

# 杉並区商業・工業・農業等実態調査報告書

---

平成 19 年 3 月

杉 並 区

## 目 次

	頁
1 調査の目的.....	i
2 調査の進め方.....	ii
3 区内事業所等のアンケート調査の概要.....	iii
<b>&lt;本 編&gt;</b>	
1 商店実態調査結果.....	1
2 製造業実態調査結果.....	15
3 その他事業所実態調査結果.....	29
4 農家実態調査結果.....	39
5 買物動向調査結果.....	46
6 商店街実態調査結果.....	57
7 既存データからみた区内産業の概況.....	68
<b>&lt;資料編&gt;</b>	
区内事業所等のアンケート調査・調査票.....	77

## 1 調査の目的

杉並区では、平成 12 年に、21 世紀における区の望ましい将来像と目標を描いた「杉並区 21 世紀ビジョン(杉並区基本構想)」が策定され、この中で、「みどりの産業(環境と共生できる産業)」という新たなテーマが示され、区内産業の今後の方向性が明らかにされています。これを受け、区では平成 13 年度に、産業振興計画の策定に向けての基礎データを得るために各種の実態調査を行っています。

本調査は、その後の産業の実態や変化を把握し、今後の杉並区産業振興計画の見直し及び産業振興施策を展開するための基礎資料とするために実施するものです。

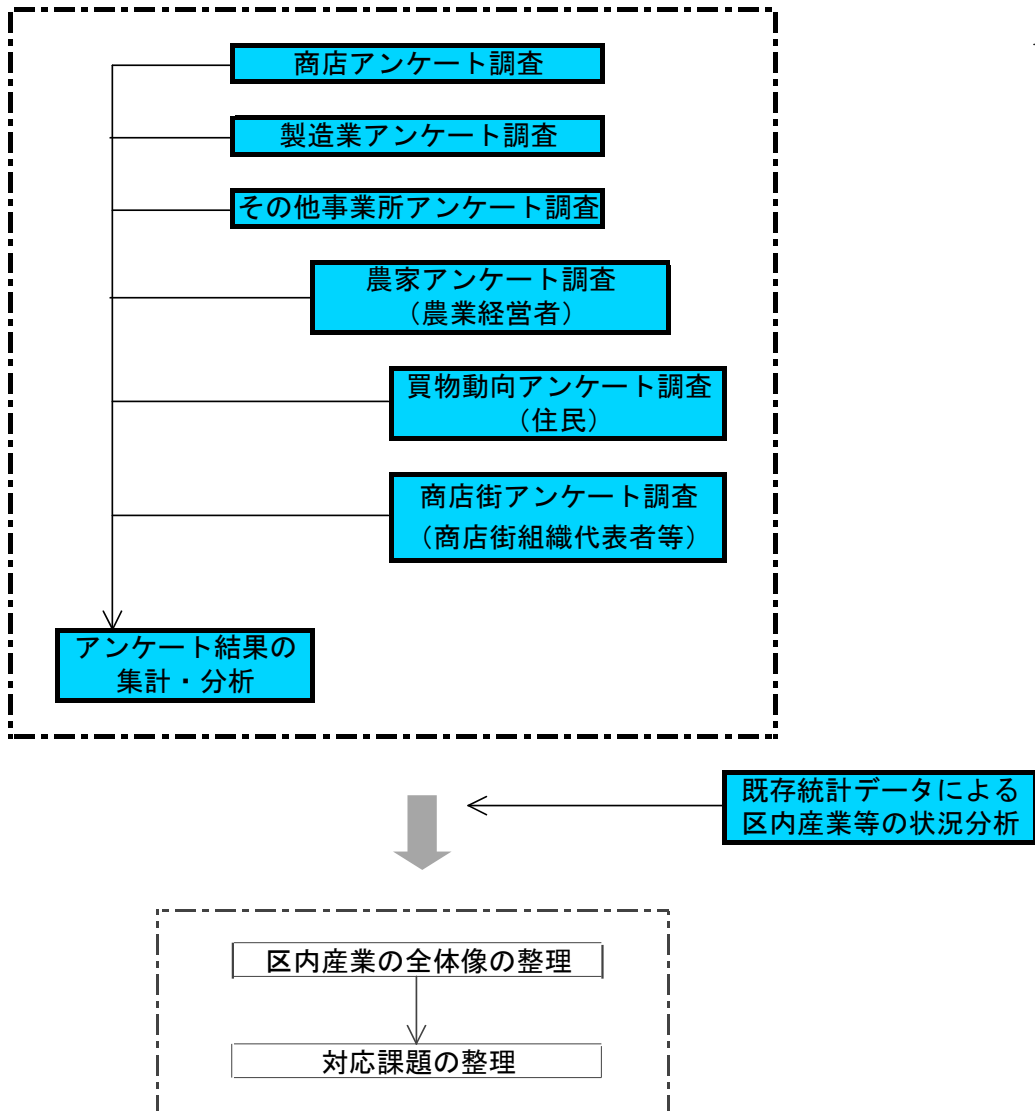
実際の調査は、平成 18 年 11 月から平成 19 年 3 月にかけて、商業、工業(製造業)、農業分野等の実態と商店街の実態、消費者の買物動向を把握するための調査を行い、ここに、その結果を取りまとめました。今回の調査では、通常、行われる同種の他の調査に比べ高い回収率が得られていますが、このことは、現在、各産業が置かれている状況が非常に厳しいことを反映するとともに、新たな産業振興計画への期待の表れとも考えています。

こうしたことを踏まえつつ、皆様にご協力いただいた今回の貴重なデータを、今後、新たな産業振興施策を展開していくために活用していきます。

## 2 調査の進め方

調査の進め方は、次に示す作業フローのとおりです。

### 全体の作業フロー



### 3 区内事業所等のアンケート調査の概要

アンケート調査は、区内事業所や農家のほか、住民や商店街に対しても実施しました。そのアンケートの種類、調査対象、調査方法、調査時期を次表に示します。

なお、アンケートの調査内容については、後掲の〈資料編〉に掲げておきましたので、参照してください。

調査の種	調査対象	抽出方法	調査方法	調査時期
商店実態調査	小売業、飲食店、洗濯・場業	平成16年事業所統計名簿を基に無作為抽出(抽出は、商店とその他事業所は1/3、製造業は1/1)	送配布・送回収	平成19年1月中旬～3月上旬
製造業実態調査	製造業			
その他事業所実態調査	建設業、運業、卸売業、情報通信業			
農家意向調査	農業経営者	区のデータ資による	送配布・送回収	平成19年1月中旬～3月上旬
買物動向調査	20歳以上、75歳未満の住民	住民基本台帳データを基に無作為抽出	送配布・送回収	平成18年11月中旬～12月下旬
商店街実態調査	商店街組織	区のデータ資による	送配布・送回収	平成19年1月中旬～3月上旬

各アンケートごとの回収状況は次表のとおりです。今回の調査では、郵送回収の通常的目標とされる回収率ライン（25～30%）を大幅に上回る回収率が得られています。

#### 調査票回収状況

	調査設定数 a	調査対象外 (移転、廃業等) b	効対象数 c=a-b	効回収数 d	効回収 e=d/c	備考
商店調査	3,068	296	2,772	1,075	38.8%	送配布・送回収
製造業調査	638	44	594	272	45.8%	送配布・送回収
その他事業所調査	1,144	89	1,055	475	45.0%	送配布・送回収
農家調査	166	2	164	112	68.3%	送配布・送回収
買物動向調査	5,000	39	4,961	1,638	33.0%	送配布・送回収
商店街調査	143	4	139	96	69.1%	送配布・送回収
合計	10,159	474	9,685	3,668	37.9%	

< 本 編 >

# 1 商店実態調査結果

## (1) 回答事業所の属性（業種・規模）

### ●小売業が48%、飲食店が30%、各業種とも従業者9人以下が9割前後

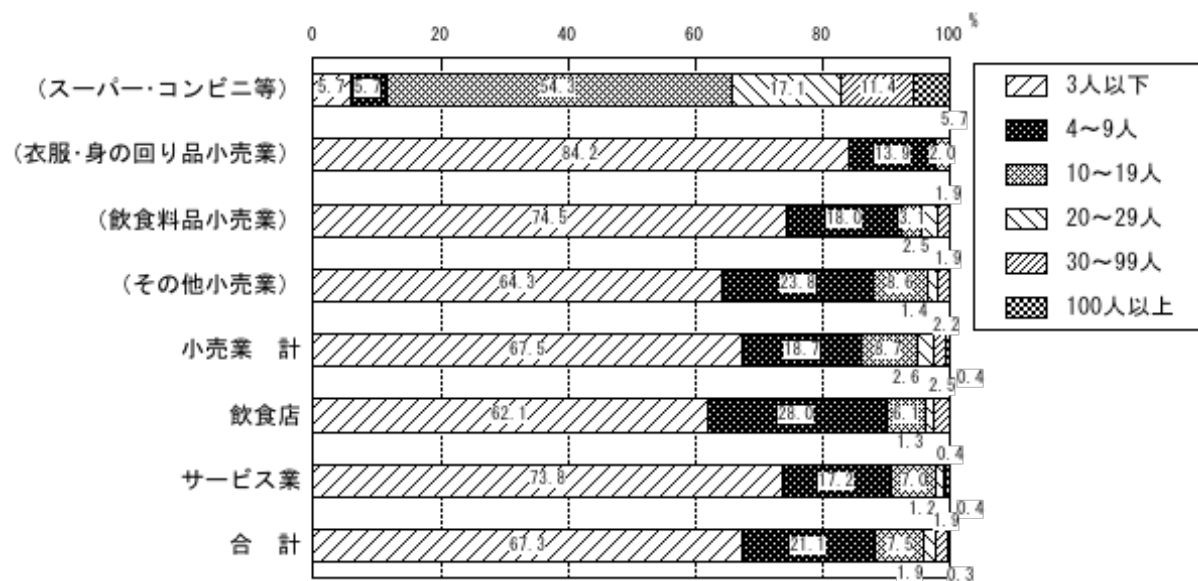
回答事業所の47.8%が小売業、飲食店が29.5%で、サービス業（店舗系の対個人サービス）が22.7%を占める。

従業者規模は、各業種とも3人以下が60～70%、9人以下が90%前後を占めている。なお、スーパー・コンビニエンスストア（以下、「コンビニ」とする）のみ規模が大きくなっている。

業種別事業所数の内訳

(業種分)	実数 (事業所)	構成比 (%)
スーパー・コンビニ等	35	3.3
衣服・身の回り品	102	9.5
食品	161	15.0
その他	216	20.1
小売業 計	514	47.8
飲食店	317	29.5
サービス業	244	22.7
合計	1,075	100.0

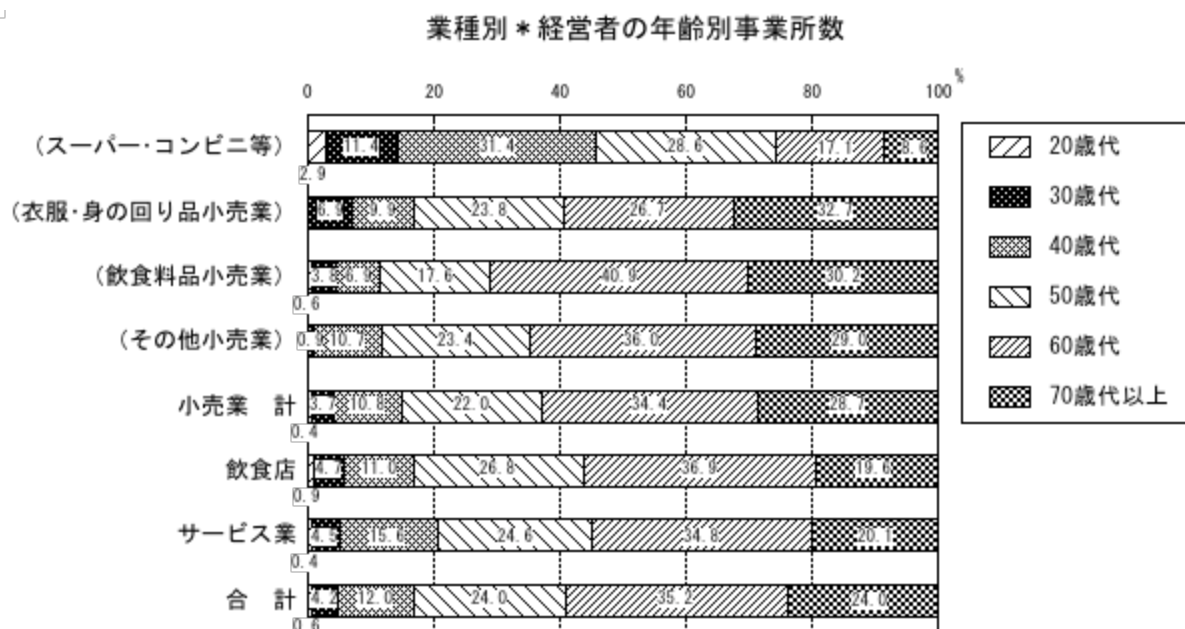
業種別\*従業者規模別事業所数の構成



## (2) 経営者の状況

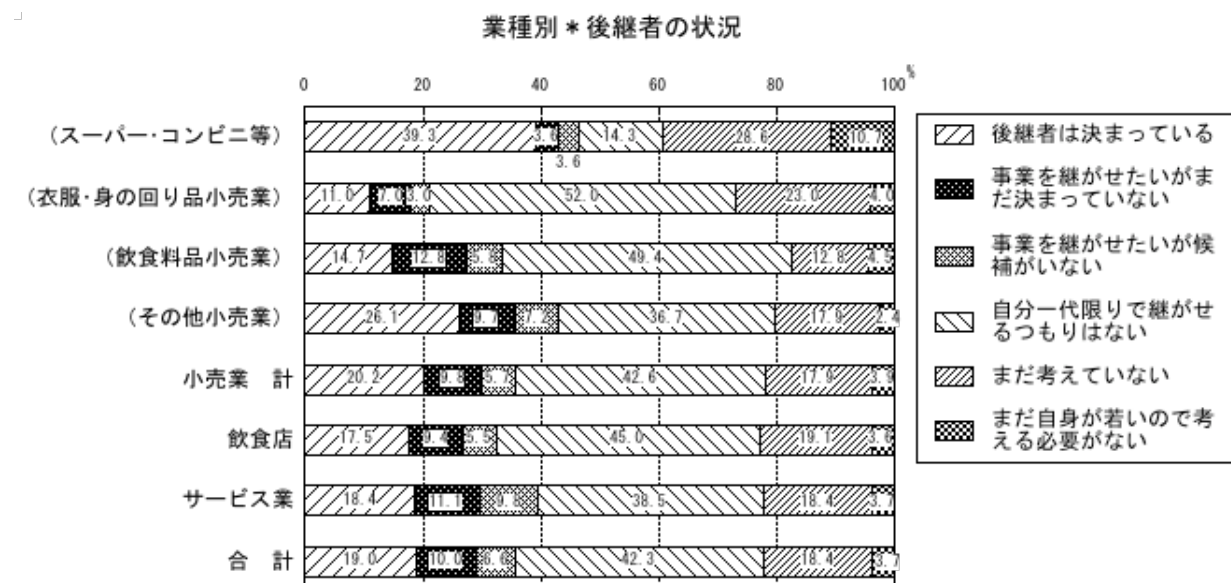
### ●経営者の年齢は60歳代を軸に周辺に集中

40歳代までの比較的若い経営者は16.8%で、60歳代(35.2%)と50歳代と70歳代以上(ともに24.0%)に集中している。業種の比較では大きな差はみられない。



### ●後継者に課題を抱える事業所が6割近く

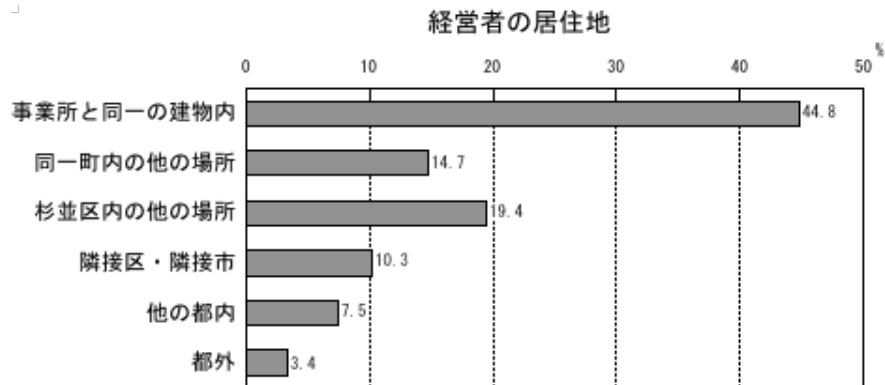
商店の後継者の状況を見ると、「後継者が決まっている」とする事業所は19.0%に留まる。「自分一代限りで継がせるつもりはない」とする事業所が42.3%、事業を継がせたいが後継者が未定や不在の事業所が合わせて16.6%など、後継者に課題を抱える事業所は6割近くになっている。特に、小売業の中でも衣服・身の回り品や飲食料品にこの傾向がより強くみられる。





### ●そこに住み、そこで働く商店主が大半

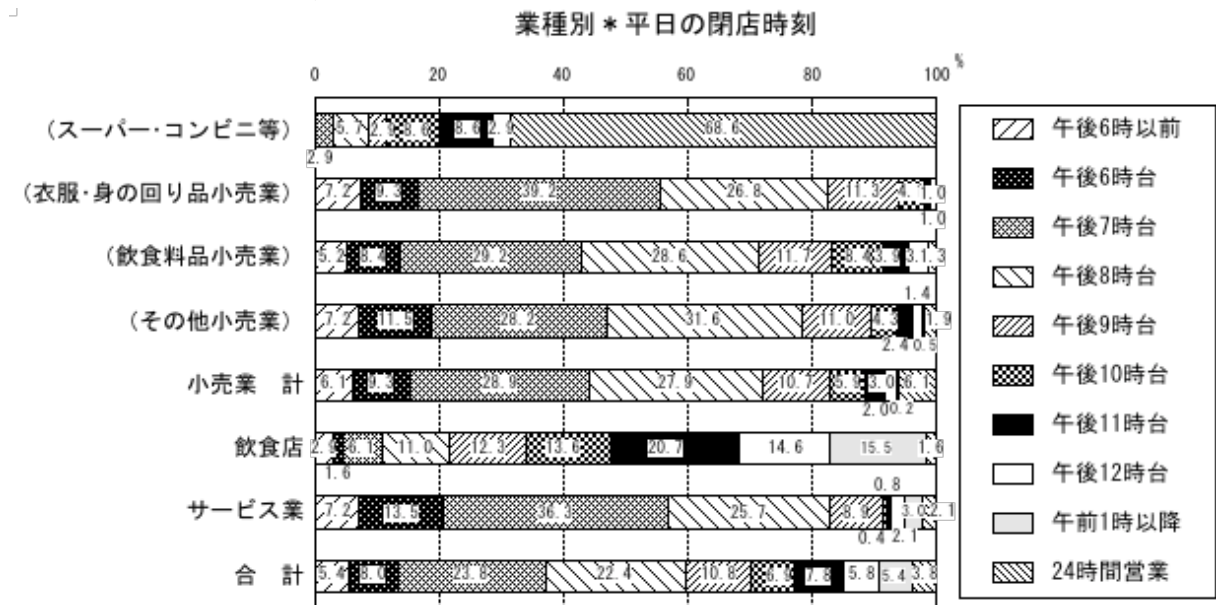
経営者の居住地をみると、事業所と同一建物内に住んでいるものが44.8%、これを含め杉並区内に住んでいる経営者が78.9%を占め、職住一体・近接傾向は強い。



### (3) 営業時間

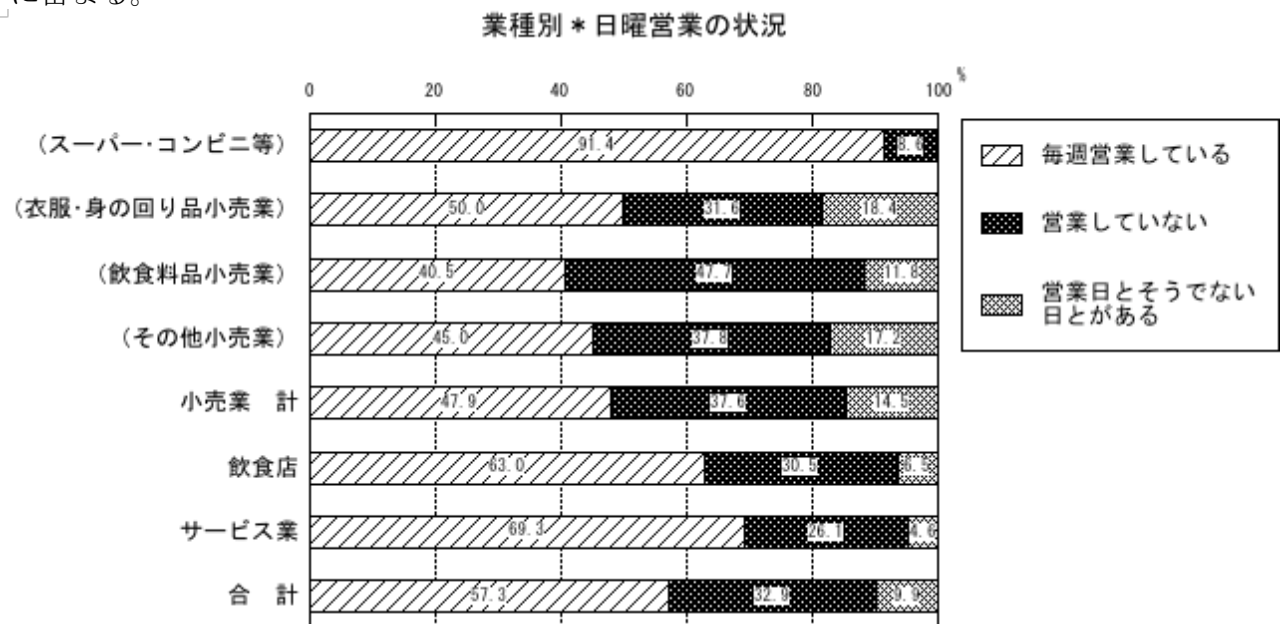
#### ●午後 8 時までには小売業の 44%とサービス業の 57%が閉店

平日の閉店時刻は午後 7 時台が 23.8%と最も多く、午後 8 時台が 22.4%と続き、これら時間帯が多くなっている。ただ、業種間でかなりの差がみられ、飲食店はバラツキが大きく、スーパー・コンビニは 24 時間営業が大半を占めている。また、小売業とサービス業の閉店時間の早さが目につき、午後 8 時には小売業の 44.3%、サービス業の 57.0%が閉店している。



#### ●毎日曜営業は 57%に留まる

毎日曜営業の事業所は全体で 57.3%で、スーパー・コンビニと他の業種との差が歴然としている。なかでも、飲食料品小売業で毎週日曜営業を実施している事業所は 40.5%に留まる。

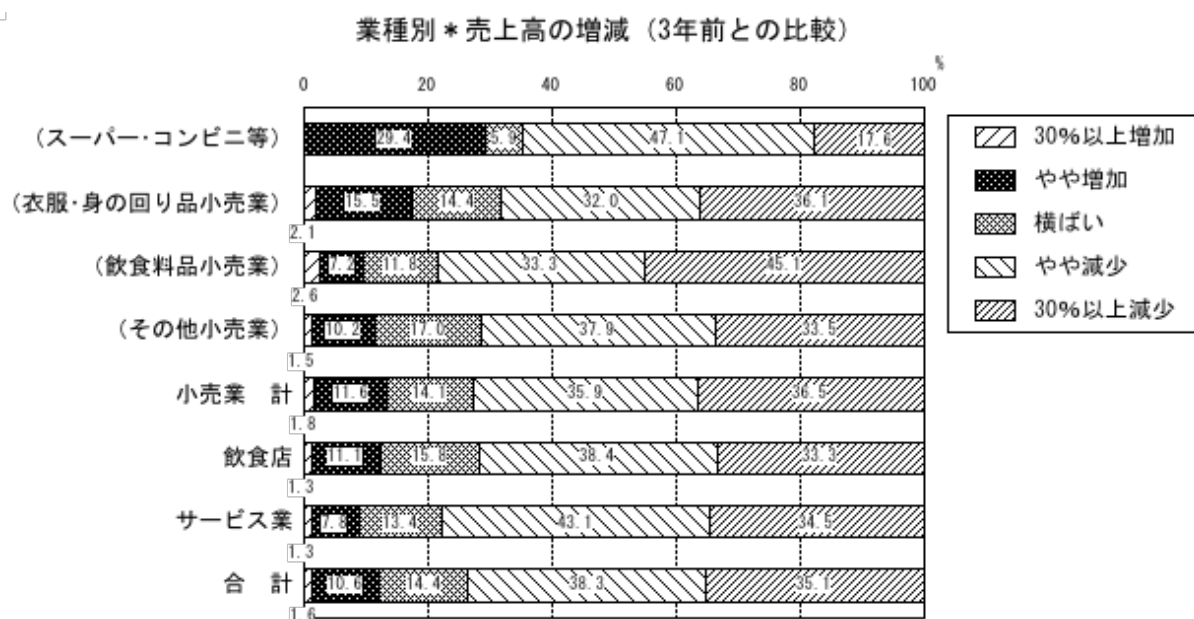


#### (4) 売上状況（3年前との比較）

##### ●3年前と比べて30%以上減少が1/3余り、なかでも飲食料品小売業がより顕著

3年前と比較した売上高の増減をみると、減少が73.4%と大半を占め、とりわけ減少率の高い「30%以上減少」が35.1%と1/3余りを占める。なかでも、飲食料品小売業では45.1%が「30%以上減少」となっている。逆に増加している事業所は12.2%に留まり、業種別にみるとスーパー・コンビニが29.4%と多いほか、衣服・身の回り品小売業も17.6%となっている。

粗利益額と客数においても同じような傾向がうかがえる。

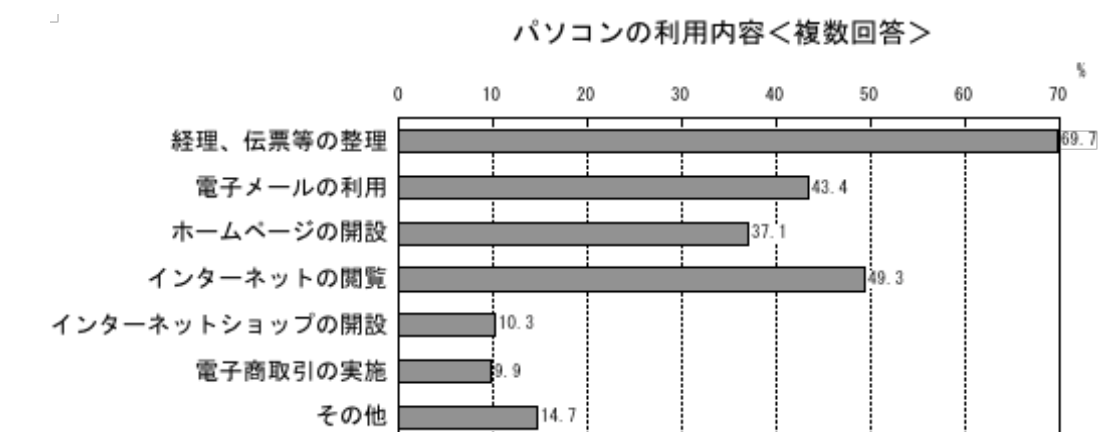
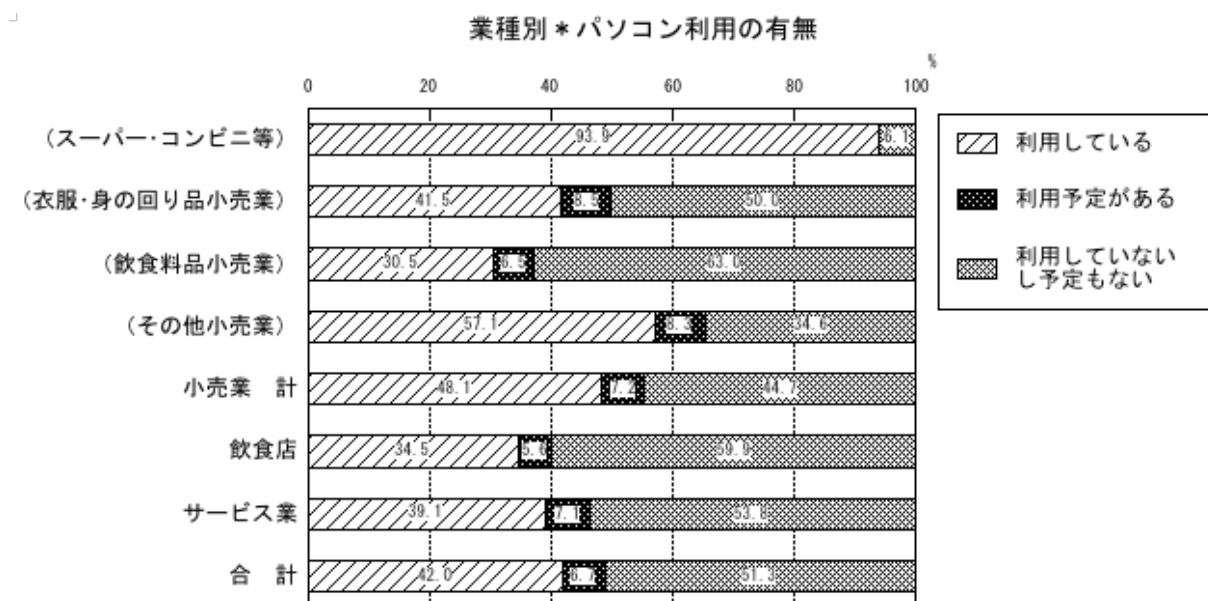


## (5) IT対応

### ●パソコンの利用率は42%、その利用内容は「経理、伝票等の整理」が最も多い

パソコン利用率は42.0%となっており、飲食店よりも小売業のほうがかなり利用率は高く、小売業の中ではスーパー・コンビニを筆頭に、その他の小売業の利用率も比較的高くなっている。

パソコンの利用内容は「経理、伝票等の整理」が69.7%と抜きん出て高く、以下、「インターネットの閲覧」が49.3%、「電子メールの利用」が43.4%と続き、ホームページの開設は37.1%となっている。



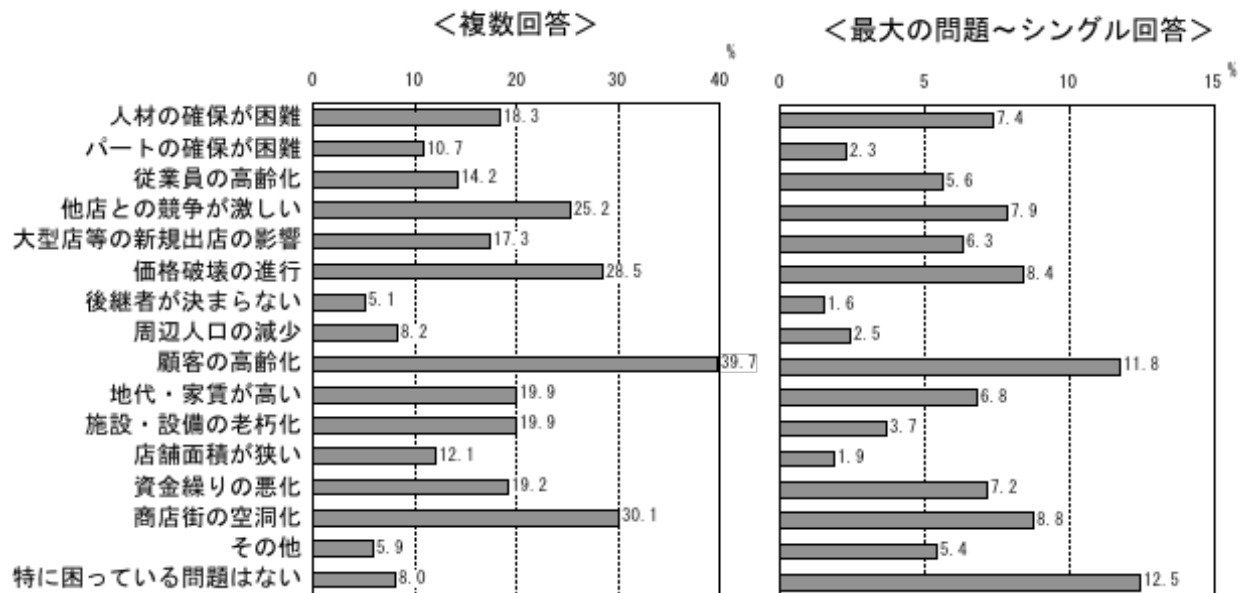
## (6) 経営問題

### ●「顧客の高齢化」が最も多く、「商店街の空洞化」や「価格破壊の進行」が続く

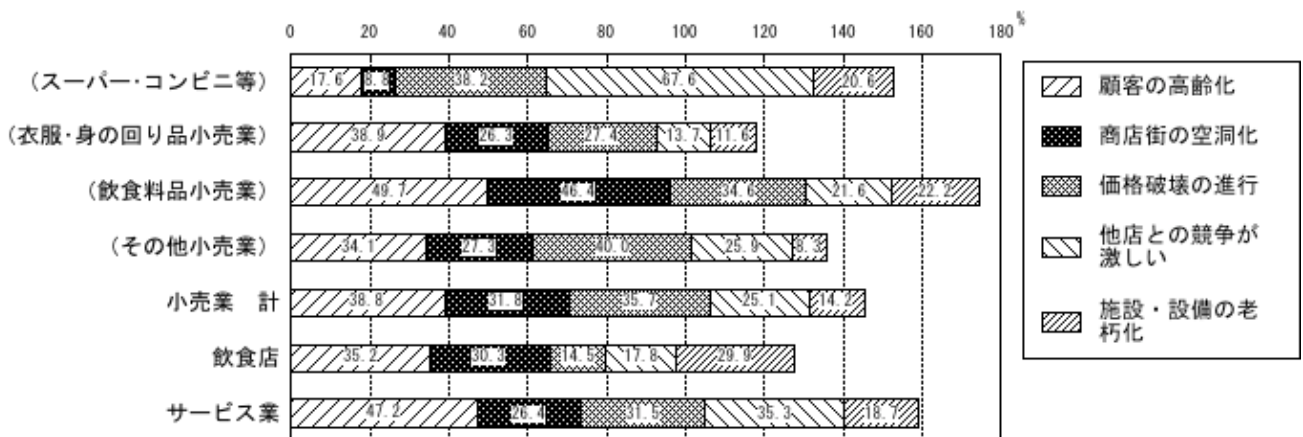
経営上特に困っている問題を複数回答でみると、最も多いのは「顧客の高齢化」で39.7%を占め、以下、上位5位までを挙げると「商店街の空洞化」30.1%、「価格破壊の進行」28.5%、「他店との競争が激しい」25.2%、「施設・設備の老朽化」と「地代・家賃が高い」とが19.9%となっている。シングル回答（最大の問題）でも、「顧客の高齢化」が目立って多い。

業種別にみると、「顧客の高齢化」は飲食料品小売業やサービス業、「商店街の空洞化」は飲食料品小売業、「価格破壊の進行」は小売業全般に多く、「他店との競争が激しい」はスーパー・コンビニ、「施設・設備の老朽化」は飲食店で、それぞれ多くなっている。

### 経営上の問題



### 業種別 \* 経営上の問題の比較 <複数回答～上位5位>



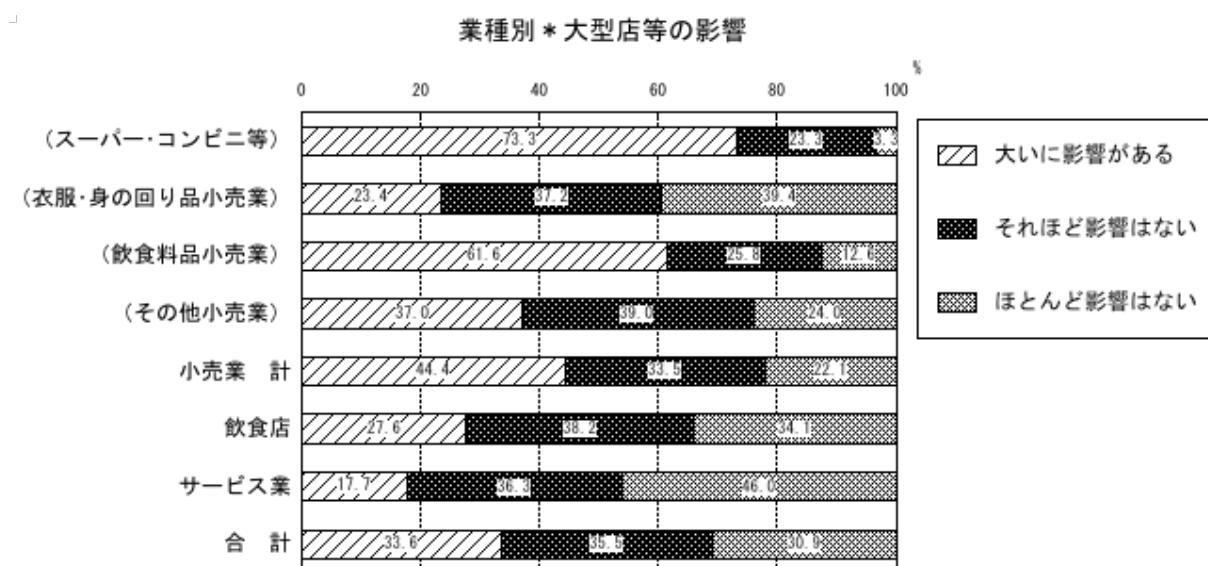
## (7) 大型店等進出の影響

### ●ほぼ 1/3 の店舗で影響大、特にスーパー・コンビニや飲食料品小売業で甚大

大型店や 24 時間営業の店舗の進出の影響についてみると、「大いに影響がある」が 33.6%、「それほど影響はない」が 35.5%、「ほとんど影響はない」が 30.9%となっており、ほぼ 1/3 の店舗で影響大となっている。

業種では、スーパー・コンビニの 73.3%を筆頭に、飲食料品小売業でも 61.6%の店舗で影響が大きいとしている。

その対策を講じている店舗は、全体で 24.1%と 1/4 弱に留まり、衣服・身の回り品小売業ではこの比率は 8.0%に過ぎない。

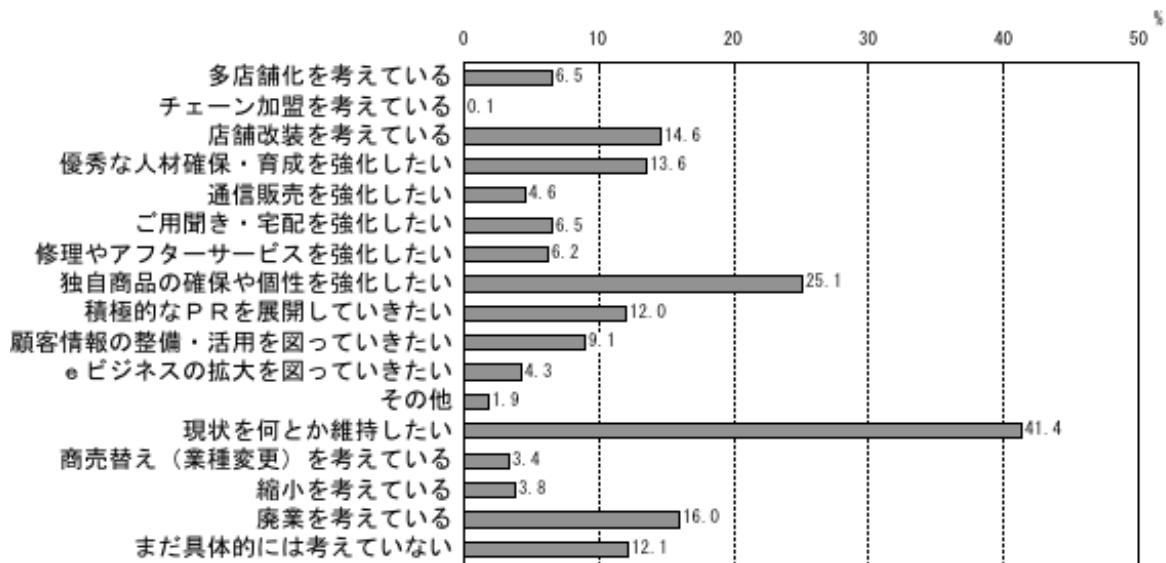


## (8) 経営方針

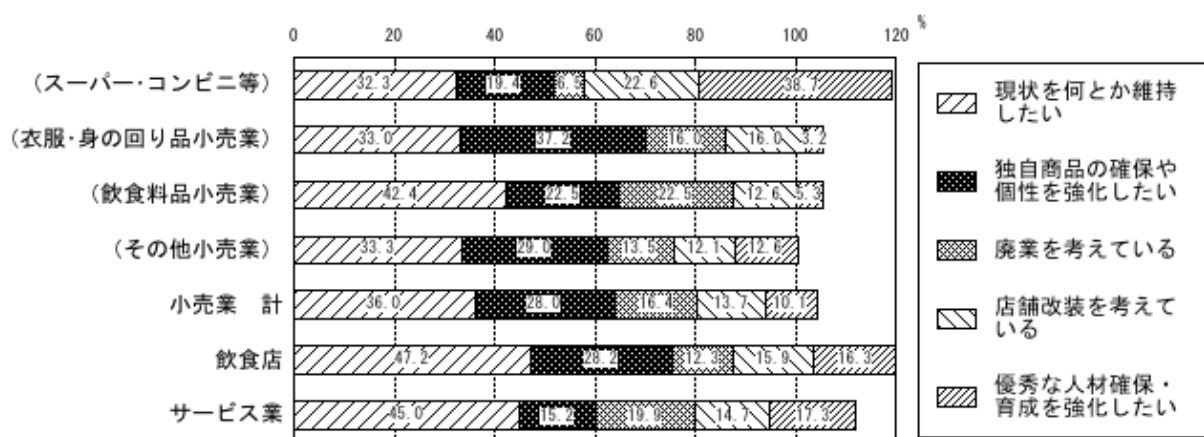
### ●現状維持が41%で最も多いが、廃業も16%

今後の経営方針では、「現状を何とか維持したい」が41.4%で最も多く、以下、「独自商品の確保や個性を強化したい」が25.1%、「廃業を考えている」が16.0%、「店舗改装を考えている」が14.6%、「優秀な人材確保・育成を強化したい」が13.6%と続く。廃業が16%（162店）も占め、経営環境が厳しさを増している状況がうかがえる。なかでも、飲食料点小売業が22.5%と2割を超える廃業意向を示している。

今後の経営方針＜複数回答＞



業種別＊経営方針の比較＜複数回答～上位5位＞

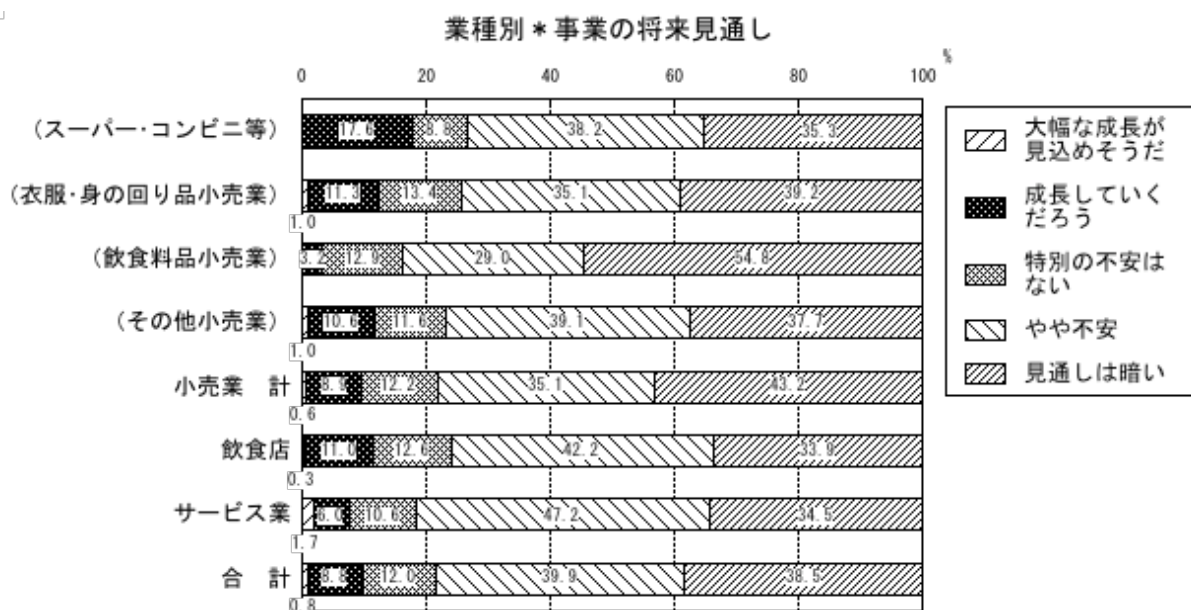


## (9) 事業の将来見通し

### ●全体の 8 割弱が「暗い」や「やや不安」、飲食料品小売でその傾向大、逆にスーパー・コンビニは比較的強気

今後の事業の見通しでは「見通しは暗い」が 38.5%を占めるほか「やや不安」も 39.9%で、全体の 78.4%と 8 割弱の事業所が程度の差はあれ不安を抱えている。「見通しは暗い」の比率が最も高い業種は飲食料品小売業で、54.8%と過半を占めている。

