

小金井市「商業・工業基礎調査」

報告書

令和7年3月

小 金 井 市

小金井市「商業・工業基礎調査」報告書

目 次

I 商業調査	1
第1章 調査の概要	2
1-1 調査の目的	2
1-2 調査の手法	2
1-3 調査の実施概要	2
第2章 小金井市の商業を取り巻く状況	4
2-1 小金井市の概況	4
2-2 産業の動向	10
2-3 商店会の概況	21
第3章 消費者・商店街調査の結果	22
3-1 消費者買物調査	22
3-2 商店街利用客意識調査（街頭ヒアリング）	52
第4章 各調査からみる課題と対応の方向性	142
4-1 各調査の結果の概要	142
4-2 課題と対応の方向性	151
II 工業調査	155
第1章 調査の概要	156
1-1 調査の目的	156
1-2 調査の手法	156
1-3 調査の実施概要	156

第2章 小金井市の製造業等を取り巻く状況	158
2-1 製造業等の動向.....	158
2-2 市内の開業の状況.....	161
2-3 中小企業を取り巻く環境の動向.....	162
第3章 事業所調査の結果	163
3-1 工業事業所調査.....	163
3-2 事業所ヒアリング調査.....	189
第4章 各調査からみる課題と対応の方向性	200
4-1 各調査の結果の概要.....	200
4-2 課題と対応の方向性.....	204
Ⅲ 資料編	207
1 商業調査	208
2 工業調査	240

I 商業調査

第1章 調査の概要

1-1 調査の目的

令和7年度の「小金井市産業振興プラン」の改定に先立ち、商業・商店会活動の活性化策検討の基礎資料を得ることを目的に実態調査を実施した。

1-2 調査の手法

- ① 本市の概況調査（統計データを用いた近年の変化等）
- ② 商店会の概況整理
- ③ 消費者の買物動向の実態把握（消費者買い物調査、商店街利用客調査（街頭ヒアリング））
- ④ 商店経営者の意向把握（商店街経営者調査の結果）
- ⑤ 商業・商店会活動の課題整理、活性化策の考察

1-3 調査の実施概要

【消費者買物調査】

市民の主要商品の買い物場所、買い物理由等に基づき、市民の消費傾向を分析する

実施日	令和6年11月7日～11月22日
対象者	小金井市在住の満18歳以上
調査内容	○回答者の属性 ○買物の場所・店舗 ○商店街について ○買物や食事等の満足度、産業振興について
実施方法	郵送配布・郵送回収
配布数	3,000件（住民基本台帳から無作為抽出）
回収数（回収率）	1,064件（35.5%）

【商店街利用客調査（街頭ヒアリング）】

商店街利用者（来街者）へのヒアリング調査を行い、消費者の意識や日常の行動、消費者の視点からみた商店街の評価等を把握する。

実施日	令和6年12月6日・12月13日・12月20日
対象者	商店街利用客（来街者）
調査内容	☐ 回答者の属性 ☐ 商店街来訪行動 ☐ 商店街でよく行く店の利用行動 ☐ 商店街周辺でよく行く店の利用行動 ☐ 商店街の満足度とその理由 ☐ 商店街にあったらよいと思うもの・商店街のイメージ
実施方法	市内7区域の商店街エリアにおける街頭ヒアリング
時間帯	9時30分～17時30分
回答者数	352件

【商店街経営者意識調査】

市内小売・飲食・サービス業者における今後の方向性を把握・分析し、令和7年度の「小金井市産業振興プラン」の改定の検討基礎資料とする。

実施日	令和6年11月7日～11月22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
調査内容	☐ 店舗について ☐ 店舗の顧客について ☐ 店舗の経営継続 ☐ 商店街について ☐ 新型コロナウイルスの影響 ☐ 商店会活動について ☐ 商店街振興施策の方向
実施方法	各商店会長を通じて回答票・返信用封筒を配布、郵送による回収
配布数	1,025件
回収数（回収率）	121件（11.8%）

第2章 小金井市の商業を取り巻く状況

2-1 小金井市の概況

(1) 人口等の動向

①人口・世帯数の推移

本市の人口と世帯数は、令和2年度国勢調査で126,074人、63,182世帯である。

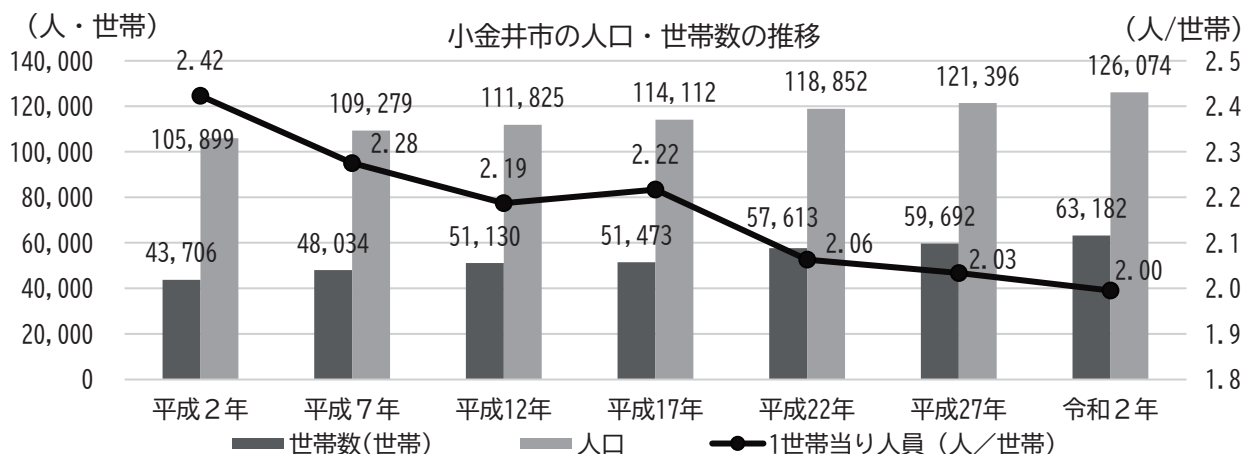
国勢調査結果を基に人口の経年変化をみると、平成2年の105,899人から令和2年までの30年間に20,175人増加(+19.1%)した。

人口増加率をみると、平成17年から平成22年の5年間で+4%台と急増したが、平成22年から平成27年の5年間で再び+2%台となった。その後、平成27年から令和2年の5年間で+3%台と増加の傾向があり、本市への流入人口が増加している。

世帯数では、平成2年では43,706世帯であったが、令和2年までの30年間に19,476世帯増加(+44.6%)した。一方、1世帯当り人員は平成2年の2.42人/世帯から令和2年は2.00人/世帯となっており、近年は減少傾向が続いている。

図表 国勢調査における人口・世帯数の推移

	世帯数 (世帯)	人口 (人)	1世帯当り人員 (人/世帯)	人口増加率 (対前回比)
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%
平成27年	59,692	121,396	2.03	+2.1%
令和2年	63,182	126,074	2.00	+3.9%



②人口動態の推移

本市の人口動態は、令和元年から令和5年までの住民基本台帳によると、令和3年までは増加傾向にあった。令和2年及び令和3年において社会増加数が伸びているが、自然増加数は、令和2年より一貫して減少傾向にある。令和4年より社会増加数もマイナスに転じ、近年は人口減少の傾向にある。

令和2年及び令和3年において、社会増加数が伸びた要因のひとつとして、大規模マンション建設による人口の流入が挙げられる。令和4年よりその人口流入も落ち着きが見られ、また国内全体で少子高齢化が進んでいるため、本市の自然増加数もマイナスの状態が続き、人口の減少に繋がっていると考えられる。

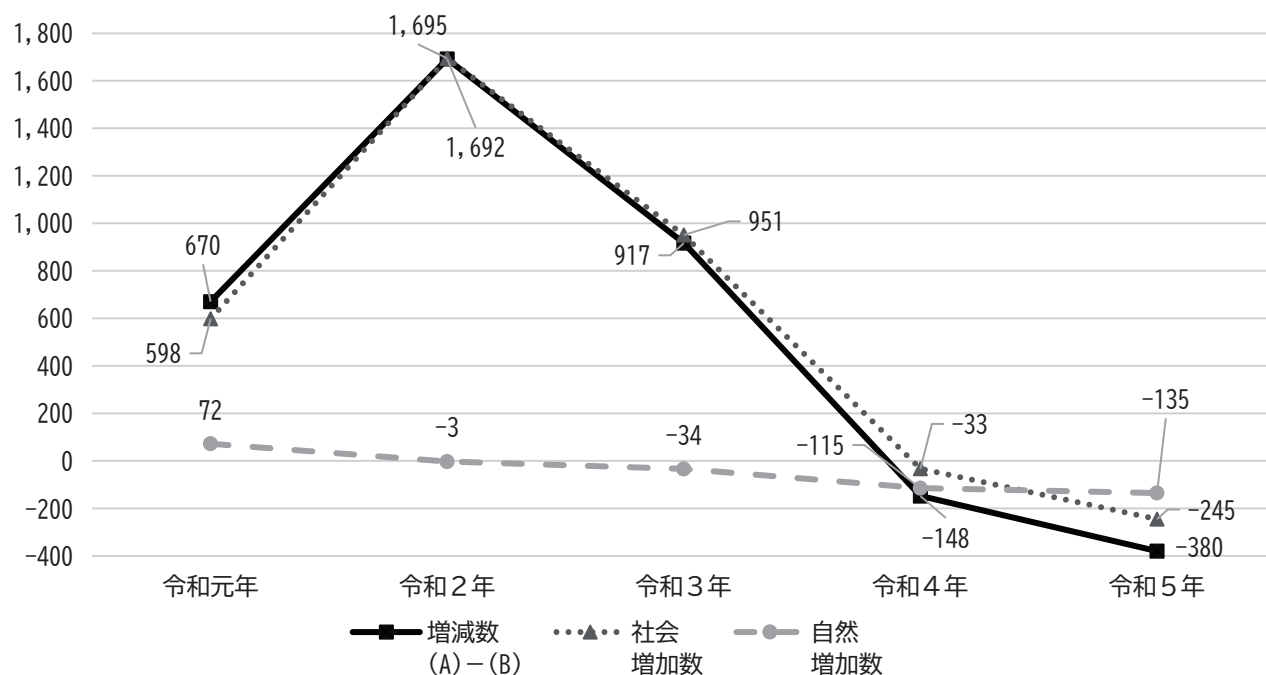
図表 住民基本台帳における人口動態の推移

住民基本台帳による人口動態

	住民票記載数				住民票削除数				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)			
令和元年	8,199	1,006	111	9,316	7,705	934	7	8,646	670	598	72
令和2年	9,102	955	127	10,184	7,525	958	9	8,492	1,692	1,695	-3
令和3年	8,417	929	85	9,431	7,544	963	7	8,514	917	951	-34
令和4年	7,612	940	119	8,671	7,759	1,055	5	8,819	-148	-33	-115
令和5年	7,348	908	122	8,378	7,713	1,043	2	8,758	-380	-245	-135

※総務省発表報道資料より再編

小金井市の人口動態の推移



I 商業調査

③年代別人口の推移

令和6年国勢調査における本市の人口を年代階層別にみると、15歳未満の「年少人口」が15,357人、15歳以上65歳未満の「生産年齢人口」が79,287人、65歳以上の「老年人口」が26,758人であり、人口に占める構成比がそれぞれ12.6%、65.3%、22.0%となっている。

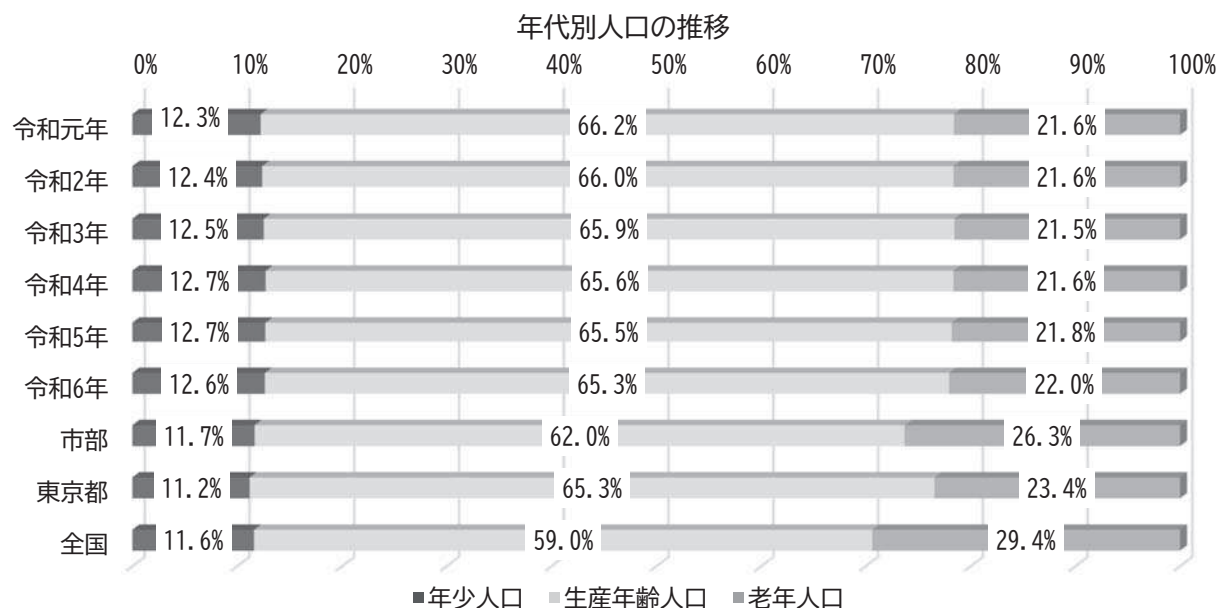
東京都は、全国よりも生産年齢人口の構成比は高めであるが、本市は東京都と構成比がほぼ同一である。ただし、時系列に本市のデータを追っていくと、年少人口の構成比は横ばいであるが、生産年齢人口の構成比が緩やかに減少し、老年人口の構成比は緩やかに増加している。

なお、国土交通省白書では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加速していくことが予想される。

図表 住民基本台帳における年代3階層別人口の推移

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)

	令和元年	令和2年	令和3年	令和4年	令和5年	令和6年	(参考)東京都 市部 令和6年	(参考)東京都 令和6年	(参考)全国 令和6年
年少人口 (～14歳)	14,539	14,789	15,187	15,516	15,464	15,357	489,297	1,485,981	14,108,935
(構成比)	12.3%	12.4%	12.5%	12.7%	12.7%	12.6%	11.7%	11.2%	11.6%
生産年齢人口 (15～64歳)	78,525	78,745	79,754	80,033	79,779	79,287	2,602,616	8,668,292	71,741,119
(構成比)	66.2%	66.0%	65.9%	65.6%	65.5%	65.3%	62.0%	65.3%	59.0%
老年人口 (65歳～)	25,587	25,787	26,072	26,381	26,539	26,758	1,102,666	3,110,213	35,711,738
(構成比)	21.6%	21.6%	21.5%	21.6%	21.8%	22.0%	26.3%	23.4%	29.4%
計	118,651	119,321	121,013	121,930	121,782	121,402	4,194,579	13,264,486	121,561,792



④通勤・通学の動向

本市居住者で、市内への通勤・通学者は令和２年度国勢調査で 16,355 人となっており、平成 27 年と比較すると 483 人の減少(−2.9%)となっている。

他市町村から本市に流入する通勤・通学者は、25,785 人であり、平成 27 年と比較すると 441 人の減少(−1.7%)となっている。令和 2 年における主な流入先は、都内の他市町村が 38.5%を占め、特別区からの流入が 10.6%となっている。都外からの流入は令和 2 年で 5,111 人であり、平成 27 年と比較すると 1,260 人減少(−19.8%)となっている。

図表 国勢調査における通勤・通学者の推移

区 分	平成 27 年				令和 2 年			
	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	割合(%)	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	割合(%)
小金井市に就業する就業者	25,452	17,612	43,064		25,721	16,419	42,140	
うち、自市区町村に常住	8,849	7,989	16,838	39.1%	8,992	7,363	16,355	38.8%
うち、他市区町村に常住 ①	16,603	9,623	26,226	60.9%	16,729	9,056	25,785	61.2%
うち、都内他市区町村に常住	13,679	6,176	19,855	46.1%	14,027	6,647	20,674	49.1%
23 区に常住	2,136	1,849	3,985	9.3%	2,306	2,147	4,453	10.6%
他市町村に常住	11,543	4,327	15,870	36.9%	11,721	4,500	16,221	38.5%
うち、都外に常住	2,924	3,447	6,371	14.8%	2,702	2,409	5,111	12.1%
神奈川県	931	1,191	2,122	4.9%	928	935	1,863	4.4%
千葉県	316	406	722	1.7%	275	299	574	1.4%
埼玉県	1,405	1,344	2,749	6.4%	1,430	1,138	2,568	6.1%
その他	272	506	778	1.8%	69	37	106	0.3%

区 分	平成 27 年				令和 2 年			
	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	割合(%)	通勤者(人)	通学者(人)	総数(人)	割合(%)
小金井市に常住	47,506	14,213	61,719		46,368	12,160	58,528	
うち、自市区町村に就業	8,849	7,989	16,838	27.3%	8,992	7,363	16,355	27.9%
うち、他市区町村に就業 ②	38,657	6,224	44,881	72.7%	37,376	4,797	42,173	72.1%
うち、都内他市区町村に就業	36,090	5,715	41,805	67.7%	35,320	4,531	39,851	68.1%
23 区に就業	22,450	2,550	25,000	40.5%	21,799	1,987	23,786	40.6%
他市町村に就業	13,640	3,165	16,805	27.2%	13,521	2,544	16,065	27.4%
うち、都外に就業	2,567	509	3,076	5.0%	2,056	266	2,322	4.0%
神奈川県	1,021	220	1,241	2.0%	956	108	1,064	1.8%
千葉県	294	51	345	0.6%	228	31	259	0.4%
埼玉県	868	195	1,063	1.7%	832	113	945	1.6%
その他	384	43	427	0.7%	40	14	54	0.1%
①−②	−22,054	3,399	−18,655		−20,647	4,259	−16,388	

I 商業調査

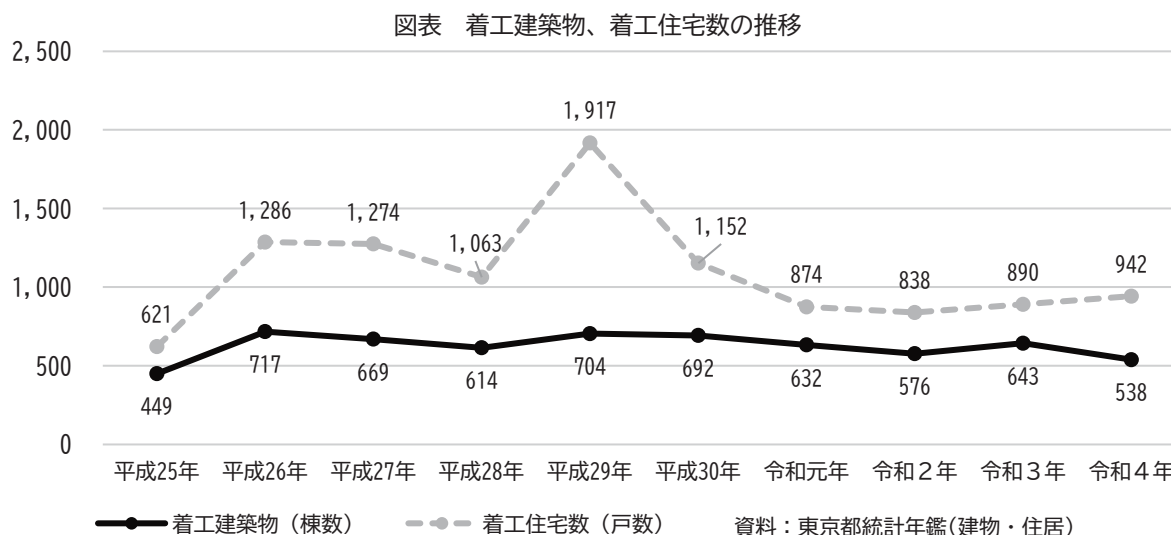
本市から他市区町村へ流出する通勤・通学者は、令和2年で42,173人となっており、平成27年との比較で2,708人減少(−6.0%)となっている。令和2年における主な流出先は、特別区が23,786人(構成比：40.6%)であるが、平成27年と比較すると1,214人減少(減少率：4.9%)と変化をみせている。また、都内の他市区町村への流出についても、令和2年が16,065人であるが、平成27年と比較すると740人減少(減少率：4.4%)となっている。

令和2年において流出超過は16,388人となっている。しかし、通勤者は20,647人の流出超過である一方、通学者は4,259人の流入超過となっており、通学者の多さは本市の特徴のひとつとなっている。

⑤在宅開発の動向

市内で1年間に着工した建築物をみると、多い年で700棟以上、少ない年でも400棟前後が建築されている。平成25年から令和4年の10年間では、着工建築物が年間平均600棟程度となっている。

さらに、市内で1年間に着工した住宅数(新築のみ。戸建て、マンションを含む)をみると、年によって大きく増減するものの、多い年で1,900戸以上、少ない年でも600戸程度の住宅が新設されている。平成25年から令和4年の10年間では、着工住宅数が年間平均1,000戸程度となっている。



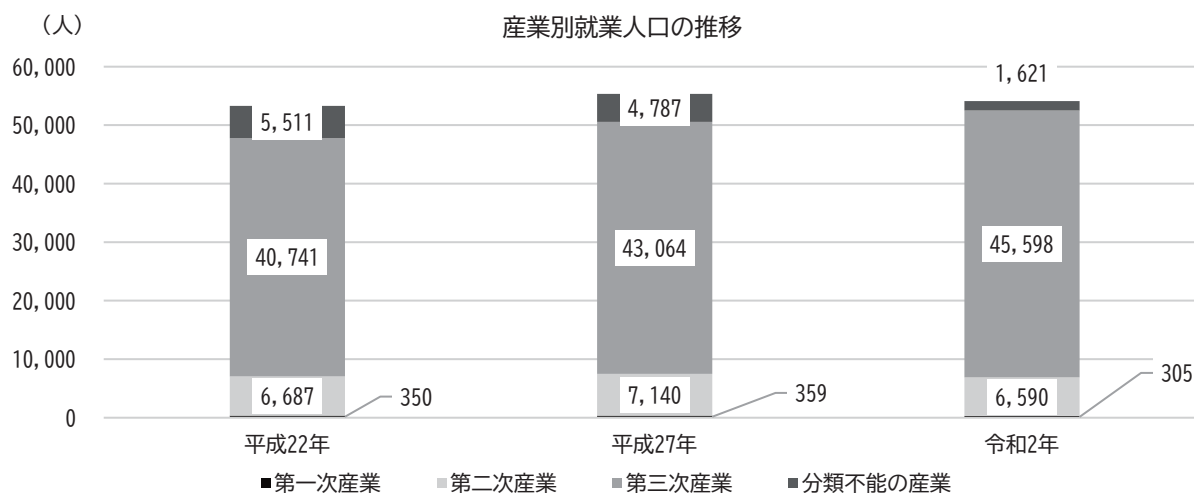
⑥産業別就業人口の推移

本市における令和2年度国勢調査の就業人口は54,114人で、平成22年と比較すると825人増加(+1.5%)した。

令和2年の産業別構成比は、第一次産業が305人(構成比：0.6%)、第二次産業が6,590人(構成比：12.2%)、第三次産業が45,598人(構成比：84.3%)となっている。平成22年の第三次産業と比較すると、4,857人増加(+11.9%)となっている。

図表 国勢調査における産業別就業人口の推移

	平成22年		平成27年		令和2年	
	人数	割合(%)	人数	割合(%)	人数	割合(%)
第一次産業 (構成比)	350	0.7%	359	0.6%	305	0.6%
農業, 林業	350	0.6%	359	0.6%	304	0.6%
うち農業	345	0.6%	357	0.6%	297	0.5%
林業						
漁業	-	0.0%	-	0.0%	1	0.0%
第二次産業 (構成比)	6,687	12.5%	7,140	12.9%	6,590	12.2%
鉱業						
鉱業, 採石業, 砂利採取業	11	0.0%	20	0.0%	22	0.0%
建設業	2,371	4.4%	2,300	4.2%	2,165	4.0%
製造業	4,305	8.1%	4,820	8.7%	4,403	8.1%
第三次産業 (構成比)	40,741	76.5%	43,064	77.8%	45,598	84.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	131	0.2%	134	0.2%	182	0.3%
情報通信業	4,589	8.6%	4,884	8.8%	5,777	10.7%
運輸業						
運輸業, 郵便業	1,504	2.8%	1,503	2.7%	1,527	2.8%
卸売業・小売業・飲食店						
卸売業, 小売業	8,120	15.2%	7,526	13.6%	7,615	14.1%
金融業, 保険業	2,452	4.6%	2,471	4.5%	2,355	4.4%
不動産業						
不動産業, 物品賃貸業	1,728	3.2%	1,927	3.5%	2,113	3.9%
学術研究, 専門・技術サービス	3,215	6.0%	3,586	6.5%	3,979	7.4%
サービス業						
飲食店・宿泊業						
宿泊業, 飲食サービス業	3,026	5.7%	3,016	5.4%	2,988	5.5%
生活関連サービス業, 娯楽業	1,747	3.3%	1,875	3.4%	1,768	3.3%
医療, 福祉	4,636	8.7%	5,564	10.1%	4,352	8.0%
教育, 学習支援業	3,809	7.1%	4,008	7.2%	6,077	11.2%
複合サービス事業	170	0.3%	238	0.4%	199	0.4%
サービス業 (他に分類されないもの)	3,312	6.2%	3,634	6.6%	3,974	7.3%
公務 (他に分類させるものを除く)	2,302	4.3%	2,718	4.9%	2,692	5.0%
分類不能の産業	5,511	10.3%	4,787	8.6%	1,621	3.0%
総数	53,289		55,350		54,114	



資料:国勢調査

I 商業調査

2-2 産業の動向

(1) 産業の概略

①産業別事業所数

産業別事業所数について、令和3年経済センサスでみると、本市における令和3年の事業所総数は2,866であり、平成28年の2,905から39減少(−1.3%)した。

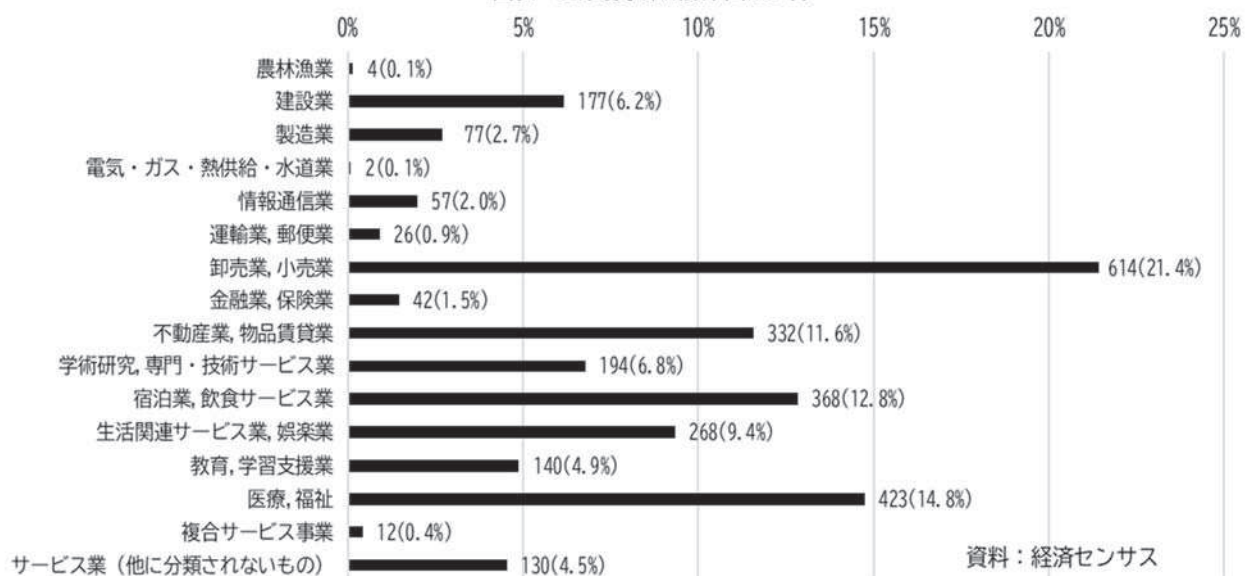
産業別事業所数が最も多いのは卸売業、小売業で614(構成比:21.4%)、医療、福祉423(構成比:14.8%)、宿泊業、飲食サービス業368(構成比:12.8%)が上位を占める。

図表 産業別事業所数の推移

表 産業別事業所数

	平成24年		平成26年		平成28年		令和3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%	2	0.1%	2	0.1%	4	0.1%
鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	202	7.1%	189	6.2%	180	6.2%	177	6.2%
製造業	85	3.0%	84	2.8%	71	2.4%	77	2.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	1	0.0%	2	0.1%	1	0.0%	2	0.1%
運輸・通信業								
情報通信業	54	1.9%	52	1.7%	52	1.8%	57	2.0%
運輸業、郵便業	28	1.0%	29	1.0%	28	1.0%	26	0.9%
卸売・小売業・飲食店								
卸売業、小売業	689	24.2%	682	22.5%	667	23.0%	614	21.4%
金融業、保険業	38	1.3%	34	1.1%	36	1.2%	42	1.5%
不動産業、物品賃貸業	292	10.3%	320	10.6%	283	9.7%	332	11.6%
学術研究、専門・技術サービス業			169	5.6%	169	5.8%	194	6.8%
宿泊業、飲食サービス業	408	14.3%	441	14.6%	439	15.1%	368	12.8%
生活関連サービス業、娯楽業			305	10.1%	301	10.4%	268	9.4%
教育、学習支援業	319	11.2%	178	5.9%	153	5.3%	140	4.9%
医療、福祉	137	4.8%	393	13.0%	396	13.6%	423	14.8%
複合サービス事業	12	0.4%	12	0.4%	13	0.4%	12	0.4%
サービス業								
サービス業（他に分類されないもの）	130	4.6%	124	4.1%	114	3.9%	130	4.5%
公務（他に分類されるものは除く）	-	-	11	0.4%	-	-	-	-
総数	2,735	100.0%	3,027	100.0%	2,905	100.0%	2,866	100.0%

図表 産業別事業所数(令和3年)



②産業別従業者数

産業別従業者数について、令和3年経済センサスでみると、本市における令和3年の従業者総数は28,594人であり、平成28年の29,989人から1,395人減少(−4.7%)した。

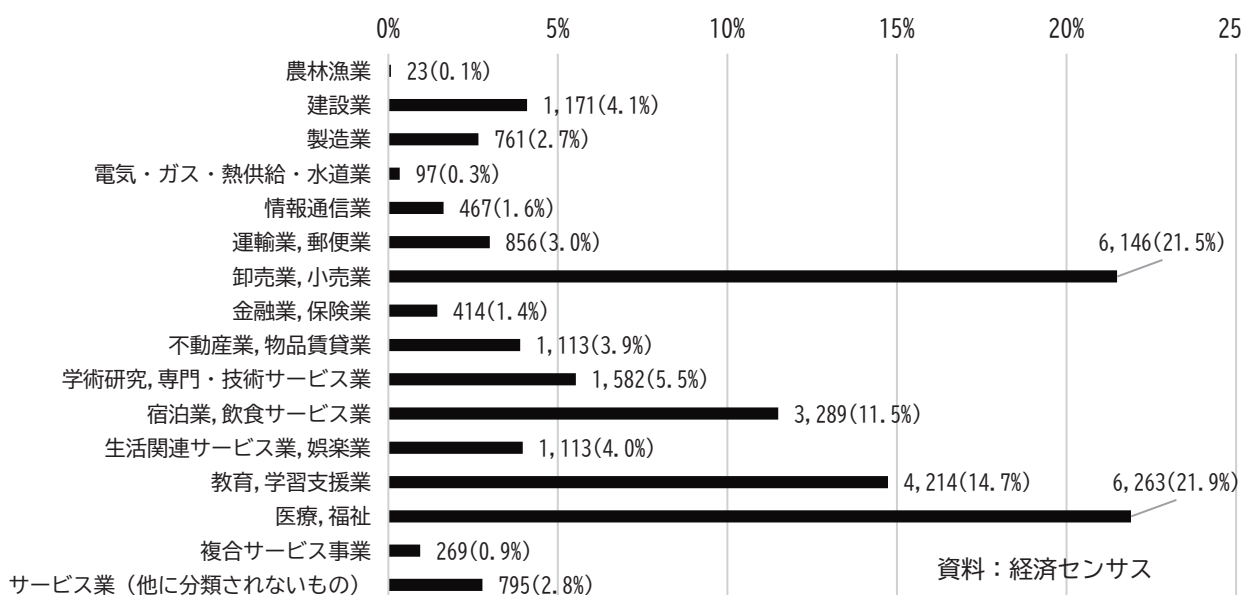
産業別従業者数が最も多いのは、医療、福祉6,263(構成比：21.9%)であり、卸売業,小売業6,146(構成比：21.5%)、教育,学習支援業4,214(構成比：14.7%)が上位を占める。

図表 産業別事業者数の推移

表 産業別事業者数

	平成24年		平成26年		平成28年		令和3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	16	0.1%	20	0.1%	15	0.1%	23	0.1%
鉱業	-	-	-	-	-	-	-	-
建設業	1,357	5.3%	1,201	3.9%	1,326	4.4%	1,171	4.1%
製造業	1,056	4.1%	823	2.7%	809	2.7%	761	2.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	16	0.1%	30	0.1%	35	0.1%	97	0.3%
運輸・通信業								
情報通信業	512	2.0%	557	1.8%	412	1.4%	467	1.6%
運輸業,郵便業	955	3.7%	995	3.2%	918	3.1%	856	3.0%
卸売・小売業・飲食店								
卸売業,小売業	6,403	24.9%	6,302	20.4%	6,089	20.3%	6,146	21.5%
金融業,保険業	489	1.9%	512	1.7%	537	1.8%	414	1.4%
不動産業,物品賃貸業	945	3.7%	1,010	3.3%	934	3.1%	1,113	3.9%
学術研究,専門・技術サービス業			1,160	3.7%	1,279	4.3%	1,582	5.5%
宿泊業,飲食サービス業	3,505	13.6%	3,744	12.1%	3,894	13.0%	3,289	11.5%
生活関連サービス業,娯楽業			1,453	4.7%	1,550	5.2%	1,134	4.0%
教育,学習支援業	4,786	18.6%	5,256	17.0%	4,656	15.5%	4,214	14.7%
医療,福祉	4,706	18.3%	5,684	18.4%	6,130	20.4%	6,263	21.9%
複合サービス事業	191	0.7%	101	0.3%	252	0.8%	269	0.9%
サービス業								
サービス業(他に分類されないもの)	741	2.9%	1,010	3.3%	1,153	3.8%	795	2.8%
公務(他に分類されるものは除く)	-	-	1,097	3.5%	-	-	-	-
総数	25,678	100.0%	30,955	100.0%	29,989	100.0%	28,594	100.0%

図表 産業別従事者数(令和3年)



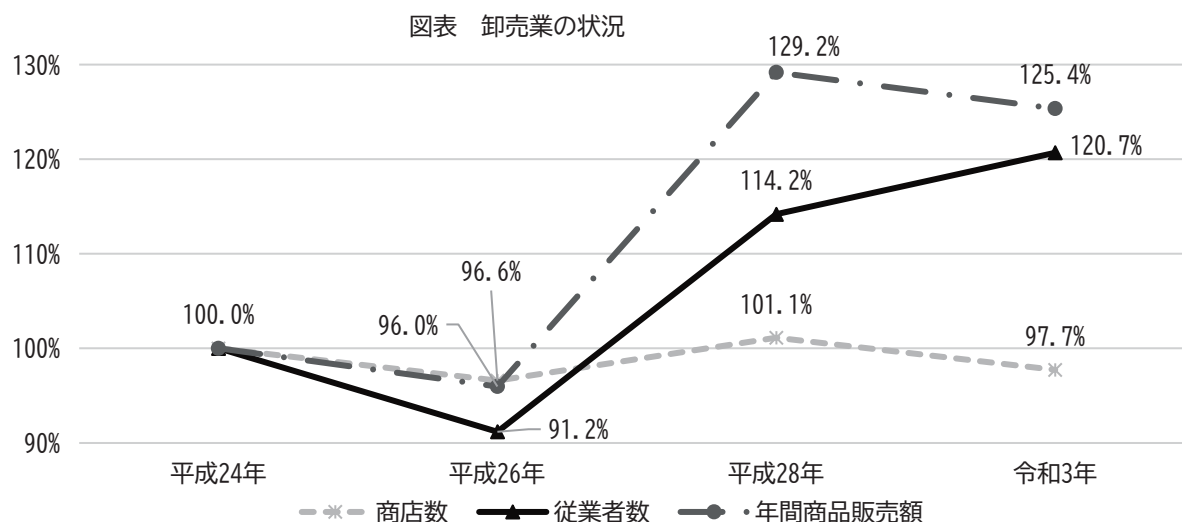
I 商業調査

(2) 卸売業の動向

経済センサスにおける本市の卸売業は、平成 24 年から令和 3 年にかけての動向をみると、平成 24 年から平成 26 年にかけては商店数、従業者数、年間商品販売額ともに減少したが、平成 28 年には再び増加した。平成 28 年から令和 3 年にかけては、従業者数が 34 人増加(+5.7%)した。

年間商品販売額は、平成 28 年の 36,157 百万円から令和 3 年は 35,087 百万円となり、1,070 百万円減少(-3.0%)した。

商店数も、平成 28 年の 89 店舗から令和 3 年は 86 店舗に微減した。

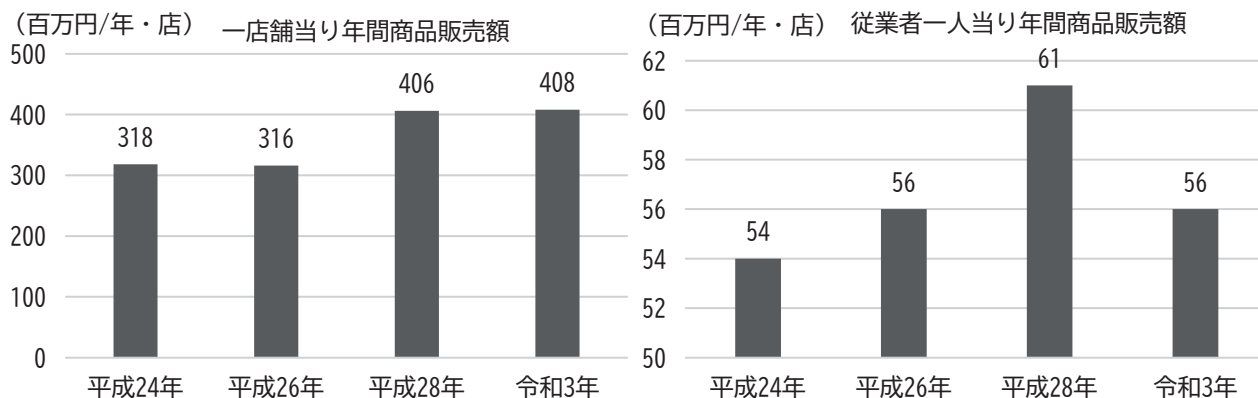


	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	令和 3 年
商店数 (店)	88	85	89	86
従業者数 (人)	522	476	596	630
年間商品販売額 (百万円/年)	27,991	26,861	36,157	35,087

資料：経済センサス

これに付随して、1 店舗当りの年間商品販売額は平成 24 年から平成 26 年にかけて微減したものの、平成 28 年から令和 3 年にかけては微増している。従業者 1 人当りの年間商品販売額は、平成 24 年から平成 28 年にかけては増加し、平成 28 年から令和 3 年にかけては微減している。

図表 卸売業の状況(年間商品販売額)



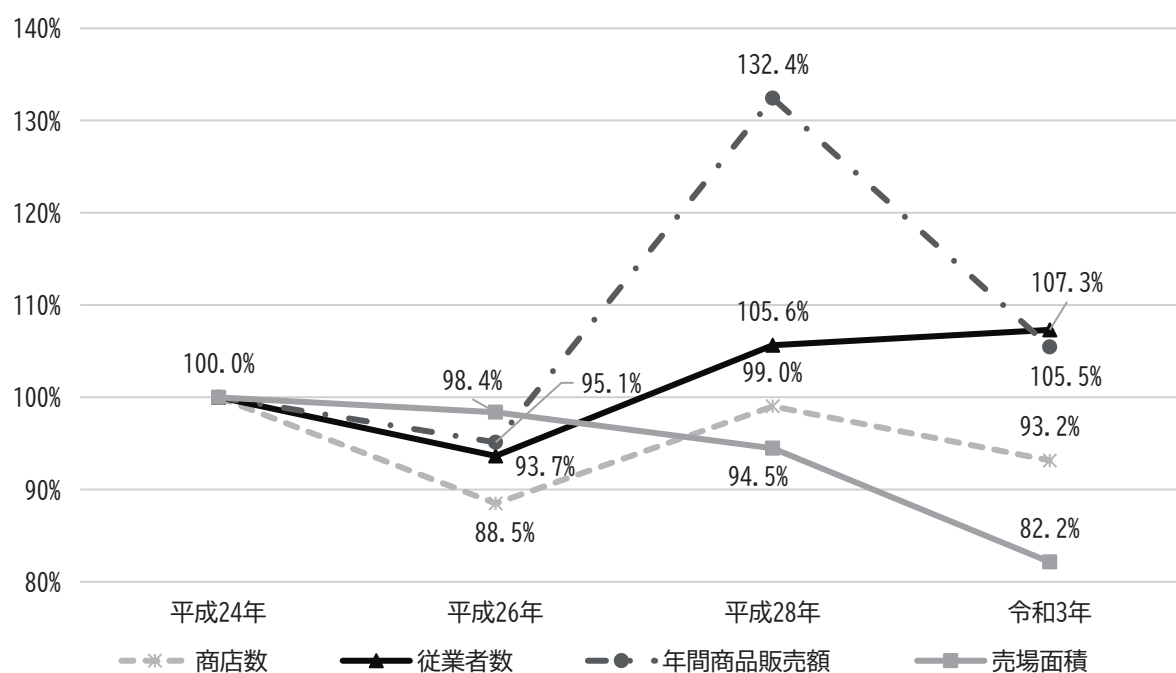
(3) 小売業の動向

①小売業の概略

令和3年における本市の小売業は、商店数 381 店、従業者数 4,428 人、年間商品販売額 68,505 百万円、売場面積 61,423 m²となっている。

平成24年から令和3年にかけての動向をみると、平成24年から平成26年にかけていずれの項目も減少したものの、平成26年から平成28年にかけて商店数、従業者数、年間商品販売額は再び増加した。平成28年から令和3年にかけては、従業者数は69人増加(+1.6%)したが、商店数、年間商品販売額、売場面積は減少した。特に年間商品販売額は、17,509 百万円減少(-20.4%)し、大幅な減少となった。売場面積は、平成24年から断続的に減少している。

図表 小売業の状況



	平成 24 年	平成 26 年	平成 28 年	令和 3 年
商店数 (店)	409	362	405	381
従業者数 (人)	4,126	3,864	4,359	4,428
年間商品販売額 (百万円/年)	64,956	61,785	86,014	68,505
売場面積 (m ²)	74,765	73,555	70,639	61,423

資料：経済センサス

I 商業調査

②近年の状況

ア 商店数

令和3年の商店数は381店であった。平成24年と令和3年の商店数を比較すると、28店舗減少(−6.8%)した。

業態別においては、「織物・衣服・未回品小売業」は8店舗増加(+25.0%)、「家具・建具・什器小売業」は変化がなかった。一方、これらを除く業態において、平成24年度より店舗数が減少した。特に「その他の小売業」の減少が著しく、平成24年と令和3年を比較すると20店減少(−10.4%)した。

イ 従業者数

令和3年の従業者数は、4,428人であった。平成24年と令和3年の従業者数を比較すると、302人増加(+7.3%)した。

業態別においては、6業態中、5業態が増加し「織物・衣服・未回品小売業」が166.7%増、「家具・建具・什器小売業」が44.8%増となった。一方、減少した1業態は「その他の小売業」で20.4%減少した。

ウ 年間商品販売額

令和3年の年間商品販売額は68,505百万円であった。平成24年と令和3年の年間商品販売額を比較すると、3,549百万円増加(+5.5%)した。

業態別においては、4業態が増加し「織物・衣服・未回品小売業」が97.6%増、「自動車・自転車小売業」が28.8%増、「各種商品小売業」が16.6%増、「飲食料品小売業」が1.3%増となった。(他業態は未算出)。

エ 売場面積

令和3年の売場面積は61,423㎡であった。平成24年と令和3年の売場面積を比較すると、13,342㎡減少(−17.8%)した。

業態別においては、増加した業態は「自動車・自転車小売業」が58.0%増、「各種商品小売業」が10.3%増、「織物・衣服・未回品小売業」が6.5%増となった。一方、「飲食料品小売業」は28.7%減少した。(他業態は未算出)。

オ 1店舗当り従業者数

令和3年の1店舗当り従業者数は11.6人であった。平成24年と令和3年の1店舗当り従業者数を比較すると、1.5人増加(+15.1%)した。

業態別においては、6業態中、5業態が増加し「織物・衣服・未回品小売業」が113.5%増、「各種商品小売業」が62.8%増、「家具・建具・什器小売業」が44.6%増となった。一方、「その他の小売業」は37.4%減少した。

カ 1店舗当り年間商品販売額

令和3年の1店舗当り年間商品販売額は、179.8百万円であった。平成24年と令和3年の年間商品販売額を比較すると、20.8百万円増加(+13.1%)した。

業態別においては、増加した業態は「織物・衣服・未回品小売業」が58.1%増、「各種商品小売業」が55.5%増、「自動車・自転車小売業」が40.4%増、「飲食料品小売業」が11.0%増であった。(他業態は未算出)。

図表 小売業の業態別推移

		平成24年	平成26年	平成28年	令和3年	令和3年/平成24年
商店数	(店)	409	362	405	381	-6.8%
	各種商品小売業	4	2	2	3	-25.0%
	織物・衣服・未返品小売業	32	38	46	40	25.0%
	飲食料品小売業	149	121	139	136	-8.7%
	自動車・自転車小売業	24	19	24	22	-8.3%
	家具・建具・什器小売業	8	9	9	8	0.0%
	その他の小売業	192	173	185	172	-10.4%
従業者数	(人)	4,126	3,864	4,359	4,428	7.3%
	各種商品小売業	385	504	459	470	22.1%
	織物・衣服・未返品小売業	114	251	357	304	166.7%
	飲食料品小売業	1,951	1,650	2,080	2,265	16.1%
	自動車・自転車小売業	109	77	123	122	11.9%
	家具・建具・什器小売業	29	40	30	42	44.8%
	その他の小売業	1,538	1,342	1,310	1,225	-20.4%
年間商品販売額	(百万円/年)	64,956	61,785	86,014	68,505	5.5%
	各種商品小売業	10,312	X	X	12,028	16.6%
	織物・衣服・未返品小売業	2,756	2,622	3,585	5,446	97.6%
	飲食料品小売業	27,789	25,519	34,339	28,160	1.3%
	自動車・自転車小売業	2,267	1,816	3,999	2,919	28.8%
	家具・建具・什器小売業	X	508	X	x	-
	その他の小売業	X	X	X	x	-
売場面積	(㎡)	74,765	73,555	70,639	61,423	-17.8%
	各種商品小売業	12,331	X	X	13,600	10.3%
	織物・衣服・未返品小売業	7,321	8,090	8,594	7,798	6.5%
	飲食料品小売業	27,133	23,840	27,863	19,334	-28.7%
	自動車・自転車小売業	752	564	380	1,188	58.0%
	家具・建具・什器小売業	X	3,492	X	x	-
	その他の小売業	X	X	X	x	-
1店舗当り従業者数	(人/店)	10.1	10.7	10.8	11.6	15.1%
	各種商品小売業	96.2	252.0	229.5	156.7	62.9%
	織物・衣服・未返品小売業	3.6	6.6	7.8	7.6	111.1%
	飲食料品小売業	13.1	13.6	15.0	16.7	27.1%
	自動車・自転車小売業	4.5	4.1	5.1	5.5	23.2%
	家具・建具・什器小売業	3.6	4.4	3.3	5.3	45.8%
	その他の小売業	8.0	7.8	7.1	5.0	-37.4%
1店舗当り年間商品販売額	(百万円/年)	159	171	212	179.8	13.1%
	各種商品小売業	2,578	-	-	4009.3	55.5%
	織物・衣服・未返品小売業	86.1	69	77.9	136.2	58.1%
	飲食料品小売業	186.5	210.9	247	207.1	11.0%
	自動車・自転車小売業	94.5	95.6	166.6	132.7	40.4%
	家具・建具・什器小売業	-	-	-	-	-
	その他の小売業	-	-	-	-	-
従業者一人当り年間商品販売額	(百万円/人・年)	15.7	16	19.7	15.5	-1.5%
	各種商品小売業	26.8	-	-	25.6	-4.5%
	織物・衣服・未返品小売業	24.2	10.4	10	17.9	-26.0%
	飲食料品小売業	14.2	15.5	16.5	12.4	-12.4%
	自動車・自転車小売業	20.8	23.6	32.5	23.9	15.0%
	家具・建具・什器小売業	-	13	-	-	-
	その他の小売業	-	-	-	-	-
売場面積3.3㎡当り年間商品販売額	(百万円/坪・年)	2.9	2.8	4	3.0	2.0%
	各種商品小売業	2.8	-	-	2.9	4.3%
	織物・衣服・未返品小売業	1.2	1.1	1.4	4.7	294.2%
	飲食料品小売業	3.4	3.5	3.9	2.3	-33.2%
	自動車・自転車小売業	9.9	10.6	34.7	1.3	-86.4%
	家具・建具・什器小売業	-	0.5	-	-	-
	その他の小売業	-	-	-	-	-

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、年間商品販売数、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

I 商業調査

キ 従業者1人当り年間商品販売額

令和3年の従業者1人当り年間商品販売額は15.5百万円であった。平成24年と令和3年の年間商品販売額を比較すると、0.2百万円減少(−1.5%)した。

業態別においては、増加した業態は「自動車・自転車小売業」が15.0%増であった。一方、「織物・衣服・未回品小売業」が26.0%減、「飲食料品小売業」が12.4%減、「各種商品小売業」が4.5%減少であった(他業態は未算出)。

ク 坪効率(売場面積3.3㎡当り年間商品販売額)

令和3年の坪効率(売場面積3.3㎡当り年間商品販売額)は3.0百万円であった。平成24年と令和3年の坪効率を比較すると0.1百万円増加(+0.1%)した。

業態別においては、増加した業態は「織物・衣服・未回品小売業」が294.2%増、「各種商品小売業」が4.3%増であった。一方、「自動車・自転車小売業」は86.4%減、「飲食料品小売業」は33.2%減少であった(他業態は未算出)。

ケ 大規模小売店舗

市内に店舗面積1,000㎡以上の「大規模小売店舗」は9店舗が立地している(令和7年2月現在)。9店舗中5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、さらに2025年5月に、新たに食品スーパーが立地する予定である。

図表 大規模小売店舗立地状況

	店舗名	開店日	所在地	取扱品	面積 (㎡)
1	ダイエー小金井店・イオンフードスタイル	1976年11月	本町5丁目	スーパー	1,486
2	ケーヨーデイツー小金井店	1983年9月	中町1丁目	ホームセンター	1,399
3	ピーコックストア東小金井店	1997年5月	中町2丁目	スーパー	1,800
4	O l y m p i c 小金井店	1997年7月	貫井北町4丁目	スーパー	6,256
5	オーケー小金井店	2000年10月	本町1丁目	スーパー	1,809
6	イトーヨーカドー武蔵小金井店	2009年3月	本町6丁目	ショッピングセンター	22,400
7	いなげや小金井本町店	2009年7月	本町3丁目	スーパー	1,173
8	MEGA ドン・キホーテ武蔵小金井駅前店	2013年5月	本町5丁目	ディスカウントストア	11,371
9	SOKOLA武蔵小金井クロス	2020年6月	本町6丁目	ショッピングセンター	5,378
ー	(仮称)ヨークフーズ東小金井店	2025年5月 (予定)	梶野町5丁目	スーパー	1,813

※大規模小売店：店舗面積1,000㎡以上
資料：全国大型小売店総覧

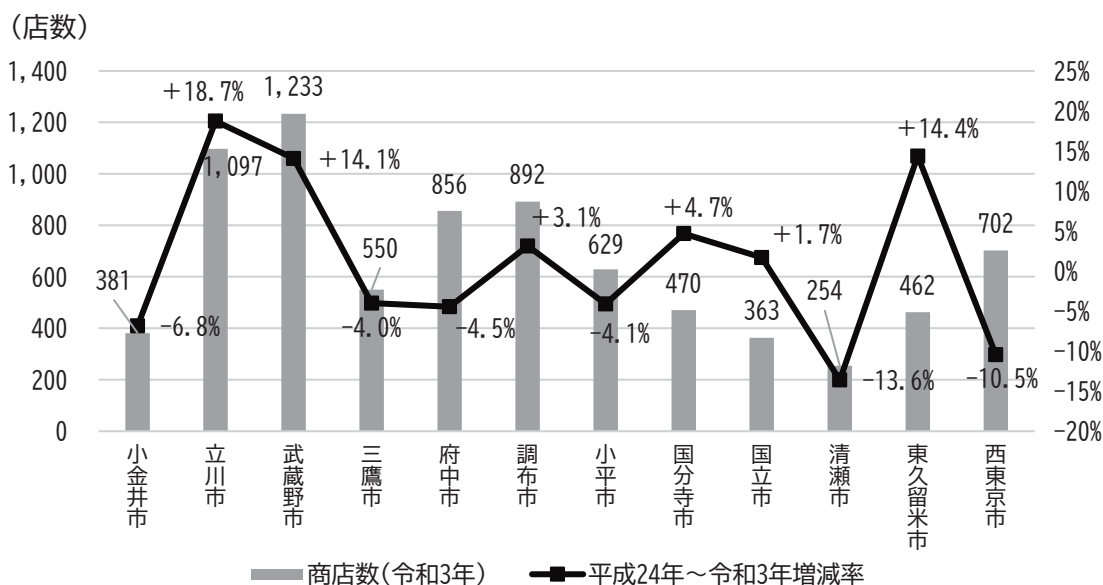
③他市との比較

本市小売業の状況を、令和3年商業統計調査における「商店数」「従業者数」「年間商品販売額」「売場面積」の基本指数、「1店舗当り従業者数」「1店舗当り年間商品販売額」「従業者1人当り年間商品販売額」「坪効率(売場面積3.3㎡当り年間商品販売額)」の単位当り指数について、周辺11市と比較する。

ア 商店数

本市の商店数は清瀬市、国立市に次いで全12市のうち3番目に低い。

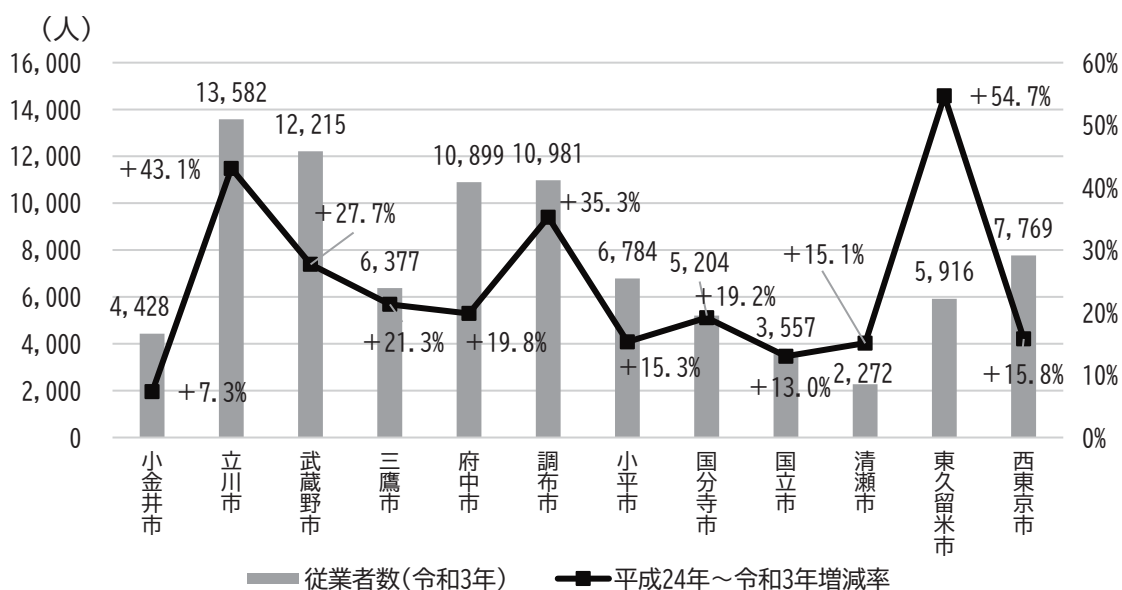
最も商店数が多いのは、武蔵野市であり、本市の3.24倍である。



イ 従業者数

本市の従業者数は清瀬市、国立市に次いで全12市のうち3番目に低い。

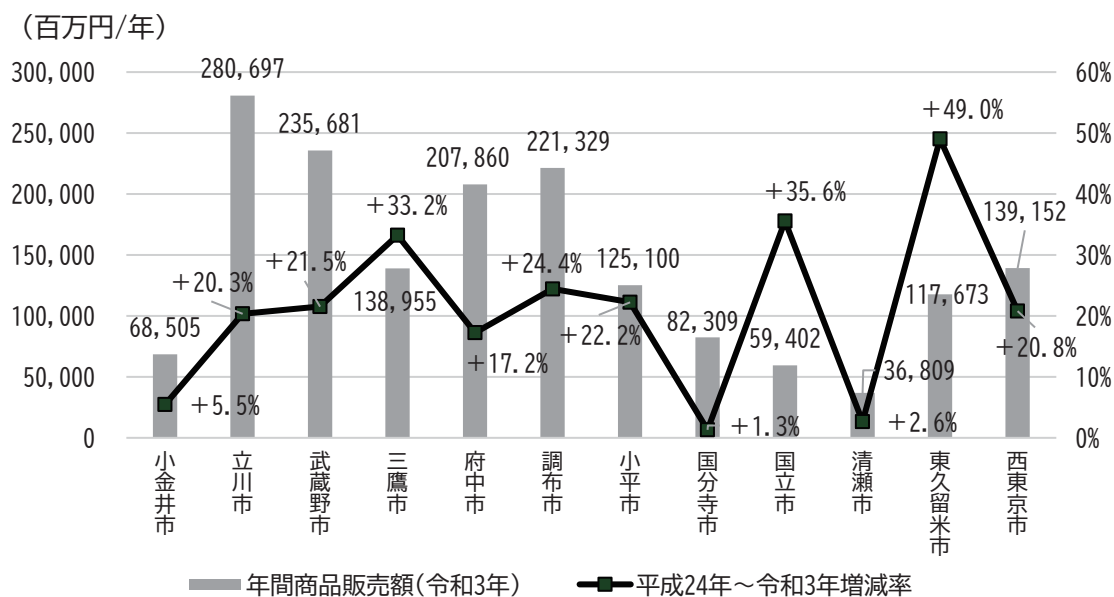
最も従業者が多いのは立川市であり、本市の3.07倍である。



I 商業調査

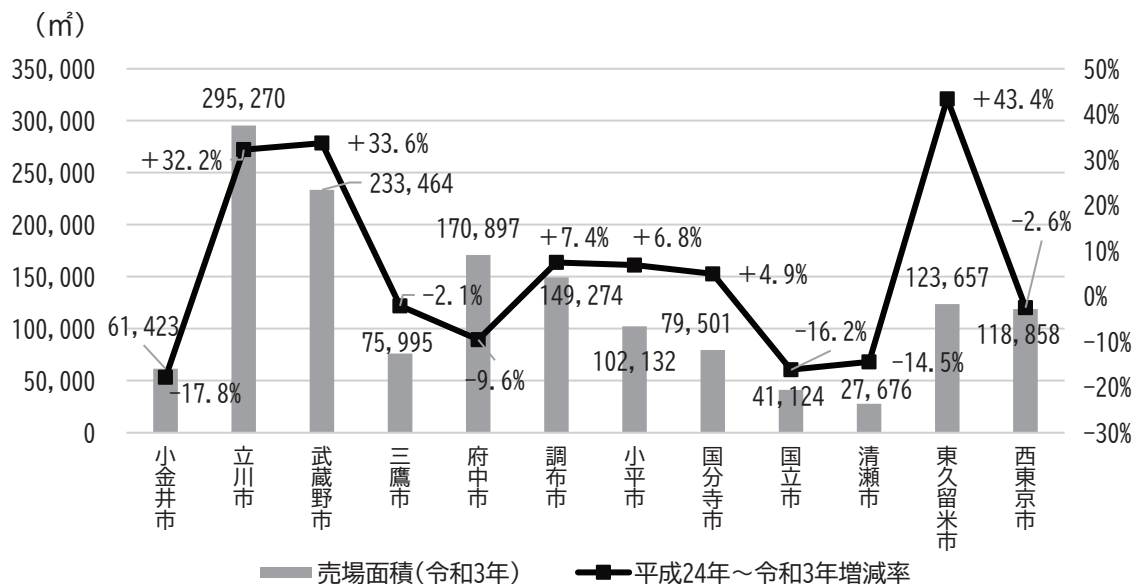
ウ 年間商品販売額

本市の年間商品販売額は、清瀬市、国立市に次いで全 12 市のうち 3 番目に低い。
最も年間商品販売額が多いのは立川市であり、本市の 4.10 倍である。



エ 売場面積

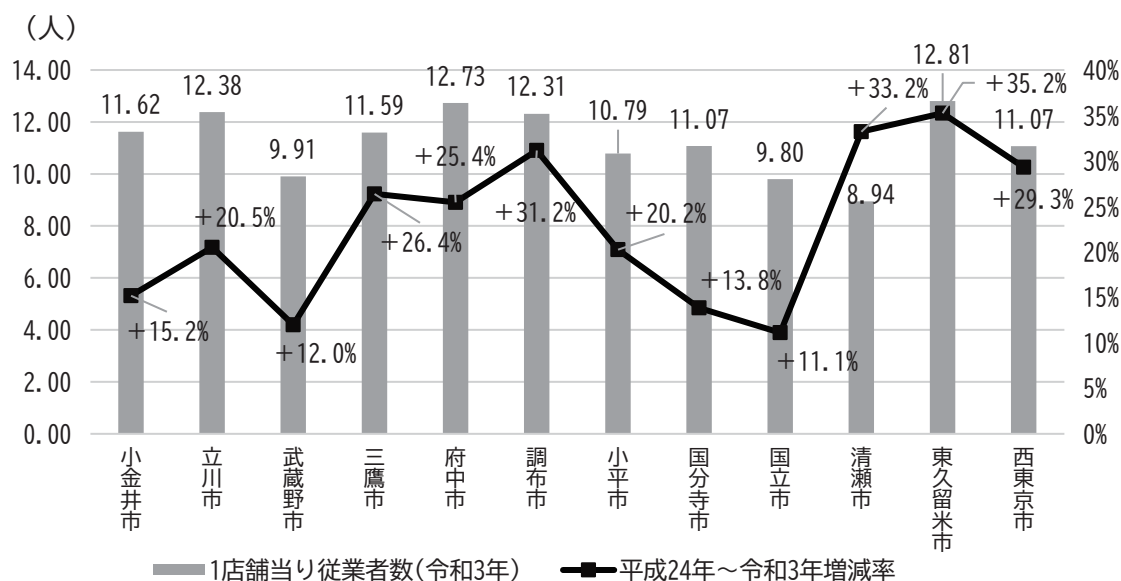
本市の売場面積は、清瀬市、国立市に次いで全 12 市のうち 3 番目に低い。
最も売場面積が大きいのは立川市であり、本市の 4.81 倍となっている。



オ 1店舗当り従業者数

本市の1店舗当り従業者数は、全12市のうち5番目である。

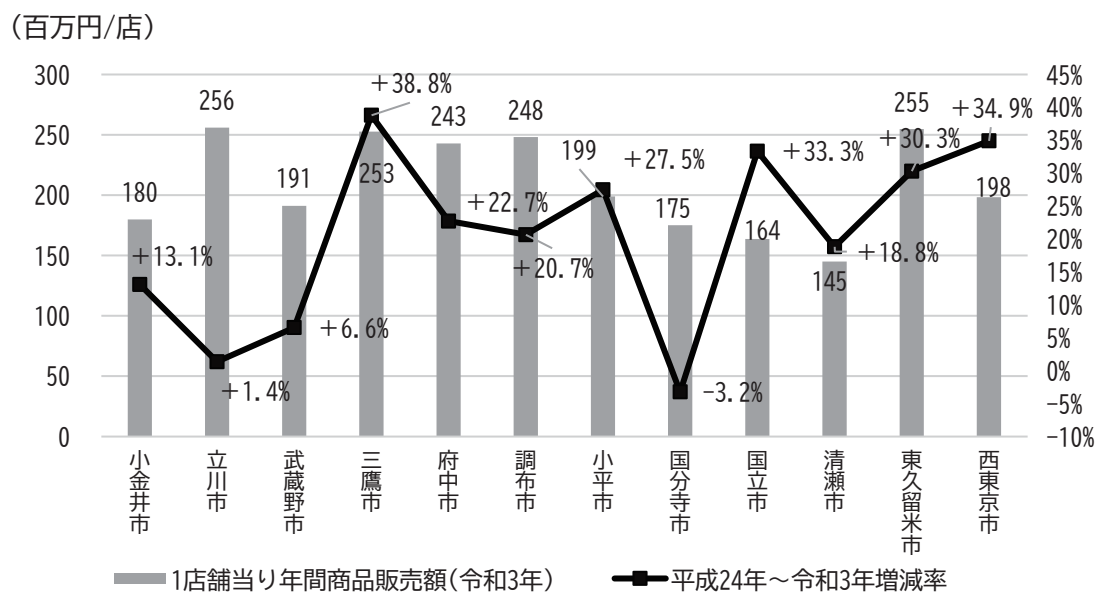
最も1店舗当り従業者数が多いのは東久留米市であり、本市の1.10倍となっている。



カ 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、清瀬市、国立市、国分寺市に次いで全12市のうち4番目に低い。

最も1店舗当り年間商品販売額が多いのは立川市であり、本市の1.42倍となっている。



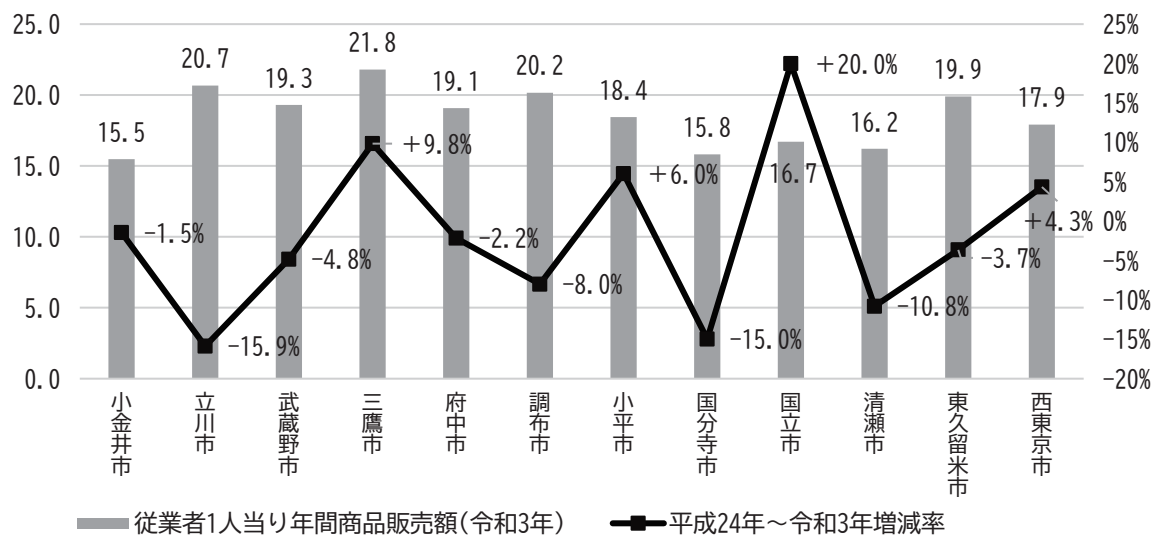
I 商業調査

キ 従業者1人当り年間商品販売額

本市の従業者1人当り年間商品販売額は、全12市のうち最も低い。

最も従業者1人当り年間商品販売額が多いのは三鷹市であり、本市の1.41倍となっている。

(百万円/人)

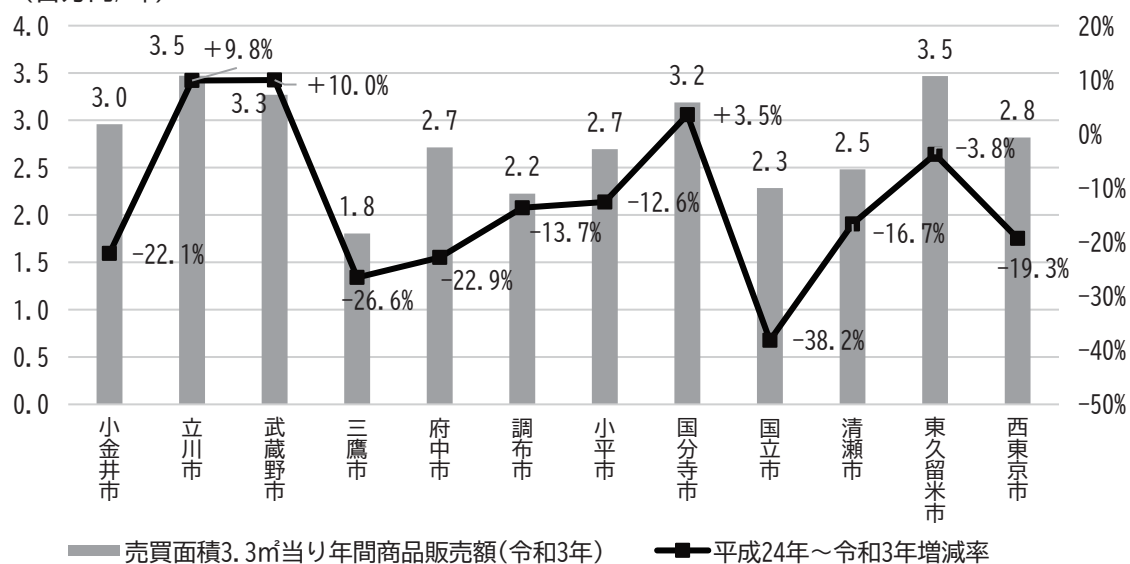


ク 坪効率(売場面積3.3㎡当り年間商品販売額)

本市の坪効率は、全12市のうち5番目である。

最も坪効率が高いのは立川市と東久留米市であり、本市の1.17倍となっている。

(百万円/坪)



2-3 商店会の概況

市内の商店会は令和7年2月1日現在、18団体あり、1団体は事業協同組合、その他17団体は任意団体となっている。

商店会によって会員数は様々で、規模が大きく異なっている。前回調査と比較して、会員数が24減少した。

図表 商店街の状況(令和7年2月1日現在)

No.	商店会名	組織形態	会員数
1	小金井市商業振興会	任意団体	65
2	小金井北口仲通り商店会	任意団体	37
3	武蔵小金井駅前商店会	任意団体	37
4	貫井北町商工振興会	任意団体	12
5	ナンジャモンジャ京王通り商店会	任意団体	32
6	けやきのまち振興会	任意団体	47
7	緑町中央商店会	任意団体	4
8	シャトー小金井商店会	任意団体	13
9	小金井市中央商店街協同組合	事業協同組合	24
10	蛇の目通り商店会	任意団体	31
11	小金井市農工大通り振興会	任意団体	38
12	中町明和会	任意団体	2
13	小金井市前原坂下商店会	任意団体	19
14	新小金井西口商店会	任意団体	19
15	新小金井商店会	任意団体	13
16	東小金井北口商店会	任意団体	28
17	東小金井駅北口地域振興会	任意団体	29
18	東小金井南口商店会ヒガコ・ワンダーストリート	任意団体	126
合計			576

資料：小金井市商店会連合会 HP

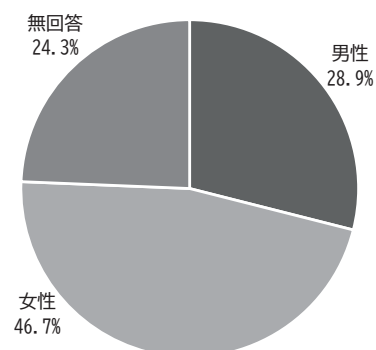
第3章 消費者・商店街調査の結果

3-1 消費者買物調査

(1) 回答者の属性

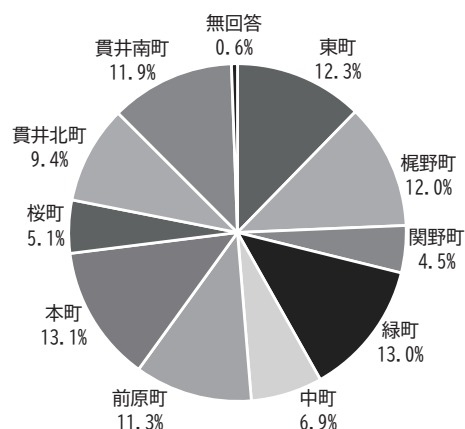
回答者の性別は、男性が28.9%、女性が46.7%、無回答が24.3%であった。

年齢構成は、全体では「70歳以上」が26.9%と最も多く、続いて「50歳代」が19.7%、「60歳代」が17.7%であった。男性、女性とも「50歳代」がそれぞれ24.0%、23.9%と最も多かった。



	件数	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
合計	1,064	87	126	162	210	188	286	5
	100.0%	8.2%	11.8%	15.2%	19.7%	17.7%	26.9%	0.5%
男性	308	24	36	45	74	63	66	
	100.0%	7.8%	11.7%	14.6%	24.0%	20.5%	21.4%	0.0%
女性	497	50	71	67	119	79	110	1
	100.0%	10.1%	14.3%	13.5%	23.9%	15.9%	22.1%	0.2%
無回答	259	13	19	50	17	46	110	4
	100.0%	5.0%	7.3%	19.3%	6.6%	17.8%	42.5%	1.5%

居住地区は、「本町」が13.1%と最も多く、次いで「緑町」が13.0%、「東町」が12.3%、「梶野町」が12.0%となっている。男性では「東町」、「貫井南町」、「本町」、女性では「梶野町」、「緑町」、「本町」でそれぞれ回答者が多い。



	件数	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	無回答
合計	1,064	131	128	48	138	73	120	139	54	100	127	6
	100.0%	12.3%	12.0%	4.5%	13.0%	6.9%	11.3%	13.1%	5.1%	9.4%	11.9%	0.6%
男性	308	52	26	21	31	32	27	37	21	21	39	1
	100.0%	16.9%	8.4%	6.8%	10.1%	10.4%	8.8%	12.0%	6.8%	6.8%	12.7%	0.3%
女性	497	47	80	12	74	24	62	71	19	53	54	1
	100.0%	9.5%	16.1%	2.4%	14.9%	4.8%	12.5%	14.3%	3.8%	10.7%	10.9%	0.2%
無回答	259	32	22	15	33	17	31	31	14	26	34	4
	100.0%	12.4%	8.5%	5.8%	12.7%	6.6%	12.0%	12.0%	5.4%	10.0%	13.1%	1.5%

年代別に居住地区を見ると、「18～29 歳」は「梶野町」、「30 歳代」では「緑町」、「本町」、「貫井北町」、「40 歳代」では「貫井北町」、「50 歳代」と「60 歳代」では「緑町」、「70 歳以上」では「前原町」、「本町」でそれぞれ最も多くなっている。

	件 数	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	無回答
合 計	1,064	131	128	48	138	73	120	139	54	100	127	6
	100.0%	12.3%	12.0%	4.5%	13.0%	6.9%	11.3%	13.1%	5.1%	9.4%	11.9%	0.6%
18～29歳	87	15	17	3	9	4	3	14	5	10	7	0
	100.0%	17.2%	19.5%	3.4%	10.3%	4.6%	3.4%	16.1%	5.7%	11.5%	8.0%	0.0%
30歳代	126	13	16	3	18	12	14	18	3	18	11	0
	100.0%	10.3%	12.7%	2.4%	14.3%	9.5%	11.1%	14.3%	2.4%	14.3%	8.7%	0.0%
40歳代	162	20	21	6	16	12	20	19	4	23	21	0
	100.0%	12.3%	13.0%	3.7%	9.9%	7.4%	12.3%	11.7%	2.5%	14.2%	13.0%	0.0%
50歳代	210	26	22	16	30	18	23	26	10	13	25	1
	100.0%	12.4%	10.5%	7.6%	14.3%	8.6%	11.0%	12.4%	4.8%	6.2%	11.9%	0.5%
60歳代	188	23	18	10	31	11	20	22	14	11	28	0
	100.0%	12.2%	9.6%	5.3%	16.5%	5.9%	10.6%	11.7%	7.4%	5.9%	14.9%	0.0%
70歳以上	286	33	34	10	34	16	40	40	18	25	35	1
	100.0%	11.5%	11.9%	3.5%	11.9%	5.6%	14.0%	14.0%	6.3%	8.7%	12.2%	0.3%
無回答	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
	100.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	80.0%

I 商業調査

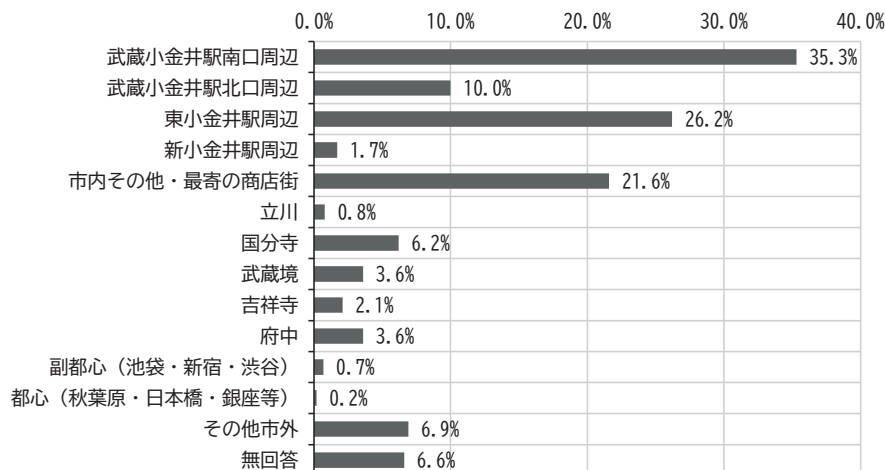
(2) 買い物の場所・店舗

問1 各商品の購入場所と店舗形態

① 生鮮商品

【購入場所】

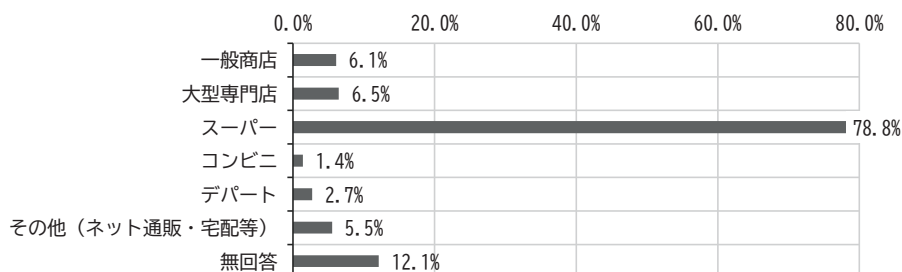
生鮮食品の購入場所は、「武蔵小金井駅南口周辺」が35.3%と最も多く、次いで「東小金井駅周辺」が26.2%、「市内その他・最寄の商店街」が21.6%となっている。



（参考：令和元年度商業・工業調査（以下「令和元年度調査」） 「武蔵小金井駅南口周辺」35.3%、「市内その他・最寄の商店街」25.2%、「東小金井駅周辺」22.8%）

