

# 付属資料

1. アンケート調査	・ ・ ・ 181
(1) アンケート調査票	・ ・ ・ 181
1) 杉並区事業所実態調査	・ ・ ・ 182
2) 杉並区商店実態調査	・ ・ ・ 193
3) 杉並区の産業に関する区民意向調査	・ ・ ・ 204
(2) アンケート回答結果(単純集計)	・ ・ ・ 216
1) 杉並区事業所実態調査	・ ・ ・ 216
2) 杉並区商店実態調査	・ ・ ・ 235
3) 杉並区の産業に関する区民意向調査	・ ・ ・ 250
2. 調査の仮説とその検証	・ ・ ・ 273



# 1. アンケート調査

## (1) アンケート調査票

- ・ アンケート調査票は以下の3種類
- 1) 杉並区事業所実態調査
- 2) 杉並区商店実態調査
- 3) 杉並区の産業に関する区民意向調査

# 杉並区事業所実態調査

## ご協力をお願い

皆様にはますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

さて、杉並区では、平成24年3月に策定した区の目指すべき将来像を示す「杉並区基本構想(10年ビジョン)」を受け、平成25年に「杉並区産業振興計画」を改定しました。このたび、次回の杉並区産業振興計画の改定及び産業振興施策の見直しをするための基礎資料として、杉並区の産業実態を把握する「杉並区事業所実態調査」を実施することといたしました。調査結果については報告書を作成し、区のホームページに掲載する予定です。

本調査は、杉並区の責任において、NTT東日本のタウンページ(職業別電話帳)に関わる情報(タウンページ情報)を利用し、区内の約3,000事業所を抽出させていただいております。また、調査内容はコンピュータで集計し、個別事業所のデータを公表することはありません。

なお、本調査は特定非営利活動法人杉並中小企業診断士会に委託して実施しております。ご不明な点がございましたら下記までお問い合わせください。

ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒に入れ、8月31日(木)までにご投函くださいますようお願い申し上げます。

平成29年8月

杉並区産業振興センター

### <調査に関する問い合わせ先>

1. 受託事業者名：特定非営利活動法人杉並中小企業診断士会 担当 さとう なかつる 佐藤・中津留  
〒167-0022 杉並区下井草1-25-33  
電話 03-6383-5466  
受付時間 月～金曜日 9:00～17:00
2. 杉並区産業振興センター 担当 たけだ ながの 竹田・長野  
〒167-0043 杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2階  
電話 03-5347-9134

### ◎ ご記入にあたってのお願い、および注意点

- ◇ 事業所の経営状況等を理解されている方がご記入ください。
- ◇ 平成29年4月1日を基準日としてご回答ください。
- ◇ お答えは、あてはまる回答の番号に○印を付けてください。なお、複数回答もございますので、○印は( )の中に指定した個数まで付けてください。
- ◇ お答えの中で「その他」を選んだときは、その内容をできるだけ具体的に( )の中にご記入ください。
- ◇ 問1から順番に回答してください。問〇〇へという指示がない限りは、番号順に回答してください。

# 杉並区事業所実態調査

【貴事業所についてお伺いします】

問1 事業所名、所在地等をご記入ください。

事業所名			
所在地	杉並区.....(町).....丁目		
電 話		F A X	
創業年	(西暦).....年	杉並区での 事業開始年	(西暦).....年
主な事業の 内容			

問2 あてはまる番号に○印をつけてください。

貴事業所の 本・支店区分	1 単独事業所	2 本社・本店	3 支社・支店・分室・事務所
法人形態	1 個人経営 2 株式会社 3 有限会社	4 合同会社 5 その他の法人 (具体的に.....)	
資本金額 (支社等の場 合は本社等の 資本金)	1 なし 2 500万円未満 3 500万円～1,000万円未満 4 1,000万円～2,000万円未満	5 2,000万円～5,000万円未満 6 5,000万円～1億円未満 7 1億円～5億円未満 8 5億円以上	
貴事業所の 業種	1 農林水産業 2 建設業 3 製造業 4 電気・ガス・熱供給・水道業 5 情報通信業 6 運輸業・郵便業 7 卸売業・小売業 8 不動産業・物品賃貸業	9 学術研究・専門技術サービス業 10 宿泊業・飲食サービス業 11 生活関連サービス業・娯楽業 12 教育・学習支援業 13 医療・福祉 14 その他のサービス業 15 その他 (具体的に.....)	

問3 貴事業所の代表者の方について、あてはまる番号に○印をつけてください。

年齢	1 20代 2 30代 3 40代 4 50代 5 60代 6 70代以上
自宅住所	1 事業所と同じ 2 事業所以外の杉並区内 3 杉並区外
事業後継者 の有無	1 事業主の親族が後継者になる予定である 2 親族以外の従業員が後継者になる予定である 3 事業を承継してもらいたい但し後継者は決まっていない 4 事業を承継する考えはなく自分の代で廃業するつもりである 5 まだ考えていない 6 その他(具体的に.....)

問4 加入している組織はありますか。(〇はいくつでも)

- |                                       |
|---------------------------------------|
| 1 商店会                                 |
| 2 業界組合                                |
| 3 地域団体 (自治会・青年会議所・ライオンズクラブ・ロータリークラブ等) |
| 4 東京商工会議所杉並支部                         |
| 5 杉並法人会・荻窪法人会                         |
| 6 杉並産業協会                              |
| 7 その他 (具体的に.....)                     |

【経営状況についてお伺いします】

問5 5年前と比較して、前決算期の事業所の「売上高」はどのように変化しましたか。(〇は1つだけ)  
※創業5年以内の方は事業開始1期目との変化をお答えください。

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 1 30%以上の増加      | 5 10%未満の減少      |
| 2 10%以上30%未満の増加 | 6 10%以上30%未満の減少 |
| 3 10%未満の増加      | 7 30%以上の減少      |
| 4 ほぼ同じ          | 8 わからない         |

問6 過去5年間、売上を伸ばすためにどのような取り組みをされましたか。(〇はいくつでも)

- |                  |                        |
|------------------|------------------------|
| 1 新製品・新サービスの開発   | 12 営業職の増員              |
| 2 新規顧客の開拓        | 13 従業員教育               |
| 3 既存顧客との関係性強化    | 14 宣伝広告の強化             |
| 4 品揃えの拡充         | 15 顧客管理のシステム化          |
| 5 価格の見直し         | 16 ネット販売の活用            |
| 6 取引慣行の見直し       | 17 ポイントカードの導入または活用     |
| 7 商圏の拡大          | 18 異業種連携               |
| 8 新事業展開          | 19 海外との連携              |
| 9 新規出店           | 20 その他                 |
| 10 売り場拡大         | (具体的に.....)            |
| 11 陳列方法等売り場の演出改善 | 21 事情により、売上拡大に取り組めなかった |

問6-1 問6でお答えいただいた取り組みの中で、貴事業所独自の取り組みをご記入ください。

(具体的に)

問7 貴事業所の年間売上高は、今後どのように推移するとお考えですか。(〇は1つだけ)

- |              |          |
|--------------|----------|
| 1 増加する       | 4 やや減少する |
| 2 やや増加する     | 5 減少する   |
| 3 横ばい (現状維持) | 6 わからない  |

問8 経営方針等についてお聞かせください。(問8-1、問8-2の両方にお答えください)

<p>問8-1 (○は1つだけ)</p> <p>【経営理念・基本方針等】</p> <p>1 明文化して十分に周知徹底している</p> <p>2 明文化しているが十分に周知するまでは至っていない</p> <p>3 明文化していないが理念や思いは従業員と共有している</p> <p>4 特に決めていない</p> <p>5 その他 (具体的に.....)</p>	<p>問8-2 (○は1つだけ)</p> <p>【事業計画 (売上計画・損益計画・資金繰り計画等)】</p> <p>1 3年以上の長期計画を作成している</p> <p>2 2年程度の事業計画を作成している</p> <p>3 1年程度の事業計画を作成している</p> <p>4 事業計画は作成していない</p> <p>5 その他 (具体的に.....)</p>
--	---

問9 貴事業所の強みと認識されていることにお答えください。(○はいくつでも)

<p>1 優位性のある商品・サービス</p> <p>2 技術力</p> <p>3 価格競争力</p> <p>4 企画・提案力</p> <p>5 組織力</p> <p>6 人材力</p> <p>7 財務基盤</p> <p>8 ブランド力</p>	<p>9 営業力</p> <p>10 販売網・固定客</p> <p>11 調達力</p> <p>12 ICT (情報通信技術) 活用力</p> <p>13 その他 (具体的に.....)</p> <p>14 特にない</p>
---	--

問10 今後計画している取り組み (現在行っており、今後も継続する取り組みを含む) についてお聞かせください。(○はいくつでも)

<p>1 新製品・新サービスの開発</p> <p>2 優位性のある技術力の醸成</p> <p>3 積極的な設備投資</p> <p>4 人材の確保</p> <p>5 人材の育成</p> <p>6 事業後継者の育成</p> <p>7 ICTの活用</p> <p>8 販路開拓</p> <p>9 財務基盤の強化</p> <p>10 異業種連携</p> <p>11 新事業展開</p> <p>12 業種転換・転業</p>	<p>13 輸出の拡大</p> <p>14 海外生産・海外の調達先開拓</p> <p>15 外国人材の確保</p> <p>16 労働環境の整備による従業員の意識とスキルの向上</p> <p>17 女性の活用</p> <p>18 高齢者の活用</p> <p>19 訪日外国人を対象としたビジネス</p> <p>20 その他 (具体的に.....)</p> <p>21 具体的に考えていない</p>
--	---

問11 ICT (情報通信技術) の活用状況についてお答えください。(○はいくつでも)

<p>1 生産管理に活用している</p> <p>2 顧客管理に活用している</p> <p>3 物流管理に活用している</p> <p>4 経理・財務管理に活用している</p> <p>5 販売管理に活用している</p> <p>6 EC (電子商取引)・ネット販売に活用している</p>	<p>7 ERP (会計・人事・生産・販売等の統合基幹情報システム) を導入・活用している</p> <p>8 その他 (具体的に.....)</p> <p>9 ICTを活用していない</p>
--	---

問12 災害等に直面したときも事業継続を可能にする計画「BCP（事業継続計画）」への取り組みについてお答えください。（○は1つだけ）

- |                 |                  |
|-----------------|------------------|
| 1 すでに計画を策定済みである | 4 関心はあるが取り組みは難しい |
| 2 計画を策定する予定である  | 5 計画を策定する必要を感じない |
| 3 事情が許せば取り組みたい  | 6 あまり関心はない       |

▶(問12-1は、問12で「2、3、4」に○をつけた方のみお答えください)

問12-1「BCP（事業継続計画）」を策定するにあたって、どのような支援を望みますか。（○はいくつでも）

- |                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| 1 経営者・管理者向けセミナーの開催 | 4 従業員の教育支援           |
| 2 業界の先進事例の紹介       | 5 公的支援制度の紹介          |
| 3 専門家によるアドバイス      | 6 その他<br>(具体的に.....) |

問13 現在、経営上抱えている課題は、どのようなことが挙げられますか。（○はいくつでも）

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| <b>【人材】</b>         | <b>【資金調達】</b>         |
| 1 一般従業員の確保          | 15 新規事業のための資金調達       |
| 2 特定専門技術を有する人材不足    | 16 運転資金の確保            |
| 3 人材育成に関する組織的制度が無い  | 17 投資家との出会いの場不足       |
| 4 事業後継者の確保          | 18 金融機関と十分な交渉ができない    |
| 5 従業員の高齢化           | <b>【施設・設備】</b>        |
| <b>【経費】</b>         | 19 事業所等の新設・拡張・改築ができない |
| 6 総費用に占める人件費割合の上昇   | 20 駐車場が確保できない         |
| 7 原材料高騰による原価率の上昇    | <b>【立地環境】</b>         |
| 8 借入金の返済に苦慮         | 21 地価・地代・賃料が高い        |
| <b>【売上】</b>         | 22 住宅開発等により事業継続が困難    |
| 9 受注量・取引量・売上高の減少    | 23 大規模開発による周辺環境の変化    |
| 10 競合他社等との競争環境の激化   | <b>【支援策】</b>          |
| <b>【需要変化】</b>       | 24 産業支援施策や制度に関する情報不足  |
| 11 高度化する顧客への十分な対応   | 25 困ったときの相談相手不足       |
| 12 顧客ニーズがつかめない      | 26 その他<br>(具体的に.....) |
| 13 顧客や取引先に生じた変化の影響  | 27 特になし               |
| 14 技術・市場動向等に対する情報不足 |                       |

問14 経営課題の解決や、改善のために、事業の内容に応じ具体的に受けたいアドバイスはどのような分野ですか。（○はいくつでも）

- |                 |                   |
|-----------------|-------------------|
| 1 金融・融資         | 7 取引              |
| 2 営業            | 8 店舗・工場設計         |
| 3 労務            | 9 経理              |
| 4 事業承継          | 10 税務             |
| 5 補助制度など公的支援の活用 | 11 法務             |
| 6 雇用            | 12 その他（具体的に.....） |



【顧客についてお伺いします】

問15 商品やサービスに対する顧客のニーズを把握するため、過去5年以内にどのようなことを実施してきましたか。(〇はいくつでも)

1 長年の経験によって把握	9 行政等からの情報収集
2 カード・ファンクラブ等の会員組織の運営	10 各事業所からのデータ収集
3 アンケートの実施	11 各事業所間の意見交換
4 ヒアリングの実施	12 専門誌・業界紙等の購読
5 モニター制の実施	13 その他
6 勉強会の開催	(具体的に.....)
7 イベント等を通じた顧客との交流	
8 自治会等を通じた住民との交流	14 特に実施していない

問16 貴事業所の主な顧客は、次のうちどれに当てはまりますか。(〇はいくつでも)

1 杉並区内の一般消費者	3 区外の一般消費者
2 杉並区内の企業・組織	4 区外の企業・組織

▶ (問16-1、問16-2は、問16で「1 杉並区内の一般消費者」に〇をつけた方のみお答えください)

問16-1 5年前と比べて、杉並区内の一般消費者の商品・サービスに対するニーズはどのように変化したとお考えですか。(〇はいくつでも)

1 省エネ志向が強まった	7 教育投資志向が強まった
2 環境への配慮志向が強まった	8 品質重視と価格重視の二極化が強まった
3 安全・安心志向が強まった	9 割安感を求める志向が強まった
4 健康への配慮志向が強まった	10 ブランド志向が強まった
5 家族や知人との絆を強めるための消費志向が強まった	11 ネット購入志向が強まった
6 趣味やレジャーへの消費志向が強まった	12 その他
	(具体的に.....)

▶ 問16-2 過去5年間の杉並区内の一般消費者の商品・サービスに対するニーズの変化に対して、新たに取り組まれたことがあれば、その内容をお書きください。(〇はいくつでも)

1 省エネに配慮した商品・サービスの開発	10 こだわりの逸品の開発
2 環境に配慮した商品・サービスの開発	11 教育を支援する商品・サービスの開発
3 安全機能を充実した商品・サービスの開発	12 価格競争力のある商品・サービスの開発
4 安心感を与える商品・サービスの開発	13 割安感のある商品・サービスの開発
5 安全安心な買い物環境の整備	14 ブランドの強化
6 健康に配慮する商品・サービスの開発	15 ネット販売の強化
7 ファミリー向け商品・サービスの開発	16 WEBを活用したシステムの開発
8 絆づくりのためのサービスの提供やイベント等の開催	17 その他
9 こだわりのギフト商品開発	(具体的に.....)
	18 特になし

【事業所の立地場所についてお伺いします】

問17 杉並区で事業を開始したのはどのような理由からですか。あてはまる番号に○印（いくつでも）をつけてください。理由が複数の場合は、最大の理由に◎印をつけてください。

1 都心への交通の便が良い	10 周辺地域の需要が多い
2 自宅から通勤しやすい	11 人材を確保しやすい
3 区内に自宅がある	12 地域イメージが良い
4 近くに仕事の仲間がいる	13 水や緑の環境が良い
5 取引先に近い	14 居住環境が良い
6 家賃が安い	15 公的な支援策が充実
7 スペースが広くとれる	16 その他
8 駐車場がとれる	(具体的に.....)
9 建物の設備が整っている	17 特に理由はない

問18 現在の事業所から、将来移転するお考えはありますか。(○は1つだけ)

1 現在の場所で続ける	4 わからない
2 区内で移転したい	5 その他
3 区外に移転したい	(具体的に.....)

→(問18で「3 区外に移転したい」に○をつけた方に)

問18-1 区外に移転したい理由はどのようなことですか。(○はいくつでも)

1 都心への交通の便が悪い	9 周辺に需要がない
2 自宅から通勤しにくい	10 人材を確保しにくい
3 仕事仲間が近くにいない	11 地域イメージが良くない
4 取引先が近くにない	12 水や緑の環境が良くない
5 家賃が高い	13 住宅地に囲まれて操業しにくい
6 スペースが狭い	14 公的な支援策が整っていない
7 駐車場がない	15 その他
8 建物の設備が整っていない	(具体的に.....)

問19 杉並区には住宅が多く立地していますが、周辺地域の住民や住環境に配慮した取組みとして、どのようなことを行っていますか。(○はいくつでも)

1 事業所の緑化	7 排ガス・騒音等公害の低減
2 事業所の美観向上	8 物流・トラック出入りの削減
3 事業所周辺の道路等の清掃	9 その他
4 地域活動への参加や協力	(具体的に.....)
5 地域活動への協賛金等の支援	10 特に行っていない
6 事業所施設(福利厚生施設等)の開放	

【採用状況についてお伺いします】

問20 現在の従業者の人数、平均年齢をお答えください。

正規の職員 ・従業員	非正規の職員・従業員 (パート、派遣等)	総 数	平均 年齢	うち杉並区居住者
男性.....人	男性.....人	男性.....人	.....才	男性.....人
女性.....人	女性.....人	女性.....人		女性.....人

問21 過去5年間（平成24年4月1日から平成29年3月31日まで）の採用状況と、今後の採用意向をお答えください。（○はそれぞれあてはまるもの1つ）

※5年以内に創業した事業所の場合は、創業時から平成29年3月31日までの採用状況と、今後の採用意向をお答えください。

	過去5年間の従業者数の増減			今後の採用意向			
	1 増えた	2 かわらない	3 減った	1 増やしたい	2 現状のまま	3 減らしたい	4 わからない
正規の職員 ・従業員	1	2	3	1	2	3	4
非正規の職員 ・従業員	1	2	3	1	2	3	4

【「ワーク・ライフ・バランス」（仕事と生活を調和させて、働きやすい職場と生活の場をつくる）への取り組み状況についてお伺いします】

問22 出産・育児・介護をしやすい職場環境を整えたり、労働時間を削減したり、働き方改革を行うなどの「ワーク・ライフ・バランス」への取り組み状況についてお答えください。（○は1つだけ）

- 1 すでに取り組んでいる  
2 取り組む予定でいる

- 3 事情が許せば取り組みたい  
4 関心はあるが取り組みは難しい  
5 取り組む必要性を感じない  
6 あまり関心がない

▶（問22で「1 すでに取り組んでいる、2 取り組む予定でいる」に○をつけた方に）

問22-1 どのような取り組みを行っていますか、または、どのような取り組みを行う予定ですか。（○はいくつでも）

- |                              |                       |
|------------------------------|-----------------------|
| 1 長時間労働の制限                   | 8 在宅勤務制度              |
| 2 育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり     | 9 サテライトオフィス勤務制度       |
| 3 育児や出産後も勤務しやすい環境づくり         | 10 フレックスタイム制度         |
| 4 休業者の仕事を相互に補う仕組みづくり         | 11 正社員の短時間勤務制度        |
| 5 社員間の信頼関係を深める仕組みの構築やイベントの開催 | 12 業務軽減のための設備・用具の導入   |
| 6 業務内容の見直し                   | 13 社員の健康管理の徹底         |
| 7 育児・介護・配偶者の転勤等で退職した人の再雇用制度  | 14 セクハラ・パワハラ防止の取り組み   |
|                              | 15 その他<br>(具体的に.....) |

（問22で「3 事情が許せば取り組みたい、4 関心はあるが取り組みは難しい」に○をつけた方に）←

問22-2 取り組みのネックになっているものは何ですか。（○はいくつでも）

- |                   |                       |
|-------------------|-----------------------|
| 1 人間的な余裕がない       | 5 仕組みづくりについて相談する人がいない |
| 2 資金的な余裕がない       | 6 どう取り組んでよいかわからない     |
| 3 マネジメントする人材がいない  | 7 その他<br>(具体的に.....)  |
| 4 従業員の意識向上が図れていない |                       |

問23 「ワーク・ライフ・バランス」を進めるために、どのような支援が必要ですか。（○はいくつでも）

- |                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| 1 同じ業界の先進事例の紹介     | 4 従業員の意識向上のためのセミナー開催 |
| 2 専門家によるアドバイス      | 5 その他<br>(具体的に.....) |
| 3 経営者・管理者向けのセミナー開催 |                      |

【杉並区の産業施策についてお伺いします】

問24 杉並区では、産業振興に関する事業を展開していますが、下記の事業について、ご存知でしたか。また、各事業について活用状況と有効性についてお聞かせください。

(①～⑩について、「認知状況」「活用状況」「有効性」それぞれあてはまるものに○を1つ)

	認知状況		活用状況		有効性		
	1 知っていた	2 知らなかった	1 活用した	2 活用した ことはない	1 有効である	2 有効ではない	3 分からない
①人材募集支援 区求人情報サイト「就職応援ナビすぎなみ」での募集	1	2	1	2	1	2	3
②中小企業資金融資制度 有利な条件で金融機関に融資をあっせん	1	2	1	2	1	2	3
③商工相談 経営の様々な課題に、専門家（中小企業診断士）がきめ細かくアドバイス	1	2	1	2	1	2	3
④創業支援施設（阿佐谷キック・オフ／オフィス） 区内で創業を目指す方、または創業後間もない事業者に低廉な料金で事務室を貸出	1	2	1	2	1	2	3
⑤創業セミナー 事業計画づくり・開業手続きなど、区内で創業し事業を発展させていくための実践的な講座の開催	1	2	1	2	1	2	3
⑥コーディネーター派遣事業（個店指導） 経営の様々な課題に、専門家が現地できめ細かくアドバイス	1	2	1	2	1	2	3
⑦異業種交流会 新たなビジネスチャンス、ビジネスマッチングの機会をつくる、区内外の多くの事業者の参加による交流会の開催	1	2	1	2	1	2	3
⑧景況調査報告 区内中小企業の景況を把握するため、売上高、収益、在庫、資金繰り等の動向についての調査を分析して報告書にまとめ、区ホームページで四半期ごとに公表	1	2	1	2	1	2	3



# 杉並区商店実態調査

## ご協力のお願い

皆様にはますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

さて、杉並区では、平成24年3月に策定した区の目指すべき将来像を示す「杉並区基本構想(10年ビジョン)」を受け、平成25年に「杉並区産業振興計画」を改定しました。このたび、次回の杉並区産業振興計画の改定及び産業振興施策の見直しをするための基礎資料として、杉並区の商店の現状と課題を把握する「杉並区商店実態調査」を実施することといたしました。調査結果については報告書を作成し、区のホームページに掲載する予定です。

本調査は、杉並区の責任において、NTT東日本のタウンページ(職業別電話帳)に関わる情報(タウンページ情報)を利用し、区内の約1,500商店を抽出させていただいております。また、調査内容はコンピュータで集計し、個別事業所のデータを公表することはありません。

なお、本調査は特定非営利活動法人杉並中小企業診断士会に委託して実施しております。ご不明な点がございましたら下記までお問い合わせください。

ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒に入れ、8月31日(木)までにご投函くださいますようお願い申し上げます。

平成29年8月

杉並区産業振興センター

### <調査に関する問い合わせ先>

1. 受託事業者名：特定非営利活動法人杉並中小企業診断士会 担当 <sup>きとう</sup>佐藤・<sup>なかつる</sup>中津留  
〒167-0022 杉並区下井草1-25-33  
電話 03-6383-5466  
受付時間 月～金曜日 9:00～17:00
2. 杉並区産業振興センター 担当 <sup>たけだ</sup>竹田・<sup>ながの</sup>長野  
〒167-0043 杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2階  
電話 03-5347-9134

### ◎ ご記入にあたってのお願い、および注意点

- ◇ 商店の経営状況等を理解されている方がご記入ください。
- ◇ **平成29年4月1日**を基準日としてご回答ください。
- ◇ お答えは、あてはまる回答の番号に○印を付けてください。なお、複数回答もございますので、○印は( )の中に指定した個数まで付けてください。
- ◇ お答えの中で「その他」を選んだときは、その内容をできるだけ具体的に( )の中にご記入ください。
- ◇ 問1から順番に回答してください。問〇〇へという指示がない限りは、番号順に回答してください。

# 杉並区商店実態調査

【貴事業所についてお伺いします】

問1 事業所名、所在地等をご記入ください。

事業所名			
所在地	杉並区.....(町).....丁目		
電 話		F A X	
創業年	(西暦).....年	杉並区での 事業開始年	(西暦).....年
従業員数	正社員.....人、非正社員.....人		
主な事業の内容	(取扱品目等)		

問2 あてはまる番号に○印をつけてください。

貴事業所の業種	1 小売業	2 飲食店	3 サービス業
主な販売方法	1 対面販売	2 セルフサービス販売	3 通信販売 4 その他(具体的に.....)
事業所面積	1 10㎡未満 2 10㎡～20㎡未満 3 20㎡～30㎡未満 4 30㎡～50㎡未満	5 50㎡～100㎡未満 6 100㎡～500㎡未満 7 500㎡～1,000㎡未満 8 1,000㎡以上	
平均客単価	1 1,000円未満 2 1,000円～2,000円未満 3 2,000円～5,000円未満	4 5,000円～10,000円未満 5 10,000円～50,000円未満 6 50,000円以上	
売上に占める固定客の比率	1 20%未満 2 20%～50%未満	3 50%～80%未満 4 80%以上	
チェーンへの加盟	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・問屋等の直営系列店 4 チェーンには加盟していない	
平日の閉店時間	1 午後6時より前 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 午前0時台	9 午前1時以降 10 24時間営業
休業日数	1 週1回	2 週2回	3 不定期 4 その他(.....)
休業日	1 月曜日 2 火曜日	3 水曜日 4 木曜日	5 金曜日 6 土曜日 7 日曜日
休業日を決めた主な理由(○は1つのみ)	1 人通りが少ない曜日 2 商店街の他の店に合わせた	3 本店に合わせた 4 その他(.....)	



問3 事業所の代表者の方について、あてはまる番号に○印をつけてください。

年齢	1 20代 2 30代 3 40代 4 50代 5 60代 6 70代以上
自宅住所	1 事業所と同じ 2 事業所以外の杉並区内 3 杉並区外
事業後継者の有無	1 事業主の親族が後継者になる予定である 2 親族以外の従業員が後継者になる予定である 3 事業を承継してもらいたいが後継者は決まっていない 4 事業を承継する考えはなく自分の代で廃業するつもりである 5 まだ考えていない 6 その他（具体的に.....）

【経営状況についてお伺いします】

問4 5年前と比較して、前決算期の事業所の「売上高」と「客数」はどのように変化しましたか。  
(回答欄にそれぞれ1つだけ、あてはまる番号をご記入ください)

※創業5年以内の方は事業開始1期目との変化をお答えください。

問4-1 売上高 回答欄 ..... 問4-2 客数 回答欄 .....

1 30%以上の増加	5 10%未満の減少
2 10%以上30%未満の増加	6 10%以上30%未満の減少
3 10%未満の増加	7 30%以上の減少
4 ほぼ同じ	8 わからない

問5 過去5年間に売上や客数を増やすためにどのような取り組みをされましたか（○はいくつでも）  
※創業5年以内の方は事業開始1期目との変化をお答えください。

1 新商品・新サービスの開発	12 ネット販売の導入・活用
2 品揃え・メニューの拡充	13 ポイントカードの導入・活用
3 価格の見直し	14 クーポン券の配布
4 店舗改装や売場の改善	15 イベントの開催
5 広告宣伝の強化	16 商店街や異業種との連携強化
6 陳列方法の見直し	17 宅配サービスの導入または強化
7 営業時間の見直し	18 仕入れ先の開発
8 休業日の見直し	19 支店の出店
9 従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上	20 その他 (具体的に.....)
10 新規人材の雇用	21 事情により、売上や集客の増加を図る取り組みができなかった
11 ICT（情報通信技術）による顧客管理	

問6 貴事業所の来客数や売上高はどのように推移するとお考えですか。（○は1つだけ）

1 大幅な増加が見込める	3 現状維持で推移する	5 大幅に減少する
2 増加していく	4 やや減少する	6 わからない

問7 事業計画（売上・損益・資金繰り計画等）を作成していますか。（○は1つだけ）

- |          |           |
|----------|-----------|
| 1 作成している | 2 作成していない |
|----------|-----------|

問8 貴事業所の強みと認識されていることをお答えください。（○はいくつでも）

- |                |                       |
|----------------|-----------------------|
| 1 優位性ある商品・サービス | 8 宣伝力                 |
| 2 豊富な品揃えやメニュー  | 9 技術力                 |
| 3 価格競争力        | 10 顧客管理システム           |
| 4 ブランド力        | 11 その他<br>(具体的に.....) |
| 5 接客力          | 12 特にない               |
| 6 固定客からの高い評価   |                       |
| 7 独創的な付帯サービス   |                       |

問9 売上・客数を増やすために、今後どのような取り組みを計画していますか。（○はいくつでも）

- |                          |                       |
|--------------------------|-----------------------|
| 1 新商品・新サービスの開発           | 12 ネット販売の導入・活用        |
| 2 品揃え・メニューの拡充            | 13 ポイントカードの導入・活用      |
| 3 価格の見直し                 | 14 クーポン券の配布           |
| 4 店舗改装や売場の改善             | 15 イベントの開催            |
| 5 広告宣伝の強化                | 16 商店街や異業種との連携強化      |
| 6 陳列方法の見直し               | 17 宅配サービスの導入または強化     |
| 7 営業時間の見直し               | 18 仕入れ先の開発            |
| 8 休業日の見直し                | 19 支店の出店              |
| 9 従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上 | 20 その他<br>(具体的に.....) |
| 10 新規人材の雇用               | 21 具体的には考えていない        |
| 11 ICT（情報通信技術）による顧客管理    |                       |

問10 訪日外国人が急増していますが、彼らを対象としたビジネスを考えていますか。（○は1つだけ）

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1 すでに実施している | 3 実施する考えはない |
| 2 実施したい     |             |

▶（問10-1は、問10で「1 すでに実施している」に○をつけた方のみお答えください）

問10-1 どのようなビジネスを実施していますか。

(具体的に)

▶（問10-2は、問10で「2 実施したい」に○をつけた方のみお答えください）

問10-2 どのようなビジネスをしたいと考えていますか。

(具体的に)

(次ページへ)

(問10-3は、問10で「3 実施する考えはない」に○をつけた方のみお答えください) ←

問10-3 実施を考えない理由は何ですか。

- |                   |
|-------------------|
| 1 自店の事業には合わない     |
| 2 その他 (具体的に.....) |

問11 貴事業所が対象とするお客様の範囲についてお答えください。(○は1つだけ)

- |   |                      |
|---|----------------------|
| 1 徒歩・自転車で来店する近隣の人が主                         | 4 ネット販売・通販のため範囲は絞れない |
| 2 徒歩・自転車で来店する近隣の人が主であるが、広域から乗り物を使って来店する人もいる | 5 その他 (具体的に.....)    |
| 3 広域から乗り物を使って来店する人が主                        |                      |

**【クレジットカードや電子マネーの決済システムについてお伺いします】**

問12 クレジットカードで決済するシステムは導入していますか。(○は1つだけ)

- |          |           |
|----------|-----------|
| 1 導入している | 2 導入していない |
|----------|-----------|

▶ (問12で「1 導入している」に○をつけた方に)

問12-1 クレジットカード決済システムの利用状況をご記入ください。

①契約会社名(代行社名)	.....
②端末の所有(○を1つ)	1 自己所有      2 リース
③ランニングコスト (平均月額)	.....円/月 (リース料や手数料を含む)
④1回当たりの平均決済額	.....円

(問12で「2 導入していない」に○をつけた方に)◀

問12-2 クレジットカード決済システムを導入するお考えはありますか。(○はいくつでも)

- |                           |                        |
|---------------------------|------------------------|
| 1 導入費用(初期費用)が下がれば導入する     | 4 売上増加効果が高いと確認できれば導入する |
| 2 手数料が下がれば導入する            | 5 導入する考えはない            |
| 3 手数料を除くランニングコストが下がれば導入する | 6 その他 (具体的に.....)      |

問13 電子マネーで決済するシステムは導入していますか。(○は1つだけ)

1 導入している

2 導入していない

→ (問13で「1 導入している」に○をつけた方に)

問13-1 電子マネー決済システムの利用状況をご記入ください。

①契約会社名(代行社名)	.....	
②端末の所有(○を1つ)	1 自己所有	2 リース
③ランニングコスト (平均月額)	.....円/月 (リース料や手数料を含む)	
④1回当たりの平均決済額	.....円	

(問13で「2 導入していない」に○をつけた方に★)

問13-2 電子マネー決済システムを将来導入するお考えはありますか。(○はいくつでも)

- |                           |                        |
|---------------------------|------------------------|
| 1 導入費用(初期費用)が下がれば導入する     | 4 売上増加効果が高いと確認できれば導入する |
| 2 手数料が下がれば導入する            | 5 導入する考えはない            |
| 3 手数料を除くランニングコストが下がれば導入する | 6 その他<br>(具体的に.....)   |

【個別の取り組み状況についてお伺いします】

問14 商品やサービスに対する顧客のニーズを把握するため、これまでどのようなことを実施してきましたか。(○はいくつでも)

- |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| 1 長年の経験によって把握         | 9 行政等からの情報収集          |
| 2 カード・ファンクラブ等の会員組織の運営 | 10 各店舗からのデータ収集        |
| 3 アンケートの実施            | 11 各店舗間の意見交換          |
| 4 ヒアリングの実施            | 12 専門誌・業界紙等の購読        |
| 5 モニター制の実施            | 13 その他<br>(具体的に.....) |
| 6 勉強会の開催              |                       |
| 7 イベント等を通じた顧客との交流     |                       |
| 8 自治会等を通じた住民との交流      | 14 特に実施していない          |

問15 ポイントカードの加入状況をお答えください。(①~③それぞれで○は1つだけ)

①店舗独自のポイントカード	1 導入済み	2 導入予定	3 導入予定なし
②商店街のポイントカード	1 導入済み	2 導入予定	3 導入予定なし
③大手のポイントカード	1 導入済み	2 導入予定	3 導入予定なし

問16 高齢者に配慮したサービスとして、実施していることはありますか。(〇はいくつでも)

- |              |             |
|--------------|-------------|
| 1 購入品お届けサービス | 5 移動販売      |
| 2 宅配サービス     | 6 その他       |
| 3 送迎サービス     | (具体的に.....) |
| 4 店舗前のベンチの設置 | 7 特に行っていない  |

問17 5年前と比べて、商品・サービスに対する顧客ニーズはどのように変化しているとお考えですか。(〇はいくつでも)

- |                            |                      |
|----------------------------|----------------------|
| 1 省エネ志向が強まった               | 7 教育投資志向が強まった        |
| 2 環境への配慮志向が強まった            | 8 品質重視と価格重視の二極化が強まった |
| 3 安全・安心志向が強まった             | 9 割安感を求める志向が強まった     |
| 4 健康への配慮志向が強まった            | 10 ブランド志向が強まった       |
| 5 家族や知人との絆を強めるための消費志向が強まった | 11 ネット購入志向が強まった      |
| 6 趣味やレジャーへの消費志向が強まった       | 12 その他               |
|                            | (具体的に.....)          |

問18 過去5年間に、商品やサービスに対する顧客ニーズの変化に対応して、新たに取り組まれたことがあれば、その内容をお書きください。(〇はいくつでも)

- |                            |                       |
|----------------------------|-----------------------|
| 1 省エネに配慮した商品・サービスの開発       | 10 こだわりの逸品の開発         |
| 2 環境に配慮した商品・サービスの開発        | 11 教育を支援する商品・サービスの開発  |
| 3 安全機能を充実した商品・サービスの開発      | 12 価格競争力のある商品・サービスの開発 |
| 4 安心感を与える商品・サービスの開発        | 13 割安感のある商品・サービスの開発   |
| 5 安全安心な買い物環境の整備            | 14 ブランドの強化            |
| 6 健康に配慮する商品・サービスの開発        | 15 ネット販売の強化           |
| 7 ファミリー向け商品・サービスの開発        | 16 WEBを活用したシステムの開発    |
| 8 絆づくりのためのサービスの提供やイベント等の開催 | 17 その他                |
| 9 こだわりのギフト商品開発             | (具体的に.....)           |
|                            | 18 特になし               |

【経営上の問題点と今後の方針についてお伺いします】

問19 事業を継続していく上で、特に困っている問題はありますか。(〇はいくつでも)

<b>【競合】</b> 1 大型店等の新規出店の影響 2 他店との競争が激しい 3 価格破壊の進行	<b>【立地】</b> 10 地代・家賃が高い 11 商店街の空洞化
<b>【人材】</b> 4 人材確保が困難 5 パートの確保が困難 6 従業員の高齢化 7 後継者がいない	<b>【施設】</b> 12 施設設備の老朽化 13 店舗面積が狭い
<b>【市場】</b> 8 周辺人口の減少 9 顧客の高齢化	<b>【その他】</b> 14 資金繰りの悪化 15 その他 (具体的に.....)
	16 特に問題はない

問20 経営課題の解決や、改善のために、事業の内容に応じ具体的に受けたいアドバイスはどのような分野ですか。(〇はいくつでも)

1 金融・融資	7 取引
2 営業	8 店舗・工場設計
3 労務	9 経理
4 事業承継	10 税務
5 補助制度など公的支援の活用	11 法務
6 雇用	12 その他 (具体的に.....)

