

小金井市「商業・工業基礎調査」 報告書

概要版

令和7年3月
小 金 井 市

「商業・工業基礎調査」は、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の検討、並びに製造業・情報通信業及びコミュニティビジネス振興の活性化策を検討する基礎資料を得ることを目的に実施した。

調査概要	商業調査
① 消費者買物調査 実施日：令和6年11月7日～11月22日 実施方法：回答票・返信用封筒を郵送により配布、郵送による回収 配布数：3,000人 回収数：1,064人（回収率：35.5%） ② 商店街利用客調査（街頭ヒアリング） 実施日：令和6年12月6日・12月13日・12月20日 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 回答者数：352人 ③ 商店街経営者意識調査 実施日：令和6年11月7日～11月22日 配布数：1,025件 回収票数：121人（回収率：11.8%）	

調査概要	工業調査
① 工業事業所調査 実施日：令和6年11月7日～11月22日 配布数：92件 回収数：34件（回収率：37.0%） ② 事業所ヒアリング調査 実施日：令和7年2月～3月 調査数：8件（調査員が事業所を訪問またはリモートにて聞き取り）	

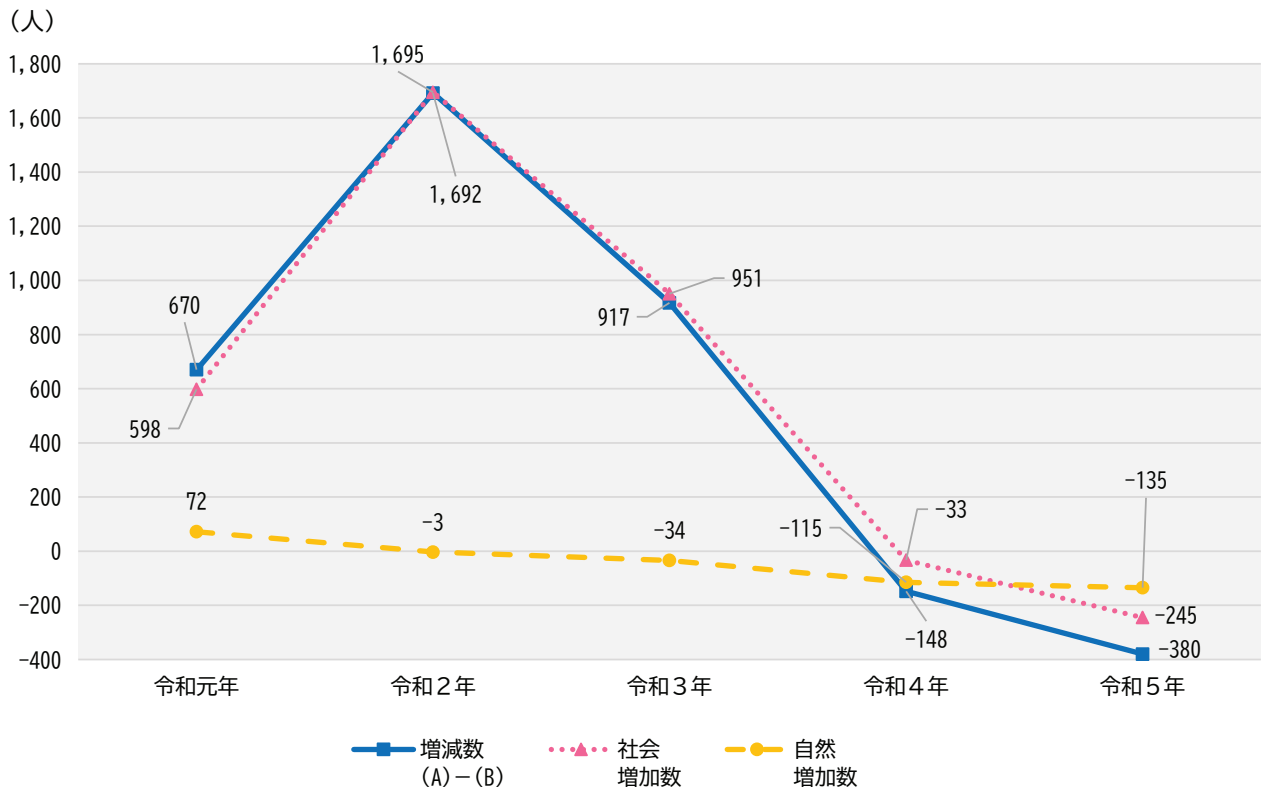
商業調査

～小金井市の商業を取り巻く状況～

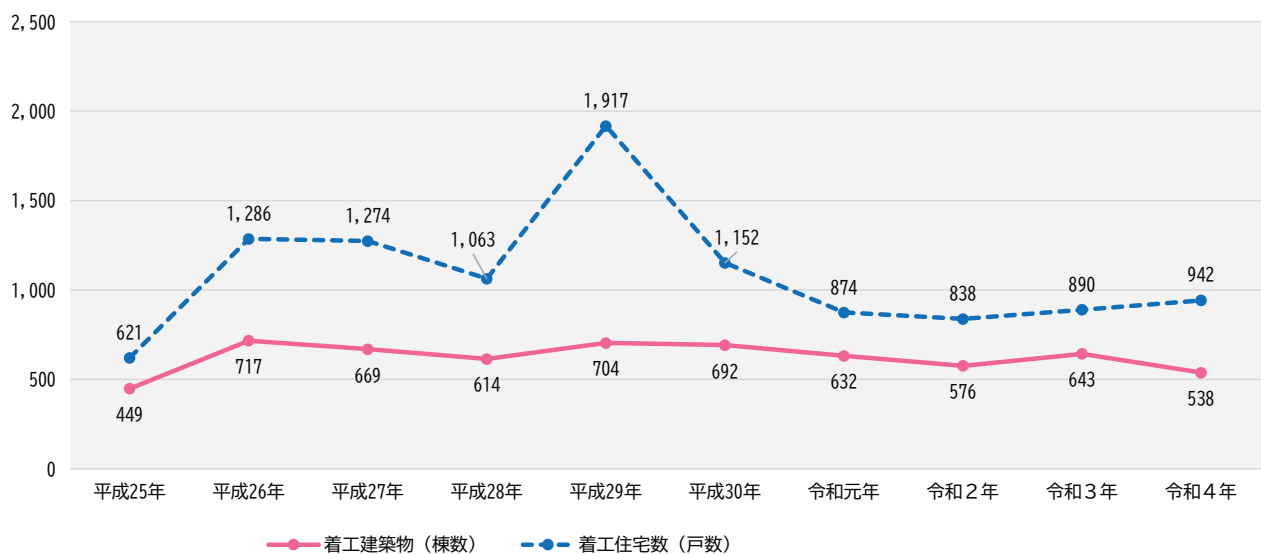
○社会的背景

近年の人口動態をみると、令和元年から令和2年にかけて、高層マンション建設等による人口流入により大きく増加したものの、その後は減少傾向にある。

小金井市の人口動態の推移



着工建築物、着工住宅数の推移

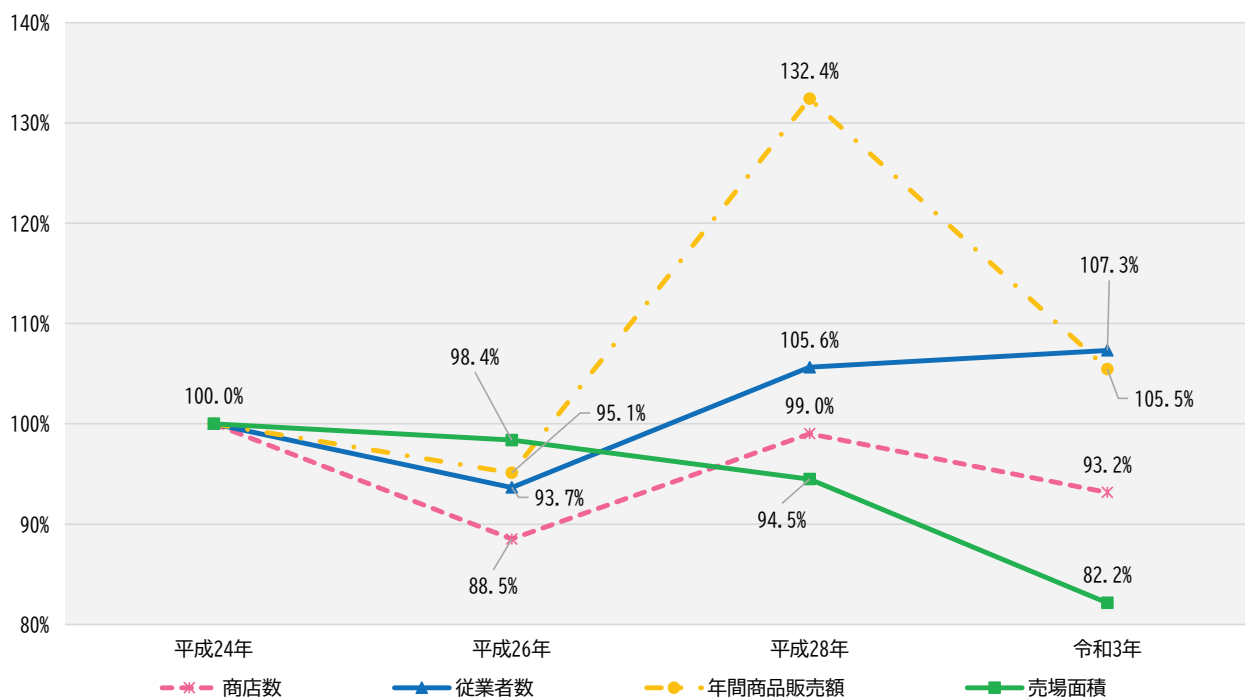


○商業の動向

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」が減少したが、平成 26 年から平成 28 年にかけて、それらは再び増加した。平成 28 年から令和 3 年にかけては、「従業者数」は若干増加したが、「年間商品販売額」に関しては大幅な減少となった。