【店舗形態】

生鮮食品を購入する店舗は、「スーパー」が78.8%と最も多く、他を大きく上回っている。



（参考：令和元年度調査 「スーパー」77.9%）

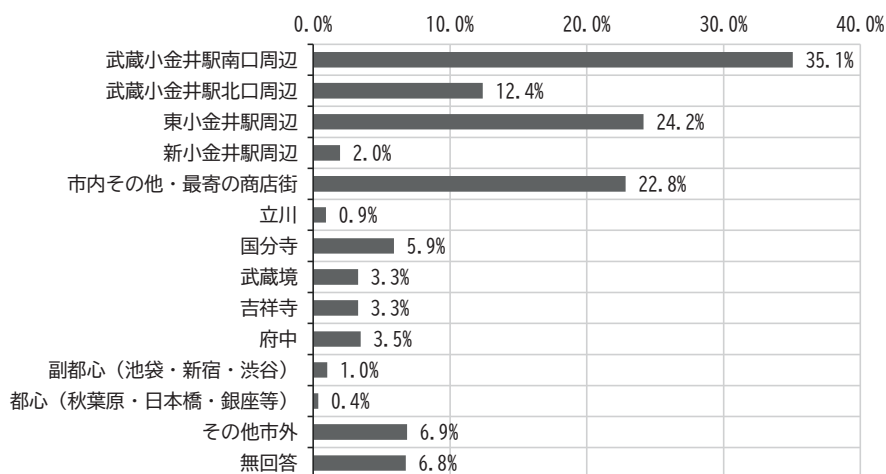
【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	東町	東小金井駅周辺	スーパー
女性	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	梶野町	東小金井駅周辺	スーパー
18～29歳	武蔵小金井駅南口周辺 東小金井駅周辺	スーパー	関野町	東小金井駅周辺	スーパー
30歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	緑町	東小金井駅周辺	スーパー
40歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	中町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
50歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
60歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	本町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	桜町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
			貴井北町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
			貴井南町	市内その他・最寄の商店街	スーパー

② 一般食品

【購入場所】

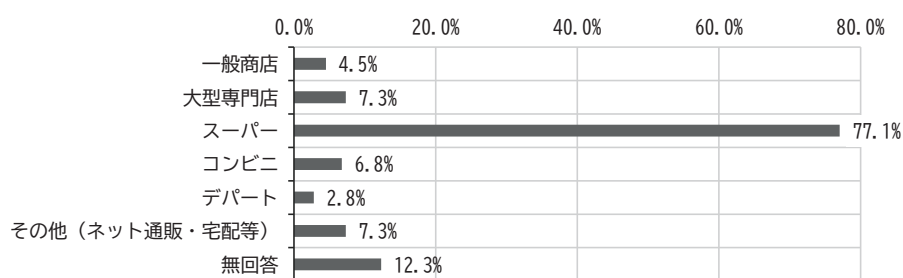
一般食品の購入場所は、「武蔵小金井駅南口周辺」が35.1%と最も多く、次いで「東小金井駅周辺」が24.2%、「市内その他・最寄の商店街」が22.8%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅南口周辺」34.8%、「市内その他・最寄の商店街」26.1%、「東小金井駅周辺」22.5%）

【店舗形態】

一般食品を購入する店舗は、「スーパー」が77.1%と最も多く、他を大きく上回っている。



（参考：令和元年度調査 「スーパー」79.3%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

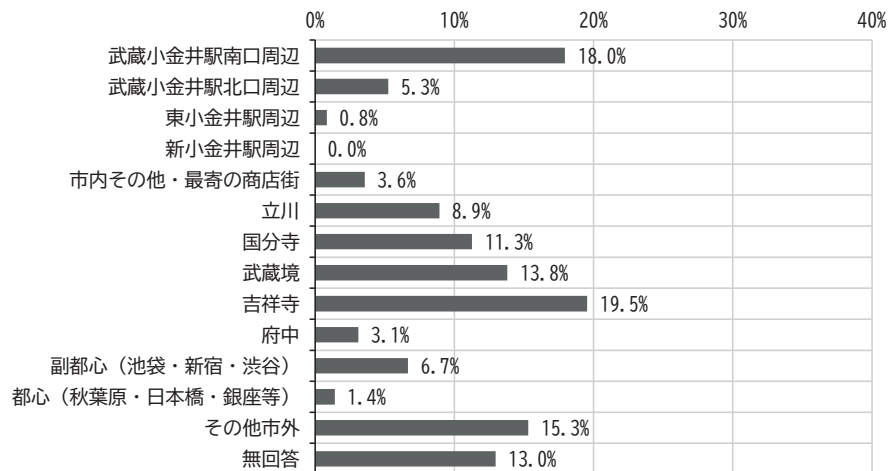
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	東町	東小金井駅周辺	スーパー
女性	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	梶野町	東小金井駅周辺	スーパー
18～29歳	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	関野町	東小金井駅周辺	スーパー
30歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	緑町	東小金井駅周辺	スーパー
40歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	中町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
50歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
60歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	本町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	桜町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
			貫井北町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
			貫井南町	市内その他・最寄の商店街	スーパー

I 商業調査

③ 普段着

【購入場所】

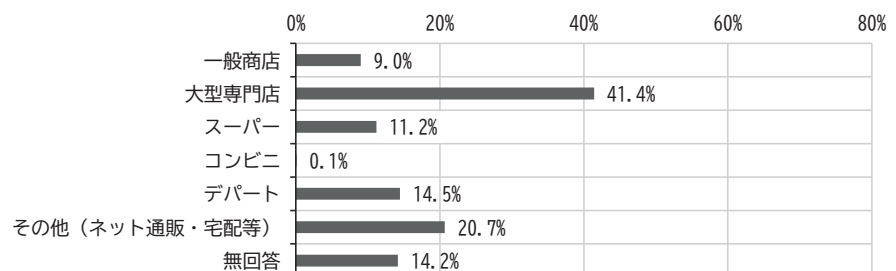
普段着の購入場所は、「吉祥寺」が19.5%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が18.0%、「その他市外」が15.3%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅南口周辺」23.3%、「吉祥寺」22.4%、「武蔵境」「その他市外」12.1%）

【店舗形態】

普段着を購入する店舗は、「大型専門店」が41.4%と最も多く、次いで「その他（ネット通販・宅配等）」が20.7%、「デパート」が14.5%となっている。



（参考：令和元年度調査 「大型専門店」37.7%、「デパート」20.3%、「スーパー」19.2%）

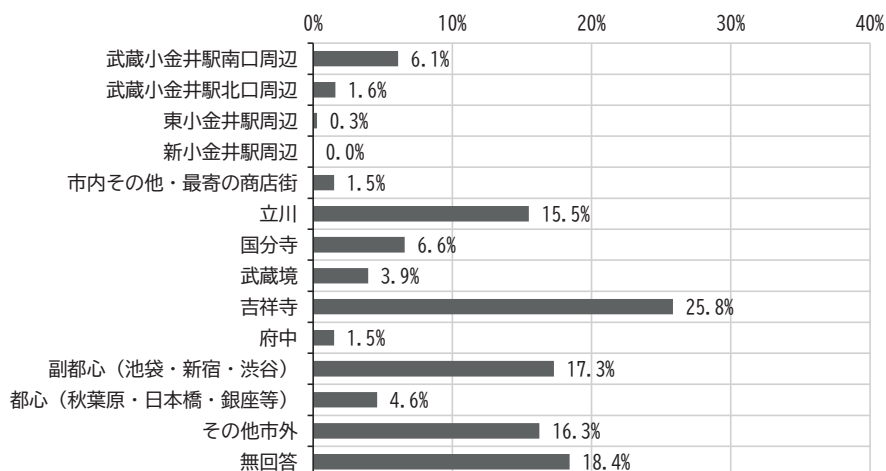
【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

属 性	場 所	店 舗	属 性	場 所	店 舗
男性	吉祥寺 その他市外	大型専門店	東町	武蔵境	大型専門店
女性	吉祥寺	大型専門店	梶野町	武蔵境	大型専門店
18～29歳	吉祥寺	大型専門店	関野町	その他市外	大型専門店
30歳代	吉祥寺	大型専門店	緑町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
40歳代	その他市外	大型専門店	中町	吉祥寺	大型専門店
50歳代	吉祥寺	大型専門店	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
60歳代	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	本町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	桜町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
			真井北町	国分寺	大型専門店
			真井南町	国分寺	大型専門店

④ オシャレ着

【購入場所】

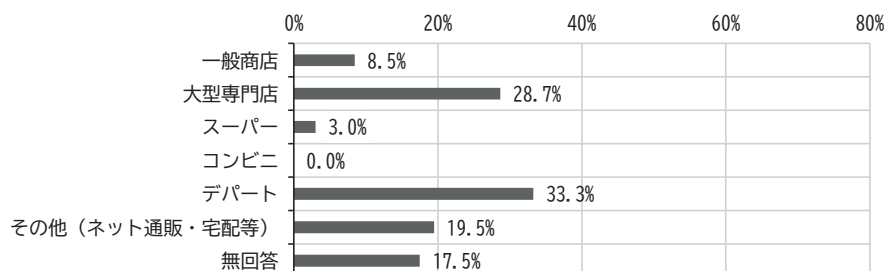
オシャレ着の購入場所は、「吉祥寺」が25.8%と最も多く、次いで「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が17.3%、「立川」が15.5%となっている。



（参考：令和元年度調査 「吉祥寺」31.4%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」19.6%、「立川」15.0%）

【店舗形態】

オシャレ着を購入する店舗は、「デパート」が33.3%と最も多く、次いで「大型専門店」が28.7%、「その他（ネット通販・宅配等）」が19.5%となっている。



（参考：令和元年度調査 「デパート」39.5%、「大型専門店」31.2%、「その他（通販等）」13.7%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

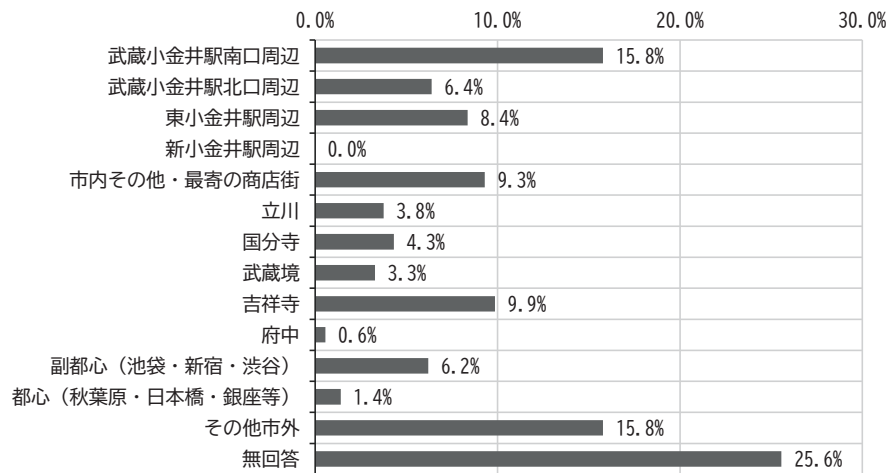
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	吉祥寺	大型専門店	東町	吉祥寺	大型専門店
女性	吉祥寺	デパート	梶野町	吉祥寺	デパート
18～29歳	副都心（池袋・新宿・渋谷）	大型専門店	関野町	吉祥寺	大型専門店
30歳代	吉祥寺	デパート	緑町	吉祥寺	デパート
40歳代	吉祥寺	大型専門店	中町	吉祥寺	デパート
50歳代	吉祥寺	大型専門店	前原町	吉祥寺	大型専門店
60歳代	吉祥寺	デパート	本町	立川	デパート
70歳以上	吉祥寺	デパート	桜町	その他市外	大型専門店
			貴井北町	立川	デパート
			貴井南町	吉祥寺	大型専門店 デパート

I 商業調査

⑤ 化粧品

【購入場所】

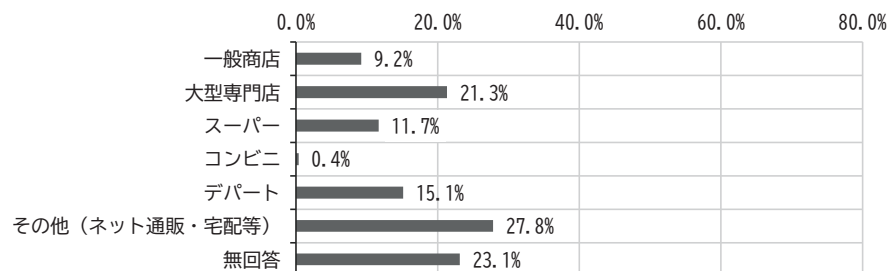
化粧品の購入場所は、「武蔵小金井駅南口周辺」と「その他市外」がともに 15.8%と最も多く、次いで「吉祥寺」が 9.9%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅南口周辺」 18.2%、「その他市外」 13.2%、「吉祥寺」 11.4%、）

【店舗形態】

化粧品を購入する店舗は、「その他（ネット通販・宅配等）」が 27.8%と最も多く、次いで「大型専門店」が 21.3%、「デパート」が 15.1%となっている。



（参考：令和元年度調査 「大型専門店」 21.9%、「その他（通販等）」 19.6%、「スーパー」 19.2%）

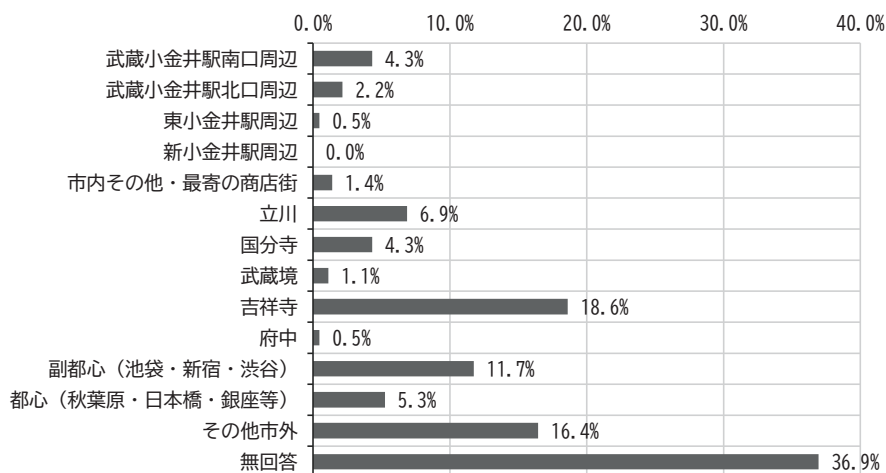
【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	その他市外	大型専門店	東町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
女性	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	梶野町	東小金井駅周辺	その他（ネット通販・宅配等）
18～29歳	副都心（池袋・新宿・渋谷）	その他（ネット通販・宅配等）	関野町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
30歳代	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）	緑町	東小金井駅周辺	その他（ネット通販・宅配等）
40歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	中町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
50歳代	武蔵小金井駅南口周辺	その他（ネット通販・宅配等）	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	その他（ネット通販・宅配等）
60歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	本町	武蔵小金井駅南口周辺	その他（ネット通販・宅配等）
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	桜町	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店
			貴井北町	国分寺	その他（ネット通販・宅配等）
			貴井南町	武蔵小金井駅南口周辺	その他（ネット通販・宅配等）

⑥ アクセサリー

【購入場所】

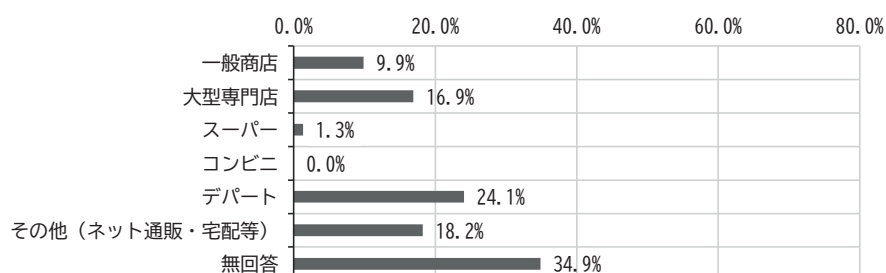
アクセサリーの購入場所は、「吉祥寺」が18.6%と最も多く、次いで「その他市外」が16.4%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が11.7%となっている。



（参考：令和元年度調査 「吉祥寺」19.8%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」14.1%、「その他市外」12.7%）

【店舗形態】

アクセサリーを購入する店舗は、「デパート」が24.1%と最も多く、次いで「その他（ネット通販・宅配等）」が18.2%、「大型専門店」が16.9%となっている。



（参考：令和元年度調査 「デパート」29.9%、「大型専門店」14.9%、「その他（通販等）」12.6%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

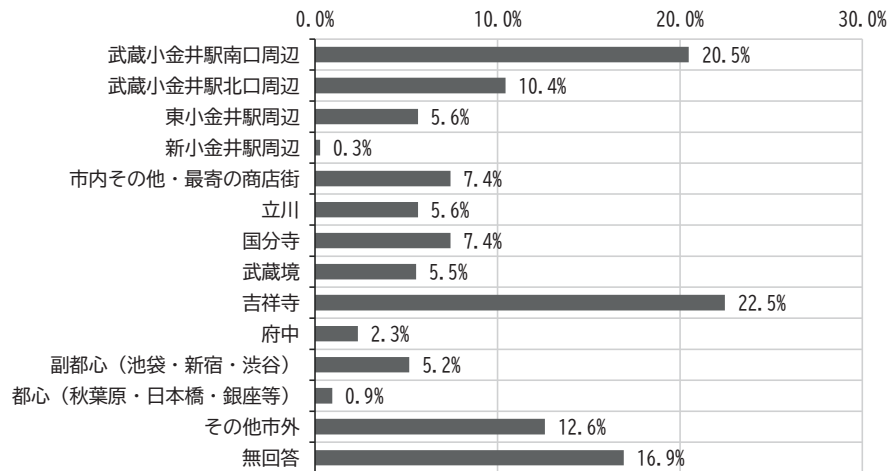
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	東町	吉祥寺	デパート
女性	吉祥寺	デパート	梶野町	吉祥寺	デパート
18～29歳	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）	関野町	その他市外	デパート
30歳代	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）	緑町	吉祥寺	デパート
40歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	中町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
50歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	前原町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
60歳代	吉祥寺	デパート	本町	副都心（池袋・新宿・渋谷）	デパート
70歳以上	吉祥寺	デパート	桜町	吉祥寺	デパート
			貫井北町	その他市外	デパート
			貫井南町	その他市外	大型専門店

I 商業調査

⑦ 雑貨

【購入場所】

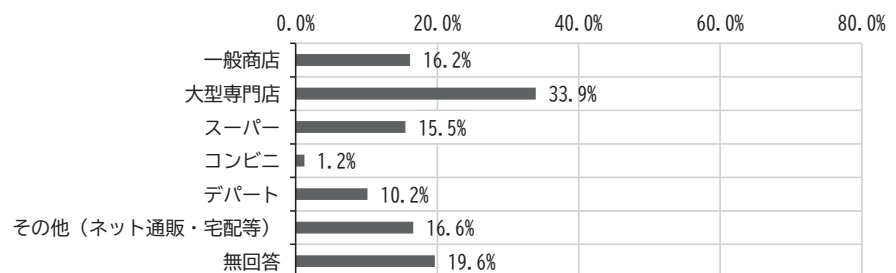
雑貨の購入場所は、「吉祥寺」が22.5%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が20.5%、「その他市外」が12.6%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅南口周辺」23.3%、「吉祥寺」22.2%、「武蔵小金井駅北口周辺」13.0%、）

【店舗形態】

雑貨を購入する店舗は、「大型専門店」が33.9%と最も多く、次いで「その他（ネット通販・宅配等）」が16.6%、「一般商店」が16.2%となっている。



（参考：令和元年度調査 「大型専門店」29.9%、「スーパー」22.6%、「一般商店」15.4%）

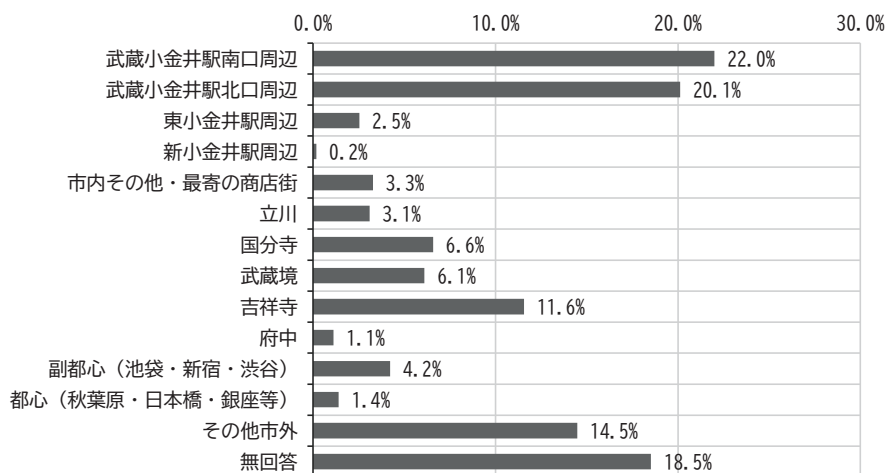
【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	東町	吉祥寺	大型専門店
女性	吉祥寺	大型専門店	梶野町	吉祥寺	大型専門店
18～29歳	吉祥寺	一般商店	関野町	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店 スーパー
30歳代	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）	緑町	吉祥寺	大型専門店
40歳代	吉祥寺	大型専門店	中町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
50歳代	吉祥寺	大型専門店	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
60歳代	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	本町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	桜町	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店
			真井北町	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店
			真井南町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店

⑧ 書籍

【購入場所】

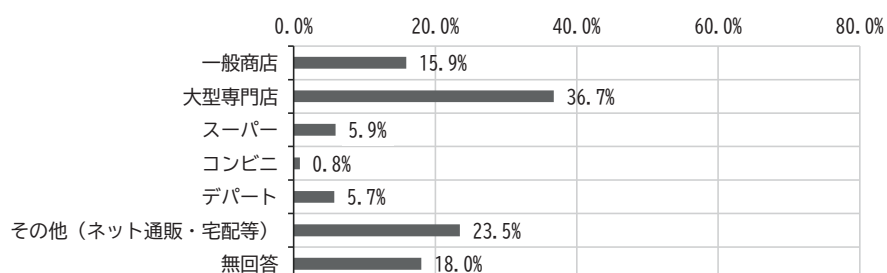
書籍の購入場所は、「武蔵小金井駅南口周辺」が22.0%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅北口周辺」が20.1%、「その他市外」が14.5%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅北口周辺」23.9%、「武蔵小金井駅南口周辺」19.1%、「吉祥寺」13.1%、）

【店舗形態】

書籍を購入する店舗は、「大型専門店」が36.7%と最も多く、次いで「その他（ネット通販・宅配等）」が23.5%、「一般商店」が15.9%となっている。



（参考：令和元年度調査 「大型専門店」39.6%、「一般商店」22.2%、「その他（通販等）」16.6%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

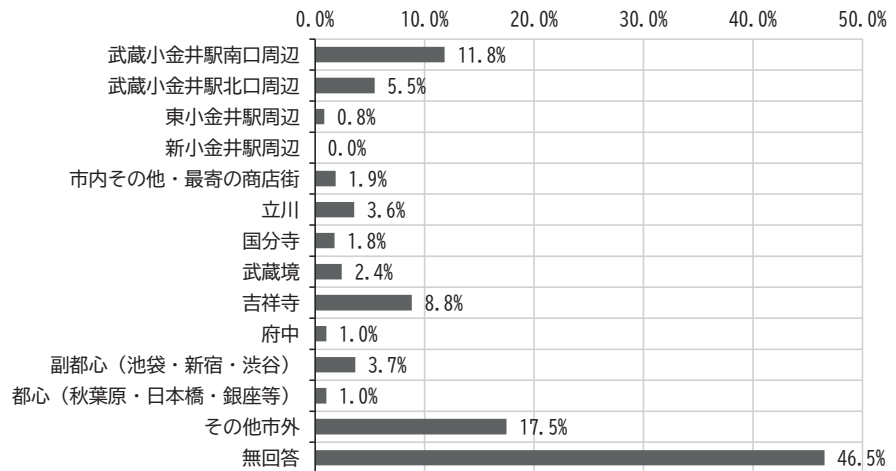
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店	東町	武蔵境	大型専門店
女性	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	梶野町	吉祥寺	大型専門店
18～29歳	武蔵小金井駅北口周辺	一般商店 大型専門店	関野町	武蔵小金井駅北口周辺	その他（ネット通販・宅配等）
30歳代	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	緑町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
40歳代	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	中町	武蔵小金井駅南口周辺 武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店
50歳代	その他市外	大型専門店	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
60歳代	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店	本町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	桜町	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店
			貴井北町	武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店
			貴井南町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店

I 商業調査

⑨ 玩具

【購入場所】

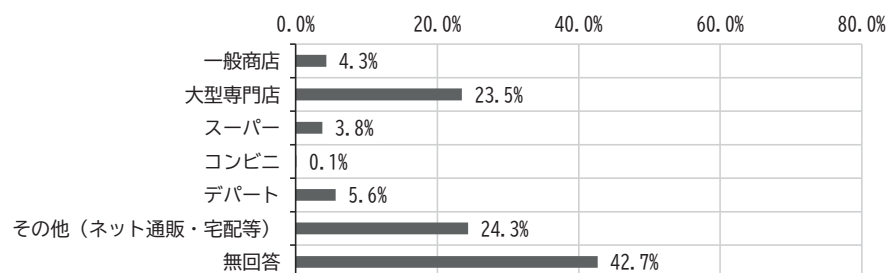
玩具の購入場所は、「その他市外」が17.5%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が11.8%、「吉祥寺」が8.8%となっている。



(参考：令和元年度調査 「その他市外」13.4%、「武蔵小金井駅南口周辺」10.9%、「吉祥寺」8.9%)

【店舗形態】

玩具を購入する店舗は、「その他(ネット通販・宅配等)」が24.3%と最も多く、次いで「大型専門店」が23.5%となっている。



(参考：令和元年度調査 「大型専門店」22.2%、「その他(通販等)」14.1%、「デパート」8.6%)

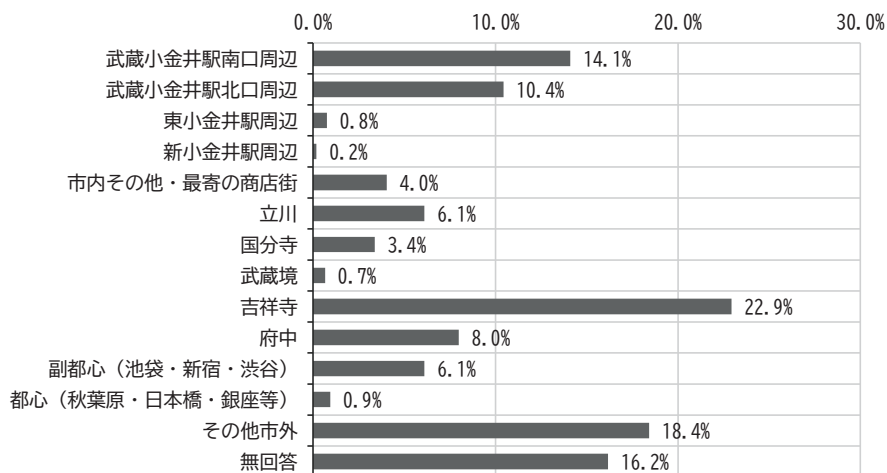
【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	東町	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)
女性	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	梶野町	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)
18～29歳	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	関野町	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)
30歳代	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	緑町	その他市外	大型専門店
40歳代	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	中町	その他市外	大型専門店
50歳代	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	その他(ネット通販・宅配等)
60歳代	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)	本町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	桜町	その他市外	大型専門店
			貫井北町	その他市外	大型専門店
			貫井南町	その他市外	その他(ネット通販・宅配等)

⑩ 家電

【購入場所】

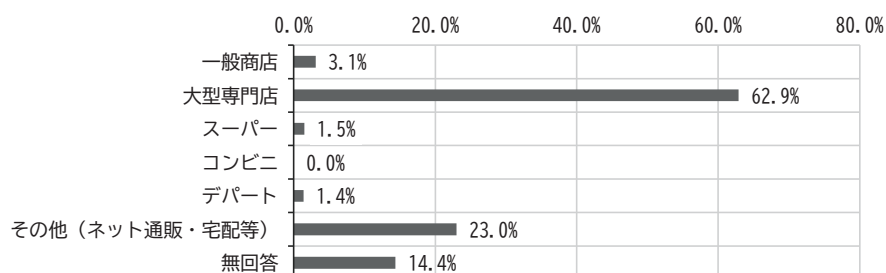
家電の購入場所は、「吉祥寺」が22.9%と最も多く、次いで「その他市外」が18.4%、「武蔵小金井駅南口周辺」が14.1%となっている。



（参考：令和元年度調査 「吉祥寺」26.0%、「その他市外」16.5%、「武蔵小金井駅北口周辺」13.2%）

【店舗形態】

家電を購入する店舗は、「大型専門店」が62.9%と最も多く、次いで「その他（ネット通販・宅配等）」が23.0%となっている。



（参考：令和元年度調査 「大型専門店」68.6%、「その他（通販等）」15.6%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

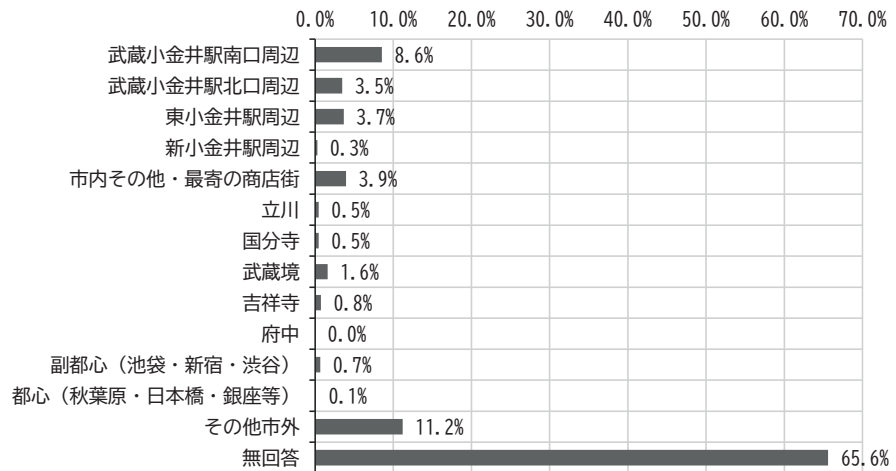
属 性	場 所	店 舗	属 性	場 所	店 舗
男性	その他市外	大型専門店	東町	吉祥寺	大型専門店
女性	吉祥寺	大型専門店	梶野町	吉祥寺	大型専門店
18～29歳	吉祥寺	大型専門店	関野町	その他市外	大型専門店
30歳代	吉祥寺	大型専門店	緑町	吉祥寺	大型専門店
40歳代	吉祥寺	大型専門店	中町	吉祥寺	大型専門店
50歳代	吉祥寺	大型専門店	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
60歳代	吉祥寺	大型専門店	本町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺 武蔵小金井駅北口周辺	大型専門店	桜町	吉祥寺	大型専門店
			真井北町	その他市外	大型専門店
			真井南町	府中	大型専門店

I 商業調査

⑪ 介護用品

【購入場所】

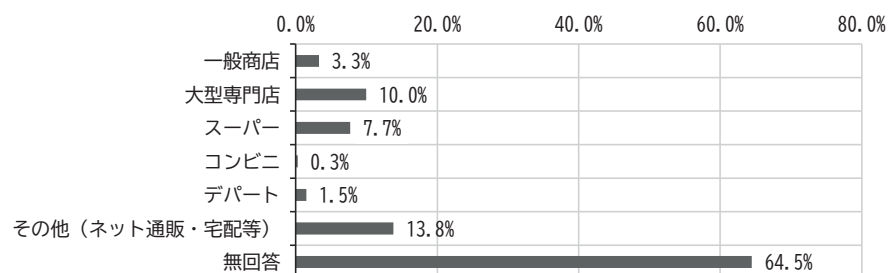
介護用品の購入場所は、「その他市外」が11.2%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が8.6%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅南口周辺」「その他市外」9.1%）

【店舗形態】

介護用品を購入する店舗は、「その他（ネット通販・宅配等）」が13.8%と最も多く、次いで「大型専門店」が10.0%、「スーパー」が7.7%となっている。



（参考：令和元年度調査 「スーパー」10.5%、「大型専門店」8.6%、「その他（通販等）」8.5%）

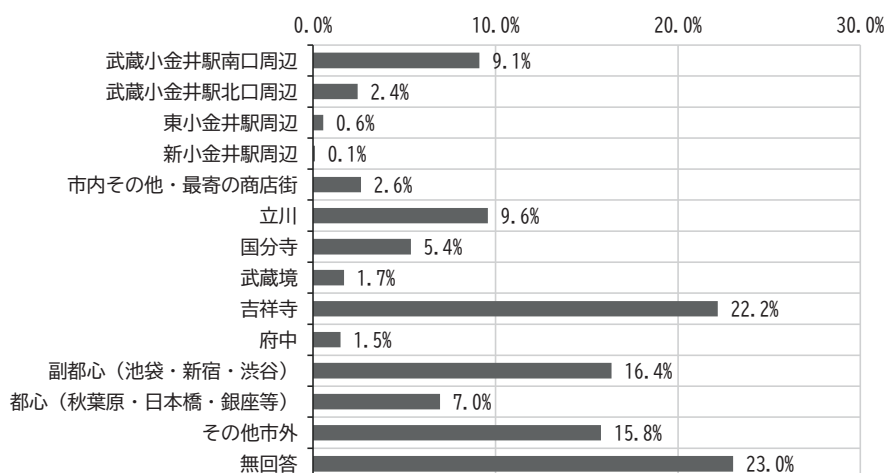
【回答者属性・購入場所・店舗形態】

属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	東町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
女性	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	梶野町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
18～29歳	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	関野町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
30歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	緑町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
40歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	中町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
50歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	その他（ネット通販・宅配等）
60歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー その他（ネット通販・宅配等）	本町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	桜町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店
			真井北町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
			真井南町	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店

⑫ 贈答品

【購入場所】

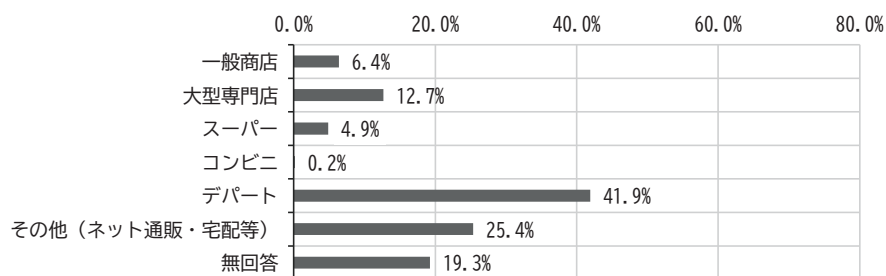
贈答品の購入場所は、「吉祥寺」が22.2%と最も多く、次いで「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が16.4%、「その他市外」が15.8%となっている。



（参考：令和元年度調査 「吉祥寺」24.2%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」17.4%、「立川」13.1%、）

【店舗形態】

贈答品を購入する店舗は、「デパート」が41.9%と最も多く、次いで「その他（ネット通販・宅配等）」が25.4%、「大型専門店」が12.7%となっている。



（参考：令和元年度調査 「デパート」50.5%、「その他（通販等）」12.5%、「大型専門店」12.0%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

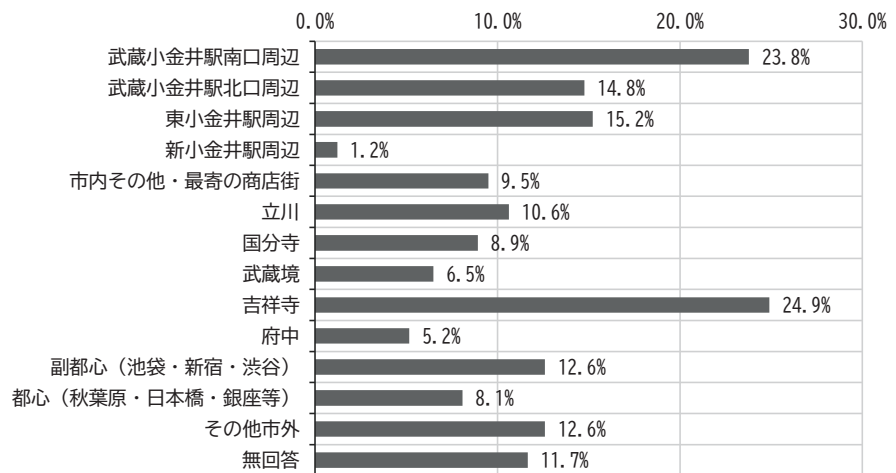
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	吉祥寺	デパート	東町	吉祥寺	デパート
女性	吉祥寺	デパート	梶野町	吉祥寺	デパート
18～29歳	吉祥寺	デパート	関野町	その他市外	デパート
30歳代	吉祥寺	デパート	緑町	吉祥寺	デパート
40歳代	その他市外	デパート	中町	吉祥寺	デパート
50歳代	吉祥寺	デパート	前原町	その他市外	デパート
60歳代	吉祥寺	デパート	本町	吉祥寺	デパート
70歳以上	吉祥寺	デパート	桜町	吉祥寺	デパート
			貫井北町	副都心（池袋・新宿・渋谷）	デパート
			貫井南町	その他市外	デパート

I 商業調査

⑬ 外食・喫茶

【購入場所】

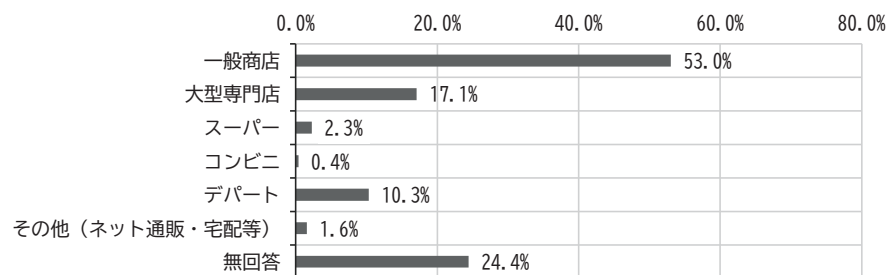
外食・喫茶の場所は、「吉祥寺」が24.9%と最も多く、次いで「武蔵小金井駅南口周辺」が23.8%、「東小金井駅周辺」が15.2%となっている。



（参考：令和元年度調査 「吉祥寺」25.2%、「武蔵小金井駅南口周辺」21.3%、「武蔵小金井駅北口周辺」15.0%）

【店舗形態】

外食・喫茶をする店舗は、「一般商店」が53.0%と最も多く、次いで「大型専門店」が17.1%、「デパート」が10.3%となっている。



（参考：令和元年度調査 「一般商店」50.7%「大型専門店」16.2%、「デパート」10.8%）

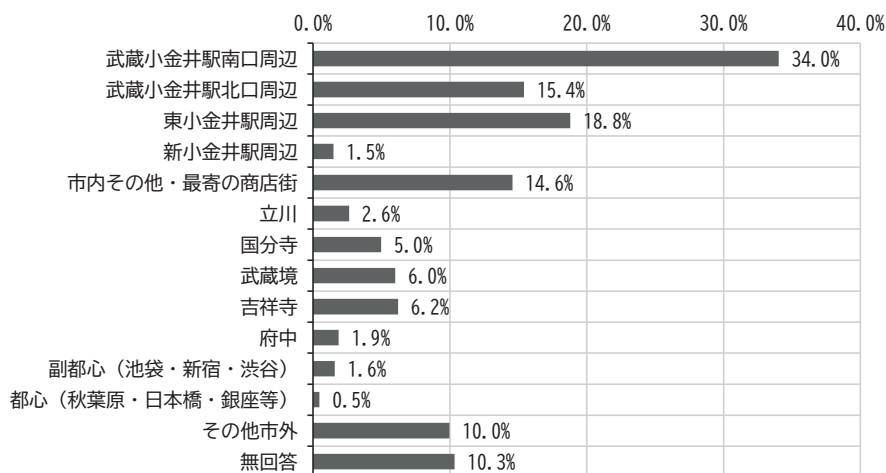
【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店	東町	吉祥寺	一般商店
女性	吉祥寺	一般商店	梶野町	東小金井駅周辺	一般商店
18～29歳	吉祥寺	一般商店	関野町	東小金井駅周辺 市内その他・最寄の商店街 その他市外	一般商店
30歳代	吉祥寺	一般商店	緑町	吉祥寺	一般商店
40歳代	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店	中町	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店
50歳代	吉祥寺	一般商店	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店
60歳代	吉祥寺	一般商店	本町	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店	桜町	吉祥寺	一般商店
			真井北町	国分寺	一般商店
			真井南町	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店

⑭ 日常使うもの（日用品）

【購入場所】

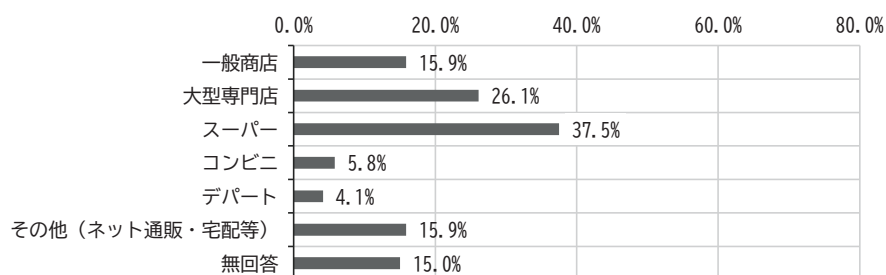
日常使うもの（日用品）の購入場所は、「武蔵小金井駅南口周辺」が34.0%と最も多く、次いで「東小金井駅周辺」が18.8%、「武蔵小金井駅北口周辺」が15.4%となっている。



（参考：令和元年度調査 「武蔵小金井駅南口周辺」32.3%、「市内その他・最寄の商店街」19.5%、「武蔵小金井駅北口周辺」18.7%、）

【店舗形態】

日常使うもの（日用品）を購入する店舗は、「スーパー」が37.5%と最も多く、次いで「大型専門店」が26.1%、「一般商店」と「その他（ネット通販・宅配等）」がともに15.9%となっている。



（参考：令和元年度調査 「スーパー」45.8%、「大型専門店」21.2%、「一般商店」18.4%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

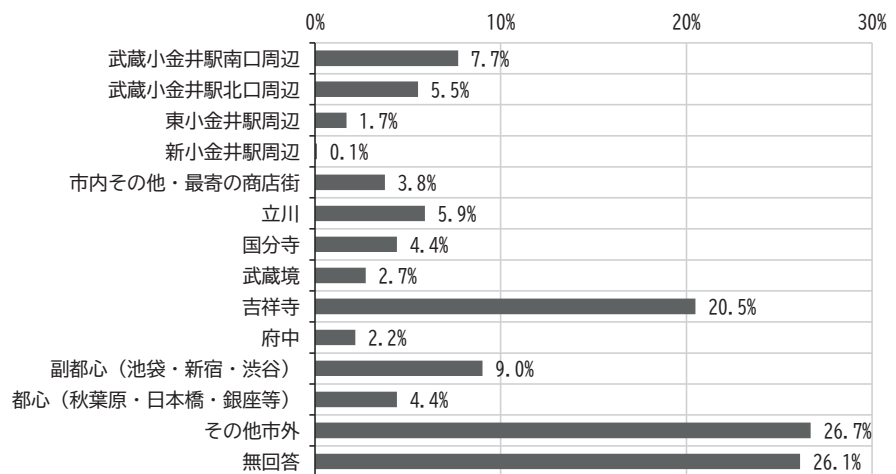
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	東町	東小金井駅周辺	スーパー
女性	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	梶野町	東小金井駅周辺	スーパー
18～29歳	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店	関野町	東小金井駅周辺	スーパー
30歳代	武蔵小金井駅南口周辺	一般商店	緑町	東小金井駅周辺	スーパー
40歳代	武蔵小金井駅南口周辺	大型専門店	中町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
50歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	前原町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
60歳代	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	本町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
70歳以上	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー	桜町	武蔵小金井駅南口周辺 武蔵小金井駅北口周辺	スーパー
			真井北町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー
			真井南町	武蔵小金井駅南口周辺	スーパー

I 商業調査

⑮ 趣味的なもの

【購入場所】

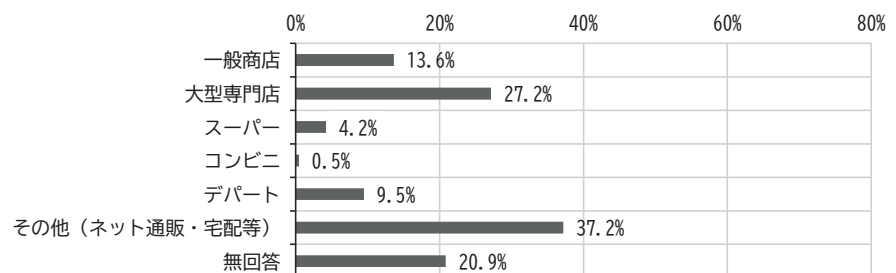
趣味的なものの購入場所は、「その他市外」が26.7%と最も多く、次いで「吉祥寺」が20.5%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」が9.0%となっている。



（参考：令和元年度調査 「吉祥寺」25.6%、「その他市外」21.3%、「副都心（池袋・新宿・渋谷）」11.3%）

【店舗形態】

趣味的なものを購入する店舗は、「その他（ネット通販・宅配等）」が37.2%と最も多く、次いで「大型専門店」が27.2%、「一般商店」が13.6%となっている。



（参考：令和元年度調査 「大型専門店」29.0%、「その他（通販等）」24.9%、「デパート」14.5%）

【回答者属性別・購入場所・店舗形態】

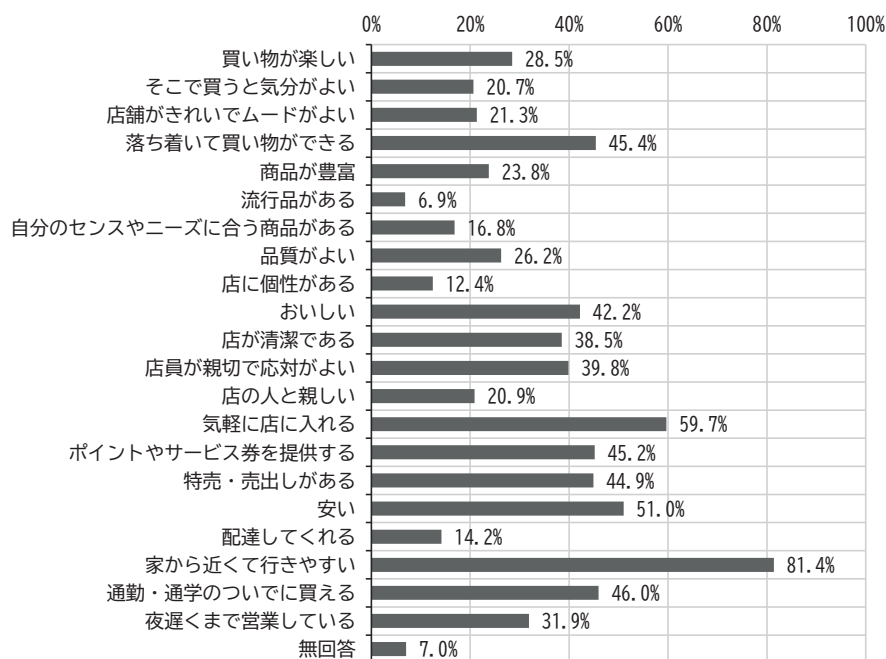
属性	場所	店舗	属性	場所	店舗
男性	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	東町	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）
女性	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	梶野町	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）
18～29歳	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	関野町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
30歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	緑町	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）
40歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	中町	吉祥寺	その他（ネット通販・宅配等）
50歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	前原町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
60歳代	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）	本町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
70歳以上	吉祥寺	大型専門店	桜町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
			貫井北町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）
			貫井南町	その他市外	その他（ネット通販・宅配等）

問2 小金井市内及び市外で買い物をする理由

① 市内で買い物をする理由

市内で買物をする理由は、「家から近くて行きやすい」が81.4%と最も多く、次いで「気軽に店に入れる」が59.7%、「安い」が51.0%、「通勤・通学のついでに貰える」が46.0%、「落ち着いて買い物ができる」が45.4%、「ポイントやサービス券を提供する」が45.2%となっている。

令和元年度調査結果においても「家から近くて行きやすい」が79.6%、「気軽に店に入れる」が59.4%、「安い」が51.8%と、上位の理由は同様の傾向である。



回答者属性別の主な傾向

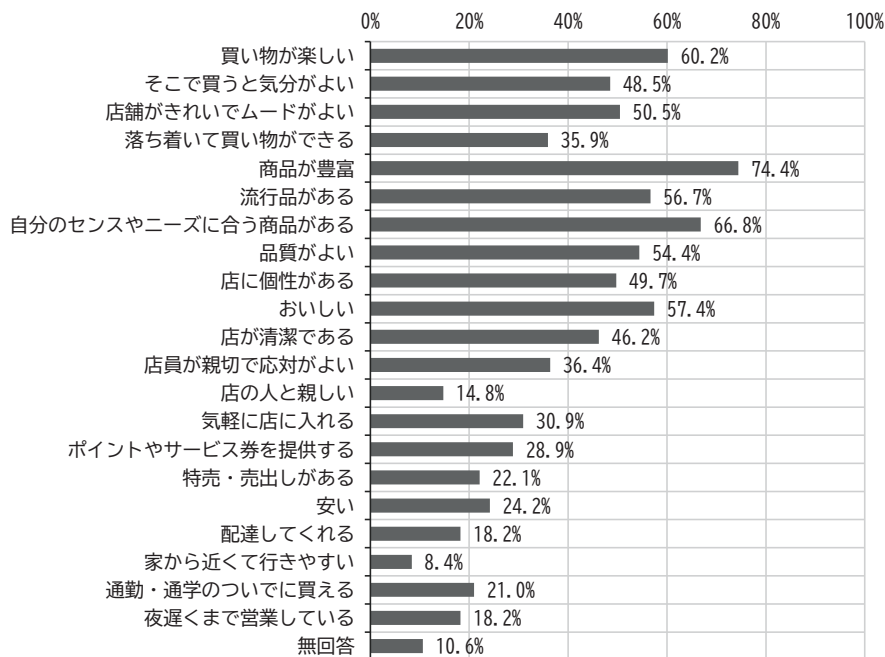
性別	全体傾向と同様に、男女ともに「家から近くて行きやすい」が最も多く、次いで「気軽に店に入れる」、「安い」となっている。 その他、女性では「ポイントやサービス券を提供する」、「特売・売出しがある」で50%を超えている。この項目は、男性と比較して特に大きくなっており、女性において重視している項目であることが伺える。
年齢	全体傾向と同様に、すべての年齢層で「家から近くて行きやすい」が最も多く、次いで「気軽に店に入れる」がほとんどの年齢層多くなっているが、18～29歳では「通勤・通学のついでに貰える」が多かった。 その他、18～29歳では「落ち着いて買い物ができる」「おいしい」「店員が親切で対応がよい」、30歳代では「落ち着いて買い物ができる」、50歳代以下では「安い」が50%を超えている。
居住地区	全体傾向と同様に、すべての地区で「家から近くて行きやすい」、「気軽に店に入れる」、「安い」などで多くなっている。 その他、緑町、前原町、本町などでは「ポイントやサービス券を提供する」が多く、梶野町では「特売・売出しがある」が多くなっている。

I 商業調査

② 市外で買い物をする理由

市外で買物をする理由は、「商品が豊富」が74.4%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」が66.8%、「買い物を楽しむ」が60.2%、「おいしい」が57.4%、「流行品がある」56.7%、「品質が良い」が54.4%となっている。

令和元年度調査結果においても「商品が豊富」が74.6%、「自分のセンスやニーズに合う商品がある」が71.1%、「買い物を楽しむ」が60.2%と、上位の理由は同様の傾向である。



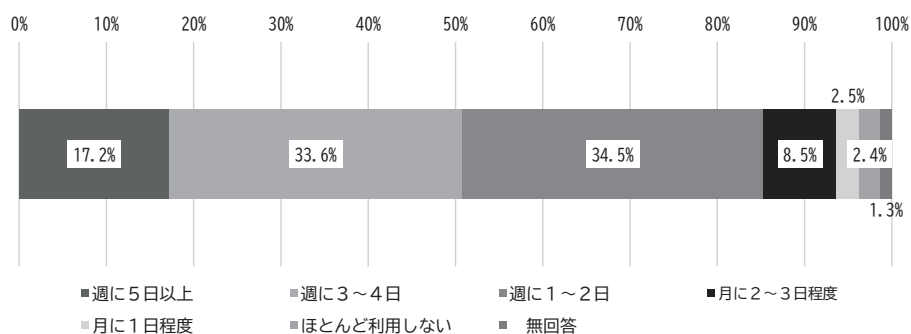
回答者属性別の主な傾向

性 別	全体傾向と同様に、男女ともに「商品が豊富」が最も多く、次いで「自分のセンスやニーズに合う商品がある」、「買い物を楽しむ」となっている。 その他、女性では「店舗がきれいでムードがよい」、「おいしい」、「品質がよい」、「店が清潔である」で50%を超えている。この項目は、男性と比較して特に大きくなっており、女性において重視している項目であることが伺える。
年 齢	全体傾向と同様に、すべての年齢層で「商品が豊富」が最も多く、次いで「自分のセンスやニーズに合う商品がある」、「買い物を楽しむ」となっている。 その他、多くの年齢層で「おいしい」「品質がよい」「そこで買うと気分がよい」「店舗がきれいでムードがよい」「流行品がある」「店に個性がある」などで50%を超えている。
居住地区	全体傾向と同様に、すべての地区で「商品が豊富」、「自分のセンスやニーズに合う商品がある」、「買い物を楽しむ」が多くなっている。 その他、「流行品がある」ではすべての地区で50%を超えている。

問3 市内で買物や食事等する機会

① 市内で買物をする頻度

市内で買物をする頻度は、「週に1～2日」が34.5%と最も多く、次いで「週に3～4日」が33.6%、「週に5日以上」が17.2%となっている。



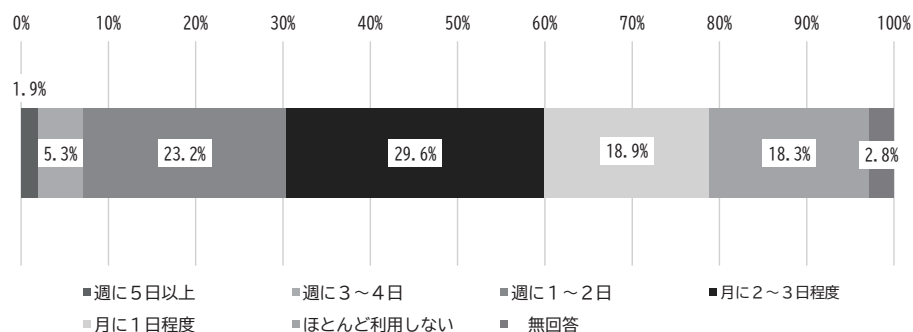
回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様であるが、女性の方が「週に5日以上」「週に3～4日」と市内で買い物をする頻度が男性よりも多くなっている。
年 齢	18～29 歳、40 歳代などでは、全体傾向と同様に「週に1～2日」が最も多かったが、その他の年齢層では「週に3～4日」が最も多くなっている。
居住地区	全体の傾向と同様であるが、地区により「週に3～4日」と「週に1～2日」が最も多くなっている。

I 商業調査

② 市内で食事をする頻度

市内で食事をする頻度は、「月に2～3日程度」が29.6%と最も多く、次いで「週に1～2日」が23.2%、「月に1回程度」が18.9%となっている。



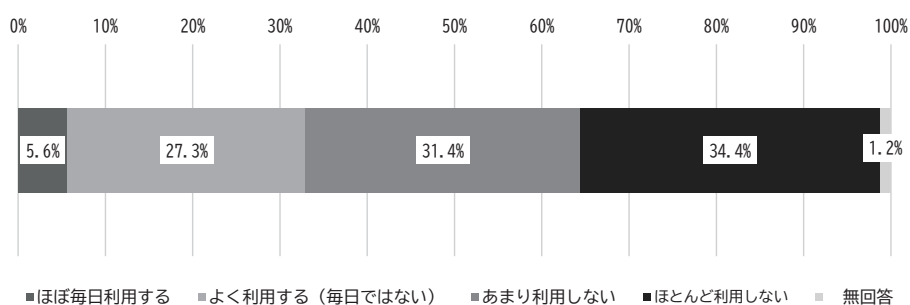
回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女ともに「月に2～3日程度」、「週に1～2日」で多くなっている。一方「ほとんど利用しない」では、男性よりも女性の方で多くなっている。
年 齢	18～29 歳、30 歳代、40 歳代などでは、全体傾向と同様に「月に2～3日程度」、「週に1～2日」が多かったが、50 歳代以上では、「月に1日程度」が他の年齢層に比べて多くなっている。 また、70 歳以上では、「ほとんど利用しない」が最も多くなっている。
居住地区	多くの地区で「月に2～3日程度」が最も多くなっているが、本町、桜町では「週に1～2日」、前原町では「月に1日程度」が最も多くなっている。

(3) 商店街について

問4 商店街の日常的な利用

近所の商店街を利用する頻度は、「ほとんど利用しない」が34.4%と最も多く、次いで「あまり利用しない」が31.4%、「よく利用する（毎日ではない）」が27.3%となっている。



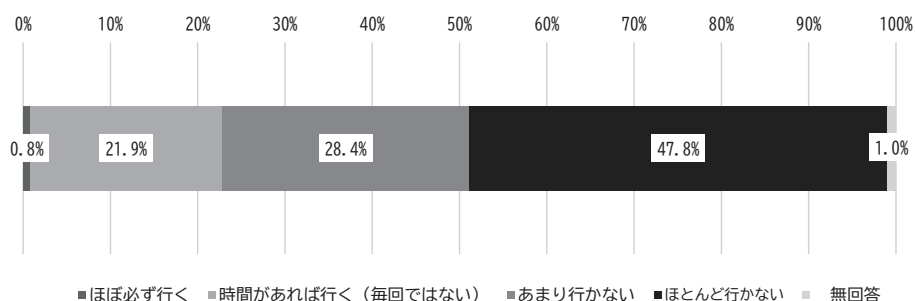
回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも「ほとんど利用しない」が最も多く、次いで「あまり利用しない」、「よく利用する（毎日ではない）」となっており、男女別の目立った傾向は見られない。
年 齢	50 歳代以下では、全体傾向と同様の傾向であるが、60 歳代では「あまり利用しない」、70 歳以上では「よく利用する（毎日ではない）」が最も多くなっている。
居住地区	多くの地区で全体の傾向と同様に「ほとんど利用しない」が最も多くなっているが、東町、本町、桜町では「あまり利用しない」が最も多くなっている。

I 商業調査

問5 商店街のイベントやお祭り

近所の商店街のイベントやお祭りに参加する頻度は、「ほとんど行かない」が47.8%と最も多く、次いで「あまり行かない」が28.4%、「時間があれば行く（毎回ではない）」が21.9%となっている。

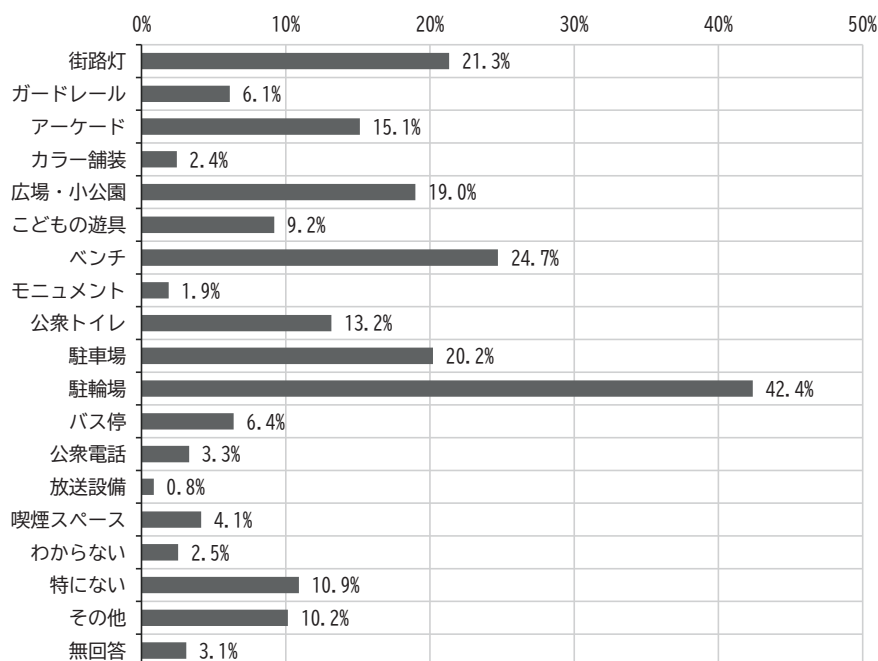


回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも「ほとんど行かない」が最も多いが、男性では「あまり行かない」、女性では「時間があれば行く（毎回ではない）」が次に多くなっている。
年 齢	50 歳代以上では全体傾向と同様であるが、40 歳代以下では「時間があれば行く（毎回ではない）」の割合が多くなっている。
居住地区	ほとんどの地区で全体傾向と同様であるが、関野町、本町では「時間があれば行く（毎回ではない）」の割合が多くなっている。

問6 商店街で充実してほしい施設・設備

市内の商店街で充実してほしい施設・設備は、「駐輪場」が42.4%と最も多く、次いで「ベンチ」が24.7%、「街路灯」が21.3%、「駐車場」が20.2%、「広場・小公園」で19.0%となっている。



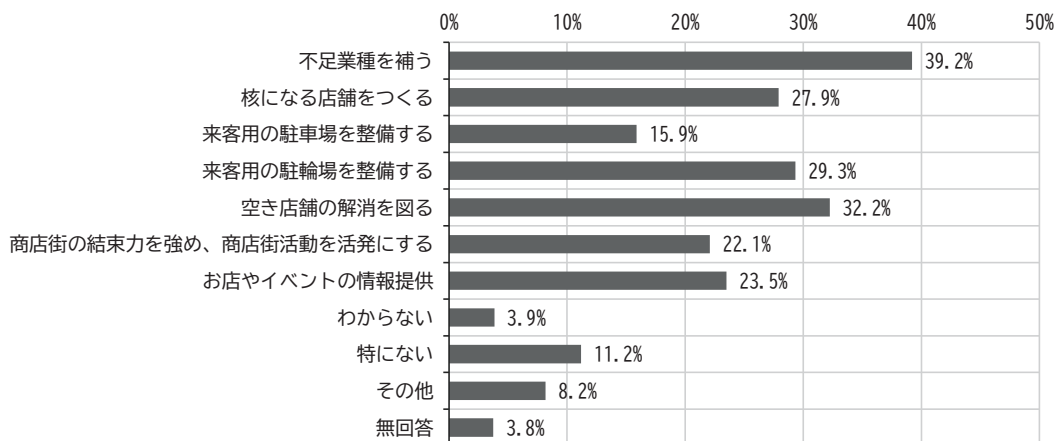
回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも「駐輪場」が最も多くなっている。次いで、男性では「駐車場」が多く、女性では「ベンチ」が多くなっており、男女でそれぞれ10ポイント程度差が見られた。
年 齢	ほとんどの年齢層で全体傾向と同様に「駐輪場」が最も多かったが、70歳以上では、「ベンチ」が最も多くなっている。 また、18～29歳、40歳代では「街路灯」、30歳代では「広場・小公園」、50歳代、60歳代では「駐車場」の割合が多くなっている。
居住地区	全体傾向と同様に全ての地区で「駐輪場」が最も多くなっている。 中町、本町では「アーケード」の割合が他の地区よりも多くなっている。

I 商業調査

問7 商店街に期待すること

市内の商店街に期待することは、「不足業種を補う」が39.2%と最も多く、次いで「空き店舗の解消を図る」が32.2%、「来客用の駐輪場を整備する」が29.3%、「核になる店舗をつくる」が27.9%となっている。

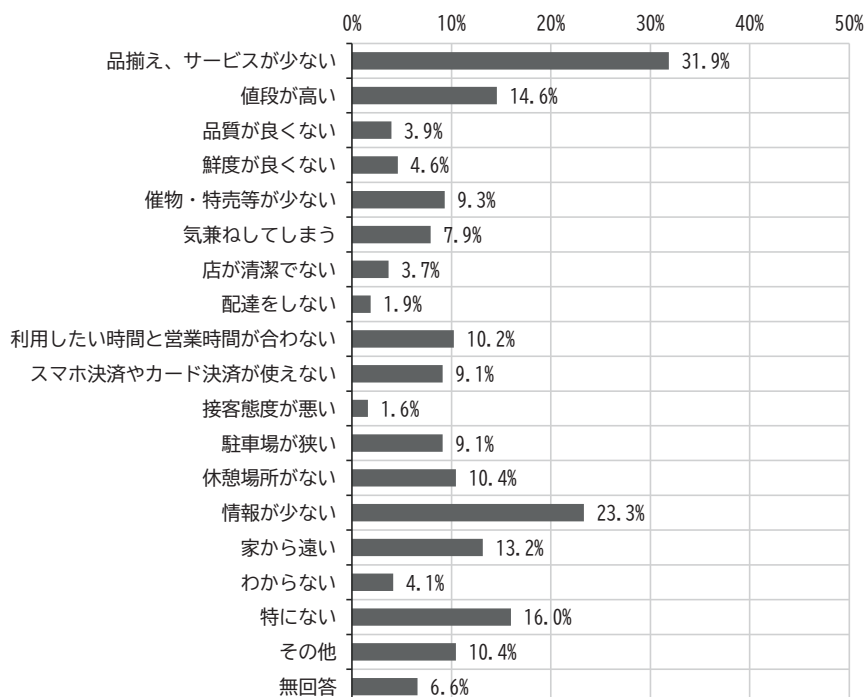


回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも「不足業種を補う」が最も多く、次いで「空き店舗の解消を図る」、「来客用の駐輪場を整備する」で多くなっている。 「空き店舗の解消を図る」では、女性よりも男性の方で多くなっており、10ポイント程度差が見られた。
年 齢	全ての年齢層で全体傾向と同様に「不足業種を補う」が最も多かった。 また、30歳代、40歳代では「お店やイベントの情報提供」、50歳代以上では「商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする」の割合が多くなっている。
居住地区	多くの地区で全体傾向と同様に「不足業種を補う」が最も多くなっているが、緑町、桜町では「来客用の駐輪場を整備する」、本町では「空き店舗の解消を図る」などが最も多くなっている。

問8 商店街の不満な点

近所の商店街への不満は、「品揃え、サービスが少ない」が31.9%と最も多く、次いで「情報が少ない」が23.3%、「値段が高い」が14.6%となっている。一方、「特にない」が16.0%であった。



回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも「品揃え、サービスが少ない」が最も多く、次いで「情報が少ない」、「値段が高い」で多くなっている。 また女性では、「家から遠い」の割合が多くなっている。
年 齢	40 歳代以上では、全体傾向と同様に「品揃え、サービスが少ない」が最も多かったが、18～29 歳、30 歳代では、「情報が少ない」が最も多くなっている。 また、70 歳以上では、「休憩場所がない」が他の年齢層に比べ多くなっている。
居住地区	多くの地区で「品揃え、サービスが少ない」が最も多くなっているが、緑町、前原町、貫井北町では「情報が少ない」が最も多くなっている。 また、関野町では「駐車場が狭い」「家から遠い」、貫井北町では「休憩場所がない」、貫井南町では「家から遠い」が他の地区に比べ多くなっている。

I 商業調査

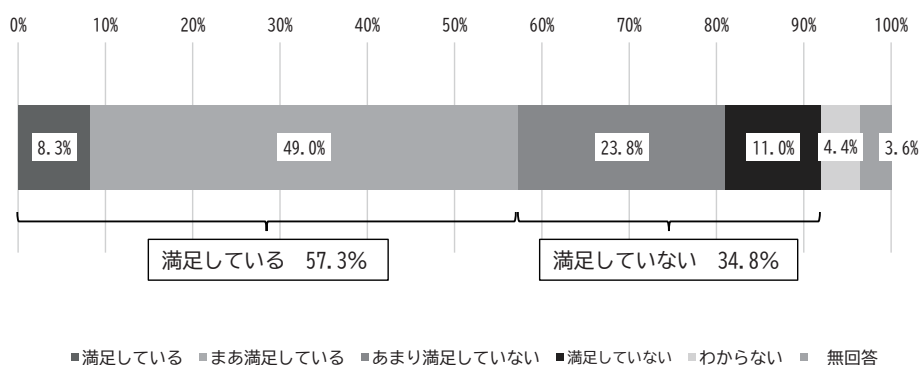
(4) 買物や食事等の満足度、産業振興について

問9 市内の買い物や食事等の環境の満足度

市内の買い物や食事等の環境の満足度は、「まあ満足している」が49.0%と最も多く、ほぼ半数を占めている。次いで「あまり満足していない」が23.8%、となっている。

『満足している』（「満足している」と「まあ満足している」の合計）は57.3%、『満足していない』（「あまり満足していない」と「満足していない」の合計）は34.8%と、『満足している』割合の方が22.5ポイント上回っている。

（前回調査：『満足している』が『満足していない』を上回るポイント12.9）

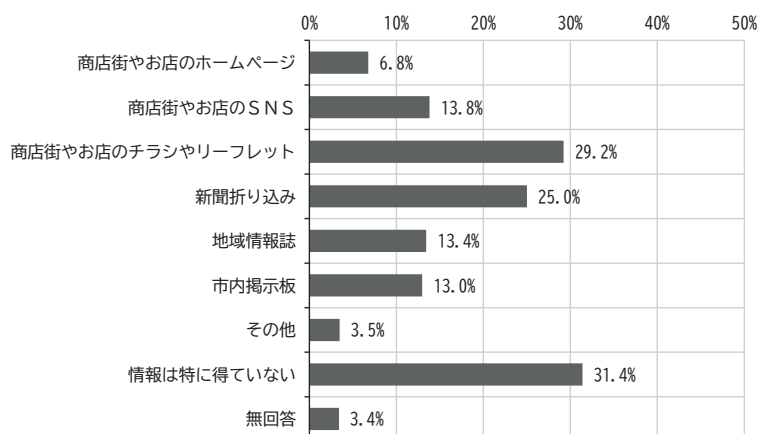


回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも『満足している』が『満足していない』を上回っている。特に女性は『満足している』が6割を超えている。
年 齢	全体傾向と同様に、全ての年齢層で『満足している』が『満足していない』を上回っている。 特に18～29歳、30歳代では『満足している』が7割を超え、年齢層が若いほど満足率が高くなっている。
居住地区	多くの地区で『満足している』が『満足していない』を上回っており、特に中町、本町では『満足している』が6割を超えている。 一方、桜町では『満足している』と『満足していない』の割合が同数であった。

問 10 市内商店街のイベント情報や店舗のセール情報等の入手方法

市内商店街のイベント情報や店舗のセール情報等の入手方法は、「商店街やお店のチラシやリーフレット」が29.2%と最も多く、次いで「新聞折り込み」が25.0%、「商店街やお店のSNS」が13.8%となっている。一方で、「情報は特に得ていない」が31.4%であった。



回答者属性別の主な傾向

性 別	全体の傾向と同様に、男女とも「商店街やお店のチラシやリーフレット」や「新聞折り込み」の割合が高くなっている。一方で、「商店街やお店のSNS」は女性では高いが、男性はそれほど高くない。また、「情報は特に得ていない」では、女性より男性のほうが高くなっている。
年 齢	全体傾向と同様に、全ての年齢層で「商店街やお店のチラシやリーフレット」が高くなっているが、他では傾向が異なる。 「商店街やお店のSNS」では40歳代以下の年齢層で高く、一方で「新聞折り込み」では50歳以上の年齢層で高くなっている。
居住地区	全体の傾向と同様に、多くの地区で「商店街やお店のチラシやリーフレット」、「新聞折り込み」、「商店街やお店のSNS」が高くなっている。 また、前原町や本町では、「地域情報誌」や「市内掲示板」の割合が高くなっている。

問 11 市内の商業振興に向けた意見やアイデア（自由記入）

ア 商店街の振興について

（店舗の充実）

- ・店舗が少なく点在し、「商店街」の感じがないので、もっと多様な店舗を増やしてほしい。
- ・大手飲食チェーン等、どこにでもあるような店ばかりで、市の内外から客を呼べるような特徴のある店舗がほしい。
- ・個性的な商店が多くあり、買い物が楽しくなるような商店街になってほしい。

（イベントの開催）

- ・子どもと一緒に参加できるイベント（ハロウィン、夏祭り、七夕、子供の日等）があればいい。
- ・子育てファミリーが増加しているので休日はイベントを多数開催してほしい。
- ・小金井にあるものをアピールしたり、コラボして人を呼ぶようなイベント。
- ・賑わいがないと思うので、大人向けのイベントをすれば他の地域からも人がくるし、小金井のアピールになる。

（情報発信・PR）

- ・商店街や市のレベルで店舗の一覧を作り、情報を探しやすくしたり、オンラインで簡単に予約ができるような仕組みがあると行きやすい。
- ・市内にどんな商店街があるのかを知ることのできるチラシやSNSなどがあると、行ってみようと思う。
- ・各店舗で、SNSで発信した情報を参考になっているが、全ての商店会、市内全体で集結したような大きいサイトSNSページがあるといい。

（駐車場・駐輪場の設置）

- ・商店街は無料駐輪場があってほしい、駅前の自転車置き場がないので買物が不便。
- ・荷物が重いと持ち帰れないので、車や自転車を留められないと買い物しようという気持ちにならない。

（活性化の工夫）

- ・市民がお得になる曜日の設定やサービスの導入。
- ・商店街で使える共通クーポン券の販売・配布など、少し割安で利用できるのであれば、普段利用していない客を取り込めると思う。
- ・商店街全体でのリニューアルや見て楽しいオシャレな外観づくり、街路樹や花を植えたり、街歩きが楽しくなる様な工夫ができれば、他地域より人が来てくれると思う。
- ・商店街が消えていくのは、後継者不足があるように思える。親族以外でも店を続けていける仕組みを考えたらどうか。

（再開発）

- ・武蔵小金井駅北口の元西友のビルを再開発してほしい。
- ・武蔵小金井駅北口の元西友跡地が、空き店舗の状態のままでとても危ないと感じる。建物も古いので開発できるのであれば望む。

- ・古くて使用していないビルは、新しいビルにした方が雰囲気明るくなり、転入者も増え、人口が増加することで結果的に商業振興につながると思う。

(空き店舗の活用)

- ・空き店舗が多く治安も悪そうな印象なので、若い世代のイベントなど、テーマを決めて市外の人にも来てもらえる環境を作してほしい。
- ・東小金井駅のシェアキッチンのような店舗を、武蔵小金井駅周辺の空き店舗を利用して活気ある商店街を目指してほしい。
- ・空き店舗を放置せず、出店したい人が利用しやすいように、行政が仲介や募集する仕組みを整える。

イ 買い物、食事等の環境について

(飲食店)

- ・飲食店が少ない。ファミリーレストランなどが増えると良い。
- ・チェーン店ばかりでつまらない。おいしい個人飲食店が増えてほしい。
- ・和食・洋食・中華など食事を楽しめる飲食店が少ない。その結果、市外に出かけることが多いため、これらの商業施設の充実が必要。
- ・学生の街であるにもかかわらず、カフェが少ない。

(飲食店のサービス)

- ・小さい子連れで行ける飲食店など、ファミリーで使える店舗が増えてほしい。
- ・子連れで入りやすいカフェやレストランが少ない。子育て層が多いエリアなので、座敷席やキッズスペース、大人数でも入りやすい席があると、利用が増えると思う。
- ・ゆっくりランチなどができる場所があると良い。

(食料品)

- ・弁当店や総菜店が増えるとよい。
- ・仕事帰りにもふらっと寄って惣菜が買えるような商店がほしい。
- ・新鮮な肉や魚を買える店がほしい。
- ・大きなスーパーよりも精肉店や八百屋など個人店が生き残れる環境の方が、地域に活気が生まれると思う。

(その他)

- ・多様なブランドの衣料品店があるとよい。
- ・若いファミリーがとても増えたので、若い親世代も衣服を買えるような店があるとよい。
- ・本屋が次々に閉店してしまい、子どもや高齢者のためにも本屋ができればよい。
- ・東小金井駅の高架下のグルメが気になるが入りにくいので、外にテラス席があると雰囲気が伝わる。
- ・バスの本数が少なすぎるので、小金井市内でなく、バスの本数の多い国分寺駅まで出てしまい、買い物、食事等するようになっている。
- ・市内には行ってみたい小さい店舗が多くあるが、家族で行くには車が必要で、駐車場をどこに停められるのか分からないし、駐車料金が別途かかるため、結局行く気がなくなる。広い提携の駐車場があり、駐車料金の無料や割引があれば、少し遠くても利用する気になる。

3-2 商店街利用客意識調査（街頭ヒアリング）

（１）武蔵小金井駅北口周辺

【ヒアリング（回答）者数 50人】

問１ 回答者属性

男女割合は、女性が6割と若干男性を上回る。

年代は、70歳代以上が4割で、60歳代も加えると6割を超える。

来訪者の80.0%が市内（商店街周辺）居住者であり、前回調査の52.9%と比較すると、27.1ポイント増加している。

性別		
全 体	男性	女性
50	20	30
100.0%	40.0%	60.0%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
50	2	6	2	10	10	20
100.0%	4.0%	12.0%	4.0%	20.0%	20.0%	40.0%

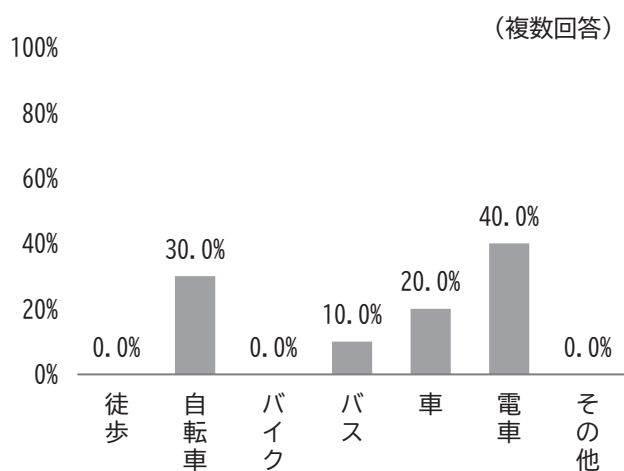
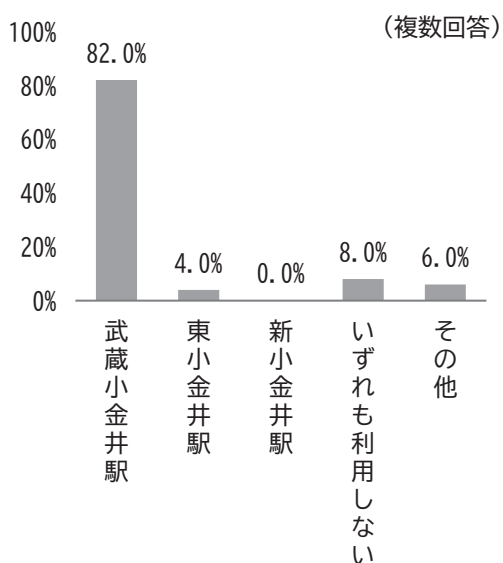
居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
50	40	2	8
100.0%	80.0%	4.0%	16.0%

問２ 商店街来訪行動

①来訪交通手段

「武蔵小金井駅」利用者が8割を超える。

市内（その他）の居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは、「電車」が4割、「自転車」が3割である。



※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

②商店街来訪目的

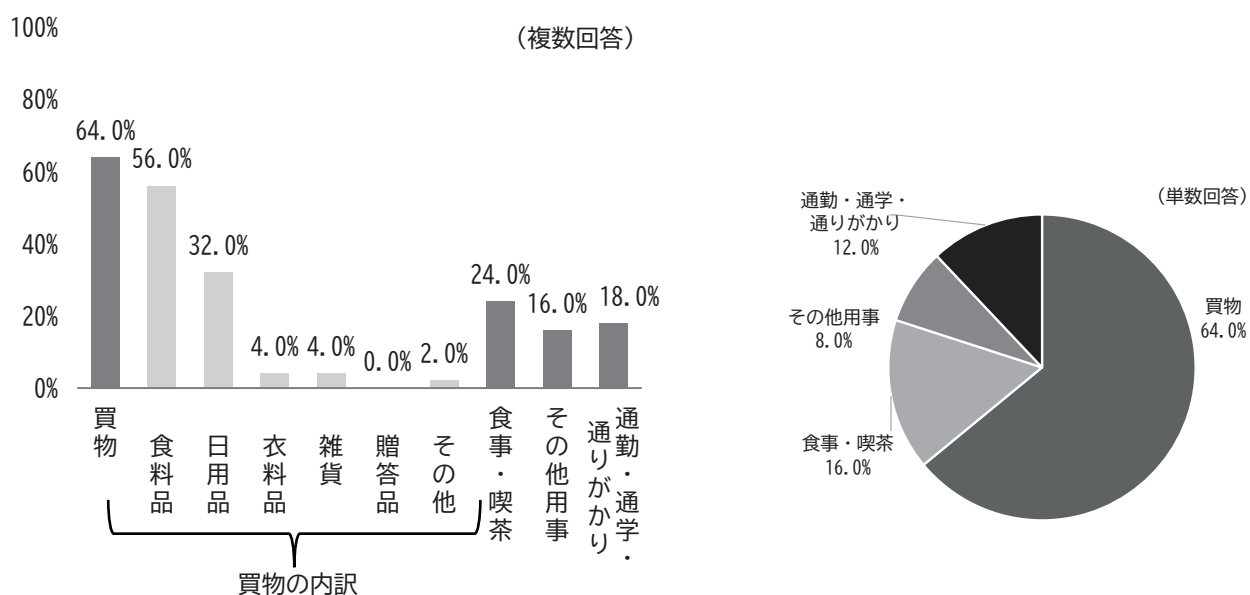
商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、「買物」が6割を超え、「食事・喫茶」が2割台、「通勤・通学・通りがかり」が2割弱となっている。「買物」の内訳では「食料品」が半数を超えと多い。

