

概要版

# 小金井市「商業・工業基礎調査」報告書

令和2年3月  
小金井市

「商業・工業基礎調査」は、令和2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

### I 商業編

#### ①消費者買物調査

実施日：令和元年10月1日（火）～10月15日（火）

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 回収票数：1,171人（回収率：39.0%）

#### ②商店街利用客意識調査（街頭ヒアリング）

実施日：令和元年10月4日（金）、10月6日（日）

実施方法：市内3駅周辺（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：350人

#### ③商店街経営者意識調査

実施日：令和元年10月15日（火）～10月25日（金）

配布数：800件 回収票数：127件（回収率：15.9%）

## 調査概要

### II 工業編

#### ①工業事業所調査

実施日：令和元年10月1日（火）～10月15日（火）

配布数：92社 回収票数：30社（回収率：32.6%）

#### ②事業所ヒアリング調査

実施日：令和元年10月～12月

調査数：10社（調査員が訪問して聞き取り調査）

I 商業編 ～小金井市の商業を取り巻く状況～

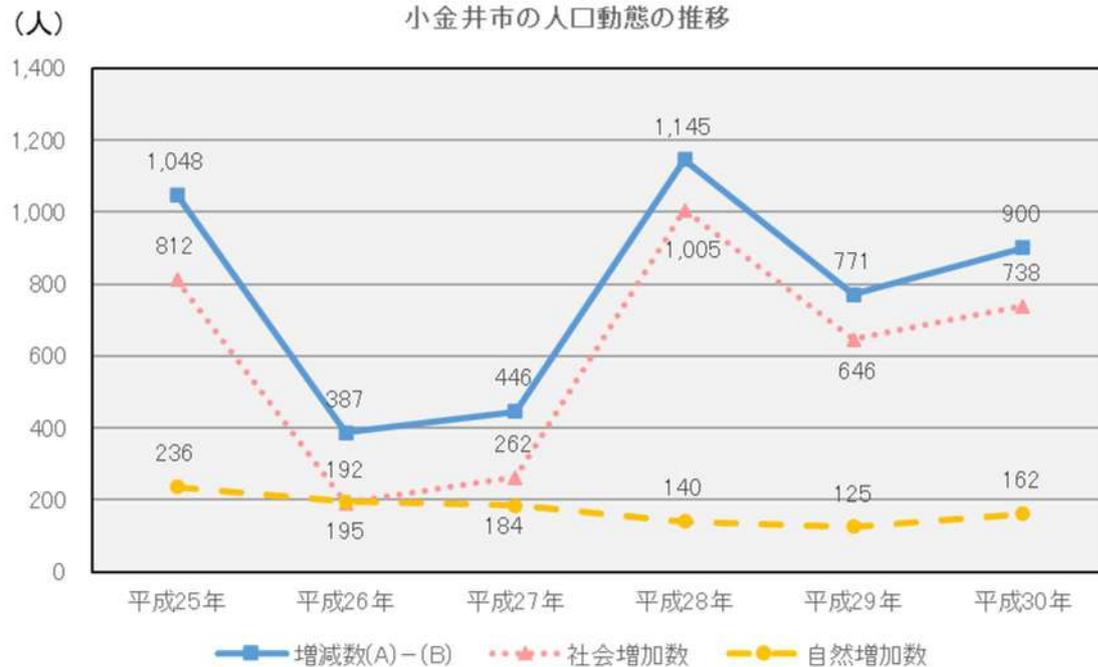
● 社会的背景

近年の人口動向をみると、平成 26～27 年に一段落したものの、平成 28 年以降、高層マンション建設等により、再び大きく増加している。

着工建築物、着工住宅数の推移



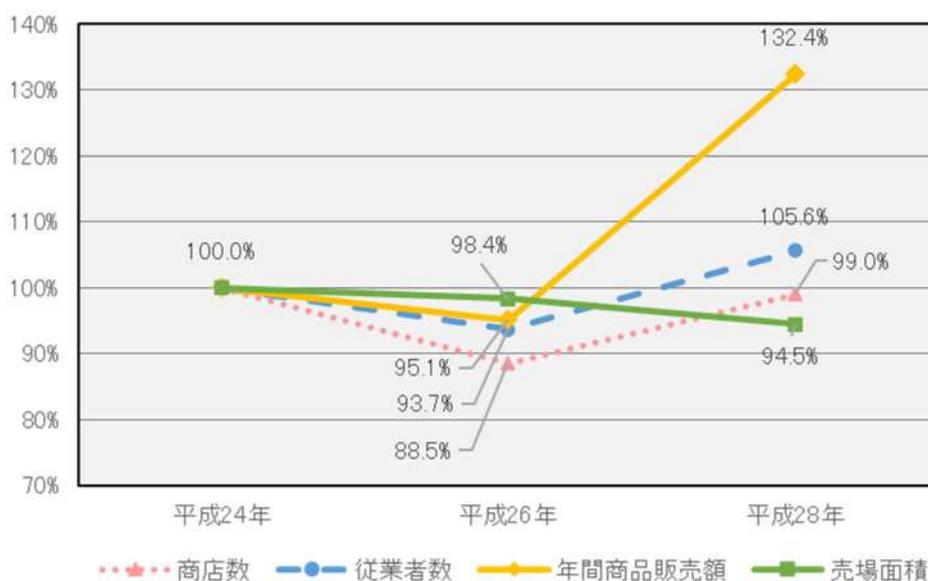
