- ・近隣市区内住民用クーポンで買い物や飲食ができればもっと行きたくなる。(小金井市、30 歳代)
- ・大型の野球場を作って欲しい。ボールパークのような。(杉並区、10 歳代)
- ・大学病院を誘致してほしい。(西東京市、40 歳代)
- ・物価を下げる。(練馬区、20 歳代) 【6】
- ・街全体の賃料を下げないとチェーン店だけになる。(三鷹市、30 歳代) 【2】
- ・いい町だと思っているが、住むには住宅価格が高すぎる。(小金井市、70 歳代)
- ・大学の開かれたキャンパスで格安の講義を聴講したい。(西東京市、70 歳代)

#### 【地域のにぎわいの創出】

- ・三鷹市と同じ落ち着いたイメージがある一方で、手軽に行けるが美味しいレストラン、そのついでにショッピングが出来るエリアがあるような、適度な賑わいが欲しい。(三鷹市、60 歳代)
- ・吉祥寺を除いて住宅街のイメージが強く、その他の地区の商業施設が少ない気がする。(杉並区、70 歳代)
- ・ハモニカ横丁の更なる有効活用。(小金井市、60 歳代)
- ・武蔵境駅周辺も力を入れて欲しい。(三鷹市、40 歳代)
- ・武蔵境駅周辺に店が増えてほしい。(三鷹市、40 歳代)
- ・武蔵境駅周辺でガード下の商店街は魅力を感じるが、駅周辺の商店街にインパクトが無いのが残念。昔からの商店と新しい店がマッチする個性的な街並みを期待する。(西東京市、60 歳代)
- ・商店街の活性化。(三鷹市、40 歳代) 【1】
- ・空き店舗対策をしてほしい。(三鷹市、60 歳代)
- ・吉祥寺近辺の活性化。(杉並区、10 歳代)

#### ○イベント

- ・体験型のイベントがあるとよい。(西東京市、60 歳代)
- ・多世代が交流できるイベントをして欲しい。(三鷹市、40 歳代) 【4】

- ・ 若者も興味を示すようなお店やイベントなど話題作りをしていくことが大事。(西東京市、30 歳代) 【1】
- ・ 子育てに優しい町という印象なので、こども向けのイベントなどがあると更に賑わいそうな気がする。(杉並区、20 歳代) 【1】
- ・ 楽しいイベント等があれば良いと思う。(練馬区、50 歳代) 【13】
- ・ 音楽会。(杉並区、80 歳代以上) 【1】
- ・ 阿佐ヶ谷や小金井、八王子などのような阿波おどりや大きなお祭りなどあれば、もっと親しみが湧くと思う。(小金井市、40 歳代)

#### ○魅力と多様性のある個店づくり

- ・ 昔はもう少し個性のある個人店が多かったと思うので、そのあたりが増えると嬉しい。(小金井市、20 歳代) 【1】
- ・ 有力小売店の誘致。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 魅力のある飲食店を増やしてほしい。(練馬区、70 歳代) 【7】
- ・ 大人が楽しめる飲食店が充実して欲しい。(杉並区、30 歳代)
- ・ 新宿駅付近にあるような飲食店が吉祥寺駅付近にもあると賑やかになると思う。(小金井市、30 歳代)
- ・ 食べログの百名店に選ばれるような美味しい飲食店が増えると嬉しい。その他にホテルが増えると利用者が増えると思う。(小金井市、20 歳代)
- ・ 帽子、バッグなどの服飾小物がオーダーできる店があると嬉しい。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 武蔵野地区には珍しい店舗を増やして欲しい。(小金井市、50 歳代)
- ・ 武蔵野の自然環境を保全し、その周辺に個性的なお店が点在している街が良い。どこにでも有るアパレルや家電量販店の入っている商業施設はつまらない。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 南口にお店が少ない。(小金井市、60 歳代)
- ・ 低価格で品質のいいものをたくさん扱ってほしいし、見て楽しいお店を増やしてほしい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 地元商店街がもっと充実して個性的なお店が増えることに期待する。(小金井市、70 歳代)
- ・ 地域によって店舗等々の差が大きい。特に武蔵境駅周辺が寂しい。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 大型量販店だけではなく、小売店や昔ながらの商店街を大切にしてほしい。(小金井市、50 歳代) 【1】
- ・ 大型施設より小さい店舗がいろいろあるのが魅力だと思う。(小金井市、30 歳代)
- ・ 大型商業施設や店舗の立地は、どこにでもあるような街になるきっかけになる。生活感を程よく感じさせる街が、かえって個性を伸ばすと思う。(西東京市、60 歳代)
- ・ 小売店の保護。(三鷹市、60 歳代) 【2】
- ・ 小さなマーケットの充実。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 昼飲みに利用できる女性向けの飲食店を増やして欲しい。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 手軽に楽しめるおしゃれなカフェが増えるとよい。(西東京市、50 歳代)
- ・ 若者向きの町だが、もう少し中高層向きの店があったらいいと思われる。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 自然以外にも、魅力のある店などがほしい。(練馬区、60 歳代)
- ・ 斬新な小売店。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 三鷹駅北側周辺ももっと個人店などが増えて盛り上がったらいと思う。(小金井市、30 歳代) 【1】

