

第2章 結果まとめ

1. 区民意識調査

■回答者について(基本属性)

- 回答者の性別は、男性が38.9%、女性が60.6%となっています。(問1)
- 年代別にみると、「70歳以上」が22.5%で最も多く、ついで「40歳代」が19.8%、「50歳代」が17.9%で続きます。(問2)
- 最寄駅は、「学芸大学」が16.3%で最も多く、ついで「都立大学」が14.6%、「中目黒」が11.8%で続きます。(問3)
- 家族構成は、「単身世帯」が35.4%で最も多く、ついで「夫婦のみ」が24.4%、「18歳未満の子どもがいる世帯」が19.6%で続きます。(問4)
- 職業は、「会社員・公務員」が42.0%で最も多く、ついで「無職」が18.6%、「自営業」が12.1%で続きます。勤務先・通学先は、目黒区および隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)以外の東京23区が42.5%で最も多くなっています。(問5・6)
- 世帯年収は、「300万円未満」が25.9%で最も多く、ついで「300万円以上、500万円未満」が23.9%、「1,000万円以上」が20.0%で続きます。(問7)

■日頃の買い物や外食(消費行動)について

- 日頃の買い物によく利用する場所としては、食材、弁当・惣菜、日用品・日用雑貨は「区内のスーパー・複合商業施設」が最も多く、身の回り品(衣類・鞆・靴等)、耐久消費財(家具・家電等)は「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が最も多くなっています。(問8)
- 理容・美容は「区内の商店街等の商店」が44.4%で最も多く、また、外食については「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」(52.1%)の次に「区内の商店街等の商店」が47.4%で続きます。理容・美容と外食については、「区内の商店街等の商店」が4割を上回っており、比較的多くの区民が利用していることが見て取れます。(問8)
- 買い物や外食でよく利用する場所(問8)と店を選ぶ際に重視すること(問9)をクロス集計し、理容・美容と外食について「区内の商店街等の商店」を選ぶ人の理由をみると(P.98)、理容・美容では「接客態度の良さ」が56.3%で最も多く、外食については「商品・サービスの質のよさ」が67.8%で最も多くなっています。(問9)
- 自宅周辺や区内に「行きつけの店」「なじみの店」がある人は71.8%となっています。(問10)
- 買い物や外食の際に意識していること(「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計)が最も多いのは、「多少高くても質のよいものを選ぶ」で78.1%です。ついで「健康に配慮して選ぶ」が73.9%、「デザインがよいものを選ぶ」が73.4%で続きます。性別・年代別でクロス集計をすると(P.52・59・63)、いずれの項目も性別・年代にかかわらず多くなっています。(問12)

■商店街について

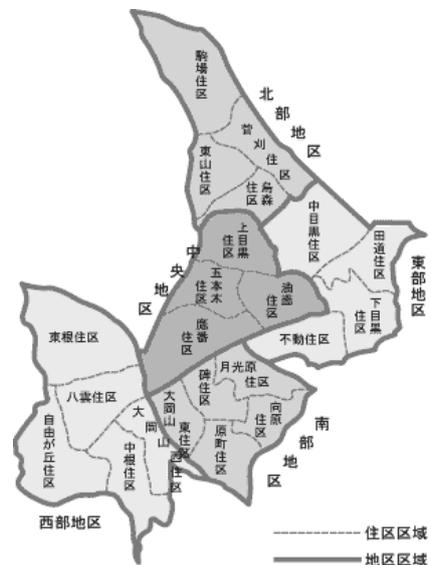
- 区内商店街を利用している人(「よく利用する」と「ときどき利用する」の合計)は65.1%で、「よく利用する」人は24.3%となっています。(問14)

○性別・年代別でクロス集計をすると(P.75)、男女ともに年齢が上がるにつれて、商店街を「よく利用する」が増える傾向にあります。世帯収入でクロス集計をすると(P.76)、年収にかかわらず「ときどき利用する」が最も多く、700万円未満では「よく利用する」が2番目に多いのに対して、700万円以上では「あまり利用しない」が2番目に多くなっています。(問14)