小金井市の人口動態の推移



## ● 商業の動向

平成24年から平成28年にかけての商店数、従業者数、年間商品販売額をみると、いずれの項目も一旦は減少したものの、平成28年にかけて再び増加した。特に年間商品販売額は平成26年の61,785百万円から平成28年は86,014百万円となり、24,229百万円増加（+39.2%）した。

平成24年から平成28年にかけての小売業の動向



市内の「大規模小売店舗」（店舗面積1,000㎡以上）は平成に開店した6店舗を含め、全8店舗中5店舗が食品主体のスーパーマーケットである。令和2年に武蔵小金井駅南口の再開発に伴い開店するショッピングモールは新たな集客施設として期待されている。

	店舗名等	開店日	所在地	業態	面積 (㎡)
1	グルメシティ小金井店	昭和51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	昭和58年9月	中町1丁目	ホームセンター	1,399
3	大丸ピーコック東小金井店	平成9年5月	中町2丁目	スーパー	1,800
4	オリンピック小金井店	平成9年7月	貫井北町4丁目	スーパー	6,256
5	オーケー武蔵小金井店	平成12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	平成21年3月	本町6丁目	ショッピングセンター	21,080
7	いなげや小金井本町店	平成21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	平成25年5月	本町5丁目	ディスカウントストア	11,371
-	SOCOLA 武蔵小金井クロス	令和2年夏(予定)	本町6丁目	ショッピングモール	5,378