【商店街等の組織についてお伺いします】

問21 地元の商店街組織には加入していますか。(○は1つだけ)

1 加入している

2 加入していない

▶(問21で「1 加入している」と回答の方に)

問21-1 加入する理由やメリットについてお聞かせください。(○はいくつでも)

- |   |                           |
|---|---------------------------|
| 1 街路灯など商店街が共有する設備からのサービスを受けるため応分の負担をする  | 5 役員・会員との信頼関係がある          |
| 2 商店街が行なうイベントなどによる集客効果の恩恵を受けるため応分の負担をする | 6 個々の店では解決できない問題は商店街で取り組む |
| 3 街を活性化するためには協力し合うことが大切                 | 7 当商店街に愛着がある              |
| 4 商店街を通じた地域貢献が大切                        | 8 周囲の店との信頼関係を高めたい         |
|   | 9 区の融資制度を利用する際に金利が低くなる    |
|   | 10 その他<br>(具体的に.....)     |

(問21で「2 加入していない」と回答の方に) ◀

問21-2 加入していない理由をお聞かせください。(○はいくつでも)

- |                 |                  |
|-----------------|------------------|
| 1 会費が高い         | 6 高齢化している        |
| 2 効果が少ない        | 7 仕事を増やしたくない     |
| 3 本部の方針(チェーン店)  | 8 そもそも商店街がない     |
| 4 勧誘されていない      | 9 その他(具体的に.....) |
| 5 オーナーの協力が得られない |                  |

【杉並区の産業施策についてお伺いします】

問22 杉並区で実施している下記の事業はご存知でしたか。また、各事業についてこれまでの活用の有無と今後の活用の意向についてお聞かせください。

(①～⑧について、「認知状況」「活用状況」「今後の活用意向」それぞれあてはまるものに○を1つ)

	認知状況		活用状況		今後の活用意向		
	1 知っていた	2 知らなかった	1 活用した	2 活用した ことはない	1 活用したい	2 ない 活用したく ない	3 分からない
①すぎなみ学倶楽部HPでの商店情報の発信	1	2					
②人材募集支援 区求人情報サイト「就職応援ナビすぎなみ」での募集	1	2	1	2	1	2	3
③中小企業資金融資制度 有利な条件で金融機関に融資をあっせん	1	2	1	2	1	2	3
④商工相談 経営の様々な課題に、専門家（中小企業診断士）がきめ細かくアドバイス	1	2	1	2	1	2	3
⑤コーディネーター派遣事業（個店指導） 経営の様々な課題に、専門家が現地できめ細かくアドバイス	1	2	1	2	1	2	3
⑥異業種交流会 新たなビジネスチャンス、ビジネスマッチングの機会をつくる、区内外の多くの事業者の参加による交流会の開催	1	2	1	2	1	2	3
⑦景況調査報告 区内中小企業の景況を把握するため、売上高、収益、在庫、資金繰り等の動向についての調査を分析して報告書にまとめ、区ホームページで四半期ごとに公表	1	2	1	2	1	2	3
⑧中小企業勤労者福祉事業（ジョイフル杉並） 中小企業の事業主・勤労者とその家族の皆様へ、総合的な福利厚生サービスを提供	1	2	1	2	1	2	3





# 杉並区の産業に関する区民意向調査

## ご協力をお願い

皆様にはますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

さて、杉並区では、平成24年3月に策定した区の目指すべき将来像を示す「杉並区基本構想(10年ビジョン)」を受け、平成25年に「杉並区産業振興計画」を改定しました。このたび、今回の杉並区産業振興計画の改定及び産業振興施策の見直しをするための基礎資料として、区民の皆様が日頃感じていらっしゃることを伺いする「杉並区の産業に関する区民意向調査」を実施することといたしました。調査結果については報告書を作成し、区のホームページに掲載する予定です。

本調査は、区内にお住まいの20歳以上75歳未満の方々の中から、無作為に1,500の方々を調査対象者に選ばせていただいております。また、調査内容はコンピュータで集計し、個人のお名前が公表されることはありません。ご多忙とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますよう、お願い申し上げます。

なお、本調査は特定非営利活動法人杉並中小企業診断士会に委託して実施しております。ご不明な点がございましたら下記までお問い合わせください。

ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒に入れ、8月31日(木)までにご投函くださいますよう、お願い申し上げます。

平成29年8月

杉並区産業振興センター

### <調査に関する問い合わせ先>

1. 受託事業者名：特定非営利活動法人杉並中小企業診断士会 担当 <sup>さとう</sup>佐藤・<sup>なかつる</sup>中津留  
〒167-0022 杉並区下井草1-25-33  
電話 03-6383-5466  
受付時間 曜日：月～金 時間帯：9:00～17:00
2. 杉並区産業振興センター 担当 <sup>たけだ</sup>竹田・<sup>ながの</sup>長野  
〒167-0043 杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2階  
電話 03-5347-9134

### ◎ ご記入にあたってのお願い、および注意点

- ◇ 調査票には、あて名のご本人がご記入ください。
- ◇ お答えは、あてはまる回答の番号に○印を付けてください。なお、複数回答もございますので、○印は( )の中に指定した個数まで付けてください。
- ◇ お答えの中で「その他」を選んだときは、その内容をできるだけ具体的に( )の中にご記入ください。
- ◇ 問1から順番に回答してください。問〇〇へという指示がない限りは、番号順に回答してください。

# 杉並区の産業に関する区民意向調査

【日頃のお買い物についてお伺いします】

問1 杉並区内では、どの店舗で買い物をしますか。各店舗の利用頻度に○印をつけてください。また、「1 よく利用する」店舗について、その理由を「5」～「22」の中からお選びください。

		【記入例】	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺以外のスーパー	自宅周辺のコンビニエンスストア	区内の駅周辺の大型商業施設	区内の幹線道路沿道の大型商業施設	その他
利用頻度	1 よく利用する	①	1	1	1	1	1	1	1
	2 時々利用する	2	2	2	2	2	2	2	2
	3 あまり利用しない	3	3	3	3	3	3	3	3
	4 全く利用しない	4	4	4	4	4	4	4	4

↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓ ↓

よく利用する理由（○はいくつでも、最大の理由に◎印）	5 価格が安い	5	5	5	5	5	5	5	5
	6 品質・鮮度が良い	⑥	6	6	6	6	6	6	6
	7 品揃えが豊富	7	7	7	7	7	7	7	7
	8 1箇所で買い物が済ませられる	8	8	8	8	8	8	8	8
	9 欲しいものがある	9	9	9	9	9	9	9	9
	10 ポイントなどを発行している	10	10	10	10	10	10	10	10
	11 接客態度が良い	11	11	11	11	11	11	11	11
	12 店の雰囲気がいい	12	12	12	12	12	12	12	12
	13 営業時間が長い	13	13	13	13	13	13	13	13
	14 休憩場所がある	14	14	14	14	14	14	14	14
	15 安心感がある	15	15	15	15	15	15	15	15
	16 催し物・特売がある	⑩	16	16	16	16	16	16	16
	17 クレジットカード・電子マネーが使える	⑪	17	17	17	17	17	17	17
	18 スタンプなどのサービスがある	18	18	18	18	18	18	18	18
	19 昔からのなじみの店だから	19	19	19	19	19	19	19	19
	20 駐輪・駐車場がある	20	20	20	20	20	20	20	20
21 家から近い	21	21	21	21	21	21	21	21	
22 その他（	22	22	22	22	22	22	22	22	

問2 次の商品をどの地域でお買いになりますか。商品ごとに、最もよく利用する地域の番号に◎印を1つ、その次によく利用する地域の番号に○印を3つ以内つけてください。

商品	【記入例】	青果・精肉・鮮魚	酒類・飲料	日用雑貨・身の回り品 (薬・靴・鞆等)	普段着・寝具	高級衣料	家具・家電製品	書籍・スポーツ用品	贈答品	クリーニング	美容・理容	外食・飲食	総菜・弁当
買い物する地域													
1 高円寺駅周辺	1	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	2
3 荻窪駅周辺	◎3	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	4
5 西武線の駅周辺 (.....駅)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6 井の頭線の駅周辺 (.....駅)	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
7 京王線の駅周辺 (.....駅)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
8 その他の杉並区内	◎8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9 新宿の商業施設	◎9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10 吉祥寺の商業施設	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11 渋谷の商業施設	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
12 その他の商業施設	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12

→ (問2-1は、問2で「9～12(杉並区以外で買い物をする)」のいずれか1つでも◎・○をつけた方のみお答えください)

問2-1 前記の商品・サービスを区内でなく、区外の事業者(店舗など)から購入する理由をお聞かせください。(○はいくつでも)

1 自身のニーズに合う商品・サービスを区内では販売・提供していないから	5 自分の好みの店だから
2 品揃えが豊富で選べるから	6 知人が経営しているから
3 その店だけでしか販売していないから	7 価格が安いから
4 通勤・通学・他の用事の途中で購入するため	8 ブランド店だから
	9 その他 (具体的に.....)

問3 通信販売やインターネットショッピングは、どの程度利用していますか。

(①～③それぞれで○は1つだけ)

	利用頻度			主な購入商品 (具体的にご記入ください)
	1 頻繁に 利用する	2 時々 利用する	3 利用 しない	
①テレビショッピングやカタログ通販	1	2	3	
②インターネットショッピング	1	2	3	
③宅配サービス (生協・ピザ・すしなど)	1	2	3	

問4 ポイントカードや商品券、電子マネーは、どの程度利用していますか。

(①～④それぞれで○は1つだけ)

①各種ポイントカード	1 よく利用する	3 あまり利用しない
	2 時々利用する	4 全く利用しない
②すぎなみギフトカード (区内共通商品券) *プレミアム商品券は除く	1 使ったことがある	3 知らない
	2 知っているが使っていない	
③クレジットカード	1 よく利用する	3 あまり利用しない
	2 時々利用する	4 全く利用しない
④電子マネー (Suica・PASMO等) *交通機関での利用は除く	1 よく利用する	3 あまり利用しない
	2 時々利用する	4 全く利用しない

【商店街についてお伺いします】

問5 区内の商店街は、どれぐらい利用されますか。(○は1つだけ)

1 毎日	3 週に1回	5 月に1回程度
2 週に2～3回	4 月に2～3回	6 年に数回
		7 ほとんど利用しない

問6 商店街を利用する主な理由をお答えください (○はいくつでも)

1 自宅近くで便利	6 セールやイベントがある
2 通勤・通学・仕事の途中で寄れる	7 安全・安心感がある
3 欲しい商品・サービスがある	8 価格が安い
4 「いきつけ」の店がある	9 その他
5 接客がよい	(具体的に.....)

問7 区内の商店街で不便や不満に思うことはありますか。(〇はいくつでも)

1 品質・鮮度が良くない	7 欲しい商品がない	13 自宅の近くにない
2 価格が高い	8 開店時間が遅い	14 駐輪・駐車スペースが少ない
3 品揃えが少ない	9 閉店時間が早い	15 その他
4 商店が少ない	10 日曜日に閉まっている	(具体的に.....)
5 サービスが良くない	11 空き店舗が多い	16 特にない
6 店の雰囲気が悪い	12 清潔感がない	

問8 商店街に望むものは何ですか。(〇はいくつでも)

1 日用品の業種は概ね揃っていて商店街だけで買い物が済ませられる	6 歩いて楽しい演出
2 無料の休憩施設の設置	7 セールやイベントの実施
3 高齢者・障害者に配慮したバリアフリー化	8 ポイントカードの導入
4 親切な接客	9 駐車場・駐輪場の整備
5 安全・安心に配慮した設備・対応	10 アーケードの設置
	11 公衆トイレの設置
	12 その他
	(具体的に.....)

問9 食料品・日用品の買い物をするのは、主としてどの時間帯ですか。(回答欄にそれぞれ1つだけ、あてはまる番号をご記入ください)

問9-1 平日 回答欄 ..... 問9-2 休日 回答欄 .....

1 午前中	3 午後3時頃～5時頃	5 午後7時頃～9時頃
2 午後3時頃まで	4 午後5時頃～7時頃	6 午後9時頃以降

問10 商品・サービスへの支出について重視することは何でしょうか。(〇はいくつでも)

1 省エネに配慮した商品	6 価格を重視	11 趣味のための消費
2 環境に配慮した商品	7 割安感を重視	12 ネットショッピングの活用
3 安全・安心に配慮した商品・サービス	8 ブランドを重視	13 その他
4 健康のための消費	9 家族や知人との絆を深めるための消費	(具体的に.....)
5 品質を重視	10 教育に必要な消費	

【日常生活における意識についてお伺いします】

問11 お住まいの地域の現在の良いところはどのような点ですか、また、今後なってほしい地域の姿はどのようなものですか。それぞれあてはまる全ての番号を回答欄にご記入ください。

- 問11-1 現在の地域の良いところ 回答欄 .....  
 12 その他（1～11以外にあれば、具体的に .....）
- 問11-2 今後なってほしい地域の姿 回答欄 .....  
 12 その他（1～11以外にあれば、具体的に .....）

- |                           |
|---------------------------|
| 1 静かで落ち着きのある地域            |
| 2 自然の水と緑が豊かな潤いのある地域       |
| 3 芸術・文化施設や活動の充実した地域       |
| 4 流行に敏感な商店が集まった地域         |
| 5 高品質な商品を扱う商店が集まった地域      |
| 6 人が集まる賑わいのある地域           |
| 7 鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域    |
| 8 医療施設が充実した地域             |
| 9 教育・学習環境が充実した地域          |
| 10 子育てを支援する施設やサービスが充実した地域 |
| 11 高齢者が暮らしやすい地域           |

問12 杉並区が目指す産業の姿として、どのような将来像が望ましいとお考えですか。当てはまる全てに○印をつけてください。

- |                                   |
|-----------------------------------|
| 1 区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している     |
| 2 地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている        |
| 3 駅前に集客力のある大型商業施設が数多く立地している       |
| 4 最先端の技術を活用して新しい事業やサービスが創出されている   |
| 5 区内の事業所に、多くの区民が働いている             |
| 6 区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている          |
| 7 区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている         |
| 8 地域の魅力に惹かれて区外から多くの買い物客や観光客が訪れている |
| 9 環境に配慮した最先端の工場でものづくりが行われている      |
| 10 その他（具体的に.....）                 |

問13 現在の生活環境の中で、不安に感じていることはありますか。（○はいくつでも）

- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| 1 食品や日用品などの買い物環境       | 7 子どもの通学環境       |
| 2 安心して利用できる医療機関        | 8 近所づきあい         |
| 3 高齢者や女性でも働きやすい場       | 9 子どもを安心して預けられる場 |
| 4 地域の防災体制              | 10 財産や税金         |
| 5 治安の悪化                | 11 その他           |
| 6 自動車が運転できなくなったときの移動手段 | （具体的に.....）      |

問14 日常生活で意識されていることについて、次の各項目について最も近いものをお選びください。(各項目で○は1つだけ)

	1 あては まる	2 ややあて はまる	3 どちら でもな い	4 ややあ てはま らない	5 あては まらな い
【記入例】□□は□□な方だ	①	2	3	4	5
1 環境に配慮した生活を送りたい	1	2	3	4	5
2 自然と親しむのが好きだ	1	2	3	4	5
3 芸術・文化に触れていたい	1	2	3	4	5
4 運動や食事など健康管理に気をつけている	1	2	3	4	5
5 地域活動やボランティア活動に取り組みたい	1	2	3	4	5
6 気に入ったものや情報があれば家族や友人に伝える	1	2	3	4	5
7 流行に敏感な方だ	1	2	3	4	5
8 世の中の物事に対して広く関心がある	1	2	3	4	5
9 新しい商品やお店を開拓するのが好きだ	1	2	3	4	5
10 創作活動に時間を使いたい	1	2	3	4	5
11 好きな事にはお金や時間を惜しまない	1	2	3	4	5
12 周囲に左右されず自分の信念を貫く	1	2	3	4	5
13 自己を高めることに関心が高い	1	2	3	4	5
14 伝統や歴史を重んじる	1	2	3	4	5
15 経済的な豊かさより心の豊かさが大切だ	1	2	3	4	5
16 仕事よりも家庭を優先したい	1	2	3	4	5
17 多少高くても環境に配慮した商品を選ぶ	1	2	3	4	5
18 製品・サービスは安全性を重視する	1	2	3	4	5
19 多少高くても耐久性のよいものを選ぶ	1	2	3	4	5
20 無名メーカーのものよりも有名メーカーを選ぶ	1	2	3	4	5
21 チェーン店が安心して利用しやすい	1	2	3	4	5
22 総じて価格重視で安いものを選んでいる	1	2	3	4	5
23 商品を購入するとき見た目で選ぶことが多い	1	2	3	4	5
24 多少高くても性能のよいものを選ぶ	1	2	3	4	5
25 商品を買う前にいろいろ情報を集める	1	2	3	4	5
26 購入のしやすさで商品を選ぶことが多い	1	2	3	4	5
27 いつも同じ銘柄を購入する	1	2	3	4	5
28 売れ筋商品を選ぶ	1	2	3	4	5
29 商品を選ぶときは他人の意見を参考にする	1	2	3	4	5
30 あまり人が持っていないものを選ぶ	1	2	3	4	5



【杉並区のアニメ事業、観光事業についてお伺いします】

問15 現在、日本にある約600のアニメ制作会社のうち、138が杉並区にあり、杉並区は日本一のアニメ制作会社の集積地になっています。このように、区内にアニメ制作会社が集積していることをご存知ですか。(○は1つだけ)

1 良く知っている	2 ある程度は知っている	3 知らなかった
-----------	--------------	----------

問16 杉並アニメーションミュージアムをご存知ですか。

1 知っている	2 知らなかった
---------	----------

(問16-1は、問16で「1 知っている」と回答した方のみお答えください)

問16-1 杉並アニメーションミュージアムに行ったことはありますか。(○は1つだけ)

1 2回以上行ったことがある	2 1回だけ行ったことがある	3 行ったことがない
----------------	----------------	------------

(問16-2は、問16-1で「3 行ったことがない」と回答した方のみお答えください)

問16-2 杉並アニメーションミュージアムに行ったことがない理由は何ですか。(○はいくつでも)

1 アニメに興味がない	3 面白くなさそう
2 立地条件が悪い(駅から遠い)	4 その他(具体的に.....)

問17 杉並区では、地域振興や観光振興に活用する観点から、「杉並ナンバー」の「図柄入りナンバープレート (①「寄付金無し(モノトーン)」と②「寄付金付(フルカラー)」の2種類)」の導入を検討しています。



【イメージ】

下記の設問について、あてはまる選択肢に○をして下さい。運転されない方も回答をお願いします。

問17-1 普段、自動車を運転しますか(週末のみの利用等も含む)(どちらかに○)

1 運転する	2 運転しない
--------	---------

問17-2 図柄入りナンバープレートは自動車ユーザーの希望で交付(交換)することとなります。この制度を導入することについて、どう思いますか。(○は1つだけ)

1 賛成	2 反対	3 どちらともいえない・わからない
------	------	-------------------

問17-3 寄付金無し(モノトーン)図柄入りナンバープレートを取り付けたいと思いますか。(○は1つだけ)

1 是非取り付けたい	3 図柄によっては取り付けたい	5 どちらともいえない
2 取り付けてみたい	4 費用によっては取り付けたい	6 取り付けたくない

問17-4 寄付金付(フルカラー)図柄入りナンバープレートを取り付けたいと思いますか。(○は1つだけ)

1 是非取り付けたい	3 図柄によっては取り付けたい	5 どちらともいえない
2 取り付けてみたい	4 費用によっては取り付けたい	6 取り付けたくない


問 17-5 図柄入りナンバープレートの寄付金の使途については、国土交通省の通知によると「地域交通のサービス改善、観光振興などに活用するものとする」とされていますが、どのように考えますか。(〇はいくつでも)

- |                                   |
|-----------------------------------|
| 1 「地域交通のサービス改善」を図る事業に活用することがふさわしい |
| 2 「観光振興」を図る事業に活用することがふさわしい        |
| 3 上記以外の幅広い使途で活用することがふさわしい         |

問 18 杉並区の観光資源は何だと思えますか。

(具体的に)

問 19 杉並区では「にぎわい・商機」の創出につなげていくため、「中央線あるあるプロジェクト」をはじめとする観光事業を推進していますが、次の「中央線あるあるプロジェクト」の取組は、ご存知でしたか。また、各事業の有効性についてお聞かせください。  
 (「認知状況」「有効性」それぞれあてはまるものに〇を1つ)

	認知状況		有効性		
	1 知 見 た こ と が あ る 知 っ て い た	2 知 見 ら な か っ た こ と が な い	1 有 効 で あ る	2 有 効 で は な い	3 分 か ら な い
①中央線あるあるプロジェクトのウェブサイト <a href="http://www.chuosen-rr.com/">http://www.chuosen-rr.com/</a>	1	2	1	2	3
②キャッチコピー「なみじゃない、杉並！」	1	2	1	2	3
③東京新聞による広告	1	2	1	2	3
④各種イベントのチラシの 「なみじゃない、杉並！」ロゴ	1	2	1	2	3
⑤商店街フラッグ（「なみじゃない、杉並！」）	1	2	1	2	3

問 20 東京都内では、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の開催等を控え、外国人を含む来街者が増加し続けており、今後も持続的な増加が見込まれています。一方、区では将来的に人口減少が予測される中、区の文化や魅力を発信、活用し、来街者の誘致を図ることで、「にぎわい」や「活気」の創出につなげていく計画です。このことについては、どうお考えになりますか。

- |                   |            |
|-------------------|------------|
| 1 おおいに良いことだと思う    | 4 良いとは思えない |
| 2 良いことだと思う        | 5 悪いことだと思う |
| 3 どちらとも言えない・わからない |            |

【杉並区の農業についてお伺いします】

問21 杉並区は23区内で5番目に農地面積が大きく、約100戸の農家があります。野菜、花、植木、果樹などが生産されており、50箇所以上の直売所があります。しかし、農地面積は年々減少しているのが現状です。この事についてどう思いますか。(〇はいくつでも)

- 1 貴重な緑地として保全してほしい
- 2 新鮮な農作物が食べられるので保全してほしい
- 3 農業公園・体験農園・区民農園など農業を身近に学び楽しめる場となってほしい
- 4 防災上貴重なオープンスペースなので保全してほしい
- 5 宅地になってほしい
- 6 にぎわいを生み出すために商業施設になってほしい
- 7 よくわからない
- 8 その他 (具体的に.....)

問22 杉並産の野菜や花、果樹などを購入したことはありますか。

- 1 ある
- 2 ない

(問 22-1 は、問 22 で「1 ある」と回答した方のみお答えください)

問 22-1 杉並産の野菜や花、果樹などを購入した場所はどこですか。(〇はいくつでも)

- 1 アグリフェスタ
- 2 農業祭
- 3 区役所即売会
- 4 路地販売 (農家から直接)
- 5 JAグリーンセンター
- 6 その他 (具体的に.....)

(問 22-2 は、問 22 で「2 ない」と回答した方のみお答えください)

問 22-2 杉並産の野菜や花、果樹などを購入したことがない理由をお答えください。(〇はいくつでも)

- 1 興味はあるが、販売場所がわからないから
- 2 購入できる場所は知っているが、駅の近くなど利便性のよい場所がないから
- 3 値段が高いと思うから
- 4 購入は、八百屋やスーパー、ホームセンター等で十分だから
- 5 杉並産の野菜等があることを知らなかった
- 6 その他 (具体的に.....)

【杉並区就労支援センターについてお伺いします】

問 23 杉並区就労支援センターでは、下記の事業を行っていますがご存知でしたか。  
また、各事業の有効性についてお聞かせください。  
(「認知状況」「有効性」それぞれあてはまるものに○を1つ)

	認知状況		有効性		
	1 知っていた	2 知らなかった	1 有効である	2 有効ではない	3 分からない
①若者就労支援コーナー 失業中の方、アルバイトから正社員を目指す方などにキャリアカウンセラーによる就労準備相談や就労支援セミナーを実施します。	1	2	1	2	3
②ハローワークコーナー ハローワークスタッフが求人の紹介やニーズに応じたお仕事探しのサポートを行います。	1	2	1	2	3
③ジョブトレーニングコーナー 区内事業所での実習など、実践的な体験プログラムに参加し「働く」を練習することで、働くための土台をつくり、就職活動へ踏み出す自信をつけるサポートを行います。	1	2	1	2	3

【杉並区の創業支援についてお伺いします】

問24 杉並区では、区民などの杉並区での創業を支援するさまざまな施策を実施しています。下記の創業支援事業について知っているものは何ですか。(○はいくつでも)

1 創業のさまざまな課題に対し専門家（中小企業診断士）からきめ細かなアドバイスがもらえる創業相談
2 金融機関に有利な条件で創業資金をあっせんしてもらえる創業支援融資制度
3 事業計画づくり・開業手続きなど、創業し事業を発展させていくために必要な知識を習得できる創業セミナー
4 創業を目指す方や創業後間もない事業者が、低廉な料金で事務室を利用できる創業支援施設（阿佐谷キック・オフ/オフィス）

【ご記入いただいたご自身についてお伺いします】

問25 あてはまる番号に○印をつけてください。

①性別	1 男性	2 女性	
②年齢	1 20代 2 30代	3 40代 4 50代	5 60代 6 70代
③職業	1 自営業・事業主 2 自由業 3 管理職 4 事務職・技術職 5 労務職・サービス職	6 主婦・主夫 7 学生 8 無職 9 その他 (具体的に.....)	
④通勤・通学先の所在地	1 杉並区内 2 杉並区外	3 通勤・通学はしない	
⑤杉並での居住年数	1 5年未満 2 5年～9年	3 10年～19年 4 20年～29年	5 30年以上
⑥家族構成	1 夫婦のみ（一世代家族） 2 親と未婚の子ども（核家族） 3 親と子ども夫婦（二世代家族）	4 親と子どもと孫（三世代家族） 5 ひとり暮らし 6 その他（具体的に.....）	
⑦世帯年収	1 300万円以下 2 300～600万円	3 600～1,000万円 4 1,000～2,000万円	5 2,000万円超

問26 ご住所、普段の生活でよく利用する駅をご記入ください。

① 住所	杉並区.....(町).....丁目		
② よく利用する駅	.....駅	③ 駅までの主な交通手段	1 徒歩 2 自転車 3 バス 4 自家用車 5 その他 (具体的に.....)

【自由意見】

問27 日頃のお買い物や区の産業振興について、ご意見があればご記入ください。

--

以上でアンケートは終わりです。  
ご協力いただき、ありがとうございました。

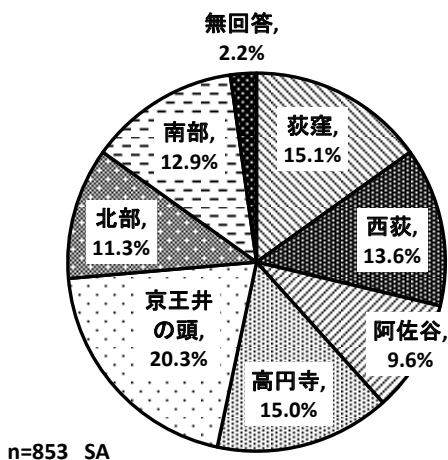
## (2) アンケート回答結果 (単純集計)

### 1) 杉並区事業所実態調査

<事業所の属性>

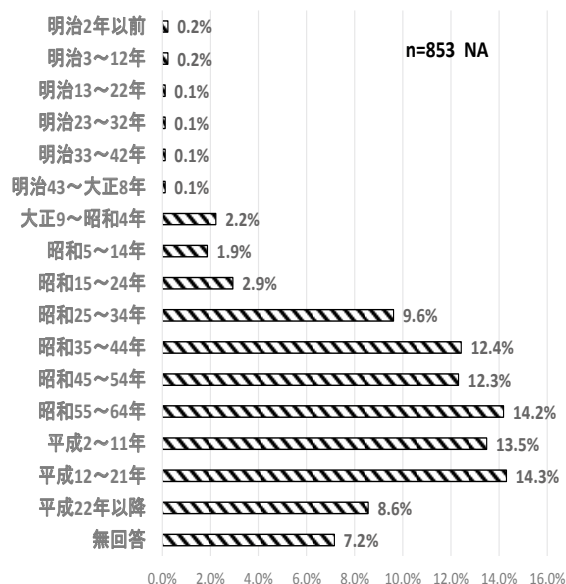
#### ●所在地域

SA シングルアンサー (選択肢から1つ選択)  
 MA マルチアンサー (選択肢から複数選択)  
 NA ナンバーアンサー (数値で回答)  
 FA フリーアンサー (文章で回答)

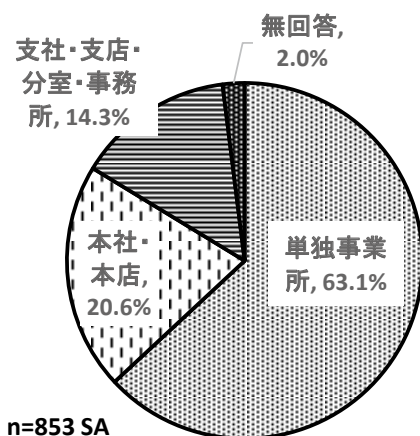


#### ●創業年

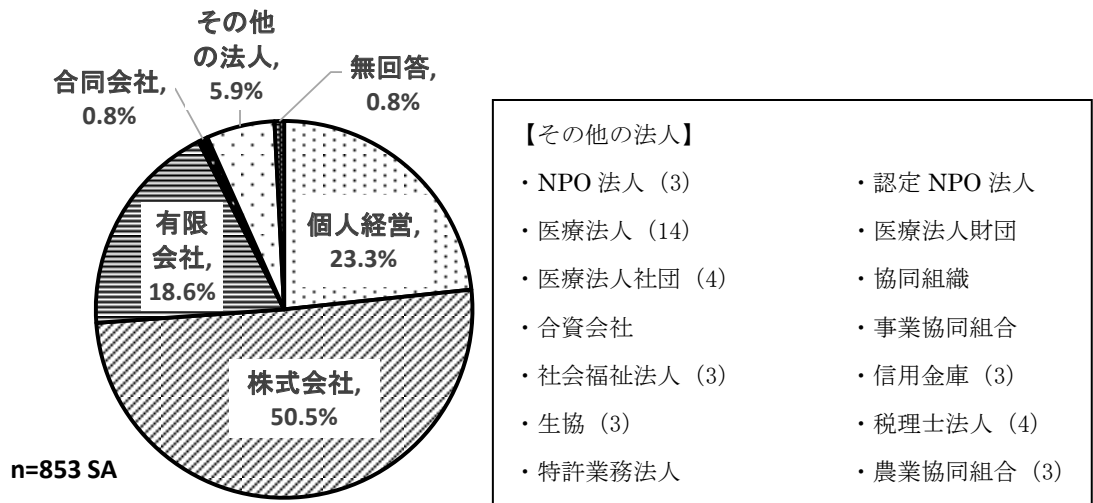
#### ●杉並区での事業開始年



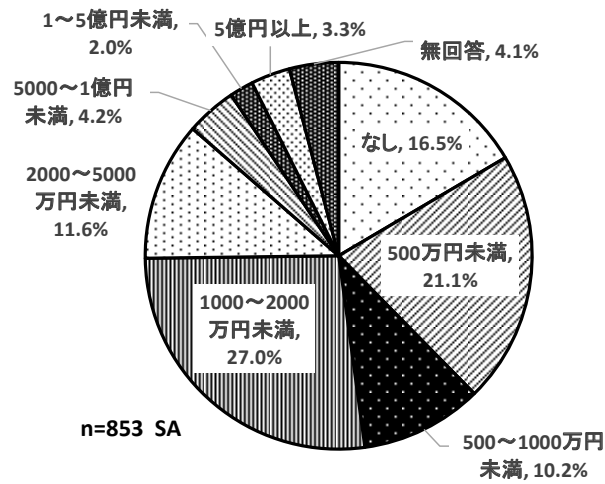
#### ●本・支店区分



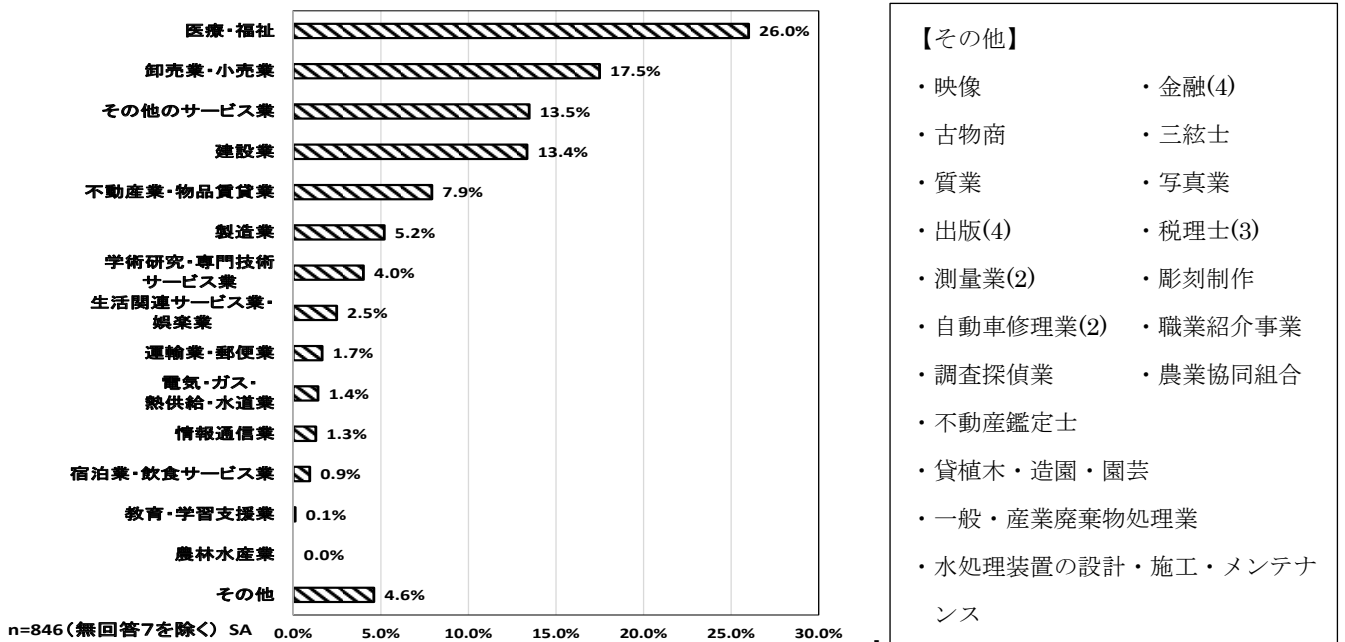
●法人形態



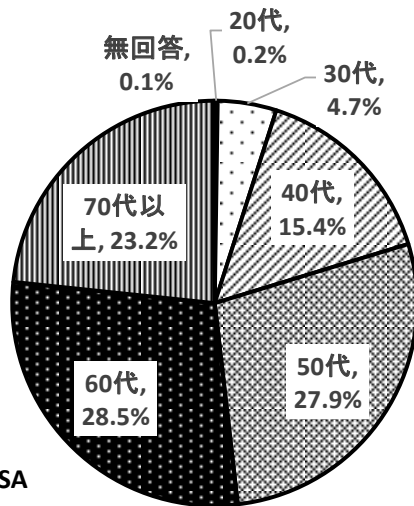
●資本金額 (支社等の場合は本社等の資本金)



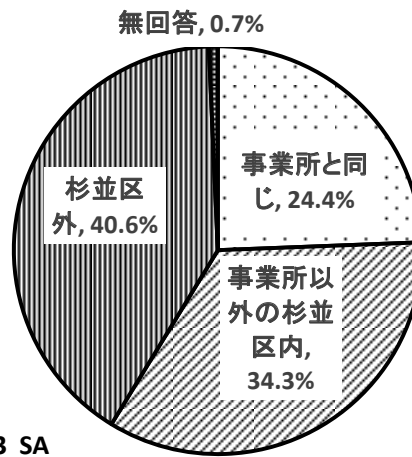
●業種



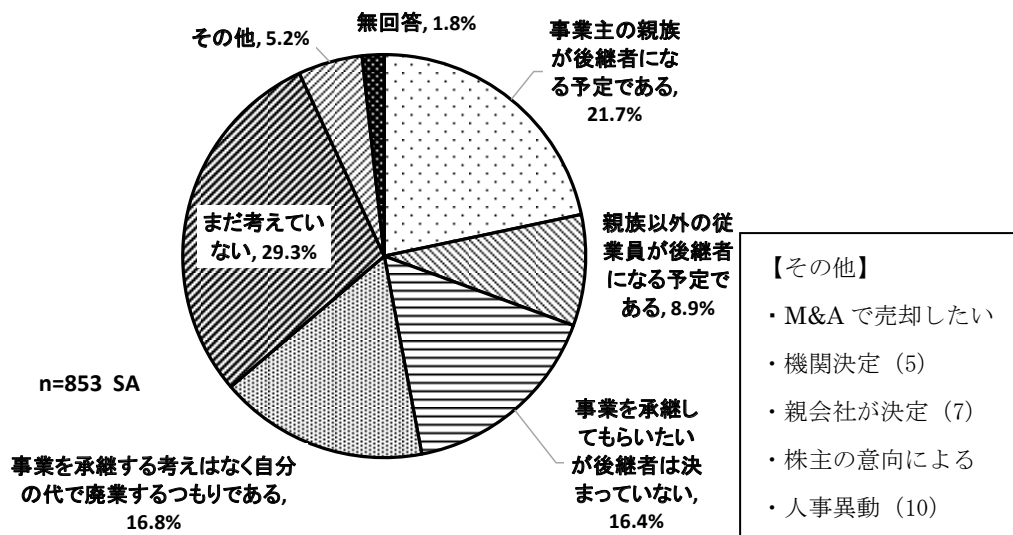
●代表者の年齢



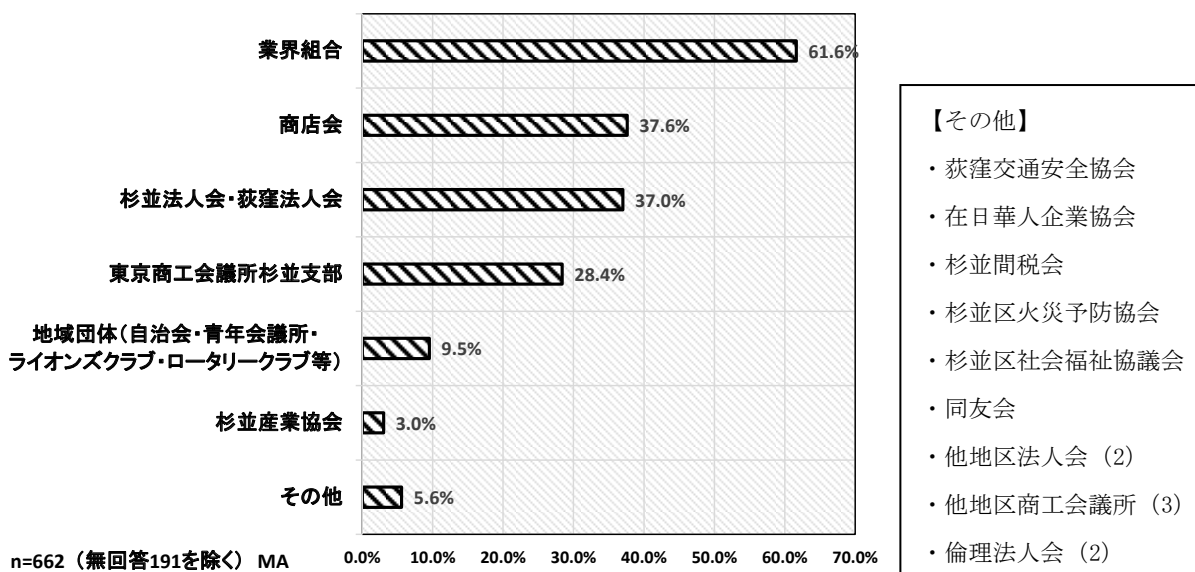
●代表者の自宅住所



●事業後継者の有無



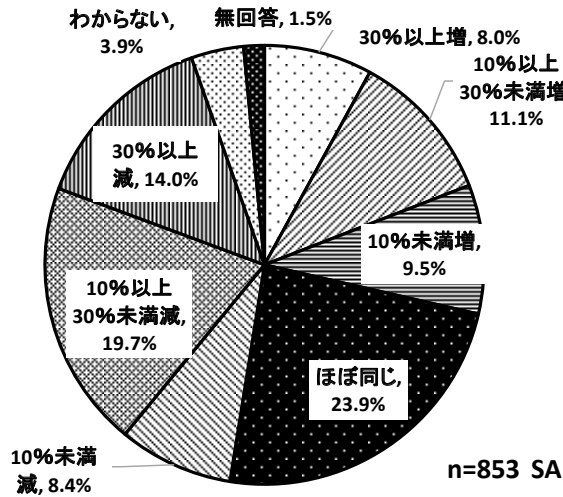
●加入している組織



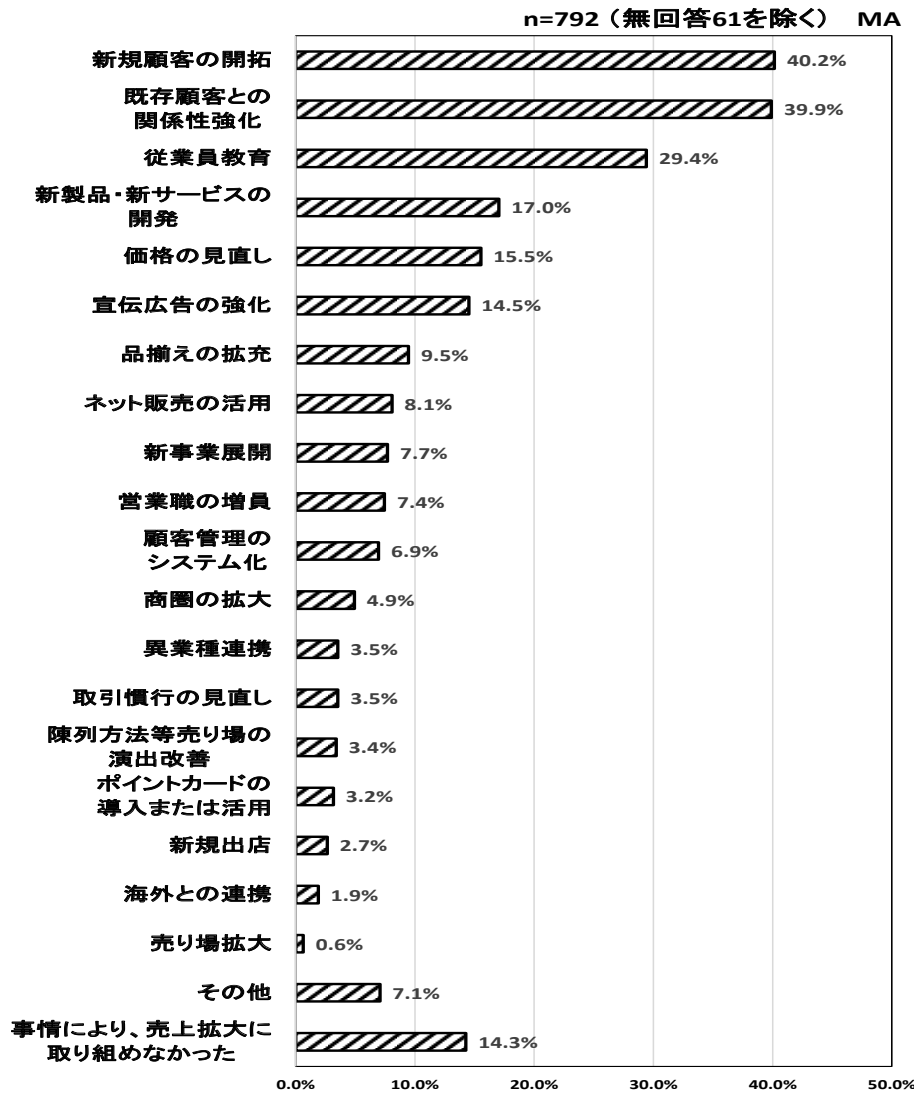


<経営状況>

● 5年前との売上高の比較



● 過去5年間の売上高を伸ばす取組



- 【その他】
- ・インターネットの活用 (3)
  - ・クレジットカードの導入
  - ・主診療科の変更
  - ・商品・サービスの質の充実 (8)
  - ・人員確保 (6)
  - ・知識、技術の向上 (4)
  - ・デパートへの催事出店
  - ・同業者との協力 (3)
  - ・都より創造事業の認証
  - ・取扱不動産の増加 (2)
  - ・保有車両 52 台から 62 台に増車
  - ・まじめに働く (2)
  - ・リーフレット作成

