

世田谷区産業基礎調査 報告書

平成28年3月

世田谷区

は じ め に

世田谷区では、区の産業の活性化や魅力的な地域社会づくりの指針として、「世田谷区産業ビジョン（平成２０年～平成２９年）」を策定し、「地域を支える産業を育み、職住近接が可能なまち」の実現を目指し、取組みを進めてきました。

そして、産業ビジョンの策定から１０年が経とうとしている現在、平成３０年度以降の新たな１０年間の指針とすべき「新たな世田谷区産業ビジョン」の策定に向けた基礎資料とするため、世田谷区産業基礎調査を実施いたしました。

本調査では、無作為に抽出した区内事業者（約１万事業所）及び区民（約５千人）を対象に、区内事業者の経営状況と課題、今後の方向性、区民の消費実態、区内産業との関わりやニーズなどの基礎的な調査を行い、その結果を分析しています。

今後の区の産業政策の策定に積極的に活用し、地域を支える多様な産業の育成に取り組んでまいりたいと思います。

結びに、本調査にご協力をいただきました多くの区民の皆様及び区内事業者の方々に、心より厚く御礼申し上げます。

平成２８年３月

世田谷区長 保 坂 展 人

目 次

I	調査全体の設計	1
1	調査の目的	1
2	調査項目	1
3	調査仕様	3
4	調査結果のみかた	4
II	区民アンケート調査	5
1	調査の概要	5
(1)	調査項目	5
(2)	調査仕様	5
(3)	調査結果の総括	6
(4)	基本属性	8
2	調査結果	10
(1)	日頃のお買物について	10
(2)	自宅周辺の商店街等について	14
(3)	地域や社会との関わりについて	32
(4)	仕事と今後の起業意向について	36
(5)	就労に関する情報収集や利用状況について	44
(6)	世田谷区の魅力・ブランドイメージについて	46
(7)	区内の工業や農業との関わりについて	48
(8)	世田谷区の産業について	52
III	事業者アンケート調査	54
III-I	商業・サービス関連事業者調査	54
1	調査の概要	54
(1)	調査項目	54
(2)	調査仕様	55
(3)	調査結果の総括	55
(4)	基本属性	58
2	調査結果	63
(1)	顧客について	63
(2)	経営状況について	72
(3)	商店街等について	86
(4)	立地環境について	98
(5)	採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて	103
(6)	資金調達等について	117
(7)	IT の活用状況について	122

(8) 個別事業課題について	125
III-II 建設・製造・その他事業者調査	128
1 調査の概要	128
(1) 調査項目	128
(2) 調査仕様	129
(3) 調査結果の総括	129
(4) 基本属性	131
2 調査結果	137
(1) 経営状況について	137
(2) 立地環境について	144
(3) 取引先について	150
(4) 事業活動における課題と方向性等について	161
(5) 採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて	169
(6) 資金調達等について	182
(7) IT の活用状況について	186
(8) 個別事業課題について	189
IV 事業者ヒアリング調査	192
1 調査の概要	192
(1) 調査主旨	192
(2) 調査項目	192
(3) 調査仕様	192
2 調査結果	193
V 調査結果全体の総括	237
1 区民が望む地域や産業の姿	237
2 事業者の経営課題、行政に望む支援	238
3 次期産業ビジョン及び産業振興計画の検討にあたって	239
VI 資料編	240
調査票	240

I 調査全体の設計

1 調査の目的

世田谷区では、「世田谷区産業ビジョン」（平成20年3月策定）で掲げているメインテーマ「区民・地域・世田谷を産業が支えていく、区民・地域・世田谷が産業を育んでいく」のもと、区内産業の振興を推進している。

平成26年3月には、世田谷区産業振興計画（平成26年度～29年度）を策定し、商業、工業、農業の枠組みにとらわれず、福祉や環境なども含め、地域を支える多様な産業を育成するため、様々な事業を計画し、実行してきている。

今後、新たな産業ビジョン及び産業振興計画の策定に向けた検討を、平成28年度に着手する予定である。

そこで、新たな産業ビジョン及び産業振興計画の基礎資料とするため、区内事業者の経営状況や課題、今後の方向性等の経営実態のほか、区民の生活行動や就労意欲、区内産業に対する認識等を調査・分析し、より実効的な産業振興施策を推進するため本調査を実施する。

2 調査項目

（1）区民アンケート調査

区民の消費活動、地域との関わり、就労や起業など、産業の観点から豊かで快適な世田谷区での生活を実現するために必要な調査を行う。

- ①基本属性
- ②日頃のお買物について
- ③自宅周辺の商店街等について
- ④地域や社会との関わりについて
- ⑤仕事と今後の起業意向について
- ⑥就労に関する情報や利用状況について
- ⑦世田谷区の魅力・ブランドイメージについて
- ⑧区内の工業や農業との関わりについて
- ⑨世田谷区の産業について

（2）事業者アンケート調査（商業・サービス関連事業者）

区内の商業・サービス関連事業者の景況、取引状況、顧客特性、商店街への参加状況、採用・雇用状況、資金調達等の把握や、新規事業等への取組状況や意向等を把握するために必要な調査を行う。

- ①店舗、事業所属性
- ②顧客について
- ③経営状況について
- ④商店街等について
- ⑤立地環境について
- ⑥採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて
- ⑦資金調達等について
- ⑧IT の活用状況について
- ⑨個別事業課題について

(3) 事業者アンケート調査（建設・製造・その他事業者）

区内の建設・製造・その他事業者の景況、取引状況、立地環境、採用・雇用状況、資金調達等の把握や、新規事業等への取組状況や意向等を把握するために必要な調査を行う。

- ①事業所属性
- ②経営状況について
- ③立地環境について
- ④取引先について
- ⑤事業活動における課題と方向性等について
- ⑥採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて
- ⑦資金調達等について
- ⑧IT の活用状況について
- ⑨個別事業課題について

(4) 事業者ヒアリング調査（事業者）

事業者アンケート調査に協力頂いた区内事業者の中から、個別の事業課題への取組み状況と意向に関する設問の回答結果から、現産業振興計画において重点事業に位置付けられている施策等のテーマについて、詳細情報を把握するために必要な調査を行う。

- ①事業内容と景況感について
- ②現在の事業課題に関する主な取組の概要、その取組を行うことになった背景・課題意識
- ③今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
- ④行政への要望他

3 調査仕様

(1) 区民アンケート

- ①調査対象 世田谷区に居住する18歳以上の男女
- ②標本数 4,977サンプル
- ③抽出方法 住民基本台帳より無作為抽出
- ④調査方法 郵送配布・郵送回収
- ⑤調査期間 平成27年9月8日～平成27年10月23日
- ⑥有効回収数 1,470サンプル（有効回収率 29.5%）

(2) 事業者アンケート調査【商業・サービス関連事業者】

- ①調査対象 世田谷区内の商業・サービス関連事業者
- ②標本数 7,311サンプル
- ③抽出方法 NTTタウンページ(株)のタウンページデータベースより無作為抽出
- ④調査方法 郵送配布・郵送回収
- ⑤調査期間 平成27年9月8日～平成27年10月23日
- ⑥有効回収数 1,481サンプル（有効回収率 20.3%）

(3) 事業者アンケート調査【建設・製造・その他事業者】

- ①調査対象 世田谷区内の建設・製造・その他事業者
- ②標本数 2,429サンプル
- ③抽出方法 NTTタウンページ(株)のタウンページデータベースより無作為抽出
- ④調査方法 郵送配布・郵送回収
- ⑤調査期間 平成27年9月8日～平成27年10月23日
- ⑥有効回収数 528サンプル（有効回収率 21.7%）

(4) 事業者ヒアリング調査【事業者】

- ①調査対象 世田谷区内の事業者
- ②標本数 30事業者
- ③抽出方法 事業者アンケート調査回答事業者より抽出
- ④調査方法 対面インタビュー形式
- ⑤調査期間 平成27年11月～平成28年1月

4 調査結果のみかた

- ①図表中の「n」は、その設問の回答者数を表している。
- ②各回答の構成比は、その設問の回答者数を基数としたパーセントで表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出した。したがって、足し上げた結果100%とならない場合がある。
また、複数回答の場合、構成比の合計は100%を超えている場合がある。
- ③本文や図表中の選択肢表記は、場合によって語句を簡略化している場合がある。
- ④前回調査は平成20年度に行っている。前回と今回で共通している設問については、経年変化を見るため、前回調査との比較を行っている。なお、前回調査と今回調査とでは標本数や抽出方法が一部異なっている。
- ⑤分析の必要に応じて属性別（年代別、地域別、業種別など）のクロス集計を行い、図表化している。なお、年代や業種の区分は前回調査と一部異なっている。
また、数表には、全体及び属性別に特徴がみられるものに網掛けをしている。
- ⑥図表において、属性項目で無回答だった区民または事業者の回答は除いてあるため、各属性の件数の合計が全体件数と一致しないことがある。
- ⑦商業・サービス関連事業者の回答結果のうち、地域別に表した回答結果の中で「その他」に区分されているのは、区内の支店・営業所に調査票を送付したが、区外の本店・本社などが代わりに回答を行った企業である。

Ⅱ 区民アンケート調査

1 調査の概要

(1) 調査項目

①基本属性

性別、年代、居住年数、通勤・通学先、居住形態、居住地、家族構成

②日頃のお買物について

日頃利用する買物場所とその理由

③自宅周辺の商店街等について

商店街の利用頻度、買物・飲食時間帯、商店街利用目的、商店街の不便な点、商店街を利用しない理由、地域商業・商店街発展のために必要なこと、地域に欲しいお店、居住地域への満足度、地域の活性化に活用できる資源、居住地域の望ましい姿

④地域や社会との関わりについて

参加経験のある活動、地域活動などについての基本的考え方、関心および参加意向のある地域社会活動

⑤仕事と今後の起業意向について

職業、現在の就職先で働くことを決めた理由、将来の区内就業意向、起業意向とその理由

⑥就労に関する情報収集や利用状況について

仕事において求める支援、支援を受ける際に利用するサービス機関

⑦世田谷区の魅力・ブランドイメージについて

おすすめの観光資源やおすすめの場所、世田谷のPR強化に向けて必要な取り組み、世田谷区の魅力、世田谷区の地域風土

⑧区内の工業や農業との関わりについて

住工共生のまちづくりに向けて必要なこと、身近な農地との関わり、世田谷区の農業との現在の関わり・今後の関わり

⑨世田谷区の産業について

世田谷区の産業のイメージ、施策の重要度

(2) 調査仕様

- ①調査対象 世田谷区に居住する18歳以上の男女
- ②標本数 4,977サンプル
- ③抽出方法 住民基本台帳より無作為抽出
- ④調査方法 郵送配布・郵送回収
- ⑤調査期間 平成27年9月8日～平成27年10月23日
- ⑥有効回収数 1,470サンプル（有効回収率 29.5%）

（３）調査結果の総括

１．回答者の属性

性別は「女性」が６割弱、「男性」が４割で、年代は４０歳代未満が２５．８％、４０歳代以上６０歳代未満と、６０歳代以上がともに３６．９％で、中年代から高年代が多い。居住年数は５年未満が２６．８％、５年以上２０年未満が３６．８％、２０年以上が３１．２％で、居住年月が長い割合が高い。居住形態は「持ち家（一戸建て）」がおよそ４割（４４．１％）で「持ち家（マンション）」を含めると６割（６５．１％）を超える。家族構成は「親と子ども（二世世代家族）」が４割（４３．０％）で高く、生活圏は「世田谷区内」が５割（５３．１％）を超えている。

２．購買行動

商店街の利用頻度は、「週に２～３回」が３割で最も高く、週１回以上で６割を占める。年代に比例して利用頻度が多くなり、家族構成別では「夫婦のみ（一世世代家族）」が多い結果から、高齢層の利用が多い。また、「一人暮らし」の利用も比較的多い。

品目別の購買先は「青果・精肉・鮮魚」などの最寄品は「自宅周辺のスーパー」、「理・美容」や「クリーニング」などは「自宅周辺の一般商店」の利用が多い。「新宿・渋谷の商業施設」をよく利用する品目は、「贈答品」、「カバン・靴」、「家電・家具等」、「高級衣料」などであった。また、若年層では「家電・家具等」、「趣味・本・スポーツ用品」などは「ネットショップ」の利用も多い。品目別の購買先の理由としては、「家から近い」「品揃えが豊富」「欲しいものがある」などが選択されている。

商店街の利用目的は、「食料品を購入」がおよそ８割（８５．４％）、「日用雑貨等を購入」がおよそ６割（６５．６％）、「飲食」が４割と高くなっている。不満な点は「品揃えが少ない」「駐輪・駐車場が少ない・狭い」「値段が高い」の順に高い。

地域商業が活性化していくために必要だと思うことは、「不足業種を補う」「駐車・駐輪場を整備する」「商業地域の景観を整備し、商店街のイメージを高める」の順に高い。地域の商店街に求めるものは、「センスが良く品揃えの豊富な日用雑貨店」「雰囲気の良い喫茶店」「安くて比較的良好な服を提供するお店」の順に多い。

３．地域や社会との関わりについて

地域への満足度は８割（８３．７％）を超えている。居住地域の望ましい将来の姿は、「落ち着きのあつ静かで生活環境の良い街」「街並みや景観が整備されている街」「高齢者や子どもなどに優しい街」などが選択されている。参加経験のある地域活動は「特になし」との回答がおよそ７割（６７．６％）であるが、「町会、自治会」への参加が比較的多くなっている。地域活動に関心がある、または参加意向がある活動ともに「環境保全に関する活動」が高く、環境保全に対する意識の高さが伺える。

４．仕事や起業意向について

現在の就職先の選択理由は、「技術や知識が活かせるから」がおよそ４割（４３．９％）である。区内での就労意向は「どちらともいえない」が多い。将来の起業意向は「全然してみたいと思わない」が多く、起業意向は低い。起業意向のある人は、「自分の知識や経験を生かしたいから」との回答がおよそ６割（６６．３％）で、起業したいと思わない人は「現在の仕事に満足しているから」がおよそ３割

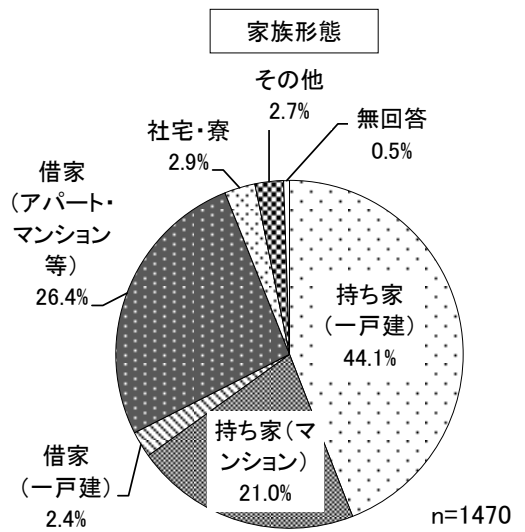
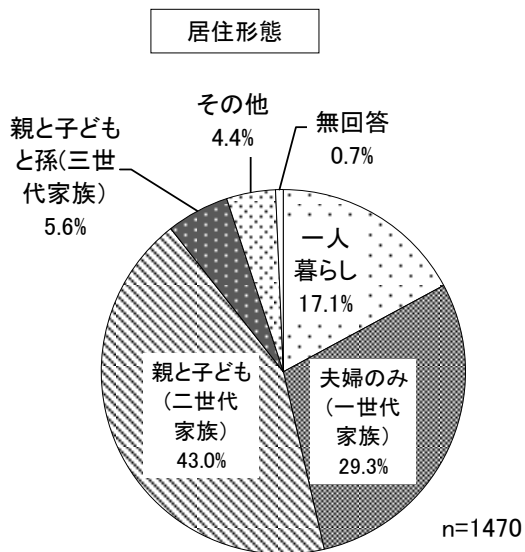
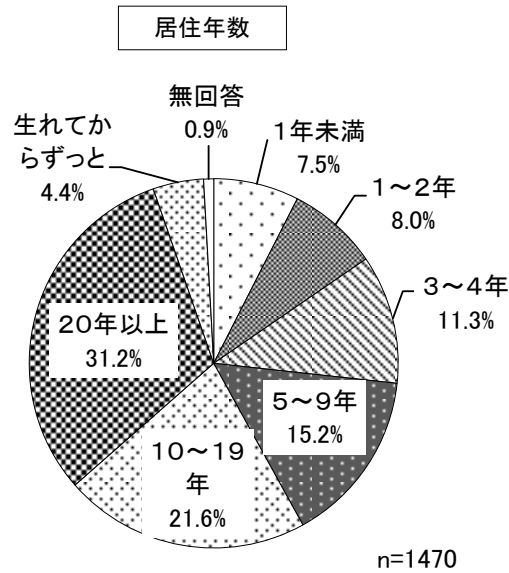
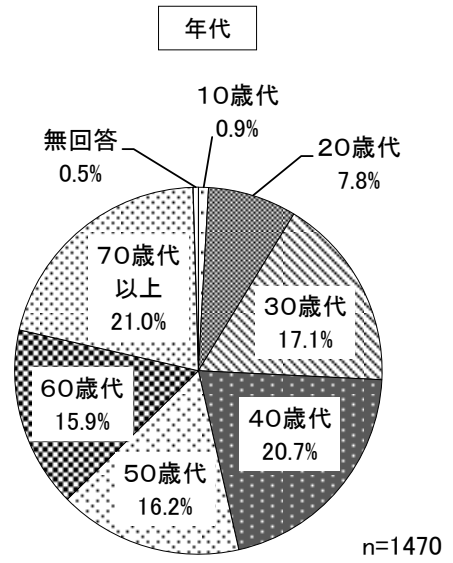
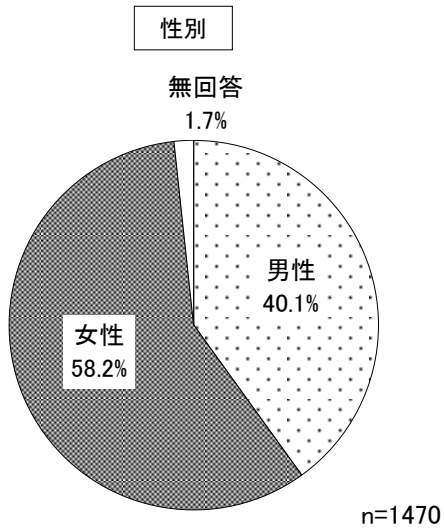
(27.0%)である。

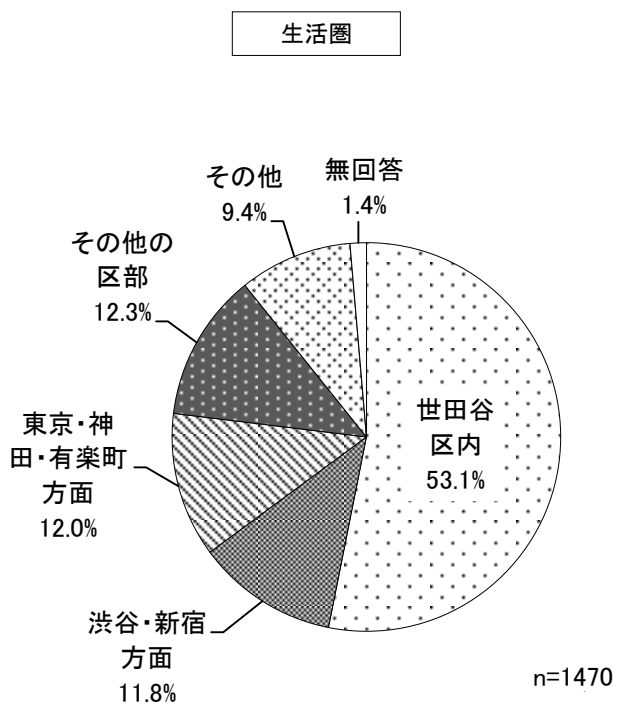
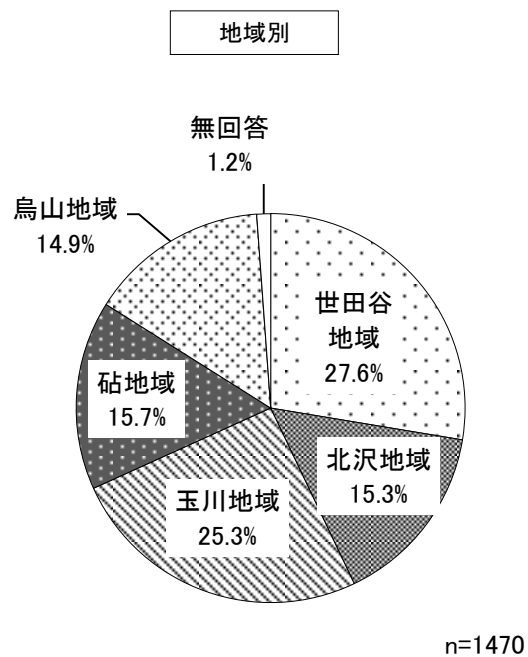
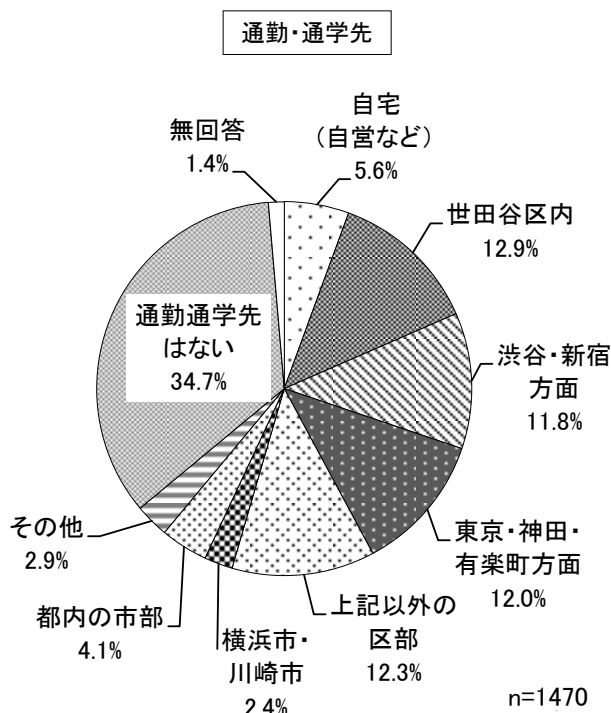
5. 世田谷区のイメージ・産業について

区のPRに必要だと思うことは、「世田谷ブランド（世田谷みやげ、世田谷そだち（区内農産物）等）のPRの強化や新たなブランドの創造」、「区や商店街による新たなイベントの企画・推進」が多い。工業や農業との関わりで、「住工共生のまちづくり」に必要なことは、「住民に対して、身近な工場やものづくり事業所についてのPRを強化する」が多く、農業については、「身近に農地がない・知らない」が多いが、「身近な農地を利用している農家や作付品目について関心がある（知りたい）」もやや多くなっている。また、農業との関わりは「区内の直売所で区内産農産物を購入する」が現在及び今後関わっていきたい意向としても多い。

世田谷区の産業のイメージは、「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」「区内のところどころに農地があり、野菜等をつくっている」「区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している」など「そう思う」「まあそう思う」と回答した人の割合が多い。また、産業の重要性としては、「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」「魅力のあるお店が多く立地している」「区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している」などの点を「重要である」と回答している区民が多い。

(4) 基本属性





- ＊「生活圏」について通勤・通学先の回答区分
- ・「世田谷区内」：「自宅」、「世田谷区内」、「通勤・通学先はない」と回答しているもの
 - ・「渋谷・新宿方面」：「渋谷・新宿方面」と回答しているもの
 - ・「東京・神田・有楽町方面」：「東京・神田・有楽町方面」と回答しているもの
 - ・「その他の区部」：「上記以外の区部」と回答しているもの
 - ・「その他」：「都内の市部」、「横浜市・川崎市」、「その他」と回答しているもの

2 調査結果

(1) 日頃のお買物について

問1 次のそれぞれの商品について、①日頃利用する場所（主な場所2ヶ所まで）、②利用する理由（主なものの3つまで）をご記入下さい。

日頃の買物で利用する場所について、品目ごとにみると、「青果・精肉・鮮魚」をはじめとした最寄品（消費者が、日常的に頻繁に購入する製品）については主に「自宅周辺のスーパー」、「高級衣料」などの買回品（消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品）や「贈答品」については「新宿・渋谷の商業施設」、「理・美容」については「自宅周辺の一般商店」が多くなっている（図表1-1）。

品目ごとに利用する場所について、年代比較をしたところ、いずれの年代でもおよそ最寄品については主に「自宅周辺のスーパー」、買回品や「贈答品」については「新宿・渋谷の商業施設」、「理・美容」、「クリーニング」については「自宅周辺の一般商店」が多くなっている。また、「外食・飲食」、については40代からは「自宅周辺の一般商店」、などが多くなっており、10～30代では「趣味・本・スポーツ用品」、「家電・家具等」は「ネットショップ」も多くなっている（図表1-2、図表1-3、図表1-4）。

日頃利用する場所（全体 品目別）

（図表1-1）

	n	店 宅（小 規模 商店 ～商	自 宅 周 辺 の ス ー パ ー	自 宅 周 辺 以 外 の 区 内 の ス ー パ ー	自 宅 周 辺 の コ ン ビ ニ エ ン ス ト ア	区 内 の 駅 周 辺 の 大 型 商 業 施 設	新 宿 ・ 渋 谷 の 商 業 施 設	東 京 ・ 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	5 ・ 7 以 外 の シ ョ ッ ピ ン グ セ ン タ ー 等	生 協 等 の 宅 配 サ ー ビ ス	ネ ッ ト シ ョ ッ プ	そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	1470	15.6%	80.7%	11.8%	5.3%	6.7%	4.6%	0.1%	1.7%	12.9%	1.5%	2.4%	9.6%
弁当・惣菜	1470	13.1%	58.7%	6.9%	29.0%	6.7%	8.6%	1.6%	1.1%	2.5%	0.2%	4.1%	13.5%
酒類・飲料	1470	9.0%	68.8%	9.6%	21.9%	3.9%	1.8%	0.3%	1.8%	7.0%	7.8%	3.0%	11.2%
その他の食料品	1470	9.0%	67.7%	11.3%	12.9%	6.7%	5.7%	0.9%	2.4%	9.2%	4.0%	2.3%	15.0%
日用雑貨	1470	19.0%	47.7%	9.2%	4.2%	11.8%	9.2%	1.2%	7.2%	4.2%	11.4%	5.4%	15.2%
普段着・寝具	1470	8.0%	13.0%	5.2%	0.6%	23.9%	28.0%	5.7%	15.4%	2.9%	17.7%	6.8%	14.4%
高級衣料	1470	1.9%	1.6%	0.5%	0.1%	18.0%	47.2%	19.2%	10.8%	0.1%	6.7%	9.5%	17.1%
薬・化粧品	1470	40.6%	27.3%	5.0%	2.7%	10.3%	11.2%	2.3%	3.5%	1.1%	10.7%	12.6%	12.4%
趣味・本・スポーツ用品	1470	22.7%	4.1%	1.4%	1.9%	21.8%	25.7%	4.1%	9.4%	0.3%	22.3%	8.0%	15.8%
眼鏡・宝飾品	1470	15.5%	2.3%	0.7%	0.2%	18.1%	32.1%	11.4%	9.0%	0.1%	3.5%	13.9%	18.2%
家電・家具等	1470	6.7%	2.9%	1.2%	0.5%	21.6%	34.6%	6.2%	16.7%	0.5%	19.9%	12.0%	13.9%
カバン・靴	1470	7.1%	3.3%	1.4%	0.5%	19.9%	41.2%	13.5%	14.1%	0.3%	12.1%	9.7%	15.2%
理・美容	1470	51.6%	1.8%	0.4%	0.2%	4.0%	10.5%	2.9%	1.8%	0.1%	0.4%	22.3%	12.1%
クリーニング	1470	71.3%	6.3%	0.7%	0.3%	1.8%	0.3%	0.1%	0.6%	0.4%	0.9%	10.5%	12.6%
写真の現像	1470	34.4%	5.2%	0.7%	3.3%	4.8%	3.3%	0.5%	1.3%	0.1%	5.0%	21.5%	27.0%
外食・飲食	1470	39.1%	2.0%	0.6%	0.7%	18.5%	29.5%	11.3%	6.4%	0.4%	0.3%	19.0%	15.0%
贈答品	1470	6.1%	2.6%	0.8%	0.3%	20.1%	45.2%	16.2%	5.9%	0.4%	12.2%	9.5%	14.0%

日頃利用する場所（品目別・年代比較／10～30代）

（図表1-2）

	n	規 模 自 宅 周 辺 の 一 般 商 店 （ 小	自 宅 周 辺 の スー パ ー	自 宅 周 辺 以 外 の 区 内 の スー パ ー	自 宅 周 辺 の コ ン ビ ニ エ ン	施 設 区 内 の 駅 周 辺 の 大 型 商 業	新 宿 ・ 渋 谷 の 商 業 施 設	の 東 京 ・ 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	グ ー グ ー セ ン タ ー 等	生 協 等 の 宅 配 サ ー ビ ス	ネ ッ ト シ ョ ッ プ	そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	379	15.8%	87.1%	8.7%	6.6%	5.5%	4.0%	0.0%	1.1%	11.6%	2.6%	1.8%	5.3%
弁当・惣菜	379	17.2%	65.2%	6.1%	35.4%	6.3%	9.2%	2.4%	0.3%	1.6%	0.0%	4.5%	4.0%
酒類・飲料	379	8.2%	73.1%	8.4%	33.5%	3.7%	2.6%	0.8%	1.3%	4.0%	9.2%	2.1%	5.0%
その他の食料品	379	7.7%	71.8%	10.8%	21.1%	5.0%	6.6%	1.1%	1.6%	7.4%	7.9%	1.3%	9.0%
日用雑貨	379	20.6%	44.1%	6.1%	4.5%	17.7%	16.4%	3.2%	6.6%	2.6%	17.7%	4.2%	7.4%
普段着・寝具	379	6.9%	7.4%	2.1%	0.3%	26.1%	41.2%	8.7%	13.7%	0.8%	25.3%	4.5%	6.6%
高級衣料	379	2.1%	1.3%	0.3%	0.0%	18.5%	52.8%	22.7%	11.9%	0.0%	8.4%	9.2%	8.7%
薬・化粧品	379	42.7%	26.4%	3.2%	3.2%	11.6%	19.5%	4.5%	3.2%	0.3%	15.3%	9.0%	5.5%
趣味・本・スポーツ用品	379	19.3%	3.7%	1.1%	3.4%	21.6%	30.6%	5.0%	12.1%	0.0%	30.9%	4.7%	7.1%
眼鏡・宝飾品	379	9.2%	2.4%	0.5%	0.0%	18.5%	38.8%	13.7%	13.2%	0.0%	6.6%	13.5%	10.3%
家電・家具等	379	4.5%	2.4%	0.8%	0.0%	18.5%	44.9%	8.2%	17.7%	0.5%	30.1%	9.0%	5.3%
カバン・靴	379	5.8%	2.1%	0.8%	0.0%	19.3%	51.5%	17.9%	16.1%	0.0%	17.7%	6.3%	6.6%
理・美容	379	37.7%	2.1%	0.8%	0.0%	5.3%	21.1%	4.5%	4.2%	0.3%	0.5%	28.2%	5.3%
クリーニング	379	76.8%	7.7%	1.1%	0.3%	1.6%	0.5%	0.3%	1.1%	0.5%	0.8%	9.0%	6.1%
写真の現像	379	35.9%	5.5%	1.1%	4.0%	6.6%	5.0%	1.1%	1.6%	0.0%	10.8%	21.6%	14.0%
外食・飲食	379	33.0%	3.2%	1.1%	0.8%	21.1%	35.9%	14.0%	10.3%	0.3%	0.3%	20.8%	7.9%
贈答品	379	4.7%	2.4%	0.5%	0.0%	19.3%	48.8%	17.9%	6.9%	0.5%	20.1%	9.2%	9.2%

日頃利用する場所（品目別・年代比較／40～50代）

（図表1-3）

	n	規 模 自 宅 周 辺 の 一 般 商 店 （ 小	自 宅 周 辺 の スー パ ー	自 宅 周 辺 以 外 の 区 内 の スー パ ー	自 宅 周 辺 の コ ン ビ ニ エ ン	施 設 区 内 の 駅 周 辺 の 大 型 商 業	新 宿 ・ 渋 谷 の 商 業 施 設	の 東 京 ・ 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	グ ー グ ー セ ン タ ー 等	生 協 等 の 宅 配 サ ー ビ ス	ネ ッ ト シ ョ ッ プ	そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	542	15.5%	85.8%	13.3%	5.0%	6.1%	4.8%	0.2%	3.3%	14.8%	2.0%	1.8%	5.4%
弁当・惣菜	542	13.3%	61.8%	7.9%	34.5%	6.3%	7.7%	1.7%	2.0%	2.4%	0.6%	4.2%	7.7%
酒類・飲料	542	9.2%	73.1%	10.9%	21.2%	4.1%	1.8%	0.4%	3.1%	10.5%	11.4%	3.0%	4.8%
その他の食料品	542	8.7%	73.8%	12.2%	10.5%	6.6%	4.1%	0.9%	4.2%	12.5%	4.8%	2.6%	9.4%
日用雑貨	542	19.2%	51.8%	10.5%	3.5%	11.3%	7.7%	0.4%	10.0%	4.8%	14.8%	7.4%	8.7%
普段着・寝具	542	6.1%	12.9%	4.8%	0.7%	26.9%	25.6%	6.1%	22.1%	4.4%	23.6%	8.9%	6.3%
高級衣料	542	1.3%	1.5%	0.7%	0.2%	21.0%	49.3%	20.7%	15.1%	0.4%	8.7%	10.7%	8.5%
薬・化粧品	542	43.2%	29.3%	6.6%	1.7%	11.4%	8.5%	2.0%	4.8%	0.9%	12.9%	14.6%	6.3%
趣味・本・スポーツ用品	542	23.2%	5.0%	1.7%	1.7%	24.0%	24.9%	3.7%	11.3%	0.4%	30.4%	9.0%	8.5%
眼鏡・宝飾品	542	16.4%	2.8%	0.9%	0.6%	20.5%	34.7%	11.8%	10.0%	0.4%	4.2%	14.4%	10.5%
家電・家具等	542	4.8%	3.7%	0.9%	0.6%	22.1%	37.8%	6.6%	19.7%	0.4%	25.1%	14.6%	6.5%
カバン・靴	542	5.7%	4.2%	1.5%	0.6%	22.7%	43.4%	13.8%	15.5%	0.9%	16.8%	12.4%	7.7%
理・美容	542	57.7%	2.8%	0.4%	0.4%	4.6%	8.3%	3.0%	1.7%	0.2%	0.7%	25.5%	4.6%
クリーニング	542	76.9%	7.2%	0.2%	0.4%	1.8%	0.2%	0.0%	0.9%	0.4%	1.8%	11.4%	5.2%
写真の現像	542	33.6%	6.6%	0.6%	3.7%	4.4%	3.5%	0.2%	1.5%	0.2%	5.4%	27.9%	20.1%
外食・飲食	542	49.8%	2.0%	0.7%	0.9%	18.3%	27.7%	10.0%	7.7%	0.7%	0.4%	22.3%	8.1%
贈答品	542	7.7%	2.2%	0.9%	0.6%	23.4%	47.2%	16.4%	6.1%	0.4%	14.9%	10.7%	7.0%

日頃利用する場所(品目別・年代比較／60～70代以上)

(図表1-4)

	n	自宅周辺の一般商店(小規模商店)	自宅周辺のスーパー	自宅周辺以外の区内のスーパー	自宅周辺のコンビニエンスストア	区内の駅周辺の大型商業施設	新宿・渋谷の商業施設	東京・有楽町・銀座周辺の商業施設	5～7以外のショッピングセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショップ	その他	無回答
青果・精肉・鮮魚	542	15.7%	71.6%	12.7%	4.8%	8.3%	5.0%	0.2%	0.6%	11.8%	0.2%	3.3%	16.2%
弁当・惣菜	542	10.0%	51.5%	6.6%	19.4%	7.4%	9.0%	0.9%	0.7%	3.3%	0.0%	3.9%	25.3%
酒類・飲料	542	9.6%	62.0%	9.0%	14.6%	3.9%	1.3%	0.0%	0.7%	5.7%	3.3%	3.7%	21.2%
その他の食料品	542	10.3%	59.0%	10.9%	9.6%	8.1%	6.8%	0.7%	1.1%	7.0%	0.6%	2.8%	24.4%
日用雑貨	542	18.1%	46.3%	10.1%	4.8%	8.5%	5.7%	0.7%	4.8%	4.8%	3.1%	4.2%	26.6%
普段着・寝具	542	10.7%	17.2%	7.7%	0.7%	19.2%	21.4%	3.3%	9.6%	3.0%	6.5%	6.5%	27.5%
高級衣料	542	2.4%	1.8%	0.6%	0.2%	14.8%	41.7%	15.5%	5.7%	0.0%	3.5%	8.5%	31.2%
薬・化粧品	542	36.9%	26.0%	4.8%	3.3%	8.5%	7.9%	1.1%	2.2%	1.8%	5.4%	13.3%	22.9%
趣味・本・スポーツ用品	542	24.7%	3.7%	1.3%	1.1%	19.7%	23.4%	3.9%	5.5%	0.6%	8.3%	9.2%	28.6%
眼鏡・宝飾品	542	19.0%	1.8%	0.7%	0.0%	15.5%	25.3%	9.2%	5.4%	0.0%	0.6%	13.7%	30.8%
家電・家具等	542	10.3%	2.6%	1.8%	0.7%	23.4%	24.7%	4.2%	12.9%	0.6%	7.6%	11.8%	26.9%
カバン・靴	542	9.4%	3.3%	1.7%	0.7%	17.7%	32.5%	10.1%	11.3%	0.0%	3.5%	9.4%	28.2%
理・美容	542	55.2%	0.6%	0.2%	0.2%	2.6%	5.4%	1.7%	0.4%	0.0%	0.0%	15.3%	23.8%
クリーニング	542	62.2%	4.6%	0.9%	0.2%	1.8%	0.2%	0.2%	0.0%	0.4%	0.0%	10.7%	24.0%
写真の現像	542	34.5%	3.5%	0.7%	2.6%	3.9%	1.8%	0.6%	0.9%	0.0%	0.4%	15.1%	42.4%
外食・飲食	542	32.8%	1.3%	0.2%	0.6%	17.0%	27.1%	10.9%	2.4%	0.2%	0.4%	14.4%	26.4%
贈答品	542	5.5%	3.1%	0.9%	0.4%	17.3%	41.0%	14.9%	5.2%	0.4%	4.1%	8.7%	23.8%

日頃利用する場所の利用する理由についてみると、「青果・精肉・鮮魚」をはじめとした最寄品については「家から近い」、「価格が安い」、「品揃えが豊富」などが多くなっており、「高級衣料」などの買回品については「欲しいものがある」、「品揃えが豊富」などが多く、理・美容については「なじみの店」、「クリーニング」については「家から近い」、贈答品については「品揃えが豊富」が多くなっている（図表1－5）。

日頃利用する理由（全体 品目別）

（図表1－5）

	n	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	う一カ所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐輪・駐車場がある	接客態度がよい	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	ポイントなどを行っている	その他	無回答
青果・精肉・鮮魚	1470	30.0%	31.4%	28.6%	10.6%	10.1%	7.3%	22.9%	1.2%	0.3%	0.3%	6.1%	7.6%	1.0%	37.8%	7.9%	1.6%	12.0%	2.2%	9.7%
弁当・惣菜	1470	24.4%	18.6%	14.8%	16.8%	12.1%	6.1%	12.3%	1.8%	1.1%	0.2%	6.1%	4.1%	0.7%	35.6%	10.8%	1.4%	7.1%	3.1%	13.5%
酒類・飲料	1470	24.1%	35.1%	4.5%	15.6%	8.8%	5.4%	11.8%	0.5%	0.4%	0.3%	5.3%	7.7%	0.3%	34.8%	6.6%	0.9%	8.2%	6.3%	11.2%
その他の食料品	1470	26.5%	26.2%	11.8%	16.5%	7.8%	4.4%	17.8%	0.6%	1.4%	0.3%	4.3%	6.3%	0.4%	30.0%	7.1%	1.8%	8.9%	3.7%	15.0%
日用雑貨	1470	31.7%	29.2%	2.2%	20.4%	7.9%	3.5%	14.1%	0.3%	2.0%	0.4%	2.2%	6.3%	0.3%	23.7%	5.2%	0.6%	8.9%	3.4%	15.2%
普段着・寝具	1470	31.4%	21.4%	4.9%	33.3%	7.1%	5.2%	9.5%	0.9%	10.2%	0.5%	1.0%	5.6%	1.1%	9.3%	4.0%	1.4%	5.2%	5.8%	14.4%
高級衣料	1470	29.5%	4.0%	9.0%	38.4%	2.8%	5.3%	5.6%	1.8%	23.1%	1.0%	0.3%	3.9%	3.3%	3.8%	3.1%	1.7%	3.8%	6.1%	17.3%
薬・化粧品	1470	28.9%	27.2%	3.3%	24.8%	7.7%	7.3%	7.8%	0.7%	1.2%	0.2%	1.2%	2.8%	1.4%	21.6%	5.5%	0.7%	14.1%	5.2%	12.6%
趣味・本・スポーツ用品	1470	39.2%	8.3%	1.6%	33.7%	7.5%	5.2%	6.7%	0.8%	3.1%	0.3%	1.4%	3.4%	1.0%	12.7%	5.8%	0.3%	6.7%	6.1%	15.9%
眼鏡・宝飾品	1470	27.3%	10.4%	6.3%	29.5%	4.4%	9.9%	3.5%	0.6%	9.7%	0.7%	0.5%	2.4%	3.8%	7.6%	2.6%	0.5%	2.8%	8.4%	18.2%
家電・家具等	1470	42.8%	27.9%	3.2%	26.8%	4.5%	5.4%	9.7%	0.6%	4.1%	0.2%	1.5%	6.3%	1.5%	5.2%	2.7%	1.0%	10.2%	4.9%	13.9%
カバン・靴	1470	39.3%	14.1%	6.6%	38.0%	3.4%	5.2%	5.4%	0.7%	13.1%	0.8%	0.5%	3.2%	1.6%	4.8%	3.5%	1.2%	4.5%	5.2%	15.2%
理・美容	1470	1.8%	12.5%	2.1%	2.7%	7.1%	45.9%	0.7%	2.7%	10.7%	0.3%	0.4%	0.8%	10.1%	22.7%	3.1%	0.1%	2.9%	6.4%	12.1%
クリーニング	1470	1.4%	14.4%	4.0%	1.2%	5.9%	29.9%	0.7%	1.4%	0.9%	0.1%	1.4%	1.3%	2.8%	41.2%	3.5%	0.1%	5.2%	6.5%	12.6%
写真の現像	1470	1.6%	11.3%	2.3%	1.2%	6.8%	12.1%	1.5%	0.2%	0.7%	0.1%	1.1%	1.0%	1.3%	24.4%	2.7%	0.1%	1.8%	20.3%	27.0%
外食・飲食	1470	10.4%	8.4%	11.6%	13.8%	14.4%	20.6%	2.4%	4.0%	9.0%	0.4%	1.8%	5.5%	6.8%	19.0%	5.6%	0.1%	0.5%	9.8%	15.1%
贈答品	1470	42.8%	4.1%	11.0%	26.9%	2.6%	4.5%	12.4%	1.0%	12.2%	0.7%	0.5%	4.8%	3.1%	5.4%	2.3%	0.6%	4.2%	8.0%	14.0%

(2) 自宅周辺の商店街等について

問2 あなたは自宅周辺の商店街をどのくらい利用されますか（○印は1つ）。

自宅周辺の商店街の利用頻度を聞いたところ、「週に2～3回程度」が30.9%で最も多くなっており、「毎日利用している」の14.2%、および「週に1回程度」の15.6%を合わせると、週に1回以上の利用は60.7%となっている。一方「ほとんど利用しない」は9.9%となっている（図表2－1）。

年代別にみると、全体的には年代に比例して利用頻度が多くなっている（図表2－2）。

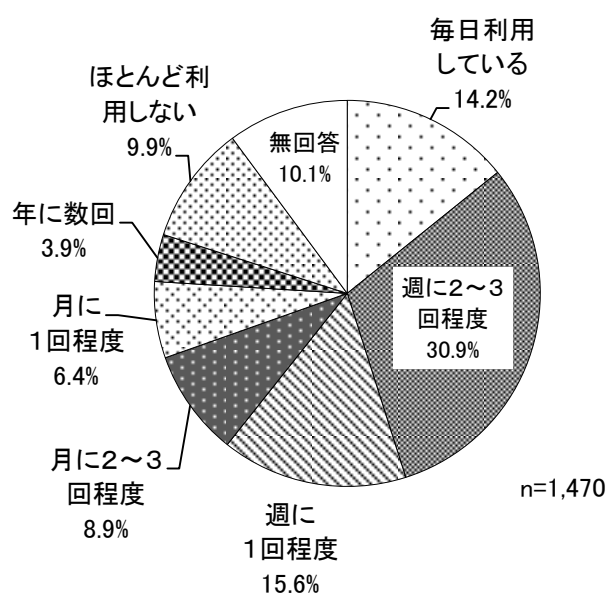
地域別にみると、週に1回以上の利用が多いのは「北沢地域」、「烏山地域」である（図表2－3）。

家族構成別にみると、週1回以上の利用が多いのは「夫婦のみ（一世代家族）」が多く、「一人暮らし」も比較的多く利用している（図表2－4）。

生活圏別にみると、「世田谷区内」が主な生活圏の人の利用頻度が多くなっている（図表2－5）。

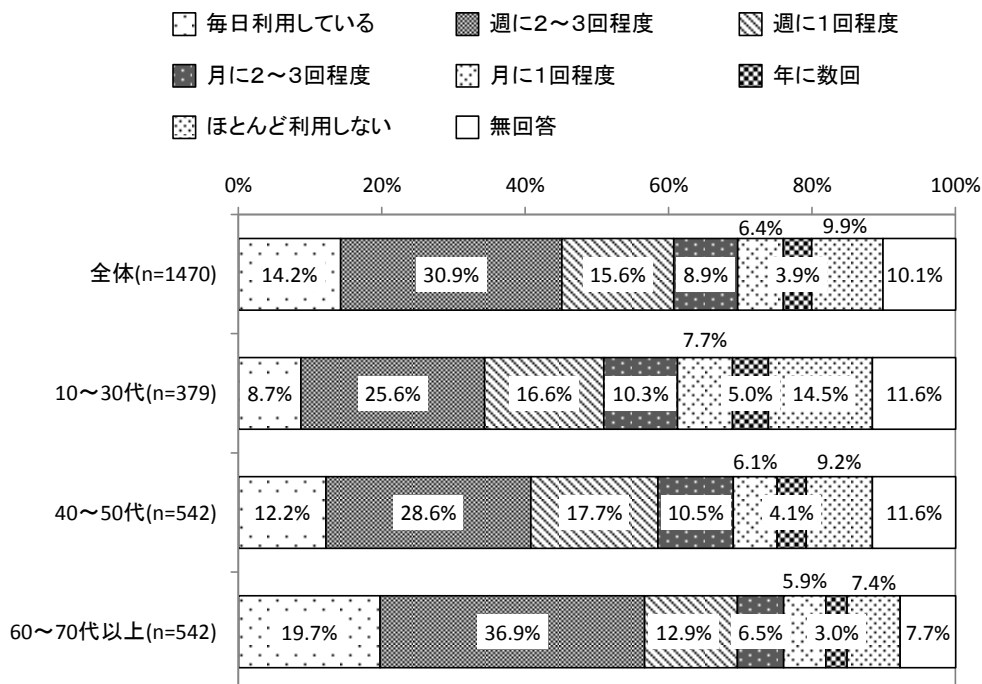
前回調査では、全体で週に1回以上利用する人がおよそ7割（67.9%）で、年齢に比例して利用頻度が多くなる傾向は同様である。また、地域別でいずれの地域でも、6割以上が週に1回以上利用しており、「烏山地域」でやや多くなっていた。また、家族構成別では、いずれの世帯も「週に2～3回程度」が最も多かった。「毎日利用している」割合が多いのは「夫婦のみ（一世代家族）」「親と子どもと孫（三世代家族）」の世帯であった。

自宅周辺商店街の利用頻度 （図表2－1）



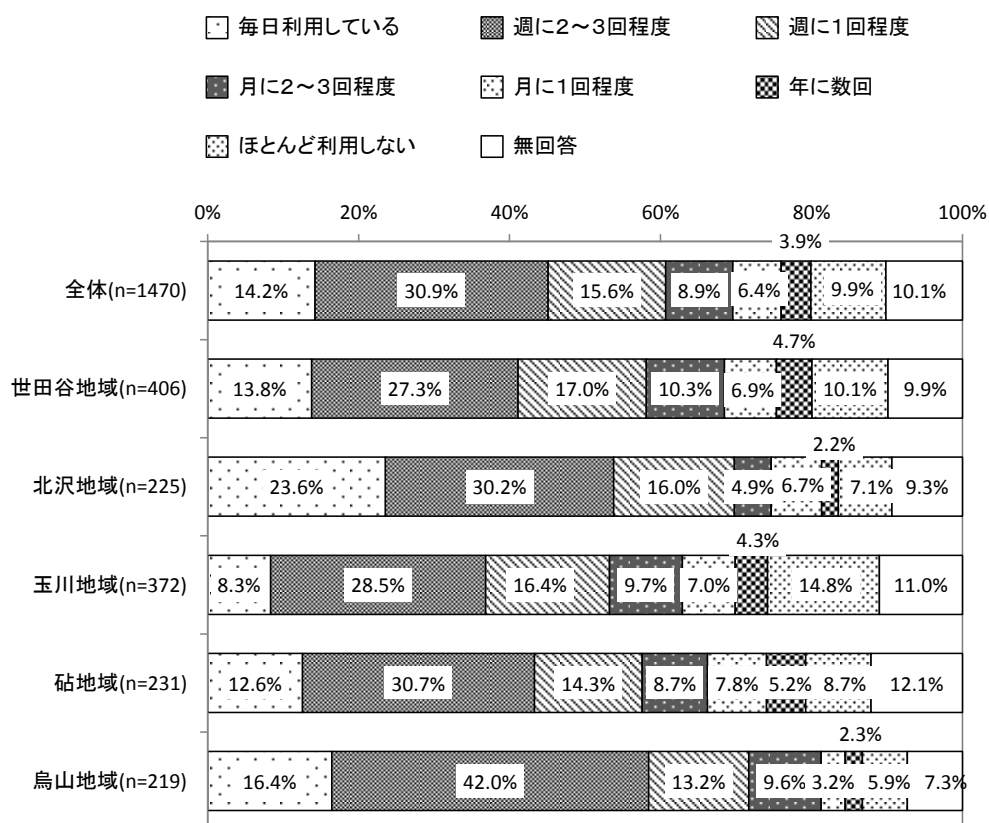
自宅周辺商店街の利用頻度（年代別）

（図表 2－2）



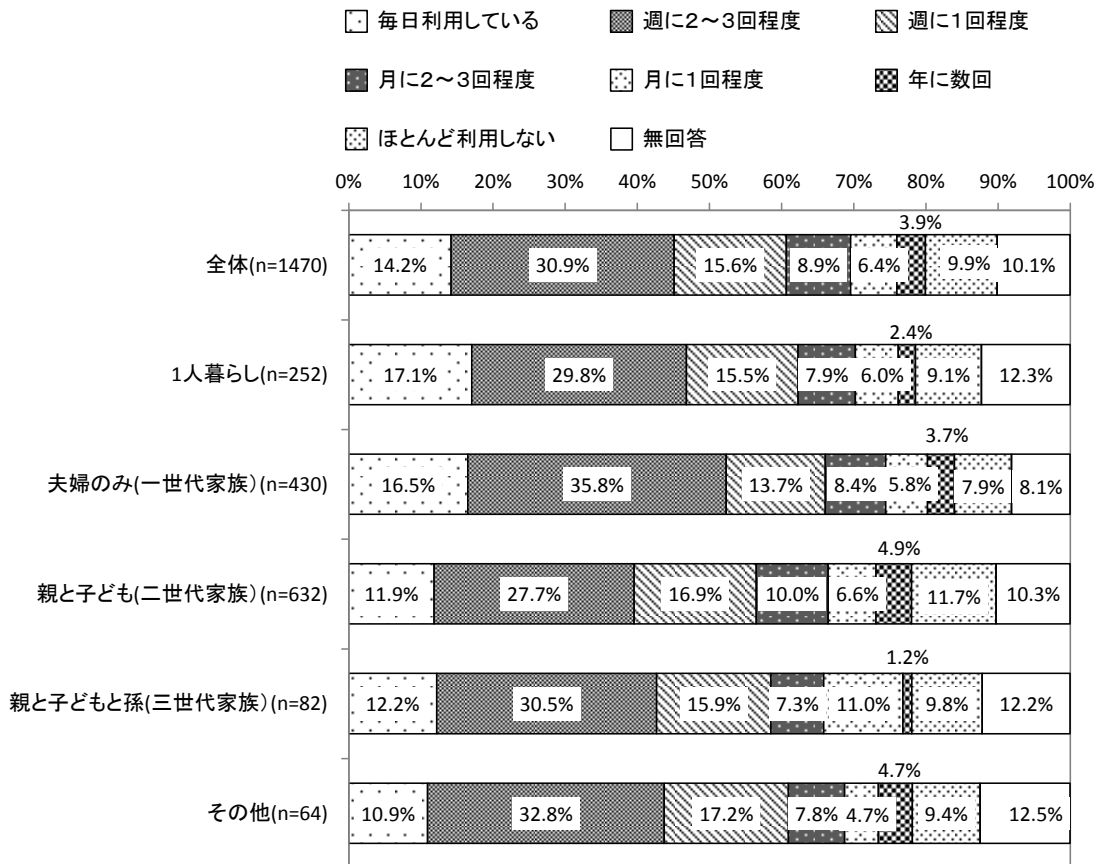
自宅周辺商店街の利用頻度（地域別）

（図表 2－3）



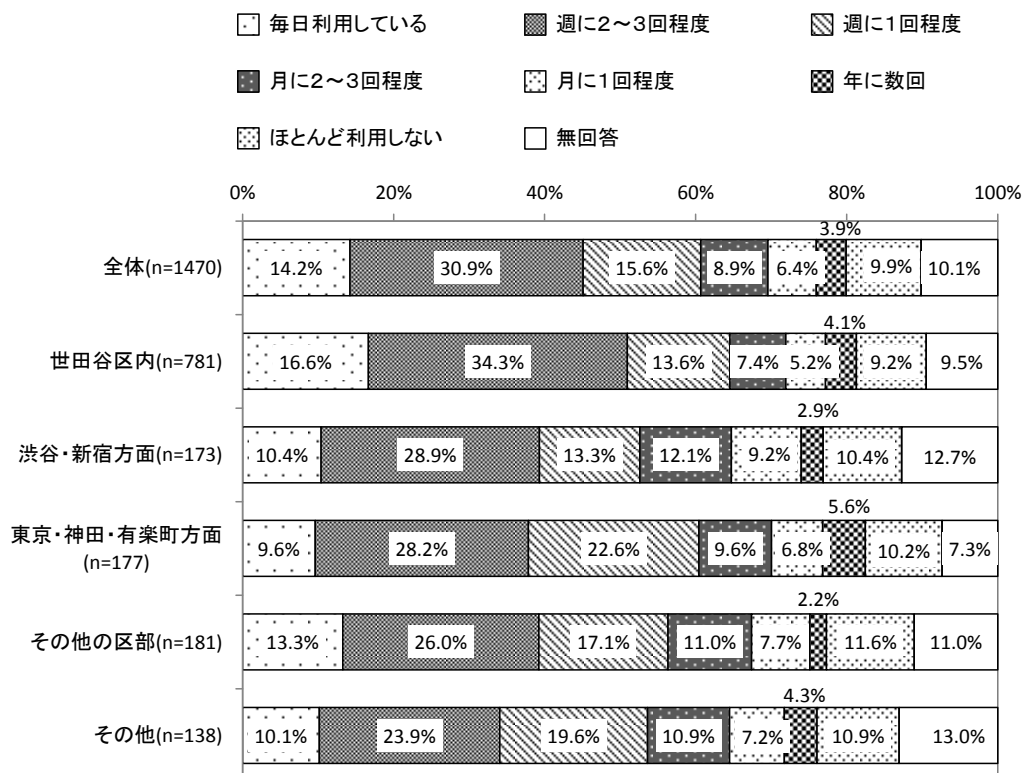
自宅周辺商店街の利用頻度（家族構成別）

（図表 2－4）



自宅周辺商店街の利用頻度（生活圏別）

（図表 2－5）



問 2 (1) 【月に 2 ～ 3 回程度以上、商店街を利用していると回答した方】

商店街で買物・飲食する時間は何時ころが多いですか（○印は 1 つ）。

商店街利用の時間帯について聞いたところ、「午後 2 時～午後 5 時」が 28.3%で最も多く、「午後 5 時～午後 7 時まで」が 20.1%と続いている（図表 2 (1) - 1）。

年代別にみると、「60～70代」で「午前中」の割合が大きくなっている。また、年齢が下がるにつれて午後 7 時以降の割合が大きくなっている（図表 2 (1) - 2）。

地域別にみると、全体的には「午後 2 時～午後 5 時」が最も多くなっているが、「砧地域」では「午前中」、「北沢地域」では午後 5 時以降がやや多くなっている（図表 2 (1) - 3）。

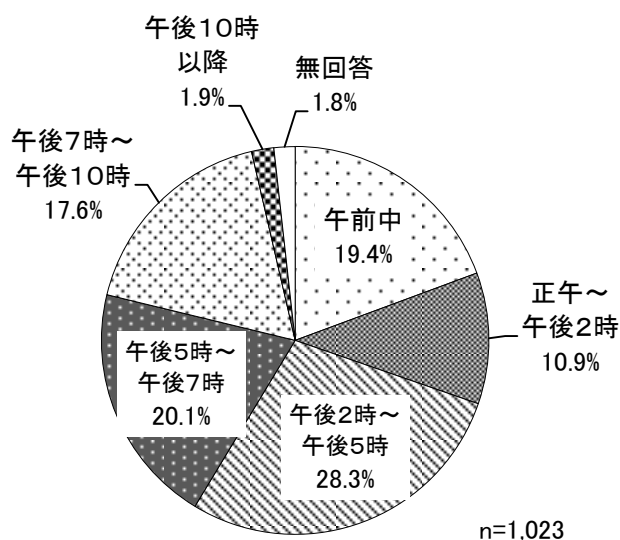
前回調査では、いずれの地域でも「午後 2 時～午後 5 時」に利用している人が多かった。

家族構成別にみると、「一人暮らし」、「その他」は「午後 7 時～午後 10 時」が多く、「親と子ども（二世世代家族）」、「親と子どもと孫（三世世代家族）」、「夫婦のみ（一世世代家族）」は「午後 2 時～午後 5 時」が多く、家族形態によってよく利用する時間帯に違いがみられた（図表 2 (1) - 4）。

生活圏別にみると、「世田谷区内」が主な生活圏の人は「午後 2 時～午後 5 時」が最も多く、また「午前中」も多くなっているが、「その他の区部」、「渋谷、新宿方面」などでは「午後 7 時～午後 10 時」が多くなっている（図表 2 (1) - 5）。

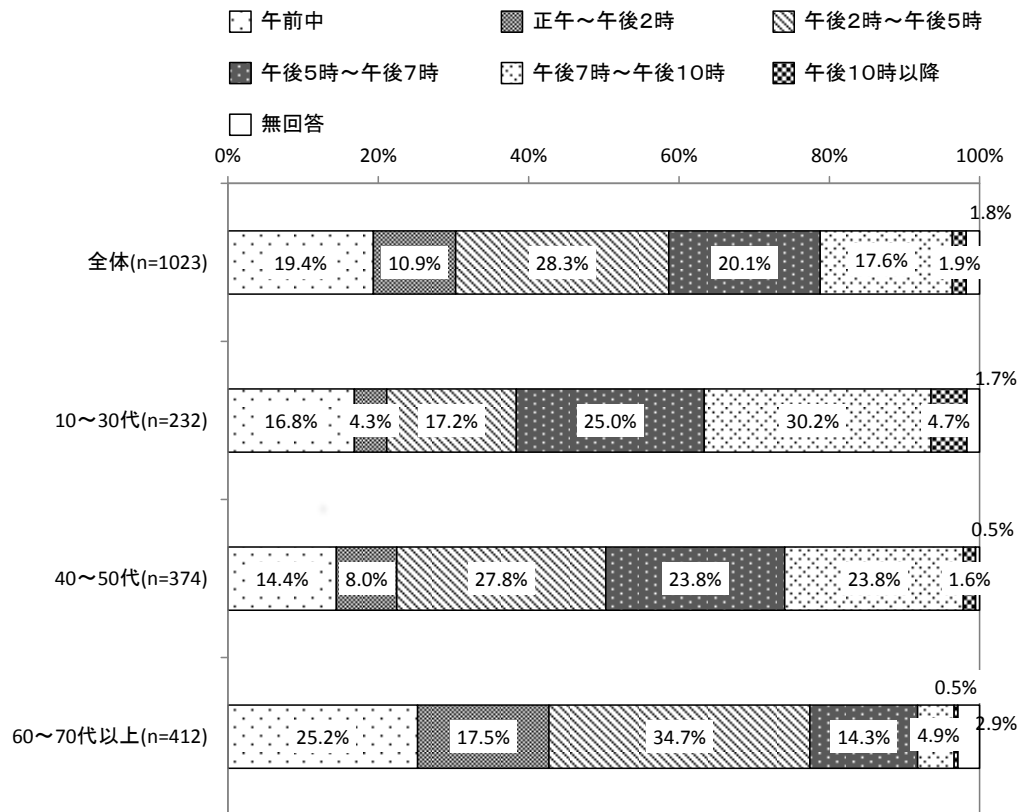
自宅周辺商店街の利用時間

（図表 2 (1) - 1）



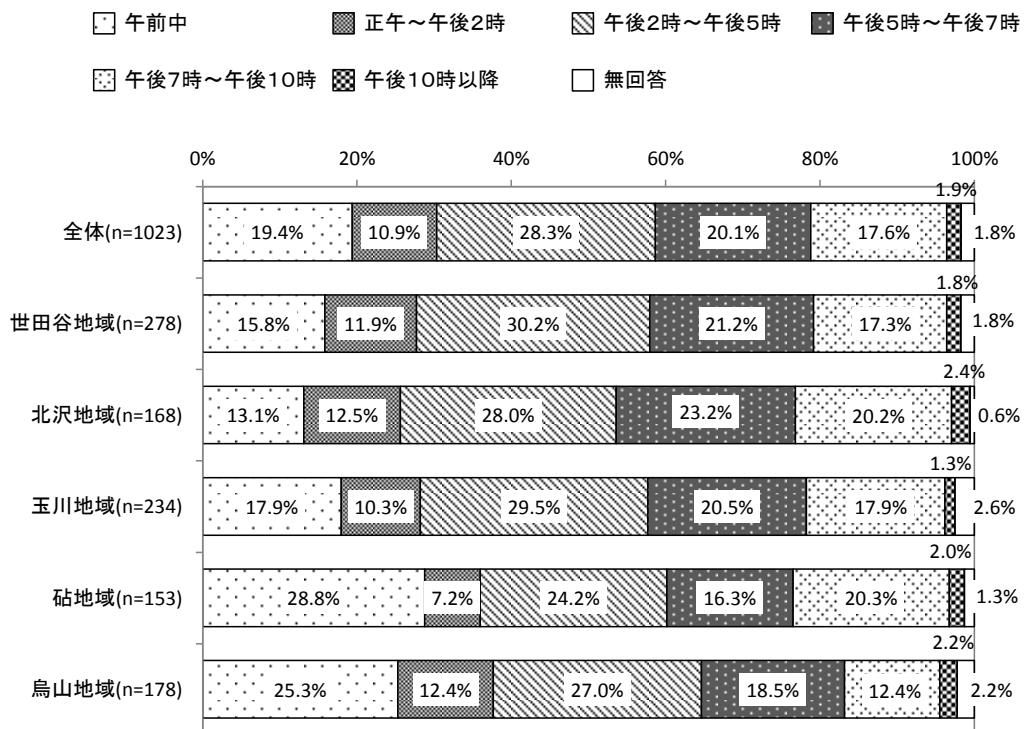
自宅周辺商店街の利用時間（年代別）

（図表 2（1）－ 2）



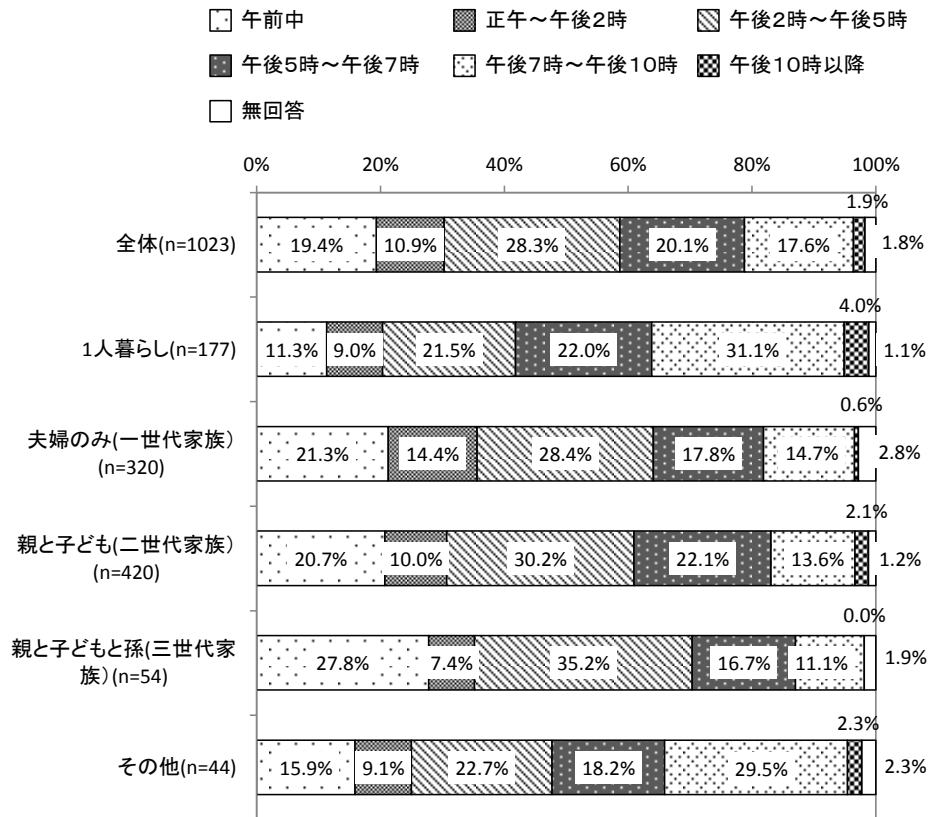
自宅周辺商店街の利用時間（地域別）

（図表 2（1）－ 3）



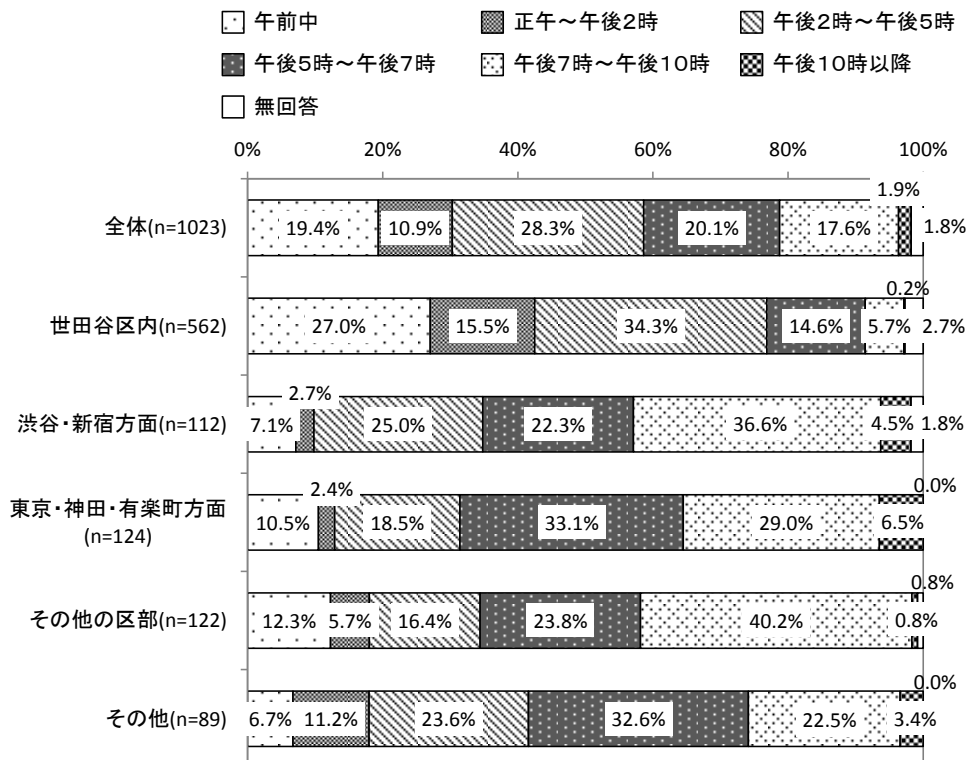
自宅周辺商店街の利用時間（家族構成別）

（図表 2（1）－ 4）



自宅周辺商店街の利用時間（生活圏別）

（図表 2（1）－ 5）

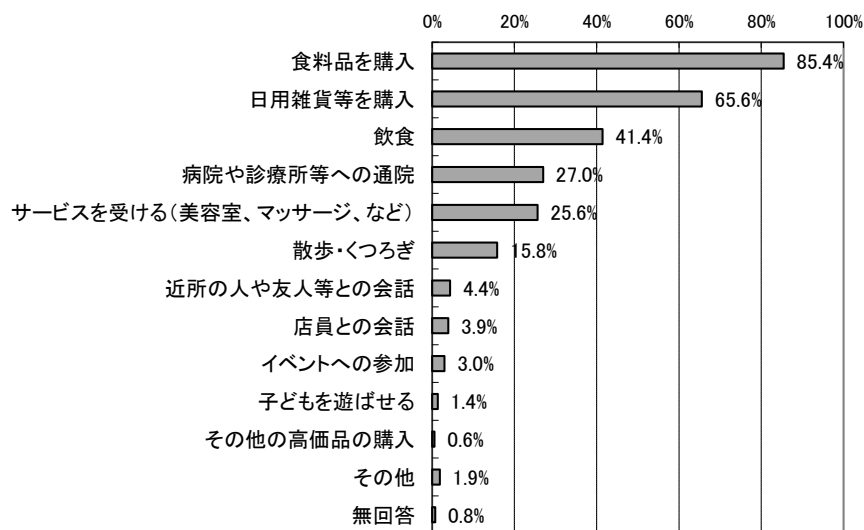


問 2 (2) 商店街を利用する目的をお聞かせください (○印はいくつでも)。

商店街を利用する目的について聞いたところ、「食料品を購入」が 85.4%で最も多く、「日用雑貨等を購入」(65.6%)、「飲食」(41.4%)と続いている(図表 2 (2) - 1)。

地域別にみると、全般的には「食料品を購入」、「日用雑貨等を購入」、「飲食」が多くなっているが、「飲食」は北沢地域、「散歩・くつろぎ」は世田谷地域が他の地域と比較して多くなっている(図表 2 (2) - 2)。

自宅周辺商店街利用目的 (n=1023) (図表 2 (2) - 1)



商店街利用目的 (地域別) (図表 2 (2) - 2)

	n	食料品 を購入	日用 雑貨等 を購入	その他 の高価 品の購 入	飲食	サ ー ビ ス を 受 け る (美 容 室 、 マ ッ サ ー ジ 、 な ど)	病 院 や 診 療 所 等 へ の 通 院	イ ベ ン ト へ の 参 加	散 歩 ・ く つ ろ ぎ	話 近 所 の 人 や 友 人 等 と の 会 話	店 員 と の 会 話	子 ど も を 遊 ば せ る	そ の 他	無 回 答
全体	1023	874 85.4%	671 65.6%	6 0.6%	424 41.4%	262 25.6%	276 27.0%	31 3.0%	162 15.8%	45 4.4%	40 3.9%	14 1.4%	19 1.9%	8 0.8%
世田谷地域	278	241 86.7%	168 60.4%	0 0.0%	117 42.1%	72 25.9%	88 31.7%	6 2.2%	57 20.5%	8 2.9%	13 4.7%	4 1.4%	7 2.5%	2 0.7%
北沢地域	168	148 88.1%	113 67.3%	1 0.6%	89 53.0%	57 33.9%	41 24.4%	7 4.2%	29 17.3%	14 8.3%	9 5.4%	5 3.0%	2 1.2%	1 0.6%
玉川地域	234	194 82.9%	144 61.5%	2 0.9%	86 36.8%	43 18.4%	56 23.9%	5 2.1%	36 15.4%	9 3.8%	12 5.1%	2 0.9%	5 2.1%	4 1.7%
砧地域	153	125 81.7%	106 69.3%	1 0.7%	54 35.3%	42 27.5%	37 24.2%	8 5.2%	22 14.4%	4 2.6%	3 2.0%	2 1.3%	3 2.0%	0 0.0%
烏山地域	178	154 86.5%	132 74.2%	2 1.1%	73 41.0%	43 24.2%	49 27.5%	5 2.8%	15 8.4%	9 5.1%	2 1.1%	1 0.6%	2 1.1%	1 0.6%

問 2（3） 商店街における不便な点やご不満をもっている場合の不満な点は何ですか（○印は3つまで）。

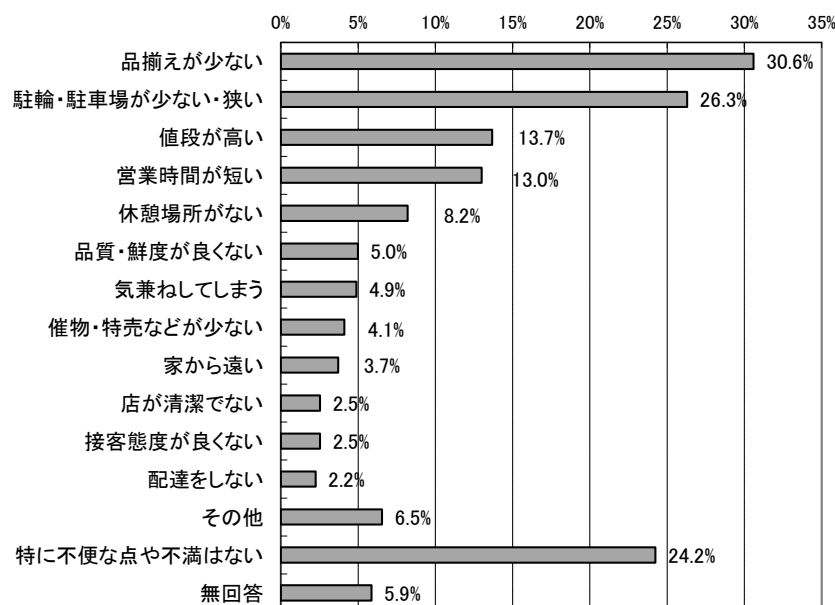
商店街における不便な点や不満な点について聞いたところ、「品揃えが少ない」が 30.6%で最も多く、「駐輪・駐車場が少ない・狭い」が 26.3%と続いている（図表 2（3）－1）。

年代別にみると、いずれの年代でも「品揃えが少ない」が最も多くなっているが、10代から50代の年代等では「駐輪・駐車場が少ない・狭い」も多くなっている。一方、60～70代以上は「特に不便な点や不満はない」が多くなっている（図表 2（3）－2）。

前回調査では、「品揃えが少ない」が 40.9%、「駐輪・駐車場が少ない・狭い」が 32.9%で多くなっていた。

自宅周辺商店街への不満（n=1023）

（図表 2（3）－1）



自宅周辺商店街への不満（年代別）

（図表 2（3）－2）

	n	品揃えが少ない	値段が高い	気兼ねしてしまう	店が清潔でない	配達をしない	営業時間が短い	品質・鮮度が良くない	狭い駐輪・駐車場が少ない・	接客態度が良くない	家から遠い	催物・特売などが少ない	休憩場所がない	その他	特に不便な点や不満はない	無回答
全体	1023	313	140	50	26	23	133	51	269	26	38	42	84	67	248	60
		30.6%	13.7%	4.9%	2.5%	2.2%	13.0%	5.0%	26.3%	2.5%	3.7%	4.1%	8.2%	6.5%	24.2%	5.9%
10～30代	232	65	30	13	12	2	48	10	63	3	7	7	17	25	55	7
		28.0%	12.9%	5.6%	5.2%	0.9%	20.7%	4.3%	27.2%	1.3%	3.0%	3.0%	7.3%	10.8%	23.7%	3.0%
40～50代	374	123	51	21	9	6	62	15	121	8	16	15	19	21	70	19
		32.9%	13.6%	5.6%	2.4%	1.6%	16.6%	4.0%	32.4%	2.1%	4.3%	4.0%	5.1%	5.6%	18.7%	5.1%
60～70代以上	412	124	58	16	5	15	22	26	84	15	15	20	45	18	123	34
		30.1%	14.1%	3.9%	1.2%	3.6%	5.3%	6.3%	20.4%	3.6%	3.6%	4.9%	10.9%	4.4%	29.9%	8.3%

地域別にみると、全体的には「品揃えが少ない」や「駐輪・駐車場が少ない・狭い」が多くなっており、特に烏山地域と砧地域では他の地域と比較して「駐輪・駐車場が少ない・狭い」が多くなっている（図表２（３）－３）。

自宅周辺商店街への不満（地域別）

（図表２（３）－３）

	n	品揃えが少ない	値段が高い	気兼ねしてしまう	店が清潔でない	配達をしない	営業時間が短い	品質・鮮度が良くない	駐輪・狭い・駐車場が少ない	接客態度が良くない	家から遠い	催物・特売などが少ない	休憩場所がない	その他	特に不便な点や不満はない	無回答
全体	1023	313 30.6%	140 13.7%	50 4.9%	26 2.5%	23 2.2%	133 13.0%	51 5.0%	269 26.3%	26 2.5%	38 3.7%	42 4.1%	84 8.2%	67 6.5%	248 24.2%	60 5.9%
世田谷地域	278	82 29.5%	38 13.7%	12 4.3%	9 3.2%	9 3.2%	34 12.2%	15 5.4%	57 20.5%	9 3.2%	9 3.2%	15 5.4%	23 8.3%	24 8.6%	67 24.1%	23 8.3%
北沢地域	168	67 39.9%	24 14.3%	10 6.0%	2 1.2%	4 2.4%	23 13.7%	8 4.8%	37 22.0%	6 3.6%	4 2.4%	11 6.5%	10 6.0%	13 7.7%	42 25.0%	7 4.2%
玉川地域	234	69 29.5%	44 18.8%	15 6.4%	5 2.1%	7 3.0%	39 16.7%	11 4.7%	58 24.8%	5 2.1%	6 2.6%	7 3.0%	17 7.3%	8 3.4%	53 22.6%	14 6.0%
砧地域	153	49 32.0%	22 14.4%	9 5.9%	3 2.0%	1 0.7%	17 11.1%	6 3.9%	51 33.3%	4 2.6%	12 7.8%	4 2.6%	16 10.5%	9 5.9%	36 23.5%	2 1.3%
烏山地域	178	44 24.7%	10 5.6%	4 2.2%	7 3.9%	2 1.1%	18 10.1%	11 6.2%	62 34.8%	2 1.1%	7 3.9%	5 2.8%	14 7.9%	11 6.2%	46 25.8%	14 7.9%

問 2（４） 【商店街の利用頻度を、月に１回程度以下と回答した方】

商店街を利用しない理由をお聞かせください（○印は３つまで）。

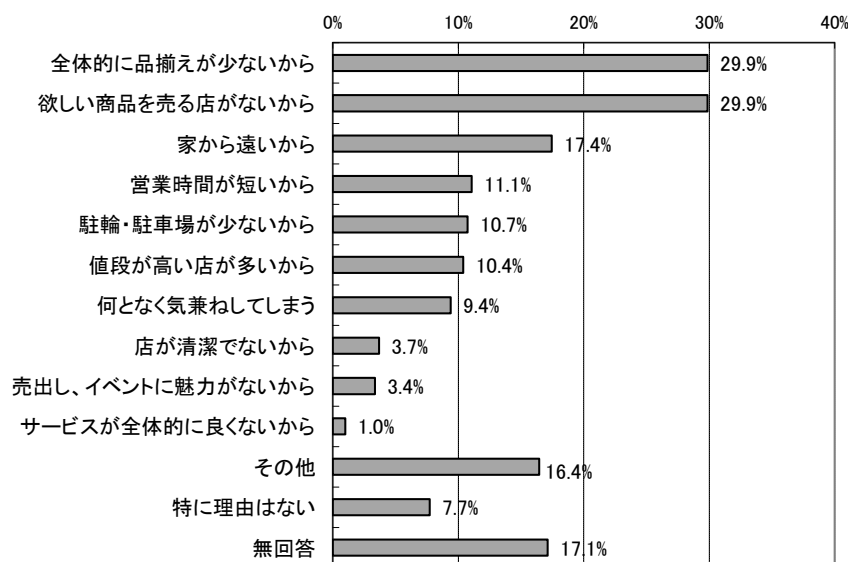
商店街をあまり利用しない人に、その理由を聞いたところ、「全体的に品揃えが少ないから」、「欲しい商品が売っている店がないから」が共に 29.9%で最も多く、「家から遠いから」（17.4%）、「営業時間が短いから」（11.1%）と続いている（図表 2（４）－１）。

年代別で見ると、いずれの年代でも全般に「全体的に品揃えが少ないから」、「欲しい商品が売っている店がないから」などが多くなっているが、10～30代では「営業時間が短いから」がやや多くなっている（図表 2（４）－２）。

前回調査では、「全体的に品揃えが少ないから」が 38.5%、「欲しい商品が売っている店がないから」が 34.9%「営業時間が短いから」が 20.2%となっていた。

自宅周辺商店街を利用しない理由（n=298）

（図表 2（４）－１）



自宅周辺商店街を利用しない理由（年代別）

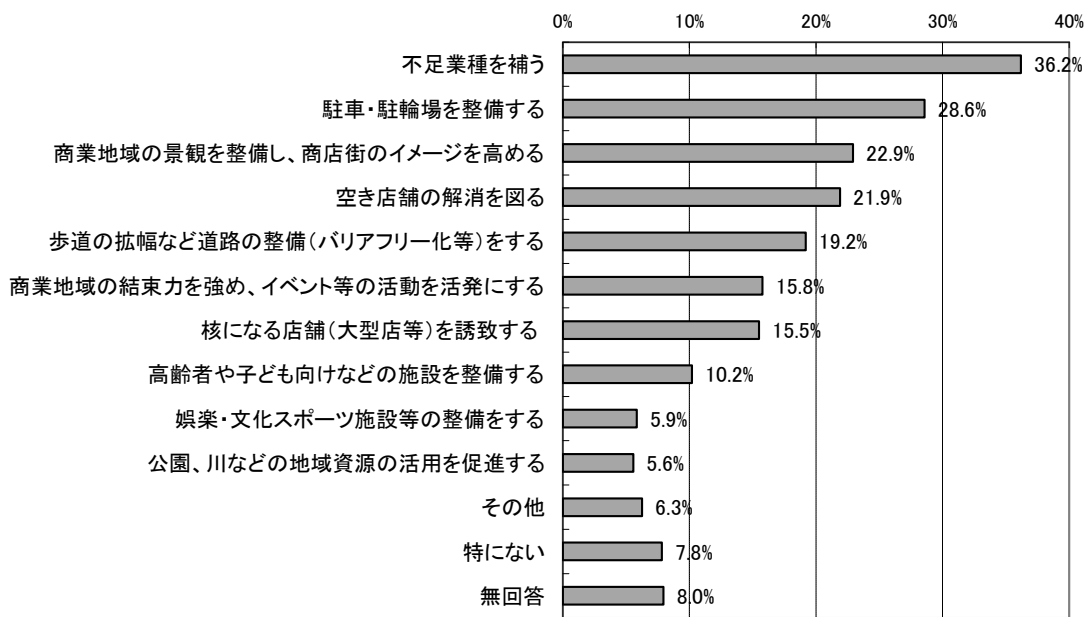
（図表 2（４）－２）

	n	全体的に品揃えが少ないから	値段が高い店が多いから	何となく気兼ねしてしまう	欲しい商品が売っている店がないから	店が清潔でないから	営業時間が短いから	売出し、イベントに魅力がないから	サービスが全体的に良くないから	駐輪・駐車場が少ないから	家から遠いから	その他	特に理由はない	無回答
全体	298	89 29.9%	31 10.4%	28 9.4%	89 29.9%	11 3.7%	33 11.1%	10 3.4%	3 1.0%	32 10.7%	52 17.4%	49 16.4%	23 7.7%	51 17.1%
10～30代	103	33 32.0%	12 11.7%	10 9.7%	30 29.1%	5 4.9%	20 19.4%	4 3.9%	0 0.0%	11 10.7%	22 21.4%	18 17.5%	9 8.7%	9 8.7%
40～50代	105	31 29.5%	12 11.4%	10 9.5%	28 26.7%	3 2.9%	10 9.5%	4 3.8%	2 1.9%	12 11.4%	22 21.0%	17 16.2%	9 8.6%	19 18.1%
60～70代以上	88	25 28.4%	7 8.0%	8 9.1%	31 35.2%	3 3.4%	3 3.4%	2 2.3%	1 1.1%	9 10.2%	8 9.1%	14 15.9%	4 4.5%	22 25.0%

問3 あなたがお住まいの地域の商店街をはじめとして、地域の商業が活性化していくために必要と思うことは、次のうちどれですか（○印は3つまで）。

地域の商店街や地域の商業が活性化していくために必要なことを聞いたところ、「不足業種を補う」が36.2%で最も多くなっており、「駐車・駐輪場を整備する」（28.6%）、「商業地域の景観を整備し、商店街のイメージを高める」（22.9%）、「空き店舗の解消を図る」（21.9%）と続いている（図表3-1）。
年代別にみると、全般的に「不足業種を補う」が多くなっているが、「40～50代」では「駐車・駐輪場を整備する」がやや多くなっている（図表3-2）。

自宅周辺地域商業・商店街活性化のために必要なこと（n=1470）（図表3-1）



地域商業活性化に必要なこと（年代別）（図表3-2）

	n	不足業種を補う	空き店舗の解消を図る	核になる店舗を誘致する（大型店等）	商業地域の景観を整備する	商業地域の結束力を強め、イベント等の活動を活発にする	駐車・駐輪場を整備する	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化等）をする	高齢者や子ども向けなどの施設を整備する	娯楽・文化スポーツ施設等の整備をする	公園、川などの地域資源の活用を促進する	その他	特にない	無回答
全体	1470	532	322	228	337	232	420	282	150	86	82	92	115	117
		36.2%	21.9%	15.5%	22.9%	15.8%	28.6%	19.2%	10.2%	5.9%	5.6%	6.3%	7.8%	8.0%
10～30代	379	150	95	64	88	67	95	62	46	31	32	27	20	20
		39.6%	25.1%	16.9%	23.2%	17.7%	25.1%	16.4%	12.1%	8.2%	8.4%	7.1%	5.3%	5.3%
40～50代	542	221	126	86	119	81	183	104	47	35	24	41	30	38
		40.8%	23.2%	15.9%	22.0%	14.9%	33.8%	19.2%	8.7%	6.5%	4.4%	7.6%	5.5%	7.0%
60～70代以上	542	160	101	78	129	82	141	115	54	20	26	24	64	58
		29.5%	18.6%	14.4%	23.8%	15.1%	26.0%	21.2%	10.0%	3.7%	4.8%	4.4%	11.8%	10.7%

地域別にみると、全般的に「不足業種を補う」が多くなっているが、「烏山地域」、「砧地域」では「駐車・駐輪場を整備する」も多くなっている（図表3－3）。

前回調査では、「不足業種を補う」はいずれの地域でも多くなっていた。また、「駐車・駐輪場を整備する」は、「砧地域」「烏山地域」で他の地域に比べて高くなっていた。

地域商業活性化に必要なこと（地域別）

（図表3－3）

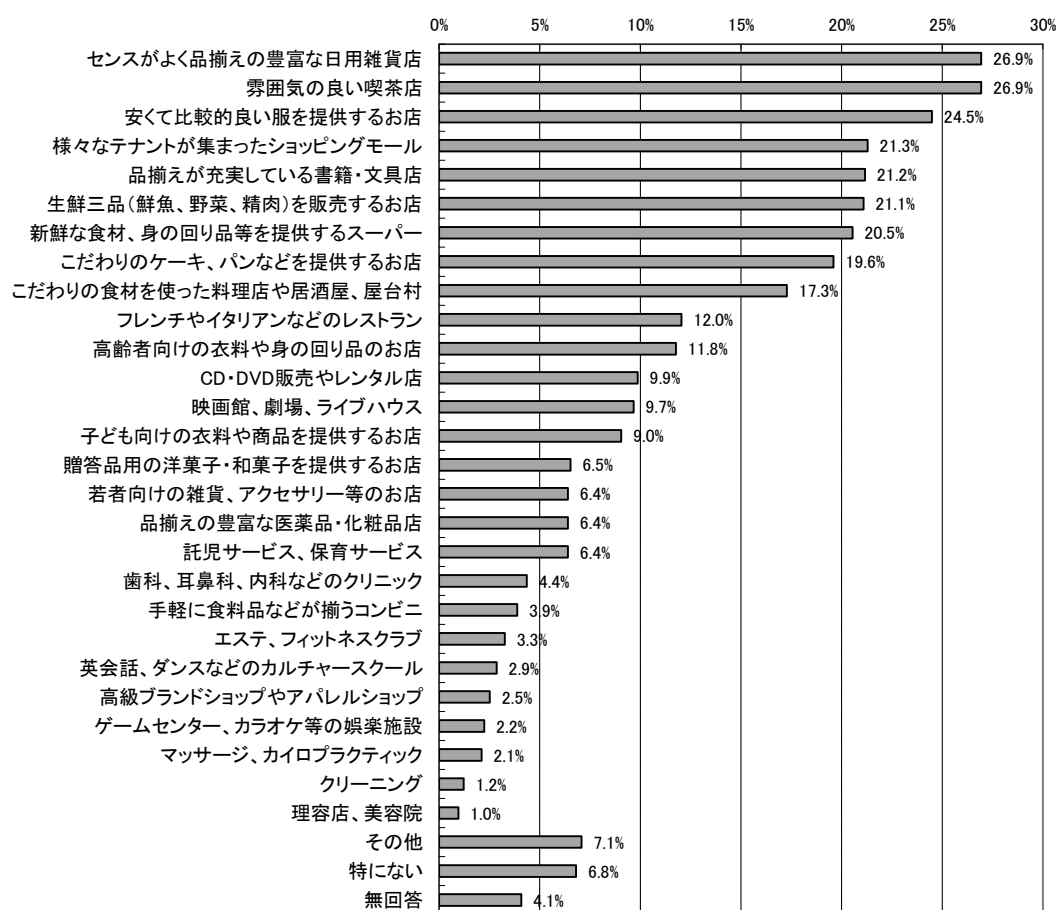
	n	不足業種を補う	空き店舗の解消を図る	核になる店舗（大型店等）を誘致する	高め、商店街の景観を整備する	商業地域の結束力を強める、イベント等の活動を発する	駐車・駐輪場を整備する	歩道の拡幅など道路の整備（パリアフリー化等）	高齢者や子ども向けなどの施設を整備する	娯楽・文化スポーツ施設等の整備をする	公園、川などの地域資源の活用を促進する	その他	特にない	無回答
全体	1470	532 36.2%	322 21.9%	228 15.5%	337 22.9%	232 15.8%	420 28.6%	282 19.2%	150 10.2%	86 5.9%	82 5.6%	92 6.3%	115 7.8%	117 8.0%
世田谷地域	406	138 34.0%	89 21.9%	58 14.3%	92 22.7%	72 17.7%	114 28.1%	69 17.0%	45 11.1%	28 6.9%	26 6.4%	26 6.4%	29 7.1%	37 9.1%
北沢地域	225	93 41.3%	52 23.1%	36 16.0%	61 27.1%	44 19.6%	50 22.2%	33 14.7%	27 12.0%	14 6.2%	16 7.1%	18 8.0%	7 3.1%	19 8.4%
玉川地域	372	141 37.9%	85 22.8%	58 15.6%	82 22.0%	53 14.2%	95 25.5%	61 16.4%	28 7.5%	21 5.6%	19 5.1%	18 4.8%	39 10.5%	31 8.3%
砧地域	231	85 36.8%	44 19.0%	31 13.4%	52 22.5%	37 16.0%	76 32.9%	61 26.4%	25 10.8%	7 3.0%	11 4.8%	17 7.4%	23 10.0%	10 4.3%
烏山地域	219	71 32.4%	49 22.4%	44 20.1%	48 21.9%	23 10.5%	83 37.9%	57 26.0%	22 10.0%	15 6.8%	8 3.7%	12 5.5%	15 6.8%	15 6.8%

問4 あなたがお住まいの地域の商店街に、どのような商品やサービス等のお店があったら、さらに良い場所になると思いますか（〇印は5つまで）。

自宅周辺商店街に、どのような商品やサービス等を提供する店があったら良いのかについて聞いたところ、「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」、「雰囲気の良い喫茶店」が共に 26.9%で最も多く、「安くて比較的良い服を提供するお店」（24.5%）、「様々なテナントが集まったショッピングモール」（21.3%）、「品揃えが充実している書籍・文具店」（21.2%）、「生鮮三品（鮮魚、野菜、精肉）を販売するお店」（21.1%）と続いている。また全般的にはショッピング等を楽しむことへのニーズが高く、サービス機能へのニーズはやや低くなっている（図表4-1）。

自宅周辺商店街にあったら良い店（n=1470）

（図表4-1）



どのような商品やサービス等を提供する店があったら良いかの要望で全体の上位7項目について、年代別にみると、全ての年代で「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」が多くなっており、「10～30代」、「40～50代」は「雰囲気の良い喫茶店」、「60～70代」は「安くて比較的良い服を提供するお店」が多くなっている（図表4-2）。

また、自宅周辺の商店街の利用頻度別にみると、「毎日利用している」、「月に1回程度」、「年に数回」の区民では「安くて比較的良い服を提供するお店」、「週2～3回程度」、「週に1回程度」、「月に2～3回程度」、「ほとんど利用しない」区民では「雰囲気の良い喫茶店」、「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」等が多くなっている（図表4-3）。

前回調査では、「毎日利用している」「週2～3回程度」「年に数回」の区民では「安くて比較的良い服を提供するお店」、「週に1回程度」の区民では「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」、「月に2～3回程度」の区民では「こだわりのケーキ、パンなどを提供するお店」、「月に1回程度」の区民では「様々なテナントが集まったショッピングモール」、「ほとんど利用しない」区民では「新鮮な食材、身の回り品等を提供するスーパー」等が多くなっていた。

自宅周辺商店街にあったら良い店（年代別）

（図表4-2）

	n	安くて比較的良い服を提供するお店	様々なファッション品が揃ったお店	様々な食材、身の回り品を提供するお店	新鮮な食材、身の回り品を提供するお店	お肉、精肉、魚、野菜、生鮮食品（鮮魚、野菜、肉類）を販売するお店	豊富な日用雑貨品揃えの店	センスがよく品揃えの店	書籍・文具店	品揃えが充実している店	雰囲気の良い喫茶店
全体	1470	360	313	302	310	396	311	396			
		24.5%	21.3%	20.5%	21.1%	26.9%	21.2%	26.9%			
10～30代	379	92	83	76	65	114	90	109			
		24.3%	21.9%	20.1%	17.2%	30.1%	23.7%	28.8%			
40～50代	542	113	118	104	115	146	120	155			
		20.8%	21.8%	19.2%	21.2%	26.9%	22.1%	28.6%			
60～70代以上	542	153	110	121	129	136	100	129			
		28.2%	20.3%	22.3%	23.8%	25.1%	18.5%	23.8%			

(図表 4-3)

	n	安くて比較的良好服を提供するお店	様々なテナントが集まったショッピングモール	新鮮な食材、身の回り品等を提供するスーパー	生鮮三品（鮮魚、野菜、精肉）を販売するお店	センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店	品揃えが充実している書籍・文具店	雰囲気の良い喫茶店
全体	1470	360	313	302	310	396	311	396
		24.5%	21.3%	20.5%	21.1%	26.9%	21.2%	26.9%
毎日利用している	209	69	51	44	30	47	47	57
		33.0%	24.4%	21.1%	14.4%	22.5%	22.5%	27.3%
週に2～3回程度	454	114	92	91	107	131	110	129
		25.1%	20.3%	20.0%	23.6%	28.9%	24.2%	28.4%
週に1回程度	229	52	44	33	55	68	44	64
		22.7%	19.2%	14.4%	24.0%	29.7%	19.2%	27.9%
月に2～3回程度	131	24	28	27	34	44	21	44
		18.3%	21.4%	20.6%	26.0%	33.6%	16.0%	33.6%
月に1回程度	94	26	24	24	16	21	24	19
		27.7%	25.5%	25.5%	17.0%	22.3%	25.5%	20.2%
年に数回	58	15	12	10	13	11	12	11
		25.9%	20.7%	17.2%	22.4%	19.0%	20.7%	19.0%
ほとんど利用しない	146	31	31	36	30	42	31	44
		21.2%	21.2%	24.7%	20.5%	28.8%	21.2%	30.1%

問5 あなたがお住まいの地域に対して、現在どの程度満足されていますか（○印は1つ）。

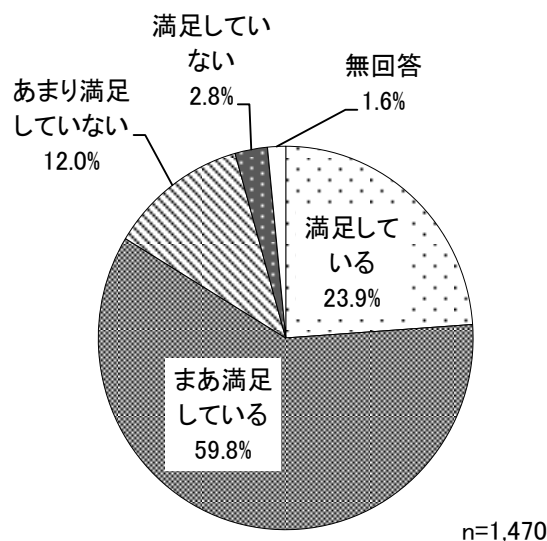
地域への満足度についてみると「満足している」が23.9%、「まあ満足している」が59.8%で合計すると83.7%となっている。一方、「あまり満足していない」と「満足していない」の合計は14.8%となっている（図表5－1）。

年代別にみると、いずれの場合においても居住地域への満足度は高くなっており、中でも10～30代は他の年代より高くなっている（図表5-2）。

地域別にみると、いずれも満足度は高くなっている（図表5－3）。

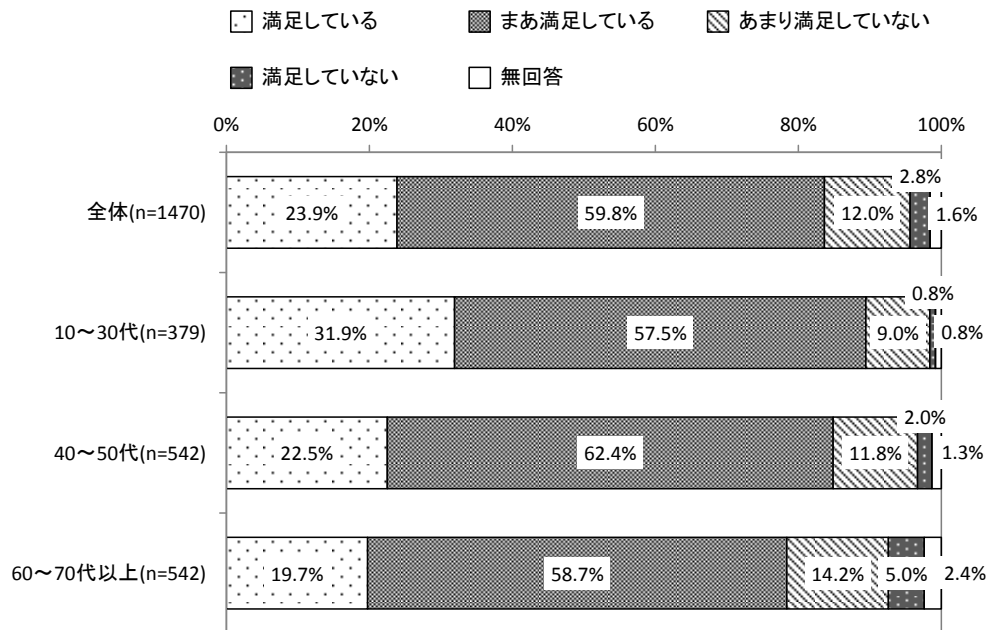
居住地域への満足度

(図表 5-1)