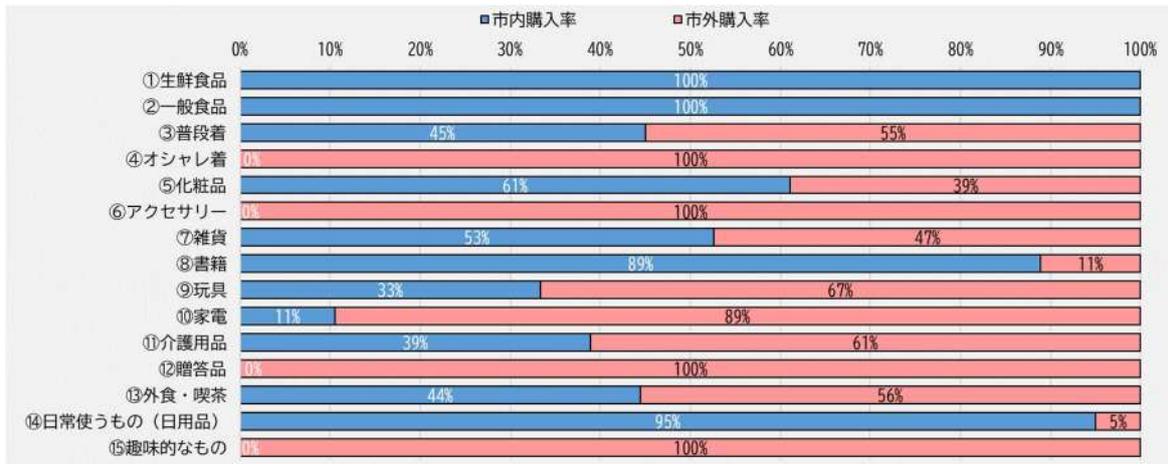
## I 商業編 ～調査分析結果の要旨～

## (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策

## ①市内で購入する品目が偏っている

- 食品主体のスーパーマーケットが多い影響で食品と日用品は市内で購入する傾向が強い
- 買物エリアと買物行動が強く結びつき、居住地区の人口や年齢構成に売上げや事業規模がある程度決まってしまう

市内・市外購入率（品目毎の購入場所1位の割合）



## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 居住地区のニーズや生活スタイルにより適合した商品展開、食品や日用品を購入する“ついで”に手を伸ばしたくなる商品やサービスの研究開発
- 人が集まるイベント、たまり場・集まり処（どころ）の設置、子ども・親子・学生・高齢者・外国人等が来るような工夫

## ②人口増加や集客施設の充実による良い流れをさらに加速させる対策が必要

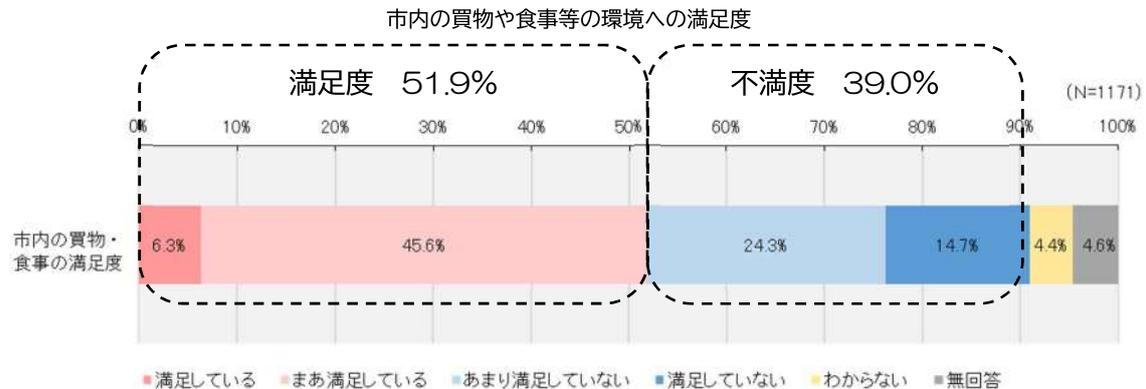
- 「普段着」「雑貨」「書籍」「玩具」「外食・喫茶」は市内で購入する傾向（動機）が平成26年調査時点より強まった
- 市内の買物に、近さ、気軽さ、価格を重視、女性は「お得感」も重視している

## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- サービスや商品展開の一層の工夫
- 来店の度に「お得感」が増すアイデアや商品以外の付加価値も高める工夫（特に女性向け）、通勤・通学時間帯を意識した事業展開等に取り組み（特に若い世代向け）
- 通学者やインバウンドへの情報発信の強化、バリアフリー、外国語表示、回遊性を高める移動手段の向上等の環境整備
- 小金井公園の生かし方、イベント等、集客アップに相乗効果を生み出す取り組み