- ・ 雑貨店ばかりある。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 雑貨などの可愛いお店ができるとよい。(練馬区、60 歳代)
- ・ 行きたくなるようなお店の集合体を作って欲しい。(杉並区、20 歳代)
- ・ チェーン店の誘致より個人経営の小売や飲食に優しい街になってほしい。(杉並区、20 歳代)
- ・ 大型チェーンにかき回されて空洞化するのはもう止めて欲しい。(西東京市、40 歳代)
- ・ 古い建物を改装して個性的な店を作ったり、子どもの自由な遊び場をつくる。(小金井市、50 歳代)
- ・ 個性ある店が増えて欲しい。(杉並区、80 歳代以上) 【7】
- ・ もう少し、個性的な商品、服飾、インテリア、食 etc. が並ぶ洗練された通りが欲しい。(三鷹市、70 歳代)
- ・ 個人商店が出店しやすいような支援。(小金井市、50 歳代) 【3】
- ・ 吉祥寺的なお店を残しつつ、面白い通りが増えると良い。(西東京市、50 歳代)
- ・ 吉祥寺駅周辺と井の頭公園付近しか魅力のあるお店が見当たらない。(西東京市、70 歳代)
- ・ 吉祥寺の商店街と井の頭公園がシンボルなので、汚い飲食店や小売店はできれば撤退してほしいと思う。(三鷹市、30 歳代)
- ・ 昔の吉祥寺は個人商店が多く、良くも悪くも個性的でカオスな街が面白かった。今はチェーン店が増えて退屈。反面、確かに便利にはなった。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 吉祥寺には店がたくさん有るが、それぞれが離れていて少し面倒。日常の買い物をするのならイオンモールやららぽーとのような施設があれば良いと思う。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 吉祥寺にチェーン店が増えすぎて変わってしまった。(小金井市、20 歳代) 【1】
- ・ 荻窪方向の高架下にもっと特色のある飲食店を開業するための援助。(練馬区、80 歳代以上)
- ・ 駅周辺の魅力的なお店を増やして欲しい。(小金井市、40 歳代)
- ・ 以前は頻繁に行っていたが、年をとると少し疲れる街になった。(西東京市、70 歳代)
- ・ ゆっくりできる甘味処が欲しい。(小金井市、30 歳代)
- ・ ファストチェーンより個性的な産業、地域ブランドを支援してほしい。(小金井市、40 歳代)
- ・ チェーン店ではない店の増加。(三鷹市、70 歳代) 【3】
- ・ チェーン店が多くなりすぎると街としての魅力は落ちていくので、個人店を誘致する政策を推進してほしい。現状でも家賃、テナント料が青天井になり、魅力のある個人店は別の自治体に移っている。数年後には住民のいない街になってしまう。(小金井市、30 歳代)
- ・ チェーン店が増えすぎていて魅力がなくなっている。個人商店が出店しやすくないと特色を失ってしまう。特に飲食店は西荻窪に逃げられている。(三鷹市、30 歳代)
- ・ サンロードの店の入れ替えが激しく、昔ほどの個性を感じられず、魅力がなくなってしまった。デパートに関してはかつての高級感がなりをひそめ、安っぽさが目立ってしまっている。(杉並区、40 歳代)
- ・ サンロードの店の移り変わりが激しいので、はやり廃りのない店が入る方がよいと思う。(杉並区、70 歳代)
- ・ コース作りも面白そうだが、他にも個性豊かなお店(飲食も小売も)が増えたらさらに魅力的。(三鷹市、30 歳代)
- ・ お洒落なお店を増やす。(練馬区、30 歳代) 【2】
- ・ いい店舗、飲食店が集まり営業できるよう頑張ってもらいたい。(杉並区、40 歳代)



### 【大型商業施設や企業の誘致】

- ・ 大規模商業施設ができれば人が集まり、既存の街や商店にも流動する。(練馬区、40 歳代)

#### 【1】

- ・ 吉祥寺以外の地域への大型商業施設誘致。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 大型商業施設の誘致をもっと多くして欲しい。(杉並区、70 歳代) 【38】
- ・ オフィスと商業施設の複合ビルをつくる。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 好立地、ブランド力は高いがデパートが撤退した過去があり、集客力を高めるための核となる施設誘致を検討してはどうか。デパート、ホテル、公共施設、学校などを含む複合施設を駅前再開発街区に作り、立川や新宿よりも魅力的な街づくりを目指すべきだ。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 基幹産業がないので、企業を誘致するべき。(三鷹市、60 歳代)
- ・ サテライトオフィスの誘致等。(杉並区、50 歳代)
- ・ IT などの集積型産業にシフトした方が良い。(西東京市、30 歳代)

### 【観光】

- ・ 道の駅のような施設をつくる。(練馬区、50 歳代)
- ・ 他の自治体からの訪問先は吉祥寺一極集中になっていると思うので、他の街にも魅力的な観光拠点があるとよい。(杉並区、30 歳代)
- ・ 観光関連事業の連携を支援する組織の強化。(杉並区、30 歳代)
- ・ 観光スポットを作る。(練馬区、20 歳代)
- ・ ホテルを多くしてほしい。(小金井市、60 歳代)
- ・ お店はたくさんあるので、観光的な魅力がさらに増えると良いと思う。(西東京市、50 歳代)

### 【農業】

- ・ 武蔵野市というと吉祥寺ばかりがクローズアップされがちだが、江戸時代以来の開拓農村としての歴史や、今も市内に残る農地などを活かして、文化だけではなく「都市農業」の町でもあることをアピールしたらよいと思う。(練馬区、30 歳代)
- ・ 農業体験、キャンプなどを実施して欲しい。(練馬区、30 歳代)
- ・ 農業をさらに生かした産業振興拠点を設け、地産地消を促進させていただきたい。地域外から訪れた方々にも武蔵野市で収穫できた新鮮な野菜などを手にしていただければと考えている。(小金井市、50 歳代)
- ・ 農業に力を入れて特産品を作って欲しい。(杉並区、50 歳代)
- ・ 武蔵野市ならではの特産品を思いつかない。(小金井市、60 歳代)
- ・ 中心地を少し離れると畑も多く、新鮮な野菜等を吉祥寺の中心地で販売宣伝してくれるとうれしい。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 地場野菜直売所があってほしい。(西東京市、40 歳代) 【1】
- ・ もっと農産物のアピールをする。(練馬区、60 歳代)