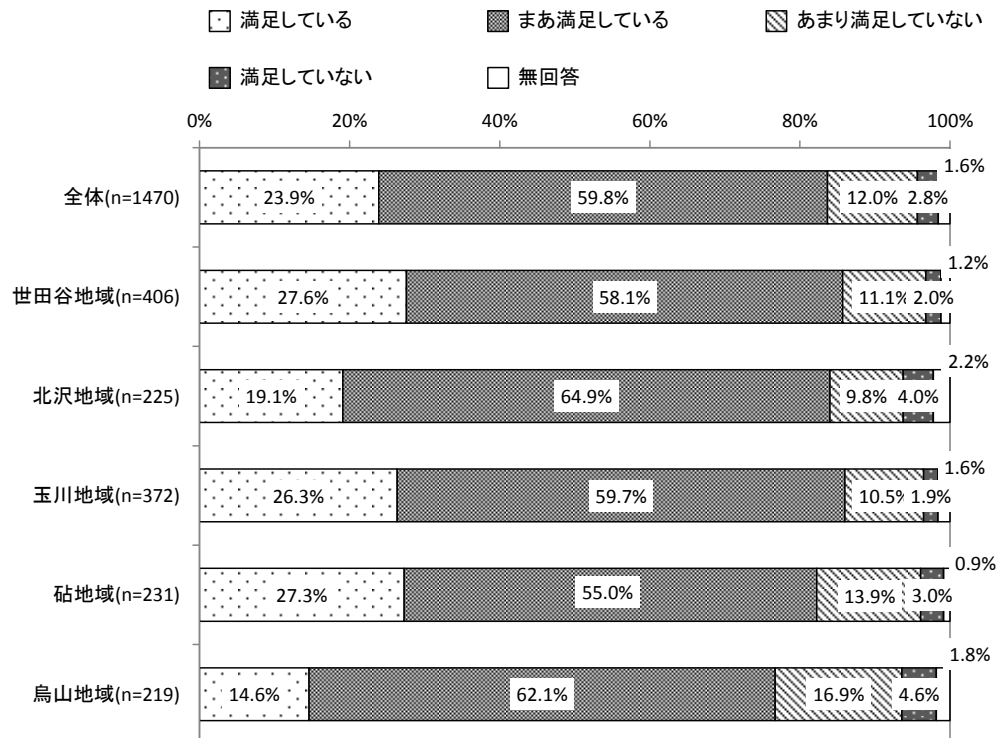
居住地への満足度（年代別）

（図表 5－2）



居住地への満足度（地域別）

（図表 5－3）



問6 あなたがお住まいの地域が賑わうために、活用できると思われるものは何だと思いますか

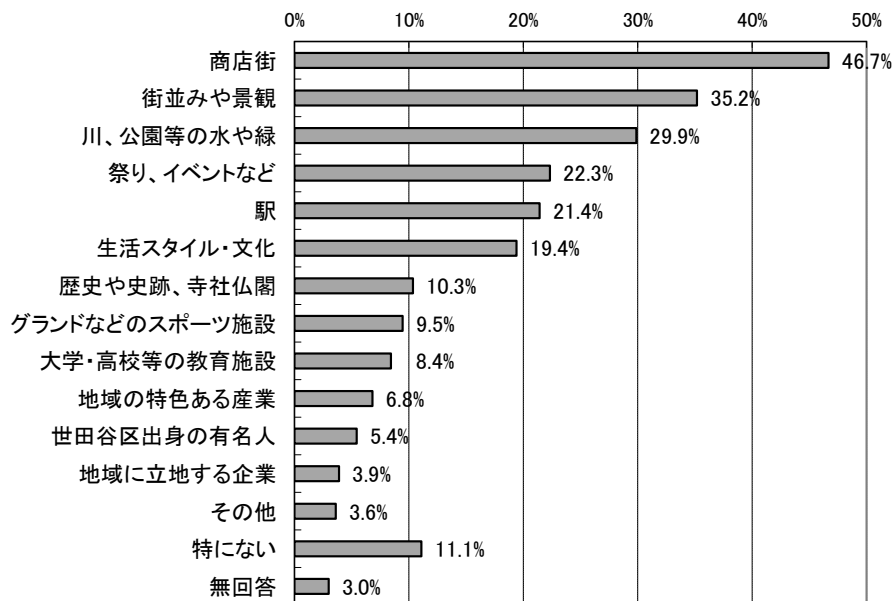
(○印はいくつでも)。

居住地域が賑わうために活用できる資源について聞いたところ、「商店街」が46.7%で最も多く、「街並みや景観」(35.2%)、「川、公園等の水や緑」(29.9%)、「祭り、イベントなど」(22.3%)、「駅」(21.4%)と続いている(図表6-1)。

地域別にみると、全般的に「商店街」、「街並みや景観」、「川、公園等の水や緑」などが多く、「烏山地域」では「駅」もやや多くなっている(図表6-2)。

地域の賑わいに活用できる地域資源 (n=1470)

(図表6-1)



地域の賑わいづくりに活用できる地域資源 (地域別)

(図表6-2)

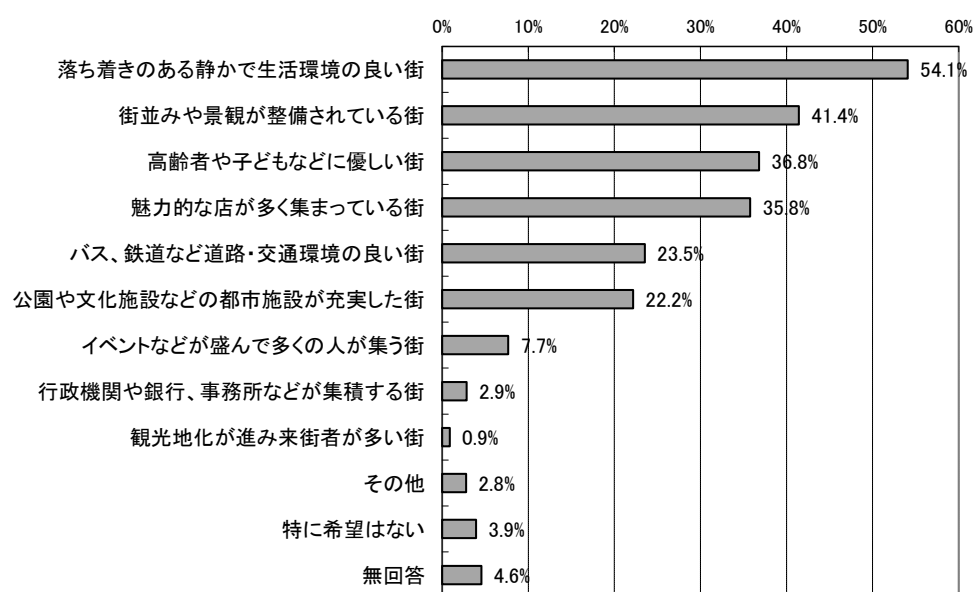
	n	商店街	川、公園等の水や緑	駅	地域の特色ある産業	地域に立地する企業	グランドなどのスポーツ施設	大学・高校等の教育施設	歴史や史跡、寺社仏閣	世田谷区出身の有名人	祭り、イベントなど	街並みや景観	生活スタイル・文化	その他	特にない	無回答
全体	1470	686	439	315	100	57	139	124	152	80	328	517	285	53	163	44
		46.7%	29.9%	21.4%	6.8%	3.9%	9.5%	8.4%	10.3%	5.4%	22.3%	35.2%	19.4%	3.6%	11.1%	3.0%
世田谷地域	406	190	114	77	34	14	43	43	50	26	95	136	88	17	48	15
		46.8%	28.1%	19.0%	8.4%	3.4%	10.6%	10.6%	12.3%	6.4%	23.4%	33.5%	21.7%	4.2%	11.8%	3.7%
北沢地域	225	120	72	69	15	7	27	16	18	10	58	74	42	8	18	5
		53.3%	32.0%	30.7%	6.7%	3.1%	12.0%	7.1%	8.0%	4.4%	25.8%	32.9%	18.7%	3.6%	8.0%	2.2%
玉川地域	372	151	132	64	22	16	26	29	36	19	86	145	78	16	39	11
		40.6%	35.5%	17.2%	5.9%	4.3%	7.0%	7.8%	9.7%	5.1%	23.1%	39.0%	21.0%	4.3%	10.5%	3.0%
砧地域	231	106	70	40	17	12	22	22	24	16	45	77	34	7	29	4
		45.9%	30.3%	17.3%	7.4%	5.2%	9.5%	9.5%	10.4%	6.9%	19.5%	33.3%	14.7%	3.0%	12.6%	1.7%
烏山地域	219	113	46	63	11	8	20	13	22	8	40	79	40	5	26	8
		51.6%	21.0%	28.8%	5.0%	3.7%	9.1%	5.9%	10.0%	3.7%	18.3%	36.1%	18.3%	2.3%	11.9%	3.7%

問7 将来、あなたがお住まいの地域はどのような街になって欲しいですか（○印は3つまで）。

居住地域の望ましい姿について聞いたところ、「落ち着いたきのある静かで生活環境の良い街」が54.1%で最も多くなっており、「街並みや景観が整備されている街」（41.4%）、「高齢者や子どもなどに優しい街」（36.8%）、「魅力的な店が多く集まっている街」（35.8%）と続いている（図表7-1）。

地域別に見ると、いずれの地域でも「街並みや景観が整備されている街」や「落ち着いたきのある静かで生活環境の良い街」がおおむね多くなっているが、「北沢地域」では「魅力的な店が多く集まっている街」も多くなっている（図表7-2）。

居住地域の望ましい将来の姿（n=1470）（図表7-1）



居住地域の望ましい将来の姿（地域別）（図表7-2）

	n	魅力的な店が多く集まる街	イベントなどが盛んで多くの人が集う街	街並みや景観が整備されている街	観光地化が進み来街者が多い街	公園や文化施設が充実した街	高齢者や子どもなどに優しい街	落ち着いたきのある静かで生活環境の良い街	バス、鉄道など道路・交通環境の良い街	行政機関や銀行、事務所などが集積する街	その他	特に希望はない	無回答
全体	1470	526	113	609	13	326	541	795	346	42	41	58	67
		35.8%	7.7%	41.4%	0.9%	22.2%	36.8%	54.1%	23.5%	2.9%	2.8%	3.9%	4.6%
世田谷地域	406	142	45	167	5	99	175	214	75	11	16	18	16
		35.0%	11.1%	41.1%	1.2%	24.4%	43.1%	52.7%	18.5%	2.7%	3.9%	4.4%	3.9%
北沢地域	225	97	22	90	2	43	77	112	51	10	6	6	10
		43.1%	9.8%	40.0%	0.9%	19.1%	34.2%	49.8%	22.7%	4.4%	2.7%	2.7%	4.4%
玉川地域	372	119	14	149	1	89	128	224	78	13	11	14	25
		32.0%	3.8%	40.1%	0.3%	23.9%	34.4%	60.2%	21.0%	3.5%	3.0%	3.8%	6.7%
砧地域	231	74	15	95	3	54	87	136	62	4	3	9	7
		32.0%	6.5%	41.1%	1.3%	23.4%	37.7%	58.9%	26.8%	1.7%	1.3%	3.9%	3.0%
烏山地域	219	89	16	101	2	40	68	100	76	4	5	8	8
		40.6%	7.3%	46.1%	0.9%	18.3%	31.1%	45.7%	34.7%	1.8%	2.3%	3.7%	3.7%

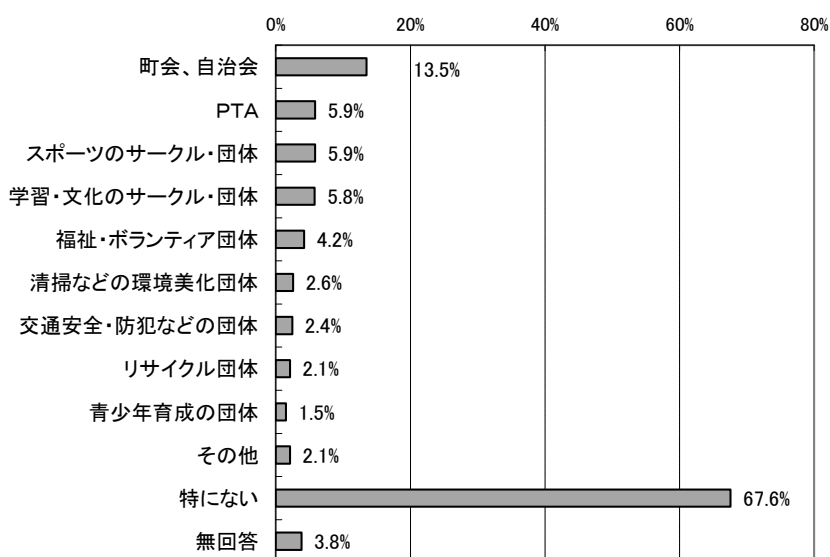
(3) 地域や社会との関わりについて

問8 あなたは、この1年間で、地域の団体やサークルの活動に参加したことがありますか。次の中であてはまるものに○をつけてください（○印はいくつでも）。

この1年間で、参加したことがある地域の団体やサークルの活動について聞いたところ、「特にない」が67.6%で最も多く、「町会、自治会」(13.5%)、「PTA」(5.9%)、「スポーツのサークル・団体」(5.9%)、「学習・文化のサークル・団体」(5.8%)と続いている（図表8-1）。

年代別に見ると、若年層中心にいずれの年代でも「特にない」が最も多くなっているが、40代以上では「町会、自治会」、「40～50代」では「PTA」がやや多くなっている（図表8-2）。

参加経験のある地域活動（n=1470）（図表8-1）



参加経験のある地域活動（年代別）（図表8-2）

	n	町会、自治会	交通安全・防犯などの団体	福祉・ボランティア団体	清掃などの環境美化団体	リサイクル団体	PTA	スポーツのサークル・団体	学習・文化のサークル・団体	青少年育成の団体	その他	特にない	無回答
全体	1470	198	36	62	38	31	86	86	85	22	31	993	56
10～30代	379	22	6	4	4	0	16	8	6	3	6	313	12
40～50代	542	69	9	14	7	15	68	35	25	9	7	358	14
60～70代以上	542	107	21	44	27	16	2	43	53	9	18	318	29
		13.5%	2.4%	4.2%	2.6%	2.1%	5.9%	5.9%	5.8%	1.5%	2.1%	67.6%	3.8%
		5.8%	1.6%	1.1%	1.1%	0.0%	4.2%	2.1%	1.6%	0.8%	1.6%	82.6%	3.2%
		12.7%	1.7%	2.6%	1.3%	2.8%	12.5%	6.5%	4.6%	1.7%	1.3%	66.1%	2.6%
		19.7%	3.9%	8.1%	5.0%	3.0%	0.4%	7.9%	9.8%	1.7%	3.3%	58.7%	5.4%

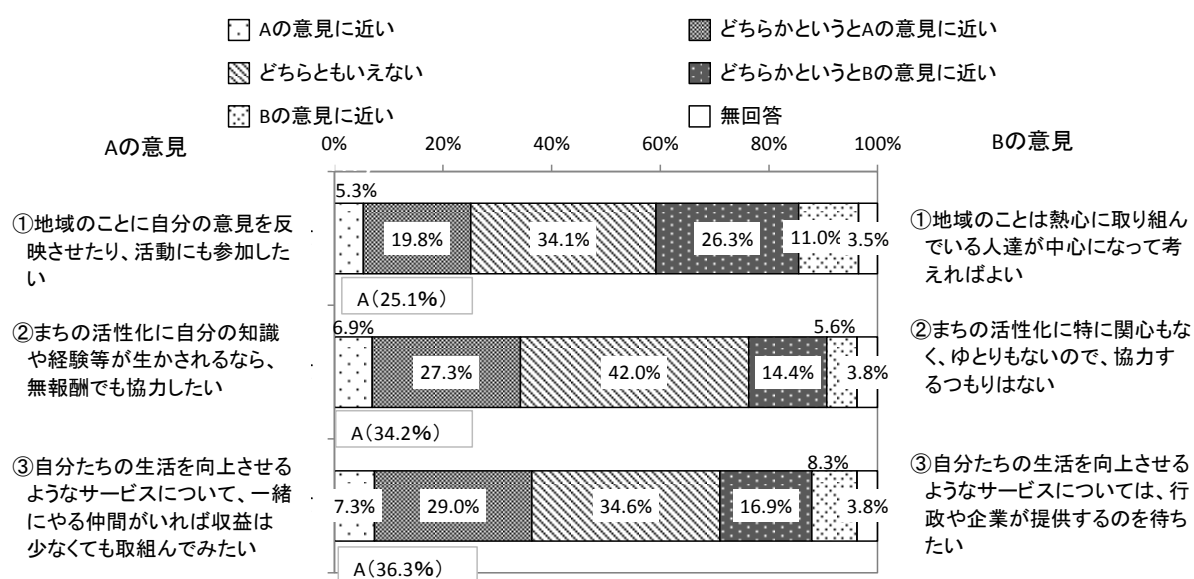
問9 以下のA・Bの意見について、あなたはどちらの意見に近いお考えをお持ちですか。あてはまる番号に○をつけてください（○印はそれぞれ1つずつ）。

地域活動等に関する考え方について、2つの背反する考え方を出してどちらの方がより近い考えかについて聞いたところ（二項対立）、全体的には「どちらともいえない」の占める割合が高くなっている。

「地域のことへの参加について」では「Aの意見に近い」「どちらかというとAの意見に近い」を合計した割合が25.1%、「まちの活性化への協力」では同じく34.2%、「生活向上サービスについて」では同じく36.3%となっている（図表9-1）。

前回調査では、全体的に「どちらともいえない」の占める割合が多くなっていた。「地域のことへの参加について」では「Aの意見に近い」「どちらかというとAの意見に近い」を合計した割合が30.7%、「まちの活性化への参加について」では同じく40.5%、「生活向上サービスについて」では同じく41.8%となっていた。

地域活動等についての考え方（二項対立）（n=1470）（図表9-1）

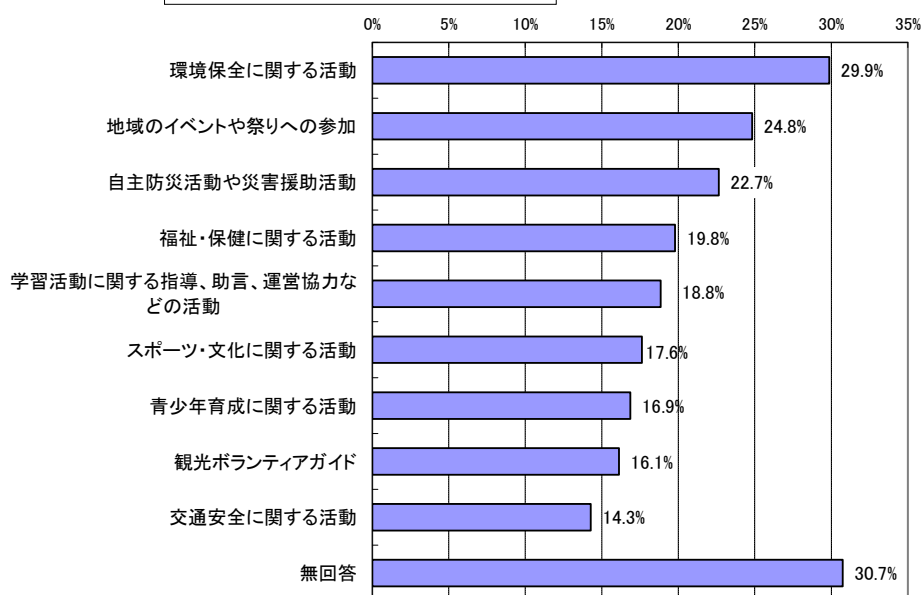


問１０ あなたは、本来の仕事、学業とは別に、次のような活動に関心がありますか。また、誘われれば参加してもよいと思われる活動はありますか。あてはまるものに○をつけてください（○印はそれぞれいくつでも）。

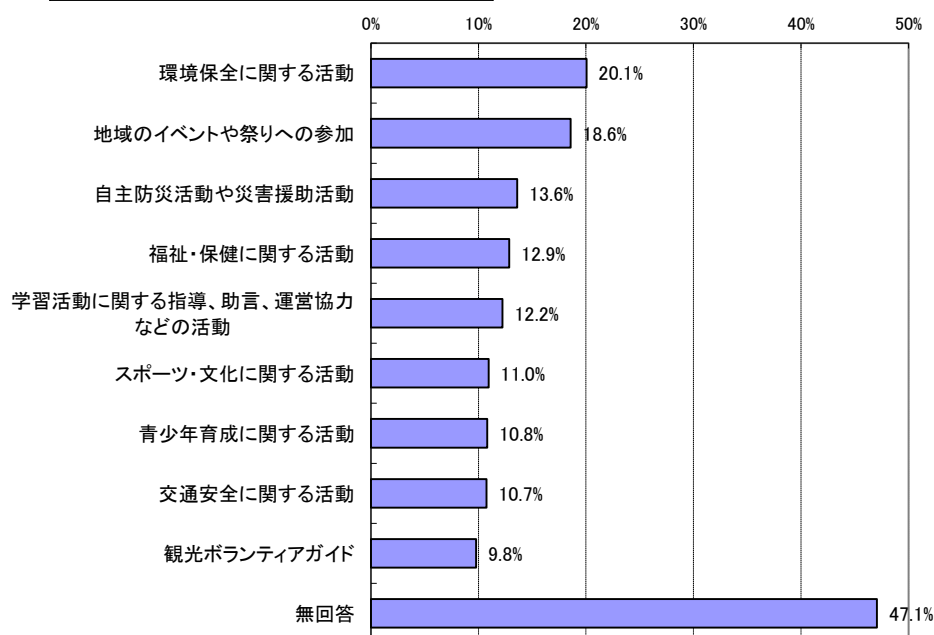
関心のある地域活動について聞いたところ、「環境保全に関する活動」が29.9%で最も多く、「地域のイベントや祭への参加」（24.8%）「自主防災活動や災害援助活動」（22.7%）と続いている（図表10－1）。また、参加意向のある地域活動を聞いたところ、いずれの項目も、関心ある地域活動よりは減少しており「環境保全に関する活動」が20.1%で最も多く、「地域のイベントや祭りへの参加」が18.6%となっている（図表10－2）。

前回調査では、関心のある地域活動で「環境保全に関する活動」（44.3%）、「福祉・保健に関する活動」（27.0%）、「地域のイベントや祭りへの参加」（26.5%）が多くなっていた。また、参加意向のある活動については、「環境保全に関する活動」が24.9%と最も多かった。

関心ある地域活動（n=1470） （図表10－1）



参加意向ある地域活動（n=1470） （図表10－2）

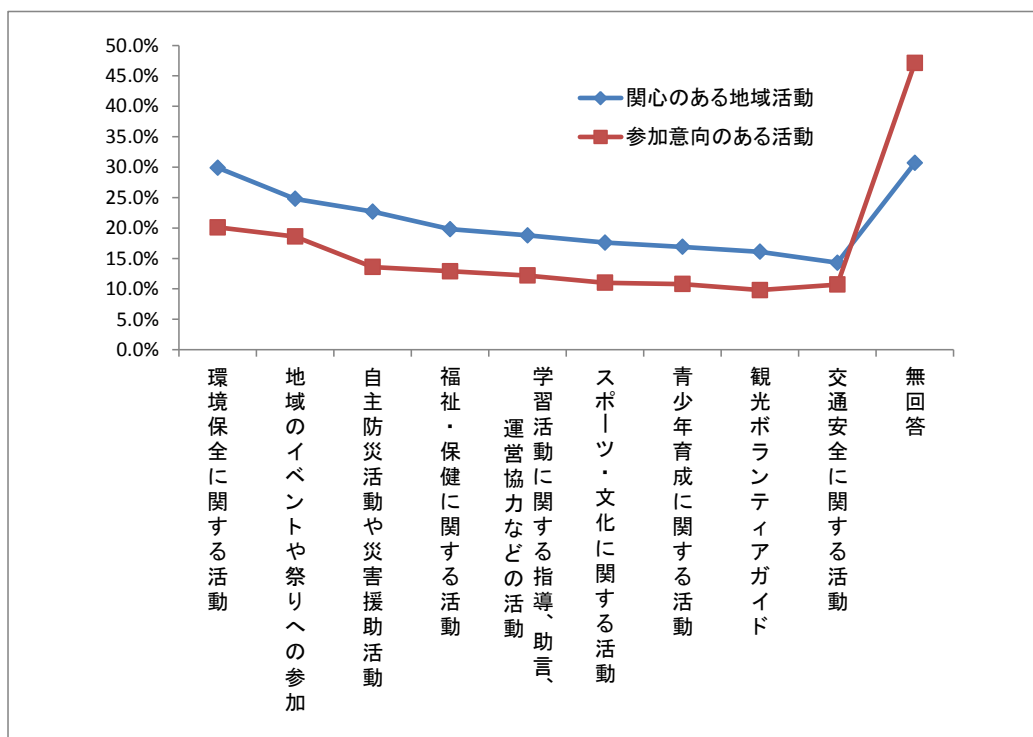


関心のある地域活動と参加意向のある地域活動のギャップをみると、「環境保全に関する活動」、「自主防災活動や災害援助活動」がやや大きくなっている（図表 10-3）。

年代別にみると、「10～30代」では「地域のイベントや祭りへの参加」、「自主防災活動や災害援助活動」、「40～50代」では、「環境保全に関する活動」、「60～70代以上」では、「環境保全に関する活動」、「福祉・保健に関する活動」がやや大きくなっている（図表 10-4）。

関心のある／参加意向のある地域活動ギャップ（n=1470）

（図表 10-3）



関心のある／参加意向のある地域活動ギャップ（年代別）

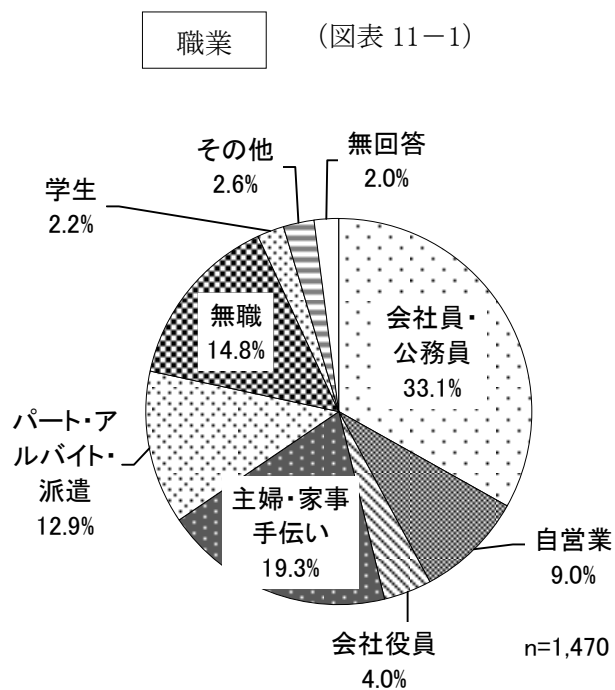
（図表 10-4）

		n	環境保全に関する活動	福祉・保健に関する活動	青少年育成に関する活動	スポーツ・文化に関する活動	学習活動に関する指導、助言、運営協力などの活動	自主防災活動や災害援助活動	交通安全に関する活動	地域のイベントや祭りへの参加	観光ボランティアガイド	無回答
10～30代	関心のある活動	379	109	65	87	95	97	83	65	143	68	93
			28.8%	17.2%	23.0%	25.1%	25.6%	21.9%	17.2%	37.7%	17.9%	24.5%
	参加しても良い活動	379	80	41	62	67	61	45	46	102	42	150
			21.1%	10.8%	16.4%	17.7%	16.1%	11.9%	12.1%	26.9%	11.1%	39.6%
40～50代	関心のある活動	542	182	99	88	99	107	137	65	139	120	146
			33.6%	18.3%	16.2%	18.3%	19.7%	25.3%	12.0%	25.6%	22.1%	26.9%
	参加しても良い活動	542	126	76	58	53	69	89	60	104	71	231
			23.2%	14.0%	10.7%	9.8%	12.7%	16.4%	11.1%	19.2%	13.1%	42.6%
60～70代以上	関心のある活動	542	146	127	72	65	73	112	80	80	48	208
			26.9%	23.4%	13.3%	12.0%	13.5%	20.7%	14.8%	14.8%	8.9%	38.4%
	参加しても良い活動	542	88	71	38	41	49	66	52	66	31	307
			16.2%	13.1%	7.0%	7.6%	9.0%	12.2%	9.6%	12.2%	5.7%	56.6%

(4) 仕事と今後の起業意向について

問 1 1 あなたの職業は (○印は 1 つ)。

職業について聞いたところ、「会社員・公務員」が 33.1%で最も多く、「主婦・家事手伝い」(19.3%)、「無職」(14.8%)、「パート・アルバイト・派遣」(12.9%)と続いている(図表 11-1)。



問１２【会社員・公務員、会社役員、パート・アルバイト・派遣のいずれかを回答した方】

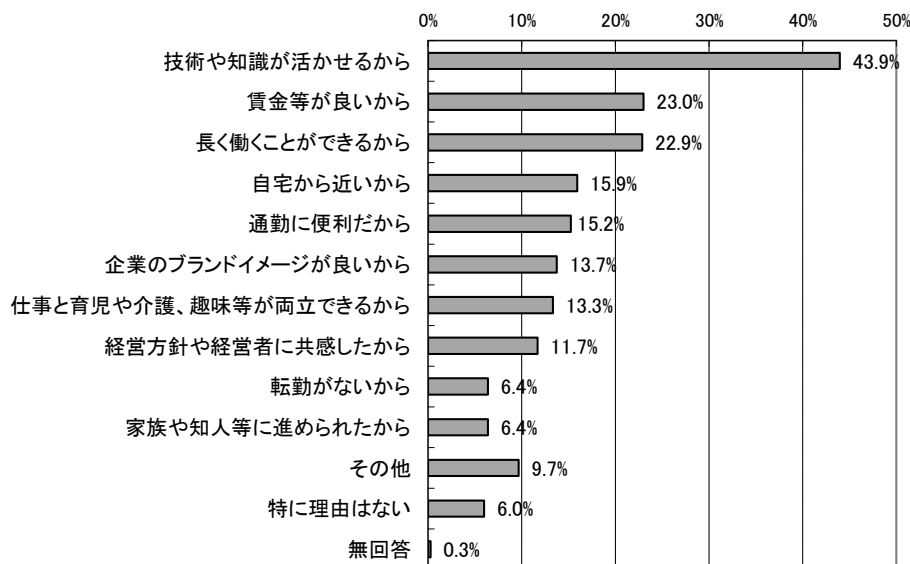
現在の就職先で働くことを決めた理由は何ですか（○印はいくつでも）。

現在の就職先で働くことを決めた理由について聞いたところ、「技術や知識が活かせるから」が43.9%で最も多くなっており、「賃金が良いから」（23.0%）、「長く働くことができるから」（22.9%）と続いている（図表 12－1）。

生活圏別でみると、「世田谷区内」が主な生活圏の人は「自宅から近いから」が主な理由となっており、「渋谷・新宿方面」や「東京・神田・有楽町方面」では「技術や知識が活かせるから」や「賃金等が良いから」などが多くなっている。「その他の区部」では「技術や知識が活かせるから」などが多く、「転勤がないから」も他の地域と比較すると多くなっている（図表 12－2）。

現在の就職先選択理由（n=735）

（図表 12－1）



現在の就職先選択理由（生活圏別）

（図表 12－2）

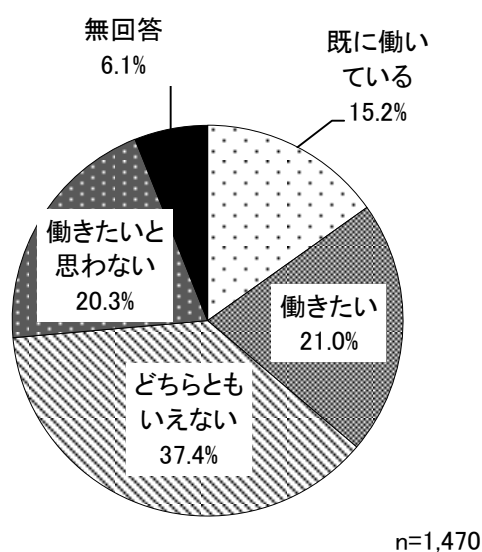
	n	賃金等 が良い から	技術や 知識が 活か せる か	自宅 から 近い から	通勤 に 便利 だ か ら	転勤 が な い か ら	長く 働 く こ と が で き る か	経営 方 針 や 経 営 者 に 共 感	企 業 の ブ ラ ン ド イ メ ー ジ	仕事 と 育 児 や 介 護 、 趣 味 等 が 両 立 で き る か	家族 や 知 人 等 に 進 め ら れ	そ の 他	特 に 理 由 は な い	無 回 答
全体	735	169	323	117	112	47	168	86	101	98	47	71	44	2
		23.0%	43.9%	15.9%	15.2%	6.4%	22.9%	11.7%	13.7%	13.3%	6.4%	9.7%	6.0%	0.3%
世田谷区内	168	19	52	82	38	9	33	15	8	31	11	19	3	1
		11.3%	31.0%	48.8%	22.6%	5.4%	19.6%	8.9%	4.8%	18.5%	6.5%	11.3%	1.8%	0.6%
渋谷・新宿方面	148	48	61	13	31	8	35	15	20	23	7	13	8	0
		32.4%	41.2%	8.8%	20.9%	5.4%	23.6%	10.1%	13.5%	15.5%	4.7%	8.8%	5.4%	0.0%
東京・神田・有楽町方面	158	53	69	2	15	5	37	22	36	13	9	19	9	0
		33.5%	43.7%	1.3%	9.5%	3.2%	23.4%	13.9%	22.8%	8.2%	5.7%	12.0%	5.7%	0.0%
その他の区部	160	33	90	12	16	19	40	24	25	19	10	12	11	1
		20.6%	56.3%	7.5%	10.0%	11.9%	25.0%	15.0%	15.6%	11.9%	6.3%	7.5%	6.9%	0.6%
その他	98	16	48	7	11	6	23	10	12	12	10	7	13	0
		16.3%	49.0%	7.1%	11.2%	6.1%	23.5%	10.2%	12.2%	12.2%	10.2%	7.1%	13.3%	0.0%

問 13 あなたは将来、区内で働きたいと思いますか（○印は1つ）。

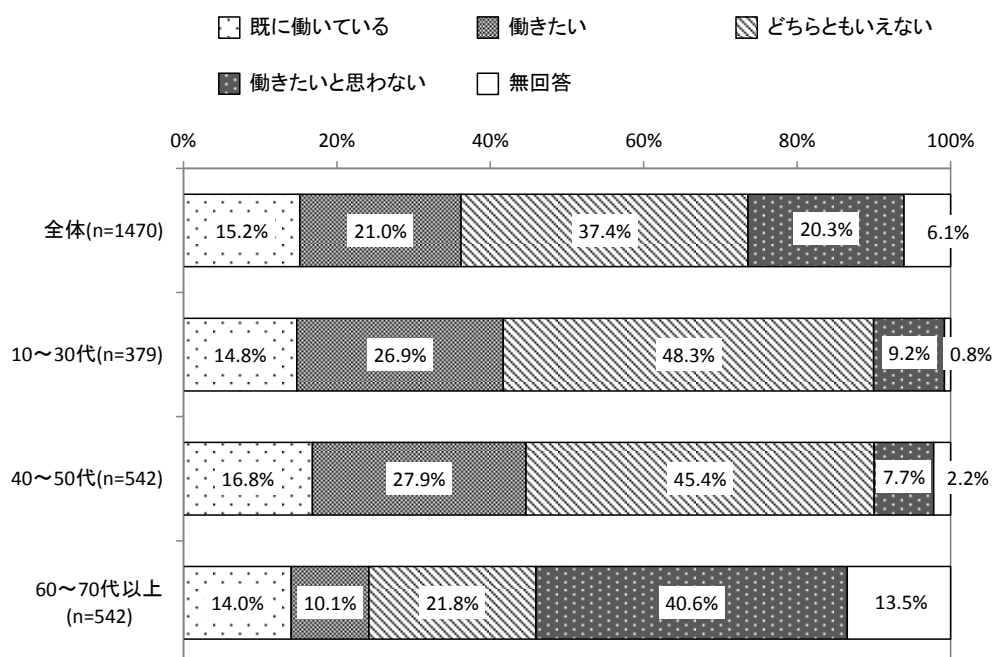
将来の区内での就労意向を聞いたところ、「どちらともいえない」が 37.4%で最も多く、「働きたい」(21.0%)、「働きたいと思わない」(20.3%)と続いている（図表 13-1）。

年代別にみると、10～50代で区内就労意向がやや高く、60～70代以上では意向は低くなっている（図表 13-2）。

区内就労意向 (図表 13-1)



区内就労意向（年代別） (図表 13-2)

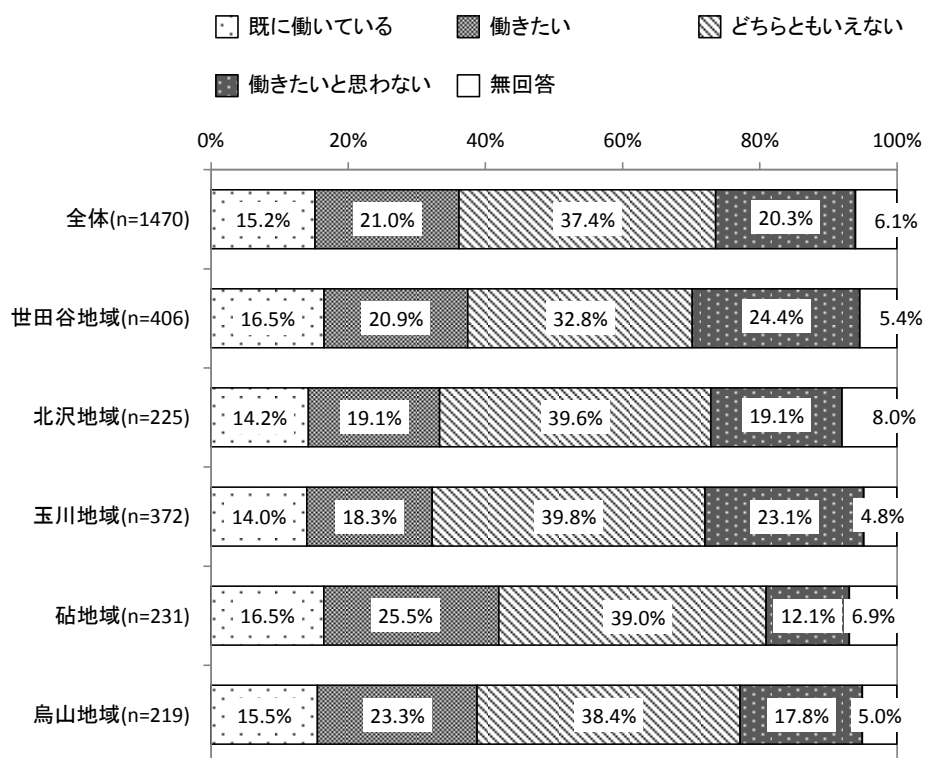


地域別にみると、いずれの地域でも「どちらともいえない」が多くなっているが、「砧地域」では「既に働いている」、「働きたい」もやや多くなっている（図表 13-3）。

前回調査では、いずれの地域でも「どちらともいえない」が最も多くなっていた。ただし、「世田谷地域」、「砧地域」では「働きたい」の割合が他地域に比べて多くなっていた。

区内就労意向（年代別）

（図表 13-3）



問 1 4 あなたは将来起業（自営業の方は新分野へ進出）をする意向はありますか（○印は1つ）。

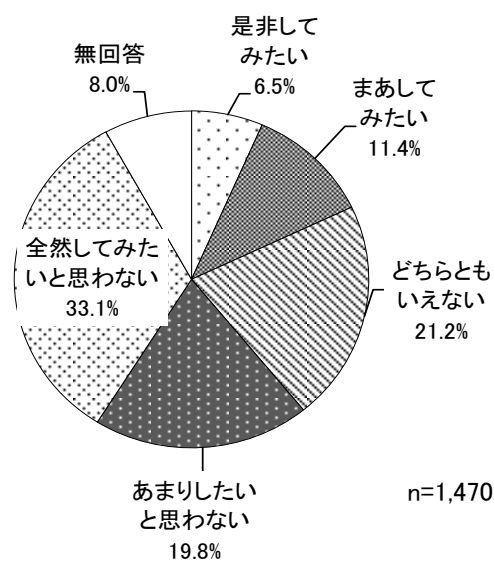
将来の起業意向を聞いたところ、「全然してみたいとは思わない」が 33.1%、「あまりしたいとは思わない」が 19.8%、「どちらともいえない」が 21.2%と、全体的には起業意向は低くなっている（図表 14-1）。

年代別にみると、およそ年齢が上がるのに比例して起業意向は低くなっている（図表 14-2）。

前回調査では、「全然してみたいとは思わない」が 29.4%、「あまりしたいとは思わない」が 22.0%と全体的に起業意向は低く、年代別にみると、20歳代以上では、年齢が上がるのに比例して起業意向は低くなっていた。

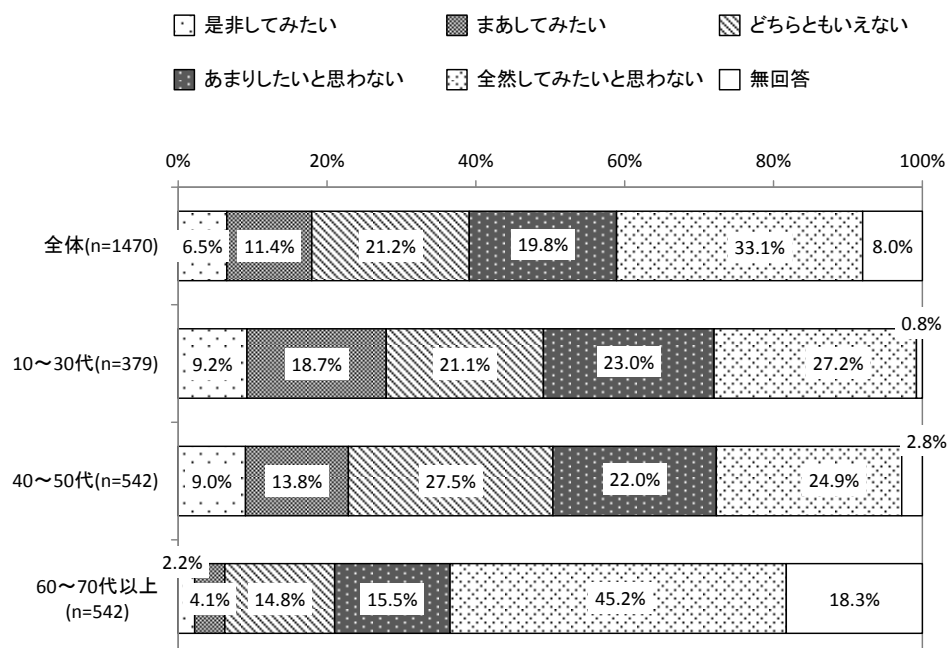
起業・新分野進出意向

（図表 14-1）



起業・新分野進出意向（年代別）

（図表 14-2）

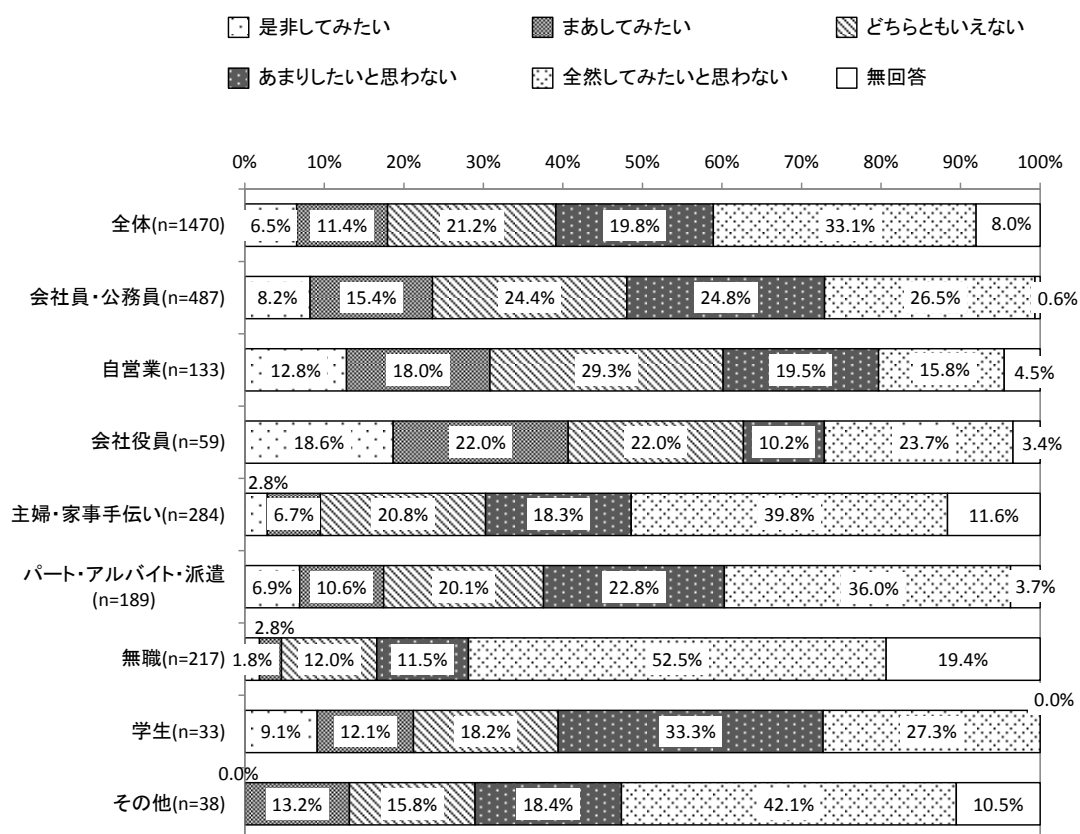


職業別にみると、全体的には意向は低くなっているが、「会社役員」、「自営業」、「会社員・公務員」などでやや高くなっている（図表 14-3）。

前回調査では、全体的に意向は低いが、「自営業」、「会社員・公務員」、「パート・アルバイト・派遣」でやや高くなっていた。

起業・新分野進出意向（職業別）

（図表 14-3）



問 15（１）【将来起業を、是非してみたい、まあしてみたいと回答した方】

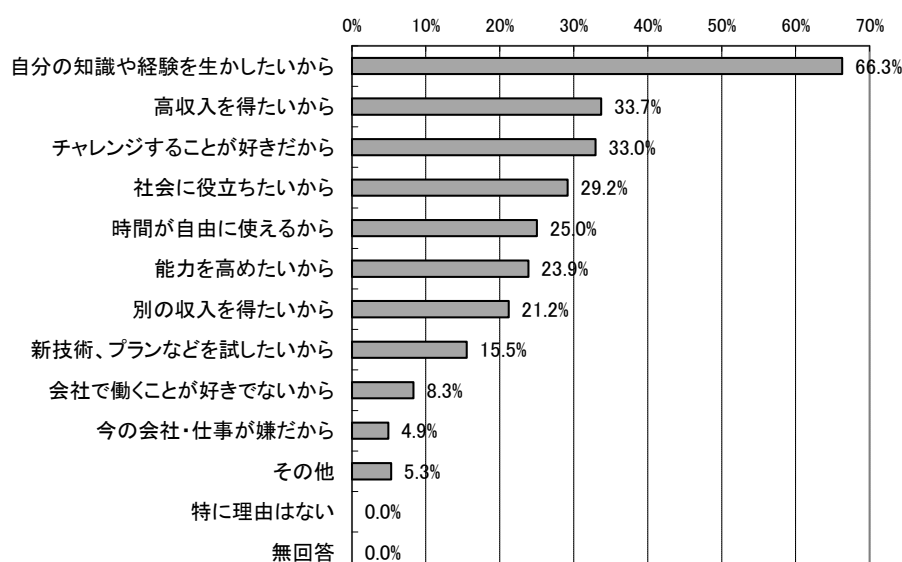
あなたがそう思う理由は何ですか（〇はいくつでも）。

起業等意向の「ある」と回答した人に、起業してみたい理由を聞いたところ、「自分の知識や経験を生かしたいから」が66.3%で最も多く、「高収入を得たいから」（33.7%）、「チャレンジすることが好きだから」（33.0%）と続いている（図表 15（１）－1）。

年代別にみると、いずれの年代も「自分の知識や経験を生かしたいから」が多くなっているが、「10～30代」では「チャレンジすることが好きだから」、「高収入を得たいから」なども多くなっており、「40～50代」では「社会に役立ちたいから」、「60～70代以上」では「チャレンジすることが好きだから」も多くなっている（図表 15（１）－2）。

起業・新分野進出意向ありの理由（n=264）

（図表 15（１）－1）



起業・新分野進出意向ありの理由（年代別）

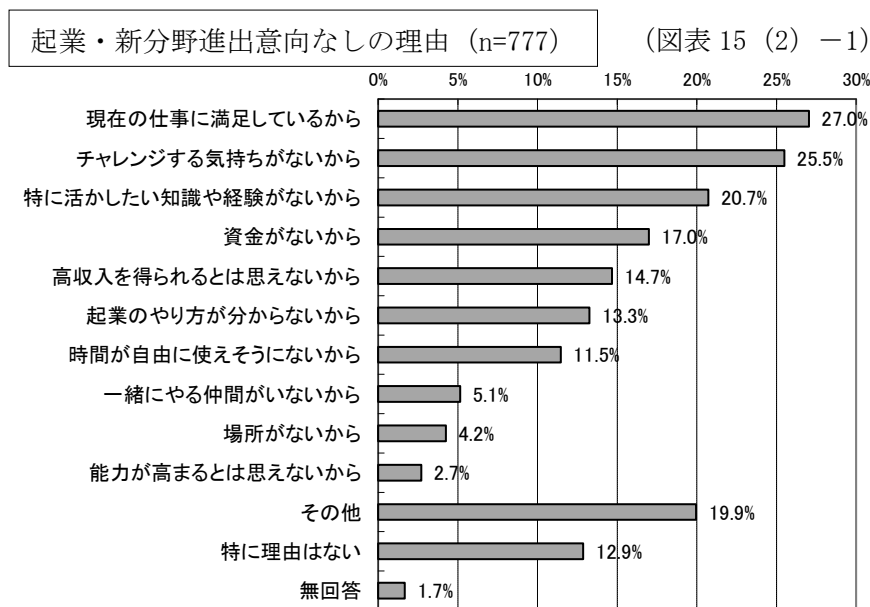
（図表 15（１）－2）

	n	自分の知識や経験を生かしたいから	新技術、プランなどを試したいから	能力を高めたいから	高収入を得たいから	別の収入を得たいから	チャレンジすることが好きだから	今の会社・仕事が嫌だから	会社で働くことが好きでないから	時間が自由に使えるから	社会に役立ちたいから	その他	特に理由はない	無回答
全体	264	175	41	63	89	56	87	13	22	66	77	14	0	0
		66.3%	15.5%	23.9%	33.7%	21.2%	33.0%	4.9%	8.3%	25.0%	29.2%	5.3%	0.0%	0.0%
10～30代	106	71	17	26	42	19	42	6	16	34	28	5	0	0
		67.0%	16.0%	24.5%	39.6%	17.9%	39.6%	5.7%	15.1%	32.1%	26.4%	4.7%	0.0%	0.0%
40～50代	124	79	20	30	35	32	31	5	6	27	37	9	0	0
		63.7%	16.1%	24.2%	28.2%	25.8%	25.0%	4.0%	4.8%	21.8%	29.8%	7.3%	0.0%	0.0%
60～70代以上	34	25	4	7	12	5	14	2	0	5	12	0	0	0
		73.5%	11.8%	20.6%	35.3%	14.7%	41.2%	5.9%	0.0%	14.7%	35.3%	0.0%	0.0%	0.0%

問 15（2）【将来起業を、あまりしてみたいと思わない、全然してみたいと思わないと回答した方】

あなたがそう思わない理由は何ですか（〇はいくつでも）。

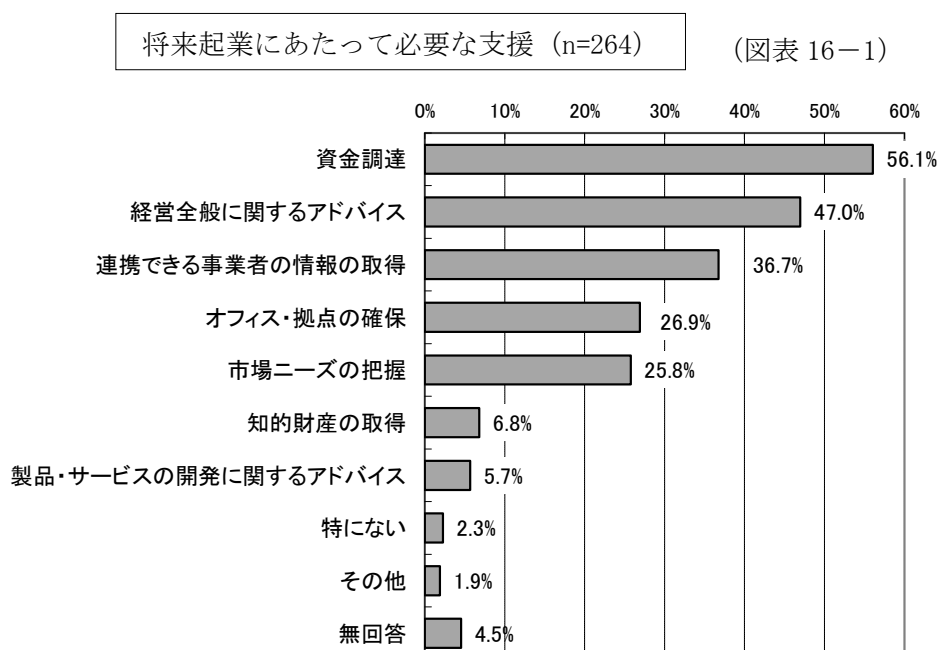
起業するつもりは「ない」と回答した人に、その理由を聞いたところ、「現在の仕事に満足しているから」が 27.0%で最も多く、「チャレンジする気持ちがないから」(25.5%)、「特に活かしたい知識や経験がないから」(20.7%)と続いている（図表 15（2）－1）。



問 1 6 【将来起業を、是非してみたい、まあしてみたいと回答した方】

将来起業にあたって支援を必要とするのはどのようなことですか（〇印は3つまで）。

将来起業意向ある人に、起業にあたっての必要とする支援を聞いたところ、「資金調達」が 56.1%で最も多く、「経営全般に関するアドバイス」(47.0%)、「連携できる事業者の情報の取得」(36.7%)と続いている（図表 16－1）。



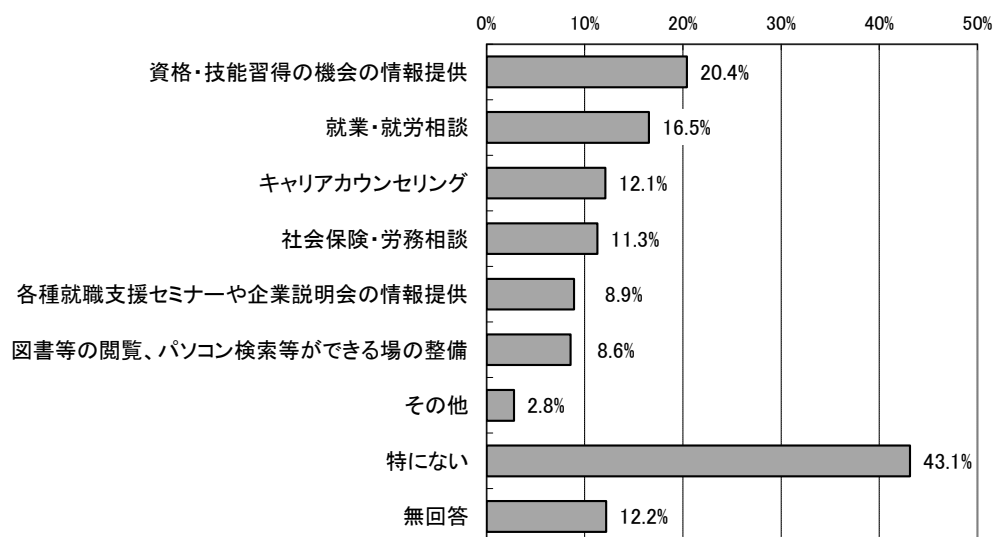
（５）就労に関する情報収集や利用状況について

問１７ 現在の仕事において、もしくはこれから就労するにあたってどのような支援を求めていますか
(○印は３つまで)。

現在の仕事、もしくはこれから就労するにあたってどのような支援を求めるかについて聞いたところ、「資格・技能習得の機会の情報提供」が20.4%で最も多く、「就業・就労相談」(16.5%)、「キャリアカウンセリング」(12.1%)と続いている。また、「特にない」と回答した人も多くなっている(図表 17-1)。

就労するにあたって必要な支援 (n=1470)

(図表 17-1)



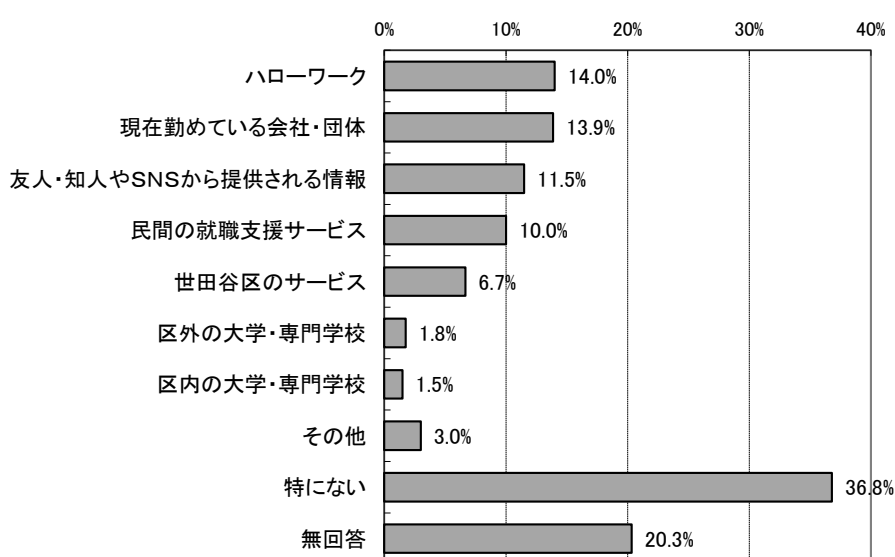
問18 問17に関する支援を受ける際に、どこから提供されるサービスを利用することが多いですか
(○印は3つまで)。

支援を受ける際に、どこから提供されるサービスを利用することが多いかを聞いたところ、「ハローワーク」が14.0%で最も多く、「現在勤めている会社・団体」(13.9%)、「友人・知人やSNSから提供される情報」(11.5%)と続いている。また、「特にない」と回答した人も多くなっている(図表18-1)。

年代別にみると、「10～30代」では「現在勤めている会社・団体」、40代以上では「ハローワーク」からが多くなっている(図表18-2)。

支援を受ける際に利用するサービス (n=1470)

(図表18-1)



支援を受ける際に利用するサービス (年代別)

(図表18-2)

	n	現在勤めている会社・団体	民間の就職支援サービス	区内の大学・専門学校	区外の大学・専門学校	世田谷区のサービス	ハローワーク	友人・知人やSNSから提供される情報	その他	特にない	無回答
全体	1470	204	147	22	26	98	206	169	44	541	299
		13.9%	10.0%	1.5%	1.8%	6.7%	14.0%	11.5%	3.0%	36.8%	20.3%
10～30代	379	91	50	11	20	14	68	69	12	122	27
		24.0%	13.2%	2.9%	5.3%	3.7%	17.9%	18.2%	3.2%	32.2%	7.1%
40～50代	542	83	75	4	2	43	93	74	21	203	72
		15.3%	13.8%	0.7%	0.4%	7.9%	17.2%	13.7%	3.9%	37.5%	13.3%
60～70代以上	542	30	22	7	4	41	45	26	11	213	196
		5.5%	4.1%	1.3%	0.7%	7.6%	8.3%	4.8%	2.0%	39.3%	36.2%

（６）世田谷区の魅力・ブランドイメージについて

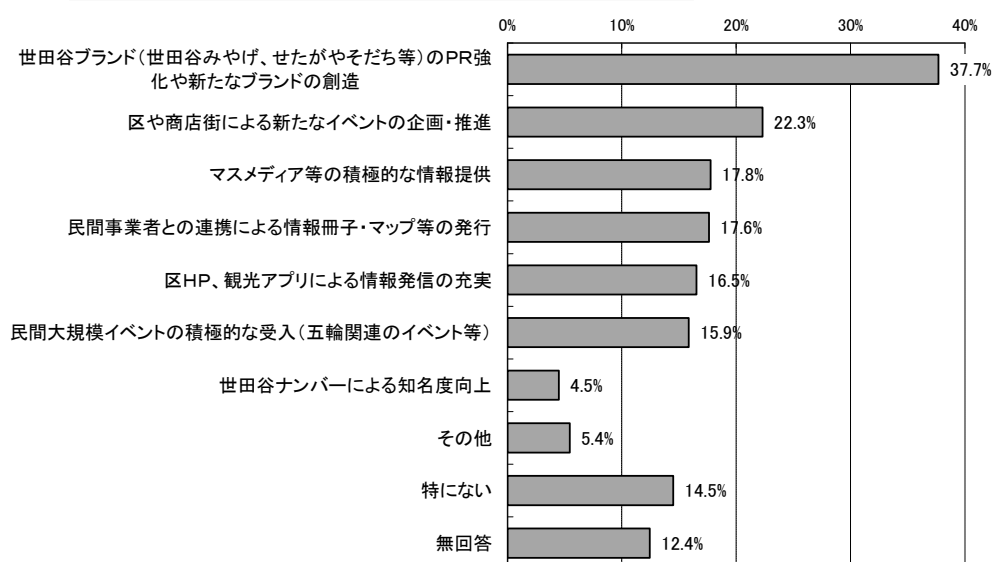
問 20 世田谷区のPRの強化に向けて、必要だと思う取り組みは何ですか（○印は3つまで）。

世田谷区のPRの強化に向けて、必要だと思う取り組みについて聞いたところ、「世田谷ブランド（世田谷みやげ、せたがやそだち（区内増産物）等）のPR強化や新たなブランドの創造」が37.7%で最も多く、「区や商店街による新たなイベントの企画・推進」が22.3%と続いている（図表20-1）。

地域別にみると、全体的に「世田谷ブランド（世田谷みやげ、せたがやそだち等）のPR強化や新たなブランドの創造」や「区や商店街による新たなイベントの企画・推進」が多くなっているが、「北沢地域」で「マスメディア等の積極的な情報提供」、「玉川地域」で「区HP、観光アプリによる情報発信の充実」がやや多くなっている（図表20-2）。

世田谷区のPRに向けて必要な取組（n=1470）

（図表20-1）



世田谷区のPRに向けて必要な取組（地域別）

（図表20-2）

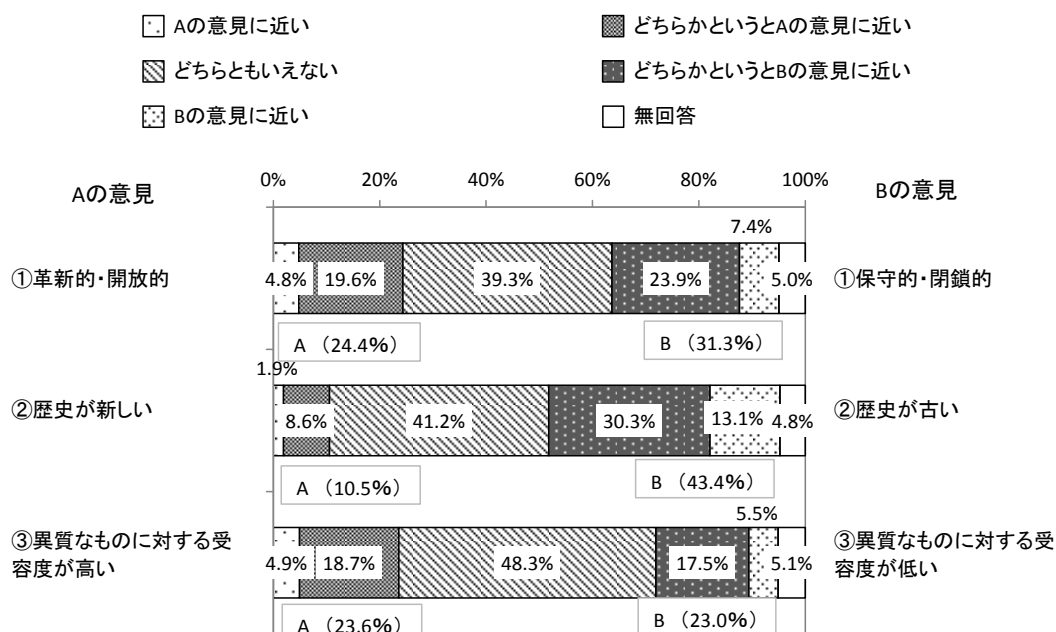
	n	世田谷ブランド（世田谷みやげ、せたがやそだち等）のPR強化や新たなブランドの創造	区や商店街による新たなイベントの企画・推進	民間大規模イベントの積極的な受入（五輪関連のイベント等）	区HP、観光アプリによる情報発信の充実	民間事業者との連携による情報冊子・マップ等の発行	マスメディア等の積極的な情報提供	世田谷ナンバーによる知名度向上	その他	特にない	無回答
全体	1470	554	328	233	243	259	261	66	80	213	183
		37.7%	22.3%	15.9%	16.5%	17.6%	17.8%	4.5%	5.4%	14.5%	12.4%
世田谷地域	406	152	108	74	60	68	68	20	21	70	42
		37.4%	26.6%	18.2%	14.8%	16.7%	16.7%	4.9%	5.2%	17.2%	10.3%
北沢地域	225	86	49	31	33	35	48	8	14	33	30
		38.2%	21.8%	13.8%	14.7%	15.6%	21.3%	3.6%	6.2%	14.7%	13.3%
玉川地域	372	132	68	49	77	73	69	14	24	51	47
		35.5%	18.3%	13.2%	20.7%	19.6%	18.5%	3.8%	6.5%	13.7%	12.6%
砧地域	231	91	55	34	33	40	36	13	12	30	29
		39.4%	23.8%	14.7%	14.3%	17.3%	15.6%	5.6%	5.2%	13.0%	12.6%
烏山地域	219	87	47	42	40	41	37	11	9	24	32
		39.7%	21.5%	19.2%	18.3%	18.7%	16.9%	5.0%	4.1%	11.0%	14.6%

問 2 2 あなたの思う、世田谷区の地域風土について、以下の A・B の意見について、あなたはどちらの意見に近いお考えをお持ちですか。あてはまる番号に○をつけてください（○印はそれぞれ 1 つずつ）。

地域風土等に関する考え方について、2 つの背反する考え方を出してどちらの方がより近い考えかについて聞いたところ（二項対立）、全体的には「どちらともいえない」の占める割合が高くなっている。「B の意見に近い」「どちらかというとも B の意見に近い」を合計した割合は、「革新的・開放的」（A）か「保守的・閉鎖的」（B）かでは 31.3%、「歴史が新しい」（A）か「歴史が古い」（B）かでは 43.4%、「異質なものであるに対する受容度が高い」（A）か「低い」（B）では 23.0%となっている（図表 22-1）。

地域風土についての考え方（二項対立）（n=1470）

（図表 22-1）

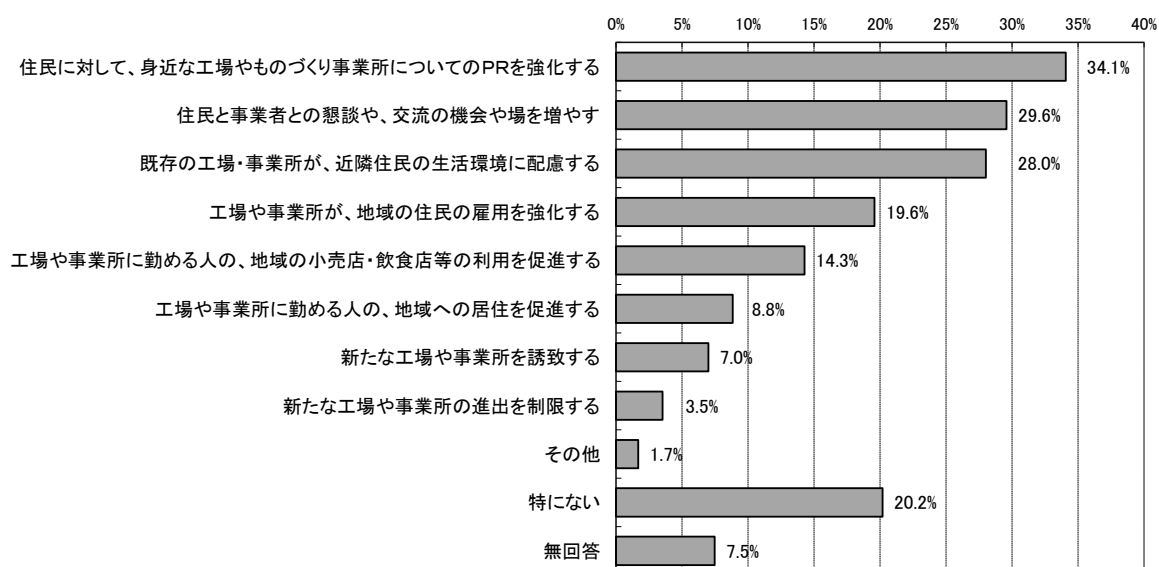


（７）区内の工業や農業との関わりについて

問２３ 世田谷区では「住工共生のまちづくり」（地域住民と工業・ものづくり事業所が相互に理解することにより、居住環境と操業環境が調和するまちづくり）推進に取り組んでいます。「住工共生のまちづくり」に向けて、必要だと思うことは何ですか（○印は３つまで）。

「住工共生のまちづくり」に向けて、必要だと思うことを聞いたところ、「住民に対して、身近な工場やものづくり事業所についてのPRを強化する」が34.1%で最も多く、「住民と事業者との懇談や、交流の機会や場を増やす」（29.6%）、「既存の工場・事業所が、近隣住民の生活環境に配慮する」（28.0%）と続いている（図表23-1）。

「住工共生のまちづくり」に向けて、必要なこと（n=1470）（図表23-1）



問 2 4 世田谷区では「都市農地の保全」に取り組んでいます、あなたは身近な農地と日頃、どれ位関わりがありますか（○印は1つだけ）。

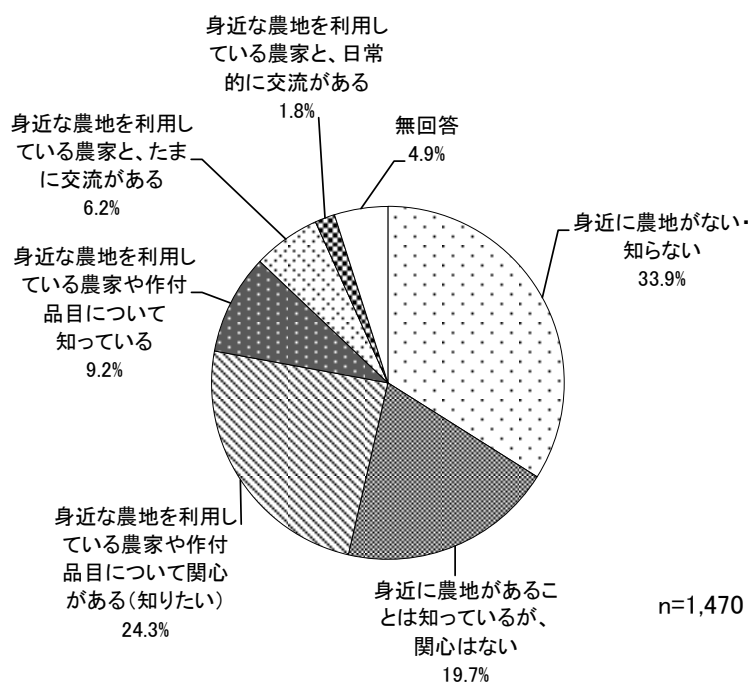
身近な農地と日頃、どれ位関わりがあるかを聞いたところ、「身近に農地がない・知らない」（33.9%）「身近に農地があることは知っているが、関心はない」（19.7%）と回答した割合が 53.6%となっている。一方で、「身近な農地を利用している農家や作付品目について関心がある（知りたい）」が 24.3%となっている。（図表 24-1）。

年代別にみると、「身近な農地を利用している農家や作付品目について関心がある（知りたい）」は「40～50代」、「60～70代以上」、「10～30代」の順で少なくなっている（図表 24-2）。

地域別にみると、「身近な農地を利用している農家や作付品目について関心がある（知りたい）」は「烏山地域」「砧地域」で多く、「玉川地域」でもやや多くなっており、地域によって認知度にも大きな違いが見られた（図表 24-3）。

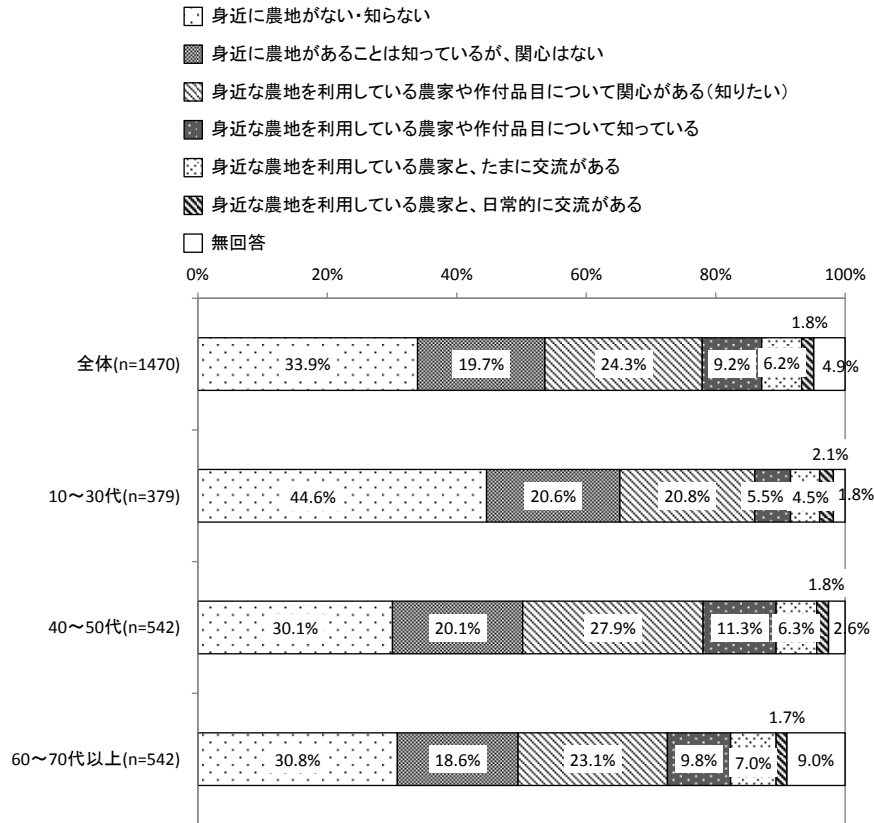
身近な農地との関わり

（図表 24-1）



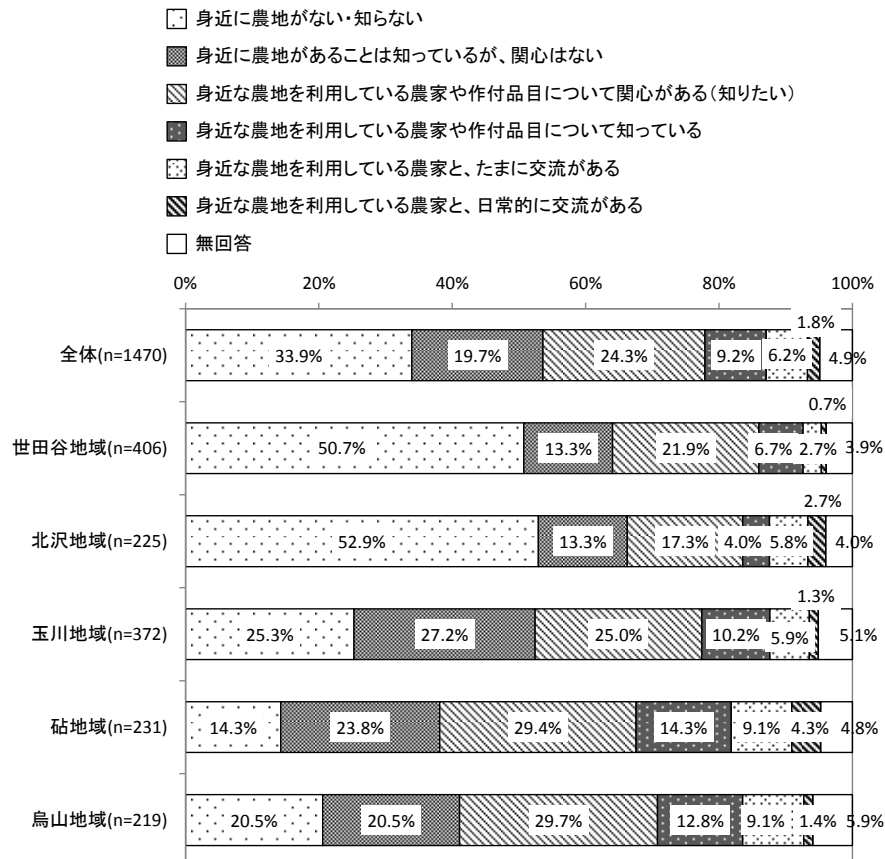
身近な農地との関わり（年代別）

（図表 24-2）



身近な農地との関わり（地域別）

（図表 24-3）

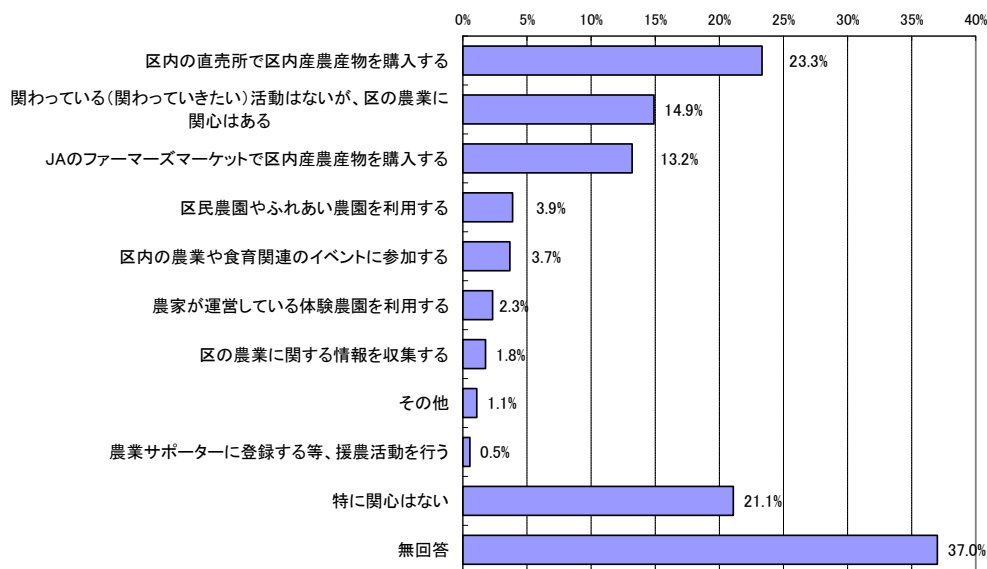


問 2 5 あなたは、世田谷区の農業と現在、どれ位関わりがありますか。また、今後世田谷区の農業に関する活動で、関わっていききたいものはありますか。あてはまるものに○をつけてください(○印はそれぞれいくつでも)。

農業との関わりの内容について、現在と今後について聞いたところ、現在は「区内の直売所で区内農産物を購入する」が 23.3%で最も多く、「関わっている(関わっていききたい)活動はないが、区の農業に関心はある」(14.9%)、「JAのファーマーズマーケットで区内産農産物を購入する」(13.2%)と続いている。一方、今後については、「区内の直売所で区内農産物を購入する」が 29.5%で最も多く、「JAのファーマーズマーケットで区内産農産物を購入する」(22.7%)、「関わっている(関わっていききたい)活動はないが、区の農業に関心はある」(19.2%)と続いている。また、「特に関心はない」が現在は 21.1%とやや多くなっているが、後は 14.3%となっている(図表 25-1)(図表 25-2)。

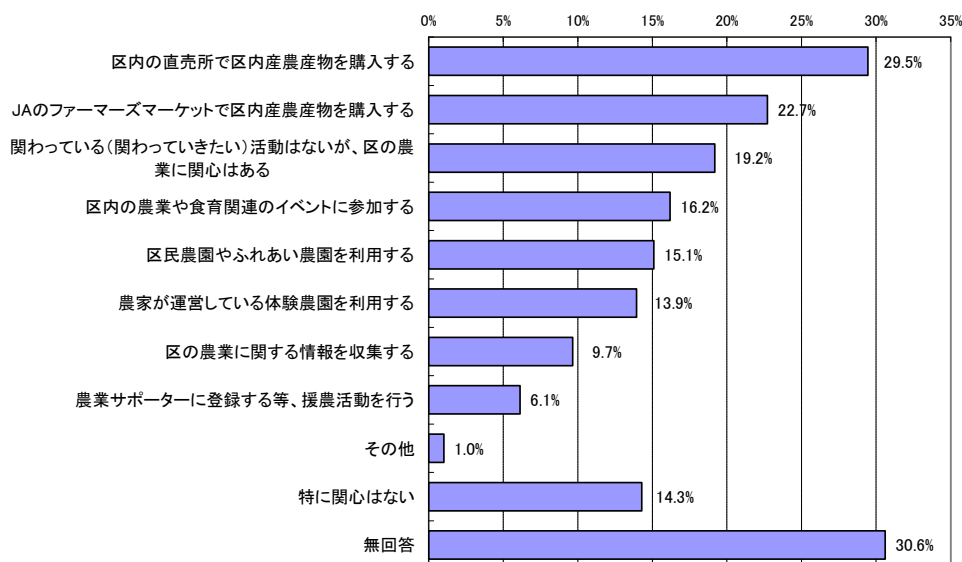
世田谷区の農業との現在の関わり (n=1470)

(図表 25-1)



世田谷区の農業との今後の関わり (n=1470)

(図表 25-2)



(8) 世田谷区の産業について

問 2 6 世田谷区の産業についてのイメージと、これからの世田谷区の産業や地域の魅力アップのため重要と思うかどうかをお答えください（○印はそれぞれ1つずつ）。

世田谷区の産業のイメージについて聞いたところ、「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」「区内のところどころに農地があり、野菜をつくっている」「区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している」などについては「そう思う」「まあそう思う」と回答した人の割合が多い。一方、「区内には工場等もあり、ものづくりが行われている」「新たな事業やサービスが多く創出されている」「観光地として魅力が高い」などについては「あまりそう思わない」「そう思わない」と回答した人の割合が多い。

産業としての重要性については、「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」「魅力のあるお店が多く立地している」「区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している」などの点を重要であるとする区民が多い。一方、「区内には工場等もあり、ものづくりが行われている」「多くの事業所が立地している」「新たな事業やサービスが多く創出されている」などの点については「どちらともいえない」と考える区民が多い。（図表 26-1）（図表 26-2）。

世田谷区産業のイメージ

（図表 26-1）

	n	そう 思う	ま あ そ う 思 う	あ ま り そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い	無 回 答
魅力のあるお店が多く立地している	1470	152	677	402	82	157
		10.3%	46.1%	27.3%	5.6%	10.7%
日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している	1470	170	746	335	74	145
		11.6%	50.7%	22.8%	5.0%	9.9%
集客力のある大規模商業施設が多く立地している	1470	76	335	621	299	139
		5.2%	22.8%	42.2%	20.3%	9.5%
商店街等によるイベントも多く活気がある	1470	106	494	563	167	140
		7.2%	33.6%	38.3%	11.4%	9.5%
新たな事業やサービスが多く創出されている	1470	30	227	781	274	158
		2.0%	15.4%	53.1%	18.6%	10.7%
多くの事業所が立地している	1470	32	313	700	264	161
		2.2%	21.3%	47.6%	18.0%	11.0%
区内には元気にいきいきと働いているヒトが多い	1470	87	699	448	78	158
		5.9%	47.6%	30.5%	5.3%	10.7%
区内のところどころに農地があり、野菜等をつくっている	1470	252	611	317	151	139
		17.1%	41.6%	21.6%	10.3%	9.5%
区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している	1470	278	567	350	135	140
		18.9%	38.6%	23.8%	9.2%	9.5%
区内には工場等もあり、ものづくりが行われている	1470	24	185	810	289	162
		1.6%	12.6%	55.1%	19.7%	11.0%
観光地として魅力が高い	1470	57	281	676	310	146
		3.9%	19.1%	46.0%	21.1%	9.9%
様々な情報手段を通じて世田谷産業の情報が入手できる	1470	34	324	662	298	152
		2.3%	22.0%	45.0%	20.3%	10.3%

世田谷区産業の重要度

(図表 26-2)

	n	重要である	どちらともいえない	重要でない	無回答
魅力のあるお店が多く立地している	1470	962 65.4%	257 17.5%	42 2.9%	209 14.2%
日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している	1470	1071 72.9%	185 12.6%	10 0.7%	204 13.9%
集客力のある大規模商業施設が多く立地している	1470	535 36.4%	507 34.5%	227 15.4%	201 13.7%
商店街等によるイベントも多く活気がある	1470	645 43.9%	524 35.6%	95 6.5%	206 14.0%
新たな事業やサービスが多く創出されている	1470	513 34.9%	632 43.0%	114 7.8%	211 14.4%
多くの事業所が立地している	1470	316 21.5%	734 49.9%	194 13.2%	226 15.4%
区内には元気にいきいきと働いているヒトが多い	1470	854 58.1%	359 24.4%	39 2.7%	218 14.8%
区内のところどころに農地があり、野菜等をつくっている	1470	743 50.5%	440 29.9%	86 5.9%	201 13.7%
区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している	1470	873 59.4%	344 23.4%	56 3.8%	197 13.4%
区内には工場等もあり、ものづくりが行われている	1470	296 20.1%	735 50.0%	221 15.0%	218 14.8%
観光地として魅力が高い	1470	426 29.0%	579 39.4%	257 17.5%	208 14.1%
様々な情報手段を通じて世田谷産業の情報が入手できる	1470	546 37.1%	582 39.6%	130 8.8%	212 14.4%

Ⅲ 事業者アンケート調査

Ⅲ-Ⅰ 商業・サービス関連事業者調査

1 調査の概要

(1) 調査項目

①店舗、事業所属性

会社名、住所、連絡先、経営形態、業種、創業、資本金、従業者数、採用者数、土地・建物の所有形態、自宅の場所、事業所面積、経営者年代、後継者の有無、駐車場の所有、定休日、営業時間、忙しい時間帯、所属団体

②顧客について

平均来客数、主要顧客の所在地、固定客比率、顧客年代、顧客タイプ、外国人比率、店舗・事業所を利用してくれる理由、顧客へのサービス

③経営状況について

前年度売上高、3年前と比べた前年度売上高・営業利益の増減、最近の業績とその理由、今後3年間の景況予測、現在の問題点、今後の経営方針、リタイアの課題、後継者への事業継承の課題

④商店街等について

商店会所属の有無、活動の活発度、活動参加状況、地域の活性化に向けて商店街は積極的に取り組むべきか、商店街は公共的な役割を持って地域貢献活動すべきか、周辺の商業地域等の活性度、周辺の商業地域等の問題点、周辺の商業地域等の発展のために必要なこと、周辺の商業地域等の望ましい姿

⑤立地環境について

創業場所、区内立地時期、世田谷区立地のメリットとデメリット、事業所移転の可能性

⑥採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて

採用状況と順調でない場合の対応、従業者が就職を決めた理由、従業者育成・定着のための取り組み、ワーク・ライフ・バランスの進捗状況と進んでいない場合の理由、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいくための課題、高齢者・障害者雇用のための対策、若年者採用実績と状況、仕事と育児の両立支援プログラムの実施状況と今後の意向、従業者の健康増進のための取り組み状況と今後の意向

⑦資金調達等について

資金調達先、主な資金調達先との関係、制度融資等利用の有無とその理由

⑧ITの活用状況について

インターネットの活用状況、情報通信技術の導入分野の現在と今後の意向、情報通信技術導入・活用の際の課題

⑨個別事業課題について

個別の事業課題についてのこれまでの取組状況・今後の取組意向、行政等への支援要望等

（２）調査仕様

- ①調査対象 世田谷区内の商業、サービス関連業事業者
- ②標本数 7, 311 サンプル
- ③抽出方法 NTTタウンページ(株)タウンページデータベースより無作為抽出
- ④調査方法 郵送配布・郵送回収
- ⑤調査期間 平成27年9月8日～平成27年10月23日
- ⑥有効回収数 1, 481 サンプル（有効回収率20.3%）

（３）調査結果の総括

1. 回答事業者の属性

経営形態は「個人」がおよそ4割（44.6%）、株式会社（本店・支店）がおよそ2割（26.0%）、有限会社（本店・支店）が2割弱で、昭和に創業した事業者がおよそ5割で、平成元年～平成19年までが3割、平成20年代の近年創業がおよそ1割（13.4%）となっている。各事業所の資本金は「0～500万円未満」が3割、「1,000万～2,000万円未満」「500万～1,000万円未満」の順で多く、従業員数は「0～4名」で正社員も「0～4名」が5割と中小企業が多いことがうかがえる。昨年度の採用人数は「0名」が5割で「1名」が1割であった。新卒採用に至っては1名以上の採用が6.6%と非常に少なくなっていることから、一概には言えないが採用状況の厳しさがうかがえる。経営者の年代は30歳代が1割弱、40代～50代が4割、60代以上が5割と高齢層が高い。後継者については「まだ、後継者について考える段階ではない」が3割、「事業主の親族を後継者にするつもりである」が2割と多くなっている。来客用駐車場の有無では「持っていない」が7割と多い。

2. 顧客について

1日の平均来客数は「5名未満」が2割で最も多く、全体で20名未満が5割弱である。主要顧客の所在地は「世田谷区内」が8割弱で、「固定客」が8割弱、「50歳代」、「60歳代」が4割台で「お年寄り」、「成人男性」が4割台の結果から、地元住民で高齢層の男性が主要顧客であることがうかがえる。外国人比率は「1%未満」が5割弱であった。顧客が店舗・事業所を利用する理由は、「なじみの店」、「家から近い」、「品質・鮮度・サービスがよい」の順に多くなっている。

3. 経営状況について

前年度の売上高は「1,000万～3,000万円未満」が23.4%で最も多く、全体を大枠でみると1,000万円未満がおよそ3割で「1,000万～1億円未満」が5割弱（45.3%）、1億円以上が1割強となっている。3年前の売上高の増減、営業利益の増減は、いずれも「横ばい（-3～3%）」、「10～29%減少」が多い。

最近の業績は、順調が12.0%、不振が34.0%で順調な理由は「接客サービスの良さ」「商品・サービスのブランド力」「自店の販売促進・販路開拓の成功」の順に多い。一方、不振な理由は「景気の変動による影響」「周辺の同業店舗・事業所の増加」が多い。今後3年間の景況予測は、「業況」「売

上高」「営業利益」とともに悪くなる、減少するが4割で「変わらない」が3割前後の回答であることから厳しい予測となっている。店舗・事業所は、「売上の伸び悩み」「人材不足」「経営者の高齢化」「営業経費の増加」などを課題と捉えており、今後の経営方針としては「接客態度を向上させる」「品質・鮮度・サービスを良くする」「廃業又は自分の代で閉店」などの回答が多い。リタイアにあたり課題になることは「債務の処理」「従業員の雇用の確保」が多く、後継者への事業継承にあたり課題になることは、「後継者の経営者としての資質向上・能力育成」が3割と多い。

4. 商店街及び立地環境について

商店街の会員としての参加は「会員」が3割弱、「会員でない」が5割であった。商店街活動の状況は「活発」がおおよそ3割（26.3%）、「普通」がおおよそ5割（55.9%）で、商店街活動への参加状況は「活発」が1割強、「不活発」が4割弱で、地域の活性化に向けて商店街は積極的に取り組むべきかについては「そう思う」が6割弱「どちらともいえない」が3割強で、商店街が公共的役割をもって地域貢献活動を行うべきかは「そう思う」が6割「どちらともいえない」が3割である結果から、現在商店街活動としては「普通」との回答が多いが、地域活動には積極的に取り組んでいこうという姿勢が高いことがうかがえる。

周辺の商業地域の活性化状況は、「活性化している」「まあ活性化している」との回答が3割弱で、「活性化していない」「あまり活性化していない」が4割強で、周辺商業地域全体の当面の問題点は、「核になる店舗・事業所がない」、「住宅が多く、商業地域としての連続性に欠ける」、「来客用の駐車・駐輪場が不足している」の順で多い。周辺の商業地域全体の発展に必要なことは、「商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」、「不足業種を補う」、「空き店舗・事業所の解消を図る」が多い。将来の周辺の商業地域の望ましい姿は「魅力的な店が多く集まっている街」、「街並みや景観が整備されている街」、「高齢者や子どもなどが集う人に優しい街」などが多い結果から、活性化するためには、商業施設が集まり環境整備や弱者にも優しい街などが理想のイメージとかがえる。

世田谷区内に立地するメリットは「交通の便が良く地理的にも便利」、「自宅等が近い」が多く、デメリットは「建物・施設の賃貸借の費用が高い」、「競争相手が多く、競争が激しい」が多くなっている。区外への事業所移転の可能性は7割強で可能性はないとの回答であった。

5. 採用や雇用環境・資金調達等について

従業員の採用状況は、「採用していない」がおおよそ4割（44.4%）で、「順調でない」「あまり順調でない」と回答したのは2割であった。その順調でない状況への対策としては、「アルバイト・パート社員の採用」がおおよそ6割（57.0%）、「人材採用支援会社等への相談」と続いている。従業員の自社への就職理由は、「自宅から近い」、「技術や知識が活かせるから」「通勤に便利」などが多い。ワーク・ライフ・バランスの進捗については、「進んでいる」と「ある程度進んでいる」を合計するとおおよそ5割弱（46.9%）で、「進んでいない」と「あまり進んでいない」を合計すると2割強（24.7%）である。その進んでいない理由として「多様な働き方のメニューを用意していない」「旧態依然の慣習や企業風土」、「モデルとなる女性社員がいない」などが多い。また、取り組む上での課題は、「働き方についての社会の意識変化」、「会社の労働条件の改善」などが多い。

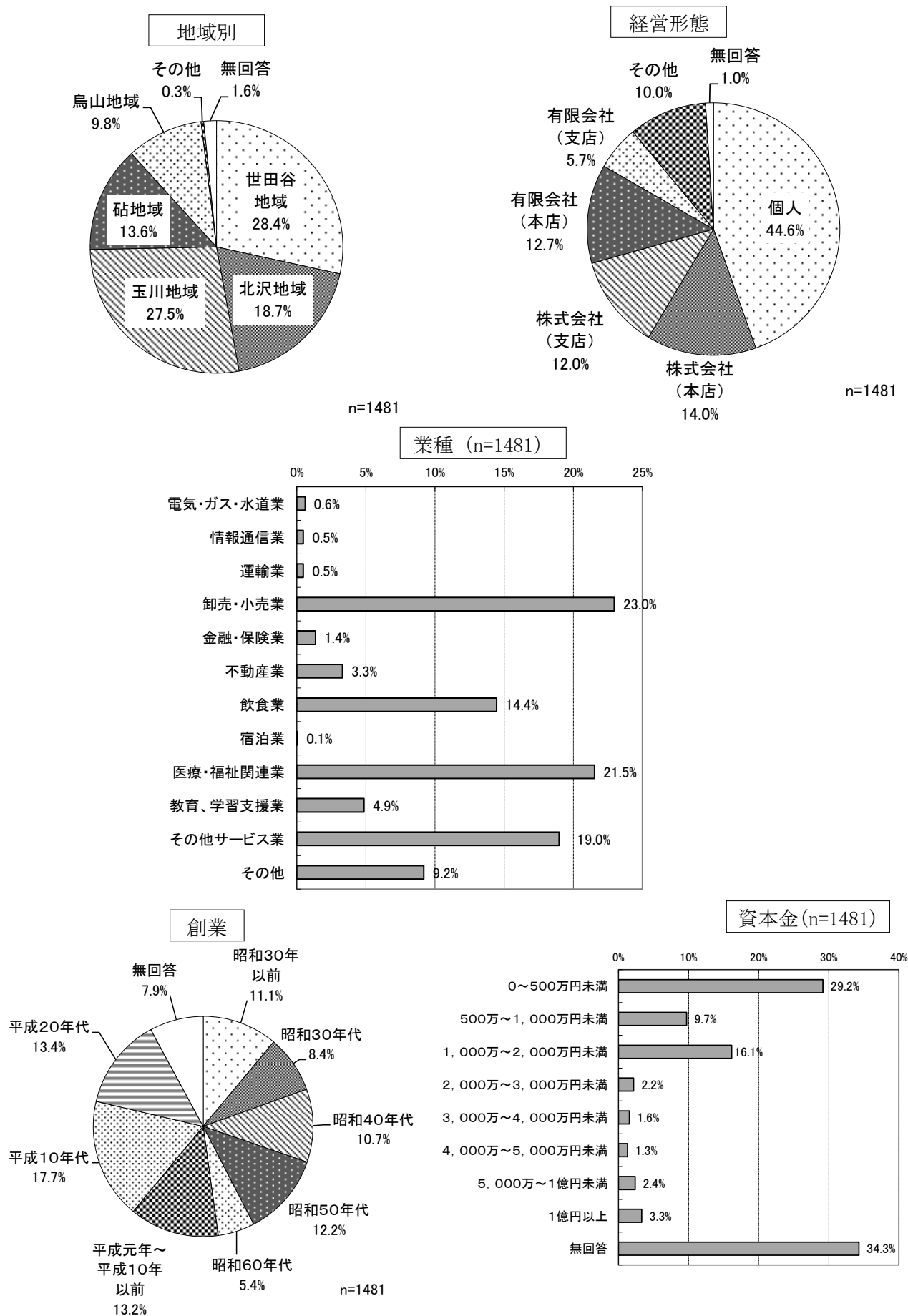
過去5年間の若年者採用実績は、「採用した」が4割で、「2～3名」「1名」の採用が多かった。

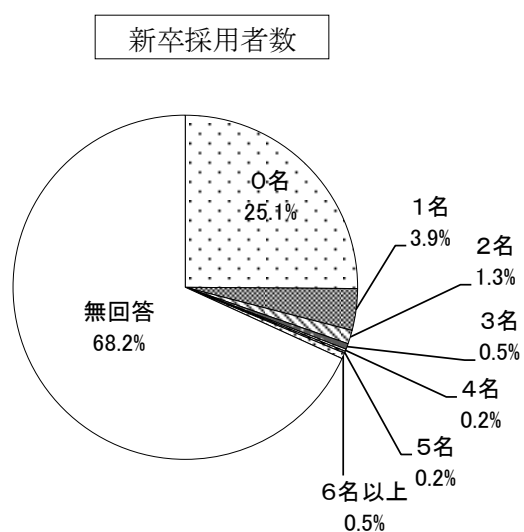
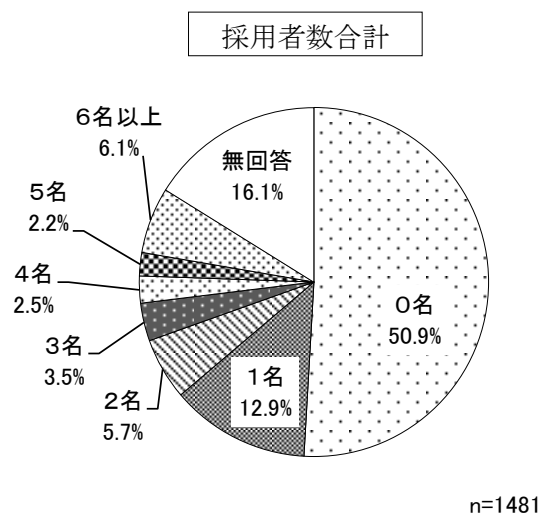
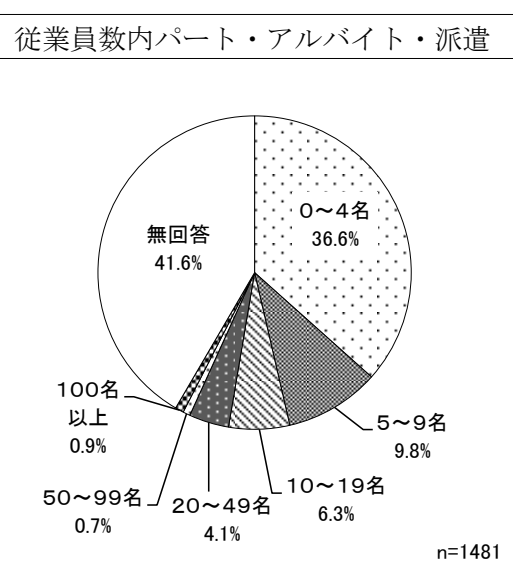
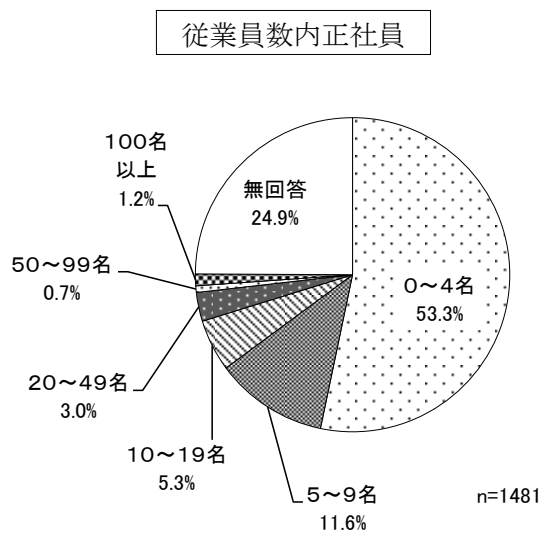
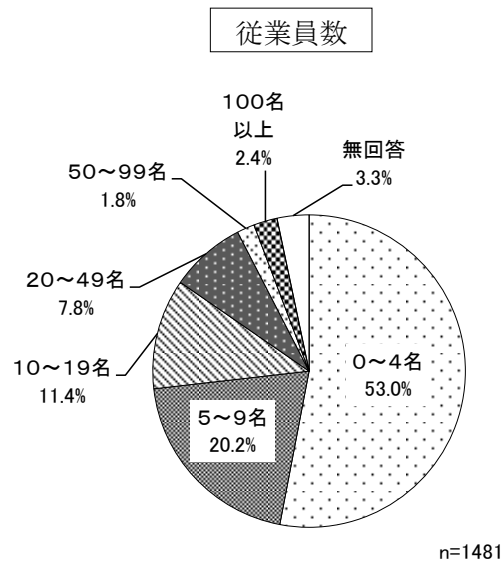
資金調達先は、「信金・信組」「都市銀行」からが多く、資金調達先との関係は「良好である」が多い。公的機関が提供する支援制度の活用は「活用したことがある」が3割、「活用したことはない」が5割弱で、活用した理由は「金利が低い」が6割と多い。一方、活用しない理由は「特に理由はない」が6割弱だが、「制度を知らなかった」「手続きが煩雑」などの意見があげられた。

