

小金井市商業・商店街振興基礎調査

報告書 【本編】

平成27年2月

小金井市

小金井市商業・商店街振興基礎調査

報告書

【本編 目次】

序. 本調査の概要

序-1. 本調査の目的	1
序-2. 本調査の項目	1

1. 調査結果の要約

1-1. 調査結果の要約	2
--------------	---

本 編

2. 小金井市の現況

2-1. 人口等の動向	14
2-2. 産業の状況	24

3. 武蔵小金井駅および東小金井駅周辺の交通量調査と分析

3-1. 武蔵小金井駅周辺における休日歩行者通行量調査結果	37
3-2. 既往調査結果等との比較分析	38

4. 消費者買物調査

4-1. 消費者買物調査結果	49
----------------	----

5. 商店街経営者意識調査

5-1. 調査結果	76
5-2. 結果のまとめ	99
5-3. 結果から類推される課題	100

6. 競合店舗調査

6-1. 競合店舗調査結果	101
---------------	-----

7. 商店街利用客意識調査

7-1. 調査結果	106
7-2. 結果のまとめ	133

8. 調査結果のまとめと今後の課題整理

8-1. 調査結果のまとめ	134
8-2. 今後の課題整理	135

[参考] 今後商業活性化に取り組むに当たっての参考例	137
----------------------------	-----

序. 本調査の概要

序－１. 本調査の目的

本市では、ＪＲ中央本線連続立体交差事業及び武蔵小金井駅南口第１地区第一種市街地再開発事業の進捗に伴い、平成２１年３月には武蔵小金井駅南口、平成２６年１月には東小金井駅高架下、更に平成２７年２月には武蔵小金井駅高架下に大型商業施設が開店し、近年市内商業環境が非常に大きく変化している。

その影響もあつてか、商店会をはじめとする市内小売店は極めて厳しい状況が見込まれると予想される。

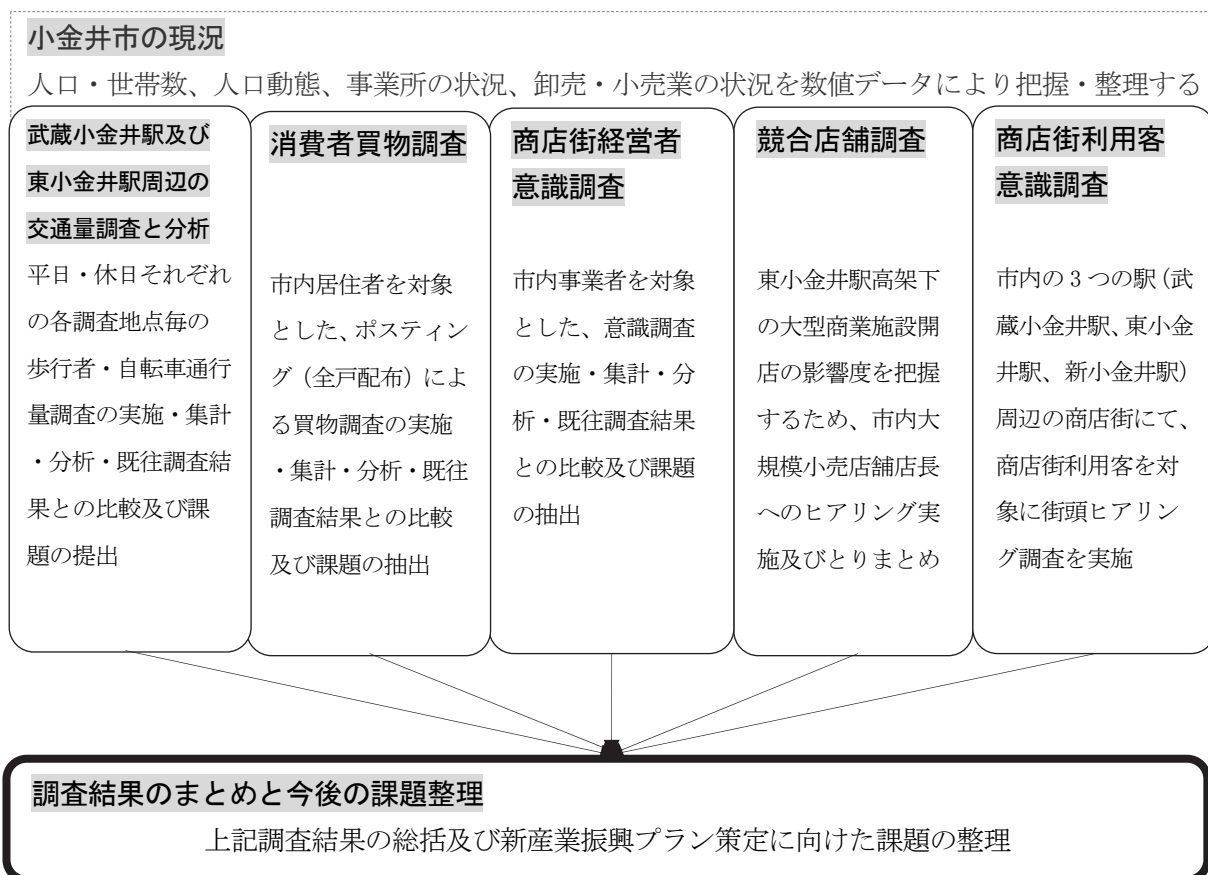
この「商業・商店街振興基礎調査」（以下、「本調査」という。）は、地元商業・商店街振興の、具体的な支援策づくりの資料を得ることを目的として実施した。

なお、本調査の成果は、平成２７年度に予定している新産業振興プラン（計画期間平成２８年度～平成３２年度）の策定に反映させるものとする。

また、この事業は新規雇用・就業機会の創出を図る緊急雇用創出事業として実施し、調査業務に従事する調査員の新規雇用を行った。

序－２. 本調査の項目

本調査は、以下の項目について取りまとめの上、新産業振興プラン策定に向けた課題の抽出・分析を行うものとする。



1. 調査結果の概要

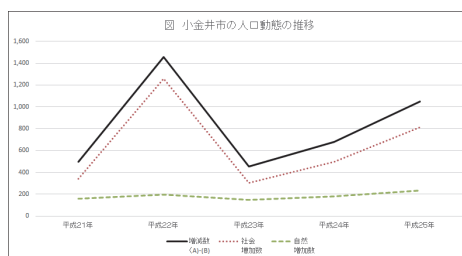
1-1. 調査結果の概要

1. 小金井市の現況調査

(1) 人口等の動向

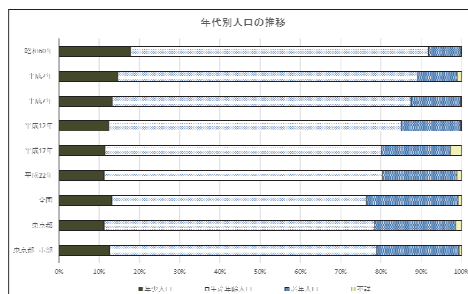
自然増加、社会増加ともに増加傾向にあり、この数年で人口は加速度的に増えている。生産年齢人口の構成比も高めであるが、将来的には本市においても少子高齢化は問題となってくる可能性が高い。

人口動態については一貫して増加傾向にあり、自然増加数は緩やかで横ばいに近い増加傾向であることに対し、社会増加数については年度ごとに大きな変動が見られる。市内においても近年は高層マンションの建築が見られ、一時期に大幅な人口増加をもたらす一因である可能性がある。



資料：住民基本台帳

年代別人口の推移では年代階層別に見ると、生産年齢人口が約7割を占めている。全国や都の数値と比べると、本市は生産年齢人口が占める構成比が高めであるが、時系列比較では生産年齢人口および年少人口が緩やかに減少を続け、老年人口では緩やかな増加を続ける結果となっている。生産年齢人口の多い本市においても、少子高齢化の傾向が強まっており、将来的に大きな問題になっていくと予想される。



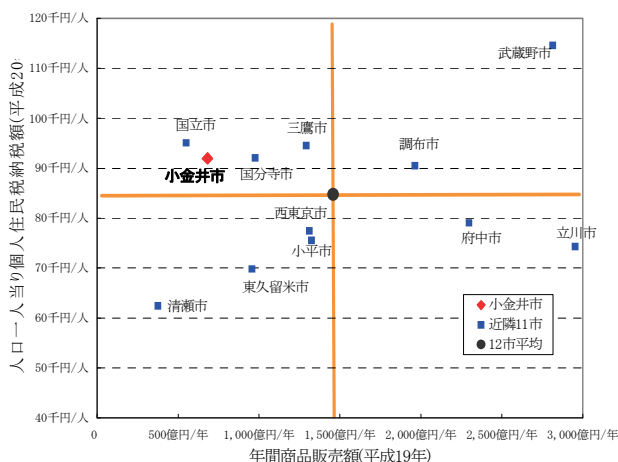
資料：国勢調査報告

(2) 産業の動向

市内事業所数、従業員者数ともに断続的に減少傾向。特に製造業の減少が著しい
卸売業…年間商品販売額が10年間で3割減など全体的に縮小傾向
小売業…年間商品販売額が10年間で16%減など全体的に縮小傾向だが、売場面積は増加
周辺他市との比較でも、本市小売業は低位にあり特に販売効率の低さが顕著

住民一人当たりの個人住民税納税額は周辺の11市と比較しても高い位置を占めている（※年間商品販売額に関しては平成19年度、市町村別の人口一人当たり個人住民税納税額に関しては平成20年度が最新となっている）。

しかしながら、多数の市の中央に位置している本市では、消費者は広い生活圏認識を持っており、このことが商業の商品販売額には直結していないことが分かった。



「小売業年間商品販売額」（平成19年・市全体）と「人口一人当たり個人住民税納税額（平成20年）」の関係

2. 武蔵小金井駅および東小金井駅周辺の交通量調査と分析

武蔵小金井駅南口の再開発事業完了後の武蔵小金井駅周辺の歩行者及び自転車の通行状況と、東小金井駅高架下商業施設及び新改札開設後の歩行者及び自転車の通行状況を把握することを目的として、通行量調査を実施した。

●実施日時：平成 26 年 12 月 6 日（土）、午前 7：00～午後 7：00（12 時間）

平成 26 年 12 月 16 日（火）、午前 7：00～午後 7：00（12 時間）

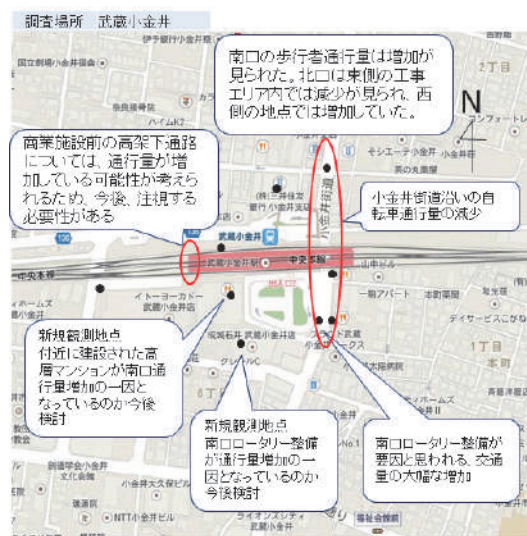
【武蔵小金井駅】

《結果の要約》

○駅の南北で異なる傾向が観察され、南側地点では増加に転じていたが、北側の地点では前回同様に減少傾向にあった。全地点 12 時間の合計を算出すると、地点全体では通行量に大きな変動が生じていないことから、駅の南北において異なった傾向が出ていると予想される。

○しかし北側でも西寄りの 1 地点で増加が見られており、北側全体が減少しているのか、利用する道路が変わった結果であるのか、引き続き検討する必要がある。

○自転車については小金井街道沿いの地点に偏在して減少が見られ、その他の地点では 1 地点を除き増加していた。歩行者同様、平日・休日共通の傾向であった。



《考察と課題》

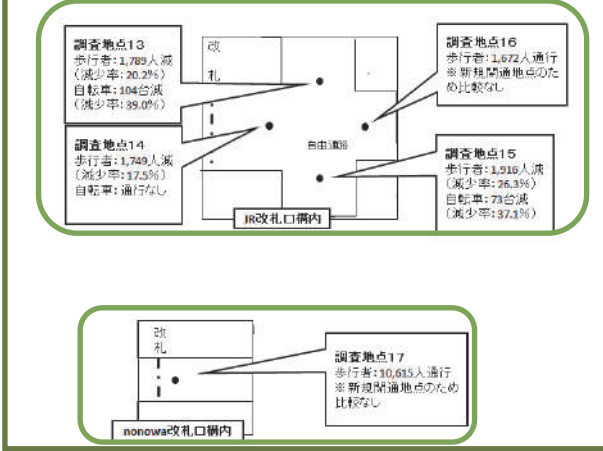
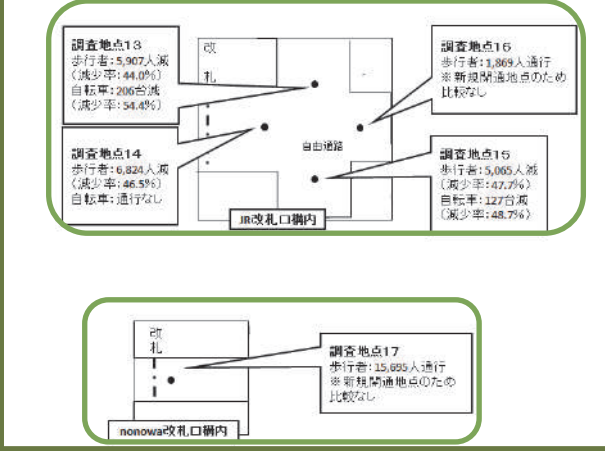
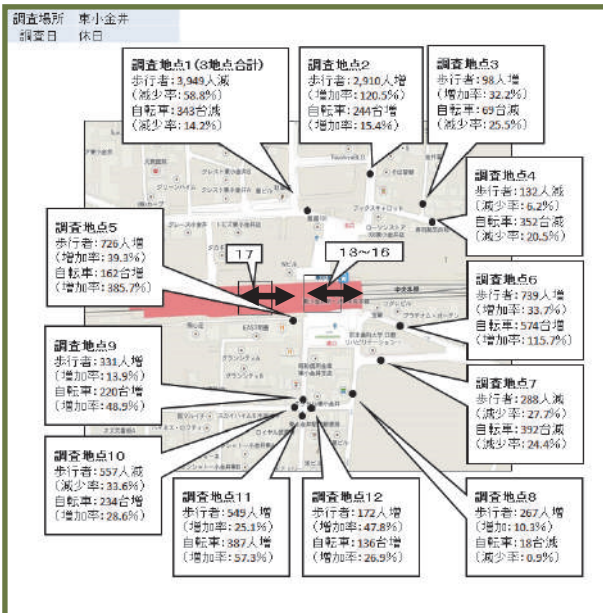
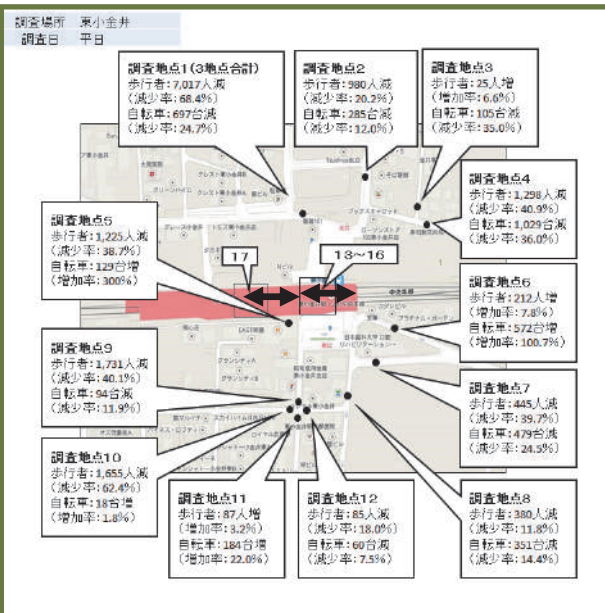
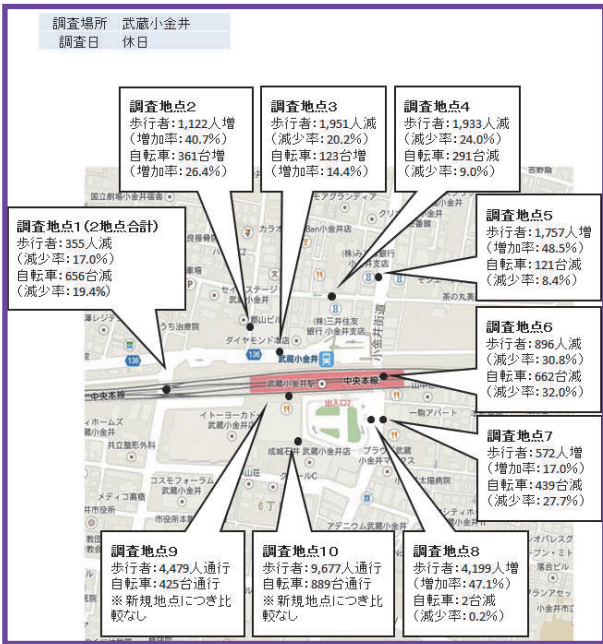
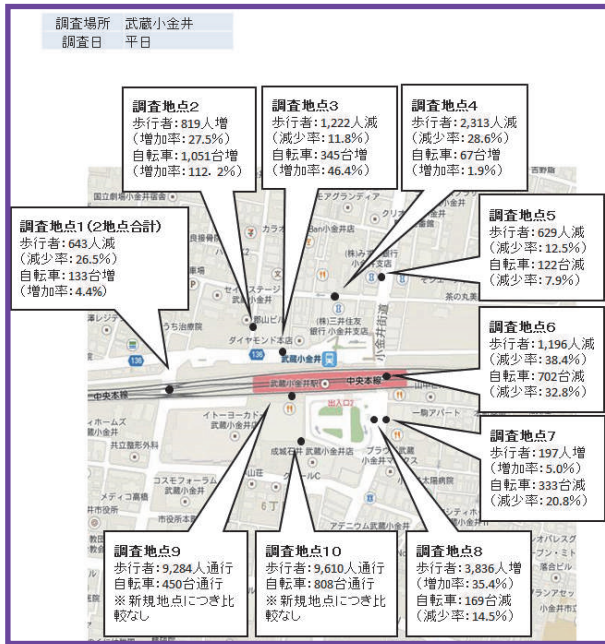
駅北側への誘導

○駅の南側地点で増加に転じた要因としては、「南口ロータリーの整備」および「南口高層マンションの建築」が関わっていると考えられる。通行量の変動からは南口の再開発整備の完了が、活性化につながっている様子が窺える。

○北側においては東側の地点では減少し、西側の地点では増加が確認された。西側の工事区間を避け、高架下の通路を利用するなど、通行人の動線に変化が生じていることが考えられる。ただし今回の調査地点では北側全体では減少傾向であり、今後は課題を明確にするため、観測地点の再考等も視野に入れる必要がある。

繁華街を走行する自転車への対策

○自転車の通行においては、幹線道路を避ける傾向が顕著であった。他地点の通行が増加していることから、自転車の通行量自体の減少ではなく繁華街等の道路を選択している心理が窺える。通行量が増えていることは新しいチャンスであるが、通過地点で終わらせないために駐輪場や路面店の看板に工夫や配慮が必要と考える。



12時間・両方向計/前回比

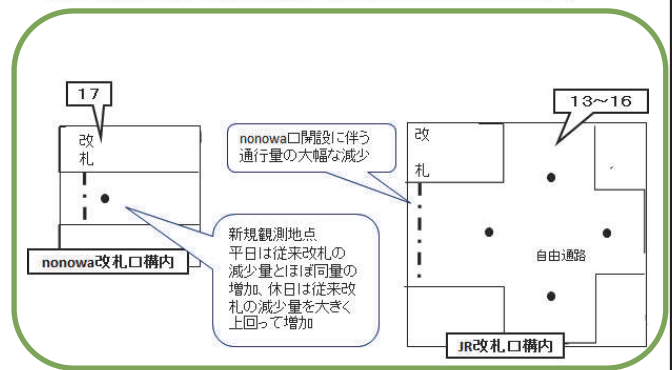
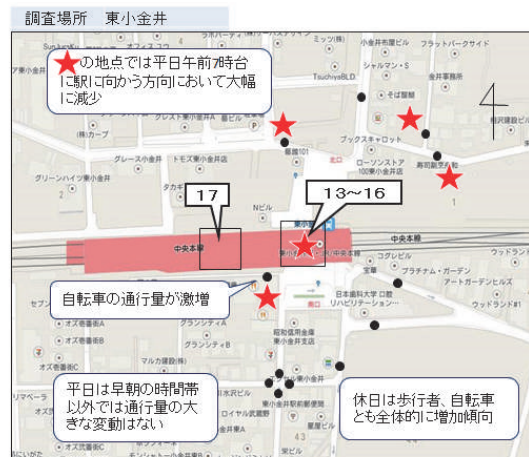
〔凡例〕 ↔ : 駅舎内通り抜け

【東小金井駅】

《結果の要約》

○高架下商業施設 nonowa オープンおよび駅西側に新改札 nonowa 口が開設されたことで、動線に大きな変化が生じた。平日歩行者では改札付近の利用を比べると、新改札へ利用がスライドしている現象が見られている。休日歩行者においては従来改札の減少数を新改札の増加数が大きく上回り、改札以外の地点の観測結果でも多くの地点で増加が見られ、全体の合算も前回調査数を上回っていた。

○周辺地域の人口に減少は見られず（1章）、駅の利用者にも減少が見られないことから、新しい改札によって人の流れのみが変化しており、通勤・通学以外での周辺地点通行量の著しい変化は確認されなかった。



《考察と課題》

従来改札周辺も平日早朝以外の交通量に大きな減少は見られず、休日は増加傾向にあった

○休日の歩行者は増加傾向が見られ、平日歩行者は多くの地点で減少が観察された。しかし平日の改札付近の通行量の増減がほぼ一致しており、また顕著な減少が見られたのは駅方向へ向かう早朝の時間帯に集中し、他の時間帯において大きな変動がなかったことから、平日歩行者の減少は全体的な通行量の減少ではなく、新改札への移行と言える。他地点では平日の早朝以外に通行量の大きな落ち込みはみられず、高架下商業施設開業に伴い、周辺商店街へ影響は少なからず出ていると考えられるが、通行量からみると、商機自体が失われている訳ではないということが言える。

駅以外の周辺地点での駐輪場の整備

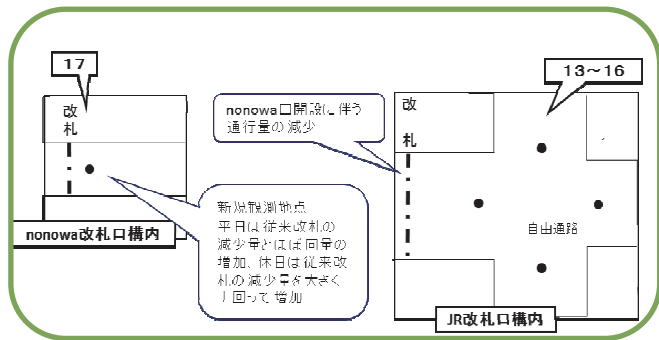
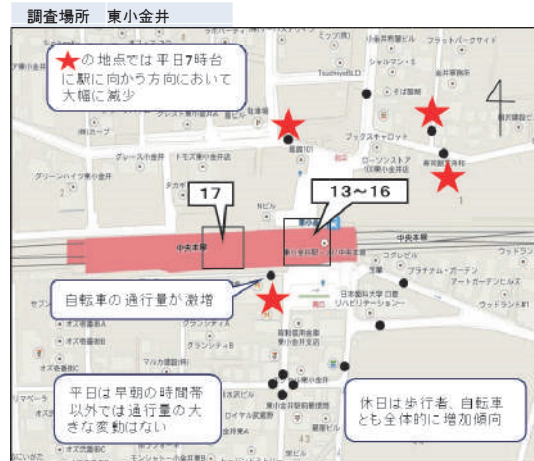
○自転車については歩行者同様、休日は増加しており平日に減少が見られた。平日の早朝に大きく落ち込んだ地点があったがこれらは歩行者の地点と一致していたことから、自転車においても通行量全体の減少ではなく、西側へのスライド現象の結果であると考えられる。また、休日においては増加が見られ、平日においても通勤・通学の時間帯以外での大きな減少が見られなかった。ただし現状では駐輪場の増設は駅に近い地点のみに集中している。そのため休日には自転車の通行量の増加が見られているが、周辺商店への波及に繋がっているとは考えにくい状況となっており、駅以外の商圏内においても駐輪場の整備が待たれる。

【東小金井駅】

《結果の要約》

○高架下商業施設 nonowa オープンおよび駅西側に新改札 nonowa 口が開設されたことで、動線に大きな変化が生じた。平日歩行者では改札付近の利用を比べると、新改札へ利用がスライドしている現象が見られている。休日歩行者においては旧改札の減少数を新改札の増加数が大きく上回り、改札以外の地点の観測結果でも多くの地点で増加が見られ、全体の合算も前回調査数を上回っていた。

○周辺地域の人口に減少は見られず（1章）、駅の利用者にも減少が見られないことから、新しい改札によって人の流れのみが変化しており、通勤・通学以外での周辺地点通行量の著しい変化は確認されなかった。



《考察と課題》

従来改札周辺も平日早朝以外の交通量に大きな減少は見られず、休日は増加傾向にあった

○休日の歩行者は増加傾向が見られ、平日歩行者は多くの地点で減少が観察された。しかし平日の改札付近の通行量の増減がほぼ一致しており、また顕著な減少が見られたのは駅方向へ向かう早朝の時間帯に集中し、他の時間帯において大きな変動がなかったことから、平日歩行者の減少は全体的な通行量の減少ではなく、新改札への移行と言える。他地点では平日の早朝以外に通行量の大きな落ち込みはみられず、nonowa 開業に伴い、周辺商店街へ響は少なからず出ていると考えられるが、通行量からみると、商機自体が失われている訳ではないということが言える。

駅以外の周辺地点での駐輪場の整備

○自転車については歩行者同様、休日は増加しており平日に減少が見られた。平日の早朝に大きく落ち込んだ地点があったがこれらは歩行者の地点と一致していたことから、自転車においても通行量全体の減少ではなく、西側へのスライド現象の結果であると考えられる。また、休日においては増加が見られ、平日においても通勤・通学の時間帯以外での大きな減少が見られなかった。ただし現状では駐輪場の増設は駅に近い地点のみに集中している。そのため休日には自転車の通行量の増加が見られているが、周辺商店への波及に繋がっているとは考えにくい状況となっており、駅以外の商圏内においても駐輪場の整備が待たれる。

3. 消費者買物調査の結果

新産業振興プランを策定するに当たっての課題を検討することや東小金井駅高架下に開店した新規開業店舗の影響を把握することを目的として、ポスティングによる買物調査を実施した。

●調査実施の概要：

実施日：平成26年11月3日～11月20日

対象者：市内居住者

調査方法：市内10,000世帯へのポスティング及び郵送回収

回収票数：2,084票（回収率：20.8%）

(1) 全体の傾向

購入する商品の違いや、購入場所や店舗形態の違いにより、以下のような傾向が見られた。

■購入場所・店舗形態別の購入商品

- 最寄品は「近隣のスーパー」
- 買回品は主に「吉祥寺や副都心のデパート・大型専門店」

■商品品目ごとの傾向

- 若年層は主に「吉祥寺・副都心」で商品を購入
- 高齢層は主に「武蔵小金井駅南口周辺」で商品を購入

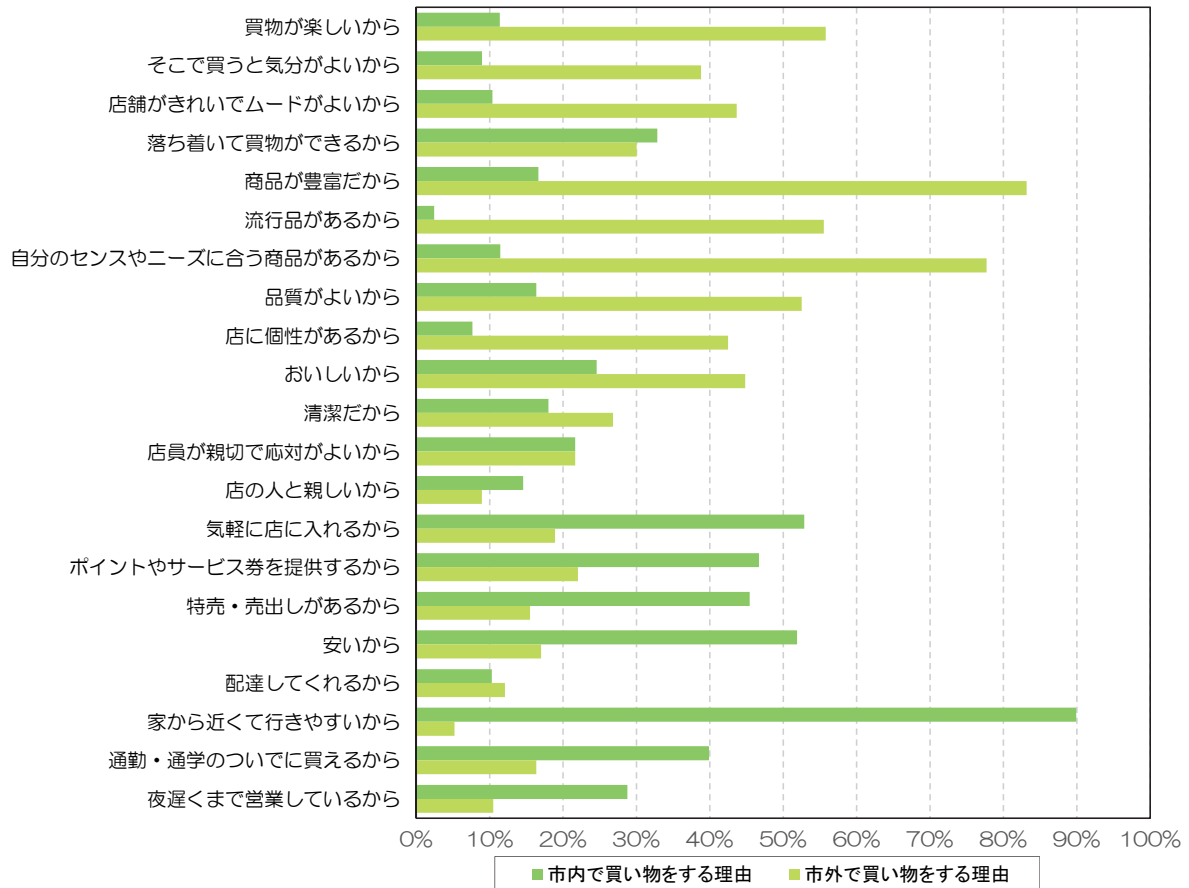
■市内及び市外で買物する理由

- 市内で買物をする理由は、「近い」「気軽に利用できる」「安い」
- 市外で買い物をする理由は、「商品が豊富だから」「自分のセンスやニーズに合う商品があるから」「買物が楽しいから」

■東小金井駅高架下商業施設の利用状況

- 利用経験者は全体の6割
- 居住地が施設に近い程利用経験者や利用回数が増え、遠くなる程減る傾向
- 主な利用店舗は「食品スーパー」「飲食店・フードコート」「弁当・惣菜店」
- 利用しない理由は、「遠い」「武蔵小金井で事足りる」「アクセスが不便」「駐輪場・駐車場がない」「わざわざ行く程の魅力がない」

最寄品は利便性やお得感を重視し「近隣のスーパー」
買回品は嗜好性を重視し「吉祥寺や副都心のデパート」
東小金井駅高架下商業施設の利用は限定的



(2) 類推される課題

7つの市に隣接し、周囲に複数の大型商業集積が存在する本市にとっては、隣接市も違和感のない生活圏内となっているが、前回調査時同様、若年層を中心に、吉祥寺や副都心で買物する傾向が高いことがわかった。

一方、高齢層では、前回、高い支持を得ていた武蔵小金井駅北口に代わり、新たに武蔵小金井駅南口が支持される結果となった。

また、武蔵小金井駅南口のイトーヨーカドーや東小金井駅高架下商業施設開店後も、食料品や書籍、日用品に関しては年代を問わず、市内小売店が引き続き高く支持されている。

東小金井駅高架下商業施設は、近隣の居住者を中心に主に食料品店が多く利用されている。

以上を踏まえ、今後の本市における小売業・商店街振興に際しては、引き続き、近隣市との関係性を考慮しつつ、大型店と競合しないような価格以外の分野で、消費者ニーズを的確に把握しながら商品やサービスを提供していくことが求められていると推測される。

加えて、まずは積極的に商品や商店の魅力情報を発信していくことが当面の課題になるとみられる。

4. 商店街経営者意識調査の結果

市内小売・飲食・サービス業者における、東小金井駅高架下商業施設開設の影響を含めた事業の状況や、今後の方向性を把握するため、意識調査を行った。

●調査実施の概要：

実施日：平成26年10月24日～12月14日

対象者：小金井市商工会会員のうち、小売業・サービス業・飲食業の経営者・事業所経営者・責任者

方法：上記対象者への回答票・返信用封筒の郵送配布、及び郵送による回収

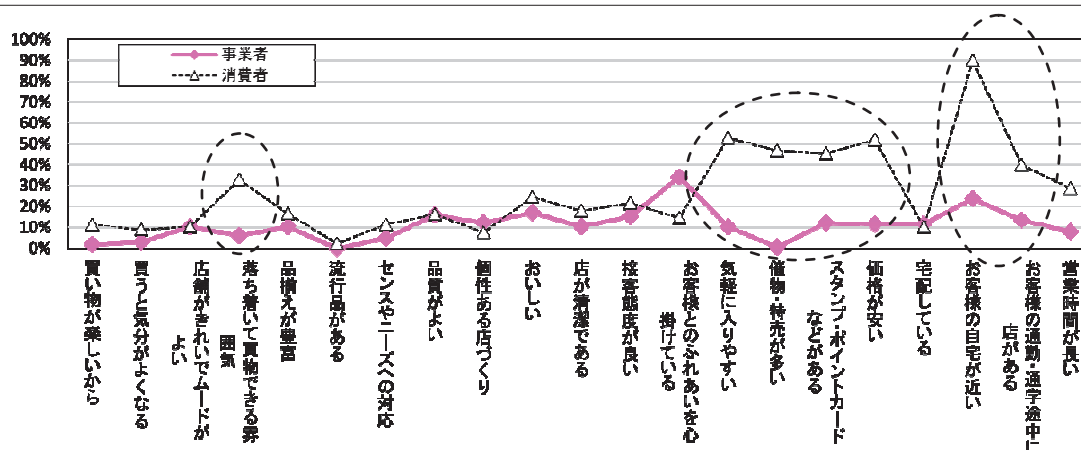
回収票数/回収率算出対象配布数：164/895(実質回収率：18.3%)

【特徴①】店舗の支持理由の「乖離」

経営者側 - 「お客様とのふれあいを心がけている」、「品質がよい」等と認識

消費者側 - 「自宅からの近さ」等の利便性やお得感から、「落ち着いて買物ができる」「気軽に入りやすくなる」と推測できる。

消費者的支持理由に着目し、今後の課題を考えていく

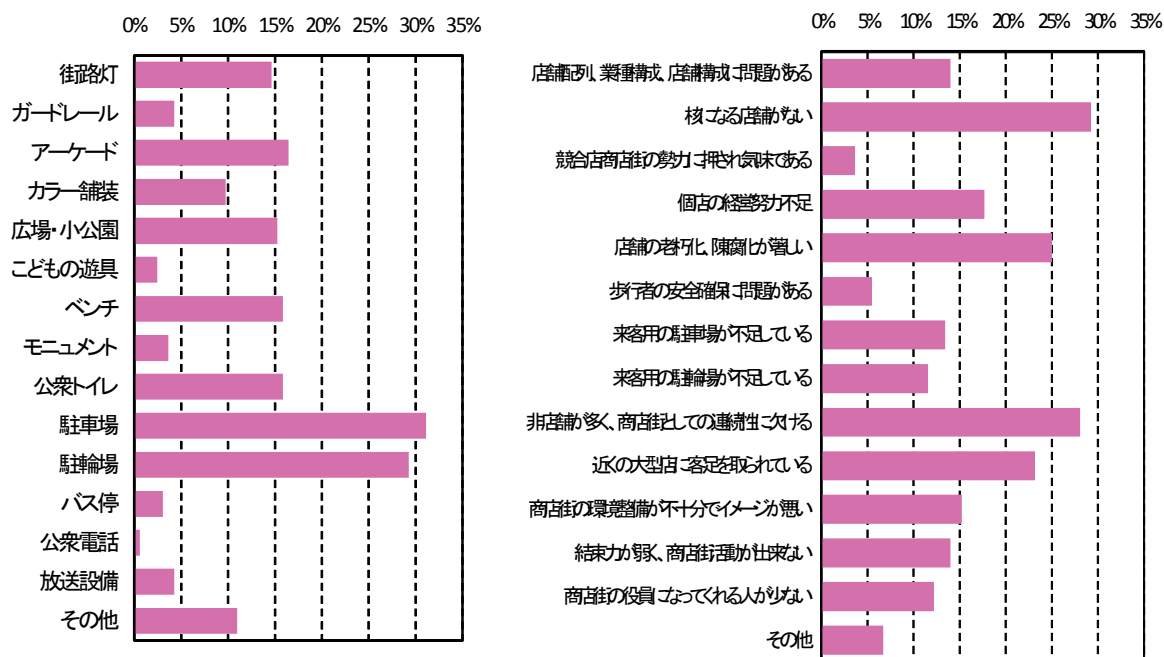


【特徴②】改善策においては、消費者と意見が一致

経営者側は駐車場や駐輪場不足の解消が必要との認識が強く、これは前回、前々回調査時と同様の傾向であった。また、前述の通り、消費者側がソフト面をある程度重視している傾向も依然として変わらない。

しかしながら、その一方で「消費者買物調査」や「商店街利用客意識調査」等では、消費者からも「駐輪場」について改善を期待する声が多数聞かれた。双方から特に駐輪場の充実や工夫が望まれており、この問題を解決することにより、より一層消費者が市内における買物で重要視している「気軽に入りやすい」といった強みも活かされるものと思われる。

経営者側・消費者側双方の意見の一致に着目し、今後の対策を進めることが必要



経営者が考える「商店街で改善・充実すべきこと」

5. 競合店舗調査の結果

新たに設置された大規模小売店舗が他の近隣の大規模小売店舗にもたらす影響を把握するため、店舗運営責任者に対するヒアリング調査を平成26年12月に実施した。

●対象店舗：市内大規模小売店舗のうち4店舗

(東小金井駅高架下商業施設の影響を把握するため、周辺に位置する4店舗)

●ヒアリング項目：

- ①「新規開業施設」の、既存の大規模小売店舗に対する影響
- ②既存大規模小売店舗が、影響に対してどのように対応しているか


① 「新規開業施設」の、既存の大規模小売店舗に対する影響の把握

- 1 店舗のみ「新規開業施設開店後は客数・売上げが伸びている」という回答であったが、他の全ての店舗は「客数・売上共に減少している」という回答であった。
- これは、新規開業施設の開店だけではなく、それに伴い新たに「nonowa 口」が開通したことによる、東小金井駅利用者の動線の変化の影響もあると推測できる。

② 既存大規模小売店舗が、影響に対してどのように対応しているか

- 2 店舗は近いうちに改装を行う予定があり、顧客に合わせた施設への改善や、他店舗に無い商品を取り入れるなどの工夫を行うという回答があった。
- 他の2店舗は改装の予定は無いものの、宅配サービスや商品の価格、一步上をいく品質などで、すでに他店舗との差別化を図る工夫を行っている実態が分かった。

以上から、各店舗特徴を活かした顧客対応を実施していることが窺える。



他とは違う商品やサービス等で他店舗と差別化を図り、
より顧客に支持されるための対応が必要

6. 商店街利用客意識調査の結果

市内の商店街を利用する消費者の意識を把握するため、商店街の利用客に対するヒアリング調査を平成27年1月に実施した。

●調査実施の概要

実施日：平成27年1月13日～1月21日

対象者：市内の商店街利用客

方 法：市内3駅（武蔵小金井駅、東小金井駅、新小金井駅）周辺の商店街7か所で、
対象者への街頭ヒアリング調査

① 全調査地点共通で多かった回答

- ・活気のある賑やかな商店街になってほしい。
- ・さまざまな種類の店舗がある商店街になってほしい

② 各調査地点の傾向

1. 武蔵小金井駅周辺


- ・「ある程度が揃い、不便さは感じない」といった意見が聞かれた。
- ・駐輪場が少ない、道端の駐輪が多い等の意見が聞かれた。

2. 東小金井駅周辺

- ・北口、南口共に「お店が増えて欲しい」といった意見が多かった。
- ・「高架下商業施設が出来て東小金井駅で買い物をするようになった」という意見もあり、既存の商店街との共存が望まれている。
- ・「駐輪場が少ない、不便」という意見が多かった。

3. 新小金井駅周辺

- ・「活気がない、お店が少なく寂しい」という意見が大半を占めている。
- ・既存の商店の良さを残しつつ、活気を望む人が多かった。



新規の店舗を誘致するための工夫・駐輪対策等が望まれている

7. 調査結果のまとめ

これまで明らかにした6つの調査結果について整理すると、以下のようにまとめられる。
なお、前回調査と比較して変化のあった傾向には末尾に※を付けている。

(1) 小金井市の現況

- ・世帯数の増加が顕著
- ・急速な高齢化傾向だが、全国平均と比較すると若年層が多い傾向
- ・通勤者は約2万2千人の流出超過だが、通学者は約6千人の流入超過
- ・市内事業所数、従業者数ともに減少…製造業事務所数・従業者数が10年間でほぼ半減
- ・卸売業…年間商品販売額が10年間で3割減など全体的に縮小傾向
- ・小売業…年間商品販売額が10年間で16%減など全体的に縮小傾向だが、売場面積は増加
- ・周辺他市との比較でも、本市小売業は低位にあり、特に販売効率の低さが顕著

(2) 武蔵小金井駅周辺及び東小金井駅周辺の高架下整備による交通量調査と分析

《武蔵小金井駅》

- ・歩行者通行量は南口周辺では減少から増加へ転じたが、北口周辺では減少傾向が続く (※)
- ・自転車通行量では小金井街道などを避け、繁華街などを選択する傾向が見られる

《東小金井駅》

- ・歩行者・自転車とも早朝の従来改札周辺通行量が減少したが、新改札への移行とみる
- ・休日は歩行者・自転車とも全体的に通行量は増加傾向となっている

(3) 消費者買物調査

- ・市内消費者の買物性向は、最寄品は利便性やお得感を重視し「近隣のスーパー」、買回品は嗜好性を重視し「吉祥寺や副都心のデパート」という傾向が見られた
- ・東小金井駅高架下商業施設の利用は限定的であった

(4) 商店街経営者意識調査

- ・今後、「空き店舗対策」「駐輪場・駐車場の充実」が望まれる
- ・消費者の意見とも一致しており、解決によって商店街の「気軽さ」「落ち着いて買物ができる」といった強みがさらに活かされると推測できる

(5) 競合店舗調査

- ・4店舗中3店舗は「客数・売上共に減少している」という回答であった。新規商業施設の開店のみでなく、nonowa 口開通の影響もあると推測できる
- ・各店舗特徴を活かした顧客対応を実施し、他店舗との差別化を図っていることが窺えた

(6) 商店街利用客意識調査

- ・全ての調査地点において、「商店街の活気」と「多種多様な商店」を求める声が聞かれた
- ・武蔵小金井駅・東小金井駅周辺では、駐輪場が少なく不便との声も聞かれた

8. 今後の取り組み課題

●「4. 商店街経営者意識調査」において回答者の多くが「経営不振」との認識を示しており、その要因は「同業者や大型店舗の存在」が大半となっていた。また、新規開業施設の影響は、全体的には限定的という結果であったが、大型小売店を中心に、大きな影響を受けている地域もあった。



- ・ハード面では事業者・消費者双方から「駐車場・駐輪場の改善」が求められている
- ・ソフト面では消費者と事業者の間で認識に乖離が見られたが、好調な事業者や大型小売店店長は顧客ニーズに合わせた独自の商品・サービス展開を実施し集客を図っている
- ・商店会活動については活動参加実態が低調であるとしながらも、活動の重要性を強く認識し、積極的な活動を望んでいる

●「3. 消費者買物調査」結果から、消費者は「近さ」「気軽さ」等の利便性に加え「安さ」「ポイント」等のお得感、更には「店舗の個性などの魅力」がお店選びのポイントとなっていることがわかった。



- ・商品によって買物先のすみ分けを行っており、若年層ほど市外で買物をする傾向が見られた

●「7. 商店街利用客意識調査」では、「活気」「多種多様な商店」とともに、新規開業店舗や大型小売店と商店街との共存が囑望されていた。

●「4. 商店街経営者意識調査」によると、高齢の経営者ほど「年齢上・体力の問題」や「後継者の問題」等の理由が多く見られ、店舗の課題の自己解決が困難という現状が明らかになった。

●このような背景から、対応実行のためには、個店及び商店街双方の魅力を高める取り組みが必要だと考えられる。



- ・消費者の要望と合致した商品やサービスの独自展開
- ・大学との連携や商店街サポーター制度を活かした消費者参加型の取り組み
- ・経営者の高齢化や後継者問題による廃業・シャッター通り化防止策の構築
(例：地域と連携した空き店舗の有効活用など)
- ・不足業種や核となるような店舗の誘致

2. 小金井市の現状

2-1. 人口等の動向

1. 人口・世帯数の推移

小金井市の人口と世帯数は、平成22年国勢調査結果で118,852人、57,613世帯である。

国勢調査結果を基に人口の経年変化を見ると、平成2年は105,899人であったが平成22年までの20年間に12,953人増加(+12.2%)した。

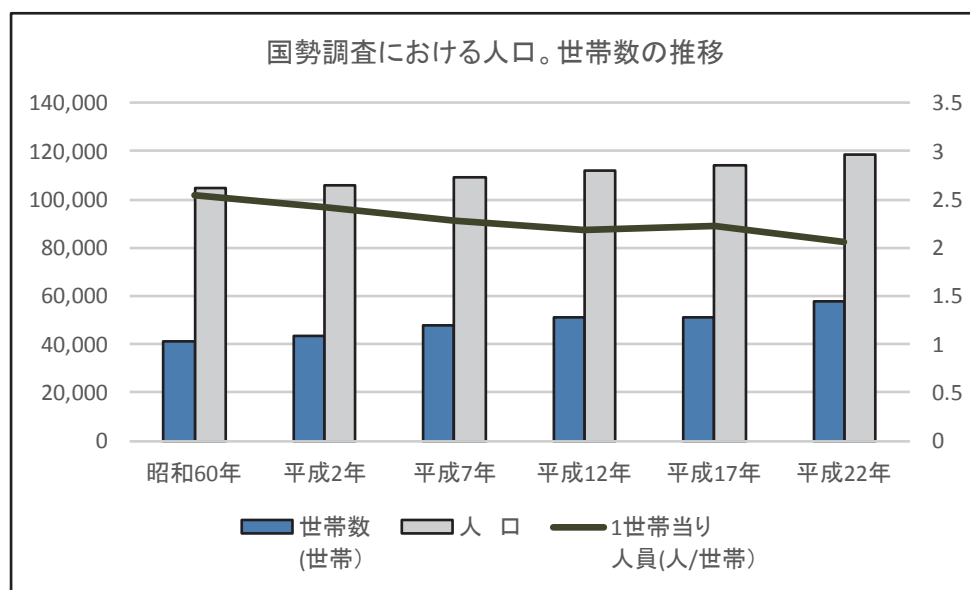
また世帯数は平成2年は43,706世帯であったが、平成22年までの20年間に13,907世帯増加(+31.2%)している。世帯の増加においても人口同様増加がみられるが、1世帯当りの人員は減少する結果となった。

なお、この1世帯当り人員は平成2年の2.42人/世帯から、平成22年は2.06人/世帯となっており、近年は約2.2人/世帯台で推移していたものが減少に転じている。一方人口増加率においては+2%前後で推移していたものが平成22年と平成17年の比較では+4%台となり、加速度的に増加している様子が窺える。

図 国勢調査における人口・世帯数の推移

表 国勢調査における人口・世帯数の推移

	世帯数 (世帯)	人 口	1世帯当り 人員(人/世帯)	人口増加率 (対前回比)
昭和60年	41,134	104,642	2.54	+2.1%
平成2年	43,706	105,899	2.42	+1.2%
平成7年	48,034	109,279	2.28	+3.2%
平成12年	51,130	111,825	2.19	+2.3%
平成17年	51,473	114,112	2.22	+2.0%
平成22年	57,613	118,852	2.06	+4.2%



2. 人口動態の推移

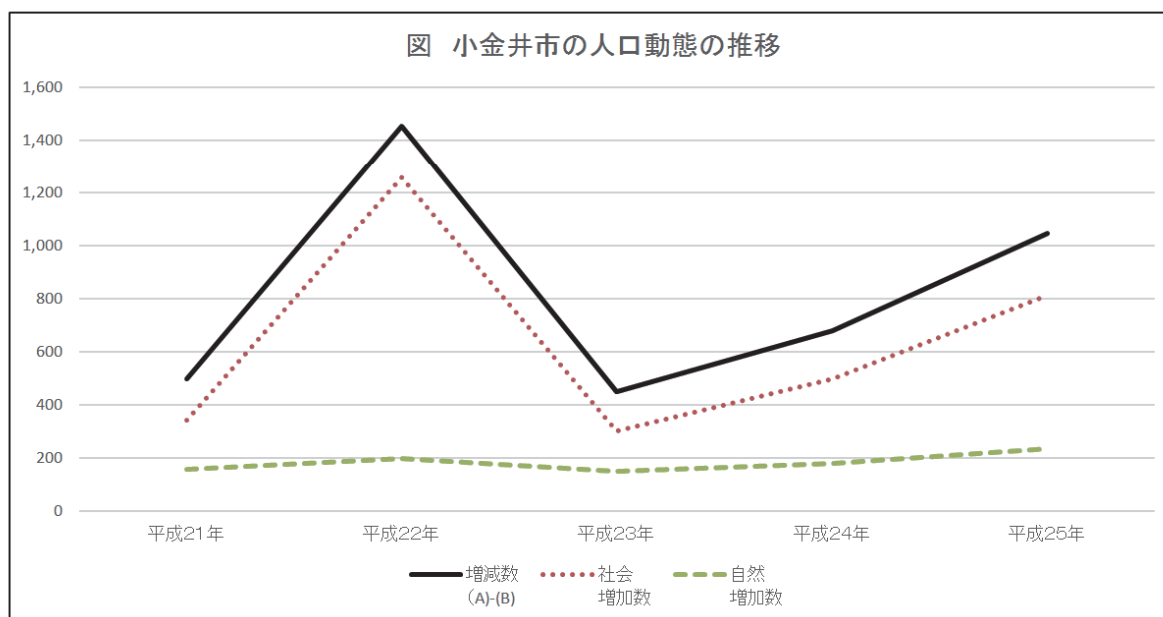
本市の人口動態についての傾向は平成21年から平成25年までの住民基本台帳によると一貫して増加傾向にある。ただし、自然増加数は緩やかで横ばいに近い増加傾向であることに對し、社会増加数については年度ごとに変動が見られる。市内においても近年は高層マンションの建築が見られ、一時期に大幅な人口増加をもたらす一因となっていると考えられる。

国内全体で少子高齢化が進む中、本市の人口が自然数においても増加を保ち続けていることは、都心へのアクセスの良さと複数の公園を有す自然環境の良さなど、子育て世代においても暮らしやすさが支持されていると考えられる。

住民基本台帳による人口動態(総務省発表報道資料より再編)

	住民票記載数				住民票消除数				増減数 (A)-(B)	社会 増加数	自然 増加数
	転入者数	出生者数	その他	計(A)	転出者数	死亡者数	その他	計(B)			
平成21年度	8,183	934	62	9,179	7,886	776	18	8,680	499	341	158
平成22年度	9,307	987	108	10,402	8,129	790	28	8,947	1,455	1,258	197
平成23年度	8,438	992	94	9,524	8,218	843	12	9,073	451	302	149
平成24年度	8,143	1,017	200	9,687	8,157	838	14	9,009	678	499	179
平成25年	8,877	1,073	99	10,049	8,046	837	118	9,001	1,048	812	236

※年度は翌年3月31日現在での統計であるが、平成25年は平成25年1月1日から同年12月31日までの統計である。



3. 家族類型の把握

平成 22 年国勢調査結果における小金井市の家族類型は、「単独世帯」（「1人世帯」と同義）が 26,737 世帯（構成比：46.4%）、「親族世帯」が 30,173 世帯（構成比：52.4%）となっている。平成 17 年との比較では、単独世帯が 21.2%の増加となっているが、平成 17 年と平成 12 年の比較時は 0.6%の増加であったことから、急増している様子が窺える。親族世帯については平成 17 年との比較が 5.4%の増加となり、前回は 0.6%の減少となっていたがこの 5 年間では増加に転じた。平成 12 年から平成 17 年では「親族世帯」「父子世帯」「母子世帯」「その他の親族世帯」においては減少が見られたが、今回の平成 17 年から平成 22 年の 5 年間ではこれら 4 項目も含めたすべてにおいて増加となっていた。特に「父子世帯」では 85.7%と大幅な増加率となり、「母子世帯」においても増加率 23.9%となっており、他の構成世帯と比べ目立った増加が見られている。

「親族世帯」については平成 22 年内訳を見ると、「夫婦と子供からなる世帯」が 14,536 世帯（構成比：25.2%）と最も多く、次いで「夫婦のみの世帯」が 9,741 世帯（構成比：16.9%）となっている。「夫婦と子供からなる世帯」は、平成 12 年から平成 17 年の間には 300 世帯減少していたが（減少率：2.1%）、平成 17 年から平成 22 年の間には 414 世帯の増加となった（増加率 2.9%）。

「単独世帯」については、全体では 21.1%の増加が見られた。しかし前回は「高齢単身世帯」が 42.1%の増加となっていたが、今回は 17.0%の増加にとどまり、前回見られた急増現象は今回は観察されなかった。また、「非親族世帯^{*}」については平成 17 年時は平成 12 年より 96.9%とほぼ倍増している状態であったが、今回の平成 22 年と平成 17 年の比較では、8.9%の増加にとどまっている。

今回の比較において、もっとも大きな変動が見られたのは「父子家庭」「母子家庭」のひとり親世帯であった。これらの世帯は行政の支援も特に必要となることから、今後の変化にも注視していく必要があると言える。また、前回報告で指摘されていた、「単身」及び「夫婦のみ」の高齢者世帯も引き続き増加が見られている。増加率は前回は 42.1%であったところが、今回は 17.0%とおさえられたが、こちらも要支援となる可能性が高いことから、ひとり親世帯同様、注視が必要と考える。これらの世帯の増加は町丁目別な偏りは見られず、市内全体での傾向となっていた。