逆に、成長見込の事業所は 9.6%に留まり、この比率が比較的高い業種として、スーパー・コンビニを挙げることができる。





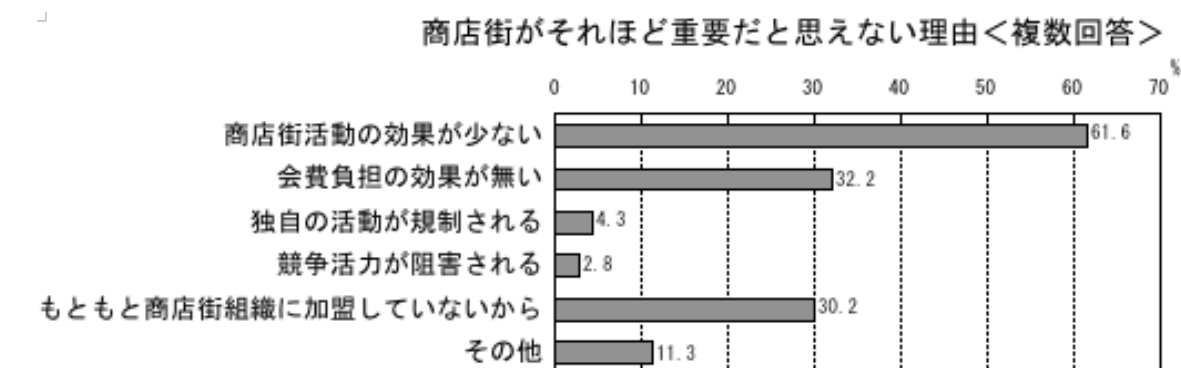
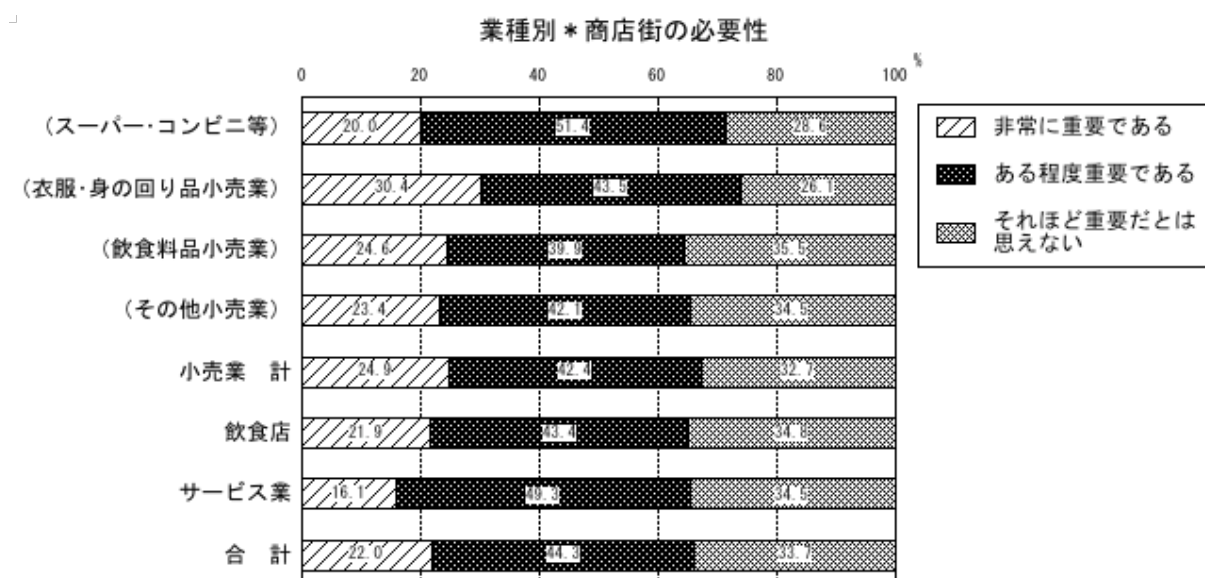
## (10) 商店街の評価とキーワード

### ●商店街活動が「それほど重要とは思えない」が約1/3、その理由は「活動の効果が少ない」

区内商店の地元商店街組織への加盟率は65.9%となっており、商店街組織の主体となるべき小売業では67.5%である。

このような加盟状況にある商店街組織の重要性を尋ねたところ、「非常に重要」と評価する事業所は22.0%に留まり、「ある程度重要」が44.3%、「それほど重要とは思えない」が33.7%となっている。「それほど重要とは思えない」とする比率は、衣服・身の回り品小売業でやや少ないほかは、各業種ともそれほど大きな差はみられない。

「それほど重要とは思えない」とする理由は、「商店街活動の効果が少ない」が61.6%と抜きん出て多く、各業種ともおおむね似たような傾向を示しており、商店街の評価と商店街活動の効果とに密接なつながりがうかがえる。

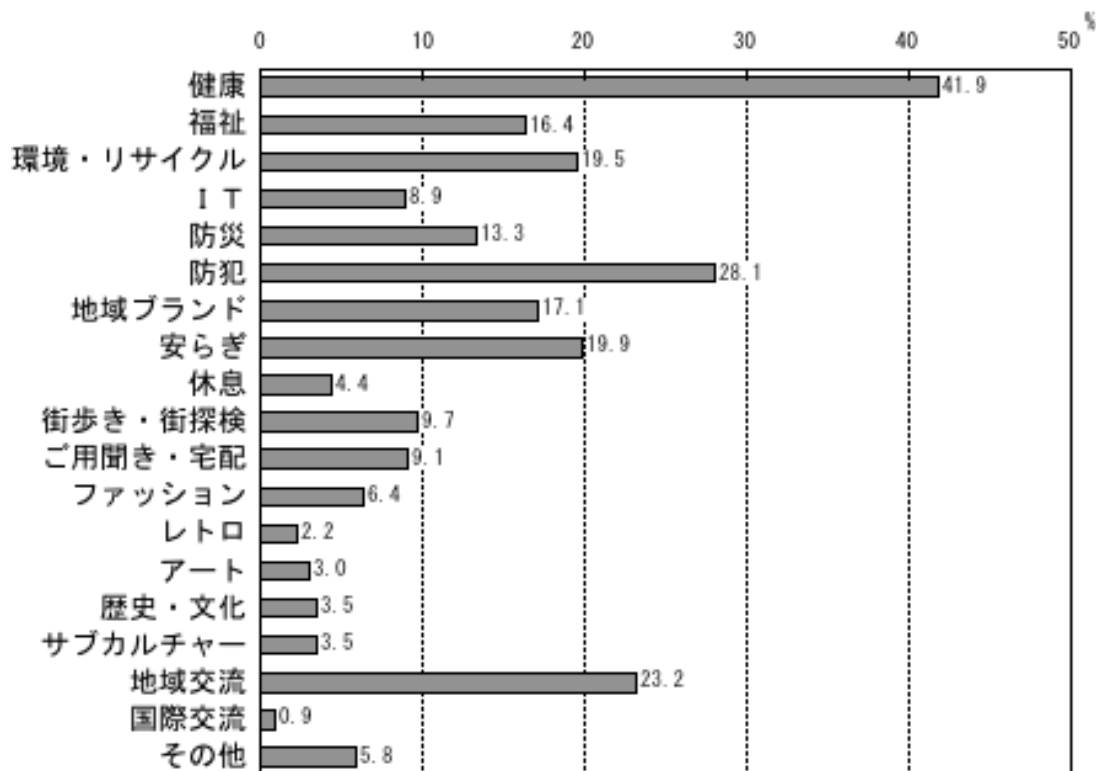


●商店街の重要なキーワードは「健康」を筆頭に「防犯」「地域交流」など

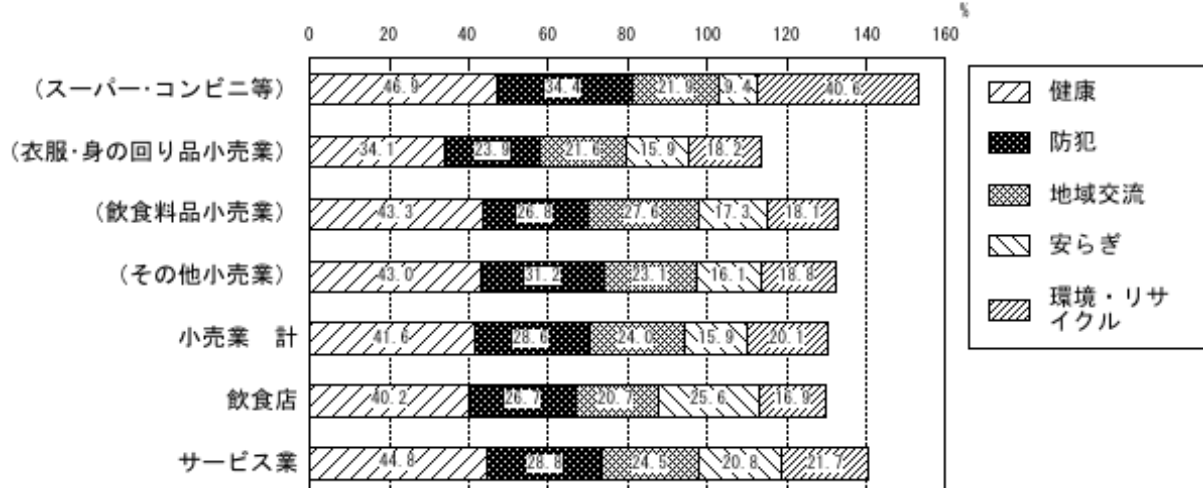
地元の商店街にとって重要なキーワードは、最も多いのが「健康」で 41.9%を占め、以下、「防犯」が 28.1%、「地域交流」が 23.2%、「安らぎ」が 19.9%、「環境・リサイクル」が 19.5%と続いている。

これらのキーワードを業種別にみると、「健康」「防犯」「地域交流」は業種間の差がそれほど大きくなく、「安らぎ」は飲食店とサービス業で比較的多く、「環境・リサイクル」はスーパー・コンビニが抜きん出て多くなっている。

地元商店街にとって重要なキーワード<複数回答>



業種別\*地元商店街にとって重要なキーワード<複数回答~上位5位>

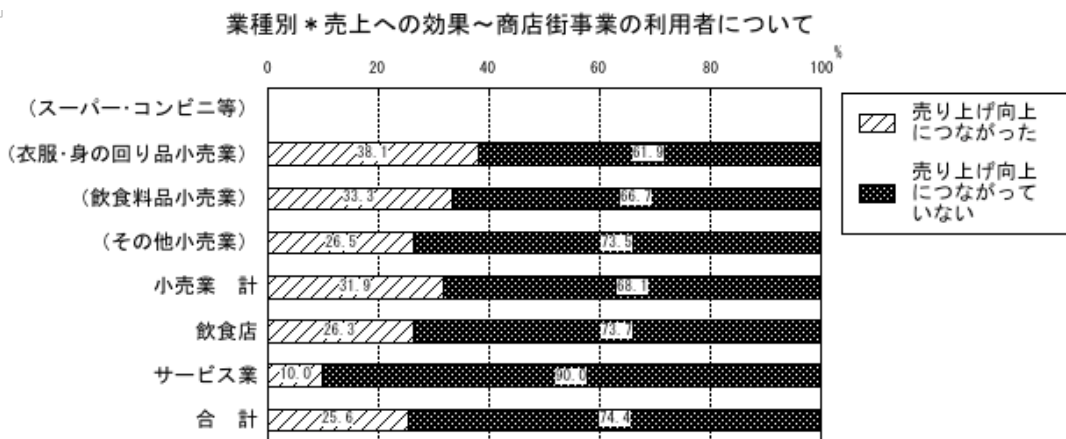
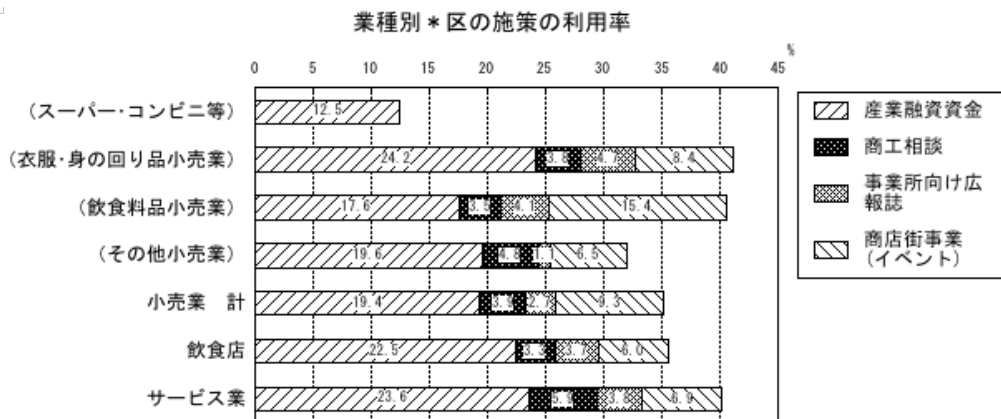
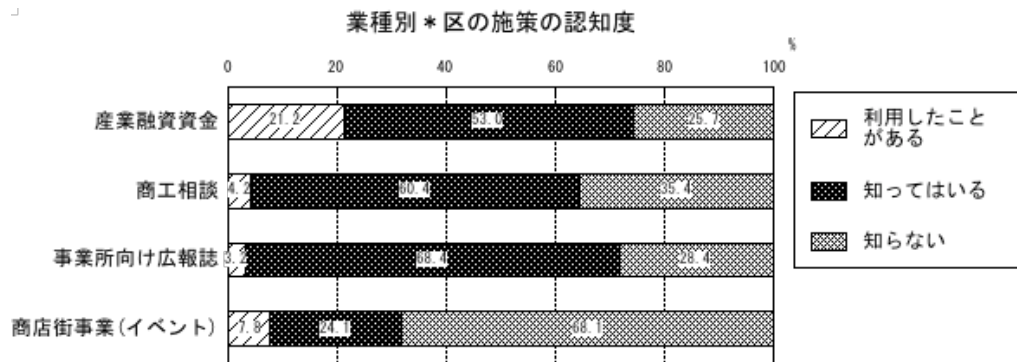


(11) 区の施策の認知度等

● 「元気をさせ！商店街事業」の利用率は7.8%、利用者の約1/4で売上向上の効果

区が実施している主な施策の利用率や認知度をみると、産業融資資金の利用率が21.2%と最も高い。また「元気をさせ！商店街事業」の利用率は7.8%で商工相談や事業所向け広報誌よりは利用率が高いものの、「知らない」と回答した商店の割合が68.1%と他の施策に比べて抜きん出て高くなっている。

この「元気をさせ！商店街事業」の利用業種をみると、飲食料品小売業が15.4%で最も高くなっている。また、その利用効果（売上向上につながったかどうか）についてみると、利用者の25.6%が「売上向上につながった」と回答している。

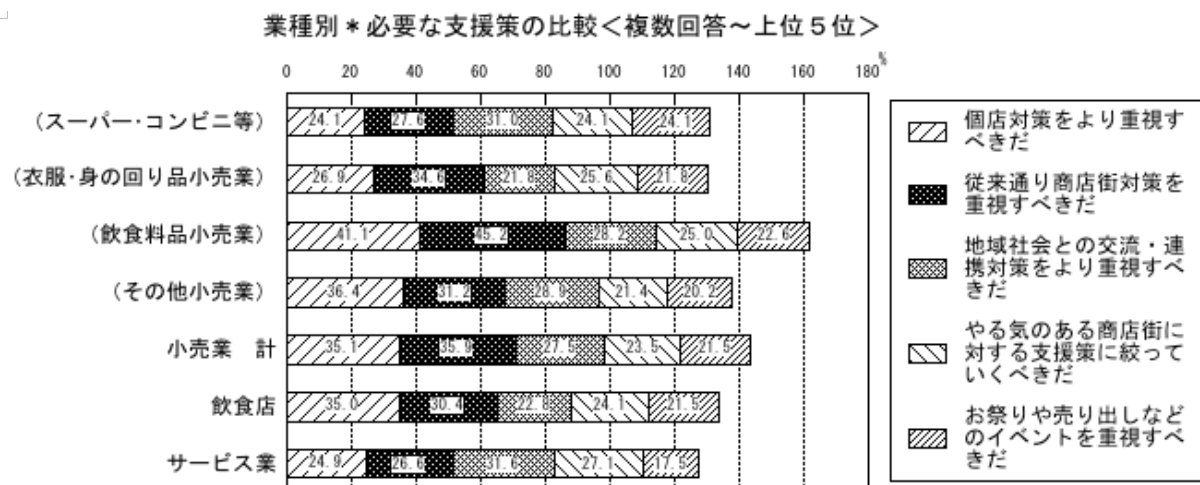
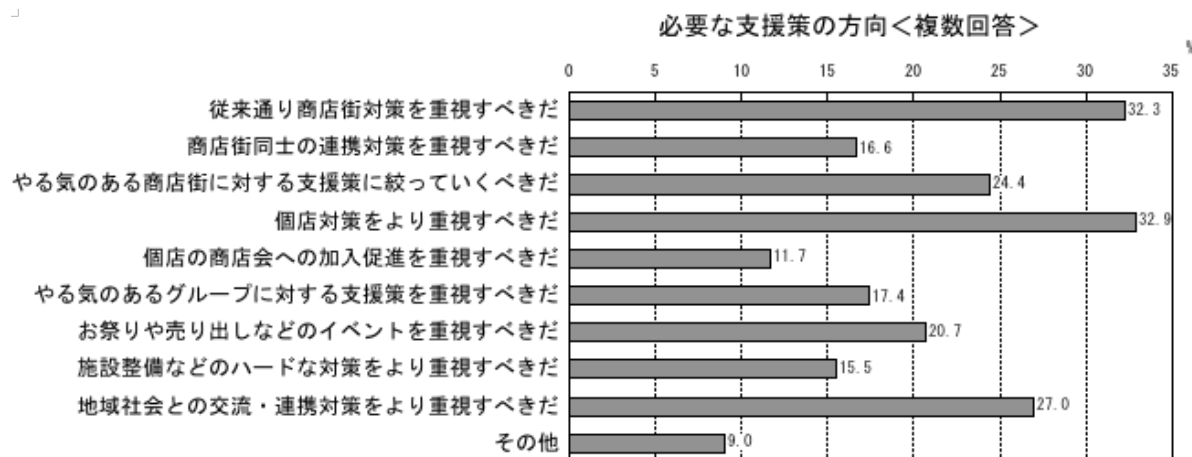


## (12) 必要な支援策の方向

### ● 「個店対策をより重視すべきだ」が 32.9%で「従来通り商店街対策を重視」を僅かに上回る

今後の支援策の方向についての回答をみると、最も多いのは「個店対策をより重視すべきだ」で 32.9%を占め、「従来通り商店街対策を重視すべきだ」の 32.3%を上回っている。このほかでは、「地域社会との交流・連携対策をより重視すべきだ」が 27.0%、「やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ」が 24.4%と続いている。

商店街対策と個店対策との比較を業種別にみると、飲食料品小売業では「個店対策重視」と「従来通りの商店街対策」がともに最も高い比率を示し、その他の小売業や飲食店では「個店対策重視」が「従来通りの商店街対策重視」をやや上回り、これ以外の業種では「従来通りの商店街対策」のほうがやや上回っている。



## 2 製造業実態調査

### (1) 回答事業所の属性（業種・規模）

#### ●機械金属関係と印刷関係とが5割超、従業者9人以下が3/4余り

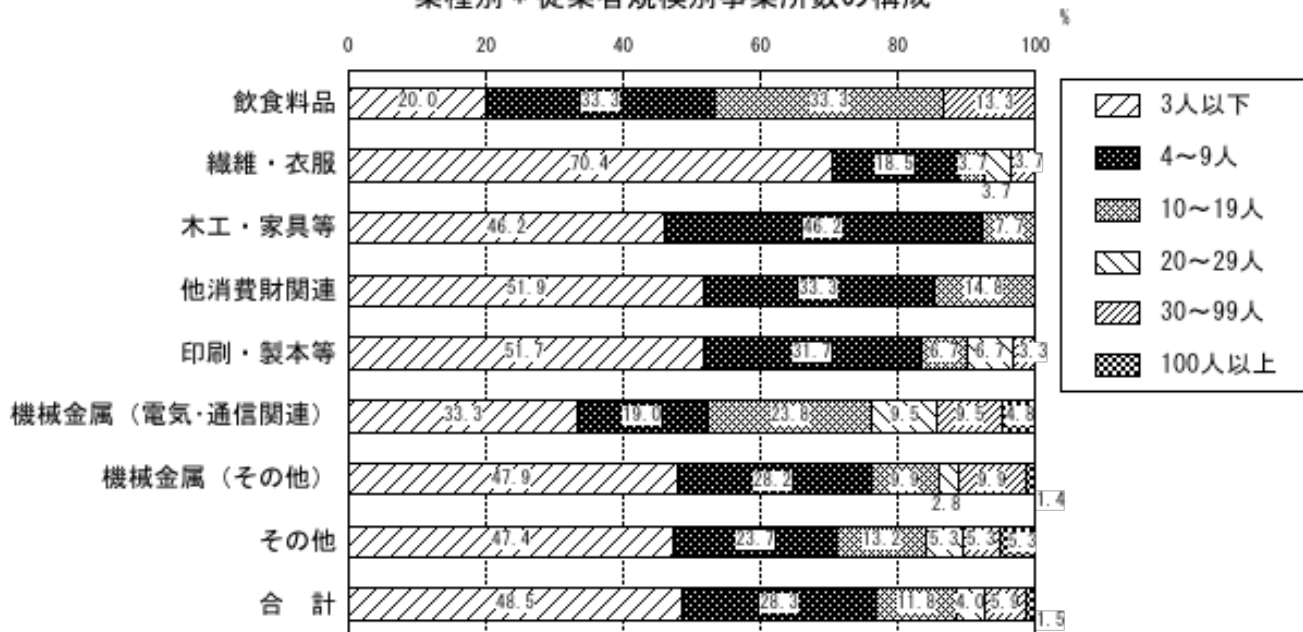
回答事業所の業種内訳は、機械金属関係が33.8%（うち電気・通信関連は7.7%）、印刷関係が22.1%を占め、これら両業種で全体の55.9%と過半を占める。このほかでは、繊維・衣服と他消費財関連がともに9.9%、飲食料品が5.5%、木工・家具関係が4.8%などとなっている。

従業者規模は、3人以下が48.5%、4～9人が28.3%で合わせると9人以下の小規模事業所が76.8%と3/4余りを占める。繊維・衣服の小規模性、飲食料品や電気・通信関連の大規模性が目立っている。

業種内訳

	実数	構成比 (%)
飲食品	15	5.5
繊維・衣服	27	9.9
工・家具等	13	4.8
他消費財関連	27	9.9
印刷・製本等	60	22.1
機械金属（電気・通信関連）	21	7.7
機械金属（その他）	71	26.1
その他	38	14.0
合計	272	100.0

業種別＊従業者規模別事業所数の構成

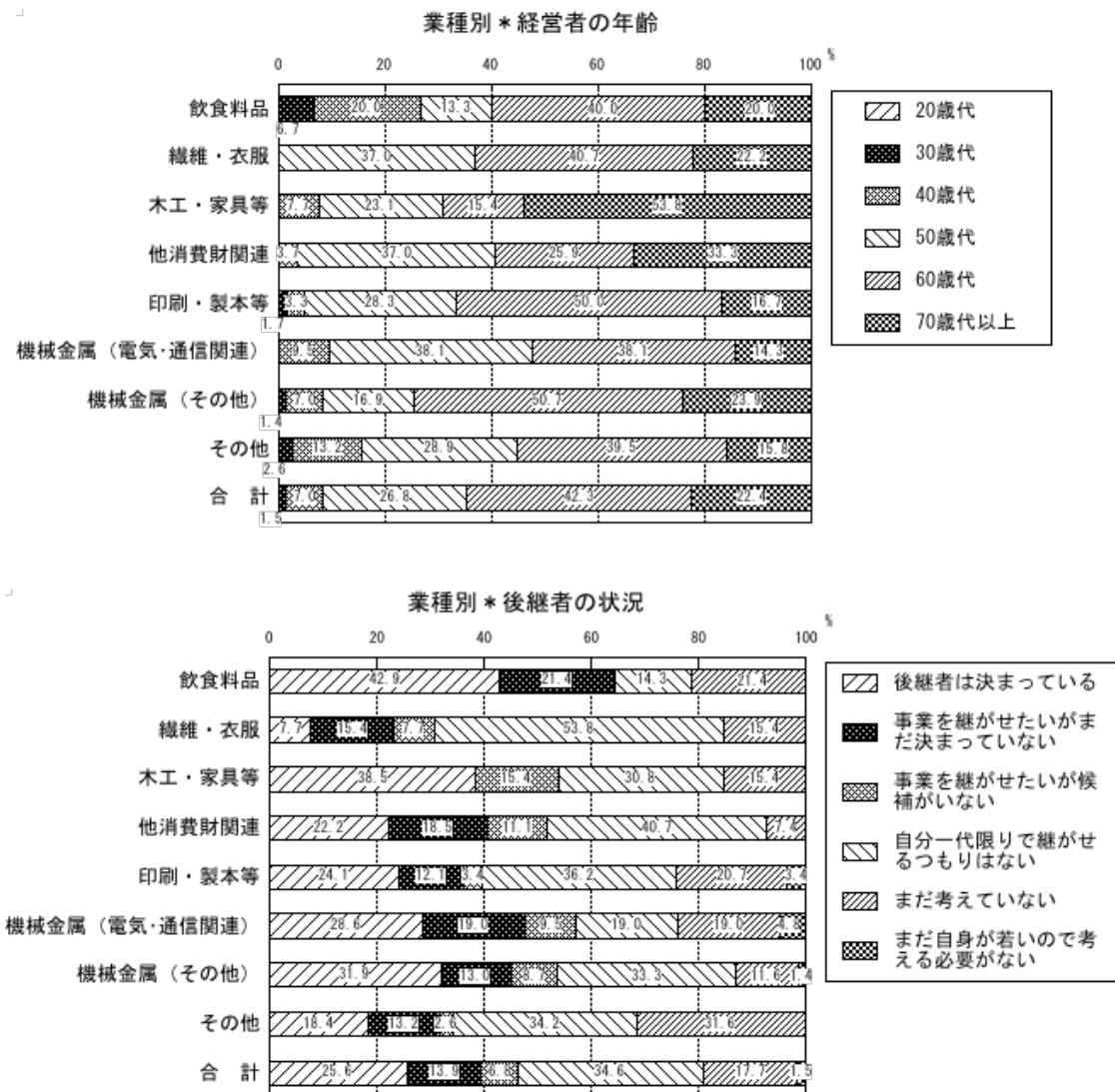


## (2) 経営者の状況

### ●半数余りが後継者に課題を抱え、特に繊維・衣服や他消費財関連でこの傾向が強い

40歳代までの比較的若い経営者は8.5%に留まり、50歳代が26.8%、60歳代が42.3%、70歳代以上が22.4%を占め、60歳以上の経営者が64.7%と2/3近くを占める。なかでも、木工・内装関係や他消費財関連では高齢化の傾向がより強い。逆に、比較的若い経営者が多いのは、飲食料品（40歳代以下が26.7%）を挙げることができる。

全般的に経営者の高齢化が進んでいる製造業の後継者の状況は、「後継者が決まっている」とする事業所は25.6%で、「自分一代限りで継がせるつもりはない」とする事業所が34.6%、事業を継がせたいが後継者が未定や不在の事業所が20.7%など、半数余りが課題を抱えている。なかでも、繊維・衣服、他消費財関連でこの傾向がより強くみられる。逆に、後継者が既に決まっている事業所比率が高い業種としては飲食料品（42.9%）や木工・家具等（38.5%）、機械金属（その他）（31.9%）が挙げられる。



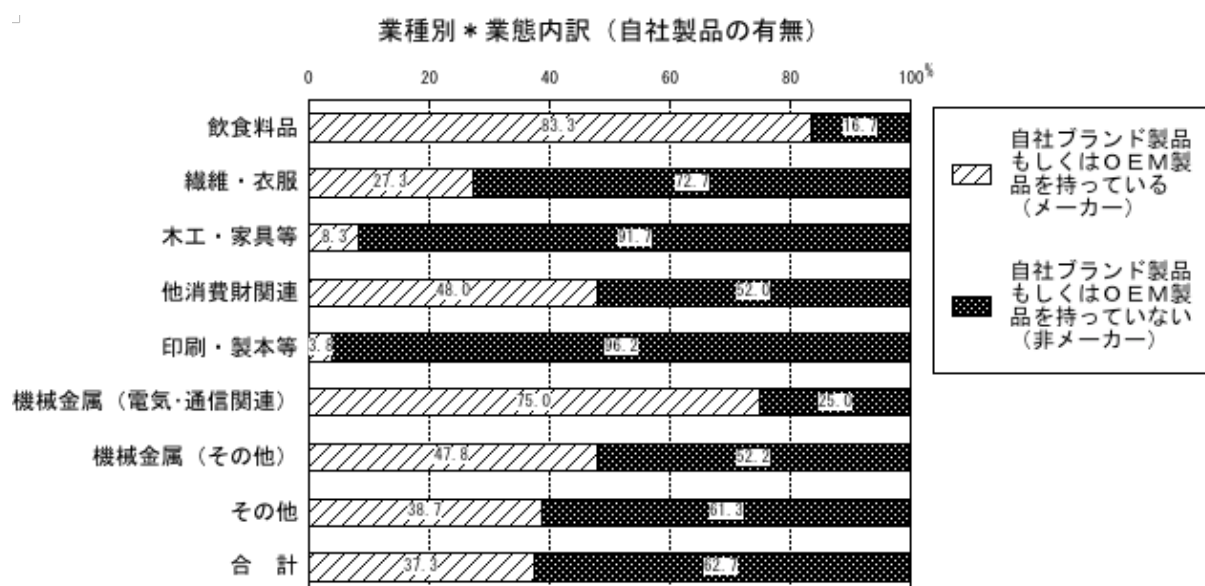
### (3) 業態（自社製品の有無）

#### ●機械金属（電気通信関連）や飲食料品などでメーカー比率が高い

自社製品（自社ブランドもしくは OEM 製品）を有するメーカー的形態の事業所（以下「メーカー」とする）が、全体では 37.3%を占めている。

このメーカー的形態の事業所は、製造業集積のなかで直接ユーザー市場とつながっている発注能力の高い企業の場合が多く、波及効果が高い場合が多いとみられることから、地域の中核的企業群として重要である。

ただし、業種によってかなりの差があり、飲食料品や機械金属などではメーカー比率がかなり高くなっている。なお、同じ機械金属でも、電気通信関連とこれ以外とのメーカー比率には大きな差がみられる。



#### (4) 生産活動の実態

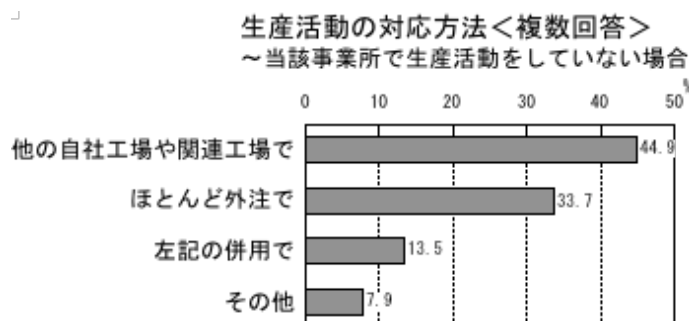
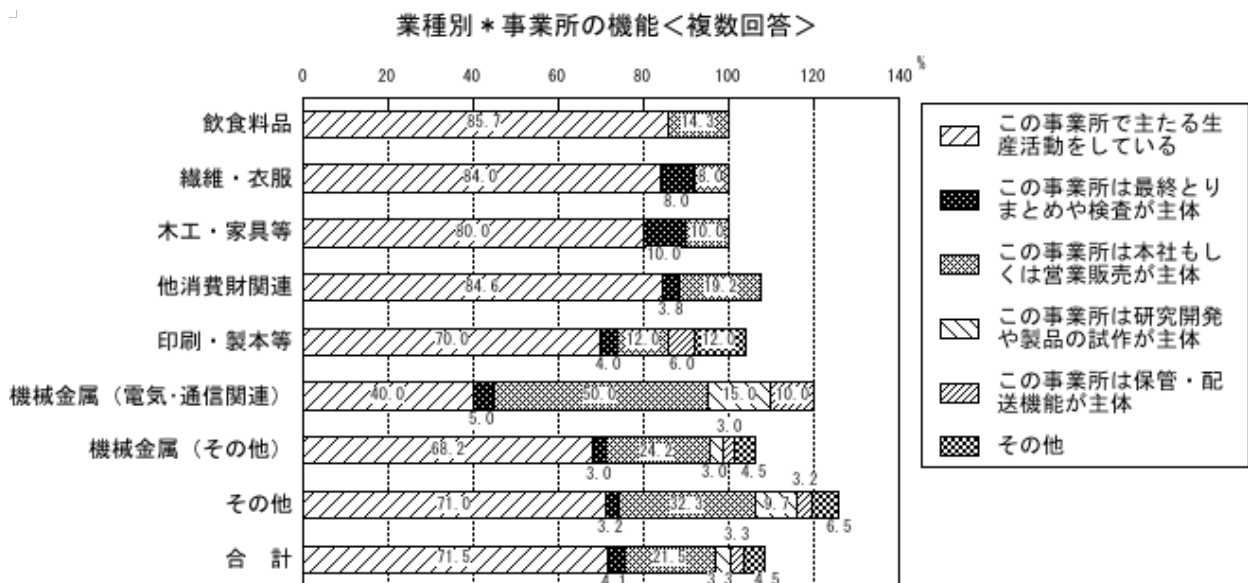
##### ●全体の7割余りの事業所が実際にそこで生産、ただし機械金属（電気・通信関連）では生産現場を持たない本社・営業所などが多い

ここでは、当該事業所内で実際に生産活動をしているのか、それとも他の場所や他の方法で製造しているのか、その実態をみる。

当該事業所内で実際に生産活動を行っている事業所は全体の71.5%で、住宅都市としての性格の強い杉並区にあっても、かなりの事業所が区内で実際に生産活動を行っていることになる。

各業種とも区内で実際に生産活動を行っている傾向がうかがえるが、メーカーの比較的多い機械金属（電気・通信関連）ではこの比率が40.0%と際立って低くなっており、本社や営業所といったオフィス機能を筆頭に研究開発機能や保管・配送機能など、通常の生産工場ではない形態で存立している傾向が強くみられる。

当該事業所内で実際に生産活動を行っていない事業所が、どのように生産対応しているかをみると、他の場所にある自社工場や関連工場で対応している事業所が44.9%と最も多く、ほとんど外注で対応しているいわゆる「ファブレス工場」も33.7%と約1/3を占める。



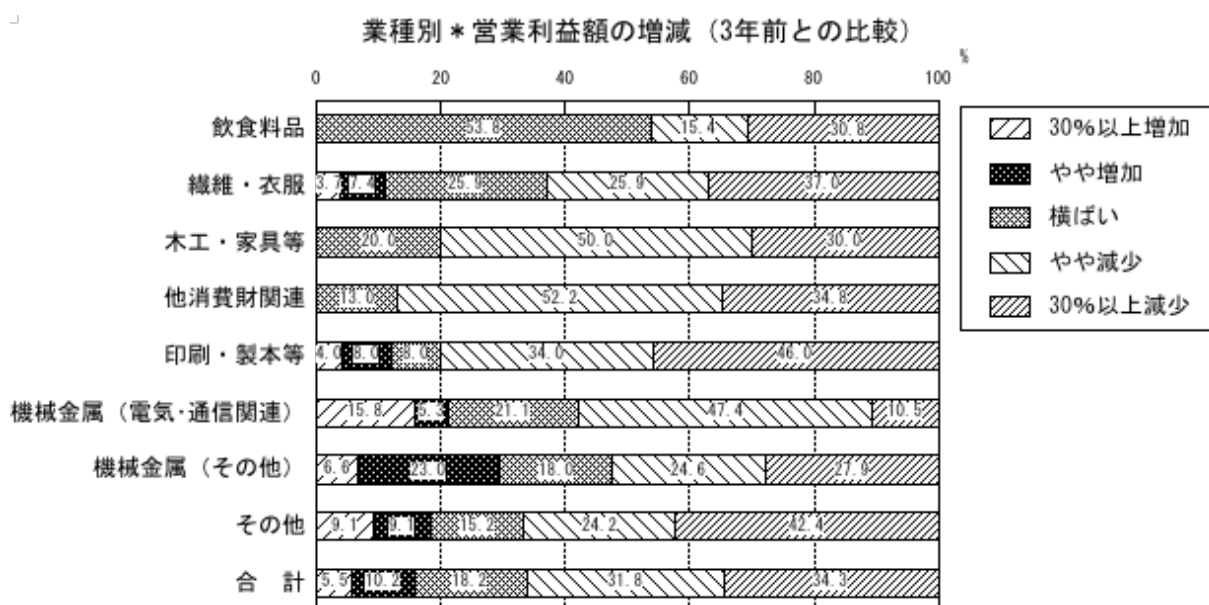
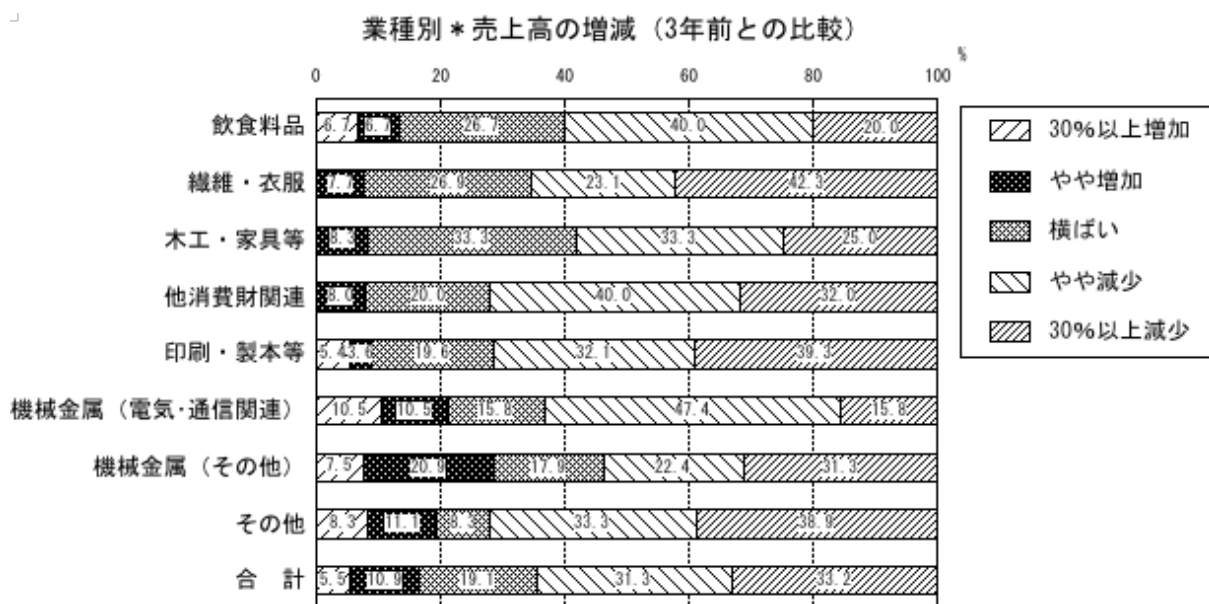


## (5) 売上状況（3年前との比較）

### ●減少が6割余りを占めるが、その中でも機械金属では増加が2割を超える

3年前と比較した売上高の増減をみると、減少が64.5%と過半を占め、とりわけ減少率の高い「30%以上減少」が33.2%を占める。ただし、業種間でかなりの差がみられ、繊維・衣服を筆頭に印刷・製本等、その他などでは売上の落ち込みが顕著な事業所が多いが、機械金属（電気・通信関連）や、機械金属（その他）では増加が2割を超えている。

営業利益額においても売上高と似た傾向がうかがえる。

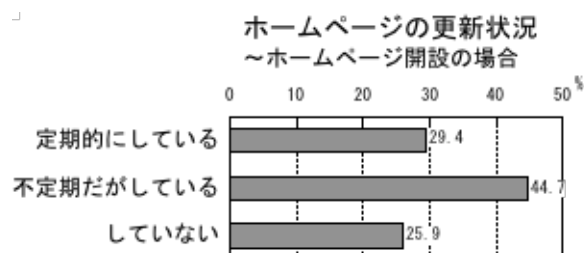
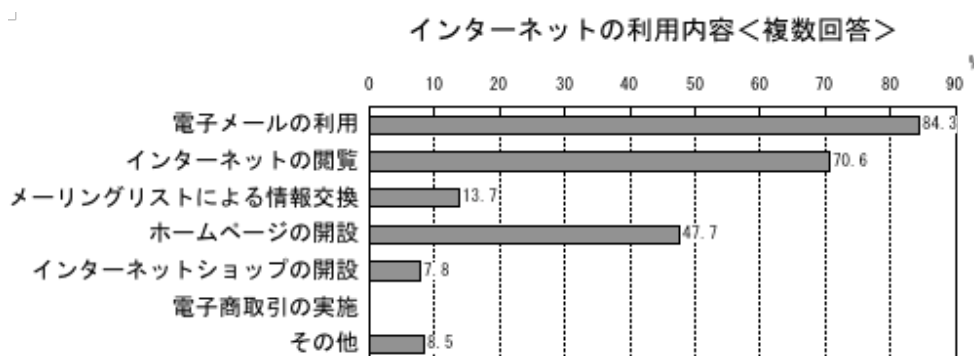
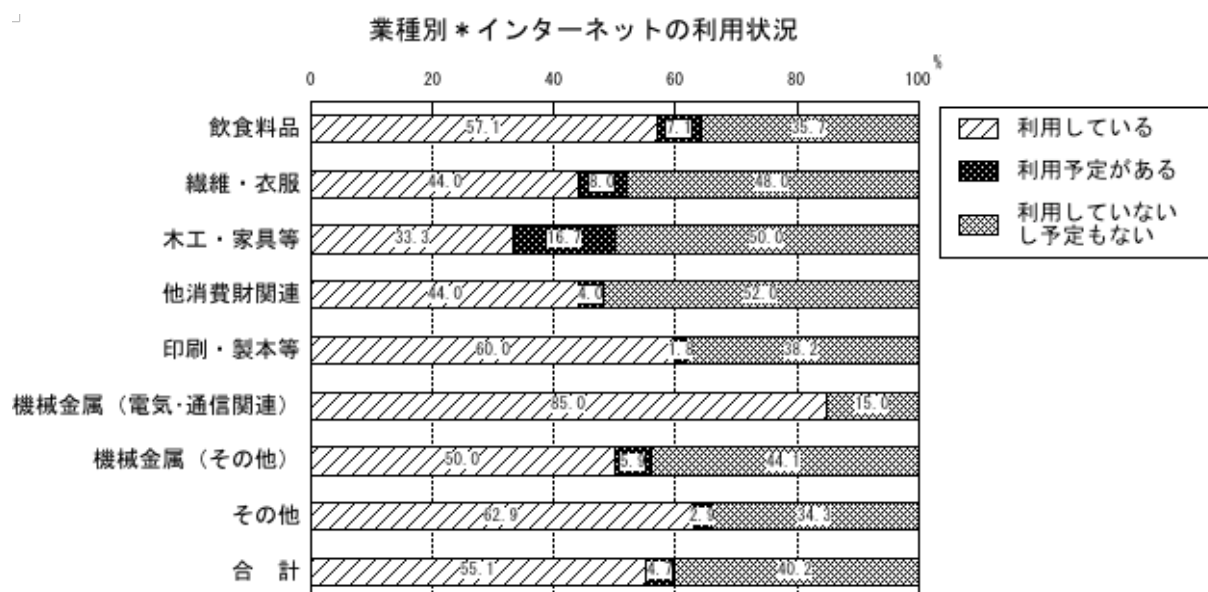


## (6) 情報通信（インターネット）の利用状況

### ●インターネット利用率は55%、中でも機械金属(電気・通信関連)では85%も

インターネットを利用している事業所は全体の55.1%で、高い利用率となっている。なかでも、機械金属（電気・通信関連）では85.0%と抜きん出て高い利用率を示す。逆に低い利用率に留まる業種として、木工・家具等（33.3%）、繊維・衣服と他消費財関連（ともに44.0%）などが挙げられる。

その利用内容では、電子メール（84.3%）、インターネットの閲覧（70.6%）、ホームページの開設（47.7%）などとなっている。ホームページ開設事業所について、それを更新していない事業所は25.9%で、大半は定期・不定期のちがいはあるが更新している。

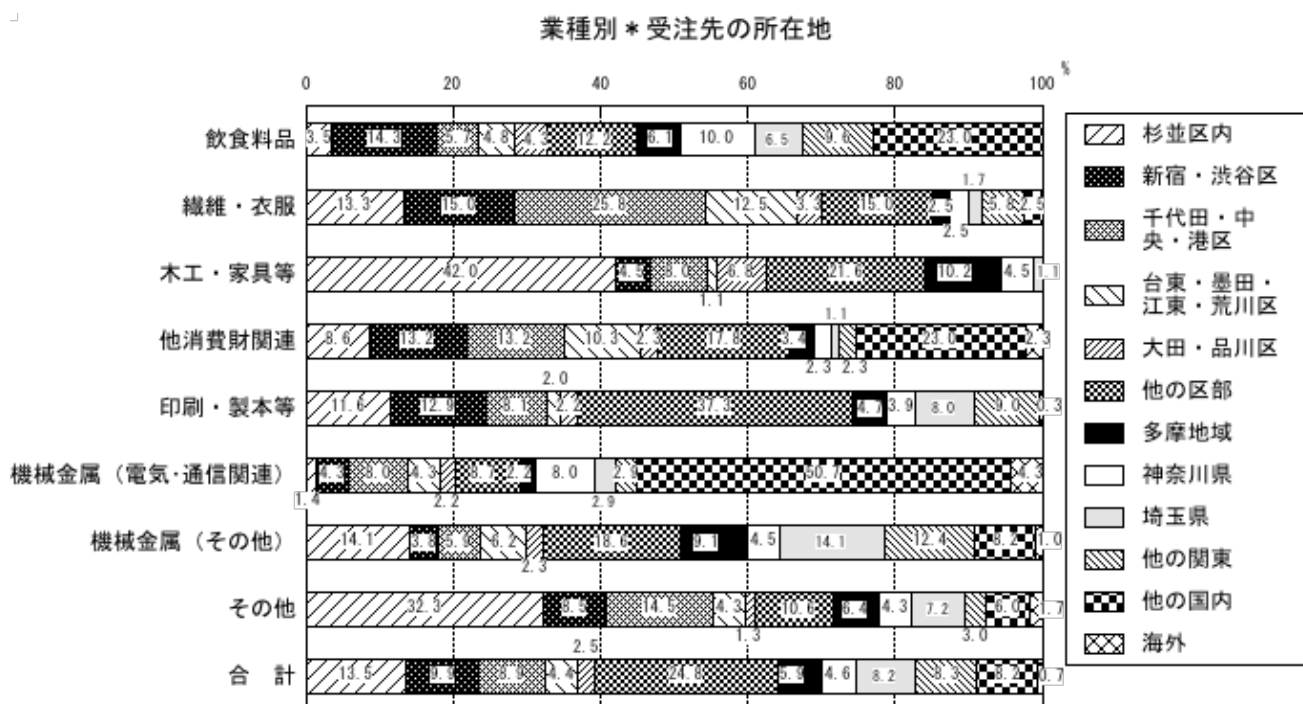


## (7) 取引ネットワーク（受注と外注）

### ●主な受注先の分布は杉並区内が 13.5%、区内が多いのは木工・家具等に限定される傾向

主な受注先（上位 5 社）の所在地は、杉並区内が 13.5%となっており、全般的に受注先のエリアはかなりの拡がりを見せている。

ただし、業種間の違いが相当みられ、区内が比較的多いのは木工・家具等、その他などである。新宿・渋谷を含めた都心が比較的多いのは、繊維・衣服を筆頭に他消費財関係などである。印刷・製本は主として区部全域での拡がりを示し、関東から全国へと広範な広がりを示すのは機械金属で、なかでも電気・通信関連では関東以外の国内が 50.7%、海外が 4.3%と全国から海外にまで広がる傾向を示す。