「売場面積」に関しては、一貫して減少傾向にある。

平成 24 年から令和 3 年にかけての小売業の動向



店舗面積 1,000 m²以上の「大規模小売店舗」は、市内に 9 店舗が立地している。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。

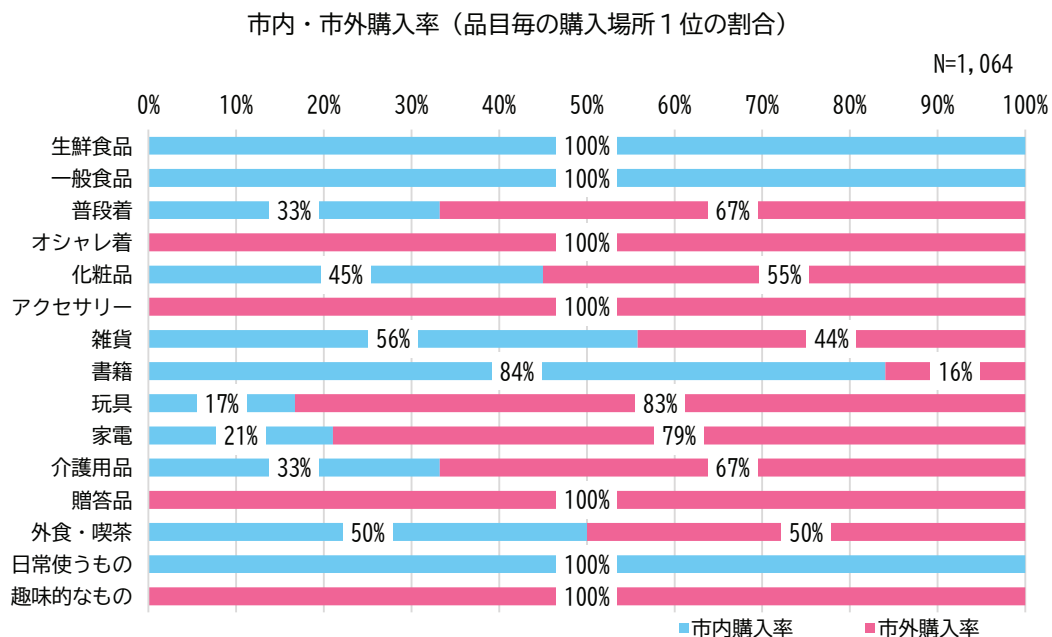
大規模小売店舗立地状況

	店舗名	開店日	所在地	取扱品	面積 (m ²)
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
—	(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

～調査分析結果の要旨～

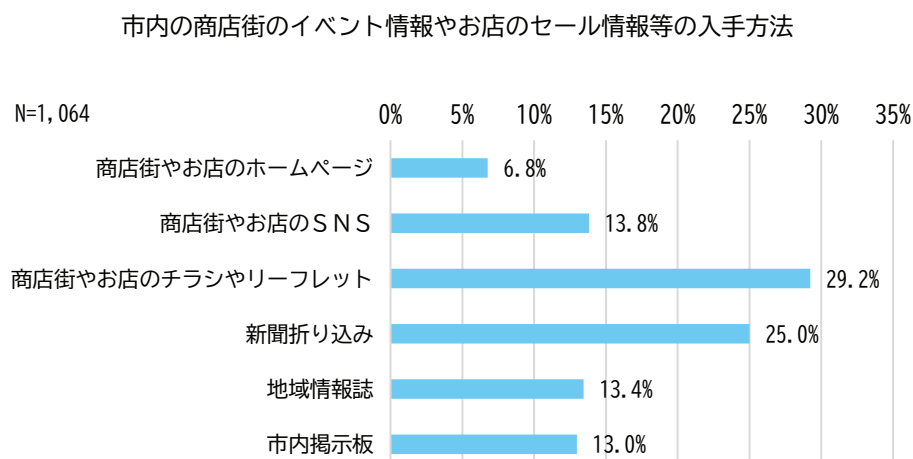
(1) 消費者買物調査（市民の消費行動）からみる主な課題と対応の方向性

- ① 市内での購入品目の偏りがあり、多様な品目を市内での購入へ誘導できる仕組み作りが必要
- 日々購入す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傾向が強い
 - 市外中心の買回り品について、生鮮食品や一般食品の買物のついでに、あまり他の店舗に足を運んではもらえていない現状がある