*：二人以上の世帯員から成る世帯のうち、世帯主と親族関係にある者がいない世帯

表 国勢調査における家族類型の状況

地 域	平成12年		平成17年		平成22年		平成17～22年		平成22～17年		
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	増減実数	増減比	増減実数	増減比	
小 金 井 市 全 体	一般世帯総数	51,071		51,345		57,613		274	+0.5%	6,268	+12.2%
	親族世帯	28,807	(56.4%)	28,636	(55.8%)	30,173	(52.4%)	-171	-0.6%	1,537	+5.4%
	核家族世帯	26,111	(51.1%)	26,264	(51.2%)	28,018	(48.6%)	153	+0.6%	1,754	+6.7%
	夫婦のみの世帯	8,663	(17.0%)	8,961	(17.5%)	9,741	(16.9%)	298	+3.4%	780	+8.7%
	うち高齢夫婦世帯	3,635	(7.1%)	4,136	(8.1%)	4,487	(7.8%)	501	+13.8%	351	+8.5%
	夫婦と子供から成る世帯	14,423	(28.2%)	14,123	(27.5%)	14,536	(25.2%)	300	+2.1%	413	+2.9%
	男親と子供から成る世帯	448	(0.9%)	465	(0.9%)	562	(0.9%)	17	+3.8%	97	+20.9%
	うち父子世帯	51	(0.1%)	49	(0.1%)	91	(0.1%)	-2	-3.9%	42	+85.7%
	女親と子供から成る世帯	2,577	(5.0%)	2,715	(5.3%)	3,179	(5.5%)	138	+5.4%	464	+17.1%
	うち母子世帯	376	(0.7%)	355	(0.7%)	440	(0.8%)	-21	-5.6%	85	+23.9%
	その他の親族世帯	2,696	(5.3%)	2,372	(4.6%)	2,155	(3.8%)	-324	-12.0%	-217	+9.1%
	非親族世帯	327	(0.6%)	644	(1.3%)	701	(1.2%)	317	+96.9%	57	+8.9%
	単独世帯	21,937	(43.2%)	22,065	(43.0%)	26,737	(46.4%)	128	+0.6%	4,672	+21.2%
	うち高齢単身世帯	2,969	(5.8%)	4,218	(8.2%)	4,937	(8.6%)	1,249	+42.1%	719	+17.0%
男	732	(1.4%)	1,365	(2.7%)	1,365	(2.4%)	633	+86.5%	0	+0.0%	
東 町	一般世帯総数	7,914		7,793		8,630		-121	-1.5%	837	+10.7%
	親族世帯	3,999	(50.5%)	3,890	(49.9%)	3,914	(45.4%)	-109	-2.7%	24	+0.6%
	核家族世帯	3,611	(45.6%)	3,545	(45.5%)	3,615	(41.9%)	-66	-1.8%	70	+2.0%
	夫婦のみの世帯	1,235	(15.6%)	1,237	(15.9%)	1,329	(15.4%)	2	+0.2%	92	+7.4%
	うち高齢夫婦世帯	591	(7.5%)	623	(8.0%)	675	(7.8%)	32	+5.4%	52	+8.3%
	夫婦と子供から成る世帯	1,908	(24.1%)	1,836	(23.6%)	1,768	(20.5%)	-72	-3.8%	-68	-3.7%
	男親と子供から成る世帯	61	(0.8%)	66	(0.8%)	82	(0.1%)	5	+8.2%	16	+24.2%
	うち父子世帯	10	(0.1%)	11	(0.1%)	12	(0.1%)	1	+10.0%	1	+9.1%
	女親と子供から成る世帯	407	(5.1%)	406	(5.2%)	436	(5.1%)	-1	-0.2%	30	+7.4%
	うち母子世帯	61	(0.8%)	47	(0.6%)	62	(0.7%)	-14	-23.0%	15	+31.9%
	その他の親族世帯	388	(4.9%)	345	(4.4%)	299	(3.5%)	-43	-11.1%	-46	-13.3%
	非親族世帯	47	(0.6%)	85	(1.1%)	96	(1.1%)	38	+80.9%	11	+12.9%
	単独世帯	3,868	(48.9%)	3,818	(49.0%)	4,620	(53.5%)	-50	-1.3%	802	+21.0%
	うち高齢単身世帯	448	(5.7%)	625	(8.0%)	729	(8.4%)	177	+39.5%	104	+16.6%
男	91	(1.1%)	196	(2.5%)	175	(0.2%)	105	+115.4%	-21	-10.7%	
梶 野 町	一般世帯総数	4,489		4,364		4,888		-125	-2.8%	524	+12.0%
	親族世帯	2,298	(51.2%)	2,223	(50.9%)	2,377	(48.6%)	-75	-3.3%	154	+6.9%
	核家族世帯	2,093	(46.6%)	2,040	(46.7%)	2,199	(45.5%)	-53	-2.5%	159	+7.8%
	夫婦のみの世帯	666	(14.8%)	674	(15.4%)	710	(14.5%)	8	+1.2%	36	+5.3%
	うち高齢夫婦世帯	272	(6.1%)	301	(6.9%)	333	(6.8%)	29	+10.7%	32	+10.6%
	夫婦と子供から成る世帯	1,220	(27.2%)	1,117	(25.6%)	1,210	(24.8%)	-103	-8.4%	93	+8.3%
	男親と子供から成る世帯	32	(0.7%)	32	(0.7%)	38	(0.8%)	-	-	6	+18.8%
	うち父子世帯	-	(-)	6	(0.1%)	7	(0.1%)	6	-	1	+16.7%
	女親と子供から成る世帯	175	(3.9%)	217	(5.0%)	241	(4.9%)	42	+24.0%	24	+11.1%
	うち母子世帯	26	(0.6%)	30	(0.7%)	30	(0.6%)	4	+15.4%	0	+0.0%
	その他の親族世帯	205	(4.6%)	183	(4.2%)	178	(3.6%)	-22	-10.7%	-5	-2.7%
	非親族世帯	43	(1.0%)	69	(1.6%)	68	(1.4%)	26	+60.5%	-1	-1.5%
	単独世帯	2,148	(47.9%)	2,072	(47.5%)	2,443	(50.0%)	-76	-3.5%	371	+17.9%
	うち高齢単身世帯	189	(4.2%)	247	(5.7%)	358	(7.3%)	58	+30.7%	111	+44.9%
男	56	(1.2%)	91	(2.1%)	129	(2.6%)	35	+62.5%	38	+41.8%	
関 野 町	一般世帯総数	521		526		578		5	+1.0%	52	+9.9%
	親族世帯	322	(61.8%)	301	(57.2%)	334	(57.8%)	-21	-6.5%	33	+11.0%
	核家族世帯	273	(52.4%)	272	(51.7%)	299	(51.7%)	-1	-0.4%	27	+9.9%
	夫婦のみの世帯	93	(17.9%)	94	(17.9%)	119	(20.6%)	1	+1.1%	25	+26.6%
	うち高齢夫婦世帯	24	(4.6%)	27	(5.1%)	30	(5.2%)	3	+12.5%	3	+11.1%
	夫婦と子供から成る世帯	150	(28.8%)	144	(27.4%)	143	(24.7%)	-6	-4.0%	-1	-0.7%
	男親と子供から成る世帯	6	(1.2%)	7	(1.3%)	6	(1.0%)	1	+16.7%	-1	-14.3%
	うち父子世帯	-	(-)	-	(-)	-	(-)	-	-	-	-
	女親と子供から成る世帯	24	(4.6%)	27	(5.1%)	31	(5.4%)	3	+12.5%	4	+14.8%
	うち母子世帯	3	(0.6%)	7	(1.3%)	5	(0.9%)	4	+133.3%	-2	-28.6%
	その他の親族世帯	49	(9.4%)	29	(5.5%)	35	(6.1%)	-20	-40.8%	6	+20.7%
	非親族世帯	2	(0.4%)	12	(2.3%)	15	(2.6%)	10	+500.0%	3	+25.0%
	単独世帯	197	(37.8%)	213	(40.5%)	229	(39.6%)	16	+8.1%	16	+7.5%
	うち高齢単身世帯	59	(11.3%)	23	(4.4%)	34	(5.9%)	-36	-61.0%	11	+47.8%
男	21	(4.0%)	11	(2.1%)	14	(2.4%)	-10	-47.6%	3	+27.3%	
緑 町	一般世帯総数	6,518		6,805		7,442		287	+4.4%	637	+9.4%
	親族世帯	3,793	(58.2%)	3,954	(58.1%)	4,098	(55.1%)	161	+4.2%	144	+3.6%
	核家族世帯	3,475	(53.3%)	3,647	(53.6%)	3,832	(51.5%)	172	+4.9%	185	+5.1%
	夫婦のみの世帯	1,051	(16.1%)	1,165	(17.1%)	1,262	(17.7%)	114	+10.8%	97	+8.3%
	うち高齢夫婦世帯	430	(6.6%)	491	(7.2%)	549	(7.4%)	61	+14.2%	58	+11.8%
	夫婦と子供から成る世帯	2,046	(31.4%)	2,052	(30.2%)	2,056	(27.6%)	6	+0.3%	4	+0.2%
	男親と子供から成る世帯	48	(0.7%)	61	(0.9%)	74	(1.0%)	13	+27.1%	13	+21.3%
	うち父子世帯	6	(0.1%)	4	(0.1%)	11	(0.1%)	-2	-33.3%	7	+175.5%
	女親と子供から成る世帯	330	(5.1%)	369	(5.4%)	440	(5.9%)	39	+11.8%	71	+19.2%
	うち母子世帯	56	(0.9%)	50	(0.7%)	61	(0.8%)	-6	-10.7%	11	+22.0%
	その他の親族世帯	318	(4.9%)	307	(4.5%)	266	(3.6%)	-11	-3.5%	-41	-13.4%
	非親族世帯	45	(0.7%)	101	(1.5%)	84	(1.1%)	56	+124.4%	-17	-16.3%
	単独世帯	2,880	(41.1%)	2,750	(40.4%)	3,260	(43.8%)	70	+2.6%	510	+18.5%
	うち高齢単身世帯	383	(5.9%)	516	(7.6%)	619	(8.3%)	133	+34.7%	103	+20.2%
男	110	(1.7%)	154	(2.3%)	148	(0.2%)	44	+40.0%	-6	-3.9%	
中 町	一般世帯総数	5,211		5,150		5,780		-61	-1.2%	630	+12.2%
	親族世帯	2,988	(57.3%)	3,017	(58.6%)	3,172	(54.9%)	29	+1.0%	155	+5.1%
	核家族世帯	2,728	(52.4%)	2,783	(54.0%)	2,964	(51.3%)	55	+2.0%	181	+6.5%
	夫婦のみの世帯	887	(17.0%)	980	(19.0%)	1,004	(17.4%)	93	+10.5%	24	+2.4%
	うち高齢夫婦世帯	326	(6.3%)	406	(7.9%)	446	(7.7%)	80	+24.5%	40	+9.9%
	夫婦と子供から成る世帯	1,558	(29.9%)	1,532	(29.7%)	1,601	(27.7%)	-26	-1.7%	69	+4.5%
	男親と子供から成る世帯	35	(0.7%)	35	(0.7%)	52	(0.9%)	-	-	17	+48.6%
	うち父子世帯	5	(0.1%)	4	(0.1%)	10	(0.2%)	-1	-20.0%	6	+150.0%
	女親と子供から成る世帯	248	(4.8%)	236	(4.6%)	307	(5.3%)	-12	-4.8%	71	+30.1%
	うち母子世帯	31	(0.6%)	33	(0.6%)	60	(1.1%)	2	+6.5%	27	+81.8%
	その他の親族世帯	260	(5.0%)	234	(4.5%)	208	(3.6%)	-26	-10.0%	-26	-11.1%
	非親族世帯	31	(0.6%)	62	(1.2%)	82	(1.4%)	31	+100.0%	20	+32.3%
	単独世帯	2,192	(42.1%)	2,071	(40.2%)	2,526	(43.7%)	-121	-5.5%	455	+22.0%
	うち高齢単身世帯	296	(5.7%)	407	(7.9%)	427	(7.4%)	111	+37.5%	20	+4.9%
男	86	(1.7%)	129	(2.5%)	139	(2.4%)	43	+50.0%	10	+7.8%	

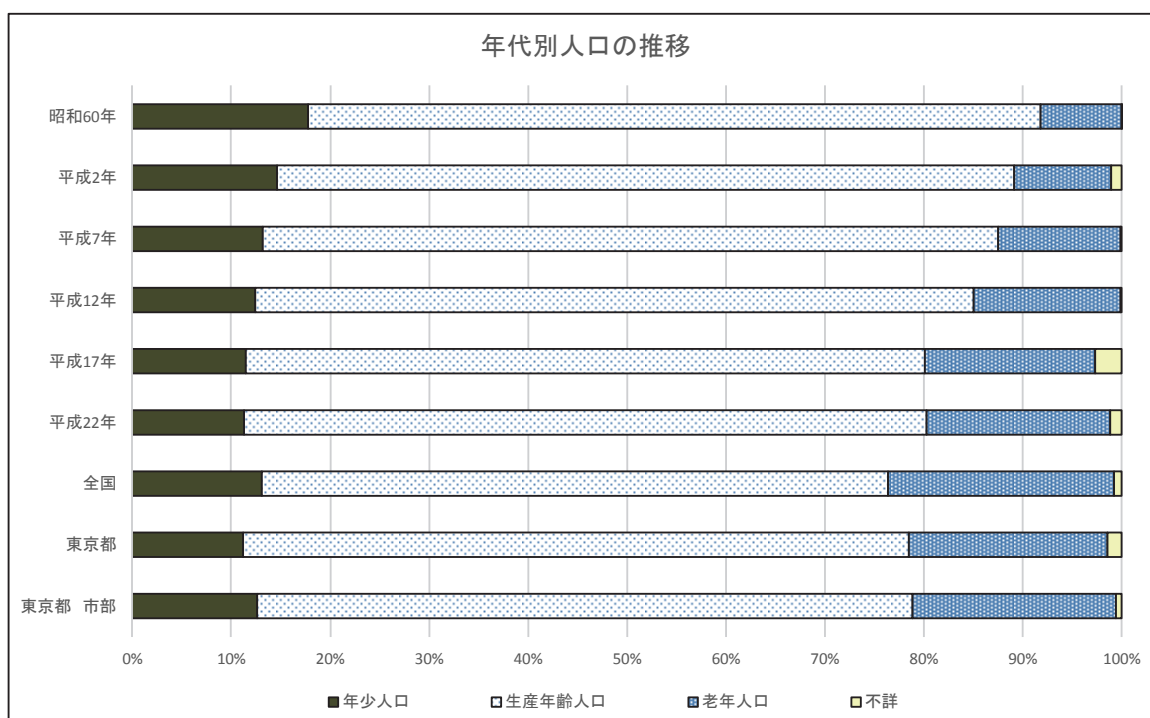
地 域	平成12年		平成17年		平成22年		平成17～12年		平成22～17年		
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	増減実数	増減比	増減実数	増減比	
前原町	一般世帯総数	6,089		6,091		6,473		2	+0.0%	382	+6.3%
	親族世帯	3,889	(63.9%)	3,756	(61.7%)	3,851	(59.5%)	-133	-3.4%	95	+2.5%
	核家族世帯	3,517	(57.8%)	3,430	(56.3%)	3,562	(55.5%)	-87	-2.5%	132	+3.8%
	夫婦のみの世帯	1,114	(18.3%)	1,110	(18.2%)	1,211	(18.7%)	-4	-0.4%	101	+9.1%
	うち高齢夫婦世帯	524	(8.6%)	576	(9.5%)	616	(9.5%)	52	+9.9%	40	+6.9%
	夫婦と子供から成る世帯	1,946	(32.0%)	1,865	(30.6%)	1,836	(28.4%)	-81	-4.2%	-29	-1.6%
	男親と子供から成る世帯	75	(1.2%)	72	(1.2%)	88	(1.4%)	-3	-4.0%	16	+22.2%
	うち父子世帯	5	(0.1%)	8	(0.1%)	13	(0.2%)	3	+60.0%	5	+62.5%
	女親と子供から成る世帯	382	(6.3%)	383	(6.3%)	427	(6.6%)	1	+0.3%	44	+11.5%
	うち母子世帯	56	(0.9%)	52	(0.9%)	48	(0.7%)	-4	-7.1%	-4	-7.7%
	その他の親族世帯	372	(6.1%)	326	(5.4%)	289	(4.5%)	-46	-12.4%	-37	-11.4%
	非親族世帯	44	(0.7%)	67	(1.1%)	84	(1.3%)	23	+52.3%	17	+25.4%
	単独世帯	2,156	(35.4%)	2,268	(37.2%)	2,538	(39.2%)	112	+5.2%	270	+11.9%
	うち高齢単身世帯	358	(5.9%)	531	(8.7%)	594	(9.2%)	173	+48.3%	63	+11.9%
男	78	(1.3%)	173	(2.8%)	163	(2.5%)	95	+121.8%	-10	-5.7%	
本町	一般世帯総数	9,097		9,579		11,014		482	+5.3%	1,435	+15.0%
	親族世帯	4,506	(49.5%)	4,711	(49.2%)	5,048	(45.8%)	205	+4.5%	337	+7.2%
	核家族世帯	4,075	(44.8%)	4,314	(45.0%)	4,694	(42.6%)	239	+5.9%	380	+8.8%
	夫婦のみの世帯	1,501	(16.5%)	1,634	(17.1%)	1,793	(16.3%)	133	+8.9%	159	+9.7%
	うち高齢夫婦世帯	607	(6.7%)	681	(7.1%)	765	(6.9%)	74	+12.2%	84	+12.3%
	夫婦と子供から成る世帯	2,048	(22.5%)	2,166	(22.6%)	2,247	(20.4%)	118	+5.8%	81	+3.7%
	男親と子供から成る世帯	84	(0.9%)	74	(0.8%)	103	(0.9%)	-10	-11.9%	29	+39.2%
	うち父子世帯	11	(0.1%)	5	(0.1%)	17	(0.2%)	-6	-54.5%	12	+240.0%
	女親と子供から成る世帯	442	(4.9%)	440	(4.6%)	551	(5.0%)	-2	-0.5%	111	+25.2%
	うち母子世帯	60	(0.7%)	49	(0.5%)	72	(0.7%)	-11	-18.3%	23	+46.9%
	その他の親族世帯	431	(4.7%)	397	(4.1%)	354	(3.2%)	-34	-7.9%	-43	-10.8%
	非親族世帯	46	(0.5%)	130	(1.4%)	130	(1.2%)	84	+182.6%	0	+0.0%
	単独世帯	4,545	(50.0%)	4,738	(49.5%)	5,834	(53.0%)	193	+4.2%	1,096	+23.1%
	うち高齢単身世帯	576	(6.3%)	889	(9.3%)	1,080	(9.8%)	313	+54.3%	191	+21.5%
男	133	(1.5%)	253	(2.6%)	291	(2.6%)	120	+90.2%	38	+15.0%	
桜町	一般世帯総数	1,864		1,887		1,973		23	+1.2%	86	+4.6%
	親族世帯	1,140	(61.2%)	1,090	(57.8%)	1,107	(56.1%)	-50	-4.4%	17	+1.6%
	核家族世帯	1,019	(54.7%)	996	(52.8%)	1,029	(52.2%)	-23	-2.3%	33	+3.3%
	夫婦のみの世帯	329	(17.7%)	299	(15.8%)	353	(17.9%)	-30	-9.1%	54	+18.1%
	うち高齢夫婦世帯	121	(6.5%)	148	(7.8%)	188	(9.5%)	27	+22.3%	40	+27.0%
	夫婦と子供から成る世帯	569	(30.5%)	553	(29.3%)	545	(27.6%)	-16	-2.8%	-8	-1.5%
	男親と子供から成る世帯	25	(1.3%)	24	(1.3%)	17	(0.9%)	-1	-4.0%	-7	-29.1%
	うち父子世帯	2	(0.1%)	1	(0.1%)	2	(0.1%)	-1	-50.0%	1	+100.0%
	女親と子供から成る世帯	96	(5.2%)	120	(6.4%)	114	(5.8%)	24	+25.0%	-6	-0.5%
	うち母子世帯	9	(0.5%)	18	(1.0%)	19	(1.0%)	9	+100.0%	1	+5.6%
	その他の親族世帯	121	(6.5%)	94	(5.0%)	78	(4.0%)	-27	-22.3%	-16	-17.0%
	非親族世帯	11	(0.6%)	34	(1.8%)	25	(1.3%)	23	+209.1%	-9	-26.5%
	単独世帯	713	(38.3%)	763	(40.4%)	841	(42.6%)	50	+7.0%	78	+10.2%
	うち高齢単身世帯	193	(10.4%)	225	(11.9%)	228	(11.6%)	32	+16.6%	3	+1.3%
男	41	(2.2%)	65	(3.4%)	56	(2.8%)	24	+58.5%	-9	-13.9%	
貫井北町	一般世帯総数	4,643		4,093		5,198		-550	-11.8%	1,105	+27.7%
	親族世帯	2,699	(58.1%)	2,348	(57.4%)	2,727	(52.5%)	-351	-13.0%	379	+16.1%
	核家族世帯	2,450	(52.8%)	2,155	(52.7%)	2,525	(48.6%)	-295	-12.0%	370	+17.2%
	夫婦のみの世帯	821	(17.7%)	763	(18.6%)	854	(16.4%)	-58	-7.1%	91	+11.9%
	うち高齢夫婦世帯	306	(6.6%)	378	(9.2%)	346	(6.7%)	72	+23.5%	-32	-8.5%
	夫婦と子供から成る世帯	1,395	(30.0%)	1,145	(28.0%)	1,360	(26.2%)	-250	-17.9%	215	-8.5%
	男親と子供から成る世帯	39	(0.8%)	40	(1.0%)	44	(0.8%)	1	+2.6%	4	+10.0%
	うち父子世帯	5	(0.1%)	3	(0.1%)	6	(0.1%)	-2	-40.0%	3	+100.0%
	女親と子供から成る世帯	195	(4.2%)	207	(5.1%)	267	(5.1%)	12	+6.2%	60	+29.0%
	うち母子世帯	30	(0.6%)	30	(0.7%)	33	(0.6%)	-	-	3	+10.0%
	その他の親族世帯	249	(5.4%)	193	(4.7%)	202	(3.9%)	-56	-22.5%	9	+4.7%
	非親族世帯	32	(0.7%)	31	(0.8%)	55	(1.1%)	-1	-3.1%	24	+77.4%
	単独世帯	1,912	(41.2%)	1,714	(41.9%)	2,416	(46.5%)	-198	-10.4%	702	+41.0%
	うち高齢単身世帯	207	(4.5%)	327	(8.0%)	365	(7.0%)	120	+58.0%	38	+11.6%
男	55	(1.2%)	139	(3.4%)	107	(2.1%)	84	+152.7%	-32	-23.0%	
貫井南町	一般世帯総数	4,725		5,057		5,637		434	+7.0%	580	+11.5%
	親族世帯	3,173	(67.2%)	3,346	(66.2%)	3,545	(62.9%)	173	+5.5%	199	+6.3%
	核家族世帯	2,870	(60.7%)	3,082	(60.9%)	3,299	(58.5%)	212	+7.4%	217	+7.0%
	夫婦のみの世帯	966	(20.4%)	1,005	(19.9%)	1,106	(19.6%)	39	+4.0%	101	+10.0%
	うち高齢夫婦世帯	434	(9.2%)	505	(10.0%)	539	(9.6%)	71	+16.4%	34	+6.7%
	夫婦と子供から成る世帯	1,583	(33.5%)	1,713	(33.9%)	1,770	(31.4%)	130	+8.2%	57	+3.3%
	男親と子供から成る世帯	43	(0.9%)	54	(1.1%)	58	(1.0%)	11	+25.6%	4	+7.4%
	うち父子世帯	7	(0.1%)	7	(0.1%)	13	(0.2%)	-	-	6	+85.7%
	女親と子供から成る世帯	278	(5.9%)	310	(6.1%)	365	(6.5%)	32	+11.5%	55	+17.0%
	うち母子世帯	44	(0.9%)	39	(0.8%)	50	(0.9%)	-5	-11.4%	11	+28.2%
	その他の親族世帯	303	(6.4%)	264	(5.2%)	246	(4.4%)	-39	-12.9%	-18	-6.8%
	非親族世帯	26	(0.6%)	53	(1.0%)	62	(1.1%)	27	+103.8%	9	+17.7%
	単独世帯	1,526	(32.3%)	1,658	(32.8%)	2,030	(36.0%)	132	+8.7%	372	+22.4%
	うち高齢単身世帯	260	(5.5%)	428	(8.5%)	503	(8.9%)	168	+64.6%	75	+17.5%
男	61	(1.3%)	154	(3.0%)	143	(2.5%)	93	+152.5%	-11	-7.1%	

4. 年代別人口の推移

平成22年国勢調査結果における本市の人口を年代階層別に見ると、15歳未満の「年少人口」が13,362人、15歳以上65歳未満の「生産年齢人口」が82,120人、65歳以上の「老年人口」が21,955人であり、全人口に対する構成比がそれぞれ11.4%、69.9%、18.7%となっている。東京都は全国よりも生産年齢人口が占める構成比が高めであるが、本市はさらに都よりも構成比が高い結果となった。しかし時系列にデータを追っていくと、生産年齢人口および年少人口が緩やかに減少を続けており、老年人口では緩やかな増加を続けている結果となっている。以上から全国に比べ生産年齢人口の多い本市においても、近年、少子高齢化の傾向が強まっていることが読み取れる。

また、国土交通白書では2035年頃には東京都においても老年人口が30.7%になると試算されており、本市と都の構成比が近似していることから、本市においても将来的に高齢化が大きな問題になっていくと予想される。

	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	〔参考〕 東京都 市部 平成22年	〔参考〕 東京都 平成22年	〔参考〕 全国 平成22年
年少人口 (~14歳)	18,611	15,479	14,420	13,858	13,049	13,362	520,560	1,477,371	16,803,444
(構成比)	17.8%	14.8%	13.2%	12.4%	11.8%	11.4%	12.6%	11.4%	13.2%
生産年齢人口 (15~64歳)	77,414	78,907	81,196	81,262	78,374	82,120	2,736,155	8,850,225	81,031,800
(構成比)	74.0%	75.3%	74.4%	72.8%	70.6%	69.9%	66.3%	68.2%	63.8%
老年人口 (65歳~)	8,576	10,405	13,500	16,550	19,610	21,955	846,534	2,642,231	29,245,685
(構成比)	8.2%	9.9%	12.4%	14.8%	17.7%	18.7%	20.5%	20.4%	23.0%
不詳	41	1,108	163	155	3,079	1,415	23,879	189,561	976,423
計	104,642	105,899	109,279	111,825	114,112	118,852	4,127,128	13,159,388	128,057,352

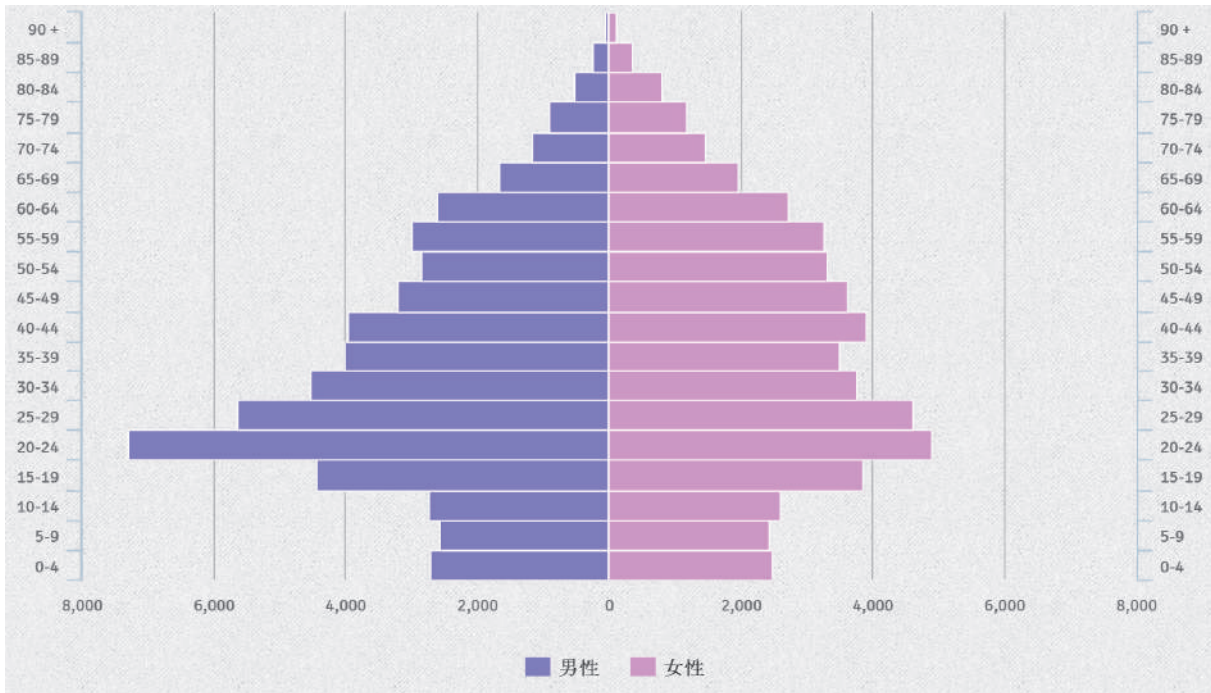


図・表 年代3階層別人口の推移

資料：国勢調査報告

また、5歳階級別人口を平成22年と平成2年で比較すると、平成2年において突出していた「20歳～24歳男性」に大きな減少が見られる。本市では生産年齢人口が多い傾向にあることは前述したが、下記グラフにおいて、特に20～24歳が中心となっていることが分かる。これは複数の大学が立地することが要因の一つと考えられ、本市の特徴の一つとなっている。

年代階層別人口（平成2年 国勢調査）



年代階層別人口（平成22年 国勢調査）

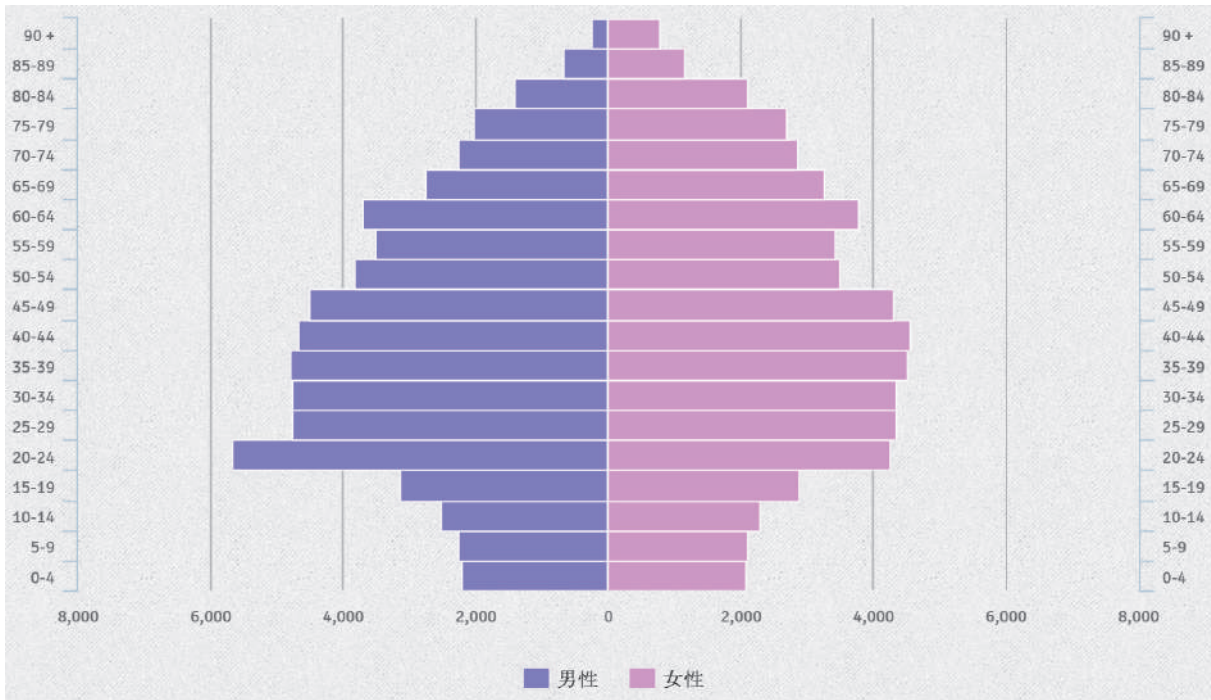


図 本市の年齢階層別人口

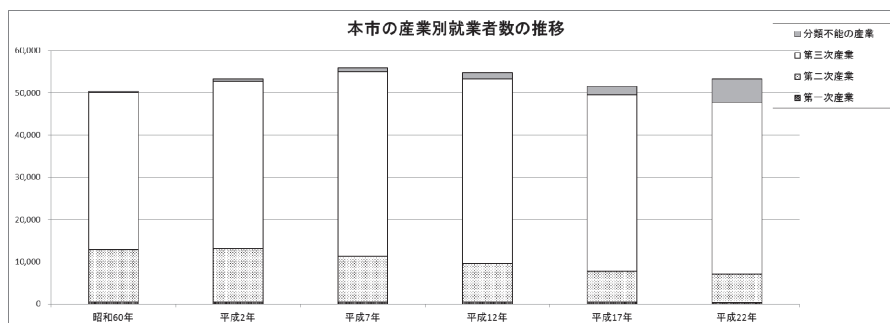
資料：国勢調査

5. 産業別就業人口の推移

本市における平成22年の就業人口は53,289人で、20年前の平成2年と比較し1人減、増減率では±0.0%となり同水準となっている。しかし平成22年の産業別構成比は、第一次産業が124人減（-26.2%）、第二次産業が5,942人減（-47.1%）と大幅に減少しているのに対し、第三次産業は1,195人増（+3.0%）の増加となり、構成比率に変化が生じている。東京都（全体、市部）、全国と比較すると第二次産業の比率が低いのに対し第三次産業が高く、本市の特徴となっている。

※資料：国勢調査（平成17年調査から「日本標準産業分類」の改定に対応し「産業大分類」が変更されている）

	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	平成2年～平成22年増減率	平成17年～平成22年増減率	【参考】 【参考】 【参考】	【参考】 【参考】 【参考】	【参考】 【参考】 【参考】
									東京都市 平成22年	東京都 平成22年	全国 平成22年
第一次産業 (構成比)	502 (1.0%)	474 (0.9%)	439 (0.8%)	423 (0.8%)	403 (0.8%)	350 (0.7%)	-26.2%	-13.2%	13,816 (0.7%)	22,400 (0.4%)	2,381,415 (4.0%)
農業・林業						350 (0.7%)			13,787 (0.7%)	21,718 (0.4%)	2,204,530 (3.7%)
農業	484 (1.0%)	465 (0.9%)	437 (0.8%)	421 (0.8%)	402 (0.8%)	345 (0.6%)	-25.8%	-14.2%	13,538 (0.7%)	21,146 (0.4%)	2,135,977 (3.6%)
林業	2 (0.0%)	2 (0.0%)	- (-)	1 (0.0%)	- (-)	-					
漁業	16 (0.0%)	7 (0.0%)	2 (0.0%)	1 (0.0%)	1 (0.0%)	-	-100.0%	-100.0%	29 (0.0%)	682 (0.0%)	176,885 (0.3%)
第二次産業 (構成比)	12,991 (24.6%)	12,629 (23.7%)	10,822 (19.4%)	9,150 (16.7%)	7,364 (14.3%)	6,687 (12.5%)	-47.1%	-9.2%	324,132 (17.4%)	912,116 (15.2%)	14,123,282 (23.7%)
鉱業	64 (0.1%)	22 (0.0%)	25 (0.0%)	20 (0.0%)	20 (0.0%)	-					
鉱業・採石業・砂利・採取業						11 (0.0%)			478 (0.0%)	1,202 (0.0%)	22,152 (0.0%)
建設業	3,434 (6.8%)	3,619 (6.8%)	3,978 (7.1%)	3,390 (6.2%)	2,673 (5.2%)	2,371 (4.4%)	-34.5%	-11.3%	113,971 (6.1%)	322,941 (5.4%)	4,474,946 (7.5%)
製造業	8,893 (17.7%)	8,988 (16.9%)	6,819 (12.2%)	5,740 (10.5%)	4,671 (9.1%)	4,305 (8.1%)	-52.1%	-7.8%	209,683 (11.3%)	587,973 (9.8%)	9,626,184 (16.1%)
第三次産業 (構成比)	37,123 (73.7%)	39,546 (74.2%)	43,753 (78.3%)	43,768 (80.0%)	41,775 (81.0%)	40,741 (76.5%)	3.0%	-2.5%	1,325,602 (71.3%)	4,256,323 (70.8%)	39,646,316 (66.5%)
電気・ガス・熱供給・水道業	248 (0.5%)	195 (0.4%)	218 (0.4%)	161 (0.3%)	118 (0.2%)	131 (0.2%)	-32.8%	11.0%	6,393 (0.3%)	19,072 (0.3%)	284,473 (0.5%)
情報通信業					4,387 (8.5%)	4,589 (8.6%)		4.6%	114,244 (6.1%)	418,736 (7.0%)	1,626,714 (2.7%)
運輸業	2,090 (4.2%)	2,281 (4.3%)	2,453 (4.4%)	2,430 (4.4%)	1,360 (2.6%)	-					
運輸業・郵便業						1,504 (2.8%)			80,942 (4.4%)	279,021 (4.6%)	3,219,050 (5.4%)
卸売・小売業・飲食店	12,536 (24.9%)	12,375 (23.2%)	14,085 (25.2%)	13,542 (24.7%)							
卸売・小売業					9,035 (17.5%)	8,120 (15.2%)		-10.1%	278,275 (15.0%)	912,689 (15.2%)	9,804,290 (16.4%)
金融・保険業	2,984 (5.9%)	3,281 (6.2%)	3,124 (5.6%)	2,770 (5.1%)	2,452 (4.8%)	2,452 (4.6%)	-25.3%		61,975 (3.3%)	219,825 (3.7%)	1,512,975 (2.5%)
不動産業	1,047 (2.1%)	1,426 (2.7%)	1,362 (2.4%)	1,424 (2.6%)	1,457 (2.8%)						
不動産業・物品賃貸業						1,728 (3.2%)			52,941 (2.8%)	204,463 (3.4%)	1,113,768 (1.9%)
学術研究・専門・技術サービス業						3,215 (6.0%)			88,410 (4.8%)	314,829 (5.2%)	1,902,215 (3.2%)
サービス業	15,587 (31.0%)	17,441 (32.7%)	19,881 (35.6%)	21,267 (38.9%)							
飲食店・宿泊業					2,905 (5.6%)						
宿泊業・飲食サービス業						3,026 (5.7%)			102,395 (5.5%)	364,100 (6.1%)	3,423,208 (5.7%)
生活関連サービス業・娯楽業						1,747 (3.3%)			65,593 (3.5%)	211,129 (3.5%)	2,198,515 (3.7%)
医療・福祉					3,962 (7.7%)	4,636 (8.7%)		17.0%	102,083 (5.5%)	480,574 (8.0%)	6,127,782 (10.3%)
教育・学習支援業					3,809 (7.4%)	3,809 (7.1%)		0.0%	180,729 (9.7%)	260,930 (4.3%)	2,635,120 (4.4%)
複合サービス事業					437 (0.8%)	170 (0.3%)		-61.1%	6,210 (0.3%)	15,261 (0.3%)	376,986 (0.6%)
サービス業 (他に分類されないもの)					9,951 (19.3%)	3,312 (6.2%)		-66.7%	123,390 (6.6%)	392,010 (6.5%)	3,405,092 (5.7%)
公務	2,634 (5.2%)	2,547 (4.8%)	2,630 (4.7%)	2,174 (4.0%)	1,902 (3.7%)	2,302 (4.3%)	-9.6%	21.0%	62,033 (3.3%)	163,684 (2.7%)	2,016,128 (3.4%)
分類不能の産業	329 (0.7%)	641 (1.2%)	869 (1.6%)	1,400 (2.6%)	2,032 (3.9%)	5,511 (10.3%)	759.8%	171.2%	194,864 (10.5%)	821,697 (13.7%)	3,480,298 (5.8%)
総数	50,345	53,290	55,883	54,741	51,574	53,289	0.0%	3.3%	1,858,414	6,012,536	59,611,311



6. 通勤・通学の動向

本市居住者で市内への通勤・通学者は平成22年国勢調査結果で14,463人となっており、20年前の平成2年と比較すると4,437人の減少（-30.9%）と大幅な減少となっている。

本市へ他市町村から流入する通勤・通学者は、平成22年で24,193人であり、平成2年と比較すると1,358人の減少（-5.3%）となっている。平成22年における主な流入市町村については、小平市の2,742人が11.3%を占め、次いで府中市の1,600人、国分寺市の1,438人となっている。都外からの流入は半数以上が通学者であり、20年前よりも構成比が上昇している。

本市から他市町村へ流出する通勤・通学者は、同調査で41,378人となっており、平成2年との比較で7,090人の減少（-17.1%）となっている。平成22年における主な流出市町村については、千代田区が4,402人など特別区が23,485人（構成比：56.8%）を占めているが、特別区への流出は平成2年との比較で5,812人の減少（減少率：19.8%）と変化をみせている。また近隣市では、武蔵野市が529人、小平市が426人減少し、顕著な変化となっている。

平成22年結果において流出超過は17,185人となっている。しかし通勤は20,625人の流出超過であるが、通学者においては3,440人の流入超過となっており、本市の特徴のひとつと言える。

市内での通勤・通学	平成2年				平成22年				平成22年-平成2年			
	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	構成比	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	構成比	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	増加率
市内	5,162		18,900		12,149	2,314	14,463		-1,155	-3,282	-4,437	-23.5%
自宅内			5,162				3,583				-1,579	-30.6%
他市町村→小金井市①	10,480	15,071	25,551		15,211	8,982	24,193		4,731	-6,089	-1,358	-5.3%
都内	7,828	13,043	20,869	80.9%	12,798	5,679	18,478	76.4%	5,173	-7,364	-2,191	-10.6%
特別区	2,101	1,795	3,896	16.2%	1,888	1,540	3,628	14.6%	-115	-255	-370	-9.5%
千代田区	21	10	31	0.1%	10	5	15	0.1%	-11	-5	-16	-51.5%
中央区	11	4	15	0.1%	16	10	26	0.1%	5	6	11	73.3%
港区	38	12	50	0.2%	25	20	45	0.2%	-13	8	-5	-10.0%
新宿区	109	115	224	0.9%	83	59	142	0.6%	-26	-56	-82	-36.6%
大田区	102	48	150	0.6%	59	71	130	0.5%	-43	23	-20	-13.3%
世田谷区	270	222	492	1.9%	210	209	419	1.7%	-60	-13	-73	-14.8%
渋谷区	63	58	121	0.5%	43	31	74	0.3%	-20	-27	-47	-38.8%
中野区	142	160	302	1.2%	151	103	254	1.0%	9	-57	-48	-15.9%
杉並区	381	457	838	3.3%	531	258	789	3.3%	150	-199	-49	-5.8%
練馬区	250	281	531	2.1%	314	273	587	2.4%	64	-38	26	10.3%
その他	714	428	1,142		544	501	1,045		-170	-73	-243	-21.4%
市町村	6,525	11,248	16,773	66.6%	10,613	4,199	14,812	61.8%	6,288	-7,109	-1,821	-10.8%
八王子市	476	832	1,308	5.1%	715	318	1,033	4.3%	239	-514	-275	-21.0%
立川市	230	628	858	3.4%	497	142	639	2.6%	267	-486	-219	-25.5%
武蔵野市	399	653	1,052	4.1%	638	228	866	3.6%	239	-425	-186	-17.7%
三鷹市	218	615	833	3.3%	638	206	844	3.5%	420	-409	11	1.3%
青梅市	138	258	396	1.5%	197	91	288	1.2%	59	-167	-108	-27.3%
府中市	368	1,194	1,562	6.1%	1,292	308	1,600	6.6%	924	-886	38	2.4%
昭島市	114	391	505	2.0%	305	122	427	1.8%	191	-269	-78	-15.4%
狛江市	126	240	366	1.4%	266	122	388	1.6%	140	-118	22	6.0%
国分寺市	146	91	237	0.9%	121	125	246	1.0%	-25	34	9	3.8%
小平市	830	1,613	2,443	9.6%	2,005	737	2,742	11.3%	1,175	-876	299	12.2%
日野市	224	400	624	2.4%	354	153	507	2.1%	130	-247	-117	-18.8%
東村山市	225	459	684	2.7%	410	200	610	2.5%	185	-259	-74	-10.8%
国分寺市	660	1,046	1,706	6.7%	1,051	387	1,438	5.9%	391	-659	-268	-15.7%
国立市	119	361	480	1.9%	305	90	395	1.6%	186	-271	-85	-17.7%
その他	1,252	2,467	3,719	14.6%	2,019	910	2,929	12.1%	767	-1,557	-790	-21.2%
都外	2,854	2,028	4,882	19.1%	2,412	3,303	5,715	23.6%	-442	1,275	833	17.1%
埼玉県	1,121	1,165	2,286	8.9%	1,259	1,428	2,687	11.1%	138	263	401	17.5%
千葉県	450	156	606	2.4%	251	426	677	2.8%	-199	268	69	11.3%
神奈川県	1,152	501	1,653	6.5%	717	1,159	1,876	7.8%	-435	658	223	13.5%
山梨県	27	127	154	0.6%	85	52	137	0.6%	58	-75	-17	-11.0%
その他	104	77	181	0.7%	100	238	338	1.4%	-4	161	157	86.7%
小金井市→他市町村②	39,982	8,486	48,468		35,836	5,542	41,378		-4,146	-2,944	-7,090	-14.6%
都内	38,189	7,846	46,035	95.0%	33,634	5,068	38,702	93.5%	-4,555	-2,778	-7,333	-15.6%
特別区	28,517	3,790	32,297	60.4%	21,191	2,294	23,485	56.8%	-4,326	-1,498	-5,812	-18.2%
千代田区	5,339	572	5,911	12.2%	4,015	387	4,402	10.6%	-1,324	-185	-1,509	-25.5%
中央区	2,772	18	2,790	5.8%	1,890	4	1,894	4.6%	-882	-14	-896	-32.1%
港区	3,009	104	3,113	6.4%	2,610	82	2,692	6.5%	-399	-22	-421	-13.5%
新宿区	4,401	727	5,128	10.6%	3,366	382	3,748	9.1%	-1,035	-345	-1,380	-26.9%
大田区	301	18	319	0.7%	238	14	252	0.6%	-63	-4	-67	-21.0%
世田谷区	613	396	1,009	2.1%	553	229	782	1.9%	-60	-167	-227	-22.8%
渋谷区	2,057	401	2,458	5.1%	1,790	158	1,938	4.7%	-277	-243	-520	-21.2%
中野区	986	303	1,289	2.7%	796	119	915	2.2%	-190	-184	-374	-29.0%
杉並区	2,092	479	2,571	5.3%	1,706	401	2,107	5.1%	-386	-78	-464	-18.0%
練馬区	281	70	351	0.7%	265	68	333	0.8%	-16	-2	-18	-5.1%
その他	3666	692	4,358	9.0%	3972	450	4,422	10.7%	306	-242	64	129.3%
市町村	12,672	4,068	16,738	34.5%	12,443	2,774	15,217	36.8%	-229	-1,292	-1,621	-9.1%
八王子市	735	506	1,241	2.6%	702	491	1,193	2.9%	-33	-15	-48	-3.9%
立川市	967	208	1,175	2.4%	1,046	205	1,251	3.0%	79	-3	76	6.5%
武蔵野市	2,894	834	3,728	7.7%	2,781	418	3,199	7.7%	-113	-416	-529	-14.2%
三鷹市	1,741	147	1,888	3.9%	1,790	195	1,985	4.8%	49	48	97	5.1%
青梅市	156	9	165	0.3%	132	11	143	0.3%	-24	2	-22	-13.3%
府中市	1,330	302	1,632	3.4%	1,462	215	1,677	4.1%	132	-87	45	2.8%
昭島市	205	13	218	0.4%	210	21	231	0.6%	5	8	13	6.0%
日野市	496	89	585	1.2%	426	156	582	1.4%	-70	67	-3	-0.5%
国分寺市	71	111	182	0.4%	107	58	165	0.4%	36	-53	-17	-9.3%
小平市	1,052	535	1,587	3.3%	854	307	1,161	2.8%	-198	-228	-426	-26.8%
日野市	334	99	433	0.9%	329	95	424	1.0%	-5	-4	-9	-2.1%
東村山市	175	164	339	0.7%	175	37	212	0.5%	0	-127	-127	-37.5%
国分寺市	897	356	1,253	2.6%	928	165	1,093	2.6%	31	-191	-160	-12.8%
国立市	300	155	455	0.9%	285	146	431	1.0%	-15	-29	-44	-9.8%
その他	1,319	538	1,857	3.8%	1,216	254	1,470	3.6%	-103	-284	-387	-20.8%
都外	1,783	840	2,433	6.0%	2,202	474	2,676	6.5%	409	-166	243	10.0%
埼玉県	688	241	929	2.3%	537	171	708	1.8%	-151	140	-11	-0.3%
千葉県	238	88	326	0.7%	267	58	325	0.8%	29	-30	-1	-0.3%
神奈川県	711	260	971	2.0%	889	224	1,113	2.7%	178	-36	142	14.6%
山梨県	27	38	65	0.1%	32	13	45	0.1%	5	-25	-20	-30.8%
その他	129	10	139	0.3%	177	8	185	0.4%	48	-2	46	33.1%
①-②	-29,502	6,585	-22,917		-20,625	3,440	-17,185		6,677	-3,145	5,732	-0.2%

2-2. 産業の状況

1. 産業別事業所数・従業者数の推移

(1) 産業別事業所数

平成18年を最後に、「事業所・企業統計調査」が「経済センサス」へ移行し、センサスでは従来と異なる調査手法を採択しているため、平成24年度のデータと平成18年度以前のデータの相互比較は難しいが、本市における平成24年の事業所総数は2,845であった。

構成比において、東京都と本市を比較すると、東京都と±10%以上の差が生じた産業はなかったが、最も差異が大きかったのは「製造業」で、東京都より5.0%低かった。また、「医療、福祉」は東京都より4.9%高く、共に本市の特徴であると言える。

表 産業別事業所数

	平成8年		平成13年		平成18年		平成24年		【参考】東京都 構成比平成24年
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
農林漁業	2	0.1%	4	0.1%	4	0.1%	2	0.1%	0.1%
鉱業	-		-		-		-		0.0%
建設業	233	7.4%	220	7.4%	187	6.8%	202	7.1%	6.8%
製造業	139	4.4%	95	3.2%	72	2.6%	85	3.0%	8.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	6	0.2%	4	0.1%	4	0.1%	1	0.0%	0.1%
運輸・通信業	50	1.6%							
情報通信業			27	0.9%	24	0.9%	54	1.9%	3.5%
運輸業			28	0.9%	29	1.1%	28	1.0%	2.7%
卸売・小売業、飲食店	1,379	43.7%							
卸売・小売業			852	28.8%	748	27.3%	689	24.2%	24.6%
金融・保険業	39	1.2%	39	1.3%	31	1.1%	38	1.3%	1.7%
不動産業	248	7.9%	220	7.4%	205	7.5%	292	10.3%	9.4%
飲食店、宿泊業			465	15.7%	406	14.8%	408	14.3%	14.2%
医療、福祉			248	8.4%	292	10.7%	319	11.2%	6.3%
教育、学習支援業			152	5.1%	155	5.7%	137	4.8%	2.6%
複合サービス事業			14	0.5%	14	0.5%	12	0.4%	0.3%
サービス業	1,045	33.1%							
サービス業(他に分類されないもの)			574	19.4%	546	20.0%	130	4.6%	6.0%
公務(他に分類されないもの)	14	0.4%	16	0.5%	18	0.7%	-		0.0%
総数	3,155	100.0%	2,958	100.0%	2,735	100.0%	2,845	100.0%	

資料：事業所・企業統計調査(H18以前)、経済センサス(H24)

(2) 産業別従業者数

平成18年を最後に、「事業所・企業統計調査」が「経済センサス」へ移行し、センサスでは従来と異なる調査手法を採択しているため、平成24年度のデータと平成18年度以前のデータの相互比較は難しいが、本市における平成24年の事業所従業者総数は28,232人であった。

構成比において、東京都と本市を比較すると、「医療、福祉」「教育、学習支援業」は東京都を大きく上回っている一方、「製造業」「情報通信業」はやや下回っている。

表 産業別事業所従業者数

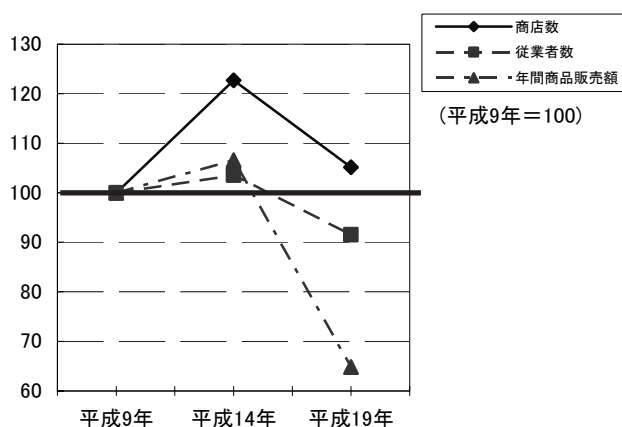
	平成8年		平成13年		平成18年		平成24年		【参考】東京都 構成比平成24年
	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	実数	構成比	
農林漁業	25	0.1%	28	0.1%	35	0.1%	16	0.1%	0.0%
鉱業	-		-		-		-		0.0%
建設業	2,294	8.1%	1,753	6.4%	1,398	5.2%	1,357	4.8%	5.4%
製造業	1,962	6.9%	1,217	4.5%	985	3.7%	1,056	3.7%	8.2%
電気・ガス・熱供給・水道業	196	0.7%	65	0.2%	53	0.2%	16	0.1%	0.4%
運輸・通信業	1,366	4.8%							
情報通信業			268	1.0%	437	1.6%	512	1.8%	9.1%
運輸業			1,026	3.8%	1,177	4.4%	955	5.4%	5.4%
卸売・小売業, 飲食店	9,317	33.0%							
卸売・小売業			6,712	24.7%	5,963	22.3%	6,403	22.7%	22.2%
金融・保険業	677	2.4%	490	1.8%	429	1.6%	489	1.7%	4.8%
不動産業	702	2.5%	612	2.2%	602	2.3%	945	3.3%	4.0%
飲食店, 宿泊業			2,992	11.0%	2,753	10.3%	3,505	12.4%	9.8%
医療, 福祉			2,853	10.5%	3,937	14.7%	4,706	16.7%	7.4%
教育, 学習支援業			4,441	16.3%	4,079	15.3%	4,786	17.0%	3.7%
複合サービス事業			369	1.4%	441	1.7%	191	0.7%	0.2%
サービス業	10,812	38.3%							
サービス業(他に分類されないもの)			3,298	12.1%	3,330	12.5%	741	2.6%	10.4%
公務(他に分類されないもの)	914	3.2%	1,087	4.0%	1,108	4.1%	-		0.0%
総数	28,265	100.0%	27,211	100.0%	26,727	100.0%	28,232	100.0%	

資料：事業所・企業統計調査(H18以前)、経済センサス(H24)

2. 卸売業の動向

商業統計調査結果における本市の卸売業は、平成9年から平成19年まで、過去10年前の動向を見ると、平成9年から14年にかけて、商店数に関して上昇が見られたが、その後は平成19年にかけて、再度平成9年と同程度にまで減少した。

従業員数及び、年間商品販売額においても、平成9年から14年にかけて、商店数の増加と共に微増が見られたが、平成19年には両者とも平成9年を下回り、特に年間商品販売額においては、平成9年と19年とを比較すると、約173億円の大幅減少（減少率：35.2%）となっている。



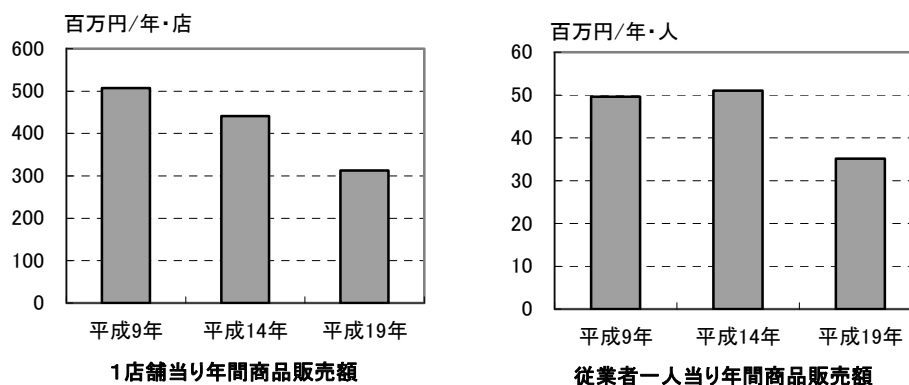
	平成9年	平成14年	平成19年
商店数 (店)	97	119	102
従業員数 (人)	992	1,027	908
年間商品販売額 (百万円/年)	49,198	52,439	31,894

図 卸売業の状況

資料：商業統計調査

※統計方法の変更により、次回調査結果は平成27年6月頃となる見込みです。

これに付随して、一店舗当りの年間商品販売額、従業員一人当りの年間商品販売額も、平成9年と19年とを比較すると、年間商品販売額の大幅減少により減少傾向となっている。



3. 小売業の動向

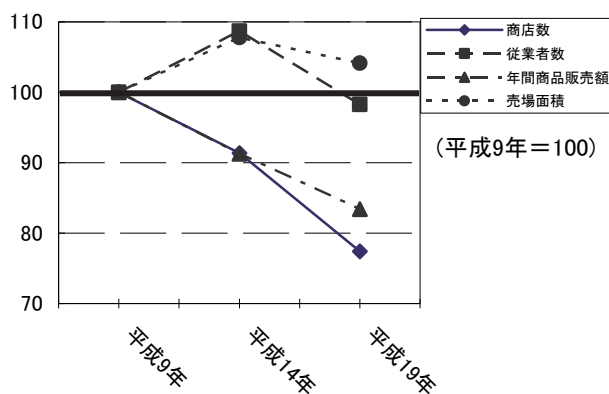
(1) 小売業の概略（基礎数値）

平成19年における本市小売業は、商店数593店、従業者数4,540人、年間商品販売額約682億円/年、売場面積72,866㎡となっている。

平成9年から平成19年まで、過去10年前の動向を見ると、従業者数及び売場面積は平成9年から14年にかけて一旦増加したものの、平成19年にかけて再度減少した。一方、商店数及び年間商品販売額においては、断続的に減少している。

10年前の平成9年と比較すると、商店数が173店の減少（減少率：22.6%）、従業者数が80人の減少（減少率：1.7%）、年間商品販売額が約136億円の減少（減少率：16.6%）となっているが、売場面積は2,895㎡の増加（増加率：4.1%）となっている。

業態別数値が一部秘匿されている（次頁参照）ため類推ではあるが、商店数が減少し売場面積が増加している傾向は、面積規模の小さい店舗は減少した反面、比較的面積規模の大きい店舗の占める割合が増加していることを示しているといえる。



	平成9年	平成14年	平成19年
商店数 (店)	766	700	593
従業者数 (人)	4,620	5,021	4,540
年間商品販売額 (百万円/年)	81,732	74,586	68,161
売場面積 (㎡)	69,971	75,408	72,866

図 小売業の状況

資料：商業統計調査（以下同じ）

※統計方法の変更により、次回調査結果は平成27年6月頃となる見込みです。

(2) 業態別本市小売業の状況

1) 基礎数値

① 商店数

平成 19 年の商店数は 593 店であった。平成 9 年と平成 19 年の商店数を比較すると、173 店減少し、-22.6%の差異が生じている。

業態別においては、全業態で平成 9 年より商店数が減少している。特に「織物・衣服・身回品小売業」の減少が著しく、平成 9 年と 19 年を比較すると、37 店減少し、その差は-43.0%にも及んだ。

② 従業者数

平成 19 年の従業者数は 4,540 人であった。平成 9 年と平成 19 年の従業者数を比較すると、80 人減少し、差異は-1.7%となった。

業態別においては、6 業態中半数が増加し、残りの半数は減少した。増加が見られた業態の中でも、特に「家具・建具・什器小売業」は平成 9 年より 53 人増加し、増加率は+21.8%であった。一方、減少した業態の中では、「織物・衣服・身回品小売業」の減少が著しかった。平成 9 年と比較すると、92 人も減少し、減少率は-30.1%にも及んだ。

③ 年間商品販売額

平成 19 年の年間商品販売額は約 682 億円であった。平成 9 年と平成 19 年の年間商品販売額を比較すると、約 136 億円減少し、減少率は-16.6%となった。

業態別において、特に減少率が著しかったのは、「織物・衣服・身回品小売業」、次いで「飲食料点小売業」であった。減少率は順に、-65.4%、-17.6%となっている。

④ 売場面積

平成 19 年の売場面積は 72,866 m²であった。平成 9 年と平成 19 年の売場面積を比較すると、2,895 m²増加し、比率としては 4.1%の増加となった。

業態別の結果では、「飲食料点小売業」「家具・建具・什器小売業」は 6~10%増加した一方、「織物・衣服・身回品小売業」「自動車・自転車小売業」は共に 31%程度減少した。

2) 単位当たり指標

① 1 店舗当り従業者数

平成 19 年における、1 店舗当り従業者数は 7.66 人/店であった。

平成 9 年と比較すると、全業態でそれぞれ 20%以上増加し、全体では 1.63 人（増加率 26.9%）増加している。

特に「家具・建具・什器小売業」では、44.2%にも及ぶ大幅な増加が見られた。

これについては、

-全業態で店舗数が減少している中、従業者数は店舗数の減少率を下回る、あるいは業態によっては増加しているという状況が見られること

-平成 9 年から平成 19 年にかけて、大規模小売店舗の新規出店により約 8,000 m²の売場面積増加が見られること

等から、大規模小売店舗の影響や、現存の店舗において規模拡大の傾向によるものといえる

② 1 店舗当り年間商品販売額

平成 19 年における、1 店舗当り年間商品販売額は約 1.2 億円/年であった。平成 9 年と比較すると、7.7%増加している。

また、未算出の業態以外では、「織物・衣服・身回品小売業 (-39.3%)」を除き、いずれも 9~19% 程度、軒並み増加している。

③従業者 1 人当り年間商品販売額

平成 19 年度の従業者 1 人当り年間商品販売額は、1500 万円/人・年であった。平成 9 年度 (1770 万円) と比較すると、15.1%減少している。

業態別に見ても、全業態で平成 9 年を下回り、中でも「織物・衣服・身回品小売業」においては、50.6%も大幅に減少した。

④坪効率 (売場面積 3.3 m²当り年間商品販売額)