6. 個別事業課題について

取組状況の高いものは、「企業間や産業間の連携」、「経営改善に向けた相談相手の確保」、「若年層の積極雇用」の順で、今後の取組み意向は、「若年層の積極雇用」、「経営改善に向けた相談相手の確保」、「企業間や産業間の連携」の順で高く、現在の取組状況が高いものが今後の取組み意向でも高くなっている。

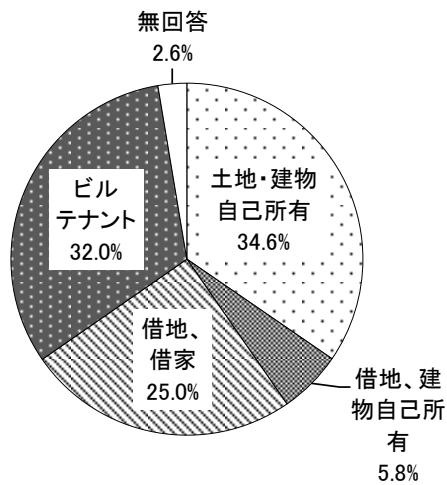
(4) 基本属性





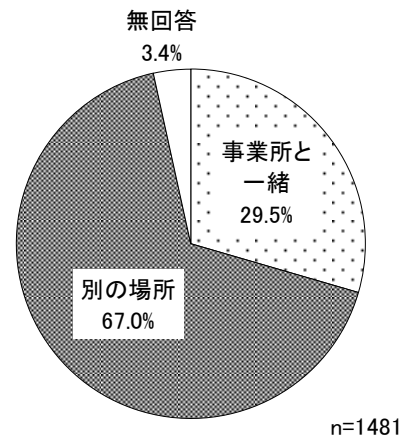
【男性平均：1.8人（内新卒平均0.5人）／女性平均：2.7人（内新卒平均0.7人）】 n=1481

土地、建物所有形態



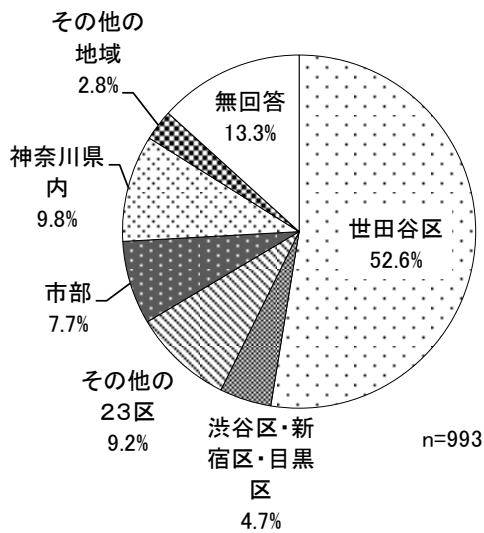
n=1481

経営者等の自宅



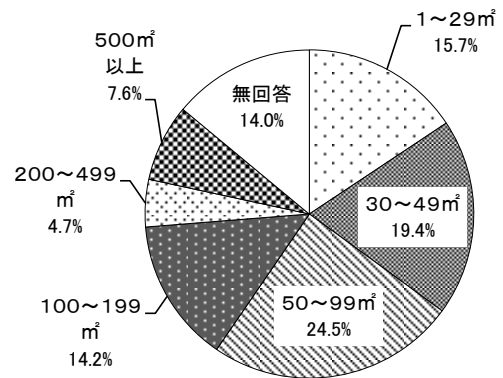
n=1481

経営者等の自宅の場所



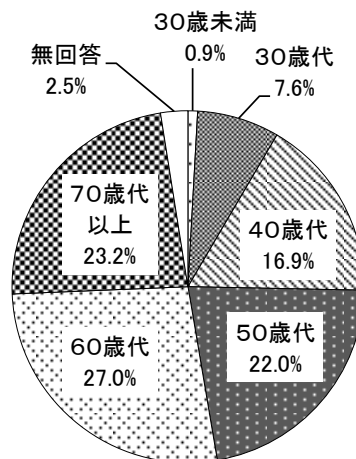
n=993

事業所面積



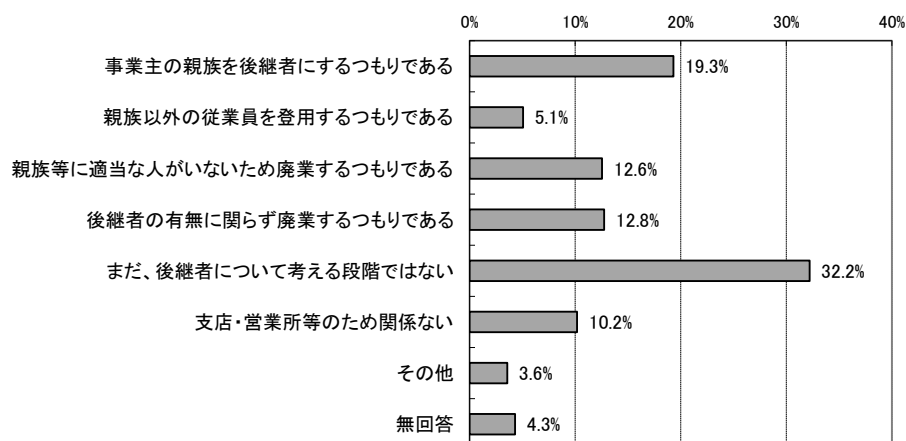
n=1481

経営者年代

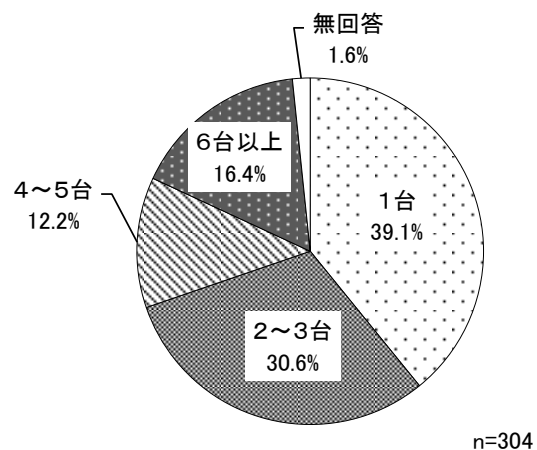


n=1481

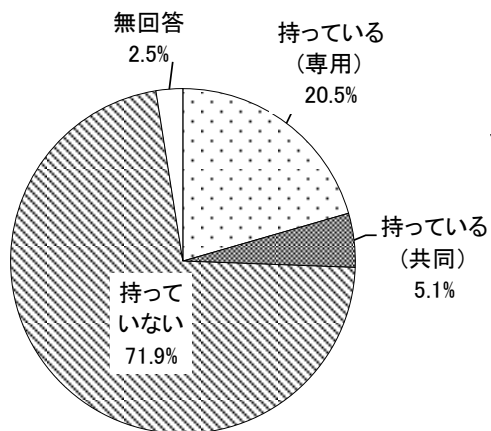
後継者について (n=1481)



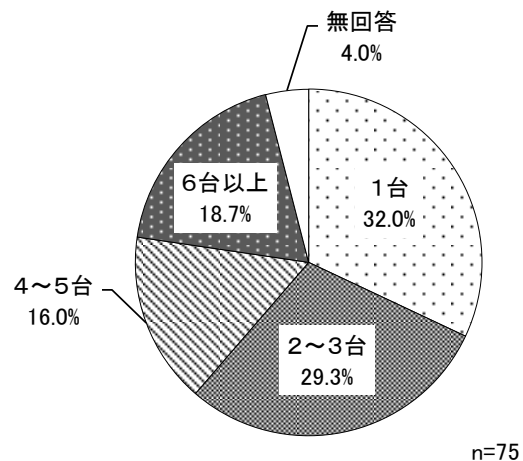
専用駐車場台数



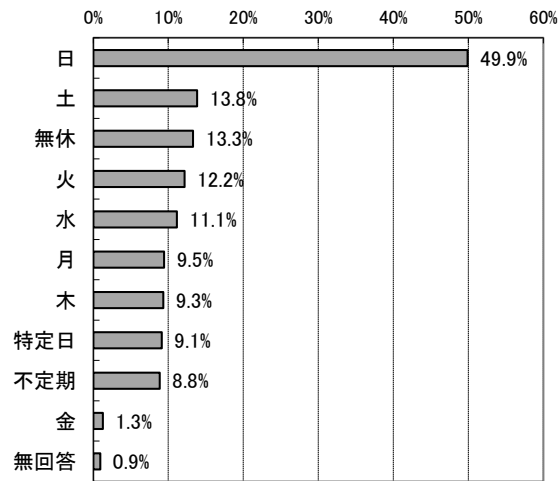
駐車場の有無



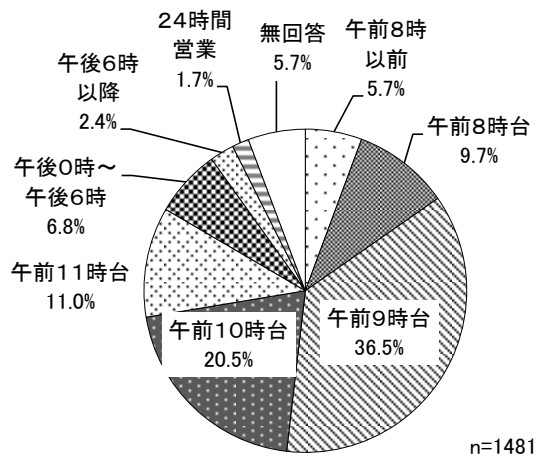
共用駐車場台数



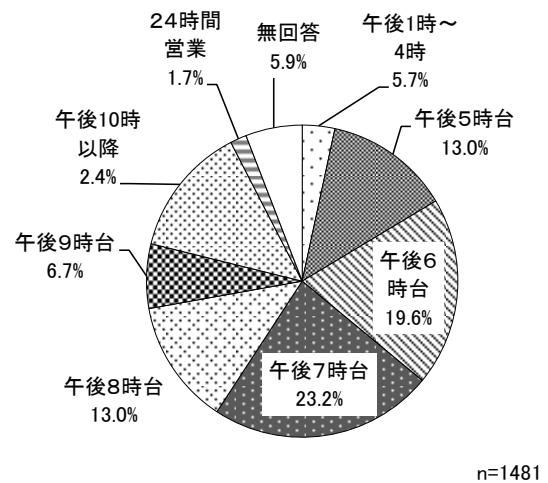
主な定休日 (n=1481)



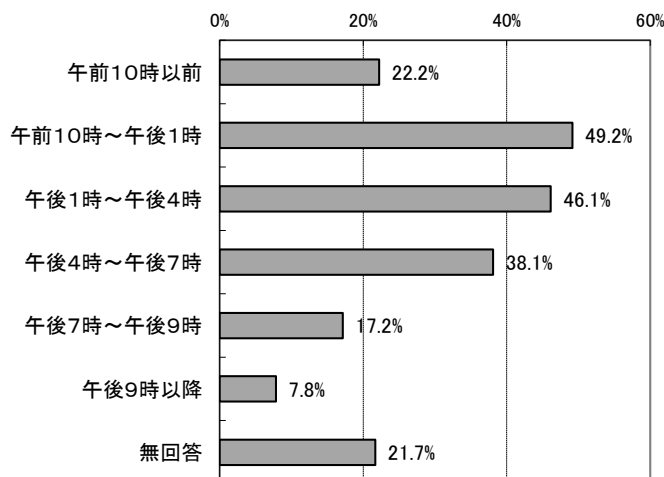
営業開始時刻



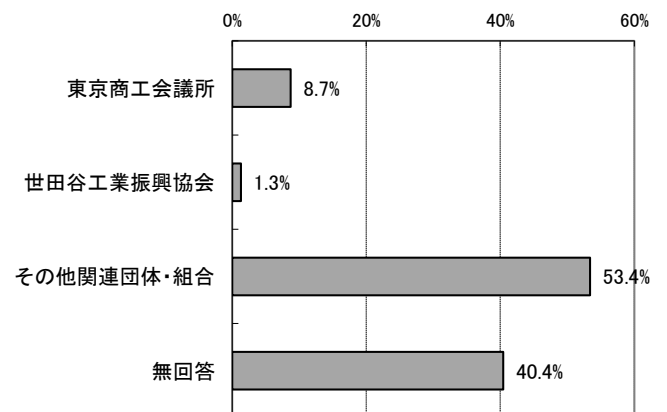
営業終了時刻



忙しい時間帯 (n=1481)



所属団体 (n=1481)



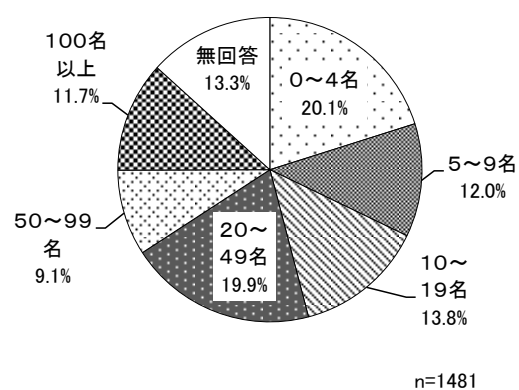
2. 調査結果

(1) 顧客について

問2 (1) 1日の平均来客数はどれ位ですか（数字をご記入ください）。

1日の平均来客数については、「0～4名」が20.1%と最も多く、「20～49名」(19.9%)、「10～19名」(13.8%)と続いている。20名未満の平均来客数と回答している事業者が45.9%とほぼ半数をしめている（図表2 (1)）

1日の平均来客数 (図表2 (1))

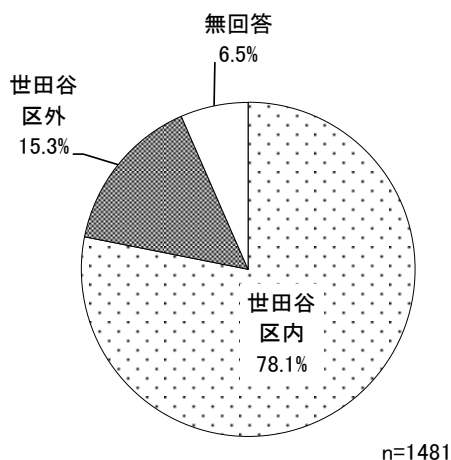


問 2（2） 主要顧客の所在地（○は 1 つだけ）。

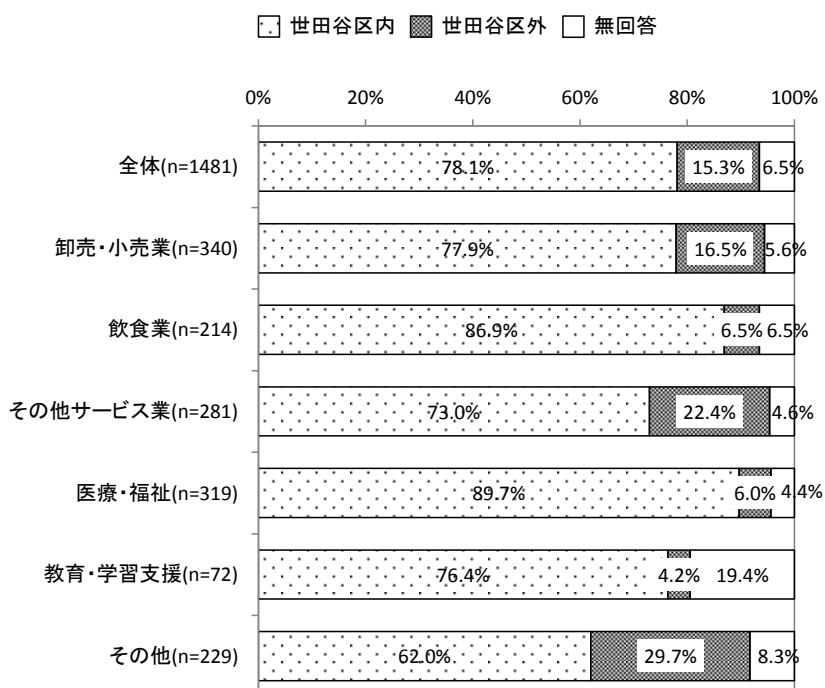
主要顧客の所在地については、「世田谷区内」が 78.1%、「世田谷区外」が 15.3%となっており、区内が 8 割弱を占め多くなっている（図表 2（2）－ 1）。

業種別にみると、「医療・福祉」「飲食業」は、「世田谷区内」が 9 割弱と多くなっている（図表 2（2）－ 2）。

主要顧客の所在地 （図表 2（2）－ 1）



主要顧客の所在地（業種別） （図表 2（2）－ 2）



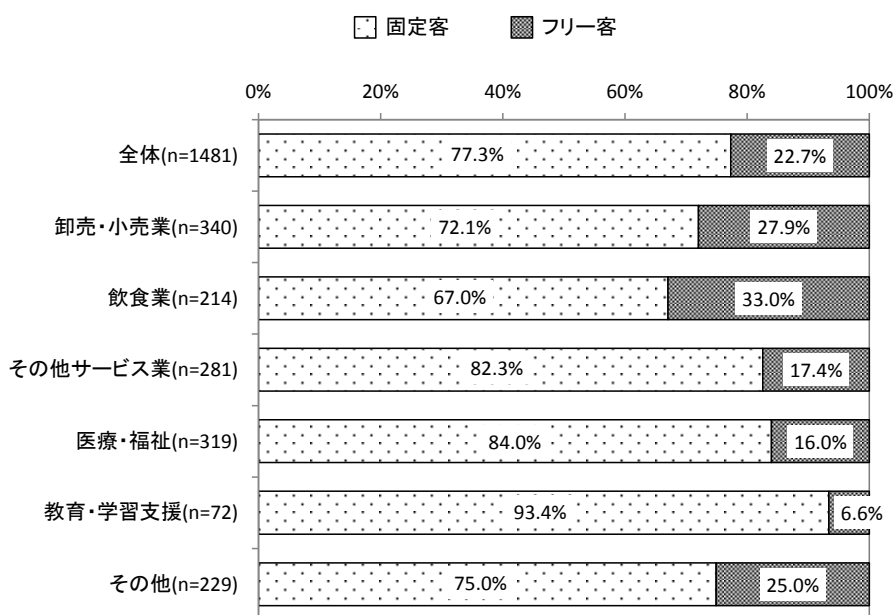
問 2 (3) お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか（空欄に数字をご記入ください）。

顧客構成を把握するため、固定客の比率について聞いたところ、平均で固定客が 77.3%、フリー客は 22.7%となっており、およそ 8 : 2 となっている。固定客について業種別に見ると、「教育・学習支援」、「医療・福祉」、「その他サービス業」などでは 8 割を超えて多くなっている。

フリー客について業種別に見ると、「飲食業」、「卸売・小売業」などではおおむね 3 割と多くなっている（図表 2 (3)）。

前回調査では、固定客とフリー客がおおよそ 7 : 3 となっていた。

固定客の比率 平均（業種別）（図表 2 (3)）



問2（4） どの年代のお客が多いですか（○は3つまで）。

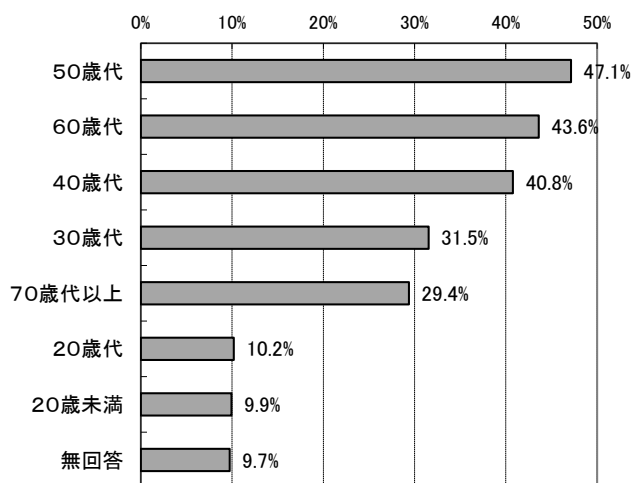
問2（5） どのようなタイプのお客が多いですか（○は3つまで）。

多い顧客の年代について聞いたところ、「50歳代」、「60歳代」「40歳代」が多くなっており（図表2（4）－1）、また多い顧客のタイプについて聞いたところ、「お年寄り」、「成人男性」、「専業主婦」などが多くなっている（図表2（5）－1）。

顧客年代を業種別に見ると、おおよその業種で40～60歳代が多くなっている。一方、「教育・学習支援」は「20歳未満」、「医療・福祉」は「70歳代以上」が多くなっている。（図表2（4）－2）。

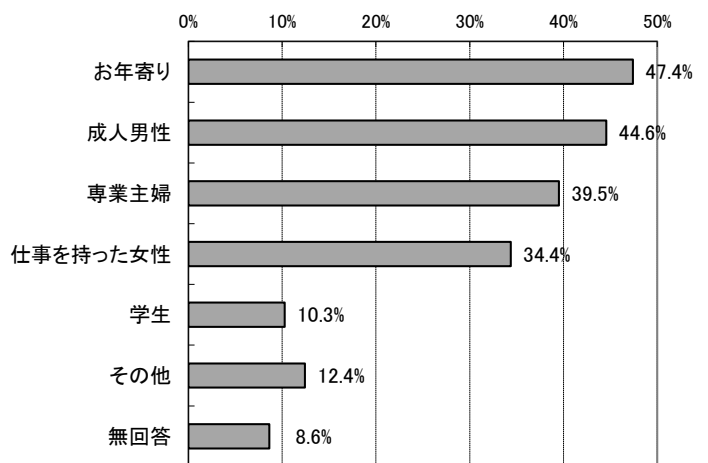
顧客年代（n=1481）

（図表2（4）－1）



顧客タイプ（n=1481）

（図表2（5）－1）



顧客年代（業種別）

（図表2（4）－2）

	n	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	無回答
全体	1481	147	151	467	604	698	646	435	144
		9.9%	10.2%	31.5%	40.8%	47.1%	43.6%	29.4%	9.7%
卸売・小売業	340	13	30	112	162	191	170	86	26
		3.8%	8.8%	32.9%	47.6%	56.2%	50.0%	25.3%	7.6%
飲食業	214	6	41	101	133	127	83	22	12
		2.8%	19.2%	47.2%	62.1%	59.3%	38.8%	10.3%	5.6%
その他サービス業	281	14	23	97	129	162	132	72	25
		5.0%	8.2%	34.5%	45.9%	57.7%	47.0%	25.6%	8.9%
医療・福祉	319	64	20	63	74	90	136	179	23
		20.1%	6.3%	19.7%	23.2%	28.2%	42.6%	56.1%	7.2%
教育・学習支援	72	40	5	14	8	8	5	4	19
		55.6%	6.9%	19.4%	11.1%	11.1%	6.9%	5.6%	26.4%
その他	229	10	29	72	84	107	107	67	34
		4.4%	12.7%	31.4%	36.7%	46.7%	46.7%	29.3%	14.8%

顧客タイプを業種別にみると、「卸売・小売業」では「専業主婦」「お年寄り」が多く、「飲食業」では「成人男性」「仕事を持った女性」が多く、「その他サービス業」では「専業主婦」「成人男性」が多くなっている（図表２（５）－２）。また、地域別にみると、おおよその地域で「お年寄り」が多く「玉川地域」では「専業主婦」も多くなっている（図表２（５）－３）。

顧客タイプ(業種別)

(図表２（５）－２)

	n	専業主婦	女性 仕事 を持った	成人 男性	学生	お年 寄り	その他	無 回答
全体	1481	585	509	660	152	702	184	128
		39.5%	34.4%	44.6%	10.3%	47.4%	12.4%	8.6%
卸売・小売業	340	186	121	144	32	167	12	26
		54.7%	35.6%	42.4%	9.4%	49.1%	3.5%	7.6%
飲食業	214	66	101	165	30	89	24	4
		30.8%	47.2%	77.1%	14.0%	41.6%	11.2%	1.9%
その他サービス業	281	131	108	131	24	115	30	25
		46.6%	38.4%	46.6%	8.5%	40.9%	10.7%	8.9%
医療・福祉	319	114	91	103	24	223	49	20
		35.7%	28.5%	32.3%	7.5%	69.9%	15.4%	6.3%
教育・学習支援	72	19	15	4	21	6	21	18
		26.4%	20.8%	5.6%	29.2%	8.3%	29.2%	25.0%
その他	229	57	62	103	20	94	46	30
		24.9%	27.1%	45.0%	8.7%	41.0%	20.1%	13.1%

顧客タイプ(地域別)

(図表２（５）－３)

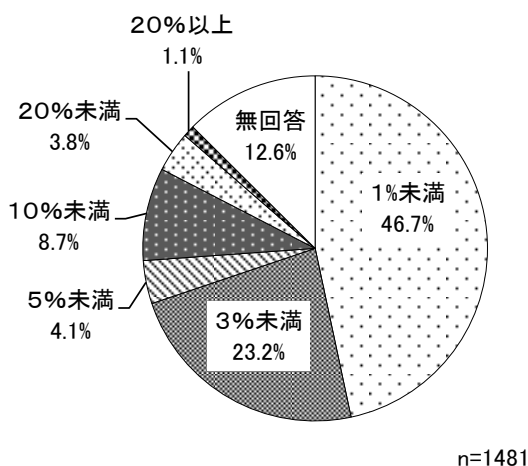
	n	専業主婦	女性 仕事 を持った	成人 男性	学生	お年 寄り	その他	無 回答
全体	1481	585	509	660	152	702	184	128
		39.5%	34.4%	44.6%	10.3%	47.4%	12.4%	8.6%
世田谷地域	421	166	156	193	44	206	56	31
		39.4%	37.1%	45.8%	10.5%	48.9%	13.3%	7.4%
北沢地域	277	93	91	126	33	128	28	34
		33.6%	32.9%	45.5%	11.9%	46.2%	10.1%	12.3%
玉川地域	408	185	156	177	35	177	49	33
		45.3%	38.2%	43.4%	8.6%	43.4%	12.0%	8.1%
砧地域	201	79	50	86	20	103	33	18
		39.3%	24.9%	42.8%	10.0%	51.2%	16.4%	9.0%
烏山地域	145	49	43	66	17	73	17	10
		33.8%	29.7%	45.5%	11.7%	50.3%	11.7%	6.9%
その他	5	2	1	0	1	2	0	1
		40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%	20.0%

問2（6） お客様のうち、外国人の比率はどれ位ですか（数字をご記入ください）。

来店客のうち外国人の比率を聞いたところ、「1%未満」が46.7%と約半数を占めていた(図表2（6）－1）。業種別にみると、「その他サービス業」、「教育・学習支援」、「その他」では「1%未満」が5割以上で外国人比率が低い状況であった。(図表2（6）－2)。

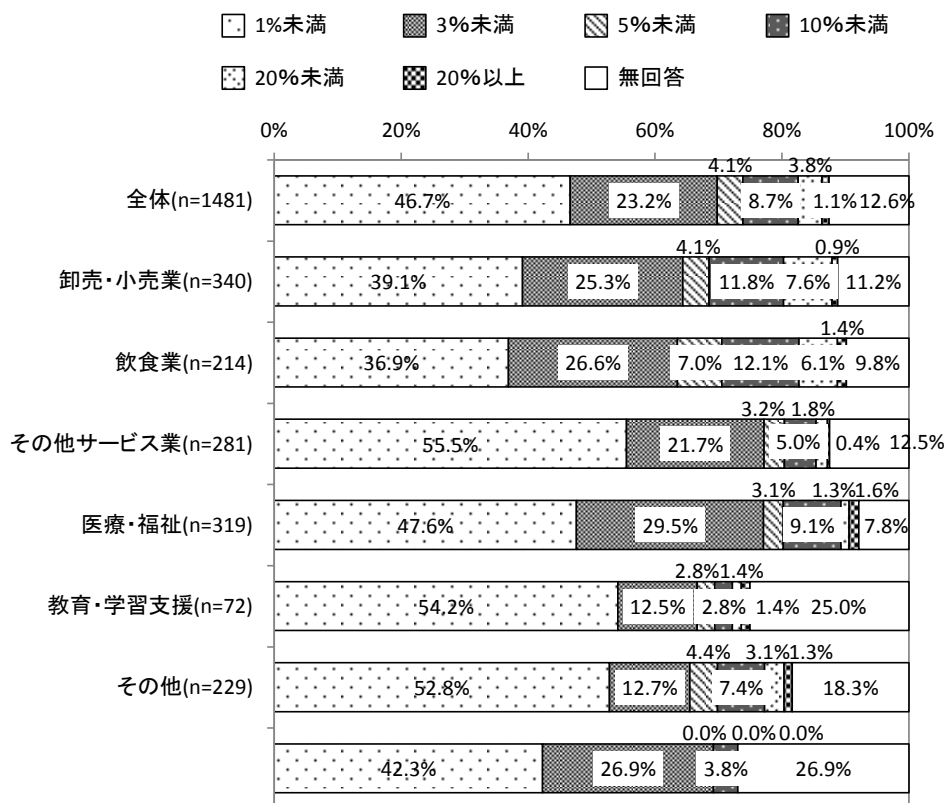
外国人の比率

(図表2（6）－1)



外国人の比率（業種別）

(図表2（6）－2)



問2（7） お客様があなたの店舗・事業所を利用する主な理由をお聞かせください（〇は3つまで）。

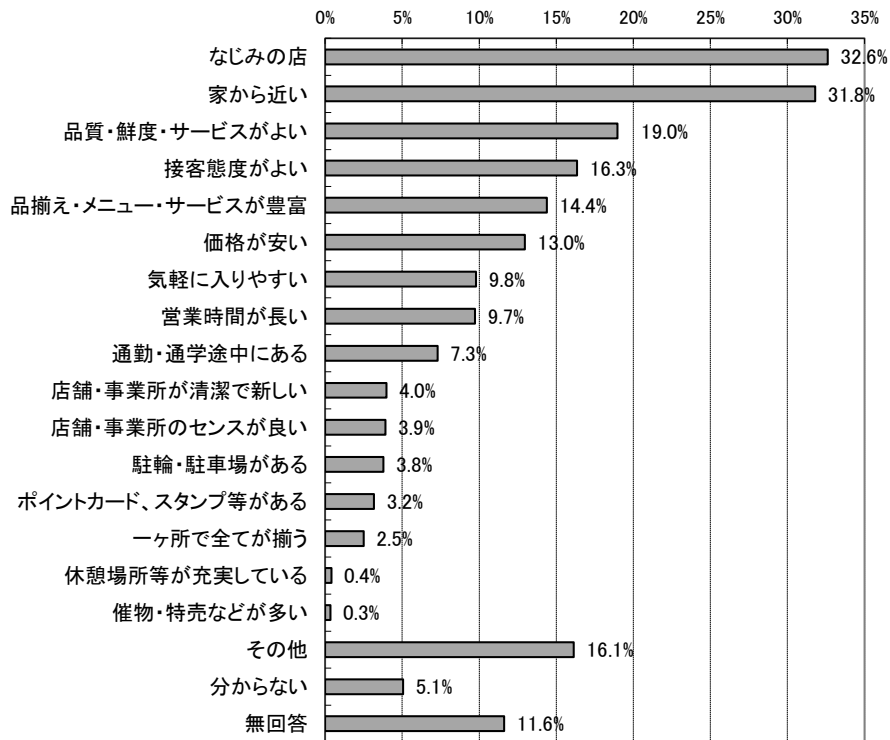
顧客が自分の店舗・事業所を利用してくれる理由について聞いたところ、「なじみの店」が32.6%で最も多くなっており、「家から近い」（31.8%）、「品質・鮮度・サービスがよい」（19.0%）と続いている（図表2（7）－1）。

業種別に見ると、多くの業種では「なじみの店」、「家から近い」などが多くなっているが、「飲食店」「教育・学習支援」については「品質・鮮度・サービスがよい」も多くなっている（図表2（7）－2）。

前回調査では、多くの業種で「なじみの店」、「家から近い」などが多くなっているが、「飲食店」では「価格が安い」などが多くなっていた。

顧客が自社を利用する理由（n=1481）

（図表2（7）－1）



顧客が自社を利用する理由（業種別）

（図表2（7）－2）

	n	品揃え・メニュー・サービスが豊富	価格が安い	品質・鮮度・サービスがよい	気軽に入りやすい	なじみの店	一ヶ所で全てが揃う	店舗・事業所が清潔で新しい	店舗・事業所のセンスが良い	休憩場所等が充実している	営業時間が長い	駐輪・駐車場がある	接客態度がよい	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	ポイントカード、スタンプ等がある	その他	分からない	無回答
全体	1481	213	192	281	145	483	37	59	58	6	144	56	242	471	108	5	47	239	75	151
		14.4%	13.0%	19.0%	9.8%	32.6%	2.5%	4.0%	3.9%	0.4%	9.7%	3.8%	16.3%	31.8%	7.3%	0.3%	3.2%	16.1%	5.1%	10.2%
卸売・小売業	340	89	59	81	47	136	16	5	17	1	41	13	54	86	24	5	22	32	13	25
		26.2%	17.4%	23.8%	13.8%	40.0%	4.7%	1.5%	5.0%	0.3%	12.1%	3.8%	15.9%	25.3%	7.1%	1.5%	6.5%	9.4%	3.8%	7.4%
飲食業	214	53	66	86	36	100	3	11	15	1	21	6	35	52	13	0	5	15	5	8
		24.8%	30.8%	40.2%	16.8%	46.7%	1.4%	5.1%	7.0%	0.5%	9.8%	2.8%	16.4%	24.3%	6.1%	0.0%	2.3%	7.0%	2.3%	3.7%
その他サービス業	281	30	35	47	19	119	8	14	10	1	32	13	45	114	15	0	13	42	9	22
		10.7%	12.5%	16.7%	6.8%	42.3%	2.8%	5.0%	3.6%	0.4%	11.4%	4.6%	16.0%	40.6%	5.3%	0.0%	4.6%	14.9%	3.2%	7.8%
医療・福祉	319	10	6	31	17	61	2	23	7	1	30	17	64	140	32	0	0	69	30	34
		3.1%	1.9%	9.7%	5.3%	19.1%	0.6%	7.2%	2.2%	0.3%	9.4%	5.3%	20.1%	43.9%	10.0%	0.0%	0.0%	21.6%	9.4%	10.7%
教育・学習支援	72	7	6	16	0	2	1	2	1	1	3	2	10	25	12	0	1	14	3	20
		9.7%	8.3%	22.2%	0.0%	2.8%	1.4%	2.8%	1.4%	1.4%	4.2%	2.8%	13.9%	34.7%	16.7%	0.0%	1.4%	19.4%	4.2%	27.8%
その他	229	23	19	16	25	53	7	4	6	1	15	5	31	48	10	0	4	60	15	37
		10.0%	8.3%	7.0%	10.9%	23.1%	3.1%	1.7%	2.6%	0.4%	6.6%	2.2%	13.5%	21.0%	4.4%	0.0%	1.7%	26.2%	6.6%	16.2%

年代別にみると、おおよその年代で「なじみの店」、「家から近い」などが多くっており、「20歳代」では「品揃え・メニュー・サービスが豊富」も多くなっている（図表2（7）－3）。

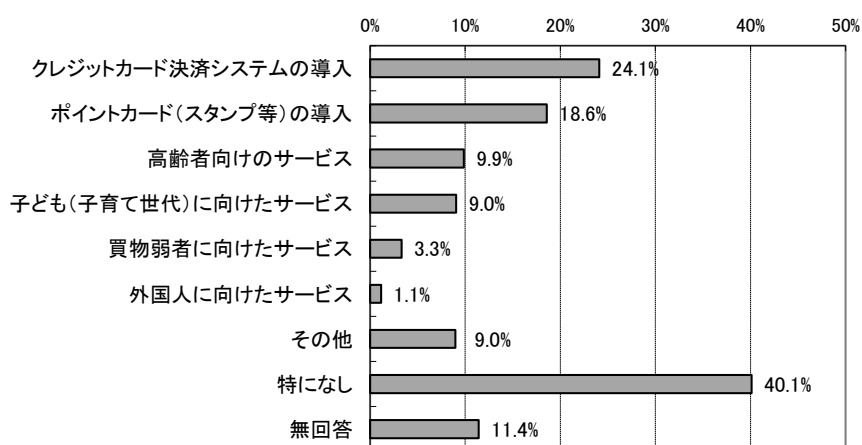
顧客が自社を利用する理由(年代別) (図表2（7）－3)

	n	品揃え・メニュー・サービスが豊富	価格が安い	品質・鮮度・サービスがよい	気軽に入りやすい	なじみの店	一ヶ所で全てが揃う	店舗・事業所が清潔で新しい	店舗・事業所のセンスがよい	休憩場所等が充実している	営業時間が長い	駐輪・駐車場がある	接客態度がよい	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	ポイントカード、スタンプ等がある	その他	分からない	無回答
全体	3292	527 16.0%	459 13.9%	684 20.8%	361 11.0%	1194 36.3%	98 3.0%	147 4.5%	155 4.7%	12 0.4%	357 10.8%	131 4.0%	582 17.7%	1114 33.8%	263 8.0%	14 0.4%	119 3.6%	526 16.0%	152 4.6%	209 6.3%
20歳未満	147	15 10.2%	10 6.8%	24 16.3%	12 8.2%	21 14.3%	2 1.4%	12 8.2%	5 3.4%	1 0.7%	18 12.2%	8 5.4%	23 15.6%	58 39.5%	27 18.4%	0 0.0%	3 2.0%	38 25.9%	9 6.1%	6 4.1%
20歳代	151	40 26.5%	35 23.2%	34 22.5%	26 17.2%	38 25.2%	8 5.3%	4 2.6%	7 4.6%	1 0.7%	27 17.9%	2 1.3%	32 21.2%	49 32.5%	25 16.6%	0 0.0%	3 2.0%	23 15.2%	3 2.0%	2 1.3%
30歳代	467	114 24.4%	80 17.1%	122 26.1%	60 12.8%	151 32.3%	16 3.4%	26 4.7%	26 5.6%	1 0.2%	68 14.6%	16 3.4%	92 19.7%	142 30.4%	45 9.6%	1 0.2%	13 2.8%	74 15.8%	21 4.5%	10 2.1%
40歳代	604	134 22.2%	95 15.7%	154 25.5%	73 12.1%	230 38.1%	27 4.5%	24 4.0%	35 5.8%	3 0.5%	75 12.4%	24 4.0%	106 17.5%	197 32.6%	55 9.1%	2 0.3%	21 3.5%	82 13.6%	29 4.8%	17 2.8%
50歳代	698	117 16.8%	113 16.2%	158 22.6%	72 10.3%	289 41.4%	18 2.6%	31 4.4%	38 5.4%	3 0.4%	68 9.7%	31 4.4%	129 18.5%	224 32.1%	45 6.4%	4 0.6%	33 4.7%	113 16.2%	34 4.9%	26 3.7%
60歳代	646	74 11.5%	81 12.5%	128 19.8%	70 10.8%	279 43.2%	16 2.5%	30 4.6%	28 4.3%	3 0.5%	55 8.5%	28 4.3%	124 19.2%	245 37.9%	41 6.3%	5 0.8%	27 4.2%	105 16.3%	28 4.3%	25 3.9%
70歳代以上	435	26 6.0%	38 8.7%	56 12.9%	44 10.1%	175 40.2%	9 2.1%	24 5.5%	15 3.4%	0 0.0%	39 9.0%	20 4.6%	72 16.6%	192 44.1%	25 5.7%	2 0.5%	19 4.4%	79 18.2%	25 5.7%	22 5.1%

問2（8） 御社で導入している顧客サービスは何ですか（〇はいくつでも）。

顧客へのサービスを聞いたところ、「クレジットカード決済システムの導入」が24.1%で最も多く、「ポイントカード（スタンプ等）の導入」が18.6%と続いている。また、「特になし」と回答した事業者も多くなっている（図表2（8）－1）。

自社で導入している顧客サービス (n=1481) (図表2（8）－1)



業種別にみると、多くの業種で「クレジットカード決済システム」と「特になし」が多くなっており、「その他サービス業」では「ポイントカード（スタンプ等）の導入」、「教育・学習支援」では「子ども（子育て世代）に向けたサービス」が多くなっている（図表２（８）－２）。

従業員数別にみると、すべてで「クレジットカード決済システムの導入」が多く、「１００名以上」では４４．４％と多い。一方、従業員が１０名未満では「特になし」が多くなっている（図表２（８）－３）。

導入しているサービス（業種別）

（図表２（８）－２）

	n	クレジットカード システムの導入決	ポイント カードの導入	高齢者 向けのサ ービス	子ども （子育て 世代）に 向けたサ ービス	買物弱 者に向け たサ ービス	外国人 に向け たサ ービス	その他	特になし	無回答
全体	1481	357 24.1%	275 18.6%	146 9.9%	134 9.0%	49 3.3%	17 1.1%	133 9.0%	594 40.1%	169 11.4%
卸売・小売業	340	133 39.1%	108 31.8%	30 8.8%	18 5.3%	34 10.0%	6 1.8%	36 10.6%	101 29.7%	27 7.9%
飲食業	214	65 30.4%	34 15.9%	11 5.1%	19 8.9%	2 0.9%	2 0.9%	15 7.0%	89 41.6%	17 7.9%
その他サービス業	281	65 23.1%	96 34.2%	29 10.3%	23 8.2%	4 1.4%	2 0.7%	28 10.0%	96 34.2%	28 10.0%
医療・福祉	319	52 16.3%	6 1.9%	49 15.4%	34 10.7%	5 1.6%	3 0.9%	27 8.5%	161 50.5%	30 9.4%
教育・学習支援	72	4 5.6%	6 8.3%	2 2.8%	24 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	3 4.2%	22 30.6%	22 30.6%
その他	229	29 12.7%	19 8.3%	22 9.6%	15 6.6%	4 1.7%	3 1.3%	19 8.3%	121 52.8%	39 17.0%

導入しているサービス（従業員数別）

（図表２（８）－３）

	n	クレジットカード システムの導入決	ポイント カードの導入	高齢者 向けのサ ービス	子ども （子育て 世代）に 向けたサ ービス	買物弱 者に向け たサ ービス	外国人 に向け たサ ービス	その他	特になし	無回答
全体	1481	357 24.1%	275 18.6%	146 9.9%	134 9.0%	49 3.3%	17 1.1%	133 9.0%	594 40.1%	169 11.4%
0～4名	785	135 17.2%	133 16.9%	74 9.4%	41 5.2%	29 3.7%	3 0.4%	73 9.3%	374 47.6%	71 9.0%
5～9名	299	79 26.4%	58 19.4%	23 7.7%	33 11.0%	4 1.3%	3 1.0%	32 10.7%	130 43.5%	18 6.0%
10～19名	169	64 37.9%	37 21.9%	18 10.7%	27 16.0%	6 3.6%	7 4.1%	8 4.7%	43 25.4%	26 15.4%
20～49名	116	39 33.6%	22 19.0%	16 13.8%	17 14.7%	4 3.4%	3 2.6%	10 8.6%	30 25.9%	21 18.1%
50～99名	27	9 33.3%	5 18.5%	6 22.2%	8 29.6%	2 7.4%	0 0.0%	4 14.8%	3 11.1%	6 22.2%
100名以上	36	16 44.4%	9 25.0%	2 5.6%	3 8.3%	2 5.6%	0 0.0%	2 5.6%	3 8.3%	10 27.8%

(2) 経営状況について

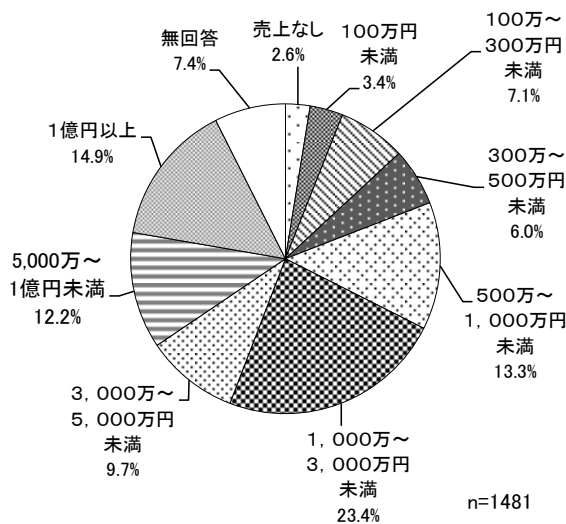
問3(1) 昨年度売上高について、該当するものに○をしてください(○は1つだけ)。

経営状況を確認するため、はじめに昨年度売上高について聞いたところ、「1,000万～3,000万円未満」が23.4%で最も多く、「1億円以上」が14.9%と続いている(図表3(1)-1)。

業種別にみると、全体的に「1,000万～3,000万円未満」が多くなっている。また、「卸売・小売業」では「1億円以上」、「飲食業」では「500万円～1,000万円未満」も多くなっている(図表3(1)-2)。

前回調査では、「1,000万～3,000万円未満」が最も多く、続いて「500万円～1,000万円未満」が多かった。

昨年度売上高 (図表3(1)-1)



昨年度売上高(業種別) (図表3(1)-2)

	n	売上なし	100万円未満	100万～300万円未満	300万～500万円未満	500万～1,000万円未満	1,000万円～3,000万円未満	3,000万～5,000万円未満	5,000万～1億円未満	1億円以上	無回答
全体	1481	38	51	105	89	197	347	144	180	220	110
		2.6%	3.4%	7.1%	6.0%	13.3%	23.4%	9.7%	12.2%	14.9%	7.4%
卸売・小売業	340	6	11	23	11	43	80	30	36	82	18
		1.8%	3.2%	6.8%	3.2%	12.6%	23.5%	8.8%	10.6%	24.1%	5.3%
飲食業	214	2	9	16	18	44	63	23	23	9	7
		0.9%	4.2%	7.5%	8.4%	20.6%	29.4%	10.7%	10.7%	4.2%	3.3%
その他サービス業	281	4	14	26	24	50	79	21	23	26	14
		1.4%	5.0%	9.3%	8.5%	17.8%	28.1%	7.5%	8.2%	9.3%	5.0%
医療・福祉	319	11	4	14	14	24	66	48	62	43	33
		3.4%	1.3%	4.4%	4.4%	7.5%	20.7%	15.0%	19.4%	13.5%	10.3%
教育・学習支援	72	9	3	7	8	5	10	3	8	6	13
		12.5%	4.2%	9.7%	11.1%	6.9%	13.9%	4.2%	11.1%	8.3%	18.1%
その他	229	5	8	16	13	30	42	16	25	54	20
		2.2%	3.5%	7.0%	5.7%	13.1%	18.3%	7.0%	10.9%	23.6%	8.7%

問3（2） 3年前と比較して昨年度の売上高の増減について、該当するものに○をしてください

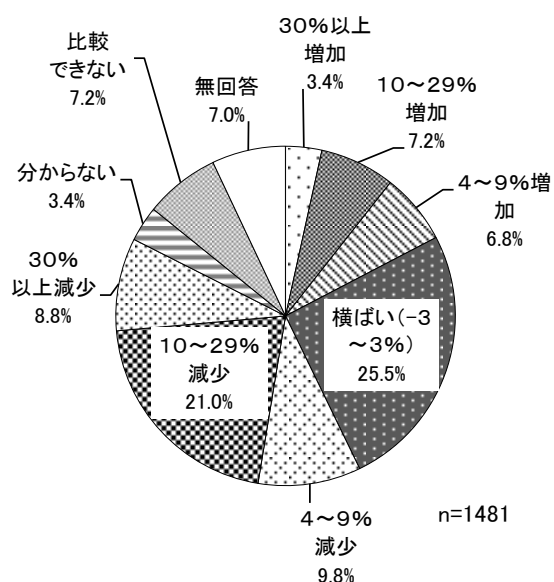
（○は1つだけ）。

問3（3） 3年前と比較して昨年度の営業利益の増減について、該当するものに○をしてください

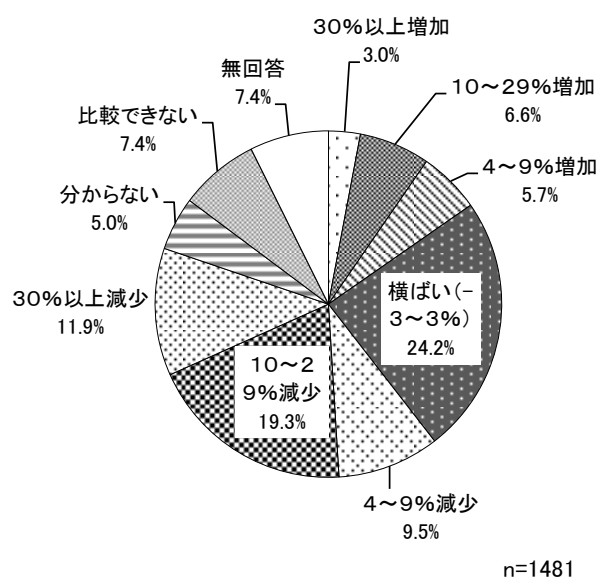
（○は1つだけ）。

3年前と比較した昨年度売上高の増減についてみると「横ばい（-3～3%）」が25.5%で最も多く、「10～29%減少」が21.0%と続いている（図表3（2）-1）。また営業利益の増減についてもほぼ同様の割合となっている（図表3（3）-1）。

3年前比の売上高増減（図表3（2）-1）



3年前比の営業利益増減（図表3（3）-1）



3年前と比較した昨年度売上高の増減について業種別にみると、全体的に「横ばい（－3～3％）」が多い。また「卸売・小売業」では「10～29％減少」も多くなっている（図表3（2）－2）。

3年前と比較した昨年度営業利益について業種別にみると、全体的に「横ばい」が多い（図表3（3）－2）。

3年前比の売上高増減（業種別）（図表3（2）－2）

	n	30%以上増加	10～29%増加	4～9%増加	横ばい（－3～3%）	4～9%減少	10～29%減少	30%以上減少	分からない	比較できない	無回答
全体	1481	51 3.4%	106 7.2%	100 6.8%	377 25.5%	145 9.8%	311 21.0%	131 8.8%	50 3.4%	106 7.2%	104 7.0%
卸売・小売業	340	8 2.4%	22 6.5%	22 6.5%	77 22.6%	44 12.9%	86 25.3%	35 10.3%	11 3.2%	17 5.0%	18 5.3%
飲食業	214	4 1.9%	19 8.9%	21 9.8%	58 27.1%	21 9.8%	51 23.8%	16 7.5%	3 1.4%	11 5.1%	10 4.7%
その他サービス業	281	5 1.8%	20 7.1%	14 5.0%	76 27.0%	34 12.1%	69 24.6%	28 10.0%	9 3.2%	16 5.7%	10 3.6%
医療・福祉	319	15 4.7%	20 6.3%	20 6.3%	79 24.8%	28 8.8%	62 19.4%	25 7.8%	15 4.7%	29 9.1%	26 8.2%
教育・学習支援	72	8 11.1%	4 5.6%	6 8.3%	14 19.4%	1 1.4%	6 8.3%	2 2.8%	2 2.8%	13 18.1%	16 22.2%
その他	229	11 4.8%	18 7.9%	16 7.0%	69 30.1%	13 5.7%	32 14.0%	21 9.2%	10 4.4%	19 8.3%	20 8.7%

3年前比の営業利益増減（業種別）（図表3（3）－2）

	n	30%以上増加	10～29%増加	4～9%増加	横ばい（－3～3%）	4～9%減少	10～29%減少	30%以上減少	分からない	比較できない	無回答
全体	1481	44 3.0%	98 6.6%	85 5.7%	358 24.2%	141 9.5%	286 19.3%	176 11.9%	74 5.0%	110 7.4%	109 7.4%
卸売・小売業	340	9 2.6%	18 5.3%	16 4.7%	76 22.4%	44 12.9%	73 21.5%	50 14.7%	17 5.0%	18 5.3%	19 5.6%
飲食業	214	1 0.5%	15 7.0%	14 6.5%	57 26.6%	24 11.2%	50 23.4%	24 11.2%	6 2.8%	11 5.1%	12 5.6%
その他サービス業	281	4 1.4%	16 5.7%	21 7.5%	67 23.8%	29 10.3%	64 22.8%	41 14.6%	14 5.0%	16 5.7%	9 3.2%
医療・福祉	319	10 3.1%	24 7.5%	16 5.0%	77 24.1%	24 7.5%	57 17.9%	32 10.0%	20 6.3%	32 10.0%	27 8.5%
教育・学習支援	72	9 12.5%	5 6.9%	2 2.8%	10 13.9%	2 2.8%	5 6.9%	2 2.8%	4 5.6%	16 22.2%	17 23.6%
その他	229	11 4.8%	18 7.9%	15 6.6%	66 28.8%	14 6.1%	34 14.8%	21 9.2%	12 5.2%	17 7.4%	21 9.2%

問3（4） 最近の店舗・事業所の業績はどうか（○は1つだけ）。

問3（4－1） 順調である理由は何ですか（○は3つまで）。

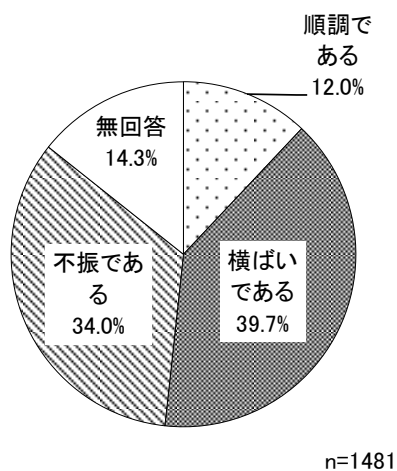
問3（4－2） 不振である理由は何ですか（○は3つまで）。

最近の業績について聞いたところ、「順調である」は12.0%、「不振である」は34.0%となっている。（図表3（4）－1）。

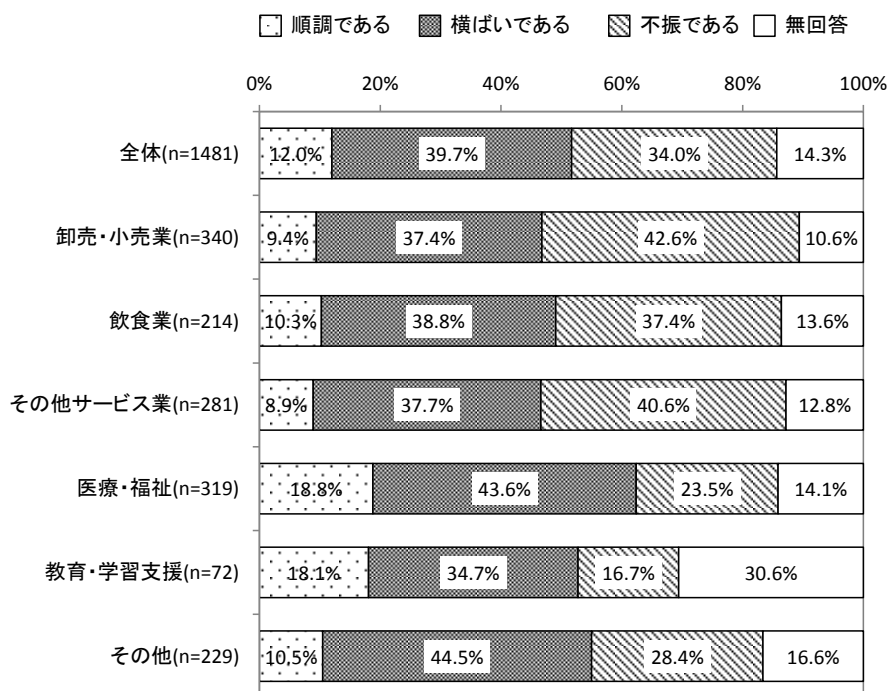
業種別にみると、「医療・福祉」「教育・学習支援」などで「順調である」がやや多く、「卸売・小売業」「その他サービス業」などで「不振である」が多くなっている（図表3（4）－2）。

前回調査では、「順調である」は8.8%、「不振である」は45.8%であった。

最近の業績 （図表3（4）－1）



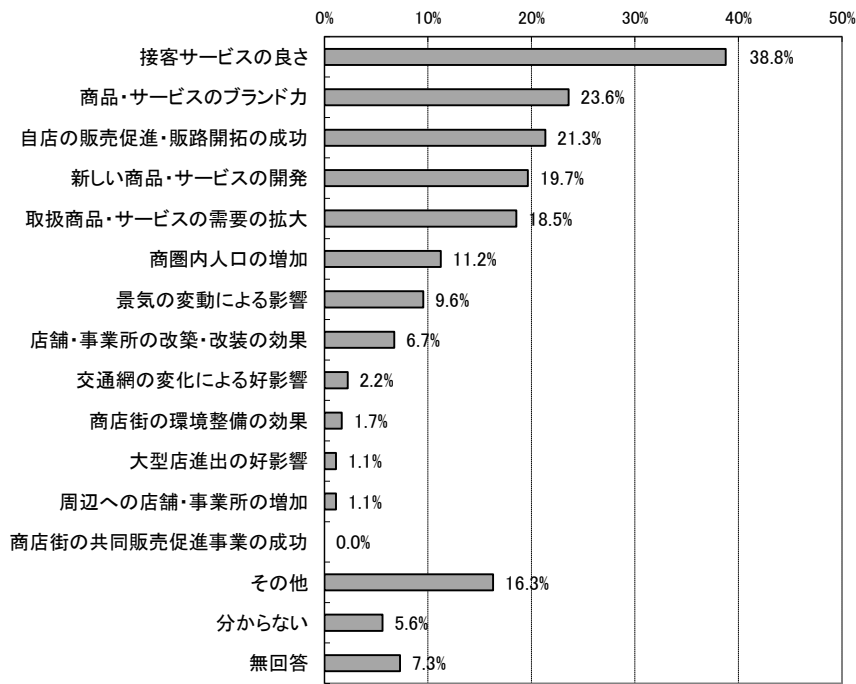
最近の業績（業種別） （図表3（4）－2）



『順調』と回答したところにその理由を聞いたところ、「接客サービスの良さ」が38.8%で最も多く、「商品・サービスのブランド力」が23.6%と続いている（図表3（4-1）-1）。

業種別にみると、全体的に「接客サービスの良さ」が多くなっている。また、「飲食業」では「商品・サービスのブランド力」が多くなっている（図表3（4-1）-2）。

業績順調の理由（n=178）（図表3（4-1）-1）



業績順調の理由（業種別）（図表3（4-1）-2）

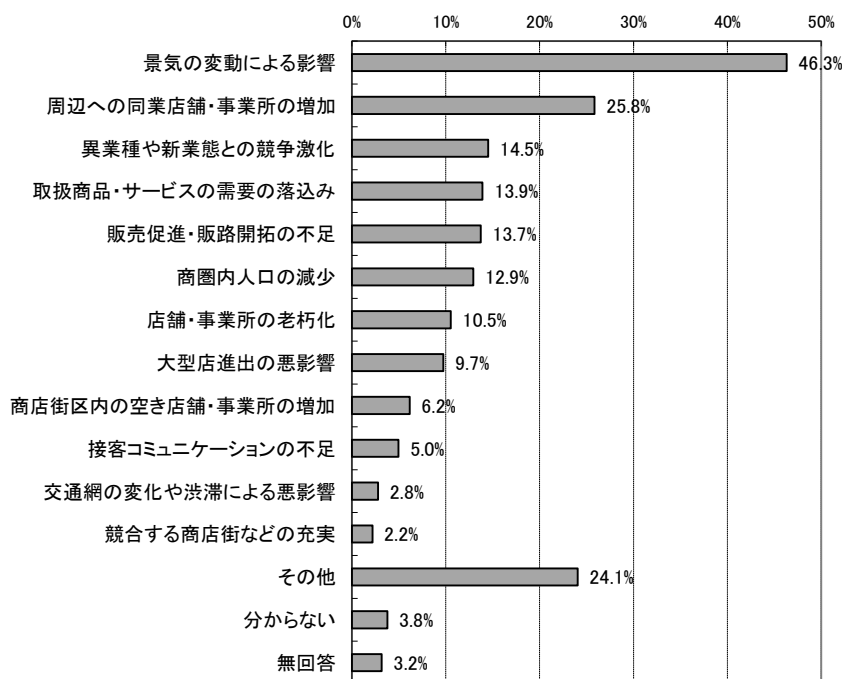
	n	商圏内人口の増加	取扱商品の拡大・サービスの拡大	交通網の変化による好影響	大型店進出の好影響	周辺への店舗・事業所の増加	店舗・事業所の改築・改装の効果	接客サービスの良さ	自店の販売促進・販路開拓の成功	新しい商品・サービスの開発	商品・サービスのブランド力	商店街の環境整備の効果	商店街の共同販売促進	景気の変動による影響	その他	分からない	無回答
全体	178	20	33	4	2	2	12	69	38	35	42	3	0	17	29	10	13
		11.2%	18.5%	2.2%	1.1%	1.1%	6.7%	38.8%	21.3%	19.7%	23.6%	1.7%	0.0%	9.6%	16.3%	5.6%	7.3%
卸売・小売業	32	2	10	0	0	0	3	17	11	9	8	2	0	2	5	0	2
		6.3%	31.3%	0.0%	0.0%	0.0%	9.4%	53.1%	34.4%	28.1%	25.0%	6.3%	0.0%	6.3%	15.6%	0.0%	6.3%
飲食業	22	5	4	0	0	1	3	5	6	8	12	0	0	4	2	0	0
		22.7%	18.2%	0.0%	0.0%	4.5%	13.6%	22.7%	27.3%	36.4%	54.5%	0.0%	0.0%	18.2%	9.1%	0.0%	0.0%
その他サービス業	25	3	7	0	1	0	1	13	7	5	5	0	0	2	5	0	2
		12.0%	28.0%	0.0%	4.0%	0.0%	4.0%	52.0%	28.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	8.0%	20.0%	0.0%	8.0%
医療・福祉	60	8	8	1	0	0	3	28	7	7	9	1	0	1	6	8	4
		13.3%	13.3%	1.7%	0.0%	0.0%	5.0%	46.7%	11.7%	11.7%	15.0%	1.7%	0.0%	1.7%	10.0%	13.3%	6.7%
教育・学習支援	13	1	1	1	0	1	2	4	3	2	4	0	0	1	2	0	2
		7.7%	7.7%	7.7%	0.0%	7.7%	15.4%	30.8%	23.1%	15.4%	30.8%	0.0%	0.0%	7.7%	15.4%	0.0%	15.4%
その他	24	1	3	2	1	0	0	1	3	3	4	0	0	7	9	2	2
		4.2%	12.5%	8.3%	4.2%	0.0%	0.0%	4.2%	12.5%	12.5%	16.7%	0.0%	0.0%	29.2%	37.5%	8.3%	8.3%

『不振』と回答したところにその理由を聞いたところ、「景気の変動による影響」が46.3%で最も多く、「周辺への同業店舗・事業所の増加」が25.8%と続いている（図表3（4-2）-1）。

業種別でみると、いずれの業種でもおおよそ「景気の変動による影響」が多くなっているが、「医療・福祉」では「周辺への同業店舗・事業所の増加」が多くなっている（図表3（4-2）-2）。

業績不振の理由（n=503）

（図表3（4-2）-1）



業績不振の理由（業種別）

（図表3（4-2）-2）

	n	商圏内人口の減少	取扱商品の需要の落込み・サービスの	交通網の変化や渋滞による悪影響	大型店進出の悪影響	店舗・事業所内の空き店舗	店舗・事業所の老朽化	接客コミュニケーションの不足	販売促進・販路開拓の不足	競合する商店街などの充実	周辺への同業店舗・事業所の増加	異業種や新業態との競争激化	景気の変動による影響	その他	分からない	無回答
全体	503	65	70	14	49	31	53	25	69	11	130	73	233	121	19	16
卸売・小売業	145	12.9%	13.9%	2.8%	9.7%	6.2%	10.5%	5.0%	13.7%	2.2%	25.8%	14.5%	46.3%	24.1%	3.8%	3.2%
飲食業	80	16	28	9	32	11	14	9	28	5	21	20	68	31	4	4
その他サービス業	114	11.0%	19.3%	6.2%	22.1%	7.6%	9.7%	6.2%	19.3%	3.4%	14.5%	13.8%	46.9%	21.4%	2.8%	2.8%
医療・福祉	75	8.8%	8.8%	3.8%	5.0%	13.8%	16.3%	10.0%	13.8%	0.0%	20.0%	15.0%	62.5%	20.0%	3.8%	1.3%
教育・学習支援	12	20	17	0	8	8	14	1	16	3	40	15	49	26	3	5
その他	65	17.5%	14.9%	0.0%	7.0%	7.0%	12.3%	0.9%	14.0%	2.6%	35.1%	13.2%	43.0%	22.8%	2.6%	4.4%
医療・福祉	75	11	3	1	0	1	6	3	4	1	35	12	29	22	5	2
教育・学習支援	12	14.7%	4.0%	1.3%	0.0%	1.3%	8.0%	4.0%	5.3%	1.3%	46.7%	16.0%	38.7%	29.3%	6.7%	2.7%
その他	65	3	2	0	1	0	0	0	3	0	2	1	2	5	1	1
医療・福祉	75	25.0%	16.7%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	16.7%	8.3%	16.7%	41.7%	8.3%	8.3%
教育・学習支援	12	7	9	1	3	0	6	4	6	1	14	11	30	19	2	3
その他	65	10.8%	13.8%	1.5%	4.6%	0.0%	9.2%	6.2%	9.2%	1.5%	21.5%	16.9%	46.2%	29.2%	3.1%	4.6%

問3（5） 今後3年間を考えたとき、御社の景況はどのように推移していくと予想しますか
（○は各指標について1つだけ）。

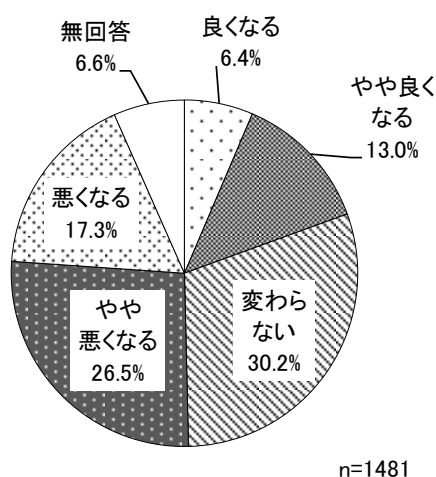
今後3年間の業況予測についてみると、「やや悪くなる」、「悪くなる」のいずれかを回答した事業者が43.8%と4割を超えている。一方「やや良くなる」、「良くなる」のいずれかを回答した事業者は19.4%と2割弱であった（図表3（5）－1）。

業種別にみると、全体的に「やや悪くなる」、「悪くなる」が多くなっているが、「教育・学習支援」では「良くなる」、「やや良くなる」が多く良い予測が高くなっている（図表3（5）－2）。

前回調査では、業種では「教育・学習支援」では「やや良くなる」と回答した事業者の割合が比較的多く、それ以外の業種では「やや悪くなる」、「悪くなる」が比較的多くなっていた。

今後3年間の業況予測

（図表3（5）－1）



今後3年間の業況予測（業種別）

（図表3（5）－2）

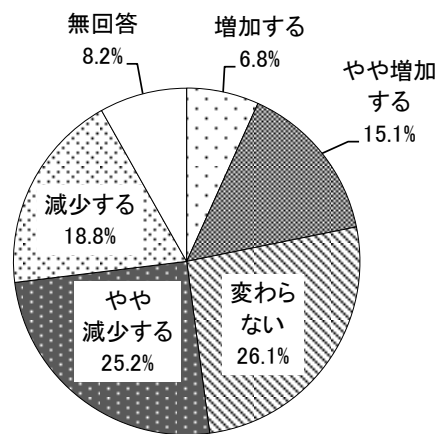
	n	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	無回答
全体	1481	95	193	447	392	256	98
		6.4%	13.0%	30.2%	26.5%	17.3%	6.6%
卸売・小売業	340	18	39	92	101	80	10
		5.3%	11.5%	27.1%	29.7%	23.5%	2.9%
飲食業	214	14	35	83	48	24	10
		6.5%	16.4%	38.8%	22.4%	11.2%	4.7%
その他サービス業	281	11	40	68	91	61	10
		3.9%	14.2%	24.2%	32.4%	21.7%	3.6%
医療・福祉	319	27	32	108	89	41	22
		8.5%	10.0%	33.9%	27.9%	12.9%	6.9%
教育・学習支援	72	8	12	21	9	4	18
		11.1%	16.7%	29.2%	12.5%	5.6%	25.0%
その他	229	15	33	68	50	40	23
		6.6%	14.4%	29.7%	21.8%	17.5%	10.0%

今後３年間の売上高予測についてみると、「やや減少する」、「減少する」のいずれかを回答した事業者が 44.0%と４割を超えている。一方「やや増加する」、「増加する」のいずれかを回答した事業者は 21.9%と２割であった（図表３（５）－３）。

業種別にみると、全体的に「やや減少する」、「減少する」が多くなっているが、「教育・学習支援」では「増加する」、「やや増加する」が多く良い予測がやや高くなっている（図表３（５）－４）。

今後３年間の売上高予測

（図表３（５）－３）



n=1481

今後３年間の売上高予測（業種別）

（図表３（５）－４）

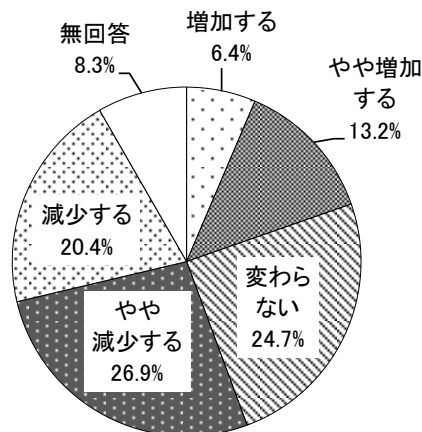
	n	増加する	やや増加する	変わらない	やや減少する	減少する	無回答
全体	1481	100	223	386	373	278	121
		6.8%	15.1%	26.1%	25.2%	18.8%	8.2%
卸売・小売業	340	19	52	76	96	80	17
		5.6%	15.3%	22.4%	28.2%	23.5%	5.0%
飲食業	214	16	39	70	49	27	13
		7.5%	18.2%	32.7%	22.9%	12.6%	6.1%
その他サービス業	281	14	48	53	82	69	15
		5.0%	17.1%	18.9%	29.2%	24.6%	5.3%
医療・福祉	319	28	33	102	80	50	26
		8.8%	10.3%	32.0%	25.1%	15.7%	8.2%
教育・学習支援	72	8	14	19	8	4	19
		11.1%	19.4%	26.4%	11.1%	5.6%	26.4%
その他	229	14	35	62	51	42	25
		6.1%	15.3%	27.1%	22.3%	18.3%	10.9%

今後3年間の営業利益予測についてみると、「やや減少する」、「減少する」のいずれかを回答した事業者が47.3%と5割弱であった。一方「やや増加する」、「増加する」のいずれかを回答した事業者は19.6%と2割であった（図表3（5）－5）。

業種別にみると、全体的に「やや減少する」、「減少する」が多くなっているが、「教育・学習支援」では「増加する」、「やや増加する」が多く良い予測がやや高くなっている（図表3（5）－6）。

（図表3（5）－5）

今後3年間の営業利益予測



n=1481

今後3年間の営業利益予測（業種別）

（図表3（5）－6）

	n	増加する	やや増加する	変わらない	やや減少する	減少する	無回答
全体	1481	95 6.4%	196 13.2%	366 24.7%	399 26.9%	302 20.4%	123 8.3%
卸売・小売業	340	19 5.6%	41 12.1%	76 22.4%	97 28.5%	89 26.2%	18 5.3%
飲食業	214	15 7.0%	30 14.0%	59 27.6%	65 30.4%	34 15.9%	11 5.1%
その他サービス業	281	14 5.0%	43 15.3%	53 18.9%	82 29.2%	73 26.0%	16 5.7%
医療・福祉	319	26 8.2%	34 10.7%	96 30.1%	82 25.7%	55 17.2%	26 8.2%
教育・学習支援	72	7 9.7%	15 20.8%	18 25.0%	10 13.9%	4 5.6%	18 25.0%
その他	229	13 5.7%	30 13.1%	60 26.2%	57 24.9%	41 17.9%	28 12.2%

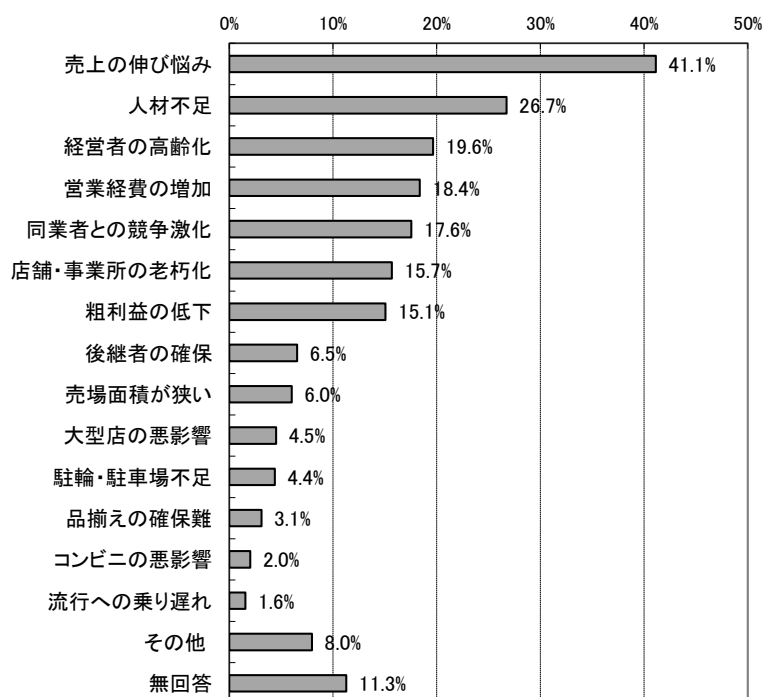
問 3 (6) 現在あなたの店舗・事業所が困っていることがらで該当するものをお聞かせください
(〇は3つまで)。

現在、店舗・事業所で困っていることについて見てみると、「売上の伸び悩み」が 41.1%で最も多く「人材不足」(26.7%)、「経営者の高齢化」(19.6%)、「営業経費の増加」(18.4%)と続いている(図表 3 (6) - 1)。

前回調査では、いずれの業種も「売上の伸び悩み」が多くなっていた。また、小売業や飲食店では「粗利益の低下」、運輸業では「同業者との競争激化」、医療・福祉では「人材不足」なども多くなっていた。

現在困っていること (n=1481)

(図表 3 (6) - 1)



業種別にみると、いずれの業種でも「売上の伸び悩み」や「人材不足」が多くなっているが、「卸売・小売業」では「粗利益の低下」、「飲食業」では「営業経費の増加」、「医療・福祉」、「教育・学習支援」では「同業者との競争激化」なども多くなっている（図表3（6）－2）。

従業員数別にみると、10名未満の事業所では「売上の伸び悩み」、20名以上では「人材不足」などが多くなっている（図表3（6）－3）。

現在困っていること（業種別）

（図表3（6）－2）

	n	売上の伸び悩み	営業経費の増加	粗利益の低下	品揃えの確保難	流行への乗り遅れ	後継者の確保	人材不足	経営者の高齢化	店舗・事業所の老朽化	売場面積が狭い	駐輪・駐車場不足	同業者との競争激化	大型店の悪影響	コンビニの悪影響	その他	無回答
全体	1481	609	272	223	46	23	97	396	291	232	89	65	260	67	30	118	167
		41.1%	18.4%	15.1%	3.1%	1.6%	6.5%	26.7%	19.6%	15.7%	6.0%	4.4%	17.6%	4.5%	2.0%	8.0%	11.3%
卸売・小売業	340	177	62	78	31	5	22	72	74	45	31	16	44	36	16	22	25
		52.1%	18.2%	22.9%	9.1%	1.5%	6.5%	21.2%	21.8%	13.2%	9.1%	4.7%	12.9%	10.6%	4.7%	6.5%	7.4%
飲食業	214	104	68	45	6	6	9	62	46	55	7	8	12	7	12	7	22
		48.6%	31.8%	21.0%	2.8%	2.8%	4.2%	29.0%	21.5%	25.7%	3.3%	3.7%	5.6%	3.3%	5.6%	3.3%	10.3%
その他サービス業	281	147	52	37	2	5	14	77	65	46	12	9	69	7	2	23	23
		52.3%	18.5%	13.2%	0.7%	1.8%	5.0%	27.4%	23.1%	16.4%	4.3%	3.2%	24.6%	2.5%	0.7%	8.2%	8.2%
医療・福祉	319	77	47	29	2	4	23	107	53	45	24	20	77	5	0	30	41
		24.1%	14.7%	9.1%	0.6%	1.3%	7.2%	33.5%	16.6%	14.1%	7.5%	6.3%	24.1%	1.6%	0.0%	9.4%	12.9%
教育・学習支援	72	10	7	3	1	1	8	19	6	8	7	5	10	0	0	8	24
		13.9%	9.7%	4.2%	1.4%	1.4%	11.1%	26.4%	8.3%	11.1%	9.7%	6.9%	13.9%	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%
その他	229	82	34	29	3	2	17	54	44	30	7	6	46	9	0	26	25
		35.8%	14.8%	12.7%	1.3%	0.9%	7.4%	23.6%	19.2%	13.1%	3.1%	2.6%	20.1%	3.9%	0.0%	11.4%	10.9%

現在困っていること（従業員数別）

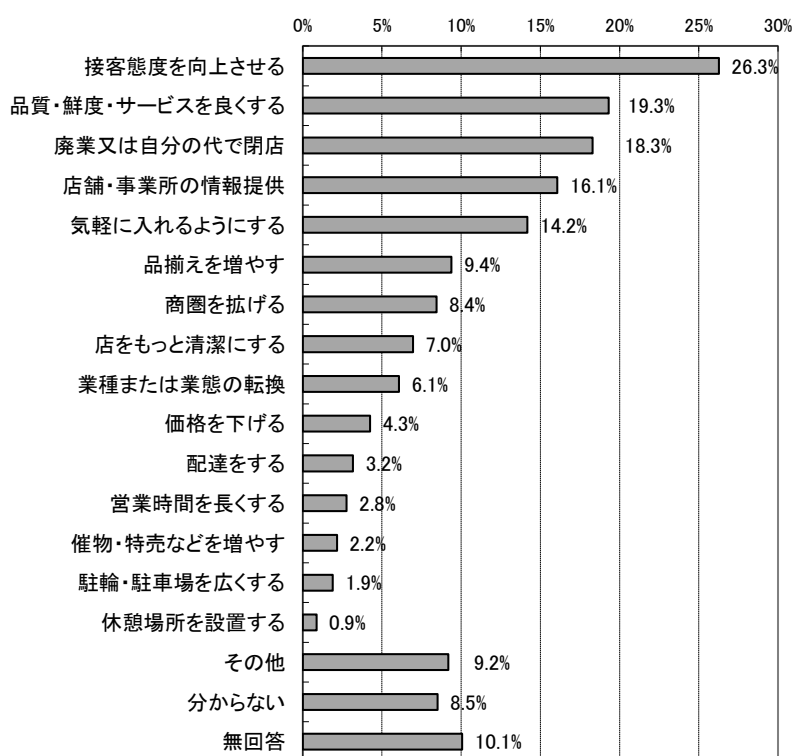
（図表3（6）－3）

	n	売上の伸び悩み	営業経費の増加	粗利益の低下	品揃えの確保難	流行への乗り遅れ	後継者の確保	人材不足	経営者の高齢化	店舗・事業所の老朽化	売場面積が狭い	駐輪・駐車場不足	同業者との競争激化	大型店の悪影響	コンビニの悪影響	その他	無回答
全体	1481	609	272	223	46	23	97	396	291	232	89	65	260	67	30	118	167
		41.1%	18.4%	15.1%	3.1%	1.6%	6.5%	26.7%	19.6%	15.7%	6.0%	4.4%	17.6%	4.5%	2.0%	8.0%	11.3%
0～4名	785	380	131	115	30	20	43	104	220	128	38	17	140	47	21	73	74
		48.4%	16.7%	14.6%	3.8%	2.5%	5.5%	13.2%	28.0%	16.3%	4.8%	2.2%	17.8%	6.0%	2.7%	9.3%	9.4%
5～9名	299	124	66	47	8	1	30	102	38	47	20	20	58	8	6	25	20
		41.5%	22.1%	15.7%	2.7%	0.3%	10.0%	34.1%	12.7%	15.7%	6.7%	6.7%	19.4%	2.7%	2.0%	8.4%	6.7%
10～19名	169	55	36	28	3	1	10	86	15	22	9	12	29	8	2	7	21
		32.5%	21.3%	16.6%	1.8%	0.6%	5.9%	50.9%	8.9%	13.0%	5.3%	7.1%	17.2%	4.7%	1.2%	4.1%	12.4%
20～49名	116	22	23	20	1	0	8	64	7	20	13	9	19	0	1	8	23
		19.0%	19.8%	17.2%	0.9%	0.0%	6.9%	55.2%	6.0%	17.2%	11.2%	7.8%	16.4%	0.0%	0.9%	6.9%	19.8%
50～99名	27	8	4	7	1	0	2	16	2	2	0	1	4	0	0	1	4
		29.6%	14.8%	25.9%	3.7%	0.0%	7.4%	59.3%	7.4%	7.4%	0.0%	3.7%	14.8%	0.0%	0.0%	3.7%	14.8%
100名以上	36	5	7	3	2	1	3	17	1	6	2	2	8	1	0	0	7
		13.9%	19.4%	8.3%	5.6%	2.8%	8.3%	47.2%	2.8%	16.7%	5.6%	5.6%	22.2%	2.8%	0.0%	0.0%	19.4%

問3（7） これからの経営方針で重要と思うものについて、該当するものに○をしてください
（○は3つまで）。

これからの経営方針について重要だと思うものを聞いてみると、「接客態度を向上させる」が26.3%で最も多く、「品質・鮮度・サービスを良くする」（19.3%）、「廃業又は自分の代で閉店」（18.3%）と続いている（図表3（7）－1）。

これからの経営方針で重要と思うこと（n=1481）（図表3（7）－1）



業種別にみると、いずれの業種でもおよそ「接客態度を向上させる」や「品質・鮮度・サービスを良くする」などが多くなっているが、「卸売・小売業」では「品揃えを増やす」、「その他サービス業」では「廃業又は自分の代で閉店」などもやや多くなっている（図表3（7）－2）。

従業員数別でみると、おおよその従業員数で「品質・鮮度・サービスを良くする」、「接客態度を向上させる」が多くなっているが、「0～4名」では「廃業又は自分の代で閉店」が多くなっている（図表3（7）－3）。

これからの経営方針で重要と思うこと（業種別）（図表3（7）－2）

	n	品揃えを増やす	価格を下げる	気軽に入れるようにする	店をもっと清潔にする	配達をする	営業時間を長くする	品質・鮮度・サービスを良くする	店舗・事業所の情報提供	駐輪・駐車場の拡大	接客態度を向上させる	商圏を広げる	催物・特売などを増やす	休憩場所を設置する	業種または業態の転換	廃業又は自分の代で閉	その他	分からない	無回答
全体	1481	139	63	210	103	47	41	286	238	28	389	125	32	13	90	271	136	126	149
		9.4%	4.3%	14.2%	7.0%	3.2%	2.8%	19.3%	16.1%	1.9%	26.3%	8.4%	2.2%	0.9%	6.1%	18.3%	9.2%	8.5%	10.1%
卸売・小売業	340	81	35	50	27	21	6	67	59	10	80	37	18	9	29	74	22	17	18
		23.8%	10.3%	14.7%	7.9%	6.2%	1.8%	19.7%	17.4%	2.9%	23.5%	10.9%	5.3%	2.6%	8.5%	21.8%	6.5%	5.0%	5.3%
飲食業	214	15	9	49	26	9	6	57	34	3	68	15	6	0	13	42	8	16	18
		7.0%	4.2%	22.9%	12.1%	4.2%	2.8%	26.6%	15.9%	1.4%	31.8%	7.0%	2.8%	0.0%	6.1%	19.6%	3.7%	7.5%	8.4%
その他サービス業	281	13	10	48	30	6	3	56	42	1	84	28	2	2	10	63	28	13	22
		4.6%	3.6%	17.1%	10.7%	2.1%	1.1%	19.9%	14.9%	0.4%	29.9%	10.0%	0.7%	0.7%	3.6%	22.4%	10.0%	4.6%	7.8%
医療・福祉	319	10	4	31	11	8	17	54	62	9	99	16	1	2	16	41	37	37	36
		3.1%	1.3%	9.7%	3.4%	2.5%	5.3%	16.9%	19.4%	2.8%	31.0%	5.0%	0.3%	0.6%	5.0%	12.9%	11.6%	11.6%	11.3%
教育・学習支援	72	6	0	2	2	0	1	17	8	1	16	6	1	0	1	3	7	9	22
		8.3%	0.0%	2.8%	2.8%	0.0%	1.4%	23.6%	11.1%	1.4%	22.2%	8.3%	1.4%	0.0%	1.4%	4.2%	9.7%	12.5%	30.6%
その他	229	12	2	29	7	3	6	29	29	3	40	22	3	0	19	43	32	32	26
		5.2%	0.9%	12.7%	3.1%	1.3%	2.6%	12.7%	12.7%	1.3%	17.5%	9.6%	1.3%	0.0%	8.3%	18.8%	14.0%	14.0%	11.4%

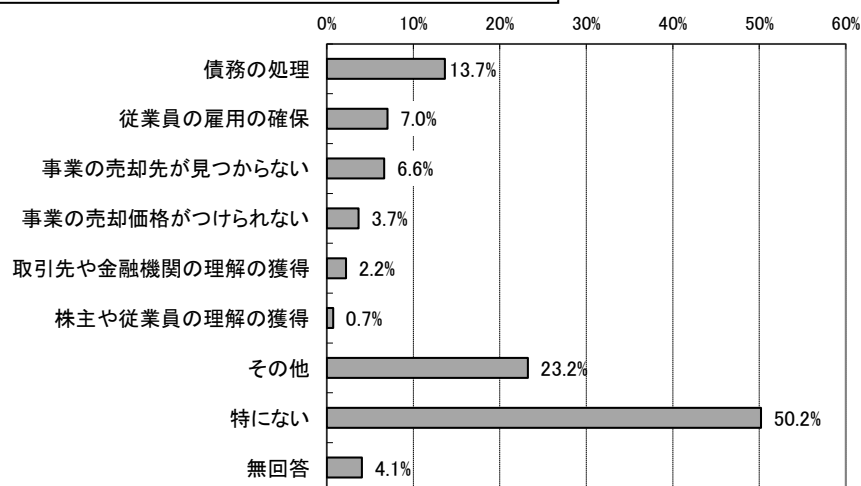
これからの経営方針で重要と思うこと（従業員数別）（図表3（7）－3）

	n	品揃えを増やす	価格を下げる	気軽に入れるようにする	店をもっと清潔にする	配達をする	営業時間を長くする	品質・鮮度・サービスを良くする	店舗・事業所の情報提供	駐輪・駐車場の拡大	接客態度を向上させる	商圏を広げる	催物・特売などを増やす	休憩場所を設置する	業種または業態の転換	廃業又は自分の代で閉	その他	分からない	無回答
全体	1481	139	63	210	103	47	41	286	238	28	389	125	32	13	90	271	136	126	149
		9.4%	4.3%	14.2%	7.0%	3.2%	2.8%	19.3%	16.1%	1.9%	26.3%	8.4%	2.2%	0.9%	6.1%	18.3%	9.2%	8.5%	10.1%
0～4名	785	69	31	130	51	25	21	106	114	9	137	60	14	7	49	225	73	76	62
		8.8%	3.9%	16.6%	6.5%	3.2%	2.7%	13.5%	14.5%	1.1%	17.5%	7.6%	1.8%	0.9%	6.2%	28.7%	9.3%	9.7%	7.9%
5～9名	299	31	13	41	17	8	16	67	64	12	104	31	7	1	21	25	33	27	16
		10.4%	4.3%	13.7%	5.7%	2.7%	5.4%	22.4%	21.4%	4.0%	34.8%	10.4%	2.3%	0.3%	7.0%	8.4%	11.0%	9.0%	5.4%
10～19名	169	17	3	22	17	8	2	51	27	4	69	14	4	4	10	10	11	11	23
		10.1%	1.8%	13.0%	10.1%	4.7%	1.2%	30.2%	16.0%	2.4%	40.8%	8.3%	2.4%	2.4%	5.9%	5.9%	6.5%	6.5%	13.6%
20～49名	116	9	8	8	13	5	1	31	14	1	38	14	4	0	6	2	14	8	21
		7.8%	6.9%	6.9%	11.2%	4.3%	0.9%	26.7%	12.1%	0.9%	32.8%	12.1%	3.4%	0.0%	5.2%	1.7%	12.1%	6.9%	18.1%
50～99名	27	3	1	3	0	0	0	11	3	0	14	3	1	0	3	0	2	0	4
		11.1%	3.7%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	40.7%	11.1%	0.0%	51.9%	11.1%	3.7%	0.0%	11.1%	0.0%	7.4%	0.0%	14.8%
100名以上	36	5	2	4	4	0	0	11	7	0	18	1	0	0	0	0	0	2	7
		13.9%	5.6%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	30.6%	19.4%	0.0%	50.0%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	19.4%

問3（8） リタイア（廃業）にあたり、課題となることは何ですか（○は3つまで）。

リタイアにあたり課題になることを聞いたところ、「債務の処理」が13.7%で最も多く、「従業員の雇用の確保」（7.0%）、「事業の売却先が見つからない」（6.6%）と続いている。また、「特にない」と回答している事業者も多くなっている（図表3（8））。

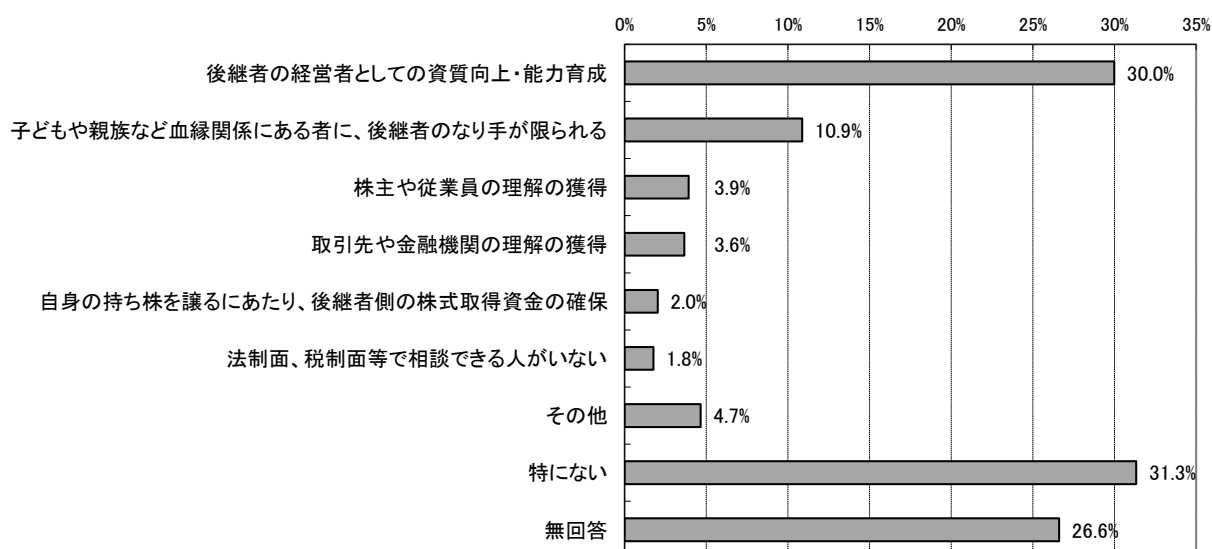
リタイアにあたり課題となること（n=271） （図表3（8））



問3（9） 後継者への事業継承にあたり、課題となることは何ですか（○は3つまで）。

後継者への事業継承にあたり課題になることを聞いたところ、「後継者の経営者としての資質向上・能力育成」が30.0%で最も多く、「子どもや親族など血縁関係にある者に、後継者のなり手が限られる」が10.9%と続いている。また、「特にない」と回答した事業者も多くなっている。（図表3（9））。

後継者への事業継承にあたり課題となること（n=1481） （図表3（9））



(3) 商店街等について

問4(1) 商店街には会員として参加していますか(○は1つだけ)。

地域の商店街への参加の有無を把握するため、会員として参加しているかについて聞いたところ、「会員である」は28.8%、「会員でない」は51.3%となっている(図表4(1)-1)

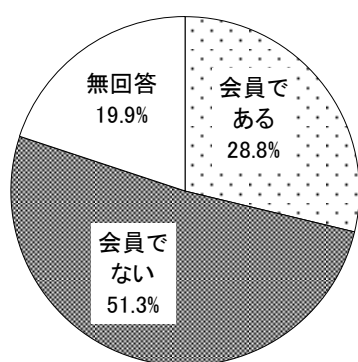
業種別にみると、「卸売・小売業」、「飲食業」、「その他サービス業」では会員である割合がおおよそ3割から4割となっているが、その他の業種は全体的に少なくなっている(図表4(1)-2)。

地域別にみると、「玉川地域」、「北沢地域」の会員比率がやや高くなっている(図表4(1)-3)。

前回調査では、「会員である」が41.9%で、「小売業」、「飲食店」では5割を超えていた。

商店街会員の有無

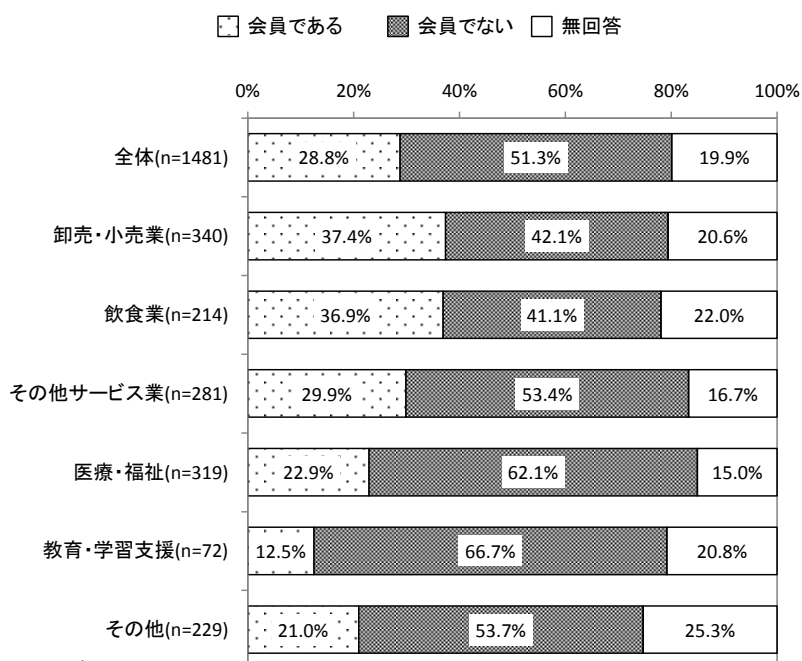
(図表4(1)-1)



n=1481

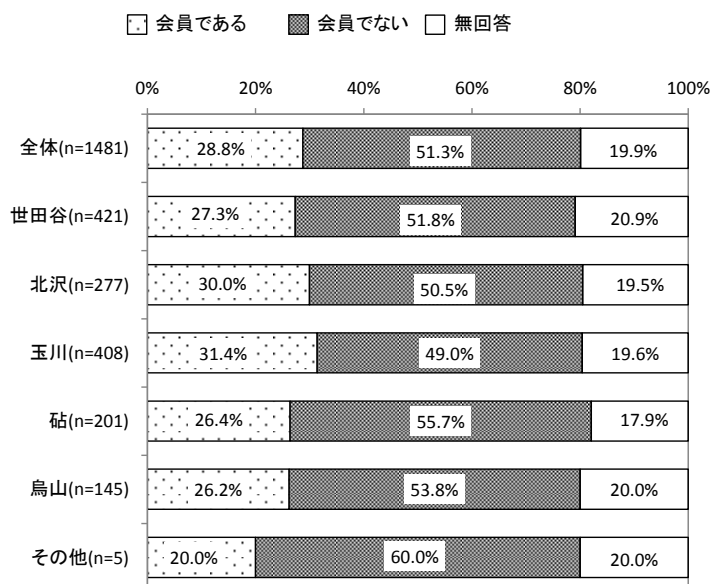
商店街会員の有無(業種別)

(図表4(1)-2)



商店街会員の有無(地域別)

(図表4(1)-3)



問 4（１－１） 商店街活動は活発ですか（○は１つだけ）。

『会員である』と回答した店舗・事業者に対して商店街活動の活発度を聞いたところ、「普通」が 55.9% を占めており、「活発」は 26.3% であった（図表 4（１－１）－１）。

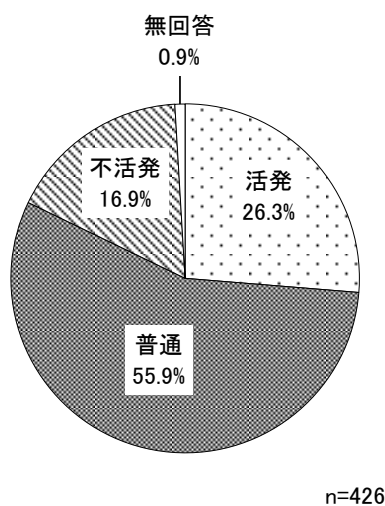
業種別にみると、「教育・学習支援」では 55.6% が「活発」と回答しているが、その他の業種では 5 割以上が「普通」と回答している（図表 4（１－１）－２）。