## ③近隣自治体の駅前再開発との競合が激しくなっている

- 中央線沿線の駅前再開発も進む中、市内に買物や食事等に訪れたいという動機づけを高める必要がある

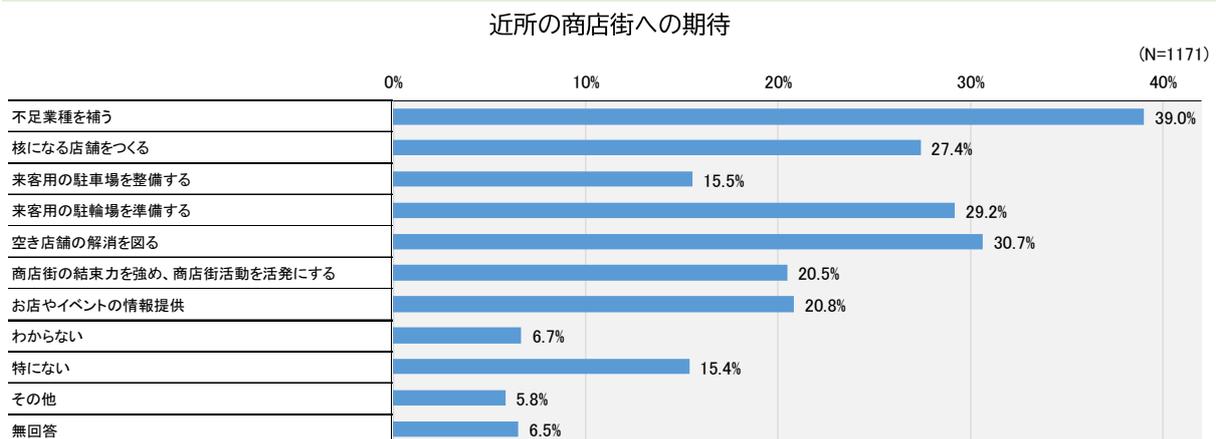


## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 若い世代や家族成長期の世代のニーズを満たす商品、ホスピタリティ、お得感等を工夫・提供
- 市内で買物をする頻度も高い女性のニーズを満たし、購買意欲を喚起する商品やサービス、付加価値を提供・開発
- 買物や食事等の環境への『満足度』がやや低い50歳代以上に対し、身近な場所に関心の高いテーマに合致した商品やサービスを提供・開発

## ④近所の商店街を利用する機会が少ない

- 近所の商店街の『利用度（ほぼ毎日利用する＋よく利用する（毎日ではない））』は37.2%、商店街イベントや祭りの『参加度（ほぼ必ず行く＋時間があれば行く）』は23.3%



## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 子どもや親子が集まる工夫、安全に過ごす空間・時間・環境の向上、高齢者が商店街で時間を過ごす工夫等
- 個店の集合体である商店街がスーパー、デパート、大型専門店と共存するため、個店同士の連携による品揃え、商店街独自のサービスや付加価値の提供等を開発
- 空き店舗対策は住宅や事業承継も含めた行政施策との連携が不可欠

## (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策

## ①個店が来訪頻度の高い来訪者を顧客にしていく工夫

## ②消費者や来訪者が求めているサービスや商品を個店が展開する

## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 立地の利便性（自宅や駅からの近さ、普段利用するルート上にある）、商品・味や店への信頼感・安心感、値頃感といったキーワードを視点に個店に来店してもらう工夫、リピート率を高める工夫
- 商店街は駐輪スペースの確保、バリアフリー化、ベンチ、街灯等、来訪しやすい環境整備

## ③全国チェーンと異なる個店の独自性を発揮することが必要

## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 競争力のある独自商品の販売、適正な価格設定によって平均消費額や利用頻度を上げる個店独自の創意工夫
- キャッシュレスの導入、中でもスマホ決済の普及

## ④“商店街らしさ”が若干弱い

- 全ての商店街に親しみや落ち着いたイメージがある反面、“商店街らしさ”が若干弱い
- 全商店街に共通するキーワードは、「業種の多様化」と「活気」

商店街のイメージ

区域	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	賑やか・活気がある・明るい、懐かしい・ほのぼの、清潔	寂れている、暗い・地味、衰退感、活気がない等、商店街の空洞化のイメージ
武蔵小金井駅南口周辺	明るい・賑やか・活気がある、年配者・子どもにやさしい、気軽さ・庶民的といった、地元で溶け込んだ商店街	南口はよいが北口は暗い・汚い・飲み屋が多い、活気がない・寂れた等の衰退感のイメージ 昔ながらの店が少ない、チェーン店が多い等の地元密着の商店が少ないイメージ
京王通り商店会周辺	便利・暮らしやすい、買いやすい・庶民的等の親しみやすいイメージ	活気がない、静か、店舗数が少ない等、商店街らしさのイメージが弱い
東小金井駅北口周辺	ゴチャゴチャしない落ち着いた商店街	店の数が少ない、活気がない・閑散としている、商店街らしくない等、開発途上のイメージ
東小金井駅南口周辺	静かで落ち着いた、地元で馴染んだ昔ながらの商店街	活気のなさ・寂しい、店の数が少ない等、商店街らしさのイメージが弱い
新小金井駅西口周辺	昔ながらの店、懐かしい、レトロ等、昔からの付き合いによる信頼感と親しみのある商店街	寂しい、活気がない、陰気、暗い等、商店街らしさのイメージが弱い
新小金井駅東口周辺	静かで落ち着いた	活気のなさ、寂しい、商店街のイメージがない、シャッター街等、衰退感のイメージ

