

---

# 産業振興に関する意識調査 報告書

---

平成30年3月  
目黒区



# 目次

<b>第1章 実施概要</b> .....	1
1. 調査概要.....	1
2. 報告書の見方.....	2
<b>第2章 結果まとめ</b> .....	3
1. 区民意識調査.....	3
2. 事業所意識調査.....	5
<b>第3章 区民意識調査結果</b> .....	8
1. 基本属性.....	8
2. 日頃の買い物や外食(消費行動)について.....	12
3. 区内の商店街の利用について.....	22
4. 起業について.....	28
5. 65歳以降の就業について.....	30
6. 区の魅力や産業振興のための取組について.....	33
7. 農業について.....	35
8. 自由回答.....	37
<b>第4章 区民意識調査結果 分析編</b> .....	48
1. 性別や年代別による分析.....	48
2. 消費意識による分析.....	67
3. 商店街に関する分析.....	73
4. 買い物をする場所(サービスを受ける場所)に関する分析.....	91
5. 農地や農業の意向に関する分析.....	99
<b>第5章 事業所意識調査結果</b> .....	105
1. 企業に関する基本情報.....	105
2. 区内事業所に関する基本情報.....	110
3. 経営状況について.....	113
4. 創業期における課題や必要な支援について.....	118
5. 人材確保について.....	120
6. 事業承継について.....	124
7. 商店会について.....	126
8. 目黒区における立地や環境について.....	128
9. オリンピック・パラリンピック等の開催に向けた取組等について.....	130
10. 区による産業振興や支援に関する施策について.....	132
<b>第6章 事業所意識調査結果 分析編</b> .....	135
1. 事業所区分による分析.....	135
2. 事業所の企業規模による分析.....	146
3. 業種(製造業、商業)による分析.....	157
4. 商店会に関する分析.....	164
5. 創業期の支援に関する分析.....	170
6. 事業承継に関する分析.....	172
<b>参考 調査票</b> .....	176
1. 区民意識調査.....	176
2. 事業所意識調査.....	184



# 第1章 実施概要

## 1. 調査概要

### (1)調査名称

産業振興に関する意識調査

### (2)調査目的

平成30年度末に予定している「目黒区産業振興ビジョン」の改定に際して、区内産業のより一層の振興を図るため、区民の消費行動やニーズを把握するとともに、事業所の実態や要望を知るためにアンケート調査を実施しました。

### (3)調査対象

#### ①産業振興に関する区民意識調査(略称:区民意識調査)

目黒区に住民登録をしている満18歳以上の方から無作為に2,000人を抽出

#### ②産業振興に関する事業所意識調査(略称:事業所意識調査)

「平成26年経済センサス基礎調査」(総務省)の対象となった事業所から2,000件を抽出

### (4)調査期間

平成29年10月26日(木)～11月15日(水)

### (5)調査方法

①、②ともに郵送にて発送・回収

※対象者にID・パスワードを発行し、インターネット上でも回答可能としました。

### (6)回収率

調査名称	発送数	回収数	回収率
①区民意識調査	2,000件	800件	40.0%
②事業所意識調査	2,000件	685件	34.3%

※上記のうち、インターネットでの回答は①で58件(7.3%)、②で32件(4.6%)でした。

## 2. 報告書の見方

- ①図表内の「N」は、各設問の回答者数を示します。
- ②集計は、小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示しているため、比率の合計が100.0%とならない場合があります。
- ③複数回答を求めた設問では 設問に対する回答者数を分母として選択肢ごとの割合を算出しているため、回答比率の合計が100.0%を上回る場合があります。
- ④図表中の選択肢の表記は、場合によって語句を一部簡略化しています。
- ⑤クロス集計のグラフでは分析軸となる設問で「無回答」を除いています。そのため全体のNと各項目のNの合計が一致しない場合があります。
- ⑥選択肢が多い設問のクロス集計については表で記載しています。表中の数字は割合を示しており、単位は%です。クロス集計の表については、項目ごとに上位1位・2位に網掛けをしています。なお、Nが10未満の場合は網掛けをしていません。
- ⑦標本調査を行ったため、調査結果には統計上の誤差(標本誤差)が生じることがあります。無作為抽出を用いた場合の標本誤差は、信頼度を95%にした場合は、次の計算式によって求められます。

$$\text{標本誤差} = \pm 2 \times \sqrt{\frac{N-n}{N-1} \times \frac{p(1-p)}{n}} \quad (N: \text{母集団数}, n: \text{サンプル数(有効回答数)}, p: \text{回答比率})$$

区民意識調査の誤差範囲は、Nを平成29年10月1日時点の目黒区の18歳以上の人口241,265人として、次のように求められます。

回答比率 n	90%または 10%程度	80%または 20%程度	70%または 30%程度	60%または 40%程度	50%程度
800	±2.12%	±2.82%	±3.24%	±3.46%	±3.53%

事業所意識調査の誤差範囲は、Nを「平成26年経済センサス基礎調査」で把握されている事業所数12,035として、上記の計算式に従って算出される調査の標本誤差は以下の通りとなります。

回答比率 n	90%または 10%程度	80%または 20%程度	70%または 30%程度	60%または 40%程度	50%程度
685	±2.23%	±2.97%	±3.40%	±3.64%	±3.71%

※上記の表の見方

区民意識調査において、回答者数が800人の設問の場合、回答比率が30%の選択肢の標準誤差が±3.24%となり、26.76%～33.24%の範囲にあることとなります。

## 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

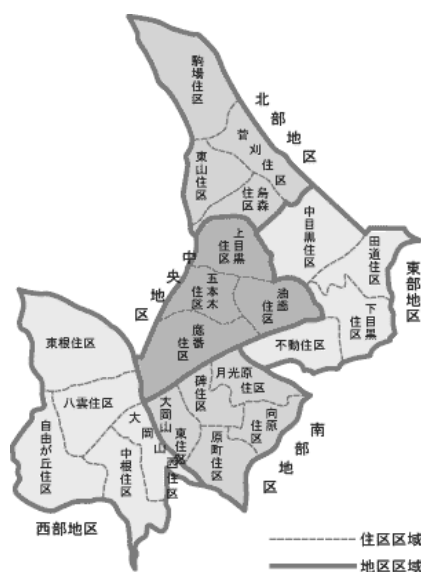
- 区内商店街を利用している人(「よく利用する」と「ときどき利用する」の合計)は65.1%で、「よく利用する」人は24.3%となっています。(問14)

○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、「特になし」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

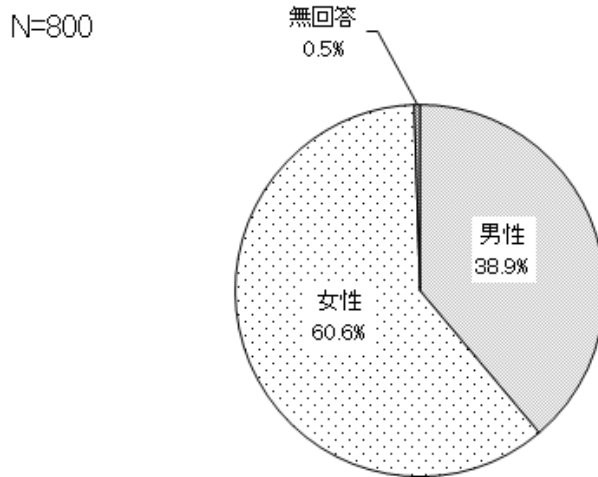
- 目黒区で事業を営む上でのメリットとしては、「鉄道交通の利便性がよい」が52.3%で最も多く、ついで「道路交通の利便性がよい」が39.9%、「まちにブランド感がある」が27.7%で続きます。(問29)
- デメリットとしては、「店舗・用地が確保しにくい」が21.8%で最も多く、ついで「まち自体の集客力がない」が16.8%で続きます。業種でクロス集計をすると(P.161)、商業・サービス業では「まち自体の集客力がない」が27.7%で最も多くなっています。(問30)
- ラグビーワールドカップ2019や東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に合わせた取組については、「特にない」が84.7%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)

# 第3章 区民意識調査結果

## 1. 基本属性

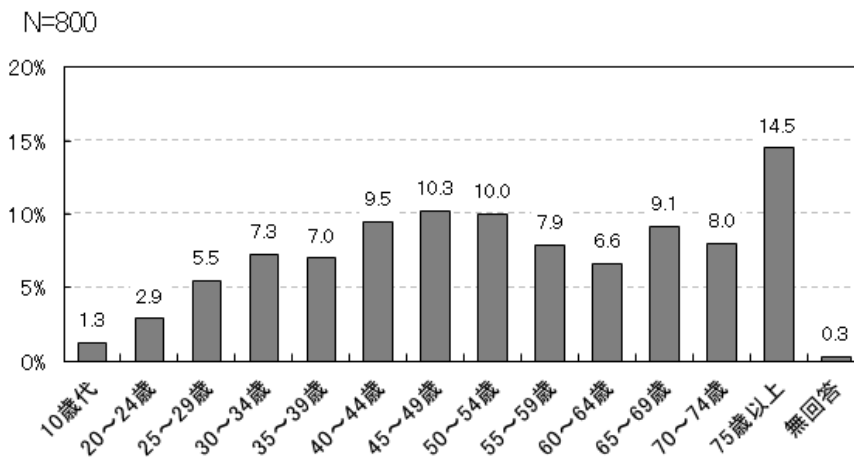
問1 あなたの性別を教えてください。(○は1つ)  
※本調査では、回答結果を統計的に分析するために性別の選択肢を「男性・女性」の二択としています。回答の際は、自分の自認する性別を選んでください。自認する性別がどちらでもない方は、住民登録上の性別を選んでください。

○「男性」が38.9%、「女性」が60.6%となっています。



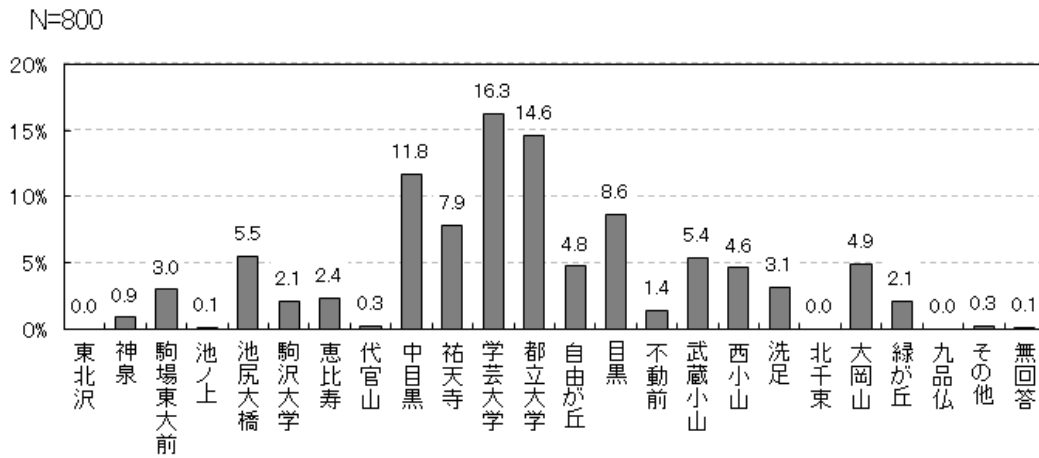
問2 あなたの年齢層を教えてください。(○は1つ)

○「75歳以上」が14.5%で最も多く、ついで「45～49歳」が10.3%、「50～54歳」が10.0%で続きます。  
○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3 あなたの最寄駅はどちらですか。(○は1つ)

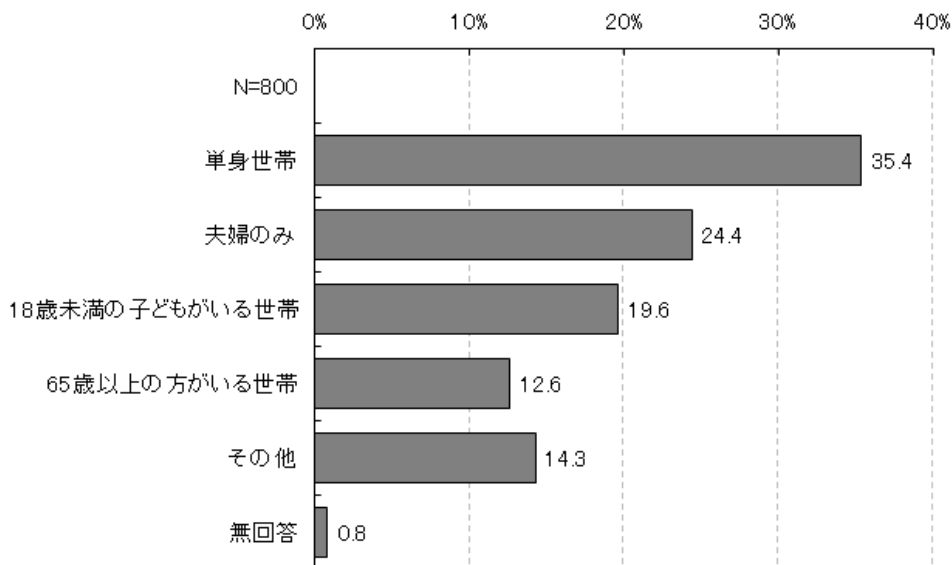
○「学芸大学」が16.3%で最も多く、ついで「都立大学」が14.6%、「中目黒」が11.8%で続きます。



問4 あなたの家族構成を教えてください。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

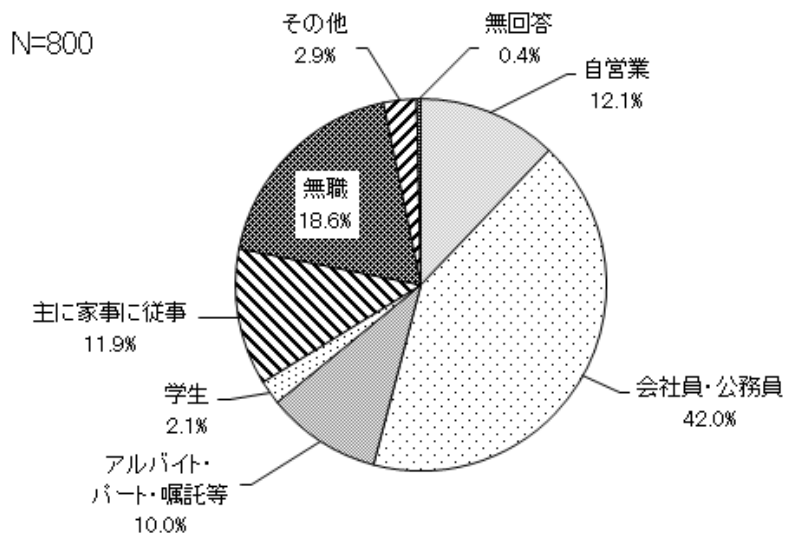
※現在、同居している家族について回答してください。

○「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。



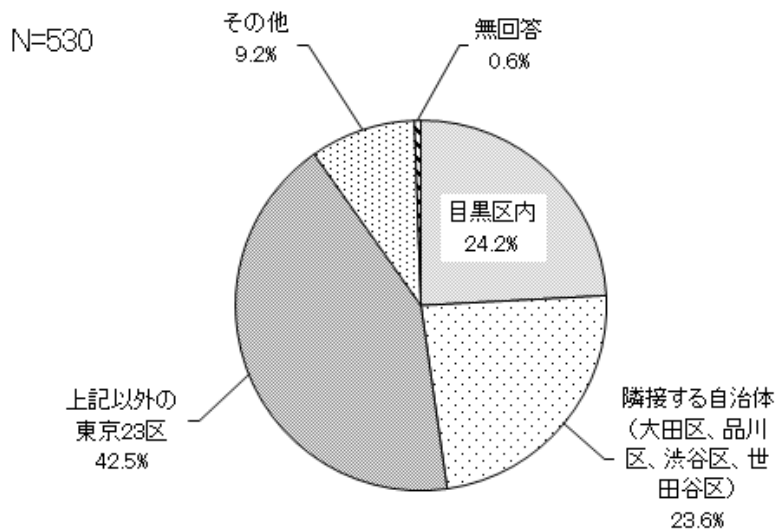
問5 あなたのご職業を教えてください。(〇は1つ)

○「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。



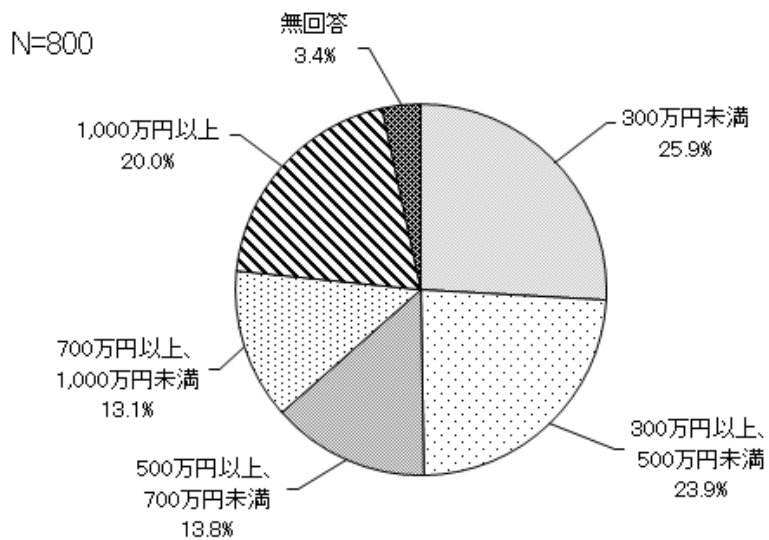
問6 問5で「自営業」「会社員・公務員」「アルバイト・パート・嘱託等」「学生」を選択した530人が回答  
あなたの通勤先・通学先はどちらですか。複数ある方は主な勤務地・通学地を選択してください。(〇は1つ)

○「上記以外の東京23区」が42.5%で最も多く、ついで「目黒区内」が24.2%、「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)」が23.6%で続きます。



問7 あなたの世帯年収を教えてください。(○は1つ)

○「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。

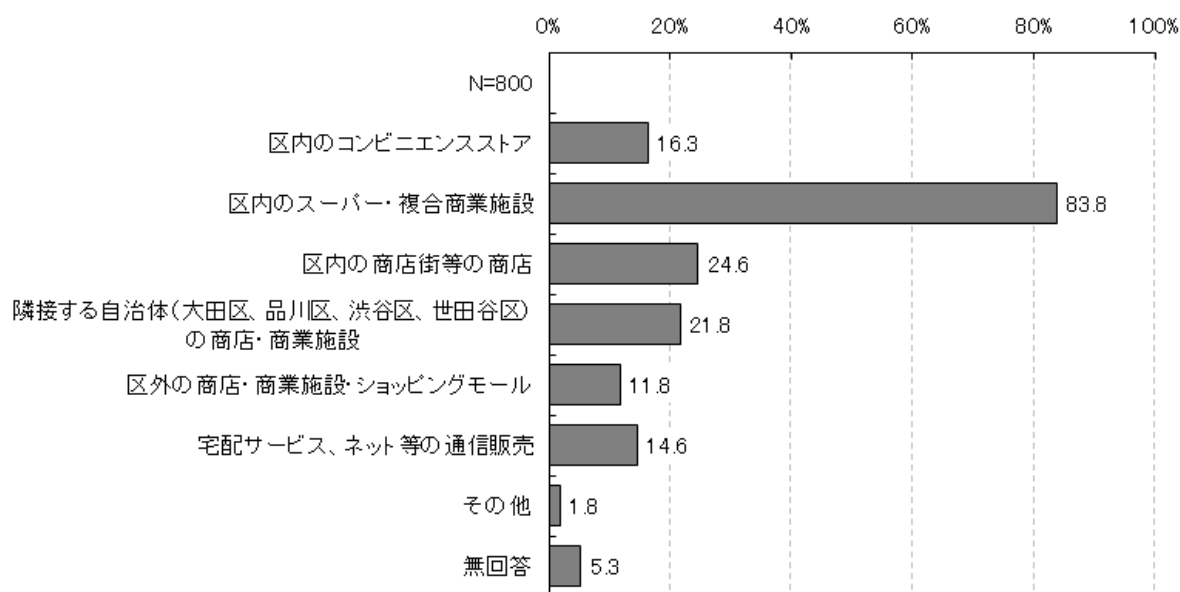


## 2. 日頃の買い物や外食(消費行動)について

問8 あなたが日頃買い物をする場所(サービスを利用する場所)や外食に出かける場所はどちらですか。①～⑦の項目ごとに、よく利用する場所を3つまで選択してください。(各項目、○は3つまで)

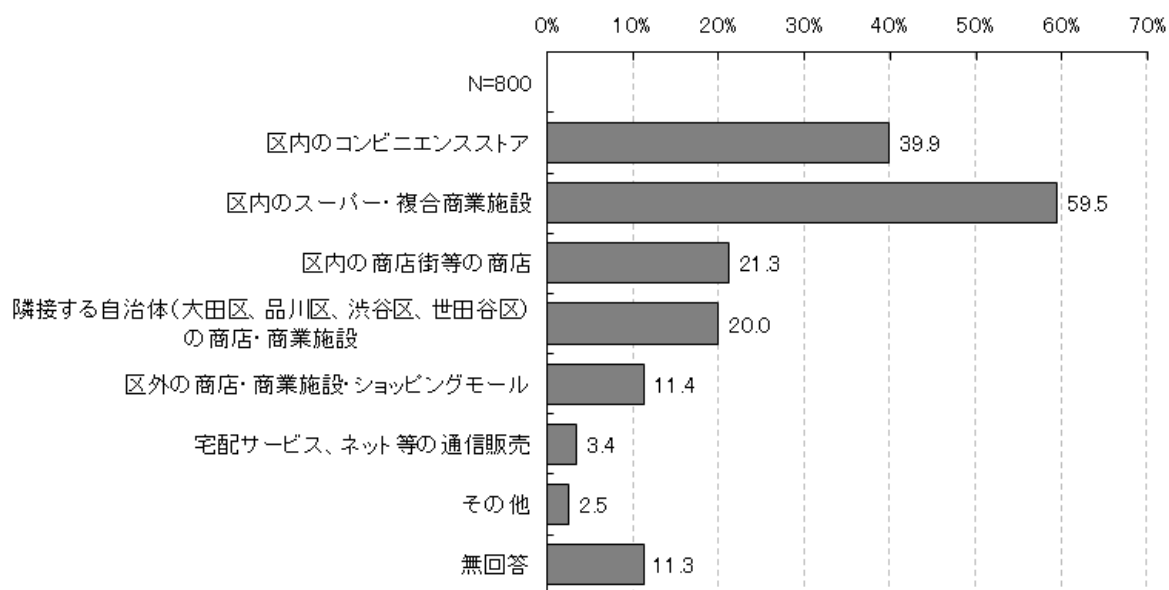
### ①青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材

○「区内のスーパー・複合商業施設」が83.8%で最も多く、ついで「区内の商店街等の商店」が24.6%、「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設」が21.8%で続きます。



### ②弁当・惣菜

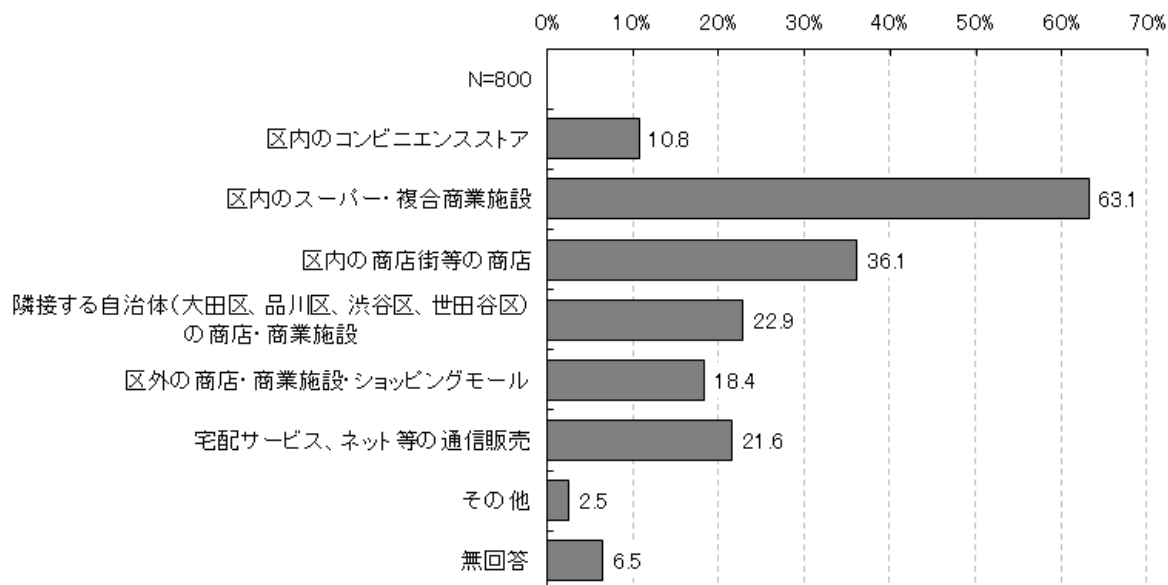
○「区内のスーパー・複合商業施設」が59.5%で最も多く、ついで「区内のコンビニエンスストア」が39.9%、「区内の商店街等の商店」が21.3%で続きます。





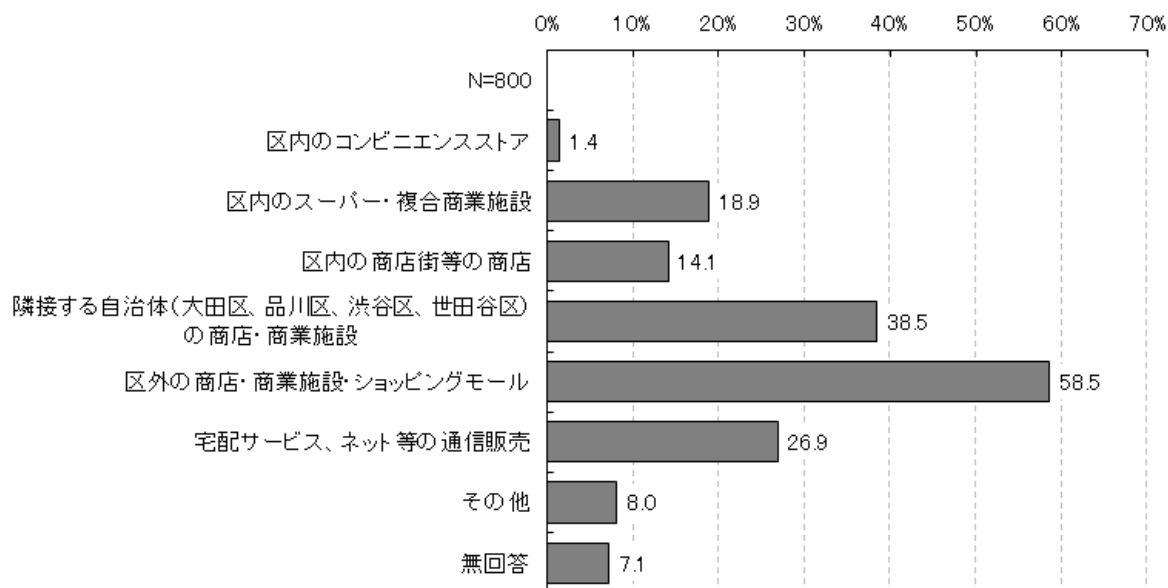
### ③日用品・日用雑貨

○「区内のスーパー・複合商業施設」が63.1%で最も多く、ついで「区内の商店街等の商店」が36.1%、「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設」が22.9%で続きます。



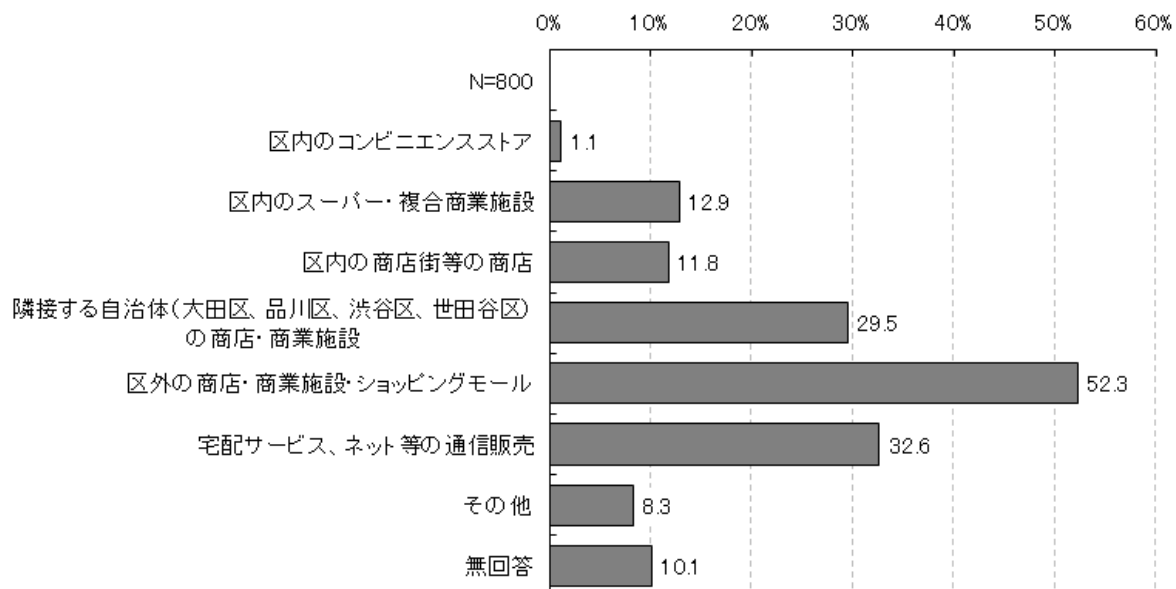
### ④身の回り品(衣類・靴・靴等)

○「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が58.5%で最も多く、ついで「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設」が38.5%、「宅配サービス、ネット等の通信販売」が26.9%で続きます。



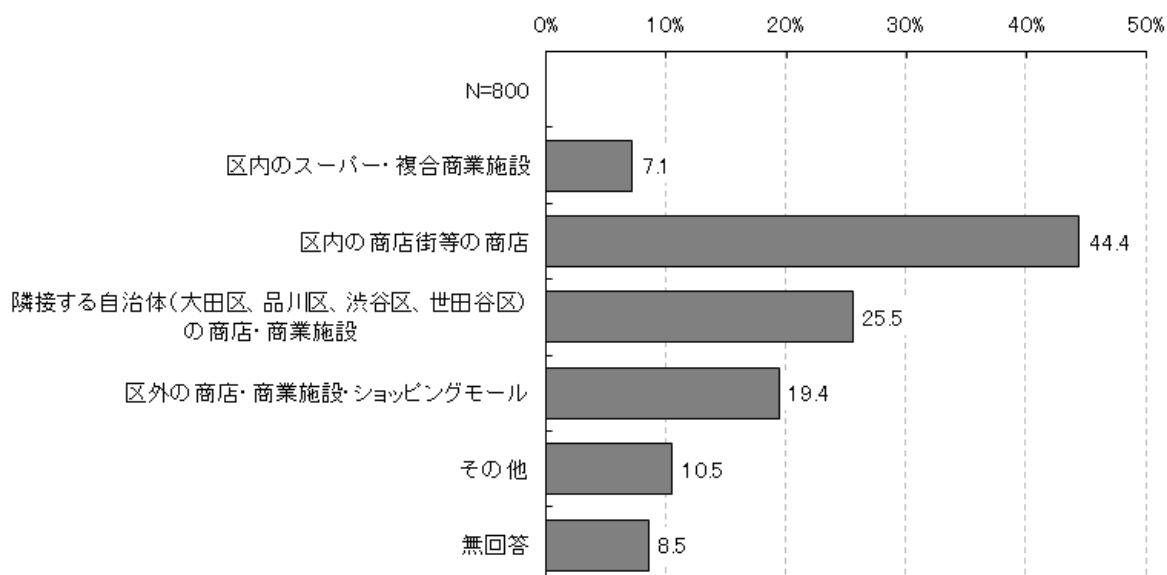
### ⑤耐久消費財(家具・家電等)

○「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が52.3%で最も多く、ついで「宅配サービス、ネット等の通信販売」が32.6%、「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設」が29.5%で続きます。



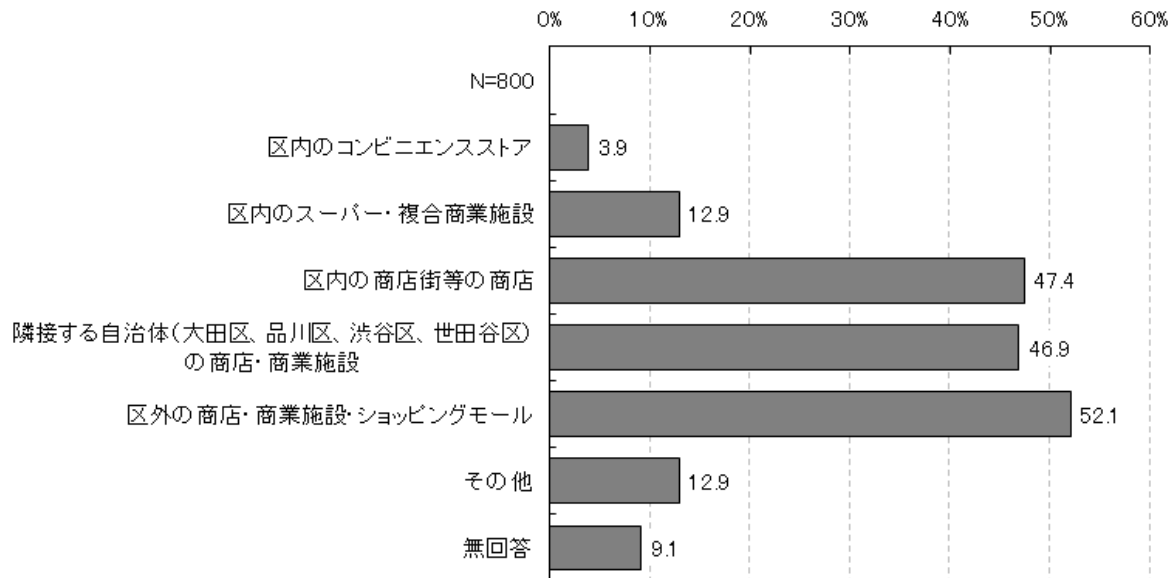
### ⑥理容・美容

○「区内の商店街等の商店」が44.4%で最も多く、ついで「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設」が25.5%、「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が19.4%で続きます。



## ⑦外食

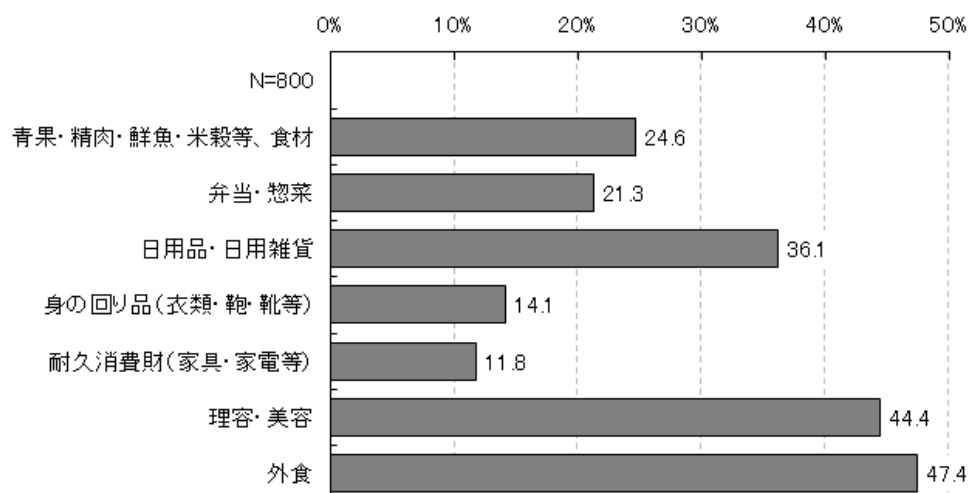
○「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が52.1%で最も多く、ついで「区内の商店街等の商店」が47.4%、「隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設」が46.9%で続きます。



## ■区内の商店街等の商店の利用について

○①～⑦それぞれについて、「区内の商店街等の商店」の割合を比較すると、「外食」(47.4%)、「理容・美容」(44.4%)がともに多くなっています。

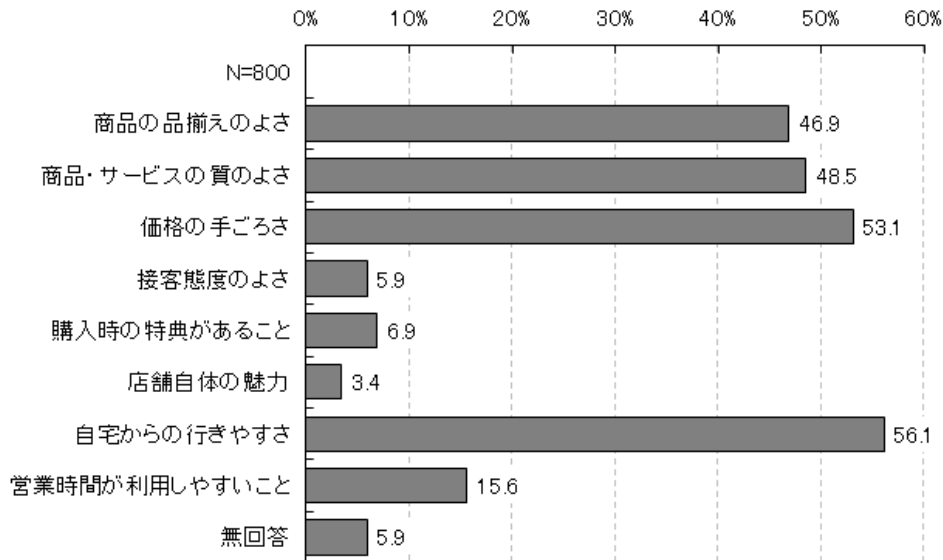
○「身の回り品(衣類・靴・靴等)」(14.1%)、「耐久消費財(家具・家電等)」(11.8%)がともに少なくなっています。



問9 あなたが、それぞれの物品・サービスについて、お店を選ぶ際に重視することは何ですか。①～⑦の項目ごとに、重視することを3つまで選択してください。(各項目、○は3つまで)

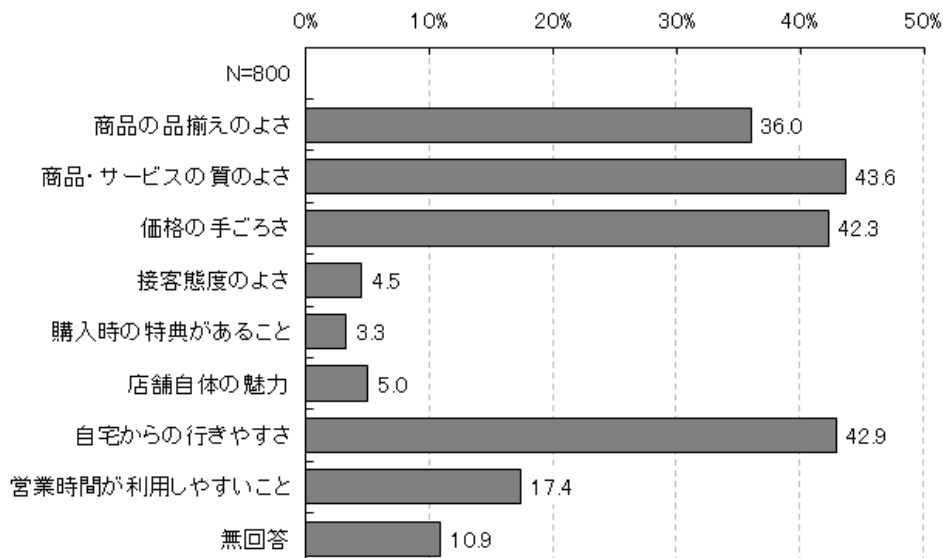
### ①青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材

○「自宅からの行きやすさ」が56.1%で最も多く、ついで「価格の手ごろさ」が53.1%、「商品・サービスの質のよさ」が48.5%で続きます。



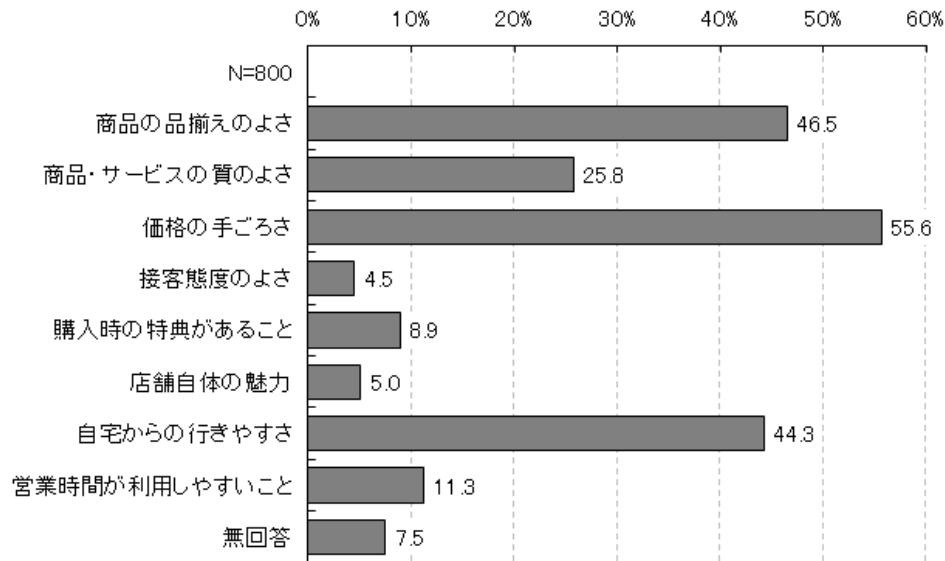
### ②弁当・惣菜

○「商品・サービスの質のよさ」が43.6%で最も多く、ついで「自宅からの行きやすさ」が42.9%、「価格の手ごろさ」が42.3%で続きます。



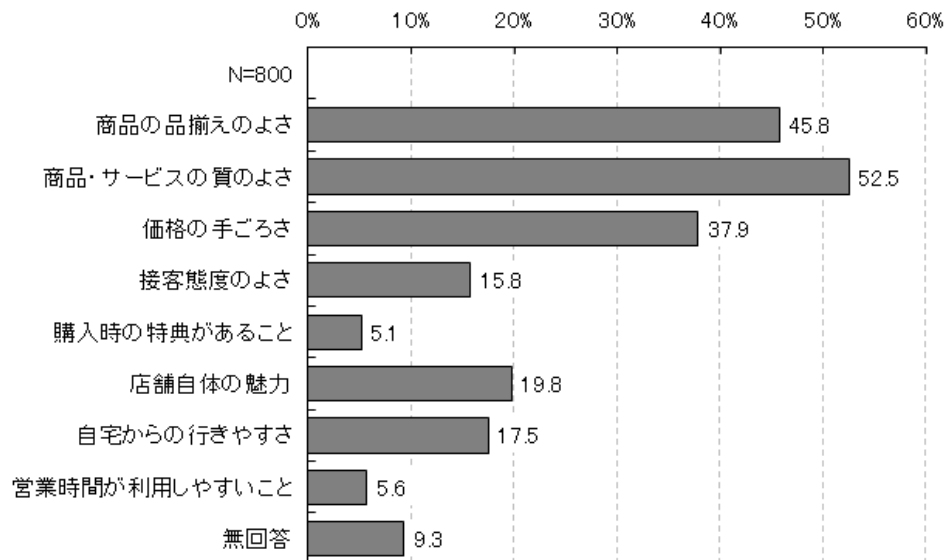
### ③日用品・日用雑貨

○「価格の手ごろさ」が55.6%で最も多く、ついで「商品の品揃えのよさ」が46.5%、「自宅からの行きやすさ」が44.3%で続きます。



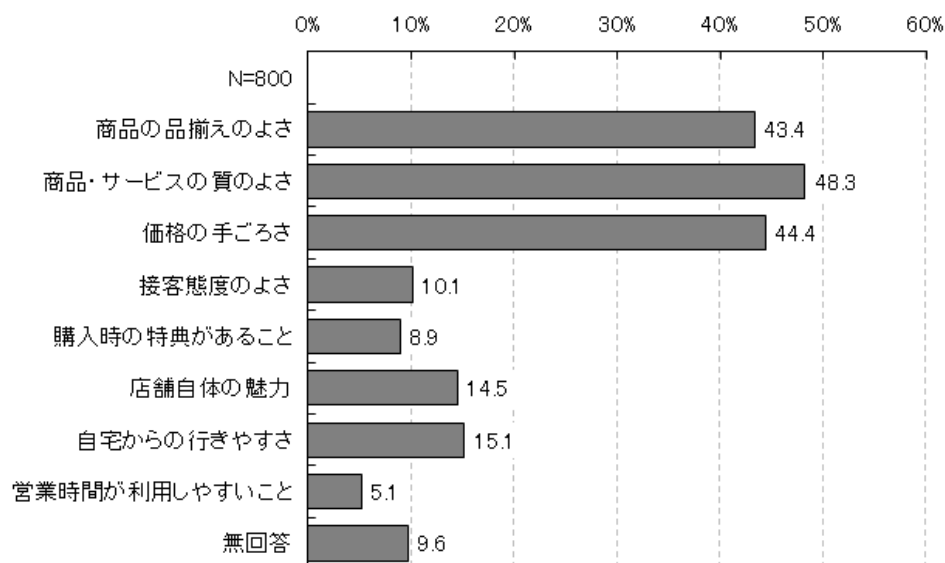
### ④身の回り品(衣類・鞆・靴等)

○「商品・サービスの質のよさ」が52.5%で最も多く、ついで「商品の品揃えのよさ」が45.8%、「価格の手ごろさ」が37.9%で続きます。



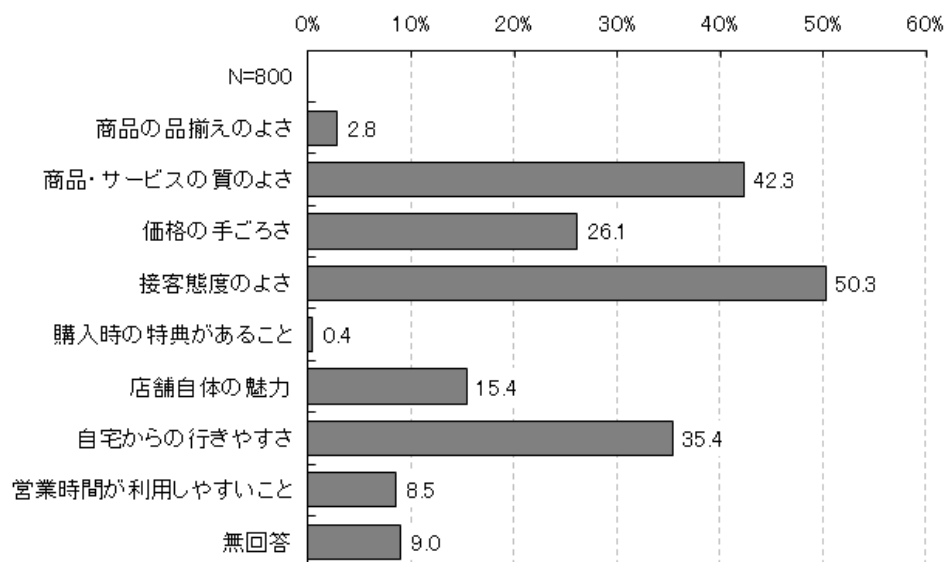
### ⑤耐久消費財(家具・家電等)

○「商品・サービスの質のよさ」が48.3%で最も多く、ついで「価格の手ごろさ」が44.4%、「商品の品揃えのよさ」が43.4%で続きます。



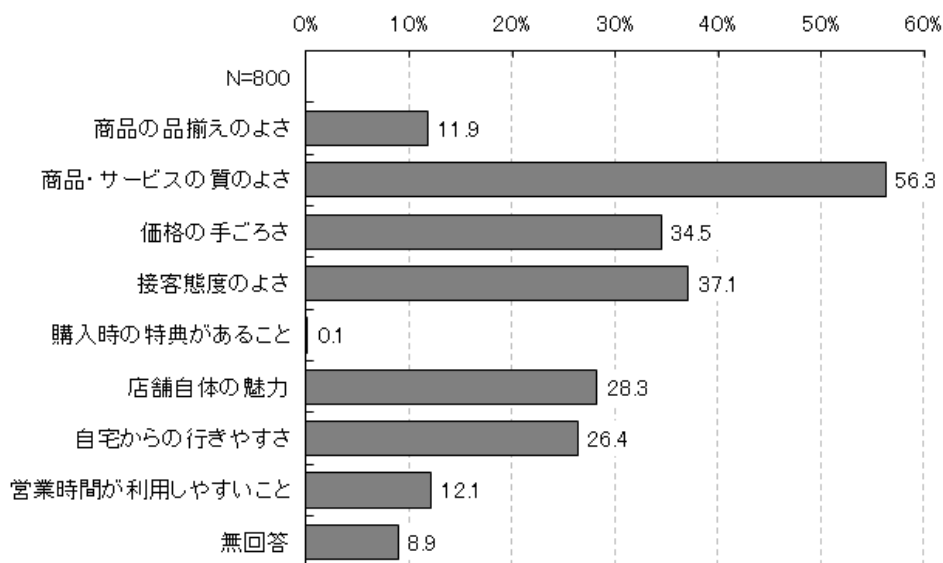
### ⑥理容・美容

○「接客態度のよさ」が50.3%で最も多く、ついで「商品・サービスの質のよさ」が42.3%、「自宅からの行きやすさ」が35.4%で続きます。



## ⑦外食

○「商品・サービスの質のよさ」が56.3%で最も多く、ついで「接客態度のよさ」が37.1%、「価格の手ごろさ」が34.5%で続きます。

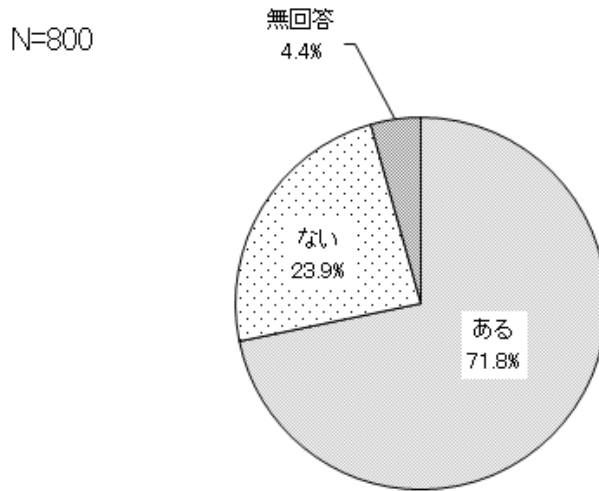


### ■各項目における店を選ぶ際に重視することの上位3位

項目	第1位	第2位	第3位
①青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材	自宅からの行きやすさ(56.1%)	価格の手ごろさ(53.1%)	商品・サービスの質のよさ(48.5%)
②弁当・惣菜	商品・サービスの質のよさ(43.6%)	自宅からの行きやすさ(42.9%)	価格の手ごろさ(42.3%)
③日用品・日用雑貨	価格の手ごろさ(55.6%)	商品の品揃えのよさ(46.5%)	自宅からの行きやすさ(44.3%)
④身の回り品 (衣類・鞆・靴等)	商品・サービスの質のよさ(52.5%)	商品の品揃えのよさ(45.8%)	価格の手ごろさ(37.9%)
⑤耐久消費財 (家具・家電等)	商品・サービスの質のよさ(48.3%)	価格の手ごろさ(44.4%)	商品の品揃えのよさ(43.4%)
⑥理容・美容	接客態度のよさ(50.3%)	商品・サービスの質のよさ(42.3%)	自宅からの行きやすさ(35.4%)
⑦外食	商品・サービスの質のよさ(56.3%)	接客態度のよさ(37.1%)	価格の手ごろさ(34.5%)

問10 あなたは、自宅周辺や区内に、よく利用する「行きつけの店」「なじみの店」はありますか。(○は1つ)

○「ある」が71.8%、「ない」が23.9%で、「ある」の方が多くなっています。

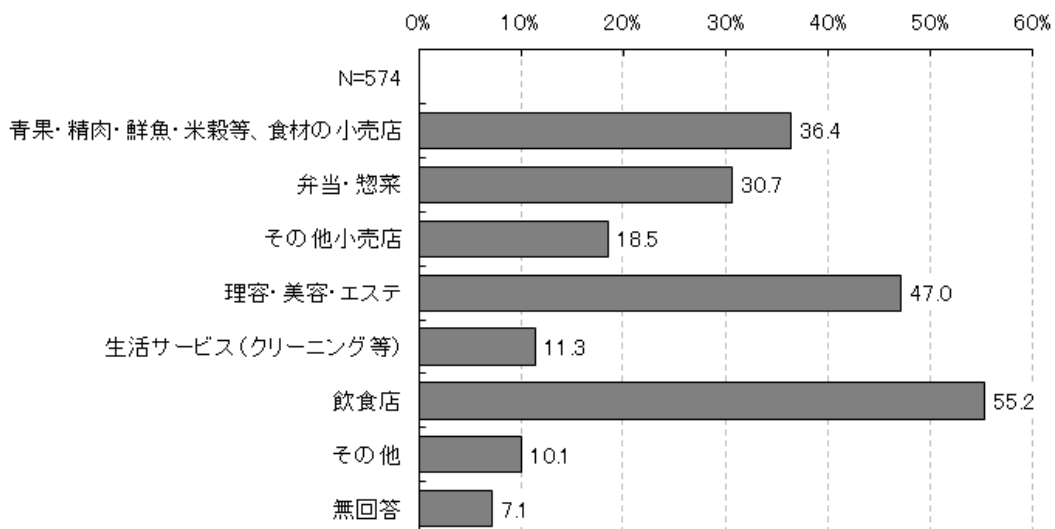


問11 問10で「ある」を選択した574人が回答

あなたの「行きつけの店」「なじみの店」の業種は何ですか。□のなかに自由に記入してください。

記入例)パン屋、八百屋、飲食店、居酒屋、喫茶店、美容室、マッサージなど

○「飲食店」が55.2%で最も多く、ついで「理容・美容・エステ」が47.0%、「青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材の小売店」が36.4%で続きます。

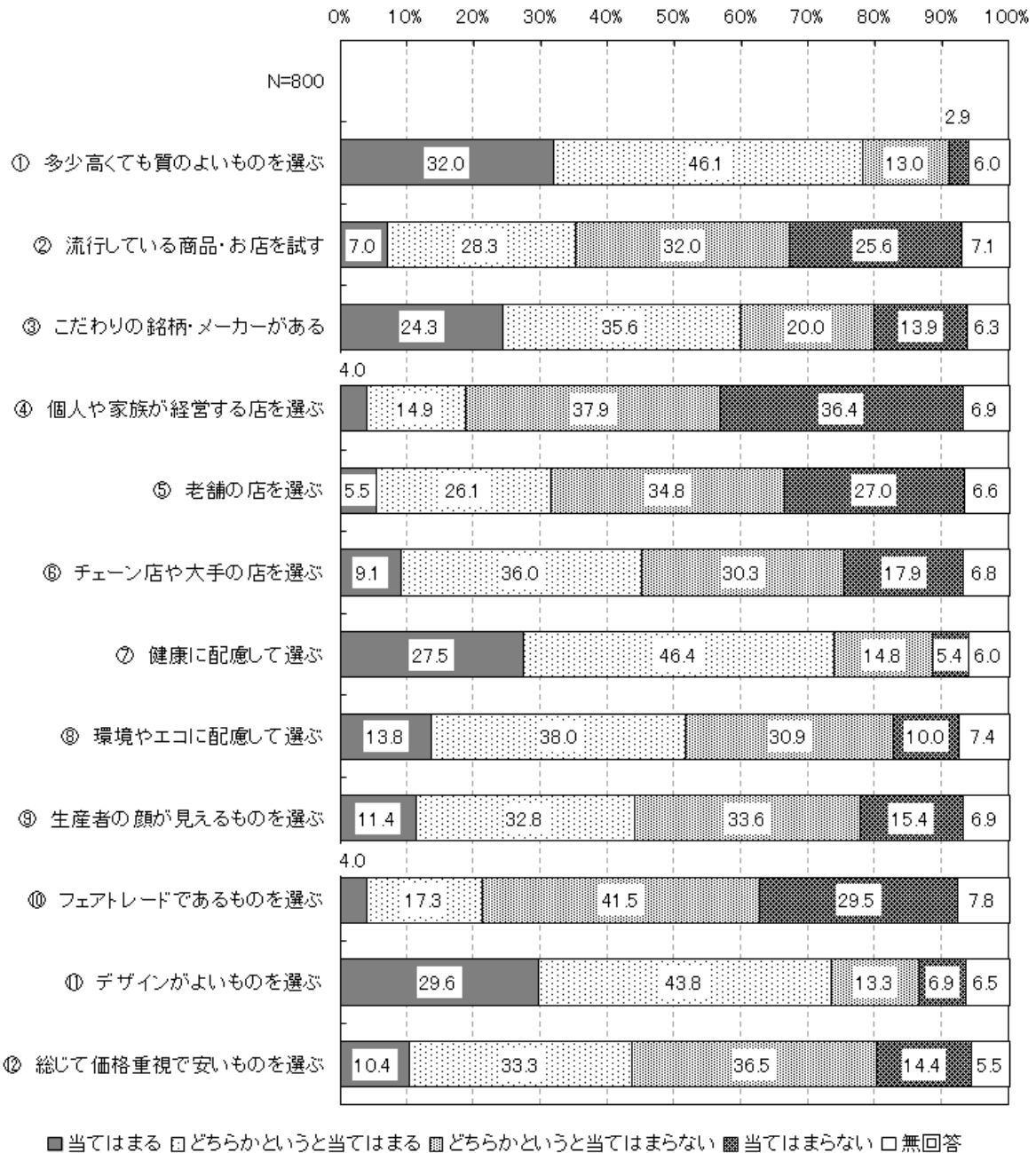




問12 あなたは、普段の買い物や外食の際、どのようなことを意識していますか。①～⑫の項目ごとに、当てはまるかどうかを選択してください。(各項目、○は1つ)

○意識している(「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。

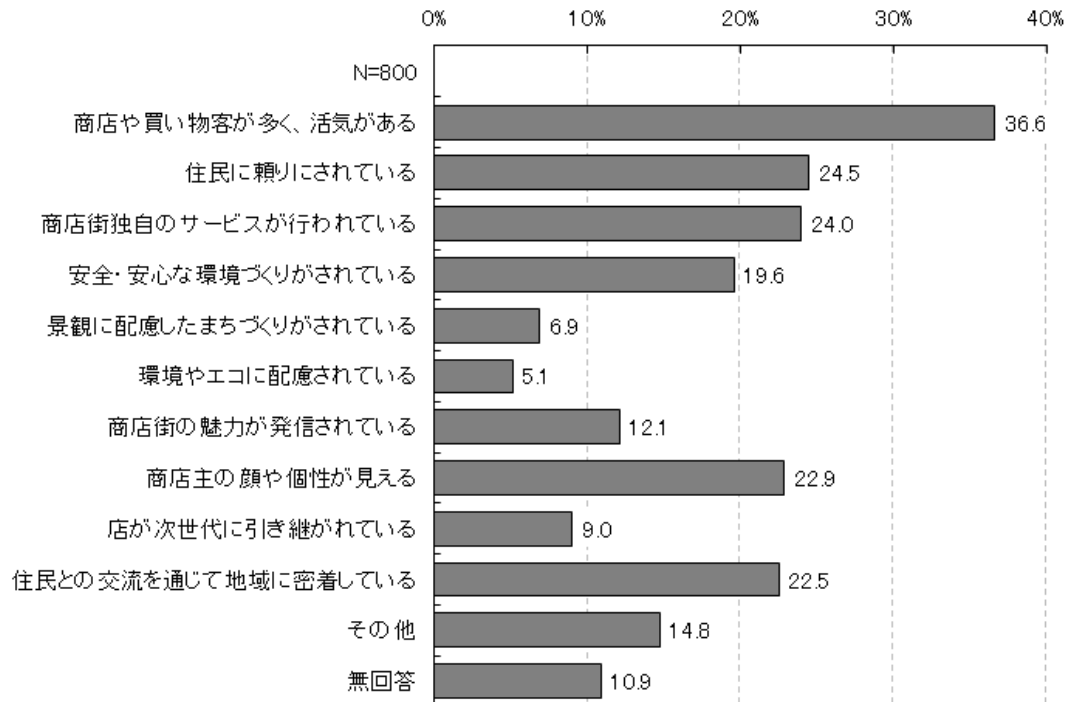


※フェアトレード…開発途上国から適正な価格で購入し、開発途上国の生産者・労働者の生活改善を目指すとする仕入れの考え方

### 3. 区内の商店街の利用について

問13 あなたは、区内の商店街に対して、どのような印象を持っていますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

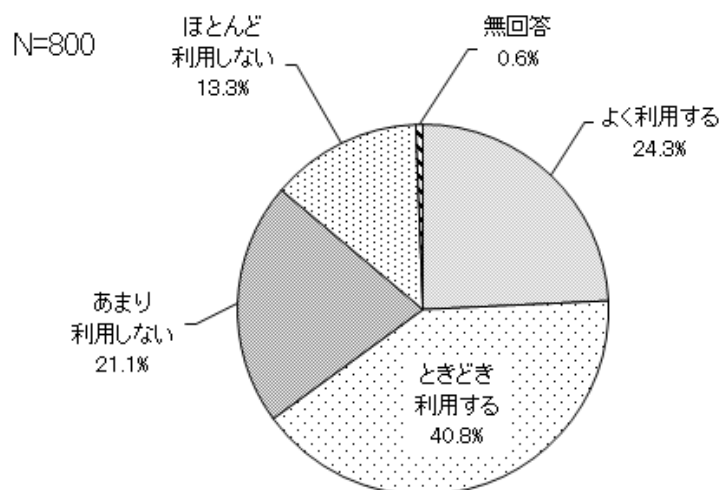
○「商店や買い物客が多く、活気がある」が36.6%で最も多く、ついで「住民に頼りにされている」が24.5%、「商店街独自のサービスが行われている」が24.0%で続きます。



問14 あなたは、区内の商店街を利用しますか。(○は1つ)

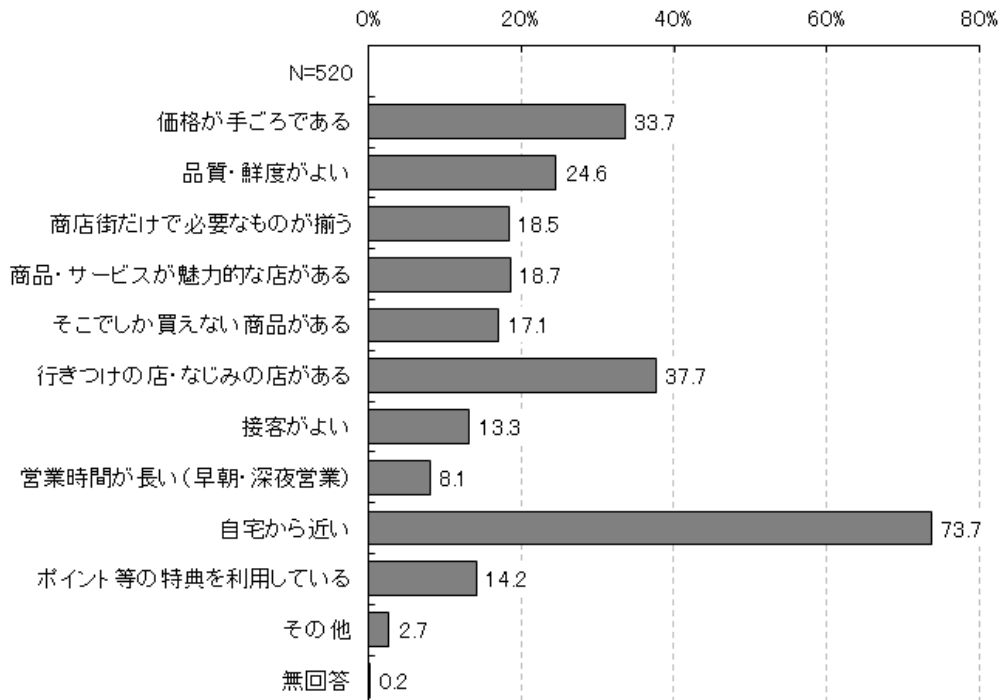
○「ときどき利用する」が40.8%で最も多く、ついで「よく利用する」が24.3%、「あまり利用しない」が21.1%で続きます。

○区内の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%、「利用しない人」(「あまり利用しない」と「ほとんど利用しない」の合計)は34.3%で、利用している人の方が多いです。



問15 問14で「よく利用する」「ときどき利用する」を選択した520人が回答  
 あなたが商店街を利用する理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。  
 (〇はいくつでも)

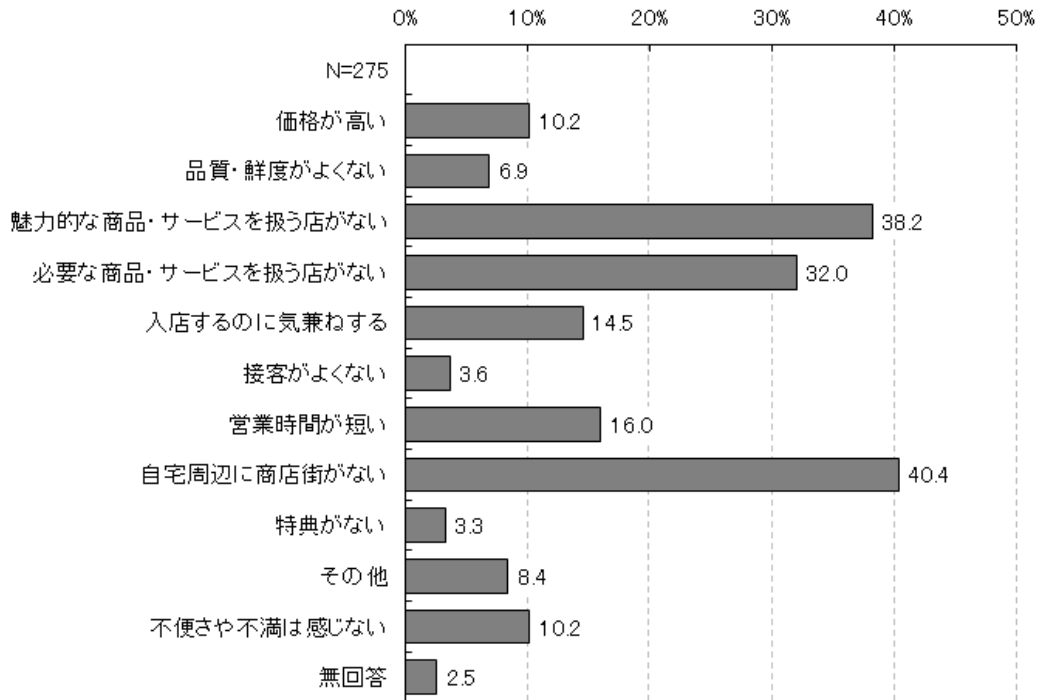
○「自宅から近い」が73.7%で最も多く、ついで「行きつけの店・なじみの店がある」が37.7%、「価格が手ごろである」が33.7%で続きます。



問16 問14で「あまり利用しない」「ほとんど利用しない」を選択した275人が回答

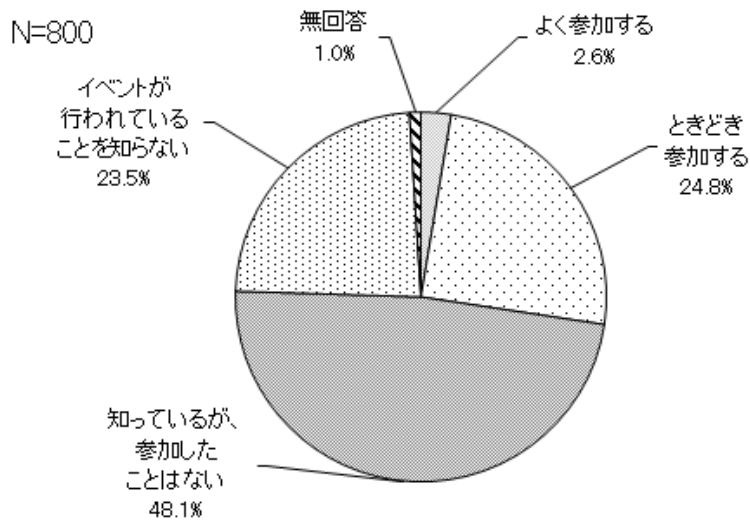
あなたが区内の商店街をあまり利用しない理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

○「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」が38.2%、「必要な商品・サービスを扱う店がない」が32.0%で続きます。



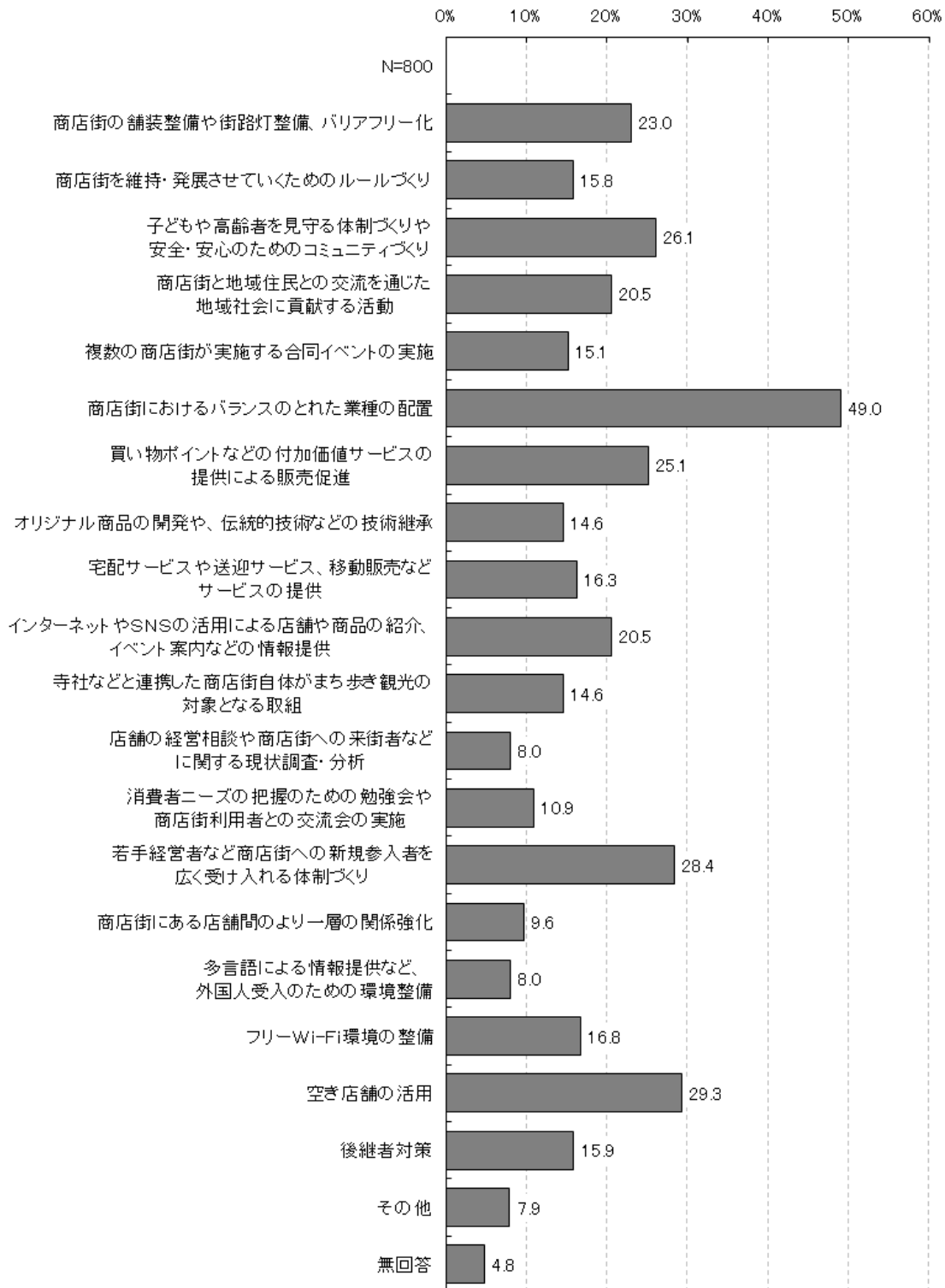
問17 あなたは、区内の商店街でのイベントや抽選会等に参加することはありますか。(○は1つ)

- 「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%で続きます。
- 商店街のイベントや抽選会等に参加する人(「よく参加する」と「ときどき参加する」の合計)は27.4%、参加したことがない人(「知っているが、参加したことはない」と「イベントが行われていることを知らない」の合計)は71.6%で、参加したことがない人の方が多くなっています。
- 商店街のイベントや抽選会等を知っている人(「よく参加する」、「ときどき参加する」、「知っているが、参加したことはない」の合計)は75.5%です。



問18 区内の商店街が、より多くの人に利用されるようになるためには、どのような取組が必要だと思いますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

「商店街におけるバランスのとれた業種の配置」が49.0%で最も多く、ついで「空き店舗の活用」が29.3%、「若手経営者など商店街への新規参入者を広く受け入れる体制づくり」が28.4%で続きます。



※フリーWi-Fi環境…だれでも自分のスマートフォンやパソコン等でインターネットを利用できるサービス

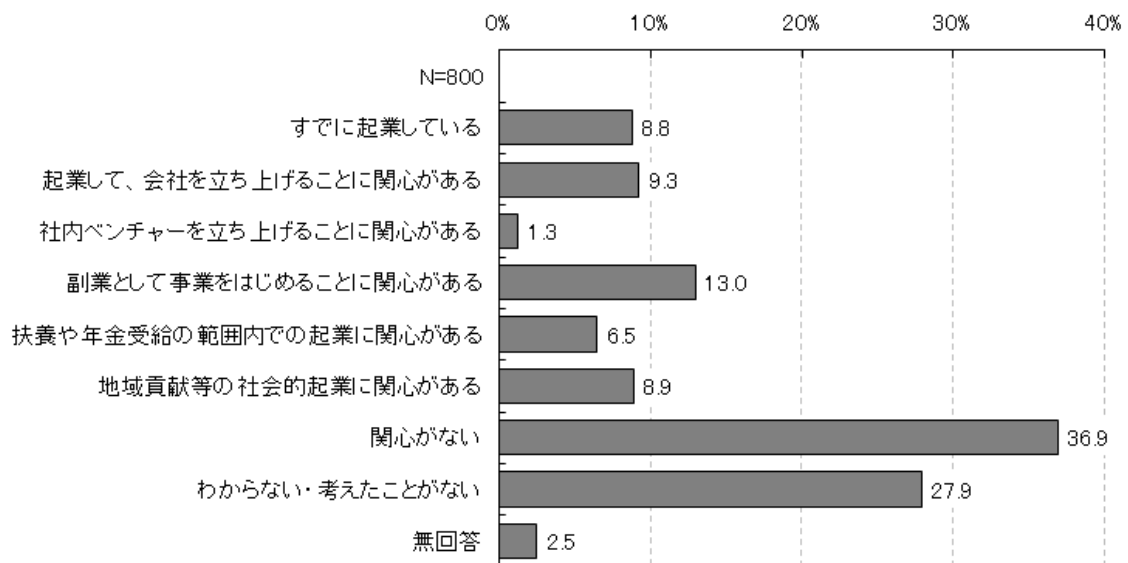
## 4. 起業について

問19 あなたは、起業に対して関心がありますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

○「関心がない」が36.9%で最も多く、ついで「わからない・考えたことがない」が27.9%、「副業として事業をはじめることに関心がある」が13.0%で続きます。

○起業に対して関心のある人は29.0%で、すでに起業している人は8.8%です。

※起業に対して関心のある人は、全体から「すでに起業している」だけを選択した人(3.9%)、「関心がない」(36.9%)、「わからない・考えたことがない」(27.9%)、「無回答」(2.5%)を除いて算出しました。

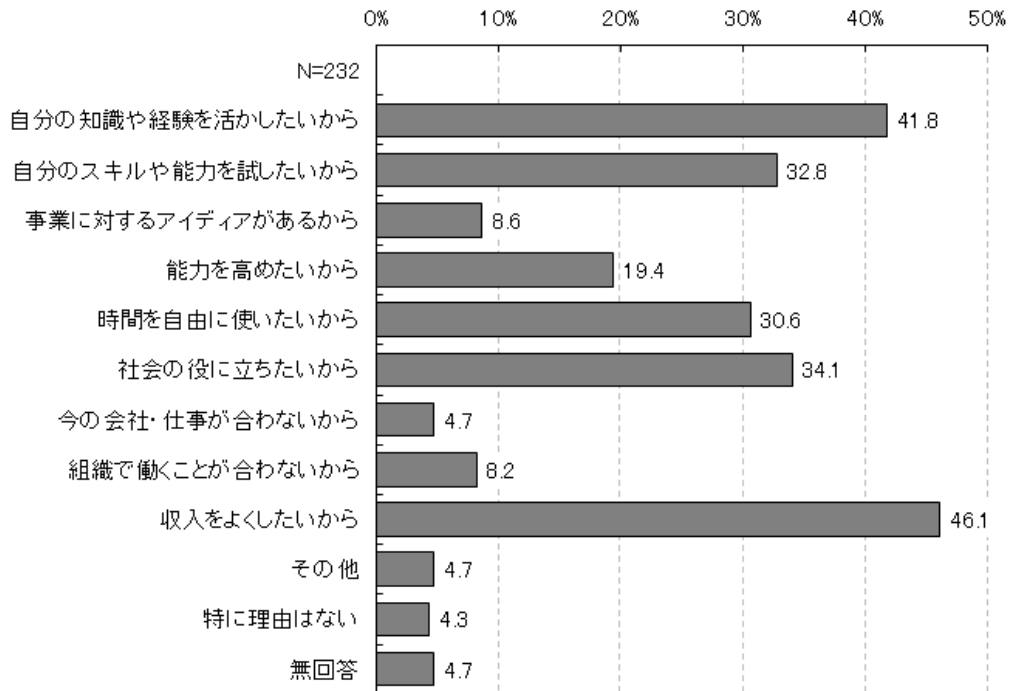


※社内ベンチャー…企業において新規事業を立ち上げることを目的として独立して設置される組織・部門



問20 問19で起業に関心がある(実際に起業してはいない)と回答した232人が回答  
 あなたが起業に関心を持っている理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