## ●売上を伸ばすための独自の取組

### 【商品開発】

- ・お客様の不便を改善する商品の開発
- ・新製品の開発（4）
- ・九州に自社所有の茶畑を管理し、そちらで育てた茶葉を中心に飲料製品の製造・物流・販売
- ・金属製品と木工製品を合体させて拡販
- ・高齢者向けにサービス提供（リフォームの他、小修繕、クリーニング、お墓のそうじ代行）
- ・新規 IT サービスを一般企業向けに開発、技術者確保の為、受託開発を強化
- ・新素材の開発
- ・健康食品開発
- ・ビジネスユニット間でのコラボ商品の開発
- ・船用機器販売（たぶん杉並区にはない）なので、新しいルール（IMOの改正等）への適応できる機器をヨーロッパのメーカーと話し合い、日本の造船界へ売込んでいく。
- ・木製網戸の製作販売

### 【海外との連携】

- ・2009年よりNYの企業と連携が取れている
- ・海外販路の開拓（主に北米、アジア、東南アジア）
- ・弊社オリジナル商品「ニコワイプ」不織布ワイパーの拡販、国内では理化学業界のカタログ掲載にのせて、海外向けとして直接販売はしないが、海外に営業所のある卸店に開拓中。また日本文カタログのほかに英文のカタログをつくった

### 【顧客開拓】

- ・官公庁から一般企業の顧客開拓
- ・既存取引先以外の顧客確保についての努力
- ・新規顧客の開拓（3）
- ・在宅支援の強化
- ・年齢の若いユーザーをリストアップしての新規開拓と情報収集

### 【広告宣伝】

- ・セミナー開催（2）
- ・インターネットの活用（23）
- ・展示会への参加（2）
- ・DM 発送（2）
- ・キャンペーンの実施（2）
- ・看板作製
- ・キャラクターによるPR
- ・既購入者への移転案内としてDMを送り、認知度を高める様努めている
- ・チラシ配布（6）
- ・独自リーフレット作成（6）
- ・ニュースレター
- ・年4回イベントを開催し、利用者へ粗品をプレゼントする

### 【顧客サービスの充実】

- ・顧客との相対でのコミュニケーション
- ・アフターサービスを大事にしてきた
- ・TELにて依頼を受けた場合、何事にも迅速に対応していく
- ・納期の厳守・短納期化（4）
- ・顧客に適したインターネット広告やマーケティングのパッケージ化
- ・サービスの種類を増やした
- ・本部が掲げている「お客様支援センター」の取組を実践し、お客様の課題解決のお手伝いを積極的に行っている
- ・より丁寧な仕事、サービス（2）
- ・情報を患者と共有できる、良心的でオープンな医療システムの構築
- ・顧問先に対する的確な指導、あらゆることに親切に相談してあげる、誠意をもって接する
- ・病院、学校関係に納品しているので、すぐ調理しやすいように工夫している

**【同業・異業種との連携】**

- ・関連業界と同盟関係を結び、商品の「ワン・ストップ・ショップ」を目指している
- ・全国空き家相談士協会に加入
- ・地域団体（ライオンズクラブ）に所属し、情報収集に努め、新規取引先を模索中
- ・同業者、異業種との連携（4）

**【新企画の導入】**

- ・新しい企画を全社員で行う
- ・自動車関係のイベント、テスト等への参入
- ・社会人対象だけだったのを、近くに明治大学があるので、学生様向けに内装、家具を入れ替え、本社の営業職が大学訪問してくれた
- ・出張工事等に取り組む
- ・素材から総菜販売、案内係、試食コーナー
- ・地域密着型、社会貢献型とミックスした專業展開
- ・リフォーム工事、特に高齢化に対応する相談（オール電化、太陽光、エコ給湯、その他）
- ・目黒区、世田谷区に通所施設を新設、障害者グループホーム、小規模型保育所の拡充
- ・異業種連携（観光タクシーを開始する）「酒蔵タクシー」、「バーベキュータクシー」の営業開始

**【顧客満足】**

- ・医療業種として大切な、医療の進歩、従業員福利をしながら第一目的の患者の治療の取組を大切にしている。
- ・医療業ということもあり、より親身な診療（3）
- ・お客様を飽きさせない工夫をスタッフと知恵を絞り、常に質を上げることを前提にお客様の満足度を上げる事
- ・顧客企業の、担当者との信頼関係の強化
- ・顧客のための仕事への取組強化
- ・親切にする
- ・信頼（2）
- ・産地直送の物品を紹介申し込みのお客様に宅配サービスしている

- ・顧客のニーズに応えられるように顧客との対話を大切にし、そこから得たヒントから新しく取り扱う商材を決めたりする
- ・地元商圏の高齢者のために訪問活動でお困りごとの御用聞きに回っている
- ・クレームの無い施工を心掛ける
- ・どんなに忙しくても、顧客へは最大限の努力で対応する
- ・工事業者として発注者様に120%納得していただける仕事をしていくことと大小の規模にかかわらず誠意をもって納入すること。

**【新事業展開】**

- ・医療だけでなく福祉への参入
- ・業態変更、コンビニから不動産業へ
- ・事業収益を考え、不動産業も展開
- ・在宅老人ホームへの注力
- ・新規事業展開（2）
- ・通販サイトの開設（2）
- ・塗装工事以外の工事、床貼り工事の新事業
- ・木製建具のみだと売上げ不足な為、リフォーム事業にも取り組み始めた

**【価格政策】**

- ・売れ行き良好書の定価改定
- ・同じ商品でも単価を高く買ってくれる所と取引して見直しをした
- ・競合他社との価格設定の違いなどを見なおした（2）
- ・材料価格の値上がりに伴い、見積り金額の検討
- ・施工費用（代金）を大幅に見直した

**【商品政策】**

- ・売れる品物と売れない品物を選別し仕入れ
- ・駅近の物件（10分以内）の提供
- ・人気の杉並、中野を中心とした物件
- ・季節ごとのサービス品
- ・独占販売品の受注

- ・価格競争に加わず商品の魅力でアピールする
- ・古書籍の買取りの強化
- ・社会科学系を減らし、文庫、新書、哲学系の棚を増やした
- ・商品の選択肢を増やして売上増につなげる
- ・結婚式場への酒杓の焼印の種類を増やした
- ・ゼネコンの売上額を落として、エンドユーザーをターゲットにしている
- ・団体契約商品の強化
- ・取扱いメーカーの選択
- ・年々顧客ニーズが変わっているなので、そのニーズにあった品物を在庫し販売
- ・パナソニックの提案する商品の販売対策強化
- ・リフォーム事業に特化（健康住宅リフォーム他）
- ・特注品等の受注

#### 【社内体制の強化】

- ・営業・オペレーターのパネル増強
- ・業務の見直し、社員の業務に対するマルチ化、組織の統合
- ・近況報告と話し合いを忘れないようにする
- ・従業員の増員と専門化
- ・従業員の待遇改善（2）
- ・従業員一人一人のレベルを上げる事で少数精鋭化を図り、事業の拡大、売上増につなげた
- ・社内美化活動（5S 活動）の実施
- ・会議での情報共有（3）

#### 【営業力の強化】

- ・営業力の強化（5）
- ・サービス内容の見直し
- ・システムを使用し顧客との関係性を5段階に設定し、フェーズごとの営業方法を構築している
- ・顧客とのホームパーティーによる関係性UP
- ・情報収集力アップのため顧客との接点の増加
- ・新規営業活動
- ・地域連携（2）

- ・取引先を増やした
- ・訪問回数の見直し
- ・店舗改装

#### 【技術力の強化】

- ・技術力の強化（3）
- ・最新の治療機器、技術の導入（2）
- ・歯科医療スキルアップ
- ・情報関連機材の更新と技術開発に取り組んだ
- ・新規機械設備の導入
- ・製品の品質向上（3）
- ・他社にない技術開発
- ・探偵業に必要な訓練
- ・特許技術が1→3に増えた為、知的財産使用許諾の為の研修会を開催し、特殊技術を広める努力をしています。
- ・来店していただいている顧客に満足していただける様に施術技術を向上する
- ・量産型に必要な設計ソフトの導入とオペレーターの育成

#### 【人材確保】

- ・縁故募集
- ・再採用
- ・高齢者の雇用
- ・働き手の要求（出勤日・時間）に応じて人材を確保する
- ・職員の増員及び国家資格取得援助、協力
- ・協力企業者数の増大
- ・技術者確保の為、受託開発を強化した
- ・労働者の確保（若い人）

**【人材育成】**

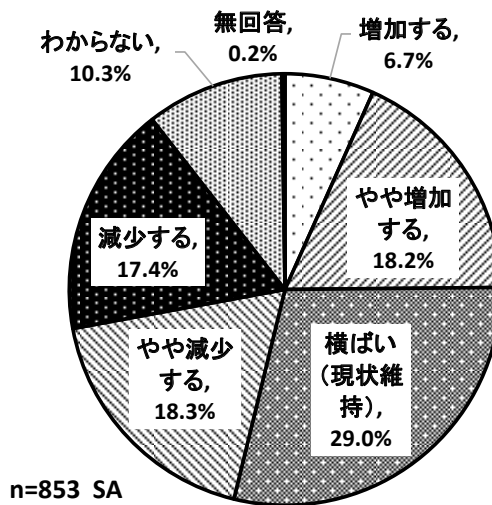
- ・業績に貢献した者に、決算賞与を与える
- ・手術処置の画像公開で飼主様の納得が得られるようスタッフ教育の充実・院内セミナーの開催を強化
- ・社員育成の評価システムと給料システムの連動
- ・社員教育 (4)
- ・従業員に対する勉強会 (4)
- ・品質の向上・安定のため全従業員で古紙の分別、禁忌品の除外に取り組んでおり、従業員教育にも力を入れている

- ・マネジメントスタンダードの作成と実行サポート

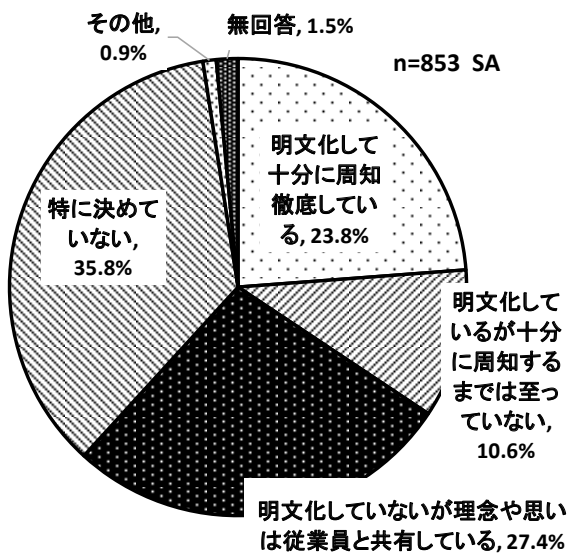
**【仕事への姿勢】**

- ・一生懸命にやる
- ・地道にやること
- ・初心の徹底
- ・プロ意識を持つ
- ・まじめにこつこつ

●今後の年間売上高の推移予測



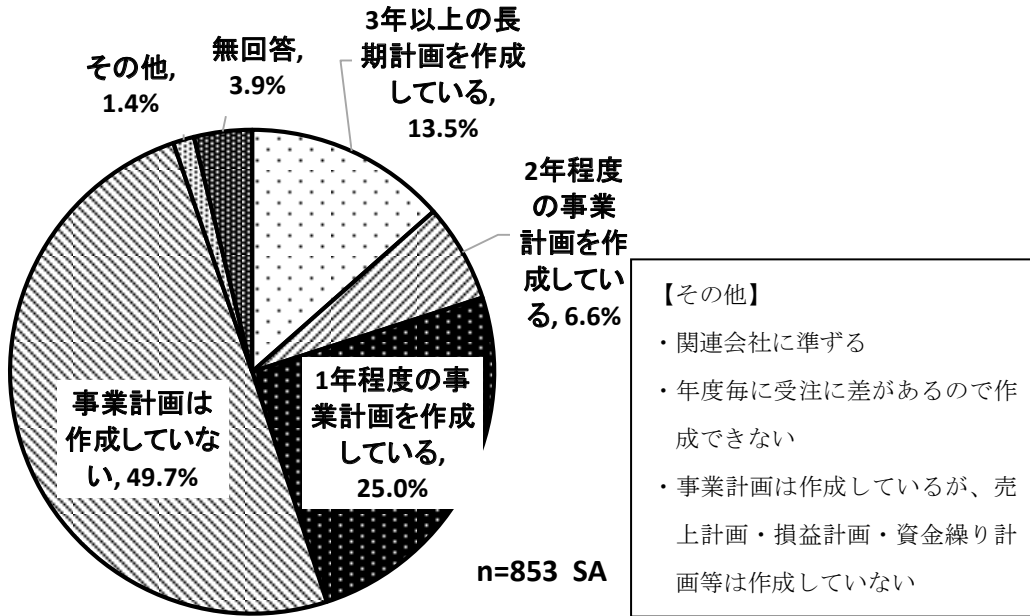
●経営理念・基本方針等



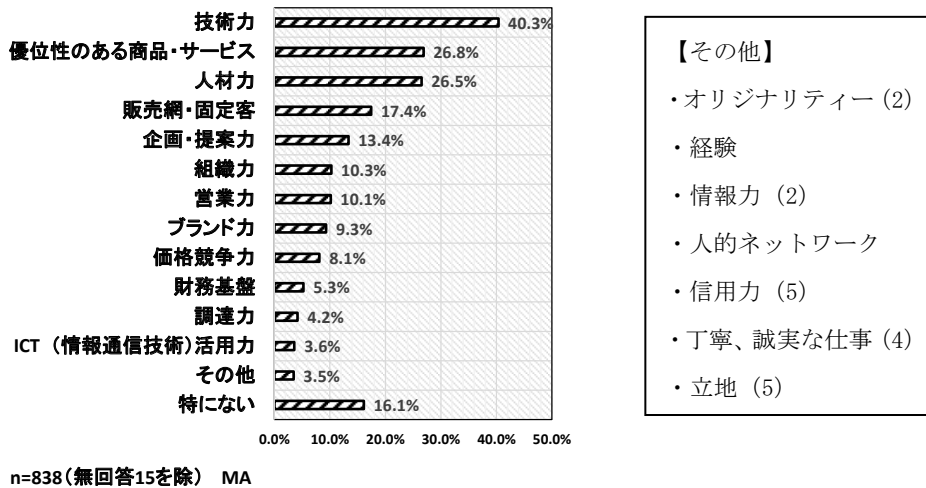
**【その他】**

- ・医の倫理に基づく
- ・関連会社に準ずる
- ・仕事次第
- ・自然の成り行きに任せている
- ・従業員がいない

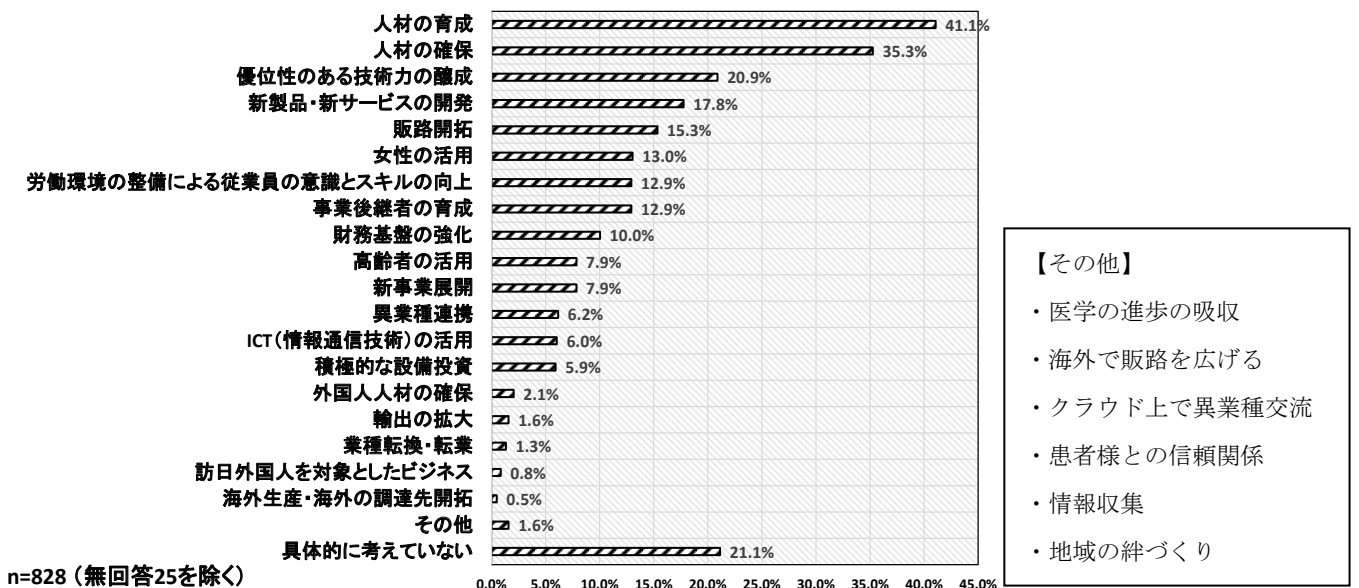
●事業計画（売上計画・損益計画・資金繰り計画等）



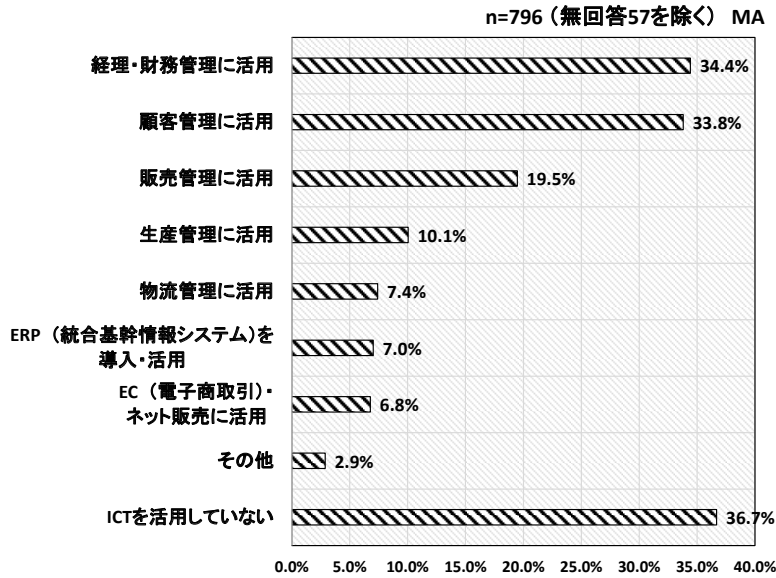
●事業所が強みと認識していること



●今後計画している取組（現在行っており、今後も継続する取組を含む） MA

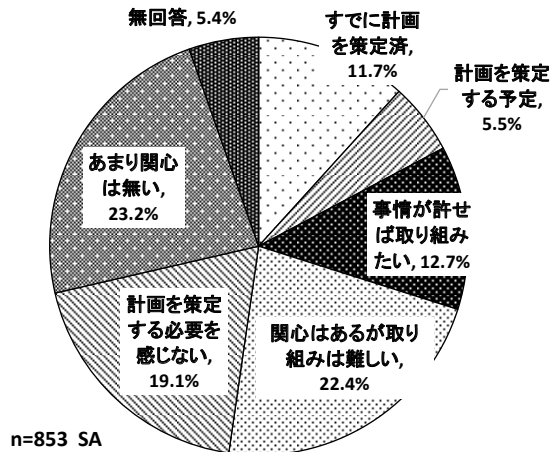


● ICT（情報通信技術）の活用状況

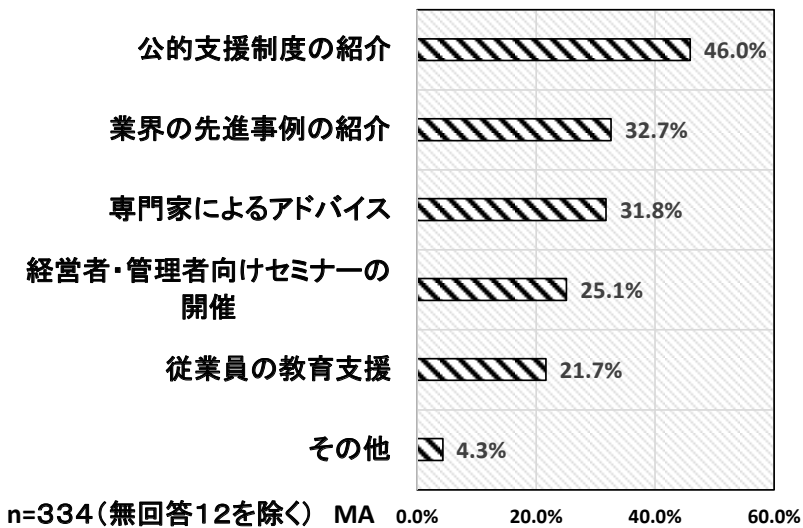


- 【その他】
- ・ BI（ビジネスインテリジェンス）
  - ・ KPI（重要業績評価指標）
  - ・ CAD
  - ・ メール（2）
  - ・ 情報管理（3）
  - ・ 情報共有（3）
  - ・ 電子カルテ（3）
  - ・ 電子申請の活用
  - ・ 保険会社との業務
  - ・ レセプトコンピュータ、電子請求

● BCP（事業継続計画）への取組

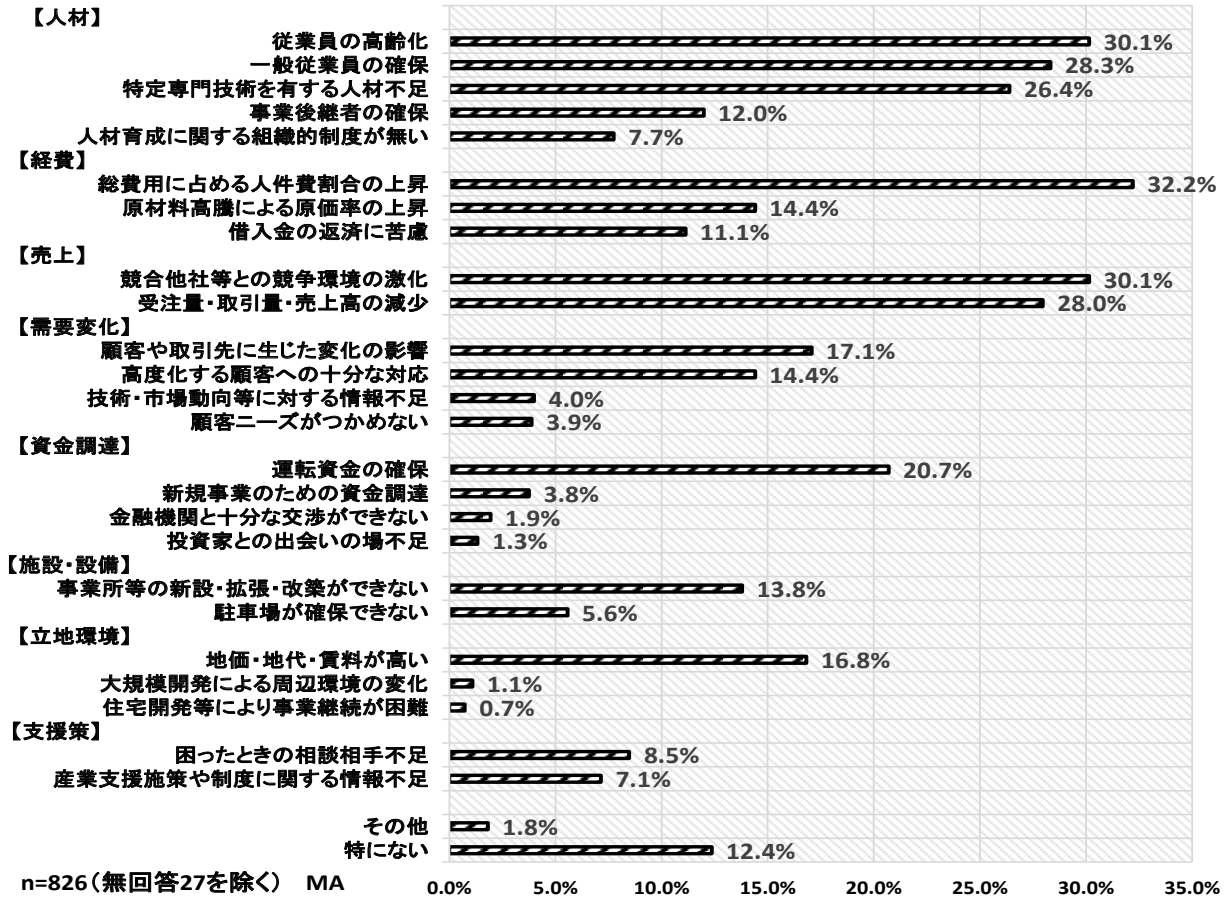


● BCP（事業継続計画）策定にあたって望む支援（問 12 で「計画を策定する予定である」「事情が許せば取り組みたい」「関心はあるが取組は難しい」と回答した事業所）



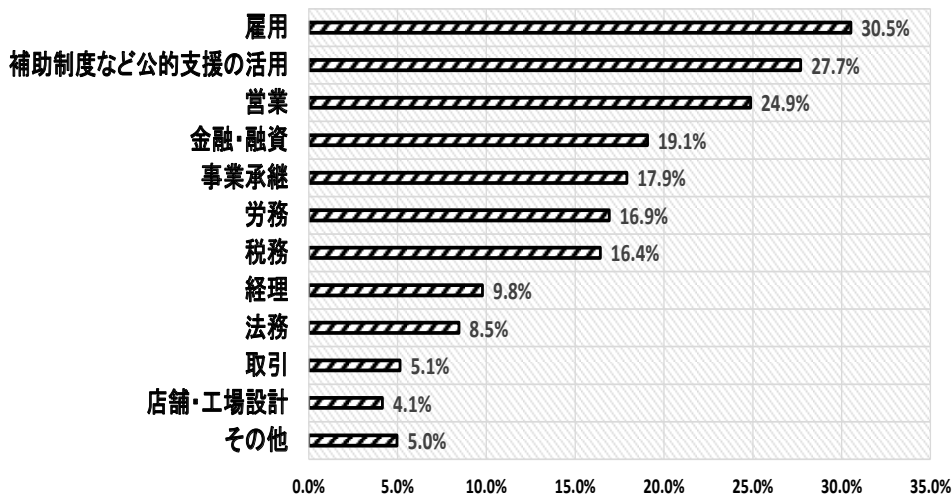
- 【その他】
- ・ 親会社との情報共有
  - ・ 行政との連携
  - ・ 災害時は受け入れ側なので人的支援
  - ・ 策定中
  - ・ 設備投資の金額の問題
  - ・ 地域組合との連携
  - ・ 同業種の事例
  - ・ 他団体や行政との協力

● 経営上抱えている課題



- 【その他】
- ・ 介護報酬の引き下げ
  - ・ 介護保険の法改正次第
  - ・ 顧客ニーズの変化
  - ・ 顧客の高齢化
  - ・ 事業相続について
  - ・ 自己所有財産の売却
  - ・ 精巧な偽物の増加
  - ・ ネット商法
  - ・ 農地の減少、組合員の後継者問題
  - ・ 販路拡大、新規顧客の獲得
  - ・ 労務関連
  - ・ 療養費請求に対する行政の考え方

● 経営課題の解決、改善のために受けたいアドバイス分野

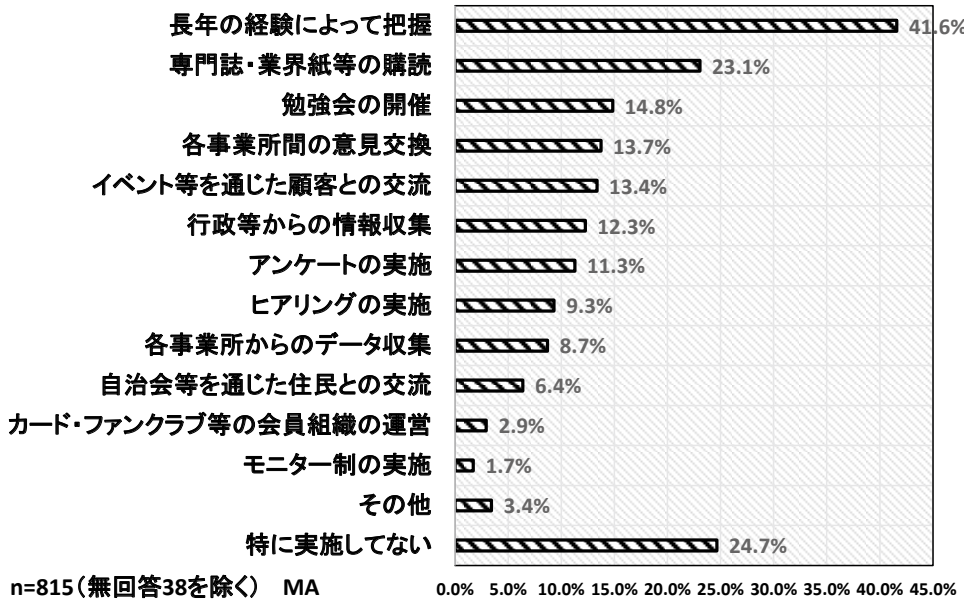


- 【その他】
- ・ IT システム (2)
  - ・ 技術向上のスキル
  - ・ 行政の取組改善
  - ・ クレーマー対策
  - ・ 契約の問題点
  - ・ 出店場所
  - ・ 人材定着に向けた育成方法 (3)
  - ・ 同業種の事例



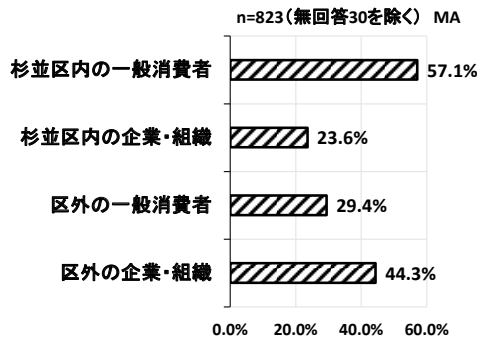
<顧客について>

●顧客ニーズの把握

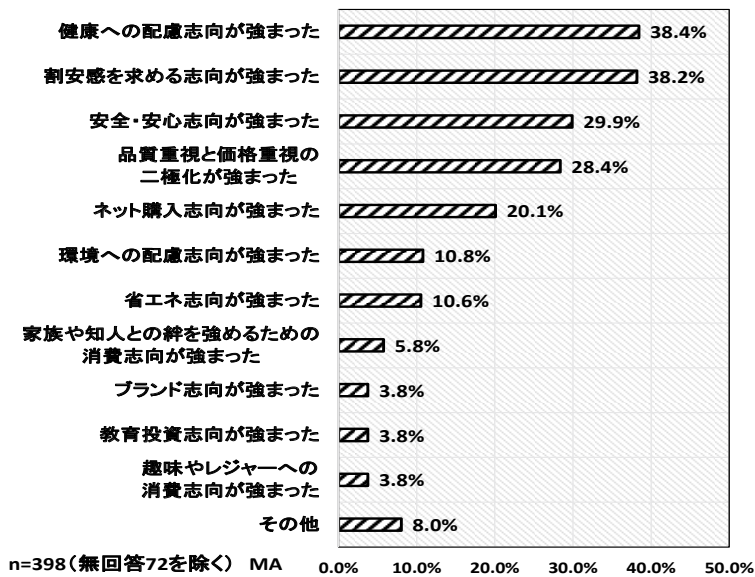


- 【その他】
- ・お客様の声の収集 (5)
  - ・会員間でニーズを共有
  - ・加盟団体からの情報提供 (2)
  - ・業界団体内交流
  - ・顧客とのつき合い
  - ・サンプルの作成
  - ・セミナーに参加 (4)
  - ・第三者評価
  - ・常に自分の頭で考える
  - ・定期的な連絡・訪問 (2)
  - ・同業者との情報交換 (2)
  - ・ネット検索
  - ・モーショングラフィ

●主な顧客

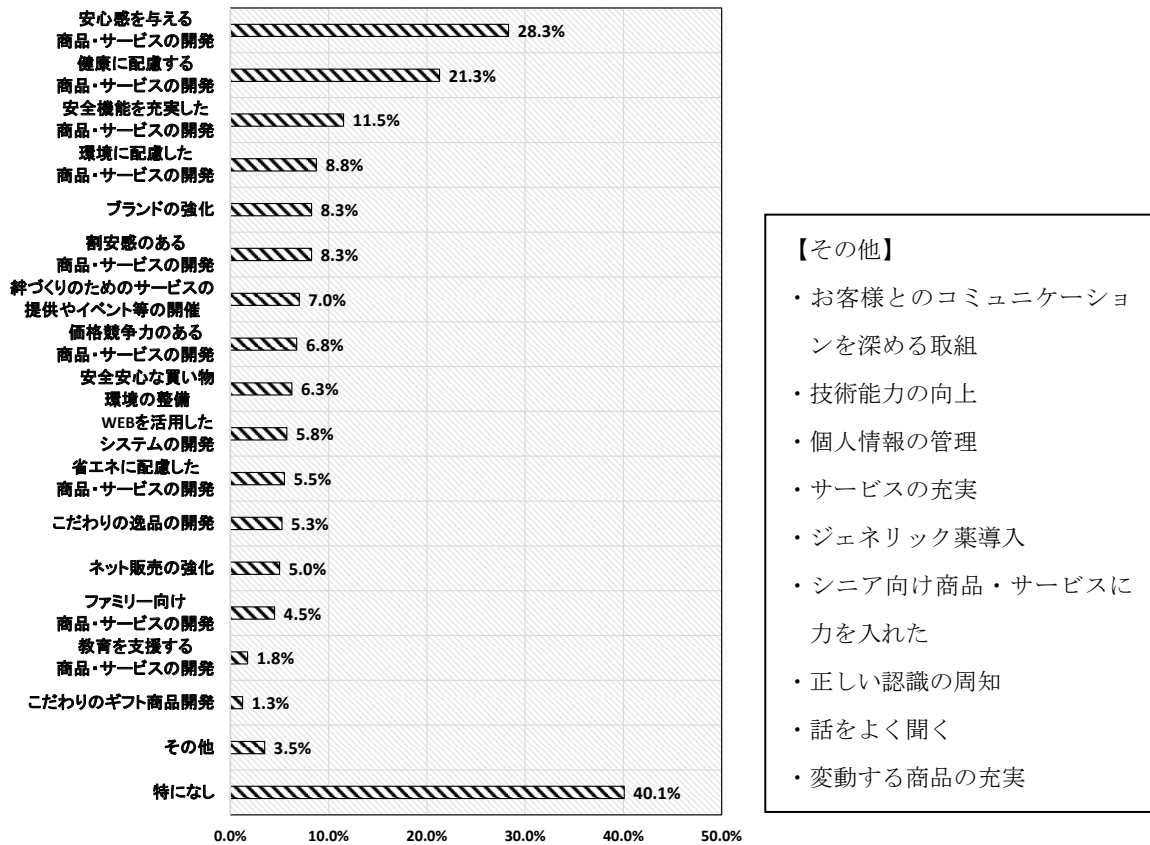


●杉並区内の一般消費者のニーズの変化 (問16で「杉並区内の一般消費者」と回答した事業所)



- 【その他】
- ・儉約的になった (4)
  - ・高齢者の増加 (2)
  - ・ジェネリック希望の増加
  - ・信頼感
  - ・全体的にニーズが弱まった
  - ・店舗をコミュニケーションの場として活用
  - ・同業関係者の増加
  - ・ニーズは明確で変化はない
  - ・ネットを利用して、注文する顧客が増加
  - ・費用は出さないが無理な要求をしてくる
  - ・間違った認識を持つ方が増えた

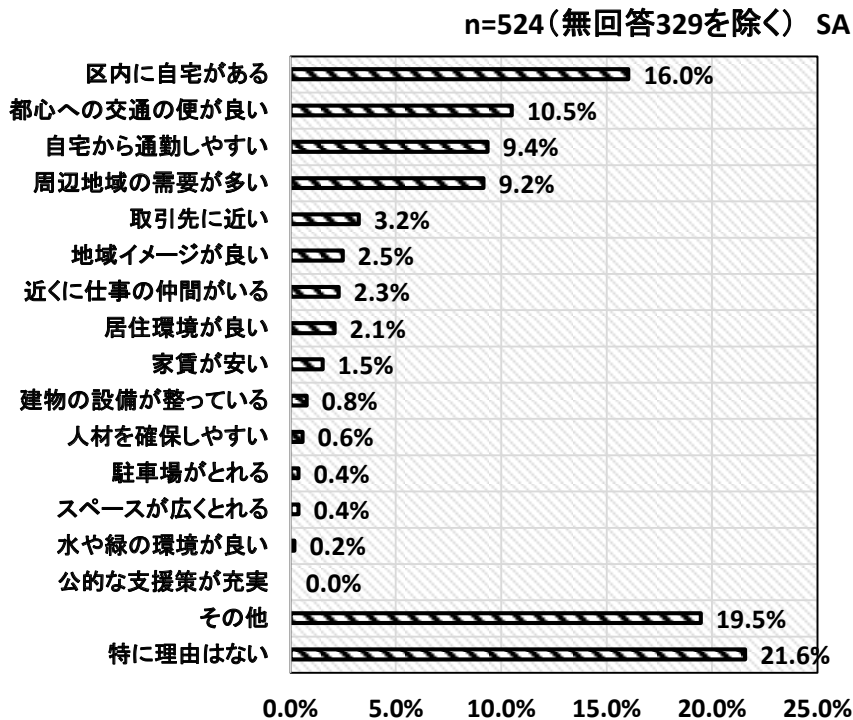
●杉並区内の一般消費者のニーズの変化に対する新たな取組(問16で「杉並区内の一般消費者」と回答した事業所)