## 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 個店の多様化や誘致、商店街としての個性や独自の魅力づくりに取り組む
- 個店毎で工夫する独自の魅力づくり
- 商店街全体としての取り組みに挑戦し、商店街の姿勢を来訪者にアピールしていく

### (3) 商店街経営者意識調査（個店経営者の意向）からみる主な課題と対策

#### ①ICT（情報通信機器）の一層の活用が必要

- カード・電子マネー決済の導入も増えつつあるが、利用率は30%台にとどまっている
- 店のホームページ開設が50%台、インターネット予約の実施が20%台にとどまっている

#### 【個店・商店街・行政による取り組み】

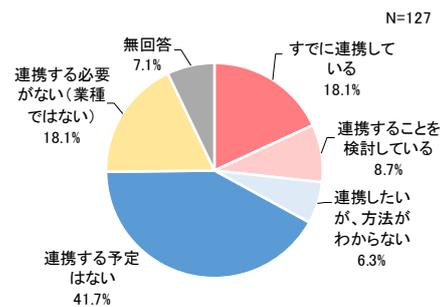
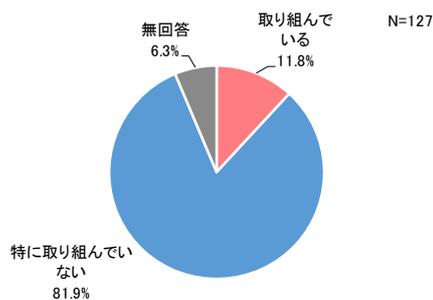
- インバウンドへの対応、消費者への情報発信、消費ニーズの分析、利便性を高める手段として、カード・電子マネー決済導入、ホームページ開設、インターネット予約の普及を図る取り組み

#### ②新しいことに取り組む割合が多くなく、経営の持続性に課題

- 顧客との信頼関係を重視し、リピーターを獲得している経営姿勢がうかがえる一方、地域特性である多くの学生を取り込む活動、異業種との連携、新規顧客の開拓等に取り組む割合が多くない
- 消費税増税（軽減税率導入）の経営への影響を測りかねている様子

学生を呼び込むために取り組んでいること

商品やサービスに他の業種との連携を考えているか



#### 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 学生を新たな顧客にする工夫
- 高齢者、働く女性、子ども連れ・親子等をリピーターにつなげる工夫
- 異業種との連携により個店の価値を高める工夫
- 個店経営者に対し、成功事例の紹介や相談しやすい体制強化
- 行政から消費税増税（軽減税率導入）後の市内の商業の状況、消費者の動き等の情報を、データや会合等を通じて継続的に経営者に提供し、新しい環境にいち早く対応する経営を支援する取り組み

#### ③あらゆる業種で労働者不足が顕在化している

- 業績が順調に推移する一方、「従業員の質」をより重視する経営者意識がうかがえる
- 従業員の確保や能力向上が顧客との信頼関係を重視する多くの個店に共通する大きな課題