○右記の5つの地区に基づく居住地区でクロス集計をすると(P.77)、区内商店街を利用している人は、東部で52.2%、北部50.0%、西部で62.0%、中央で80.9%、南部で78.4%となっており、地区での違いが見られます。(問14)

○消費行動において意識することでクロス集計をすると(P.81)、個人や家族が経営する店や老舗を選ぶ人(「当てはまる」を選択した人)は、商店街を「よく利用する」が最も多くなっています。(問14)

○商店街の利用状況でクロス集計をすると(P.74)、商店街を「よく利用する」と「ときどき利用する」人では、「商店や買い物客が多く、活気がある」が、それぞれ64.9%、39.6%で最も多くなっています。(問13)



5つの地区

○商店街を利用しない理由としては、「自宅周辺に商店街がない」が40.4%で最も多く、ついで「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」(38.2%)、「必要な商品・サービスを扱う店がない」(32.0%)が続きます。(問16)

○世帯年収でクロス集計をすると(P.84)、世帯年収が700万円以上の世帯では「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」が4割を上回り、最も多くなっています。(問16)

○商店街でのイベント等の参加状況では、「知っているが、参加したことはない」が48.1%で最も多く、ついで「ときどき参加する」が24.8%、「イベントが行われていることを知らない」が23.5%が続きます。(問17)

○イベントの参加状況を居住地区でクロス集計をすると(P.87)、地区による違いはほとんど見られませんが、他の地区と比べて北部と東部では「イベントが行われていることを知らない」が多くなっています。(問17)

○商店街がより利用されるようになるための取組としては、「商店街におけるバランスのとれた業種の配置」(49.0%)が最も多くなっています。商店街の利用状況でクロス集計をすると(P.90)、商店街の利用状況にかかわらず、「商店街におけるバランスのとれた業種の配置」が最も多くなっています。(問18)

■起業や65歳以降の就業について

○すでに起業している人は8.8%、起業に関心がある人は29.0%となっています。起業の理由としては、「収入をよくしたいから」(46.1%)が最も多く、「自分の知識や経験を活かしたいから」(41.8%)、「社会の役に立ちたいから」(34.1%)が続きます。(問19・20)

○65歳以降、働きたいと思う人は55.7%です。年代別にみると(P.64)、50～64歳では66.3%、65～74歳では48.9%となっています。(問21)

○65歳以降も働きたいと思う理由を年代別にみると(P.65)、50～64歳では「生活資金等の経済的な

余裕を得るため」が66.2%で最も多くなっていますが、65歳以上になると「働かなくなると、生活にメリハリがなくなるから」が最も多くなっています。(問22)

○65歳以降の働き方としては、「経験のある職種・業種の会社で働きたい」が35.4%で最も多く、年代別にみると(P.66)、50～74歳では34.3%で最も多くなっています。(問23)

■目黒区の産業振興について

○目黒区の産業のイメージでは、「人気のある店が多い」(33.9%)、「理容・美容関係の店が多い」(29.9%)、「商店街でのお祭りやイベントが活発」(26.1%)が多く、商業のイメージが強いことが見て取れます。一方、製造業に関する回答は少なくなっています。(問24)

○産業を通じて形成されるまちの姿としては、「魅力的な商店・飲食店が多いまち」(62.0%)、「徒歩圏内で生活必需品がそろそろ便利なまち」(60.5%)、「商店街に活気があり、にぎわっているまち」(50.3%)が多く、買い物環境が充実したまちが求められていることが見て取れます。(問25)

○農業については、区内に農地があることを「知っている」人が35.5%となっています。性別・年代別でクロス集計をすると(P.99)、年齢が上がるにつれて「知っている」が多くなる傾向があり、65歳以上の女性では「知っている」人が5割を上回っています。(問26)