単数回答の中で、1番目の目的は、「買物」は6割を超えであるのに対し、次いで「食事・喫茶」が1割台であることから、「買物」単独の来訪の人が多い。

居住地別では、市内(その他)居住者の全員の目的が「買物」である。市内(商店街周辺)居住者の「買物」目的は6割台、市外居住者の「買物」目的は3割台となっている。

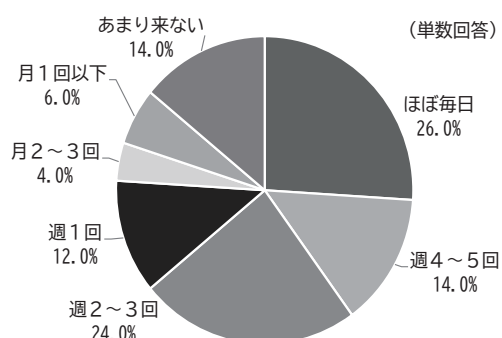
時間帯別では、1番目の目的として、「買物」が多いのは14時～15時の来訪者である。

前回調査と比較すると、単数回答の「買物」目的が、33.3%から30.7ポイント大幅に増加し64.0%となっている。



③商店街来訪頻度

「ほぼ毎日」が2割半ば、「週4～5回」の1割台を合わせると週4回以上が4割となる。「週2～3回」の2割台も加えると、6割以上の人が週2回以上来訪していることになる。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

「MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店」が圧倒的に多い。

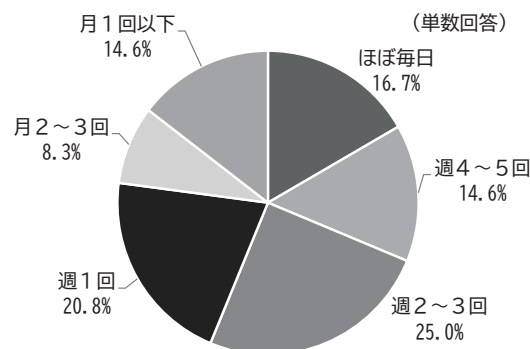
商店街でよく行くお店

MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店	32 人	激安酒場	1 人
割烹 真澄	2 人	くまざわ書店 武蔵小金井北口店	1 人
ベーカリーカフェ クラウン 武蔵小金井店	2 人	日高屋 武蔵小金井北口店	1 人
サンドラック 武蔵小金井駅前店	1 人	その他	7 人

②商店街でよく行く店の利用頻度

「週2～3回」が2割半ばで最も多い。また、「ほぼ毎日」と「週4～5回」を合わせると約3割であり、週4回以上の利用者がおおよそ3人に1人となっている。

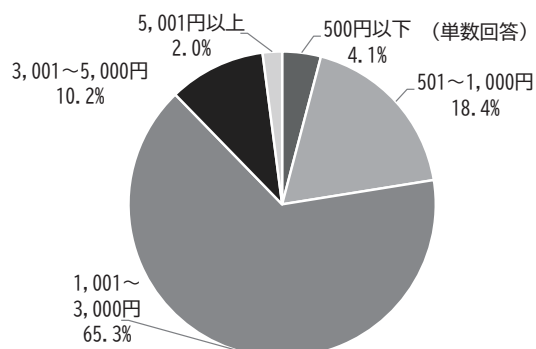
前回調査と比較すると、「週2～3回」が41.2%から16.2ポイント減少し、25.0%となっている。



③商店街でよく行く店の平均消費額

1回当たりの平均消費額は「1,001～3,000円」が6割超と多く、また2割弱の人が「501～1,000円」となっている。

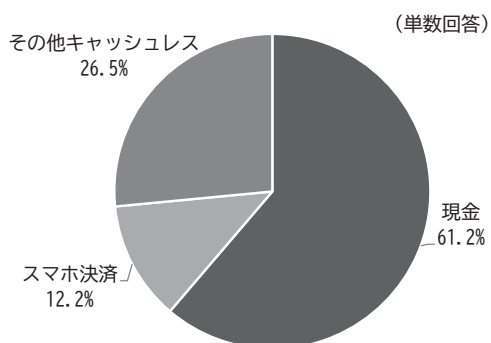
前回調査と比較すると、「1,001～3,000円」が45.1%から20.2ポイント大幅に増加し、65.3%となっている。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが約6割と多く、「その他キャッシュレス」支払いが2割台で、「スマホ決済」の割合は1割台であった。

前回調査と比較すると「現金」の割合は横ばいだが、「スマホ決済」が0.0%から12.2%となり、大幅に増加している。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

「買物のため」が圧倒的に多く、次いで「安いから」が多い。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

買物のため	20人	子どもの迎えのついで	1人
安いから	9人	通り道にあるから	1人
家から近いから	6人	通院のついで	1人
美味しいから	3人	100円ショップがあるから	1人
食事のため	2人	昔から使っているから	1人
何でもそろうから	1人		

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

約半数の人が「イトーヨーカドー 武蔵小金井店」を挙げ、次いで「Foodway ソコラ武蔵小金井クロス店」が多い。

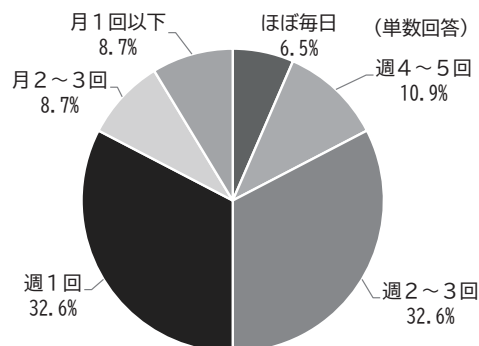
商店街周辺でよく行くお店

イトーヨーカドー 武蔵小金井店	25人	三浦屋 武蔵小金井店	1人
Foodway ソコラ武蔵小金井クロス店	6人	ドトールコーヒー 武蔵小金井店	1人
オーケー 小金井店	3人	串カツ田中 武蔵小金井店	1人
ダイエー 小金井店	2人	その他	6人
靴下屋 nonowa 武蔵小金井店	1人		

I 商業調査

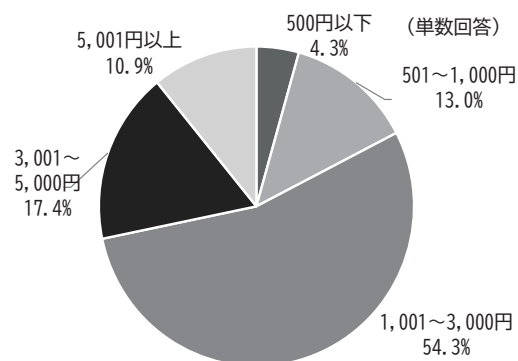
②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

「週2～3回」が3割台、「週1回」も3割台となり、これらを合わせると「週1回」以上の来訪が6割超となっている。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当りの消費額は、「1,001～3,000円」が半数以上、「3,001～5,000円」「501～1,000円」「5,001円以上」が1割台である。



④商店街周辺でよく行く店の利用理由

「買物のため」が圧倒的に多く、次いで「品揃えがいいから」が多い。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

買物のため	20人	商店街にないものを買うため	1人
品揃えがいいから	6人	なじみがあるから	1人
安いから	3人	パスカードがあるから	1人
家から近いから	2人	プレゼント購入のため	1人
食品が新鮮であるから	2人	高齢者割引があるから	1人
パン屋さんがおいしいから	2人	食事のため	1人
美味しいから	1人	大学に近いから	1人
コーヒーが好きだから	1人	便利だから	1人
スーパーが北口にないから	1人		

問5 商店街の満足度とその理由

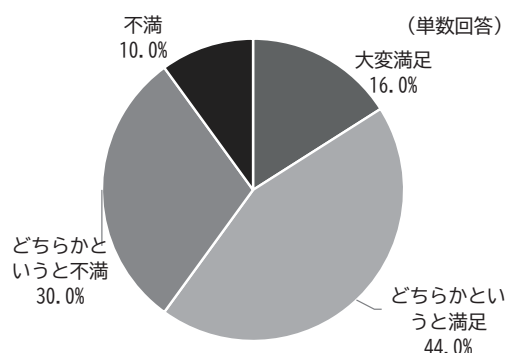
①商店街に対する満足度

「大変満足」「不満」がともに1割台、「どちらかという満足」が約4割、「どちらかという不満」が3割で、「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせると6割を超えている。

満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）は、市内（商店街周辺）居住者が高い。

年代別では、70歳以上の満足度が高く、次いで50歳代の満足度が高い。

時間別では、14時～15時における来訪者の満足度が高い。



②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由として、「一通りそろっている、お店がある」や「安くて、家から近い」などをはじめ、様々な理由が挙げられた。

一方で、「どちらかという不満」「不満」の理由としては、店舗の減少などに関連する理由が多く挙げられた。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

一通りそろっている、お店がある	5人
安くて、家から近い	5人
可もなく不可もなく	3人
色々な店がある	2人
西友があれば「大変満足」だった	2人
飲食店もある、充実している	2人
人が多いから保育園も安心できる	1人
ごみごみしていない	1人
ドンキは安くて使いやすい	1人
長く住んでいてお店の人も顔なじみ	1人
その他	4人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

西友がなくなったから	4人
お店が少ない	4人
さみしい	2人
品数が少ない	2人
なじみがない	2人
人がいない	1人
道が危ない、きたない	1人
裏通りになっているから	1人

I 商業調査

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では、一息つける「カフェ」が最も多い。店舗形態では、「スーパー、大型スーパー」が最も多く、次いで「ドラッグストア」が多い。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店		店舗形態	
カフェ	4人	スーパー、大型スーパー	7人
ファミリーレストラン	3人	ドラッグストア	4人
うどん屋	1人	ファッション関連のお店	4人
お菓子屋	1人	八百屋	3人
パン屋	1人	コンビニ	2人
チェーン店の飲食店	1人	書店	1人
付帯施設		特にない	9人
自転車置き場	1人		

問7 商店街に対するイメージ

「好意的イメージ」の理由としては、多くの理由が挙げられ、分散化していた。

一方で、「非好意的イメージ」の理由としては、「さびしい」が最も多く、次いで「少し暗く、古い」が多い。

●好意的イメージ

普通であると感じている	2人
昔ながら	2人
地元に親しまれている	1人
きれいになってきた	1人
悪くない	1人
自然も多い、桜がある	1人
あまり不便はしていない	1人
まだ人通りが多い	1人
味わいがある、お店の選択肢がある	1人
繁華街である	1人

●非好意的イメージ

さびしい	14人
少し暗く、古い	9人
人があまりいない	2人
雑然としている	2人
お店がない	2人
あまりおしゃれじゃない	2人
知名度は低い	2人
自転車が多い	1人
少し遅れている	1人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

「活気づいてほしい」が最も多く、次いで「個人のお店等が増えてほしい」と「道の整備をしてほしい」が多い。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと	
活気づいてほしい	9人
個人のお店等が増えてほしい	6人
道の整備をしてほしい	6人
商店街らしい街並みになってほしい	3人
にぎやかになってほしい	3人
雰囲気が明るくなるといい	2人
昭和感のままでよい	2人
緑が多くなると良い	2人
治安が良ければ良い	2人
チェーン店も増えてほしい	1人
現状でいい	2人
その他	9人

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

「イベント・催事等での活性化」に加え、店舗誘致や道の整備など様々な意見が挙がった。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

その他意見	
イベント・催事等での活性化	2人
ホテル等の新たな施設誘致	1人
市民の声を聴く場の機会	1人
大型チェーン店の出店	1人
道の整備	1人

I 商業調査

(2) 武蔵小金井駅南口周辺

【ヒアリング（回答）者数 50人】

問1 回答者属性

男女割合は、女性が60.0%と若干男性を上回る。

年代は、70歳以上が4割であり、60歳代も加えると半数を超える。

居住地は、市内（商店街周辺）居住者が半数を超え、市内（その他）居住者が2割台、市外居住者も2割台と少ない。

性別		
全 体	男性	女性
50	20	30
100.0%	40.0%	60.0%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
50	8	5	3	7	7	20
100.0%	16.0%	10.0%	6.0%	14.0%	14.0%	40.0%

居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
50	26	11	13
100.0%	52.0%	22.0%	26.0%

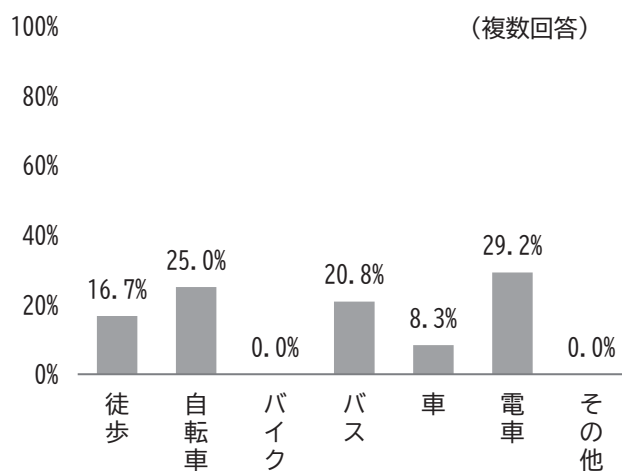
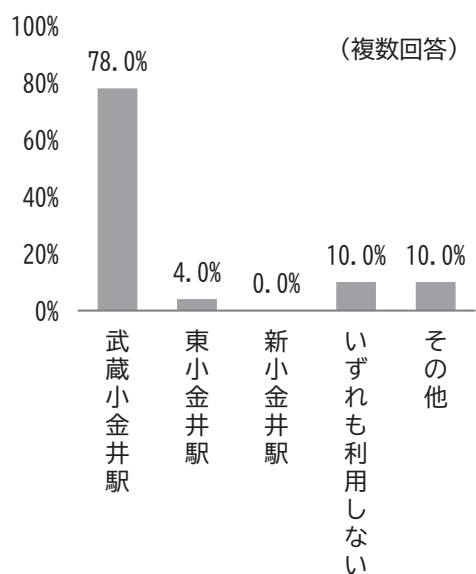
問2 商店街来訪行動

①来訪交通手段

来訪者の8割弱が「武蔵小金井駅」利用者である。

市内（その他）居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは分散化しており、「電車」が約3割で最も多い。

前回調査と比較すると、「東小金井駅」利用者が13.5%から9.5ポイント減少し4.0%となっている。



※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

②商店街来訪目的

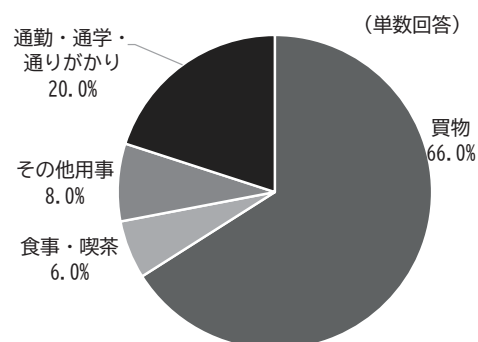
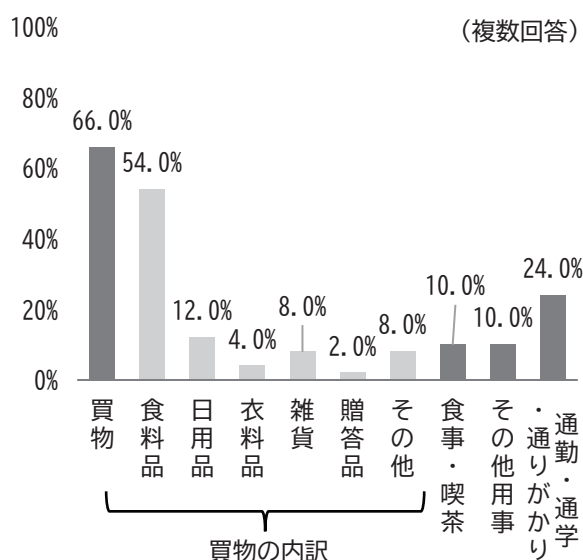
商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、「買物」が6割を超え、「通勤・通学・通りがかり」が2割台となっている。「買物」の内訳では、半数以上の人々が「食料品」の買物である。

1番目の目的では「買物」が6割超であるのに対し、次いで「通勤・通学・通りがかり」が2割台であることから、「買物」単独の来訪の人が多い。

居住地別では、市内（商店街周辺）居住者の1番目の目的は8割が「買物」で、市内（その他）居住者、市外居住者より多い。

時間帯別では1番目の目的として、どの時間帯も「買物」が多い。「買物」目的の来訪者が一番多い時間帯は、13時～14時である。15時～16時の来訪者も8割超が「買物」が目的である。

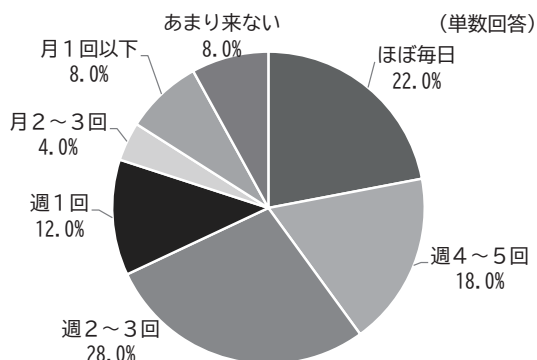
前回調査と比較すると、単数回答の「その他用事」目的が、28.8%から20.8ポイント減少し、8.0%となっている。



③商店街来訪頻度

「ほぼ毎日」が2割台、「週4～5回」の2割弱を合わせると、週4回以上が4割となる。「週2～3回」の3割弱も加えると、6割以上の人々が週2回以上来訪していることになる。

前回調査と比較すると、「ほぼ毎日」が42.3%から20.3ポイント減少し、22.0%となっている。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

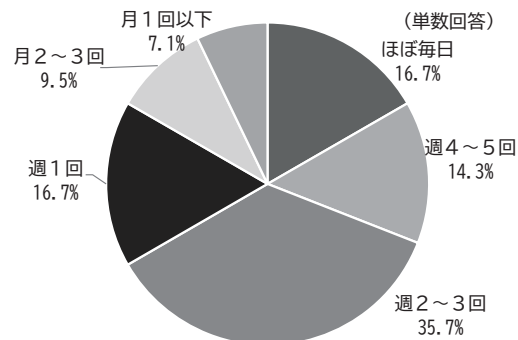
「イトーヨーカドー 武蔵小金井店」が圧倒的に多い。

商店街でよく行くお店

イトーヨーカドー 武蔵小金井店	31 人
ソコラ 武蔵小金井クロス店	7 人
サイゼリア 武蔵小金井南口店	2 人
三浦屋 武蔵小金井店	2 人
中華そば 一清	1 人
赤札屋 武蔵小金井店	1 人
無印良品 イトーヨーカドー武蔵小金井店	1 人
その他	1 人

②商店街でよく行く店の利用頻度

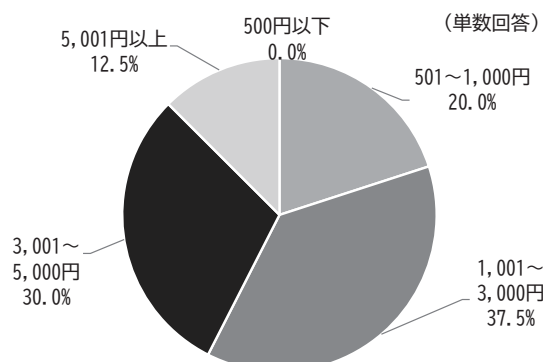
「週2～3回」が3割半ばで最も多く、「ほぼ毎日」の1割台と「週4～5回」1割台を合わせると、週4回以上の利用者が6割を超える。



③商店街でよく行く店の平均消費額

1回当たりの平均消費額は「1,001～3,000円」が4割弱と最も多く、「3,001～5,000円」が3割、「501～1,000円」が2割となっている。

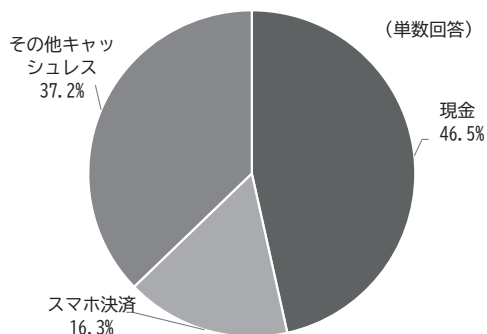
前回調査と比較すると「1,001～3,000円」が55.8%から18.3ポイント減少し、37.5%となっている。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが4割半ばであり、「その他キャッシュレス」が4割弱、「スマホ決済」が1割台であった。

前回調査と比較すると、「その他キャッシュレス」が61.5%から24.3ポイント減少し、37.2%となっている。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

「食料品など品揃えが良いから」が最も多く、次いで「買物のため」が多い。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

食料品など品揃えが良いから	12 人
買物のため	11 人
近いから	5 人
安いから	3 人
食事ができるから	3 人
バスで行くことができる	1 人
ウィンドウショッピングできる	1 人
美味しいものがあるから	1 人
駐車場があるから	1 人
その他	3 人

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

約4割の人が「MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店」を挙げ、他には「星乃コーヒー ソコラ武蔵小金井クロス店」などが挙げられた。

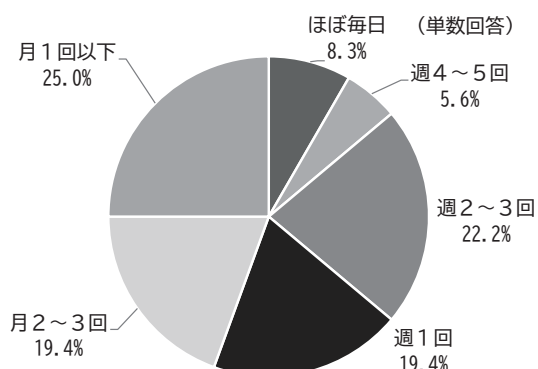
商店街周辺でよく行くお店

MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店	15 人
星乃コーヒー ソコラ武蔵小金井クロス店	3 人
オーケー 小金井店	1 人
亀屋本店（和菓子）	1 人
ワイズマンコーヒー 武蔵小金井南口店	1 人
小金井ベーグル研究所	1 人

ポルシェ洋菓子店	1 人
地産マルシェ 武蔵小金井店	1 人
すし銚子丸 武蔵小金井店	1 人
日高屋 武蔵小金井南口店	1 人
その他	5 人

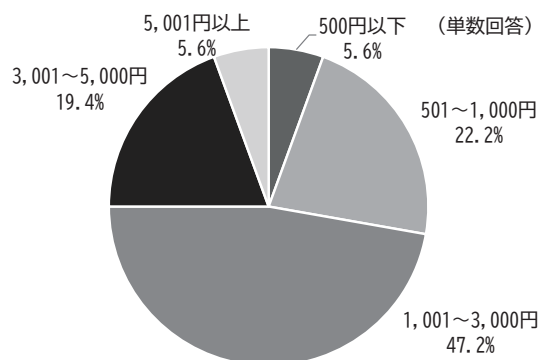
②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

「月1回以下」が2割半ばで最も多く、次いで「週2～3回」が多くなっている。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当たりの消費額は、「1,001～3,000円」が5割弱、「501～1,000円」が2割台、「3,001～5,000円」が2割弱となっている。



④商店街周辺でよく行く店の利用理由

利用理由は分散化しており、「美味しいから」、「安いから」、「品揃えが良い」などが挙げた。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

美味しいから	6人
安いから	6人
品揃えが良い	5人
日用品があるから	3人
食料品が新鮮であるから	3人
テイクアウトできるから	1人
休憩できるから	1人
職場に近いから	1人
食事ができる	1人
通り道だから	1人
その他	2人

問5 商店街の満足度とその理由

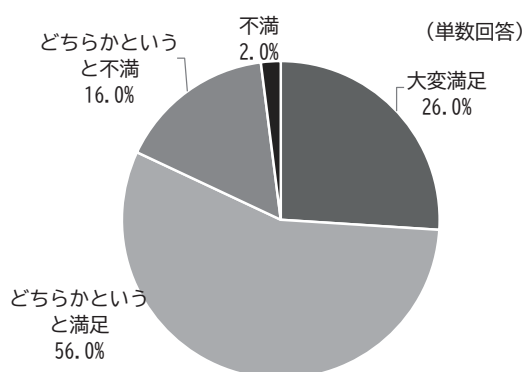
①商店街に対する満足度

「大変満足」「どちらかという満足」を合わせると、8割以上であり、非常に多い。

満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）は、市内（商店街周辺）居住者が半数以上を占める。

年代別では、70歳以上の満足度が高く、次いで50歳代と18～29歳の満足度が高い。

時間別では、13時～14時における来訪者の満足度が高い。



I 商業調査

②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由として、「品物が揃っている」が最も多く、回答は分散化している。

一方で、「どちらかという不満」「不満」の理由としては、「チェーン店が多く、つまらない」が最も多い。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

品物が揃っている	9人
コンパクトで買い物しやすい	5人
きれい、新しい	5人
商品などが安いから	3人
昔よりは良くなっているから	2人
不足はない	2人
活用できるスペース等が広いから	2人
静かであるから	2人
その他	5人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

チェーン店が多く、つまらない	3人
飲食街がない、混雑している	2人
マンションが景観を壊している	1人
昔はもっと店舗数があった	1人
その他	1人

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では、「レストラン」を挙げる人が最も多い。付帯施設では「駐輪場」が挙げた。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店	
レストラン	6人
カフェ	4人
居酒屋	1人
町中華の店	1人
八百屋	1人
和食の店	1人
焼き肉屋	1人
フードコートの充実	1人
飲食街、パン屋の充実	1人
屋台	1人

店舗形態	
衣料品店、ファッションなど	3人
映画館	2人
文具店、書店	2人
自転車屋	1人
医薬品の店	1人
その他	2人
付帯施設	
駐輪場	2人
図書館	1人
トイレ	1人
特にない	10人

問7 商店街に対するイメージ

「好意的イメージ」は、「きれい、明るい」が最も多く、回答は分散化している。

「非好意的イメージ」は、具体的な理由を挙げる人は少なかった。

●好意的イメージ

きれい、明るい	11人
静か	4人
コンパクトにそろっている	4人
イベント多め、活気ある感じ	3人
おだやか、のどか	3人
普通である	3人
スペースが広い	3人
ベッタウン、緑多い	1人
治安が良い	1人
その他	7人

●非好意的イメージ

つまらない	1人
ビルの間にあるのがよくない	1人
もう少し栄えてほしい	1人
閑散としている	1人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

「このままで良い」が最も多いが、次いで、真逆の「にぎやかになって欲しい」が多い。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと	
このままで良い	11人
にぎやかになって欲しい	6人
あまりない、特になし	5人
もっとお店が欲しい	4人
バリアフリーにしてほしい	2人
様々なイベントを開催してほしい	2人
公共交通の充実	1人
大規模なショッピングモールが欲しい	1人
その他	8人

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

景観に関する意見が挙げられた。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

その他意見	
きれい、景色が良い	1人

I 商業調査

(3) 京王通り商店会周辺

【ヒアリング（回答）者数 51人】

問1 回答者属性

男女割合は、女性が7割超と圧倒的に多い。

年代別は、70歳以上が3割弱で、60歳代の3割台も加えると6割を超える。

居住地は、市内（商店街周辺）居住者が半数を超えているが、市内（その他）居住者も4割弱と多い。

前回調査と比較すると、市内（商店街周辺）居住者が78.8%から27.8ポイント減少した51.0%となり、市内（その他）居住者は11.5%から27.7ポイント増加した39.2%となり、変化が見られる。

性別		
全 体	男性	女性
51	15	36
100.0%	29.4%	70.6%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
51	2	3	7	8	17	14
100.0%	3.9%	5.9%	13.7%	15.7%	33.3%	27.5%

居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
51	26	20	5
100.0%	51.0%	39.2%	9.8%

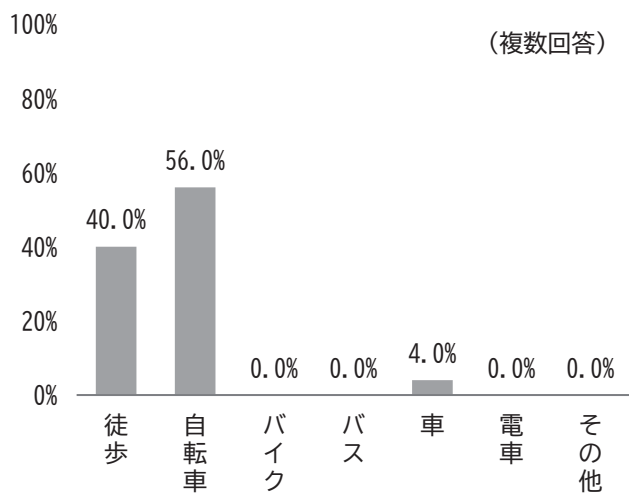
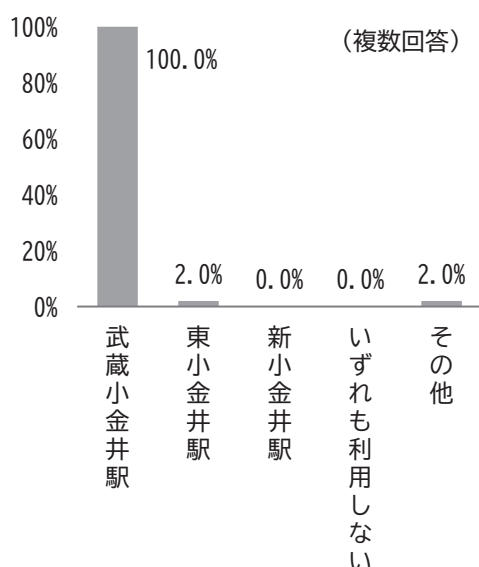
問2 商店街来訪行動

①来訪交通手段

来訪者の全員が「武蔵小金井駅」を利用している。

市内（その他）居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは、半数以上が「自転車」での来訪となっている。また、「徒歩」での来訪者が4割となっている。

前回調査と比較すると「車」での来訪が、36.4%から32.4ポイント減少した4.0%となった。



※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

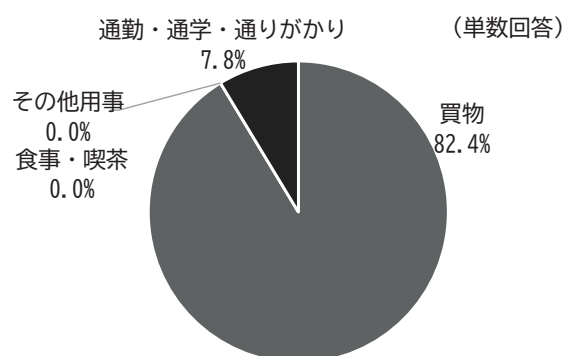
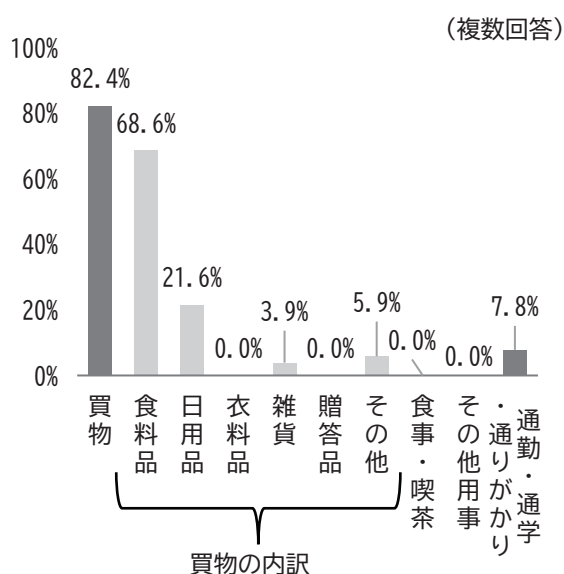
②商店街来訪目的

商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、「買物」が8割以上で、そのうち7割弱が食料品購入となっている。「通勤・通学・通りがかり」は1割を下回っている。多くの人が「買物」目的で、「食料品」をはじめとする日常品の買物で訪れている。

単数回答の中で、1番目の目的は「買物」が全体で8割以上である。

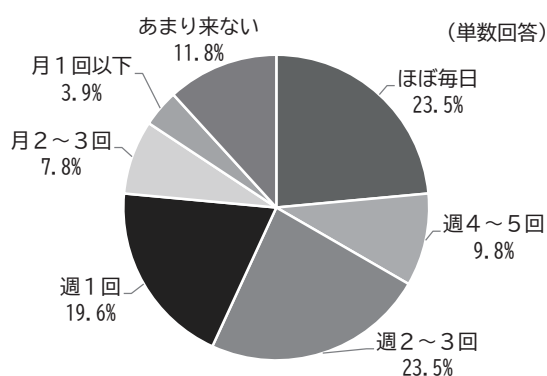
居住地別では、市内（商店街周辺）居住者の約7割が「買物」目的であるのに対し、市外居住者の全員の目的が「買物」である。

時間帯別では1番目の目的として、どの時間帯もほぼ「買物」目的の来訪者が多い。



③商店街来訪頻度

「ほぼ毎日」「週に2～3回」がそれぞれ2割台、「週に1回」が2割弱となっている。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

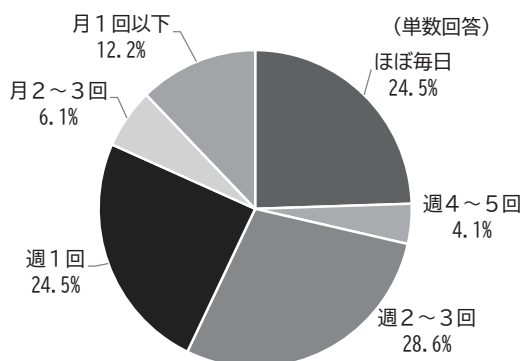
「ダイエー 小金井店イオンフードスタイル」が上位にあるが、「フレッシュさとう」などをはじめ、個人商店も多く挙げられ分散化している。

商店街でよく行くお店

ダイエー 小金井店イオンフードスタイル	21 人
フレッシュさとう	11 人
サンドラック 貫井北店	9 人
菓子の青木屋 小金井店	2 人
しゃぶ葉 小金井本町店	1 人
パン工房 ティアラ	1 人
配食サービス はあとぽっと	1 人
伊勢屋（和菓子）	1 人
その他	2 人

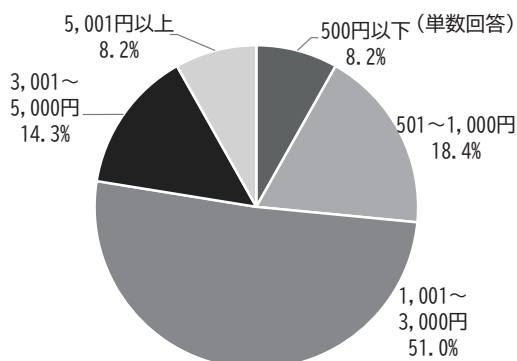
②商店街でよく行く店の利用頻度

「週2～3回」を中心に、「ほぼ毎日」と「週1回」が多くなっている。



③商店街でよく行く店の平均消費額

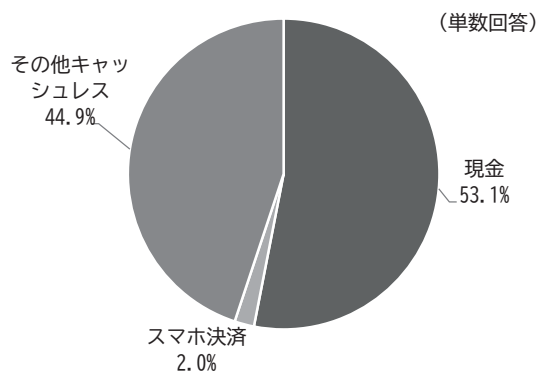
1回当たりの平均消費額は半数の人が「1,001～3,000円」、また2割弱の人が「501～1,000円」となっている。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが半数を超えるが、「その他キャッシュレス」の割合も4割を超えている。

前回調査と比較すると、「現金」が75.0%から21.9ポイント減少し53.1%となり、「その他キャッシュレス」が25.0%から19.9ポイント増加し44.9%となった。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

「近いから」が最も多く、次いで「新鮮だから」が多い。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

近いから	19人
新鮮だから	8人
安いから	7人
美味しいから	4人
100円ショップがあるから	2人
ポイント・クーポンがあるから	2人
品揃えが良い	3人

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

「イトーヨーカドー 武蔵小金井店」が最も多く、「オーケー 小金井店」、「MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店」なども多く挙げられ、分散化している。

商店街周辺でよく行くお店

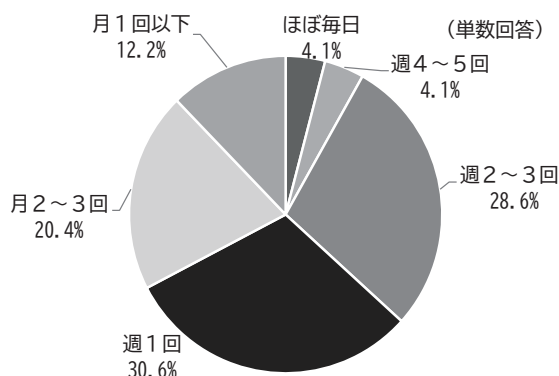
イトーヨーカドー 武蔵小金井店	23人
オーケー 小金井店	6人
MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店	5人
ソコラ 武蔵小金井クロス店	2人
三浦屋 武蔵小金井店	2人

いなげや 小金井本町店	1人
うなぎ美登里	1人
オリンピック 小金井店	1人
その他	6人

I 商業調査

②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

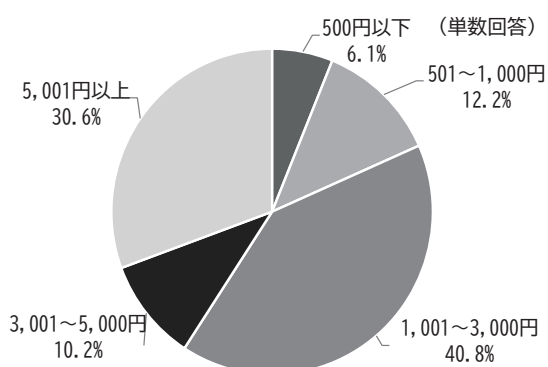
「週1回」が3割台、「週2～3回」も3割弱となり、これらを合わせると「週1回」以上で6割近い。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当たりの消費額は、「1,001～3,000円」が4割と多く、「5,001円」以上が3割超えとなっている。

前回調査と比較すると、「5,000円以上」が0.0%であったのに対し、今回は30.6%まで大幅に増加している。



④商店街周辺でよく行く店の利用理由

「品揃えがいいから」が、圧倒的に多い。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

品揃えがいいから	20人
安いから	8人
食料など新鮮である	3人
駅から近いから	4人
美味しいから	1人
バスで行けるから	1人
子ども連れで行けるから	1人
電車に乗るついで	1人
買物しやすい、入りやすい	1人

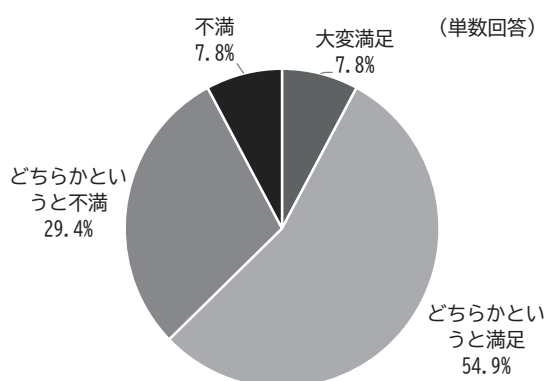
問5 商店街の満足度とその理由

①商店街に対する満足度

「大変満足」は1割弱で、「どちらかという満足」の5割を合わせると6割以上の方が満足しているが、一方「不満」「どちらかという不満」を合わせると4割弱となるため、どちらかという「満足」「不満」は均衡していると言える。

満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）について、年代別では、70歳以上の満足度が高く、次いで60歳代の満足度が高い。

時間帯別では、13時～14時における来訪者の満足度が高い。



②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由として、「一通り品物が揃っている」が最も多く、次いで「安いものが買える」が多い。

「どちらかという不満」「不満」の理由として、「店舗が少ない」が最も多く、次いで「さみしい」が多い。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

一通り品物が揃っている	9人
安いものが買える	4人
近い、行きやすい	2人
ポイントが使える	1人
駐車場がある	1人
道が広い	1人
その他	3人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

店舗が少ない	9人
さみしい	3人
銀行がなくなり不便	2人
活気がない	2人
値段が上がった	1人
昔の方が良かった	1人
個性的な専門店がなくなった	1人
商店街に感じない	1人

I 商業調査

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では、「ファミレス」が最も多く、店舗形態では「スーパー」が最も多い。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店	
ファミレス	11人
カフェ	4人
おかし、パン屋などの専門店	1人
その他	3人
付帯施設	
公園	1人
特になし	15人

店舗形態	
スーパー	3人
本屋	2人
ホームセンター	2人
子どもが遊んだりできる場所	2人
衣料品	2人
コンビニ	1人
豆腐屋	1人
精肉店	1人
鮮魚店	1人

問7 商店街に対するイメージ

「好意的イメージ」は、「いろんな店があり、便利」が最も多い。

「非好意的イメージ」は、分散化しており、その中でも「さみしい」が圧倒的に多い。

●好意的イメージ

いろんな店があり、便利	4人
明るい	2人
しずか	2人
ゆったりしている	1人
都営住宅がきれいになってよい	1人
その他	3人

●非好意的イメージ

さみしい	14人
暗い	3人
閑散としている	3人
さびれている	3人
活気がない	2人
道が狭い、車の交通量が多い	1人
その他	10人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

「店舗が増え、賑やかになって欲しい」が最も多く、その他には「このままで良い」、「個人店が増えてほしい」、「カフェを増やしてほしい」などが挙がった。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと	
店舗が増え、賑やかになって欲しい	15人
このままで良い	6人
個人店が増えてほしい	4人
カフェを増やしてほしい	3人
イベントなど開催し、PRが必要	3人
街路樹、公園の整備をしてほしい	1人
スーパーを増やしてほしい	1人
バリアフリー化	1人
駐車場の増設	1人
その他	9人

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

店舗の撤退に対する意見が寄せられた。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

その他意見	
駅北口は、西友が無くなり残念	1人

I 商業調査

(4) 東小金井駅北口周辺

【ヒアリング（回答）者数 50人】

問1 回答者属性

男女割合は、女性が7割超と圧倒的に多い。

年代は、70歳以上が2割半ばで、60歳代、50歳代も加えると半数を超える。

居住地は、市内（商店街周辺）居住者が6割を超え、市内（その他）居住者が2割台、市外居住者は1割台と少ない。

前回調査と比較すると、30歳代が28.8%から24.8ポイント減少し、4.0%となっている。

性別		
全 体	男性	女性
50	14	36
100.0%	28.0%	72.0%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
50	14	2	6	8	7	13
100.0%	28.0%	4.0%	12.0%	16.0%	14.0%	26.0%

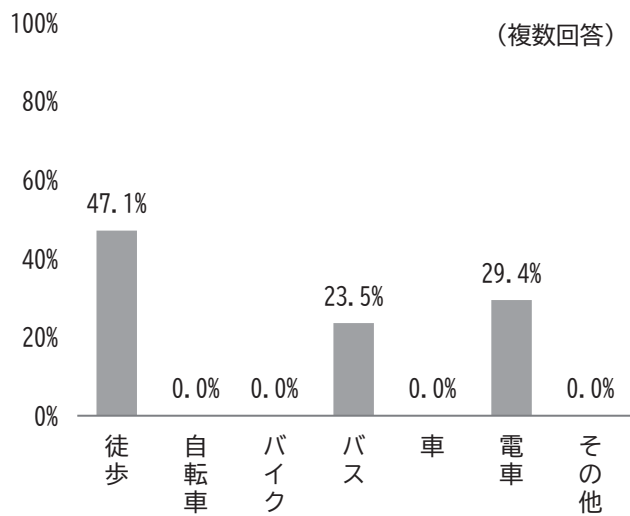
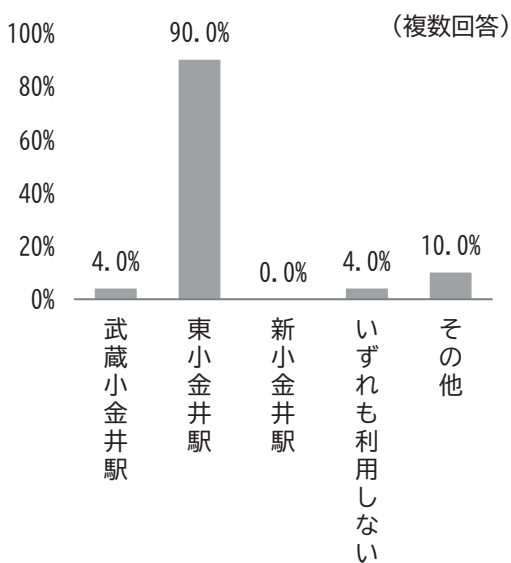
居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
50	33	12	5
100.0%	66.0%	24.0%	10.0%

問2 商店街来訪行動

①来訪交通手段

来訪者の9割が「東小金井駅」を利用しており、「武蔵小金井駅」利用者は1割に満たない。

市内（その他）居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは比較的分散化しており、その中でも「徒歩」が5割弱で最も多い。「電車」の利用者は3割弱である。



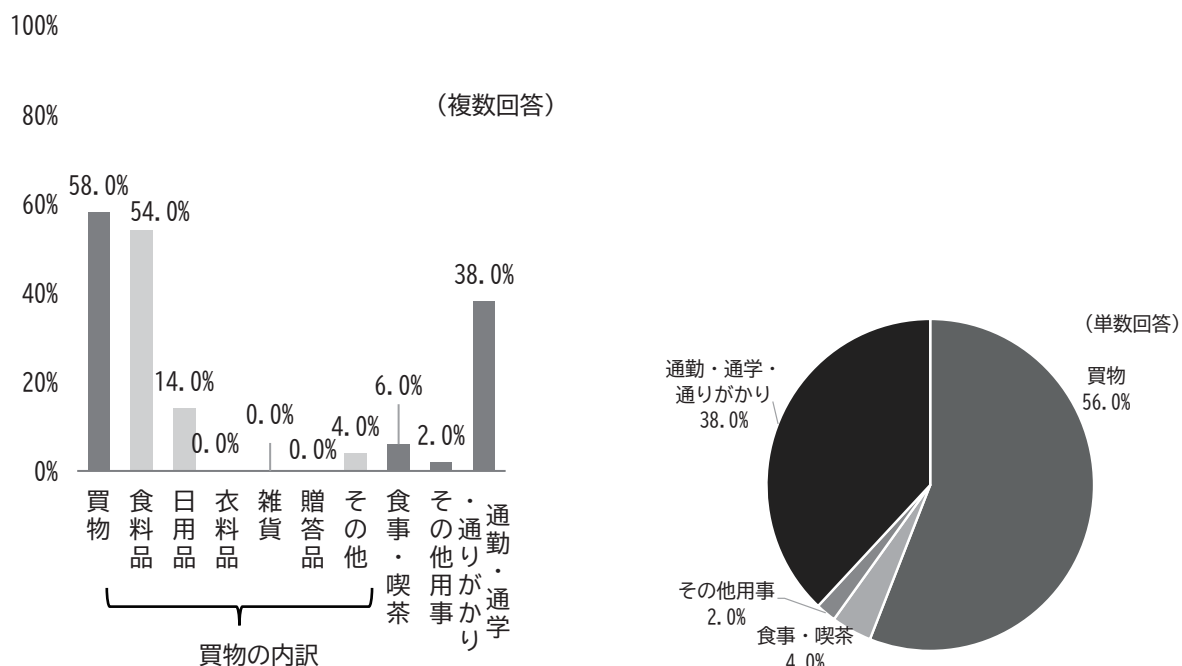
※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

②商店街来訪目的

商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、「買物」が6割弱で、その内5割超が食料品購入となっている。「通勤・通学・通りがかり」は4割弱と多く、「食事・喫茶」と「その他用事」はそれぞれ1割に満たない。

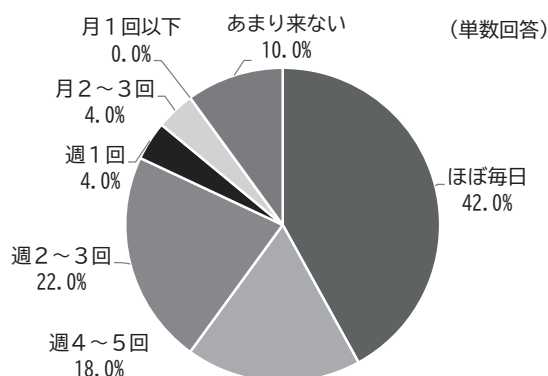
単数回答の中で、1番目の目的は「買物」は全体で6割弱、市内（商店街周辺）居住者の目的は「買物」が6割超となっている。

時間帯別では、1番目の目的として、12時～13時は「通勤・通学・通りがかり」が多いが、16時～17時の来訪者は6割超が「買物」が目的である。



③商店街来訪頻度

「ほぼ毎日」が4割を超え、「週4～5回」の2割弱を合わせると、6割の人が週4回以上来訪している。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

「マルエツ 東小金井北口店」が圧倒的に多い。

商店街でよく行くお店

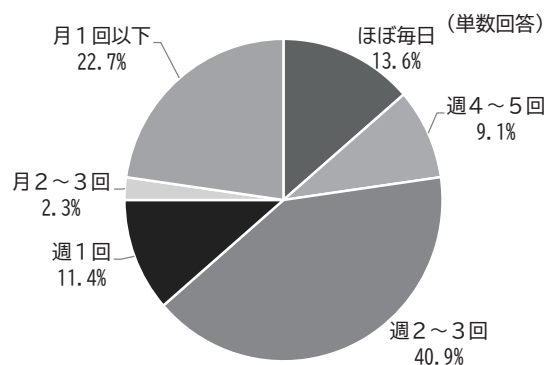
マルエツ 東小金井北口店	20 人
地産マルシェ 東小金井店	4 人
トモズ 東小金井店	4 人
クジラ食堂 nonowa 東小金井店	2 人
コメダ珈琲店 東小金井店	2 人

吉野家 東小金井駅前店	2 人
成城石井 nonowa 東小金井店	2 人
マツモトキヨシ nonowa 東小金井店	1 人
その他	10 人

②商店街でよく行く店の利用頻度

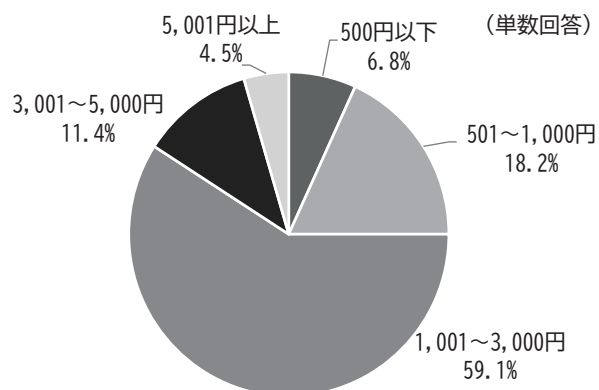
「週2～3回」が4割超で最も多く、「月1回以下」は2割台、「ほぼ毎日」は1割台である。

前回調査と比較すると、「月1回以下」が5.8%から16.9ポイント増加し、22.7%となっている。



③商店街でよく行く店の平均消費額

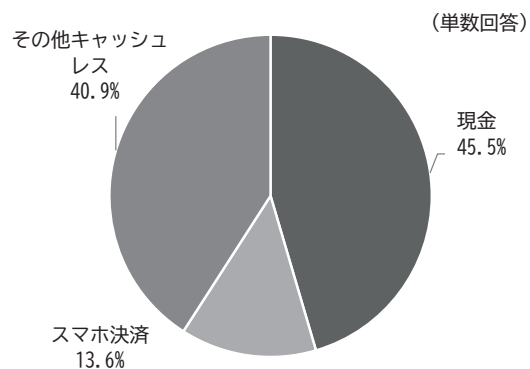
1回当たりの平均消費額は「1,001～3,000円」が6割弱で最も多く、次いで「501～1,000円」の2割弱となっている。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが4割半ば、「その他キャッシュレス」が4割となっており、「スマホ決済」は1割台と少ない。

前回調査と比較すると、「スマホ決済」が1.9%から11.7ポイント増加し13.6%となっている。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

理由は分散化しており、「近いから」が最も多く、「通り道だから」、「買物しやすい」、「おいしいから」、「品揃えがいい」などが挙げられた。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

近いから	19人
通り道だから	6人
買物しやすい	5人
おいしいから	3人
品揃えがいい	3人
新鮮だから	2人
安いから	1人
ゆっくりできる	1人
気軽に入れる	1人
使いやすい	1人
配達してくれるから	1人

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

1つの店に集中することなく、分散化している。その中でも、「オーケー 小金井店」、「イトーヨーカドー 武蔵小金井店」が挙げられることが多い。

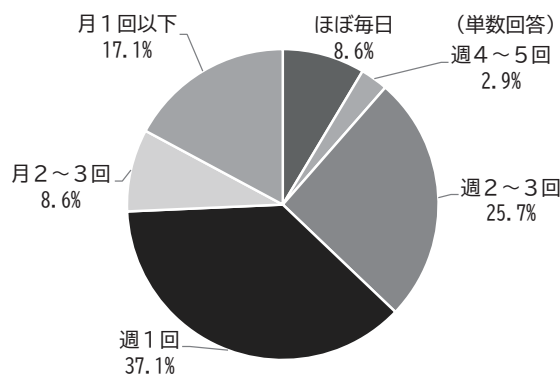
商店街周辺でよく行くお店

オーケー 小金井店	6人
イトーヨーカドー 武蔵小金井店	6人
ピーコック 東小金井店	5人
いなげや 小金井東町店	1人
中国料理 ゲンキ食堂	1人
Sofar ソファ（焼き菓子店）	1人
MEGA ドン・キホーテ 武蔵小金井駅前店	1人
とんから亭 東小金井店	1人

ニュー・クイック nonowa 東小金井店	1人
Foodway ソコラ武蔵小金井クロス店	1人
魚べい 東小金井店	1人
らぁ麺 玉椿	1人
三浦屋 武蔵小金井店	1人
武蔵家 東小金井店	1人
中華料理 宝華	1人
その他	4人

②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

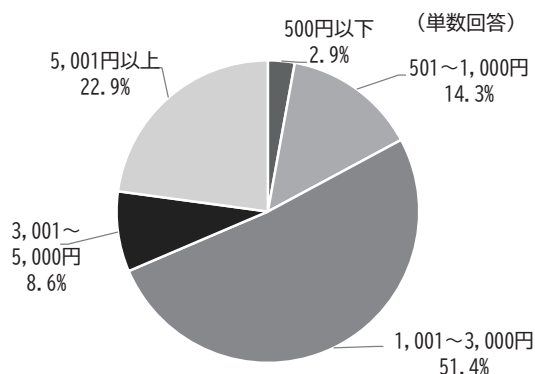
「週1回」が4割弱で最も多く、「週2～3回」の2割台と合わせると、週1回以上の来訪者が6割を超える。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当たりの消費額は、「1,001～3,000円」が半数を超える。次いで「5,001円」以上が2割台となっている。

前回調査と比較すると「501～1,000円」が33.3%から19ポイント減少し14.3%となっている。



④商店街周辺でよく行く店の利用理由

理由は分散化しており、「品揃えがいいから」が最も多く、次いで「安いから」が挙がった。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

品揃えがいいから	9 人
安いから	8 人
近いから	4 人
美味しいから	2 人
100 円ショップがあるから	2 人
品質が良いから	2 人
行きやすいため	2 人
駐車場があるから	1 人
その他	4 人

問5 商店街の満足度とその理由

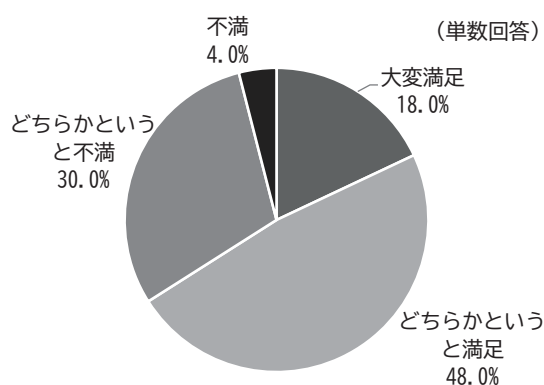
①商店街に対する満足度

「大変満足」は2割弱で、「どちらかという満足」の5割弱を合わせると6割以上の人が満足している。一方、「不満」「どちらかという不満」を合わせると3人に1人が不満と答えている。

満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）は、市内（商店街周辺）が非常に高い。

年代別では、18歳～29歳までの満足度が最も高く、次いで70歳以上の満足度が高い。

時間帯別では、16時～17時の来訪者の満足度が最も高く、次いで14時～15時の来訪者の満足度が高い。



I 商業調査

②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由は、「色々な店が揃っている」が最も多い。

「どちらかという不満」「不満」の理由は分散化しており、「商店街らしくない」が最も多く、次いで「大型スーパーがない」が挙げられた。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

色々な店が揃っている	10人
生活しやすい	3人
良い所・環境だと思う	3人
駅から近い、会社・学校に近い	2人
安くて便利	1人
人が多すぎない	1人
静か	1人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

商店街らしくない	5人
大型スーパーがない	3人
活気がない	2人
飲食店が少ない	2人
バスが使いにくい	2人
品揃えが悪い	2人
暗い、緑が少ない	1人
少し住みにくい	1人
その他	4人

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では「カフェ、レストラン」が最も多い。店舗形態では「衣料品のお店」が最も多く、次いで「文具、書店」が挙げられた。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店	
カフェ、レストラン	5人
チェーン店の飲食店	4人
ファミレス	1人
弁当屋	1人
和食の定食屋	1人
ラーメン以外のお店	1人
付帯施設	
図書館	3人
駅前に緑地	2人
娯楽施設、カラオケ、ボーリング	2人
駐車場	1人

店舗形態	
衣料品のお店	4人
文具、書店	3人
スーパー	3人
生鮮品の販売店	2人
コンビニ	1人
100円ショップ	1人
生花店	1人
大規模ショッピングモール	1人
特にない	6人

問7 商店街に対するイメージ

好意的イメージは分散化しており、「静か」が最も多く、次いで「人でにぎわっている」が多い。
非好意的イメージは、「さみしい」が最も多く、次いで「静かな反面、不便」が多い。

●好意的イメージ

静か	7人
人でにぎわっている	4人
ちょうどよい、落ち着いている	3人
広々としている	2人
少し良くなった	2人
昔より発展している	2人
明るい	1人
きれい、大学がある	1人
住みやすい	1人

●非好意的イメージ

さみしい	9人
静かな反面、不便	2人
活気がない	2人
暗い	1人
店舗がまばら	1人
その他	7人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

様々な意見が挙がり、「このままでよい」が最も多く、「にぎやかになってほしい」、「店舗ができてほしい」、「みんなに愛され続ける場所」などが挙がった。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと		ショッピングモール等の出店	1人
このままでよい	7人	活気が欲しい	1人
にぎやかになってほしい	5人	祭りがあったらうれしい	1人
店舗ができてほしい	3人	公共施設が増えて欲しい	1人
みんなに愛され続ける場所	3人	駐車場が欲しい	1人
緑を増やす	2人	その他	9人
フラットと立ち寄れる場所が欲しい	2人		

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

バリアフリー化に関する意見なども挙がった。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

その他意見	
道路幅などバリアフリー化	2人
足が悪い人のための公共交通の整備	1人
自転車のマナーの徹底	1人
人が集う場所があったほうがいい	1人
魅力のある店が欲しい	1人

I 商業調査

(5) 東小金井駅南口周辺

【ヒアリング（回答）者数 50人】

問1 回答者属性

男女割合は、女性が5割台と若干男性を上回る。

年代は、70歳以上が2割半ばで、60歳代も加えると半数を超える。

来訪者の6割以上が市内（商店街周辺）居住者で、市外居住者が2割超、市内（その他）居住者が1割となっている。

前回調査と比較すると、40歳代が19.2%から17.2ポイント減少し2.0%となった。

性別		
全 体	男性	女性
50	22	28
100.0%	44.0%	56.0%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
50	9	3	1	12	12	13
100.0%	18.0%	6.0%	2.0%	24.0%	24.0%	26.0%

居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
50	33	5	12
100.0%	66.0%	10.0%	24.0%

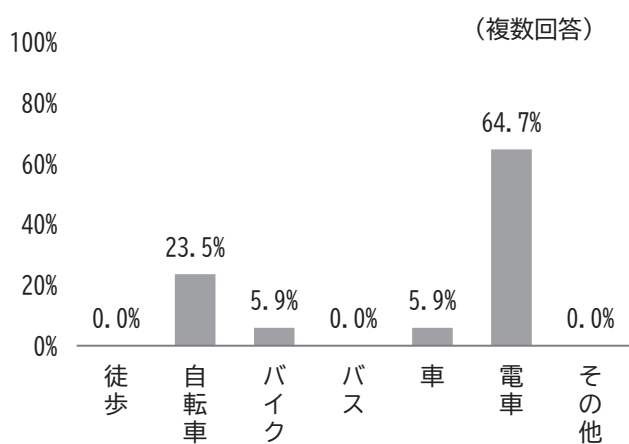
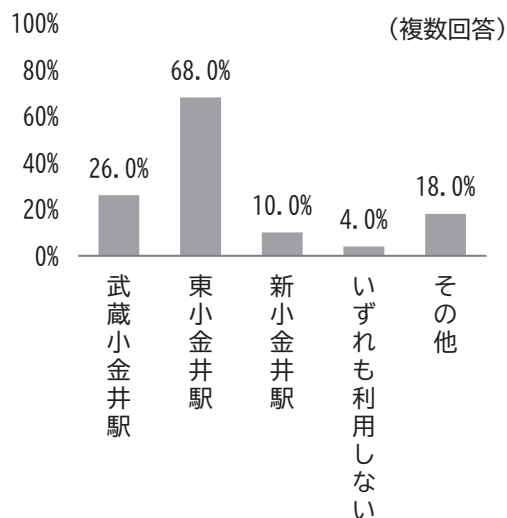
問2 商店街来訪行動

①来訪交通手段

「東小金井駅」の利用者が7割近くおり、「武蔵小金井駅」も2割半ばの利用がみられる。

市内（その他）居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは、「電車」が6割超で最も多く、「自転車」が2割台である。

前回調査と比較すると、「電車」が15.8%から48.9ポイント大幅に増加し64.7%となった。



※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

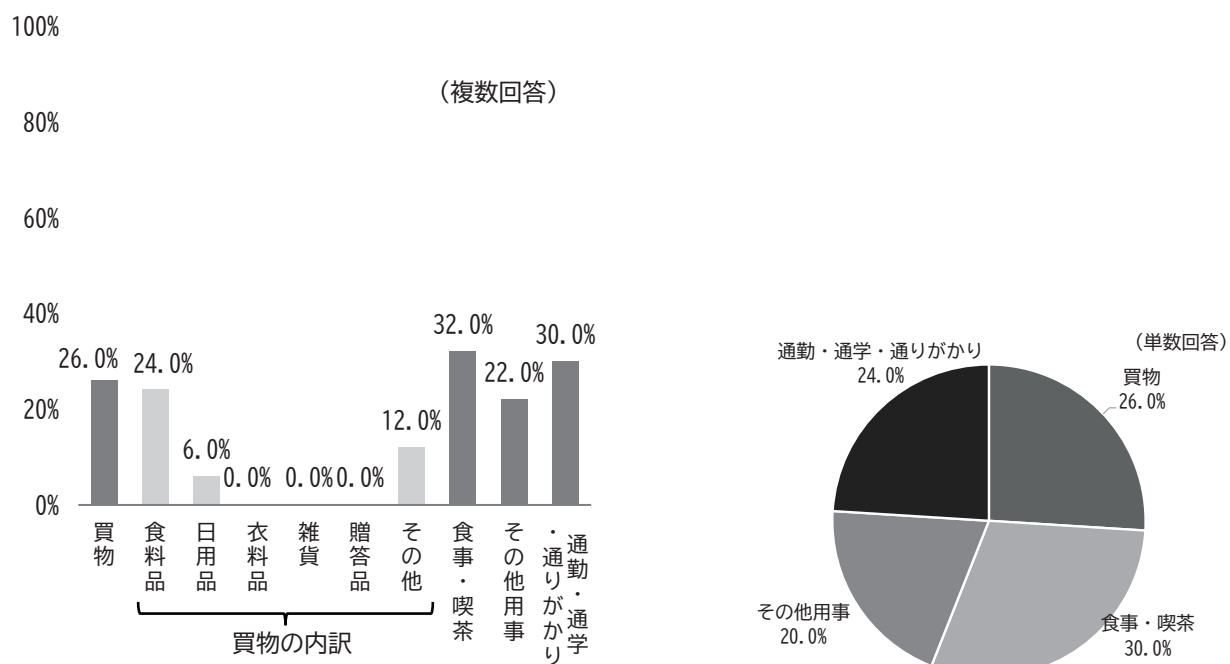
②商店街来訪目的

商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、目的が分散化している。「買物」は3割を下回り、「食事・喫茶」「通勤・通学・通りがかり」が3割を超えて「買物」より多い割合となっている。

単数回答の中で、1番目の目的は、「食事・喫茶」で3割であるが、「買物」「通勤・通学・通りがかり」「その他用事」がそれぞれ2割台であり、その差は小さい。

居住地別では、市内（商店街周辺）居住者の4割弱が「買物」目的で、市外居住者は「買物」目的の利用者はおらず、半数は「その他用事」が目的である。

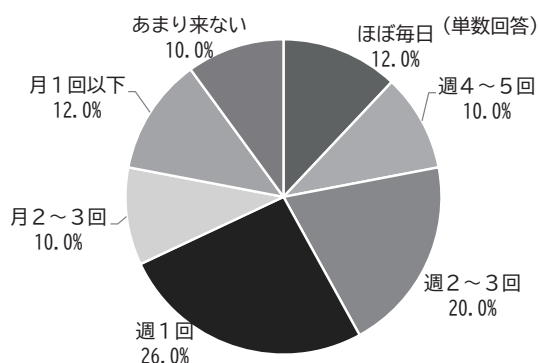
時間帯別では1番目の目的として、「買物」が多いのは、16時～17時の来訪者である。



③商店街来訪頻度

「週1回」「週2～3回」が2割程度、「週4～5回」「月2～3回」が1割と分かれ、分散化している。

前回調査と比較すると、「ほぼ毎日」が50.0%から38ポイント大幅に減少し12.0%となった。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

「武蔵屋 東小金井店」「ぎょうざの満州 東小金井南口店」など飲食店が上位にあるが、多種多様なお店に分散化している。

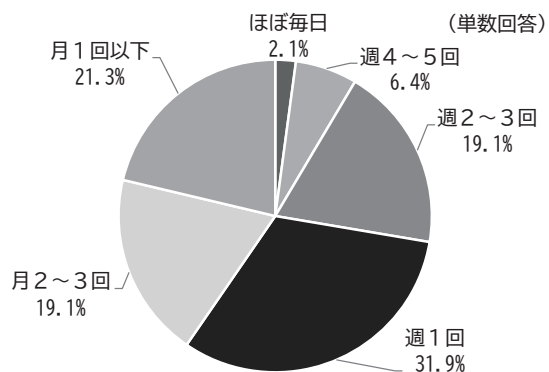
商店街でよく行くお店

武蔵屋 東小金井店	9人
ぎょうざの満州 東小金井南口店	9人
まいばすけっと 東小金井駅前店	4人
さぼてん 東小金井南口店	2人
東小 おむすび さんかく	2人
サイのツノ（カレー）	1人
スターバックスコーヒー nonowa 東小金井店	1人
CoCo 壱番屋 JR 東小金井南口店	1人
リトルマーメイド 東小金井店	1人

クジラ食堂 nonowa 東小金井店	1人
モスバーガー 東小金井南口店	1人
らーめん 関口	1人
九州屋 nonowa 東小金井店	1人
酒の佐藤酒店	1人
成城石井 nonowa 東小金井店	1人
中華料理 宝華	1人
その他	12人

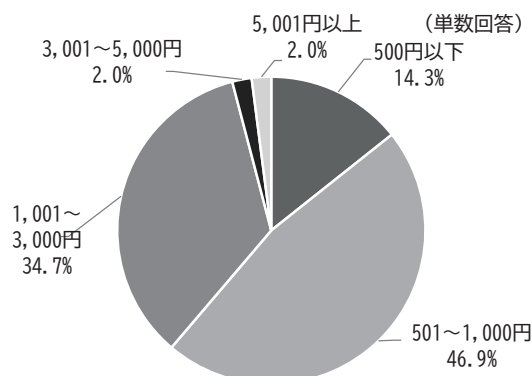
②商店街でよく行く店の利用頻度

「週1回」の3割台を中心に「週2～3回」と「月2～3回」が多くなっている。



③商店街でよく行く店の平均消費額

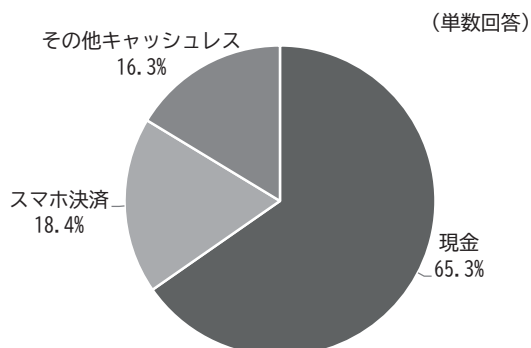
1回当たりの消費額は、5割近くの人が「501～1,000円」、また3割台の人が「1,001～3,000円」となっている。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが6割を超え、「スマホ決済」と「その他キャッシュレス」がそれぞれ1割台である。

前回調査と比較すると、「現金」が82.7%から17.4ポイント減少し65.3%となった。「スマホ決済」は5.8%から12.6ポイント増加し18.4%となった。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

「美味しいから」が最も多く、次いで「近いから」、「必要なものを買うことができる」が多い。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

美味しいから	23人
近いから	4人
必要なものを買うことができる	4人
テイクアウトができるから	3人
通り道だから	2人
品揃えがいい	2人
その他	8人

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

「ピーコックストア 東小金井店」「イトーヨーカドー 武蔵小金井店」などが上位に挙げられるが、個人商店も多く挙げられ分散化している。

商店街周辺でよく行くお店

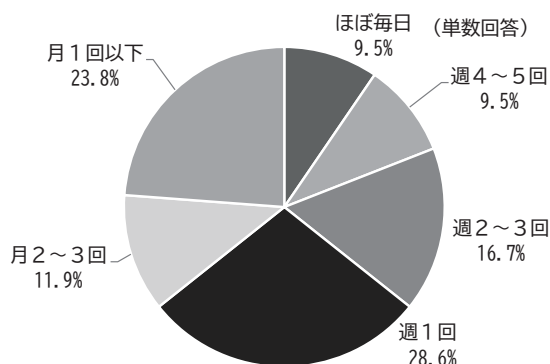
ピーコックストア 東小金井店	7人
イトーヨーカドー 武蔵小金井店	4人
いなげや 小金井東町店	4人
キッチン 男の晩ごはん 東小金井店	4人
オーケー 小金井店	3人
マルエツ 東小金井北口店	2人

地産マルシェ 東小金井店	2人
グレース 東小金井店	1人
とんから亭 東小金井店	1人
吉野家 東小金井駅前店	1人
その他	12人

I 商業調査

②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

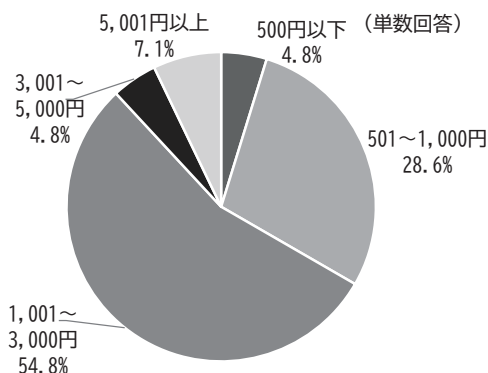
「週1回」の3割弱を中心に「月1回以下」の2割強と「週2～3回」2割弱が多くなっている。
前回調査と比較すると、「月1回以下」が7.3%から16.5ポイント増加し23.8%となった。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当たりの消費額は、「1,001～3,000円」が半数を超え多く、「501～1,000円」が3割近くとなっている。

前回調査と比較すると、「3,001～5,000円」が22.0%から17.2ポイント減少し4.8%となった。



④商店街周辺でよく行く店の利用理由

「品揃えがいいから」が最も多く、次いで「美味しいから」が多い。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

品揃えがいいから	17人
美味しいから	5人
買い物ができるから	5人
近いから	4人
まとめ買いができるから	2人
品物等が安いから	2人
駐車場があるから	1人
その他	3人

問5 商店街の満足度とその理由

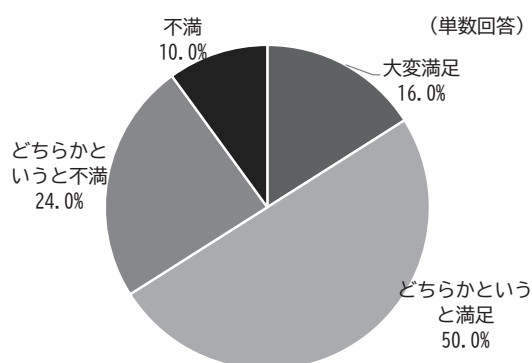
①商店街に対する満足度

「大変満足」は1割台で、「どちらかという満足」の5割を合わせると6割以上の人が満足しているが、一方「不満」「どちらかという不満」を合わせると約3人に1人が不満と答えている。

満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）は、市内（商店街周辺）居住者の中では、半数を超える。

年代別では、50歳代と60歳代の満足度が最も高く、次いで18歳～29歳の満足度が高い。

時間帯別では、15時～16時の来訪者の満足度が最も高く、次いで16時～17時の来訪者の満足度が高い。



②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由は、「特に不自由していない」が最も多く、次いで「色々な店が沢山ある」が多い。

「どちらかという不満」「不満」の理由は、「店舗が少ない」が最も多い。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

特に不自由していない	7人
色々な店が沢山ある	6人
美味しいお店がある	5人
品揃えがよい	2人
こじんまりしてよい	2人
1つのエリアにお店がまとまっている	1人
楽しそう、便利	1人
その他	5人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

店舗が少ない	8人
さみしい	3人
何もない	3人
飲食店の種類が少ない	2人
入れ替わりが激しい	1人
まとまりがない	1人
キャッシュレスが少ない	1人

I 商業調査

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では、「ファミレス」が最も多く、次いで「カフェ」が多い。店舗形態では、「書店」と「スーパー」が最も多く、次いで「雑貨屋」と「惣菜店」が多い。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店	
ファミレス	6人
カフェ	4人
パン屋	2人
ケーキ屋	1人
洋食屋	1人
和食屋	1人
焼肉店	1人
定食屋	1人
その他	8人
付帯施設	
漫画喫茶など娯楽施設	1人

店舗形態	
書店	4人
スーパー	4人
雑貨屋	3人
惣菜店	3人
衣料品	2人
生花店	2人
くつ屋	1人
眼鏡屋	1人
特にない	8人

問7 商店街に対するイメージ

好意的イメージは、「人がいて賑わっている」が最も多く、次いで「昔ながら」が多い。

非好意的イメージは、「さみしい」が最も多く、その他には「人の賑わいや店が少ない」、「活気がない」、「地味」などが挙げられた。

●好意的イメージ

人がいて賑わっている	6人
昔ながら	3人
静か	3人
やさしい、ゆったり、のんびり	2人
子どもが多い	2人
アットホーム	2人
その他	3人

●非好意的イメージ

さみしい	6人
人の賑わいや店が少ない	5人
活気がない	4人
地味	3人
暗い	2人
何もない	2人
道が狭い	2人
古臭い	1人
その他	2人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

「もう少しお店が欲しい」が最も多く、次いで「活気が出てほしい」が多い。また、「道が狭く、整備が必要」、「現状維持、変わらないでほしい」など様々な意見が挙がった。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと	
もう少しお店が欲しい	11人
活気が出てほしい	10人
道が狭く、整備が必要	6人
現状維持、変わらないでほしい	5人
賑わいが欲しい	4人
個人店が廃れないでほしい	2人
キャッシュレスの普及	1人
その他	5人

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

店舗誘致に関する意見や、コミュニティバスに関する意見が挙がった。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

その他意見	
小さい店舗、カフェなどがない	1人
大きな会社が市内にあまりない	1人
コミュニティバスが来なくなった	1人
武蔵境駅周辺の方が、賑やかである	1人
交通規制の必要性の検討	1人

I 商業調査

(6) 新小金井駅西口周辺

【ヒアリング（回答）者数 54人】

問1 回答者属性

男女割合は、ほぼ同等であり若干女性が上回る。

年代は、70歳以上が3割超で、60歳代も加えると半数を超える。

居住地は、来訪者のほぼ8割近くが市内（商店街周辺）居住者である。

前回調査と比較すると、30歳代が19.6%から14ポイント減少し5.6%となった。

性別		
全 体	男性	女性
54	25	29
100.0%	46.3%	53.7%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
54	3	3	12	5	13	18
100.0%	5.6%	5.6%	22.2%	9.3%	24.1%	33.3%

居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
54	43	10	1
100.0%	79.6%	18.5%	1.9%

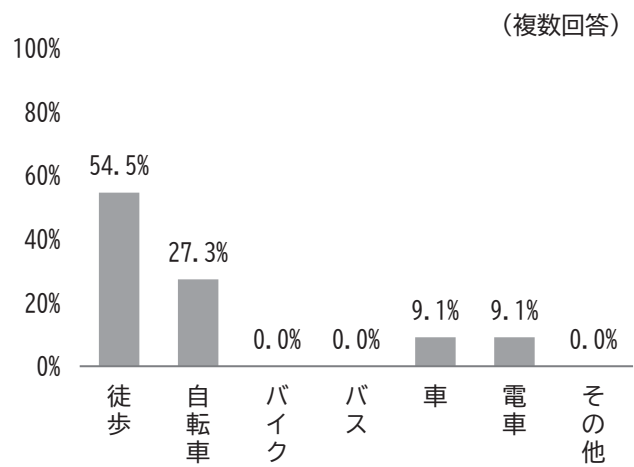
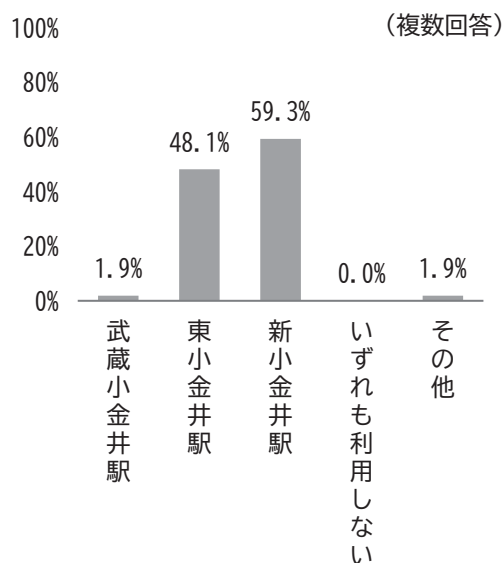
問2 商店街来訪行動

①来訪交通手段

来訪者の6割近くが「新小金井駅」を利用し、「東小金井駅」利用者も5割弱と多い。

市内（その他）居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは、「徒歩」が半数を超え、「自転車」が3割弱の利用となっている。