地域別にみると、いずれの地域でも「普通」が多くなっているが、「砧地域」では「活発」がやや多くなっている（図表 4（１－１）－３）。

前回調査では、「活発」が 19.6%、「不活発」が 25.2% であった。また、「烏山地域」、「玉川地域」の「活発」比率がやや高かった。

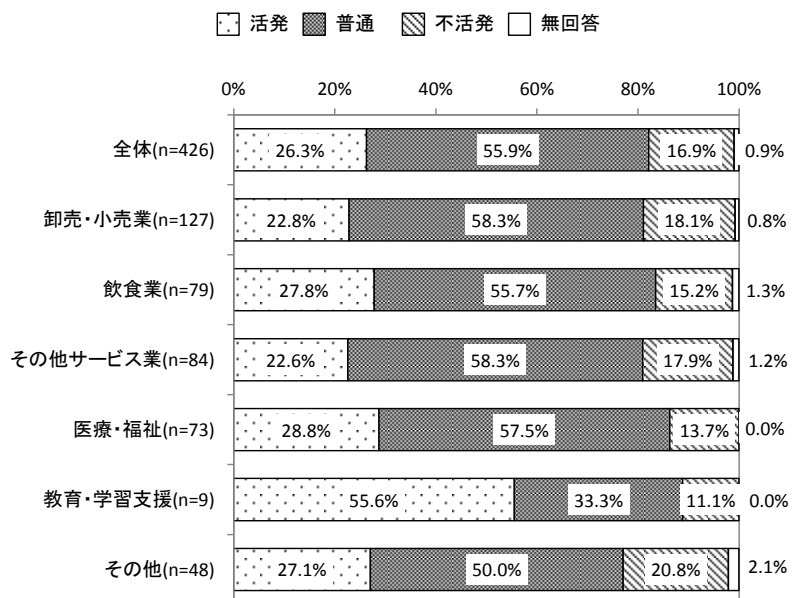
商店街活動の活発度

（図表 4（１－１）－１）



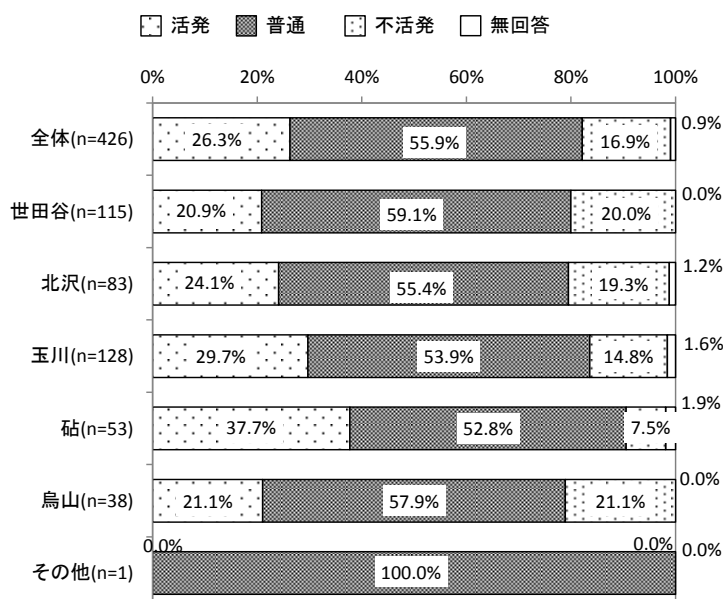
商店街活動の活発度（業種別）

（図表 4（１－１）－２）



商店街活動の活発度（地域別）

（図表 4（１－１）－３）



問 4（１－２） あなたは商店街活動に参加されていますか（○は１つだけ）。

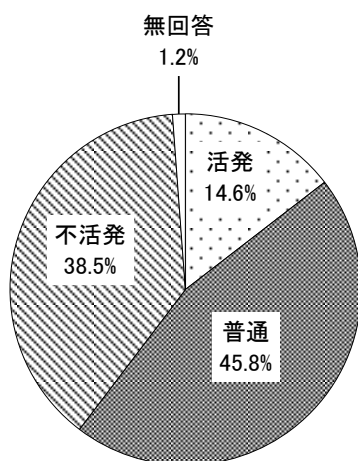
商店街活動への参加状況について聞いたところ、「普通」が 45.8%で最も多く、「不活発」が 38.5%となっており、「活発」は 14.6%であった（図表 4（１－２）－１）

業種別にみると、「卸売・小売業」、「飲食業」、「その他サービス業」では「普通」が多く、「医療・福祉」、「教育・学習支援」では「不活発」が６割を超えて多くなっている（図表 4（１－２）－２）。

前回調査では、「活発」の比率が「飲食店」が 9.5%、「教育・学習支援」が 17.6%であった。

商店街活動への参加状況

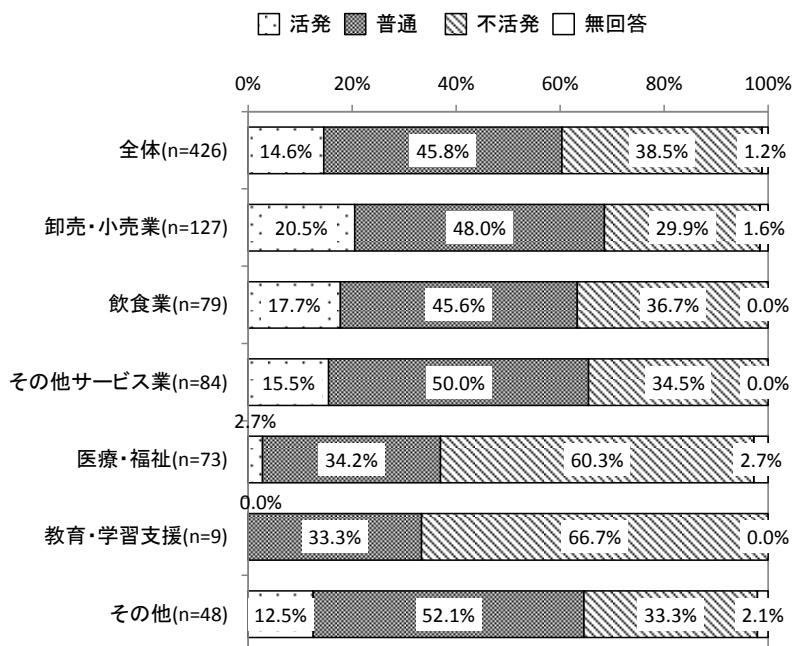
（図表 4（１－２）－１）



n=426

商店街活動への参加状況（業種別）

（図表 4（１－２）－２）



問4（1－3）地域の活性化へ向けて商店街は積極的に取組むべきか（○は1つだけ）。

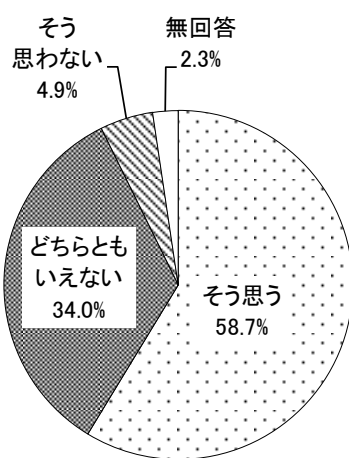
地域の活性化へ向けて、商店街は積極的に取組むべきかについて聞いたところ、「そう思う」が58.7%で最も多く、「どちらともいえない」が34.0%となっている（図表4（1－3）－1）。

業種別にみると、ほとんどの業種で「そう思う」が多くなっている（図表4（1－3）－2）。

前回調査では、いずれの業種も「そう思う」が多くなっているが、「運輸業」については「どちらともいえない」が多くなっていた。

地域の活性化へ向けて、商店街は積極的に取り組むべきか

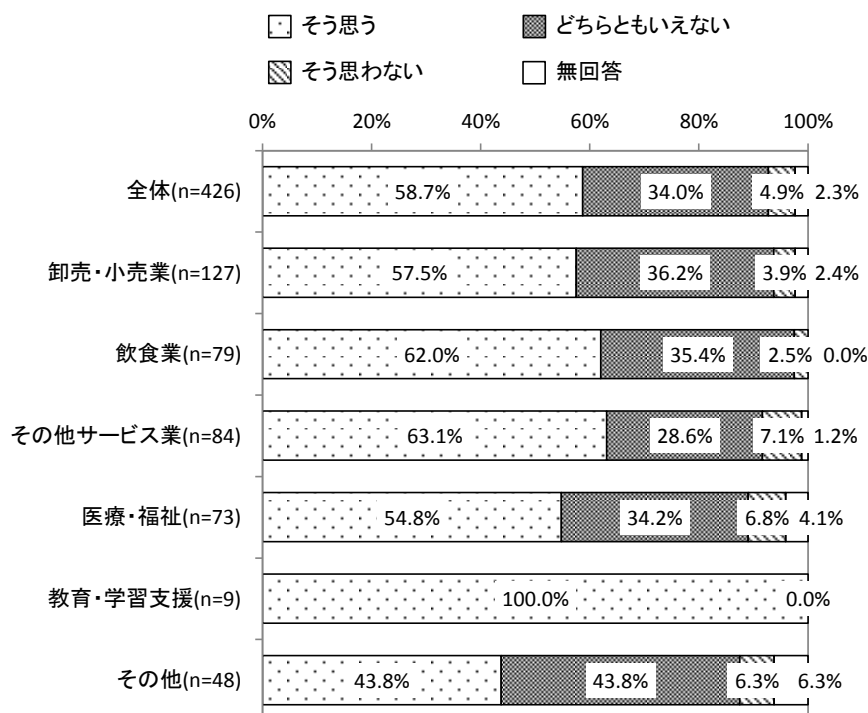
（図表4（1－3）－1）



n=426

地域の活性化へ向けて、商店街は積極的に取り組むべきか（業種別）

（図表4（1－3）－2）



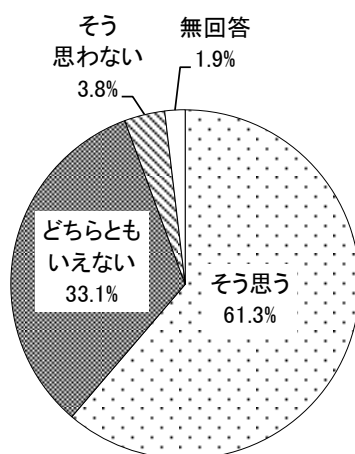
問４（１－４）安全・安心、地域福祉など、商店街が公共的役割を持って地域貢献活動を行うべきか
（○は１つだけ）。

商店街が公共的役割を持って地域貢献活動を行うべきかを聞いたところ、「そう思う」が 61.3%で最も多く、「どちらともいえない」が 33.1%と続いている（図表４（１－４）－１）。

業種別にみると、すべての業種で「そう思う」が５割を超えている（図表４（１－４）－２）。

商店街は公共的な役割を持って活動すべきか

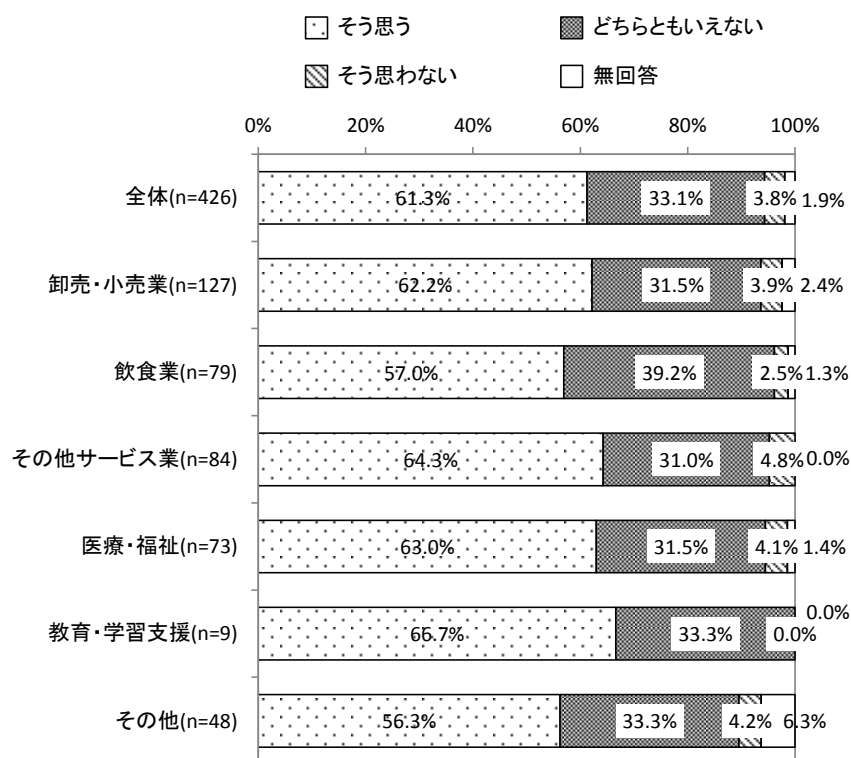
（図表４（１－４）－１）



n=426

商店街は公共的な役割を持って活動すべきか（業種別）

（図表４（１－４）－２）



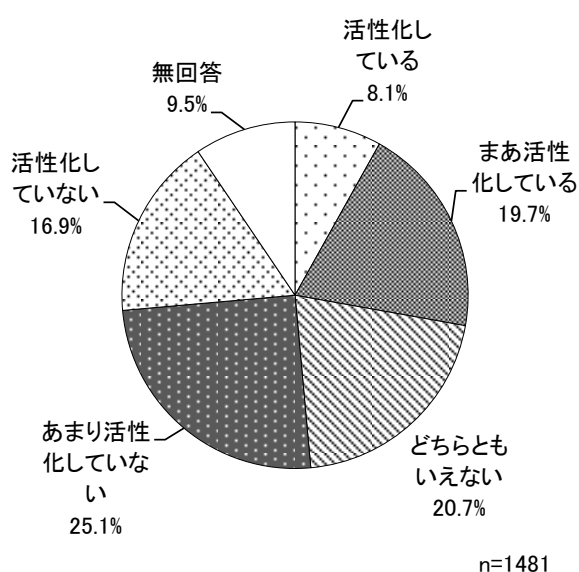
問4（2） 店舗・事業所が立地している、又は周辺の商業地域は活性化していますか（○は1つ）。

店舗・事業所が立地している、又は周辺の商業地域の活性化について聞いたところ、「あまり活性化していない」が25.1%で最も多く、「どちらともいえない」が20.7%と続いている。「活性化している」と「まあ活性化している」を合計すると27.8%となっている（図表4（2）－1）。

業種別にみると、多くの業種で「あまり活性化していない」が多くなっているが、「医療・福祉」、「教育・学習支援」では「まあ活性化している」がやや多くなっている（図表4（2）－2）。

前回調査では、全体的には「あまり活性化していない」が多いが、「玉川地域」では活性化していると捉える傾向がやや高かった。

商店街または周辺商業地域の活性化度 （図表4（2）－1）



商店街または周辺商業地域の活性化度（業種別） （図表4（2）－2）

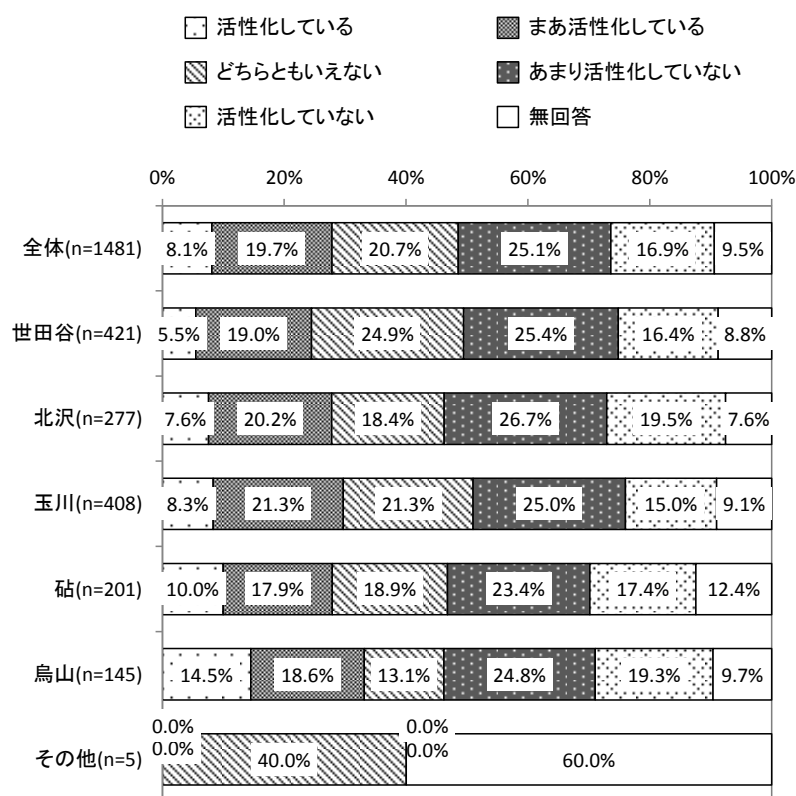
	n	活性化している	まあ活性化している	どちらともいえない	あまり活性化していない	活性化していない	無回答
全体	1481	120	292	307	371	251	140
		8.1%	19.7%	20.7%	25.1%	16.9%	9.5%
卸売・小売業	340	22	53	75	95	75	20
		6.5%	15.6%	22.1%	27.9%	22.1%	5.9%
飲食業	214	17	44	46	63	37	7
		7.9%	20.6%	21.5%	29.4%	17.3%	3.3%
その他サービス業	281	21	60	57	68	49	26
		7.5%	21.4%	20.3%	24.2%	17.4%	9.3%
医療・福祉	319	30	72	71	70	41	35
		9.4%	22.6%	22.3%	21.9%	12.9%	11.0%
教育・学習支援	72	7	17	18	14	3	13
		9.7%	23.6%	25.0%	19.4%	4.2%	18.1%
その他	229	21	41	39	55	43	30
		9.2%	17.9%	17.0%	24.0%	18.8%	13.1%

地域別にみると、いずれの地域でも「あまり活性化していない」が多くなっているが、「烏山地域」については「活性化している」が他の地域に比べるとやや多くなっている（図表４（２）－３）。

従業員数別にみると、多くの場合「あまり活性化していない」が多くなっているが、従業員規模が大きくなるにしたがって、およそ「まあ活性化している」の割合は大きくなっている（図表４（２）－４）。

商店街または周辺商業地域の活性度（地域別）

（図表４（２）－３）



商店街または周辺商業地域の活性度（従業員数別）

（図表４（２）－４）

	n	活性化している	まあ活性化している	どちらともいえない	あまり活性化していない	活性化していない	無回答
全体	1481	120	292	307	371	251	140
		8.1%	19.7%	20.7%	25.1%	16.9%	9.5%
0～4名	785	48	138	155	207	164	73
		6.1%	17.6%	19.7%	26.4%	20.9%	9.3%
5～9名	299	28	74	59	76	48	14
		9.4%	24.7%	19.7%	25.4%	16.1%	4.7%
10～19名	169	20	39	37	41	19	13
		11.8%	23.1%	21.9%	24.3%	11.2%	7.7%
20～49名	116	14	24	33	17	12	16
		12.1%	20.7%	28.4%	14.7%	10.3%	13.8%
50～99名	27	2	8	5	7	3	2
		7.4%	29.6%	18.5%	25.9%	11.1%	7.4%
100名以上	36	6	2	13	9	0	6
		16.7%	5.6%	36.1%	25.0%	0.0%	16.7%

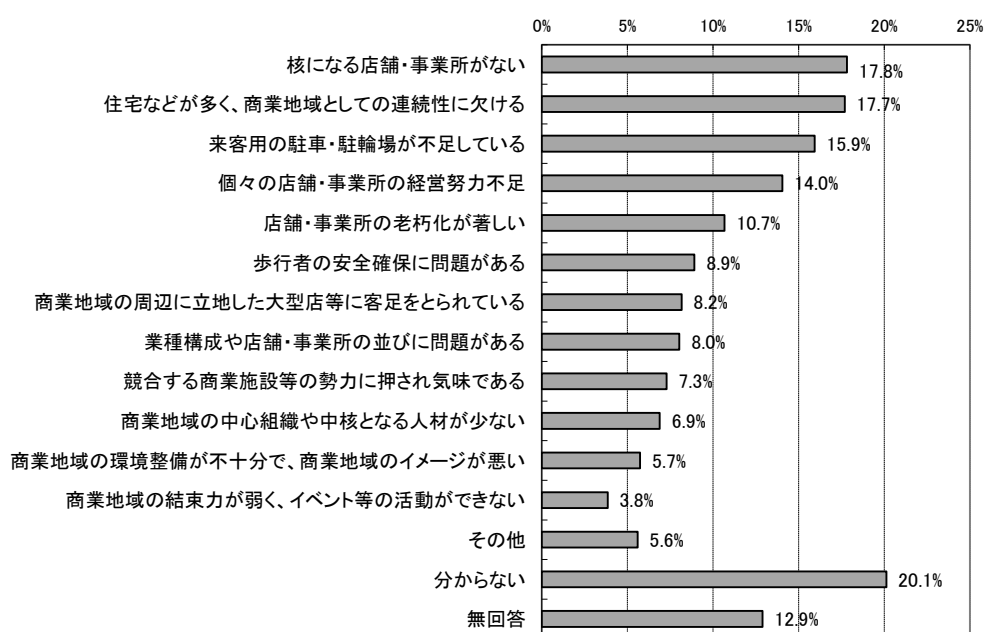
問4（3） 店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体における当面の問題点は、次のうちどれですか（○は3つまで）。

店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体における当面の問題点について聞いたところ、「核になる店舗・事業所がない」が17.8%で最も多く、「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」が17.7%、「来客用の駐車・駐輪場が不足している」が15.9%と続いている（図表4（3）－1）。

前回調査では、全体として「核になる店舗・事業所がない」が最も多くなっていた。「世田谷地域」、「玉川地域」「砧地域」では「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」、「玉川地域」「烏山地域」では「来客用の駐車・駐輪場が不足している」、「北沢地域」では「個々の店舗・事業所の経営努力不足」なども多かった。

商店街または周辺商業地域の問題点（n=1481）

（図表4（3）－1）



業種別にみると、「卸売・小売業」では「核になる店舗・事務所がない」や「個々の店舗・事業所の経営努力不足」、「飲食業」では「来客用の駐車・駐輪場が不足している」や「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」、「医療・福祉」と「教育・学習支援」では「来客用の駐車・駐輪場が不足している」などが多くなっている（図表４（３）－２）。

地域別にみると、いずれの地域でもおよそ「核になる店舗・事務所がない」や「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」などが多くなっている（図表４（３）－３）。

商店街または周辺商業地域の問題点（業種別）

（図表４（３）－２）

	n	業種構成や店舗・事業所の並びに問題がある	核になる店舗・事業所がない	競合する商業施設等の勢力に押され気味である	個々の店舗・事業所の経営努力不足	店舗・事業所の老朽化が著しい	歩行者の安全確保に問題がある	来客用の駐車・駐輪場が不足している	住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける	商業地域等に客足をとら立地している大型店舗	商業地域の環境整備が不十分	商業地域の活動力が弱く、イベント等の結束が弱い	商業地域の中心組織や中核となる人材が少ない	その他	分からない	無回答
全体	1481	119 8.0%	264 17.8%	108 7.3%	208 14.0%	158 10.7%	132 8.9%	236 15.9%	262 17.7%	121 8.2%	85 5.7%	57 3.8%	102 6.9%	83 5.6%	298 20.1%	191 12.9%
卸売・小売業	340	40 11.8%	83 24.4%	37 10.9%	77 22.6%	30 8.8%	21 6.2%	45 13.2%	65 19.1%	47 13.8%	16 4.7%	23 6.8%	31 9.1%	16 4.7%	50 14.7%	34 10.0%
飲食業	214	22 10.3%	36 16.8%	11 5.1%	35 16.4%	28 13.1%	22 10.3%	45 21.0%	53 24.8%	18 8.4%	18 8.4%	13 6.1%	21 9.8%	13 6.1%	36 16.8%	14 6.5%
その他サービス業	281	21 7.5%	59 21.0%	22 7.8%	39 13.9%	36 12.8%	18 6.4%	44 15.7%	42 14.9%	18 6.4%	17 6.0%	9 3.2%	21 7.5%	19 6.8%	57 20.3%	38 13.5%
医療・福祉	319	24 7.5%	47 14.7%	17 5.3%	26 8.2%	32 10.0%	42 13.2%	61 19.1%	55 17.2%	15 4.7%	19 6.0%	2 0.6%	6 1.9%	12 3.8%	84 26.3%	41 12.9%
教育・学習支援	72	4 5.6%	4 5.6%	2 2.8%	3 4.2%	8 11.1%	11 15.3%	11 15.3%	5 6.9%	2 2.8%	1 1.4%	1 1.4%	3 4.2%	5 6.9%	18 25.0%	20 27.8%
その他	229	5 2.2%	32 14.0%	18 7.9%	27 11.8%	22 9.6%	16 7.0%	28 12.2%	38 16.6%	17 7.4%	11 4.8%	7 3.1%	16 7.0%	17 7.4%	49 21.4%	37 16.2%

商店街または周辺商業地域の問題点（地域別）

（図表４（３）－３）

	n	業種構成や店舗・事業所の並びに問題がある	核になる店舗・事業所がない	競合する商業施設等の勢力に押され気味である	個々の店舗・事業所の経営努力不足	店舗・事業所の老朽化が著しい	歩行者の安全確保に問題がある	来客用の駐車・駐輪場が不足している	住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける	商業地域等に客足をとら立地している大型店舗	商業地域の環境整備が不十分	商業地域の活動力が弱く、イベント等の結束が弱い	商業地域の中心組織や中核となる人材が少ない	その他	分からない	無回答
全体	1481	119 8.0%	264 17.8%	108 7.3%	208 14.0%	158 10.7%	132 8.9%	236 15.9%	262 17.7%	121 8.2%	85 5.7%	57 3.8%	102 6.9%	83 5.6%	298 20.1%	191 12.9%
世田谷地域	421	33 7.8%	70 16.6%	36 8.6%	53 12.6%	48 11.4%	31 7.4%	64 15.2%	71 16.9%	42 10.0%	20 4.8%	27 6.4%	33 7.8%	12 2.9%	94 22.3%	52 12.4%
北沢地域	277	21 7.6%	49 17.7%	20 7.2%	46 16.6%	32 11.6%	25 9.0%	42 15.2%	48 17.3%	13 4.7%	24 8.7%	14 5.1%	15 5.4%	28 10.1%	54 19.5%	30 10.8%
玉川地域	408	34 8.3%	79 19.4%	35 8.6%	61 15.0%	33 8.1%	31 7.6%	74 18.1%	73 17.9%	45 11.0%	20 4.9%	8 2.0%	26 6.4%	18 4.4%	85 20.8%	54 13.2%
砧地域	201	15 7.5%	29 14.4%	10 5.0%	23 11.4%	18 9.0%	23 11.4%	26 12.9%	42 20.9%	11 5.5%	6 3.0%	4 2.0%	17 8.5%	11 5.5%	43 21.4%	30 14.9%
烏山地域	145	12 8.3%	30 20.7%	7 4.8%	21 14.5%	25 17.2%	20 13.8%	29 20.0%	24 16.6%	8 5.5%	13 9.0%	2 1.4%	7 4.8%	12 8.3%	18 12.4%	18 12.4%
その他	5	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	1 20.0%	2 40.0%

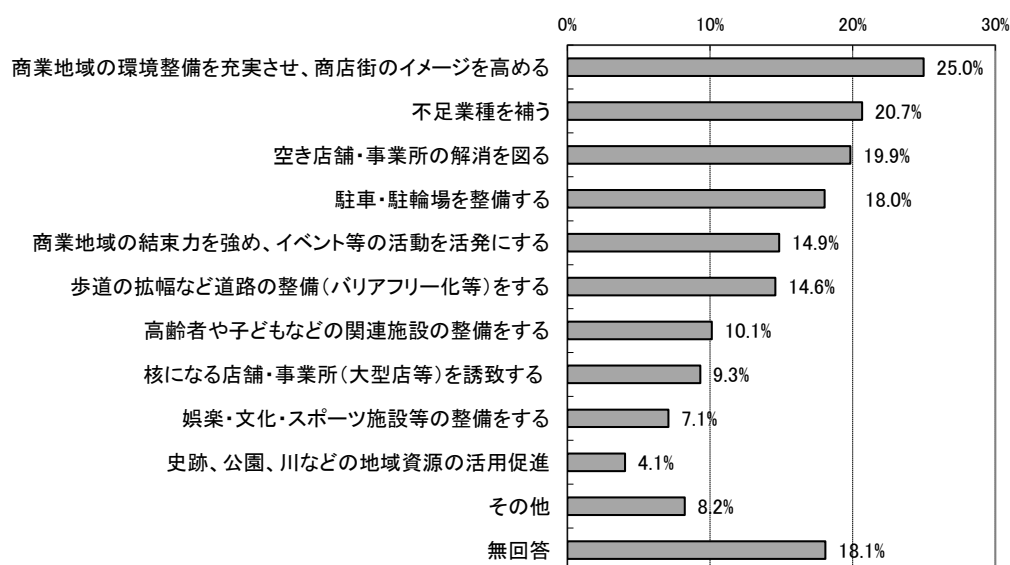
問４（４） 店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか（〇は３つまで）。

店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体の発展のために必要なことを聞いたところ、「商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」が 25.0%で最も多く、「不足業種を補う」が 20.7%、「空き店舗・事業所の解消を図る」が 19.9%と続いている（図表４（４）－１）。

前回調査では、いずれの地域でも「環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」が多く、「世田谷地域」、「北沢地域」では「空き店舗・事業所の解消を図る」、「烏山地域」では「駐輪・駐車場を整備する」も多かった。

商店街または周辺商業地域全体の発展のために必要なこと（n=1481）

（図表４（４）－１）



業種別にみると、多くの業種で「商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」が多くなっているが、「その他サービス業」では「不足業種を補う」、「空き店舗・事業所の解消を図る」、「医療・福祉」では「駐車・駐輪場を整備する」、「歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化等）をする」も多くなっている（図表４（４）－２）。

地域別にみると、いずれの地域でも「商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」が多くなっているが、「世田谷地域」、「北沢地域」、「玉川地域」、「烏山地域」では「空き店舗・事業所の解消を図る」、「不足業種を補う」、「烏山地域」では「駐車・駐輪場を整備する」、「歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化等）をする」も多くなっている（図表４（４）－３）。

商店街または周辺商業地域全体の発展のために必要なこと（業種別）

（図表４（４）－２）

	n	不足業種を補う	空き店舗・事業所の解消を図る	核になる店舗・事業所（大型等）を誘致する	商業地域の環境整備を充実させる	商業地域の結束力を強め、活動を活発にする	駐車・駐輪場を整備する	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化等）をする	高齢者や子どもなどの関連施設の整備をする	娯楽・文化・スポーツ施設等の整備をする	史跡、公園、川などの地域資源の活用促進	その他	無回答
全体	1481	306 20.7%	294 19.9%	138 9.3%	370 25.0%	220 14.9%	267 18.0%	216 14.6%	150 10.1%	105 7.1%	60 4.1%	122 8.2%	268 18.1%
卸売・小売業	340	91 26.8%	82 24.1%	33 9.7%	100 29.4%	68 20.0%	46 13.5%	49 14.4%	40 11.8%	17 5.0%	14 4.1%	22 6.5%	47 13.8%
飲食業	214	44 20.6%	45 21.0%	19 8.9%	68 31.8%	48 22.4%	43 20.1%	21 9.8%	15 7.0%	27 12.6%	15 7.0%	15 7.0%	29 13.6%
その他サービス業	281	61 21.7%	66 23.5%	36 12.8%	57 20.3%	35 12.5%	47 16.7%	36 12.8%	22 7.8%	25 8.9%	7 2.5%	24 8.5%	52 18.5%
医療・福祉	319	59 18.5%	53 16.6%	25 7.8%	76 23.8%	32 10.0%	70 21.9%	63 19.7%	46 14.4%	20 6.3%	11 3.4%	22 6.9%	55 17.2%
教育・学習支援	72	8 11.1%	4 5.6%	3 4.2%	9 12.5%	4 5.6%	17 23.6%	12 16.7%	10 13.9%	5 6.9%	5 6.9%	6 8.3%	26 36.1%
その他	229	37 16.2%	40 17.5%	20 8.7%	51 22.3%	30 13.1%	38 16.6%	33 14.4%	16 7.0%	10 4.4%	8 3.5%	30 13.1%	52 22.7%

周辺商業地または商店街全体発展のために必要なこと（地域別）

（図表４（４）－３）

	n	不足業種を補う	空き店舗・事業所の解消を図る	核になる店舗・事業所（大型等）を誘致する	商業地域の環境整備を充実させる	商業地域の結束力を強め、活動を活発にする	駐車・駐輪場を整備する	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化等）をする	高齢者や子どもなどの関連施設の整備をする	娯楽・文化・スポーツ施設等の整備をする	史跡、公園、川などの地域資源の活用促進	その他	無回答
全体	1481	306 20.7%	294 19.9%	138 9.3%	370 25.0%	220 14.9%	267 18.0%	216 14.6%	150 10.1%	105 7.1%	60 4.1%	122 8.2%	268 18.1%
世田谷地域	421	88 20.9%	89 21.1%	25 5.9%	110 26.1%	65 15.4%	69 16.4%	57 13.5%	34 8.1%	27 6.4%	20 4.8%	30 7.1%	80 19.0%
北沢地域	277	58 20.9%	58 20.9%	27 9.7%	77 27.8%	39 14.1%	52 18.8%	38 13.7%	33 11.9%	22 7.9%	10 3.6%	32 11.6%	46 16.6%
玉川地域	408	88 21.6%	85 20.8%	45 11.0%	98 24.0%	74 18.1%	75 18.4%	53 13.0%	39 9.6%	23 5.6%	19 4.7%	26 6.4%	67 16.4%
砧地域	201	35 17.4%	27 13.4%	21 10.4%	36 17.9%	22 10.9%	36 17.9%	32 15.9%	24 11.9%	15 7.5%	10 5.0%	23 11.4%	45 22.4%
烏山地域	145	31 21.4%	29 20.0%	18 12.4%	42 29.0%	17 11.7%	32 22.1%	32 22.1%	19 13.1%	17 11.7%	1 0.7%	6 4.1%	21 14.5%
その他	5	1 20.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%

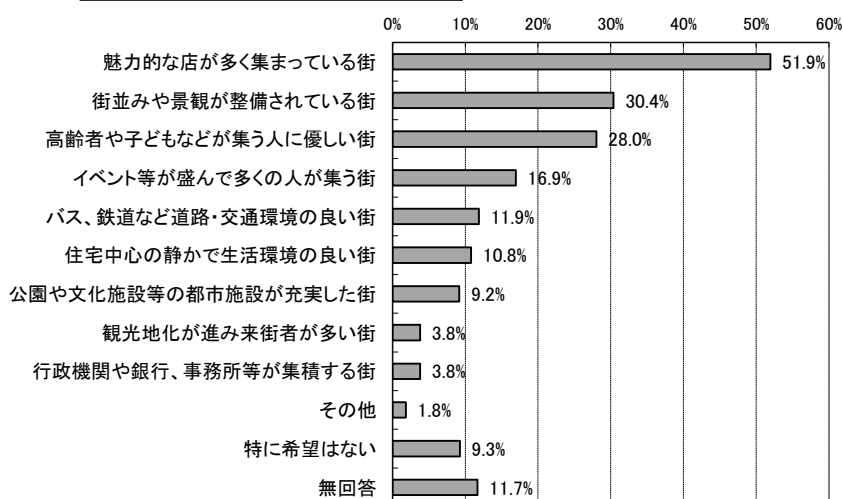
問４（５） 将来、店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体は、どのような街になって欲しいですか（○は３つまで）。

将来、店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体がどのような街になることが望ましいかを聞いたところ、「魅力的な店が多く集まっている街」が51.9%で最も多く、「街並みや景観が設備されている街」が30.4%「高齢者や子どもなどが集う人に優しい街」が28.0%と続いている（図表４（５）－１）。

業種別にみると、いずれの業種でも「魅力的な店が多く集まっている街」が多くなっているが、「卸売・小売業」、「医療・福祉」、「教育・学習支援」等では「高齢者や子どもなどが集う人に優しい街」も多くなっている。また、「飲食業」、「その他サービス業」では「街並みや景観が設備されている街」も多くなっている（図表４（５）－２）。

望ましい街の姿（n=1481）

（図表４（５）－１）



望ましい街の姿（業種別）

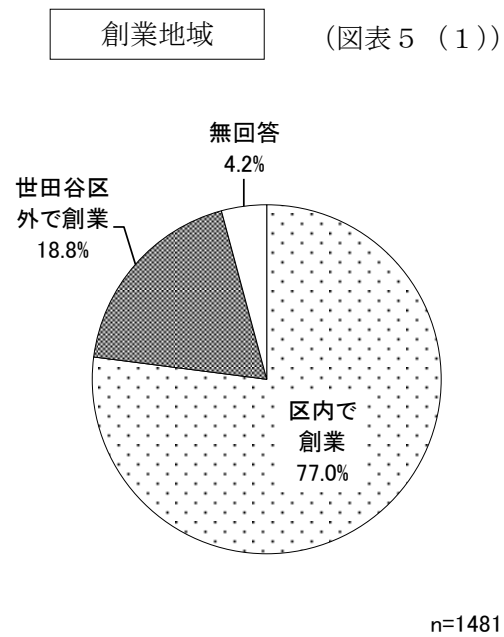
（図表４（５）－２）

	n	魅力的な店が多く集まっている街	イベント等が盛んで多くの人が集う街	街並みや景観が整備されている街	観光地化が進み来街者が多い街	公園や文化施設等の都市施設が充実した街	高齢者や子どもなどが集う人に優しい街	住宅中心の静かで生活環境の良い街	バス、鉄道など道路・交通環境の良い街	行政機関や銀行、事務所等が集積する街	その他	特に希望はない	無回答
全体	1481	769	251	450	56	136	415	160	176	56	27	137	173
		51.9%	16.9%	30.4%	3.8%	9.2%	28.0%	10.8%	11.9%	3.8%	1.8%	9.3%	11.7%
卸売・小売業	340	197	82	86	20	23	102	30	35	9	4	31	28
		57.9%	24.1%	25.3%	5.9%	6.8%	30.0%	8.8%	10.3%	2.6%	1.2%	9.1%	8.2%
飲食業	214	133	62	66	17	16	41	18	26	11	1	20	17
		62.1%	29.0%	30.8%	7.9%	7.5%	19.2%	8.4%	12.1%	5.1%	0.5%	9.3%	7.9%
その他サービス業	281	149	46	94	6	29	59	24	32	12	6	24	35
		53.0%	16.4%	33.5%	2.1%	10.3%	21.0%	8.5%	11.4%	4.3%	2.1%	8.5%	12.5%
医療・福祉	319	141	21	110	3	32	123	50	49	13	7	26	35
		44.2%	6.6%	34.5%	0.9%	10.0%	38.6%	15.7%	15.4%	4.1%	2.2%	8.2%	11.0%
教育・学習支援	72	19	4	15	3	18	24	9	4	2	0	7	20
		26.4%	5.6%	20.8%	4.2%	25.0%	33.3%	12.5%	5.6%	2.8%	0.0%	9.7%	27.8%
その他	229	118	29	69	6	18	61	29	29	9	7	25	32
		51.5%	12.7%	30.1%	2.6%	7.9%	26.6%	12.7%	12.7%	3.9%	3.1%	10.9%	14.0%

(4) 立地環境について

問5 (1) 創業は世田谷区内ですか (○は1つだけ)。

創業場所について聞いたところ、「区内で創業」が77.0%を占めており、「世田谷区外で創業」は18.8%に留まった (図表5 (1))。



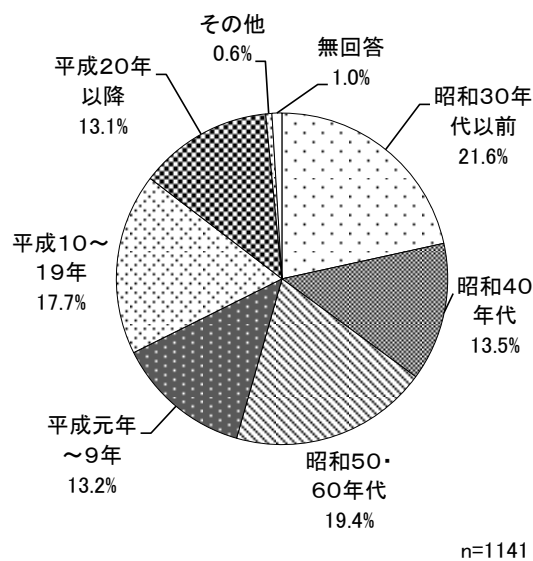
問5（1-1） いつ頃から世田谷区内に立地していますか（〇は1つだけ）。

世田谷区内での立地時期について聞いたところ、「昭和30年代以前」が21.6%で最も多く、「昭和50・60年代」（19.4%）、「平成10～19年」（17.7%）と続いている。『昭和』に創業が54.5%、『平成』が44.0%と昭和に創業した事業者がやや多くなっている（図表5（1-1）-1）。

業種別にみると、「卸売・小売業」や「教育・学習支援」などは「昭和30年代以前」、「飲食業」は「昭和50・60年代」、「医療・福祉」は「平成10～19年」がそれぞれ多くなっており、「その他サービス業」では各年代が均等になっている（図表5（1-1）-2）。

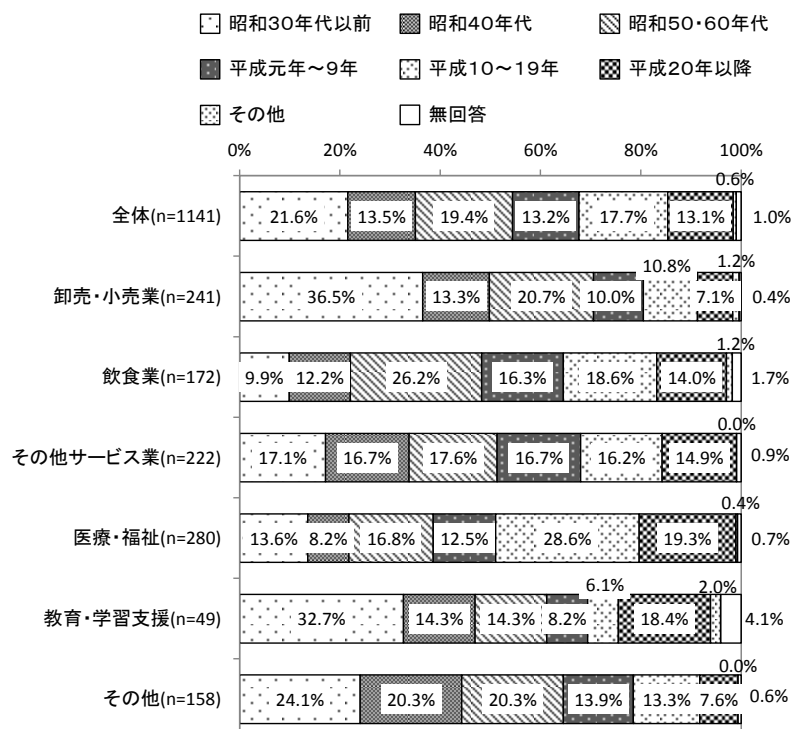
区内創業時期

（図表5（1-1）-1）



区内創業時期（業種別）

（図表5（1-1）-2）

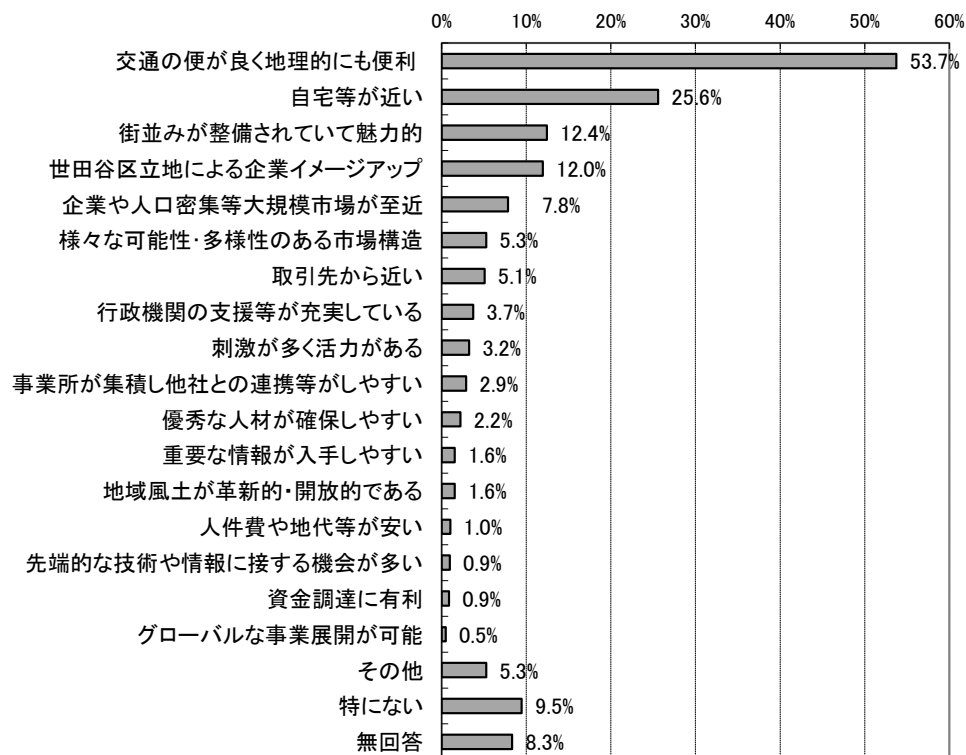


問5（2） 世田谷区的环境や立地するメリットはどのようなものですか（〇は3つまで）。

世田谷区的环境や立地するメリットについて聞いたところ、「交通の便が良く地理的にも便利」が53.7%で最も多く、「自宅等が近い」（25.6%）、「街並みが整備されていて魅力的」（12.4%）、「世田谷区立地による企業イメージアップ」（12.0%）と続いている（図表5（2））。

区内立地のメリット（n=1481）

（図表5（2））

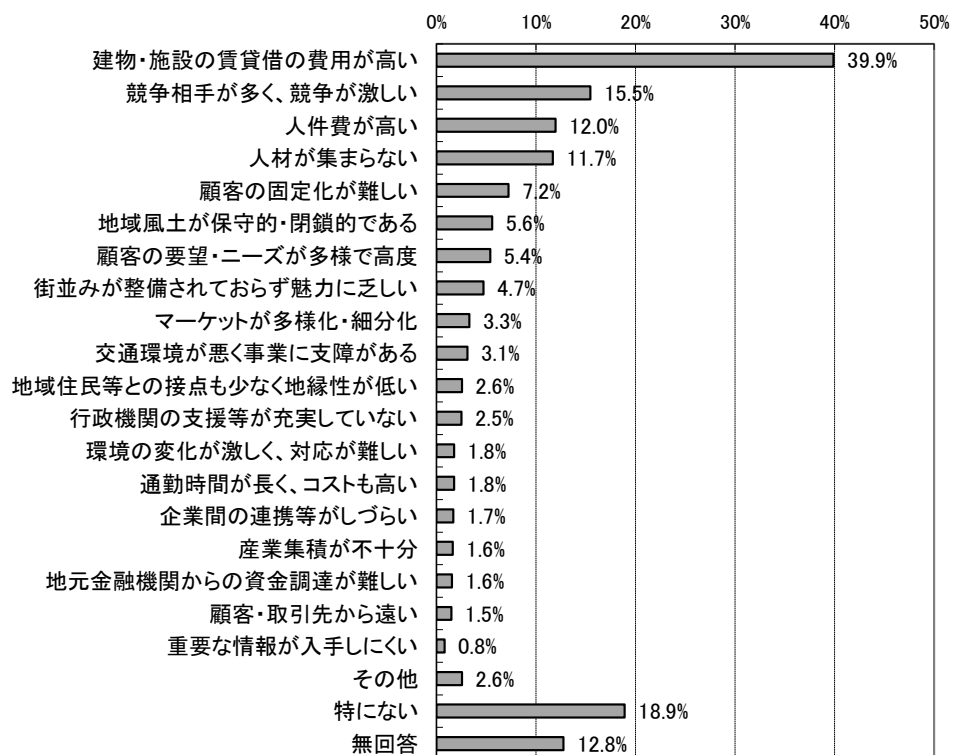


問5（3） 世田谷区的环境や立地するデメリットはどのようなものですか（〇は3つまで）。

世田谷区的环境や立地するデメリットについて聞いたところ、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が39.9%で最も多く、「競争相手が多く、競争が激しい」（15.5%）、「人件費が高い」（12.0%）、「人材が集まらない」（11.7%）と続いている（図表5（3））。

区内立地のデメリット（業種別）

（図表5（3））



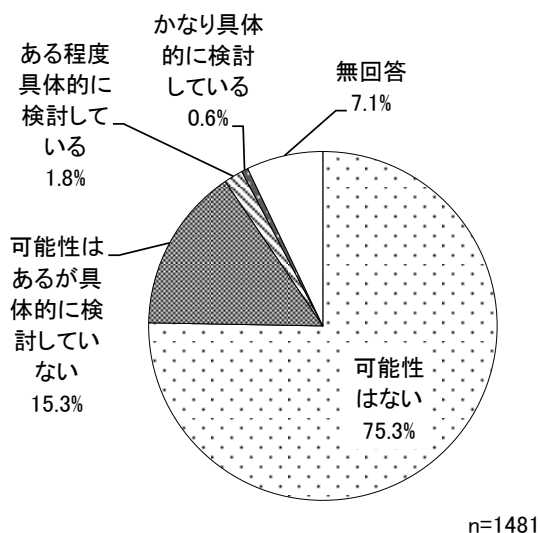
問 5（４） 御社では区外への事業所移転の可能性はありますか（○は１つだけ）。

区外への事業所移転の可能性について聞いたところ、「可能性はない」が 75.3%で最も多く、全体的に移転可能性は低くなっている（図表 5（４）－１）。

建物所有別にみると、「借地、建物自己所有」、「土地、建物自己所有」では「可能性はない」が多くなっているが、「ビルテナント」では「可能性はあるが具体的に検討していない」もやや多くなっている（図表 5（４）－２）。

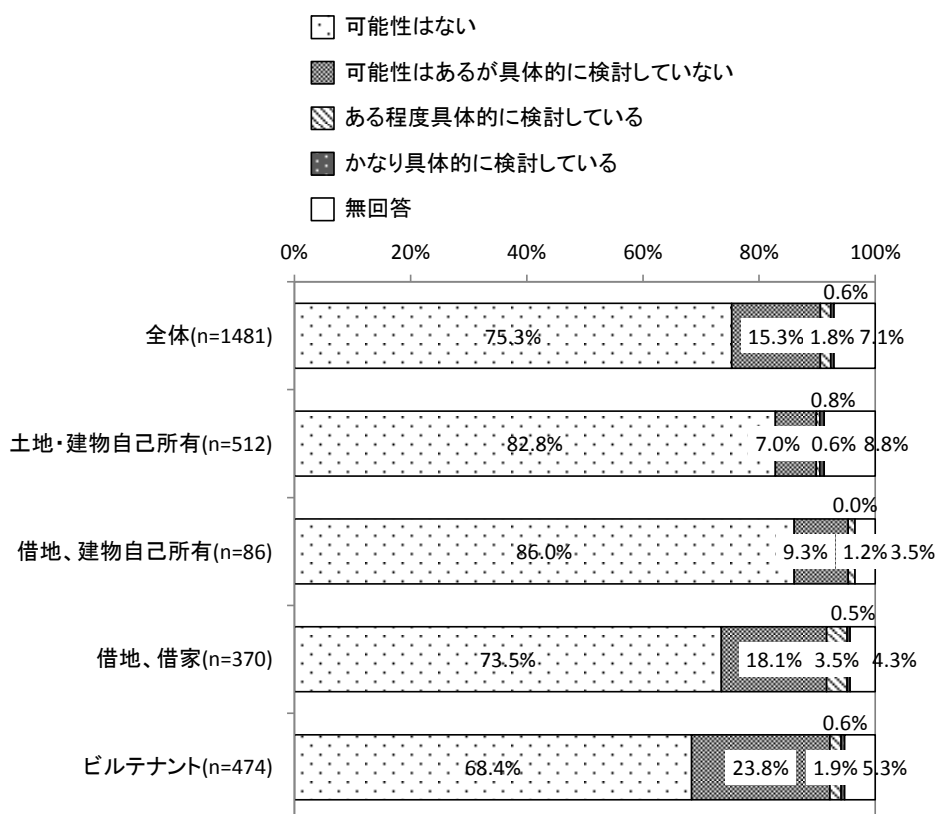
区外移転予定

（図表 5（４）－１）



区外移転予定（建物所有別）

（図表 5（４）－２）



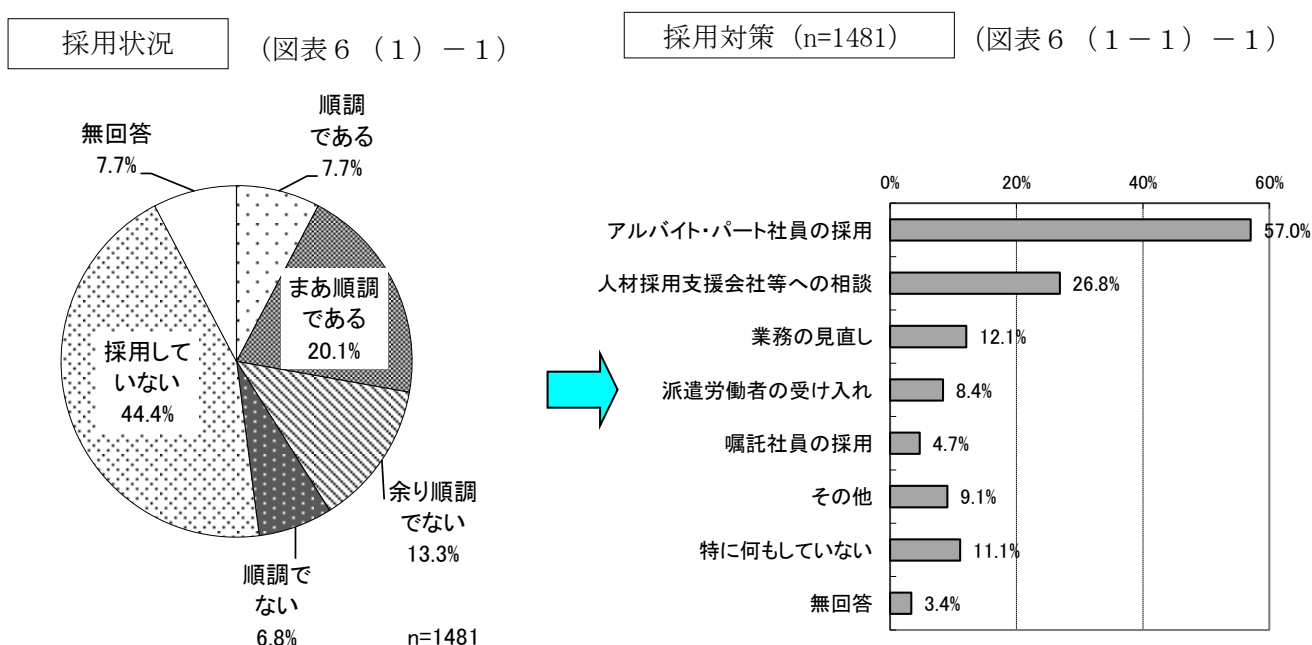
（５）採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて

問６（１） 御社の従業員の採用状況はいかがですか（○は１つだけ）。
 問６（１－１） どのような対応を取っていますか（○はいくつでも）。

従業員の採用状況について聞いたところ、「採用していない」が 44.4%で多くなっており、「まあ順調である」が 20.1%と続いている（図表６（１）－１）。

採用状況が「余り順調でない」または「順調でない」と回答した事業者に対して対策を聞いたところ、「アルバイト・パート社員の採用」が 57.0%で最も多く、「人材採用支援会社等への相談」が 26.8%と続いている（図表６（１－１）－１）。

前回調査では、採用状況は「採用していない」が多く、業種別では「医療・福祉」、「教育・学習支援業」などで「順調」と回答する事業者もやや多かった。

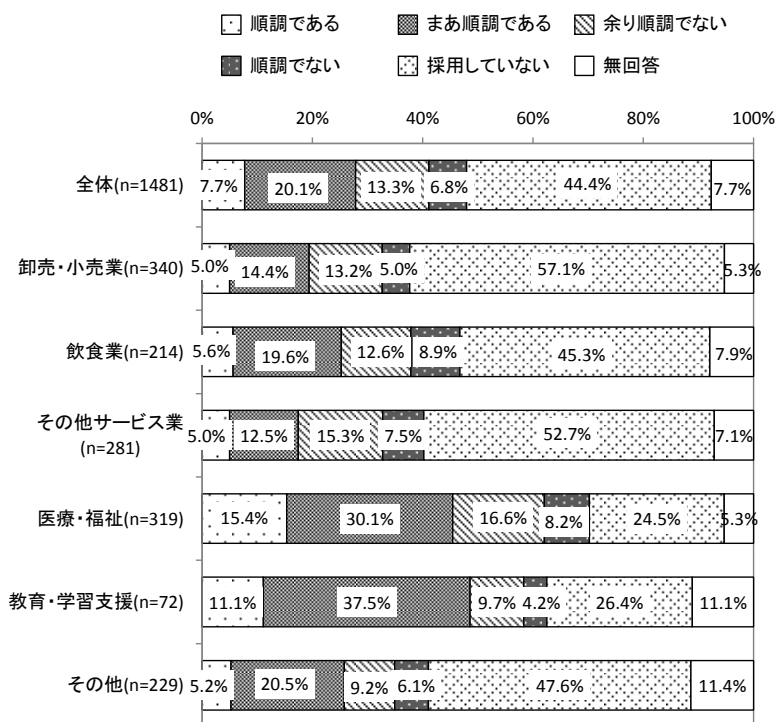


業種別にみると、ほとんどの業種では「採用していない」が多くなっているが、「医療・福祉」や「教育・学習支援」では「順調である」、「まあ順調である」もやや多くなっている（図表6（1）－2）。

業種別の具体的な採用対策をみると、ほとんどの業種で「アルバイト・パート社員の採用」が多くなっているが、「教育・学習支援」では「人材採用支援会社等への相談」が多くなっている（図表6（1－1）－2）。

採用状況（業種別）

（図表6（1）－2）



採用対策（業種別）

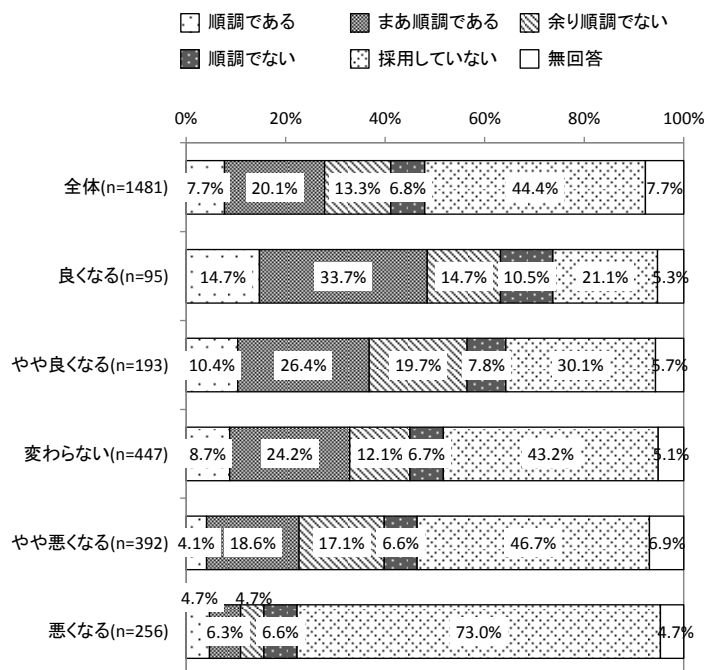
（図表6（1－1）－2）

	n	派遣労働者の受け入れ	のアルバイト・パート社員	嘱託社員の採用	相談人材採用支援会社等への	業務の見直し	その他	特に何もしていない	無回答
全体	298	25	170	14	80	36	27	33	10
		8.4%	57.0%	4.7%	26.8%	12.1%	9.1%	11.1%	3.4%
卸売・小売業	62	7	42	5	17	5	4	4	2
		11.3%	67.7%	8.1%	27.4%	8.1%	6.5%	6.5%	3.2%
飲食業	46	5	34	1	4	7	4	6	1
		10.9%	73.9%	2.2%	8.7%	15.2%	8.7%	13.0%	2.2%
その他サービス業	64	3	34	5	20	12	4	9	2
		4.7%	53.1%	7.8%	31.3%	18.8%	6.3%	14.1%	3.1%
医療・福祉	79	7	41	1	29	9	10	6	1
		8.9%	51.9%	1.3%	36.7%	11.4%	12.7%	7.6%	1.3%
教育・学習支援	10	0	2	0	4	1	2	2	1
		0.0%	20.0%	0.0%	40.0%	10.0%	20.0%	20.0%	10.0%
その他	35	3	16	2	6	2	3	6	2
		8.6%	45.7%	5.7%	17.1%	5.7%	8.6%	17.1%	5.7%

今後３年間の景況状況の、「業況予測」、「売上高予測」、「営業利益予測」別の採用状況をみると、「業況予測」では良くなるにつれて、従業員の採用状況も順調である。また、「売上高予測」、「営業利益予測」いずれも増加するにつれて採用状況も順調になることが伺える（図表６（１）－３）（図表６（１）－４）（図表６（１）－５）。

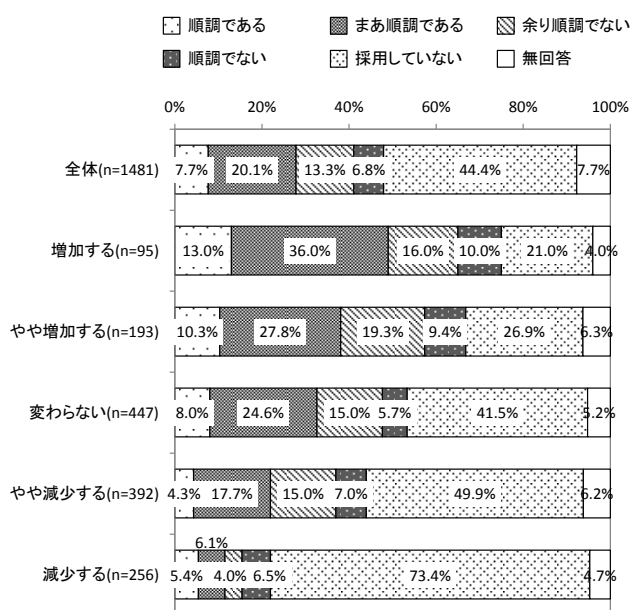
業況予測による従業員の採用状況

（図表６（１）－３）



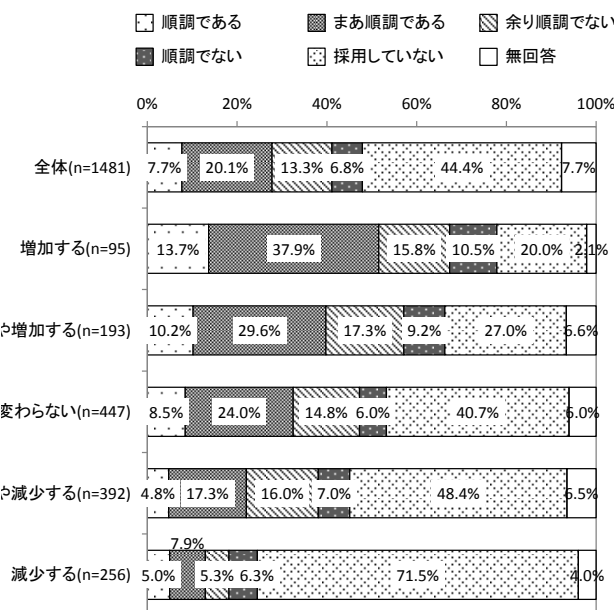
売上高予測による従業員採用状況

（図表６（１）－４）



営業利益予測による従業員の採用状況

（図表６（１）－５）

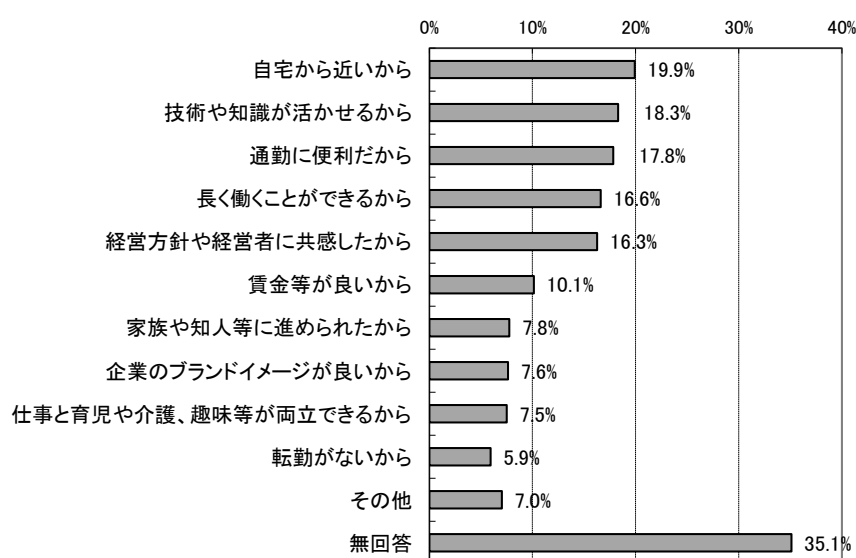


問6（2） 御社の従業員が御社に就職を決めた理由をどのようにお考えですか（〇はいくつでも）。

従業員が自社に就職を決めた理由について聞いたところ、「自宅から近いから」が19.9%で最も多く「技術や知識が活かせるから」（18.3%）、「通勤に便利だから」（17.8%）と続いている（図表6（2）－1）。

業種別にみると、「飲食業」や「医療・福祉」などでは「自宅から近いから」や「通勤に便利だから」、「卸売・小売業」では「自宅から近いから」、「長く働くことができるから」、「経営方針や経営者に共感したから」、「教育・学習支援」では「技術や知識が活かせるから」、「経営方針や経営者に共感したから」が多くなっている（図表6（2）－2）。

従業員の自社就職理由（n=1481）（図表6（2）－1）



従業員の自社就職理由（業種別）（図表6（2）－2）

	n	賃金等 が良い から	技術 や知識 が活か せる から	自宅 から 近い から	通勤 に 便利 だ から	転職 が ない から	長く 働く こと が で き る か ら	経営 方針 や 経営 者 に 共 感 し た か ら	企業 の ブラン ドイメ ージが 良い から	仕事 と育 児や 介護 、趣 味等 が両 立で きる から	家族 や知 人等 に 進め られ た から	その他	無 回 答
全体	1481	150 10.1%	271 18.3%	295 19.9%	264 17.8%	88 5.9%	246 16.6%	241 16.3%	113 7.6%	111 7.5%	115 7.8%	104 7.0%	520 35.1%
卸売・小売業	340	24 7.1%	39 11.5%	60 17.6%	39 11.5%	18 5.3%	50 14.7%	50 14.7%	27 7.9%	21 6.2%	21 6.2%	25 7.4%	145 42.6%
飲食業	214	19 8.9%	27 12.6%	54 25.2%	42 19.6%	7 3.3%	31 14.5%	32 15.0%	24 11.2%	2 0.9%	19 8.9%	13 6.1%	89 41.6%
その他サービス業	281	16 5.7%	68 24.2%	46 16.4%	50 17.8%	14 5.0%	39 13.9%	39 13.9%	18 6.4%	17 6.0%	16 5.7%	22 7.8%	108 38.4%
医療・福祉	319	64 20.1%	79 24.8%	103 32.3%	102 32.0%	28 8.8%	74 23.2%	67 21.0%	19 6.0%	55 17.2%	29 9.1%	12 3.8%	58 18.2%
教育・学習支援	72	6 8.3%	17 23.6%	7 9.7%	9 12.5%	6 8.3%	12 16.7%	22 30.6%	8 11.1%	3 4.2%	0 0.0%	4 5.6%	24 33.3%
その他	229	19 8.3%	36 15.7%	23 10.0%	22 9.6%	15 6.6%	36 15.7%	27 11.8%	16 7.0%	11 4.8%	28 12.2%	27 11.8%	83 36.2%

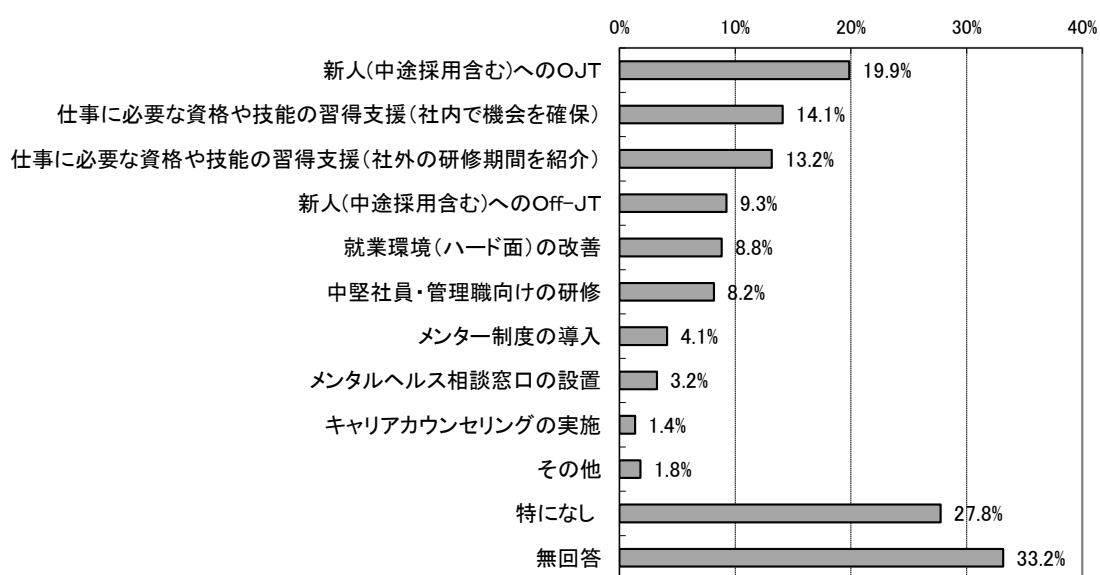
問6（3） 御社では、従業員育成・定着のためにどのようなことに取り組んでいますか
（〇はいくつでも）。

従業員育成・定着のための取り組みを聞いたところ、「新人（中途採用含む）へのOJT」が19.9%と最も多く、「仕事に必要な資格や技能の習得支援（社内で機会を確保）」（14.1%）と続いている（図表6（3）－1）。

業種別にみると、ほとんどの業種で「新人（中途採用含む）へのOJT」が多くなっている（図表6（3）－2）。

従業員育成・定着のための取り組み（n=1481）

（図表6（3）－1）



従業員育成・定着のための取り組み（業種別）

（図表6（3）－2）

	n	新人（ 中途採用含む） へのOJT	新人（ 中途採用含む） へのOffJT	中堅社員・管理職向け の研修	仕事の習得支援（社内 で機会を確保）	仕事の習得支援（社外 の研修機関を紹介）	仕事に必要な資格や技 能の習得支援	メンター制度の導入	キャリア アカウン セリン グの実 施	メンタル ヘルス 相談窓 口の設 置	就業環 境（ハ ード面） の改善	その他	特になし	無回答
全体	1481	294 19.9%	137 9.3%	121 8.2%	209 14.1%	195 13.2%	61 4.1%	20 1.4%	48 3.2%	131 8.8%	27 1.8%	411 27.8%	491 33.2%	
卸売・小売業	340	55 16.2%	21 6.2%	26 7.6%	32 9.4%	29 8.5%	11 3.2%	4 1.2%	10 2.9%	22 6.5%	6 1.8%	97 28.5%	137 40.3%	
飲食業	214	38 17.8%	21 9.8%	8 3.7%	14 6.5%	3 1.4%	6 2.8%	1 0.5%	2 0.9%	13 6.1%	3 1.4%	71 33.2%	87 40.7%	
その他サービス業	281	43 15.3%	15 5.3%	18 6.4%	38 13.5%	39 13.9%	8 2.8%	3 1.1%	3 1.1%	20 7.1%	3 1.1%	83 29.5%	96 34.2%	
医療・福祉	319	100 31.3%	47 14.7%	35 11.0%	67 21.0%	69 21.6%	26 8.2%	7 2.2%	14 4.4%	49 15.4%	7 2.2%	75 23.5%	60 18.8%	
教育・学習支援	72	20 27.8%	13 18.1%	11 15.3%	17 23.6%	16 22.2%	2 2.8%	2 2.8%	6 8.3%	6 8.3%	2 2.8%	12 16.7%	20 27.8%	
その他	229	35 15.3%	18 7.9%	21 9.2%	37 16.2%	37 16.2%	7 3.1%	3 1.3%	12 5.2%	21 9.2%	6 2.6%	68 29.7%	77 33.6%	

問6（4） 御社はワーク・ライフ・バランスが進んでいると思いますか（〇は1つだけ）。

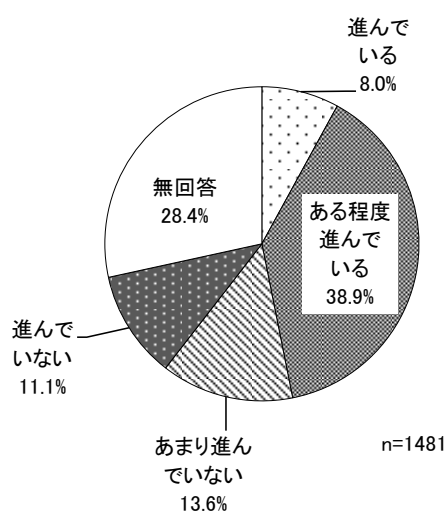
ワーク・ライフ・バランスの進捗について聞いたところ、「ある程度進んでいる」が38.9%で最も多く、「あまり進んでいない」が13.6%と続いている。「進んでいる」と「ある程度進んでいる」を合計すると46.9%で5割弱となっている（図表6（4）－1）。

業種別にみると、「医療・福祉」、「教育、学習支援」では「進んでいる」「ある程度進んでいる」の合計が多くなっている。一方「飲食業」はあまり進んでいない状況である（図表6（4）－2）。

前回調査では、全体的には「不明（無回答）」が多く、言葉の認知度等により回答が低くなっているが、業種によっては「医療・福祉」、「教育、学習支援業」などで「ある程度進んでいる」も多くなっていた。

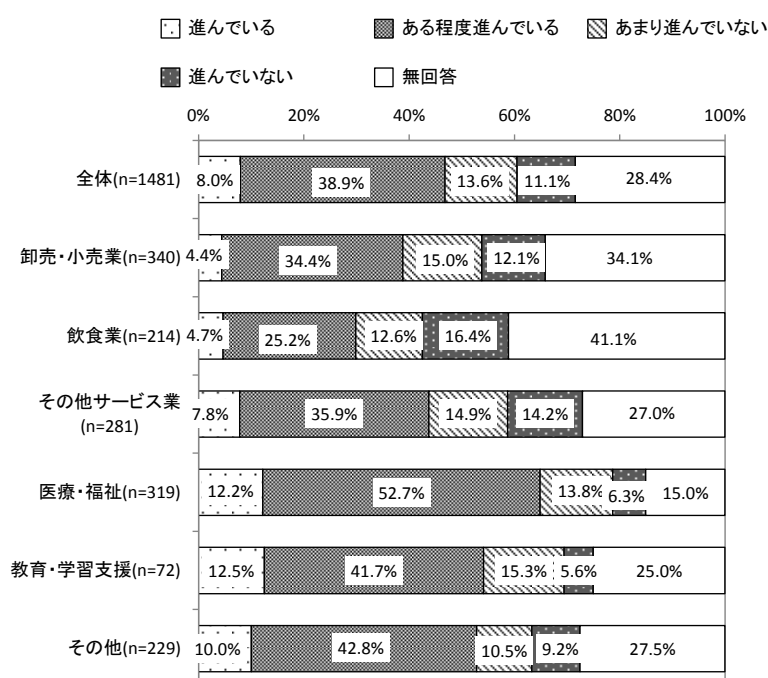
ワーク・ライフ・バランスの進捗

（図表6（4）－1）



ワーク・ライフ・バランスの進捗（業種別）

（図表6（4）－2）



問6（4-1） ワーク・ライフ・バランスが進んでいないと思う理由（〇はいくつでも）。

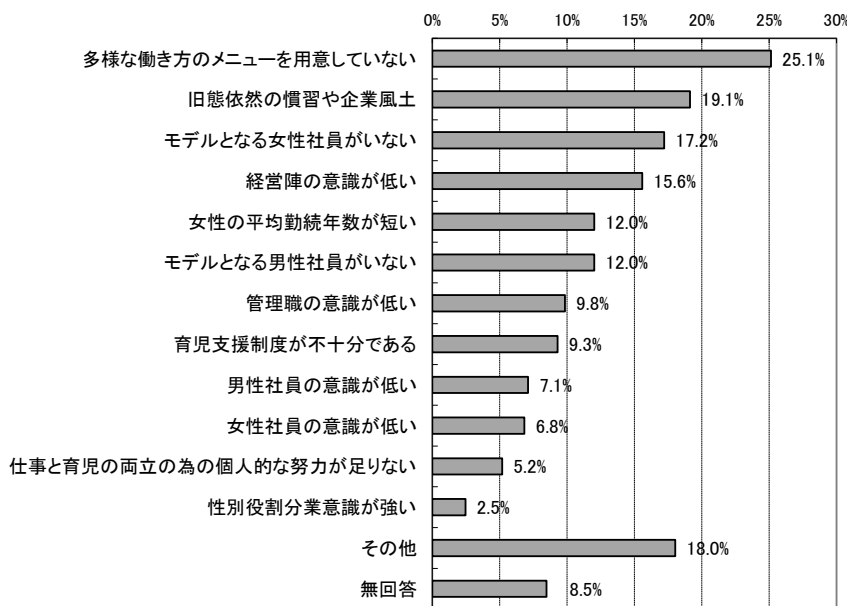
ワーク・ライフ・バランスの進捗について「あまり進んでいない」または「進んでいない」と回答した事業者に対してその理由を聞いたところ、「多様な働き方のメニューを用意していない」が25.1%で最も多く、「旧態依然の慣習や企業風土」（19.1%）、「モデルとなる女性社員がいない」（17.2%）と続いている（図表6（4-1）-1）。

業種別にみると、いずれの業種でも「多様な働き方のメニューを用意していない」、「旧態依然の慣習や企業風土」などが多くなっているが、「医療・福祉」、「教育・学習支援」では「女性の平均勤続年数が短い」などもやや多くなっている（図表6（4-1）-2）。

前回調査では、全体として「モデルとなる女性社員がいない」が最も多く、「多様な働き方のメニューを用意していない」も多かった。また、「医療・福祉」では「女性の平均勤続年数が短い」「教育・学習支援業」では、「旧態依然の慣習や企業風土」の割合が他の業種と比較して多くなっていた。

ワーク・ライフ・バランスが進んでいない理由（n=366）

（図表6（4-1）-1）



ワーク・ライフ・バランスが進んでいない理由（業種別）

（図表6（4-1）-2）

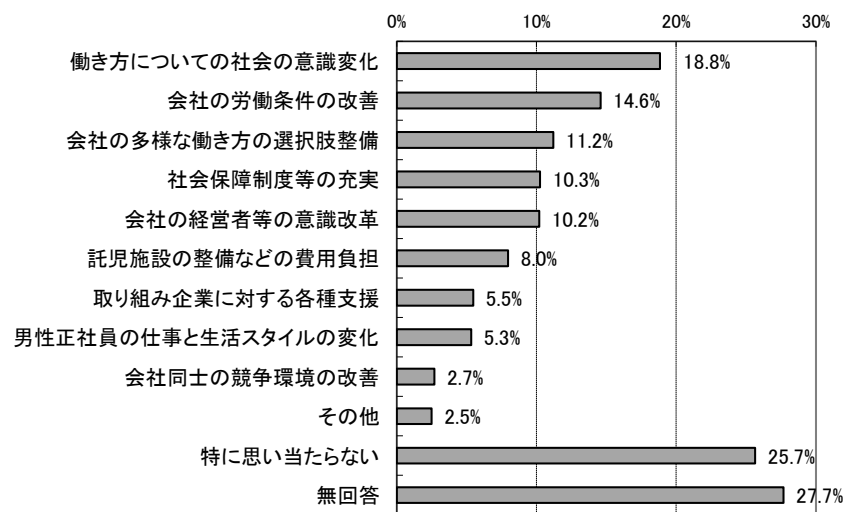
	n	女性の平均勤続年数が短い	女性社員の意識が低い	男性社員の意識が低い	性別役割分業意識が強い	モデルとなる女性社員がいない	モデルとなる男性社員がいない	経営陣の意識が低い	管理職の意識が低い	旧態依然の慣習や企業風土	多様な働き方のメニューを用意していない	育児支援制度が不十分である	仕事と育児の両立の為に個人的な努力が足りない	その他	無回答
全体	366	44	25	26	9	63	44	57	36	70	92	34	19	66	31
		12.0%	6.8%	7.1%	2.5%	17.2%	12.0%	15.6%	9.8%	19.1%	25.1%	9.3%	5.2%	18.0%	8.5%
卸売・小売業	92	13	4	7	2	14	8	13	18	17	21	5	5	11	8
		14.1%	4.3%	7.6%	2.2%	15.2%	8.7%	14.1%	19.6%	18.5%	22.8%	5.4%	5.4%	12.0%	8.7%
飲食業	62	4	1	4	1	12	11	8	1	14	23	7	3	12	6
		6.5%	1.6%	6.5%	1.6%	19.4%	17.7%	12.9%	1.6%	22.6%	37.1%	11.3%	4.8%	19.4%	9.7%
その他サービス業	82	7	9	7	2	13	11	13	12	16	18	10	4	10	10
		8.5%	11.0%	8.5%	2.4%	15.9%	13.4%	15.9%	14.6%	19.5%	22.0%	12.2%	4.9%	12.2%	12.2%
医療・福祉	64	15	6	3	1	12	6	9	3	13	12	6	4	15	2
		23.4%	9.4%	4.7%	1.6%	18.8%	9.4%	14.1%	4.7%	20.3%	18.8%	9.4%	6.3%	23.4%	3.1%
教育・学習支援	15	4	1	0	0	4	2	3	0	2	4	1	0	5	0
		26.7%	6.7%	0.0%	0.0%	26.7%	13.3%	20.0%	0.0%	13.3%	26.7%	6.7%	0.0%	33.3%	0.0%
その他	45	1	2	4	3	6	5	9	2	7	13	5	2	12	5
		2.2%	4.4%	8.9%	6.7%	13.3%	11.1%	20.0%	4.4%	15.6%	28.9%	11.1%	4.4%	26.7%	11.1%

問6（5） ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題がありますか（〇はいくつでも）。

ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題があるかについて聞いたところ、「働き方についての社会の意識変化」が 18.8%で最も多く、「会社の労働条件の改善」が 14.6%と続いている。また、「特に思い当たらない」も多くなっている。（図表6（5））。

ワーク・ライフ・バランスに取り組む上での課題（n=1481）

（図表6（5））

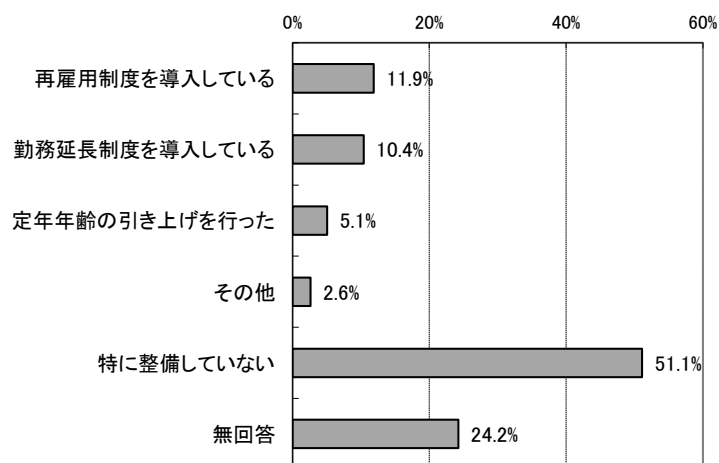


問6（6） 御社では、高齢者雇用のためにどのような対策を講じていますか（〇はいくつでも）。

高齢者雇用対策について聞いたところ、「再雇用制度を導入している」が11.9%、「勤務延長制度を導入している」が10.4%と多くなっている。また、「特に整備していない」も51.1%と多くなっている（図表6（6））。

高齢者雇用対策（n=1481）

（図表6（6））

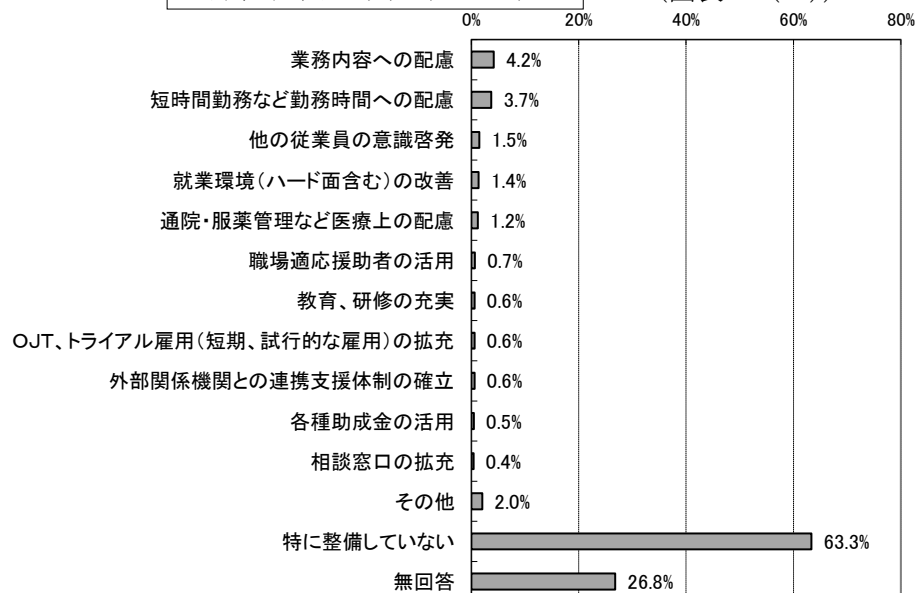


問6（7） 御社では、障害者雇用のためにどのような対策を講じていますか（〇はいくつでも）。

障害者雇用対策について聞いたところ、「特に整備していない」が63.3%で圧倒的に多くなっている。講じている対策としては、「業務内容への配慮」や「短時間勤務など勤務時間への配慮」などが多くなっている（図表6（7））。

障害者雇用対策（n=1481）

（図表6（7））



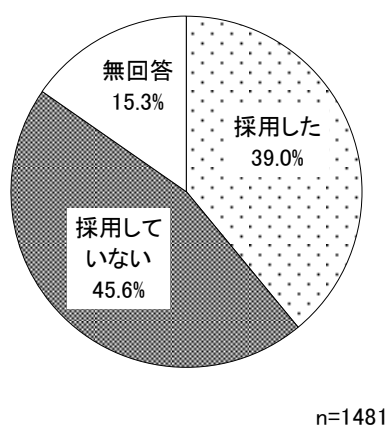
問 6 (8) 過去 5 年間に、新卒・中途を問わず、若年者 (3 5 歳未満) を採用した実績がありますか
(○ は 1 つだけ) 。

過去 5 年間の若年者 (35 歳未満) 採用実績について聞いたところ、「採用した」は 39.0%、「採用していない」は 45.6%となっている (図表 6 (8) - 1)。採用したと回答した事業者の採用数は、「2 ～ 3 名」が 27.3%で「1 名」が 27.2%、「6 名以上」が 23.4%となっている (図表 6 (8) - 2)。

業種別にみると、「医療・福祉」、「教育・学習支援」の採用実績が 5 割以上だが、その他の業種では 3 割台となっている (図表 6 (8) - 3)。

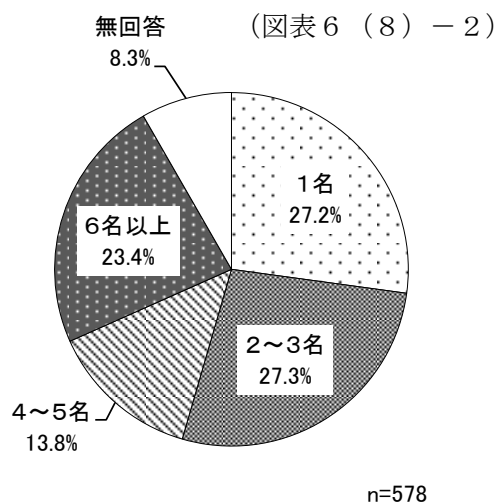
過去 5 年間の若年者採用実績

(図表 6 (8) - 1)



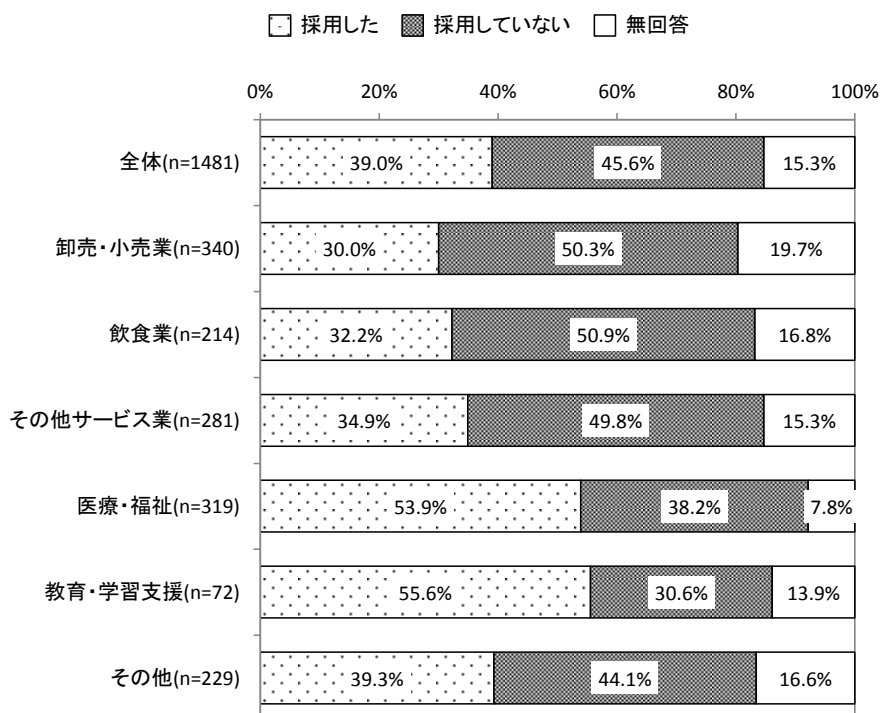
過去 5 年間の若年者採用数

(図表 6 (8) - 2)



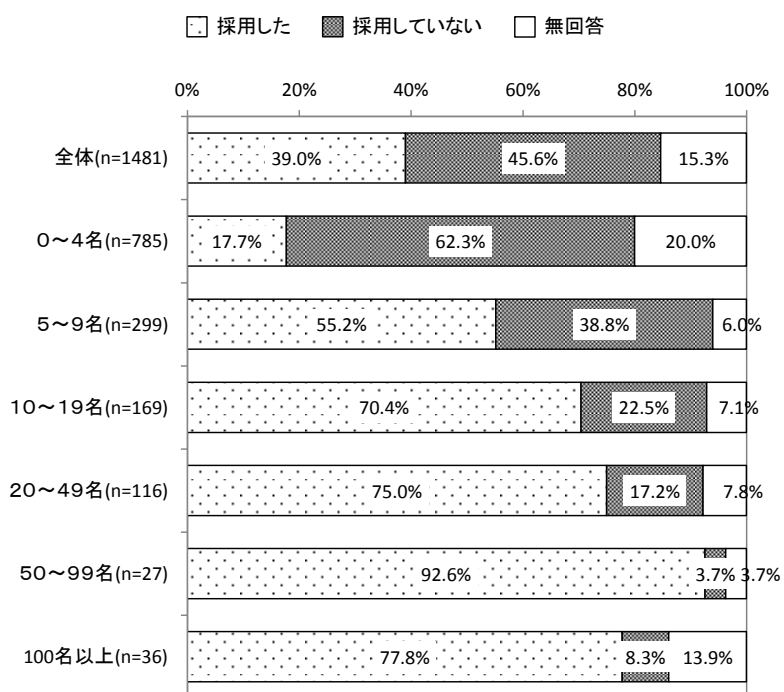
過去 5 年間の若年者採用実績 (業種別)

(図表 6 (8) - 3)



従業員数別にみると、従業員規模が大きくなるにしたがって採用実績も増加傾向だが、「100名以上」はおよそ8割であった。(図表6(8)－4)。

過去5年間の若年者採用実績(従業員数別) (図表6(8)－4)



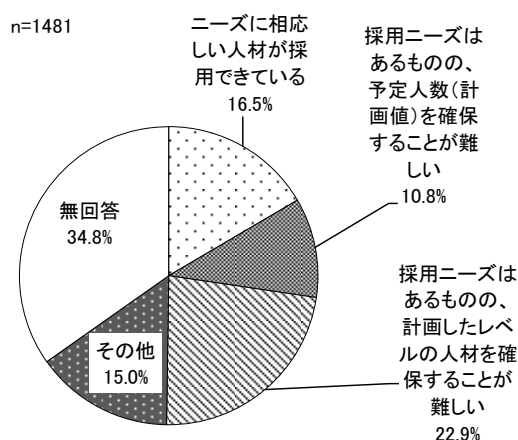
問 6（9）若年者（35 歳未満）の採用に関する現在の御社の状況はいかがですか（○は 1 つだけ）。

若年者（35 歳未満）採用実績の現状について聞いたところ、「採用ニーズはあるものの、計画したレベルの人材を確保することが難しい」が 22.9%で最も多く、「ニーズに相応しい人材が採用できている」が 16.5%と続いている（図表 6（9）－1）。

業種別にみると、いずれの業種も「採用ニーズはあるものの、計画したレベルの人材を確保することが難しい」が多くなっているが、「教育・学習支援」では「ニーズに相応しい人材が採用できている」が多くなっている（図表 6（9）－2）。

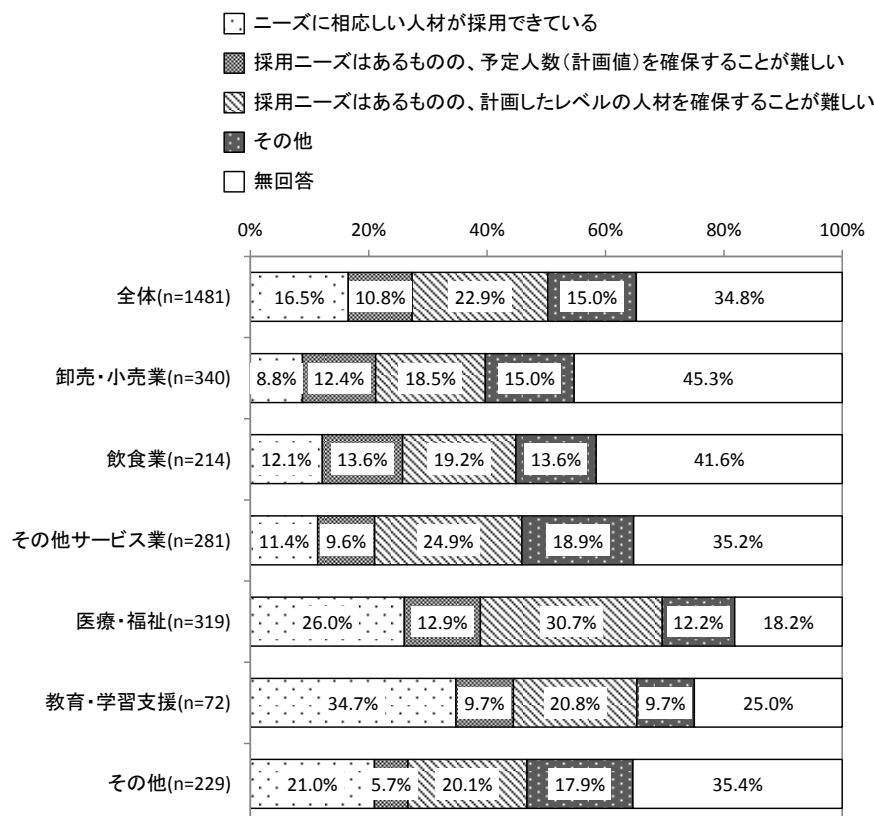
若年者の採用状況

（図表 6（9）－1）



若年者の採用状況（業種別）

（図表 6（9）－2）

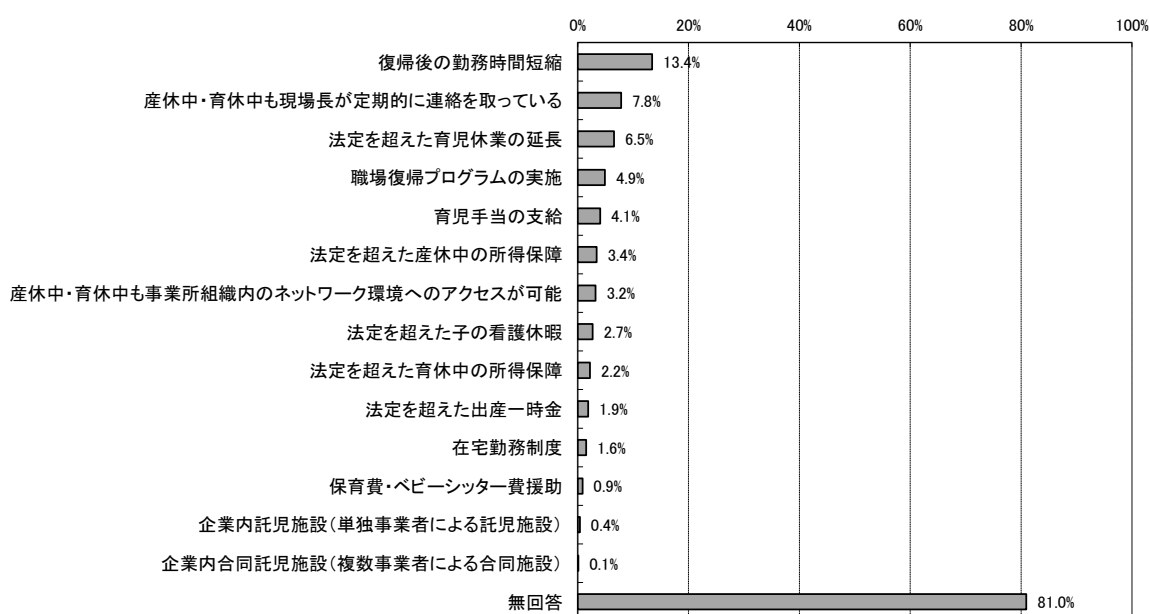


問6（10-1） 御社では、仕事と育児の両立を支援する為に以下のような取組みを導入していますか。
 問6（10-2） また、将来導入予定の取組みはありますか。

現在導入している、または将来導入予定の仕事と育児の両立を支援するための施策を聞いたところ、「無回答」が圧倒的に多く、全体的にはあまり施策を導入しておらず、将来もあまり導入予定でないことが想定される（図表6（10-1）-1）。将来取り組む予定の両立支援施策としては、「復帰後の勤務時間短縮」が10.5%、「産休中・育休中も現場長が定期的に連絡を取っている」などが多くなっている（図表6（10-2）-2）。