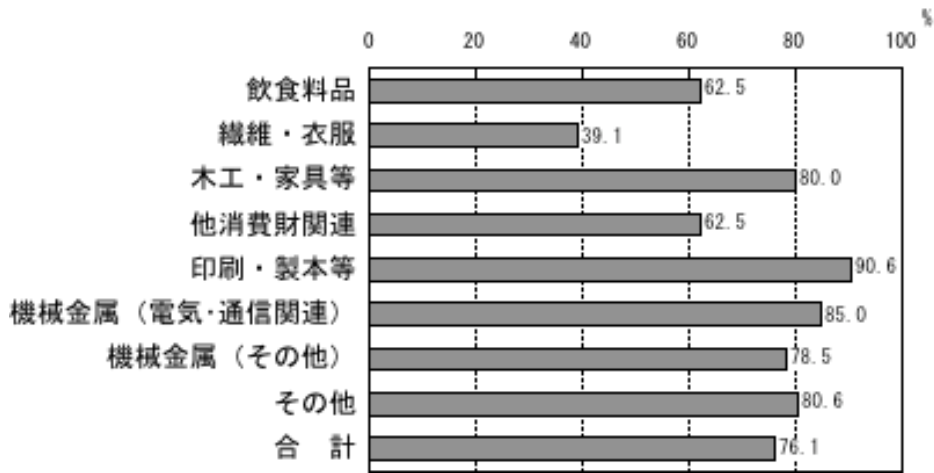


●外注先の分布も杉並区内は11.1%と少なく、区内が多いのは木工・家具等や印刷・製本等に限定される

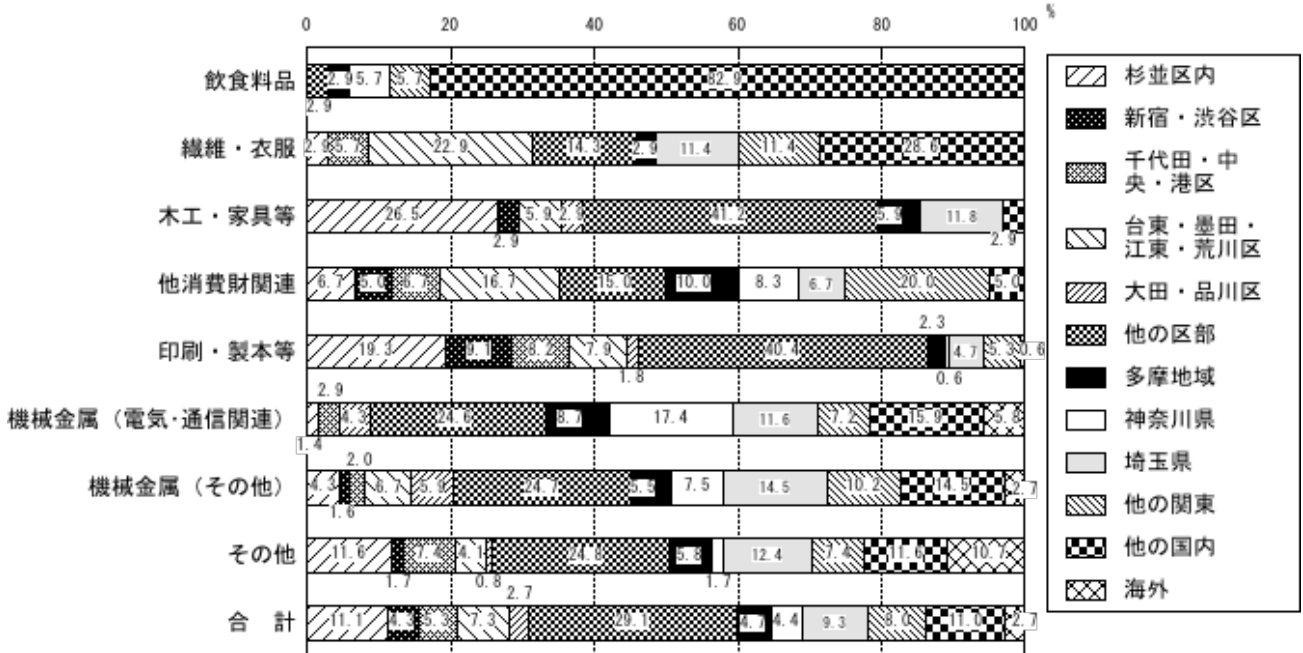
外注については、業種特性として外注依存の低いものがあり、末端下請の色彩の強い繊維・衣服では「外注あり」が39.1%と少ないほか、飲食料品と他消費財関連でも62.5%で他業種よりも少ない。

外注先の所在地では区内が11.1%と受注の場合よりさらに少なくなり、区内外注が比較的多いのは木工・家具等や印刷・製本等に限定される。他の業種は、区部全域に広がり、さらに機械金属では関東を主体により広域に広がる傾向を示す。なお、外注依存の比較的低い飲食料品や繊維・衣服においては、外注する場合は広範に散在する傾向がうかがえる。

業種別 \* 「外注あり」の事業所比率



業種別 \* 外注先の所在地

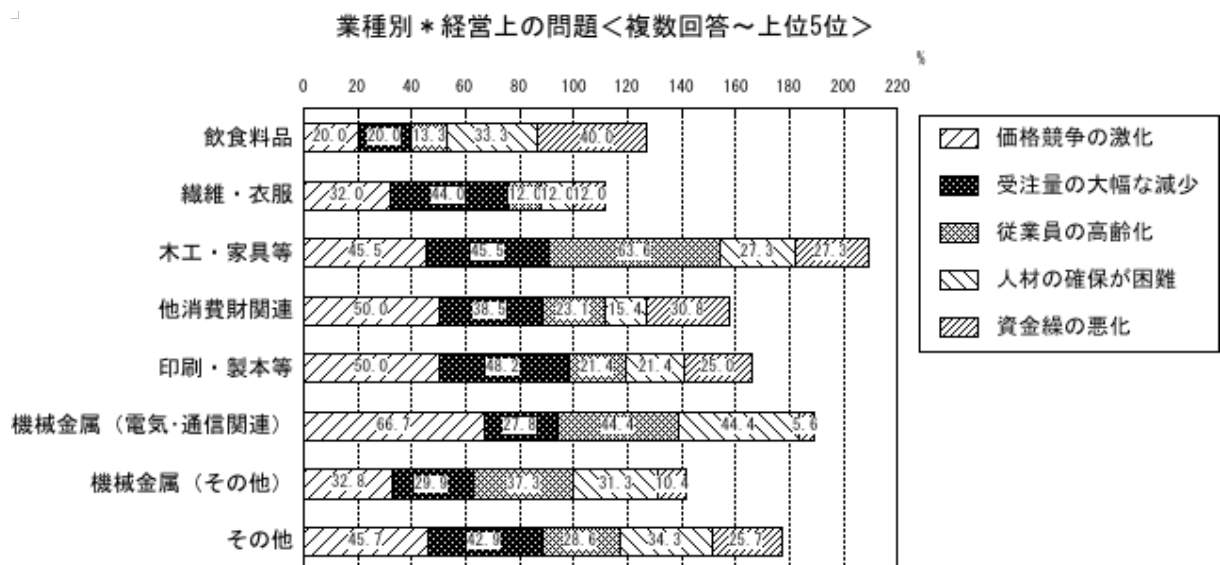
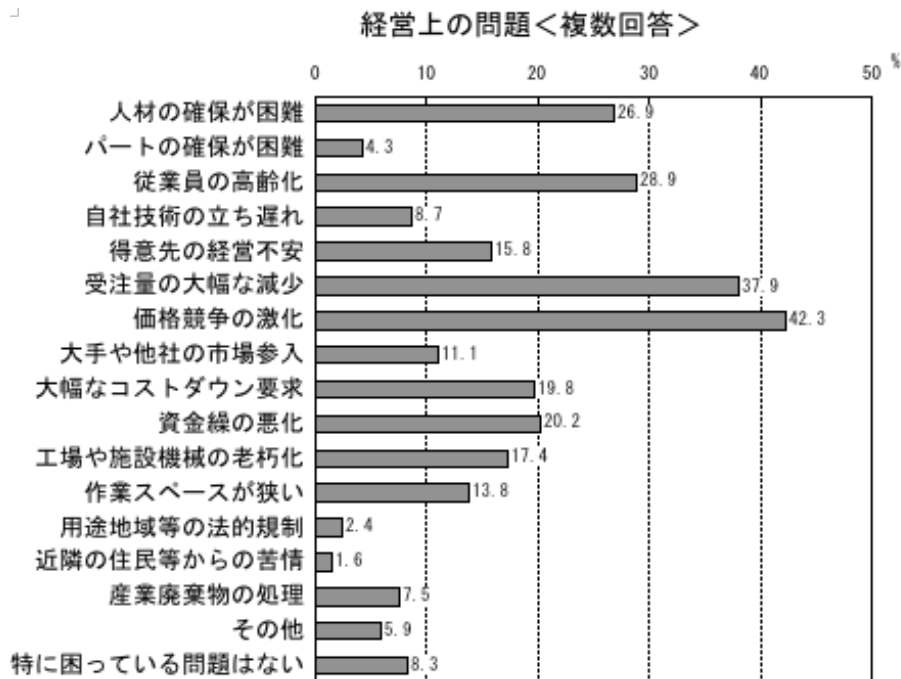


## (8) 経営問題

### ● 「価格競争の激化」「受注量の大幅な減少」を始めとして企業の存亡に係る緊急かつ深刻な問題や人材に係る問題が上位に

経営上特に困っている問題を複数回答でみると、上位5位は「価格競争の激化」(42.3%)、「受注量の大幅な減少」(37.9%)、「従業員の高齢化」(28.9%)、「人材の確保が困難」(26.9%)、「資金繰りの悪化」(20.2%)となっており、企業の存亡に係る緊急かつ深刻な問題と人材に係る問題が上位を占める。

「価格競争の激化」は、メーカーの多い機械金属(電気・通信関連)で特に多くみられる。「受注量の大幅な減少」は、下請け形態の事業所の多い印刷関係、木工関係、繊維関係などで比較的高い割合を示す。

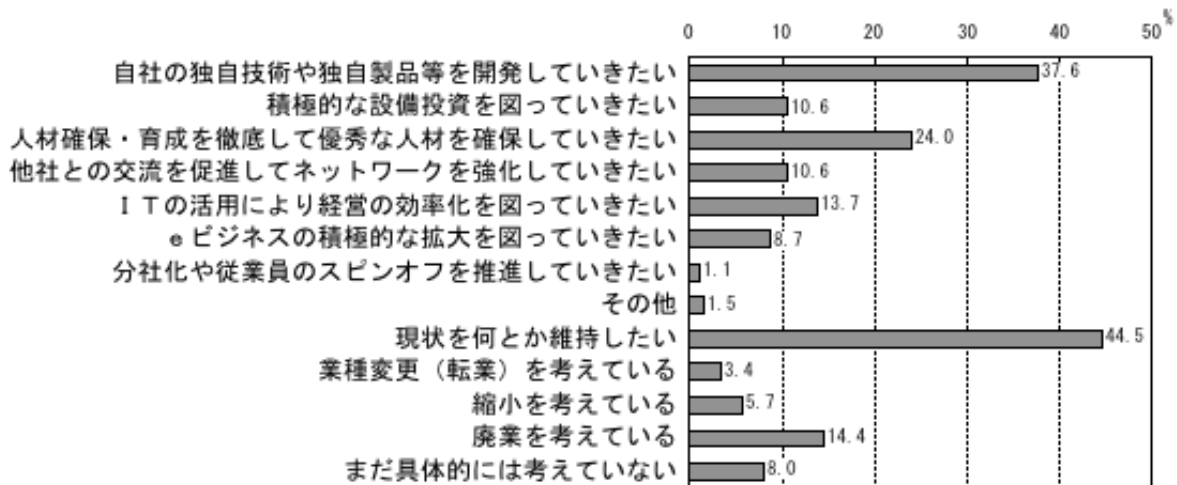


## (9) 経営方針

### ●現状維持が45%と最も多い

今後の経営方針では、「現状を何とか維持したい」が44.5%で最も多く、以下、「自社の独自技術や独自製品等を開発していきたい」が37.6%、「人材確保・育成を徹底して優秀な人材を確保したい」が24.0%、「廃業を考えている」が14.4%、「ITの活用により経営の効率化を図っていききたい」が13.7%と続く。

今後の経営方針<複数回答>

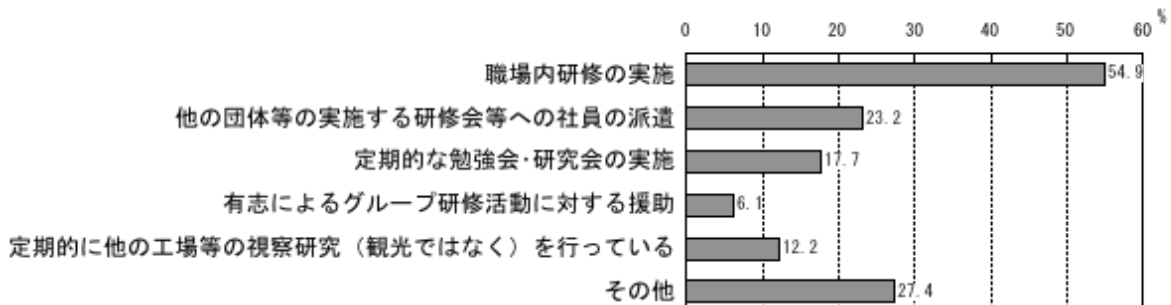


## (10) 社員の人材育成の方法

### ●人材育成は職場内研修が5割超

社員の人材育成の方法は、「職場内研修の実施」が54.9%と抜きん出て多く、以下、「その他」が27.4%、「他の団体等の実施する研修会等への社員の派遣」が23.2%、「定期的な勉強会・研究会の実施」が17.7%と続いている。

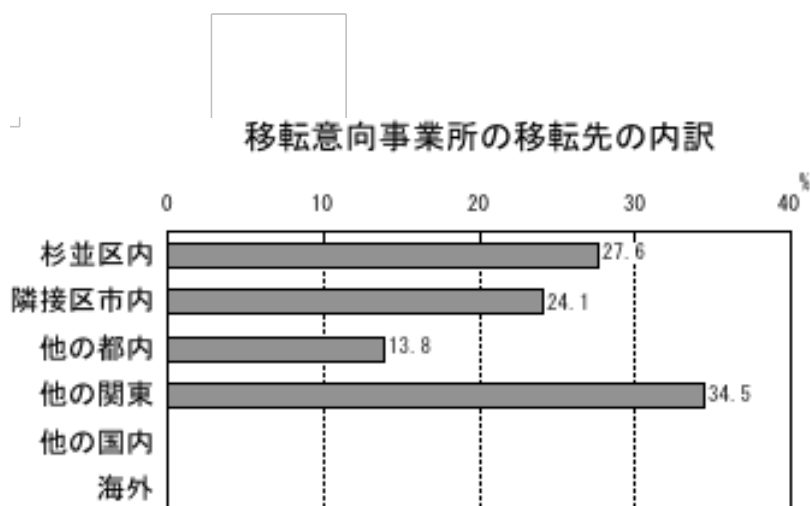
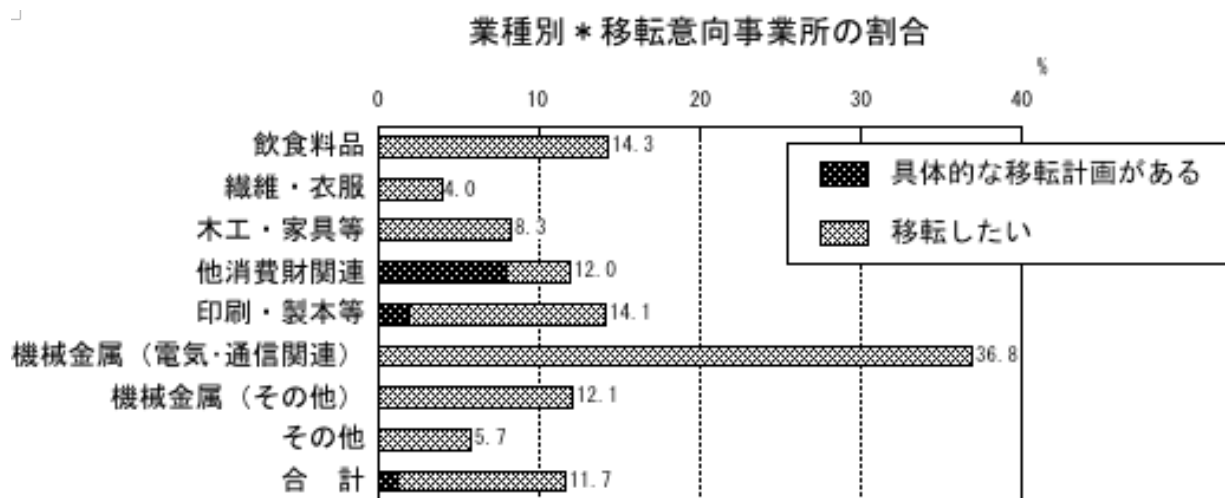
社員の人材育成の方法<複数回答>



## (11) 移転動向

### ●移転意向は少ないが、機械金属(電気・通信関連)では37%もの移転意向が

事業所の移転に関しては、「具体的な移転計画がある」は1.2%、「移転したい」は10.5%に留まり、残りの88.3%の事業所が「移転するつもりはない」としている。ただし、比較的業績が良好で外注をより多く使っている機械金属(電気・通信関連)では36.8%と1/3を超える事業所が移転意向を示し、その移転場所も全て区外となっており、区の経済にとって危惧すべき傾向を示している。

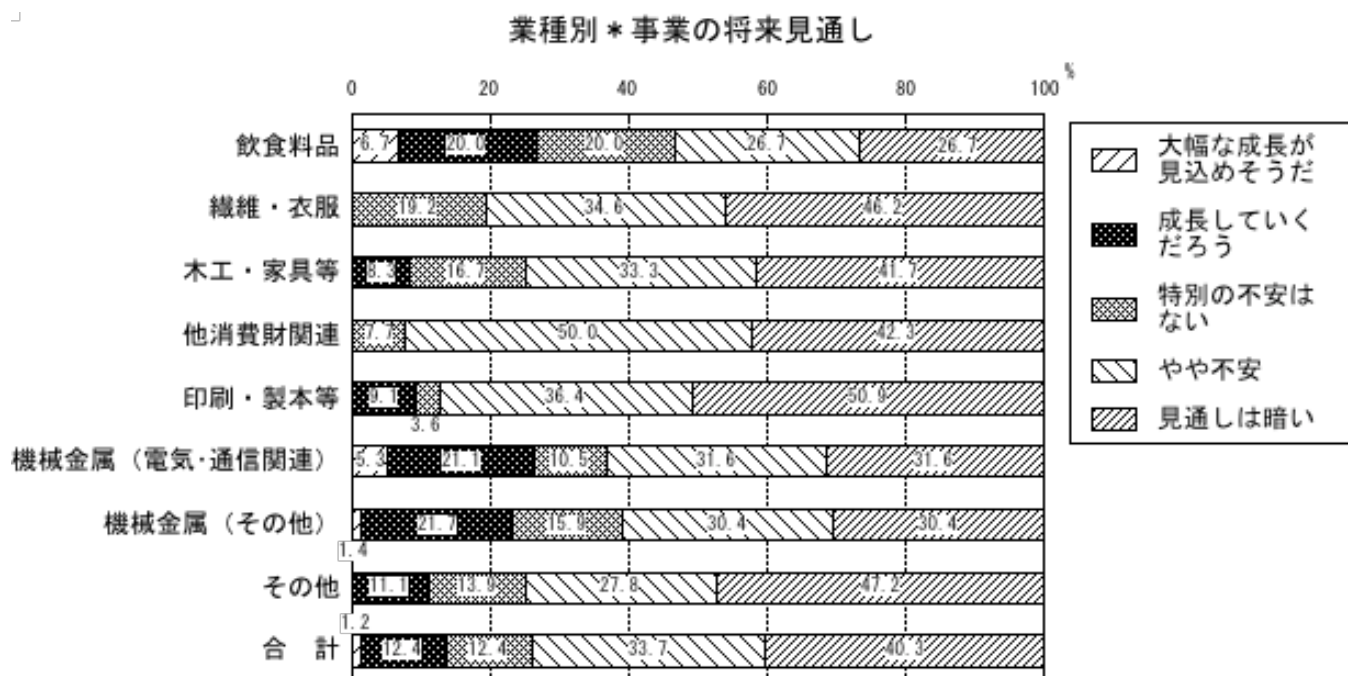


(12) 将来見通し

●全体の74%が「暗い」や「やや不安」、ただし飲食料品や機械金属では成長見込の割合が2割を超えている

今後の事業の見通しでは「見通しは暗い」が40.3%を占めるほか「やや不安」も33.7%で、全体の74.0%の事業所が程度の差はあれ不安を抱えている。なかでも「見通しは暗い」の比率が、印刷・製本(50.9%)を筆頭にその他(47.2%)や繊維・衣服(46.2%)で5割前後を示し、悲観的な傾向が強くみられる。

これらと対照的に、成長見込の事業所割合の比較的高い業種として、飲食料品や機械金属を挙げることが出来る。



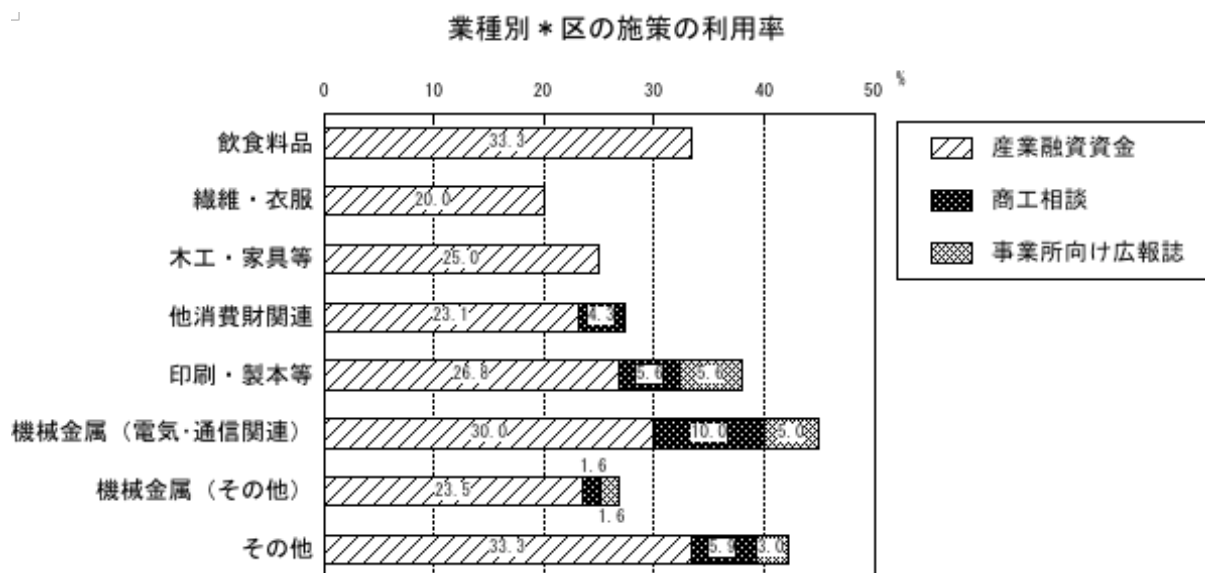
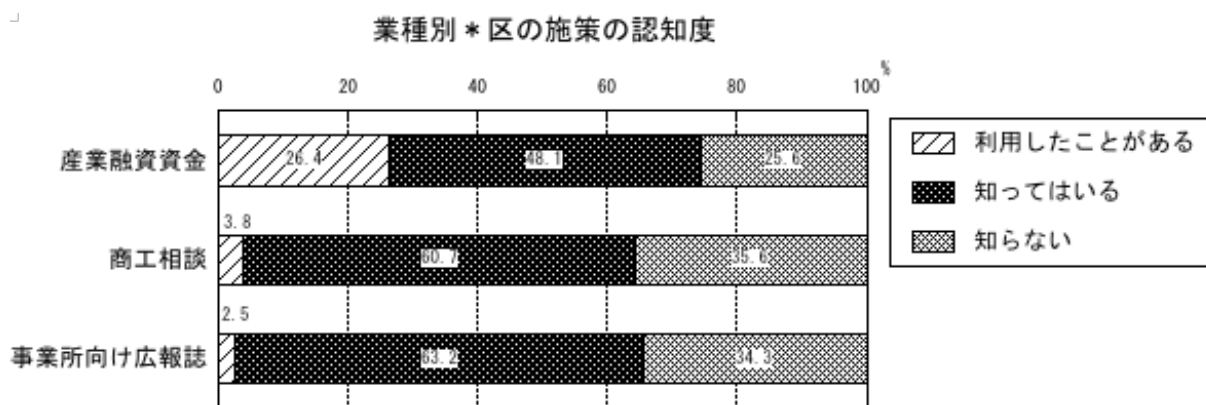


### (13) 区の施策の認知度等

#### ●産業融資資金の利用率は26.4%だが「知らない」とする事業所も25.6%

区が実施している主な施策の利用率や認知度をみると、産業融資資金の利用率が26.4%と最も高く、商工相談(3.8%)や事業所向け広報誌(2.5%)に比べて抜きん出て高くなっている。ただ、「知らない」とする事業所も、産業融資資金が25.6%、商工相談が35.6%、事業所向け広報誌が34.3%とかなりを占めている。

産業融資資金の利用業種をみると、飲食料品とその他がともに33.3%で最も高いものの、各業種とも2~3割前後となっており、それほど差はみられない。



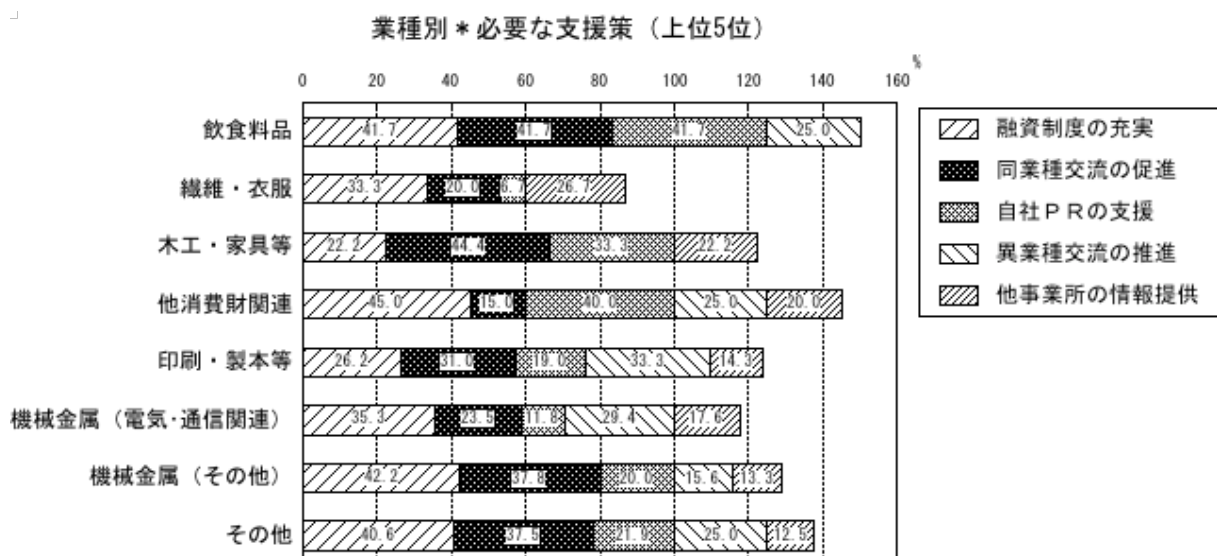
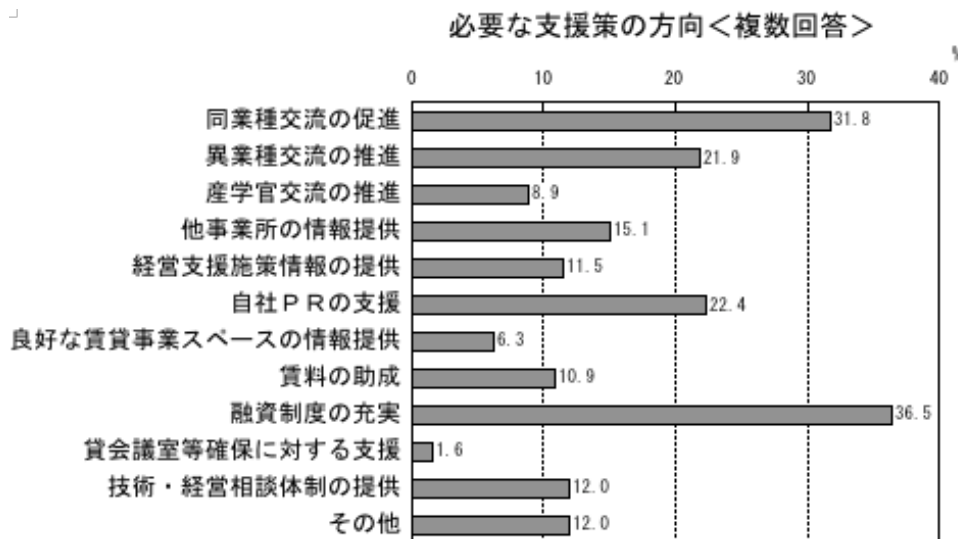
## (14) 必要な支援策

### ●目立って多いのは「融資制度の充実」と「同業種交流の推進」

今後の支援策の方向を複数回答でみると、最も多いのは「融資制度の充実」で 36.5% を占め、次いで「同業種交流の推進」が 31.8% で、この 2 項目が目立って多くなっている。以下、「自己 PR の支援」が 22.4%、「異業種交流の推進」が 21.9%、「他事業所の情報提供」が 15.1% と続く。

工業集積の高い地域では、「異業種」の交流に注目度が集まる傾向にあるが、集積の低い杉並区ではむしろ「同業種」の交流がより重視される傾向にあると推測される。

「融資制度の充実」では、木工・家具等と印刷・製本等がやや低いものの、他は 3～4 割の比率を示している。「同業種交流の推進」では、木工・家具等と飲食料品が 4 割超の比率を示す。



### 3 その他事業所実態調査

#### (1) 回答事業所の属性（業種・規模）

##### ●建設業が42.9%で最も多く、9人以下の小規模事業所は7割余り

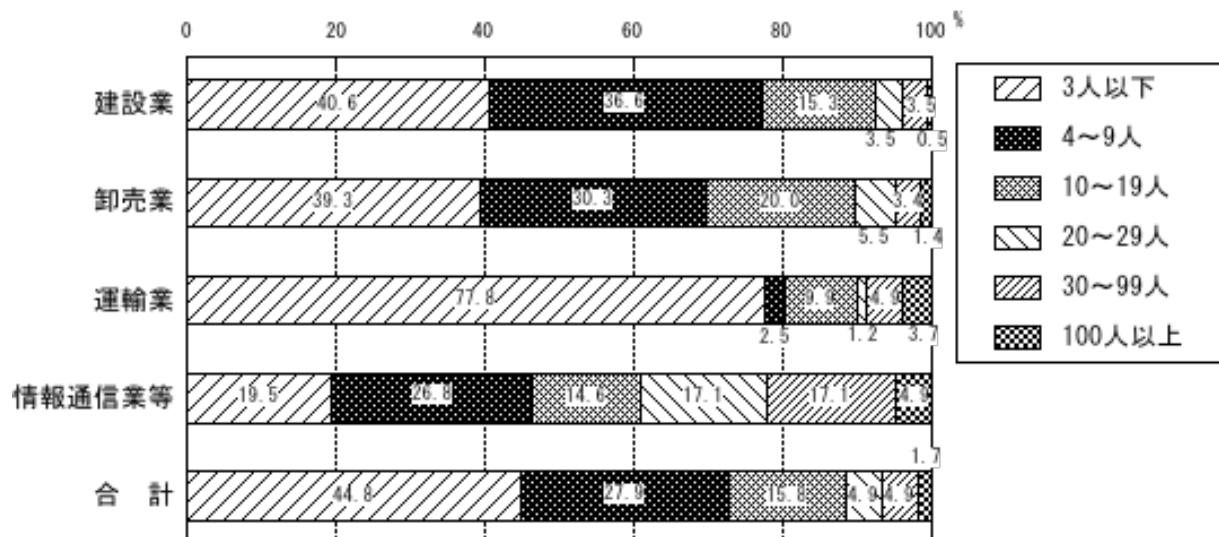
回答事業所の業種内訳は、建設業が42.9%、卸売業が30.9%、運輸業が17.1%、情報通信業等が9.1%となっている。

従業者規模は、3人以下が44.8%、4～9人が27.9%で合わせると9人以下の小規模事業所が72.7%となっている。業種別では、特に運輸業の小規模性が際立っている。

業種内訳

	実数	構成比 (%)
建設業	204	42.9
卸売業	147	30.9
運輸業	81	17.1
情報通信業等	43	9.1
合計	475	100.0

業種別 \* 従業者規模別事業所数の構成

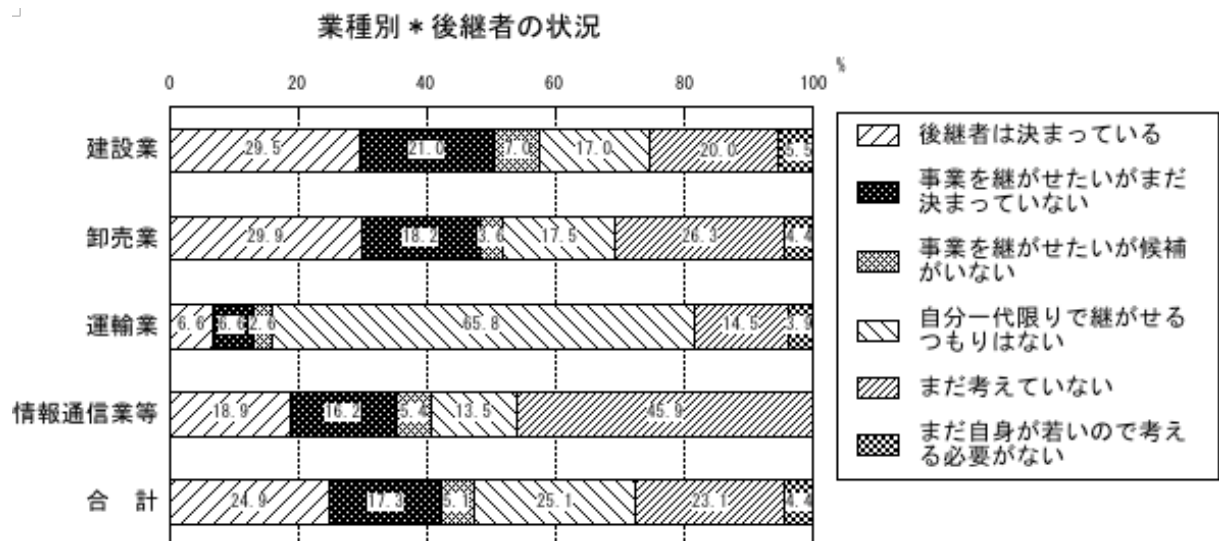
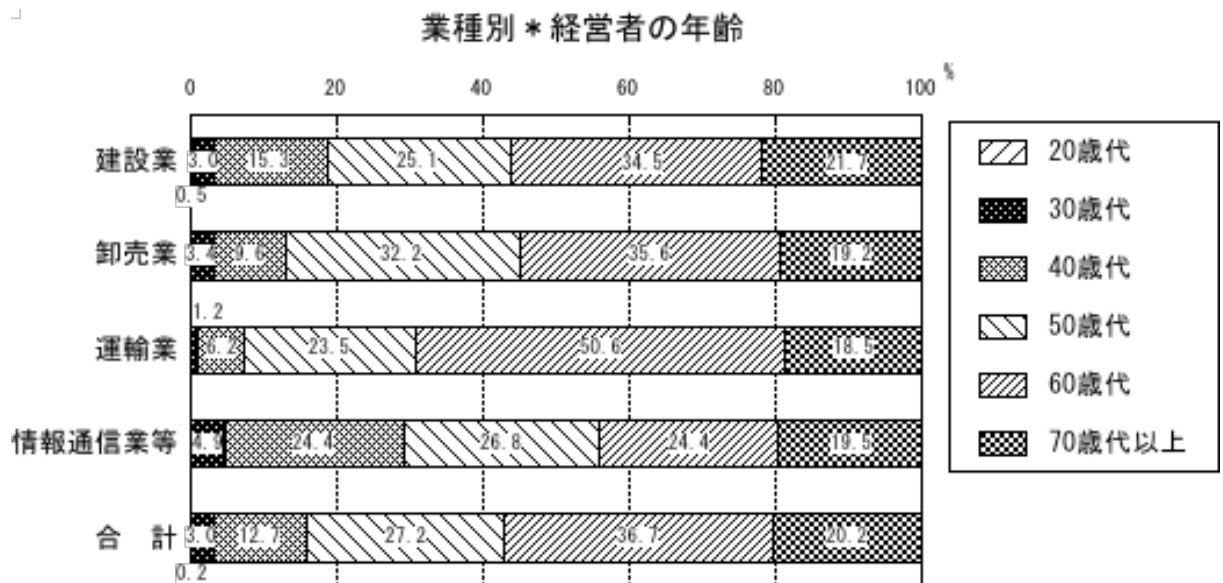


## (2) 経営者の状況

### ●後継者が決まっている事業所が1/4

40歳代までの比較的若い経営者は15.9%に留まり、60歳代が36.7%、50歳代が27.2%と50・60歳代でほぼ6割余りを占めている。なかでも、運輸業の経営者の高齢化が目につく。

後継者の状況をみると、「後継者が決まっている」とする事業所は24.9%であるが、運輸業では6.6%と他業種に比べて極端に少なく、当業種では「自分一代限りで継がせるつもりはない」とする事業所が65.8%と大半を占めている。

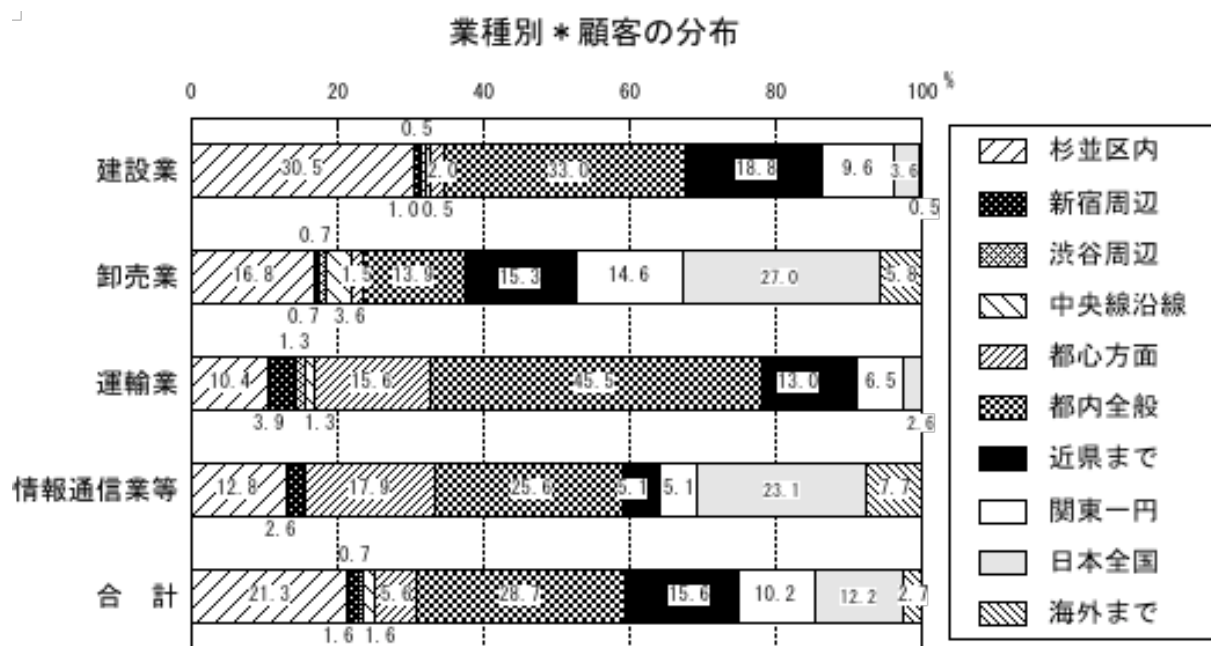


### (3) 顧客の分布

#### ●区内が 21%、ただし卸売業と情報通信業等では国内から一部は海外にも広がる傾向

主な顧客の所在地では、杉並区内は 21.3%を占め、これ以外の都内全般も 28.7%と多くみられる。

業種別にみると、建設業では区内のほか都内全般が多く、運輸業でも都内全般が大半を占めている。また、卸売業と情報通信業等では都内から国内、さらには海外にまで広範に広がる傾向がうかがえる。



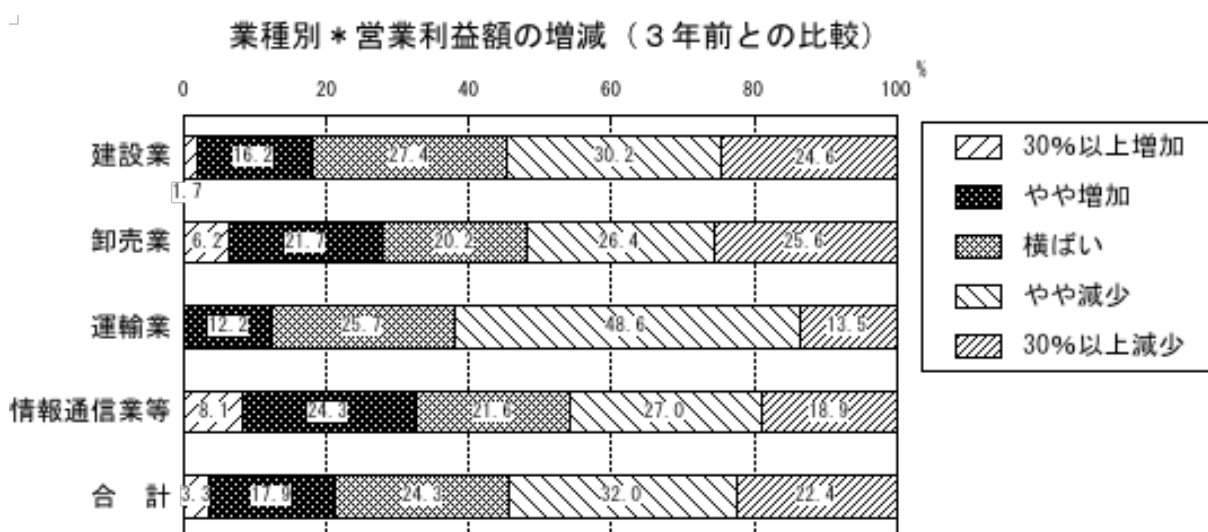
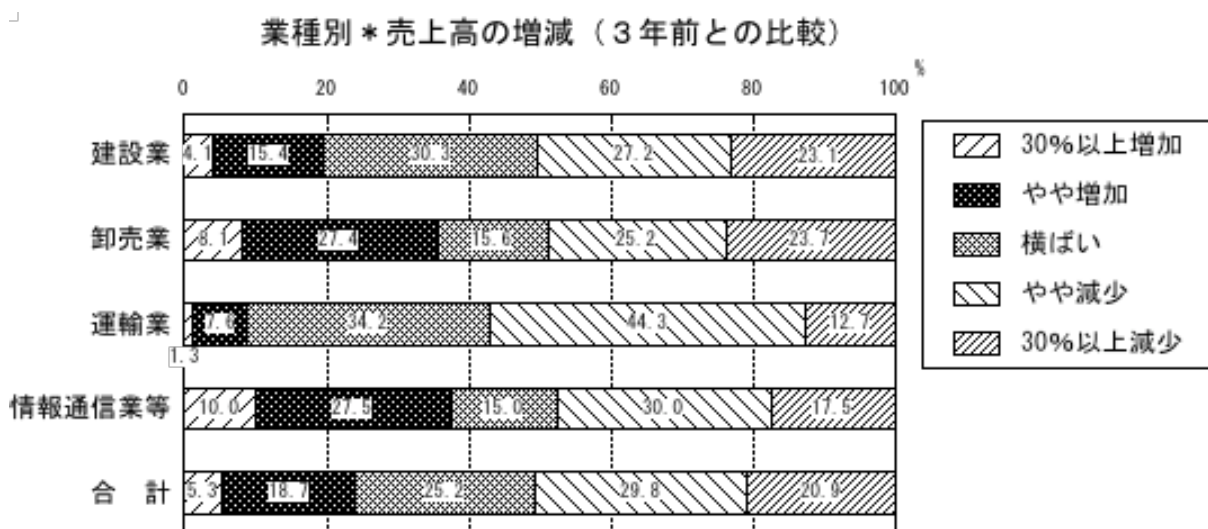
#### (4) 売上の状況（3年前との比較）

##### ●減少が5割、ただし卸売業と情報通信業等では増加が4割近くも

3年前と比較した売上高の増減をみると、減少が50.7%と半数を占め、とりわけ減少率の高い「30%以上減少」は20.9%となっている。

業種別にみると、運輸業の減少傾向が目につき、増加は8.9%に留まり、ほとんどが減少となっている。逆に、卸売業と情報通信業等とは増加傾向が目につき、増加の比率は卸売業が35.5%、情報通信業等では37.5%と4割近くを占める。建設業は、減少が50.3%、増加が19.5%となっている。