### 【事業者支援】

- ・ 中小零細企業の育成。(練馬区、60 歳代)
- ・ 新型コロナウイルス感染症が流行し、経営が厳しい状況でも頑張っている店が多いと思う。非正規雇用を含め、店で働く人たちの収入を守り、経営も継続できる支援をお願いしたい。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 小さくてもポリシーのある会社を補助し、特別な価値のある、武蔵野市にしかないものを大事にする。(三鷹市、60 歳代)

### 【連携】

- ・ 武蔵野市以外の生産者や飲食店とのコラボを企画して欲しい。(西東京市、60 歳代)
- ・ 他区市との連携 (西東京市、40 歳代)
- ・ 市内のエリア同士の連携があまりない気がする。(杉並区、40 歳代)
- ・ 市西部、武蔵境駅付近の開発が東部に比べて遅れているので発展の余地が大きい。隣接する三鷹市、小金井市と連携して進めると効果的と思われる。(小金井市、60 歳代)
- ・ 今以上に三鷹市寄りに新規で店舗ができるように、三鷹市と協力して公的な店舗建物を設けてほしい。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 近隣の都市とのタイアップ。武蔵野市で買い物→三鷹市や小金井市や西東京市で買い物のスタンプラリー実施など。(三鷹市、30 歳代)
- ・ 吉祥寺駅を中心に見所をもっとアピールして、近隣の市区町と連携すると良い。(練馬区、50 歳代)

### 【情報発信】

- ・ 武蔵野市は何も思いつかないため、キャッチコピーなど、人が自然とおぼえるような CM があるとよい。(三鷹市、30 歳代)
- ・ 武蔵野市に興味を持つ情報を発信してほしい。(練馬区、40 歳代)
- ・ 武蔵野市と聞いて、「あー、あれがある所ね!」とすぐに浮かばないので、「〇〇があるのは武蔵野市!」と強く覚えてもらえるアピール活動が必要だと思う。(西東京市、30 歳代)
- ・ 武蔵野市というと吉祥寺しか思い浮かばないので、吉祥寺駅周辺だけでなくその他の地域の情報発信もしてほしい。(杉並区、60 歳代) 【2】
- ・ 武蔵境駅周辺で買い物をすることが多いが、お店の情報があまり無いので、情報発信をしてもらえると嬉しい。(三鷹市、60 歳代)
- ・ 特徴別のマップがあるとよい。(西東京市、70 歳代)
- ・ 特色ある小売店、飲食店が多いので、SNS で発信すると幅広い年代の方々に興味を持っていたくれるのではないと思う。(小金井市、50 歳代)
- ・ 特産品等のアピール。(西東京市、80 歳代以上)
- ・ 店のある場所が解りやすい地図があると良い。(西東京市、60 歳代)
- ・ 色々情報発信してほしい。(小金井市、50 歳代)
- ・ 小規模のお店の紹介してほしい。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 市内の文化歴史的建造物もっと知りたい。(杉並区、70 歳代)
- ・ 市を紹介するパンフレットを充実してほしい。(小金井市、60 歳代)
- ・ 久しぶりに行くと街並みが変わっていて戸惑う。街のことがよくわかるフリーペーパーや、わかりやすい地図がもっとあるとよい。吉祥寺でいつも迷っている。(杉並区、30 歳代)
- ・ 駅周辺はウインドウショッピングしやすいが、個人店は何があるか分かりづらい。Twitter 等で紹介して欲しい。(西東京市、30 歳代)
- ・ ホームページや SNS など目的に合わせたお店を紹介してほしい。(小金井市、30 歳代)
- ・ 武蔵野市のどこに何があるのか、何が有名なのかよくわかっていない。市や特産物の PR をしてはどうか。(練馬区、30 歳代) 【3】
- ・ アド街とかで特集あると良い (杉並区、40 歳代)

### 【現状維持】

- ・ 今のままで良い (西東京市、60 歳代) 【24】

- ・ 余り利用しないので わからないが、吉祥寺は充分賑わって要るように見える。以前は若者が押し寄せているのを見たが、最近は少し平均年齢が高くなったような気がしている。(練馬区、70 歳代)
- ・ 武蔵野市は吉祥寺駅、三鷹駅、武蔵境駅を範囲とすると思うが、それぞれ良い味を出していて好きなので、無理に開発等せずにこのままでも良いのではと思う。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 今のままで十分に魅力的な街。強いて言えば、周囲の交通渋滞がひどくて、車で行きにくい。(練馬区、60 歳代)
- ・ 今でも十分、賑わっていると思う。法人に関しては、大きい土地の確保は困難なのかなと感じている。(三鷹市、50 歳代)
- ・ 今でも充分素敵な街だが、武蔵境も吉祥寺みたいな街になったらよい。(練馬区、20 歳代)
- ・ 賑わっている場所と静かな場所、それぞれの良さがあるので、そこは残してほしい。(西東京市、30 歳代)
- ・ 吉祥寺の雰囲気が好きなので、現状を維持していただきたい。(小金井市、40 歳代)
- ・ あまり変わって欲しくない。(杉並区、60 歳代) 【2】

#### 【その他】

- ・ 住人の増加につながる施策を展開して欲しい。(西東京市、50 歳代)
- ・ 教育産業を育てる。(杉並区、70 歳代)
- ・ 市外から 買い物などで行く人にとっては、行って楽しい便利な街。武蔵野市に住んでいる人にとっては住みやすい便利な街。その両立を目指してほしい。(三鷹市、40 歳代)
- ・ 産業のみに的を絞るのであるのならば法人税などの免除、市をあげての企業誘致、関連省庁の窓口設置、物流ラインの再整備、企業への土地建物を優遇が有効ではないか。(杉並区、50 歳代)
- ・ 昼間人口への対策と夜間人口対策の意識を明確にする。(練馬区、60 歳代)
- ・ 産業振興に企業が参加する。(小金井市、40 歳代)
- ・ にぎわうのは良いことだが、吉祥寺駅周辺は人が多すぎてあまり好きではない。(小金井市、30 歳代) 【1】
- ・ 隣街に住んでいるが同じ住民だと思い込んでしまうほど。何かあれば協力しあって街づくりしたい。(西東京市、80 歳代以上)