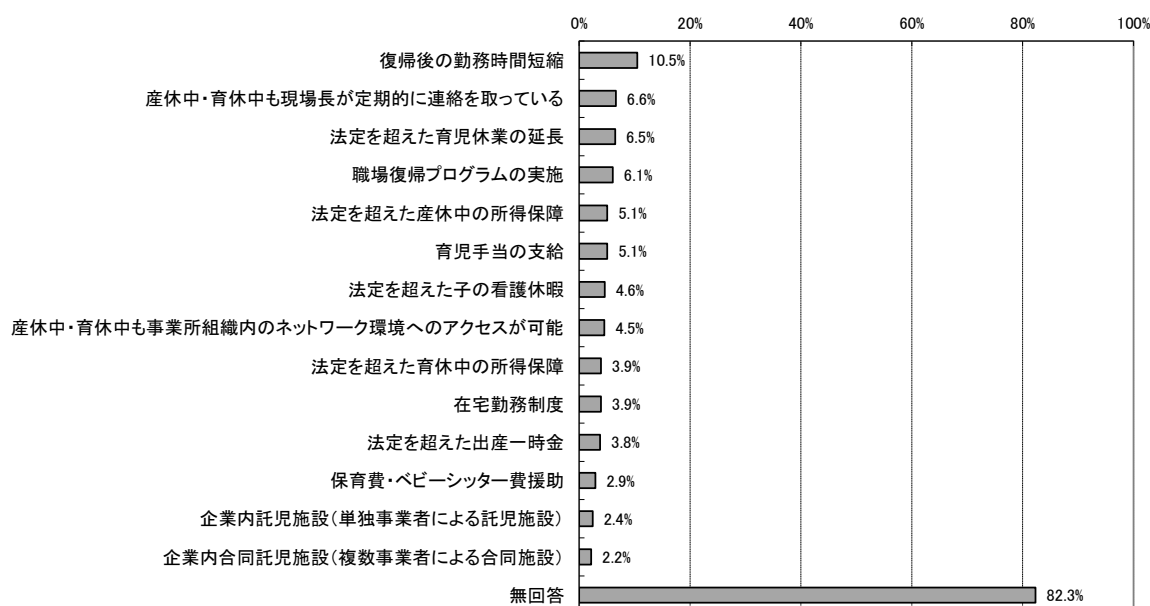
現在取組んでいる両立支援施策（n=1481）

（図表6（10-1）-1）



将来取り組む予定の両立支援施策（n=1481）

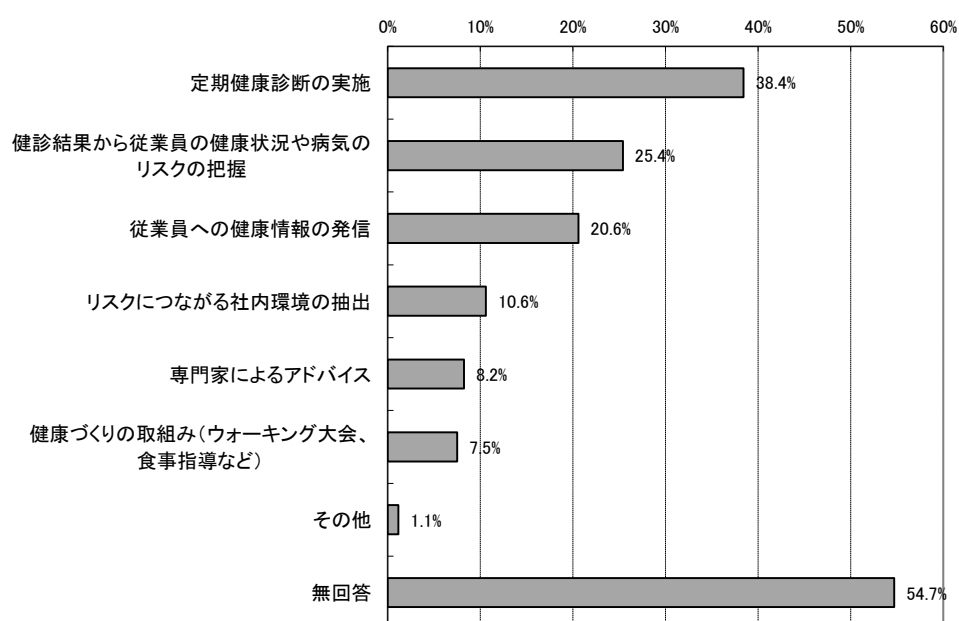
（図表6（10-2）-2）



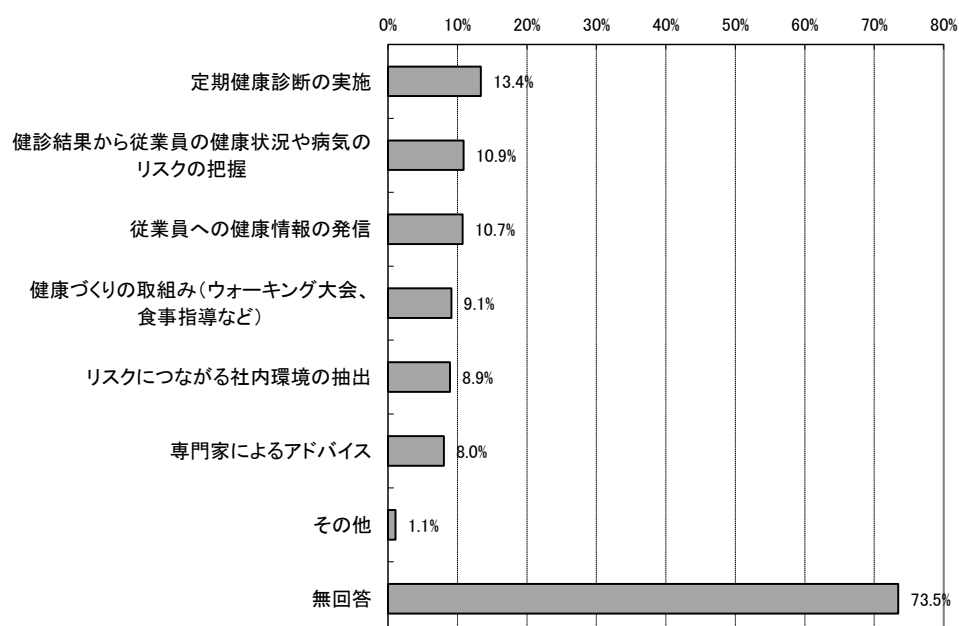
- 問 6 (1 1 - 1) 企業が従業員の健康増進に積極的に取り組むことで、企業の生産性の向上や経営に影響を及ぼすリスクを回避することができますと言われています。御社で既に実施しているものは何ですか。
- 問 6 (1 1 - 2) 今後実践してみたい健康増進策は何ですか。

従業員の健康増進に向けた対策で、既に実施しているもの、今後実践してみたいものを聞いたところ、既に実施しているものでは「定期健康診断の実施」が 38.4%で最も多く、「健診結果から従業員の健康状況や病気のリスクの把握」が 25.4%と続いている。また、今後実践してみたい取り組みも「定期健康診断の実施」、「健診結果から従業員の健康状況や病気のリスクの把握」が多くなっている（図表 6 (11-1)（図表 6 (11-2)））。

従業員への健康増進策の実施状況 (n=1481) (図表 6 (11-1))



従業員への健康増進策で今後実践したい取り組み (n=1481) (図表 6 (11-2))



(6) 資金調達等について

問7(1) 資金調達の際の調達先は、どのような機関ですか(〇はいくつでも)。

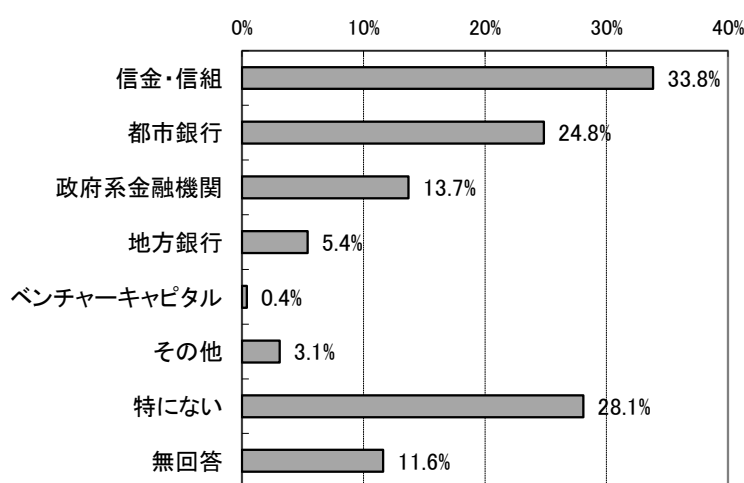
資金調達先について聞いたところ、「信金・信組」が33.8%で最も多く、「都市銀行」が24.8%と続いている。また、「特にない」と回答した事業者も多くなっている(図表7(1)-1)。

業種別にみると、「信金・信組」、「都市銀行」が多くの業種で、多くなっている(図表7(1)-2)。

前回調査では、いずれの業種でも「信金・信組」や「都市銀行」が多くなっているが、「特にない」もやや多かった。

資金調達先 (n=1481)

(図表7(1)-1)



資金調達先 (業種別)

(図表7(1)-2)

	n	都市銀行	地方銀行	信金・信組	政府系金融機関	ベンチャーキャピタル	その他	特にない	無回答
全体	1481	368	80	501	203	6	46	416	172
		24.8%	5.4%	33.8%	13.7%	0.4%	3.1%	28.1%	11.6%
卸売・小売業	340	89	18	140	46	1	13	82	37
		26.2%	5.3%	41.2%	13.5%	0.3%	3.8%	24.1%	10.9%
飲食業	214	30	10	108	27	0	6	48	24
		14.0%	4.7%	50.5%	12.6%	0.0%	2.8%	22.4%	11.2%
その他サービス業	281	65	18	100	45	2	7	88	22
		23.1%	6.4%	35.6%	16.0%	0.7%	2.5%	31.3%	7.8%
医療・福祉	319	105	19	68	54	3	5	93	33
		32.9%	6.0%	21.3%	16.9%	0.9%	1.6%	29.2%	10.3%
教育・学習支援	72	20	3	12	7	0	5	25	11
		27.8%	4.2%	16.7%	9.7%	0.0%	6.9%	34.7%	15.3%
その他	229	54	12	68	22	0	10	73	36
		23.6%	5.2%	29.7%	9.6%	0.0%	4.4%	31.9%	15.7%

問 7（2） 主な資金調達先との関係は良好ですか（○は1つだけ）。

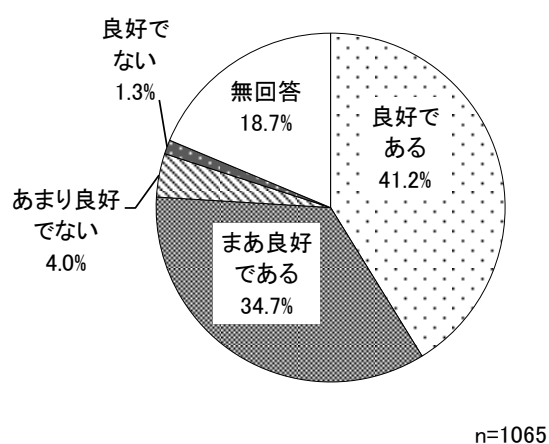
主な資金調達先との関係について聞いたところ、「良好である」、「まあ良好である」のいずれかを回答した事業者が多く、7割を超えている（図表 7（2）－1）。

業種別にみると、いずれの業種でも比較的良好な関係であることが分かる。（図表 7（2）－2）。

前回調査では、主な資金調達先との関係は「まあ良好である」、「良好である」の回答が多くおよそ7割となっていた。業種別にみてもいずれも比較的良好な関係であった。

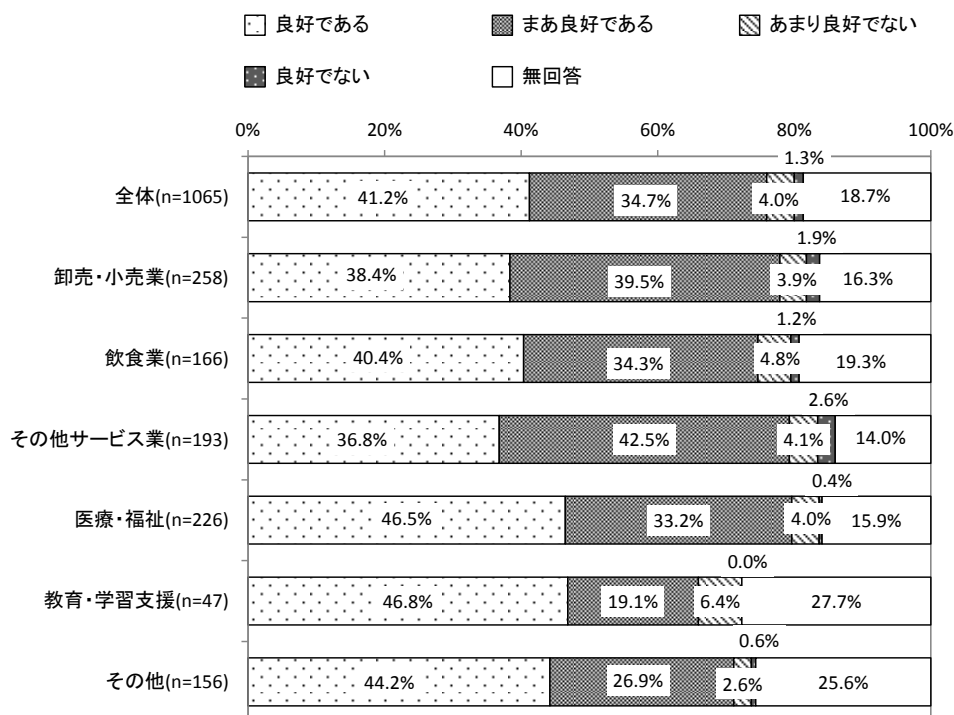
主な資金調達先との関係

（図表 7（2）－1）



主な資金調達先との関係（業種別）

（図表 7（2）－2）



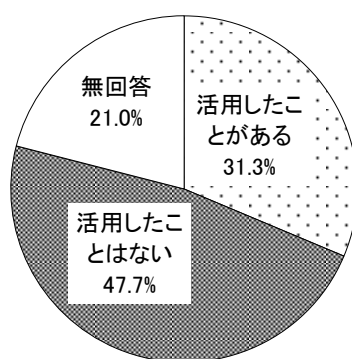
問 7 (3) 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか (○は1つだけ)。

公的機関が提供する資金調達支援制度の活用経験を聞いたところ、「活用したことがある」は 31.3% で、「活用したことはない」は 47.7% となっている (図表 7 (3) - 1)。

業種別にみると、いずれの業種でも「活用したことはない」が5割前後となっているが、「教育・学習支援」では「活用したことがある」がやや少なくなっている (図表 7 (3) - 2)。

公的機関提供の資金調達支援制度活用経験

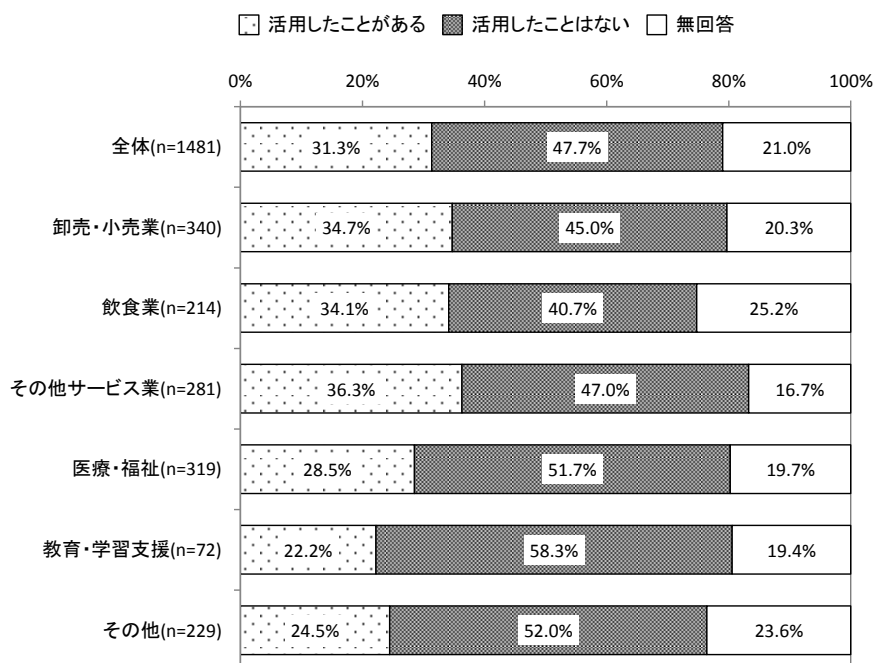
(図表 7 (3) - 1)



n=1481

公的機関提供の資金調達支援制度活用経験 (業種別)

(図表 7 (3) - 2)



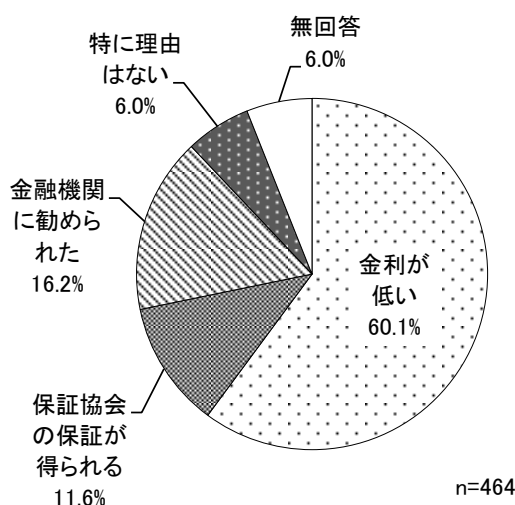
問 7 (4) 公的機関が提供する資金調達の支援制度の活用理由は何ですか (○は 1 つだけ)。

支援制度を活用したことがある事業者には活用の理由を聞いたところ、「金利が低い」が 60.1%で最も多く、「金融機関に勧められた」が 16.2%と続いている (図表 7 (4) - 1)。

業種別にみると、いずれの業種でも「金利が低い」が最も多くなっているが、「飲食業」では「保証協会の保証が得られる」が他の業種と比べるとやや多くなっている (図表 7 (4) - 2)。

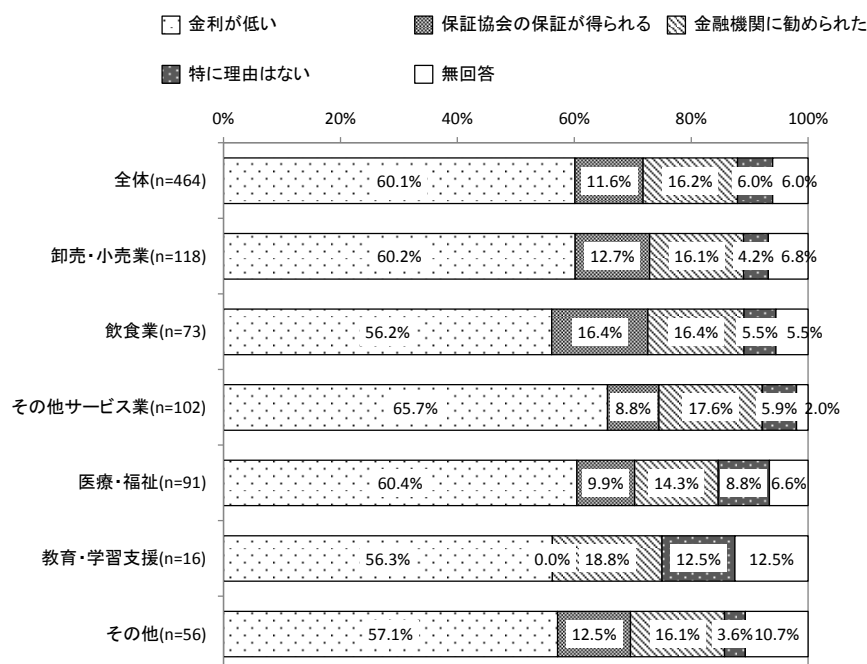
公的機関提供の資金調達支援制度を活用した理由

(図表 7 (4) - 1)



公的機関提供の資金調達支援制度を活用した理由 (業種別)

(図表 7 (4) - 2)

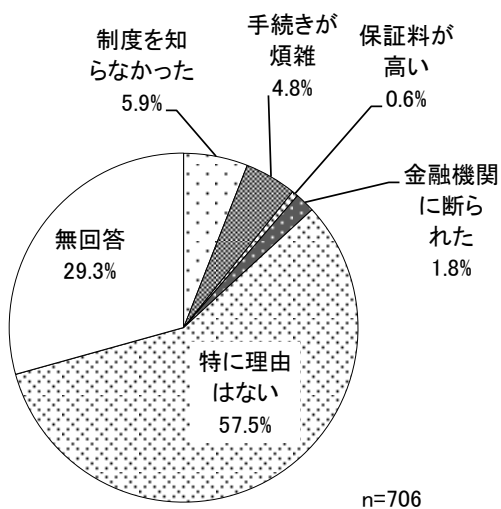


問 7 (5) 公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用しない理由は何ですか (○は1つだけ)。

支援制度を活用したことがない事業者にその理由を聞いたところ、「特に理由はない」が 57.5%で最も多く、「制度を知らなかった」が 5.9%「手続きが煩雑」が 4.8%などとなっている (図表 7 (5))。

公的機関提供の資金調達支援制度を活用しない理由

(図表 7 (5))



(7) IT の活用状況について

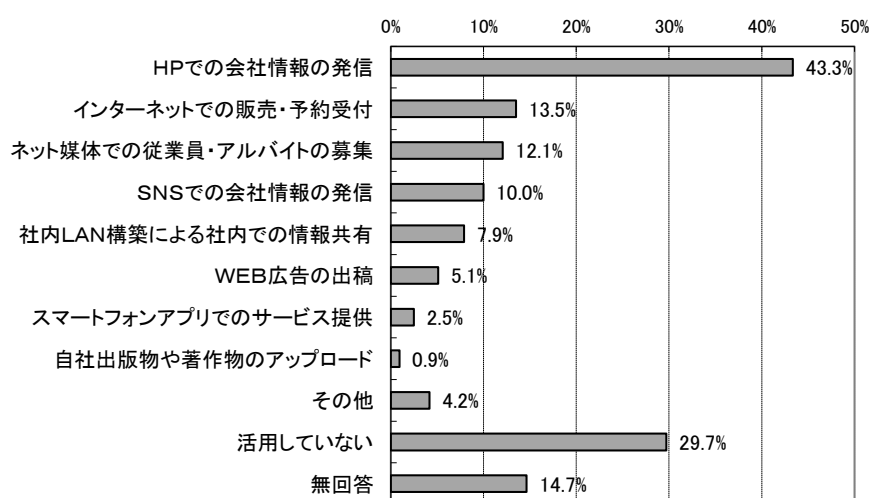
問8 (1) 御社では、インターネットを主にどのように活用していますか (〇は3つまで)。

インターネットの活用状況について聞いたところ、「HPでの会社情報の発信」が43.3%で最も多く、「インターネットでの販売・予約受付」(13.5%)、「ネット媒体での従業員・アルバイトの募集」(12.1%)と続いている(図表8(1)-1)。

業種別にみると、いずれの業種でも「HPでの会社情報の発信」が多くなっているが、「医療・福祉」では「ネット媒体での従業員・アルバイトの募集」もやや多くなっている。(図表8(1)-2)。

インターネットの主な活用方法 (n=1481)

(図表8(1)-1)



インターネットの主な活用方法 (業種別)

(図表8(1)-2)

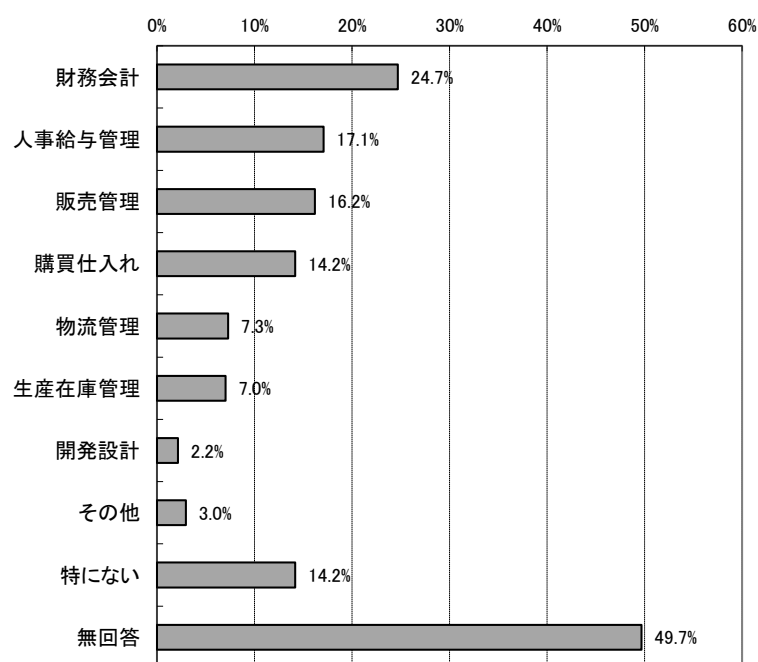
	n	信 H P での 会 社 情 報 の 発 信	発 信 S N S で の 会 社 情 報 の	売 イ ン タ ー ネ ッ ト で の 販	W E B 広 告 の 出 稿	員 ネ ッ ト 媒 体 バ イ ト の 従 業 集	社 社 内 で の 情 報 構 築 に よ る	で ス マ ー ト フ ォ ン ア プ リ	ア 自 社 出 版 物 や 著 作 物 の	そ 他	活 用 し て い な い	無 回 答
全体	1481	642 43.3%	148 10.0%	200 13.5%	76 5.1%	179 12.1%	117 7.9%	37 2.5%	14 0.9%	62 4.2%	440 29.7%	217 14.7%
卸売・小売業	340	117 34.4%	33 9.7%	70 20.6%	11 3.2%	31 9.1%	28 8.2%	6 1.8%	1 0.3%	10 2.9%	125 36.8%	54 15.9%
飲食業	214	64 29.9%	37 17.3%	20 9.3%	10 4.7%	23 10.7%	3 1.4%	8 3.7%	0 0.0%	4 1.9%	87 40.7%	39 18.2%
その他サービス業	281	129 45.9%	28 10.0%	33 11.7%	16 5.7%	34 12.1%	15 5.3%	8 2.8%	7 2.5%	14 5.0%	84 29.9%	31 11.0%
医療・福祉	319	189 59.2%	26 8.2%	24 7.5%	13 4.1%	66 20.7%	37 11.6%	9 2.8%	2 0.6%	13 4.1%	64 20.1%	34 10.7%
教育・学習支援	72	43 59.7%	6 8.3%	6 8.3%	7 9.7%	9 12.5%	9 12.5%	0 0.0%	1 1.4%	5 6.9%	11 15.3%	14 19.4%
その他	229	93 40.6%	16 7.0%	44 19.2%	19 8.3%	15 6.6%	22 9.6%	5 2.2%	3 1.3%	14 6.1%	57 24.9%	41 17.9%

問 8 (2-1) 御社の業務で、現在、情報通信技術を主に導入している分野は何ですか。

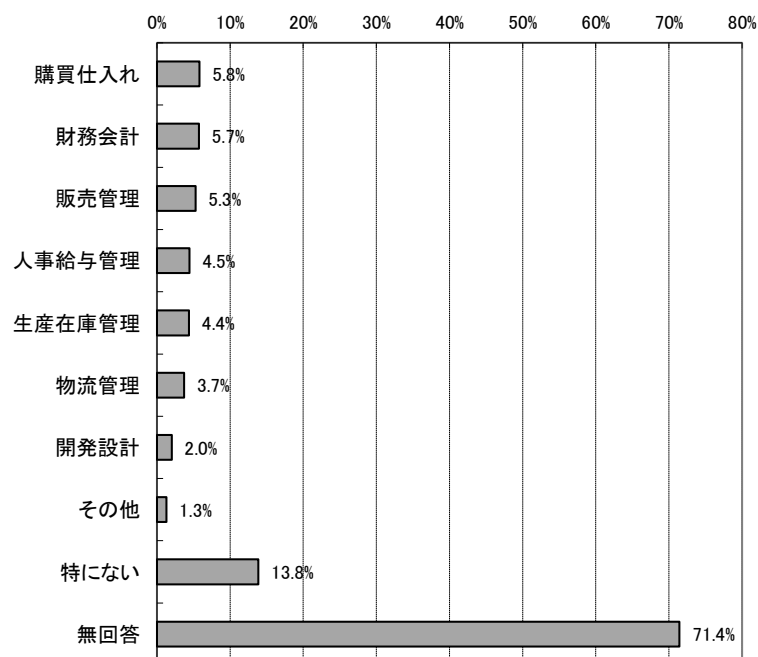
(2-2) 御社の業務で、今後、情報通信技術を主に導入したい分野は何ですか。

情報通信技術の導入について、既に導入している分野を聞いたところ、「財務会計」が 24.7%で最も多く、「人事給与管理」(17.1%)、「販売管理」(16.2%)と続いている(図表 8 (2-1))。今後導入したい分野を聞いたところ、「購買仕入れ」が 5.8%、「財務会計」が 5.7%、「販売管理」が 5.3%となっている(図表 8 (2-2))。

情報通信技術を導入している主な分野 (n=1481) (図表 8 (2-1))



今後、情報通信技術を主に導入したい分野 (n=1481) (図表 8 (2-2))

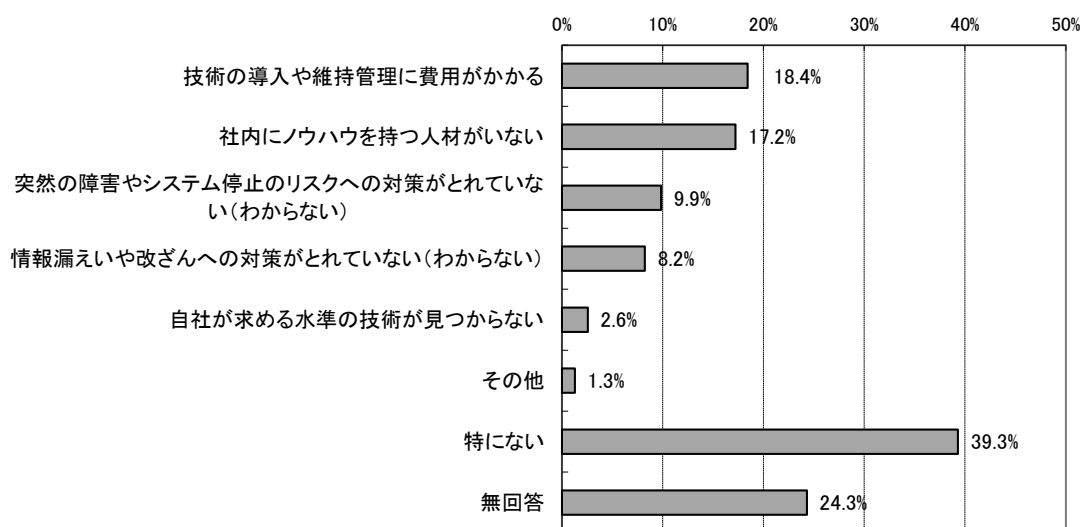


問 8 (3) 御社では、情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていることは何ですか
(○は3つまで)。

情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていることを聞いたところ、「技術の導入や維持管理に費用がかかる」が18.4%で最も多く、「社内にノウハウを持つ人材がいない」が17.2%と続いている(図表8(3))。

情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていること (n=1481)

(図表8(3))



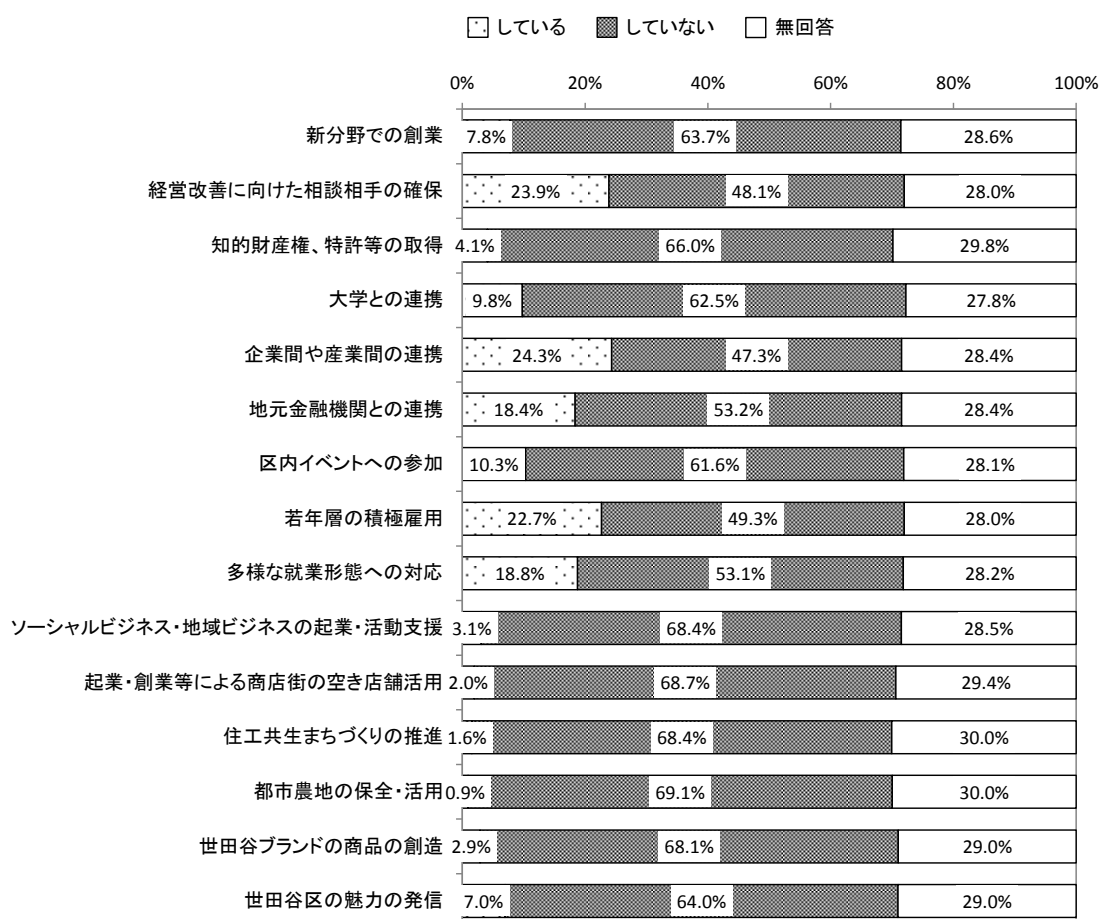
（８）個別事業課題について

問 9（１） 下記の各事業課題について、それぞれ現在の取組状況(1)-1、今後の取組意向(1)-2 をお答えください。

個別の事業課題に対する取組状況について、いずれも主に「経営改善に向けた相談相手の確保」、「企業間や産業間の連携」、「若年層の積極雇用」に関する現在の取組状況や今後の取組意向が多くなっている。一方、主に「ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援」、「起業・創業等による商店街の空き店舗の活用」、「住工共生のまちづくりの推進」、「都市農地の保全・活用」などは現在の取組状況や今後の取組意向が低くなっている（図表 9（１）－１）（図表 9（１）－２）。

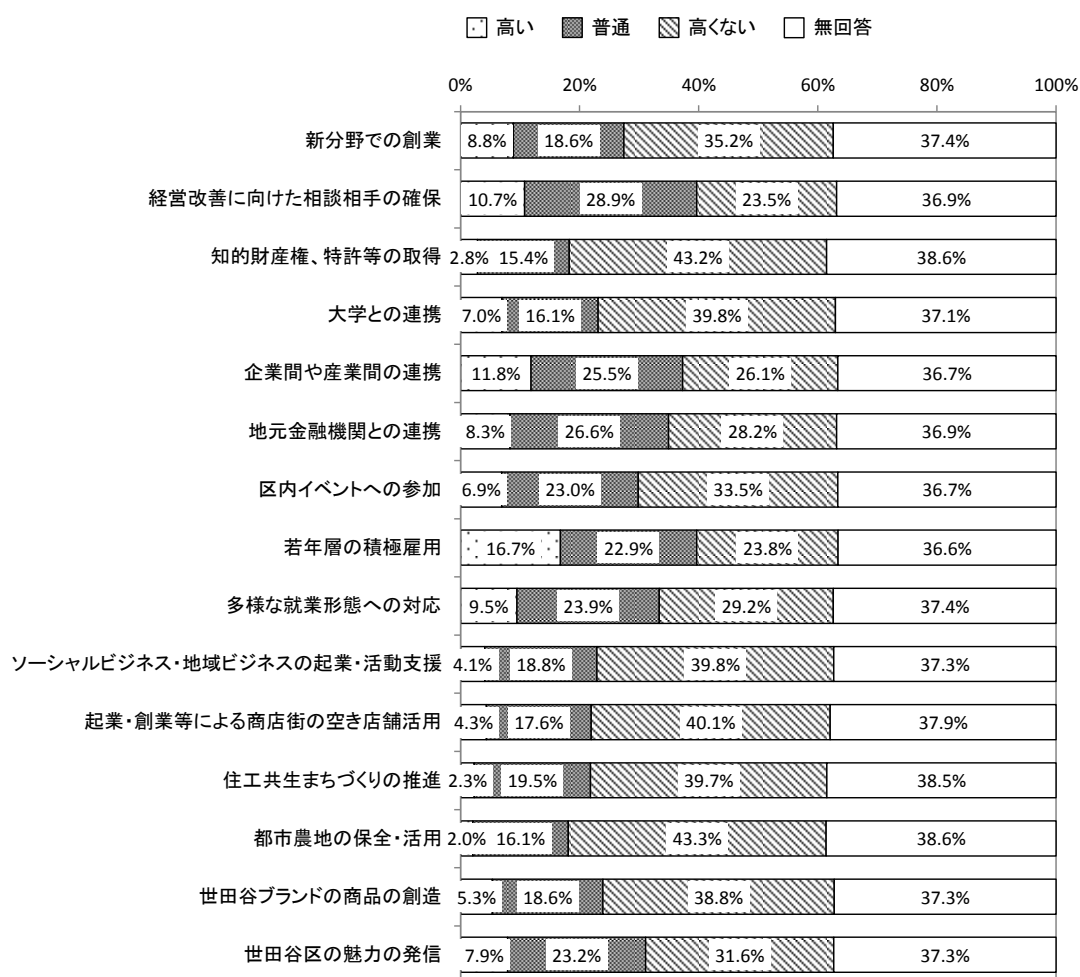
個別の事業課題への現在の取組状況（n=1481）

（図表 9（１）－１）



個別の事業課題への今後の取組意向 (n=1481)

(図表9 (1) - 2))



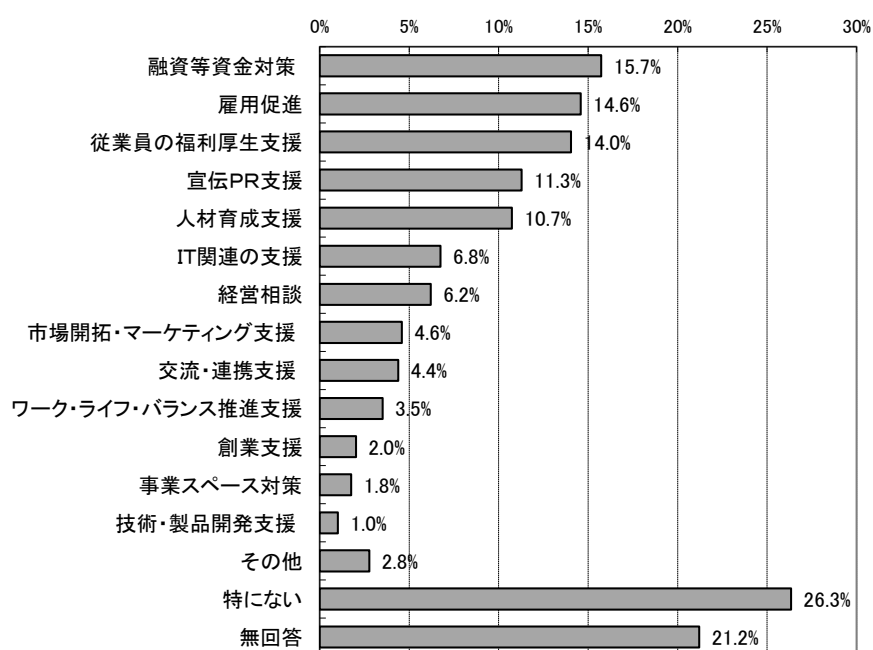
問9（3） 今後、区や都等に対してどのような支援を望みますか（〇は3つまで）。

区や都等への支援要望について聞いたところ、「融資等資金支援」が15.7%で最も多く、「雇用促進」（14.6%）、「従業員の福利厚生支援」（14.0%）と続いている。また、「特にない」と回答した事業者も多くみられた。（図表9（3））。

前回調査では、「融資等資金対策」が多く、「宣伝PR支援」、「従業員の福利厚生支援」などが続いていた。また、「特にない」と回答した事業者も多くなっていた。

今後、区や都に対して望む支援（n=1481）

（図表9（3））



Ⅲ-Ⅱ 建設・製造・その他の事業者調査

1 調査の概要

(1) 調査項目

①事業所属性

会社名、住所、連絡先、経営形態、業種、所属団体、創業、資本金、従業者数、採用者数、経営者年代、後継者の有無、土地・建物の所有形態、建替え意向とその理由、自宅の場所、事業所面積

②経営状況について

前年度売上高、3年前と比べた前年度売上高・営業利益の増減、今後3年間の景況予測

③立地環境について

創業場所、区内立地時期、世田谷区立地のメリットとデメリット、事業所移転の可能性

④取引先について

製品等の販売・納入先、前年度決算における支出内訳、原材料購入地域、生産の外注と外注先の地域、設備投資（修繕）を行う際の発注先

⑤事業活動における課題と方向性等について

現在の問題点、重点的に取組みたいこと、リタイアの課題、後継者への事業継承の課題、海外での事業展開意向

⑥採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて

採用状況と順調でない場合の対応、従業者が就職を決めた理由、従業員育成・定着のための取り組み、ワーク・ライフ・バランスの進捗状況と進んでいない場合の理由、ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいくための課題、高齢者・障害者雇用のための対策、若年者採用実績と状況、仕事と育児の両立支援プログラムの実施状況と今後の意向、従業員の健康増進のための取り組み状況と今後の意向

⑦資金調達等について

資金調達先、主な資金調達先との関係、制度融資等利用の有無とその理由

⑧ITの活用状況について

インターネットの活用状況、情報通信技術の導入分野の現在と今後の意向、情報通信技術導入・活用の際の課題

⑨個別事業課題について

個別の事業課題についてのこれまでの取組状況・今後の取組意向、行政等への支援要望等

(2) 調査仕様

①調査対象	世田谷区内の建設・製造・その他事業者
②標 本 数	2, 429 サンプル
③抽出方法	N T Tタウンページ(株)のタウンページデータベースより無作為抽出
④調査方法	郵送配布・郵送回収
⑤調査期間	平成27年9月8日～平成27年10月23日
⑥有効回収数	528 サンプル (有効回収率21.7%)

(3) 調査結果の総括

1. 回答事業者の基本属性

経営形態は「単独事業所」が6割、「本社」が2割で、本社の所在地は「都内の別の場所」が4割弱、「世田谷区内」がおよそ2割である。昭和に創業した事業者が7割弱で平成元年～平成10年代が2割弱、平成20年代の近年創業が4.7%となっている。各事業所の資本金は、「1,000万～2,000万円未満」がおよそ4割と最も多く、「500万～1,000万円未満」の順になっている。従業員数は「0～4名」で正社員も「0～4名」がおよそ4割と中小企業が多いことがうかがえる。昨年度の採用人数は「0名」が6割弱で「1名」が15.7%であった。新卒採用に至っては1名～6名以上の採用合計比率が8.4%と非常に少なくなっていることから、一概には言えないが採用状況の厳しさがうかがえる。経営者の年代は40歳未満が3.4%、40代～50代が4割弱(38.0%)、60代以上が5割強(55.0%)と高齢層が高い。後継者については「まだ、後継者について考える段階ではない」が29.9%、「事業主の親族を後継者にするつもりである」が27.3%と続いている。

2. 経営状況について

前年度の売上高は「1億円～3億円未満」が2割で最も多く、3年前の売上高の増減、営業利益の増減は、いずれも「横ばい(－3～3%)」、「10～29%減少」が多い。今後3年間の景況予測については、業況予測は「悪くなる」がやや高く、売上高予測は「減少」「増加」とともにほぼ同比率で、営業利益予測は「減少」が高くなっている。

3. 立地環境について

創業場所は「区内で創業」がおよそ6割(65.0%)で、世田谷区内に立地するメリットは、「交通の便が良く地理的にも便利」、「自宅等が近い」、「取引先から近い」が多く、それに対しデメリットは、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」、「競争相手が多く、競争が激しい」が多くなっている。区外への事業所の移転の可能性はおよそ7割(75.4%)で、可能性はないとの回答であった。

4. 取引先について

取引先については、製品等の販売・納入先等の収入を得る地域は、「世田谷区を除く23区内に販売・納入」、前年度決算における支出内訳を総支出に対する金額は、「総人件費割合(役員、正社員、派遣、パート等含む)」が高く、支出内訳の中の原材料は、「世田谷区を除く23区内から購入」、外注先の地域は、「世田谷区を除く23区内に外注」、設備投資(修繕)を行う際の発注先は、「世田谷区内に発注」が多くなっている。

5. 事業活動における課題と方向性等について

経営上抱えている課題は、「従業員の高齢化」、「受注量・取引量・売上高の減少」、「特定専門技術を有する人材不足」、「一般従業員の確保」などが多くあげられている。今後5年間で重点的に取り組みたいことは、「従業員の確保・育成」、「専門人材の確保・育成」、「販路開拓・拡大」、「取引先企業との協力・連携の推進」などが多いことから、人材確保の難しさがうかがえる。リタイアにあたり課題になることは、「債務の処理」、「事業の売却先が見つからない」などが多い。また、後継者への事業継承にあたっての課題は、「後継者の経営者としての資質向上・能力育成」が4割強（44.7%）と高い。

海外への事業展開は、「特に考えはない」が7割強（75.2%）である。

6. 採用状況や雇用環境について

従業員の採用状況は、「採用していない」が5割弱（47.9%）で「まあ順調である」が2割である。順調でない事業者には採用対策を聞いたところ、「人材採用支援会社等への相談」、「アルバイト・パート社員の採用」などが多い。自社に就職を決めた理由は、「技術や知識が活かせるから」、「長く働けることができるから」などが多くあげられている。ワーク・ライフ・バランスの進捗は、「ある程度進んでいる」が4割で、「あまり進んでいない」「進んでいない」の合計が3割で、その理由としては、「旧態依然の慣習や企業風土」、「多様な働き方のメニューを用意していない」などが多い。また、取り組む上での課題は、「働き方についての社会の意識変化」、「会社の労働条件の改善」などが多い。

過去5年間の若年者採用実績は、「採用した」がおよそ4割（43.9%）で、「2～3名」、「1名」の採用が多かった。

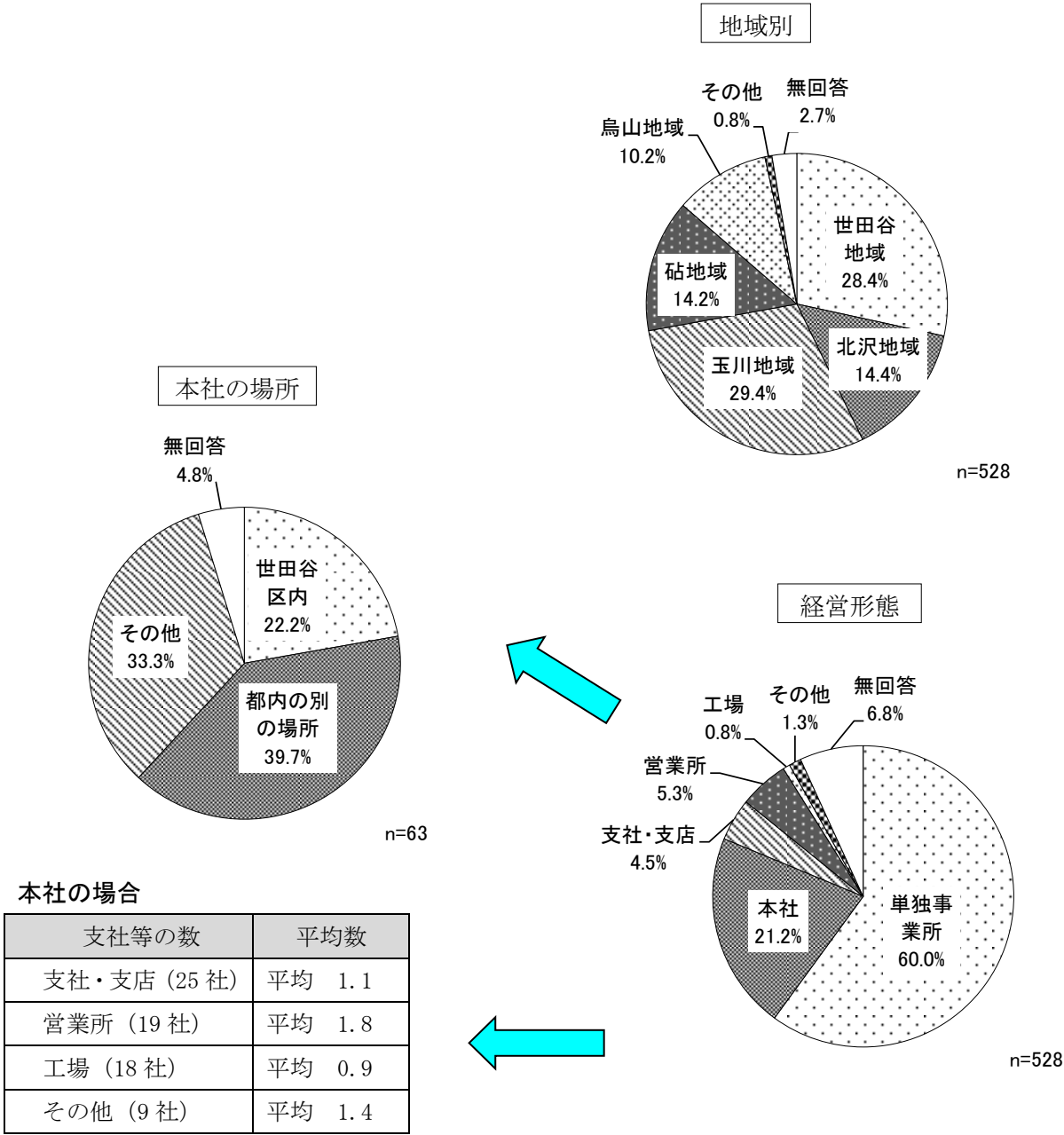
7. 資金調達について

資金調達先は、「信金・信組」、「都市銀行」からが多く、資金調達先との関係は良好である。公的機関が提供する支援制度の活用は「活用したことがある」が6割弱（56.4%）で、活用した理由は「金利が低い」が5割と多い。一方、活用しない理由は、「特に理由はない」が6割だが、「手続きが煩雑」、「制度を知らなかった」などの意見もあげられた。

8. 個別事業課題について

取組状況の高いものは、「企業間や産業間の連携」、「地元金融機関との連携」、「若年層の積極雇用」、「経営改善に向けた相談相手の確保」の順で多く、今後の取組み意向は、「若年層の積極雇用」、「企業間や産業間の連携」、「地元金融機関との連携」の順で多く、現在の取組状況が高いものが今後の取組み意向でも高くなっている。

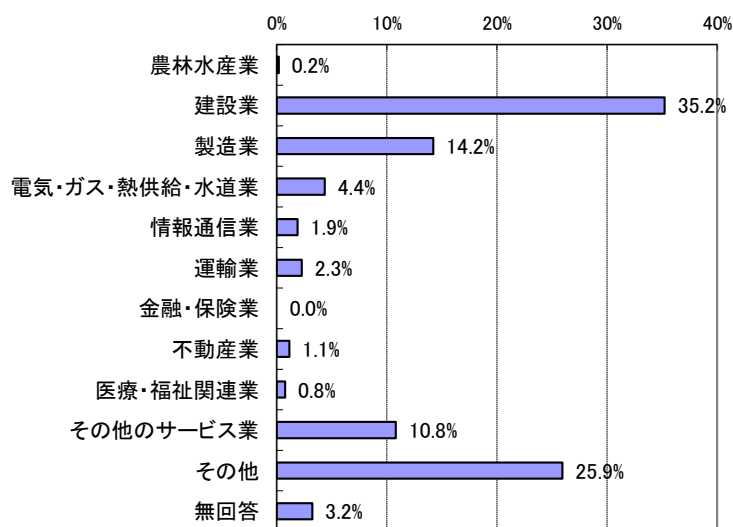
(4) 基本属性



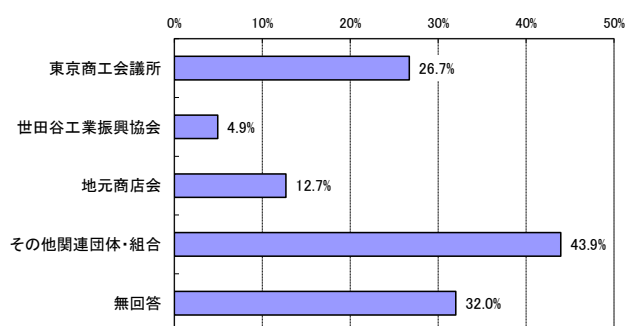
所在地

支社・支店 (25 社)	区内、八王子市、武蔵野市、横浜市、大阪、埼玉等
営業所 (19 社)	区内、神奈川、福岡、大阪、静岡等
工場 (18 社)	区内、神奈川、福島、埼玉、静岡等
その他 (9 社)	区内、千葉、上海等

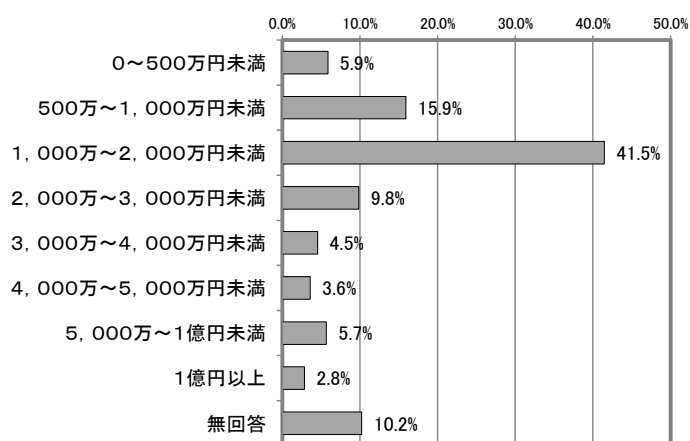
業種 (n=528)



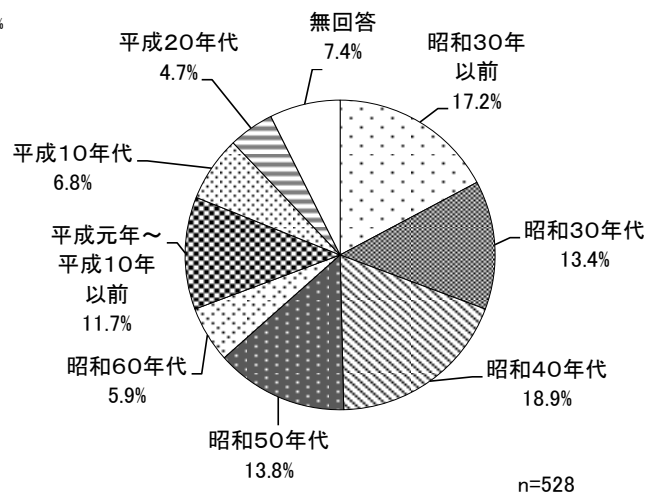
所属団体 (n=528)



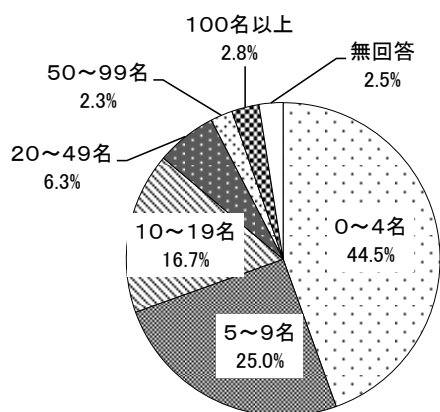
資本金 (n=528)



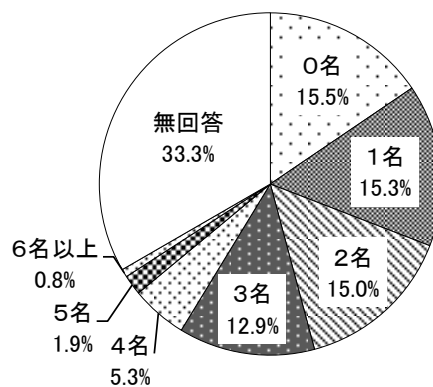
創業



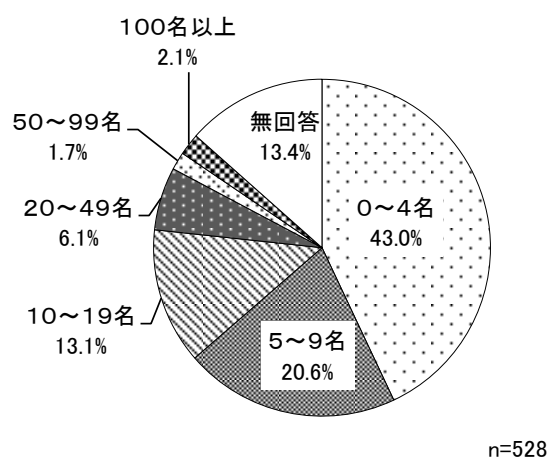
従業員数



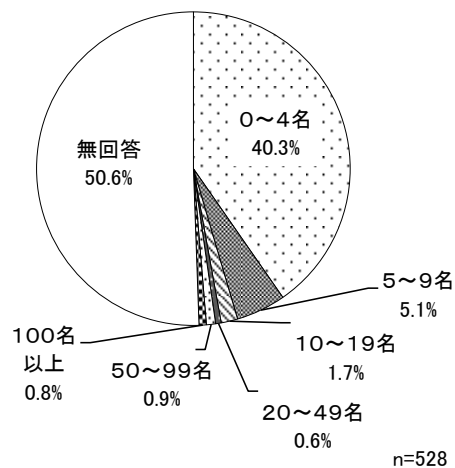
従業員内家族



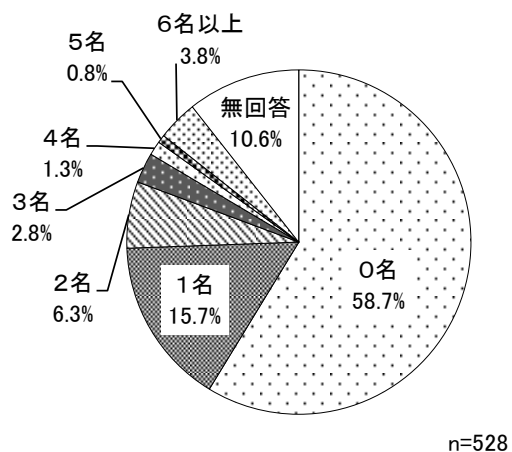
従業員数内正社員



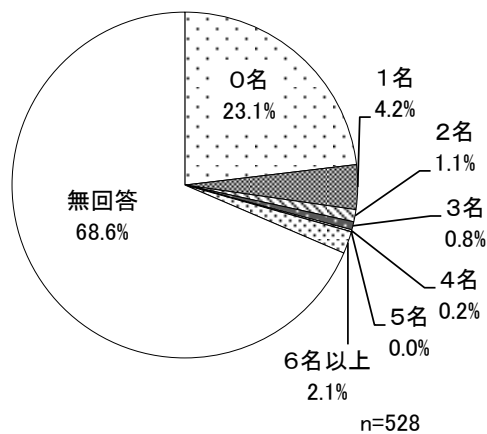
従業員数内パート・アルバイト・派遣



昨年度の採用者数合計

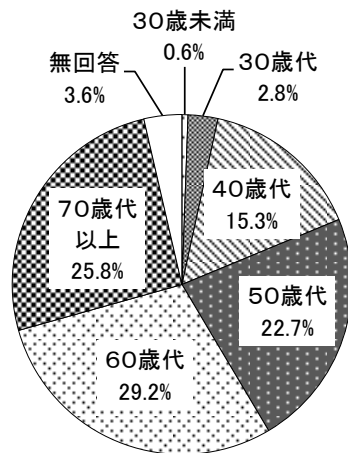


昨年度の新卒採用者数



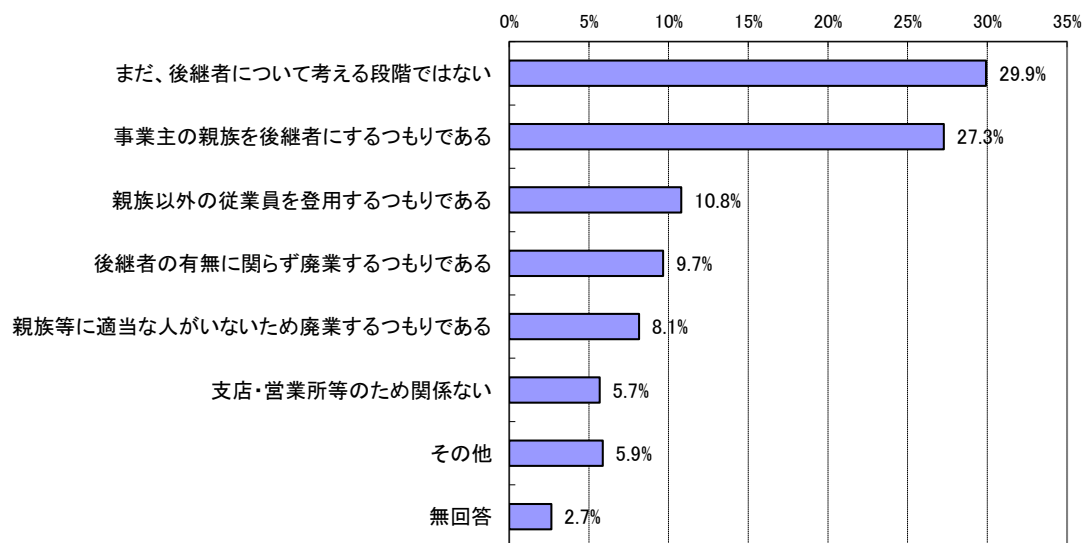
【男性平均：2.8人（内新卒平均0.8人）／女性平均：1.7人（内新卒平均0.4人）】

経営者年代

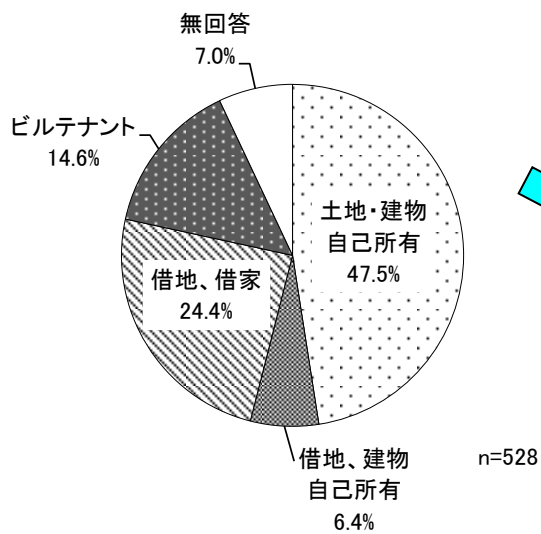


n=528

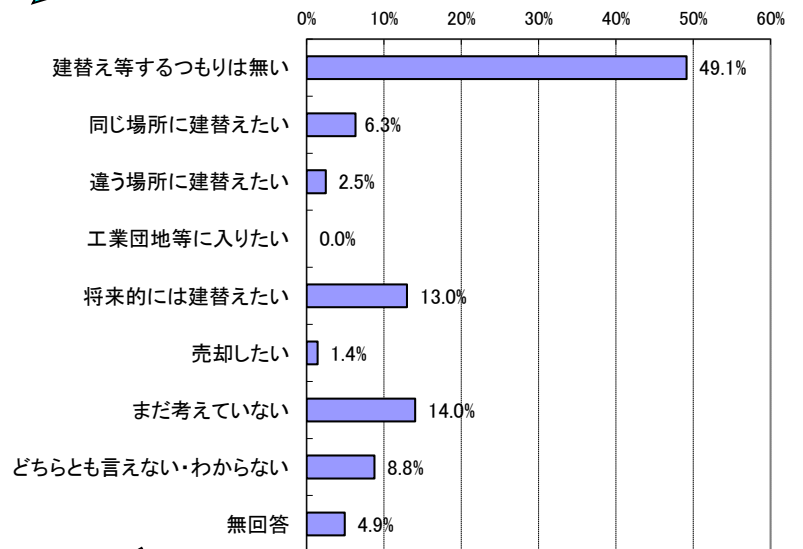
後継者について (n=528)



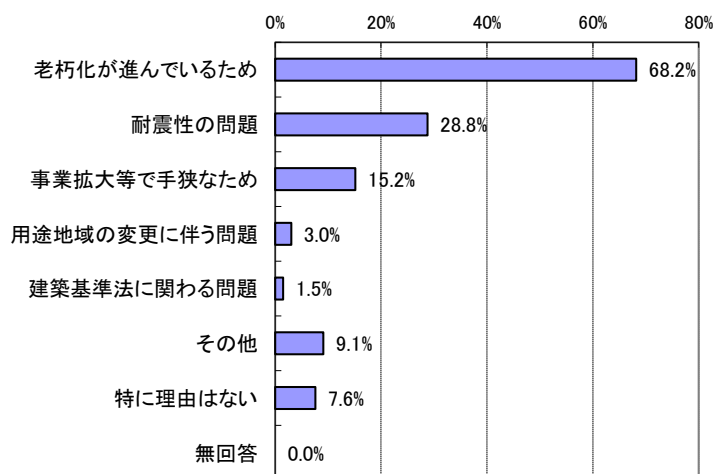
土地、建物所有形態



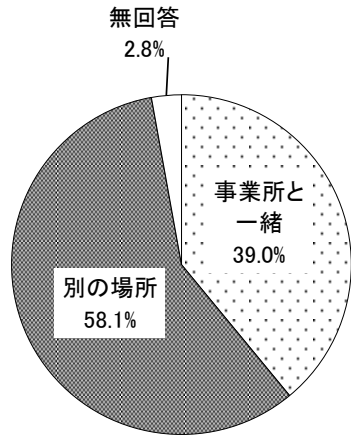
建替え意向 (n=285)



建替・売却したい理由 (n=66)

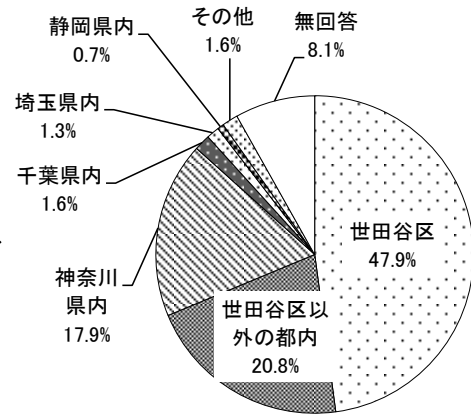


経営者等の自宅



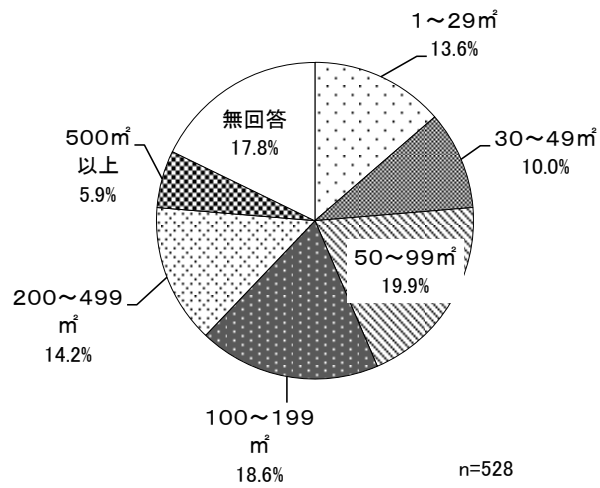
n=528

経営者等の自宅の場所



n=307

事業所面積



n=528

2 調査結果

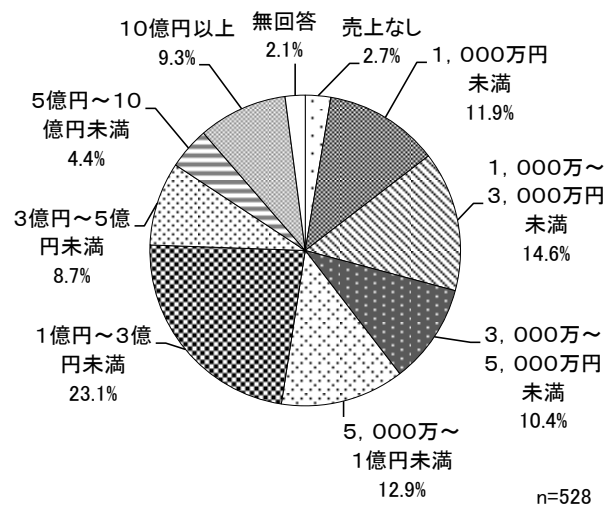
(1) 経営状況について

問2 (1) 昨年度売上高について、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)。

経営状況を確認するため、はじめに昨年度売上高について聞いたところ、「1億円～3億円未満」が23.1%で最も多く、「1,000万～3,000万円未満」が14.6%と続いている (図表2 (1) - 1)。

昨年度売上高

(図表2 (1) - 1)



業種別でみると、おおよその業種で「1億円～3億円未満」が多くなっているが、「その他サービス業」では「1,000万～3,000万円未満」が多くなっている。また、「製造業」では「1,000万円未満」が他の業種に比べ多くなっている（図表2（1）－2）。

地域別にみると、いずれの地域でも「1億円～3億円未満」が多くなっているが、「北沢地域」では「1,000万～3,000万円未満」が他の地域よりも多くなっている（図表2（1）－3）。

昨年度売上高（業種別）

（図表2（1）－2）

	n	売上なし	未100万円未満	未300万円未満	未500万円未満	1500万円未満	円1億3億未満	円3億5億未満	億5億10億未満	10億円以上	無回答
全体	528	14	63	77	55	68	122	46	23	49	11
		2.7%	11.9%	14.6%	10.4%	12.9%	23.1%	8.7%	4.4%	9.3%	2.1%
建設業	186	2	13	21	18	23	61	14	10	21	3
		1.1%	7.0%	11.3%	9.7%	12.4%	32.8%	7.5%	5.4%	11.3%	1.6%
製造業	75	0	15	10	7	8	16	6	1	9	3
		0.0%	20.0%	13.3%	9.3%	10.7%	21.3%	8.0%	1.3%	12.0%	4.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	0	3	3	3	5	5	1	1	1	1
		0.0%	13.0%	13.0%	13.0%	21.7%	21.7%	4.3%	4.3%	4.3%	4.3%
その他サービス業	57	5	7	13	4	8	8	3	2	7	0
		8.8%	12.3%	22.8%	7.0%	14.0%	14.0%	5.3%	3.5%	12.3%	0.0%
その他	170	7	22	26	23	19	30	21	9	10	3
		4.1%	12.9%	15.3%	13.5%	11.2%	17.6%	12.4%	5.3%	5.9%	1.8%

昨年度売上高（地域別）

（図表2（1）－3）

	n	売上なし	未100万円未満	未300万円未満	未500万円未満	1500万円未満	円1億3億未満	円3億5億未満	億5億10億未満	10億円以上	無回答
全体	528	14	63	77	55	68	122	46	23	49	11
		2.7%	11.9%	14.6%	10.4%	12.9%	23.1%	8.7%	4.4%	9.3%	2.1%
世田谷地域	150	7	20	22	15	19	28	12	9	14	4
		4.7%	13.3%	14.7%	10.0%	12.7%	18.7%	8.0%	6.0%	9.3%	2.7%
北沢地域	76	2	11	16	8	8	17	5	6	2	1
		2.6%	14.5%	21.1%	10.5%	10.5%	22.4%	6.6%	7.9%	2.6%	1.3%
玉川地域	155	1	19	25	18	16	36	14	3	18	5
		0.6%	12.3%	16.1%	11.6%	10.3%	23.2%	9.0%	1.9%	11.6%	3.2%
砧地域	75	1	7	5	8	11	24	9	1	9	0
		1.3%	9.3%	6.7%	10.7%	14.7%	32.0%	12.0%	1.3%	12.0%	0.0%
烏山地域	54	2	5	7	6	8	15	5	3	3	0
		3.7%	9.3%	13.0%	11.1%	14.8%	27.8%	9.3%	5.6%	5.6%	0.0%
その他	4	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1
		0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	25.0%

問 2 (2) 3 年前と比較して昨年度の売上高の増減について、該当するものに○をしてください
(○は 1 つだけ)。

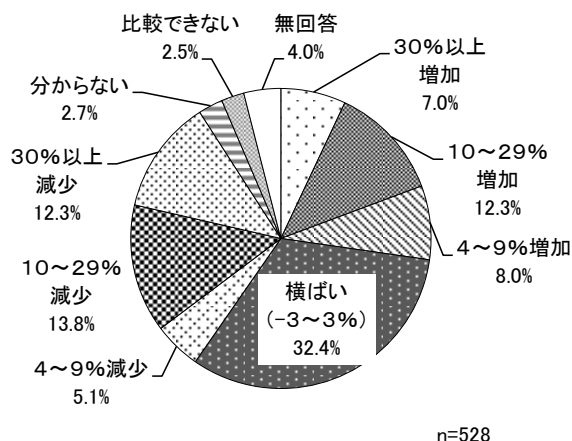
問 2 (3) 3 年前と比較して昨年度の営業利益の増減について、該当するものに○をしてください
(○は 1 つだけ)。

3 年前と比較した昨年度売上高の増減についてみると、「横ばい (−3 ~ 3%)」が 32.4%と最も多く、「10 ~ 29% 減少」が 13.8%と続いている (図表 2 (2) - 1)。また営業利益の増減については「横ばい (−3 ~ 3%)」が 30.1%と多くなっている (図表 2 (3) - 1)。

3 年前と比較した昨年度売上高の増減について業種別にみると、おおよその業種で「横ばい (−3 ~ 3%)」が多くなっているが、「製造業」では「10 ~ 29% 減少」が多くなっている (図表 2 (2) - 2)。

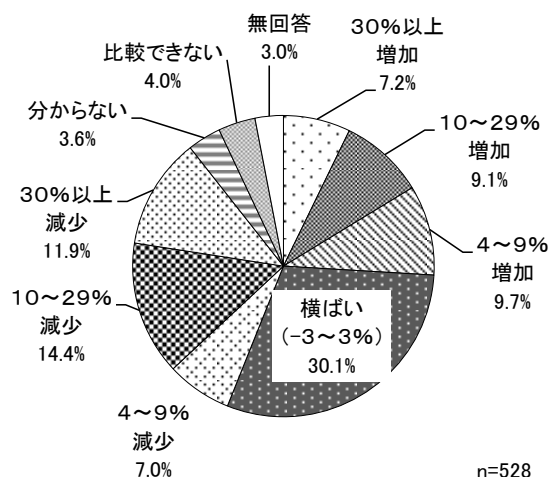
3 年前比の売上高増減

(図表 2 (2) - 1)



3 年前比の営業利益増減

(図表 2 (3) - 1)



3 年前比の売上高増減 (業種別)

(図表 2 (2) - 2)

	n	30%以上増加	10~29%増加	4~9%増加	横ばい (−3~3%)	4~9%減少	10~29%減少	30%以上減少	分からない	比較できない	無回答
全体	528	37	65	42	171	27	73	65	14	13	21
		7.0%	12.3%	8.0%	32.4%	5.1%	13.8%	12.3%	2.7%	2.5%	4.0%
建設業	186	20	22	19	54	6	25	26	3	2	9
		10.8%	11.8%	10.2%	29.0%	3.2%	13.4%	14.0%	1.6%	1.1%	4.8%
製造業	75	3	13	3	16	5	18	12	1	1	3
		4.0%	17.3%	4.0%	21.3%	6.7%	24.0%	16.0%	1.3%	1.3%	4.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	3	1	0	8	3	3	5	0	0	0
		13.0%	4.3%	0.0%	34.8%	13.0%	13.0%	21.7%	0.0%	0.0%	0.0%
その他サービス業	57	3	11	4	18	3	5	5	4	4	0
		5.3%	19.3%	7.0%	31.6%	5.3%	8.8%	8.8%	7.0%	7.0%	0.0%
その他	170	7	18	15	70	8	19	14	5	6	8
		4.1%	10.6%	8.8%	41.2%	4.7%	11.2%	8.2%	2.9%	3.5%	4.7%

3年前と比較した昨年度営業利益の増減について業種別にみると、おおよその業種で「横ばい（－3～3％）」が多くなっているが、「製造業」では「10～29％減少」が多くなっている（図表2（3）－2）。

3年前と比較した昨年度営業利益の増減について従業員数別にみると、全体的に「横ばい（－3～3％）」が多くなっているが、およそ従業員規模が大きくなるにつれて、営業利益も増加している。一方「5名未満」では全体的に増加は少なくなっている（図表2（3）－3）。

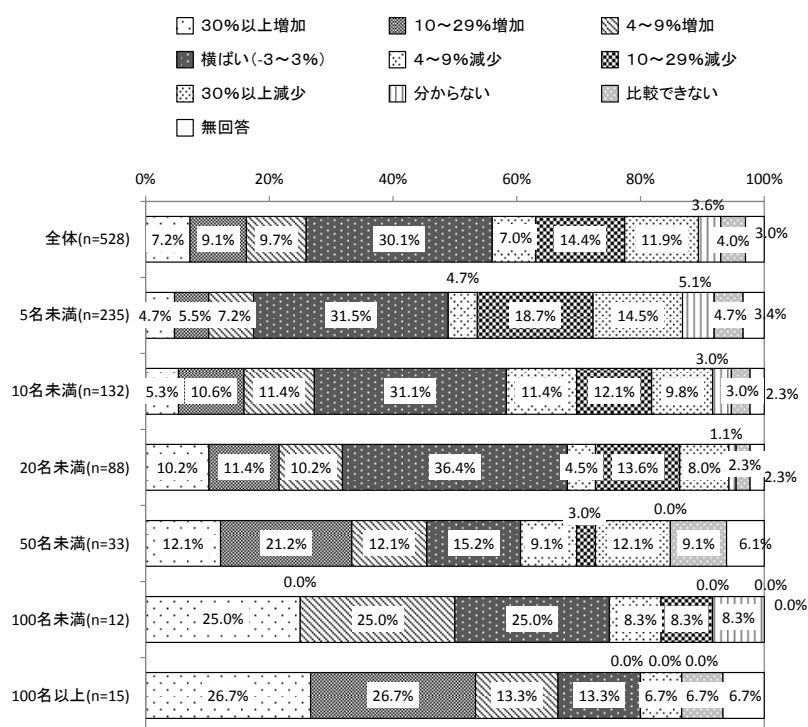
3年前比の営業利益増減（業種別）

（図表2（3）－2）

	n	30%以上増加	10～29%増加	4～9%増加	横ばい（－3～3%）	4～9%減少	10～29%減少	30%以上減少	分からない	比較できない	無回答
全体	528	38 7.2%	48 9.1%	51 9.7%	159 30.1%	37 7.0%	76 14.4%	63 11.9%	19 3.6%	21 4.0%	16 3.0%
建設業	186	18 9.7%	14 7.5%	24 12.9%	54 29.0%	10 5.4%	24 12.9%	22 11.8%	4 2.2%	7 3.8%	9 4.8%
製造業	75	8 10.7%	6 8.0%	5 6.7%	18 24.0%	3 4.0%	21 28.0%	10 13.3%	2 2.7%	1 1.3%	1 1.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	2 8.7%	2 8.7%	4 17.4%	6 26.1%	3 13.0%	1 4.3%	4 17.4%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%
その他サービス業	57	4 7.0%	11 19.3%	1 1.8%	17 29.8%	8 14.0%	4 7.0%	3 5.3%	5 8.8%	4 7.0%	0 0.0%
その他	170	5 2.9%	15 8.8%	16 9.4%	61 35.9%	10 5.9%	23 13.5%	21 12.4%	6 3.5%	8 4.7%	5 2.9%

3年前比の営業利益増減（従業員数別）

（図表2（3）－3）



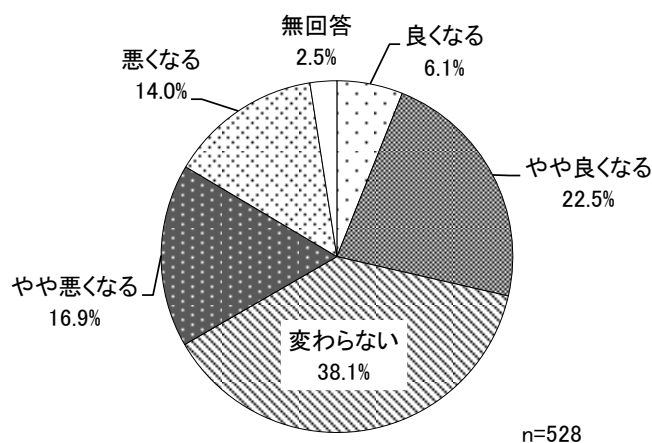
問 2（４） 今後３年間を考えたとき、御社の景況はどのように推移していくと予想しますか
（○は各指標について１つだけ）。

今後３年間の業況予測についてみると、「やや悪くなる」、「悪くなる」のいずれかを回答した事業者が 30.9%と３割を超えている。一方、「やや良くなる」、「良くなる」のいずれかを回答した事業者は 28.6%で良くなるとの予測がやや少なくなっている（図表 2（４）－１）。

業種別にみると、全体的に「やや悪くなる」、「悪くなる」が多くなっているが、「建設業」では「良くなる」、「やや良くなる」が多くなっている（図表 2（４）－２）。

前回調査では、「建設業」で「悪くなる」が 37.2%と多くなっていた。

今後３年間の業況予測 （図表 2（４）－１）



今後３年間の業況予測（業種別） （図表 2（４）－２）

	n	良くなる	やや良くなる	変わらない	やや悪くなる	悪くなる	無回答
全体	528	32 6.1%	119 22.5%	201 38.1%	89 16.9%	74 14.0%	13 2.5%
建設業	186	13 7.0%	52 28.0%	70 37.6%	31 16.7%	14 7.5%	6 3.2%
製造業	75	4 5.3%	18 24.0%	24 32.0%	11 14.7%	17 22.7%	1 1.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	2 8.7%	5 21.7%	9 39.1%	4 17.4%	3 13.0%	0 0.0%
その他サービス業	57	5 8.8%	12 21.1%	22 38.6%	13 22.8%	5 8.8%	0 0.0%
その他	170	7 4.1%	31 18.2%	69 40.6%	29 17.1%	29 17.1%	5 2.9%

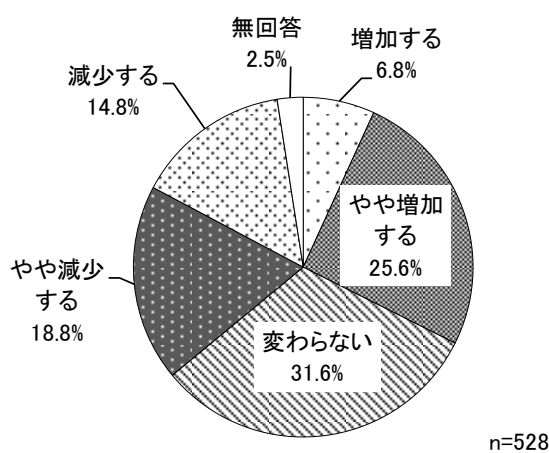
今後３年間の売上高予測についてみると、「やや減少する」、「減少する」のいずれかを回答した事業者が 33.6%で、「やや増加する」、「増加する」のいずれかを回答した事業者は 32.4%とほぼかわらなかった（図表２（４）－３）。

業種別にみると、「建設業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「その他サービス業」では「増加する」、「やや増加する」のいずれかを回答した事業者が多く、「製造業」、「その他」では「やや減少する」、「減少する」のいずれかを回答した事業者が多くなっている（図表２（４）－４）。

前回調査では、「建設業」で「減少する」が 39.4%と多くなっていた。

今後３年間の売上高予測

（図表２（４）－３）



今後３年間の売上高予測（業種別）

（図表２（４）－４）

	n	増加する	やや増加する	変わらない	やや減少する	減少する	無回答
全体	528	36	135	167	99	78	13
		6.8%	25.6%	31.6%	18.8%	14.8%	2.5%
建設業	186	14	56	56	38	17	5
		7.5%	30.1%	30.1%	20.4%	9.1%	2.7%
製造業	75	5	18	22	12	17	1
		6.7%	24.0%	29.3%	16.0%	22.7%	1.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	2	6	8	4	3	0
		8.7%	26.1%	34.8%	17.4%	13.0%	0.0%
その他サービス業	57	6	15	20	8	8	0
		10.5%	26.3%	35.1%	14.0%	14.0%	0.0%
その他	170	8	39	54	36	27	6
		4.7%	22.9%	31.8%	21.2%	15.9%	3.5%

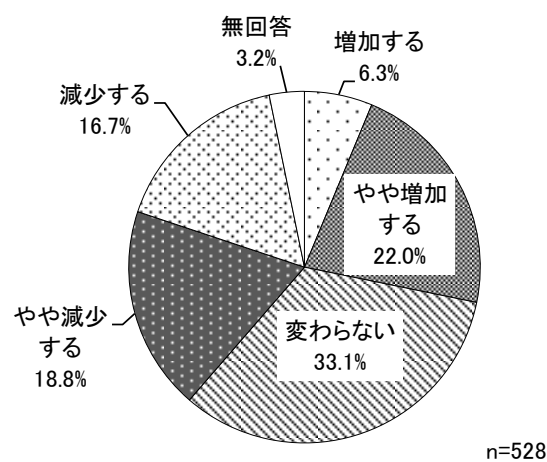
今後３年間の営業利益予測についてみると、「やや減少する」、「減少する」のいずれかを回答した事業者が 35.5%で、「やや増加する」、「増加する」のいずれかを回答した事業者は 28.3%となっており、増加するとの予測がやや少なくなっている（図表２（４）－５）。

業種別にみると、「建設業」、「製造業」、「その他」では「やや減少する」、「減少する」のいずれかを回答した事業者が多くなっており、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「その他サービス業」では増加すると減少するが同比率である（図表２（４）－６）。

前回調査では、「電気・ガス・熱供給・水道業」や「建設業」などでは「減少する」が多くなっているが、「農林水産業」や「情報通信業」などでは「増加する」が多くなっている。

今後３年間の営業利益予測

（図表２（４）－５）



今後３年間の営業利益予測（業種別）

（図表２（４）－６）

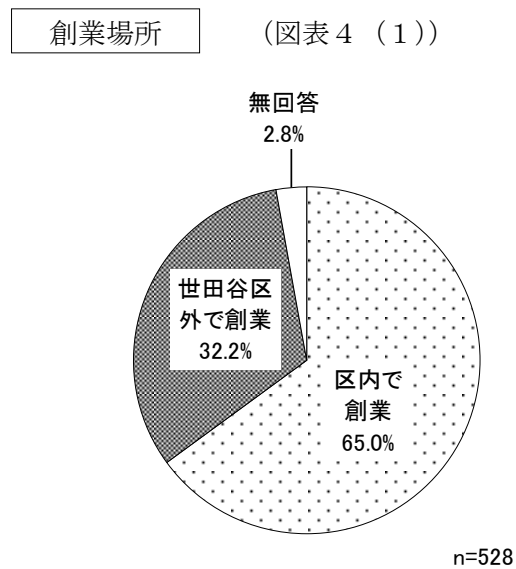
	n	増加する	やや増加する	変わらない	やや減少する	減少する	無回答
全体	528	33	116	175	99	88	17
		6.3%	22.0%	33.1%	18.8%	16.7%	3.2%
建設業	186	11	46	63	41	18	7
		5.9%	24.7%	33.9%	22.0%	9.7%	3.8%
製造業	75	5	20	22	4	22	2
		6.7%	26.7%	29.3%	5.3%	29.3%	2.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	1	6	9	4	3	0
		4.3%	26.1%	39.1%	17.4%	13.0%	0.0%
その他サービス業	57	6	12	21	10	8	0
		10.5%	21.1%	36.8%	17.5%	14.0%	0.0%
その他	170	9	32	55	36	31	7
		5.3%	18.8%	32.4%	21.2%	18.2%	4.1%

(2) 立地環境について

問3 (1) 創業は世田谷区内ですか (○は1つだけ)。

創業場所について聞いたところ、「区内で創業」が65.0%を占めており、「世田谷区外で創業」が32.2%であった(図表4(1))。

前回調査では、「区内で創業」が74.2%を占めていた。



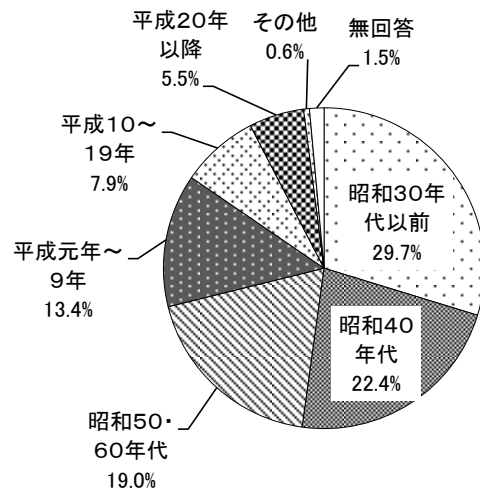
問3（1-1）【区内で創業と回答された方】

いつ頃から世田谷区内に立地していますか（〇は1つだけ）。

世田谷区内での立地時期について聞いたところ、「昭和30年代以前」が29.7%で最も多く、「昭和40年代」（22.4%）、「昭和50・60年代」（19.0%）と続いている（図表3（1-1）-1）。

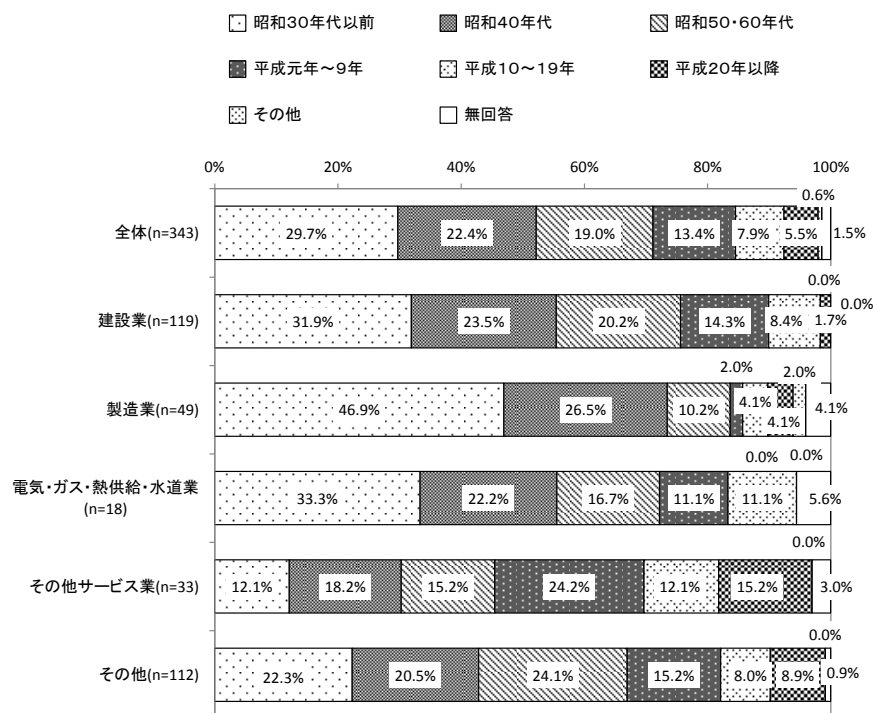
業種別にみると、「建設業」、「製造業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」などは「昭和30年代以前」、「その他サービス業」では「平成元年～9年」がそれぞれ多くなっている（図表3（1-1）-2）。

区内創業時期（図表3（1-1）-1）



n=343

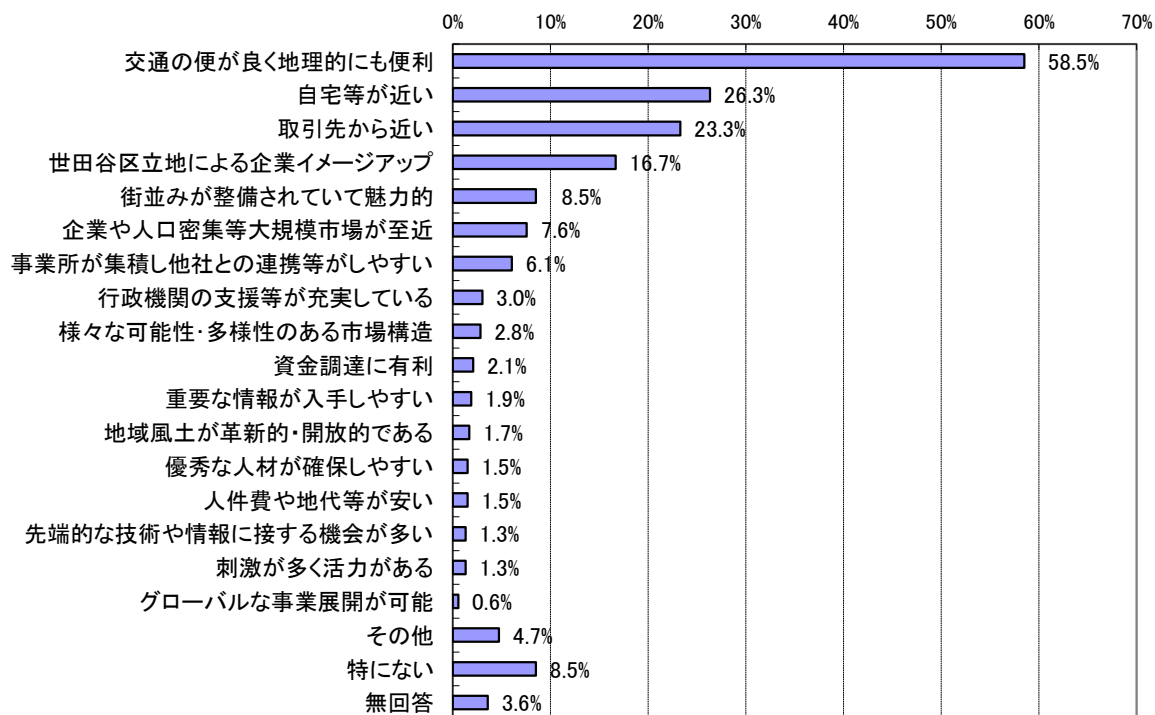
区内創業時期（業種別）（図表3（1-1）-2）



問3（2） 世田谷区的环境や立地するメリットはどのようなものですか（〇は3つまで）。

世田谷区的环境や立地するメリットについて聞いたところ、「交通の便が良く地理的にも便利」が58.5%で最も多く、「自宅等が近い」(26.3%)、「取引先から近い」(23.3%)と続いている(図表3(2))。

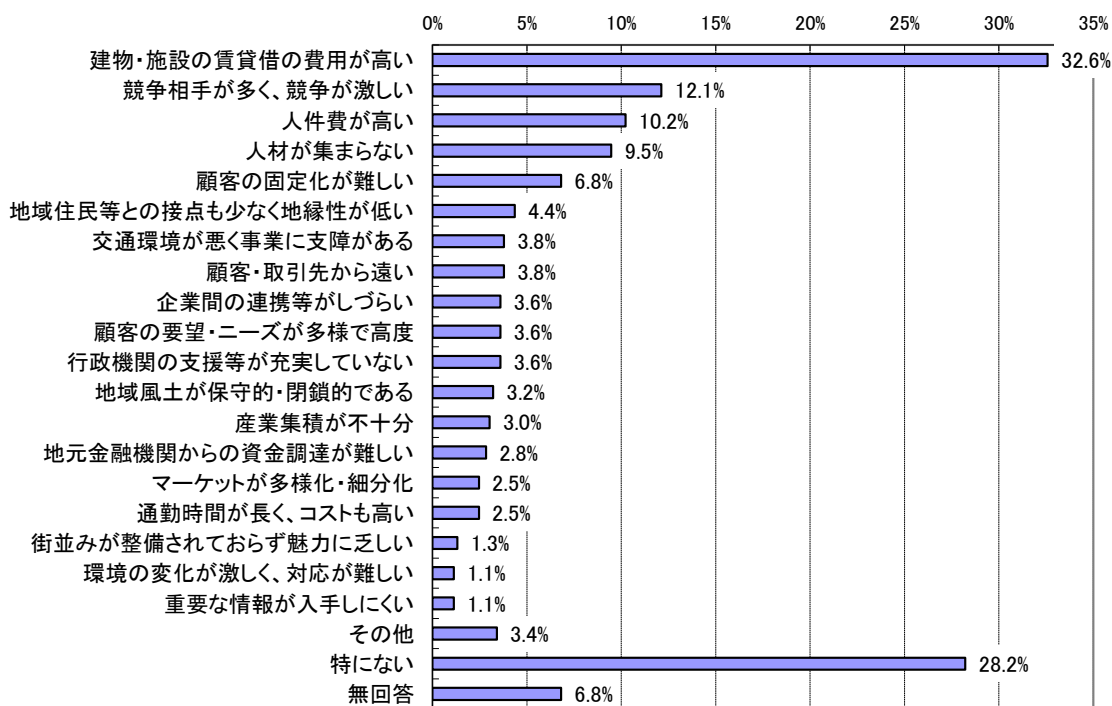
区内立地のメリット (n=528) (図表3(2))



問3（3） 世田谷区的环境や立地するデメリットはどのようなものですか（〇は3つまで）。

世田谷区的环境や立地するデメリットについて聞いたところ、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が32.6%で最も多く、「競争相手が多く、競争が激しい」（12.1%）、「人件費が高い」（10.2%）と続いている。また、「特にない」も多くなっている（図表3（3））。

区内立地のデメリット（n=528）（図表3（3））

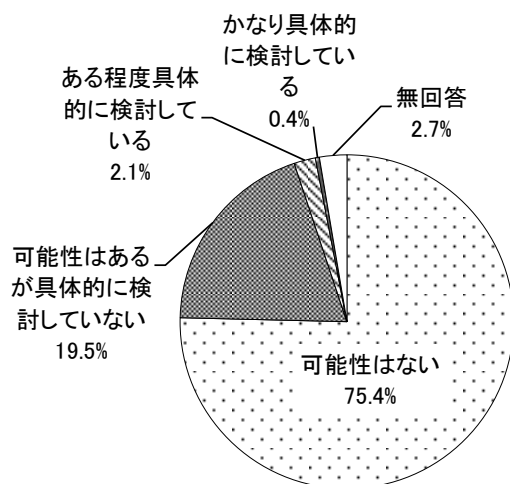


問3（4） 御社では区外への事業所移転の可能性はありますか（○は1つだけ）。

区外への事業所移転の可能性について聞いたところ、「可能性はない」が75.4%で最も多く、「可能性はあるが具体的に検討していない」が19.5%と続いている（図表3（4）－1）。

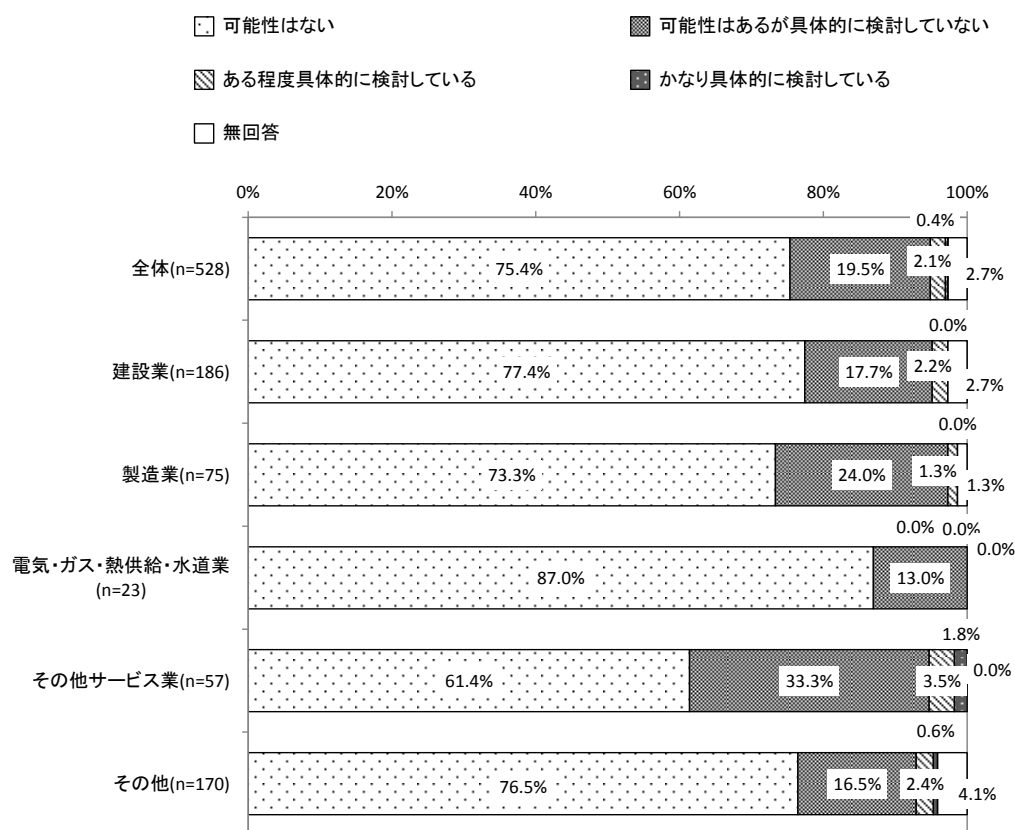
業種別にみると、いずれの業種でも「可能性はない」が最も多くなっているが、「その他サービス業」では「可能性はあるが具体的に検討していない」が33.3%と他の業種よりも多くなっている（図表3（4）－2）。

区外移転予定（図表3（4）－1）



区外移転予定（業種別）（図表3（4）－2）

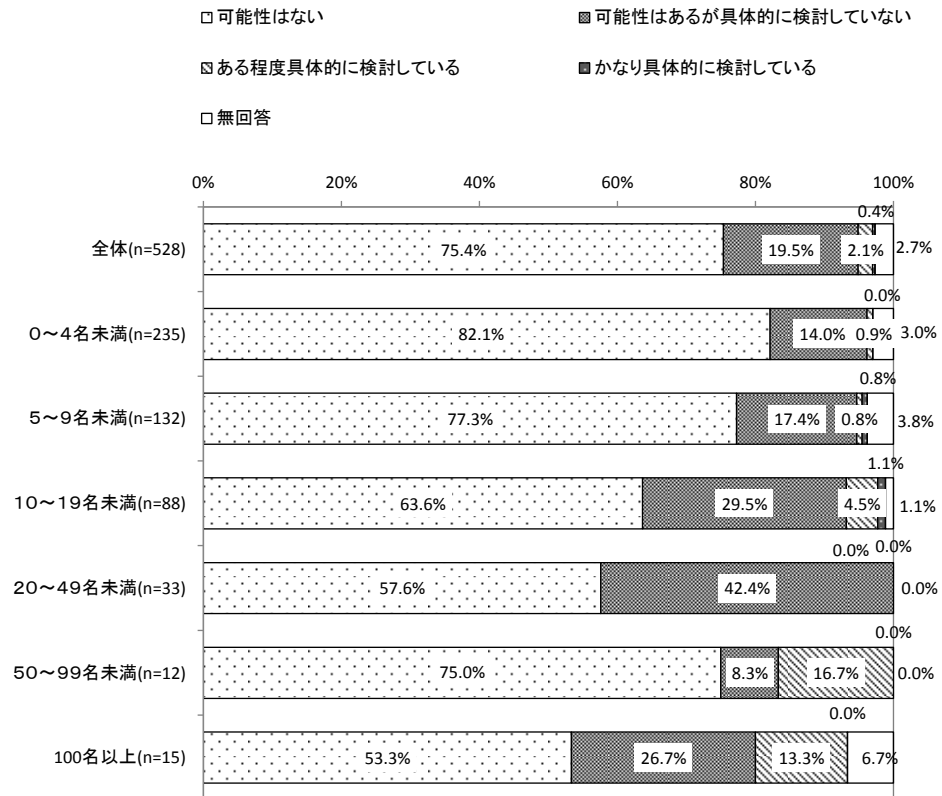
n=528



従業員数別にみると、いずれも「可能性はない」が最も多くなっているが、「20～49名」では「可能性はあるが具体的に検討していない」が42.4%でやや多くなっている（図表3（4）－3）。