営業利益額でも同様の傾向を示し、運輸業の減少傾向、卸売業と情報通信業等の増加傾向が目につく結果となっている。

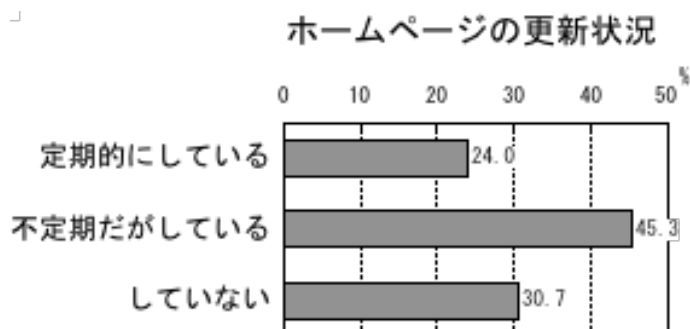
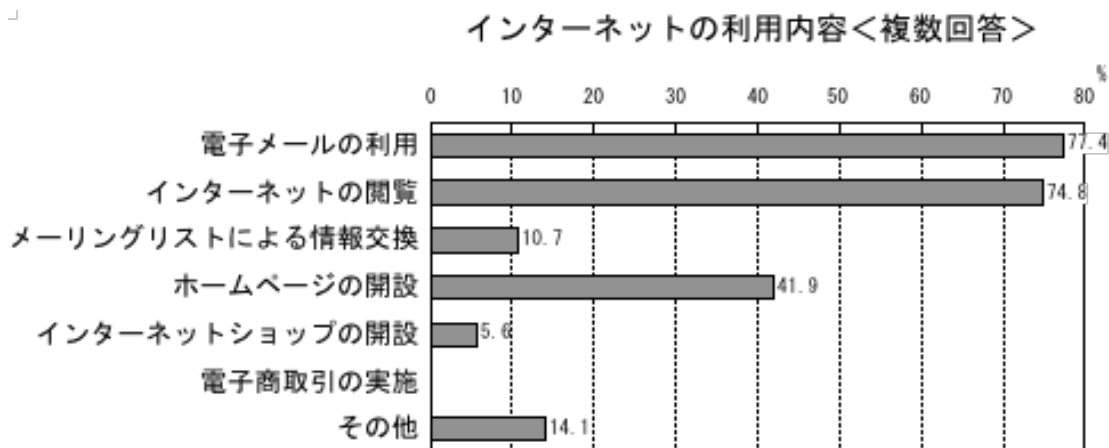
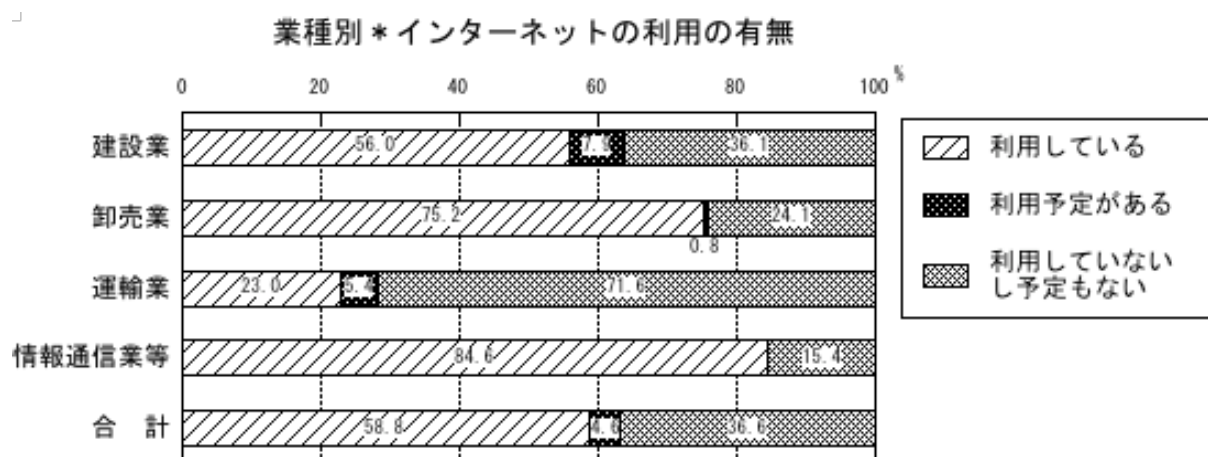


## (5) 情報通信（インターネット）の利用状況

### ●インターネット利用率は6割近く

インターネットを利用している事業所は全体の58.8%と6割近くを占め、業種別では、情報通信業等と卸売業がそれぞれ84.6%、75.2%と非常に高くなっている。

その利用内容では、電子メール（77.4%）とインターネットの閲覧（74.8%）が抜きん出て高く、ホームページの開設は41.9%となっている。このホームページの更新は、30.7%の事業所が「していない」と回答している。

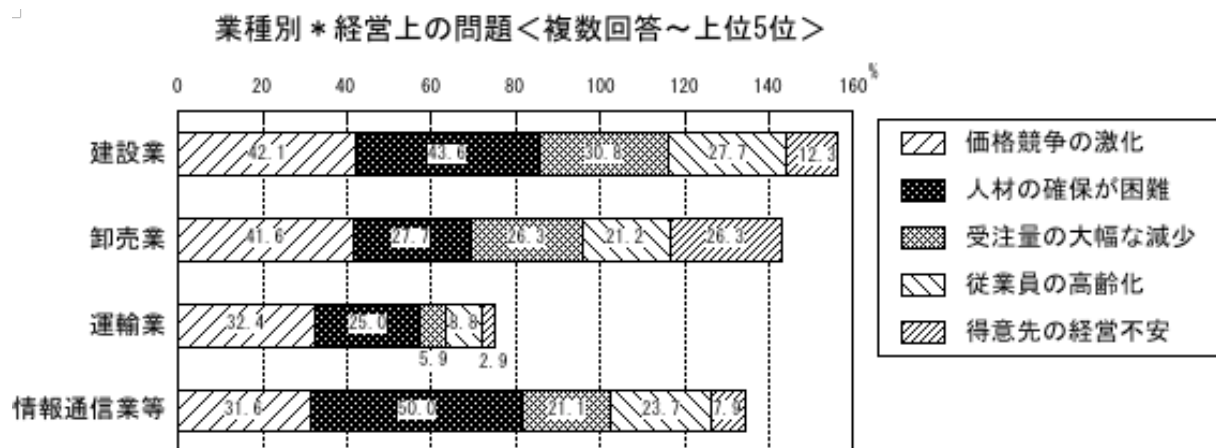
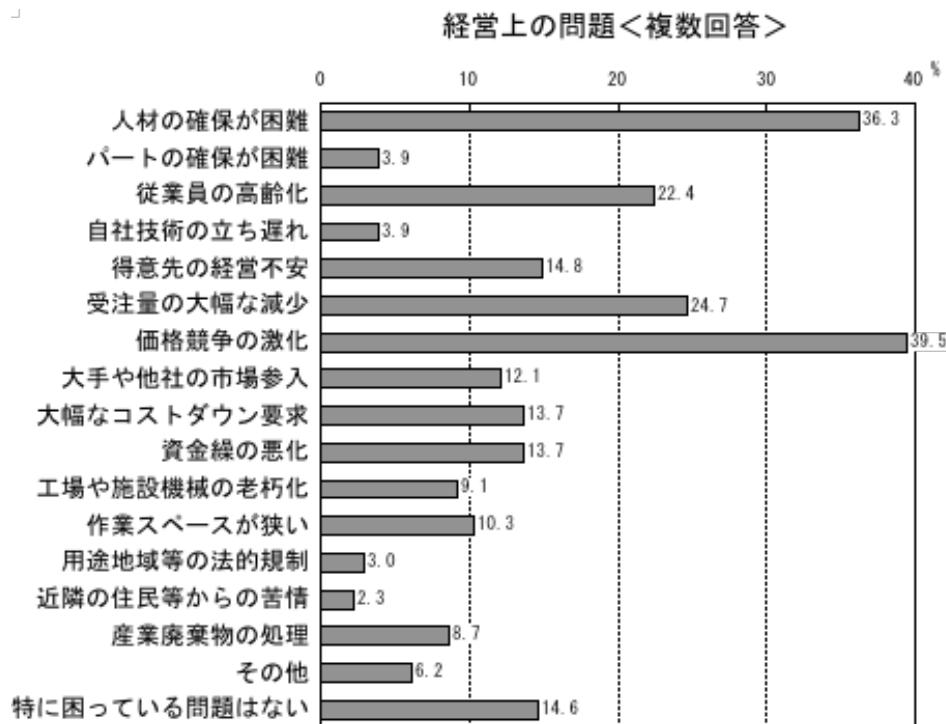


## (6) 経営問題

### ●「価格競争の激化」と「人材の確保難」が抜きん出て多い

経営上特に困っている問題（複数回答）では、「価格競争の激化」が39.5%、「人材の確保難」が36.3%で、これらの問題が他に抜きん出て多くなっている。以下、「受注量の大幅な減少」が24.7%、「従業員の高齢化」が22.4%、「得意先の経営不安」が14.8%と続いている。

業種別では、「価格競争の激化」は建設業と卸売業、「人材の確保難」は情報通信業等と建設業で、比較的多くなっている。



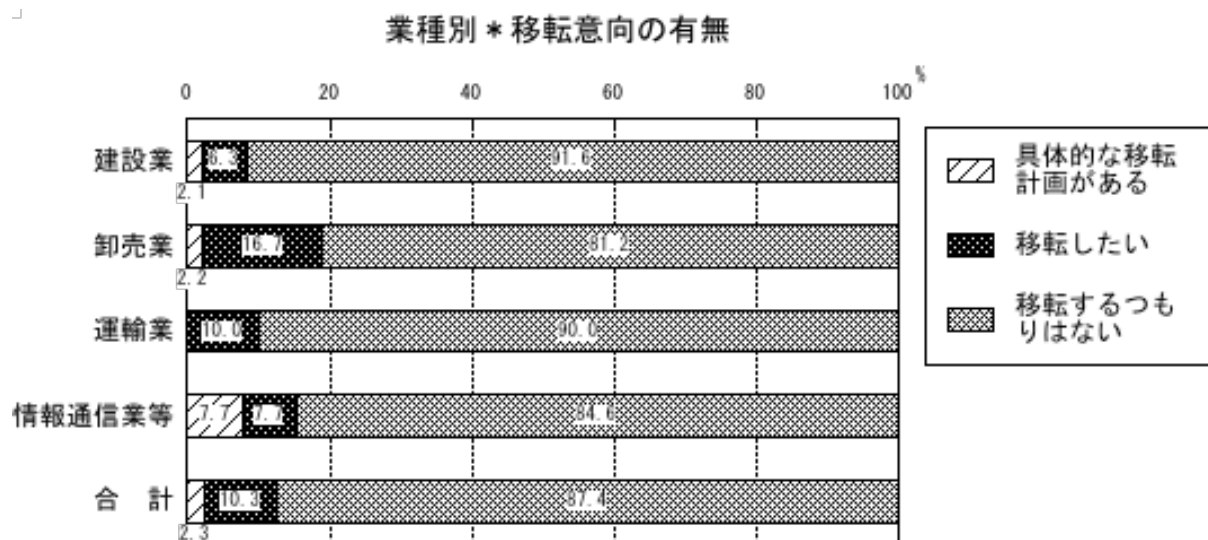
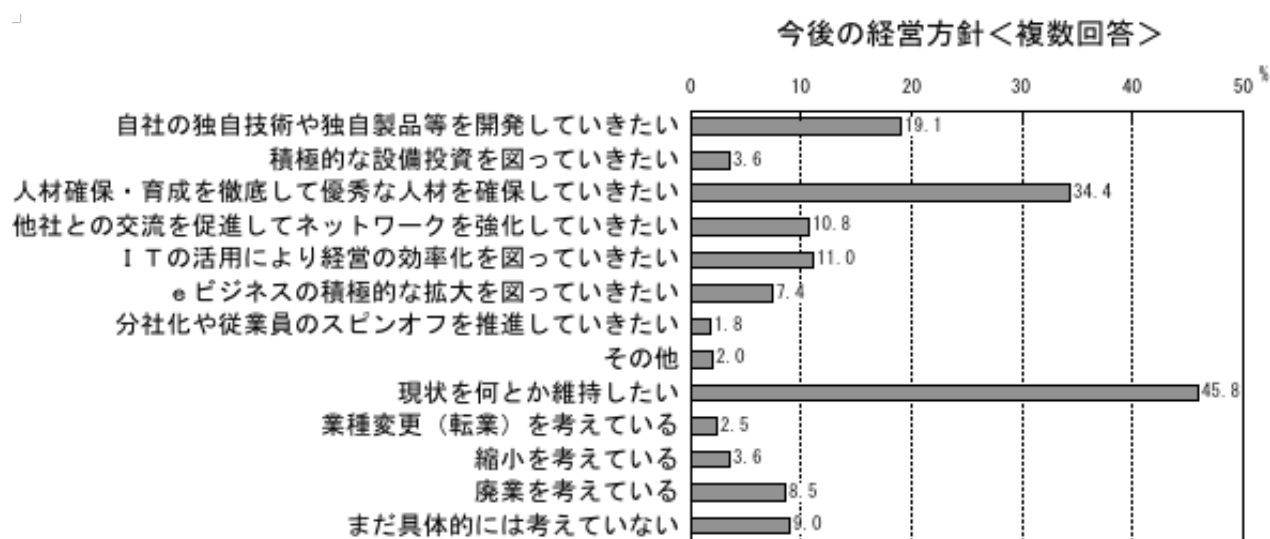


## (7) 経営方針等

### ●現状維持が46%で最も多く、廃業意向は8.5%で比較的少ないが、移転意向が10%を超え、なかでも卸売業は移転志向が強い

今後の経営方針では、「現状を何とか維持したい」が45.8%で最も多い。これ以外では、「人材確保・育成を徹底して優秀な人材を確保したい」が34.4%で抜きん出て多く、「自社の独自技術や独自製品等を開発していきたい」が19.1%で続いている。なお、「廃業を考えている」は8.5%で商店や製造業に比べて少なくなっている。

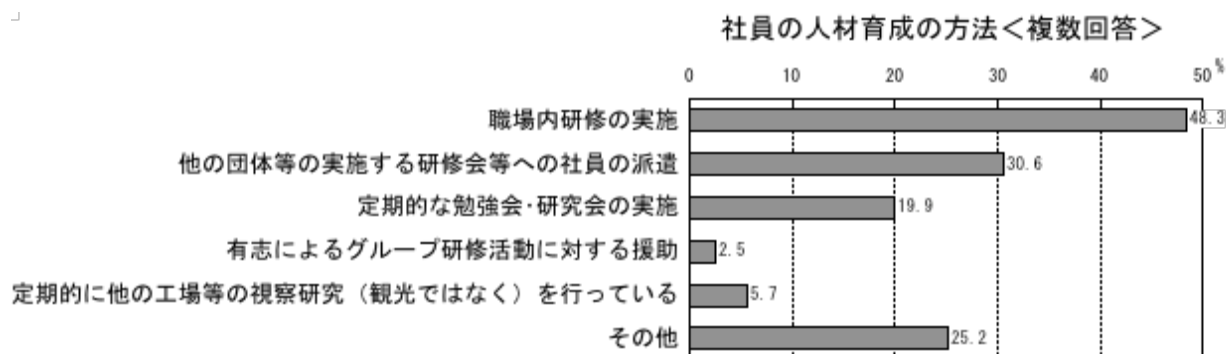
また、事業所の移転に関しては、「具体的な移転計画がある」が2.3%、「移転したい」が10.3%で、卸売業では移転意向が18.9%と2割近くを占めている。



## (8) 社員の人材育成の方法

### ●人材育成は職場内研修が5割弱

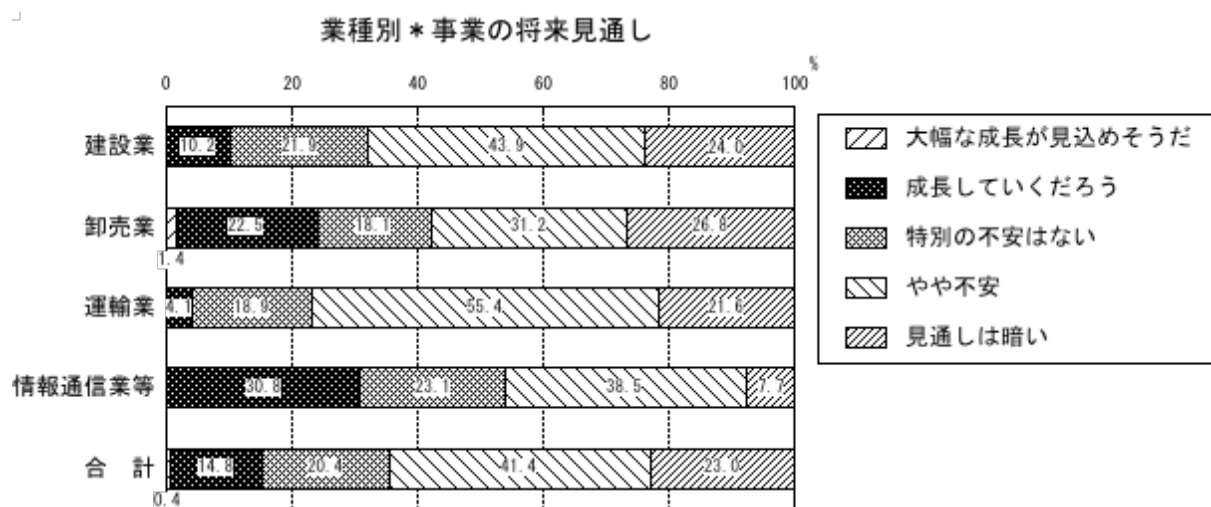
社員の人材育成の方法は、「職場内研修の実施」が48.3%と抜きん出て多く、以下、「他の団体等の実施する研修会等への社員の派遣」が30.6%、「その他」が25.2%、「定期的な勉強会・研究会の実施」が19.9%と続いている。



## (9) 事業の将来見通し

### ●全体の約2/3が「暗い」や「やや不安」、ただし情報通信業等と卸売業では成長見込が目立つ

今後の事業の見通しでは「見通しは暗い」が23.0%、「やや不安」が41.4%で、全体の64.4%の事業所が程度の差はあれ不安を抱えている。逆に、成長見込の事業所割合は15.2%に留まるが、情報通信業等では30.8%、卸売業では23.9%と他業種に比べて目立つ。

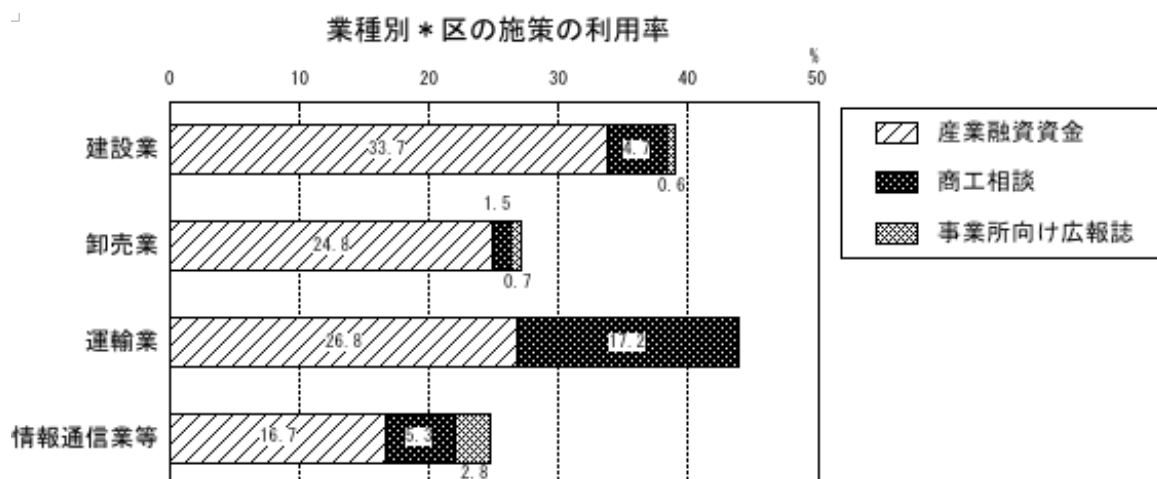
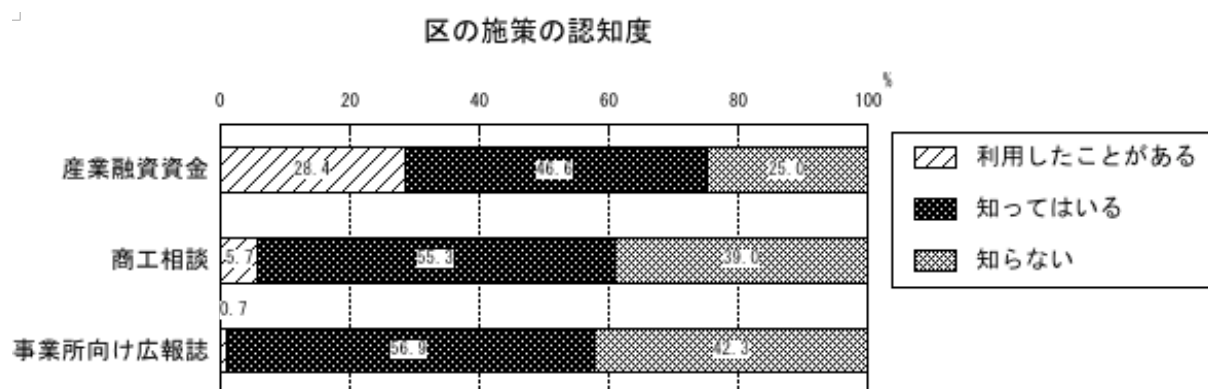


## (10) 区の施策の認知度等

### ●産業融資資金の利用率は28.4%、ただし情報通信業等では16.7%に留まる

区が実施している主な施策の利用率や認知度をみると、産業融資資金の利用率が28.4%と最も高く、商工相談は5.7%、事業所向け広報誌は0.7%に留まっている。「知らない」とする事業所は、産業融資資金が25.0%であるが、商工相談と事業所向け広報誌はそれぞれ39.0%、42.3%とかなりを占めている。

産業融資資金の利用業種をみると、建設業が33.7%で最も多く、逆に情報通信業等では16.7%に留まっている。

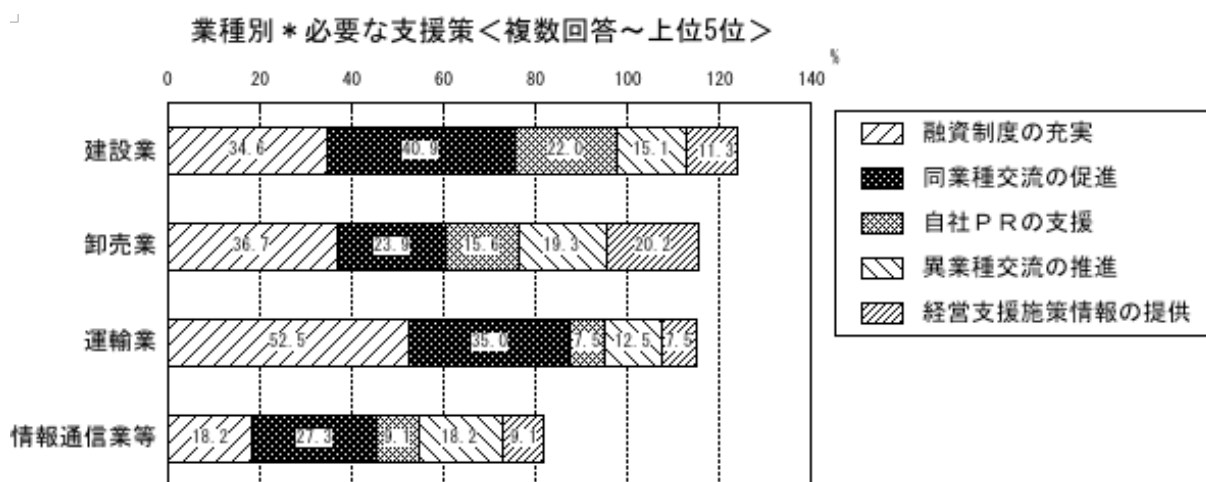
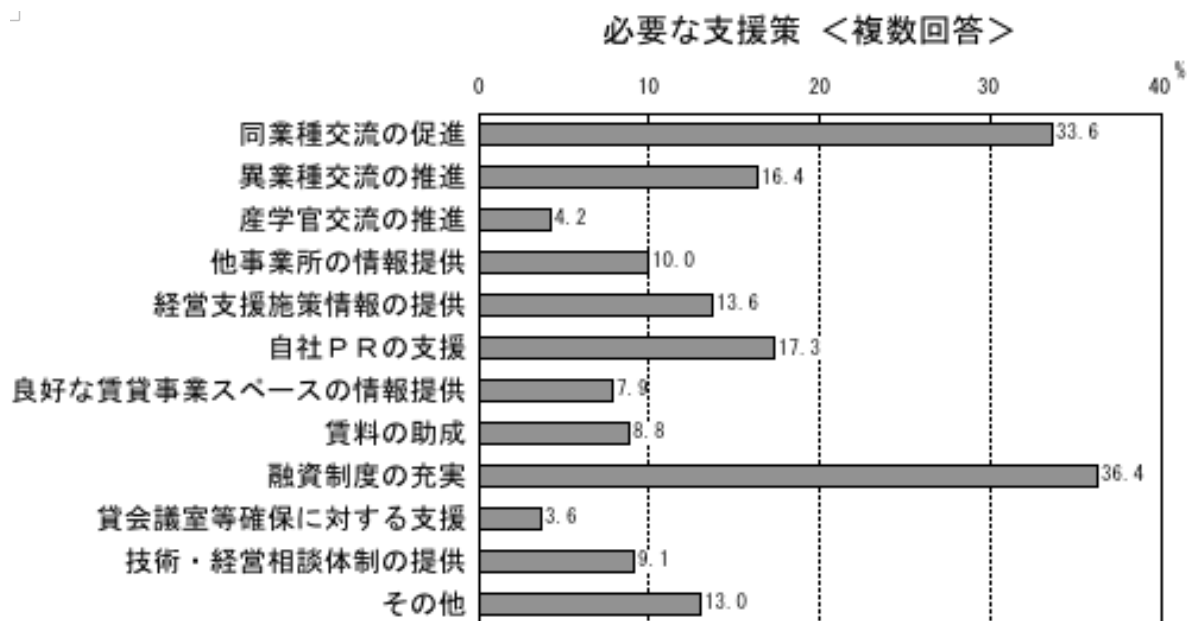


## (11) 必要な支援策

### ●製造業と同様に「融資制度の充実」や「同業種交流の推進」が目立って多い

今後の支援策の方向（複数回答）は、「融資制度の充実」が 36.4%、「同業種交流の推進」が 33.6%で続き、製造業と同様にこの2項目が抜きん出て多くなっている。

「融資制度の充実」「同業種交流の推進」ともに各業種の割合が高いが、なかでも前者は運輸業、後者は建設業が目立って高くなっている。



## 4 農家実態調査結果

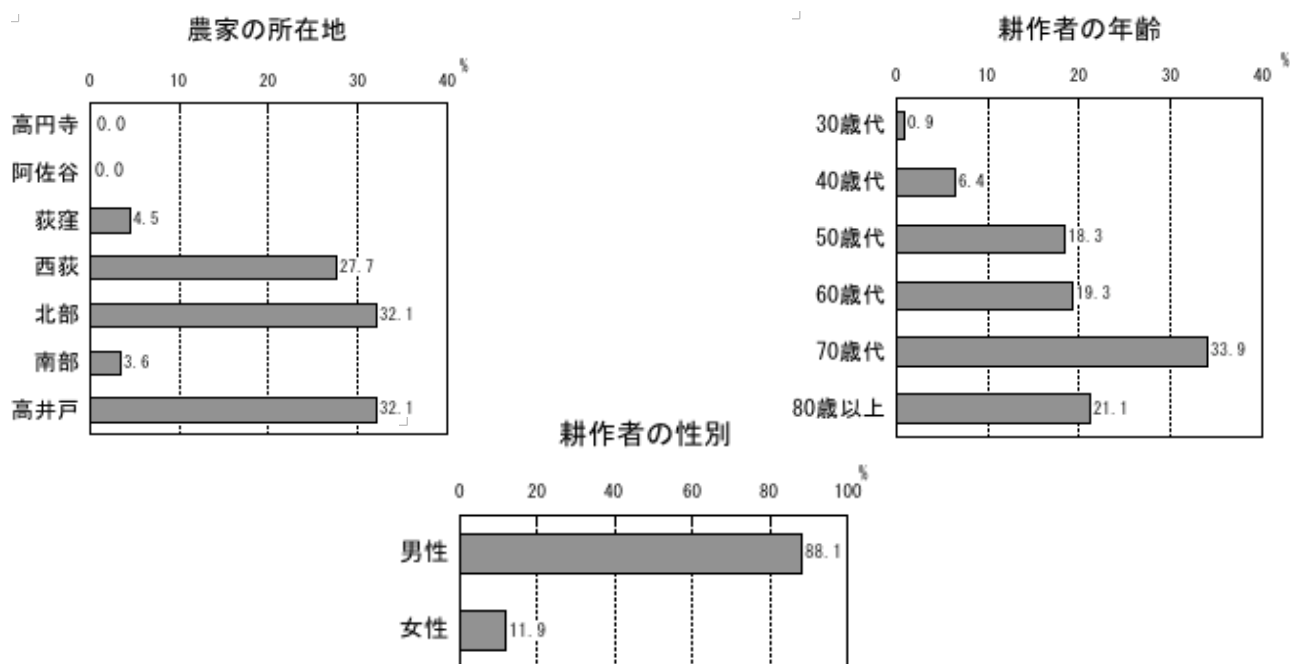
### (1) 農家の概要

#### ① 耕作者の属性

##### ● 70歳以上が55%

耕作者の地域分布は、高井戸地区と北部地区がともに32.1%で最も多く、西荻地区が27.7%と続き、これら3地区に9割余りが集中している。

耕作者の性別では、88.1%が男性で女性は11.9%である。その年齢は、70歳以上が55.0%、60歳以上では74.3%と高齢者が大半を占めている。

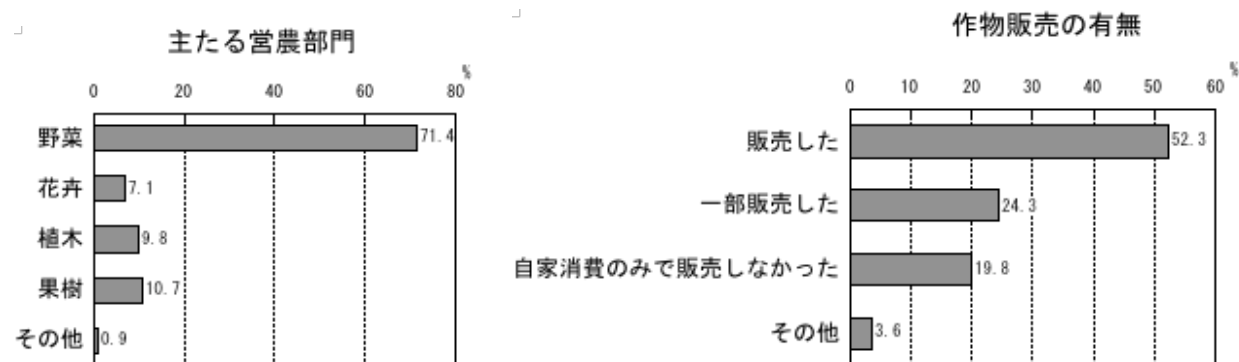


#### ② 主たる営農部門

##### ● 野菜が70%超

主たる営農部門は、野菜が71.4%と抜きん出て多く、以下、果樹が10.7%、植木が9.8%、花卉が7.1%と続いている。

これら作物の販売の有無をみると、「販売した」が52.3%、「一部販売した」が24.3%で、自家消費のみは19.8%となっている。



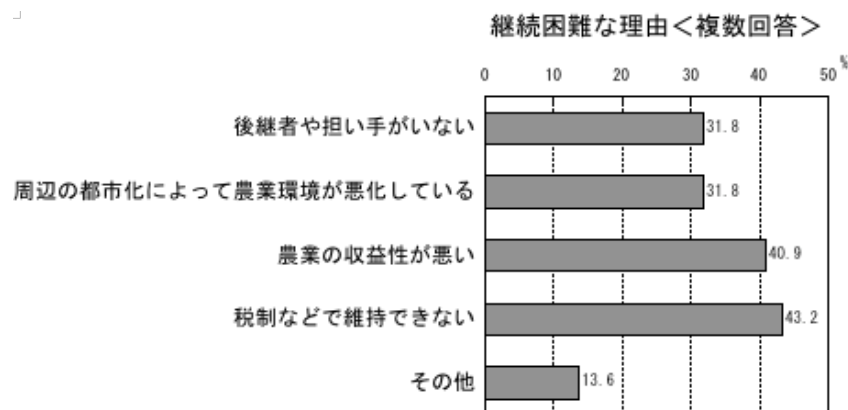
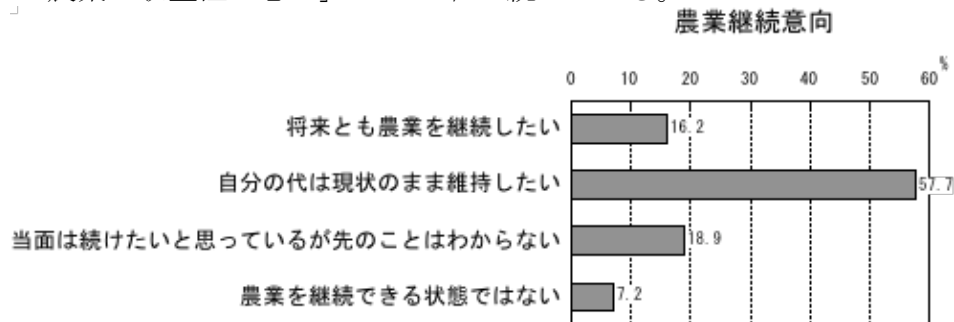
## (2) 今後の方針

### ① 農業継続意向

#### ● 大半が継続意向を持っているものの積極派は16%、税制や収益性がネックに

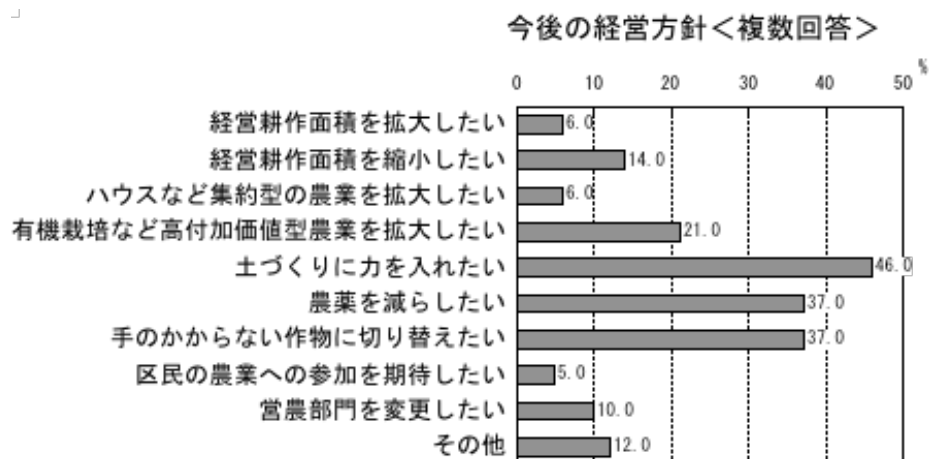
「農業を継続できる状態ではない」は7.2%で、大半が継続意向を持っているが、「将来とも農業を継続したい」とする積極派は16.2%に留まる。

農業の継続を困難にする理由をみると、「税制などで維持できない」が43.2%と最も多く、次いで「農業の収益性が悪い」が40.9%と続いている。



### ② 経営方針

今後の経営方針としては、「土づくりに力を入れたい」(46.0%)や「農薬を減らしたい」「手のかからない作物に切り替えたい」(ともに37.0%)などが上位を占めている。

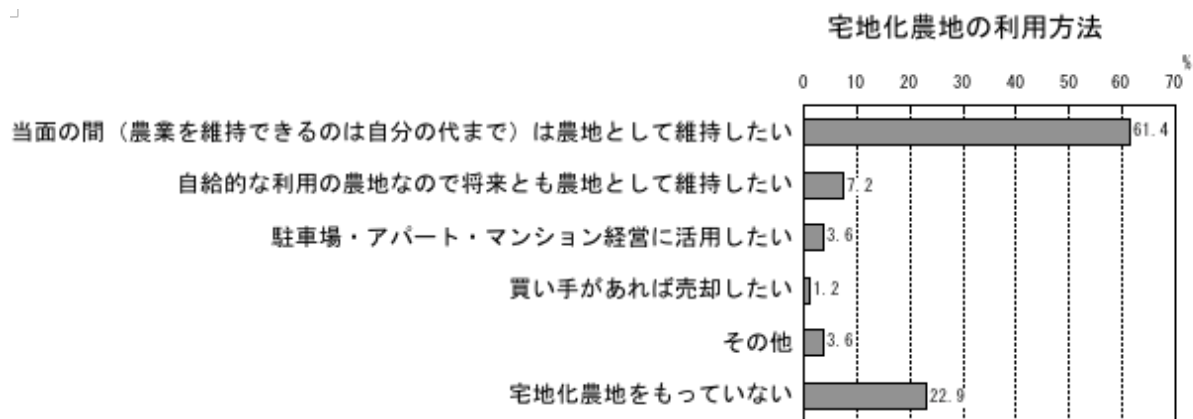


### (3) 宅地化農地の動向

#### ①利用方法

##### ●宅地化農地の他用途への転換傾向は限定的

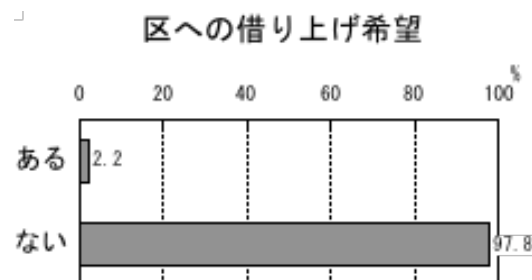
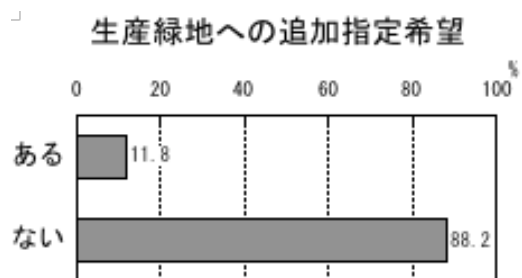
宅地化農地の利用方法は、「当面の間は農地として維持したい」が 61.4%と大半を占め、宅地化農地の他用途への転換傾向は限定的である。なお、このほかに「宅地化農地を持っていない」が 22.9%を占めている。



#### ②生産緑地への追加指定希望及び借り上げ希望

##### ●追加指定希望は 9 件、借り上げ希望は 2 件

宅地化農地のうち生産緑地に追加してほしい農地が「ある」とする農家は 11.8%（9 件）である。また、生産緑地を含めた区への借り上げ希望は 2.2%（2 件）となっている。



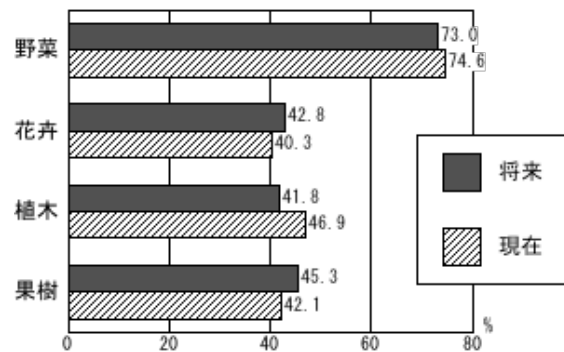
#### (4) 今後の方向

##### ① 営農部門の重視方向

###### ● 果樹と花卉重視の傾向

現在と将来の営農部門別比率を単純平均値でみると、野菜と植木はその比率がやや減少するのに対して、果樹と花卉では増加しており、果樹と花卉では増加しており、果樹と花卉をより重視する傾向がうかがえる。

営農部門の重視傾向



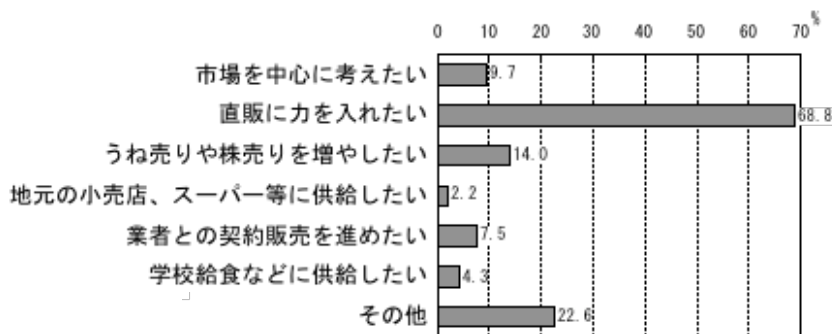
##### ② 今後の販売形態

###### ● 直販志向が鮮明

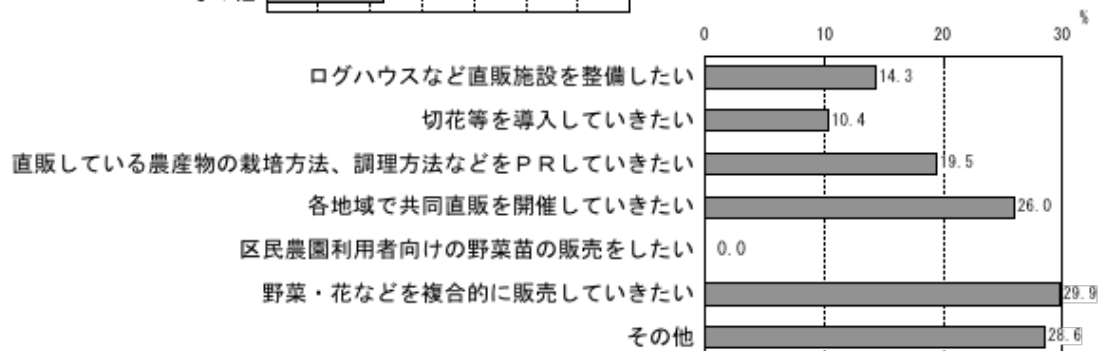
今後の販売形態では、「直販に力を入れたい」が 68.8%と際立って多く、直販志向が鮮明にうかがえる。

その直販の方向としては多様な意向が挙がっており、野菜・花などの複合的販売 (29.9%)、共同直販 (26.0%)、直販農産物の PR 強化 (19.5%)、直販施設の整備 (14.3%) などが主な内容となっている。

今後の農産物の販売形態<複数回答>



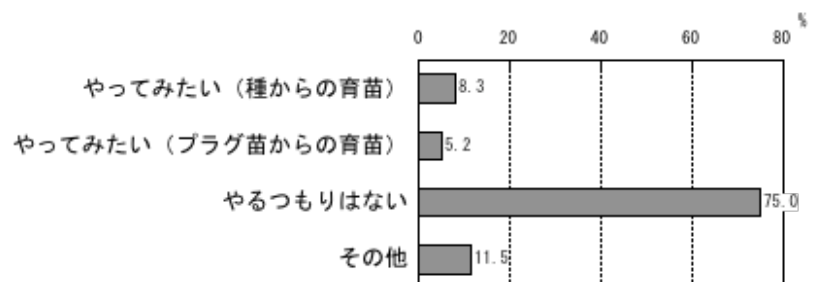
直販の方向<複数回答>



##### ③ 育苗に対する意向

育苗に対する意向は多くなく、「やるつもりがない」が 75.0%と大半を占める。

育苗に対する意向





## (5) 有機農業について

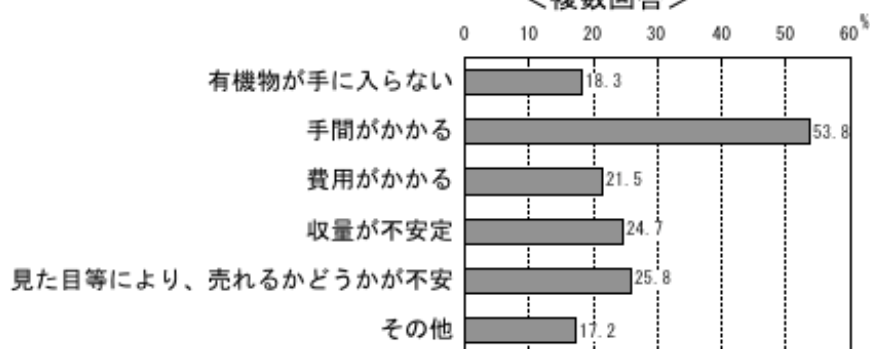
### ●有機農業の苦労・障害は「手間がかかる」

有機・低農薬農業を進めていくうえでの苦労や障害として、最も多いのが「手間がかかる」で53.8%と抜きん出ており、これ以外の項目は分散している。

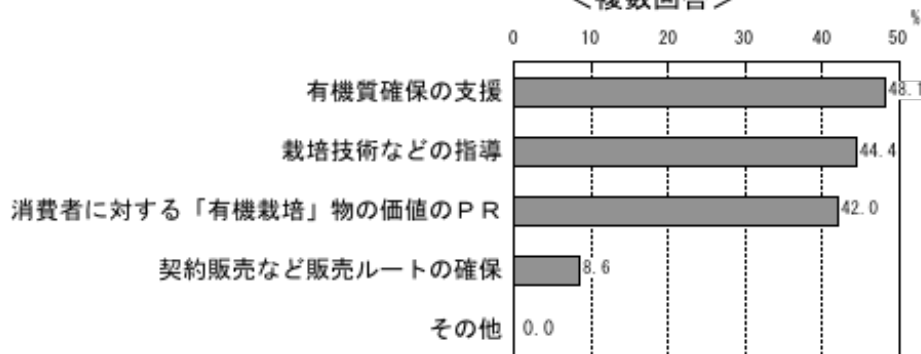
有機・低農薬農業を進めていくうえでの必要事項としては、「有機質確保の支援」(48.1%)のほか「栽培技術などの指導」(44.4%)や「消費者に対する有機栽培物の価値のPR」(42.0%)などが主要事項として挙げられている。

また、自分で堆肥を作っているかどうかについては、「作っている」が63.0%と6割余りを占めている。その堆肥の作り方は「落ち葉」が93.3%とほとんどを占めている。

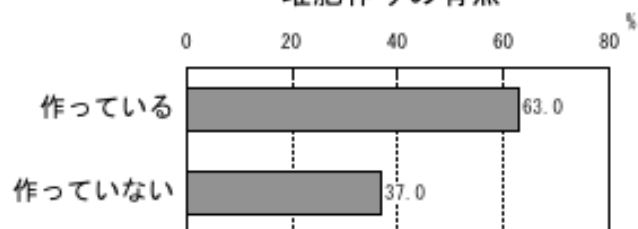
有機農業を進めていくうえでの苦労・生涯  
＜複数回答＞



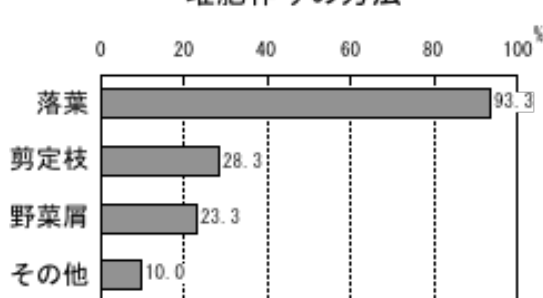
有機農業を進めていくうえでの必要事項  
＜複数回答＞



堆肥作りの有無



堆肥作りの方法

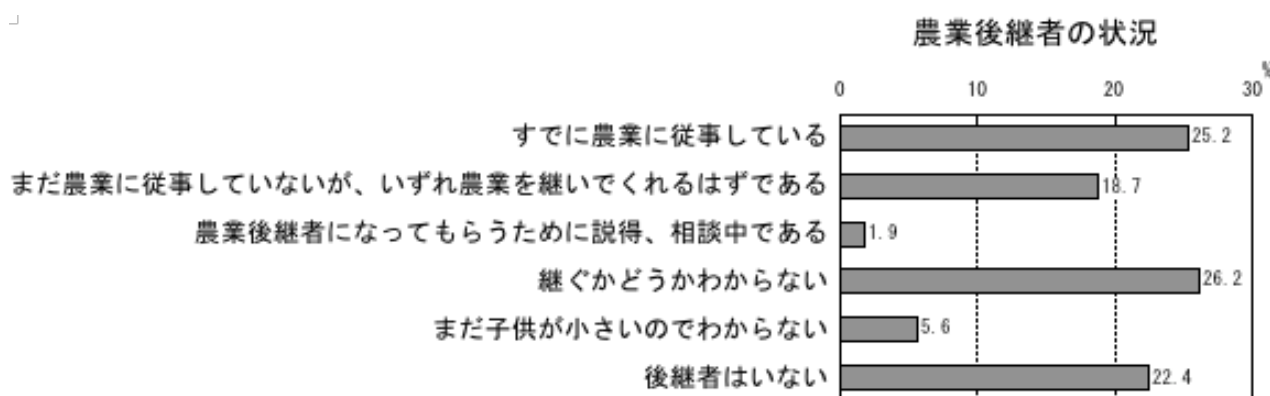


## (6) 労働力について

### ①後継者の有無

#### ●4割余りの農家が後継者をほぼ確保

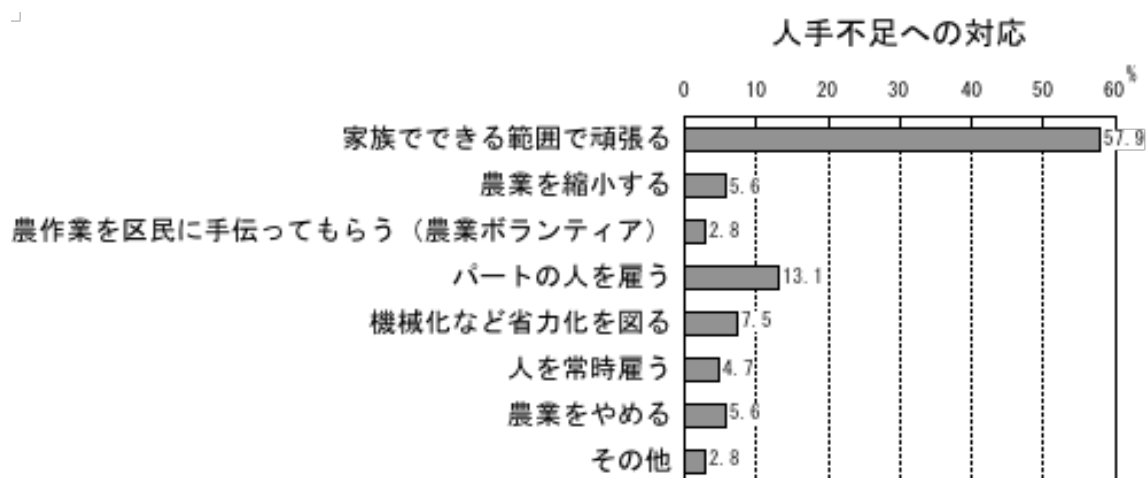
農業後継者の有無についてみると、「すでに農業に従事している」は25.2%、「いずれは継いでくれるはず」が18.7%で、合わせると4割余りの農家が後継者をほぼ確保しているとみられる。しかし、「後継者はいない」(22.4%)や「継ぐかどうかわからない」(26.2%)も合わせると48.6%と半数近くを占め、耕作者の高齢化が顕著に進んでいることと考え合わせると、現実問題として農業の維持・継続は「明」と「暗」の二極分化の様相を呈している。