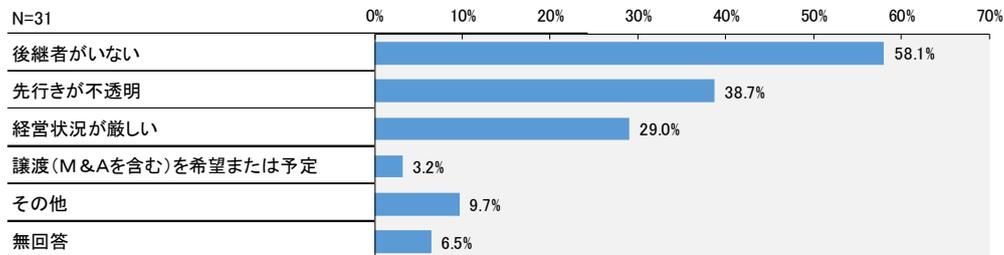
#### 【個店・商店街・行政による取り組み】

- 小規模な個店における自助努力には限界もあることを考慮し、従業員の確保や能力向上を後押しする個店活性化策を検討

④個店の事業承継は地域経済にも影響を及ぼす喫緊の課題となっている

- 個店経営者は70歳以上も相当数いる
- 個店経営を「自分の代でやめたい」と考えている経営者が27.6%に上り、その大きな原因が後継者不足である
- 後継者の育成や確保、承継全般について等を課題に挙げる経営者も多い

自分の代で廃業を検討する理由



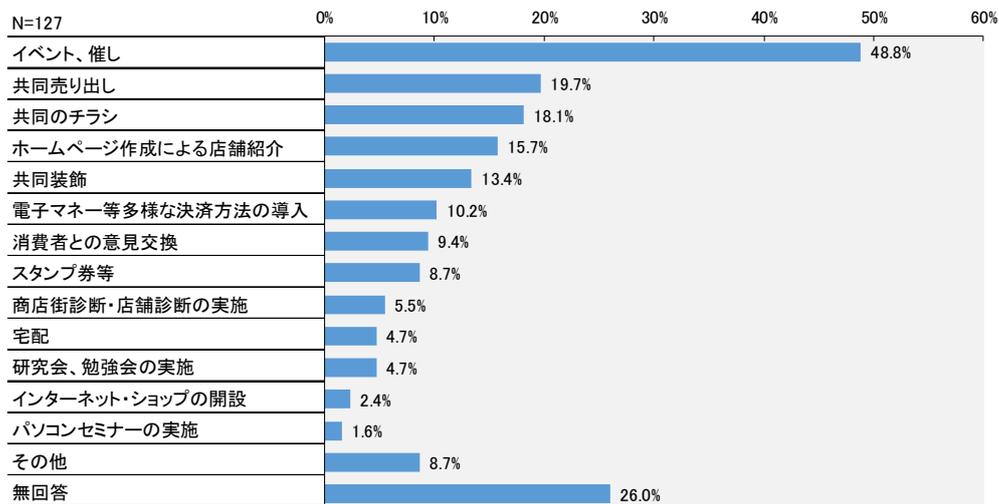
【個店・商店街・行政による取り組み】

- 創業時（起業、第2創業）から事業承継全般の情報提供
- 二代目・三代目の教育支援
- 分社・事業譲渡・売却・M&A（企業の合併、買収）等
- 事業継承を総合的に進める体制の強化

⑤商店会の長年の課題が改善していない、商店会活動に意欲的ではない個店もある

- 商店街に対する主な課題（核になる店舗がない、店舗の老朽化・陳腐化が著しい）、商店街に充実したい主な施設・設備（駐輪場、駐車場）は平成26年調査結果と同じ傾向
- 商店会の「活動に参加」は59.1%、「会合に参加」は44.9%にとどまる

商店会が充実すべき活動



【個店・商店街・行政による取り組み】

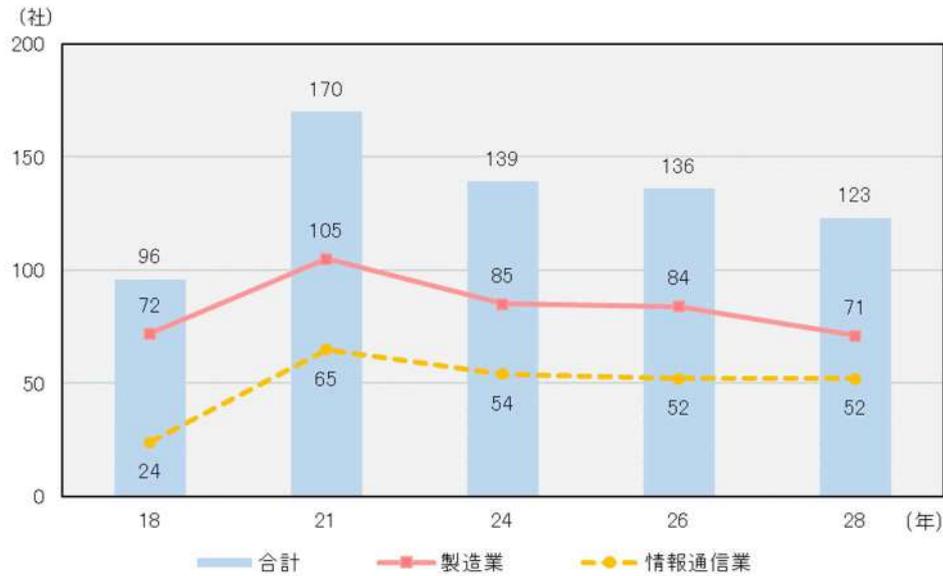
- 来訪者の増加→個店の売上げ増加→空き店舗のリニューアル・新規出店→さらなる来訪者の増加、といった好循環が生まれるまで、商店会が主体性を持って個店との結束力を強め、地域との関係を深める活動を粘り強く続けること