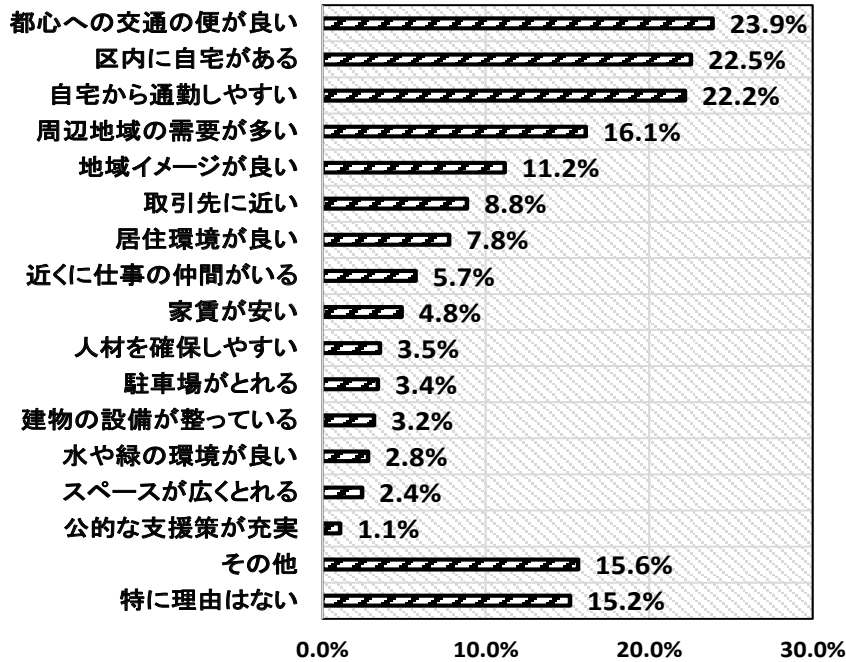
n=399(無回答71を除く) MA

<事業所の立地>

●杉並区内で事業を開始した最大の理由



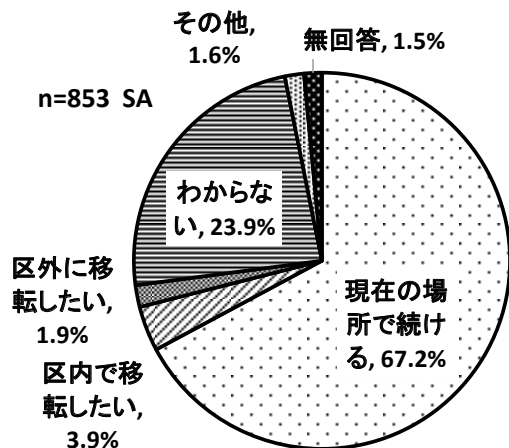
●杉並区内で事業を開始した理由



n=825(無回答28を除く) MA

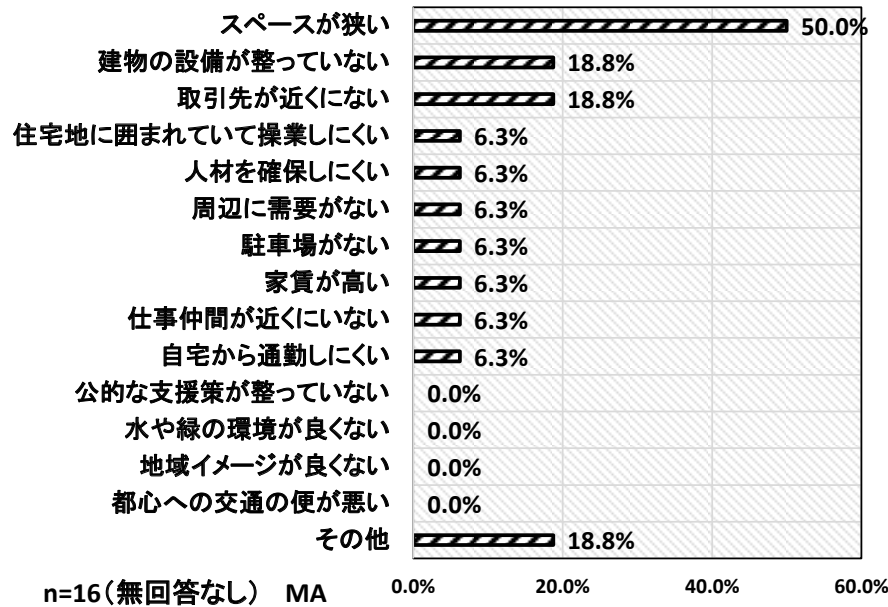
- 【その他】
- ・ JR 駅から近い (2)
  - ・ 親会社が区内にある (2)
  - ・ 親方が杉並区だった
  - ・ 関連子会社の集約
  - ・ 勤務先が杉並であったため
  - ・ 他事業所との連携 (2)
  - ・ 初代の開業 (3)
  - ・ 古くからの事業 (9)
  - ・ 生活レベルが高く、購入単価が高い
  - ・ 移転時人員的に見合う物件
  - ・ 親会社の所有
  - ・ 借りていた倉庫に近い
  - ・ 関連事業を近隣で行っているため
  - ・ 親族、友人から賃借 (5)
  - ・ 自宅兼用 (13)
  - ・ 競合が少ない (4)
  - ・ 富裕層が多く需要があるため
  - ・ 駅ビル (2)
  - ・ 紹介 (6)
  - ・ 金融機関が近い
  - ・ 事業を継承 (35)
  - ・ 災害対策
  - ・ 出身地 (2)
  - ・ 手頃な物件 (3)
  - ・ 立地が良い (3)

●将来移転する考え



- 【その他】
- ・ 移転したいが、区内外決めていない
  - ・ 区外にも事業所(支社)を持ちたい (2)
  - ・ 近くに良い物件があれば (2)
  - ・ 本社の意向

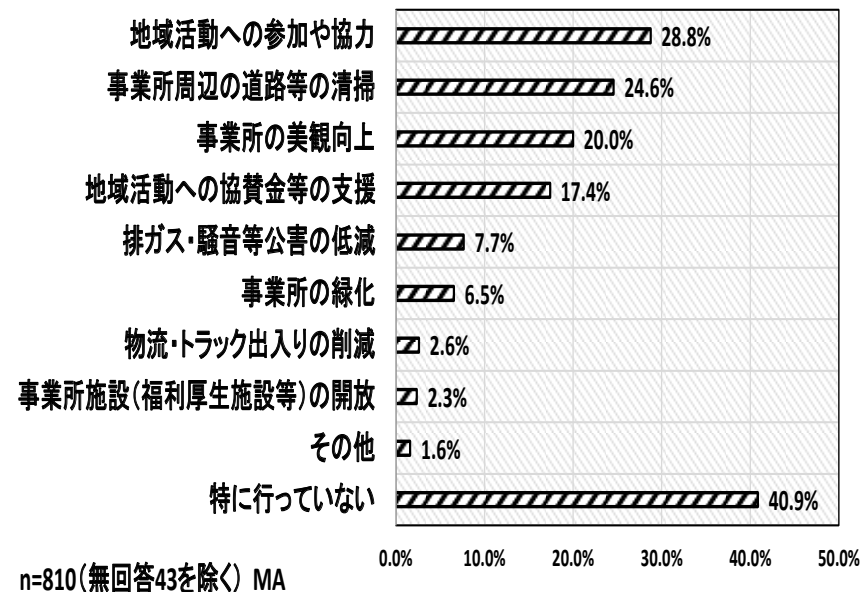
●区外に移転したい理由（問18で「区外に移転したい」と回答した事業所）



【その他】

- ・現場基地を区外に移転したい
- ・パート賃金UPにより埼玉等に  
移転したい、家賃も駐車場も  
だんだん高くなってきた
- ・ブランド確立の為

●周辺地域の住民や住環境に配慮した取組

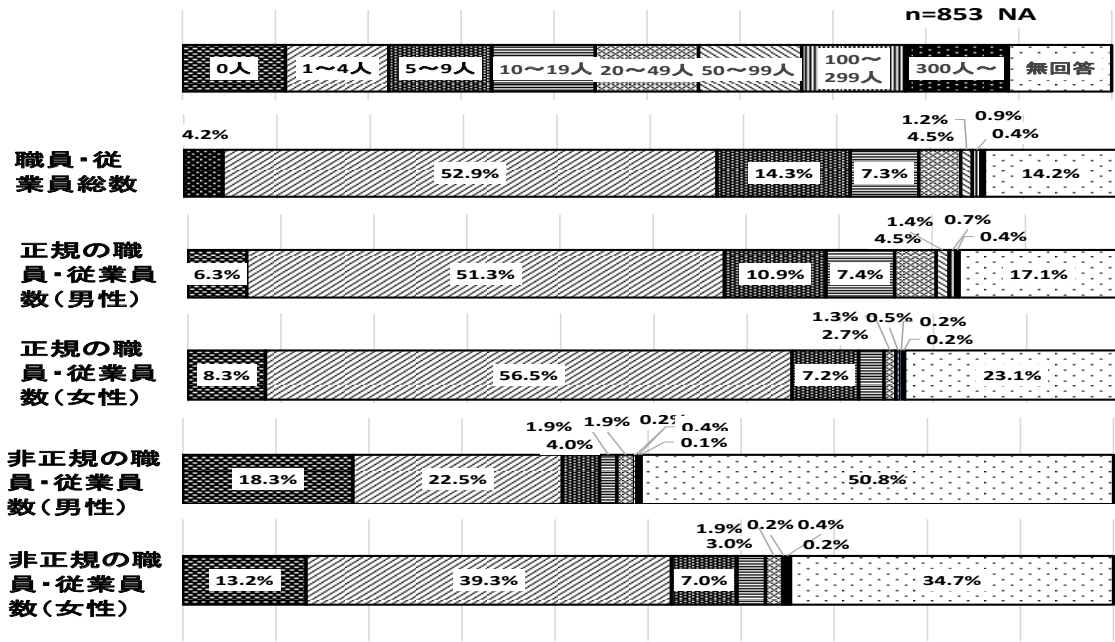


【その他】

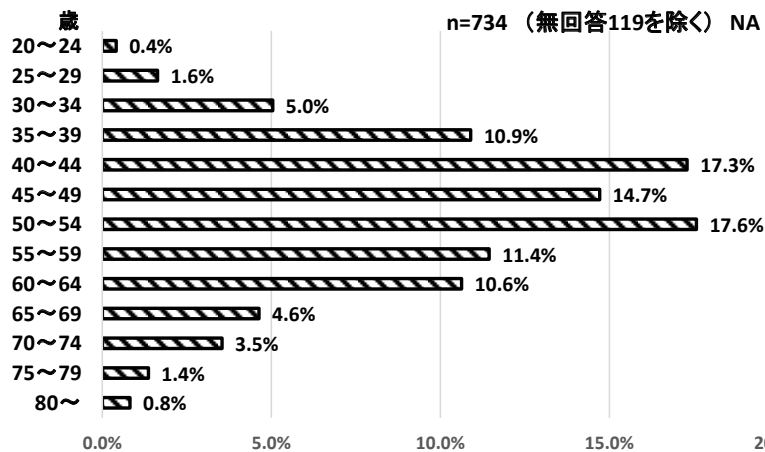
- ・EV 導入
- ・エコアクション 21 の取組
- ・子供 110 番
- ・車両を持ち込まない
- ・周辺住民から意見を聴く
- ・深夜操業をしないこと
- ・杉並子育て応援券に対応
- ・バス停が前なので高齢者のた  
めにベンチを設置
- ・毎年近隣にお中元とお歳暮を  
贈る
- ・夜間の室内照明のもれ対策で  
ブラインド設置
- ・雪の時会社周辺の雪かき

<採用状況>

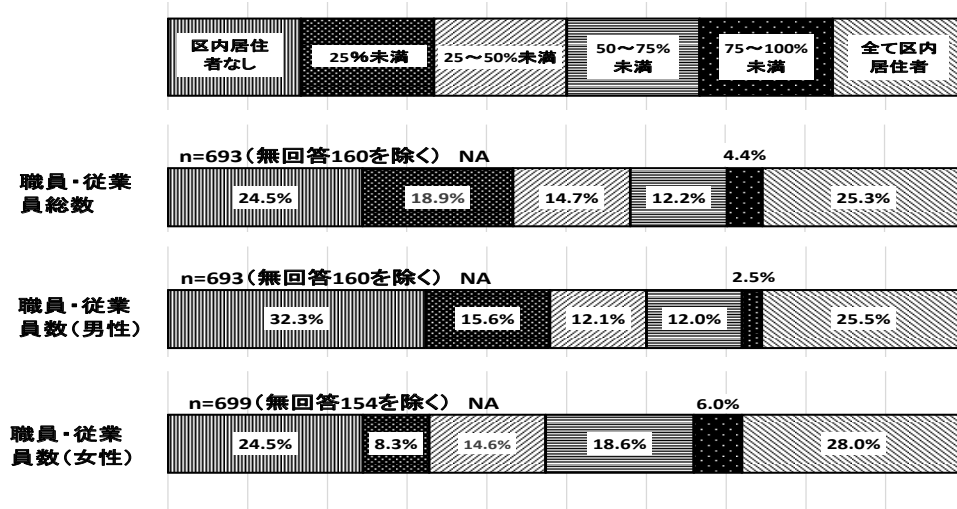
●現在の従業員数



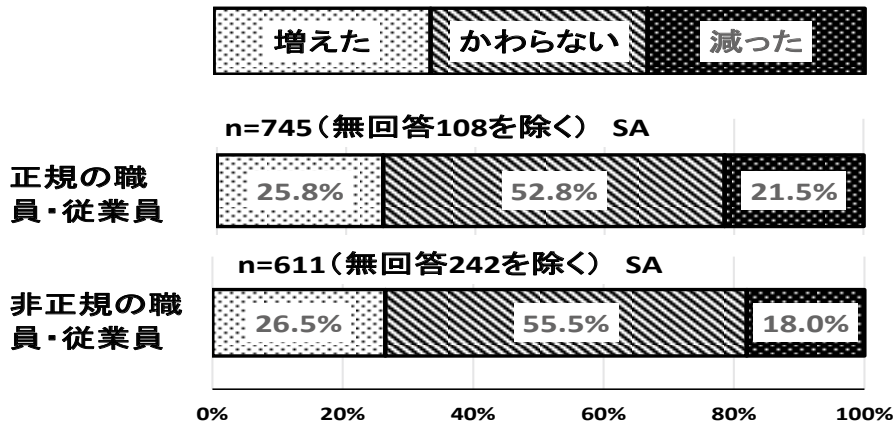
●従業員の平均年齢



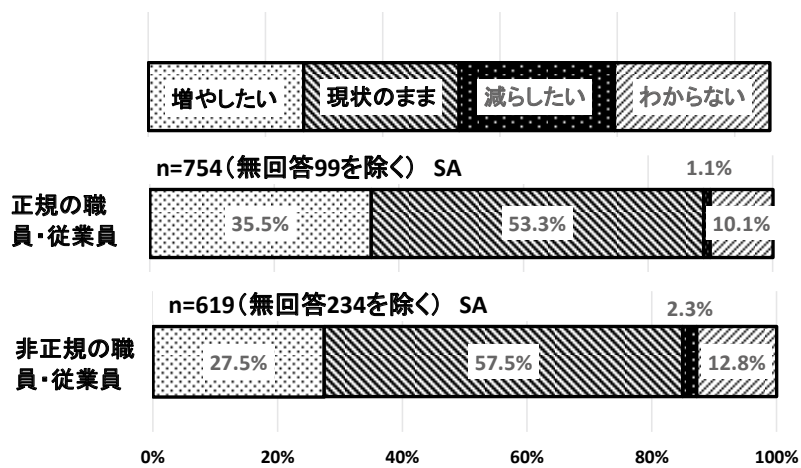
●職員・従業員のうち杉並区居住者の割合



●過去5年間（平成24年4月1日から平成29年3月31日まで）の従業員数の増減

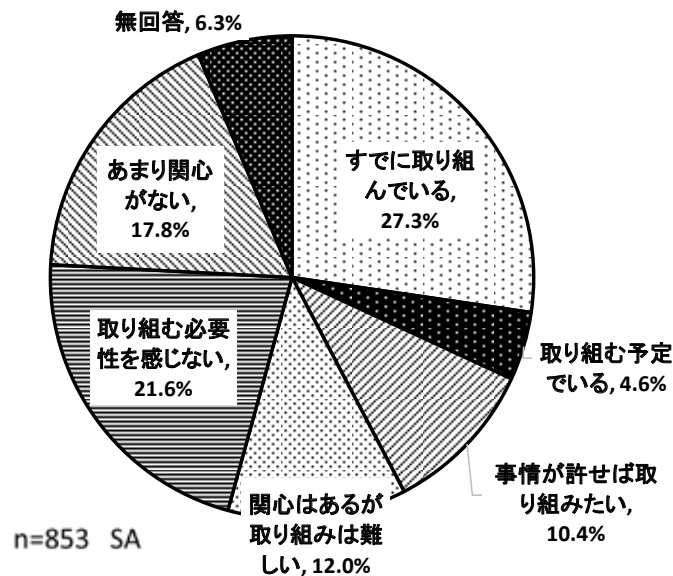


●今後の採用意向

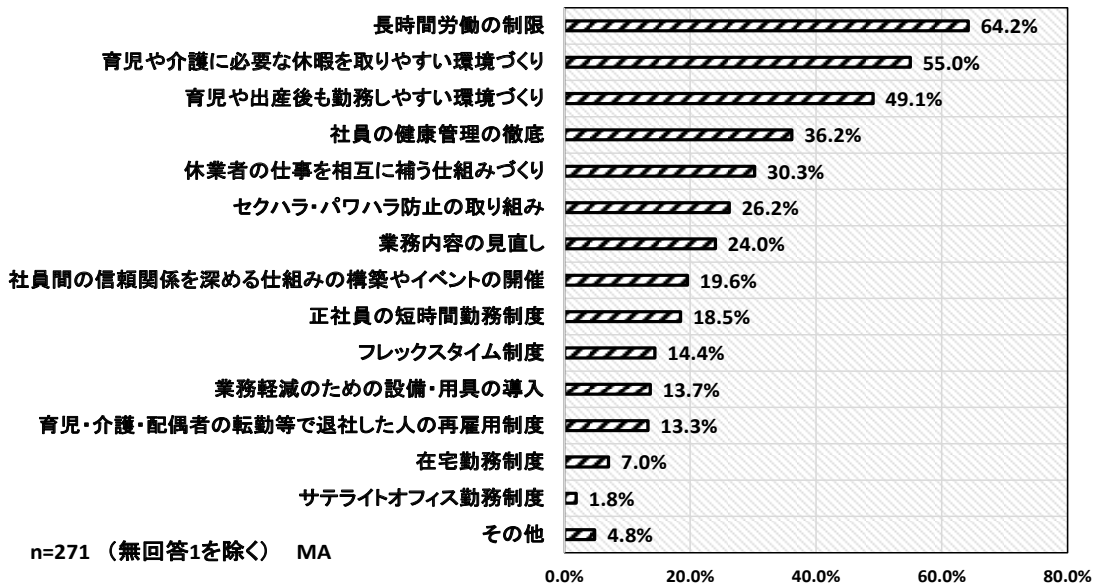


<「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況について>

●「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況



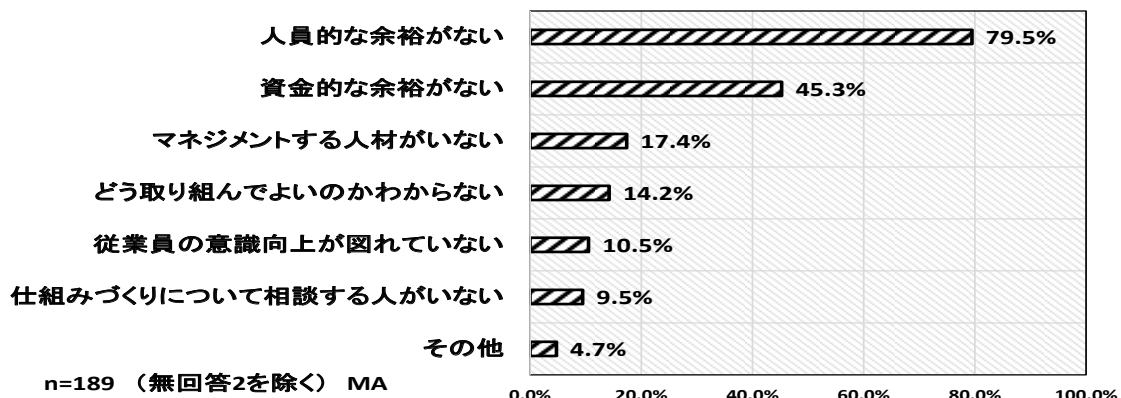
●「ワーク・ライフ・バランス」についてどのような取組を行っているか、またはどのような取組を行う予定か  
 (問 22 で「すでに取り組んでいる」「取り組む予定でいる」と回答した事業所)



- 【その他】
- ・ 休日を増やす
  - ・ 残業及び休日出勤ゼロ
  - ・ シフト制で早出、早帰等で労働時間を短くする
  - ・ 本人の都合に合わせた出勤制度
  - ・ 有給休暇の取得促進(2)
  - ・ コンサルティング会社を起用した総合的な取組
  - ・ 時間単位の年次有給休暇制度
  - ・ 社員を増やす
  - ・ 保育所との連携
  - ・ 連続休暇制度

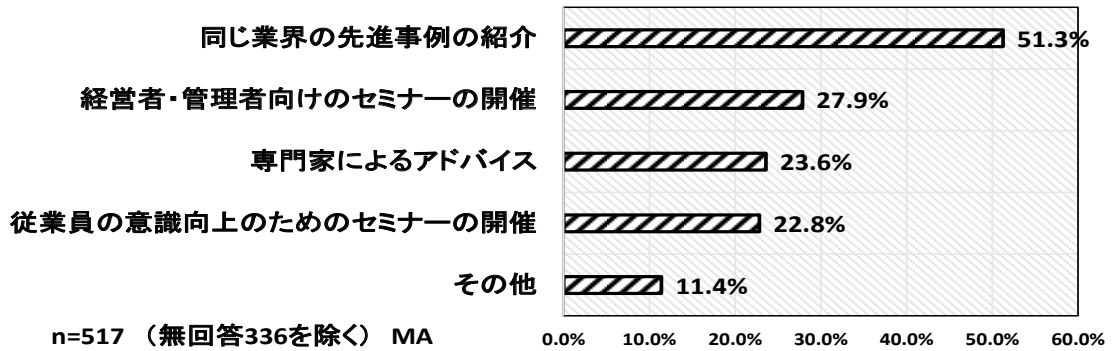
●「ワーク・ライフ・バランス」の取組のネック

(問 22 で「事情が許せば取り組みたい」「関心はあるが取り組みは難しい」と回答した事業所)



- 【その他】
- ・ 売上に直結するため
  - ・ 全員高齢者
  - ・ 業務の関係
  - ・ 本社の人間が執り行うことなので、わからない
  - ・ 業界の動向、性格
  - ・ 男性社員が少ない
  - ・ 9時5時の勤務形態を取らない

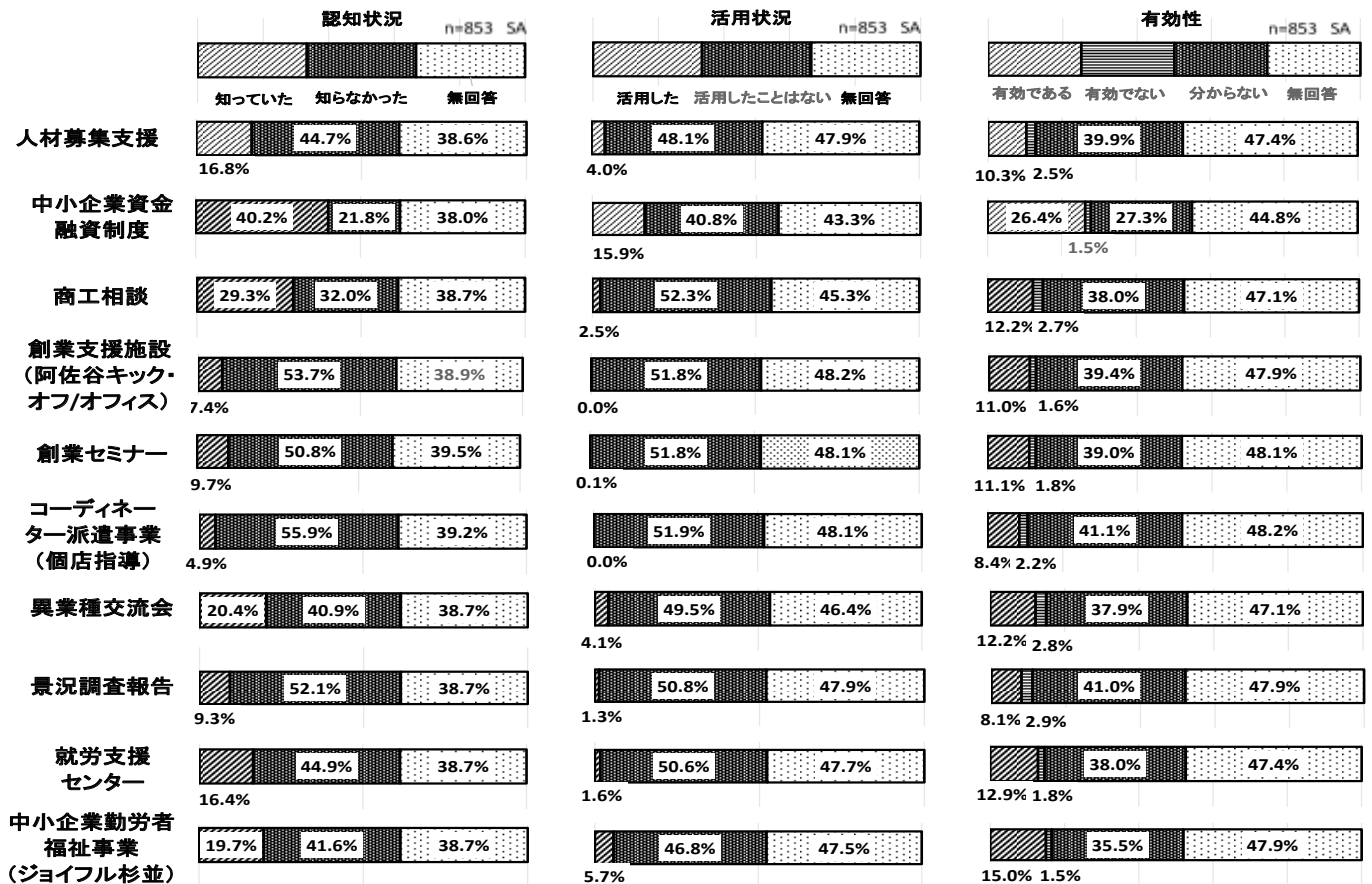
●「ワーク・ライフ・バランス」取組に必要な支援



- 【その他】
- ・ 関連法令改正について
  - ・ 経営の安定化支援
  - ・ 事業規模別の取組を知りたい
  - ・ 政府の施策
  - ・ 補助金制度等の支援 (6)
  - ・ 社内教育用の資料・テキスト・ビデオ・フォーマット
  - ・ 業務効率化支援
  - ・ 支援を受けている会社の社員の生の声を知りたい
  - ・ 人材確保のための施策 (5)
  - ・ 代替職員の確保

<杉並区の産業施策について>

●杉並区の産業施策

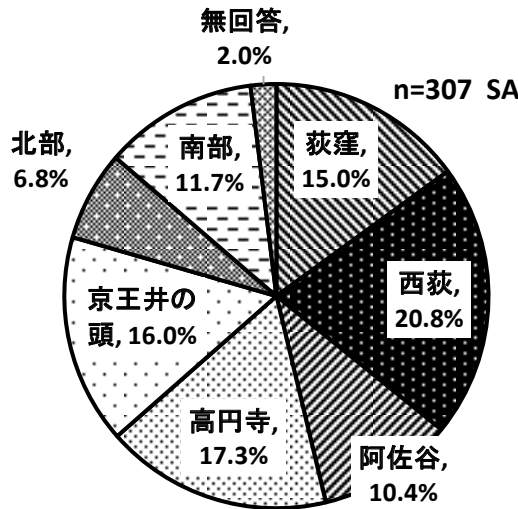




## 2) 杉並区商店実態調査

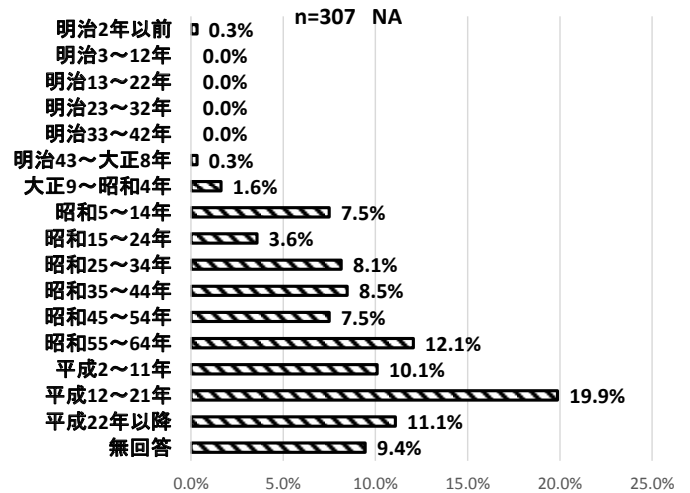
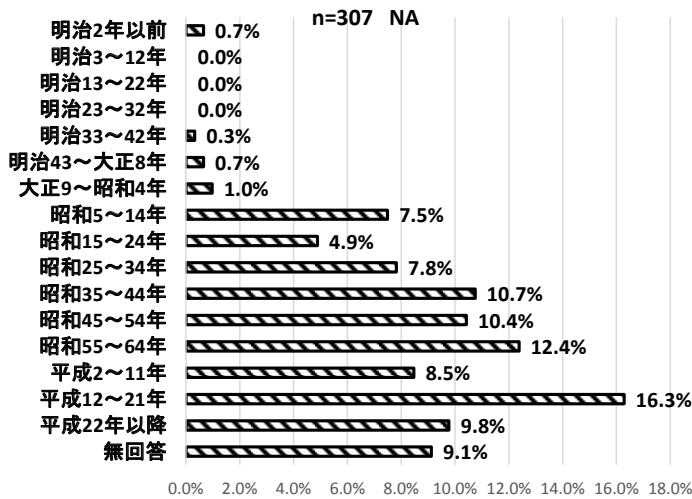
<事業所の属性>

●商店の所在地域

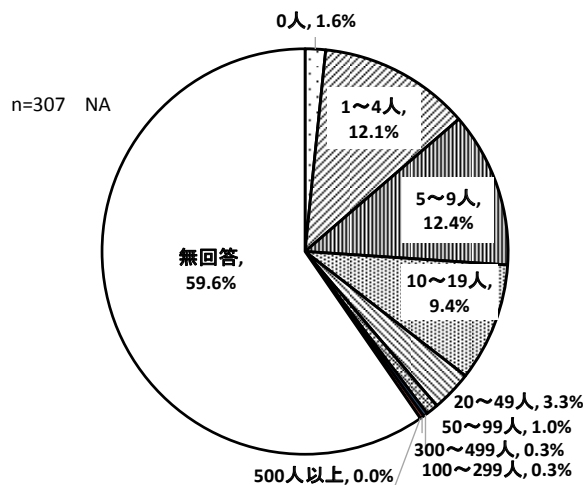


●創業年

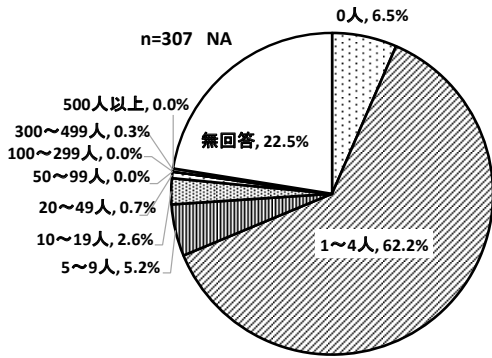
●杉並区での事業開始年



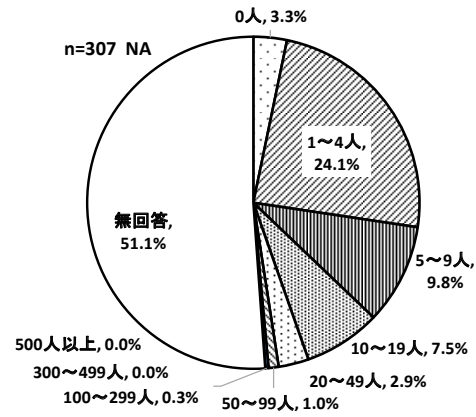
●従業員数 (総数)



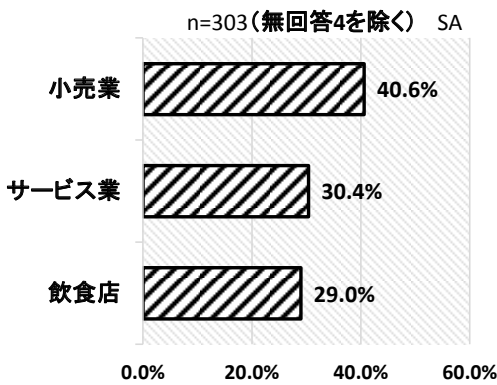
●従業員数(正社員)



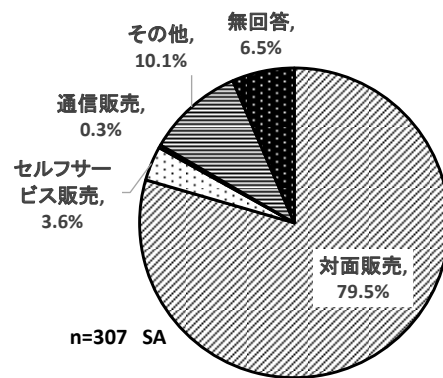
●従業員数(非正社員)



●業種

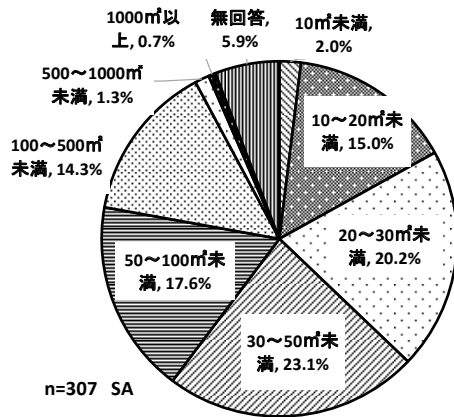


●主な販売方法

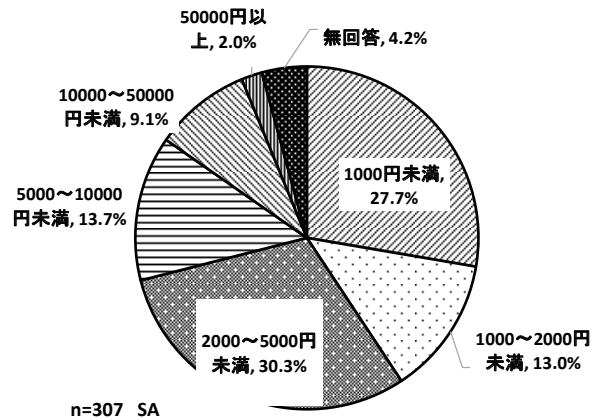


- 【その他】
- ・会員制
  - ・教育・保育 (8)
  - ・公衆浴場
  - ・注文販売
  - ・電話受付
  - ・新聞販売・配達 (2)
  - ・訪問販売 (3)

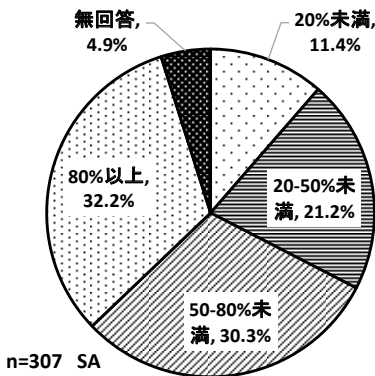
●事業所面積



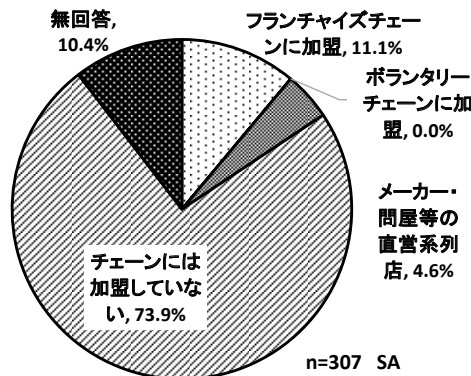
●平均客単価



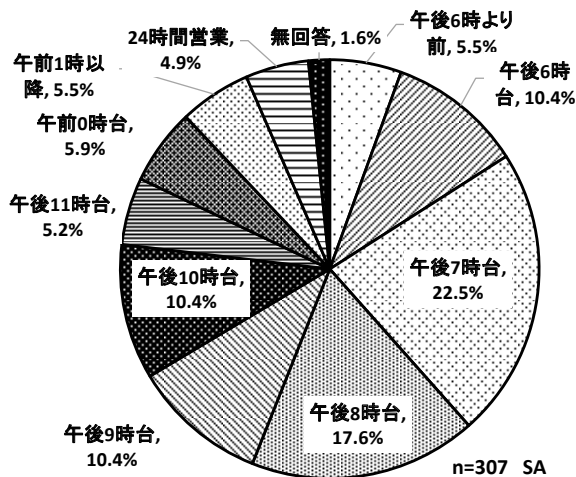
●売上に占める固定客の比率



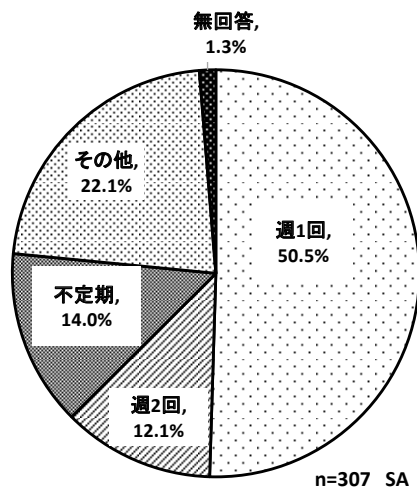
●チェーンへの加盟



● 平日の閉店時間



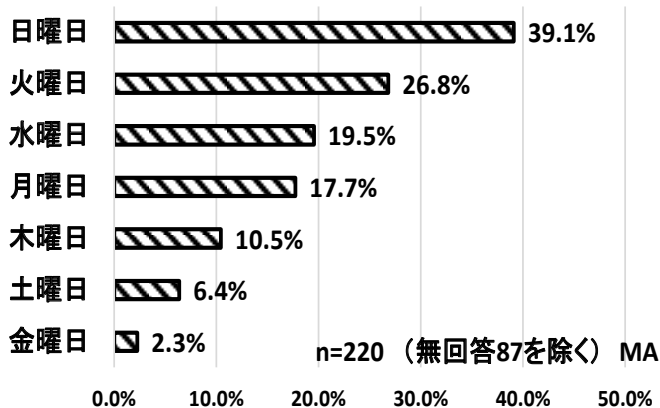
● 休業日数



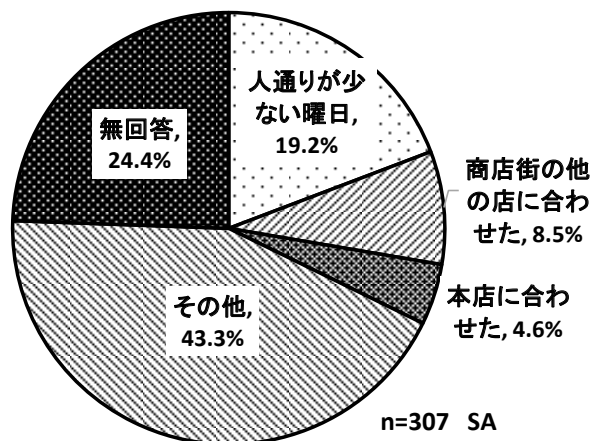
休業日数【その他】

- ・ 隔週 (2)
- ・ 隔週 2日
- ・ 週 1.5日
- ・ 週 4回 (2)
- ・ 週 3回 (4)
- ・ 月 1回
- ・ 月 2回
- ・ 月 3回
- ・ 年 2回
- ・ 年 3日
- ・ 年 5回
- ・ 年 7日
- ・ 年始 (5)
- ・ 年末年始 (2)
- ・ 月 2回連休 (2)
- ・ 10日に1回
- ・ 月 1回連休あり
- ・ 無休 (38)
- ・ ゴールデンウィーク
- ・ 夏休み、連休、正月

● 休業日



● 休業日を決めた主な理由

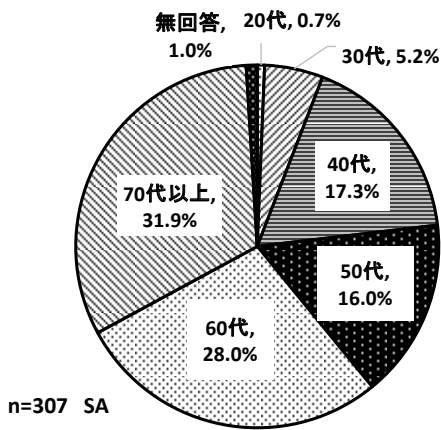


休業日を決めた主な理由【その他】

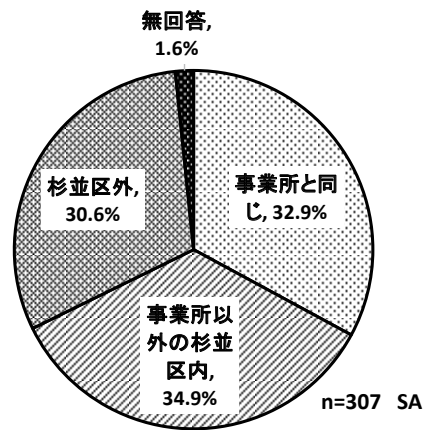
- ・ 一般的に (3)
- ・ 家庭・自分の都合 (18)
- ・ 技術講習会の日程 (2)
- ・ 客数が少ない (11)
- ・ 業界の休業日 (19)
- ・ 近隣の会社が休み
- ・ ゴミ回収がない
- ・ 仕入れの都合 (5)
- ・ 仕事入らなかつたら
- ・ 週明け
- ・ 従業員の都合 (4)
- ・ 宗教上
- ・ 週の間 (2)
- ・ 新年 3日
- ・ セール翌日
- ・ 創業時より (5)
- ・ テナントビルの定休日 (5)
- ・ 同業他社と違う日
- ・ 同業他社の休業の多い日
- ・ 独自の都合 (2)
- ・ 土日は生徒が来やすい
- ・ 本社工場に合わせる
- ・ 連休中