### ②労働力不足への対応

#### ●「家族でできる範囲で頑張る」が半数を超えている

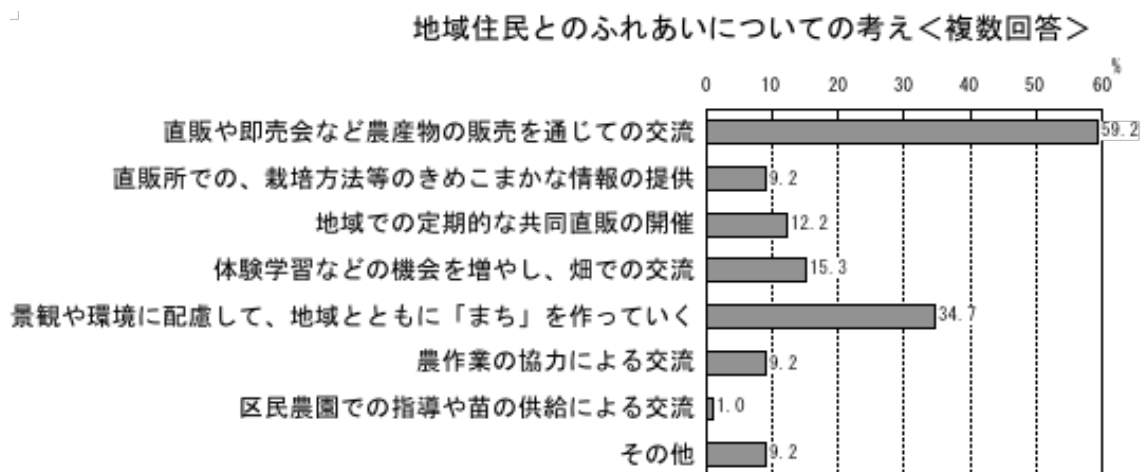
各農家が労働力不足に対してどのように対応しようとしているかをみると、「家族でできる範囲で頑張る」が57.9%で抜きん出て多く、これ以外では「パートの人を雇う」が13.1%、「機械化など省力化を図る」が7.5%、「農業を縮小する」と「農業をやめる」がともに5.6%などとなっている。



## (7) 地域住民とのふれあいについて

### ●「直販や即売会など農産物の販売を通じた交流」が突出

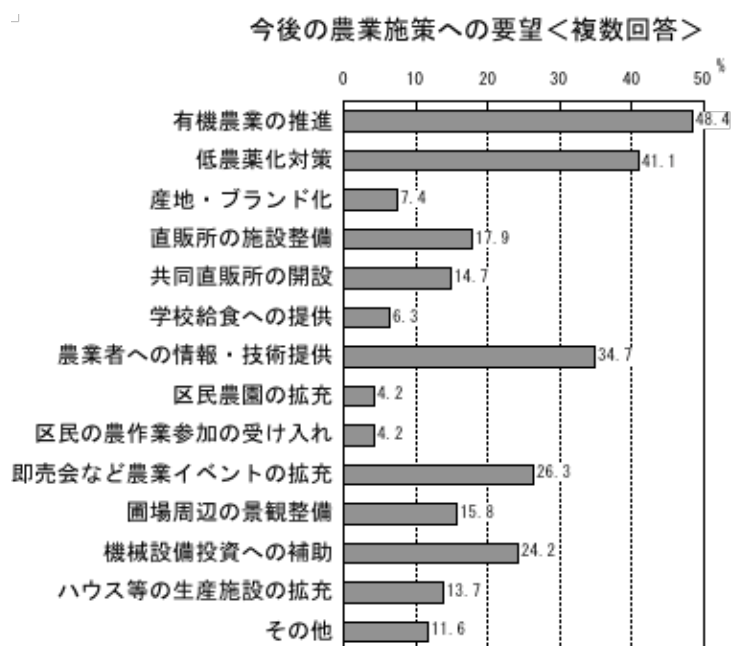
地域住民とのふれあいについて、各農家の考えで最も多いのは「直販や即売会など農産物の販売を通じた交流」で 59.2%と突出しており、また、「景観や環境に配慮して地域とともにまちを作っていく」も 34.7%と比較的多くなっている。



## (8) 今後の農業施策

### ●目立って多い有機的農業への施策要望

区内の農家が今後重視してほしい農業施策は、最も多いのが「有機農業の推進」で 48.4%、次いで「低農薬化対策」が 41.1%と続き、有機的農業への施策要望が目立って多くなっている。これら以外では、「農業者への情報・技術提供」が 34.7%、「即売会など農業イベントの拡充」が 26.3%、「機械設備投資への補助」が 24.2%と続いている。



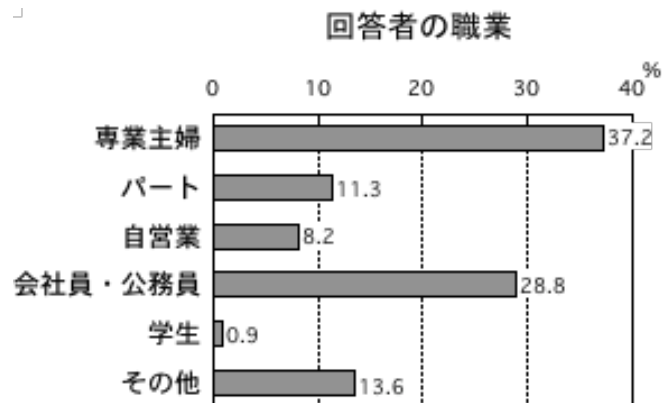
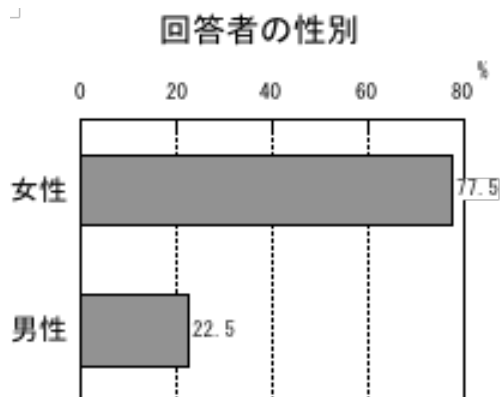
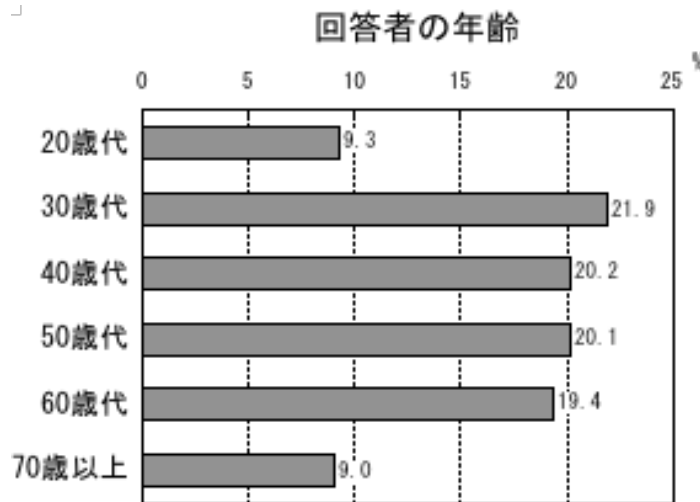
## 5 買物動向調査結果

### (1) 回答者の属性

回答者の年齢をみると、30歳代から60歳代までそれぞれ2割前後を占め、30歳代が最も多くなっている。20歳代と70歳代以上もともに9%台と、各年代を網羅している。

性別では、買物機会の多い女性が77.5%とかなりを占めるが男性も22.5%となっている。

職業別では、専業主婦が37.2%、パートが11.3%で、買物頻度の高いとみられる主婦層をあわせて48.5%とほぼ半数を占めるほか、会社員・公務員が28.8%、自営業が8.2%などとなっている。



## (2) 買物行動の状況

### ①よく利用する店舗

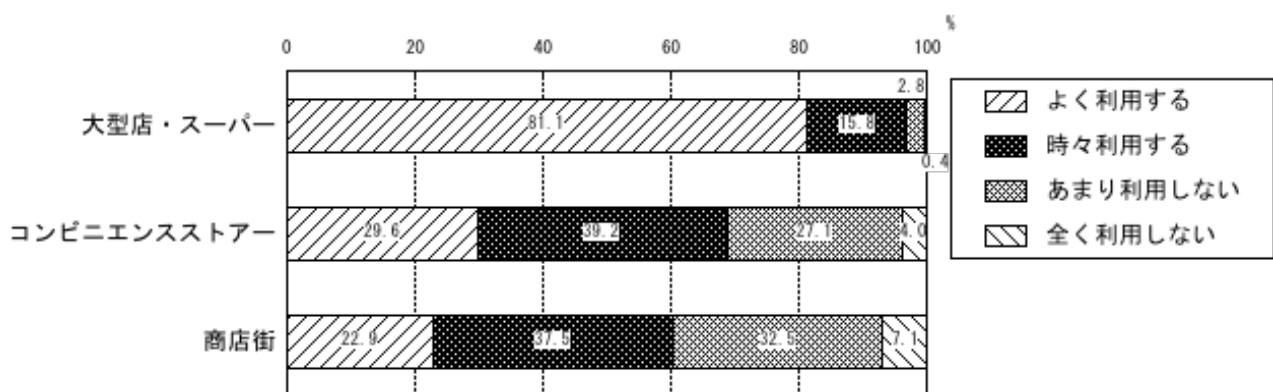
#### ●よく利用する人の割合は、大型店が8割超、コンビニが1/3、商店街は1/4弱

大型店・スーパー、コンビニ、商店街の3つに分けて、その利用頻度をみると、大型店・スーパーでは81.1%と8割を超える人が「よく利用する」と回答しているのに対して、コンビニでは29.6%とほぼ1/3、商店街では22.9%となっている。(※5年前の調査時点ではコンビニは33.2%、商店街は25.3%となっており、大型店・スーパーの集中度が強まる傾向がうかがえる。)

年齢別にみると、大型店・スーパーは各年代ともに利用頻度が高く、コンビニは若い人ほど、商店街は逆に高齢者ほど利用頻度が高くなる傾向がみられる。

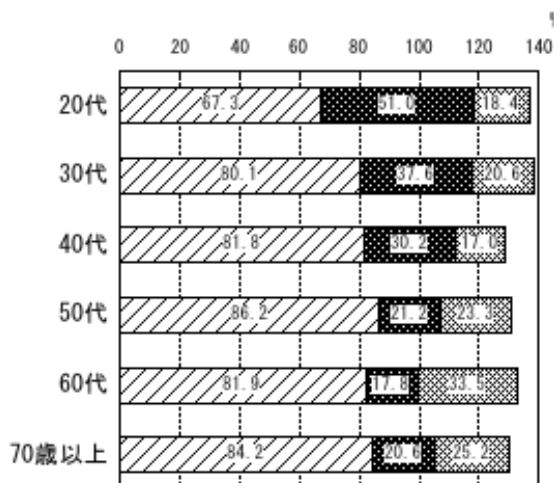
職業別では、大型店・スーパーは専業主婦やパートの主婦層の利用頻度が高く、コンビニは学生や会社員・公務員の利用頻度が比較的高くなっている。商店街は、学生を除き、各職業で2~3割の利用頻度を示しているが、その中で自営業とその他(主として無職)の利用頻度が比較的高い傾向がうかがえる。

店舗の種類別 \* 利用状況

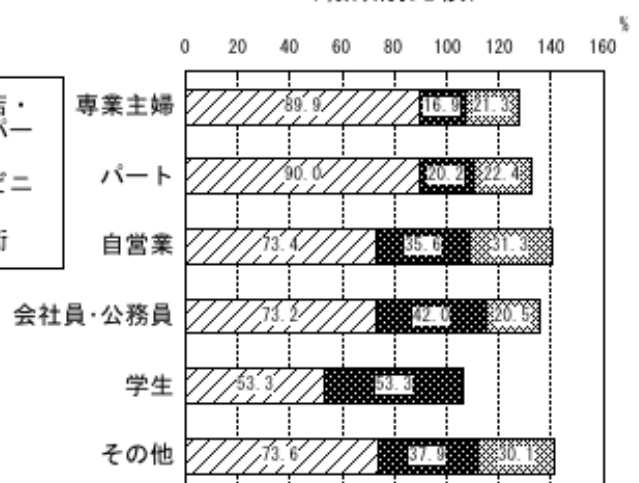


「よく利用する人」の割合

<年齢別比較>



<職業別比較>

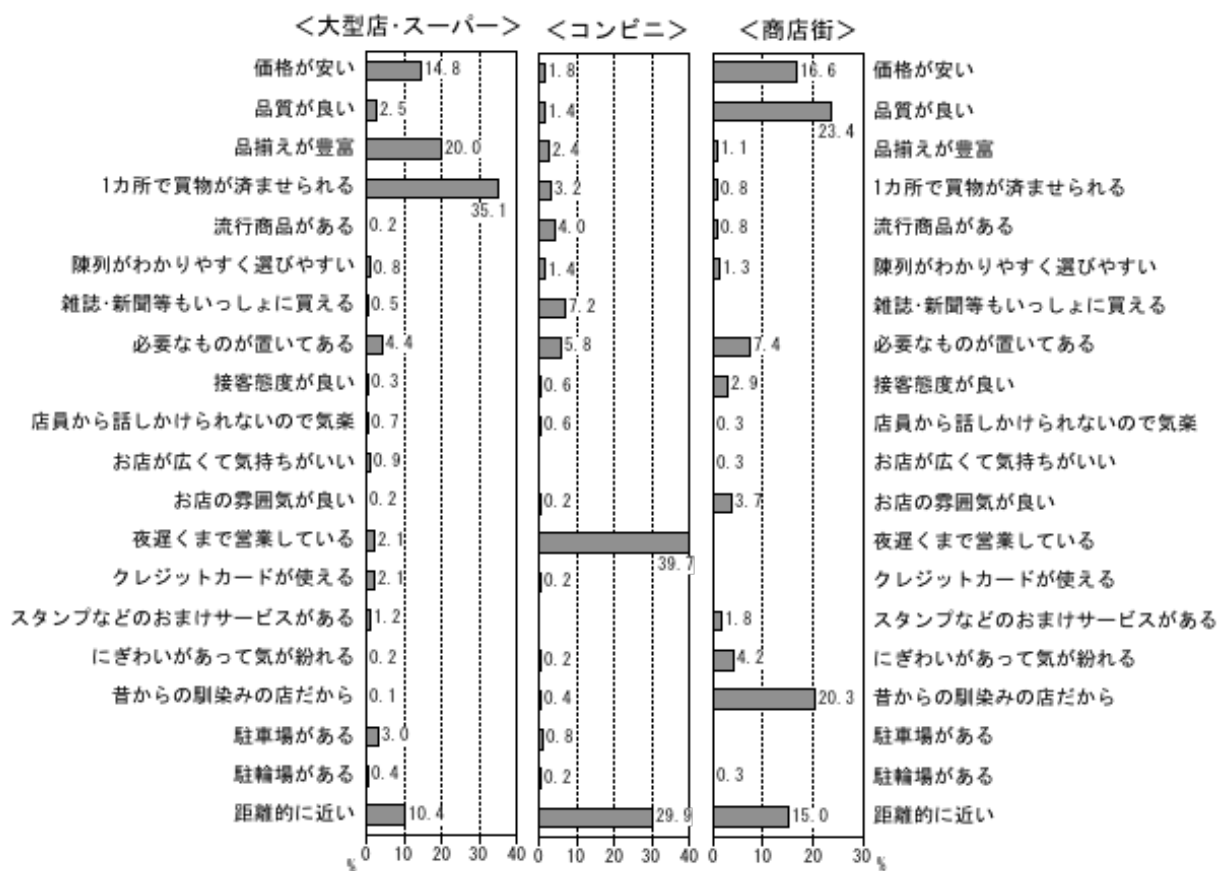


## ②よく利用する理由

●大型店では「1カ所で買物が済ませられる」、コンビニでは「夜遅くまで営業している」と「距離的に近い」、商店街は理由が拡散する傾向

そこをよく利用する最大の理由として、大型店・スーパーでは「1カ所で買物が済ませられる」が最も多く35.1%を占め、次いで「品揃えが豊富」が20.0%、「価格が安い」が14.8%、「距離的に近い」が10.4%と続き、他の理由は全て5%に満たない。コンビニでは「夜遅くまで営業している」が39.7%と最も多く、「距離的に近い」が29.9%と続き、この2つの理由が抜きん出ている。一方、商店街では、理由がやや拡散する傾向を示し、「品質が良い」の23.4%、「昔からの馴染みの店だから」の20.3%、「価格が安い」の16.6%、「距離的に近い」の15.0%などが主たる理由となっている。

そこをよく利用する最大の理由

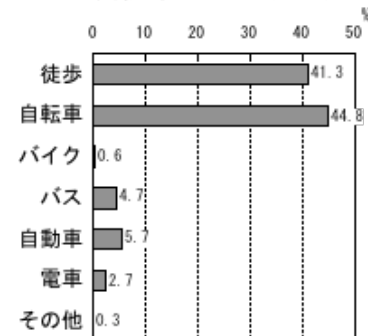


## ③利用の際の交通手段

●自転車と徒歩が4割超

買い物をする際の主な交通手段は、自転車が最も多く44.8%を占め、徒歩が41.3%と続く。他の手段はどれも1割に満たない。

買物時の主な交通手段



#### ④よく利用する地域

●区外流出率が非常に高いのはおしゃれ着、身の回り品、贈答品で、うち新宿が 40～50%

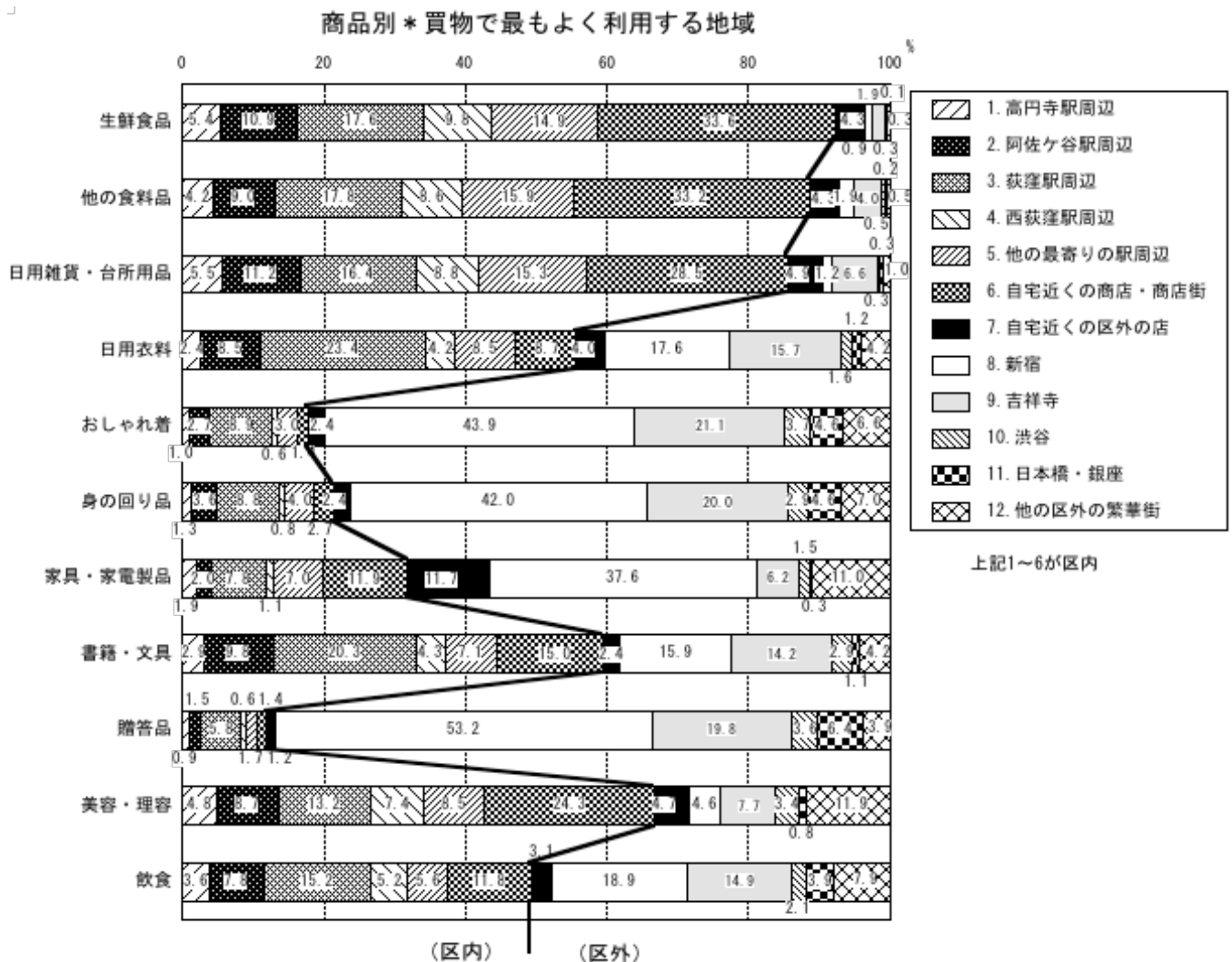
最もよく利用する地域を小売品目の商品別にみると、生鮮食品や他の食料品、日用雑貨・台所用品などは「自宅近くの商店・商店街」が最も多く、杉並区内での利用を合わせるとそれぞれ 92.3%、88.6%、85.6%と高い利用率になっており、区外流出は比較的少ない。

これとは対照的に区外流出が顕著な商品としては、おしゃれ着（区内利用率 17.6%）、身の回り品（同じく 21.2%）、贈答品（11.9%）などが挙げられ、区外の買物地域としてはともに新宿が 4～5 割、吉祥寺が 2 割程度を占める。また、家具・家電製品も区内利用が 31.8%で区外流出が比較的多い。

この中間にあるのが日用衣料と書籍・文具で、区内利用はそれぞれ 55.7%、59.4%と 6 割近く占め、区内の中では荻窪駅周辺が 2 割余りと比較的高いものの、新宿や吉祥寺への区外流出も 3 割超となっている。

小売以外の品目では、区内利用が美容・理容で 66.8%、飲食で 49.2%となっており、飲食の区外流出がより多くなっている。

5 年前の調査時点と比較すると、全般的な傾向にそれ程大きな変化がみられないものの、家具・家電製品、書籍・文具、美容・理容などの区外流出が強まっている傾向がうかがえる。

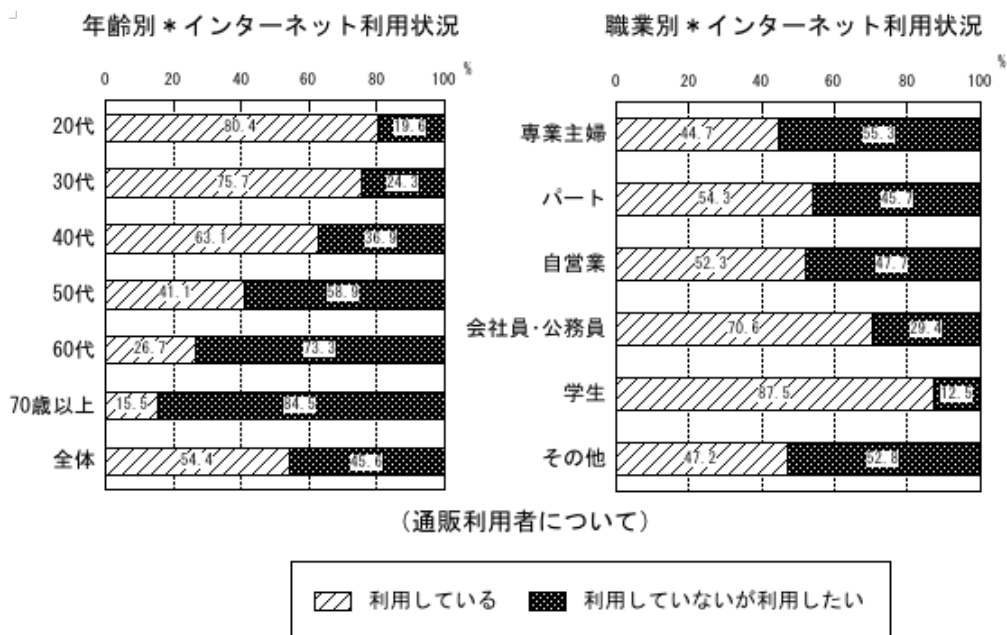
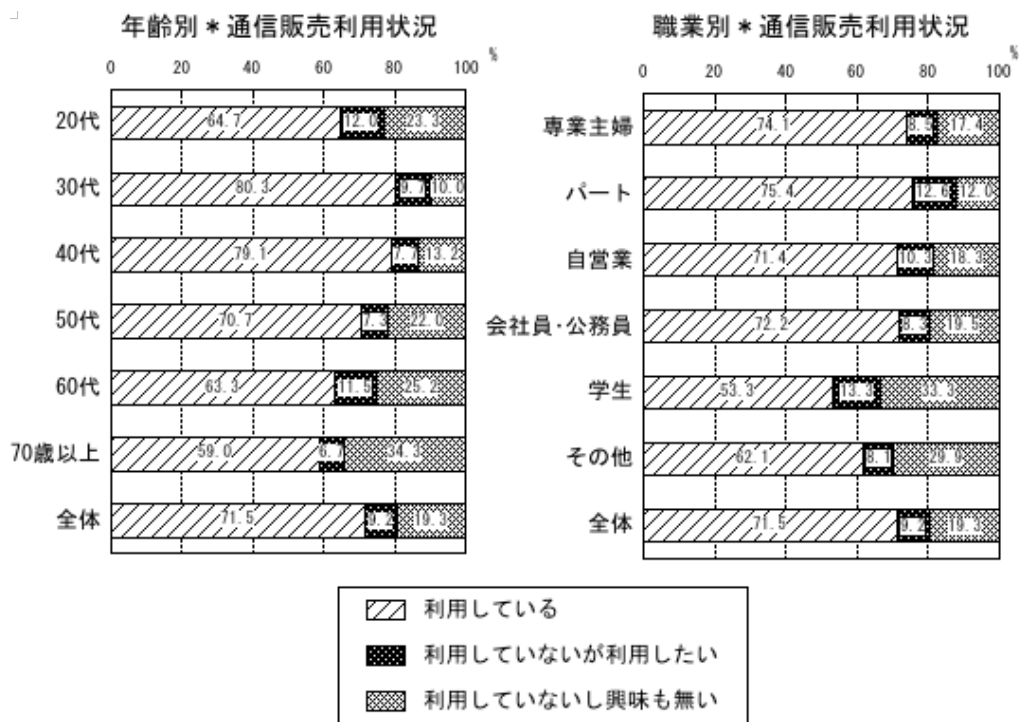


⑤新たな買物行動（通販、共同購入）

●通販利用は72%で30・40代や主婦層では75～80%、うち54%がインターネットで

通信販売の利用はかなり浸透してきており、「利用している」が71.5%で、5年前の調査時点（65.0%）と比較して増えている。年齢別にみると、各年代とも利用率が5割を超えており、とくに30・40歳代では8割前後、主婦層（専業主婦、パート）でも3/4程度が利用している。

これら通販利用者のうち、54.4%は既にインターネットを利用しており、5年前（31.2%）と比べてかなりの伸びを示している。年齢が若いほど利用率は高いが、高齢者においても60歳代で26.7%（5年前は13.8%）、70歳以上で15.5%（同じく9.1%）と高齢利用者の増加が顕著にみられる。

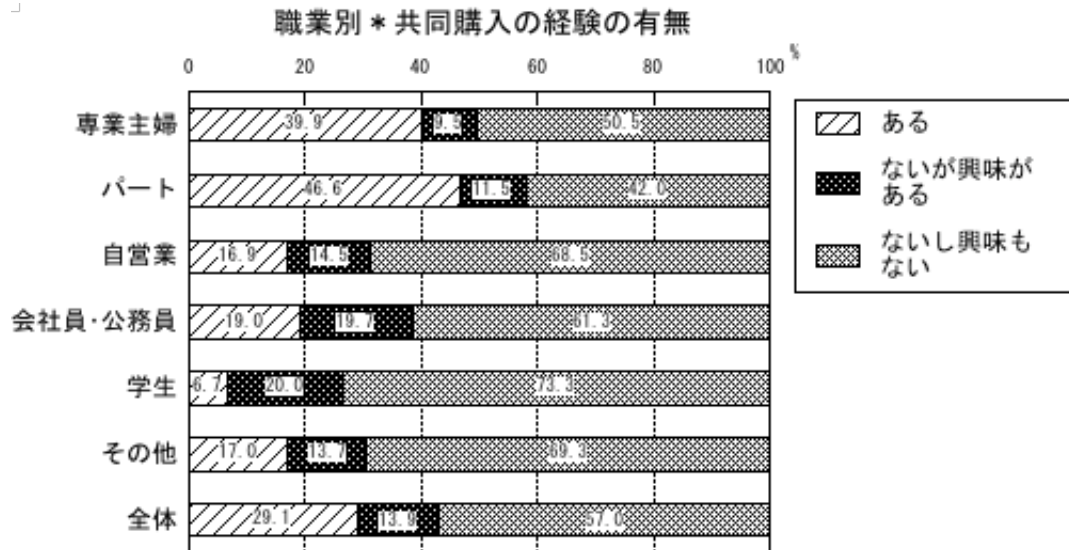




### ●共同購入の実施率は約3割

共同購入は29.1%が既に「おこなったことがある」としており、「ないが興味がある」も13.9%を占め、買物行動の多様化傾向がうかがえる。とくに専業主婦やパートの主婦層では4割前後の実施率となっている。

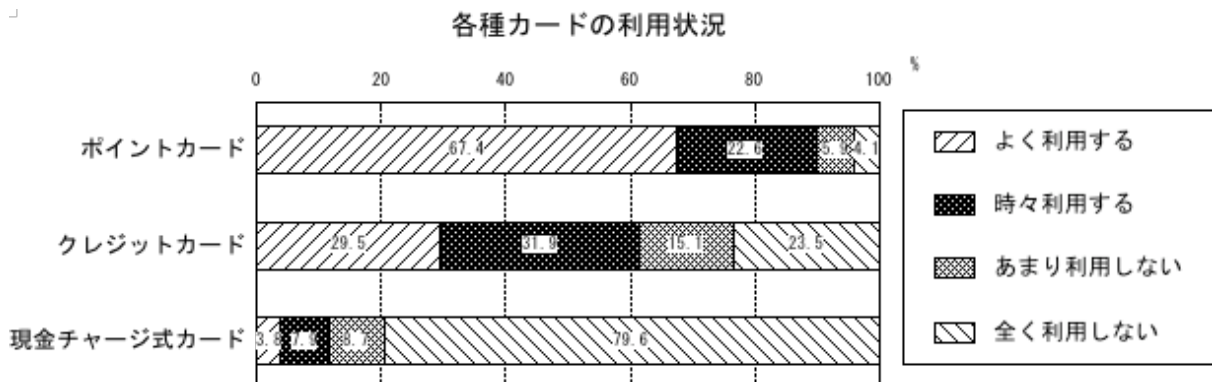
ただ、5年前の調査時点（共同購入の実施割合31.0%）と比較すると、全般的にそれ程変化がみられない。



### ⑥カード利用

#### ●ポイントカードの利用率は7割近く、クレジットカードは3割で、ともに増加傾向

ポイントカードは「よく利用する」が67.4%と7割近くを占め、5年前(50.8%)と比べてさらに利用率が高くなっている。クレジットカードも「よく利用する」が29.5%(5年前21.8%)で増えてきている。現金チャージ式カードは「よく利用する」が3.8%とまだ少ない(5年前は非調査)。

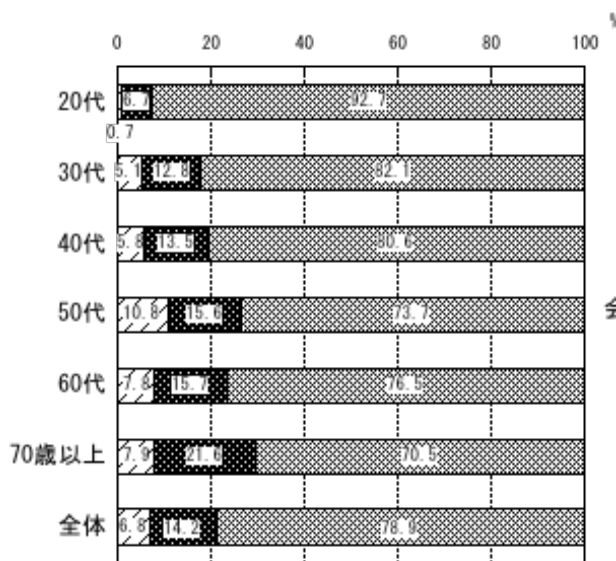


●「マルチすぎなみカード」を知らない人が8割近く

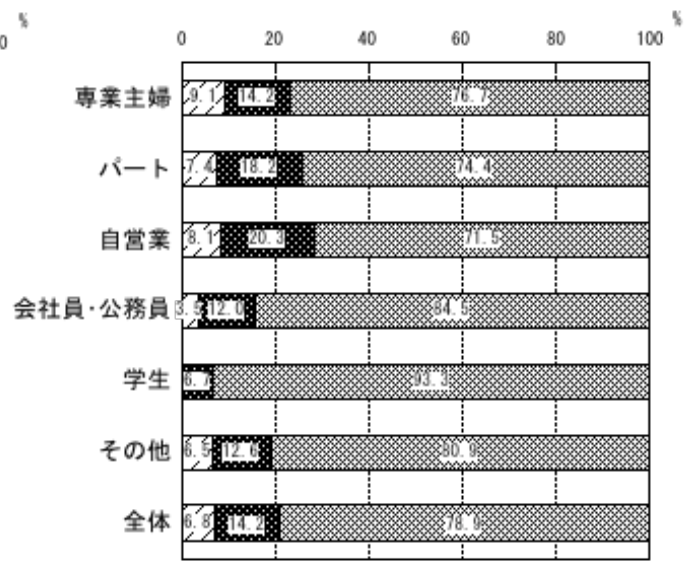
区内商店街共通のポイントカードである「マルチすぎなみカード」については、「知らない」と回答した人が78.9%と8割近くを占め、「既に使っている」は6.8%、「知っているが使ったことがない」は14.2%となっている。

高齢者ほど当カードの認知度は高くなる傾向があり、また主婦層（専業主婦、パート）や自営業における認知度が他の職業よりも高くなっている。また、利用率の最も高いのは50歳代で10.8%となっている。

年齢別 \* 「マルチすぎなみカード」の認知度



職業別 \* 「マルチすぎなみカード」の認知度



既に使っている
  知っているが使ったことがない
  知らない

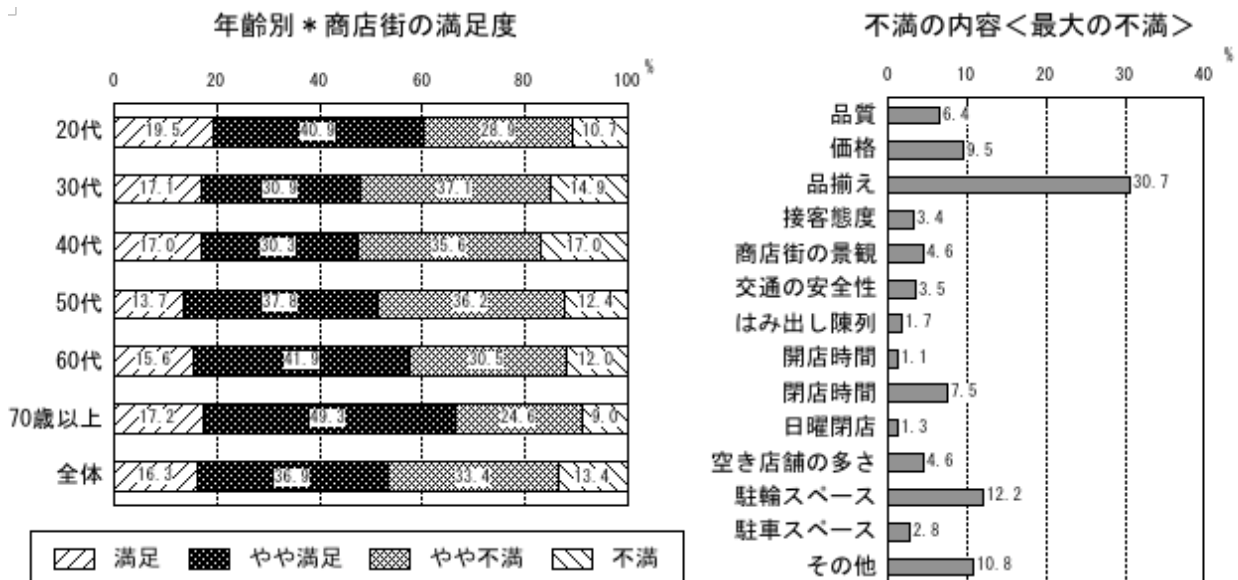
### (3) 区内の商店街に対する評価

#### ①商店街の満足度

##### ●半数近くの人が区内商店街に不満、その不満内容は「品揃え」が際立って多い

区内商店街に対する満足度は、「やや満足」が36.9%で最も多いが、「やや不満」も33.4%と拮抗しており、「不満」の13.4%を合わせると46.8%と半数近くの人が不満を感じていることになる。ただ、年齢別にみると70歳以上の高齢者と20歳代の若年層では「満足」と「やや満足」の合計比率が6割を超えている。

その不満の内容をみると、最大の不満は「品揃え」で30.7%と際立って多く、これ以外は「駐輪スペース」が12.2%、「その他」が10.8%、「価格」が9.5%などと拡散している。

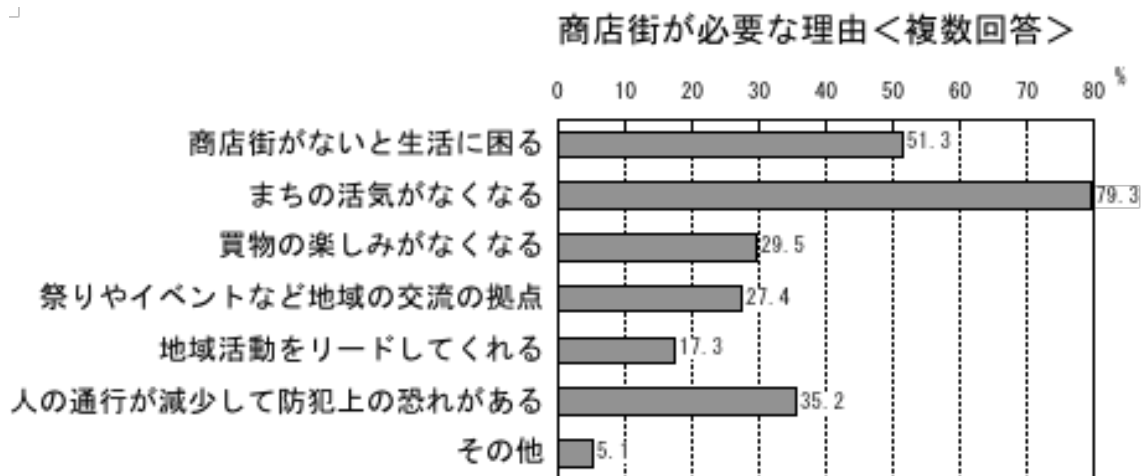
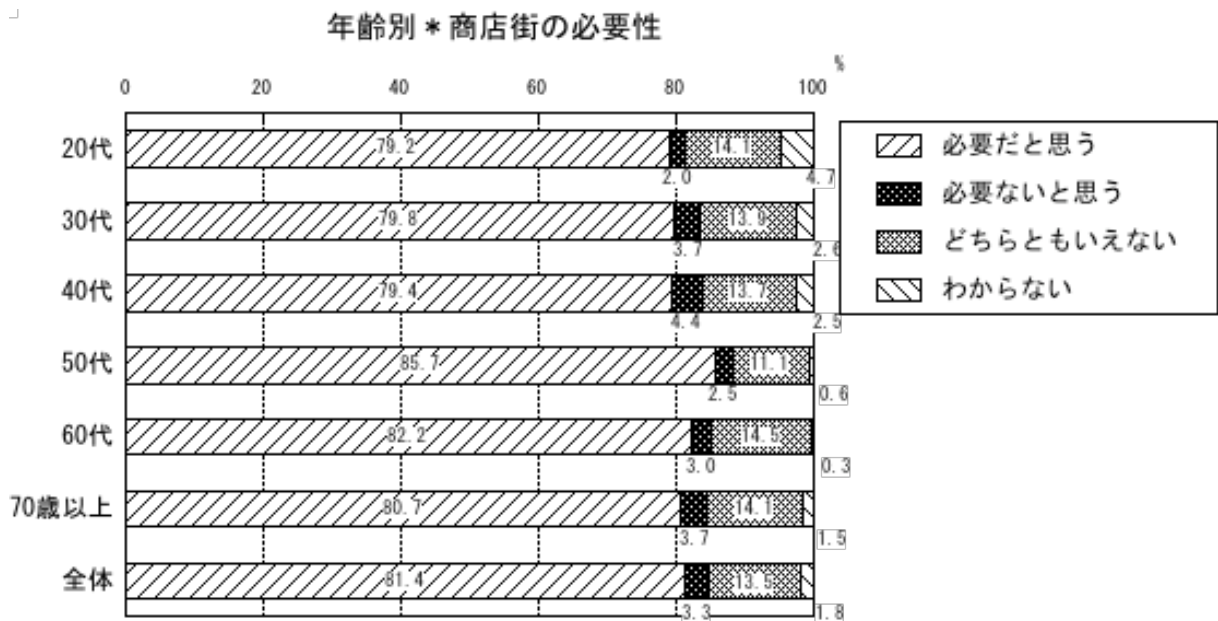


## ②商店街の必要性

### ●不満度が高くても「必要だと思う」人が8割超、その理由は「まちの活気がなくなる」が79%と最も多い

このように不満度が半数近くを占める商店街でも、「必要だと思う」とする人が81.4%と大半を占め、「必要ないと思う」(3.3%)を大きく引き離している。年齢別にみても、どの年代層も「必要だと思う」とする人の割合が8割前後を占めている。

必要な理由として、「まちの活気がなくなる」が79.3%と最も多く、「商店街がないと生活に困る」も51.3%と過半を占め、まちのにぎわいや生活必需としての必要性を挙げる人が目立っている。