Ⅱ 工業編 ～小金井市の製造業等を取り巻く状況～

● 製造業等の動向

製造業・情報通信業の近年の動向をみると、事業所数、従業員数ともに平成18年度から急増した後、平成21年度以降は緩やかに減少している。

製造業、情報通信業の事業所数の推移



製造業、情報通信業の従業者数の推移



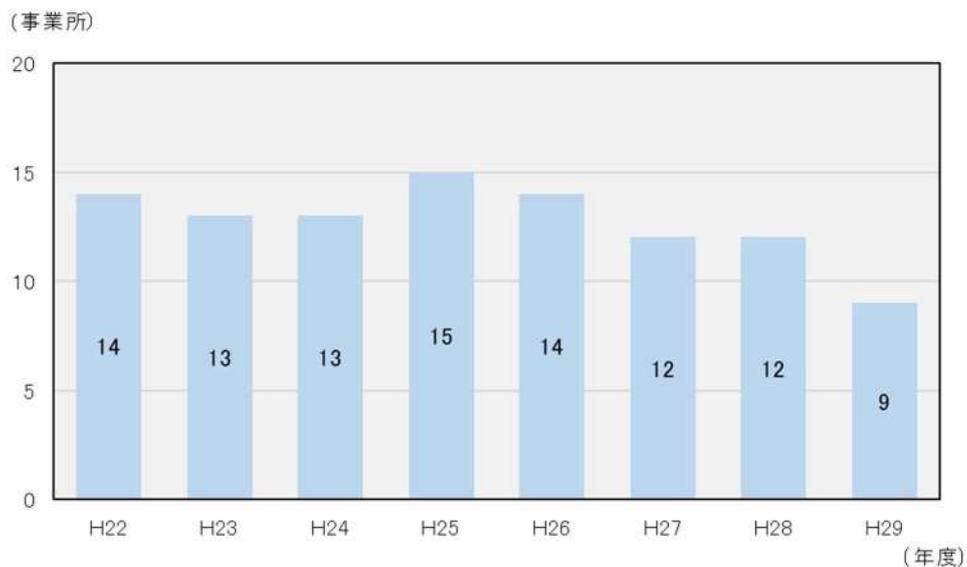
● 市内の大学・研究機関

市内には複数の理工系大学、国立大学、独立行政法人情報通信研究機構（NICT）等が立地するほか、近隣地域に多数の大学が立地する「文教都市」としての特徴を有している。



本市では創造的産業を支援するインキュベーション施設として農工大・多摩小金井ベンチャーポート（東京農工大学連携型起業家育成施設）を平成 21 年度に設立した。同施設の入居状況は概ね安定している。