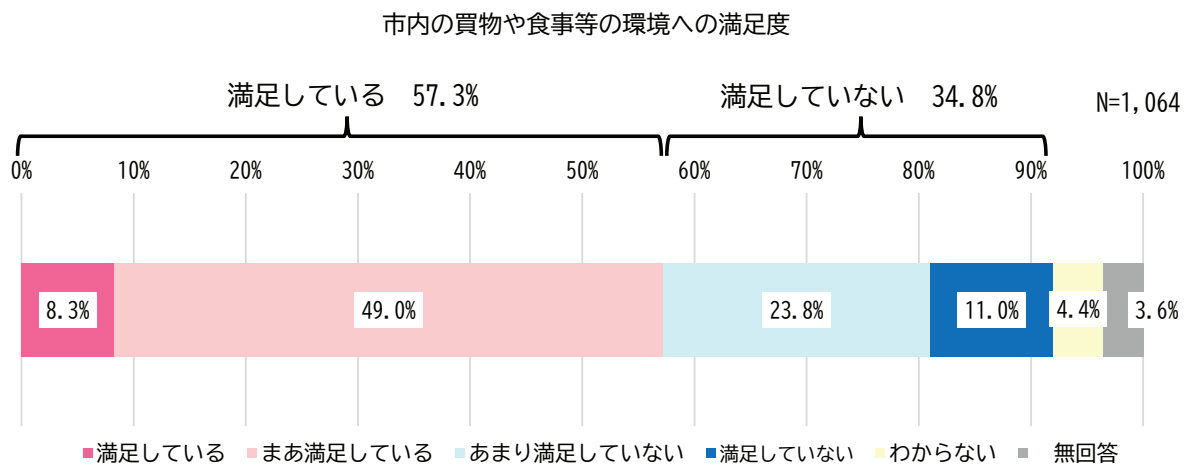
② ニーズの把握、情報発信方法の工夫が必要

- 市内の商店街の買物においては、落ち着いて買物ができること、気軽にお店に入れること、近いこと、安いこと等を重視している
- 商店街のイベント情報やセール情報等の入手は、チラシやリーフレットが29.2%で最も多く、商店街やお店のホームページは6.8%と少ない



④ 商店街の満足度を高める取り組みが必要

- 市内の買い物や食事等の環境に『満足している』（「満足している」＋「まあ満足している」の合計）は約6割



⑤ 多様な業種の出店や、空き店舗解消など課題解消への期待

- 個店における豊富な品揃えへの期待があり、「不足業種を補う」が最も多かった
- 賑わいや景観、治安の面から、空き店舗の解消や、利便性の面から来客用の駐車場、駐輪場の整備を望む声も多くある

【個店・商店街・行政による取り組み】

■ 来街者を増やすための取り組み

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。

■ 来街者のニーズに対応した取り組み

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。一方、近隣に通学する学生を取り込む活動、他の業種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。

(2) 商店街利用客ヒアリング調査（来訪者の消費行動）からみる主な課題と対応の方向性

① 来訪者の利用頻度を高め、リピーターにしていく工夫

- 利用頻度において「ほぼ毎日」が多い商店街と、「週1回」利用が多い商店街があり、ばらつきがみられる

② 多様な決済方法の導入

- 各商店街において、「現金」での支払いが最も多い。商店街によっては、現金が8割を超え、その他キャッシュレスの利用がないところもある

③ 昔ながらの親しみやすさ・落ち着き等がある一方、『活気ある商店街らしさ』が弱い

- 全ての商店街において、親しみやすさや落ち着きを感じている
- 活気がなく、寂しいというイメージも多く、そのイメージを脱却することが必要

商店街のイメージ

商店街エリア	好意的イメージ	非好意的イメージ
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、人があまりいない、雑然としている、店舗数が少ない
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、のどか	つまらない、閑散としている、活気がほしい
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
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、以前と比べて環境が改善された	寂しい、不便、活気がない、暗い
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、地味である、暗い
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
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

【個店・商店街・行政による取り組み】

■ 商店街の魅力の向上

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) 商店街経営者意識調査（商店経営者の意向）からみる主な課題と対応の方向性

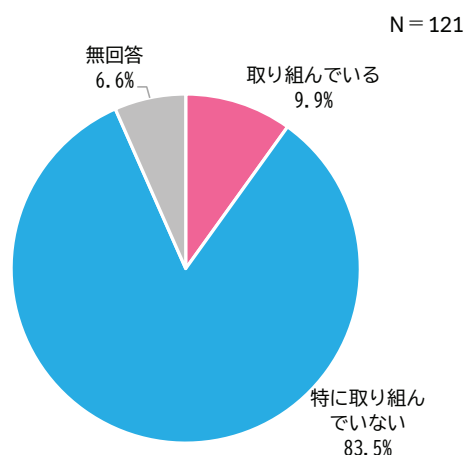
① 情報機器、コンピュータ、インターネットの積極的な活用

- 店のホームページ開設が6割と半数を超えているのに対し、インターネット予約に関しては2割強にとどまっている
- SNSを活用したお店の情報発信が4割強と、半数近くになり、増加傾向である