○「収入をよくしたいから」が46.1%で最も多く、ついで「自分の知識や経験を活かしたいから」が41.8%、「社会の役に立ちたいから」が34.1%で続きます。



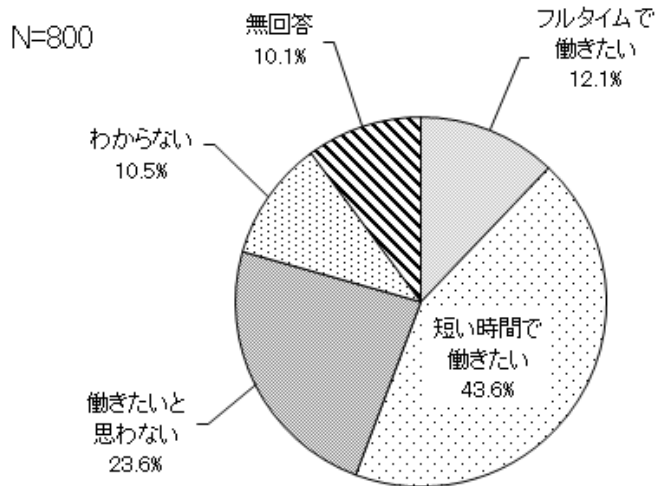
## 5. 65歳以降の就業について

問21 あなたは、65歳になって以降、働きたいと思いますか。(○は1つ)

※現在、65歳以上の方は、現在の関心について回答ください。

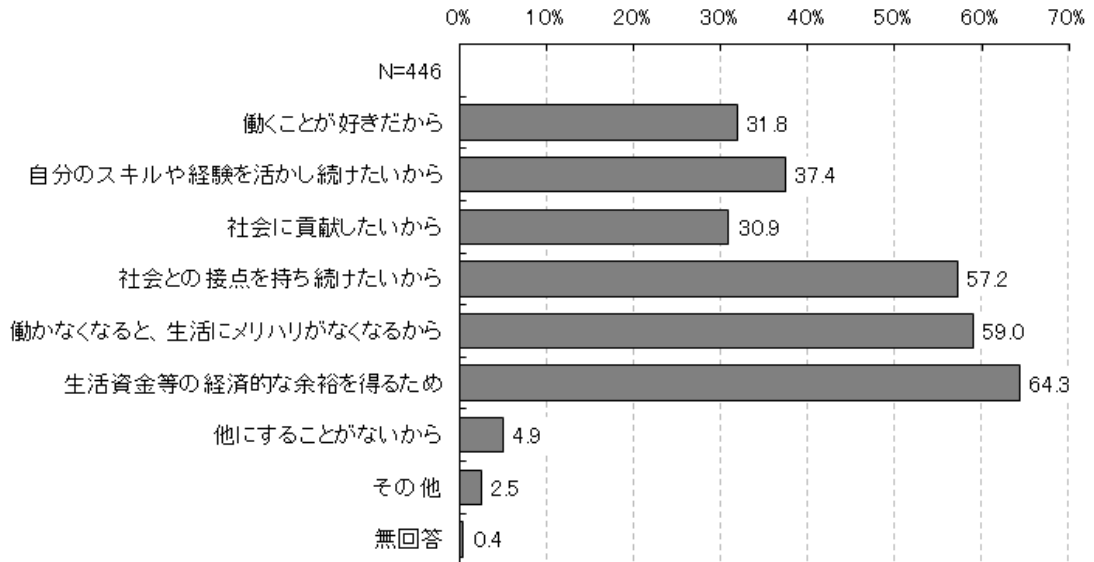
○「短い時間で働きたい」が43.6%で最も多く、ついで「働きたいと思わない」が23.6%、「フルタイムで働きたい」が12.1%で続きます。

○65歳になって以降、働きたいと思う人(「短い時間で働きたい」と「フルタイムで働きたい」の合計)は55.7%となっています。



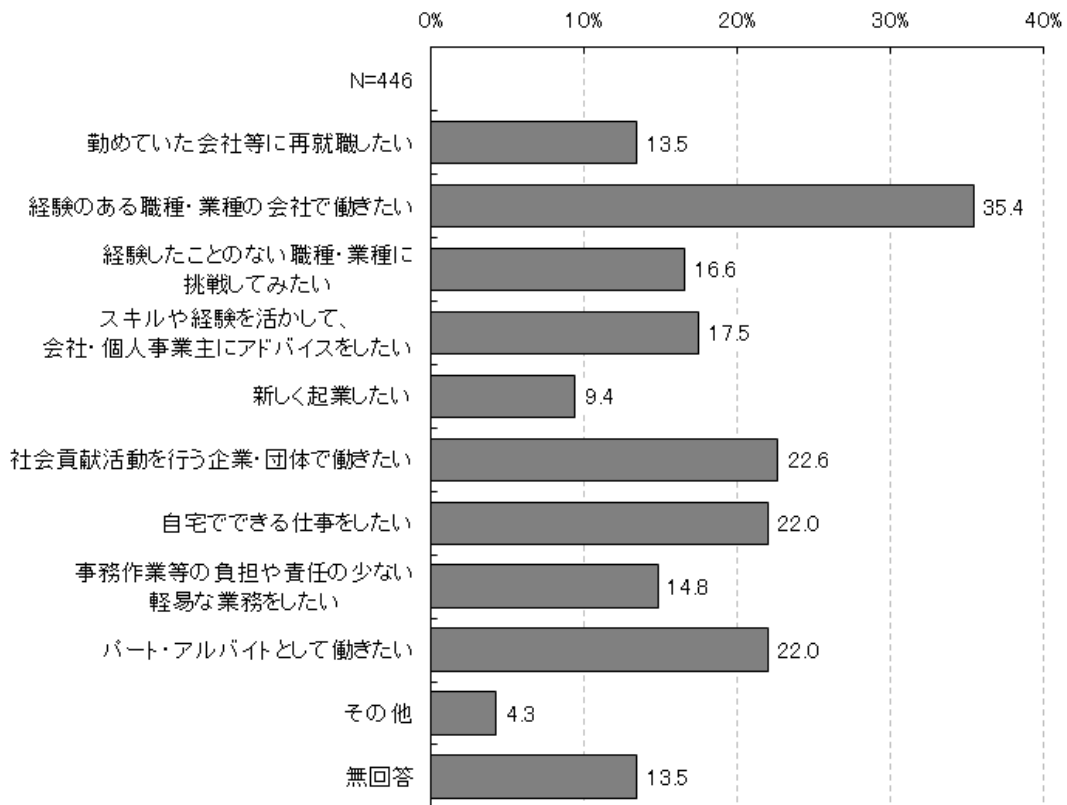
問22 問21で「フルタイムで働きたい」「短い時間で働きたい」を選択した446人が回答  
 あなたが、65歳になって以降、働きたいと思う理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて  
 選択してください。(〇はいくつでも)

○「生活資金等の経済的な余裕を得るため」が64.3%で最も多く、ついで「働かなくなると、生活にメリ  
 ハリがなくなるから」が59.0%、「社会との接点を持ち続けたいから」が57.2%で続きます。



問23 問21で「フルタイムで働きたい」「短い時間で働きたい」を選択した446人が回答  
 あなたは、65歳になって以降、どのような働き方をしたいと思いますか。当てはまる選択肢を  
 すべて選択してください。(〇はいくつでも)

○「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、ついで「社会貢献活動を行う企業・  
 団体で働きたい」が22.6%、「自宅でできる仕事をしたい」と「パート・アルバイトとして働きたい」が  
 22.0%で続きます。

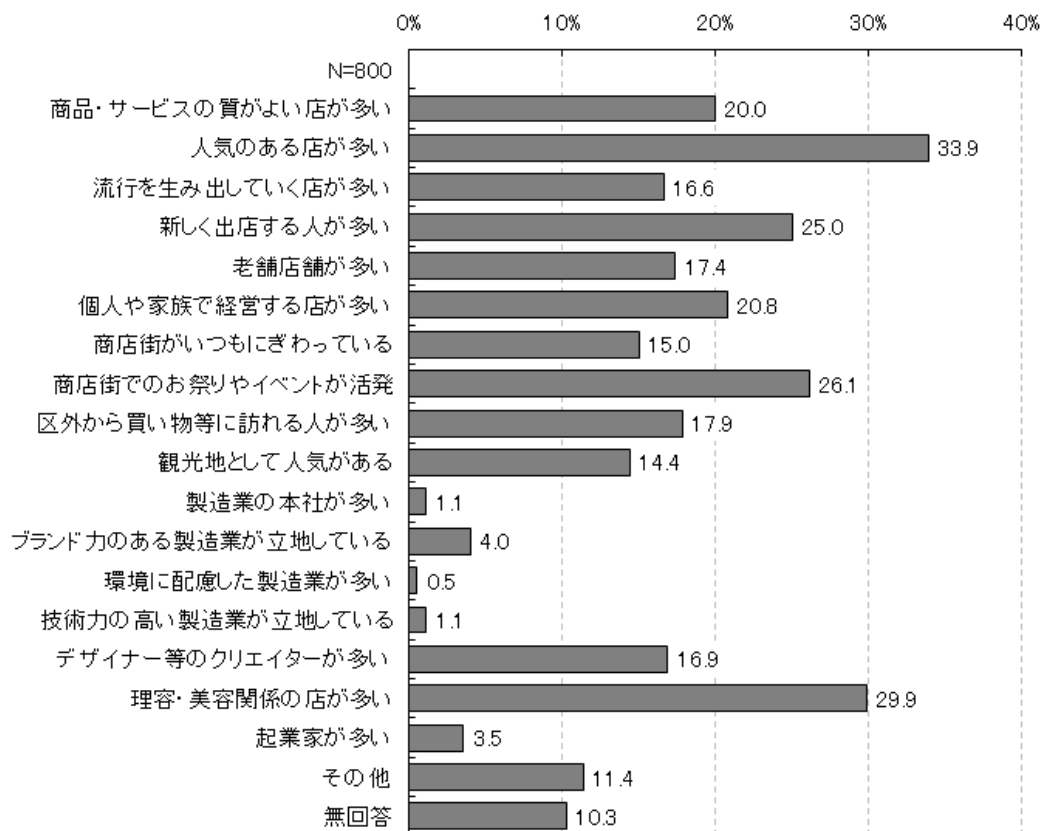


## 6. 区の魅力や産業振興のための取組について

問24 あなたは、目黒区の産業について、どのようなイメージを持っていますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

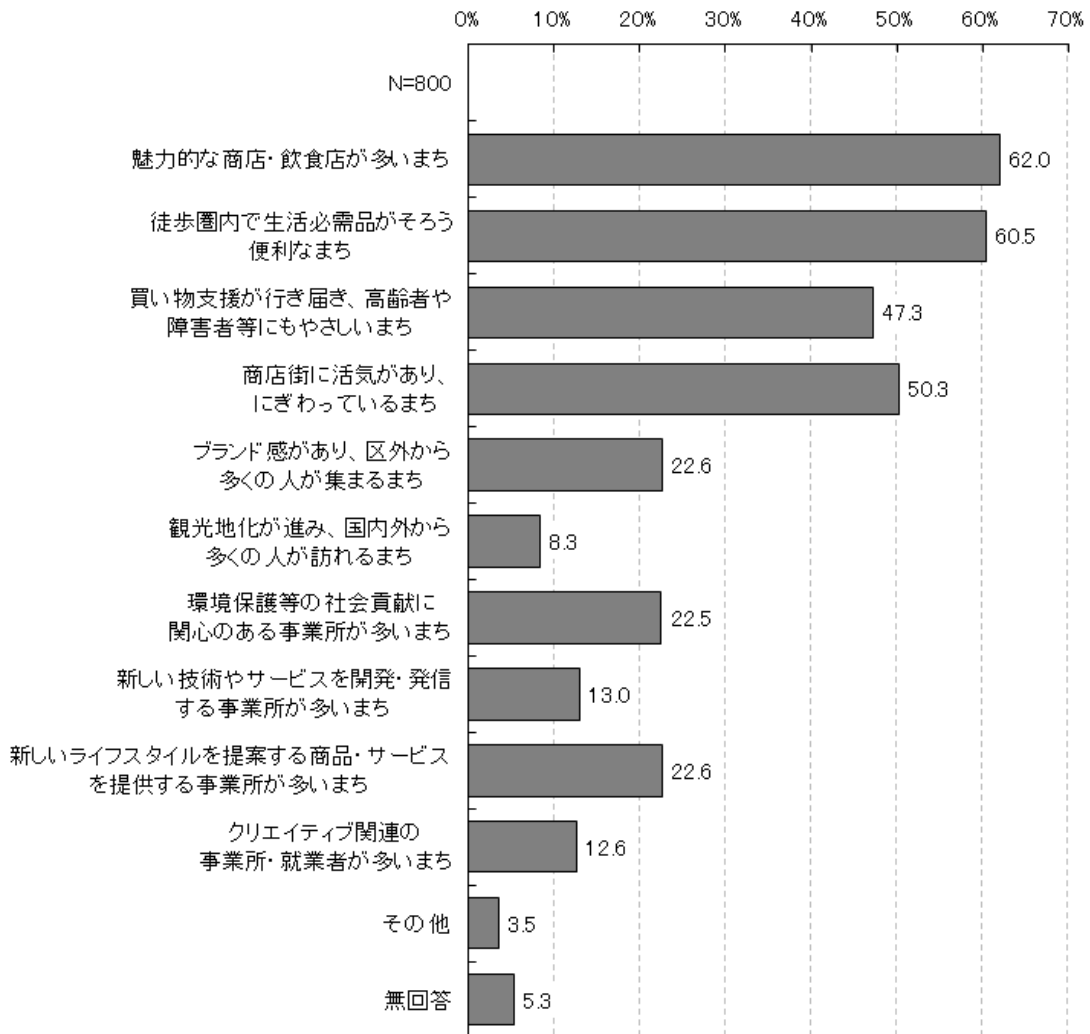
○「人気のある店が多い」が33.9%で最も多く、ついで「理容・美容関係の店が多い」が29.9%、「商店街でのお祭りやイベントが活発」が26.1%で続きます。

○区の産業としては、商業のイメージが強いことが見て取れます。一方、「技術力の高い製造業が立地している」などの製造業に関する回答は少なくなっています。



問25 あなたは、産業の観点から、目黒区がどのようなまちになってほしいと思いますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

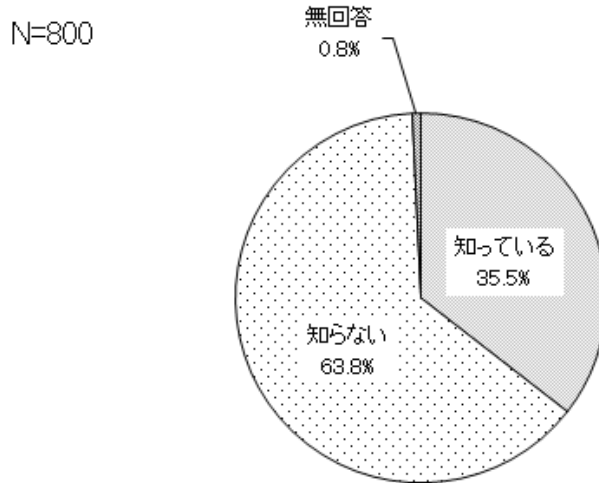
- 「魅力的な商店・飲食店が多いまち」が62.0%で最も多く、ついで「徒歩圏内で生活必需品がそろそろ便利なまち」が60.5%、「商店街に活気があり、にぎわっているまち」が50.3%で続きます。
- 産業を通じて形成されるまちの姿としては、買い物環境が充実したまちが求められていることが見て取れます。



## 7. 農業について

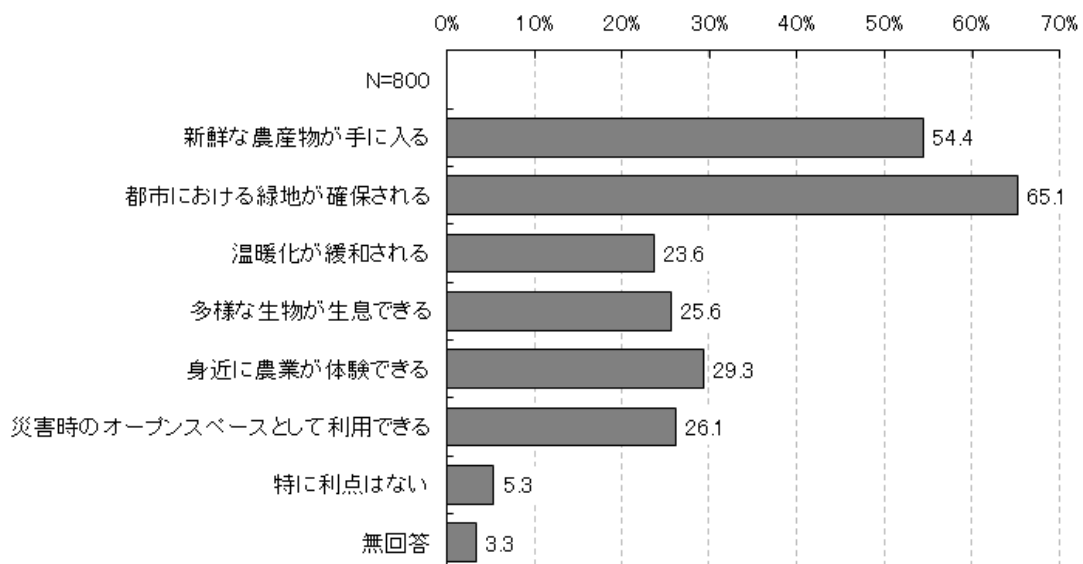
問26 あなたは、目黒区に農地があることを知っていますか。(○は1つ)

○「知っている」が35.5%、「知らない」が63.8%で、「知らない」の方が多くなっています。



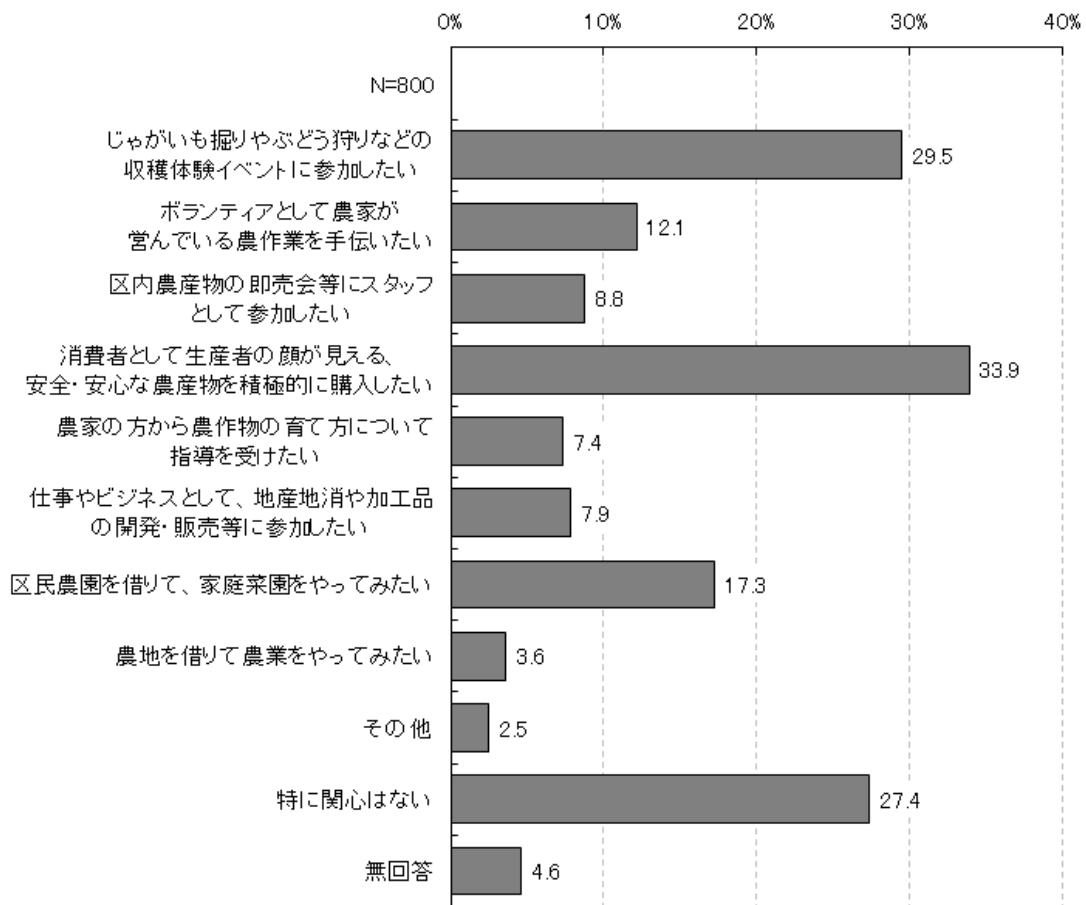
問27 区内に農地があることで得られるメリットは何だと思いますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

○「都市における緑地が確保される」が65.1%で最も多く、ついで「新鮮な農産物が手に入る」が54.4%、「身近に農業が体験できる」が29.3%で続きます。



問28 あなたは区内でどんなことをやってみたいですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

- 「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」が33.9%で最も多く、ついで「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」が29.5%、「特に関心はない」が27.4%で続きます。
- 農業に対して関心を持っている人は68.0%です。
- ※農業に対して関心を持っている人は、全体から「特に関心はない」(27.4%)、「無回答」(4.6%)を除いて算出しました。





## 8. 自由回答

最後に、地域の買い物環境や区の産業の活性化について、ご意見があればご記入ください。

○有効回答数は199件ありました。そのうち「買い物環境の充実」に関する意見が58件で最も多く、ついで「商店街の活性化」が22件、「PR・イベント」が11件で続きます。

### 【回答内訳】

no	分類	件数
1	買い物環境	58件
	商店の充実	22件
	食品等、生活必需品の充実	11件
	まちの魅力	5件
	個性・専門性のある商店	5件
	地域に根付いた商店	5件
	駅前開発	3件
	営業時間	2件
	その他	5件
2	商店街の活性化	22件
3	安全・安心	15件
4	交通・アクセス	13件
5	PR・イベント	11件
6	まちの魅力・ブランド	10件
7	産業振興	9件
8	子ども・子育て	8件
9	高齢者	6件
10	農業・農地	5件
11	景観	1件
12	その他	41件

### 【回答内容(要約)】

#### 1. 買い物環境(58件)

##### 【商店の充実:22件】

- 100円ショップ、ファーストフード店が少なく自宅から遠い。増えてほしい。(20～24歳, 女性)
- 武蔵小山か西小山にコーヒースタアが欲しいです。(25～29歳, 女性)
- 都立大学駅周辺がまわりの駅に比べるとお店が何も無いイメージ。少しはあるが無いにちかい位。買い物、飲食の選択が少ない、つまらない、暗い→そのおかげなのか、静かで住みやすい。(35～39歳, 女性)
- 以前は品川区に住んでいたが、比較すると目黒区に生活の場としての良さを感じない。しかし自宅から近い場所での飲食店をもっと増えて欲しいと考えている。(35～39歳, 女性)
- ホームセンターのようなところが近くにないのでほしい。(40～44歳, 女性)
- 最寄駅の商店街に活気が無く、利用したいと思う店が無い。街自体は治安が良く閑静で住みやすいが、お店が少なく不便を感じる(特に飲食、生活雑貨、食品等)。多くはいらぬが、もう少しお店を増やして駅周辺が活気付くことを希望します。(45～49歳, 女性)
- 大型本屋が1軒も無いのがとても不便です。有名パティスリーのイートイン出来るお店が欲しいです。(45

- ～49歳, 女性)
- 駅前は、ダブルが少なく、かつ、利用者の多い店を選ぶなど、出店者をよく検討してほしい。(45～49歳, 女性)
  - 遅くまでオープンしているドラッグストアや病院があると助かります。住民税が高いので、もっと暮らし易くなる様工夫して欲しい。例えば、無料の人間ドック受診など。(50～54歳, 女性)
  - 商店街は古くからある代り映えのしないお店がほとんどのイメージがあります。新しいお店が入るのはむずかしい事でしょう。商店街から少し路地に入った所とかに人気のあるお店(パンケーキとか)を誘致できれば、人も集まり活気も出るから、良いのになあ！と思います。(60～64歳, 女性)
  - 空地の後に店が出来てもすぐに潰れてしまうし、同じ店がいくつもかたまっている。特にコンビニ。需要のある店をバランス良く作れないものでしょうか？(60～64歳, 女性)
  - 近隣に商店(専門店)が少なくなって不便になっている。(65～69歳, 男性)
  - おしゃれで何でも揃うJR目黒駅周辺ですが、ホームセンターらしきものがありません。小規模でもいいのであると便利です。(65～69歳, 女性)
  - 洗足→どんどん個人の店がつぶれていく。若者が参加し、お店を作り町を活性化してほしい。(65～69歳, 女性)
  - 買い物の品等によって区内であまり購入出来ないものあり。例→商店街に男物の洋服がない等。(70～74歳, 男性)
  - 場所から学生相手の店が多く、これも時代かなと感じています。例: 外食チェーン店、けいたい会社、不動産等。(70～74歳, 女性)
  - デパートがあればと思う。(70～74歳, 女性)
  - 新製品を置く店が少ない。出回るのがとても遅い。(70～74歳, 女性)
  - 武蔵小山商店街の様な色々な商品が選べる商店街が必要と思う。食材にしても各商店が良いものを美味しく作って販売している町が下目黒にはないと思う。目黒駅近くでももっと気軽に買物できる様な店が有れば良いと思う。(75歳以上, 男性)
  - 目黒通りに商店が少なすぎる。家具屋通りの間にもお店が増えともう少しにぎやかになるかと。住宅地の中にも商う許可をと思います。(レストラン、飲食店)(75歳以上, 女性)
  - 活性化どころか何年も前から大型商業施設に負けて意欲はあっても、数少ないやる気の少数の商店主ががんばっているが、区という大きな力で、後押しをして貰わねば、なかなかむづかしい現状だ。但し何とかしようとする店主たちのがんばりには頭が下がる。目黒区側は何らかの良策は？(75歳以上, 女性)
  - 買物の不便なところに住んでいますが、どうする事も出来ないと思います。すぐ側は世田谷区ですが、淡島通りにもう少し店があると暮らしやすいかと思います。(75歳以上, 女性)

### 【食品等、生活必需品の充実:11件】

- おそうざい屋が少しでも多いと仕事でつかれた時に役立つ。(30～34歳, 女性)
- 渋谷区と目黒区の間に住んでいるが、パン屋がないこと、スーパーの生鮮食品の質がよくないのに高い。変えてほしい。(30～34歳, 女性)
- 農産物を地元の飲食店等でつかってほしいです。(30～34歳, 女性)
- 地元で安くて良い品質の商品、食物が買えるような環境が理想と思います。(40～44歳, 男性)
- 専門店(肉屋、魚屋、おでんだね屋、豆腐屋など)が、どんどん閉店していつてしまっているので、しかたなくスーパーで買物をしている。おいしいものを買いたいので、専門店が存続していける街づくりをしてほしい。(45～49歳, 女性)
- 区外の観光客の集客の為のお店ばかりになってしまうと近隣に住む普通の生活の場所としての店がなくなり、区外などに買いに行かなければならない状態になってしまい、ちょっと不便を感じます。同種の店が多過ぎる気がします。更新料が高く(もつぱらのうわさです)、すてきな店でも数年でなくなってしまい残念です。せつかく営業しても育っていかない気がします。(50～54歳, 女性)
- チェーン店やスーパーばかりではなく、農家直営の道の駅のような小さいマルシェがあるといい。(55～59歳, 女性)
- 最寄駅の商店街の店舗数が少なく活気がない。食料品購入の際、選択できない(駅前のスーパー1店舗のみ)。(60～64歳, 女性)

- 肉、魚をスーパー以外で買いたい。パックでなく対面で…。(65～69歳, 女性)
- 商店街に八百屋、魚屋等がないのがさみしい。(75歳以上, 女性)
- 目黒川のそばに住んでいますので、緑にはいつもふれています。地域の買物には少し不満があります。区の土地で出来た農作物を直接、購入出来ると良いと常に思っています。(75歳以上, 女性)

### 【まちの魅力:5件】

- 都立大学、学芸大学、自由が丘、大岡山いずれも大型の本屋がないのが残念です。又、自由が丘、大岡山駅周辺はチェーン店が増え味気ない街に変わってきているような気がします。(45～49歳, 男性)
- 自由が丘駅は、いつもにぎわっていますが、これと言った店がなく、個性が薄れてきている。お祭りは、すごく盛り上がります。若手の演奏家、無料の落語などお笑いライブ、身近な場所で、楽しめると人が集まるのでは？買い物だけでなく、あそこに行って楽しいと思える場所が必要なのでは？(45～49歳, 女性)
- 都立大学と緑が丘の商店街の内容が薄くつまらない。武蔵小山のパルム街とまではいなくても、近所にワクワクドキドキするお店、何でも欲しい物が手に入る商店街がほしいです。(50～54歳, 女性)
- わくわくする様な一日いても楽しめる様な場所がない様に思われます。商品をとってみるとほこりがついて来たりとか商品について聞きたくてもお店の方がいらっしやなかったり(これは人件費の問題もあり、難しい所ですが)なんだかすさんでいるお店が多い気がします。(70～74歳, 女性)
- 目黒区の中で、町によって特色を持たせることが大切です。全てが同じではつまりません。ですから、チェーン店、コンビニ等はできるだけ少なくすることも大切です。又、通リによっては障害者・病人は別にして、車輛を入れないことも考えてみてはどうでしょう。町の商店を眺めながら、ちょっとお茶をとく。お食事(手頃な)そして公園で緑も感じてのんびりする…そんな魅力のある町になってほしいと思います。個人の商店が増えませんか魅力はありません。商店の人、住人、工場等の人々、特に若い人々が集って新しい町的设计をして下さい。低いビルの町にして楽しい町づくりを。(70～74歳, 女性)

### 【個性・専門性のある商店:5件】

- 地域によって活性化の偏りが大きいと思います。小さな駅でもコンビニばかりではなく、個性的で魅力的な商店がオープンして起爆剤となってくれと嬉しいですね。(35～39歳, 女性)
- 近くの商店街は昔に比べて個人の店が少なくなり、美容室やクリニックが多く、変な言い方ですが、少し面白みが無くなって、活気があまり無くなってきたような感じがします。(45～49歳, 女性)
- 中目黒には「中目黒銀座」という商店街がありますが、多くは飲食店で“家の中の生活”に直結する業種はあまりありません。多少価値が高くても、独自性やこだわり、希少性のあるような食品店(青果、精肉、鮮魚、食材など)のお店がたくさん集っていると毎日楽しみがあるし、区外からも来訪者もさらに増えるのではと思います。(45～49歳, 女性)
- ユニークな商品、サービスを扱う個店が集積するような街にしてほしい。(50～54歳, 男性)
- 大橋ジャンクションが出来、まわりには商店がなくなり活気のない町になってしまった。衣類など渋谷へ行かないとない。昔は、目黒銀座へ行けばおでんの材料、麺類の専門店がありよかったが今は魅力がなく行っても楽しめない。この調査は、私みたいな年ではなく、60才位の方が良かったのでは？(75歳以上, 女性)

### 【地域に根付いた商店:5件】

- 比較的周辺の地区に比べて、落ち着いて昔からあるコミュニティが残っている目黒区が地元の好きな所でもあります。その良い点を壊さない産業の活性をお願い致します。(10歳代, 男性)
- 「中目黒高架下」が出来てから、会社帰りの道がとても充実したものに変わりました。うれしいと同時にローカルな店がへった？とも感じました。地元の人のためならばみたいな所があればいいですね。(20～24歳, 女性)
- チェーン店ばかりが増えている印象。昔からある良い店を、活気のある地区を、マンション建築の為などでつぶさないでほしい。町のフニキを作るのは地域に根付いた店だから。(30～34歳, 女性)
- チェーン店ばかりではなく、地域特有の店が維持していけるよう、大型店などの進出を制限する事。(45～49歳, 男性)
- 特に飲食店について、近年低価格のチェーン店が多く、深夜迄の営業等で街の雰囲気が崩れて行くよう

に見受けられる。古くから存在する商店が活性化するよう、それ等の人々との連携を強めたら良いのかなと思います。(75歳以上, 男性)

### 【駅前開発:3件】

- 商店街といっても目黒駅から権之助坂にかけては昭和～平成迄くらいがにぎわってた様子で、今は小さな飲食店ばかりがひしめきあっているだけで正直行ってさびれていると思う。JR目黒駅周辺が再開発される中、もっと有効に使われないものかと思う。地元でも全く利用する事はなく街並としても魅力は感じない。(55～59歳, 男性)
- 洗足駅周辺の振興、駅ビルの建設など。(60～64歳, 男性)
- 恵比寿駅(JR)の様にアトレ、ガーデンプレイス、商店街が一体化している町づくり。(75歳以上, 男性)

### 【営業時間:2件】

- 目黒区は他の地域に比べ、商店街など活気が多いと思いますが、私たち20代にとっては利点が多くないので使う事は今のままでは増加することはないと思っています。何よりも20時以降開いていないので使えない。土日であったら外出したついでに必要な用事も終わらせるので、より立ち寄ることは多くないです。目黒区の産業については、ベッドタウンのイメージが強く何と聞かれてもイメージが思いつかないと第1に感じました。(20～24歳, 男性)
- 近くの商店街が品川区しかないと思ってました。目黒区の店にはあまり行きません。開店している時間が短いせいかもしれません。(55～59歳, 女性)

### 【その他:5件】

- 土日祝日に区外からの流入により活性化している様に見えるが、その実、普段の暮らしを送るにあたってが総じて質に対し価格が高く、不満が大きい。又、サービスの供給に偏りが激しい。住むには適さない町。(25～29歳, 男性)
- 空き店舗をなくす。(25～29歳, 男性)
- クレジットカード決済できる店舗が増えると区内での買い物の回数が増えるのではないかと思います。(かつ海外からの観光客にもアピールになると思うので。)(30～34歳, 男性)
- 安全で多様な顧客ニーズに対応できる街づくりを期待します。(50～54歳, 男性)
- 10年前、目黒区は個人の商店がさかんでサービスもよく、みんなが元気で働いているというイメージがあった。この4～5年、代わりし閉店する店が多く、店の人たちも余裕がなくなった。昔のように温かいいきいきとした町になってほしい。(60～64歳, 女性)

## 2. 商店街の活性化(22件)

- 開発と昔ながらの商店街をうまく両立してほしい。(10歳代, 男性)
- 昔ながらの商店街の活気・活性化、これからどの様になっていくのか心配です。(25～29歳, 女性)
- 再開発と称し高層マンション等を建て現住民や現個人商店が生活しにくくなるまちづくりだけはほしくない。(35～39歳, 男性)
- 目黒、権之助坂商店街を活性化してほしい。区の農地などイベントを考え保育園児などに農作物の体験(なえ植えやいもほりなど)させてあげてほしい。(35～39歳, 女性)
- 数年前より関西から転居してきました。古くて良い部分と流行の発信地的な新しい部分、両方のある街だと思いました。GMS(家から通える)が一店舗しかなく、(それはそれで良いですが)日用品・家電製品は買い辛いと思います。現在はネット通販が盛んになっているおかげでものすごく不便という事はありませんが景観・区のイメージを崩さない程度にGMSやショッピングモールがあってもいいかなと思います。商店街が活性していれば問題はありますが…。(35～39歳, 女性)
- そこでしか買えない商品づくりをすべき。商店街がチェーン店などで全国的に画一化することだけは避けたい。同一商店街の異業種コラボ商品などお店同士が価値を高め合うもの、サービスが多い商店街をつくるとおもしろい。(40～44歳, 男性)
- 法人税率低下→企業誘致→区民税減→区民増→商店街利用者増。(45～49歳, 男性)

- 商店街が寂しい。(45～49歳, 男性)
- 私は目黒区のはじめの小さな商店街をふまえて回答しましたが、大きな・流行に敏感な商店街と地元の小さな、さびれかけている商店街とでは違う発想があるように思います。地元振興がんばってください。(50～54歳, 男性)
- 若年者の方々に、商店街について関心を持っていただきたく願います。(50～54歳, 女性)
- 自由が丘、中目黒などは活気があるが他の商店街はあまり活気があるとはいえない様な気がする。住民税・所得税が高いと思う。(55～59歳, 女性)
- 駒場に在住していますが、駒場の飲食店、商店に、もっと頑張ってもらいたいです。商店街のお店も年々、少なくなっているのが残念です。(55～59歳, 女性)
- 学芸大学に38年住んでいますが、商店街がどんどん変り、ドラッグストアー、古着屋、ヘアサロン等々同じ業種ばかりが何件もあり、もう少し、バランスの良いセンスの良い商店街になってくれると嬉しいです。(55～59歳, 女性)
- 中目黒高架下も期待したほどお客さんが入っていない。本当に、おいしい店が少ない。商店街は世代交代した方がよい店が多い。(60～64歳, 女性)
- 個々の地元商店会も元気になって欲しい。(65～69歳, 男性)
- 緑が丘駅から緑が丘郵便局に至る、かつての緑が丘商店街が今一度活性化してほしいと願います。かつての商店街が住宅街になってしまったのは何か規制があるのか不思議です。(65～69歳, 女性)
- 幼い頃は身近な商店街に今よりもっと利用者も多く活気があったように思う。現在は大手スーパーなどに客が行き個人の店はどうしても減少しても仕方ないのではないか。(65～69歳, 女性)
- 私は目黒区の住民であっても池尻大橋と中目黒の商店街しか知らなく、現在買物はほとんど渋谷に行っている。池尻大橋はほとんど飲食店ばかりで、昼は地元の人とサラリーマンで人通りはあるが、夜は人通りなし。中目黒にも商店街があるが、静かで特徴がない。商店街をにぎやかにさせるのは、ターゲットを決め特徴をもたせないと難しい。昔は武蔵小山とか自由が丘へ行っていたが、電車で行動する事がめんどくさくなってきている年なので、せめて中目黒商店街が活性化してもらえればいいと思います。(70～74歳, 男性)
- 最近、各駅(大型)周辺は、大型ショッピングセンター化され始めている様だが、自由が丘始めほとんど駅周辺の商店街は苦しいながらの個人商店が多いようだ。ショッピングモール化された所に客が流れないよう、いかに現状を維持できるか、近隣では西小山がショッピングモール化されそうだ。(75歳以上, 男性)
- スーパーやコンビニが多く出来てから個人店はまるでカンコドリ。店はなくなり人通りは少なくひどい状態、すでに商店会をやめた所もこの先どうなるのかお先まつくら、商店街へ出むいていますか。(75歳以上, 男性)
- 近くの商店街は、昔からの個人の店はほとんどなくなり、流行による店、不動産、美容、飲食店(チェーン)が多くなり、店と消費者との人間的なふれ合いがなくなり、高齢者にとってはさびしい。何とかしたいものである。(75歳以上, 男性)
- 個人商店が少なくなっていくのは気になります。シャッター通りにならないように活性化になるよう行政も力を入れてほしい。(75歳以上, 女性)

### 3. 安全・安心(15件)

- 新しいお店を出店させるのは良いことだと思いますが、あまり外見がよくない人が多くなったように感じる。(25～29歳, 女性)
- 活性化するのは良いことだが、人が増えることでおきる事故や駐輪、タバコや歩きスマホ、イヤホンのマナー低下が心配。(30～34歳, 男性)
- 民泊は経済の為良いですが、一人暮らしの為、夜道にお酒を持っている人や集団で居る人は怖いです。(30～34歳, 女性)
- マッサージを受けている間に、お店の前にとめておいた自転車が撤去されてしまいました。買い物しやすいように、もう少し駐輪スペースが確保されるとよいと思います。中目黒は坂が多い一方で、山手通り等交通量の多い道路も多く、交通事故のリスクは高いと思います。できるだけ、道路が舗装されて、見通しのよい道になるともっと安全なおしゃれな街になると思います。私は中目黒が大好きです。これからも素敵な目黒区でありますように。(30～34歳, 女性)

- 自由が丘デパートを新しい商業施設にしてほしい。仕事のできるFree wifiのカフェを増やしてほしい。道路が狭く子供連れにとって危険が多い。(35～39歳, 女性)
- 近年、女性1人で夜に出歩くのは不安があります。できるだけ、皆が安心して暮らせる安全な街作りをお願いしたいと思います。(40～44歳, 女性)
- 地元の人々がもっと安心して楽しめる環境作りを心がけていただきたいと思います。(45～49歳, 女性)
- 高齢者、子供達に配慮した環境づくり。(50～54歳, 男性)
- スマホ、自転車、タバコを一切禁止にすべし。態度の悪さをちっとも感じない人間が多過ぎる。(55～59歳, 男性)
- 目黒区の買い物環境は十分ではないと思います。歩道一つとってもせまく、ガードレールもきれいじゃない。一層の整備をお願いいたします。(55～59歳, 男性)
- 観光地化すれば人が集まってよい、という訳ではない。そこで暮らす人＝区民を中心に考えてほしい。目黒川への集客(サクラまつり等)には反対です。(55～59歳, 女性)
- 住宅地にオープンカフェやレストランの開業許可を出すルールを住民の立場で作ってほしい。夜遅くまで外で飲み食いする声はとても騒がしく生活している住民にとって迷惑以外のなにものではない。目黒区を原宿にはいけない。昔から住んでいる人が、引っ越しを考えなければいけない行政は間違っていると思う。商業地化を喜ぶのは外から入ってきた起業家で住民ではない。区民を大切にしてほしい。(65～69歳, 女性)
- 通りに広い間口を有している会社は、夜間、常夜灯のようなものをつけていただきたいと思います。商店が途切れその辺りが暗いので。(65～69歳, 女性)
- 最近特に思うのは道路がでこぼこで歩きにくい事。靴はつかかりキャリアは動きにくくお年寄りはずえがおぼつかない。北口商店街(多分大田区)の道路がレンガの様なブロック敷きになった時は多くの人が横道か舗装された車の一通路を通る様になりました。商店街に行かなくなります。是非、道路の整備をお願い致します。(70～74歳, 女性)
- 老人に対して若い人がやさしい街になってくれる事を希望します。今は見て見ぬふりをする時代、助けてくれません。(75歳以上, 女性)

#### 4. 交通・アクセス(13件)

- せまい道路の交通安全・マナー向上。(25～29歳, 女性)
- 学芸大学駅前の駐輪場がすぐ満車になってしまう(近隣駐輪場も同様)なので、駐輪場を増設してほしいです。(30～34歳, 女性)
- 駅近以外にも多くの良い店がある印象です。かくれ家的な感じも良いのですが、多様なアクセス方法があってもいいかなと思います。しきいが高く感じすぎなので。(35～39歳, 男性)
- 商店街でもスーパーでも、駐輪禁止ではなく駐輪スペースを確保する努力、施策が必要。(45～49歳, 女性)
- コミュニティバスなどを設置し、区内の商店などへ行きやすくしてほしい。区役所にも車かタクシーでないと行けない。バスののりつぎ、電車ののりつぎなどしないと行けない。(55～59歳, 女性)
- とにかく通路、道路をきれいにすれば人は集う、それからです。(60～64歳, 男性)
- 目黒区三田地域は、近い商店(大型ショッピング施設)は渋谷区、JR最寄駅も渋谷区と品川区(目黒駅)で、目黒区の産業活性化に協力できない。自由ヶ丘、学芸大学、祐天寺、中目黒等に行くためには交通機関の乗り換えが有り、往復600円以上かかる上、徒歩も長いため、日常的には利用できない。ぜひコミュニティバスで、100～200円で目黒区内の商店街まで行けるようにしてほしい。他区のターミナル頼みの移動では、目黒区内の活性化は望めない。小回りの利くアクセスが必要。(60～64歳, 女性)
- 目黒の中心部ではなく、端の方まで目黒を回遊するバスがあればと思う。いろ色は教室が中心で行われているのでそこまでタクシーでと思うとなかなか行かれない。病院までも循環バスがあればと思う。環七に面した目黒の施設が廃止になったのはとても残念です。(70～74歳, 女性)
- 目黒と世田谷の境目なので手続きや庁舎に不便でこまっています。どこに行くにも交通が不便。渋谷に出るには10分程で行けるのですべてそちらへ。世田谷区役所の方が近い。でも色々アリガトウです。(70～74歳, 女性)
- バスのシルバーパスを頂いて以来、学芸大や西小山の商店街にゆく割合が減り、バスで目黒駅で買物す

る事が多くなりました。以前は、自転車であったのですが、自転車を置いておく所も少なくなり年齢と共にバスを利用し区外で用を足す様になったと思います。(70~74歳, 女性)

- 目黒通りに地下鉄を導入して充実した活気あふれる商業都市化にしてほしいです。(目黒駅←→等々力駅間に都営地下鉄を)(75歳以上, 男性)
- レンタル自転車の拡充とその駐輪場の整備。(75歳以上, 男性)
- 区内の商店街を利用する為、駐車場が多少でもあると便利です。(75歳以上, 男性)

## 5. PR・イベント(11件)

- 目黒区はとても人気のある街だと思います。副都心線ともつながり、更に活気が出て来たと思います。ですが、情報がそれほど入って来ません。SNSだけではなく、電車での広告、商店街でのチラシなど見やすい、手に取りやすいとありがたいです。商店街のイベントも何をどうしたら参加出来るのかよくわからずです。せつかなので、いろいろ参加してみたいので、よろしく願い致します。(40~44歳, 女性)
- どこにどんな店があるのか? 広報活動を活発にしてくれると行き易くなると思う。(45~49歳, 男性)
- イベントやお祭りの開催時前情報がなく、参加してみたいけど参加したことがありません。どうしたらよいのでしょうか。(45~49歳, 女性)
- 自由が丘在住ですが、商店街の活気こそ命です。組織的にまとまっている情報の発信をすると共に外国人(中国、韓国など)にも対応できる語学対応が必要でしょう。(50~54歳, 男性)
- 目黒区といっても、品川区と大田区に隣接している地域で中央の方で産業や商店街に関わる機会が少なく50年以上目黒区在住といえど知らないことがたくさんあります。情報や宣伝をもっと活発に魅力を伝えてほしいです。(50~54歳, 女性)
- クリスマスのイルミネーション。駅から遠い地域にミニバスの乗り入れ。(50~54歳, 女性)
- 区民の方が作った農作物を商店街で販売して欲しい(イベントなどでも)。又、ご自身(一般の方)でつくった服や家具など区がバックUPして販売イベントなどがあると嬉しく思います。(55~59歳, 女性)
- 区の産業品はどこで手に入るのかわからない。もっとPRに努めてほしい。区内農作物をもっと増やしてほしい。(70~74歳, 女性)
- 月に一度、曜日決めてのイベントがあると嬉しいです。特にとりたて野菜、果物など販売してほしいです。(70~74歳, 女性)
- 地域により商店街との関係は異なる。区の産業については知識不足、広報etcによりもっと区民にPRしてもよいのではないだろうか。(75歳以上, 男性)
- スーパーではなく、マルシェ(市場)の様などころがあると、買物が楽しくなると思う。人と人とのつながりが出来る。(75歳以上, 女性)

## 6. まちの魅力・ブランド(10件)

- 土日の昼間は家族が多く素敵な街だと思います。くわえてオシャレなお店も多いので、その点をそのまま維持して頂けると嬉しいです。(25~29歳, 女性)
- 差別化について、徹底的に考え実行するべき。目黒区は恵まれた環境や資産があるにも関わらず、経営が下手な印象を受けている。(30~34歳, 男性)
- 地名だけは有名で「良い所に住んでいるね。」と言われるが、実際は商店街があっても買い物や食事をしたと思える店舗はほとんどない。老舗も生き残り、新しい店も誕生する、家族みんなで利用できる商店街づくりをしてもらいたい。その為に、民間企業の力や大学と連携していくのも良いと思う。また、他の区に比べて発信力は低いと感じます。目黒区へ転入してくる人に対して、これから住む街について発信することは重要だと思う。「紙」ではなくまた今ほとんどの人が利用するLINEが活躍すると思う。色んな世代、立場へ向けて積極的な働きかけが必要。(30~34歳, 女性)
- せつかくある程度の知名度のある区なので、目黒ブランドを活かしているいろいろやってみるべき(35~39歳, 男性)
- 目黒区はもっと区をブランド化すべく努力すべきだと思います。目黒区は全体的におとなしすぎだと思います。目黒川周辺が最近観光地化していますが、ちゃんとお金を落としてもらっているのか。区の税收等が増えるようになるのか。一区民として心配しています。魅力的な場所も多い区なので、今後もっともっと発展するように願っています。(45~49歳, 女性)

- (提案その1)区外からはるばるおいしいものを求めて見える方がいることに着目してみてもどうだろうか？ふるさと納税の返礼品としてスイーツを贈っては？節度ある返礼品として目黒スイーツはぴったりでは？あるいは寄付金を全国的にも有名な目黒川の桜の植樹に当てて、木に名前を記したプレートをかかげるなどして、寄付して下さった方が目黒川を散策ついでに買い物して下されば尚素晴らしいと思う。(提案その2)デザインmuseumを田道地区に誘致し中目黒と目黒インテリアストリートとの間に週末、はち公バスのようなバスを走らせ一大インテリア拠点としては？(50～54歳, 男性)
- きれいな、清潔な、安全な場所には自然と人が集まってきます。それを根底にして町づくりをしてほしい。(55～59歳, 女性)
- 都立大駅近くの古いビルが取りこわされているが、何の店が入るのか興味がある。他の地区からも人が集まる素敵な店が入ってほしい。中目黒駅のようになってほしい。(60～64歳, 女性)
- 住民にとって魅力的な街づくり、活気あるにぎわいの街を商店街と利用者が共に考えていく事が必要だと思います。又、災害時における商店街と地域住民との対応策など具体的に告示していただきたい。(70～74歳, 男性)
- かつては住みたい街No. 1だった自由が丘がどんどん他のエリアに追いつき追い越されて行く昨今の現実が悲しい！！(75歳以上, 女性)

## 7. 産業振興(9件)

- 区内のエリアごとにイメージがしっかりとあるので、そのイメージをより発信していくことで、産業は発展していくと考える。(25～29歳, 男性)
- 環境、景観も大事だが、目黒区は規制が多すぎるので起業し、産業の活性化が難しい。もっと規制緩和すべき。(35～39歳, 男性)
- 「活性化」がゴールではなく、まず何を実現したいかというビジョンと、当該ビジョンを実現するためのストーリー作りをし、目黒区が町の魅力として、どの点を最大化していくか、という点が明確になれば、おのずと活性化はされていくのではないかと思います。(35～39歳, 男性)
- 地価が高いなどの影響で、出店できるお店が限定されてしまう可能性があると思いますので、税制面などで優遇したらどうでしょうか。(40～44歳, 男性)
- 何の活性化を目指すにせよ、IT投資は必要だと思う。積極的に予算を当てて、効率的、機能的社会を目指して欲しい。(40～44歳, 女性)
- 中小企業診断士を活用してみても(50～54歳, 男性)
- 地場産業の活性化を促進して欲しい。特に中小企業の支援育成(保護)を強化して下さい。(65～69歳, 男性)
- 地区の住民にどの様な自治体があり、どの様な産業があるのか、もっと知らせてほしいです。良くわかりませんので…。(65～69歳, 女性)
- 産業活性化の取り組みしている内容を知る所をつくって欲しい。(75歳以上, 男性)

## 8. 子ども・子育て(8件)

- 子連れスポットを産業活性化として増やすと良いと思う。(25～29歳, 女性)
- 子供向けのイベントがあればよい。中目黒祭りも、大人向け。Halloweenなど。アトラス下のイベントも、うるさく主旨がよくわからないものが多い。子供も行ける飲食店が少く入りづらい、居酒屋でもfamily可や日曜ならOKなど、わかりやすいとありがたい。(30～34歳, 女性)
- ベビーカーや車イスのまま入れる商店を増やしてほしい。とくにトイレ。そのまま入れるトイレを区内に増やして下さい。(35～39歳, 女性)
- 他区よりも子供を育てにくいと思う。(40～44歳, 男性)
- 小さな子供がいるとお手洗いがあんまりないので困ります。ベビーカーも段差があったり、歩道がないので車と接触しそうです。(40～44歳, 女性)
- 子ども用品を買いたくても近くにない。仕方ないと思っている。(45～49歳, 女性)
- 中目黒は若者向けのお店が多いが、ファミリーでも(女性や子ども)も安心して買い物ができるお店をふやしてほしい。もっと、文化的なお店もふやしてほしい(本屋、文具店など)。(45～49歳, 女性)
- アンケート外、産業とは関係ない事柄ですが、子供が育ちやすい環境。(65～69歳, 男性)



## 9. 高齢者(6件)

- これからの高齢化社会に対応して歳をとっても住みやすい環境となる事が大事。(生活する上で、目黒区は全てにおいて価格が高い)これから住み続けていけるのか不安に思います。(50~54歳, 女性)
- 高齢者が多い地域なので、個人商店の配達などの細やかなサービスが必要で個人商店街が力を合わせ頑張ってもらいたい。(65~69歳, 女性)
- スーパー等は高齢の方が多くなった。もっと高齢者にやさしい店づくりをしてほしい。特にレジ等での金額の確認等。商品券をまた発行して下さい！(例)10000で11000円、50000円で60000円分のポイント等。(65~69歳, 女性)
- 高齢者の経験・知識を生かすための、ボランティア・アルバイトなどの求人情報発信をしてほしい。シルバー人材センターの多様化にて対応を考えては。(70~74歳, 男性)
- 高齢者が買い物しやすい環境が望ましい。(70~74歳, 女性)
- 後期高齢者(75才以上)で一人住まいの人はすべて3割引きで物品が買えるようにする。賞味期限切れの食品は期限最終日に3割引きで買えるようにする。商店街でイベントをして地域を明るく楽しい町にする。(75歳以上, 男性)

## 10. 農業・農地(5件)

- 野菜、果物以外に生花などの栽培があったらやってみたい。区内の環境、緑地計画に興味があるので公園などを上手く活用して活性化できるとよいと思う。(せっかく大きな公園がいっぱいあるので)私が知らないだけでもうやっているようでしたら失礼しました。(45~49歳, 女性)
- 目黒区に農地があるとは知りませんでした。体験イベントに参加したり、少しでもお手伝いが出来たらうれしいです。また農作物も購入したいです。活気あふれる商店街が理想ですね。自分の地元を大切にしていきたいと思います。(60~64歳, 女性)
- 今年は農作物が高くて冷凍の小松菜、ほうれん草等も買いましたが、やはり朝取れレタス等のみずみずしさにふれるとおいしくて、何もつけずに食べてしまいます。地産地消、都会でも野菜を沢山作らなくてはと思います。(65~69歳, 女性)
- 現在野菜果物は主にスーパーマーケット(大型)に頼っていますが、新鮮とはほど遠い商品で価格も納得行かないものが多いと思う。定期的に産直野菜が手に入るような場が設けられたらうれしく思いますが、例えば朝市でも、どこかの店の一部に置かせてもらうとか。(65~69歳, 女性)
- 生産緑地、農地＝異常に税制優遇されている場所。街の活性化や産業興進に役所には期待していない(関与するのは税金のムダ使い)。こういうアンケートは役所(役人)に余計な仕事をさせる口実に使われる恐れがあるので廃止して欲しい。(無回答)

## 11. 景観(1件)

- 町の美観を考えてほしい。特に道路の電柱は美観をそこねるし、歩道のじやまでもある。(60~64歳, 女性)

## 12. その他(41件)

- このさびれた感じで育ってきたので、なかなか愛着がある。何も買わないけど。(20~24歳, 男性)
- 消費税がアップされるので、もう少し買い物しやすい価格にしてほしい。低所得者には厳しいです。(30~34歳, 女性)
- 災害があった時にも役立つ産業と生活環境について活性化。便利グッズの紹介、使い方。自転車専用道路について。電気自動車のモデル地区について。(35~39歳, 男性)
- 目黒駅周辺のどの辺りが“商店街”にあてはまるのか、正直よくわからない…。権之助坂辺りか？(35~39歳, 男性)
- アトレ目黒は駅直結で非常に集客力も見込める場所だと思う。(35~39歳, 女性)
- 中目黒なので環境や産業の活性化にはめぐまれていると思います。(40~44歳, 男性)
- 中目黒、自由が丘とそれ以外の地域で二極化しているため、アンケートの記入対象の地域を示した方が集計がしやすいと思われます。(40~44歳, 男性)

- 税金のがれの為に各自農地にして言い訳にわずかな野菜を植えている。地元には課税強化すべきです。我々は高い(固定資産税、所得税、住民税)を取られている。商店街の機嫌取りに血税を使わないでほしい。(40~44歳, 女性)
- 事業者の方にはがんばってもらいたいと思う。(40~44歳, 女性)
- URの立地条件が良すぎる。中目黒っただけで人気だから駅近にする必要はない。URの場所をもっとお金の生めるものに使うべき。(40~44歳, 女性)
- 目黒区の品物は品川区とくらべて同じものでも高い。(45~49歳, 男性)
- 昔から居住される方達と新しくマンション等購入して住まれる方とのギャップを感じる事が多いです。旧き良き目黒と新しい目黒が共存することの難しさを感じます。居住費の高騰から子供の頃の同級生が区外へ転居してしまうのは寂しいです。生まれ育った人が住み続けられる町であって欲しい…。(45~49歳, 男性)
- 自由通りの拡張計画をいい加減実行してほしい。バーターで容積率緩和すれば人口も増えてオリンピックに向けて街の活性化が図れそう。(45~49歳, 男性)
- 今まで中央区に住んでいたが、スーパーが5つ程あって恵れているので、あえて目黒駅周辺にもどってきたのもあり、生活はたぶん一番山手線内駅周辺でしやすい町と思います。ただ、最近、東急が武蔵小杉や小山を開発しすぎて南北線(三田線)が異常に混雑しており、満員電車がきついです。(45~49歳, 女性)
- 買い物環境については特に不便を感じておりません。(50~54歳, 男性)
- 買い物環境について。商店街の電柱が美観を損ねていると思う。また危険であるとも思います。古い雑居ビルの集合体は区が都市計画で整備すべきだと思います。(50~54歳, 男性)
- 払った税金を無駄にしないように、商店街への補助金を完全に廃止してほしい。(50~54歳, 男性)
- 文化的催しを通して、区内外の方が集まるまちになってほしい、区内在住者にもいろいろな形で還元して、子供、老人が住みやすいまちになればよいと思う。区民ホール、会議室など減らさないでほしい。(50~54歳, 女性)
- この区をどうしていきたいのか、その為に何をやっているのか、良く分からない。(55~59歳, 男性)
- 都立大学には大きな商店街はなく、日々の暮らしのものはスーパーでほとんど購入しています。たまに、個人の店で買物することもあります。日々の利便性から1ヵ所で買物の終わるスーパーになることがほとんどです。名のある老舗とか特別感のあるお店は重宝します。(55~59歳, 女性)
- 全国どの町も区も市も少子化に対応した「政策」を考え、実施した町は活性化するし、無策な所は衰えると思います。少しでも人口を増やすにはどうすればよいかと言うことです。但し、千代田区や港区の様な高級マンションを作った所が町の活性化どころかゴースタウンになっている所も勉強したらいかがでしょうか?(65~69歳, 男性)
- 意見ではないが、このアンケートは回答しづらい。(65~69歳, 男性)
- この調査の目的が良くわからない。産業振興を考えるなら、職業能力開発や、特に若い人の就業支援に関係しているのかと思い記入はじめたが、ねらいが良く理解できない設問が多く拍子抜けした。(65~69歳, 女性)
- 電柱の地下化を是非してほしい。(65~69歳, 女性)
- 下目黒は商店街が少ないので…活性化しているのは「うなぎ屋」さん位です。(65~69歳, 女性)
- 当商店街も高齢化が進んでいます。(65~69歳, 女性)
- 場所的にむずかしいと思います。(65~69歳, 女性)
- 個人、家族で営業している店(特に食品食堂)は作る過程で衛生面で信用出来ない。「老舗」と言われている店は態度が横柄なのであまり利用しない。(65~69歳, 女性)
- 目黒区は住みたい街ランクの上位になっていると聞きますが、実感はありません。もっと研究して下さい。(70~74歳, 男性)
- 村落共同体を再構築する。まずは人と人のつながりを作る。趣味の会をどんどんと広げる。麻雀、囲碁など広い場所を確保していく。サークル活動紹介の見本市を開く。(70~74歳, 男性)
- 目黒全体としての回答は無理。身近な場所について質問して欲しい。(70~74歳, 男性)
- 人口減少の為、難しいこともある。(70~74歳, 女性)
- 各種産業が複雑に入り組んだ目黒区、整備をどうするか大仕事を想像します。(70~74歳, 女性)

- 一人で外に出れないし、近くに店がない。介護の人に付き添ってもらい、同じストアーにしか行かないので安い品物が買えない。不便で困っている。(70～74歳, 女性)
- 最近テレビの情報番組で植木職人が不足、お手伝いしてくれる人を募集したところ、沢山の応募があり、ほとんどが70代、80代だったそうです。その方達の仕事の仕方が忠実で、堅実で流石だとの高評価でした。皆健康を与えられ、動きたい、働きたいと思っているのだと思いました。このエネルギーはこれからも増えるので、なんとか有効に用いられたらと感じ、一言残しました。(70～74歳, 女性)
- 自由が丘の大変買物にも便利な所にあります。80才半ばを過ぎましたが今は頑張って住み続けたいと思っています。お店の多いのも楽しみの一つでお昼のランチをよく利用しています。(75歳以上, 女性)
- 若い人に活躍していただきたいと思います。(75歳以上, 女性)
- 今年の春この地に住むようになって日が浅いため、目黒区全体についてわからない事が多い。しかし買い物環境はよく、助かっている。(75歳以上, 女性)
- 26号線武蔵小山駅から目黒郵便局の中間のマンションに住んでいます。買物(日常的にも)、メロ、バス等を動き易いところだと思っています。ほど良く、レトロな部分も残っていて、生活環境として、緑もあり、長い間テニスを続けられたし、気に入っている地域でお祭りも多いですね(笑)。(75歳以上, 女性)
- 私は高齢ゆえに自分に必要な物はスーパーが便利な為利用致します。中目黒商店街も昔とは変り利用する事はありません。同居している家族もおおむね日用雑貨品はスーパーにて求めています。(75歳以上, 女性)
- 権之助坂の美化に取り組んでほしい。衛生的でないと権之助坂の店を利用する気がなくなっています。(無回答, 男性)

## 第4章 区民意識調査結果 分析編

### 1. 性別や年代別による分析

#### (1)消費者層による分析

マーケティングでは、性別と世代を用いて消費者層を右のように分類し、分析されることがあります。

本調査では、この消費者層を参照しつつ、高齢者の状況も把握できるよう、男性・女性それぞれに20～34歳、35～49歳、50～64歳、65歳以上の回答者群をつくり、分析を行います。(10歳代は回答者が少ないため割愛しています)

年齢層	男性	女性
4～12歳	C層	
13～19歳	T層	
20～34歳	M1層	F1層
35～49歳	M2層	F2層
50歳以上	M3層	F3層

#### ①買い物をする場所(問8)

性別・年代によって大きな違いが見られたのは日用品・日用雑貨、理容・美容、外食でした。それ以外は性別・年代による大きな違いは見られませんでした。

##### 【日用品・日用雑貨】

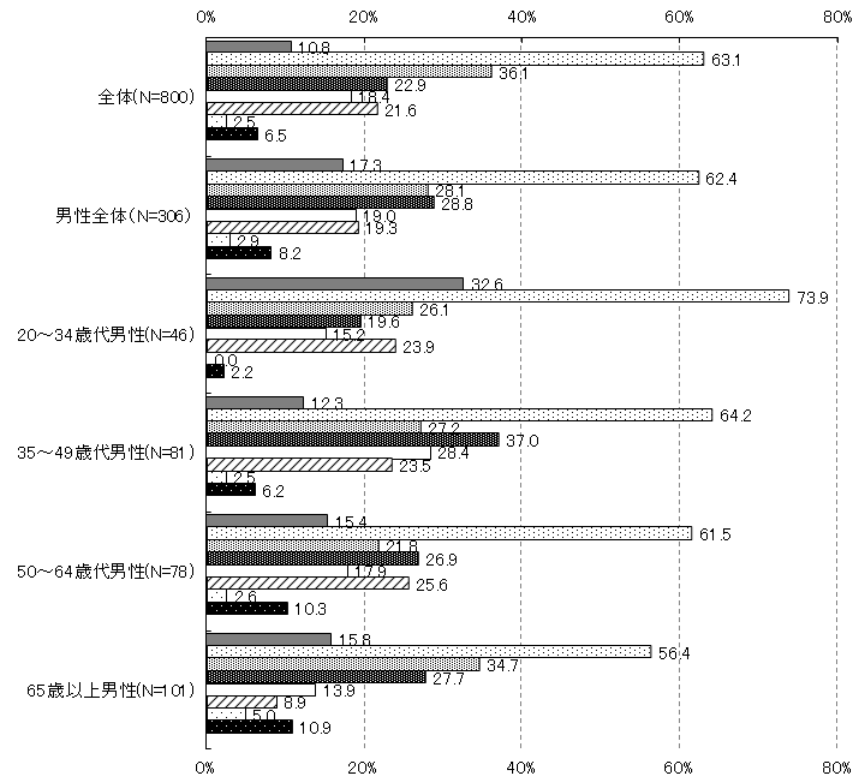
○日用品・日用雑貨については、20～34歳男性(46人)では「区内のコンビニエンスストア」が32.6%で2番目に多くなっています。

○2番目に多い項目については、35～49歳男性(81人)と50～64歳男性(78人)になると「隣接する自治体の商店・商業施設」が37.0%、26.9%となり、65歳以上男性(101人)では「区内の商店街等の商店」が34.7%となります。

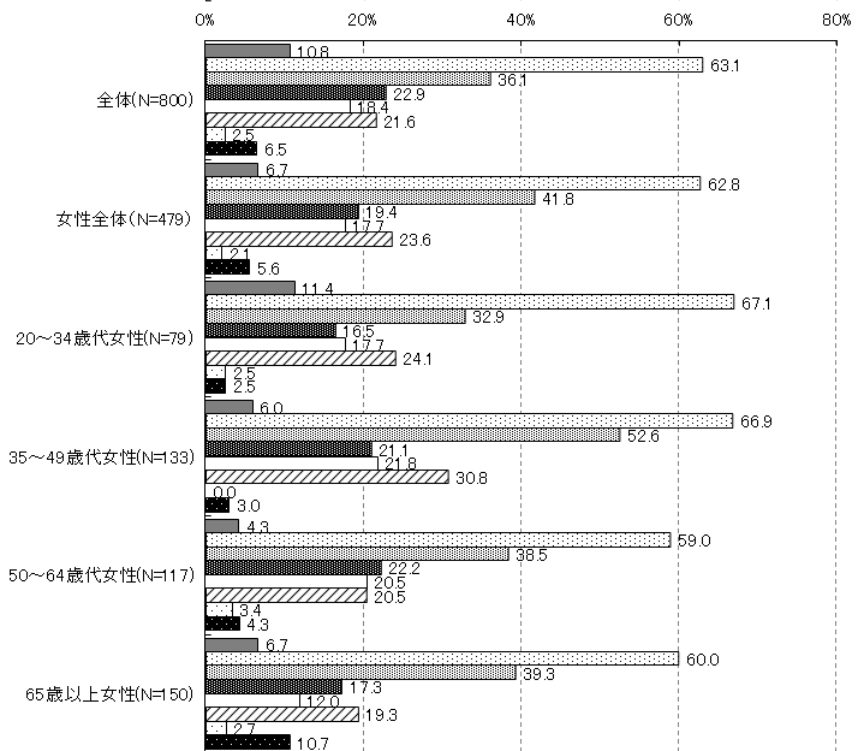
○女性については、1番目と2番目に多い項目に年代による違いは見られませんでした。

# 【日用品・日用雑貨】

## 【男性】



## 【女性】

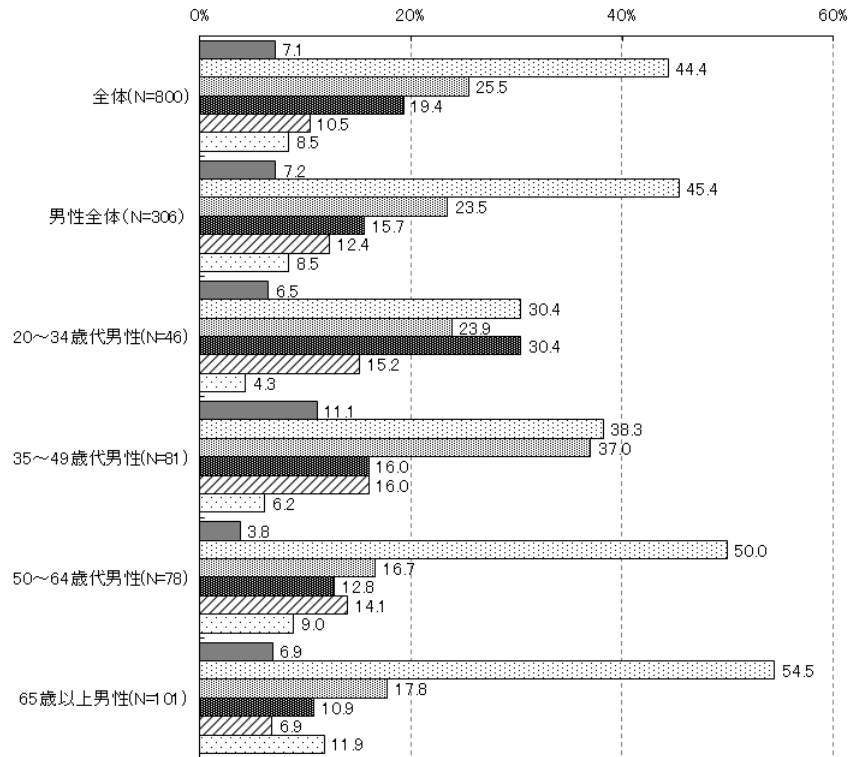


- 区内のコンビニエンスストア
- ▣ 区内のスーパー・複合商業施設
- ▤ 区内の商店街等の商店
- ▥ 隣接する自治体の商店・商業施設
- 区外の商店・商業施設・ショッピングモール
- ▧ 宅配サービス、ネット等の通信販売
- その他
- 無回答

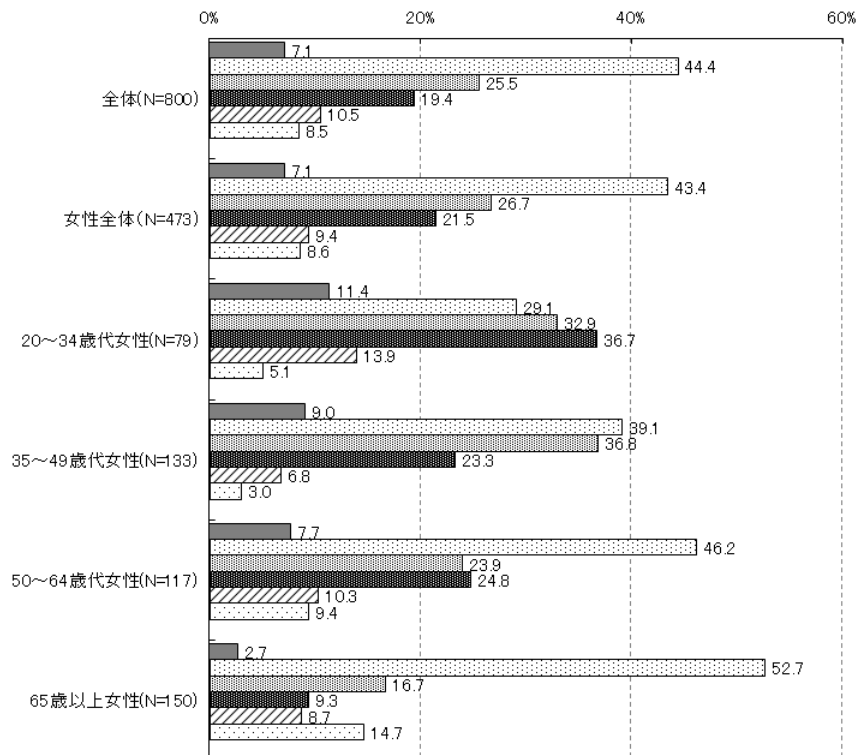
## 【理容・美容】

○理容・美容については、男性・女性ともに20～34歳(男性46人、女性79人)では「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が30.4%、36.7%で最も多くなっています。

### 【男性】



### 【女性】



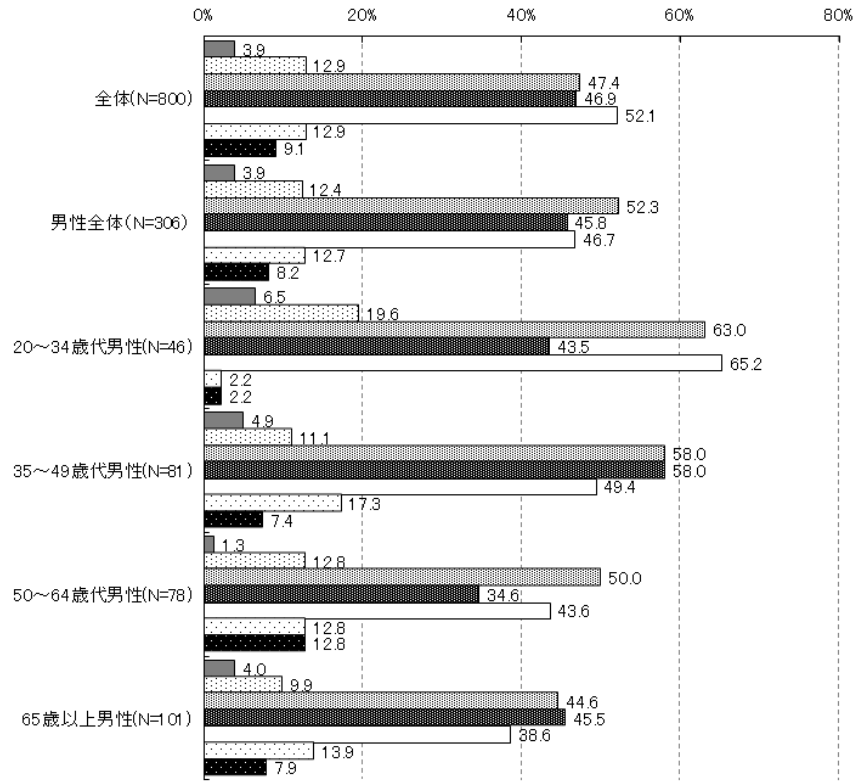
- 区外のスーパー・複合商業施設
- ▨ 区内の商店街等の商店
- ▩ 隣接する自治体の商店・商業施設
- 区外の商店・商業施設・ショッピングモール
- ▨ その他
- 無回答

## 【外食】

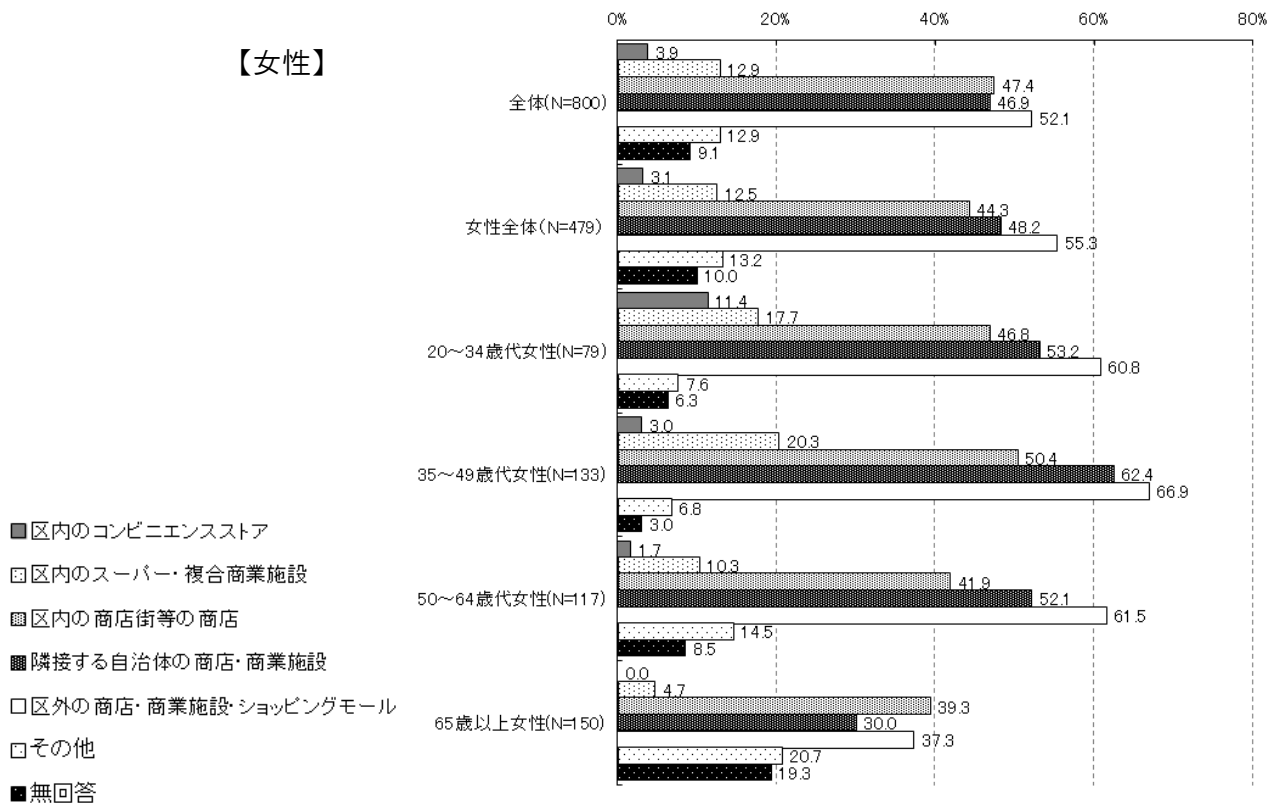
○外食については、35～49歳男性(81人)と50～64歳男性(78人)、65歳以上女性(150人)では「区内の商店街等の商店」が58.0%、50.0%、39.3%で最も多くなっています。なお、35～49歳男性では、「隣接する自治体の商店・商業施設」も58.0%で最も多くなっています。

○65歳以上男性(101人)では「区内の商店街等の商店」は2番目で44.6%となっており、「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」の38.6%よりも多くなっています。