<事業所代表者について>

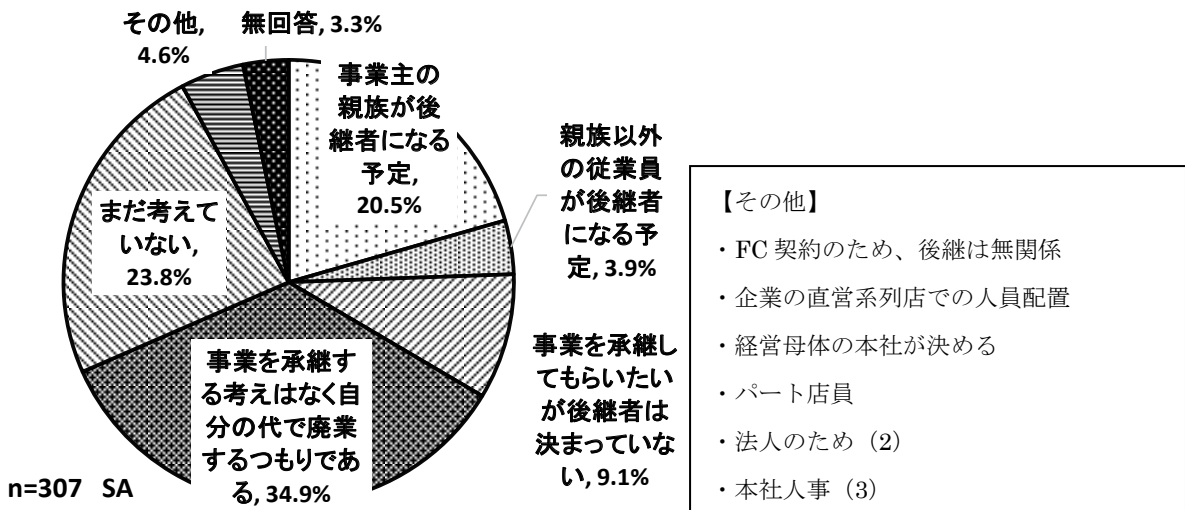
●年齢



●自宅住所

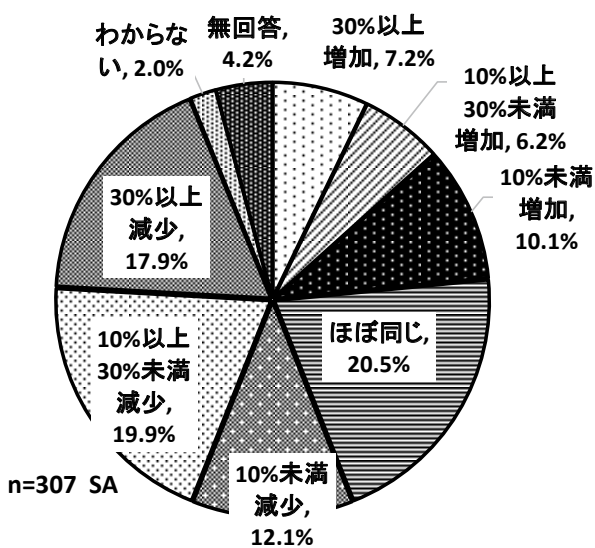


●事業後継者の有無

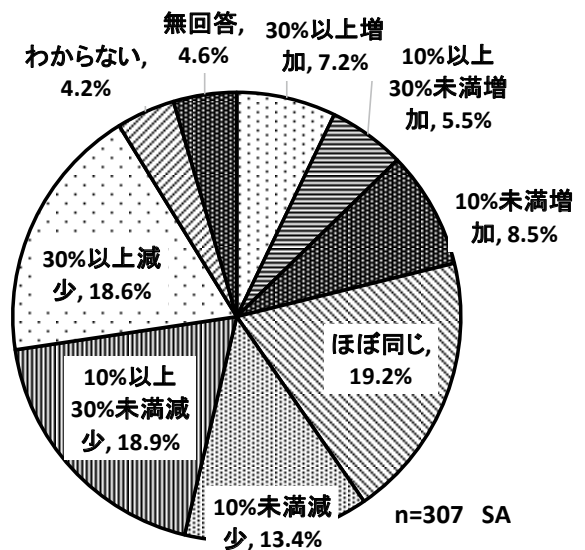


<経営状況>

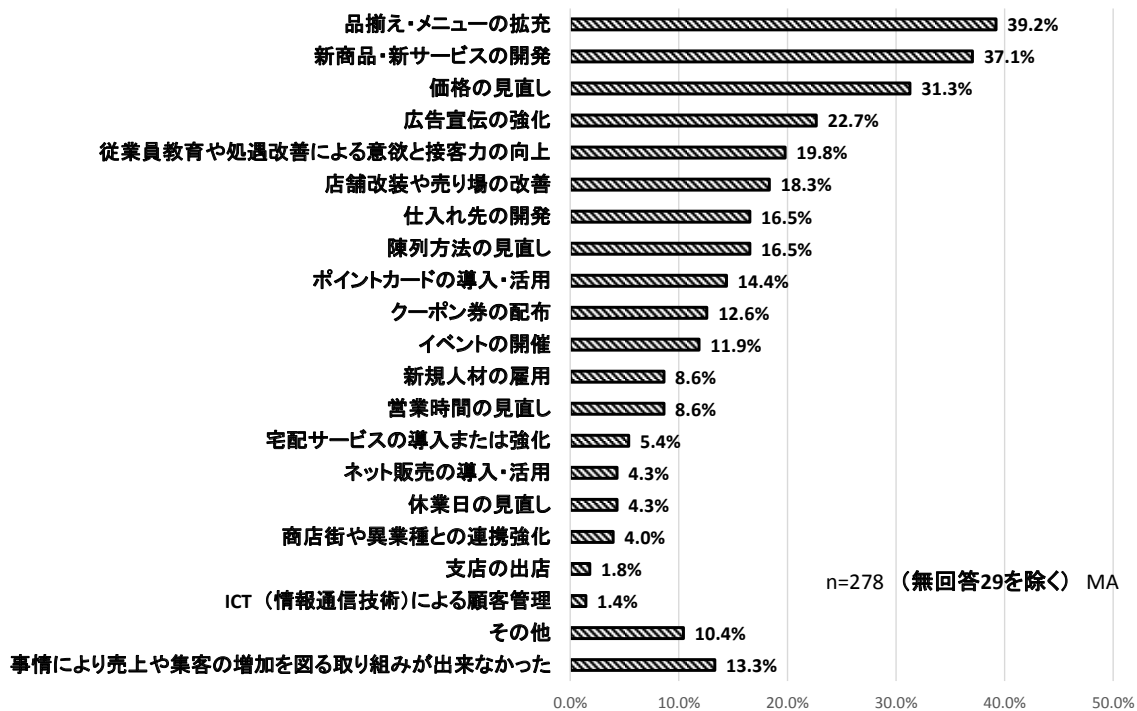
●5年前と比較した売上高の変化



●5年前と比較した客数の変化

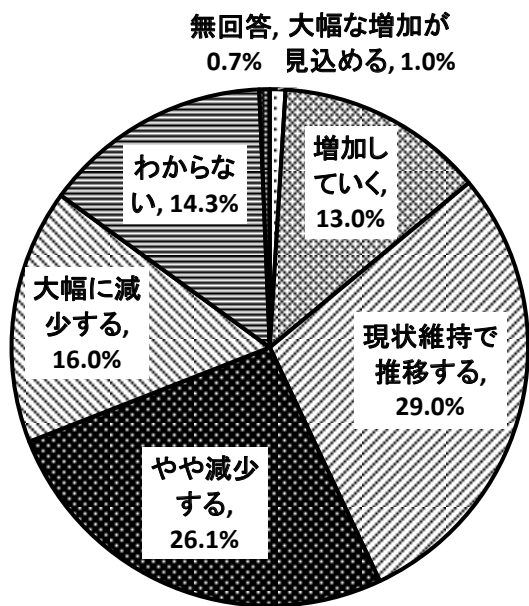


●過去5年間の売上や客数を増やす取組

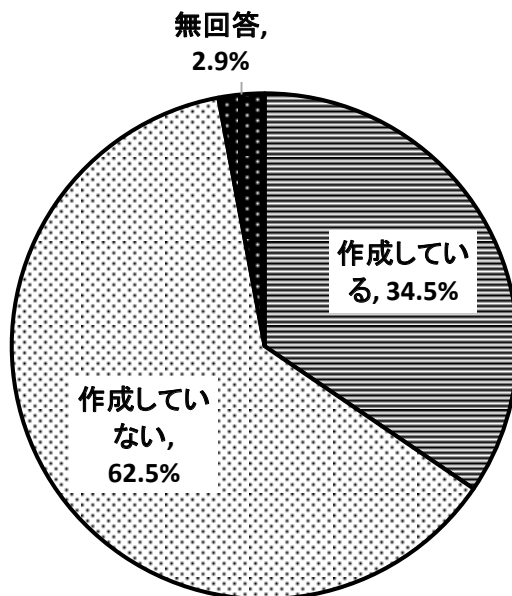


- 【その他】
- ・ HP 開設 (4)
  - ・ SNS の活用 (2)
  - ・ 異業種交流会の参加
  - ・ インターネット予約 (2)
  - ・ 加工場所を地方に増設
  - ・ 基本的に忠実なだけ
  - ・ クレジットカード導入
  - ・ ケイタイなどの情報
  - ・ 事業所を増やした
  - ・ 他加盟店の買収
  - ・ 百貨店への催事出店
  - ・ 店舗建て直しにより客席が増えた
  - ・ 本部政策
  - ・ まじめに良心的に
  - ・ メール配信サービス
  - ・ 私の好みの客層をしっかり守る

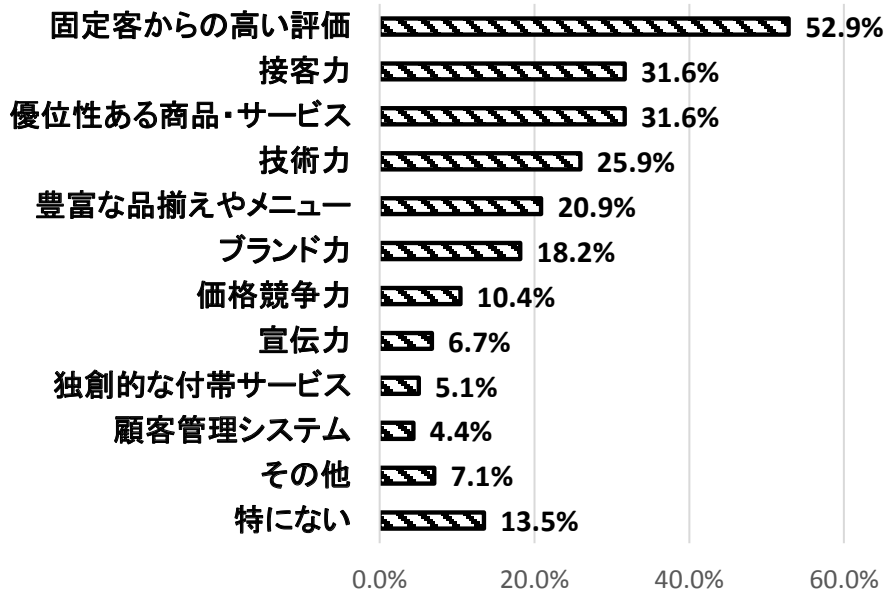
●来客数や売上高の推移予測



●事業計画（売上・損益・資金繰り計画等）の作成



●強みと認識していること

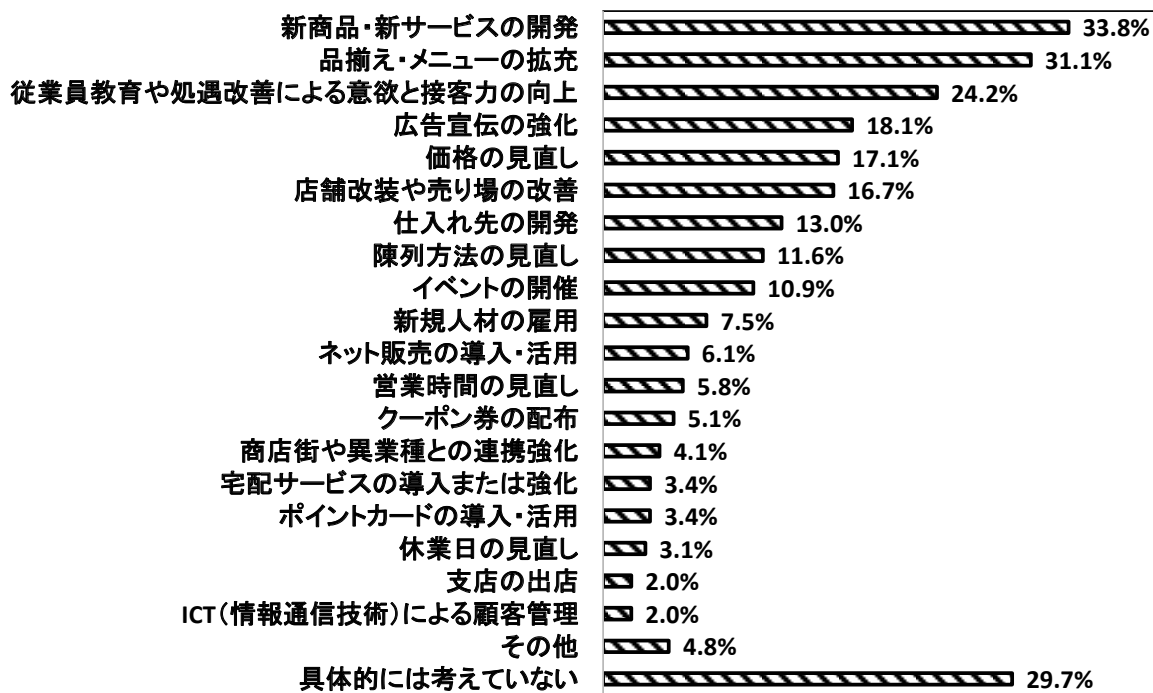


【その他】

- ・経営、営業年数による信頼
- ・個々に対応する細かなサービス
- ・商品知識の広さ
- ・商品の鮮度
- ・スタッフ
- ・誠実な指導
- ・他店との差別化
- ・駐車スペースの広さ
- ・天然の国産食材を重視
- ・店舗立地 (2)
- ・配達の際のお手伝い
- ・まじめさ (2)
- ・予約制

n=297 (無回答10を除く) MA

●売上・客数を増やすための今後の取組計画

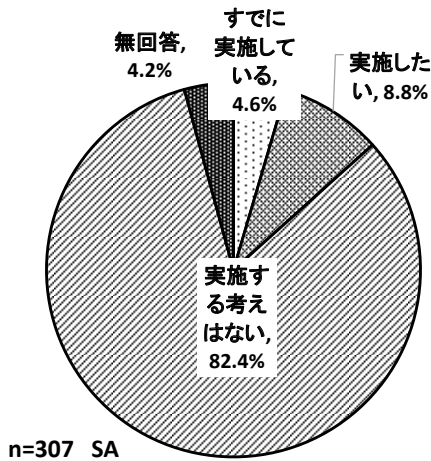


n=293 (無回答14を除く) MA

【その他】

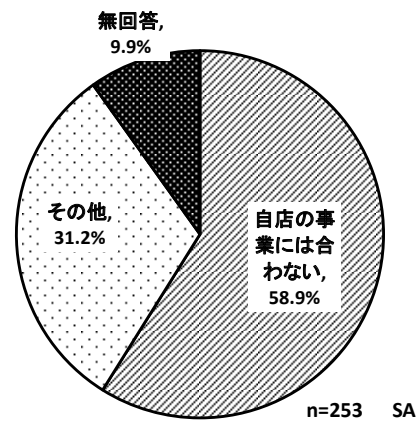
- ・お年寄りを大切にする
- ・基本に忠実
- ・接客の向上 (2)
- ・本部政策に従う
- ・漢方の勉強
- ・固定客を大切に
- ・地産地消
- ・レトロでほっとする空間
- ・技術の向上
- ・誠実な指導
- ・独自性の発揮
- ・杉並区の施設での販売

●訪日外国人を対象としたビジネス



●実施を考えない理由

(問 10 で「実施する考えはない」と回答した商店)



【すでに実施しているビジネス】

- ・一部案内を英語表記している (2)
- ・英・中・韓語のパンフレット・案内冊子を配布
- ・英語での接客の強化 (3)
- ・外国語メニュー (5)
- ・外国人が欲しい商品の販売
- ・口コミで来る
- ・店舗紹介の WEB
- ・免税対応

【実施したいビジネス】

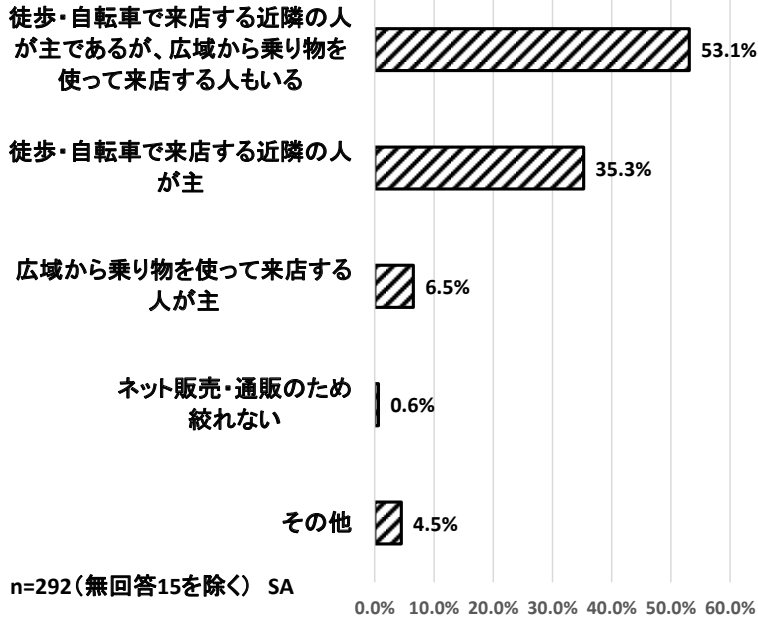
- ・ PC 教育
- ・ 広告宣伝
- ・ 多言語の案内
- ・ 盆栽の紹介
- ・ 料理教室
- ・ 外国語メニュー (3)
- ・ 「和物」を拡大、「MADE IN JAPAN」商品の拡大
- ・ 外国語が話せる外国語表記の案内など
- ・ 外国語の対応 (宣伝、技術、スタイル性)
- ・ 外国人に向けた商品の提供
- ・ 外国人向けに書道を教えたい
- ・ SNS の活用
- ・ 語学力の強化
- ・ 日本料理
- ・ 畳をアピール
- ・ 外国人の雇用
- ・ 免税店 (2)

●実施を考えない理由

【その他】

- ・ FC 本部の施策次第 (3)
- ・ 現状で手一杯 (4)
- ・ 現状に大きく変わる見込みはない
- ・ 現状では家庭市場での反対が多い
- ・ 商品ラインナップが散漫になる
- ・ 対応によるトラブルをさげたい
- ・ 日本に住んでいる方が対象の為
- ・ トラブル、事故抑止のため、人件費やコストを考えると利益に結びつけにくい
- ・ 日本の風習・歴史を理解させなければならない
- ・ 訪日外国人が顧客として見込めると判断した場合に検討する
- ・ 来客の際は一緒にプレーしている (ビリヤード・ダーツ)
- ・ 来店客の 70%~80% は強引でマナーが悪いので
- ・ 会員制のため
- ・ 現状のままで良い (4)
- ・ 商習慣が合わない
- ・ すぐに実施予定はない
- ・ その時に対応する
- ・ 来店時には歓迎 (2)
- ・ 日本人と外国人を分ける必要がない (11)
- ・ 外国人が少ない (10)
- ・ 高年齢のため (5)
- ・ 言葉の壁 (5)
- ・ 小規模で対応が出来ないため
- ・ 廃業の予定 (4)
- ・ 見て覚えられない人が多い

●対象とするお客様の範囲



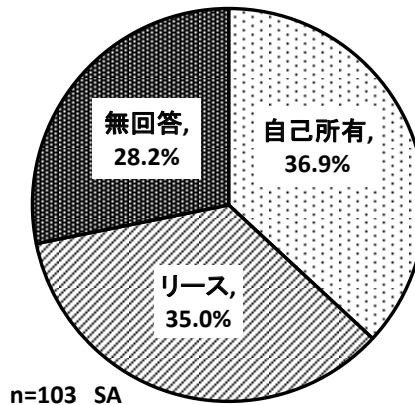
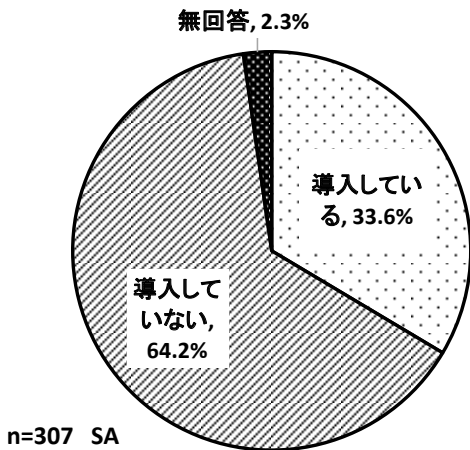
【その他】

- ・近隣の方が主、ご親族などが車で来店
- ・自動車での来店
- ・電話受付のみ
- ・曇工事のため電話による注文
- ・配達だけの顧客も多数（杉並、三鷹、武蔵野、中野、練馬、世田谷等）
- ・訪問販売（広域）
- ・ルート販売で範囲は絞れない
- ・得意先の高齢化で先細り

<クレジットカードや電子マネーの決済システムについて>

●クレジットカード決済システムの導入

●端末の所有（問12でクレジットカード決済システムを「導入している」と回答した商店）

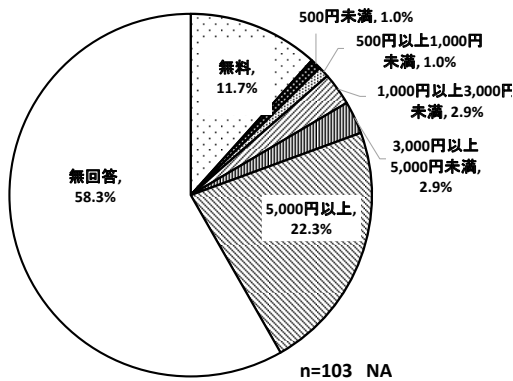


【契約会社（代行社）】

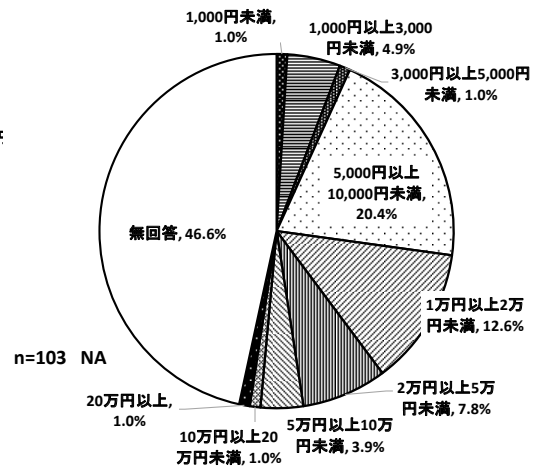
・ Air ペイ (2)	・ DC	・ INFOX (2)	・ JCB (11)	・ JMS (9)	・ J-MuPS
・ PayPal	・ UC (3)	・ VISA (4)	・ イオンサービス	・ エマーペイ	・ オリコ
・ オリックス	・ (株) 全東信 (17)		・ (株) ルミネ	・ スクエア	・ タウンセブン
・ 東京クレジット	・ 東芝テック (2)		・ 東信 VISA	・ マスター (2)	・ ルミネ
・ ライフカード	・ リクルート (2)		・ ファミマクレジット		
・ 楽天スマートペイ (6)	・ 佐川フィナンシャル		・ セブンイレブンジャパン		
・ トヨタファイナンス (2)	・ 本部指導会社 (2)		・ 三菱UFJニコス (3)		
・ クレジット会社全般 (6)					



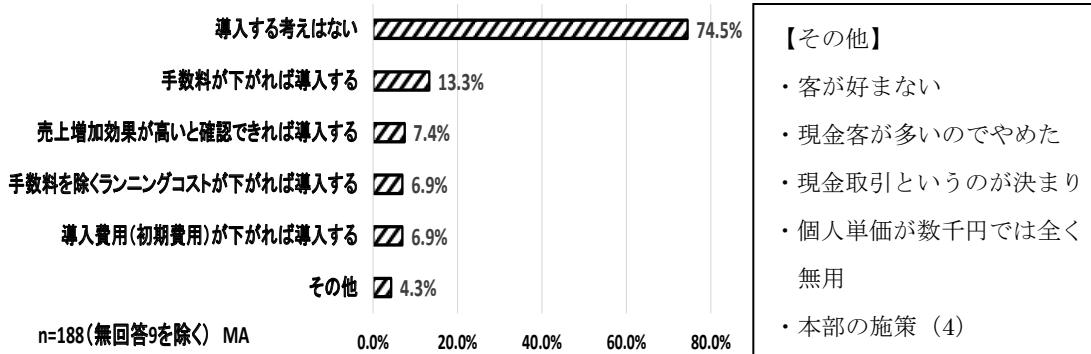
●ランニングコスト（リース料や手数料を含む平均額）  
（問12でクレジットカード決済システムを「導入している」と回答した商店）



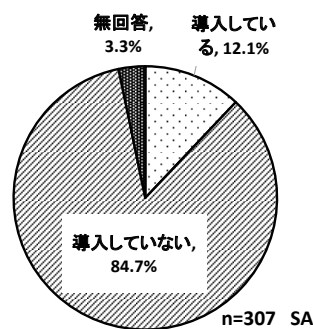
●クレジットカード1回当たりの平均決済額  
（問12で「導入している」と回答した商店）



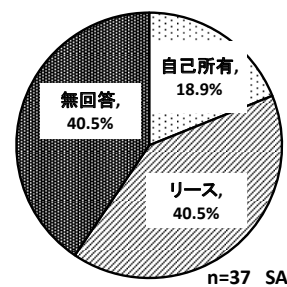
●クレジットカード決済システム導入の考え（問12で「導入していない」と回答した商店）



●電子マネー決済システムの導入

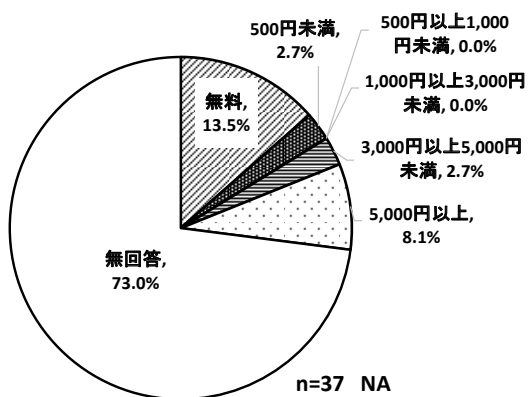


●端末の所有（問13で電子マネー決済システムを「導入している」と回答した商店）

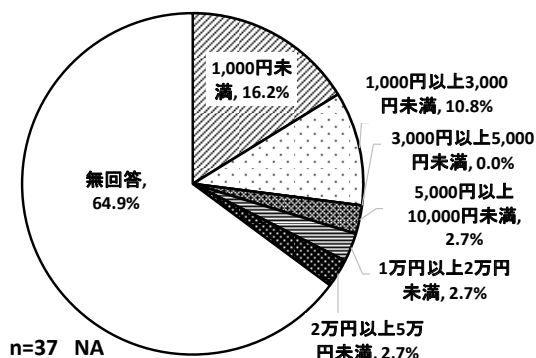


【契約会社（代行社）】			
・ Air ペイ (2)	・ EDY (6)	・ ID (6)	・ INFOX
・ JCB M	・ SWEN	・ T マネー (2)	・ カザビ
・ クイックペイ (3)	・ タウンセブン	・ 東芝テック (2)	・ 全東信 (2)
・ ダスキン MD 事業部 (2)	・ トヨタファイナンス	・ ナナコ (5)	・ ルミネ
・ 楽天スマートペイ	・ ヤマトフィナンシャル	・ リクルートペイメント	・ ワオン (4)
・ 交通系電子マネー (7)	・ 本部指導による (2)		

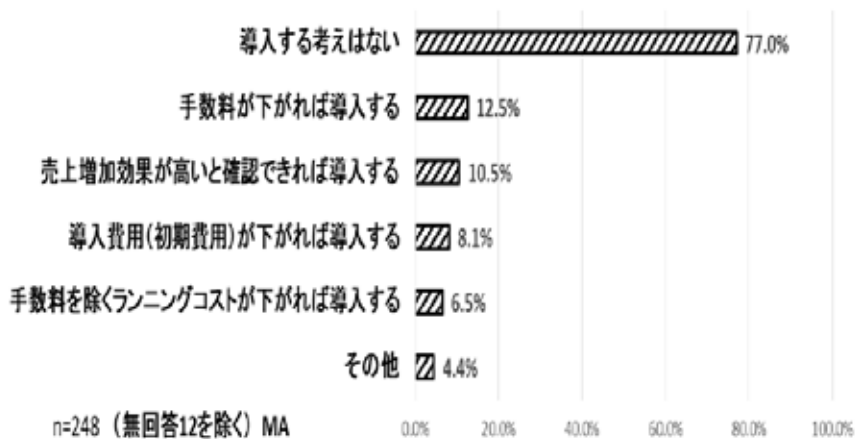
●ランニングコスト（リース料や手数料を含む平均月額）  
 （問13で電子マネー決済システムを「導入している」と回答した商店）



●電子マネー1回当たりの平均決済額  
 （問13で「導入している」と回答した商店）



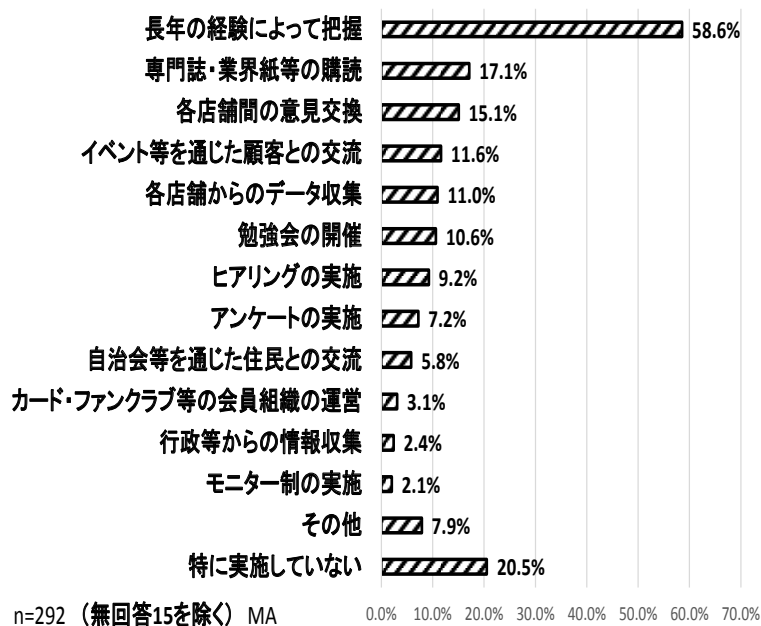
●電子マネー決済システム導入の考え（問13で「導入していない」と回答した商店）



- 【その他】
- ・高齢の為
  - ・個人単価が数千円では全く無用
  - ・めんどろ、少額なら現金の方が良い
  - ・よくわからない

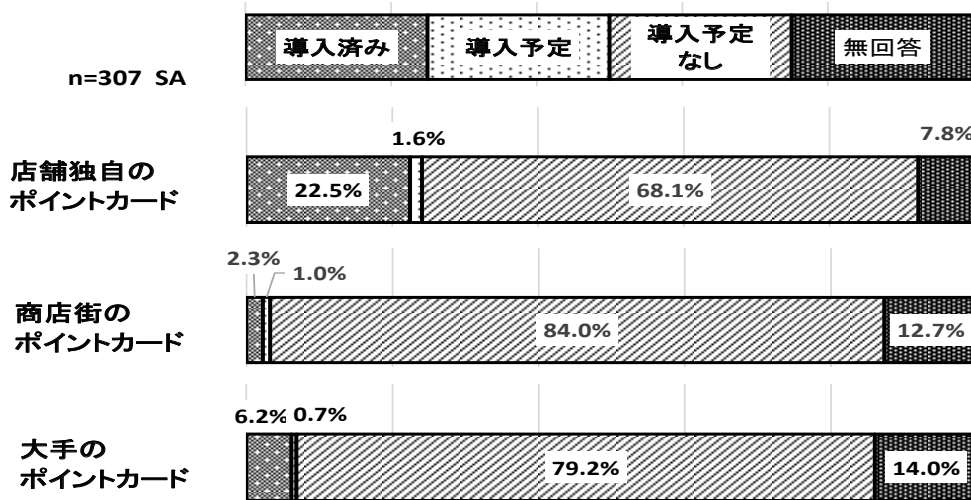
<個別の取組状況について>

●商品やサービスに対する顧客ニーズの把握

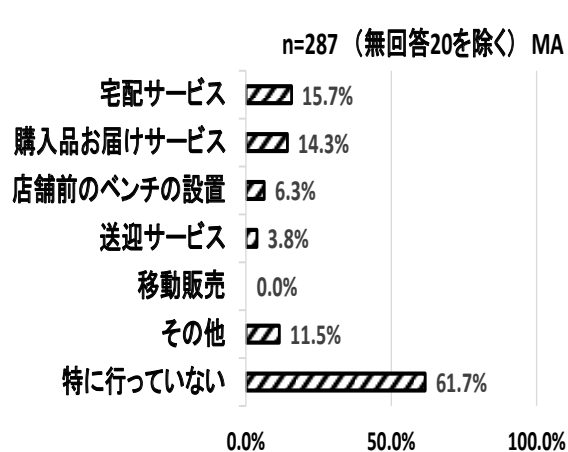


- 【その他】
- ・インターネット
  - ・イベントでの情報収集
  - ・大売出し
  - ・お客様との会話 (2)
  - ・食べ歩き
  - ・加入している連盟の情報
  - ・本部施策 (4)
  - ・業界の組合からの情報 (2)
  - ・社内での情報交換
  - ・他店からの情報収集
  - ・覆面調査
  - ・メーカーの勉強会
  - ・同業者との情報交換 (4)
  - ・日々の生活での住民との交流や顧客との交流

●ポイントカードの導入状況

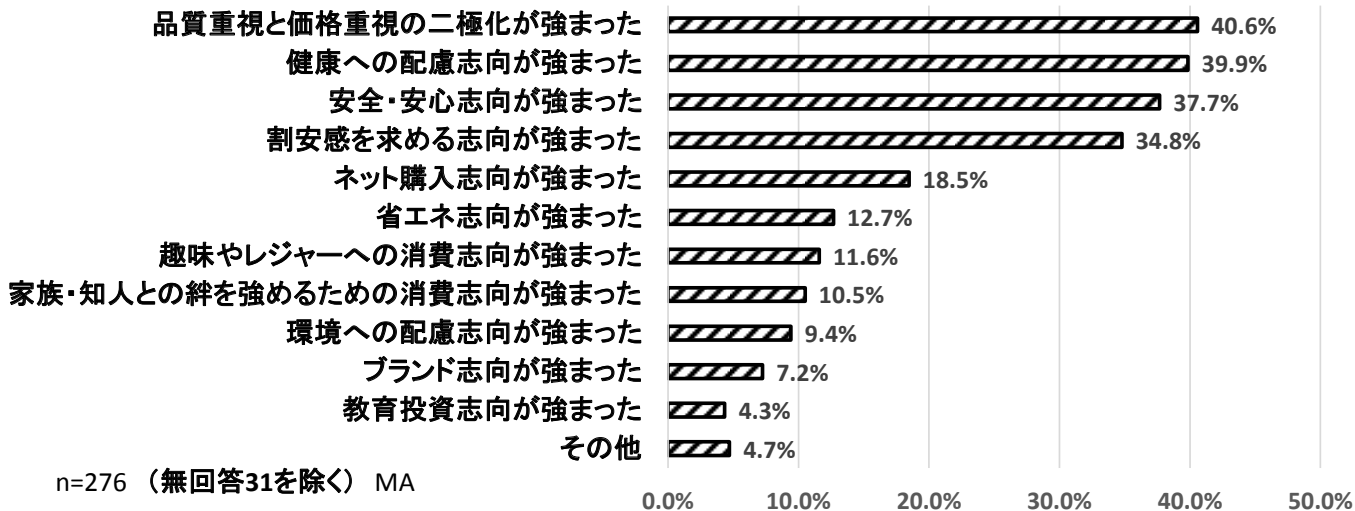


●高齢者に配慮したサービス



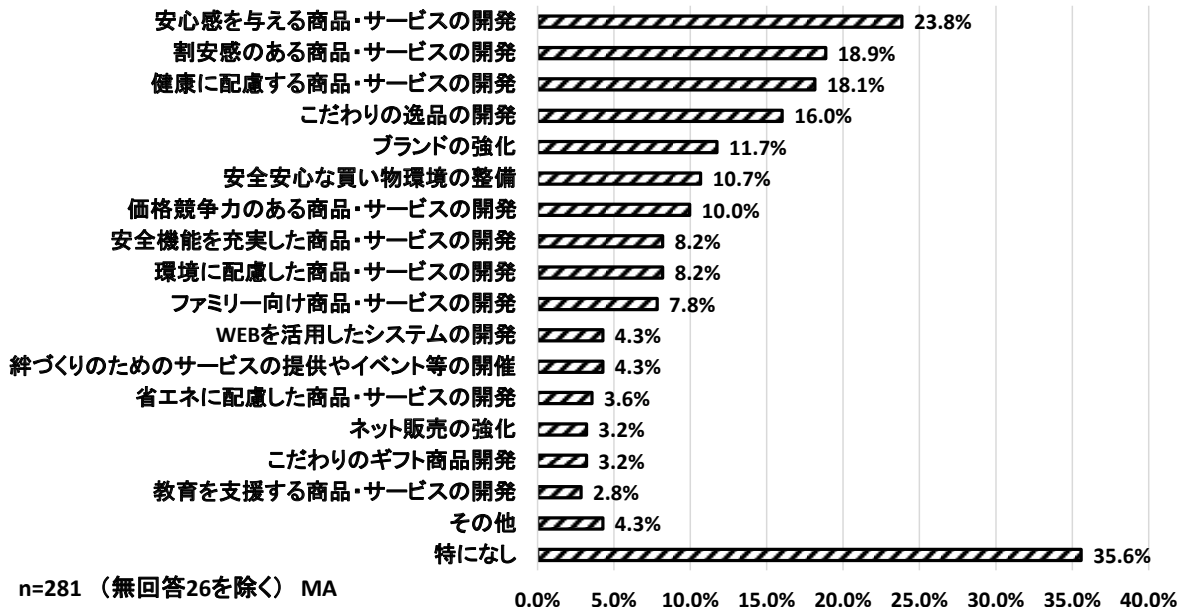
- 【その他】
- ・囲碁、将棋大会の開催
  - ・椅子を出す
  - ・移動式シャンプー台
  - ・お客様に合わせた調理
  - ・基本的なことの実行
  - ・車イスでも来店可 (2)
  - ・介護デイサービスのお客様受け入れ
  - ・出張サービス(8)
  - ・シルバー料金の導入
  - ・特別クラスの設置
  - ・自動ドアではないので開閉のお手伝い
  - ・夏場に冷たい麦茶を提供
  - ・店舗内に椅子、テーブルの設置
  - ・バリアフリー (10)
  - ・割引サービス (2)
  - ・広いトイレの提供