※誤字や個人が特定できる箇所については一部修正及び省略した。また、原文の趣旨をそこなわない形で一部加筆修正を行っている。

※【 】内は、同一意見数。







事業所アンケート調査票

I 貴事業所の概要

貴事業所の概要についてご記入ください。

創業年	1. 大正以前 4. 昭和40～50年代 7. 平成26年以降	2. 昭和元～19年 5. 昭和60～平成15年 6. 平成16～25年	3. 昭和20～30年代 6. 平成16～25年
企業形態	1. 個人事業者 2. 法人 (資本金 _____万円) 3. その他 (_____)		
従業員数※1	合計 _____人 (うち、パート・アルバイト人数 _____人)		
従業員の武蔵野市内居住率	1. 25%未満 2. 25～50%未満 3. 50～75%未満 4. 75%以上		
代表者の年齢	1. ～30歳代 2. 40歳代 3. 50歳代 4. 60歳代 5. 70歳代 6. 80歳代～		
事業所の機能 (1つに○印)	1. 単独事業所である 2. 当事業所が本所・本社・本店で、他に市内に事業所がある (市外にはない) 3. 当事業所が本所・本社・本店で、市外にも事業所がある 4. 他の場所に本所・本社・本店がある		

※1従業員・個人事業者・家族従業員・期間の定めなく雇用しているパート・アルバイトを含む

問1 市内にある貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。(最も年間売上高の多いもの1つに○)

1. 農業	2. 建設業	3. 製造業
4. 電気・ガス・熱供給・水道業	5. 情報通信業	6. 運輸業、郵便業
7. 卸売業	8. 小売業	9. 金融業、保険業
10. 不動産業、物品賃貸業	11. 学術研究、専門・技術サービス業	12. 宿泊業、飲食サービス業
13. 生活関連サービス業、娯楽業	14. 教育、学習支援業	15. 医療業
16. 社会保険、社会福祉・介護事業	17. その他サービス業※2	
18. その他 (_____)		

※2「17. 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

問2 貴事業所の直近決算の年間売上高は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 300万円未満	2. 300万円以上500万円未満
3. 500万円以上1,000万円未満	4. 1,000万円以上5,000万円未満
5. 5,000万円以上1億円未満	6. 1億円以上10億円未満
7. 10億円以上50億円未満	8. 50億円以上100億円未満
9. 100億円以上	10. 事業所別では分からない
11. その他 (_____)	

II 新型コロナウイルス感染症の影響

問3 新型コロナウイルス感染症の発生前(令和元(2019)年)と現在を比較して、次の項目はどのように変化していますか。(各1つに○) ※事業所別に分からない場合、回答は不要です。

①売上高	1. 増 (5%以上)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (‑30%未満)	4. 減少 (‑50%以上)	5. 大幅減少 (‑50%以上)
②経常損益	1. 増 (5%以上)	2. ほぼ横ばい (±5%未満)	3. やや減少 (‑30%未満)	4. 減少 (‑50%以上)	5. 大幅減少 (‑50%以上)
③製品・商品・サービス単価	1. 上昇した	2. 維持	3. 下落した		
④原材料価格	1. 上昇した	2. 維持	3. 下落した		
⑤資金繰り	1. 改善した	2. 横ばい	3. 悪化した		
⑥設備投資	1. 増えた	2. 減った	3. 行っていない		
⑦雇用人数	1. 増えた	2. 横ばい	3. 減った		

問4 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. マイナスの影響	2. プラスの影響	3. 影響はない	4. わからない
------------	-----------	----------	----------

→「2」～「4」に回答した方は、問5へお進みください

問4で、「1」と回答された方にお聞きします。

問4-1 その影響は、次のどれに該当しますか (当てはまるものすべてに○)

1. 国内需要の減少	2. 国外需要の減少	3. 売上高の減少
4. 仕入の国内調達が困難	5. 仕入の海外調達が困難	6. 物流の停滞
7. 輸出が困難	8. 代替品調達によるコスト増	9. 顧客・販売先の休業・廃業
10. イベント・展示会の中止	11. 来街者の減少	12. 採用活動の停滞
13. 借入金の増加	14. その他 (_____)	

問5 事業環境の変化に対応するため、事業を見直し・変更した、もしくは今後実施する予定はありますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 主要事業を拡大	2. 新事業展開	3. 主要事業の内容を変更
4. 顧客・客層を変更	5. 販売方法を変更	6. 一部事業の終了・廃止
7. その他 (_____)		8. 既存の事業を深化
9. 特段考えていない		

→「8」のみ、もしくは「9」に回答した方は、問6へお進みください

問5で、「1」～「7」に回答した方にお聞きします。

問5-1 見直し・変更したもしくは今後実施を考えている内容を簡単に教えてください。

(例) 建設業で、一般住宅だけでなく介護住宅リフォームの受注を始めた。業務を通じて蓄積された福祉に関する知識を活用し、経営の安定化を図るために介護ビジネスにも参入した。

### Ⅲ 貴事業所の課題

問6 経営上の課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 販売力の強化・販路開拓
2. 商品・サービスの魅力向上
3. 価格競争力
4. 企画・開発力の向上
5. 資金調達
6. 融資返済
7. 業務の効率化
8. デジタル化対応
9. 人材確保・育成
10. 多様な働き方への対応
11. 事業承継
12. 店舗・設備の老朽化・不足
13. 不動産賃貸料の高さ
14. 来店（所）者の減少
15. 顧客の高齢化
16. 仕入れ（価格高騰・不足）
17. その他（ ）