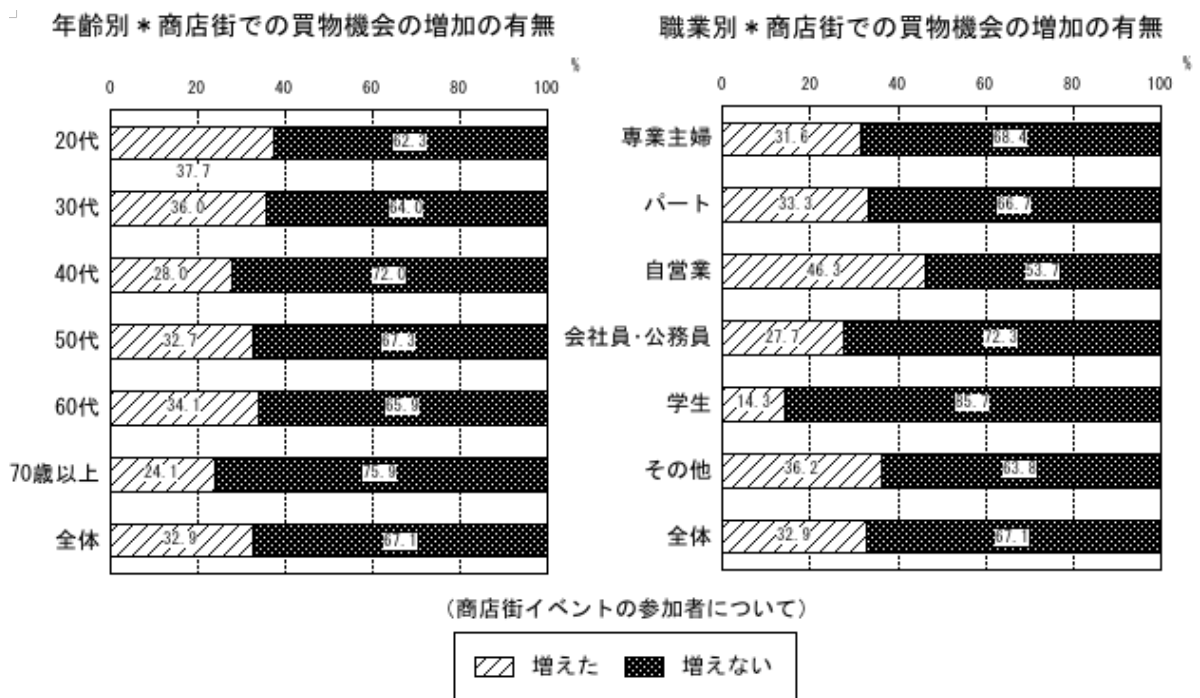
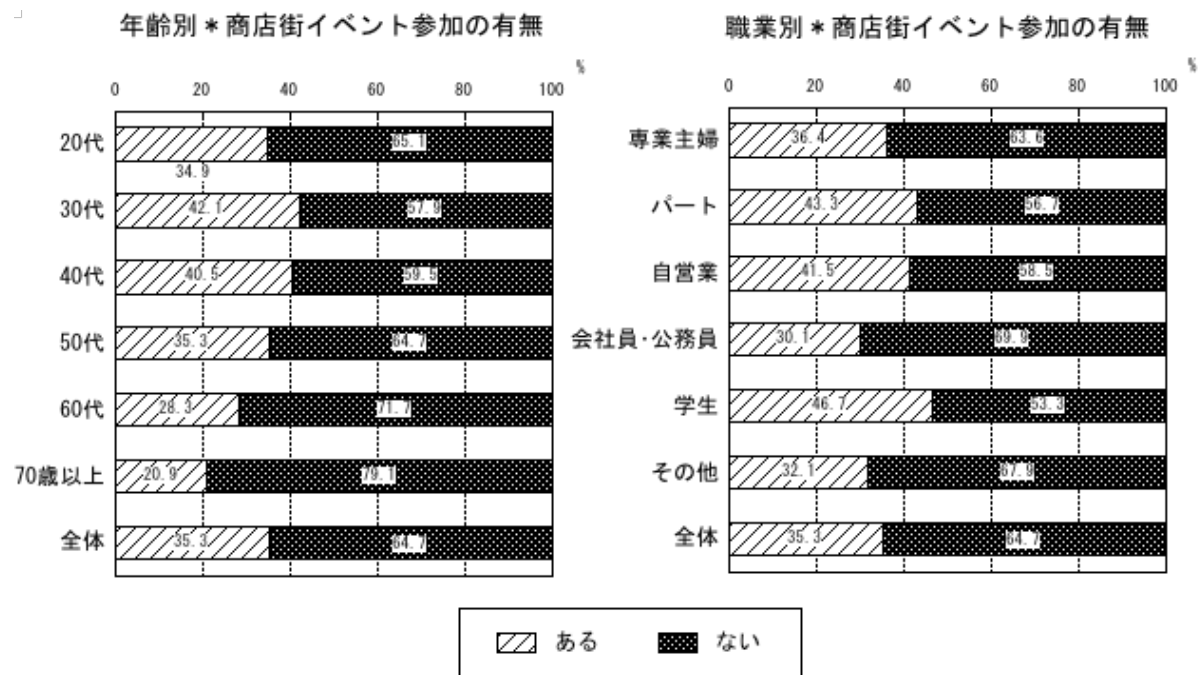


### ③商店街イベントへの参加

#### ●イベント参加の経験者は1/3 余り、その1/3 程度が買物機会が増えたと回答

商店街が開催する盆踊りなどのイベントに参加したことがある人は、全体の35.3%と1/3 余りである。年齢では30歳代と40歳代が他に比べて多く、職業ではパート、自営業のほか学生の参加も比較的多くなっている。

イベントの参加をきっかけに商店街で買物する機会が増えた人は32.9%となっており、イベント参加比率の高い年代層や職業で買物機会が増えたと回答する人が比較的多くなっている。



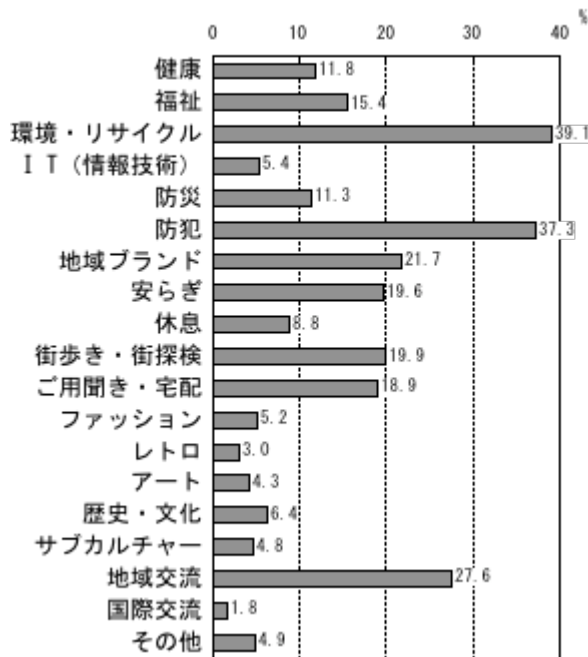
#### (4) 商店街にとって大切なキーワード

##### ●「環境・リサイクル」と「防犯」が目立って多いほか「地域交流」も

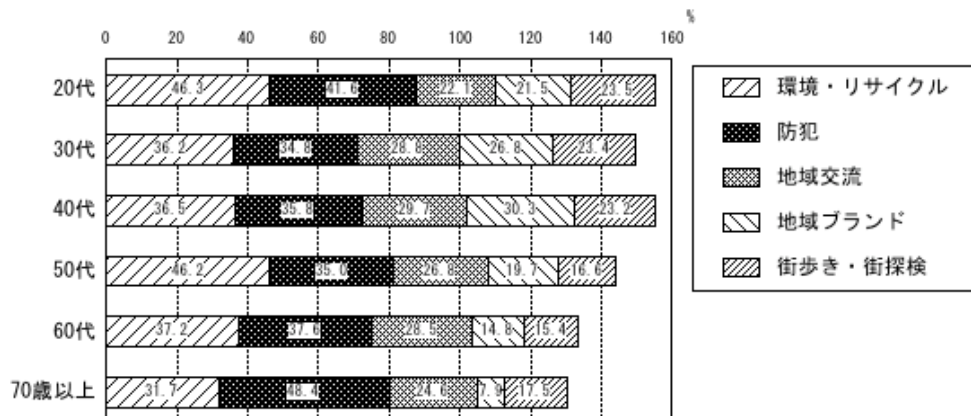
「区内商店街にとって、今後大切になりそうなキーワードは何か」という問いかけに対して、「環境・リサイクル」が 39.1%、「防犯」が 37.3%でこの二つが目立って多くなっている。（「防犯」は 5 年前は 19.6%であり上位進出が目立つ。）以下、「地域交流」が 27.6%、「地域ブランド」が 21.7%、「街歩き・街探検」が 19.9%、「安らぎ」が 19.6%、「ご用聞き・宅配」が 18.9%と続く。これらのキーワードからみて、地域住民にとって、地元の商店街は地域のまちづくりや地域コミュニティの拠り所であり、あるいはその役割への期待が強いことが推測される。

これら上位のキーワードを年齢とのクロスで見ると、「環境・リサイクル」は 70 歳以上を除き各年代とも 4 割前後を占め、「防犯」は 70 歳以上の高齢者では 5 割近くを占め、「地域交流」は各年代ともある程度共通している。「安らぎ」はとくに明瞭な傾向がみられず、「地域ブランド」と「街歩き・街探検」は若い人ほど多くなる傾向がうかがえる。

「商店街にとって大切なキーワード<複数回答>



「年齢別 \* 商店街にとって大切なキーワード<複数回答>



## 6 商店街実態調査結果

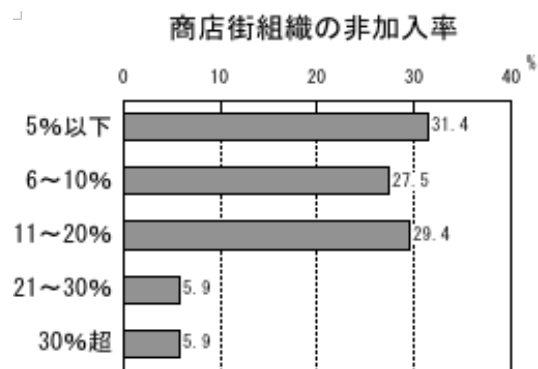
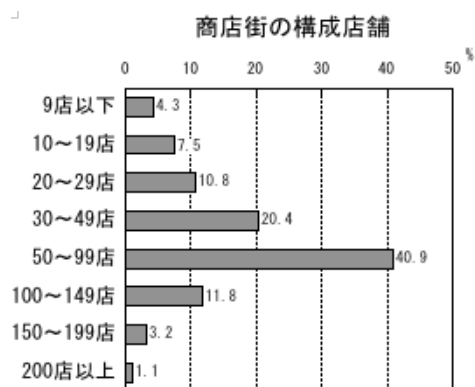
### (1) 商店街の概要

#### ①構成店舗数

##### ●50 店以上の規模の商店街が 6 割近く

各商店街の構成店舗数（非会員も含む）は、50～99 店が 40.9%、100 店以上が 16.1% で、合わせると 50 店以上の規模の商店街が 6 割近くを占めるが、20 店に満たない集積規模の小さい商店街も 11.8%みられる。

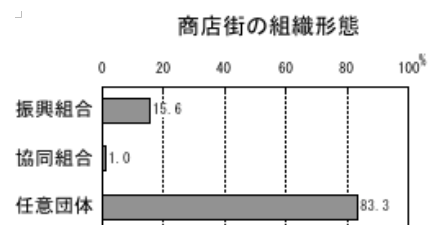
なお、非加入者の割合が 20%を超える商店街は 11.8%で、非加入率は平均 5.0%となっている（ただし、非加入店舗数の回答のあった 51 商店街のみの集計値。）



#### ②組織形態

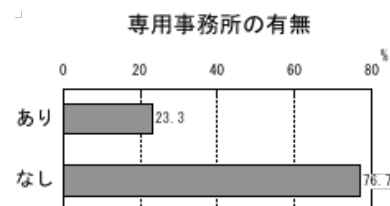
##### ●法人化比率は 17%

商店街振興組合が 15.6%、事業協同組合が 1.0%で、法人化比率は 16.6%に留まり、大半が任意団体となっている。



#### ③専用事務所の状況

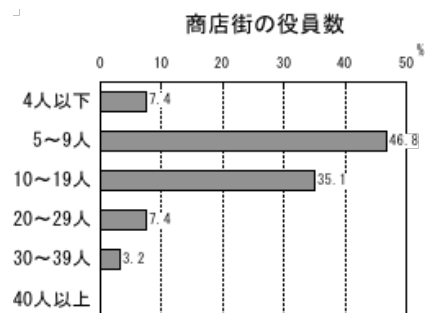
専用事務所を持っている商店街は 23.3%に留まっている。



#### ④役員の状況

##### ●役員数 10 人以上が半数近く

役員の数人が 10 人以上と比較的多い商店街が、全体の 45.7%と半数近くを占めている。



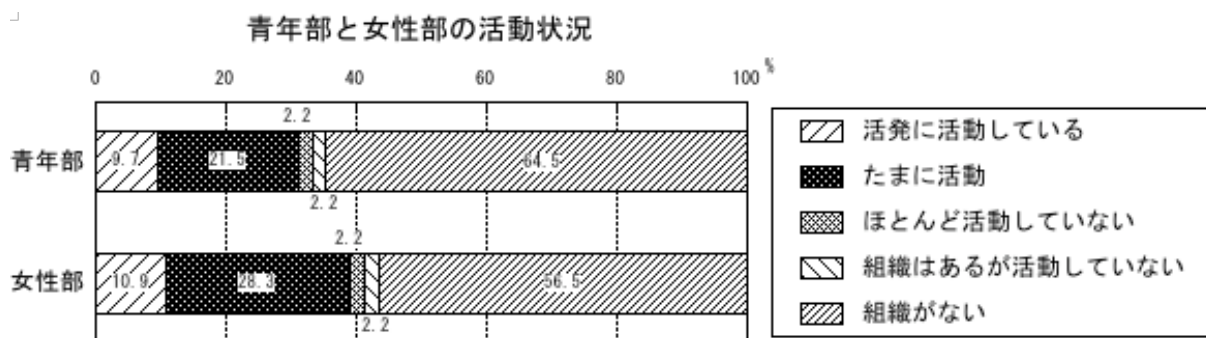
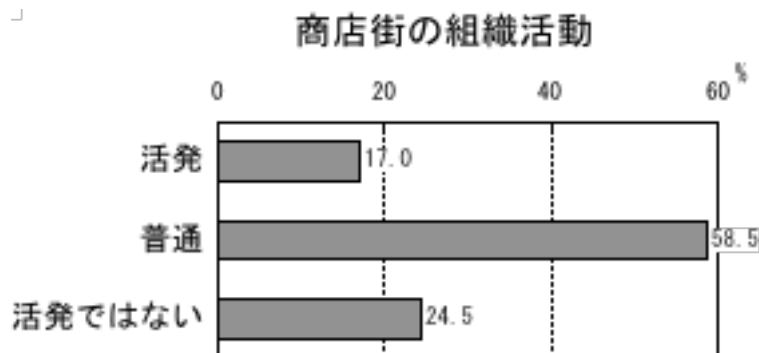
## (2) 活動状況

### ①組織活動

#### ●「活発」とする商店街は17%

組織活動が「活発」と回答した商店街は17.0%になっている。

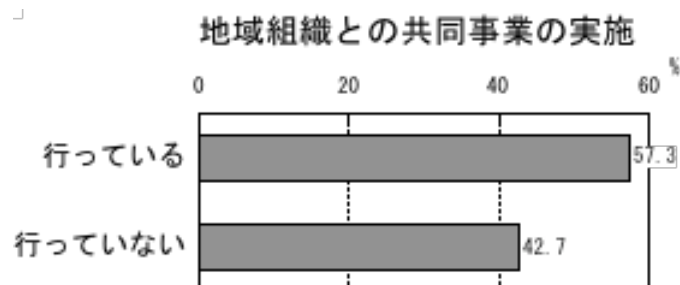
また、青年部の活動では、組織そのものを持たない商店街が64.5%と2/3近くを占め、組織のあるところでも「活発に活動している」とする商店街は9.7%である。女性部でも、組織そのものを持たない商店街が56.5%、「活発に活動している」とする商店街は10.9%となっている。



### ②地域（自治会・町会、学校等）との共同事業

#### ●共同事業の実施商店街は6割弱

地域の団体や学校などとの共同事業を行っている商店街は57.3%となっている。



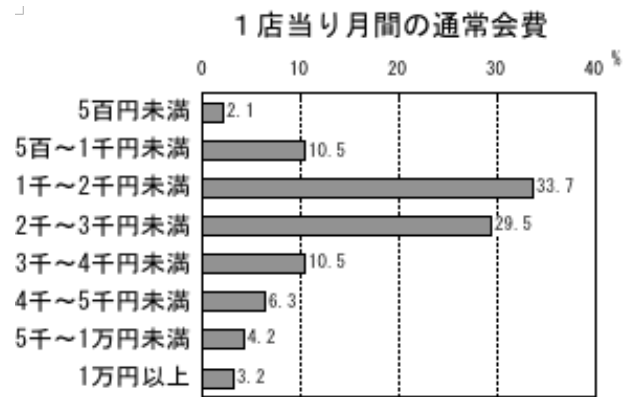
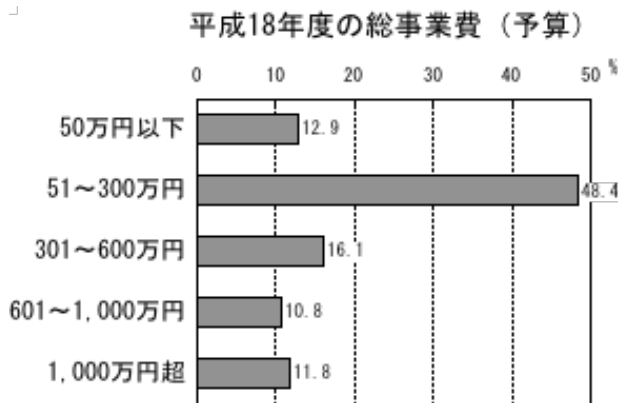


### ③事業予算と会費

#### ●全体の約3/4が3千円未満の月会費

各商店街の平成18年度の総事業費（予算）は、50万円以下が12.9%、51～300万円が48.4%で、合わせると6割余りの商店街が年間300万円以下の事業費に留まり、1千万円を超える規模の事業費を擁する商店街は11.8%となっている。

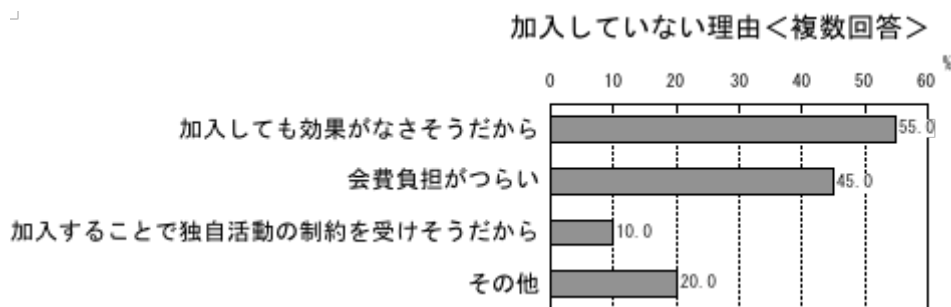
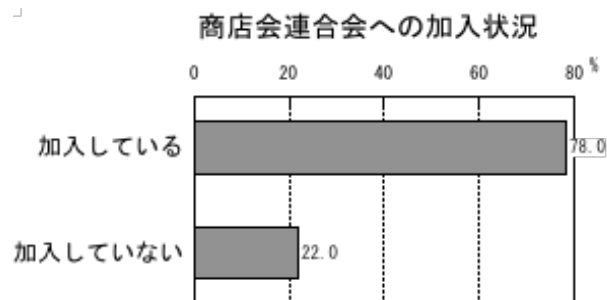
1店当りの月間の通常会費は、1千円未満が12.6%、1～2千円が33.7%、2～3千円が29.5%で、合わせると全体の75.8%と3/4が3千円未満の会費となっている。1万円以上の会費を徴収しているところは3.2%（3商店街）である。



### ④商店会連合会加入の有無

#### ●未加入率は22%

区の商店会連合会（区商連）に加入している商店街は78.0%で、2割を超える商店街が加入していない。加入していない理由としては、「加入しても効果がなさそうだから」が55.0%と過半を占め、次いで「会費負担が辛い」が45.0%となっている。

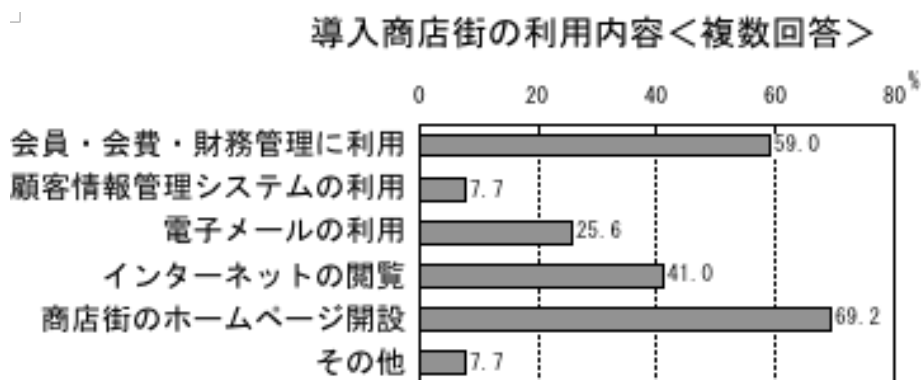
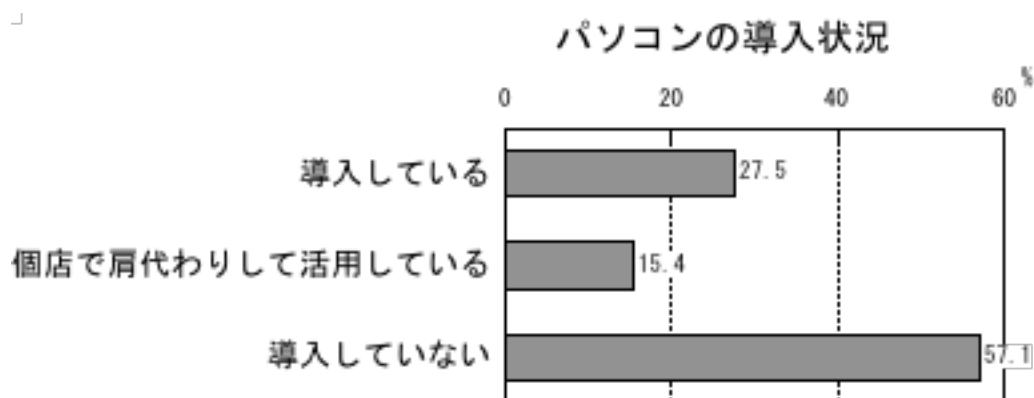


### (3) IT化の状況

#### ●パソコン導入率は4割超で、ホームページ開設が進んでいる

商店街のコンピュータ導入状況を見ると、「導入している」が27.5%、「個店で肩代わりして活用している」が15.4%で、これらを合わせると42.9%が導入していることになる。5年前の調査では導入率は22.7%であり、導入が進んでいることがうかがえる。

導入している商店街の利用状況では、「商店街のホームページ開設」が69.2%で最も多く、次いで「会員・会費・財務管理に利用」が59.0%と続く。導入商店街ではホームページの開設が進んでいる。ちなみに、全商店街を母数とするホームページ開設率は29.7%で5年前（11.7%）と比べて2倍以上に増えている。

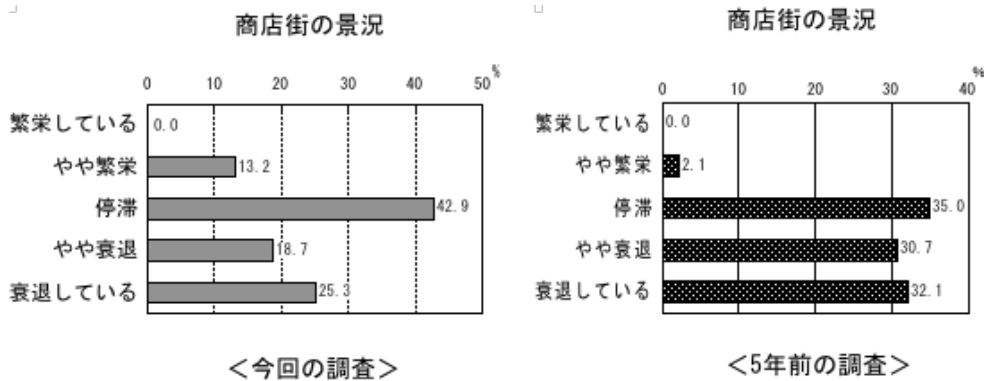


#### (4) 商店街の動向と対策

##### ①景況

●44%の商店街が衰退傾向と自己判定、しかし5年前よりは景況判定は良くなっている

商店街全体の景況では、「停滞」が最も多く42.9%を占め、以下、「衰退」が25.3%、「やや衰退」が18.7%、「やや繁栄」が13.2%と続いており、衰退傾向と判定している商店街が合わせて44.0%となっている。これらの数値を5年前の調査時点と比較してみると、「やや繁栄」と「停滞」が増え、衰退傾向が減っている。



##### ②最近の店舗増減傾向

●全般的に苦境にあるものの、その内部ではかなり活発な新陳代謝が進んでいる模様

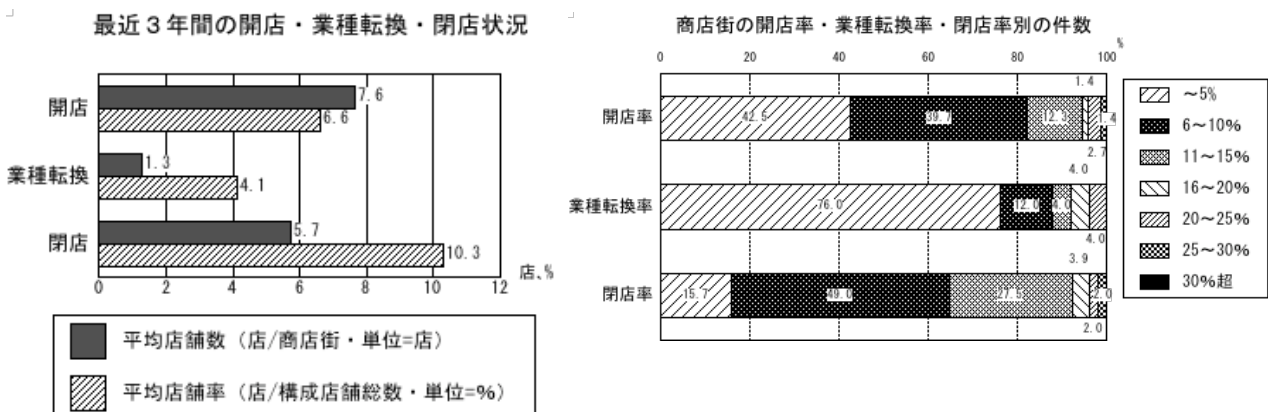
最近3年間の開店数は1商店街平均7.6店、業種転換数は平均1.3店、閉店数は5.7店で、平均値でみる限り閉店数を開店数が上回っている。

これを各商店街ごとに、開店率（現構成店舗数に占める最近3年間の開店数の割合）、業種転換率（同様に業種転換数の割合）、閉店率（同様に閉店数の割合）でみる。

平均の開店率は6.6%で10%を超える高い開店率を有する商店街は17.8%となっており、5年前（平均4.6店、平均6.1%）と比べると数値が大きくなっている。

業種転換率は平均で4.1%で、それ程の動きではない。

一方、閉店率は平均で10.3%と開店率をかなり上回っており、10%を超える高い閉店率を有する商店街は35.3%と開店率の場合をやはりかなり上回っている。5年前の調査時点（平均4.5店、平均6.7%）と比べても、閉店のスピードとともに、区内の商店街の新陳代謝のスピードが速まっていることが推測される。



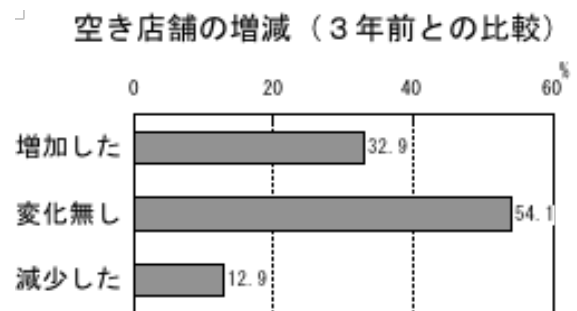
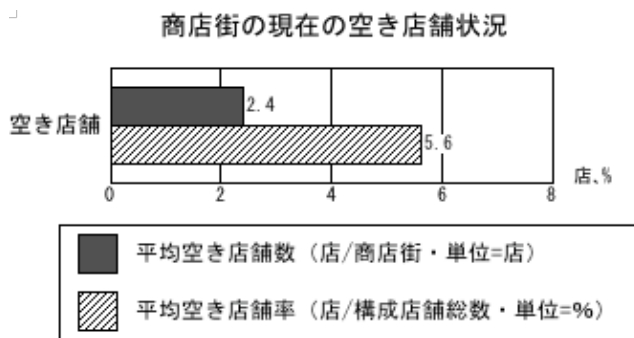
### ③空き店舗の状況と対策

#### ●現在の空き店舗数は平均 2.4 店、空き店舗率は平均 5.6%

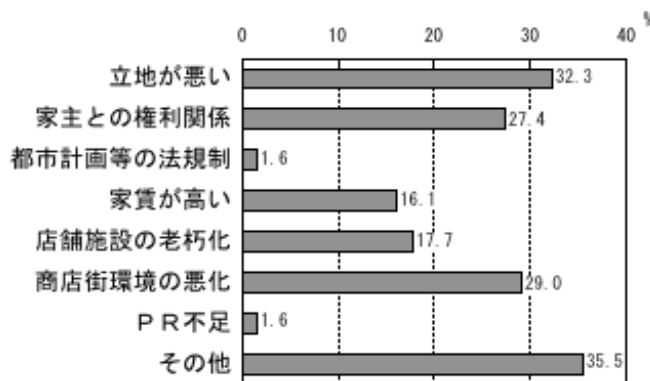
現在の空き店舗数は 1 商店街平均 2.4 店、空き店舗率は平均 5.6%となっている。これら空き店舗の増減を 3 年前と比較すると、「増加した」が 32.9%で「減少した」の 12.9%をかなり上回っている。

この空き店舗が埋まらない理由として、その他以外では「立地が悪い」が 32.3%と最も多く、以下、「商店街環境の悪化」が 29.0%、「家主との権利関係」が 27.4%と続いている。

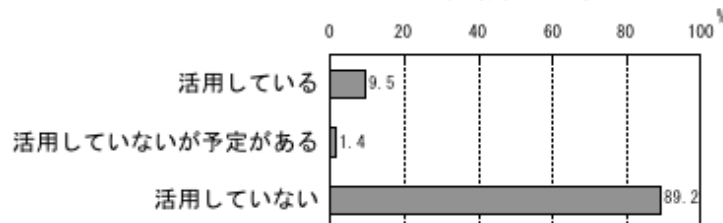
このような空き店舗の現状に対して、商店街として空き店舗を「活用している」とするところは 9.5%に留まり、「活用していないが予定がある」も 1.4%と少ない。



#### 空き店舗が埋まらない理由<複数回答>



#### 空き店舗活用の有無



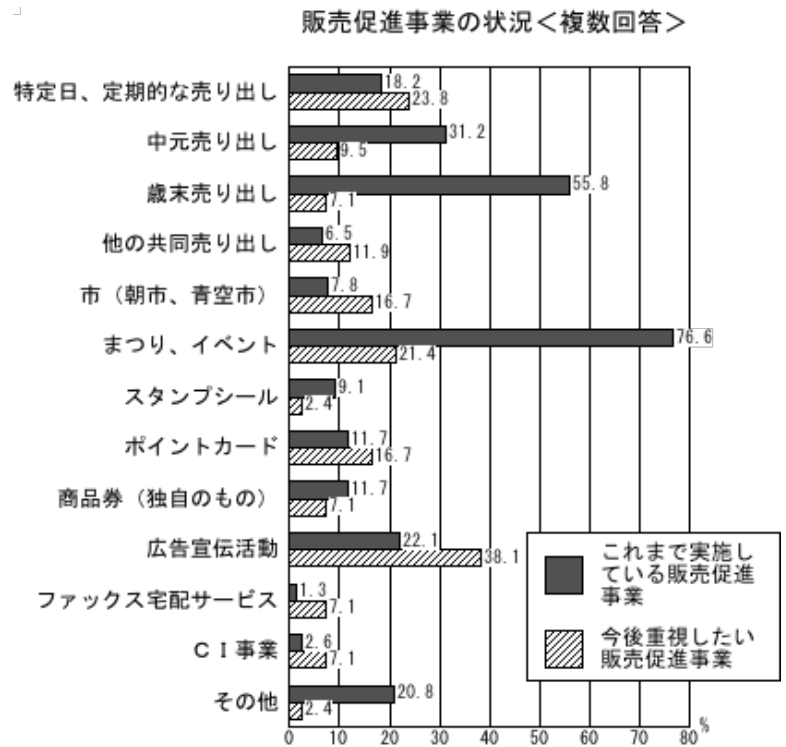
## (5) 事業実施状況と今後の志向

### ①販売促進事業

#### ●今後重視したい事業は「広告宣伝活動」や「特定日、定期的な売り出し」

これまで実施している販売促進事業として多いのは、「まつり・イベント」で 76.6%を占め、次いで「歳末売り出し」の 55.8%、「中元売り出し」の 31.2%と続き、これら 3 事業が突出して多くなっている。

一方、現在実施していないが今後重視したい事業としては、「広告宣伝活動」が 38.1%と最も多く、以下、「特定日、定期的な売り出し」が 23.8%、「まつり、イベント」が 21.4%と続いている。

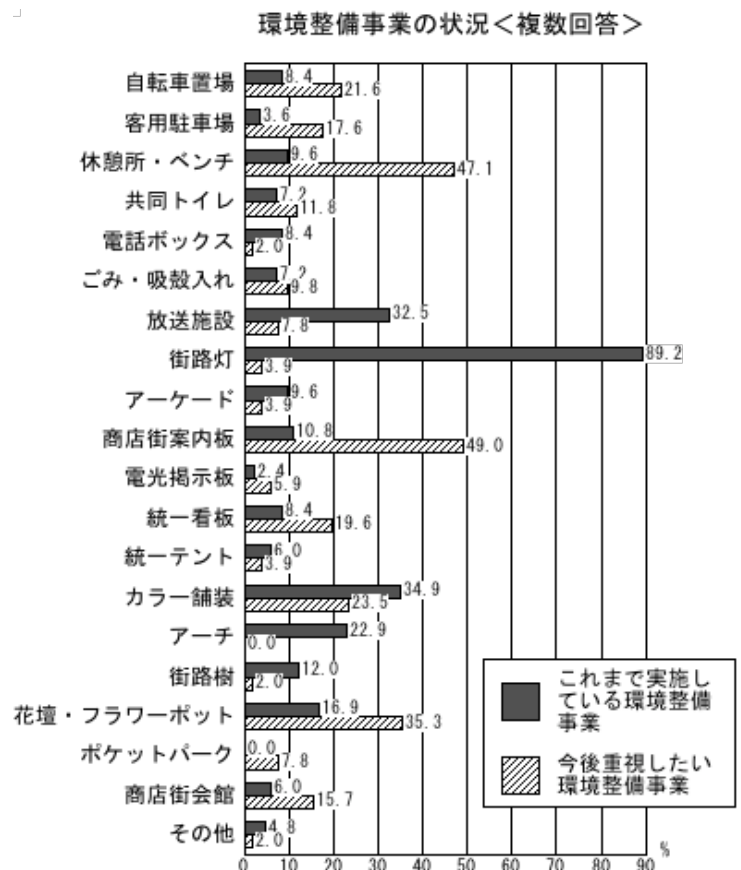


### ②環境整備事業

#### ●今後重視したい事業は「商店街案内板」「休憩所・ベンチ」「花壇・フラワーポット」

環境整備の実施事業としては「街路灯」が 89.2%と際立って多く、これ以外では、「カラー舗装」が 34.9%、「放送施設」が 32.5%と続いている。

今後重視したい事業については、「商店街案内板」が 49.0%、「休憩所・ベンチ」が 47.1%、「花壇・フラワーポット」が 35.3%と続き、これら事業がやや抜きん出ている。

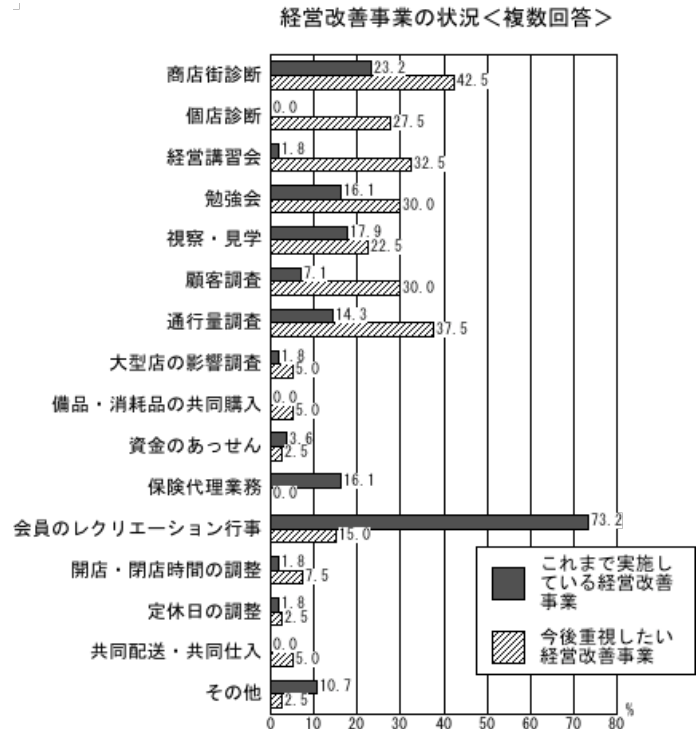


### ③経営改善事業

#### ●今後重視したい事業は商店街診断や通行量調査など

経営改善事業の実施事業では、「会員のレクリエーション行事」が73.2%と抜きん出て多くなっており、これ以外は分散傾向が強い。

今後重視したい事業としては、「商店街診断」が42.5%を占めるほか、「通行量調査」が37.5%で続いている。

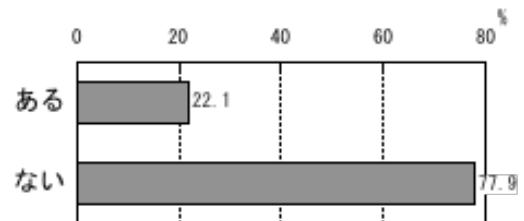


### ④他の商店街との共同化・連携

#### ●少ない共同化事業

これらの事業を、他の商店街と共同で実施している例は少なく、全体の22.1%の商店街に留まり、その内容も「まつり・イベント」が13件、「商店街診断」と「視察・見学」がともに6件などとなっている。

#### 他の商店街との共同事業の有無

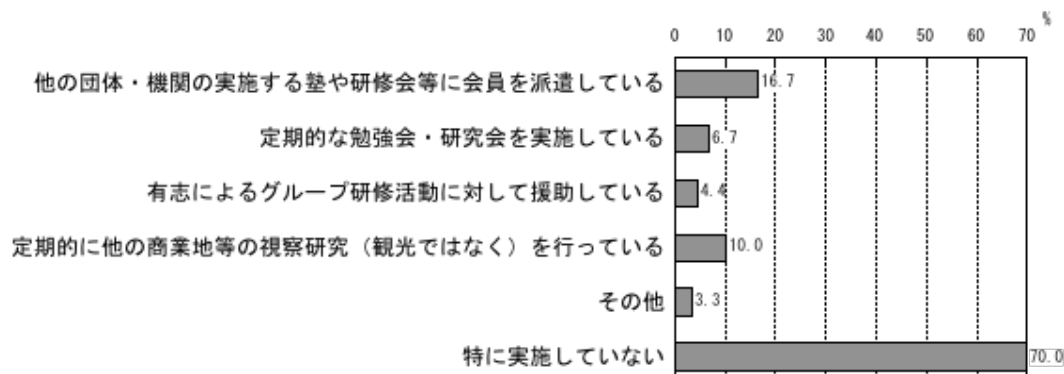


### ⑤人材育成事業

#### ●実施していない商店街が7割

人材育成を目的とした事業の実施状況は、「特に実施していない」とする商店街が70.0%を占め、実施事業の中では「他の団体・機関の実施する塾や研修会等に会員を派遣している」が16.7%で最も多くなっている。

#### 商店街の人材育成事業の実施状況<複数回答>

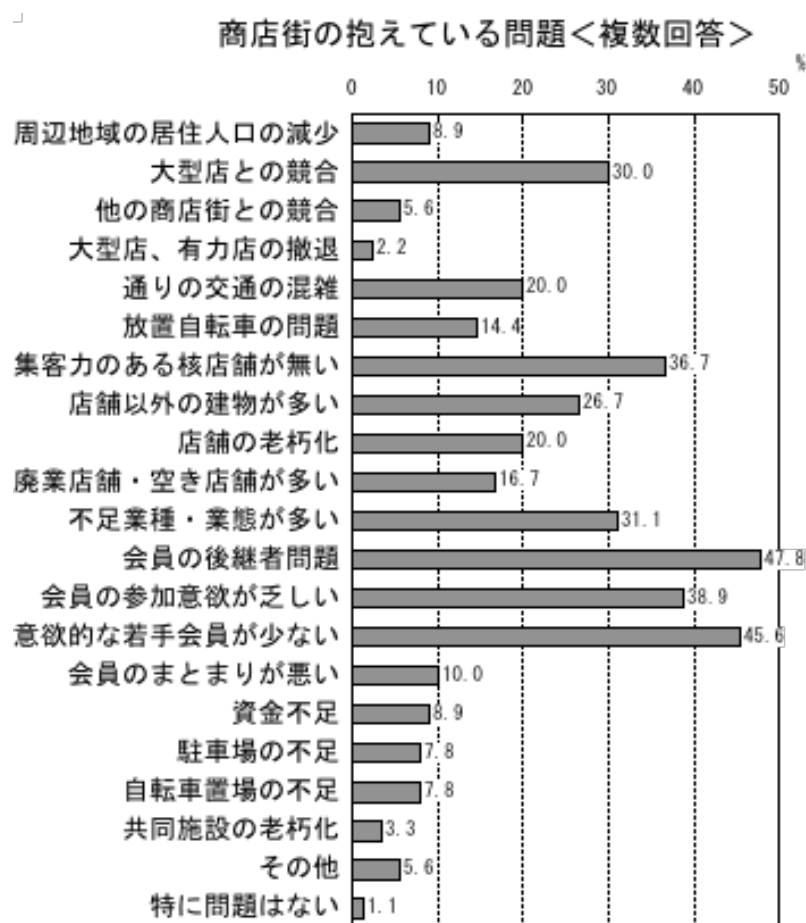


## (6) 商店街の抱えている問題

- 「会員の後継者問題」を筆頭に「意欲的な若手会員が少ない」「会員の参加意欲が乏しい」など、人材に係る問題が上位を占める

各商店街が抱えている問題をみると、最も多いのが、「会員の後継者問題」で 47.8% を占め、以下、「意欲的な若手会員が少ない」が 45.6%、「会員の参加意欲が乏しい」が 38.9%、「集客力のある核店舗が無い」が 36.7%、「不足業種・業態が多い」が 31.1%、「大型店との競合」が 30.0%と続いている。

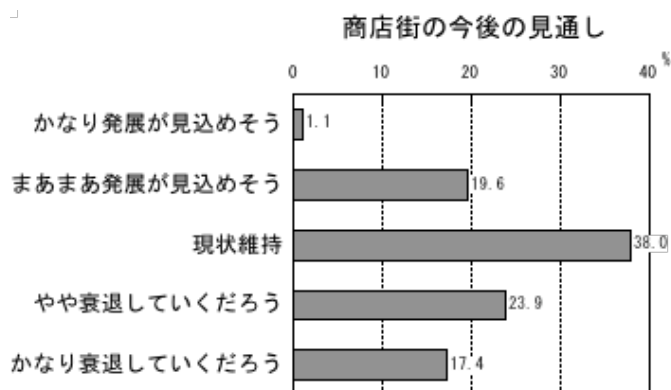
なお、「特に問題はない」とする商店街は、1.1%（1件）のみである。



## (7) 今後の見通し

### ●全体の4割余りが衰退を予測

商店街の今後の見通しは、「現状維持」が38.0%と最も多いものの、「やや衰退していき」くだろう」が23.9%、「かなり衰退していき」くだろう」が17.4%で、全体の41.3%が衰退を予測している（ただし5年前の調査では衰退予測は54.4%）。逆に「かなり発展が見込めそう」は1件のみ（1.1%）で、「まあまあ発展が見込めそう」は19.6%となっている。

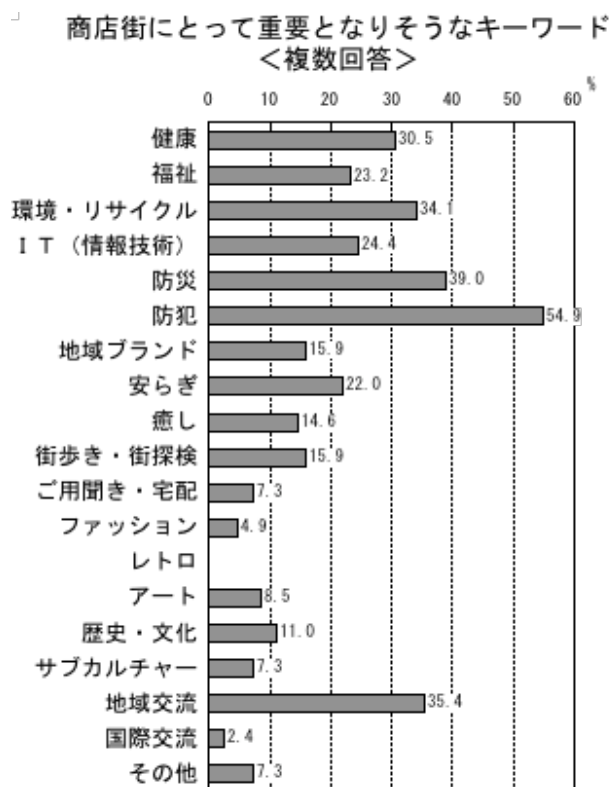


## (8) キーワード

### ●「防犯」がトップで「防災」「地域交流」が続く

各商店街にとって今後重要になりそうなキーワードは何かをみると、「防犯」が54.9%で目立って多く、以下、「防災」が39.0%、「地域交流」が35.4%、「環境・リサイクル」が34.1%、「健康」が30.5%と続いている。

ちなみに5年前の調査では、「IT（情報技術）」「健康」「環境・リサイクル」が上位3位を占めており、かなりの様変わりである。

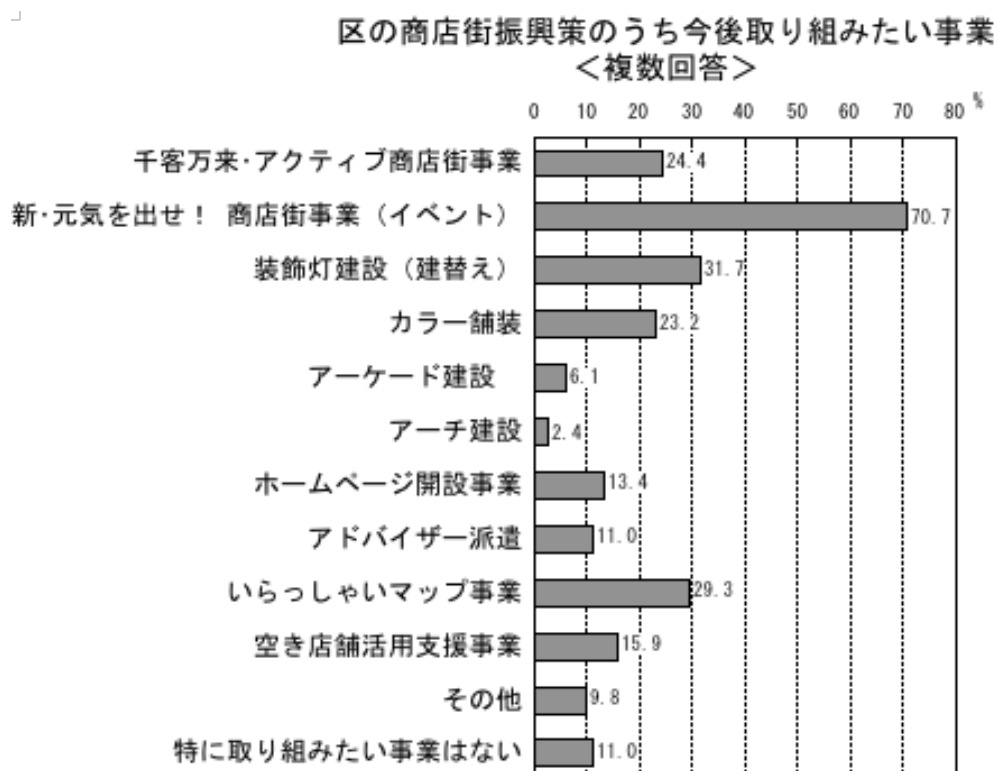




## (9) 今後取り組みたい区の商店街振興事業

### ●「新・元気を出せ！ 商店街事業（イベント）」が7割

区の商店街振興策のうち、各商店街が今後取り組みたい事業の筆頭は「新・元気を出せ！ 商店街事業（イベント）」で70.7%と抜きん出て多くなっている。これ以外はかなり分散傾向がみられ、「装飾灯建設（建替え）」が31.7%、「いらっしやいマップ事業」が29.3%、「千客万来・アクティブ商店街事業」が24.4%、「カラー舗装」が23.2%などとなっている。