前回調査と比較すると、「東小金井駅」利用者が87.0%から38.9ポイント大幅に減少し48.1%となった。



※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

②商店街来訪目的

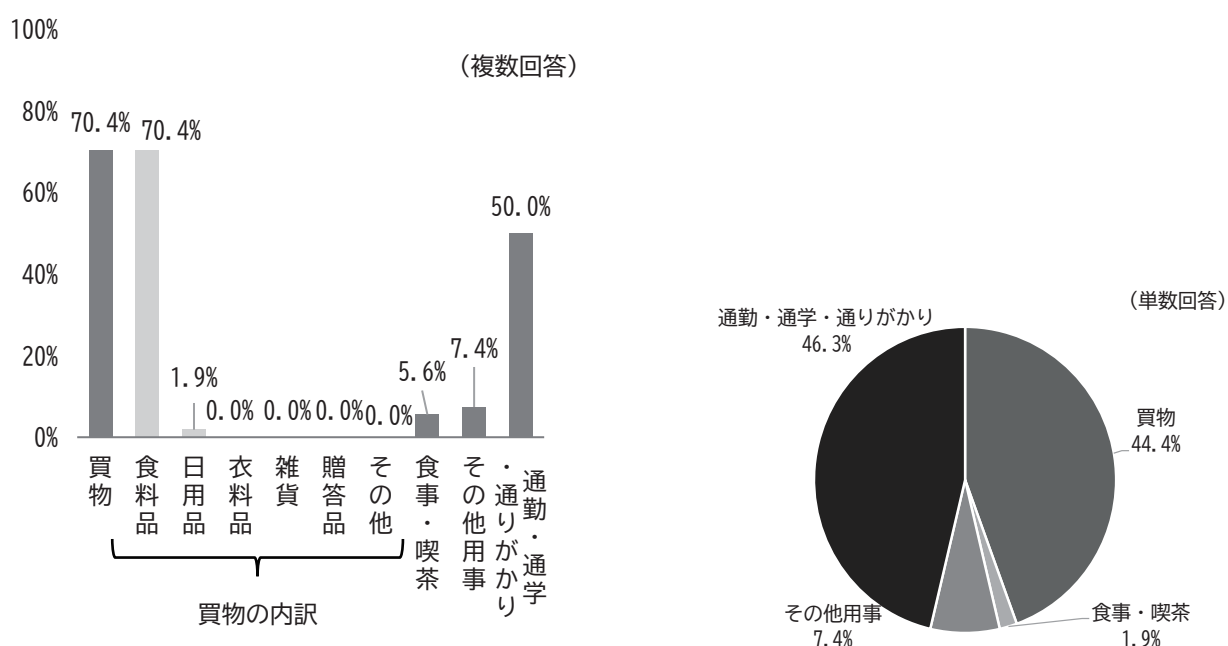
商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、「買物」が7割以上で、そのうち7割以上が「食料品」購入となっている。次いで「通勤・通学・通りがかり」は5割と多く、「その他用事」と「食事・喫茶」は1割に満たない。

単数回答の中で、1番目の目的は、「通勤・通学・通りがかり」が5割弱、「買物」が4割超となっている。

居住地別では、市内（商店街周辺）居住者の5割弱が「買物」目的である。

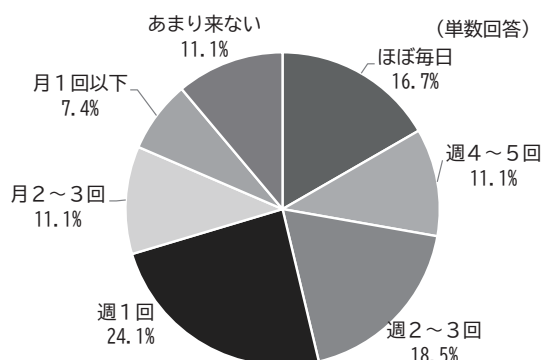
時間帯別では1番目の目的として、「買物」が多いのは、15時～16時の来訪者である。

前回調査と比較すると、単数回答の「通勤・通学・通りがかり」目的が、21.7%から24.6ポイント大幅に増加し、46.3%となった。



③商店街来訪頻度

「週1回」が2割台、「週2～3回」「ほぼ毎日」「週4～5回」「月2～3回」が1割台となり、比較的分散化している。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

大部分が個人商店で、その中でも惣菜店の「フレッシュミート コイデ」が最も多い。

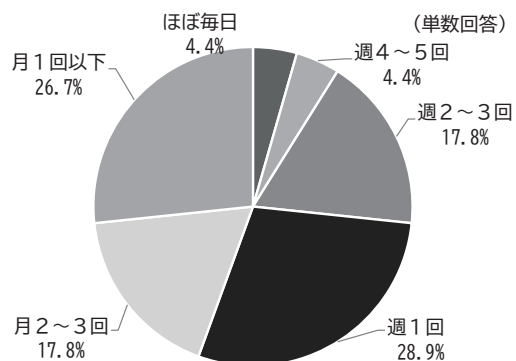
商店街でよく行くお店

フレッシュミート コイデ	15 人
さかなの魚孝	8 人
尾花屋（古本）	1 人

亀屋本店（和菓子）	1 人
その他	18 人

②商店街でよく行く店の利用頻度

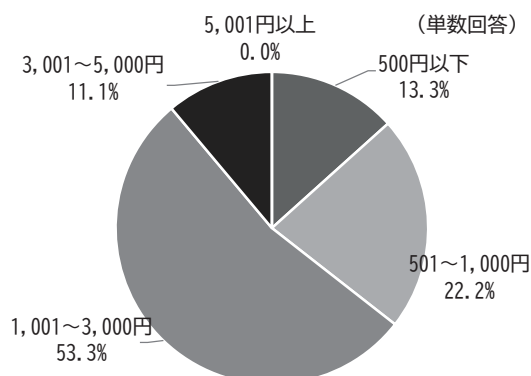
「月1回以下」が3割弱、「月2～3回」が2割弱で、利用頻度はそれほど多くはない。



③商店街でよく行く店の平均消費額

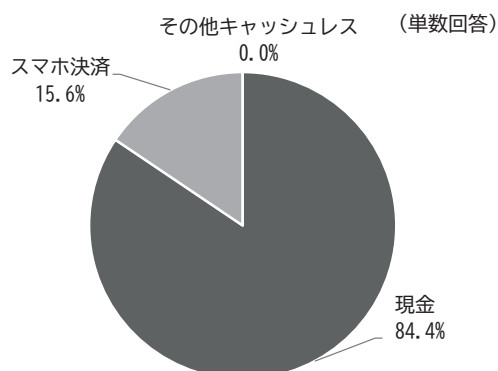
1回当たりの平均消費額は「1,001～3,000円」が半数以上で、「501～1,000円」が2割超となっている。

前回調査と比較すると、「1,001～3,000円」が13.0%から40.3ポイント大幅に増加し53.3%となった。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが8割を超え、「スマホ決済」が1割台、「その他キャッシュレス」の利用はなかった。
 前回調査と比較すると、前はすべての人が「現金」支払いであったが、今回は前回 0.0%であった「スマホ決済」が15.6%に大幅に増加している。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

「美味しいから」が最も多く、次いで「近いから」が多い。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

美味しいから	20 人
近いから	10 人
帰り道だから	7 人
新鮮だから	3 人
品揃えがいいから	2 人
その他	3 人

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

「いなげや 小金井東町店」や「イトーヨーカドー 武蔵小金井店」などが挙げられた。

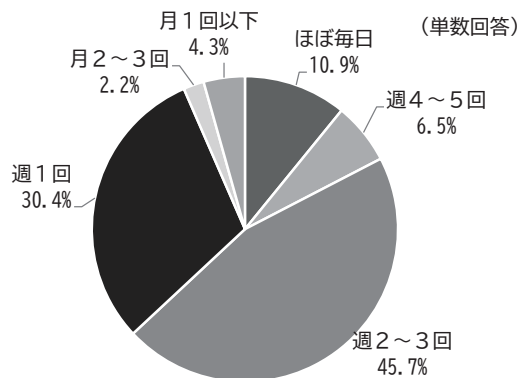
商店街周辺でよく行くお店

いなげや 小金井東町店	27 人
イトーヨーカドー 武蔵小金井店	6 人
ピーコックストア 東小金井店	4 人
マルエツ 東小金井北口店	1 人
オーケー 小金井店	1 人
九州屋 nonowa 東小金井店	1 人
その他	11 人

I 商業調査

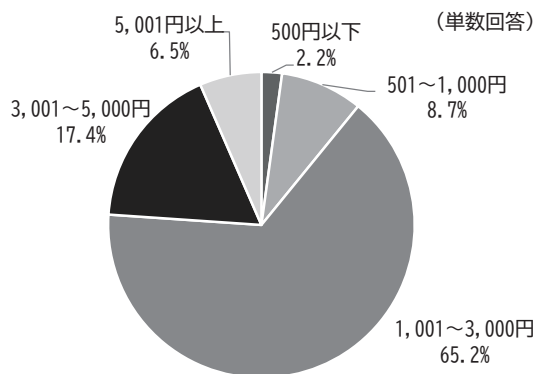
②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

「週2～3回」が4割超で最も多い。「週1回」の約3割と合わせると、来訪者は7割を超える。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当りの消費額は、6割超の人が「1,001～3,000円」、2割弱の人が「3,001～5,000円」となっている。



④商店街でよく行く店の利用理由

「品揃えがいいから」が最も多く、次いで「食事、買物ができるから」が多い。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

品揃えがいいから	25人
食事、買物ができるから	6人
駅から近いから	4人
通り道だから	3人
新鮮だから	2人
便利だから	2人
品揃えがいい	1人
安いから	1人

問5 商店街の満足度とその理由

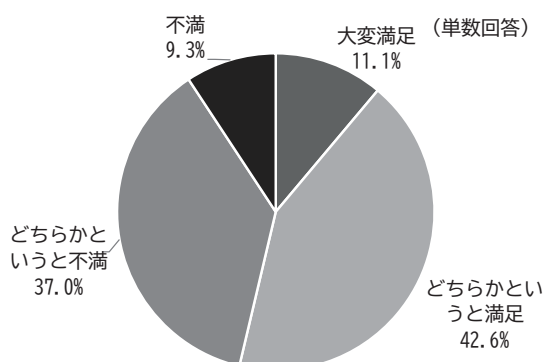
①商店街に対する満足度

「大変満足」は1割台で、「どちらかという満足」の4割台を合わせると半数以上の人が満足しているが、一方「不満」「どちらかという不満」を合わせると4割を超える。

満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）は、市内（商店街周辺）居住者が7割を超える。

年代別では、40歳代の満足度が最も高く、次いで70歳以上の満足度が高い。

時間帯別では、14時～15時の来訪者の満足度が最も高く、次いで12時～13時と15時～16時の来訪者の満足度が高い。



②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由として、「普通である」が最も多く、次いで「店の質が良い」が多い。

「どちらかという不満」「不満」の理由として、「もう少し店舗が欲しい」が最も多く、次いで「あまり来ないから分からない」が多い。

どちらの理由も、回答は分散化している。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

普通である	4人
店の質が良い	3人
パンが美味しい	2人
色々なお店がある	2人
落ち着く光景	2人
値段が安い	1人
品揃えが豊富	1人
家に近い	1人
その他	4人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

もう少し店舗が欲しい	8人
あまり来ないから分からない	7人
寂れている	4人
八百屋がなくなった	2人
活気がない	1人
閑散としている	1人
買いたい物が揃わない	1人
特にない	1人
その他	2人

I 商業調査

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では、「カフェ」と「ファミレス」が最も多い。店舗形態では「八百屋」が最も多く、次いで「スーパー」が多い。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店	
カフェ	3人
ファミレス	3人
弁当屋	2人
テイクアウトができる店	1人
チェーン店の飲食店	1人
その他	8人
特になし	9人

店舗形態	
八百屋	7人
スーパー	6人
雑貨店	3人
豆腐屋	3人
本屋	1人
ホームセンター	1人
リサイクルショップ	1人
生花店	1人

問7 商店街に対するイメージ

好意的イメージは、「そんなに悪くない」、「古きよき感じ」、「結構明るい」が最も多い。

非好意的イメージは、「さみしい」が最も多く、次いで「寂れている」が多い。

●好意的イメージ

そんなに悪くはない	3人
古きよき感じ	3人
結構明るい	3人
普通である	1人
地元に着している	1人
にぎやかなイメージ	1人
人々の仲が良い	1人
人通りはある	1人
落ちついている	1人
その他	1人

●非好意的イメージ

さみしい	7人
寂れている	6人
閑散としている	3人
活気がない	3人
暗い	2人
店舗が少ない	2人
現状では魅力なし	1人
その他	1人
特になし	6人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

「このままで良い」と「もう少し活気が欲しい」が最も多く、次いで「既存のお店を維持して欲しい」と「人が集まる場所になって欲しい」が多い。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと	
このままで良い	7人
もう少し活気が欲しい	7人
既存のお店を維持して欲しい	6人
人が集まる場所になって欲しい	6人
子連れで利用しやすくなって欲しい	4人
駅も近いので栄えてほしい	2人
イベントを開催してほしい	1人
その他	6人

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

駅の周辺の利用に関する意見が挙がった。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

その他意見	
東小金井駅周辺の方がよく使う	1人

I 商業調査

(7) 新小金井駅東口周辺

【ヒアリング（回答）者数 46人】

問1 回答者属性

男女割合は、女性が63.0%と男性を上回る。

年代は、70歳以上が5割弱で、60歳代も加えると6割を超える。

居住地は、市内（商店街周辺）居住者が8割弱であり、市内（その他）居住者と市外居住者が、ともに1割台と少ない。

性別		
全 体	男性	女性
46	17	29
100.0%	37.0%	63.0%

年代						
全 体	18～29歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上
46	10	2	2	4	6	22
100.0%	21.7%	4.3%	4.3%	8.7%	13.0%	47.8%

居住地			
全 体	市内 (商店街周辺)	市内 (その他)	市外
46	36	5	5
100.0%	78.3%	10.9%	10.9%

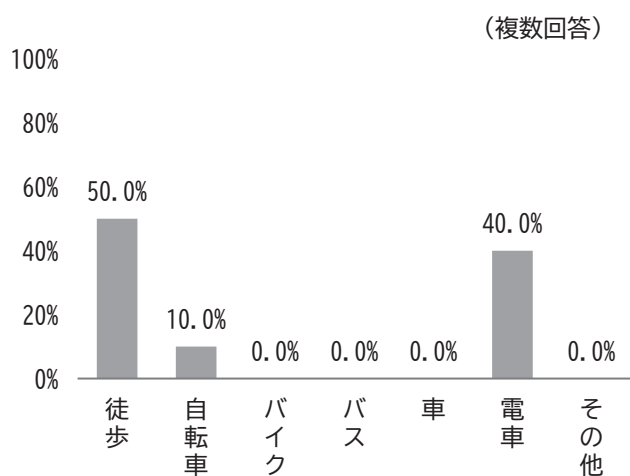
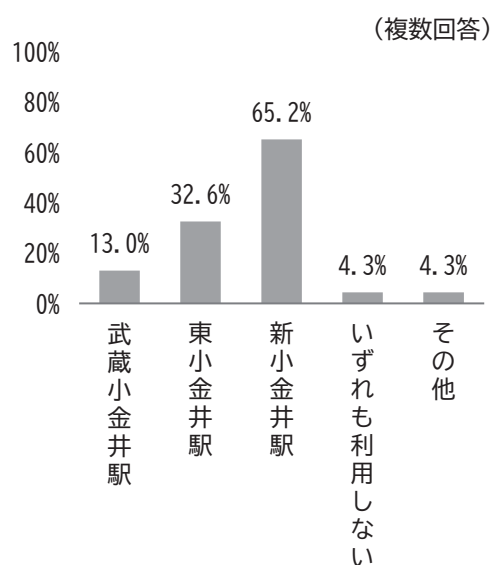
問2 商店街来訪行動

①来訪交通手段

来訪者の6割超が「新小金井駅」を利用し、「東小金井駅」利用者は3割台である。

市内（その他）居住者、市外居住者の商店街へのアクセスは、「徒歩」が半数であり、「電車」が4割の利用となっている。

前回調査と比較すると、「新小金井駅」利用者は、35.6%から29.6ポイント増加し65.2%となっている。「東小金井駅」利用者は、57.8%から25.2ポイント減少し32.6%となっている。



※回答者は市内(その他)居住者及び市外居住者

②商店街来訪目的

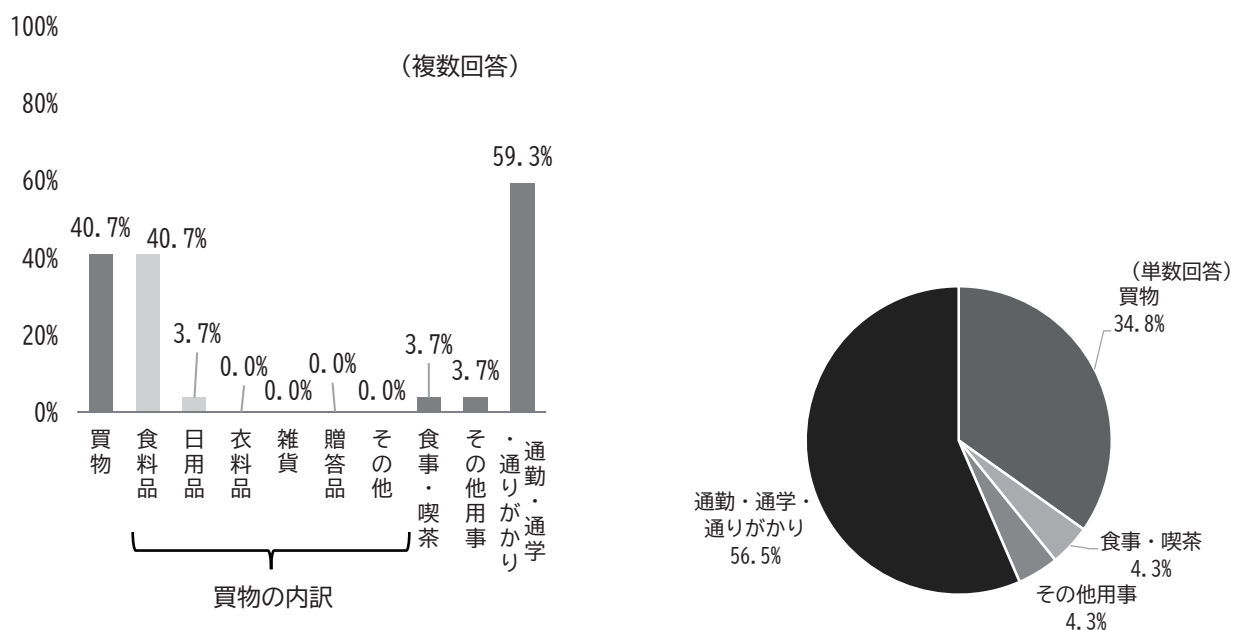
商店街（周辺を含めて）への来訪目的で複数回答では、「通勤・通学・通りがかり」が6割弱で、最も多い。「買物」は約4割であり、「その他用事」と「食事・喫茶」は1割に満たない。

単数回答の中で、1番目の目的は、「通勤・通学・通りがかり」が5割台、「買物」が3割超となっている。

居住地別では、市内（商店街周辺）居住者の半数以上が「通勤・通学・通りがかり」である。

時間帯別では1番目の目的として、「通勤・通学・通りがかり」が多いのは、12時～13時の来訪者である。

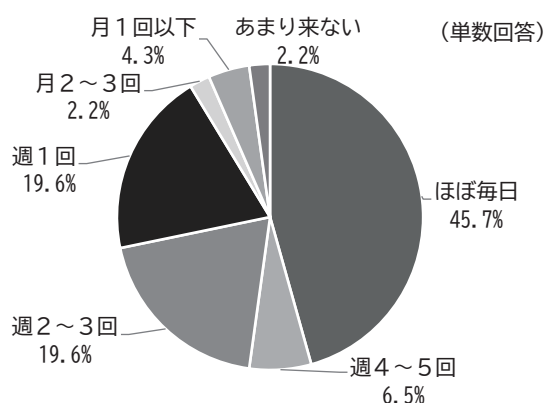
前回調査と比較すると、単数回答の「買物」目的が15.6%から19.2ポイント増加し34.8%となった。



③商店街来訪頻度

「ほぼ毎日」が4割半ば、「週4～5回」の1割台を合わせると、週4回以上の人が半数を超える。「週2～3回」も加えると7割以上の人が週2回以上来訪していることになる。

前回調査と比較すると、「月1回以下」が24.4%から20.1ポイント減少し4.3%となっている。



問3 商店街でよく行く店の利用行動

①商店街でよく行く店

大部分が個人商店で、その中でも青果店の「テシマフーズ」が最も多い。

商店街でよく行くお店

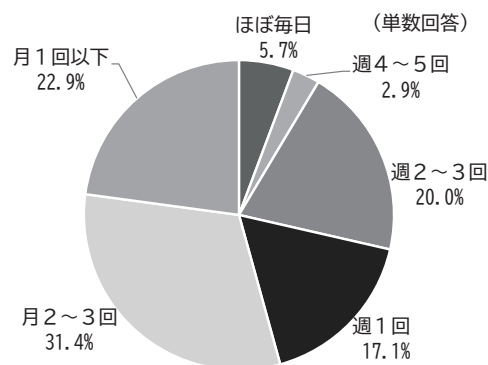
テシマフーズ	10 人
ファミリーマート 小金井東町一丁目店	8 人
和菓子処 ならは	6 人
フレッシュミート コイデ	6 人
中華料理 末広	2 人

握飯屋	2 人
さかなの魚孝	2 人
亀屋本店（和菓子）	1 人
その他	4 人

②商店街でよく行く店の利用頻度

「月2～3回」が3割超、「月1回以下」が2割超であり、利用頻度はそれほど多くはない。

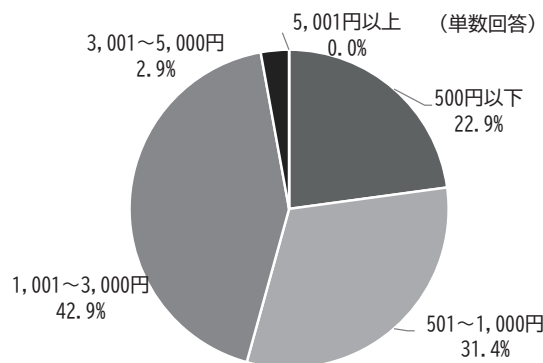
前回調査と比較すると、「月1回以下」が51.1%から28.2ポイント減少し22.9%となっている。



③商店街でよく行く店の平均消費額

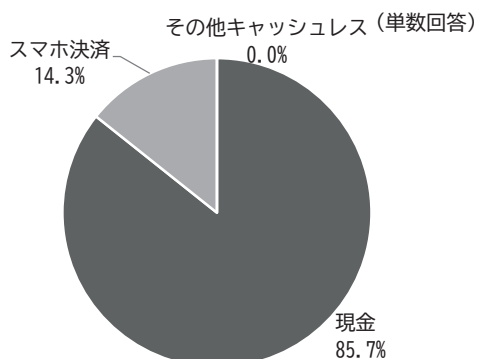
1回当たりの平均消費額は「1,001～3,000円」が4割超であり、また3割超の人が「501～1,000円」となっている。

前回調査と比較すると、「1,001～3,000円」が26.7%から16.2ポイント増加し42.9%となっている。



④商店街でよく行く店の支払い方法

「現金」支払いが8割を超え、「スマホ決済」が1割台、「その他キャッシュレス」の利用はなかった。前回調査と比較すると、「その他キャッシュレス」が8.9%から減少し、今回は利用者がいなかった。



⑤商店街でよく行く店の利用理由

「近いから」が最も多く、次いで「美味しいから」が多い。

●商店街でよく行く店の利用理由（主な意見）

近いから	16 人
美味しいから	7 人
通り道だから	4 人
野菜が美味しい、安い	2 人
品物が揃っている	2 人
その他	2 人

問4 商店街周辺でよく行く店の利用行動

①商店街周辺でよく行く店

スーパーを挙げる人が多く、その中でも約半数の人が「いなげや 小金井東町店」を挙げている。

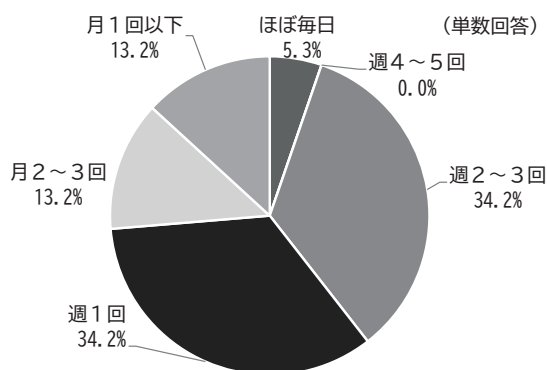
商店街周辺でよく行くお店

いなげや 小金井東町店	18 人	ピーコックストア 東小金井店	1 人
イトーヨーカドー 武蔵小金井駅前店	4 人	九州屋 nonowa 東小金井店	1 人
マルエツ 東小金井北口店	2 人	その他	5 人
オーケー 小金井店	1 人		

I 商業調査

②商店街周辺でよく行く店の利用頻度

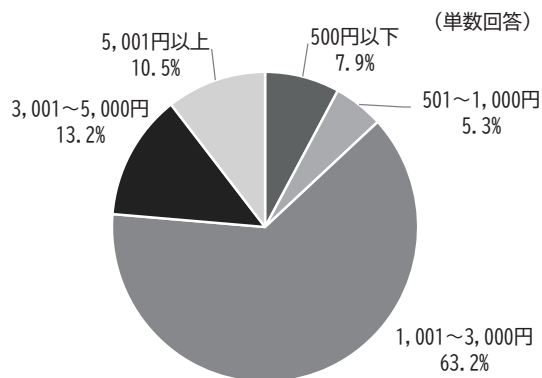
「週1回」と「週2～3回」が3割台であり、これらを合わせた6割以上の来訪者が、週1回以上の利用となっている。



③商店街周辺でよく行く店の平均消費額

1回当たりの消費額は、「1,001～3,000円」が6割超と多く、次いで「3,001～5,000円」が1割台である。

前回調査と比較すると、「1,001～3,000円」が47.5%から15.7ポイント増加し63.2%となった。



④商店街周辺でよく行く店の利用理由

「品揃えがいいから」が最も多く、次いで「家から近いから」が多い。

●商店街周辺でよく行く店の利用理由（主な意見）

品揃えがいいから	16人
家から近いから	5人
他で揃わないものを購入するため	3人
美味しいから	3人
駅近だから	2人
まとめ買いができるから	2人
新鮮だから	1人
その他	3人

問5 商店街の満足度とその理由

①商店街に対する満足度

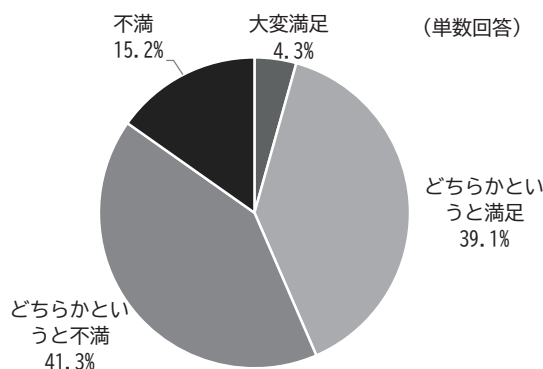
「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせると4割を超え、「不満」と「どちらかという不満」を合わせると5割台を超えるため、満足と不満はおおよそ二分化されている。

市内居住者（商店街周辺）は、「不満」「どちらかという不満」と感じている人の人数が多くなっている。

年代別では、70歳以上が「不満」「どちらかという不満」と感じる人が最も多く、18歳～29歳の満足度（「大変満足」と「どちらかという満足」を合わせた割合、以下同様）は高くなっている。

時間帯別では、12時～13時の来訪者が「不満」「どちらかという不満」と感じる人が最も多くなっている。

前回調査と比較すると、「不満」が33.3%から18.1ポイント減少し15.2%となった。



②商店街に対する満足、不満理由

「大変満足」「どちらかという満足」の理由として、「適度に静か、平和」と「古い感じが良い」が最も多い。

「どちらかという不満」「不満」の理由は分散化しており、「店が少ない」が最も多く、次いで「欲しいものが揃わない」が多い。

●「大変満足」「どちらかという満足」その理由

適度に静か、平和	2人
古い感じが良い	2人
生活するには十分	1人
美味しいお店がある	1人
買物するにも便利	1人
店の雰囲気がいい	1人
その他	2人

●「どちらかという不満」「不満」その理由

店が少ない	12人
欲しいものが揃わない	5人
開いていない店が多い	4人
衰退している	2人
治安の悪さ	2人
通り道でしか利用していない	2人
特に意識したことない	2人
活気がない	2人
あまり利用しないから分からない	1人
その他	4人

I 商業調査

問6 商店街にあったらよいと思うもの

飲食店では「レストラン」が最も多く、次いで「カフェ」が多い。店舗形態の回答は分散化しており、「スーパー」が最も多く、次いで「雑貨屋」が多い。

●商店街にあったらよいと思うもの（主な意見）

飲食店	
レストラン	5人
カフェ	3人
洋菓子店	2人
パン屋	1人
居酒屋	1人
その他	6人
付帯施設	
ATM	1人
街灯	1人
特になし	9人

店舗形態	
スーパー	7人
雑貨屋	3人
ドラッグストア	2人
惣菜屋	2人
コンビニ	2人
青果店	2人
眼科	1人
書店	1人
豆腐屋	1人

問7 商店街に対するイメージ

好意的イメージとして、「しずか」が最も多かった。

非好意的イメージは分散化しており、「寂れている」が最も多く、「若者が少ない」、「活気がなくなった」、「さみしい」、「店が少なくなった」などが挙げられた。

●好意的イメージ

しずか	5人
のんびり	1人
近くて便利	1人
良い人が多い	1人
昔ながらの場所	1人
良い雰囲気	1人
その他	3人

●非好意的イメージ

寂れている	13人
若者が少ない	5人
活気がなくなった	3人
さみしい	3人
店が少なくなった	3人
暗い	2人
あまり好きではない	1人
シャッターが多い	1人
まとまりがない	1人

問8 今後、どのような商店街になってほしい

「活気があったらいい」が最も多く、次いで「店舗を増やしてほしい」が多い。その他にも、「明るく、にぎやかになって欲しい」、「このまま頑張してほしい」、「街灯などで夜も明るくしてほしい」、「若い人が増えて欲しい」、「このまま維持して欲しい」などが挙げられた。

●今後、どのような商店街になってほしいか（主な意見）

商店街に望むこと	
活気があったらいい	11人
店舗を増やしてほしい	8人
明るく、にぎやかになって欲しい	6人
このまま頑張してほしい	3人
街灯などで夜も明るくしてほしい	3人
若い人が増えて欲しい	3人
このまま維持して欲しい	3人
人がいっぱい集まる場所へ	2人
キャッシュレスが使えるように	1人
特にない	4人
その他	9人

問9 その他、小金井市内商店街に関する意見

街の賑わいや、子どもが楽しく過ごしやすい環境についての意見が挙げられた。

●その他、小金井市内商店街に関する意見（主な意見）

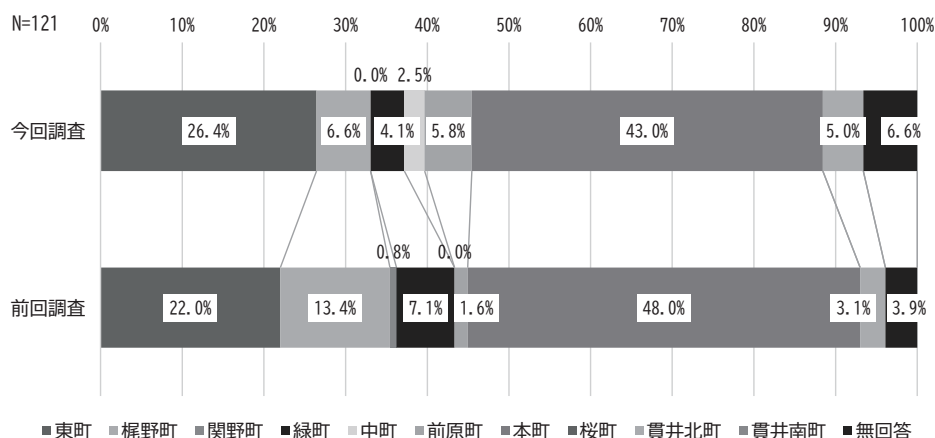
その他意見	
街がにぎやかに、子供が楽しく	1人
個人店を市が支援してほしい	1人

3-3 商店街経営者意識調査

(1) 店舗について

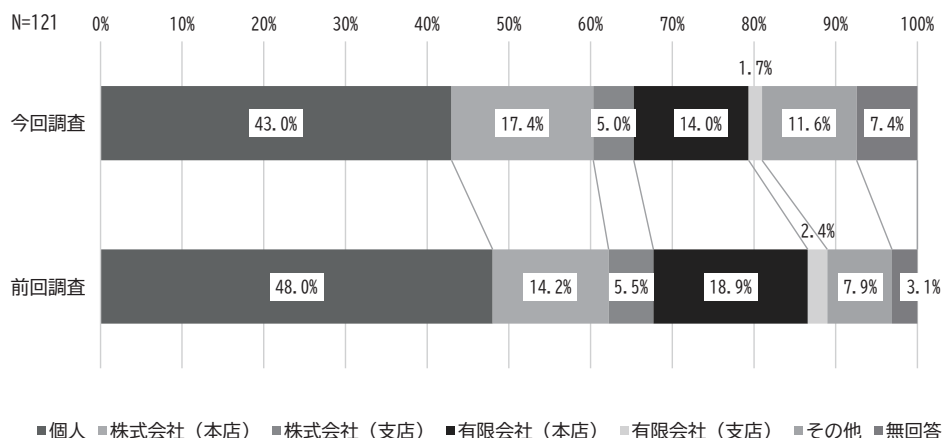
問1 所在地

所在地は「本町」が43.0%と最も多く、次いで「東町」が26.4%、「梶野町」が6.6%となっている。令和元年度商業・工業調査（以下「前回調査」）と比較すると、「本町」は5ポイント減少、「東町」は4.4ポイント増加、「梶野町」は6.8ポイント減少した。



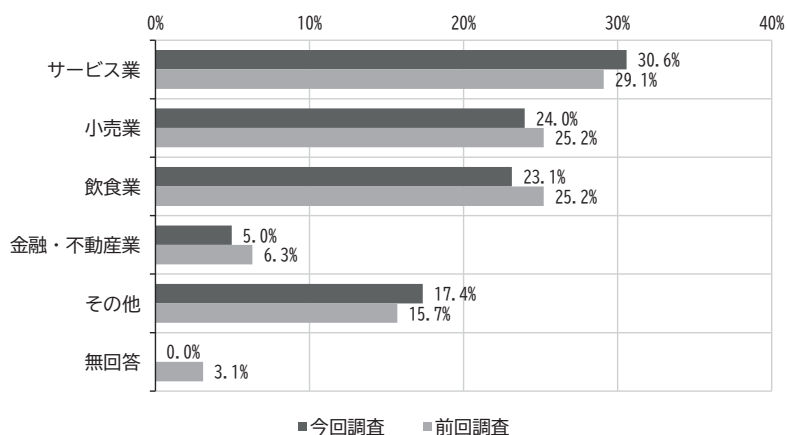
問2 経営形態

経営形態は「個人」が43.0%と最も多く、次いで「株式会社（本店）」が17.4%、「有限会社（本店）」が14.0%となっている。前回調査と比較すると、「個人」は5ポイント減少、「株式会社（本店）」は3.2ポイント増加、「有限会社（本店）」は4.9ポイント減少した。



問3 業種

業種は「サービス業」が30.6%と最も多く、次いで「小売業」が24.0%、「飲食業」が23.1%となっている。前回調査と比較すると、「サービス業」、「小売業」、「飲食業」ともに同様の傾向であった。



問4 業務内容

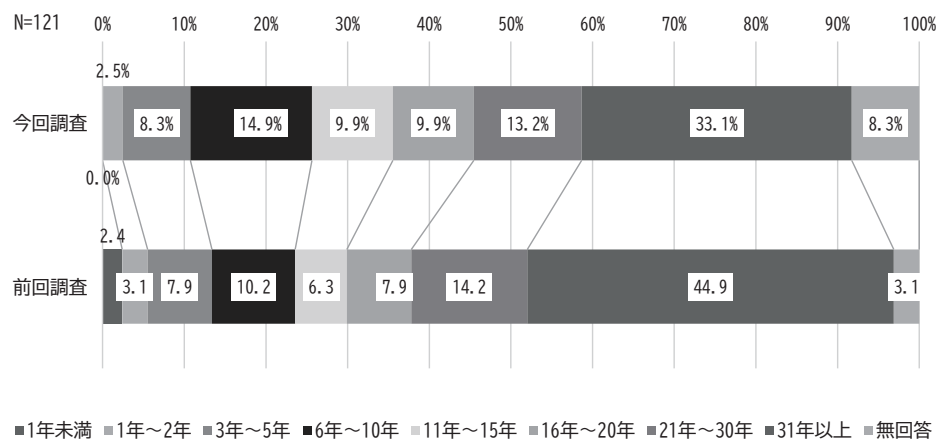
業務内容は「飲食店（和食・洋食・中華・喫茶等）」が21.5%と最も多く、次いで「食料品（食品・スーパー・コンビニ等）」と「医療・福祉（医療・薬局・ドラッグストア・整体・介護用品等）」がともに11.6%となっている。

業務内容	今回調査		前回調査	
	回答数	比率	回答数	比率
飲食店（和食・洋食・中華・喫茶等）	26	21.5%	30	23.6%
食料品（食品・スーパー・コンビニ等）	14	11.6%	14	11.0%
医療・福祉（医療・薬局・ドラッグストア・整体・介護用品等）	14	11.6%	18	14.2%
美容・ファッション（美容・理容・化粧品・服・靴・靴等）	10	8.3%	13	10.2%
教育・学習支援業	8	6.6%	6	4.7%
暮らしの買い物（日用品・家電・花・書籍・運動用品・文房具・楽器等）	5	4.1%	10	7.9%
不動産	5	4.1%	6	4.7%
暮らしのサポート（クリーニング・修理等）	3	2.5%	3	2.4%
旅行・アミューズメント	2	1.7%	1	0.8%
銀行・金融・保険	1	0.8%	2	1.6%
家具・じゅう器	0	0.0%	0	0.0%
運送	0	0.0%	2	1.6%
その他	24	19.8%	18	14.2%
無回答	9	7.4%	4	3.1%
全体	121	100.0%	127	100.0%

I 商業調査

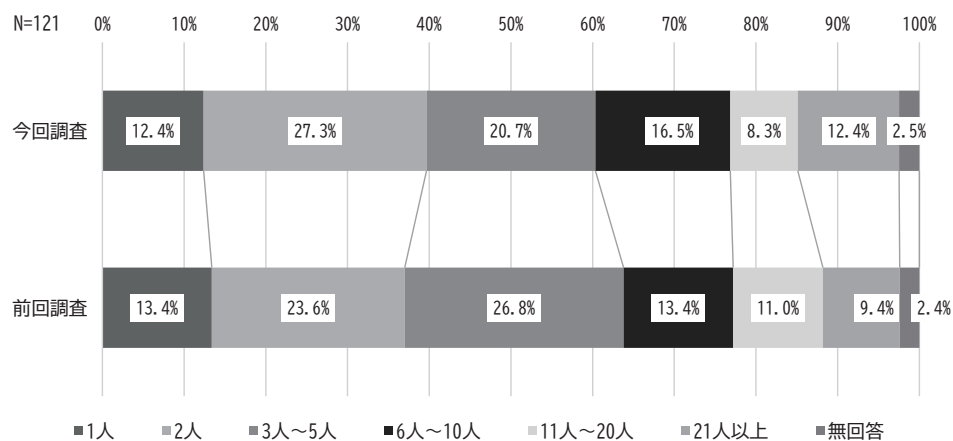
問5 操業年数

操業年数は「31年以上」が33.1%と最も多く、次いで「6年～10年」が14.9%、「21年～30年」が13.2%となっている。前回調査と比較すると、「31年以上」が11.8ポイントと大きく減少し、「6年～10年」が4.7ポイント増加、「21年～30年」が1ポイントと若干減少した。



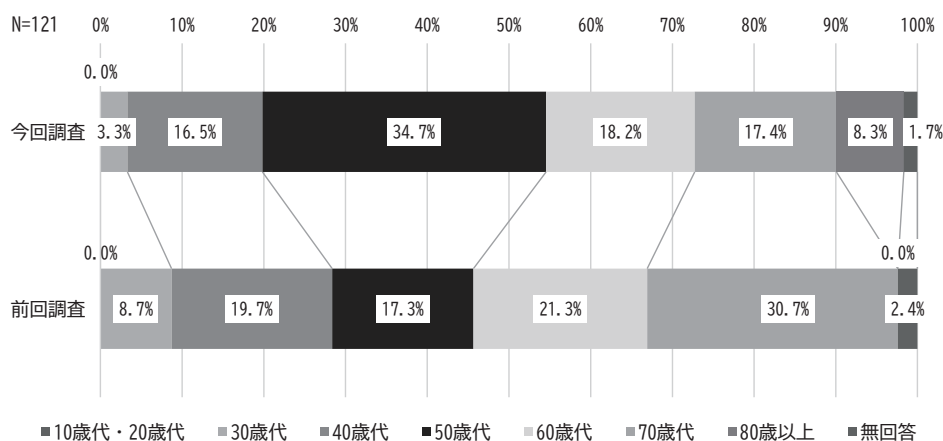
問6 従業員の人数

従業員の人数は「2人」が27.3%と最も多く、次いで「3～5人」が20.7%、「6人～10人」が16.5%となっている。前回調査と比較すると、「2人」が3.7ポイント増加、「3～5人」が6.1ポイント減少、「6人～10人」が3.1ポイント増加した。



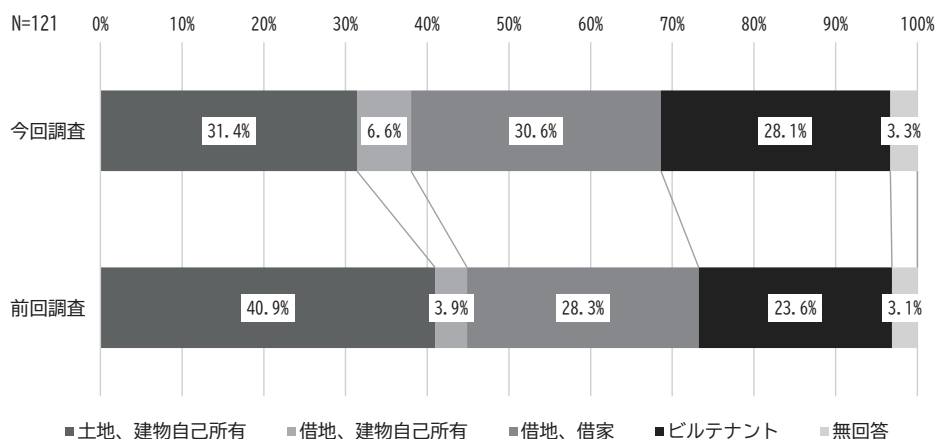
問7 経営者の年齢

経営者の年齢は「50 歳代」が 34.7%と最も多く、次いで「60 歳代」が 18.2%、「70 歳代」が 17.4% となっている。前回調査と比較すると、「50 歳代」が 17.4 ポイントと大きく減少、「60 歳代」が 3.1 ポイント減少、「70 歳代」が 13.3 ポイント減少した。



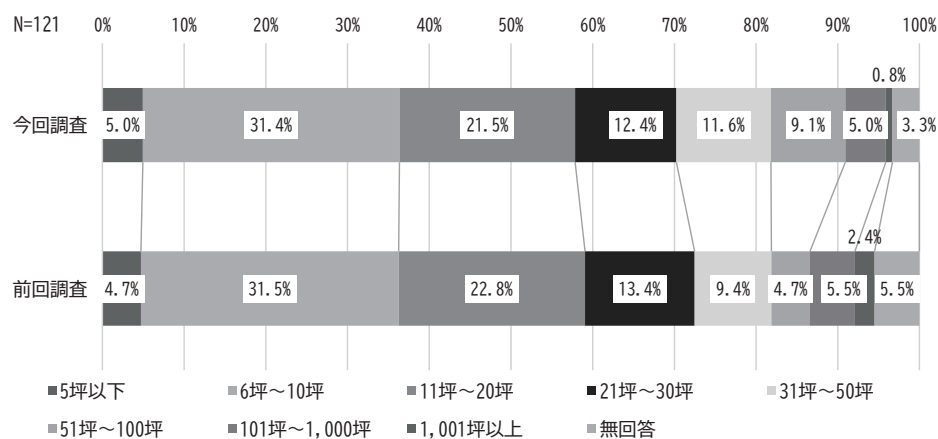
問8 土地、建物の所有形態

土地、建物の所有形態は「土地、建物自己所有」が 31.4%と最も多く、次いで「借地、借家」が 30.6%、「ビルテナント」が 28.1%となっている。前回調査と比較すると、「土地、建物自己所有」が 9.5 ポイントと大きく減少、「借地、借家」が 2.3 ポイント増加、「ビルテナント」が 4.5 ポイント増加した。



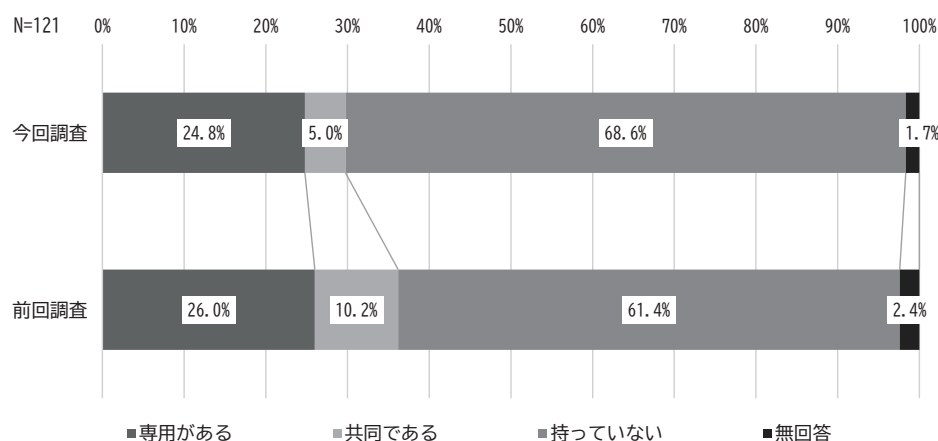
問9 売場面積

売場面積は「6坪～10坪」が31.4%と最も多く、次いで「11坪～20坪」が21.5%、「21坪～30坪」が12.4%となっている。前回調査と比較すると、「6坪～10坪」、「11坪～20坪」、「21坪～30坪」、「101坪～1,000坪」ともに同程度となっている。

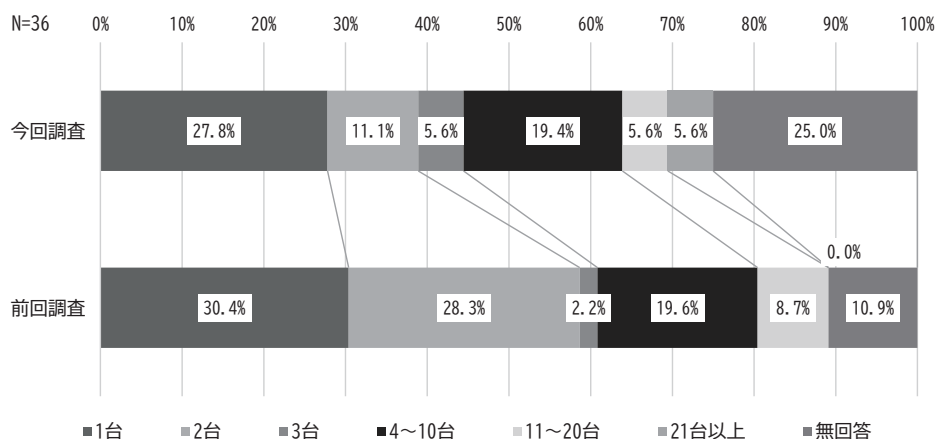


問10 来客用駐車場の有無

来客用駐車場は「持っていない」が68.6%と最も多く、次いで「専用がある」が24.8%、「共同である」が5.0%となっている。前回調査と比較すると、「専用がある」では同程度に対して、「持っていない」は7.2ポイント増加し、「共同である」は5.2ポイント減少した。

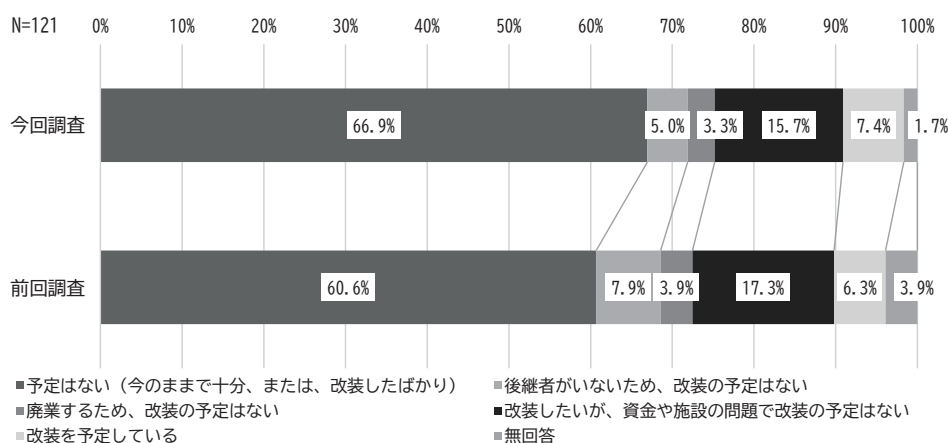


駐車場がある場合の台数は「1 台」が 27.8%と最も多く、次いで「4～10 台」が 19.4%、「2 台」が 11.1%となっている。前回調査と比較すると、「1 台」および「4～10 台」は同程度に対して、「2 台」は 17.2 ポイントと大きく減少した。



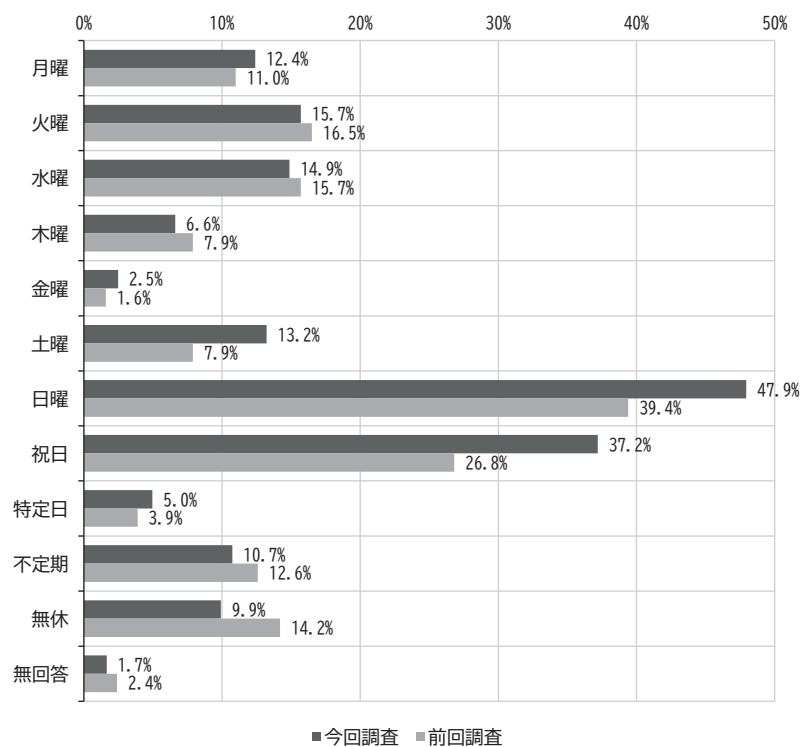
問 11 今後の改装予定

今後の改装予定は「予定はない（今のままで十分、または、改装したばかり）」が 66.9%と最も多く、次いで「改装したいが、資金や施設の問題で改装の予定はない」が 15.7%、「改装を予定している」が 7.4%となっている。前回調査と比較すると、「予定はない（今のままで十分、または、改装したばかり）」が 6.3 ポイント増加した。



問 12 主な定休日

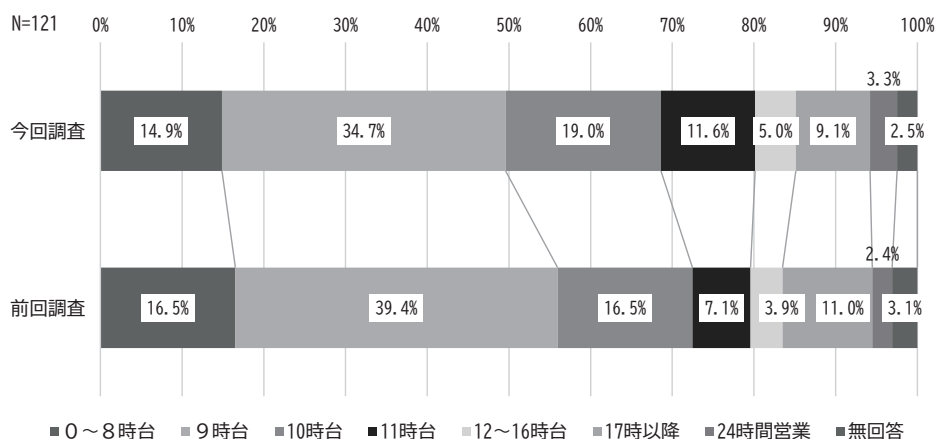
主な定休日は「日曜」が47.9%と最も多く、次いで「祝日」が37.2%、「火曜」が15.7%となっている。前回調査と比較すると、上位の順位は変わらないが、「日曜」、「祝日」の割合が増加している。



問 13 営業時間

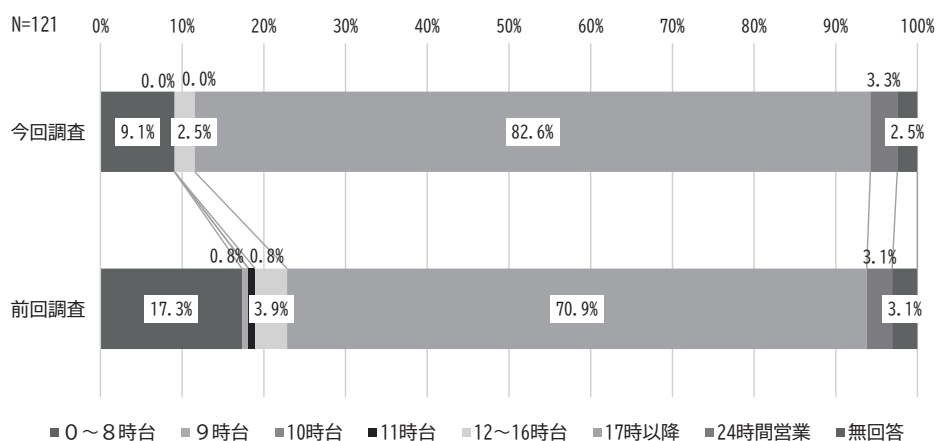
ア. 開始時間

営業開始時間は「9 時台」が 34.7%と最も多く、次いで「10 時台」が 19.0%、「0～8 時台」が 14.9%となっている。前回調査と比較すると、「9 時台」が 4.7 ポイント減少、「10 時台」が 2.5 ポイント増加、「0～8 時台」が 1.6 ポイント減少した。



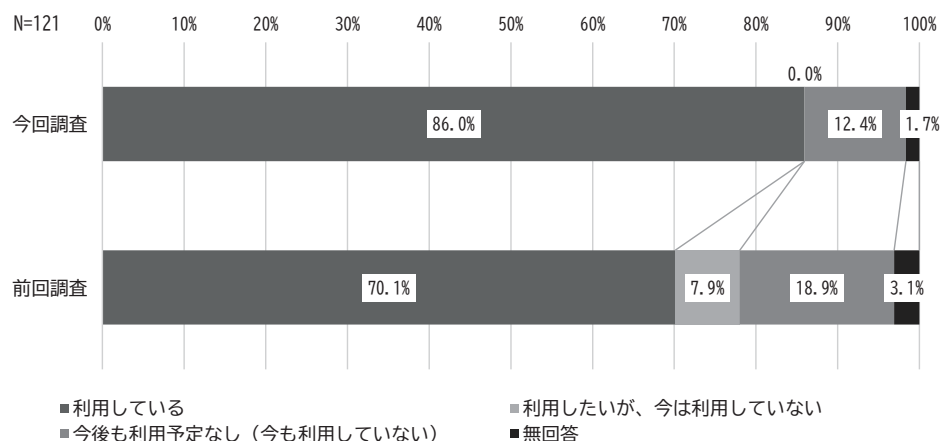
イ. 終了時間

営業終了時間は「17 時以降」が 82.6%と最も多く、次いで「0～8 時台」が 9.1%となっている。前回調査と比較すると、「17 時以降」が 10 ポイント以上大きく増加し、「0～8 時台」が 8.2 ポイント減少した。



問 14 経営に情報機器、コンピュータ、インターネットの利用

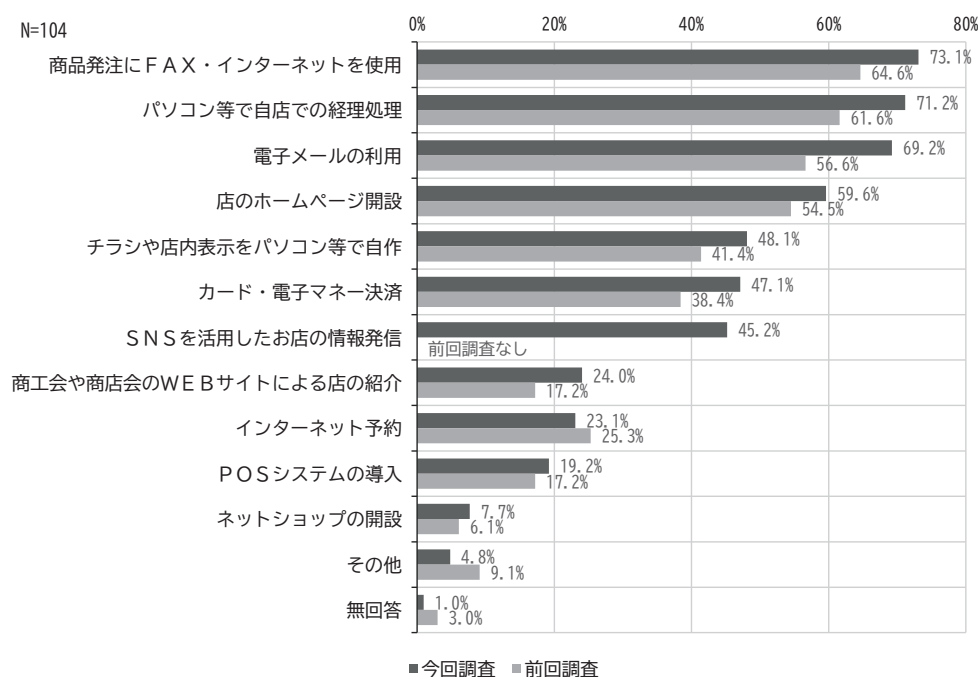
経営に情報機器、コンピュータ、インターネットの利用は、「利用している」が 86.0%と最も多く、次いで「今後も利用予定なし（今も利用していない）」が 12.4%となっている。前回調査と比較すると、「利用している」が 15.9 ポイントと大きく増加し、「今後も利用予定なし（今も利用していない）」が 6.5 ポイント減少した。



付問① どのように利用しているか（利用したいか）

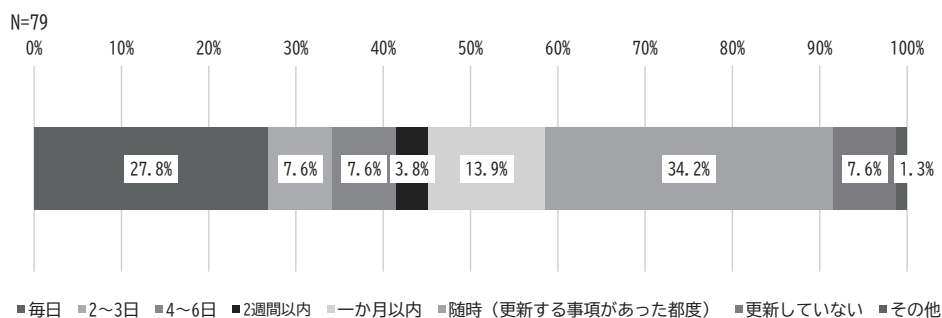
（前問「利用している」、「利用したいが、今は利用していない」と回答）

情報機器、コンピュータ、インターネット等をどのように利用しているか、または利用したいかは、「商品発注に F A X・インターネットを使用」が 73.1%と最も多く、次いで「パソコン等で自店での経理処理」が 71.2%、「電子メールの利用」が 69.2%となっている。前回調査と比較すると、順位はほぼ同様の傾向であるが、全体的に利用の割合が増加している。



付問② 情報更新の頻度

（前問「チラシや店内表示をパソコン等での経理処理」、「カード・電子マネー決済」、「SNSを活用したお店の情報発信」、「商工会や商店会のWEBサイトによる店の紹介」と回答）
 情報更新の頻度は「随時（更新する事項があった都度）」が34.2%と最も多く、次いで「毎日」が27.8%、「一か月以内」が13.9%となっている。



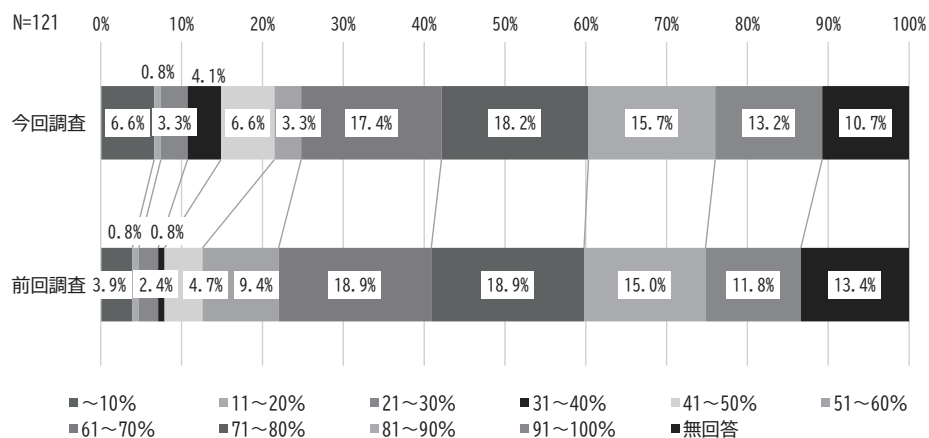
I 商業調査

(2) 店舗の顧客について

問 15 固定客の比率

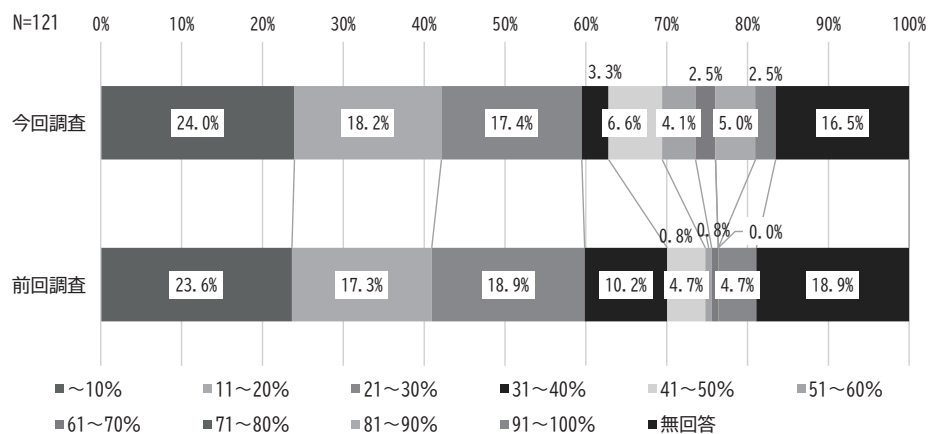
ア. 固定客

固定客の比率は「71～80%」が 18.2%と最も多く、次いで「61～70%」が 17.4%、「81～90%」が 15.7%となっている。前回調査と比較すると、上位の割合の傾向はほぼ同様である。



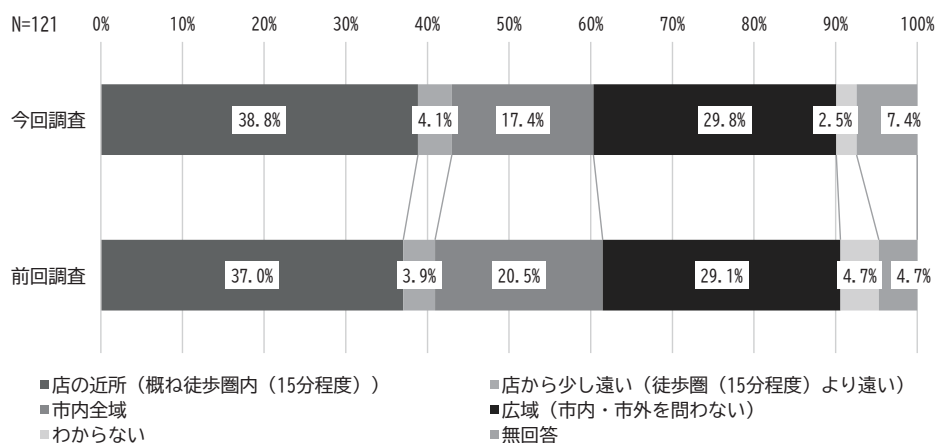
イ. フリー

フリー客の比率は「～10%」が 24.0%と最も多く、次いで「11～20%」が 18.2%、「21～30%」が 17.4%となっている。前回調査と比較すると、上位の割合の傾向はほぼ同様である。



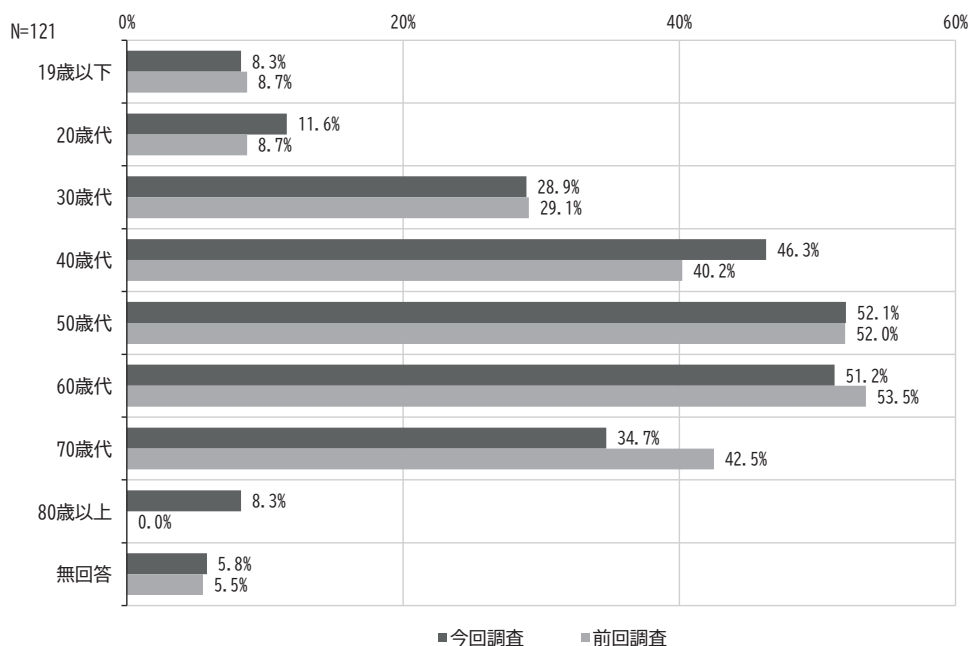
問 16 固定客の住まい

固定客の住まいは「店の近所（概ね徒歩圏内（15分程度）」が38.8%と最も多く、次いで「広域（市内・市外を問わない）」が29.8%、「市内全域」が17.4%となっている。前回調査と比較すると、傾向はほぼ同様である。



問 17 客の年代

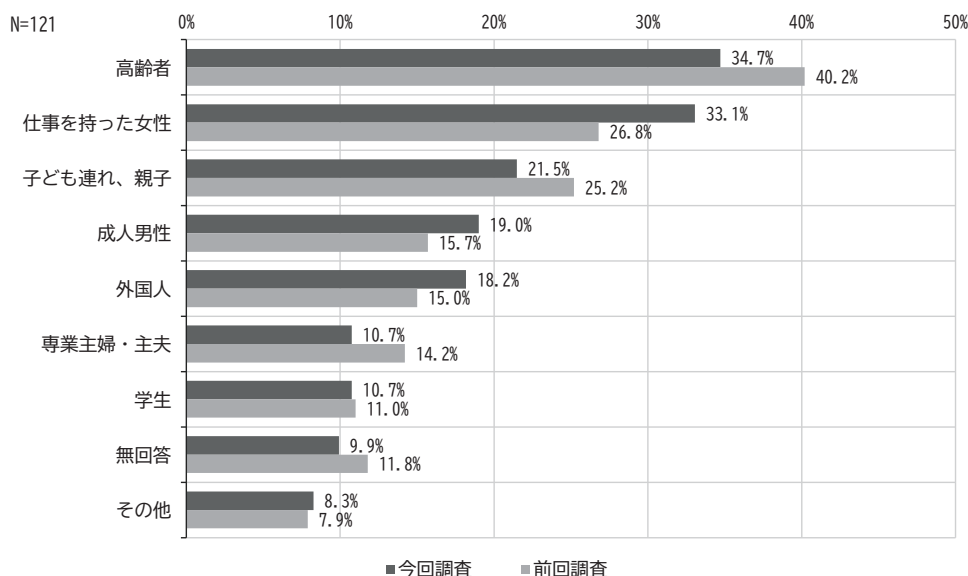
客の年代は「50 歳代」が52.1%と最も多く、次いで「60 歳代」が51.2%、「40 歳代」が46.3%となっている。前回調査と比較すると、ほぼ同様の傾向である。



I 商業調査

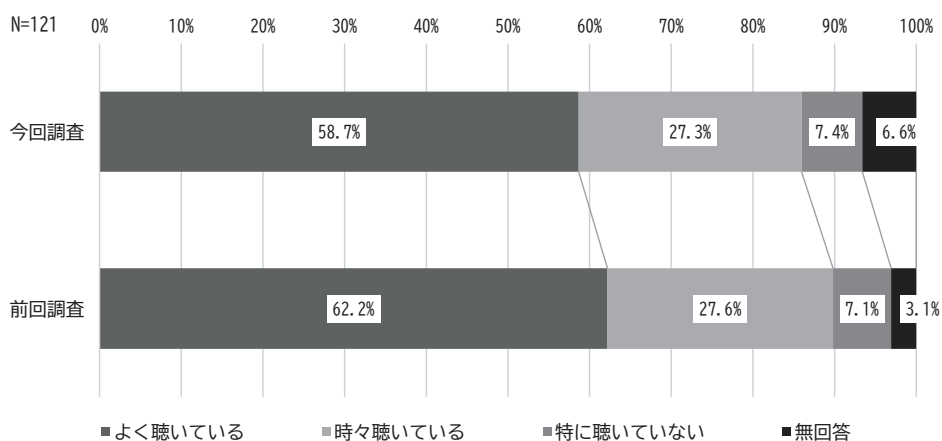
問 18 最近増えてきた客のタイプ

最近増えてきた客のタイプは「高齢者」が34.7%と最も多く、次いで「仕事を持った女性」が33.1%、「子ども連れ、親子」が21.5%となっている。前回調査と比較すると、「高齢者」、「子ども連れ、親子」が減少した一方で、「仕事を持った女性」は増加した。



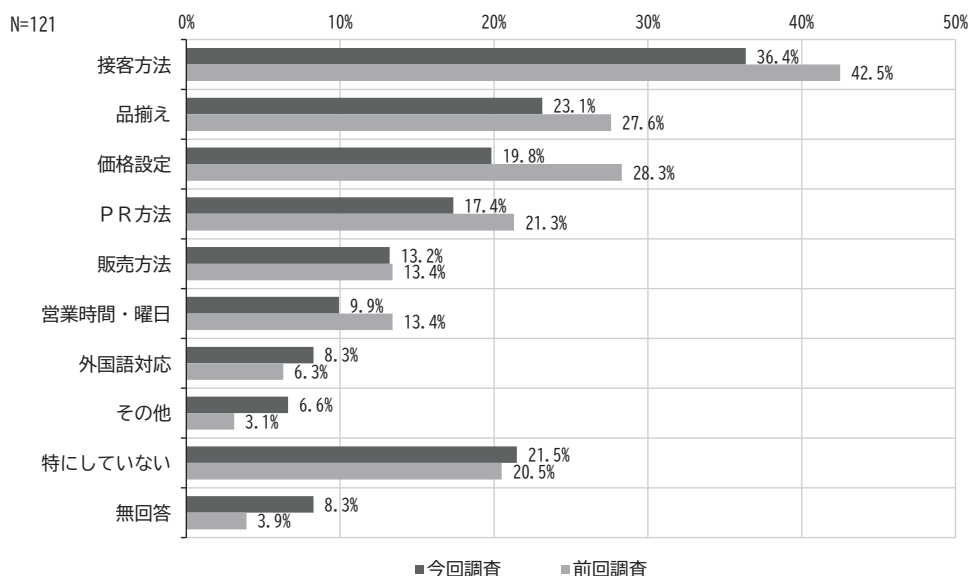
問 19 客の声を聴くようにしているか

客の声を聴くようにしているかについては「よく聴いている」が58.7%と最も多く、次いで「時々聴いている」が27.3%、「特に聴いていない」が7.4%となっている。前回調査と比較すると、ほぼ同様の傾向である。



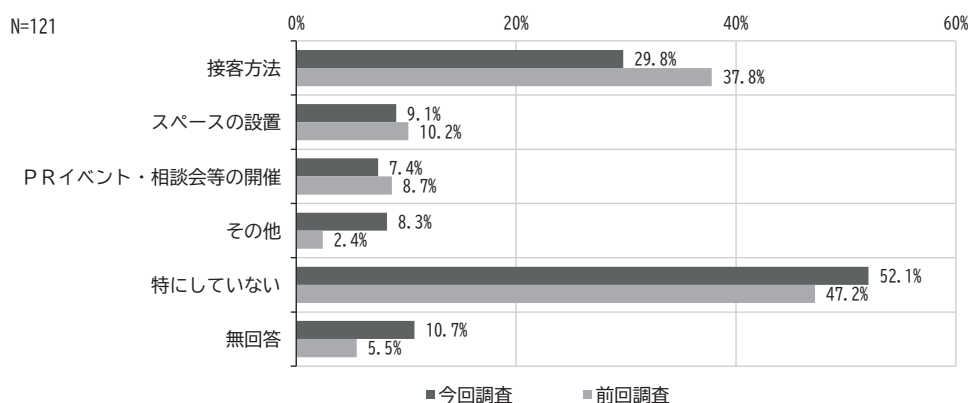
問 20 客のタイプや声を踏まえての工夫

客のタイプや声を踏まえて工夫しているかについては、「接客方法」が36.4%と最も多く、次いで「品揃え」が23.1%、「価格設定」が19.8%となっている。前回調査と比較すると、全体の傾向はほぼ同様であるが、割合は減少している。



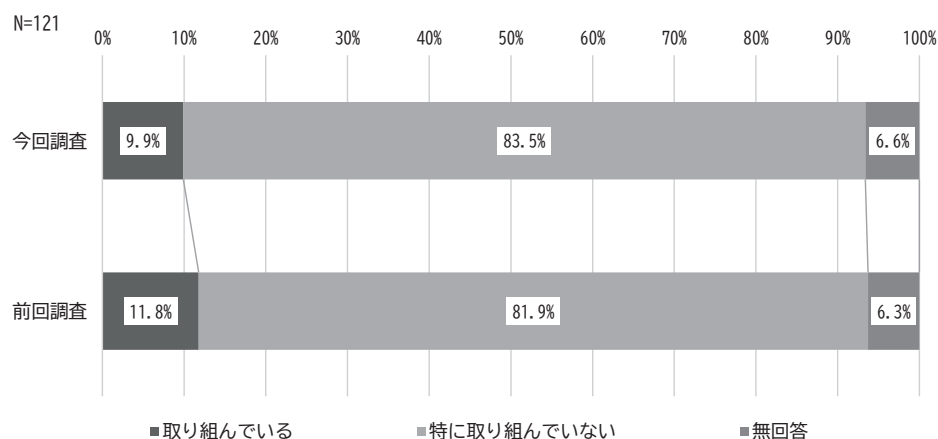
問 21 客が店に長くいたり、気軽に集まれるような取組み

客が店に長くいたり、気軽に集まれるような取組みについては、「接客方法」が29.8%と最も多く、次いで「スペースの設置」が9.1%、「PRイベント・相談会等の開催」が7.4%となっている。前回調査と比較すると、「接客方法」が8.0ポイントと大きく減少したが、全体傾向としてはほぼ同様である。



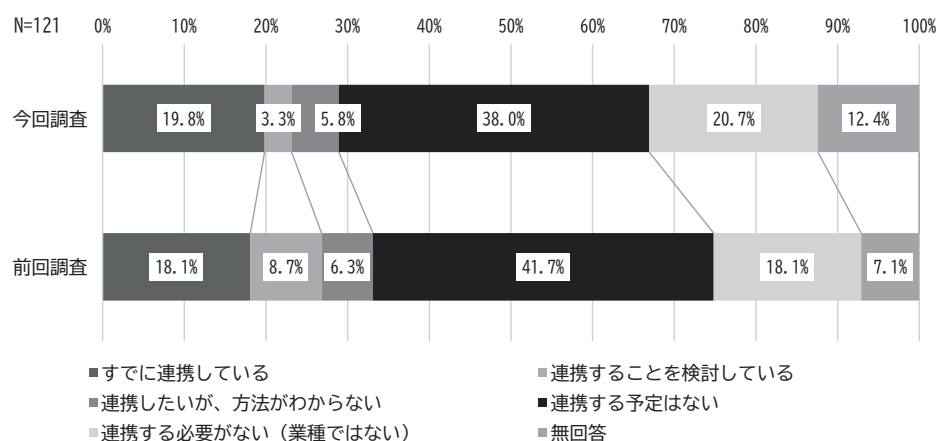
問 22 近隣に通学する学生を呼び込む工夫

近隣に通学する学生を呼び込む工夫については「特に取り組んでいない」が83.5%と最も多く、次いで「取り組んでいる」が9.9%となっている。前回調査と比較すると、ほぼ同様の傾向である。



問 23 他の業種（農業、工業、まち歩き等）との連携

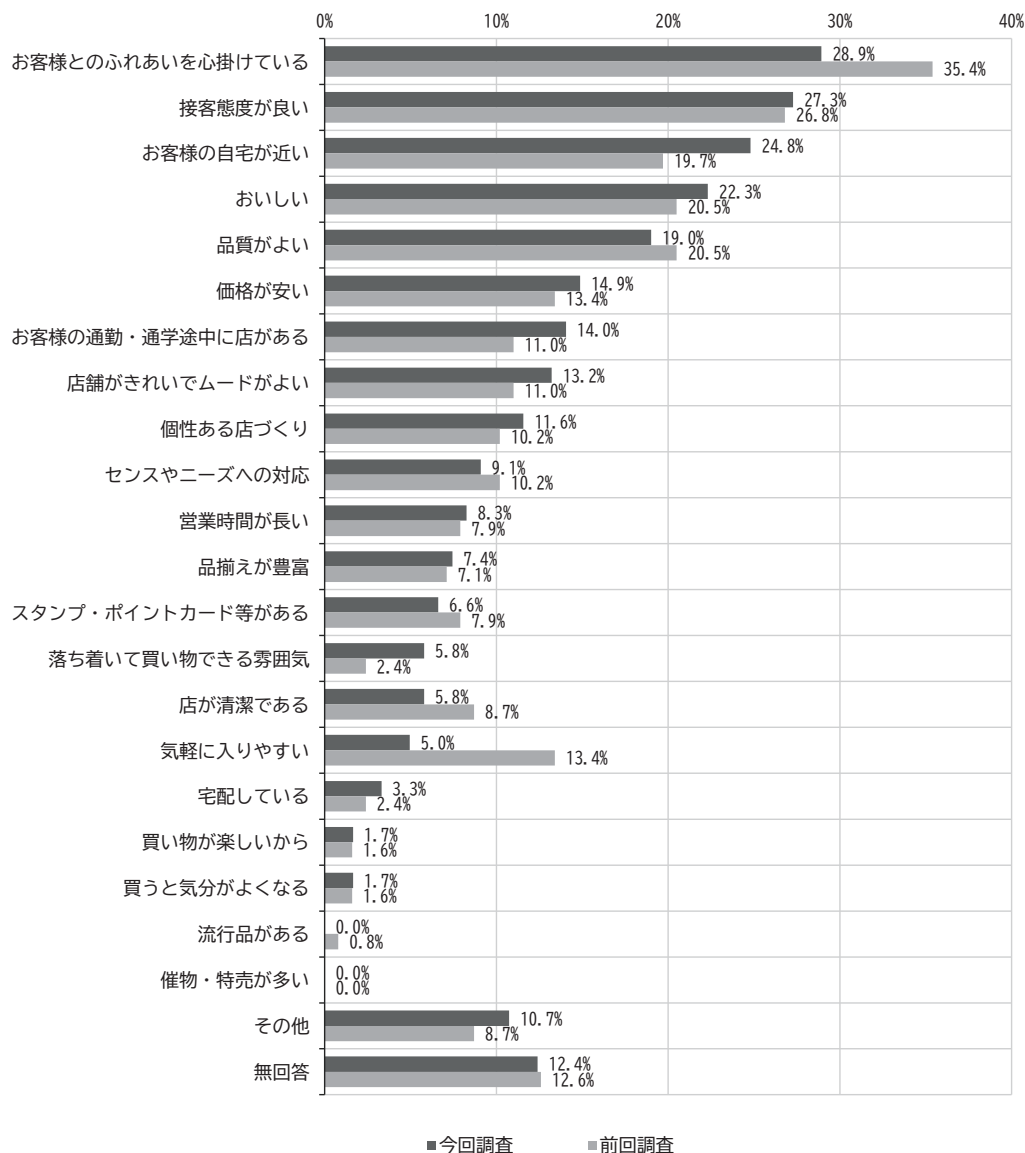
他の業種との連携については「連携する予定はない」が38.0%と最も多く、次いで「連携する必要がある（業種ではない）」が20.7%、「すでに連携している」が19.8%となっている。前回調査と比較すると、全体にほぼ同様の傾向であるが、「すでに連携している」が若干増加し、「連携することを検討している」や「連携する予定はない」が減少した。