### Ⅳ 販売・販路拡大

問7 販売を拡大するために必要な支援策は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 展示会等への出展支援
2. 取引先とのマッチング
3. ネット販売展開
4. マーケティング支援
5. 海外販路展開
6. プラント化事業
7. 広告・宣伝、情報発信
8. 店舗・施設の政策支援
9. 相談・アドバイス
10. 特にない
11. その他（ ）

### Ⅴ 人材の確保・育成

問8 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 不足している
2. 概ね適当・不足していない
3. 人材は過剰気味である

→「2」もしくは「3」と回答した方は、問9へお進みください

問8で、「1」と回答された方にお聞きします。

問8-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 企画・開発
2. マーケティング
3. 営業
4. 販売
5. 技術職
6. デジタル技術者
7. 海外取引
8. 法務・財務
9. 中間管理職・マネージャー
10. 事務職
11. 医療・看護・介護等
12. その他（ ）

問8-2 現在、人材確保に向けて、すでに取り組んでいることがありますか。(当てはまるものすべてに○)

1. ハローワークへの登録
2. 大学・専門学校・高校等への紹介依頼
3. 人材紹介事業者の活用
4. 行政等が実施する人材マッチング事業への参加
5. 公的支援機関への相談
6. 給与の見直し
7. 就業制度の見直し・就労環境の向上
8. ホームページ・SNSを通じて企業の情報発信
9. 特にない
10. その他（ ）

問8-3 今後、人材を確保するために取り組んでみたいことは何ですか。

(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 企業の情報発信・PR
2. 企業と人材をつなぐマッチング
3. 大学・専門学校・高校等との連携
4. 給与額を確保するための安定経営
5. 実績に応じた給与システム
6. 柔軟な勤務時間・場所（ワーカー等）への対応
7. ワークライフバランスに応じた働き方への対応
8. 試用期間・インターンシップの導入
9. 社内における良好な人間関係づくり
10. 社員育成・スキルアップ対応
11. 福利厚生の実施
12. 公共機関等が実施する企業表彰制度への参加
13. 特にない
14. その他（ ）

### Ⅵ 事業承継

問9 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 創業者
2. 二代目以降
3. 本社ではないので事業承継者はいない

→「3」と回答した方は、問10へお進みください

問9で、「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きします。

問9-1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 決まっている（親族）
2. 決まっている（親族以外）
3. 候補はいるが決まっていない
4. 承継したいが候補がいない
5. まだ決める必要がない
6. 承継しない
7. その他（ ）

問9-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

1. ある
2. ない

→「2」と回答した方は、問10へお進みください

問9-2で、「1」と回答された方にお聞きします。

問9-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 後継者の育成
2. 従業員の理解
3. 相続税・贈与税等の税金対策
4. 自社株等の資産の取扱い
5. 承継前の経営者の個人補償や担保
6. ノウハウ・スキル等の承継
7. 事業承継に係る法制度・税制度
8. その他（ ）

### Ⅶ デジタル技術の活用

問10 デジタル化への取り組み状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. すでに取り組んでおり、特に問題はない
2. すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない
3. これから取り組もうとしている
4. 関心はあるが、取り組んでいない
5. 取り組む必要がなく、予定もない
6. わからない

→「3」～「6」と回答した方は、問11へお進みください

問10で、「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きします。

問10-1 具体的にどのようなことに取り組んでいますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 経営資料のデジタル化
2. 人事・労務管理のデジタル化
3. 顧客・販路管理のデジタル化
4. 自社によるインターネット取引・販売
5. インターネットショッピングモールへの出店
6. HPやSNSなどによる情報発信
7. 支払決済のキャッシュレス化
8. ネットを利用した金融サービス
9. Webを通じての会議・商談
10. 連絡ツール（電子メール・社内SNS等）
11. テレワーク環境の整備
12. デジタル技術を活用した新サービス・新市場の創出
13. デジタル技術を活用した業務プロセス（工程）の改革・効率化
14. デジタル技術を活用した新しい組織づくり・働き方改革の実現
15. その他（ ）



問 11 デジタル化に取り組むにあたっての課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

(当てはまるものすべてに○)

1. 取り組むきっかけがない
2. 技術に詳しい人材がいらない
3. 対応する人員が不足
4. 情報セキュリティが心配
5. 資金的余裕がない
6. 活用のアイデア・企画が難しい
7. 具体的メリットが分からない
8. 何を導入すれば良いか分からない
9. 何かから手をつければ良いのか分からない
10. 必要がないため取り組まない
11. その他 ( )

#### Ⅷ 地域活動

問 12 商店会または商工会議所への加入について、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 商店会・商工会議所ともに加入している
2. 商店会だけに加入している
3. 商工会議所だけに加入している
4. どちらも加入していない

→[3]もしくは[4]と回答した方は、問13へお進みください

問 12 で、「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きます。

問 12-1 商店会における重要な課題点は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 集客力のある店舗が不足
2. 空き店舗が増加、商店会としての魅力低下
3. 加入店数の減少
4. 活動人材の不足
5. 若い店主が参加しづらい
6. 活動メニューが薄れてきている
7. 顧客層の変化への対応
8. 店主の高齢化
9. 商店会以外のネットワークの方が有効
10. 特にない
11. その他 ( )

問 13 地域活動やまちづくりへの取り組み状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. すでに取り組んでいる
2. これから取り組もうとしている
3. 関心はあるが、取り組んでいない
4. 取り組む必要がなく、予定もない