## 7 既存データからみた区内産業の概況

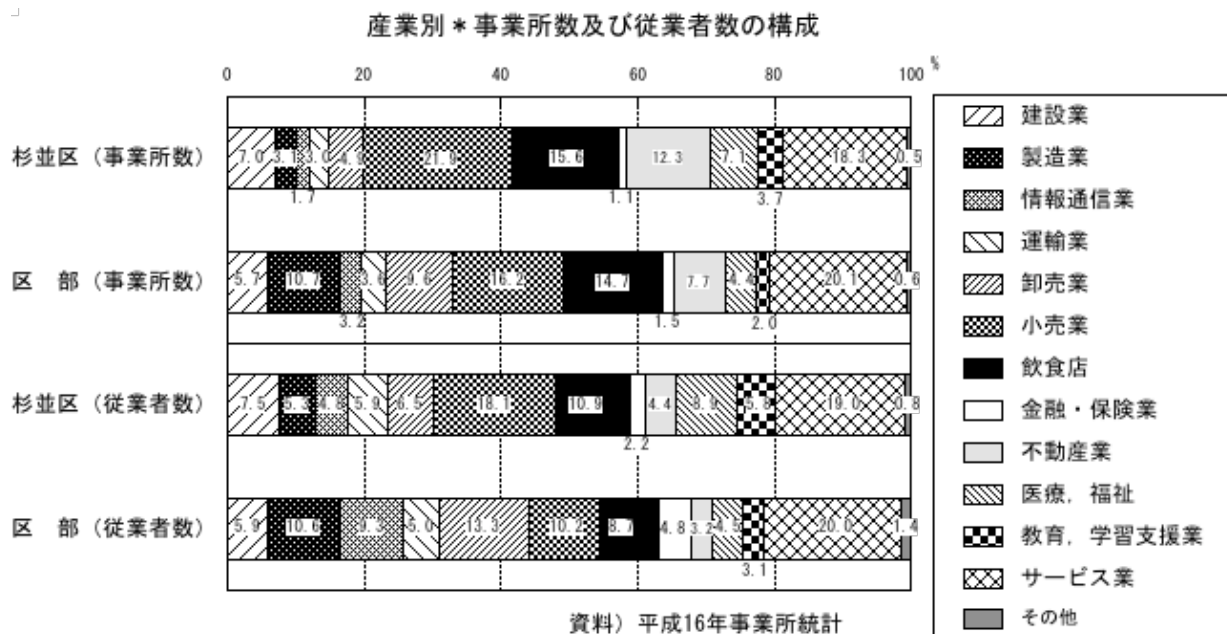
ここでは、既存統計データとして、平成 16 年までの事業所統計や商業統計などをもとに、区内産業の概況について触れておく。

### (1) 全体の概況

#### ●小売業や飲食店に代表される商業と、医療や教育も含めたサービス産業の比重が高い

平成 14 年 4 月にそれまでの標準産業分類が大幅に改訂になり、特にそれまでサービス業として大きな分類の中に含まれていた情報通信業、医療・福祉、教育・学習支援事業などが昇格した扱いとなっている。このことに配慮しつつ、ここでは東京 23 区全体（以下「区部」とする）の産業構成と比較してみることにする。

杉並区産業の業種構成は、小売業や飲食店に代表される商業と、医療や教育も含めたサービス産業の比重が高く、区内産業の中軸を形成している。また、このほかに建設業や不動産業の比重も比較的高い。



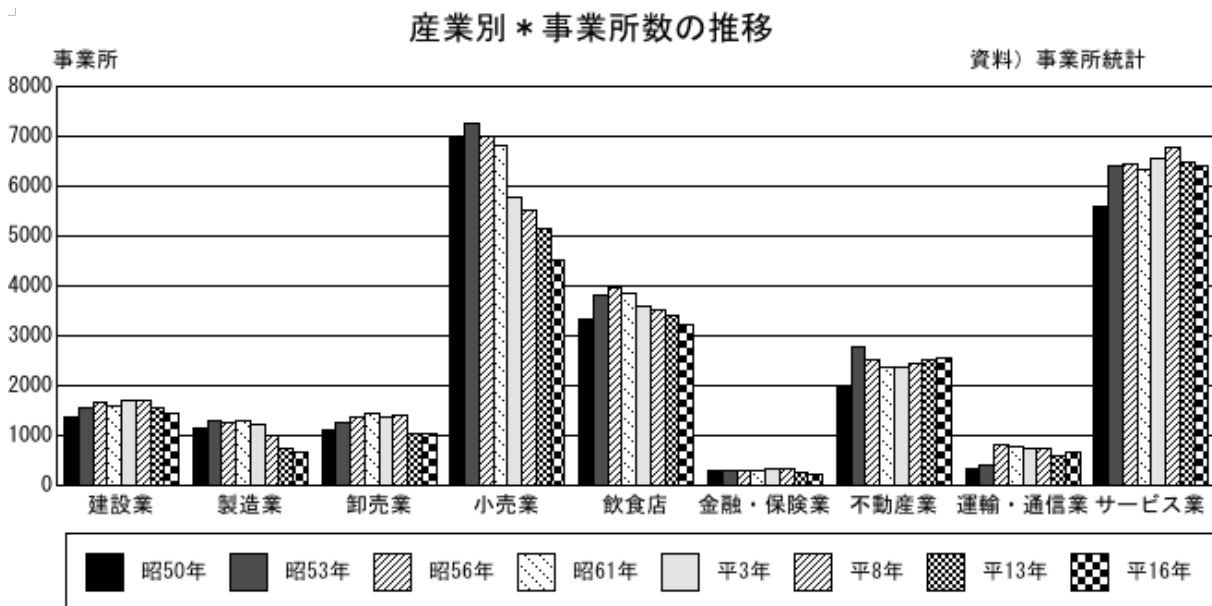
●事業所数は小売業が昭和 50 年代前半から減少が顕著、サービス業も平成 8 年前後から減少に

最新データである平成 16 年まではどの業種も全て減少傾向にあるが、中でも産業全体の 2 割前後を占める小売業は昭和 50 年代前半から減少が顕著である。小売業とともに商店街の主要構成業種である飲食店は、バブル経済崩壊前後から漸減傾向で推移している。

一方、産業全体の 3 割近くを占めるサービス業は、それまで増加傾向を示してきたが平成 8 年を境に減少に転じている。

これ以外の業種では、建設業と卸売業が横ばいから平成 8 年以降減少傾向となり、製造業はバブル崩壊以前から既に減少傾向で推移している。

ただし、このような事業所統計でみた産業全体の動きの中で、平成 12 年度と 16 年度に実施した「新産業実態調査」では、サービス産業を主体としてアニメ制作を含む「アート・クリエイト系」や「情報・通信系」、「福祉・介護系」「健康系」などに属する「新産業」の動きが活発にみられることが報告されている。



注) 過去のデータに合わせるために旧産業分類を採用しています

## (2) 小売業とそれを取り巻く環境条件の動向

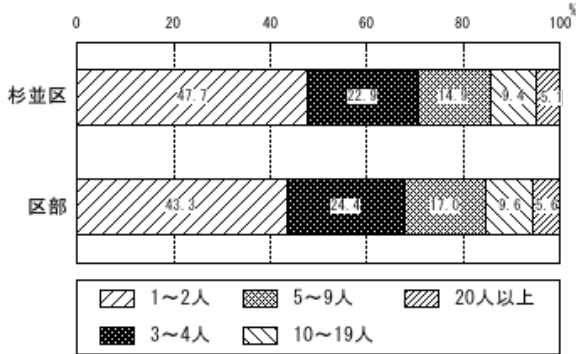
### ●区内小売業の主たる特性は、小規模性の高さ、大規模店のシェアの低さ

区内小売業の規模構成をみると、従業者 2 人以下の小規模店舗がほぼ 5 割を占め、区部と比べても小規模性が高い。これら小規模店舗は、昭和 50 年代半ばから減少傾向で推移しており、逆に 10 人以上クラスでは漸増傾向にある。

業種構成では、他の飲食料品の割合が商店数で 3 割弱、売場面積と販売額で 3 割超と高い割合を示すが、区部の業種構成と比較すると各種商品の割合がかなり低いことが際立っている。

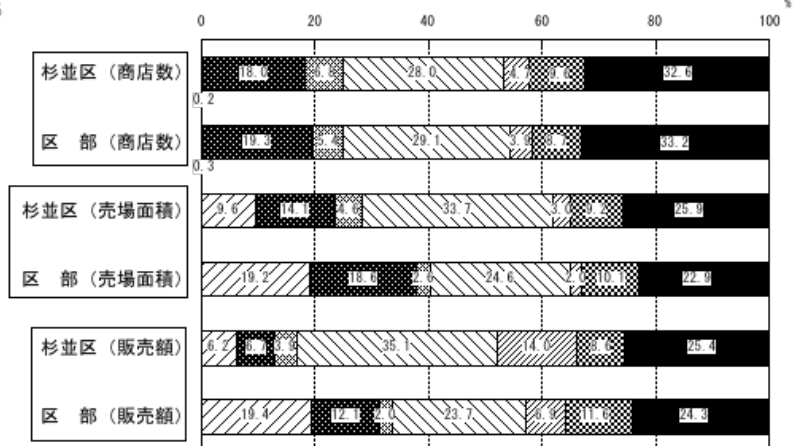
各種商品に含まれる場合がほとんどの大規模店舗の占めるシェアを 23 区別に比較すると、杉並区は売場面積で 23 区中 18 位、販売額で 16 位の低位に留まり、大規模店舗のシェアの低さが特徴的である。

小売業 \* 従業者規模別事業所数の構成



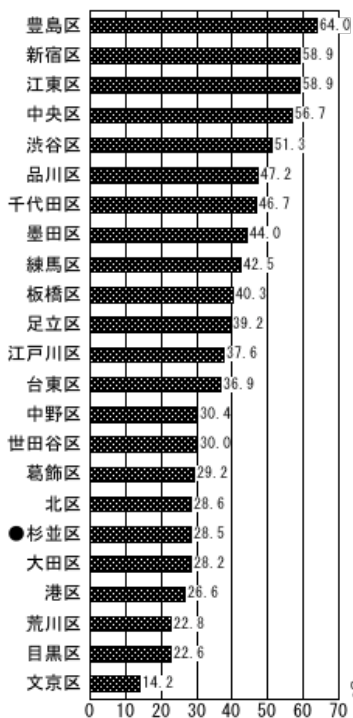
資料) 平成16年商業統計

小売業 \* 商店数・売場面積・年間販売額の業種構成

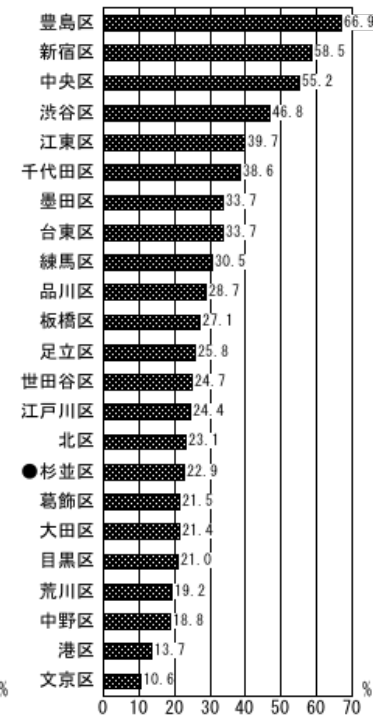


小売業 \* 大規模小売店舗のシェアの比較

<売場面積>



<年間販売額>

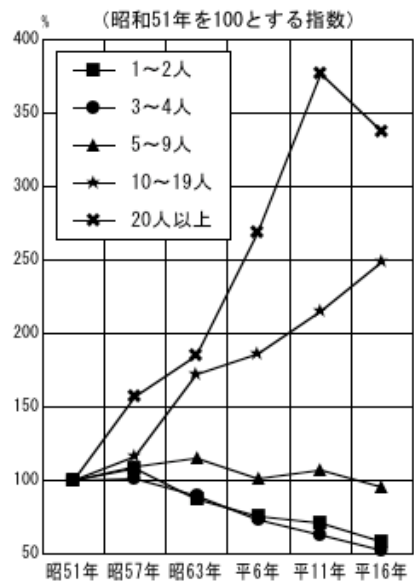


資料) 平成16年商業統計



資料) 平成16年商業統計

杉並区小売業 \* 従業者規模別商店数の増減

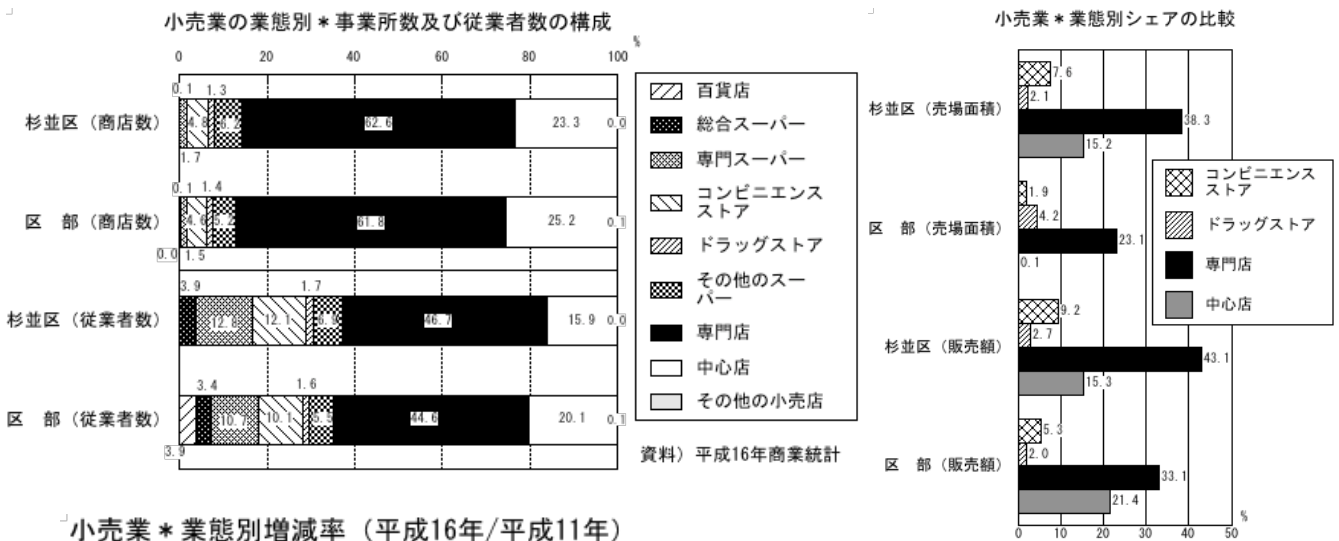


資料) 商業統計

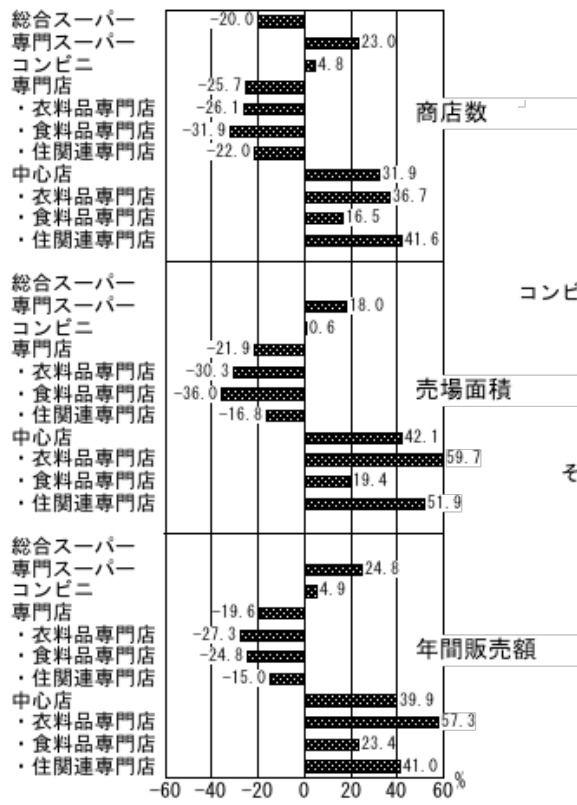
### ●区部との比較では専門店とコンビニのシェアの高さが顕著

業態別構成をみると、事業所数では専門店が 62.6%と大半を占めるほか、中心店（経済産業省の定義で衣・食・住のいずれかが 50%以上の金額割合の店舗）が 23.3%、コンビニが 4.8%、専門スーパー等を含めたスーパーが合わせて 8.0%などとなっている。区部と比較すると専門店とコンビニの構成比が比較的高くなっており、売場面積と販売額のシェアではさらに顕著に高いことがわかる。

最新の数値として、平成 11 年から 16 年までの 5 年間の増減をみると、店舗数や売場面積でスーパーの増加がみられ、コンビニは店舗数・売場面積・年間販売額ともに微増に留まっている。一方、専門店では、衣料品や食料品の減少が目立ち、中心店では逆などの業種も増加となっている。

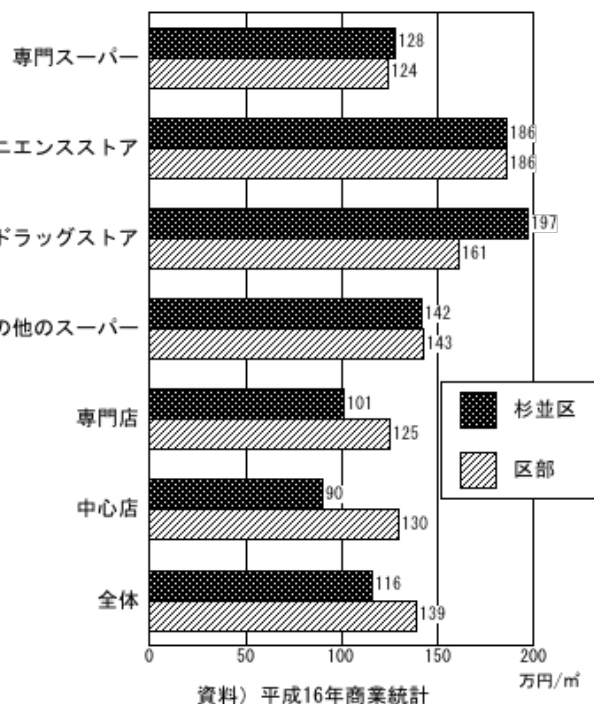


### 小売業・業態別増減率（平成16年/平成11年）



注) 店舗数以外の「総合スーパー」は数値不明。

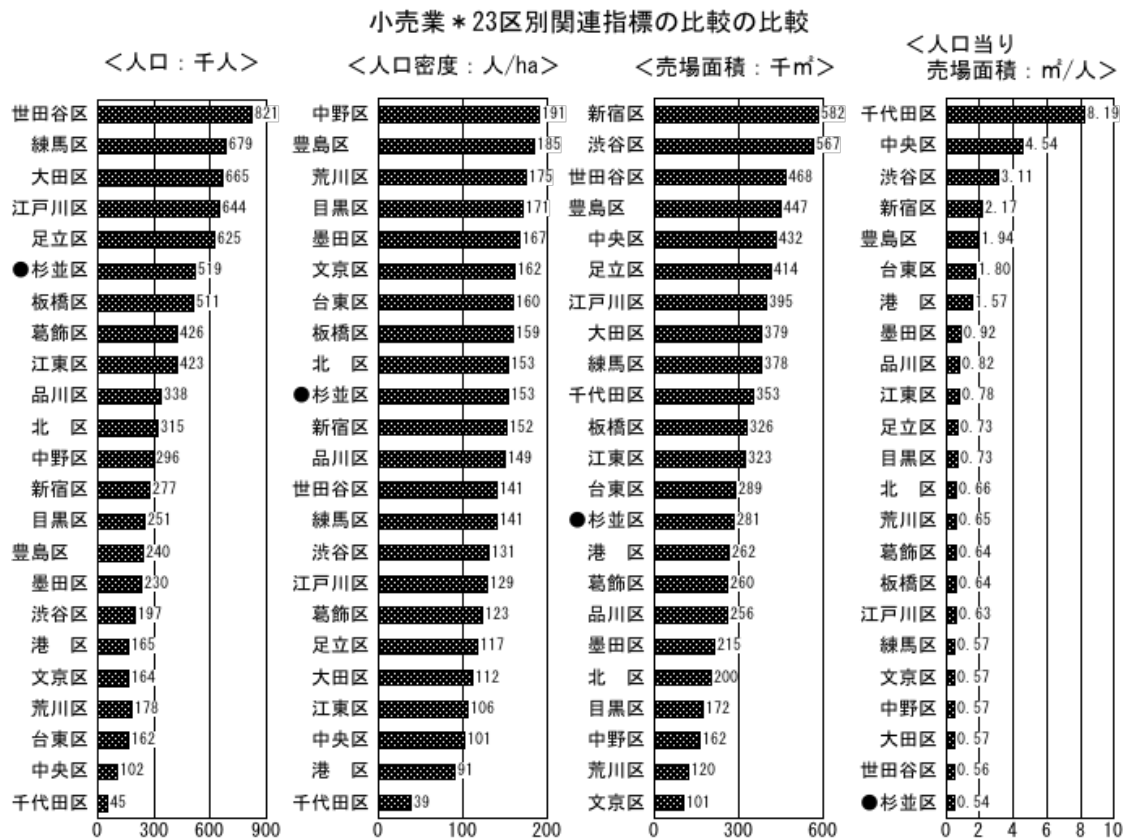
### 小売業・業態別販売効率の比較



●大きな消費人口に対して商業施設のボリュームが少なく、経営環境面で比較的恵まれている

区内の小売業を、居住人口との比較でみると、人口ボリュームは 23 区の中で上位に位置しているが、対応する小売業の売場面積が相対的に少ないことから、23 区の中でも人口 1 人当りの売場面積は最も小さい。

このことは、身近な消費人口という経営環境面に限ってみれば、区内小売業は小さな売場面積に対して大きな人口を擁していることから、消費人口に恵まれていることを示している。

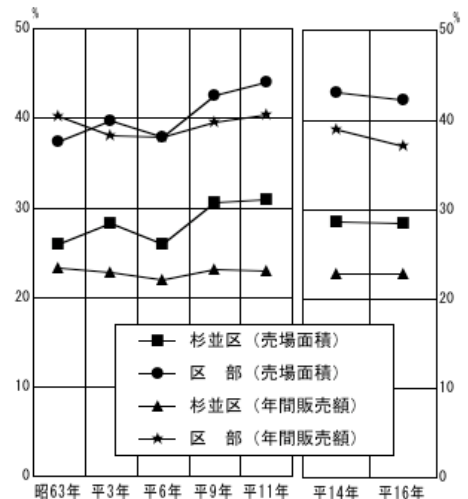


資料) 平成19年住民基本台帳資料、平成16年商業統計

●しかも、大型店の進出もまだ限定的

大規模小売店舗の進出もまだそれ程急激に増えているわけではなく、大規模店舗のシェアは売場面積、販売額ともに横ばい傾向となっている。

小売業 \* 大規模小売店舗のシェア (実数) の推移



資料) 商業統計

注) 平成11年までは売場面積500㎡以上、平成14年以降は1000㎡超。

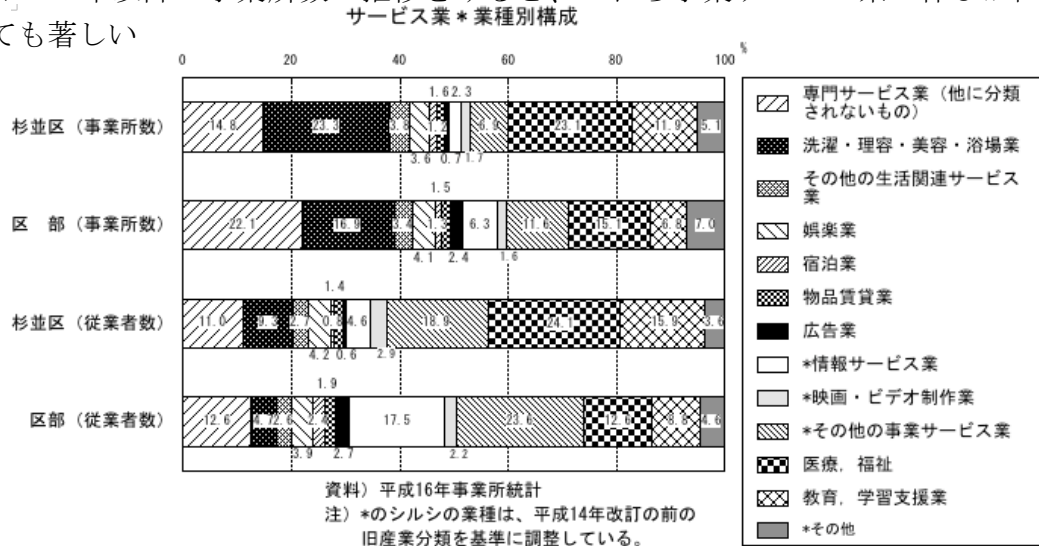
### (3) その他の産業の動向

#### ① サービス業の動向

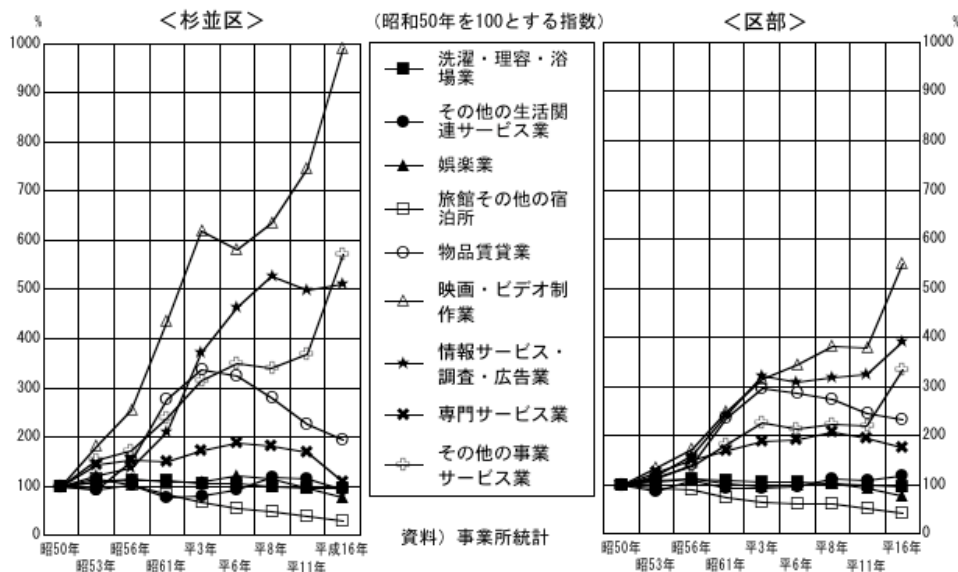
- 事業サービス系はシェアは低いが急増傾向、個人サービス系の代表である洗濯・理容・浴場業などはシェアは高いが横ばい

サービス業の業種構成を事業所数で見ると、洗濯・理容・浴場業の対個人サービスが1/4 近く (23.3%) を占め、以下、医療・福祉が 23.1%、専門サービス業が 14.8%、教育・学習支援業が 11.9%と続く。区部との比較で見れば、洗濯・理容・浴場業や医療業などの個人サービス系の割合がかなり高くなっているが、情報サービスやその他の事業サービス業などの事業サービス系の割合が低い。

昭和 50 年以降の事業所数の推移をみると、これら事業サービス系の伸びが区部と比較しても著しい



#### サービス業\*主要業種別商店数の増減比較

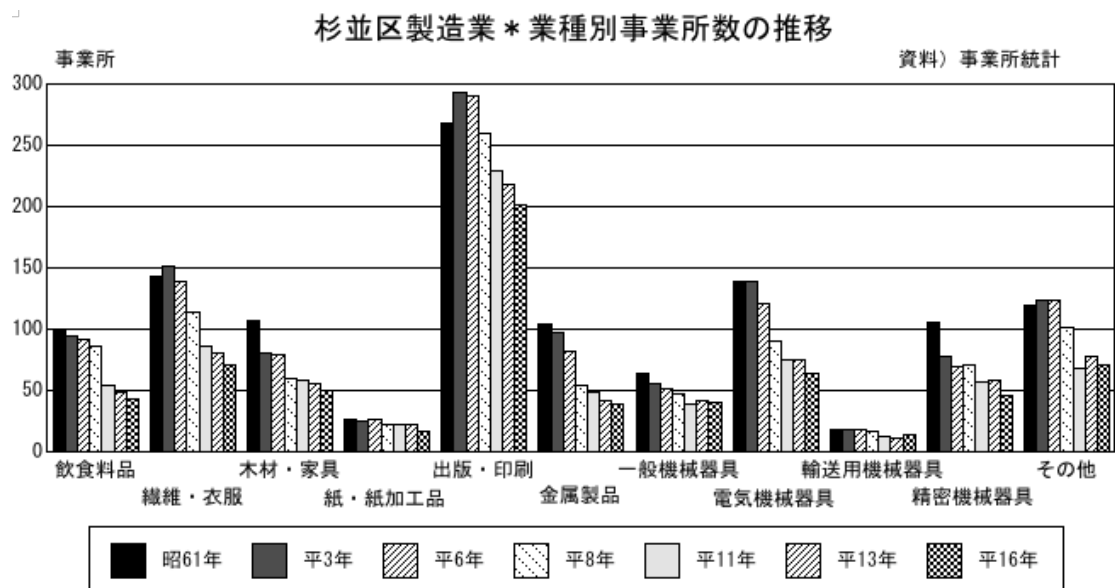
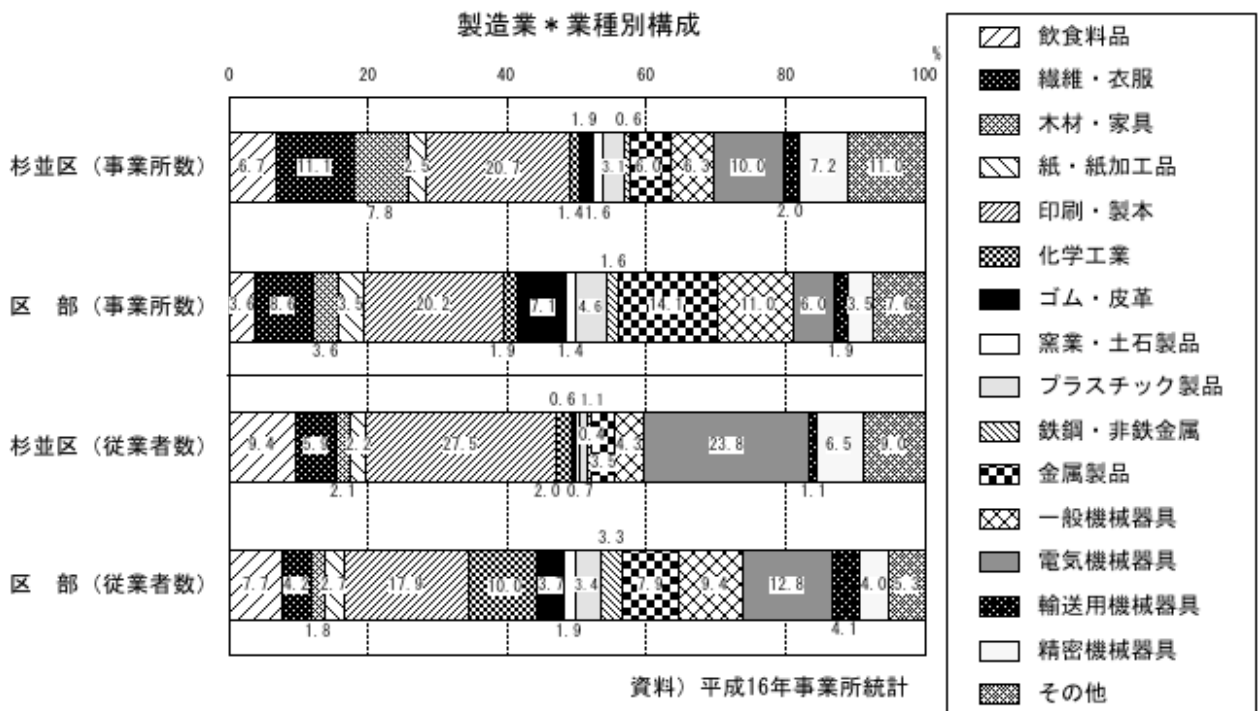


## ②製造業の動向

●区内製造業の特徴は、印刷のほか電気機械器具や精密機械器具、繊維・衣服、飲食料品、木材・家具などの比重の高さ

製造業の業種構成は、事業所数、従業者数とも印刷・製本が全体の約 2 割を占めて最も多いほか、繊維・衣服や電気機器なども 1 割前後を占める。区部との比較でみると、印刷・製本の占める割合は特に従業者数などで高いほか、電気機械器具や精密機械器具、繊維・衣服、飲食料品、木材・家具などの業種が区部よりも高くなっており、当区の特徴的業種となっている。

ただし、どの業種も事業所数の減少傾向が顕著である。比較的事业所数の多い印刷、繊維・衣服、電気機械器具などはバブル崩壊以降の減少が顕著で、飲食料品や木材・家具ではそれ以前の早い段階から減少傾向で推移している。



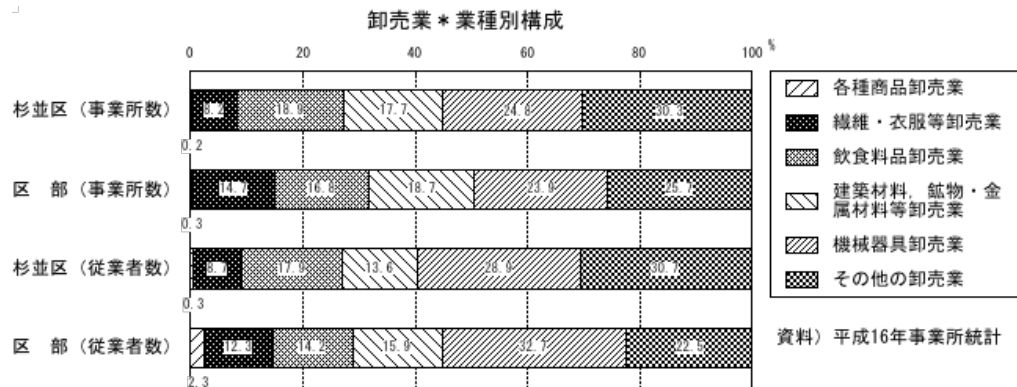


### ③その他の産業の特徴

●卸売業は、生活関連としての食料・飲料や建築材料、その他の消費財の比重が高い

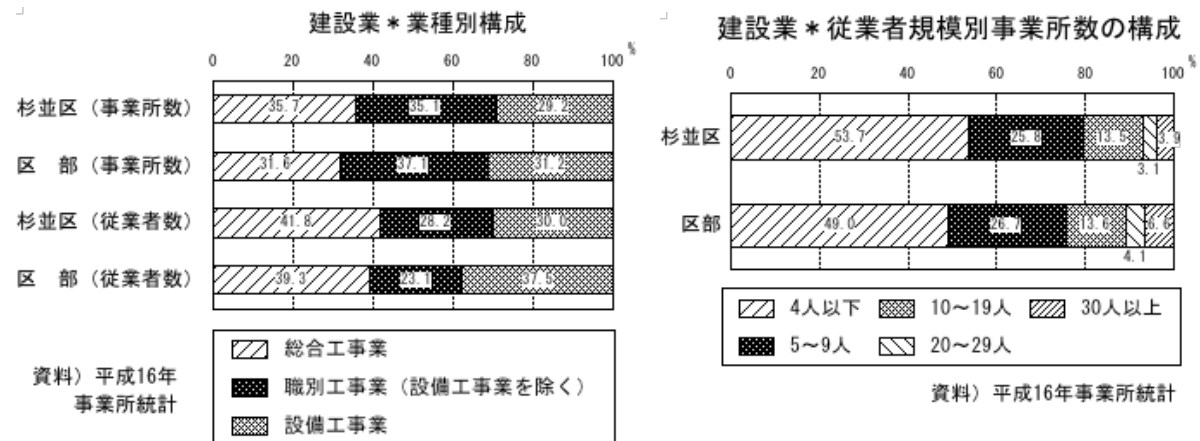
卸売業の業種内訳をみると、事業所数では一般消費財が大半の「その他」や飲食料品、建築材料など、生活関連や住宅関連の業種が上位を占めるが、製造業との関連の強いとみられる機械器具の比重も比較的高い。

区部との比較では、「その他」や食料・飲料などの比重が高くなっている。



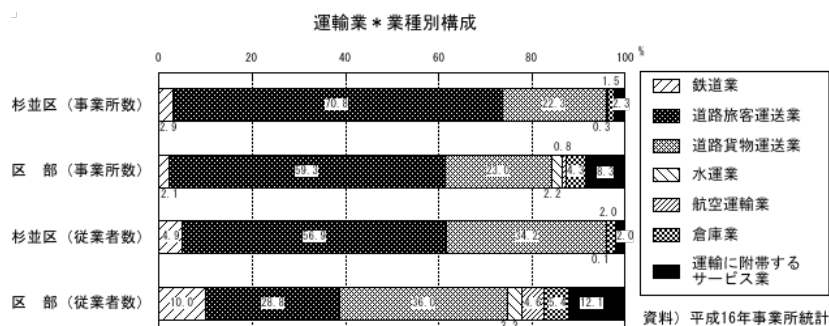
●建設業は、区部と比べて小規模性が強い傾向

建設業では総合工事業の比重が比較的高いが、従業者規模では4人以下の事業所が過半を占め、区部と比べて小規模性が強くなっている。



●運輸業の主体は道路旅客運送業と道路貨物運送業

運輸業の主体は、タクシー業を主とする道路旅客運送業と宅配等の道路貨物運送業で、事業所数で前者は70.8%、後者は22.3%と、両業種を合わせると9割を超える。

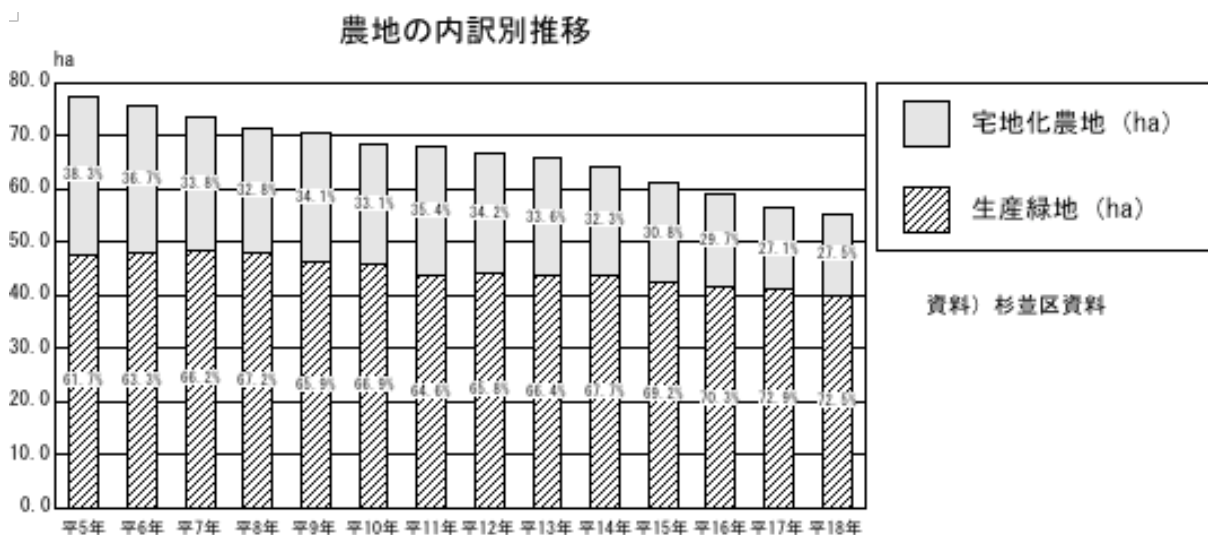
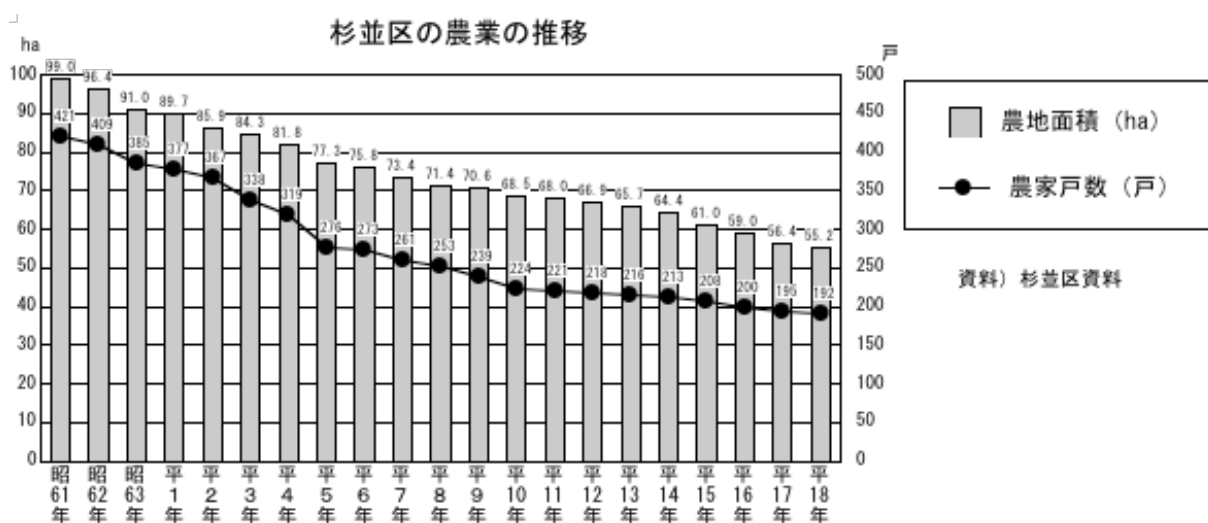


#### (4) 農業の動向

##### ●この20年間で農家は半分以下、農地も半分近くに減少

杉並区の農業は、農家戸数、農地ともに年々減少しており、平成18年4月現在で農家192戸、農地55.2haとなっている。この20年間で農家は半分以下に、農地は半分近くに減少したことになる。

平成3年に生産緑地法が改正されて市街化区域内の農地は「生産緑地」と「宅地化農地」に区分され、生産緑地は都市計画上の農地として明確に位置づけられ、農業を継続していく一定の条件が整えられたものの、その後も漸次減少を続けている。現在、区内農地のうち72.5%が生産緑地となっている。



< 資 料 編 >

## 商店＊実態調査票

(1) 貴事業所の所在地および業種についてお答えください。

事業所の所在地	杉並区	町	丁	(丁 まで)
業 種	1. 小売業	2. 飲食店	3. サービス業	(1つだけ○)

(2) 貴事業所の従業者数 (※) についてお答えください。

総 数	事業主とその家族従業者	常雇い	時・パート	男性	女性
人	人	人	人	人	人

(※) この調査票が届いた事業所の従業者数でお答えください。

(3) 創業した時期は？

1. 明治・大正 2. 昭 ( )年 3. 平成( )年

(4) 事業所の事業内 は？ (具体的に記入)

<p>(記入例)</p> <p>婦人服店、豆腐製造販売、精肉店、 自転車小売業、食品スーパー、喫茶店、 中華 店、居酒屋、美 業 など</p>
---

(5) 事業所の土地・建物の所 形態は？ (1つだけ○)

<p>1. 土地・建物を自社または個人で所</p> <p>2. 土地は借地、建物は所</p> <p>3. 賃貸の建物に入居—————▶ 月間賃 ( ) 円</p> <p>4. その他 ( )</p>
---

(6) 経営者の方の年 は？ (1つだけ○)

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

(7) 事業の後継者として考えている方がいますか？ (1つだけ○)

1. 後継者は決まっている	2. 事業を継がせたいがまだ決まっていない
3. 事業を継がせたいが候補がない	4. 自分一代限りで継がせるつもりはない
5. まだ考えていない	6. まだ自身が若いので考える必 がない

(8) 経営者の方のお住まいの場所は？ (1つだけ○)

- |               |              |              |
|---------------|--------------|--------------|
| 1. 事業所と同一の建物内 | 2. 同一町内の他の場所 | 3. 杉並区内の他の場所 |
| 4. 接区・接市      | 5. 他の都内      | 6. 都外        |

(9) 商店街組織に加盟していますか？ (1つだけ○)

- |           |            |
|-----------|------------|
| 1. 加盟している | 2. 加盟していない |
|-----------|------------|

(10) チェーンに加盟していますか？ (1つだけ○)

- |                    |                  |
|--------------------|------------------|
| 1. フランチャイズチェーンに加盟  | 2. ボランタリーチェーンに加盟 |
| 3. メーカー・屋等の直営系店である | 4. チェーンには加盟していない |

(11) 平日の閉店時刻は？ (1つだけ○)

- |           |            |           |           |
|-----------|------------|-----------|-----------|
| 1. 午後6時以前 | 2. 午後6時台   | 3. 午後7時台  | 4. 午後8時台  |
| 5. 午後9時台  | 6. 午後10時台  | 7. 午後11時台 | 8. 午後12時台 |
| 9. 午前1時以降 | 10. 24時間営業 |           |           |

(12) 日 日に営業していますか？  
(1つだけ○)

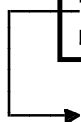
- |                   |            |
|-------------------|------------|
| 1. 毎週営業している       | 2. 営業していない |
| 3. 営業日とそうでない日とがある |            |

(13) 売上高等を3年前と比較すると？ (1つだけ○)

売上高	1. 30%以上増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 30%以上減少
粗 益額	1. 30%以上増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 30%以上減少
客 数	1. 30%以上増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 30%以上減少

(14) 業務 にパソコンを していますか (1つだけ○)

- |         |         |                |
|---------|---------|----------------|
| 1. している | 2. 定がある | 3. していないし 定もない |
|---------|---------|----------------|



(14-1) その 内 は？ (該当するもの全てに○)

- |              |                   |              |
|--------------|-------------------|--------------|
| 1. 経 伝票等の整   | 2. 電子メールの         | 3. ホームページの開設 |
| 4. インターネットの閲 | 5. インターネットショップの開設 |              |
| 6. 電子商取引の実施  | 7. その他( )         |              |

(15) 事業を経営していくうえで、特に困っている問題がありますか？  
 (該当するもの全てに○、最大の問題には◎)

- |                  |                 |             |
|------------------|-----------------|-------------|
| 1. 人材の確保が困難      | 2. パートの確保が困難    | 3. 従業員の高 化  |
| 4. 他店との競争が激しい    | 5. 大型店等の新規出店の影響 | 6. 価格破壊の進行  |
| 7. 後継者が決まらない     | 8. 周辺人口の減少      | 9. 顧客の高 化   |
| 10. 地代・家賃が高い     | 11. 施設・設備の 朽化   | 12. 店舗面積が狭い |
| 13. 資金繰りの悪化      | 14. 商店街の空洞化     | 15. その他     |
| 16. 特に困っている 題はない | ( )             |             |

(16) 今後の経営方針をお聞かせください。(該当するもの全てに○)

- |                      |                        |
|----------------------|------------------------|
| 1. 多店舗化を考えている        | 2. チェーン加盟を考えている        |
| 3. 店舗改装を考えている        | 4. 秀な人材確保・育成を強化したい     |
| 5. 通信販売を強化したい        | 6. ご 聞き・宅配を強化したい       |
| 7. 修 やアフターサービスを強化したい | 8. 独自商品の確保や個性を強化したい    |
| 9. 積極的なPRを展開していきたい   | 10. 顧客情報の整備・活 を図っていきたい |
| 11. eビジネスの拡大を図っていきたい | 12. その他                |
| ( )                  |                        |
| 13. 現状を何とか維持したい      | 14. 商売替え(業種変更)を考えている   |
| 15. 縮小を考えている         | 16. 廃業を考えている           |
| 17. まだ具体的には考えていない    |                        |

(17) 今後の事業の見通しは？ (1つだけ○)

- |                 |              |             |
|-----------------|--------------|-------------|
| 1. 大幅な成長が見込めそうだ | 2. 成長していくだろう | 3. 特別の不安はない |
| 4. やや不安         | 5. 見通しは暗い    |             |

(18) 地元の商店街として、今後、重 になりそうなキーワードは何だと思えますか？  
 次の中から該当するものがあれば選んでください。(該当するもの3つ以内に○)

- |         |             |             |             |
|---------|-------------|-------------|-------------|
| 1. 健康   | 2. 福祉       | 3. 環境・リサイクル | 4. IT(情報技術) |
| 5. 防災   | 6. 防犯       | 7. 地域ブランド   | 8. 安らぎ      |
| 9. 休息   | 10. 街歩き・街探検 | 11. ご 聞き・宅配 | 12. ファッション  |
| 13. レトロ | 14. アート     | 15. た史・文化   | 16. サブカルチャー |
| 17. 地域交 | 18. 国際交     | 19. その他( )  |             |

(19) 今後とも商店街の活動や事業は重 だと思えますか？  
 (1つだけ○)

- |                  |
|------------------|
| 1. 非常に重 である      |
| 2. ある程度重 である     |
| 3. それほど重 だとは思えない |

(19-1) その は？ (該当するもの全てに○)

- |                        |               |
|------------------------|---------------|
| 1. 商店街活動の効果が少い         | 2. 会費負担の効果が無い |
| 3. 独自の活動が規制される         | 4. 競争活 が阻害される |
| 5. もともと商店街組織に加盟していないから |               |
| 6. その他( )              |               |

(20) 最近、大型店の進出と24時間営業の店舗が増えていますが、その影響は？ (1つだけ○)

1. 大いに影響がある  
2. それほど影響はない  
3. ほとんど影響はない

→ (20-1) 具体的に対策を講じていますか？ (1つだけ○)

1. 講じている (具体的な )  
2. 講じていない

(21) 杉並区が実施している主な施策についておうかがいします。  
下表の認知度の1・2・3のいずれか該当する番号に○をつけてください。

杉並区の施策等	認知度	利用したことがある	知ってはいる	知らない
1) 産業融資資金 (融資あっせん制度)		1	2	3
2) 商工相談		1	2	3
3) 事業所向け広報誌「すぎなみ商工だより」		1	2	3
4) 「元気を出せ！商店街事業」 (イベント)		1	2	3

(21-1) 上記のうち、「元気を出せ！商店街事業」をしたことがある場合、  
個店の売上の向上につながっていますか？ (1つだけ○)

1. 売上向上につながった      2. 売上向上につながっていない

(22) 今後、区の支援策の方向性について、どのようにお考えですか？  
次の中から、該当するものがあれば選んでください。(該当するもの全てに○)

1. 従 通り商店街対策を重視すべきだ      2. 商店街同士の 携対策を重視すべきだ  
3. やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ  
4. 個店対策をより重視すべきだ      5. 個店の商店会への加入促進を重視すべきだ  
6. やる気のあるグループに対する支援策を重視すべきだ  
7. お祭りや売り出しなどのイベントを重視すべきだ  
8. 施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ  
9. 地域社会との交 ・ 携対策をより重視すべきだ  
10. その他 ( )

(23) 業種別の団体や組合で活動 (販売促進やイベント等) をしていますか？ (1つだけ○)

1. 活動している (具体的な )  
2. 活動していない      3. 業種別の団体や組合に所属していない ( は団体等がない)

(23-1) 業種別の団体や組合の活動に対して区の支援が必 ですか？ (1つだけ○)

1. 必 である      2. 必 ではない

(24) その他、区の産業施策に関して 望や意見等があればご記入ください。

## 製造業\*実態調査票

(1) 貴事業所の所在地および業種についてお答えください。

事業所の 所在地	杉並区	町	丁	(丁 まで)
本社・支社別	1. 単独事業所	2. 本社・本店・本部	3. 支社・支店・分工場	

(2) 貴事業所の従業者数(※)についてお答えください。

総 数	事業主と その家族従業員	常雇い	時・ パート	男性	女性
人	人	人	人	人	人

(※) この調査票が届いた事業所の従業者数でお答えください。

(3) 創業した時期は?