問 24 客に支持されている理由

客に支持されている理由は「お客様とのふれあいを心掛けている」が28.9%と最も多く、次いで「接客態度が良い」が27.3%、「お客様の自宅が近い」が24.8%となっている。前回調査と比較すると、「お客様とのふれあいを心掛けている」が6.5ポイント減少する一方で、「お客様の自宅が近い」が5.1ポイント増加した。

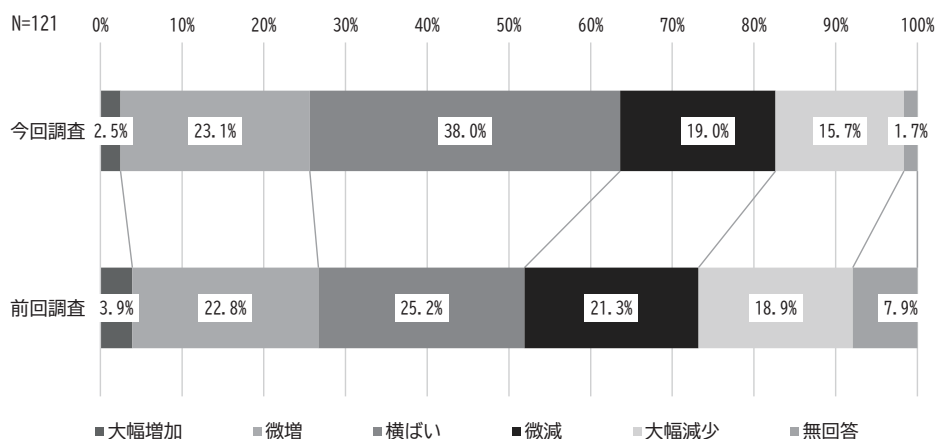
N=121



問 25 最近の業績

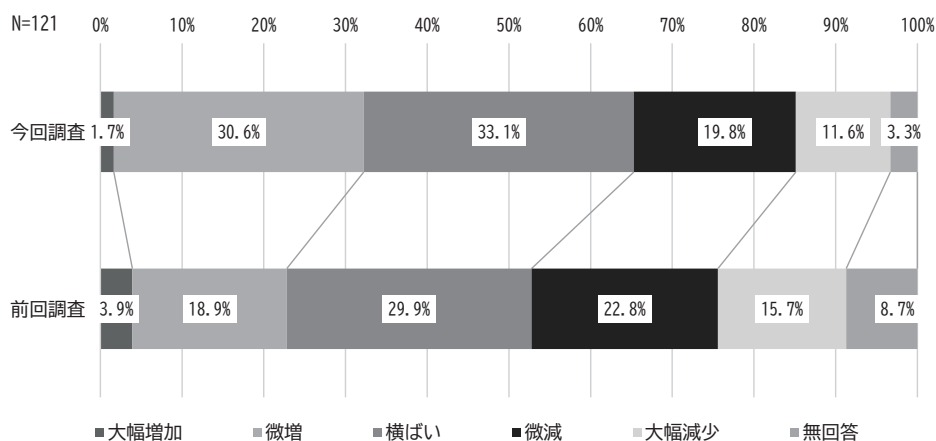
ア. 売上高

最近の業績について、売上高は「横ばい」が38.0%と最も多く、次いで「微増」が23.1%、「微減」が19.0%となっている。前回調査と比較すると、「横ばい」が10ポイント以上大きく増加した。また、『増加』（「大幅増加」と「微増」の合計）は25.6%と、前回調査と比較するとやや減少した。



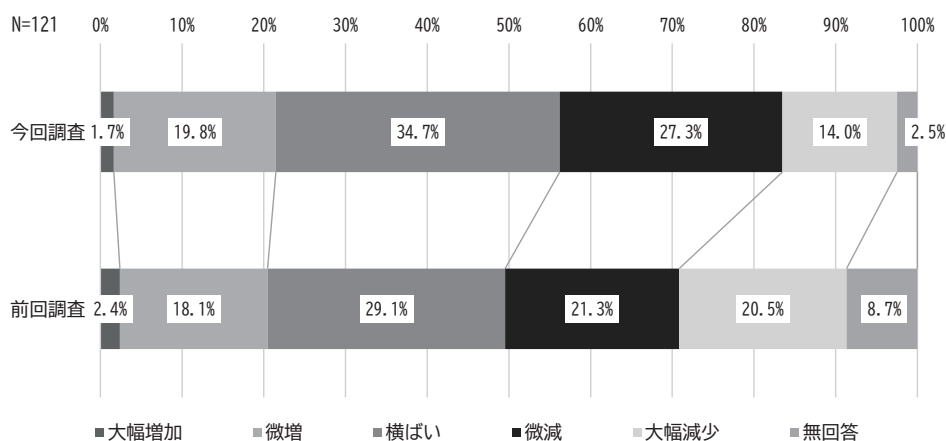
イ. 客数

最近の業績について、客数は「横ばい」が33.1%と最も多く、次いで「微増」が30.6%、「微減」が19.8%となっている。前回調査と比較すると、「微増」が10ポイント以上大きく増加した。また、『増加』（「大幅増加」と「微増」の合計）は32.3%と前回調査と比較し、9.5ポイント増加した。



ウ. 粗利益

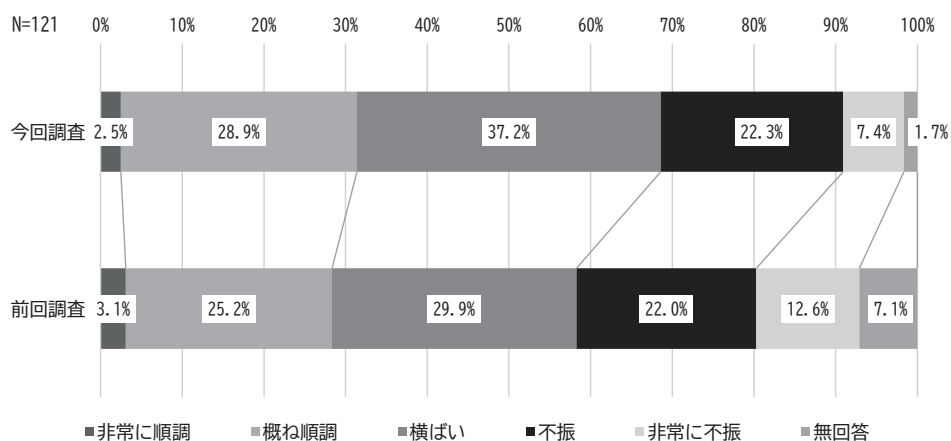
最近の業績について、粗利益は「横ばい」が34.7%と最も多く、次いで「微減」が27.3%、「微増」が19.8%となっている。前回調査と比較すると、「横ばい」、「微減」、「微増」ともに増加した。また、『増加』（「大幅増加」と「微増」の合計）は21.5%と前回調査と比較し、ほぼ同様である。



問 26 最近の業績の捉え方

最近の業績の捉え方は「横ばい」が37.2%と最も多く、次いで「概ね順調」が28.9%、「不振」が22.3%となっている。前回調査と比較すると、「横ばい」が7.3ポイント、「概ね順調」が3.7ポイントと、ともに増加した。

『順調』（「非常に順調」と「概ね順調」の合計）は31.4%と、『不振』（「不振」と「非常に不振」の合計）の29.7%を若干上回っている。

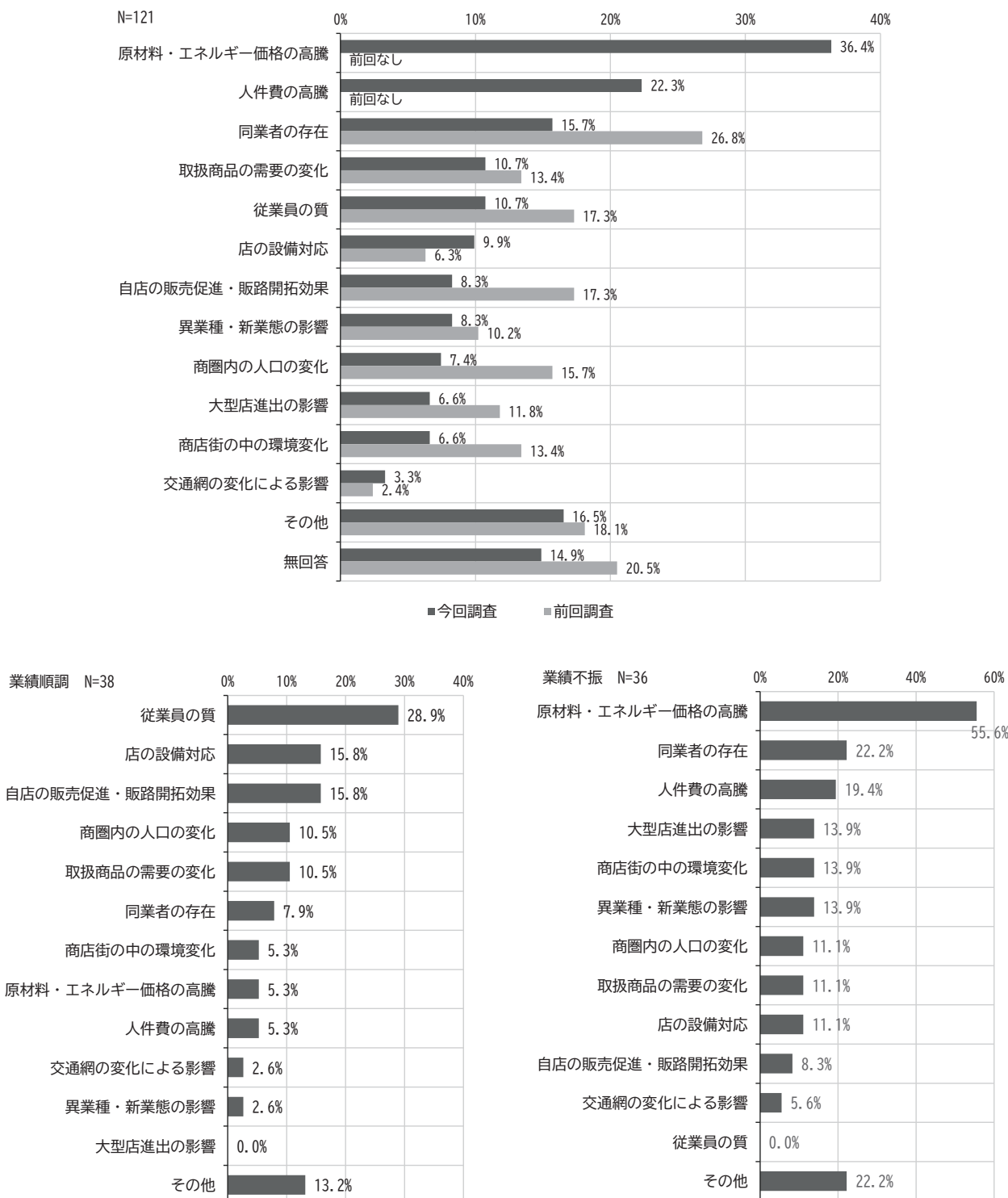


I 商業調査

問 27 業績の要因

業績が順調または不振である要因は、「原材料・エネルギー価格の高騰」が 36.4%と最も多く、次いで「人件費の高騰」が 22.3%、「同業者の存在」が 15.7%となっている。

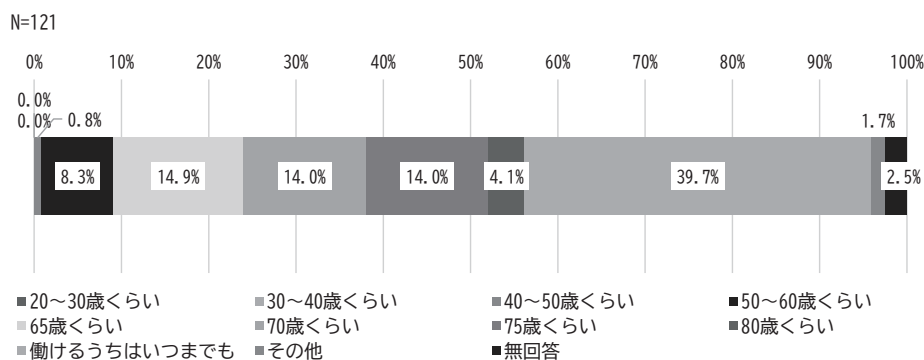
問 26 で業績が『順調』と回答したものは、要因として「従業員の質」(28.9%)、「店の設備対応」(15.8%)、「自店の販売促進・販路開拓効果」(15.8%)をあげている。一方、業績が『不信』と回答したものは、要因として「原材料・エネルギー価格の高騰」(55.6%)、「同業者の存在」(22.2%)、「人件費の高騰」(19.4%)などをあげている。



(4) お店の経営継続

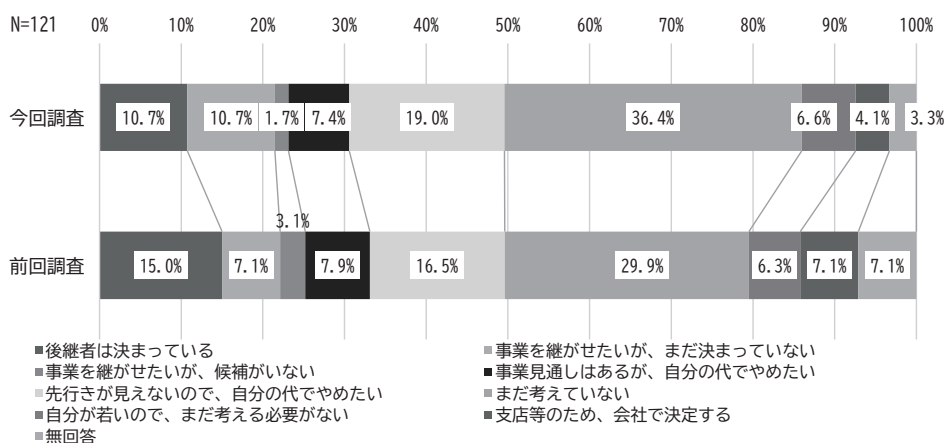
問 28 経営者として働きたい年齢

経営者として何歳くらいまで働きたいかについて、「働けるうちはいつまでも」が39.7%と最も多く、次いで「65歳くらい」が14.9%、「70歳くらい」と「75歳くらい」がともに14.0%となっている。



問 29 事業の継承者

事業の継承者については、「まだ考えていない」が36.4%と最も多く、次いで「先行きが見えないので、自分の代でやめたい」が19.0%、「後継者は決まっている」と「事業を継がせたいが、まだ決まっていない」がともに10.7%となっている。前回調査と比較すると、「まだ考えていない」が6.5ポイント、「先行きが見えないので、自分の代でやめたい」が2.5ポイント増加した一方で、「後継者は決まっている」が4.3ポイント減少した。

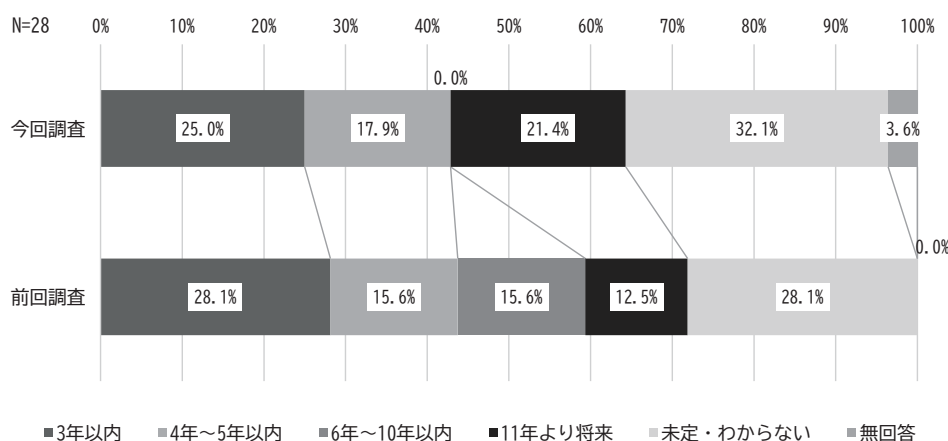


【付問①】 事業継承する時期・課題

（前問「後継者は決まっている」、「事業を継がせたいが、まだ決まっていない」、「事業を継がせたいが、候補がいない」と回答）

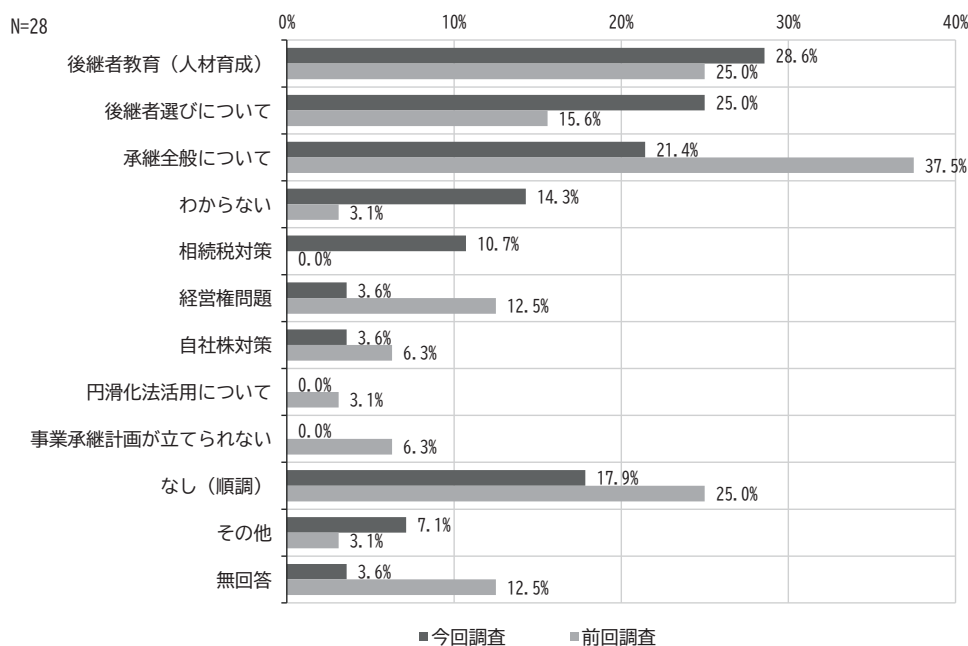
ア. 事業を継承する時期

事業を継承する時期は「未定・わからない」が32.1%と最も多く、次いで「3年以内」が25.0%、「11年より将来」が21.4%となっている。前回調査と比較すると、「未定・わからない」が4.0ポイント増加したのに加え、「11年より将来」が10ポイント近く大きく増加した。



イ. 事業継承にかかる主な課題

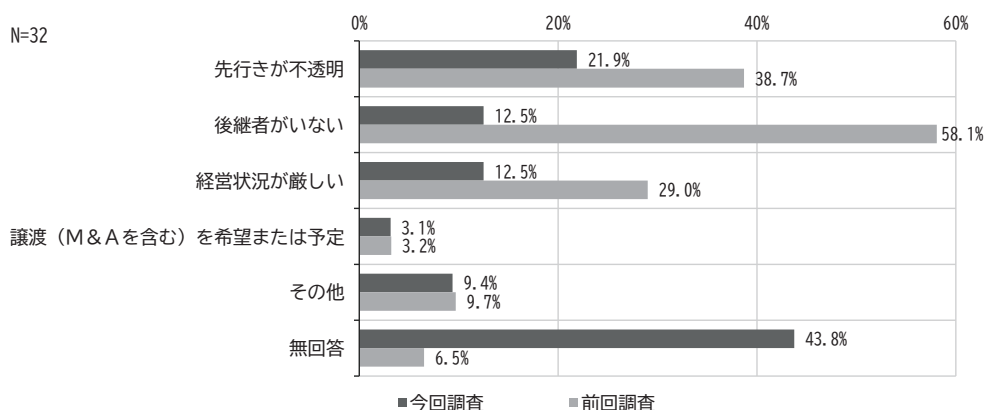
事業継承にかかる主な課題は「後継者教育（人材育成）」が28.6%と最も多く、次いで「後継者選びについて」が25.0%、「承継全般について」が21.4%となっている。前回調査と比較すると、前回最も多かった「承継全般について」が16.1ポイントと大きく減少し、「後継者選びについて」が9.4ポイントと大きく増加した。



【付問②】 廃業を検討する理由

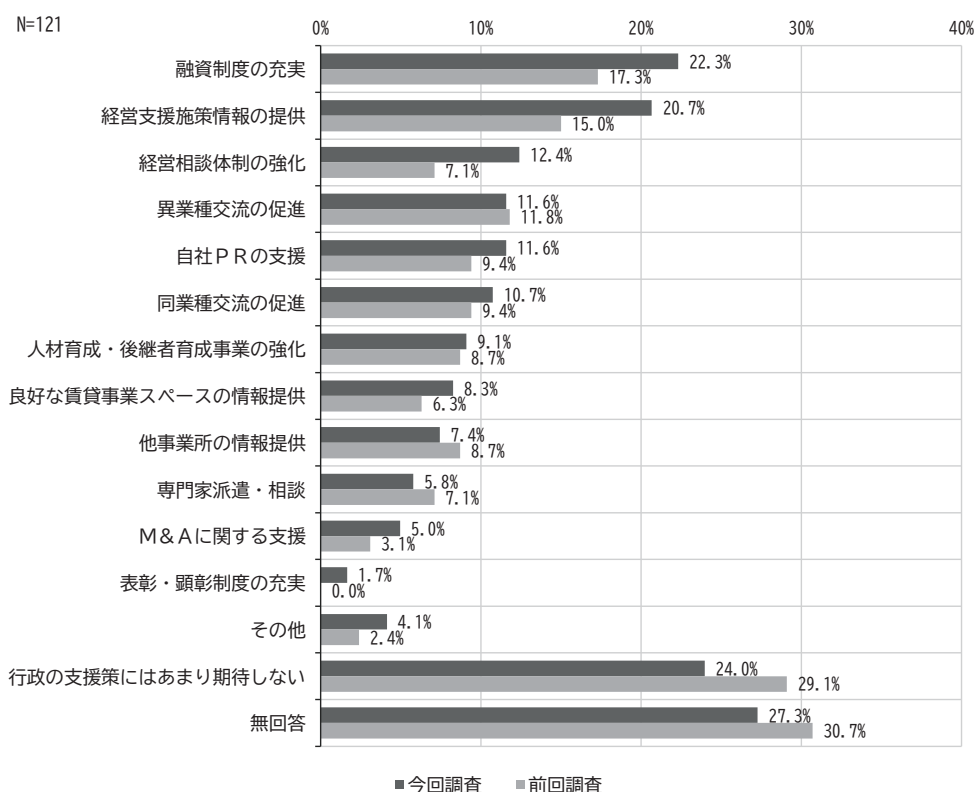
（前問「事業見通しはあるが、自分の代でやめたい」、「先行きが見えないので、自分の代でやめたい」と回答）

廃業を検討する主な理由については、「先行きが不透明」が21.9%と最も多く、次いで「後継者がいない」と「経営状況が厳しい」がともに12.5%となっている。前回調査と比較すると、前回最も多かった「後継者がいない」より「先行きが不透明」が多くなっている。



問 30 行政に期待する支援策

事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策は、「融資制度の充実」が22.3%と最も多く、次いで「経営支援施策情報の提供」が20.7%、「経営相談体制の強化」が12.4%となっている。一方で、「行政の支援策にはあまり期待しない」が24.0%であった。前回調査と比較すると、「融資制度の充実」、「経営支援施策情報の提供」、「経営相談体制の強化」とも増加している。

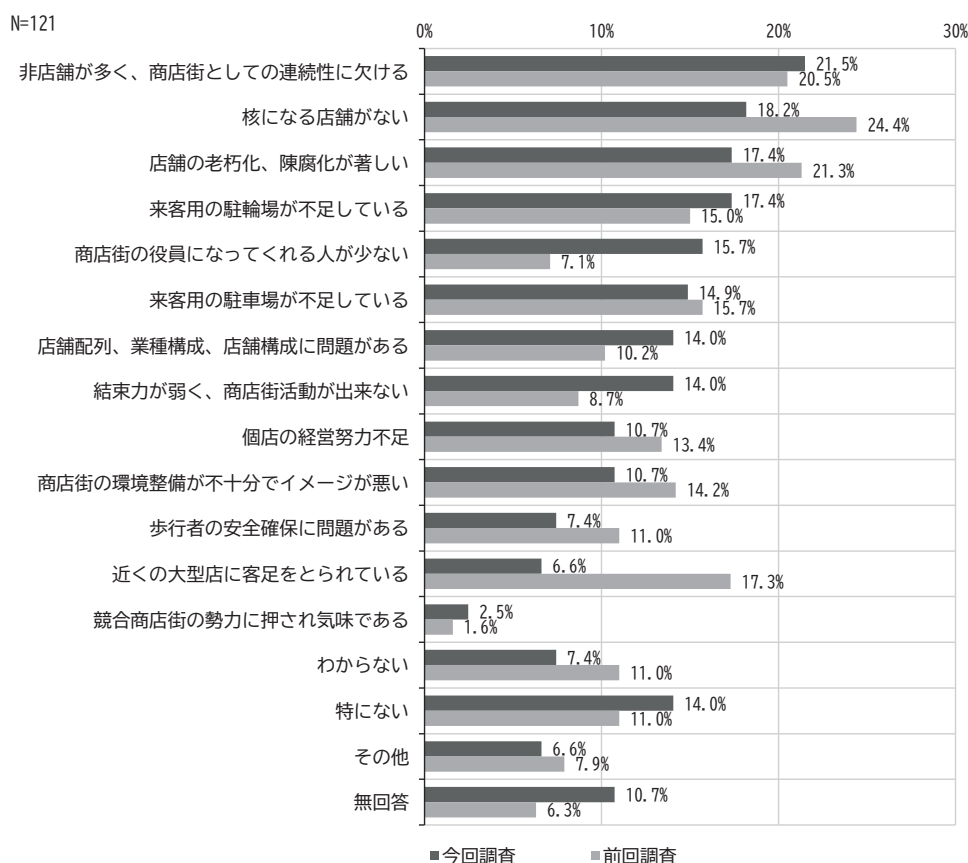


I 商業調査

(5) 商店街について

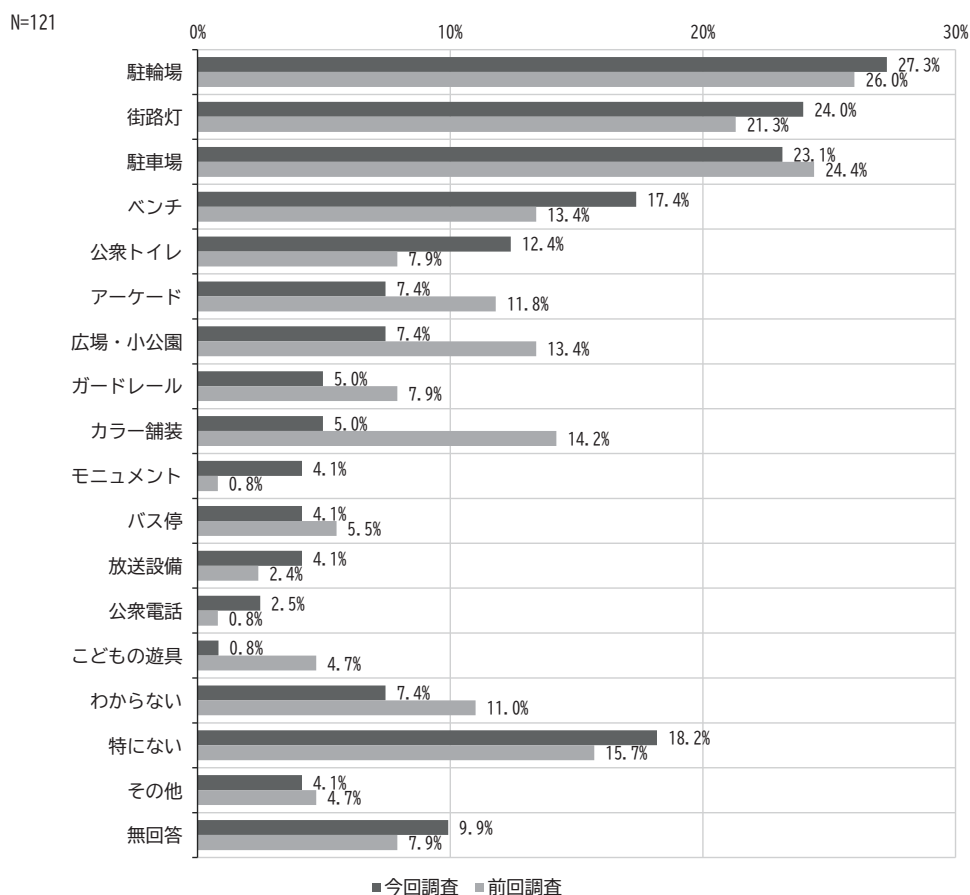
問 31 商店街の課題

商店街の課題は「非店舗が多く、商店街としての連続性に欠ける」が21.5%と最も多く、次いで「核になる店舗がない」が18.2%、「店舗の老朽化、陳腐化が著しい」と「来客用の駐輪場が不足している」がともに17.4%となっている。前回調査と比較すると、ほぼ同様の傾向であるが、「核になる店舗がない」や「店舗の老朽化、陳腐化が著しい」の割合が減少している。



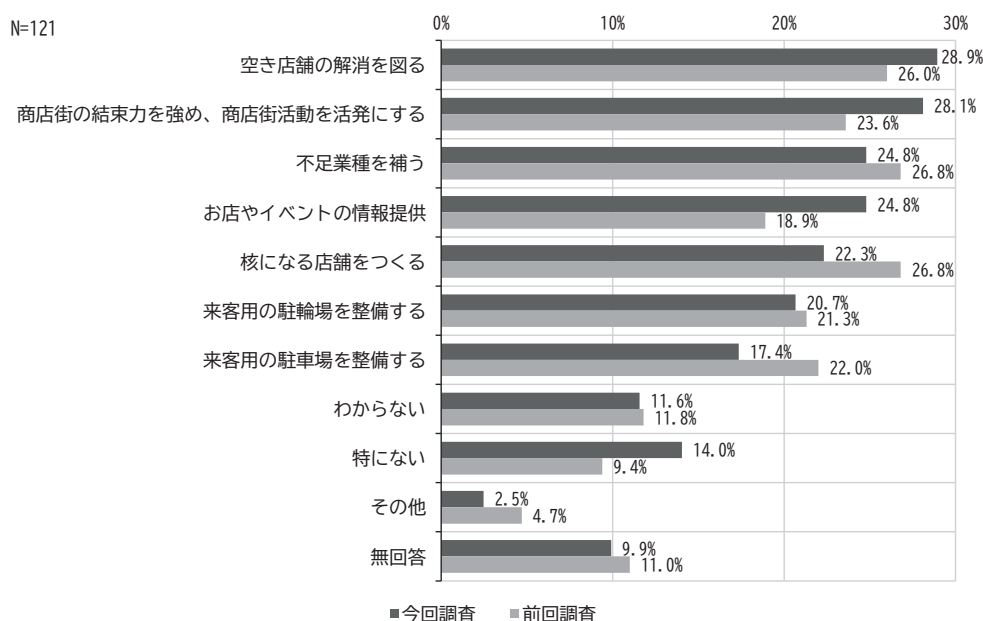
問 32 商店街で充実したい施設・設備

商店街で充実したい施設・設備は「駐輪場」が27.3%と最も多く、次いで「街路灯」が24.0%、「駐車場」が23.1%となっている。前回調査と比較すると、ほぼ同様の傾向である。その他「ベンチ」や「公衆トイレ」などで増加している。



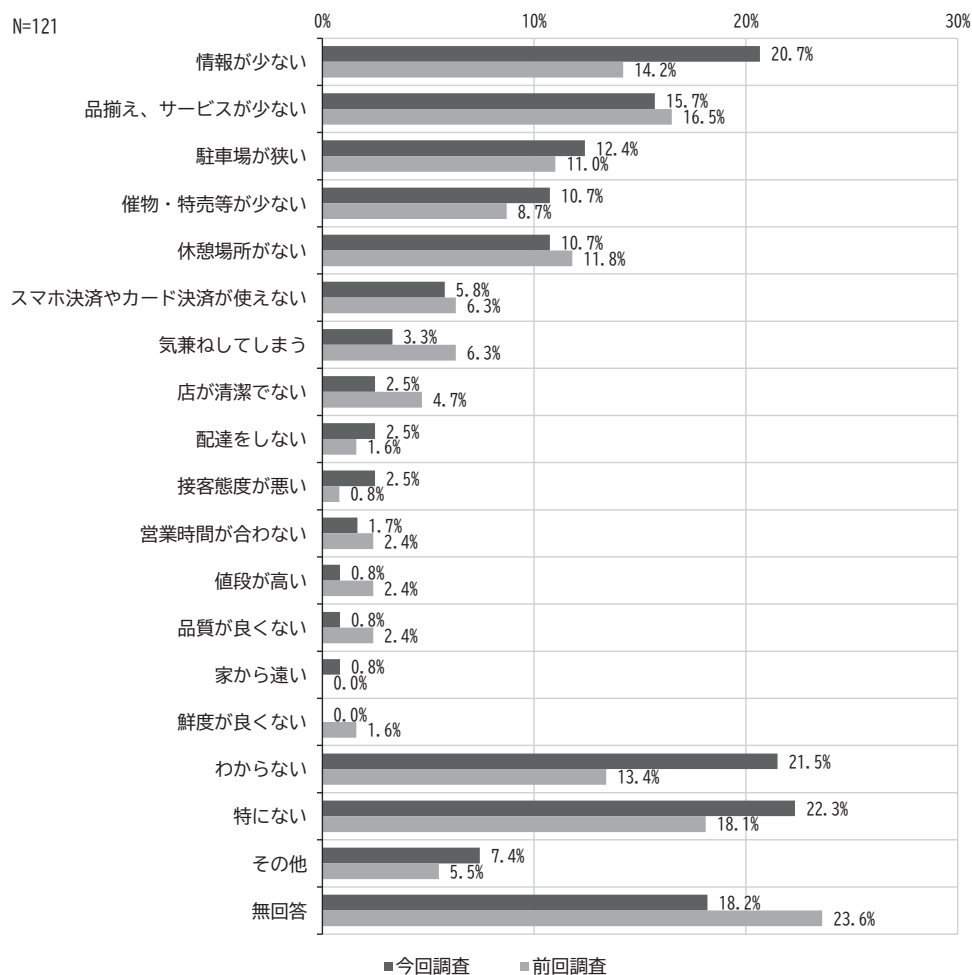
問 33 商店街の活性化に向けた取り組み

商店街の活性化に向けた取り組みは「空き店舗の解消を図る」が28.9%と最も多く、次いで「商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする」が28.1%、「不足業種を補う」が24.8%となっている。前回調査と比較すると、「空き店舗の解消を図る」や「商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする」がやや増加した。



問 34 商店街の課題

商店街の課題は「情報が少ない」が20.7%と最も多く、次いで「品揃え、サービスが少ない」が15.7%、「駐車場が狭い」が12.4%となっている。前回調査と比較すると、「情報が少ない」が6.5ポイントと大きく増加した。

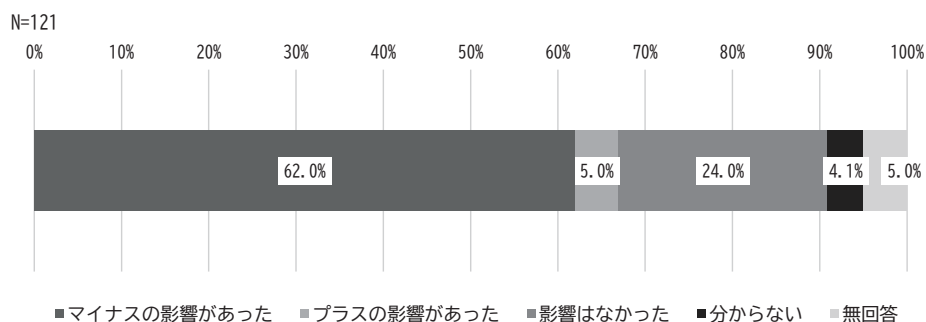


I 商業調査

(6) 新型コロナウイルスの影響

問 35 新型コロナウイルスの影響の有無

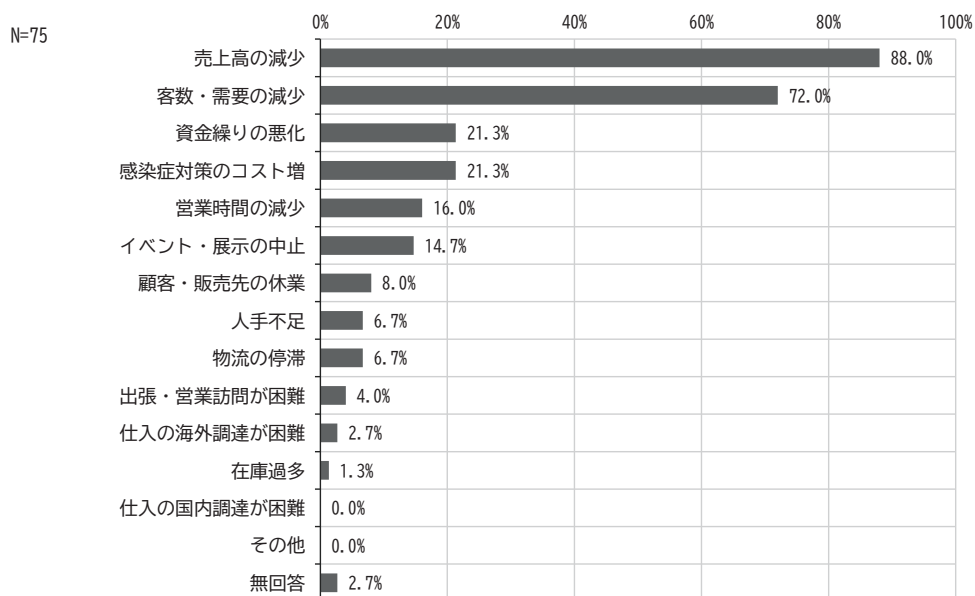
新型コロナウイルスの影響は「マイナスの影響があった」が62.0%と最も多く、次いで「影響はなかった」が24.0%、「プラスの影響があった」が5.0%となっている。



【付問①】 マイナスの影響

(前問「マイナスの影響があった」と回答)

マイナスの影響については「売上高の減少」が88.0%と最も多く、次いで「客数・需要の減少」が72.0%、「資金繰りの悪化」と「感染症対策のコスト増」がともに21.3%となっている。



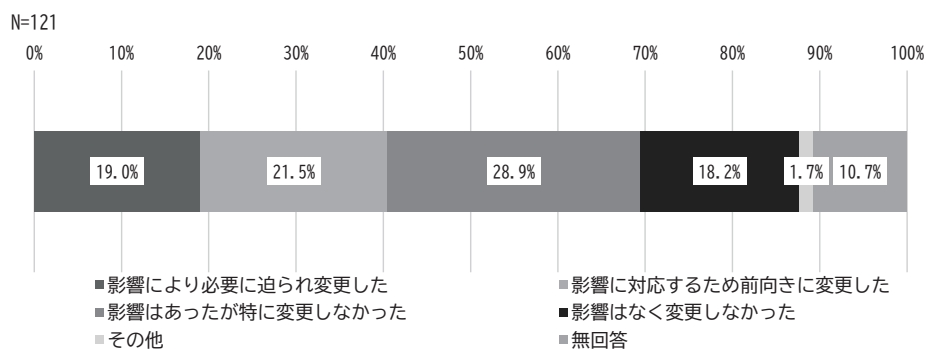
【付問②】 プラスの影響

(前問「プラスの影響があった」と回答)

主な意見	業 種
テイクアウトが多くなった。	小売業
デリバリー注文が多かった。	飲食業
時間ができたことにより思い切った業務変更など、新しいことにチャレンジできた。	飲食業
自宅で食事する人が増えたため。	小売業
自粛期間中はテイクアウトの需要があり、またこれまで来店機会のなかったお客様が増えた。コロナが開けてからは外食を控えていた方の来店増となった。	飲食業
店舗や商店会への補助金活用で工事が増えた。	その他

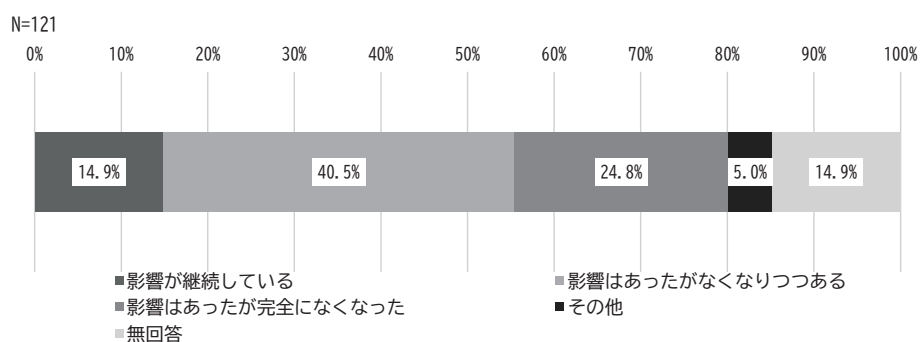
問 36 新型コロナウイルス感染症の拡大により事業内容や事業体制の変更の有無

新型コロナウイルス感染症の拡大により事業内容や事業体制の変更については、「影響はあったが特に変更しなかった」が28.9%と最も多く、次いで「影響に対応するため前向きに変更した」が21.5%、「影響により必要に迫られ変更した」が19.0%となっている。



問 37 新型コロナウイルスの影響の継続

新型コロナウイルスの影響の継続については「影響はあったがなくなりつつある」が40.5%と最も多く、次いで「影響はあったが完全になくなった」が24.8%、「影響が継続している」が14.9%となっている。

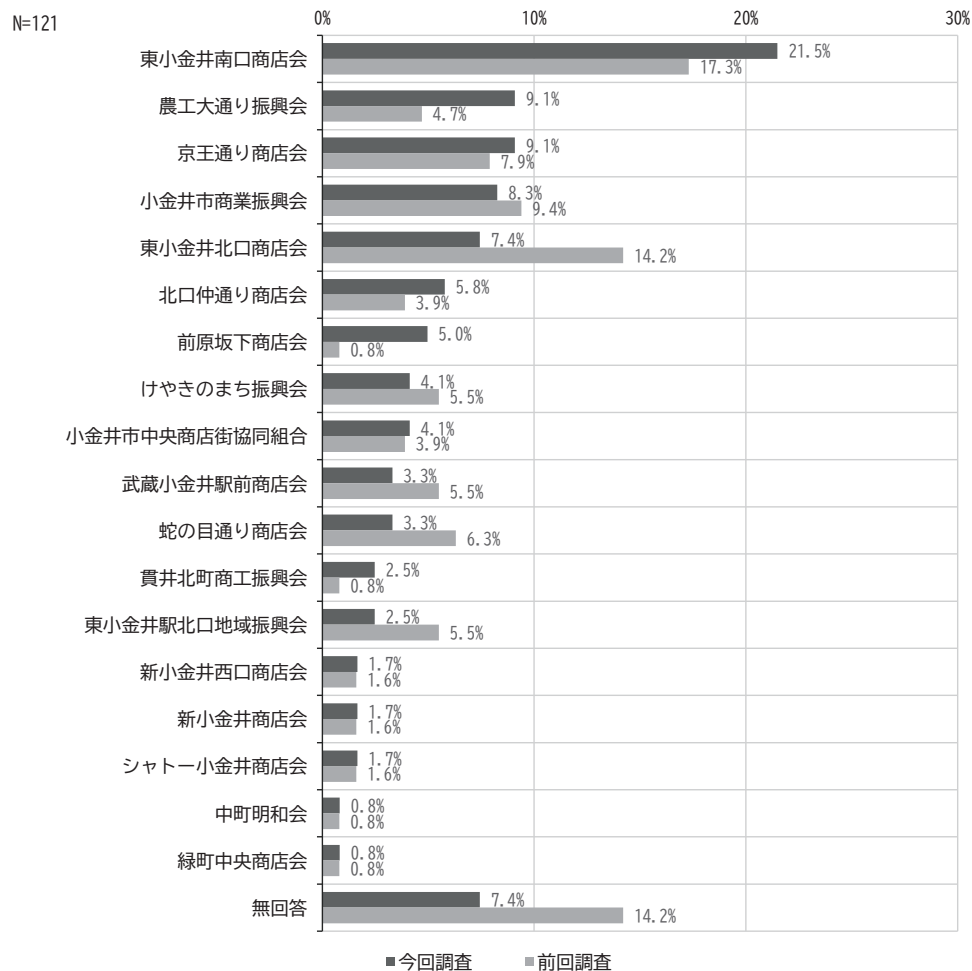


I 商業調査

(7) 商店会活動について

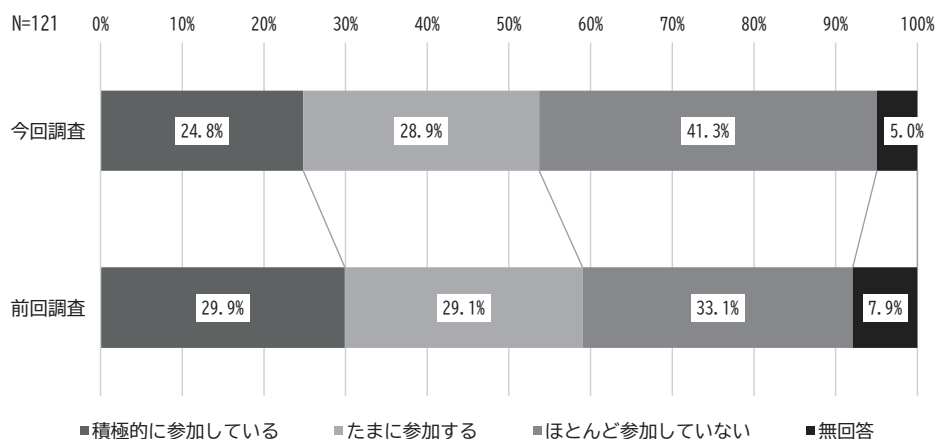
問 38 商店会の加盟

商店会の加盟は「東小金井南口商店会」が21.5%と最も多く、次いで「農工大通り振興会」と「京王通り商店会」がともに9.1%、「小金井市商業振興会」が8.3%となっている。前回調査と比較すると、「東小金井南口商店会」、「農工大通り振興会」、「京王通り商店会」とともに若干増加した。



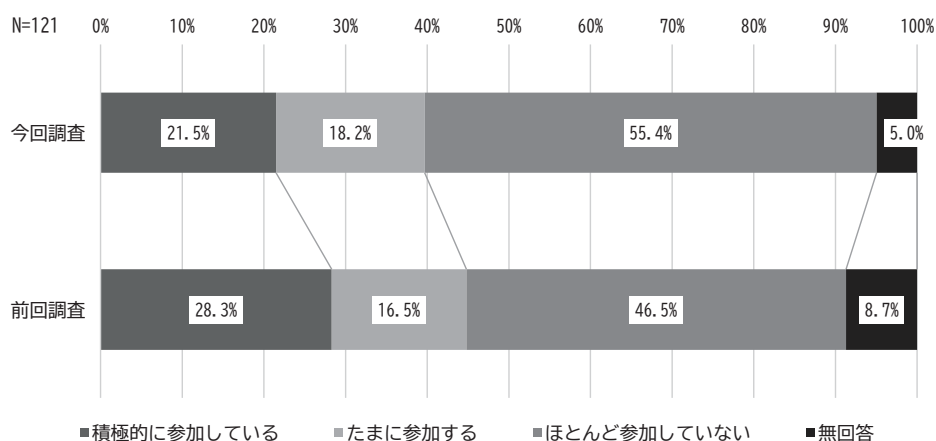
問 39 商店会活動への参加

商店会活動への参加は「ほとんど参加していない」が41.3%と最も多く、次いで「たまに参加する」が28.9%、「積極的に参加している」が24.8%となっている。前回調査と比較すると、「ほとんど参加していない」が8.2ポイントと大きく増加する一方で、「積極的に参加している」が5.1ポイント減少した。



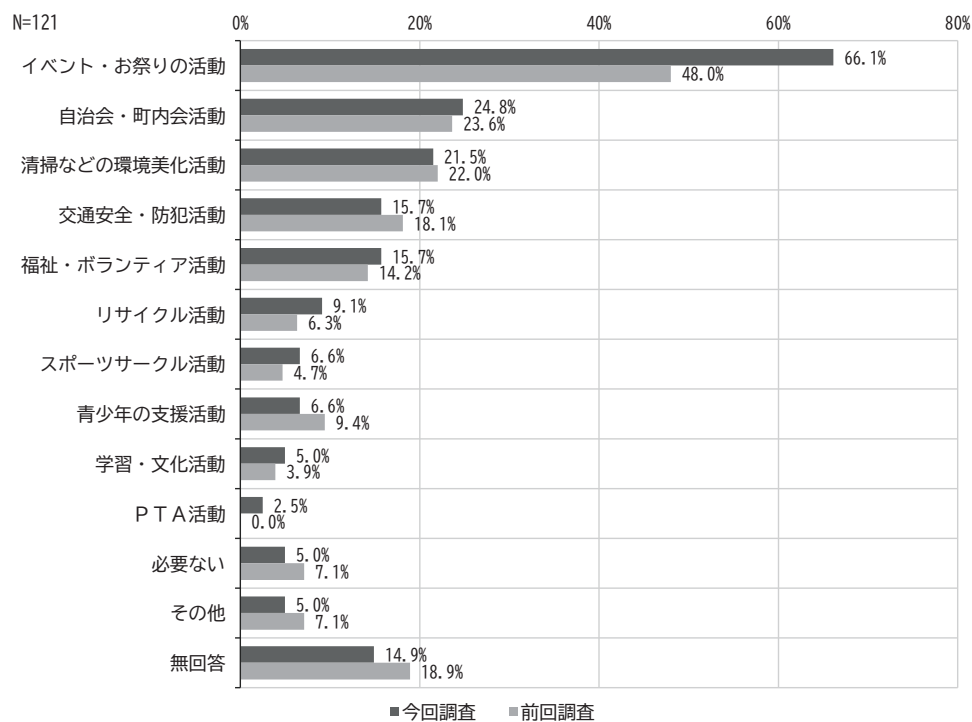
問 40 商店会の会合への参加

商店会の会合への参加は「ほとんど参加していない」が55.4%と最も多く、次いで「積極的に参加している」が21.5%、「たまに参加する」が18.2%となっている。前回調査と比較すると、「ほとんど参加していない」が8.9ポイントと大きく増加する一方で、「積極的に参加している」が6.8ポイント減少した。



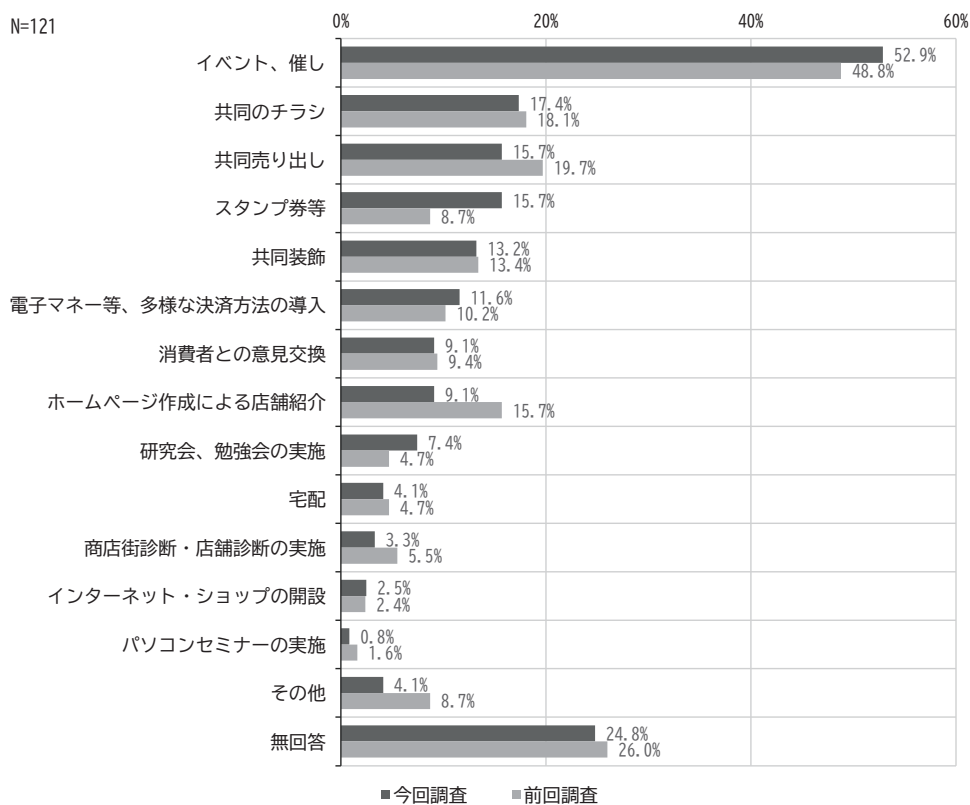
問 41 商店会と地域社会との連携強化

商店会と地域社会との連携強化は「イベント・お祭りの活動」が66.1%と最も多く、次いで「自治会・町内会活動」が24.8%、「清掃などの環境美化活動」が21.5%となっている。前回調査と比較すると、「イベント・お祭りの活動」が18.1ポイントと大きく増加した。



問 42 商店会の充実していくべき活動

充実していくべき商店会活動は「イベント、催し」が52.9%と最も多く、次いで「共同のチラシ」が17.4%、「共同の売り出し」と「スタンプ券等」がともに15.7%となっている。前回調査と比較すると、ほぼ同様の傾向であるが、「スタンプ券等」で増加した。

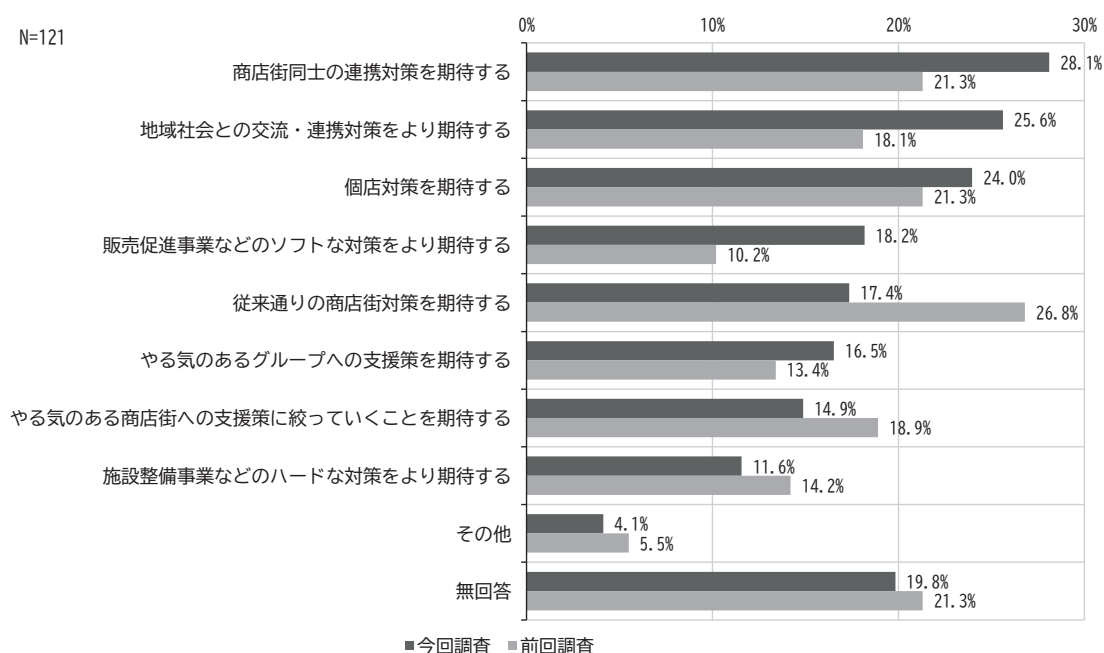


I 商業調査

(8) 小金井市の商業振興施策の方向

問 43 市の商業振興策

市の商業振興策について期待することは、「商店街同士の連携対策を期待する」が28.1%と最も多く、次いで「地域社会との交流・連携対策をより期待する」が25.6%、「個店対策を期待する」が24.0%となっている。前回調査と比較すると、「商店街同士の連携対策を期待する」が6.8ポイント、「地域社会との交流・連携対策をより期待する」が7.5ポイント増加、「個店対策を期待する」が2.7ポイントと、ともに増加した。一方で、「従来通りの商店街対策を期待する」が大きく減少した。



問 44 市の商業振興について（自由記入）

業 種	主な意見
小売業	駅周辺は利便性重視でどんどん住宅が増えている。条例等で店舗併用住宅地域を設けていかなければ商店街はますます衰退していくと思う。
飲食業	学生アルバイトの人材確保等に支援があると助かる。例えば、市内事業所でアルバイトしてる学生とは就活セミナー等が受講できるなど。
小売業	地域のイベント（活気ある祭り等）を増やし、集客に活かしていきたい。
小売業	個人商店の担い手が高齢になっている。市がどこまでできるかわからないが期待したい。
飲食業	たくさんある商店会ではなく、一本化して魅力的な小金井にして欲しい。
飲食業	マナーの悪い違反の店が増えている。営業時間が普通の店の顔をして深夜営業をしている店舗が増えている。
サービス業	市や商店街という枠の最小単位は個別の事業者であり、成長は各々の事業者の企業努力に委ねられている。自由競争の市場原理によって時代の変化に適応したものが残り、新陳代謝は自然に起こるというのが前提であるが、新たに事業を起こすには、ひと・もの・金が十分に必要で、それらを準備するリスクは大きいので、なかなか踏み出せない人があると思う。また、始めるだけなら融資やインキュベーション施設の支援はあるものの、事業を継続して成長させる上での様々な個々の課題を解決させるためのサポートはあまりないと感じる。行政はそうした事業の継続や成長のための環境（ひと・もの・金）整備、困りごとの相談や解決などのソフト面での支援が必要ではないかと思う。
小売業	せっかく市内にはスタジオジブリがあり、「こきんちゃん」があるので、キャラクターをもっと市民、地区を含め市外にもアピール広報を拡大すべきだと思う。ジブリと連携をもっとすれば活性化に繋がると思う。例えば、商業店舗での紙袋にキャラクターを利用、チラシに利用できるようにするなど、広報活動に役立てたらいいと思う。
サービス業	個人商店は高齢化で廃業、縮小が進む。若い世代に魅力的な商店街をつくる施策を望む。
飲食業	活気ある商店街づくりに対して協力の意向はあるので、これから多くの市民の方々が利用してもらえるまちにしていきたいし、努力していきたい。
サービス業	市に期待している。一緒に小金井市を盛り上げて行きたい。
飲食業	住民に対して飲食店が少なく、スーパーや病院は多いと感じる。飲食店の営業時間が短い。駐輪場を完備している所が少ない。
小売業	昼間に小金井市内で働く人の人口が少ないように思える。他市（他駅）との比較がわからないので何とも言えないが、事務所や営業所が少なく感じている。
小売業	大型店に対応していくためには、市内個店の連携が不可欠で、そのことの周知・対策が必要である。
小売業	武蔵小金井駅北口の環境が変化していく中、どのようになっていけばいいか。考えることは必要だと思う。
その他	やる気のある商店の個々の要望に耳を傾け元気な商店が1件でも増えていくと素敵だと思う。商売のできる公共スペース、気軽に安価なイベントのできる公共スペースがあるとよい。
サービス業	情報発信のデジタル化を推進して欲しい。

第4章 各調査からみる課題と対応の方向性

4-1 各調査の結果の概要

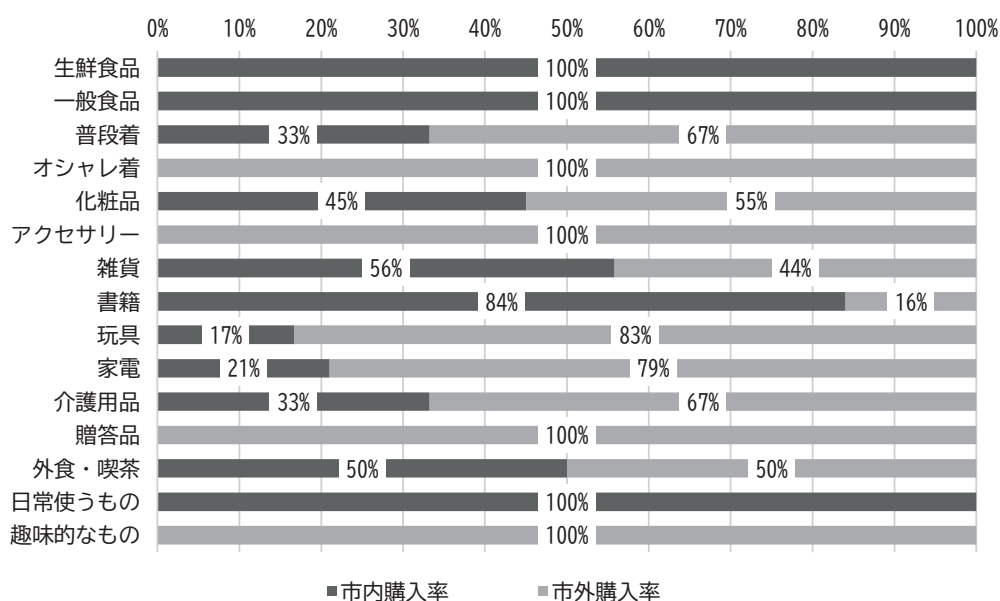
(1) 消費者調査

①品目と購入場所

品目と購入場所の関係による買物行動については、下記のような特徴が見られる。

- ・市内で購入する割合が特に高い品目は、「生鮮食品」、「一般食品」、「書籍」、「日常使うもの」などとなっており、この傾向は前回調査と同様である。
- ・一方、市外で購入する割合が特に高い品目は、「普段着」、「オシャレ着」、「アクセサリ」、「玩具」、「家電」、「介護用品」、「贈答品」、「趣味的なもの」などとなっており、前回調査と比較し、「普段着」の割合が増加した。市外での購入先は圧倒的に「吉祥寺」が多くなっており、店舗数、品ぞろえなどにおいてバラエティに富んでおり、強力な吸引力となっている。
- ・また、「化粧品」、「雑貨」、「外食・喫茶」などは、市内と市外の割合が同程度となっており、これらの品目は日常的に使うものと特別に購入するものとの違いが表れていると思われる。

図表 市内・市外購入率（品目ごとの購入場所1位の割合）



②市内における購入場所

市内の主要なエリアの買物行動については、下記のような特徴が見られる。

市内エリア	購買特徴
武蔵小金井駅 南口周辺	・市内では、全ての品目について、購入場所として選ばれている。特に、生鮮食品、一般食品、日常使うもので割合が高くなっている。 ・複数の大型スーパーが立地し、店舗の選択が可能なおうえ、食品以外の店舗も充実し、周辺地区で全てが揃う立地となっている。 ・地域では、中町、前原町、本町などの住民が多く利用している。
武蔵小金井駅 北口周辺	・書籍や日常使うものの購入や外食・喫茶などで利用されている。 ・地域では、関野町、本町、桜町、貫井北町などの住民が多く利用している。
東小金井駅周辺	・生鮮食品、一般食品、日常使うものの購入が多くなっている。 ・地域では、東町、梶野町、関野町、緑町などの住民が多く利用している。
新小金井駅周辺	・新小金井駅周辺の東町の住民を中心に、生鮮食品、一般食品、日常使うものなどの購入に利用されている。
市内その他・ 最寄の商店街	・生産食品、一般食品、日常使うものの購入に利用されており、特に貫井南町の住人の利用が多くなっている。

図表 市内における品目と購入場所

	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
生鮮食品	35.3%	10.0%	26.2%	1.7%	21.6%
一般食品	35.1%	12.4%	24.2%	2.0%	22.8%
普段着	18.0%	5.3%	0.8%	0.0%	3.6%
オシャレ着	6.1%	1.6%	0.3%	0.0%	1.5%
化粧品	15.8%	6.4%	8.4%	0.0%	9.3%
アクセサリ	4.3%	2.2%	0.5%	0.0%	1.4%
雑貨	20.5%	10.4%	5.6%	0.3%	7.4%
書籍	22.0%	20.1%	2.5%	0.2%	3.3%
玩具	11.8%	5.5%	0.8%	0.0%	1.9%
家電	14.1%	10.4%	0.8%	0.2%	4.0%
介護用品	8.6%	3.5%	3.7%	0.3%	3.9%
贈答品	9.1%	2.4%	0.6%	0.1%	2.6%
外食・喫茶	23.8%	14.8%	15.2%	1.2%	9.5%
日常使うもの	34.0%	15.4%	18.8%	1.5%	14.6%
趣味的なもの	7.7%	5.5%	1.7%	0.1%	3.8%

I 商業調査

③品目と店舗形態

品目と店舗形態の関係については、下記のような特徴が見られる。

店舗形態	購買特徴
一般商店	・ 外食・喫茶として多く利用されている。その他、書籍や雑貨などの利用が多い。 ・ 外食・喫茶の利用として、地域的な特徴は見られないが、年齢層が若いほど利用が多くなっている傾向が見られる。
大型専門店	・ 家電の購入先として多く利用され、その他、普段着や書籍、雑貨などの利用が多い。 ・ 年齢層では、40 歳代～60 歳代で多く、地域では、貫井南町、東町、梶野町などの住民が多く利用している。
スーパー	・ 生鮮食品、一般食品で高い割合で利用されている。その他、日常使うものの購入が多くなっている。 ・ 生鮮食品、一般食品の購入では、年齢層や地域に関係なく多くの住民が利用している。
コンビニ	・ 割合は高くないが、一般食品や日常使うものなどの購入に利用されている。 ・ 日常使うものでは、18～29 歳、30 歳代などの比較的若年層で他の年齢層に比べ、やや利用が多くなっている。
デパート	・ 贈答品やオシャレ着、アクセサリなどの高級品の購入に利用されている。 ・ 男性よりも女性の利用が多く、年齢層や地域的な大きな特徴は見られない。
その他（ネット通販・宅配等）	・ 生鮮食品や一般食品、外食・喫茶以外の品目で一定程度利用され、特に趣味的なものや化粧品などで多く利用されている。 ・ 年齢層では、50 歳代以下で利用が多くなっている。

図表 品目と店舗形態

	一般商店	大型専門店	スーパー	コンビニ	デパート	その他（ネット通販・宅配等）
生鮮食品	6.1%	6.5%	78.8%	1.4%	2.7%	5.5%
一般食品	4.5%	7.3%	77.1%	6.8%	2.8%	7.3%
普段着	9.0%	41.4%	11.2%	0.1%	14.5%	20.7%
オシャレ着	8.5%	28.7%	3.0%	0.0%	33.3%	19.5%
化粧品	9.2%	21.3%	11.7%	0.4%	15.1%	27.8%
アクセサリ	9.9%	16.9%	1.3%	0.0%	24.1%	18.2%
雑貨	16.2%	33.9%	15.5%	1.2%	10.2%	16.6%
書籍	15.9%	36.7%	5.9%	0.8%	5.7%	23.5%
玩具	4.3%	23.5%	3.8%	0.1%	5.6%	24.3%
家電	3.1%	62.9%	1.5%	0.0%	1.4%	23.0%
介護用品	3.3%	10.0%	7.7%	0.3%	1.5%	13.8%
贈答品	6.4%	12.7%	4.9%	0.2%	41.9%	25.4%
外食・喫茶	53.0%	17.1%	2.3%	0.4%	10.3%	1.6%
日常使うもの	15.9%	26.1%	37.5%	5.8%	4.1%	15.9%
趣味的なもの	13.6%	27.2%	4.2%	0.5%	9.5%	37.2%

④市内で買物する理由・買い物や食事等をする機会

項目	概要
買物する理由	・市内での買い物は、性別や年齢層で重視する度合いは異なるが、全体として「近い」「気軽」「安い」「ついで」などのキーワードが買物行動の動機になっていると思われる。
買い物や食事等をする機会	・買い物する頻度は、週に5日以上が2割弱、週に3～4日まで含めると5割強と、約半数の人は、2日に1回は市内で買い物する機会がある。 ・食事をする頻度は、週に1～2日が3割、月に1日程度まで含めると8割弱となっている。

⑤商店街について

項目	概要
商店街の日常的な利用	・『利用する』が3割強に対し『利用しない』が7割弱となり、日常的に商店街を利用する住民は少ないと思われる。年齢別では70歳以上では約半数が『利用する』となっている。
商店街のイベントやお祭り	・『行く』が2割強に対し『行かない』が8割弱となり、商店街のイベントやお祭りに参加する住民は少ない。年齢別では、子育て層世代の30歳代や40歳代で『行く』割合が多くなっている。
商店街で充実してほしい施設・設備	・すべての年齢層で「駐輪場」の充実を希望している。また、比較的若い年齢層では、「街路灯」や「広場・小公園」、高齢の年齢層では「駐車場」の割合が高くなっている。
商店街に期待すること	・不足業種の補足や核店舗の誘致、空き店舗の解消など、店舗の充実を求める声が多い。また、商店街活動の活発化や店舗やイベント情報の発信など、商店街の運営に関することでも期待されている。

⑥買物や食事等の満足度、産業振興について

項目	概要
買い物や食事等の環境の満足度	・買い物や食事等の環境に『満足している』が6割弱、『満足していない』が3割強と、環境に満足している住民が多くなっている。年齢層が若いほど満足度の割合が高い傾向が見られた。また、地区によっては満足していない割合が高くなっているところもあり、地域の環境により満足度が異なっていることが分かる。
イベントや店舗情報の入手方法	・商店街や店舗のチラシやリーフレット、新聞折り込みなど、アナログ的な情報媒体で高くなっている。
商業振興に向けたアイデア	・多様な業種や店舗、個性的な店舗の誘致など、商店街の店舗の充実を求める意見は多くなっている。また、季節ごとのイベント開催や情報発信やPR方法の工夫などに関する意見も多い。さらに、空き店舗の活用や再開発の推進など、ハード的な改善を求める意見もあった。 ・買い物や食事等の環境については、チェーン店ではなく、個性的な飲食店や、子供連れやファミリーで使える店舗が増えて欲しいといった意見が多い。また、バス便の充実や駐車場の整備など、交通面に関わる意見もあった。

I 商業調査

(2) 商店街利用客ヒアリング調査

①商店街の主な特徴

商店街エリア	主な特徴
武蔵小金井駅 北口周辺	・大型量販店1点への集中的な来訪が多い。その分、個店への来訪が遠のく傾向にある。商店街において、立ち寄りたくなるような個性的なお店の展開が望まれている。
武蔵小金井駅 南口周辺	・新たにショッピングセンターがオープンし、既存の大型スーパーとともに来街者が集中している。
京王通り 商店会周辺	・最寄り品の購入中心の商店街の利用である。近隣住民の利用が多く、昔からの利用している人が多いが、店舗が集中しているが、利用しにくいといった声も多い。ファミリーレストランが業態を変更したため、気軽に入れる飲食店を望む声がある。
東小金井駅 北口周辺	・買物のため、スーパーへ来訪する人が多い。また nonowa の出店により、利便性が高まった反面、個人店の利用が減少傾向にある。今後、個人店を含め、店舗が増えていくことを望む声が多い。
東小金井駅 南口周辺	・他の商店街と比べると、来訪頻度が少ない。通勤・通学・通りがかりとしての来訪のため、ランチ等の食事のために飲食店への来訪が多い傾向にある。また、キャッシュレス決済の普及に努めているが、現金での支払い利用者が多くなっている。
新小金井駅 西口周辺	・昔ながらのスタイルで親しみをを持った利用客が多いが、店舗数が減少し、住宅への転換が進んでいる中で、店舗数の増加や商店街の存続を危ぶむ声も多く聞かれた。
新小金井駅 東口周辺	・開店している店舗は少なく、来街者も通勤、通学、通りがかりといった人が多くなっている。利用されている店舗は食品スーパーに集中し、店舗が少ないといった意見が多い。

②来訪の手段、目的、頻度

商店街エリア	利用する駅	市内や市外からの交通手段	来訪目的	来訪頻度
武蔵小金井駅 北口周辺	武蔵小金井駅	電車、自転車、車	買物、食事・喫茶	ほぼ毎日が3割弱、週2回以上が6割強
武蔵小金井駅 南口周辺	武蔵小金井駅	電車、自転車、バス	買物、通勤・通学・通りがかり	ほぼ毎日が2割強、週2回以上が7割弱
京王通り 商店会周辺	武蔵小金井駅	自転車、徒歩	買物（食料品）	ほぼ毎日が2割強、週2回以上が6割弱
東小金井駅 北口周辺	東小金井駅	徒歩、電車、バス	買物、通勤・通学・通りがかり	ほぼ毎日が4割強、週2回以上が8割強
東小金井駅 南口周辺	東小金井駅	電車、自転車	食事・喫茶、通勤・通学・通りがかり、買物	ほぼ毎日が1割強、週2回以上が4割強
新小金井駅 西口周辺	新小金井駅 東小金井駅	徒歩、自転車	買物、通勤・通学・通りがかり	ほぼ毎日が2割弱、週2回以上が5割弱
新小金井駅 東口周辺	新小金井駅 東小金井駅	徒歩、電車	通勤・通学・通りがかり	ほぼ毎日が5割弱、週2回以上が7割強

③商店街でよく行く店の利用状況（店舗、頻度、消費額、支払い方法）

商店街エリア	よく行く店	利用頻度	平均消費額	支払い方法
武蔵小金井駅 北口周辺	大型量販店	週1回以上が7割強	1,001～3,000円が7割弱で最も多い	現金6割強、スマホ決済1割強、その他キャッシュレス3割弱
武蔵小金井駅 南口周辺	大型スーパー	週1回以上が8割強	1,001～3,000円が4割弱で最も多い	現金5割弱、スマホ決済2割弱、その他キャッシュレス4割弱
京王通り 商店会周辺	スーパー	週1回以上が8割強	1,001～3,000円が5割強で最も多い	現金5割強、スマホ決済1割弱、その他キャッシュレス4割強
東小金井駅 北口周辺	スーパー	週1回以上が7割強	1,001～3,000円が6割弱で最も多い	現金5割弱、スマホ決済1割強、その他キャッシュレス4割強
東小金井駅 南口周辺	チェーンの飲食店	週1回以上が6割弱	501～1,000円が5割弱で最も多い	現金7割弱、スマホ決済2割弱、その他キャッシュレス2割弱
新小金井駅 西口周辺	スーパー	週1回以上が5割強	1,001～3,000円が5割強で最も多い	現金8割強、スマホ決済2割弱、その他キャッシュレスはなし
新小金井駅 東口周辺	個店、コンビニ	週1回以上が5割弱	1,001～3,000円が4割強で最も多い	現金9割弱、スマホ決済1割強、その他キャッシュレスはなし

④商店街でよく行くお店の利用理由

商店街エリア	商店街でよく行く店の主な理由
武蔵小金井駅 北口周辺	買物のため、価格の安さ、自宅からの近さ、美味しい食材を求めて
武蔵小金井駅 南口周辺	品揃えのよさ、買物のため、自宅からの近さ、価格の安さ
京王通り 商店会周辺	自宅からの近さ、新鮮な食材を求めて、価格の安さ
東小金井駅 北口周辺	自宅からの近さ、通りがかりの購入に便利、買物のため、美味しい食材があるから
東小金井駅 南口周辺	美味しい食材があるから、価格の安さ、自宅からの近さ、必要なものを購入するのに便利、テイクアウトできるから
新小金井駅 西口周辺	美味しい食材があるから、自宅からの近さ、通りがかりの購入に便利、新鮮な食材を求めて
新小金井駅 東口周辺	自宅からの近さ、美味しい食材を求めて、通りがかりの購入に便利

I 商業調査

⑤商店街の満足度、理由

商店街エリア	満足度	満足の主な理由	不満の主な理由
武蔵小金井駅 北口周辺	『満足度』が60%台	日常生活必要なものは一通り揃っている、家から近い、安い	店が少ない、寂しさ
武蔵小金井駅 南口周辺	『満足度』が80%台	日常生活必要なものは一通り揃っている、コンパクトにまとまっていて便利、綺麗で新しい	つまらない、混雑している
京王通り 商店会周辺	『満足度』が80%台	日常生活必要なものは一通り揃っている、価格の安さ、家から近い	店舗数が少ない、寂しい、活気がない
東小金井駅 北口周辺	『満足度』が60%台	日常生活必要なものは一通り揃っている、生活しやすい、良い環境と感じる	店舗数が少ない、大型スーパーがない、活気がない
東小金井駅 南口周辺	『満足度』が60%台	日常の買物に不自由しない、お店の充実、日常生活に必要なものは一通り揃っている	店舗数が少ない、寂しい、活気がない
新小金井駅 西口周辺	『満足度』が50%台 『不満足度』が40%台	買物には困らない、店の質が良い、落ち着く、価格の安さ	店舗数が少ない、寂れている、活気がない、閑散としている
新小金井駅 東口周辺	『満足度』が40%台 『不満足度』が50%台	静かで落ち着いている、レトロ感	店舗が少ない、品揃えが良くない、閉店している店が多い

⑥商店街のイメージ、商店街にあったらよいもの

商店街エリア	好意的イメージ	非好意的イメージ	あったらよい
武蔵小金井駅 北口周辺	昔ながらのレトロ感、親しみやすさ、綺麗に整備された、自然の多さ、味わいがある	寂しい、暗い、古い、人がいない、雑然としている、店舗数が少ない	カフェ、ファミリーレストラン、お菓子の販売店、スーパー、ドラッグストア
武蔵小金井駅 南口周辺	綺麗、明るい、コンパクトにまとまっている、イベントが多い、活気がある、穏やか	つまらない、閑散としている、活気がほしい	飲食店、カフェ、居酒屋、映画館、ファッション関連のお店、駐輪場、図書館
京王通り 商店会周辺	明るい、便利、静か、ゆったりしている	寂しい、暗い、閑散としている、活気がない	ファミレス、カフェ、スーパー、本屋、ホームセンター、公園
東小金井駅 北口周辺	静か、賑わいがある、落ち着いている、広々としている、以前から環境が改善された	寂しい、不便、活気がない、暗い	カフェ、レストラン、チェーン店の飲食店、ファッション関連、本屋、図書館
東小金井駅 南口周辺	賑わいがある、昔ながらのレトロ感、静か、人がやさしい、ゆったり、のんびり	寂しい、賑わいが少ない、店舗数が少ない、活気がない、地味、暗い	ファミレス、カフェ、パン屋、本屋、雑貨屋、惣菜店、ファッション関連、生花店
新小金井駅 西口周辺	昔ながらのレトロ感、明るい、地元に密着している、賑やか	寂しい、閑散としている、活気がない、暗い	カフェ、ファミレス、八百屋、スーパー、雑貨店、豆腐屋、本屋
新小金井駅 東口周辺	静か、のんびり、家から近くて便利、良い方が多い、昔ながらのレトロ感	廃れている、若者が少ない、活気がない、寂しい、店舗数が少ない	レストラン、カフェ、洋菓子店、スーパー、雑貨店、ドラッグストア