○区内に農地があることで得られるメリットとしては、「都市における緑地が確保される」が65.1%で最も多く、「新鮮な農産物が手に入る」が54.4%で続きます。(問27)

○実際に農業に関して区内でやってみたいこととしては、「消費者として生産者の顔が見える、安全・安心な農産物を積極的に購入したい」(33.9%)、「じゃがいも掘りやぶどう狩りなどの収穫体験イベントに参加したい」(29.5%)が多く、農業に関心を持っている人は68.0%となっています。(問28)

2. 事業所意識調査

■回答した事業所について

○企業としての組織形態をみると、「個人事業主」が40.0%、「株式会社・有限会社」が57.7%です。(問1)

○業種(産業分類)は、「小売業(食品小売を含む)」が14.7%で最も多く、ついで「飲食店(移動販売、宅配を含む)」と「医療、福祉」が11.8%で続きます。(問2)

○会社全体の従業員数は、「5人以下」が68.0%で最も多くなっています。区内の事業所で見ると「3人未満」が41.8%で最も多くなっています。(問3・9)

○業種(問2)、従業員数(問3)、資本金(問4)に基づき企業規模をみると(P.107)、「個人事業主」が40.0%で最も多く、ついで「小規模企業者」が38.4%、「中小企業」が16.5%で続きます。

○区内に事業所を開設してからの年数では「20～50年未満」が38.0%で最も多くなっています。(問8)

○事業主は「1代目」が57.1%で最も多くなっています。年齢で見ると、「70歳以上」が32.1%で最も多く、ついで「60歳代」が28.3%、「50歳代」が21.5%で続きます。(問5・6)

○「単独事業所、又は個人事業主」では、事業主が60歳以上が64.6%で、さらに70歳以上が33.0%となっています。(問7)

■経営状況について

- 直近3年間の売上は、「減少」が45.4%で最も多く、ついで「横ばい」が37.1%、「増加」が14.7%で続きます。(問10)
- 事業所区分でクロス集計をすると(P.135)、単独事業所又は個人事業主では売上が減少している事業所は53.0%です。また、企業規模でクロス集計をすると(P.146)、小規模企業者、中小企業では、「横ばい」が、43.0%、42.5%で最も多くなっています。(問10)
- 今後3年間における事業展開としては、「現状を維持したい」が59.7%と最も多く、「事業を拡大したい」は23.6%となっています。また、「廃業を検討している」は11.2%で、事業所区分でクロス集計をすると(P.135)、単独事業所又は個人事業主では16.0%と全体より多くなっています。(問11)
- 経営上の問題点としては、「人員の確保」が32.1%で最も多く、ついで「同業者間の競争激化」が26.0%、「顧客のニーズの変化」が25.5%で続きます。業種でクロス集計をすると(P.158)、商業・サービス業は同様の傾向が見られますが、製造業では「設備(店舗等を含む)の老朽化・不足」、「原材料等の仕入価格の高騰」が34.1%で最も多く、ついで「事業承継・後継者の問題」が29.5%で続きます。(問12)
- 経営上の問題点への対策としては、「人材の確保・育成」が34.7%で最も多く、ついで「営業力の強化」が25.7%で続きます。業種でクロス集計をすると(P.159)、製造業では「販路の拡大・開拓」が31.8%で最も多く、ついで「生産性の向上」が29.5%で続きます。(問13)
- 企業活動においてICTを活用していない事業所は36.6%で、企業規模でクロス集計をすると(P.149)、個人事業主と小規模企業者では、「活用していない」が46.7%、36.9%で最も多くなっています。(問16)