→[4]と回答した方は、問 14 へお進みください

問 13 で、「1」～「3」と回答された方にお聞きます。

問 13-1 取り組んでいる活動内容や今後取り組みに関心のあることを簡単に書きください。

問 14 市内産業の活性化に必要なまちづくりの取組みは、次のどれに該当しますか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 歩行者天国
2. イベント等ができるオープンスペースの整備
3. 道路を活用したオープンカフェ
4. 居心地が良く歩きたくなるまちづくり(道路の修復、ベンチの設置等)
5. 市内移動バスの充実
6. 自動運転モビリティの導入検討
7. 物流・荷捌き場の整備
8. 市内産業用貨物物件の流動化
9. 建物客積率の緩和
10. 特にない
11. その他 ( )

#### Ⅸ 今後の展開

問 15 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 事業の拡大
2. 事業の多角化
3. 現状維持
4. 事業の見直し・再構築
5. 事業の縮小
6. 業種の転換
7. 廃業の予定
8. 事業所の移転
9. その他 ( )

→[3]「7」[4]「5」[6]「8」[9]と回答した方は、問 16 へお進みください

問 15 で、「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きます。

問 15-1 今後の事業活動において、関心がある活動内容は何か。(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 既存の製品・商品・サービスの付加価値化
2. 新たな製品・商品・サービスの開発
3. 新規事業の立ち上げ
4. 販路・取引先の拡大
5. 海外展開
6. 生産性の向上
7. 業務の効率化
8. その他 ( )

問 15 で、「7」と回答された方にお聞きます。

問 15-2 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 経営の先行き不安、経営悪化の回避
2. コロナ禍での業績悪化
3. 主要顧客との契約終了
4. 経営者の高齢化・健康面(気力、体力)の不安
5. 承継する人がいない
6. 借入金・個人保証の問題
7. 創業時より自分の代でやめる予定
8. その他 ( )

問 16 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 市内事業者との取引拡大(事業所情報の発信やビジネスマッチング 等)
2. 異業種事業者との交流・連携(情報交換・交流会・ビジネスマッチング 等)
3. 新規取引先開拓(ビジネスマッチング 等)
4. 大学・研究機関との交流・連携(交流会・テーマ型研究会 等)
5. 大学生・専門学校生や、若者との交流(SNSによる情報発信、PBL(課題解決型コンペ)の実施)
6. その他 ( )
7. 特にない

問 17 今後、連携先として関心がある先はありますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 製造業事業者
2. 商業事業者(飲食店以外)
3. 飲食店
4. 大型商業店
5. 商店会
6. 農業者
7. 情報通信事業者
8. アニメーション事業者
9. 観光事業者
10. 起業家
11. 医療・福祉事業者
12. 自治体(武蔵野市)
13. 地域金融機関
14. 武蔵野商工会議所
15. 特にない
16. その他 ( )

X 公的支援策の利用

問 18 国、東京都、自治体(区市町村)が実施している支援策で、これまで利用されて有効だった支援策をお書きください。

支援機関 (当てはまるものに○または記入)	支援策名称(名称が分からない場合は略称もしくは概要でも結構です)
国・東京都・( )	
国・東京都・( )	
国・東京都・( )	

問 19 市内事業所からみて、武蔵野市は、これからどのようになれば、より魅力的で活力あふれる都市(まち)になると思いますか。(最も当てはまるもの3つまでに○)

1. 日頃から文化や芸術に触れあえるまち
2. 静かで豊かな緑に囲まれた住環境が広がるまち
3. 妊娠期から子育てで切れ目のない支援がある、安心して子育てしやすいまち
4. 年齢や、障がいのあるなしに関わらず暮らし続けられる、支え合いのあるまち
5. 医療体制が整い、健康づくりが盛んな、いきいきと健康で暮らし続けられるまち
6. 誰もが学びたいときに学べる、生涯学習環境が整ったまち
7. 市民参加、地域参画、ボランティアなどが盛んな市民力の高いまち
8. 個性ある店から大型店まで歩いて回れる、買物やまち歩きが楽しいまち
9. 商工業がさかんな産業都市
10. ごみの発生抑制やエネルギーの地産地消により、環境に配慮した持続可能なまち
11. 治安が良く災害に強い安全なまち
12. 行政サービスに人工知能やICT関連技術などを取り入れた先進都市
13. 全ての人がその個性と能力を生かせる多様性が尊重されるまち
14. その他 ( )

問 20 行政が取り組むべき支援策として、どのような支援策を充実してほしいですか。  
(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 製品・商品・サービスの開発・魅力向上
2. 販路開拓支援 (情報発信・ブランド化 等)
3. 新事業展開・第二創業への支援
4. 創業・開業支援
5. デジタル化・DXの取組み支援
6. 企業間連携・異業種交流
7. 大学や研究機関との連携
8. 人材の確保・育成
9. 経営力やスキルアップに向けた「学ぶ」機会づくり
10. 多様な働き方への支援 (ワーク環境、子育て・介護との両立支援 等)
11. 事業承継への支援
12. 事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入
13. 経営相談、専門家による診断・アドバイス
14. 資金調達 (融資)
15. SDGsへの取組み支援
16. 脱炭素に向けた取組み支援 (省エネ化、再生エネ化、新事業化 等)
17. その他 ( )

武蔵野市の産業振興について、ご意見・要望などありましたら、自由にお書きください。

【 訪問ヒアリングご協力をお願い 】

今後、いくつかの事業者様には個別に訪問して、さらに詳しくお話をお伺いするヒアリング調査を予定しています。その場合、調査にご協力いただけますでしょうか。当てはまる方に○印を付けてください。

1. 協力してもよい

2. 協力できない

「1. 協力してもよい」と回答された方は、ご連絡先をお書きください。

事業所名	所属・役職
お名前	電話番号
e-mail	①

貴事業所の主たる事業概要及び独自の商品・サービスの内容をお書きください。(具体的に)