平成 19 年における坪効率 (売り場面積 3.3 m²当たり年間商品販売額) は、310 万円/坪・年となった。

業態別では、秘匿されていない業態のうち、平成 9 年との比較において増加に転じたのは「自動車・自転車小売業 (+49.0%)」のみであった。

一方、減少に転じた業態では、特に「織物・衣服・身回品小売業」の下げ幅が大きく平成 9 年より、49.4%も減少している。

表 小売業の業態別推移

	平成9年	平成14年	平成19年	平成19年 ／平成9年
商店数 (店)	766	700	593	- 22.6%
各種商品小売業	3	2	2	- 33.3%
織物・衣服・身回品小売業	86	77	49	- 43.0%
飲食料品小売業	304	284	229	- 24.7%
自動車・自転車小売業	38	30	33	- 13.2%
家具・建具・什器小売業	58	59	49	- 15.5%
その他の小売業	277	248	231	- 16.6%
従業者数 (人)	4,620	5,021	4,540	- 1.7%
各種商品小売業	166	360	133	- 19.9%
織物・衣服・身回品小売業	306	270	214	- 30.1%
飲食料品小売業	2,290	2,541	2,233	- 2.5%
自動車・自転車小売業	188	200	199	+ 5.9%
家具・建具・什器小売業	243	322	296	+ 21.8%
その他の小売業	1,427	1,328	1,465	+ 2.7%
年間商品販売額 (百万円／年)	81,732	74,586	68,161	- 16.6%
各種商品小売業	4,572	X	X	—
織物・衣服・身回品小売業	8,433	4,358	2,916	- 65.4%
飲食料品小売業	35,399	32,115	29,155	- 17.6%
自動車・自転車小売業	5,145	4,913	5,294	+ 2.9%
家具・建具・什器小売業	5,090	X	4,879	- 4.1%
その他の小売業	23,093	19,208	X	—
売場面積 (㎡)	69,971	75,408	72,866	+ 4.1%
各種商品小売業	6,713	X	X	—
織物・衣服・身回品小売業	10,833	8,274	7,407	- 31.6%
飲食料品小売業	24,724	26,129	26,246	+ 6.2%
自動車・自転車小売業	2,393	1,793	1,652	- 31.0%
家具・建具・什器小売業	6,020	X	6,619	+ 10.0%
その他の小売業	19,288	17,280	X	—
1店舗当り従業者数 (人／店)	6.03	7.17	7.66	+ 26.9%
各種商品小売業	55.33	180.00	66.50	+ 20.2%
織物・衣服・身回品小売業	3.56	3.51	4.37	+ 22.7%
飲食料品小売業	7.53	8.95	9.75	+ 29.4%
自動車・自転車小売業	4.95	6.67	6.03	+ 21.9%
家具・建具・什器小売業	4.19	5.46	6.04	+ 44.2%
その他の小売業	5.15	5.35	6.34	+ 23.1%
1店舗当り年間商品販売額 (百万円／年)	107	107	115	+ 7.7%
各種商品小売業	1,524.0	—	—	—
織物・衣服・身回品小売業	98.1	56.6	59.5	- 39.3%
飲食料品小売業	116.4	113.1	127.3	+ 9.3%
自動車・自転車小売業	135.4	163.8	160.4	+ 18.5%
家具・建具・什器小売業	87.8	—	99.6	+ 13.5%
その他の小売業	83.4	77.5	—	—
従業者一人当り年間商品販売額 (百万円／人・年)	17.7	14.9	15.0	- 15.1%
各種商品小売業	27.5	—	—	—
織物・衣服・身回品小売業	27.6	16.1	13.6	- 50.6%
飲食料品小売業	15.5	12.6	13.1	- 15.5%
自動車・自転車小売業	27.4	24.6	26.6	- 2.8%
家具・建具・什器小売業	20.9	—	16.5	- 21.3%
その他の小売業	16.2	14.5	—	—
売場面積3.3㎡当り年間商品販売額 <坪効率> (百万円／坪・年)	3.9	3.3	3.1	- 19.9%
各種商品小売業	2.3	—	—	—
織物・衣服・身回品小売業	2.6	1.7	1.3	- 49.4%
飲食料品小売業	4.7	4.1	3.7	- 22.4%
自動車・自転車小売業	7.1	9.1	10.6	+ 49.0%
家具・建具・什器小売業	2.8	—	2.4	- 12.8%
その他の小売業	4.0	3.7	—	—

X：統計法第14条の規定により、特定の事業所の数値が判別できる項目は統計書で秘匿されている。よって、基礎数値（商店数、従業者数、年間商品販売額、売場面積）が秘匿されている業態については、単位当たり指標を算出できなかった。

資料：商業統計調査

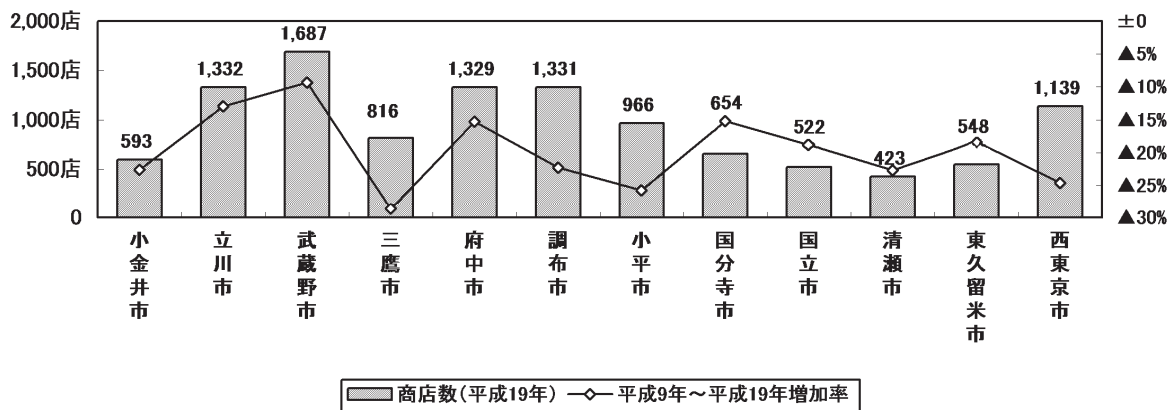
3) 他市との比較

本市小売業の状況を、平成19年商業統計調査結果における「商店数」「従業者数」「年間商品販売額」「売場面積」の基本指標、「1店舗当たり従業者数」「1店舗当たり年間商品販売額」「従業者1人当たり年間商品販売額」「売場面積3.3㎡当たり年間商品販売額(『坪効率』)」の単位当たり指標、さらに売場面積総数に対する大規模小売店舗の売場面積比率について、周辺11市と比較する。

①商店数

本市の商店数は清瀬市、国立市、東久留米市に続き、全12市のうち4番目に低い結果となった。最も商店数が多い武蔵野市は本市の2.84倍、次いで多い立川市は2.24倍となっている。

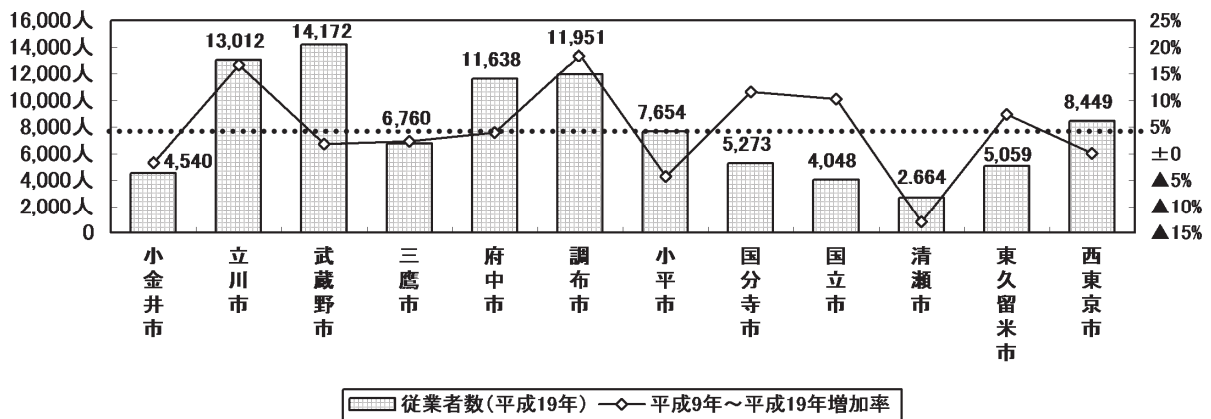
一方、平成9年の結果との比較では、本市で22.6%の減少となるなど、全ての市で商店数が減少した。



②従業者数

本市の従業者数は周辺の11市と比較すると清瀬市、国立市に続き3番目に低く、12市平均(7,935人)を大きく下回る結果となった。最も従業者数が多かったのは商店数同様、武蔵野市であり、本市の3.12倍、次いで多い立川市は2.86倍となっている。

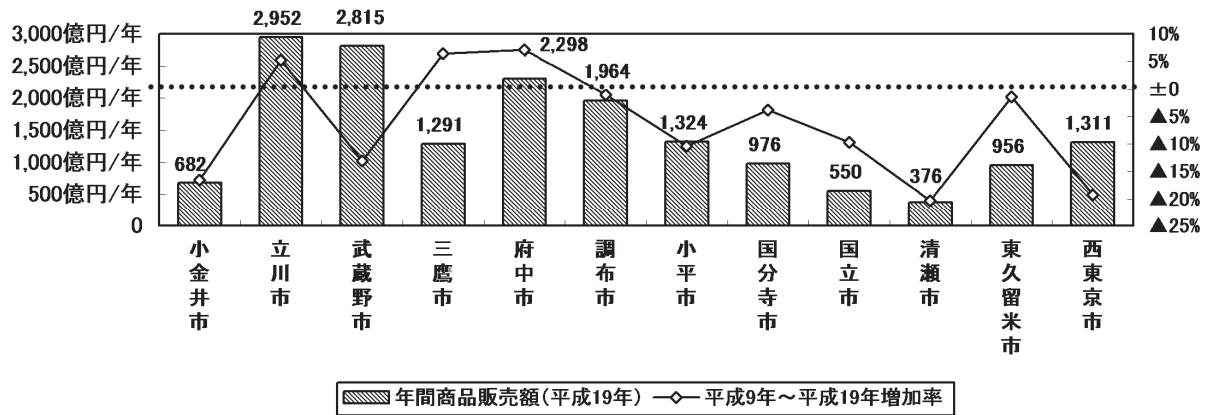
一方、平成9年の結果との比較では、半数近くの市が減少・横ばいとなり、本市は1.7%の減少となった。反面、立川市、調布市では15%以上大きく増加している。



③年間商品販売額

本市の年間商品販売額は、清瀬市、国立市に次ぐ低位となった。これは、従業者数と同一の結果である。上位となった立川市は本市の4.33倍、武蔵野市は4.13倍となっている。

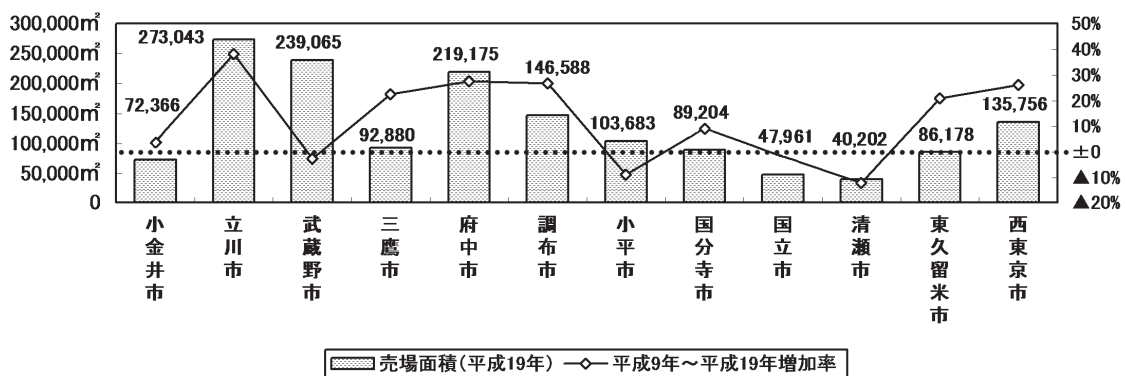
一方、平成9年結果との比較において、本市では16.5%の減少となった。大半の市で減少となり、増加が見られたのは、立川市、三鷹市、府中市の3市のみであったが、増加率はいずれも10%に満たなかった。



④売場面積

本市の売場面積は、清瀬市、国立市に次いで低く、最上位となった立川市は本市の3.75倍、次いで高い武蔵野市は3.28倍となっている。

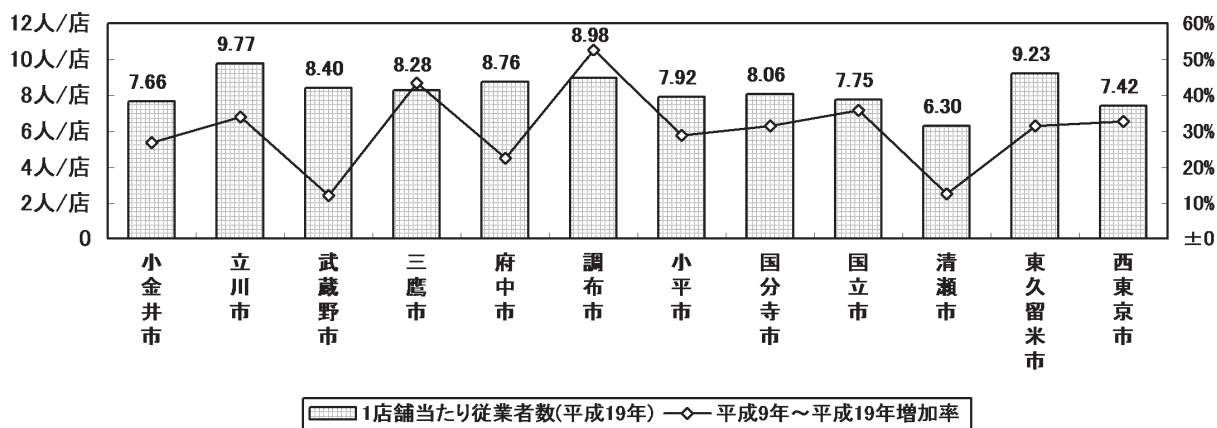
一方、平成9年結果との比較では、本市は4.1%の増加となった。減少に転じた市も3市あったものの、増加率としては他市と比較すると僅かであった。なお、最も増加率が高かった立川市は38.3%の大幅な増加となっている。



⑤1店舗当り従業者数

本市の1店舗当り従業者数は清瀬市、西東京市に次いで少ない7.66人/店となり、12市平均(8.21人/店)と比較しても0.56人/店少ない結果となった。

一方、平成9年と比較すると、全市で増加となり、本市では26.9%の増加となった。特に高い増加率が見られたのは調布市であり、その割合は52.5%にも及んだ。

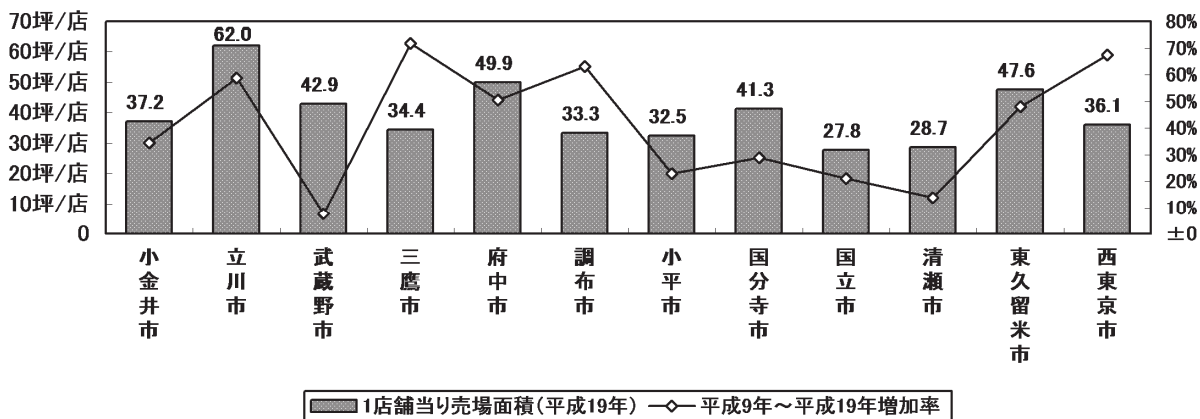


⑥ 1店舗当り売場面積

本市の1店舗当り売場面積は37.2坪/店であり、12市平均(39.5坪/店)より2.3坪/店少ない結果となった。

一方、平成9年と比較すると、全市で増加となり、本市の増加率は+34.5%であった。

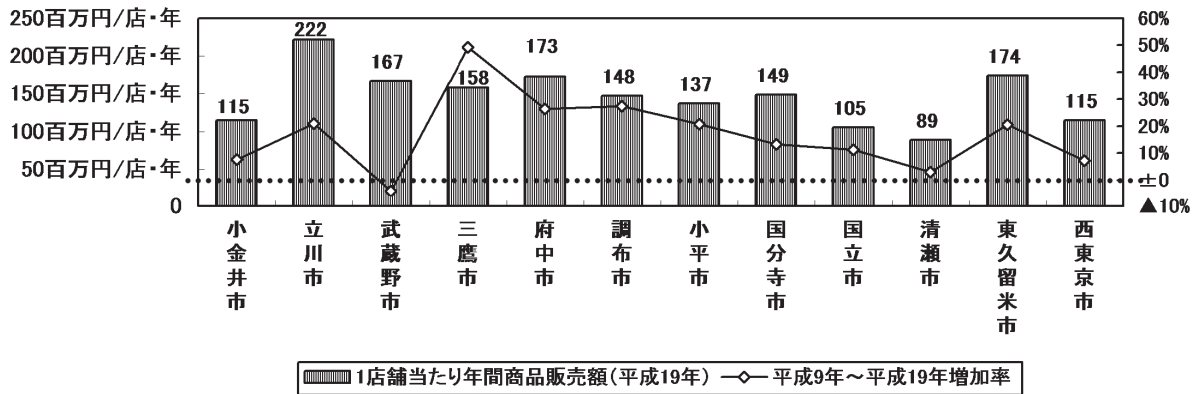
特に大きな上昇が見られたのは三鷹市で、71.8%の大幅な増加となった。



⑦ 1店舗当り年間商品販売額

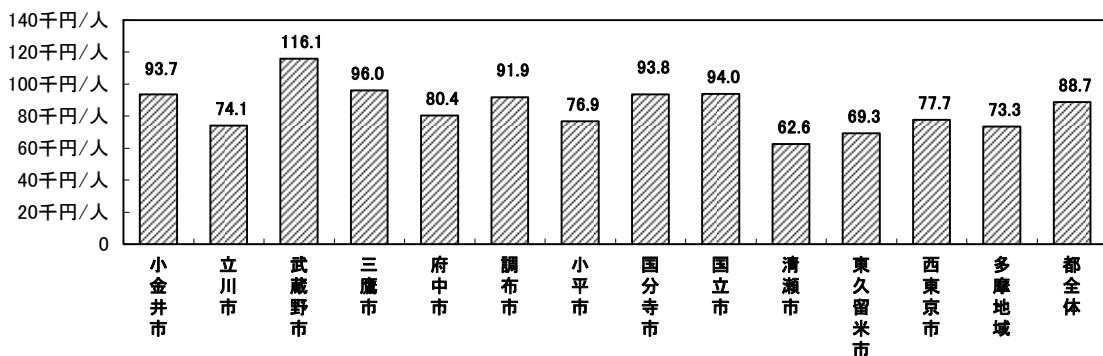
本市の1店舗当り年間商品販売額は約1,150万円/店・年となっており、西東京市と並んだ。全12市の中では清瀬市、国立市に次いで少ない額であり、最上位の立川市(2,220万円/店・年)の約半数となっている。

一方、平成9年と比較すると、本市では7.7%増加し、減少に転じたのは武蔵野市のみであった。なお、特に大幅な増加が見られたのは三鷹市(+49.2%)であった。



[参考] 人口一人当り個人市民税納税額の比較

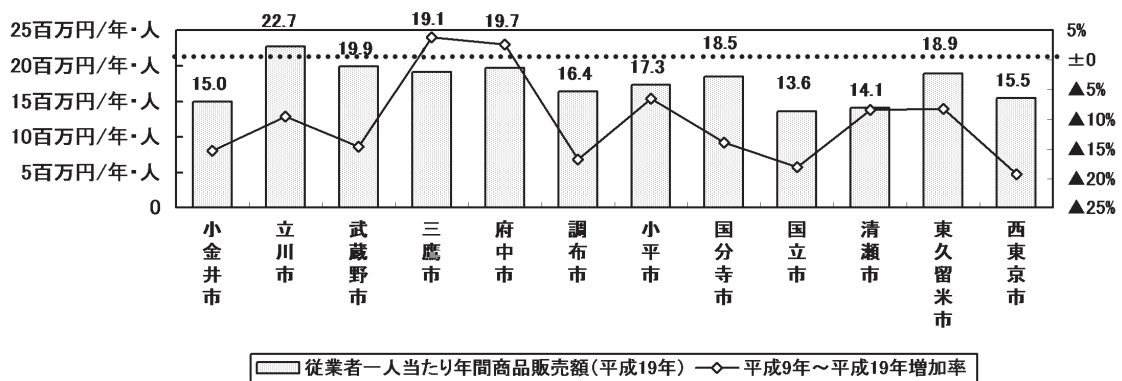
各市民の経済水準を類推するため、平成20年度の個人市民税納税額(決算値)を平成20年1月1日現在の住民基本台帳による人口で割った「人口一人当り個人市民税納税額」を算出すると、小金井市においては93.7千円/人となっている。これは、多摩地域全体(73.3千円/人)、さらに都全体(88.7千円/人)を上回り、周辺12市の中では武蔵野、三鷹、国立、国分寺の各市に次ぎ5番目の高さとなっている。



⑧ 従業者1人当たり年間商品販売額

本市の従業者1人当たり年間商品販売額は、約3,100万円/人・年となった。他市と比較すると、国立市、清瀬市に次いで少なく、最上位となった立川市の約7割となっている。

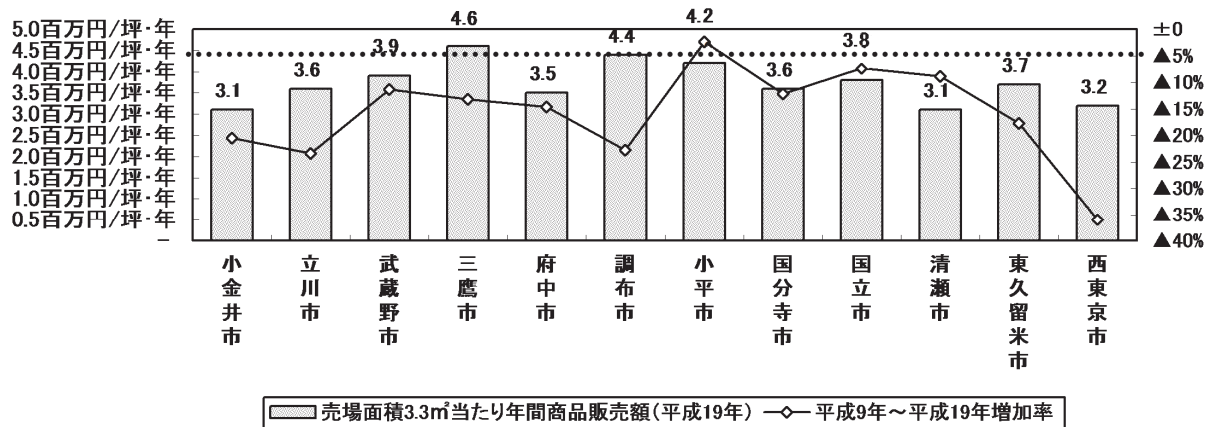
一方、平成9年と比較すると、増加が見られたのは三鷹市、府中市の2市のみとなり、大半の市が減少に転じた。本市でも20.5%の減少となっている。



⑨売場面積 3.3 ㎡当たり年間商品販売額 (『坪効率』)

本市の坪当たり年間商品販売額は約 310 万円/坪・年となった。これは清瀬市と並び全 12 市中最も低い額であり、最上位となった、三鷹市の約 7 割となっている。

一方、平成 9 年との比較では、増加に転じた市はなかった。本市でも 20.6%減少している。



⑩売場面積総数に対する大規模小売店舗売場面積

本市の平成 19 年商業統計調査結果における、売場面積総数に対する大規模小売店舗売場面積の割合は 24.8%であり、三鷹、調布、清瀬の各市とほぼ同じ水準となっている。

小平市や国立市と比較すると、本市が大幅に上回っている一方で、立川市、武蔵野市はいずれも本市の 2 倍以上となっており、これらの市には大規模小売店舗が多く立地していることが窺える。

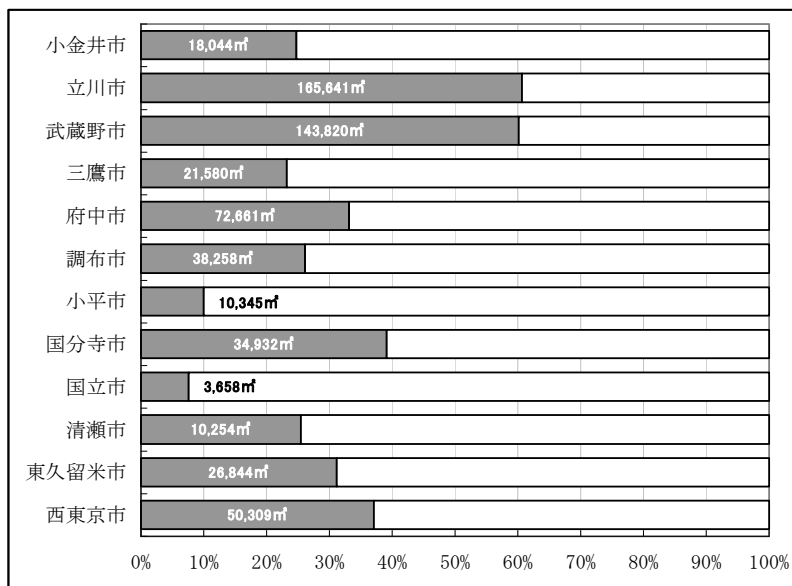


図 売場面積総数に対する大規模小売店舗売場面積の比率

このことから、本市小売業の特徴として、周辺市と比較して事業規模、販売効率とも低位であるといえる。

4) 大規模小売店舗

本市において、店舗面積 1,000 m²以上の「大規模小売店舗」は、平成 27 年 2 月現在 9 店舗が立地している。

このうち、三分の一にあたる 3 店舗は昭和 40 年～50 年代に開店した店舗であり、武蔵小金井駅北口に立地している西友やケーヨーデイツーなどが該当する。

しかしながら、老舗店舗の努力が窺える一方で、近年では、老舗店舗として長く武蔵小金井駅北口に立地していた長崎屋や土井家具センターが閉店し、徐々に老舗店舗の状況に変化が起きているのも事実である。

また、本市の大規模小売店舗は 9 店舗中 6 店舗が食品を主体として扱うスーパーマーケットであり、これは本市の特徴の一つであると言える。

表 大規模小売店舗立地状況

	店舗名	開店日	所在地	業態	店舗面積
1	西友小金井店	昭和40年12月	本町5-12-4	スーパー	6,818m ²
2	グルメンティ小金井店	昭和51年11月	本町5-34-14	スーパー	1,486m ²
3	ケーヨーデイツー小金井店	昭和58年9月	中町1-13-24	ホームセンター	1,399m ²
4	大丸ピーコック東小金井店	平成9年5月	中町2-23-23	スーパー	1,800m ²
5	オリンピック小金井店	平成9年7月	貫井北町4-3-1	スーパー	6,256m ²
6	オーケー武蔵小金井店	平成12年10月	本町1-13-33	スーパー	1,809m ²
7	イトーヨーカドー武蔵小金井店	平成21年3月	本町6-14-9	ショッピングセンター	21,080m ²
8	いなげや小金井本町店	平成21年7月	本町3-1-1	スーパー	1,173m ²
9	MEGAドン・キホーテ武蔵小金井駅前店	平成25年5月	本町5-11-2	ディスカウントストア	11,371m ²

* : 大規模小売店舗立地法施行令第 2 条で、大規模小売店舗は「店舗面積 1,000 m²以上」と定義している。

3. 武蔵小金井駅及び東小金井駅周辺の交通量調査と分析

3-1. 武蔵小金井駅及び東小金井駅周辺における歩行者及び自転車通行量調査結果

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

本調査は、武蔵小金井駅南口再開発事業完了後の武蔵小金井駅周辺の歩行者及び自転車の通行状況と、東小金井駅高架下商業施設及び新改札（nonowa 口）開設後の歩行者及び自転車の通行状況を把握することを目的とする。

(2) 調査対象

調査対象は、中学生以上の歩行者及び自転車（50 cc原動機付き自転車を含む）とする。

(3) 調査地点

調査地点は、下図に示す武蔵小金井駅周辺の 11 箇所（武蔵小金井駅北口 4 箇所、武蔵小金井駅南口 4 箇所、中央線高架下道路 3 箇所）及び東小金井駅周辺の 18 箇所（東小金井駅北口 5 箇所、東小金井駅改札 5 箇所、東小金井駅南口 8 箇所）とする。なおこの調査地点設定は、結果比較のため原則として、武蔵小金井駅側は平成 21 年度に実施した前回調査時と同一としているが、地点 9 と地点 10 は前回の提言を受けて今回新規に設定した調査地点である。東小金井駅側においても平成 24 年度に実施した東小金井駅高架下改札口設置等に伴う影響調査と原則同一であるが、高架下施設及び新改札開設に伴い、改札前の地点 13～16 と地点 17 に新規の観測地点を設けている。

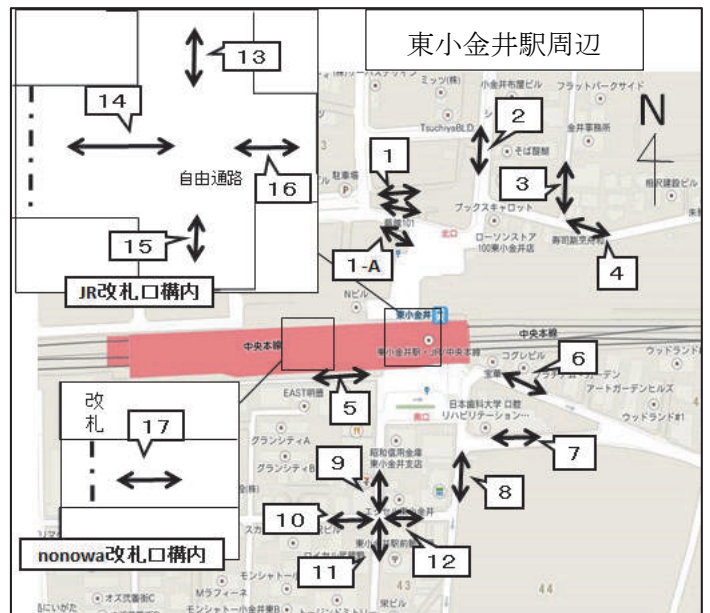
(4) 調査日時

調査は以下の日時で実施した。

平成 26 年 12 月 6 日（土）、午前 7：00～午後 7：00（12 時間）

平成 26 年 12 月 16 日（火）、午前 7：00～午後 7：00（12 時間）

【調査地点位置図】



※両駅の 1、1-A は前は両方で 1 地点の調査であったため、合算して比較を行っている。また、北と東方向を①③など奇数番号、南と西方向を②④など偶数番号とし、交差点は反時計回りにナンバリングした。

3-2. 既往調査結果等との比較分析

【武蔵小金井駅】

《結果の要約》

○今回の調査では駅の南北で異なる傾向が観察された。駅の北側の地点では地点2を除き減少傾向にあったが、南側地点では増加に転じていた。全地点の12時間の合計を算出すると、全地点での増減率は平日-2.5%、休日+6.1%となっている。駅周辺の通行量に大きな変動が生じていないことから、商圈においては駅の南北で異なった傾向が出ていると予想される。

○自転車については小金井街道沿いの地点に偏在して減少が見られ、その他の地点では地点4を除き増加していた。これらは平日・休日共通の傾向であった。

○上記要因としては、駅東側、小金井稼働上に位置する地点6付近での再開発工事により、西側高架下通路へと利用が移動した可能性が考えられる。

○特に地点2では、歩行者・自転車両方の増加から、周辺道路の通行量を注視する必要があると言える。

○南口ロータリー及びタワーマンション付近となる地点9、地点10については今回新規で設けられた観測地点である。前回調査時の「調査地点設定に考慮を要する」との提言を受けたものであるが、こちらの地点については今後の推移に注視する必要がある。

＜平日・歩行者＞

-前回調査では駅の南北を問わず、すべての地点で減少が観察され、50%を超える大幅な減少も複数の地点で報告されていた。今回は通行量の減少が見られた地点は北側地域に偏在しており、高架下と北側の3地点において10~40%の範囲内での減少となっていた。12時間計の最大減少率地点は地点6における-38.4%（1,196人）であり、最少は地点3における-11.8%（1,222人）であった。

-駅南側の地点においては、今回は減少した地点は見られなかった。前回比較が行えるのは2地点のみだが、地点7②（駅から南下する方向）では午前8時台に、地点8③（駅へ向かい北上する方向）で午前7時台に大幅な増加が見られた。

＜休日・歩行者＞

-前回の調査では駅南側の1地点を除くすべての地点で減少が報告されていた。今回の調査では減少が見られた地点は平日と同様、高架下と北側の地点に限定され、南側では増加している。ただし、北側である地点5の12時間計の通行量は、平日は-12.5%（629人減少）となっていたが、休日では+48.5%（1,757人増加）となり、異なる傾向が見られた。

＜平日・自転車＞

-前回調査時に増加が報告された地点においては今回も引き続き増加が確認された。特に地点1は前回も歩行者より自転車の通行量が多く報告されていたが、今回も同様の結果が得られた。

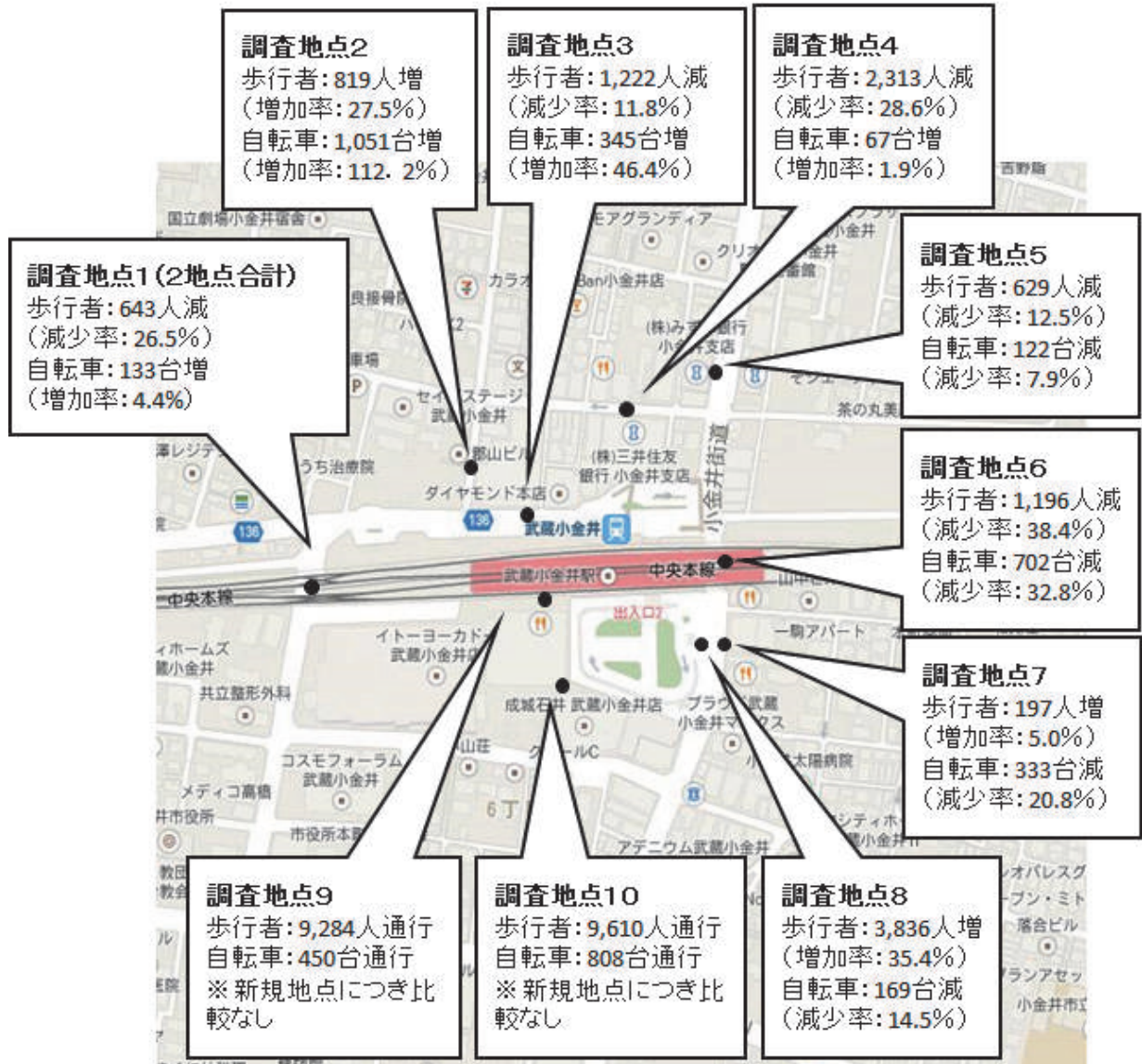
-今回は増加4地点、減少4点であったが、減少した4地点はすべて小金井街道に面していた。

＜休日・自転車＞

-平日で減少が見られた地点に加え地点1、4においても減少が観察された。地点1は踏切の撤去により前は増加しており、近接する地点2、3では増加していることから、このエリアにおける自転車の通行量の減少ではなく、地点1を避ける傾向を示す結果である可能性を示唆している。

調査場所 武蔵小金井

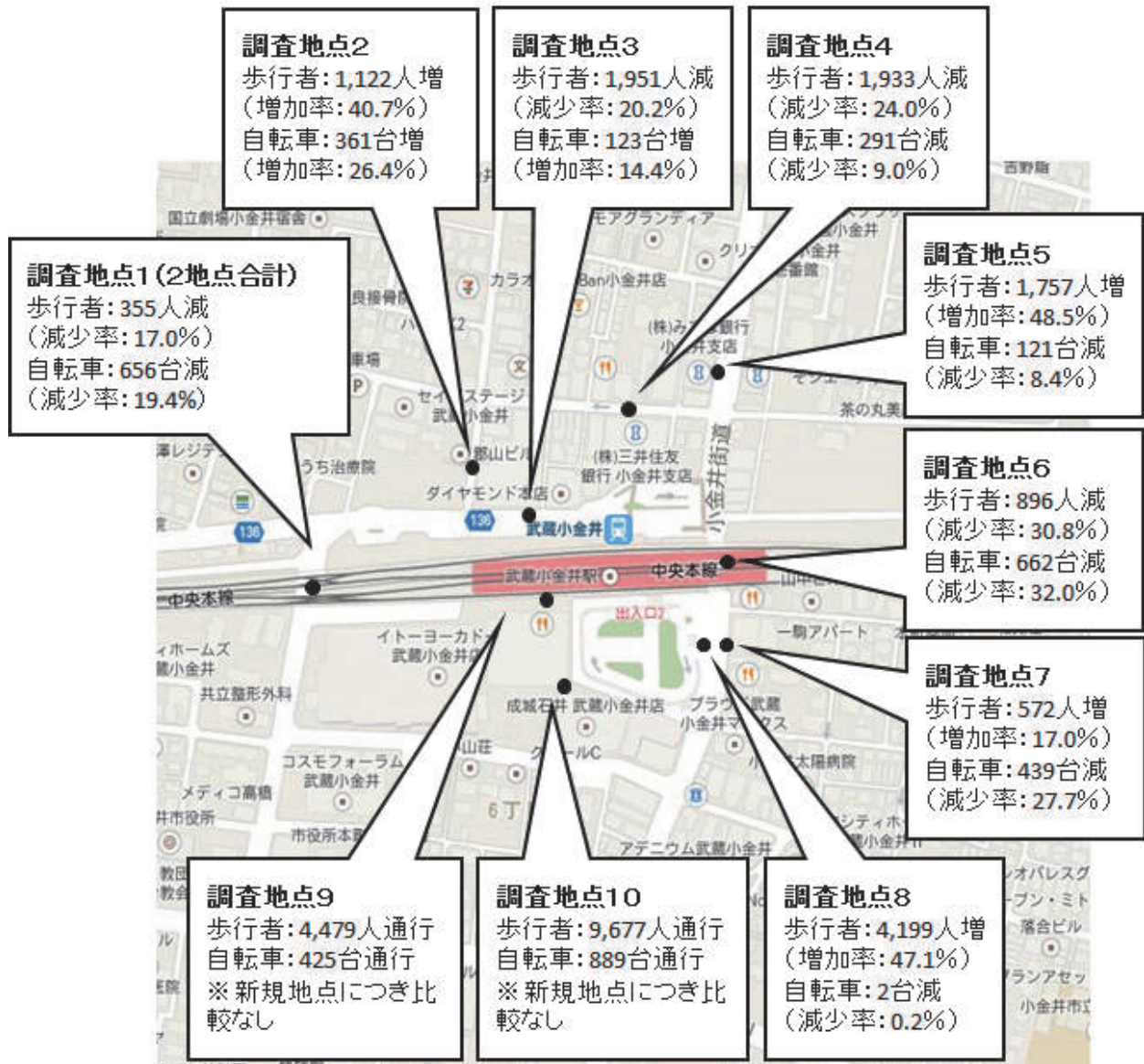
調査日 平日



12時間・両方向計/前回比

調査場所 武蔵小金井

調査日 休日



12 時間・両方向計/前回比

〔環境変化等、留意すべき事項〕

前回調査では留意事項として、調査時期が異なることが挙げられており、今回の調査では以下の通りに実施した。

-前回調査が1月の晴天であったことから、今回は12月上旬に設定した。また雨天は不可とし、晴天時に実施している。

-平日調査では午後3時過ぎに降雨が観察されたが、15分程と短時間であり、また少雨であったことから通行量に大きな影響は見られなかった。

-地点1については拡幅工事が実施されており、中央分離帯と両側に歩道が整備された。地点1に近接した地点2が平日112.2%増(1,051台増)となっているのに対し、地点1では平日4.4%増(133台増)にとどまっている。

-地点6については駅の改装に伴う工事エリア内となっていたが、通行スペースは確保されており、調査時に歩行者及び自転車の通行を妨げる状態ではなかった。

-地点8付近のバスロータリーでは、休日の12時半頃にパトカー数台が出動する事案が生じた。しかし事態は速やかに収集され、歩行者の集中などは見られず、通行量に影響を及ぼすには至らなかった。

上記留意事項を鑑み、今回結果及び前回結果との比較から、以下の考察が得られた。

駅北側活性化のための実態把握

○駅の南側地点で増加へ転じた要因としては、「南口ロータリーの整備」および「南口高層マンションの建築」が関わっていると考えられる。通行量の変動からは南口では再開発事業完了の効果があがっていることが窺える。一方、北側地点においては減少傾向に変化が見られなかった。今後は高架下の新たな通路等にも観測地点も設け、減少傾向が継続しているのか、あるいは動線の変化であるのか等、原因を追究し、対策を講じる必要がある。

繁華街を走行する自転車への対策

○自転車の通行においては、幹線道路などセンターラインがあり、歩道が整備されている地点を避ける傾向が顕著であった。他地点の通行が増加していることから、自転車の通行量自体が減少しているのではなく、付近の他の通路を選択している心理が窺える。通行量が増えていることは新しいチャンスであるが、通過地点となっている可能性も高い。自転車利用者がより、抵抗なく利用できる駐輪場を通行の増加した地点を参考に設置することが有効であると考えられる。

また、路面店の店舗看板により道幅が狭くなっている現状もある。歩行者・自転車双方の安全を図りかつ、通行の際に目に留まるような店舗看板の工夫や管理の徹底も必要である。

【東小金井駅】

《結果の要約》

○高架下商業施設 nonowa 東小金井のオープン及び駅西側に新改札 nonowa 口が開設されたことで、動線に大きな変化が生じた。平日・歩行者では二つの改札付近の通行量を比べると、新改札へ利用がスライドしている現象が見られている。

○休日・歩行者においては従来改札の減少数を新改札の増加数が大きく上回っていた。改札以外の地点の観測結果においても休日は多くの地点で増加が見られており、また地点全体の12時間の合算も前回調査数を上回っていた。

○平日・自転車においても多くの地点で減少が観察された。この減少した地点は平日・歩行者で減少していた地点とほぼ一致しており、全体の12時間の通行量の合算でも14.5%の減少となっていた。ただし駅の南側地域では自転車のみ急増する地点も見られた。

○休日・自転車では一日の合算は4.7%の増加であったが、地点によっては減少が見られ、この減少した地点は平日と同じく、歩行者の減少地点とほぼ一致する結果となっていた。

○周辺地域の人口に減少は見られず（1章）、駅の利用者にも減少が見られないことから、**新しい改札によって通勤・通学に関わる動線に変化が生じたと考えられる**。しかし午前7時、午前8時台以外の時間帯では駅周辺地点の通行量に著しい変化は確認されなかった。

＜平日・歩行者＞

-17地点中12地点で減少する結果となり、全地点の12時間の合算を比較すると14,724人の減少（-18.9%）が確認された。

-従来改札である地点13～16を合算すると15,927人減少していたが、新改札である地点17では15,695人の増加となっていたため、改札周辺地点の通行量は減少しておらず、利用する改札が移った現象であると言える。

-減少の大きい地点をさらに時間帯及び方向別に比較すると地点1①、地点3①、地点4②、地点5①、地点13②の午前7時台の大幅な落ち込みが確認された。これらはすべて駅へ向かう方向であり、同時に新改札となる地点17では午前7、8時台に2,000人を超える通行量を記録していた。

-地点1においては7,017人の大幅な下落（-68.4%）となったが、この地点は再開発に伴う整備工事エリア内であった。減少をもたらした要因が整備工事の影響であるのか、新改札によるものかの解明は次回以降への課題とする。

＜休日・歩行者＞

-平日と異なり17地点中7地点での減少であったが、減少した地点のうち3地点は従来改札付近での観測結果であった。従来改札付近の4地点の12時間計を合算すると3,782人の減少であったが、新改札である地点17の12時間計では10,615人の増加となっており、増加数が減少数を大きく上回る結果となっていた。

-従来改札および工事エリア内である地点1をのぞくと減少していたのは3地点のみであった。地点7で288人（-27.7%）、地点4で132人（-6.2%）、地点10で557人（-33.6%）との結果となっており、多くの地点では増加が見られた。全地点の12時間の合算も7,699人増加しており（+14.8%）、休日は駅改札および周辺への通行量がともに増加する結果となった。

<平日・自転車>

-自転車の通行が確認できた14地点のうち9地点で減少が見られたが、この9地点はすべて平日歩行者においても減少が確認された地点であった。また、12時間の合算においても前回よりも2,530台減少(-14.5%)する結果となった。

-減少した地点の時間帯別・方向別の記録を比較すると、駅へ向かう方向である地点1①、地点3②において平日歩行者と同じく、午前7時台、8時台の顕著な減少が確認された。

-増加した地点では駅南側の二地点において顕著な増加が見られ、地点5では129台増(+300.0%)、地点6では572台増(+100.7%)と非常に大きな増加となっていた。地点5は平日歩行者では1,225人の減少(-38.7%)であり、地点6では増加していたものの212人(+7.8%)にとどまったことから、自転車に特徴的な変化であったことが窺える。

<休日・自転車>

-自転車の通行が確認できた14地点のうち6地点において減少が見られたが、平日同様、減少した地点はほぼ歩行者と一致する結果となった。

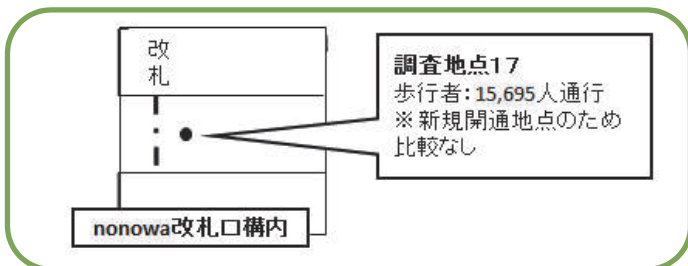
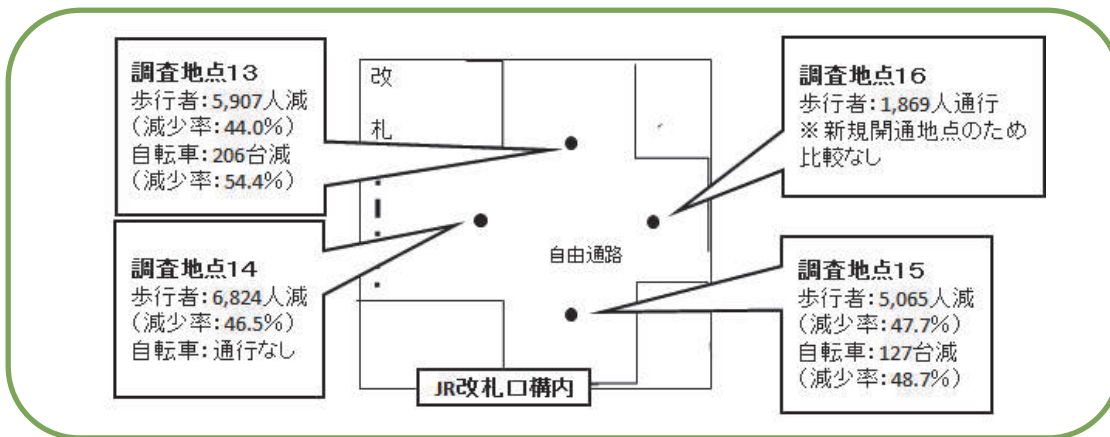
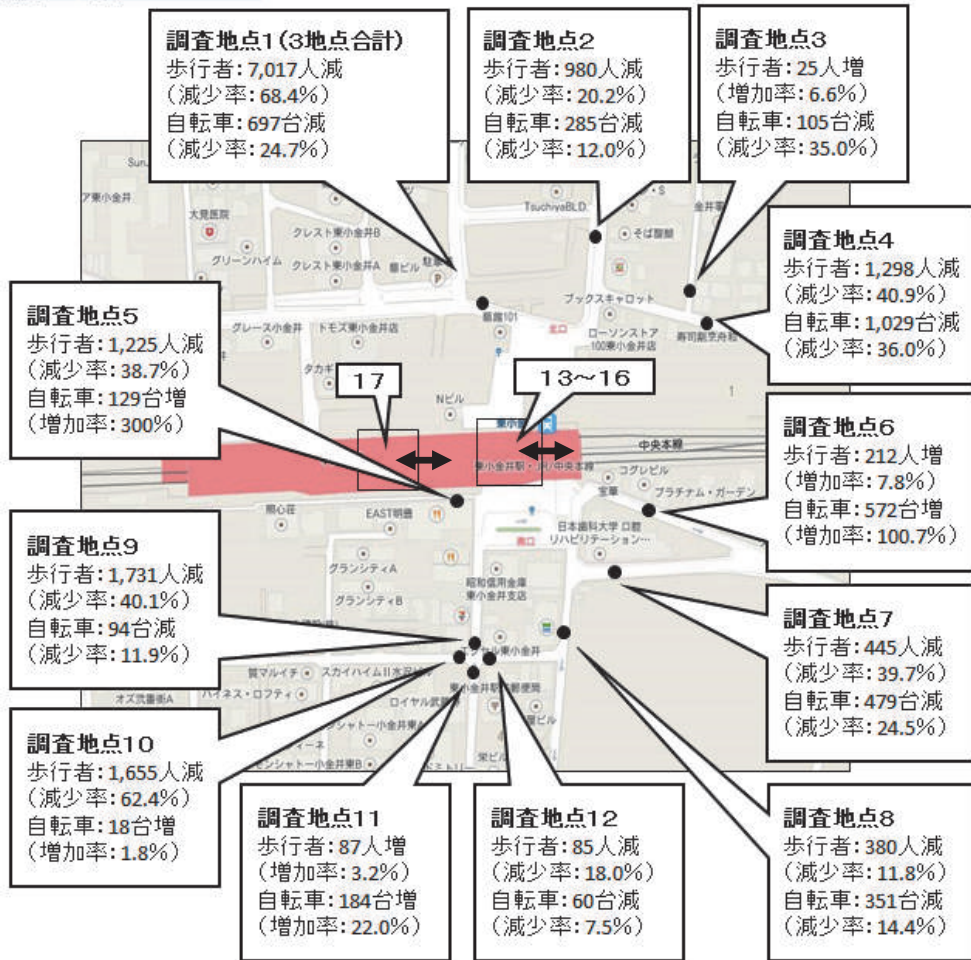
-ただし、減少地点の時間帯別・方向別の前回比較では、平日のような減少する時間帯が偏在することはなく、全体的な減少傾向がみられた。

-増加した地点では平日同様、地点5において162台の増加(+385.7%)、地点6においては574台の増加(115.7%)となった。ただし休日では歩行者においても30~40%程度の増加が見られており、自転車のみの変化とはならなかった。

-また、全地点の12時間での通行量の合算では前回よりも606台増加(+4.7%)しており、減少よりも増加が上回る結果となった。

調査場所 東小金井
調査日 平日

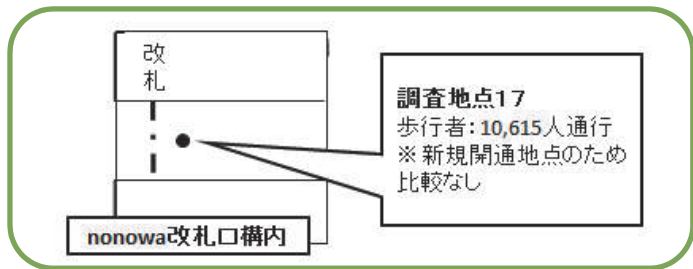
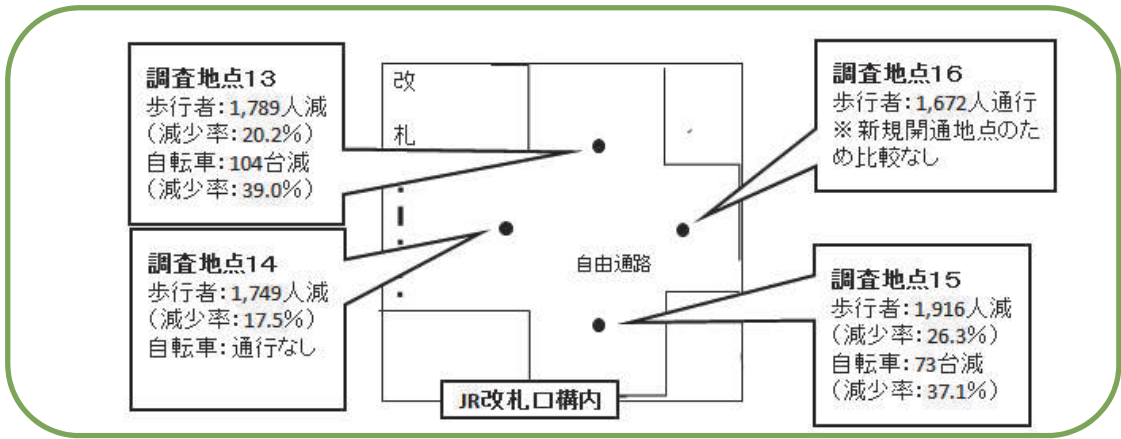
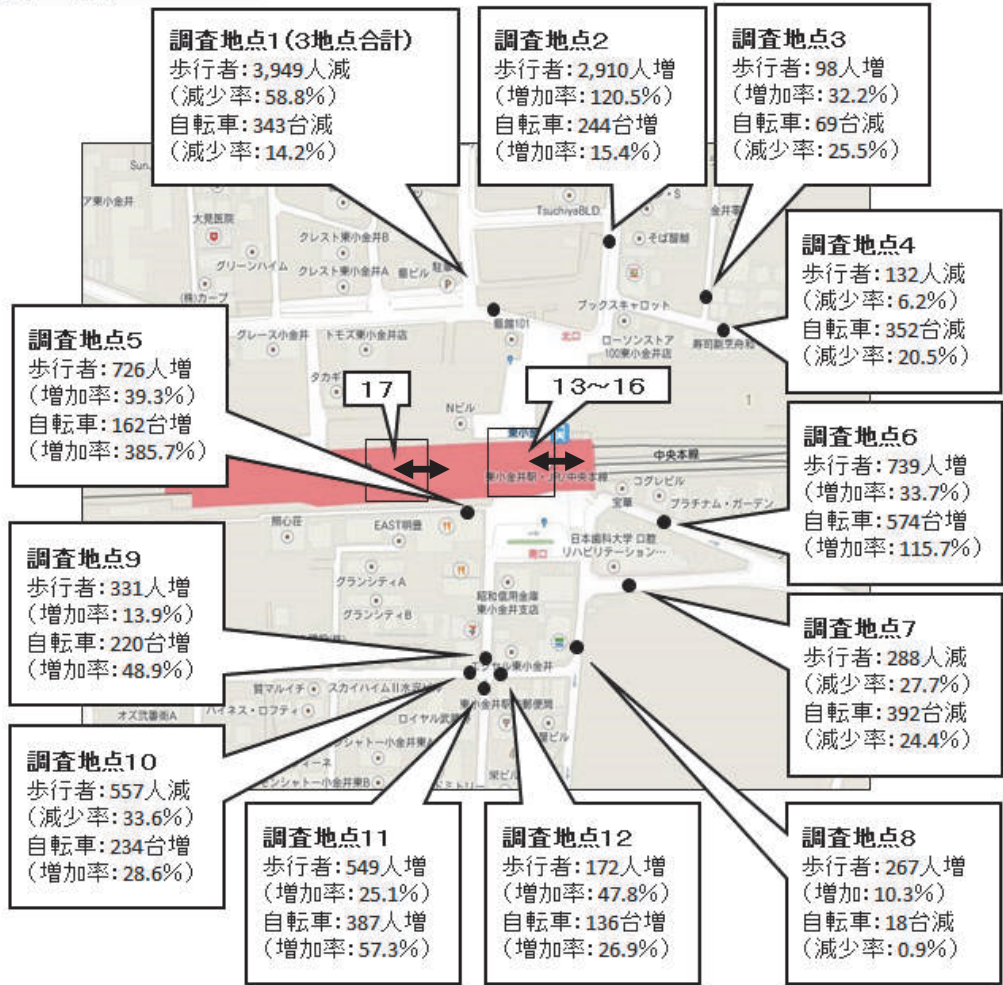
〔凡例〕 ↔ : 駅舎内通り抜け