●5年前と比べた顧客ニーズの変化



- 【その他】
- ・ SNS に強い店舗が強い
  - ・ 財布のひもが固くなった、高級品が売れない
  - ・ 少子化が見られる
  - ・ ネット情報
  - ・ 身勝手
  - ・ 良い接客を求められる
  - ・ 割安感を求める志向が強まった
  - ・ ネットで購入し修理を当店に持ち込むパターンが増えている

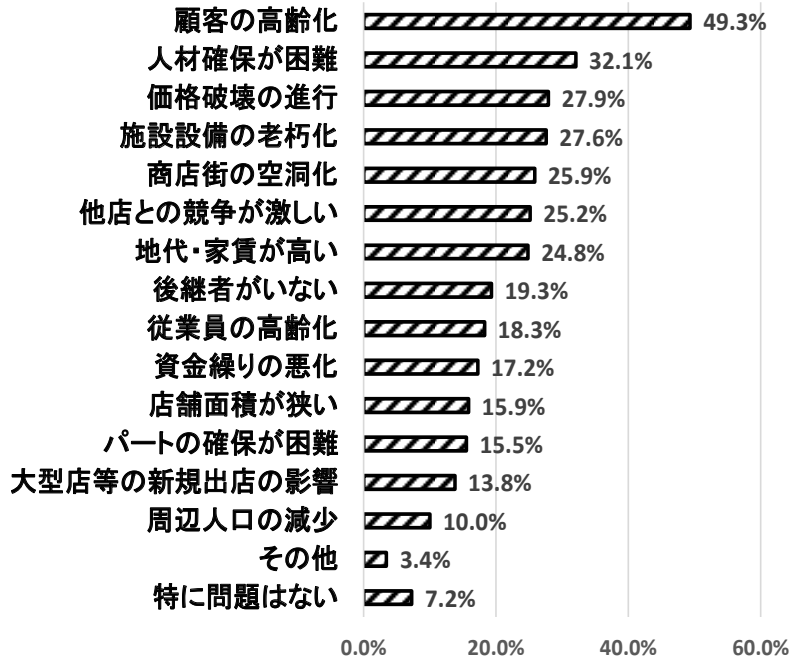
●過去5年間の顧客ニーズの変化に対する新たな取組



- 【その他】
- ・ 新しい事業展開
  - ・ イベントの開催
  - ・ 親切な接客の強化
  - ・ 高齢化による商品対応
  - ・ 素材へのこだわり
  - ・ 本部の決定 (2)
  - ・ 手をかけたサービス
  - ・ ホームページ作成
  - ・ 修理のスピードアップ・時間短縮
  - ・ 毎日の対応、昔も今も関係ありません

<経営上の問題点と今後の方針について>

●事業を継続する上で困っている問題

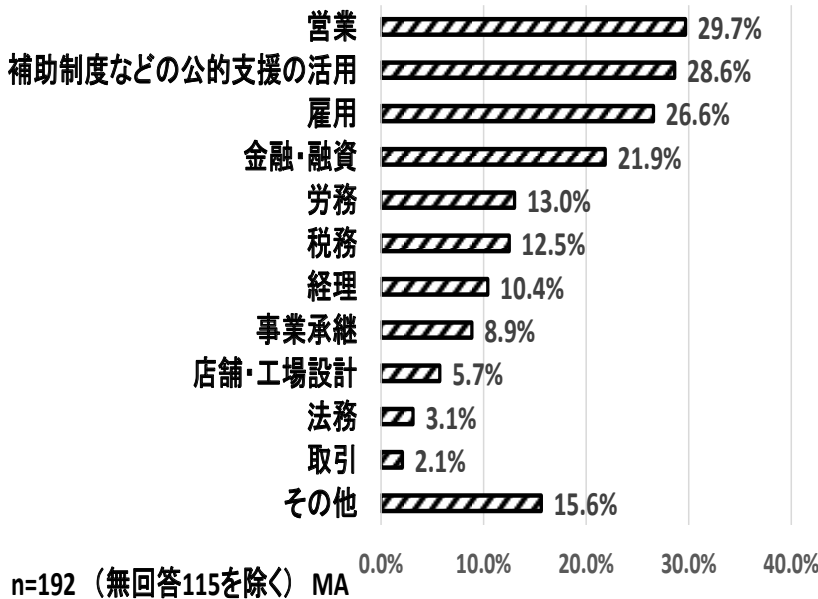


n=290 (無回答17を除く) MA

【その他】

- ・ 飲食への興味
- ・ 最低賃金の上昇
- ・ 商店街が無策、街が活性化しない
- ・ 人件費の急騰
- ・ 相続
- ・ 店主の高齢化、意欲体力減退
- ・ 保育園、介護の杉並区施設の市場が狭い、開かれていない
- ・ 立地、駅から遠い

●経営課題の解決・改善のために受けたいアドバイス分野



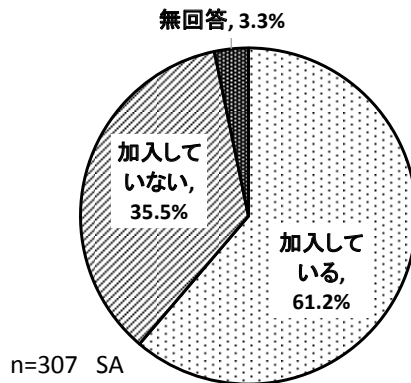
n=192 (無回答115を除く) MA

【その他】

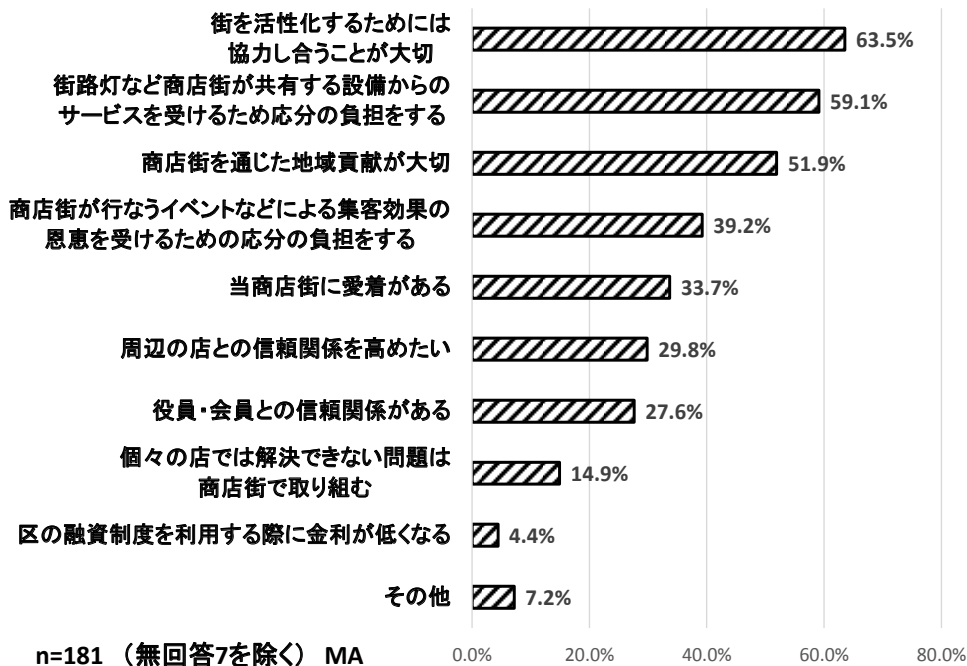
- ・ 技術面の向上
- ・ 区や都に追い立てを食わないか
- ・ 経営コンサルタントがいるため必要無し
- ・ 経営判断の相談窓口
- ・ 継承前に法人化
- ・ 仕入れ(リサイクル品)
- ・ 集客力の増強 (2)
- ・ 当店のこだわりの数々を広く紹介する方法
- ・ ネットの活用
- ・ 本部に任せている (2)
- ・ 信用できる人は誰なのか
- ・ 弁護士か政治家に相談すべきか

<商店街等の組織について>

●商店街組織への加入

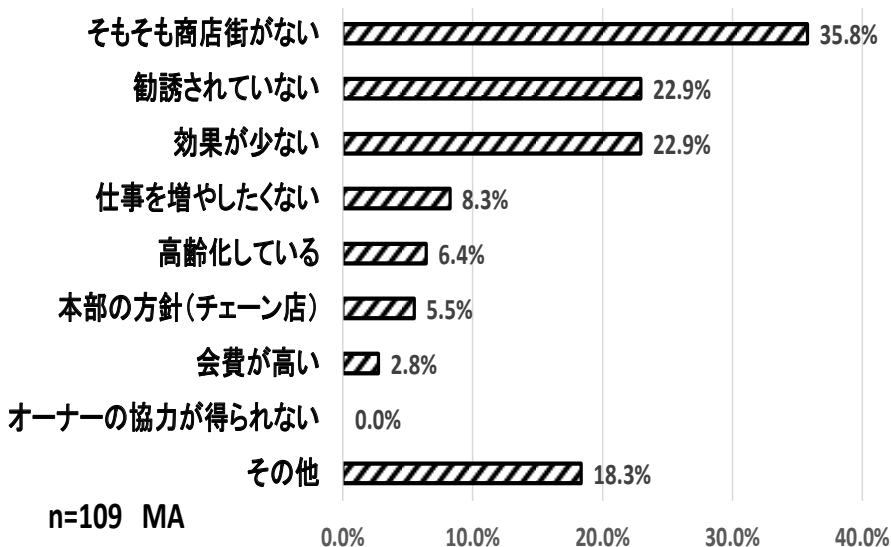


●商店街組織加入の理由・メリット（問21で「加入している」と回答した商店）



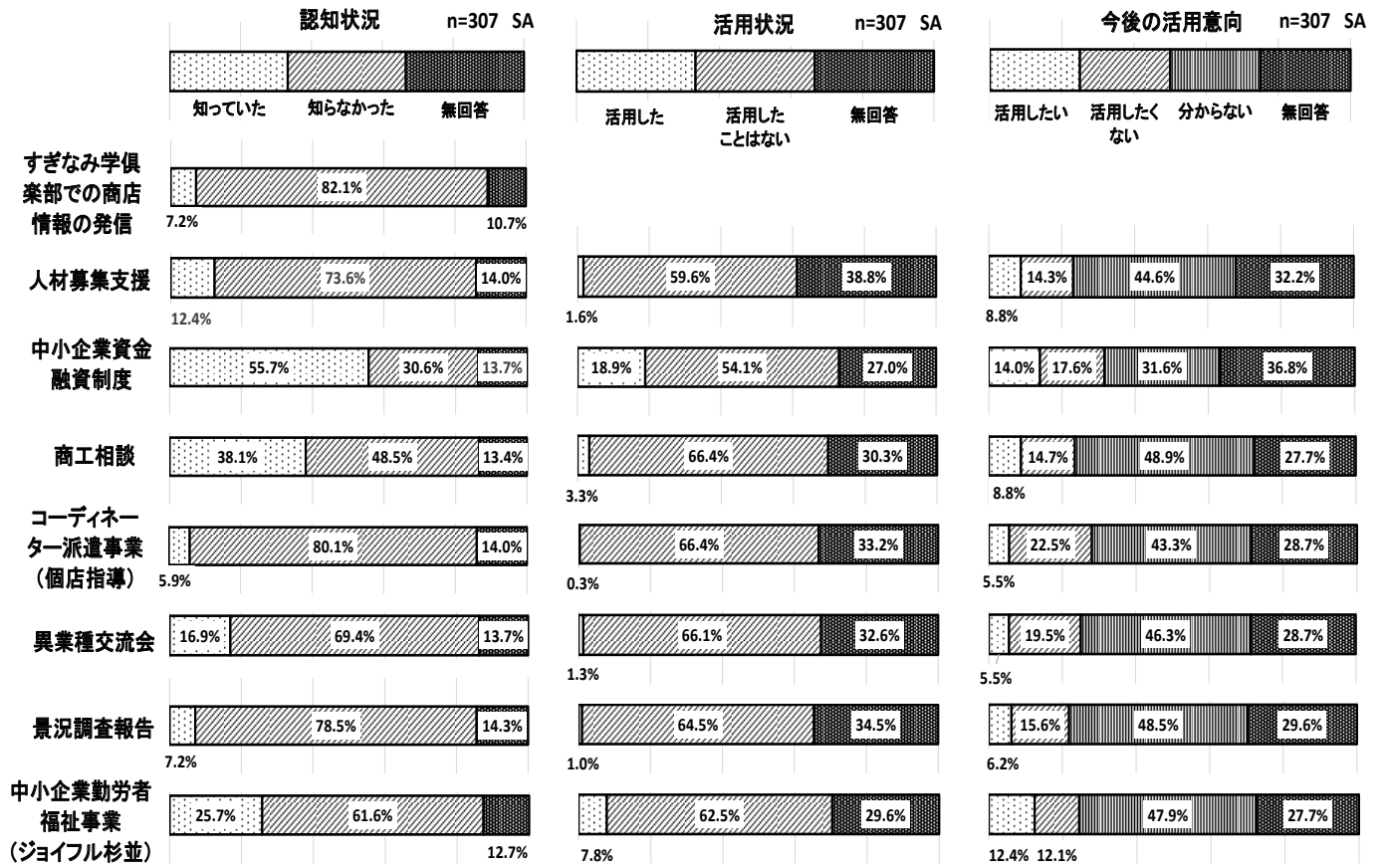
- 【その他】
- ・あまり利用できていないので良くわからない
  - ・以前から入っている
  - ・お互いの店同士で買い物する
  - ・特になし(3)
  - ・半強制(2)
  - ・メリットなし、会計が不明瞭なので退会したい
  - ・メリットなし脱会したい
  - ・メリットは己で得るもので、与えられるものではない

●商店街組織に加入していない理由（問21で「加入していない」と回答した商店）



- 【その他】
- ・時間の余裕がない
  - ・地元の商店街組織がない(5)
  - ・商店街が機能していない(2)
  - ・商店街が無くなった
  - ・商店会費の使い方が不透明で脱退した
  - ・商店数の激減
  - ・テナント組織(2)
  - ・必要を感じない(3)
  - ・一般小売店でない(3)

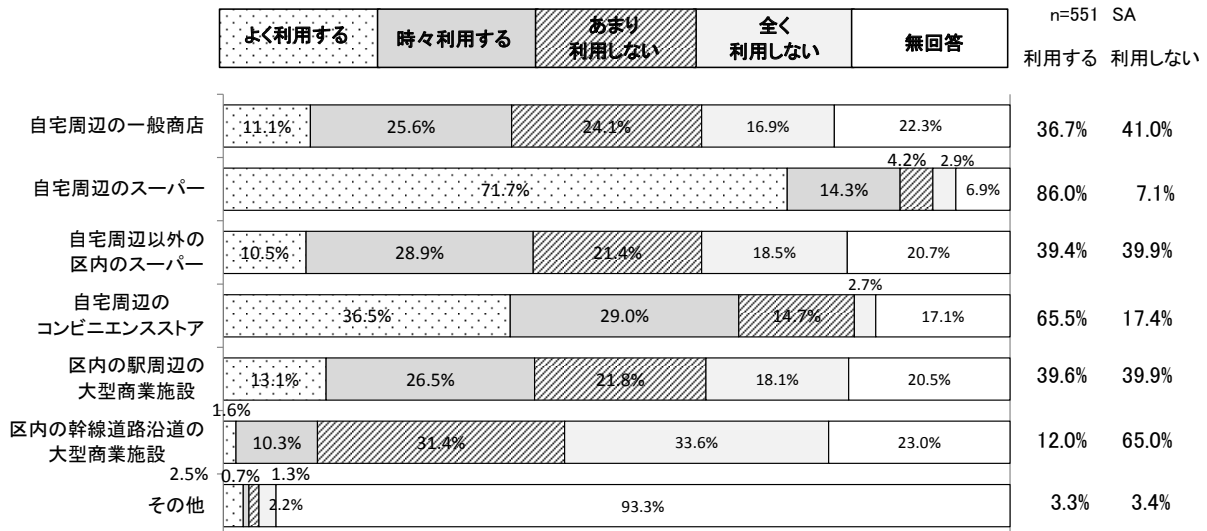
<杉並区の産業施策について>



### 3) 杉並区の産業に関する区民意向調査

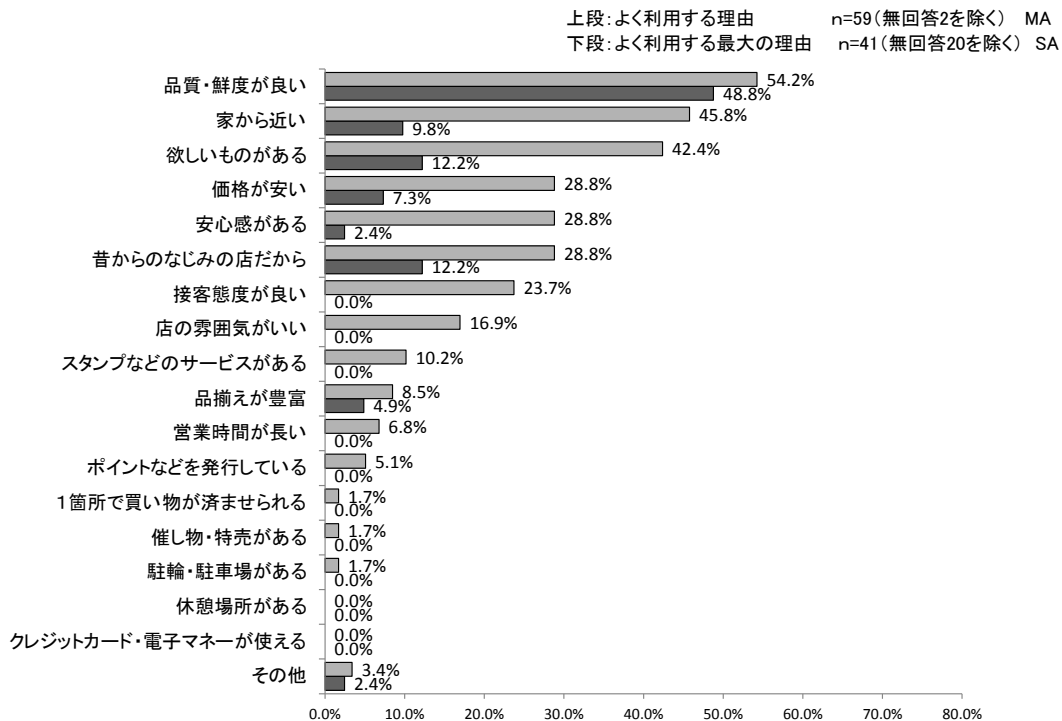
#### <日頃のお買い物について>

#### ●区内で買物に利用する店舗



- 【その他】
- ・区内の駅前商店街
  - ・自宅周辺の生協
  - ・ドラッグストア
  - ・生協
  - ・宅配
  - ・ネットスーパー
  - ・デパート
  - ・他区の自宅周辺のスーパー
  - ・他区のスーパー

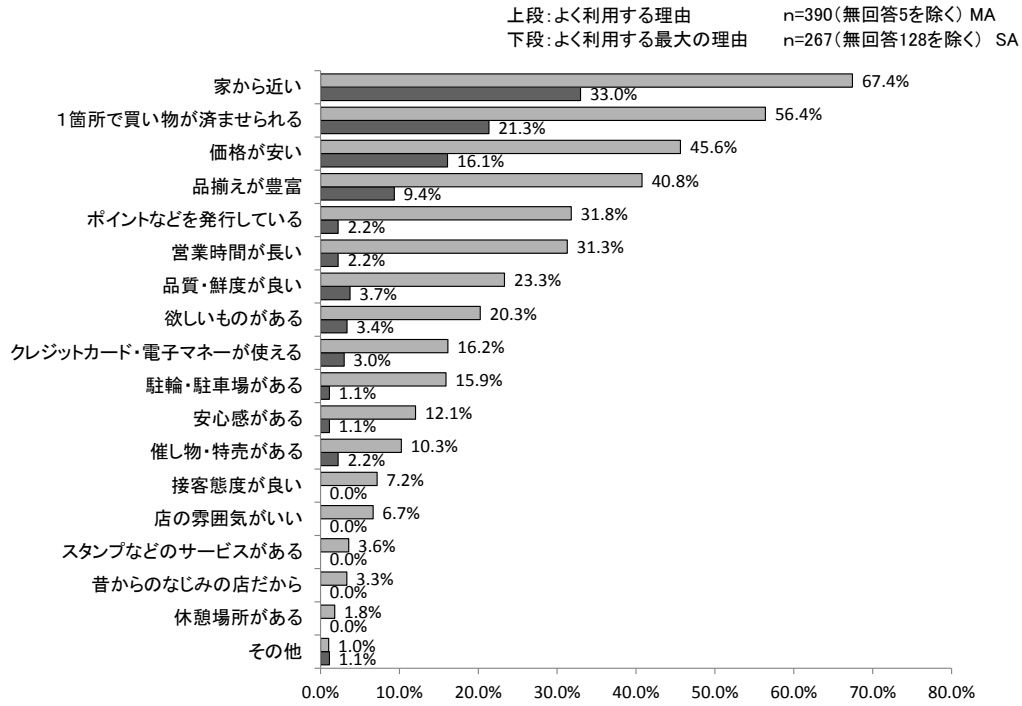
#### ●自宅周辺の一般商店をよく利用する理由



- 【その他の理由】
- ・その店だけでしか販売していない
  - ・子供を自転車から降ろさずに買い物ができる



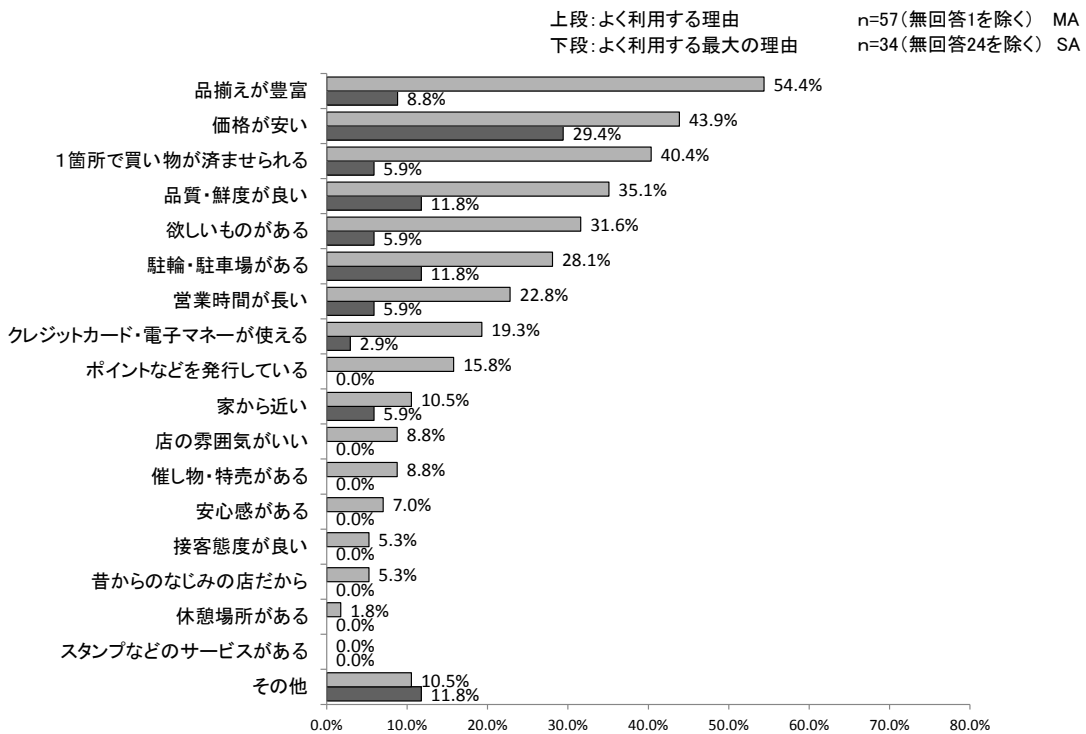
●自宅周辺のスーパーをよく利用する理由



【その他の理由】

- ・ 駅から近い
- ・ 通り道
- ・ その店だけでしか販売していない

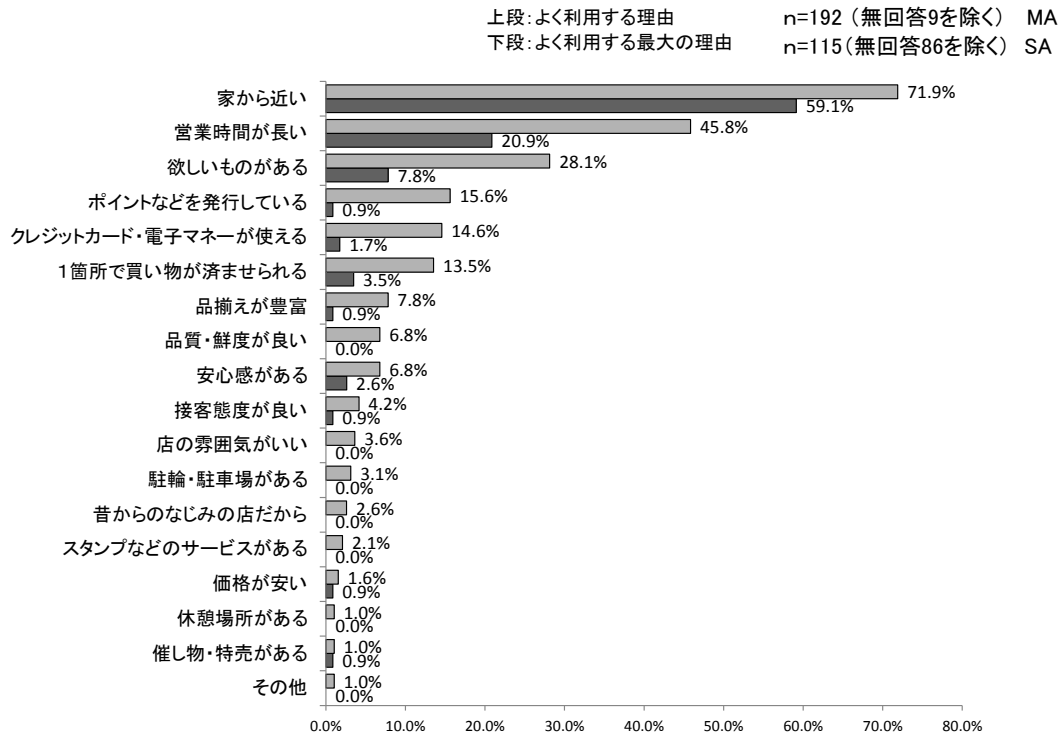
●自宅周辺以外の区内のスーパーをよく利用する理由



【その他の理由】

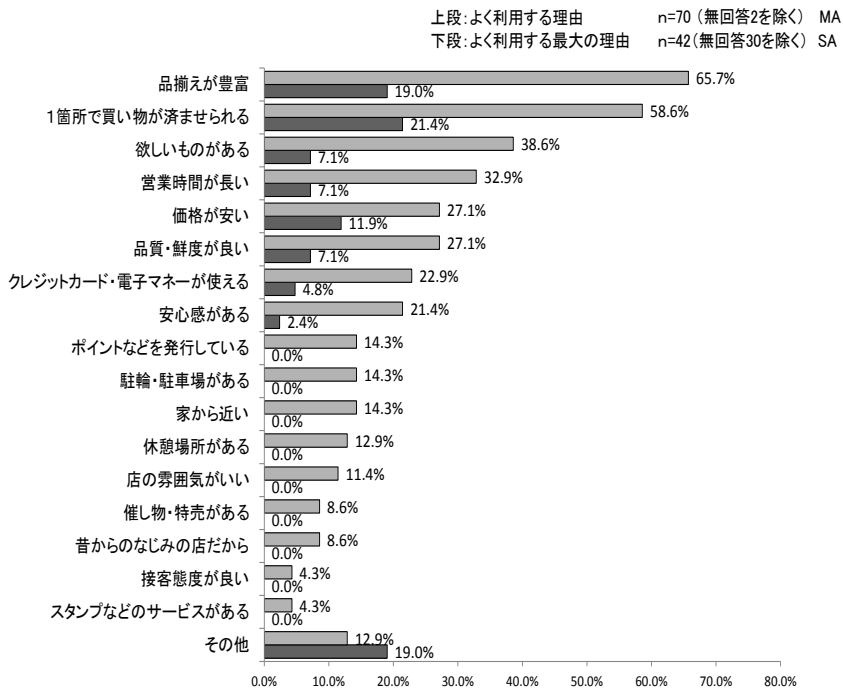
- ・ 駅から近い
- ・ 職場に近い
- ・ 仕事帰りに寄りやすい
- ・ 帰路途中にある

●自宅周辺のコンビニエンスストアをよく利用する理由



【その他の理由】  
・帰路途中にある

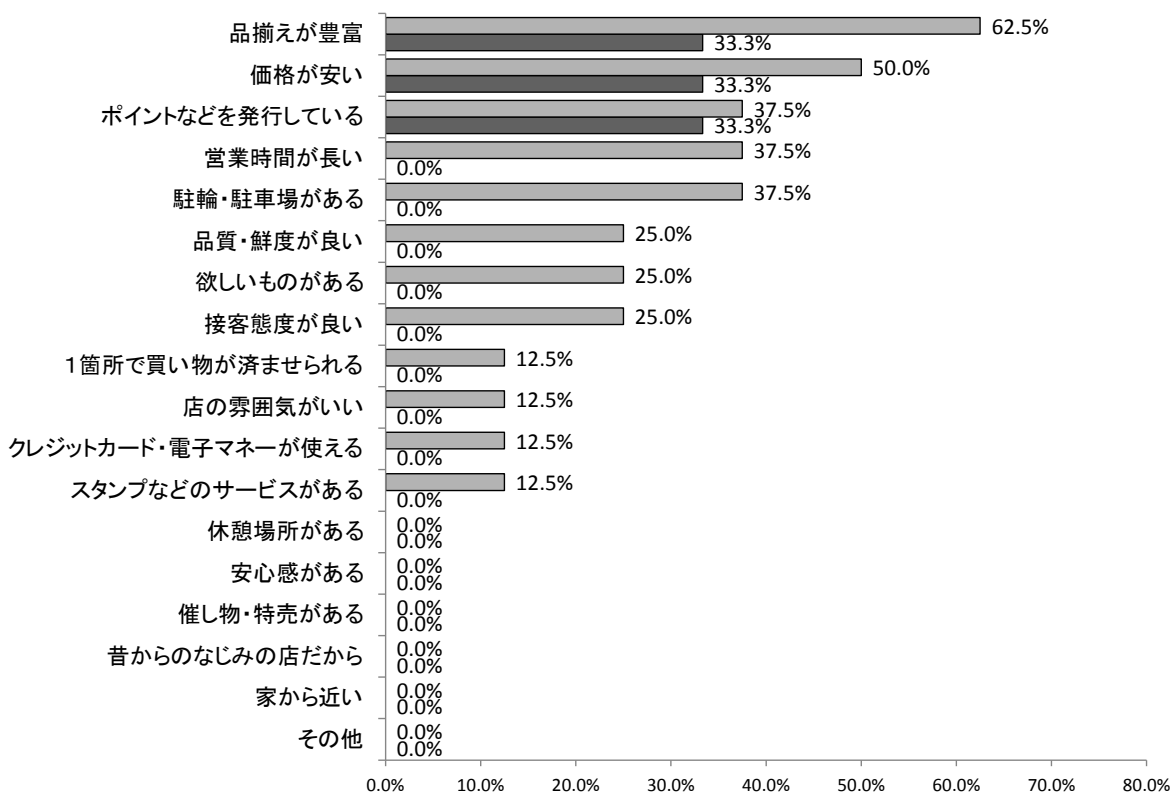
●区内の駅周辺の大型商業施設をよく利用する理由



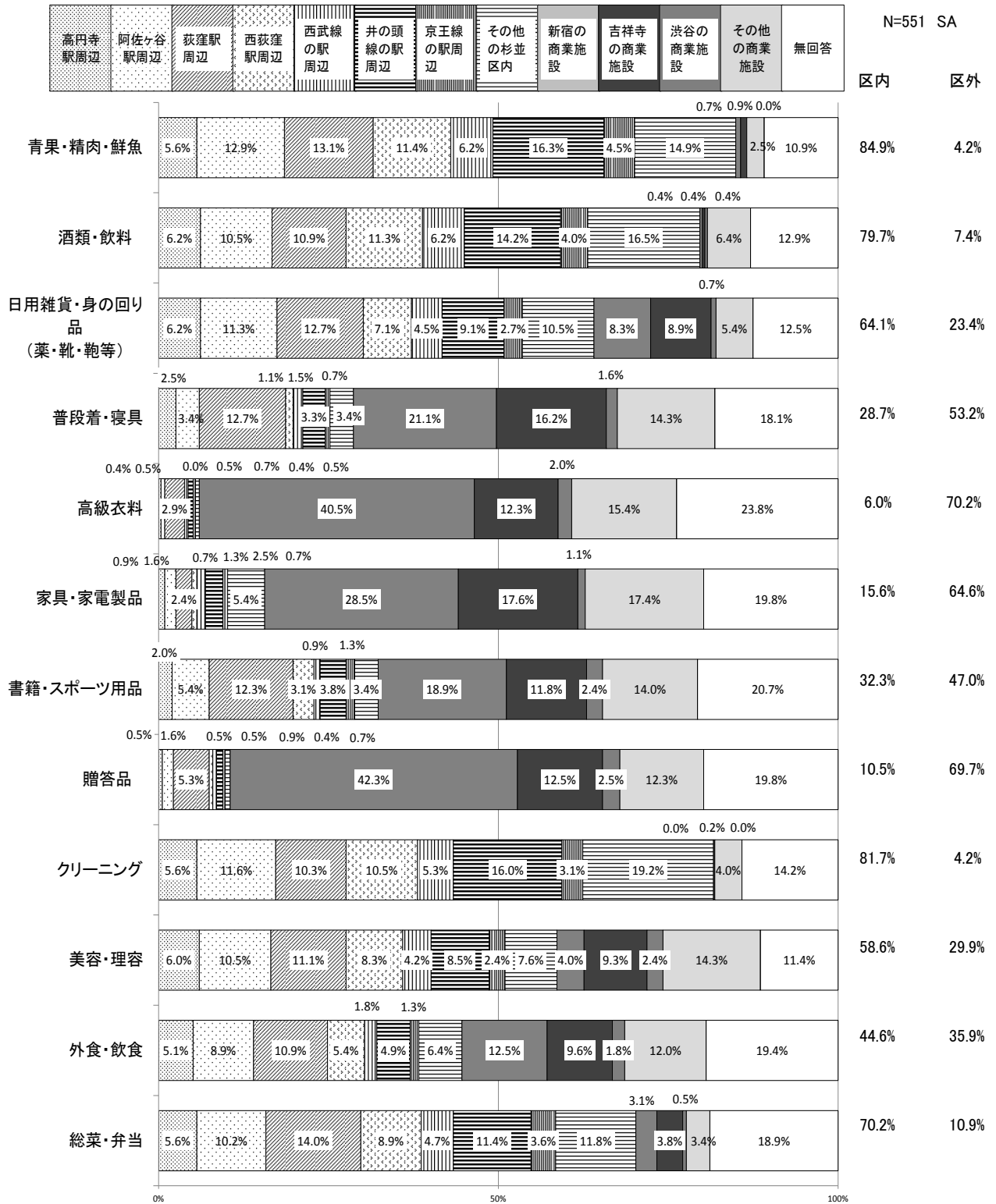
【その他の理由】  
・最寄り駅にある  
・職場から近い  
・帰路途中にある

●区内の幹線道路沿道の大型商業施設をよく利用する理由

上段:よく利用する理由 n=8(無回答1を除く) MA  
 下段:よく利用する最大の理由 n=3(無回答6を除く) SA

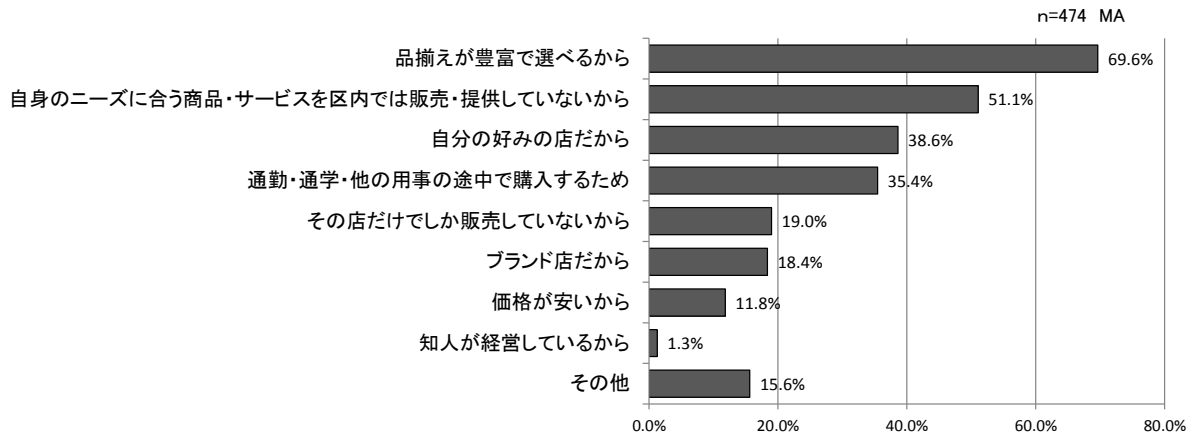


●一番買い物をする地域



●区外の事業者（店舗など）から購入する理由

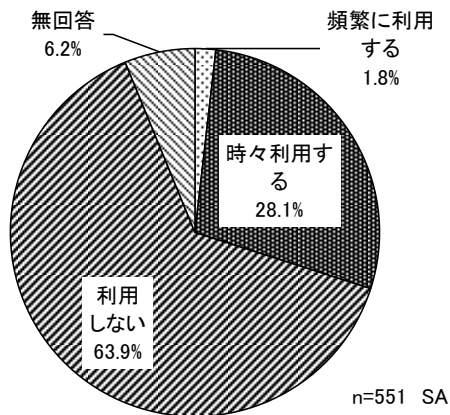
（問2で「9～12（杉並区以外で買い物する）」のいずれか1つでも◎・○をつけた方）



【その他】

- ・区外の店舗の方がアクセスがいいから
- ・車で移動しやすいから
- ・無料駐車場があるから
- ・住まいが隣接自治体に近いから
- ・ポイントの付与があるから

●テレビショッピングやカタログ通販の利用頻度

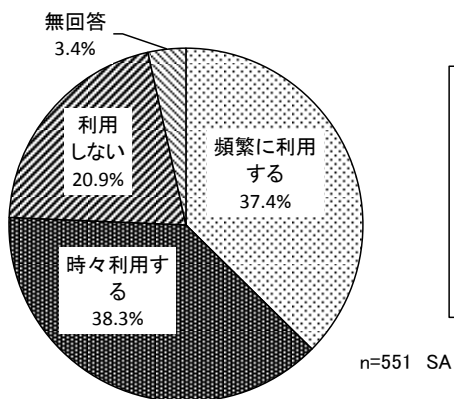


【テレビショッピングやカタログ通販で購入する主な商品】

- ① 衣類（子供服含む）
- ② 日用品雑貨
- ③ 電化製品
- ④ 化粧品
- ⑤ 食品・飲料

その他 サプリメント・健康食品、家具・寝具、健康器具など

●インターネットショッピングの利用頻度

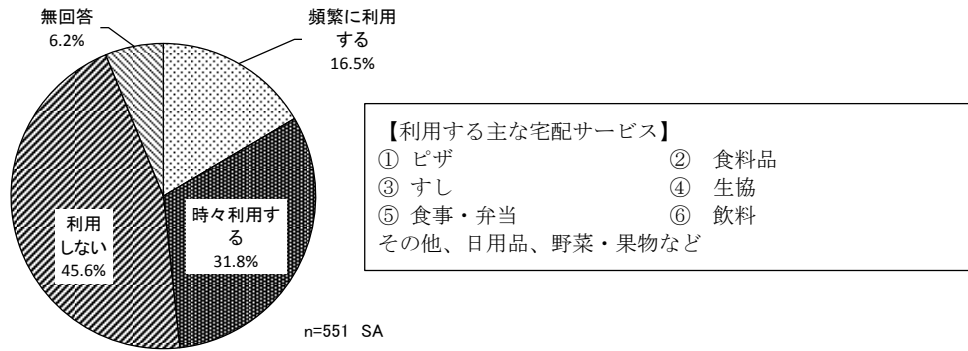


【インターネットショッピングで購入する主な商品】

- ① 日用品・雑貨
- ② 書籍
- ③ 衣類
- ④ 家電
- ⑤ 食品
- ⑤ 飲料
- ⑦ 化粧品
- ⑧ CD・DVD等
- ⑨ ペット用品
- ⑩ 家具・寝具