### 【男性】



### 【女性】

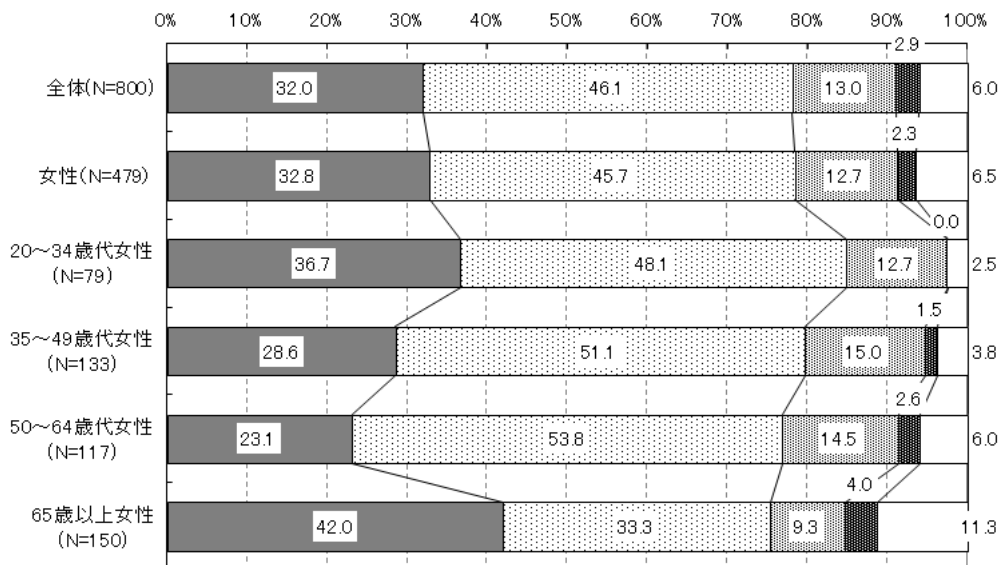
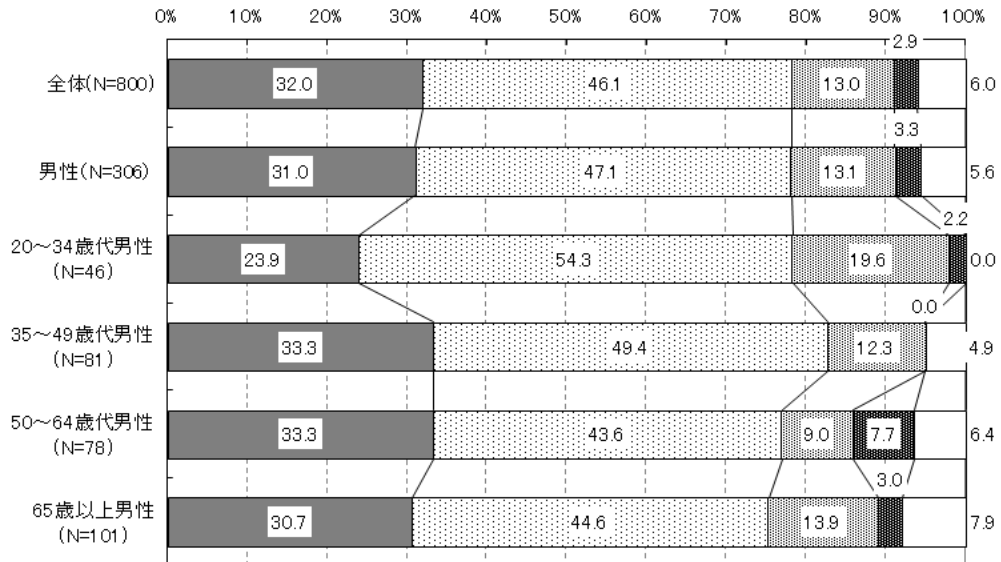


- 区内のコンビニエンスストア
- ▣ 区内のスーパー・複合商業施設
- ▤ 区内の商店街等の商店
- ▥ 隣接する自治体の商店・商業施設
- 区外の商店・商業施設・ショッピングモール
- その他
- 無回答

## ②消費行動において意識すること（問12）

### 【質のよさを意識するかどうか】

○性別・年代にかかわらず、「多少高くても質の良いものを選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計）は、7割を上回っています。

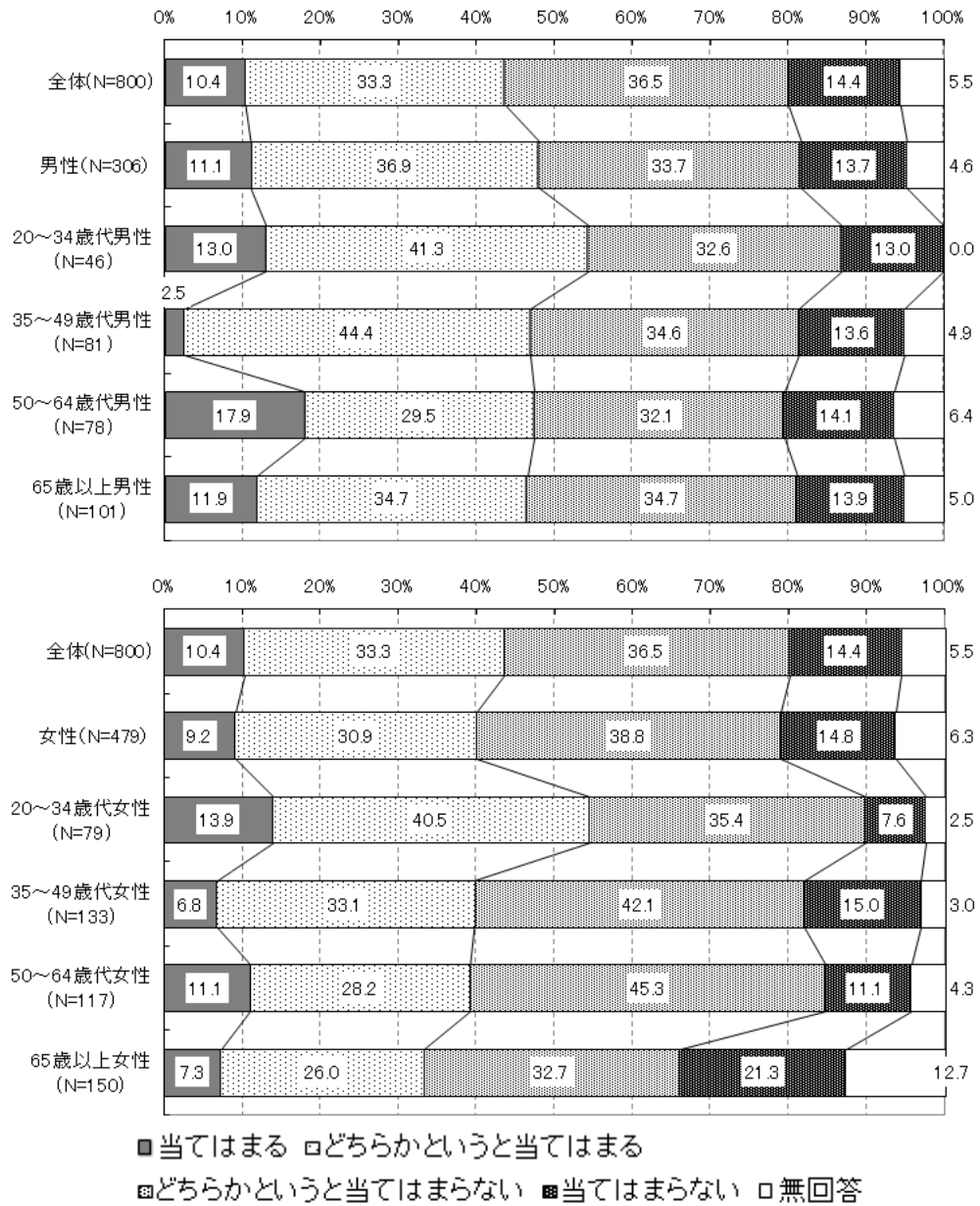


■当てはまる □どちらかという当てはまる  
 ▨どちらかという当てはまらない ■当てはまらない □無回答



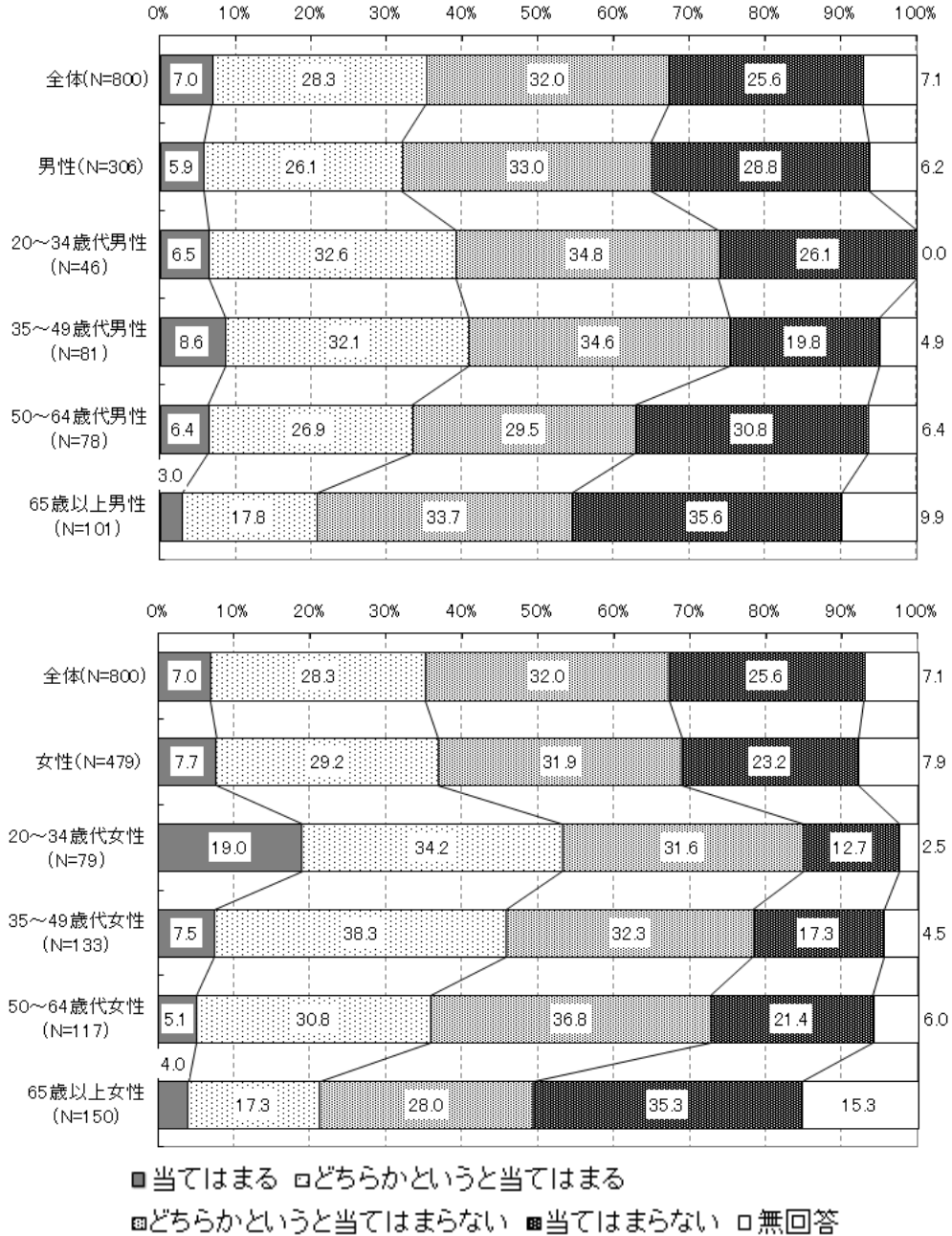
### 【価格を重視するかどうか】

○男性・女性ともに20～34歳代(男性46人、女性79人)では、「総じて価格重視で安いものを選ぶ」人(「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計)は、5割を上回っていますが、その他の年代では、男性・女性ともに、「当てはまらない」と「どちらかという当てはまらない」の合計が5割を上回っています。



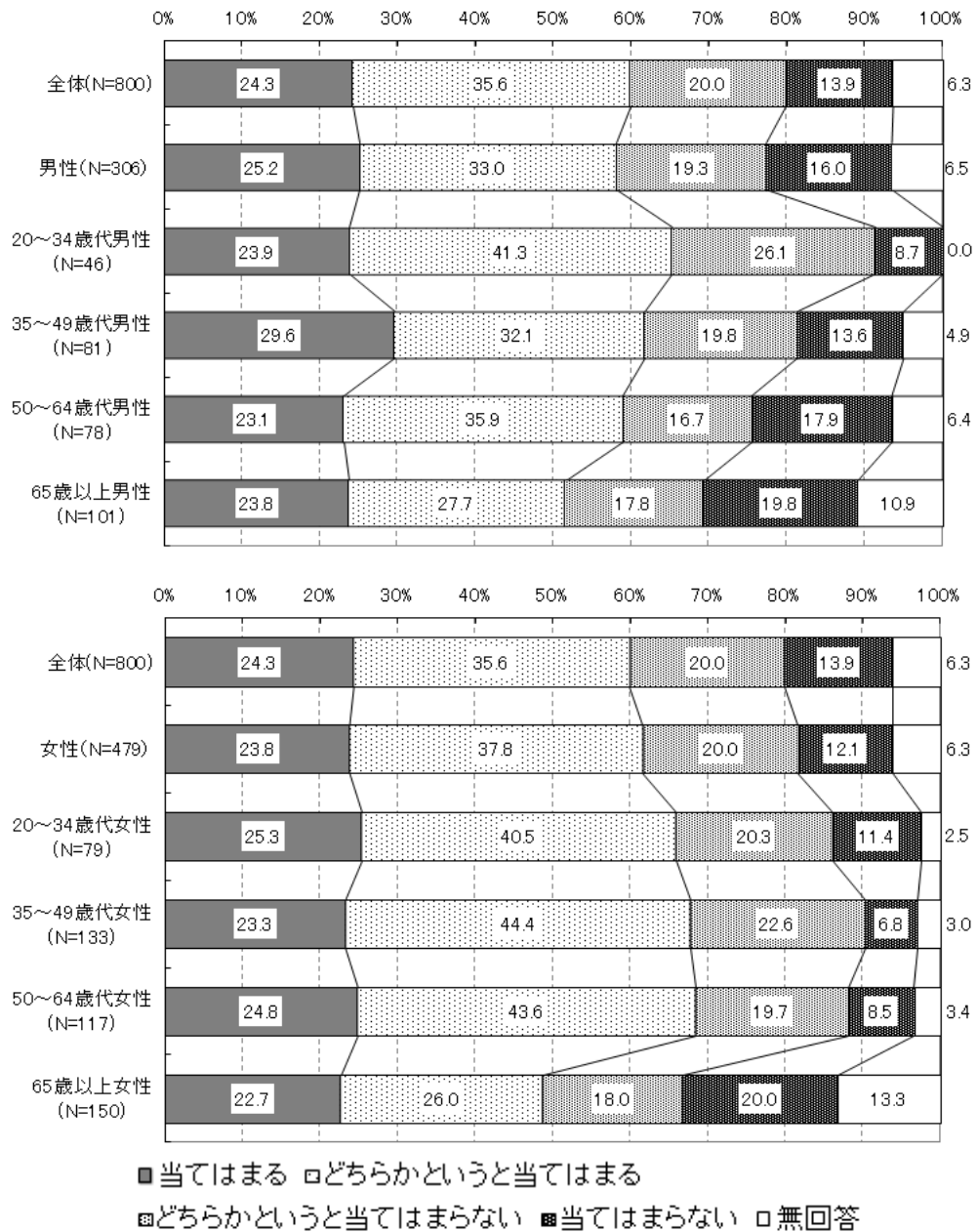
### 【流行を意識するかどうか】

○20～34歳代女性(79人)では、「流行している商品・お店を試す」人(「当てはまる」と「どちらかという」と当てはまる)の合計は、5割を上回っています。女性では年齢が上がるにつれて流行を意識する人は少なくなります。



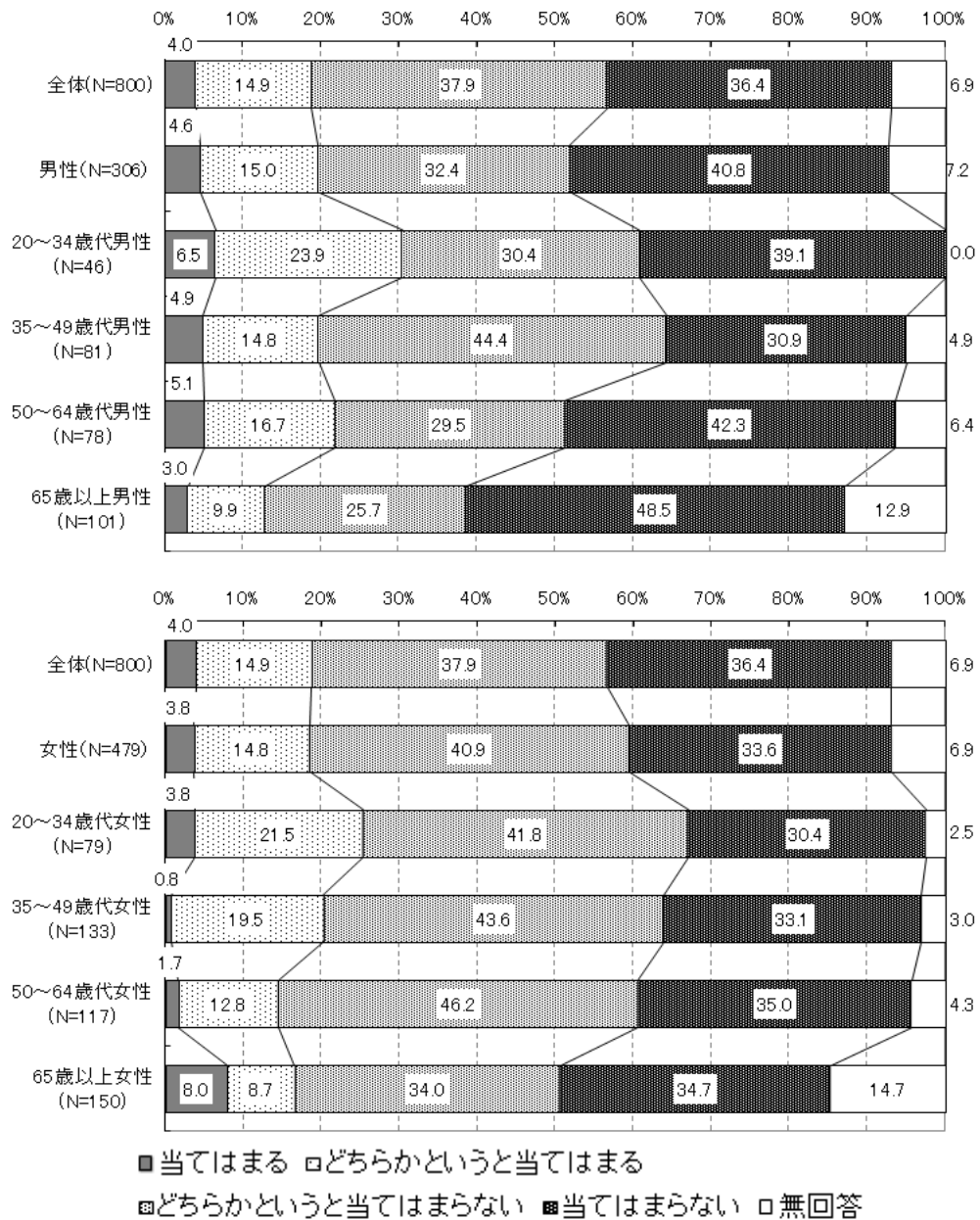
### 【こだわりの銘柄・メーカーがあるかどうか】

○65歳代女性(150人)を除き、「こだわりの銘柄・メーカーがある」人(「当てはまる」と「どちらかという  
と当てはまる」の合計)は、5割を上回っています。



### 【個人や家族が経営する店を選ぶかどうか】

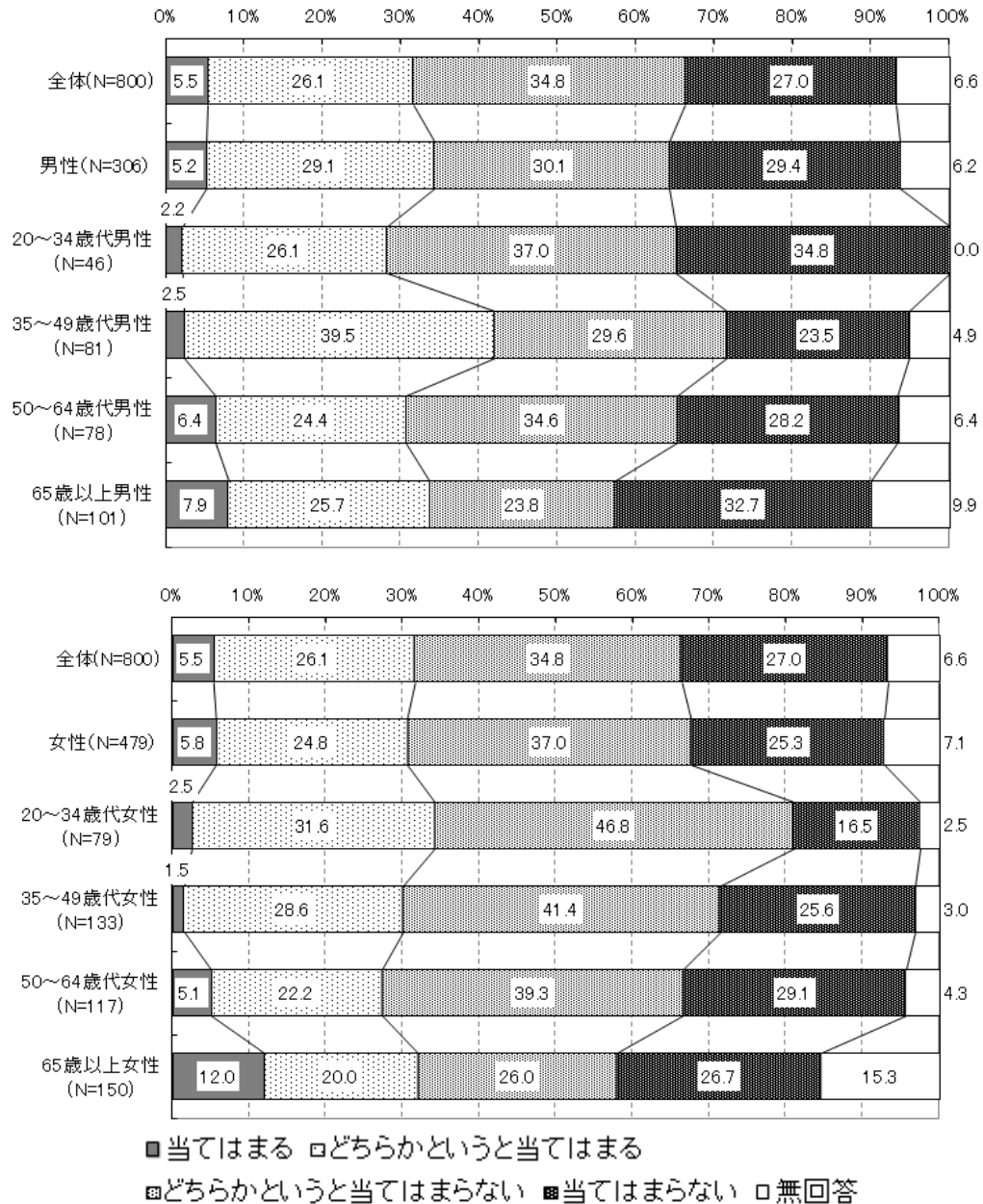
○性別・年代にかかわらず、「個人や家族が経営する店を選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計）は、4割を下回っています。



### 【老舗を選ぶかどうか】

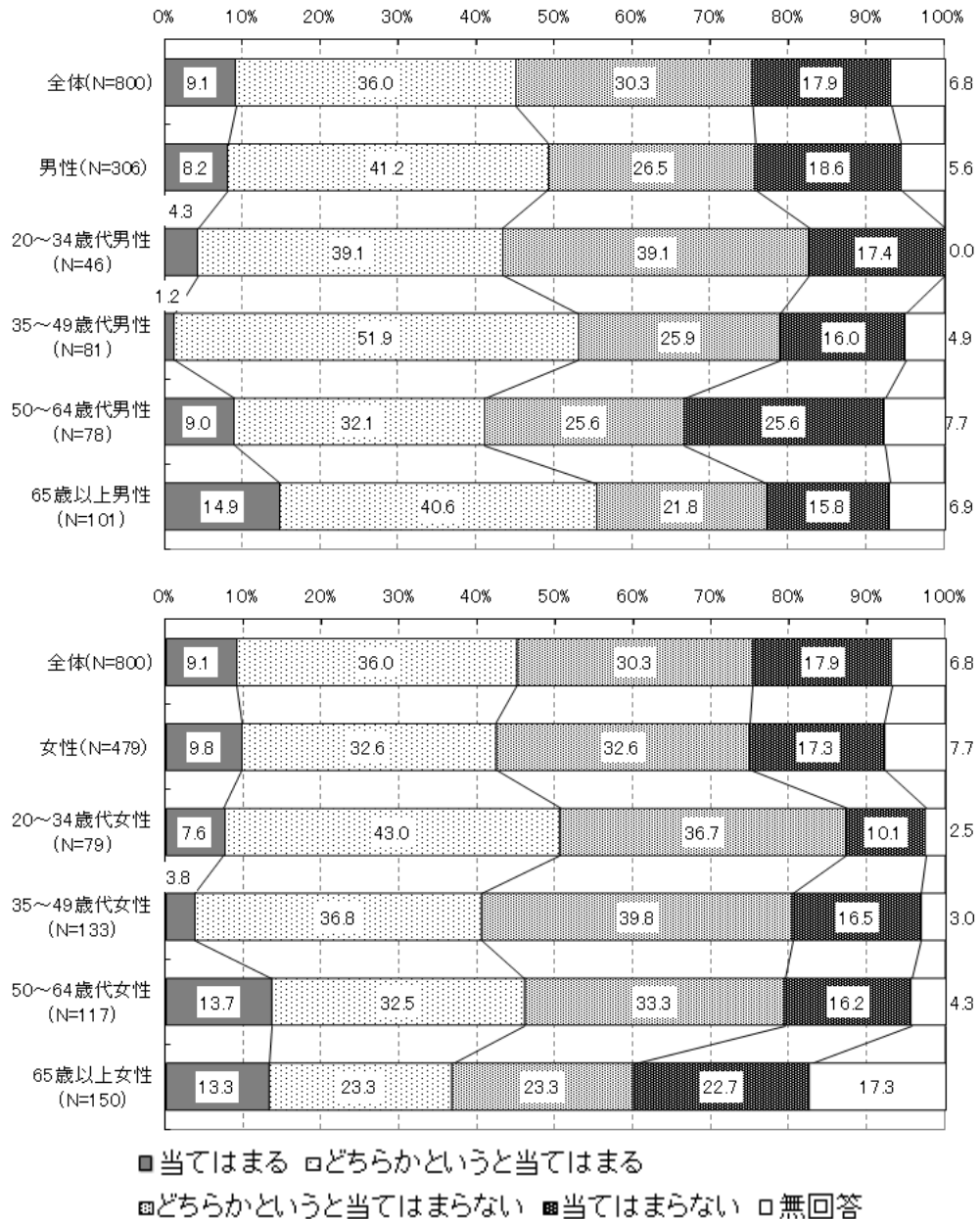
○性別・年代にかかわらず、「老舗の店を選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計）は、5割を下回っています。

○男女ともに年齢が上がるにつれて「当てはまる」が多くなる傾向がありますが、女性では「当てはまらない」も増える傾向が見られます。



### 【チェーン店・大手を選ぶかどうか】

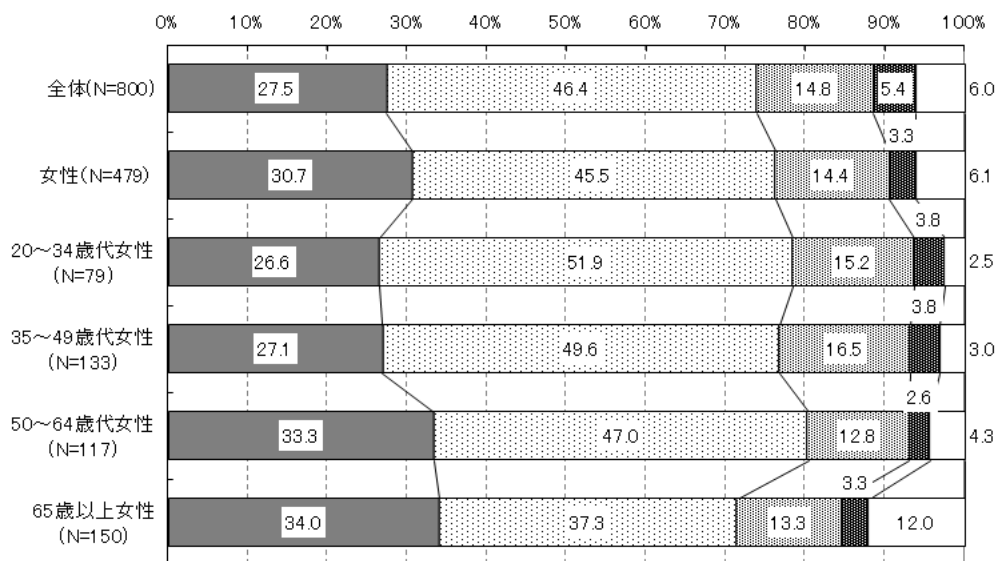
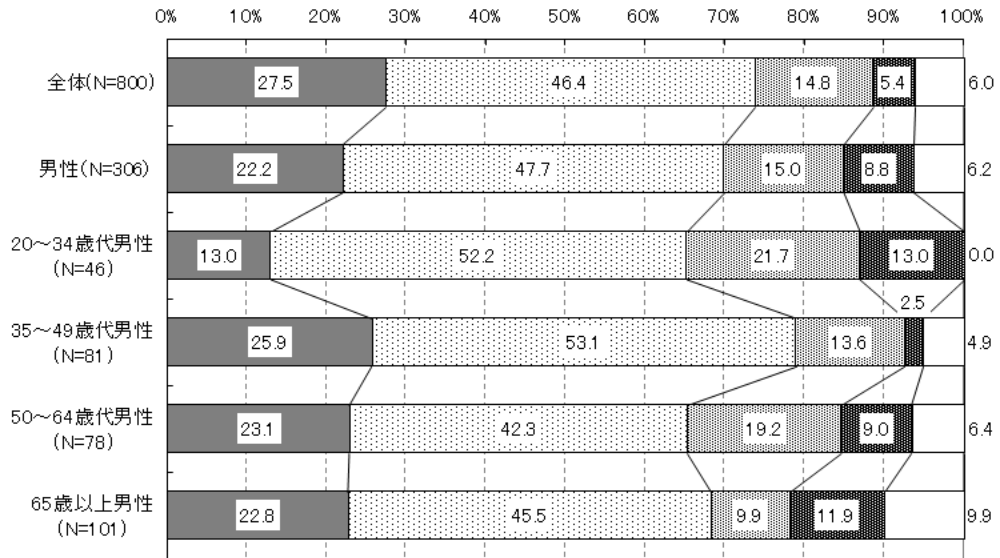
○35～49歳代男性(81人)、65歳以上男性(101人)と20～34歳代女性(79人)では、「チェーン店や大手の店を選ぶ」人(「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計)が、5割を上回っています。



### 【健康に配慮して選ぶかどうか】

○性別・年代にかかわらず、「健康に配慮して選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計）は、6割を上回っています。

○20～34歳代男性(46人)では「当てはまる」が13.0%で、他に比べて少なくなっています。

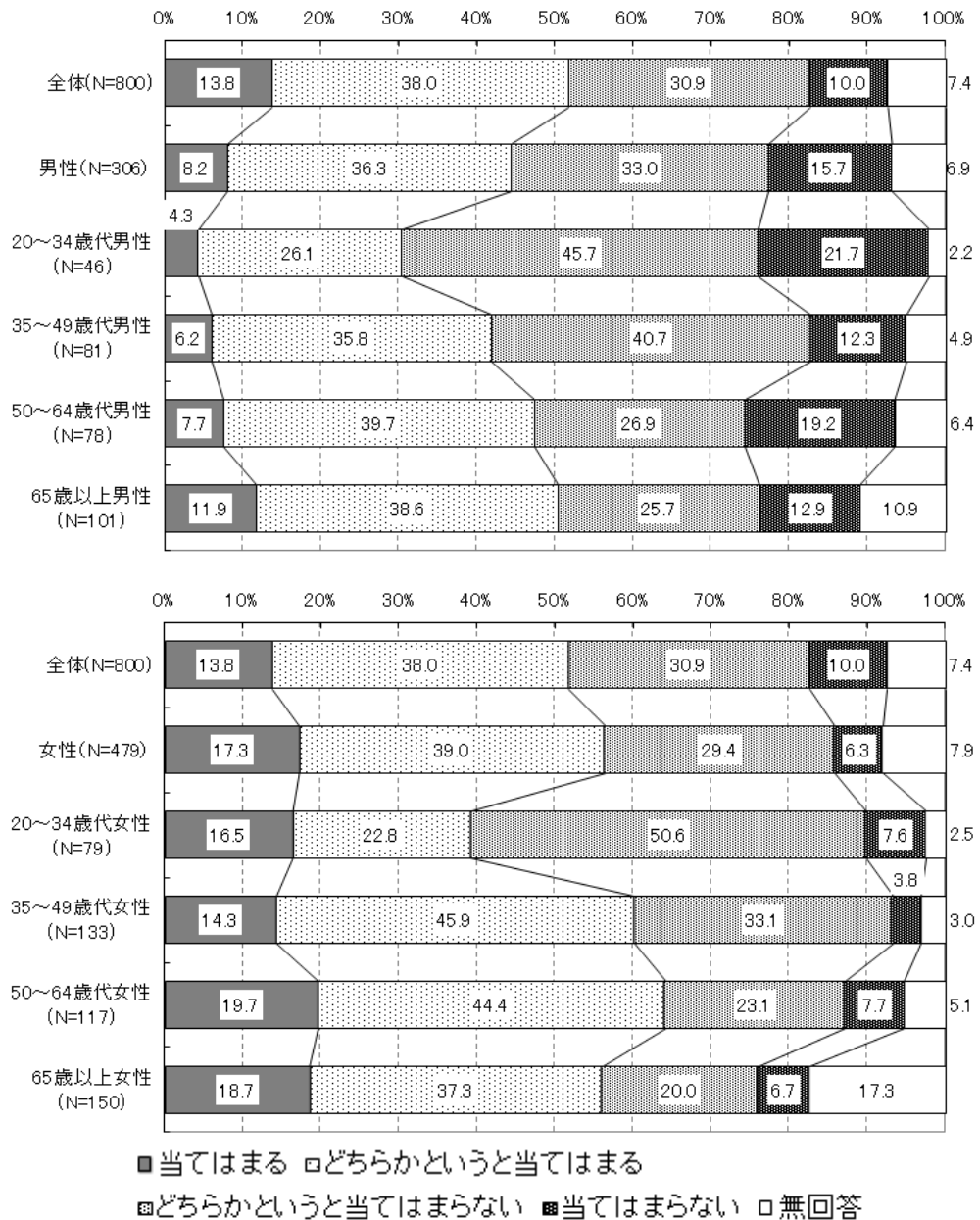


■ 当てはまる □ どちらかという当てはまる  
 ▨ どちらかという当てはまらない ■ 当てはまらない □ 無回答

### 【環境・エコに配慮して選ぶかどうか】

○男性では年齢が上がるにつれて、「環境やエコに配慮して選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという」と当てはまる」の合計）が多くなり、65歳以上男性(101人)では5割を上回っています。

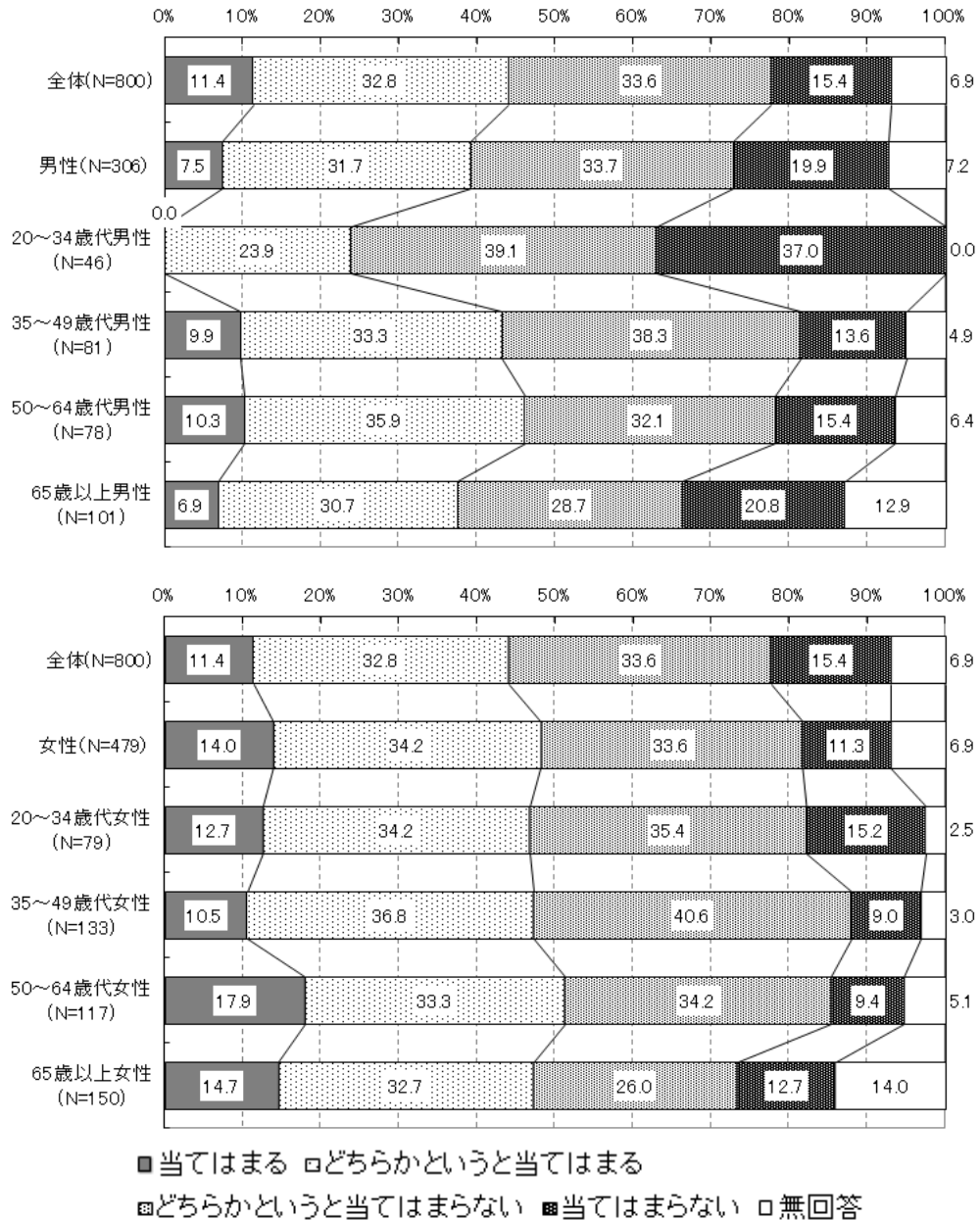
○女性では20～34歳代女性(79人)を除き、いずれも5割を上回っています。





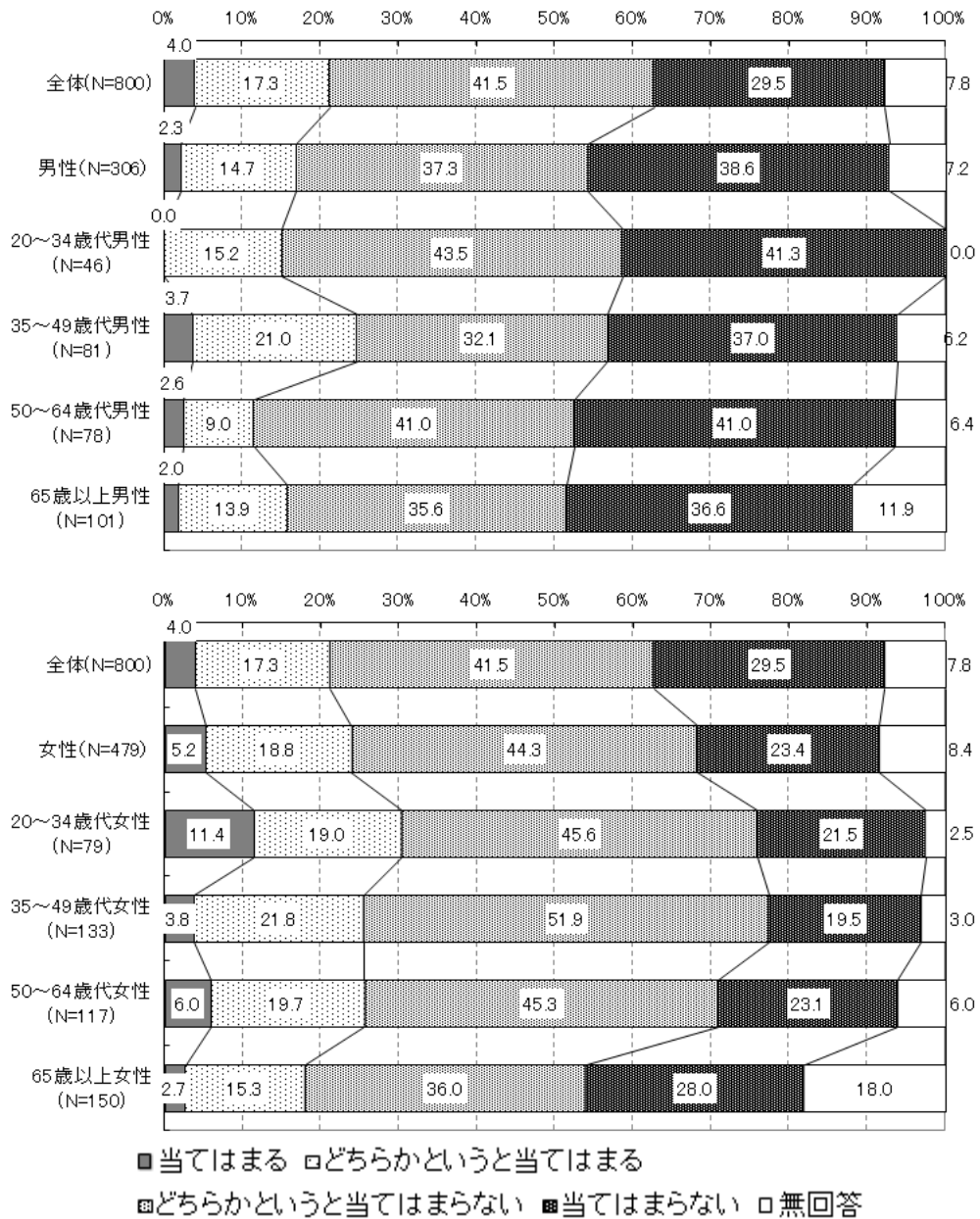
### 【生産者の顔が見えるものを選ぶかどうか】

○女性では、年代にかかわらず、「生産者の顔が見えるものを選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計）と選ばない人（「当てはまらない」と「どちらかという当てはまらない」の合計）が同程度となっています。



### 【フェアトレードであるものを選ぶかどうか】

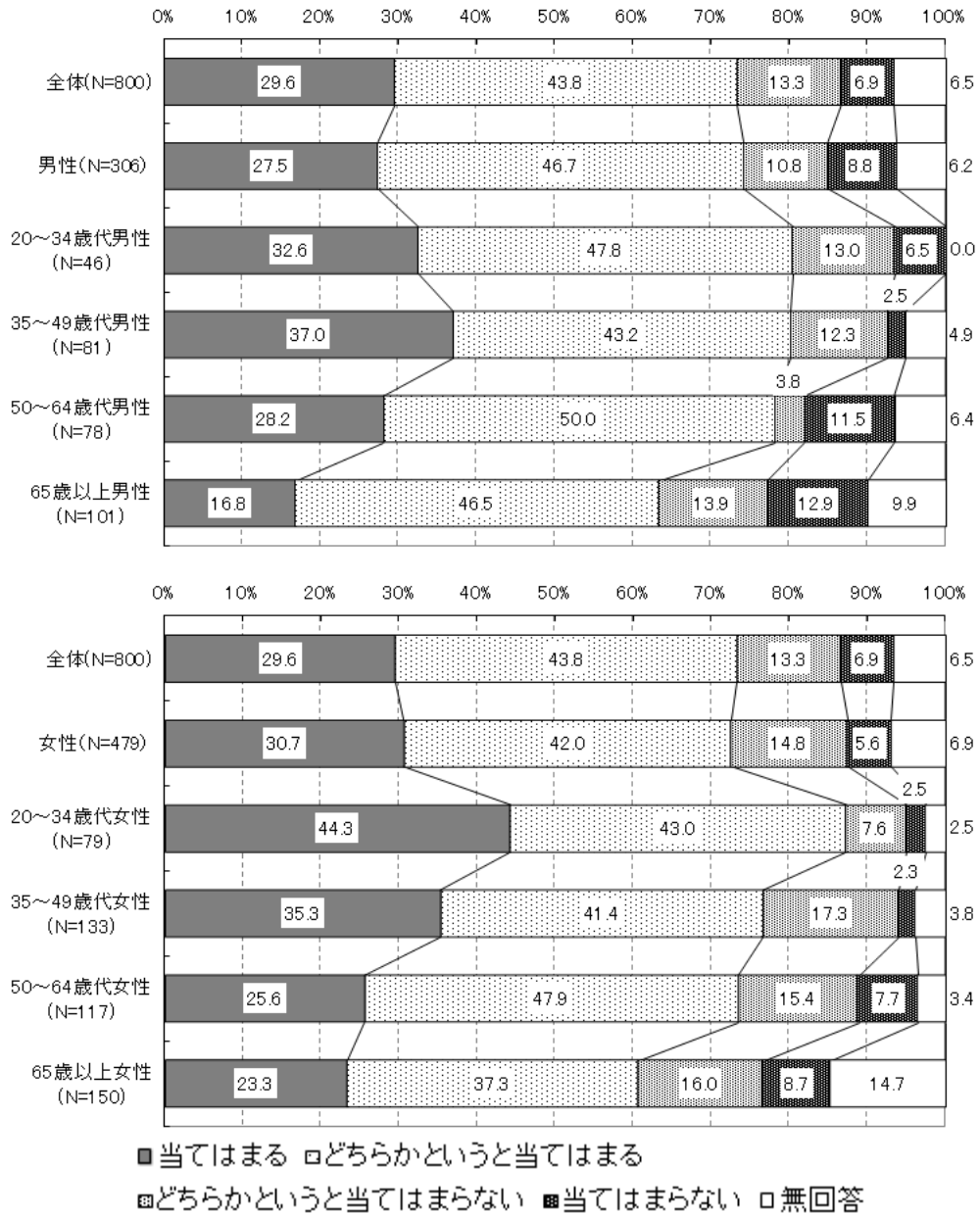
○性別・年代にかかわらず、「フェアトレードであるものを選ぶ」人(「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計)は、20～34歳代女性(79人)を除き、3割を下回っています。



### 【デザインの良いものを選ぶかどうか】

○性別・年代にかかわらず、「デザインの良いものを選ぶ」人（「当てはまる」と「どちらかという当てはまる」の合計）は、6割を上回っています。

○20～34歳代女性(79人)では「当てはまる」が44.3%で、他に比べて多くなっています。



## (2)年代別による65歳以降の就労意欲の分析(問21～問23)

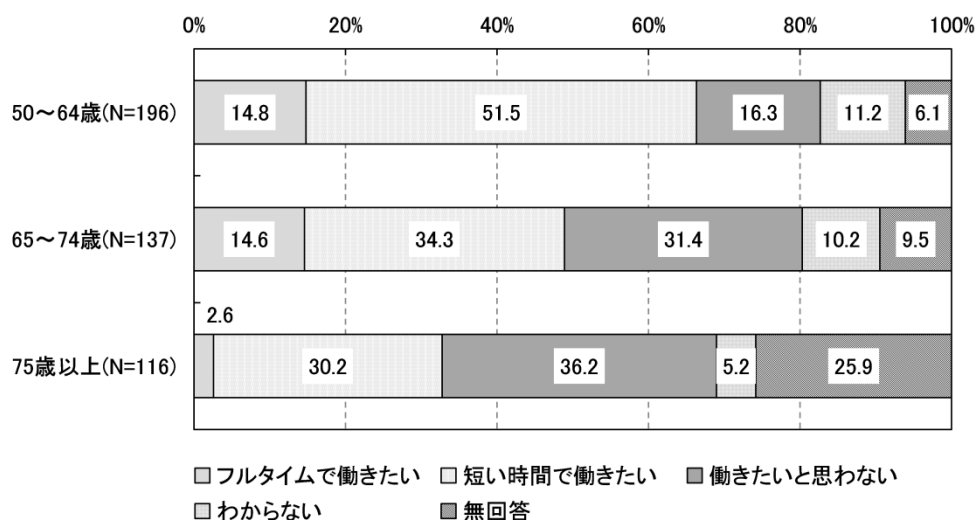
65歳以降の就労に関する設問について、当事者および今後10年程度で当事者の意向を把握するため、50～64歳(今後当事者となる年代)、65歳～74歳、75歳以上(当事者)について分析を行います。

### 【50歳以上の人の働くことへの意欲】

○50～64歳の人(196人)では、「短い時間で働きたい」が51.5%で最も多く、ついで「働きたいと思わない」が16.3%で続きます。65歳以降も働きたい人(「フルタイムで働きたい」と「短い時間で働きたい」の合計)は66.3%となっています。

○65～74歳の人(137人)では、「短い時間で働きたい」が34.3%で最も多く、ついで「働きたいと思わない」が31.4%で続きます。65歳以降も働きたい人(「短い時間で働きたい」と「フルタイムで働きたい」の合計)は48.9%です。

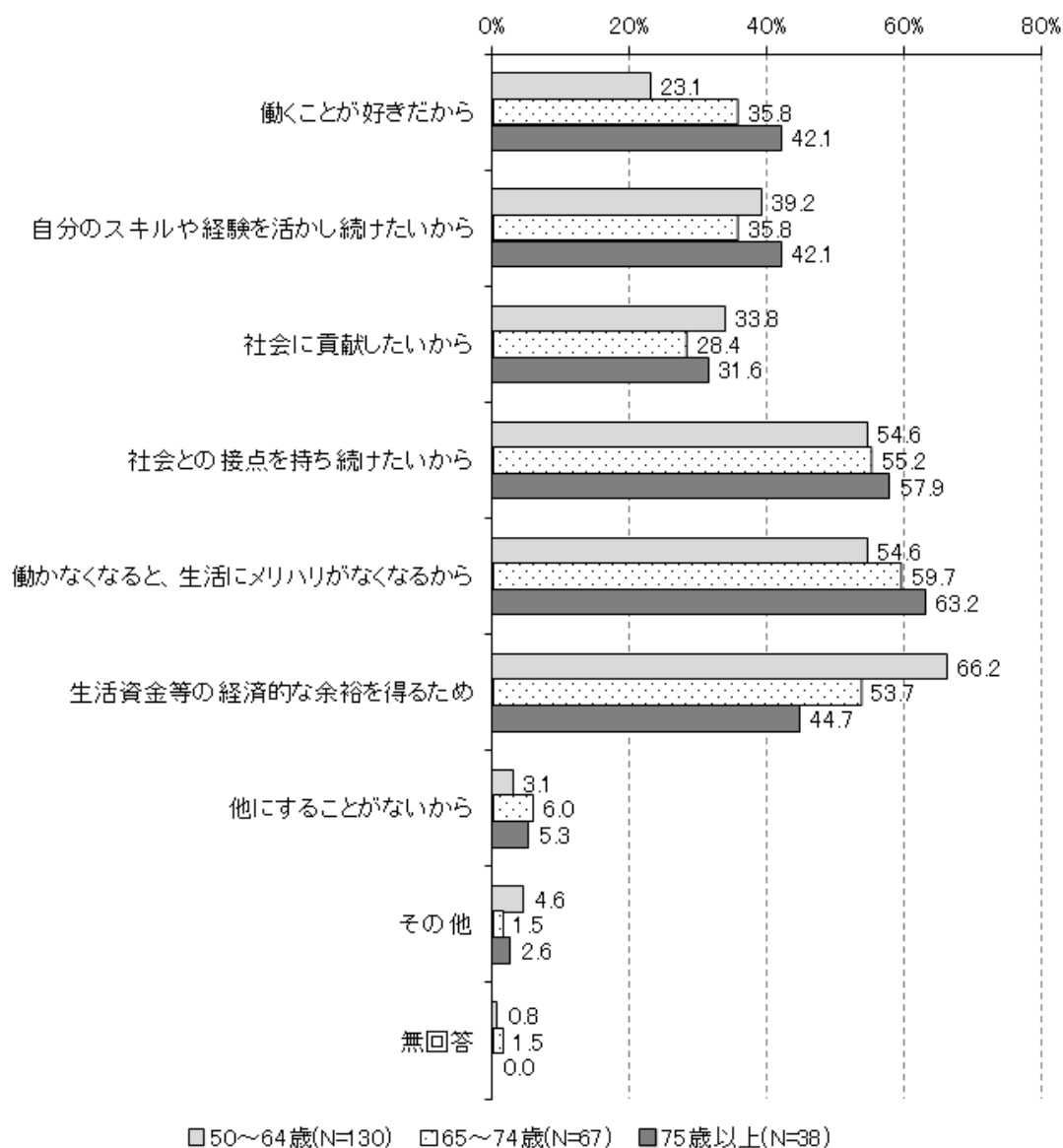
○75歳以上の人(116人)では、「働きたいと思わない」が36.2%で最も多く、ついで「短い時間で働きたい」が30.2%で続きます。65歳以降も働きたい人(「短い時間で働きたい」と「フルタイムで働きたい」の合計)は32.8%です。



### 【50歳以上の人の働きたい理由】

○50～64歳の人(130人)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、ついで「社会との接点を持ち続けたいから」と「働かなくなると、生活にメリハリがなくなるから」が54.6%で続きます。

○65～74歳の人(67人)と75歳以上の人(38人)では、「働かなくなると、生活にメリハリがなくなるから」が59.7%、63.2%で最も多く、ついで「社会との接点を持ち続けたいから」が55.2%、57.9%で続きます。

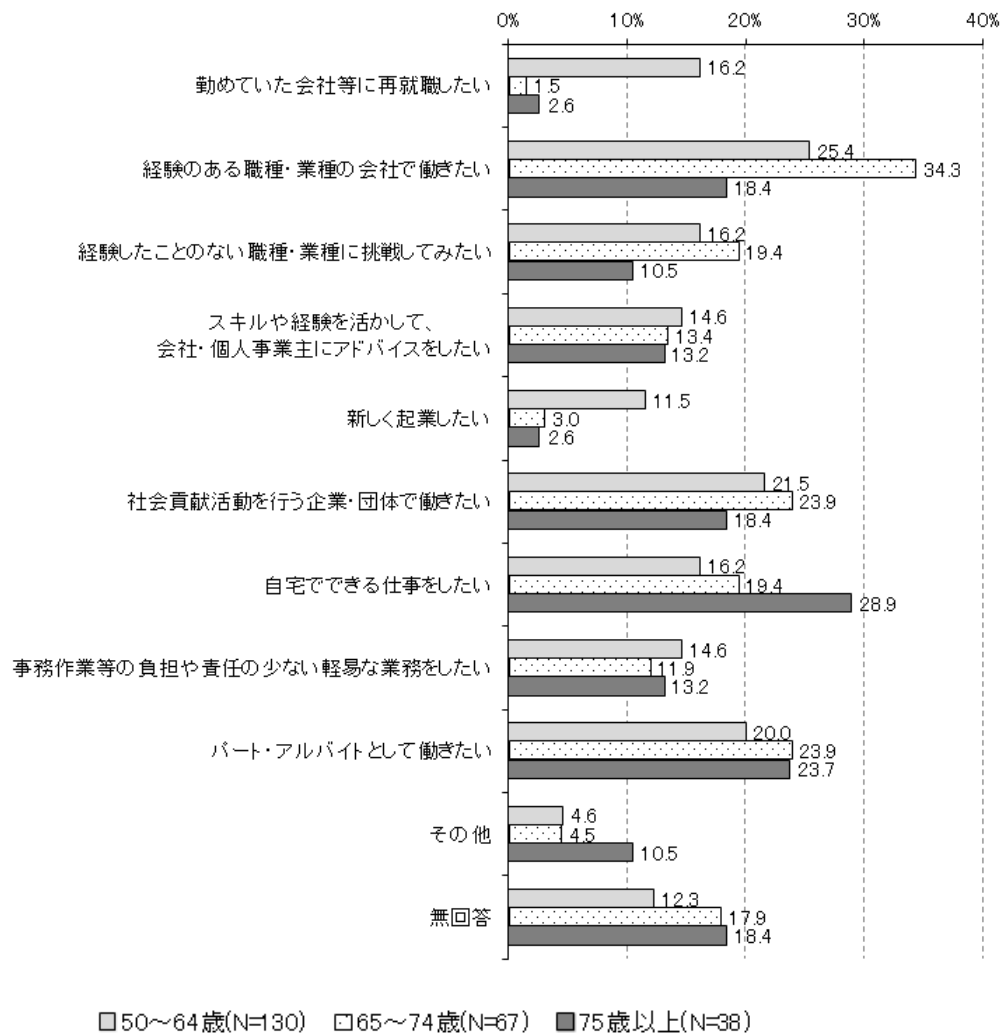


### 【50歳以上の人が希望する働き方】

○50～64歳の人(130人)では、「経験のある職種・業種の会社で働きたい」が25.4%で最も多く、ついで「社会貢献活動を行う企業・団体に働きたい」が21.5%で続きます。

○65～74歳の人(67人)では、「経験のある職種・業種の会社で働きたい」が34.3%で最も多く、「社会貢献活動を行う企業・団体に働きたい」と「パート・アルバイトとして働きたい」が23.9%で続きます。

○75歳以上の人(38人)では、「自宅でできる仕事をしたい」が28.9%で最も多く、ついで「パート・アルバイトとして働きたい」が23.7%で続きます。



## 2. 消費意識による分析

本調査では、問12にて質や価格など12の観点から回答者の消費意識を把握しています。それをもとに、4つの分析軸を設定し、商店街等の設問について分析をします。

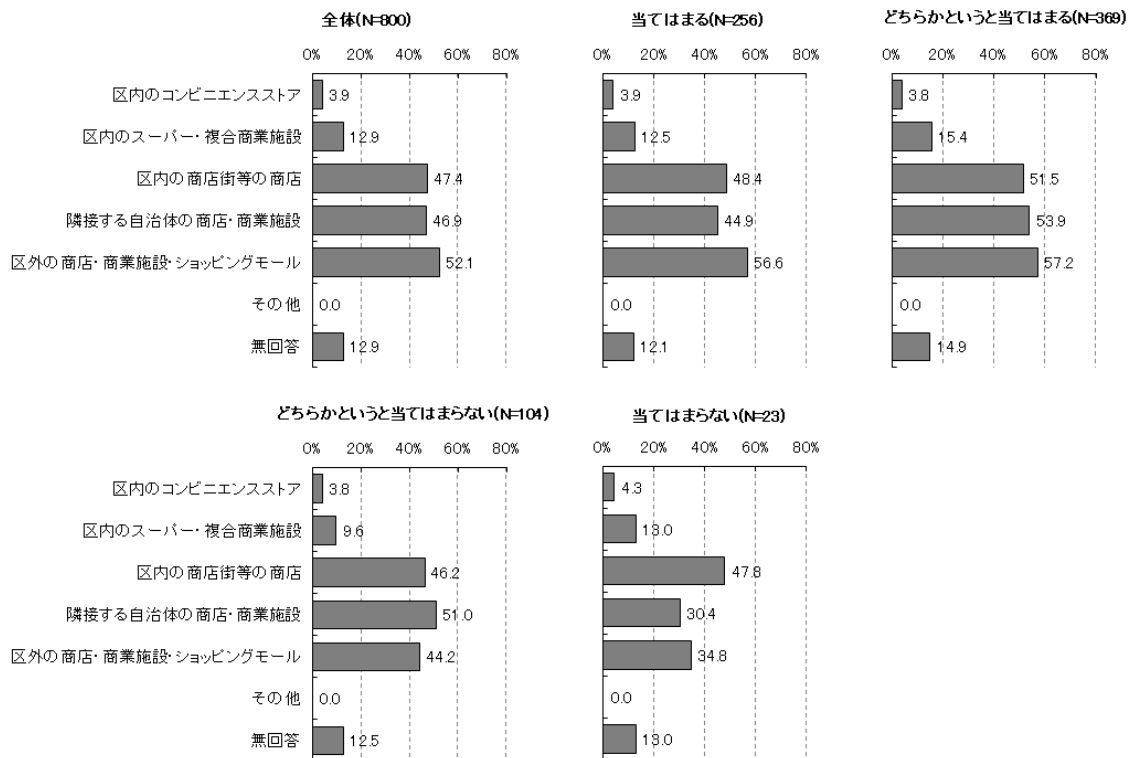
分析軸	利用する項目
質／価格	質のよさへの意識 価格の安さへの意識
流行／こだわり	流行への意識 こだわりの銘柄・メーカー
店舗	個店・家族経営の店の選択 老舗の選択 チェーン店・大手の選択
重視するポイント	健康への配慮 環境・エコへの配慮 生産者の顔が見えることへの意識 フェアトレードへの意識 デザインのよさへの意識

### (1) 買い物をする場所(問8)

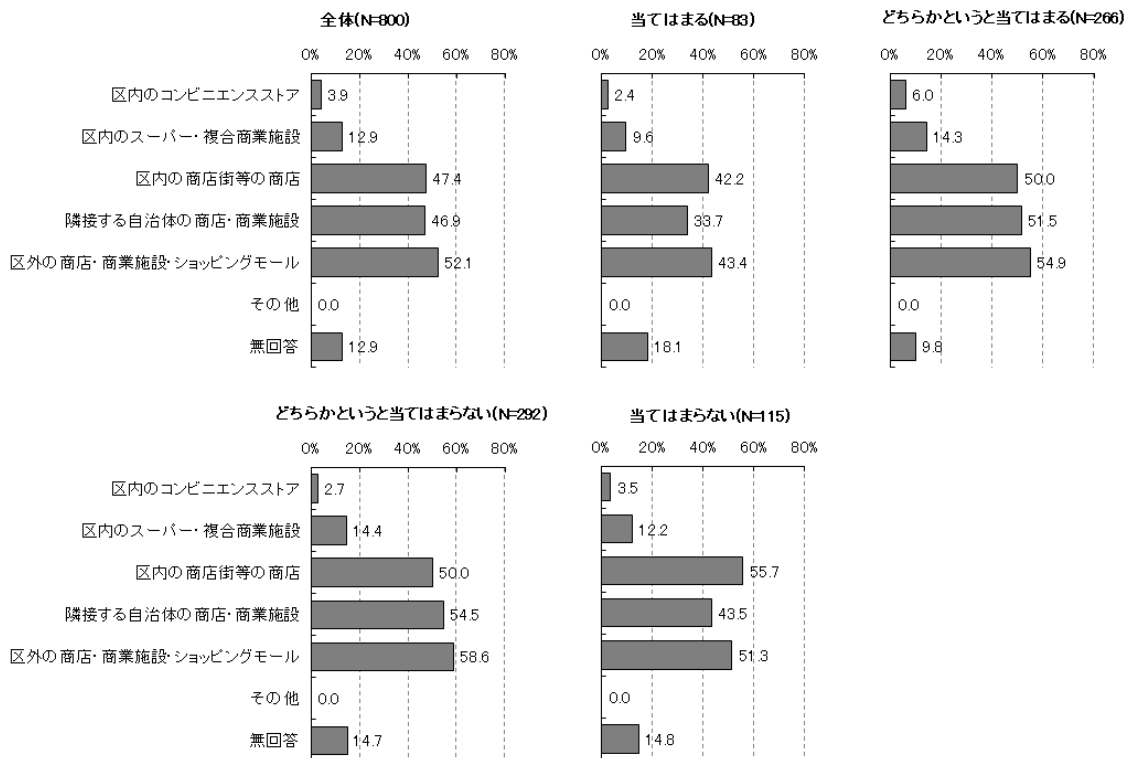
#### 【質／価格に関する消費意識による分析】

- 「多少高くても質の良いものを選ぶ」に「当てはまる」か「どちらかという当てはまる」を選択した人では、外食をする場所として、「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が56.6%、57.2%で最も多くなっています。また、「当てはまらない」を選択した人では、「区内の商店街等の商店」が47.8%で最も多く、「どちらかという当てはまらない」を選択した人(23人)は46.2%で、「隣接する自治体の商店・商業施設」の51.0%について多くなっています。
- 一方、「総じて価格重視で安いものを選ぶ」かどうかでは、外食をする場所の違いは見られず、いずれも「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。

## 多少高くても質の良いものを選ぶかどうか×外食をする場所



## 総じて価格重視で安いものを選ぶかどうか×外食をする場所

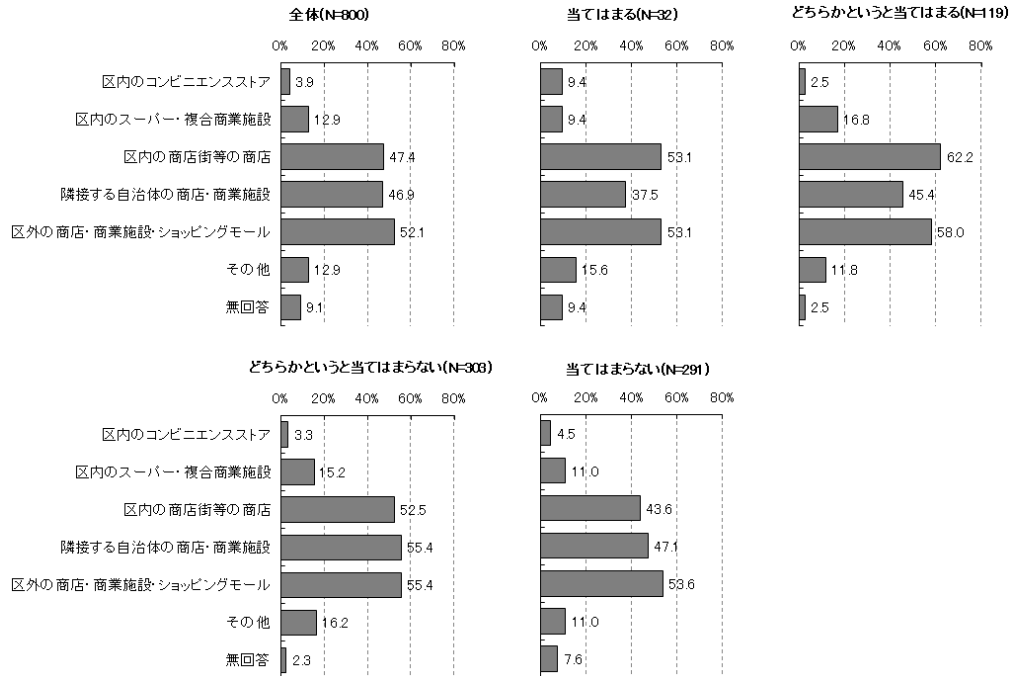




### 【店舗に関する消費意識による分析】

○外食をする場所として、「個人や家族が経営する店を選ぶ」に「当てはまる」か「どちらかという当てはまる」を選択した人では、「区内の商店街等の商店」が53.1%、62.2%で最も多くなっています。

#### 個人や家族が経営する店を選ぶかどうか×外食をする場所

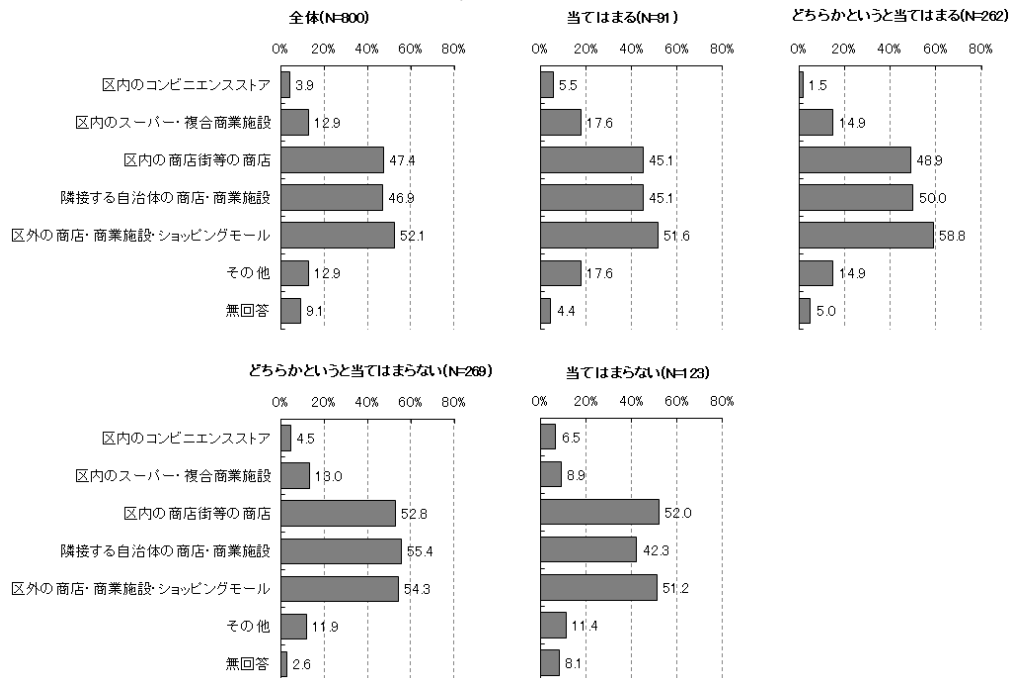


### 【生産者に関する消費意識による分析】

○「生産者の顔が見えるものを選ぶ」に「当てはまる」か「どちらかという当てはまる」を選択した人では「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」が51.6%、58.8%で最も多くなっています。

○また、「当てはまらない」を選択した人(123人)では「区内の商店街等の商店」が52.0%で最も多くなっています。

#### 生産者の顔が見えるものを選ぶかどうか×外食をする場所



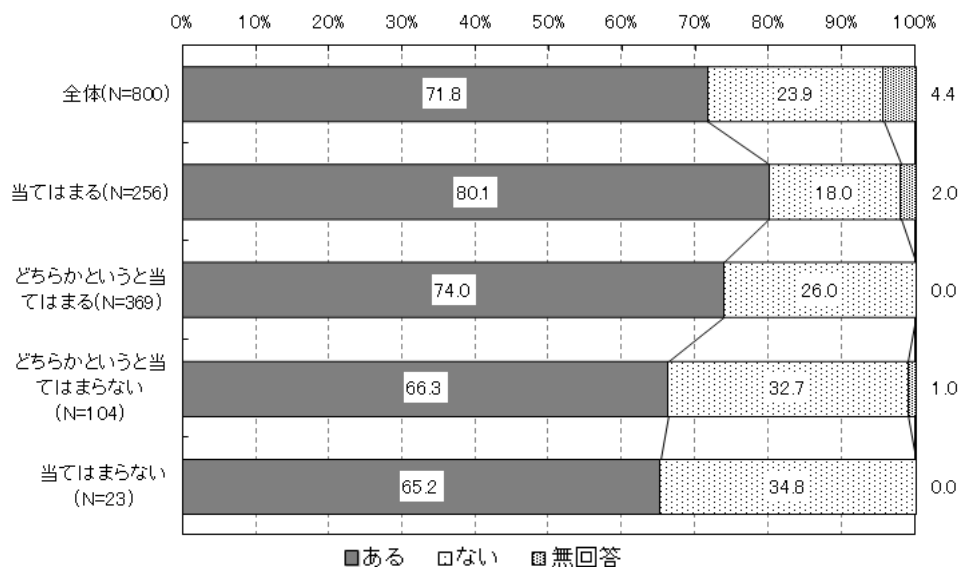
## (2) 行きつけの店・なじみの店の有無(問10)

### 【質／価格に関する消費意識による分析】

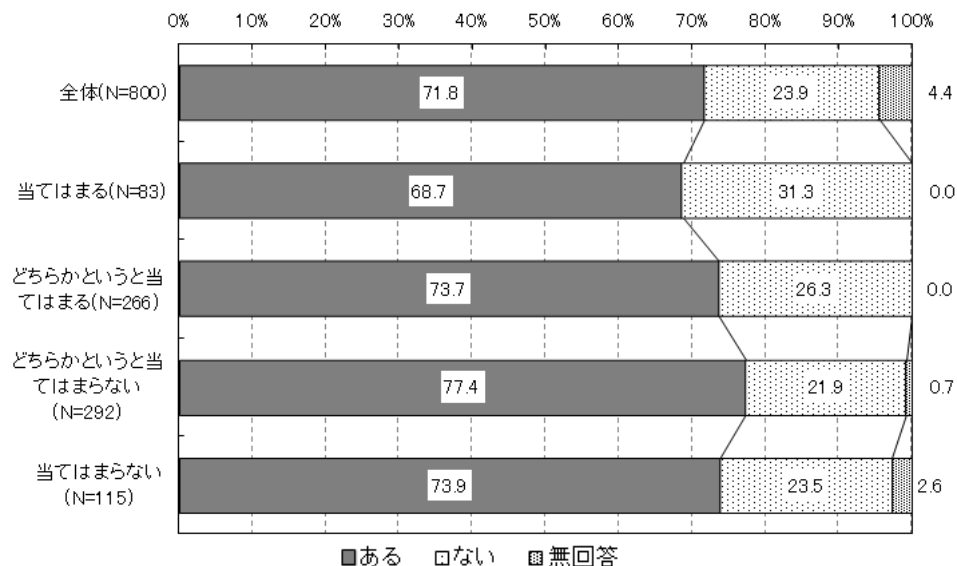
○「多少高くても質の良いものを選ぶ」に「当てはまる」か「どちらかという当てはまる」を選択した人では、「行きつけの店」「なじみの店」がある人の割合が高くなる傾向が見られます。

○一方、「総じて価格重視で安いものを選ぶ」に「当てはまる」を選択した人(83人)では「ある」が他に比べてやや少なくなっています。

### 多少高くても質の良いものを選ぶかどうか



### 総じて価格重視で安いものを選ぶかどうか

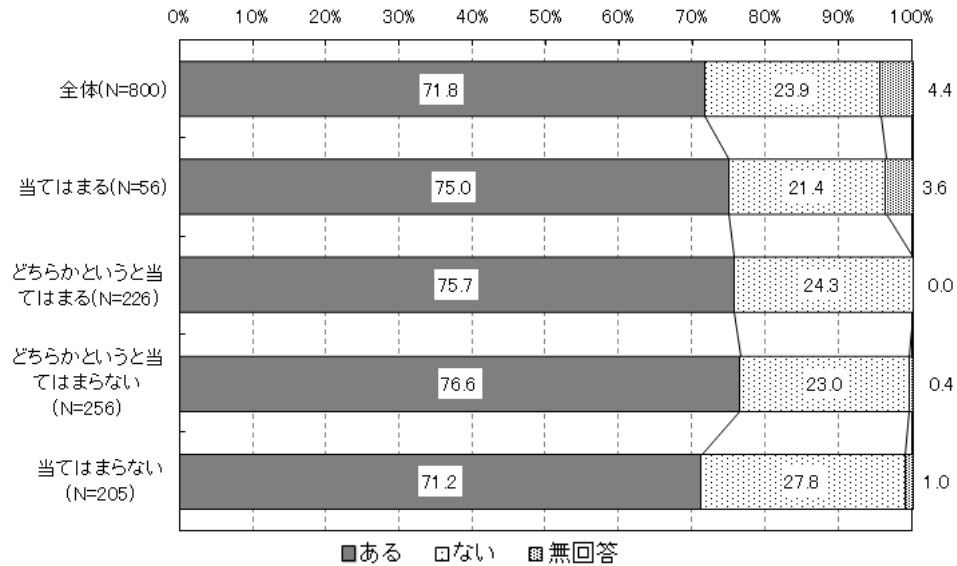


### 【流行／こだわりに関する消費意識による分析】

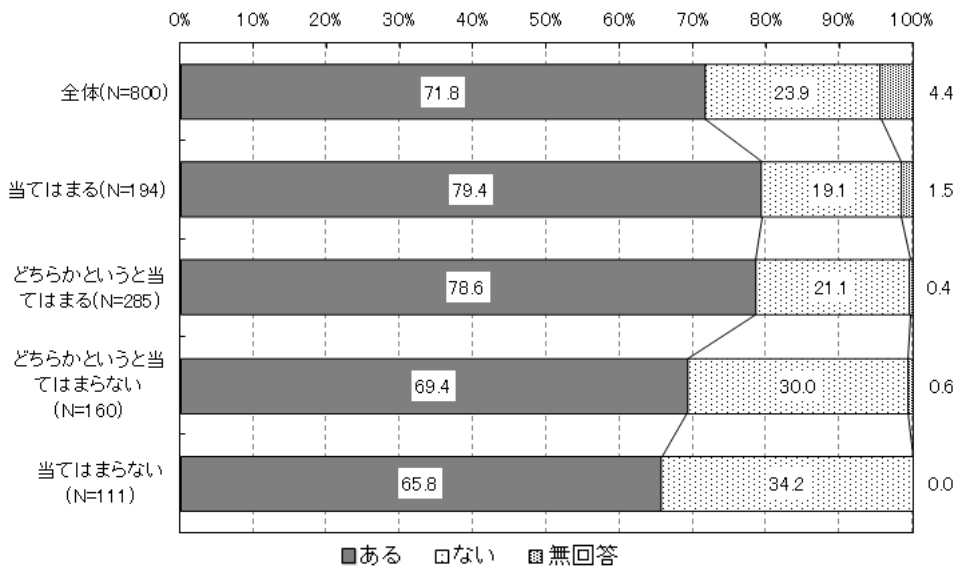
○「流行している商品・お店を試す」かどうかについては、「行きつけの店」「なじみの店」の有無に大きな違いは見られません。

○「こだわりの銘柄・メーカーがある」人ほど「ある」が多くなる傾向が見られます。

#### 流行している商品・お店を試すかどうか



#### こだわりの銘柄・メーカーがあるかどうか



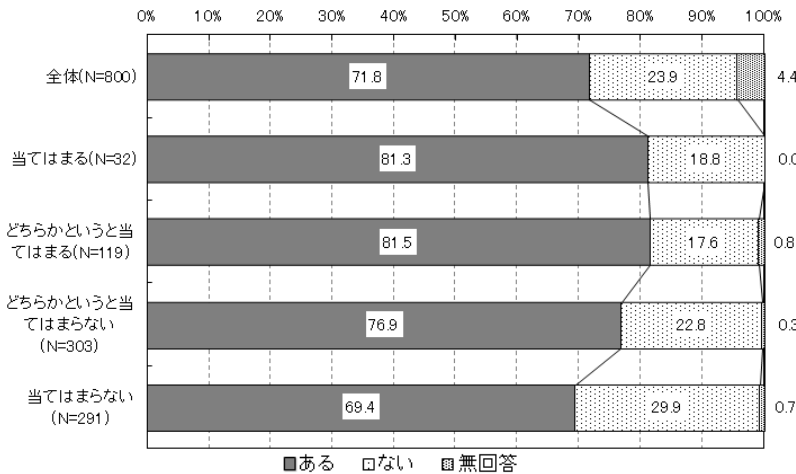
### 【店舗に関する消費意識による分析】

○「個人や家族が経営する店を選ぶ」に「当てはまる」か「どちらかという当てはまる」を選択した人では、「行きつけの店」「なじみの店」がある人が、8割を上回っています。