12時間・両方向計/前回比

調査場所 東小金井
調査日 休日

〔凡例〕 ↔ : 駅舎内通り抜け



12時間・両方向計/前回比

〔環境変化等、留意すべき事項〕

実施時期及び天候については前述の武蔵小金井駅と同じくするものである。ただし、武蔵小金井駅周辺地点は平成 21 年度の本調査報告書をもって比較対象資料としたが、東小金井駅周辺地点については平成 24 年に実施された東小金井駅高架下改札口設置等に伴う影響調査の報告書をもって前回調査と位置付け、調査地点もこれに則って設定を行った。その他の事項は以下の通りとなる。

-前回は駅の改札は東側の 1 箇所であったが、今回は西側の nonowa 口が加わり、新たな観測地点（地点 1 7）を設けた。また、東側の従来の改札口方面においても、南北通路と改札への T 字路であった箇所が、改札から東へ直進して商業施設内へ至る通路が新たに開設され、十字路となったことから観測地点を増設している（地点 1 5 及び地点 1 5 へ進入する 3 方向）。

-また駅の北側地域においては再開発整備事業の対象区域となっており、調査実施時も地点 1 が工事エリア内となっていた。前回の地点 1 に該当する通行の迂回路が複数設けられたため、今回は地点 1 を 3 つの地点から計測し、その各方向別に合計を取り、前回調査の比較を行っている。

-今回は前回調査に則って地点設定を行ったが、調査地点外（主に駅西側）での通行が増加している可能性が高いと言え、今後は西側地点にも注目した地点設定を行っていく必要がある。

上記留意事項を鑑み、今回結果及び前回結果との比較から、以下の考察が得られた。

従来改札周辺も平日早朝以外の交通量に大きな減少は見られず、休日は増加傾向にあった

○休日・歩行者は増加傾向が見られた。また、平日・歩行者は今回は多くの地点で減少が観察されたが、改札付近の利用者数の増減がほぼ一致しており、また顕著な減少が見られたのは駅方向へ向かう早朝の時間帯（午前 7 時、8 時台）に集中し、他の時間帯において大きな変動がなかった。以上から平日・歩行者の減少は全体的な通行量の減少ではなく、新改札へ利用が移行している結果と言える。他地点の早朝以外の通行量にも落ち込みはみられなかったため、nonowa 東小金井開業に伴い、周辺商店街への影響は少なからず出ていると考えられるが、通行量から鑑みると、商機自体が失われている訳ではないということが言える。

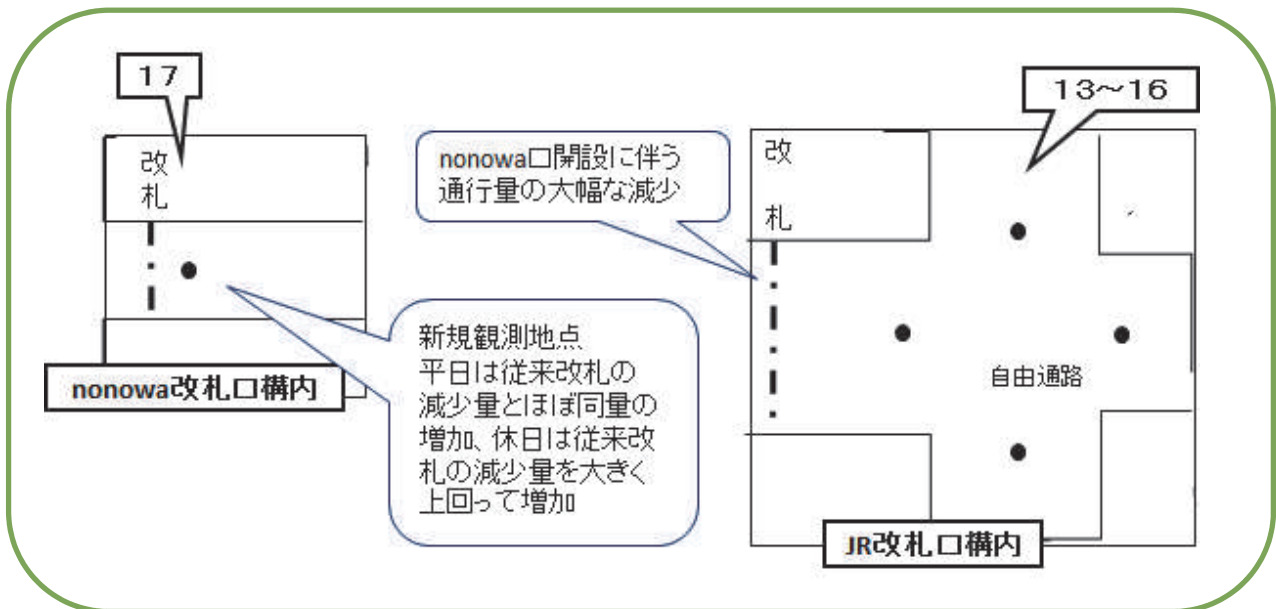
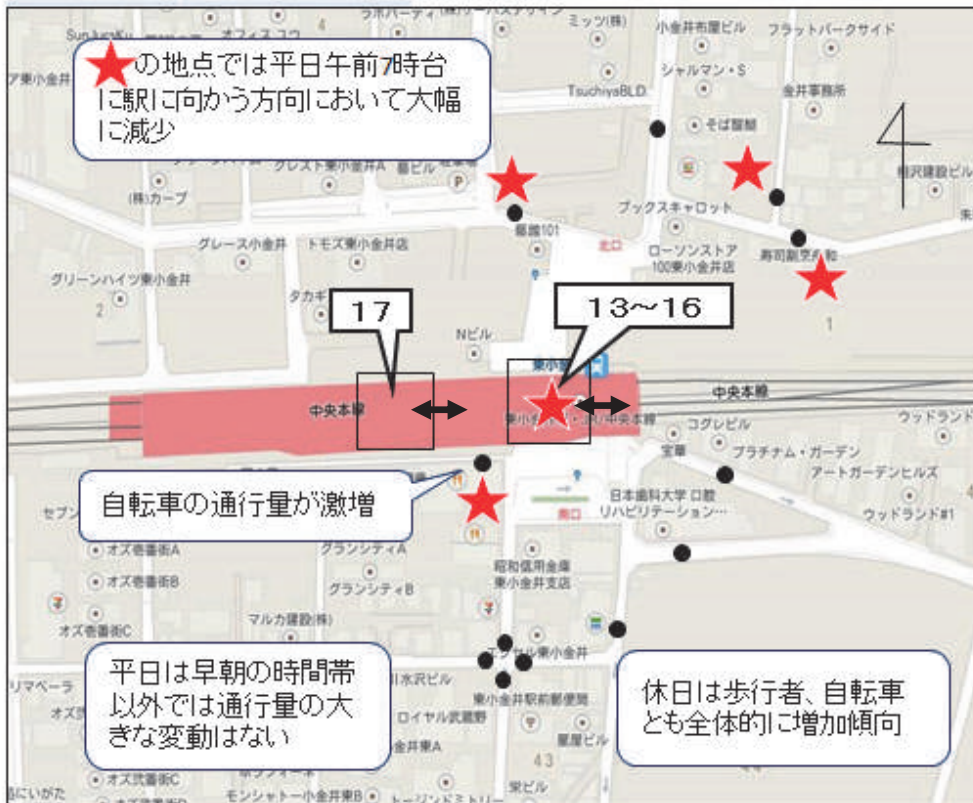
○休日においては歩行者・自転車両方の増加が確認された。これは高架下商業施設開業の影響と考えられ、交通量の増加から、周辺にも波及効果が発生している可能性が示唆されている。

駅以外の周辺地点での駐輪場の整備

○自転車については歩行者同様、休日は増加しており平日に減少が見られた。平日の早朝で大幅な減少が見られた地点については、平日・歩行者の早朝の減少地点と一致しており、自転車においても通行量全体の減少ではなく、西側へのスライド現象の結果であると考えられる。また、休日においては増加が見られ、平日においても早朝以外の時間帯での大きな減少がないことから、歩行者同様、通勤・通学以外の自転車の通行量が落ち込んではいないと言える。ただし現状では駐輪場の増設は駅に近い地点のみに集中している。そのため休日には自転車の通行量の増加が見られているが、周辺商店を快適に利用できる環境が整っているとは言い難く、波及効果が得られにくい一因となっていると推察される。駅以外の商圈内においても駐輪場の整備が待たれる。

〔凡例〕 ↔ : 駅舎内通り抜け

調査場所 東小金井



4. 消費者買物調査

4-1. 消費者買物調査の結果

新産業振興プランの策定にあたり、前回の本調査（平成21年3月に実施）と比較・分析して課題を検討すること、更には平成26年1月に開店した東小金井駅高架下の大型商業施設の影響を見ることを目的とし、ポスティングによる買物調査を実施した。

1. 「消費者買物調査」の実施概要

調査は、以下の内容にて実施された。

(1) 調査の目的

本調査は、前回調査との比較・分析を行い、課題を検討することと、東小金井駅高架下商業施設開業後の市民の主要商品の買い物動向を把握することを目的とする。

(2) 調査の内容

調査内容は、市民の主要商品の買い物場所、買い物理由を把握するもの、および東小金井駅高架下商業施設の利用状況を把握するものとする。

(3) 調査の方法及び調査期間

本調査は、調査の目的を踏まえ、市全域の住宅街を対象に、平成26年11月3、4、6、12日の4日間に渡り、ポスティングにより調査票を配布し、留め置き後、郵送回収(平成26年11月20日消印にて締め切り)により実施した。

(4) 調査票の配布数及び回収数

1) 配布数

調査票は、調査サンプル数1,000件を目標に、10,000票を配布した。

なお、配布数は、市内町別の人口に按分して配布した（下表及び次頁図参照）。

2) 回収数

調査票の回収数は、2,084票（回収率：20.8%）であった。

■ 調査票の町別配布数

	世帯数	割合	ポスティング枚数
総数	56,206	100%	10,000枚
東町	7,926	15%	1,460
梶野町	4,633	8%	840
関野町	539	1%	100
緑町	7,182	13%	1,310
中町	5,777	10%	1,040
前原町	6,812	12%	1,200
本町	10,465	19%	1,850
桜町	2,008	4%	380
貫井北町	5,247	8%	800
貫井南町	5,617	10%	1,020

アンケート票

※お買い物に関することについてお尋ねします※

問1. あなたは、各商品を主にどこで、また、どのようなお店で購入されていますか。

以下の各商品それぞれについて、該当する購入場所欄と店舗形態欄の両方に○印を付けてください。

	購入場所										店舗形態							
	武蔵小金井駅南口周辺	武蔵小金井駅北口周辺	東小金井駅周辺	新小金井駅周辺	市内その他・最寄の商店街	立川	国分寺	武蔵境	吉祥寺	府中	副都心（池袋・新宿・渋谷）	都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	その他市外	一般商店	大型専門店	スーパー	デパート	その他（通販等）
生鮮食品																		
一般食品																		
普段着																		
オシャレ着																		
化粧品																		
アクセサリ																		
雑貨																		
書籍																		
玩具																		
家電																		
介護用品																		
贈答品																		
外食・喫茶																		
日常使うもの																		
趣味的なもの																		



◆nonowa東小金井を利用した経験がないと回答した方にお伺いします
4)nonowa東小金井を利用しない理由はなぜですか。

--

※アンケートの回答者についてお尋ねします※

あなたの性別、年齢、ご住所について、**該当する番号**に○印をつけてください。

性別	1. 男性	2. 女性		
年齢	1. 0～19歳 4. 40～49歳 7. 70～79歳	2. 20～29歳 5. 50～59歳 8. 80歳以上	3. 30～39歳 6. 60～69歳	
ご住所	1. 東 町 5. 中 町 9. 貫井北町	2. 梶野町 6. 前原町 10. 貫井南町	3. 関野町 7. 本 町	4. 緑 町 8. 桜 町

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

2. 調査結果

《回答者属性》

(単位：人)

	全体	年代								
		0～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上	不明
合計	2084	2 0.1%	79 3.8%	319 15.3%	394 18.9%	393 18.9%	405 19.4%	341 16.4%	135 6.5%	16
性別	男性	369 0.0%	21 5.7%	49 13.3%	53 14.4%	54 14.6%	77 20.9%	77 20.9%	38 10.3%	0
	女性	1654 0.1%	58 3.5%	266 16.1%	333 20.1%	329 19.9%	322 19.5%	253 15.3%	90 5.4%	2
	不明	61 1.6%	0 0.0%	4 6.6%	8 13.1%	10 16.4%	6 9.8%	11 18.0%	7 11.5%	14

(単位：人)

	全体	住所										
		東町	梶野町	関野町	緑町	中町	前原町	本町	桜町	貫井北町	貫井南町	不明
合計	2084	314 15.1%	160 7.7%	20 1.0%	328 15.7%	207 9.9%	245 11.8%	371 17.8%	72 3.5%	164 7.9%	184 8.8%	19
性別	男性	369 16.0%	43 11.7%	4 1.1%	38 10.3%	31 8.4%	43 11.7%	67 18.2%	8 2.2%	28 7.6%	46 12.5%	2
	女性	1654 14.9%	115 7.0%	15 0.9%	287 17.4%	173 10.5%	195 11.8%	293 17.7%	60 3.6%	133 8.0%	132 8.0%	4
	不明	61 13.1%	2 3.3%	1 1.6%	3 4.9%	3 4.9%	7 11.5%	11 18.0%	4 6.6%	3 4.9%	6 9.8%	13

(単位：人)

	全体	住所										
		東町	梶野町	関野町	緑町	中町	前原町	本町	桜町	貫井北町	貫井南町	不明
合計	2084	314 15.1%	160 7.7%	20 1.0%	328 15.7%	207 9.9%	245 11.8%	371 17.8%	72 3.5%	164 7.9%	184 8.8%	19
年代	0～19歳	2 0.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.2%	0 0.0%	0
	20～29歳	79 3.8%	20 6.4%	6 3.8%	2 10.0%	8 2.4%	11 5.3%	15 6.1%	8 2.2%	1 1.4%	6 3.7%	6 3.3%
	30～39歳	319 15.3%	45 14.3%	41 25.6%	6 30.0%	44 13.4%	33 15.9%	23 9.4%	40 10.8%	9 12.5%	66 40.2%	41 22.3%
	40～49歳	394 18.9%	51 16.2%	26 16.3%	3 15.0%	91 27.7%	39 18.8%	32 13.1%	71 19.1%	12 16.7%	36 22.0%	26 14.1%
	50～59歳	393 18.9%	46 14.6%	32 20.0%	7 35.0%	64 19.5%	52 25.1%	58 23.7%	59 15.9%	17 23.6%	19 11.6%	32 17.4%
	60～69歳	405 19.4%	71 22.6%	30 18.8%	1 5.0%	65 19.8%	30 14.5%	53 21.6%	74 19.9%	15 20.8%	15 9.1%	30 16.3%
	70～79歳	341 16.4%	55 17.5%	19 11.9%	1 5.0%	44 13.4%	32 15.5%	43 17.6%	84 22.6%	12 16.7%	15 9.1%	19 10.3%
	80歳以上	135 6.5%	26 8.3%	6 3.8%	0 0.0%	11 3.4%	10 4.8%	21 8.6%	33 8.9%	6 3.0%	5 3.0%	6 3.3%
	不明	16 0.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	24 13.0%

なお、本調査実施時 平成26年11月1日現在住民基本台帳による人口は以下のようになっている。
年代別においては40歳代の回答比率が最も高く、このことは実際の人口構成比率と一致している。

また、町丁目別においては実際の人口構成比率と近似の傾向(両者の差は±3%の範囲内)となっている。このことを勘案して今後の結果を見ていく必要がある。

(単位：人)

	0～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70～79歳	80歳以上	計
男性	9,966 17.1%	8,282 14.2%	9,191 15.8%	9,469 16.3%	7,796 13.4%	6,586 11.3%	4,250 7.3%	2,699 4.6%	58,239
女性	9,337 15.8%	7,899 13.3%	8,598 14.5%	9,163 15.5%	7,275 12.3%	6,693 11.3%	5,559 9.4%	4,661 7.9%	59,185
計	19,303 16.4%	16,181 13.8%	17,789 15.1%	18,632 15.9%	15,071 12.8%	13,279 11.3%	9,809 8.4%	7,360 6.3%	117,424

町丁目	東町	梶野町	関野町	緑町	中町	前原町	本町	桜町	貫井北町	貫井南町	計
(人)	15,599	9,617	1,193	15,503	12,308	14,574	20,084	4,228	11,489	12,851	117,424
(構成比)	13.3%	8.2%	1.0%	13.2%	10.5%	12.4%	17.1%	3.6%	9.8%	10.9%	

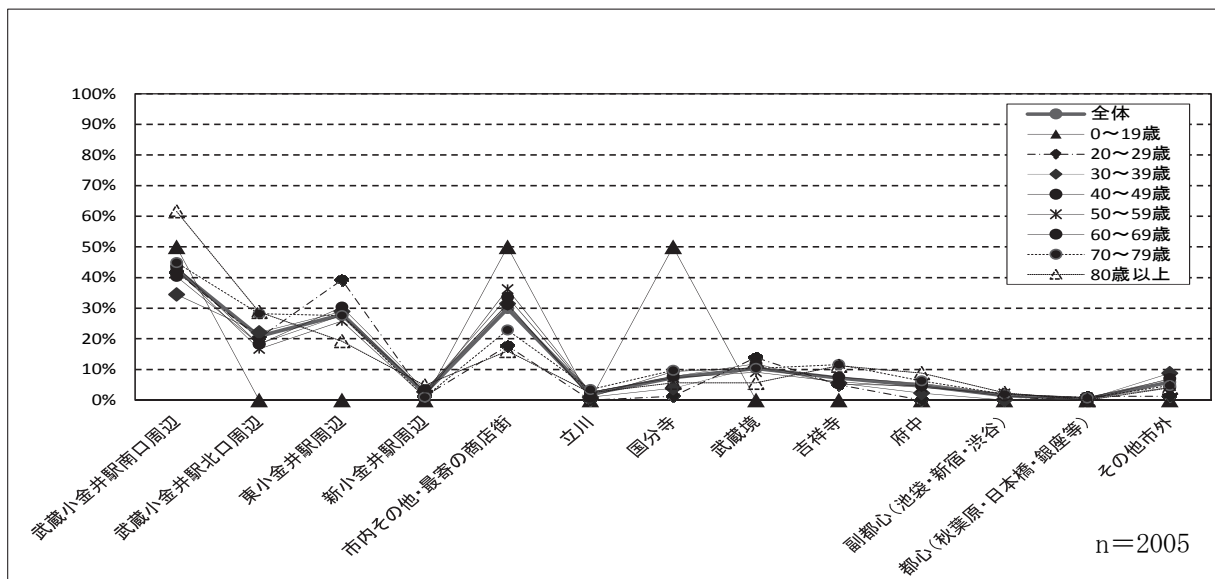
問1 あなたは、各商品をどこで、またどのようなお店で購入されていますか。以下の各商品それぞれについて、該当する購入場所と店舗形態欄の両方に○印をつけて下さい。(複数回答)

○生鮮食品

-購入場所

「武蔵小金井駅南口周辺」が42.6%と最も多く、次いで、「市内その他・最寄の商店街」が29.8%、「東小金井駅周辺」が27.9%となっている。年代別に見ても、ほぼ同様の傾向が見られる。

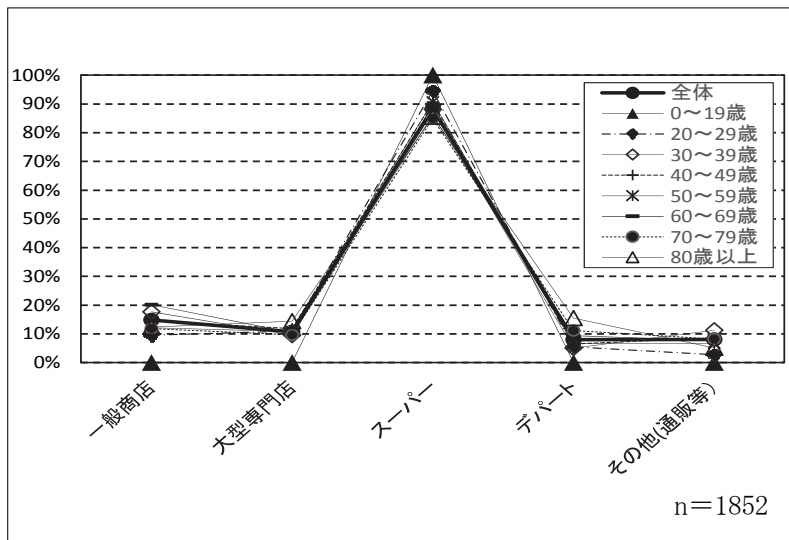
住所別では、前原町居住者は「武蔵小金井駅南口周辺」が77.9%となっている他、本町居住者は「武蔵小金井駅北口周辺」が57.7%、東町及び梶野町、緑町、関野町居住者はいずれも「東小金井駅周辺」の利用が最も多く、順に63.5%、60.1%、57.8%、42.1%であった。一方、貫井北町及び貫井南町居住者は共に「市内その他・最寄の商店街」という回答が過半数を超え、回答率は順に53.1%、53.7%となった。



年代別傾向

-店舗形態

「スーパー」が88.4%と最も多く、次いで、「一般商店」14.9%、「大型専門店」10.7%となっている。年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

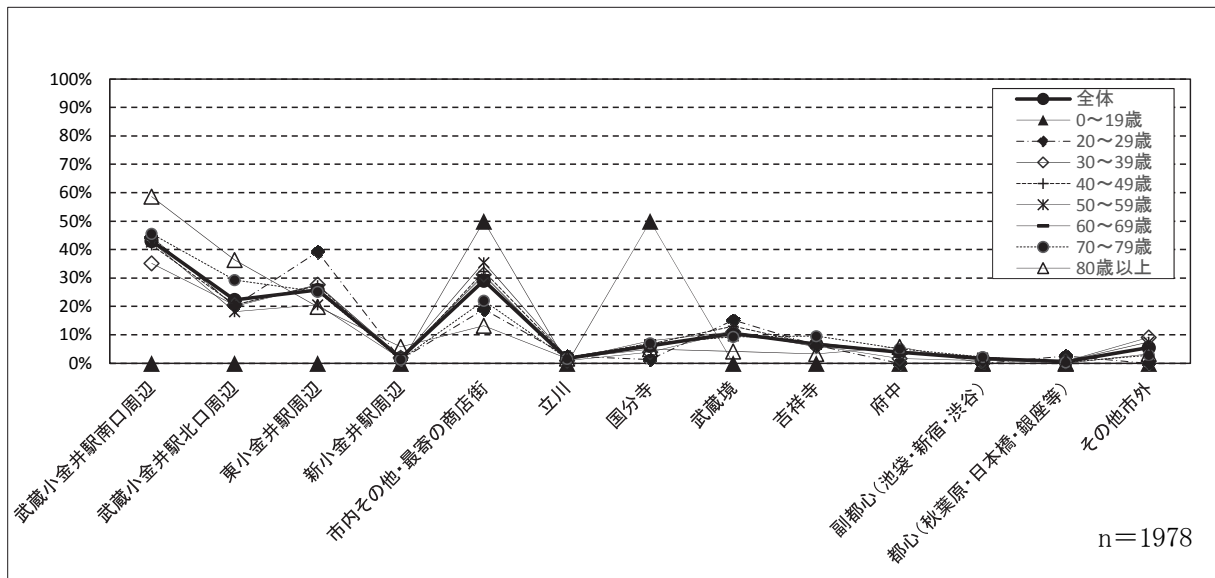
○一般食品

-購入場所

生鮮食品同様、「武蔵小金井駅南口周辺 (43.1%)」、「市内その他・最寄の商店街 (29.1%)」、「東小金井駅周辺 (25.8%)」の順に高い結果となった。

年代別では、20歳代で「東小金井駅周辺」、70歳代以上で「武蔵小金井駅北口周辺」という回答が「武蔵小金井駅南口周辺」に次いで多い点に特徴が見られた。

住所別では、前原町居住者は「武蔵小金井駅南口周辺」が81.5%と極めて高く、本町居住者は「武蔵小金井駅北口周辺」が61.1%、東町居住者は「東小金井駅周辺」が62.2%と、いずれも生鮮食品と同様の傾向が見られた。また、東町、梶野町、関野町の居住者においては「武蔵境」という回答がいずれも3割を超えた。

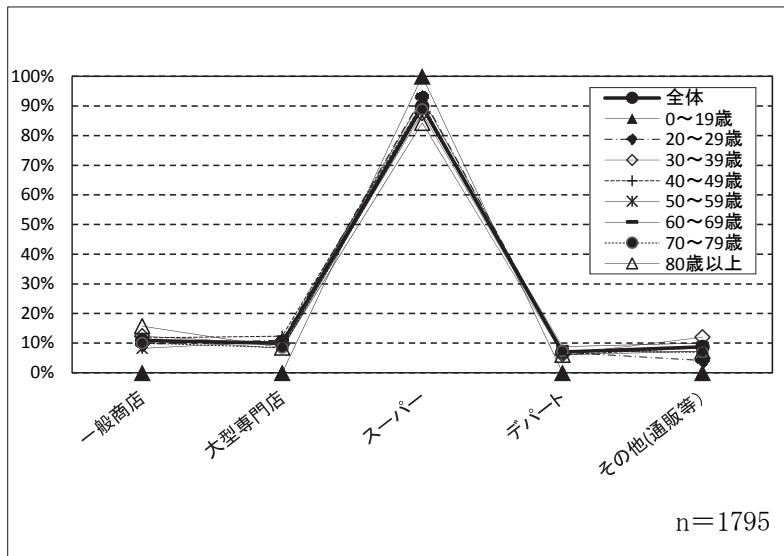


年代別傾向

-店舗形態

「スーパー」が89.9%と最も多く、次いで、「一般商店」10.9%、「大型専門店」9.9%となっている。

年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

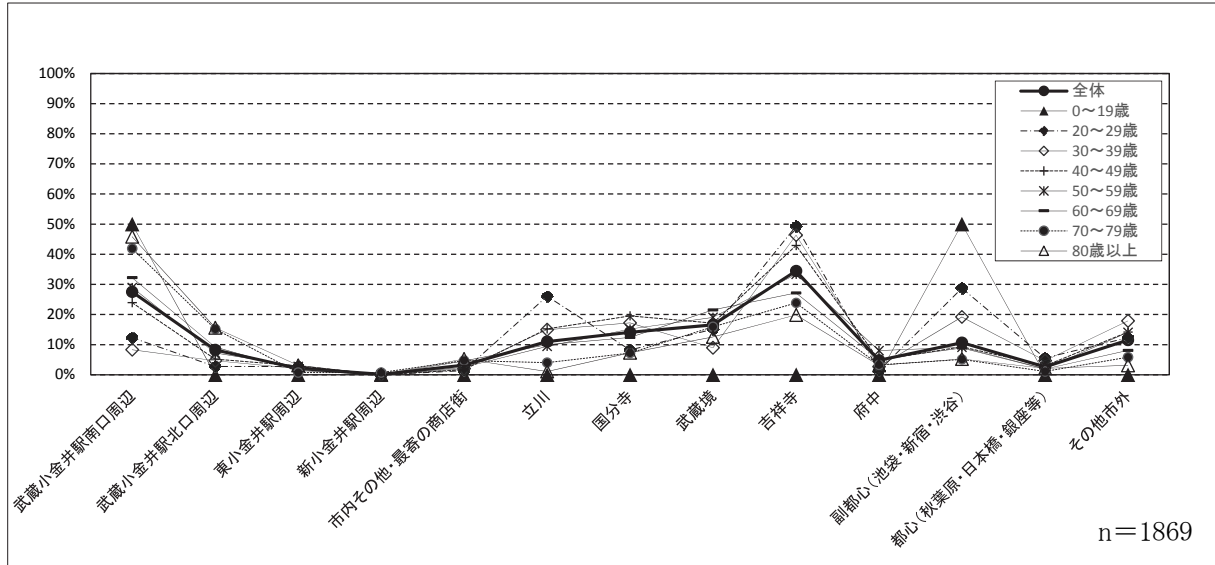
○普段着

-購入場所

「吉祥寺」が 34.4%と最も多く、次いで、「武蔵小金井駅南口周辺」が 27.5%、「武蔵境」が 16.5%となっている。前回、吉祥寺に次いで多かった「武蔵小金井駅北口周辺」は 8.2%であった。

年代別では、40 歳代を境に年代が高くなるほど「武蔵小金井駅南口周辺」が多くなり、若くなるほど「吉祥寺」が多くなる傾向が見られた。

住所別では、東町居住者においては「武蔵境」、貫井南町居住者では「国分寺」という回答がそれぞれ最も多かった。

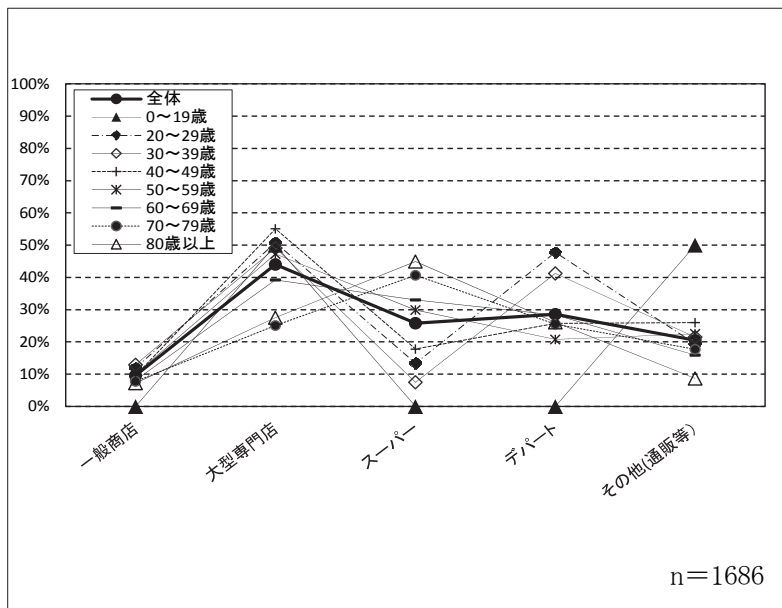


年代別傾向

-店舗形態

「大型専門店」が 44.0%と最も多く、次いで、「デパート」28.6%、「スーパー」25.8%となっている。

年代別では、40 歳代を境に、年代が高くなるにつれ「スーパー」という回答が増加し、70 歳代以上ではこの回答が最も多い点の特徴として挙げられる。



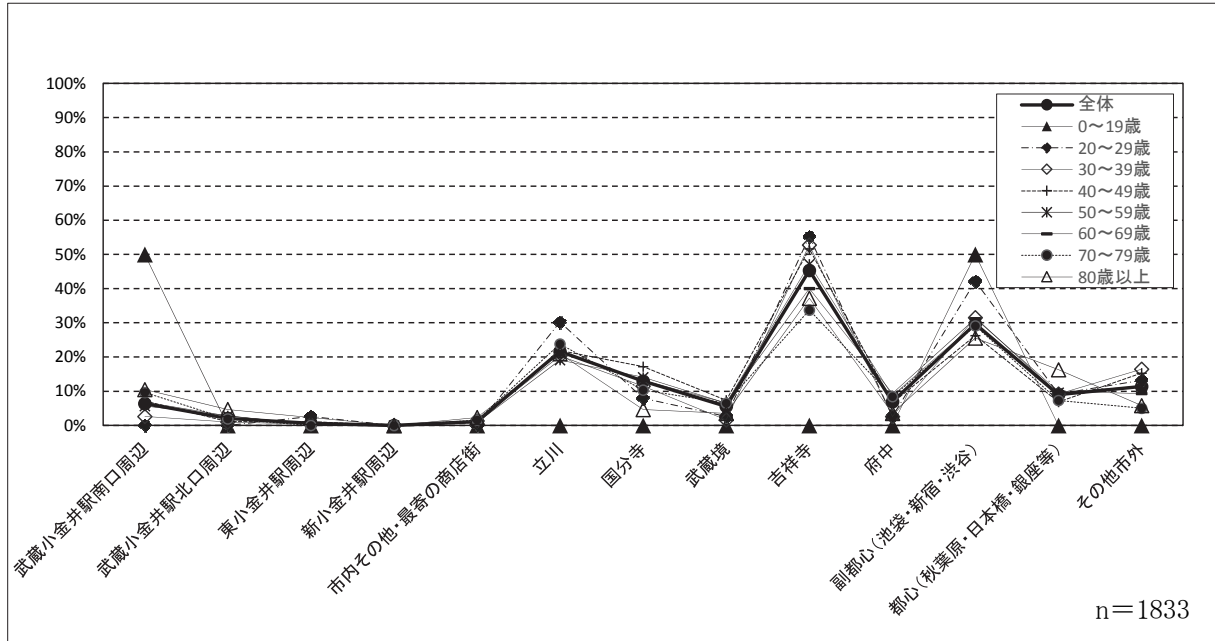
年代別傾向

○オシャレ着

-購入場所

「吉祥寺」が45.3%と最も多く、次いで、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が29.7%、「立川」が21.6%となっている。この傾向は前回調査時と同様である。

住所別において、貫井南町居住者では、「国分寺」という回答が28.4%と比較的多かった。

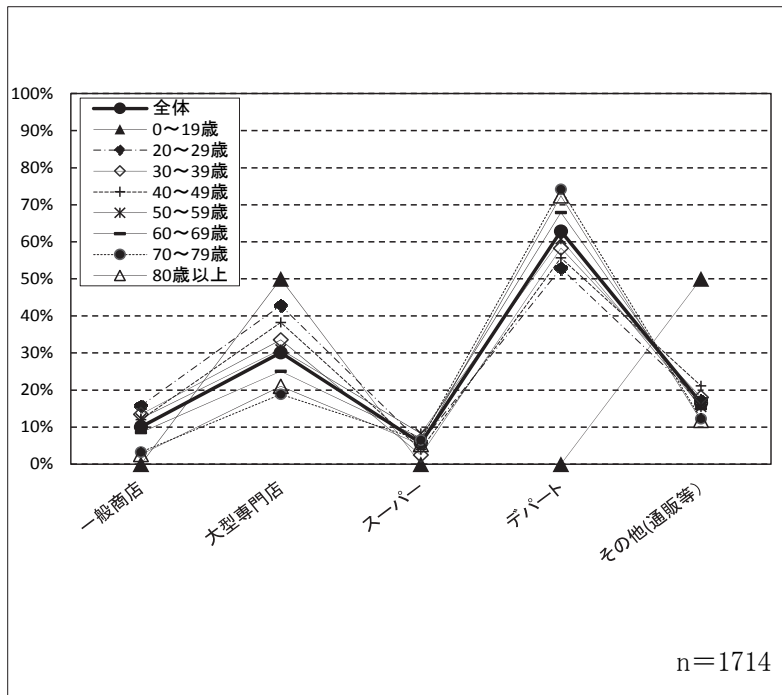


年代別傾向

-店舗形態

「デパート」が62.8%と最も多く、次いで、「大型専門店」30.1%、「その他(通販等)」16.5%となっている。

年代別、住所別においてもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

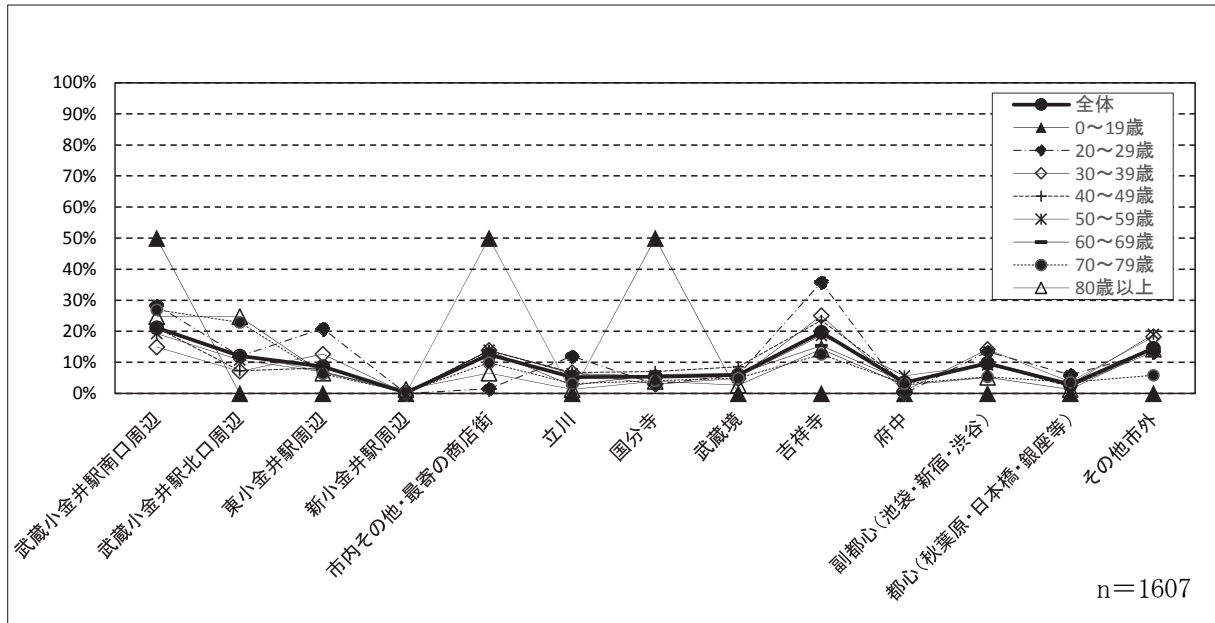
○化粧品

-購入場所

「武蔵小金井駅南口周辺」が21.1%と最も多く、次いで、「吉祥寺」が19.7%、「その他市外」が14.5%となっている。前回最も回答率が高かった「武蔵小金井駅北口周辺」は12.1%に留まった。

年代別においては、40歳代未満の比較的若い世代では「吉祥寺」の利用が多い一方、高齢になるに従って「武蔵小金井駅南口周辺」を利用する傾向が見られた。

住所別において、前原町居住者のうち約過半数にあたる47.0%が「武蔵小金井駅南口周辺」を利用している点に特徴が見られた。

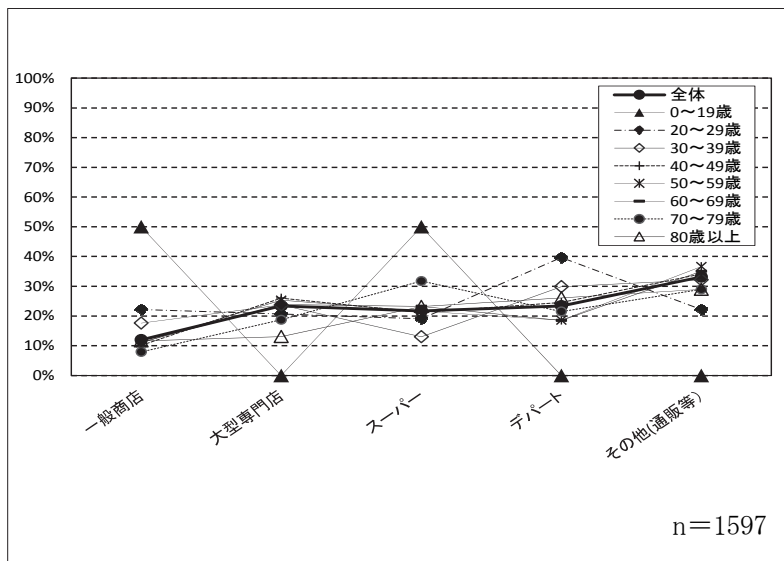


年代別傾向

-店舗形態

「その他(通販等)」が最も多く、33.1%であった。次いで「大型専門店」及び「デパート」が共に23.4%という結果となった。

住所別において、関野町居住者では「大型専門店」の利用率が高く、36.4%であった。



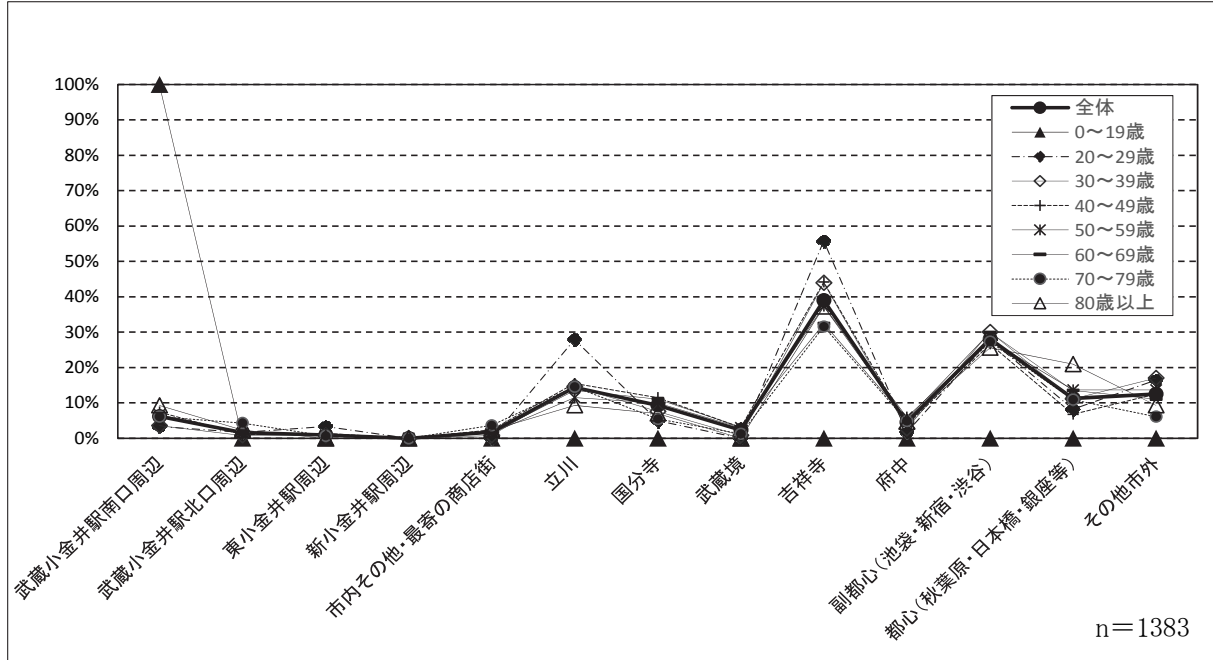
年代別傾向

○アクセサリー

-購入場所

「吉祥寺」が39.0%と最も多く、次いで、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」28.1%、「立川」14.4%となり、前回調査時と同様の傾向が見られた。

年代別、住所別においてもほぼ同様の傾向が見られる。

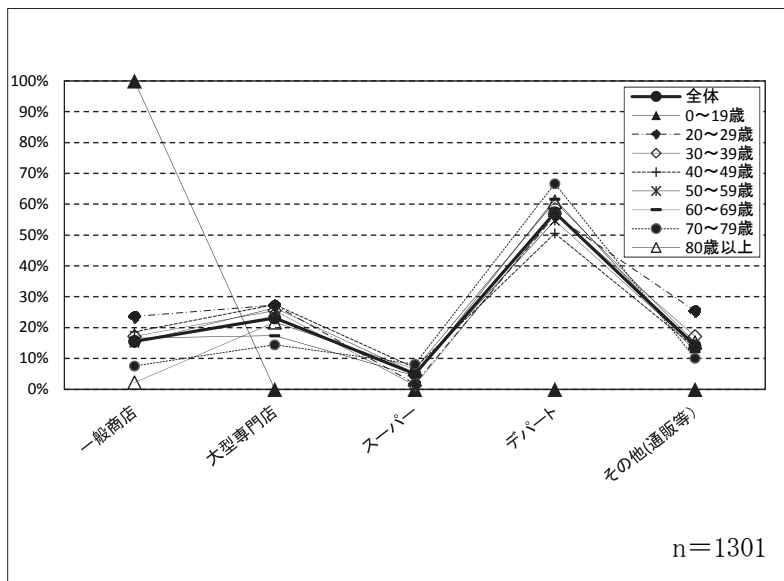


年代別傾向

-店舗形態

「デパート」が57.3%と最も多く、次いで、「大型専門店」が23.1%、「一般商店」が15.5%となっている。

年代別において、70歳代以上は「一般商店」の利用率が非常に低かった。住所別において、関野町居住者では、「デパート」に次いで「その他(通販等)」の利用率が高く、45.5%であった。



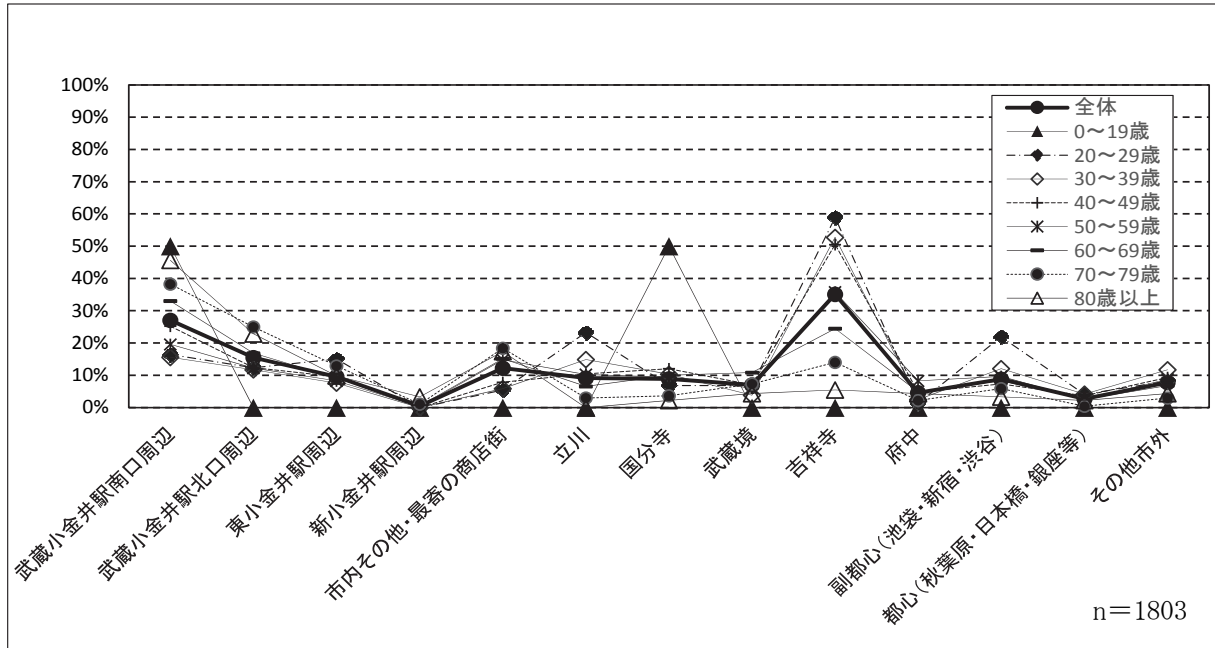
年代別傾向

○雑貨

-購入場所

「吉祥寺」が35.1%と最も多く、次いで、「武蔵小金井駅南口周辺」が27.0%、「武蔵小金井駅北口周辺」が15.5%となっている。

年代別では、20歳代から40歳代の比較的若い年代では「吉祥寺」がいずれも過半数を超えた一方、60歳代以上では「武蔵小金井駅北口周辺」もしくは「武蔵小金井駅南口周辺」が多くなり、両者を併せると、同様に、いずれも過半数を超えた。

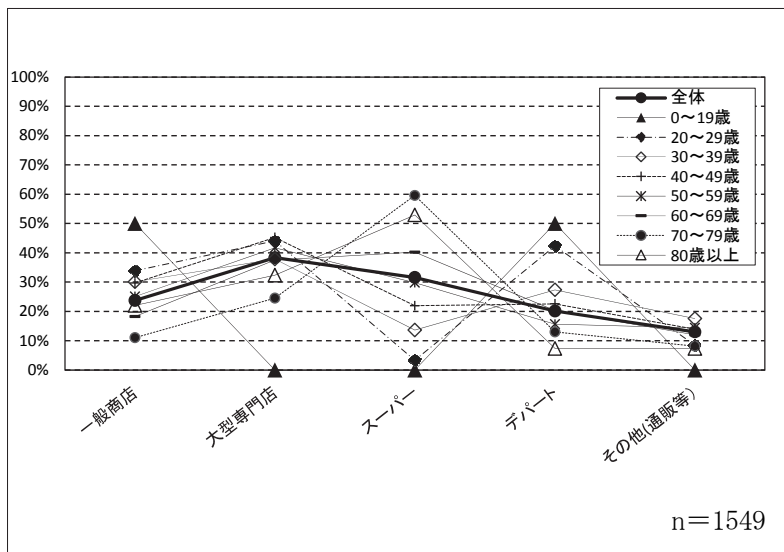


年代別傾向

-店舗形態

「大型専門店」が38.3%と最も多く、次いで「スーパー」の31.6%、「一般商店」の23.8%という結果となった。

年代別では、世代が高くなるに従い「スーパー」の利用が多くなる一方、「一般商店」の利用が減少するという傾向が見られた。



年代別傾向

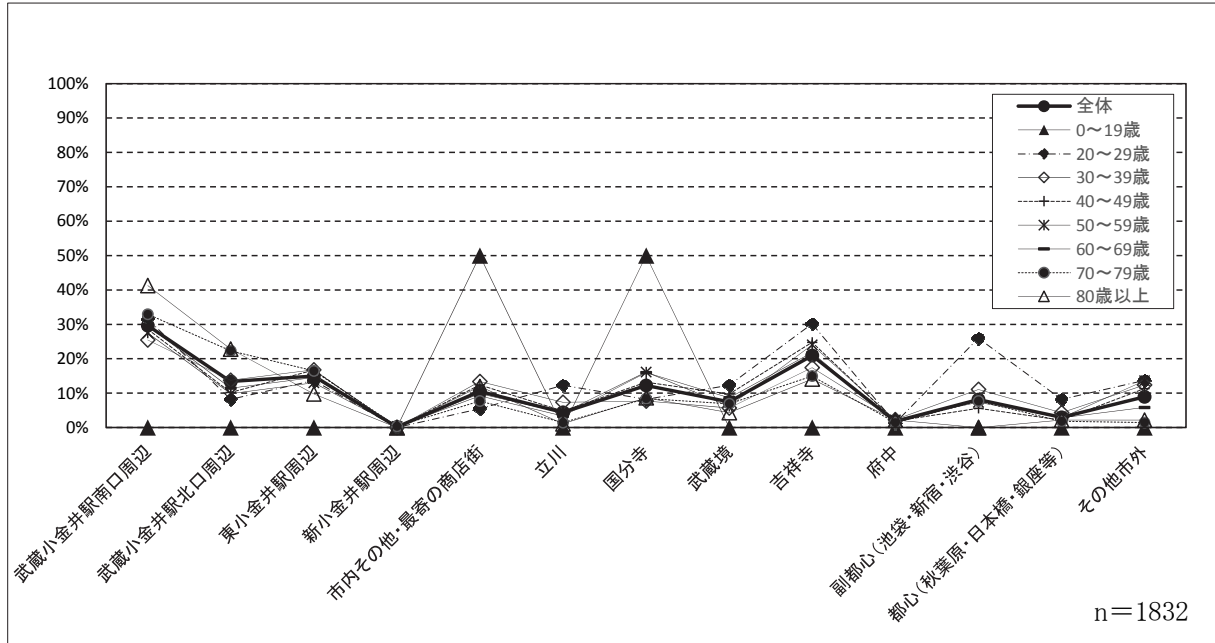
○書籍

ー購入場所

「武蔵小金井駅南口周辺」が29.7%と最も多く、次いで「吉祥寺」が21.0%、「武蔵小金井駅北口周辺」が13.4%となっている。

年代別でもほぼ同様の傾向が見られる。

住所別では、前原町居住者は「武蔵小金井駅南口周辺」が66.0%と比較的多かった。



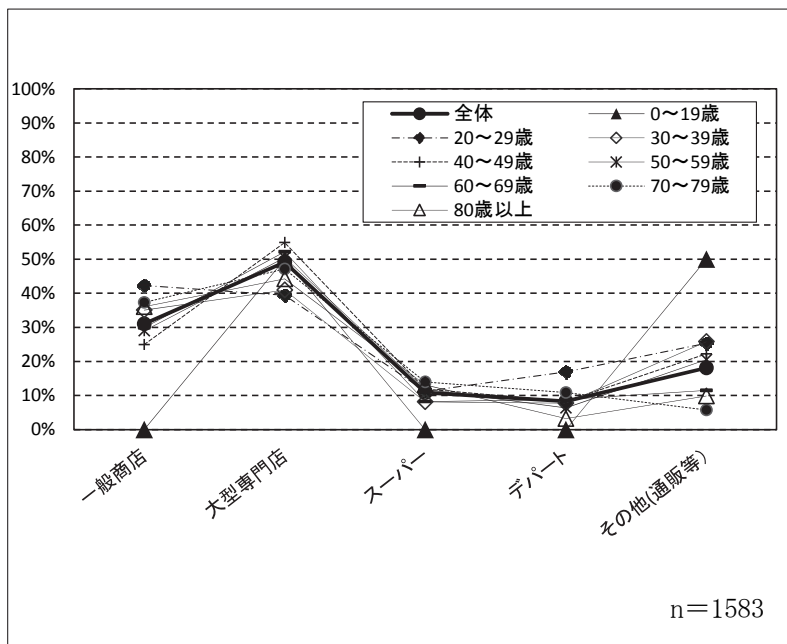
n=1832

年代別傾向

ー店舗形態

「大型専門店」が49.1%と最も多く、次いで「一般商店」が31.0%、「その他(通販等)」が18.1%となっている。

年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



n=1583

年代別傾向

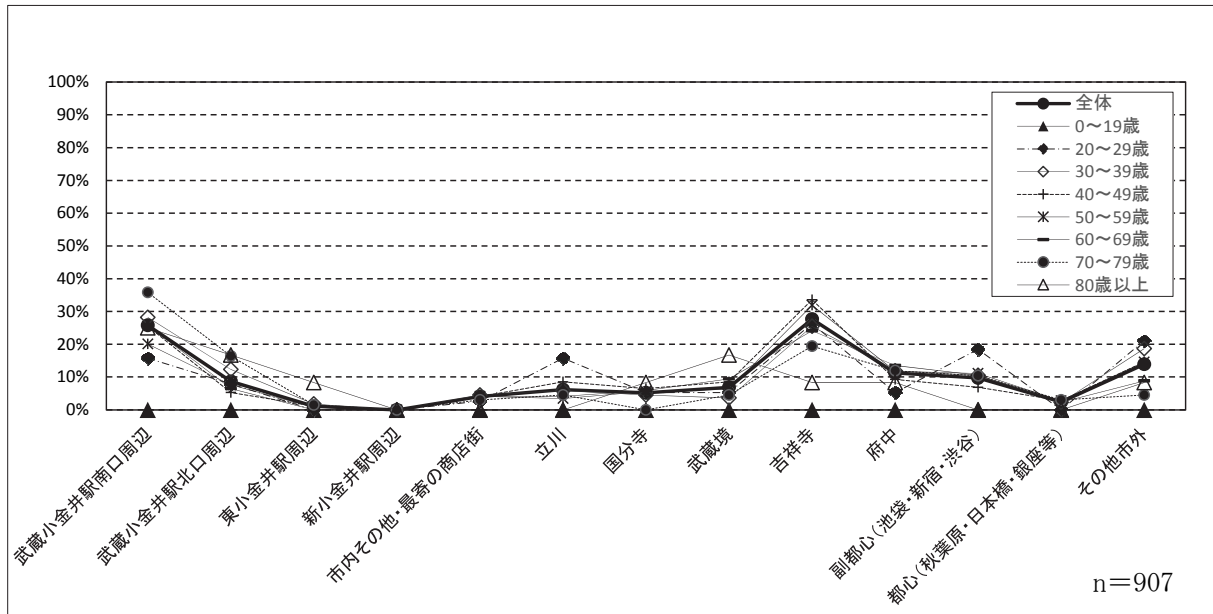
○玩具

回答者の約50%が未回答であるが、これを前提とし以下の傾向が見られる。

ー購入場所

「吉祥寺」が27.7%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が25.8%、「その他市外」が13.9%となっている。

住所別において、貫井南町居住者では、「府中」が最も多く、40.2%であった。

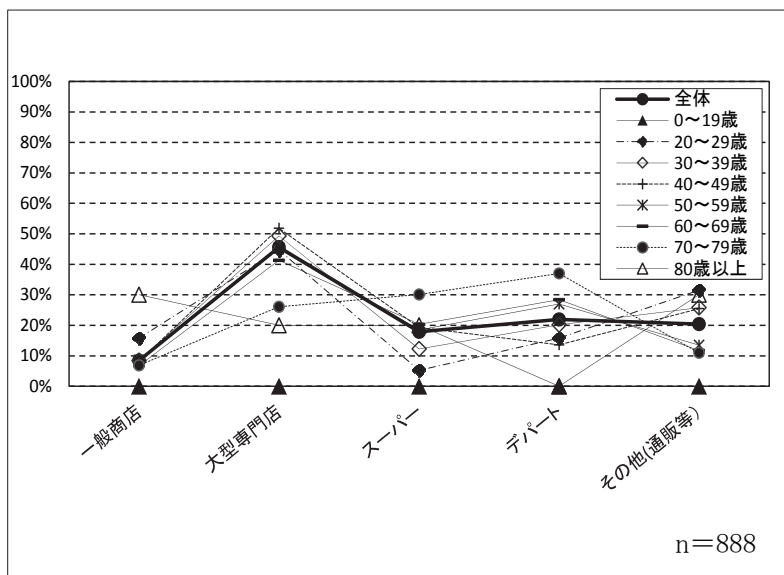


年代別傾向

ー店舗形態

「大型専門店」が45.6%と最も多く、次いで「デパート」が22.0%、「その他(通販)」が20.4%となっている。

年代別では、70歳代以上は「大型専門店」が共に20%台と比較的少ない一方、「スーパー」が他の年代よりもやや多い傾向が見られた。



年代別傾向

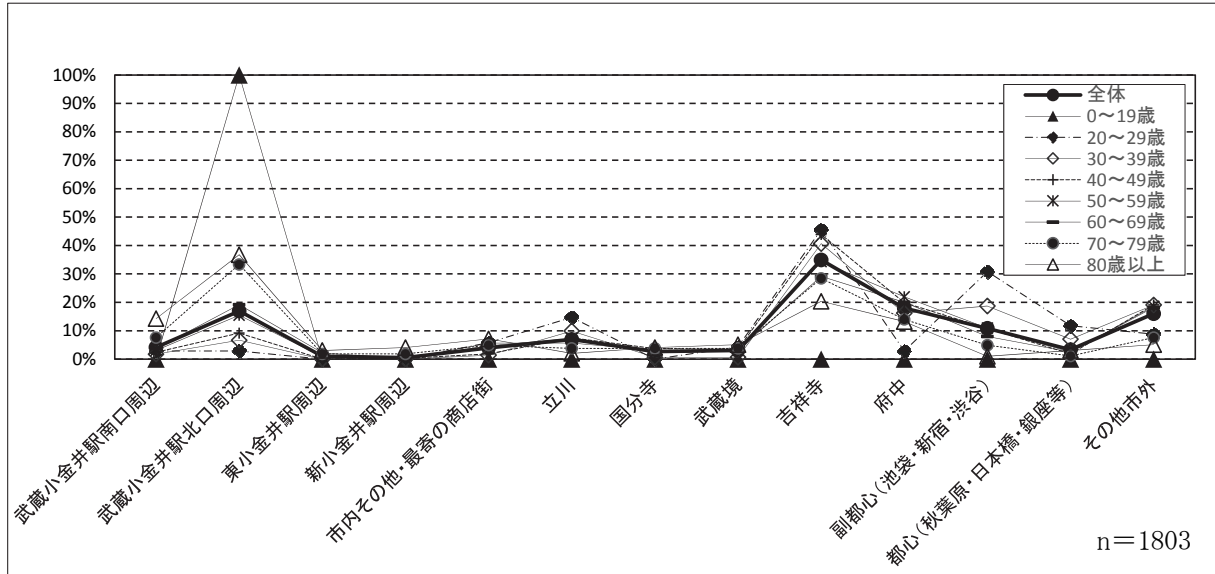
○家電

-購入場所

「吉祥寺」が 34.9%と最も多く、次いで「府中」が 18.0%、「武蔵小金井駅北口周辺」が 17.0%となった。

年代が高くなるほど「武蔵小金井駅北口周辺」が多くなり、若くなるほど「吉祥寺」や「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が多くなる傾向が見られた。