⑦商店街への期待

商店街エリア	商店街への期待
武蔵小金井駅 北口周辺	イベント・催事等での活性化を望む。またインバウンド需要に伴い、ホテル等の施設を新たに誘致することを望む。道の混雑や自転車の利用者の多さから、整備を求める声もみられる。
武蔵小金井駅 南口周辺	綺麗な景観の維持を望む声もある。また、コンパクトにお店等がまとまっているので、利便性が高いとの声もある。
京王通り 商店会周辺	店舗数の減少に歯止めをかけ、活気ある商店街へ変化を望む声がある。
東小金井駅 北口周辺	人・自転車が多い場所は、道路・歩道幅の拡張により、バリアフリー化を期待する声がある。加えて、自転車マナーの呼びかけにより、安全な商店街を望む声もある。
東小金井駅 南口周辺	小さいカフェや飲食店の出店により、明るく活気ある商店街への期待がある。バスの本数の整備など、交通の面でより利便性があがることへの期待の声もある。
新小金井駅 西口周辺	地元に密着した、昔ながらの商店街の維持を望む声がある。その上で、明るい雰囲気 の商店街への期待がある。
新小金井駅 東口周辺	商店街を賑やかに、小さい子どもも楽しく過ごせるような場所になることへの期待の 声がある。小さな個店の維持のため、市の支援等を望む声もある。

I 商業調査

(3) 商店街経営者意識調査

商店街経営者意識調査の結果は下記のようにまとめられる。

項 目	概 要
①業種	・ サービス業、小売業、飲食業が多く、飲食店（和食・洋食・中華・喫茶等）、食料品（食品・スーパー・コンビニ等）、医療・福祉（医療・薬局・ドラッグストア・整体・介護用品等）が多い。
②経営	・ 従業者数は5人以下、市内で長く操業している個店が多く、その中でも「31年以上」操業している個店が最も多かった。経営者は、50歳代が30%台で最も多く、次いで60歳代の10%台が多かった。前回調査では、70歳代が30%台で最も多かったため、経営者の年齢層の変化がみられる。
③店舗・設備	・ 店舗兼自宅と考えられる比較的小規模（6～10坪）の売場面積が多く、土地・建物が自己所有の個店が多いが、借家・借地の個店も多くみられる。また、来客用駐車場のない個店が60%以上を占める。改装の予定についても、予定はない個店は60%以上となる。
④定休日・営業時間	・ 日曜日が定休日である個店が多く、次いで祝日を定休日としている個店が多い。営業開始時間は9時台が最も多く、終了時間は17時以降が80%以上を占める。
⑤ICT（情報通信機器）の活用	・ 比較的小規模な個店においても外部・顧客との商品・サービスの受発注等に情報機器（コンピュータ、インターネット）を利用している。
⑥顧客の獲得	・ 固定客が多く、近所や市内に住む50～70歳代を中心に事業を行っている個店が多い。最近では、高齢者、仕事を持った女性、子ども連れ・親子が増えてきている。前回調査と比べると、仕事を持った女性の利用が増加した。
⑦経営・事業の状況	・ 最近の売上高、客数、粗利益、業績を「横ばい」と回答する割合が最も多く、前回調査と比べると、特に売上高に関しては、12.8ポイント増加し38.0%となった。
⑧事業継承	・ 経営者として働きたい続けたい年齢は、「働けるうちはいつまでも」と考えている人が39.7%と最も多かった。事業の継承者、事業を継承する時期に関しては「まだ考えていない」「未定・わからない」といった回答が多く、年齢にはとらわれず、自分自身が働けるうちは頑張って続けていこうと考えている経営者が多い。そのため、後継者の育成や確保、承継全般について等課題を挙げる経営者も多い。
⑨新型コロナウイルス感染症の影響	・ 商店街に対する課題として、商店街の連続性に欠ける、核になる店舗がない、店舗の老朽化・陳腐化が著しいといった意見が挙げられた。商店街で充実したい施設・設備に関しては、駐輪場、街灯、ベンチなどが挙げられ、駐輪場に関しては、自転車で来訪した際にその置き場に困っている状況が伺える。 ・ また、コロナ禍で減少したとみられる「イベント、お祭りの活動」について、商店街と地域社会との連携強化のポイントであると挙げる経営者が多く、前回調査と比べると18.1ポイント増加した。

4-2 課題と対応の方向性

（１）来街者を増やすための取り組み

商店街への週２回以上の来訪頻度は、各商店街において４０％～８０％で推移しており、平均すると５０％台となる。前回調査では平均７０％台であったことから、来街頻度は減少傾向にあるといえる。このことから、個店が来訪者を顧客にできるかが課題といえる。

品目と購入場所に関係では、日々購入される生鮮食品や一般食品などは住まいに近い市内で購入する割合が高く、今後より一層の購入者の取り込むためには、購入者ニーズに合わせた対応が必要になると思われる。例えば、その店舗でなければ購入できない魅力ある商品の開発や、来訪者が少しでも付加価値を感じてもらえるような仕組み作りが求められる。商店街としては、駐輪スペースの確保、バリアフリー化など来訪しやすい環境整備が重要になる。

また前回調査と比較すると、来訪目的において、通勤・通学・通りがかり目的の来訪者が増加している。商店街では、学生等が来訪する時間帯を意識した売り方や商品展開も必要である。

（２）商店街の魅力の向上

消費者や来訪者が求めている商品、サービス、環境を提供できるかどうかは課題といえる。前回調査と比較すると、商店街への満足度は１０％程度上昇、もしくは数値を維持している商店街がほとんどであり、商店街へ来訪する人は商店街に対して、好意的に捉えている人が多くいることが分かる。

全ての商店街に、静か、のどか、のんびりといったキーワードで挙げられる落ち着いたイメージがある反面、店舗数の少なさを含め、多くの人々から望まれる「賑やかで活気ある商店街」からは、若干遠いイメージであるといえる。来訪者が、積極的にそして継続的に訪れたい印象を与えることができるかが課題となる。

来訪者の増加に向けては、個店の多様化や新店舗の積極的な誘致を図るとともに、商店街としての個性や独自の魅力づくりに取り組むことが必要と考える。さらなる満足度の向上のため、アクセスを良くすること（利便性）、安心して買い物できる環境（安全性）、商店街への愛着（魅力）を高める取り組みがより一層必要である。

（３）ICT 活用による利便性の向上

本調査結果から、スマホ決済やカード・電子マネー決済の導入も増えつつあることがうかがえ、利用は４０％台となり、前回調査より増加傾向にある。ただし、店のホームページの開設が５０％台と前回調査と同程度であり、インターネット予約の実施に関しては２０％台で、その数値は前回調査より若干減少している。また、商店街や店舗の情報入手の手段として商店街や店舗のホームページが６．８％と低かったのは、ホームページ等による情報発信がそれほど行われていない表れと捉えることができる。

ICT（情報通信機器）が社会インフラ（基盤）となり、インターネットを利用したサービスが一般化した今日、消費者への情報発信、インバウンドへの対応、消費者ニーズの分析及び利便性を高める手段として、カード・電子マネー決済の導入、ホームページ開設、インターネット予約の普及を図るべく、ICT機器の導入支援やICTを扱う人材育成などの支援を考える必要がある。

（４）来街者のニーズに対応した取り組み

各商店街に期待する声が多様である中、「活気」と「店舗数の維持」がキーワードとして多く挙げられている。これらを達成するためには、各商店街で方法は異なるであろうが、個店で工夫をする独自の魅力づくりとともに、商店街全体としての特色・魅力を前面に押し出せるようにすることが重要である。

また、顧客の声を聴き、接客方法や、販売方法、品揃え等に反映することを心掛けていることが、顧客に支持される理由である。コロナ禍を経て、店舗を清潔に保つことを心掛けている個店が前回調査に比べると若干増加していることも、リピーターの増加理由のひとつになっていると捉える。

本調査結果から、顧客とのふれあいを重視し、リピーターを獲得している経営姿勢がうかがえる。その一方、地域特性である近隣に通学する学生を取り込む活動、他の業種（農業、工業、まち歩き等）との連携に取り組む割合は高くなく、さらなる活性化に向けた商店街における課題といえる。

こうした課題等を踏まえた活性化策として、多くの学生が気軽に立ち寄りやすくなる工夫、独自商品やサービスを生み出す工夫、子育て層や高齢者など、様々な年齢層を取り込みリピーターにしていく工夫が求められる。また個店経営者に対して、他業種との連携に関することや、資金面などについて等相談しやすい体制の強化等が考えられる。

（５）事業継承に関する支援

個店経営者は 50 歳代以上が多く、70 歳代以上も相当数いる現状であり、廃業してしまうことは従業員とその家族の生活基盤を揺るがし、地域経済にも影響を及ぼすことを踏まえると、本市の商業活性化において個店の事業継承は早急に対応すべき課題である。

事業継承の判断は、後継者もしくは後継者候補がいるかどうかによって左右される。ただ、後継者もしくは後継者候補がいたとしても、事業継承の判断の遅れ、事業継承の準備の遅れ、高齢化している経営者の体調不良等様々な要因により、結果として事業継承ができず廃業に至ってしまう可能性もある。

事業継承は、多くの個店が直面する事態であることを踏まえると、個店経営者に対し、創業時から事業継承全般の情報提供（良好な賃貸事業スペースの情報提供、他事業所の情報提供）、同業種交流の促進、事業継承者の教育支援など、事業継承を総合的に進める体制の強化が期待される。

（６）商店街の活性化に関する取り組み

商店街に対する課題として、商店街の連続性に欠ける、核になる店舗がない、店舗の老朽化・陳腐化が著しいといった意見が挙げられた。商店街で充実したい施設・設備に関しては、駐輪場、街灯、ベンチなどが挙げられ、駐輪場に関しては、自転車で来訪した際にその置き場に困っている状況が伺える。

また、コロナ禍で減少したとみられる「イベント、お祭りの活動」について、商店街と地域社会との連携強化のポイントであると挙げる経営者が多く、前回調査と比べると 18.1 ポイント増加した。

本調査結果からは、商店街の長年の課題が改善していないこと、商店街同士の連携が上手になされていないことが挙げられる。こうした課題の改善に向けては、個店独自の努力も必要であるが、商店街全体としてイベント・催しにより存在を周知することで、個々のお店の来訪に繋げていくことが求められる。また日頃より、様々な局面において地域社会と連携し、活発な商店街活動に繋げていくことも必要である。

（7）物価高騰やコロナ禍からの回復に向けた支援

最近の業績は、横ばいと回答する事業者が多い一方で、業績に影響する要因として「原材料・エネルギー価格の高騰」「人件費の高騰」を挙げる経営者が多かった。近年の物価の高騰、人件費の高騰は経営環境として大きな影響を与えている。

また、新型コロナウイルス感染症の影響について、「マイナスの影響があった」と回答した事業者が6割あり、コロナ禍の影響はなくなりつつあるも未だに継続していると回答している事業者も見られた。マイナスの影響として、来訪者の減少による売上高の減少が多く挙げられた。

一方でプラスの影響として、テイクアウト注文やデリバリー注文の増加が挙げられた。また、個店や商店街への補助金活用により工事を行うことができたとの声もあり、来訪者が少ない時期に必要な工事を行うことができ、個店および商店街の整備に繋がったと捉えられる。

個店にとって外出の行動制限がかかるような状況は、売上高の減少に直結し、経営に大きな影響を及ぼす。一方で、テイクアウト注文やデリバリー注文に対応する等、臨機応変に事業内容や事業体制を変化させることで、マイナスの影響をできるだけ減らす取り組みを行った経営者も多くいた。

物価高やコロナ化の影響を乗り越え、積極的な事業展開を図る事業者を支援するため、資金繰りの援助や販路開拓、人材確保などの支援を行う必要がある。

Ⅱ 工業調査

第1章 調査の概要

1-1 調査の目的

令和7年度の「小金井市産業振興プラン」の改定に先立ち、製造業・情報通信業及びコミュニティビジネス振興の活性化策検討の基礎資料を得ることを目的に実態調査を実施した。

1-2 調査の手法

- ① 製造業・情報通信業、コミュニティビジネスの概況整理
- ② 事業所の実態把握（工業事業所調査、事業所ヒアリング調査の結果）
- ③ 製造業・情報通信業及びコミュニティビジネスの課題整理、活性化策の考察

1-3 調査の実施概要

【工業事業所調査】

市内の工業事業所の事業概要、事業特性、今後の事業展開の方向性及び課題等に基づき、事業所の傾向・意向を分析する。

実施日	令和6年11月7日～11月22日
対象者	市内に事業所を有する製造事業所、通信系事業所 （選定方法） NTTi タウンページ、帝国データバンク（製造業、情報通信系）、農工大・多摩小金井ベンチャーポート入居企業（製造業）、イプロスものづくりサイト（ https://mono.ipros.com ）より抽出
調査内容	○事業所の状況について ○経営環境について ○立地環境及び地域の取り組みについて ○今後の展望について
実施方法	郵送配布・郵送回収
配布数	92 件
回収数（回収率）	34 件（37.0%）

【事業所ヒアリング調査】

事業概要、事業推進上の課題、行政への要望などに基づき、事業所の意向を分析する。

実施日	令和7年2月～3月
対象者	市内に事業所を有する製造業及びコミュニティビジネス関連事業所、農工大・多摩小金井ベンチャーポート入居企業（製造業）
調査内容	○事業概要 ○近年の経営状況 ○立地環境・地域連携 ○事業推進上の課題 ○行政への要望
実施方法	調査員が事業所を訪問またはリモートにて聞き取り調査を実施
調査件数	8件

第2章 小金井市の製造業等を取り巻く状況

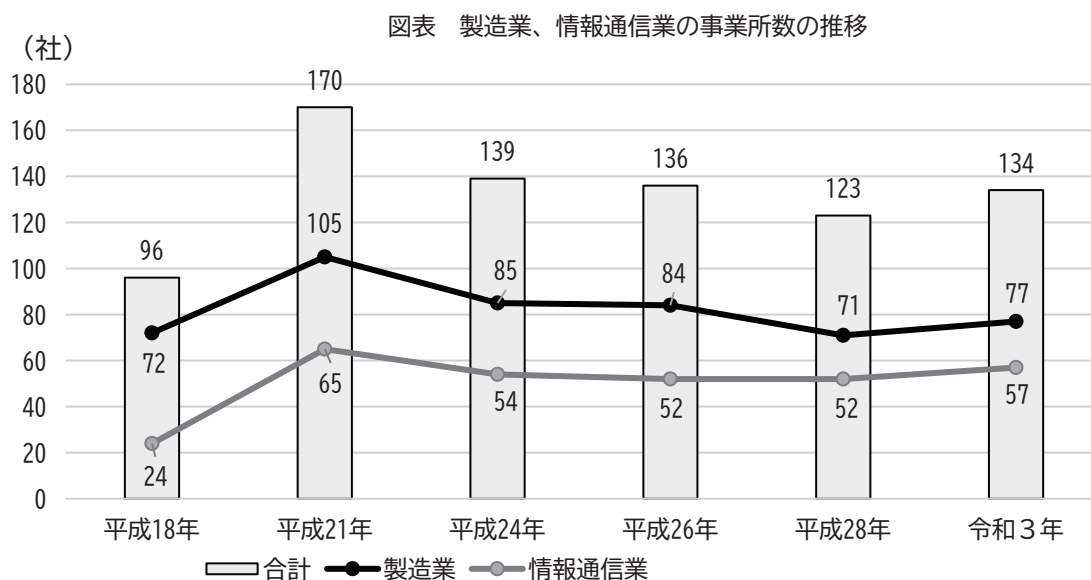
2-1 製造業等の動向

(1) 製造業・情報通信業の現状

① 事業所数、従業員数の推移

市内の製造業及び情報通信業の事業所数は、平成18年度から平成21年度にかけて急増した。この間の増加率は、製造業が1.5倍、情報通信業が2.7倍であった。

平成21年度以降は緩やかに減少していたが、平成28年度から令和3年度にかけては、製造業及び情報通信業の事業所数が若干増加している。この間の増加率は、製造業、情報通信業ともに1.1倍であった。令和3年度時点において、製造業77社、情報通信業57社となっている。



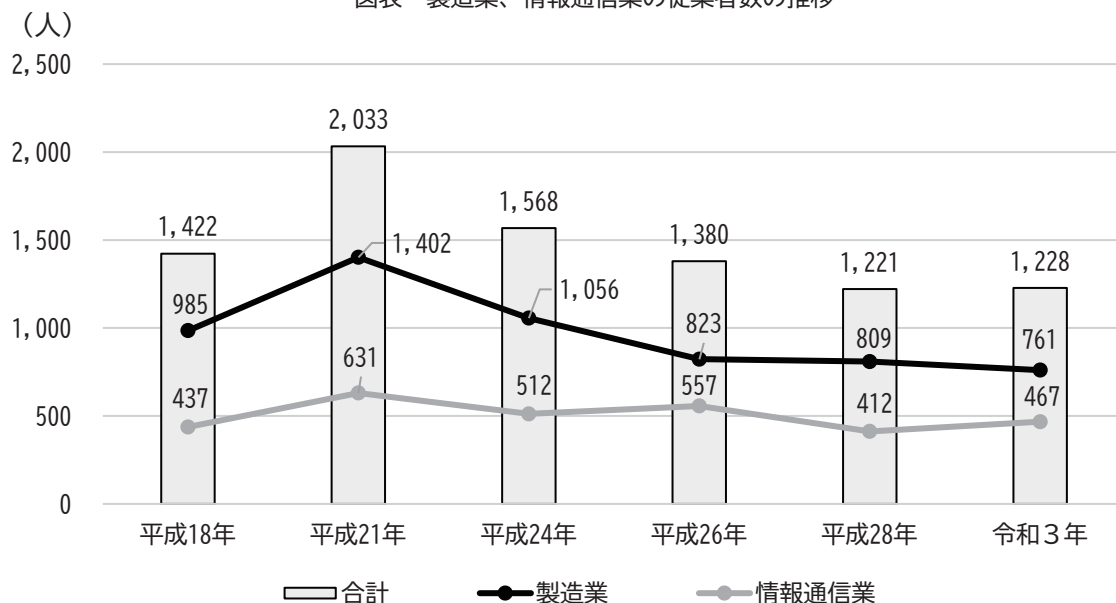
資料：東京都統計年鑑(事業所)

市内の製造業及び情報通信業の従業者数は事業所数の増加に伴い、平成18年度から平成21年度にかけて急増した。この間の増加率は、製造業、情報通信業ともに1.4倍であった。

平成21年度以降は、事業所数の減少とともに従業者数も減少していたが、平成28年度から令和3年度にかけては、情報通信業に関しては事業所数の増加とともに従業員数が増加している。この間の増加率は、1.1倍であった。製造業に関しては、事業所数が増加したが、従業者数は減少した。令和3年度時点において、製造業761人、情報通信業467人となっている。

(次ページ図表)

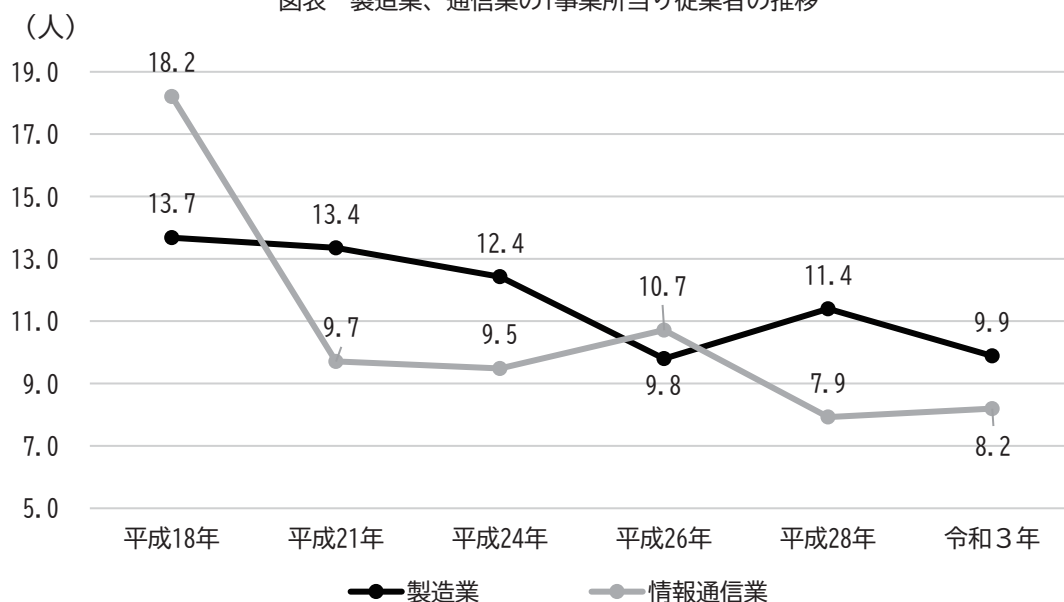
図表 製造業、情報通信業の従業者数の推移



資料：東京都統計年鑑(事業所)

1 事業所当り従業者数をみると、製造業、情報通信業ともに従業者数は減少傾向にある。最も多かった平成18年度と令和3年度を比較すると、製造業では9.9人（ピーク時の72.2%）、情報通信業では8.2人（ピーク時の45.0%）であり、情報通信業では半分以下となっている。

図表 製造業、通信業の1事業所当り従業者の推移

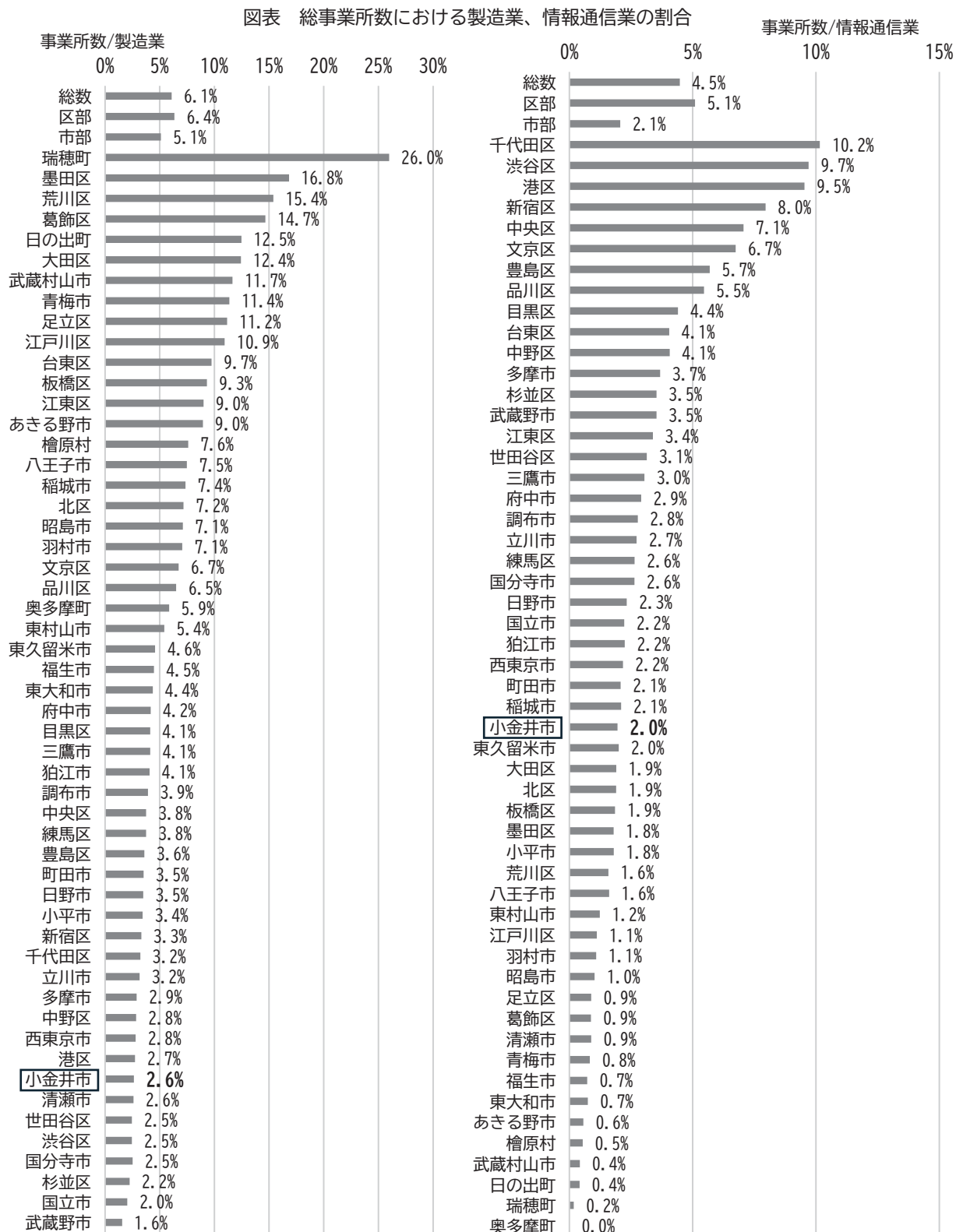


資料：東京都統計年鑑(事業所)

Ⅱ 工業調査

② 各自治体の事業所割合

製造業、情報通信業の事業所割合を東京都の自治体別でみると、本市の製造業の2.6%は市部平均5.1%を下回り下位に位置している。一方、情報通信業の2.0%は市部平均の2.1%を上回っている。前回調査と比較すると、本市の製造業、情報通信業はともに0.2ポイント増加している。

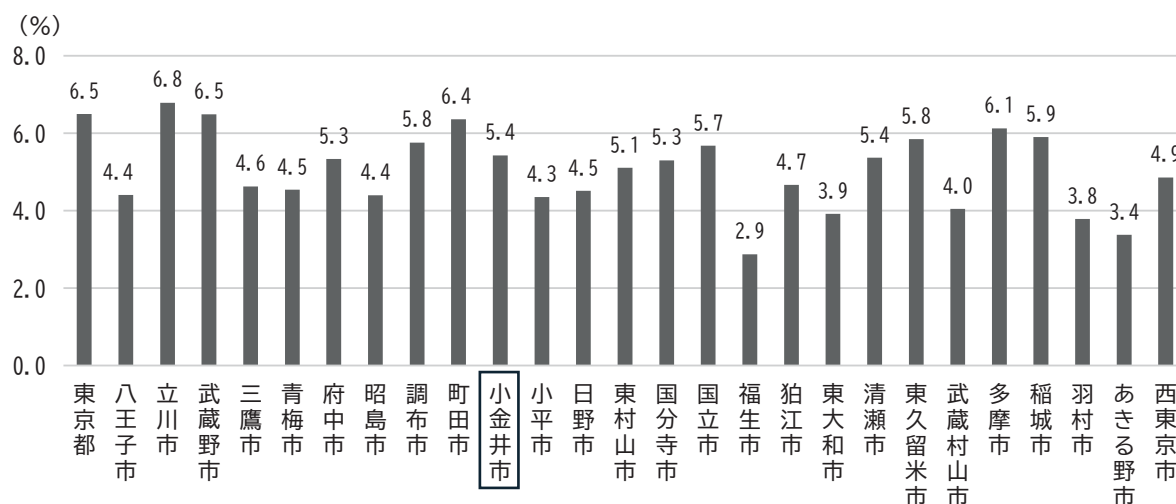


2-2 市内の開業の状況

(1) 開業率

小金井市の2016年～2021年にかけての開業率は5.4%と、東京市部では9番目に高い水準になっている。上位では、立川市、武蔵野市、町田市、多摩市などで6%を超えている。

図表 開業率（2016～2021年、東京市部）



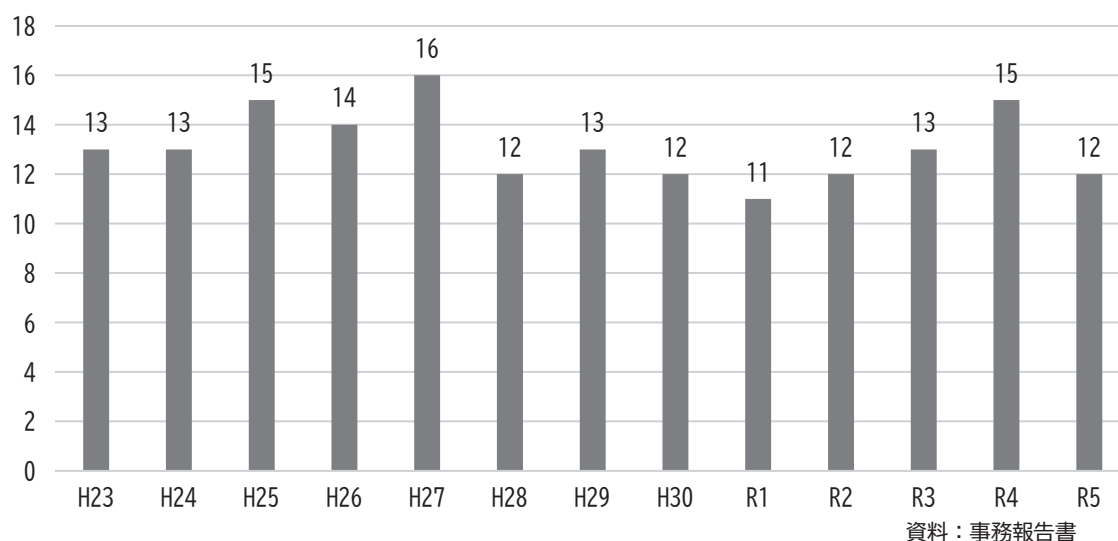
資料：経済センサス

(2) 農工大・多摩小金井ベンチャーポートの入居状況

農工大・多摩小金井ベンチャーポートは、「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律（中小企業新事業活動促進法）」に基づき、独立行政法人中小企業基盤整備機構が東京都及び小金井市から要請を受け、東京農工大学と連携し、同大学の小金井キャンパス内に整備・運営を行う大学連携型起業家育成施設として平成21年度に設置された。

同施設の入居事業所数は、事業拡大等により複数室を利用する企業が増加したため、減少傾向にあるものの、概ね安定的に推移している。

(事業所) 図表 農工大・多摩小金井ベンチャーポートの入居事業所数の推移



資料：事務報告書

2-3 中小企業を取り巻く環境の動向

(1) 国内経済と中小企業の業況

製造業を中心とする中小企業を取り巻く環境の動向について、中小企業白書・小規模企業白書（2024年版）から整理した。

2020年以降の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、政府により休業要請や営業時間短縮要請を実施した。その影響を受ける事業者に対しては、事業の継続や雇用の維持に向けた緊急的な支援策を実施し、失業率や倒産件数は比較的低い水準で推移した。その後、各種措置の終了に伴い、倒産件数は増加に転じたものの、失業率は低水準が継続している。

2024年1月の能登半島における地震では、広い範囲にわたって建物や設備の損傷等の被害が多数発生した。災害への備えとしてBCPの策定を行うことが重要であり、策定する企業は増加傾向にある。

国内経済において2023年は、年末にかけて売上げの好転に一服感が見られたものの、中小企業の業務判断DI（企業の業況感や設備、雇用人員の過不足などの各種判断を指数化したもの）は高水準で推移し、経済の状況が全体として改善する基調が継続した。

(2) 中小企業が取り組むべきテーマ

中小企業・小規模事業者にとっての課題は、人口減少や少子高齢化による人材不足、後継者の確保と育成、物価高騰への対応などである。これらの課題への取り組みの他、人への投資・設備への投資、生産性の向上・価格転嫁、経営改善・再生支援も中小企業経営のテーマとなる。

① 人への投資・設備への投資

- ・経営戦略と一体化した人材戦略を作成した上で、職場環境の整備に取り組む。
- ・物価に見合った賃金の引き上げを通じて、需要の拡大につなげる好循環を実現する。
- ・省力化に向けた設備投資を行うことで、結果として人手不足緩和だけでなく売上増加にも繋がることを期待できる。

② 生産性の向上・価格転嫁

- ・低コスト化、数量増加以上に、単価の引上げによる生産性の向上を追求する。
- ・価格交渉が可能な取引環境が醸成されつつあるが、コスト増加分を十分に転嫁できておらず、転嫁率向上のための取引強化をする。
- ・価格転嫁に関する協議の実施とともに、商品・製品の原価構成を把握し交渉を進めるといった価格交渉を行う。
- ・デジタル化による業務の自動化、効率化を進め、慢性的な人材不足や品質維持を行う。

③ 経営改善・再生支援

- ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大以降、経営改善・再生支援のニーズが高まっており、金融機関の経営支援により、財務内容の改善等の効果が期待できる。
- ・関係機関が一丸となって経営改善・再生支援に取り組むことが求められる。

第3章 事業所調査の結果

3-1 工業事業所調査

(1) 事業所の概要

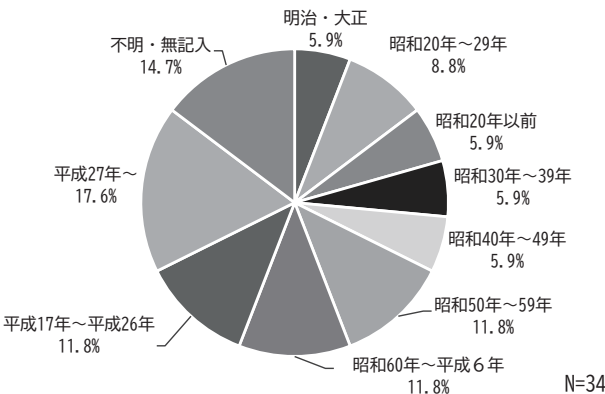
問1 貴社の基本情報について

※企業情報は省略

問2 貴社の事業について

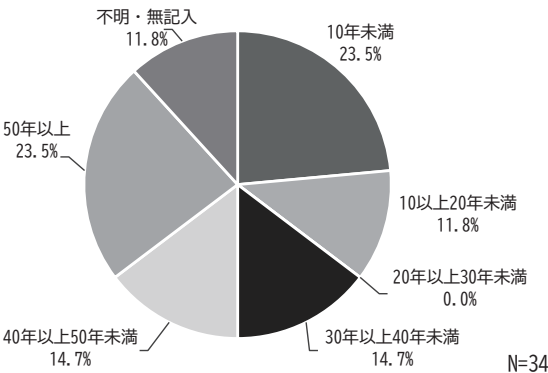
① 創業年

事業所の創業年は、「平成27年以降」が17.6%と最も多く、次いで「昭和50年～59年」「昭和60年～平成6年」「平成17年～平成26年」がともに11.8%であった。古いものでは「明治・大正」の創業も見られた。



② 市内での操業年数

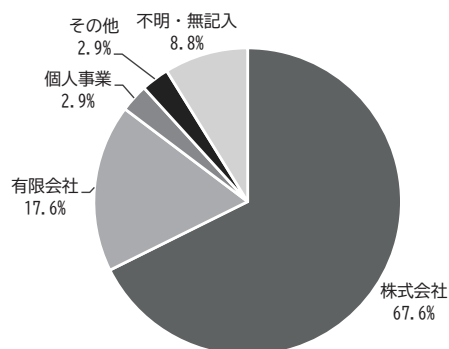
市内での操業年数は、「10年未満」と「50年以上」がともに23.5%と最も多く、次いで「30年以上40年未満」「40年以上50年未満」がともに14.7%であった。



Ⅱ 工業調査

③ 企業形態

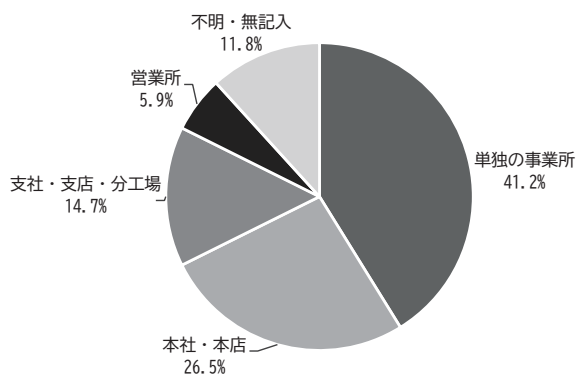
企業形態は、「株式会社」が67.6%と最も多く、次いで「有限会社」が17.6%、「個人事業」と「その他」がともに2.9%であった。



N=34

④ 本社・支社別

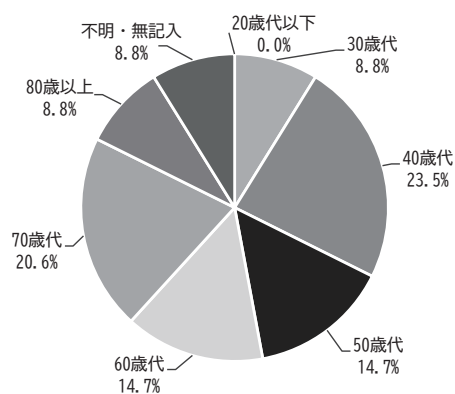
事業所の本社・支社別について、「単独の事業所」が41.2%と最も多く、次いで「本社・本店」が26.5%、「支社・支店・分工場」が14.7%であった。



N=34

⑤ 事業主の年齢

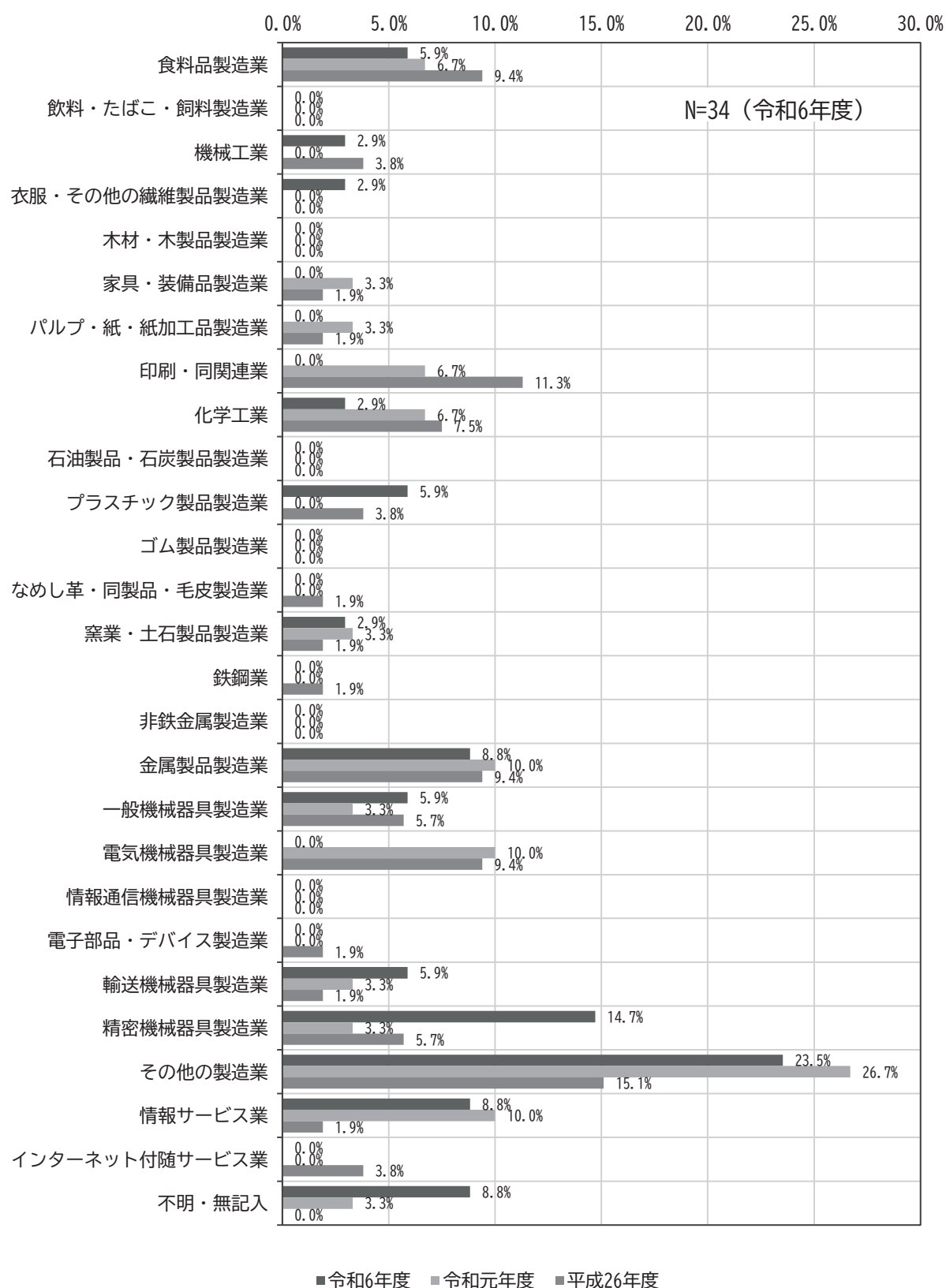
事業主の年齢は、「40歳代」が23.5%と最も多く、次いで「70歳代」が20.6%、「50歳代」と「60歳代」がともに14.7%であった。



N=34

⑥ 主たる業種

主たる業種について、「その他の製造業」が23.5%と最も多く、次いで「精密機械器具製造業」が14.7%、「金属製品製造業」と「情報サービス業」がともに8.8%であった。

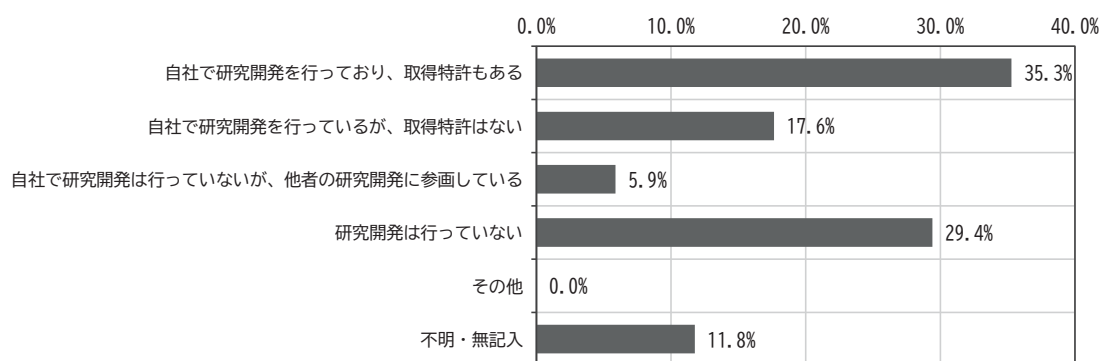


Ⅱ 工業調査

⑦ 研究開発

研究開発について、「自社で研究開発を行っており、取得特許もある」が 35.3%と最も多く、次いで「研究開発は行っていない」が 29.4%、「自社で研究開発を行っているが、取得特許はない」が 17.6%であった。

「自社で研究開発を行っており、取得特許もある」、「自社で研究開発を行っているが、取得特許はない」、「自社で研究開発は行っていないが、他者の研究開発に参画している」を合わせて研究開発を行っている事業所は 58.8%である。

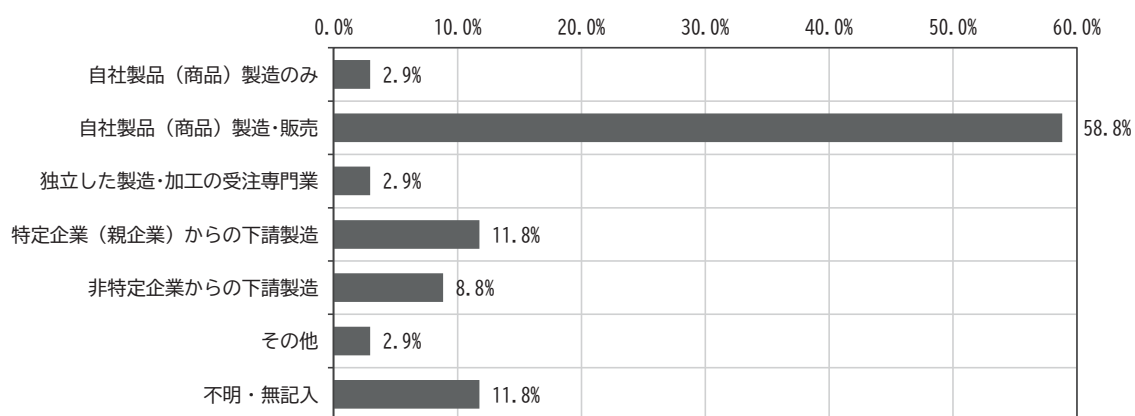


N=34

⑧ 製造形態

事業所の製造形態は、「自社製品（商品）製造・販売」が 58.8%と最も多い。

「下請製造」（「特定企業（親企業）からの下請製造」および「非特定企業からの下請製造」）は 20.6%となっている。

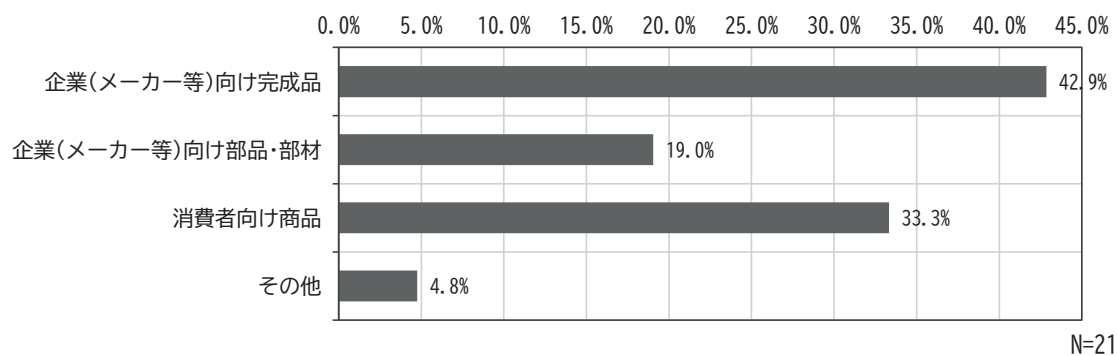


N=34

【付問】製造している主たる製品

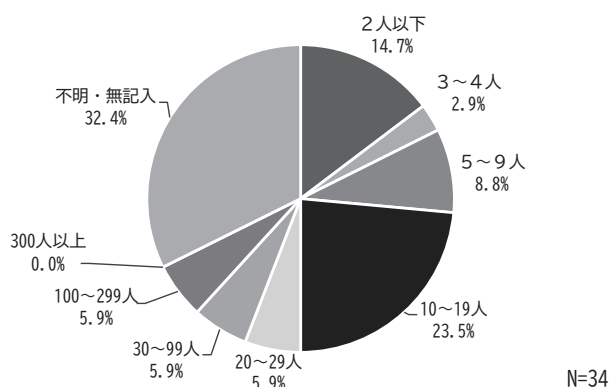
（製造形態で、「自社製品（商品）製造のみ」および「自社製品（商品）製造・販売」と回答）

製造品について、「企業（メーカー等）向け完成品」が42.9%と最も多く、次いで「消費者向け商品」が33.3%、「企業（メーカー等）向け部品・部材」が19.0%であった。



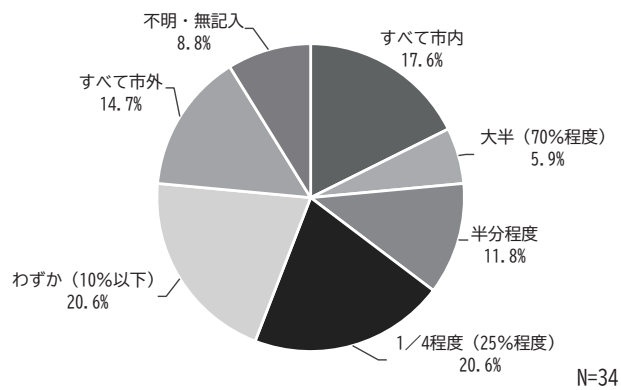
問3 従業員の人数

従業員の人数は、「10～19人」が23.5%と最も多く、次いで「2人以下」が14.7%、「5～9人」が8.8%であった。



問4 従業員の市内居住者の割合

従業員の市内居住者の割合は、「1/4程度（25%程度）」と「わずか（10%以下）」がともに20.6%と最も多く、次いで「すべて市内」が17.6%、「すべて市外」が14.7%であった。

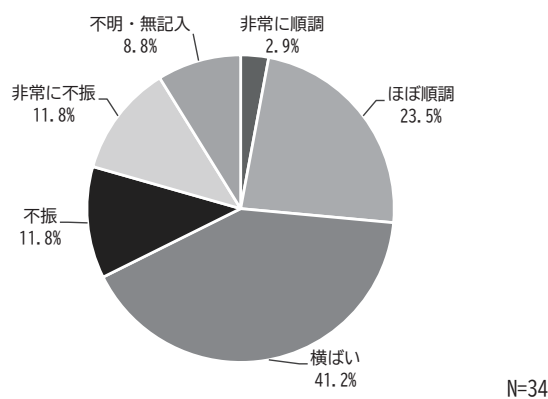


(2) 経営環境

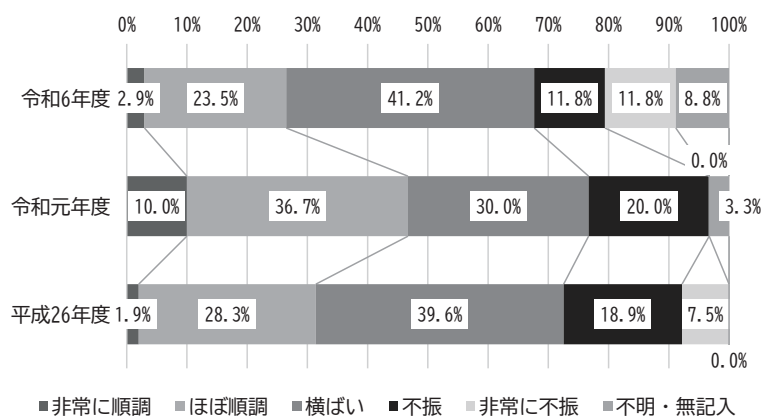
問5 現在の経営状況

現在の経営状況は、「横ばい」が41.2%と最も多く、次いで「ほぼ順調」が23.5%、「不振」と「非常に不振」がともに11.8%であった。

「順調」（「非常に順調」および「ほぼ順調」の合計）は26.4%となっている。



また、令和元年度商業・工業基礎調査（以下「令和元年度調査」）と比較して、「順調」（「非常に順調」および「ほぼ順調」の合計）は減少し、「横ばい」が増加した。

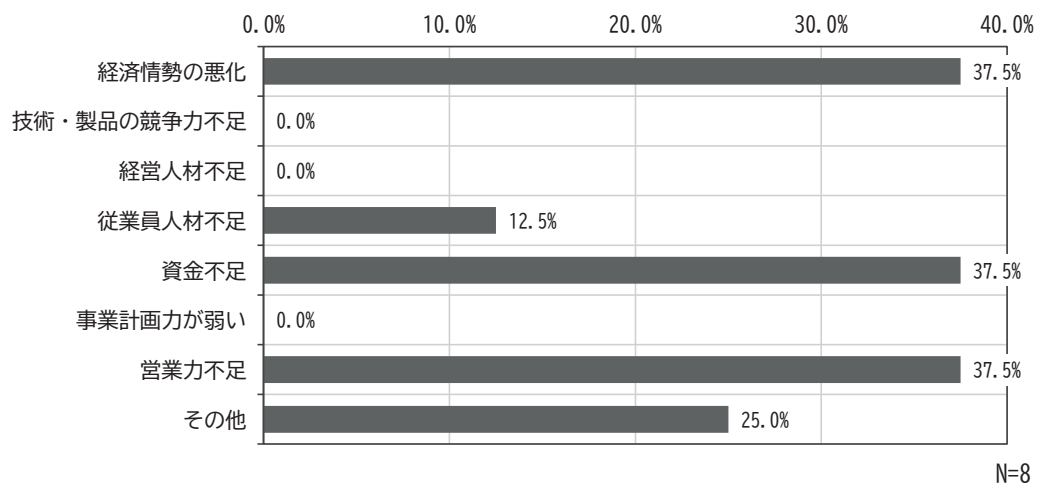


Ⅱ 工業調査

【付問】経営不振を引き起こしている主な要因

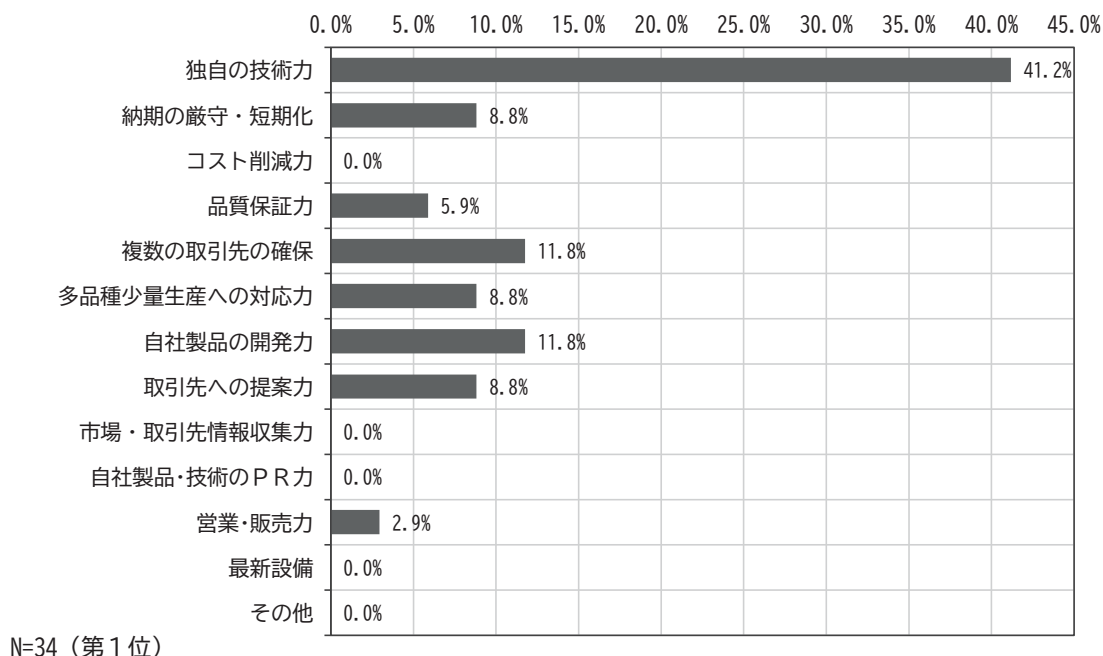
（現在の経営状況で、「不振」および「非常に不振」と回答）

経営不振を引き起こしている主な要因について、「経済情勢の悪化」、「資金不足」、「営業力不足」がともに 37.5%と最も多く、複数の要因が重なっている。

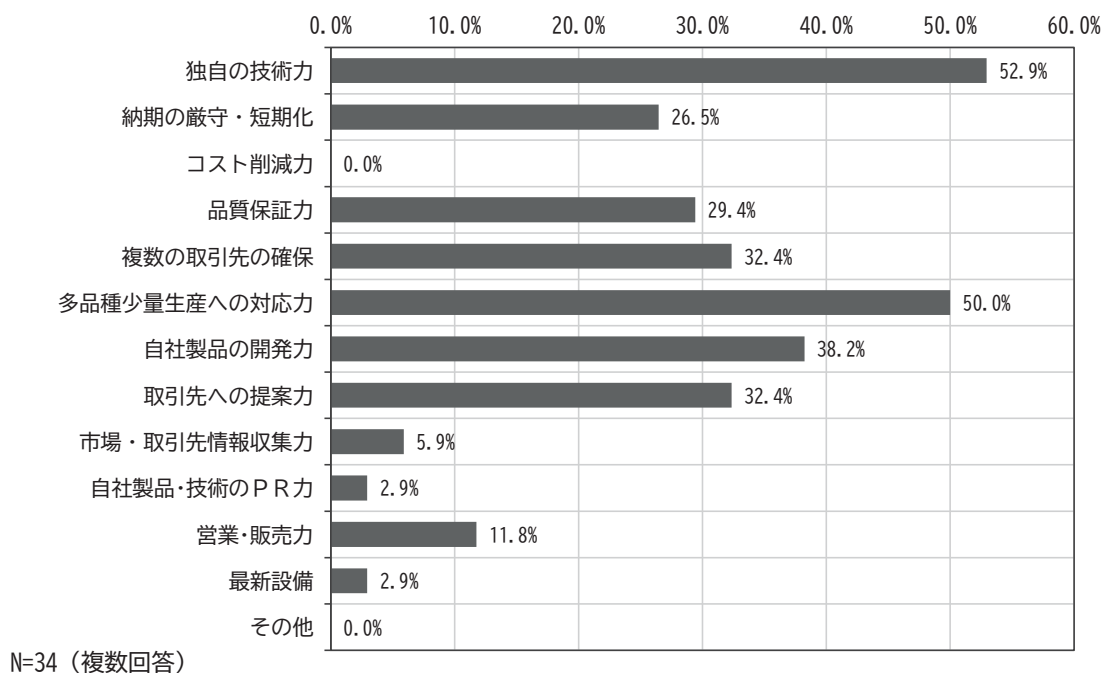


問6 強み・セールスポイント

事業所の強み・セールスポイントについて、最重要点（第1位）では、「独自の技術力」が41.2%と突出して多くなっている。次いで「複数の取引先の確保」と「自社製品の開発力」がともに11.8%であった。



複数回答（第1～3位）でも、「独自の技術力」が52.9%と最も多かったが、「多品種少量生産への対応力」も50.0%と半数が回答している。次いで「自社製品の開発力」が38.2%であった。



Ⅱ 工業調査

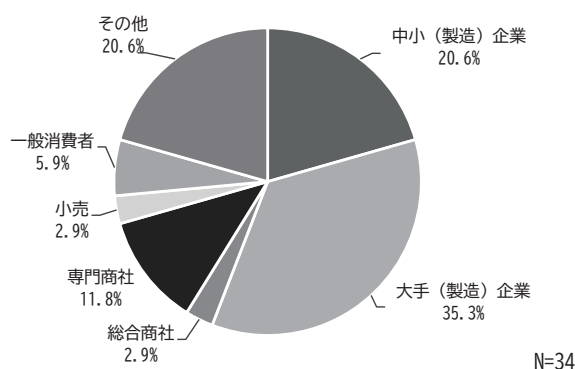
問7 主たる事業内容及び技術・製品の独自性（自由記入）

主たる業種	内 容
化学工業	・精密金型鋳造業界に特化した専門商社で、精密鋳造材料及び設備の販売、製造に必要とされる技術指導等をしている。
一般機械器具製造業	・空気圧機器を中心とした自動化省力化機器の製造及び販売。顧客の自動化省力化に関する課題に対し、当社製品に限らずアライアンス企業との連携で解決する点が強み。
精密機械器具製造業	・ゼネコン研究所との直接窓口での取引があり、一社に偏ること無く受注を得られている点が強み。
プラスチック製品製造業	・手作業の仕上力。
精密機械器具製造業	・振動技術を応用したカスタム性に特化している。顧客のニーズを1から設計・製作を行う。
金属製品製造業	・潤滑に頼らず高速限界の無いベアリングの特許技術。
窯業・土石製品製造業	・石材製品の製造、販売。
情報サービス業	・東京大学発の育種サイクルを短縮するスピード育種技術。
その他製造業	・自動配送ロボットの開発。
精密機械器具製造業	・設備時計の企画・設計・製造・販売・メンテナンスまで、一貫してワンストップサービスとして提供している。
情報サービス業	・手書き文字認識のソフトウェアを開発キットとして大手の電子教材開発・販売企業、出版社等に提供している。
その他製造業	・僅かな血液で犬のがん、12種のがんを特定。世界初の革新的検査。
衣服・その他の繊維製品製造業	・顧客のニーズに合わせた商品の製作。
機械工業	・水処理施設の設計、製作、維持管理。
その他製造業	・住居用内装部品の設計、製造、販売および自動車部品の製造、販売。
金属製品製造業	・ガスタービンエンジン部品の製造・加工できる会社が少ない。板金溶接組での超耐熱銅を使った製造。
輸送機械器具製造業	・機体をスクラッチから自社設計、独自のハイブリットシステム、スケーラブル開発により早期から事業化を目指す。
食品製造業	・菓子パンの製造・販売。個性あるお菓子と日常に寄り添うパンで幅広い顧客のニーズに応える体制を整えている。
輸送機械器具製造業	・身障者向け自動車運転補助装置の開発・設計・販売を行う。国内に数名しかいないメーカーのため、また身障者向けという性質から個別性が大切なため設計力に強みを持つ。
その他製造業	・理美容室向けヘアケア化粧品（シャンプー・トリートメント等）の製造・販売。顧客のニーズに合わせて商品開発し製造まで一貫対応している。
プラスチック製品製造業	・医療用機械、半導体製造機械、計測機械等のプラスチック部品に特化した切削加工。
情報サービス業	・自社特許（情動解読アルゴリズム）に基づく健康サービスにおけるアプリ開発、WEB実装開発。

問8 最も取引額の大きい取引先・販売先

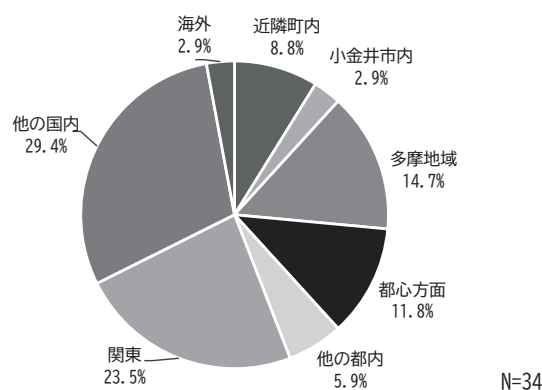
最も取引額の大きい取引先・販売先について、「大手（製造）企業」が35.3%と最も多く、次いで「中小（製造）企業」と「その他」がともに20.6%、「専門商社」が11.8%であった。

「その他」の取引先・販売先として、スーパーゼネコン、個人、情報サービス業者、大学、中小設備工事店、動物病院などがあつた。



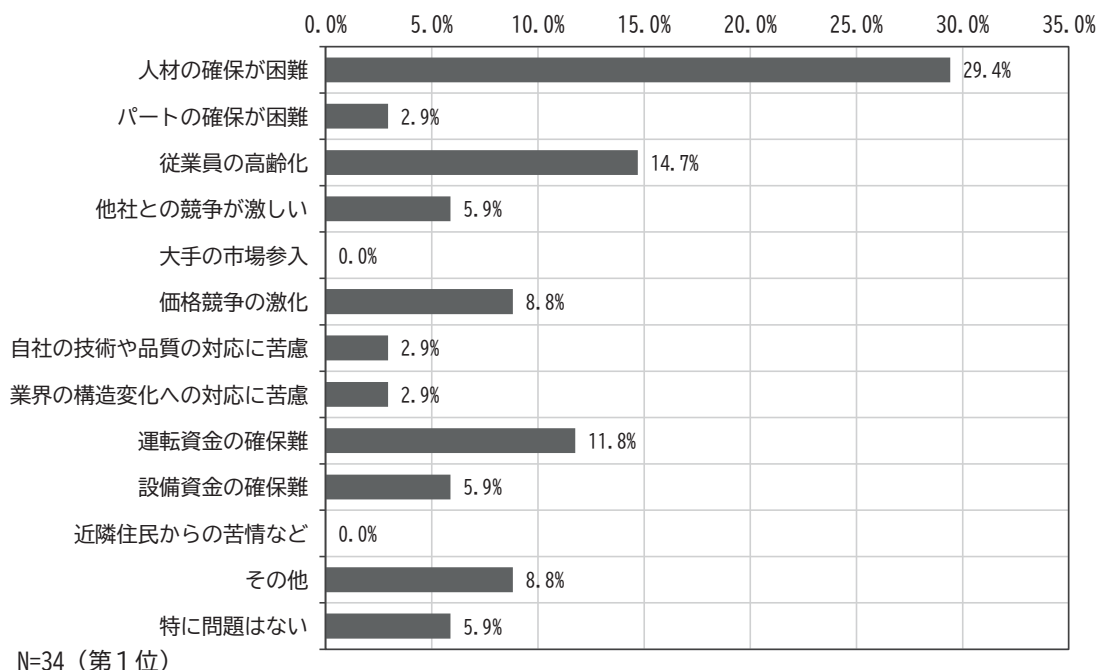
問9 主な取引先・販売先の所在地

主な取引先・販売先の所在地について、「他の国内」が29.4%と最も多く、次いで「関東」が23.5%、「多摩地域」が14.7%であった。

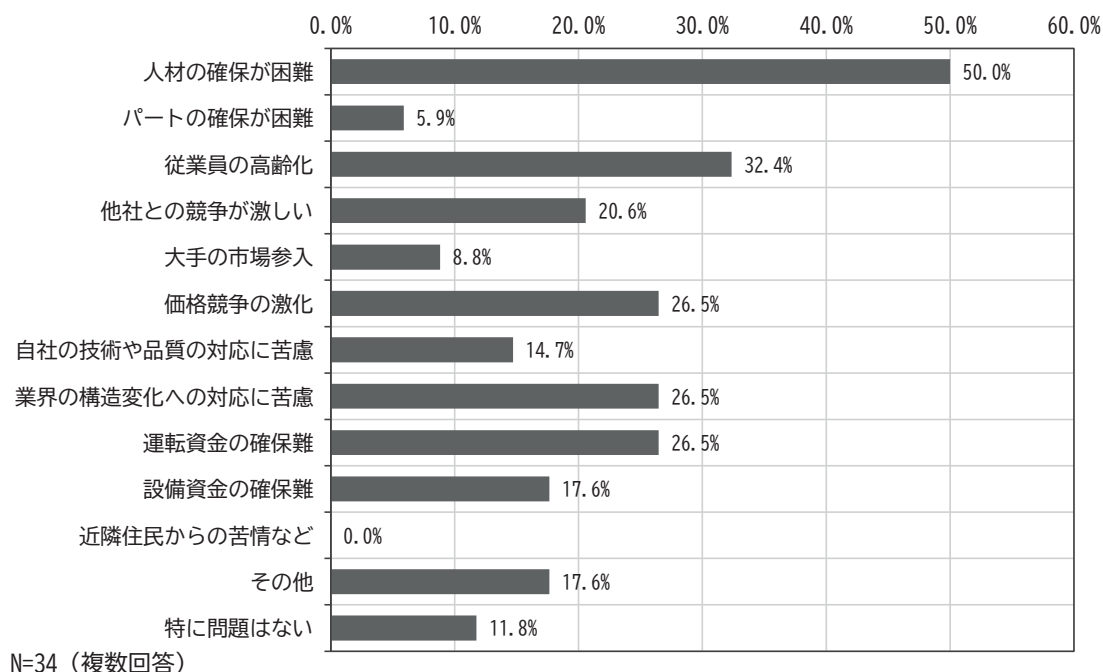


問 10 事業を経営していく上で特に困っている問題

事業を経営していく上で特に困っている問題について、最重要点（第1位）では、「人材の確保が困難」が29.4%と最も多く、次いで「従業員の高齢化」が14.7%、「運転資金の確保難」が11.8%であった。

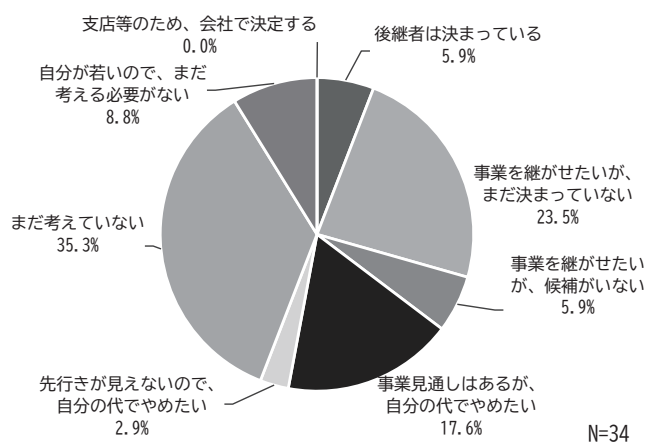


複数回答（第1～3位）でも、「人材の確保が困難」が50.0%と最も多く、半数に達している。次いで、「従業員の高齢化」が32.4%、「価格競争の激化」、「業界の構造変化への対応に苦慮」、「運転資金の確保難」がともに26.5%であった。



問 11 事業の継承者として考えている人

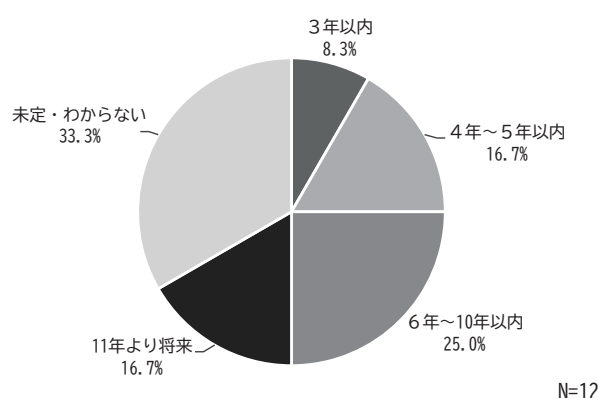
事業の継承者として考えている人について、「まだ考えていない」が35.3%と最も多く、次いで「事業を継がせたいが、まだ決まっていない」が23.5%、「事業見通しはあるが、自分の代でやめたい」が17.6%であった。



【付問①】ア 事業を継承する時期

（事業の継承者で、「後継者は決まっている」、「事業を継がせたいが、まだ決まっていない」および「事業を継がせたいが、候補がいない」と回答）

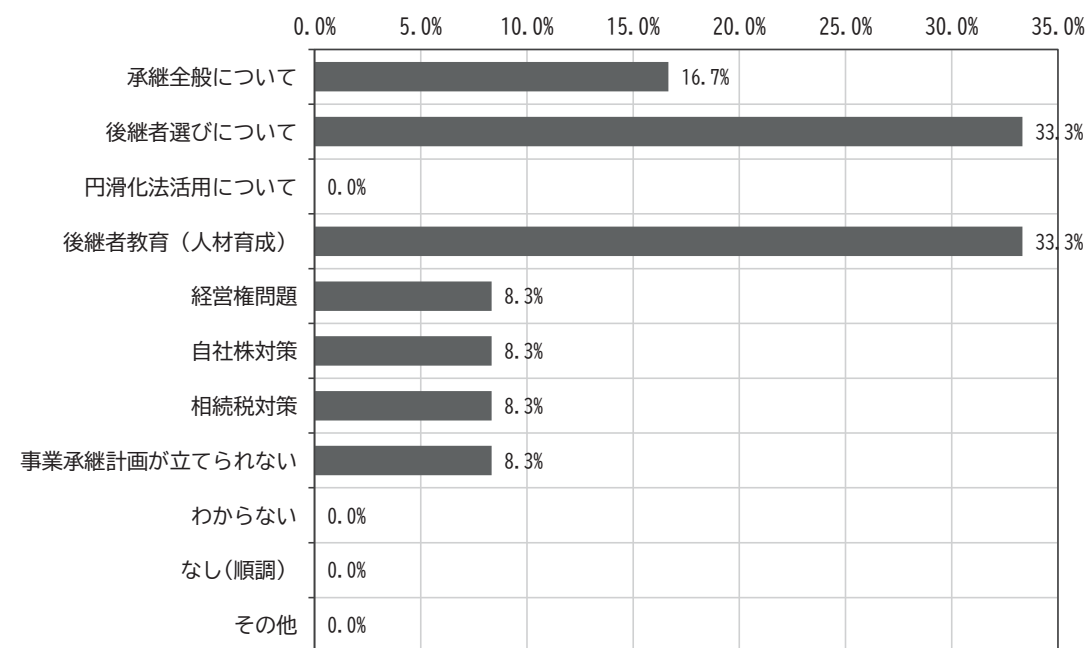
事業を継承する時期の予定について、「未定・わからない」が33.3%と最も多く、次いで「6年～10年以内」が25.0%となっている。



【付問①】 イ 事業継承にかかる主な課題

（事業の継承者で、「後継者は決まっている」、「事業を継がせたいが、まだ決まっていない」および「事業を継がせたいが、候補がいない」と回答）

事業継承にかかる主な課題について、「後継者選びについて」と「後継者教育（人材育成）」がともに33.3%と最も多く、「後継者」に関する課題が多いことがわかる。次いで「承継全般について」が16.7%となっている。

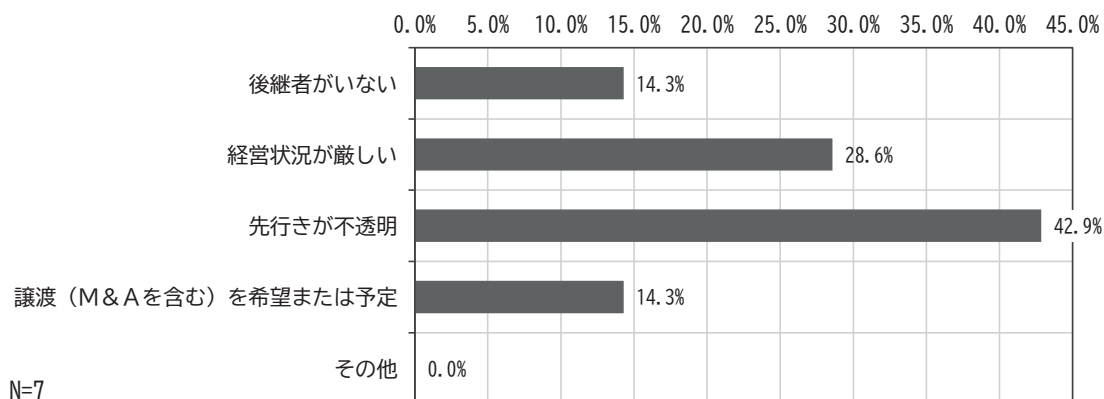


N=12

【付問②】 廃業を検討する主な理由

（事業の継承者で、「事業見通しはあるが、自分の代でやめたい」、「先行きが見えないので、自分の代でやめたい」と回答）

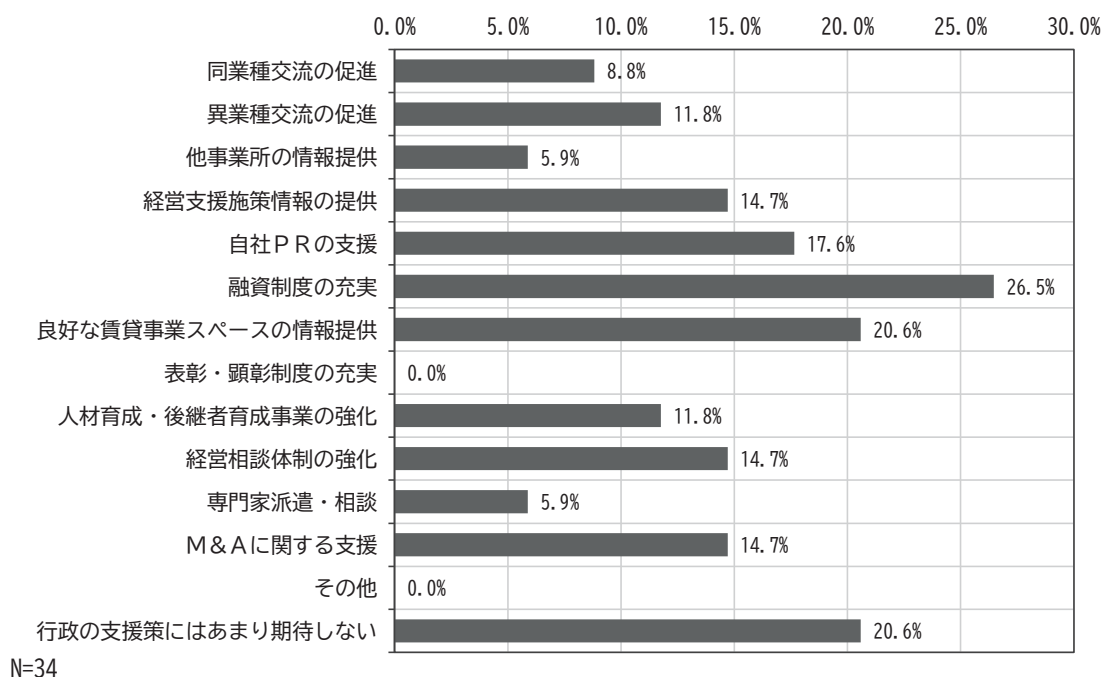
廃業を検討する主な理由について、「先行きが不透明」が42.9%と最も多く、次いで「経営状況が厳しい」が28.6%となっている。



N=7

問 12 事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策

事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策について、「融資制度の充実」が26.5%と最も多く、次いで「良好な賃貸事業スペースの情報提供」が20.6%、「自社PRの支援」が17.6%であった。一方、「行政の支援策にはあまり期待しない」も20.6%であった。

