

西東京市
事業者・消費者アンケート調査
報告書

令和5年3月
西東京市

目次

事業者アンケート	1
第1章 調査の概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査項目	1
3. 調査仕様	1
4. 回収数・回収率	1
5. 調査結果の補足説明	2
(1) 調査結果の見方	2
(2) 集計分析項目	2
第2章 調査結果	4
1. 事業者の属性について	4
(1) 業種	4
(2) 事業継続年数	4
(3) 従業員数	5
(4) 年商規模	5
(5) 組織形態	6
(6) 経営者の年齢	6
2. 産業振興に関する市の取組について	7
(1) 施策別の満足度・重要度	7
3. 事業承継について	10
(1) 事業承継の見通し	10
(2) 事業承継の課題	12
4. 人材確保について	13
(1) 人材確保の状況	13
(2) 人材確保の課題	15
(3) 外国人の雇用	16
(4) 外国人の雇用にあたって想定される課題	18
(5) 障がい者の雇用	19
(6) 障がい者の雇用にあたって想定される課題	21
5. 外部との連携について	23
(1) 企業や大学等との連携による取組	23
(2) 連携ができていない理由	25
6. 新型コロナウイルス感染症、エネルギー・食料品価格等の物価高騰による影響等について	26
(1) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による、企業活動へのマイナスの影響	26
(2) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるマイナスの影響の詳細	28
(3) エネルギー・食料品価格等の物価高騰による、企業活動へのマイナスの影響	29
(4) エネルギー・食料品価格等の物価高騰によるマイナスの影響の詳細	31
(5) 市や商工会による事業者支援策や消費喚起策の利用状況	32
(6) 利用した効果や影響	36
(7) 利用しなかった理由	37

(8) ウィズコロナ、アフターコロナに向けての課題	39
(9) 新型コロナウイルス感染症や物価高騰等による影響の軽減に必要な支援策	41
7. 商店会との関係について	42
(1) 商店会への加盟状況	42
(2) 商店会に加盟しない理由	44
8. 今後について	45
(1) 今後重点的に取り組みたい経営課題	45
(2) 市内で事業を継続したい、働きたいと感じられる西東京市であるために必要なこと	47
(3) 今後の西東京市の産業振興にとって重要だと思うこと	48
消費者アンケート	50
第1章 調査の概要	50
1. 調査目的	50
2. 調査項目	50
3. 調査仕様	50
4. 回収数・回収率	50
5. 調査結果の補足説明	51
(1) 調査結果の見方	51
(2) 集計分析項目	51
第2章 調査結果	53
1. 回答者の属性について	53
(1) 年齢	53
(2) 性別	53
(3) 職業	54
(4) 家族構成	54
(5) 居住形態	55
(6) 居住地区	55
(7) 居住年数	56
2. 日ごろの買い物や外食について	57
(1) 日ごろ買い物や外食で利用する場所	57
(2) お店を選ぶ際に重視すること	62
3. 市内の商店街等について	65
(1) 市内の商店街の利用状況	65
(2) 商店街を利用する理由	66
(3) 商店街を利用しない理由	67
(4) 商店街の情報を受け取りやすい方法	68
(5) 商店街がより多くの人に利用されるために必要な取組	69
4. 市の取組みについて	70
(1) 市や商工会による支援策や消費喚起策の利用状況	70
(2) 利用の効果や影響	72
(3) 利用した対象	73
(4) 利用しなかった理由	74

(5) 今後の利用意向	75
5. 回答者の就労や働き方について	77
(1) 現在の就労状況・就労希望	77
(2) 現在の雇用環境の課題	78
(3) 就労先を選ぶポイント	79
(4) 起業への関心	80
(5) 起業に関心を持つ理由	81
6. 西東京市の産業振興について	82
(1) PRしたい西東京市の観光資源や観光施設	82
(2) 観光で力を入れるべき取組	83
(3) 今後の西東京市の産業振興にとって重要だと思うこと	84
参考資料編	86
1. 調査票	86
(1) 事業者アンケート調査票	86
(2) 消費者アンケート調査票	91

事業者アンケート

第1章 調査の概要

1. 調査目的

本調査は、第2次産業振興マスタープランの策定にあたり、社会状況や市民ニーズの変化に柔軟に対応するため、統計的手法によって、産業に関する事業者及び消費者の現状、意向や課題等について把握し、第2次産業振興マスタープラン策定に向けての基礎資料として活用することを目的とする。