住所別では、前原町及び貫井南町居住者は共に「府中」が最も多く、貫井南町居住者に至っては 56.4%にも及んだ。

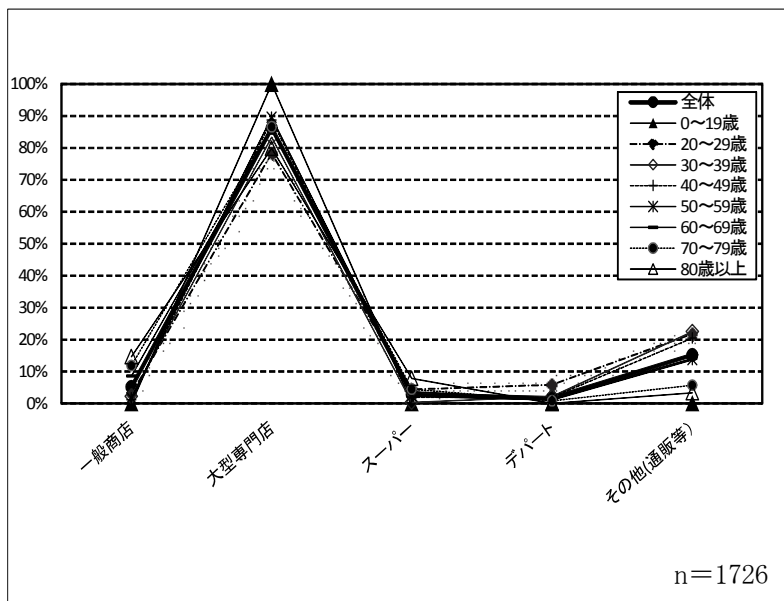


年代別傾向

-店舗形態

「大型専門店」が 86.2%と最も多く、次いで「その他(通販等)」が 15.2%、「一般商店」が 5.2%となっている。

年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

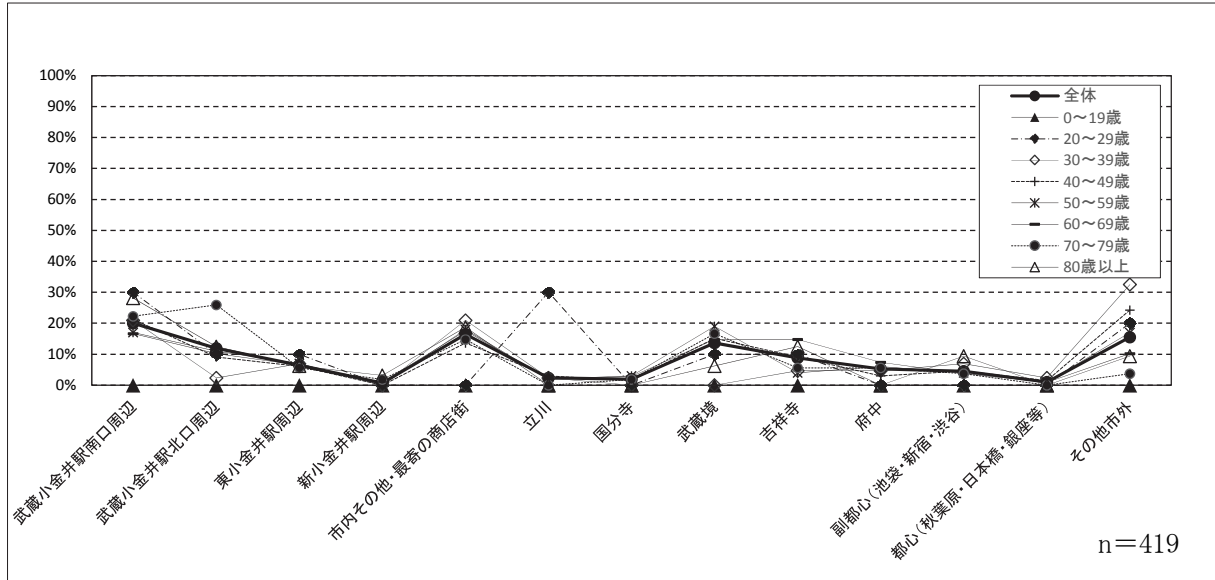
○介護用品

回答者の約80%が未回答であるが、これを前提とし以下の傾向が見られる。

-購入場所

「武蔵小金井駅南口周辺」が20.0%と最も多く、次いで「市内その他・最寄の商店街」が16.5%、「その他市外」が15.5%となっている。

年代別において、70歳代では、「武蔵小金井駅北口周辺」が25.9%と最も多かった。

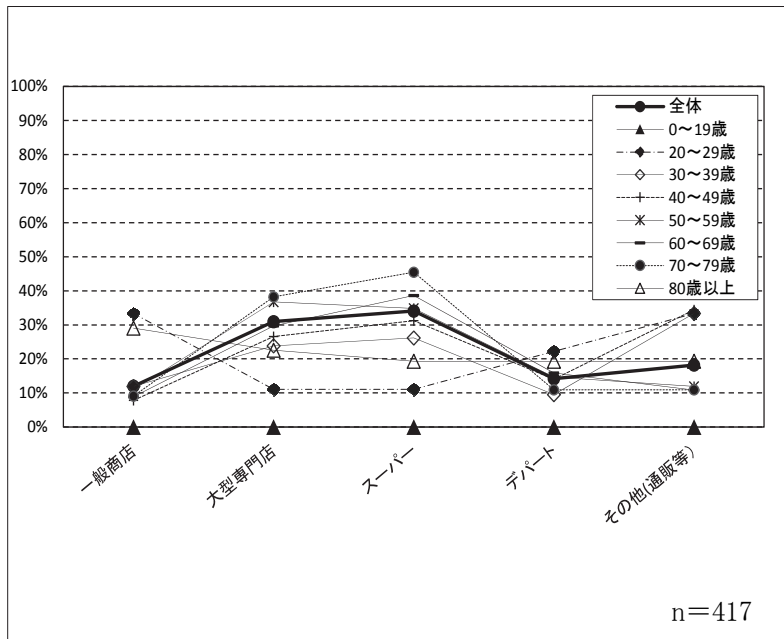


年代別傾向

-店舗形態

「スーパー」が34.1%と最も多く、次いで「大型専門店」が30.9%、「その他(通販等)」が18.2%となっている。

年代別において、40歳代以下の若年層では、いずれも「その他(通販等)」が最も多かった。



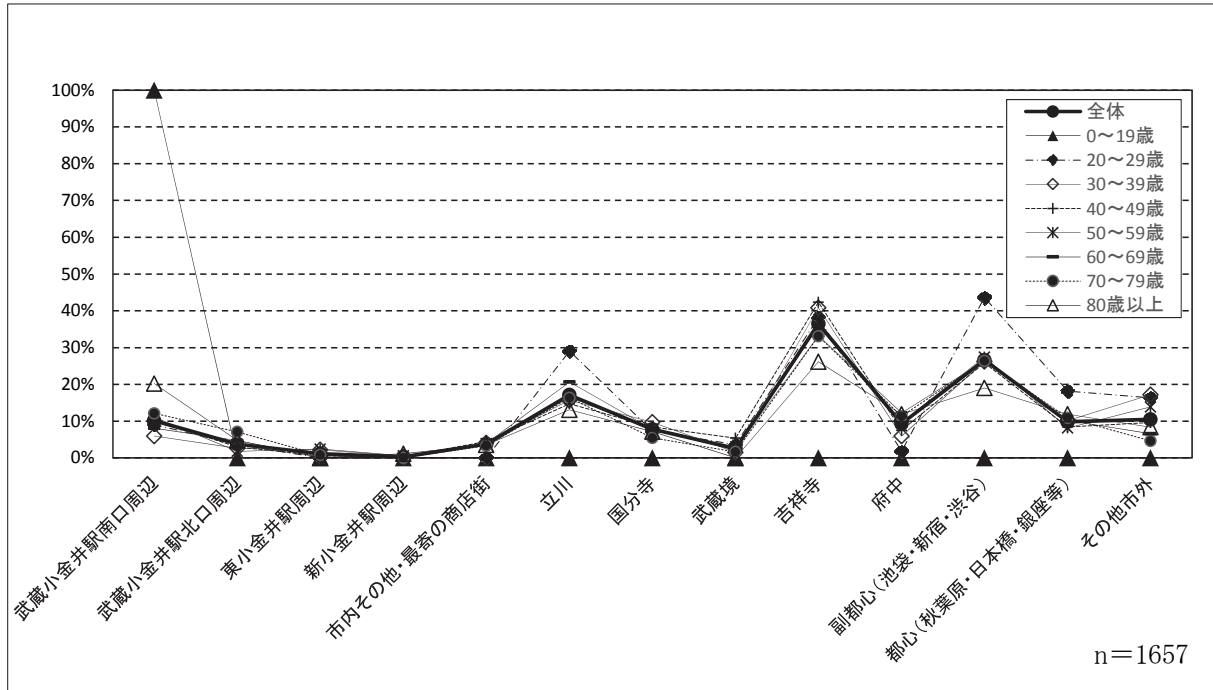
年代別傾向

○贈答品

-購入場所

「吉祥寺」が36.5%と最も多く、次いで「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が26.6%、「立川」が17.1%となっている。これは前回調査時と同様の傾向である。

住所別において、前原町及び貫井南町居住者では「府中」が共に25%以上と比較的多かった。

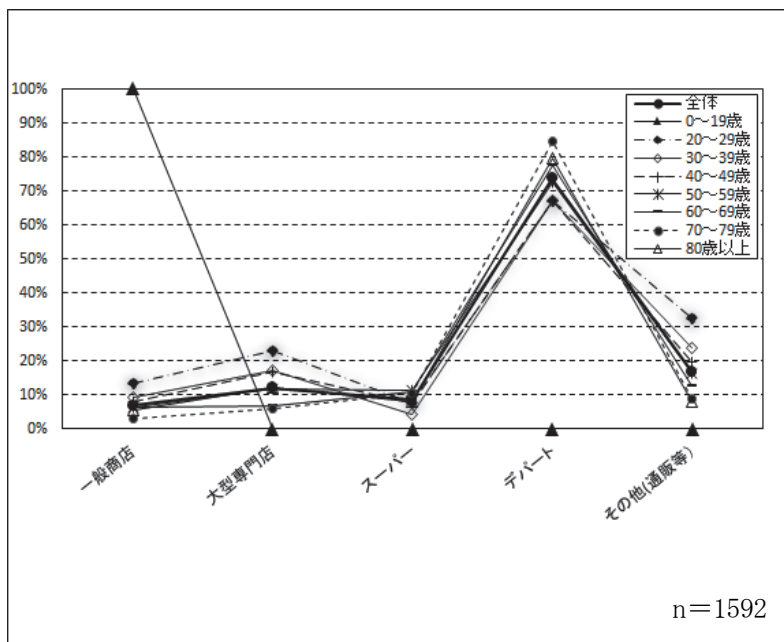


年代別傾向

-店舗形態

「デパート」が73.6%と最も多く、次いで「その他（通販等）」16.6%、「大型専門店」12.2%となっている。

年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

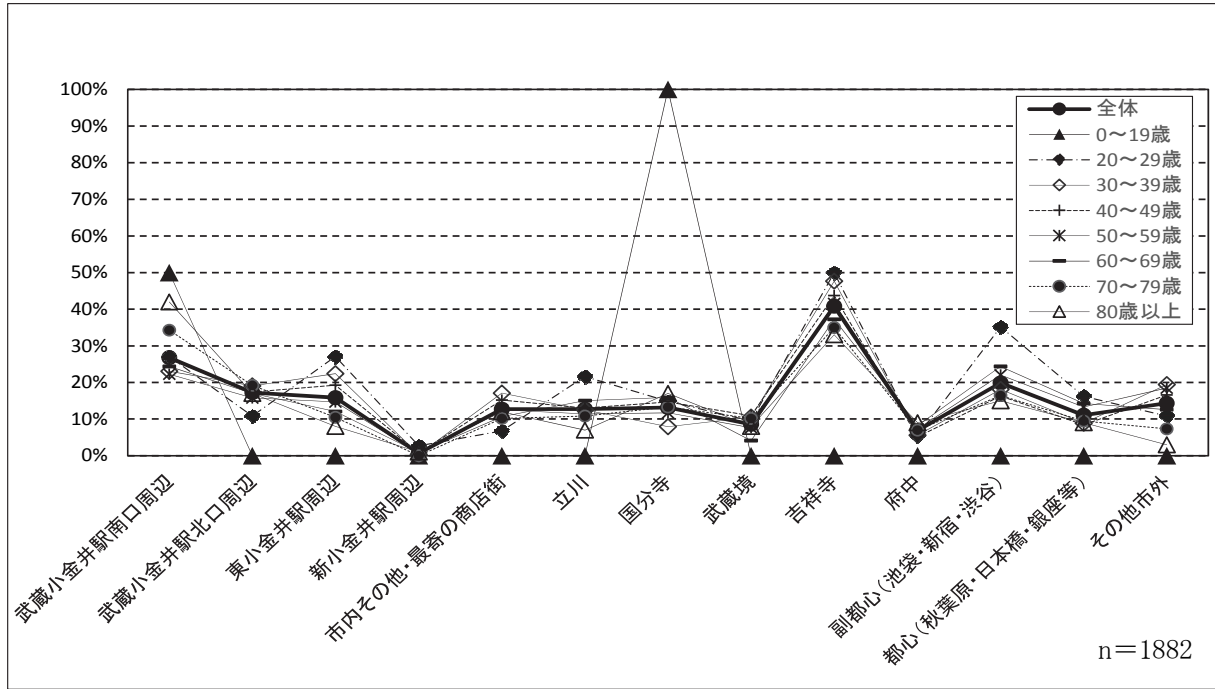
○外食・喫茶

-購入場所

「吉祥寺」が40.8%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が26.8%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が19.9%となっている。

年代別でもほぼ同様の傾向が見られる。

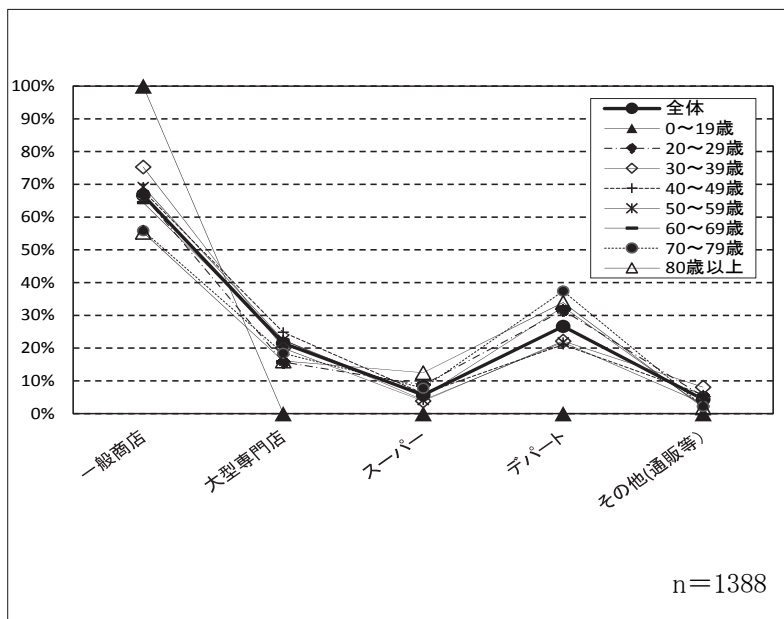
住所別では、貫井南町居住者は「国分寺」が46.0%と比較的多い。



年代別傾向

-店舗形態

「一般商店」が66.7%と最も多く、次いで「デパート」が26.7%、「大型専門店」が21.5%となっている。年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

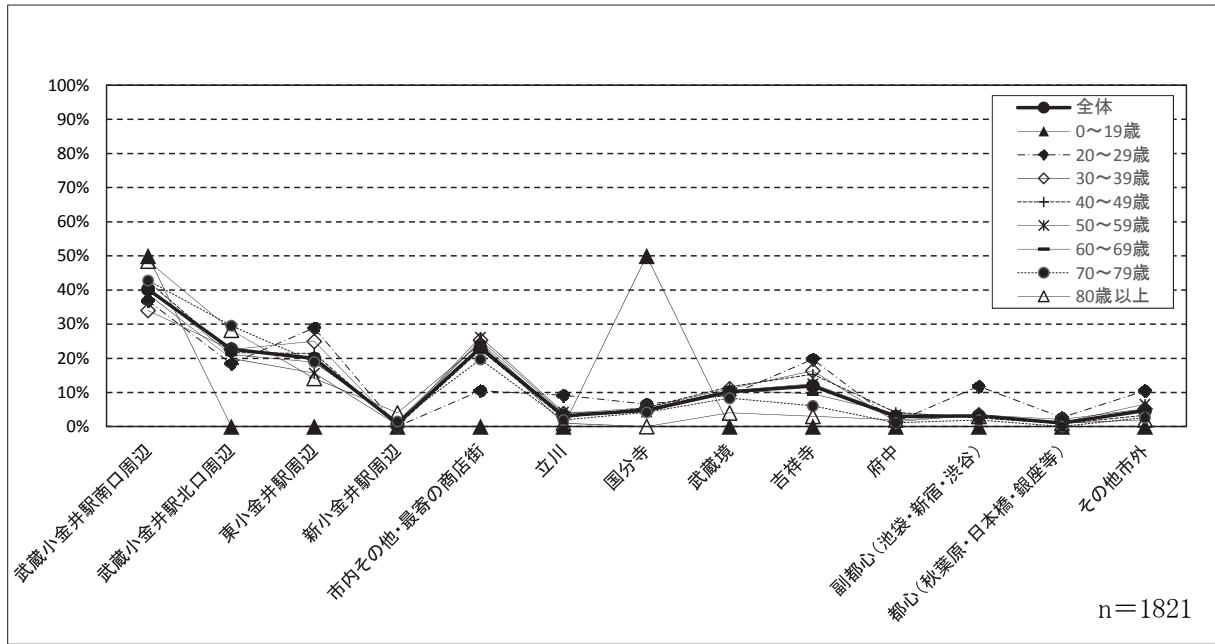
○日常使うもの

-購入場所

「武蔵小金井駅南口周辺」が40.2%と最も多く、次いで「市内その他」が23.1%、「武蔵小金井駅北口周辺」が22.7%となっている。

年代別でもほぼ同様の傾向が見られる。

住所別では、本町居住者は「武蔵小金井駅北口周辺」が62.8%、前原町居住者は「武蔵小金井駅南口周辺」が75.4%とそれぞれ高かった。

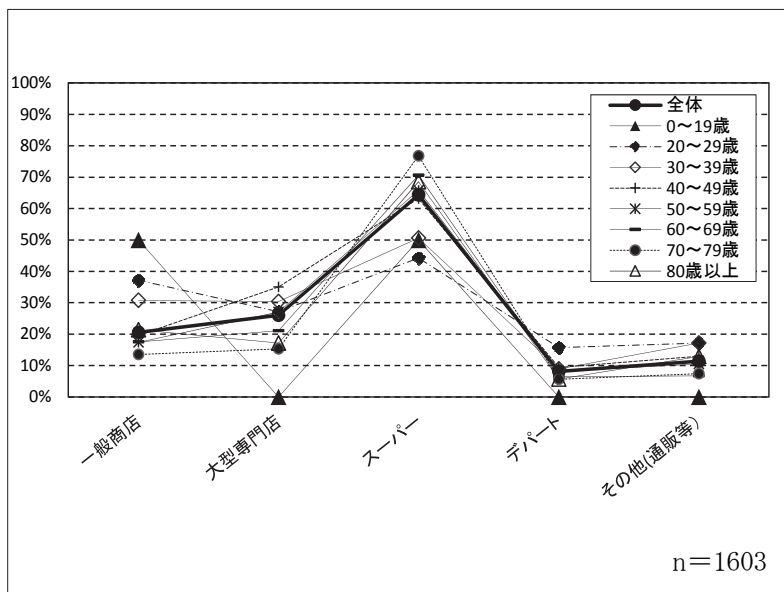


年代別傾向

-店舗形態

「スーパー」が64.4%と最も多く、次いで「大型専門店」が26.0%、「一般商店」が20.6%となっている。

年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



年代別傾向

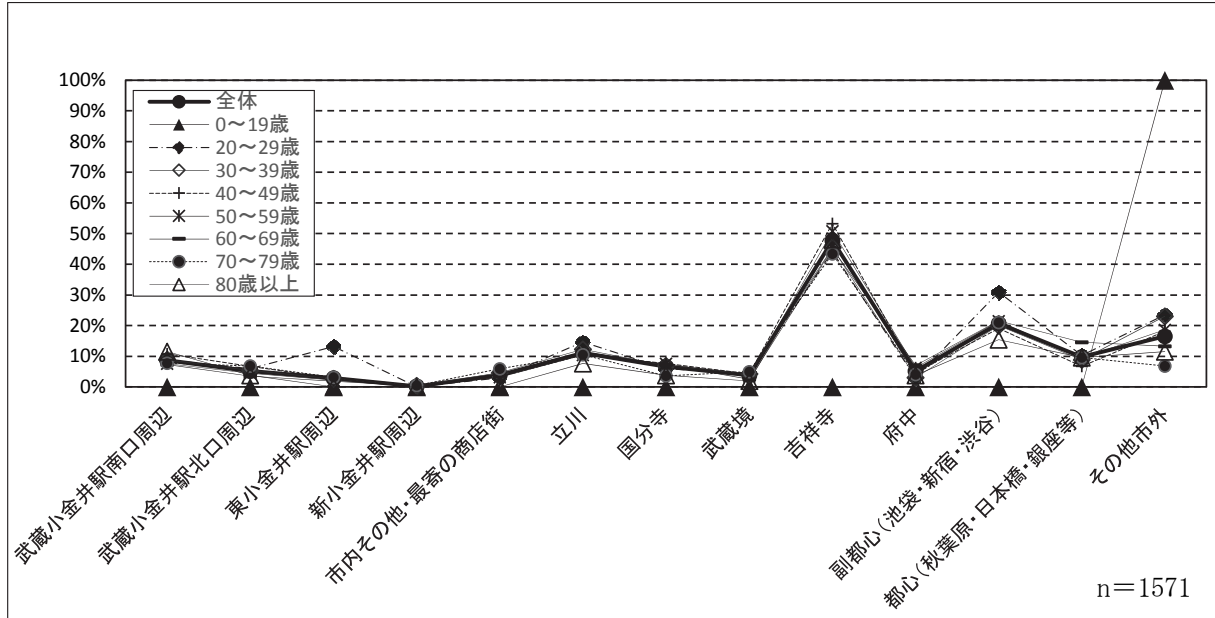
○趣味的なもの

-購入場所

「吉祥寺」が 47.7%と最も多く、次いで「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が 20.7%、「その他市外」が 16.5%となっている。

年代別でもほぼ同様の傾向が見られる。

住所別では、関野町居住者は「東小金井駅周辺」が 20.0%と比較的多かった。

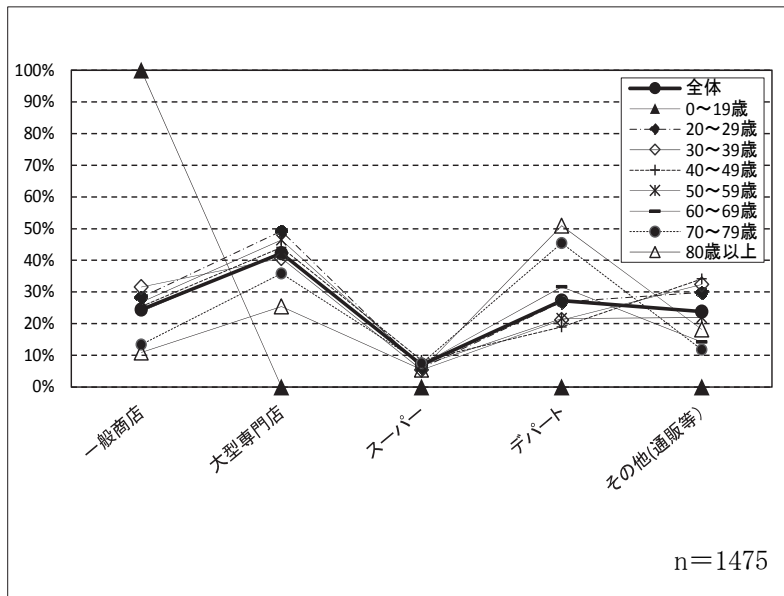


年代別傾向

-店舗形態

「大型専門店」が 42.2%と最も多く、次いで「デパート」が 27.3%、「一般商店」が 24.5%となっている。

住所別ではほぼ同様の傾向が見られたが、年代別では、70歳代以上は約過半数が「デパート」と回答している。



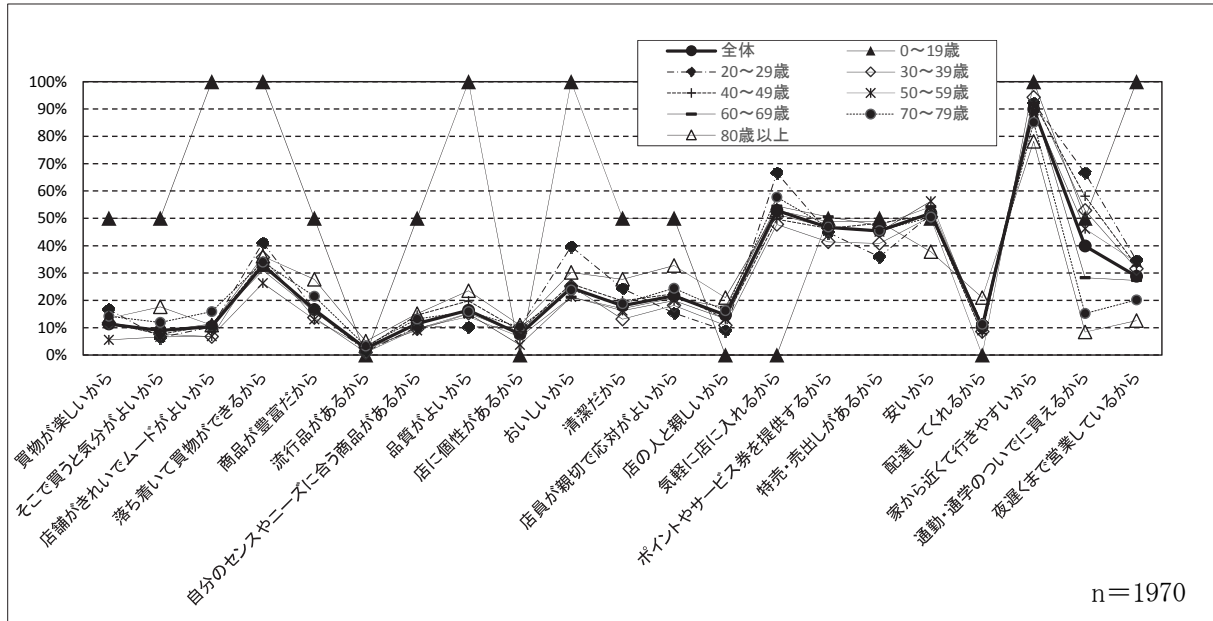
年代別傾向

問2 小金井市内あるいは小金井市外でお買物されるのは、どのような理由からですか。あてはまる理由全てに○印をつけて下さい。

○市内で買物する理由

「家から近くて行きやすいから」が89.9%と最も多く、次いで「気軽に店に入れるから」が52.9%、「安いから」が51.9%となっている。年代別でもほぼ同様の傾向が見られた。

住所別では、関野町居住者は「安いから」が73.7%と他の地域の居住者と比較しても特に多かった。

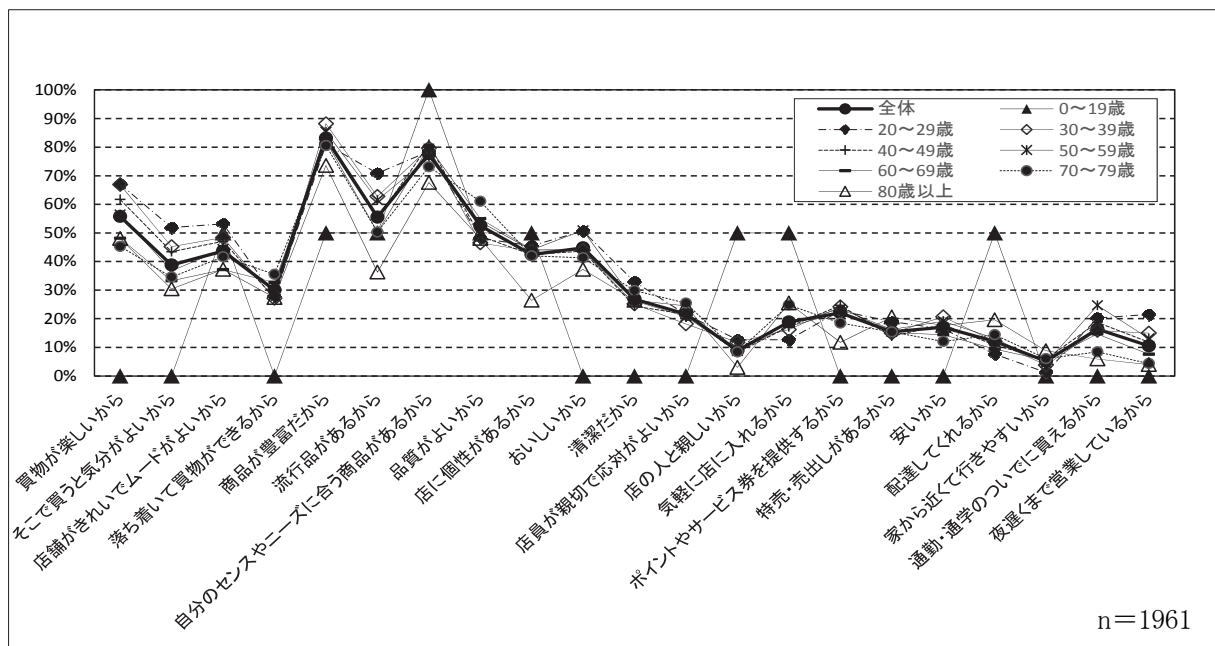


年代別傾向

○市外で買物する理由

「商品が豊富だから」が83.2%と最も多く、次いで、「自分のセンスやニーズに合う商品があるから」が77.7%、「買物が楽しいから」が55.8%となっている。

年代別、住所別でもほぼ同様の傾向が見られる。



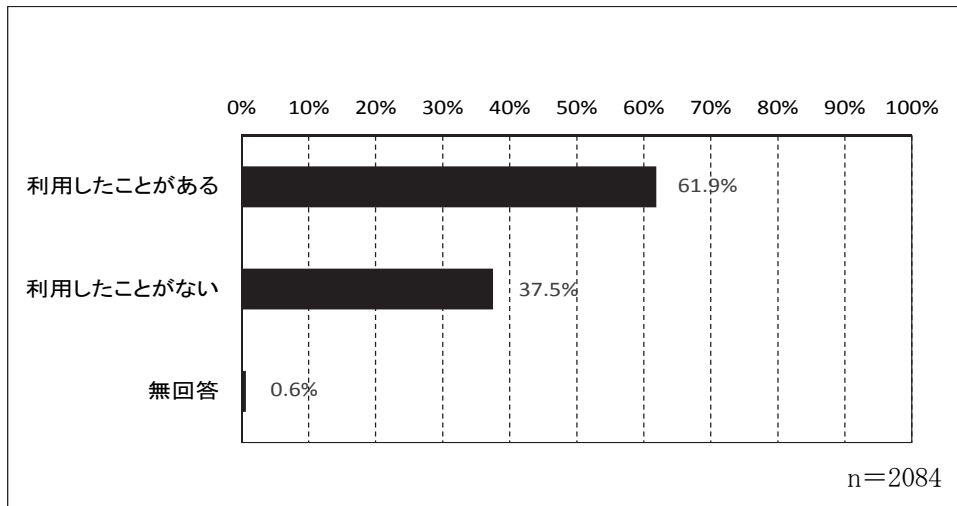
問3 nonowa 東小金井について、お伺いします。

1) あなたは、お買い物で nonowa 東小金井を利用したことがありますか。いずれかに○印をつけて下さい。

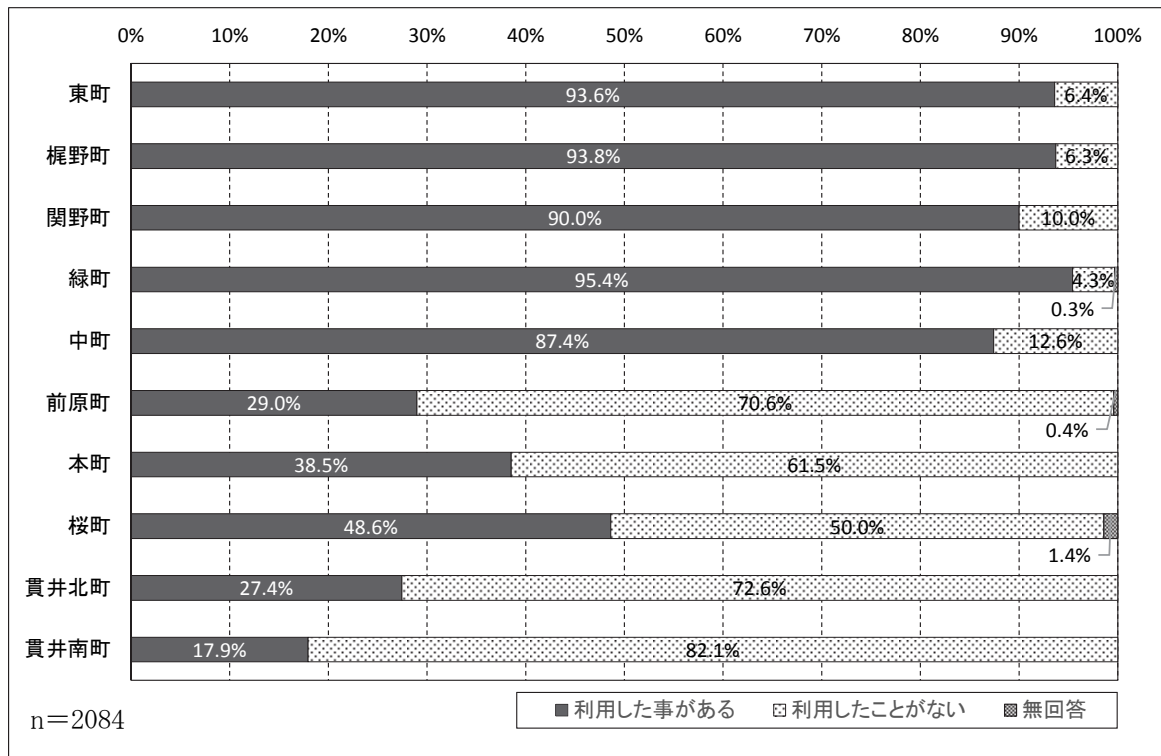
○利用状況

「利用したことがある」が61.9%、「利用したことがない」が37.5%であった。

「利用したことがある」と回答した人は、年代別では、40歳代(70.6%)、30歳代(66.8%)、60歳代(63.2%)の順に多かった。



住所別では、居住地により、利用傾向が明確に二分された。緑町、梶野町、東町、関野町、中町はいずれも利用経験者が85%を超えた一方、それ以外の町では利用経験者が過半数に満たなかった。特に、貫井南町居住者は8割以上が未利用であった。

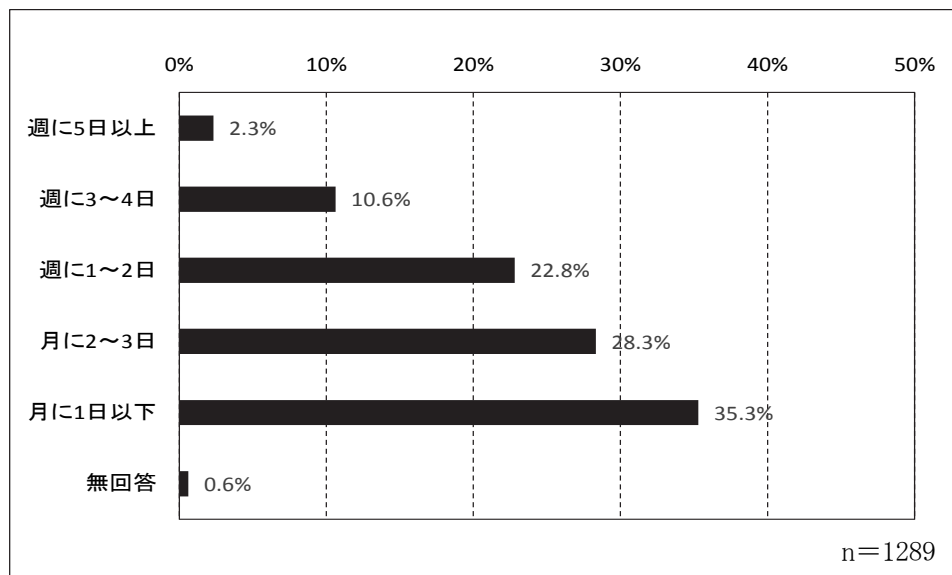


◆nonowa 東小金井を利用した経験があると回答した方にお伺いします。

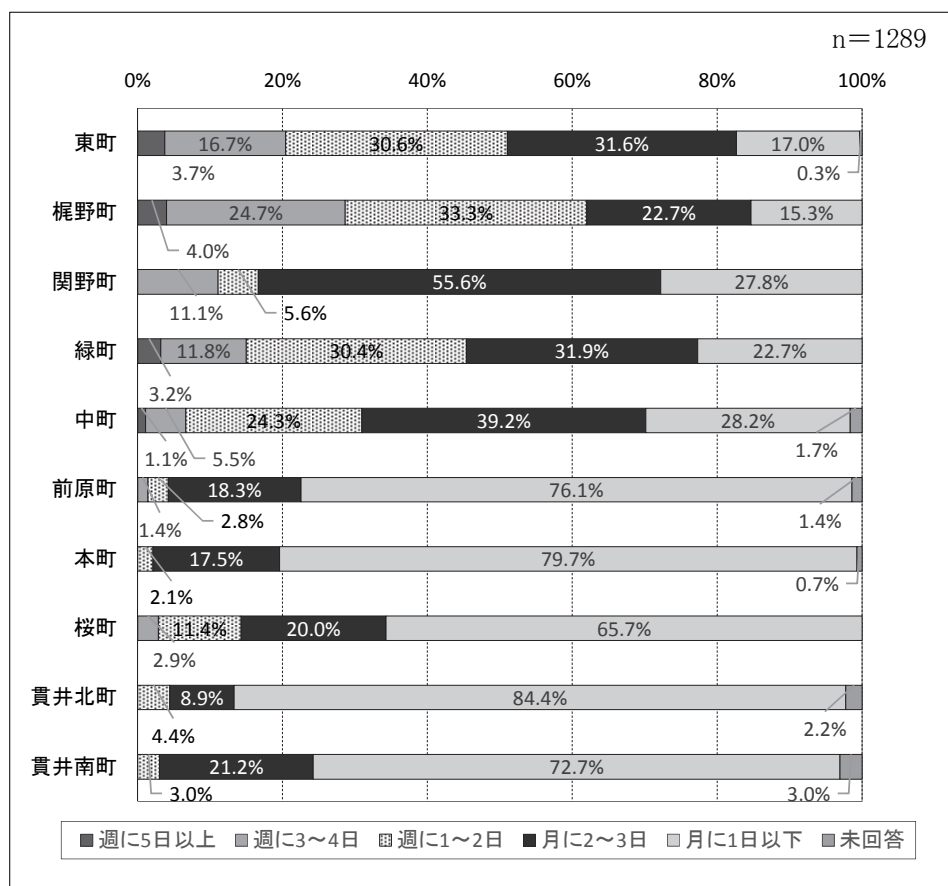
2) nonowa 東小金井をどの位のペースで利用していますか。いずれかに○印をつけて下さい。

○利用頻度

「月に1日以下」が35.3%と最も多く、利用回数が多くなるにつれ、実際の利用者が少ない傾向が見て取れる。年代別でも、ほぼ同様の傾向が見られた。



住所別では、施設から遠い地域の居住者程、利用頻度が低い傾向が見られた。

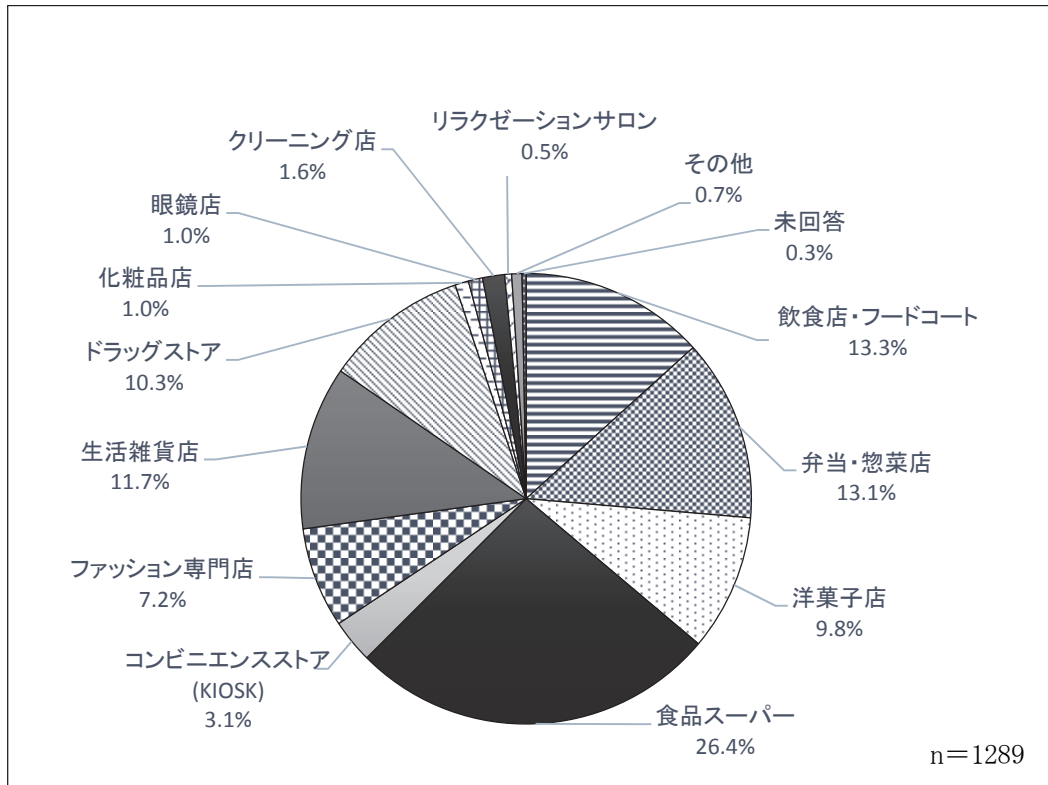


3) 主にどのような店舗を利用されていますか。あてはまるもの全てに○印をつけて下さい。また、その他は()内に内容をご記入ください。

○利用店舗

「食品スーパー」が最も多く、26.4%であった。次いで「飲食店・フードコート」が13.3%、「弁当・惣菜店」13.1%、「生活雑貨店」11.7%の順に多かった。

年代別では「ファッション専門店」及び「生活雑貨店」は若年層になるに従い、利用が多い傾向が見られた。



◆nonowa 東小金井を利用した経験がないと回答した方にお伺いします。

4) nonowa 東小金井を利用しない理由はなぜですか。

(※下記はいずれも 20 件以上見られた意見)

- ・遠いから
- ・武蔵小金井で事足りるから
- ・途中下車するのが億劫
- ・東小金井駅を利用しないから
- ・nonowa 東小金井を知らなかったから (特に貫井南町・貫井北町居住者より)
- ・わざわざ行く程の魅力がない
- ・自宅からのアクセスが不便(特にココバス利用時)
- ・駐車場が有料だから
- ・駐輪場がない、あっても狭く停めづらいから

3. まとめと課題の抽出

(1) 全体の傾向

「問1」における品目ごとの「購入場所」「店舗形態」については、最寄品と買回品に大きく分類した際に、前回調査時同様の傾向が現れた。

-最寄品は「近隣のスーパー」

-買回品は主に「吉祥寺や副都心（池袋・新宿・渋谷）のデパート・大型専門店」

各品目ごとの年代別・住所別においても、概ね全体傾向と類似した傾向が表れた。

また、年代により意識の相違が表れた品目も前回調査時同様、「普段着」「雑貨」「家電」の3品目であった。ただし、いずれの品目も若年層で吉祥寺が多い点は前回同様であるが、高齢層では武蔵小金井駅南口周辺が多い傾向が見られた（前回は武蔵小金井駅北口周辺が多かった）。

特に前回調査時との差が顕著であったのは、武蔵小金井駅周辺における最寄品の購入場所である。

前回、「生鮮食品」「一般食品」「化粧品」「書籍」「日常使うもの」の5品目はいずれも武蔵小金井駅北口周辺が最多であったが、今回の調査結果では、総じて武蔵小金井駅南口が最多となり、武蔵小金井駅北口周辺の利用が大幅に減少している。これは武蔵小金井駅南口の大型商業施設の開店に加え、北口の老舗大型店の業態変更の影響によるものと推察される。

「問2」における市内及び市外で買物する理由については、以下のような結果となった。

-市内については「家から近くて行きやすいから」が89.9%と最も多く、次いで「気軽に店に入れるから」が52.9%、「安いから」が51.9%となっている。

-市外については、「商品が豊富だから」が83.2%と最も多く、次いで、「自分のセンスやニーズに合う商品があるから」が77.7%、「買物が楽しいから」が55.8%となっている。

以上の結果から、問1と問2の関係は前回調査時とほぼ同様の傾向であるが、「最寄品＝近さや気軽さ、安さで市内」「買回品＝品揃えの良さや選定の楽しさから吉祥寺など市外」と整理することができる。

「問3」における東小金井駅高架下商業施設の利用状況に関しては、61.9%が「利用したことがある」と回答したものの、施設から遠い地域の居住者ほど利用経験が乏しく、利用頻度において最も回答率が高かった、「月に1日以下」との回答もそれらの地域の居住者が大半を占めた。

利用店舗に関しては、「食品スーパー」が最も多く、次いで「飲食店・フードコート」、「弁当・惣菜店」という結果であった。また、若年層になるに従い、「ファッション専門店」「生活雑貨店」が多い傾向も見られた。

一方、未利用の理由として、施設周辺の居住者からは「駐輪場の不足」等設備面の理由が多く挙げられ、中距離の居住者からは「ココバスで行きづらい」等交通アクセスの不便さが、武蔵小金井駅周辺の居住者からは、「武蔵小金井駅周辺で事足りるから」「遠いから」との意見が多く挙げられた。また、「貫井北町」及び「貫井南町」の居住者からは「施設の存在自体を知らない」という意見が多く、施設のアピール不足も未利用の一因となっていることが窺える。

(2) 類推される課題

日用品＝市内、買回品＝市外という意識に変化は見られないが、市内では北口の利用が減少傾向

7つの市に隣接し、中央線（快速）沿線に複数の大型商業集積が存在する本市にとっては、隣接市も違和感のない生活圏内となっているが、前回調査時同様、若年層を中心に、吉祥寺や副都心で買物する傾向が高いことがわかった。一方、高齢層では、前回、高い支持を得ていた武蔵小金井駅北口に代わり、新たに武蔵小金井駅南口が支持される結果となった。

また、食料品や書籍、日用品に関しては年代を問わず、武蔵小金井駅南口大型商業施設及び東小金井駅高架下商業施設開店後の現在も市内小売店が引き続き、高く支持されている。

東小金井駅高架下商業施設は近隣居住者から支持を得るも、遠方からの来店には魅力に一步欠ける傾向

東小金井駅高架下商業施設においては、近隣の居住者を中心に主に食料品店が多く利用されており、地域密着型の施設として定着しつつあることが窺える。しかし、その一方で、遠方の居住者からは、魅力やアピール不足という意見が多く挙げられた。

消費者ニーズを考慮した商品やサービスの提供、店舗や商品アピールの必要性

以上を踏まえ、今後の本市における小売業・商店街振興に際しては、引き続き、近隣市との関係性を考慮しつつ、大型店と競合しないような価格以外の分野で、消費者ニーズを的確に把握しながら商品やサービスを提供していくことが求められると思われる。

また、武蔵小金井駅北口の利用が減少していることが懸念されることから、武蔵小金井駅北口周辺及び、東小金井駅高架下商業施設においては、市内外を問わず、遠方の居住者でもわざわざ足を運びたいと思えるような核となる店舗の誘致や、商品や商店の魅力の積極的な情報発信が今後の課題になるとと思われる。

5. 商店街経営者意識調査

5-1. 調査結果

1. 実施概要

(1) 実施目的

市内小売・飲食・サービス業者における、東小金井駅高架下商業施設の影響を含めた事業の状況や、今後の方向性の意向を把握することにより、新産業振興プランを策定するに当たっての検討基礎資料とする。

(2) 実施概要

実施日 : 平成 26 年 10 月 24 日～12 月 14 日

対象者 : 小金井市商工会会員のうち、小売業・サービス業・飲食業の経営者・事業所経営者・責任者

方法 : 上記対象者へ回答票・返信用封筒を、各商店会長を通じ配布を行い、郵送による回収を行った。

回収率算出対象配布数 : 895

回収票数 : 164

実質回収率 : 18.3%

3. 調査票

問1. あなたのお店のことについておたずねします。

(1) お店の所在地 (○は1つだけ)

- | | | | | |
|--------|--------|--------|---------|----------|
| 1. 東町 | 2. 梶野町 | 3. 閑野町 | 4. 緑町 | 5. 中町 |
| 6. 前原町 | 7. 本町 | 8. 桜町 | 9. 貫井北町 | 10. 貫井南町 |

(2) お店の経営形態 (○は1つだけ)

- | | | |
|-------------|-------------|-------------|
| 1. 個人 | 2. 株式会社(本店) | 3. 株式会社(支店) |
| 4. 有限会社(本店) | 5. 有限会社(支店) | 6. その他() |

(3) お店の業種 (○はいくつでも)

- | | | |
|------------|-----------|----------|
| 1. 小売業 | 2. 飲食業 | 3. サービス業 |
| 4. 金融・不動産業 | 5. その他() | |

(4) 取扱品目(品目名)

[]

(5) 創業(支店の場合は、開設時期)

明治・大正・昭和・平成 _____年

(6) 従業者の数(あなた自身も含めて)

_____人【このうち家族は_____人】

(7) 経営者の年代 (○は1つだけ)

「実際に経営にたずさわっている人、支店の場合は店長・運営責任者」

- | | | |
|---------|---------|-----------|
| 1. 20歳代 | 2. 30歳代 | 3. 40歳代 |
| 4. 50歳代 | 5. 60歳代 | 6. 70歳代以上 |

(8) 土地、建物の所有形態 (○は1つだけ)

- | | | |
|--------------|--------------|----------|
| 1. 土地、建物自己所有 | 2. 借地、建物自己所有 | 3. 借地、借家 |
| 4. ビルテナント | | |

(9) 売場面積

[_____平方メートルまたは _____坪]

(10) 店舗の前面 (○はいくつでも)

- | | | |
|-------------------|--------------|----------|
| 1. メインストリートに面している | 2. 細街路に面している | 3. 地下の店舗 |
| 4. 2階より上にある店舗 | | |
| 5. その他 [] | | |

(11) 来客用駐車場 (○は1つだけ)

※専用・共同両方お持ちの方は、メインでお使いの方を選択してください。

- | | | |
|--------------|--------------|-----------|
| 1. 専用がある(台) | 2. 共同である(台) | 3. 持っていない |
|--------------|--------------|-----------|

(12) 今後の改装予定 (○は1つだけ)

1. 改装したばかりなので、当分必要がない
2. 予定している
3. やりたいができない
4. 後継者がいない又は廃業予定なので予定がない
5. 今までのままで十分なので予定がない
6. その他()

(13) 主な定休日 (○はいくつでも)

1. 月
2. 火
3. 水
4. 木
5. 金
6. 土
7. 日
8. 祝日
9. 特定日
10. 不定期
11. 無休

(14) 営業時間

開始時刻 [午前 時 分] 終了時刻 [午前 時 分]
午後 午後

(15) あなたのお店では、経営に情報機器、コンピュータやインターネットを利用していますか。
(○は1つだけ)

1. 利用している
2. 必要とは思いますがやり方が分からない
3. 今後も利用予定なし



(16) その利用内容は、どのようなものですか。(○はいくつでも)

1. 発注にFAX・インターネットを使用
2. パソコンなどで自店で経理処理
3. POSシステムの導入
4. E-mailの利用
5. ホームページ開設
6. ネットショップの開設
7. カード・電子マネー決済
8. チラシや店内表示をパソコン等で自作
9. その他 ()

問2. お店のお客様についておたずねします。

(1) お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか。

【固定客 % + フリー % = 100%】



(2) その固定客はどこにお住まいですか。

東町	_____ %	中町	_____ %	貫井北町	_____ %
梶野町	_____ %	前原町	_____ %	貫井南町	_____ %
関野町	_____ %	本町	_____ %	市外	_____ %
緑町	_____ %	桜町	_____ %	住所不明	_____ %
					計 100%

(3) どの年代のお客様が多いですか。(○は3つまで)

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

(4) どのようなタイプのお客様が多いですか。(○は3つまで)

1. 専業主婦
2. 仕事を持った女性
3. 成人男性
4. 学生

問3. お店の経営についておたずねします。

(1) 直前決算期の売上高をお答えください。(○は1つだけ)

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1. 売上なし | 2. 300万円未満 |
| 3. 300万～500万円未満 | 4. 500万～1,000万円未満 |
| 5. 1,000万円～3,000万円未満 | 6. 3000万円～5,000万円未満 |
| 7. 5,000万～1億円未満 | 8. 1億円以上 |

(2) お客様があなたのお店を支持する理由と思われることをお聞かせ下さい。(○は3つまで)

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. 買い物楽しいから | 2. 買うと気分がよくなる |
| 3. 店舗がきれいでムードがよい | 4. 落ち着いて買い物できる雰囲気 |
| 5. 品揃えが豊富 | 6. 流行品がある |
| 7. センスやニーズへの対応 | 8. 品質がよい |
| 9. 個性ある店づくり | 10. おいしい |
| 11. 店が清潔である | 12. 接客態度が良い |
| 13. お客様とのふれあいを心掛けている | 14. 気軽に入りやすい |
| 15. 催物・特売が多い | 16. スタンプ・ポイントカードなどがある |
| 17. 価格が安い | 18. 宅配している |
| 19. お客様の自宅に近い | 20. お客様の通勤・通学途中に店がある |
| 21. 営業時間が長い | |

(3) 最近のお店の業績はどうか。(それぞれ○は1つだけ)

- | | | | | | |
|-------|---------|-------|--------|-------|---------|
| ①売上高: | 1. 大幅増加 | 2. 微増 | 3. 横ばい | 4. 微減 | 5. 大幅減少 |
| ②客数: | 1. 大幅増加 | 2. 微増 | 3. 横ばい | 4. 微減 | 5. 大幅減少 |
| ③粗利益: | 1. 大幅増加 | 2. 微増 | 3. 横ばい | 4. 微減 | 5. 大幅減少 |

(4) 業績が順調または不振である要因は何ですか。(○は3つまで)

- | | |
|----------------|-------------------|
| 1. 商圏内の人口の変化 | 2. 取扱商品の需要の変化 |
| 3. 交通網の変化による影響 | 4. 大型店進出の影響 |
| 5. 商店街の中の環境変化 | 6. 店の設備対応 |
| 7. 店員の質 | 8. 自店の販売促進・販路開拓効果 |
| 9. 同業者の存在 | 10. 異業種・新業態の影響 |

11. その他 ()

(5) 不況以外で、現在のお店の課題にあなたが対応できない理由は何だと思えますか。(○は2つまで)

- | | | |
|-----------------|-----------------|---------------|
| 1. 年齢上・体力の問題 | 2. 気力が維持できていない | 3. 惰性におちいつている |
| 4. 人材が確保できない | 5. 仕入れ方法を変えられない | 6. 融資等資金繰りが困難 |
| 7. 対応策がイメージできない | 8. その他 | () |

(6) これからの店の経営継続方針をお聞かせ下さい。(○は1つだけ)

1. 後継者がおり従事中
2. 従事していないが後継者が決定している
3. 後継者を検討中
4. 想定する後継候補はいるが継いでくれない
5. 後継希望者はいるが自分の代で閉店のつもり
6. 第三者に事業譲渡したい
7. 店舗をテナントに貸したい
8. 自分が現役なので想定していない
9. 今後廃業の予定
10. 支店等なので会社に対応する
11. その他 []

問4. 東小金井駅高架下商業施設の影響についておたずねします。

※東小金井北口商店会、東小金井南口商店会、東小金井駅北口地域振興会、
新小金井西口商店会、新小金井商店会の5商店会の方におたずねします。
(その他の商店会の方は 問5 へ)

(1) 東小金井駅高架下商業施設があなたのお店や商店街にどのような影響を与えていますか。(○は1つだけ)

1. 客足をかなりとられている
2. 客足を少しとられている
3. 影響は無い
4. ついで買いがあり共存している
5. その他 []

(2) 影響があると感じられている場合、その理由は何だと思えますか。(○は2つまで)

1. 品揃え
2. 店舗構成
3. 価格
4. 立地
5. その他 []

(3) 今後の対応としてどのように考えればよいと思えますか。(○は1つだけ)

1. 商店街全体として積極的に対応していく必要があろう
2. 個店として独自の対応が必要だろう
3. 現段階では何とも言えない
4. あきらめるしかないと思う
5. その他 []