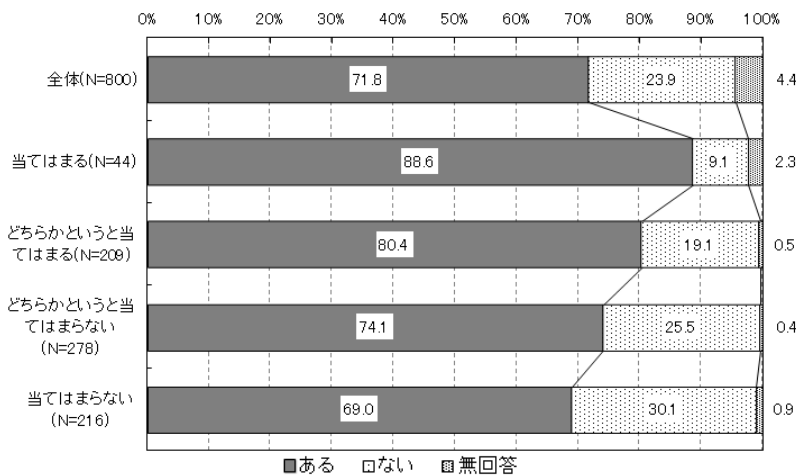
○「老舗の店を選ぶ」を意識する人ほど、「行きつけの店」「なじみの店」がある人が多くなる傾向が見られます。

○一方、「チェーン店や大手の店を選ぶ」かどうかでは、大きな違いは見られません。

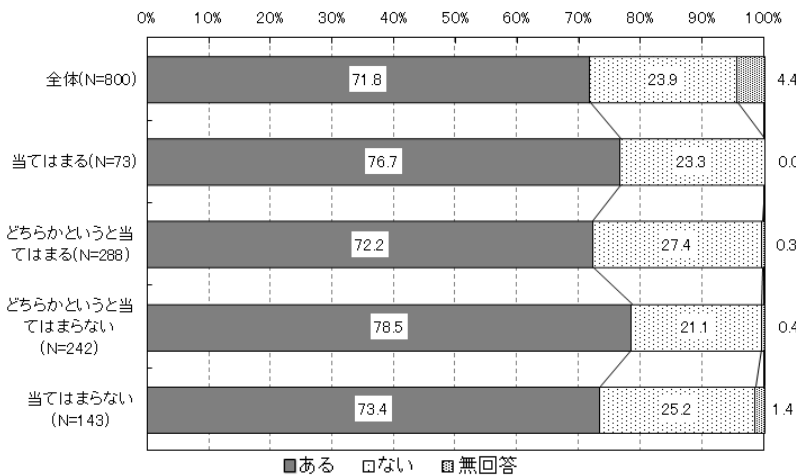
#### 個人や家族が経営する店を選ぶかどうか



#### 老舗の店を選ぶかどうか



#### チェーン店や大手の店を選ぶかどうか

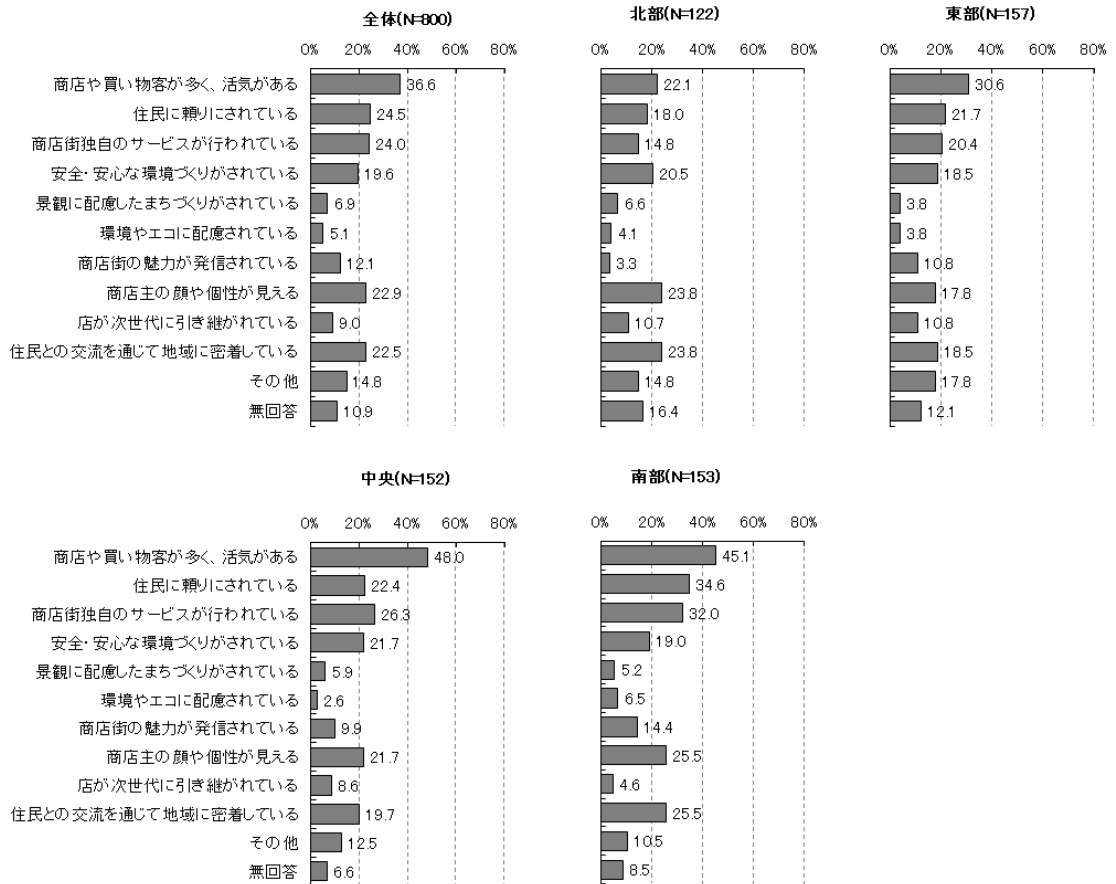


### 3. 商店街に関する分析

#### (1) 商店街の印象(問13)

##### 【地区による分析】

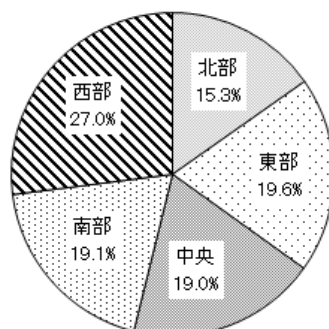
○北部(122人)では、「店主の顔や個性が見える」と「住民との交流を通じて地域に密着している」が23.8%で最も多くなっています。



#### ■居住地について

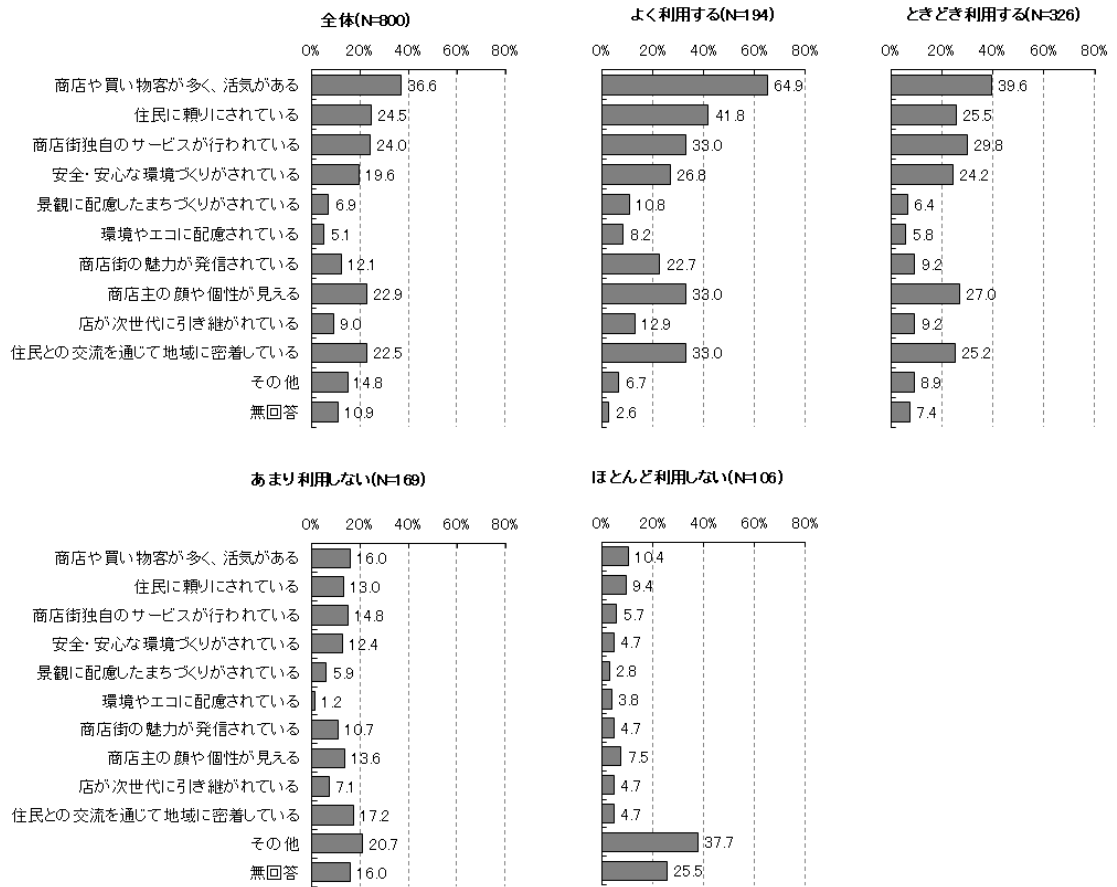
居住地については、設問ではなく、区内の5つの地区ごとに調査票の色を分け、それに基づいて集計しました。結果、「北部」が15.3%、「東部」が19.6%、「中央」が19.0%、「南部」が19.1%、「西部」が27.0%となっています。

N=800



## 【商店街の利用状況による分析】

○商店街の利用について、「よく利用する」か「ときどき利用する」を選択した人では、「商店や買い物客が多く、活気がある」が64.9%、39.6%で最も多くなっています。



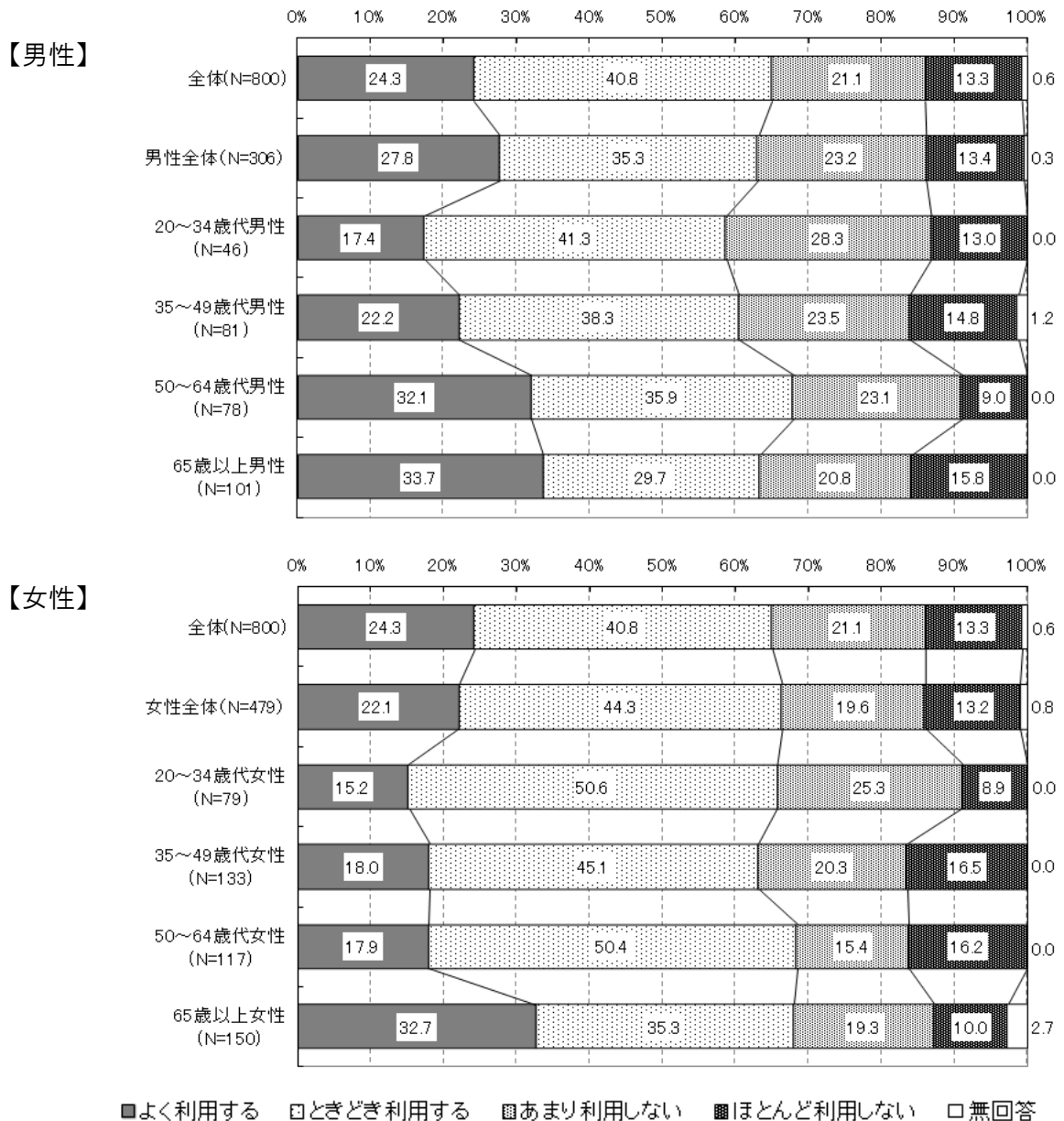
## (2)商店街の利用状況(問14)

### 【年代による分析】

○性別・年代にかかわらず、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、利用していない人(「あまり利用しない」と「ほとんど利用しない」の合計)より多くなっています。

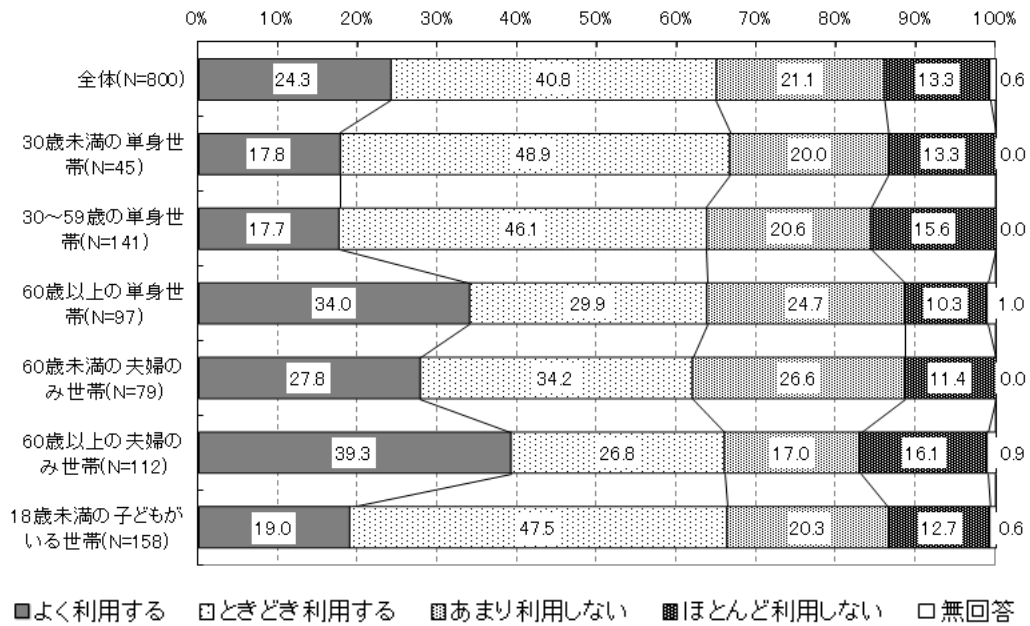
○50～64歳男性(78人)、65歳以上男性(101人)、65歳以上女性(150人)では、「よく利用する」が32.1%、33.7%、32.7%と多くなっています。

○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。



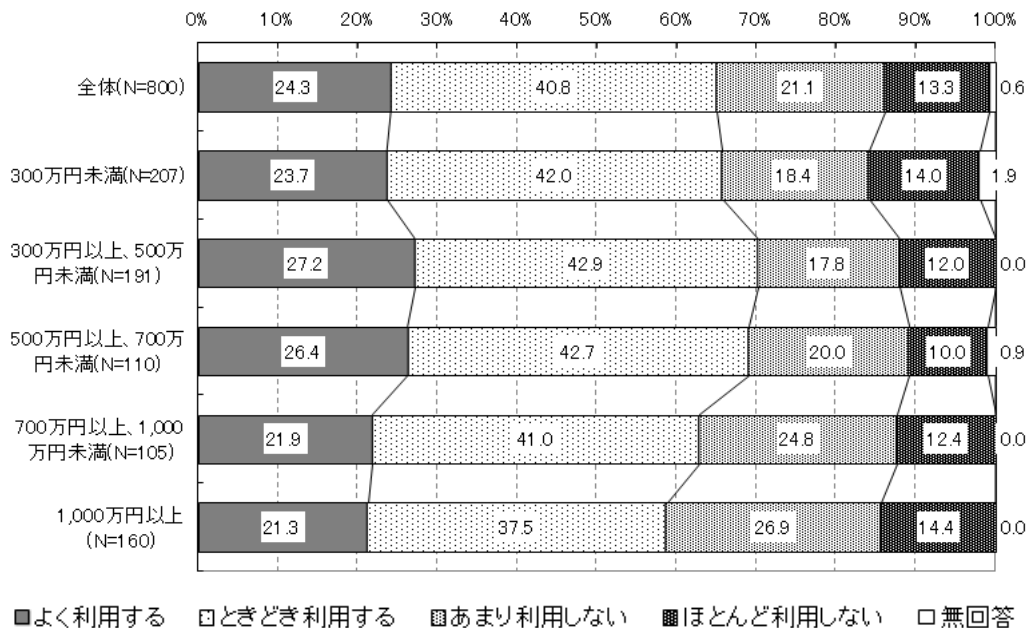
### 【家族構成による分析】

○家族構成でみると、60歳以上の単身世帯(97人)と60歳以上の夫婦のみ世帯(112人)では「よく利用する」が34.0%、39.3%で最も多くなっています。



### 【世帯年収による分析】

○世帯年収でみると、年収にかかわらず「ときどき利用する」が最も多く、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)はいずれも5割を上回っています。  
 ○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。

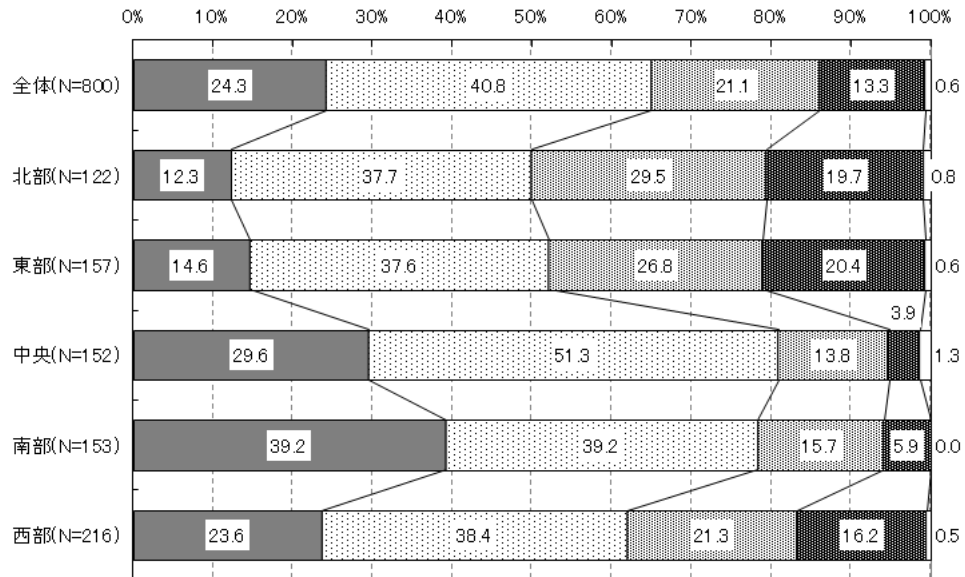




### 【地区による分析】

○いずれの地区も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)の方が、利用しない人(「あまり利用しない」と「ほとんど利用しない」の合計)よりも多くなっています。

○地区別にみると、東部(157人)と北部(122人)では商店街を利用している人が52.2%、50.0%、西部(216人)では62.0%、中央(152人)と南部(153人)では80.9%、78.4%となっており、地区での違いが見られます。



■よく利用する    □ときどき利用する    ▨あまり利用しない    □ほとんど利用しない    □無回答

### 【最寄駅による分析】

○自由が丘(38人)、西小山(37人)、洗足(25人)で、商店街を「よく利用する」が36.8%、48.6%、44.0%で最も多くなっています。

○多くの場合、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5割を上回っており、上記3駅のほか、学芸大学(130人)、不動前(11人)、武蔵小山(43人)、大岡山(39人)では、利用している人が82.3%、81.8%、86.0%、79.5%と多くなっています。

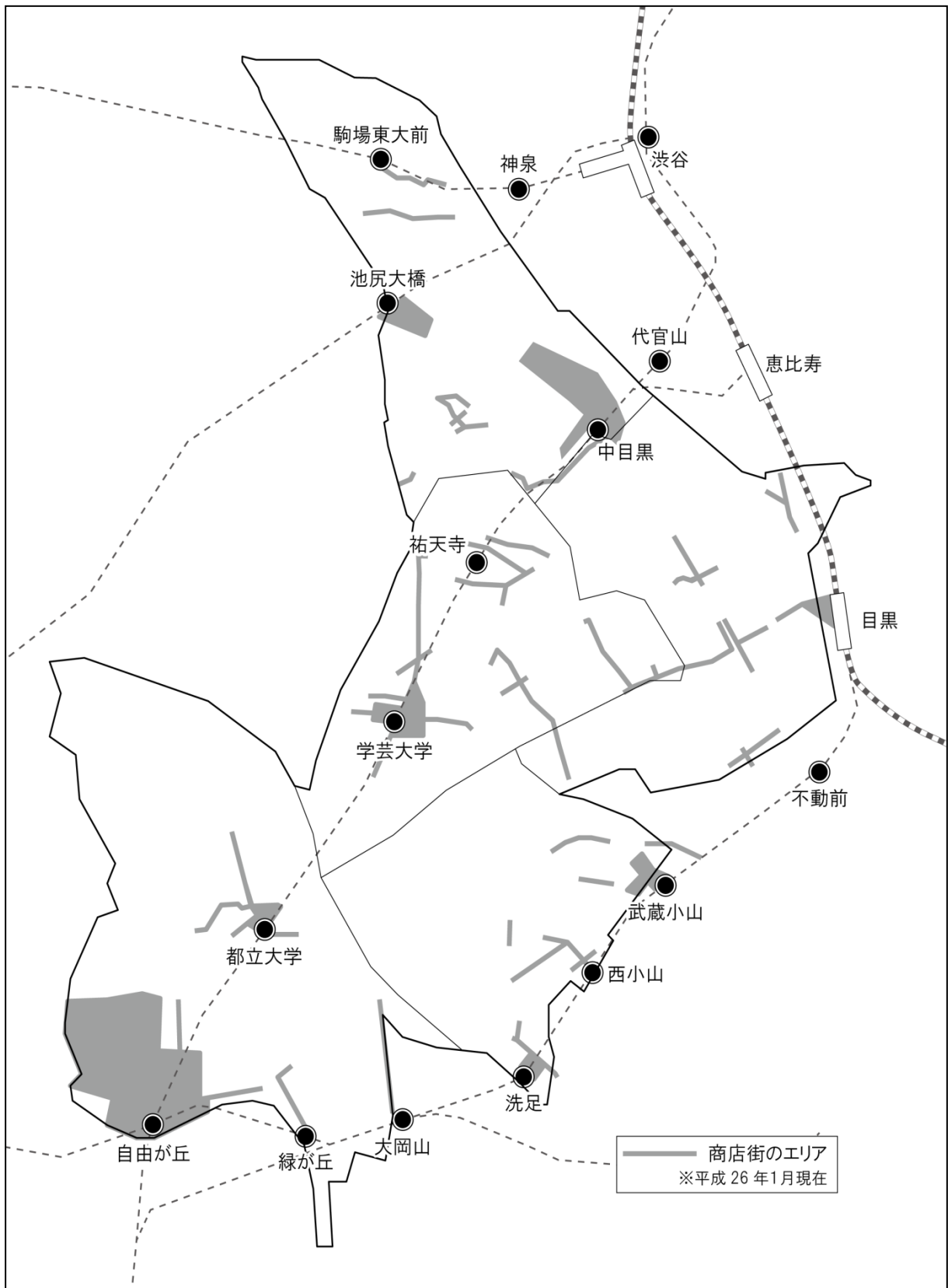
	合計	よく利用する	ときどき利用する	あまり利用しない	ほとんど利用しない	無回答
全体	(N=800)	24.3	40.8	21.1	13.3	0.6
東北沢	(N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
神泉	(N=7)	0.0	42.9	14.3	42.9	0.0
駒場東大前	(N=24)	4.2	45.8	20.8	25.0	4.2
池ノ上	(N=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
池尻大橋	(N=44)	15.9	34.1	36.4	13.6	0.0
駒沢大学	(N=17)	11.8	5.9	29.4	52.9	0.0
恵比寿	(N=19)	15.8	10.5	36.8	36.8	0.0
代官山	(N=2)	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
中目黒	(N=94)	9.6	41.5	31.9	17.0	0.0
祐天寺	(N=63)	23.8	49.2	22.2	4.8	0.0
学芸大学	(N=130)	39.2	43.1	11.5	4.6	1.5
都立大学	(N=117)	13.7	44.4	23.9	17.1	0.9
自由が丘	(N=38)	36.8	28.9	26.3	7.9	0.0
目黒	(N=69)	13.0	40.6	21.7	23.2	1.4
不動前	(N=11)	18.2	63.6	18.2	0.0	0.0
武蔵小山	(N=43)	37.2	48.8	9.3	4.7	0.0
西小山	(N=37)	48.6	37.8	8.1	5.4	0.0
洗足	(N=25)	44.0	32.0	20.0	4.0	0.0
北千束	(N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
大岡山	(N=39)	38.5	41.0	17.9	2.6	0.0
緑が丘	(N=17)	17.6	52.9	11.8	17.6	0.0
九品仏	(N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	(N=2)	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0
無回答	(N=1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0

### クロス集計の表の見方

表の左端がクロス集計の分析軸となる設問の選択肢で、表の上端が分析対象となる設問の選択肢です。

【合計】の列は、分析軸となる設問にて、各選択肢を選んだ人の人数を表しています。分析対象となる選択肢の列に示した数値は、それぞれの行の分析軸の選択肢を選んだ人を母数として、分析対象となる選択肢を選んだ人の割合です。

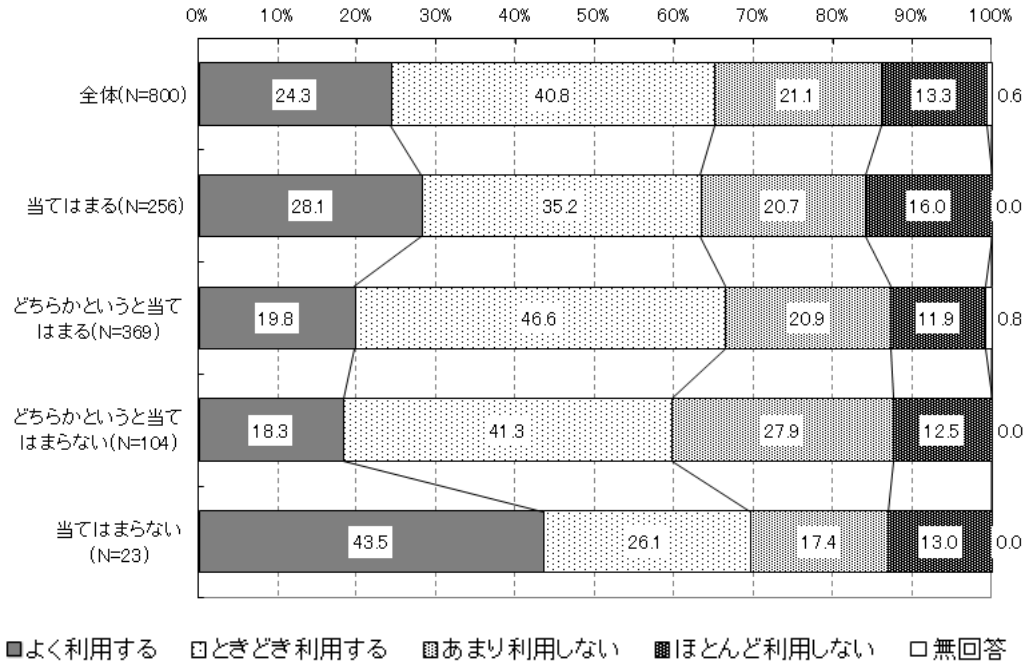
# 区内商店街の立地



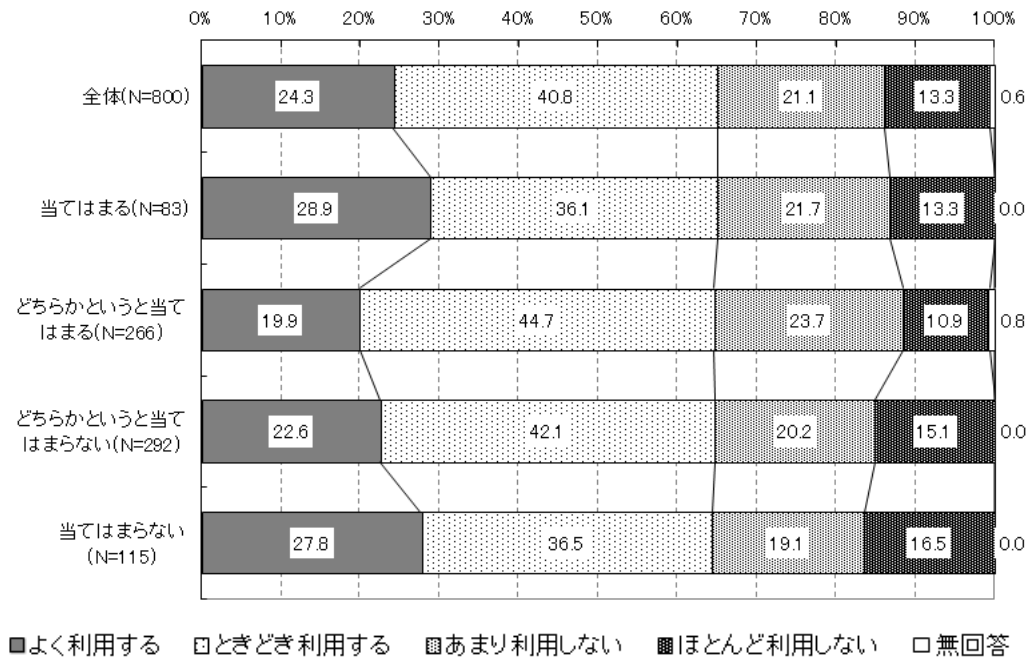
**【質／価格に関する消費意識による分析】**

○「多少高くても質の良いものを選ぶ」かどうか及び「総じて価格重視で安いものを選ぶ」かどうかについては、いずれも商店街の利用状況に大きな違いは見られません。

**多少高くても質の良いものを選ぶかどうか×商店街の利用状況**



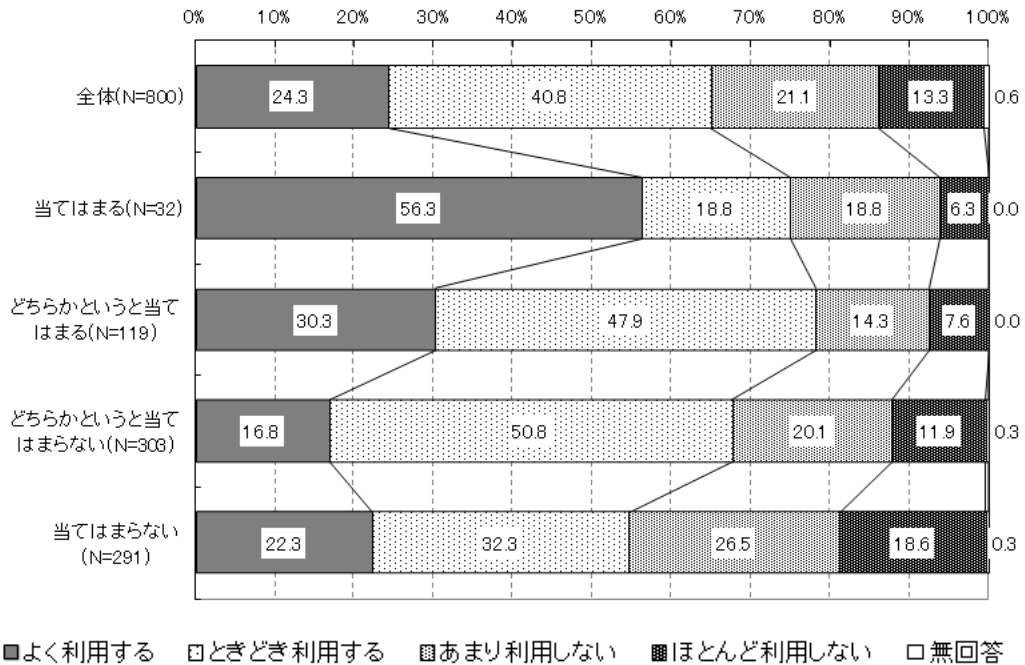
**総じて価格重視で安いものを選ぶかどうか×商店街の利用状況**



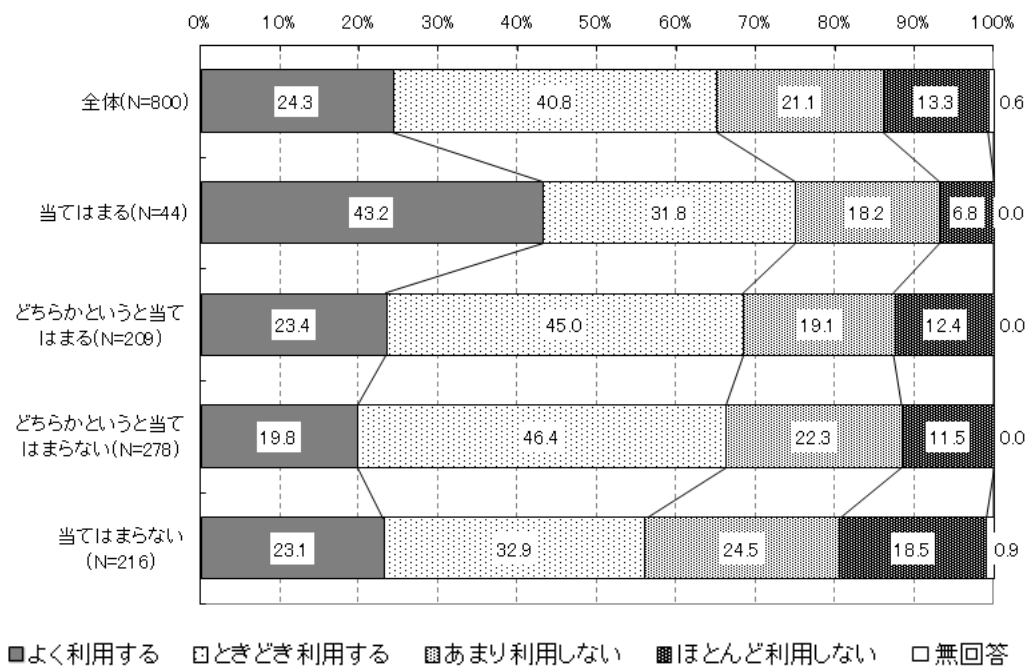
### 【店舗に関する消費意識による分析】

○「個人や家族が経営する店を選ぶ」で「当てはまる」を選択した人(32人)と「老舗の店を選ぶ」で「当てはまる」を選択した人(44人)では、商店街を「よく利用する」が56.3%、43.2%で最も多くなっています。

#### 個人や家族が経営する店を選ぶかどうか×商店街の利用状況



#### 老舗の店を選ぶかどうか×商店街の利用状況



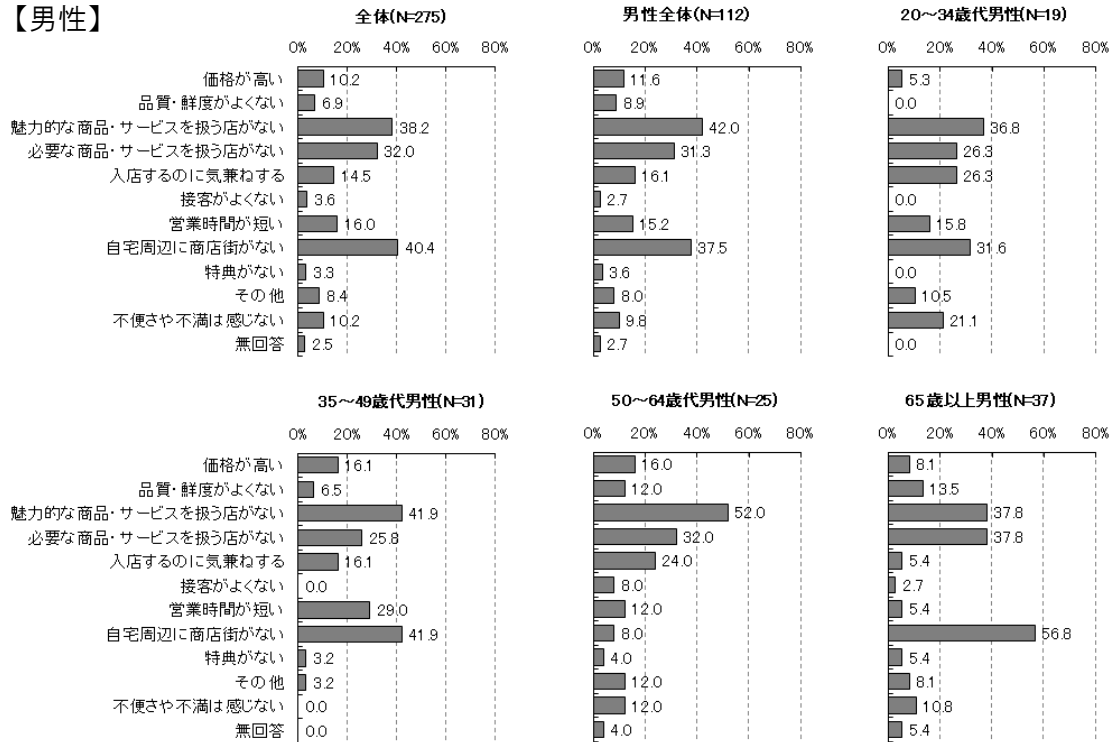
### (3) 商店街を利用しない理由(問16)

#### 【性別・年代による分析】

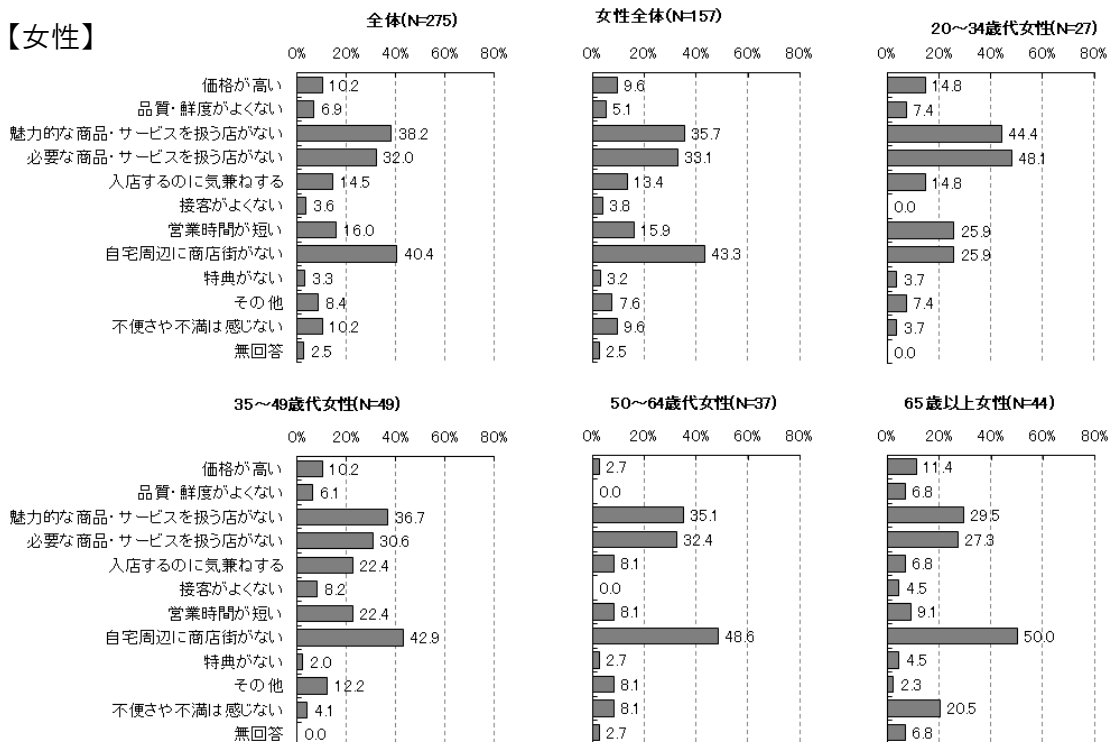
○「自宅周辺に商店街がない」を除くと、性別・年代にかかわらず、「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」が共通して多くなっています。

○20～34歳女性(27人)では、「必要な商品・サービスを扱う店がない」が48.1%で最も多くなっています。

#### 【男性】



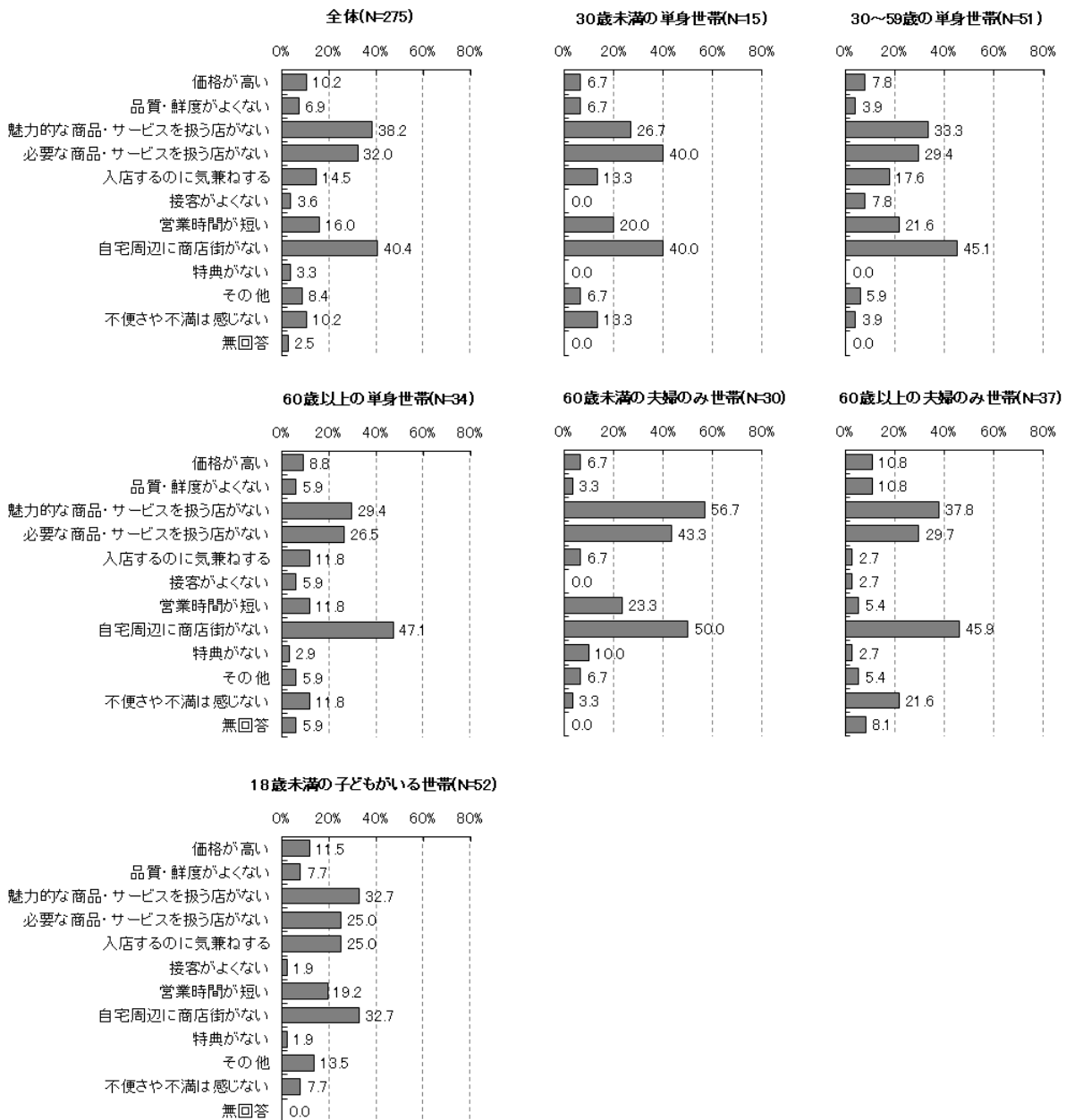
#### 【女性】



## 【家族構成による分析】

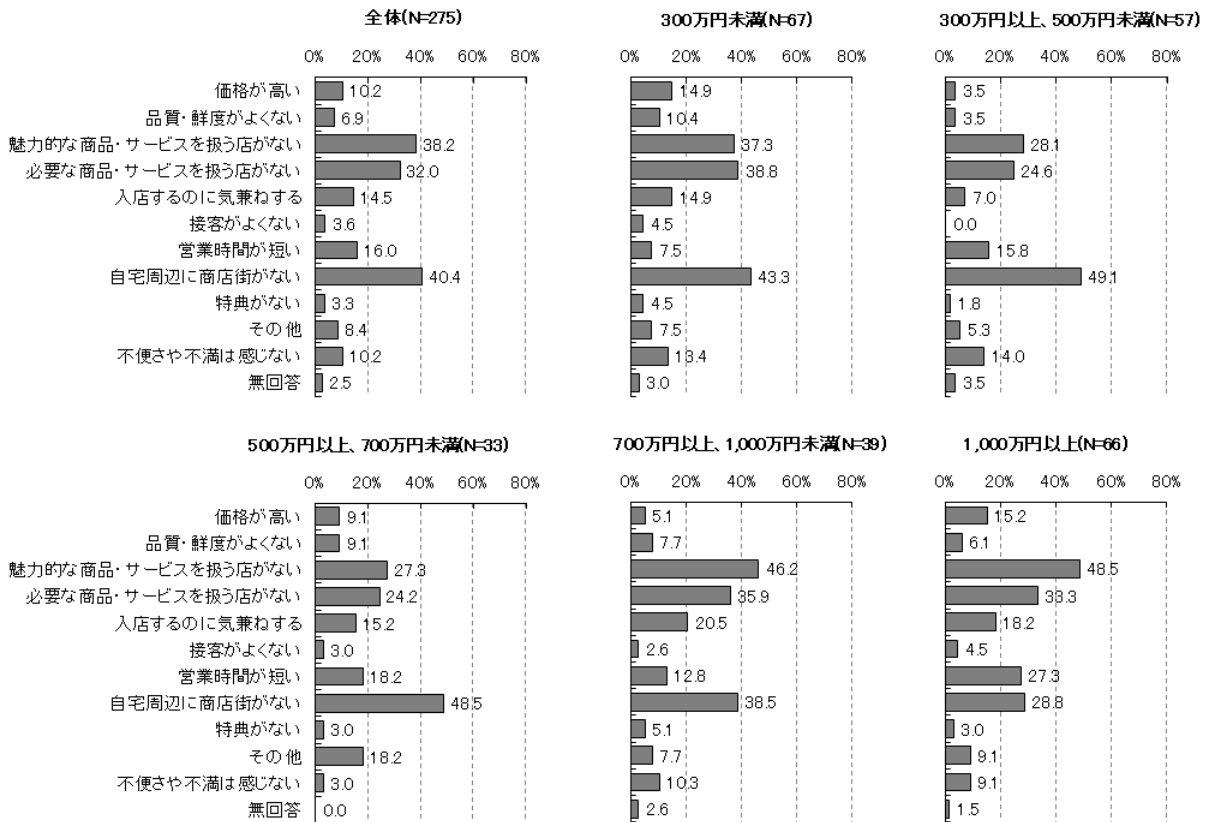
○「自宅周辺に商店街がない」を除くと、家族構成にかかわらず、「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」が共通して多くなっています。

○18歳未満の子どもがいる世帯(52人)では「入店するのに気兼ねする」が25.0%で、他の世帯よりも多くなっています。



## 【世帯年収による分析】

○世帯年収が700万円未満では「自宅周辺に商店街がない」が最も多くなっており、700万円以上では「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」が最も多くなっています。

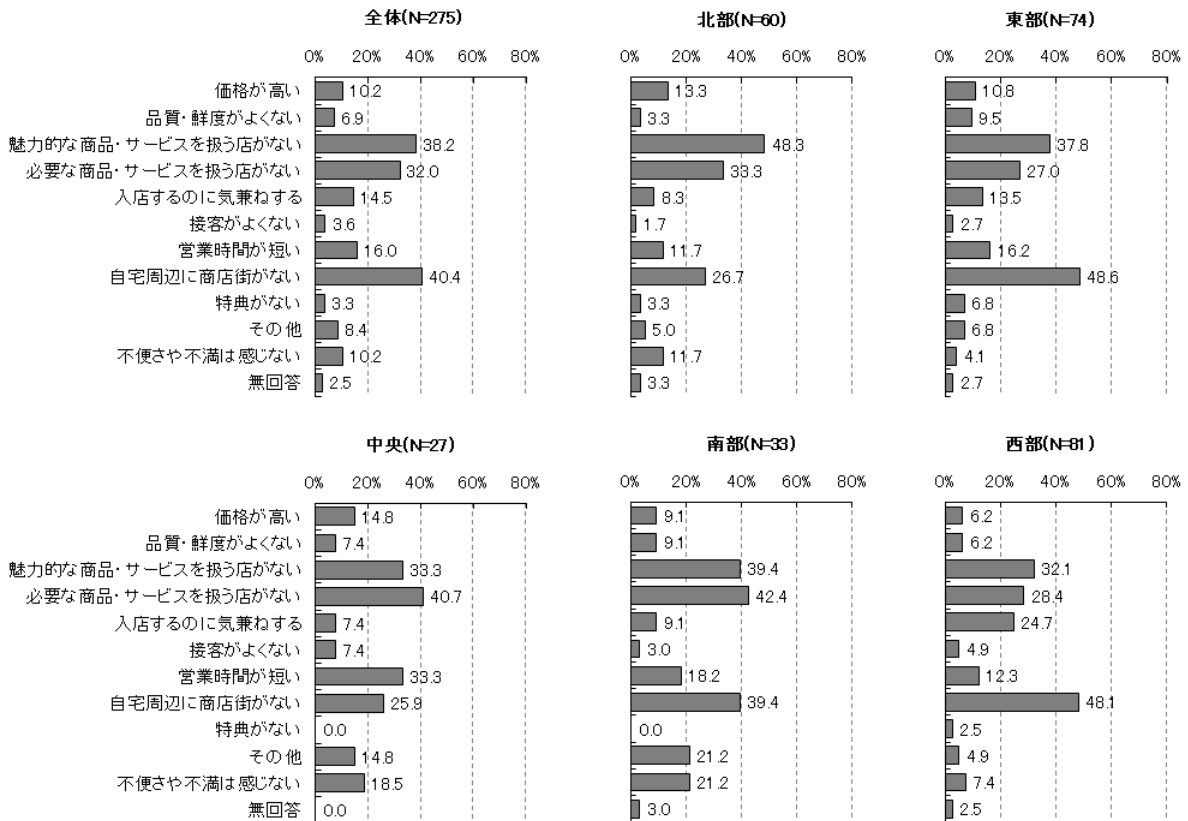




## 【地区による分析】

○東部(74人)・南部(33人)・西部(81人)では「自宅周辺に商店街がない」が48.6%、39.4%、48.1%と多くなっています。

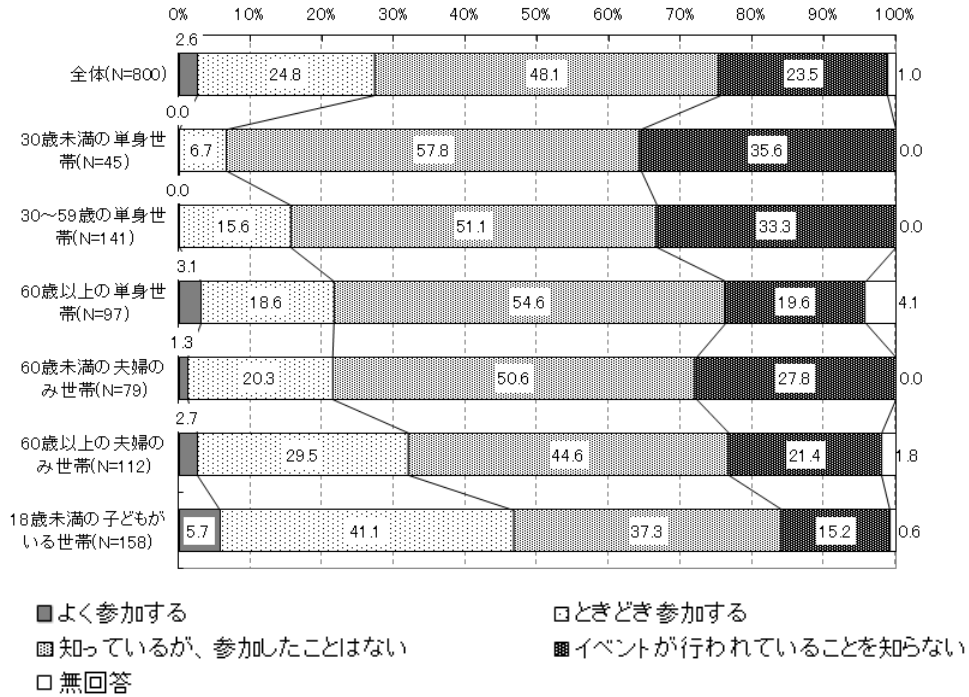
○一方、北部(60人)では「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」が48.3%で最も多く、中央(27人)と南部(33人)では「必要な商品・サービスを扱う店がない」が40.7%、42.4%で最も多くなっています。



#### (4)商店街のイベント等への参加状況(問17)

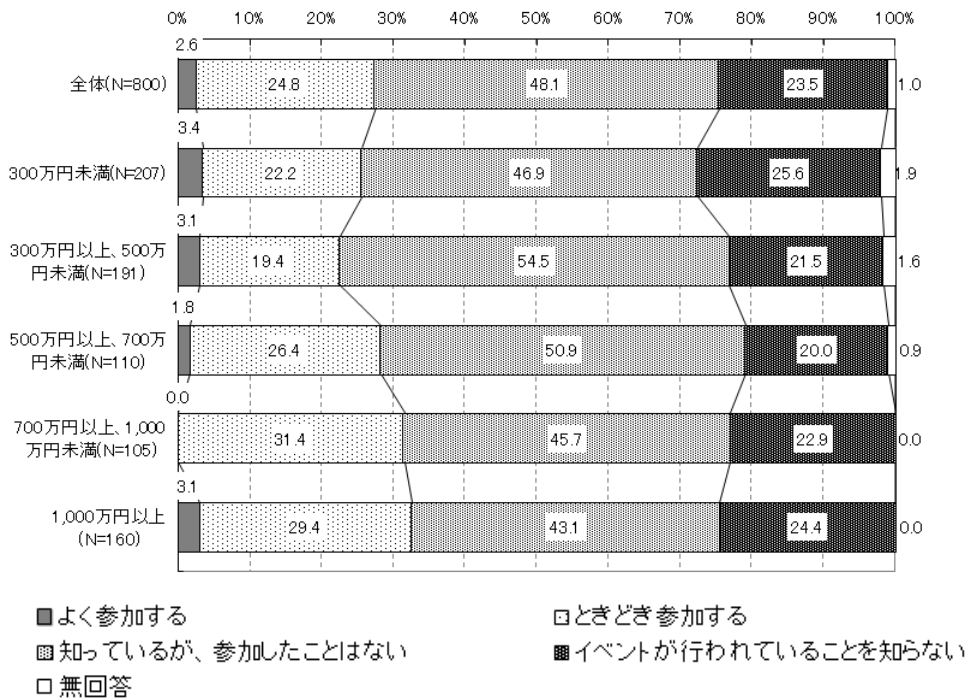
##### 【家族構成による分析】

○家族構成でみると、18歳未満の子どものいる世帯(158人)では、イベント等に参加する人(「よく参加する」と「ときどき参加する」の合計)は46.8%となっています。



##### 【世帯年収による分析】

○イベントの参加状況は、世帯年収による大きな傾向は見られません。

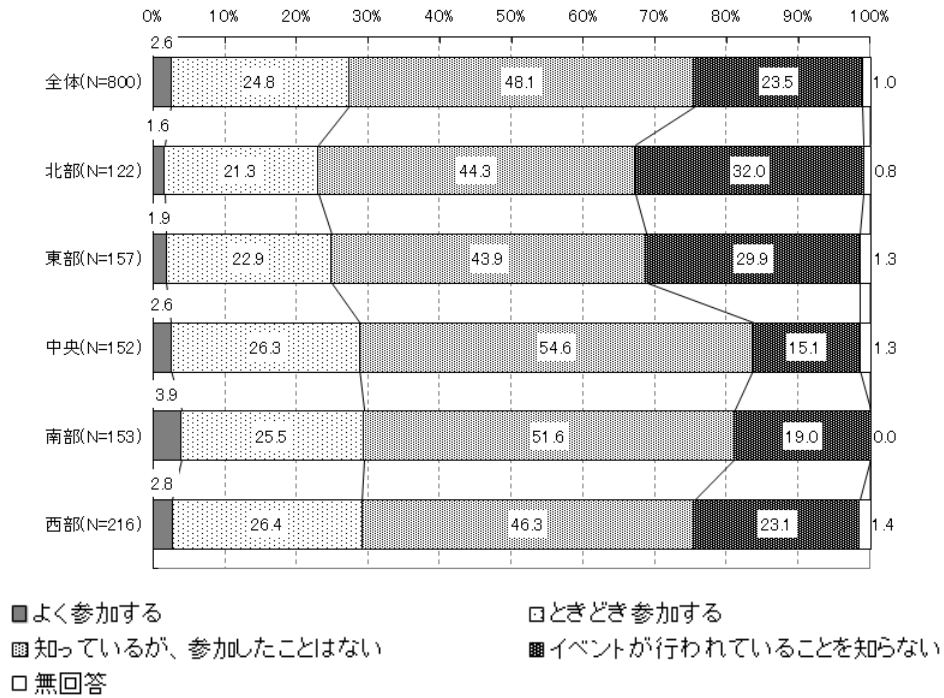


### 【地区による分析】

○いずれの地区でも、「知っているが、参加したことはない」が最も多くなっています。

○北部(122人)と東部(157人)では「イベントが行われていることを知らない」が32.0%、29.9%で2番目に多くなっています。

○中央(152人)・南部(153人)・西部(216人)では「ときどき参加する」が26.3%、25.5%、26.4%で2番目に多くなっています。

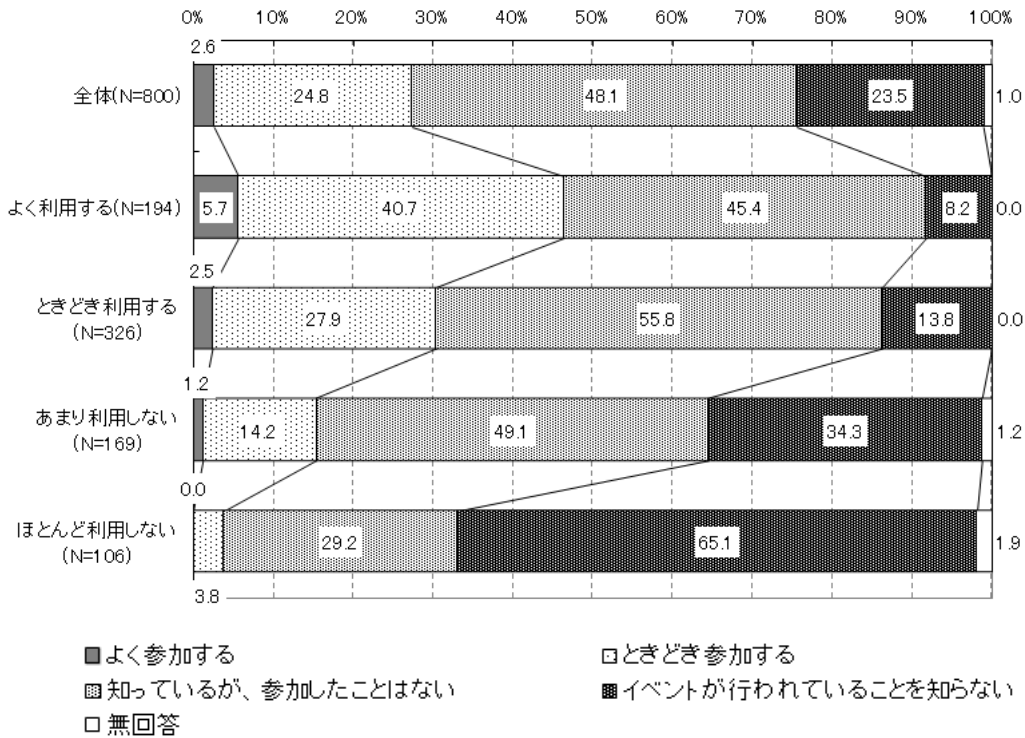


### 【商店街の利用状況による分析】

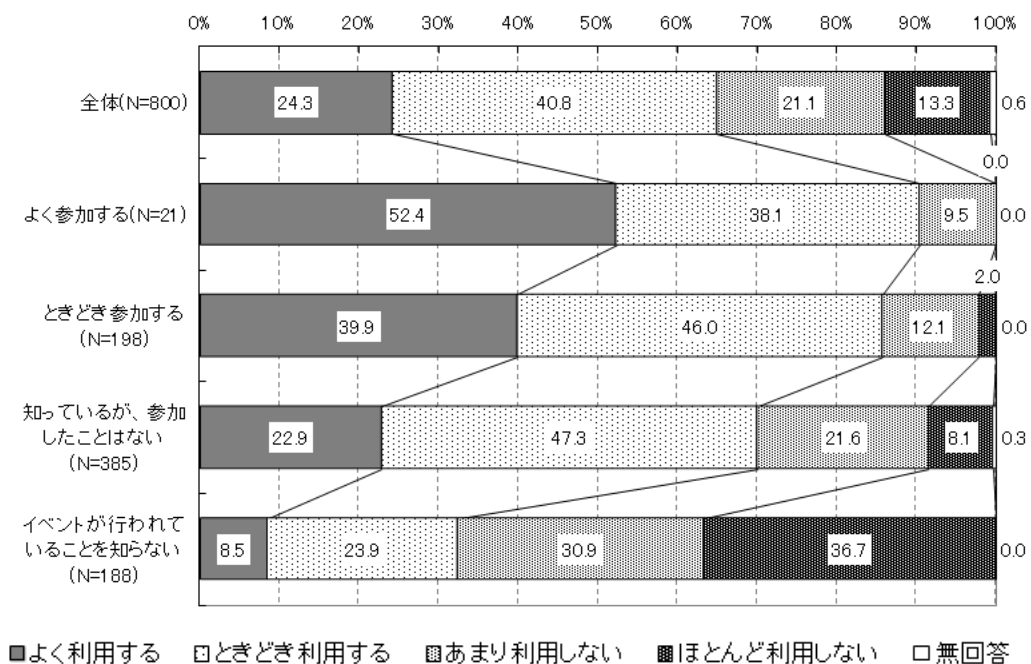
○商店街をよく利用する人(194人)でも、商店街におけるイベント等に「よく参加する」という人は5.7%です。イベント等に参加している人(「よく参加する」と「ときどき参加する」の合計)も5割を下回っています。

○イベントへの参加状況が多いほど、商店街をよく利用することが見て取れます。

#### 商店街の利用状況からみたイベント等の参加状況



#### イベント等の参加状況からみた商店街の利用状況



## (5)利用促進のために必要な取組(問18)

### 【年代による分析】

○20～34歳男性(46人)では、他の年代に比べて「インターネットやSNSの活用による店舗や商品の紹介、イベント案内などの情報提供」が47.8%と多くなっています。

○20～34歳女性(79人)、35～49歳女性(133人)、50～64歳女性(117人)、65歳以上男性(101人)では、「買い物ポイントなどの付加価値サービスの提供による販売促進」が30.4%、28.6%、32.5%、27.7%で2番目に多くなっています。

	合計	商店街の舗装整備や街路灯整備、バリアフリー化	商店街を維持・発展させていくためのルールづくり	子どもや高齢者を見守る体制づくりや安全・安心のためのコミュニケーションづくり	商店街と地域住民との交流を通じた地域社会に貢献する活動	複数の商店街が実施する合同イベントの実施	商店街におけるパランスの取れた業種の配置	買い物ポイントなどの付加価値サービスの提供による販売促進	
全体	(N=800)	23.0	15.8	26.1	20.5	15.1	49.0	25.1	
男性	20～34歳	(N=46)	23.9	15.2	17.4	17.4	8.7	50.0	21.7
	35～49歳	(N=81)	12.3	14.8	17.3	14.8	18.5	54.3	28.4
	50～64歳	(N=78)	26.9	20.5	17.9	17.9	14.1	52.6	17.9
	65歳以上	(N=101)	22.8	21.8	23.8	23.8	18.8	48.5	27.7
	小計	(N=306)	21.2	18.6	19.6	19.0	16.0	51.3	24.5
女性	20～34歳	(N=79)	25.3	10.1	29.1	20.3	13.9	41.8	30.4
	35～49歳	(N=133)	19.5	9.8	27.1	22.6	16.5	53.4	28.6
	50～64歳	(N=117)	19.7	17.1	27.4	22.2	16.2	52.1	32.5
	65歳以上	(N=150)	30.7	18.7	36.0	21.3	10.7	41.9	16.0
	小計	(N=479)	24.0	14.4	30.3	21.7	14.2	47.4	25.9
無回答	(N=15)	26.7	0.0	26.7	13.3	26.7	53.3	13.3	
	合計	オリジナル商品の開発や、伝統的技術などの技術継承	宅配サービスや送迎サービス、移動販売などサービスの提供	インターネットやSNSの活用による店舗や商品の紹介、イベント案内などの情報提供	寺社などと連携した商店街自体がまち歩き観光の対象となる取組	店舗の経営相談や商店街への来街者などに関する現状調査・分析	消費者ニーズの把握のための勉強会や商店街利用者との交流会の実施	若手経営者など商店街への新規参入者を広く受け入れる体制づくり	
全体	(N=800)	14.6	16.3	20.5	14.6	8.0	10.9	28.4	
男性	20～34歳	(N=46)	17.4	13.0	47.8	26.1	8.7	10.9	37.0
	35～49歳	(N=81)	14.8	14.8	32.1	11.1	4.9	11.1	42.0
	50～64歳	(N=78)	15.4	17.9	24.4	14.1	12.8	12.8	25.6
	65歳以上	(N=101)	14.9	17.8	7.9	12.9	10.9	13.9	24.8
	小計	(N=306)	15.4	16.3	24.5	14.7	9.5	12.4	31.4
女性	20～34歳	(N=79)	17.7	17.7	27.8	21.5	8.9	8.9	27.8
	35～49歳	(N=133)	15.8	12.8	24.8	16.5	6.0	8.3	27.8
	50～64歳	(N=117)	12.8	15.4	17.1	13.7	7.7	13.7	27.4
	65歳以上	(N=150)	10.7	19.3	8.7	10.0	5.3	8.7	23.3
	小計	(N=479)	13.8	16.3	18.4	14.6	6.7	9.8	26.3
無回答	(N=15)	26.7	13.3	6.7	13.3	20.0	13.3	33.3	
	合計	商店街にある店舗間のより一層の関係強化	多言語による情報提供など、外国人受入のための環境整備	フリーWi-Fi環境の整備	空き店舗の活用	後継者対策	その他	無回答	
全体	(N=800)	9.6	8.0	16.8	29.3	15.9	7.9	4.8	
男性	20～34歳	(N=46)	6.5	10.9	23.9	32.6	15.2	13.0	0.0
	35～49歳	(N=81)	7.4	6.2	18.5	33.3	17.3	7.4	3.7
	50～64歳	(N=78)	14.1	5.1	16.7	33.3	21.8	10.3	1.3
	65歳以上	(N=101)	15.8	7.9	8.9	26.7	17.8	11.9	6.9
	小計	(N=306)	11.8	7.2	15.7	31.0	18.3	10.5	3.6
女性	20～34歳	(N=79)	11.4	8.9	30.4	24.1	7.6	6.3	1.3
	35～49歳	(N=133)	4.5	6.8	21.8	27.1	13.5	8.3	0.8
	50～64歳	(N=117)	9.4	11.1	17.9	29.1	16.2	7.7	3.4
	65歳以上	(N=150)	10.0	6.0	4.7	29.3	16.7	3.3	14.0
	小計	(N=479)	8.6	7.9	16.9	27.8	14.2	6.3	5.6
無回答	(N=15)	0.0	26.7	33.3	40.0	20.0	6.7	0.0	

### 【商店街の利用状況による分析】

○商店街の利用状況にかかわらず、商店街の利用促進の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」が最も多くなっています。

○商店街をよく利用する人(194人)は、「商店街の舗装整備や街路灯整備、バリアフリー化」、「子どもや高齢者を見守る体制づくりや安全・安心のためのコミュニティづくり」、「空き店舗の活用」が3割を上回っています。

○「インターネットやSNSの活用による店舗や商品の紹介、イベント案内などの情報提供」、「若手経営者など商店街への新規参入者を広く受け入れる体制づくり」は、ほとんど利用しない人(106人)とあまり利用しない人(169人)の両方で2割を上回っています。

	合計	商店街の舗装整備や街路灯整備、バリアフリー化	商店街を維持・発展させていくためのルールづくり	子どもや高齢者を見守る体制づくりや安全・安心のためのコミュニティづくり	商店街と地域住民との交流を通じた地域社会に貢献する活動	複数の商店街が実施する合同イベントの実施	商店街におけるバランスのとれた業種の配置	買い物バリエーションなどの付加価値サービスの提供による販売促進
全体	(N=800)	23.0	15.8	26.1	20.5	15.1	49.0	25.1
よく利用する	(N=194)	30.4	18.6	30.4	24.2	23.2	44.8	28.8
ときどき利用する	(N=326)	25.2	16.3	31.6	23.3	15.0	54.9	28.5
あまり利用しない	(N=169)	16.0	13.0	18.9	16.6	12.4	47.3	21.9
ほとんど利用しない	(N=106)	15.1	14.2	14.2	12.3	5.7	43.4	14.2
無回答	(N=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	合計	オリジナル商品の開発や、伝統的技術などの技術継承	宅配サービスや送迎サービス、移動販売などサービスの提供	インターネットやSNSの活用による店舗や商品の紹介、イベント案内などの情報提供	寺社など連携した商店街自体がまち歩き観光の対象となる取組	店舗の経営相談や商店街への来街者などに関する現状調査・分析	消費者ニーズの把握のための勉強会や商店街利用者との交流会の実施	若手経営者など商店街への新規参入者を広く受け入れる体制づくり
全体	(N=800)	14.6	16.3	20.5	14.6	8.0	10.9	28.4
よく利用する	(N=194)	13.9	14.4	18.0	16.5	6.7	12.4	26.8
ときどき利用する	(N=326)	16.3	17.5	21.5	17.2	8.0	11.3	32.2
あまり利用しない	(N=169)	13.6	16.6	21.3	10.1	9.5	12.4	27.8
ほとんど利用しない	(N=106)	13.2	16.0	21.7	11.3	8.5	4.7	21.7
無回答	(N=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

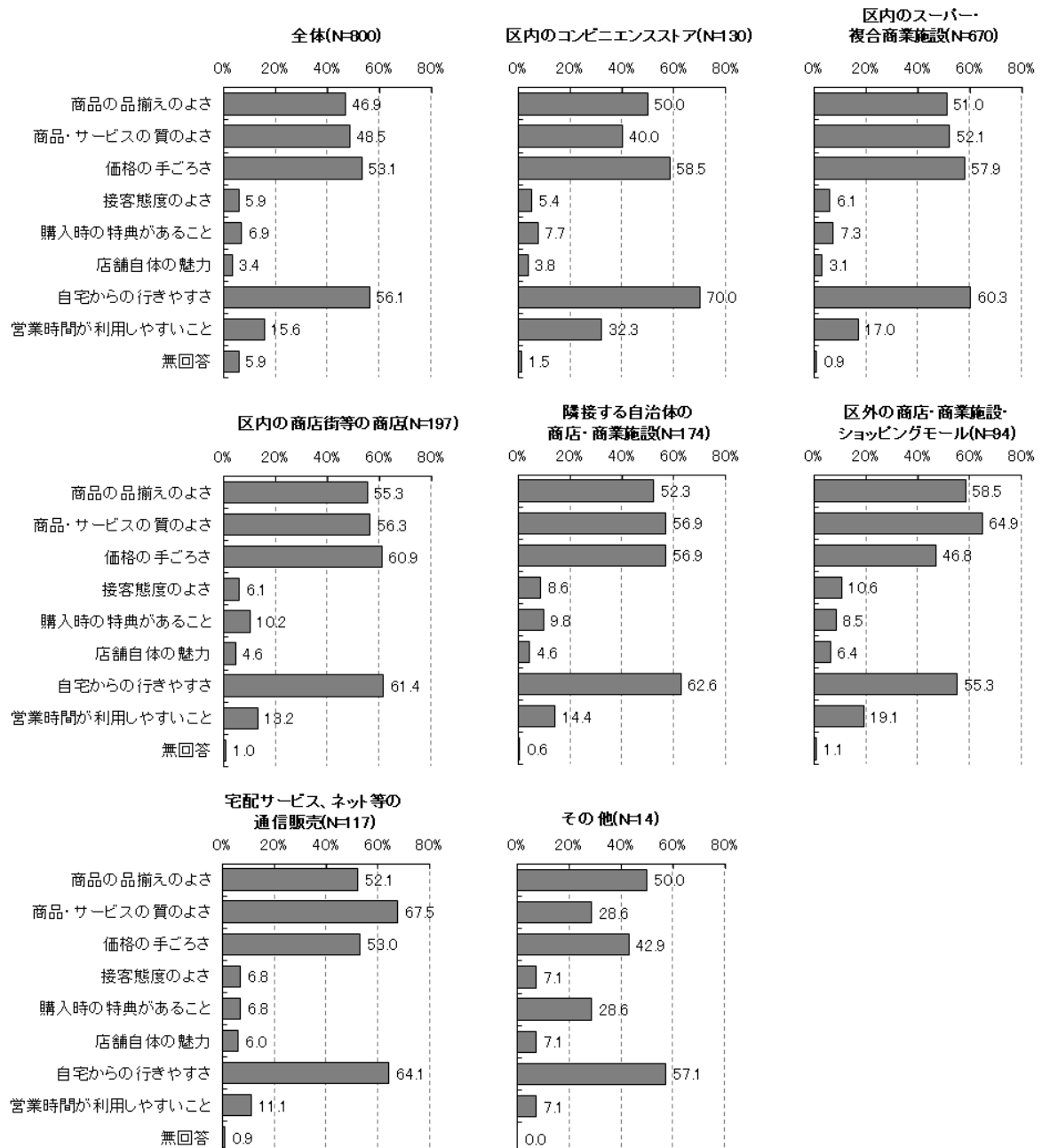
	合計	商店街にある店舗間のより一層の関係強化	多言語による情報提供など、外国人受入のための環境整備	フリーWi-Fi環境の整備	空き店舗の活用	後継者対策	その他	無回答
全体	(N=800)	9.6	8.0	16.8	29.3	15.9	7.9	4.8
よく利用する	(N=194)	13.4	9.8	14.4	35.1	19.6	6.2	1.5
ときどき利用する	(N=326)	11.3	9.2	18.4	31.3	18.4	6.7	2.5
あまり利用しない	(N=169)	5.3	7.7	20.1	26.6	13.0	8.9	5.9
ほとんど利用しない	(N=106)	4.7	1.9	11.3	17.9	6.6	13.2	11.3
無回答	(N=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0

## 4. 買い物をする場所(サービスを受ける場所)に関する分析

### (1) 青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材

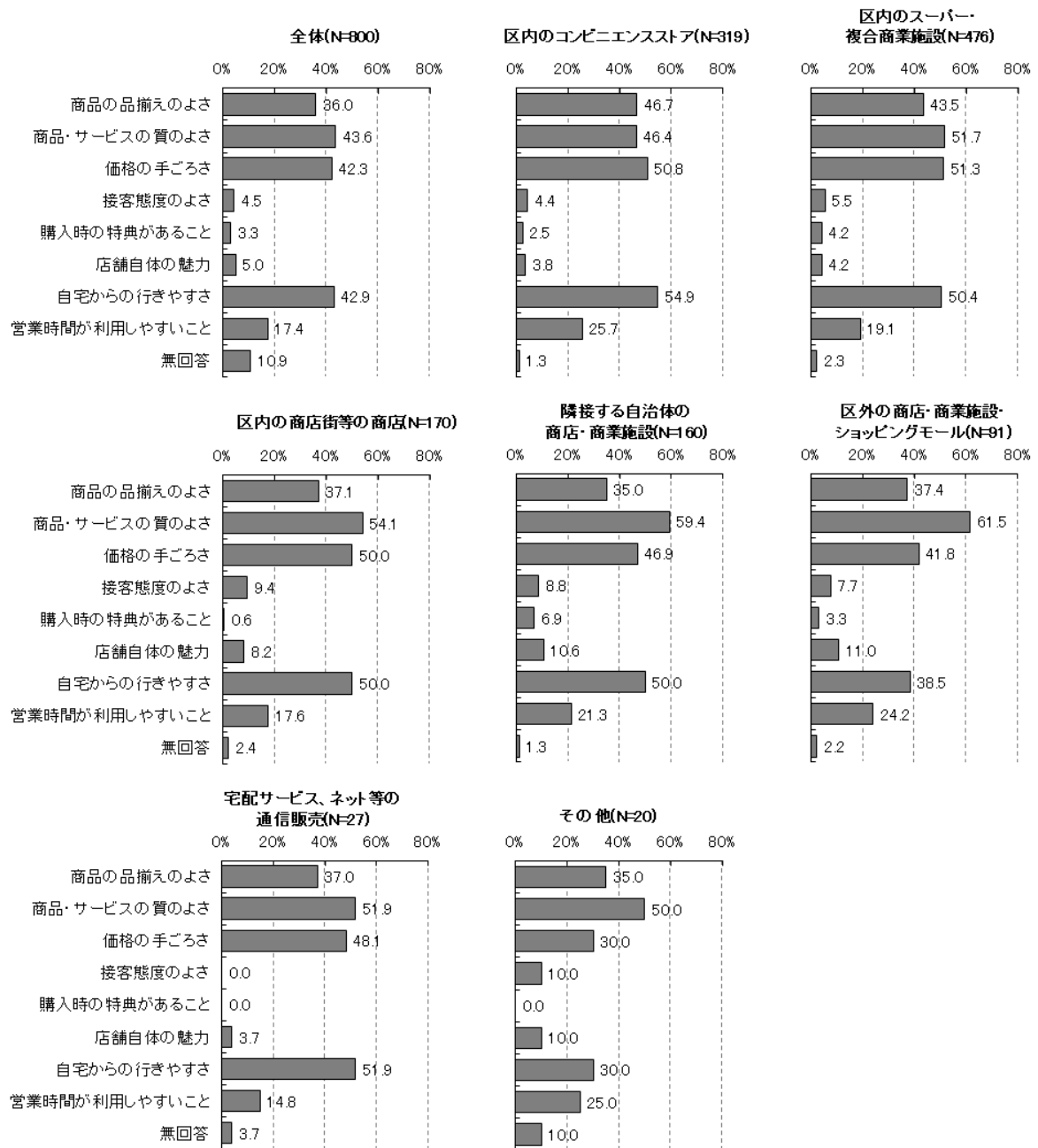
○「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」を選択した人(94人)と「宅配サービス、ネット等の通信販売」を選択した人(117人)が、お店を選ぶ際に重視することとしては「商品・サービスの質のよさ」が64.9%、67.5%で最も多くなっています。