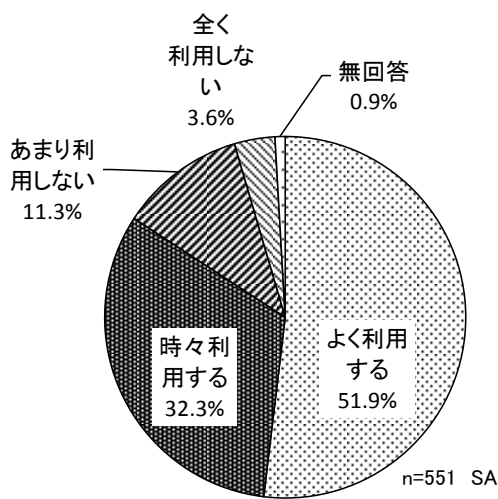
その他、贈答品、趣味の品、サプリメント・健康食品、玩具など

●宅配サービス（生協・ピザ・すしなど）の利用頻度



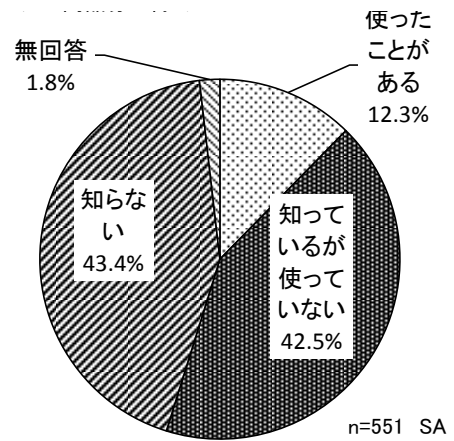
<ポイントカードや商品券、電子マネーの利用頻度>

●各種ポイントカード

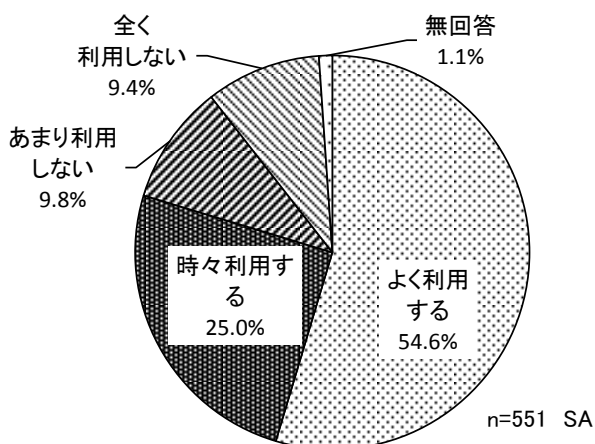


●すぎなみギフトカード（区内共通商品券）

※プレミアム商品券は除く

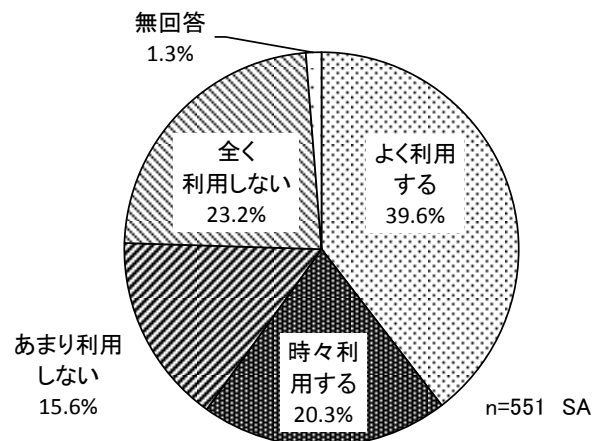


●クレジットカード



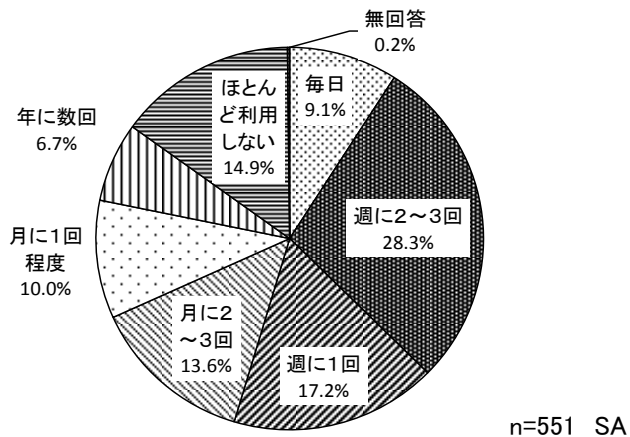
●電子マネー（Suica・PASMO等）

※交通機関での利用は除く

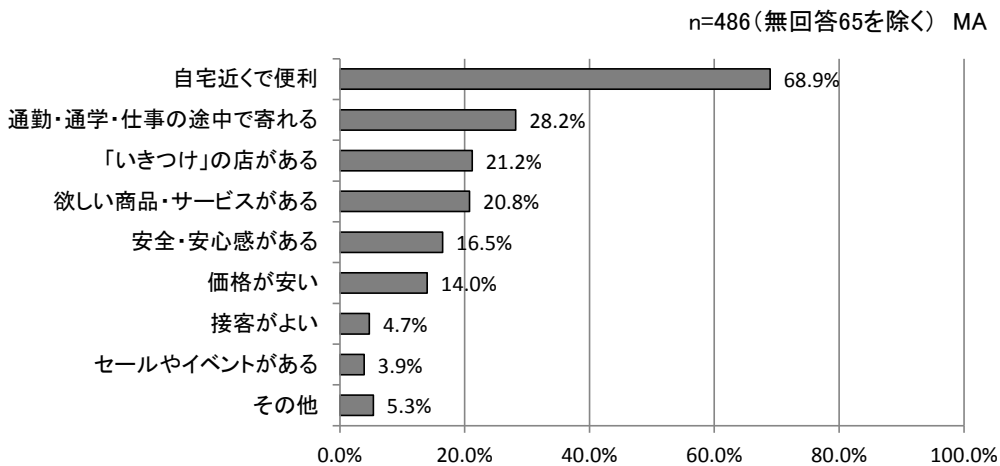


<商店街について>

●商店街の利用頻度



●商店街を利用する主な理由

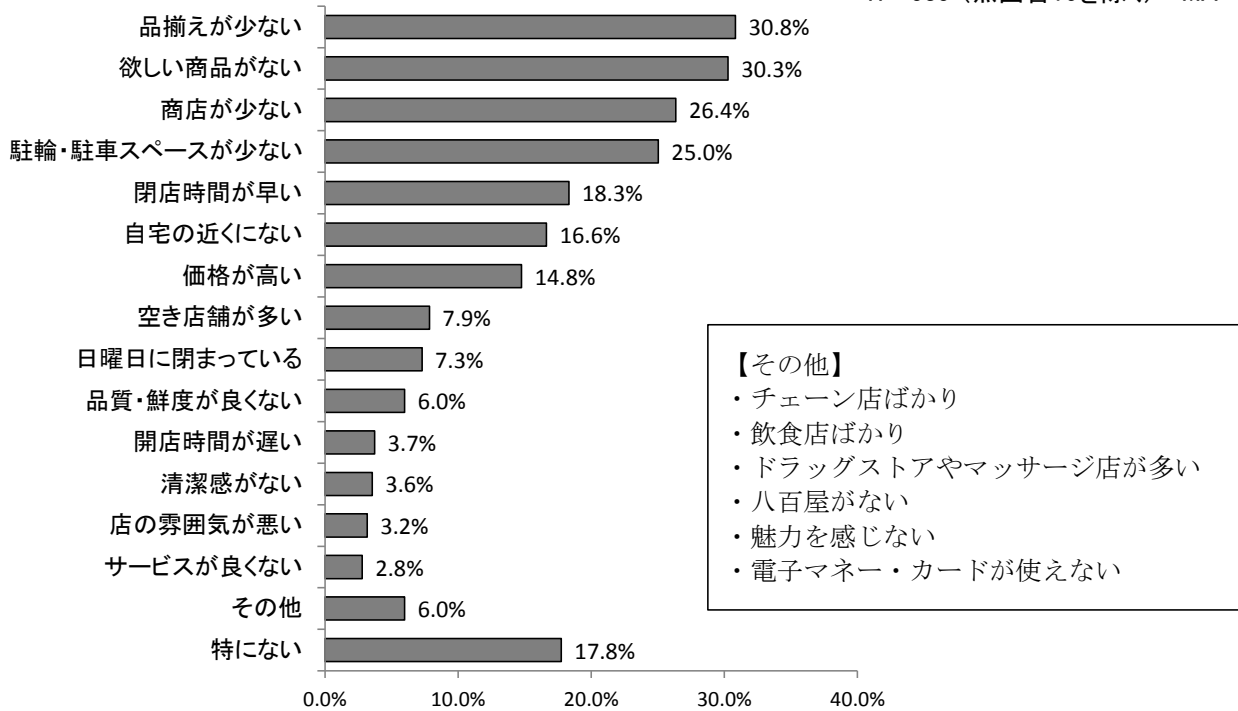


【その他】

- ・八百屋などはスーパーより鮮度が良い
- ・個性的な商品、そこでしか手に入らない商品がある
- ・手土産として地元の物を購入
- ・本の取り寄せ、定期購読している
- ・お店の人との会話をしながら買い物ができる
- ・手に取って見て買える
- ・子供を自転車から降ろさずに買い物ができる
- ・散歩の途中に寄る
- ・ウォーキングを兼ねて
- ・歩いているだけで楽しい感じがする
- ・通るときに何か必要なものを見つけた時
- ・通りすがり
- ・地域振興のため
- ・休みの日ぐらい個人商店でお金を使ってあげたい
- ・地元の商店街の組合員だから

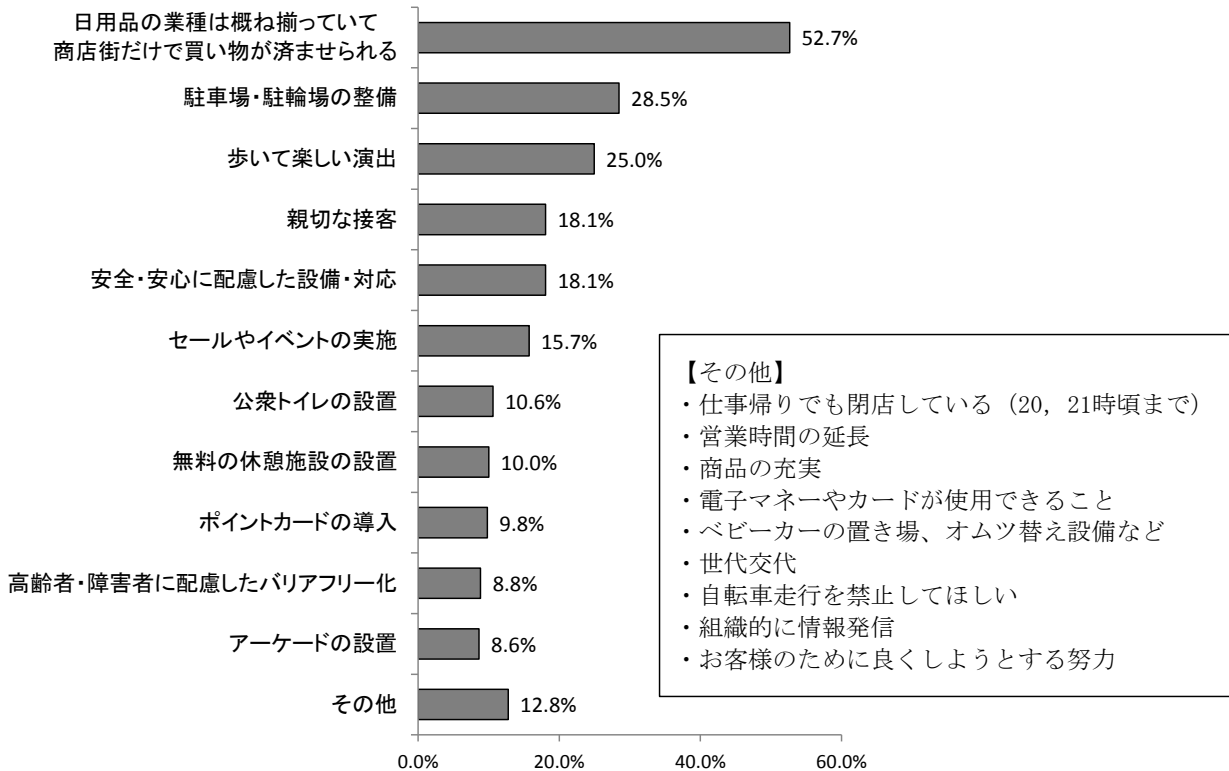
●区内の商店街で不便や不満に思うこと

n=535 (無回答16を除く) MA



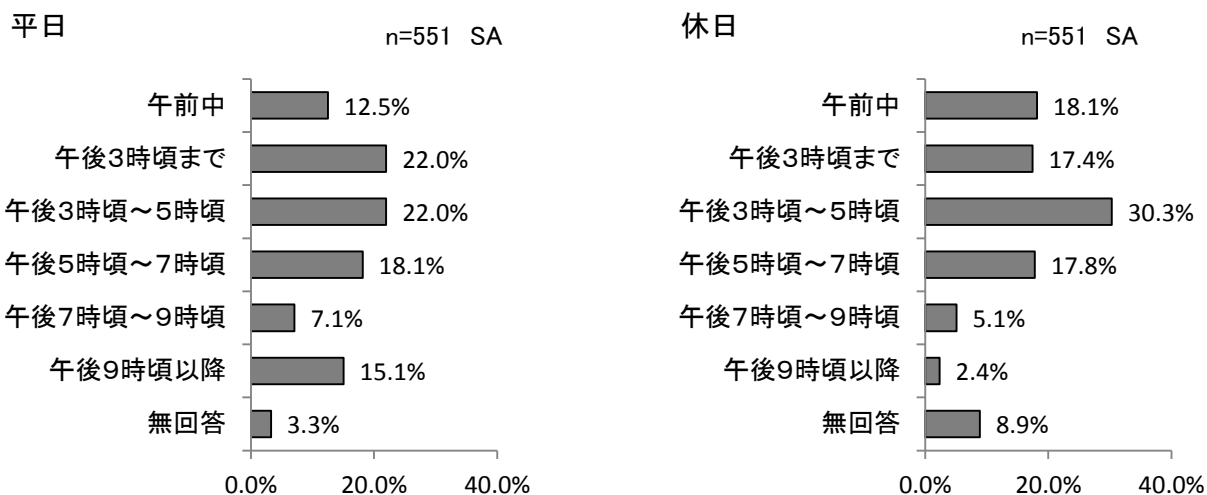
●商店街に望むもの

n=509 (無回答42を除く) MA

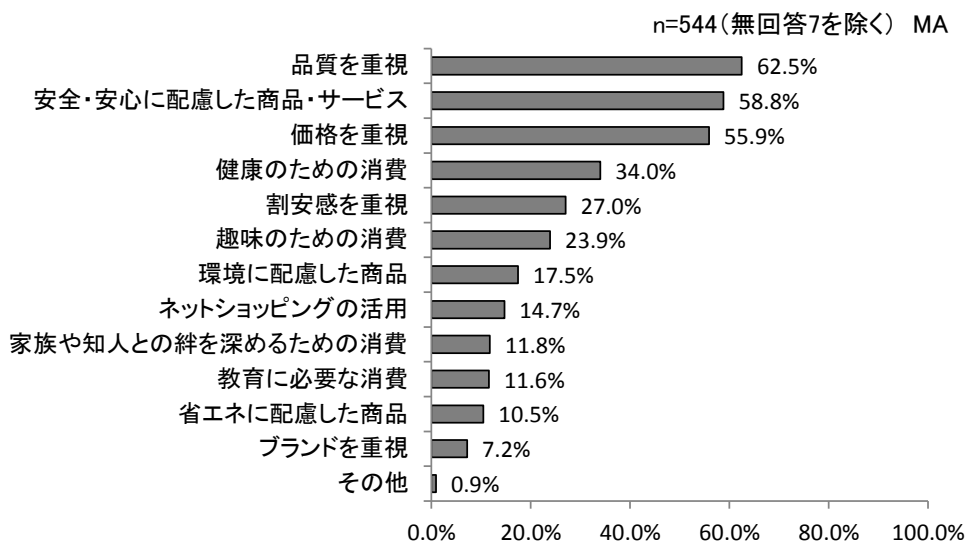




●食料品・日用品の買い物をする主な時間帯



●商品・サービスへの支出について重視すること

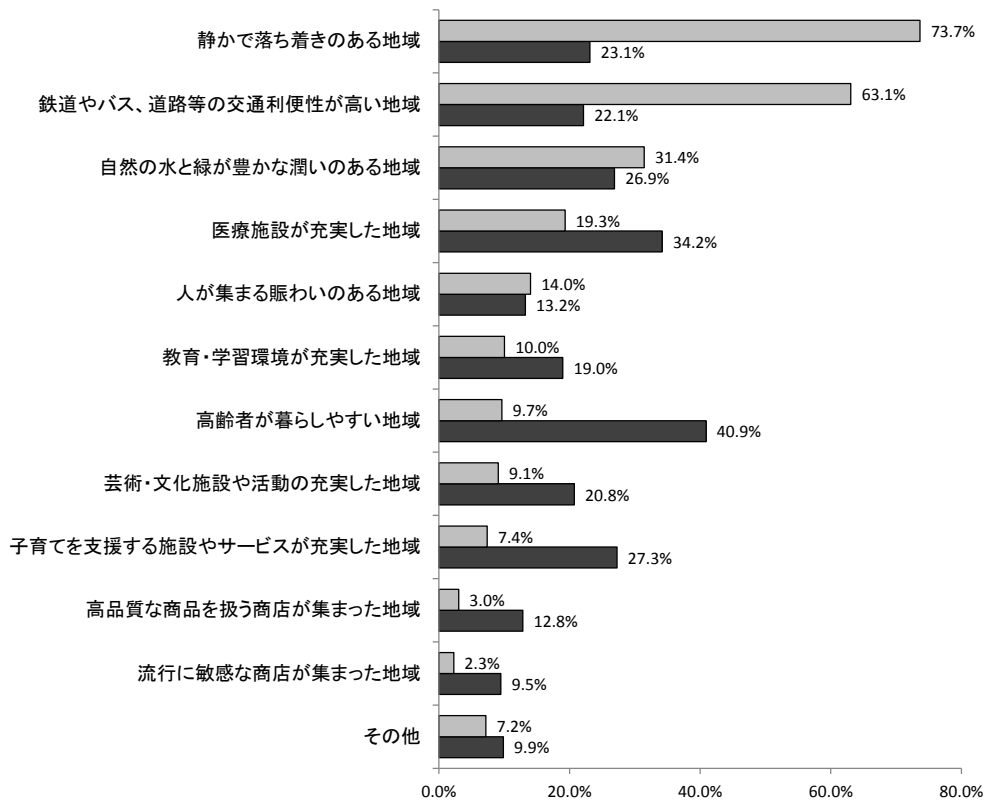


- 【その他】
- ・必要かどうか
  - ・スーパー等との価格バランス
  - ・なるべく日本製（高くても品質が良い）
  - ・利便性

<日常生活における意識について>

●現在の良いところと今後なってほしい地域の姿

上段：現在の良いところ n=528（無回答 23 を除く） MA 下段：今後なってほしい地域の姿 n=506（無回答 45 を除く） MA



【現在の良いところ その他】

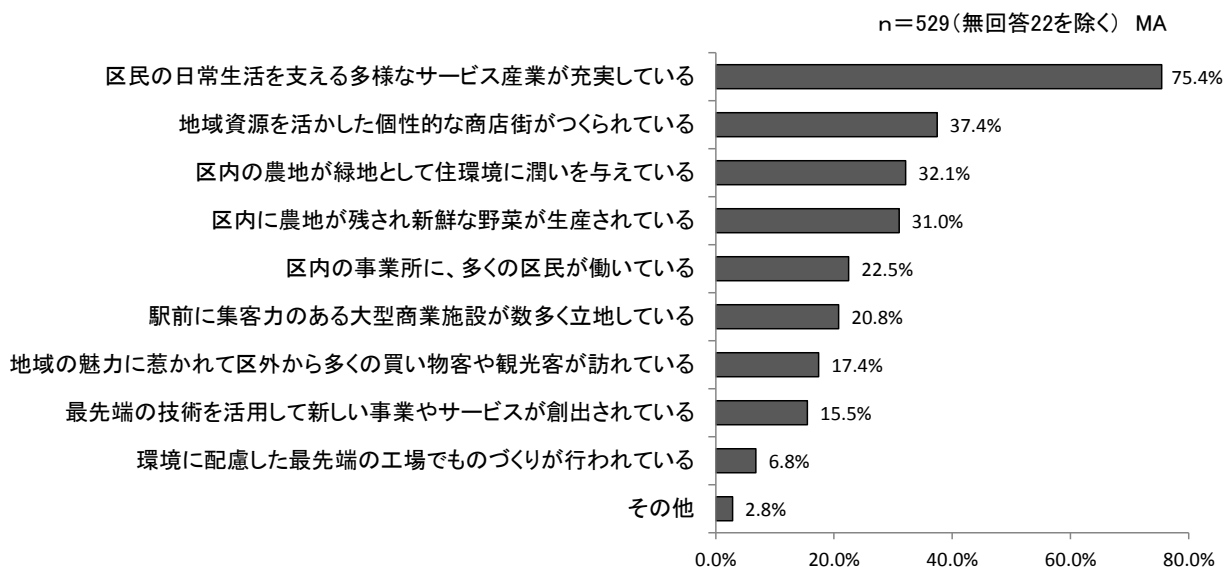
- ・全国的に有名になり、テレビの舞台になっている
- ・地名のブランド力
- ・治安がよい
- ・深夜に一人で歩いても怖くない
- ・夜も街灯等で明るいので安心
- ・買い物の利便性
- ・個人経営の店が頑張っている
- ・商店街でなじみのお店が多い
- ・生活に必要なものは手近にそろう
- ・近所の人たちと適なお付き合いができる
- ・隣人に恵まれている
- ・知人が多い
- ・町内会の協力があり、近所の人と話しやすい
- ・様々な年齢の人達と友人になれる
- ・バランスがとれていて若者も多く活気がある
- ・おいしい飲食店が多い
- ・うるさい商業施設がない
- ・商店街イベントや地域街づくり

【今後なってほしい地域の姿 その他】

- ・もう少し品が良い地域（今はごちゃごちゃすぎ）
- ・吉祥寺のように賑わいと自然と両方の豊かさがあり、地元  
に誇りがもてるような地域
- ・マナーや秩序を守る
- ・安心して買い物客が歩ける道路（車の交通量の規制）
- ・ひとり暮らし女性にも安心な安全信頼の過ごしやすい町
- ・区の施設が中央線沿線に多く使用しづらい
- ・子供たちが遊べる広めの公園のある地域
- ・バス1本で行ける所が増えると助かる
- ・個人経営の店がもっと元気な街
- ・チェーン店以外の店の集まる活気ある地域
- ・生活に根差した商店が増えてほしい
- ・住居近くのコンビニ、商店
- ・独身者が住みやすい地域にしてほしい

- ・公共施設（図書館、区民センターなど）の保守をしてほしい
- ・子育てなどで一度退職した後でも働きやすい街（復職、学童、日曜の一時保育）
- ・道路をもっと整備してほしい
- ・商店街だけで買い物ができる
- ・街中に少し休める椅子をおいてほしい
- ・タウンセブンやルミネみたいに喫煙できる施設
- ・体育施設
- ・近くに医療施設
- ・電線の地中化
- ・銀行（ATM）が使いやすい
- ・保育園が近くにほしい
- ・変わらないでほしい
- ・このままでいてほしい

●杉並区が目指す産業の姿として望ましい将来像

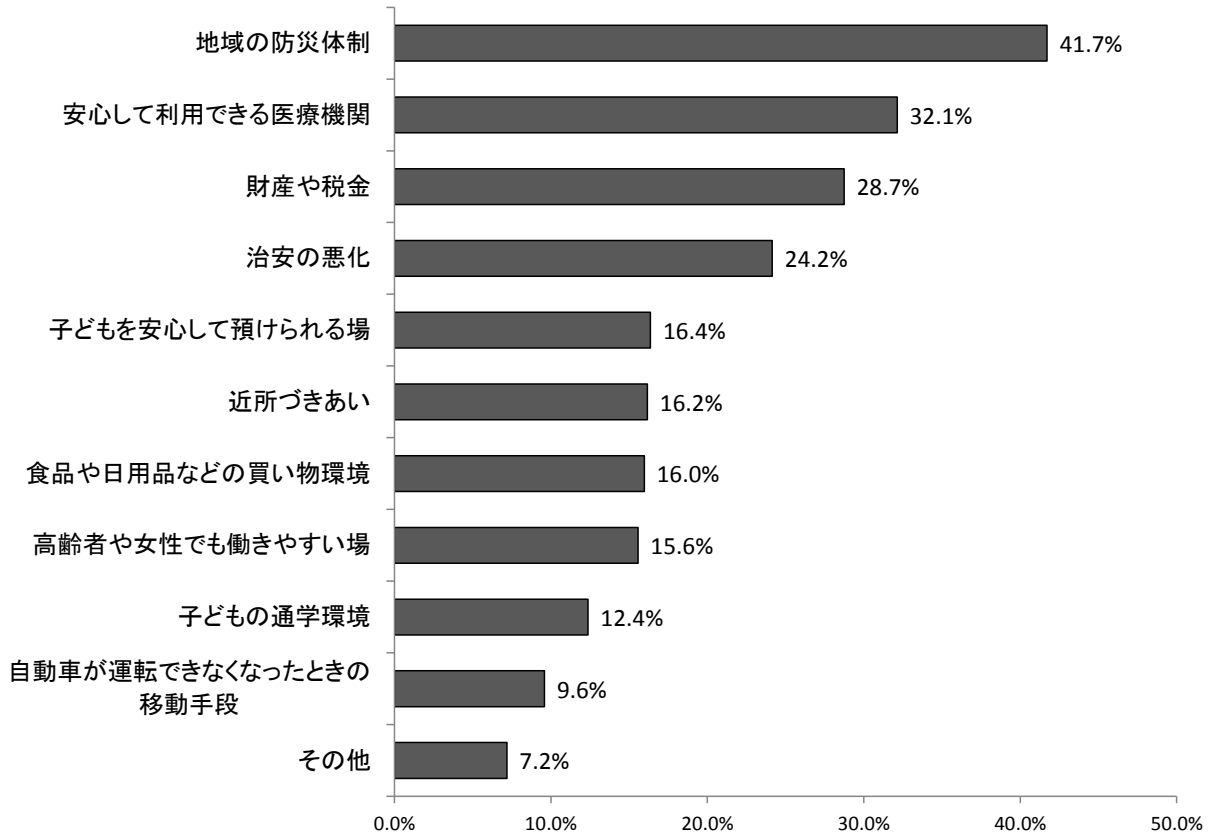


【その他】

- ・平和、環境、自然に視点を置いた産業を重点化し、杉並の取組が他に先んじているように特化すること
- ・杉並ブランド品の開発、杉並シルク、杉並コットンなど（シルバー、障害者も働ける生産ライン、子供たちも参加できる）
- ・西荻や高円寺にある小さいけど個性にこだわりのある魅力的な店舗が多くある
- ・芸術・文化施設・世田谷パブリックシアターみたいな場所
- ・文化、教育活動の活発化
- ・区内の会社の商品（全国向け）を区民が割安で購入できる。（パパウオッシュなど）
- ・人、食品、食べ物の安全、安心、平和
- ・杉並区は緑が多くて安心、安らぐので緑の多い街を希望
- ・商店街の多様化
- ・昔からあるものを大切にしてほしい
- ・駅近くに駐車場
- ・広い道路

●現在の生活環境の中で不安に感じていること

n=501（無回答50を除く） MA

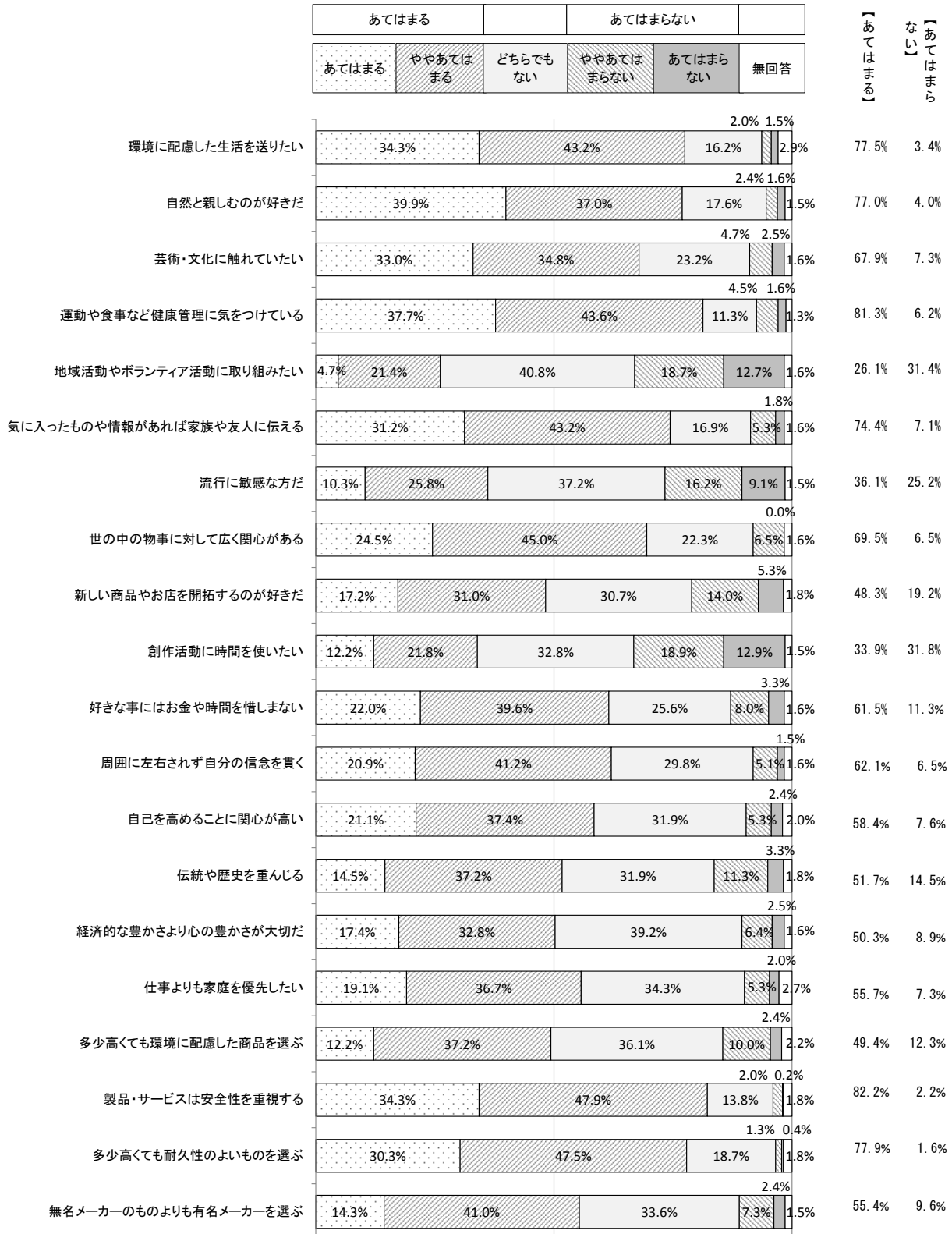


【その他】

- ・小さな建売り住宅がたくさん出来てしまうこと
- ・道が狭い、一方通行になっていない
- ・駐輪場がなさすぎる
- ・自転車のマナーの悪さ
- ・交通事故
- ・防災無線が聞こえない
- ・大型資本による商業施設の一人勝ち状態で個人商店、商店街が成り立たなくなっている
- ・商店街の魅力の低下
- ・本屋が無くなっている
- ・外国人居住者が増加したこと
- ・生活水準の低下
- ・介護
- ・ゴミ当番がいつまで出来るか
- ・将来の一人暮らし
- ・老後の生活
- ・子供の教育環境
- ・待機児童対策
- ・子供を育てるのに家が狭い、地価・建物価格が高い
- ・総合病院が少ない
- ・歩きたばこ
- ・野良猫の多さ、汚さ
- ・ゴミの収集方法（特にビン、缶）

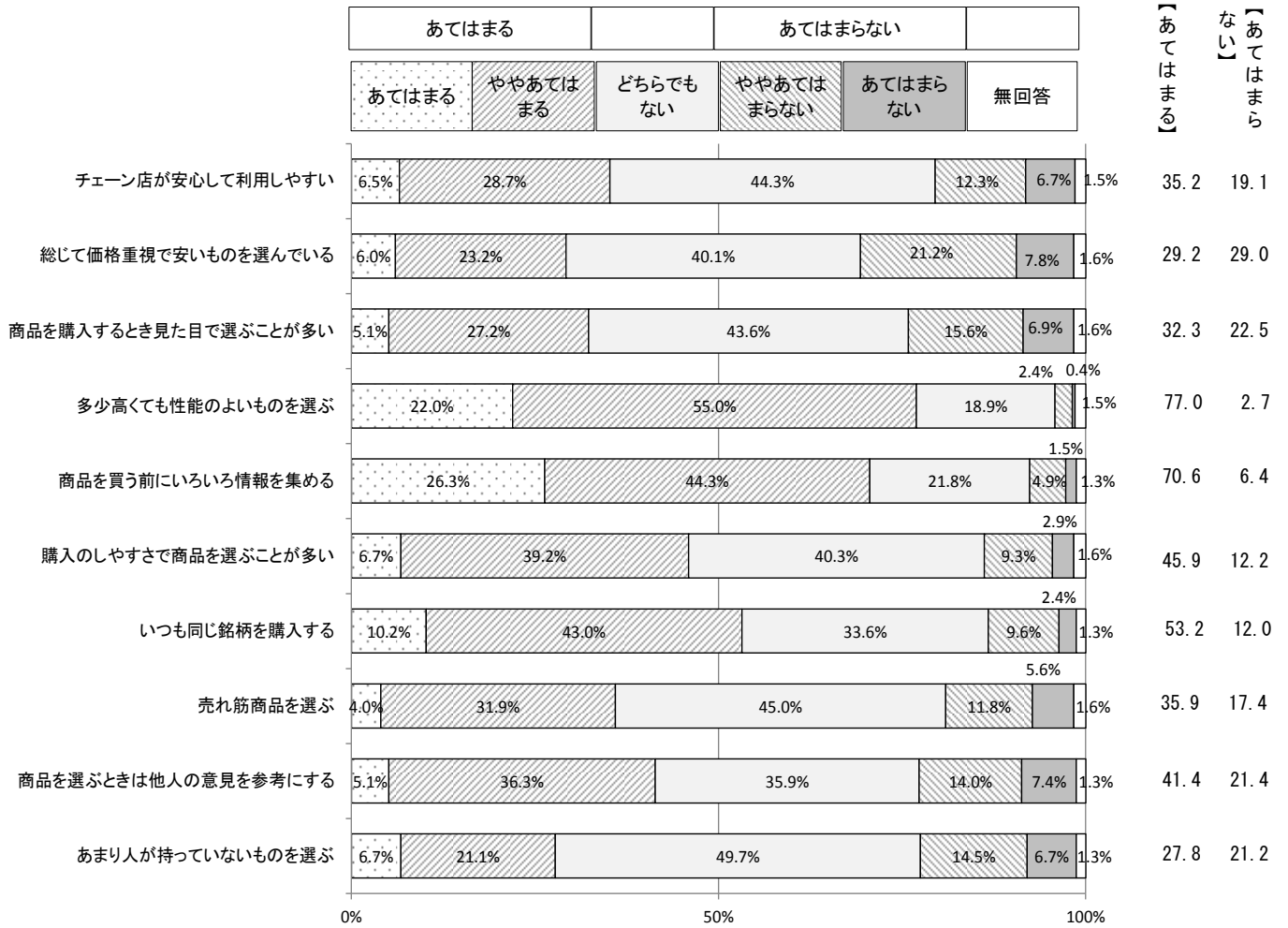
●日常生活で意識されていること（その1）

n=551 SA



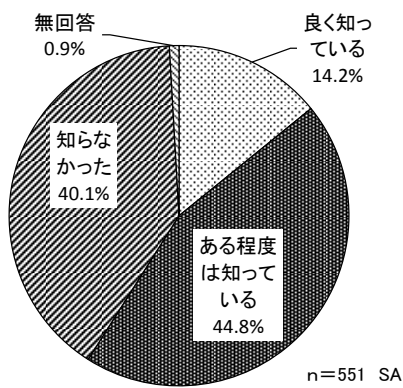
●日常生活で意識されていること（その2）

n=551 SA

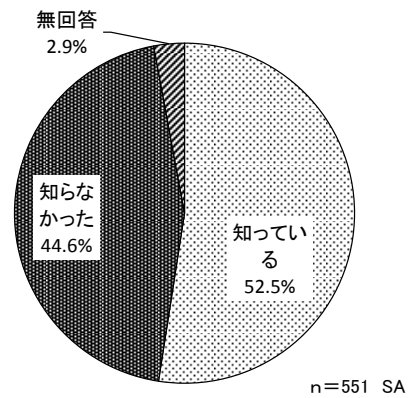


<杉並区のアニメ事業、観光事業について>

●杉並区のアニメ制作会社集積の認知度

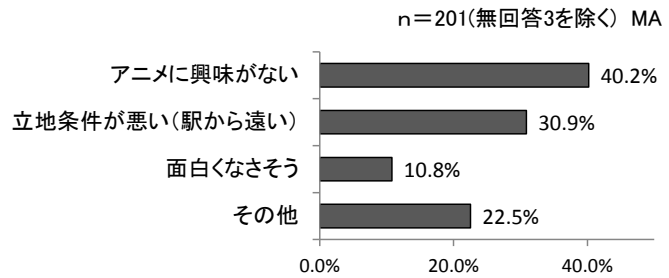
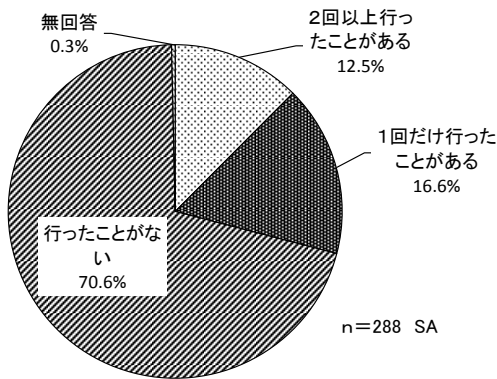


●杉並アニメーションミュージアムの認知度



● (左) 杉並アニメーションミュージアムに行った回数 (問16で「知っている」と回答した方)

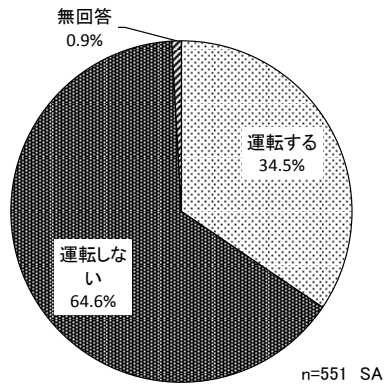
● (右) 杉並アニメーションミュージアムに行ったことがない理由 (問16で「行ったことがない」と回答した方)



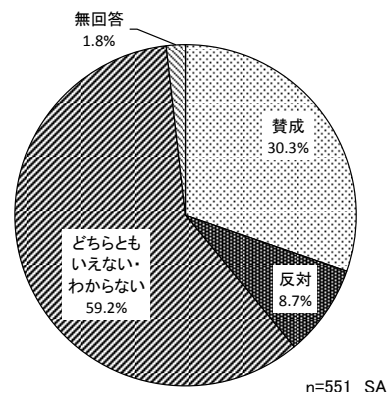
【その他】 杉並アニメーションミュージアムに行ったことがない理由 (主な回答)

- ・行きたいが機会がない
- ・情報が不足している
- ・一緒に連れてくれる人がいない
- ・子どもが大きくなったら行きたい
- ・家から遠い
- ・若い人が多く入りづらい