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



## II 工業編 ～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経営の根幹に関わる人材確保が重要課題

- 業績が順調な一方、多くの事業所が人材不足と従業員の高齢化に直面している

## 【事業者・行政による取り組み】

- 事業所自身の企業努力
- より効果の高い人材確保策を経済団体等と連携して実践
- AI等の最新技術の導入をサポートする方策の検討

## ②事業承継は工業振興にとっても課題

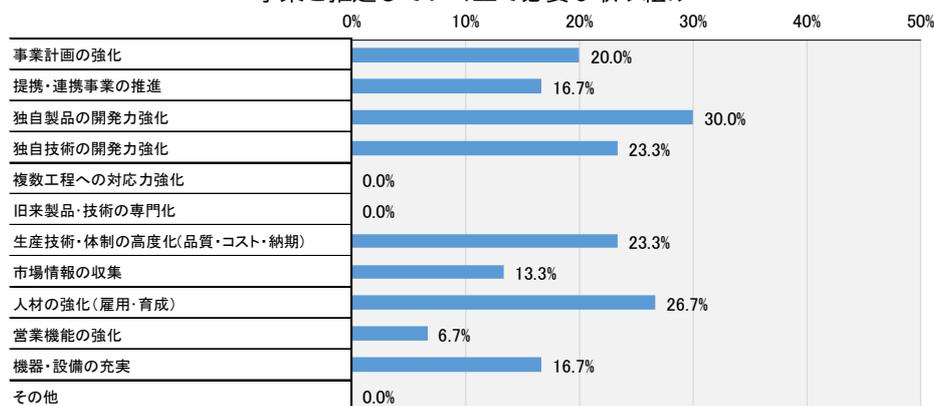
## 【事業者・行政による取り組み】

- 事業承継が計画的かつ円滑に進むよう融資制度の充実
- 経営支援施策の情報提供
- 人材育成・後継者育成事業の強化
- 事業承継の継続的な支援対策の充実

## ③市内立地のメリットをさらに活かす取り組み

- 本市の「職住近接」を実現できる立地環境は人材をより確保しやすい環境
- 大学（教育機関）との産学連携や若い人材と一緒にチャレンジしやすい環境は大きな魅力
- 農工大・多摩小金井ベンチャーポートを「卒業」後に市内操業が難しい

事業を推進していく上で必要な取り組み



## 【事業者・行政による取り組み】

- 市内立地のメリットを様々な機会を通じて国内外に情報発信
- 事業所と大学がつながる機会創出、超スマート社会のまちづくりに産学連携の成果を生かす等、事業環境の競争力をさらに高める分野横断的かつ積極的な取り組み
- 事業の拡大や新しい研究開発に意欲的な事業所を後押しする施策、まちづくりに還元する施策の計画的な展開
- インキュベーション施設（孵化施設）から「卒業」後の立地環境の検討

④事業スペースの狭さ、建物・設備の老朽化というハード面が課題

【事業者・行政による取り組み】

- 課題は事業拡大への意欲の表れと捉えることができる
- 産業振興と環境共生が両立する独自の支援等を金融機関と連携して検討

(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ベンチャー、製造業、コミュニティビジネスそれぞれの課題がある

- 市内では新しい技術やサービスで社会に貢献する意欲的な企業が活動している
- ベンチャー系企業ではニーズ・市場の把握、ビジネス化へのアイデアやスピードが課題
- 製造業では設備投資の費用調達、生産性向上と従業員の働き方のバランスが課題
- コミュニティビジネスでは収益向上が課題
- すべての課題を網羅するのではなく、変化する市場や企業の状況に適切な対策が必要

【事業者・行政による取り組み】

- それぞれの事業所が抱える課題や求める支援策に対する情報提供
- 企業と行政が統計データやビッグデータ等を共有するプラットフォームは産業振興の基盤となる

②市内立地を後押しする行政支援に対して様々な期待がある

- 本市に立地するメリットは事業展開や人材確保、大学との連携
- ベンチャー系企業はビジネスに成長するための後押しや環境づくり、製造系企業は市内立地のメリットが事業に直接的に反映されること、コミュニティビジネスは市内で活動を広げるための気運の醸成を望む

【事業者・行政による取り組み】

- 本市に立地するメリットをさらに生かせるよう、企業の成長やビジネスに結び付き、市民と大学にもメリットが享受される“三方良し”の関係を深める交流や連携を進める仕組みづくり
- 産業振興、地域活性化、市民生活の向上を連動させ、まちづくり全体の視点から取り組むべき施策の検討

\*\*\*\*\*

小金井市「商業・工業基礎調査」報告書 概要版

令和2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

電話 042-387-9831(直通) FAX 042-386-2609

<https://www.city.koganei.lg.jp/>

\*\*\*\*\*