(例) 家庭電化製品を販売。地域に根差した店として商品の説明やアフターサービスを丁寧に行う努めており、訪問設置サービスも行っている。

以上でアンケートは終わります。ご多忙の中、ご協力ありがとうございました。  
令和4年8月19日(金)までに同封の封筒にて投函願います。

Ⅰ ご自身のことについてお聞きます

問1 性別をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 男	2. 女	3. 無回答
------	------	--------

問2 年齢をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 10歳代	2. 20歳代	3. 30歳代	4. 40歳代	5. 50歳代
6. 60歳代	7. 70歳代	8. 80歳代以上		

問3 お住まいの地域をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 吉祥寺東町	2. 吉祥寺南町	3. 御殿山	4. 吉祥寺本町	5. 吉祥寺北町
6. 中町	7. 西久保	8. 緑町	9. 八幡町	10. 関前
11. 境	12. 境南町	13. 杉堤	14. その他 ( )	

問4 世帯の家族構成は、次のうちどれにあたりですか。(当てはまるもの1つに○)

1. 一人暮らし	2. 夫婦のみ (パートナー含む)	3. 親と子の世帯
4. 親と子と孫の世帯	5. 友人・他人と同居 (寮・シェアハウス等)	
6. その他 ( )		

問5 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

1. 会社員	2. 公務員・団体職員	3. 自営業・自由業
4. 非正規雇用者 (パート・アルバイト・派遣・契約社員)	5. 学生	
6. 主に家事に従事	7. 無職	8. その他 ( )

問5で「1」～「5」と回答された方にお聞きます。

問5-1 通勤・通学先はどこですか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 自宅	2. 武蔵野市内 (自宅を除く)
3. 近接地域 (練馬区、杉並区、三鷹市、小金井市、西東京市)	
4. 東京都多摩地域 (武蔵野市、練馬区、杉並区、三鷹市、小金井市、西東京市を除く)	
5. 新宿区	7. 豊島区
6. 渋谷区	
8. 東京23区内 (練馬区、杉並区、新宿区、渋谷区、豊島区を除く)	
9. 埼玉県	
10. 神奈川県	
11. その他 ( )	

※会社等にお勤めで、現在テレワークで完全在宅勤務の場合は「1.自宅」とお答えください。  
在宅勤務と出社勤務の両方がある場合はお勤め先の所在地をお答えください。

Ⅱ 市内での買い物・飲食等についてお聞きます

問6 市内の商店等(スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く)にどれぐらいの頻度で行かれますか。  
(当てはまるもの1つに○)

1. ほぼ毎日利用している	2. 週に4～5回程度	3. 週に2～3回程度
4. 週に1回程度	5. 月に2～3回程度	6. 月に1回程度
7. 年に数回程度	8. ほとんど利用しない	

問7 日常生活品等の買い物環境について、改善するために必要なサービス等は何ですか。  
(現在利用しているものを除く。当てはまるものすべてに○)

1. 電話・FAXによる宅配サービス	2. お店で買った商品の配達サービス
3. 移動スーパー・移動販売	4. 御用聞き (商店等が用事注文などを聞いて回ること)
5. 送迎バス・乗り合いタクシー等	6. 配食サービス (宅配のお弁当や材料の配送)
7. 買い物代行サービス	8. インターネットショッピング
9. 家族の協力	10. 近隣住民等の協力
11. 介護ヘルパー等による買い物支援	12. ボランティアによる買い物支援
13. 特になし	
14. その他 ( )	

問8 市内の商店会に、どのようなことを望まれますか。(当てはまるものすべてに○)

1. 生活必需品が購入できる	2. 個性・魅力ある個店の増加
3. 医療・介護サービスの店舗	4. コワーキングスペース
5. 休憩所、交流スペース	6. 商品の相談等の会話やきめ細かなサービス
7. お・パ・ー・ジやSNSを通じた情報提供	8. キャッシュレス化 (電子決済、電子スタンプ等)
9. ネットでの注文・販売	10. 移動販売・配達サービス
※クレジットカードや電子マネーの利用	
11. マルシェ等の買い物イベント	
12. 子育て世代向けのイベント・サービス (具体的に: )	
13. 高齢者向けのイベント・サービス (具体的に: )	
14. 買い物しやすい、歩いて楽しい商店会	
15. SDGsに取り組む商店 (会) に関する情報発信	
16. 市民・学生ボランティアとの協働	
17. その他 ( )	



### Ⅲ 就業・起業についてお聞きします

問9 市内での就業について、どう思われますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 市内で就業しており、今後も市内で就業し続けたい
2. 市内で就業しているが、就業場所は市内にこだわっていない
3. 現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、是非とも市内で就業したい
4. 現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、市内での就業に関心はある
5. 現在は就業していない、もしくは市外で就業しているが、特に市外で就業したいとは思わない
6. 就業する予定がないので分からない
7. その他 ( )

→「6」、「7」と回答した方は、問7へお進みください

問9で、「1」～「5」と回答された方にお聞きします。

問9-1 市内での就業につながるために、企業に求める取組みは何ですか。

(最も当てはまるもの5つまでに○)

1. 企業の情報発信・PR
2. 企業と人材をつなぐマッチング
3. 大学・専門学校・高校等との連携
4. 給与額を確保するための安定経営
5. 実績に応じた給与システム
6. 柔軟な勤務時間・場所(テレワーク等)への対応
7. ワークライフバランスに応じた働き方への対応
8. 試用期間・インターンシップの導入
9. 社内における良好な人間関係づくり
10. シニア層の雇用
11. 社員育成・スキルアップ対応
12. 福利厚生の実施
13. その他 ( )

問10 今後、ご自身が起業されることに関心がありますか。(当てはまるもの1つに○)

1. 将来、起業したい
2. 関心がある
3. 以前は関心があったが今はない
4. 以前も今も関心がない
5. その他 ( )