● 自動車の運転 (週末のみの利用等も含む)

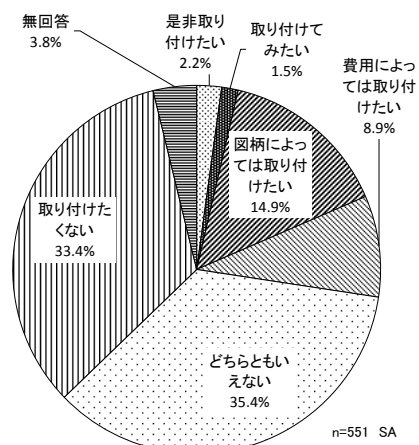
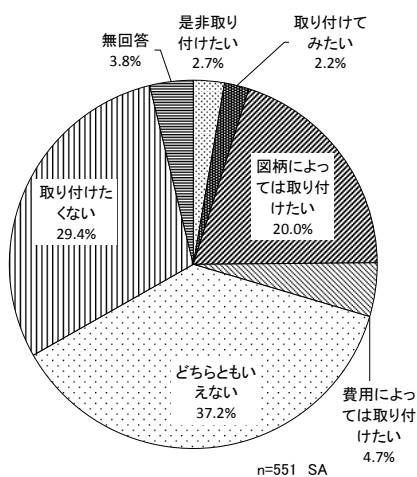


● 図柄入りナンバープレートの導入

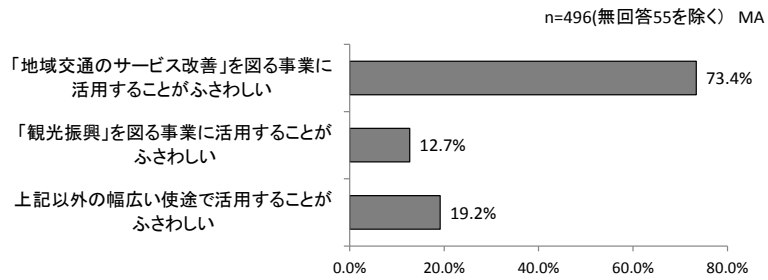


● (左) 寄付金無し (モノトーン) 図柄入りナンバープレートの希望

● (右) 寄付金付 (フルカラー) 図柄入りナンバープレートの希望

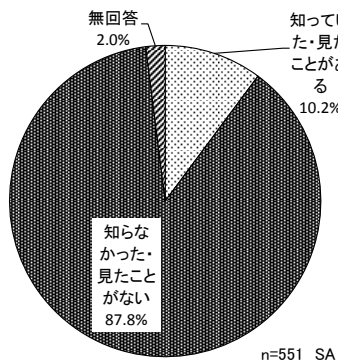


● 図柄入りナンバープレートの寄付金の使途

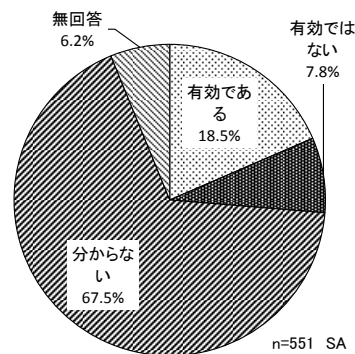


● 中央線あるあるプロジェクトのウェブサイト

認知状況

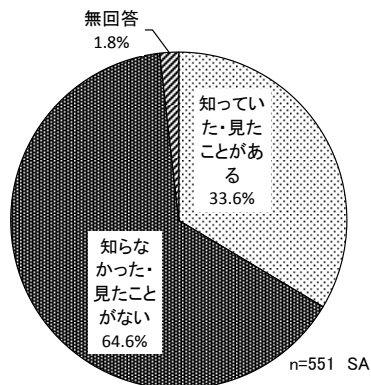


有効性

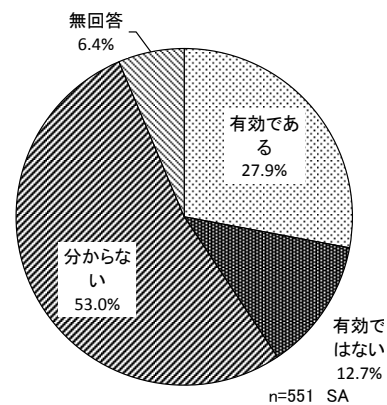


● キャッチコピー「なみじゃない、杉並！」

認知状況

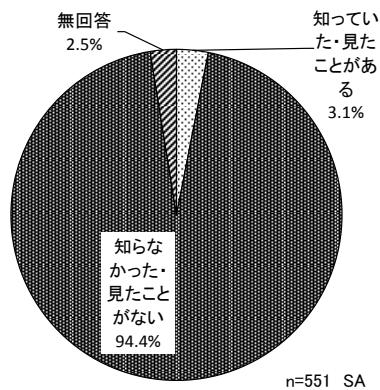


有効性

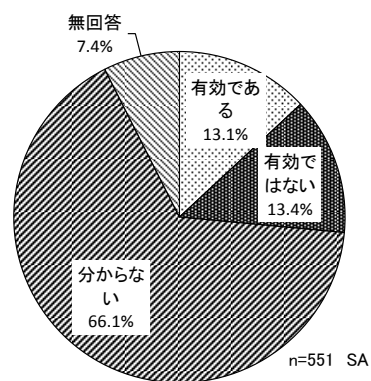


● 東京新聞による広告

認知状況

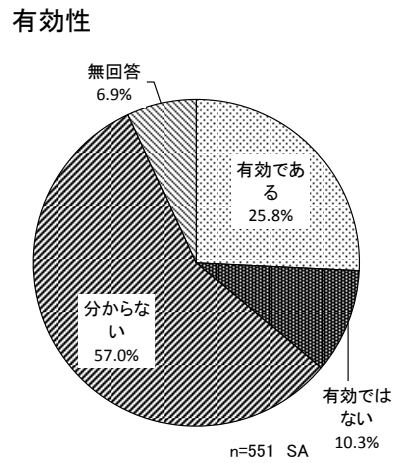
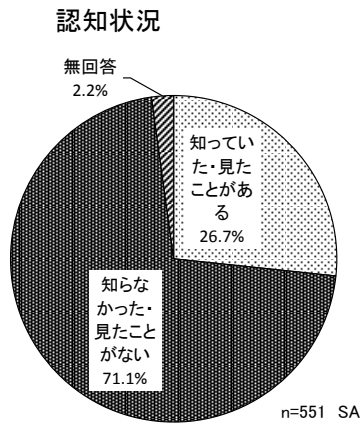


有効性

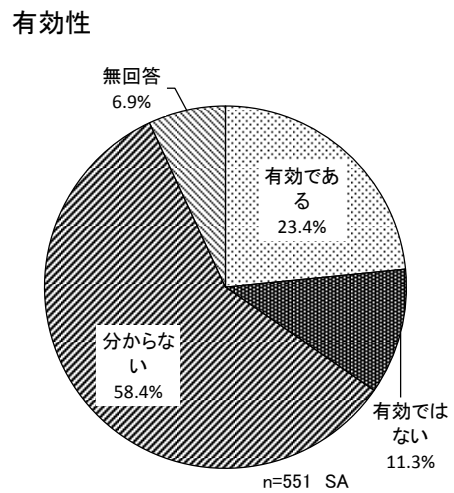
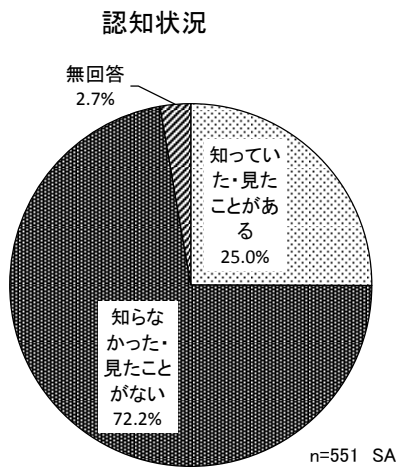




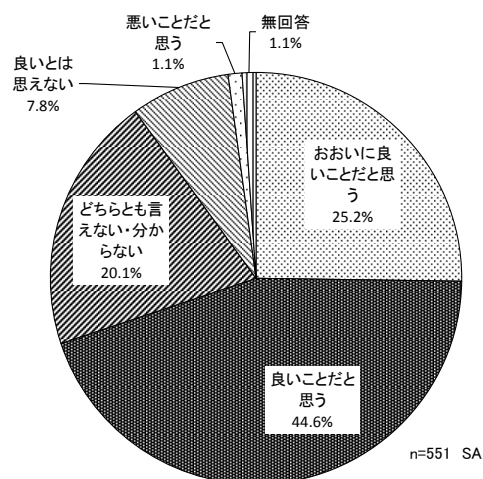
●各種イベントのチラシの「なみじゃない、杉並！」ロゴ



●商店街フラッグ（「なみじゃない、杉並！」）

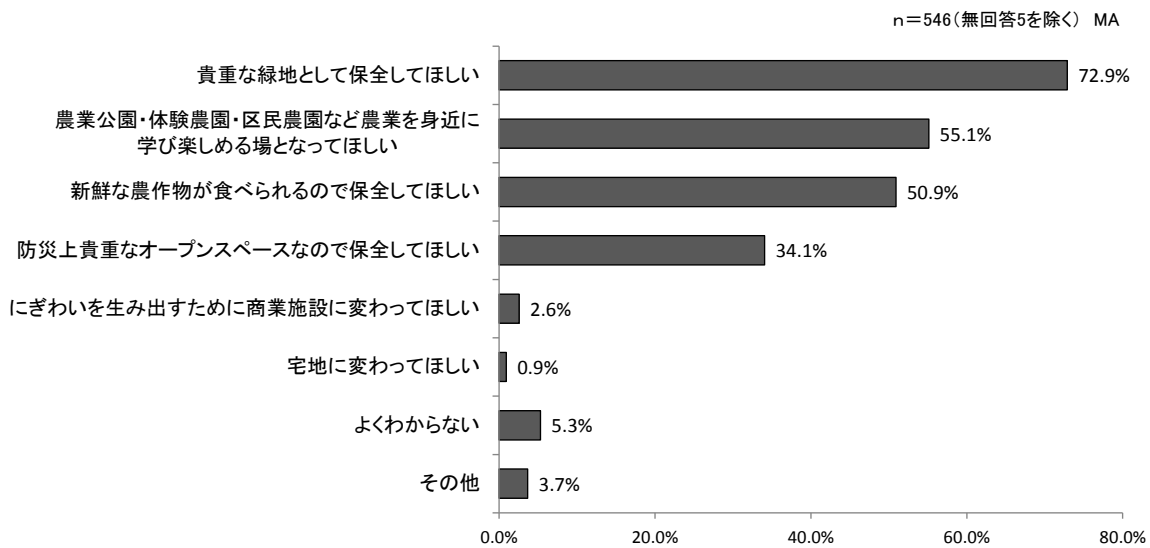


●区の文化や魅力を発信・活用し、来街者の誘致を図ることで「にぎわい」や「活気」の創出につなげていく計画について



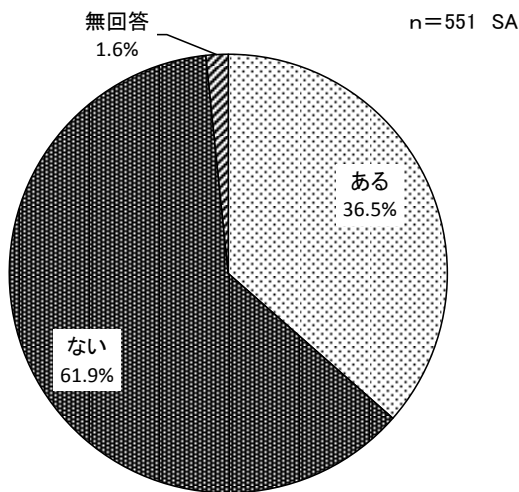
<杉並区の農業について>

●農地面積の減少について

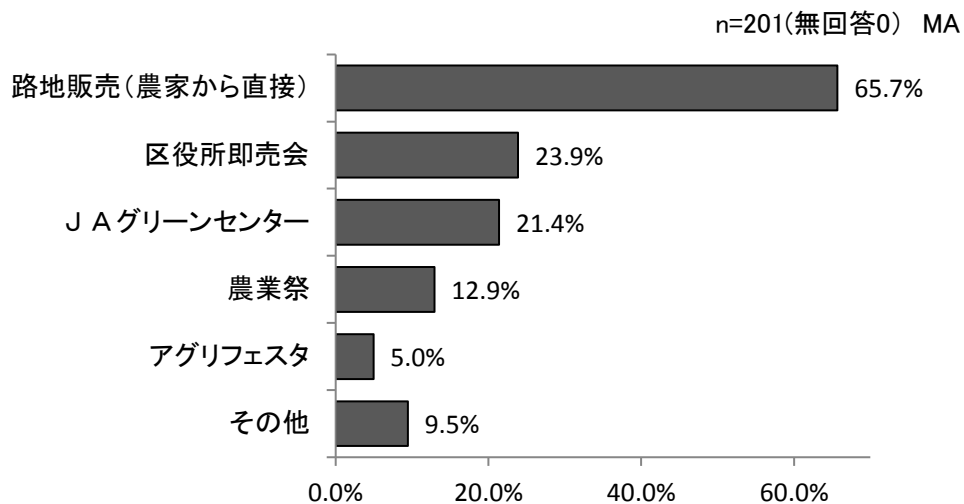


- 【その他】
- ・直売所を増やし、告知してほしい
  - ・農家が今後も存続できるようにしてほしい
  - ・緑地の面積をできるだけ残してほしい
  - ・農業はこれからも大切な産業
  - ・区としても保全してほしい
  - ・公園でかまわない

●杉並産野菜や花、果樹などの購入の有無

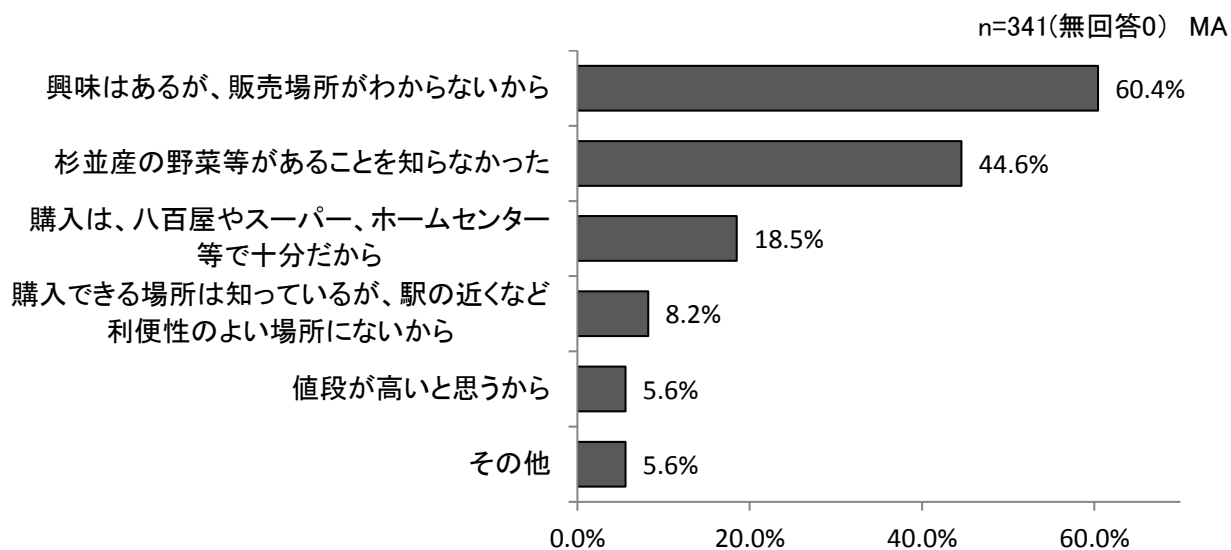


●購入した場所 (購入したことがある方のみ回答)



【その他】	
・ イベント	・ コンビニ店頭
・ 区民センター祭り	・ 農業高校
・ すぎなみフェスタ	・ 体験農園
・ 東京ガス	・ 無人販売所
・ はらっぱ公園	・ 座の市
・ スーパーの特設コーナー	・ 神明宮

●購入しない理由 (購入したことがない方のみ回答)

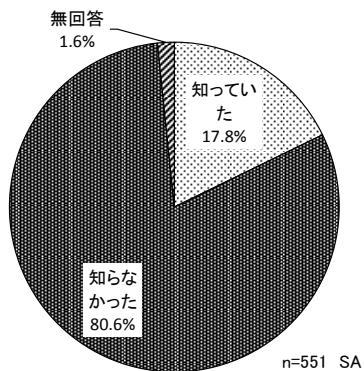


【その他】	
・ 近所に畑がない	・ 他県の野菜を取り寄せている
・ 販売しているところが近所がない	・ 練馬区の方が近く販売所がたくさんあるから
・ 販売しているイベントに行かない	・ わざわざ買いに行くほどの品質なのか不明
・ 時間がない	・ 知人が区民農園で育てた野菜をもらっている
・ 都会で汚染されていないか心配	

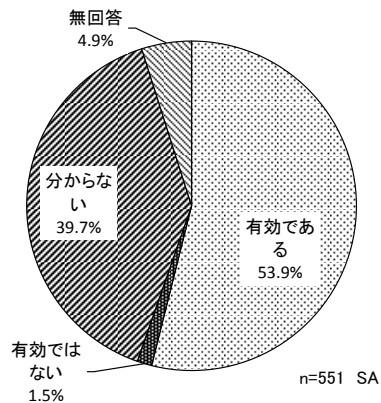
<杉並区就労支援センターについて>

●若者就労支援センター

認知状況

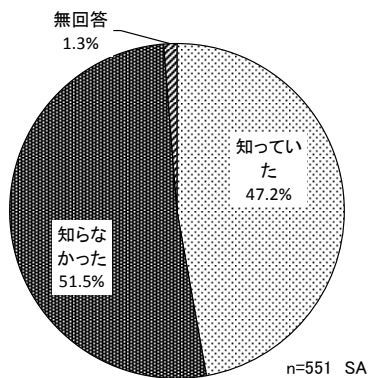


有効性

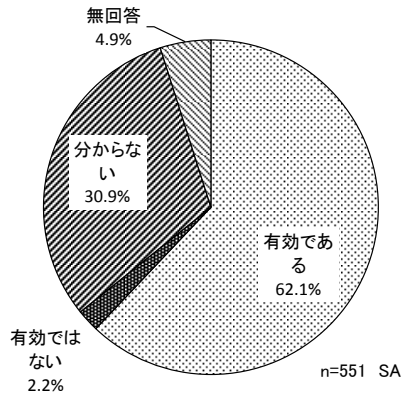


●ハローワークコーナー

認知状況

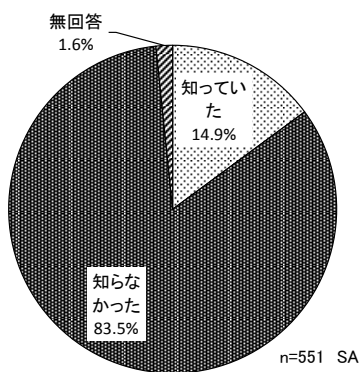


有効性

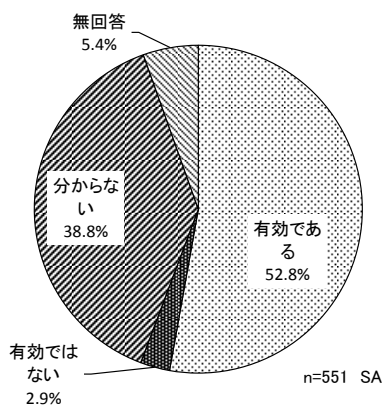


●ジョブトレーニングコーナー

認知状況

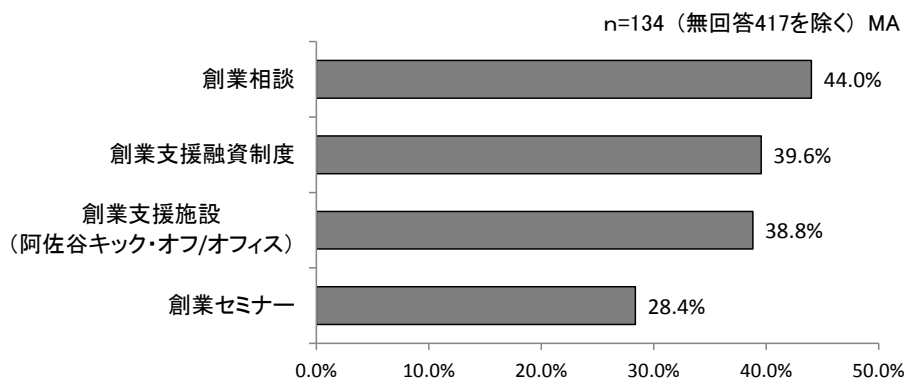


有効性



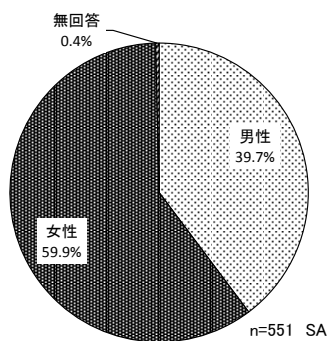
<杉並区の創業支援について>

●創業支援事業の認知状況

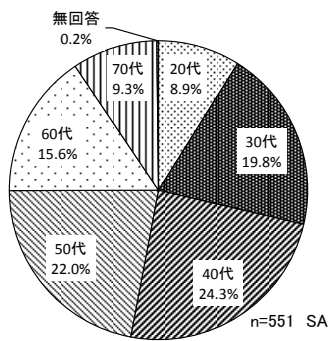


<回答者の属性>

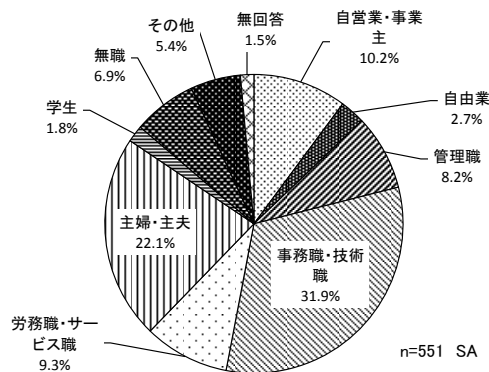
●性別



●年齢

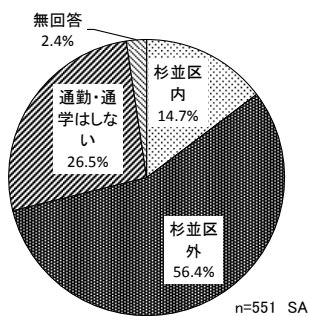


●職業

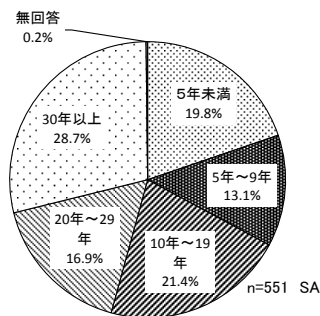


- 【その他 (職業)】
- ・会社員
  - ・パート (幼稚園、保育園、販売)
  - ・派遣
  - ・バイト
  - ・教職員
  - ・研究職
  - ・音楽家
  - ・保育士
  - ・僧侶
  - ・シルバー人材センター
  - ・会社顧問
  - ・アパートオーナー

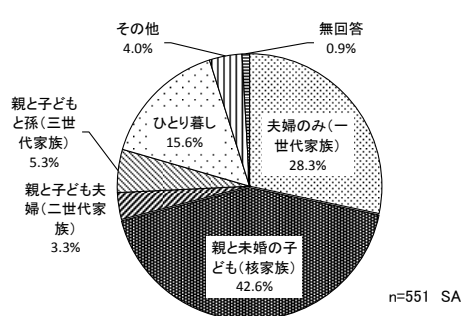
●通勤・通学先の所在地



●杉並での居住年数

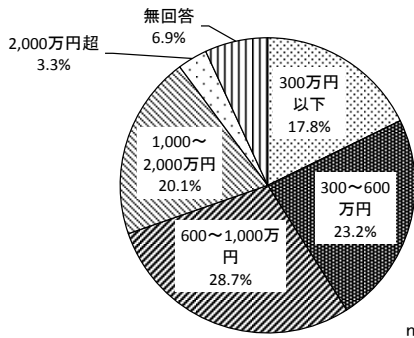


●家族構成

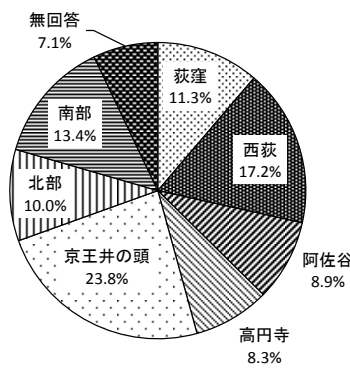


- 【その他 (家族構成)】
- ・親、妹、祖母
  - ・姉妹、兄弟
  - ・友人とルームシェア
  - ・母と二人暮らし
  - ・同居人1人

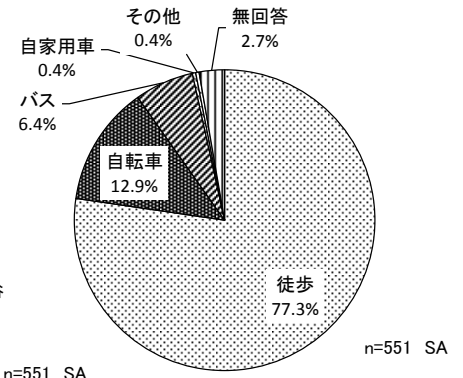
●世帯年収



●住所地域

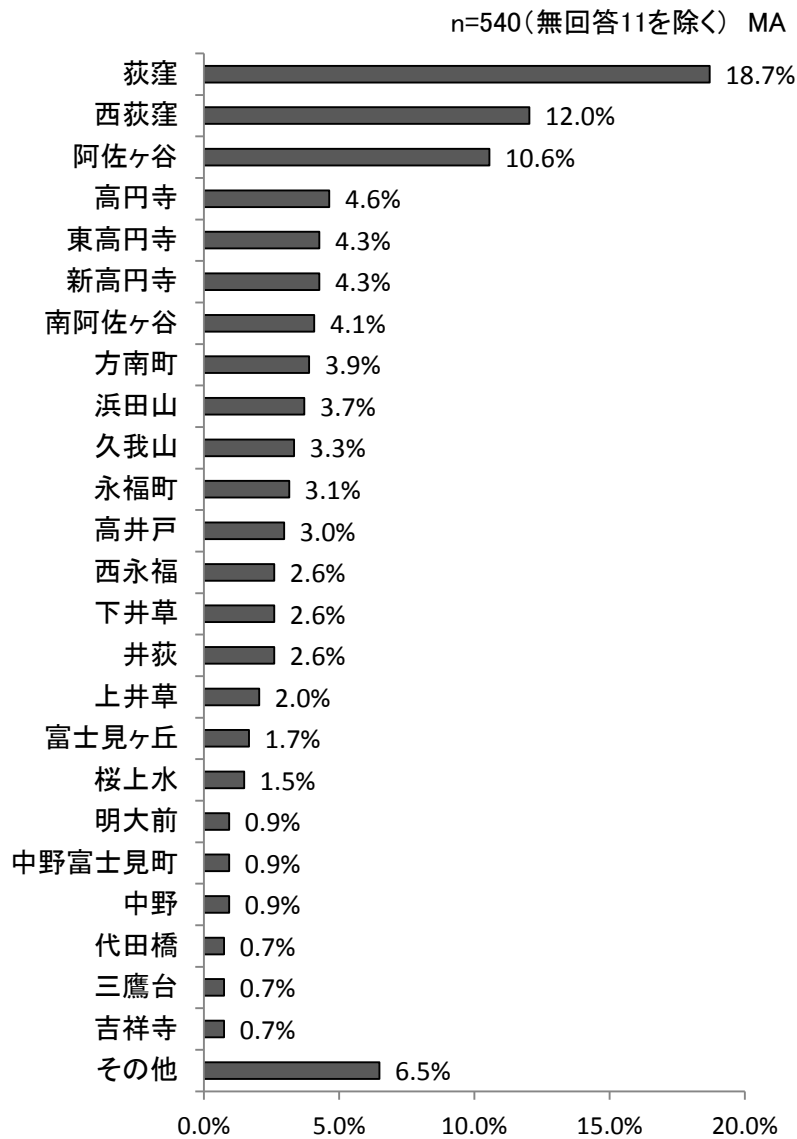


●駅までの主な交通手段



【その他（駅までの主な交通手段）】  
 ・タクシー ・バイク

●よく利用する駅



## 2. 調査の仮説とその検証

平成 23 年度の杉並区産業実態調査の実施以降、わが国の社会・経済環境において注視すべき変化がいくつかある。初めに我が国全体の環境変化を既存データ等で把握し、これをもとに杉並区でも同様の変化が起きているかどうかについて、既存データ等を調査し、可能な範囲で仮説を設定した。そして、今回の実態調査を行なうことにより、可能な限り仮説を検証した。

### (1) 注視すべきわが国の社会・経済環境の変化

#### 1) 少子高齢化のさらなる進展

- ・平成 24 年との比較で、平成 29 年の総人口は約 1%減少、年少人口（0～14 歳）は約 6%減少、生産年齢人口（15～64 歳）も約 6%減少しているが、一方、老年人口（65 歳以上）は約 16%増加している。
- ・「平成 29 年版高齢社会白書（内閣府）」によると、高齢化率（総人口に占める 65 歳以上の高齢者人口の割合）は、平成 22 年に 23.0%であったものが、平成 28 年に 27.3%となっており、2060 年には高齢化率は 38.1%になるとの推計がある。
- ・生産年齢人口は減少を続けているが、長期にわたる景気回復基調を受けて、「労働力調査（総務省）」によると平成 24 年以降、就業者は増加を続け、有効求人倍率は 1 倍を超え、特に運輸業、建設業、医療・福祉などの人手不足は続いている。

#### 2) 産業構造の変化

- ・「産業別 GDP 統計（内閣府）」によると、各業種の付加価値（企業が生産等で生み出した価値）の構成比では、平成 23 年以降はサービス業が継続的に製造業を上回っている。サービス業には、教育、医療・保険、介護サービス、広告業、娯楽業、飲食店などが含まれる。
- ・スマートフォン、タブレット端末、ソーシャルメディアなど ICT（情報通信技術）の進歩は著しく、医療・教育の現場、行政・企業の事務の合理化等、様々な場面で活用され、最近では、フィンテック（IT を駆使した金融サービス）、仮想通貨、AI（人工知能）を活用した様々なサービスも出現している。
- ・業種別の事業所数は、平成 21 年と平成 26 年の経済センサスを比較すると多くの業種は減少しており、事業所数全体でも約 6%減少している。
- ・有店舗小売業の事業所数が減少する中で、無店舗小売業、持ち帰り・配達飲食サービス業の事業所数が増え、医療・福祉の分野の事業所数も増加している。

#### 3) 訪日外国人の増加

- ・東南アジア・中国の経済成長、ビザの緩和、円安などで近年は訪日外国人が急増しており、平成 28 年は平成 24 年と比べて 3 倍近い 2,400 万人の外国人が訪日した。さらに、2020 年開催の東京オリンピック・パラリンピックを控え、国も訪日外国人旅行者数を 2020 年に平成 27 年の倍にする新たな目標を設定した。

#### 4) 国民のライフスタイルの変化

- ・晩婚化・晩産化の傾向があり、最近では微増傾向にあった合計特殊出生率も平成 28 年は前年を下回り、1.44 となった。しかし、女性の就業率は上がり、共働き世帯は 60%を超え、少子化が続く中であっても、保育所等の子育て支援要請は増え続けている。
- ・ICT の普及により、ネット購入、クレジットカード決済、電子マネー決済等が増加しているだけにとどまらず、SNS（Facebook など）による情報収集及びコミュニケーション手段の多様化により、消費者のライフスタイルを変え、消費者の購買行動に変化をもたらしている。
- ・ワーク・ライフ・バランス（仕事と生活のバランスを重視）の考え方が普及してきた。

## (2) 杉並区の変化

### 1) 人口の変化による社会環境の変化

- ・平成 24 年 7 月の法改正により外国人も住民基本台帳の適用対象となったため、単純な比較はできないが、杉並区の人口は平成 24 年から平成 29 年にかけて、3 万人以上増えて、558,950 人となった。国と同様に老年人口は増えたが（杉並区は約 12%増）、国では減少している生産年齢人口が約 4%増えている。（在留外国人人口は 4 千人弱増加）
- ・平成 24 年から平成 29 年にかけて、年少人口は約 11%増えている。杉並区の年少人口のうち、特に 0 歳児から 4 歳児の人口は約 15%、5～9 歳児の人口は約 13%と増加率が大きい。このため、待機児童の解消などの要請は高まり、これに対して、杉並区は、保育所の増設などの対応を行っている。
- ・要介護・要支援の認定者が平成 23 年と平成 27 年を比較すると約 14%増加しており、介護保険給付額も約 17%増えている。

### 2) 産業構造の変化（平成 21 年と平成 26 年の経済センサスを比較）

- ・国と同様にほとんどの業種で事業所数は減少傾向にあり、事業所数全体でも約 5%減少している。
- ・有店舗小売業の事業所数が減少する中で、無店舗小売業、持ち帰り・配達飲食サービス業の事業所数が増え、教育・学習支援業、医療・福祉の事業所数が増加しているが、これは国とほぼ同様の現象である。
- ・杉並区の業種別事業所数は、多い順に「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「不動産業、物品賃貸業」で、国と比べて、建設業、製造業の割合が低く、医療・福祉、飲食店、不動産賃貸業などの割合が高い。
- ・杉並区の ICT の普及については、特に教育現場にスマートフォン、電子黒板、デジタル教材などの導入が進んでおり、また、自動運転車の公道での走行実験の計画もある。

### 3) 訪日外国人の増加への対応

- ・訪日外国人の増加に伴い、杉並区にも今後多くの訪日外国人が訪れることを想定して、各事業者が様々な対応を行っていると予測されるが、これに関する具体的な統計資料はないため、アンケート調査（杉並区商店実態調査 問 10、10-1、10-2）で質問を設けた。

### 4) 区民のライフスタイルの変化

- ・雇用と働き方に関する問題への取組について、杉並区で平成 23 年度に続いて、平成 28 年度に「男女共同参画に関する意識と生活実態調査」を行い、この中で区民、事業所の「ワーク・ライフ・バランス」についての取組状況等が取り上げられた。これによると、区民は仕事が優先で、「ワーク・ライフ・バランス」の希望と現実に大きな差があること、事業所も取組がまだ十分でないとの結果が報告された。
- ・杉並区では、前述した待機児童解消対策で待機児童は大幅に減ったが、一歩進んで、育児休業制度の利用促進など仕事と子育ての両立の支援の取組などが課題として取り上げられている。
- ・ネット購入、クレジットカード決済、電子マネー決済等は、取扱い店舗数、区民の利用頻度が増加していると予測されるが、この決済システムの導入状況、区民の利用状況について、アンケート調査（杉並区商店実態調査 問 12、12-1、12-2、13、13-1、13-2、杉並区の産業に関する区民意向調査 問 3、問 4）で質問を設けた。



### (3) 仮説の設定

以上のような様々な状況の変化が事業所・商店・区民に影響があるとの視点から、以下の仮説を設定した。

#### 1) 事業所・商店の取組と業績との関連

・産業構造の変化の中で、以下のような事業所は、5年前と比べて売上高を増やしている割合が高い。

- ①強みを認識している
- ②経営方針等を明確にしている
- ③売上拡大のために具体的な取組を行った
- ④ICT（情報通信技術）を活用している
- ⑤ワーク・ライフ・バランスへの取組を行っている

・以下のような商店は、5年前と比べて売上高を増やしている割合が高い。

- ①強みを認識している
- ②事業計画を作成している
- ③売上・客数を増やすための取組を行っている

#### 2) 変化する顧客ニーズに対応する取組と業績との関連

・変化する顧客ニーズを的確に捉えて対応した事業所・商店が売上高を増加させている。

#### 3) 事業所・商店の取組と売上見通しとの関連

・以下のような事業所は、今後も売上高が増加すると予測する割合が高い。

- ①強みを認識している
- ②経営方針等を明確にしている
- ③売上拡大のために具体的な取組を考えている

・以下のような商店は、今後も売上高が増加すると予測する割合が高い。

- ①強みを認識している
- ②事業計画を作成している

#### 4) 経営者が若いことや後継者が決まっていることと売上見通しとの関連

・経営者が若いことや後継者が決まっている事業所・商店の方が、売上高が増えると予測する割合が高い。

#### 5) 訪日外国人に対する対応

・訪日外国人の増加に伴い、彼らに対応するビジネスへ取り組む商店が増えている。

#### 6) 区民の買い物行動の変化と商店の対応

・クレジットカード、電子マネー、ポイントカードの利用頻度が増えており、商店もこれに対応する対策を講じている。

・インターネットショッピングの利用頻度は大幅に増えている。

### (4) 仮説の検証

#### 1) 事業所・商店の取組と業績との関連

・事業所

- ①強みを認識している事業所の方が、認識していない事業所に比べて、売上高を増やしている割合が高い。
- ②経営方針等を明確にしている事業所の方が、明確にしていない事業所に比べて、売上高を増やしている割合が高い。
- ③売上拡大のために具体的な取組を行った事業所は、そうでない事業所に比べて、売上高を増やしている割合が高い。

④ ICT（情報通信技術）を活用している事業所の方が、そうでない事業所に比べて、売上高を増やしている割合が高い。

⑤売上高を増やしている事業所の方が、そうでない事業所に比べて、ワーク・ライフ・バランスへの取組を行っている割合が高い。

・商店

①強みを認識している商店は、そうでない商店に比べて、売上高が増加した割合が高い。

②事業計画を作成している商店は、そうでない商店に比べて、売上高が増加した割合が高い。

③売上・客数を増やす取組を行った商店の方が、そうでない商店に比べて、売上高が増加した割合が高い。

## 2) 変化する顧客ニーズに対応する取組と業績との関連

・変化する顧客ニーズを的確に捉えて対応した事業所・商店の方が、売上高が増加した割合が高い。

## 3) 事業所・商店の取組と売上見通しとの関連

・事業所

①強みを認識している事業所は、そうでない事業所と比べて、今後も売上高が増えると予測する割合が高い。

②経営方針等を明確にしている事業所は、そうでない事業所と比べて、今後も売上高が増えると予測する割合が高い。

③売上拡大のための具体的取組を考えている事業所は、そうでない事業所と比べて、今後も売上高が増えると予測する割合が高い。

・商店

①強みを認識している商店は、そうでない商店と比べて、今後も売上高が増えると予測する割合が高い。

②事業計画を作成している商店は、そうでない商店と比べて、今後も売上高が増えると予測する割合が高い。

## 4) 経営者が若いことや後継者が決まっていることと売上見通しとの関連

・経営者の年齢が若い事業所・商店の方が、売上高が増えると予測する割合が高いが、後継者については、売上高の予測に大きな差は見えない。

## 5) 訪日外国人に対する対応

・訪日外国人を対象としたビジネスを実施している商店は 4.6%、実施の意向を持つ商店は 8.8%であり、82.4%の商店が実施する考えがない。

## 6) 区民の買い物行動の変化と商店の対応

・クレジットカードを利用する区民が 79.6%（「よく利用する」54.6%、「時々利用する」25.0%）と平成 23 年度調査の 67.3%（同 40.3%、27.0%）から増えており、特に「よく利用する」と回答した区民が多くなっている。

・クレジットカード決済システムを導入している商店は 33.6%で、平成 23 年度調査の 29.5%から増えてはいるが伸びは大きくない。

・電子マネーを利用する区民は 59.9%（「よく利用する」39.6%、「時々利用する」20.3%）であり、平成 23 年度調査（現金チャージカード）の 63.4%（同 39.2%、24.2%）からあまり変わっていない。

・電子マネー決済システムを導入している商店は 12.1%であり、充分に対応できているとは言えない。

・インターネットショッピングを利用している区民は 75.7%（「頻繁に利用する」37.4%、「時々利用する」38.3%）であり、平成 23 年度調査の 55.3%（同 18.8%、36.5%）から大幅に増えている。

以上

## 平成29年度 杉並区産業実態調査報告書

平成29年11月発行

編集・発行

杉並区産業振興センター

所在地

杉並区上荻1-2-1 インテグラルタワー2階

☎03-5347-9134 (代)

☆杉並区のホームページでご覧になれます。

<http://www.city.suginami.tokyo.jp/>

登録印刷物番号

29-0063

●この印刷物は、再生紙を使用しています。