○「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」を選択した人を除き、「自宅からの行きやすさ」が最も多くなっています。



## (2)弁当・惣菜

○「区内のコンビニエンスストア」を選択した人(319人)が重視することとしては、「自宅からの行きやすさ」が54.9%で最も多くなっています。

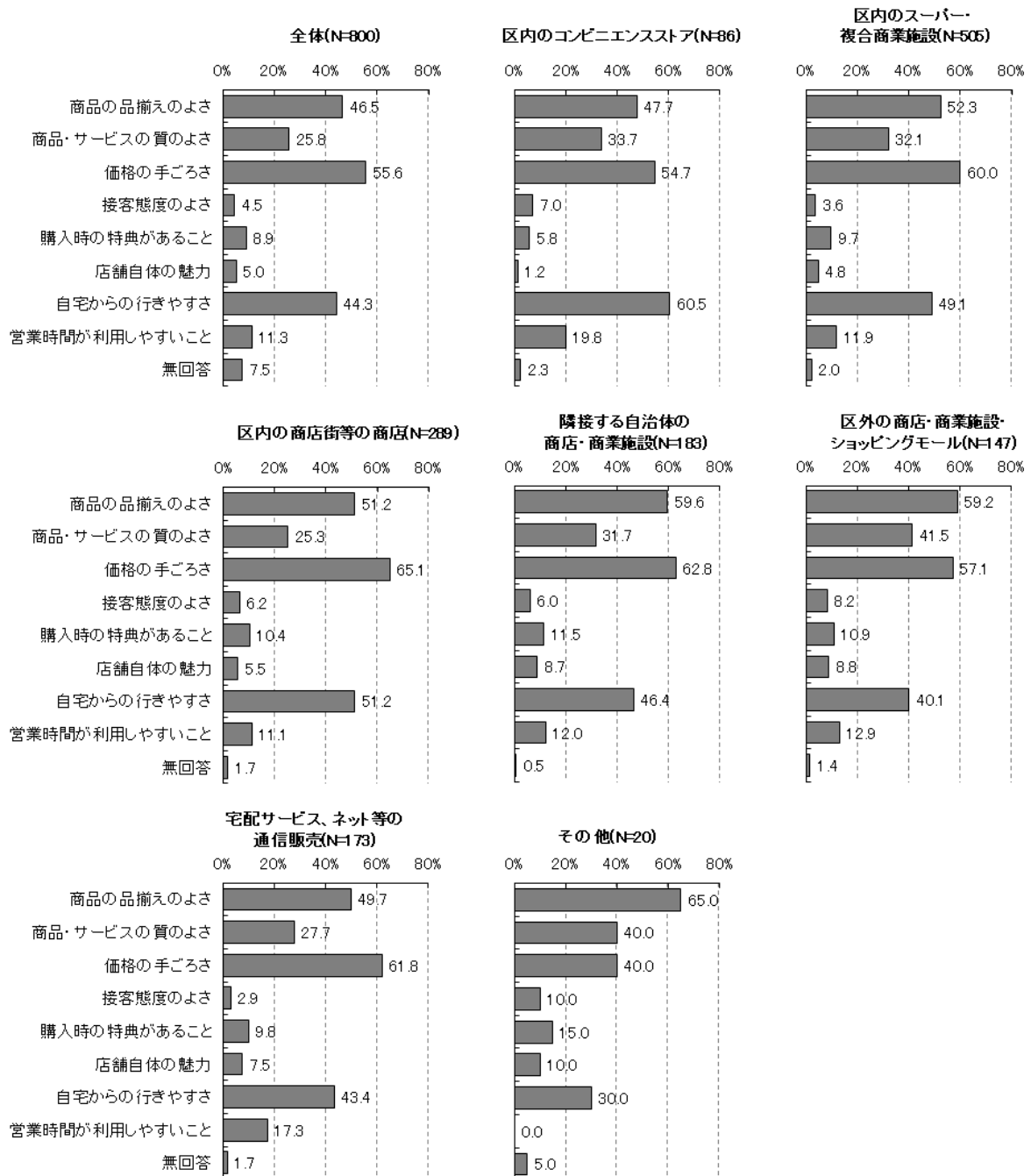




### (3)日用品・日用雑貨

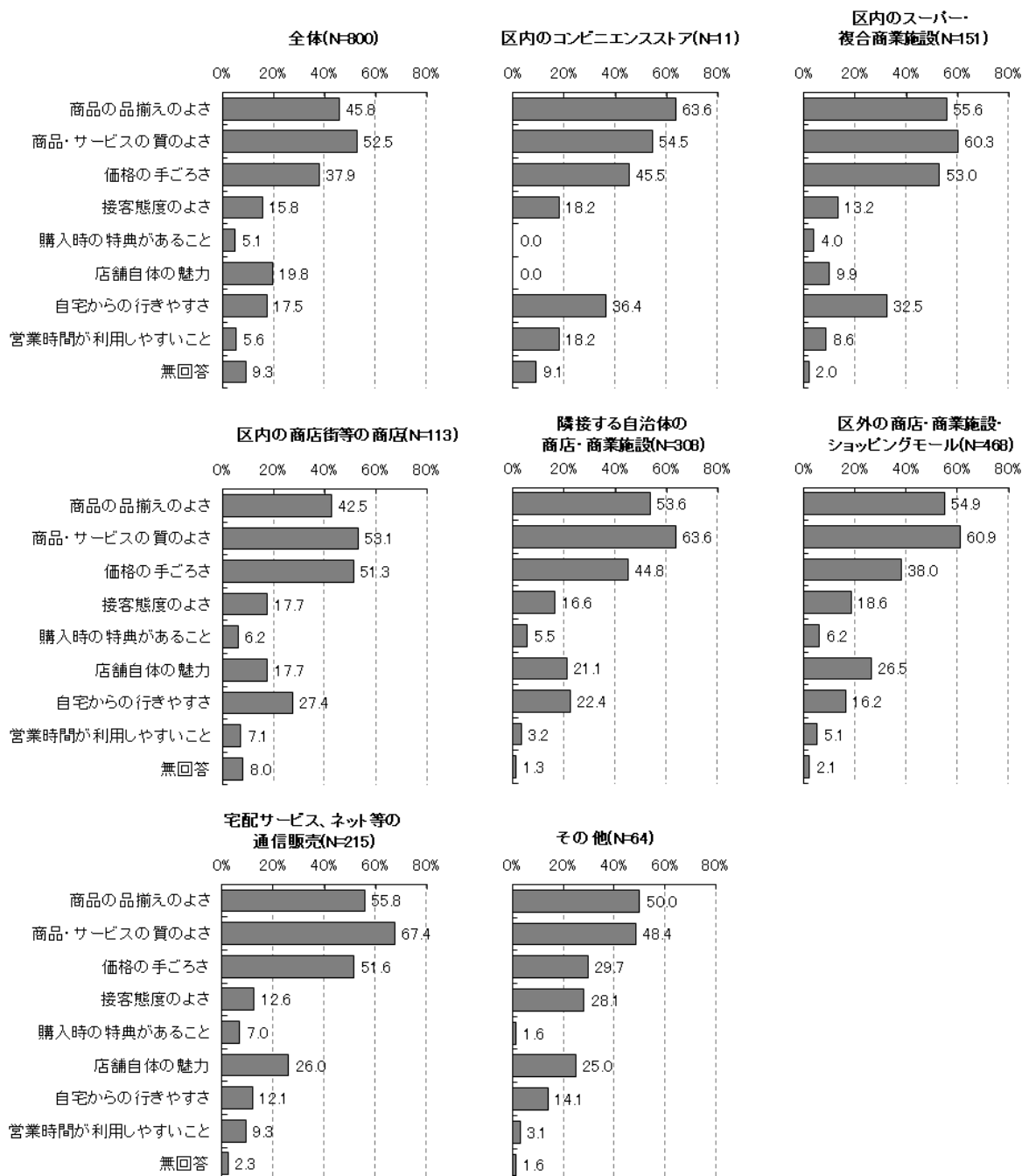
○「区内のコンビニエンスストア」を選択した人(86人)が重視することとしては、「自宅からの行きやすさ」が60.5%で最も多くなっています。

○いずれの場所を選んだ人も、「価格の手ごろさ」と「商品の品揃えよさ」を重視していることが見て取れます。



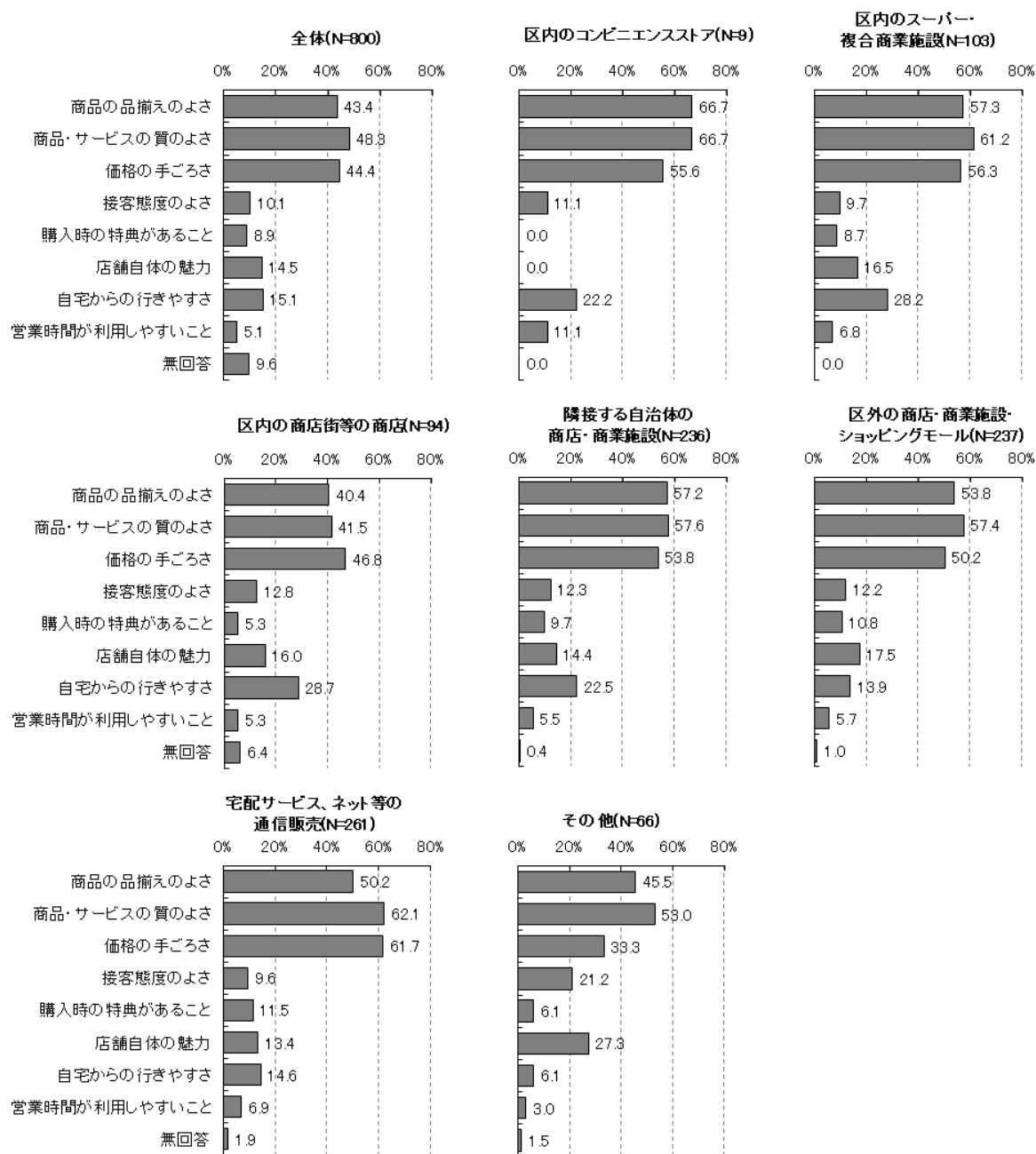
#### (4)身の回り品(衣類・靴・靴等)

○「区内の商店街等の商店」を選択した人(113人)が重視することとしては、「価格の手ごろさ」(51.3%)の方が「商品の品揃えのよさ」(42.5%)よりも多くなっています。



## (5) 耐久消費財(家具・家電等)

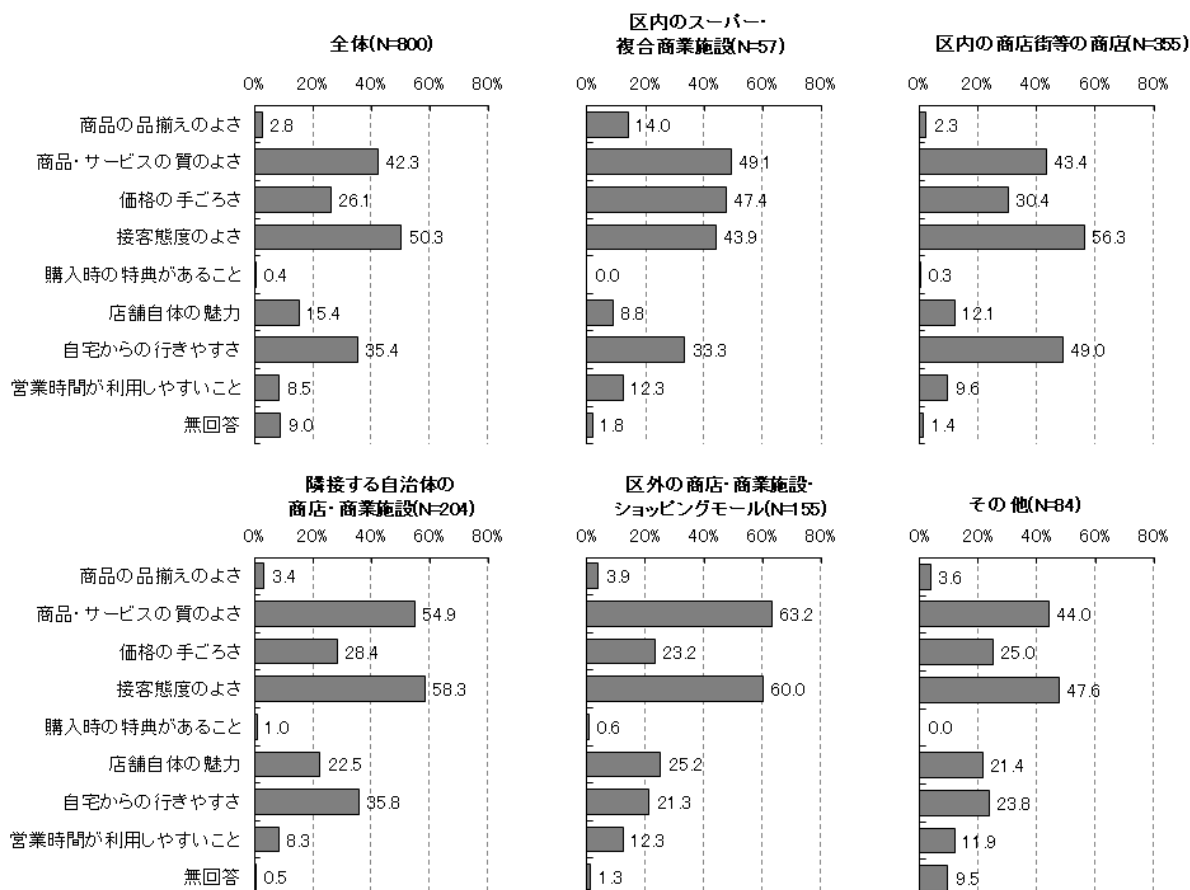
○「区内の商店街等の商店」を選択した人(94人)が重視することとしては、「価格の手ごろさ」が46.8%で最も多くなっています。



## (6) 理容・美容

○「区内の商店街等の商店」を選択した人(355人)が重視することとしては、「接客態度のよさ」が56.3%で最も多く、ついで「自宅からの行きやすさ」が49.0%で続きます。

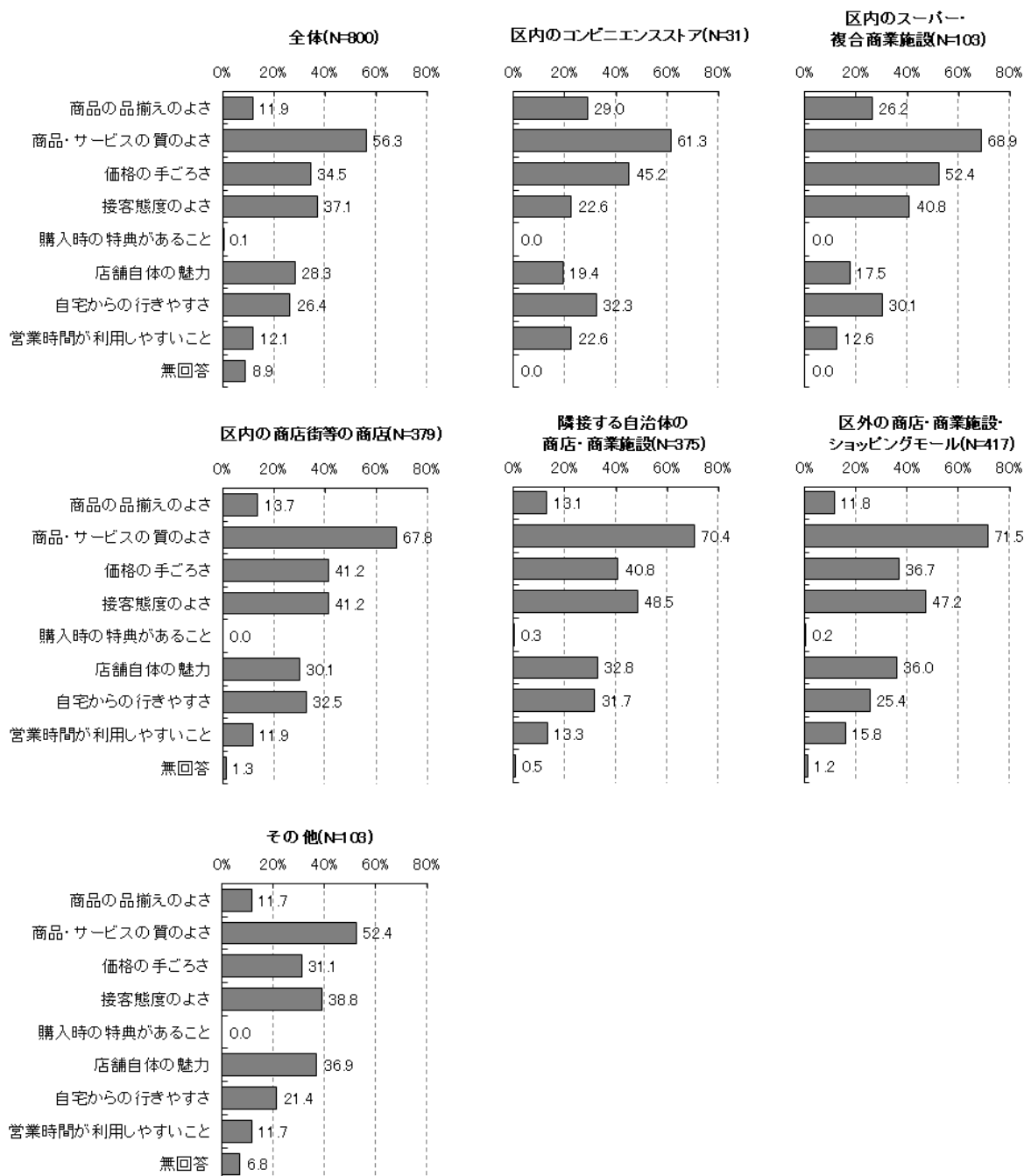
○「隣接する自治体の商店・商業施設」を選択した人(204人)と「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」を選択した人(155人)では、「接客態度のよさ」と「商品・サービスの質のよさ」が多くなっています。



## (7) 外食

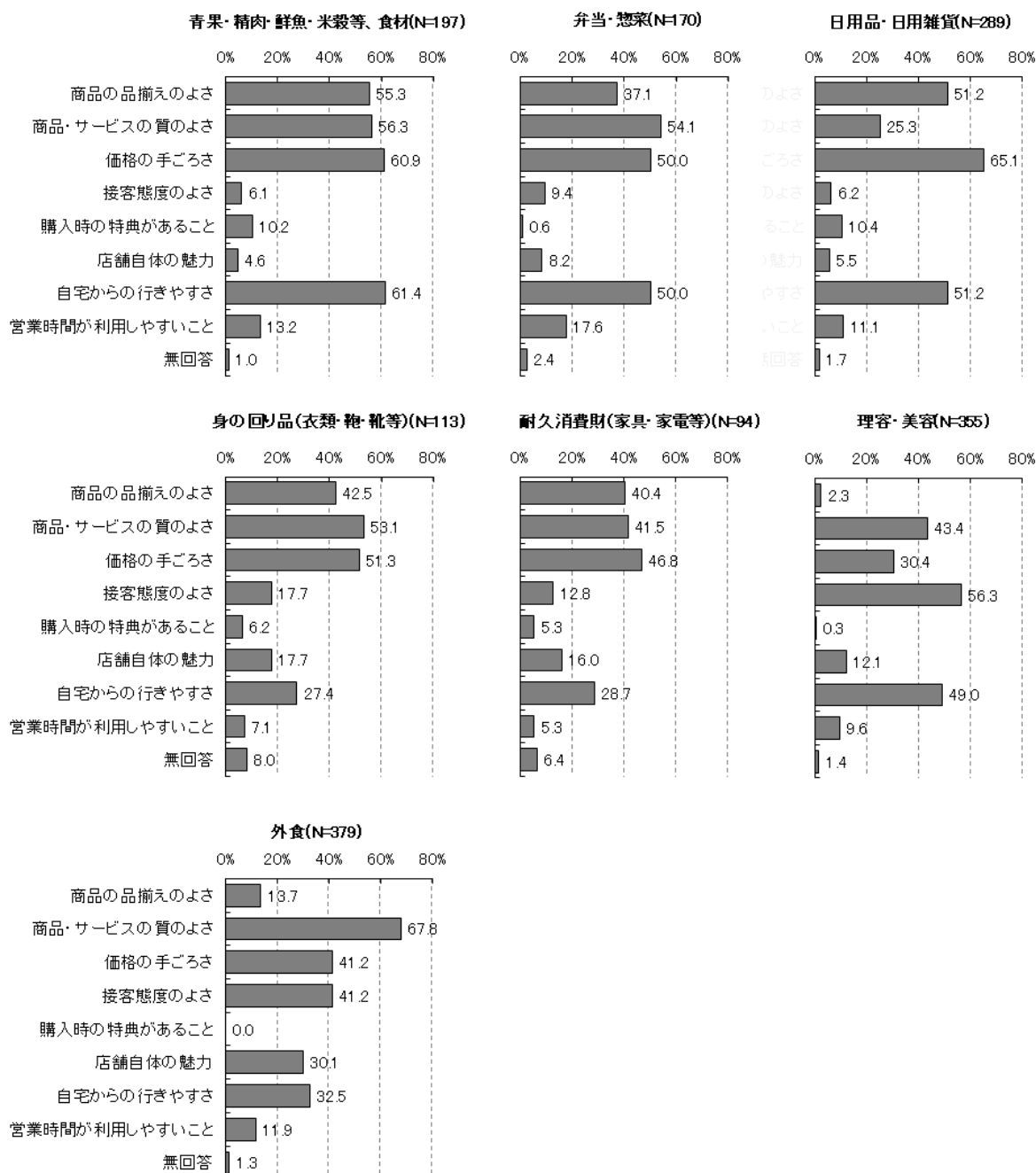
○「区外の商店・商業施設・ショッピングモール」を選択した人(417人)が重視することとしては、「商品・サービスの質のよさ」が71.5%で最も多く、ついで「接客態度のよさ」が47.2%で続きます。

○「区内の商店街等の商店」を選択した人(379人)についても同様の傾向となっており、「価格の手ごろさ」が「接客態度のよさ」と同じく41.2%で2番目に多くなっています。



## (8)区内の商店街等の商店が選ばれる理由

- 青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材については「自宅からの行きやすさ」が61.4%で最も多くなっています。
- 弁当・惣菜、身の回り品(衣類・靴・靴等)、外食については「商品・サービスの質のよさ」が54.1%、53.1%、67.8%で最も多くなっています。
- 日用品・日用雑貨、耐久消費財(家具・家電等)では、「価格の手ごろさ」が65.1%、46.8%で最も多くなっています。
- 理容・美容では、「接客態度のよさ」が56.3%で最も多くなっています。



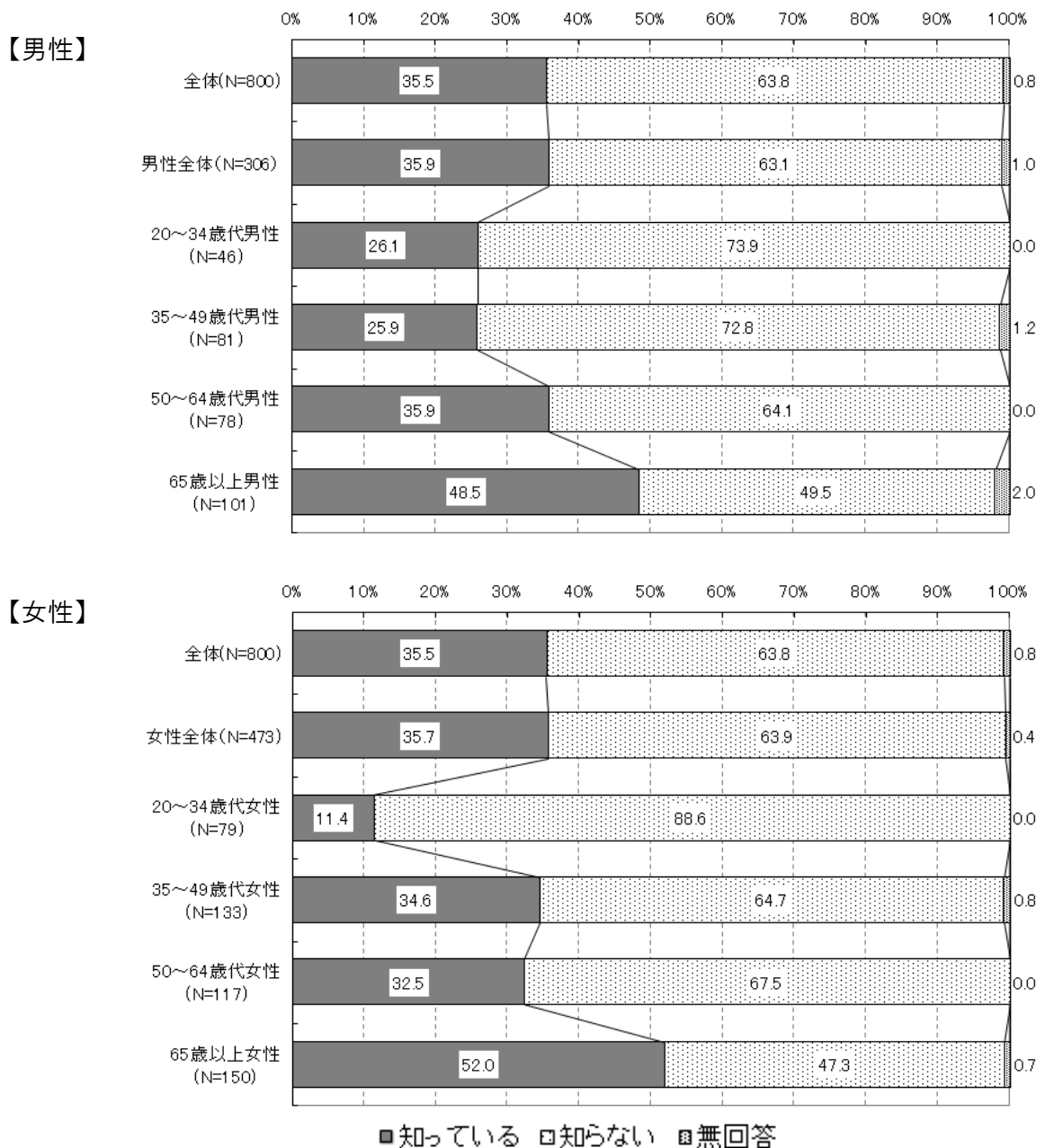
## 5. 農地や農業の意向に関する分析

### (1) 区内農地の認知

#### 【性別・年代別による分析】

○65歳以上の女性(150人)を除き、「知らない」が多くなっています。

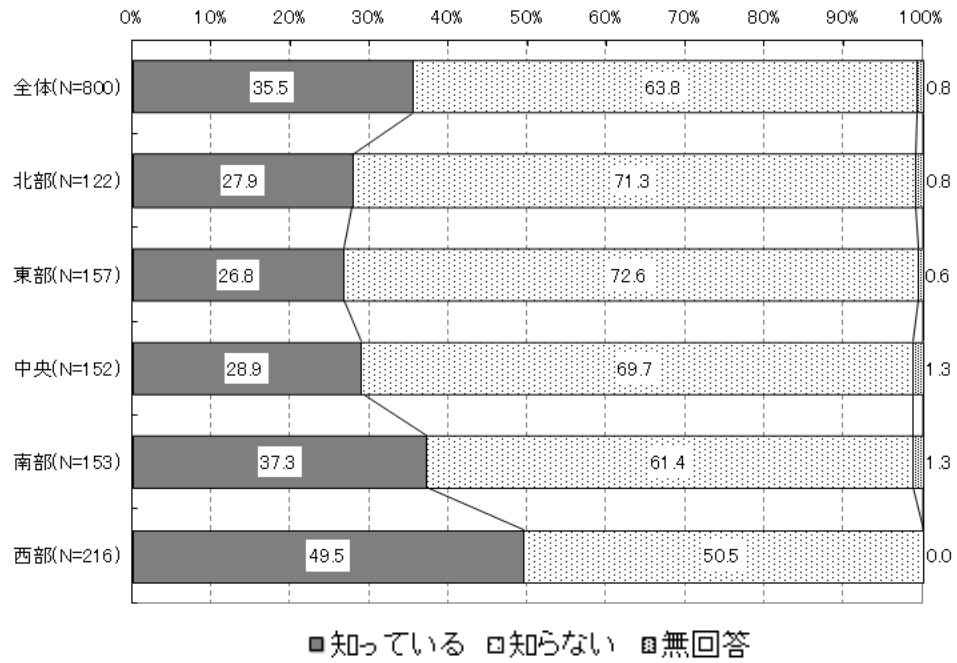
○男性・女性ともに、年齢が上がるにつれて「知っている」が多くなる傾向があり、65歳以上女性では「知っている」人が5割を上回っています。



### 【居住地による分析】

○いずれの地区でも「知らない」が多くなっています。

○西部(216人)では「知っている」が49.5%になっており、他の地区に比べて多くなっています。

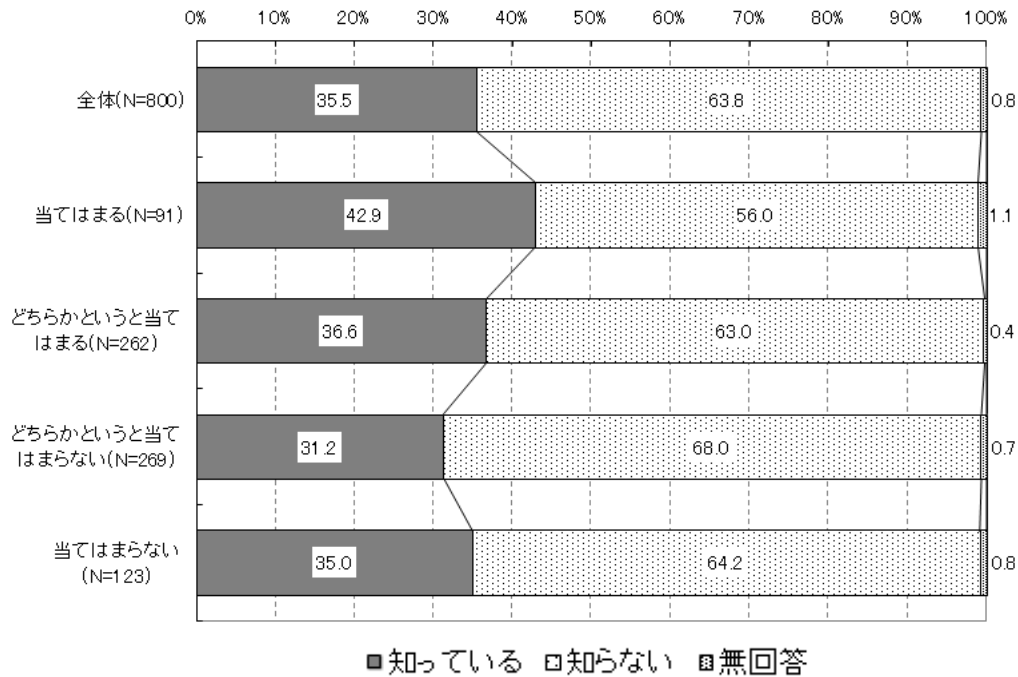




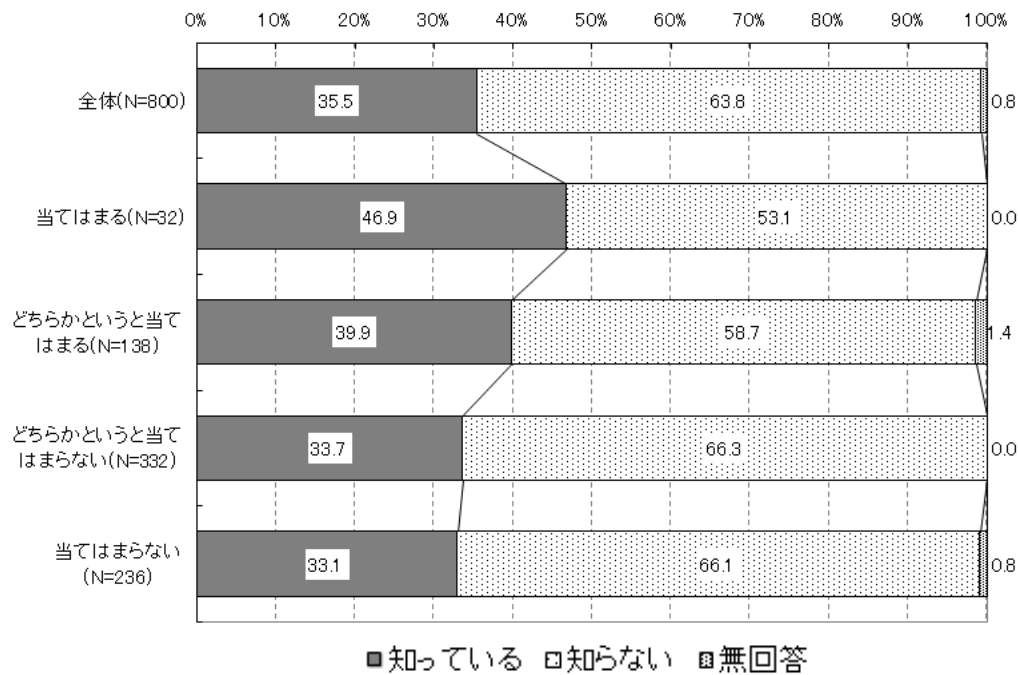
### 【農業に関する消費意識による分析】

○買い物や外食の際に意識することとして、「生産者の顔が見えるものを選ぶ」や「フェアトレードであるものを選ぶ」を選択した人では、区内に農地があることを「知っている」が他に比べやや多くなっています。

#### 生産者の顔が見えるものを選ぶかどうか



#### フェアトレードであるものを選ぶかどうか

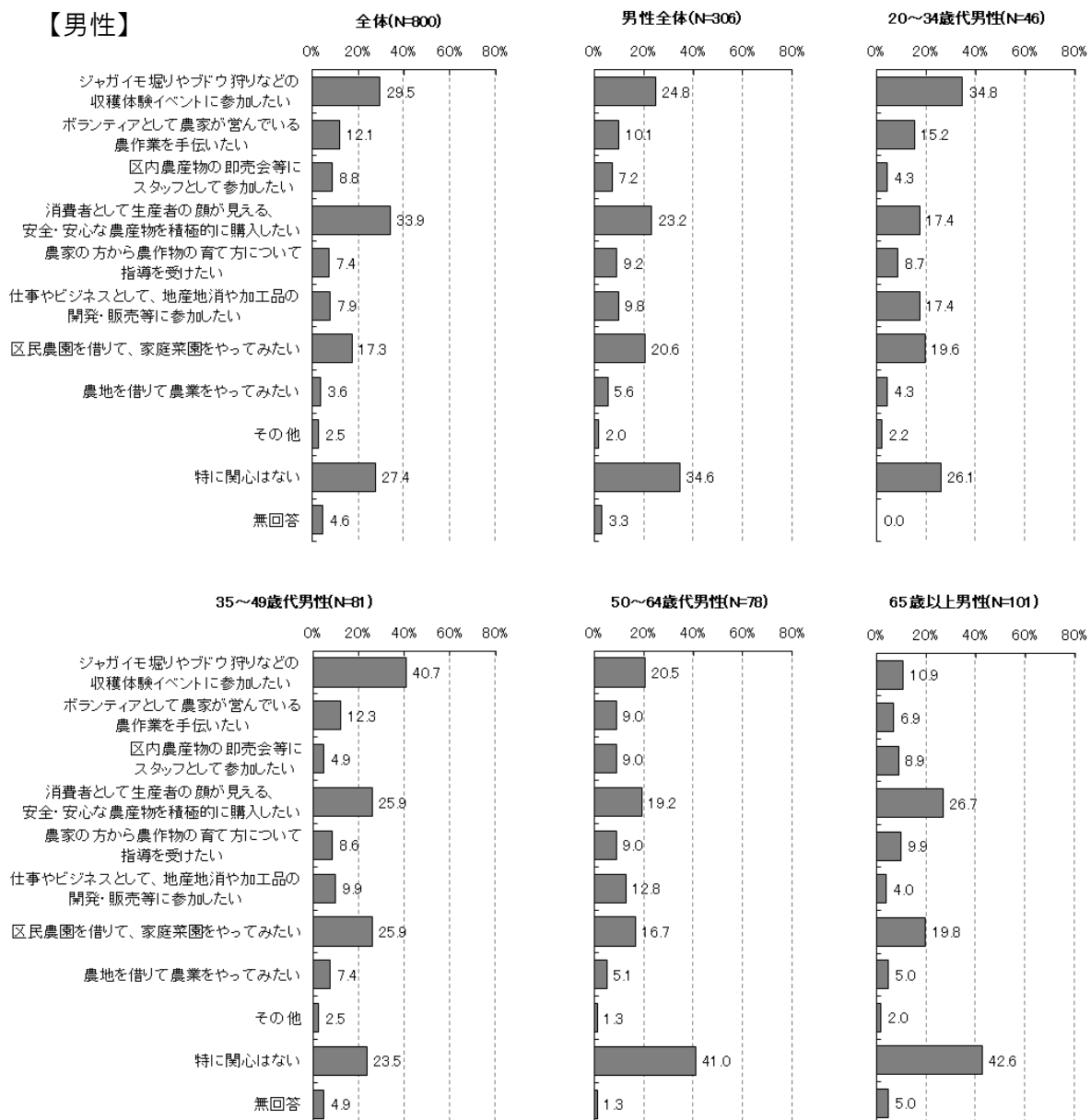


## (2) 農業体験に関する意向

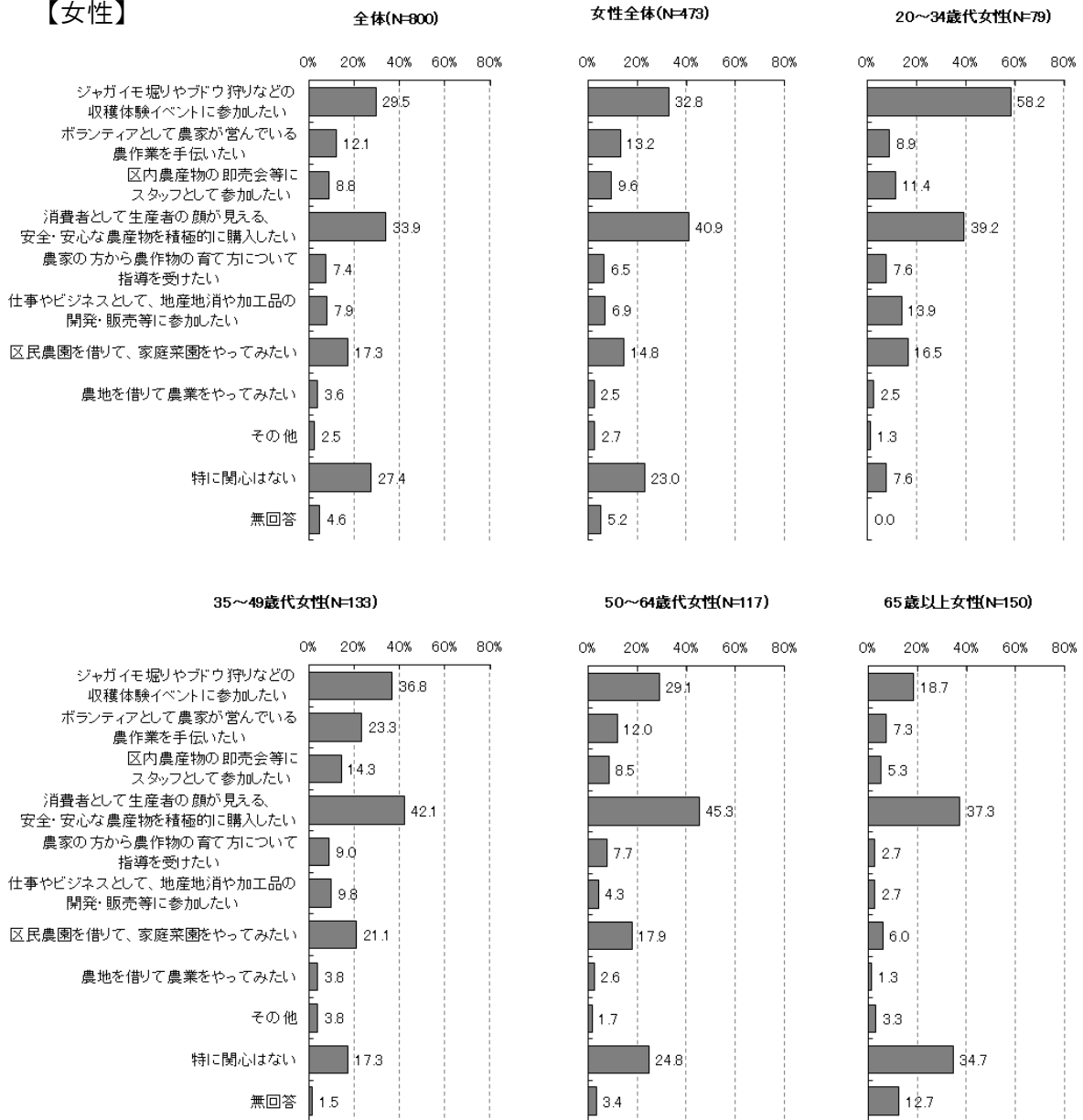
### 【性別・年代別による分析】

○20～34歳男性(46人)、35～49歳男性(81人)、20～34歳女性(79人)では、「じゃがいも掘りやブドウ狩りなどの収穫体験イベントに参加したい」が34.8%、40.7%、58.2%で最も多くなっています。

#### 【男性】



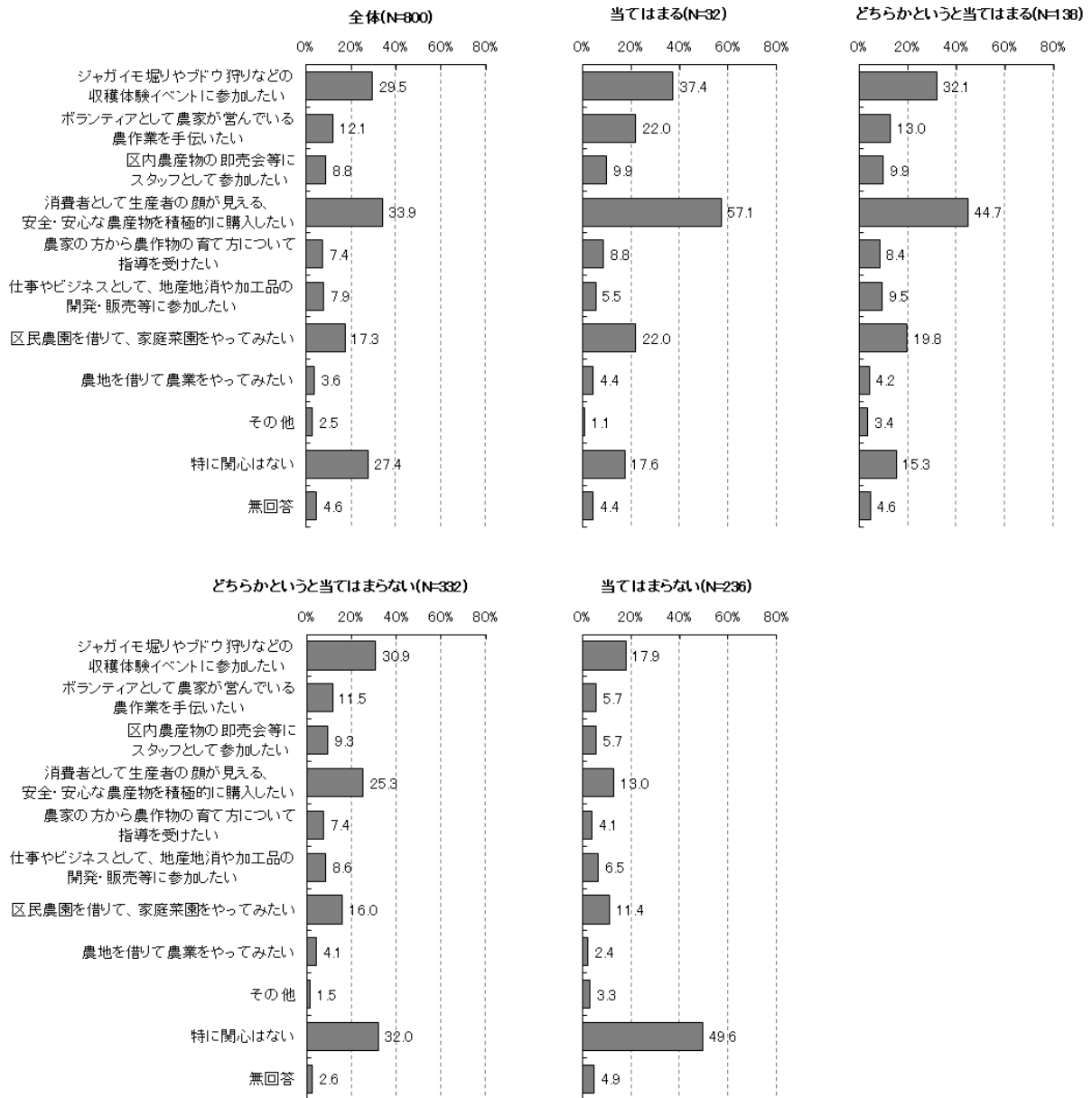
【女性】



## 【農業に関する消費意識による分析】

○買い物や外食の際に意識することとして、「生産者の顔が見えるものを選ぶ」に「当てはまる」か「どちらか」として「当てはまる」を選択した人では、「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」が57.1%、44.7%で最も多くなっています。

### 生産者の顔が見えるものを選ぶかどうか

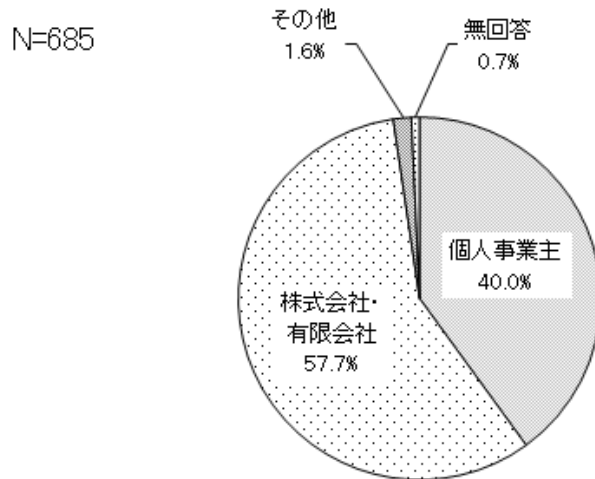


# 第5章 事業所意識調査結果

## 1. 企業に関する基本情報

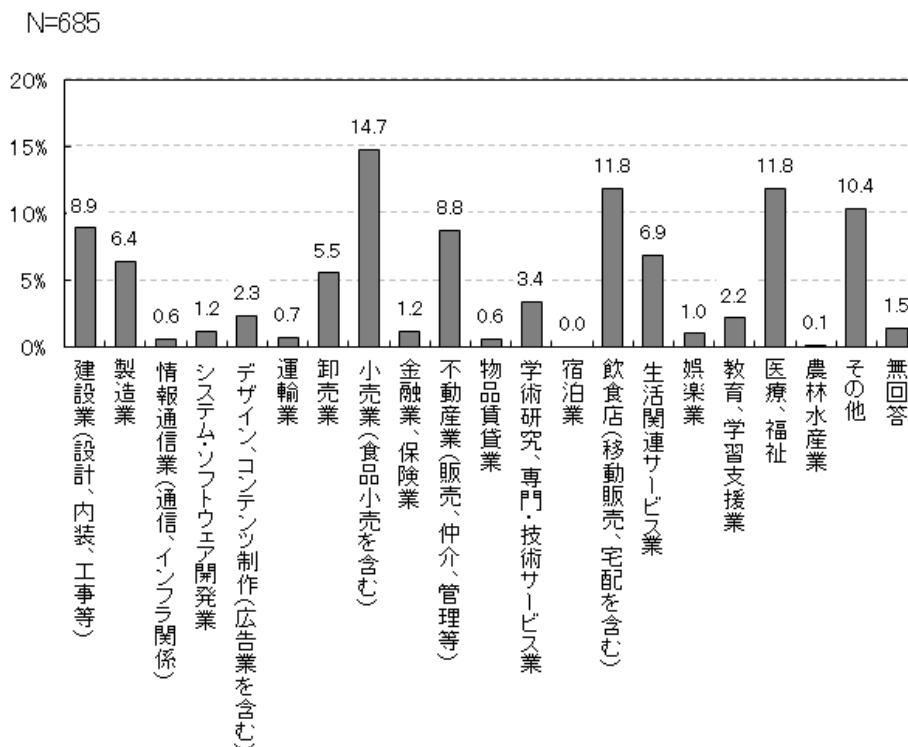
問1 貴社の組織形態はどちらになりますか。(〇は1つ)

○「個人事業主」が40.0%、「株式会社・有限会社」が57.7%となっています。



問2 貴社の産業分類はどちらに該当しますか。主たる事業が該当する業種を選択してください。(〇は1つ)

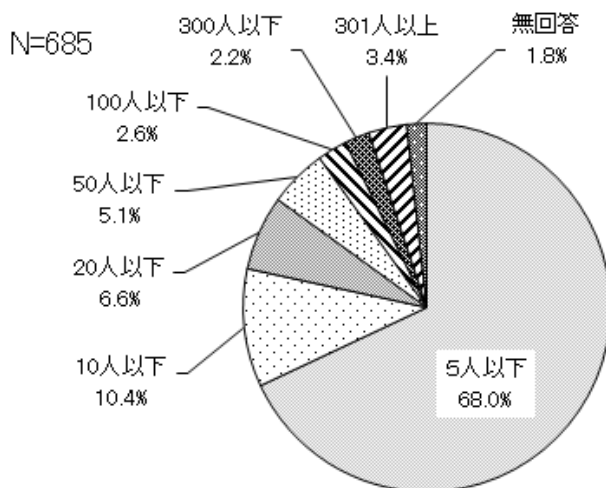
○「小売業(食品小売を含む)」が14.7%で最も多く、ついで「飲食店(移動販売、宅配を含む)」と「医療、福祉」が11.8%で続きます。



問3 貴社の従業員規模を教えてください。(○は1つ)

○区外の事業所も含む会社全体での従業員は、「5人以下」が68.0%で最も多く、ついで「10人以下」が10.4%、「20人以下」が6.6%で続きます。

○個人事業主以外の事業所411社を対象とした場合も、「5人以下」が55.0%で最も多く、ついで「10人以下」が12.4%、「20人以下」が10.0%で続きます。

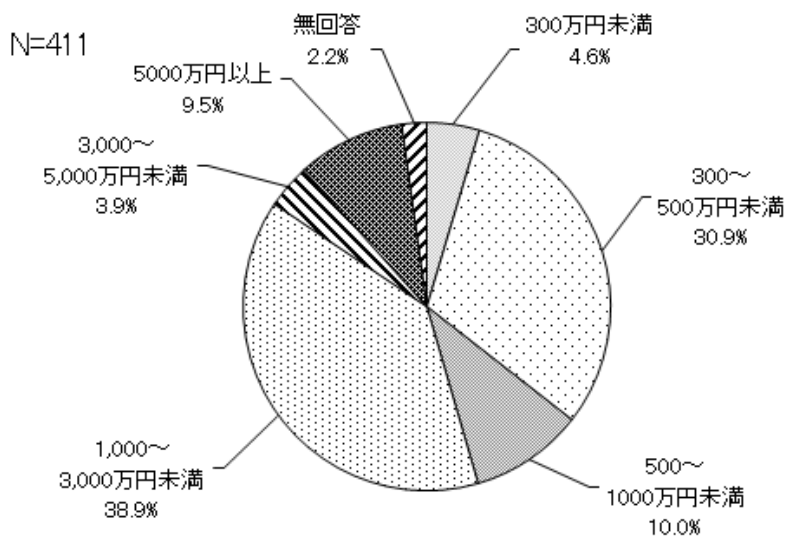


問4 個人事業主を除く411社が回答

貴社の資本金を記入ください。□のなかに数字を記入してください。

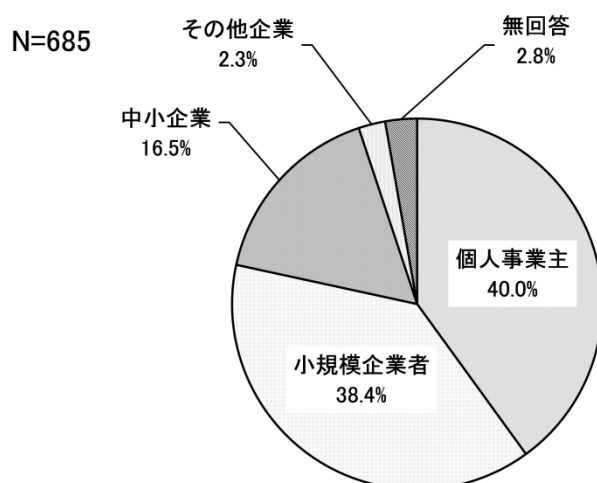
※個人事業主の方は記入不要です。

○「1,000～3,000万円未満」が38.9%で最も多く、ついで「300～500万円未満」が30.9%、「500～1,000万円未満」が10.0%で続きます。



## ■企業規模について

- 下記の中小企業基本法の定義に従い、問2、問3、問4を用いて企業規模を算出しました。
- 「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。
- 個人事業主以外の事業所411社を対象とした場合は、「小規模企業者」は64.0%で半数を上回り、中小企業が27.5%、「その他企業」が3.9%となります。



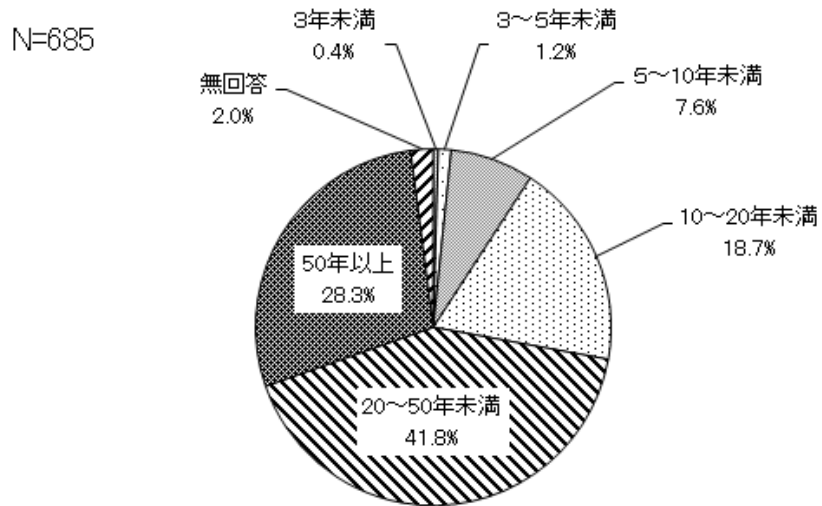
※企業規模は、中小企業基本法の以下の定義に従い、次のように分類しました。問3と問4については、問2に対していずれかが該当していれば分類されます。

企業分類	要件	
	業種(問2)	従業員規模(問3)・資本金(問4)
小規模企業者	建設業、製造業、システム・ソフトウェア開発業、運輸業、金融業、保険業、農林水産業、その他	従業員が20人以下
	上記以外	従業員が5人以下
中小企業	建設業、製造業、システム・ソフトウェア開発業、運輸業、金融業、保険業、農林水産業、その他	従業員が300人以下 又は資本金が3億円以下
	卸売業	従業員が100人以下 又は資本金が1億円以下
	小売業、不動産業	従業員が50人以下 又は資本金が5千万円以下
	情報通信業、デザイン、コンテンツ制作、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊業、生活関連サービス、娯楽業、教育、学習支援業、医療、福祉	従業員が100人以下 又は資本金が5千万円以下
その他企業	上記に該当しない事業所	

問5 貴社は設立して何年になりますか。また、現在の事業主(代表取締役)は何代目ですか。  
□ のなかに数字を記入してください。

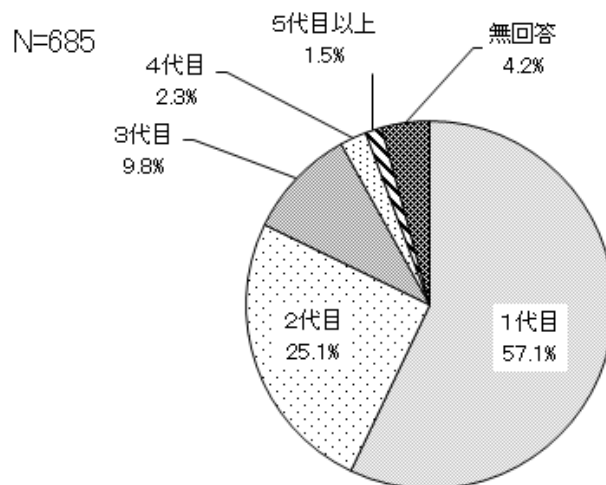
### 設立年数

○「20～50年未満」が41.8%で最も多く、ついで「50年以上」が28.3%、「10～20年未満」が18.7%で続きます。



### 事業主の代

○「1代目」が57.1%で最も多く、ついで「2代目」が25.1%、「3代目」が9.8%で続きます。

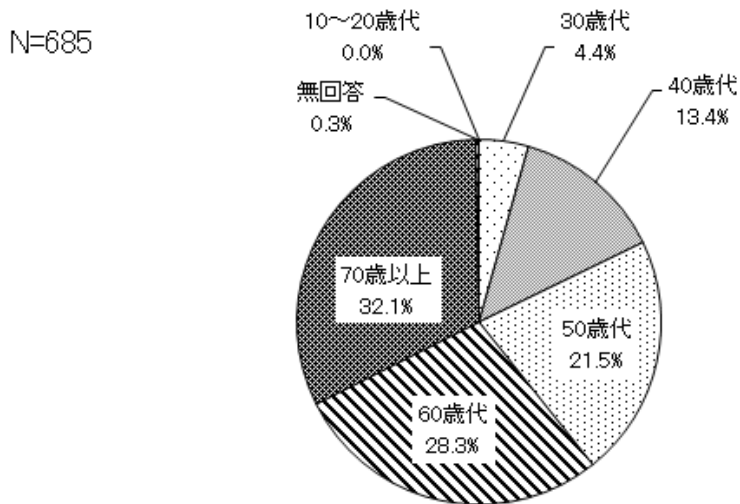




問6 平成29年10月1日現在の事業主の年齢層を教えてください。(○は1つ)

○「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。60歳以上の事業主(「60歳代」と「70歳以上」の合計)は60.4%です。

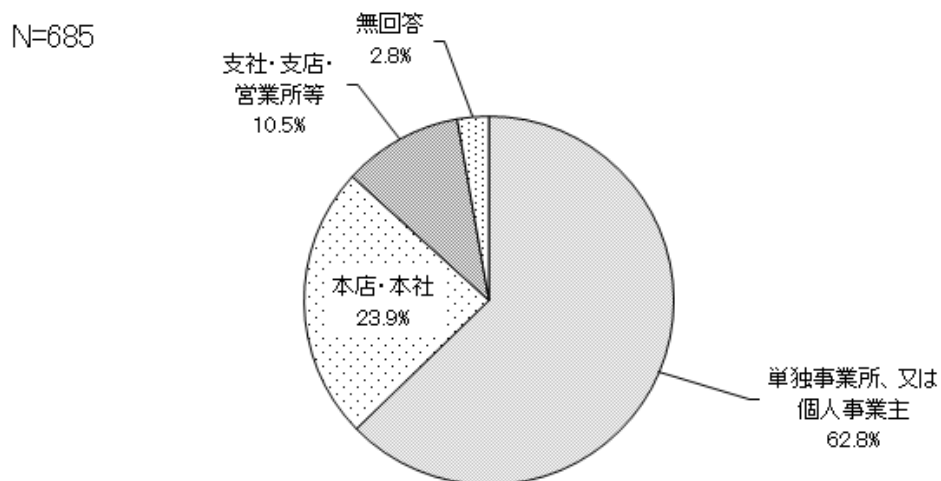
○問7で「単独事業所、又は個人事業主」と「支社・支店・営業所等」を選択した594社を対象とした場合も60歳以上の事業主は62.3%ですが、「単独事業所、又は個人事業主」だけでみると64.6%となり、さらに70歳以上の事業主が33.0%となります。



## 2. 区内事業所に関する基本情報

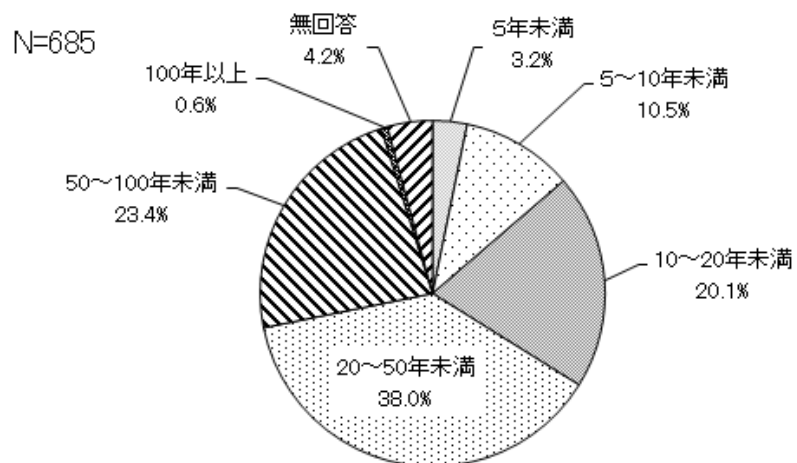
問7 貴事業所の区分はどちらにあたりますか。(○は1つ)

○「単独事業所、又は個人事業主」が62.8%、「本店・本社」が23.9%、「支社・支店・営業所等」が10.5%となっています。



問8 貴事業所が区内に事業所や店舗を開設して何年になりますか。□のなかに数字を記入してください。

○「20～50年未満」が38.0%で最も多く、ついで「50～100年未満」が23.4%、「10～20年未満」が20.1%で続きます。



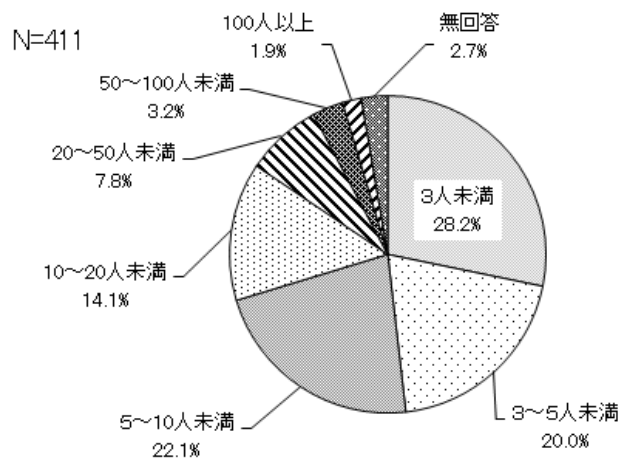
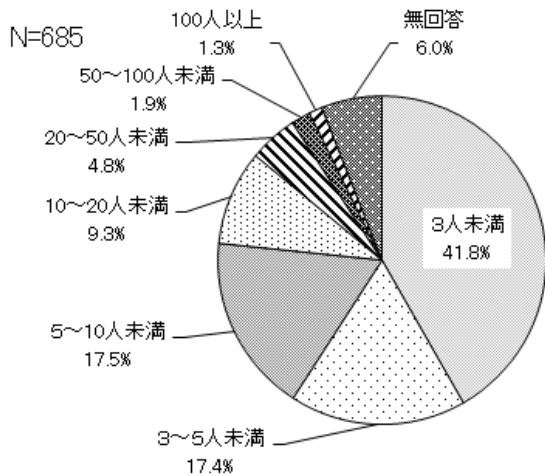
問9 平成29年10月1日現在、貴事業所に勤める役員・社員・アルバイト・パート・派遣社員等は何人ですか。□のなかに数字を記入してください。

※繁忙期等に短期間就業する臨時雇用は含みません。

### 目黒区内の事業所に勤める人数

○「3人未満」が41.8%で最も多く、ついで「5～10人未満」が17.5%、「3～5人未満」が17.4%で続きます。

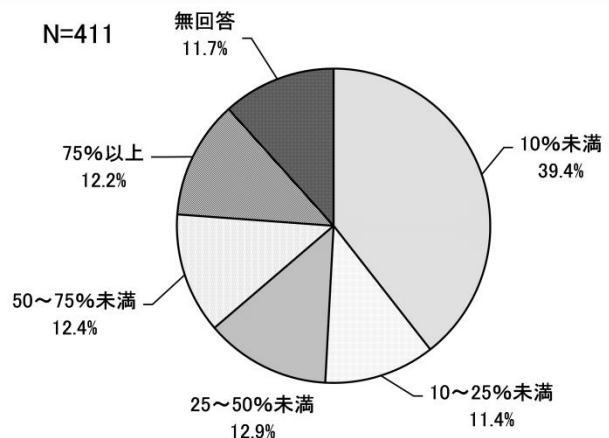
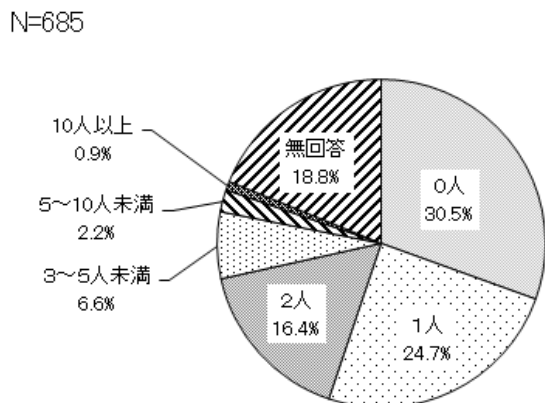
○個人事業主以外の事業所411社を対象とした場合は、「3人未満」が28.2%で最も多く、ついで「5～10人未満」が22.1%、「3～5人未満」が20.0%となります。



### 目黒区内の事業所に勤める高齢者(65歳以上)の人数

○「0人」が30.5%で最も多く、ついで「1人」が24.7%、「2人」が16.4%で続きます。(「無回答」(18.8%)は除いています。)

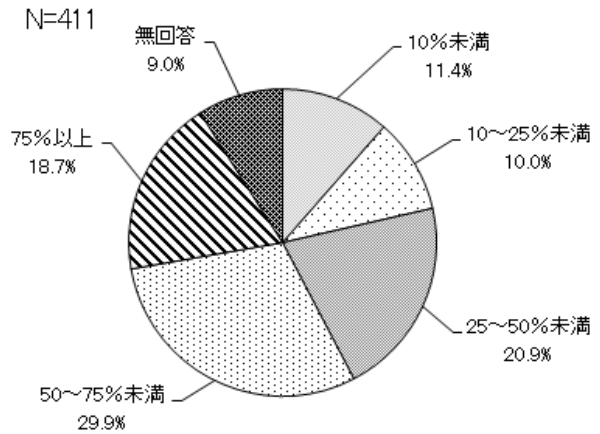
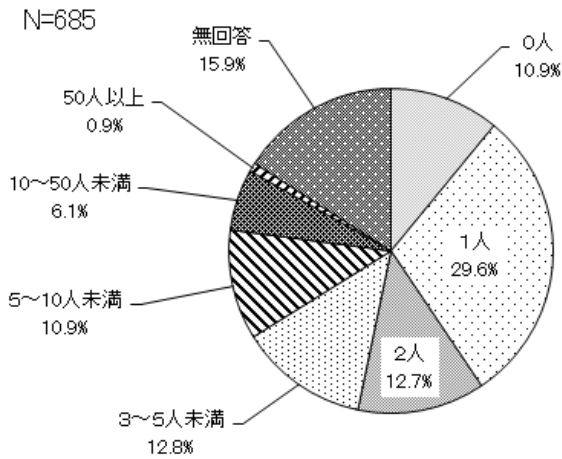
○個人事業主以外の事業所411社を対象とした場合、社員のうちの高齢者の割合をみると、「10%未満」が39.4%で最も多く、ついで「25～50%未満」が12.9%、「50～75%未満」が12.4%で続きます。



## 目黒区内の事業所に勤める女性の人数

○「1人」が29.6%で最も多く、ついで「3～5人未満」が12.8%、「2人」が12.7%で続きます。（「無回答」(15.9%)は除いています。）

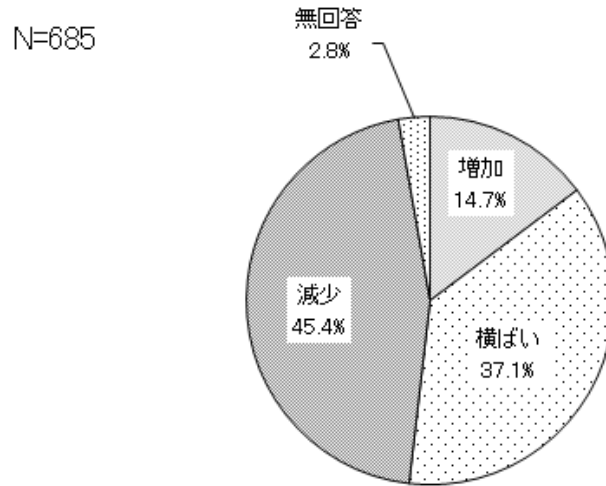
○個人事業主以外の事業所411社を対象とした場合、社員のうちの女性の割合をみると、「50～75%未満」が29.9%で最も多く、ついで「25～50%未満」が20.9%、「75%以上」が18.7%で続きます。



### 3. 経営状況について

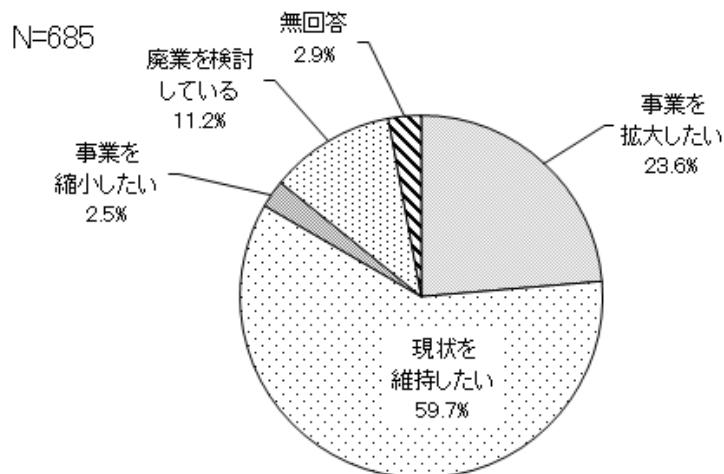
問10 直近3年間における貴事業所の売上はどのようなものですか。(○は1つ)

○「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11 今後3年間における、貴事業所の事業展開についてどのような方針を持っていますか。(○は1つ)

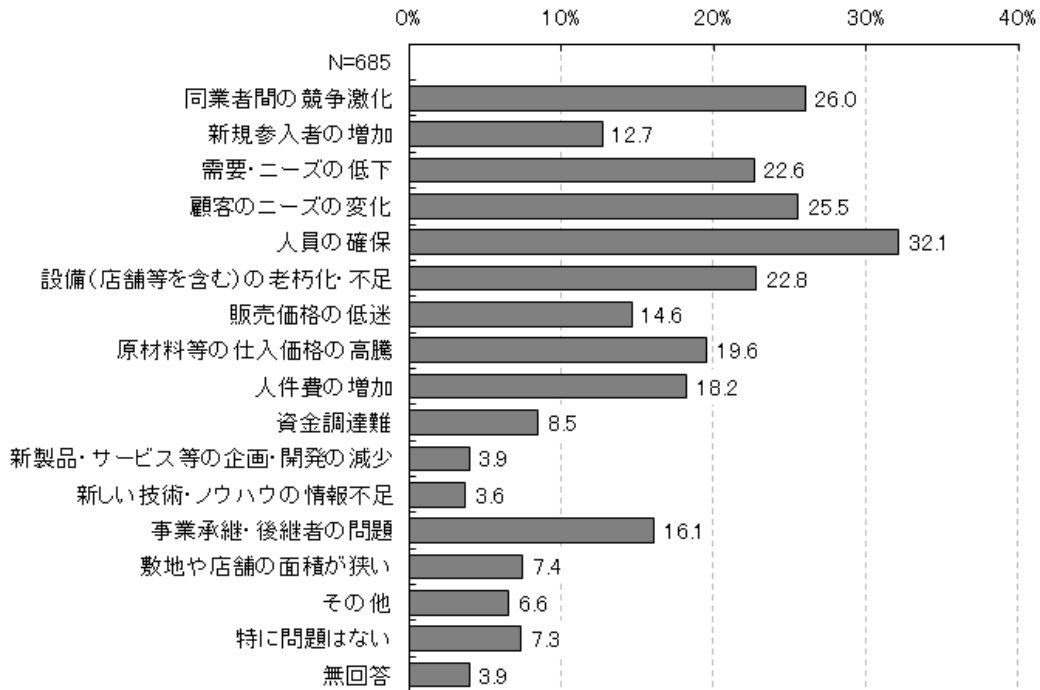
○「現状を維持したい」が59.7%で最も多く、ついで「事業を拡大したい」が23.6%、「廃業を検討している」が11.2%で続きます。



問12 貴事業所の経営上の問題点は何ですか。(〇はいくつでも)

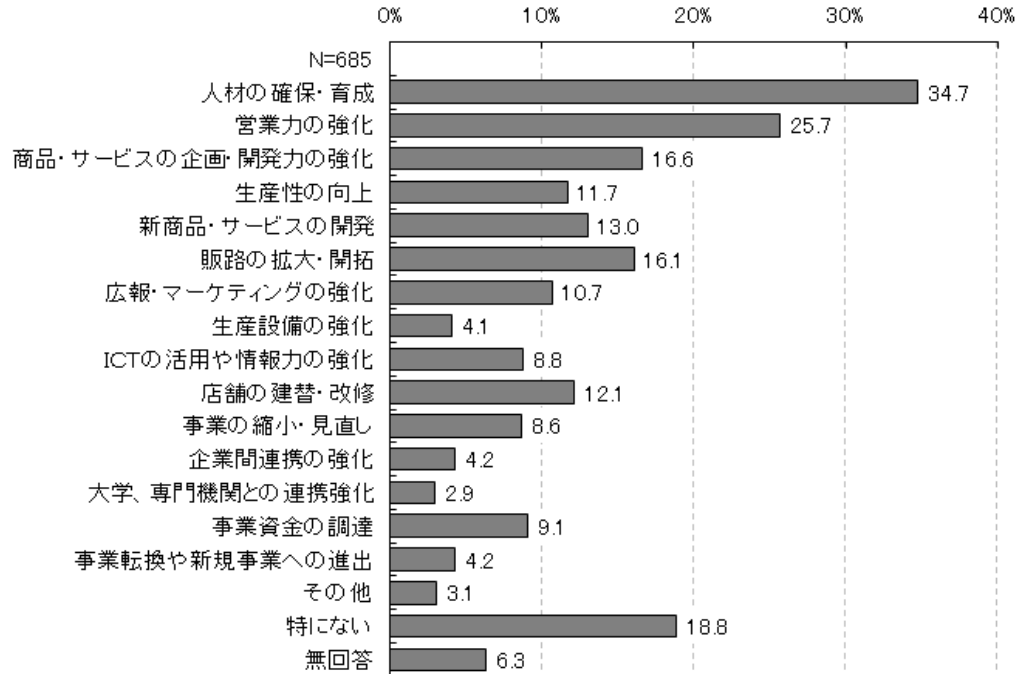
○「人員の確保」が32.1%で最も多く、ついで「同業者間の競争激化」が26.0%、「顧客のニーズの変化」が25.5%で続きます。