問5. 商店街についておたずねします。

(1) 商店街全体における当面の問題点は、次のうちどれだと思えますか。(○は3つまで)

1. 店舗配列、業種構成、店舗構成に問題がある
2. 核になる店舗がない
3. 競合商店街の勢力に押され気味である
4. 個店の経営努力不足
5. 店舗の老朽化、陳腐化が著しい
6. 歩行者の安全確保に問題がある
7. 来客用の駐車場が不足している
8. 来客用の駐輪場が不足している
9. 非店舗が多く、商店街としての連続性に欠ける
10. 近くの大型店に客足をとられている
11. 商店街の環境整備が不十分でイメージが悪い
12. 結束力が弱く、商店街活動が出来ない
13. 商店街の役員になってくれる人が少ない
14. その他 []

(2) 商店街の各店舗を総合的にみた場合の問題点は、次のうちどれですか。(〇は3つまで)

- | | | |
|-------------|------------|----------------|
| 1. 品揃えが少ない | 2. 値段が高い | 3. 気兼ねしてしまう |
| 4. 店が清潔でない | 5. 配達をしない | 6. 営業時間が短い |
| 7. 品質が良くない | 8. 鮮度が良くない | 9. 駐車場が狭い |
| 10. 接客態度が悪い | 11. 家から遠い | 12. 催物・特売等が少ない |
| 13. 休憩場所がない | | |
| 14. その他 | 〔 〕 | |

(3) 商店街で改善すべき施設、または欲しい施設を挙げてください。(〇は3つまで)

- | | | |
|----------|-----------|-----------|
| 1. 街路灯 | 2. ガードレール | 3. アーケード |
| 4. カラー舗装 | 5. 広場・小公園 | 6. こどもの遊具 |
| 7. ベンチ | 8. モニュメント | 9. 公衆トイレ |
| 10. 駐車場 | 11. 駐輪場 | 12. バス停 |
| 13. 公衆電話 | 14. 放送設備 | |
| 15. その他 | 〔 〕 | |

(4) 商店街の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか。(〇は3つまで)

- | | |
|---------------------------|-------------------------------|
| 1. 不足業種を補う | 2. 核になる店舗を誘致する |
| 3. 来客用の駐車場を整備する | 4. 来客用の駐輪場を整備する |
| 5. 空き店舗の解消を図る | 6. 商店街の環境整備を十分させ、商店街のイメージを高める |
| 7. 商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする | |
| 8. その他 | 〔 〕 |

(5) あなたの商店会はどのような活動を充実していけば良いとお考えですか。(〇は3つまで)

- | | |
|---------------------|-----------------------|
| 1. 共同売り出し | 2. スタンプ券等 |
| 3. 共同のチラシ | 4. 共同装飾 |
| 5. イベント、催し | 〔 具体的に: 〕 |
| 6. 宅配 | 7. 研究会、勉強会の実施 |
| 8. 消費者との意見交換 | 9. 商店街診断・店舗診断の実施 |
| 10. パソコンセミナーの実施 | 11. ホームページ作成による店舗紹介 |
| 12. インターネット・ショップの開設 | 13. 電子マネーなど多様な決済方法の導入 |
| 14. その他 | 〔 〕 |

(6) 商店街にもっと欲しい業種を挙げてください。(○は3つまで)

- | | | |
|---------------|------------|--------------------|
| 1. 青果店 | 2. 精肉店 | 3. 鮮魚店 |
| 4. 弁当・惣菜店 | 5. その他食品店 | 6. 日用品雑貨店(金物、台所用品) |
| 7. 日用衣料品店 | 8. 薬品・化粧品店 | 9. コンビニエンスストア |
| 10. 紳士服店 | 11. プティック | 12. 靴・鞆店 |
| 13. 書籍・文具店 | 14. 家電製品店 | 15. スーパー(大型店含む) |
| 16. DVDレンタル店 | 17. 理容・美容室 | 18. クリーニング店 |
| 19. ファーストフード店 | 20. 飲食店 | 21. 喫茶店 |
| 22. その他 | 〔 〕 | |

問6. あなたにとっての商店会活動についておたずねします。

(1) あなたのお店は商店会に加盟していますか。(○は1つだけ)

1. 加盟している 2. 加盟していない
- ↓ ↓
- 以下続けてお答えください。 8ページの問7へ

(2) (商店会に加盟されている場合) 加盟団体はどちらですか。(○は1つだけ)

- | | | |
|-----------------|------------------|----------------|
| 1. 小金井市商業振興会 | 2. 武蔵小金井駅前商店会 | 3. 北口仲通り商店会 |
| 4. 小金井市けやき通り商店会 | 5. 小金井市中央商店街協同組合 | 6. 農工大通り振興会 |
| 7. 蛇の目通り商店会 | 8. 中町明和会 | 9. 京王通り商店会 |
| 10. 貫井北町商工振興会 | 11. 前原坂下商店会 | 12. 緑町中央商店会 |
| 13. 東小金井北口商店会 | 14. 東小金井駅北口地域振興会 | 15. 東小金井南口商店会 |
| 16. 新小金井西口商店会 | 17. 新小金井商店会 | 18. シャトー小金井商店会 |

(3) 商店会に対する対応・印象をお聞かせください。

①あなたは商店会活動に参加されていますか。(○は1つ)

1. 積極的に参加している 2. たまに参加する 3. ほとんど参加していない

②あなたは商店会の会合に参加されていますか。(○は1つ)

1. 積極的に参加している 2. たまに参加する 3. ほとんど参加していない

③会議の進め方や活動等の状況から見て、商店会活動は円滑にいらっていると思いますか。(○は1つ)

1. そう思う 2. どちらでもない 3. そう思わない

(4) 今後とも商店街の活動や事業は重要だと思いますか。(○は1つだけ)

1. 非常に重要である 2. ある程度重要である 3. それほど重要と思わない

(5) 商店会活動が重要でないと思う理由は何ですか。(○は2つまで)←

1. 活動の効果が少ない 2. 会費負担の効果が薄い 3. 独自の活動が縛られる
4. 競争活力が阻害される 5. しがらみがわずらわしい
6. その他 〔 〕

(6) あなたの商店会が地域社会との連携をより一層強くするには、どのようなことに積極的に参加・協力すれば良いと考えますか。(〇は3つまで)

1. 自治会・町内会活動
2. 交通安全・防犯活動
3. 福祉・ボランティア活動
4. 清掃などの環境美化活動
5. リサイクル活動
6. PTA活動
7. スポーツサークル活動
8. 学習・文化活動
9. 青少年の支援活動
10. イベント・お祭りの活動
11. 必要無い
12. その他

()

(7) 商店街と地域社会との連携について、あなた個人や従業員の方個々の活動実績(自慢歓迎)や、今後の進め方、その他まちづくりについてのご意見をお聞かせ下さい。

問7. 今後の小金井市の商業振興策の方向についてうかがいます。

(1) 今後の方向については、どのように考えられますか。(〇は当てはまるものすべて)

1. 従来通り商店街対策を重視すべきだ
2. 商店街同士の連携対策を重視すべきだ
3. やる気のある商店街への支援策に絞っていくべきだ
4. 個店対策を重視すべきだ
5. やる気のあるグループへの支援策を重視すべきだ
6. 販売促進事業などのソフトな対策をより重視すべきだ
7. 施設整備事業などのハードな対策をより重視すべきだ
8. 地域社会との交流・連携対策をより重視すべきだ
9. その他

()

(2) 事業を継続・展開していくうえで望まれる支援策をどのようなものが考えられますか。(〇は3つまで)

1. 同業種交流の促進
2. 異業種交流の促進
3. 他事業所の情報提供
4. 経営支援施策情報の提供
5. 自社PRの支援
6. 融資制度の充実
7. 良好な賃貸事業スペースの情報提供
8. 表彰・顕彰制度の充実
9. 人材育成事業の強化(塾・セミナー等)
10. 経営相談体制の強化
11. 行政の支援策にはあまり期待しない
12. その他

()

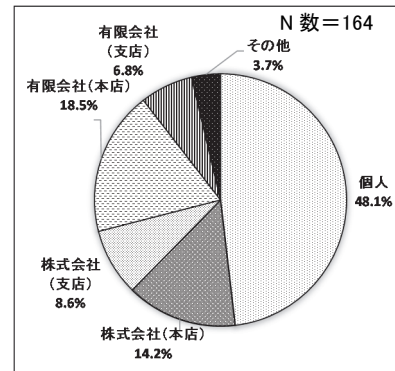
ご協力ありがとうございました。

4. 回答者属性

回答者属性で特筆すべき点は、以下のとおりである。

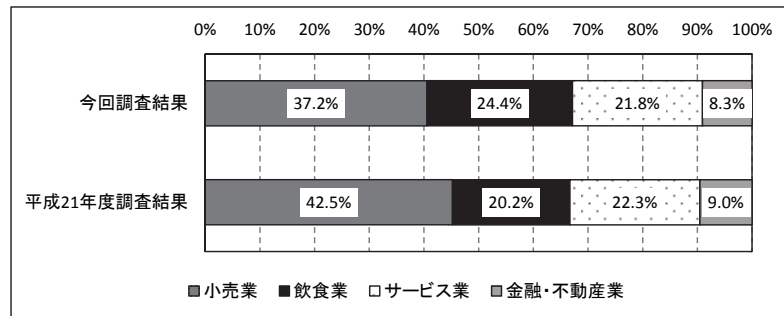
【問1(2)お店の経営形態】

・個人経営が 48.1%と最も多く、次いで有限会社(本店)が 18.5%、株式会社(本店)が 14.2%となっている。



【問1(3)お店の業種】

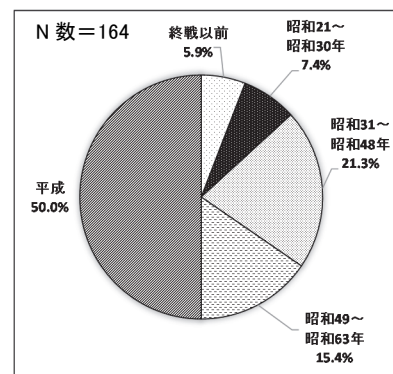
・小売業が 37.2%、飲食店が 24.4%、サービス業が 21.8%、金融・不動産業が 8.3%となっている。
 ・前回調査結果と比較すると、大きな差はない結果となっており、小売業において 5.3 ポイント下回る一方、飲食業においては 4.2 ポイント上回っている。



【問1(5)創業(支店の場合は、開設時期)】

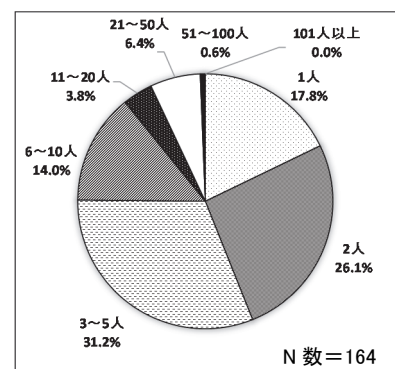
・本集計においては、前回調査を踏襲し、「終戦以前(第二次世界大戦終戦の昭和 20 年以前に相当)」、高度成長以前の「昭和 21～30 年」、高度成長期の「昭和 31～48 年」、高度成長後の「昭和 48～63 年」、「平成」に区分している。

・「平成」が 50.0%と最も多く、次いで「昭和 31～48 年」の 21.3%となっている。なお「終戦以前」「昭和 21～30 年」は計 13.3%であり、創業半世紀以上の事業所は比較的少ないことが窺える。



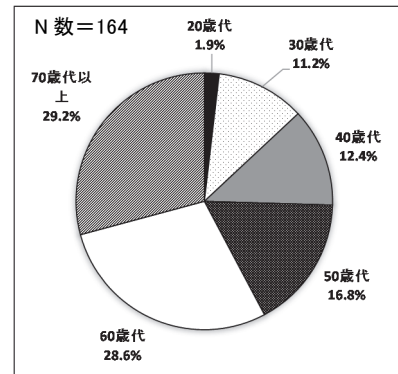
【問 1(6)従業員の数(あなた自身も含めて)】

・「3～5 人」が 31.2%と最も多く、「1人」の 17.8%、「2 人」の 26.1%と合わせると、75.1%に達している。



【問 1(7)経営者の年代】

・「70 歳代以上」が 29.2%と最も多く、次いで多い「60 歳代」の 28.6%と合わせると 57.8%となり、高齢者が多い。

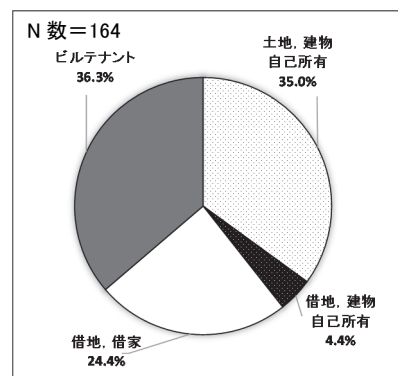


【問 1(8)土地・建物の所有形態】

・「ビルテナント」が 36.3%と最も多く、次いで「土地、建物自己所有」が 35.0%、「借地、借家」が 24.4%等となっている。

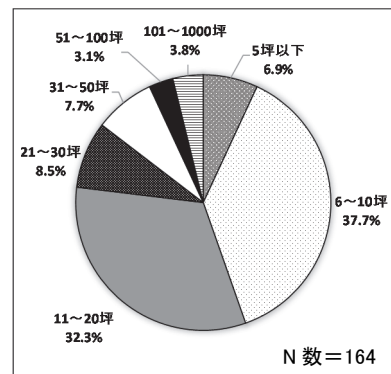
・(5)「創業時期」との関係を見ると、「土地、建物自己所有」は創業昭和 48 年以前の事業所が約 6 割となっており、それ以降創業の事業所は 4 割となっている。それに対し、「ビルテナント」の約 8 割は、平成に創業した事業所であった。

・前回調査結果と比較すると、「ビルテナント」は 22.3%から 14.0 ポイント上回り、「土地、建物自己所有」は 47.7%から 12.7 ポイント下回る結果となった。



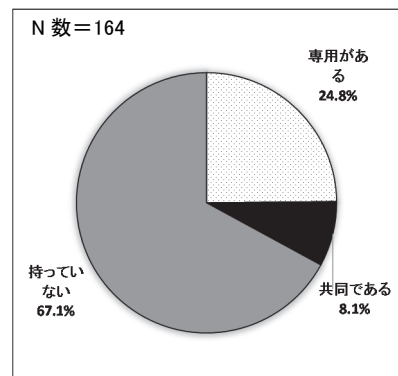
【問 1(9)売場面積】

・区分を設定し集計した結果、「6~10 坪」が 37.7%と最も多かった。「5 坪以下」の 6.9%を合わせると、10 坪以下が 44.6%となっている。

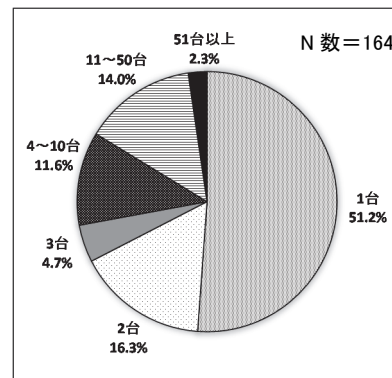


【問1(11)来客用駐車場】

・「持っていない」が 67.1%と6割を超え、「専用がある」は 24.8%となっている。

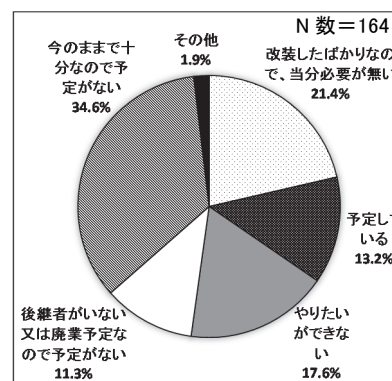


・「専用がある」「共同である」との回答者に、用意している台数を聞いたところ、「1台」が51.2%と最も多く、次いで多い「2台」の16.3%を合わせると、2台以下が67.5%となっている。



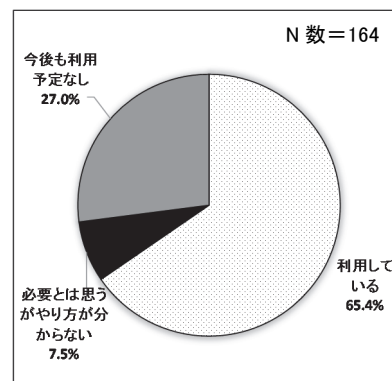
【問 1(12)今後の改装予定】

・「今のままで十分なので予定がない」が34.6%と最も多く、次いで「改装したばかりなので、当分必要が無い」の21.4%となっている。



【問 1(15)あなたのお店では、経営に情報機器、コンピュータやインターネットを利用していますか。】

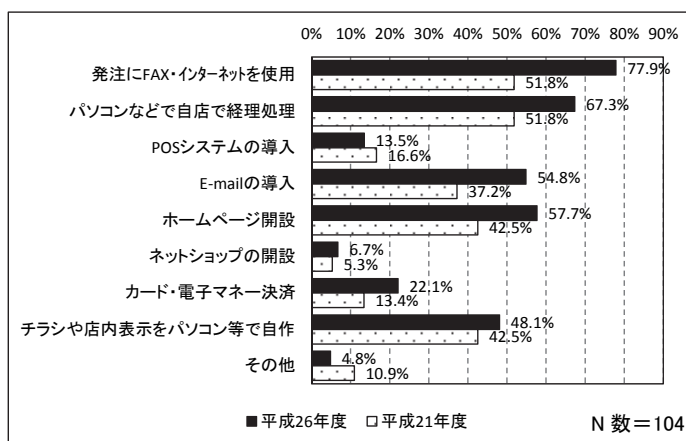
・「利用している」が65.4%、「今後も利用予定なし」が27.0%となっている。
 ・なお、前回調査では、「利用している」が60.1%、「予定なし」が31.0%となっている。



【問1(16)その利用内容は、どのようなものですか。】

・「発注にFAX・インターネットを利用」が最も多く77.9%、次いで「パソコンなどで自店で経理処理」が67.3%、「ホームページ開設※」が57.7%、「E-mailの導入」が54.1%となっている。

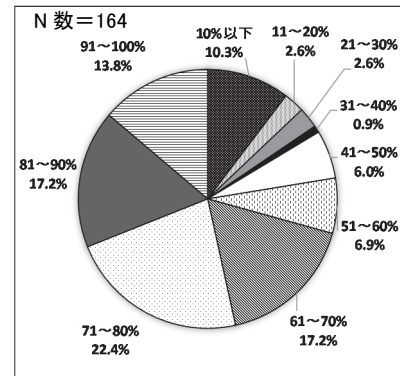
※ホームページ開設については、自社・自店の管理下での運営のほか、商工会商店会が開設するWEBサイトにお店紹介を掲載するケースも見られ、小金井市商工会及び小金井北口仲通り商店会WEBサイトにおいて延べ217事業所の掲載(平成27年1月現在)が確認された。



5. 結果概要

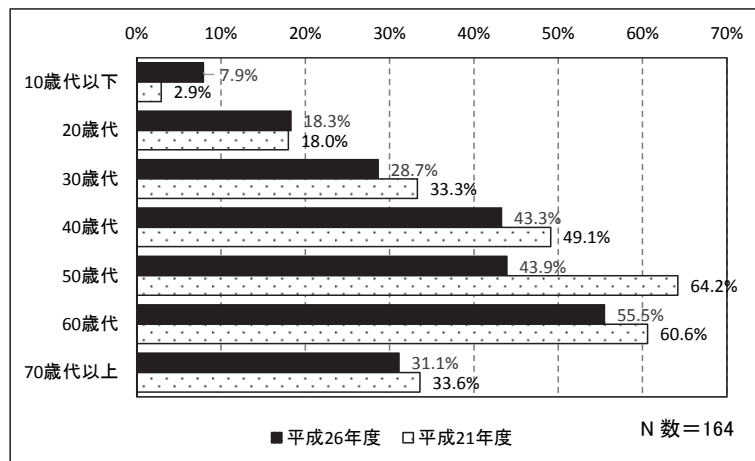
問2(1)お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか。

- ・「71～80%」が 22.4%と最も多く、71%超は合計で 53.4%となっている。
- ・なお、前回調査結果時の結果は、71%超が 62.7%となっており、今回とほぼ同様の傾向が見られる。



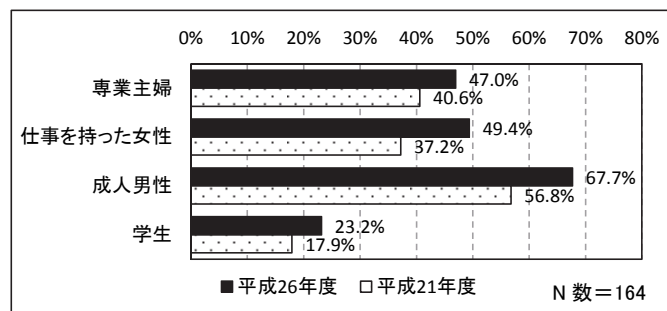
問2(3)どの年代のお客様が多いですか。(○は3つまで)

- ・「60 歳代」が 55.5%と最も多く、次いで「50 歳代」が 43.9%、「40 歳代」が 43.3%となっており、これらが回答者の店の客層の中心といえる。
- ・なお、前回調査結果では「50 歳代」が 64.2%と最も多く、次いで「60 歳代」が 60.6%、「40 歳代」が 49.1% となっている。



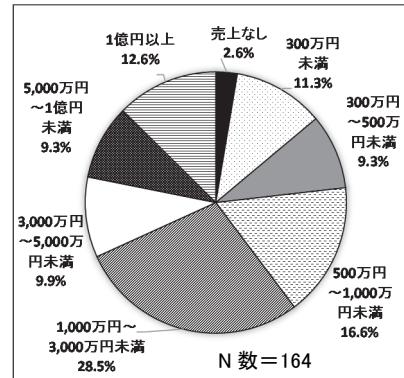
問 2(4)どのようなタイプのお客様が多いですか。(○は3つまで)

- ・「成人男性」が 67.7%と最も多く、次いで「仕事を持った女性」が 49.4%、「専業主婦」が 47.0%となっている。



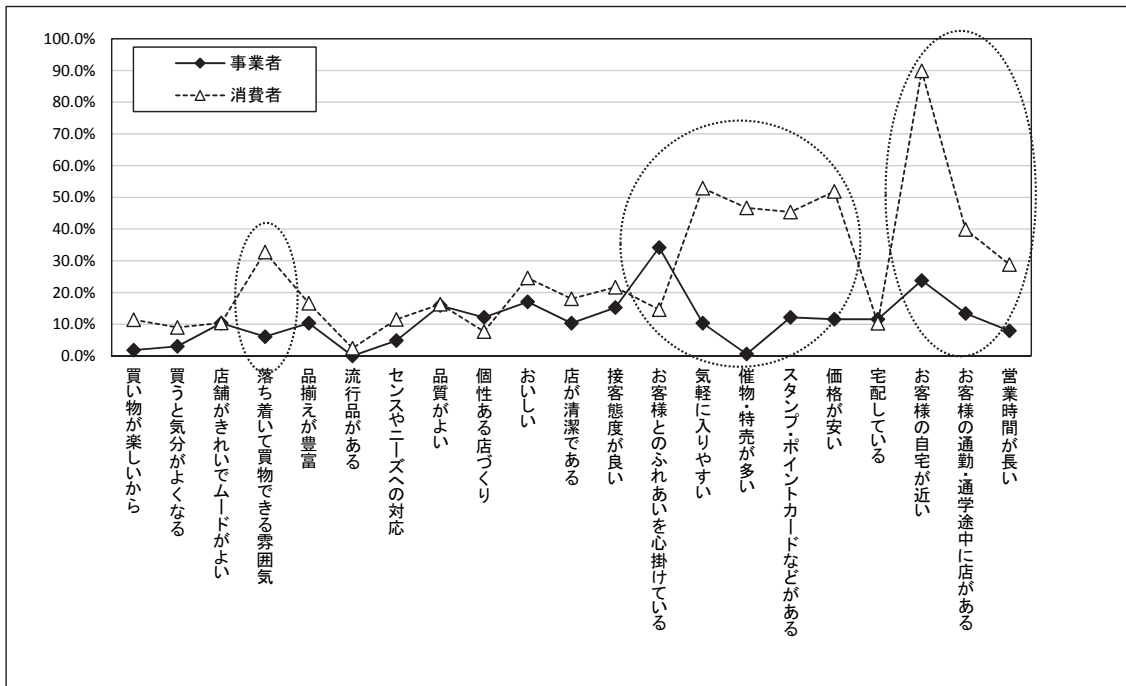
問3(1)直前決算期の売上高をお答え下さい。

- ・「1,000 万～3,000 万円未満」が 28.5%と最も多く、次いで「500 万～1,000 万円未満」が 16.6%となっている。



問3(2)お客様があなたのお店を支持する理由と思われることをお聞かせ下さい。(○は3つまで)

- ・「お客様とのふれあいを心がけている」が 34.1%と最も多く、次いで「お客様の自宅が近い」が 23.8%、「品質がよい」が 15.9%などとなっている。
- ・なお「4. 既往消費者買物調査の分析」の「市内で買物する理由」結果を見ると、消費者は「自宅からの近さ」が非常に大きな要素となっている他、「安さ」「特売」「ポイントカード・スタンプ」などの「お得感」、「通勤・通学途中にある」「営業時間が長い」といった「利便性」、それに伴って「落ち着いて買物ができる」「気軽に入りやすい」といった理由から店を選ぶ傾向にある。一方で、今回調査結果において事業者が考える支持理由で比較的上位となった「お客様とのふれあいを心がけている」「接客態度が良い」「品質がよい」「個性のある店づくり」といった事項は消費者側では支持が少なく、消費者側と事業者側で考え方に大きく違いがあることが分かった。



問 3(3)最近のお店の業績はどうですか。

① 売上高

・「微減」が 31.0%、継いで「横ばい」が 26.6%となった。

・「微減」「大幅減少」を合わせた「減少」との認識は 55.1%となっているが、前回調査結果の 74%と比較して約 19 ポイント下回った。

② 客数

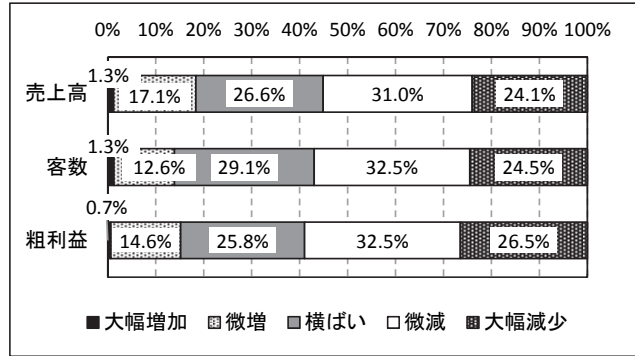
・「微減」が 32.5%、次いで「横ばい」が 29.1%となった。

・「減少」との認識は 前回の 71.2%から 14.2 ポイント下回る、57.0%となった。

③ 粗利益

・「微減」が 32.5%、次いで「大幅減少」が 26.5%となった。

・「減少」との認識は前回の 74.6%から 15.6 ポイント下回る 59.0%であった。



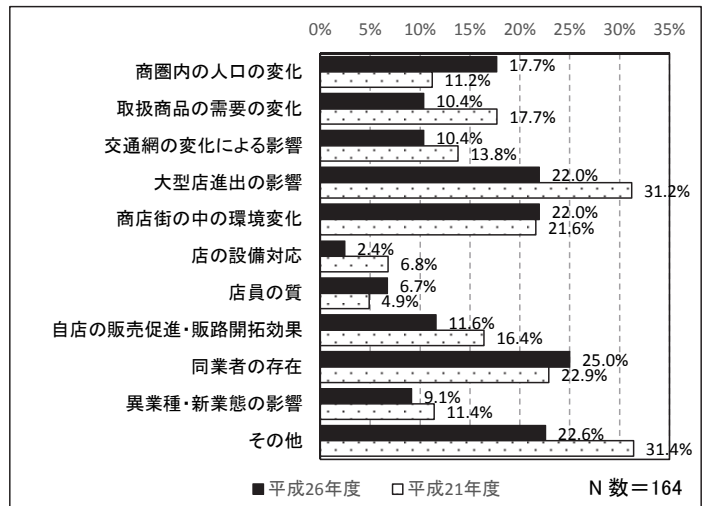
・なおこの設問での「大幅増加」又は「微増」との回答を「好調」、「微減」又は「大幅減少」を「不振」と定義・再集計し、それぞれ回答者の認識を明らかにするため、この区分と各設問の回答傾向との関係をこの後明らかにする(この分類を以下、「好調・不振の別」という。)

・問 3(2)「お客様があなたのお店を支持する理由と思われることをお聞かせ下さい。」との関係で見ると、「好調」な事業者では、「センスやニーズへの対応」(17.2%)が、全体よりも 12 ポイント高いことが分かった。他にも、「品揃えが豊富」(17.2%)、「品質が良い」(24.1%)、「個性ある店づくり」(20.7%)においても全体よりも 7~9 ポイント高くなっている。

問 3(4)業績が順調又は不振である要因は何ですか。(○は3つまで)

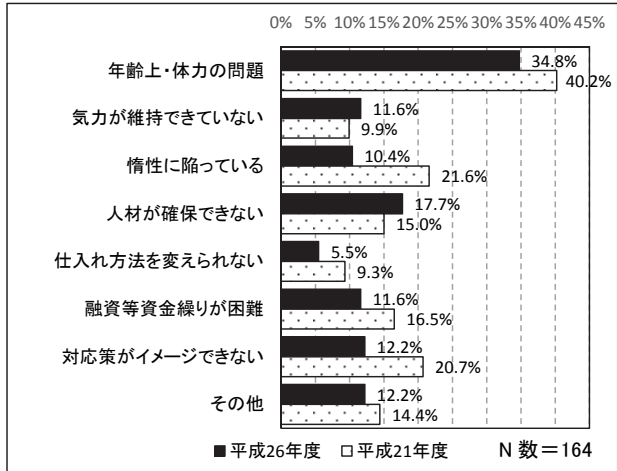
・「同業者の存在」が 25.0%と最も多く、次いで「その他」が 22.6%、「大型店舗進出の影響」、「商店街の中の環境変化」が共に 22.0%などとなっている。なお「その他」(22.6%)と答えた回答者のうち、約 3 割が「消費税の増税」に関連する回答を記入している。

・なお、前回調査結果では、「大型店進出の影響」が 31.2%と最も多く、次いで「同業者の存在」が 22.9%、「商店街の中の環境変化」が 21.9%であった。なおその際に「その他」(31.4%)と答えたうちの 9 割以上が「不況」に関連する回答を記入している。



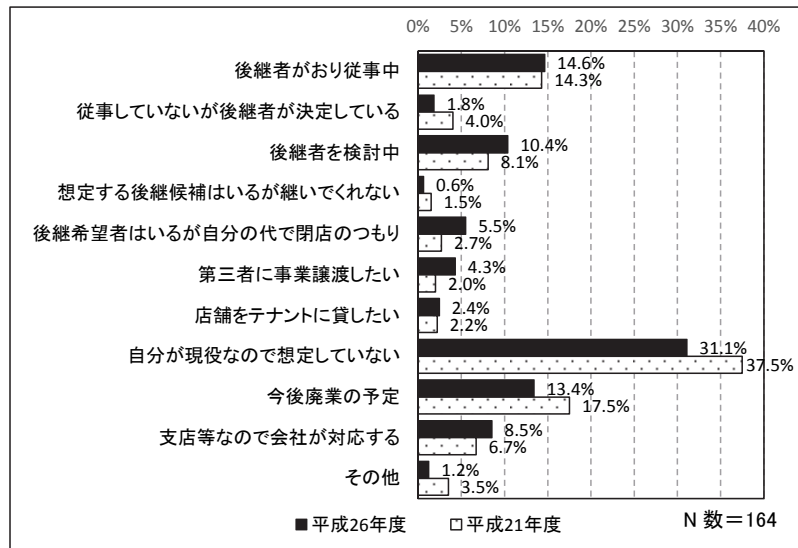
問 3(5) 不況以外で、現在のお店の課題にあなたが対応できない理由は何だと思えますか。

- ・「年齢上・体力の問題」が 34.8%と最も多く、次いで「人材が確保できない」が 17.7%となっている。
- ・年代別では高齢であるほど「年齢上・体力の問題」が多くなる傾向にあり、50 歳代で 33.3%、60 歳代で 45.7%、70 歳代以上で 53.2%だった。
- ・前問(4)「順調又は不振である要因」との関係で見ると、「自店の販売促進・販路開拓効果」と答えた人で「気が維持できていない」が 29.4%、「異業種・新業態の影響」と答えた人で「惰性に陥っている」が 16.7%と高かった。また、「人材が確保できない」においては、「店員の質(33.3%)」「同業者の存在(24.1%)」、「商圈内人口の変化」(20.7%)と答えた人の割合が高かった。



問 3(6) これからの店の経営継続方針をお聞かせ下さい。

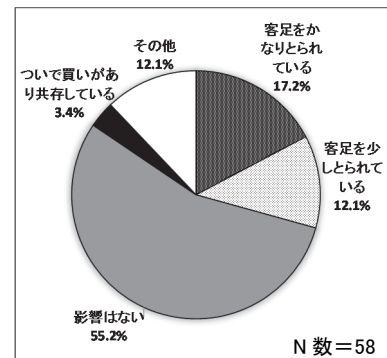
- ・「自分が現役なので想定していない」が 31.1%と最も多く、次いで「後継者がおり従事中」が 14.6%、「今後廃業の予定」が 13.4%などとなっている。
- ・年代別では、「今後廃業の予定」と回答した事業者は、全て 50 歳代以上であった。割合は、70 歳代以上が 52.4%、60 歳代が 38.1%、50 歳代が 9.5%となっている。また「後継者がおり従事中」については、70 歳代以上が 47.8%、60 歳代が 34.8%となっている。

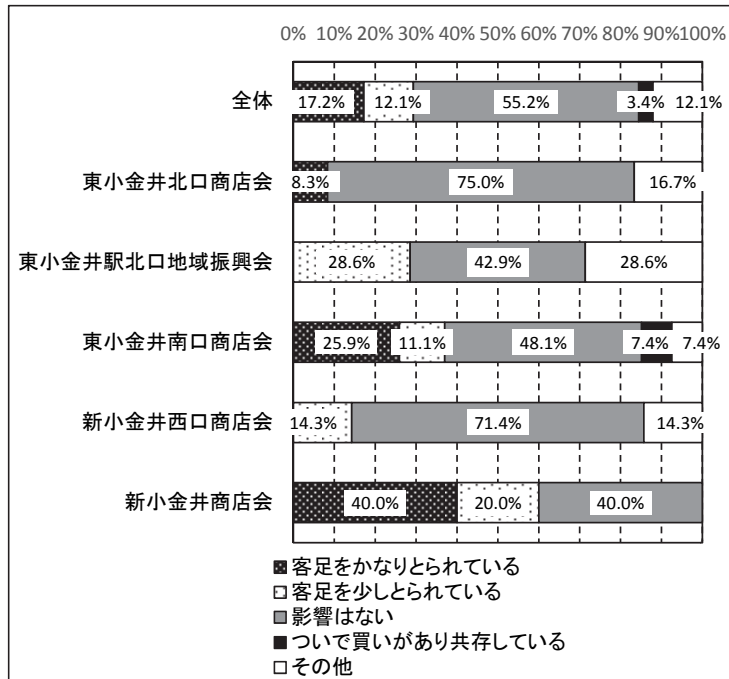


問 4(1) 東小金井駅高架下商業施設があなたのお店や商店街にどのような影響を与えていますか。

※問 4 は、東小金井駅周辺の 5 商店会に加入している人のみに尋ねている。

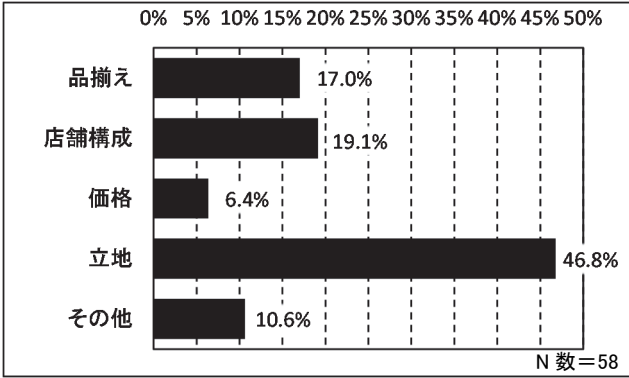
- ・全体の結果を見ると、「影響はない」が 55.2%となっており、かなり・少しを合わせた「客足をとられている」認識は 29.3% となった。
- ・質問を行った商店街別に見ると、多くの商店街で「影響はない」が最も多くなっているが、新小金井商店会のみ、「客足をとられている」という認識が 60.0%と「影響はない」を上回っている。
- ・好調・不振の別では「好調」事業者では「ついで買いがあり共存している」が 11.1%と、全体を 7ポイント程度上回った。





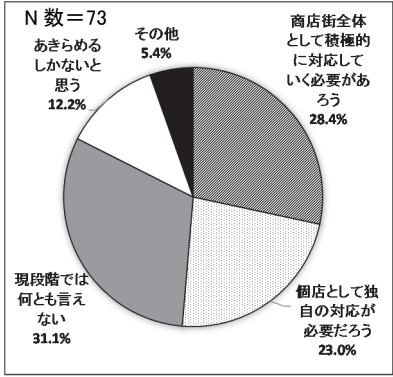
問4(2) 影響があると感じられている場合、その理由は何だと思えますか。(○は2つまで)

- ・「立地」が 46.8%と最も多く、次いで「店舗構成」が 19.1%、「品揃え」が 17.0%などとなっている。
- ・好調・不振の別では、「不調」事業者では、「品揃え」が 21.2%と、全体を約 8 ポイント上回っている。



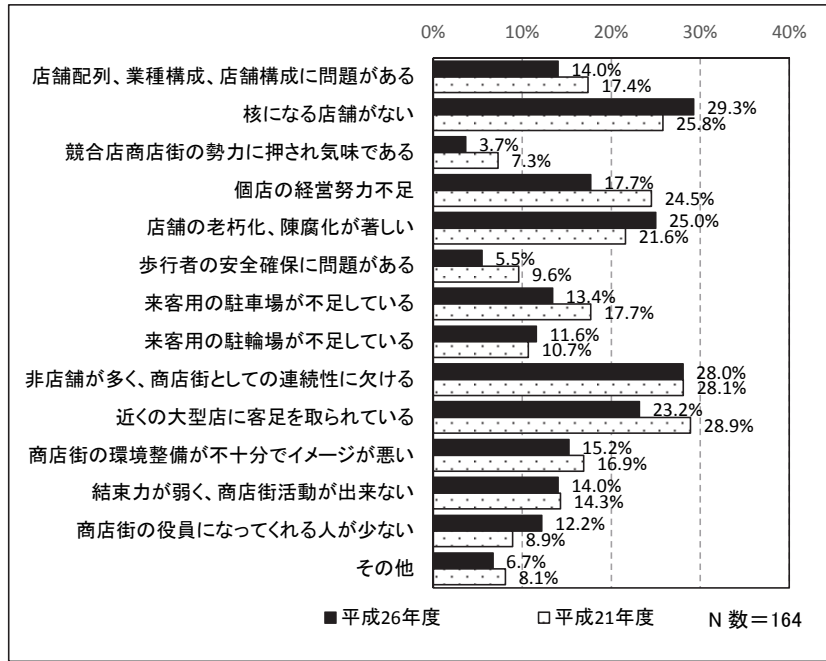
問4(3) 今後の対応としてどのように考えればよいと思えますか。

- ・「現段階では何とも言えない」が 31.1%と最も多く、次いで「商店街全体として積極的に対応していく必要があろう」が 28.4% などとなっている。



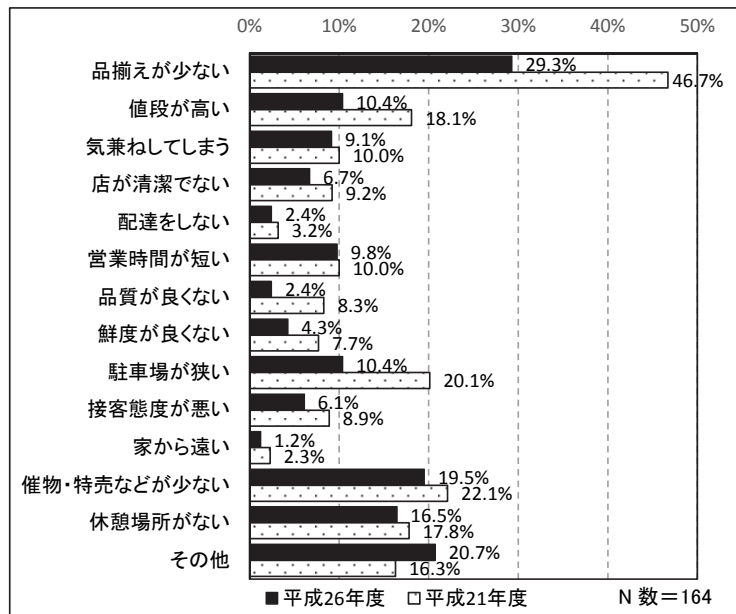
問5(1) 商店街全体における当面の問題点は、次のうちどれだと思いますか。(〇は3つまで)

- ・「核になる店舗がない」が 29.3%、「非店舗が多く、商店街としての連続性に欠ける」が 28.0%、「店舗の老朽、陳腐化が著しい」が 25.0%などとなっている。
- ・なお、前回調査では、「近くの大型店に客足をとられている」(28.9%)、「非店舗が多く、商店街としての連続性に欠ける」(28.1%)、「核になる店舗がない」(25.1%)などが多数であった。



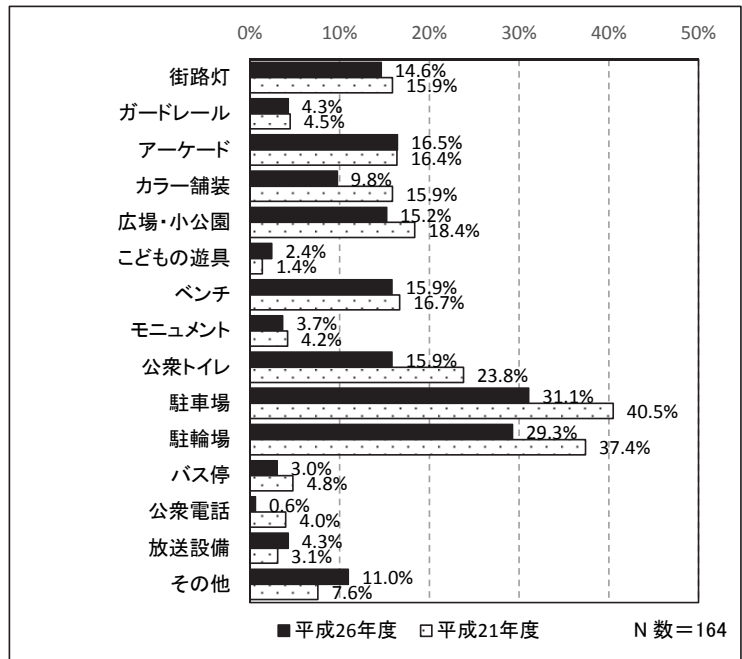
問5(2) 商店街の各店舗を総合的にみた場合の問題点は、次のうちどれですか。(〇は3つまで)

- ・「品揃えが少ない」が 29.3%、「催物・特売などが少ない」が 19.5%、「休憩場所がない」が 16.5% などとなっている。
- ・「その他」20.7%は、「店舗自体が少ない」、「店の種類が少ない」等の回答が目立った。
- ・なお、前回調査では、「品揃えが少ない」が 46.7%、「催物・特売などが少ない」が 22.1%、「駐車場が狭い」が 20.1% などとなっていた。



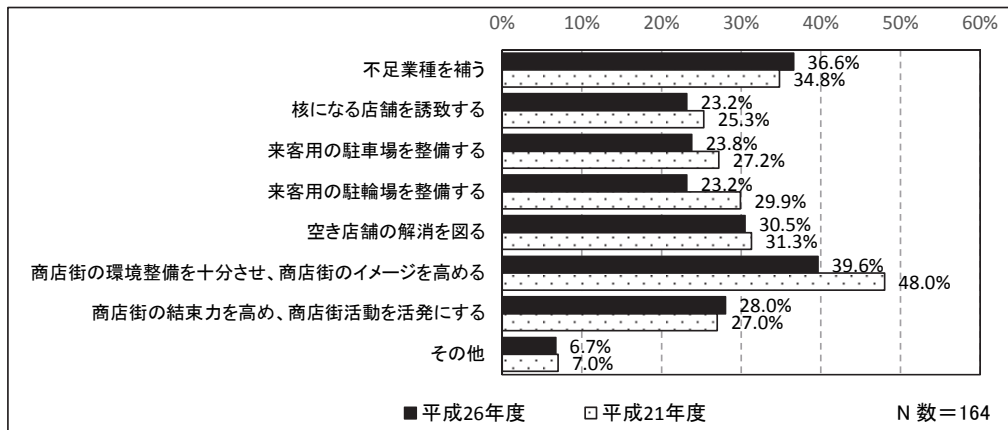
問5(3) 商店街で改善すべき施設、又は欲しい施設を挙げて下さい。(〇は3つまで)

- ・「駐車場」が 31.1%と最も多く、次いで「駐輪場」が 29.3%、「アーケード」が 16.5%などとなっている。
- ・なお、前回調査では、「駐車場」が 40.5%と最も多く、次いで「駐輪場」が 37.4%、「公衆トイレ」が 23.8%と、今回調査結果同様、駐車場・駐輪場の回答が多い。



問5(4) 商店街の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか。(〇は3つまで)

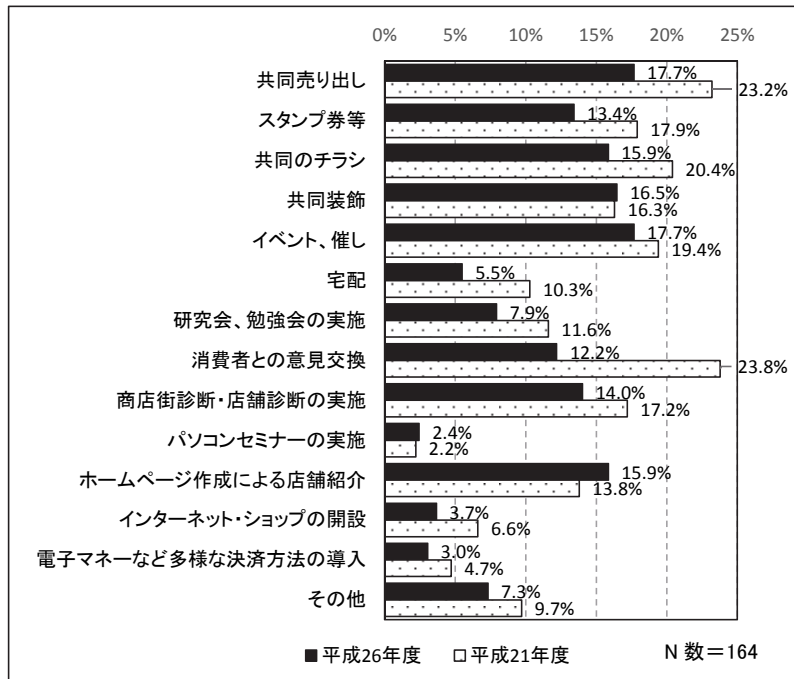
- ・「商店街の環境整備を十分させ、商店街のイメージを高める」が 39.6%と最も高く、次いで「不足業種を補う」が 36.6%、「空き店舗の解消を図る」が 30.5%などとなっている。
- ・なお、前回調査では、「商店街の環境整備を十分させ、商店街のイメージを高める」が 48.0%と最も高く、次いで「不足業種を補う」(34.8%)、「空き店舗の解消を図る」(31.3%)などの回答が多数であった。



問5(5)あなたの商店会はどのような活動を充実していけば良いとお考えですか。(〇は3つまで)

・「共同売り出し」「イベント、催し」が共に 17.7%と最も高く、次いで「共同装飾」が 16.5%、「共同のチラシ」「ホームページ作成による店舗紹介」が共に 15.9%となった。

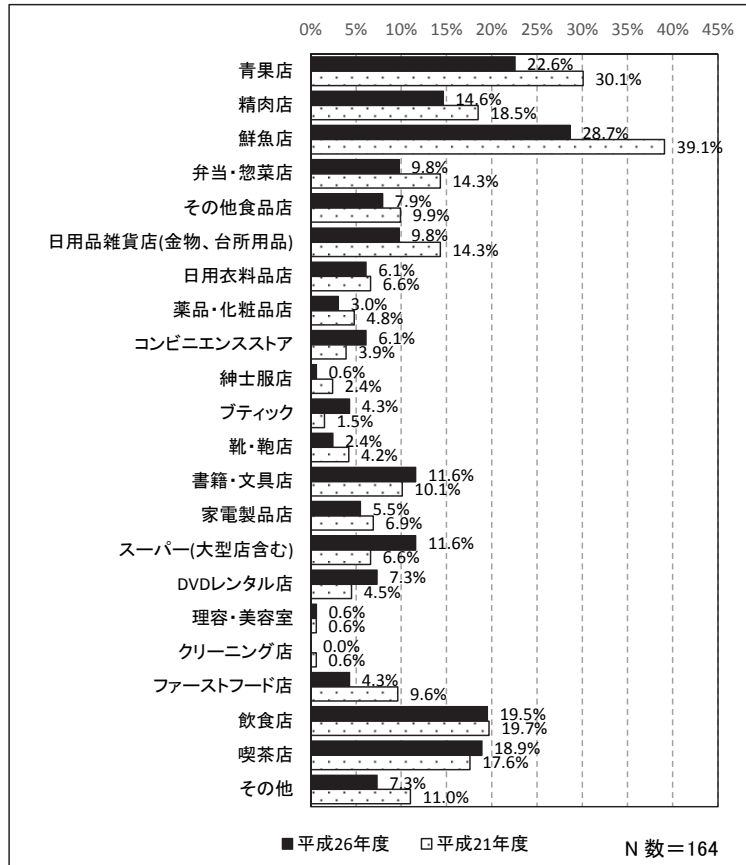
・なお、前回調査では、「消費者との意見交換」が 23.8% と最も多く、次いで「共同売り出し」が 23.2%、「共同のチラシ」が 20.4%などとなっている。



問5(6)商店街にもっと欲しい業種を挙げて下さい。(〇は3つまで)

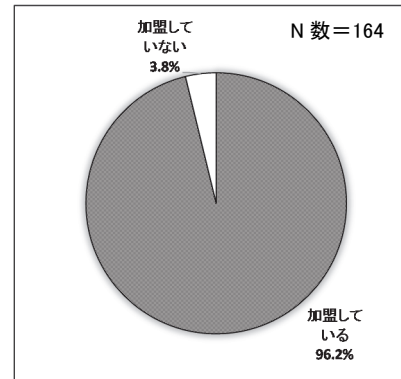
・「鮮魚店」が 28.7%と最も多く、次いで「青果店」が 22.6%、「飲食店」が 19.5%、「喫茶店」が 18.9%などとなっている。

・なお、前回調査では、「鮮魚店」が 39.1%と最も多く、次いで「青果店」が 30.1%、「飲食店」が 19.7%、「精肉店」が 18.5%などとなっている。



問6(1)あなたのお店は商店会に加盟していますか。(○は1つだけ)

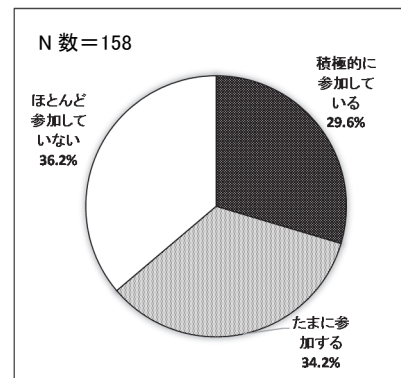
- ・「加盟している」が 96.2%となっている。



問6(3) 商店会に対する対応・印象をお聞かせ下さい。

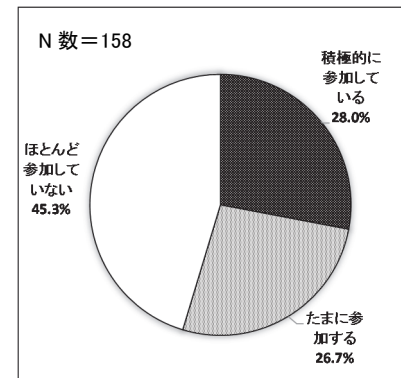
① あなたは商店会活動に参加されていますか。(○は1つ)

- ・「ほとんど参加していない」が 36.2%、「たまに参加する」が 34.2%、「積極的に参加している」が 29.6%となっている。
- ・なお平成 21 年に実施した前回調査でも、「ほとんど参加していない」が 38.9%、「たまに参加する」が 32.0%、「積極的に参加している」が 29.1%と、今回の調査結果と近い結果であった。



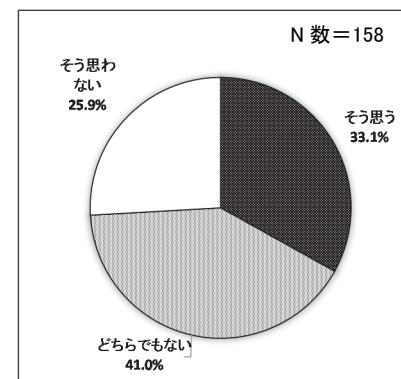
② あなたは商店会の会合に参加されていますか。(○は1つ)

- ・「ほとんど参加していない」が 45.3%、「積極的に参加している」が 28.0%、「たまに参加する」が 26.7%となっている。



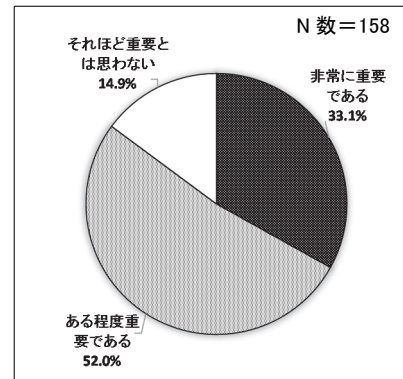
③ 会議の進め方や活動等の状況から見て、商店街活動は円滑に
いっていると思いますか。(○は1つ)

- ・「そう思う」が 33.1%、「そう思わない」が 25.9%、「どちらでもない」が 41.0%となっている。



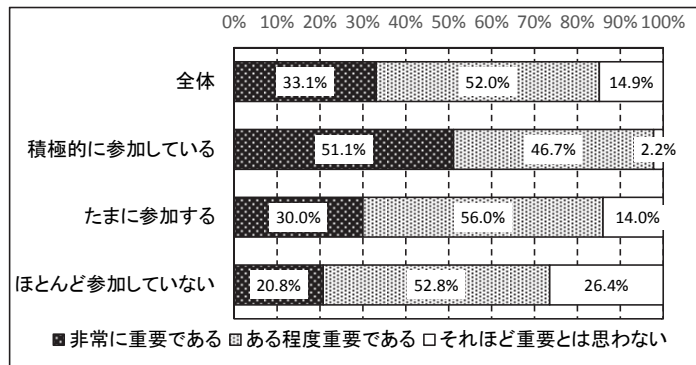
問6(4) 今後とも商店街の活動事業は重要だと思いますか。(○は1つだけ)

・「ある程度重要である」が 52.0%、「非常に重要である」が 33.1%、「それほど重要とは思わない」が 14.9%となっている。

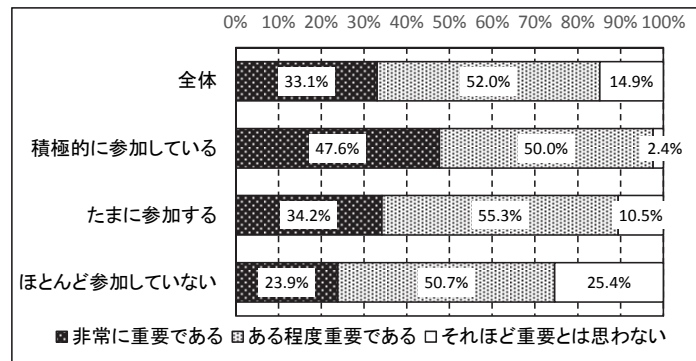


・前問(3)「商店会に対する対応・印象」との関係を見ると、以下のとおりとなっている。

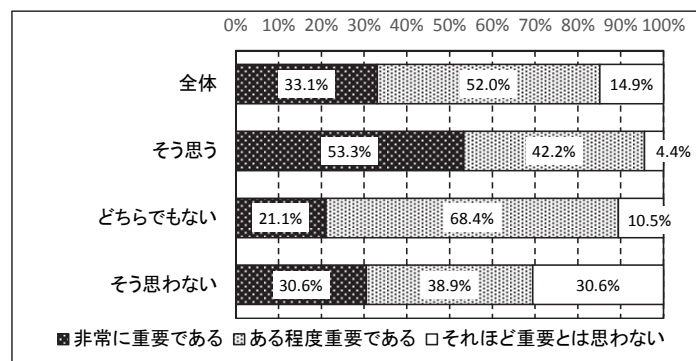
・「①あなたは商店会活動に参加されていますか。」との関係では、「積極的に参加している」人で「非常に重要である」は 51.1%と半数を占めているが、「たまに参加する」人では 30.0%、「ほとんど参加していない」人においては 20.8%となった。



・「②あなたは商店会の会合に参加されていますか。」との関係では、「積極的に参加している」人で「非常に重要である」が 47.6%となったが、「たまに参加する」人では 34.2%、「ほとんど参加しない」人においては 23.9%となった。

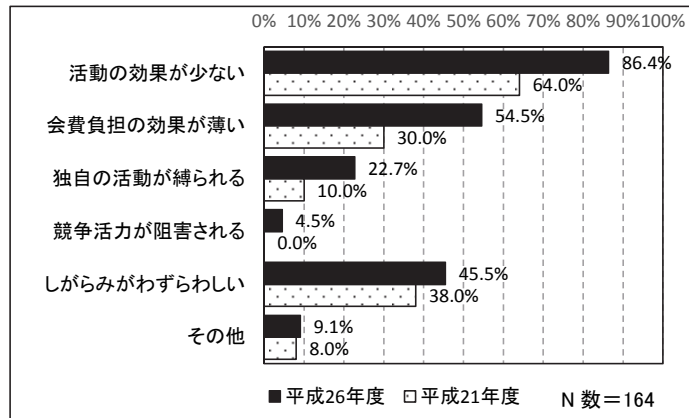


・「③会議の進め方や活動等の状況から見て、商店街活動は円滑にいらっていると思いますか。」との関係では、「そう思う」人で「非常に重要である」が 53.3%であった。「どちらでもない」人においては 21.1%であり、「そう思わない」人の 30.6%を下回る結果となった。