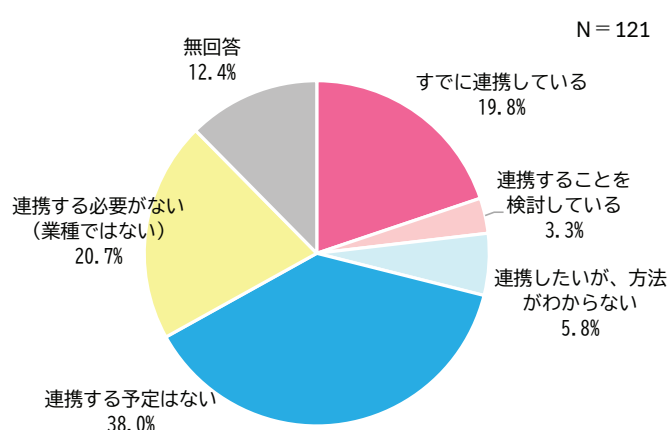
② 立地上の利点の有効活用と他業種との連携に課題

- 地域在住の顧客との信頼関係を築き、その顧客から多くの満足感を得ている一方、立地上の利点である「学生が多いこと」への積極的な取り組みがあまり見られない
- 他業種との連携には、消極的な姿勢がみられる

近隣に通学する学生を呼び込む工夫



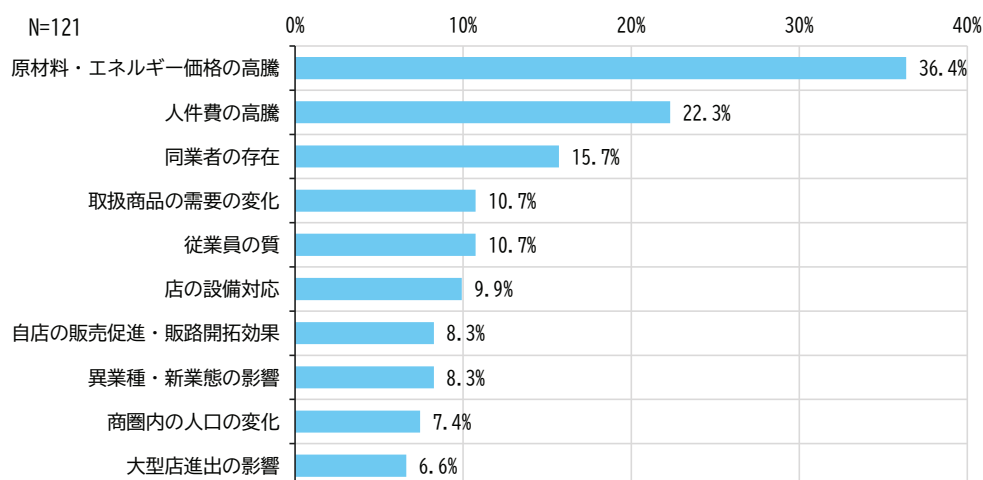
他の業種との連携



③ 原材料・エネルギー価格、人件費の高騰により業績に影響

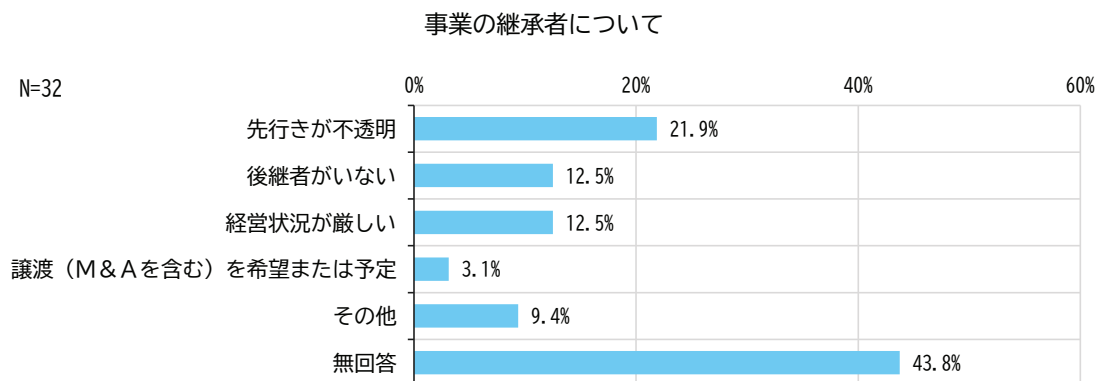
- 物価が上がっていることが、業績に多くの影響を与えていることがうかがえる
- 従業員の人手不足により、人材確保に課題を感じている経営者が多い