区外移転予定（従業員数別）

（図表3（4）－3）



(3) 取引先について

問4(1) 御社の製品等の販売・納入先等の収入を得る地域の割合をお書きください。

取引先状況について把握するにあたり、はじめに製品等の販売・納入先等の収入を得る地域の割合を見てみると、「世田谷区を除く23区内に販売・納入」が35.4%で最も多く「世田谷区内に販売・納入」が29.2%、などとなっている(図表4(1)-1)。

業種別にみると、「建設業」「製造業」では「世田谷区を除く23区内に販売・納入」がそれぞれ38.8%、25.7%で最も多く、「世田谷区内に販売・納入」がそれぞれ30.9%、23.3%と続いている(図表4(1)-2)。(図表4(1)-3)。「その他サービス業」では「世田谷区内に販売・納入」が36.9%で最も多く、「世田谷区を除く23区内に販売・納入」が30.8%と続いている(図表4(1)-4)。

前回調査の業種別では、「建設業」は「世田谷区内に販売・納入」が39.3%、「製造業」は「世田谷区を除く23区に販売・納入」が32.2%と多くなっていた。

製品等の販売・納入先等の収入を得る際の地域の割合

【全体】 (図表4(1)-1)

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に販売・納入	29.2%
B	世田谷区を除く23区内に販売・納入	35.4%
C	23区を除く都内及び横浜市・川崎市内に販売・納入	11.6%
D	上記以外の首都圏内に販売・納入	11.8%
E	上記以外の国内に販売・納入	8.8%
F	海外に販売・納入	0.6%
G	その他	2.7%

(注) A～Gの各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、AからGの合計は必ずしも100%にならない。以下同じ。

【建設業】 (図表4(1)-2)

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に販売・納入	30.9%
B	世田谷区を除く23区内に販売・納入	38.8%
C	23区を除く都内及び横浜市・川崎市内に販売・納入	13.5%
D	上記以外の首都圏内に販売・納入	11.3%
E	上記以外の国内に販売・納入	4.6%
F	海外に販売・納入	0.2%
G	その他	0.8%

【製造業】（図表 4（1）－ 3）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に販売・納入	23.3%
B	世田谷区を除く 23 区内に販売・納入	25.7%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に販売・納入	11.9%
D	上記以外の首都圏内に販売・納入	18.5%
E	上記以外の国内に販売・納入	18.7%
F	海外に販売・納入	1.6%
G	その他	0.4%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【その他サービス業】（図表 4（1）－ 4）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に販売・納入	36.9%
B	世田谷区を除く 23 区内に販売・納入	30.8%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に販売・納入	9.1%
D	上記以外の首都圏内に販売・納入	9.1%
E	上記以外の国内に販売・納入	11.9%
F	海外に販売・納入	0.1%
G	その他	2.0%

問 4（2） 御社の前年度決算における支出内訳を総支出に対する金額割合をお書きください。

前年度決算における支出内訳の総支出に対する金額割合についてみると、「総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）」が 31.9%で最も多く、「原材料購入費割合」が 23.9%、「生産の外注費割合」が 23.0%と続いている（図表 4（2）－1）。

業種別にみると、「建設業」では「生産の外注費割合」が 35.2%で最も多く、「総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）」が 28.2%と続いている（図表 4（2）－2）。「製造業」、「その他サービス業」では「総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）」がそれぞれ 31.7%、39.9%で最も多く、「原材料購入費割合」がそれぞれ 29.2%、14.9%と続いている（図表 4（2）－3）（図表 4（2）－4）。

前年度決算における支出内訳を総支出に対する金額の割合

【全体】（図表 4（2）－1）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）	31.9%
B	原材料購入費割合	23.9%
C	生産の外注費割合	23.0%
D	営業費割合（事務・印刷・輸送・交通費等）	9.1%
E	社屋・工場機械等の設備投資費割合（修繕費を含む）	2.9%
F	本社・親会社等への納付金	0.2%
G	その他（光熱費等、税金等上記に分類されない費用）	8.9%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみ構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【建設業】（図表 4（2）－2）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）	28.2%
B	原材料購入費割合	20.3%
C	生産の外注費割合	35.2%
D	営業費割合（事務・印刷・輸送・交通費等）	7.2%
E	社屋・工場機械等の設備投資費割合（修繕費を含む）	2.1%
F	本社・親会社等への納付金	0.2%
G	その他（光熱費等、税金等上記に分類されない費用）	6.9%

【製造業】 （図表 4（2）－3）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）	31.7%
B	原材料購入費割合	29.2%
C	生産の外注費割合	17.7%
D	営業費割合（事務・印刷・輸送・交通費等）	8.4%
E	社屋・工場機械等の設備投資費割合（修繕費を含む）	4.4%
F	本社・親会社等への納付金	0.6%
G	その他（光熱費等、税金等上記に分類されない費用）	8.0%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【その他サービス業】 （図表 4（2）－4）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）	39.9%
B	原材料購入費割合	14.9%
C	生産の外注費割合	12.2%
D	営業費割合（事務・印刷・輸送・交通費等）	12.5%
E	社屋・工場機械等の設備投資費割合（修繕費を含む）	3.8%
F	本社・親会社等への納付金	0.1%
G	その他（光熱費等、税金等上記に分類されない費用）	16.5%

問 4（3） 支出内訳の中の「原材料」はどこ地域から購入されていますか。地域の割合をお書きください。

支出内訳の中の「原材料」購入地域の割合についてみると、「世田谷区を除く 23 区内から購入」が 37.8%で最も多く、「世田谷区内から購入」が 22.1%と続いている（図表 4（3）－1）。

業種別にみると、いずれの業種でも「世田谷区を除く 23 区内から購入」が多くなっているが、「建設業」では「世田谷区内から購入」が 28.4%と続き、「製造業」では「上記以外の国内から購入」が 22.9%、「その他サービス業」では「上記以外の首都圏内から購入」が 17.3%とそれぞれ続いている（図表 4（3）－2、図表 4（3）－3、図表 4（3）－4）。

前回調査では、「世田谷区を除く 23 区内から購入」が 42.5%で最も多く、「世田谷区内から購入」が 23.2%と続いていた。

原材料を購入する際の地域の割合

【全体】（図表 4（3）－1）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内から購入	22.1%
B	世田谷区を除く 23 区内から購入	37.8%
C	23 区を除く 都内及び横浜市・川崎市内から購入	10.4%
D	上記以外の首都圏内から購入	11.1%
E	上記以外の国内から購入	13.8%
F	海外から購入	2.7%
G	その他	2.0%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【建設業】（図表 4（3）－2）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内から購入	28.4%
B	世田谷区を除く 23 区内から購入	43.1%
C	23 区を除く 都内及び横浜市・川崎市内から購入	10.7%
D	上記以外の首都圏内から購入	9.4%
E	上記以外の国内から購入	5.4%
F	海外から購入	0.0%
G	その他	3.0%

【製造業】（図表 4（3）－ 3）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内から購入	8.4%
B	世田谷区を除く 23 区内から購入	38.3%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市市内から購入	13.4%
D	上記以外の首都圏内から購入	14.6%
E	上記以外の国内から購入	22.9%
F	海外から購入	2.3%
G	その他	0.2%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【その他サービス業】（図表 4（3）－ 4）

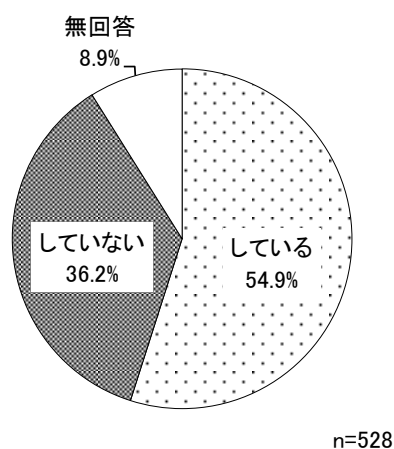
	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内から購入	12.4%
B	世田谷区を除く 23 区内から購入	47.3%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市市内から購入	8.1%
D	上記以外の首都圏内から購入	17.3%
E	上記以外の国内から購入	11.6%
F	海外から購入	0.6%
G	その他	2.8%

問 4 (4) 生産の外注をしていますか (○は1つだけ)。
 問 4 (4-1) 外注先の地域の割合をお書きください。

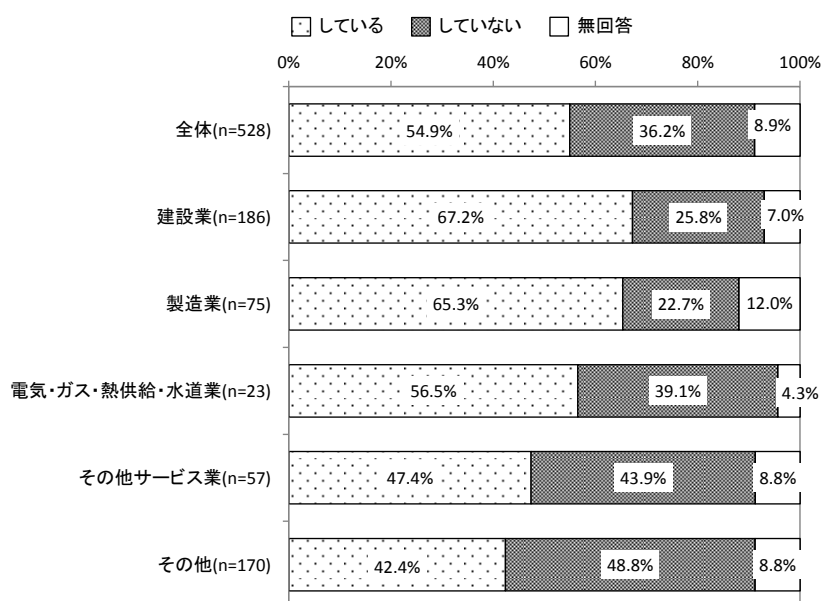
生産の外注の有無について聞いたところ、「している」が 54.9%で、「していない」が 36.2%となっている (図表 4 (4) - 1)。

業種別にみると、「建設業」、「製造業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」では「している」がそれぞれ 67.2%、65.3%、56.5%と多くなっており、「その他サービス業」では「していない」がやや多くなっている (図表 4 (4) - 2)。

生産の外注の有無 (図表 4 (4) - 1)



生産の外注の有無 (業種別) (図表 4 (4) - 2)



生産の外注を『している』と回答した事業所に外注先の地域の割合を聞いたところ、「世田谷区を除く 23 区内に外注」が 33.8%で最も多く、「世田谷区内に外注」が 21.1%と続いている（図表 4（4－1）－1）。

業種別にみると、「建設業」では「世田谷区を除く 23 区内に外注」が 35.6%で最も多く、「世田谷区内に外注」が 25.7%と続いている。また、「製造業」では「上記以外の国内に外注」が 26.2%、「世田谷区を除く 23 区内に外注」が 23.9%、「その他サービス業」では「世田谷区を除く 23 区内に外注」が 54.6%で最も多く、「上記以外の国内に外注」が 17.1%と続いている（図表 4（4－1）－2、図表 4（4－1）－3、図表 4（4－1）－4）。

外注先の地域の割合

【全体】（図表 4（4－1）－1）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に外注	21.1%
B	世田谷区を除く 23 区内に外注	33.8%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	12.9%
D	上記以外の首都圏内に外注	14.3%
E	上記以外の国内に外注	15.0%
F	海外に外注	2.2%
G	その他	0.6%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ

【建設業】（図表 4（4－1）－2）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に外注	25.7%
B	世田谷区を除く 23 区内に外注	35.6%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	19.2%
D	上記以外の首都圏内に外注	12.1%
E	上記以外の国内に外注	6.3%
F	海外に外注	0.0%
G	その他	1.1%

【製造業】（図表 4（4－1）－3）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に外注	16.2%
B	世田谷区を除く 23 区内に外注	23.9%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	10.0%
D	上記以外の首都圏内に外注	18.5%
E	上記以外の国内に外注	26.2%
F	海外に外注	4.6%
G	その他	0.6%

【その他サービス業】（図表４（４－１）－４）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に外注	10.1%
B	世田谷区を除く 23 区内に外注	54.6%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	5.5%
D	上記以外の首都圏内に外注	12.7%
E	上記以外の国内に外注	17.1%
F	海外に外注	0.0%
G	その他	0.0%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。

従業員数別にみると、全体的に「世田谷区を除く 23 区内に外注」が多くなっているが、従業員数が「100名以上」は「上記以外の国内に外注」が多くなっている（図表４（４－１）－５）。

外注先の地域の割合（従業員数別）（図表４（４－１）－５） 金額高の割合【平均】%

	合 計	A 世 田 谷 区 内 に 外 注	B に 世 田 谷 区 を 除 く 2 3 区 内	C 浜 2 市 3 区 を 除 く 都 内 及 注 び 横	D 注 上 記 以 外 の 首 都 圏 内 に 外	E 上 記 以 外 の 国 内 に 外 注	F 海 外 に 外 注	G そ の 他
全体	100.0	21.1	33.8	12.9	14.3	15.0	2.2	0.6
0～4名	100.0	23.3	30.1	12.8	15.5	15.3	2.7	0.3
5～9名	100.0	24.6	36.6	12.4	14.7	9.8	1.8	0.1
10～19名	100.0	12.4	39.0	14.6	13.5	17.0	3.2	0.4
20～49名	100.0	17.7	35.5	19.5	10.8	11.3	0.0	5.3
50～99名	100.0	24.3	27.1	5.0	13.6	30.0	0.0	0.0
100名以上	100.0	0.0	7.3	1.3	12.8	78.8	0.0	0.0

問 4（5） 設備投資（修繕）を行う際の発注先の地域の割合をお書きください。

設備投資（修繕）を行う際の発注先地域の割合について聞いたところ、「世田谷区内に発注」が 39.4%で最も多く「世田谷区を除く 23 区内に発注」が 33.6%と続いている（図表 4（5）－1）。

業種別にみると、「建設業」では「世田谷区内に発注」が 44.7%で最も多く「世田谷区を除く 23 区内に発注」が 31.9%と続いている。また、「製造業」、「その他サービス業」では「世田谷区を除く 23 区内に発注」がそれぞれ 35.8%、35.5%で最も多く「世田谷区内に発注」がそれぞれ 20.6%、30.3%と続いている（図表 4（5）－2、図表 4（5）－3、図表 4（5）－4）。

従業員数別にみると、全体的に「世田谷区内に発注」、「世田谷区を除く 23 区内発注」が多くなっているが、従業員数が増加するにつれておおよそ「上記以外の国内に発注」が多くなっている（図表 4（5）－5）。

設備投資（修繕）を行う際の地域の割合

【全体】（図表 4（5）－1）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に発注	39.4%
B	世田谷区を除く 23 区内に発注	33.6%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	8.6%
D	上記以外の首都圏内に発注	8.2%
E	上記以外の国内に発注	6.7%
F	海外に発注	0.6%
G	その他	3.0%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【建設業】（図表 4（5）－2）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に発注	44.7%
B	世田谷区を除く 23 区内に発注	31.9%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	10.7%
D	上記以外の首都圏内に発注	7.0%
E	上記以外の国内に発注	3.6%
F	海外に発注	0.0%
G	その他	2.1%

【製造業】（図表４（５）－３）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に発注	20.6%
B	世田谷区を除く 23 区内に発注	35.8%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	11.3%
D	上記以外の首都圏内に発注	16.7%
E	上記以外の国内に発注	13.7%
F	海外に発注	0.1%
G	その他	1.8%

（注）A～G の各欄に回答している事業所のみの構成比の平均であるため、A から G の合計は必ずしも 100%にならない。以下同じ。

【その他サービス業】（図表４（５）－４）

	地 域	金額高の割合[平均]
A	世田谷区内に発注	30.3%
B	世田谷区を除く 23 区内に発注	35.5%
C	23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	8.6%
D	上記以外の首都圏内に発注	8.4%
E	上記以外の国内に発注	9.1%
F	海外に発注	0.0%
G	その他	8.1%

設備投資（修繕）を行う際の地域の割合（従業員数別）（図表４（５）－５） 金額高の割合【平均】%

	合 計	A 世 田 谷 区 内 に 発 注	B に 世 田 谷 区 を 除 く 2 3 区 内	C 浜 2 市 3 ・ 区 ・ 川 を 除 く 市 内 都 内 及 び 横	D 注 上 記 以 外 の 首 都 圏 内 に 発	E 上 記 以 外 の 国 内 に 発 注	F 海 外 に 発 注	G そ の 他
全体	100.0	39.4	33.6	8.6	8.2	6.7	0.6	3.0
0～4名	100.0	42.0	32.7	7.4	10.0	4.4	0.7	2.8
5～9名	100.0	43.1	31.9	8.1	6.1	4.9	1.0	4.9
10～19名	100.0	32.2	40.2	9.2	9.0	9.3	0.0	0.0
20～49名	100.0	33.1	26.0	14.7	8.1	10.1	0.0	8.1
50～99名	100.0	33.3	38.9	3.9	5.0	18.9	0.0	0.0
100名以上	100.0	17.8	32.0	21.1	3.6	25.6	0.0	0.0

（４）事業活動における課題と方向性等について

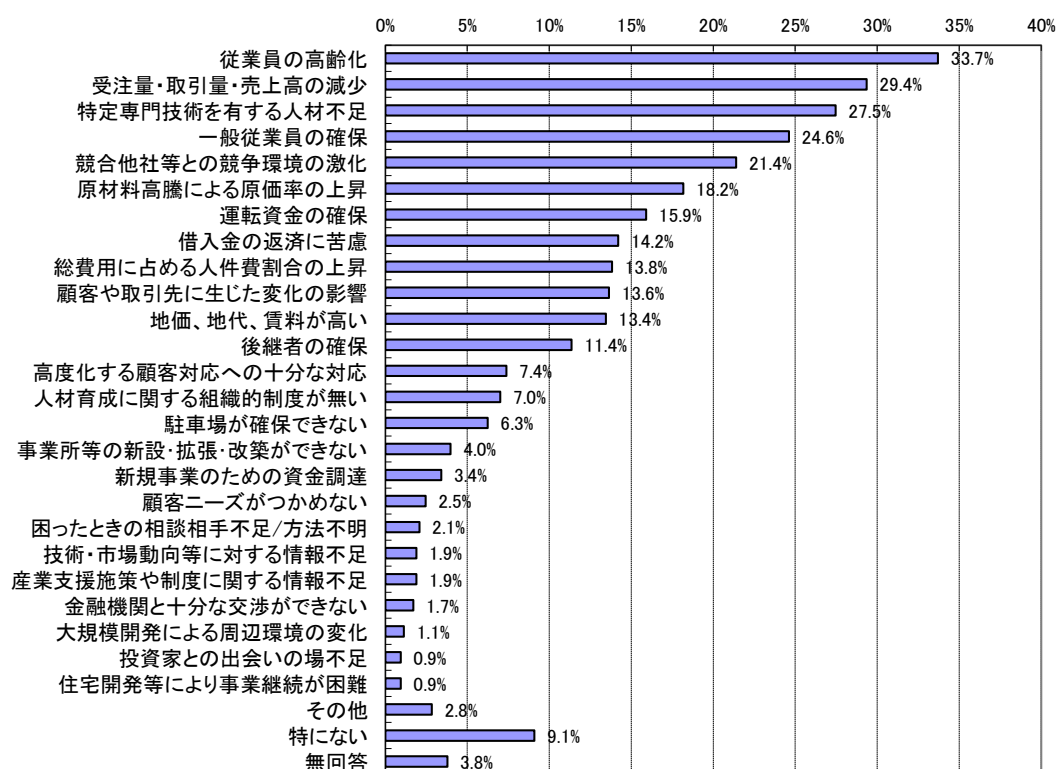
問５（１） 現在、経営上抱えている課題はどのようなことですか（〇は５つまで）。

現在、経営上抱えている課題について聞いたところ、「従業員の高齢化」が33.7%で最も多く、「受注量・取引量・売上高の減少」(29.4%)、「特定専門技術を有する人材不足」(27.5%)「一般従業員の確保」(24.6%)と続いている(図表５（１）－１)。

業種別にみると、「建設業」では「特定専門技術を有する人材不足」が45.2%、「従業員の高齢化」が44.1%と多くなっている。また、「製造業」では「従業員の高齢化」が36.0%、「受注量・取引量・売上高の減少」が33.3%、「電気・ガス・熱供給・水道業」では「特定専門技術を有する人材不足」、「従業員の高齢化」が共に39.1%、「その他サービス業」では「受注量・取引量・売上高の減少」、「運転資金の確保」が共に26.3%とそれぞれ多くなっている。(図表５（１）－２)。

前回調査では、多くの業種で「受注量・取引量・売上高の減少」が最も多く、「原材料高騰による原価率の上昇」、「従業員の高齢化」と続いていた。

経営上の課題 (n=528) (図表５（１）－１)



経営上の課題（業種別）

（図表 5（1）－ 2）

	n	一般従業員の確保	特定専門技術を有する人材不足	総費用に占める人件費割合の上昇	後継者の確保	従業員の高齢化	受注量・取引量・売上高の減少	競合他社等との競争環境の激化	顧客や取引先に生じた変化の影響	原材料高騰による原価率の上昇	運転資金の確保	借入金の返済に苦慮	地価、地代、賃料が高
全体	528	130	145	73	60	178	155	113	72	96	84	75	71
		24.6%	27.5%	13.8%	11.4%	33.7%	29.4%	21.4%	13.6%	18.2%	15.9%	14.2%	13.4%
建設業	186	60	84	23	22	82	51	41	22	37	28	30	32
		32.3%	45.2%	12.4%	11.8%	44.1%	27.4%	22.0%	11.8%	19.9%	15.1%	16.1%	17.2%
製造業	75	15	20	10	9	27	25	14	12	18	12	6	6
		20.0%	26.7%	13.3%	12.0%	36.0%	33.3%	18.7%	16.0%	24.0%	16.0%	8.0%	8.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	5	9	3	2	9	6	3	1	4	2	4	2
		21.7%	39.1%	13.0%	8.7%	39.1%	26.1%	13.0%	4.3%	17.4%	8.7%	17.4%	8.7%
その他サービス業	57	9	12	8	5	8	15	11	3	10	15	9	11
		15.8%	21.1%	14.0%	8.8%	14.0%	26.3%	19.3%	5.3%	17.5%	26.3%	15.8%	19.3%
その他	170	38	18	26	20	45	49	39	30	23	26	23	17
		22.4%	10.6%	15.3%	11.8%	26.5%	28.8%	22.9%	17.6%	13.5%	15.3%	13.5%	10.0%

※全体で上位の 12 項目を記載。

問 5（２） 今後５年程度を展望して重点的に取り組みたいと考えていることは何ですか（○は５つまで）。

今後５年程度を展望して重点的に取り組みたいと考えていることについて聞いたところ、「従業員の確保・育成」が 37.9%で最も多く、「専門人材の確保・育成」（26.5%）、「販路開拓・拡大」（24.4%）、「取引先企業との協力・連携の推進」（24.2%）と続いている（図表５（２）－１）。

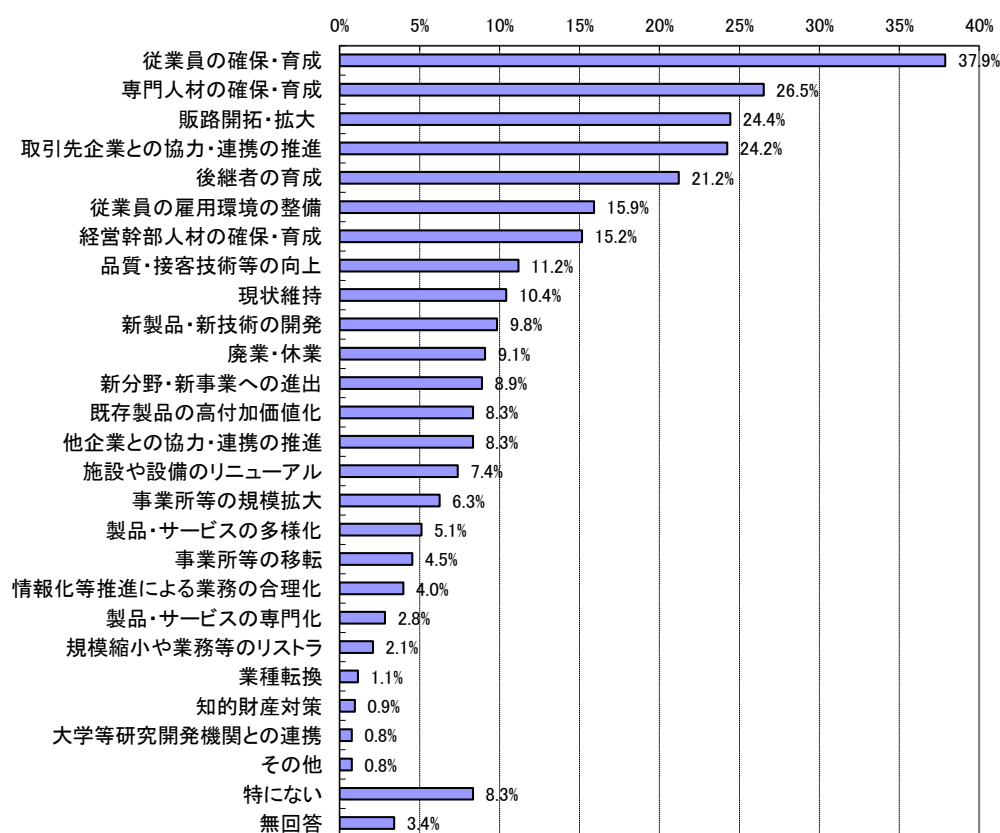
業種別にみると、「建設業」では「従業員の確保・育成」が 48.4%と最も多く、「専門人材の確保・育成」が 41.9%と多く、他の業種と比較しても高くなっている。また、「電気・ガス・熱供給・水道業」では「取引先企業との協力・連携の推進」が 34.8%で最も多く、他の業種と比較しても高くなっている（図表５（２）－２）。

従業員数別にみると、いずれも「従業員の確保・育成」や「専門人材の確保・育成」が多くなっている。「従業員の確保・育成」は従業員数が多くなるにつれて比率が高くなる傾向がみられる。また、「５～９名」から「２０～４９名」は「後継者の育成」が多く、「０～４名」、「５～９名」では「販路開拓・拡大」が多くなっている（図表５（２）－３）。

前回調査では、「販路開拓・拡大」が最も多く、「従業員の確保・育成」、「取引先企業との協力・連携の推進」と続いていた。

今後５年間で重点的に取り組みたいこと（n=528）

（図表５（２）－１）



今後５年間で重点的に取り組みたいこと（業種別）（図表５（２）－２）

	n	従業員の確保・育成	経営幹部人材の確保・育成	専門人材の確保・育成	後継者の育成	従業員の雇用環境の整備	販路開拓・拡大	取引先企業との協力・連携の推進	品質・接客技術等の向上	現状維持
全体	528	200 37.9%	80 15.2%	140 26.5%	112 21.2%	84 15.9%	129 24.4%	128 24.2%	59 11.2%	55 10.4%
建設業	186	90 48.4%	31 16.7%	78 41.9%	40 21.5%	41 22.0%	35 18.8%	55 29.6%	30 16.1%	22 11.8%
製造業	75	21 28.0%	9 12.0%	21 28.0%	15 20.0%	7 9.3%	21 28.0%	14 18.7%	9 12.0%	10 13.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	6 26.1%	5 21.7%	6 26.1%	4 17.4%	4 17.4%	3 13.0%	8 34.8%	2 8.7%	0 0.0%
その他サービス業	57	17 29.8%	12 21.1%	13 22.8%	9 15.8%	8 14.0%	15 26.3%	10 17.5%	3 5.3%	4 7.0%
その他	170	61 35.9%	22 12.9%	21 12.4%	38 22.4%	23 13.5%	48 28.2%	38 22.4%	14 8.2%	15 8.8%

＊全体で上位の９項目を記載。以下同じ。

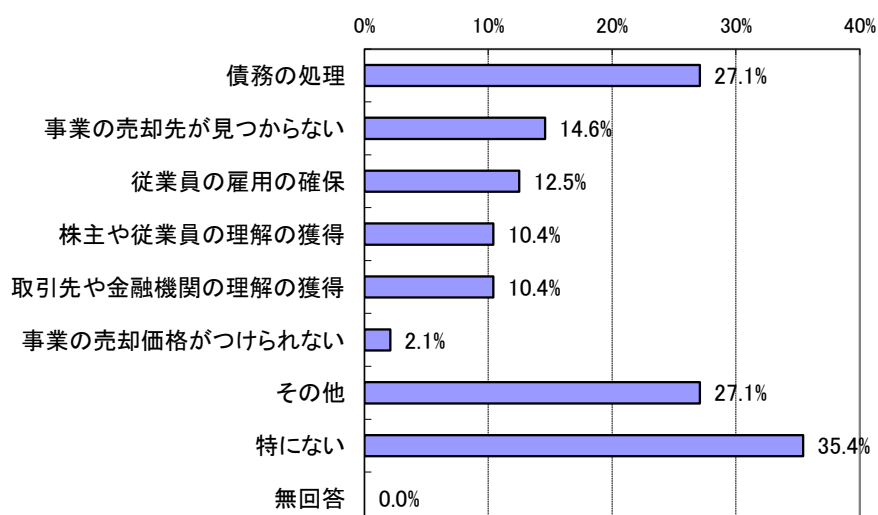
今後５年間で重点的に取り組みたいこと（従業員数別）（図表５（２）－３）

	n	従業員の確保・育成	経営幹部人材の確保・育成	専門人材の確保・育成	後継者の育成	従業員の雇用環境の整備	販路開拓・拡大	取引先企業との協力・連携の推進	品質・接客技術等の向上	現状維持
全体	528	200 37.9%	80 15.2%	140 26.5%	112 21.2%	84 15.9%	129 24.4%	128 24.2%	59 11.2%	55 10.4%
0～4名	235	38 16.2%	13 5.5%	38 16.2%	35 14.9%	13 5.5%	61 26.0%	54 23.0%	26 11.1%	30 12.8%
5～9名	132	61 46.2%	20 15.2%	34 25.8%	39 29.5%	26 19.7%	38 28.8%	31 23.5%	13 9.8%	15 11.4%
10～19名	88	54 61.4%	16 18.2%	40 45.5%	23 26.1%	23 26.1%	21 23.9%	25 28.4%	10 11.4%	8 9.1%
20～49名	33	24 72.7%	14 42.4%	18 54.5%	11 33.3%	10 30.3%	4 12.1%	9 27.3%	7 21.2%	0 0.0%
50～99名	12	8 66.7%	7 58.3%	6 50.0%	2 16.7%	5 41.7%	1 8.3%	5 41.7%	1 8.3%	0 0.0%
100名以上	15	12 80.0%	8 53.3%	3 20.0%	1 6.7%	6 40.0%	2 13.3%	2 13.3%	2 13.3%	1 6.7%

問5（3） リタイア（廃業）にあたり、課題となることは何ですか（○は3つまで）。

リタイアにあたり課題になることを聞いたところ、「債務の処理」が27.1%で最も多く、「事業の売却先が見つからない」(14.6%)、「従業員の雇用の確保」(12.5%)と続いている。また、「特にない」と回答した事業者も多くなっている。(図表5（3）)。

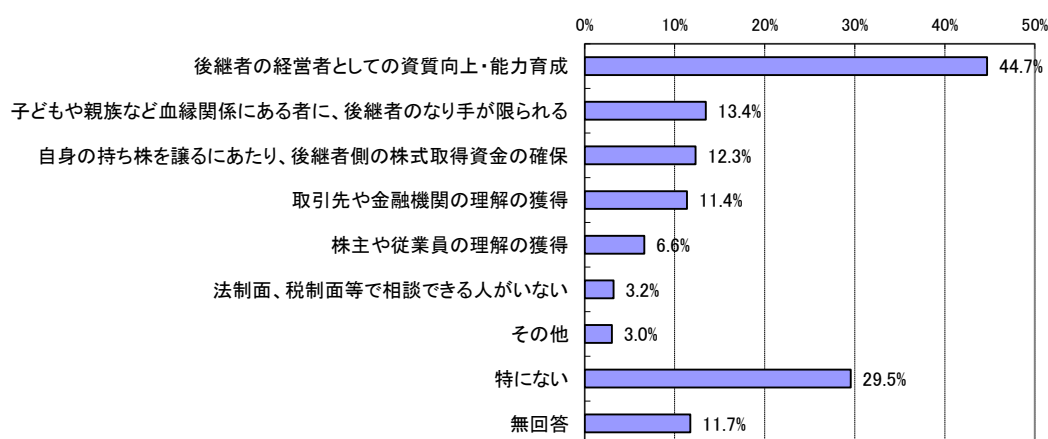
リタイアにあたり課題になること (n=48) (図表5（3）)



問5（4） 後継者への事業継承にあたり、課題となることは何ですか（○は3つまで）。

後継者への事業継承にあたり課題になることを聞いたところ、「後継者の経営者としての資質向上・能力育成」が44.7%で最も多く、「子どもや親族など血縁関係にある者に、後継者のなり手が限られる」が13.4%と続いている。また、「特にない」と回答した事業者も多くなっている(図表5（4）－1)。

後継者の事業継承にあたり、課題になること (n=528) (図表5（4）－1)



業種別にみると、いずれの業種も「後継者の経営者としての資質向上・能力育成」が最も多くなっている。また、「その他サービス業」では「特にない」と回答した事業者も多くなっている（図表5（4）－2）。

従業員数別にみると、「5～9名」「10～19名」「20～49名」で「後継者の経営者としての資質向上・能力育成」が6割以上と高くなっている。また、「0～4名」「50～99名」「100名以上」では「特にない」と回答した事業者も多くなっている（図表5（4）－3）。

後継者の事業継承にあたり、課題になること（業種別）

（図表5（4）－2）

	n	後継者の経営者として の資質向上・能力育成	株主や従業員の理解の 獲得	取引先や金融機関の理 解の獲得	関係にある者が限られる 子どもや親族など血縁 者のなり手が限られる	式取得資金の確保 の株	自身の持ち株を譲るに あたり、後継者側の株	法制度、税制面で相 談できる人がいない	その他	特 に ない	無 回 答
全体	528	236 44.7%	35 6.6%	60 11.4%	71 13.4%	65 12.3%	17 3.2%	16 3.0%	156 29.5%	62 11.7%	
建設業	186	96 51.6%	12 6.5%	27 14.5%	27 14.5%	30 16.1%	9 4.8%	6 3.2%	51 27.4%	17 9.1%	
製造業	75	30 40.0%	6 8.0%	7 9.3%	13 17.3%	6 8.0%	1 1.3%	1 1.3%	21 28.0%	12 16.0%	
電気・ガス・熱供給・水道業	23	11 47.8%	1 4.3%	2 8.7%	0 0.0%	2 8.7%	0 0.0%	0 0.0%	8 34.8%	2 8.7%	
その他サービス業	57	20 35.1%	4 7.0%	8 14.0%	5 8.8%	7 12.3%	2 3.5%	3 5.3%	25 43.9%	3 5.3%	
その他	170	74 43.5%	11 6.5%	14 8.2%	21 12.4%	18 10.6%	4 2.4%	6 3.5%	47 27.6%	25 14.7%	

後継者の事業継承にあたり、課題になること（従業員数別）

（図表5（4）－3）

	n	後継者の経営者として の資質向上・能力育成	株主や従業員の理解の 獲得	取引先や金融機関の理 解の獲得	関係にある者などに後継 者のなり手が限られる	子どもや親族など血縁 関係にある者の確保	自身の持ち株を譲るに あたり、後継者側の株 式取得資金の確保	法面、税面等で相 談できる人がいない	その他	特 に な い	無 回 答
全体	528	236 44.7%	35 6.6%	60 11.4%	71 13.4%	65 12.3%	17 3.2%	16 3.0%	156 29.5%	62 11.7%	
0～4名	235	68 28.9%	5 2.1%	16 6.8%	39 16.6%	15 6.4%	4 1.7%	7 3.0%	96 40.9%	34 14.5%	
5～9名	132	80 60.6%	8 6.1%	23 17.4%	17 12.9%	21 15.9%	8 6.1%	4 3.0%	21 15.9%	13 9.8%	
10～19名	88	55 62.5%	8 9.1%	12 13.6%	10 11.4%	20 22.7%	4 4.5%	4 4.5%	20 22.7%	2 2.3%	
20～49名	33	24 72.7%	9 27.3%	6 18.2%	3 9.1%	5 15.2%	0 0.0%	0 0.0%	4 12.1%	4 12.1%	
50～99名	12	3 25.0%	1 8.3%	1 8.3%	0 0.0%	3 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 41.7%	2 16.7%	
100名以上	15	4 26.7%	4 26.7%	2 13.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 33.3%	5 33.3%	

問5（5） 海外での事業展開を考えていますか（○は3つまで）。

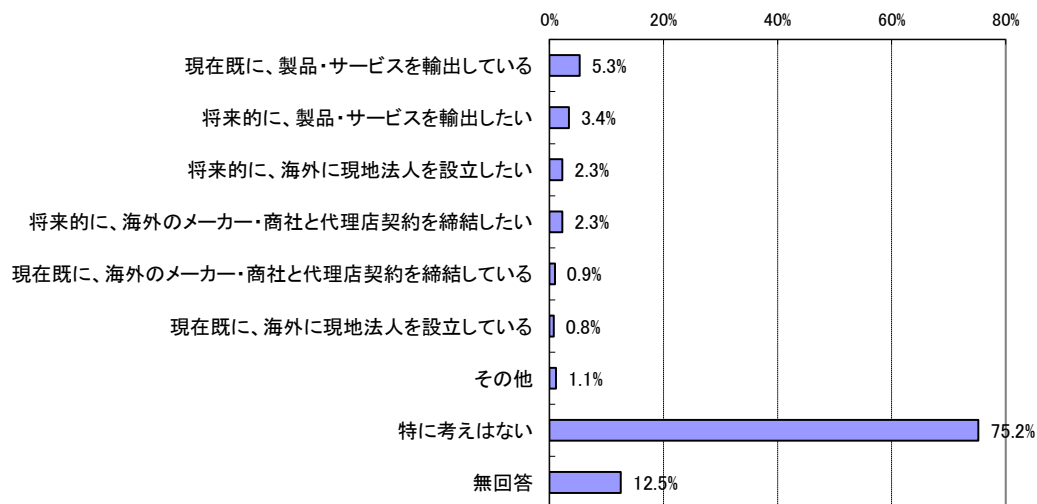
海外での事業展開の取り組み実態と意向について聞いたところ、現在既に取り組んでいる事業者、及び将来的に取り組む意向のある事業者はともに1割未満となっている（図表5（5）－1）。

業種別にみると、「製造業」では「現在既に、製品・サービスを輸出している」が17.3%で他の業種と比べ高くなっている。（図表5（5）－2）。

従業員数別にみると、「50～99名」と「100名以上」で、「現在既に、製品・サービスを輸出している」が他の従業員数と比べると高くなっている。（図表5（5）－3）。

海外での事業展開について（n=528）

（図表5（5）－1）



海外での事業展開について（業種別）

（図表5（5）－2）

	n	現在既に輸出している製品・サービス	現在既に海外に現地法人を設立している	現在既に海外の代理店契約を締結している	将来輸出したい製品・サービス	将来海外に現地法人を設立したい	将来海外の代理店契約を締結したい	その他	特に考えはない	無回答
全体	528	28 5.3%	4 0.8%	5 0.9%	18 3.4%	12 2.3%	12 2.3%	6 1.1%	397 75.2%	66 12.5%
建設業	186	3 1.6%	0 0.0%	0 0.0%	6 3.2%	4 2.2%	6 3.2%	1 0.5%	156 83.9%	19 10.2%
製造業	75	13 17.3%	2 2.7%	2 2.7%	2 2.7%	1 1.3%	1 1.3%	0 0.0%	49 65.3%	9 12.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.3%	17 73.9%	4 17.4%
その他サービス業	57	3 5.3%	1 1.8%	1 1.8%	4 7.0%	1 1.8%	1 1.8%	1 1.8%	44 77.2%	3 5.3%
その他	170	8 4.7%	1 0.6%	2 1.2%	5 2.9%	6 3.5%	4 2.4%	3 1.8%	121 71.2%	25 14.7%

海外での事業展開について（従業員数別）

（図表 5（5）－3）

	n	現在既に、製品・サービス輸出している	現在既に、海外に現地法人を設立している	現在既に、海外の代理店・契約を締結している	将来的に、製品・サービス輸出したい	将来的に、海外に現地法人を設立したい	将来的に、海外の代理店・契約を締結したい	その他	特に考えはない	無回答
全体	528	28 5.3%	4 0.8%	5 0.9%	18 3.4%	12 2.3%	12 2.3%	6 1.1%	397 75.2%	66 12.5%
0～4名	235	6 2.6%	0 0.0%	2 0.9%	4 1.7%	2 0.9%	4 1.7%	2 0.9%	179 76.2%	40 17.0%
5～9名	132	9 6.8%	3 2.3%	3 2.3%	5 3.8%	4 3.0%	3 2.3%	1 0.8%	99 75.0%	12 9.1%
10～19名	88	7 8.0%	1 1.1%	0 0.0%	6 6.8%	3 3.4%	3 3.4%	2 2.3%	66 75.0%	6 6.8%
20～49名	33	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.0%	1 3.0%	1 3.0%	1 3.0%	29 87.9%	1 3.0%
50～99名	12	2 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	8 66.7%	1 8.3%
100名以上	15	2 13.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 6.7%	1 6.7%	1 6.7%	0 0.0%	8 53.3%	3 20.0%

（５）採用状況や雇用環境、ワーク・ライフ・バランスについて

問６（１） 御社の従業員の採用状況はいかがですか（○は１つだけ）。

問６（１－１） 【余り順調でない」と回答された方】どのような対応を取っていますか（○はいくつでも）。

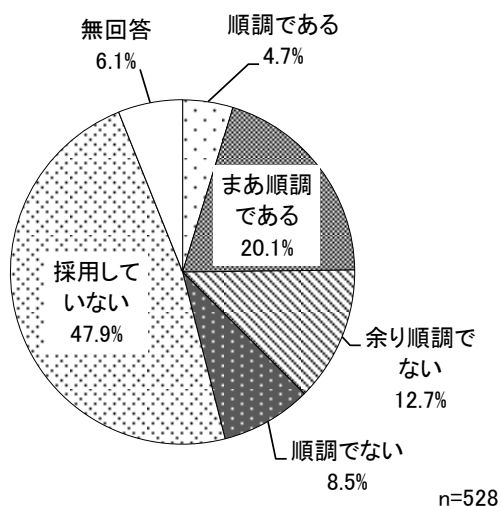
従業員の採用状況について聞いたところ、「採用していない」が 47.9%で５割弱となっており、「まあ順調である」が 20.1%と続いている（図表６（１）－１）。

採用状況が『余り順調でない』または『順調でない』と回答した事業者に対して対策を聞いたところ、「人材採用支援会社等への相談」が 34.8%で最も多く、「アルバイト・パート社員の採用」が 24.1%と続いている。また、「特に何もしていない」が 18.8%などとなっている（図表６（１－１）－１）。

業種別に見ると、いずれの業種で「採用していない」が多いが、「その他サービス業」などでは「順調である」「まあ順調である」もやや多くなっている（図表６（１）－２）。

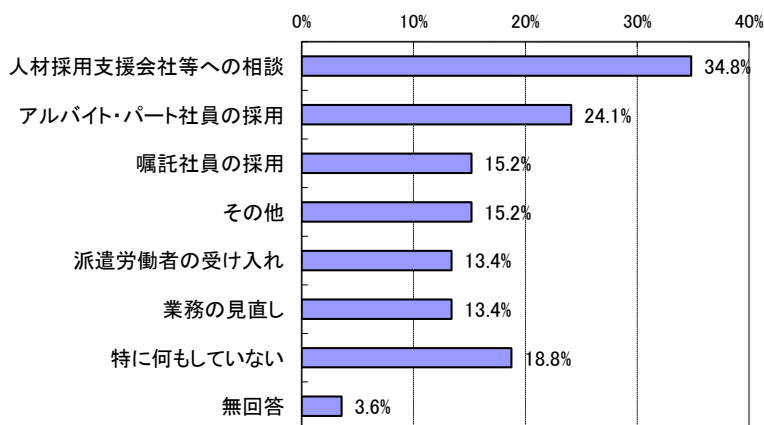
前回調査では、「農林水産業」「情報通信業」などで「順調」と回答する事業者もやや多かった。

採用状況 （図表６（１）－１）



採用対策（n=112）

（図表６（１－１）－１）



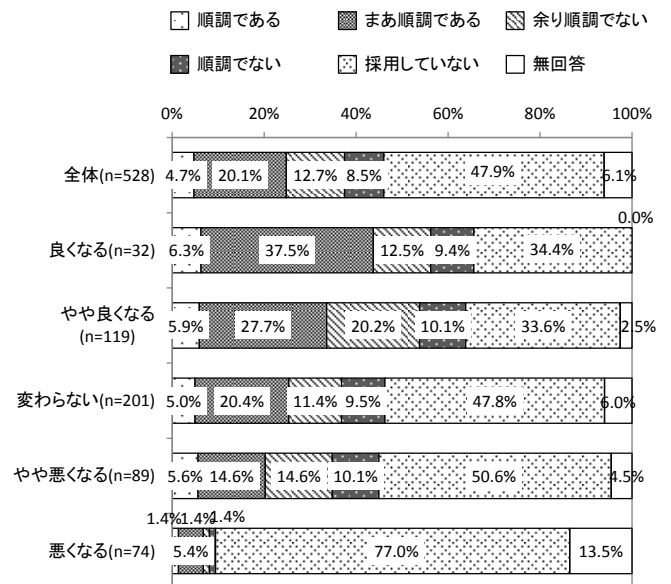
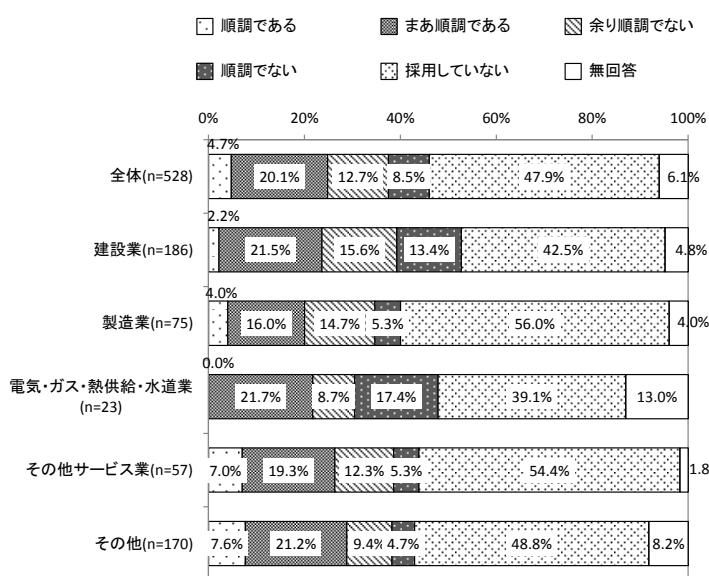
採用状況を、今後３年間の業況予測別にみると、業況予測の良し悪しに比例して採用状況について「順調である」「まあ順調である」が多くなっていることが分かる（図表６（１）－３）（図表６（１）－４）（図表６（１）－５）。

採用状況（業種別）

（図表６（１）－２）

業況予測による従業員採用状況

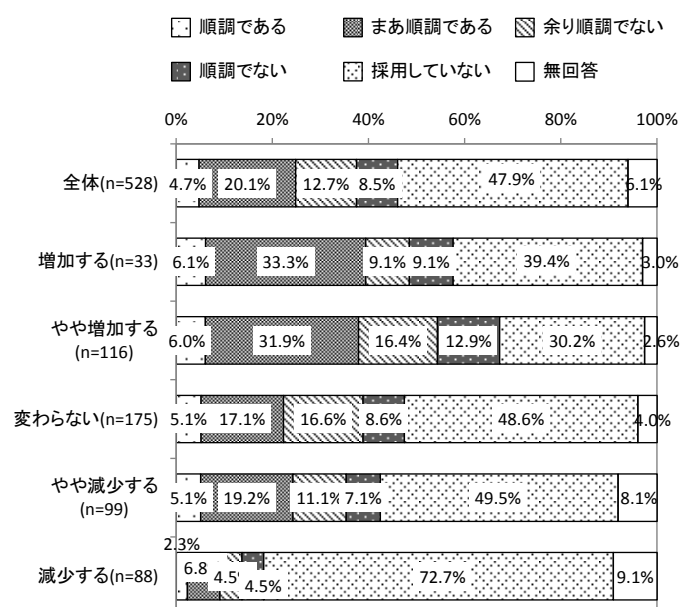
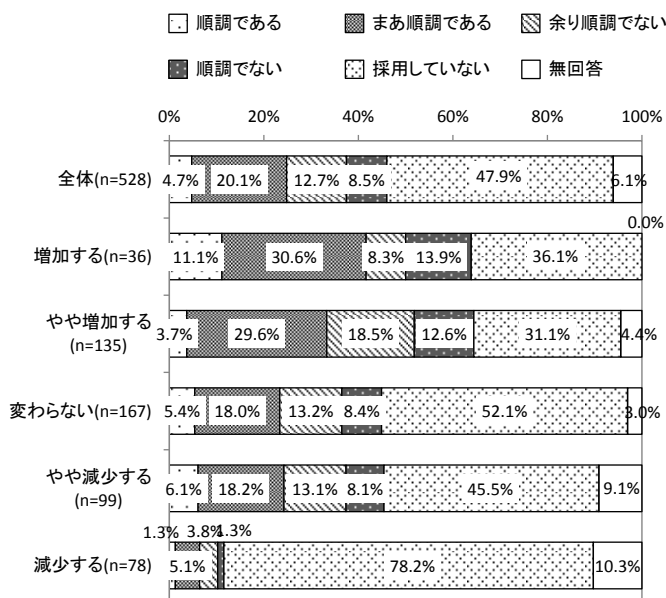
（図表６（１）－３）



売上高予測による従業員採用状況

営業利益予測による従業員採用状況

（図表６（１）－５）



問6（2） 御社の従業員が、御社に就職を決めた理由をどのようにお考えですか（〇はいくつでも）。

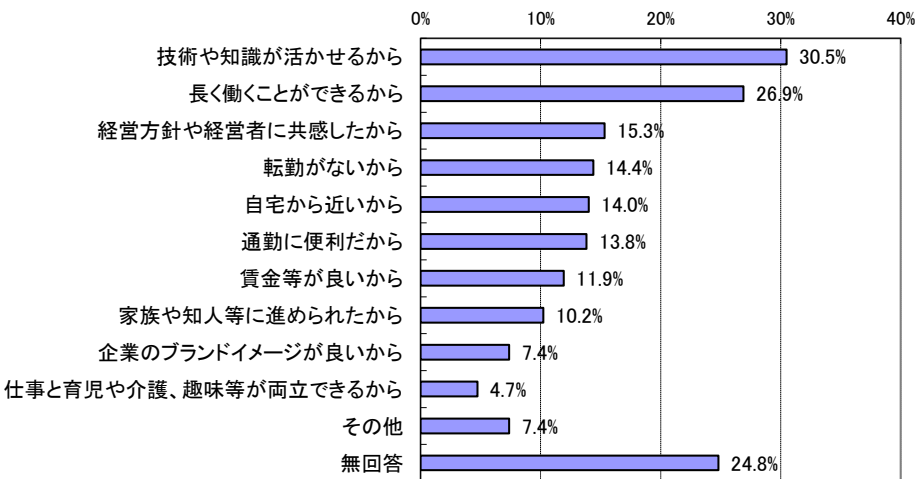
従業員が自社に就職を決めた理由について聞いたところ、「技術や知識が活かせるから」が30.5%で最も多く、「長く働くことができるから」が26.9%が続いている。（図表6（2）－1）。

業種別にみると、ほとんどの業種で「技術や知識が活かせるから」や「長く働くことができるから」が多くなっているが、「電気・ガス・熱供給・水道業」では「技術や知識が活かせるから」が5割を超えて高くなっている（図表6（2）－2）。

前回調査では、「長く働くことができるから」が27.2%で最も多く、「技術や知識が活かせるから」が25.7%と続いていた。

従業員の自社就職理由（n=528）

（図表6（2）－1）



従業員の自社就職理由（業種別）

（図表6（2）－2）

	n	賃金等 が良い から	技術や 知識が 活か せる か	自 宅 か ら 近 い か ら	通 勤 に 便 利 だ か ら	転 勤 が な い か ら	長 く 働 く こ と が で き る か	経 営 方 針 や 経 営 者 に 共 感 し た か ら	企 業 の ブ ラ ン ド イ メ ー ジ が 良 い か ら	仕 事 と 育 児 や 介 護 、 趣 味 等 が 両 立 で き る か ら	家 族 や 知 人 等 に 進 め ら れ た か ら	そ の 他	無 回 答
全体	528	63 11.9%	161 30.5%	74 14.0%	73 13.8%	76 14.4%	142 26.9%	81 15.3%	39 7.4%	25 4.7%	54 10.2%	39 7.4%	131 24.8%
建設業	186	27 14.5%	72 38.7%	31 16.7%	19 10.2%	39 21.0%	58 31.2%	29 15.6%	5 2.7%	8 4.3%	18 9.7%	10 5.4%	38 20.4%
製造業	75	9 12.0%	13 17.3%	8 10.7%	14 18.7%	7 9.3%	23 30.7%	13 17.3%	11 14.7%	2 2.7%	8 10.7%	8 10.7%	20 26.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	4 17.4%	12 52.2%	5 21.7%	3 13.0%	3 13.0%	3 13.0%	1 4.3%	1 4.3%	0 0.0%	7 30.4%	0 0.0%	3 13.0%
その他サービス業	57	5 8.8%	25 43.9%	6 10.5%	4 7.0%	3 5.3%	9 15.8%	8 14.0%	6 10.5%	5 8.8%	5 8.8%	6 10.5%	14 24.6%
その他	170	17 10.0%	34 20.0%	22 12.9%	31 18.2%	21 12.4%	45 26.5%	27 15.9%	15 8.8%	9 5.3%	13 7.6%	14 8.2%	49 28.8%

問6（3） 御社では、従業員育成・定着のためにどのようなことに取り組んでいますか

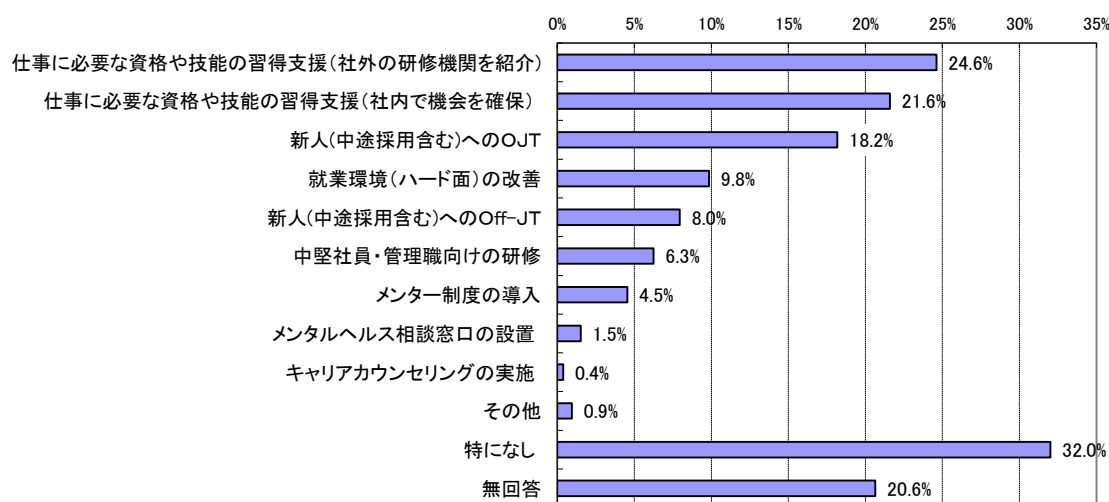
（〇はいくつでも）。

従業員育成・定着のための取り組みを聞いたところ、「仕事に必要な資格や技能の習得支援（社外の研修機関を紹介）」が24.6%で最も多く、「仕事に必要な資格や技能の習得支援（社内で機会を確保）」が21.6%と続いている。また、「特になし」と回答した事業者も多くなっている（図表6（3）－1）。

業種別にみると、「建設業」では「仕事に必要な資格や技能の習得支援（社内で機会を確保）」や「仕事に必要な資格や技能の習得支援（社外の研修機関を紹介）」が多く、「製造業」、「その他サービス業」では「新人（中途採用含む）へのOJT」がやや多くなっている（図表6（3）－2）。

従業員育成・定着のための取組について（n=528）

（図表6（3）－1）



従業員育成・定着のための取組について（業種別）

（図表6（3）－2）

	n	新人 （中 途 採 用 含 む ） へ の O J T	新人 （中 途 採 用 含 む ） へ の O f f ー J T	中 堅 社 員 ・ 管 理 職 向 け の 研 修	機 能 の 習 得 支 援 （社 内 で 技 能 を 確 保 ）	仕 事 に 必 要 な 資 格 や 技 能 の 習 得 支 援 （社 外 の 研 修 機 関 を 紹 介 ）	メン ター 制 度 の 導 入	グ ャ リ ア カ ウ ン セ リ ン グ の 実 施	ロ の 設 置 メン タル ヘル ス 相 談 窓 口	就 業 環 境 （ハ ード 面 ） の 改 善	そ の 他	特 に な し	無 回 答
全体	528	96 18.2%	42 8.0%	33 6.3%	114 21.6%	130 24.6%	24 4.5%	2 0.4%	8 1.5%	52 9.8%	5 0.9%	169 32.0%	109 20.6%
建設業	186	33 17.7%	17 9.1%	11 5.9%	58 31.2%	75 40.3%	9 4.8%	0 0.0%	0 0.0%	19 10.2%	1 0.5%	46 24.7%	30 16.1%
製造業	75	16 21.3%	6 8.0%	4 5.3%	10 13.3%	8 10.7%	3 4.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 10.7%	0 0.0%	32 42.7%	18 24.0%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	3 13.0%	2 8.7%	2 8.7%	6 26.1%	9 39.1%	2 8.7%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.7%	0 0.0%	10 43.5%	1 4.3%
その他サービス業	57	17 29.8%	5 8.8%	4 7.0%	13 22.8%	14 24.6%	3 5.3%	0 0.0%	3 5.3%	3 5.3%	0 0.0%	17 29.8%	11 19.3%
その他	170	26 15.3%	11 6.5%	12 7.1%	24 14.1%	20 11.8%	7 4.1%	2 1.2%	4 2.4%	20 11.8%	3 1.8%	60 35.3%	41 24.1%

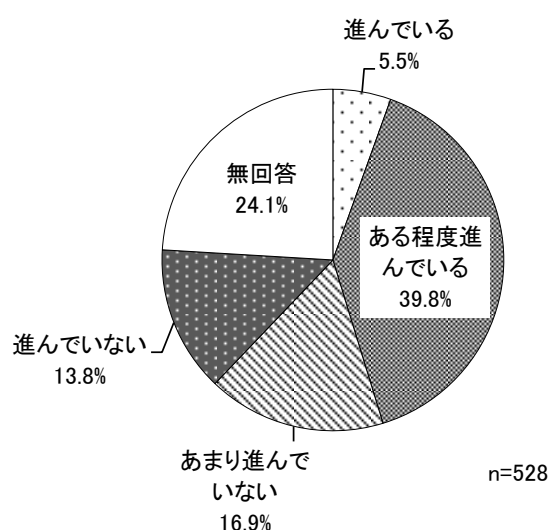
問6（4） 御社はワーク・ライフ・バランスが進んでいると思いますか（○は1つだけ）。
 問6（4－1）【あまり進んでいないと回答された方】 その理由は何ですか（○はいくつでも）。

ワーク・ライフ・バランスの進捗について聞いたところ、「ある程度進んでいる」が39.8%で最も多く、「あまり進んでいない」が16.9%と続いている（図表6（4）－1）。

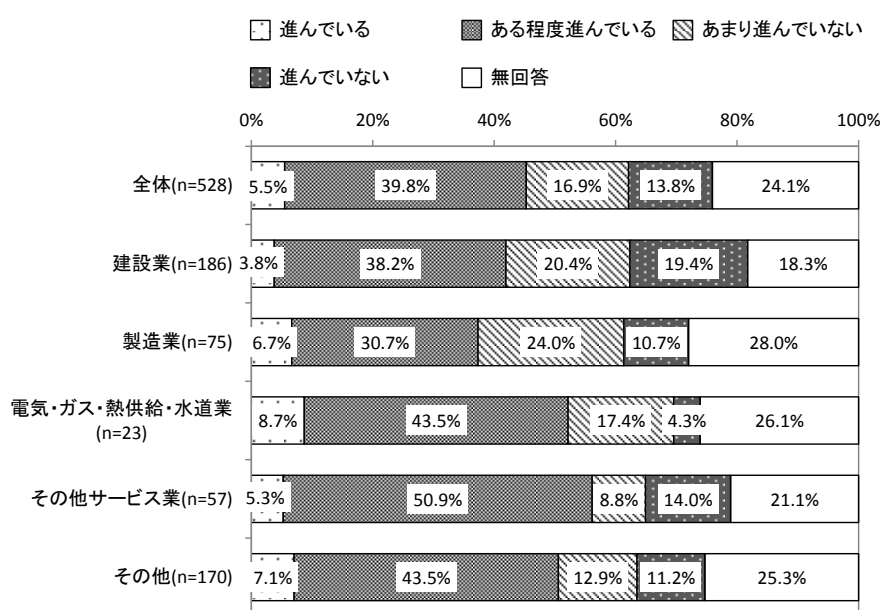
業種別にみると、いずれの業種でも「ある程度進んでいる」が多いが、「建設業」は「あまり進んでいない」、「進んでいない」が多くなっている（図表6（4）－2）。

前回調査では、全体的に「不明（無回答）」が多く、言葉の認知度等により回答が低くなっているが、業種別では「情報通信業」などで「進んでいる」「ある程度進んでいる」もやや多くなっていた。

ワーク・ライフ・バランスの進捗（図表6（4）－1）



ワーク・ライフ・バランスの進捗（業種別）（図表6（4）－2）



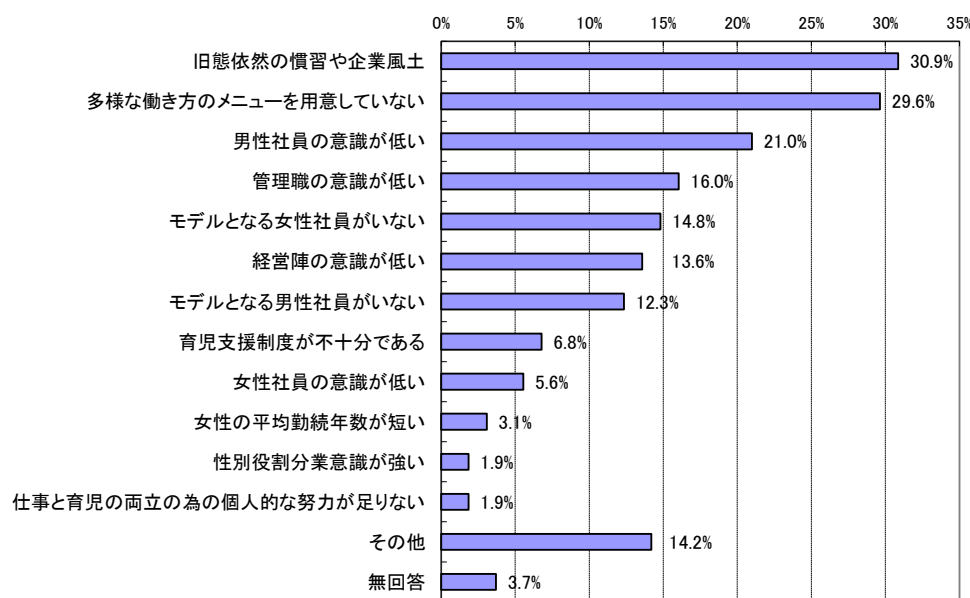
ワーク・ライフ・バランスの進捗について『あまり進んでいない』または『進んでいない』と回答した事業者に対してその理由を聞いたところ、「旧態依然の慣習や企業風土」が30.9%で最も多く、「多様な働き方のメニューを用意していない」(29.6%)、「男性社員の意識が低い」(21.0%)と続いている(図表6(4-1)-1)。

業種別に見ると、いずれの業種でもおおむね「旧態依然の慣習や企業風土」や「多様な働き方のメニューを用意していない」が多くなっている(図表6(4-1)-2)。

前回調査では、「モデルとなる女性社員がいない」が最も多く、続いて「多様な働き方のメニューを用意していない」をあげる事業者が多かった。

ワーク・ライフ・バランス があまり進んでいない理由 (n=162)

(図表6(4-1)-1)



ワーク・ライフ・バランス があまり進んでいない理由 (業種別)

(図表6(4-1)-2)

	n	女性 の平均 勤続年 数が短 い	女性 社員の 意識が 低い	男性 社員の 意識が 低い	性別 役割分 業意識 が強い	モデル となる 女性社 員が	モデル となる 男性社 員が	経営 陣の意 識が低 い	管理 職の意 識が低 い	旧態 依然の 慣習や 企業風 土	多様な 働き方 のメニ ュー	育児 支援制 度が不 十分で ある	仕事と 育児の 両立の 為に	その他	無回 答
全体	162	5	9	34	3	24	20	22	26	50	48	11	3	23	6
		3.1%	5.6%	21.0%	1.9%	14.8%	12.3%	13.6%	16.0%	30.9%	29.6%	6.8%	1.9%	14.2%	3.7%
建設業	74	2	1	18	2	12	12	12	14	24	22	7	2	9	2
		2.7%	1.4%	24.3%	2.7%	16.2%	16.2%	16.2%	18.9%	32.4%	29.7%	9.5%	2.7%	12.2%	2.7%
製造業	26	0	3	4	0	4	1	3	5	8	8	2	0	3	1
		0.0%	11.5%	15.4%	0.0%	15.4%	3.8%	11.5%	19.2%	30.8%	30.8%	7.7%	0.0%	11.5%	3.8%
電気・ガス・熱供給・水道業	5	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0
		20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
その他サービス業	13	0	1	2	0	1	1	1	0	4	3	0	0	6	0
		0.0%	7.7%	15.4%	0.0%	7.7%	7.7%	7.7%	0.0%	30.8%	23.1%	0.0%	0.0%	46.2%	0.0%
その他	41	2	3	8	1	6	5	6	6	11	14	2	1	4	3
		4.9%	7.3%	19.5%	2.4%	14.6%	12.2%	14.6%	14.6%	26.8%	34.1%	4.9%	2.4%	9.8%	7.3%

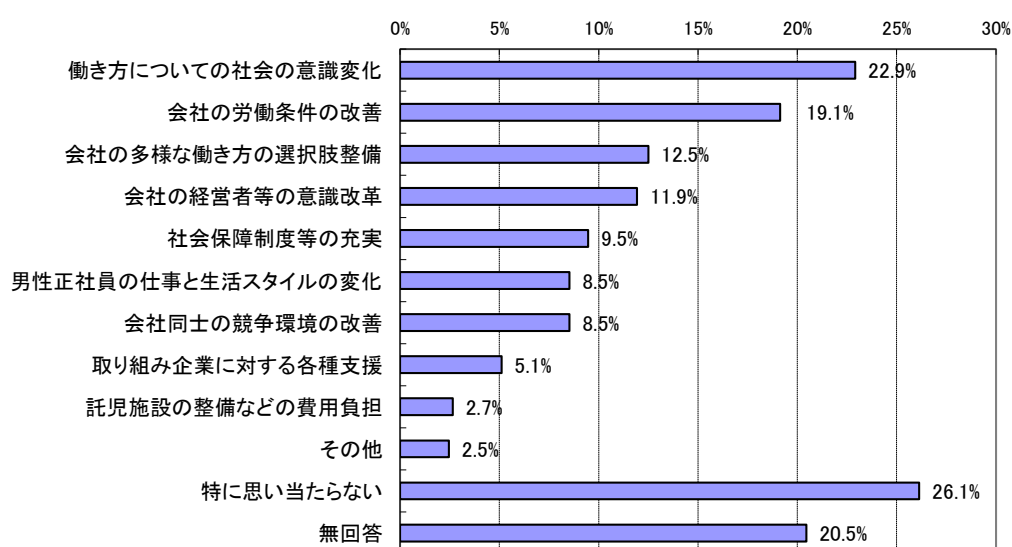
問6（5） ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題がありますか（〇はいくつでも）。

ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題があるかについて聞いたところ、「働き方についての社会の意識変化」が22.9%で最も多く、「会社の労働条件の改善」が19.1%と続いている。また、「特に思い当たらない」と回答した事業者も多くなっている（図表6（5）－1）。

業種別にみると、「建設業」「製造業」で「会社の労働条件の改善」が、「電気・ガス・熱供給・水道業」で「男性正社員の仕事と生活スタイルの変化」もやや多くなっている（図表6（5）－2）。

前回調査では、「特に思い当たらない」が多く、具体的な課題の選択肢は1割未満が多く、認識自体の低さが伺えた。

ワーク・ライフ・バランス の取組課題（n=582） （図表6（5）－1）

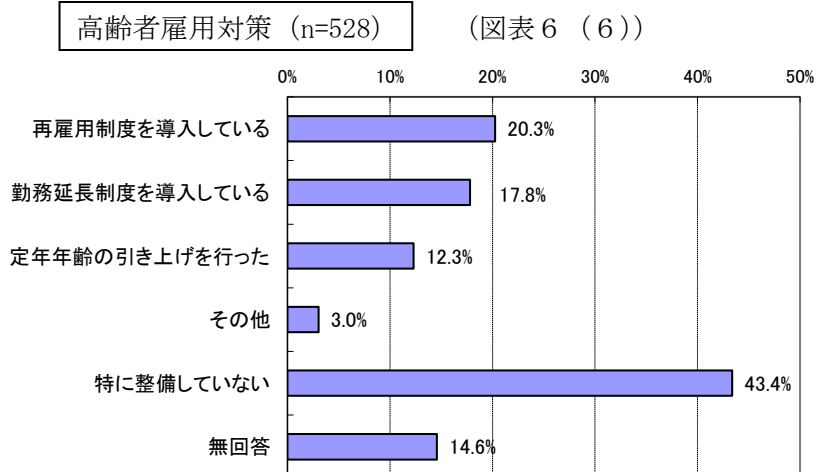


ワーク・ライフ・バランス の取組課題（業種別） （図表6（5）－2）

	n	働き方についての社会の意識変化	男性正社員の仕事と生活スタイルの変化	会社同士の競争環境の改善	会社の経営者等の意識改革	会社の労働条件の改善	会社同士の多様な働き方の選択肢整備	託児施設の整備などの費用負担	社会保障制度等の充実	取り組み企業に対する各種支援	その他	特に思い当たらない	無回答
全体	528	121	45	45	63	101	66	14	50	27	13	138	108
		22.9%	8.5%	8.5%	11.9%	19.1%	12.5%	2.7%	9.5%	5.1%	2.5%	26.1%	20.5%
建設業	186	52	18	21	28	43	30	3	27	13	5	35	33
		28.0%	9.7%	11.3%	15.1%	23.1%	16.1%	1.6%	14.5%	7.0%	2.7%	18.8%	17.7%
製造業	75	16	5	5	6	17	4	5	3	4	2	22	16
		21.3%	6.7%	6.7%	8.0%	22.7%	5.3%	6.7%	4.0%	5.3%	2.7%	29.3%	21.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	6	6	2	2	2	2	1	2	0	0	8	3
		26.1%	26.1%	8.7%	8.7%	8.7%	8.7%	4.3%	8.7%	0.0%	0.0%	34.8%	13.0%
その他サービス業	57	16	4	6	2	9	9	2	5	3	1	19	7
		28.1%	7.0%	10.5%	3.5%	15.8%	15.8%	3.5%	8.8%	5.3%	1.8%	33.3%	12.3%
その他	170	28	12	10	24	28	19	3	12	7	5	52	39
		16.5%	7.1%	5.9%	14.1%	16.5%	11.2%	1.8%	7.1%	4.1%	2.9%	30.6%	22.9%

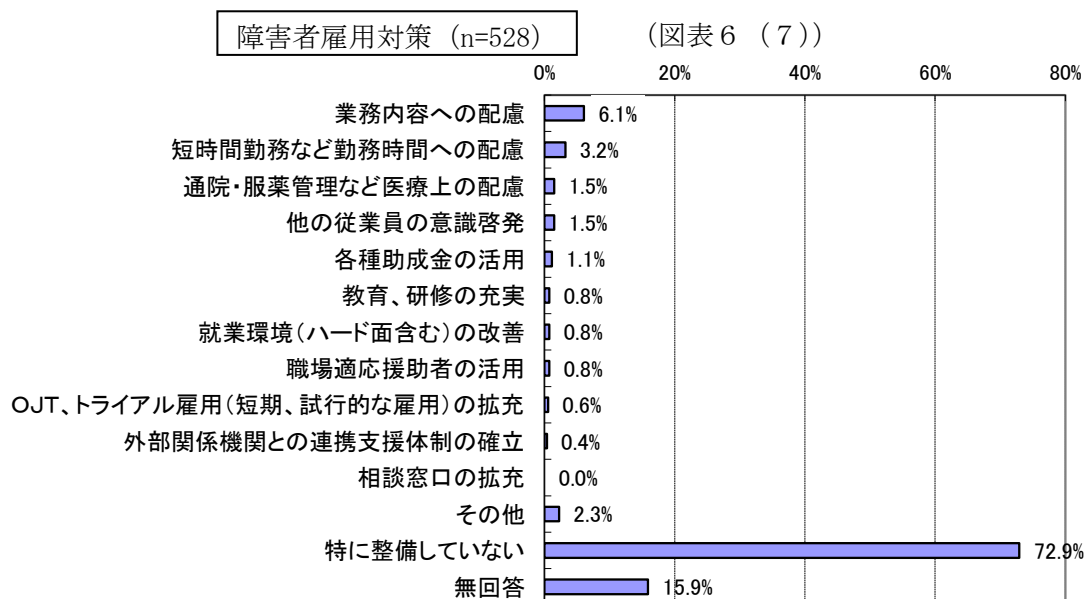
問 6（6） 御社では、高齢者雇用のためにどのような対策を講じていますか（〇はいくつでも）。

高齢者雇用対策について聞いたところ、「再雇用制度を導入している」が 20.3%と最も多く、「勤務延長制度を導入している」が 17.8%と続いている。また、「特に整備していない」も 43.4%と多くなっている（図表 6（6））。



問 6（7） 御社では、障害者雇用のためにどのような対策を講じていますか（〇はいくつでも）。

障害者雇用対策について聞いたところ、「特に整備していない」が 72.9%で最も多くなっている。講じている対策としては、「業務内容への配慮」や「短時間勤務など勤務時間への配慮」などが多くなっている（図表 6（7））。



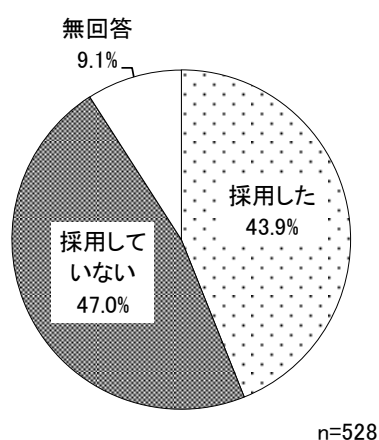
問 6（8） 過去 5 年間に、新卒・中途を問わず、若年者（35 歳未満）を採用した実績がありますか
（○は 1 つだけ）。

過去 5 年間の若年者（35 歳未満）採用実績について聞いたところ、「採用した」は 43.9%、「採用していない」は 47.0%となっている（図表 6（8）－ 1）。採用したと回答した事業者の採用者数は、「2～3 名」が 31.9%「1 名」が 31.5%と多くなっている（図表 6（8）－ 2）。

業種別にみると、「建設業」、「その他サービス業」では採用実績が 5 割以上だが、その他の業種では 3 割台となっている（図表 6（8）－ 3）。

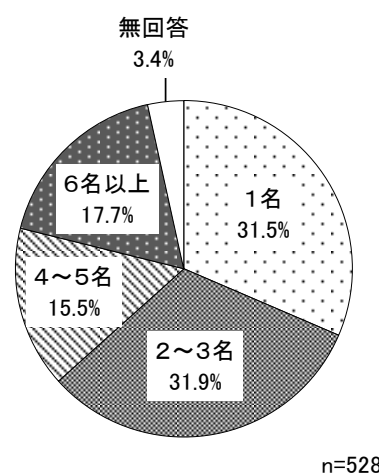
過去 5 年間の若年者採用実績

（図表 6（8）－ 1）



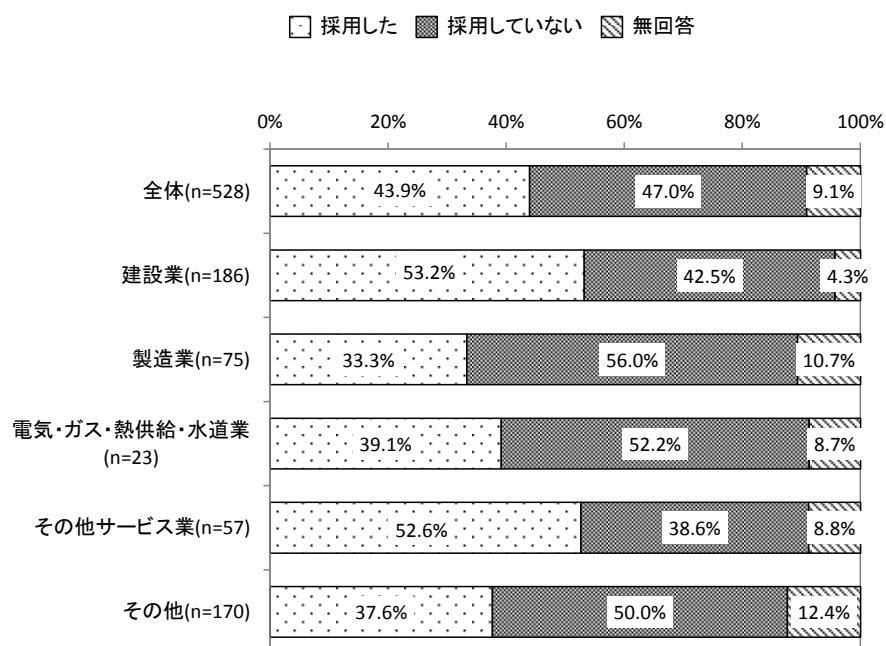
過去 5 年間の若年者採用者数

（図表 6（8）－ 2）



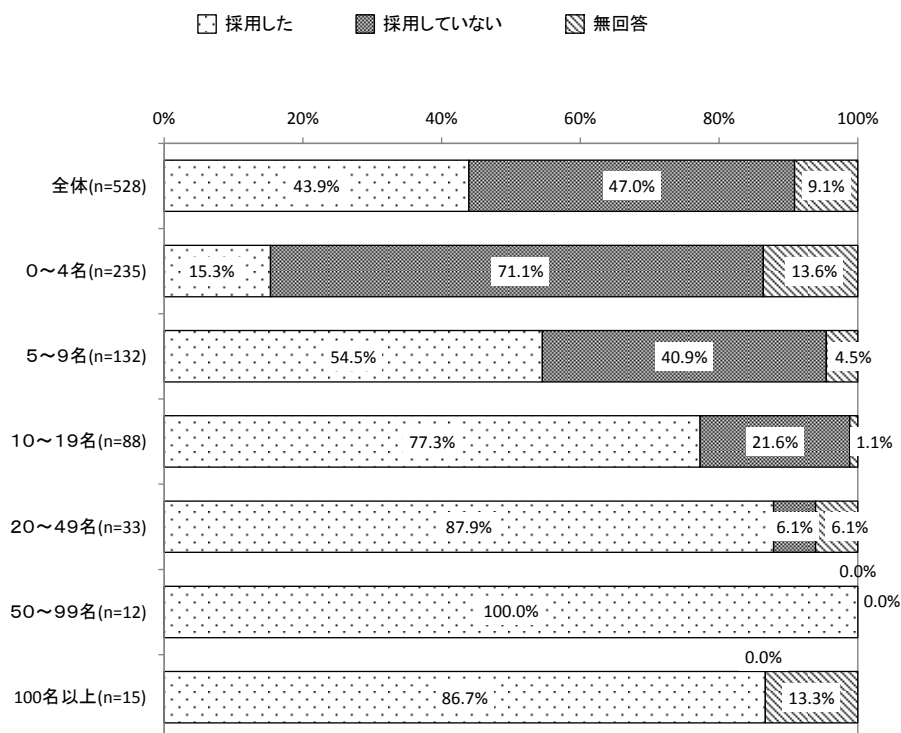
過去 5 年間の若年者採用実績（業種別）

（図表 6（8）－ 3）



従業員数別にみると、従業員規模が大きくなるにしたがって採用実績も増加している（図表 6（8）－ 4）。

過去 5 年間の若年者採用実績（従業員数別）（図表 6（8）－ 4）

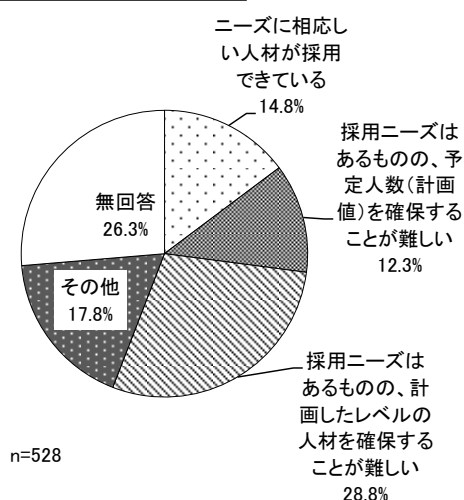


問6（9） 若年者（35歳未満）の採用に関する現在の御社の状況はいかがですか。（○は1つだけ）

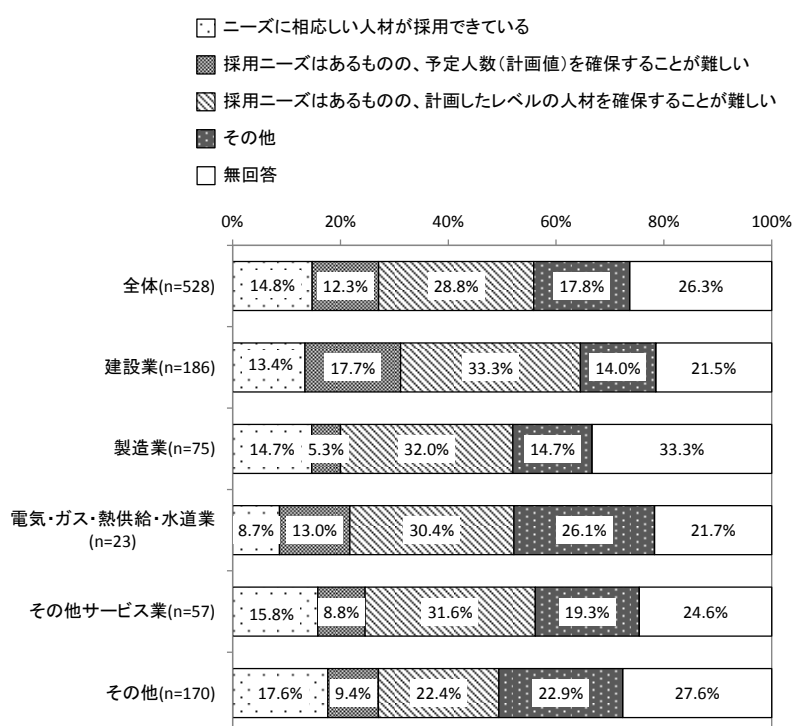
若年者（35歳未満）採用実績の現状を聞いたところ、「採用ニーズはあるものの計画したレベルの人材を確保することが難しい」が28.8%で最も多く、「ニーズに相応しい人材が採用できている」が14.8%と多くなっている（図表6（9）－1）。

業種別にみると、全体的には「採用ニーズはあるものの計画したレベルの人材を確保することが難しい」が多くなっているが、「建設業」では「採用ニーズはあるものの、予定人数（計画値）を確保するのが難しい」がその他の業種に比べてやや多くなっている（図表6（9）－2）。

若年者採用状況 （図表6（9）－1）



若年者採用状況（業種別） （図表6（9）－2）

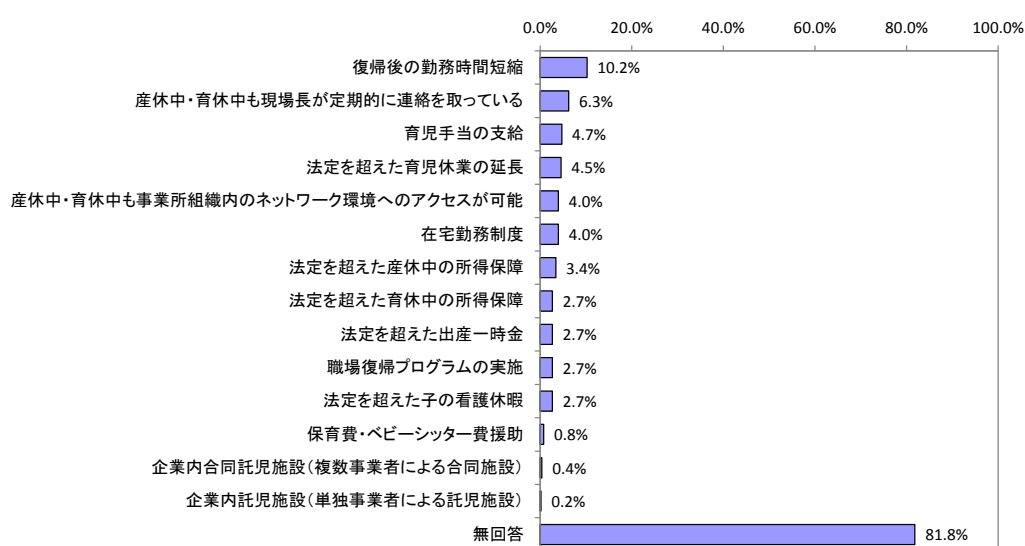


問6（10-1） 御社では、仕事と育児の両立を支援する為に以下のような取組みを導入していますか。

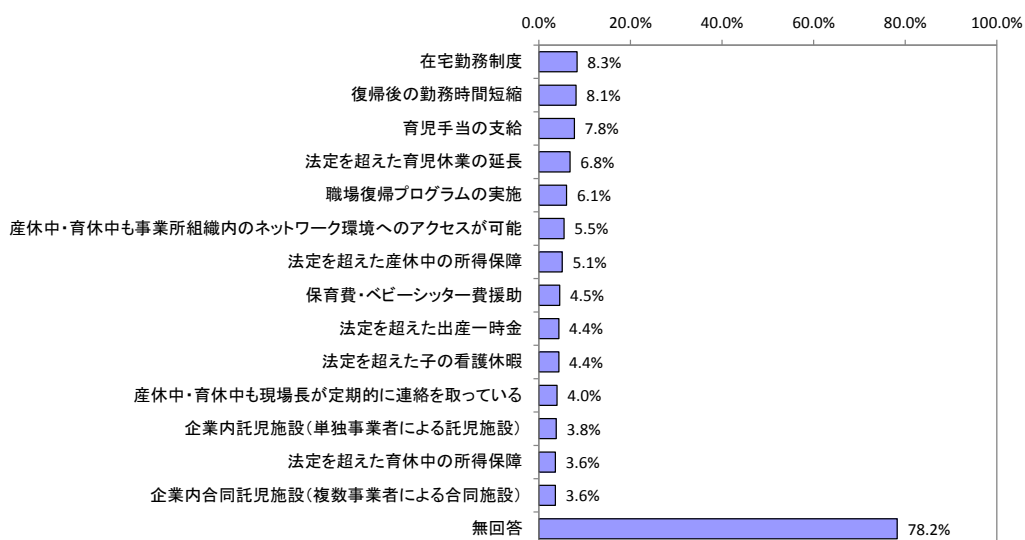
問6（10-2） また、将来導入予定の取組みはありますか。

現在導入している、または将来導入予定の仕事と育児の両立を支援するための施策を聞いたところ、「無回答」が圧倒的に多く、全体的にはあまり施策を導入しておらず、将来もあまり導入予定でないことが想定される。現在導入している施策としては、「復帰後の勤務時間短縮」が10.2%であった（図表6（10-1）-1）。将来取組む予定の両立支援施策としては、「在宅勤務制度」が8.3%、「復帰後の勤務時間短縮」が8.1%、「育児手当の支給」が7.8%などとなっている（図表6（10-2）-2）。

現在取り組んでいる両立支援施策（n=528）（図表6（10-1）-1）



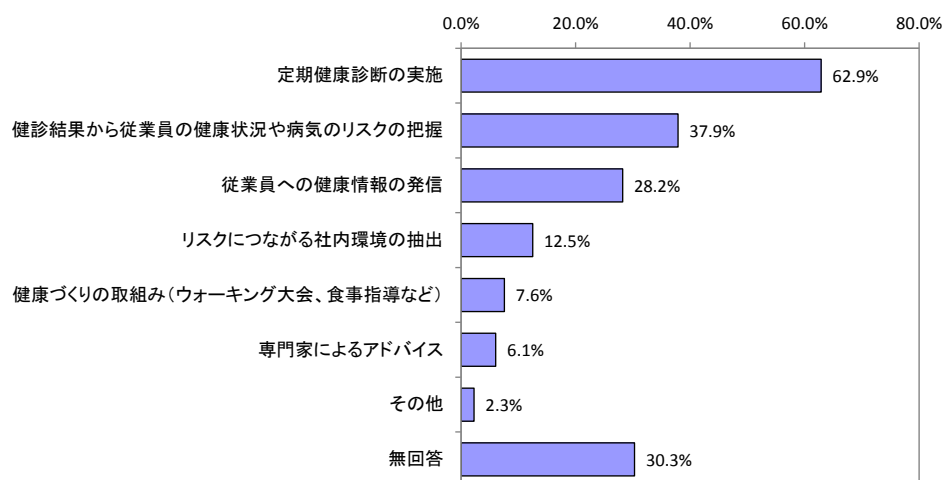
将来取組む予定の両立支援施策（n=528）（図表6（10-2）-2）



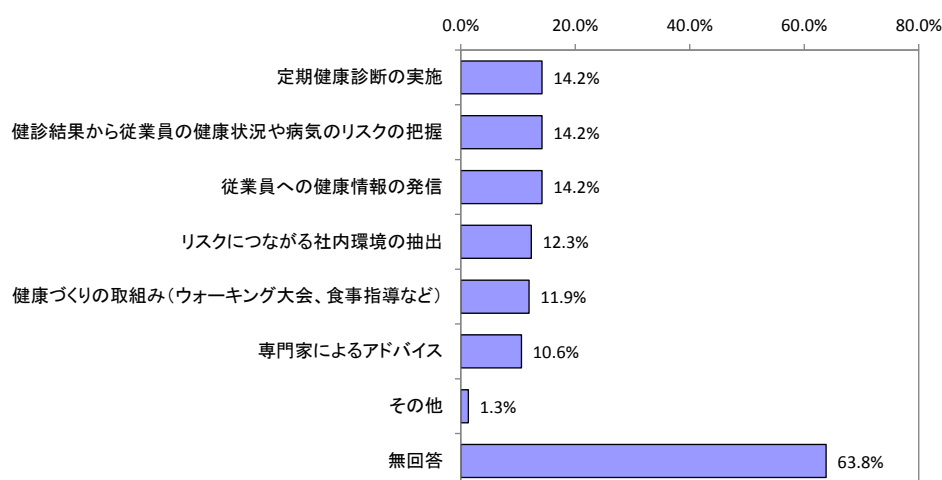
- 問 6（11-1） 企業が従業員の健康増進に積極的に取り組むことで、企業の生産性の向上や経営に影響を及ぼすリスクを回避することができると言われています。御社で既に実施しているものは何ですか。
- 問 6（11-2） 今後実践してみたい健康増進策はありますか。

従業員の健康増進に向けた対策で、既に実施しているもの、今後実践してみたいものを聞いたところ、既に実施しているものでは「定期健康診断の実施」が 62.9%で最も多く、「健診結果から従業員の健康状況や病気のリスクの把握」が 37.9%と続いている（図表 6（11-1）-1）。また、今後実践してみたい取組みも「定期健康診断の実施」、「健診結果から従業員の健康状況や病気のリスクの把握」が多くなっている（図表 6（11-2）-2）。

従業員への健康増進策の実施状況（n=528）（図表 6（11-1）-1）



従業員への健康増進策で今後実施したい取組み（図表 6（11-2）-2）



（６）資金調達等について

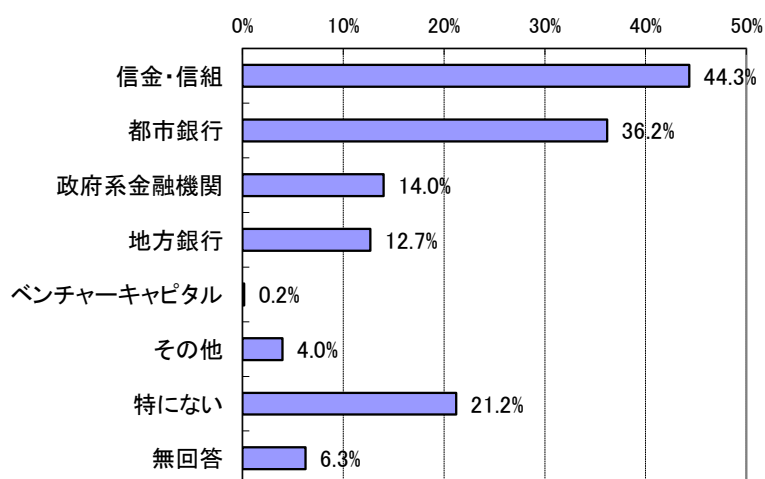
問７（１） 資金調達の際の調達先は、どのような機関ですか（〇はいくつでも）。

資金調達先について聞いたところ、「信金・信組」が44.3%で最も多く、「都市銀行」が36.2%と続いている（図表７（１）－１）。

業種別にみると、いずれの業種でも「信金・信組」や「都市銀行」が多くなっている（図表７（１）－２）。

前回調査では、いずれの業種でも「信金・信組」や「都市銀行」が多くなっていた。

資金調達先（n=528） （図表７（１）－１）



資金調達先（業種別） （図表７（１）－２）

	n	都市銀行	地方銀行	信金・信組	政府系金融機関	ベンチャーキャピタル	その他	特にない	無回答
全体	528	191	67	234	74	1	21	112	33
		36.2%	12.7%	44.3%	14.0%	0.2%	4.0%	21.2%	6.3%
建設業	186	65	28	98	25	0	7	34	8
		34.9%	15.1%	52.7%	13.4%	0.0%	3.8%	18.3%	4.3%
製造業	75	33	10	28	10	0	5	12	5
		44.0%	13.3%	37.3%	13.3%	0.0%	6.7%	16.0%	6.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	7	4	11	2	0	0	3	1
		30.4%	17.4%	47.8%	8.7%	0.0%	0.0%	13.0%	4.3%
その他サービス業	57	24	3	21	7	1	5	17	1
		42.1%	5.3%	36.8%	12.3%	1.8%	8.8%	29.8%	1.8%
その他	170	58	19	69	29	0	3	42	17
		34.1%	11.2%	40.6%	17.1%	0.0%	1.8%	24.7%	10.0%

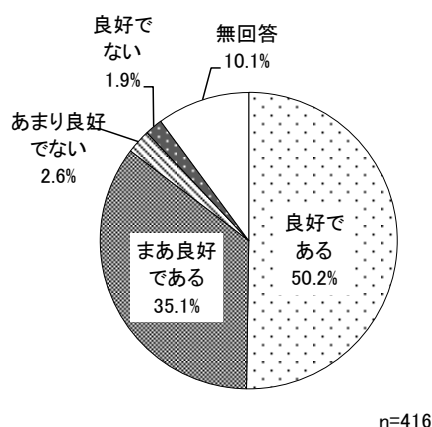
問 7 (2) 主な資金調達先との関係は良好ですか (○は1つだけ)。

主な資金調達先との関係について聞いたところ、「良好である」、「まあ良好である」のいずれかを回答した事業者が多く、8割を超えている。

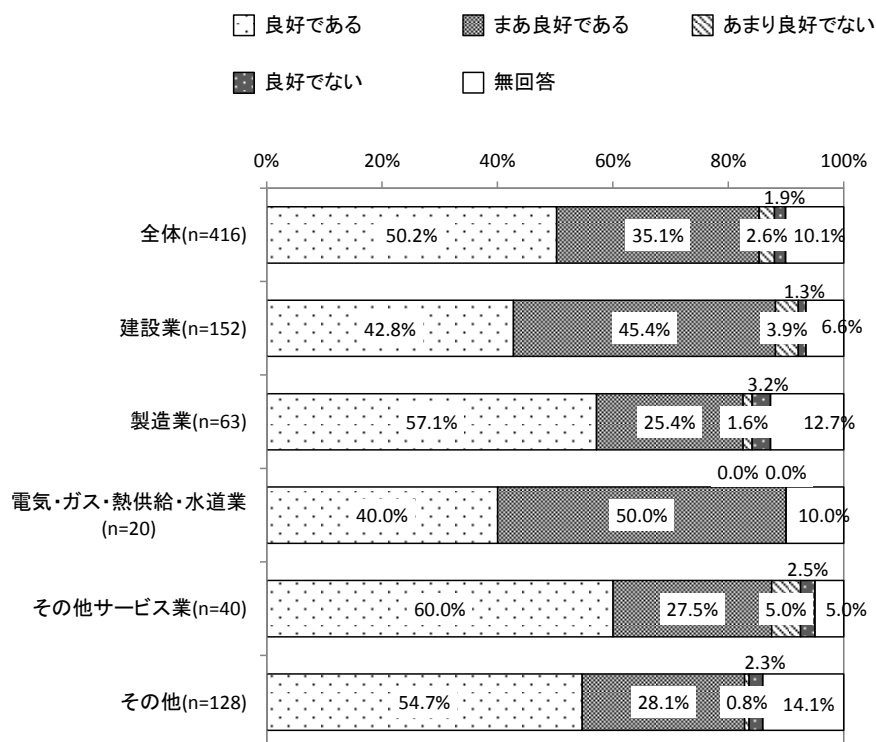
業種別にみると、いずれの業種でも比較的良好な関係であることが分かる (図表 7 (2) - 2)。

前回調査では、全体的には「まあ良好である」、「良好である」の回答が多く、業種別にみるといずれの業種でもおよそ8割となっていた。

主な資金調達先との関係 (図表 7 (2) - 1)



主な資金調達先との関係 (業種別) (図表 7 (2) - 2)



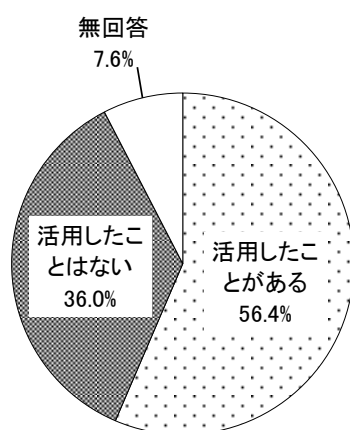
問 7 (3) 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか (○は1つだけ)。

公的機関が提供する資金調達支援制度の活用経験を聞いたところ、「活用したことがある」は 56.4% で、「活用したことはない」は 36.0% となっている (図表 7 (3) - 1)。