■創業期の課題や必要な支援について

- 創業から10年未満の事業所が創業当時必要とした支援をみると(P.170)、「事業資金調達のための支援」が42.9%で最も多く、ついで「設備投資に対する支援」が22.2%、「事業所設置に伴う支援」が20.6%で続きます。(問17)
- 創業から10年未満の事業所の創業当時の課題をみると(P.171)、「人材の確保」が38.1%で最も多く、ついで「販路・顧客の確保」が33.3%、「事業継続のための資金繰り」が23.8%で続きます。(問18)

■人材確保について

- 人員を確保する上での課題は「報酬等の採用条件が合わない」が22.2%で最も多くなっています。(問19)
- 65歳以上の雇用状況は、「継続雇用・新規採用の予定はない」が45.4%で最も多く、ついで「65歳以上になっても継続して雇用している」が31.5%で続きます。65歳以上の雇用・就業を促進する取組について、「特にない」が46.7%で最も多くなっています。(問20・21)
- ワーク・ライフ・バランスに対する取組を企業規模でクロス集計をすると(P.152)、中小企業とその他企業では長時間労働の削減などが取り組まれています。個人事業主と小規模企業者では「特に取り組んでいることはない」が62.8%、54.8%で最も多くなっています。(問22)

○女性の雇用・就業促進に対する取組を企業規模でクロス集計をすると(P.153)、個人事業主と小規模企業者では「特にない」が51.5%、54.0%で最も多くなっています。(問23)

■事業承継について

- 事業承継の見通しを、事業主の年齢でクロス集計をすると(P.174)、60歳代と70歳以上では、「後継者が決まっている」と「承継予定で後継者がいる」の合計が約3割となっている一方、「廃業の予定」がそれぞれ26.8%、31.8%で最も多くなっています。(問24)
- 事業所区分でクロス集計をすると(P.172)、単独事業所又は個人事業主では、「廃業の予定」が30.2%で最も多くなっています。(問24)

■商店会の加盟等について

- 商店会に加盟している事業所は30.1%です。業種でクロス集計をすると(P.164)、商業・サービス業では「加盟している」が46.4%で他の業種と比べ多くなっています。(問26)
- 商店会への期待としては「期待することはない」が39.6%で最も多くなっています。業種でクロス集計をすると(P.166)、いずれの業種も「期待することはない」が最も多くなっていますが、商業・サービス業では、「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が29.1%で2番目に多くなっています。(問28)

■目黒区の立地環境や施策について

- 目黒区で事業を営む上でのメリットとしては、「鉄道交通の利便性がよい」が52.3%で最も多く、ついで「道路交通の利便性がよい」が39.9%、「まちにブランド感がある」が27.7%で続きます。(問29)
- デメリットとしては、「店舗・用地が確保しにくい」が21.8%で最も多く、ついで「まち自体の集客力がない」が16.8%で続きます。業種でクロス集計をすると(P.161)、商業・サービス業では「まち自体の集客力がない」が27.7%で最も多くなっています。(問30)
- ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に合わせた取組については、「特にない」が84.7%で最も多くなっています。(問31)
- 区が行う産業振興や企業・事業者支援の取組を利用したいと考える事業所は53.7%です。利用したい区の取組としては、「融資あっせん制度」が39.9%で最も多くなっています。(問35)
- 利用したい区の取組を企業規模でクロス集計をすると(P.155)、小規模企業者と中小企業では、「融資あっせん制度」が43.3%、43.4%で最も多くなっています。また、業種でクロス集計をすると(P.162)、業種にかかわらず「融資あっせん制度」が最も多くなっており、製造業では「販路拡大支援」が22.7%、商業・サービス業では「経営相談」と「経営実践セミナー」が11.4%で続きます。(問35)
- 区に望む支援策では、「低利融資制度」が39.1%で最も多く、企業規模でクロス集計をすると(P.156)、中小企業とその他企業では、「人材確保支援」が46.0%、56.3%で最も多くなっています。また、業種でクロス集計をすると(P.163)、商業・サービス業では「低利融資制度」が39.4%で最も多くなっていますが、製造業では「特にない」が31.8%で最も多くなっています。(問36)