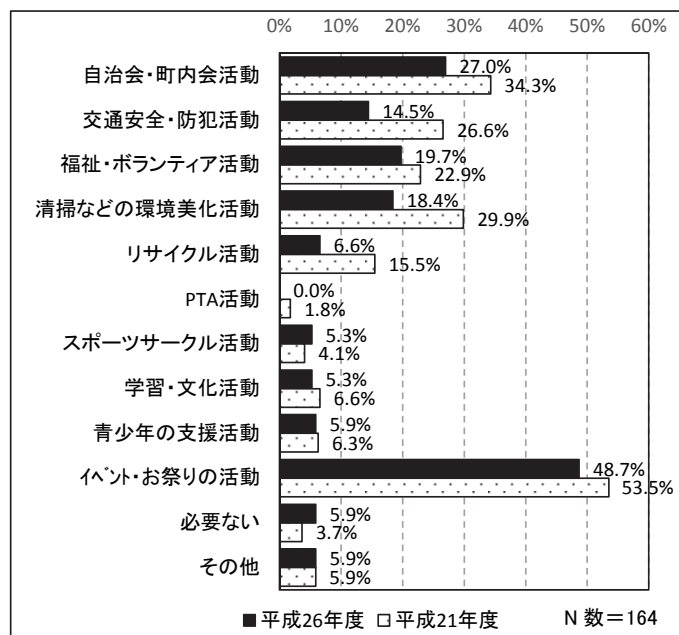
問6(5) 商店街活動が重要でないと思う理由は何ですか。(○は2つまで)

- ・ 前問で今後とも商店街の活動事業は「それほど重要とは思わない」との回答者に「活動が重要でない」と思う理由を尋ねたところ、「活動の効果が少ない」が 86.4%と最も多く、次いで「会費負担の効果が薄い」が 54.5%、「しがらみがわずらわしい」が 45.5%などとなっている。
- ・ なお前回調査結果では、「活動の効果が少ない」が 64.0%と最も多く、次いで「しがらみがわずらわしい」が 38.0%、「会費負担の効果が薄い」が 30.0%などであった。



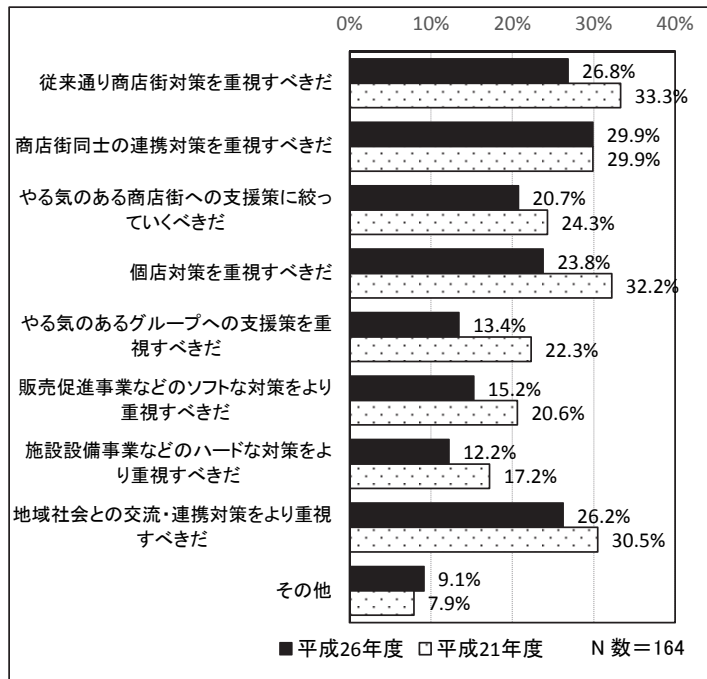
問6(6) あなたの商店会が地域社会との連携をより一層強くするには、どの様なことに積極的に参加・協力すれば良いと考えますか。(○は3つまで)

- ・ 「イベント・お祭りの活動」が 48.7%と最も高く、次いで「自治会・町内会活動」が 27.0%、「福祉、ボランティア活動」が 19.7%、「清掃などの環境美化活動」が 18.4%などとなっている。
- ・ なお、前回調査では、「イベント・お祭りの活動」が 53.5%と最も高く、次いで「自治会・町内会活動」が 34.3%、「清掃などの環境美化活動」が 29.9%であった。



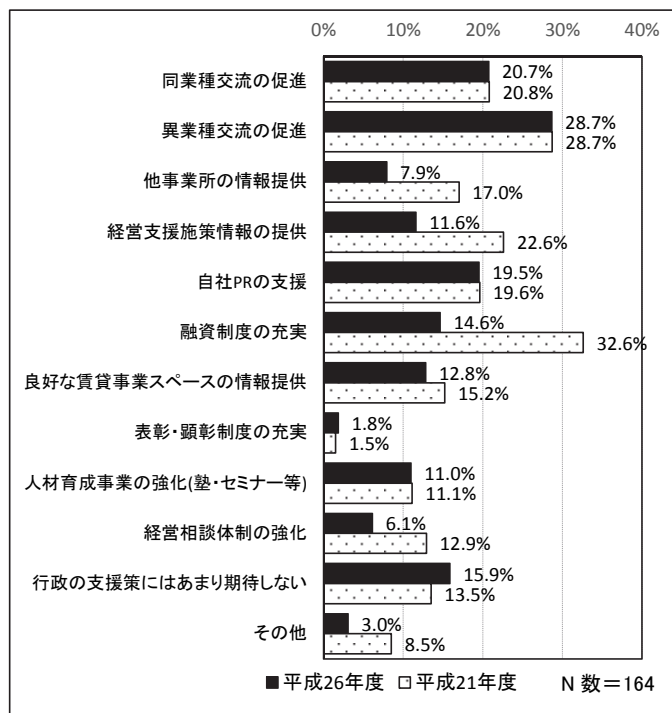
問7(1) 今後の方向については、どのように考えられますか。(〇はあてはまるものすべて)

- ・「商店街同士の連携対策を重視すべきだ」が 29.9%で最も多く、次いで「従来通り商店街対策を重視すべきだ」が 26.8%、「地域社会との交流・連携対策をより重視すべきだ」が 26.2%などとなっている。
- ・なお、前回調査結果では、「従来通り商店街対策を重視すべきだ」が 33.3%と最も多く、次いで「個店対策を重視すべきだ」が 32.2%、「地域社会との交流・連携対策をより重視すべきだ」が 30.5%などとなっている。



問7(2) 事業を継続・展開していくうえで望まれる支援策はどのようなものが考えられますか。

- ・「異業種交流の促進」が 28.7%と最も多く、次いで「同業種交流の促進」が 20.7%、「自社PRの支援」が 19.5%となった。
- ・なお、前回調査結果では、「融資制度の充実」が 32.6%と最も多く、次いで「異業種交流の推進」が 28.7%、「経営支援施策情報の提供」が 22.6%などとなっている。



5-2. 結果のまとめ

集計結果から、回答上位を中心に捉えた傾向については、以下にまとめられる。

【回答者属性の特徴】

- ・個人経営・60歳代以上が5割以上を占め、創業は「平成」が5割、「高度成長期」で2割。
- ・「ビルテナント」が「土地、建物自己所有」をわずかに超え最も多く、「売場面積 10坪以下」が4割以上となった。
- ・来客用駐車場は「持っていない」、「経営にITを利用」共に6割超。

【経営環境】

- ・固定客比率が70%を超える事業所が5割超で、顧客の多くは「40～60歳代」、「成人男性」。
- ・お店を支持する理由と思われる理由は、「お客様とのふれあいを心がけている」が3割超、次いで「お客様の自宅が近い」、「品質がよい」。ただし、消費者側から見た理由は、「お得感」「利便性」、その他、「落ち着いて買物できる」「気軽に入りやすい」といった声が多い。
- ・業績については、売上高、客数、粗利益とも「減少」との認識は5割超。ただし、前回調査結果と比較すると、全項目において「減少の認識」は15ポイント以上下回った。
- ・「業績が順調又は不振である要因」は、「同業者の存在」「大型店舗進出の影響」「商店街の中の環境変化」など。「その他」と答えた人のうち約3割が「消費税の増税」に関連する回答を記入。
- ・「課題に対応できない理由」は、「年齢上・体力の問題」が3割を超え、他を大きく上回っている。他、「人材が確保できない」等。
- ・「経営継続方針」については、「自分が現役なので想定していない」、「後継者がおり従事中」、「今後廃業の予定」等。「今後廃業の予定」の約半数を70歳代以上が占める。

【東小金井駅高架下商業施設の影響】

- ・「影響はない」が5割超、「客足をとられている」認識が約3割。

【商店街環境】

- ・「全体の当面の問題点」については、「核店舗がない」、「非店舗が多い」、「店舗の老朽、陳腐化」等。
- ・「各店舗を総合的にみた場合の問題点」については、「品揃えが少ない」、「催物・特売などが少ない」、「休憩場所がない」等。
- ・「改善すべき施設」については、「駐車場」、「駐輪場」が多く、前回調査結果時と傾向は変わらない。
- ・「発展のために必要と思うこと」については、「商店街の環境整備を十分させ、商店街のイメージを高める」「不足業種を補う」「空き店舗の解消」など。
- ・「活動充実のための方策」は、「共同売り出し」、「イベント、催し」、「共同装飾」等。
- ・「もっと欲しい業種」については、「鮮魚店」、「青果店」、「飲食店」、「喫茶店」等。

【商店会活動】

- ・9割超が「加盟している」が、活動参加実態は低調。ただし、「活動事業は重要」との認識は8割超で、前回調査との傾向は変わらない。
- ・「地域社会との連携強化策」については、「イベント・お祭りの活動」、「自治会・町内会活動」、「福祉、ボランティア活動」、「清掃などの環境美化活動」等。

【市の今後の施策についての認識】

- ・「商店街同士の連携対策を重視すべきだ」「従来通り商店街対策を重視すべきだ」「地域社会との交流・連携対策をより重視すべきだ」等。

・なお前回調査や、平成 15 年に行った既往調査の際には比較的多かった、「やる気のある商店街への支援策に絞っていくべきだ」は年々減少傾向にある。

5-3. 結果から類推される課題

経営者側は、お店の支持理由を「お客様とのふれあいを心がけている」、「お客様の自宅が近い」、「品質がよい」等と認識しているが、消費者側からの視点は、「安さ」「特売」「ポイントカード・スタンプ」などの「お得感」、「通勤・通学途中にある」「営業時間が長い」といった「利便性」、また、それに伴って「落ち着いて買物ができる」「気軽に入りやすい」といった理由から店を選ぶ傾向にある。そのため、消費者の認識に沿った切り口で考えてみる。

今後の改善策について

●駐輪場・駐車場について

・経営者側は駐車場駐輪場不足の解消が必要との認識が強く、これは前回調査結果、その前の既往調査と変わらない傾向である。今回調査では、事業の「好調」「不調」に関わらず、「改善すべき・または欲しい施設」で「駐車場」「駐輪場」を挙げる事業所が多かった。

・さらに、消費者買物調査や商店街利用客意識調査でも、同じような意見が聞かれた。近所ではあっても、買物の際には荷物があるため、自動車や自転車を利用する人が比較的多いことが分かっている。

⇒これが改善されることにより、より「気軽に入りやすく、落ち着いて買物ができる」店舗・商店街になると考えられる。

●空き店舗対策

・「発展のために必要と思うこと」について挙げられている「商店街の環境整備を充分させ、商店街のイメージを高める」「不足業種を補う」「空き店舗の解消」は、利用客からも「店舗が少ない」「色々な種類の商店が欲しい」という声があり、一致している。

・また、今回調査では前回と全く同じ方法で実施し、さらにその後返送の督促状も配布しているが、回収率は 18%に留まっている。これは前回の 49%を大きく下回っており、「事業者の意識低下が見られる」といえる。さらに、解答のあった既存事業者でも、高齢化による廃業を考えている事業者が多く、今後、空き店舗の増加も想定される。

⇒以上から、「新たな店舗の誘致」により、様々な商店が増えることで、消費者からも「お店を選んで買物ができる商店街」となり、さらに「落ち着いて買物ができる環境」になると考えられる。

商店街利用客意識調査でも、「以前は近隣駅に行っていたが、店舗が増えて小金井を利用するようになった」との声もあり、店舗が増えることで事業者・消費者双方により活気が作り出されると考えられる。

このことから、空き店舗等の既存資源を元に、新規事業者が開業しやすい仕組みづくり等を取り組むことが必要であると考え。これらを進める上で、「消費者の声を取り入れ活かす仕組み」「小金井で商売をする上での魅力を高めていく」「思わず立ち寄りたくなる魅力・個性づくり」等の切り口も必要といえる。

6. 競合店舗調査

6-1. 競合店舗調査結果

1. 実施概要

(1) 目的

平成 26 年 1 月に開業した東小金井駅高架下商業施設に関し、東小金井駅周辺に立地する他の大規模小売店舗への影響を把握するため、店舗運営責任者にヒアリング調査を実施した。

(2) 手法

平成 26 年 11 月に当該店舗訪問・面接による聞き取り調査を行った。

(3) 対象店舗

市内大規模小売店舗のうち、東小金井駅周辺に立地する 4 店舗

2. ヒアリング結果の概要

①店舗A

-最近行った改装などの対応状況について伺いたい

道路の拡張のため、市から店頭の撤去を命じられたため、店頭の看板・陳列を撤去した。東小金井駅高架下に開店をした店舗への対策という点では、特に何も行ってない。

-商圈範囲・主な顧客ターゲットの現状について伺いたい

商圈範囲は基本的には約 500m～1 km以内である。しかし、飲食店を営む方など、主に鮮魚を目当てに、遠方から来るお客さまも比較的多い。

-お客の変化で感じたことがあれば伺いたい

客数は以前より伸びている。鮮魚・青果・精肉において売り上げが増えた。特に宣伝を変えたなどの対策はとっていないが、西口が出来たことで人の流れが以前とは変わったようで、一時期は 2～3 割程度の増加があった。そのころよりは落ち着いているが、昨年に比べて 7～8%は増加をしていると思う。

-施設設備ソフトで目に見えて対応したことがあれば伺いたい

特に対策等は行ってないが、日ごろから鮮度管理には気を付けており、冷凍ものや輸入ものはほぼ扱っていない。質の良いものを揃え、一步上に行く商品を心掛けているため、そのような商品を求めているお客さまがいらっしゃっている。

-顧客の来店手段と頻度について伺いたい

週末は車のお客さまが多く、駐車場が混む事が多いが、平日は自転車の方が多い。遠方からいらっしゃっているお客さまも多く、そのような方は車で、大体月に 2～3 回来店している様子。

-東小金井駅高架下への店舗出店の影響と、今後の対策方針があれば伺いたい

客数も増えているため、特に今後に向けての対策は考えていない。

-今後商売の環境をよくするために、必要だと思うことを伺いたい

設備の老朽化が気になっているため入れ替えも考えているが、大変コストが掛かり、また現在後継者もないため、なかなか簡単に決めることができずに迷っている。この点は今

後の大きな課題と考えている。

-地域貢献・地域コミュニティとの協調で取り組んでいることがあれば伺いたい

特に行っていない。商店会には加入はしているが、店舗の人員も最低限で回しているため、ほとんど参加は出来ていない状態。

-今後施策上、市に求めることがあれば伺いたい

目の前の道路が広がり、間口が2m程になってしまうため、店頭に出している野菜などが置けなくなってしまうので、この点が大変悩んでいる。また、今後変わるのかもしれないが、緑（街路樹）が少なく殺風景に感じてしまう。

②店舗B

-最近行った改装などの対応状況について伺いたい

改装に関してはほぼ行っていない。安いものを売るとというのが会社の基本であるが、その点はお客さまには受け入れてもらえていると感じているため、その点を強みとしている。

-前任地との違いについて伺いたい

以前は単店に勤めていたため、チェーン店になり、仕入れの状況などは全く変わった。現在は仕入れの違いから、安く消費者へ提供できるのが強み。

-商圈範囲・主な顧客ターゲットの現状について伺いたい

商圈範囲は半径1km以内で、チラシも配っている。以前からの固定のお客さまは把握しているので、何かあれば配達などの対応も行っている。顧客については、午前中は比較的年配、昼過ぎからは中間層、夜には若い方や学生が多い。

-お客の変化で感じたことがあれば伺いたい

お年寄りのお客さまも多く、また周囲に競合店舗も多い為、お客さまも様々な店舗を利用しているのは感じている。その中で、週3回来ていた方が週2回に減るなどという変化は実感している。西口が開通し、そちらの方へ人の流れが変わっていることも大変実感している。

-施設設備ソフトで目に見えて対応したことがあれば伺いたい

特に最近新しいことを始めたということはない。店舗独自で何かを行うということはありません。

-顧客の来店手段と頻度について伺いたい

駐車場がないため、来店手段は自転車や徒歩がほとんどである。来店頻度は、常連の顧客でも毎日来る方は少なく、大体週3日などが多い。客数は前年と比べ90%を切っており、売り上げ自体は消費税の値上げの関係もあり何とか横ばいを保っている状態ではあるが、今後への心配・不安は大きい。

-東小金井駅高架下への店舗出店の影響と、今後の対策方針があれば伺いたい

影響は1割弱。対策としては、もともと売りにしている安さ、または高齢者などに向けて、出来る範囲で配達を行うなど、他では行っていないサービス等の工夫を心掛けている。

-今後商売の環境をよくするために、必要だと思うことを伺いたい

駐輪場自体は足りていると感じている。しかし、駅の改装や店舗が増えるなど、どんどんと商売しにくい状況が出来てきているという実感はある。

-地域貢献・地域コミュニティとの協調で取り組んでいることがあれば伺いたい

中学生の職場体験、小学生の社会科見学は毎年行っている。商店会・商工会には加入はしているが、人員に余裕はなく、なかなか積極的な活動は難しい状態である。

-今後施策上、市に求めることがあれば伺いたい

周囲に競合店がどんどんと増えているので、その分若い家族世代を増やす何かの策を講じてほしい。オーバーストアで人を取り合うだけの状態に陥ってしまうと、1番弱者の商店街の個店からダメージを受けることになる。お店の入れ替わりだけが激しい状態になってしまうのではと思う。

③店舗C

-最近行った改装などの対応状況について伺いたい

改装に関しては特に行っていない。

-前任地との違いについて伺いたい

小金井に来て1年半ほど。大学が近いため、昼間には学生が多くレジに並ぶ状態になる。その分周囲の家が少ないため、客層は独特と言える。学生以外では年配の方が多い。

-商圈範囲・主な顧客ターゲットの現状について伺いたい

ターゲットは50～60代が多く、30～40代のお客さまは比較的少ない。また、昼時には近所の大学の学生が多い。商圈範囲は半径500m～1km以内である。

-お客の変化で感じたことがあれば伺いたい

東小金井駅高架下店舗ができ、夜6時～7時以降の客数に影響があり、前年比で92%程度に減少した。全体の客数自体は学生が多いため横ばいにはなっているが、駅の近くにお店が出来たことで、夜通勤帰りに利用するお客さまが減ったと感じている。

-施設設備ソフトで目に見えて対応したことがあれば伺いたい

特に何も行っていない。店舗の形態からも、競合店が出来て対策を行うということはほぼ無い。

-顧客の来店手段と頻度について伺いたい

顧客の来店手段はほぼ自転車と徒歩である。駐車場があるため、週末は車のお客さまが多少増えている様子はある。

-東小金井駅高架下への店舗出店の影響と、今後の対策方針があれば伺いたい

影響はかなり実感しており、近い将来では小規模な改装等を行うことが決定している。それに向けて現在は、商品の鮮度管理に気を付けるなど、日々できることを行っている状態である。

-今後商売の環境をよくするために、必要だと思うことを伺いたい

店内の設備で、暖房設備が必要だと感じている。現在も、2階の温かい空気を階下へ送る装置は設置しているが、お客さまからも店内の寒さを気にする声があるため、さらなる改善を行いたい。また、2階建ての店舗であるがエレベーターは無く、エスカレーターも登りしか無いため、現在は高齢のお客さま等には従業員が手伝いフォローをしている。この点においても、さらにお客さまが快適な買い物をできるよう、施設面での改善を行えば良いと感じている。

-地域貢献・地域コミュニティとの協調で取り組んでいることがあれば伺いたい

近所の公園などの夏祭りの際には品物の提供等の協力をしているが、それ以外では特に行っていない。

④店舗D

-最近行った改装などの対応状況について伺いたい

改装については近い日程で行うことが決定している。商品数を大幅に増やす予定となっている。

-前任地との違いについて伺いたい

前任地は桜新町であったが、売れる商品は全く違っている。小金井は比較的富裕層～学生までさまざまな客層がいる街なので、高価格帯の商品から手ごろな商品まで、多岐にわたる需要があると感じている。

-商圈範囲・主な顧客ターゲットの現状について伺いたい

1 km以内が商圈としている。まずは500mが第一商圈で、第二商圈として1 km以内と考えている。顧客は、午前中はどちらかという年齢層の高いシニア層、昼くらいからニューファミリー層、夜は単身者という、大まかに3段階に分類できる。

-お客の変化で感じたことがあれば伺いたい

仕事帰りの買い物客が減ったと感じている。東小金井駅高架下店舗は生鮮三品に特化しているため、その点で売り上げにも影響があった。西口ができ、いったんは客数が増えたが、高架下の店舗が開店してやはり少し売り上げは落ちた。人の流れとしてはよくなったと感じている。

-施設設備ソフトで目に見えて対応したことがあれば伺いたい

駐車場を改装し、自転車は今までは無料だったが、去年の夏に有料化を行い、綺麗にした。また、今月には店内の改装を行うことが決まっている。

-顧客の来店手段と頻度について伺いたい

顧客の来店手段は自転車が多い。6割程度が自転車であると感じている。車が1割程度で、残りのお客さまが徒歩で来店をしている。

-東小金井駅高架下への店舗出店の影響と、今後の対策方針があれば伺いたい

影響としては、生鮮三品の売り上げは落ち込んだ。今後の対策としては、改装して競合店にないものを取り込むなどの工夫を考えており、改装に伴い商品数はかなり増やす予定となっている。

-地域貢献・地域コミュニティとの協調で取り組んでいることがあれば伺いたい

ゴミについて、市から認定証を受けたことがある。ゴミの削減などには積極的に協力している。それ以外の特別な活動等は、現在は特に行っていない。

-今後施策上、市に求めることがあれば伺いたい

欲を言えば、店舗前に横断歩道があれば良いというお客さまからの声が多い。それ以外では、街・地域が発展すればみんなが潤うと思うので、その点では尽力して頂きたい。マンションができるなど、人口が増えるのがベストで、より多くの方が「住みたい」と思えるような街になると良いと感じている。

3. 結果のまとめ

今回本章の調査を行った目的としては、

- ①東小金井駅高架下に平成 26 年 1 月に開業した商業施設(以下、「新規開業施設」という。)が、周辺にある既存の大規模小売店舗に対してどの程度の影響を与えているかの把握
- ②上記を踏まえ、既存大規模小売店舗が影響に対してどのように対応しているかを把握することにより、今後中小小売店舗が改善に向けどう対応すべきかを検討するための整理

以上の2点が挙げられる。

①については、

- 1店舗のみ「新規開業施設開店後は客数・売上げが伸びている」という回答であったが、他の全ての店舗は「客数・売上共に減少している」という回答であった。
- これは、新規開業施設の開店だけではなく、それに伴い新たに「東小金井駅西口」が開通したことによる、東小金井駅利用者の動線の変化の影響もあると推測できる。

②については、

- 2店舗は近いうちに改装を行う予定があり、顧客に合わせた施設への改善や、他店舗に無い商品を取り入れるなどの工夫を行うという回答があった。
 - 他の2店舗は改装の予定は無いものの、宅配サービスや商品の価格、一歩先をいく品質などで、すでに他店舗との差別化を図る工夫を行っている実態が分かった。
- 以上から、各店舗特徴を活かした顧客対応を実施していることが窺える。

これらから、今後本市の中小小売業の振興、特に個店による対応においては、上記のような商品・サービス等の差別化によって、より顧客に支持されるための対応が必要と考えられる。

また、経営者の高齢化等により、店舗の課題に個々で対応を行うには限界があると推測される。それを受け、

- 従来の活動にとらわれずに柔軟な活動・共同事業を行い、お互いを活性化
- 顧客の要望を把握し、きめ細やかな品揃え・サービスを心掛け、中小小売業ならではの強みを打ち出す

等の対応が今後考えられる。

7. 商店街利用客意識調査

7-1. 調査結果

1. 実施概要

(1) 実施目的：

商店街利用客へのヒアリング調査を行い、消費者の意識や日常の行動、消費者の視点から見た商店街の評価等を把握することにより、平成 27年度に新産業振興プランを策定するに当たっての検討基礎資料とする。

(2) 実施日：平成 27 年 1 月 13 日～ 1 月 21 日

(3) 対象者：各商店街利用客

(4) 方法：市内 3 駅周辺の商店街にて、上記対象者へ街頭でのヒアリング調査を行った。なお、本調査においての「商店街」とは、特定の商店会を指しておらず、「商店が立ち並ぶエリア」という意味合いである。

(5) 回答者数：

- I) 武蔵小金井駅北口周辺商店街・・・54 名
- II) 武蔵小金井駅南口周辺商店街・・・61 名
- III) 東小金井駅南口周辺商店街・・・64 名
- IV) 東小金井駅北口周辺商店街・・・34 名
- V) 東小金井駅高架下商業施設・・・59 名
- VI) 新小金井駅西口周辺商店街・・・30 名
- VII) 新小金井駅東口周辺商店街・・・32 名

2. 結果概要

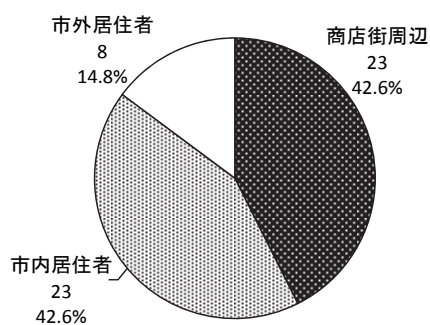
I. 武蔵小金井駅北口周辺

(1) ヒアリング者数

54名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	23	42.6%
市内居住者	23	42.6%
市外居住者	8	14.8%
合計	54	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

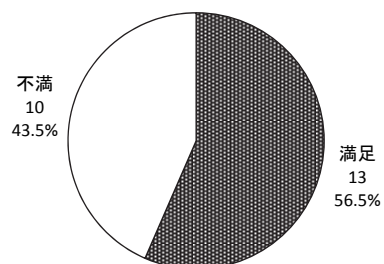
商店街でよく行くお店	回答者数
ドンキホーテ	28
西友	22
八百屋	6
ドトールコーヒー	4
銀行	4
薬局	3
飲食店	2
クラウン	1
ヤマダ電機	1
床屋	1
アシ	1
一徳	1
総菜屋	1
龍光堂	1
楽染楽	1
総数	77

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺で利用するお店	回答者数
イトーヨーカドー	13
マクドナルド	2
松屋	2
ケーヨーD2	1
OKストア	1
フジカワフォトサービス	1
三浦屋	1
パチンコ店	1
一鍼堂	1
喫茶店	1
生協	1
西島精肉店	1
いなげや	1
中華料理	1
文房具屋	1
総数	29

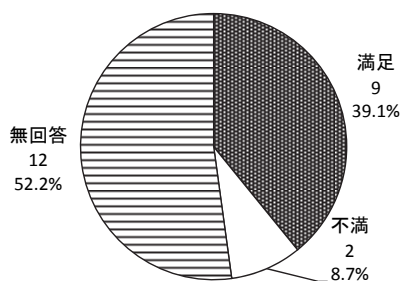
④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



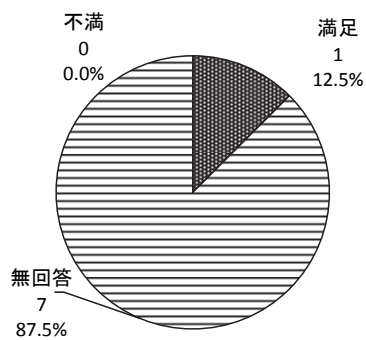
商店街周辺		
満足	13	56.5%
不満	10	43.5%
無回答	0	0.0%
合計	23	100.0%

[市内居住者]



市内居住者		
満足	9	39.1%
不満	2	8.7%
無回答	12	52.2%
合計	23	100.0%

[市外在住者]



市外居住者		
満足	1	12.5%
不満	0	0.0%
無回答	7	87.5%
合計	8	100.0%

⑤ 商店街にあったらいいと思うものは？

あったらいいもの	回答数
洋服屋	3
ゆっくりできる店や場所	3
飲食店	3
カフェ	3
喫茶店	3
イベント(割引イベント等)	2
コンビニ	2
喫煙コーナー	2
食品店	2
銭湯	2
今のままで良い	2
定食屋	2
ICカードが使える店	1
コミュニティー広場(情報発信)	1
スポーツ用品店	1
トイレ	1
パン屋	1
ファーストフード	1
ブックオフ	1
マッサージ店	1
マップ(フロアガイドみたいなもの)	1
休憩所	1
居酒屋	1
交番	1
若者や子育て世代が魅力を感じる施設	1
総菜屋	1
駐輪場	1
電機屋	1
東小金井のnonowaのような大きくておしゃれな店	1
美味しい豆腐屋さん	1
歩道の段差をすべてなくす	1
郵便局	1
特になし	9
総数	58

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気がない(16件)

- ・住んで9年目だが、昔はもっと活気があったような気がする。全体的に勢いが低迷し、人通りも減ったように感じる。
- ・商店街の体をなしていない。
- ・さびれている印象。
- ・寂れている。暗い。

雰囲気気に入っている(10件)

- ・好き。個人でやっている親切なお店があり、気に入って度々利用している。
- ・独特な個性があると思う。個人店が多く、チェーン店ばかりでないのが良い。また、目立たないところに良いお店があるので、そのようなお店を積極的に宣伝しても良いと思う。
- ・あたたかいイメージ。
- ・値段などではなく地域に根付いているものなので、雰囲気が好き。
- ・古さを残していて良い。

利用しやすい(5件)

- ・治安が良い。
- ・飲み屋街と普通の店のバランスが良い。
- ・比較的家から近く、駅からも近いので便利。

良くない(4件)

- ・昔から様変わりし、利用しづらくなった。年配者にとっては利用したいと思える店がない。
- ・特色がない。どの街にもありそう。
- ・看板が通りに出ており、やや雑然としている。

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気のある商店街(18件)

- ・活気のある街になるとよい。所沢の商店街では、若い人が多く活気があった。若い方が集まればさらに活気が増し、良いと思う。
- ・明るくイベントのある商店街がいい。市役所の取組みが必要。
- ・核となる商店や大規模店舗の出店を期待する。それにより北口商店街周辺に活気が出ると良い。
- ・お店がもっと増え、賑やかになると良い。どうしても吉祥寺などに行ってしまう。
- ・〇〇銀座のような活気のある商店街になって欲しい。

個性ある身近な商店街(13件)

- ・チェーン店よりも個人がやっている、個性のあるお店が増えると良い。
- ・他には無いような、凝ったおしゃれな商店があると良い。喫茶店やブティック等。
- ・サービス関係のお店の充実。
- ・50年住んでいるが、昔の方がより多様性があった。今後は、昔のようないろいろなお店が必要。
- ・もう少し色々なお店があると良い。少しゆったりとできるカフェなど。

現状のままでよい(10件)

- ・このままの雰囲気が良い。ほど良い感じが利用しやすい。
- ・そのままではほしいので、現状のままで良い。
- ・満足しているのでこのままで良い。

利用しやすい商店街(6件)

- ・さくらポイントのお店がどこかよく分からない。また利用できるお店も増やして欲しい。
- ・若者、子育て、高齢者、障害者(児)が気楽な街。ノーマライゼーション。
- ・年寄でも利用しやすい、エレベーターがあるお店が欲しい

⑧ その他の意見

【主な意見】(複数あった同様の意見)

駐輪場について(4件)

- ・自転車を置くところがなく、ちょっとした用事の際に不便。
- ・自転車置き場が少なく、また道端の駐輪が多い。
- ・自転車で利用しているが、駐輪場を借りているので、特に不便はない。

- ・街中に駐輪場をもう少し設置してほしい。

街づくりについて(4件)

- ・整備でもっときれいになると思ったが、さほど変わらなかった。高架下も、東小金井は出来ているのに、武蔵小金井はあまり出来ていないので、もっと店舗が入ってほしい。
- ・開発にあたって、どのような街にしたらよいか、小金井の本当の良さ、個性を見出して進めてほしい。
- ・もっと元気で、明るく、ほっこり、平和で清潔な小金井市になる事を期待します。私たちも協力しますよ！
- ・魅力のある飲食店が少ない。

交通環境について

- ・自転車が多く殆どが中高年でマナーが悪い。周辺の市の中でも小金井は特に酷い。
- ・駅周辺に細い道が多く場所が分かりにくいにもかかわらず、看板が少ない。外国人も多いため、外国人にも理解できるような地図や看板が増えると良い。
- ・バスは土日だと小金井街道が動かないし、自転車は狭くて車道を走れない。

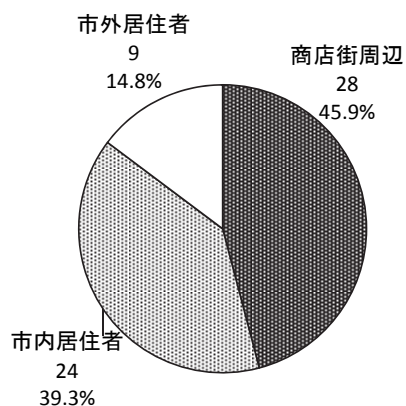
II. 武蔵小金井駅南口周辺

(1) ヒアリング者数

61名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	28	45.9%
市内居住者	24	39.3%
市外居住者	9	14.8%
合計	61	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

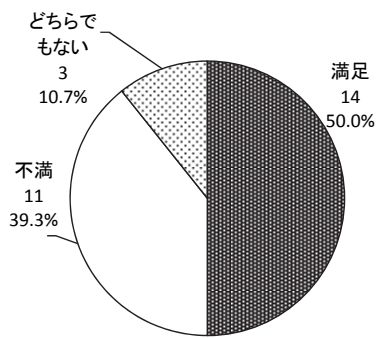
商店街でよく行くお店	回答者数
イトーヨーカドー	43
三浦屋	13
成城石井	3
亀屋	3
コンビニ	3
山本豆腐店	3
牛井屋	3
サクラ歯科	2
飲食店	2
永澤時計店	2
KIKUYA	1
パン屋	1
啓文堂	1
ココカラファイン	1
和幸	1
クリーニング	1
総数	83

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺で利用するお店	回答者数
OKストア	15
ドンキホーテ	7
西友	6
いなげや	1
ピーコック	1
nonowa東小金井	1
グレース	1
コメダ珈琲	1
パン屋	1
銀行	1
au	1
薬局	1
生協	1
八百屋	1
特になし	1
総数	40

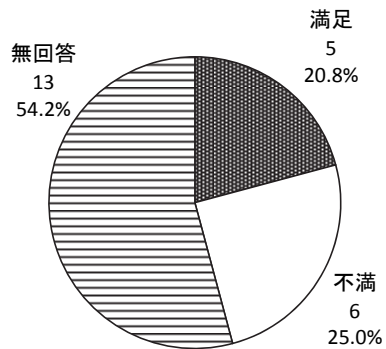
④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



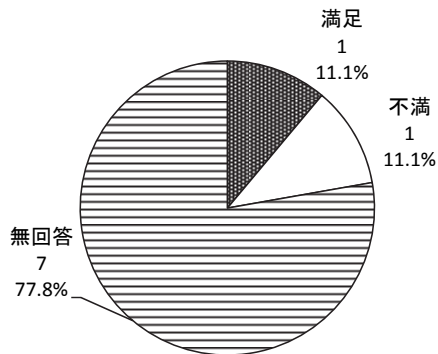
商店街周辺		
満足	14	50.0%
不満	11	39.3%
どちらでもない	3	10.7%
無回答	0	0.0%
合計	28	100.0%

[市内居住者]



市内居住者		
満足	5	20.8%
不満	6	25.0%
無回答	13	54.2%
合計	24	100.0%

[市外居住者]



市外居住者		
満足	1	11.1%
不満	1	11.1%
無回答	7	77.8%
合計	9	100.0%

⑤ 商店街にあったらいいと思うものは？

あったらよいもの	回答者数
魅力ある個人商店(定食屋等)	6
食品店	4
靴屋	3
ゆっくりできる店(カフェ等)	3
洋服屋	3
子供が遊べる場所・遊具	3
子連れ・高齢者に優しい店	3
特になし	3
アーケード	2
大型店舗	2
レンタルショップ	2
コーヒーショップ	2
安いお店	2
八百屋	2
100円均一	1
サイクルのポート	1
トイレ	1
少し休める場所(ベンチ等)	1
ユザワヤ(大型手芸店)	1
回転寿司	1
蕎麦屋	1
ラーメン屋	1
喫茶店	1
魚屋	1
バスの待合場所	1
公園	1
処方箋薬局	1
コンビニ	1
雑貨店	1
中華屋	1
駐車場	1
イオン	1
天屋	1
文房具店	1
駐輪場	1
和楽器の店	1
総数	62

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

店舗の種類や数、魅力が足りない(21件)

- ・開発され綺麗になったのは良いが、個人店がなくなり、どこに行っても同じだと感じる。そのため、昔よりも武蔵小金井に足が向かなくなった。
- ・魅力のあるお店が少ない。
- ・1軒ごとに用のあるお店が離れているため、寄りづらい。
- ・細々してきている。商店が減っており、将来が心配。
- ・もう少し色々な店ができれば良いと思う。

綺麗、利用しやすい等(20件)

- ・広くて明るい。イベントも盛んである。
- ・ソフトでリラックスできるムードがあり、歩きたくなる。
- ・新しくなってから広くて活気づいた。
- ・綺麗で明るい。
- ・何でもあるので便利。

活気がない(6件)

- ・活気がない
- ・商店街らしさがなくなったように思う。
- ・国分寺くらい活気が出れば良い。マルイ等ができれば若い人がもっと集まると思う。おしゃれな感じの店が出来て欲しい。

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

個性ある身近な商店街(22件)

- ・もう少し色々なお店があると良い。少しゆったりとできるカフェなど。
- ・以前あったようなアーケードなどがあれば、雨の日も買い物しやすい。
- ・ここに行きたいと思えるような特徴のある店が入る事を期待。
- ・会話のある買い物ができる個人店が栄えるのが理想だが、難しいだろうと感じている。
- ・駅前から野川まで散策するので、途中の商店街にトイレなど休憩できる場所があると良い。
- ・イトーヨーカドー前には広場もあるので、イベントがあっても良い。

活気のある商店街(11件)

- ・寂しい街にはなあってほしくない。活気のある賑やかな街。
- ・明確に商店街と分かるように店舗が増え、賑わいが出るといい。
- ・北口に負けないように元気の良い商店街に。
- ・賑やかな街になって、さびれないでほしい。

今のままで良い(5件)

- ・余り発展しすぎない程度(今ぐらい)が丁度いいです。
- ・このままで良いと思う。静かな街でいてほしい。

利用しやすい商店街(2件)

- ・高齢者にも優しい街に。
- ・子連れにも優しい街に。

⑧ その他の意見

駐輪場・駐車場について(3件)

- ・自転車や車を停めるのが大変な点に不満を感じている。
- ・自転車をもっと停めやすくしてほしい。
- ・駐輪場が有料なので、自転車で来づらい。

街づくりについて(3件)

- ・駅からそのまますぐに入れるようなショッピングセンターなどがあったら便利。
- ・高架下にはスーパーや喫茶店が欲しい。
- ・さくらポイントについては面倒だと思うので利用していない。代わりに特売日があると良いと思う。

子供関係の要望(2件)

- ・子どもに優しい街になると良い。
- ・子どもが安心して遊べる場所が少ない。

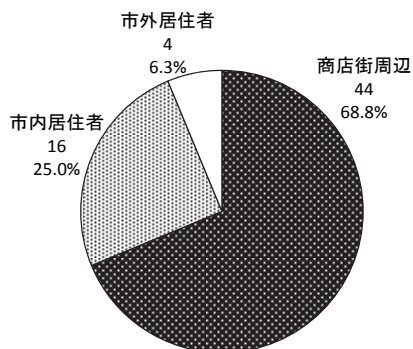
Ⅲ. 東小金井駅南口周辺

(1) ヒアリング者数

64名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	44	68.8%
市内居住者	16	25.0%
市外居住者	4	6.3%
合計	64	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

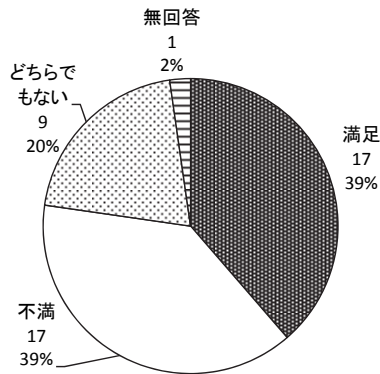
商店街でよく行くお店	回答者数
ナカヤ	38
コンビニ	7
薬局、ドラッグストア	7
黄金や	6
クリーニング	5
花屋	5
北海屋	5
餃子の満州	3
さぼてん	3
酒屋	3
ファミリーマート	3
ガスト	2
メロンパン	2
なし	2
モスバーガー	2
決まっていない	2
エスマート	1
アルテリアベーカリー	1
喫茶店	1
ケーヨーD2	1
THE GARDEN	1
インバシヤ	1
100均	1
ひがこDINING彩り	1
美容院	1
喫茶店	1
鳥貴族	1
松屋	1
床屋	1
食品のお店いろいろ	1
宝華	1
ラーメン大	1
総数	111

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺でよく行くお店	回答者数
マルシェ	15
THE GARDEN	14
ピーコック	12
イトーヨーカドー	7
いなげや	6
OKストア	4
Tomod's	3
ケーヨーD2	2
nonowa	2
100均	2
グレース	2
コンビニ	2
武蔵境に行く	2
ミウラヤ	1
新小金井の八百屋	1
西松屋	1
新小金井の魚屋	1
ローソン	1
床屋	1
塚田青果、モリ(蒟蒻屋)	1
コメダ珈琲	1
本屋	1
ない	2
決まっていない	1
総数	85

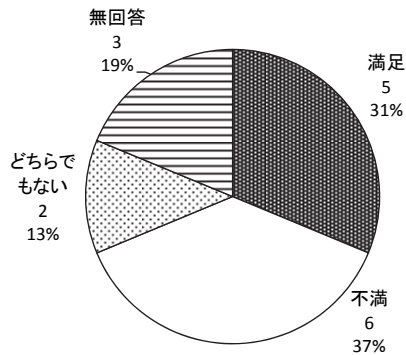
④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



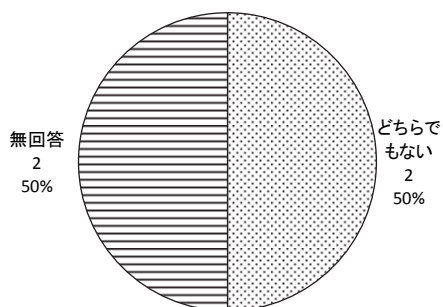
商店街周辺		
満足	17	38.6%
不満	17	38.6%
どちらでもない	9	20.5%
無回答	1	2.3%
合計	44	100.0%

[市内居住者]



市内居住者		
満足	5	31.3%
不満	6	37.5%
どちらでもない	2	12.5%
無回答	3	18.8%
合計	16	100.0%

[市外居住者]



市外在住者		
満足	0	0.0%
不満	0	0.0%
どちらでもない	2	50.0%
無回答	2	50.0%
合計	4	100.0%

⑤ 商店街にあったらいいと思うものは？

あったらいいもの	回答者数
駐輪場	8
買いたくなる、魅力のあるお店	7
本屋(大型含む)	6
パン屋	5
駐車場	5
市役所の出張所	4
文房具店	3
惣菜屋	3
大型スーパー	3
飲食店	3
お洒落なカフェ、コーヒーショップ	2
色々な種類の店舗	2
銀行	2
定食屋	2
イベント(特売日等)	2
子供用品店、日用品	2
弁当屋	1
ドコモ	1
衣料品店(ユニクロGU等)	1
化粧品店	1
ケーキ屋	1
道幅の広さ	1
質の良い食品店	1
地元に着したお店	1
レンタルビデオ	1
長くもつお店	1
手芸店	1
八百屋	1
魚屋	1
薬局	1
特にない	19
総数	92

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気がない(20件)

- ・駅の中(nonowa)が出来てから更に利用者が減った。
- ・中央線沿線内でワーストだと思う。
- ・店が減り寂しくなった。
- ・活気がない。すたれている。

店舗の種類や数、魅力が足りない(18件)

- ・入りたいお店がない。nonowa で間に合ってしまう。
- ・昔から全然変わらない。買いたいものがない。
- ・食堂か飲み屋か、何のお店か分かりにくい。特に2階はあがりづらいと感じる。
- ・古い感じなので、もう少しお洒落な店や新しい感じになれば良い。
- ・個人の商店が昔ほどなくなった。

良いイメージを持っている(16件)

- ・最初は何もないと思っていたが、案外いろいろある。
- ・イベントなどを行い、頑張っていると思う。
- ・昔ながらの商店がサービスを考えて頑張っていると思う。
- ・お店の人はみないいい人で、気持ちよく挨拶してくれる。

・nonowa が出来て以来明るく活気が出てきている。

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気のある商店街(20件)

- ・もっと活気があれば良い。商店街同士つながり、盛り上げていけば寄りたくなるのでは。
- ・このところはいろんなイベントをやっていて、人も集まるので、今後も続けてほしい。
- ・利用していたお店がつぶれてしまって利用が減った。人が少ないと行きたいという気持ちにならないので、にぎやかな商店街になってほしい。
- ・活気のある商店街。駅下は便利だが、商店街のお客さんを取られそう。

特徴や個性のある商店街(20件)

- ・イベントをやりつつ、特売日やさくらポイントがつく日が増えると良い。
- ・特徴のある、ここでしかない物、名物があれば良い。
- ・市内の商店街どうし、バラバラなので、共通のセールなど企画してはどうか。
- ・実は細い路地にもお店がいろいろあるので、駅前から誘導するような工夫をしてはどうか。
- ・老人が多いので、お年寄りでも1人で気楽には入れるような定食屋があると良い。(ファーストフードなどではなく、安心して食べられるヘルシーな定食屋さん等)。
- ・お店の種類が増えてくれるとありがたい。外食は混んでいることが多く、選択肢も少ない。

親しみやすい個人店のある商店街(7件)

- ・大型のお店はどれも同じなので、個人のお店がこのままやってほしい。食の安全も個人店なら信用できる。
- ・特徴のないチェーン店等が増えても面白くない。同じ種類の店が多いので、色々な種類の店が出来て欲しい。
- ・お客様第一でやっていく、地域に根付いたお店。
- ・チェーン店ではない、顔の見える商店が出来ていくと良い。

安心して利用できる商店街(4件)

- ・武蔵境のイトーヨーカドーは駐車場が楽なので行く。提携駐車場があると利用しやすくなる。
- ・飲み屋周辺など自転車がたたくさんとめられ通行の邪魔。生活の支障のない街に。
- ・駐輪場が1つでは少ない。
- ・道がもう少し広がってほしい。

⑧ その他の意見

- ・ファミリーマート脇の喫煙所の煙が前の道にも流れてくるので迷惑している。何とかしてほしい。
- ・賃料が高くてせっかく新しいお店が入っても続かないと聞くので、なんとかならないか。
- ・新聞をとっていないが、HPがないか、あってもいつも同じような内容であることが多いので工夫してほしい。
- ・このごろ、二代目、三代目の若い主人ががんばっているのを感じ、感心している。これからも応援しているので、続けて欲しい。
- ・ゴミ処理のこと。お金が掛かりすぎていて、早く対策をしてほしい。
- ・車の往来が危ない。歩行者、自転車などでごちゃごちゃしている。

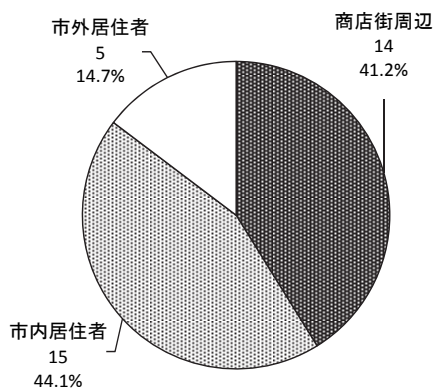
IV. 東小金井駅北口周辺

(1) ヒアリング者数

34名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	14	41.2%
市内居住者	15	44.1%
市外居住者	5	14.7%
合計	34	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

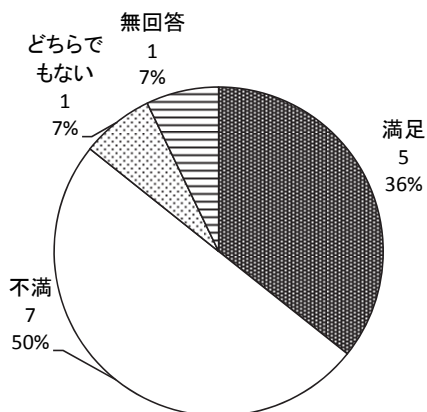
商店街でよく行くお店	回答者数
グレース	25
Tomod's	5
本屋	5
100円均一	1
コメダ珈琲	1
ローソン	1
マルシェ	1
ラーメン屋	1
ピーコック	1
総数	41

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺でよく行くお店	回答者数
マルシェ	12
THE GARDEN	9
ピーコック	6
OKストア	5
イトーヨーカドー	3
nonowa	2
ナカヤ	2
イトーヨーカドー(武蔵境)	1
いなげや	1
華屋与兵衛	1
吉祥寺	1
総数	43

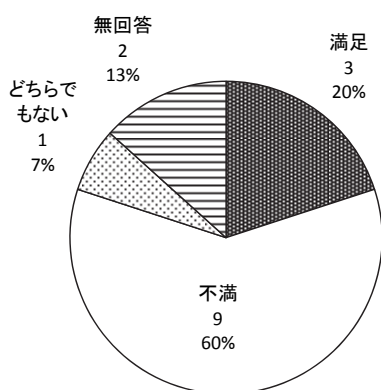
④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



商店街周辺		
満足	5	35.7%
不満	7	50.0%
どちらでもない	1	7.1%
無回答	1	7.1%
合計	14	100.0%

[市内居住者]



市内居住者		
満足	3	20.0%
不満	9	60.0%
どちらでもない	1	6.7%
無回答	2	13.3%
合計	15	100.0%

※[市外居住者]においては、5名の該当者全員が「無回答」であった。

⑤ 商店街にあつたらいいと思うものは？

あつたらいいもの	回答者数
カフェ、コーヒーショップ	6
色々な種類のお店が欲しい	6
銀行	5
飲食店・レストラン	4
市役所の出張所	3
駐輪場	3
1件で何でも揃う店	2
衣料品店(ユニクロ無印良品等)	2
活気、個性	2
座れる場所	2
こ洒落た・個性的な店	2
文房具屋	2
駅周辺全体でのポイント・スタンプ	1
バスが少ないので増やしてほしい	1
集会所のような施設	1
病院	1
コンビニ	1
特になし	2
総数	46

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気がない(14 件)

- ・店が少ないので、もっと増えれば利用者が増えると思う。
- ・店が少ない。買いに行きたい店がない。
- ・活気が物足りない。将来を考えて街づくりをしていると感じられない。どのような街にしたいかというのが見えず、発展性が感じられない。
- ・道路整備(メインストリートをつくる)。

以前よりも活気が出た(2 件)

- ・何も無かったので武蔵境まで出ていたが、最近は良くなったので利用するようになった。
- ・以前よりは住宅も増え、店や人通りも少し増えたように思う。

交通環境があまり良くない(1 件)

- ・自転車と歩行者の棲み分けが出来ていなく、子連れなどには危険だと思う。

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

様々な商店のある魅力的な商店街(14 件)

- ・色々な種類のお店が欲しい。チェーン店ばかりでは面白くないので、個性のあるお店が出来て欲しい。
- ・色々な種類の店。ゆっくりランチをしたり、コーヒーが飲める店。
- ・ヨーカドーのように、レストラン等も入っているようなメインのお店があると良い。メインストリートもパラパラとしか店が入っていない、何か期待できない。
- ・安くて少し座れるような場所、お店があると良い。気軽に友人と休憩できる場所があると嬉しい。
- ・前よりも東小金井を利用するようになったので、さらに賑やかな街になってほしい。
- ・商店街の1万円の券を辞めたのが残念で、限られた予算で出来る限り工夫をしてほしい

便利な商店街(4 件)

- ・駐輪場。置きにくく、どこに置いて良いのか分かりにくい(いろいろなところに置いてあったりする)
- ・ガード下も急に中が通り抜けできなくなっており、不便。歩道の整備を早くしてほしい。
- ・駐輪場が少なく、不便を感じる。ちょっとした用事で有料に入れるのも勿体無く感じるので、「最初の1時間は無料」などにすると、ぶらぶらとお店を見てもよという気持ちになれる。

⑧ その他の意見

- ・自宅が武蔵境の方なので、道がまっすぐに伸びればもっと来るかもしれない。
- ・富士見通りの踏切までの間の道がぼこぼこ段差がひどく、自転車だと危ない。
- ・新小金井の方に住んでいるが、1番近いスーパーがナカヤなので、新小金井の方にもスーパーが出来て欲しい。

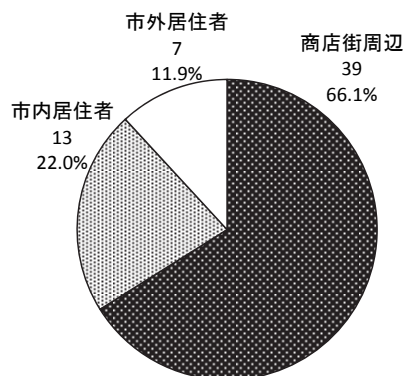
V. 東小金井駅高架下商業施設

(1) ヒアリング者数

59名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	39	66.1%
市内居住者	13	22.0%
市外居住者	7	11.9%
合計	59	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

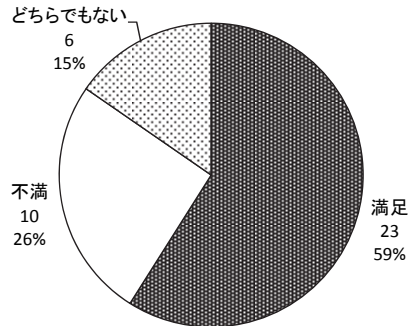
商店街でよく行くお店	回答者数
マルシェ	43
THE GARDEN	22
ikka	4
ロッセリア	4
フードコート	3
IT'S DEMO	2
studio CLIP	2
off&on	2
雑貨系のお店	2
キヨスク	1
薬局	1
パン屋	1
蕎麦屋	1
焼き鳥屋	1
喫茶店	1
バラバラで決まっていない	1
総数	91

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺でよく行くお店	回答者数
ピーコック	13
イトーヨーカドー	7
ナカヤ	6
いなげや	4
グレース	4
黄金や	4
OKストア	5
Tomod's	3
三浦屋	2
モスバーガー	2
魚孝	2
塚田青果	2
宝華	2
西友	1
コメダ珈琲	1
コンビニ	1
ジョナサン	1
スーパー	1
本屋	1
ドンキホーテ	1
成城石井	1
ペットのお店	1
市外	1
自宅近くを利用	1
ガスト	1
生協(主に宅配)	1
北海屋	1
総数	70

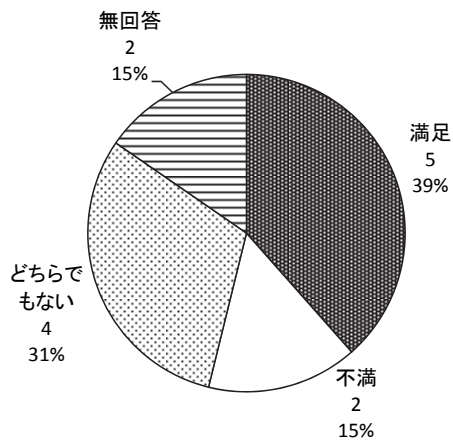
④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



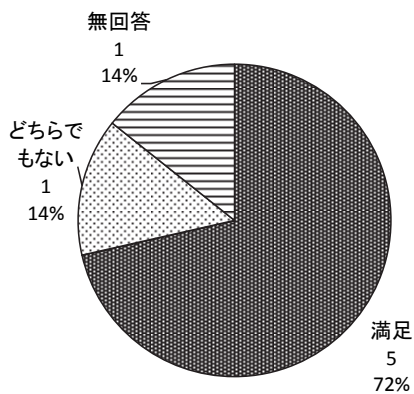
商店街周辺		
満足	23	59.0%
不満	10	25.6%
どちらでもない	6	15.4%
無回答	0	0.0%
合計	39	100.0%

[市内居住者]



市内居住者		
満足	5	38.5%
不満	2	15.4%
どちらでもない	4	30.8%
無回答	2	15.4%
合計	13	100.0%

[市外居住者]



市外在住者		
満足	5	71.4%
不満	0	0.0%
どちらでもない	1	14.3%
無回答	1	14.3%
合計	7	100.0%

⑤ 商店街にあったらいいと思うものは？

あったらいいもの	回答者数
駐輪場	8
カフェ・コーヒーショップ	7
パン屋	7
中高年が利用し易いお店	6
文房具店	4
色々な種類のお店	3
市役所の出張所	3
本屋	3
惣菜屋	2
子供の服・雑貨のお店	2
高級な飲食店	2
飲食店	2
生鮮食品の店	2
駐車場	2
100均	2
コンビニ	1
乾物屋	1
市民のスペース	1
ドラッグストア	1
ケーキ屋	1
ファミリー向けの飲食店	1
受け取りもできるブックポスト	1
ポイントカード	1
特になし	10

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

便利、綺麗、利用しやすい(24件)

- ・駅内にあり、食品店もあるため、利用し易い。
- ・新小金井よりも若い人がいる。「若い人がいたんだ！」という感じ。
- ・意外と静か。高架下はもっとうるさいと思っていたが、快適に利用できる。
- ・明るく、利用し易い。センスが良い。
- ・便利になった。前は武蔵小金井で下車して買物をしていたが、最近は東小金井を利用するようになった。

利用しにくさを感じる(8件)

- ・中高年向けのお店が少ない。若い人向けのお店も似たような系統のお店ばかり。
- ・自転車置き場が不便。
- ・雑貨屋は特に似たような店が多い。
- ・気軽に利用できる店舗が少ない。
- ・明るくて良いが、周囲の既存の商店街は痛手なのでは？

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

消費者が利用しやすい商店街(23件)

- ・文具などもう少しお店の種類が増えると良い。

- ・通勤の途中で利用しているが、朝晩は空いていなく、利用できない時があるので、営業時間を考慮してほしい。
- ・年配が利用できるような商店が増えると良い。
- ・子供服関連のお店が増えると良い。
- ・もっと日々気軽に利用できるようなお店が増えると良い。

便利な商店街(6件)