業種別にみると、いずれの業種でも「活用したことがある」が 5 割を超えている (図表 7 (3) - 2)。

公的機関提供の資金調達支援制度活用経験

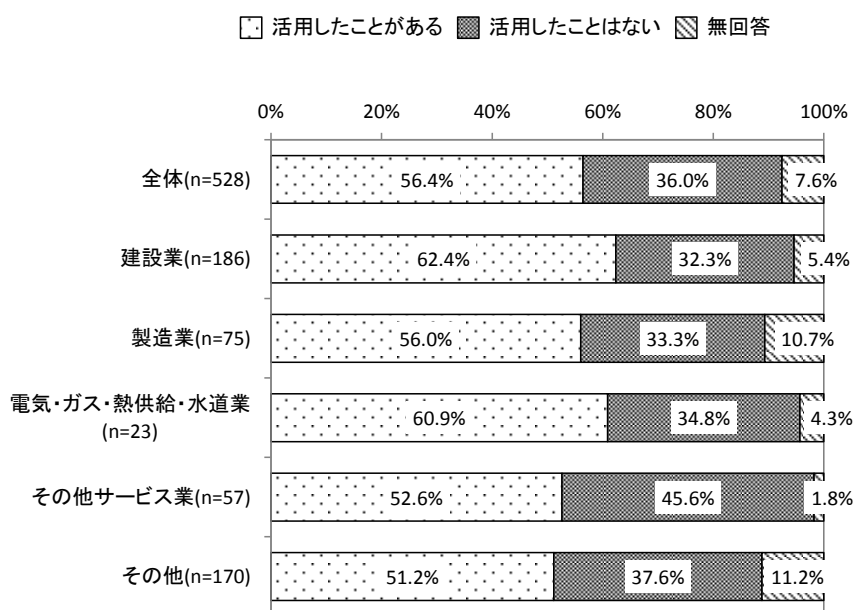
(図表 7 (3) - 1)



n=528

公的機関提供の資金調達支援制度活用経験 (業種別)

(図表 7 (3) - 2)

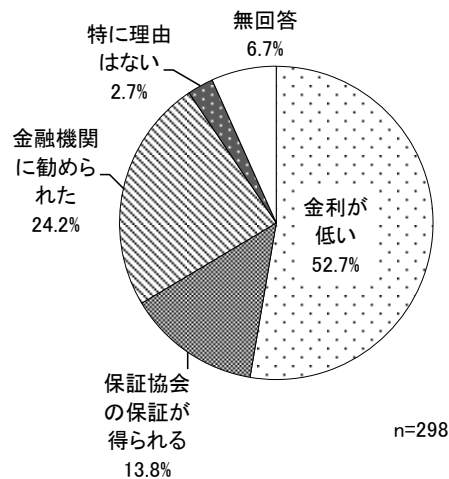


問 7（4）【支援制度を活用したことがあると回答された方】 支援制度の活用理由（○は1つだけ）。

支援制度を活用したことがある事業者に活用の理由を聞いたところ、「金利が低い」が 52.7%で最も多く、「金融機関に勧められた」が 24.2%と続いている（図表 7（4））。

公的機関提供の資金調達支援制度を活用した理由

（図表 7（4））

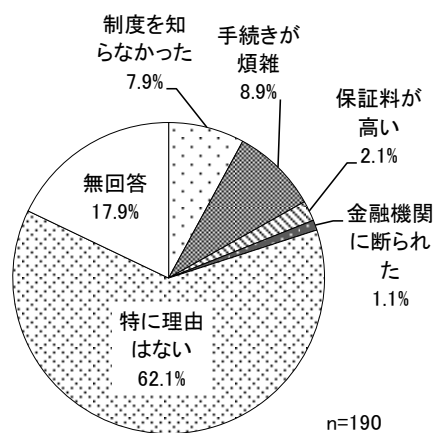


問 7（5）【支援制度を活用したことがないと回答された方】 支援制度を活用しない理由（○は1つだけ）。

支援制度を活用したことがない事業者にその理由を聞いたところ、「特に理由はない」が 62.1%で最も多く、「手続きが煩雑」(8.9%)「制度を知らなかった」(7.9%)と続いている（図表 7（5））。

公的機関提供の資金調達支援制度を活用しない理由

（図表 7（5））



(7) IT の活用状況について

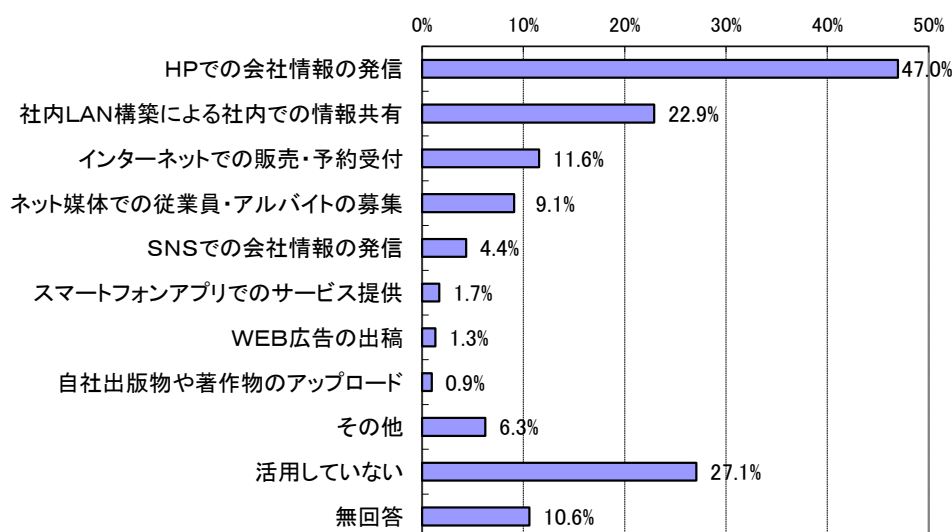
問 8 (1) 御社では、インターネットを主にどのように活用していますか (〇は3つまで)。

インターネットの活用状況について聞いたところ、「HPでの会社情報の発信」が47.0%で最も多く、「社内LAN構築による社内での情報共有」が22.9%と続いている(図表8(1)-1)。

業種別にみると、いずれの業種でも「HPでの会社情報の発信」、「活用していない」などが多くなっているが、「製造業」「その他サービス業」では「社内LAN構築による社内での情報共有」も多くなっている(図表8(1)-2)。

インターネットの主な活用方法 (n=528)

(図表8(1)-1)



インターネットの主な活用方法 (業種別) (n=528)

(図表8(1)-2)

	n	HPでの会社情報の発信	SNSでの会社情報の発信	インターネットでの販売・予約受付	WEB広告の出稿	ネット媒体での従業員・アルバイトの募集	社内LAN構築による社内での情報共有	スマートフォンアプリでのサービス提供	自社出版物や著作物のアップロード	その他	活用していない	無回答
全体	528	248	23	61	7	48	121	9	5	33	143	56
		47.0%	4.4%	11.6%	1.3%	9.1%	22.9%	1.7%	0.9%	6.3%	27.1%	10.6%
建設業	186	86	6	7	2	25	49	2	0	15	53	18
		46.2%	3.2%	3.8%	1.1%	13.4%	26.3%	1.1%	0.0%	8.1%	28.5%	9.7%
製造業	75	39	1	10	1	7	20	1	0	3	16	10
		52.0%	1.3%	13.3%	1.3%	9.3%	26.7%	1.3%	0.0%	4.0%	21.3%	13.3%
電気・ガス・熱供給・水道業	23	8	1	1	0	2	3	1	0	1	7	5
		34.8%	4.3%	4.3%	0.0%	8.7%	13.0%	4.3%	0.0%	4.3%	30.4%	21.7%
その他サービス業	57	32	6	14	2	7	15	1	2	5	13	1
		56.1%	10.5%	24.6%	3.5%	12.3%	26.3%	1.8%	3.5%	8.8%	22.8%	1.8%
その他	170	74	8	25	2	6	33	4	2	9	49	21
		43.5%	4.7%	14.7%	1.2%	3.5%	19.4%	2.4%	1.2%	5.3%	28.8%	12.4%

問 8 (2 - 1) 御社の業務で、現在、情報通信技術を主に導入している分野は何ですか。

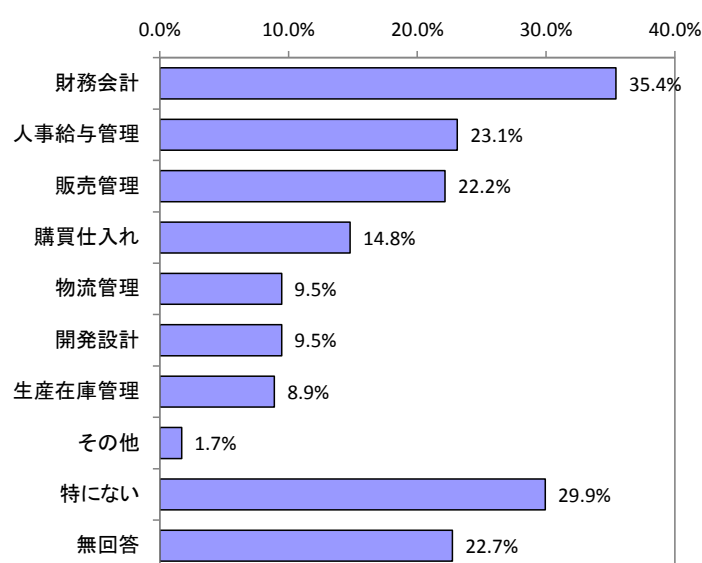
問 8 (2 - 2) 御社の業務で、今後、情報通信技術を主に導入したい分野は何ですか。

情報通信技術の導入について、既に導入している分野を聞いたところ、「財務会計」が 35.4%で最も多く、「人事給与管理」(23.1%)、「販売管理」(22.2%)と続いている。また、「特にない」と回答している事業者も多くなっている(図表 8 (2 - 1))。

今後導入したい分野を聞いたところ、「財務会計」が 7.4%、「人事給与管理」、「販売管理」が共に 6.6%となっている(図表 8 (2 - 2))。

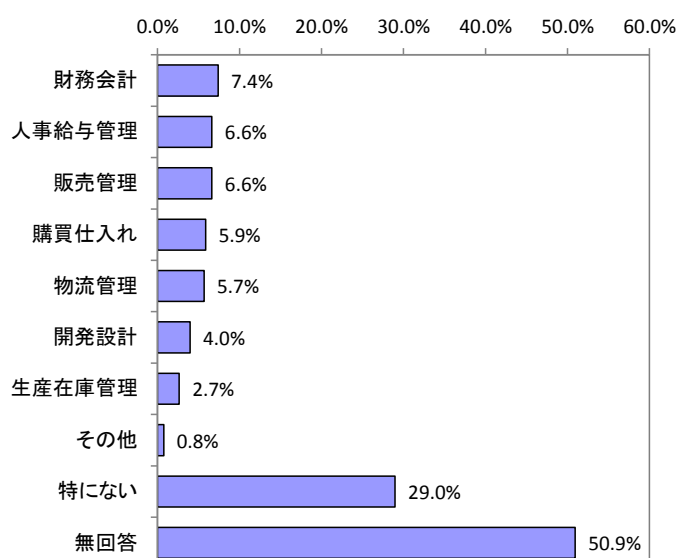
情報通信技術を導入している主な分野 (n=528)

(図表 8 (2 - 1))



今後、情報通信技術を導入したい主な分野 (n=528)

(図表 8 (2 - 2))

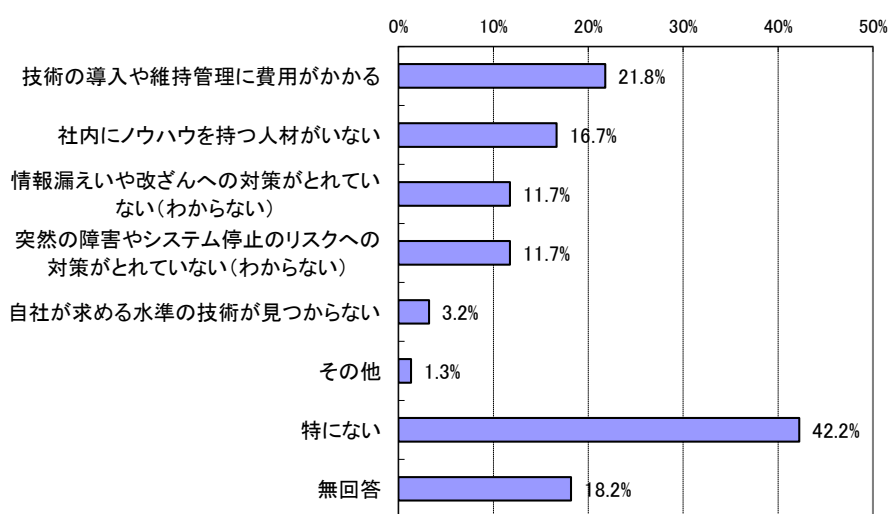


問 8 (3) 御社では、情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていることは何ですか
(〇は3つまで)。

情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていることを聞いたところ、「技術の導入や維持管理に費用がかかる」が 21.8%で最も多く、「社内にノウハウを持つ人材がいない」が 16.7%と続いている。また、「特にない」と回答している事業者も多くなっている(図表 8 (3) - 1)。

業種別にみると、いずれの業種でも「技術の導入や維持管理に費用がかかる」が多くなっているが、「電気・ガス・熱供給・水道業」では「情報漏えいや改ざんへの対策がとれていない(わからない)」が多くなっている(図表 8 (3) - 2)。

情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていること (n=528) (図表 8 (3) - 1)



情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていること (業種別) (図表 8 (3) - 2)

	n	が社内にないノウハウを持つ人材	技術の導入や維持管理に費用がかかる	情報漏えいや改ざんへの対策がとれていない(わからない)	突然の障害やシステム停止のリスクへの対策がとれていない(わからない)	自社が求める水準の技術が見つからない	その他	特にない	無回答
全体	519	88	115	62	62	17	7	223	96
		17.0%	22.2%	11.9%	11.9%	3.3%	1.3%	43.0%	18.5%
建設業	184	42	48	24	30	8	3	71	28
		22.8%	26.1%	13.0%	16.3%	4.3%	1.6%	38.6%	15.2%
製造業	74	13	19	13	13	3	0	21	19
		17.6%	25.7%	17.6%	17.6%	4.1%	0.0%	28.4%	25.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	22	3	4	5	1	1	0	10	4
		13.6%	18.2%	22.7%	4.5%	4.5%	0.0%	45.5%	18.2%
その他サービス業	56	7	14	9	5	0	1	27	7
		12.5%	25.0%	16.1%	8.9%	0.0%	1.8%	48.2%	12.5%
その他	166	19	26	10	13	3	3	88	32
		11.4%	15.7%	6.0%	7.8%	1.8%	1.8%	53.0%	19.3%

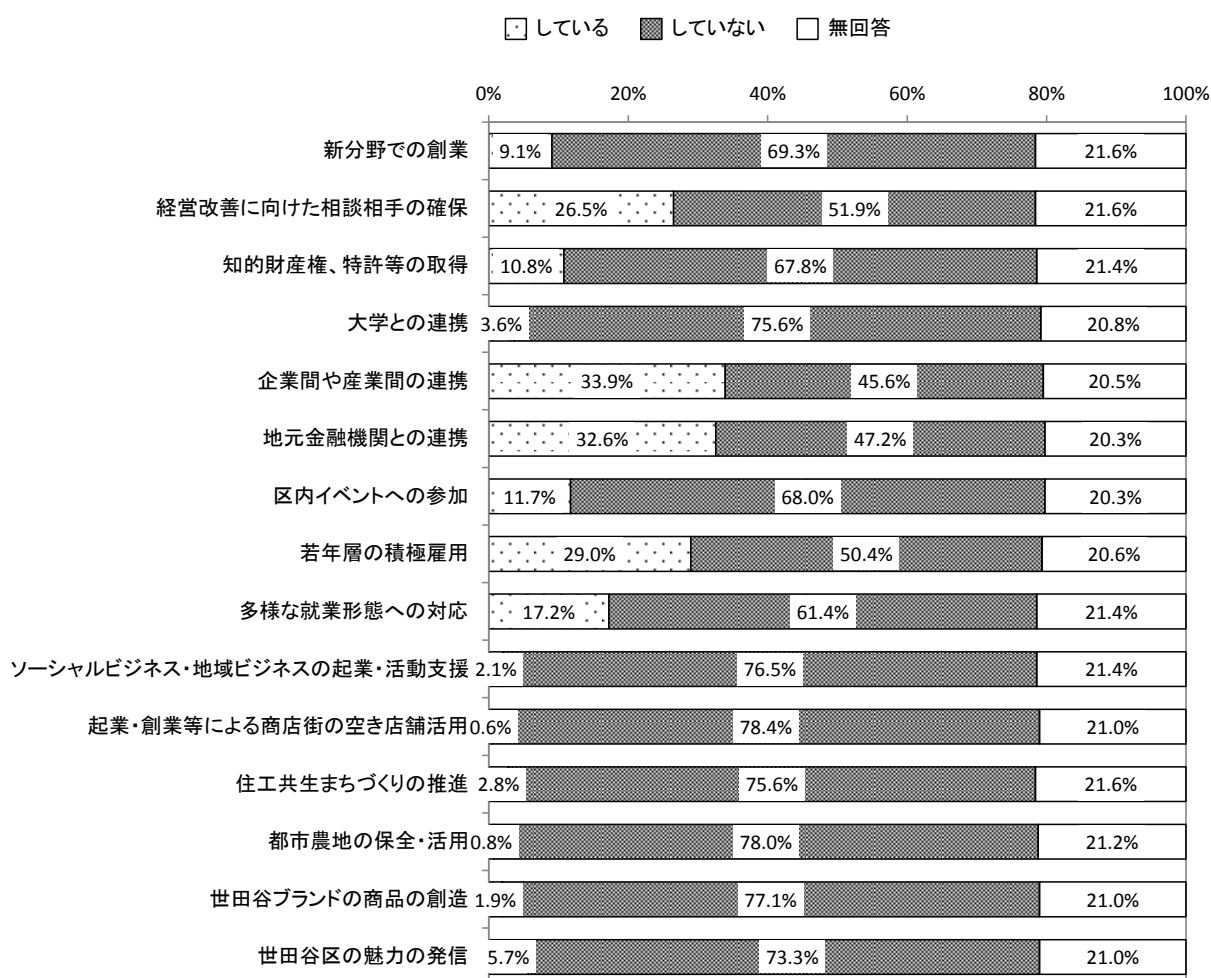
（８）個別事業課題について

問９（１） 下記の各事業課題について、それぞれ現在の取組状況、今後の取組意向をお答えください。

個別の事業課題に対する取組状況を聞いたところ、「企業間や産業間の連携」、「地元金融機関との連携」、「若年層の積極雇用」、「経営改善に向けた相談相手の確保」などが高くなっている。一方、「起業・創業等による商店街の空き店舗活用」、「都市農地の保全・活用」、「世田谷ブランドの商品の創造」などは低くなっている（図表９（１）－１）。

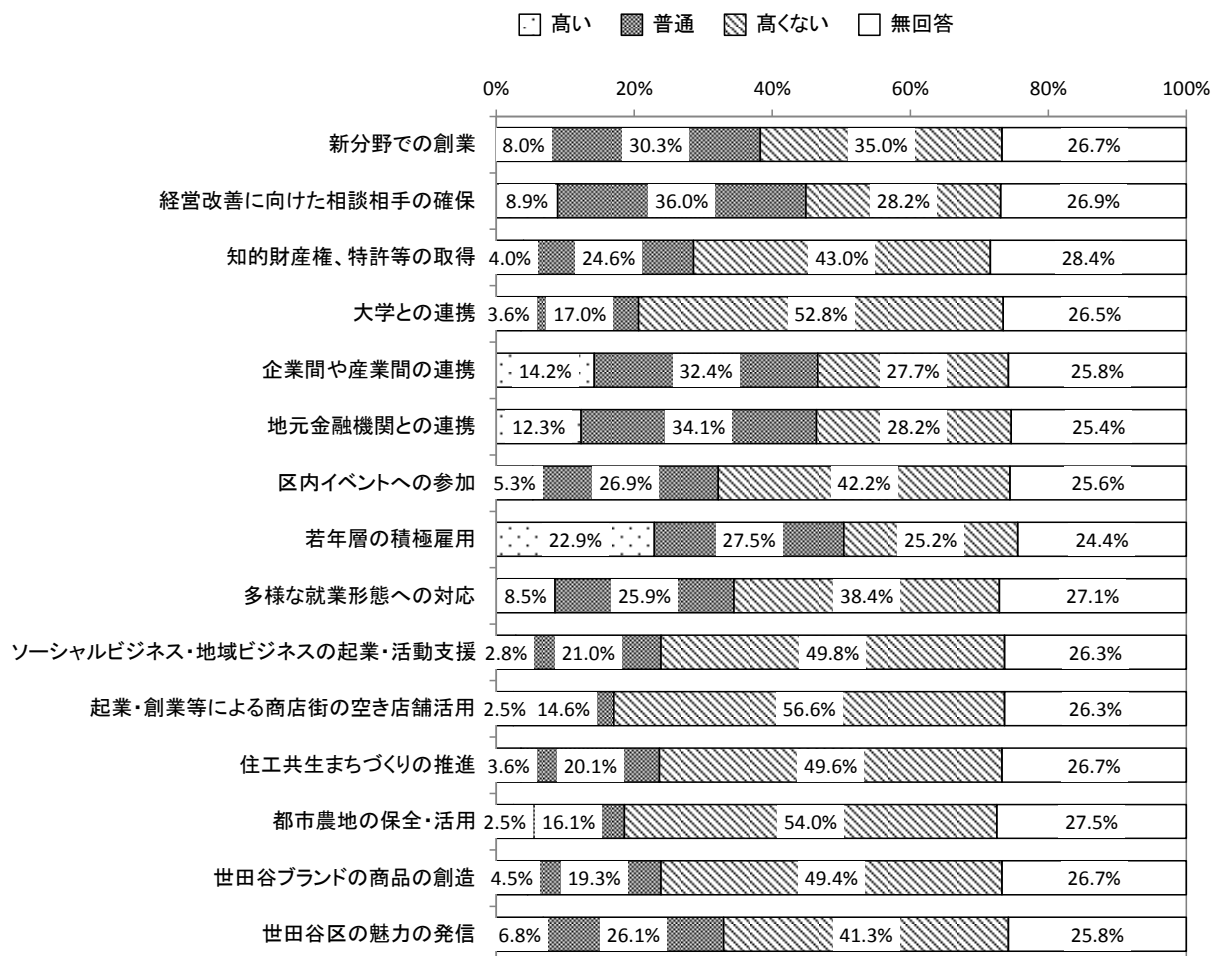
個別の事業課題への現在の取組状況（n=528）

（図表９（１）－１）



個別の事業課題への今後の取組意向を聞いたところ、「若年者の積極雇用」、「企業間や産業間の連携」、「地元金融機関との連携」は取組意向が高くなっているが、「起業・創業等による商店街の空き店舗活用」、「都市農地の保全・活用」、「ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援」などは取組意向が低くなっている（図表9（1）－2）

個別の事業課題への今後の取組意向（n=528）（図表9（1）－2）

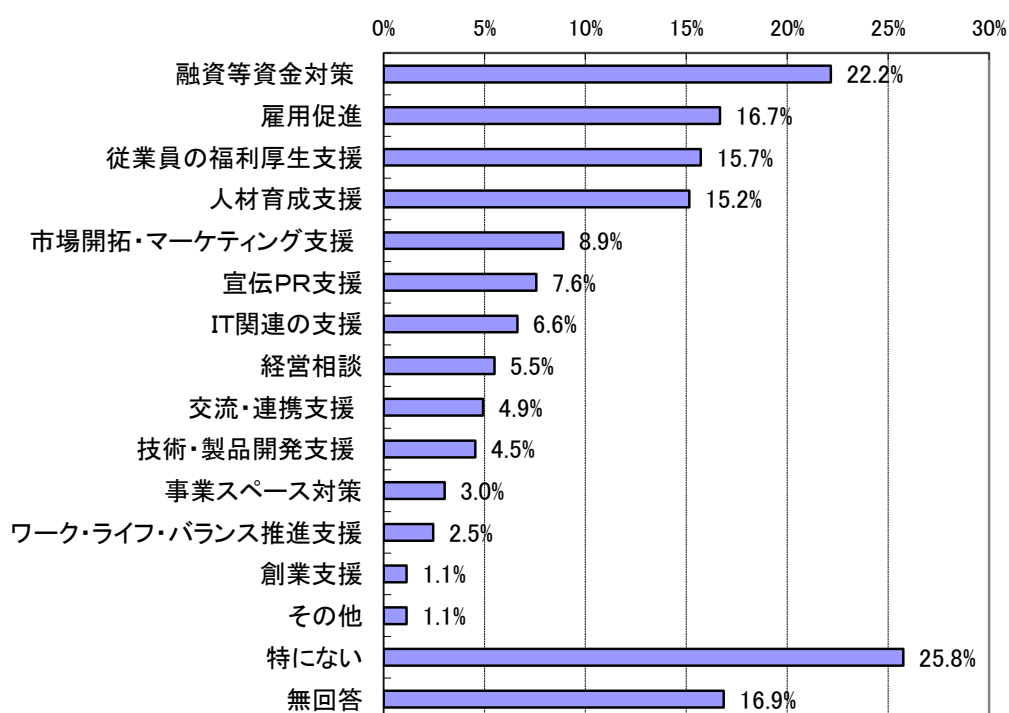


問 9（3） 今後、区や都等に対してどのような支援を望みますか（〇は3つまで）。

区や都等への支援要望について聞いたところ、「融資等資金対策」が 22.2%で最も多く、「雇用促進」(16.7%)、「従業員の福利厚生支援」(15.7%)、「人材育成支援」(15.2%)と続いている(図表 9（3）)。

前回調査では、「融資等資金対策」が最も多く、「従業員の福利厚生支援」、「人材育成支援」と続いていた。また、「特にない」と回答した事業者も多くなっていた。

今後、区や都に対して望む支援（n=528）（図表 9（3））



IV 事業者ヒアリング調査

1 調査の概要

(1) 調査主旨

アンケート調査項目のうち、個別の事業課題への取組み実態と意向に関する設問の回答結果をもとに、現世田谷区産業振興計画において重点事業に位置付けられている施策の中間評価や見直しを今後行う上で参考になると思われる事業者を抽出し、インタビュー方式により詳細な情報を把握することを主旨としている。

また、アンケートで尋ねた個別の事業課題のみに限らず、経営全般の課題や行政への要望等があれば、その詳細な情報についても把握している。

(2) 調査項目

- ①事業内容と景況感について
- ②現在の事業課題に関する主な取組の概要、その取組を行うことになった背景・課題意識
- ③今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
- ④行政への要望他

(3) 調査仕様

- | | |
|-------|---------------------|
| ①調査対象 | 世田谷区内の事業者 |
| ②標本数 | 30事業者 |
| | ・商業・サービス関連事業者 18事業者 |
| | ・建設・製造・その他事業者 12事業者 |
| ③抽出方法 | 事業者アンケート調査回答事業者より抽出 |
| ④調査方法 | 対面インタビュー形式 |
| ⑤調査期間 | 平成27年11月～平成28年1月 |

2 調査結果

【商業・サービス関連事業者】

情報通信業A社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・地元金融機関との連携 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・知的財産権、特許権等の取得 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・以前勤めていた会社を早期退職し、平成22年の秋に自宅のガレージを改装して、お茶と木製品の店舗をオープンした。 ・業績は順調である。木を素材の一部として利用したイヤホン（後述）の需要が高く右肩上がり、業況・売上ともに増加を見込んでいる。 ・木の製品は、楓の木を使用し、高山の職人とのコラボで完成した。 ・一般ユーザーへの販売のうち外国人が10～20%の割合である。現在は大手家電量販店や楽器店の一部の店舗のみで販売している。今後も海外需要は伸びると予測している。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
知的財産権、特許権等の取得 ・以前の会社ではヘッドホンの開発をしており、そのノウハウを活かしイヤホンの開発も行い、特許権取得をし、平成24年にイヤホンの店舗販売を始めた。 ・日・米・欧・中・インドと5か国で特許権を取得している。各国により申請方法が異なり、一度で申請が通ることはなかなかないが、当社の場合はまず日本で特許権を取得してから外国での特許申請を行ったので、一度で申請許可を取得することができた。 ・特許申請には東京都の助成金を利用しており、申請費用の50%が補助され非常に助かっている。 世田谷ブランドの商品の創造 ・製品を作る際にネジを作ってもらったところ、ネジ製品では国内シェア50%を占める大手の会社が世田谷区内にあったことをネット検索で知り、近くということで交渉に出向き作ってもらうことになった。区内の業者とのコラボということで、世田谷ブランドとしても良いことだと思っている。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
知的財産権、特許権等の取得 ・特許の有効期間は20年間で、更新をしなければならない。製品販売が順調なので更新料金を支払うことはできるが、更新にも費用がかかる。 経営全般 ・店舗自体は自分の代で終わらせるつもりである。特許の有効期間がちょうど切れる時にリタイアしようと考えている。 ・リタイアまでは、今後も当店での販売中心で、商品の良さを理解して購入してくれる顧客のみとつきあうようにしていくスタンスは変わらない。ネット販売を行う予定はない。 ・今後オリンピック・パラリンピック開催に向けて、ライターから人の声が良く聞こえるイヤホンが欲しいという話を聞き、語学需要があると見込んで音声待機（音が良く聞こえる）イヤホンの開発をした（この製品は、別会社で製品の販売をすることが決まっている）。
4. 行政への要望他
・東京オリンピック・パラリンピック開催に向けて、都や区からの要望があれば、音声待機イヤホンが使えるのではないかと思う。

卸売・小売業B社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・区内イベントへの参加 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・区内イベントへの参加 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・米の店頭販売及び業務用の配達を行っている。店頭販売の商品は、無農薬・減農薬で注文を受けてから精米をしている。お米マイスター（3つ星）表示をしており、お米についてのアドバイスをすることもある。 ・日本全国で米店は減少傾向にあり、各商店街1～2店舗になっていると聞く。その中において当店の業績は横ばいであり、品揃えの強化、催事、特売の増加などを考えていかなければと思っている。

2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識	
経営改善に向けた相談相手の確保、企業間や産業間の連携 ・玉川地区の米組合員10名程度で、加盟店の集まりの際には商売の情報交換、意見交換をしている。以前は販売先の商圈がかぶることも多かったが、現在はそのようなことも少なく、ざっくばらんに話ができるようになった。	
区内イベントへの参加、世田谷区の魅力の発信 ・商店街を盛り上げていくための取組を様々実施し、各会の実行委員長や会長を務めており、商売をしながらの活動で非常に忙しい。 ・毎年4月29日に開催する「二子玉川花みず木フェスティバル」は「太陽と緑と水のまち二子玉川」をキャッチフレーズとし、自然環境保護と人にやさしいをテーマにして、今年で33回開催になった。その実行委員に携わっており、行政からの助成金を申請して実施している。 ・玉川地区の15商店街で企画する「いちにち商店街」は、多摩川沿いにある兵庫島公園に1日だけ商店街として毎年楽しいイベントを企画する。	
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性	
区内イベントへの参加、世田谷区の魅力の発信 ・地域活動に関しては、商店街の中でも高齢化、人材不足は課題であり、組合員は40歳代以上で、後継者がいなくて廃業する店舗もある。また、多種の会へ参加しても顔ぶれは同じメンバーである。以前は店舗の2代目の青年部もあったが、今は成り立たない状況である。様々のイベントなど企画する際には、企業、商店街、町会が連携し、地域の振興のために実施しなければ成功はしないと思う。	
経営全般 ・個人宅への配達を拡大していきたいが、個人情報懸念されているのか持ち帰りのお客さんが多い。	
4. 行政への要望他	
・行政との交流は非常に多く、とても良くしてもらっている。 ・要望としては、イベント開催時に助成金を申請するが、チェックもかなり厳しく、入金されるまでに時間がかかり、会計係は苦勞している。入金までの期間を短期融資でしのいでいる状況なのでもう少し早く入金してもらえると助かる。	

卸売・小売業C社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・大学との連携
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・大学との連携 ・ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について ・オーダーメイドの靴作りと販売を行っている。オーダーはイージーオーダー・セミオーダー・フルオーダーの三段階で、作成期間や料金が異なる。 ・オーダーの靴を作るには、個々のカルテによる追跡管理が必要で、まずは歩行チェックをして歩き方から体のバランスをみて靴で調整をする。皮膚との摩擦などの関係もあり、皮膚科からの紹介で訪れる来店者もいる。 ・固定客が9割で30歳代から60歳代が中心である。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識 大学との連携 ・大学との連携で、靴の製造プロセスや構造設計が、自動車工学におけるエンジンのピストン設計と通じるところがあるのではないかとということで、明星大学の工学部から講演を頼まれたことがある。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性 新分野での創業 ・今後は、カウンセリングとアドバイスのみで、靴の作成時に姿勢制御のためのトータルで一貫性を持たせた事業を行っていききたい。1足の靴を何十年も修理をしながら履いてくださる方も多く、バランスの良い靴を履くことにより歩行が変わる。 大学との連携、ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援 ・地域との関わりも15年たち増えていった。映画で使用する靴のオーダーをもらったこともある。 ・大学や地域とはこれからも何かあれば連携していきたい。 経営全般 ・靴作りのノウハウを、技術の伝承として残していきたいが、なかなか店舗を任せられる人が見つからない。靴を作るだけであれば、専門学校で出て1年程経験を積みばできるようになるが、その人にあつた靴を作れるようになるには多くの年月がかかる。見習い希望はたくさん来るが、仕事をしながら教えられるようなものではない。靴作りに集中して覚えてもらうような仕組みが必要である。加えて経営者としての経営センスも兼ね備えた人となると、後継者の確保は課題である。 ・一概には言えないが、体にハンディのある人は人の痛みもわかるので思いやりがあり、ものづくりに生きてくると思う。
4. 行政への要望他 ・行政への要望としては、助成金の申請などに関する情報窓口など、アドバイスなどが受けられるような仕組みがあると良い。民間会社から電話が来ることもあるがよくわからない。

卸売・小売業D社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・地元金融機関との連携
今後取組意向の高い事業課題	・起業・創業等による商店街の空き店舗活用 ・住工共生まちづくりの推進 ・都市農地の保全・活用 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・創業は大正2年である。八幡山の住宅街でよろずや的な店舗を先代が始め、その後酒屋の業態として、店舗経営をしてきた。 ・現在の尾山台商店街に出店したのは、平成26年7月である。居抜きでの賃貸と条件も良く、以前から商店街に店を持ちたいと思っていたので思い切って始めた。以前も店舗経験があり売上も順調である。 ・飲食店とのワインセミナーや店内にて週末に試飲会の開催や、ガーデンカフェも併設して、誰でも気軽に入れる店舗づくりにしている。イタリアのバール式をイメージした店舗づくりにしている。 ・商品もワインをはじめ、日本酒も扱っている。 ・この商店街に限らず酒屋自体が減少傾向にあり、酒販組合の会員も10年前と比較すると1/3程度に減少している。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
経営全般 ・商店街全体で空き店舗は増加している。 ・商店街を活性化していくためには、個々の商店がやる気をもてるような仕組みづくりや若手の育成が重要である。新しい発想で個々の個店を変えていき商店街全体を活性化していくことが大事である。商店街は、楽しいまちで、小売店の集合体でなければならないと思うが、現状は店舗の偏りや大手チェーン店の出店が多い。 ・活性化のための方策の一つとして「まちゼミ」を開催している。 ・「まちゼミ」とは尾山台駅周辺4商店街の各店舗が講師となり、予約制で各店の専門知識を受講者（お客様）に原則無料で教える少人数制のミニ講座である。多くの店舗で衣・食・住・健康・美容・暮らし・学びなど多彩な講座が行われる。商店街のお店の存在・特徴、商店主のこだわり・人となりを知っていただき、商店街各店舗と新しいコミュニケーションの場・信頼関係を築いていただくことを目的としている。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
起業・創業等による商店街の空き店舗活用、世田谷区の魅力の発信 ・商店街の活性化が地域の活性化にも繋がってくるので、今後もしばらくから積極的に行ってい

きたい。 ・商店街の活性化のためには、空き店舗をなくすことが重要だと考える。空き店舗になる要因は様々で、「後継者がいない」、「家賃が高くて支払えない」などある。
4. 行政への要望他
・起業・創業の際に、空き店舗情報や助成金などの支援の情報がわかり易く収集できる仕組みにして欲しい。 ・フェスティバル開催時に、商店街を通行止めにして開催する際に、道路に椅子やテーブルなども置けるようにし、住民と商店街が一体感がだせるようになれば良い。

卸売・小売業E社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・企業間や産業間の連携 ・ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援 ・都市農地の保全・活用 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・下北沢の商店街でお茶の販売及び喫茶業を営んでいる。茶師十段というお茶のきき茶資格保持者が全国で12名いるが、そのうちの2名が当社にいる（都内でも2人だけである）。その2名がブレンドしたお茶も販売している。茶師十段がいる店ということで、テレビなどでも取り上げてもらった。 ・お茶業界全体は、個店販売から通販への移行によって、個人のお茶屋は減少しており、現在都内では加盟店200店舗、加盟していない店舗含めても500店舗位ではないかと思う。その中で当店も業績は不振である。 ・平成18年より喫茶を始めた。始めた経緯は、お茶のユーザーは60歳～70歳代の主婦が多く、今後を見据えて「40歳～50歳代にも幅広くお茶に対して親しみをもってもらいたい」「若い人

には馴染みの薄いお茶を、押し付けるのではなく味わってもらい好きになってもらえたら」という考えから、かき氷にほうじ茶をサービスで提供し始めた。飲んで美味しかったら店舗で購入してもらえたらという販売戦略にも繋がっている。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識 企業間や産業間の連携、世田谷ブランドの商品の創造、世田谷区の魅力の発信 ・下北沢は、昔お茶畑ということもあり、この地でお茶のかき氷を提供し始めた。お茶を身近なものとして感じてもらえたらという魅力を伝えるツールとして通年で出している。 ・ここ数年のかき氷ブームもあって冬でも人気である。1日80食を提供するのが限度だが、多い時は300人位来る時期もあった。そのため、せっかく下北沢に来てくれた人に食べられず帰ってもらうのは申し訳ないので、仲間の喫茶店舗に作り方などを有償で教えて、当店以外でもかき氷を提供できる店舗を現在4店舗まで増やした（シロップは当店のものを使ってもらっている）。そのことによって他店も売上向上と商店街の活性化につながっていると思う。 ・過去に「世田谷みやげ」で「沢の響き」というお茶を登録した。ほうじ茶で、当店でブレンドして出しており世田谷ブランドといえると思う。 ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援 ・商店街が出資したまちづくり会社が国の助成金で商品開発（地ビール）を行っているが、その支援として、お茶のフレーバーの地ビールの開発を協力している。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性 経営全般 ・お茶農家がほうじ茶用の焙煎機を購入する場合はかなりの補助が得られるにもかかわらず、当店のようない非農業の事業者の場合、1台100万円近くする焙煎機も自前で調達しなければならないため負担は大きい。
4. 行政への要望他 ・行政からは、過去に融資斡旋などをしてもらい、運転資金として設備投資に利用などして非常に助かったことがある。しかし、あくまでも融資なので短期的な回収は難しいので、設備や商品開発に対しての補助金を幅広く実施してもらいたい。 ・商店街に対しての支援策はあるが、個店に対しての支援策も今後は考えてもらいたい。商店街の活性化のためには、個店も活性化していかないと商店街が伸びていかない。下北沢の商店街も空き店舗がかなり増えてきているのが現状である。

不動産業F社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・企業間や産業間の連携 ・区内イベントへの参加 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・区内イベントへの参加 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・「福祉専門不動産」として、高齢者や障害者、生活保護者などを対象に住居の紹介などを行っている。 ・空きアパートを抱える大家を対象に福祉用住居への転換を提案し、自前の管理物件を都内に多く有している。 ・物件広告を見て来店する客に営業をかける一般的な不動産業者と異なり、当社の場合は行政の相談を受けて、住居を斡旋するケースがほとんどである。特に世田谷区からの案件が8割を占めている。 ・世田谷区外にも顧客や物件があるが、区内を拠点としているのは当社のウリである機動力や行動力を最も発揮しやすいからである。世田谷区の案件が多いことや、バイクを使えば横浜や八王子・相模原方面であっても駆けつけやすい立地にある。 ・東京オリンピック・パラリンピックのしわ寄せで近年住宅不足の傾向にあるとは感じるが、所得が低い層は景気に関係なく存在するし、そうした層は今後も増えるの見込まれることから、今後の業況は上向きだと考えている。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
新分野での創業 ・もともと老人ホームや高齢者専用賃貸物件を紹介する仕事をしていたが、それらの物件は所得が低い人が利用できないことや、行政の居住サポート事業が機能していないと感じていたことから、福祉専門の不動産事業を自ら立ち上げた。 ・住居の斡旋だけでなく、携帯電話の貸出しや遺品処理など、入居後も福祉の観点から様々なケア

を行っている（遺品処理は別会社名義で活動）。

- ・要介護者や生活保護者は、一般の方に比べて住居の条件が複雑で、契約に至るまでに手間や時間を要する。そのような普通の不動産業者が受け付けないような分野に切り込んだ点が他社と異なる点である。

若年層の積極雇用、多様な就業形態への対応

- ・入居者に管理物件の清掃の仕事を与え、雇用の創出も図っている。

企業間や産業間の連携、区内イベントへの参加、世田谷区の魅力の発信

- ・世田谷区内ですっと生まれ育ってきたが、昔に比べて下北沢の商店街が活性化していないと感じ、商店街のイベントに積極的に参加している。
- ・下北沢の商店街は近年チェーン店の増加により、店の偏りが出たり、イベントに非協力的な店舗が増えたと感じている。
- ・法人会や青年会議所、商店会などに顔を出す中で広く人脈を築いてきた。また、会社の知名度を上げるために、世田谷区の未来博に2年連続で出展したことがある（直近の出展は2年前）。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

企業間や産業間の連携

- ・今後は、行政だけでなく現場（ソーシャルワーカー、病院、グループホーム、作業所など）とのパイプも広げていく必要性を感じている。

新分野での創業

- ・新分野の展開として、パン屋やカフェなど、入居者の仕事の間を増やすための取組を考えている。作業所と併設した形の店舗でなくとも仕事を欲している人はいる。

区内イベントへの参加、世田谷区の魅力の発信

- ・地域の商店街を盛り上げるために、趣味のエイサーの人脈も活かし、沖縄をテーマにしたイベントを新たにできないかと考えている。既存のイベントは毎年参加者が固定していることから、新たにいろいろな人が関われる場を作りたい。

4. 行政への要望他

- ・ビジネスマッチングの支援については、ネット広告やSNSだけでなく、人の顔が見える出会いの場づくりが必要である。その際、主催者として何を求めているかを明確にすべきである（例えば新たなビジネスを興したいなど）。でないと、その場限りの交流に終わってしまいがちである。
- ・営業職を採用したいが、ハローワークの場合、社会人としてのモラルが足りない人が応募してくる場合が時々ある。また、民間の求人媒体はコストがかかる。区で、ハローワークや民間の求人サイトと一線を画した求人の手段を提供してもらえるとありがたい。
- ・研修期間中の人材への賃金を補助するような、雇用助成金の制度があるとよい。
- ・公益的な取り組みをしている中小企業への手当や補助金があるとよい。例えば住居を修繕する際の費用はたいいてい大家が負担することになっているが、不動産屋である当社が区から補助を受けて、手すりを付ける・コンロをガスからIHに変えるなどの修繕ができれば、大家や入居者の負担も減らせる。
- ・頑張っている中小企業がつぶれないように支援してもらいたい。

不動産業G社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・ 企業間や産業間の連携
今後取組意向の高い事業課題	・ 地元金融機関との連携

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・ 不動産業を営んでいる。千代田区で創業した。創業者が田舎に帰ることになったのをきっかけに自分が会社を引き継ぎ、そのまましばらく千代田区で営業していたが、自分自身は30代の頃からずっと世田谷区内で営業してきたため、千代田区に居続けるメリットがないと感じていた（自宅も区内にある）。そのため平成25年から、より土地勘・地の利を発揮できる区内に移った。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・ 現在の地に移って3年近く経つが、ようやく商店街の人々とのつながりができてきた。 ・ 最近はネット広告や張り紙からの問合せを待つだけでは営業になりづらいことから、人づてに早期の情報取得ができれば営業力の強化につながると考えている。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
地元金融機関との連携 ・ 地元の信金の営業マンは地元の地主や企業のオーナーと密なネットワークを築いており、どこの誰が不動産の売却・購入・リフォームなどを考えているらしいといった情報を持っていることが多いことから情報交換面で連携していきたい。 ・ 現在はまだ、信金の営業マンとそこまで情報交換できるだけの関係を築けていない。まず当社と信金の間である程度資金取引の実績を作らなければ、信金も他の顧客の情報を教えてくれない。 ・ 地元の信金は地域や商店街の祭りなどにも積極的に協力しており、企業の体質として地域に対して閉鎖的な印象はない。したがって今より関係を深めるには、地域のイベントの場で挨拶を交わすなど、こちら側から個人的なつながりを積極的に作っていくしかないと考えている。
4. 行政への要望他
・ 一言で企業・産業間の交流や連携と言っても、実際に個々の企業どうしでなかなか進まないことから、区が音頭をとって交流の機会を設けるという考え方は無くもない。ただしやるのであれば、1回だけではたいてい名刺交換で終わりがちであることから、その後のフォローも含めて継続的な支援策を講じるべきである。 ・ 産業振興の観点から事業者間のマッチングを促すことも大事だが、区にはそれよりもまちづくり（インフラ整備）などもっと大きな枠組みでの取組を考えてほしい気がする。

不動産業H社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・若年層の積極雇用 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・若年層の積極雇用 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・桜新町・用賀・二子玉川エリアを中心に不動産業を営んでいる。創業は平成24年だが、自身は用賀の不動産会社に永年勤めており、不動産オーナーなどの支援を受けて開業した。 ・会社のHPを活用し、世田谷エリアの紹介ページ等の発信を行っている。 ・当社のエリアである田園都市線沿線は渋谷まで1本で行ける。渋谷の再開発が進めば、渋谷を訪れる人が増え、田園都市線沿線に住居を求める人が増えるの見込んでいる。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
世田谷区の魅力の発信 ・桜新町・用賀・二子玉川の各エリアについて、地名の由来、駅周辺の施設、行政機関・区民施設、買物できる場所（主にスーパー）、散歩におすすめの場所（公園など）、趣味を楽しめる場所（スポーツクラブ、娯楽施設など）を紹介している。 ・不動産に関するアドバイス・街のグルメやイベント等の紹介・暮らしの知恵の紹介の3つのコラムもHP上で掲載している。 ・これらの情報は社員が独自に収集・発信しており、特に行政や地域の企業・団体などと連携せずに行っている。 ・物件だけでなくエリア情報の発信も、営業につなげるうえで必要なものだと考えている。社会貢献など特別なことをしているという意識はない。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
若年層の積極雇用 ・業績が良ければ採用を拡大したいが、昨年度は1名に留めている。 世田谷区の魅力の発信 ・情報発信の活動は今後も独自に行っていく。 経営全般 ・中小企業は、大手のように資金を投じて積極的に新しい事業に取り組んだりできないので、いかに時代の流れにのっていか生き残る鍵だと思っている。 ・時代認識としては、昔と比べて今は居住者がさほど地域とのつながりを求めている。 ・新規分野での創業について、例えば最近不動産業界では東京オリンピック・パラリンピックに向けて民泊やA i r b n b（エアビーアンドビー）といった新たな取組が見られるが、仮に隣の大田区のように区全体で推進することになったとしても、当社としては現時点で取り組む考えはない。民泊やA i r b n b向けの物件を探したり、対応できるスタッフを確保するだけでもコスト

がかかる。こうした資金力を要する取組は鉄道系不動産会社のような、資金が潤沢にある事業者から率先して取り組んでもらいたい。

4. 行政への要望他

- ・行政に対する不満や要望は特にない。
- ・他産業との連携については、個々の事業者はそこまで考える余裕がない。それよりも商店会など団体単位の方が進めてはどうか。

飲食業Ⅰ社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・企業間や産業間の連携 ・区内イベントへの参加 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・利用価値の低い食材を有効利用したブイヤベースの専門店を営んでいる。 ・鯛を使った出汁を利用して、日本人の舌に合わせた味を出すことに工夫し、2種類のスープを提供している。 ・スープの通販を始め、全国にクール便で発送している。 ・客層としては、ブイヤベースに馴染みがある50歳代以上が中心である。
2. 新たな取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
新分野での創業 ・平成27年4月に、定年を機に上述の通り創業したばかりである。 ・以前ホテルマンとして厨房で働いていた経験があり、ブイヤベースを気軽に味わって頂きたいという思いからブイヤベース専門店を出店したく、在職中から店舗開店に向けて動いていた。
3. 今後の取組課題と方向性
企業間や産業間の連携 ・今後は、スープに食材を入れて調理してもらい、老人ホームや保育施設などでも利用してもらいたい。多くの人に本格的な味を味わってもらいたい。 区内イベントへの参加 ・世田谷区でのイベントなど機会があれば出店してみたい。商店街の梅まつりなどにも参加していきたい。

世田谷区の魅力の発信

- ・ブイヤベース専門店が、世田谷にあるということを知ってもらいたいし、ブイヤベースは高いものというイメージを払拭させていきたい。

経営全般

- ・家族経営で切り盛りしており、初めての店舗運営に戸惑うことも多い。
- ・ランチは40歳～50歳代の方も増えてきているので、今後は若い子育て中の方にも来店してもらいたい。
- ・店舗の情報発信はホームページ・フェイスブック・Instagram・民間の口コミサイトを使っているが、口コミサイトへの写真提供がうまくできていない。また、ホームページももっと充実させたいが、費用的に厳しい面がある。

4. 行政への要望他

- ・公園等でイベントのような出店募集情報があれば、出店してみたい。たまに区のホームページを見ると既に終了していることが多いので、世田谷区での出店参加者募集情報など事前の情報を確実に入手できるようになると良い。
- ・世田谷区も東急沿線は盛り上がっているが、小田急沿線は盛り上がり欠けるような気がする。魅力がうまく発信されていないように感じる。

飲食業J社

■「個別の事業課題への取り組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・区内イベントへの参加 ・住工共生まちづくりの推進 ・都市農地の保全・活用 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・区内イベントへの参加 ・住工共生まちづくりの推進 ・都市農地の保全・活用 ・世田谷ブランドの商品の創造 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について

- ・フランスの田舎料理とワインを提供するフレンチレストランである。ランチとディナーの他に持ち帰りのオードブルの提供も始めた。
- ・来店客は、固定客とフリー客とほぼ半々位で、30歳～50歳代が中心である。
- ・東日本大震災後から業績は落ち、追い打ちで消費税が8%になったことでさらに悪化した。増税から1年経って、やや売上が持ち直してきた。

・業績向上のために、気軽に入れるように２年前から、ランチにワンプレート商品をプラスして１，２００円で提供を始めた。そのことによってリピーターも徐々に増えている。 ・また、外食にでられない方向けにオードブルを始め、こちらも徐々に増えてきている。 ・店舗の情報発信は、ホームページと民間の口コミサイトで発信している。最近はネットからの予約が多い。
２．現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
区内イベントへの参加 ・町内会のイベントで飲食店ブースがあり、その際にオードブルを出したことがある。まずは店舗を知ってもらうことが重要だと考えている。 ・商店街でのイベントは殆どないが、商店街を越えた飲食店同士の交流はたまにあり、情報交換などを行っている。
３．今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
区内イベントへの参加 ・これからもイベントや情報交換の場があれば参加したい。 都市農地の保全・活用、世田谷ブランドの商品の創造 ・店舗で使用する野菜は、近所の八百屋から国産の野菜を仕入れている。地場の野菜をもっと使いたいと思っているが、近くの直売所の野菜は、世田谷という土地柄なのか値段が高く使えない状況である。もう少し低価格であれば地場野菜で提供したい。 ・世田谷の食材が使えるようになると、世田谷産直ということで、メニューの開発なども提案できる。
４．行政への要望他
・特に要望は思い当たらないが、店舗をリフォームする際の情報提供一覧などがあると便利である。 ・自宅は川崎市なので、世田谷区の情報を入手する機会があまりない。

医療・福祉関連業（医療事務）Ｋ社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援 ・住工共生まちづくりの推進

■ヒアリング調査結果

１．事業内容と景況感について
・健康・医療に関する専門情報を適切な文章の形で説明する資料づくりの業務を行っており、顧客は製薬会社である。平成１３年に会社組織として起業した。その前は、外資系会社に勤務しており、自分のノウハウを活かせる仕事で独立した。 ・現在製薬業界では、このような仕事はほぼ１００％アウトソーシングしている。私のようなメデ

ィカルライターは少なく、良い人材の確保は難しい。 ・これまで、営業で業務を拡げてきたのではなく、口コミで仕事がきてやってきた。多い時は、年間120～150本の仕事をこなし、今では年間50本位である。 ・以前は全てトータル業務として、デザイン・説明資料の執筆・パンフレット作成・印刷まで請け負っていた。1本の業務が3か月から半年かかるものもある。現在は、説明資料の執筆までで、印刷業務は行っていない。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
経営改善に向けた相談相手の確保 ・私が起業した際は、偶然見た雑誌で知り、国の助成金で、自宅を担保に低金利で融資してもらうことができた。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
新分野での創業、ソーシャルビジネス・地域ビジネスの起業・活動支援 ・あと2年位で廃業し個人事業主としてやっていくための準備を進めており、現在は、その後の活動として2020年の東京オリンピック・パラリンピックの運営にボランティアとして参加するために、現在ドーピング検査員の資格を取得中である。 ・その要因としては、メディカルライターの仕事については1人で15年間やりきったという達成感を得たからであることと、最近では10年前の資料を手直しするような仕事も増えるようになり、60歳になる前で辞めるのがより良い時期だと思ったからである。 ・現在もメディカルライターの仕事をしながら、スポーツトレーニングセンターで、ボランティア活動として高齢者のスポーツの啓蒙活動を行っている。 ・疾患のある高齢者の状態を一番理解しているのは看護師である。現在は、医師、看護師、患者、薬剤師と皆バラバラで、それらが連携して患者に適したスポーツアドバイスができるのが理想である。 ・将来的には高齢者向けのスポーツと疾患治療のアドバイスが出来たらと考えている。薬の副作用によってスポーツの仕方もかわることなどを教えていきたい。
4. 行政への要望他
・起業する場合の助成金の情報発信を行ってほしい。私が起業した際は、偶然見た雑誌で知り、国の助成金で、自宅を担保に低金利で融資してもらうことができた。そのような情報発信をわかりやすくしてもらえると、今後起業を考えている人の参考になると思う。 ・異業種交流も必要だと思う。区内で高い技能を有する退職した方や、子育てで外に仕事に出られないが技能をもった方などが交流できる場を作ってみてはどうか。 ・テーマを決めたターゲット別の異業種交流で、仕事のマッチングをする場を世田谷区として提供してはどうか。

医療・福祉関連業（鍼灸院）Ｌ社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	—
今後取組意向の高い事業課題	・大学との連携 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・近隣の一般的な鍼灸院と違い、高齢者だけでなく、発達障害、乳幼児や、自律神経やメンタルヘルスを害した方なども来院する。 ・看板とHP以外に特に宣伝は行っていないが、看板などで何かしら感じてくれた方や、一度来院したお客さんの紹介を受けた方が訪ねてくる。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
大学との連携 ・大学に症例を提供して、鍼灸の効能に関するエビデンス（客観的な裏付け）の構築に協力している。得られたエビデンスを当院の宣伝に使わせてもらうなどの見返りは求めているわけではなく、あくまで鍼灸を知ってもらうための社会貢献として行っている。 ・他の鍼灸院ではこうした大学との連携は行っていない。 ・日本で初めての鍼灸学部がある大学の出身であり、その大学では宇宙航空研究開発機構（JAXA）と連携して、鍼灸の宇宙応用に関する研究を行っている。西洋医学だけでなく、こうした東洋医学の可能性を注目してもらいたいと考えている。 ・鍼灸とは単なる医療ではなく、日常生活の中でいろいろな要因を抱えた方の体を良くすることができるものと考えている。精神科や投薬治療でも効果がなかった方が鍼灸で良くなることもあるが、近隣のクリニックの人と話をしても鍼灸の可能性についてなかなか理解されない。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
若年層の積極雇用 ・将来的には弟子を取り、技術を習得させ、あちこちで開業させたいと考えている。人の募集はハローワークなどを考えているが、最も重要なのは適正があるかどうかであり、それは専門の学校を出たかどうかだけではわからないことから人物重視で見極める必要がある。
4. 行政への要望他
・自分で自分の体を良くすることに興味が無い人が多いように感じる。その一つとして鍼灸は可能性があるが、まだまだ一般的に知られていない。例えば当院で月に数回行っているお灸教室を区から紹介するなど、鍼灸を広めるために行政ができる取組があれば連携していきたい。 ・もともと大阪で活動していたが、東京には大阪の倍以上の鍼灸院があることから、なぜ東京ではそれだけ鍼灸が流行っているのかという関心もあって、東京で開業することにした。東京で開業

するにあたっては、全国的に知名度のある自由が丘にしたいと決めていた。地方の人は「世田谷」にブランドイメージを感じている。テレビなどで多くとりあげられる、芸能人が多く住んでいるなどといった点が魅力につながっていると思われる。

- ・創業するにあたって、区などの支援制度について調べたがわからなかった。どんな制度があるかを創業時に知っていれば使いたかった。
- ・自力で創業したが、頭金の確保が最も苦労した。創業しても長く続かない事業者も少なくないだろうが、貸す側としては始めからそういうものだと割り切ったうえで創業時の資金を援助してもらえるとありがたい（５０～１００万円ほどで良い）。起業したい人はネットで情報交換していることも多いので、例えば世田谷区で支援を受けやすいといった情報があればすぐに広まり、結果的に区内で起業しようという人の増加につながるのではないかな。
- ・板橋区と健康計測機器メーカーの株式会社タニタが連携し、区民の健康づくりを推進する事業に取り組んでいるように、世田谷区でも健康産業との連携を考えてはどうか。

その他サービス業（保育施設）M社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・区内イベントへの参加 ・起業・創業等による商店街の空き店舗活用
今後取組意向の高い事業課題	・企業間や産業間の連携 ・区内イベントへの参加 ・起業・創業等による商店街の空き店舗活用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・０～３歳児の保育施設である。前施設長が保育ママとして保育室をはじめ、法人格としてNPO法人を立ち上げ平成１４年に設立した。 ・現在は、口コミで入園者が定員割れすることなく、兄弟で通園しているお子さんもいる。現状は０歳児で４０人待ちである。北沢地域には０歳児が入園できる保育施設が少ないかもしれない。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
区内イベントへの参加 ・商店街との関わりを大切にしている。理事長が商店街の役員をやっており、お祭りの参加やお手伝いもしている（園としてハロウインのパレードにも参加していた）。設立から１０年経って、近隣の人も声掛けをしてくれたり、商店街の店主のお孫さんが入所されたりするような関係が築けるようになった。 ・地域の婦人部に夜間施設を貸し出して、フラダンスの練習などに使ってもらっている。 ・世田谷駅付近に一時預かりのホットステイも運営している。そちらとの連携で、研修会での交流やお祭りへの手伝いにも積極的に参加している。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
経営全般 ・施設の老朽化もあり、この近くの地域で借りられる場所があれば移りたいと思っている。 ・現在世田谷区の建物を借り運営しているが、NPO法人であり非営利団体のため修繕費にお金をかけることは難しい。年間予算の中でできる範囲を修繕して運営している。 ・雇用面でも待遇面、福利厚生面が十分ではなく、スタッフの環境条件は厳しい状況で、なおかつ少ない人数で運営しているので、長く勤めてもらえるような環境づくりができれば理想である。 ・今後も地域の防災訓練にも参加したりと、地域との連携を強くしていきたい。
4. 行政への要望他
・保育室の運営に対して、17年間補助金も保育料も上がらない現状で、人件費などの捻出が大変である。認可保育施設と格差がありすぎる。 ・保育士の資格がなかった人も全員合格し、100%保育士になり、高い水準で保育にあたっているが、無認可というだけで待遇面・福利厚生面などで、働くひとへの還元ができていない状況である。 ・人材育成にも時間をかける余裕がなく、法人の理念を理解してくれている人で成り立っている。 ・治安面でも、施設の周りにタバコやごみが落ちているなど、夜間のセキュリティが心配である。

その他サービス業（イメージコンサルタント養成業）N社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・区内イベントへの参加 ・世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・企業間や産業間の連携 ・区内イベントへの参加 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・アメリカに本社がある企業の日本支社で、平成13年に日本の代表として企業を立ち上げ、代田に事務所をおいた。 ・事業内容はイメージコンサルティングとして、カラー分析、ファッションタイプ・ワードローブ分析や、イメージコンサルタント養成・プロ活動サポート・色彩教材販売・企業研修などである。 ・完全予約制で、顧客は30歳代～60歳代の女性を中心である。 ・昨今の業績としては横ばいであるが、中期的には売上利益ともに増加していく見込みである。そ

のためにも多くの人に当社のことを知ってもらうことが重要である。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 - これまでに公的機関との連携で、定年を迎える方向け、大人の障害を持つ方への提案、高齢の方へデザイナーとコラボした服のデザイン、成年後見人で認知症を抱えている人向けの提案などを行ってきた。これらの開催は、何かのきっかけで当社のことを知った方から声をかけて頂き実現した。 区内イベントへの参加 - 世田谷区主催の「わくわくワークフェスタ」は、レストラン経営をしている友人に声をかけてもらい毎年参加している。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
経営全般 - コンサルタント養成業務で、現在200名近くのコンサルタントと契約をしており、今後もコンサルタントの育成には注力していきたい。 - 契約技能者（契約コンサルタント）の中には、70歳以上の人もおり、生きがいとして仕事をしている。これらの人が生涯現役で活躍できるようにバックアップしていきたい。 - まずは、当社の存在、取り組み内容を知ってもらうための情報発信が必要で、ホームページで伝えることの難しさも感じている。
4. 行政への要望他
研修を行う際に急ぎょ借りられる施設があればと思う。世田谷区内にはホテルが少ないので、会議室などがあまりない。また、少ない研修費で賄うため、高い施設使用料は支払えない。公共で借りられるところの情報があると嬉しい。

その他サービス業（ナレーター養成業）〇社

■「個別の事業課題への取組実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	- 経営改善に向けた相談相手の確保 - 企業間や産業間の連携 - 区内イベントへの参加 - 起業・創業等による商店街の空き店舗活用 - 世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	- 経営改善に向けた相談相手の確保 - 企業間や産業間の連携 - 区内イベントへの参加

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について ・代表は現役のプロのナレーターであり、昭和63年に、自宅のある世田谷区で、ナレーター仲間 で始めた勉強会を母体に、ナレーター・放送タレントの養成業務を行う現在の会社を設立した。 ・年72回の養成講座のほか、各種番組やCMへの出演業務や、顧客の要望に応じて適切な受講生 を派遣・斡旋する業務も行っている。 ・卒業生は主にフリーで、全国（地方のラジオ局など）で活動している。 ・特に営業しなくとも口コミなどで毎年受講者は集まるが、最近は年齢的な理由もあり、受講者を 毎年5～6名程度に留めている（一番多い時には毎年10～20名以上を受け入れていた）。また、 養成業務を中心にしたいことから、外部のイベントへの派遣業務など是对応可能な範囲で受ける ことにしている。 ・以前は町の小さなイベントでの司会業務やケーブルテレビの仕事の依頼がよく来ていたが、最近 はそうしたイベントやケーブルテレビ自体が減ってきたように感じる。 ・商店街の街頭アナウンスは、10年ほど前まで区内では成城や祖師谷などでも流れていたが、専 門の技能を持つ者がアナウンスを請け負っている商店街は、今は千歳烏山ぐらいではないか。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識 区内イベントへの参加、世田谷区の魅力の発信 ・25年ほど前から地元である千歳烏山の商店会の依頼で、商店街の街頭アナウンスを行っている （主に毎月のイベントや商店街スタンプなどについて紹介している）。 ・原稿を読むだけなら素人でもできると思われがちだが、聴衆の耳にしっかり入り、PR効果をも たらしように読むためには本来技術を要する。商店街側にとっては街の雰囲気良くするうえ でも、プロを使うことに意義がある。また、当社にとっては地域貢献、及び受講生（の中でも優秀 な人材を選抜）の良い実践の場となっている。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性 経営改善に向けた相談相手の確保 ・経営を継ぐ者が見つかっていない。講師については受講生の中から良い人材がいれば迎え入れる ことが可能だが、経営のことやナレーターの営業までできる人材となると別である。 ・ただしこの件で行政の支援を求めることまでは考えていない（1代限りで廃業することも考えて いる）。 区内イベントへの参加 ・小さなイベントでも良いので、区内で機会があれば協力したい。当社にとっても受講生の良い実 践の場となるのでお互いにメリットがある。受講生の派遣に限らず、例えば区のイベントでナレ ーターを担当する区職員への指導も可能である。
4. 行政への要望他 ・イベントそのものが減っているので、例えば区とエフエム世田谷が連携するなどして、新たなイ ベントを増やしてはどうか。 ・現在ホームページのリニューアルを専門の業者をお願いしているが、外注先を探すにあたって、 区内でそういったことが頼める業者がいるかどうかの情報が見つからなかった。そこで複数社に 一括して見積りを依頼できるウェブサイトを利用して業者を選定したが、連絡のあった10数社の

中に世田谷区の業者はいなかった。地元でお願いできるところがあるなら、できるだけ利用したいと思っているので、そういった情報提供があれば助かる。

- ・最近はスカイプでの講義も行っている。遠方の顧客の獲得になるし、受講者にとっては交通費がかからないのがメリットとなっている。区内の事業者に対しても、SNSの活用を促してはどうか。

その他サービス業（洋服リフォーム業）P社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応
今後取組意向の高い事業課題	・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・洋服のお直し、リフォームを行っている。 ・ここ10年位は顧客が増えている。60歳代以上の高齢の方や、30歳～40歳代の男性も多く来店される。 ・ボタンがとれたと持ってこられる若い人にはボタンの付け方を教えたりする。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
若年層の積極雇用 ・この近隣にお直しの店が数店舗あり、洋服を直して着るという需要が増えている。その一方で人材不足は深刻な問題である。 ・服のデザイン関係には若い人も多いが、賃金が安く内職のイメージでやり手がいらないため、1年半前よりお直し料金の6割を人件費として支払うようにするシステムを取り入れて実施している。慣れてきて早くできるようになると、わりと良い時間給になる。 ・現在、働いている人は50歳代以上が多く、若者は一人もいない現状である。このままいくと従業員が高齢者ばかりになってしまうという危惧がある。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
若年層の積極雇用 ・今後は、人材を育てる方に力を入れていきたい。そのためには、イベント等ものづくりの楽しさを伝えられるような場が欲しい。 ・後継者確保ということでは、国籍、年齢は問わず、マシンがあれば誰でもできるので、独立して稼ごうという人を増やしていきたい。 ・以前中国の人を雇用したことがあるが、言葉の壁などが課題であった。

経営全般

- ・店舗は平成28年3月に撤退が決まっており、4月以降は別の場所に移転をする。それを機に店舗に出ることは引退をするが、お直しの仕事は継続し、若い人や子育て中で外に仕事に出られない人などに、この仕事の楽しさや直すことの大切さを知ってもらいたい。
- ・情報発信で、以前お店のホームページを知り合いに作ってもらったが、更新する際の画像データの準備や更新する手間など、時間がなくそのままになってしまい現在は情報発信できていない状況である。プロに頼むと費用も高いのでできない状況である。

4. 行政への要望他

- ・行政への要望としては、人材募集のお知らせをしてもらったり、施設の利用情報なども気軽にみられるようなシステムを作ってもらいたい。
- ・中小企業支援に関する様々な情報をメールで発信してもらい、またそのような情報提供の窓口があると良いと思う。

その他（建築リフォーム業）Q社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・区内イベントへの参加 ・若年層の積極雇用
今後取組意向の高い事業課題	・若年層の積極雇用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・オフィスビルを中心に、外壁の改修・塗装などのリフォーム業を営んでいる。営業範囲は城南地域を中心に、都内全域にわたる。 ・日本全体は人口が減少しているが、東京都内に限れば人口は増えていることから建物の数も増えている。そのため、今後リフォームの需要はますます伸びると見込んでいる。しかし、現在既に現場の作業員の確保が追いつかず、新たな受注を止めている状況にある。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
区内イベントへの参加 ・区の商工会や産業プラザ、地元金融機関が主催するマッチング商談会や展示会などに参加する機会が多いが、今後は現在ほど積極的に参加しないつもりである。どれも関係者ばかりで一般客より来訪が少なく、期待していたほど営業につながらないからである。 若年層の積極雇用 ・若年層を確保するために、建設業界専門の求人誌やハローワークで募集をかけているほか、工業高校にも求人を一回だけ出したことがある。しかし求人の反応は全くない状況である。 ・社会全体で少子化が進んでいる。加えて、最近の若年層は「3K」（きつい、汚い、危険）のイメ

ーじのある業界を敬遠する傾向にあることから、建設・リフォーム業界を志望する若年層の絶対数は将来的に減るだろうという危機感がある。

- ・体力や神経を要する職種であることから、定年後の年配者を再雇用するというような考え方はあまりそぐわない（危険性が高い）。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

若年層の積極雇用

- ・人柄や意欲で採用したいが、ハローワークからの応募者は仕事内容よりも条件面重視の傾向がある。当社の場合、週40時間の勤務体系を基本としているが、時期によって不定期に土日勤務が発生することもある。そのため、ハローワークから紹介を受けても、休日などの条件面で考えが合わず採用まで至らなかったことがあった。また、工業高校からの応募者は現場管理者志望が多く、当社の求める現場作業員志望の確保につながらなかった。人柄重視で採用する場合、人の紹介やつてを頼る以外に有効な手段がなかなかない。
- ・日本人だけで意欲ある人材が確保できなければ、いずれは外国人も含めて採用を考えなければならないと思っている。しかし現実には言葉の問題などもあり難しいので、これまで実際に採用したことはない。
- ・外国人技能実習生の活用を提案されたことがあるが、3年を過ぎれば返さなければならないのがネックである。10年従事していてもまだまだ1人前とは認めてもらえない業界であることから、外国人であっても長期間働いてもらえる人材が望ましい。

4. 行政への要望他

- ・採用後の人材育成面などよりも、若い人にまず当社の存在を知ってもらうための情報発信の段階で支援があればありがたい（例えば、若い人が見るような求人媒体を区独自に整備するなど）
- ・外国人労働者の雇用は、いずれ日本人の若者だけで労働力が足りなくなった場合のために、社会全体で法整備や環境整備を考えるべき問題だと思う。例えば、言葉を含めて、日本で働くための基本的な職業訓練を行う機関などを整備し、そこの卒業者を事業所に紹介するような制度があれば、喜んで採用を考える事業所はあると思われる。
- ・連携可能な区内企業を探すことができる仕組みがあると良い。当社であれば、ガラスや壁紙を扱っているメーカーを探しているが、区内でそういった事業者の情報を知らない（当社は区の商工会にも加盟しているが、商工会でもそうした情報は入ってこない）。また、塗装や防水工事などができる区内業者を探している建設会社に当社を知ってもらうなど、双方向のマッチングの仕組みがあるとありがたい。
- ・（世田谷区工業・区内事業所データベースについて）そういった制度があることは知らなかった。当社も含めて制度を周知させるためには、個別に郵便で案内したり直接説明に回るなど、草の根的なPR活動が必要ではないか。
- ・全般的には、世田谷区は産業振興に熱心に取り組んでいるという印象を抱いている。

その他（鋼構造物の非破壊検査） R社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・業務内容は鋼構造物の非破壊検査で、営業種目としては、超音波探傷検査・浸透探傷検査・磁粉探傷検査・耐震診断・厚さ測定・鉄筋探査・設備診断等を行っている。 ・国内に26社（平成27年12月現在）しかない東京都検査機関登録会社でもあり、また、同じく国内に22社（平成27年5月現在）しかない優良鉄筋継手部認定検査会社である。 ・主な顧客は、大手ゼネコンや鉄骨制作会社である。 ・東日本大震災後、全国的に構造物に関する耐震などは厳しくなり、東京都も非常に厳しくなってきた。新築の場合の検査、老朽してきてからの検査と様々ある。 ・今後も検査依頼は増える見込みであり、業績も上昇傾向であるが、そのための人材確保が一番の課題である。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・月に1回程度製品についての意見交換や勉強会などを行っている。時には面白いアイデアが浮かんだりすることもある。 若年層の積極雇用 ・人材確保のためにできる努力をしている。同業種の知り合いが、理系の高校などの教育機関への働きかけなどを行っているが、根回し程度であり、実際に応募があるまでには至っていない。 ・人材は社内で教育をして資格を取得してもらっている。多種の資格があるが、レベル1～3まであり、レベル1と2は3か月間で45%位の人が取得できるが、レベル3になると難しくなり7%位に減少する。 ・人材確保に苦労している要因として、会社の認知度が非常に低いことがある。しかし、民間業者で情報を発信させるのは、ホームページでの情報発信などが限界である。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
新分野での創業 ・現在は建物関連の検査の仕事のみだが、今後の方向性の一つとして、検査対象物の拡大も具体的に考えている。
4. 行政への要望他
・世田谷区への要望としては、このような会社が区内にあることを広報して欲しい。建物を新築する場合もこのような検査会社があることを知ってもらいたい。現状は、ゼネコンからの依頼が殆どで、個人からの依頼は年に1回位である。その場合の情報入手はホームページだと思う。 ・本来新築の場合の検査など、施主からの依頼があれば重要な部分への検査をおすすめすることができるが、ゼネコンからの依頼となるとかなり少ない箇所の検査になることが多いので、区や東京都などで、新築する場合の申請手続き部署に、検査の概要などお知らせしてもらえるとありがたい。そのことによって、若い人への広報にも繋がる。

【建設・製造・その他事業者】

建設業（公共建築）a社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応
今後取組意向の高い事業課題	・大学との連携 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・売上の70%が公共建築工事、25%が民間企業からの受注、5%程度が不動産の賃貸収入や賃貸の仲介収入となっている。公共建築工事は、世田谷区が最も多く、次いで東京都が多い。 ・世田谷区には大手建設業者がないため地域密着型の建設業者として存在する意義を感じている。当社のような中小企業でも存続できているのは、大きな建設業者のない世田谷区の土地柄が重要だと思っている。 ・景況感としては、昔も今も変わらないと考えている。案件数も大差はないが、ただし少子高齢化

が進み、人口が減少している中、公共事業の案件が減少するのではないかと不安視はしている。

2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識

企業間や産業間の連携、地元金融機関との連携

- ・塗装業者など建設業界関連の会社に参加する異業種交流会には積極的に参加している。
- ・ゼネコンは、協力業者を抱え、いつでも工事を受託できる体制を整えなければならない。協力業者も地元のゼネコンを探している。金額と工期の条件が合えば、すぐに仕事につながるのが建設業界である。そのため、建設業界にとっては、協力業者を探すという意味では、異業種交流会は重要なビジネスの場となる。
- ・世田谷区は土地柄、富裕層も多く、金融機関や地元の商店街が協力業者や発注主を紹介してくれる。

若年層の積極雇用

- ・今後、事業を継続する上では、若い世代を育て、世代交代をする必要があると考えている。そのため、若い世代の雇用に積極的に取り組んでいる。
- ・現在の建設業界の従事者は団塊の世代が多く、将来的な人材不足が問題となっている。もともと少ない建築学科卒業の学生を多くの建設業者が取り合っている。また、建築の技能を持つ専門家が少ないのが現状である。
- ・採用活動に関しては、将来的に、当社で一級建築士や一級建築施工管理士を取得し働いてもらいたいため、建築学科を卒業する学生を希望している。
- ・他業者では、人材が集まらないため、文系の学生を雇用し、じっくりと育てていくと言う会社も存在するが、資格取得までに長い期間がかかるため、当社としては、中途採用を含め、建築学科卒業の学生を求めている。
- ・以上の考えから、建築学科のある関東に位置する大学の教授に話をしにいつている。関東にある大学30校程度を訪問し、今年度は女子大も訪問した。こういった取組みによって、3年前に2名の学生を採用した。また来年度には2名の建築学科卒業生の内定が決まっている。
- ・本当は、地方の建築学科のある大学にも行きたいが、時間が無くて行く事ができていない。
- ・建設業界の人材不足は、社会構造の問題の部分も多い。建設業界は、土日休みではなく、納期も厳しく、現代の学生は、お金より時間などの余裕を求めている。公共建築工事のスケジュールは基本的に、土曜日でも工事をする事が前提となって納期がタイトに設定されている。一方で、技能士は日当制なため、より多く働くことを望んでいるため、一概に、土日休みがよいとはならない。

多様な就業形態への対応

- ・技術者が不足しているため、アジアの人材に技術者として働いてもらいたいと考えている。現在は、タイ人と台湾人が働いている。年2回程度、社長が東南アジアを訪問し、技術者をスカウトしている。現地の資格があれば日本で働くビザを取得できるため、現地で技術者を養成する養成校の立ち上げも検討している。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

大学との連携、若年層の積極雇用、多様な就業形態への対応

- ・今後も建築学科のある大学へ採用活動をしていきたい。また、女性の採用にも積極的に取り組みたい。また、今年は首都大学東京の学生をインターンシップで受け入れた。
- ・建築学科の学生の数が少ないため、建設業界を目指す学生を増やす取組みも必要であると考えて

いる。大手ゼネコンが子供に向けたCMを放送しているが、そういった取組みはよいと思う。

- ・建設業界の魅力は、物をつくる生産をしていることである。現代は、無形のサービス業界が人気となっているが、物を作る生産ができる業界に魅力を感じてほしい。また、建築という専門分野であるため、他に変わりがきかない職業というのも、やりがいを感じることができ、魅力の一つである。
- ・アジアの人材を技術者として招くために、現地法人を設立し、技術者としての知識などを教えていきたいと考えている。外国人を技術者として育てれば、日本に滞在するビザも発給されるため、現地で技術者の養成校を設立したい。現地法人の設立は、行政書士にも相談済みである。

企業間や産業間の連携、地元金融機関との連携

- ・異業種交流会などを通じて、協力業者のネットワークを築いていきたい。また、地元金融機関とも今後も良好な関係を築いていきたい。

経営全般

- ・現在、働いているタイ人と台湾人には、帰国した際に、良い建築資材や家具などを見つけてほしいと頼んでいる。輸入代理店として建築資材や家具などを輸入するビジネスも可能だと考えている。

4. 行政への要望他

- ・建築学科に入学する学生を増やすために、高校生やもっと若い世代に対して、建設業界に興味を持ってもらえるような取組みをお願いしたい。
- ・協力業者を探せるような異業種交流会は開催してほしい。
- ・4月など作業がしやすい気候の時に工事ができるような発注時期にしてほしいと考えることもある。

建設業（土木工事）b社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応
今後取組意向の高い事業課題	—

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について

- ・上下水道施設工事を中心とする土木工事業者であり、工事は主に東京都や23区内の区役所から、95%は元請として請け負っている。
- ・近年の景況感としては、あまり変わらないというのが本音である。上下水道については、長期の計画で進めているため、オリンピック・パラリンピックの影響は少なく、開催後も若干減少するかもしれないが、それほど大きな影響ではないと思われる。
- ・オリンピック・パラリンピック関係では、電線共同溝や関連施設のライフライン工事はあるもの

の、競争も激しく受注にはつながっていない。多くは直接的に関係の無い、護岸工事などの施設まわりの付帯工事関係の発注が多い。

2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識

企業間や産業間の連携

- ・（一社）東京都中小建設業協会に所属しており、採用に関する合同説明会の実施や、協会を通じて東京都との耐震化などに関する協定を結ぶことなどに取り組んでいる。
- ・下水道管で採用している工法を水道管にも応用することについて、他企業との早期協業を目指している。こうした企業との連携・提携は昔からの長い付き合いのなかで生まれることが多い。
- ・企業間の連携については、グループ会社の中における連携は行われているが、土木と建築でも違いがあるほか、区内の同業者間でも共に何かを進めるということは業界的に考えにくい。世田谷建設協同組合についてもあまり積極的な活動は見られず、組合員との付き合いもない。
- ・地域貢献の面では、現場ごとに清掃活動を行っている程度で、具体的な活動は行えていない。

若年層の積極雇用

- ・現在職場の平均年齢は51歳であり、従業員の高齢化が進行している。
- ・新卒の採用では以前から東北（山形、秋田、宮城、福島）や静岡などの職業高校や専門学校などへは毎年採用活動で訪問を行っている。
- ・地方の学校を訪問するのは、以前は地方から東京に出て就職する人材も多かったが、最近は職業高校自体が少なくなっていたり、土木関係の卒業生でも他業種で進む人材も多いという状況があるからである。特に東北は震災の影響が大きく、地元での職があるため親が東京へ出さないなどの例も出て来ている。昔に比べると、地方と東京との賃金格差も少なくなっている。
- ・東京・神奈川については、大手企業には太刀打ちできないほか、大学への進学なども多く、採用活動としての学校まわりは行っていない。

多様な就業形態への対応

- ・中途採用については、ハローワークなどでの募集を行っているが、なかなか集まらないうえに、60歳を超える人材は採用しても長続きしない傾向にある。昨年は高卒者2名、中途2名を採用したが、3名退職してしまっている。
- ・年配者が長続きしない要因としては、4K、5Kと言われる業界であるように、体力的な問題もあるが、夜の工事などによる住民対応などのコミュニケーションスキルを必要とするところもあり、クレームを含めて対応しきれずに辞めてしまう人材も多い。
- ・コミュニケーション能力の向上については、予算や時間を割けない状況もあり、現場の所長任せになっているのが現状である。
- ・年配者は内職を希望する人が多いが、不足しているのは現場の管理者である。年配になってくると、我慢強さがなくなるうえ、支払える給与にも限界があるため、採用の難しさがある。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

経営全般

- ・若年層の人材においては、免許などを取得するなど頑張っている人材も存在するほか、新卒で入ってくる人材はある程度の覚悟を持って入社してくるため、若年層を積極的に雇用していけると良い。
- ・人材については、特別な専門技術は必要なく、やる気と人間性を重視している。中途については、

業界外からの転職でも構わないが、離職のリスクを下げる意味で縁故採用なども行っている。

- ・ 建築現場と異なり、段階的に現場が移動していくため、場所によって対応も変わってくるなど、マニュアル化できない能力が問われる。土木は経験工学と言われるように、OJTで我慢強く経験してもらい、できるだけ見合った賃金を支払っていくことに尽きると考える。

4. 行政への要望他

- ・ 一番は若年層などの採用につながる業界の魅力を官民一体でPRしてもらえると良い。企業のPRや入社してからのギャップが少なくなるほか、特に上下水道は普段目に見えないものであるため、工事の必要性をPRすることで理解が進む面もある。
- ・ 政策的には建物の耐震化が優先されているように思うが、ライフラインの確保についても有事の際には重要であるため、そのあたりの政策についても見直してもらいたい。
- ・ 現時点で世田谷区内に事業所があることに対するメリットは無いが、上下水道施設は長期的な計画で進められているため、将来的には仕事が受注しやすくなるなどのメリットがあると考えている。
- ・ 事業の承継について、親族以外に引継いでいく場合、難しさがあったり、悩んでいる中小企業は多いと思われる。世田谷区には大きな会社があまり存在しないが、建設業は一代社長が多かったり、承継がうまくできずに廃業してしまうこともあると思われる。
- ・ 事業の承継については、親の苦労などを見るなかで、継ぎたいと思わない親族も時代の流れの中で増えてきている可能性はある。また、景気の動向についても影響を与えると思われる。

建設業（金属工事）c社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・ 企業間や産業間の連携 ・ 世田谷区の魅力の発信
今後取組意向の高い事業課題	・ 経営改善に向けた相談相手の確保 ・ 知的財産権、特許権等の取得 ・ 企業間や産業間の連携 ・ 若年層の積極雇用 ・ 多様な就業形態への対応 ・ 世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・ 金属工事の中の建物同士をつなぐジョイントの部分の設計から工事監理までを行っている。 ・ 日本は地震が多い国であり、建物はわざと揺れるように作ってある。阪神・淡路大震災以来、免震構造が注目されたが、その後エコブームとなり太陽光発電などに移行し、現在はまた東日本大震災の影響で免震構造に注目が集まっている。 ・ オリンピック・パラリンピックが開催される平成32年までは物件は増えると想定しており、将来的には苦勞しないと思われるが、その後2年程度はブランクが来るとも想定している。最近で

は、以前お金をかけていなかった警察署や物流倉庫などに免震・耐震などの投資を行っているように感じる。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・企業間の連携について、営業や仕事はスーパーゼネコンと連携して行うことが大半である。ゼネコンの中には平成32年以降にもしっかりと仕事が残るよう今から営業を行っているところもある。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
若年層の積極雇用 ・社内の人材については、30歳代が中心で、半数以上がメーカー出身者であるため取り扱うもの自体は知り尽くした人材が揃えられている。採用は若い人材を求めており、募集をすれば応募はあるものの、ニッチな業種であるため経験者は非常に少ないということがある。 経営全般 ・平成32年以降の受注量の減少を見越し、ゼネコンと一緒に海外へ仕事を取りに行くことを検討していかなければならない。中国は売掛金の回収が難しいと言われているため、インドネシアや台湾などが有望であると考えている。仕事自体を海外の企業と行うことは考えていない。 ・海外での仕事の受注に関しては、ゼネコンについていけるかという点のほか、価格自体が合うか否か、職人が対応できるか否かなどの課題がある。 ・特に職人の問題について、現地の人間は言葉がしゃべれない、計算ができない、単純作業しかできないという中で、技術を教えることは難しいため、いかにマニュアル化できるかが重要であると考えている。 ・下請け（施行者）の職人の確保が重要だが、どうしても繁忙期と閑散期の差ができてしまう。安定した人材の確保には、業界全体で職人への均一的な仕事を作ることが重要である。
4. 行政への要望他
・売上について、職人に支払う30%程度は現金でもらうが、残りの70%程度は手形での支払いとなるため、現金化するのに半年かかる。よって、低利（利子補給）で運転資金を確保できるのは非常に大きく、景況感に関わらず資金制度の充実をお願いしたい。 ・経営セミナーやビジネスマッチングについては、個別相談ではなく、互いに情報交換できる方がよい。都市銀行では、毎月無料で、様々な内容のセミナーを開催している。そこでの事例や他業種の話を経営に活かすことができる（セミナーなどへの参加は、平日の夜が参加しやすい）。 ・制度やセミナー、異業種交流会などの情報は、ホームページに掲載されても目にしにくい。各種業界団体を通じた通知のほか、SNSを活用した情報発信も良いのではないかな。 ・区内のゼネコンについては、Aクラスでも少し規模が小さく、マッチングはしにくい。大手ゼネコンとのビジネスマッチングであれば良いが、区内の異業種交流会などでは特殊な工事であるためマッチングはしにくい。 ・ただし、異業種の方の話聞くことは非常に勉強になる。例えば、海外展開している企業の話聞ける機会などがあれば、その展開している国の文化などを知れる機会にもなるためありがたい。

建設業（電気工事） d 社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・若年層の積極雇用
今後取組意向の高い事業課題	・企業間や産業間の連携 ・若年層の積極雇用 ・世田谷区の魅力の発信

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について ・中堅の電気工事会社として電気工事の技術者を管理して指示をする監督会社である。電気配線を通したり、テレビの配線を通したり、太陽光発電の設置をしている。 ・公共工事の受注も多い。世田谷区以外にも、東京都や国の入札にも参加している。公共工事は電気設備工事として元請けとして仕事ができる。会社としては9割が民間からの受注であるが、基本的には大手ゼネコンの下請けとして電気設備工事をやっている。 ・東京支店としては創業51年で、昭和39年の東京オリンピックの際に、東京駅八重洲口の駐車場の工事のために東京に進出した。世田谷区の小中学校の工事にも携わっていることもあり、世田谷区内で移転したと聞いている。現在の千歳船橋のオフィスは4年目であり、その前は下北沢にオフィスがあった。区内で移転した理由はオフィスが狭くなったからである。 ・東京オリンピック・パラリンピック後は、関連施設建設等のために中断していた工事が動き出すと思っているため、景気としては横ばいか下降傾向と思っている。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識 企業間や産業間の連携 ・東京大学と再生可能エネルギー分野で技術提携をしている。東京大学に太陽光発電を設置した。 ・太陽光発電はシャープと提携して事業をすすめてきた。太陽光発電が流行り出す前から取組んでいた。現在は、飽和状態となっており、設置する土地がなかったり、電気の買取価格も下がっているため事業としては制約がある状況である。 ・異業種交流会などがあれば参加するようにしている。意見交換会は知見を広げることができるので、できることなら若い世代にも参加させたいと思っている。 若年層の積極雇用 ・採用に関しては本社（都外）が主に行っているが、現在は、東京支店単独でも採用をするようになった。世田谷区内の工業高校には挨拶をしてお願いをしている。 ・大学生の採用は、求人票の採用活動だけでは成果が出ない。研究室とパイプを持てれば採用できると思うが、就職課での求人票では効果が出ない。電気系の学生は、メーカーが第1希望になってしまうため難しい。 ・社員1人1人のレベルアップには力を入れている。資格の取得支援の他に、スキルアップ講習会を毎月開催している。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
若年層の積極雇用 ・経営課題としては労働力不足である。現在は、工事を見据えて職人を先取りして押さえてしまっている。業界としても技術者の高齢化は問題になっている。 世田谷区の魅力の発信 ・会社として、業務以外で何か新しいことにチャレンジする取組みがあり、昨年度は東京支店のホームページを作成するために多摩川の花火大会の清掃ボランティアに参加した。こういった内容をホームページに掲載することで地域貢献をアピールしたい。他には、消防署と連携して防災訓練も実施した。行政との連携は昨年から強化している。 ・建設業界自体が地域貢献には力を入れている。業界に良いイメージがなかったり、工期の間は近隣住民に迷惑をかけているため、地域貢献をすることでトラブルがなく工事ができる環境を整える狙いがある。
4. 行政への要望他
・同業者の協会には入会しているため同業者との情報交換の場はある。基本的には、情報を交換しながら切磋琢磨するためライバルである。 ・世田谷区は建設業界の雇用支援などをしてきているため他区と比べて頼もしい。 ・馬事公苑がオリンピック会場となっているが、道路が狭いので整備が必要だと思う。

建設業（空調設備） 〇社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応
今後取組意向の高い事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・空調などの設備業が主な業務である。 ・経営は順調に行っている。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・電気工事組合に所属しているため、交流会に参加する機会は多くある。行政が主催する交流会は昼間の開催が多いためスケジュールが合わない。夕方や夜開始であれば参加したい。交流会に参加することも大事だと思っているが、基本的には、日頃の業務を優先してしまう。

若年層の積極雇用

- ・若年層を増やすために、工業高校などに会社紹介をさせてもらいに行こうと考えていた。しかし、多忙期には、同業社と人材の融通をしたりできているため、急務とは考えていない。
- ・若年層の採用はハローワークを使用しているが長く続かず離職してしまう。民間の求人サイトは、手続きが面倒なのと、経費がかかるため現在は使用していない。
- ・人材育成については、自動車の運転免許があれば問題なく、入社後に仕事を覚えてもらえればよい。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

企業間や産業間の連携

- ・大学や病院との取引を望んでいるが、基本的に大きな会社が取引している。地元業者をもっと使ってほしい。

若年層の積極雇用

- ・4月から高校の卒業生を1人採用することが決まっている。今後は、求人サイトなどを使っても、よい人材に巡り合えないため、内定者のツテを使って若年層の採用に力を入れていくつもりである。

4. 行政への要望他

- ・行政の支援策については、他の自治体と比較して十分にPRしてくれていると思う。ホームページや区報を見れば全て知ることができている。地区会館などにも区報を設置してくれているので支援策を知る機会はある。しかし、自分から探しに行かないと知ることができない。融資などに関連する支援策は、通常、行政の施設は、経理担当者があまり行く機会がないため、例えば、経理担当者がよく行く機会のある銀行にポスターを掲示したり、冊子を置いたりすると自然に目に入ってくるので、より認知度は上がると思う。
- ・世田谷区は生活が非常にしやすい。特に子供がいる世帯にとっては生活がしやすいと思う。社員の生活のしやすさも、事業環境の良さに通じるため満足している。
- ・融資に関しては、当社自体は特に問題はないが、支援策の拡張は希望する。例えば、現在は同時に1つの融資制度しか利用できないが、条件を定めて同時に2つの融資が受けられると安心である。他には、自社の設備投資に使えるような融資制度も整えてほしい。
- ・入札に関して、区外業者が多いと感じている。当社も区外の入札に参加しているので当たり前だと思うが、区内の業者の身になって考えると残念である。
- ・行政が主催して高校生・大学生への合同採用説明会を開催するのはよいと思うが、中小零細企業のため、確実に採用するとは言い切れない。そのため、説明会は、会社紹介程度にとどめてもらい、本当に入社したい人が、実際に当社を訪れて会社の事を理解してもらいたい。

建設業（建築塗装） f 社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・地元金融機関との連携 ・区内イベントへの参加 ・若年層の積極雇用
今後取組意向の高い事業課題	—

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・事業内容は、建築塗装である。塗装をする職人に仕事を依頼する形式をとっているため、当社の業務内容としては、基本的には管理業務と営業活動となっている。 ・東京都、千葉県、埼玉県で仕事をしているが、世田谷区の入札にも参加している。 ・職人については、当社の仕事のみを請け負っている職人を20人抱えている。現在は、20歳～60歳代の職人を抱えており、年代のバランスはよい。 ・優秀な職人が揃っているため技術力を売りにできている。同業者が塗装に失敗した現場で再塗装をすることもある。そのため技術力の高い業者に依頼した方がよいと思ってくれるクライアントから、高い価格で受注することができている。 ・業界的にも近年は、仕事量が多く忙しい状況が続いている。 ・ホテルの塗装も請け負っているが、アメリカやカナダでは塗装を自分でする習慣があることから、日本でも現在では簡単な塗装はホテルの従業員がやるようになってきた。そのためホテルの塗装の受注は今後減る可能性がある。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・職人が不足しているような場合は、協力会社をお願いするなどをして対応している。 ・東京都塗装工業協同組合に所属しているため同業者との出会いはある。経営面の相談については同業者の先輩に相談したりしている。 ・数は少ないが、プライベートでの交流から仕事につながることもある。 ・現在は当社単独でも区の入札に参加できるようになったが、建設の場合、塗装だけでなく ・区から発注される公共事業の入札に参加する場合、塗装だけでなくその他の工事と併せて発注されることが多いので、受注するために世田谷区と同業者と活動してきた。ただし、最近は当社単独でも参加できるような条件の入札も増えている。 区内イベントへの参加 ・せたがやふるさと区民まつりに出展して、塗装体験のブースを出展したことがある。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

経営全般

- ・人材不足が課題である。また、塗装をする職人も不足していると感じている。
- ・管理者については、塗装もできる管理者として育てたいという方針から、社員にはまず現場で数年間、塗装を経験させてから管理業務や営業業務に配置するようにしている。年間を通して安定して仕事があるわけではないので、管理者が塗装もできると職人が不足した時に対応できる。
- ・職人の募集については、求人サイトを主に利用している。ハローワークの場合は、基本的には社員を募集するため、職人に仕事を依頼している会社にとっては適さない。
- ・塗装を学ぶ専門学校も存在するが、基本的には何処かの会社に所属して、技術を習得しに来るため、採用の対象からは外れてしまう。
- ・業界自体の人材不足もある。建築関係は、きつい、汚いなど、イメージがよくないこともあり、募集をかけても応募があまりない。もっと、お洒落なイメージが建築業界にあると若い世代も集まりやすいと思う。
- ・福利厚生についても社員のために充実させたいと思っているが、具体的には考えていない。
- ・余裕があれば、せたがやふるさと区民まつりのようなイベントなどにもっと参加したい。
- ・海外進出については考えていない。海外での塗装指導を依頼されることもあるが、まずは東京都内の塗装業者に負けないようにしたい。

4. 行政への要望他

- ・異業種交流会などは開催してもらいたいと思う。
- ・世田谷区の入札案件を増やしてもらいたい。防水加工も含まれる入札案件は、ある程度、利益も残るため人気がある。1案件に60業者が参加することもあり競争が激しい。

建設業（建築塗装）g社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・地元金融機関との連携 ・区内イベントへの参加
今後取組意向の高い事業課題	—

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について

- ・東京都塗装工業協同組合に所属している。夫婦で経営をしている。
- ・業務内容は、関東圏を商圈とした営業活動をしている。塗装業は受注生産のため、仕事が決まってから下請け会社に発注する形式をとっている。
- ・塗装に関わるリフォーム業も請け負っている。マンションであれば、足場を組んで防水処理や塗装を施す。
- ・東京オリンピック・パラリンピックで建築需要が増加しているかもしれないが、大手ゼネコンの話である。大手ゼネコンは金払いが悪いので、下請けにならないようにしているため、東京オリ

ンピック・パラリンピックの影響はない。 ・塗装業は、建築物の最終的な仕上げ段階を担っているため、東京オリンピック・パラリンピックが近くなれば職人が不足することもあると思う。 ・東京都塗装工業協同組合世田谷支部の業者は、大手ゼネコンの下請け会社ではないため、比較的利益率のよい仕事ができていると思う。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
区内イベントへの参加 ・塗装工業協同組合では11月26日を「いいいろ 塗装の日」に制定し、PR活動は行っている。 ・せたがやふるさと区民まつりで、東京都塗装工業協同組合世田谷支部としてブース出展し、塗装体験を行っているが、来場する方は、比較的高齢者が多いため、若い世代へのPRになっているかは疑問である。 ・資金力がないと、新しい取組みはできない。イベントへの参加はボランティアとして考えている。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
経営全般 ・現在は、40歳～50歳代の職人に仕事を依頼しており、職人自体が高齢化しているのも問題である。 ・長期的に職人を育てていく環境整備が必要であると思う。建築業界は労働環境のイメージが悪いため、職人に興味を持ってもらえるようなイメージに変えていく必要がある。 ・職業訓練学校を卒業した人は塗装業界に入ってくると思う。職業訓練学校自体の若い世代での知名度の低さも懸念している。 ・子供は別の仕事をやっているため、事業継承は考えていない。優秀な職人がいれば、譲ってもよいと考えている。 ・一般の方が外壁を塗装する場合は、設計事務所に電話することが多いため、設計事務所とコネクションを作るように努力している。
4. 行政への要望他 ・不正業者を無くす取組みをしてほしい。不正が明らかになると業界自体の不信感につながるため対策をしてほしい。 ・創業30年以上であるが、これまでに納品した後に、委託業者が倒産することが4回あった。この場合、代金が回収できなくなることもあるため、つなぎの資金を工面するのが大変である。銀行は、お金を借りたい時は貸してくれない。融資制度があれば安心できるかもしれない。

建設業（建築設計）h社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・企業間や産業間の連携 ・若年層の積極雇用
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・若年層の積極雇用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・事業内容は、建築設計、工事管理、集合住宅のデザイン、インテリアコーディネートである。 ・5期連続で黒字を達成しており、順調な経営状況である。 ・受注先は大手ゼネコンからの依頼が多い。大手ゼネコンから依頼があることが当社の強みでもある。 ・リゾート関係の設計に強く、意匠設計～施工管理までを担当することが多い。 ・現在は、スキー関連のリゾート施設の案件が多い。集合住宅の業界に関しては縮小傾向にある。 ・東京オリンピック・パラリンピック関連の仕事としては、開催2年前くらいまでの仕事は見込んでいる。平成30年度以降、こういった仕事を受注していくかは課題でもある。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・世田谷区の建築事務所協会や東京都建築士事務所協会にも所属しており、交流会に参加する機会はあるが、仕事にはつながらない。当社は世田谷区内では大きな会社になるため、逆に仕事を求められてしまう。 ・異業種交流会については、マンション、観光施設、リゾートといった棲み分けができているため仲は悪くならないが、お互いに協力するとなると既得権益であったり、ライバルになっていくため、お互いのテリトリーに進出するとなると、うまくいかないと思う。 若年層の積極雇用 ・学生の採用については、いくつかの大学に採用登録はしている。少数精鋭の会社のため素人を受け入れる余裕はない。3年連続で建築学科の卒業生は採用できている。 ・現在は、求人サイトを利用している。20歳代の技術や専門知識は、大して差がないので人柄を重要視している。ただし、専門用語がわかっていることは必須である。 ・建築学科の学生が減少していることもあり採用には苦労している。建築学科に入学した学生でも別の分野で就職したりと、建築設計業界のイメージが悪いことも影響していると思う。 ・新人にはボリューム設計を担当させることで、この土地に何が建設できるのかを学ぶところから始めている。設計図に落とし込むには10年かかると言われているため人材の育成は難しい。 ・設計の仕事は経験が大事である。経験を若い世代に引き継いでいくことも重要である。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性	
新分野での創業 不動産業への進出を検討している。ただし不動産業は仲介業となるため情報収集力がなければ参入できない。既存の業者の中に新規参入するにはハードルが高いと感じている。	
経営全般 - 会社全体の経営課題としては後継者問題がある。外部からネームバリューのある方を招聘するか、社内の人間が就任するかは検討中である。現在は、代表取締役が業界の中で有名であるため、代表に対して監修の依頼があるが、退任した場合、監修の仕事がなくなる可能性がある。代表取締役の名前ではなく、会社の名前で監修の依頼がくるように模索している。 - 事務所の移転も考えたが、現在の場所は駅から30秒と立地が良く、顧客も近くにいるため情報も入ってきやすい。ただオフィスが広くなるだけではなく、移転することに対する何らかのメリットがなければ移転しないと代表取締役が考えている。渋谷区への移転を検討していたが、広いオフィスがなかったため断念した。	
4. 行政への要望他	
- 現在、老朽化により建替えが必要なマンションが増えているが、立ち退きなどがうまくいかないため社会問題になると思う。スムーズな立ち退きができるようになるとマンションの建替えが進んでいくと思う。行政として制度などを整備してくれるとよい。 - 区の融資制度は利息も安く償還期間も長いので利用しやすい。 - 建築事務所協会と世田谷区が連携してくれると協会としても大きなことに取組めると思う。	