業績の要因（上位 10 項目）



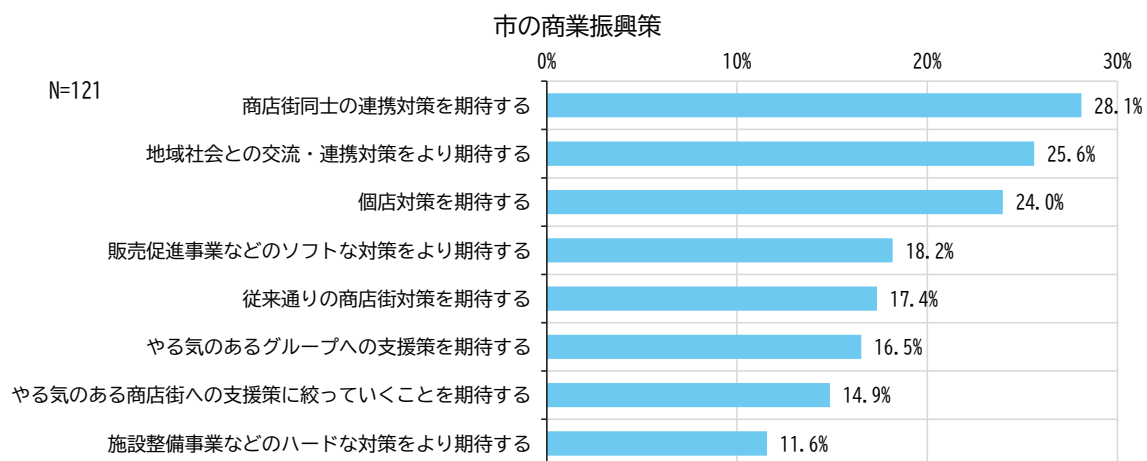
④ 事業を継続（継承）に対して先行きの不透明さに不安を感じる経営者が多い

- 自分の代でやめたいと考えている経営者は、先行きの不透明さや後継者不足、経営状況などにより、廃業を検討している



⑤ 商店街全体の連携、地域社会との交流の対策に期待

- 商店街同士の連携、地域社会との交流・連携に希薄さを感じている経営者も多く、その連携対策に期待が多い



【個店・商店街・行政による取り組み】

■ ICT 活用による利便性の向上

I C T（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、I C T機器の導入支援やI C Tを扱う人材育成などの支援を考える必要がある。

■ 事業継承に関する支援

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強化が期待される。

工業調査

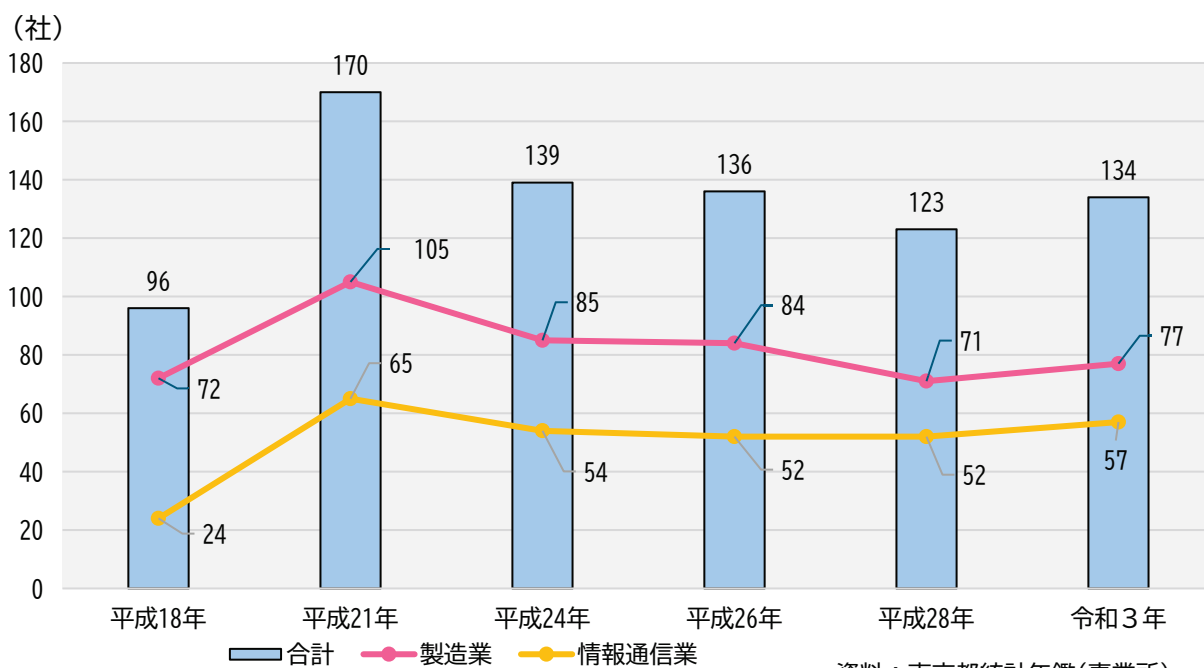
～小金井市の工業を取り巻く状況～

○製造業等の動向

製造業・情報通信業の近年の傾向をみると、事業所数、従業員数ともに平成18年から平成21年にかけて増加した。その後、平成21年から平成24年にかけて減少が見られた。