1. 治・大正	2. 昭 (      )年	3. 平成(      )年
---------	----------------	----------------

(4) 事業所の事業内  は? (具体的に記入)

<p style="text-align: center;">(記入例)</p> <p>製版、製本、携帯電 部品製造販売、 金属切削、金属プレス、婦人服縫製、 プラスチック成型、菓子製造販売</p>	
---	--

(5) 事業所の土地・建物の所  形態は? (1つだけ○)

1. 土地・建物を自社または個人で所	2. 土地は借地、建物は所
3. 賃貸の建物に入居→ 月間賃 (      )円	
4. その他(      )	

(6) 経営者の方の年  は? (1つだけ○)

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

(7) 事業の後継者として考えている方がいますか? (1つだけ○)

1. 後継者は決まっている	2. 事業を継がせたいがまだ決まっていない
3. 事業を継がせたいが候補がいない	4. 自分一代限りで継がせるつもりはない
5. まだ考えていない	6. まだ自身が若いので考える必  がない

(8) 東京商工会議所に参加していますか?

1. 加入している	2. 加入していない
-----------	------------

(9) 杉並産業協会に参加していますか?

1. 加入している	2. 加入していない
-----------	------------



(10) 自社製品の は？ (1つだけ○)

- |   |
|---|
| 1. 自社ブランド製品もしくはOEM製品を持っている<br>2. 自社ブランド製品もしくはOEM製品を持っていない |
|---|

【※OEM製品とは、自社ブランドを伏せて相手先のブランドとして供給する製品のこと】

(11) この事業所(杉並区)で製造・加工などの生産活動をされていますか？  
(該当するもの全てに○)

- |  |
|--|
| 1. この事業所で主たる生産活動をしている<br>2. この事業所は最終とりまとめや検査が主体<br>3. この事業所は本社もしくは営業販売が主体<br>4. この事業所は研究開発や製品の試作が主体<br>5. この事業所は保管・配送機能が主体<br>6. その他 ( ) |
|--|

→(11-1) 主たる生産活動はどのようにして行っていますか？ (1つだけ○)

- |   |
|---|
| 1. 他( )の自社工場や関( )工場<br>2. ほとんど外注で<br>3. 上記の併( )で<br>4. その他<br>( ) |
|---|

その工場の場所は？

(国内の場合)	ヶ所
(海外の場合)	国

(12) 売上高等を3年前と比較すると？ (1つだけ○)

売上高	1. 30%以上増加 2. やや増加 3. 横ばい 4. やや減少 5. 30%以上減少
営業 益額	1. 30%以上増加 2. やや増加 3. 横ばい 4. やや減少 5. 30%以上減少

(13) 事業活動上、情報通信(インターネット等)を していますか？ (1つだけ○)

- |   |
|---|
| 1. している<br>2. していないが定がある<br>3. していないし定もない |
|---|

→(13-1) その 内 は？ (該当するもの全てに○)

- |   |
|---|
| 1. 電子メールの<br>2. インターネットの閲<br>3. メールングリストによる<br>情報交換等<br>4. ホームページの開設<br>5. インターネットショップ<br>の開設<br>7. 電子商取引の実施<br>8. その他<br>( ) |
|---|

更新は？  
(1つだけ○)

- |   |
|---|
| 1. 定期的にしている<br>2. 不定期だがしている<br>3. していない |
|---|

(14) 受注先（または販売先）の上位5社について、該当する所在地の に取引先企業数をご記入ください。

杉並区内 社	新宿渋谷区 社	千代田中央港区 社	台東・墨田・江東・荒川区 社	大田・品川区 社	他の23区内 社
多摩地域 社	神奈川県 社	埼玉県 社	他の関東 社	他の国内 社	海外 社

(15) 外注先の上位5社について、該当する所在地の に取引先企業数をご記入ください。【※外注しない場合は、「外注無し」の欄に0と記入してください。】

杉並区内 社	新宿渋谷区 社	千代田中央港区 社	台東・墨田・江東・荒川区 社	大田・品川区 社	他の23区内 社
多摩地域 社	神奈川県 社	埼玉県 社	他の関東 社	他の国内 社	海外 社
					外注し

(16) 事業を運営していくうえで、特に困っている問題がありますか？  
(該当するもの全てに○、最大の問題には◎)

1. 人材の確保が困難	2. パートの確保が困難	3. 従業員の高度化
4. 自社技術の遅れ	5. 得意先の経営不安	6. 受注の大幅な減少
7. 価格競争の激化	8. 大手や他社の市場参入	9. 大幅なコストダウン 求
10. 資金繰りの悪化	11. 工場や設備機械の朽化	12. 作業スペースが狭い
13. 途地域等の法的規制	14. 近隣の住等からの苦情	15. 産業廃棄物の処
16. その他 ( )		
17. 特に困っている 題はない		

(17) 今後の事業の見通しは？ (1つだけ○)

1. 大幅な成長が見込めそう	2. 成長していくだろう	3. 特別の不安はない
4. やや不安	5. 見通しは暗い	

(18) 事業所の移転を考えていますか？ (1つだけ○)  
【※移転には、全 移転だけでなく一部移転も含めてください。】

<table border="1"> <tr> <td>1. 具体的な移転計画がある</td> </tr> <tr> <td>2. 移転したい</td> </tr> <tr> <td>3. 移転するつもりはない</td> </tr> </table>	1. 具体的な移転計画がある	2. 移転したい	3. 移転するつもりはない	→ (18-1) 移転先は？			
1. 具体的な移転計画がある							
2. 移転したい							
3. 移転するつもりはない							
	<table border="1"> <tr> <td>1. 杉並区内</td> <td>2. 接区市内</td> <td>3. 他の都内</td> </tr> <tr> <td>4. 他の関東</td> <td>5. 他の国内</td> <td>6. 海外</td> </tr> </table>	1. 杉並区内	2. 接区市内	3. 他の都内	4. 他の関東	5. 他の国内	6. 海外
1. 杉並区内	2. 接区市内	3. 他の都内					
4. 他の関東	5. 他の国内	6. 海外					

(19) 今後の経営方針をお聞かせください。(該当するもの全てに○)

1. 自社の独自技術や独自製品等を開発していきたい	
2. 積極的な設備投資を図っていきたい	
3. 人材確保・育成を徹底して優秀な人材を確保していきたい	
4. 他社との交流を促進してネットワークを強化していきたい	
5. ITの活用により経営の効率化を図っていきたい	
6. eビジネスの積極的な拡大を図っていきたい	
7. 分社化や従業員のスピンオフを推進していきたい	
8. その他( )	
9. 現状を何とか維持したい	10. 業種変更(転業)を考えている
11. 縮小を考えている	12. 廃業を考えている
13. まだ具体的には考えていない	

(20) 杉並区が実施している主な施策についておうかがいします。  
下表の認知度の1・2・3のいずれか該当する番号に○をつけてください。

杉並区の施策等	認知度	利用したことがある	知ってはいる	知らない
1) 産業融資資金(融資あっせん制度)		1	2	3
2) 商工相談		1	2	3
3) 事業所向け広報誌「すぎなみ商工だより」		1	2	3

(21) 社員の人材育成をどのように行っていますか?(該当するもの全てに○)

1. 職場内研修の実施	2. 他の団体等の実施する研修会等への社員の派遣
3. 定期的な勉強会・研究会の実施	4. 志によるグループ研修活動に対する援助
5. 定期的に他の工場等の視察研究(観光ではなく)を行っている	
6. その他( )	

(22) 事業を継続・展開していくうえで特に必要な支援策がありますか?  
(該当するもの全てに○、最大の要望には◎)

1. 同業種交流の促進	2. 異業種交流の推進	3. 産学官交流の推進
4. 他事業所の情報提供	5. 経営支援施策情報の提供	6. 自社PRの支援
7. 好な賃貸事業スペースの情報提供	8. 賃金の助成	
9. 賃料制度の充実	10. 貸会議室等確保に対する支援	
11. 技術・経営相談体制の提供		
12. その他( )		

(23) その他、区の産業施策に関して希望や意見等があればご記入ください。

## 事業所\*実態調査票

(1) 貴事業所の所在地や業種などについてお答えください。

事業所の所在地	杉並区	町	丁目	(丁目まで)
本社・支社別	1. 単独事業所	2. 本社・本店・本部	3. 支社・支店・分工場	
業種	1. 建設業	2. 卸売業	3. 運輸・通信業	4. その他

(2) 貴事業所の従業者数(※)についてお答えください。

総数	事業主とその家族従業者	常雇い	時・パート	男性	女性
人	人	人	人	人	人

(※) この調査票が届いた事業所の従業者数でお答えください。

(3) 創業した時期は？

1. 明治・大正    2. 昭 (     )年    3. 平成(     )年

(4) 事業所の事業内  は？ (具体的に記入)

<p style="text-align: center;">(記入例)</p> <p>水道工事業、舗装工事業、婦人服卸売業、精肉卸売業、行代店、蔵倉庫業、梱包業、など</p>	
--	--

(5) 事業所の土地・建物の所  形態は？ (1つだけ○)

<p>1. 土地・建物を自社または個人で所</p> <p>2. 土地は借地、建物は所</p> <p>3. 賃貸の建物に入居 <span style="font-size: 2em;">→</span> 月間賃 (     )円</p> <p>4. その他(     )</p>
--

(6) 経営者の方の年  は？ (1つだけ○)

<p>1. 20代    2. 30代    3. 40代    4. 50代    5. 60代    6. 70代以上</p>
---

(7) 事業の後継者として考えている方がいますか？ (1つだけ○)

<p>1. 後継者は決まっている</p> <p>3. 事業を継がせたいが候補がない</p> <p>5. まだ考えていない</p>	<p>2. 事業を継がせたいがまだ決まっていない</p> <p>4. 自分一代限りで継がせるつもりはない</p> <p>6. まだ自身が若いので考える必  がない</p>
--	---

(8) 東京商工会議所に加入していますか？

- 1. 加入している
- 2. 加入していない

(9) 杉並産業協会に加入していますか？

- 1. 加入している
- 2. 加入していない

(9) 貴事業所はどこかの系 (子会社の場合を含む) もしくはチェーン店ですか？  
(1つだけ○)

- 1. 系 である
- 2. チェーン店である
- 3. いずれでもない

→(9-1) 系 もしくはチェーン店の親会社 (もしくは本部) の業態は？ (1つだけ○)

- 1. メーカー
- 2. 百貨店、スーパー
- 3. 総合商社
- 4. 問屋
- 5. 金 機関
- 6. 鉄道・運輸会社
- 7. その他 ( )

(10) 貴事業所の主な顧客の所在地は？ (1つだけ○)

- 1. 杉並区内
- 2. 新宿周辺
- 3. 渋谷周辺
- 4. 中央線沿線
- 5. 都心方面
- 6. 都内全般
- 7. 近県まで
- 8. 関東一円
- 9. 日本全国
- 10. 海外まで

(11) 売上高等を3年前と比較すると？ (1つだけ○)

売上高	1. 30%以上増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 30%以上減少
営業 益額	1. 30%以上増加	2. やや増加	3. 横ばい	4. やや減少	5. 30%以上減少

(12) 事業活動上、情報通信 (インターネット等) を していますか？ (1つだけ○)

- 1. している
- 2. していないが  
定がある
- 3. していないし  
定もない

→(12-1) その 内 は？ (該当するもの全てに○)

- 1. 電子メールの
- 2. インターネットの関
- 3. メーリングリストによる  
情報交換等
- 4. ホームページの開設
- 5. インターネットショップ  
の開設
- 7. 電子商取引の実施
- 8. その他  
( )

更新は？  
(1つだけ○)

- 1. 定期的に  
している
- 2. 不定期だが  
している
- 3. していない

(13) 事業を経営していくうえで、特に困っている問題がありますか？  
(該当するもの全てに○、最大の問題には◎)

- |                  |                 |                |
|------------------|-----------------|----------------|
| 1. 人材の確保が困難      | 2. パートの確保が困難    | 3. 従業員の高度化     |
| 4. 自社技術の遅れ       | 5. 得意先の経営不安     | 6. 受注の大幅な減少    |
| 7. 価格競争の激化       | 8. 大手や他社の市場参入   | 9. 大幅なコストダウン要求 |
| 10. 資金繰りの悪化      | 11. 施設・設備の朽化    | 12. 事業スペースが狭い  |
| 13. 途地域等の法的規制    | 14. 近隣の住民等からの苦情 | 15. 産業廃棄物の処理   |
| 16. その他 ( )      |                 |                |
| 17. 特に困っている問題はない |                 |                |

(14) 今後の経営方針をお聞かせください。(該当するもの全てに○)

- |                                |                    |
|--------------------------------|--------------------|
| 1. 自社の独自技術や独自製品等を開発していきたい      |                    |
| 2. 積極的な設備投資を図ってきたい             |                    |
| 3. 人材確保・育成を徹底して優秀な人材を確保していきたい  |                    |
| 4. 他社との交をおを促進してネットワークを強化していきたい |                    |
| 5. ITの活用により経営の効率化を図ってきたい       |                    |
| 6. eビジネスの積極的な拡大を図ってきたい         |                    |
| 7. 分社化や従業員のスピンオフを推進していきたい      |                    |
| 8. その他 ( )                     |                    |
| 9. 現状を何とか維持したい                 | 10. 業種変更(転業)を考えている |
| 11. 縮小を考えている                   | 12. 廃業を考えている       |
| 13. まだ具体的には考えていない              |                    |

(15) 今後の事業の見通しは？(1つだけ○)

- |                |              |             |
|----------------|--------------|-------------|
| 1. 大幅な成長が見込めそう | 2. 成長していくだろう | 3. 特別の不安はない |
| 4. やや不安        | 5. 見通しは暗い    |             |

(16) 事業所の移転を考えていますか？(1つだけ○)

【※移転には、全面移転だけでなく一部移転も含めてください。】

- |   |                               |
|---|-------------------------------|
| 「<br>1. 具体的な移転計画がある<br>2. 移転したい<br>3. 移転するつもりはない<br>」 | → (16-1) 移転先は？                |
|   | 1. 杉並区内    2. 接区市内    3. 他の都内 |
|   | 4. 他. 関東    5. 他の国内    6. 海外  |

(17) 杉並区が実施している主な施策についておうかがいします。

下表の認知度の1・2・3のいずれか該当する番号に○をつけてください。

杉並区の施策等	認知度	利用したことがある	知ってはいる	知らない
1) 産業融資資金（融資あっせん制度）		1	2	3
2) 商工相談		1	2	3
3) 事業所向け広報誌「すぎなみ商工だより」		1	2	3

(18) 社員の人材育成をどのように行っていますか？（該当するもの全てに○）

- |                                 |                          |
|---------------------------------|--------------------------|
| 1. 職場内研修の実施                     | 2. 他の団体等の実施する研修会等への社員の派遣 |
| 3. 定期的な勉強会・研究会の実施               | 4. 志によるグループ研修活動に対する援助    |
| 5. 定期的に他の工場等の視察研究（観光ではなく）を行っている |                          |
| 6. その他（ ）                       |                          |

(19) 事業を継続・展開していくうえで特に必要な支援策がありますか？

（該当するもの全てに○、最大の要望には◎）

- |                    |                   |             |
|--------------------|-------------------|-------------|
| 1. 同業種交際の促進        | 2. 異業種交際の推進       | 3. 産学官交際の推進 |
| 4. 他事業所の情報提供       | 5. 経営支援施策情報の提供    | 6. 自社Rの支援   |
| 7. 好な賃貸事業スペースの情報提供 | 8. 賃の助成           |             |
| 9. 資制度の充実          | 10. 貸会議室等確保に対する支援 |             |
| 11. 技術・経営相談体制の提供   |                   |             |
| 12. その他（ ）         |                   |             |

(20) その他、区の産業施策に関して 望や意見等があればご記入ください。

— ご協 ありがとうございます —

# 農家意向調査票

## Ⅰ 農家の概要についておうかがいします。

(1) 耕作農地の所在地、あなた（主たる耕作者）の性別と年 について以下にご記入ください。

耕作農地の所在地	杉並区	町	丁目	(丁目まで)	
あなたの性別 (1つだけ○)	1. 男性 2. 女性	年 (1つだけ○)	1. 30代以下 4. 60代	2. 40代 5. 70代	3. 50代 6. 80代以上

(2) 区内にあるあなたの耕作農地の面積は？

<生産地> 約  アール      <宅地化農地> 約  アール

(3) 区内の耕作農地の主たる営農部門は？ (1つだけ○)

1. 野菜	2. 花	3. 植木	4. 果樹	その他 ( )
-------	------	-------	-------	---------

(4) その作物は販売されましたか？ (1つだけ○)

1. 販売した	2. 一部販売した
3. 自家消費のみで販売しなかった	4. その他 ( )

(5) 消費者や農産物販売業者との契約による作物生産を行っておられますか？

1. 行っている	2. 行っていない
----------	-----------

## Ⅱ 農業の継続と経営の方向についておうかがいします。

(6) あなたは今後の農業の継続についてどのように考えておられますか？ (1つだけ○)

1. 将とも農業を継続したい	2. 自分の代は現状のまま維持したい
3. 当面は続けたいと思っているが先のことはわからない	
4. 農業を継続できる状況ではない	



▶ (6-1) 農業の継続を困難にする は？ (2つ以内に○)

1. 後継者や担い手がない	2. 周辺の都市化によって農業環境が悪化している
3. 農業の収益性が悪い	4. 税制などで維持できない
5. その他 ( )	



(7) 今後の農業経営の方針をお聞かせください。(該当するもの全てに○)

1. 経営耕作面積を拡大したい	2. 経営耕作面積を縮小したい
3. ハウスなど集約型の農業を拡大したい	
4. 有機栽培など高付加価値型農業を拡大したい	
5. 土づくりに を入りたい	6. 農薬を減らしたい
7. 手のかからない作物に切り替えたい	8. 区民の農業への参加を期待したい
9. 営農部門を変更したい (たとえば、野菜→花、植木→野菜など)	
10. その他 ( )	

(8) 生産 地に指定されていない宅地化農地のこれからの 方法について、どのよう  
にお考えですか？(1つだけ○)

1. 当面の間 (農業を維持できるのは自分の代まで) は農地として維持したい
2. 自給的な の農地なので将 とも農地として維持したい
3. 駐車場・アパート・マンション経営に活 したい
4. 買い手があれば売却したい
5. その他 ( )
6. 宅地化農地を持っていない

(9) 宅地化農地のうち、生産 地に追加  
してほしい農地がありますか？

1. ある→ ( ) アール
2. ない

(10) 生産 地・宅地化農地の中で、区民  
農園などの 地として区に借り上げて  
もらいたい農地がありますか？

1. ある	2. ない
-------	-------

(11) 各営農部門のうち、どの部門に重きを置いているか、比 でお答えください。

	野 菜	花	植 木	果 樹	( )
現在	%	%	%	%	%
	↓	↓	↓	↓	↓
将	%	%	%	%	%

【記入例】

野菜	花	植木	果樹
70%	10%		20%
↓	↓		↓
80%	20%		0%

(12) 今後の農産物の販売形態について、どのようにお考えですか？(2つ以内に○)

1. 市場を中心に考えたい	2. 直販に を入りたい
3. うね売りや株売りを増やしたい	4. 地元の小売店、スーパー等に供給したい
5. 業者との契約販売を進めたい	6. 学校給食などに供給したい
7. その他 ( )	

(13) 杉並区の特徴のひとつである直販について、どのようにお考えですか？(2つ以内に○)

1. ログハウスなど直販施設を整備したい	2. 切花等を導入していきたい
3. 直販している農産物の栽培方法、調 方法などをPRしていきたい	
4. 各地域で共同直販を開催していきたい	
5. 区民農園 者向けの野菜苗の販売をしたい	
6. 野菜・花などを複合的に販売していきたい	
7. その他 ( )	

(14) 区では、植木や花などの育成を一部農家に委託しておりますが、育苗についてどのように思われますか？(1つだけ○)

1. やってみたい(種からの育苗)	2. やってみたい(プラグ苗からの育苗)
3. やるつもりはない	4. その他 ( )

==== III 有機農業についておうかがいします。====

有機的・低農薬農業については、地域住民や消費者の関心が高まってきています。また、環境を保全するという意味からも、積極的に取り組むことが望ましいと思われま

(15) 有機・低農薬農業を進めていくうえで、苦 していることや障害になっていると思われることは何でしょうか？(2つ以内に○)

1. 有機物が手に入らない	2. 手間がかかる	3. 費 がかかる
4. 収 が不安定	5. 見た目等により、売れるかどうか不安	
6. その他 ( )		

(16) 有機・低農薬農業を推進するに当たって、どのようなことが必 だと思われますか？(2つ以内に○)

1. 有機質確保の支援	2. 栽培技術などの指導
3. 消費者に対する「有機栽培」物の価値のPR	4. 契約販売など販売ルートの確保
6. その他 ( )	

(17) 現在、ご自分で堆肥を作っておられますか？(1つだけ○)

1. 作っている
2. 作っていない

(17-1) どのようにして作っておられますか？

有機質の種	1.)	2. 定枝	3. 野菜屑
	4. その他 ( )		
(堆肥づくりについて具体的に記入)			

==== IV 労働力についておうかがいします。====

(18) あなたの家には農業後継者がおられますか？ (1つだけ○)

- |                                    |                    |
|------------------------------------|--------------------|
| 1. すでに農業に従事している                    |                    |
| 2. まだ農業に従事していないが、いずれ農業を継いでくれるはずである |                    |
| 3. 農業後継者になってもらうために説得、相談中である        |                    |
| 4. 継ぐかどうかわからない                     | 5. まだ子供が小さいのでわからない |
| 6. 後継者はいない                         |                    |

(19) これからの農業の担い手や 働 の不足について、どのように対応されるおつもりですか？ (1つだけ○)

- |                             |             |           |
|-----------------------------|-------------|-----------|
| 1. 家族でできる範囲で頑張る             | 2. 農業を縮小する  |           |
| 3. 農作業を区民に手伝ってもらう(農業ボランティア) | 4. パートの人を雇う |           |
| 5. 機械化など省 化を図る              | 6. 人を常時雇う   | 7. 農業をやめる |
| 8. その他 ( )                  |             |           |

==== V 地域住民とのふれあいについておうかがいします。====

(20) 地域住民とのふれあいについて、どのようなことが考えられますか？ (2つ以内に○)

- |                                |                       |
|--------------------------------|-----------------------|
| 1. 直販や即売会など農産物の販売を通じた交         |                       |
| 2. 直販所での、栽培方法等のきめこまかな情報の提供     |                       |
| 3. 地域での定期的な共同直販の開催             | 4. 体験学習などの機会を増やし、畑での交 |
| 5. 景観や環境に配 して、地域とともに「まち」を作っていく |                       |
| 6. 農作業の協 による交                  | 7. 区民農園での指導や苗の供給による交  |
| 8. その他 ( )                     |                       |

==== VI 今後の農業施策についておうかがいします。====

(21) 今後の農業施策で重視してほしいものを挙げてください。(該当するもの全てに○)

- |                    |                  |                  |
|--------------------|------------------|------------------|
| 1. 有機農業の推進         | 2. 低農薬化対策        | 3. 産地・ブランド化      |
| 4. 直販所の施設整備        | 5. 共同直販所の開設      | 6. 学校給食への提供      |
| 7. 農業者への情報・技術提供    | 8. 区民農園の拡充       | 9. 区民の農作業参加の受け入れ |
| 10. 即売会など農業イベントの拡充 | 11. 圃場周辺の景観整備    |                  |
| 12. 機械設備投資への補助     | 13. ハウス等の生産施設の拡充 |                  |
| 14. その他 ( )        |                  |                  |

==== ご協 ありがとうございます ====

# お買い物等に関するアンケート調査票

==== I 日頃のお買い物についておうかがいします。 ====

問1. あなたは、区内の次の店舗や商店街をよく しますか？（それぞれ1つだけ○）

＜大型店・スーパー＞	＜コンビニエンスストア＞	＜商店街＞
<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">1. よく する</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">2. 時々 する</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">3. あまり しない</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">4. 全く しない</div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">1. よく する</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">2. 時々 する</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">3. あまり しない</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">4. 全く しない</div>	<div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">1. よく する</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">2. 時々 する</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">3. あまり しない</div> <div style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">4. 全く しない</div>

→ 1-1. (「よく利用する」と答えた方に) ←

そこをよく する は何ですか？ 次の表の中から、該当する の番号に ○をつけてください。（該当するものいくつでも○）

(利用する理由)	【記入例】	大型店・スーパー	コンビニエンスストア	商店街
1. 価格が安い	1	1	1	1
2. 品質が良い	2	2	2	2
3. 品揃えが豊富	3	3	3	3
4. 1カ所で買い物が済む	4	4	4	4
5. 流行商品がある	5	5	5	5
6. 陳列がわかりやすく選びやすい	6	6	6	6
7. 雑誌・新聞等もいっしょに買える	7	7	7	7
8. 必要なものが置いてある	8	8	8	8
9. 接客態度が良い	9	9	9	9
10. 店員から話しかけられないので気楽	10	10	10	10
11. お店が広くて気持ちがいい	11	11	11	11
12. お店の雰囲気が良い	12	12	12	12
13. 夜遅くまで営業している	13	13	13	13
14. クレジットカードが使える	14	14	14	14
15. スタンプなどのおまけサービスがある	15	15	15	15
16. にぎわいがあって気が紛れる	16	16	16	16
17. 昔からの馴染みの店だから	17	17	17	17
18. 駐車場がある	18	18	18	18
19. 駐輪場がある	19	19	19	19
20. 距離的に近い	20	20	20	20

上記のうち、最大の該当 は？  
（上記1～20のいずれかの番号で）

↓	↓	↓
---	---	---

問2. あなたは、次の商品をどの地域でお買いになりますか？

商品別に、最もよく する地域の番号に◎を1つ、その次によく する地域の番号に○を2つ以内つけてください。(商品別に、◎を1つ、○を2つ以内)

区内・区外の別	商品	【記入例】	生鮮食品 (野菜・青果・魚・肉等)	他の食料品 (生鮮以外)	日用雑貨・台所用品 (医薬・化粧品・洗剤等)	日用衣料 (下着、靴下、普段着)	おしやれ着 (紳士・婦人服)	身の回り品 (靴・鞄・貴金属等)	家具・家電製品	書籍・文具	贈答品	美容・理容	飲食
杉並区内	1. 高円寺駅周辺	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2. 阿佐ヶ谷駅周辺	◎2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3. 荻窪駅周辺	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	4. 西荻窪駅周辺	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5. 他の最寄りの駅周辺	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	6. 自宅近くの商店・商店街	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
杉並区外	7. 自宅近くの区外の店	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	8. 新宿	◎8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
	9. 吉祥寺	◎9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
	10. 渋谷	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	11. 日本橋・銀座	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
	12. 他の区外の繁華街	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12

問3. 区内の商店街を する場合のおもな交通手段は？ (1つだけ○)

1. 徒歩    2. 自転車    3. バイク    4. バス    5. 自動車    6. 電車    7. その他

問4. あなたは、区内の商店街に満足されていますか？ (1つだけ○)

1. 満足している    2. やや満足    3. やや不満    4. 不満

4-1. 不満の内 は？ (該当するもの全てに○)

1. 品質    2. 価格    3. 品揃え    4. 接客態度    5. 商店街の景観  
 6. 交通の安全性    7. はみ出し陳    8. 開店時間    9. 閉店時間  
 10. 日 閉店    11. 空き店舗の多さ    12. 駐 スペース    13. 駐車スペース  
 14. その他 ( )

4-2. 上記のうち最大の不満は？ (上記の番号で1つだけ)

問5. 今後とも地元の商店街を必 と思われませんか？ (1つだけ○)

1. 必 だと思 2. 必 ないと思 3. どちらともいえない 4. わからない

5-1. その は？ (該当するもの全てに○)

1. 商店街がないと生活に困るから 2. まちの活気がなくなるから  
3. 買い物の楽しみがなくなるから 4. 祭りやイベントなど地域の交 の拠点だから  
5. 地域活動をリードしてくれるから 6. 人の通行が減少して防犯上の恐れがあるから  
7. その他 ( )

問6. あなたは通信販売やカタログ販売を していますか？ (1つだけ○)

1. している  
2. していないが したい  
3. していないし興味もない

6-1. インターネットショッピングを  
していますか？

1. している  
2. していない

問7. あなたは共同購入を行ったことがありますか？ (1つだけ○)

1. ある 2. ないが興味がある 3. ないし興味もない

7-1. その品目は？

1. 飲 食 品 2. その他 ( )

問8. あなたが買い物をされる時、以下に挙げるカード等は使 されますか？

(それぞれ1つだけ○)

<ポイントカード>

1. よく使 する  
2. 時々使 する  
3. あまり使 しない  
4. 全く使 しない

<クレジットカード>

1. よく使 する  
2. 時々使 する  
3. あまり使 しない  
4. 全く使 しない

<現金チャージ式カード>  
(おサイフケータイ等)

1. よく使 する  
2. 時々使 する  
3. あまり使 しない  
4. 全く使 しない

問9. 杉並区内の商店街共通のポイントカード「マルチすぎなみカード」を知っていますか？

(1つだけ○)

- 1 既に使っている 2 知っているが使ったことがない 3 知らない

問10. 商店街が開催する盆 里などのイベントに参加したことがありますか？(1つだけ○)

1. ある	2. ない
-------	-------

→ 10-1. 商店街のイベントへの参加をきっかけに商店街で買物する機会が増えましたか？

1. 増えた	2. 増えない
--------	---------

問11. 区内商店街にとって、今後、大切になりそうなキーワードは何だと思われますか？  
次の中から該当するものがあれば選んでください。(該当するもの3つ以内に○)

1. 健康	2. 福祉	3. 環境・リサイクル	4. IT (情報技術)
5. 防災	6. 防犯	7. 地域ブランド	8. 安らぎ
9. 休息	10. 街歩き・街探検	11. ご  聞き・宅配	12. ファッション
13. レトロ	14. アート	15. 史・文化	16. サブカルチャー
17. 地域交	18. 国際交	19. ( )	

==== II ご記入いただいたあなたご自身のことについておうかがいします。====

(1)年 は？

1. 20代	2. 30代	3. 40代	4. 50代	5. 60代	7. 70歳以上
--------	--------	--------	--------	--------	----------

(2) 性別は？

1. 女性	2. 男性
-------	-------

(3) 職業は？

1. 専業主婦	2. パート	3. 自営業
4. 会社員・公務員	5. 学生	6. その他

(4) お住いは？ 杉並区 

--

 町 

--

 丁目

(5) 現在のところにお住まいになって、どれくらい経ちますか？ (1つだけ○)

1. 1年未満	2. 1～2年	3. 3～9年	4. 10～29年	5. 30年以上
---------	---------	---------	-----------	----------

(6) 最後に、杉並区の商店や商店街について、日頃感じていることやご意見等がありましたらお聞かせください。

--

## 商店街\*実態調査票

(1) 貴商店街の 称、所在地等について以下にご記入ください。

商店街		記入者 氏名	(役職)
組織形態	1. 振興組合 2. 協同組合 3. 任意団体	電 話 番 号	-
任意団体としての 結成時期	1. 昭 ( ) 年 2. 平成 ( ) 年	商店街 専 事 所	1. あり 2. なし
その後の 人化の時期	1. 昭 ( ) 年 2. 平成 ( ) 年	事 所 の 形 態	1. 組合所 2. 賃貸
会員数	正会員 ( ) 店 / 準会員 ( ) 店 / 非加入 ( ) 店		

(2) 現 員の状況について 員数  人 員の平均年  歳  
お答えください。

(3) 事 所の専任職員は？

1. いる→ ( ) 人	2. いない
--------------	--------

(4) 組織活動は活発ですか？ (1つだけ○)

1. 活発	2. 普通	3. 活発ではない
-------	-------	-----------

(5) 青年部は？ (1つだけ○)

1. 活発に活動している	2. たまに活動	3. ほとんど活動していない
4. 組織はあるが活動していない	5. 組織がない	

(6) 女性部は？ (1つだけ○)

1. 活発に活動している	2. たまに活動	3. ほとんど活動していない
4. 組織はあるが活動していない	5. 組織がない	

(7) 平成 18 年度の総事業費 算は？ (特別 算額も含めて) (1つだけ○)

1. 50 円以下	2. 51~300 円	3. 301~600 円
4. 601~1,000 円	5. 1,000 円超→ ( ) 円	

(8) 1店当りの月平均通常会費は？ (1つだけ○)

1. 500円	2. 500~1000円	3. 1000~2000円
4. 2000~3000円	5. 3000~4000円	6. 4000~5000円
7. 5000~10000円	8. 10000円以上→ ( ) 円	



(9) 貴商店街は、区の商店会 合会に加入していますか？ (1 つだけ○)

1. 加入している	2. 加入していない
-----------	------------

→ (9-1) 加入していない は？ (該当するもの全て○)

1. 加入しても効果がなさそうだから	2. 会費負担がづらい
3. 加入することで独自活動の制 を受けそうだから	
4. その他 ( )	

(10) 貴商店街では、人材育成を 的にして何か事業を実施していますか？  
(該当するもの全て○)

1. 他の団体・機関の実施する塾や研修会等に会員を派遣している
2. 定期的な 強会・研究会を実施している
3. 志によるグループ研修活動に対して援助している
4. 定期的に他の商業地等の視察研究 (観光ではなく) を行っている
5. その他 ( )
6. 特に実施していない

(11) 商店街として、パソコンを導入していますか？ (1 つだけ○)

1. 導入している	2. 個店で肩代わりして活 している	3. 導入していない
-----------	--------------------	------------

→ (11-1) そのっ 状況は？ (該当するもの全て○)

1. 会員・会費・財 管 につ	2. 顧客情 管 システムのっ
3. 電子メールのっ	4. インターネットの関
5. 商店街のホームページ開設	
6. その他 ( )	

(12) 貴商店街では、地域の自治会・町会、学校などと共同で事業を行っていますか？

1. 行っている
2. 行っていない

→ その内 は？ (具体的に)

--

(13) 貴商店街全体の景況は？ (1つだけ○)

1. 繁栄している	2. やや繁栄	3. 停滞	4. やや衰退	5. 衰退している
-----------	---------	-------	---------	-----------

(14) 貴商店街の店 の変化についておうかがいします。(※ い場合は0店と記入)

(14-1) 最近3年間に新しく開店した店 は？

店	その業種は？
---	--------

(14-2) 最近3年間に業種・業態を変えた店 は？

店	その業種変化は？ (**業種から**業種へ)
---	------------------------

(14-3) 最近3年間に閉店(廃業)した店 は？

店	その業種は？
---	--------

(15) 貴商店街の現在の空き店 の数は？ (※ い場合は0店と記入)  店

(15-1) 3年前と比べて空き店 の増減は？ (1つだけ○)

1. 増加した	2. 変化 し	3. 減少した
---------	---------	---------

(15-2) 空き店 が まらない は？ (該当するもの全て○)

1. 地が悪い	2. 家主との権っ関係	3. 都市計画等の 規制
4. 家賃が高い	5. 店 施設の 朽化	6. 商店街環境の悪化 ( 街者の減少等)
7. PR不足	8. その他 ( )	

(15-3) 商店街として空き店 を活 していますか？ (1つだけ○)

1. 活 している	2. 活 していないが 定がある	3. 活 していない
-----------	------------------	------------

→ その内 は？ (該当するもの全て○)

1. 催事場、コミュニティホールなどにつ	2. 必 業種を 致
3. 駐車場につ	4. 自転車置場につ
5. 空き店 のPR・あっせんを実施	6. 行政の空き店 対策事業につ
7. その他 ( )	

(16) 貴商店街の**販売促進事業**にはどのようなものがありますか？(該当するもの全て○)

1. 特売日、定期的な売り出し	2. 中元売り出し	3. 歳 売り出し
4. 他の共同売り出し	5. 市(朝市、青空市など)	6. まつり、イベント
7. スタンプシール	8. ポイントカード	9. 商品券(独自のもの)
10. 広告宣伝活動	11. ファックス宅配サービス	
12. CI事業(愛称・シボルマーク等)	13. その他( )	

(16-1) 現在は実施していないが、今後、  
重視したい販促事業は？(上記の番号で)

(17) 貴商店街の**環境整備施設**にはどのようなものがありますか？(該当するもの全て○)

1. 自転車置場	2. 客 駐車場	3. 休息所・ベンチ	4. 共同トイレ
5. 電 ボックス	6. ごみ・吸殻入れ	7. 送施設	8. 街 灯
9. アーケード	10. 商店街案内板	11. 電光掲示板	12. 統一看板
13. 統一テント	14 カラー 装	15. アーチ	16. 街 樹
17. 花壇・フラワーポット	18. ポケットパーク	19. 商店街会館	
20. その他( )			

(17-1) 現在は無いが、今後、重視したい  
環境整備施設は？(上記の番号で)

(18) 貴商店街では次のような**経営改善事業**を独自に実施していますか？

(該当するもの全て○)

1. 商店街診断	2 個店診断	3. 経営講習会	4 強会
5. 視察・見学	6. 顧客調査	7. 通行 調査	8. 大型店の影響調査
9. 備品・消 品の共同購入	10. 資金のあっせん	11. 険代 業	
12. 会員のレクリエーション行事	13. 開店・閉店時間の調整	14. 定休日の調整	
15. 共同配送・共同仕入	16. その他( )		

(18-1) 現在は実施してないが、今後、重視  
したい経営改善事業は？(上記の番号で)

(19) 以上の(16)～(18)の各事業について、他の商店街と共同化・ 携化を図っている事業がありますか？

<input type="checkbox"/> 1. ある <input type="checkbox"/> 2. ない	(16) 販売促進事業の番号	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	(17) 環境整備施設の番号	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	(18) 経営改善事業の番号	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(20) 貴商店街が えている 題について、次の中からおもなものを4つ以内選んで  
ください。(○は4つ以内)

- |                  |                  |              |
|------------------|------------------|--------------|
| 1. 周辺地域の居住人口の減少  | 2. 大型店との競合       | 3. 他の商店街との競合 |
| 4. 大型店、店の撤退      | 5. 通りの交通の混雑      | 6. 置自転車の 題   |
| 7. 集客 のある核店 が い  | 8. 店 以外の建物が多い    | 9. 店 の 朽化    |
| 10. 廃業店 ・空き店 が多い | 11. 不足業種・業態が多い   | 12. 会員の後継者 題 |
| 13. 会員の参加意 が しい  | 14. 意 的な若手会員が少ない |              |
| 15. 会員のまとまりが悪い   | 16. 資金不足         |              |
| 17. 駐車場の不足       | 18. 自転車置場の不足     | 19. 共同施設の 朽化 |
| 20. その他 ( )      |                  |              |
| 21. 特に 題はない      |                  |              |

(21) 貴商店街の今後の見通しは？ (1つだけ○)

- |                |                 |         |
|----------------|-----------------|---------|
| 1. かなり発展が見込めそう | 2. まあまあ発展が見込めそう | 3. 現状維持 |
| 4. やや衰退していくだろう | 5. かなり衰退していくだろう |         |

(22) 貴商店街にとって、今後、重点的に取り組みたい活動のテーマについて、次の中  
から該当するものがあれば選択してください。(該当するもの全てに○)

- |         |             |             |               |
|---------|-------------|-------------|---------------|
| 1. 健康   | 2. 福祉       | 3. 環境・リサイクル | 4. I T (情 技術) |
| 5. 災    | 6. 犯        | 7. 地域ブランド   | 8. 安らぎ        |
| 9. し    | 10. 街 き・街探検 | 11. ご 聞き・宅配 | 12. ファッション    |
| 13. レトロ | 14. アート     | 15. 史・文化    | 16. サブカルチャー   |
| 17. 地域交 | 18. 国際交     | 19. その他 ( ) |               |

(23) 杉並区の商店街振興策のうち、今後取り組みたい事業は何ですか？  
(該当するもの全てに○)

- |                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| 1. 千客 ・アクティブ商店街事業 | 2. 新・元気を出せ！ 商店街事業 (イベント) |
| 3. 装飾灯建設 (建替え)    | 4. カラー 装                 |
| 5. アーケード建設        | 6. アーチ建設                 |
| 7. ホームページ開設事業     | 8. アドバイザー派遣              |
| 9. いらっしやいマップ事業    | 10. 空き店 活 支援事業           |
| 11. その他 ( )       |                          |
| 12. 特に取り組みたい事業はない |                          |

(※ にもあります)

(24) 商店会を将来法人化したいと思いませんか？ (1つだけ○)

- |               |           |
|---------------|-----------|
| 1. すでに法人化している | 2. 法人化したい |
| 3. 法人化したくない   | 4. わからない  |

→ (24-1) 法人化したくない理由は？ (該当するもの全てに○)

- |                          |
|--------------------------|
| 1. 法人化するメリットがわからないから     |
| 2. 法人税がかかるから             |
| 3. 会計処理がめんどうだから          |
| 4. 法人化しても法人組合への補助金が少額だから |
| 5. 商店街が所有する財産がないから       |
| 6. その他 ( )               |

(25) 最後に、杉並区の商業振興に関して、ご意見や要望等があればご記入ください。

——— ご協力ありがとうございました ———

## 杉並区商業・工業・農業等実態調査報告書

平成 19 年 3 月発行

登録印刷物番号

18-0166

編集・発行 杉並区区民生活部産業振興課  
〒166-8570  
杉並区阿佐谷南一丁目 15 番 1 号  
電話 (03) 3312-2111 (代)  
(調査機関) 株式会社 都市計画同人

この印刷物は古紙配合率 100%の  
再生紙を使用しています