- ・駐輪場が少なく不便。買物の際には荷物が多くなるので自転車が良い。増やしてもっと気軽に利用できるようにしてほしい。
- ・せっかく店が増えても、利用者が増えないとやっていけない。人口が増えるか、バスの便を良くするなどしてほしい。JR 利用時は武蔵境などに行ってしまうので、バスが重要。
- ・駅と商店街がアーケードみたいにつながって、雨の日でも傘をささずに買物できるようになってほしい。
- ・駐車場が有料なので、ゆっくり買い物が出来ず残念。無料の駐車場、駐輪場が欲しい。
- ・東と西に分断されているので、雨天でも濡れずに行き来できるようになると良い。

周囲の商店と共存する商店街(4件)

- ・nonowa には近隣以外からも自転車で来ている人がいて、にぎやかになった。しかし今ある商店街にも良さがあるので吉祥寺のように共存していければよいのでは。
- ・まわりの商店街もあるので、協力してやっていければよいと思う。商店街の客足が鈍らないように、両方が発展してほしい。
- ・既存の商店街と共存してほしい。そのためにはそもそもの人口が増えて欲しいと思う。

⑧ その他の意見

- ・今は駅の近くにしかあまりお店がないので、もっと広範囲にあると良いと思う。
- ・自転車置き場に障害者用のスペースがあるが、大きすぎるように思う。普通の駐輪場はすぐいっぱいになるし、結局障害者用スペースには関係のない人が駐輪している有様で、もっと何か工夫はできないのか。
- ・駐輪場は障害者用がいつも空いており、障害者を優先する必要がある事はわかるが、もう少し工夫して欲しい。

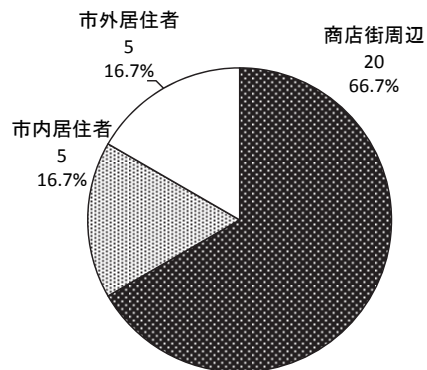
VI. 新小金井駅西口周辺

(1) ヒアリング者数

30名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	20	66.7%
市内居住者	5	16.7%
市外居住者	5	16.7%
合計	30	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

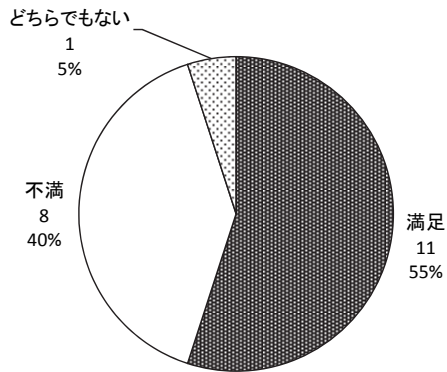
商店街でよく行くお店	回答者数
パン屋	10
八百屋	10
肉屋	9
豆腐屋	8
クリーニング	5
魚屋	3
フレッシュミート コイデ	2
塚田青果	2
和菓子屋	2
ウエスト	1
魚孝	1
秦野豆腐店	1
大和屋	1
酒屋	1
総数	56

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺でよく行くお店	回答者数
東小金井駅周辺	4
ピーコック	3
nonowa	3
居住地のスーパー	2
ナカヤ	2
OKストア	2
本屋	1
いなげや	1
吉野屋	1
武蔵境駅周辺	1
サムディ	1
エフエフ	1
エスマート	1
特にない	1
総数	24

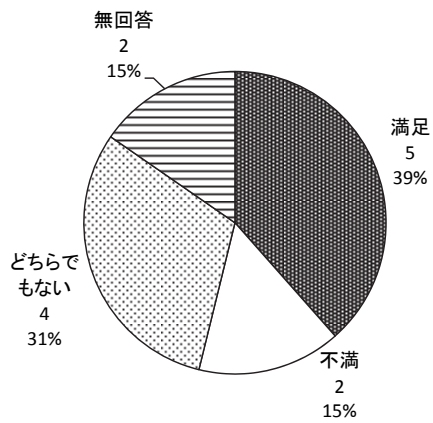
④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



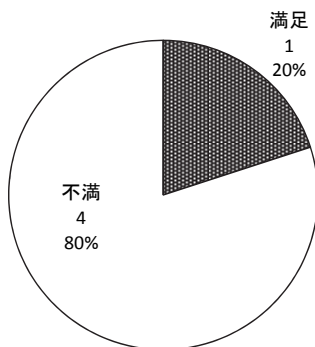
商店街周辺		
満足	11	55.0%
不満	8	40.0%
どちらでもない	1	5.0%
無回答	0	0.0%
合計	20	100.0%

[市内居住者]



市内居住者		
満足	1	20.0%
不満	2	40.0%
どちらでもない	1	20.0%
無回答	1	20.0%
合計	5	100.0%

[市外居住者]



市外在住者		
満足	1	20.0%
不満	4	80.0%
どちらでもない	0	0.0%
無回答	0	0.0%
合計	5	100.0%

⑤ 商店街にあったらいいと思うものは？

あったらいいもの	回答者数
いろいろなお店	3
駐車場	2
惣菜屋	2
乾物屋	2
スーパー	2
コンビニ	2
明るい賑やかなお店	1
日用品店	1
道幅	1
駐輪場	1
飲食店	1
時間をつぶせるカフェ等	1
雑貨屋	1
公園・遊具	1
鶏肉専門店	1
期待できない	1
サイゼリア	1
特になし	8
総数	32

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気がない(15件)

- ・昔にくらべて寂しくなった。
- ・シャッターが多くて寂しい。
- ・さびれて寂しいイメージ。
- ・温かいが、お店が少なくなっていくのが寂しい。

親しみが持てる(9件)

- ・アットホーム。
- ・団結力が強い。
- ・都会にはない小さい街で良い。
- ・挨拶が気持ち良い。皆さん優しい。

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

様々な店舗がある商店街(14件)

- ・お惣菜の店がなくなったが、高齢者にとって料理も大変なので、弁当や総菜店など食事をサポートしてくれるお店が欲しい。
- ・小売店の良さであるコミュニケーションを取れることを重視しつつ、飲食店を増やしていく。
- ・価格もあるが、もう少しいろいろな種類のお店が増えると利用も増えるかも。

今のままの商店街(7件)

- ・他が大きいので、ここはこのままで良い。少量でも遠慮なく買えるので、今のままが良い。
- ・今の日本にとってプロ意識の感じられる貴重な場所で、これからも残していきたい。変わらないでいて欲しい。
- ・ちゃんと引き継いで、なくならないで欲しい。

消費者が利用しやすい商店街(5件)

- ・高齢化で買物も大変になってきたので、配達してもらえると良い。
- ・刻んだ野菜などはコンビニでも買える。そういう物を観察してニーズを把握し、商品展開をしていってほしい。
- ・時代なので仕方ないが、お店に入っても物が無いこともあるので、充実してほしい。
- ・武蔵小金井や東小金井にかなわなくとも、鮮度や食の安全を追求してほしい。電機や衣類は無理でも食品面でアピールしていけないか。

⑧ その他の意見

- ・武蔵小金井から来るには交通の便が大変悪いので、直接来れるようになると良い。

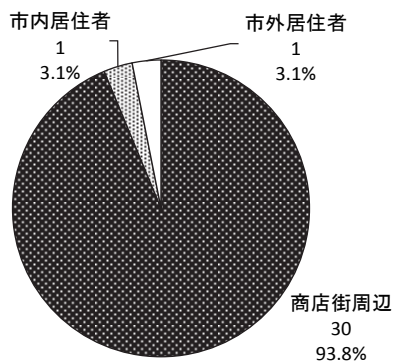
VII. 新小金井駅東口周辺

(1) ヒアリング者数

32名

(2) 調査結果概要

① ヒアリング対象者の居住地



商店街周辺	30	93.8%
市内居住者	1	3.1%
市外居住者	1	3.1%
合計	32	100.0%

② 商店街でよく行くお店は？

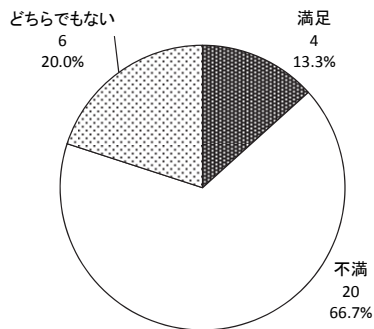
商店街でよく行くお店	回答者数
宮川青果	14
ならは	6
ファミリーマート	4
まるまん商店	3
セブンイレブン	2
テシマフーズ	1
カレー屋	1
キクチフルーツ	1
コックテイル	1
ダイエークリーニング	1
にぎり飯屋	1
喫茶店	1
蕎麦屋	1
靴屋	1
総数	38

③ 商店街周辺でよく行くお店は？

周辺でよく行くお店	回答者数
塚田青果	9
OKストア	7
イトーヨーカドー	6
フレッシュミート コイデ	4
ピーコック	4
オーロール	4
ナカヤ	3
nonowaのスーパー	3
大和や	2
いなげや	2
生協	2
魚勝	1
亀屋	1
湯山歯科医院	1
三浦屋	1
病院	1
エスマート	1
マルシェ	1
成城石井	1
井上茂写真スタジオ	1
総数	55

④ 商店街の満足度は？

[商店街周辺居住者]



商店街周辺		
満足	4	13.3%
不満	20	66.7%
どちらでもない	6	20.0%
無回答	0	0.0%
合計	30	100.0%

※[市内居住者]・[市外居住者]の1名ずつは共に「無回答」であった。

⑤ 商店街にあったらいいと思うものは？

あったらいいもの	回答者数
スーパー	9
カフェ、喫茶店	4
生鮮食品店	4
肉屋	2
薬局	2
パン屋	1
世代問わず利用しやすい店	1
ユニクロ	1
安いお店	1
飲食店	1
学習塾	1
活気	1
チェーンではない店	1
食事処	1
魚屋	1
美味しい店	1
必要ない	1
繁栄は期待しない	1
特になし	6
総数	40

⑥ 商店街のイメージは？

【主な意見】(複数あった同様の意見)

活気がない(24件)

- ・各商店主の人柄は好きだが、商店数が少ない。
- ・寂れてしまい、活気がない、店舗も点々としている。
- ・閉店する店舗が増え、活気がない。
- ・閑散としている。

良い印象(5件)

- ・小さな商店街だが、商店数としては沿線の中では多い方なのでは。
- ・昔ながらの商店街という印象。お肉屋さんが頑張っていて、存続してくれているだけで助かる。
- ・人柄が良い方が多く満足している。
- ・明るくて良い。

⑦ 今後、どのような商店街になればよい？

【主な意見】

店舗が増え、活気のある商店街(回答者全員)

- ・より店舗数が増え、小さい子供がいる世帯にも利用し易いようになると良い。
- ・発展してほしい。地域のために市にも何か考えて欲しい。
- ・品揃えが良く、バリアフリー対応でベビーカーが入り易い店舗が出来ると良い。
- ・気軽に立ち寄ることができるような魅力のある店舗が増えると良い。
- ・品揃えが良い店が増え、商店街らしさが出ると良い。
- ・スーパーが出来て活気のある商店街になればよい。
- ・安心して良いものが買える、わざわざ行こうと思える魅力のある店舗が増えることを期待している。

⑧ その他の意見

- ・新小金井駅付近にある畑中心の道の外灯が少ないので危険を感じる。外灯を増やして欲しい。
- ・東センター近くの都営住宅の駐車場が以前から多く空いている。車で東センターへ来た人が停車出来るよう、都営住宅の空き駐車場を有料で良いのでセンター利用者用に貸し出して欲しい。

7-2. 結果のまとめ

全ての商店街で共通し多かった回答は下記である。

- ・賑やかな商店街になってほしい。
- ・様々な種類の商店が出来てほしい。

それを踏まえ、以下で各駅の傾向をまとめていく。

① 武蔵小金井駅周辺

- ・南北ともに、「不満」と答えた人よりも「満足」と答えた人の数が上回っており、3 駅の中では最も満足度が高い地区と言える。
- ・「ある程度のもものが揃うので、不便さを感じない」といった意見が比較的多かった。その上で、「個性のあるお洒落なお店」や「ゆっくりできるカフェ」等、生活必需品というより+αのための店舗や施設を望む声が多い。
- ・しかし、場所によっては「昔よりも寂しくなった」との声も聞かれた。
- ・自転車置き場についての意見もいくつかあった。北口においては、路上駐輪についての指摘の声も聞かれた。

② 東小金井駅周辺

- ・南口、北口は「満足」と答えた人よりも「不満」と答えた人の数が上回っている。但し、東小金井駅高架下商業施設は、全調査地点中、最も「満足」の割合が高い結果となった。
- ・東小金井駅高架下商業施設の開店について、「便利になった」「以前よりも人が増えた」「以前は隣の駅まで行っていたが、今は東小金井駅を利用している」との声もあった。
- ・しかし、南口・北口においては「店舗が少ない」との意見が多く、「今後もっと商店が増え、多様性・活気のある街」を望む声が多かった。また、「チェーン店ではなく個人のお店」「顔の見える商店」等、昔ながらの商店街の良さも残してほしいといった意見も聞かれた。
- ・3 地点共通で、「駐輪場又は駐車場が少ない、不便」、北口においては道路整備についての意見もあった。

③ 新小金井駅周辺

- ・西口においては、最も「不満」の割合が高い結果となった。東口においては居住地により満足度が異なり、居住地が商店街に近くなるほど「満足」の割合が高い結果であった。
- ・新小金井は東西ともに「活気がない、寂しい」という意見が大半を占めている。それ以外では「個人商店ならではの良さ、あたたかさ」が気に入っているという意見が目立っており、利用している人が多い。
- ・今後活気のある商店街になるため店舗が増えて欲しいという声が大変多く、既存の商店の良さを残しつつ、活気を望む人が多かった。

8. 調査結果のまとめと今後の課題整理

8-1. 調査結果のまとめ

本調査で実施した6項目の結果について要約すると、以下のようになる。

「2. 小金井市の現況」の要点

- ・この20年間で人口増加率の約3倍に相当する、世帯数の著しい増加
- ・急速な高齢化傾向だが、全国平均と比較すると比較的若年層の割合は多い傾向
- ・通勤者は約2万2千人の流出超過だが、通学者は約6千人の流入超過
- ・市内事業所数、従業者数共に断続的に減少…特に製造業は事業所数・従業者数共に10年間でほぼ半減（※以下全て平成19年度時点）
- ・卸売業は、年間商品販売額が10年間で35%減など全体的に縮小傾向
- ・小売業は、年間商品販売額が10年間で16%減など全体的に縮小傾向だが、売場面積は微増
 - 特に「織物・衣料・身回品小売業」の縮小が著しい
 - 周辺他市との比較でも本市小売業の特徴として、事業規模、販売効率ともに低位

「3. 武蔵小金井駅及び東小金井駅の大型商業施設周辺の交通量調査と分析結果」の要点

《武蔵小金井駅》

- ・歩行者通行量は南口周辺では減少から増加へ転じたが、北口周辺では減少傾向が続く
- ・自転車通行量では小金井街道などを避け、繁華街を選択する傾向が見られる

《東小金井駅》

- ・歩行者・自転車とも早朝の従来改札周辺通行量が減少したが、新改札への移行とみる
- ・休日は歩行者・自転車とも全体的に通行量は増加傾向となっている

※「調査日時」「調査地点」「再開発整備」等の要因上、単純に前回・今回との結果比較は困難であり、今後継続して調査するに当たっては考慮の必要がある。

「4. 消費者買物調査」結果の要点

- ・市内消費者の買物動向は「最寄品＝利便性やお得感を重視し、近隣のスーパー」「買回品＝嗜好性を重視し吉祥寺や副都心のデパート」といった傾向に二分された
- ・新規開業施設は地域密着型施設として近隣の居住者を中心に親しまれている一方、「駐輪場・駐車場の増設」「交通アクセスの改善」「施設のアピール」「魅力の向上」を望む声も多く挙げた

「5. 商店街経営者意識調査」結果の要点

- ・今後、「空き店舗対策」「駐輪場・駐車場の充実」が望まれる
- ・消費者の意見とも一致しており、それらを解決することによって商店街の「利用し易さ」「落ち着いて買物ができる」といった強みがさらに活かされると推測できる

「6. 競合店舗調査」結果の要点

- ・4店舗中3店舗は「客数・売上共に減少している」という回答であった。新規商業施設の開店のみでなく、西口開通の影響もあると推測できる
- ・「商品に関する工夫（取扱い内容、品質、価格面）」「顧客の要望に合わせた施設への改装」「宅配サービスの導入」等で他店との差別化を図ることにより、各店舗の特徴を活かした顧客対応を実施している

「7. 商店街利用客意識調査」結果の要点

- ・全ての調査地点において、「商店街の活気」と「多種多様な商店」を求める声が聞かれた
- ・武蔵小金井駅周辺及び東小金井駅周辺では、「駐輪場の少なさ」が共通の問題として挙げられた
新小金井駅周辺では、特に既存の商店の良さを活かしつつ「活気」を求める声が多く挙げられた

8-2. 今後の課題整理

これまでの調査結果の把握を受け、各章では今後注視すべき課題について明らかにした。

ここでは、平成27年度の「新産業振興プラン」策定に向け、特に今回実態把握対象となっている本
市中小小売・サービス業者等が取り組むべき、課題解決の方向性について提起する。

平成21年度に実施した前回の調査結果と比較すると、調査対象数は異なるものの、「5. 商店街経
営者意識調査」において、不況を経営不振の理由として挙げている経営者の数は大きく減少した。

しかしながら、回答者の半数以上が現在、厳しい経営状況に置かれていることが分かっている。

実際に、近隣市と比較しても小規模の事業所が多いという特徴を持つ本市の小売業は、商店数・年
間商品販売額双方において、近年、断続的に減少を続けている。

また、「5. 商店街経営者意識調査」結果では、不振の理由として「同業者の存在」や「大型施設
の開店」が挙げられた。調査結果から、新規開業店舗の影響は限定的であることがわかったが、「6.
競合店舗調査」の結果から、周辺の大型小売店では新規開業店舗の影響が比較的大きいことが窺えた。

但し、「3. 交通量調査」では東小金井駅周辺において、新改札設置による動線の変化が見られ、
その影響も多少あるものと推察される。

こうした課題解決のための方策として、経営者から「駐輪場・駐車場の改善」をはじめ、ハード面
の改善を求める声が多く挙げられた。また、同様の意見が「4. 消費者買物調査」や「7. 商店街利用
客意識調査」においても非常に多く見られたことから、経営者・消費者共通の要望であることが窺え
る。

その一方で、「4. 消費者買物調査」結果から、消費者は「近い」「気軽に利用できる」「安い」
お店を選ぶ傾向も見られ、更には、新規開業施設への来店動機から、「独自性など個店の魅力」も重
要視されていることが把握でき、経営者側とソフト面においては認識にずれが生じている。

事実、「5. 商店街経営者意識調査」において経営が好調と回答した店舗では、「顧客ニーズへの
対応」「個性を重視した店舗づくり」等の工夫を実施していることが分かった。

また、「6. 競合店舗調査」においても、大規模小売店ではその事実を認識し、独自の工夫により
問題解決を図っていることが分かっている。

以上から、まずは商店街内店舗経営者と消費者間における認識の溝を是正することが先決だと思われる。

具体的には、

-消費者の買物性向を把握し、要望に沿った独自のサービスや商品を展開することで同業他店との差別化を図る

ことで自店の活性化、ひいては商店街の活性化へと繋げていくことができるのではないかと考えられる。

加えて、「5. 商店街経営者意識調査」の結果に見られるように、活動参加実態は低調であるものの、商店会活動の重要性は高く認識され、商店会としての積極的な対応が期待されている事実を活かし、

-従来の活動に捉われない柔軟な活動や共同事業の実施

(例：各種イベントの開催、商店街のバリアフリー化、曜日限定の商店街のトランジットモール化など)

など、互いの活性化に繋がるような、新しい取り組みが必要だと思われる。

また、大学が多く立地している本市は学生や子育て世代も多く居住しているが、「4. 消費者買物調査」結果から若い世代ほど市外で買物をする傾向が見られ、「5. 経営者意識調査」においても「客層は40～60歳代が中心」という結果が得られた。

このことから、

-近隣の大学との連携や商店街サポーター制度*を活かした消費者参加型の取り組み

も様々な世代の集客を図るには有効だと予想できる。

しかし、「7. 商店街利用客意識調査」では、全地点で「活気」や「多種多様な商店」が求められ、新規開業店舗や大型小売店と既存の商店街との共存が囑望されているが、「5. 商店街経営者意識調査」によると、経営者の半数以上が60歳以上の高齢者であり、「不況以外の不振の理由」として「年齢上・体力の問題」や後継者を含む「人材確保の問題」も多く挙がっており、課題の自己解決が難しい現状も浮かび上がってきた。

そのため、

-空き店舗の有効活用等により、経営者の高齢化や後継者不足によるシャッター商店街化防止策を講じる

-不足業種や核となるような魅力のある店舗の誘致

等の工夫が今後、求められると思われる。

*：「公募により100人規模の商店街サポーター（応援団）制度を創設し、年齢・職業などさまざまな立場の市民が、商店街の活動等のモニタリングと、採点・評価・改善案の提案などを行います。また、商店会と一緒に名物市や生活スクール等の各種活性化事業の企画・実行に参加します。」という内容で「小金井市産業振興プラン」（平成14年3月）に位置づけており、「小金井市新産業振興プラン 改定版」（平成20年3月）においても改めて重点施策と位置づけている。

[参考] 今後商業活性化に取り組むに当たっての参考例

1. 地域の個別課題に独自に対応している事業者や商店街の例

「5. 商店街経営者意識調査」や「6. 競合店舗調査」で把握した、事業が好調な事業所や市内大規模小売店舗において取り組んでいる顧客対応の実例を踏まえ、市内商店街・店舗において「今後考えられる対応」に関連した先進的取り組み事例を以下に示す。

なお、ここで取り上げる事例は、全国商店街支援センターWebサイトの商店街活性化事例レポートに掲載されたものである。

事例1：障がい者や高齢者にやさしい商店街の創出

[帯広電信通り商店街振興組合]

事例2：「三方よし」のまちの活性化策“まちゼミ”

[岡崎まちゼミの会]

【事例1：障がい者や高齢者にやさしい商店街の創出】

"障がい者や高齢者にやさしい商店街"への挑戦～商店街活性化モデル創出事業（平成23年度）など～

地域資源

各種連携

子育て・高齢者支援

人材育成

コミュニティ

商店街名

帯広電信通り商店街振興組合（北海道帯広市）



障がい者の就労を支援するクッキーハウス「ぶどうの木」の工房

② 地域のための商店街再生へ 指針と目標を設定

地域のニーズや動向から「障がい者や高齢者にやさしい商店街」を自分たちのあるべき姿として描き、その実現に向かって挑戦を重ねているのが帯広電信通り商店街である。帯広駅から北東約1500メートルに位置し、東西450メートルの長さを誇る商店街。その名前は、1897年に街道が開通し、帯広で初めて電信柱が設置されたことに由来する。

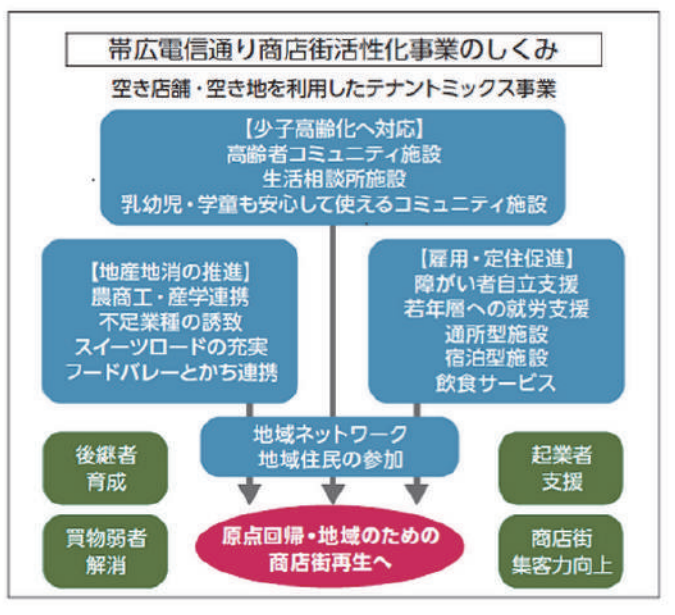
この歴史ある商店街も、中心街や住宅地が周辺市町村に移ったことによる人口減少と高齢化、大型商業施設の進出が重なり、厳しさが増していった。1974年に商店街が法人化された折には73あった店舗も、2010年には32店にまで減少し、店主たちも危機感を感じていた。

「私は帯広出身ではありませんが、縁あって帯広電信通り商店街で商売していますので、なんとか活性化するために尽力したいと思ったのです」と語るのは、帯広電信通り商店街振興組合の長谷渉理事長。

まず、周辺住民のニーズや動向を把握するためにアンケート調査を行い、直接ヒアリングも行った。その回答から浮かび上がったのは、高齢者が日々の生活サポートを商店街に求めていること、気軽に立ち寄れる飲食店などのニーズが高いことであった。また来街者の5割強が、創業70年の「高橋まんじゅう屋」に立ち寄ることもわかり、スイーツを核に商店街をブランド化するというアイデアのヒントを得た。

また帯広電信通り商店街は、障がい者福祉団体とのつながりが深い。2000年から行っている「花ば咲かせ隊」と名付けた緑化美化運動で、障がい者が育てた花を積極的に活用してきたのも、きっかけは長谷理事長であった。ここでの商店街活性化の活動が、社会福祉法人やNPO法人と連動し、障がい者とまちづくりの共生を進めることになったのも自然な成り行きであった。

2010年4月、商店街の共通の指針・目標を発表した。「お年寄り 障がいのある方と協働・共生する商店街」（指針）と、「福祉・スイーツロードの形成」（目標）である。具体的に挑戦すべきことが見えたことで、さらに改革の意思決定を迅速にするべくまちづくり会社を設立し、取組みを加速していった。



① 「指針」をすぐさま具現化、次々と地域の声に応える

「指針」を具体的に形にするための第一歩が、2011年にオープンしたコミュニティショップ「ミナミナ」である。障がい者就労支援施設として、商店街と社会福祉法人が共同で運営し、ランチの提供、喫茶スペースの設置、また地産のゴボウを活かした商店街の特産品「帯広電通通りゴボウ茶」を開発し、その加工・販売を行っている。この「ゴボウ茶」は、健康にはもちろん味も良いと評判で、ヒット商品になっている。

さらに、商店街のアンテナショップとして、「べんぞう商店」を開店。アンテナショップとしてはもちろん、高齢者、障がい者の御用間きのサービスを受け持っている。

2011年は、この2店以外に、生活困窮者支援施設「心音」など2店、翌年には、障がいを持つ子供や高齢者の支援・カルチャー施設「びあのかふえりずむ」、コミュニティ食堂の「惣菜・ごはん屋でんしん」など3店、2014年3月までにさらに2店をオープン。こうして「障がい者や高齢者にやさしい商店街」のコンセプトは計9店舗の創業を実現し、結果として空き店舗の解消にもつながった。さらに、ソフト面でも地元の短期大学と連携し、現地調査やワークショップを経て、チャレンジショップ事業を行い、商店街に対する若者の意識と期待を事業に反映させている。

商店街の目標の1つでもある「スイーツロードの形成」では、既存の3店に加え、2011年には、障がい者の就労支援を行っている、クッキーの製造・販売「ぶどうの木」、新たな企業誘致として十勝ミートパイ「手のひら」をオープン、それぞれスイーツロードの大きな一角を占めるまでになった。

店舗の開店とともに商店街が身近で便利になり、「安心して生活できるようになった」という高齢者の声も多数寄せられる。さらに、50名の障がい者の雇用創出という面だけでなく、まちづくり会社による、障がい者、高齢者用定住施設の併営も、配慮が行き届いている。結果、地域の定住者を増やし、商店街の利用者を増やすことにもつながっているのだ。



地域の人が集まるコミュニティショップ「ミナミナ」



まちの御用聞き、アンテナショップ「べんぞう商店」

② 継続させるためには、"決意"と"覚悟" "想い"が大切

どうしてこんなにも次々と挑戦を重ねることができたのだろうか。

「指針・目標が明確なこと、行政含め周りのバックアップがあったこと、高橋専務理事と迅速な意思疎通ができたこと、そして次の人材が育っていることでしょうか」（長谷理事長）。

時代の変化は早い。お客様のニーズを迅速に形にしないと、お客様が離れてしまう。

「すべての事案は、長谷理事長と密に連絡し合い、その場で決定されるんです」（高橋正章専務理事）。

こうして挑戦を続けると、自然と若手がついてくる。先に紹介した店舗も、すべて若手が主体で自主的に運営している。「トップが誰よりも早く行動に移し、決断することが大切です。そうすれば、自然と若手が育ってきますね。実際、商店街の理事にも若い店主が登用されていますし、まちづくり会社にも4名の若手が出資しています」（長谷理事長）。

最後に商店街が活性化し、それを継続していくためのヒントをうかがった。

「必要なのは、決意と覚悟だけです。あとは想いを強く持ち、地域のアイデンティティを活かして進めていけば自然と次の課題が見えてくる。それをさらに形にし続けることが大切なのだと思います」（長谷理事長）



長谷渉理事長



高橋正章専務理事

【事例2：「まちゼミ」で根気強く将来のお客様づくり】

「まちゼミ」で根気強く将来のお客様づくり 個店活性

商店街名 岡崎まちゼミの会（愛知県岡崎市）



② 個店・商店街のファンづくり事業

「自分に本当に合うメガネってどんなメガネなんだろう。すぐには買わないけど、相談できるところってどこだろう?」「最近、自分のメイクが時代にそぐわない気がするけど、百貨店の化粧品コーナーではいろいろ買わされてしまう」

誰しもが一度はそんな疑問・不安を持ったことがあるだろう。消費者の立場からは、すぐに商品を購入する気持ちがなくても、押し付けられることなくその道のプロから適切なアドバイスを受けられる、また店主にとってはお店の認知度向上やお客様との信頼関係の構築に結びつき、さらに商店街にとってもお店間のチームワークの向上など、幅広く効果が期待できる活性化の仕組みがある。販売することなく個店、商店街を元気にする、今注目の取り組み、それが「まちゼミ」である。



④ まさに"三方よし"

「まちゼミ」は、2003年、岡崎市商工会議所のまちづくり担当者の呼びかけで始まった。商店街の中の店主が講師となり、自分のお店で少人数のお客様を相手に、1時間程度の時間をかけて専門知識や、プロフェッショナルの立場からの技術、コツを提供。

例えば、書店が地元の歴史に親しむ会を開催したり、薬局が漢方薬教室を、靴店が足に優しい靴選び講座を開催する。

受講料は無料で、「まちゼミ」開催時には商品販売は行わず、お店(店主やスタッフ)とお客様とのコミュニケーションのきっかけ、信頼関係づくりに徹するのがルール。

お客様にとっては、無料でお店や商品の情報、専門知識が得られる機会となり、お店側は、自店の特徴やこだわりを講義形式で十分に伝えられ、新規顧客やファンづくりのきっかけにすることができる。また、商店街にとっては、エリアのお店を紹介することができ、集客を地域のにぎわいや買い物客の増加につなげることができる。

三者にとってお互いのメリットを十分に享受できる、まさに"三方よし"の事業だ。

⑤ 実施・運営のポイント

「まちゼミ」を中心にさまざまなまちづくり施策に取り組んできた岡崎まちゼミの会代表、松井洋一郎氏に実際に「まちゼミ」を運営するポイントとその手法について話を聞いた。

「『まちゼミ』は現在、全国50地域以上に広がりを見せていて、回を重ねるごとに進化し、ブラッシュアップし続けています。そのノウハウやポイントは、体験体感型の楽しいひと時を過ごす工夫をする、相互にコミュニケーションがとりやすい少人数(1~15人程度)での実施が望ましいなどありますが、やはり参加店舗の店主、スタッフ全員が『みんなでお店のお客様づくりを行う』という意識のもと、事業のルールや仕組みをきちんと理解し、継続して事業の改善やレベルアップをしていけるかが、成功の秘訣です。そのため開催に向けては必ず、参加店説明会、事前説明会、結果報告会と全体で集まる会合を設けています。また運営は基本的に商店主たちで行い、参加店舗は自らが参加意思と申込書(原稿)を提出し、DMや案内などはみんなで共同作業する仕組みをとっています。必ず参加店も開催側の立場で事業を捉えていただくようにしています。

商売している以上、どんなお店でも売上や利益が欲しい。でもその前にお客様に喜んでいただきたい気持ちがあるはず。『まちゼミ』としての"事業の魂"、ルールや仕組みを共有するのは簡単ではありませんし、一気にお客様や売上が増える事業ではないと思いますが、根気よく継続することで、信頼関係づくりから、将来のお客様づくりに必ず結びつきます」

⑥ 今、全国で「まちゼミ」が熱い!



松井洋一郎・岡崎まちゼミの会代表

全国商店街支援センターでは、2009年に商店街の取り組みについて事例研究などを通して、ノウハウとスキルを学ぶ「商店街活動研修事業」で松井氏を講師に「まちゼミ」の講義を実施、好評を博した。また2011年には「商店街の新たな取り組み企画提案事業」で松井氏を講師に岐阜県・高山区分寺通り第二商店街振興組合、兵庫県・全国小売市場総連合会にて研修を実施。とくに高山区分寺通り第二商店街振興組合では、実現性やスケールの拡大を目的に、近隣商店街を交えた「まちゼミ実行委員会」を設立し、2013年1月「飛騨高山まちゼミ」を開催予定。テレビ、新聞を活用し、メディアと連動して賛同者の拡大、参加意識の向上を目指すなど、新しいアプローチも展開中で、ここでも「まちゼミ」は進化した姿を見せている。

2012年度は「商店街の自主取り組み提案事業」で茅野商工会議所ほか、全国数力所の商店街が「まちゼミ」への取り組みを開始。新潟県初の「まちゼミ」の取り組みを加茂市の中心商店街が連携して開催し好評を得たほか、大阪市の粉浜商店街が同事業の実施を受け、大阪初の「まちゼミ」を実施した。

2. 地域との連携に取り組んでいる商店街の例

本市の今後の産業振興に当たっては、大学が多く立地し、学生をはじめとする若年層が比較的多いという特徴を活かし、「大学との連携」や若い世代の居住者との連携が商店街の活性化に有効になってくると思われる。

また、今後訪れるであろう少子高齢化の問題や現状に見られる商店経営者の高齢化と、それに付随する後継者問題を考慮すると、先に述べたような消費者との連携、つまりは地域との連携が課題となる。

そこで、上記2点を踏まえた先進的な取り組み事例を以下に示す。

なおここで取り上げる事例は、全国商店街振興組合連合会が、平成25年3月に公表した「平成24年度 商店街実践活動事業事例集」に基づいている。

- ①「伝統的風物詩」と「街なか発信の文化」で繋がるコミュニティコラボレーション
[山形県山形市 七日町一番街商店街]
- ②地元大学と農商学連携による地域住民サポート事業
[島根県松江市・松江学園通り商店街]
- ③商店街賑わい創出事業
[佐賀県伊万里市・伊万里駅前商店街]
- ④温故知新事業
[大分県杵臼市・杵臼市中央通り商店街]

① 「伝統的風物詩」と「街なか発信の文化」で繋がるコミュニティコラボレーション

山形県
山形市

外部との連携によるイベント継続

七日町一番街商店街

「伝統的風物詩」と「街なか発信の文化」で
繋がるコミュニティコラボレーション

▶ Project Name



七日町一番街商店街振興組合

山形市の大型店舗が面している七日町商店街に隣接した小規模な商店街。車道は山形市を代表する河川「馬見ヶ崎」をイメージして蛇行しているほか、光ファイバーで浮かび上がる星座盤も設置されている。

- 所在地：山形県山形市本町2-4-26
- 店舗数：32店舗
- 組合員数：35人
- URL：<http://www.machi.or.jp/ichibangai/>



実践活動の概要

商店街のコミュニティの絆が低下している。商売が成り立たずに離れていった組合員も現れ、マンパワーが衰え始めており、商店街のイベントを継続することは年々難しくなっている。その対策として、実行組織を商店街の外部にも求めることにした。イベントの企画とプロデュースは商店街が実施するが、実施運営は外注することにした。

実施した活動は主に3つある。芋煮会、音楽祭、アート作品の展示会である。芋煮会と音楽祭は委託事業として開催し、展示会は地元大学の作品を展示した。イベントは隣接する大規模な七日町商店街のイベントに併せて開催した。互いのイベントを合わせることで集客力の高める相乗効果がある。

商店街の真ん中で開催した芋煮会は、今年が2回目となるが、大規模なイベントとして実施するのは初めてである。山形では、芋煮は秋の風物詩となっており、小売店等の店頭でも芋煮セットが販売される。今回は、イベント用の直径2メートル級の大きな鍋を借りて600人分の芋煮を商店街で提供し、集客を図ることにした。併せて、新米「つや姫」の試食会も同時開催した。つや姫は県庁から無償で提供してもらった。

ふらっとり街かど音楽祭は今年で8回目となり、以前から継続していた活動である。合計10組のバンドが商店街の路上でライブを行い、来街者の滞留や飲食も促すことができた。コムミュージアム(展示会)の開催は11回目となり、東北芸術工科大学の研究室及びサークル団体と連携を図って実施した。アートを中心に街を美術館にすることを目標に掲げ、様々な試みを実施している。

小規模で少人数の商店街がイベントを主催する方法として、ネットワークを活用して組合員に過度な負担が生じないようにした。



✓ 成果

芋煮は順番待ちの行列ができた。当初600食分を予定していたが、予想以上に反響が大きく多くの人 came ため、買い足して800食を準備した。イベントによる飲食業への影響は大きかった。イベント中に提供した食べ物がおいしかったからということで、再訪した人もいた。通常は夜しか開店しない屋台村などは、イベント時では昼から始めていたが、そこでお店を知った人が夜に来て店するようになるなどの効果もあった。

✓ 今後の取り組みについて

多額のお金がかかる芋煮は継続が難しいが、規模を縮小しても継続したいと考えている。費用がかかりやすい広報活動に関しては、無料で使える広報を活用する予定である。チラシは自分で作成するほか、山形市報(月2回)、地元の新聞社やテレビ局の記事紹介や取材などを願っている予定である。音楽祭やコミュニティアムについても、大学等と連携するなどしてイベントを創り上げていき、継続を図っていく。

✓ キーマンの視点

イベントの準備で発生した課題は、人のネットワークを中心に解決を図った。ストリートライブを行うバンドの募集は、当初は団体が集まらなかった。そこで、過去に出演した人から新たなバンドを紹介してもらった。一部欠員が出たバンドも、人の融通を合した。ドラムがないバンドでは、違うバンドから掛け持ちして人が来てくれた。骨董市を実施した際にも、他地域で骨董市をしている人に店者を集めてもらった。

✓ 事業のヒント

現在の商店街は色々な人が顧客なのではなく、一部の人が顧客なのである。その方向性は、付加価値の創出である。また、課題および対応する活動のコンセプトを明確にすることが重要である。とりあえず実施するというのではいけない。本活動のコンセプトはコミュニティの活性化であった。商店街を、人が交流する場所、発表する場所、公共的な場所としてのブランドを確立させるためにイベントを実施した。

✓ さらに詳しく知りたい方へ

右肩上がりの時代では、普通に品物を並べ、一生懸命に仕事をすればよかった。しかし、現在は消費の低迷と需要の飽和があり、単なる販売であれば、大型ショッピングセンターの方が、多品種であり値段も安い。商店街の市場はプレミアムマーケットを目指し、全ての顧客をターゲットとするのではなく、限られた顧客に絞っていく必要がある。それを商店街という場所でいかに実践するかが求められている。

現在の商店街には、発表する場所、交流する場所は少ない。空間は、商店街の創造性を高めると考えた。その結果、3つのイベントを開催することにした。展示会の運営は、大学との連携が定着化しているため手間はかからない。音楽祭は、出演するバンドを募集するために個別連絡が必要である。毎年同じバンドでは来街者に飽きられるため、ある程度入れ替えも必要である。バンド関係者や学生は若者が多いが、大人として真面目に付き合うことで、次年度以降のイベントの開催時に支援してもらえる関係を構築できる。

商店街の集客のために頑張してほしいというメッセージは、芋煮会、音楽祭、展示会、いずれに



も出さないように心がけることが重要である。イベント終了後に打ち上げも実施し、次年度の協力依頼もする。当たり前のことを当たり前前に実施して人間関係を大切にすることで継続した仕掛けが可能になる。

イベントでは個店の商売ではなく、商店街の存在価値を出すことに力を入れる。個店のブランドと商店街のブランドをどのように両立するかは重要な課題である。

商店街は、通常の組織マネジメントとは異なる。組合員は一国一城の主であり、作業指示はできない。七日町一番街商店街では、町並クラブ、にぎわいクラブという、2つの組織を作った。前者は清掃等を、後者はイベントを担当し、加入した組合員で運営を行っている。商店街のためにしたいと思っても自分のことで精一杯で、余裕がない人が増えている。昔のイベントは、大売出しのような直接的な収入に直結するイベントが多く、店主の目的や方向性が同じであった。しかし、単なる売り出しだけでは集客が見込めない昨今、多様なニーズへの対応を検討し、組合に加入するメリットを強化していく必要がある。

島根県
松江市

野外教育と社会体験の実施

松江学園通り商店街

地元国立大学と農商学連携による
地域住民サポート事業

▶ Project Name



松江学園通り商店街振興組合

平成元年に松江市の東部区画整備事業に伴い店舗が集まり、平成4年に商店街振興組合として法人化した新しい商店街である。

- 📍 所在地：島根県松江市学園2-29-37
- 🏪 店舗数：110店舗
- 👥 組合員数：88人
- 🌐 URL：<http://www2.crosstalk.or.jp/gakuen/>



✓ 実践活動の概要

松江学園通り商店街は、平成元年に誕生した新しい商店街である。当商店街は、南北1kmの県道沿いの郊外ロードサイド型商店街であり、一般的な商店街のイメージ（アーケードの設置、八百屋、精肉店などが並ぶ）と異なるため、周辺住民でも商店街として認識している人は少ない。

このような状況を背景に、商店街の認知度を高めるイベントを商店街に近接する島根大学の学生と連携し、実施した。

イベントの内容は、①カヌー体験教室、②キッズイベント、③産直市、④東北応援ショップ、⑤地域住民参加型イベント（詳細は「さらに詳しく知りたい方へ」参照）である。

イベントのターゲットを子供に設定しながらも、高齢者が参加しても楽しめる催しを企画した。

これらのイベントの開催にあたり、商店街振興組合の理事長をリーダーとし、組合の事業委員会の委員や組合青年部員を中心に事業内容を企画し、商店街加盟店の店主、島根大学に在籍する学生と連携し事業を実施した。

なお、イベント当日は50名以上のスタッフの協力

を得、キッズイベントの特設会場としては、商店街内にある店舗の駐車場を400坪（駐車スペースを含む）確保するとともに、安全面に配慮し、ガードマン2名を配置した。



✓ 成果

イベント当日、ファミリー層を中心に千人を超える来場があり、イベントをきっかけに商店街は認知され、イベント前に比べファミリー層の来街者が増えた。さらに、カヌー体験教室を通じ、子供には、自らの安全は自らが守るという意識を高める場を提供し、学生にはイベントで販売する商品の選択、仕入れ、決算書の作成や大人と一緒にイベントを企画することでビジネスの基本を学ぶ場が提供できたと考えている。

✓ 今後の取り組みについて

今後も子供をターゲットにしたイベントを実施し、商店街の認知度を高めていきたい。

また、今後も島根大学の学生と連携し、イベントを実施していきたい。

島根大学に在籍する学生の7割程度は県外から来た学生であり、卒業後、島根県を出る方が多い。卒業後、学生が松江学園通り商店街で学んだことを社会で活かし、当商店街を懐かしく思い出して欲しい。

✓ キーマンの視点

子供から高齢者までの幅広い層に商店街を認知してもらうためにイベントの対象を子供に絞らなかつた。普段の商売の経験から、ターゲットを明確にしなければ集客が期待できないと考えた。

子供をターゲットにすることで、子供の両親や祖母など、多くの年齢層に来街いただけると考えた。

✓ 事業のヒント

商店街は地域住民に育てられ、地域社会へ貢献することが可能だと考えている。

子供を対象にしたイベントは、地域を問わず取り組むことが可能な事業だと考えている。また、イベントの企画打合せには会議して解散するだけでなく、その後一緒に食事し交流を図ることで繋がりが強まったと感じている。

✓ さらに詳しく知りたい方へ

本事業で実施した、①カヌー体験教室、②キッズイベント、③産直市、④東北応援ショップ、⑤地域住民参加型イベントの内容は以下のとおりである。

①は、野外教育の一環として、自然の中での危険を回避したり、安全を確保したりする能力、自らの安全は自らが守るという意識を高める目的で商店街近くを流れる北田川で子供向けのカヌー体験教室を実施した。カヌー本体は、体験教室の主題に賛同した松江カヌー協会から10艇程度は無償で借りた。

②は、イベントに集まった子供を対象に、べっこう飴作り体験や木工教室を開催した。

③は、近隣の地元農家が生産した農産物や加工品の販売、及び地域ブランド野菜を販売した。

④は、牛たんカレーや福幸(フッコウ)たわしなどを販売した。商品の選択、仕入れ、決算書作成等は復興ボランティアに取り組む島根大学の学生を中心に担当し、学生がビジネスの基本を学ぶ機会を設けた。

⑤は、地元小学生のチアガールや島根大学生



サークルなど地域の団体による催しが行われた。また、商店街の店舗が一店逸品を持ち寄り、オークションを実施するとともに、ビンゴゲームを実施した。ビンゴゲームは、折り込みチラシに載せた引換券を会場に持参した方が参加するシステムとした。引換券は、午前の部・午後の部の2枚載せた。ビンゴゲームの景品は、商店街加盟店で使える商品券として、イベント後に来街いただけることを狙った。

なお、実践活動事業以外でも、当商店街では、商店街の活性に向けたアイデアを島根大学の学生に出してもらい、具現化してきた。また、学生が社会体験を通じて実学を学ぶ成長過程の手助けをしたという思いから、当商店街のイベント事業等を通じて学生と共同し、産学官連携を目指して活動を続けている。今後も、地域と連携し地域に貢献する商店街を目指し、様々な事業に取り組んでいきたい。

③ 商店街賑わい創出事業

佐賀県
伊万里市

高校生によるチャレンジショップ

伊万里駅通商店街

▶ Project Name 商店街賑わい創出事業



伊万里駅通商店街振興組合

伊万里駅の正面にある市街地中心部の商店街である。商店街の道路にコミュニティバスの停留所があるため、地元の学生が登下校時に通ることが多く、周辺地域から来街しやすい場所に位置している。

- 所在地: 佐賀県伊万里市伊万里町甲513
- 店舗数: 40店舗
- 組合員数: 32人
- URL: <http://www2.saganet.ne.jp/imari-ed/>



✓ 実践活動の概要

伊万里市には高校が4つもあるが、商店街の店舗に地元の高校生はあまり来店しない。現在の店舗と商店街に親しみを持ってもらいたいと考え、地元の高校の生徒たちが各学校で生産した加工品等の販売を行う「高校生ショップ」の開設事業を行った。高校生は就業体験に参画することにより、商業に関する知識・経験が深まるほか、今後の進路決定の参考にしてもらえるとも考えた。

自分の高校が出店することで、その友人や家族が商店街に来てくれるようになる。商店街は高校とはあまり接点がなかったため、事業を通じて高校と連携を図りたかった。最近は商店街で買い物をする地域住民が減少しているが、このような取り組みが継続されたら、商店街に親しみが出て、まちづくりにも目が向くと考えた。

高校生ショップは、商店街の空き店舗の、奥行きがある広めのスペースで、11月と12月に開催した。地元の3つの高校に参加してもらい、商店街は場所を提供し、生徒が自由に運営できるようにサポートした。

学校側も校外活動とまちづくりへの意識が高かった。商店街を、まちを元気にしようという気持ちが

あったため、話を前に進めることができた。市役所、商工会議所からの協力も得、新聞記事にも多く取り上げられた。広報活動として複数の新聞社、地元ケーブルテレビが協力してくれて、市のホームページや商工会議所のニュース等でも宣伝してもらった。

また、併せて、まち歩きイベント事業を実施した。「まち歩きマップ」を作成し、まち歩きイベントを企画した。中心市街地を歩いてもらうことで、地域の理解と関心を高め、商店街における購買意欲の向上を図った。マップには、公共機関や病院、薬局のほか、公共トイレの位置など、来街者が便利と思われる施設の情報を多く入れた。



✓ 成果

来街者の目標を1日1,000人としたが、その目標を超えることができた。学生の通学路にもなっているので、イベント後には挨拶をされるなど良い効果もあった。高校生ショップは、参加した学生のほか、教職員や父兄、さらには住民からも好評であった。高校生も積極的に参加してもらえ、多い日では50人も生徒が出店準備で商店街を訪れた。商店街という地元の資源を再認識・再発見してもらい、活用してもらったことができた。

✓ 今後の取り組みについて

高校生ショップは、次年度も継続したいと高校側からも話があり、継続実施に向けて検討を進めている。商店街振興組合に専任のスタッフが1名いたため、高校生ショップの企画と運営は、組合員の多数に大きな負担となることはなかった。来年度も引き続き高校生ショップを開催したいと考えているが、適当な実施時期と、会場借り上げ等のための予算確保の方法、開催内容などについて改善策の検討を行う予定である。

✓ キーマンの視点

高校生ショップの実施について、学校側との調整に多くの時間を要した。相談を始めたのは夏休み前であったが、開始は11月以降となってしまった。高校側も初めてのことであり、お互いに手さぐりで大変であった。年度初めから行事として組み込んでおけば対応は早かったといえるが、年度途中からであったので説明する関係者が多かった。しかし、高校生の明るい接客と、来店者の笑顔が、商店街の関係者にも元気を与えていた。

✓ 事業のヒント

商店街に大学生が入って地域活性化の活動を実施することはよくある話である。大学生は時間もおり、大人であるため高度な企画も考えられる。高校生は未成年であり、受験や試験、就職活動が控えているため、商店街に高校生は入ってきづらかった。本実践活動で知ったことは、地域活性化に取り組みたいと考える高校生が多かったことである。大学がなくても高校で活性化事業を実施してみようという話が増えればよいと思う。

✓ さらに詳しく知りたい方へ

高校生も含め、地域住民の商店街離れが見られるなか、商店街をもっと身近にしてもらいたかった。また、高校や高校生に、伊万里の中心市街地まちづくりや商店街に関心を持ってもらいたいというねらいもあった。

高校生ショップは3つの高校で週末の土日に開催した。また、生徒の作品の展示などは一定期間続けた。その期間の日中は生徒がいなかったため、商店街のスタッフが店舗の管理を行い、生徒が放課後にかけていた。

出店は3校同時開催ではなく、1校ずつ開催した。用意できた空き店舗が1カ所であったため、まるごと「〇〇高校の日」として実施した。高校への呼びかけは今年が初めてであるが、特定の高校にだけ話をしないで、今回は一斉にお願いして、受けてくれたことも成功の一因であった。

参加校について、伊万里商業高校では、生徒が考案した「伊万里焼きカレー」を600円で100個販売した。製造は食品業者に委託し、レトルト食品化したものを販売した。現在は同校の生徒が運営するホームページ「伊万里学美舎」でも販売されている。

敬徳高校はフリーマーケットを開催した。生徒及び父兄から不用品を集め、50円、100円等で販売を行い、合計48,000円ほどの売上の全額を、東日



本大震災の義捐金として寄付した。生徒が作ったエコノカー（環境に配慮した低燃費の自動車）を展示し、駅前広場で走行試験を行った。伊万里高校は、300円で炭焼き・絵付けができる体験事業や、作品の展示、また、大型の紙に書道実演パフォーマンスを行うイベントを行った。

ショップでの販売と同時に、高校の紹介などもビデオで流し、地域住民に親近感を持ってもらうことができた。また、進学先として地元の高校を選択肢として考えてもらえるように宣伝できた。また、高校によってはボランティア部があるが、活躍の場、拠点がないことを知った。学校側もまちづくりに意欲的な生徒がいることを認識できた。

まち歩きイベント事業は、1月に毎年の恒例イベントとしてある「えびす祭」に連動した形で、作成したマップの配布と同時に、スタンプラリーを実施した。伊万里市観光ボランティアガイドの会が、スタンプラリーのスタンプの場所に立って案内を行った。しかし、雨が降り出したため、13:00~17:00の予定を1時間早く打ち切った。まち歩きマップによって、中心市街地に多くの便利な施設があることを知ってもらい、利用してもらうことで、商店街の回遊を促進させた。



若い力・新しい風

白杵市中央通り商店街

▶ Project Name 温故知新事業



南町三丁目商店街振興組合

白杵城の城下町に展開する伝統ある商店街であり、100年以上続く店舗も多く、歴史的な街並みと調和した商店街の景観が形成されている。顧客は60歳以上の女性が多く、地域の主婦や高齢者が中心となっている。

- 📍 所在地：大分県白杵市本町5組
- 🏪 店舗数：53店舗
- 👥 組合員数：46人
- 🌐 URL：<http://8cho.net/>



✓ 実践活動の概要

商店街ではこれまで様々なイベントを実施してきたが、思うほどの効果は得られず、イベントを主導する青年部員は自店の商売が手薄になるなど、売上は上がりず疲労だけが残る状況が続き、イベント開催に消極的になっていた。

打開策を模索している時に、地元高校の先生から商店街でのインターンシップの依頼があったため、商店街側からチャレンジショップ事業の参加を高校へ要請したが、店舗と費用の問題があり不可能との回答があった。

そこで、商店街側から、店舗については商店街事務所の活用（土日であれば活用可能）、開店資金の商店街からの融資（10万円）を打診し、本事業が実現することとなった。事業実施に際しては、学校の文化的な姿勢ではなく授業の一環としてまじめにやること、融資した資金は年度末に返金すること、仕入れから決算報告まで生徒が中心となって実施することなど、事前に条件を提示し、高校側と十分な協議を行って実行することになった。高校側が出店・営業に責任を持つ一方、商店街側としては宣伝広報に責任を持つこととし、事前に役割分担を明確化して取

り組んだ。

本事業では、「古き街並みの商店街に、若人（高校生）が新しい風を吹き込み、商店街との合同イベントを実施することによる賑わいの創出や、若手商人の育成と商店街活性化を行う」をテーマとし、地元の高校生（大分県立白杵商業高校、大分県立海洋科学高校）による店舗（組合事務所を活用）を第一・三土曜日に開店し、各種イベントをこれらと連動させて実施した。

高校生のお店には多くのお客が集まり、特に高齢者で賑わった。自分の孫のような高校生と会話するのが楽しく、また、自分で遠くまで出かけて買うことができない市外の商品を取り扱っていることも評判が良かった。高校生の店舗では、初年度から黒字経営が実現され、リピーターも多く、開店前から待っている人も多かった。



✓ 成果

商店街の個店においては、高校生の自由な発想に触発され、商店街・店舗はこうあるべきだといった、これまでの長い経験で当然だと思っていた固定観念が良い意味で崩れ、店主に笑顔が戻った。

また、本事業とセールイベントを連動させることにより、努力する個店についてはイベントが売上増につながる事が理解されるようになった。

✓ 今後の取り組みについて

事業の継続に際しては、現状の取り組みの質を高めることをじっくりやりたいと考えており、規模の拡大は考えていない。今まで、調子に乗って拡大して失敗したイベントがたくさんある。

また、商店街単独のことを考えていけば良い時代は終わり、高齢化への対応など、地域社会全体への貢献を考えなければ商店街の活性化が進まない時代になっていると思う。

✓ キーマンの視点

成功要因は、商店街と高校の要望がウィン・ウィンの関係で合致したことである。商店街としては、マンネリ化したイベントに高校生の新しい風を吹き込んでもらいたいと考え、高校としては、生徒に商業活動の体験をさせたいと考え、それに必要な場所(店舗)と資金は商店街が提供することができた。

また、事前に双方の要望を出し合い、納得し、事前に十分に内容を詰めてから事業をスタートしたことも成功のポイントである。

✓ 事業のヒント

事業の前に商店街と高校の双方の要望を出し合い、納得し、事前に事業内容を明確化してから事業をスタートすることが重要である。

また、高校生の店を単なるイベントとして終わらせることなく、商店街全体の売上に結び付けるため、セールイベントなど、商店街の他のイベントと連携・連動させて実施することが重要である。

✓ さらに詳しく知りたい方へ

商店街の顧客は誰なのか、何人いるのか、どこに住んでいるのか、どのような交通手段で来ているのか、顧客に何を売るのが、商店街のマーケティング調査をしっかりと行い、これを踏まえたイベント等の事業を企画し実行する必要がある。

本商店街では、毎月千円のお買い物券が10名に当たるイベントを実施し、この応募券に記載された氏名、住所、年代、性別などの情報を分析することにより、主要顧客が60歳以上の女性であることが明確になった。お買い物券の応募は毎月250名あり、年間を通じて実施することにより、寒い季節と暑い季節の商圏の違いなども把握できた。

単にアンケートを実施して、商店街に映画館やスターバックスが欲しいといった意見を集めても対応不可能であり意味がない。まずは商店街のマーケティングをしっかりとやり、足元を固めて成功後、映画館やスターバックスのことを考えればよい。商店街はタダものもらう場所ではなく、お金を支払ってものを買う場所である。ただし、行くとプラスアルファのお得があると顧客に認識してもらうことが重要である。本事業も、



このようなこれまでのマーケティングの成果を活かした延長線上にあり、高校生の店舗についても、顧客は高齢者が多く市外に出かけての買物が難しいため市外の商品を販売することが有効であること、本物志向の顧客に対応して農業を多く含んだ野菜は販売しない、などのアドバイスを商店街から行った。

また、事業単体で実施するのではなく、商店街の売上に直結するセールイベント等を連携・連動して実施することが必要である。商店街の売上増に貢献しないイベントは実施する意味がないと考えている。今回の事業では、商店街のセールイベント(ぼっきり市)と連携・連動させて実施し、努力する個店についてはイベントが売上増につながる事が理解されるようになった。イベントに参加すれば個店の売上に影響することを実際に体験できたことは大きい。チラシへの共同広告の個店への協力要請について、以前は頭を下げて回っても4~5店舗の掲載しかなかったが、現在は20~25店舗は集まるようになった。事業の継続に際しては、現状の取り組みの質を高めることをじっくりやりたいと考えており、規模の拡大は考えていない。

転載又は引用の場合は、必ず出典を明記のこと。

「小金井市工業事業所実態調査報告書」

(平成 27 年 2 月)

発行 小金井市市民部経済課
〒184-8504 東京都小金井市本町 6-6-3

電話:042-387-9831

FAX:042-386-2609

調査・編集 株式会社セオン

電話:0120-6186-96

FAX:03-6800-2481

本報告書は再生紙を使用しています