情報通信業：社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・企業間や産業間の連携 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応
今後取組意向の高い事業課題	・新分野での創業 ・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・現在は、ITC全般の事業が主であり、教育機関へのパソコンなどの導入やネットワーク環境の構築が売上の30%以上を占めている。他にも官庁・自治体などの公共系からの受注が大部分で

ある。 ・北海道～福岡県まで太平洋側を中心に支社を展開している。 ・海外での事業展開はほとんどなく、国内が中心である。 ・福利厚生には気を遣っており、資格取得支援制度などを社員に提供している。 ・以前は、品川区に本社があったが、１０年ほど前に世田谷区に移った。民間の会社は千代田区や港区に集中しており、距離が遠くなったため、営業担当の負担が増している。教育機関については、八王子市での取引が多いため、近くなり便利になった。 ・ＩＴＣ関係への投資は景気に影響されるが、行政は予算で動くため、安定している点が良い。 ・農業分野においては、センサーによって測定した環境情報を蓄積し、栽培環境の改善につなげる技術が開発されているが、今後も、センサーによって測定したデータを蓄積して分析する技術は、より盛況になっていくと考えている。
２．現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・独自に技術開発をあまりしていないため、技術を持っている企業と提携している。業界内で提携して幅広くサービスが提供できるようにしている。大学とはあまり連携していない。
３．今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
若年層の積極雇用 ・人材不足は課題である。今年度の採用は、８月から大手企業の採用が始まり、内定を多く出したが予定していた採用人数を確保できなかった。 経営全般 ・教育機関については、昔はパソコンであったが、今はタブレット端末などに変わってきており、農業分野ではＴＰＰによる変化も予想される。また、自治体においてはマイナンバー制度が始まったため、顧客が求める技術の変化に対応していく必要がある。 ・安価でプロジェクションマッピングができるサービスも提供している。このソフトウェアは独自に開発した。今後、広めていきたいと思っている。
４．行政への要望他 ・世田谷区は住宅街のイメージが強い。 ・ＩＣＴの分野で何か協力できることがあれば相談してほしい。

その他（造園業）Ｊ社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・企業間や産業間の連携 ・区内イベントへの参加 ・若年層の積極雇用 ・多様な就業形態への対応 ・世田谷区の魅力の発信
----------------------	--

今後取組意向の 高い事業課題	・企業間や産業間の連携 ・若年層の積極雇用 ・都市農地の保全・活用
-------------------	---

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・公園や庭などの造園を主体に行っており、区役所などを含む公共事業が7～8割、個人宅を含む民間からの受注が2～3割となっている。公共事業と民間からの受注の割合には大きな変化はない。 ・近年の発注量としては微増の状況にあるが、入札による単価が減少傾向にあり、単価の低い下請けの仕事は忙しくてやりきれない状況にある。 ・技術職であるため仕事自体がなくなることはないと考えているが、周りの同業者の中には法人から個人に変更して仕事を受けているところもある。（個人で仕事を受ける程度に仕事量を減らす） ・大手の会社が入札による単価を下げているため、入札自体に参加できる業者が少なくなっており、競争原理としては働きにくくなっている。反面、受注した大手の会社も低い単価で下請けしてくれる業者が少なくなっているような状況もある。 ・オリンピック・パラリンピック開催による影響はあまり感じられない。大手は影響があるかもしれないが、中小、もしくは個人の造園業者には旨みのある仕事ではない。 ・一般社団法人日本造園組合連合会東京都支部の中の東京庭職組合に所属している。東京庭職組合には世田谷区内の業者も数多く含まれている。
2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識
企業間や産業間の連携 ・技術者の確保について組合としても技能講習などを進めているが、参加者は年々減少傾向にある。 区内イベントへの参加 ・PRとして毎年、せたがやガーデニングフェアなどを開催しており、庭園や造園に関するPRを行っているが、造園業に関するPRとしては薄い。
3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性
企業間や産業間の連携 ・職人の育成にもつながるため、区内の業者などが連携して、より積極的にPRしていくことが重要であると考えているが、なかなかまとまって活動することは難しい。 若年層の積極雇用 ・常に職人（見習い）は確保したいと考えている。仕事自体は存在するが、人手不足により断っていることもある。 ・職人といっても肉体労働の面も多いため、そういった職種で働こうとする若者が少なくなっている。アルバイトやインターンの受入などは可能だが、就業前の段階で見せたい仕事ばかりではないため、職業体験的な気持ちで来られても困る。 ・職人は技術さえ身に付けば一生働けるが、少なくとも1年から1年半は見習いとして働き、3～5年働くことで稼げるようになる。技術は日頃の仕事で身に付いてくるが、それには時間が必要であり、また、天候に左右される仕事でもあるため、労働基準法上に即さない職種でもある。

- ・園芸高校の生徒は無料で技能講習などを受講できるような取組を進めている。こうした取組を地道に進めていくことで、就業希望者を増やしていくしかないと考えている。

4. 行政への要望他

- ・人材の確保につながる造園業のPRをしてもらえると良い。毎年土地を借りて、技能検定講習を行っているが、こうしたものをより目立つ場所で行うことができれば、PRにもつながる。
- ・農業者の中で農地として維持しているだけの場所であったり、活用していない区有地などがあれば、技能検定講習を行う場所や、見本庭園として造園業のPRなどに活用できると良い。
- ・見本庭園のようなものを公募すれば、区内の業者でも手を挙げるところは出てくると思う。こうして活用した土地も減税対象になれば、農地や土地の有効活用につながることも考えられる。
- ・世田谷区という場所は、トラックの置場がないために必ず駐車場を確保しなければならないなどの点で、造園業にとって不便な点はある。

その他（理化学機器卸売販売業）k社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・新分野での創業 ・知的財産権、特許権等の取得 ・大学との連携
今後取組意向の高い事業課題	・大学との連携

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について

- ・大手の企業（自動車系や重工系など）や大学を顧客として、計測や工作、分析などの機器（理化学機器）を顧客のニーズに合わせて提供・販売するなどしている。過去の納品物を時代のニーズに合わせて更新・アレンジするなどの受注も多いが、新規に相談などから始まり、実験などを行ったり、特注で機器を作ってもらうことを提案することもある。
- ・近年の景況感としては、自動車メーカーを中心に民間企業からの相談や共同研究の依頼などが増えており、若干上がってきている印象がある。

2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識

大学との連携

- ・区内の大学でも1～2校は過去も含めて相談を受けたり、共同研究などを行っている。
- ・創業から50年来、学校関係からの相談や共同研究の依頼は多い。民間企業は大学が研究している技術を欲しがっており、卒業生が関連する民間企業に就職することなどからも、各種技術の軸足は大学での研究にある。
- ・区内外に関わらず、大学と民間企業のトップランナー同士をつなぐコーディネートなども行っている。民間企業においては、トップランナーが使用したものは、下位企業は同じ土俵にのって追随するところが多い反面、トップランナーは常に新しい技術を追い求めている。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性	
大学との連携	
・大学との共同研究の際、研究室ではスペースが狭く対応できないことも多い。事務所や実験スペースとして使える場所があると良い。特に大学発ベンチャーなどで起業した際には、信頼性が低く、場所の確保だけで苦勞することもある。 ・必要とするスペースの大きさについては実験などの内容などによって変わってくるが、ある程度の電気容量（可変式であるとなお可）や給排水設備がある方が良い。	
経営全般	
・区内に多くの大学があるなかで自社のPRは不足している。	
4. 行政への要望他	
・世田谷区内には多くの大学が存在するため、大学同士だけでなく、民間企業も含めた交流や連携を深めていくべきではないか。 ・池尻では廃校の活用が行われているが、公共の場所を含めて未活用の場所があれば情報提供してもらえるとありがたい。大田区などでは区役所のホームページで提供されている。 ・公共の場所を活用できることで、行政のお墨付きを得られたことにもつながる。大学発ベンチャー企業などであると、一般の貸事務所を貸してもらいづらいなど、信頼してもらえず研究などを進める素地の部分でつまづいてしまうことが多い。 ・産業関係の情報については、区のホームページなどの情報の階層が深く、わかりづらい。わかる人にはわかるかもしれないし、情報も提供されているのかもしれないが、必要な情報にたどりつかないことが多い。 ・産業全般の視点では、商店街が多いことや、比較的農地が残っている点など、区の特徴として挙げられる点は積極的に支援をしていくべきであると考えている。	

その他（カーディテイルング業）I社

■「個別の事業課題への取組み実態と意向」アンケート回答結果

現在取り組んでいる事業課題	・経営改善に向けた相談相手の確保 ・知的財産権、特許権等の取得 ・地元金融機関との連携
今後取組意向の高い事業課題	・知的財産権、特許権等の取得 ・地元金融機関との連携 ・若年層の積極雇用

■ヒアリング調査結果

1. 事業内容と景況感について
・創業は昭和59年で、アメリカのカーディテイルング企業の日本における総代理店として開業した。※カーディテイルング…自動車を綺麗に保ち、維持するために施工するサービス全般を示し、具体例としては、ボディの各種コーティングやキズヘコみの修繕、車内シートの掃除などである。 ・事業内容としてはスクール事業、インフォメーション事業、サプライ事業を展開している。

- ・スクール事業は当社の商標を使用してサービスが提供できる技術者の育成事業であり、これまでに述べた、300人以上が卒業し、現在は山陰地方を除くほぼ全国400か所で、当社の商標を利用して商売している事業者がいる。入学する生徒は、30歳～40歳代が多く、新しく事業を起こしたい人や独立開業をしたい車好きな人が多い。
- ・インフォメーション事業は、スクール事業の卒業生のネットワークを活かした事業である。例えば、オートサロンに出展される自動車のコーティングなどを本社である当社が受注し、卒業した技術者を全国から集めて、オートサロンの前日に施工するなどの事業である。卒業生のネットワークを持っていることは当社の強みとなっている。
- ・サプライ事業は、コーティングの原料開発やケミカル剤などの輸入代理店となり、全国の卒業生などに販売する事業である。一般の企業にも一部販売している。
- ・若い世代の車離れが話題となっているが業績には大きな影響はない。コアな車好きのマーケットはそこまで変わっていないと思われる。ただし、人口減少などによって、全体のマーケット規模が小さくなっていく懸念はしている。

2. 現在の事業課題に関する主な取組の概要と、その取組を行うことになった背景・課題意識

経営改善に向けた相談相手の確保

- ・技術者として活動する卒業生からは、技術や商品、経営面の相談をうけることもある。卒業すれば、技術者として食べてはいけるが、経営的な素質がなければ大きくはならない。商品の提供などはしているが、経営的な面までの支援は難しい。

知的財産権、特許等の取得

- ・新規事業として、カーラッピングとプロテクションフィルムに取り組んでいる。

3. 今後の事業課題に関する取組や経営全般の課題と方向性

知的財産権、特許等の取得

- ・コーティング剤などの開発は現在提携先に任せているが、社内に開発できる人材がいてもおかしくないと思っている。

若年層の積極雇用

- ・特に必要なのは男性の人材であり、次世代のスクール事業を担う講師である。育成に時間がかかると、中小企業としては厳しいため、即戦力となる人材を求めている。卒業生は、基本的には独立開業をするために入学しているので、講師の対象になりづらい。組織の中で活動でき、車のことがわかっている人材の採用を強化したい。
- ・現在の採用活動は、自動車雑誌などに広告出稿をしたりしている。
- ・女性の人材はハローワークを活用することで、うまく採用できている。

経営全般

- ・技術者として活動する卒業生の経営規模が大きくなれば、それだけ商品の供給量が増え、当社も儲かるため、卒業生を大切にしていかなければならないと考えている。
- ・社内からは、海外事業部を作りたいという話がでている。東南アジアで車が流通しはじめており、開拓する余地がある。タイはカーディティリングへの需要は多いと思うが、輸送運賃、関税などの問題もあり、商品価格が上がるため、現地の当社卒業生が積極的に商品を使える価格に収まらないのが現状である。海外進出における課題は、商標登録にかかる費用や契約に至るまでの通訳の問題もある。

4. 行政への要望他

- ・世田谷区の産業支援施策について、把握できていない。
- ・商標登録の登録費用に対する援助など、資金面での支援メニューがあるとよい。
- ・海外進出については、契約書の締結において現地の言葉に精通した通訳の派遣支援があるとよい。
- ・当社では現在、商品を工場渡しにしているが、業者間の連携によって輸送費を軽減できるような共同の輸送経路などの支援が得られるとよい。
- ・車離れなどに対応するPRなどは実施していない。マーケットの維持、拡大は大手の自動車メーカーにお願いしたい。中小企業ではそこまでの体力がない。

V 調査結果全体の総括

調査結果全体の総括として、前章までの調査結果の中から、次期世田谷区産業ビジョン及び産業振興計画の策定に向けて参考になると考えられる事項を以下に整理した。

1 区民が望む地域や産業の姿

区民アンケート調査より、居住地域の姿や地域商業の活性化などについて、多くの区民が「望ましい」「必要だと思う」と考える姿や取組は以下の通りであった。生活環境の良さを求め、水や緑、農地などを重要と考えている一方、業種が充実し景観が整備された商店街や街並みを望む回答が多い点が特徴であり、次期産業ビジョンにおいて区の産業の将来像などを検討する際の参考になると考えられる。

区民への設問	多かった回答（上位3項目）
居住地域の望ましい姿	「落ち着いたある静かで生活環境の良い街」 「街並みや景観が整備されている街」 「高齢者や子どもなどに優しい街」
居住地域が賑わうために活用できる資源	「商店街」 「街並みや景観」 「川、公園等の水や緑」
地域の商店街・地域の商業が活性していくために必要なこと	「不足業種を補う」 「駐車・駐輪場を整備する」 「商業地域の景観を整備し、商店街のイメージを高める」
商店街にあったら良いお店	「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」 「雰囲気の良い喫茶店」 「安くて比較的良い服を提供するお店」
これからの世田谷区の産業や地域の魅力アップのために重要だと思うこと	「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」 「魅力のあるお店が多く立地している」 「区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している」

2 事業者の経営課題、行政に望む支援

区内事業者へのアンケート調査より、商業・サービス関連事業者の多くは現在「売上の伸び悩み」「人材不足」「経営者の高齢化」の面で困っており、建設・製造・その他の事業者の多くは現在「従業員の高齢化」「受注量・取引量・売上高の減少」「特定専門技術を有する人材不足」を経営課題として抱えていることが伺える。特に、商業・サービス関連事業者で「人材不足」、建設・製造・その他の事業者で「特定専門技術を有する人材不足」と回答した事業者の割合が、前回調査時と比較しておよそ1割増えている。

また行政に望む支援については、商業・サービス関連事業者、建設・製造・その他の事業者ともに「融資等資金対策」「雇用促進」「従業員の福利厚生支援」という回答が多く、この点からも資金繰りや人材不足に関することが多くの事業者の課題であることが伺える。なお、行政への具体的な要望については、事業者へのヒアリング調査より、主に以下の内容に集約される。

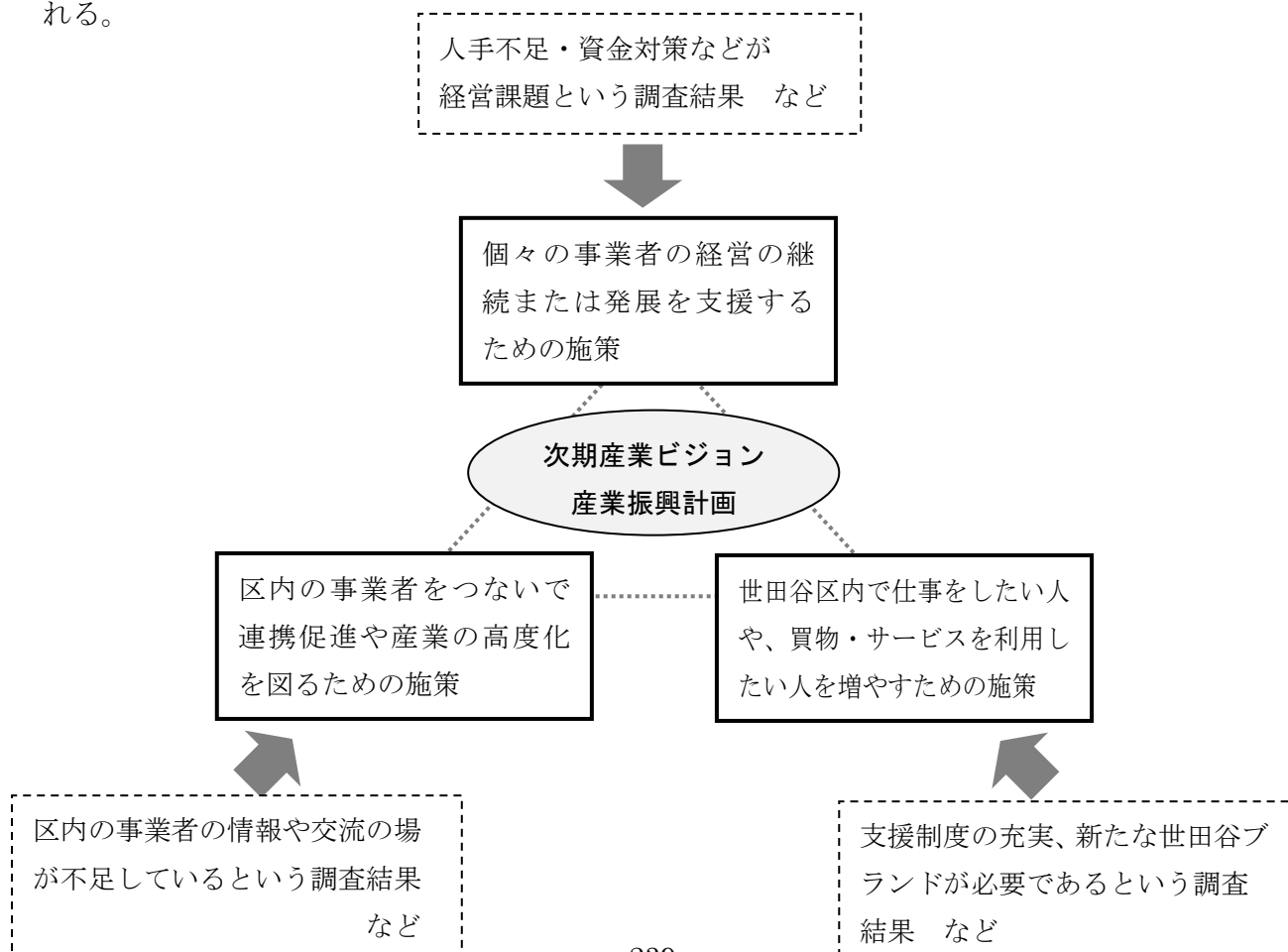
次期産業ビジョン及び産業振興計画において区の現状・課題の整理や重点事業の検討などを行う際には、こうした回答が参考になると考えられる。

主な要望	事業者がその要望を挙げた背景・理由
助成金や補助金の充実	例えば、以下の時に利用可能な制度があると助かると感じる場面があった。 ○設備投資や商品開発 ○研修期間中の人材の賃金の確保 ○創業時の頭金の確保 ○店舗の修繕やリフォーム時の資金の確保 ○商標登録の登録費用に対する補助 など
助成金を含め、区の様々な支援制度についての積極的な案内・情報窓口の設置	「民間会社から電話が来ることもあるがよくわからない」「区の制度について調べたことがあるが情報を見つけられなかった」「区のホームページの情報の階層が深くてわかりづらかった」などの経験があった。
人材確保の支援	「ハローワークだと希望するような人材の応募が少ない」「民間の求人媒体だとコストがかかる」「会社の存在をまず認知してもらえないような場がない」などの理由から、求職者に自社の存在を知ってもらうきっかけとなるような場や媒体を、行政が独自に整備してもらえるとありがたいと考えたことがあった。
様々な企業と情報交換や商談ができる新たな交流の場の創出	「1回名刺交換しただけで終わりがち」「来場者は関係者が多く期待したほど営業につながらない」などの理由で既存の交流会や展示会では不十分と考えたり、「高い技能を持っているが退職や子育てなどの方が外に出られる場が必要」「経営やマッチングについては、個別相談よりも互いに情報交換できる方が良い」などと考えたことがあった。

主な要望	事業者がその要望を挙げた背景・理由
公共施設で利用可能な場所の提供、または利用可能な場所の情報発信	研修場所の確保や、大学発ベンチャー企業の事業拠点の確保などに苦労した経験があった。
区内事業者の情報提供	資材の調達やホームページ作成などの際に、区内で連携または外注ができる事業者を探そうとしたことがあったが情報が見つけれなかった経験があった。
業界の魅力発信、イメージアップに関する支援	「人材不足解消のために業界自体のイメージアップが必要であるが、業界の風土として必ずしも土日が休めるとは限らない」など事業者単独では取り組めない課題もあることから、行政に支援してもらえるとありがたいと考えたことがあった。※建設業で特に多かった回答

3 次期産業ビジョン及び産業振興計画の検討にあたって

以上の調査結果の通り、区民や事業者の感じる課題や方向性は様々であった。したがって、次期産業ビジョン及び産業振興計画を検討するにあたっては、一面的な切り口だけでなく、例えば「個々の事業者の経営の継続または発展を支援するための施策」「区内の事業者をつないで連携促進や産業の高度化を図るための施策」「世田谷区内で仕事をしたい人や、買物・サービスを利用したい人を増やすための施策」のように、複数の検討軸を設けるのが望ましいと考えられる。



世田谷区産業基礎調査 (産業に関する実態・意向調査) ＜区民の皆様向け＞

＜調査へのご協力をお願い＞

本調査は、世田谷区が実施するアンケート調査です。

区民の皆さんの区内産業等に関するご認識やご意見を、今後の産業振興施策に反映していくため、区内にお住まいの18歳以上の方々5,000人を無作為に選定させていただき、調査を実施しています。

ご回答いただいた内容は、統計資料としてのみ使用します。アンケート調査票や返信用封筒に、氏名や連絡先など個人を特定することのできる情報をご記入いただく必要はありません。

ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）にて、9月25日（金）までに、ご投函くださるようお願いいたします。

お忙しいところ大変恐縮ですが、より実情を反映した産業振興施策を策定するため、ぜひ本調査のご回答にご協力をお願いします。

2015年（平成27年）9月
世田谷区産業政策部

＜ご記入にあたってのお願い＞

- 1 あて名のご本人がご記入ください。
- 2 回答は、あてはまる番号を選び、その番号を○印で囲んでください。
- 3 「1つだけ」「3つまで」など回答が限られている質問では、あなたがもっとも良くあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、○印をつけてください。
- 4 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご記入ください。
- 5 すべてのご記入が終わりましたら、最後にもう一度、ご記入もれやお間違いがないか、ご確認をお願いします。

世田谷区産業政策部商業課

TEL：03-3411-6644
(平日 午前8時30分～午後5時15分)
FAX：03-3411-6635

【世田谷区調査委託事業者】

株式会社 流通研究所

TEL：046-295-0831
(平日 午前9時～午後6時)
FAX：046-295-0834

あなたご自身についてお聞きします

F 1 あなたの性別は (○印は1つ)

- | | |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

F 2 あなたの年代は (○印は1つ)

- | | | | |
|--------|--------|--------|----------|
| 1 10歳代 | 3 30歳代 | 5 50歳代 | 7 70歳代以上 |
| 2 20歳代 | 4 40歳代 | 6 60歳代 | |

F 3 あなたが現在のところにお住まいになってから何年になりますか (○印は1つ)

- | | | | |
|--------|--------|----------|-------------|
| 1 1年未満 | 3 3～4年 | 5 10～19年 | 7 生まれてからずっと |
| 2 1～2年 | 4 5～9年 | 6 20年以上 | |

F 4 あなたの主な通勤・通学先は (○印は1つ) (※専業主婦の方は9に○をつけてください)

- | | | |
|-------------|---------------|------------|
| 1 自宅 (自営など) | 4 東京・神田・有楽町方面 | 7 都内の市部 |
| 2 世田谷区内 | 5 1～4以外の区部 | 8 その他 () |
| 3 渋谷・新宿方面 | 6 横浜市・川崎市 | 9 通勤通学先はない |

F 5 あなたのお住まいは (○印は1つ)

- | | | |
|---------------|--------------------|-----------|
| 1 持ち家 (一戸建) | 3 借家 (一戸建) | 5 社宅・寮 |
| 2 持ち家 (マンション) | 4 借家 (アパート・マンション等) | 6 その他 () |

F 6 あなたのお住まいはどこですか。(四角内に「地区名」と「丁目」をお書きください)

例) 「太子堂一丁目」の場合

世田谷区

(地区)

(丁目)

(地区)太子堂

(丁目) 1

F 7 あなたが現在一緒にお住まいのご家族の構成は (○印は1つ)

- | | | |
|---------------|------------------|-----------|
| 1 一人暮らし | 3 親と子ども (二世家族) | 5 その他 () |
| 2 夫婦のみ (一世家族) | 4 親と子どもと孫 (三世家族) | |

日ごろのお買物についてお聞きします

問1 次のそれぞれの商品について、①日頃利用する場所（○印は主な場所2ヶ所まで）、②利用する理由（○印は主なものの3つまで）をご記入下さい。

	①日頃利用する場所 (主な場所2ヶ所まで)												②利用する理由 (主なものの3つまで)																	
	1 自宅 周辺の 一般商店 (小規模商店)	2 自宅 周辺の スーパー	3 自宅 周辺 以外の 区内の スーパー	4 自宅 周辺 のコンビニ エンス ストア	5 区内 の駅 周辺の 大型商業 施設	6 新宿・渋谷 の商業 施設	7 東京・有楽 町・銀座 周辺の 商業施設	8 5〜7 以外の シヨッ ピング センター 等	9 生協等 の宅配 サービス	10 ネット シヨッ プ	11 その他		1 品揃え が豊富	2 価格が 安い	3 品質・ 鮮度が よい	4 欲しい ものがある	5 気軽に 入りやすい	6 なじみの 店	7 一カ所 で全てが 揃う	8 店が清 潔で新 しい	9 店のセ ンスが 良い	10 休憩場 所がある	11 営業時 間が長い	12 駐輪・ 駐車場 がある	13 接客態 度がよい	14 家から 近い	15 通勤・ 通学途 中にある	16 催物・ 特売な どが多い	17 ポイント などを 発行して いる	18 その他
記入例	①	2	3	4	⑤	6	7	8	9	10	11	→	①	2	3	④	5	6	7	8	9	10	⑪	12	13	14	15	16	17	18
青果・精肉・鮮魚	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
弁当・惣菜	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
酒類・飲料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
その他の食料品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
日用雑貨	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
普段着・寝具	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
高級衣料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
薬・化粧品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
趣味・本・スポーツ用品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
眼鏡・宝飾品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
家電・家具等	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
カバン・靴	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
理・美容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
クリーニング	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
写真の現像	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
外食・飲食	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
贈答品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18

自宅周辺の商店街等についてお聞きします

問2 あなたは自宅周辺の商店街をどのくらい利用されますか(○印は1つ)

1 毎日利用している 2 週に2～3回程度 3 週に1回程度 4 月に2～3回程度	5 月に1回程度 6 年に数回 7 ほとんど利用しない	 (4)へ移動
--	-----------------------------------	---

(1) 商店街で買物・飲食する時間は何時ころが多いですか(○印は1つ)

1 午前中	3 午後2時～午後5時	5 午後7時～午後10時
2 正午～午後2時	4 午後5時～午後7時	6 午後10時以降

(2) 商店街を利用する目的をお聞かせください(○印はいくつでも)

1 食料品を購入	7 イベントへの参加
2 日用雑貨等を購入	8 散歩・くつろぎ
3 その他の高価品の購入	9 近所の人や友人等との会話
4 飲食	10 店員との会話
5 サービスを受ける(美容室、マッサージ、など)	11 子どもを遊ばせる
6 病院や診療所等への通院	12 その他()

(3) 商店街における不便な点やご不満をもっている場合の不便な点は何ですか(○印は3つまで)

1 品揃えが少ない	8 駐輪・駐車場が少ない・狭い
2 値段が高い	9 接客態度が良くない
3 気兼ねしてしまう	10 家から遠い
4 店が清潔でない	11 催物・特売などが少ない
5 配達をしない	12 休憩場所がない
6 営業時間が短い	13 その他()
7 品質・鮮度が良くない	14 特に不便な点や不満はない

(4) [問2で5. 6. 7のいずれかを回答された方のみお答えください]

商店街を利用しない理由をお聞かせください(○印は3つまで)

1 全体的に品揃えが少ないから	7 売出し、イベントに魅力がないから
2 値段が高い店が多いから	8 サービスが全体的に良くないから
3 何となく気兼ねしてしまう	9 駐輪・駐車場が少ないから
4 欲しい商品売る店がないから	10 家から遠いから
5 店が清潔でないから	11 その他()
6 営業時間が短いから	12 特に理由はない

問3 あなたがお住まいの地域の商店街をはじめとして、地域の商業が活性化していくために必要と思うことは、次のうちどれですか(○印は3つまで)

1 不足業種を補う	6 駐車・駐輪場を整備する
2 空き店舗の解消を図る	7 歩道の拡幅など道路の整備(バリアフリー化等)をする
3 核になる店舗(大型店等)を誘致する	8 高齢者や子ども向けなどの施設を整備する
4 商業地域の景観を整備し、商店街のイメージを高める	9 娯楽・文化スポーツ施設等の整備をする
5 商業地域の結束力を強め、イベント等の活動を活発にする	10 公園、川などの地域資源の活用を促進する
	11 その他()
	12 特にない

問4 あなたがお住まいの地域の商店街に、どのような商品やサービス等のお店があったら、さらに良い場所になると思われますか(○印は5つまで)

1 高級ブランドショップやアパレルショップ	16 雰囲気の良い喫茶店
2 安くて比較的良い服を提供するお店	17 こだわりのケーキ、パンなどを提供するお店
3 様々なテナントが集まったショッピングモール	18 贈答品用の洋菓子・和菓子を提供するお店
4 若者向けの雑貨、アクセサリ等のお店	19 映画館、劇場、ライブハウス
5 高齢者向けの衣料や身の回り品のお店	20 ゲームセンター、カラオケ等の娯楽施設
6 子ども向けの衣料や商品を提供するお店	21 エステ、フィットネスクラブ
7 新鮮な食材、身の回り品等を提供するスーパー	22 理容店、美容院
8 手軽に食料品などが揃うコンビニ	23 マッサージ、カイロプラクティック
9 生鮮三品(鮮魚、野菜、精肉)を販売するお店	24 英会話、ダンスなどのカルチャースクール
10 品揃えの豊富な医薬品・化粧品店	25 歯科、耳鼻科、内科などのクリニック
11 センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店	26 クリーニング
12 品揃えが充実している書籍・文具店	27 託児サービス、保育サービス
13 CD・DVD 販売やレンタル店	28 その他()
14 フレンチやイタリアンなどのレストラン	29 特にない
15 こだわりの食材を使った料理店や居酒屋、屋台村	

問5 あなたがお住まいの地域に対して、現在どの程度満足されていますか(○印は1つ)

1. 満足している	2. まあ満足している	3. あまり満足していない	4. 満足していない
-----------	-------------	---------------	------------

問6 あなたがお住まいの地域が賑わうために、活用できると思われるものは何だと思えますか。
(○印はいくつでも)

1 商店街	6 グランドなどのスポーツ施設	11 街並みや景観
2 川、公園等の水や緑	7 大学・高校等の教育施設	12 生活スタイル・文化
3 駅	8 歴史や史跡、寺社仏閣	13 その他()
4 地域の特色ある産業	9 世田谷区出身の有名人	14 特にない
5 地域に立地する企業	10 祭り、イベントなど	

問7 将来、あなたがお住まいの地域はどのような街になって欲しいですか(○印は3つまで)

1 魅力的な店が多く集まっている街	7 落ち着いたある静かで生活環境の良い街
2 イベントなどが盛んで多くの人が集う街	8 バス、鉄道など道路・交通環境の良い街
3 街並みや景観が整備されている街	9 行政機関や銀行、事務所などが集積する街
4 観光地化が進み来街者が多い街	10 その他()
5 公園や文化施設などの都市施設が充実した街	11 特に希望はない
6 高齢者や子どもなどに優しい街	

日ごろの地域とのかかわりと満足度についてお聞きします

問8 あなたは、この 1 年間で、地域の団体やサークルの活動に参加したことがありますか。次の中であてはまるものに○をつけてください(○印はいくつでも)

1 町会、自治会	5 リサイクル団体	9 青少年育成の団体
2 交通安全・防犯などの団体	6 PTA	10 その他()
3 福祉・ボランティア団体	7 スポーツのサークル・団体	11 特にない
4 清掃などの環境美化団体	8 学習・文化のサークル・団体	

問9 以下のA・Bの意見について、あなたはどちらの意見に近いお考えをお持ちですか。あてはまる番号に○をつけてください(○印はそれぞれ1つずつ)

《Aの意見》	Aの意見に近い	Aどちらかというところに近い	どちらともいえない	Bの意見に近い	Bどちらかというところに近い	《Bの意見》
地域のことに自分の意見を反映させたり、活動にも参加したい	1	2	3	4	5	地域のことは熱心に取り組んでいる人達を中心になって考えればよい
まちの活性化に自分の知識や経験等が活かされるなら、無報酬でも協力したい	1	2	3	4	5	まちの活性化に特に興味もなく、ゆとりもないので、協力するつもりはない
自分たちの生活を向上させるようなサービスについて、一緒にやる仲間がいれば収益は少なくとも取組んでみたい	1	2	3	4	5	自分たちの生活を向上させるようなサービスについては、行政や企業が提供するのを待ちたい

問10 あなたは、本来の仕事、学業とは別に、次のような活動に関心がありますか。また、誘われれば参加してもよいと思われる活動はありますか。あてはまるものに○をつけてください(○印はそれぞれいくつでも)

	(10-1) 関心の ある活動	(10-2) 参加しても よい活動
1 環境保全に関する活動（環境美化活動、リサイクル活動など）	1	1
2 福祉・保健に関する活動（老人ホーム等福祉施設でのボランティアなど）	2	2
3 青少年育成に関する活動（青少年育成地区委員会の活動、地域の子育てサークルなど）	3	3
4 スポーツ・文化に関する活動（学校でのクラブ活動における指導など）	4	4
5 学習活動に関する指導、助言、運営協力などの活動（料理、英語、書道など）	5	5
6 自主防災活動や災害援助活動	6	6
7 交通安全に関する活動（子どもの登下校時の見守りなど）	7	7
8 地域のイベントや祭りへの参加	8	8
9 観光ボランティアガイド	9	9

現在の仕事や起業に関する意識などについてお聞きします

問11 あなたの職業は(○印は1つ)

- | | | | |
|-----------|------------|----------------|----------|
| 1 会社員・公務員 | 3 会社役員 | 5 パート・アルバイト・派遣 | 7 学生 |
| 2 自営業 | 4 主婦・家事手伝い | 6 無職 | 8 その他() |

問12[問11で1. 3. 5のいずれかを回答された方のみお答えください]

現在の就職先で働くことを決めた理由は何ですか(○印はいくつでも)

- | | |
|----------------|------------------------|
| 1 賃金等が良いから | 7 経営方針や経営者に共感したから |
| 2 技術や知識が活かせるから | 8 企業のブランドイメージが良いから |
| 3 自宅から近いから | 9 仕事と育児や介護、趣味等が両立できるから |
| 4 通勤に便利だから | 10 家族や知人等に勧められたから |
| 5 転勤がないから | 11 その他() |
| 6 長く働くことができるから | 12 特に理由はない |

問13 あなたは将来、区内で働きたいと思いますか(○印は1つ)

- | | | | |
|-----------|--------|-------------|-------------|
| 1 既に働いている | 2 働きたい | 3 どちらともいえない | 4 働きたいと思わない |
|-----------|--------|-------------|-------------|

問14 あなたは将来起業(自営業の方は新分野へ進出)をする意向はありますか(○印は1つ)

- | | | |
|-----------|-------------|----------------|
| 1 是非してみたい | 3 どちらともいえない | 4 あまりしたいと思わない |
| 2 まあしてみたい | | 5 全然してみたいと思わない |

問15-1 あなたがそう思う理由は何ですか
(○印はいくつでも)

- | |
|--------------------|
| 1 自分の知識や経験を生かしたいから |
| 2 新技術、プランなどを試したいから |
| 3 能力を高めたから |
| 4 高収入を得たいから |
| 5 別の収入を得たいから |
| 6 チャレンジすることが好きだから |
| 7 今の会社・仕事が嫌だから |
| 8 会社で働くことが好きでないから |
| 9 時間が自由に使えるから |
| 10 社会に役立ちたいから |
| 11 その他() |
| 12 特に理由はない |

問15-2 あなたがそう思わない理由は何ですか
(○印はいくつでも)

- | |
|---------------------|
| 1 現在の仕事に満足しているから |
| 2 特に活かしたい知識や経験がないから |
| 3 能力が高まるとは思えないから |
| 4 高収入を得られるとは思えないから |
| 5 起業のやり方が分からないから |
| 6 資金がないから |
| 7 場所がないから |
| 8 チャレンジする気持ちがないから |
| 9 一緒にやる仲間がいないから |
| 10 時間が自由に使えるようにないから |
| 11 その他() |
| 12 特に理由はない |

問16 [問14で1. 2のいずれかを回答された方のみお答えください]

将来起業にあたって支援を必要とするのはどのようなことですか(○印は3つまで)

- | | |
|-----------------------|--------------|
| 1 経営全般に関するアドバイス | 6 資金調達 |
| 2 連携できる事業者の情報の取得 | 7 オフィス・拠点の確保 |
| 3 市場ニーズの把握 | 8 その他() |
| 4 製品・サービスの開発に関するアドバイス | 9 特にない |
| 5 知的財産の取得 | |

就労に関する情報収集や利用状況についてお聞きします

問17 現在の仕事において、もしくはこれから就労するにあたってどのような支援を求めていますか
(○印は3つまで)

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1 就業・就労相談 | 5 各種就職支援セミナーや企業説明会の情報提供 |
| 2 キャリアカウンセリング | 6 図書等の閲覧、パソコン検索等ができる場の整備 |
| 3 社会保険・労務相談 | 7 その他() |
| 4 資格・技能習得の機会の情報提供 | 8 特にない |

問18 問17に関する支援を受ける際に、どこから提供されるサービスを利用することが多いですか
(○印は3つまで)

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| 1 現在勤めている会社・団体 | 6 ハローワーク |
| 2 民間の就職支援サービス | 7 友人・知人やSNSから提供される情報 |
| 3 区内の大学・専門学校 | 8 その他() |
| 4 区外の大学・専門学校 | 9 特にない |
| 5 世田谷区のサービス
⇒ 具体的に() | |

世田谷区の魅力・ブランドイメージについてお聞きします

問19 区内に点在する観光資源で、あなたがおすすめしたいものや場所を一言でご自由にお書きください。

問20 世田谷区のPRの強化に向けて、必要だと思う取り組みは何ですか(○印は3つまで)

- | |
|---|
| 1 世田谷ブランド(世田谷みやげ、せたがやそだち(区内農産物)等)のPR強化や新たなブランドの創造 |
| 2 区や商店街による新たなイベントの企画・推進 |
| 3 民間大規模イベントの積極的な受入(五輪関連のイベント等) |
| 4 区HP、観光アプリによる情報発信の充実 |
| 5 民間事業者との連携による情報冊子・マップ等の発行 |
| 6 マスメディア等の積極的な情報提供 |
| 7 世田谷ナンバーによる知名度向上 |
| 8 その他() |
| 9 特にない |

問21 あなたの思う、世田谷区の魅力を一言でご自由にお書きください。

問22 あなたの思う、世田谷区の地域風土について、以下のA・Bの意見について、あなたはどちらの意見に近いお考えを持ちですか。あてはまる番号に○をつけてください(○印はそれぞれ1つずつ)

《Aの意見》	Aの意見に近い	Aの意見に近い どちらかというと	どちらともいえない	Bの意見に近い どちらかというと	Bの意見に近い	《Bの意見》
革新的・開放的	1	2	3	4	5	保守的・閉鎖的
歴史が新しい	1	2	3	4	5	歴史が古い
異質なものに対する受容度が高い	1	2	3	4	5	異質なものに対する受容度が低い

区内の工業や農業との関わりについてお聞きします

問23 世田谷区では「住工共生のまちづくり」(地域住民と工業・ものづくり事業所が相互に理解することにより、居住環境と操業環境が調和するまちづくり)推進に取り組んでいます。「住工共生のまちづくり」に向けて、必要だと思うことは何ですか(○印は3つまで)

1 住民と事業者との懇談や、交流の機会や場を増やす 2 住民に対して、身近な工場やものづくり事業所についてのPRを強化する 3 工場や事業所に勤める人の、地域への居住を促進する 4 工場や事業所に勤める人の、地域の小売店・飲食店等の利用を促進する 5 工場や事業所が、地域の住民の雇用を強化する 6 新たな工場や事業所を誘致する 7 新たな工場や事業所の進出を制限する 8 既存の工場・事業所が、近隣住民の生活環境に配慮する 9 その他 () 10 特になし

問24 世田谷区では「都市農地の保全」に取り組んでいます。あなたは身近な農地と日頃、どれ位関わりがありますか(○印は1つだけ)

1 身近に農地がない・知らない 2 身近に農地があることは知っているが、関心はない 3 身近な農地を利用している農家や作付品目について関心がある (知りたい) 4 身近な農地を利用している農家や作付品目について知っている 5 身近な農地を利用している農家と、たまに交流がある 6 身近な農地を利用している農家と、日常的に交流がある
--

問25 あなたは、世田谷区の農業と現在、どれ位関わりがありますか。また、今後世田谷区の農業に関する活動で、関わっていききたいものはありますか。あてはまるものに○をつけてください(○印はそれぞれいくつでも)	(26-1) 現在の 関わり	(26-2) 今後の 関わり
1 J Aのファーマーズマーケットで区内産農産物を購入する	1	1
2 区内の直売所で区内産農産物を購入する	2	2
3 区民農園やふれあい農園を利用する	3	3
4 農家が運営している体験農園を利用する	4	4
5 農業サポーターに登録する等、援農活動を行う	5	5
6 区内の農業や食育関連のイベントに参加する	6	6
7 区の農業に関する情報を収集する	7	7
8 関わっている(関わっていききたい)活動はないが、区の農業に関心はある	8	8
9 その他()	9	9
10 特に関心はない	10	10

世田谷区の産業についてお聞きします

問26 世田谷区の産業についてのイメージと、これからの世田谷区の産業や地域の魅力アップのため重要と思うかどうかをお答えください(○印はそれぞれ1つずつ)。

事業内容等	(1)イメージは？					(2)重要性は？		
	そう思う	まあそう思う	思わない	あまりそう思わない		重要である	どちらともいえない	重要でない
例) 事業内容等	1	②	3	4	→	①	2	3
1 魅力のあるお店が多く立地している	1	2	3	4	→	1	2	3
2 日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している	1	2	3	4	→	1	2	3
3 集客力のある大規模商業施設が多く立地している	1	2	3	4	→	1	2	3
4 商店街等によるイベントも多く活気がある	1	2	3	4	→	1	2	3
5 新たな事業やサービスが多く創出されている	1	2	3	4	→	1	2	3
6 多くの事業所が立地している	1	2	3	4	→	1	2	3
7 区内には元気にいきいきと働いているヒトが多い	1	2	3	4	→	1	2	3
8 区内のところどころに農地があり、野菜等をつくっている	1	2	3	4	→	1	2	3
9 区内には農地があり、都市の緑化等に貢献している	1	2	3	4	→	1	2	3
10 区内には工場等もあり、ものづくりが行われている	1	2	3	4	→	1	2	3
11 観光地として魅力が高い	1	2	3	4	→	1	2	3
12 様々な情報手段を通じて世田谷産業の情報が入手できる	1	2	3	4	→	1	2	3

問27 世田谷区産業の活性化などについて、ご意見・ご提案などをお聞かせください。

ご協力ありがとうございました。

お手数ですが、最後にもう一度、ご記入もれやお間違いがないか、ご確認ください。

世田谷区産業基礎調査

＜商業・サービス関連事業者様向け＞



＜調査へのご協力をお願い＞

- 本調査は、世田谷区が実施するアンケート調査です。
- 本調査の目的は、世田谷区内の事業所の実態や課題等を把握し、今後の区の産業振興施策に反映していくための資料として活用することです。ご協力をお願いいたします。
- ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）にて、**9月25日（金）**
までに、ご投函下さいますようお願いいたします。

2015年（平成27年）9月

世田谷区産業政策部

＜ご記入にあたってのお願い＞

- 1 御社の経営実態等を理解されている方がご記入ください。
- 2 ご記入に際しては「平成27年3月31日現在」を基準日としてください。
- 3 回答は、あてはまる番号を選び、その番号を○印で囲んでください。
- 4 「1つだけ」「3つまで」など回答が限られている質問では、御社がもっとも良くあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、○印をつけてください。
- 5 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご記入ください。
- 6 すべてのご記入が終わりましたら、最後にもう一度、ご記入もれやお間違いがないか、ご確認をお願いします。

世田谷区産業政策部商業課

TEL：03-3411-6644

（平日 午前8時30分～午後5時15分）

FAX：03-3411-6635

【世田谷区調査委託事業者】

株式会社 流通研究所

TEL：046-295-0831

（平日 午前9時～午後6時）

FAX：046-295-0834

※支店・営業所等の場合は、可能な範囲で「支店・営業所等におけるデータ等」をご記入ください。

問 1. あなたの店舗・事業所のことについてお聞きします。

(1) 事業所名、所在地等ご記入ください

(ふりがな) 事業所名		住 所	
担当部署名			
電 話		f a x	

(2) 経営形態 (○は1つだけ)

1. 個人	3. 株式会社 (支店)	5. 有限会社 (支店)
2. 株式会社 (本店)	4. 有限会社 (本店)	6. その他 ()

(3) 業種 (○は主なものを1つだけ)

1. 電気・ガス・水道業	5. 金融・保険業	9. 医療・福祉関連業
2. 情報通信業	6. 不動産業	10. 教育、学習支援業
3. 運輸業	7. 飲食業	11. その他サービス業
4. 卸売・小売業	8. 宿泊業	12. その他 ()

(4) 創業

(5) 資本金

明・大・昭・平	年		万円
---------	---	--	----

(6) 従業者の数 (あなた自身も含めて) と雇用形態の内訳 (数字をご記入ください)

従業 員数	合計	人	⇒	内訳	正社員	人
	(うち家族は	人)			パート・アルバイト・派遣	人

(7) 昨年度一年間での採用者数 (数字をご記入ください)

採用 者数	合計	人	⇒	内訳	男性	人 (うち新卒は	人)
	(うち新卒は	人)			女性	人 (うち新卒は	人)

(8) 土地、建物の所有形態 (○は1つだけ)

1. 土地・建物自己所有	2. 借地、建物自己所有	3. 借地、借家	4. ビルテナント
--------------	--------------	----------	-----------

(9) 経営者等の自宅 (○は1つだけ)

1. 事業所と一緒に	2. 別の場所 () 区・市)
------------	------------------

(10) 事業所面積 (数字をご記入ください)

$$m^2$$

(11) 経営者の年代（○は1つだけ）※ 実際に経営に携わる人、チェーン店の場合は店長

1. 30歳未満	2. 30歳代	3. 40歳代	4. 50歳代	5. 60歳代	6. 70歳代以上
----------	---------	---------	---------	---------	-----------

(12) 後継者について (○は1つだけ)

1. 事業主の親族を後継者にするつもりである
2. 親族以外の従業員を登用するつもりである
3. 親族等に適当な人がいないため廃業するつもりである
4. 後継者の有無に関らず廃業するつもりである
5. まだ、後継者について考える段階ではない
6. 支店・営業所等のため関係ない
7. その他 ()

(13) 来客用駐車場（どれかに○をつけ、台数もご記入ください）

	1. 持っている（専用）	2. 持っている（共同）	3. 持っていない
台数	台	台	

(14) 主な定休日 (○はいくつでも)

1. 月	2. 火	3. 水	4. 木	5. 金	6. 土
7. 日	8. 特定日	9. 不定期	10. 無休		

(15) 主な営業時間（午前/午後に○をつけ、時間をご記入ください）

開始時刻	午前	時	分	終了時刻	午前	時	分
	午後				午後		

(16) 忙しい時間帯（午前/午後に○をつけ、時間をご記入ください）

午前 時 分 ～ 午前 時 分
午後 時 分

(17) 所属している団体 (○はいくつでも)

1. 東京商工会議所
2. 世田谷工業振興協会
3. その他関連団体・組合（具体的に： ）

問2. お客様についてお聞きします。

(1) 1日の平均来客数はどれ位ですか(数字をご記入ください)

	人
--	---

(2) 主要顧客の所在地(○は1つだけ)

1. 世田谷区内	2. 世田谷区外
----------	----------

(3) お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか(空欄に数字をご記入ください)

固定客	%	+	フリー客	%	=	100%
-----	---	---	------	---	---	------

(4) どの年代のお客様が多いですか(○は3つまで)

1. 20歳未満	3. 30歳代	5. 50歳代	7. 70歳代以上
2. 20歳代	4. 40歳代	6. 60歳代	

(5) どのようなタイプのお客様が多いですか(○は3つまで)

1. 専業主婦	3. 成人男性	5. お年寄り
2. 仕事を持った女性	4. 学生	6. その他()

(6) お客様のうち、外国人の比率はどれ位ですか(数字をご記入ください)

	%
--	---

(7) お客様があなたの店舗・事業所を利用する主な理由をお聞かせください(○は3つまで)

1. 品揃え・メニュー・サービスが豊富	10. 営業時間が長い
2. 価格が安い	11. 駐輪・駐車場がある
3. 品質・鮮度・サービスがよい	12. 接客態度がよい
4. 気軽に入りやすい	13. 家から近い
5. なじみの店	14. 通勤・通学途中にある
6. 一ヶ所で全てが揃う	15. 催物・特売などが多い
7. 店舗・事業所が清潔で新しい	16. ポイントカード、スタンプ等がある
8. 店舗・事業所のセンスが良い	17. その他()
9. 休憩場所等が充実している	18. 分からない

1. クレジットカード決済システムの導入
2. ポイントカード（スタンプ等）の導入
3. 高齢者向けのサービス
4. 子ども（子育て世代）に向けたサービス
5. 買物弱者に向けたサービス
6. 外国人に向けたサービス
7. その他（ ）
8. 特になし

(導入している顧客サービス) ・ ・ ・ ・ ・ ・	(左記「顧客サービス」に対する取り組みの具体的な内容)
---	------------------------------------

1. 売上なし	6. 1,000万～3,000万円未満
2. 100万円未満	7. 3,000万～5,000万円未満
3. 100万～ 300万円未満	8. 5,000万～1億円未満
4. 300万～ 500万円未満	9. 1億円以上
5. 500万～1,000万円未満	

1. 30%以上増加	6. 10～29%減少
2. 10～29%増加	7. 30%以上減少
3. 4～9%増加	8. 分からない
4. 横ばい(－3～3%)	9. 比較できない
5. 4～9%減少	

1. 30%以上増加	6. 10～29%減少
2. 10～29%増加	7. 30%以上減少
3. 4～9%増加	8. 分からない
4. 横ばい(－3～3%)	9. 比較できない
5. 4～9%減少	

(4) 最近の店舗・事業所の業績はどうか (○は1つだけ)

1. 順調である	2. 横ばいである	3. 不振である
----------	-----------	----------

(4-1) 順調である理由は何ですか
(○は3つまで)

1. 商圏内人口の増加 2. 取扱商品・サービスの需要の拡大 3. 交通網の変化による好影響 4. 大型店進出の好影響 [具体的に: _____] 5. 周辺への店舗・事業所の増加 6. 店舗・事業所の改築・改装の効果 7. 接客サービスの良さ 8. 自店の販売促進・販路開拓の成功 9. 新しい商品・サービスの開発 10. 商品・サービスのブランド力 11. 商店街の環境整備の効果 12. 商店街の共同販売促進事業の成功 13. 景気の変動による影響 14. その他 (_____) 15. 分からない
--

(4-2) 不振である理由は何ですか
(○は3つまで)

1. 商圏内人口の減少 2. 取扱商品・サービスの需要の落込み 3. 交通網の変化や渋滞による悪影響 4. 大型店進出の悪影響 [具体的に: _____] 5. 商店街区内の空き店舗・事業所の増加 6. 店舗・事業所の老朽化 7. 接客コミュニケーションの不足 8. 販売促進・販路開拓の不足 9. 競合する商店街などの充実 10. 周辺への同業店舗・事業所の増加 11. 異業種や新業態との競争激化 12. 景気の変動による影響 13. その他 (_____) 14. 分からない

(5) 今後3年間を考えたとき、御社の景況はどのように推移していくと予想しますか
(○は各指標について1つだけ)

	選択肢
業 況	1. 良くなる 2. やや良くなる 3. 変わらない 4. やや悪くなる 5. 悪くなる
売 上 高	1. 増加する 2. やや増加する 3. 変わらない 4. やや減少する 5. 減少する
営業利益	1. 増加する 2. やや増加する 3. 変わらない 4. やや減少する 5. 減少する

(6) 現在あなたの店舗・事業所が困っていることがらで該当するものをお聞かせください
(○は3つまで)

1. 売上の伸び悩み 2. 営業経費の増加 3. 粗利益の低下 4. 品揃えの確保難 5. 流行への乗り遅れ 6. 後継者の確保 7. 人材不足 8. 経営者の高齢化	9. 店舗・事業所の老朽化 10. 売場面積が狭い 11. 駐輪・駐車場不足 12. 同業者との競争激化 13. 大型店の悪影響 14. コンビニの悪影響 15. その他 (_____)
--	---

(7) これからの経営方針で重要と思うものについて、該当するものに○をしてください
(○は3つまで)

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 1. 品揃えを増やす | 10. 接客態度を向上させる |
| 2. 価格を下げる | 11. 商圏を拡げる |
| 3. 気軽に入れるようにする | 12. 催物・特売などを増やす |
| 4. 店をもっと清潔にする | 13. 休憩場所を設置する |
| 5. 配達をする | 14. 業種または業態の転換 |
| 6. 営業時間を長くする | 15. 廃業又は自分の代で閉店 |
| 7. 品質・鮮度・サービスを良くする | 16. その他 () |
| 8. 店舗・事業所の情報提供 | 17. 分からない |
| 9. 駐輪・駐車場を広くする | |

(8) [(7)で「15」と回答した方]
リタイア(廃業)にあたり、課題となることは何ですか(○は3つまで)

- | |
|-------------------|
| 1. 債務の処理 |
| 2. 事業の売却先が見つからない |
| 3. 事業の売却価格がつけられない |
| 4. 株主や従業員の理解の獲得 |
| 5. 取引先や金融機関の理解の獲得 |
| 6. 従業員の雇用の確保 |
| 7. その他 () |
| 8. 特にない |

(9) 後継者への事業継承にあたり、課題となることは何ですか(○は3つまで)

- | |
|-----------------------------------|
| 1. 後継者の経営者としての資質向上・能力育成 |
| 2. 株主や従業員の理解の獲得 |
| 3. 取引先や金融機関の理解の獲得 |
| 4. 子どもや親族など血縁関係にある者に、後継者のなり手が限られる |
| 5. 自身の持ち株を譲るにあたり、後継者側の株式取得資金の確保 |
| 6. 法制面、税制面等で相談できる人がいない |
| 7. その他 () |
| 8. 特にない |

問 4. 商店街等についてお聞きします。

(1) 商店街には会員として参加していますか (○は1つだけ)

1. 会員である	2. 会員でない【→(2)へ】
----------	-----------------

(1-1) 商店街活動は活発ですか (○は1つだけ)

1. 活発	2. 普通	3. 不活発
-------	-------	--------

(1-2) あなたは商店街活動に参加されていますか (○は1つだけ)

1. 活発	2. 普通	3. 不活発
-------	-------	--------

(1-3) 地域の活性化へ向けて商店街は積極的に取り組むべきか (○は1つだけ)

1. そう思う	2. どちらともいえない	3. そう思わない
---------	--------------	-----------

(1-4) 安全・安心、地域福祉など、商店街が公共的役割を持って地域貢献活動を行うべきか (○は1つだけ)

1. そう思う	2. どちらともいえない	3. そう思わない
---------	--------------	-----------

(2) 店舗・事業所が立地している、又は周辺の商業地域は活性化していますか (○は1つ)

1. 活性化している	4. あまり活性化していない
2. まあ活性化している	5. 活性化していない
3. どちらともいえない	

(3) 店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体における当面の問題点は、次のうちどれですか (○は3つまで)

1. 業種構成や店舗・事業所の並びに問題がある
2. 核になる店舗・事業所がない
3. 競合する商業施設等の勢力に押され気味である
4. 個々の店舗・事業所の経営努力不足
5. 店舗・事業所の老朽化が著しい
6. 歩行者の安全確保に問題がある
7. 来客用の駐車・駐輪場が不足している
8. 住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける
9. 商業地域の周辺に立地した大型店等に客足をとられている
10. 商業地域の環境整備が不十分で、商業地域のイメージが悪い
11. 商業地域の結束力が弱く、イベント等の活動ができない
12. 商業地域の中心組織や中核となる人材が少ない
13. その他 ()
14. 分からない

(4) 店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか (○は3つまで)

1. 不足業種を補う
2. 空き店舗・事業所の解消を図る
3. 核になる店舗・事業所 (大型店等) を誘致する
4. 商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める
5. 商業地域の結束力を強め、イベント等の活動を活発にする
6. 駐車・駐輪場を整備する
7. 歩道の拡幅など道路の整備 (バリアフリー化等) をする
8. 高齢者や子どもなどの関連施設の整備をする
9. 娯楽・文化・スポーツ施設等の整備をする
10. 史跡、公園、川などの地域資源の活用促進
11. その他 ()

(5) 将来、店舗・事業所が立地している、または周辺の商業地域全体は、どのような街になって欲しいですか (○は3つまで)

1. 魅力的な店が多く集まっている街
2. イベント等が盛んで多くの人が集う街
3. 街並みや景観が整備されている街
4. 観光地化が進み来街者が多い街
5. 公園や文化施設等の都市施設が充実した街
6. 高齢者や子どもなどが集う人に優しい街
7. 住宅中心の静かで生活環境の良い街
8. バス、鉄道など道路・交通環境の良い街
9. 行政機関や銀行、事務所等が集積する街
10. その他 ()
11. 特に希望はない

問5. 立地環境についてお聞きします。

(1) 創業は世田谷区内ですか (○は1つだけ)

1. 区内で創業

2. 世田谷区外で創業

(1-1) [(1)で「1」と回答した方] いつ頃から区内に立地していますか (○は1つだけ)

1. 昭和30年代以前

5. 平成10～19年

2. 昭和40年代

6. 平成20年以降

3. 昭和50・60年代

7. その他 ()

4. 平成元年～9年

(2) 世田谷区の環境や立地するメリットはどのようなものですか (○は3つまで)

1. 交通の便が良く地理的にも便利

9. 資金調達に有利

2. 事業所が集積し他社との連携等がしやすい

10. グローバルな事業展開が可能

3. 企業や人口密集等大規模市場が至近

11. 取引先から近い

4. 優秀な人材が確保しやすい

12. 人件費や地代等が安い

5. 様々な可能性・多様性のある市場構造

13. 行政機関の支援等が充実している

6. 先端的な技術や情報に接する機会が多い

14. 重要な情報が入手しやすい

7. 世田谷区立地による企業イメージアップ

15. 街並みが整備されていて魅力的

8. 刺激が多く活力がある

16. 自宅等が近い

17. 地域風土が革新的・開放的である

18. その他 ()

19. 特にない

(3) 世田谷区の環境や立地するデメリットはどのようなものですか (○は3つまで)

1. 建物・施設の賃貸借の費用が高い

12. 顧客の固定化が難しい

2. 人件費が高い

13. 通勤時間が長く、コストも高い

3. 人材が集まらない

14. 地域住民等との接点も少なく地縁性が低い

4. 企業間の連携等がしづらい

15. 地元金融機関からの資金調達が難しい

5. 産業集積が不十分

16. 行政機関の支援等が充実していない

6. 交通環境が悪く事業に支障がある

17. 重要な情報が入手しにくい

7. 環境の変化が激しく、対応が難しい

18. 街並みが整備されておらず魅力に乏しい

8. マーケットが多様化・細分化

19. 地域風土が保守的・閉鎖的である

9. 競争相手が多く、競争が激しい

20. その他 ()

10. 顧客・取引先から遠い

21. 特にない

11. 顧客の要望・ニーズが多様で高度

(4) 御社では区外への事業所移転の可能性はありますか (○は1つだけ)

1. 可能性はない

3. ある程度具体的に検討している

2. 可能性はあるが具体的に検討していない

4. かなり具体的に検討している

問 6. 採用状況や雇用環境についてお聞きします。

(1) 御社の従業員の採用状況はいかがですか。(○は1つだけ)

1. 順調である	3. 余り順調でない	5. 採用していない
2. まあ順調である	4. 順調でない	

(1-1) [(1) で3か4と回答した方] どのような対応を取っていますか (○はいくつでも)

1. 派遣労働者の受け入れ	5. 業務の見直し
2. アルバイト・パート社員の採用	6. その他 ()
3. 嘱託社員の採用	7. 特に何もしていない
4. 人材採用支援会社等への相談	

(2) 御社の従業員が、御社に就職を決めた理由をどのようにお考えですか (○はいくつでも)

1. 賃金等が良いから	7. 経営方針や経営者に共感したから
2. 技術や知識が活かせるから	8. 企業のブランドイメージが良いから
3. 自宅から近いから	9. 仕事と育児や介護、趣味等が両立できるから
4. 通勤に便利だから	10. 家族や知人等に進められたから
5. 転勤がないから	11. その他 ()
6. 長く働くことができるから	

(3) 御社では、従業員育成・定着のためにどのようなことに取り組んでいますか
(○はいくつでも)

1. 新人(中途採用含む)へのOJT※1	6. メンター制度の導入※3
2. 新人(中途採用含む)へのOff-JT※2	7. キャリアカウンセリングの実施
3. 中堅社員・管理職向けの研修	8. メンタルヘルス相談窓口の設置
4. 仕事に必要な資格や技能の習得支援 (社内で機会を確保)	9. 就業環境(ハード面)の改善
5. 仕事に必要な資格や技能の習得支援 (社外の研修機関を紹介)	10. その他 ()
	11. 特になし

※1 日常の業務につきながら行う職場内訓練
 ※2 講習会や研修会を開き、職場内訓練では習得できない知識や技術を教育すること
 ※3 指導・相談役となる先輩社員等が新人をサポートする制度

(4) 御社はワーク・ライフ・バランスが進んでいると思いますか。(○は1つだけ)

※ ワーク・ライフ・バランスとは、仕事と生活の調和。様々な状況に応じて多様な働き方や生き方を選択できること

1. 進んでいる	3. あまり進んでいない
2. ある程度進んでいる	4. 進んでいない

(4-1) [(4) で「3」か「4」と回答した方] その理由は何ですか (○はいくつでも)

1. 女性の平均勤続年数が短い	8. 管理職の意識が低い
2. 女性社員の意識が低い	9. 旧態依然の慣習や企業風土
3. 男性社員の意識が低い	10. 多様な働き方のメニューを用意していない
4. 性別役割分業意識が強い	11. 育児支援制度が不十分である
5. モデルとなる女性社員がいない	12. 仕事と育児の両立の為の個人的な努力が足りない
6. モデルとなる男性社員がいない	13. その他 ()
7. 経営陣の意識が低い	

(5) ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題がありますか (○はいくつでも)

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. 働き方についての社会の意識変化 | 7. 託児施設の整備などの費用負担 |
| 2. 男性正社員の仕事と生活スタイルの変化 | 8. 社会保障制度等の充実 |
| 3. 会社同士の競争環境の改善 | 9. 取り組み企業に対する各種支援 |
| 4. 会社の経営者等の意識改革 | 10. その他 () |
| 5. 会社の労働条件の改善 | 11. 特に思い当たらない |
| 6. 会社の多様な働き方の選択肢整備 | |

(6) 御社では、高齢者雇用のためにどのような対策を講じていますか (○はいくつでも)

- | | |
|---|--|
| 1. 定年年齢の引き上げを行った | 3. 再雇用制度を導入している (定年年齢に達した者を、いったん退職させた後、再び雇用する制度) |
| 2. 勤務延長制度を導入している (定年年齢に達した者を、退職させることなく引き続き一定期間雇用) | 4. その他 () |
| | 5. 特に整備していない |

(7) 御社では、障害者雇用のためにどのような対策を講じていますか (○はいくつでも)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| 1. 短時間勤務など勤務時間への配慮 | 7. 職場適応援助者の活用 |
| 2. 通院・服薬管理など医療上の配慮 | 8. 相談窓口の拡充 |
| 3. 教育、研修の充実 | 9. 各種助成金の活用 |
| 4. 就業環境 (ハード面含む) の改善 | 10. 外部関係機関との連携支援体制の確立 |
| 5. OJT、トライアル雇用 (短期、試行的な雇用) の拡充 | 11. 他の従業員の意識啓発 |
| 6. 業務内容への配慮 | 12. その他 () |
| | 13. 特に整備していない |

(8) 過去5年間に、新卒・中途を問わず、若年者 (35歳未満) を採用した実績がありますか (○は1つだけ)

- | | |
|---------------|------------|
| 1. 採用した () 名 | 2. 採用していない |
|---------------|------------|

(9) 若年者 (35歳未満) の採用に関する現在の御社の状況はいかがですか (○は1つだけ)

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. ニーズに相応しい人材が採用できている | 3. 採用ニーズはあるものの、計画したレベルの人材を確保することが難しい |
| 2. 採用ニーズはあるものの、予定人数 (計画値) を確保することが難しい | 4. その他 () |

(10-1) 御社では、仕事と育児の両立を支援する為に以下のような取組みを導入していますか

【⇒ 現在】

(10-2) また、将来導入予定の取組みはありますか 【⇒ 将来】

(それぞれあてはまるものにいくつでも○印)	(10-1) 現在	(10-2) 将来
1. 法定を超えた育児休業の延長 ※法定は1歳半まで	1	1
2. 法定を超えた産休中の所得保障 ※法定は給与の2/3	2	2
3. 法定を超えた育休中の所得保障 ※法定は給与の2/3 (育休開始6ヶ月経過後は1/2)	3	3
4. 法定を超えた出産一時金 ※法定は1児につき42万円	4	4
5. 育児手当の支給	5	5
6. 産休中・育休中も事業所組織内のネットワーク環境へのアクセスが可能	6	6
7. 産休中・育休中も現場長が定期的に連絡を取っている	7	7
8. 職場復帰プログラムの実施	8	8
9. 復帰後の勤務時間短縮	9	9
10. 法定を超えた子の看護休暇 ※法定は年間5日	10	10
11. 保育費・ベビーシッター費援助	11	11
12. 在宅勤務制度	12	12
13. 企業内託児施設 (単独事業者による託児施設)	13	13
14. 企業内合同託児施設 (複数事業者による合同施設)	14	14

(11) 企業が従業員の健康増進に積極的に取り組むことで、企業の生産性の向上や経営に影響を及ぼすリスクを回避することができると言われています。御社で実践してみたい健康増進策と既に実施しているものは何ですか

(それぞれあてはまるものにいくつでも○印)	(11-1) 既に実施 している	(11-2) 今後実践 したい
1. 定期健康診断の実施	1	1
2. 健診結果から従業員の健康状況や病気のリスクの把握	2	2
3. 従業員への健康情報の発信	3	3
4. リスクにつながる社内環境の抽出	4	4
5. 健康づくりの取組み (ウォーキング大会、食事指導など)	5	5
6. 専門家によるアドバイス	6	6
7. その他 ()	7	7

(12) 人材育成や確保にあたっての課題や行政に求める支援策があればご記入ください。

問 7. 資金調達等についてお聞きします。

(1) 資金調達の際の調達先は、どのような機関ですか (○はいくつでも)

- | | | | |
|---------|------------|----------|-----------------|
| 1. 都市銀行 | 3. 信金・信組 | 5. ベンチャー | 6. その他 () |
| 2. 地方銀行 | 4. 政府系金融機関 | キャピタル | 7. 特にない (→(3)へ) |

(2) 主な資金調達先との関係は良好ですか (○は1つだけ)

- | | | | |
|----------|------------|-------------|----------|
| 1. 良好である | 2. まあ良好である | 3. あまり良好でない | 4. 良好でない |
|----------|------------|-------------|----------|

(3) 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか (○は1つだけ)

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 活用したことがある | 2. 活用したことはない |
|--------------|--------------|

(4) [(3)で「1」と回答した方] その理由は何ですか (○は1つだけ)

- | | |
|-----------------|---------------|
| 1. 金利が低い | 3. 金融機関に勧められた |
| 2. 保証協会の保証が得られる | 4. 特に理由はない |

(5) [(3)で「2」と回答した方] その理由は何ですか (○は1つだけ)

- | | | |
|--------------|--------------|------------|
| 1. 制度を知らなかった | 3. 保証料が高い | 5. 特に理由はない |
| 2. 手続きが煩雑 | 4. 金融機関に断られた | |

問 8. ITの活用状況についてお聞きします。

(1) 御社では、インターネットを主にどのように活用していますか (○は3つまで)

- | |
|------------------------|
| 1. HPでの会社情報の発信 |
| 2. SNSでの会社情報の発信 |
| 3. インターネットでの販売・予約受付 |
| 4. WEB広告の出稿 |
| 5. ネット媒体での従業員・アルバイトの募集 |
| 6. 社内LAN構築による社内での情報共有 |
| 7. スマートフォンアプリでのサービス提供 |
| 8. 自社出版物や著作物のアップロード |
| 9. その他 () |
| 10. 活用していない |

(2-1) 御社の業務で、現在、情報通信技術を主に導入している分野は何ですか

(2-2) 御社の業務で、今後、情報通信技術を主に導入したい分野は何ですか

(それぞれあてはまるものにいくつでも○印)	(2-1) 導入して いる分野	(2-2) 導入した い分野
1. 財務会計	1	1
2. 人事給与管理	2	2
3. 販売管理	3	3
4. 物流管理	4	4
5. 生産在庫管理	5	5
6. 開発設計	6	6
7. 購買仕入れ	7	7
8. その他 ()	8	8
9. 特にない	9	9

(3) 御社では、情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていることは何ですか

(○は3つまで)

1. 社内にノウハウを持つ人材がいない 2. 技術の導入や維持管理に費用がかかる 3. 情報漏えいや改ざんへの対策がとれていない (わからない) 4. 突然の障害やシステム停止のリスクへの対策がとれていない (わからない) 5. 自社が求める水準の技術が見つからない 6. その他 () 7. 特にない
--

問9. 個別の事業課題についてお聞きします。

(1) 下記の各事業課題について、それぞれ現在の取組状況(1)-1、今後の取組意向(1)-2をお答えください

	(1)-1 現在の取組状況			(1)-2 今後の取組意向		
	している	していない		高い	普通	高くない
例) 事業課題等	①	2	→	1	②	3
1) 新分野での創業	1	2	→	1	2	3
2) 経営改善に向けた相談相手の確保	1	2	→	1	2	3
3) 知的財産権、特許等の取得	1	2	→	1	2	3
4) 大学との連携 (大学の知的財産や人材の活用、共同開発等)	1	2	→	1	2	3
5) 企業間や産業間の連携 (意見交換、交流会、共同開発等)	1	2	→	1	2	3
6) 地元金融機関との連携 (資金繰り改善、販路拡大の取組みや情報交換等)	1	2	→	1	2	3
7) 区内イベントへの参加 (ビジネスマッチング、物産展等)	1	2	→	1	2	3
8) 若年層の積極雇用	1	2	→	1	2	3
9) 多様な就業形態への対応 (女性・障害者・高齢者の雇用等)	1	2	→	1	2	3
10) ソーシャルビジネス・地域ビジネス※1の 起業・活動支援	1	2	→	1	2	3
11) 起業・創業等による商店街の空き店舗活用	1	2	→	1	2	3
12) 住工共生まちづくり※2の推進	1	2	→	1	2	3
13) 都市農地の保全・活用	1	2	→	1	2	3
14) 世田谷ブランドの商品の創造	1	2	→	1	2	3
15) 世田谷区の魅力の発信	1	2	→	1	2	3

※1 環境保護や福祉、まちづくり等の様々な社会的課題、地域的課題の解決のために、住民、NPO、企業などの主体が、ビジネスの手法を活用して持続的に取り組む活動。

※2 地域住民と工業・ものづくり事業所が相互に理解することにより、居住環境と操業環境が調和するまちづくり。

- (2) [(1) 1～15] で現在取り組んでいる、もしくは今後の取組意向が高いと回答した方
『今後の取組意向』が高い事業課題について、どのような取組みを予定していますか。よろしければできる範囲でお書きください。

(取組意向の高い事業課題)	(左記「事業課題」に対する取組みの具体的な内容)
・ ・ ・ ・ ・ ・	

- (3) 今後、区や都等に対してどのような支援を望みますか (○は3つまで)

1. 人材育成支援	10. I T 関連の支援
2. 雇用促進	11. 事業スペース対策
3. 交流・連携支援	12. 宣伝 P R 支援
4. 技術・製品開発支援	13. ワーク・ライフ・バランス推進支援
5. 市場開拓・マーケティング支援	14. その他 ()
6. 融資等資金対策	15. 特にない
7. 経営相談	
8. 創業支援	
9. 従業員の福利厚生支援	

問 1 0. 世田谷区の産業施策等に対するご意見をお聞かせください。

ご協力ありがとうございました。

お手数ですが、最後にもう一度、ご記入もれやお間違いがないか、ご確認ください。

世田谷区産業基礎調査

＜建設・製造・その他の事業者様向け＞



＜調査へのご協力のお願い＞

- 本調査は、世田谷区が実施するアンケート調査です。
- 本調査の目的は、世田谷区内の事業所の実態や課題等を把握し、今後の区の産業振興施策に反映していくための資料として活用することです。ご協力をお願いいたします。
- ご記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒（切手不要）にて、**9月25日（金）**
までに、ご投函下さいますようお願いいたします。

2015年（平成27年）9月

世田谷区産業政策部

＜ご記入にあたってのお願い＞

- 1 御社の経営実態等を理解されている方がご記入ください。
- 2 ご記入に際しては「平成27年3月31日現在」を基準日としてください。
- 3 回答は、あてはまる番号を選び、その番号を○印で囲んでください。
- 4 「1つだけ」「3つまで」など回答が限られている質問では、御社がもっとも良くあてはまるとお考えになる回答を指定の数以内で選び、○印をつけてください。
- 5 「その他」にあてはまる場合は、お手数ですが（ ）内に、なるべく具体的にその内容をご記入ください。
- 6 すべてのご記入が終わりましたら、最後にもう一度、ご記入もれやお間違いがないか、ご確認をお願いします。

世田谷区産業政策部商業課

TEL：03-3411-6644

（平日 午前8時30分～午後5時15分）

FAX：03-3411-6635

【世田谷区調査委託事業者】

株式会社 流通研究所

TEL：046-295-0831

（平日 午前9時～午後6時）

FAX：046-295-0834

※支店・営業所等の場合は、可能な範囲で「支店・営業所等におけるデータ等」をご記入ください。

問 1. 御社のことについてお聞きします。

(1) 事業所名、所在地等ご記入ください

(ふりがな) 事業所名		住 所	
担当部署名			
電 話		f a x	

(2) 経営形態 (○は1つだけ)

1. 単独事業所	3. 支社・支店	5. 工場
2. 本社	4. 営業所	6. その他 ()

(2-1) [(2)で「2」と回答した方]
支社等の数と主な所在地(括弧内に記入)

	【 数 】	〔 主な所在地 〕
1. 支社・支店⇒	【 】⇒	〔 〕
2. 営業所 ⇒	【 】⇒	〔 〕
3. 工場 ⇒	【 】⇒	〔 〕
4. その他 ⇒	【 】⇒	〔 〕

(2-2) [(2)で「3~6」と回答した方] 本社の場所 (○は1つだけ)

1. 世田谷区内
2. 都内の別の場所
（区・市）
3. その他
（ ）

(3) 業種 (○は主なものの1つだけ)

1. 農林水産業 2. 建設業 3. 製造業 4. 電気・ガス・熱供給・水道業 5. 情報通信業 6. 運輸業	7. 金融・保険業 8. 不動産業 9. 医療・福祉関連業 10. その他のサービス業 11. その他 (具体的に：)
--	---

(4) 所属している団体 (○はいくつでも)

1. 東京商工会議所 2. 世田谷工業振興協会 3. 地元商店会	4. その他関連団体・組合 [具体的に：]
--	----------------------------

(5) 創業

明・大・昭・平 年

(6) 資本金

万円

(7) 従業者の数（あなた自身も含めて）と雇用形態の内訳（数字をご記入ください）

従業員数	合計	人	⇒	内訳	正社員	人
	（うち家族は	人）			パート・アルバイト・派遣	人

(8) 昨年度一年間での採用者数（数字をご記入ください）

採用者数	合計	人	⇒	内訳	男性	人（うち新卒は	人）
	（うち新卒は	人）			女性	人（うち新卒は	人）

(9) 経営者の年代（○は1つだけ） ※実際に経営にたずさわっている人。支店等の場合は店長。

1. 30歳未満	2. 30歳代	3. 40歳代	4. 50歳代	5. 60歳代	6. 70歳代以上
----------	---------	---------	---------	---------	-----------

(10) 後継者について（○は1つだけ）

1. 事業主の親族を後継者にするつもりである 2. 親族以外の従業員を登用するつもりである 3. 親族等に適当な人がいないため廃業するつもりである 4. 後継者の有無に関らず廃業するつもりである 5. まだ、後継者について考える段階ではない 6. 支店・営業所等のため関係ない 7. その他（ ）
--

(11) 土地、建物の所有形態（○は1つだけ）

1. 土地・建物自己所有	2. 借地、建物自己所有	3. 借地、借家	4. ビルテナント
--------------	--------------	----------	-----------

(12) 〔(11)で「1」または「2」と回答した方〕建替えの意向（○は1つだけ）

1. 建替え等するつもりは無い	5. 将来的には建替えたい
2. 同じ場所に建替えたい	6. 売却したい
3. 違う場所に建替えたい	7. まだ考えていない
4. 工業団地等に入りたい	8. どちらとも言えない・わからない

(12-1) 〔(12)で「2」～「6」と回答した方〕建替え・売却したい理由（○はいくつでも）

1. 事業拡大等で手狭なため	5. 建築基準法に関わる問題
2. 老朽化が進んでいるため	6. その他（ ）
3. 耐震性の問題	7. 特に理由はない
4. 用途地域の変更に伴う問題	

(13) 経営者等の自宅（○は1つだけ）

1. 事業所と一緒に
2. 別の場所（ ）区・市）

(14) 事業所面積（数字をご記入ください）

m²

問2. 御社の経営状況についてお聞きします。

(1) 昨年度売上高について、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)

1. 売上なし	6. 1億～ 3億円未満
2. 1,000万円未満	7. 3億～ 5億円未満
3. 1,000万～ 3,000万円未満	8. 5億～10億円未満
4. 3,000万～ 5,000万円未満	9. 10億円以上
5. 5,000万～ 1億円未満	

(2) 3年前と比較して昨年度の売上高の増減について、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)

1. 30%以上増加	6. 10～29%減少
2. 10～29%増加	7. 30%以上減少
3. 4～9%増加	8. 分からない
4. 横ばい(－3～3%)	9. 比較できない
5. 4～9%減少	

(3) 3年前と比較して昨年度の営業利益の増減について、該当するものに○をしてください (○は1つだけ)

1. 30%以上増加	6. 10～29%減少
2. 10～29%増加	7. 30%以上減少
3. 4～9%増加	8. 分からない
4. 横ばい(－3～3%)	9. 比較できない
5. 4～9%減少	

(4) 今後3年間を考えたとき、御社の景況はどのように推移していくと予想しますか (○は各指標について1つだけ)

	選択肢
業 況	1. 良くなる 2. やや良くなる 3. 変わらない 4. やや悪くなる 5. 悪くなる
売 上 高	1. 増加する 2. やや増加する 3. 変わらない 4. やや減少する 5. 減少する
営業利益	1. 増加する 2. やや増加する 3. 変わらない 4. やや減少する 5. 減少する

問3. 立地環境についてお聞きします。

(1) 創業は世田谷区内ですか (○は1つだけ)

1. 区内で創業	2. 世田谷区外で創業
----------	-------------

(1-1) [(1)で「1」と回答した方] いつ頃から区内に立地していますか (○は1つだけ)

1. 昭和30年代以前	5. 平成10～19年
2. 昭和40年代	6. 平成20年以降
3. 昭和50・60年代	7. その他 ()
4. 平成元年～9年	

(2) 世田谷区の環境や立地するメリットはどのようなものですか (○は3つまで)

1. 交通の便が良く地理的にも便利	9. 資金調達に有利
2. 事業所が集積し他社との連携等がしやすい	10. グローバルな事業展開が可能
3. 企業や人口密集等大規模市場が至近	11. 取引先から近い
4. 優秀な人材が確保しやすい	12. 人件費や地代等が安い
5. 様々な可能性・多様性のある市場構造	13. 行政機関の支援等が充実している
6. 先端的な技術や情報に接する機会が多い	14. 重要な情報が入手しやすい
7. 世田谷区立地による企業イメージアップ	15. 街並みが整備されていて魅力的
8. 刺激が多く活力がある	16. 自宅等が近い
	17. 地域風土が革新的・開放的である
	18. その他 ()
	19. 特にない

(3) 世田谷区の環境や立地するデメリットはどのようなものですか (○は3つまで)

1. 建物・施設の賃貸借の費用が高い	12. 顧客の固定化が難しい
2. 人件費が高い	13. 通勤時間が長く、コストも高い
3. 人材が集まらない	14. 地域住民等との接点も少なく地縁性が低い
4. 企業間の連携等がしづらい	15. 地元金融機関からの資金調達が難しい
5. 産業集積が不十分	16. 行政機関の支援等が充実していない
6. 交通環境が悪く事業に支障がある	17. 重要な情報が入手しにくい
7. 環境の変化が激しく、対応が難しい	18. 街並みが整備されておらず魅力に乏しい
8. マーケットが多様化・細分化	19. 地域風土が保守的・閉鎖的である
9. 競争相手が多く、競争が激しい	20. その他 ()
10. 顧客・取引先から遠い	21. 特にない
11. 顧客の要望・ニーズが多様で高度	

(4) 御社では区外への事業所移転の可能性はありますか (○は1つだけ)

1. 可能性はない	3. ある程度具体的に検討している
2. 可能性はあるが具体的に検討していない	4. かなり具体的に検討している

問 4. 取引先についてお聞きします。※前年度決算をもとにお答えください

(1) 御社の製品等の販売・納入先等の収入を得る地域の割合をお書きください

合計が100%になるよう下記にご記入ください

	地域	金額高の割合[計100%]
A	世田谷区内に販売・納入	%
B	世田谷区を除く23区内に販売・納入	%
C	23区を除く都内及び横浜市・川崎市内に販売・納入	%
D	上記以外の首都圏内に販売・納入	%
E	上記以外の国内に販売・納入	%
F	海外に販売・納入	%
G	その他 ()	%

(2) 御社の前年度決算における支出内訳を総支出に対する金額割合でお書きください

合計が100%になるよう下記にご記入ください

	地域	金額高の割合[計100%]
A	総人件費割合（役員、正社員、派遣、パート等含む）	%
B	原材料購入費割合	%
C	生産の外注費割合	%
D	営業費割合（事務・印刷・輸送・交通費等）	%
E	社屋・工場機械等の設備投資費割合（修繕費を含む）	%
F	本社・親会社等への納付金 ※支社・分工場の方のみご記入ください。	%
G	その他（光熱費、税金等上記に分類されない費用）	%

(3) 支出内訳の中の「原材料」はどこの地域から購入されていますか。地域の割合をお書きください

合計が100%になるよう下記にご記入ください

	地域	金額高の割合[計100%]
A	世田谷区内から購入	%
B	世田谷区を除く23区内から購入	%
C	23区を除く都内及び横浜市・川崎市内から購入	%
D	上記以外の首都圏内から購入	%
E	上記以外の国内から購入	%
F	海外から購入	%
G	その他 ()	%

(4) 生産の外注をしていますか (○は1つだけ)。

1. している	2. していない
---	----------

(4-1) [(4)で「1」と回答した方] 外注先の地域の割合をお書きください

合計が100%になるよう下記にご記入ください

	地域	金額高の割合[計100%]
A	世田谷区内に外注	%
B	世田谷区を除く23区内に外注	%
C	23区を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	%
D	上記以外の首都圏内に外注	%
E	上記以外の国内に外注	%
F	海外に外注	%
G	その他 ()	%

(5) 設備投資（修繕）を行う際の発注先の地域の割合をお書きください

合計が100%になるよう下記にご記入ください

	地域	金額高の割合[計100%]
A	世田谷区内に発注	%
B	世田谷区を除く23区内に発注	%
C	23区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	%
D	上記以外の首都圏内に発注	%
E	上記以外の国内に発注	%
F	海外に発注	%
G	その他 ()	%

問5. 事業活動における課題と方向性等についてお聞きします。

(1) 現在、経営上抱えている課題はどのようなことですか (○は5つまで)

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

(2) 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたいと考えていることは何ですか (○は5つまで)

1. 従業員の確保・育成	14. 取引先企業との協力・連携の推進
2. 経営幹部人材の確保・育成	15. 他企業との協力・連携の推進
3. 専門人材の確保・育成	16. 新製品・新技術の開発
4. 後継者の育成	17. 情報化等推進による業務の合理化
5. 従業員の雇用環境の整備	18. 規模縮小や業務等のリストラ
6. 施設や設備のリニューアル	19. 品質・接客技術等の向上
7. 事業所等の規模拡大	20. 知的財産対策
8. 事業所等の移転	21. 大学等研究開発機関との連携
9. 販路開拓・拡大	22. 現状維持
10. 新分野・新事業への進出	23. 業種転換
11. 既存製品の高付加価値化	24. 廃業・休業
12. 製品・サービスの多様化	25. その他 ()
13. 製品・サービスの専門化	26. 特にない

(3) [(2)で「24」と回答した方]

リタイア(廃業)にあたり、課題となることは何ですか (○は3つまで)

1. 債務の処理
2. 事業の売却先が見つからない
3. 事業の売却価格がつけられない
4. 株主や従業員の理解の獲得
5. 取引先や金融機関の理解の獲得
6. 従業員の雇用の確保
7. その他 ()
8. 特にない

(4) 後継者への事業継承にあたり、課題となることは何ですか (○は3つまで)

1. 後継者の経営者としての資質向上・能力育成
2. 株主や従業員の理解の獲得
3. 取引先や金融機関の理解の獲得
4. 子どもや親族など血縁関係にある者に、後継者のなり手が限られる
5. 自身の持ち株を譲るにあたり、後継者側の株式取得資金の確保
6. 法制度、税制面等で相談できる人がいない
7. その他（ ）
8. 特にない

(5) 海外での事業展開を考えていますか (○は3つまで)

1. 現在既に、製品・サービスを輸出している
2. 現在既に、海外に現地法人を設立している
3. 現在既に、海外のメーカー・商社と代理店契約を締結している
4. 将来的に、製品・サービスを輸出したい
5. 将来的に、海外に現地法人を設立したい
6. 将来的に、海外のメーカー・商社と代理店契約を締結したい
7. その他（ ）
8. 特に考えはない

(6) [(5)で「1」～「7」のいずれかに回答した方]

海外での事業展開にあたっての課題や行政に求める支援策があればご記入ください

--

問 6. 採用状況や雇用環境についてお聞きします。

(1) 御社の従業員の採用状況はいかがですか (○は1つだけ)

1. 順調である	3. 余り順調でない	5. 採用していない
2. まあ順調である	4. 順調でない	

(1-1) [(1) で3か4と回答した方] どのような対応を取っていますか (○はいくつでも)

1. 派遣労働者の受け入れ	5. 業務の見直し
2. アルバイト・パート社員の採用	6. その他 ()
3. 嘱託社員の採用	7. 特に何もしていない
4. 人材採用支援会社等への相談	

(2) 御社の従業員が、御社に就職を決めた理由をどのようにお考えですか (○はいくつでも)

1. 賃金等が良いから	7. 経営方針や経営者に共感したから
2. 技術や知識が活かせるから	8. 企業のブランドイメージが良いから
3. 自宅から近いから	9. 仕事と育児や介護、趣味等が両立できるから
4. 通勤に便利だから	10. 家族や知人等に進められたから
5. 転勤がないから	11. その他 ()
6. 長く働くことができるから	

(3) 御社では、従業員育成・定着のためにどのようなことに取り組んでいますか (○はいくつでも)

1. 新人(中途採用含む)へのOJT※1	6. メンター制度の導入※3
2. 新人(中途採用含む)へのOff-JT※2	7. キャリアカウンセリングの実施
3. 中堅社員・管理職向けの研修	8. メンタルヘルス相談窓口の設置
4. 仕事に必要な資格や技能の習得支援 (社内で機会を確保)	9. 就業環境 (ハード面) の改善
5. 仕事に必要な資格や技能の習得支援 (社外の研修期間を紹介)	10. その他 ()
	11. 特になし

※1 日常の業務につきながら行う職場内訓練
 ※2 講習会や研修会を開き、職場内訓練では習得できない知識や技術を教育すること
 ※3 指導・相談役となる先輩社員が新人をサポートする制度

(4) 御社はワーク・ライフ・バランスが進んでいると思いますか (○は1つだけ)

※ ワーク・ライフ・バランスとは、仕事と生活の調和。様々な状況に応じて多様な働き方や生き方を選択できること

1. 進んでいる	3. あまり進んでいない
2. ある程度進んでいる	4. 進んでいない

(4-1) [(4) で「3」か「4」と回答した方] その理由は何ですか (○はいくつでも)

1. 女性の平均勤続年数が短い	8. 管理職の意識が低い
2. 女性社員の意識が低い	9. 旧態依然の慣習や企業風土
3. 男性社員の意識が低い	10. 多様な働き方のメニューを用意していない
4. 性別役割分業意識が強い	11. 育児支援制度が不十分である
5. モデルとなる女性社員がいない	12. 仕事と育児の両立の為の個人的な努力が足りない
6. モデルとなる男性社員がいない	13. その他 ()
7. 経営陣の意識が低い	

(5) ワーク・ライフ・バランスに取り組む上でどのような課題がありますか (○はいくつでも)

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. 働き方についての社会の意識変化 | 7. 託児施設の整備などの費用負担 |
| 2. 男性正社員の仕事と生活スタイルの変化 | 8. 社会保障制度等の充実 |
| 3. 会社同士の競争環境の改善 | 9. 取り組み企業に対する各種支援 |
| 4. 会社の経営者等の意識改革 | 10. その他 () |
| 5. 会社の労働条件の改善 | 11. 特に思い当たらない |
| 6. 会社の多様な働き方の選択肢整備 | |

(6) 御社では、高齢者雇用のためにどのような対策を講じていますか (○はいくつでも)

- | | |
|---|--|
| 1. 定年年齢の引き上げを行った | 3. 再雇用制度を導入している (定年年齢に達した者を、いったん退職させた後、再び雇用する制度) |
| 2. 勤務延長制度を導入している (定年年齢に達した者を、退職させることなく引き続き一定期間雇用) | 4. その他 () |
| | 5. 特に整備していない |

(7) 御社では、障害者雇用のためにどのような対策を講じていますか (○はいくつでも)

- | | |
|--------------------------------|-----------------------|
| 1. 短時間勤務など勤務時間への配慮 | 7. 職場適応援助者の活用 |
| 2. 通院・服薬管理など医療上の配慮 | 8. 相談窓口の拡充 |
| 3. 教育、研修の充実 | 9. 各種助成金の活用 |
| 4. 就業環境 (ハード面含む) の改善 | 10. 外部関係機関との連携支援体制の確立 |
| 5. OJT、トライアル雇用 (短期、試行的な雇用) の拡充 | 11. 他の従業員の意識啓発 |
| 6. 業務内容への配慮 | 12. その他 () |
| | 13. 特に整備していない |

(8) 過去5年間に、新卒・中途を問わず、若年者 (35歳未満) を採用した実績がありますか (○は1つだけ)

- | | |
|---------------|------------|
| 1. 採用した () 名 | 2. 採用していない |
|---------------|------------|

(9) 若年者 (35歳未満) の採用に関する現在の御社の状況はいかがですか (○は1つだけ)

- | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. ニーズに相応しい人材が採用できている | 3. 採用ニーズはあるものの、計画したレベルの人材を確保することが難しい |
| 2. 採用ニーズはあるものの、予定人数 (計画値) を確保することが難しい | 4. その他 () |

(10-1) 御社では、仕事と育児の両立を支援する為に以下のような取組みを導入していますか
【⇒ 現在】

(10-2) また、将来導入予定の取組みはありますか【⇒ 将来】

(それぞれあてはまるものにいくつでも○印)	(10-1) 現在	(10-2) 将来
1. 法定を超えた育児休業の延長 ※法定は1歳半まで	1	1
2. 法定を超えた産休中の所得保障 ※法定は給与の2/3	2	2
3. 法定を超えた育休中の所得保障 ※法定は給与の2/3 (育休開始6ヶ月経過後は1/2)	3	3
4. 法定を超えた出産一時金 ※法定は1児につき42万円	4	4
5. 育児手当の支給	5	5
6. 産休中・育休中も事業所組織内のネットワーク環境へのアクセスが可能	6	6
7. 産休中・育休中も現場長が定期的に連絡を取っている	7	7
8. 職場復帰プログラムの実施	8	8
9. 復帰後の勤務時間短縮	9	9
10. 法定を超えた子の看護休暇 ※法定は年間5日	10	10
11. 保育費・ベビーシッター費援助	11	11
12. 在宅勤務制度	12	12
13. 企業内託児施設 (単独事業者による託児施設)	13	13
14. 企業内合同託児施設 (複数事業者による合同施設)	14	14

(11) 企業が従業員の健康増進に積極的に取り組むことで、企業の生産性の向上や経営に影響を及ぼすリスクを回避できると言われています。御社で実践してみたい健康増進策と既に実施しているものは何ですか

(それぞれあてはまるものにいくつでも○印)	(11-1) 既に実施 している	(11-2) 今後実践 したい
1. 定期健康診断の実施	1	1
2. 健診結果から従業員の健康状況や病気のリスクの把握	2	2
3. 従業員への健康情報の発信	3	3
4. リスクにつながる社内環境の抽出	4	4
5. 健康づくりの取組み (ウォーキング大会、食事指導など)	5	5
6. 専門家によるアドバイス	6	6
7. その他 ()	7	7

(12) 人材育成や確保にあたっての課題や行政に求める支援策があればご記入ください

問 7. 資金調達等についてお聞きします。

(1) 資金調達の際の調達先は、どのような機関ですか (○はいくつでも)

- | | | | |
|---------|------------|----------|-----------------|
| 1. 都市銀行 | 3. 信金・信組 | 5. ベンチャー | 6. その他 () |
| 2. 地方銀行 | 4. 政府系金融機関 | キャピタル | 7. 特になし (→(3)へ) |

(2) 主な資金調達先との関係は良好ですか (○は1つだけ)

- | | | | |
|----------|------------|-------------|----------|
| 1. 良好である | 2. まあ良好である | 3. あまり良好でない | 4. 良好でない |
|----------|------------|-------------|----------|

(3) 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか (○は1つだけ)

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 活用したことがある | 2. 活用したことはない |
|--------------|--------------|

(4) [(3)で「1」と回答した方] その理由は何ですか (○は1つだけ)

- | | |
|-----------------|---------------|
| 1. 金利が低い | 3. 金融機関に勧められた |
| 2. 保証協会の保証が得られる | 4. 特に理由はない |

(5) [(3)で「2」と回答した方] その理由は何ですか (○は1つだけ)

- | | | |
|--------------|--------------|------------|
| 1. 制度を知らなかった | 3. 保証料が高い | 5. 特に理由はない |
| 2. 手続きが煩雑 | 4. 金融機関に断られた | |

問 8. ITの活用状況についてお聞きします。

(1) 御社では、インターネットを主にどのように活用していますか (○は3つまで)

- | |
|------------------------|
| 1. HPでの会社情報の発信 |
| 2. SNSでの会社情報の発信 |
| 3. インターネットでの販売・予約受付 |
| 4. WEB広告の出稿 |
| 5. ネット媒体での従業員・アルバイトの募集 |
| 6. 社内LAN構築による社内での情報共有 |
| 7. スマートフォンアプリでのサービス提供 |
| 8. 自社出版物や著作物のアップロード |
| 9. その他 () |
| 10. 活用していない |

(2-1) 御社の業務で、現在、情報通信技術を主に導入している分野は何ですか

(2-2) 御社の業務で、今後、情報通信技術を主に導入したい分野は何ですか

(それぞれあてはまるものにいくつでも○印)	(2-1) 導入して いる分野	(2-2) 導入したい 分野
1. 財務会計	1	1
2. 人事給与管理	2	2
3. 販売管理	3	3
4. 物流管理	4	4
5. 生産在庫管理	5	5
6. 開発設計	6	6
7. 購買仕入れ	7	7
8. その他 ()	8	8
9. 特にない	9	9

(3) 御社では、情報通信技術を導入・活用するにあたり困っていることは何ですか

(○は3つまで)

1. 社内にノウハウを持つ人材がいない 2. 技術の導入や維持管理に費用がかかる 3. 情報漏えいや改ざんへの対策がとれていない (わからない) 4. 突然の障害やシステム停止のリスクへの対策がとれていない (わからない) 5. 自社が求める水準の技術が見つからない 6. その他 () 7. 特にない
--

問9. 個別の事業課題についてお聞きします。

(1) 下記の各事業課題について、それぞれ現在の取組状況(1)-1、今後の取組意向(1)-2をお答えください。

	(1)-1 現在の取組状況			(1)-2 今後の取組意向		
	している	していない		高い	普通	高くない
例) 事業課題等	①	2	→	1	②	3
1) 新分野での創業	1	2	→	1	2	3
2) 経営改善に向けた相談相手の確保	1	2	→	1	2	3
3) 知的財産権、特許等の取得	1	2	→	1	2	3
4) 大学との連携 (大学の知的財産や人材の活用、共同開発等)	1	2	→	1	2	3
5) 企業間や産業間の連携 (意見交換、交流会、共同開発等)	1	2	→	1	2	3
6) 地元金融機関との連携 (資金繰り改善、販路拡大の取組みや情報交換等)	1	2	→	1	2	3
7) 区内イベントへの参加 (ビジネスマッチング、物産展等)	1	2	→	1	2	3
8) 若年層の積極雇用	1	2	→	1	2	3
9) 多様な就業形態への対応 (女性・障害者・高齢者の雇用等)	1	2	→	1	2	3
10) ソーシャルビジネス・地域ビジネス※1の 起業・活動支援	1	2	→	1	2	3
11) 起業・創業等による商店街の空き店舗活用	1	2	→	1	2	3
12) 住工共生まちづくり※2の推進	1	2	→	1	2	3
13) 都市農地の保全・活用	1	2	→	1	2	3
14) 世田谷ブランドの商品の創造	1	2	→	1	2	3
15) 世田谷区の魅力の発信	1	2	→	1	2	3

※1 環境保護や福祉、まちづくり等の様々な社会的課題、地域的課題の解決のために、住民、NP0、企業などの主体が、ビジネスの手法を活用して持続的に取り組む活動。

※2 地域住民と工業・ものづくり事業所が相互に理解することにより、居住環境と操業環境が調和するまちづくり。

- (2) [(1) 1～15)] で現在取り組んでいる、もしくは今後の取組意向が高いと回答した方
『今後の取組意向』が高い事業課題について、どのような取組みを予定していますか。よろしければできる範囲でお書きください。

(取組意向の高い事業課題)	(左記「事業課題」に対する取組みの具体的な内容)
・	
・	
・	
・	
・	
・	

- (3) 今後、区や都等に対してどのような支援を望みますか (○は3つまで)

1. 人材育成支援	10. I T関連の支援
2. 雇用促進	11. 事業スペース対策
3. 交流・連携支援	12. 宣伝P R支援
4. 技術・製品開発支援	13. ワーク・ライフ・バランス推進支援
5. 市場開拓・マーケティング支援	14. その他 ()
6. 融資等資金対策	15. 特にない
7. 経営相談	
8. 創業支援	
9. 従業員の福利厚生支援	

問 1 0. 世田谷区の産業施策等に対するご意見をお聞かせください。

ご協力ありがとうございました。

お手数ですが、最後にもう一度、ご記入もれやお間違いがないか、ご確認ください。

世田谷区産業基礎調査報告書

発行日 平成 2 8 年 3 月

発 行 世田谷区産業政策部商業課

〒154-0004 東京都世田谷区太子堂 2 - 1 6 - 7 三軒茶屋分庁舎

TEL 03-3411-6644

FAX 03-3411-6635

<http://www.city.setagaya.lg.jp/>

(広報印刷物登録番号 No. 1 3 7 5)