○経営上の問題点がない事業所(「特に問題はない」)は7.3%です。



問13 貴事業所の経営上の問題点に対して、どのような対策をしている、又は検討していますか。検討したいと思うものも含めて、すべて選択してください。(〇はいくつでも)

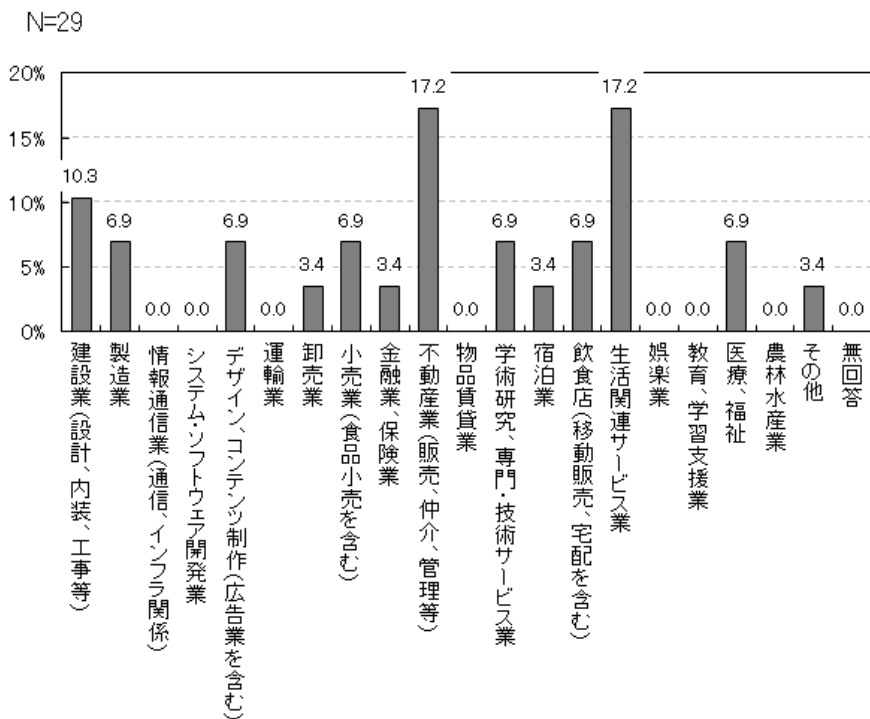
○「人材の確保・育成」が34.7%で最も多く、ついで「営業力の強化」が25.7%、「特にない」が18.8%で続きます。



問14 問13で「事業転換や新規事業への進出」を選択した29社が回答

貴事業所にて事業転換や新規事業を計画している分野は何ですか。該当する分野をすべて選択してください。(〇はいくつでも)

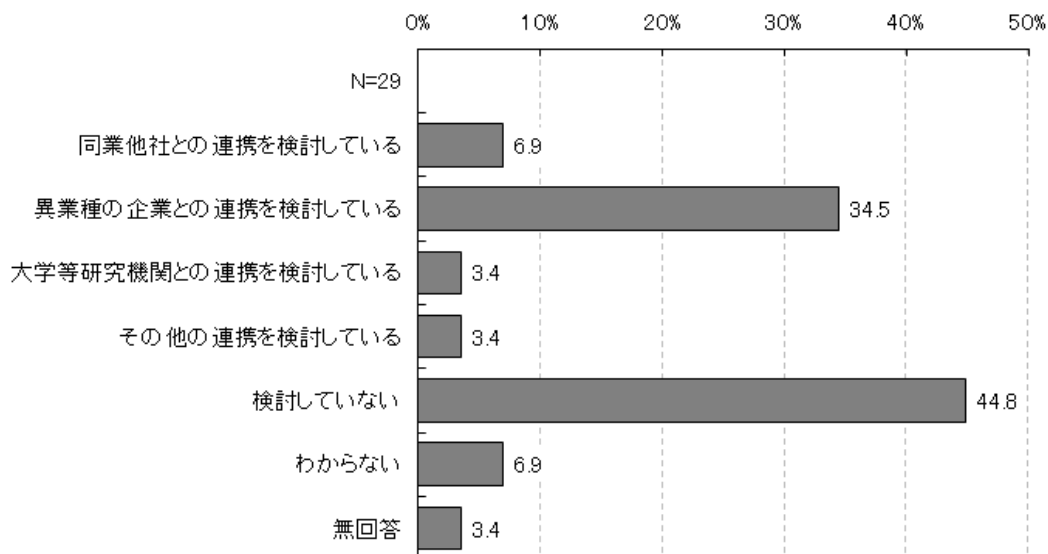
○「不動産業(販売、仲介、管理等)」と「生活関連サービス業」が17.2%で最も多く、ついで「建設業(設計、内装、工事等)」が10.3%で続きます。



問15 問13で「事業転換や新規事業への進出」を選択した29社が回答

貴事業所にて計画している事業転換や新規事業において、外部との連携は検討していますか。また、連携先はどのように考えていますか。(〇はいくつでも)

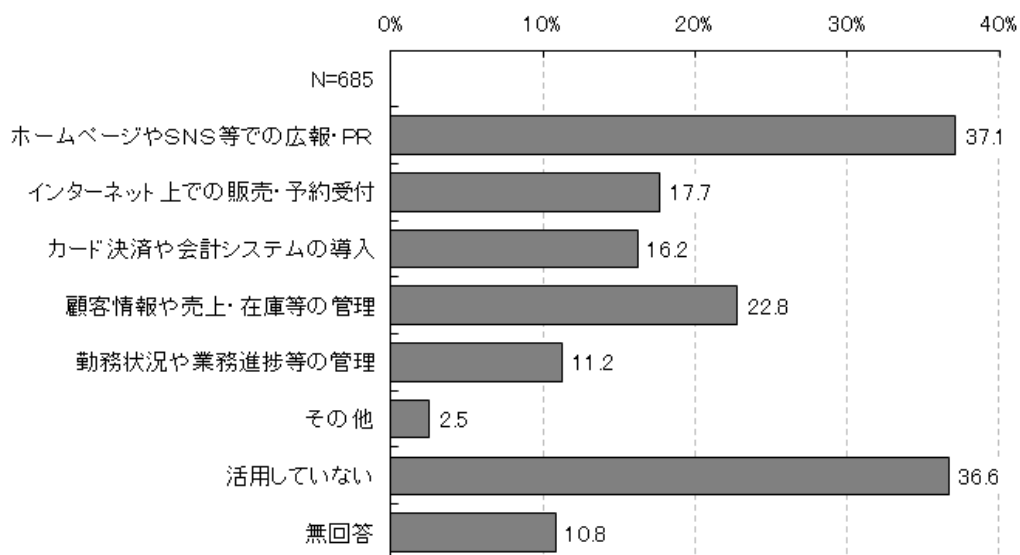
○「検討していない」が44.8%で最も多く、ついで「異業種の企業との連携を検討している」が34.5%で続きます。それ以外は1割未満となっています。





問16 貴事業所では、ICTをどのように企業活動に活用していますか。また活用していこうと考えていますか。(〇はいくつでも)

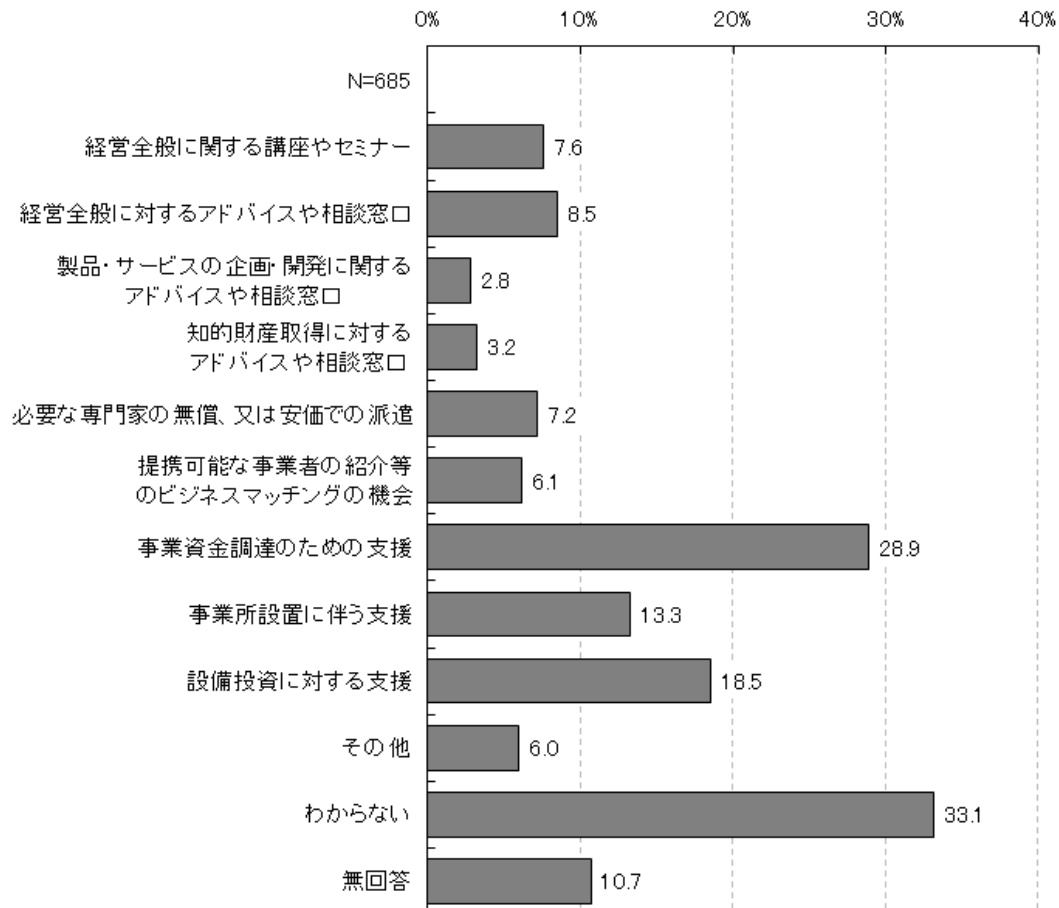
○「ホームページやSNS等での広報・PR」が37.1%で最も多く、ついで「活用していない」が36.6%、「顧客情報や売上・在庫等の管理」が22.8%で続きます。



#### 4. 創業期における課題や必要な支援について

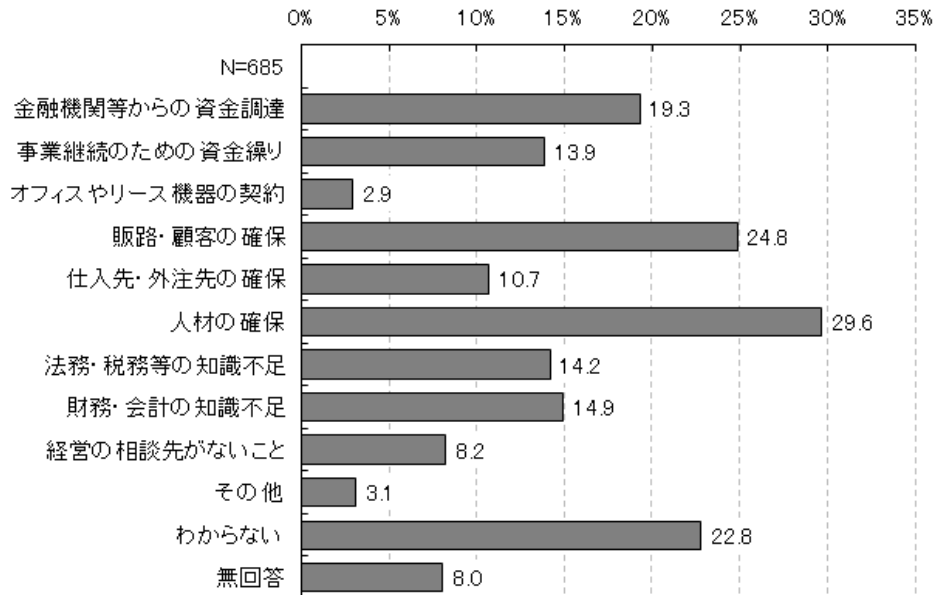
問17 貴社が創業した当時、行政から、どのような支援等があったらよかったですか。(〇はいくつでも)

○「わからない」(33.1%)を除くと、「事業資金調達のための支援」が28.9%で最も多く、ついで「設備投資に対する支援」が18.5%、「事業所設置に伴う支援」が13.3%で続きます。



問18 貴社が創業した当初(創業からおおむね3年程度)、貴社の課題になったことは何ですか。  
(〇はいくつでも)

○「わからない」(22.8%)を除くと、「人材の確保」が29.6%で最も多く、ついで「販路・顧客の確保」が24.8%、「金融機関等からの資金調達」が19.3%で続きます。



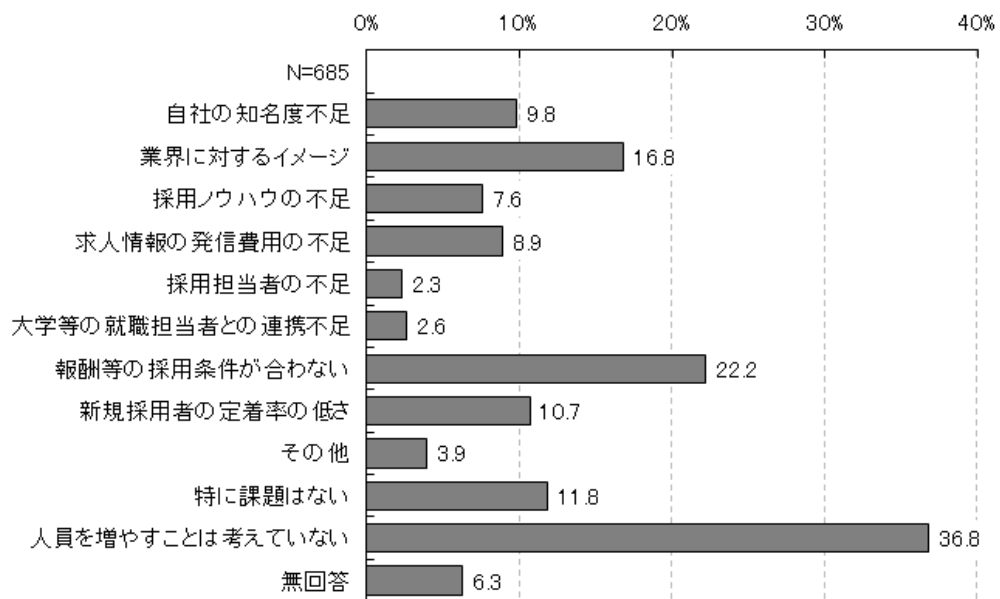
## 5. 人材確保について

問19 今後、人員を確保していく上で、課題となることは何ですか。(〇はいくつでも)

○「人員を増やすことは考えていない」が36.8%で最も多くなっています。

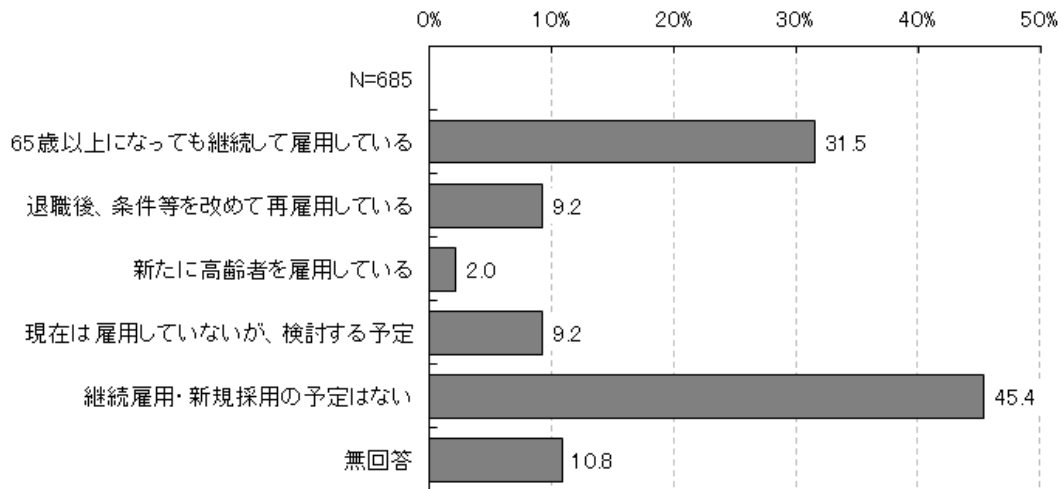
○人員を増やすことを考えている事業所は56.9%です。具体的な内容としては、「報酬等の採用条件が合わない」が22.2%で最も多く、ついで「業界に対するイメージ」が16.8%、「新規採用者の定着率の低さ」が10.7%で続きます。

※人員を増やすことを考えている事業所は、全体から「人員を増やすことは考えていない」(36.8%)、「無回答」(6.3%)を除いて算出しました。



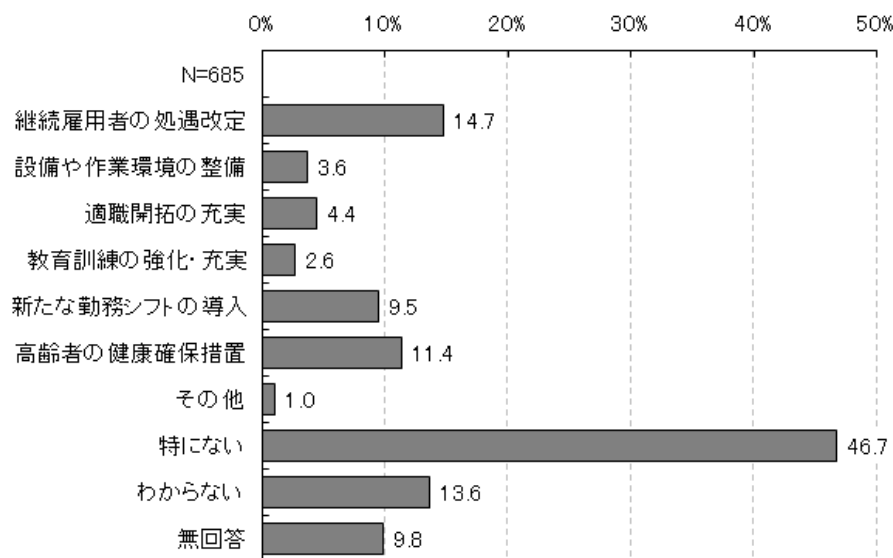
問20 貴事業所における高齢者(65歳以上)の雇用状況についてお聞きます。(〇はいくつでも)

○「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。



問21 人材を確保するにあたり高齢者(65歳以上)の雇用・就業を促進するために必要となる取組あるいは既に実施している取組はどのようなものですか。(〇はいくつでも)

○「特にない」が46.7%で最も多くなっています。具体的な内容としては、「継続雇用者の処遇改定」が14.7%で最も多く、ついで「高齢者の健康確保措置」が11.4%、「新たな勤務シフトの導入」が9.5%で続きます。

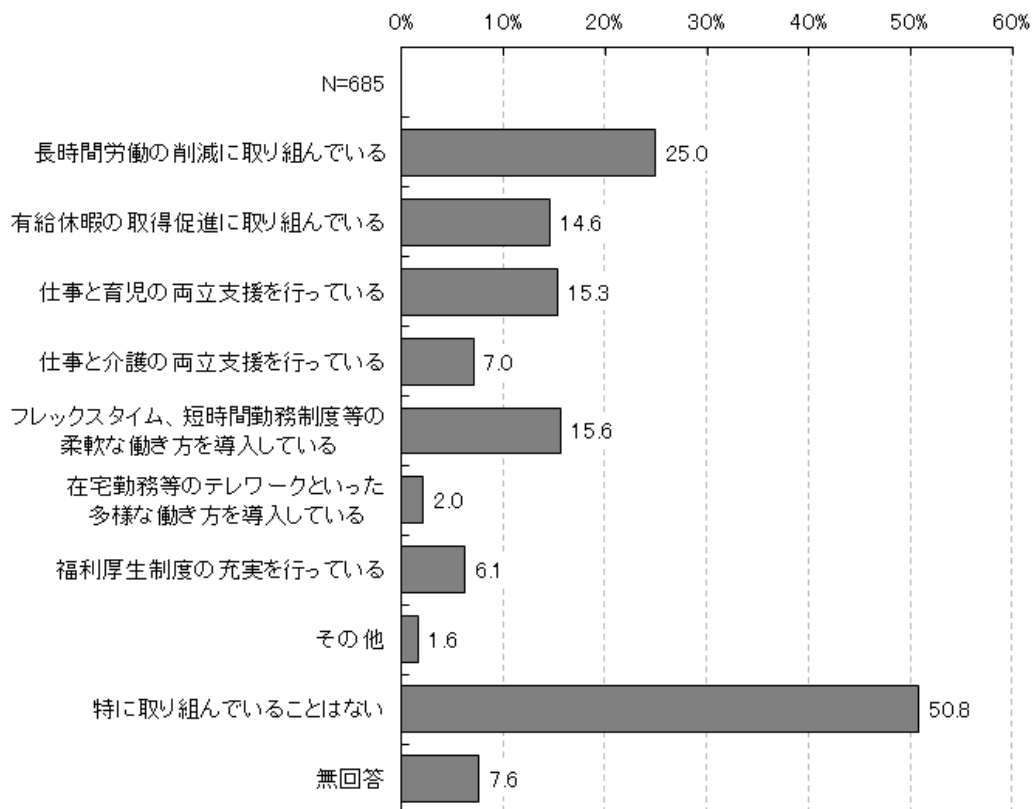


問22 貴事業所では、ワーク・ライフ・バランスへの推進に向けた取組を行っていますか。(〇はいくつでも)

○「特に取り組んでいることはない」が50.8%で最も多くなっています。

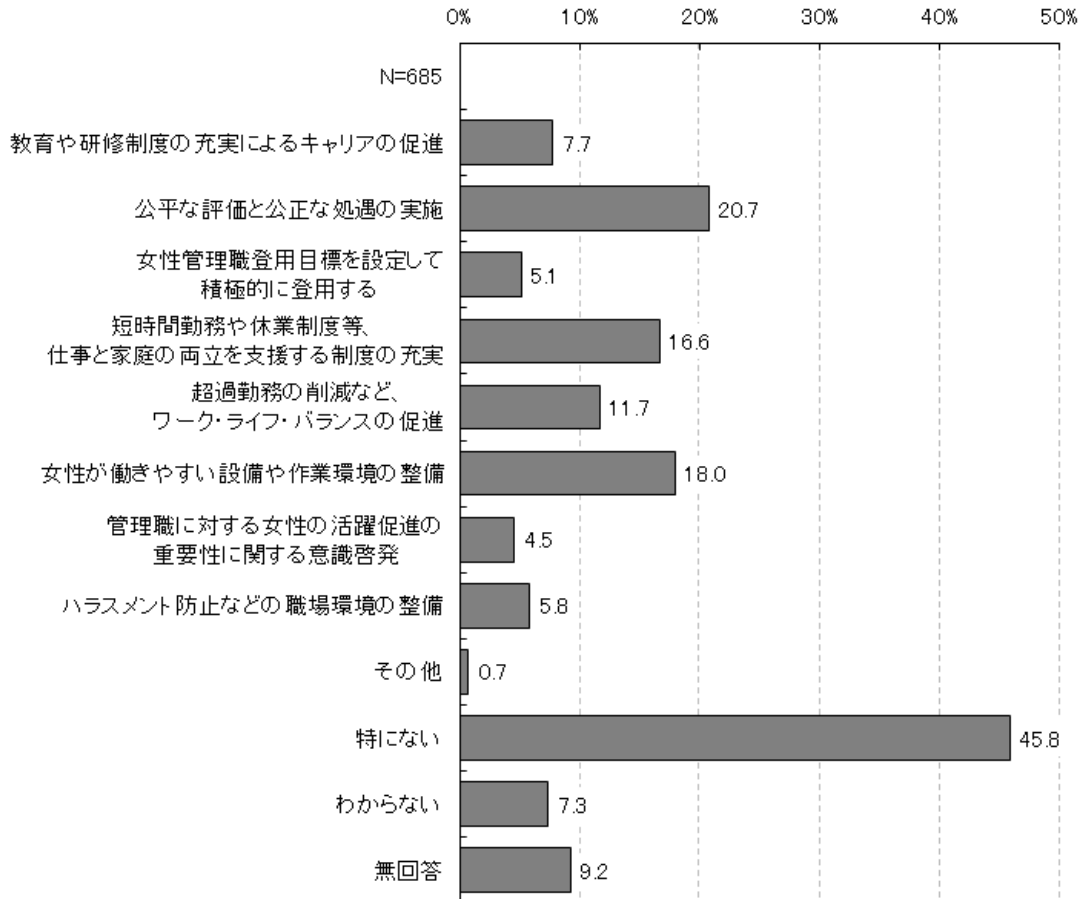
○ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は41.6%です。具体的な内容としては、「長時間労働の削減に取り組んでいる」が25.0%で最も多く、ついで「フレックスタイム、短時間勤務制度等の柔軟な働き方を導入している」が15.6%、「仕事と育児の両立支援を行っている」が15.3%で続きます。

※ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は、全体から「特に取り組んでいることはない」(50.8%)、「無回答」(7.6%)を除いて算出しました。



問23 人材を確保するにあたり女性の雇用・就業を促進するために必要となる取組あるいは既に実施している取組はどのようなものですか。(〇はいくつでも)

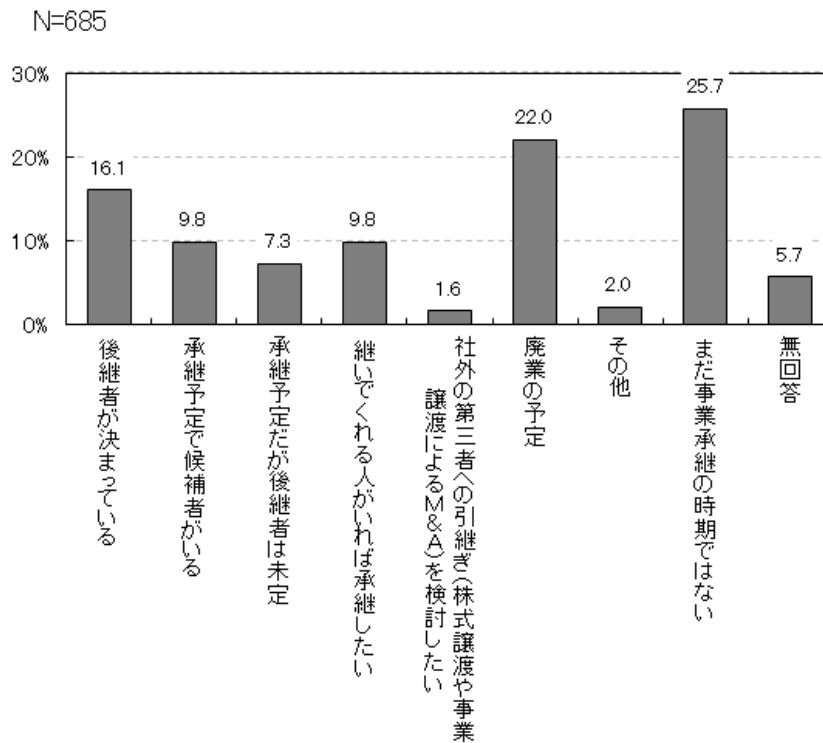
○「特にない」が45.8%で最も多くなっています。具体的な内容としては、「公平な評価と公正な処遇の実施」が20.7%で最も多く、ついで「女性が働きやすい設備や作業環境の整備」が18.0%、「短時間勤務や休業制度等、仕事と家庭の両立を支援する制度の充実」が16.6%で続きます。



## 6. 事業承継について

問24 貴事業所において、会社の経営を後継者に引き継ぐこと(事業承継)の見通しはどのような状況ですか。(〇は1つ)

○「まだ事業承継の時期ではない」(25.7%)を除くと、「廃業の予定」が22.0%で最も多く、ついで「後継者が決まっている」が16.1%、「承継予定で候補者がいる」と「継いでくれる人がいれば承継したい」が9.8%で続きます。



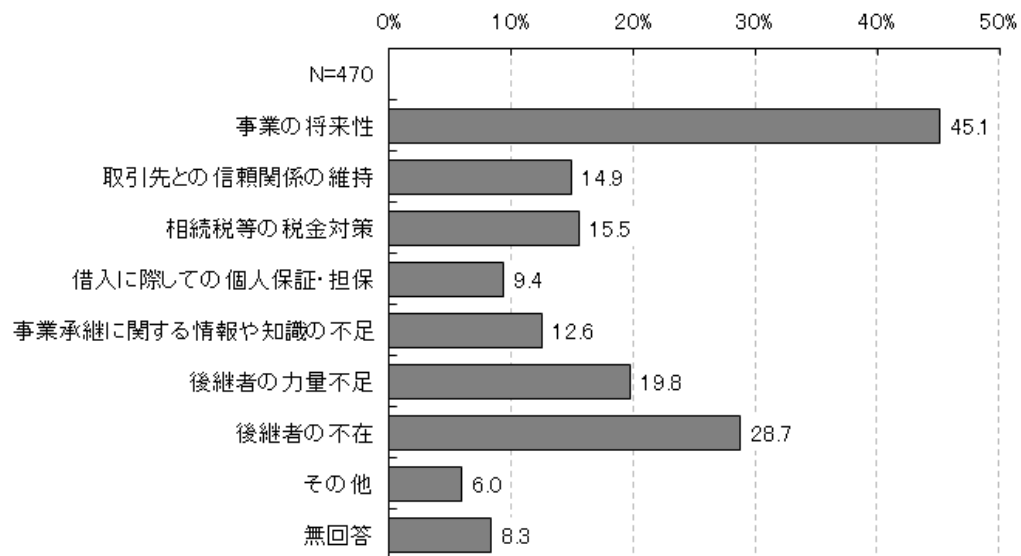


問25 問24で「まだ事業承継の時期ではない」以外を選択した470社が回答

貴事業所において事業承継を行う際に課題となることは何ですか。(〇はいくつでも)

※後継者が決まっている、又は候補者がいる場合も、その決定や検討にあたって課題となったことを選択してください。

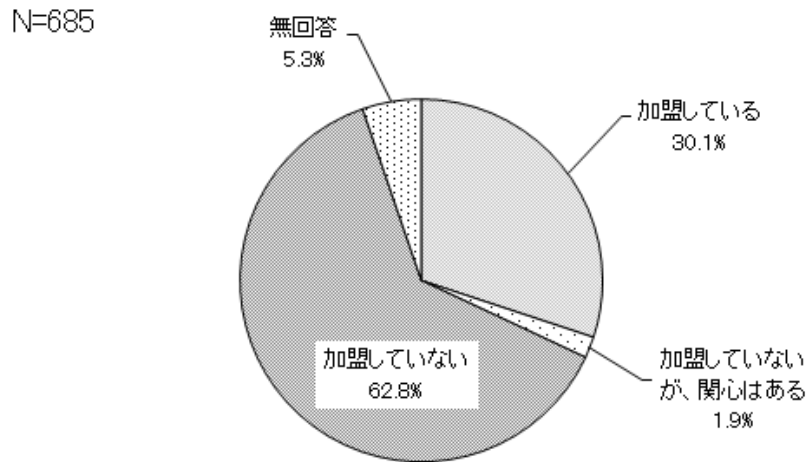
○「事業の将来性」が45.1%で最も多く、ついで「後継者の不在」が28.7%、「後継者の力量不足」が19.8%で続きます。



## 7. 商店会について

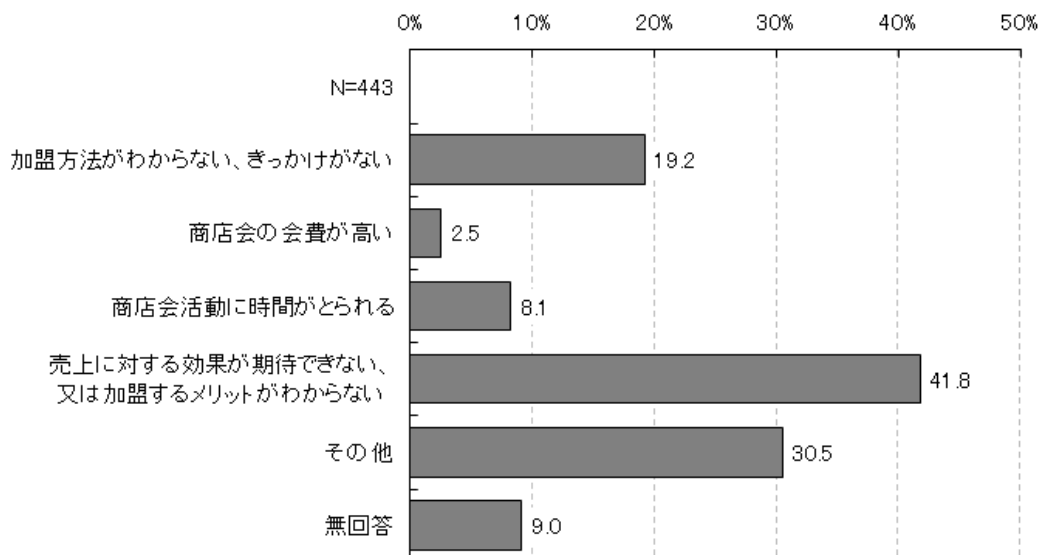
問26 貴事業所は、商店会に加盟していますか。(〇は1つ)

- 「加盟している」が30.1%、「加盟していないが、関心はある」が1.9%、「加盟していない」が62.8%です。
- 商店会に加盟していない事業所が64.7%で、加盟している事業所よりも多くなっています。



問27 問26で「加盟していないが、関心はある」「加盟していない」を選択した事業所443社が回答  
貴事業所が商店会に加盟しない理由は何ですか。(〇はいくつでも)

- 「その他」(30.5%)を除くと、「売上に対する効果が期待できない、又は加盟するメリットがわからない」が41.8%で最も多く、ついで「加盟方法がわからない、きっかけがない」が19.2%で続きます。
- それ以外は1割未満となっています。

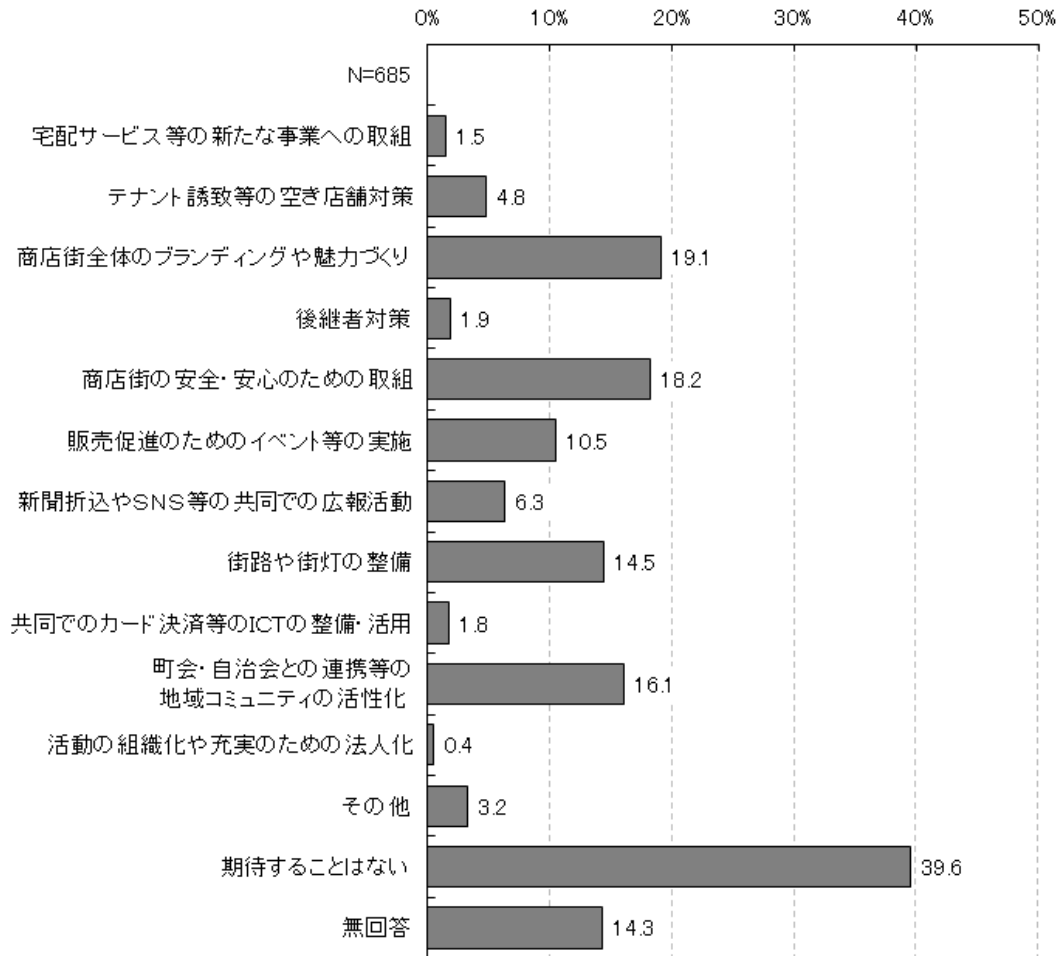


問28 貴事業所が商店会に期待することは何ですか。(〇はいくつでも)

○「期待することはない」が39.6%で最も多くなっています。

○商店街に期待をしている事業所は46.1%です。具体的な内容としては、「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が19.1%で最も多く、ついで「商店街の安全・安心のための取組」が18.2%、「町会・自治会との連携等の地域コミュニティの活性化」が16.1%で続きます。

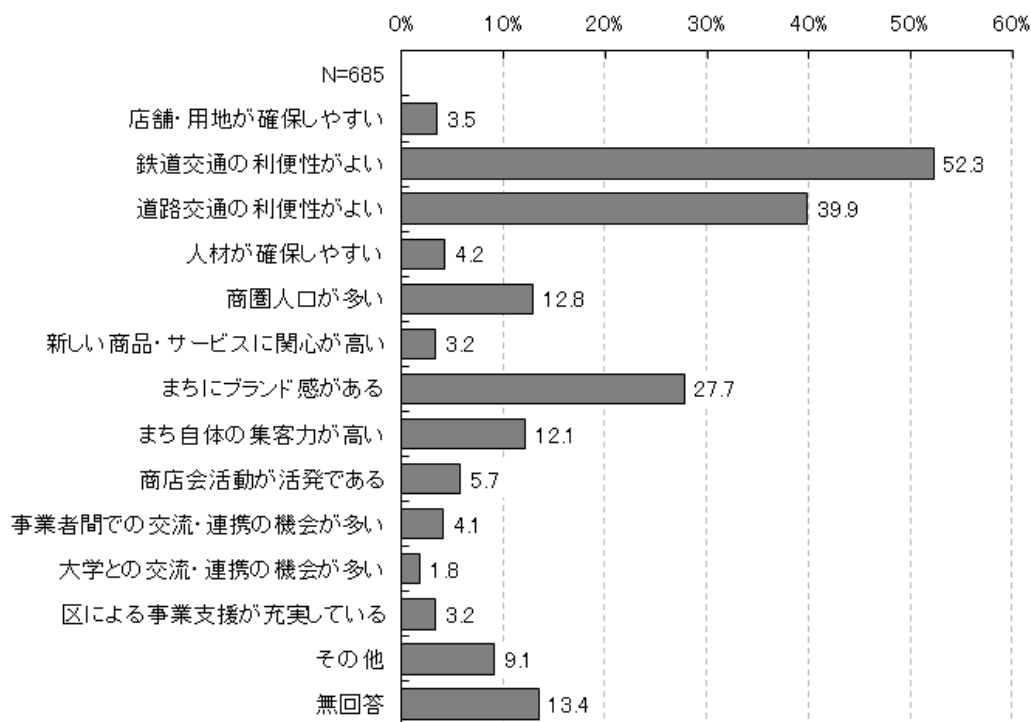
※商店街に期待をしている事業所は、全体から「期待することはない」が39.6%、「無回答」(14.3%)を除いて算出しました。



## 8. 目黒区における立地や環境について

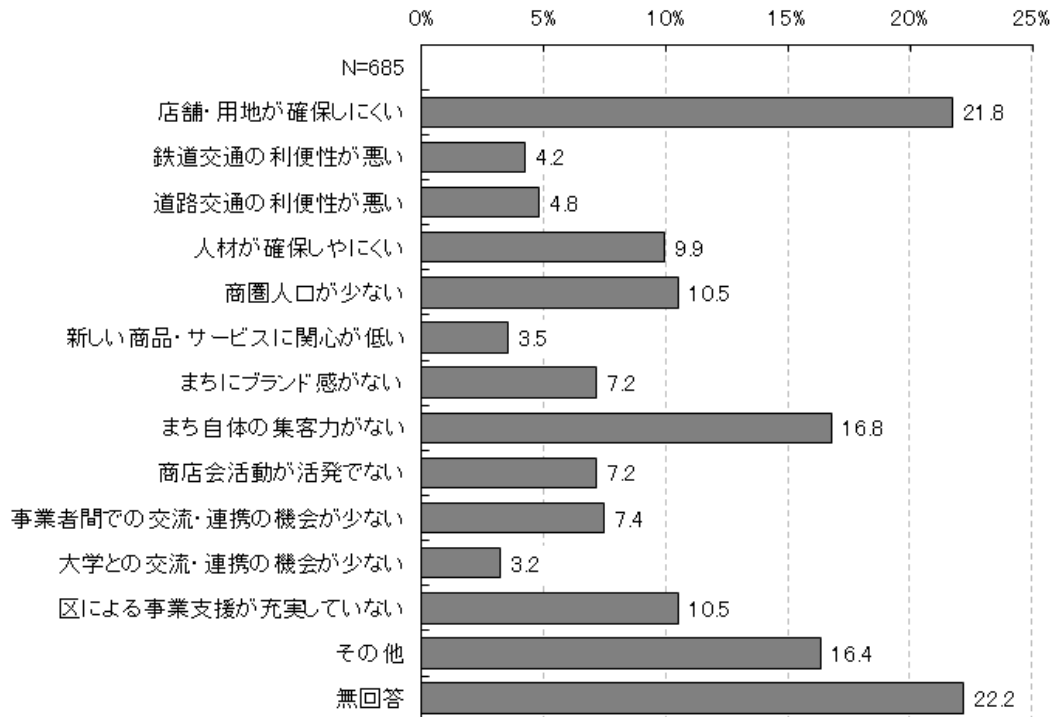
問29 本区において事業を営む上での強み(メリット)は何ですか。(〇はいくつでも)

○「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30 本区において事業を営む上での弱み(デメリット)は何ですか。(〇はいくつでも)

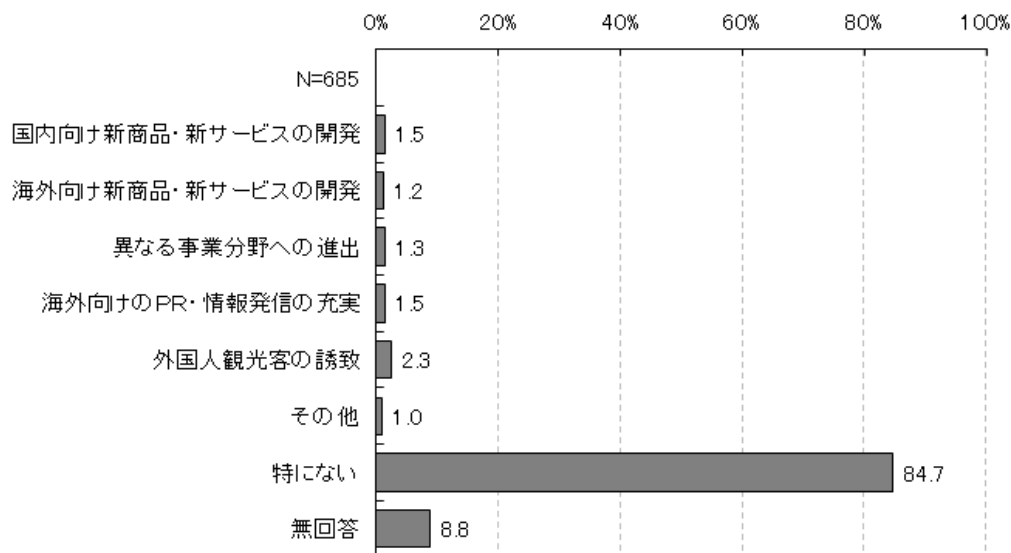
○「無回答」(22.2%)と「その他」(16.4%)を除くと、「店舗・用地が確保しにくい」が21.8%で最も多く、  
ついで「まち自体の集客力がない」が16.8%、「商圈人口が少ない」と「区による事業支援が充実して  
いない」が10.5%で続きます。



## 9. オリンピック・パラリンピック等の開催に向けた取組等について

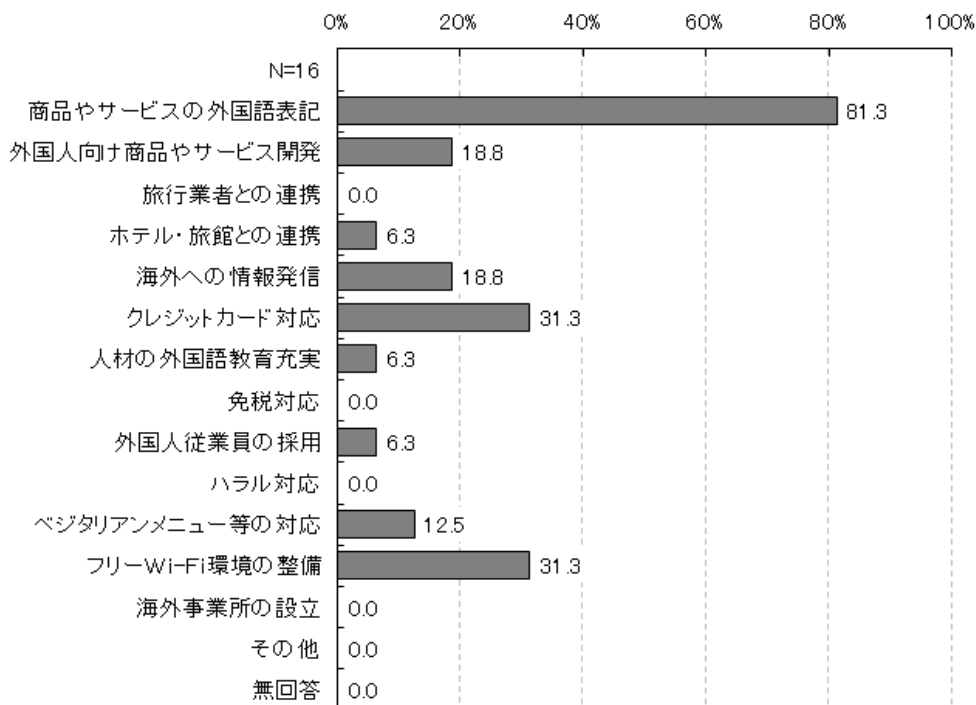
問31 ラグビーワールドカップ2019及び東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、貴事業所で取り組んでいる、又は検討している事業はありますか。(〇はいくつでも)

○「特にない」が84.7%で最も多く、その他はいずれも1～2%程度となっています。



問32 問31で「外国人観光客の誘致」を選択した16社が回答  
外国人観光客の誘致に向けて具体的に取り組んでいる、又は検討していることはありますか。  
(〇はいくつでも)

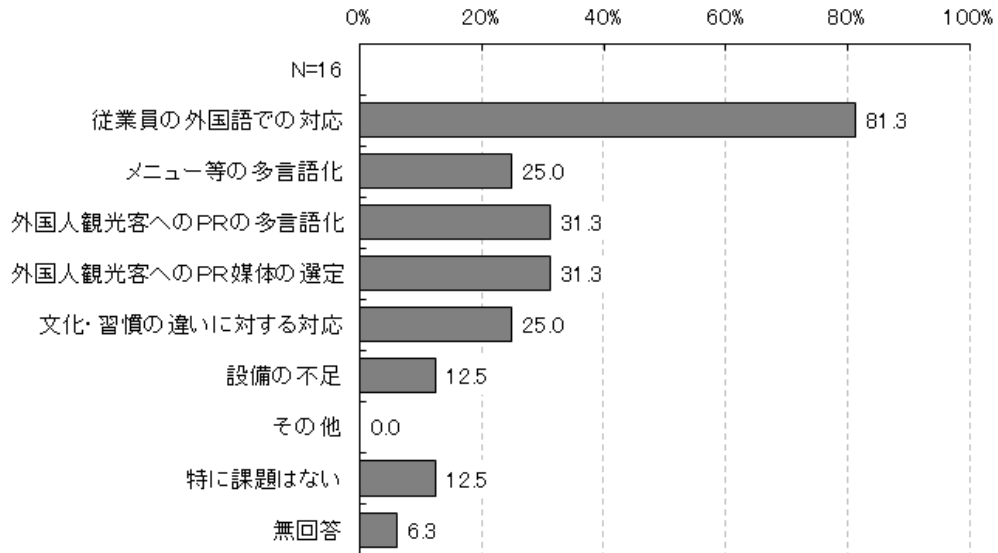
○「商品やサービスの外国語表記」が81.3%で最も多く、ついで「クレジットカード対応」と「フリーWi-Fi環境の整備」が31.3%で続きます。



問33 問31で「外国人観光客の誘致」を選択した16社が回答

貴事業所において外国人観光客を誘致しようとする際の課題は何ですか。(〇はいくつでも)

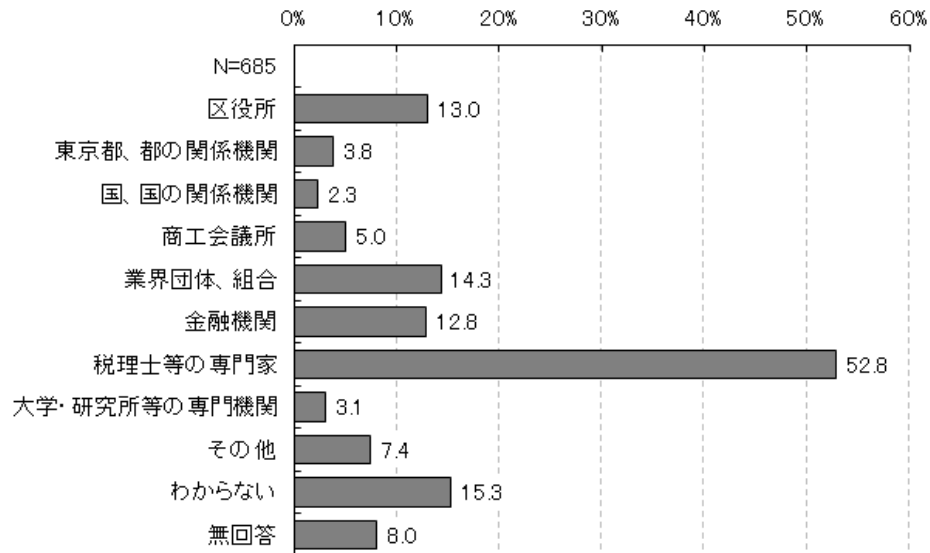
○「従業員の外国語での対応」が81.3%で最も多く、ついで「外国人観光客へのPRの多言語化」と「外国人観光客へのPR媒体の選定」が31.3%で続きます。



## 10. 区による産業振興や支援に関する施策について

問34 経営上の問題や専門的な助言を得たい場合、相談する先はどこですか。(〇はいくつでも)

○「税理士等の専門家」が52.8%で最も多く、ついで「業界団体、組合」が14.3%、「区役所」が13.0%で続きます。



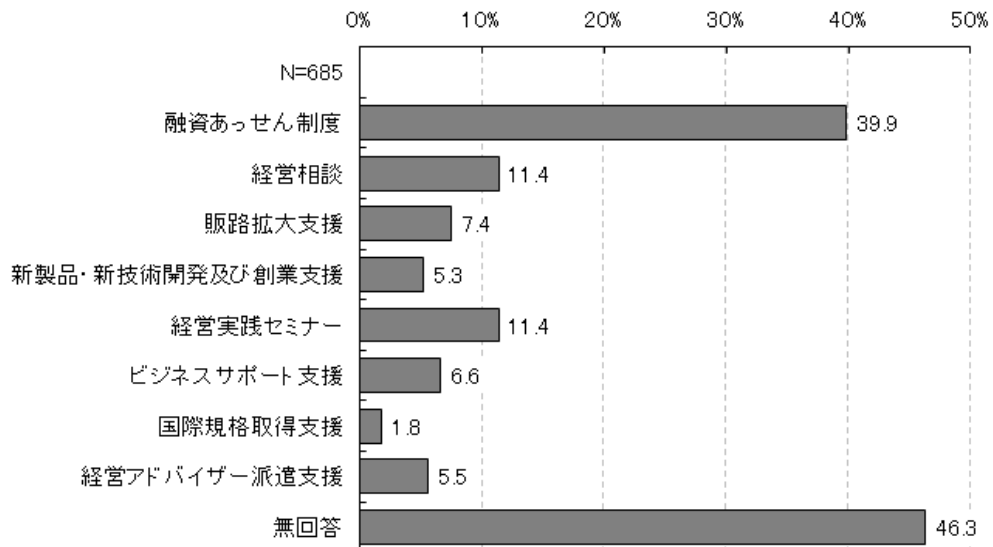


問35 目黒区が産業振興や企業・事業者の支援のためにやっている次の取組のうち、利用したいと思うものはありますか。利用したいと思うものすべてに、「利用したいと思う」の欄に○をつけてください。

○「無回答」を除くと、「融資あっせん制度」が39.9%で最も多く、ついで「経営相談」と「経営実践セミナー」が11.4%で続きます。

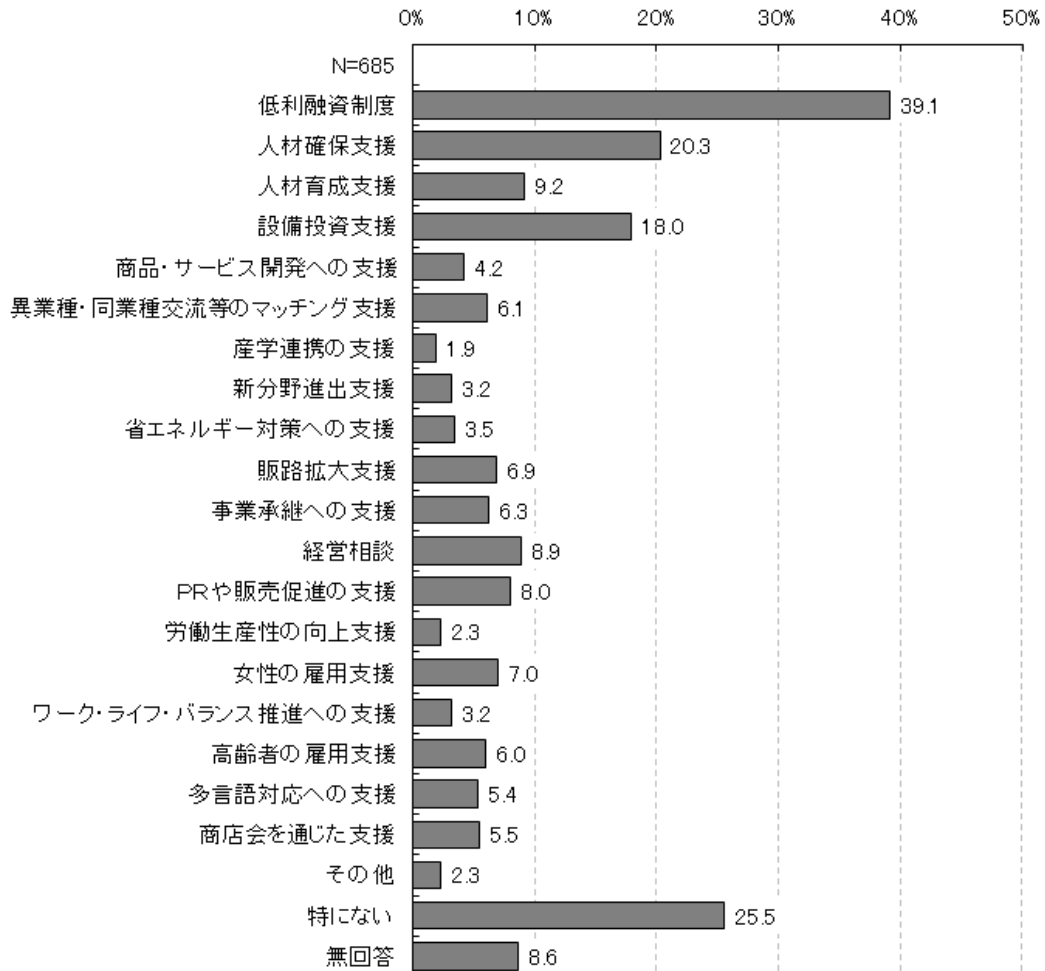
○区を取組を利用したいと考える事業所は53.7%です。

※区を取組を利用したいと考える事業所は、全体から「無回答」(46.3%)を除いて算出しました。



問36 今後、区内で事業を営むにあたって目黒区に望む支援策はありますか。(〇はいくつでも)

○「低利融資制度」が39.1%で最も多く、ついで「特にない」が25.5%、「人材確保支援」が20.3%で続きます。



# 第6章 事業所意識調査結果 分析編

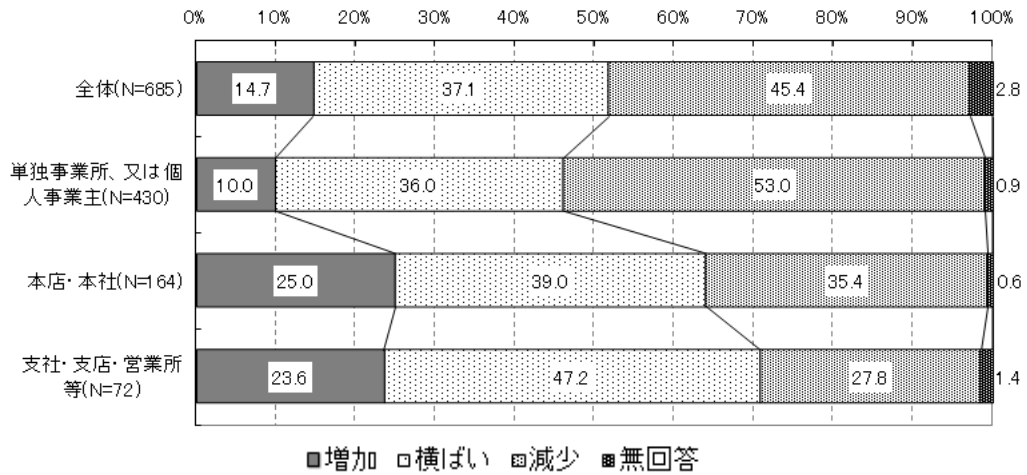
## 1. 事業所区分による分析

事業所の区分(問7)によって分析を行い、区内に拠点を置く単独事業所、又は個人事業主や本店・本社について状況を把握します。

### (1) 経営状況

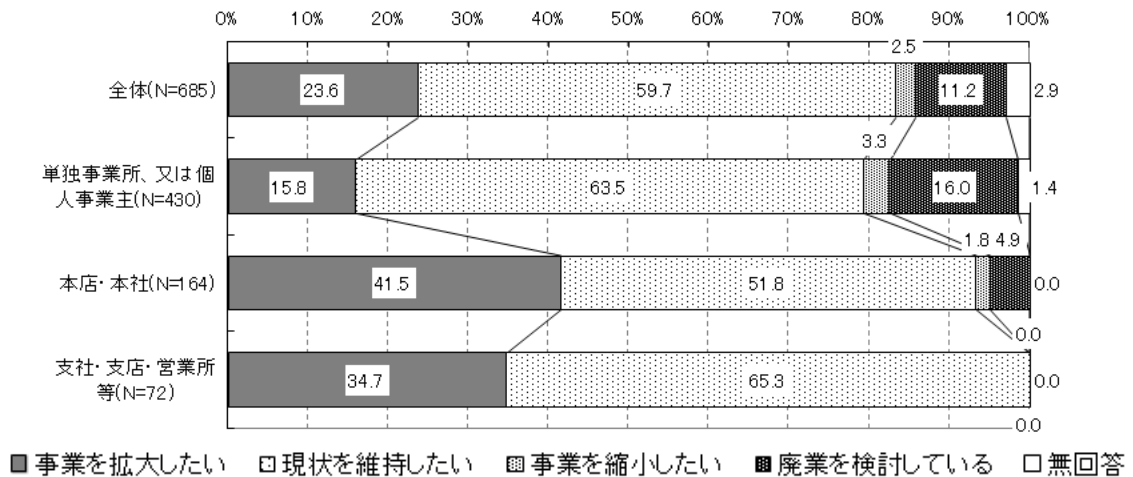
#### 【過去3年間の売上の変化】

- 単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「減少」が53.0%で、全体と比べ「増加」が少なく、「減少」が多くなっています。
- 本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「増加」は全体よりも多く、「減少」は全体よりも少なくなっています。



#### 【今後3年間の事業展開】

- 単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「事業を拡大したい」が15.8%と全体よりも少なく、一方で「廃業を検討している」が16.0%で全体よりも多くなっています。
- 本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では「事業を拡大したい」が41.5%、34.7%と全体よりも多くなっています。

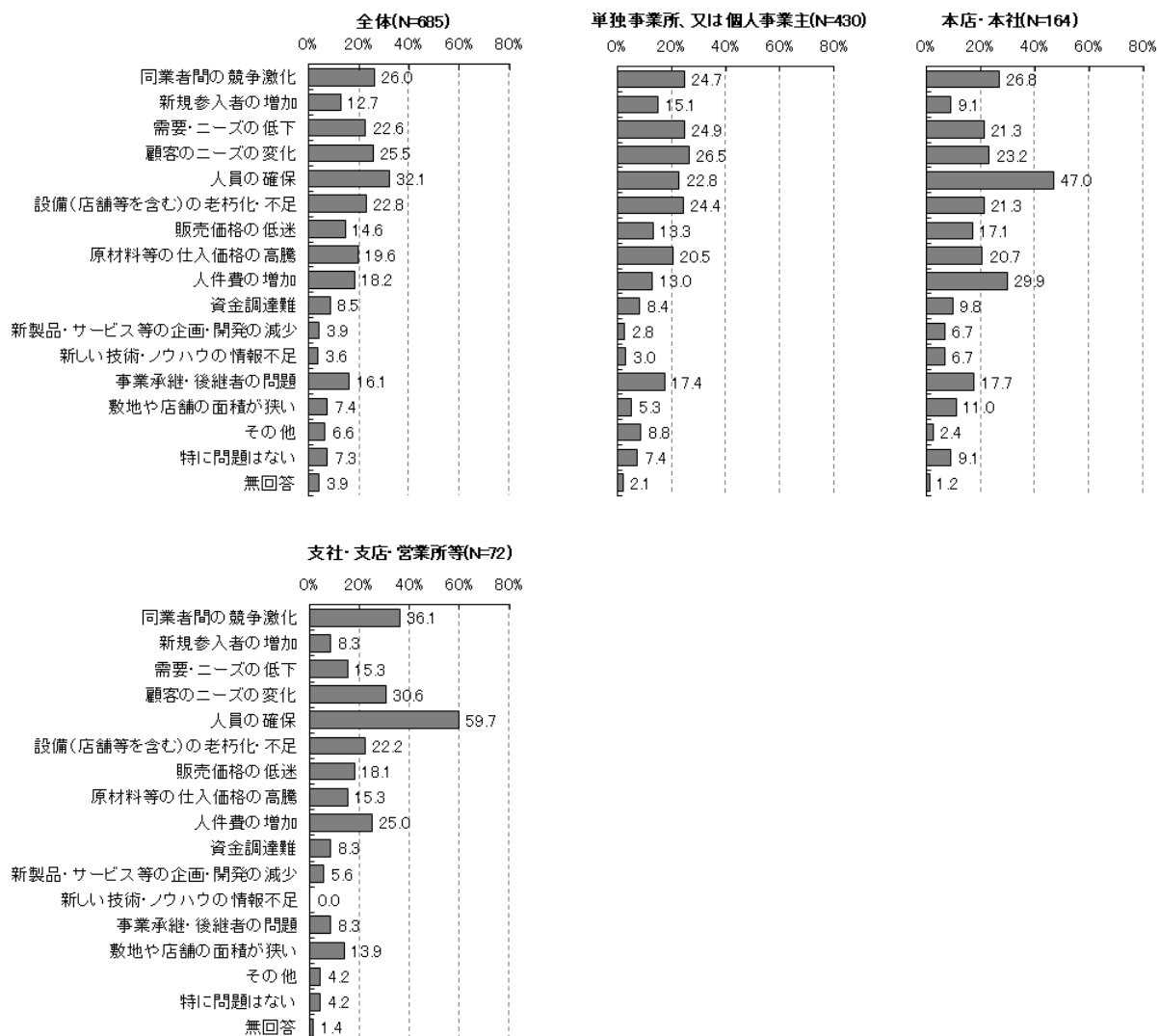


## (2)経営上の課題と対応等

### 【経営上の課題】

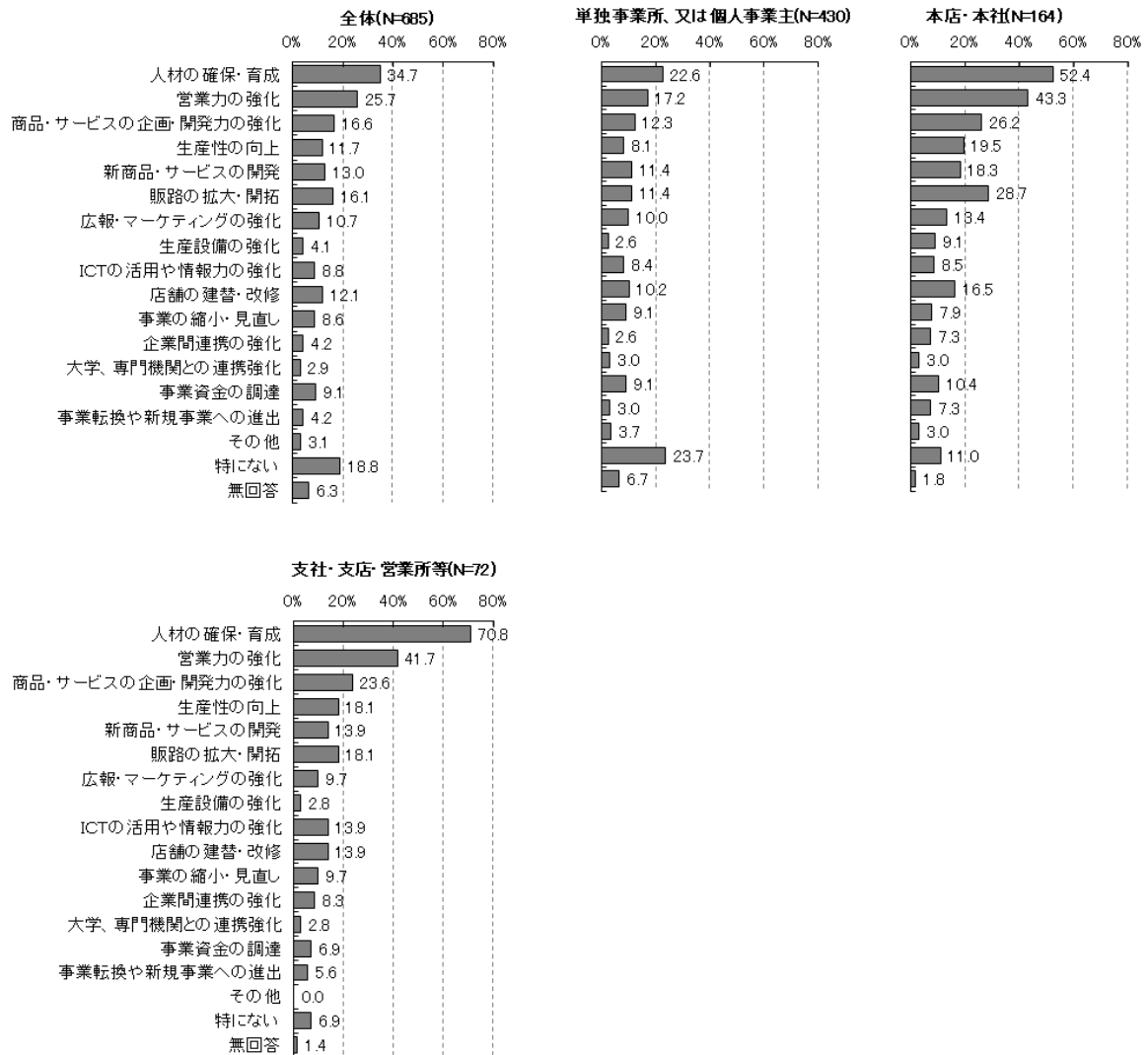
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では「顧客のニーズの変化」が26.5%で最も多く、「需要・ニーズの低下」が24.9%で続きます。

○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「人員の確保」が47.0%、59.7%で最も多くなっています。



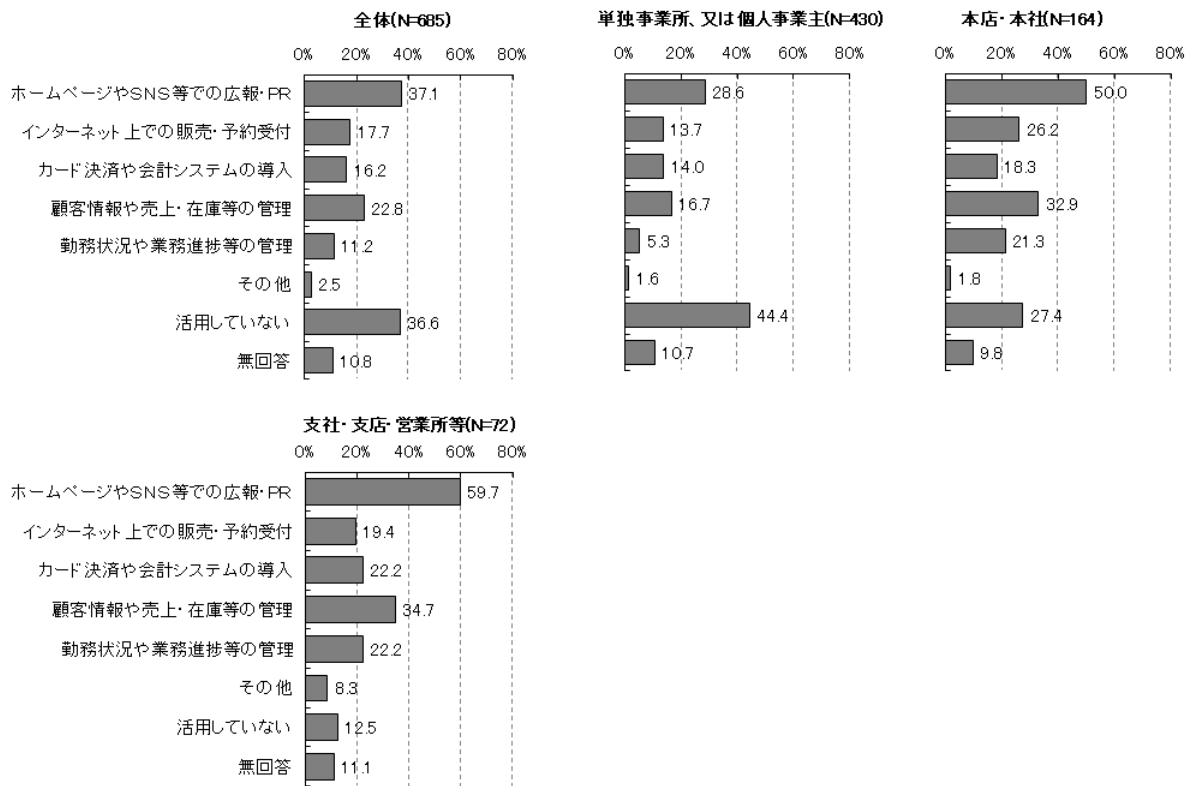
## 【課題への対応】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「特にない」が23.7%で最も多く、「人材の確保・育成」が22.6%で続きます。



## 【ICTの活用】

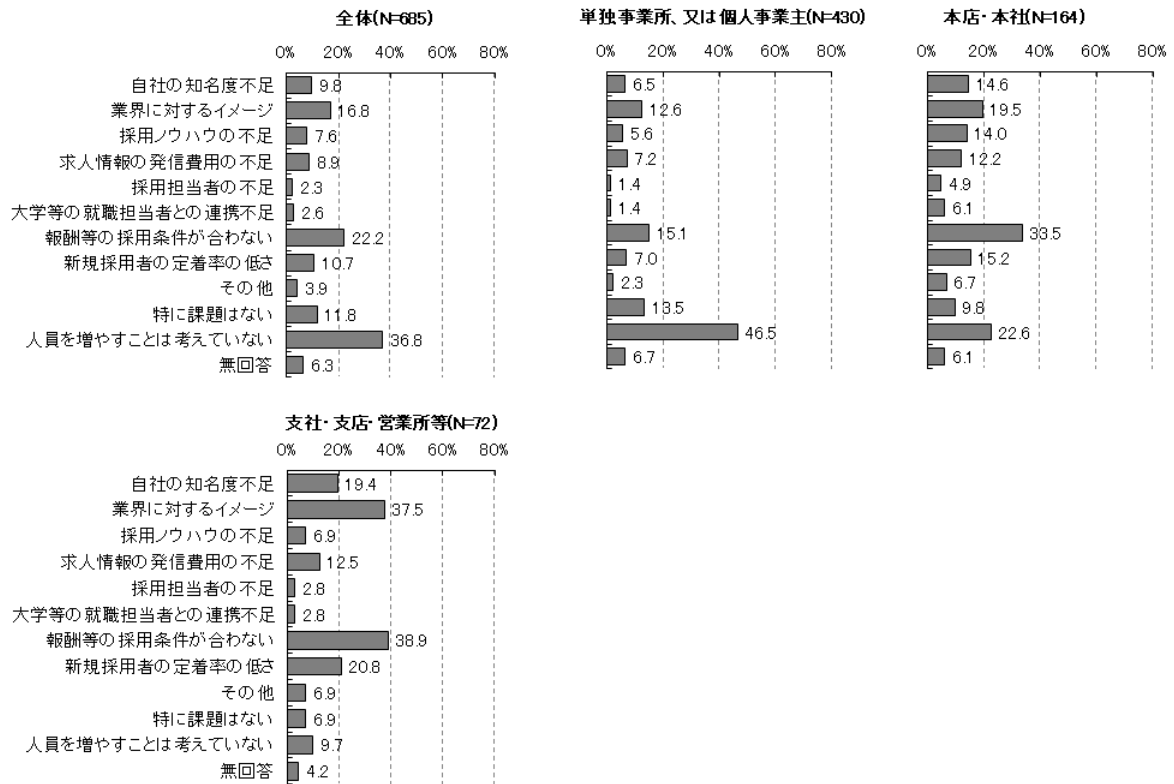
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「活用していない」が44.4%と最も多くなっています。



## 【人材確保における課題】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「人員を増やすことは考えていない」が46.5%で最も多くなっています。

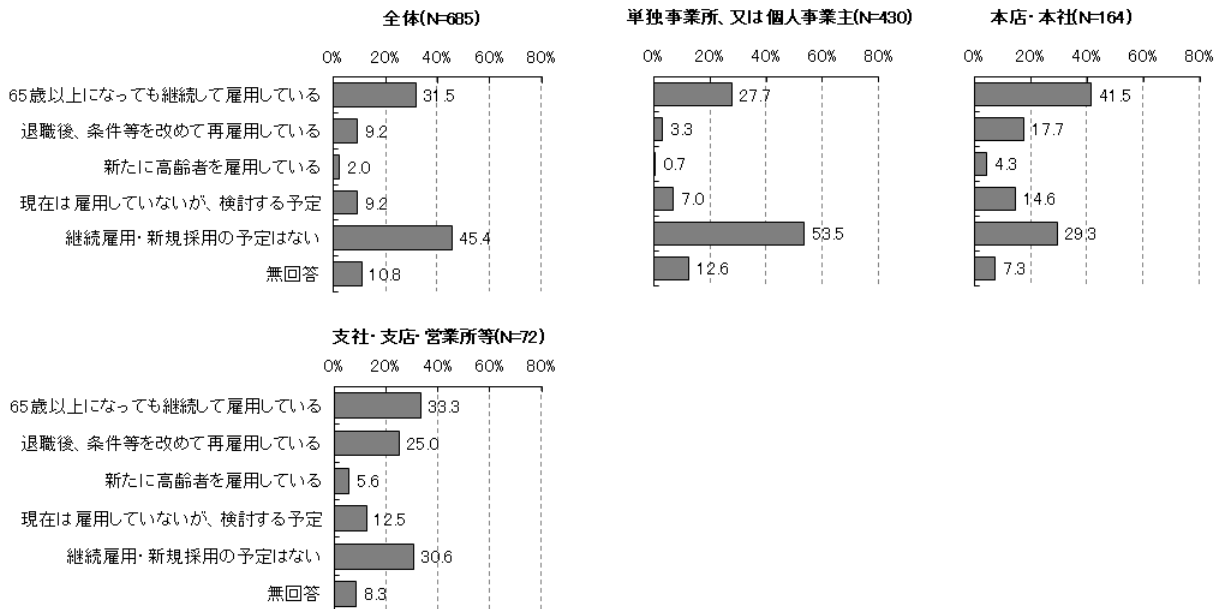
○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「報酬等の採用条件が合わない」が33.5%、38.9%で最も多くなっています。