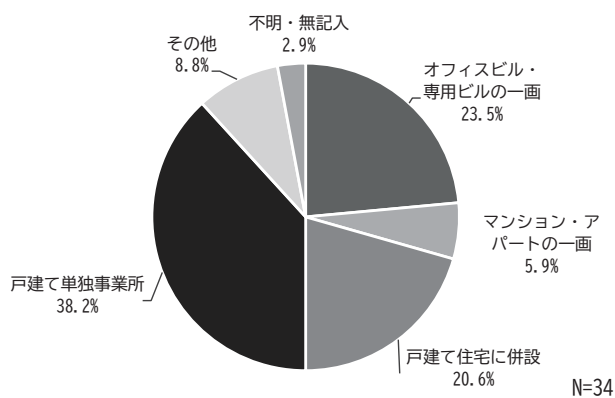


Ⅱ 工業調査

(3) 立地環境及び地域取り組み

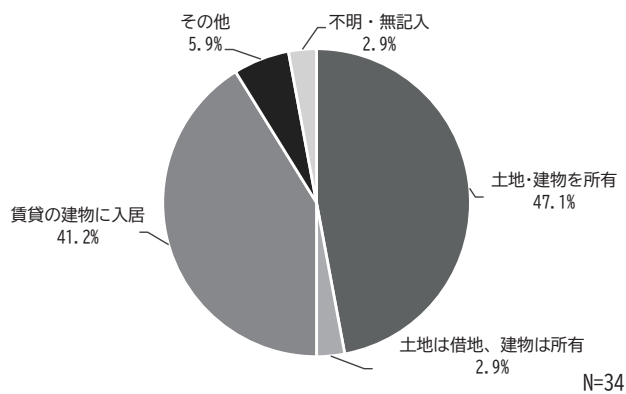
問 13 建物の形態

建物の形態は、「戸建て単独事業所」が38.2%と最も多く、次いで「オフィスビル・専用ビルの一面」が23.5%、「戸建て住宅に併設」が20.6%であった。



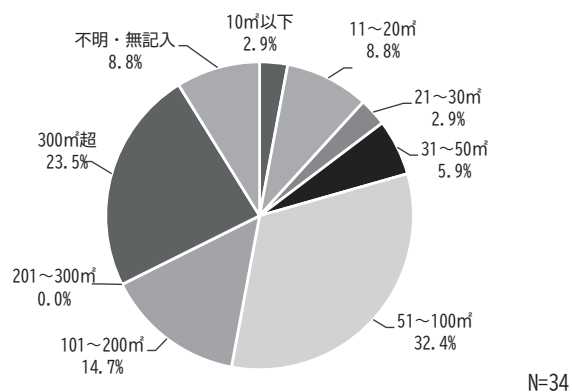
問 14 土地・建物の所有形態

土地・建物の所有形態は、「土地・建物を所有」が47.1%と最も多く、次いで「賃貸の建物に入居」が41.2%であった。



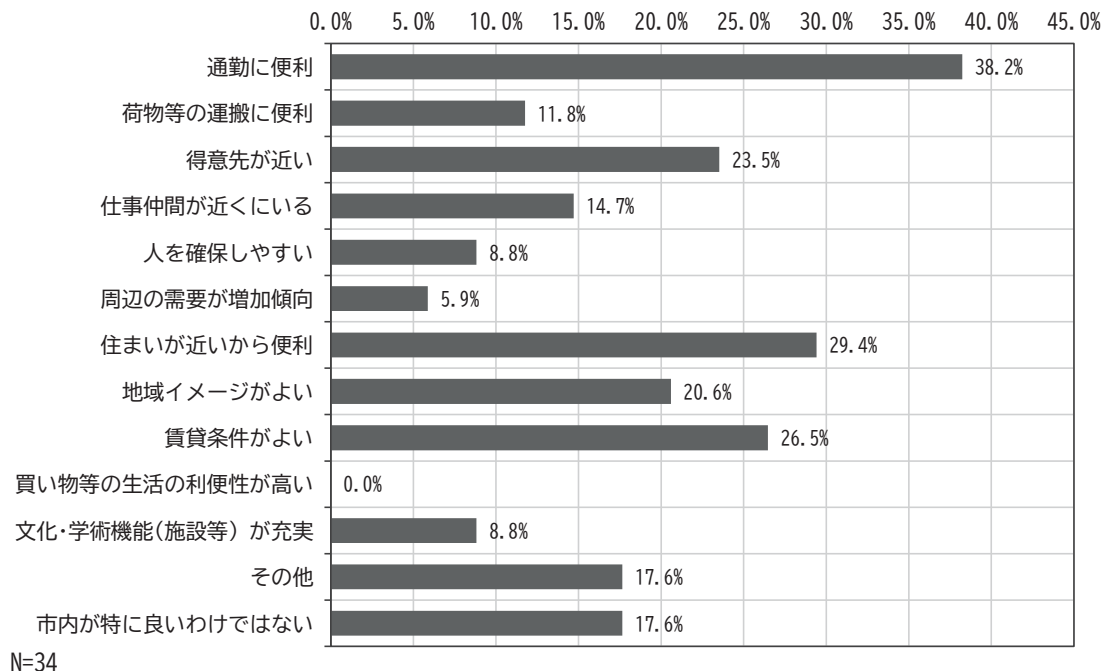
問 15 事業所の述べ床面積

事業所の述べ床面積について、「51～100 ㎡」が 32.4%と最も多く、次いで「300 ㎡超」が 23.5%、「101～200 ㎡」が 14.7%であった。

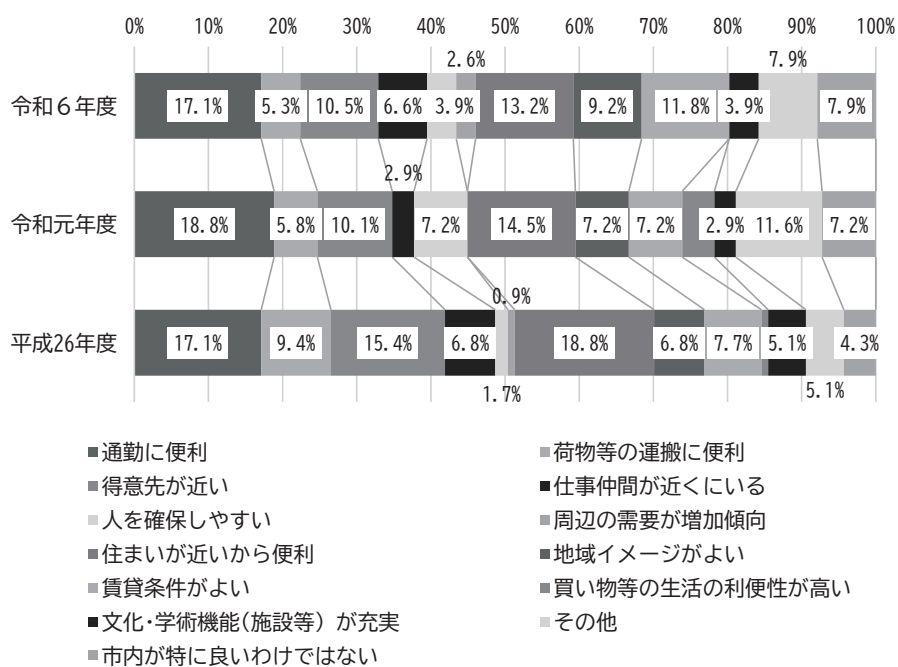


問 16 小金井市内に立地することのメリット

事業所の述べ床面積について、「通勤に便利」が38.2%と最も多く、次いで「住まいが近いから便利」が29.4%、「賃貸条件がよい」が26.5%であった。

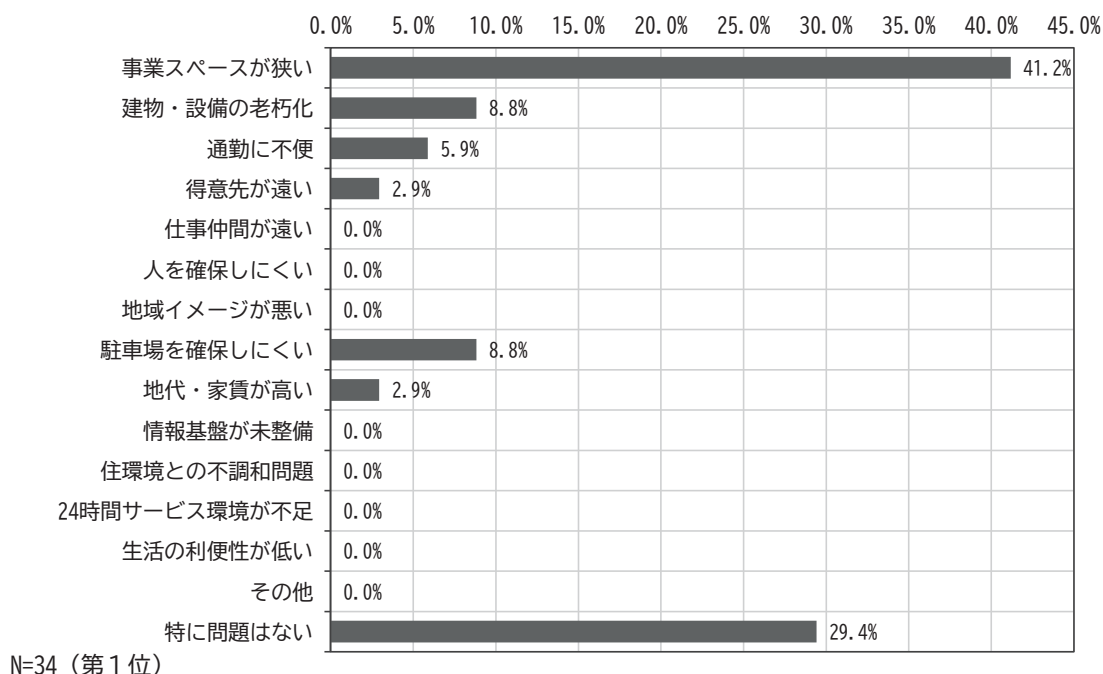


令和元年度調査と比較して、「得意先が近い」「仕事仲間が近くにいる」「周辺の需要が増加傾向」「住まいが近いから便利」「地域イメージがよい」「賃貸条件がよい」「買い物等の生活の利便性が高い」「文化・学術機能（施設等）が充実」などが増加している。

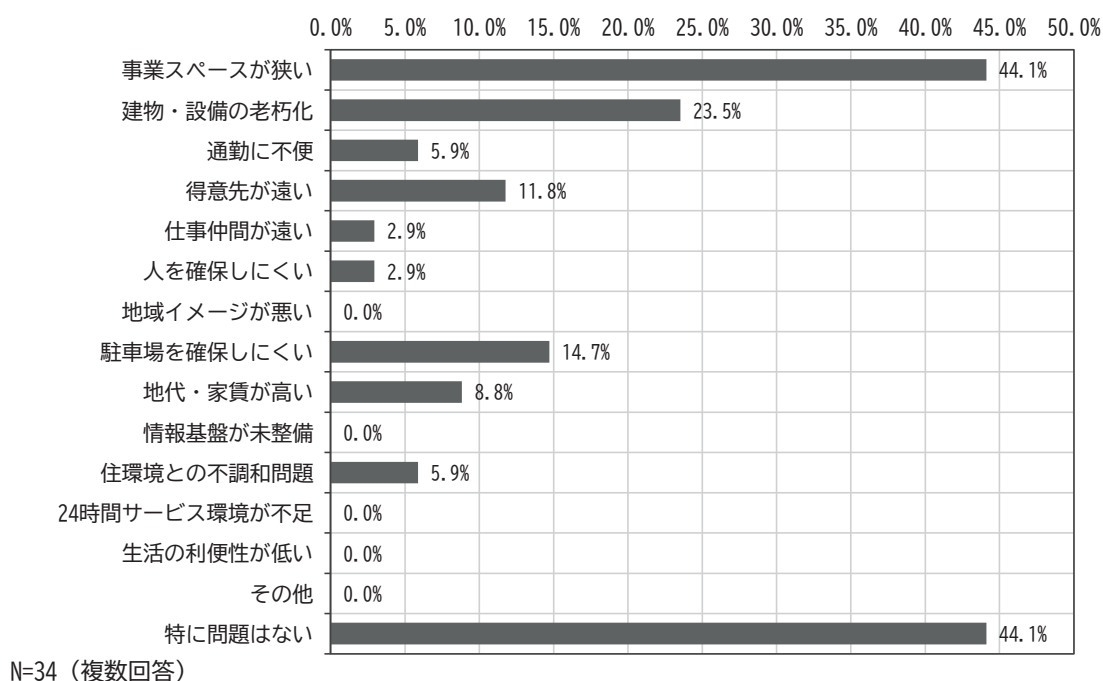


問 17 現在の事業所の立地上の問題点

現在の事業所の立地上の問題点について、最重要点（第1位）では「事業スペースが狭い」が41.2%と最も多く、次いで「建物・設備の老朽化」と「駐車場を確保しにくい」がともに8.8%となっている。一方で、「特に問題はない」が29.4%であった。

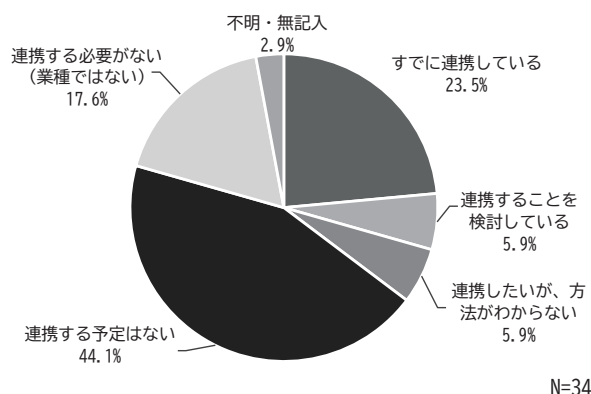


複数回答（第1～3位合計）でも「事業スペースが狭い」が44.1%と最も多いが、「特に問題はない」も同数で合った。次いで「建物・設備の老朽化」が23.5%、「駐車場を確保しにくい」が14.7%となっている。



問 18 近隣大学（教育機関）と連携する事業展開

近隣の大学（教育機関）と連携する事業展開について、「連携する予定はない」が44.1%と最も多く、次いで「すでに連携している」が23.5%、「連携する必要がある（業種ではない）」が17.6%となっている。



【付問】 具体的な実施内容や課題

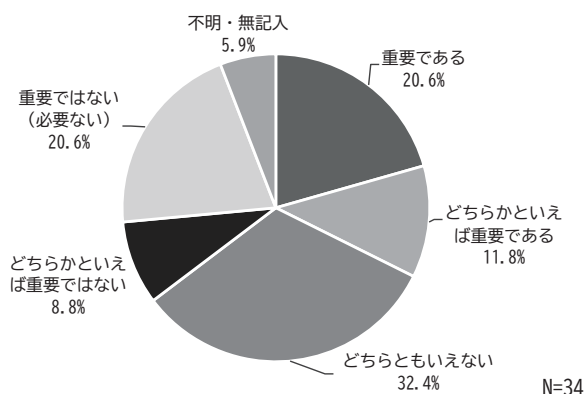
（近隣の大学（教育機関）と連携する事業展開で、「すでに連携している」、「連携していることを検討している」および「連携したいが、方法がわからない」と回答）

主な業種	内 容
輸送機械器具製造業	・ まだ自社が連携できる段階にない。
精密機械器具製造業	・ 制御技術の開発。
情報サービス業	・ 創業時は技術面、特許取得等アドバイスを受けた。良い意味で、現時点ではあまり必要性が無くなってきている。
情報サービス業	・ 大学教員、車載メーカーと7年越しで共同開発研究を行っている。生体計測情報の活用がテーマ。最終製品のイメージが未確定である。
その他の製造業	・ 大学内施設に入居中のため。
その他の製造業	・ 大学病院との連携。当社サービスを提供している。
無回答	・ 東京工学院専門学校と交流している。
輸送機械器具製造業	・ 弊社が得意としている金属加工と最新技術の融合を図りたい。

問 19 市民・事業者・大学と連携する機会の重要性

事業展開における市民・事業者・大学と連携する機会の重要性について、「どちらともいえない」が 32.4%と最も多く、次いで「重要である」と「重要ではない（必要ない）」がともに 20.6%となっている。

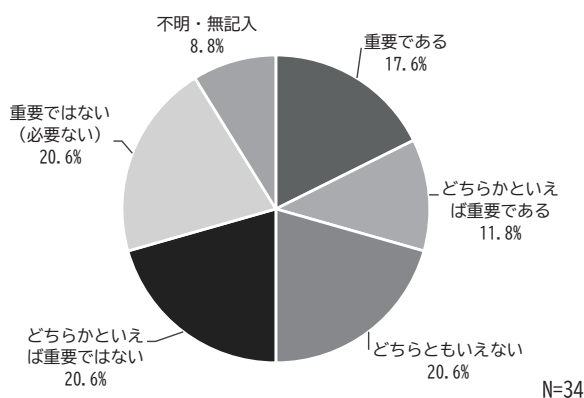
「重要である」（「重要である」「どちらかといえば重要である」の合計）は 32.4%と、「重要ではない」（「どちらかといえば重要ではない」「重要ではない」の合計）の 29.4%を上回っている。



問 20 市民や地域の意見を聴くことの重要性

事業展開における市民や地域の意見を聴くことの重要性について、「どちらともいえない」、「どちらかといえば重要ではない」、「重要ではない（必要ない）」がともに 20.6%となっている。

「重要である」（「重要である」「どちらかといえば重要である」の合計）は 29.4%と、「重要ではない」（「どちらかといえば重要ではない」「重要ではない」の合計）の 41.2%を下回っている。

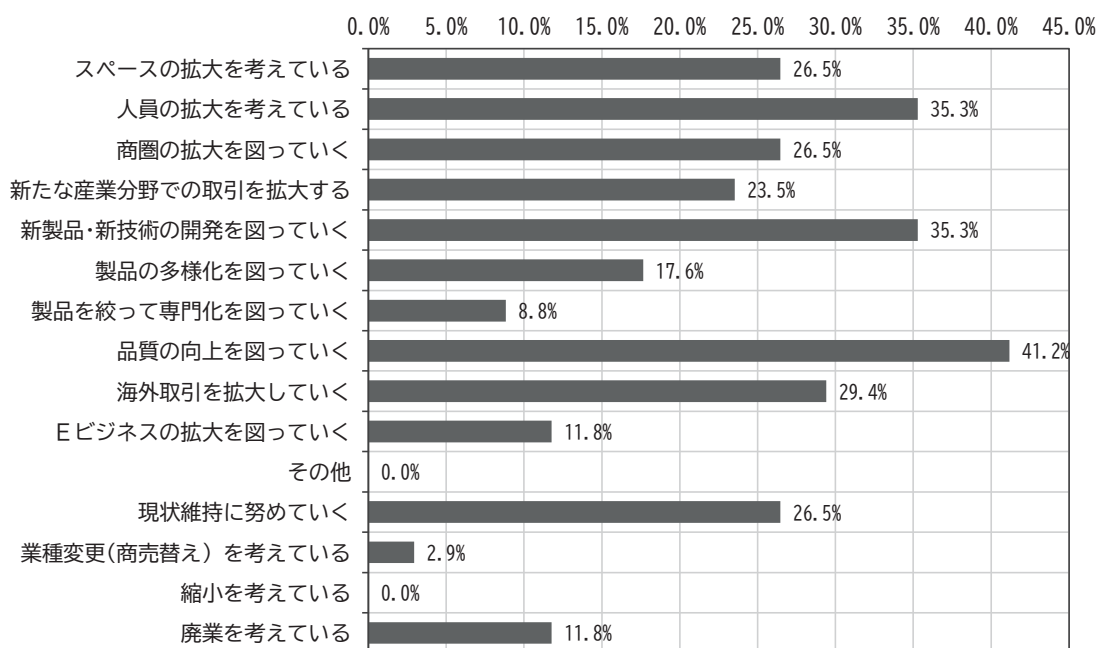


Ⅱ 工業調査

(4) 今後の展望

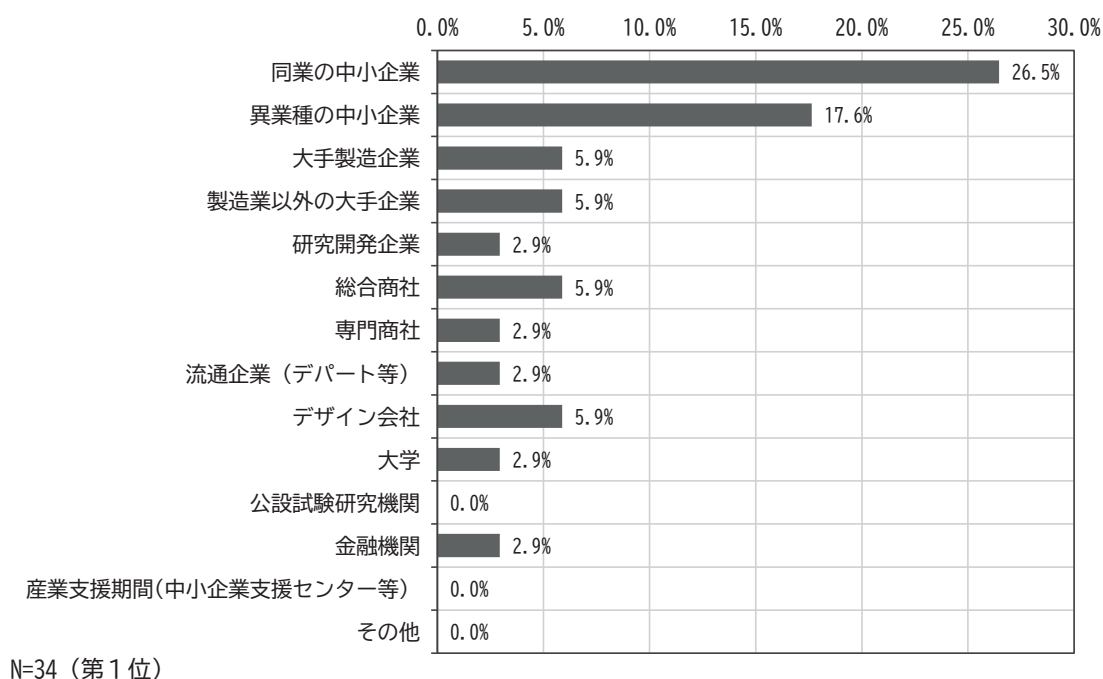
問 21 今後の経営方針

今後の経営方針について、「品質の向上を図っていく」が 41.2%と最も多く、次いで「人員の拡大を考えている」と「新製品・新技術の開発を図っていく」がともに 35.3%、「海外取引を拡大していく」が 29.4%となっている。

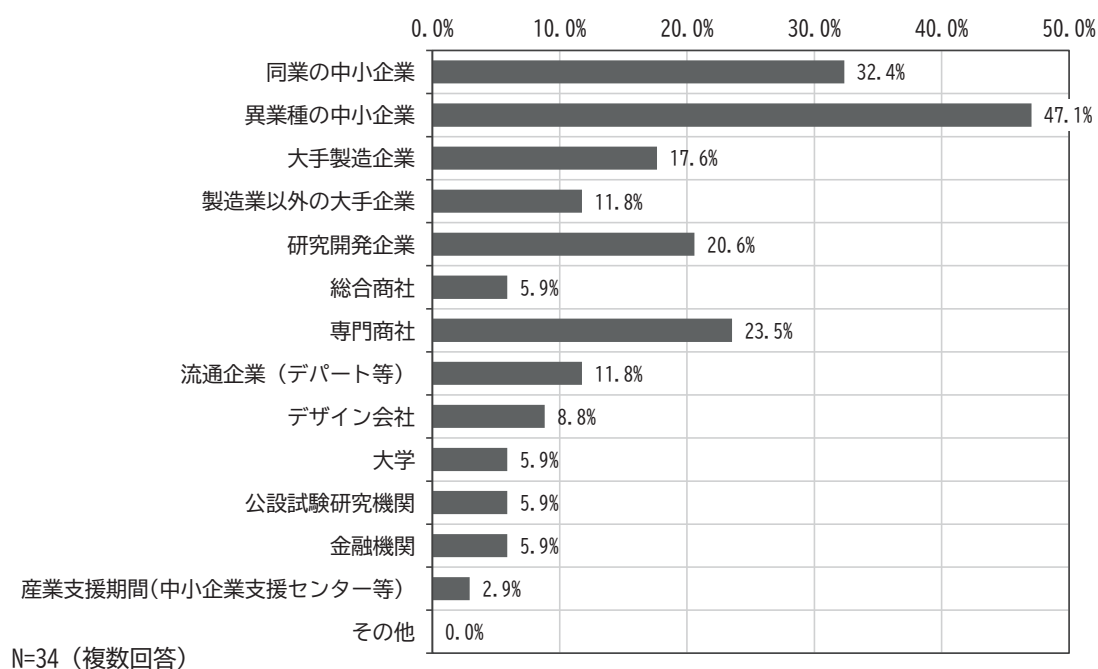


問 22 貴社が連携したい相手

貴社が連携したい相手について、最重点（第1位）では、「同業の中小企業」が26.5%と最も多く、次いで「異業種の中小企業」が17.6%と他に比べて多くなっている。



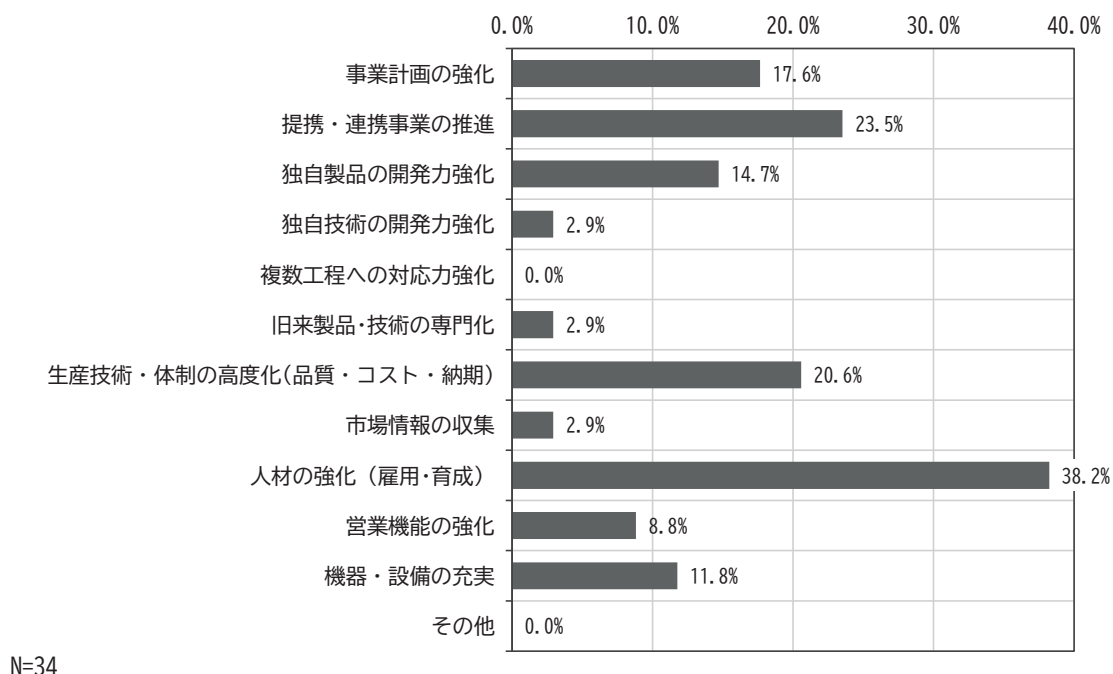
複数回答（第1～3位合計）では、「異業種の中小企業」が47.1%と最も多く、次いで「同業の中小企業」が32.4%、「専門商社」が23.5%となっている。



Ⅱ 工業調査

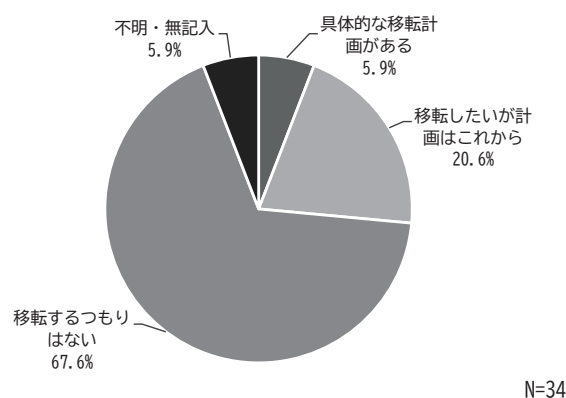
問 23 今後事業を推進していく上で必要な取り組み

今後、事業を推進していく上で必要な取り組みについて、「人材の強化（雇用・育成）」が 38.2%と最も多く、次いで「提携・連携事業の推進」が 23.5%、「生産技術・体制の高度化(品質・コスト・納期)」が 20.6%となっている。



問 24 事業所の移転

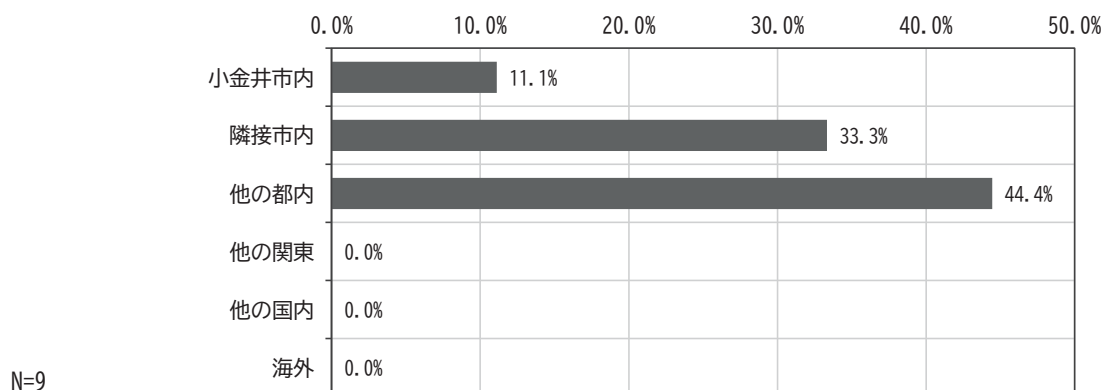
事業所の移転について、「移転するつもりはない」が 67.6%と最も多く、次いで「移転したいが計画はこれから」が 20.6%、「具体的な移転計画がある」が 5.9%となっている。



【付問】 移転先

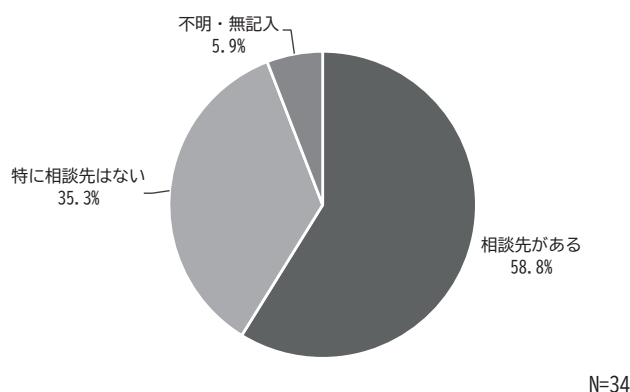
（事業所の移転で、「具体的な移転計画がある」、「移転したいが計画はこれから」と回答）

事業所の移転先について、「他の都内」が44.4%と最も多く、次いで「隣接市内」が33.3%、「小金井市内」が11.1%となっている。



問 25 課題が生じた際の相談先

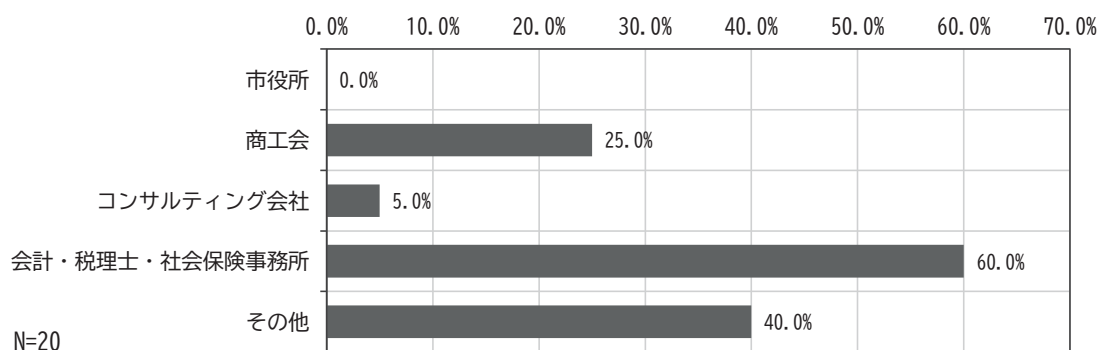
課題が生じた際の相談先について、「相談先がある」が58.8%、「特に相談先はない」が35.3%となっている。



【付問】 具体的な相談先

（課題が生じた際の相談先で、「相談先がある」と回答）

具体的な相談先について、「会計・税理士・社会保険事務所」が60.0%と最も多く、次いで「その他」が40.0%、「商工会」が25.0%となっている。「その他」では、「中小企業基盤整備機構」「親会社」「弁護士」「大学」「提携企業」などが挙げられている。



Ⅱ 工業調査

問 26 小金井市の工業振興施策に関する意見・要望

主な業種	内 容
精密機械器具製造業	・ 企業地域の設定
プラスチック製品製造業	・ 市内の工業関係事業所が減少しているのではないかと考える。市の融資制度の継続など支援をお願いしたい。
無回答	・ 他地域では工業地域等を設けているところもあるが、小金井市にはそのような地域は少ない。
情報サービス業	・ 工業ではなくソフトウェアあるいは教育、芸術等の文化系コンテンツの政策等の「地域ブランディング」を図ると良いと思う。
輸送機械器具製造業	・ 可能性や将来性があると思われる企業への支援の継続。
輸送機械器具製造業	・ 法政大学や東京農工大学とはかつては気軽に連携できていたが今は難しい。商工会で工業部会のイベントがあるが、一般市民向けに小金井産の工業製品をアピールする場があっても良いと思う。小金井市に愛着があるのでがんばりたい。

3-2 事業所ヒアリング調査

(1) 製造業

① A社（精密機械器具製造業）

■事業概要■

○精密機械器具の開発・製造・メンテナンスを行う

国の研究所、大学、民間企業の研究所等へ特注の開発品の試験装置を設計・製造し納品している。納品後、メンテナンスが必要である場合が多く、納品先とは長い期間の付き合いとなる。

メインとしては、振動試験装置を扱っている。また、遠心場という特殊環境で動作する試験装置も取り扱っている。取り扱い品目より、大手ゼネコンとの取引も多い。珍しく非常にニッチな部分の器具を取り扱っているため、同じような会社は、他には余り存在しないと思われる。

■経営状況と今後の方針■

○売上は比較的安定している

売上は、大手企業との取引も多いため比較的安定している。コロナ禍において、メンテナンスで現場に行く仕事ができない時期があったため、売上に若干影響は生じた。

○海外プロジェクトへの参画からの海外展開

現在、海外の様々な学術的なプロジェクトへ参画をしている。人間関係の構築ができたため、そこから売上に繋がる様な海外展開を模索している。

■事業推進上の課題■

○大学での講義による認知度向上、業務内容の効率化

人手不足解消のため、市内の大学で講義を行い、会社の認知度の向上に努めていきたい。今までの業務内容について見直しを行い、効率的にしていきたい。従業員のほとんどは設計業務を行っており、メンテナンス業務も兼務している。この部分についても、業務の分類分けに着手していきたい。

■行政への要望■

○市内大学との連携など

商業に力を入れているように感じるため、バランス良く、工業にも力を入れてほしい。市内に工学部系の学科を持つ大学も多いことから、工業地域が存在し工業が発達することが、卒業生の進路先として選択肢となり得ると考える。

○工業系用途の高架下利用

中央線の高架下について、商業系施設だけでなく、工業系事業所が活動できるスペースを検討してほしい。例えば、関西では、実際に高架下において工業系の用途に利用している事例がある。今後、ベッドタウンとして生き残るのは厳しいと考えるので、市内で事業所を誘致し、育てていくことを検討してほしい。

② B社（精密機械器具製造業）

■事業概要■

○設備時計の設計・製造・販売

駅や学校など公共の場において、正確な時刻を提供する設備時計の設計・製造・販売を行っている。取り扱っている製品から、納品先は官公庁や鉄道会社が多い。

また、タイムサーバーという正確な時刻を配信する役割を果たす機器も取り扱っている。どのような製品に搭載されているかという、例えば、セキュリティカメラである。その映像が、何時何分何秒に録画された映像なのかが、事故や事件といった場面では重要になることもある。このように、正確な時刻を配信することも設備時計の役割の一つとなっている。

■経営状況と今後の方針■

○売上は比較的安定している

売上は比較的安定している。コロナ禍において、物流の滞りによる調達の遅れに関しては苦労があったが、製品の売上に関して落ち込みは見られなかった。

○新規事業開拓については試行錯誤中

新規事業開拓が必要であると考えているが、簡単には結論が出ないので試行錯誤中である。

■事業推進上の課題■

○事業を行うスペースが狭い

小金井市内で工場を設けるには、広さがあまり確保できないので、どうしても手狭になってしまいがちである。市内で、新たに工場を拡張するのは難しい状況である。

○大卒学生の確保の困難

世の中の景気が良くなっているため、大卒の学生の確保が難しくなっている。大手企業が採用してしまうと、当社のような中小企業へ応募をしてくれない。また、大卒の採用の時期がどんどん早まっているため、新たな年度の予算が確保できていない状況にも関わらず、新規採用を進める必要が生じているので、その対応が課題となっている。

■立地環境のメリット・問題点■

○人材が集まりやすく通勤が便利

メリットとして、以下のポイントを挙げる。住宅地に会社が位置しているため、アルバイトを募集しても人が集まりやすいこと。また、市内に精密機械等の製造業の会社が少ないため、この業界を志望している人が集まりやすいこと。通勤の面においても、中央線が混雑する手前で乗り降りができるため、比較的通勤しやすいことである。

○近隣の学校との繋がりがある

以前は、近隣大学の科学技術の関するイベントに出展をしていて、近隣大学とも接点があった。また、市内の学校から会社見学の依頼を受けることもある。近隣の諸学校との繋がりを設けることができることは、小金井市内に立地するメリットであると考えている。

○都心から遠いため営業面で不便、人件費の高騰

問題点として、官公庁の仕事をする際に、都心へ行くまでに時間がかかってしまうこと。また都内に工場を有しているため、他県に工場を設けている企業よりは、人件費のコストがかかってしまうことである。

■行政への要望■

○事業推進に関して、当社では手の届かない部分の支援

新規製品を開発する際に、当社が求める技術を持っているメーカーを探すことを依頼する可能性はあるかもしれないので、その際は手助けしてほしい。以前、海外メーカーへのアプローチに関して、商工会議所に類似した機関を経由して探したことがあった。行政にも、手助けが可能な部分について支援をしてもらえればスムーズに事業が進むと考えるため、その点部分での支援を期待する。

③ C社（ケア化粧品、医薬部外品の製造・販売）

■事業概要■

○ヘア化粧品、医薬部外品の製造・販売

シャンプーやトリートメントなど、ヘア化粧品の製造・販売を行っている。他市に工場を持っていて、その工場にて製品の製造を行っている。製品の納品先は、主に美容院などである。

■経営状況■

○売上は比較的安定している

売上は比較的安定している。コロナ禍の影響に関しても、飲食店等と比較するとそれほど影響は受けなかった。

■事業推進上の課題■

○事業を継続していくための人材確保・設備投資、

事業を継続していく上で人材を確保すること、工場における設備の維持などが重要となる。その点を見通した資金繰りが必要になるため、よく熟考していきたい。

○物価高・原材料費の高騰への対応

また昨今は、物価高や原材料費の高騰があるため、それらをどのように対応していくかが今後の課題となっている。

■立地環境のメリット・問題点■

○中央線沿線であること、都心からの距離が遠い

小金井市内に立地することのメリットは、中央線沿線であること。中央線沿線であるため、交通の便は非常に良い。営業で来訪する人も、来訪がしやすい環境である。

問題点としては、都心から少し遠いことである。都心の会社から来訪する人にとっては、少し距離を感じるようである。

④ D社（食品製造・販売）

■事業概要■

○菓子やパンの製造・販売

東小金井の店舗で菓子やパンの製造・販売を行っている。

■経営状況と今後の方針■

○売上は比較的安定している

売上は比較的安定している。会食が必要な他の飲食店と形態が異なり、テイクアウトの商品の購入が主であるため、コロナ禍においても売上への影響はあまり感じなかった。

■事業推進上の課題■

○原材料費の高騰による利益率の低下

昨今のエネルギーや原材料費の高騰により、利益率が低下している。今後その対応を検討する必要があると考えている。

○人が長く働き続ける環境の構築

従業員が長期に働き続けることができる職場環境を構築していくことも重要であるとする。

■立地環境のメリット■

○小金井市に住み、生活する人が多いこと

地元の人々に愛されるお店、長く続くお店を目指しているので、小金井市に住み、生活する人が多い場所で店舗を運営していくことは、自分たちの目指す方針に合っている。仮に、知名度をあげて有名になりたいのであれば、都心で店舗を持つ方が適しているのかもしれないが、そういったことは目指していない。落ち着いた地域環境のなかで、子育て世代など多くの人々に愛される店舗になりたいので、この環境は良いと感じている。

■行政への要望■

○若年世代が会社を始める際の補助制度の設立、周知

小金井市は若年世代が起業する際の補助制度について、あまり充実していないのではないかと感じる。もしくは、既に存在しているが、周知されていないだけかもしれない。そういった補助制度などが存在する場合は、多様な媒体を活用し、誰もが分かりやすく広く周知してほしい。

⑤ E社（食品製造・販売）

■事業概要■

○ジェラートの製造、販売

市内で生活している中で、小さい子ども連れの人達でも立ち寄って休憩ができ、かつ軽食ができる場所を作りたいと考え、創業に至った。

また、自身の出身県では比較的農家が多く、上京してから、地元で食べる食材は美味しかったと気づいた。自分自身で直接農家と取引し、本当に素材が美味しいものを選び、小金井市に住む多くの世代に提供したいと考えた。

■経営状況と今後の方針■

○店舗販売以外にも卸売の展開、イベントへの出店、通販サイトの展開

売上は比較的安定している。店舗での店頭販売はもちろんのこと、JA、コンビニ、温浴施設など、幅広い場所へ卸売をしている。また、依頼があれば様々なイベントへキッチンカーで出店し販売している。さらに通販サイトも展開している。コロナ禍においても、対面での販売に限っていなかったため、売上における大きな打撃は感じなかった。

○新規事業の拡大

日本食ブームにより、海外への展開について声もかかっているが、現状は資金面・在庫のストック面などから考えると難しい。新規事業を開始する際に、工場が拡大できるなど、課題面がクリアになれば検討の余地はある。

■事業推進上の課題■

○物価高騰による設備投資の消極的な検討

工場の拡大など、新規事業の展開を検討はしているが、資金不足に加え、物価の高騰により、設備投資に関しては、消極的な検討にとどまっている。

○人手不足によるシフトの調整

昨今の人手不足の影響を受けている。特に、土日に勤務を希望する人が少ないこともあり、シフトを組まなければならない。

また、店頭で店員が必ずいないといけないため、体調不良などによる急な欠員には、調整に苦労している。

■立地環境の評価■

○自然が多く農家と直接繋がることできる、学校が近く学生が多く立ち寄る

農家との距離が近いので、地産地消のジェラートを提供することができる。また、学校が近くに多数あるため、多くの学生が立ち寄り、購入している。

○インバウンド需要は特に受けていない

小金井市は、海外からの旅行者が立ち寄る要素があまりないため、インバウンド需要の面では恩恵を受けていない。

■行政への要望■

○設備投資への補助金の整備、情報の提供

需要が拡大しているので、工場を拡大する等を検討しているが、自前の資金では難しい現状である。補助金等があれば、積極的に活用していきたいので、そういった情報を中小企業に提供してほしい。

○様々な特性を持った方の雇用をチャレンジした企業へのサポート

一般の方と同じように働くのは少し難しい、様々な特性を持った方の雇用をチャレンジした企業へのサポートがあるとありがたい。企業へのサポートを促進することで、多くの人が働ける場・居場所を造ることができると思う。

⑥ F社（半導体など研究設備の特注製品の製造業）

■事業概要■

○精密機械の開発・設計・製造を行う

顧客から依頼された内容に沿って、オーダーメイドの製品を開発し製造している。近隣の大学と共同し、研究も行っている。

■経営状況と今後の方針■

○売上は比較的安定している、近隣大学との共同研究の継続

売上は比較的安定している。設計に際し、密な打ち合わせが必要であるため、リモートでの打ち合わせはあまり適さない。コロナ禍においては、打ち合わせ方法等に苦労した。また、物流の遅延により製品の納品が遅れてしまい、結果として売上がずれ込んでしまうこともあった。

近隣に工学部系の大学が多いことは利点であると考えている。現在行っている、大学との共同研究なども継続して行っていきたい。

■事業推進上の課題■

○中小企業ならではの資金面のやり繰り

小さい企業も大きい企業も、税金や社会保険の基本となる部分の支出は変わらない。小さい企業になると、その点が大きな負担となる部分もある。

■行政への要望■

○工業系企業の誘致、スタートアップ企業の支援

周辺に精密機械等を取り扱う企業は少ない。様々な製品を取り扱う企業が集まっていれば、企業も運営がスムーズになるのではないかと考える。また、市内に大企業が少ないため、大企業を誘致することで、結果としてその子会社なども市内に拠点を構えるようになると考える。

また、市内に企業が少ないのであれば、スタートアップ企業の支援に力を入れてほしい。小金井市は商業には力を入れていると感じるので、工業の側面にも力を入れてほしい。スタートアップ企業が、会社を興すための場所を気軽に借りることができるならば、工業系に関する会社も集まるのではないかと考える。

⑦ G社（自操式運転補助装置の製造業）

■事業概要■

○自操式運転補助装置の設計・製造・販売

身体にハンデを持っている方のための運転補助装置の設計・製造・販売を行っている。依頼があれば全国各地へ出荷を行っている。顧客は、約7割が自動車販売店であり、直接個人が購入するのは3割程である。気兼ねなく自分が好きな車に乗ってもらいたいという思いから、基本的に依頼があった車すべてに、自社製品の取り付け対応ができるようにしている。

■経営状況と今後の方針■

○売上は比較的安定している

売上は比較的安定している。ただ、コロナ禍において外出制限等の影響もあり、売上の落ち込みはあった。

■事業推進上の課題■

○物価高による全体的なコストの上昇、値上げの判断

物価上昇により、部品のコストを含め全体的なコストが上昇している。それに伴い製品の値上げを実施したいが、中小企業は値上げに踏み切ることができない現状がある。

○社内の人員を考え、海外展開は一旦断念

海外展開として、海外において事業所を設ける誘いも過去にあったが、海外派遣する程人員が充足していないため、実現には至らなかった。

■立地環境のメリット・問題点■

○アクセスが良い、車でのスムーズな活動が可能

関連業者や来客者にとって、非常にアクセスがしやすい立地である。また、小金井市は都内においても比較的車社会であるため、車での活動を行いやすい。

○東京ではライバル会社は少ない

営業を続けていく上で、ライバル会社の存在は気になるものである。しかし、同業者は地方には多少あるが、都内には少数であるため、当社を選んでもらえる機会が多い。

○近隣の多摩地域の工業地帯へ、部品の製作を依頼できる

製造をしていく上で必要な部品等に関して、多摩地域の工業地帯に依頼ができるため、その工業地帯に近い立地は非常に便利である。

○近隣の児童・生徒が工場見学に来訪すること

地域社会との関わりに関して、近隣の児童・生徒が工場見学に訪れることがある。地域の子も達が工業について知る機会であり、作業している現場を実際に見学できるという、貴重な機会であると捉えている。

Ⅱ 工業調査

○会社・工場の立地が住宅地周辺であること

住宅地の中に工場・会社が立地しているので、音や臭いを出す作業の際に、近隣住民に対して申し訳なく感じている。

○移転・規模拡大を希望した際に、移ることができる土地が無い

移転や工業などの規模の拡大を希望した際に、市内において移ることが可能な適切な土地が存在しない。そのため万が一、工場などの規模の拡大を実施するのであれば、小金井市以外で土地を探さなければいけない。

■行政への要望■

○工業の事業促進の支援

小金井市内で新たに工業系の会社を設立しようと試みても、土地が無く断念する場合も見受けられる。小金井市内においても、工業の事業促進の手助けを希望する。

(2) コミュニティビジネス

⑧ H社（地域活性化、創業支援）

■事業概要■

○市内公共施設等の事業運営支援、創業支援

事業創業支援施設の公共施設の事業運営に携わっている。その場において、スクールやセミナー、交流会を開催し市内の創業支援を行っている。

また、保有している物件においてテナント募集を行い、主にスタートアップ企業が開業できる場として整備をしている。

■市内産業の現状■

○「商業」のまちという側面が大きい

小金井市の特性上、製造業は今後もあまり発展しないのではないかと。工業にはあまり期待ができない上、あえて工業地域を新たに作成する必要性は感じない。どちらかというと商業、農業の力が大きいと感じている。今後、こういった調査でアンケートを取るとしたら、市内の工業事業者に加え、農業従事者も対象に検討したほうが良いのではないかと。

■「多摩地域」の捉え方について■

○「多摩地域」とひとくくりに考えるべきではない

小金井市を調査する際に、「多摩地域」と、ひとくくりにして調査する観点は望ましくない。多摩地域も広く、それぞれ特色が異なるので、しっかりと市の特色を捉える必要があると考える。

■行政への要望■

○市内の状況を踏まえた、柔軟な産業振興プラン作成の検討

市内の産業がどのような現状であるのか、といった最新の状況を踏まえた、柔軟な産業振興プラン作成の検討をしていくべきである。

○事業創業支援の面で、より力をいれていくべき

市が設置した事業創造センターを活用し、市内の事業創造の支援について、より力を入れていくべきである。

○農工大ベンチャーポートにおいて、研究開発の芽が出て市内に定着すること

今後、工業の側面で期待することは、農工大ベンチャーポートにおける研究開発について、その分野で芽が出て、市内で定着できる環境が整備されることである。

第4章 各調査からみる課題と対応の方向性

4-1 各調査の結果の概要

(1) 工業事業所調査

工業事業所調査の結果は下記のようにまとめられる。

項 目	概 要
①事業所の概要 ・創業年数 ・企業形態 ・本社・支社 ・事業主の年齢 ・主な業種 ・研究開発 ・製造形態 ・従業者	- 平成27年度以降の創業が多く、創業10年未満の事業所が多い一方で、明治・大正期や昭和初期に創業し、創業50年以上の事業所も多くを占めている。 - 企業形態は「株式会社」が約7割、「単独の事業所」、「本店・支店」を合わせると約7割であり、事業主の年齢は、「30歳代」から「80歳以上」と幅広く、「50歳代」以下で約半数を占めている。 - 業種は「その他の製造業」が多く、前回と同様の傾向である。 - 自社で研究開発を行う事業所は5割を超え、その内4割弱は特許を取得している。 - 自社製品の製造・販売を行う事業者が6割であり、下請製造は2割程度となっている。また、企業向け完成品の製造を行う事業者が4割、消費者向け商品の製造は3割程度となっている。 - 従業者の人数は、19人以下で約半数を占め、100～299人の比較的大規模な事業所も存在する。また、従業者の半数以上が市内居住者の事業者は4割弱であり、「すべて市外」も1割強ある。
②経営環境 ・経営状況 ・自社の強み ・取引先 ・経営上の問題 ・事業承継	- 現在の経営状況は、「順調」（「非常に順調」および「ほぼ順調」の合計）は3割弱、「不振」（「不振」および「非常に不振」の合計）は2割強であった。前回調査と比較すると、「順調」は2割程度大きく減少した一方で、「横ばい」が増加した。 - 独自の技術力や自社製品の開発力を強みとして考えている事業所が多い。 - 中小や大手企業との取引が多く、取引先の所在地は都内だけでなく関東や他の国内と広範囲に及んでいる。 - 人材の確保、従業員の高齢化、運転資金の確保を問題としている。 「後継者は決まっている」など、事業継承を想定している経営者は4割弱となっている一方で、「自分の代でやめたい」と考えている経営者は2割程度となっている。また、事業継承を「まだ考えていない」経営者が多く、事業を継承する時期も「未定・わからない」が3割程度占めている。
③立地環境及び地域の取り組み ・建物形態 ・所有形態 ・立地のメリット、立地上の問題点	- 建物形態は戸建て単独事業所が4割弱、所有形態は土地・建物を所有が5割弱。 - 市内立地のメリットとして、通勤の利便性や住まいからの距離などを挙げており、地域に根差した事業所が多いことがうかがえる。一方で、立地上の問題点として事業スペースの狭さ、建物や設備の老朽化、駐車場の確保など、ハード面としての課題を挙げている。 - 市内や近隣の大学との連携は、すでに連携している事業所を含め、大学との連携意向は4割弱にとどまっている。また、市民や事業所、大学など地域と連携していくこと

・近隣大学との連携	に関しては、重要であると感じている事業所が3割強あるのに対し、重要でないと考える事業所も3割程度となっている。
④今後の展望 ・経営方針 ・連携相手 ・必要な取組 ・事業所の移転 ・相談先	・今後の経営方針として、品質の向上や新製品・新技術の開発を図るなど、自社の力を高めるような取組みや、商圏、海外など取引の拡大を考えている事業所が多い。 ・連携先として、同業や異業種の中小企業を考えている事業所が多い。 ・人材の強化、提携・連携事業の推進、生産技術、体制の高度化などを必要な取組として考えている。 ・3割弱の事業所が移転を検討し、移転先は市内・近隣市以外の都内が多い。 ・6割の事業所が相談先があり、相談先は会計・税理士・社会保険事務所が多い。

Ⅱ 工業調査

(2) 事業所ヒアリング調査

市内には、独自の技術やサービスで社会に貢献している意欲的な企業が多数活動している。本調査を通じてその一端を紹介するとともに、各企業に共通するテーマに関する意見、課題を整理し、今後の産業振興策につなげる。

①事業推進上の課題

多くの事業所の共通した課題は、物価高への対応、人手不足についてである。物価高に関しては、完成した製品・商品について、大企業のように簡単に値上げできない点も課題として挙げている。人手不足に関しては、新規の人員の確保、現在勤めている人材が継続的に勤務することへの適切な対策・対応について、課題を感じている。

その他には、会社の認知度の向上や、税金面の負担の大きさなど、中小企業ならではの課題が多く挙げられた。

- 会社の認知度が低いため、認知度向上に向けた取り組みが必要
- 事業を行うスペースが狭く、手狭であること
- 人材確保において、年々新卒の大学生の確保が困難となっていること
- 工場における設備の維持について、資金面において苦慮していること
- 物価高、原材料費の高騰に対する対策。利益率の低下に歯止めをかけたい
- 人が長く働き続けることができる職場環境の構築
- 小さい企業における、税金面の負担に関する対応
- 社内人員の充足などを鑑みた、事業展開の必要性

②立地環境、地域との連携

本市に立地するメリットとして、アクセスの良さや、大学との連携、自然環境の良さなどを挙げている。今後も、地域社会において積極的に連携を深め、多くの市内企業や大学等と結びつきを強めることにより、双方に多くのメリットが享受できる状態に変化していくことが望まれる。

- 近隣に大学などが多いため、様々な学校と繋がりを設けることができる
- 通勤アクセスが良いため、通勤がしやすく、アルバイト等の募集も比較的集まりやすい
- 都心から多少遠いため、都心へ出向く際には時間がかかる
- 自然豊かであり、落ち着いた街並みで生活ができる環境である
- 近隣の多摩地域は工場等が多いため、仕事の依頼などを行いやすい
- 工場の拡大等を望んだ際に、市内に新たな土地を見つけることは困難

③行政への要望

行政に望むことについて、市内の工業系企業は、現在の規模で事業を継続しつつ、資金面の充足や拡張の機会があれば、工場の拡張なども考えていることが伺える。このようなことも踏まえ、さらに地域社会の現状も把握し、これらの意見について研究する必要があると考える。

- 中央線高架下について、工業系事業所を設置するなどの活用方法
- 新規事業を設立する際に、適切な相談窓口の案内
- 起業する際に資金面などの補助制度の周知
- 設備投資をし、意欲的に経営の継続に取り組む企業への支援
- 様々な特性を持った人を雇用することについて、チャレンジした企業へのサポート
- 工業系企業・スタートアップ企業の誘致
- 市内の状況を踏まえた産業振興プランの作成
- 農工大ベンチャーサポートのさらなる活性化

4-2 課題と対応の方向性

(1) 経済状況への対応

前回調査と比較し、経営状況が「順調」の企業が減少し、「横ばい」「不振」の事業所が増加した。要因としてあげられたのは、資金不足や営業力不足など事業所固有の要因の他、経済状況の悪化が挙げられている。コロナ禍からの回復により、モノやサービスの需要は大きくなったが、長期化するウクライナ情勢や世界的なインフレ基調、人材不足による人件費の高騰、エネルギーや原材料など物価高騰の影響があるものと思われる。

事業者にとって厳しい経済状況が続く中、市内事業所の景況感を的確に把握しながら多様な支援を行っていく必要がある。物価高騰に関する情報や対策について相談できる窓口を設け、専門家によるアドバイスの提供や物価や市場動向に関する情報を定期的に提供し、事業所が適切な経営判断を行える支援などを考える必要がある。

(2) 人材確保への対応

多くの事業所では、経営者の高齢化が進んでおり、後継者選びや後継者教育が大きな課題となっている。特に家族経営のような小規模事業所では、次世代が事業を継ぐ意欲が低い場合には、事業継承の大きな障壁となっている。また、昨今のエネルギーや資源高などの物価上昇などによる経済の先行きの不透明感も事業継承を断念する要因の一つになっている。

これらの課題に対し、専門家による相談体制の実施や市の商工会議所や地域の工業系学科を持つ大学と連携し、後継者を育成するための研修やセミナー開催などにより経営や技術に関する知識を身につける機会を提供していく必要がある。また、熟練工と若手社員のメンター制度を導入し、技術やノウハウを体系的に継承する仕組みを構築していくことも考えられる。さらに、第三者への株式譲渡など、積極的な事業継承に係る情報や支援、または資金調達についての支援が考えられる。

また、人材不足や従業員の高齢化など、人材確保に係わる課題を抱えている事業者は多く、人材のマッチングの仕組み、人材不足を補うデジタル化の導入のための支援などを考える必要がある。

(3) 多角的な販路拡大への支援

将来的な展開として、商圏の拡大や海外取引の拡大など、積極的な事業展開を考えている事業所が多く、その裏付けとして、独自の技術力や製品の開発力をセールスポイントとして掲げている。一方で相談先を持っていない事業所も多く、事業展開の構想はあるがどうしてよいか手をこまねている可能性もある。

技術力を持った小規模事業所に対し効果的な販促活動を行えるように、マーケティング戦略やブランディングに関するセミナーなどの開催、また、マーケティングや販売戦略に関する専門家を派遣し、個別のアドバイスを行うような支援が必要である。

さらに、事業所がオンラインで商品を販売できるようなEコマースサイトの構築や運営に加え、SNSやウェブ広告を活用したプロモーション方法についての研修やサポートなどの提供も考えられる。

（４）豊かな環境を生かした働き方の支援

ワーク・ライフ・バランスを取り組む事業所も増えてきているなか、市の豊かな環境や都心へのアクセスの良さは、事業所にとっても働き手にとっても多様な働き方を実現できる環境を備えている。ワーク・ライフ・バランスのさらなる取り組みの推進のため、重要性や具体的な取り組み方法についてのセミナーやワークショップを開催し、事業所の理解を深めるなどの情報提供と啓発活動が必要である。

また、豊かな環境に加え、市内の大学立地の特性は、創業に恵まれた環境と言える。市においても東小金井事業創造センター（K0-T0）を設置し、場の提供や補助金等に関する情報提供、事業化セミナーなど多様な支援を行っているが、さらなる取り組みとして企業、大学、行政が一体となった地域連携プラットフォームの構築など工科系大学立地を生かした取り組みが考えられる。

（５）事業継承への支援

事業継承を決めている工業事業者の経営者においても、事業継承に関し、後継者選びや後継者教育などの課題を抱えていることがうかがえる。また、廃業を検討している経営者は、検討する要因として、先行きが不透明なことや経営状況が厳しいこと、さらに後継者がいないことなどを挙げている。

事業の継続を断念しようとしている事業所に対し、廃業ではなく市内の他の事業所を含む第三者へ事業継承がスムーズに行えるような情報提供やマッチング支援を行うことなどを検討していく必要がある。

Ⅲ 資料編

問1 あなたは、どこで、また、どのようなお店で各商品を購入していますか。ア～ソの商品について、①購入場所、②店舗形態の両方の該当する番号に○印を付けてください。

	①購入場所													②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	コンビニ	デパート	その他（ネット通販・宅配等）
記入例：生鮮食品	1	2	3	4	⑤	6	7	8	9	10	11	12	13	①	2	3	4	5	6
ア 生鮮食品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
イ 一般食品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
ウ 普段着	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
エ オシャレ着	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
オ 化粧品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
カ アクセサリー	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
キ 雑貨	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
ク 書籍	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
ケ 玩具	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
コ 家電	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
サ 介護用品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
シ 贈答品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
ス 外食・喫茶	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
セ 日常使うもの	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6
ソ 趣味的なもの	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	1	2	3	4	5	6

小金井市消費者買い物調査

ご協力をお願い

日頃から市政運営にご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。
本市では、産業振興に関する取組方針である「小金井市産業振興プラン」の改定を令和7年度に行います。
この度、市民の皆様の買い物に関する状況を調査し、プラン改定の基礎資料とすることを目的にアンケート調査を実施いたします。
お忙しいところ誠に恐れ入りますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

令和6年11月7日
小 金 井 市

- この調査は、小金井市に在住の18歳以上の市民の中から、3,000人の方を無作為に選ばせていただき送付しております。
- 調査結果は統計的に処理いたします。ご回答いただいた内容から個人が特定されることは一切ございませんので、ありのままをお答えください。

【ご記入・ご提出にあたってのお願い】

1. 回答は、封筒のあて名の方がお答えください。
2. 回答方法は、選択肢の番号に○をつける設問、数字等を記入する設問、回答者を限定する設問があります。設問文をよく読んで回答してください。
3. ご回答後の調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、封をして、ポストに投函してください。

ご投函は、**11月22日（金）**までお願いいたします。

《問合せ先》
小金井市 市民部経済課 産業振興係
電話：042-387-9831 F A X：042-386-2609

問2 小井内市にあるいは小井内市外で買い物をするのは、どのような理由からですか。
あてはまる理由すべてについて該当する番号に○印をつけてください。

買い物等をする理由		①市内の店	②市外の店
記入例 買い物が楽しい (両方に該当する場合→)		①	②
ア 買い物が楽しい		1	2
イ そこで買うと気分がよい		1	2
ウ 店舗がきれいでムードがよい		1	2
エ 落ち着いて買い物ができる		1	2
オ 商品が豊富		1	2
カ 流行品がある		1	2
キ 自分のセンスやニーズに合う商品がある		1	2
ク 品質がよい		1	2
ケ 店に個性がある		1	2
コ おいしい		1	2
サ 店が清潔である		1	2
シ 店員が親切で応対がよい		1	2
ス 店の人と親しい		1	2
セ 気軽に店に入れる		1	2
ソ ポイントやサービス券を提供する		1	2
タ 特売・売出しがある		1	2
チ 安い		1	2
ツ 配達してくれる		1	2
テ 家から近くて行きやすい		1	2
ト 通勤・通学のついでに買える		1	2
ナ 夜遅くまで営業している		1	2

問3 市内のお店で買い物や食事等をする機会はありますか。

ア 買い物 (1つに○)	1. 週に5日以上 2. 週に3~4日 3. 週に1~2日	4. 月に2~3日程度 5. 月に1日程度 6. ほとんど利用しない
イ 食事やサービス (1つに○)	1. 週に5日以上 2. 週に3~4日 3. 週に1~2日	4. 月に2~3日程度 5. 月に1日程度 6. ほとんど利用しない

問4 ご近所の商店街を日常的に利用していますか。(1つに○)

1. ほぼ毎日利用する 2. よく利用する (毎日ではない) 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない
--

問5 ご近所の商店街のイベントやお祭りに行きますか。(1つに○)

1. ほぼ必ず行く 2. 時間があれば行く (毎回ではない) 3. あまり行かない 4. ほとんど行かない
--

問6 市内の商店街で充実して欲しい施設・設備はありますか。下記の中から3つまで
選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. ガードレール 3. アークード 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	11. 駐輪場 12. バス停 13. 公衆電話 14. 放送設備 15. 喫煙スペース 16. わかない 17. 特にない
--	--

問 7 ご近所の商店街に期待することはありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

1. 不足業種を補う
2. 核になる店舗をつくる
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. 商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする
7. お店やイベントの情報提供
8. わからない
9. 特にない
10. その他 ()

問 8 ご近所の商店街に不満な点はありませんか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. 値段が高い	11. 接客態度が悪い
3. 品質が良くない	12. 駐車場が狭い
4. 鮮度が良くない	13. 休憩場所がない
5. 催物・特売等が少ない	14. 情報が少ない
6. 気兼ねしてしまう	15. 家から遠い
7. 店が清潔でない	16. わからない
8. 配達をしない	17. 特にない

問 9 あなたは、市内の買い物や食事等の環境に満足していますか。(1つに○)

1. 満足している	4. 満足していない
2. まあ満足している	5. わからない
3. あまり満足していない	

問 10 あなたは、市内の商店街のイベント情報やお店のセール情報等をどのような方法で入手していますか。(あてはまる番号すべてに○)

1. 商店街やお店のホームページ
2. 商店街やお店のSNS (LINE・X・Facebook 等)
3. 商店街やお店のチラシやリーフレット
4. 新聞折り込み
5. 地域情報誌
6. 市内掲示板
7. その他 ()
8. 情報は特に得ていない

問 11 市内の商業振興に向けたご意見やアイデアがございましたら、ご自由にお書きください。(自由記入)

ア 商店街の振興について (地域のにぎわいづくり、店舗の減少防止施策など)
イ 買い物、食事等の環境について (充実してほしい業種など)

問 12 あなたのことに ついて、ア～クの該当する番号に○印をつけてください。

ア 性別（1 つに○）	1. 男性	2. 女性
イ 年齢（1 つに○）	1. 18～29 歳 2. 30 歳代 3. 40 歳代	4. 50 歳代 5. 60 歳代 6. 70 歳以上
ウ 地区（1 つに○）	1. 東町 2. 梶野町 3. 関野町 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
エ 職業（1 つに○）	1. 会社員・団体職員（正規雇用、会社役員を含む） 2. パート、アルバイト、派遣等 3. 自営業（個人経営者） 4. 学生 5. 専業主婦（主夫） 6. 無職	
オ 最も利用する駅 （1 つに○）	1. 武蔵小金井駅 2. 東小金井駅	3. 新小金井駅 4. いずれも利用しない
カ 買い物をする 主な時間帯 （2 つまでに○）	1. 午前中 2. 12 時～15 時 3. 15 時～18 時	4. 18 時～21 時 5. 21 時以降 6. 決まっていない
キ 買い物をする曜日 （1 つに○）	1. ほぼ毎日 2. 平日が多い	3. 休みの日が多い 4. 決まっていない
ク 平日の日の主な 居場所（1 つに○）	1. 市内	2. 市外

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 商店街利用客意識調査 調査票

商店街利用客意識調査

③商店街周辺でよく行くお店は？	店名	
	(理由)	
	頻度	1. ほぼ毎日 2. 週 4～5 回 3. 週 2～3 回 4. 週 1 回 5. 月 2～3 回 6. 月 1 回以下
	平均消費額 (1 回あたり)	1. 500 円以下 2. 501～1,000 円 3. 1,001～3,000 円 4. 3,001～5,000 円 5. 5,001 円以上
	1. 大変満足 2. どちらかという満足 3. どちらかという不満 4. 不満 (その理由)	
④商店街の満足度は？		
⑤商店街にあつたらよいと思うものは？		
⑥商店街のイメージは？		
⑦今後どのような商店街になって欲しいか？		
属性		
⑧性別	1. 男性 2. 女性	
⑨年代	1. 18～29 歳 2. 30 歳代 3. 40 歳代 4. 50 歳代 5. 60 歳代 6. 70 歳以上	
⑩よく利用する駅	1. 武蔵小金井駅 2. 東小金井駅 3. 新小金井駅 4. いずれも利用しない 5. その他 () 駅	
その他のご意見		

商店街利用客意識調査

来訪者ヒアリングシート【武蔵小金井駅前商店会周辺】周辺

ヒアリング日時	令和 6 年 12 月 6 日	午前	午後	:
お住まいの地域はどちらですか。	1. 市内 (商店街周辺)	2. 市内 (その他)	3. 市外	
	【市内 (その他)、市外にお住まいの方】 交通手段をお答えください。 1. 徒歩 2. 自転車 3. バイク 4. バス 5. 車 6. 電車 7. その他 ()			
商店街の利用について (全員に)				
①【武蔵小金井駅前商店会周辺】周辺の商店街を本日の利用した目的、これまでの利用について	目的	①買物 → 1. 食料品 2. 日用品 3. 衣料品 4. 雑貨 5. 贈答品 6. その他 () ②食事・喫茶 ③ (商店街周辺で) その他の用事 () ④通勤・通学途中・通りがかり		
	(上記で目的が 2 つ以上ある場合は) 一番目の目的 (番号を記入)			
	この商店街・周辺への来訪頻度	1. ほぼ毎日 2. 週 4～5 回 3. 週 2～3 回 4. 週 1 回 5. 月 2～3 回 6. 月 1 回以下 7. あまり来ない		
	店名			
	(理由)			
②商店街でよく行くお店は？	頻度	1. ほぼ毎日 2. 週 4～5 回 3. 週 2～3 回 4. 週 1 回 5. 月 2～3 回 6. 月 1 回以下		
	平均消費額 (1 回あたり)	1. 500 円以下 2. 501～1,000 円 3. 1,001～3,000 円 4. 3,001～5,000 円 5. 5,001 円以上		
	支払方法	1. 現金 2. スマホ決済 3. その他キャッシュレス		

1 あなたのお店のことについておたずねします。

問 1 お店の所在地（1つに○）

- | | | |
|--------|--------|----------|
| 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 | |

問 2 お店の経営形態（1つに○）

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

問 3 お店の業種（あてはまる番号すべてに○）

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

問 4 主な業務内容（1つに○）

- | |
|--------------------------------------|
| 1. 飲食店（和食・洋食・中華・喫茶等） |
| 2. 食料品（食品・スーパー・コンビニ等） |
| 3. 美容・ファッション（美容・理容・化粧品・服・靴・靴等） |
| 4. 暮らしの買い物（日用品・家電・花・書籍・運動用品・文房具・楽器等） |
| 5. 暮らしのサポート（クリーニング・修理等） |
| 6. 医療・福祉（医療・薬局・ドラッグストア・整体・介護用品等） |
| 7. 旅行・アミューズメント |
| 8. 銀行・金融・保険 |
| 9. 不動産 |
| 10. 家具・じゅう器 |
| 11. 教育・学習支援業 |
| 12. 運送 |
| 13. その他（ ） |

問 5 市内での操業年数（1つに○）

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 1年未満 | 5. 11年～15年 |
| 2. 1年～2年 | 6. 16年～20年 |
| 3. 3年～5年 | 7. 21年～30年 |
| 4. 6年～10年 | 8. 31年以上 |

小金井市商店街経営者意識調査

ご協力をお願い

日頃から市政運営にご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。
本市では、産業振興に関する取組方針である「小金井市産業振興プラン」の改定を
令和7年度に行います。

この度、商店会に加入している事業所を対象に、事業の現状や皆様からのご意見を
今後の商業振興の方策検討の基礎資料とすることを目的にアンケート調査を実施し
たします。

お忙しいところ誠に恐れ入りますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださ
いますよう、お願い申し上げます。

令和 6 年 11 月
小 金 井 市

【ご記入・ご提出にあたってのお願い】

1. 本調査は無記名で行うものです。回答者個人が特定されることはありません。また、
回答は本調査の目的以外に使用いたしません。
2. 回答は、経営者の方がお答えください。
3. 回答方法は、選択肢の番号に○をつける設問、数字等を記入する設問、回答者を
限定する設問があります。設問文をよく読んで回答してください。
4. ご回答後の調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、封をして、ポスト
に投函してください。

ご投函は、11月22日（金） までをお願いいたします。

《問合せ先》

小金井市 市民部経済課 産業振興係
電話：042-387-9831 F A X：042-386-2609

問 6 従業者の人数（あなた自身も含めて）（1つに○）

1. 1人	3. 3人～5人	5. 11人～20人
2. 2人	4. 6人～10人	6. 21人以上

問 7 経営者の年齢（1つに○）（事実上の経営者、支店の場合は店長・運営責任者）

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

問 8 土地、建物の所有形態（1つに○）

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

問 9 売場面積（1坪＝3.3㎡）（1つに○）

1. 5坪以下（16.5㎡以下）
2. 6坪～10坪（19.8㎡～33.3㎡）
3. 11坪～20坪（36.6㎡～66.6㎡）
4. 21坪～30坪（69.9㎡～99.9㎡）
5. 31坪～50坪（102.3㎡～165㎡）
6. 51坪～100坪（168.3㎡～333㎡）
7. 101坪～1,000坪（336.3㎡～3,300㎡）
8. 1,001坪以上（3,303.3㎡以上）

問 10 来客用駐車場の有無（1つに○）

1. 専用がある（ 台）	3. 持っていない
2. 共同である（ 台）	

※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。

問 11 今後の改装予定（1つに○）

1. 予定はない（今のままで十分、または、改装したばかり）
2. 後継者がいないため、改装の予定はない
3. 廃業するため、改装の予定はない
4. 改装したいが、資金や施設の問題で改装の予定はない
5. 改装を予定している

問 12 主な定休日（あてはまる番号すべてに○）

1. 月曜	5. 金曜	9. 特定日
2. 火曜	6. 土曜	10. 不定期
3. 水曜	7. 日曜	11. 無休
4. 木曜	8. 祝日	

問 13 営業時間（24時間制で数値記入）

ア. 開始時刻 時 分	イ. 終了時刻 時 分
-----------------------	-----------------------

問 14 お店の経営に情報機器、コンピュータ、インターネットを利用していますか。（1つに○）

1. 利用している → 【付問①へ】
2. 利用したいが、今は利用していない → 【付問①へ】
3. 今後も利用予定なし（今も利用していない）

【付問①】前問で「1」～「2」と回答した方に伺います。どのように利用していますか（利用したいですか）。（あてはまる番号すべてに○）

1. 商品発注に F A X ・インターネットを使用
2. パソコン等で自店での経理処理
3. P O S システムの導入
4. 電子メールの利用
5. 店のホームページ開設 → 【付問②へ】
6. 商工会や商店会の W E B サイトによる店の紹介 → 【付問②へ】
7. ネットショップの開設 → 【付問②へ】
8. S N S を活用したお店の情報発信 → 【付問②へ】
9. カード・電子マネー決済
10. チラシや店内表示をパソコン等で自作
11. インターネット予約
12. その他（ ）

【付問②】付問①で「5」～「8」と回答した方に伺います。どのくらいの頻度で情報を更新していますか。（1つに○）

1. 毎日	5. 一か月以内
2. 2～3日	6. 随時（更新する事項があった都度）
3. 4～6日	7. 更新していない
4. 2週間以内	8. その他（ ）

2 お店のお客様についておたずねします。

問 15 お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか。(数値記入)

ア. 固定客	_____ %	+	イ. フリー	_____ %	=	100 %
--------	---------	---	--------	---------	---	-------

問 16 固定客の多くは主にどこにお住まいですか。(1つに○)

1. 店の近所 (概ね徒歩圏内 (15 分程度))
2. 店から少し遠い (徒歩圏 (15 分程度) より遠い)
3. 市内全域
4. 広域 (市内・市外を問わない)
5. わからない

問 17 どの年代のお客様が多いですか。(3つまで○)

1. 19 歳以下	4. 40 歳代	7. 70 歳代
2. 20 歳代	5. 50 歳代	8. 80 歳以上
3. 30 歳代	6. 60 歳代	

問 18 最近増えてきたお客様のタイプはありますか。(3つまで○)

1. 専業主婦・主夫	5. 高齢者
2. 仕事を持った女性	6. 外国人
3. 成人男性	7. 子ども連れ、親子
4. 学生	8. その他 ()

問 19 お客様の声を聴くようにしていますか。(1つに○)

1. よく聴いている	2. 時々聴いている	3. 特に聴いていない
------------	------------	-------------

問 20 お客様のタイプの変化やお客様の声を踏まえて工夫していることはありますか。
(あてはまる番号すべてに○)

1. 品揃え	6. 販売方法
2. P R 方法	7. 営業時間・曜日
3. 接客方法	8. その他 ()
4. 外国語対応	9. 特にしていない
5. 価格設定	

問 21 お客様がお店にいる時間を長くしたり、お店に気軽に集まるよう、取り組んでいることはありますか。(あてはまる番号すべてに○)

1. 接客方法
2. P R イベント・相談会等の開催
3. スペースの設置
4. その他 ()
5. 特にしていない

問 22 近隣に通学する学生を呼び込むために、特に取り組んでいることはありますか。
(1つに○)

1. 取り組んでいる → (具体的に記入 :)
2. 特に取り組んでいない

問 23 お店の商品やサービスに他の業種 (農業、工業、観光、まち歩き等) との連携を考えていますか。(1つに○)

1. すでに連携している → 【付問へ】
2. 連携することを検討している → 【付問へ】
3. 連携したいが、方法がわからない → 【付問へ】
4. 連携する予定はない
5. 連携する必要がない (業種ではない)

【付問】前問で「1」～「3」と回答した方に伺います。具体的な実施内容や課題となっていることを教えてください。(自由記入)

--

問 24 お店がお客様に支持されている理由は何だと思いますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

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. センズやニーズへの対応
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・ポイントカード等がある
17. 価格が安い
18. 宅配している
19. お客様の自宅が近い
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 お店の経営についておたずねします。

問 25 最近の業績（それぞれ1つに○）

ア. 売上高	1. 大幅増加	2. 微増	3. 横ばい	4. 微減	5. 大幅減少
イ. 客 数	1. 大幅増加	2. 微増	3. 横ばい	4. 微減	5. 大幅減少
ウ. 粗利益	1. 大幅増加	2. 微増	3. 横ばい	4. 微減	5. 大幅減少

問 26 最近の業績をどのように捉えていますか。（1つに○）

1. 非常に順調	4. 不振
2. 概ね順調	5. 非常に不振
3. 横ばい	

問 27 業績が順調または不振である要因は何ですか。（3つまで○）

1. 商圏内の人口の変化	8. 原材料・エネルギー価格の高騰
2. 取扱商品の需要の変化	9. 人件費の高騰
3. 交通網の変化による影響	10. 自店の販売促進・販路開拓効果
4. 大型店進出の影響	11. 同業者の存在
5. 商店街の中の環境変化	12. 異業種・新業態の影響
6. 店の設備対応	13. その他（ ）
7. 従業員の質	

4 お店の経営継続についておたずねします。

問 28 経営者として何歳くらいまで働きたいですか。（1つに○）

1. 20～30 歳くらい	6. 70 歳くらい
2. 30～40 歳くらい	7. 75 歳くらい
3. 40～50 歳くらい	8. 80 歳くらい
4. 50～60 歳くらい	9. 働けるうちはいつまでも
5. 65 歳くらい	10. その他（ ）

問 29 事業の継承者として考えている人はいますか。(1つに○)

1. 後継者は決まっている	→ 【付問①へ】
2. 事業を継がせたいが、まだ決まっていない	→ 【付問①へ】
3. 事業を継がせたいが、候補がない	→ 【付問①へ】
4. 事業見通しはあるが、自分の代でやめたい	→ 【付問②へ】
5. 先行きが見えないので、自分の代でやめたい	→ 【付問②へ】
6. まだ考えていない	
7. 自分が若いので、まだ考える必要がない	
8. 支店等のため、会社で決定する	

【付問①】下記ア～イは、前問で「1」～「3」のいずれかに回答した方にお伺いします。

ア 事業を継承する時期は予定していますか。(1つに○)

1. 3年以内	4. 11年より将来
2. 4年～5年以内	5. 未定・わからない
3. 6年～10年以内	

イ 事業継承にかかる主な課題はありますか。(2つまで○)

1. 承継全般について	7. 相続税対策
2. 後継者選びについて	8. 事業承継計画が立てられない
3. 円滑化法活用について	9. わからない
4. 後継者教育（人材育成）	10. なし（順調）
5. 経営権問題	11. その他（
6. 自社株対策	

【付問②】問 29 で「4」～「5」（自分の代でやめたい）と回答した方にお伺いします。
廃業を検討する主な理由は何ですか。(2つまで○)

1. 後継者がいない	4. 譲渡（M&Aを含む）を希望または予定
2. 経営状況が厳しい	5. その他（
3. 先行きが不透明	

問 30 事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策はありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. 異業種交流の促進	9. 人材育成・後継者育成事業の強化
3. 他事業所の情報提供	10. 経営相談体制の強化
4. 経営支援施策情報の提供	11. 専門家派遣・相談
5. 自社PRの支援	12. M&Aに関する支援
6. 融資制度の充実	13. その他（

5 商店街についておたずねします。

問 31 お店のある商店街に課題はありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

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. わからない	15. 特にない

問 32 商店街で充実したい施設・設備はありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. ガードレール
3. アークード
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
11. 駐輪場
12. バス停
13. 公衆電話
14. 放送設備
15. わからない
16. 特にない
17. その他 ()

問 33 商店街の活性化に向けて取り組むべきことはありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. 核になる店舗をつくる
3. 来客用の駐車を整備する
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. 商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする
7. お店やイベントの情報提供
8. わからない
9. 特にない

問 34 お店のある商店街に課題はありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. 値段が高い
3. 品質が良くない
4. 鮮度が良くない
5. 催物・特売等が少ない
6. 気兼ねしてしまう
7. 店が清潔でない
8. 配達をしない
11. 接客態度が悪い
12. 駐車場が狭い
13. 休憩場所がない
14. 情報が少ない
15. 家から遠い
16. わからない
17. 特にない

6 新型コロナウイルス感染症の影響についてうかがいます。

問 35 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、あなたのお店は影響を受けましたか。(1つに○)

1. マイナスの影響があった → 【付問①へ】	3. 影響はなかった
2. プラスの影響があった → 【付問②へ】	4. 分からない

【付問①】前問で「1」と回答した方にお伺いします。どのようなマイナスの影響がありましたか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

(選択項目)

2. 資金繰りの悪化
3. 客数・需要の減少
4. 営業時間の減少
5. イベント・展示の中止
6. 仕入の国内調達が困難
9. 顧客・販売先の休業
10. 在庫過多
11. 人手不足
12. 物流の停滞
13. 感染症対策のコスト増

【付問②】前問で「2」と回答した方に伺います。どのようなプラズの影響を受けましたか。受けた内容についてお聞かせください。（自由記入）

問 36 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、事業内容や事業体制を変更しましたか。（1つに○）

1. 影響により必要に迫られ変更した	4. 影響はなく変更しなかった
2. 影響に対応するため前向きに変更した	5. その他（ ）
3. 影響はあったが特に変更しなかった	

問 37 新型コロナウイルスの影響は、現在も継続していますか。（1つに○）

1. 影響が継続している	3. 影響はあったが完全になくなった
2. 影響はあったがなくなりつつある	4. その他（ ）

7 商店会活動についておたずねします。

問 38 あなたのお店は商店会に加盟していますか。（1つに○）

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

問 39 あなたは商店会活動に参加していますか。（1つに○）

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

問 40 あなたは商店会の会合に参加していますか。（1つに○）

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

問 41 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。（3つまで○）

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

問 42 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。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

1つ目	2つ目	3つ目

（選択項目）

2. スタンブ券等

3. 共同のチラシ

4. 共同装飾

5. イベント、催し

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. 電子マネー等、多様な決済方法の導入

8 小金井市の商業振興策の方向についてうかがいます。

問 43 市の商業振興策について期待することは何ですか。(3つまで○)