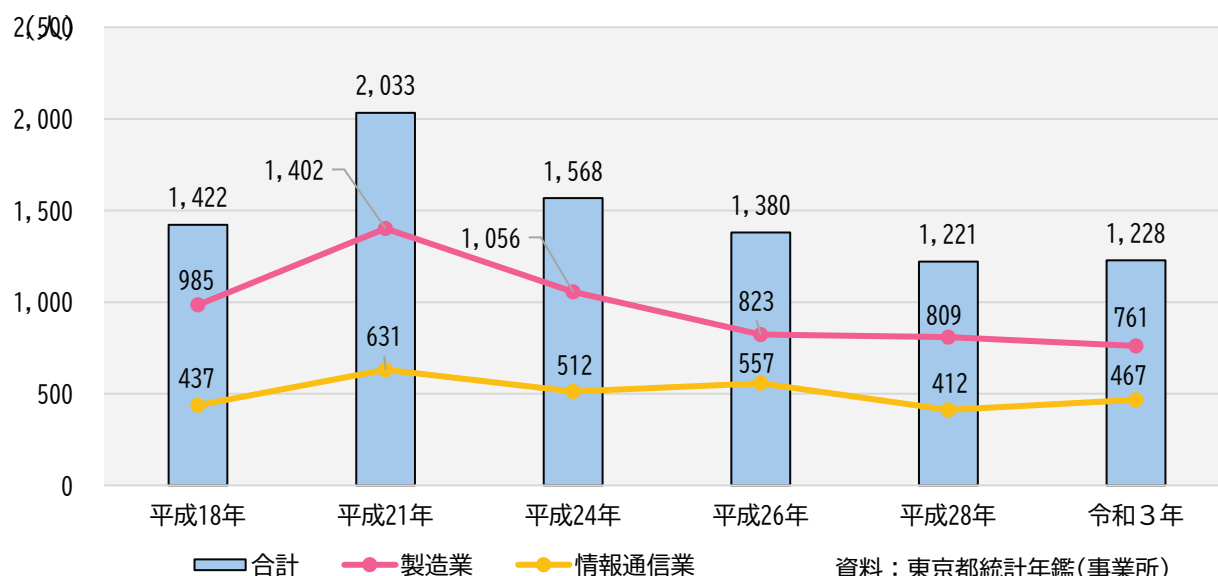
平成26年以降は、横ばいの傾向にある。

製造業、情報通信業の事業所数の推移



資料：東京都統計年鑑(事業所)

製造業、情報通信業の従業者数の推移

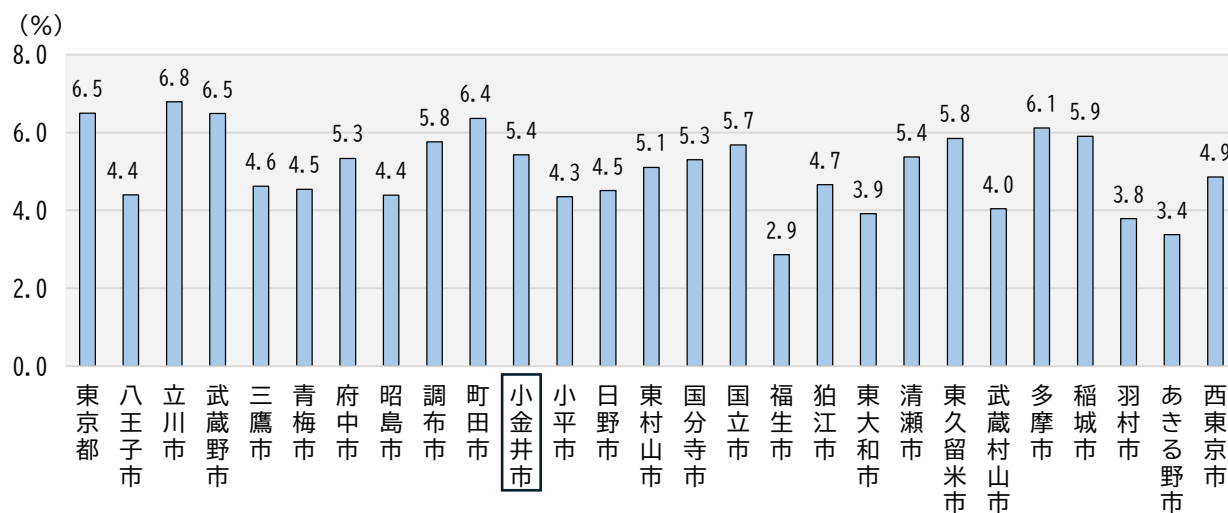


資料：東京都統計年鑑(事業所)