## 【65歳以上の雇用状況】

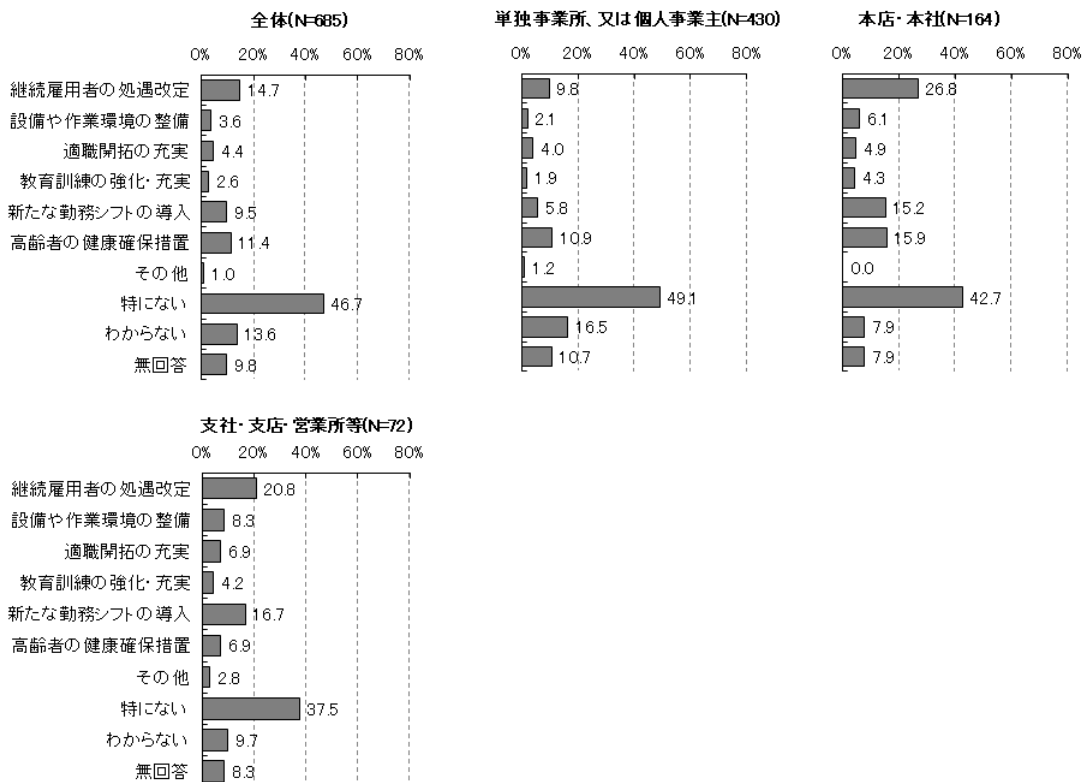
○単独事業所、又は個人事業主(430社)では「継続雇用・新規採用の予定はない」が53.5%で最も多くなっています。

○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「65歳以上になっても継続して雇用している」が41.5%、33.3%で最も多くなっています。



## 【65歳以上の雇用のための取組】

○事業所の区分にかかわらず「特になし」が最も多くなっています。

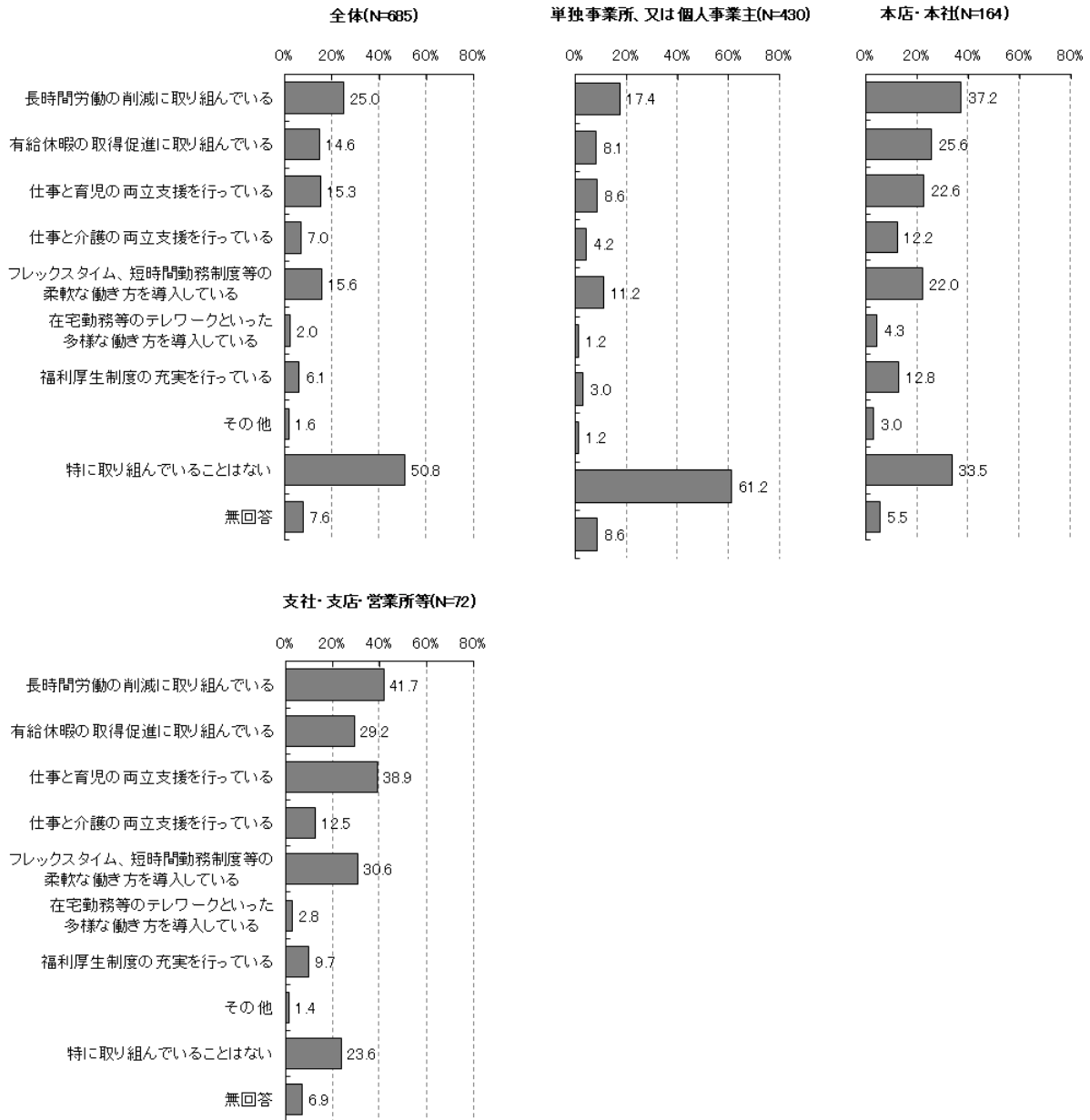




## 【ワーク・ライフ・バランスのための取組】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では「特に取り組んでいることはない」が61.2%で最も多く、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は30.2%となっています。

○本店・本社(164社)と支社・支店・営業所等(72社)では、「長時間労働の削減に取り組んでいる」が最も多く、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所が61.0%、69.5%となっています。

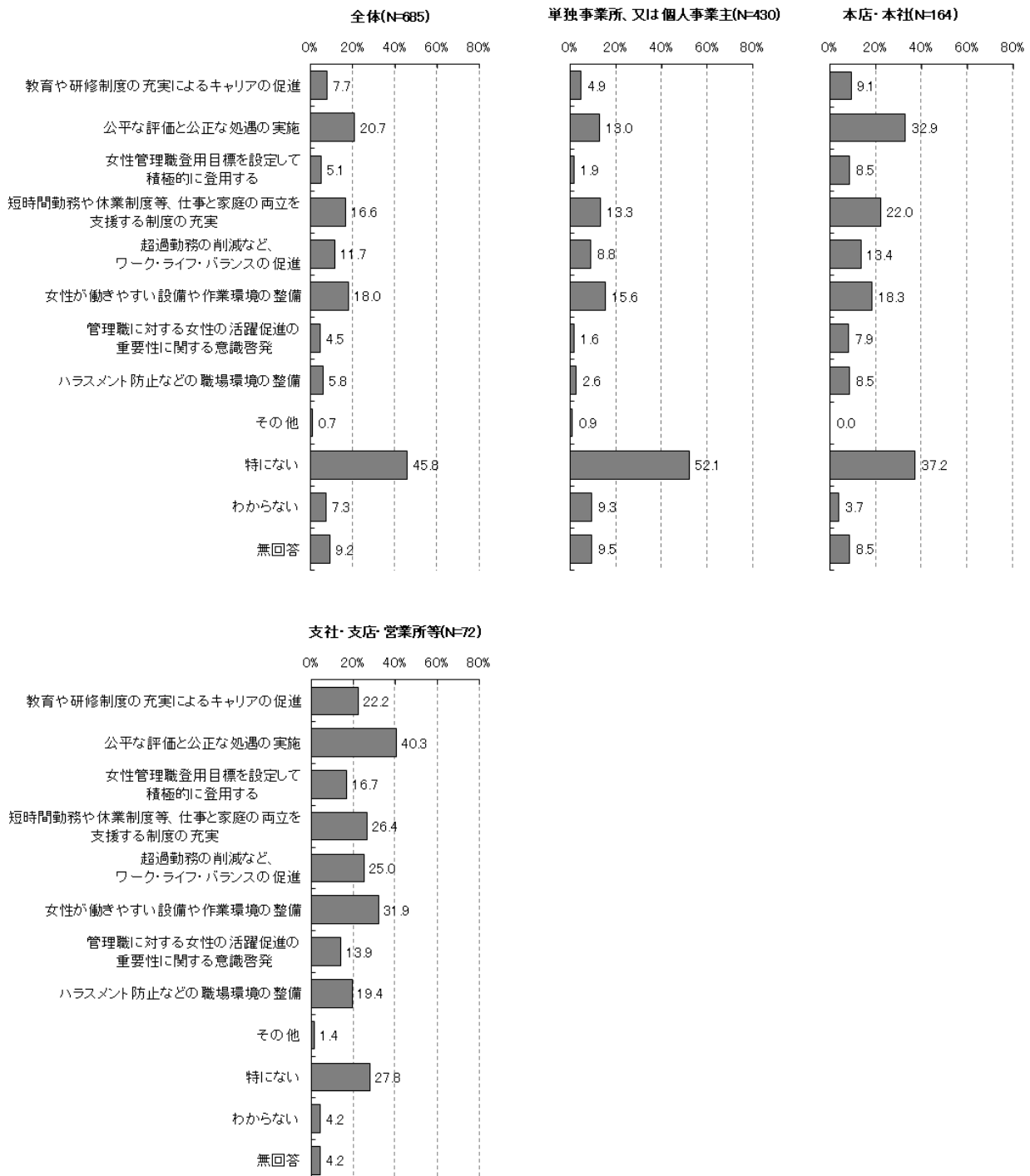


※ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は、「特に取り組んでいることはない」、「無回答」を除いて算出しました。

## 【女性の雇用促進のための取組】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)と本店・本社(164社)では「特にない」が52.1%、37.2%で最も多くなっています。

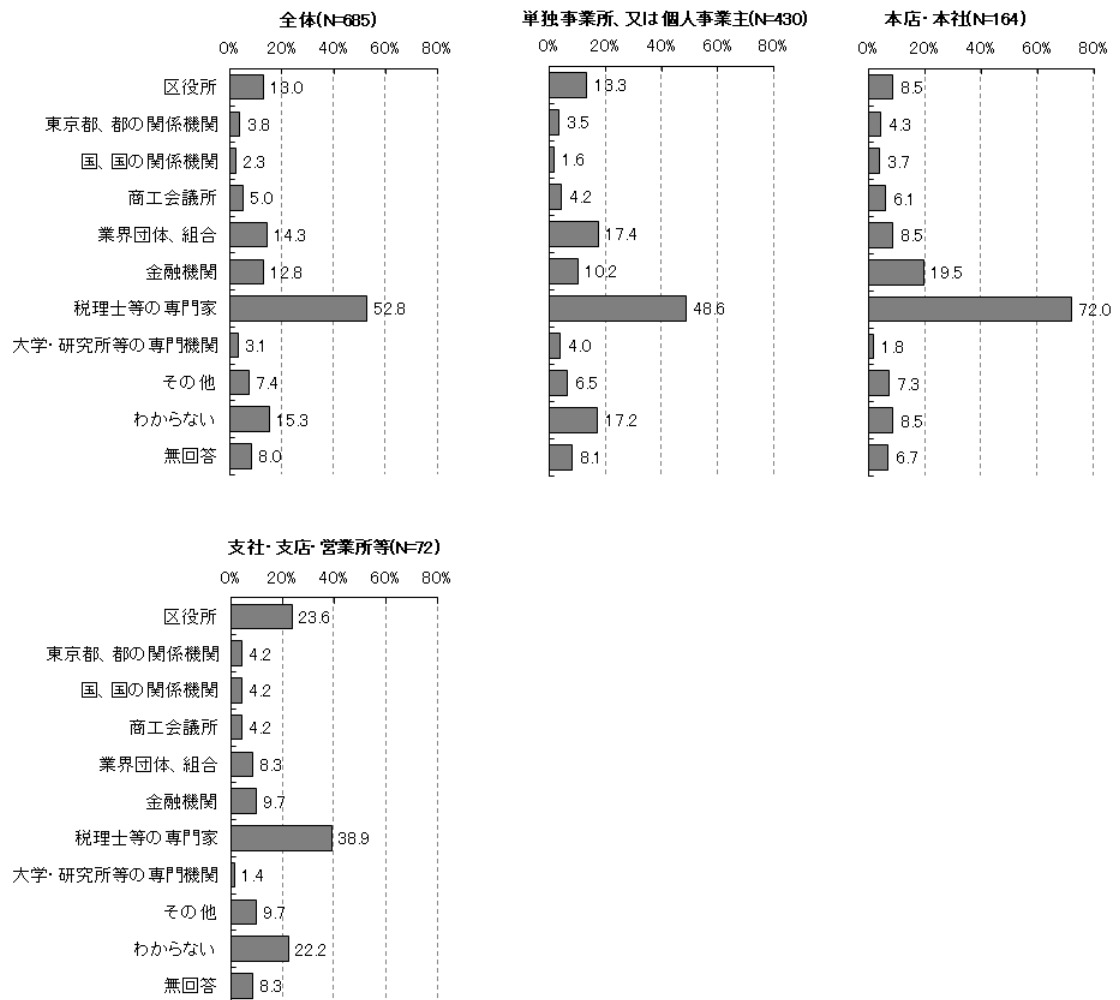
○支社・支店・営業所等(72社)では「公平な評価と公正な処遇の実施」が40.3%で最も多くなっています。



### (3)区による産業振興や支援に関する施策について

#### 【相談先】

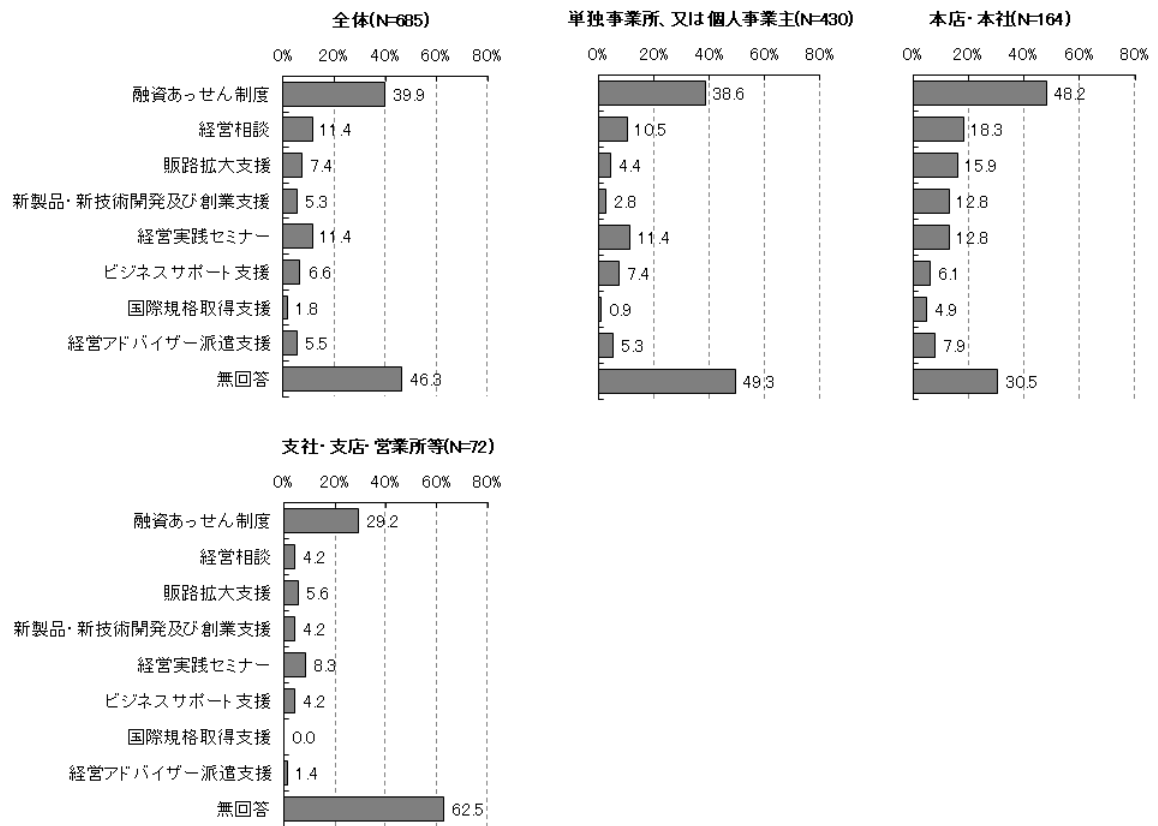
○事業所の区分にかかわらず、「税理士等の専門家」が最も多くなっています。支社・支店・営業所等(72社)では、「区役所」が23.6%で2番目に多くなっています。



## 【利用したい区の取組】

○本店・本社(164社)では、「融資あっせん制度」が48.2%で最も多くなっています。

○事業所区分にかかわらず、「無回答」が多くなっています。



### 【区に望む支援策】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)と本店・本社(164社)では「低利融資制度」が39.1%、47.0%で最も多くなっています。

○支社・支店・営業所等(72社)では「人材確保支援」が38.9%で最も多くなっています。

	合計	低利融資制度	人材確保支援	人材育成支援	設備投資支援	商品・サービス開発への支援	異業種・同業種交流等のマッチング支援	産学連携の支援	新分野進出支援
全体	(N=685)	39.1	20.3	9.2	18.0	4.2	6.1	1.9	3.2
単独事業所、又は個人事業主	(N=430)	39.1	12.3	5.1	15.8	3.0	4.9	1.6	2.1
本店・本社	(N=164)	47.0	34.8	15.9	26.2	7.9	8.5	1.8	6.7
支社・支店・営業所等	(N=72)	26.4	38.9	20.8	15.9	4.2	8.3	4.2	2.8
無回答	(N=19)	21.1	5.3	0.0	5.3	0.0	5.3	0.0	0.0

	合計	省エネルギー対策への支援	販路拡大支援	事業承継への支援	経営相談	PRや販売促進の支援	労働生産性の向上支援	女性の雇用支援	ワークライフバランス推進への支援
全体	(N=685)	3.5	6.9	6.3	8.9	8.0	2.3	7.0	3.2
単独事業所、又は個人事業主	(N=430)	3.5	4.7	6.7	9.3	8.1	1.4	6.5	3.0
本店・本社	(N=164)	3.0	11.6	6.7	10.4	7.9	4.9	6.1	3.0
支社・支店・営業所等	(N=72)	4.2	11.1	2.8	4.2	9.7	2.8	13.9	5.6
無回答	(N=19)	5.3	0.0	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	0.0

	合計	高齢者の雇用支援	多言語対応への支援	商店会を通じた支援	その他	特にない	無回答
全体	(N=685)	6.0	5.4	5.5	2.3	25.5	8.6
単独事業所、又は個人事業主	(N=430)	4.9	6.3	7.0	2.8	28.8	8.4
本店・本社	(N=164)	7.3	2.4	1.8	1.2	17.1	8.5
支社・支店・営業所等	(N=72)	9.7	8.3	6.9	1.4	20.8	8.3
無回答	(N=19)	5.3	0.0	0.0	5.3	42.1	15.8

## 2. 事業所の企業規模による分析

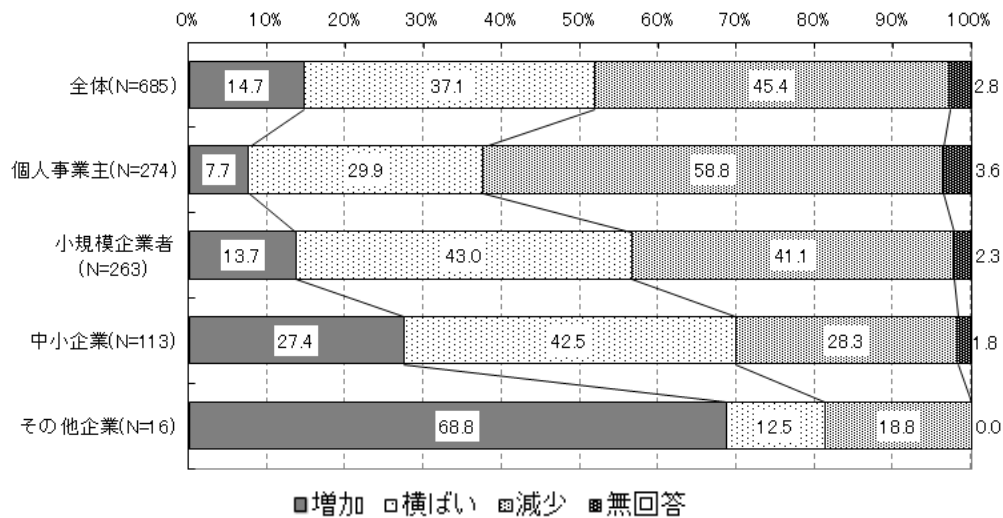
業種(問2)、従業員規模(問3)、資本金(問4)にもとづき、企業の規模によって分析を行い、小規模企業者と中小企業の状況を把握します。

### (1) 経営状況

#### 【過去3年間の売上の変化】

○個人事業主(274社)では、「減少」が58.8%と最も多くなっています。

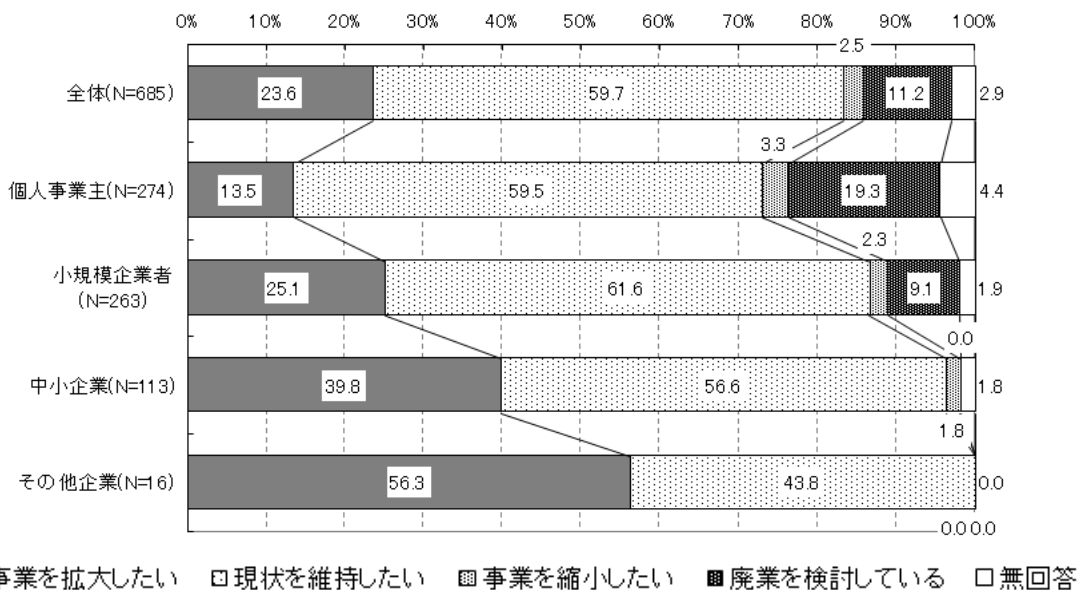
○小規模企業者(263社)、中小企業(113社)では「横ばい」が43.0%、42.5%で最も多く、その他企業(16社)では「増加」が68.8%で最も多くなっており、事業所規模が小さくなるほど、売上が伸びていないことが見て取れます。



#### 【今後3年間の事業展開】

○その他企業(16社)を除くと、「現状を維持したい」が最も多くなっています。

○その他企業では「事業を拡大したい」が56.3%で最も多くなっています。

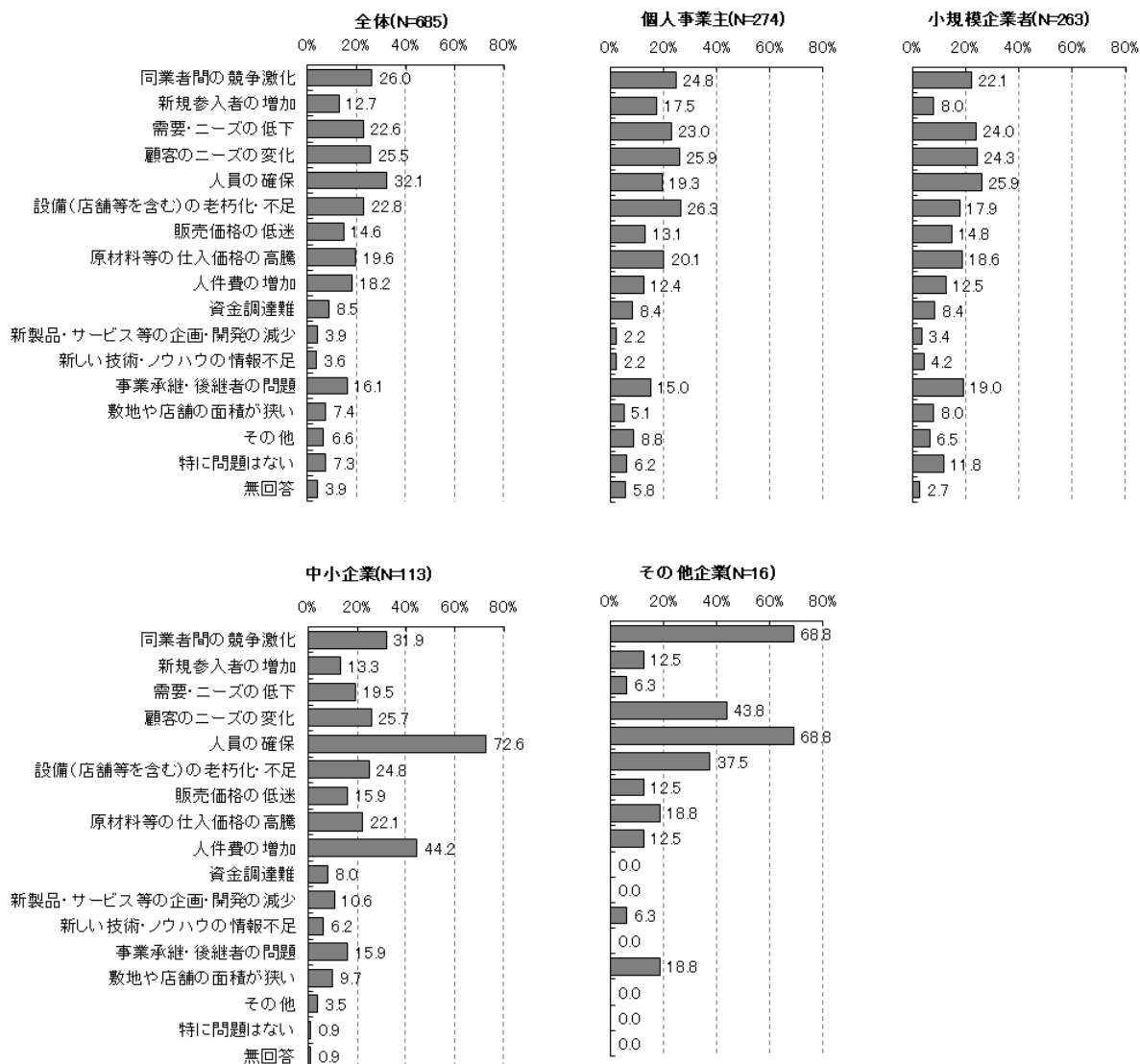


## (2)経営上の課題と対応等

### 【経営上の課題】

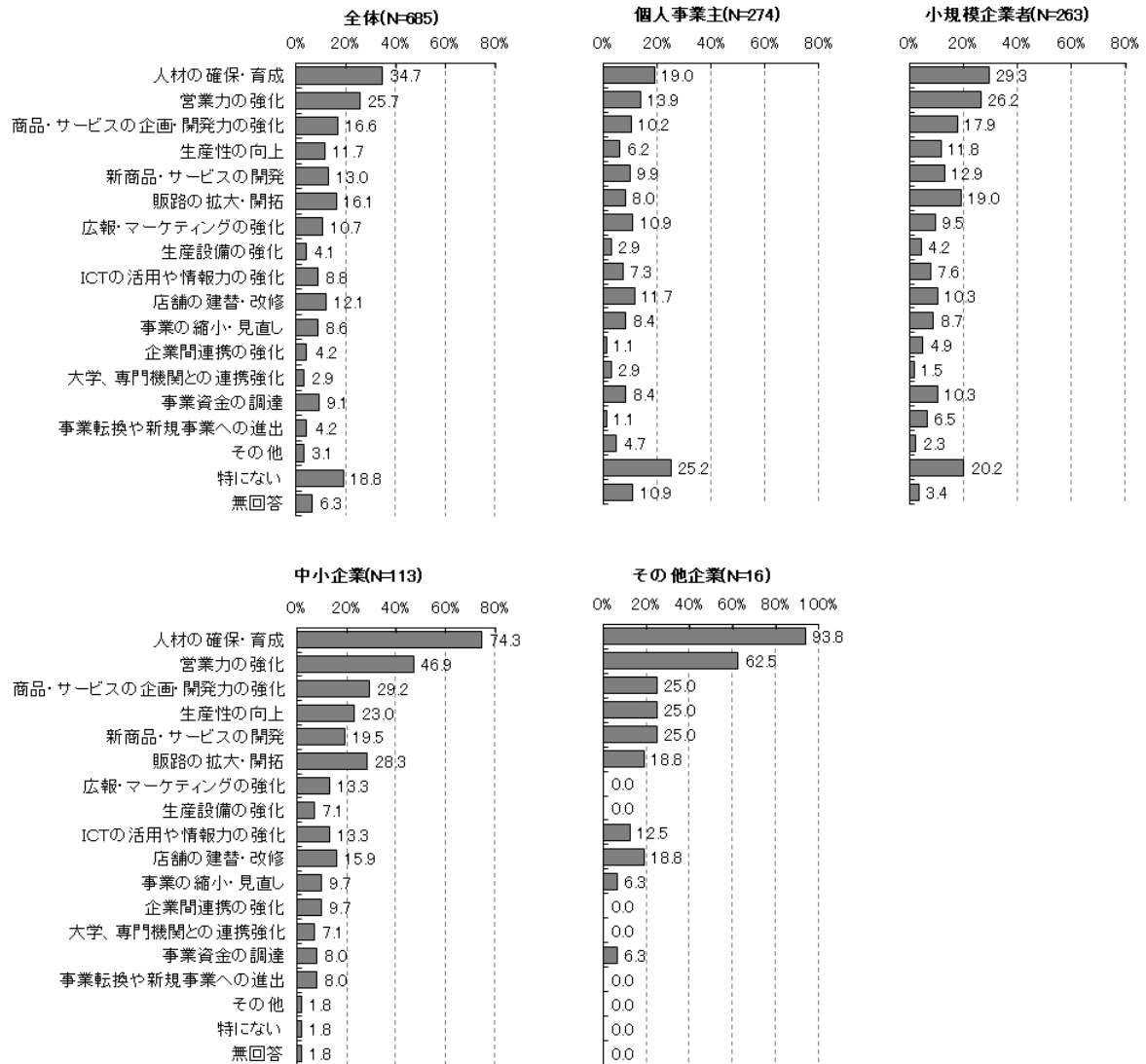
○個人事業主(274社)では、「設備(店舗等を含む)の老朽化・不足」が26.3%で最も多くなっています。

○その他企業(16社)では、「同業者間の競争激化」が、「人員の確保」と同じく68.8%で最も多くなっています。



## 【課題への対応】

○個人事業主(274社)では、「特にない」が25.2%で最も多くなっています。

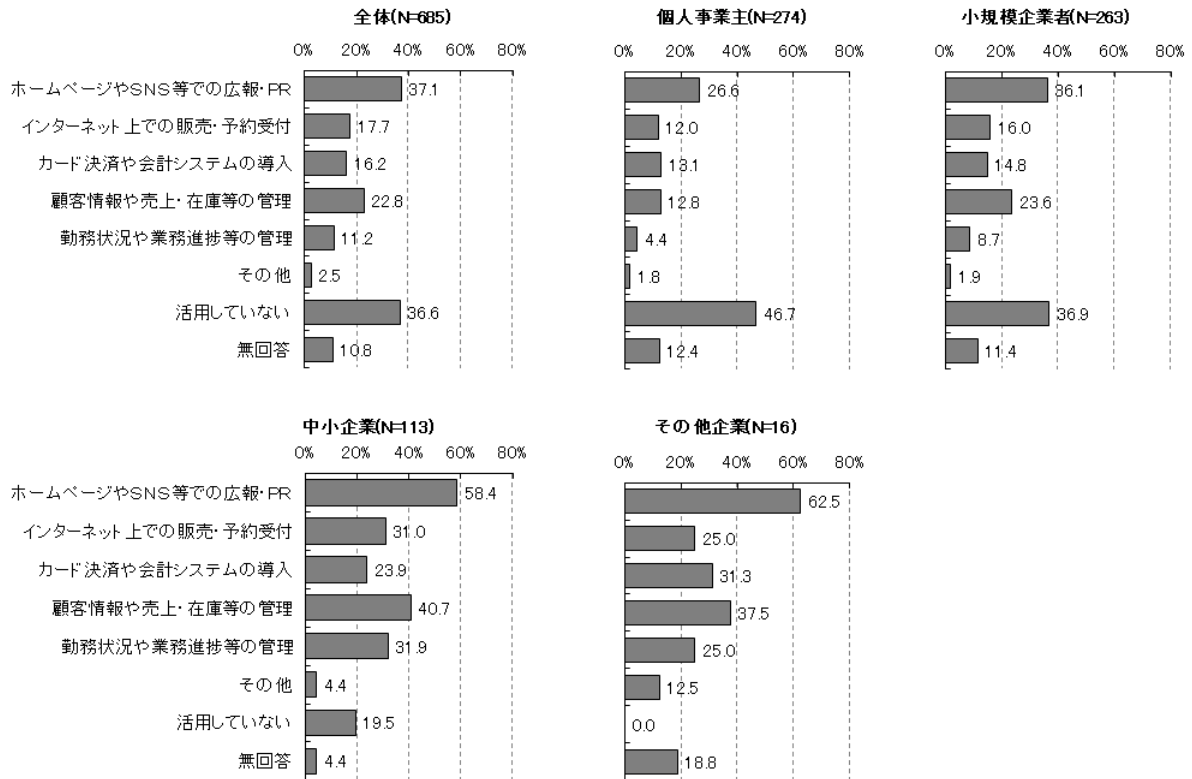




## 【ICTの活用】

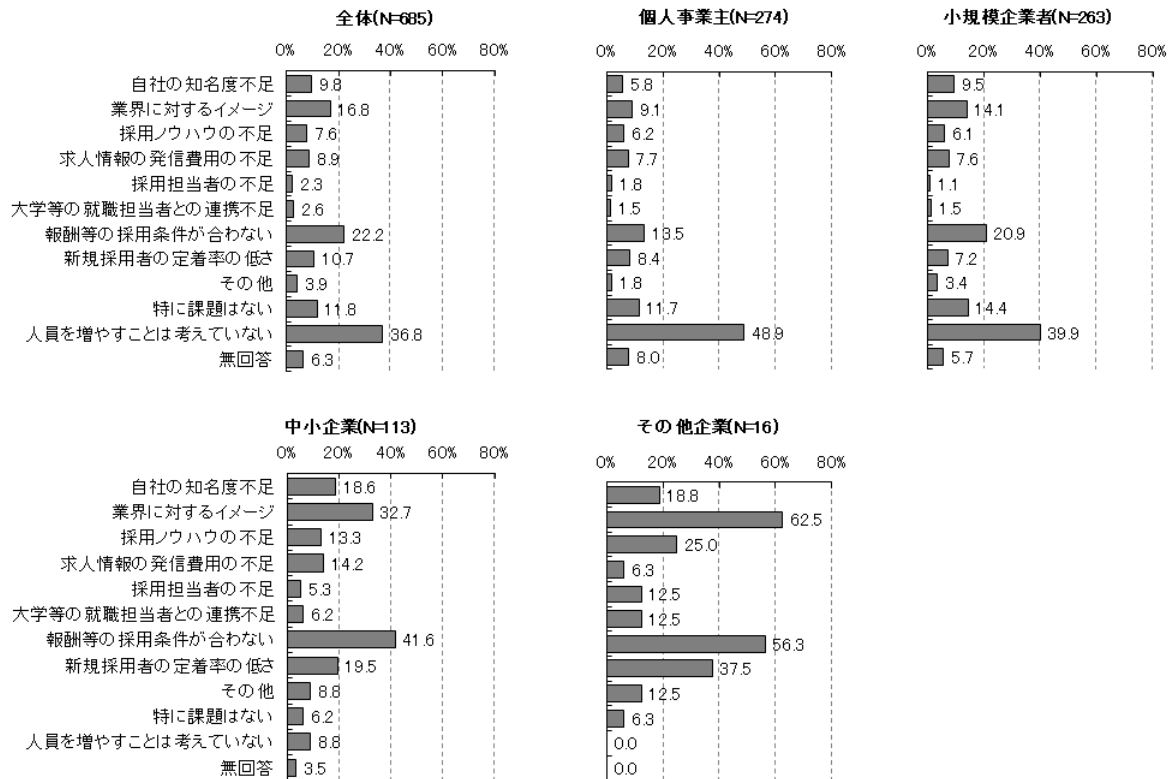
○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「活用していない」が46.7%、36.9%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、多くの企業がICTを利用しています。



## 【人材確保における課題】

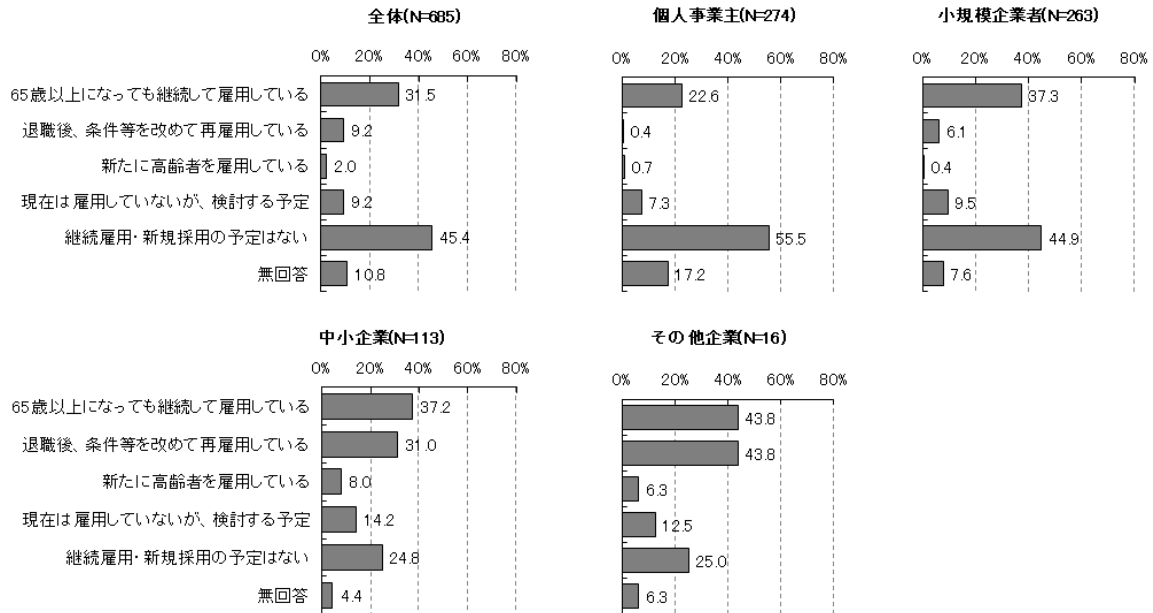
○個人事業主(274人)と小規模企業者(263人)では、「人員を増やすことは考えていない」が48.9%、39.9%で最も多くなっています。



## 【65歳以上の雇用状況】

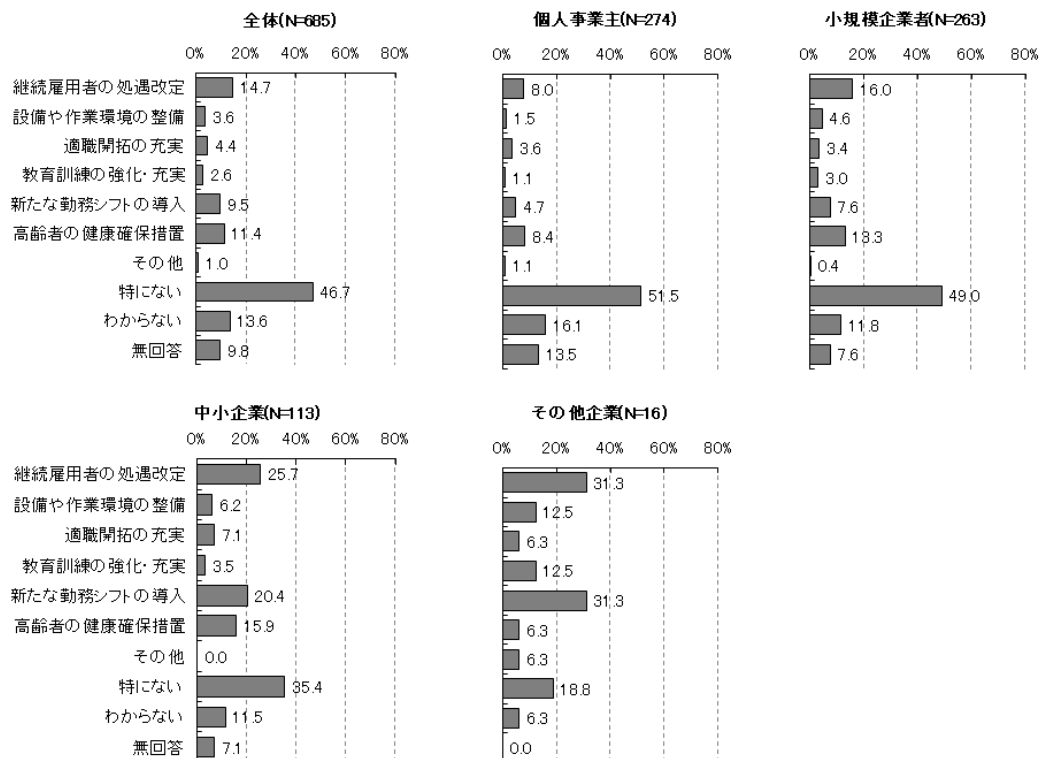
○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「継続雇用・新規採用の予定はない」が55.5%、44.9%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、「65歳以上になっても継続して雇用している」が37.2%、43.8%で最も多くなっています。(その他企業では「退職後、条件等を改めて再雇用している」も43.8%で最も多くなっています。)



## 【65歳以上の雇用のための取組】

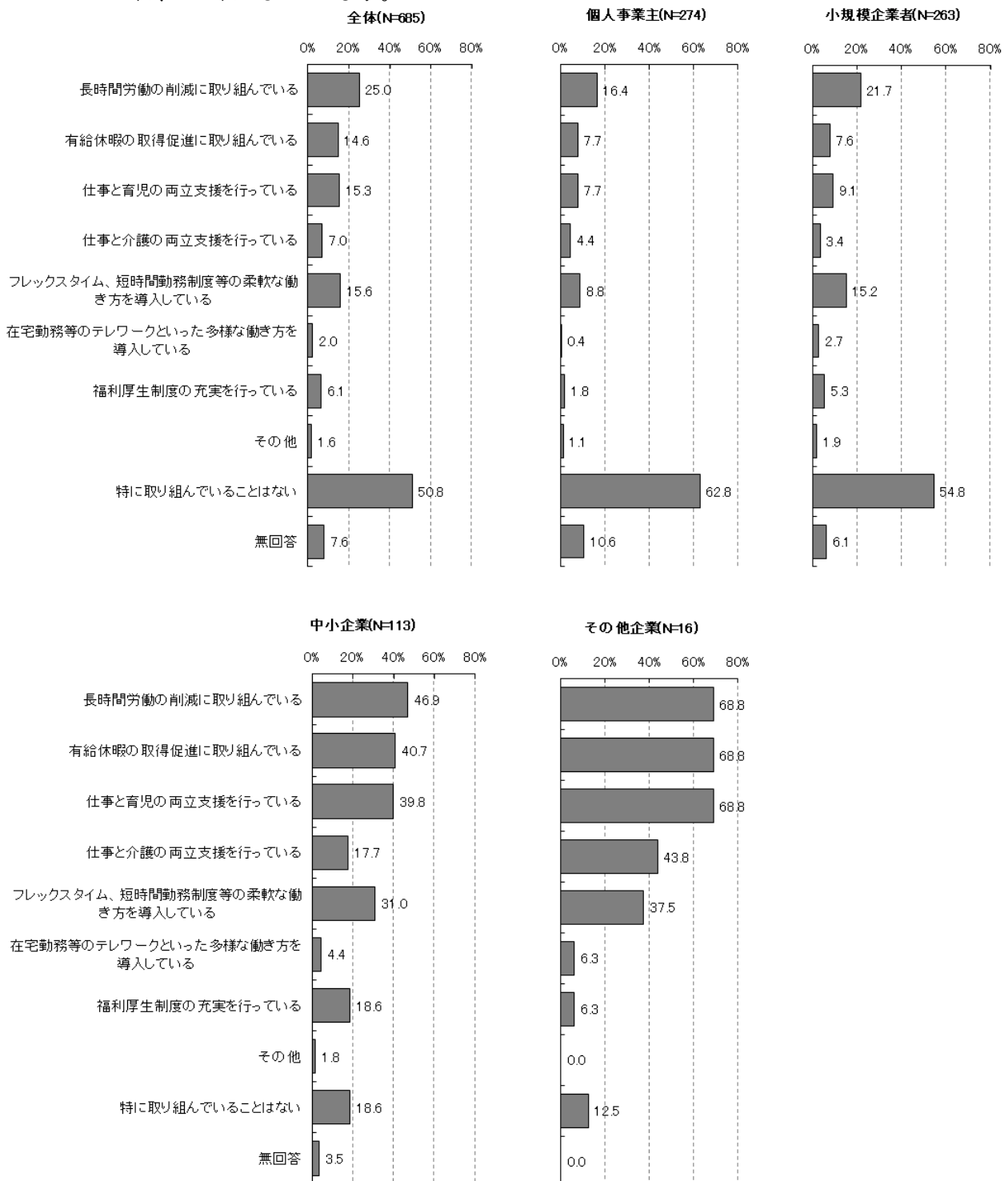
○その他企業(16社)を除き、いずれの事業所も「特になし」が最も多くなっています。



## 【ワーク・ライフ・バランスのための取組】

○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)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。一方、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は26.6%、39.1%となっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は77.9%、87.5%となっています。

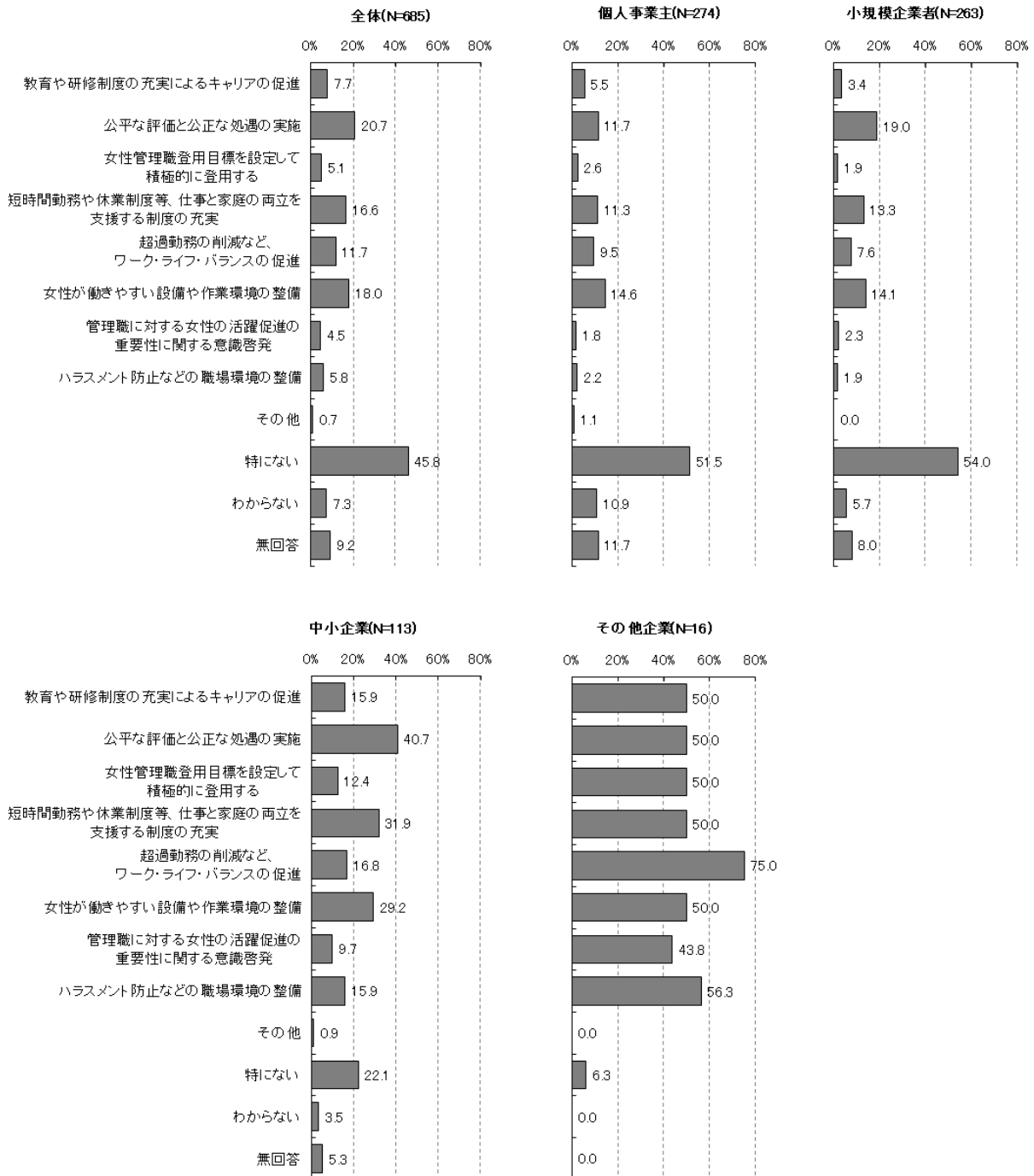


※ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は、「特に取り組んでいることはない」、「無回答」を除いて算出しました。

## 【女性の雇用促進のための取組】

○個人事業主(274社)と小規模事業主(263社)では「特にない」が51.5%、54.0%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)では「公平な評価と公正な処遇の実施」が40.7%で最も多く、その他企業(16社)では「超過勤務の削減など、ワーク・ライフ・バランスの促進」が75.0%で最も多くなっています。

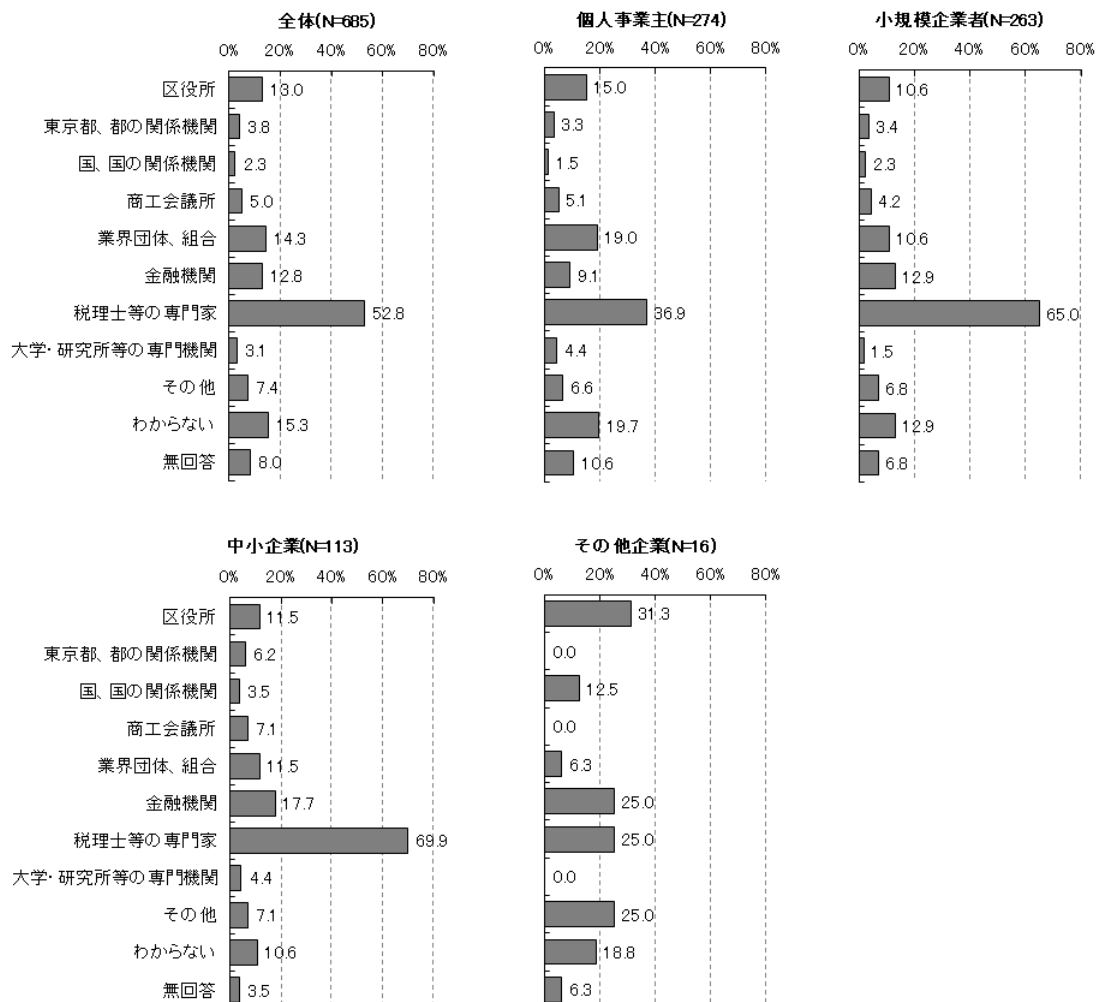


### (3)区による産業振興や支援に関する施策について

#### 【相談先】

○その他企業(16社)を除き、「税理士等の専門家」が最も多くなっており、個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「わからない」が19.7%、12.9%で2番目に多くなっています。

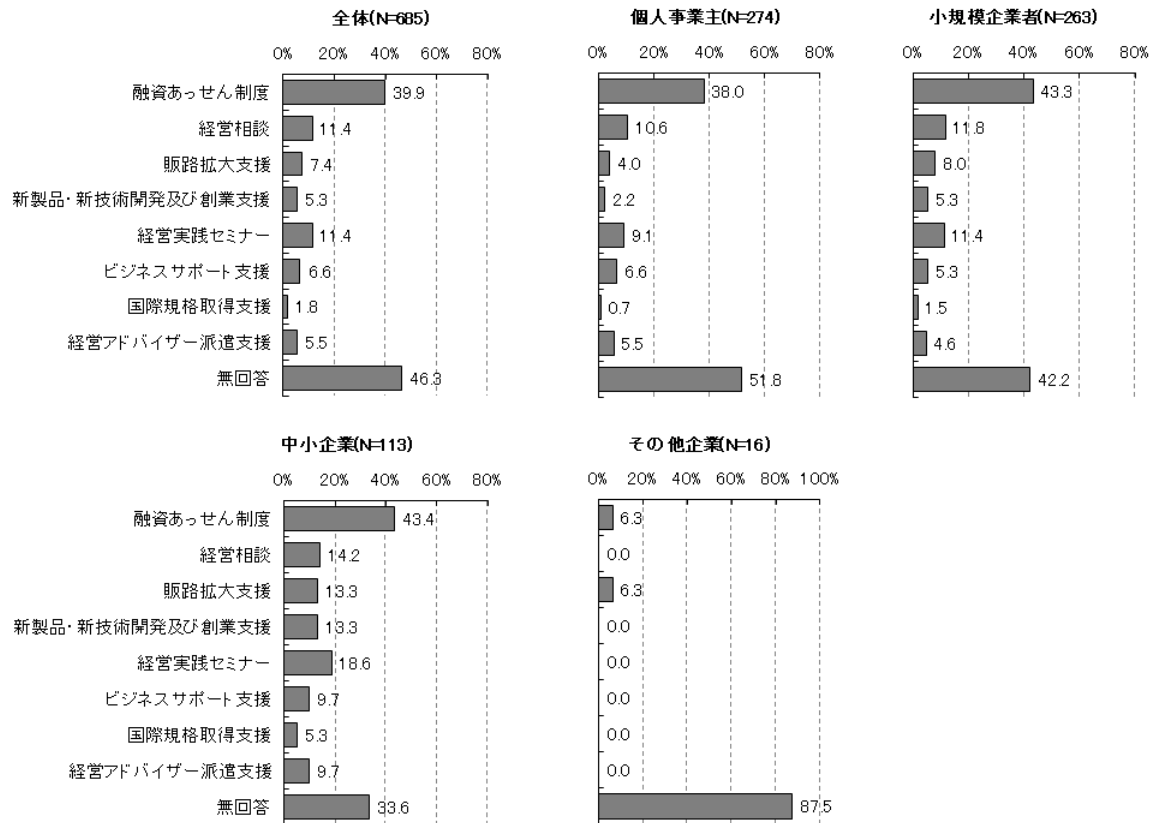
○その他企業では、「区役所」が31.3%で最も多くなっています。



## 【利用したい区の取組】

○小規模企業者(263社)と中小企業(113社)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。

○企業規模にかかわらず、「無回答」が多くなっています。



### 【区に望む支援策】

○個人事業主(274社)と小規模企業者(263社)では、「低利融資制度」が37.2%、44.1%で最も多くなっています。

○中小企業(113社)とその他企業(16社)では、「人材確保支援」が46.0%、56.3%で最も多くなっています。

	合計	低利融資制度	人材確保支援	人材育成支援	設備投資支援	商品・サービス開発への支援	異業種・同業種交流等のマッチング支援	産学連携の支援	新分野進出支援
全体	(N=685)	39.1	20.8	9.2	18.0	4.2	6.1	1.9	3.2
個人事業主	(N=274)	37.2	11.3	4.4	18.6	2.6	4.4	1.1	1.1
小規模企業者	(N=263)	44.1	16.0	7.6	14.8	3.4	6.8	2.7	5.3
中小企業	(N=113)	38.9	46.0	23.0	22.1	9.7	8.0	0.9	3.5
その他企業	(N=16)	6.3	56.3	18.8	18.8	0.0	6.3	0.0	0.0
無回答	(N=19)	26.3	26.3	10.5	26.3	10.5	10.5	10.5	5.3

	合計	省エネルギー対策への支援	販路拡大支援	事業承継への支援	経営相談	PRや販売促進の支援	労働生産性の向上支援	女性の雇用支援	ワークライフバランス推進への支援
全体	(N=685)	3.5	6.9	6.3	8.9	8.0	2.3	7.0	3.2
個人事業主	(N=274)	3.6	3.6	6.6	10.6	7.3	1.1	6.9	3.6
小規模企業者	(N=263)	2.7	7.2	6.8	6.8	7.2	1.9	4.6	1.1
中小企業	(N=113)	5.3	10.6	6.2	10.6	10.6	5.3	13.3	5.3
その他企業	(N=16)	6.3	18.8	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5
無回答	(N=19)	0.0	15.8	0.0	10.5	21.1	0.0	10.5	5.3

	合計	高齢者の雇用支援	多言語対応への支援	商店会を通じた支援	その他	特になし	無回答
全体	(N=685)	6.0	5.4	5.5	2.3	25.5	8.6
個人事業主	(N=274)	5.8	8.0	9.5	2.9	29.6	8.0
小規模企業者	(N=263)	5.7	2.7	2.7	1.9	26.2	9.1
中小企業	(N=113)	7.1	5.3	2.7	1.8	16.8	7.1
その他企業	(N=16)	6.3	6.3	12.5	6.3	18.8	6.3
無回答	(N=19)	5.3	5.3	0.0	0.0	15.8	21.1



### 3. 業種(製造業、商業)による分析

業種にもとづき、製造業、商業・サービス業、その他に分類して分析を行い、製造業と商業・サービス業それぞれにおける課題や必要とされる支援を把握するとともに、商業・サービス業においては商店会への加盟状況等についても把握します。

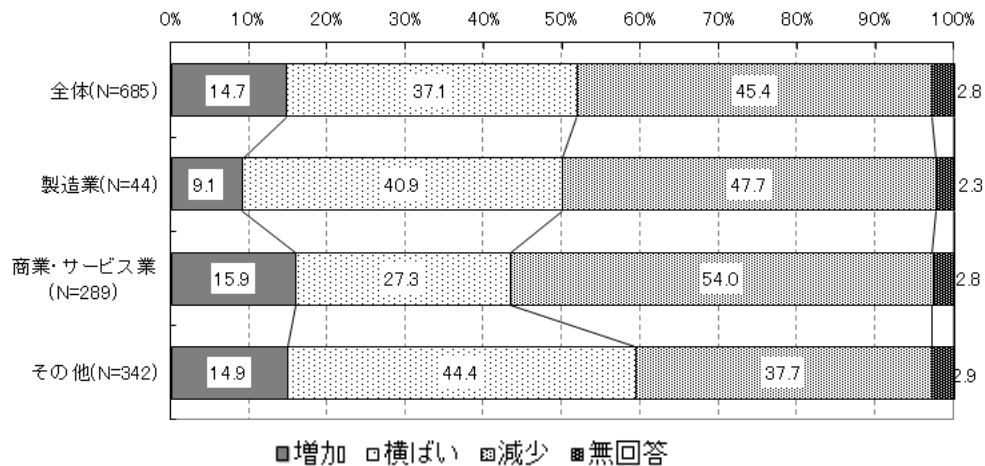
なお、ここでいう商業・サービス業は、問2にて、卸売業、小売業(食品小売を含む)、飲食店(移動販売、宅配を含む)、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業と回答した事業所です。

#### (1) 経営状況

##### 【過去3年間の売上の変化】

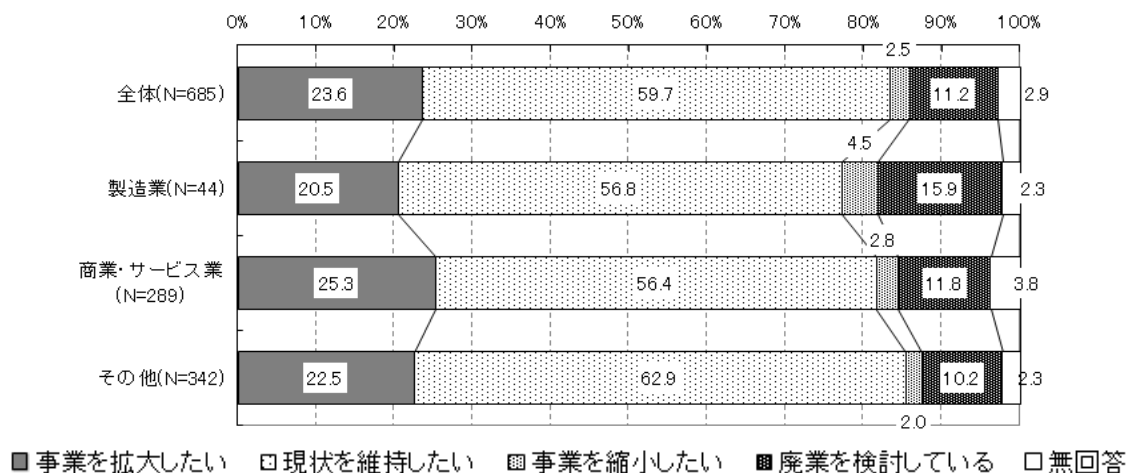
○製造業(44社)、商業・サービス業(289社)ともに、売上の変化では「減少」が47.7%、54.0%で最も多くなっています。

○商業・サービス業(289社)では、製造業に比べて売上が増加している事業所が多くなっています。



##### 【今後3年間の事業展開】

○製造業(44社)、商業・サービス業(289社)ともに、「現状を維持したい」が56.8%、56.4%で最も多くなっています。

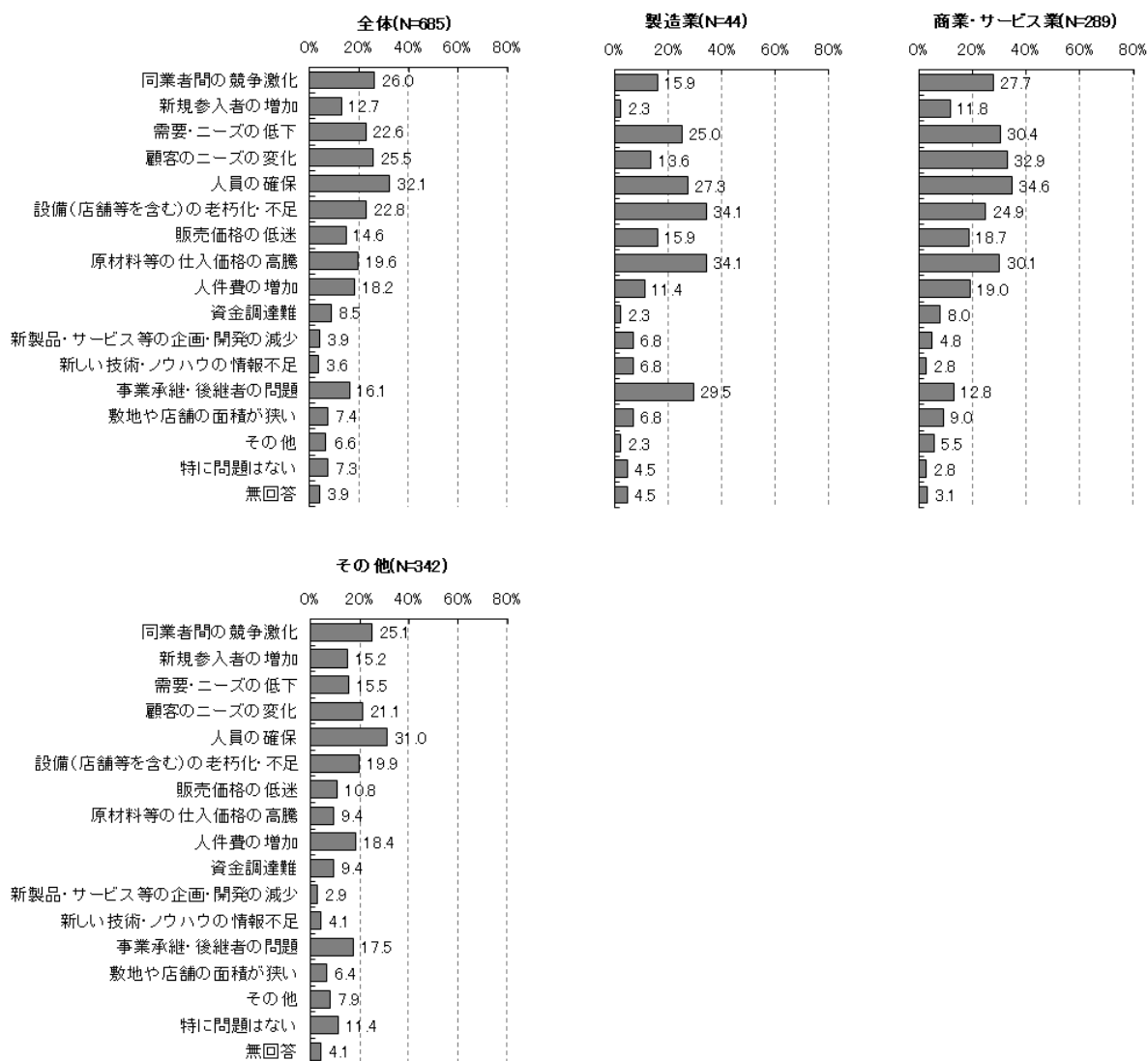


## (2)経営上の課題と対応

### 【経営上の課題】

○製造業(44社)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。

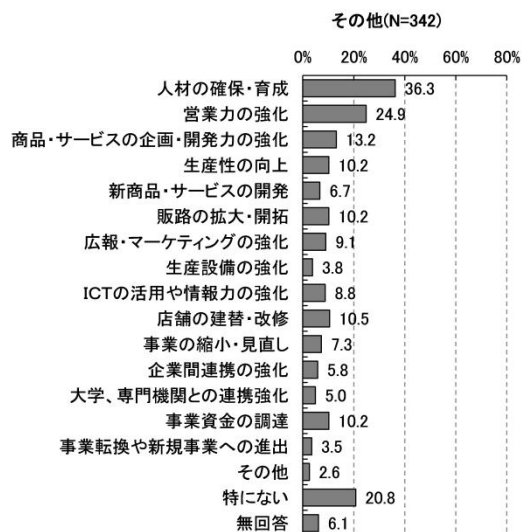
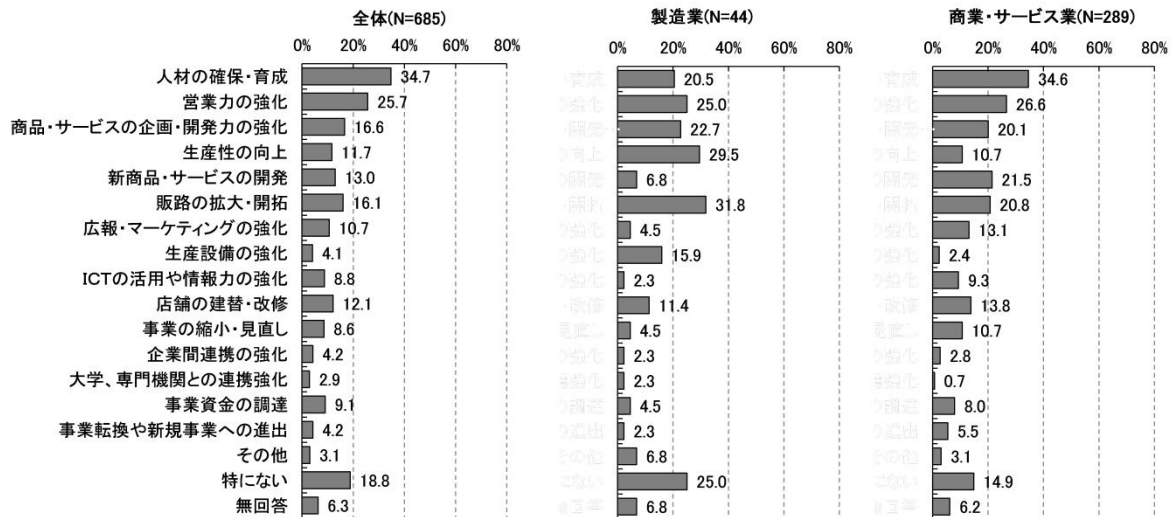
○商業・サービス業(289社)では、「人員の確保」が34.6%で最も多く、ついで「顧客のニーズの低下」が32.9%で続きます。



## 【課題への対応】

○製造業(44社)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。

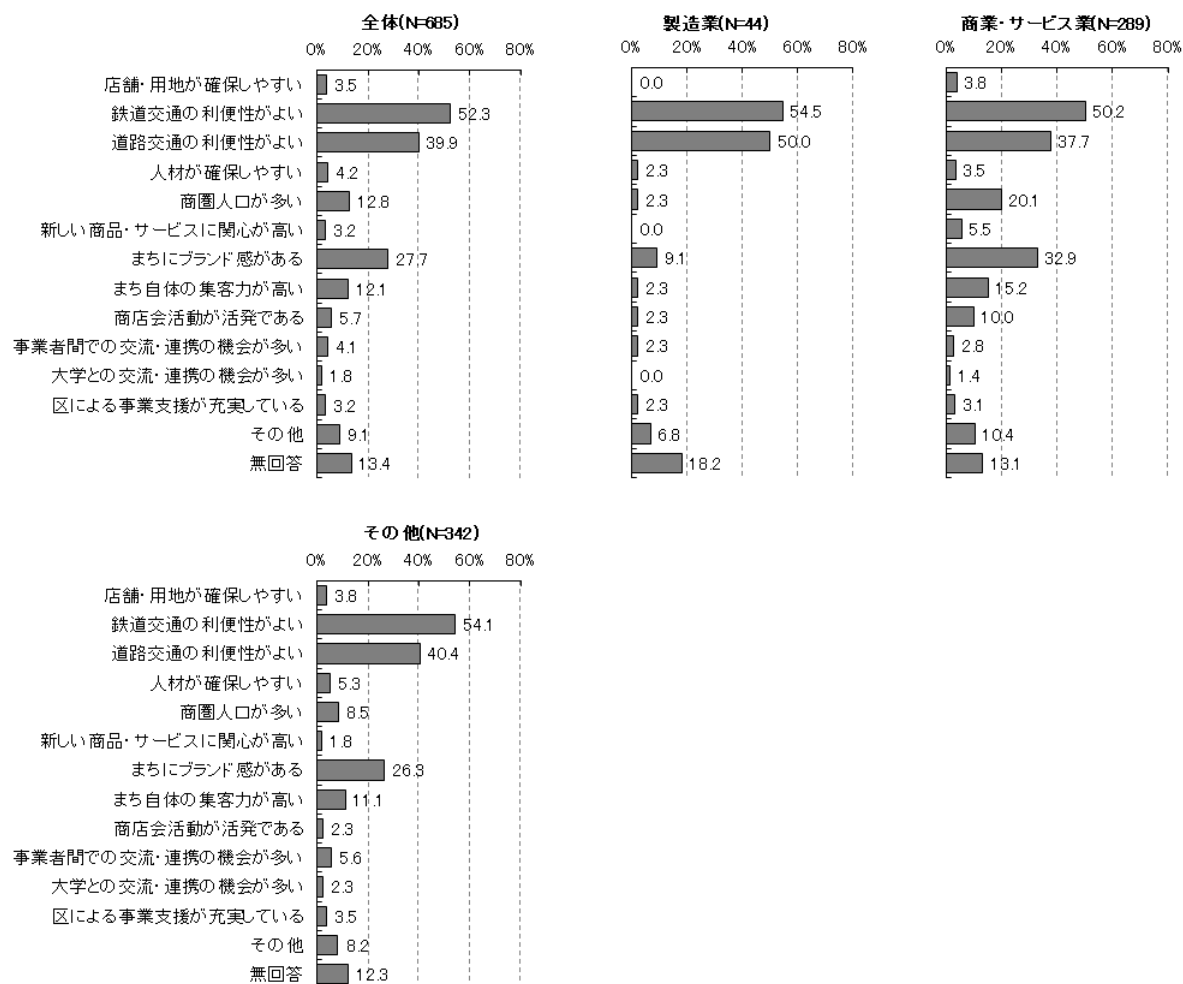
○商業・サービス業(289社)では、「人材の確保・育成」が34.6%で最も多く、ついで「営業力の強化」が26.6%で続きます。全体に比べると「新商品・サービスの開発」が21.5%で多くなっています。



### (3)目黒区における立地や環境について

○営業を営む上でのメリットについては、製造業(44社)に比べて、商業・サービス業(289社)では、「商圈人口が多い」(20.1%)、「まちにブランド感がある」(32.9%)が多くなっています。

#### 【目黒区で営業を営む上でのメリット】

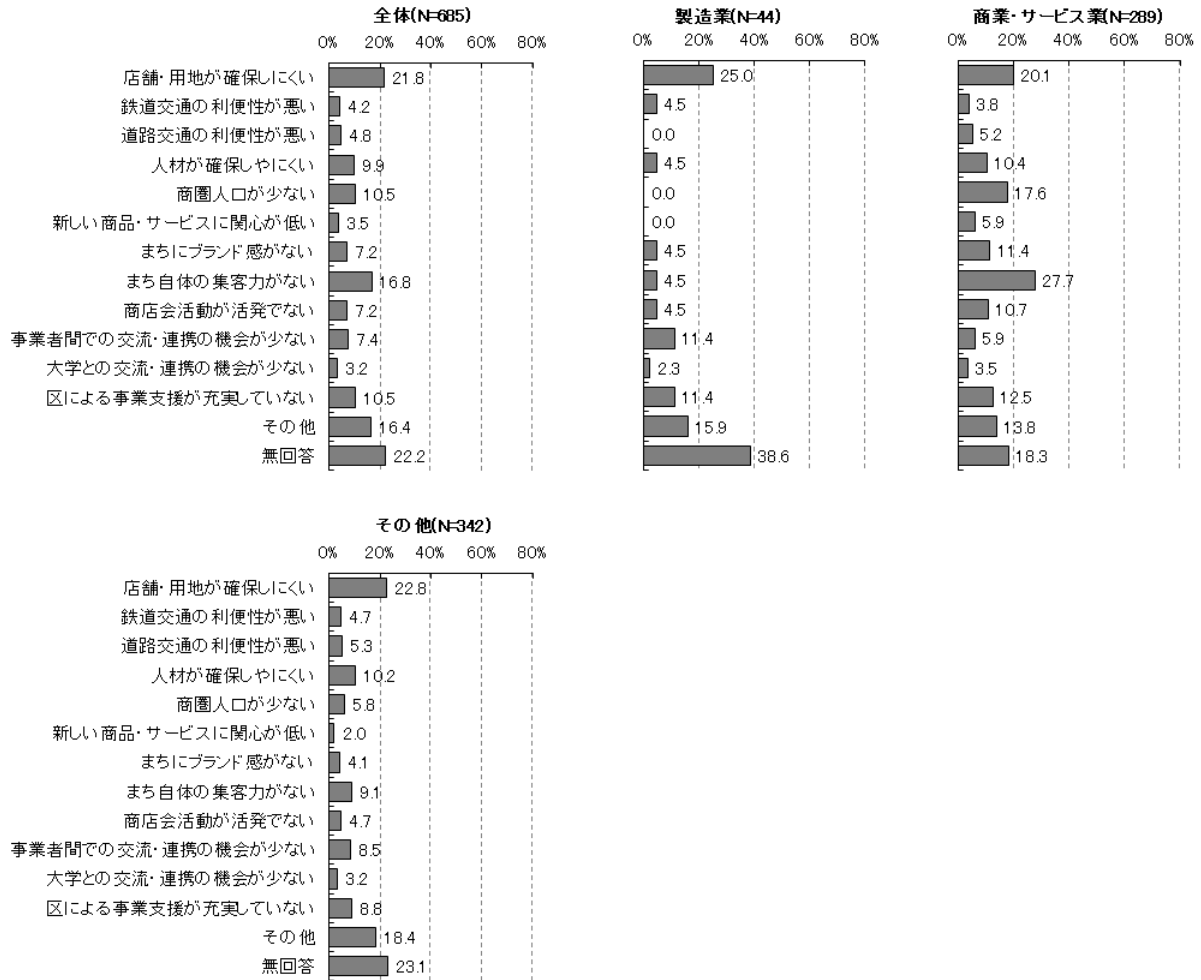


※目黒区における立地や環境に関する分析は、業種による違いが最も顕著であったため、ここに記載しています。

## 【目黒区で営業を営む上でのデメリット】

○営業を営む上でのデメリットについては、製造業(44社)では「店舗・用地が確保しにくい」(25.0%)が最も多くなっています。

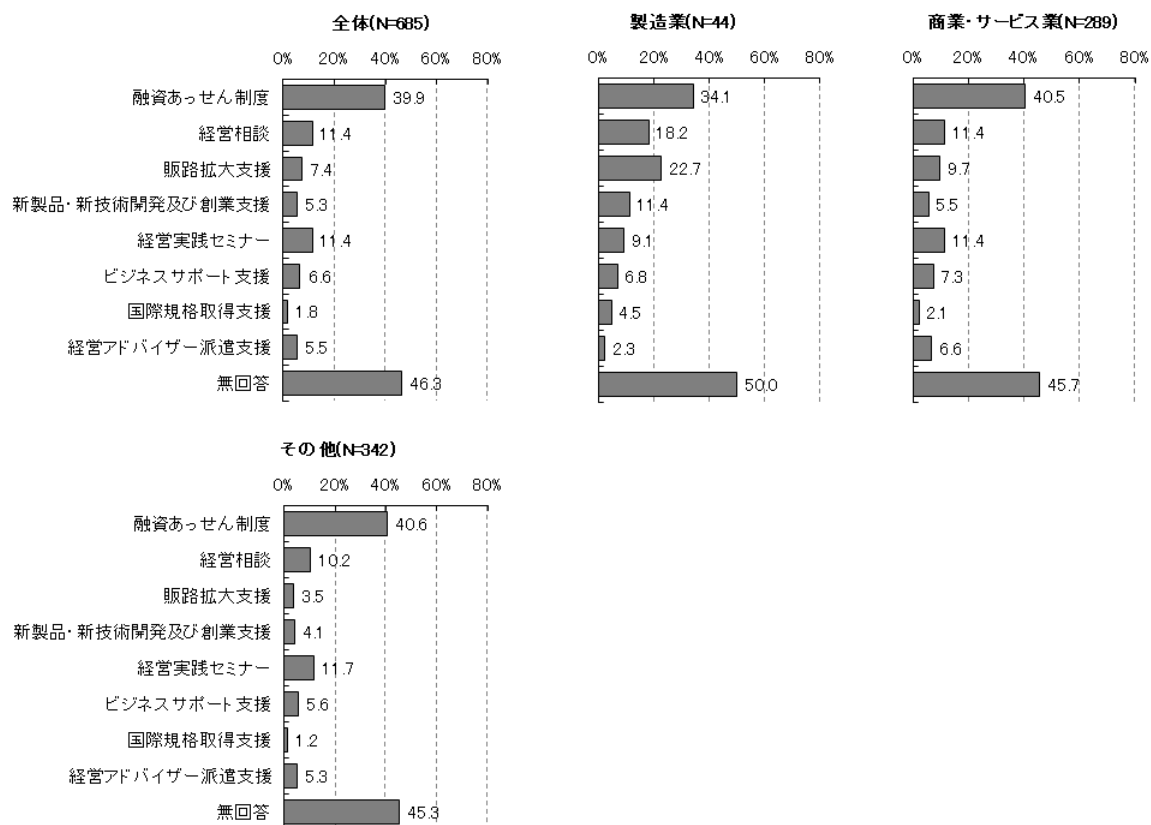
○商業・サービス業(289社)では、「まち自体の集客力がない」が27.7%で最も多く、ついで「店舗・用地が確保しにくい」が20.1%で続きます。