1. 従来通りの商店街対策を期待する
2. 商店街同士の連携対策を期待する
3. やる気のある商店街への支援策に絞っていくことを期待する
4. 個店対策を期待する
5. やる気のあるグループへの支援策を期待する
6. 販売促進事業などのソフトな対策をより期待する
7. 施設整備事業などのハードな対策をより期待する
8. 地域社会との交流・連携対策をより期待する
9. その他（ ）

問 44 市の商業振興について、ご意見があれば自由にお書きください。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

④ 消費者買い物調査 集計表

問1（ア） 生鮮食品

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	376	35.3%
武蔵小金井駅北口周辺	106	10.0%
東小金井駅周辺	279	26.2%
新小金井駅周辺	18	1.7%
市内その他・最寄の商店街	230	21.6%
立川	9	0.8%
国分寺	66	6.2%
武蔵境	38	3.6%
吉祥寺	22	2.1%
府中	38	3.6%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	7	0.7%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	2	0.2%
その他市外	73	6.9%
無回答	70	6.6%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	65	6.1%
大型専門店	69	6.5%
スーパー	838	78.8%
コンビニ	15	1.4%
デパート	29	2.7%
その他（ネット通販・宅配等）	59	5.5%
無回答	129	12.1%
総計	1,064	100.0%

問1（イ） 一般食品

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	373	35.1%
武蔵小金井駅北口周辺	132	12.4%
東小金井駅周辺	257	24.2%
新小金井駅周辺	21	2.0%
市内その他・最寄の商店街	243	22.8%
立川	10	0.9%
国分寺	63	5.9%
武蔵境	35	3.3%
吉祥寺	35	3.3%
府中	37	3.5%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	11	1.0%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	4	0.4%
その他市外	73	6.9%
無回答	72	6.8%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	48	4.5%
大型専門店	78	7.3%
スーパー	820	77.1%
コンビニ	72	6.8%
デパート	30	2.8%
その他（ネット通販・宅配等）	78	7.3%
無回答	131	12.3%
総計	1,064	100.0%

問1（ウ） 普段着

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	191	18.0%
武蔵小金井駅北口周辺	56	5.3%
東小金井駅周辺	9	0.8%
新小金井駅周辺		0.0%
市内その他・最寄の商店街	38	3.6%
立川	95	8.9%
国分寺	120	11.3%
武蔵境	147	13.8%
吉祥寺	208	19.5%
府中	33	3.1%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	71	6.7%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	15	1.4%
その他市外	163	15.3%
無回答	138	13.0%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	96	9.0%
大型専門店	441	41.4%
スーパー	119	11.2%
コンビニ	1	0.1%
デパート	154	14.5%
その他（ネット通販・宅配等）	220	20.7%
無回答	151	14.2%
総計	1,064	100.0%

問1（エ） オシャレ着

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	65	6.1%
武蔵小金井駅北口周辺	17	1.6%
東小金井駅周辺	3	0.3%
新小金井駅周辺		0.0%
市内その他・最寄の商店街	16	1.5%
立川	165	15.5%
国分寺	70	6.6%
武蔵境	42	3.9%
吉祥寺	275	25.8%
府中	16	1.5%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	184	17.3%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	49	4.6%
その他市外	173	16.3%
無回答	196	18.4%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	90	8.5%
大型専門店	305	28.7%
スーパー	32	3.0%
コンビニ	0	0.0%
デパート	354	33.3%
その他（ネット通販・宅配等）	207	19.5%
無回答	186	17.5%
総計	1,064	100.0%

Ⅲ 資料編

問1（オ） 化粧品

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	168	15.8%
武蔵小金井駅北口周辺	68	6.4%
東小金井駅周辺	89	8.4%
新小金井駅周辺	0	0.0%
市内その他・最寄の商店街	99	9.3%
立川	40	3.8%
国分寺	46	4.3%
武蔵境	35	3.3%
吉祥寺	105	9.9%
府中	6	0.6%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	66	6.2%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	15	1.4%
その他市外	168	15.8%
無回答	272	25.6%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	98	9.2%
大型専門店	227	21.3%
スーパー	124	11.7%
コンビニ	4	0.4%
デパート	161	15.1%
その他（ネット通販・宅配等）	296	27.8%
無回答	246	23.1%
総計	1,064	100.0%

問1（カ） アクセサリー

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	46	4.3%
武蔵小金井駅北口周辺	23	2.2%
東小金井駅周辺	5	0.5%
新小金井駅周辺	0	0.0%
市内その他・最寄の商店街	15	1.4%
立川	73	6.9%
国分寺	46	4.3%
武蔵境	12	1.1%
吉祥寺	198	18.6%
府中	5	0.5%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	125	11.7%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	56	5.3%
その他市外	175	16.4%
無回答	393	36.9%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	105	9.9%
大型専門店	180	16.9%
スーパー	14	1.3%
コンビニ	0	0.0%
デパート	256	24.1%
その他（ネット通販・宅配等）	194	18.2%
無回答	371	34.9%
総計	1,064	100.0%

問1（キ） 雑貨

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	218	20.5%
武蔵小金井駅北口周辺	111	10.4%
東小金井駅周辺	60	5.6%
新小金井駅周辺	3	0.3%
市内その他・最寄の商店街	79	7.4%
立川	60	5.6%
国分寺	79	7.4%
武蔵境	59	5.5%
吉祥寺	239	22.5%
府中	25	2.3%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	55	5.2%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	10	0.9%
その他市外	134	12.6%
無回答	180	16.9%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	172	16.2%
大型専門店	361	33.9%
スーパー	165	15.5%
コンビニ	13	1.2%
デパート	108	10.2%
その他（ネット通販・宅配等）	177	16.6%
無回答	209	19.6%
総計	1,064	100.0%

問1（ク） 書籍

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	234	22.0%
武蔵小金井駅北口周辺	214	20.1%
東小金井駅周辺	27	2.5%
新小金井駅周辺	2	0.2%
市内その他・最寄の商店街	35	3.3%
立川	33	3.1%
国分寺	70	6.6%
武蔵境	65	6.1%
吉祥寺	123	11.6%
府中	12	1.1%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	45	4.2%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	15	1.4%
その他市外	154	14.5%
無回答	197	18.5%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	169	15.9%
大型専門店	391	36.7%
スーパー	63	5.9%
コンビニ	9	0.8%
デパート	61	5.7%
その他（ネット通販・宅配等）	250	23.5%
無回答	192	18.0%
総計	1,064	100.0%

問1（ケ） 玩具

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	126	11.8%
武蔵小金井駅北口周辺	58	5.5%
東小金井駅周辺	9	0.8%
新小金井駅周辺	0	0.0%
市内その他・最寄の商店街	20	1.9%
立川	38	3.6%
国分寺	19	1.8%
武蔵境	26	2.4%
吉祥寺	94	8.8%
府中	11	1.0%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	39	3.7%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	11	1.0%
その他市外	186	17.5%
無回答	495	46.5%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	46	4.3%
大型専門店	250	23.5%
スーパー	40	3.8%
コンビニ	1	0.1%
デパート	60	5.6%
その他（ネット通販・宅配等）	259	24.3%
無回答	454	42.7%
総計	1,064	100.0%

問1（コ） 家電

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	150	14.1%
武蔵小金井駅北口周辺	111	10.4%
東小金井駅周辺	8	0.8%
新小金井駅周辺	2	0.2%
市内その他・最寄の商店街	43	4.0%
立川	65	6.1%
国分寺	36	3.4%
武蔵境	7	0.7%
吉祥寺	244	22.9%
府中	85	8.0%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	65	6.1%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	10	0.9%
その他市外	196	18.4%
無回答	172	16.2%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	33	3.1%
大型専門店	669	62.9%
スーパー	16	1.5%
コンビニ	0	0.0%
デパート	15	1.4%
その他（ネット通販・宅配等）	245	23.0%
無回答	153	14.4%
総計	1,064	100.0%

問1（サ） 介護用品

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	91	8.6%
武蔵小金井駅北口周辺	37	3.5%
東小金井駅周辺	39	3.7%
新小金井駅周辺	3	0.3%
市内その他・最寄の商店街	42	3.9%
立川	5	0.5%
国分寺	5	0.5%
武蔵境	17	1.6%
吉祥寺	8	0.8%
府中	0	0.0%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	7	0.7%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	1	0.1%
その他市外	119	11.2%
無回答	698	65.6%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	35	3.3%
大型専門店	106	10.0%
スーパー	82	7.7%
コンビニ	3	0.3%
デパート	16	1.5%
その他（ネット通販・宅配等）	147	13.8%
無回答	686	64.5%
総計	1,064	100.0%

問1（シ） 贈答品

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	97	9.1%
武蔵小金井駅北口周辺	26	2.4%
東小金井駅周辺	6	0.6%
新小金井駅周辺	1	0.1%
市内その他・最寄の商店街	28	2.6%
立川	102	9.6%
国分寺	57	5.4%
武蔵境	18	1.7%
吉祥寺	236	22.2%
府中	16	1.5%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	174	16.4%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	74	7.0%
その他市外	168	15.8%
無回答	245	23.0%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	68	6.4%
大型専門店	135	12.7%
スーパー	52	4.9%
コンビニ	2	0.2%
デパート	446	41.9%
その他（ネット通販・宅配等）	270	25.4%
無回答	205	19.3%
総計	1,064	100.0%

Ⅲ 資料編

問1（ス） 外食・喫茶

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	253	23.8%
武蔵小金井駅北口周辺	157	14.8%
東小金井駅周辺	162	15.2%
新小金井駅周辺	13	1.2%
市内その他・最寄の商店街	101	9.5%
立川	113	10.6%
国分寺	95	8.9%
武蔵境	69	6.5%
吉祥寺	265	24.9%
府中	55	5.2%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	134	12.6%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	86	8.1%
その他市外	134	12.6%
無回答	124	11.7%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	564	53.0%
大型専門店	182	17.1%
スーパー	24	2.3%
コンビニ	4	0.4%
デパート	110	10.3%
その他（ネット通販・宅配等）	17	1.6%
無回答	260	24.4%
総計	1,064	100.0%

問1（セ） 日常使うもの

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	362	34.0%
武蔵小金井駅北口周辺	164	15.4%
東小金井駅周辺	200	18.8%
新小金井駅周辺	16	1.5%
市内その他・最寄の商店街	155	14.6%
立川	28	2.6%
国分寺	53	5.0%
武蔵境	64	6.0%
吉祥寺	66	6.2%
府中	20	1.9%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	17	1.6%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	5	0.5%
その他市外	106	10.0%
無回答	110	10.3%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	169	15.9%
大型専門店	278	26.1%
スーパー	399	37.5%
コンビニ	62	5.8%
デパート	44	4.1%
その他（ネット通販・宅配等）	169	15.9%
無回答	160	15.0%
総計	1,064	100.0%

問1（ソ） 趣味的なもの

①購入場所

項目	実数	割合
武蔵小金井駅南口周辺	82	7.7%
武蔵小金井駅北口周辺	59	5.5%
東小金井駅周辺	18	1.7%
新小金井駅周辺	1	0.1%
市内その他・最寄の商店街	40	3.8%
立川	63	5.9%
国分寺	47	4.4%
武蔵境	29	2.7%
吉祥寺	218	20.5%
府中	23	2.2%
副都心（池袋・新宿・渋谷）	96	9.0%
都心（秋葉原・日本橋・銀座等）	47	4.4%
その他市外	284	26.7%
無回答	278	26.1%
総計	1,064	100.0%

②店舗形態

項目	実数	割合
一般商店	145	13.6%
大型専門店	289	27.2%
スーパー	45	4.2%
コンビニ	5	0.5%
デパート	101	9.5%
その他（ネット通販・宅配等）	396	37.2%
無回答	222	20.9%
総計	1,064	100.0%

問2

①市内の店で買い物をする理由

項目	実数	割合
買い物が楽しい	303	28.5%
そこで買うと気分がよい	220	20.7%
店舗がきれいでムードがよい	227	21.3%
落ち着いて買い物ができる	483	45.4%
商品が豊富	253	23.8%
流行品がある	73	6.9%
自分のセンスやニーズに合う商品がある	179	16.8%
品質がよい	279	26.2%
店に個性がある	132	12.4%
おいしい	449	42.2%
店が清潔である	410	38.5%
店員が親切で対応がよい	424	39.8%
店の人と親しい	222	20.9%
気軽に店に入れる	635	59.7%
ポイントやサービス券を提供する	481	45.2%
特売・売出しがある	478	44.9%
安い	543	51.0%
配達してくれる	151	14.2%
家から近くて行きやすい	866	81.4%
通勤・通学のついでに買える	489	46.0%
夜遅くまで営業している	339	31.9%
無回答	75	7.0%
総計	1,064	100.0%

②市外の店で買い物をする理由

項目	実数	割合
買い物が楽しい	640	60.2%
そこで買うと気分がよい	516	48.5%
店舗がきれいでムードがよい	537	50.5%
落ち着いて買い物ができる	382	35.9%
商品が豊富	792	74.4%
流行品がある	603	56.7%
自分のセンスやニーズに合う商品がある	711	66.8%
品質がよい	579	54.4%
店に個性がある	529	49.7%
おいしい	611	57.4%
店が清潔である	492	46.2%
店員が親切で対応がよい	387	36.4%
店の人と親しい	157	14.8%
気軽に店に入れる	329	30.9%
ポイントやサービス券を提供する	307	28.9%
特売・売出しがある	235	22.1%
安い	257	24.2%
配達してくれる	194	18.2%
家から近くて行きやすい	89	8.4%
通勤・通学のついでに買える	223	21.0%
夜遅くまで営業している	194	18.2%
無回答	113	10.6%
総計	1,064	100.0%

問3

(ア) 市内のお店で買い物をする頻度

項目	実数	割合
週に5日以上	183	17.2%
週に3～4日	357	33.6%
週に1～2日	367	34.5%
月に2～3日程度	90	8.5%
月に1日程度	27	2.5%
ほとんど利用しない	26	2.4%
無回答	14	1.3%
総計	1,064	100.0%

(イ) 市内のお店で食事をする頻度

項目	実数	割合
週に5日以上	20	1.9%
週に3～4日	56	5.3%
週に1～2日	247	23.2%
月に2～3日程度	315	29.6%
月に1日程度	201	18.9%
ほとんど利用しない	195	18.3%
無回答	30	2.8%
総計	1,064	100.0%

問4 近所の商店街の利用状況

項目	実数	割合
ほぼ毎日利用する	60	5.6%
よく利用する（毎日ではない）	291	27.3%
あまり利用しない	334	31.4%
ほとんど利用しない	366	34.4%
無回答	13	1.2%
総計	1,064	100.0%

問5 近所の商店街のイベントやお祭りの参加状況

項目	実数	割合
ほぼ毎日利用する	9	0.8%
よく利用する（毎日ではない）	233	21.9%
あまり利用しない	302	28.4%
ほとんど利用しない	509	47.8%
無回答	11	1.0%
総計	1,064	100.0%

問6 市内の商店街で充実して欲しい施設・設備

項目	実数	割合
街路灯	227	21.3%
ガードレール	65	6.1%
アーケード	161	15.1%
カラー舗装	26	2.4%
広場・小公園	202	19.0%
こどもの遊具	98	9.2%
ベンチ	263	24.7%
モニュメント	20	1.9%
公衆トイレ	140	13.2%
駐車場	215	20.2%
駐輪場	451	42.4%
バス停	68	6.4%
公衆電話	35	3.3%
放送設備	9	0.8%
喫煙スペース	44	4.1%
わからない	27	2.5%
特にない	116	10.9%
その他	108	10.2%
無回答	33	3.1%
総計	1,064	100.0%

Ⅲ 資料編

問7 近所の商店街に期待すること

項目	実数	割合
不足業種を補う	417	39.2%
核になる店舗をつくる	297	27.9%
来客用の駐車場を整備する	169	15.9%
来客用の駐輪場を整備する	312	29.3%
空き店舗の解消を図る	343	32.2%
商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする	235	22.1%
お店やイベントの情報提供	250	23.5%
わからない	41	3.9%
特にない	119	11.2%
その他	87	8.2%
無回答	40	3.8%
総計	1,064	100.0%

問8 近所の商店街の不満点

項目	実数	割合
品揃え、サービスが少ない	339	31.9%
値段が高い	155	14.6%
品質が良くない	42	3.9%
鮮度が良くない	49	4.6%
催物・特売等が少ない	99	9.3%
気兼ねしてしまう	84	7.9%
店が清潔でない	39	3.7%
配達をしない	20	1.9%
利用したい時間と営業時間が合わない	109	10.2%
スマホ決済やカード決済が使えない	97	9.1%
接客態度が悪い	17	1.6%
駐車場が狭い	97	9.1%
休憩場所がない	111	10.4%
情報が少ない	248	23.3%
家から遠い	140	13.2%
わからない	44	4.1%
特にない	170	16.0%
その他	111	10.4%
無回答	70	6.6%
総計	1,064	100.0%

問9 市内の買い物や食事等の環境満足度

項目	実数	割合
満足している	88	8.3%
まあ満足している	521	49.0%
あまり満足していない	253	23.8%
満足していない	117	11.0%
わからない	47	4.4%
無回答	38	3.6%
総計	1,064	100.0%

問10 市内の商店街のイベント情報やお店のセール情報等の入手方法

項目	実数	割合
商店街やお店のホームページ	72	6.8%
商店街やお店のSNS	147	13.8%
商店街やお店のチラシやリーフレット	311	29.2%
新聞折り込み	266	25.0%
地域情報誌	143	13.4%
市内掲示板	138	13.0%
その他	37	3.5%
情報は特に得ていない	334	31.4%
無回答	36	3.4%
総計	1,064	100.0%

⑤ 商店街利用客意識調査 調査票

【武蔵小金井駅北口】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用
目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	32	64.0%
食料品	28	56.0%
日用品	16	32.0%
衣料品	2	4.0%
雑貨	2	4.0%
贈答品	0	0.0%
その他	1	2.0%
食事・喫茶	12	24.0%
その他用事	8	16.0%
通勤・通学・通りがかり	9	18.0%
総計	50	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	13	26.0%
週4～5回	7	14.0%
週2～3回	12	24.0%
週1回	6	12.0%
月2～3回	2	4.0%
月1回以下	3	6.0%
あまり来ない	7	14.0%
総計	50	100.0%

商店街でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	8	16.7%
週4～5回	7	14.6%
週2～3回	12	25.0%
週1回	10	20.8%
月2～3回	4	8.3%
月1回以下	7	14.6%
総計	48	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	2	4.1%
501～1,000円	9	18.4%
1,001～3,000円	32	65.3%
3,001～5,000円	5	10.2%
5,001円以上	1	2.0%
総計	49	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	30	61.2%
スマホ決済	6	12.2%
その他キャッシュレス	13	26.5%
総計	49	100.0%

③商店街周辺でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	3	6.5%
週4～5回	5	10.9%
週2～3回	15	32.6%
週1回	15	32.6%
月2～3回	4	8.7%
月1回以下	4	8.7%
総計	46	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	2	4.3%
501～1,000円	6	13.0%
1,001～3,000円	25	54.3%
3,001～5,000円	8	17.4%
5,001円以上	5	10.9%
総計	46	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	8	16.0%
どちらかという満足	22	44.0%
どちらかという不満	15	30.0%
不満	5	10.0%
総計	50	100.0%

Ⅲ 資料編

【武蔵小金井駅南口】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用
目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	33	66.0%
食料品	27	54.0%
日用品	6	12.0%
衣料品	2	4.0%
雑貨	4	8.0%
贈答品	1	2.0%
その他	4	8.0%
食事・喫茶	5	10.0%
その他用事	5	10.0%
通勤・通学・通りがかり	12	24.0%
総計	50	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	11	22.0%
週4～5回	9	18.0%
週2～3回	14	28.0%
週1回	6	12.0%
月2～3回	2	4.0%
月1回以下	4	8.0%
あまり来ない	4	8.0%
総計	50	100.0%

商店街でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	7	16.7%
週4～5回	6	14.3%
週2～3回	15	35.7%
週1回	7	16.7%
月2～3回	4	9.5%
月1回以下	3	7.1%
総計	42	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	0	0.0%
501～1,000円	8	20.0%
1,001～3,000円	15	37.5%
3,001～5,000円	12	30.0%
5,001円以上	5	12.5%
総計	40	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	20	46.5%
スマホ決済	7	16.3%
その他キャッシュレス	16	37.2%
総計	43	100.0%

③商店街周辺でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	3	8.3%
週4～5回	2	5.6%
週2～3回	8	22.2%
週1回	7	19.4%
月2～3回	7	19.4%
月1回以下	9	25.0%
総計	36	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	2	5.6%
501～1,000円	8	22.2%
1,001～3,000円	17	47.2%
3,001～5,000円	7	19.4%
5,001円以上	2	5.6%
総計	36	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	13	26.0%
どちらかという満足	28	56.0%
どちらかという不満	8	16.0%
不満	1	2.0%
総計	50	100.0%

【京王通り商店会周辺】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用

目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	42	82.4%
食料品	35	68.6%
日用品	11	21.6%
衣料品	0	0.0%
雑貨	2	3.9%
贈答品	0	0.0%
その他	3	5.9%
食事・喫茶	0	0.0%
その他用事	0	0.0%
通勤・通学・通りがかり	4	7.8%
総計	51	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	12	23.5%
週4～5回	5	9.8%
週2～3回	12	23.5%
週1回	10	19.6%
月2～3回	4	7.8%
月1回以下	2	3.9%
あまり来ない	6	11.8%
総計	51	100.0%

商店街でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	12	24.5%
週4～5回	2	4.1%
週2～3回	14	28.6%
週1回	12	24.5%
月2～3回	3	6.1%
月1回以下	6	12.2%
総計	49	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	4	8.2%
501～1,000円	9	18.4%
1,001～3,000円	25	51.0%
3,001～5,000円	7	14.3%
5,001円以上	4	8.2%
総計	49	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	26	53.1%
スマホ決済	1	2.0%
その他キャッシュレス	22	44.9%
総計	49	100.0%

③商店街周辺でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	2	4.1%
週4～5回	2	4.1%
週2～3回	14	28.6%
週1回	15	30.6%
月2～3回	10	20.4%
月1回以下	6	12.2%
総計	49	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	3	6.1%
501～1,000円	6	12.2%
1,001～3,000円	20	40.8%
3,001～5,000円	5	10.2%
5,001円以上	15	30.6%
総計	36	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	4	7.8%
どちらかという満足	28	54.9%
どちらかという不満	15	29.4%
不満	4	7.8%
総計	51	100.0%

Ⅲ 資料編

【東小金井駅北口周辺】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用
目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	29	58.0%
食料品	27	54.0%
日用品	7	14.0%
衣料品	0	0.0%
雑貨	0	0.0%
贈答品	0	0.0%
その他	2	4.0%
食事・喫茶	3	6.0%
その他用事	1	2.0%
通勤・通学・通りがかり	19	38.0%
総計	50	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	21	42.0%
週4～5回	9	18.0%
週2～3回	11	22.0%
週1回	2	4.0%
月2～3回	2	4.0%
月1回以下	0	0.0%
あまり来ない	5	10.0%
総計	50	100.0%

商店街でよく行く店
利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	6	13.6%
週4～5回	4	9.1%
週2～3回	18	40.9%
週1回	5	11.4%
月2～3回	1	2.3%
月1回以下	10	22.7%
総計	44	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	3	6.8%
501～1,000円	8	18.2%
1,001～3,000円	26	59.1%
3,001～5,000円	5	11.4%
5,001円以上	2	4.5%
総計	44	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	20	45.5%
スマホ決済	6	13.6%
その他キャッシュレス	18	40.9%
総計	44	100.0%

③商店街周辺でよく行く店
利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	3	8.6%
週4～5回	1	2.9%
週2～3回	9	25.7%
週1回	13	37.1%
月2～3回	3	8.6%
月1回以下	6	17.1%
総計	35	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	1	2.9%
501～1,000円	5	14.3%
1,001～3,000円	18	51.4%
3,001～5,000円	3	8.6%
5,001円以上	8	22.9%
総計	36	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	9	18.0%
どちらかという満足	24	48.0%
どちらかという不満	15	30.0%
不満	2	4.0%
総計	50	100.0%

【東小金井駅南口周辺】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用

目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	13	26.0%
食料品	12	24.0%
日用品	3	6.0%
衣料品	0	0.0%
雑貨	0	0.0%
贈答品	0	0.0%
その他	6	12.0%
食事・喫茶	16	32.0%
その他用事	11	22.0%
通勤・通学・通りがかり	15	30.0%
総計	50	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	6	12.0%
週4～5回	5	10.0%
週2～3回	10	20.0%
週1回	13	26.0%
月2～3回	5	10.0%
月1回以下	6	12.0%
あまり来ない	5	10.0%
総計	50	100.0%

商店街でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	1	2.1%
週4～5回	3	6.4%
週2～3回	9	19.1%
週1回	15	31.9%
月2～3回	9	19.1%
月1回以下	10	21.3%
総計	47	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	7	14.3%
501～1,000円	23	46.9%
1,001～3,000円	17	34.7%
3,001～5,000円	1	2.0%
5,001円以上	1	2.0%
総計	49	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	32	65.3%
スマホ決済	9	18.4%
その他キャッシュレス	8	16.3%
総計	49	100.0%

③商店街周辺でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	4	9.5%
週4～5回	4	9.5%
週2～3回	7	16.7%
週1回	12	28.6%
月2～3回	5	11.9%
月1回以下	10	23.8%
総計	42	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	2	4.8%
501～1,000円	12	28.6%
1,001～3,000円	23	54.8%
3,001～5,000円	2	4.8%
5,001円以上	3	7.1%
総計	42	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	8	16.0%
どちらかという満足	25	50.0%
どちらかという不満	12	24.0%
不満	5	10.0%
総計	50	100.0%

Ⅲ 資料編

【新小金井駅西口周辺】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用

目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	38	70.4%
食料品	38	70.4%
日用品	1	1.9%
衣料品	0	0.0%
雑貨	0	0.0%
贈答品	0	0.0%
その他	0	0.0%
食事・喫茶	3	5.6%
その他用事	4	7.4%
通勤・通学・通りがかり	27	50.0%
総計	54	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	9	16.7%
週4～5回	6	11.1%
週2～3回	10	18.5%
週1回	13	24.1%
月2～3回	6	11.1%
月1回以下	4	7.4%
あまり来ない	6	11.1%
総計	54	100.0%

商店街でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	2	4.4%
週4～5回	2	4.4%
週2～3回	8	17.8%
週1回	13	28.9%
月2～3回	8	17.8%
月1回以下	12	26.7%
総計	45	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	6	13.3%
501～1,000円	10	22.2%
1,001～3,000円	24	53.3%
3,001～5,000円	5	11.1%
5,001円以上	0	0.0%
総計	45	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	38	84.4%
スマホ決済	7	15.6%
その他キャッシュレス	0	0.0%
総計	49	100.0%

③商店街周辺でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	5	10.9%
週4～5回	3	6.5%
週2～3回	21	45.7%
週1回	14	30.4%
月2～3回	1	2.2%
月1回以下	2	4.3%
総計	46	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	1	2.2%
501～1,000円	4	8.7%
1,001～3,000円	30	65.2%
3,001～5,000円	8	17.4%
5,001円以上	3	6.5%
総計	46	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	6	11.1%
どちらかという満足	23	42.6%
どちらかという不満	20	37.0%
不満	5	9.3%
総計	54	100.0%

【新小金井駅東口周辺】

①商店街を訪れた目的・これまでの利用

目的（複数回答）

項目	実数	割合
買物	22	40.7%
食料品	22	40.7%
日用品	2	3.7%
衣料品	0	0.0%
雑貨	0	0.0%
贈答品	0	0.0%
その他	0	0.0%
食事・喫茶	2	3.7%
その他用事	2	3.7%
通勤・通学・通りがかり	32	59.3%
総計	54	-

来訪頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	21	45.7%
週4～5回	3	6.5%
週2～3回	9	19.6%
週1回	9	19.6%
月2～3回	1	2.2%
月1回以下	2	4.3%
あまり来ない	1	2.2%
総計	46	100.0%

商店街でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	2	5.7%
週4～5回	1	2.9%
週2～3回	7	20.0%
週1回	6	17.1%
月2～3回	11	31.4%
月1回以下	8	22.9%
総計	35	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	8	22.9%
501～1,000円	11	31.4%
1,001～3,000円	15	42.9%
3,001～5,000円	1	2.9%
5,001円以上	0	0.0%
総計	35	100.0%

支払方法

項目	実数	割合
現金	30	85.7%
スマホ決済	5	14.3%
その他キャッシュレス	0	0.0%
総計	35	100.0%

③商店街周辺でよく行く店

利用頻度

項目	実数	割合
ほぼ毎日	2	5.3%
週4～5回		0.0%
週2～3回	13	34.2%
週1回	13	34.2%
月2～3回	5	13.2%
月1回以下	5	13.2%
総計	38	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
500円以下	3	7.9%
501～1,000円	2	5.3%
1,001～3,000円	24	63.2%
3,001～5,000円	5	13.2%
5,001円以上	4	10.5%
総計	38	100.0%

④商店街の満足度

項目	実数	割合
大変満足	2	4.3%
どちらかという満足	18	39.1%
どちらかという不満	19	41.3%
不満	7	15.2%
総計	46	100.0%

Ⅲ 資料編

⑥ 商店街経営者意向調査 集計表

問1 店舗の所在地

項目	実数	割合
東町	32	26.4%
梶野町	8	6.6%
関野町	0	0.0%
緑町	5	4.1%
中町	3	2.5%
前原町	7	5.8%
本町	52	43.0%
桜町	0	0.0%
貴井北町	6	5.0%
貴井南町	0	0.0%
無回答	8	6.6%
総計	121	100.0%

問2 店舗の経営形態

項目	実数	割合
個人	52	43.0%
株式会社（本店）	21	17.4%
株式会社（支店）	6	5.0%
有限会社（本店）	17	14.0%
有限会社（支店）	2	1.7%
その他	14	11.6%
無回答	9	7.4%
総計	121	100.0%

問3 店舗の業種

項目	実数	割合
小売業	29	24.0%
飲食業	28	23.1%
サービス業	37	30.6%
金融・不動産業	6	5.0%
その他	21	17.4%
無回答	0	0.0%
総計	121	100.0%

平均消費額（1回あたり）

項目	実数	割合
飲食店（和食・洋食・中華・喫茶等）	26	21.5%
食料品（食品・スーパー・コンビニ等）	14	11.6%
美容・ファッション（美容・理容・化粧品・服・靴・靴等）	10	8.3%
暮らしの買い物（日用品・家電・花・書籍・運動用品・文房具・楽器等）	5	4.1%
暮らしのサポート（クリーニング・修理等）	3	2.5%
医療・福祉（医療・薬局・ドラッグストア・整体・介護用品等）	14	11.6%
旅行・アミューズメント	2	1.7%
銀行・金融・保険	1	0.8%
不動産	5	4.1%
家具・じゅう器	0	0.0%
教育・学習支援業	8	6.6%
運送	0	0.0%
その他	24	19.8%
無回答	9	7.4%
総計	121	100.0%

問5 市内での操業年数

項目	実数	割合
1年未満	0	0.0%
1年～2年	3	2.5%
3年～5年	10	8.3%
6年～10年	18	14.9%
11年～15年	12	9.9%
16年～20年	12	9.9%
21年～30年	16	13.2%
31年以上	40	33.1%
無回答	10	8.3%
総計	46	100.0%

問6 従業員の人数

項目	実数	割合
1人	15	12.4%
2人	33	27.3%
3人～5人	25	20.7%
6人～10人	20	16.5%
11人～20人	10	8.3%
21人以上	15	12.4%
無回答	3	2.5%
総計	121	100.0%

問7 経営者の年齢

項目	実数	割合
10歳代・20歳代	0	0.0%
30歳代	4	3.3%
40歳代	20	16.5%
50歳代	42	34.7%
60歳代	22	18.2%
70歳代	21	17.4%
80歳以上	10	8.3%
無回答	2	1.7%
総計	121	100.0%

問8 土地、建物の所有形態

項目	実数	割合
土地、建物自己所有	38	31.4%
借地、建物自己所有	8	6.6%
借地、借家	37	30.6%
ビルテナント	34	28.1%
無回答	4	3.3%
総計	121	100.0%

問9 売場面積

項目	実数	割合
5坪以下（16.5㎡以下）	6	5.0%
6坪～10坪（19.8㎡～33.3㎡）	38	31.4%
11坪～20坪（36.6㎡～66.6㎡）	26	21.5%
21坪～30坪（69.9㎡～99.9㎡）	15	12.4%
31坪～50坪（102.3㎡～165㎡）	14	11.6%
51坪～100坪（168.3㎡～333㎡）	11	9.1%
101坪～1,000坪（336.3㎡～3,300㎡）	6	5.0%
1,001坪以上（3,303.3㎡以上）	1	0.8%
無回答	4	3.3%
総計	121	100.0%

問10 来客用駐車場の有無

項目	実数	割合
専用がある	30	24.8%
共同である	6	5.0%
持っていない	83	68.6%
無回答	2	1.7%
総計	42	100.0%

問10 来客用駐車場の有無（駐車台数）

項目	実数	割合
1台	10	27.8%
2台	4	11.1%
3台	2	5.6%
4～10台	7	19.4%
11～20台	2	5.6%
21台以上	2	5.6%
無回答	9	25.0%
総計	40	100.0%

問11 今後の改装予定

項目	実数	割合
予定はない（今のままで十分、または、改装したばかり）	81	66.9%
後継者がいないため、改装の予定はない	6	5.0%
廃業するため、改装の予定はない	4	3.3%
改装したいが、資金や施設の問題で改装の予定はない	19	15.7%
改装を予定している	9	7.4%
無回答	2	1.7%
総計	121	100.0%

問12 主な定休日（複数回答）

項目	実数	割合
月曜	15	12.4%
火曜	19	15.7%
水曜	18	14.9%
木曜	8	6.6%
金曜	3	2.5%
土曜	16	13.2%
日曜	58	47.9%
祝日	45	37.2%
特定日	6	5.0%
不定期	13	10.7%
無休	12	9.9%
無回答	2	1.7%
総計	121	-

問13 営業時間

開始時刻

項目	実数	割合
0～8時台	18	14.9%
9時台	42	34.7%
10時台	23	19.0%
11時台	14	11.6%
12～16時台	6	5.0%
17時以降	11	9.1%
24時間営業	4	3.3%
無回答	3	2.5%
総計	121	100.0%

終了時刻

項目	実数	割合
0～8時台	11	9.1%
9時台	0	0.0%
10時台	0	0.0%
11時台	0	0.0%
12～16時台	3	2.5%
17時以降	100	82.6%
24時間営業	4	3.3%
無回答	3	2.5%
総計	121	100.0%

問14 経営に情報機器、コンピュータ、インターネットを利用

項目	実数	割合
利用している	104	86.0%
利用したいが、今は利用していない	0	0.0%
今後も利用予定なし（今も利用していない）	15	12.4%
無回答	2	1.7%
総計	51	100.0%

問14【付問①】 どのように利用しているか（複数回答）

項目	実数	割合
商品発注にFAX・インターネットを使用	76	73.1%
パソコン等で自店での経理処理	74	71.2%
POSシステムの導入	20	19.2%
電子メールの利用	72	69.2%
店のホームページ開設	62	59.6%
商工会や商店会のWEBサイトによる店の紹介	25	24.0%
ネットショップの開設	8	7.7%
SNSを活用したお店の情報発信	47	45.2%
カード・電子マネー決済	49	47.1%
チラシや店内表示をパソコン等で自作	50	48.1%
インターネット予約	24	23.1%
その他	5	4.8%
無回答	1	1.0%
総計	104	-

問14【付問②】 どのくらいの頻度で情報を更新しているか（複数回答）

項目	実数	割合
毎日	22	27.8%
2～3日	6	7.6%
4～6日	6	7.6%
2週間以内	3	3.8%
一か月以内	11	13.9%
随時（更新する事項があった都度）	27	34.2%
更新していない	6	7.6%
その他	1	1.3%
総計	79	-

問15 固定客の比率

固定客

項目	実数	割合
～10%	8	6.6%
11～20%	1	0.8%
21～30%	4	3.3%
31～40%	5	4.1%
41～50%	8	6.6%
51～60%	4	3.3%
61～70%	21	17.4%
71～80%	22	18.2%
81～90%	19	15.7%
91～100%	16	13.2%
無回答	13	10.7%
総計	121	100.0%

フリー

項目	実数	割合
～10%	29	24.0%
11～20%	22	18.2%
21～30%	21	17.4%
31～40%	4	3.3%
41～50%	8	6.6%
51～60%	5	4.1%
61～70%	3	2.5%
71～80%	0	0.0%
81～90%	6	5.0%
91～100%	3	2.5%
無回答	20	16.5%
総計	121	100.0%

Ⅲ 資料編

問16 固定客の居住地

項目	実数	割合
店の近所（概ね徒歩圏内（15分程度））	47	38.8%
店から少し遠い（徒歩圏（15分程度）より遠い）	5	4.1%
市内全域	21	17.4%
広域（市内・市外を問わない）	36	29.8%
わからない	3	2.5%
無回答	9	7.4%
総計	121	100.0%

問17 客の年代（複数回答）

項目	実数	割合
19歳以下	10	8.3%
20歳代	14	11.6%
30歳代	35	28.9%
40歳代	56	46.3%
50歳代	63	52.1%
60歳代	62	51.2%
70歳代	42	34.7%
80歳以上	10	8.3%
無回答	7	5.8%
総計	121	-

問18 最近増えてきた客のタイプ（複数回答）

項目	実数	割合
専業主婦・主夫	13	10.7%
仕事を持った女性	40	33.1%
成人男性	23	19.0%
学生	13	10.7%
高齢者	42	34.7%
外国人	22	18.2%
子ども連れ、親子	26	21.5%
その他	10	8.3%
無回答	12	9.9%
総計	50	-

問19 客の声を聴くようにしているか

項目	実数	割合
よく聴いている	71	58.7%
時々聴いている	33	27.3%
特に聴いていない	9	7.4%
無回答	8	6.6%
総計	121	100.0%

問20 客のタイプの変化や客の声を踏まえて工夫していること（複数回答）

項目	実数	割合
品揃え	28	23.1%
PR方法	21	17.4%
接客方法	44	36.4%
外国語対応	10	8.3%
価格設定	24	19.8%
販売方法	16	13.2%
営業時間・曜日	12	9.9%
その他	8	6.6%
特にしていない	26	21.5%
無回答	10	8.3%
総計	121	-

問21 店にいる時間を長くしたり、気軽に集まるよう、取り組んでいること（複数回答）

項目	実数	割合
接客方法	36	29.8%
PRイベント・相談会等の開催	9	7.4%
スペースの設置	11	9.1%
その他	10	8.3%
特にしていない	63	52.1%
無回答	13	10.7%
総計	121	-

問22 近隣に通学する学生を呼び込むために、特に取り組んでいること

項目	実数	割合
取り組んでいる	12	9.9%
特に取り組んでいない	101	83.5%
無回答	8	6.6%
総計	121	100.0%

問23 店の商品やサービスに他の業種との連携を考えているか

項目	実数	割合
すでに連携している	24	19.8%
連携することを検討している	4	3.3%
連携したいが、方法がわからない	7	5.8%
連携する予定はない	46	38.0%
連携する必要がある（業種ではない）	25	20.7%
無回答	15	12.4%
総計	121	100.0%

問24 店が客に支持されている理由（複数回答）

項目	実数	割合
買い物が楽しいから	2	1.7%
買うと気分がよくなる	2	1.7%
店舗がきれいでもードがよい	16	13.2%
落ち着いて買い物できる雰囲気	7	5.8%
品揃えが豊富	9	7.4%
流行品がある	0	0.0%
センスやニーズへの対応	11	9.1%
品質がよい	23	19.0%
個性ある店づくり	14	11.6%
おいしい	27	22.3%
店が清潔である	7	5.8%
接客態度が良い	33	27.3%
お客様とのふれあいを心掛けている	35	28.9%
気軽に入りやすい	6	5.0%
催物・特売が多い	0	0.0%
スタンプ・ポイントカード等がある	8	6.6%
価格が安い	18	14.9%
宅配している	4	3.3%
お客様の自宅が近い	30	24.8%
お客様の通勤・通学途中に店がある	17	14.0%
営業時間が長い	10	8.3%
その他	13	10.7%
無回答	15	12.4%
総計	121	-

問25 最近の業績

(ア) 売上高

項目	実数	割合
大幅増加	3	2.5%
微増	28	23.1%
横ばい	46	38.0%
微減	23	19.0%
大幅減少	19	15.7%
無回答	2	1.7%
総計	121	100.0%

(イ) 客数

項目	実数	割合
大幅増加	2	1.7%
微増	37	30.6%
横ばい	40	33.1%
微減	24	19.8%
大幅減少	14	11.6%
無回答	4	3.3%
総計	121	100.0%

(ウ) 粗利益

項目	実数	割合
大幅増加	2	1.7%
微増	24	19.8%
横ばい	42	34.7%
微減	33	27.3%
大幅減少	17	14.0%
無回答	3	2.5%
総計	121	100.0%

問26 最近の業績

項目	実数	割合
非常に順調	3	2.5%
概ね順調	35	28.9%
横ばい	45	37.2%
不振	27	22.3%
非常に不振	9	7.4%
無回答	2	1.7%
総計	121	100.0%

問27 業績が順調または不振である要因（複数回答）

項目	実数	割合
商圏内の人口の変化	9	7.4%
取扱商品の需要の変化	13	10.7%
交通網の変化による影響	4	3.3%
大型店進出の影響	8	6.6%
商店街の中の環境変化	8	6.6%
店の設備対応	12	9.9%
従業員の質	13	10.7%
原材料・エネルギー価格の高騰	44	36.4%
人件費の高騰	27	22.3%
自店の販売促進・販路開拓効果	10	8.3%
同業者の存在	19	15.7%
異業種・新業態の影響	10	8.3%
その他	20	16.5%
無回答	18	14.9%
総計	42	-

問28 経営者として何歳くらいまで働きたいか

項目	実数	割合
20～30歳くらい	0	0.0%
30～40歳くらい	0	0.0%
40～50歳くらい	1	0.8%
50～60歳くらい	10	8.3%
65歳くらい	18	14.9%
70歳くらい	17	14.0%
75歳くらい	17	14.0%
80歳くらい	5	4.1%
働けるうちはいつまでも	48	39.7%
その他	2	1.7%
無回答	3	2.5%
総計	121	100.0%

問29 事業の継承者として考えている人はいるか

項目	実数	割合
後継者は決まっている	13	10.7%
事業を継がせたいが、まだ決まっていない	13	10.7%
事業を継がせたいが、候補がいない	2	1.7%
事業見通しはあるが、自分の代でやめたい	9	7.4%
先行きが見えないので、自分の代でやめたい	23	19.0%
まだ考えていない	44	36.4%
自分が若いので、まだ考える必要がない	8	6.6%
支店等のため、会社で決定する	5	4.1%
無回答	4	3.3%
総計	121	100.0%

問29【付問①】

(ア) 事業を継承する時期

項目	実数	割合
3年以内	7	25.0%
4年～5年以内	5	17.9%
6年～10年以内	0	0.0%
11年より将来	6	21.4%
未定・わからない	9	32.1%
無回答	1	3.6%
総計	28	100.0%

(イ) 事業継承にかかる主な課題（複数回答）

項目	実数	割合
承継全般について	6	21.4%
後継者選びについて	7	25.0%
円滑化法活用について	0	0.0%
後継者教育（人材育成）	8	28.6%
経営権問題	1	3.6%
自社株対策	1	3.6%
相続税対策	3	10.7%
事業承継計画が立てられない	0	0.0%
わからない	4	14.3%
なし（順調）	5	17.9%
その他	2	7.1%
無回答	1	3.6%
総計	54	-

問29【付問②】 廃業を検討する主な理由（複数回答）

項目	実数	割合
後継者がいない	4	12.5%
経営状況が厳しい	4	12.5%
先行きが不透明	7	21.9%
譲渡（M&Aを含む）を希望または予定	1	3.1%
その他	3	9.4%
無回答	14	43.8%
総計	32	-

Ⅲ 資料編

問30 事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策（複数回答）

項目	実数	割合
同業種交流の促進	13	10.7%
異業種交流の促進	14	11.6%
他事業所の情報提供	9	7.4%
経営支援施策情報の提供	25	20.7%
自社PRの支援	14	11.6%
融資制度の充実	27	22.3%
良好な賃貸事業スペースの情報提供	10	8.3%
表彰・顕彰制度の充実	2	1.7%
人材育成・後継者育成事業の強化	11	9.1%
経営相談体制の強化	15	12.4%
専門家派遣・相談	7	5.8%
M&Aに関する支援	6	5.0%
その他	5	4.1%
行政の支援策にはあまり期待しない	29	24.0%
無回答	33	27.3%
総計	121	-

問31 店のある商店街の課題（複数回答）

項目	実数	割合
店舗配列、業種構成、店舗構成に問題がある	17	14.0%
核になる店舗がない	22	18.2%
競合商店街の勢力に押され気味である	3	2.5%
個店の経営努力不足	13	10.7%
店舗の老朽化、陳腐化が著しい	21	17.4%
歩行者の安全確保に問題がある	9	7.4%
来客用の駐車場が不足している	18	14.9%
来客用の駐輪場が不足している	21	17.4%
非店舗が多く、商店街としての連続性に欠ける	26	21.5%
近くの大型店に客足をとられている	8	6.6%
商店街の環境整備が不十分でイメージが悪い	13	10.7%
結束力が弱く、商店街活動が出来ない	17	14.0%
商店街の役員になってくれる人が少ない	19	15.7%
わからない	9	7.4%
特にない	17	14.0%
その他	8	6.6%
総計	121	-

問32 商店街で充実したい施設・設備（複数回答）

項目	実数	割合
街路灯	29	24.0%
ガードレール	6	5.0%
アーケード	9	7.4%
カラー舗装	6	5.0%
広場・小公園	9	7.4%
こどもの遊具	1	0.8%
ベンチ	21	17.4%
モニュメント	5	4.1%
公衆トイレ	15	12.4%
駐車場	28	23.1%
駐輪場	33	27.3%
バス停	5	4.1%
公衆電話	3	2.5%
放送設備	5	4.1%
わからない	9	7.4%
特にない	22	18.2%
その他	5	4.1%
無回答	12	9.9%
総計	121	-

問33 商店街の活性化に向けて取り組むべきこと（複数回答）

項目	実数	割合
不足業種を補う	30	24.8%
核になる店舗をつくる	27	22.3%
来客用の駐車場を整備する	21	17.4%
来客用の駐輪場を整備する	25	20.7%
空き店舗の解消を図る	35	28.9%
商店街の結束力を強め、商店街活動を活発にする	34	28.1%
お店やイベントの情報提供	30	24.8%
わからない	14	11.6%
特にない	17	14.0%
その他	3	2.5%
無回答	12	9.9%
総計	121	-

問34 店のある商店街の課題（複数回答）

項目	実数	割合
品揃え、サービスが少ない	19	15.7%
値段が高い	1	0.8%
品質が良くない	1	0.8%
鮮度が良くない	0	0.0%
催物・特売等が少ない	13	10.7%
気兼ねしてしまう	4	3.3%
店が清潔でない	3	2.5%
配達をしない	3	2.5%
営業時間が合わない	2	1.7%
スマホ決済やカード決済が使えない	7	5.8%
接客態度が悪い	3	2.5%
駐車場が狭い	15	12.4%
休憩場所がない	13	10.7%
情報が少ない	25	20.7%
家から遠い	1	0.8%
わからない	26	21.5%
特にない	27	22.3%
その他	9	7.4%
無回答	22	18.2%
総計	121	-

問35 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

項目	実数	割合
マイナスの影響があった	75	62.0%
プラスの影響があった	6	5.0%
影響はなかった	29	24.0%
分からない	5	4.1%
無回答	6	5.0%
総計	121	100.0%

問35 【付問①】 マイナスの影響（複数回答）

項目	実数	割合
売上高の減少	66	88.0%
資金繰りの悪化	16	21.3%
客数・需要の減少	54	72.0%
営業時間の減少	12	16.0%
イベント・展示の中止	11	14.7%
仕入の国内調達が困難	0	0.0%
仕入の海外調達が困難	2	2.7%
出張・営業訪問が困難	3	4.0%
顧客・販売先の休業	6	8.0%
在庫過多	1	1.3%
人手不足	5	6.7%
物流の停滞	5	6.7%
感染症対策のコスト増	16	21.3%
その他	0	0.0%
無回答	2	2.7%
総計	121	-

問36 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容や事業体制の変更

項目	実数	割合
影響により必要に迫られ変更した	23	19.0%
影響に対応するため前向きに変更した	26	21.5%
影響はあったが特に変更しなかった	35	28.9%
影響はなく変更しなかった	22	18.2%
その他	2	1.7%
無回答	13	10.7%
総計	121	100.0%

問37 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容や事業体制の変更

項目	実数	割合
影響が継続している	18	14.9%
影響はあったがなくなりつつある	49	40.5%
影響はあったが完全になくなった	30	24.8%
その他	6	5.0%
無回答	18	14.9%
総計	121	100.0%

問38 加盟する商店会

項目	実数	割合
小金井市商業振興会	10	8.3%
武蔵小金井駅前商店会	4	3.3%
北口仲通り商店会	7	5.8%
小金井市けやき通り商店会	5	4.1%
小金井市中央商店街協同組合	5	4.1%
農工大通り振興会	11	9.1%
蛇の目通り商店会	4	3.3%
中町明和会	1	0.8%
京王通り商店会	11	9.1%
貫井北町商工振興会	3	2.5%
前原坂下商店会	6	5.0%
緑町中央商店会	1	0.8%
東小金井北口商店会	9	7.4%
東小金井駅北口地域振興会	3	2.5%
東小金井南口商店会	26	21.5%
新小金井西口商店会	2	1.7%
新小金井商店会	2	1.7%
シャトー小金井商店会	2	1.7%
無回答	9	7.4%
総計	121	100.0%

問39 商店会活動への参加

項目	実数	割合
積極的に参加している	30	24.8%
たまに参加する	35	28.9%
ほとんど参加していない	50	41.3%
無回答	6	5.0%
総計	121	100.0%

問40 商店会の会合への参加

項目	実数	割合
積極的に参加している	26	21.5%
たまに参加する	22	18.2%
ほとんど参加していない	67	55.4%
無回答	6	5.0%
総計	121	100.0%

問41 商店会と地域社会との連携強化のための参加・協力（複数回答）

項目	実数	割合
自治会・町内会活動	30	24.8%
交通安全・防犯活動	19	15.7%
福祉・ボランティア活動	19	15.7%
清掃などの環境美化活動	26	21.5%
リサイクル活動	11	9.1%
P T A活動	3	2.5%
スポーツサークル活動	8	6.6%
学習・文化活動	6	5.0%
青少年の支援活動	8	6.6%
イベント・お祭りの活動	80	66.1%
必要ない	6	5.0%
その他	6	5.0%
無回答	18	14.9%
総計	121	-

問42 商店会活動の充実（複数回答）

項目	実数	割合
共同売り出し	19	15.7%
スタンプ券等	19	15.7%
共同のチラシ	21	17.4%
共同装飾	16	13.2%
イベント、催し	64	52.9%
宅配	5	4.1%
研究会、勉強会の実施	9	7.4%
消費者との意見交換	11	9.1%
商店街診断・店舗診断の実施	4	3.3%
パソコンセミナーの実施	1	0.8%
ホームページ作成による店舗紹介	11	9.1%
インターネット・ショップの開設	3	2.5%
電子マネー等、多様な決済方法の導入	14	11.6%
その他	5	4.1%
無回答	30	24.8%
総計	121	-

問43 市の商業振興策に期待すること（複数回答）

項目	実数	割合
従来通りの商店街対策を期待する	21	17.4%
商店街同士の連携対策を期待する	34	28.1%
やる気のある商店街への支援策に絞っていくことを期待する	18	14.9%
個店対策を期待する	29	24.0%
やる気のあるグループへの支援策を期待する	20	16.5%
販売促進事業などのソフトな対策をより期待する	22	18.2%
施設整備事業などのハードな対策をより期待する	14	11.6%
地域社会との交流・連携対策をより期待する	31	25.6%
その他	5	4.1%
無回答	24	19.8%
総計	121	-

小金井市工業事業所調査

ご協力をお願い

日頃から市政運営にご理解とご協力を賜り、厚く御礼申し上げます。
本市では、産業振興に関する取組方針である「小金井市産業振興プラン」の改定を令和7年度に行います。
この度、市内の製造業及び情報通信業の事業所を対象に、事業の現状や皆様からのご意見を今後の工業振興の方策検討の基礎資料とすることを目的にアンケート調査を実施いたします。
お忙しいところ誠に恐れ入りますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようお願い申し上げます。

令和6年11月7日
小金井市

【ご記入・ご提出にあたってのお願い】

1. 調査結果の公表にあたり、企業名や企業情報が特定されることはありません。
また、回答は本調査の目的以外に使用いたしません。
2. 回答方法は、選択肢の番号に○をつける設問、数字等を記入する設問、回答者を限定する設問があります。設問文をよく読んで回答してください。
3. ご回答後の調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）に入れて、封をして、ポストに投函してください。

ご投函は、**11月22日（金）** までをお願いいたします。

《問合せ先》

小金井市 市民部経済課 産業振興係
電話：042-387-9831 F A X：042-386-2609

■ 貴社についておたずねします。

問 1 貴社の基本情報を教えてください。

貴社名	〒 -
所在地	小金井市
ご担当者様	所属 氏名
電話番号	() -
電子メールアドレス	

問 2 貴社の事業について教えてください。

ア 創業年（数値記入）	明・大・昭・平・令 () 年
イ 市内での操業年数（数値記入）	() 年
ウ 企業形態（1つに○）	1. 株式会社 3. 個人事業 2. 有限会社 4. その他 ()
エ 本社・支社別（1つに○）	1. 単独の事業所 3. 支社・支店・分工場 2. 本社・本店 4. 営業所
オ 事業主の年齢（1つに○）	1. 20歳以下 5. 60歳代 2. 30歳代 6. 70歳代 3. 40歳代 7. 80歳以上 4. 50歳代

カ 主たる業種 (最も該当する1つに○)	1. 食料品製造業 2. 飲料・たばこ・飼料製造業 3. 機械工業 4. 衣服・その他の繊維製品製造業 5. 木材・木製品製造業 6. 家具・装備品製造業 7. パルプ・紙・紙加工品製造業 8. 印刷・同関連業 9. 化学工業 10. 石油製品・石炭製品製造業 11. プラスチック製品製造業 12. ゴム製品製造業 13. なめし革・同製品・毛皮製造業 14. 窯業・土石製品製造業 15. 鉄鋼業 16. 非鉄金属製造業 17. 金属製品製造業 18. 一般機械器具製造業 19. 電気機械器具製造業 20. 情報通信機械器具製造業 21. 電子部品・デバイス製造業 22. 輸送機械器具製造業 23. 精密機械器具製造業 24. その他の製造業 25. 情報サービス業 26. インターネット付随サービス業	1. 自社で研究開発を行っており、取得特許もある 2. 自社で研究開発を行っているが、取得特許はない 3. 自社で研究開発は行っていないが、他者の研究開発に参画している 4. 研究開発は行っていない 5. その他 ()
ク 事業所の製造形態 (最も該当する1つに○)	1. 自社製品 (商品) 製造のみ → 【付間入】 2. 自社製品 (商品) 製造・販売 → 【付間入】 3. 独立した製造・加工の受注専門業 (※1) 4. 特定企業 (親企業) からの下請製造 5. 非特定企業からの下請製造 6. その他 ()	1. 自社で研究開発を行っており、取得特許もある 2. 自社で研究開発を行っているが、取得特許はない 3. 自社で研究開発は行っていないが、他者の研究開発に参画している 4. 研究開発は行っていない 5. その他 ()

※1 発注企業へ提案をする等、発注企業とは比較的にビジネスパートナーとの関係を持つ

【付問】前問の「ク事業所の製造形態」で「1」または「2」と回答した方にお伺いします。貴社で製造している主たる製品を教えてください。(1つに○)

1. 企業(メーカー等)向け完成品	3. 消費者向け商品
2. 企業(メーカー等)向け部品・部材	4. その他

問3 貴社の従業者の人数について教えてください。(数値記入)(調査票記入時点)

総数	内訳					名
	有給役員 又は個人 事業主	無給家族 従業員	常用 雇用者	パート・ア ルバイト	男性	
	名	名	名	名	名	名

問 4 上記の従業者のうち、市内居住者の割合を教えてください。(1つに○)

1. すべて市内
2. 大半 (70%程度)
3. 半分程度
4. 1/4 程度 (25%程度)
5. わずか (10%以下)
6. すべて市外

貴社の経営環境についておたずねします。

問5 現在の経営状況はいかがですか。(1つに○)

1. 非常に順調 → 【付問へ】
2. ほぼ順調 → 【付問へ】
3. 横ばい
4. 不振
5. 非常に不振

【付問】前問で「4. 不振」または「5. 非常に不振」と回答した方にお伺いします。経営不振を引き起こしている主な要因は何ですか。（2つまで○）

1. 経済情勢の悪化
2. 技術・製品の競争力不足
3. 経営人材不足
4. 従業員人材不足
5. 資金不足
6. 事業計画力が弱い
7. 営業力不足
8. その他（ ）

問 6 貴社の強み・セールスポイントは何ですか。下記の中から 3 つまで選んで番号を記入してください。

第 1 位	第 2 位	第 3 位
(選択項目)		
2. 納期の厳守・短期化		
3. コスト削減力		
4. 品質保証力		
5. 複数の取引先の確保		
6. 多品種少量生産への対応力		
9. 市場・取引先情報収集力		
10. 自社製品・技術の P R 力		
11. 営業・販売力		
12. 最新設備		
13. その他 ()		

問 7 貴社の主たる事業内容及び技術・製品の独自性について具体的に教えてください。(自由記入)

(記入例)
理化学機器 (医療用機械、理化学機械、実験開発・実験用機械) の製造・販売。お客さまのニーズにあわせた特注装置品を提案・設計・製作まで一貫して対応できる点が強み。
(簡潔に。箇条書き可)

問 8 最も取引額の大きい取引先・販売先はどこですか。(1 つに○)

1. 中小 (製造) 企業	5. 小売
2. 大手 (製造) 企業	6. 一般消費者
3. 総合商社	7. その他 ()
4. 専門商社	

問 9 主な取引先・販売先の所在地はどこですか。(1 つに○)

1. 近隣町内	4. 都心方面	7. 他の国内
2. 小金井市内	5. 他の都内	8. 海外
3. 多摩地域	6. 関東	

問 10 事業を営営していく上で特に困っている問題は何ですか。下記の中から 3 つまで選んで番号を記入してください。

第 1 位	第 2 位	第 3 位
(選択項目)		
2. パートの確保が困難		
3. 従業員の高齢化		
4. 他社との競争が激しい		
5. 大手の市場参入		
6. 価格競争の激化		
9. 運転資金の確保難		
10. 設備資金の確保難		
11. 近隣住民からの苦情など		
12. その他 ()		
13. 特に問題はない		

問 11 事業の継承者として考えている人はいますか。(1 つに○)

1. 後継者は決まっている	→ 【付問①へ】
2. 事業を継がせたいが、まだ決まっていない	→ 【付問①へ】
3. 事業を継がせたいが、候補がいない	→ 【付問①へ】
4. 事業見通しはあるが、自分の代でやめたい	→ 【付問②へ】
5. 先行が見えないので、自分の代でやめたい	→ 【付問②へ】
6. まだ考えていない	
7. 自分が若いので、まだ考える必要がない	
8. 支店等のため、会社で決定する	

【付問①】下記ア～イは、前問で「1」～「3」のいずれかに回答した方にお伺いします。

ア 事業を継承する時期は予定していますか。(1 つに○)

1. 3 年以内	4. 11 年より将来
2. 4 年～5 年以内	5. 未定・わからない
3. 6 年～10 年以内	

イ 事業継承にかかる主な課題はありますか。(2 つまで○)

1. 承継全般について	7. 相続税対策
2. 後継者選びについて	8. 事業承継計画が立てられない
3. 円滑化法活用について	9. わからない
4. 後継者教育 (人材育成)	10. なし (順調)
5. 経営権問題	11. その他 ()
6. 自社株対策	

【付問2】問 11 で「4」または「5」（自分の代でやめたい）と回答した方にお伺いします。
廃業を検討する主な理由は何ですか。（2つまで○）

1. 後継者がいない	4. 譲渡（M&Aを含む）を希望または予定
2. 経営状況が厳しい	5. その他（ ）
3. 先行きが不透明	

問 12 事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策はありますか。（3つまで○）

1. 同業種交流の促進	8. 表彰・顕彰制度の充実
2. 異業種交流の促進	9. 人材育成・後継者育成事業の強化
3. 他事業所の情報提供	10. 経営相談体制の強化
4. 経営支援施策情報の提供	11. 専門家派遣・相談
5. 自社PRの支援	12. M&Aに関する支援
6. 融資制度の充実	13. その他（ ）
7. 良好な賃貸事業スペースの情報提供	14. 行政の支援策にはあまり期待しない

■ 貴社の立地環境及び地域取り組みについておたずねします。

問 13 貴事業所の建物の形態を教えてください。（1つに○）

1. オフィスビル・専用ビルの一画	4. 戸建て単独事業所
2. マンション・アパートの一画	5. その他（ ）
3. 戸建て住宅に併設	

問 14 貴事業所の土地・建物の所有形態を教えてください。（1つに○）

1. 土地・建物を所有	3. 賃貸の建物に入居
2. 土地は借地、建物は所有	4. その他（ ）

問 15 貴事業所の述べ床面積を教えてください。（1つに○）

1. 10㎡以下	5. 51～100㎡
2. 11～20㎡	6. 101～200㎡
3. 21～30㎡	7. 201～300㎡
4. 31～50㎡	8. 300㎡超

問 16 小井井市内に立地することのメリットは何ですか。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

第 1 位	第 2 位	第 3 位

（選択項目）

2. 荷物等の運搬に便利	9. 賃貸条件がよい
3. 得意先が近い	10. 買い物等の生活の利便性が高い
4. 仕事仲間が近くにいる	11. 文化・学術機能（施設等）が充実
5. 人を確保しやすい	12. その他（ ）
6. 周辺の需要が増加傾向	13. 市内が特に良いわけではない

問 17 現在の事業所の立地上の問題点は何か。下記の中から3つまで選んで番号を記入してください。

第 1 位	第 2 位	第 3 位

（選択項目）

2. 建物・設備の老朽化	10. 情報基盤が未整備
3. 通勤に不便	11. 住環境との不調和問題
4. 得意先が遠い	12. 24時間サービス環境が不足
5. 仕事仲間が遠い	13. 生活の利便性が低い
6. 人を確保しにくい	14. その他（ ）
7. 地域イメージが悪い	15. 特に問題はない

問 18 貴社において、近隣の大学（教育機関）と連携する事業展開を考えていますか。（1つに○）

1. すでに連携している	→ 【付問へ】
2. 連携することを検討している	→ 【付問へ】
3. 連携したいが、方法がわからない	→ 【付問へ】
4. 連携する予定はない	
5. 連携する必要がない（業種ではない）	

【付問】前問で「1」～「3」と回答した方に伺います。具体的な実施内容や課題となっ
ていることを教えてください。（自由記入）

問 19 貴社の事業展開において、市民・事業者・大学と連携する機会は重要ですか。
（例 ビジネス講座、フィールドワークの場）。（1つに○）

1. 重要である	4. どちらかといえば重要ではない
2. どちらかといえば重要である	5. 重要ではない（必要ない）
3. どちらともいえない	

問 20 貴社の事業展開において、市民や地域の意見を聴くことは重要ですか。
（1つに○）

1. 重要である	4. どちらかといえば重要ではない
2. どちらかといえば重要である	5. 重要ではない（必要ない）
3. どちらともいえない	

■ 貴社の今後の展望についておたずねします。

問 21 今後の経営方針を教えてください。（あてはまる番号すべてに○）

1. スペースの拡大を考えている	9. 海外取引を拡大していく
2. 人員の拡大を考えている	10. Eビジネスの拡大を図っていく
3. 商圏の拡大を図っていく	11. その他（ ）
4. 新たな産業分野での取引を拡大する	12. 現状維持に努めていく
5. 新製品・新技術の開発を図っていく	13. 業種変更（商売替え）を考えている
6. 製品の多様化を図っていく	14. 縮小を考えている
7. 製品を絞って専門化を図っていく	15. 廃業を考えている
8. 品質の向上を図っていく	

問 22 貴社が連携したい相手はありますか。下記の中から3つまで選んで番号を記入し
てください。

第 1 位	第 2 位	第 3 位

（選択項目）

2. 異業種の中小企業	9. デザイン会社
3. 大手製造企業	10. 大学
4. 製造業以外の大手企業	11. 公設試験研究機関
5. 研究開発企業	12. 金融機関
6. 総合商社	13. 産業支援期間（中小企業支援センター等）

問 23 今後、事業を推進していく上で必要な取り組みは何か。（2つまで○）

1. 事業計画の強化	7. 生産技術・体制の高度化(品質・コスト・納期)
2. 提携・連携事業の推進	8. 市場情報の収集
3. 独自製品の開発力強化	9. 人材の強化（雇用・育成）
4. 独自技術の開発力強化	10. 営業機能の強化
5. 複数工程への対応力強化	11. 機器・設備の充実
6. 旧来製品・技術の専門化	12. その他

問 24 事業所の移転を考えていますか。（一部移転を含む）（1つに○）

1. 具体的な移転計画がある	→ 【付問へ】
2. 移転したいが計画はこれから	→ 【付問へ】
3. 移転するつもりはない	

【付問】前問で「1」または「2」に回答した方にお伺いします。移転先はどちらをお考
えですか。（1つに○）

1. 小金井市内	4. 他の都内	7. 他の国内
2. 隣接市内	5. 他の関東	8. 海外

問 25 課題が生じた際の相談先はありますか。(1つに○)

1. 相談先がある → 【付問へ】	2. 特に相談先はない
-------------------	-------------

【付問】前問で「1. 相談先がある」と回答した方にお伺いします。具体的な相談先はどちらですか。(あてはまる番号すべてに○)

1. 市役所	4. 会計・税理士・社会保険事務所
2. 商工会	5. その他 ()
3. コンサルティング会社	

問 26 小井井市の工業振興施策に関して、ご意見、ご要望がありましたらご記入ください。(自由記入)

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

Ⅲ 資料編

② 工業事業所調査 集計表

問2 (ア) 創業年

項目	実数	割合
明治・大正	2	5.9%
昭和20年～29年	3	8.8%
昭和20年以前	2	5.9%
昭和30年～39年	2	5.9%
昭和40年～49年	2	5.9%
昭和50年～59年	4	11.8%
昭和60年～平成6年	4	11.8%
平成17年～平成26年	4	11.8%
平成27年～	6	17.6%
不明・無記入	5	14.7%
総計	34	100.0%

問2 (イ) 市内での創業年数

項目	実数	割合
10年未満	8	23.5%
10以上20年未満	4	11.8%
20年以上30年未満	0	0.0%
30年以上40年未満	5	14.7%
40年以上50年未満	5	14.7%
50年以上	8	23.5%
不明・無記入	4	11.8%
総計	34	100.0%

問2 (ウ) 企業形態

項目	実数	割合
株式会社	23	67.6%
有限会社	6	17.6%
個人事業	1	2.9%
その他	1	2.9%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問2 (エ) 本社・支社別

項目	実数	割合
単独の事業所	14	41.2%
本社・本店	9	26.5%
支社・支店・分工場	5	14.7%
営業所	2	5.9%
不明・無記入	4	11.8%
総計	34	100.0%

問2 (オ) 事業主の年齢

項目	実数	割合
20歳代以下	0	0.0%
30歳代	3	8.8%
40歳代	8	23.5%
50歳代	5	14.7%
60歳代	5	14.7%
70歳代	7	20.6%
80歳以上	3	8.8%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問2 (カ) 主たる事業

項目	実数	割合
食料品製造業	2	5.9%
飲料・たばこ・飼料製造業	0	0.0%
機械工業	1	2.9%
衣服・その他の繊維製品製造業	1	2.9%
木材・木製品製造業	0	0.0%
家具・装備品製造業	0	0.0%
パルプ・紙・紙加工品製造業	0	0.0%
印刷・同関連業	0	0.0%
化学工業	1	2.9%
石油製品・石炭製品製造業	0	0.0%
プラスチック製品製造業	2	5.9%
ゴム製品製造業	0	0.0%
なめし革・同製品・毛皮製造業	0	0.0%
窯業・土石製品製造業	1	2.9%
鉄鋼業	0	0.0%
非鉄金属製造業	0	0.0%
金属製品製造業	3	8.8%
一般機械器具製造業	2	5.9%
電気機械器具製造業	0	0.0%
情報通信機械器具製造業	0	0.0%
電子部品・デバイス製造業	0	0.0%
輸送機械器具製造業	2	5.9%
精密機械器具製造業	5	14.7%
その他の製造業	8	23.5%
情報サービス業	3	8.8%
インターネット付随サービス業	0	0.0%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問2 (キ) 研究開発の有無

項目	実数	割合
自社で研究開発を行っており、取得特許もある	12	35.3%
自社で研究開発を行っているが、取得特許はない	6	17.6%
自社で研究開発は行っていないが、他者の研究開発に参画している	2	5.9%
研究開発は行っていない	10	29.4%
その他	0	0.0%
不明・無記入	4	11.8%
総計	34	100.0%

問2 (ク) 事業所の製造形態

項目	実数	割合
自社製品（商品）製造のみ	1	2.9%
自社製品（商品）製造・販売	20	58.8%
独立した製造・加工の受注専門業	1	2.9%
特定企業（親企業）からの下請製造	4	11.8%
非特定企業からの下請製造	3	8.8%
その他	1	2.9%
不明・無記入	4	11.8%
総計	34	100.0%

問2 【付問】 製造している主たる製品

項目	実数	割合
企業（メーカー等）向け完成品	9	42.9%
企業（メーカー等）向け部品・部材	4	19.0%
消費者向け商品	7	33.3%
その他	1	4.8%
総計	21	100.0%

問3 従業員の人数

項目	実数	割合
2人以下	5	14.7%
3～4人	1	2.9%
5～9人	3	8.8%
10～19人	8	23.5%
20～29人	2	5.9%
30～99人	2	5.9%
100～299人	2	5.9%
300人以上	0	0.0%
不明・無記入	11	32.4%
総計	34	100.0%

問4 従業者の市内居住の割合

項目	実数	割合
すべて市内	6	17.6%
大半（70％程度）	2	5.9%
半分程度	4	11.8%
1／4程度（25％程度）	7	20.6%
わずか（10％以下）	7	20.6%
すべて市外	5	14.7%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問5 現在の経営状況

項目	実数	割合
非常に順調	1	2.9%
ほぼ順調	8	23.5%
横ばい	14	41.2%
不振	4	11.8%
非常に不振	4	11.8%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問5 【付問】経営不振の主な要因

項目	実数	割合
経済情勢の悪化	3	37.5%
技術・製品の競争力不足	0	0.0%
経営人材不足	0	0.0%
従業員人材不足	1	12.5%
資金不足	3	37.5%
事業計画力が弱い	0	0.0%
営業力不足	3	37.5%
その他	2	25.0%
総計	8	100.0%

問6 強み・セールスポイント

項目	実数	割合
独自の技術力	18	52.9%
納期の厳守・短期化	9	26.5%
コスト削減力	0	0.0%
品質保証力	10	29.4%
複数の取引先の確保	11	32.4%
多品種少量生産への対応力	17	50.0%
自社製品の開発力	13	38.2%
取引先への提案力	11	32.4%
市場・取引先情報収集力	2	5.9%
自社製品・技術のPR力	1	2.9%
営業・販売力	4	11.8%
最新設備	1	2.9%
その他	0	0.0%
総計	34	

問7 事業内容及び技術・製品の独自性について（自由記入）

項目	実数	割合
記入あり	25	73.5%
記入なし	9	26.5%
総計	34	100.0%

問8 取引額の大きい取引先・販売先

項目	実数	割合
中小（製造）企業	7	20.6%
大手（製造）企業	12	35.3%
総合商社	1	2.9%
専門商社	4	11.8%
小売	1	2.9%
一般消費者	2	5.9%
その他	7	20.6%
総計	34	100.0%

問9 取引先・販売先の所在地

項目	実数	割合
近隣町内	3	8.8%
小金井市内	1	2.9%
多摩地域	5	14.7%
都心方面	4	11.8%
他の都内	2	5.9%
関東	8	23.5%
他の国内	10	29.4%
海外	1	2.9%
総計	34	100.0%

問10 事業経営上特に困っている問題

項目	実数	割合
人材の確保が困難	17	50.0%
パートの確保が困難	2	5.9%
従業員の高齢化	11	32.4%
他社との競争が激しい	7	20.6%
大手の市場参入	3	8.8%
価格競争の激化	9	26.5%
自社の技術や品質の対応に苦慮	5	14.7%
業界の構造変化への対応に苦慮	9	26.5%
運転資金の確保難	9	26.5%
設備資金の確保難	6	17.6%
近隣住民からの苦情など	0	0.0%
その他	6	17.6%
特に問題はない	4	11.8%
総計	34	

問11 事業継承者に考えている人

項目	実数	割合
後継者は決まっている	2	5.9%
事業を継がせたいが、まだ決まっていない	8	23.5%
事業を継がせたいが、候補がいない	2	5.9%
事業見通しはあるが、自分の代でやめたい	6	17.6%
先行きが見えないので、自分の代でやめたい	1	2.9%
まだ考えていない	12	35.3%
自分が若いので、まだ考える必要がない	3	8.8%
支店等のため、会社で決定する	0	0.0%
総計	34	

問11【付問①ア】 事業を継承する時期

項目	実数	割合
3年以内	1	8.3%
4年～5年以内	2	16.7%
6年～10年以内	3	25.0%
11年より将来	2	16.7%
未定・わからない	4	33.3%
総計	12	100.0%

Ⅲ 資料編

問11【付問①イ】 事業継承に係る主な課題

項目	実数	割合
承継全般について	2	16.7%
後継者選びについて	4	33.3%
円滑化法活用について	0	0.0%
後継者教育（人材育成）	4	33.3%
経営権問題	1	8.3%
自社株対策	1	8.3%
相続税対策	1	8.3%
事業承継計画が立てられない	1	8.3%
わからない	0	0.0%
なし（順調）	0	0.0%
その他	0	0.0%
総計	12	

問11【付問②】 廃業を検討する主な理由

項目	実数	割合
後継者がいない	1	14.3%
経営状況が厳しい	2	28.6%
先行きが不透明	3	42.9%
譲渡（M&Aを含む）を希望または予定	1	14.3%
その他	0	0.0%
総計	7	100.0%

問13 建物の形態

項目	実数	割合
オフィスビル・専用ビルの一面	8	23.5%
マンション・アパートの一面	2	5.9%
戸建て住宅に併設	7	20.6%
戸建て単独事業所	13	38.2%
その他	3	8.8%
不明・無記入	1	2.9%
総計	34	100.0%

問14 土地・建物の所有形態

項目	実数	割合
土地・建物を所有	16	47.1%
土地は借地、建物は所有	1	2.9%
賃貸の建物に入居	14	41.2%
その他	2	5.9%
不明・無記入	1	2.9%
総計	34	100.0%

問15 延べ床面積

項目	実数	割合
10㎡以下	1	2.9%
11～20㎡	3	8.8%
21～30㎡	1	2.9%
31～50㎡	2	5.9%
51～100㎡	11	32.4%
101～200㎡	5	14.7%
201～300㎡	0	0.0%
300㎡超	8	23.5%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問16 小金井市に立地することのメリット

項目	実数	割合
通勤に便利	13	38.2%
荷物等の運搬に便利	4	11.8%
得意先が近い	8	23.5%
仕事仲間が近くにいる	5	14.7%
人を確保しやすい	3	8.8%
周辺の需要が増加傾向	2	5.9%
住まいが近いから便利	10	29.4%
地域イメージがよい	7	20.6%
賃貸条件がよい	9	26.5%
買い物等の生活の利便性が高い	0	0.0%
文化・学術機能（施設等）が充実	3	8.8%
その他	6	17.6%
市内が特に良いわけではない	6	17.6%
総計	34	

問17 事業所の立地上の問題点

項目	実数	割合
事業スペースが狭い	15	44.1%
建物・設備の老朽化	8	23.5%
通勤に不便	2	5.9%
得意先が遠い	4	11.8%
仕事仲間が遠い	1	2.9%
人を確保しにくい	1	2.9%
地域イメージが悪い	0	0.0%
駐車場を確保しにくい	5	14.7%
地代・家賃が高い	3	8.8%
情報基盤が未整備	0	0.0%
住環境との不調和問題	2	5.9%
24時間サービス環境が不足	0	0.0%
生活の利便性が低い	0	0.0%
その他	0	0.0%
特に問題は無い	15	44.1%
総計	34	

問18 近隣の大学（教育機関）との連携

項目	実数	割合
すでに連携している	8	23.5%
連携することを検討している	2	5.9%
連携したいが、方法がわからない	2	5.9%
連携する予定はない	15	44.1%
連携する必要がない（業種ではない）	6	17.6%
不明・無記入	1	2.9%
総計	34	

問18 市民・事業者・大学と連携する機会の重要性

項目	実数	割合
重要である	7	20.6%
どちらかといえば重要である	4	11.8%
どちらともいえない	11	32.4%
どちらかといえば重要ではない	3	8.8%
重要ではない（必要ない）	7	20.6%
不明・無記入	2	5.9%
総計	34	

問20 市民や地域の意見を聞くことの重要性

項目	実数	割合
重要である	6	17.6%
どちらかといえば重要である	4	11.8%
どちらともいえない	7	20.6%
どちらかといえば重要ではない	7	20.6%
重要ではない（必要ない）	7	20.6%
不明・無記入	3	8.8%
総計	34	100.0%

問21 今後の経営方針

項目	実数	割合
スペースの拡大を考えている	9	26.5%
人員の拡大を考えている	12	35.3%
商圏の拡大を図っていく	9	26.5%
新たな産業分野での取引を拡大する	8	23.5%
新製品・新技術の開発を図っていく	12	35.3%
製品の多様化を図っていく	6	17.6%
製品を絞って専門化を図っていく	3	8.8%
品質の向上を図っていく	14	41.2%
海外取引を拡大していく	10	29.4%
Eビジネスの拡大を図っていく	4	11.8%
その他	0	0.0%
現状維持に努めていく	9	26.5%
業種変更(商売替え)を考えている	1	2.9%
縮小を考えている	0	0.0%
廃業を考えている	4	11.8%
総計	34	

問22 連携したい相手

項目	実数	割合
同業の中小企業	11	32.4%
異業種の中小企業	16	47.1%
大手製造企業	6	17.6%
製造業以外の大手企業	4	11.8%
研究開発企業	7	20.6%
総合商社	2	5.9%
専門商社	8	23.5%
流通企業(デパート等)	4	11.8%
デザイン会社	3	8.8%
大学	2	5.9%
公設試験研究機関	2	5.9%
金融機関	2	5.9%
産業支援機関(中小企業支援センター等)	1	2.9%
その他	0	0.0%
総計	34	100.0%

問23 事業推進上の必要な取り組み

項目	実数	割合
事業計画の強化	6	17.6%
提携・連携事業の推進	8	23.5%
独自製品の開発力強化	5	14.7%
独自技術の開発力強化	1	2.9%
複数工程への対応力強化	0	0.0%
旧来製品・技術の専門化	1	2.9%
生産技術・体制の高度化(品質・コスト・納期)	7	20.6%
市場情報の収集	1	2.9%
人材の強化(雇用・育成)	13	38.2%
営業機能の強化	3	8.8%
機器・設備の充実	4	11.8%
その他	0	0.0%
総計	34	

問24 事業所の移転

項目	実数	割合
具体的な移転計画がある	2	5.9%
移転したいが計画はこれから	7	20.6%
移転するつもりはない	23	67.6%
不明・無記入	2	5.9%
総計	34	100.0%

問24【付問】 事業所の移転

項目	実数	割合
小金井市内	1	11.1%
隣接市内	3	33.3%
他の都内	4	44.4%
他の関東	0	0.0%
他の国内	0	0.0%
海外	0	0.0%
不明・無記入	1	11.1%
総計	9	100.0%

問25 課題が生じた際の相談先

項目	実数	割合
相談先がある	20	58.8%
特に相談先はない	12	35.3%
不明・無記入	2	5.9%
総計	34	100.0%

問25【付問】 課題が生じた際の相談先

項目	実数	割合
市役所	0	0.0%
商工会	5	25.0%
コンサルティング会社	1	5.0%
会計・税理士・社会保険事務所	12	60.0%
その他	8	40.0%
不明・無記入	1	5.0%
総計	20	

小金井市「商業・工業基礎調査」

報告書

令和7年3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

TEL:042-387-9831 FAX:042-386-2609

<http://www.city.koganei.lg.jp/>