「3」～「4」と回答した方は、問8へお進みください

問10で「1」もしくは「2」と回答された方にお聞きします。

問10-1 起業を検討される際に、どのような取組みがあると利用しようと思われますか。

(当てはまるものすべてに○)

1. 起業成功事例の紹介
2. 起業に関する情報交換ができるプラットフォーム
3. 起業相談の窓口
4. 起業成功者との交流機会
5. 起業塾・セミナーの開催
6. 事業計画の作成支援
7. 法務・税務・労務に関する知識習得の場
8. 起業資金調達支援
9. 起業支援策の紹介
10. 市場調査・マーケティング
11. インキューベーション施設
12. 起業に向けたコワーキングスペース
13. チャレンジジョブ
14. その他 ( )

### Ⅳ 武蔵野市の産業振興についてお聞きします

問11 武蔵野市の産業振興策として、重要と思われる取組みは何ですか。

(当てはまるものすべてに○)

1. 商業・サービス業の振興
2. 商店会の振興
3. 製造業の誘致・定着
4. 生活を支える産業の振興(医療・福祉・子育て等)
5. 来街者の増加・まちの賑わい向上
6. 市民・来訪者が楽しめる市内観光の振興
7. 農業との連携
8. アニメのまち等、独自の魅力向上
9. 創業・起業がしやすいまち
10. 事業者の人材育成や職場環境の向上
11. 人口増加による市内消費の拡大
12. 市民の雇用推進
13. リモートワーク環境の向上等、住み働ける環境づくり
14. ライフステージ(子育て・介護・就学等)に応じた柔軟な働き方支援
15. 企業・団体が取り組むSDGsや環境保全への活動支援
16. その他 ( )

その他、武蔵野市の産業振興に向けてご意見がありましたらお書きください。

これで、質問は終了いたしました。お忙しいところご協力いただき、誠にありがとうございました。

I ご自身のことについてお聞きます

問1 性別をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 男 2. 女 3. 無回答

問2 年齢をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 10 歳代 2. 20 歳代 3. 30 歳代 4. 40 歳代 5. 50 歳代  
6. 60 歳代 7. 70 歳代 8. 80 歳代以上

問3 現在、お住まいの場所をお答えください。(当てはまるもの1つに○)

1. 練馬区 2. 杉並区 3. 三鷹市 4. 小金井市 5. 西東京市  
6. その他 ( )

問4 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

1. 会社員 2. 公務員・団体職員 3. 自営業・自由業  
4. 非正規雇用者(パート・アルバイト・派遣・契約社員) 5. 学生  
6. 主に家事に従事 7. 無職 8. その他 ( )

→「6」～「8」と回答した方は、問5へお進みください

問4で「1」～「5」と回答された方にお聞きます。

問4-1 通勤・通学先はどこですか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 自宅 2. 武蔵野市内  
3. 練馬区・杉並区・三鷹市・小金井市・西東京市(自宅を除く)  
4. 東京23区内(練馬区・杉並区以外)  
5. 東京都多摩地域(武蔵野市、三鷹市、小金井市、西東京市以外)  
6. 埼玉県 7. 神奈川県  
8. その他 ( )

※会社等にお勤め、現在テレワークで完全在宅勤務の場合は「1.自宅」をお答えください。  
在宅勤務と出勤先がある場合は出勤先のお勤め先の所在地をお答えください。

II よく行く買い物・食事等の場所についてお聞きます

問5 休日等に、買い物や食事によく行く場所について、お教えてください。(最も当てはまるもの2つまでに○)

1. 吉祥寺駅周辺 2. 三鷹駅周辺 3. 武蔵境駅周辺  
4. 新宿 5. 渋谷 6. 池袋 7. 立川  
8. 自宅の最寄駅周辺 9. 職場・学校近辺※  
10. その他 ( )  
11. あまり行かない

※「1」～「7」と同じ場所の場合は、「1」～「7」で該当するものを選んでください。

→「1」～「3」、「11」と回答した方は、問6へお進みください

問5で、「4」～「10」と回答された方にお聞きます。

問5-1 あなたがよく行く場所が持つ魅力は何ですか。(当てはまるものすべてに○)

1. 交通アクセスが良い 2. 飲食店が多い  
3. 雑貨等の物販店が多い 4. 若者向けの店が多い  
5. 大型商業施設がある 6. 1か所で買い物を済ませることができる  
7. 多様な店があり、発見がある 8. 安価で手頃に利用できる店が多い  
9. 話題になっている店がある 10. まちが楽しい  
11. 歩きやすい、歩きながら楽しめる 12. その他 ( )

III 武蔵野市についてお聞きます

問6 普段、武蔵野市を訪れる機会はどれくらいありますか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. ほぼ毎日 2. 週に4～5回程度 3. 週に2～3回程度  
4. 週に1回程度 5. 月に2～3回程度 6. 月に1回程度  
7. 2、3か月に1回程度 8. 半年に1回程度  
9. ほとんど行かない 10. 一度も行ったことがない

→「9」～「10」と回答した方は、問7へお進みください

問6で「1」～「8」と回答された方にお聞きます。

問6-1 武蔵野市を訪れる目的・理由として最も多いのはどれですか。(最も当てはまるもの1つに○)

1. 買い物 2. 仕事、学校  
3. 食事 4. 観光、遊び、娯楽、スポーツ  
5. 公共施設の利用(施設名称: )  
6. 家族・親戚、知人、友人への訪問  
7. その他 ( )



**第三期武蔵野市産業振興計画に係る  
基礎調査報告書**

令和5年3月

発 行 武蔵野市 市民部 産業振興課  
〒180-8777 東京都武蔵野市緑町2丁目2番28号  
電 話 0422-60-1832（直通）

実 施 株式会社地域計画建築研究所 東京事務所  
〒101-0047 東京都千代田区内神田1-15-7 大手町ノースビル4階  
電 話 03-5244-5134