○市内の開業の状況

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）

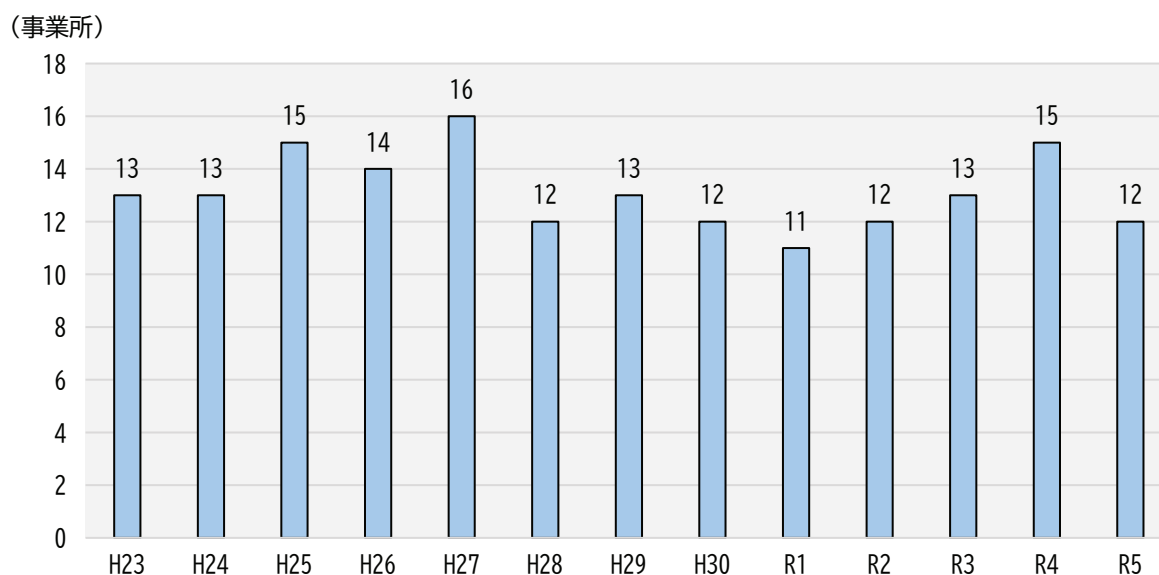


資料：経済センサス

農工大・多摩小金井ベンチャーポートは、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。

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

～調査分析結果の要旨～

(1) 工業事業所調査（事業経営者の意向）からみる主な課題と対策

① 経営状況への課題

- 主な要因として、「経済情勢の悪化」「資金不足」「営業力不足」などがあり、複数の要因が重なっている

② 強み・セールスポイントをさらに活かす取り組み

- 「独自の技術力」を強みであると感じている事業所が多く、他の事業所と差別化できる強みを持っていると言える
- 「自社製品の開発力」が強みと感じている事業所も多く、それらをアピールすることで、顧客獲得への期待がある

【事業者・行政による取り組み】

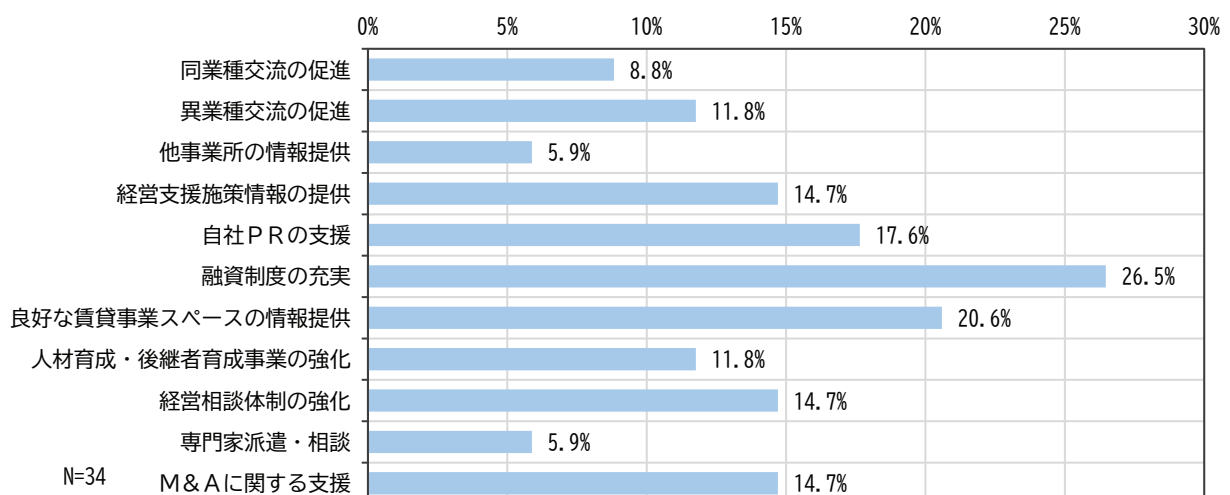
■ 経済状況への対応

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など、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。

■ 多角的な販路拡大への支援

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。

事業を継続・展開する上で行政に期待する支援策



(2) 事業所ヒアリング調査（事業経営者の意向）からみる主な課題と対策

① 人材確保、職場環境の整備について課題

- 大企業とは異なり、新卒の大学生等の確保が年々難しくなっている
- 働きやすい職場環境の整備について、制度面の充実含め検討する必要がある
- 手狭になってきている、事業スペースの確保に関して課題を感じている

② 物価高等への対応が課題

- 昨今の物価高で、商品・製品の利益率が低下していることが課題となっている
- 設備投資にも、中々踏み切れないという現状が課題である

【事業者・行政による取り組み】

■ 豊かな環境を生かした働き方の支援

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。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。

■ 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。

小金井市「商業・工業基礎調査」

報告書【概要版】

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/>