#### (4)区による産業振興や支援に関する施策について

##### 【利用したい区の取組】

○無回答を除くと、業種にかかわらず「融資あっせん制度」が最も多くなっています。製造業(44社)では「販路拡大」が22.7%、商業・サービス業(289社)では、「経営相談」と「経営実践セミナー」が11.4%で続きます。



【区に望む支援策】

○製造業(44社)では「特にない」が31.8%で最も多くなっています。

○商業・サービス業(289社)では「低利融資制度」が39.4%で最も多くなっています。

	合計	低利融資 制度	人材確保 支援	人材育成 支援	設備投資 支援	商品・サー ビス開発 への支援	異業種・ 同業種交 流等の マッチング 支援	産学連携 の支援	新分野進 出支援
全体	(N=685)	39.1	20.3	9.2	18.0	4.2	6.1	1.9	3.2
製造業	(N=44)	27.3	15.9	6.8	15.9	2.3	11.4	4.5	2.3
商業・サービス業	(N=289)	39.4	21.5	9.0	19.7	6.6	4.2	1.4	2.8
その他	(N=342)	40.6	20.2	9.6	16.1	2.6	7.0	1.8	3.8
無回答	(N=10)	30.0	10.0	10.0	40.0	0.0	10.0	10.0	0.0

	合計	省エネル ギー対策 への支援	販路拡大 支援	事業承継 への支援	経営相談	PRや販売 促進の支 援	労働生産 性の向上 支援	女性の雇 用支援	ワークラ イフ・バラ ンス推進 への支援
全体	(N=685)	3.5	6.9	6.3	8.9	8.0	2.3	7.0	3.2
製造業	(N=44)	2.3	13.6	0.0	4.5	6.8	6.8	6.8	2.3
商業・サービス業	(N=289)	3.8	8.3	6.9	9.3	11.8	3.5	6.9	2.8
その他	(N=342)	3.5	4.7	6.7	8.8	5.0	0.9	6.7	3.5
無回答	(N=10)	0.0	10.0	0.0	20.0	10.0	0.0	20.0	10.0

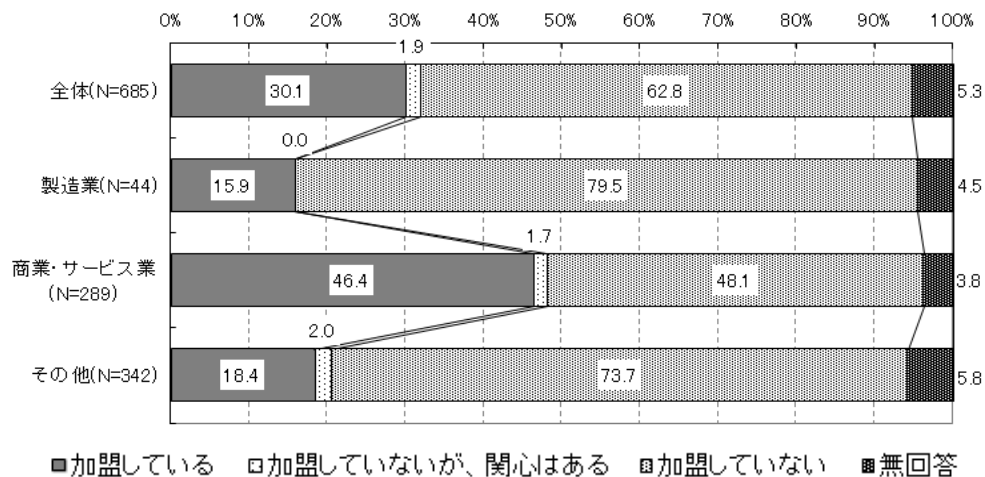
	合計	高齢者の 雇用支援	多言語対 応への支 援	商店会を 通じた支 援	その他	特にない	無回答
全体	(N=685)	6.0	5.4	5.5	2.3	25.5	8.6
製造業	(N=44)	4.5	0.0	4.5	4.5	31.8	11.4
商業・サービス業	(N=289)	6.6	8.0	10.4	2.4	24.6	8.7
その他	(N=342)	5.8	4.1	1.8	2.0	26.0	7.6
無回答	(N=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	30.0

## 4. 商店会に関する分析

### (1) 商店会への加盟状況

#### 【業種による分析】

- 商店会への加盟状況をみると、いずれも「加盟していない」が多くなっていますが、商業・サービス業(289社)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。
- 商業・サービス業のうち、小売業(101社)では、「加盟している」が62.4%で最も多くなっています。また、飲食店(81社)と生活関連サービス(47社)では「加盟している」がそれぞれ44.4%、40.4%となっており、他の業種に比べてやや多くなっています。



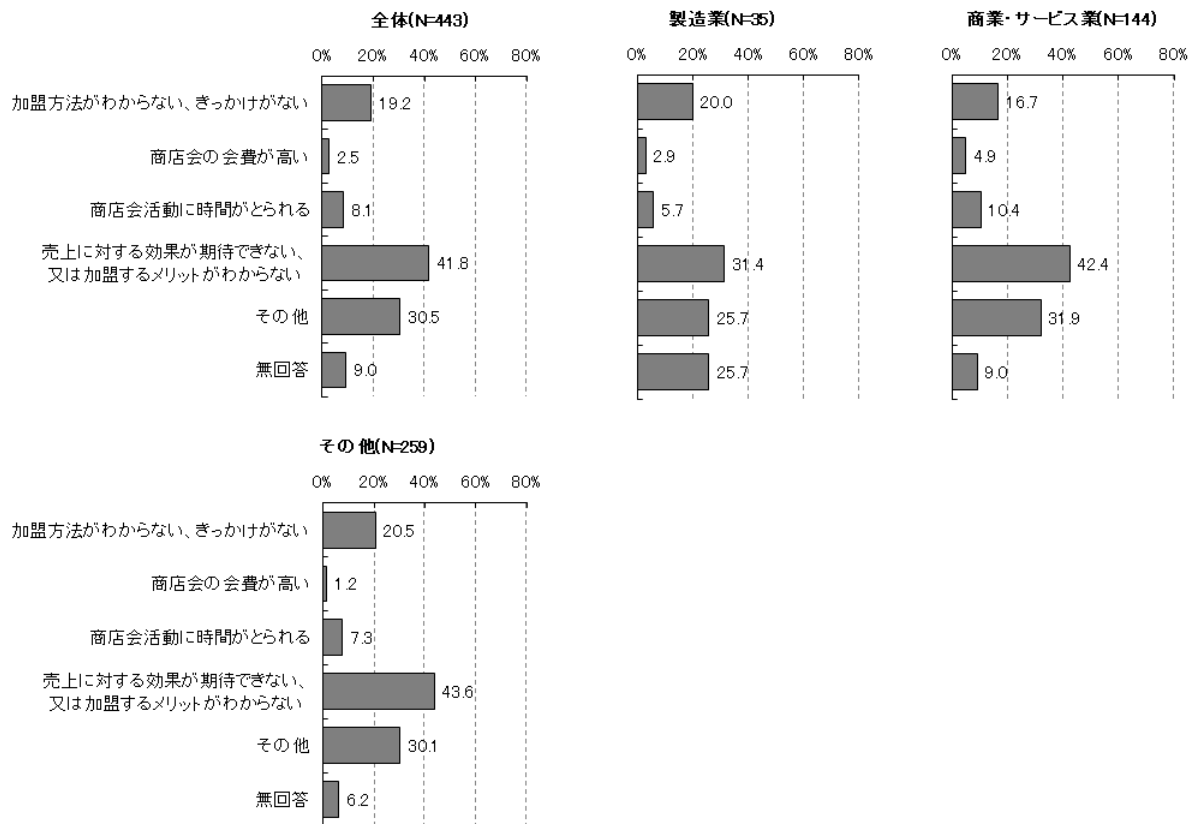
#### 業種(詳細)からみた商店会の加盟状況

	合計	加盟している	加盟していないが、関心はある	加盟していない	無回答
全体	(N=685)	30.1	1.9	62.8	5.3
建設業(設計、内装、工事等)	(N=61)	6.6	3.3	78.7	11.5
製造業	(N=44)	15.9	0.0	79.5	4.5
情報通信業(通信、インフラ関係)	(N=4)	0.0	0.0	100.0	0.0
システム・ソフトウェア開発業	(N=8)	0.0	0.0	100.0	0.0
デザイン、コンテンツ制作	(N=16)	6.3	6.3	87.5	0.0
運輸業	(N=5)	0.0	0.0	100.0	0.0
卸売業	(N=38)	28.9	2.6	60.5	7.9
小売業(食品小売を含む)	(N=101)	62.4	2.0	34.7	1.0
金融業、保険業	(N=8)	25.0	0.0	75.0	0.0
不動産業(販売、仲介、管理等)	(N=60)	21.7	0.0	71.7	6.7
物品賃貸業	(N=4)	0.0	0.0	100.0	0.0
学術研究、専門・技術サービス業	(N=23)	26.1	0.0	69.6	4.3
宿泊業	(N=0)	0.0	0.0	0.0	0.0
飲食店	(N=81)	44.4	2.5	48.1	4.9
生活関連サービス業	(N=47)	40.4	0.0	57.4	2.1
娯楽業	(N=7)	14.3	0.0	71.4	14.3
教育、学習支援業	(N=15)	26.7	0.0	66.7	6.7
医療、福祉	(N=81)	22.2	3.7	67.9	6.2
農林水産業	(N=1)	0.0	0.0	100.0	0.0
その他	(N=71)	26.8	1.4	67.6	4.2
無回答	(N=10)	20.0	10.0	40.0	30.0



## (2) 商店会に加盟しない理由

○加盟していない理由としては、業種にかかわらず「売上に対する効果が期待できない、又は加盟するメリットがわからない」が最も多くなっています。

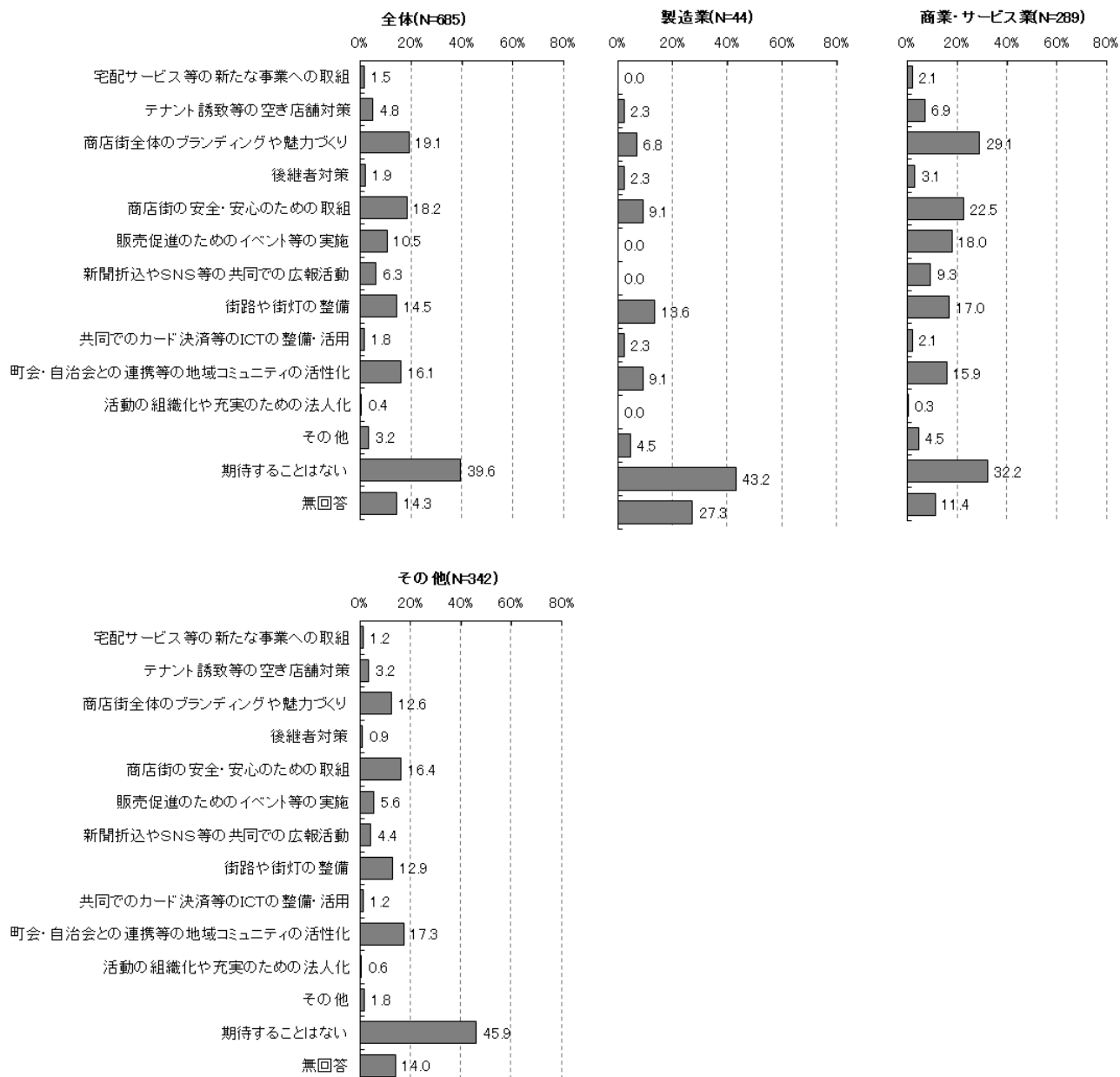


### (3) 商店会への期待

#### 【業種による分析】

○業種にかかわらず、「期待することが無い」が最も多くなっていますが、商業・サービス業(289社)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。

○商業・サービス業のうち、小売業(101社)では「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が39.6%で最も多くなっています。また、飲食店(81社)でも他の業種と比べ多くなっています。



業種(詳細)からみた商店会への期待

	合計	宅配サービス等の新たな事業への取組	テナント誘致等の空き店舗対策	商店街全体のプランニングや魅力づくり	後継者対策	商店街の安全・安心のための取組	販売促進のためのイベント等の実施	新聞折込やSNS等の共同での広報活動	街路や街灯の整備
全体	(N=685)	1.5	4.8	19.1	1.9	18.2	10.5	6.3	14.5
建設業(設計、内装、工事等)	(N=61)	1.8	6.8	6.6	1.6	14.8	4.9	3.3	13.1
製造業	(N=44)	0.0	2.3	6.8	2.3	9.1	0.0	0.0	13.6
デザイン、コンテンツ制作	(N=16)	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	6.3
卸売業	(N=38)	0.0	5.3	15.8	2.6	15.8	7.9	2.6	2.6
小売業(食品小売を含む)	(N=101)	5.0	11.9	39.6	4.0	25.7	26.7	10.9	20.8
不動産業(販売、仲介、管理等)	(N=60)	3.3	6.7	13.3	1.7	11.7	1.7	0.0	20.0
学術研究、専門・技術サービス業	(N=23)	0.0	0.0	13.0	0.0	26.1	13.0	17.4	13.0
飲食店	(N=81)	1.2	2.5	27.2	1.2	23.5	8.6	4.9	17.3
生活関連サービス業	(N=47)	0.0	8.5	25.5	6.4	23.4	27.7	17.0	27.7
教育、学習支援業	(N=15)	0.0	0.0	20.0	0.0	6.7	13.3	20.0	0.0
医療、福祉	(N=81)	0.0	1.2	17.3	0.0	25.9	6.2	7.4	13.6
その他	(N=71)	1.4	2.8	15.5	1.4	15.5	9.9	4.2	12.7
無回答	(N=10)	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	10.0	10.0	0.0

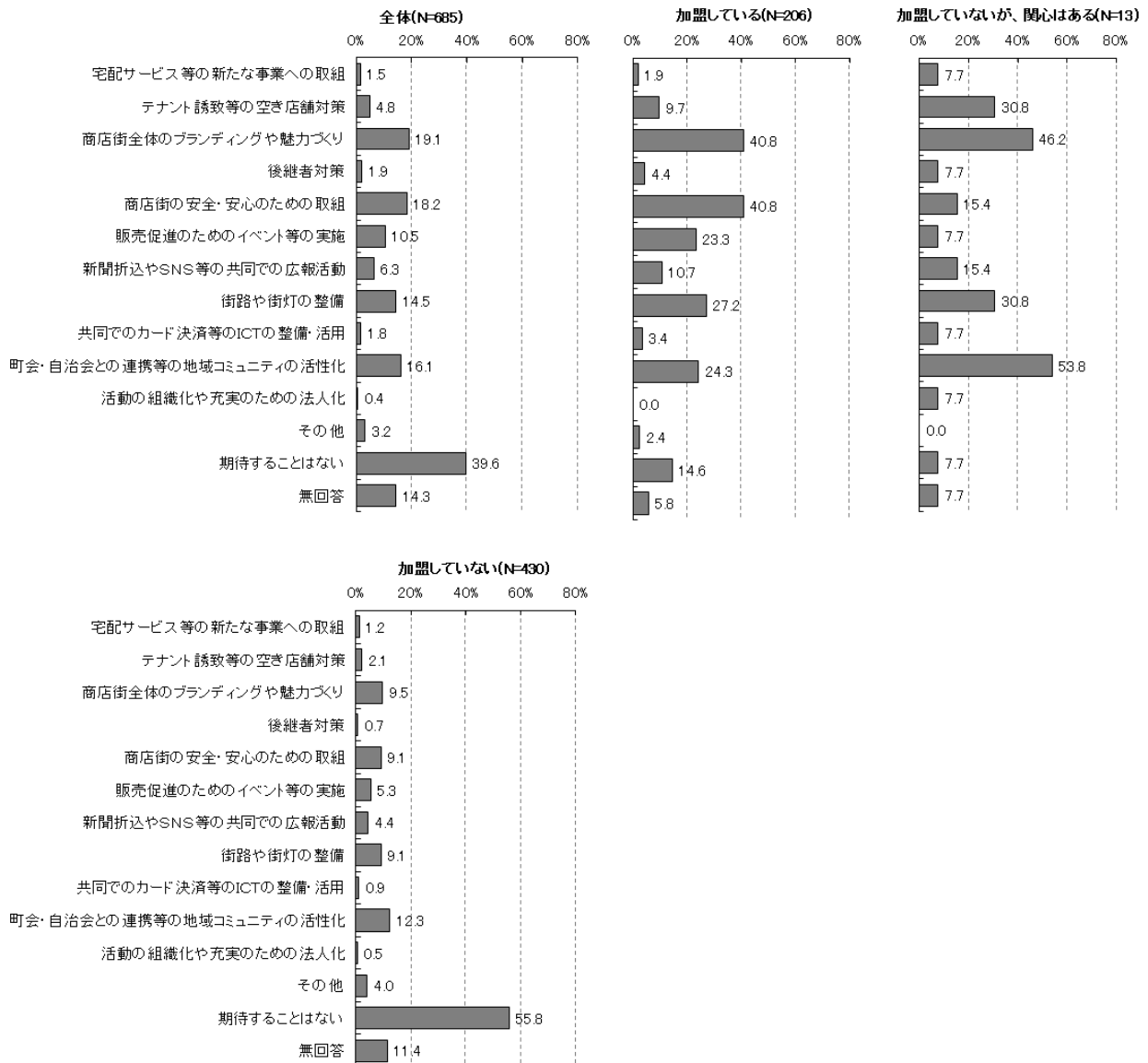
	合計	共同でのカード決済等のICT等の整備・活用	町会・自治会との連携等の地域コミュニティの活性化	活動の組織化や充実のための法人化	その他	期待することはない	無回答
全体	(N=685)	1.8	16.1	0.4	3.2	39.6	14.3
建設業(設計、内装、工事等)	(N=61)	1.6	21.3	0.0	1.6	49.2	16.4
製造業	(N=44)	2.3	9.1	0.0	4.5	43.2	27.3
デザイン、コンテンツ制作	(N=16)	0.0	12.5	0.0	0.0	62.5	6.3
卸売業	(N=38)	0.0	7.9	0.0	5.3	39.5	18.4
小売業(食品小売を含む)	(N=101)	3.0	18.8	0.0	5.9	26.7	6.9
不動産業(販売、仲介、管理等)	(N=60)	1.7	10.0	1.7	5.0	41.7	15.0
学術研究、専門・技術サービス業	(N=23)	4.3	8.7	0.0	0.0	39.1	17.4
飲食店	(N=81)	2.5	13.6	0.0	3.7	35.8	12.3
生活関連サービス業	(N=47)	2.1	19.1	2.1	4.3	31.9	8.5
教育、学習支援業	(N=15)	0.0	13.3	0.0	0.0	40.0	20.0
医療、福祉	(N=81)	0.0	27.2	1.2	0.0	33.3	14.6
その他	(N=71)	0.0	15.5	0.0	2.8	47.9	11.3
無回答	(N=10)	10.0	10.0	0.0	10.0	20.0	50.0

※上記の表では、10社未満の業種は掲載していません。

## 【商店会への加盟状況による分析】

○商店会に加盟している事業所(206社)では、「商店街全体のブランディングや魅力づくり」と「商店街の安全・安心のための取組」が40.8%で最も多く、ついで「街路や街灯の整備」が27.2%で続いています。

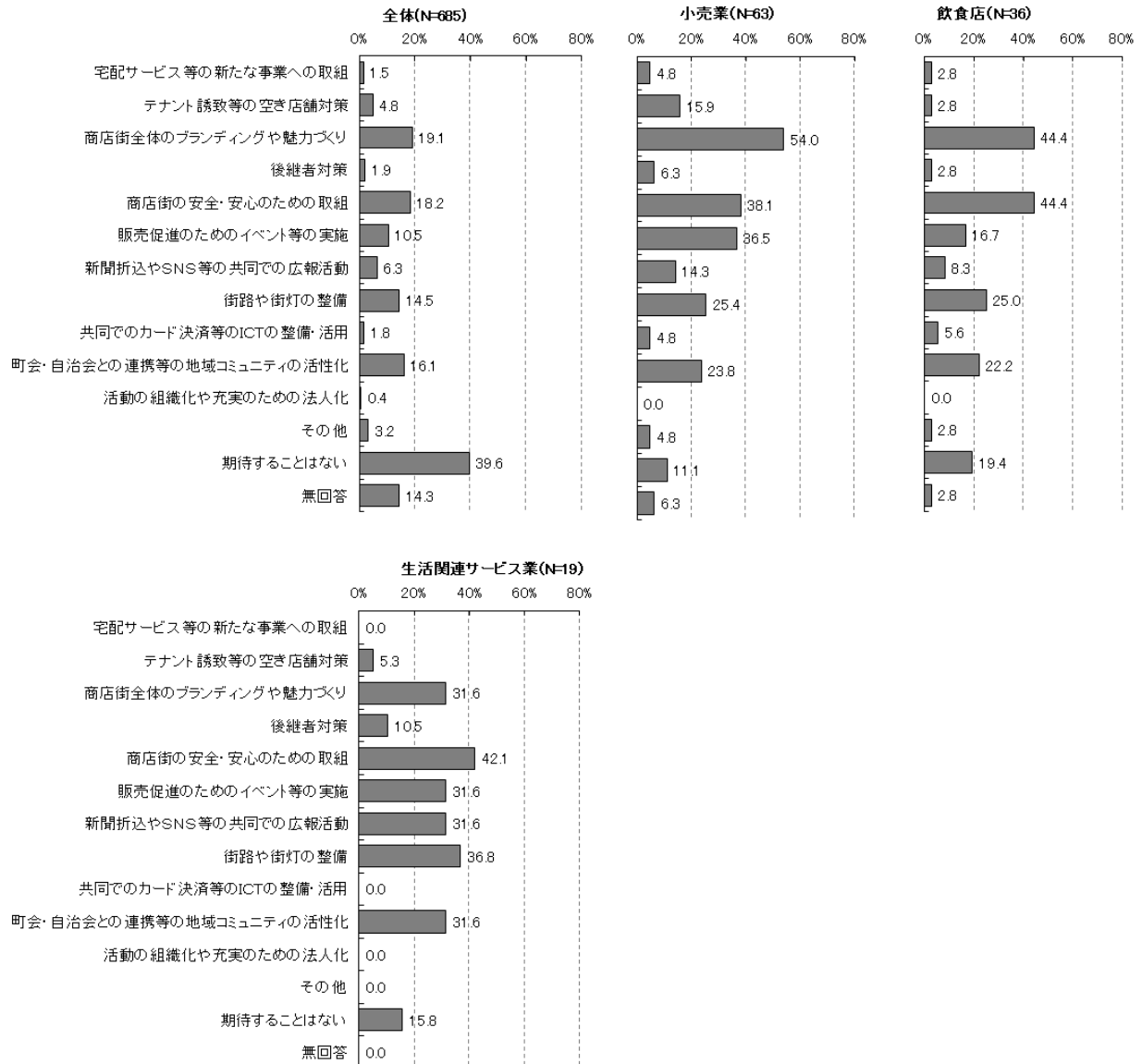
○加盟していない事業所(430社)では、「期待することはない」が5割を上回っています。



## 【商店会に加盟する小売業・飲食店・生活関連サービス業の期待】

○商店会に加盟する小売業(63社)、飲食店(36社)、生活関連サービス業(19社)における商店会への期待をみると、小売業と飲食店では「商店街全体のブランディングや魅力づくり」が54.0%、44.4%で最も多くなっています。

○飲食店では「商店街の安全・安心のための取組」も44.4%で最も多く、ついで「街路や街灯の整備」が25.0%で続いています。生活関連サービスも同様の傾向が見られます。

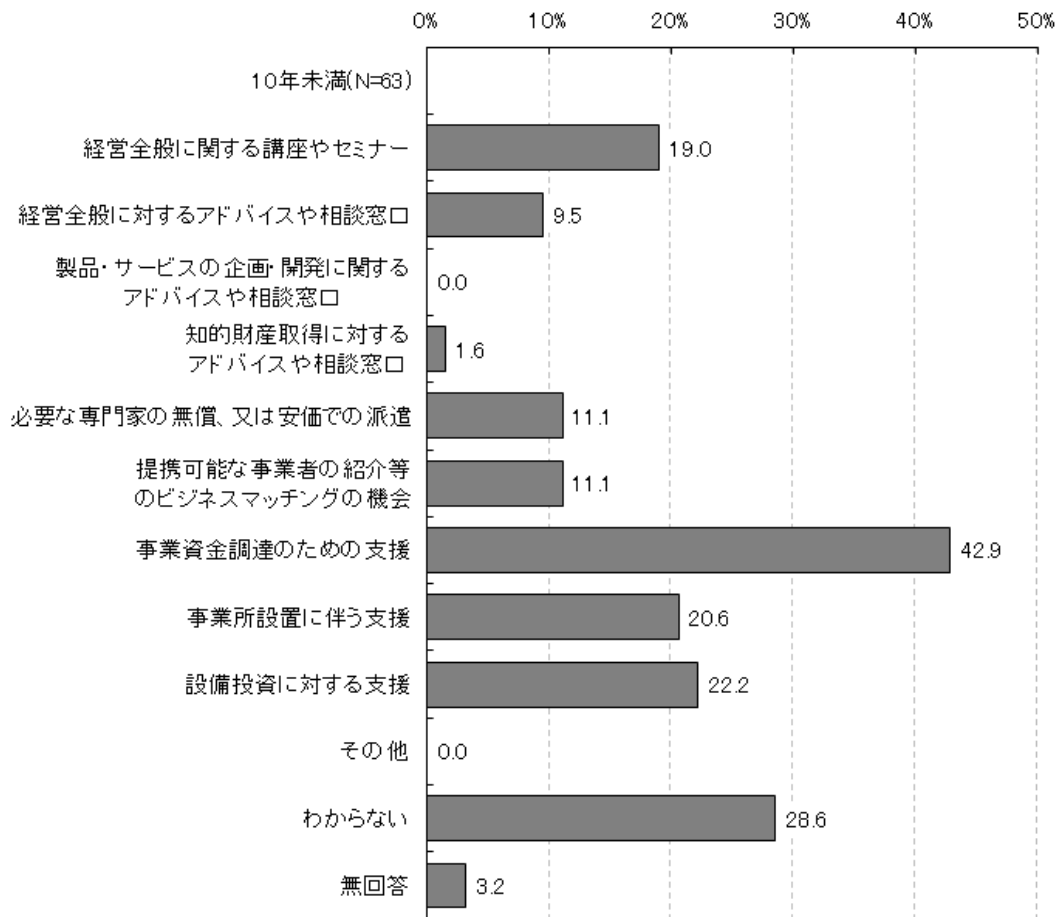


## 5. 創業期の支援に関する分析

企業設立からの年数(問5)により創業から10年未満の事業所を抽出し、それら事業における創業時に必要とした支援(問17)、創業期の課題(問18)を分析することで、創業期の支援のニーズを把握します。

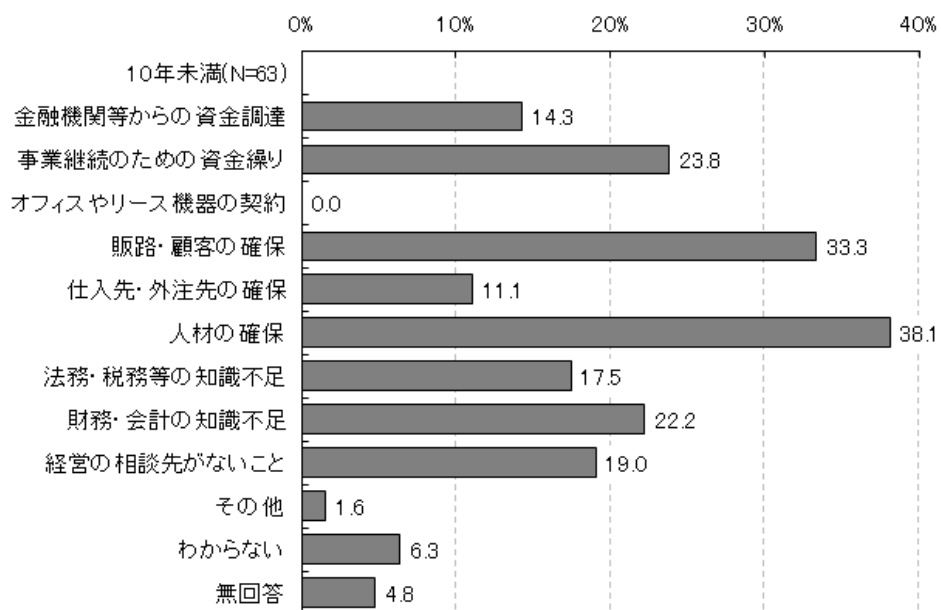
### (1) 創業から10年未満の事業所が創業時に必要とした支援

○「わからない」(28.6%)を除くと、「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。



## (2)創業から10年未満の事業所の創業時の課題

○「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。

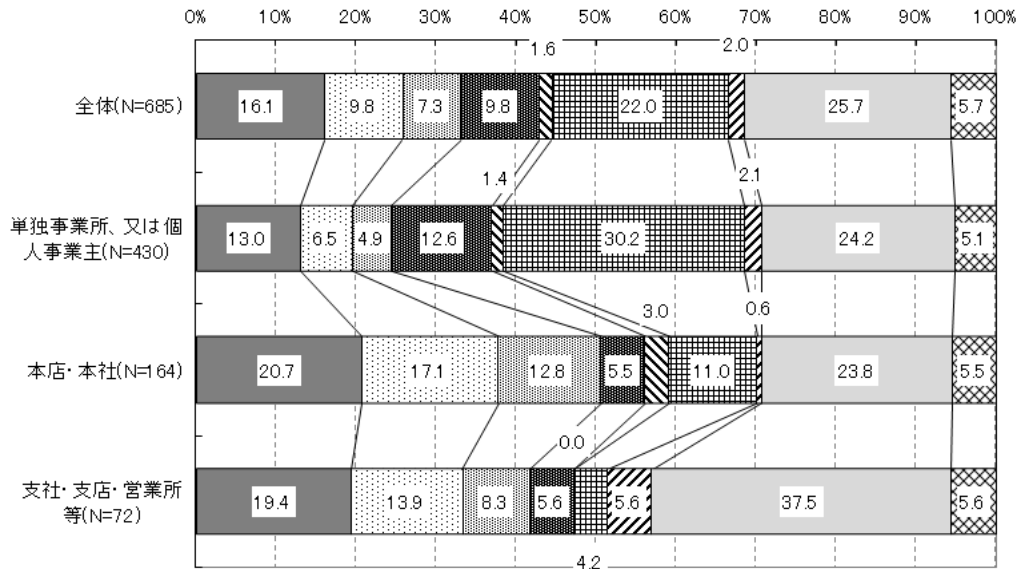


## 6. 事業承継に関する分析

### (1) 事業承継の見通し

#### 【事業所区分による分析】

○単独事業所、又は個人事業主(430社)では、「廃業の予定」が30.2%で最も多くなっており、「後継者が決まっている」は13.0%で、全体と比べると少なくなっています。

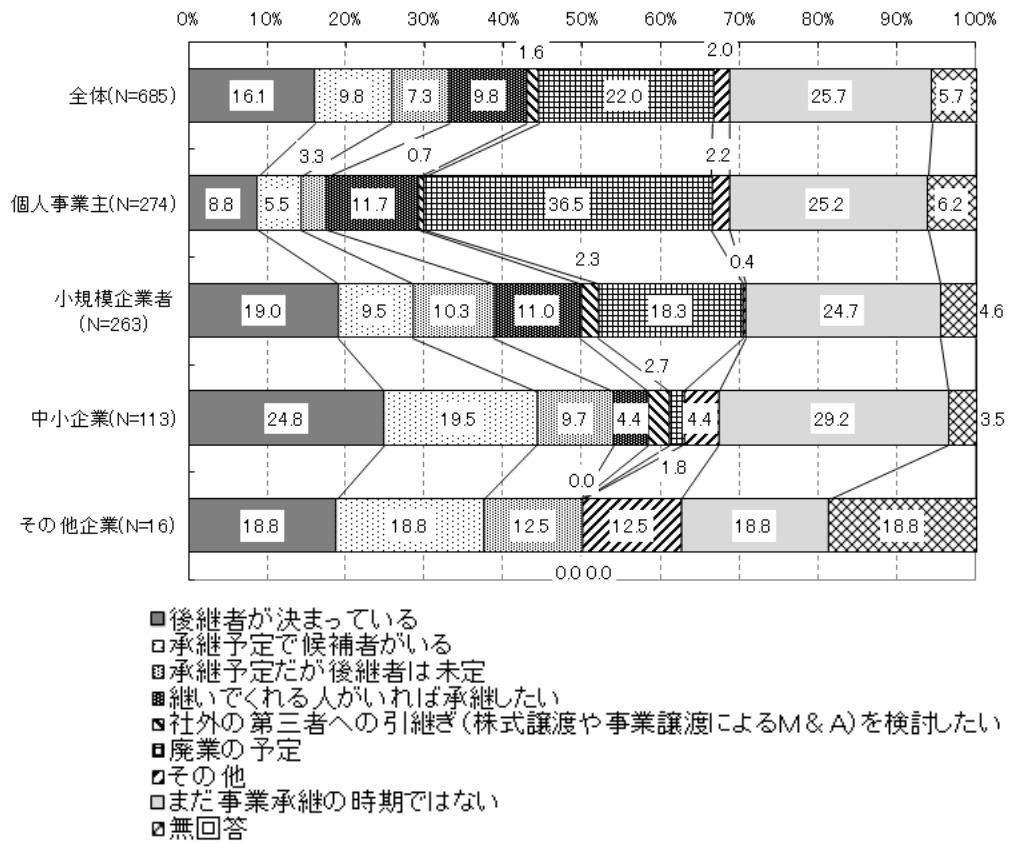


- 後継者が決まっている
- 承継予定で候補者がいる
- ▨ 承継予定だが後継者は未定
- ▩ 継いでくれる人がいれば承継したい
- ▧ 社外の第三者への引継ぎ(株式譲渡や事業譲渡によるM&A)を検討したい
- 廃業の予定
- その他
- まだ事業承継の時期ではない
- 無回答



### 【事業所の企業規模による分析】

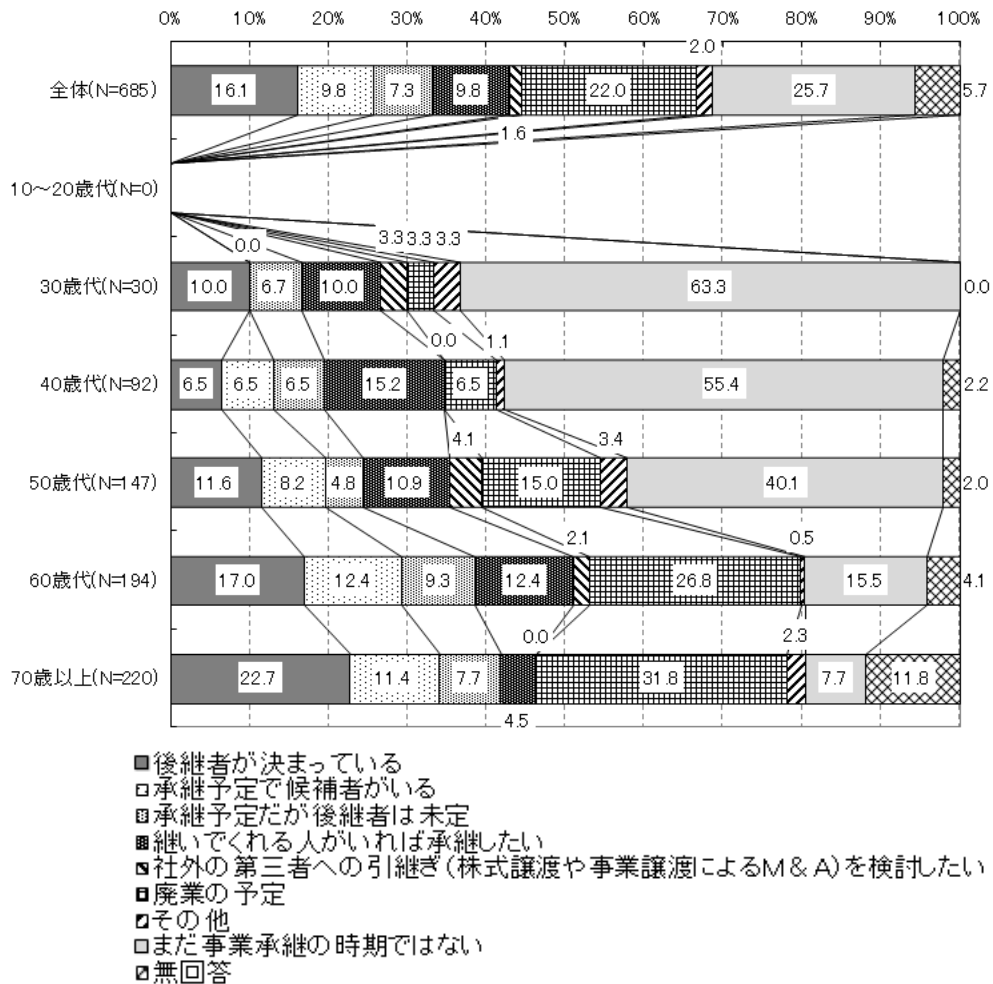
○個人事業主(274社)では、「廃業の予定」が36.5%で最も多くなっており、「後継者が決まっている」は8.8%で、全体と比べると少なくなっています。



### 【事業主の年齢による分析】

○事業主が60歳未満の事業所では「まだ事業承継の時期ではない」が最も多くなっていますが、60歳代(194社)と70歳以上(220社)では、「廃業の予定」が26.8%、31.8%で最も多くなっています。

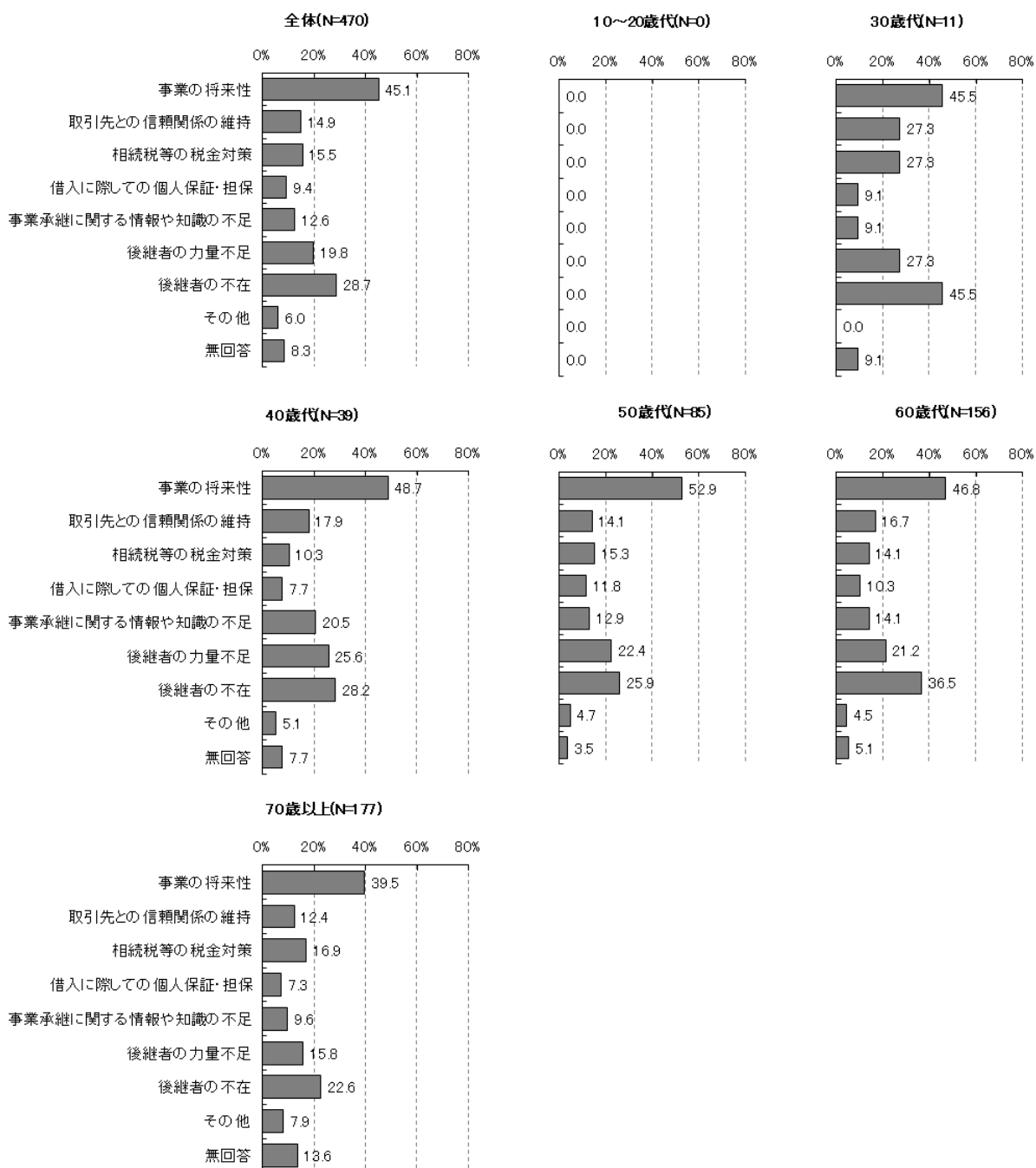
○事業主が60歳以上の事業所では、「後継者が決まっている」と「承継予定で候補者がいる」の合計は約3割となっています。



## (2)事業承継を行う際の課題

### 【事業主の年齢による分析】

○いずれの年代も「事業の将来性」が最も多くなっています。



## 1. 区民意識調査

### 産業振興に関する区民意識調査

#### あなた自身について伺います

- 問1 あなたの性別を教えてください。(○は1つ)  
 ※本調査では、回答結果を統計的に分析するために性別の選択肢を「男性・女性」の二択としています。回答の際は、自分の自認する性別を選んでください。自認する性別がどちらでもない方は、住民登録上の性別を選んでください。

1 男性                      2 女性

- 問2 あなたの年齢層を教えてください。(○は1つ)

1 10歳代      2 20～24歳      3 25～29歳      4 30～34歳      5 35～39歳  
 6 40～44歳      7 45～49歳      8 50～54歳      9 55～59歳      10 60～64歳  
 11 65～69歳      12 70～74歳      13 75歳以上

- 問3 あなたの最寄駅はどちらですか。(○は1つ)

※駅名は50音順で記載しています。

1 池尻大橋      2 池ノ上      3 恵比寿      4 大岡山      5 学芸大学  
 6 北千束      7 九品仏      8 駒沢大学      9 駒場東大前      10 自由が丘  
 11 神泉      12 洗足      13 代官山      14 都立大学      15 中目黒  
 16 西小山      17 東北沢      18 不動前      19 緑が丘      20 武蔵小山  
 21 目黒      22 祐天寺      23 その他

- 問4 あなたの家族構成を教えてください。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)  
 ※現在、同居している家族について回答してください。

1 単身世帯                      2 夫婦のみ                      3 18歳未満の子どもがいる世帯  
 4 65歳以上の方がいる世帯                      5 その他

- 問5 あなたのご職業を教えてください。(○は1つ)

1 自営業                      2 会社員・公務員                      3 アルバイト・パート・嘱託等  
 4 学生                      5 主に家事に従事                      6 無職                      7 その他

- 問6 問5で「1」～「4」を選択した方に伺います。

あなたの通勤先・通学先はどちらですか。複数ある方は主な勤務地・通学地を選択してください。(○は1つ)

1 目黒区内                      2 隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)  
 3 上記「1」、「2」以外の東京23区                      4 その他

- 問7 あなたの世帯年収を教えてください。(○は1つ)

1 300万円未満                      2 300万円以上、500万円未満  
 3 500万円以上、700万円未満                      4 700万円以上、1,000万円未満  
 5 1,000万円以上

日頃の買い物や外出について伺います

問8 あなたが日頃買い物をする場所(サービスを利用する場所)や外出に出かける場所はどちらですか。  
①～⑦の項目ごとに、よく利用する場所を3つまで選択してください。(各項目、○は3つまで)

項目	区内のコンビニエンスストア	区内のスーパー・複合商業施設	区内の商店街等の商店	隣接する自治体(大田区、品川区、渋谷区、世田谷区)の商店・商業施設	区外の商店・商業施設・ショッピングモール	宅配サービス、ネット等の通信販売	その他
① 青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材	1	2	3	4	5	6	7
② 弁当・惣菜	1	2	3	4	5	6	7
③ 日用品・日用雑貨	1	2	3	4	5	6	7
④ 身の回り品(衣類・鞆・靴等)	1	2	3	4	5	6	7
⑤ 耐久消費財(家具・家電等)	1	2	3	4	5	6	7
⑥ 理容・美容	—	2	3	4	5	—	7
⑦ 外食	1	2	3	4	5	—	7

問9 あなたが、それぞれの物品・サービスについて、お店を選ぶ際に重視することは何ですか。①～⑦の項目ごとに、重視することを3つまで選択してください。(各項目、○は3つまで)

項目	商品の品揃えのよさ	商品・サービスの質のよさ	価格の手ごろさ	接客態度のよさ	購入時の特典があること	店舗自体の魅力	自宅からの行きやすさ	営業時間が利用しやすいこと
① 青果・精肉・鮮魚・米穀等、食材	1	2	3	4	5	6	7	8
② 弁当・惣菜	1	2	3	4	5	6	7	8
③ 日用品・日用雑貨	1	2	3	4	5	6	7	8
④ 身の回り品(衣類・鞆・靴等)	1	2	3	4	5	6	7	8
⑤ 耐久消費財(家具・家電等)	1	2	3	4	5	6	7	8
⑥ 理容・美容	1	2	3	4	5	6	7	8
⑦ 外食	1	2	3	4	5	6	7	8

問10 あなたは、自宅周辺や区内に、よく利用する「行きつけの店」「なじみの店」はありますか。(○は1つ)

- 1 ある  
2 ない

問11 問10で「1」を選択した方に伺います。

あなたの「行きつけの店」「なじみの店」の業種は何ですか。□のなかに自由に記入してください。  
記入例)パン屋、八百屋、飲食店、居酒屋、喫茶店、美容室、マッサージなど

問12 あなたは、普段の買い物や外食の際、どのようなことを意識していますか。①～⑫の項目ごとに、当てはまるかどうかを選択してください。(各項目、○は1つ)

項目	当てはまる	どちらかという 当てはまる	どちらかという 当てはまらない	当てはまらない
① 多少高くても質のよいものを選ぶ	1	2	3	4
② 流行している商品・お店を試す	1	2	3	4
③ こだわりの銘柄・メーカーがある	1	2	3	4
④ 個人や家族が経営する店を選ぶ	1	2	3	4
⑤ 老舗の店を選ぶ	1	2	3	4
⑥ チェーン店や大手の店を選ぶ	1	2	3	4
⑦ 健康に配慮して選ぶ	1	2	3	4
⑧ 環境やエコに配慮して選ぶ	1	2	3	4
⑨ 生産者の顔が見えるものを選ぶ	1	2	3	4
⑩ フェアトレード*であるものを選ぶ	1	2	3	4
⑪ デザインがよいものを選ぶ	1	2	3	4
⑫ 総じて価格重視で安いものを選ぶ	1	2	3	4

※フェアトレード…開発途上国から適正な価格で購入し、開発途上国の生産者・労働者の生活改善を目指そうとする仕入れの考え方

**区内の商店街の利用について伺います**

問13 あなたは、区内の商店街に対して、どのような印象を持っていますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- |                        |
|------------------------|
| 1 商店や買い物客が多く、活気がある     |
| 2 住民に頼りにされている          |
| 3 商店街独自のサービスが行われている    |
| 4 安全・安心な環境づくりがされている    |
| 5 景観に配慮したまちづくりがされている   |
| 6 環境やエコに配慮されている        |
| 7 商店街の魅力が発信されている       |
| 8 店主の顔や個性が見える          |
| 9 店が次世代に引き継がれている       |
| 10 住民との交流を通じて地域に密着している |
| 11 その他( )              |

問14 あなたは、区内の商店街を利用しますか。(○は1つ)

- |             |
|-------------|
| 1 よく利用する    |
| 2 ときどき利用する  |
| 3 あまり利用しない  |
| 4 ほとんど利用しない |

問15 問14で「1」か「2」を選択した方に伺います。

あなたが商店街を利用する理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- |                  |                    |
|------------------|--------------------|
| 1 価格が手ごろである      | 2 品質・鮮度がよい         |
| 3 商店街だけで必要なものが揃う | 4 商品・サービスが魅力的な店がある |
| 5 そこでしか買えない商品がある | 6 行きつけの店・なじみの店がある  |
| 7 接客がよい          | 8 営業時間が長い(早朝・深夜営業) |
| 9 自宅から近い         | 10 ポイント等の特典を利用している |
| 11 その他( )        |                    |

問16 問14で「3」か「4」を選択した方に伺います。

あなたが区内の商店街をあまり利用しない理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1 価格が高い              | 2 品質・鮮度がよくない        |
| 3 魅力的な商品・サービスを扱う店がない | 4 必要な商品・サービスを扱う店がない |
| 5 入店するのに気兼ねする        | 6 接客がよくない           |
| 7 営業時間が短い            | 8 自宅周辺に商店街がない       |
| 9 特典がない              |                     |
| 10 その他( )            |                     |
| 11 不便さや不満は感じない       |                     |

問17 あなたは、区内の商店街でのイベントや抽選会等に参加することはありますか。(○は1つ)

- 1 よく参加する
- 2 ときどき参加する
- 3 知っているが、参加したことはない
- 4 イベントが行われていることを知らない

問18 区内の商店街が、より多くの人に利用されるようになるためには、どのような取組が必要だと思いますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 商店街の舗装整備や街路灯整備、バリアフリー化
- 2 商店街を維持・発展させていくためのルールづくり
- 3 子どもや高齢者を見守る体制づくりや安全・安心のためのコミュニティづくり
- 4 商店街と地域住民との交流を通じた地域社会に貢献する活動
- 5 複数の商店街が実施する合同イベントの実施
- 6 商店街におけるバランスのとれた業種の配置
- 7 買い物ポイントなどの付加価値サービスの提供による販売促進
- 8 オリジナル商品の開発や、伝統的技術などの技術継承
- 9 宅配サービスや送迎サービス、移動販売などサービスの提供
- 10 インターネットやSNSの活用による店舗や商品の紹介、イベント案内などの情報提供
- 11 寺社などと連携した商店街自体がまち歩き観光の対象となる取組
- 12 店舗の経営相談や商店街への来街者などに関する現状調査・分析
- 13 消費者ニーズの把握のための勉強会や商店街利用者との交流会の実施
- 14 若手経営者など商店街への新規参入者を広く受け入れる体制づくり
- 15 商店街にある店舗間のより一層の関係強化
- 16 多言語による情報提供など、外国人受入のための環境整備
- 17 フリーWi-Fi環境\*の整備
- 18 空き店舗の活用
- 19 後継者対策
- 20 その他( )

※フリーWi-Fi環境…だれでも自分のスマートフォンやパソコン等でインターネットを利用できるサービス

#### 起業について伺います

問19 あなたは、起業に対して関心がありますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 すでに起業している
- 2 起業して、会社を立ち上げることに関心がある
- 3 社内ベンチャー\*を立ち上げることに関心がある
- 4 副業として事業をはじめることに関心がある
- 5 扶養や年金受給の範囲内での起業に関心がある
- 6 地域貢献等の社会的起業に関心がある
- 7 関心がない
- 8 わからない・考えたことがない

※社内ベンチャー…企業において新規事業を立ち上げることを目的として独立して設置される組織・部門



問20 問19で「2」～「6」を選択した方に伺います。

あなたが起業に関心を持っている理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。  
(○はいくつでも)

- 1 自分の知識や経験を活かしたいから
- 2 自分のスキルや能力を試したいから
- 3 事業に対するアイデアがあるから
- 4 能力を高めたいから
- 5 時間を自由に使いたいから
- 6 社会の役に立ちたいから
- 7 今の会社・仕事が合わないから
- 8 組織で働くことが合わないから
- 9 収入をよくしたいから
- 10 その他( )
- 11 特に理由はない

#### 65歳以降の就業について伺います

問21 あなたは、65歳になって以降、働きたいと思いますか。(○は1つ)

※現在、65歳以上の方は、現在の関心について回答ください。

- 1 フルタイムで働きたい
- 2 短い時間で働きたい
- 3 働きたいと思わない
- 4 わからない

問22 問21で「1」か「2」を選択した方に伺います。

あなたが、65歳になって以降、働きたいと思う理由は何ですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 働くことが好きだから
- 2 自分のスキルや経験を活かし続けたいから
- 3 社会に貢献したいから
- 4 社会との接点を持ち続けたいから
- 5 働かなくなると、生活にメリハリがなくなるから
- 6 生活資金等の経済的な余裕を得るため
- 7 他にすることがないから
- 8 その他( )

問23 問21で「1」が「2」を選択した方に伺います。

あなたは、65歳になって以降、どのような働き方をしたいと思いますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 勤めていた会社等に再就職したい
- 2 経験のある職種・業種の会社で働きたい
- 3 経験したことのない職種・業種に挑戦してみたい
- 4 スキルや経験を活かして、会社・個人事業主にアドバイスをしたい
- 5 新しく起業したい
- 6 社会貢献活動を行う企業・団体に働きたい
- 7 自宅でできる仕事をしたい
- 8 事務作業等の負担や責任の少ない軽易な業務をしたい
- 9 パート・アルバイトとして働きたい
- 10 その他( )

**区の魅力や産業振興のための取組について伺います**

問24 あなたは、目黒区の産業について、どのようなイメージを持っていますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| 1 商品・サービスの質がよい店が多い  | 2 人気のある店が多い           |
| 3 流行を生み出していく店が多い    | 4 新しく出店する人が多い         |
| 5 老舗店舗が多い           | 6 個人や家族で経営する店が多い      |
| 7 商店街がいつもにぎわっている    | 8 商店街でのお祭りやイベントが活発    |
| 9 区外から買い物等に訪れる人が多い  | 10 観光地として人気がある        |
| 11 製造業の本社が多い        | 12 ブランド力のある製造業が立地している |
| 13 環境に配慮した製造業が多い    | 14 技術力の高い製造業が立地している   |
| 15 デザイナー等のクリエイターが多い | 16 理容・美容関係の店が多い       |
| 17 起業家が多い           |                       |
| 18 その他( )           |                       |

問25 あなたは、産業の観点から、目黒区がどのようなまちになってほしいと思いますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 魅力的な商店・飲食店が多いまち
- 2 徒歩圏内で生活必需品がそろう便利なまち
- 3 買い物支援が行き届き、高齢者や障害者等にもやさしいまち
- 4 商店街に活気があり、にぎわっているまち
- 5 ブランド感があり、区外から多くの人が集まるまち
- 6 観光地化が進み、国内外から多くの人を訪れるまち
- 7 環境保護等の社会貢献に関心のある事業所が多いまち
- 8 新しい技術やサービスを開発・発信する事業所が多いまち
- 9 新しいライフスタイルを提案する商品・サービスを提供する事業所が多いまち
- 10 クリエイティブ関連の事業所・就業者が多いまち
- 11 その他( )

**農業について伺います**

問26 あなたは、目黒区に農地があることを知っていますか。(○は1つ)

- 1 知っている
- 2 知らない

問27 区内に農地があることで得られるメリットは何だと思えますか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 新鮮な農産物が手に入る
- 2 都市における緑地が確保される
- 3 温暖化が緩和される
- 4 多様な生物が生息できる
- 5 身近に農業が体験できる
- 6 災害時のオープンスペースとして利用できる
- 7 特に利点はない

問28 あなたは区内でどんなことをやってみたいですか。当てはまる選択肢をすべて選択してください。(○はいくつでも)

- 1 ジャガイモ掘りやブドウ狩りなどの収穫体験イベントに参加したい
- 2 ボランティアとして農家が営んでいる農作業を手伝いたい
- 3 区内農産物の即売会等にスタッフとして参加したい
- 4 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
- 5 農家の方から農作物の育て方について指導を受けたい
- 6 仕事やビジネスとして、地産地消や加工品の開発・販売等に参加したい
- 7 区民農園を借りて、家庭菜園をやってみたい
- 8 農地を借りて農業をやってみたい
- 9 その他( )
- 10 特に関心はない

最後に、地域の買い物環境や区の産業の活性化について、ご意見があればご記入ください。

調査にご協力いただき、ありがとうございました。

## 2. 事業所意識調査

### 産業振興に関する事業所意識調査

#### 貴社について伺います

問1～問6については、本社、支社、営業所等も合わせた企業全体について回答してください。

問1 貴社の組織形態はどちらになりますか。(○は1つ)

- |             |
|-------------|
| 1 個人事業主     |
| 2 株式会社・有限会社 |
| 3 その他       |

問2 貴社の産業分類はどちらに該当しますか。主たる事業が該当する業種を選択してください。(○は1つ)

- |                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| 1 建設業(設計、内装、工事等)       | 2 製造業              |
| 3 情報通信業(通信、インフラ関係)     | 4 システム・ソフトウェア開発業   |
| 5 デザイン、コンテンツ制作(広告業を含む) | 6 運輸業              |
| 7 卸売業                  | 8 小売業(食品小売を含む)     |
| 9 金融業、保険業              | 10 不動産業(販売、仲介、管理等) |
| 11 物品賃貸業               | 12 学術研究、専門・技術サービス業 |
| 13 宿泊業                 | 14 飲食店(移動販売、宅配を含む) |
| 15 生活関連サービス業           | 16 娯楽業             |
| 17 教育、学習支援業            | 18 医療、福祉           |
| 19 農林水産業               | 20 その他( )          |

問3 貴社の従業員規模を教えてください。(○は1つ)

- |          |          |          |         |
|----------|----------|----------|---------|
| 1 5人以下   | 2 10人以下  | 3 20人以下  | 4 50人以下 |
| 5 100人以下 | 6 300人以下 | 7 301人以上 |         |

問4 貴社の資本金を記入ください。□□□□のなかに数字を記入してください。  
※個人事業主の方は記入不要です。

□□□□ 万円

問5 貴社は設立して何年になりますか。また、現在の事業主(代表取締役)は何代目ですか。□□□□のなかに数字を記入してください。

□□□□ 年 □□□□ 代目

問6 平成29年10月1日現在の事業主の年齢層を教えてください。(○は1つ)

- |           |         |        |        |
|-----------|---------|--------|--------|
| 1 10～20歳代 | 2 30歳代  | 3 40歳代 | 4 50歳代 |
| 5 60歳代    | 6 70歳以上 |        |        |



問13 貴事業所の経営上の問題点に対して、どのような対策をしている、又は検討していますか。検討したいと思うものも含めて、すべて選択してください。(○はい/×でも)

- |                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| 1 人材の確保・育成          | 2 営業力の強化               |
| 3 商品・サービスの企画・開発力の強化 | 4 生産性の向上               |
| 5 新商品・サービスの開発       | 6 販路の拡大・開拓             |
| 7 広報・マーケティングの強化     | 8 生産設備の強化              |
| 9 ICT※の活用や情報力の強化    | 10 店舗の建替・改修            |
| 11 事業の縮小・見直し        | 12 企業間連携の強化            |
| 13 大学、専門機関との連携強化    | 14 事業資金の調達             |
| 15 事業転換や新規事業への進出    | ⇒ 選択肢「15」を選んだ方は問14・15へ |
| 16 その他( )           |                        |
| 17 特になし             |                        |

※ICT…コンピュータやインターネットに関連する情報通信技術全般

★問13で「15」以外を選択した方は次のページに進んでください。

問14 問13で「15」を選択した方に伺います。

貴事業所にて事業転換や新規事業を計画している分野は何ですか。該当する分野をすべて選択してください。(○はい/×でも)

- |                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| 1 建設業(設計、内装、工事等)       | 2 製造業              |
| 3 情報通信業(通信、インフラ関係)     | 4 システム・ソフトウェア開発業   |
| 5 デザイン、コンテンツ制作(広告業を含む) | 6 運輸業              |
| 7 卸売業                  | 8 小売業(食品小売を含む)     |
| 9 金融業、保険業              | 10 不動産業(販売、仲介、管理等) |
| 11 物品賃貸業               | 12 学術研究、専門・技術サービス業 |
| 13 宿泊業                 | 14 飲食店(移動販売、宅配を含む) |
| 15 生活関連サービス業           | 16 娯楽業             |
| 17 教育、学習支援業            | 18 医療、福祉           |
| 19 農林水産業               | 20 その他( )          |

問15 問13で「15」を選択した方に伺います。

貴事業所にて計画している事業転換や新規事業において、外部との連携は検討していますか。また、連携先はどのように考えていますか。(○はい/×でも)

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 1 同業他社との連携を検討している         |   |
| 2 異業種の企業との連携を検討している       |   |
| 3 大学等研究機関との連携を検討している      |   |
| 4 その他の連携を検討している(連携先を具体的に: | ) |
| 5 検討していない                 |   |
| 6 わからない                   |   |

問16 貴事業所では、ICTをどのように企業活動に活用していますか。また活用していこうと考えていますか。  
(○はいくつでも)

- 1 ホームページやSNS等での広報・PR
- 2 インターネット上での販売・予約受付
- 3 カード決済や会計システムの導入
- 4 顧客情報や売上・在庫等の管理
- 5 勤務状況や業務進捗等の管理
- 6 その他( )
- 7 活用していない

**貴社(個人事業主を含む)の創業期のことについて伺います**

問17 貴社が創業した当時、行政から、どのような支援等があったらよかったですか。(○はいくつでも)

- 1 経営全般に関する講座やセミナー
- 2 経営全般に対するアドバイスや相談窓口
- 3 製品・サービスの企画・開発に関するアドバイスや相談窓口
- 4 知的財産取得に対するアドバイスや相談窓口
- 5 必要な専門家の無償、又は安価での派遣
- 6 提携可能な事業者の紹介等のビジネスマッチングの機会
- 7 事業資金調達のための支援
- 8 事業所設置に伴う支援
- 9 設備投資に対する支援
- 10 その他( )
- 11 わからない

問18 貴社が創業した当初(創業からおおむね3年程度)、貴社の課題になったことは何ですか。  
(○はいくつでも)

- 1 金融機関等からの資金調達
- 2 事業継続のための資金繰り
- 3 オフィスやリース機器の契約
- 4 販路・顧客の確保
- 5 仕入先・外注先の確保
- 6 人材の確保
- 7 法務・税務等の知識不足
- 8 財務・会計の知識不足
- 9 経営の相談先がないこと
- 10 その他( )
- 11 わからない

人材確保について伺います

問19 今後、人員を確保していく上で、課題となることは何ですか。(〇はいくつでも)

- |                    |                   |
|--------------------|-------------------|
| 1 自社の知名度不足         | 2 業界に対するイメージ      |
| 3 採用ノウハウの不足        | 4 求人情報の発信費用の不足    |
| 5 採用担当者の不足         | 6 大学等の就職担当者との連携不足 |
| 7 報酬等の採用条件が合わない    | 8 新規採用者の定着率の低さ    |
| 9 その他( )           |                   |
| 10 特に課題はない         |                   |
| 11 人員を増やすことは考えていない |                   |

問20 貴事業所における高齢者(65歳以上)の雇用状況についてお聞きます。(〇はいくつでも)

- |                        |
|------------------------|
| 1 65歳以上になっても継続して雇用している |
| 2 退職後、条件等を改めて再雇用している   |
| 3 新たに高齢者を雇用している        |
| 4 現在は雇用していないが、検討する予定   |
| 5 継続雇用・新規採用の予定はない      |

問21 人材を確保するにあたり高齢者(65歳以上)の雇用・就業を促進するために必要となる取組あるいは既に実施している取組はどのようなものですか。(〇はいくつでも)

- |               |              |
|---------------|--------------|
| 1 継続雇用者の処遇改定  | 2 設備や作業環境の整備 |
| 3 適職開拓の充実     | 4 教育訓練の強化・充実 |
| 5 新たな勤務シフトの導入 | 6 高齢者の健康確保措置 |
| 7 その他( )      |              |
| 8 特にない        |              |
| 9 わからない       |              |

問22 貴事業所では、ワーク・ライフ・バランス<sup>※</sup>への推進に向けた取組を行っていますか。(〇はいくつでも)

- |                                   |
|-----------------------------------|
| 1 長時間労働の削減に取り組んでいる                |
| 2 有給休暇の取得促進に取り組んでいる               |
| 3 仕事と育児の両立支援を行っている                |
| 4 仕事と介護の両立支援を行っている                |
| 5 フレックスタイム、短時間勤務制度等の柔軟な働き方を導入している |
| 6 在宅勤務等のテレワークといった多様な働き方を導入している    |
| 7 福利厚生制度の充実を行っている                 |
| 8 その他( )                          |
| 9 特に取り組んでいることはない                  |

※ワーク・ライフ・バランス…「仕事」と子育てや介護、地域活動などの「仕事以外の生活」との調和がとれ、その両方が充実している状態



問23 人材を確保するにあたり女性の雇用・就業を促進するために必要となる取組あるいは既に実施している取組はどのようなものですか。(〇はいくつでも)

- 1 教育や研修制度の充実によるキャリアの促進
- 2 公平な評価と公正な処遇の実施
- 3 女性管理職登用目標を設定して積極的に登用する
- 4 短時間勤務や休業制度等、仕事と家庭の両立を支援する制度の充実
- 5 超過勤務の削減など、ワーク・ライフ・バランスの促進
- 6 女性が働きやすい設備や作業環境の整備
- 7 管理職に対する女性の活躍促進の重要性に関する意識啓発
- 8 ハラスメント防止などの職場環境の整備
- 9 その他( )
- 10 特にない
- 11 わからない

#### 事業承継について伺います

問24 貴事業所において、会社の経営を後継者に引き継ぐこと(事業承継)の見通しはどのような状況ですか。(〇は1つ)

- 1 後継者が決まっている
- 2 承継予定で候補者がいる
- 3 承継予定だが後継者は未定
- 4 継いでくれる人がいれば承継したい
- 5 社外の第三者への引継ぎ(株式譲渡や事業譲渡によるM&A)を検討したい
- 6 廃業の予定
- 7 その他( )
- 8 まだ事業承継の時期ではない

問25 問24で「1」～「7」を選択した方に伺います。

貴事業所において事業承継を行う際に課題となることは何ですか。(〇はいくつでも)

※後継者が決まっている、又は候補者がいる場合も、その決定や検討にあたって課題となったことを選択してください。

- 1 事業の将来性
- 2 取引先との信頼関係の維持
- 3 相続税等の税金対策
- 4 借入に際しての個人保証・担保
- 5 事業承継に関する情報や知識の不足
- 6 後継者の力量不足
- 7 後継者の不在
- 8 その他( )

商店会について伺います

問26 貴事業所は、商店会に加盟していますか。(○は1つ)

- 1 加盟している
- 2 加盟していないが、関心はある
- 3 加盟していない

問27 問26で「2」「3」を選択した方に伺います。

貴事業所が商店会に加盟しない理由は何ですか。(○はいくつでも)

- 1 加盟方法がわからない、きっかけがない
- 2 商店会の会費が高い
- 3 商店会活動に時間がとられる
- 4 売上に対する効果が期待できない、又は加盟するメリットがわからない
- 5 その他( )

問28 貴事業所が商店会に期待することは何ですか。(○はいくつでも)

- 1 宅配サービス等の新たな事業への取組
- 2 テナント誘致等の空き店舗対策
- 3 商店街全体のブランディングや魅力づくり
- 4 後継者対策
- 5 商店街の安全・安心のための取組
- 6 販売促進のためのイベント等の実施
- 7 新聞折込やSNS等の共同での広報活動
- 8 街路や街灯の整備
- 9 共同でのカード決済等のICTの整備・活用
- 10 町会・自治会との連携等の地域コミュニティの活性化
- 11 活動の組織化や充実のための法人化
- 12 その他( )
- 13 期待することはない

本区における立地や環境について伺います

問29 本区において事業を営む上での強み(メリット)は何ですか。(○はいくつでも)

- 1 店舗・用地が確保しやすい
- 2 鉄道交通の利便性がよい
- 3 道路交通の利便性がよい
- 4 人材が確保しやすい
- 5 商圏人口が多い
- 6 新しい商品・サービスに関心が高い
- 7 まちにブランド感がある
- 8 まち自体の集客力が高い
- 9 商店会活動が活発である
- 10 事業者間での交流・連携の機会が多い
- 11 大学との交流・連携の機会が多い
- 12 区による事業支援が充実している
- 13 その他( )

問30 本区において事業を営む上での弱み(デメリット)は何ですか。(〇はいくつでも)

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| 1 店舗・用地が確保しにくい      | 2 鉄道交通の利便性が悪い         |
| 3 道路交通の利便性が悪い       | 4 人材が確保しにくい           |
| 5 商圏人口が少ない          | 6 新しい商品・サービスに関心が低い    |
| 7 まちにブランド感がない       | 8 まち自体に集客力がない         |
| 9 商店会活動が活発でない       | 10 事業者間での交流・連携の機会が少ない |
| 11 大学との交流・連携の機会が少ない | 12 区による事業支援が充実していない   |
| 13 その他( )           |                       |

#### オリンピック・パラリンピック等について伺います

問31 ラグビーワールドカップ2019及び東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向けて、貴事業所で取り組んでいる、又は検討している事業はありますか。(〇はいくつでも)

- |                                   |
|-----------------------------------|
| 1 国内向け新商品・新サービスの開発                |
| 2 海外向け新商品・新サービスの開発                |
| 3 異なる事業分野への進出                     |
| 4 海外向けのPR・情報発信の充実                 |
| 5 外国人観光客の誘致 ⇒ 選択肢「5」を選んだ方は問32・33へ |
| 6 その他( )                          |
| 7 特になし                            |

★問31で「5」以外を選択した方は次のページの間34に進んでください。

問32 問31で「5」を選択した方に伺います。

外国人観光客の誘致に向けて具体的に取り組んでいる、又は検討していることはありますか。(〇はいくつでも)

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| 1 商品やサービスの外国語表記     | 2 外国人向け商品やサービス開発   |
| 3 旅行者者との連携          | 4 ホテル・旅館との連携       |
| 5 海外への情報発信          | 6 クレジットカード対応       |
| 7 人材の外国語教育充実        | 8 免税対応             |
| 9 外国人従業員の採用         | 10 ハラル対応*          |
| 11 ベジタリアンメニュー**等の対応 | 12 フリーWi-Fi環境**の整備 |
| 13 海外事業所の設立         |                    |
| 14 その他( )           |                    |

※ハラル対応…イスラム教で禁止されている食品を使用しないメニューの提供

※ベジタリアンメニュー…肉や魚、卵等の動物由来の食品を使用しないメニューの提供

※フリーWi-Fi環境…だれでも自分のスマートフォンやパソコン等でインターネットを利用できるサービス

**問33 問31で「5」を選択した方に伺います。**

貴事業所において外国人観光客を誘致しようとする際の課題は何ですか。(○はいくつでも)

- |                   |  |
|-------------------|--|
| 1 従業員の外国語での対応     |  |
| 2 メニュー等の多言語化      |  |
| 3 外国人観光客へのPRの多言語化 |  |
| 4 外国人観光客へのPR媒体の選定 |  |
| 5 文化・習慣の違いに対する対応  |  |
| 6 設備の不足           |  |
| 7 その他( )          |  |
| 8 特に課題はない         |  |

**区による産業振興や支援に関する施策について伺います**

問34 経営上の問題や専門的な助言を得たい場合、相談する先はどこですか。(○はいくつでも)

- |            |                |
|------------|----------------|
| 1 区役所      | 2 東京都、都の関係機関   |
| 3 国、国の関係機関 | 4 商工会議所        |
| 5 業界団体、組合  | 6 金融機関         |
| 7 税理士等の専門家 | 8 大学・研究所等の専門機関 |
| 9 その他( )   |                |
| 10 わからない   |                |

問35 目黒区が産業振興や企業・事業者の支援のために行っている次の取組のうち、利用したいと思うものはありますか。利用したいと思うものすべてに、「利用したいと思う」の欄に○をつけてください。

項目	取組内容	利用したいと思う
① 融資あっせん制度	事業に必要な資金調達の支援。利子等の一部を補助。	
② 経営相談	中小企業診断士による経営上の問題に関する相談。	
③ 販路拡大支援	自社の工業製品・技術品の展示会出店費用の一部を助成。	
④ 新製品・新技術開発及び創業支援	新分野への進出や新製品開発及び創業費用の一部を助成。	
⑤ 経営実践セミナー	経営に役立つ各種セミナーを開催。	
⑥ ビジネスサポート支援	中小企業診断士により経営の革新や体質の改善等を支援。	
⑦ 国際規格取得支援	ISOシリーズ認証取得費用の一部を助成。	
⑧ 経営アドバイザー派遣支援	アドバイザーの活用にあつた費用の一部を助成。	

問36 今後、区内で事業を営むにあたって目黒区に望む支援策はありますか。(〇はいくつでも)

- |                 |                       |
|-----------------|-----------------------|
| 1 低利融資制度        | 2 人材確保支援              |
| 3 人材育成支援        | 4 設備投資支援              |
| 5 商品・サービス開発への支援 | 6 異業種・同業種交流等のマッチング支援  |
| 7 産学連携の支援       | 8 新分野進出支援             |
| 9 省エネルギー対策への支援  | 10 販路拡大支援             |
| 11 事業承継への支援     | 12 経営相談               |
| 13 PRや販売促進の支援   | 14 労働生産性の向上支援         |
| 15 女性の雇用支援      | 16 ワーク・ライフ・バランス推進への支援 |
| 17 高齢者の雇用支援     | 18 多言語対応への支援          |
| 19 商店会を通じた支援    |                       |
| 20 その他( )       |                       |
| 21 特にない         |                       |

調査にご協力いただき、ありがとうございました。



## 産業振興に関する意識調査報告書

平成30年3月30日 発行

発行 目黒区

編集 目黒区産業経済部産業経済・消費生活課  
〒153-8573  
東京都目黒区上目黒二丁目19番15号  
電話 03(5722)9880(直通)