2. 調査項目

調査項目は以下のとおりである。

- ・事業所の状況
- ・市の取組に対する評価
- ・事業継承
- ・人材確保・育成
- ・外部（企業・大学等）との連携
- ・新型コロナウイルス感染症による経営への影響
- ・経営課題
- ・西東京市の産業振興について

3. 調査仕様

調査対象	市内に事業所等を有する事業者
標本数	2,000人
抽出方法	無作為抽出
調査方法	配布：郵送配布 回収：郵送及びWeb
調査期間	調査票発送：令和4年12月12日（月） 調査票回答期限：令和5年1月10日（火） 集計対象：令和5年1月13日（金）到着分まで

4. 回収数・回収率

回収数	739票（郵送：588票、Web：151票）
回収率	37.0%

5. 調査結果の補足説明

(1) 調査結果の見方

- ① 報告書中の問番号及び設問は、調査票の問番号及び設問をそのまま示している。また、本文やグラフ・数表上の選択肢の表記は、語句を簡略化している場合がある（詳細については、調査票を参照）。
- ② 調査結果の数値は回答率（％）で示している。％の母数は、その質問に回答した数または分類別（男性等）の数で、「サンプル数」または「n」で表している。
- ③ 割合は小数点第2位で四捨五入し、小数点第1位まで示している。よって、「〇は1つだけ」などの質問であっても、回答率の合計値が100.0%にならない場合がある。また、グラフ右側に示した一部の選択肢を合計した数値についても、グラフ内の当該選択肢の数値の合計値と合わない場合がある。
- ④ 属性のサンプル数では、傾向を分析する上で十分とは言えない50サンプル未満の結果も参考値として掲載している。
- ⑤ 調査結果表の属性別数値のうち「無回答」は非表示としている。よってサンプル数と属性の合計値が一致しない場合がある。

(2) 集計分析項目

本調査では、設問ごとの単純集計のほか、属性項目及び設問選択肢と各設問とのクロス集計分析を行っている。その結果、特に有用であると考えられる次の集計結果を報告書に掲載している。

【集計分析項目一覧】

	単純集計	CS分析	クロス分析					
			問1業種	問2事業継続年数	問3従業員数	問4年商規模	問5組織形態	問6経営者の年齢
属性項目	●							
産業振興に関する市の取組について								
問7 施策別満足度・重要度	●	●						
事業承継について								
問8 事業承継の見通し	●		●	●	●	●	●	●
問8-2 事業承継を行う際の課題	●				●	●		
人材確保について								
問9 人材確保の状況	●		●		●	●	●	
問10 人材を確保していく上での課題	●				●	●		
問11 外国人雇用について	●		●		●	●		
問12 外国人を雇用するにあたっての課題	●				●	●		
問13 障がい者雇用について	●		●		●	●		
問14 障がい者を雇用するにあたっての課題	●		●		●	●		

	単 純 集 計	CS 分 析	クロス分析					
			問 1 業 種	問 2 事 業 継 続 年 数	問 3 従 業 員 数	問 4 年 商 規 模	問 5 組 織 形 態	問 6 経 営 者 の 年 齢
外部連携について								
問 15 外部連携の取組の実施状況	●		●	●	●	●	●	●
問 15-2 外部連携が実施できない理由	●							
新型コロナウイルス感染症、物価高騰による影響等について								
問 16 新型コロナウイルス感染症による影響の有無	●		●		●	●		
問 16-2 新型コロナウイルス感染症による影響内容	●							
問 17 物価高騰による影響の有無	●		●		●	●		
問 17-2 物価高騰による影響内容	●							
問 18 事業者支援策や消費喚起策の利用状況	●		●		●	●	●	●
問 18-2 利用した効果や影響	●						●	
問 18-3 利用しなかった理由	●					●	●	●
問 19 ウィズコロナ、アフターコロナに向けての課題	●		●		●	●		
問 20 新型コロナウイルス感染症や物価高騰による影響を軽減するために必要な支援策（自由記入）	●							
商店会との関係について								
問 21 商店会への加盟状況	●		●	●	●	●	●	●
問 21-2 商店会に加盟しない理由	●						●	
今後について								
問 22 特に重点的に取り組みたい経営課題	●		●		●	●	●	●
問 23 事業を継続したい、働き続けたいと感じられる西東京市であるために必要な取組	●						●	●
問 24 これからの西東京市の産業振興にとって重要なこと	●						●	●

第2章 調査結果

1. 事業者の属性について

(1) 業種

【問1】 貴社の業種(主な事業)を教えてください。(売上の最も大きいものを1つだけ)

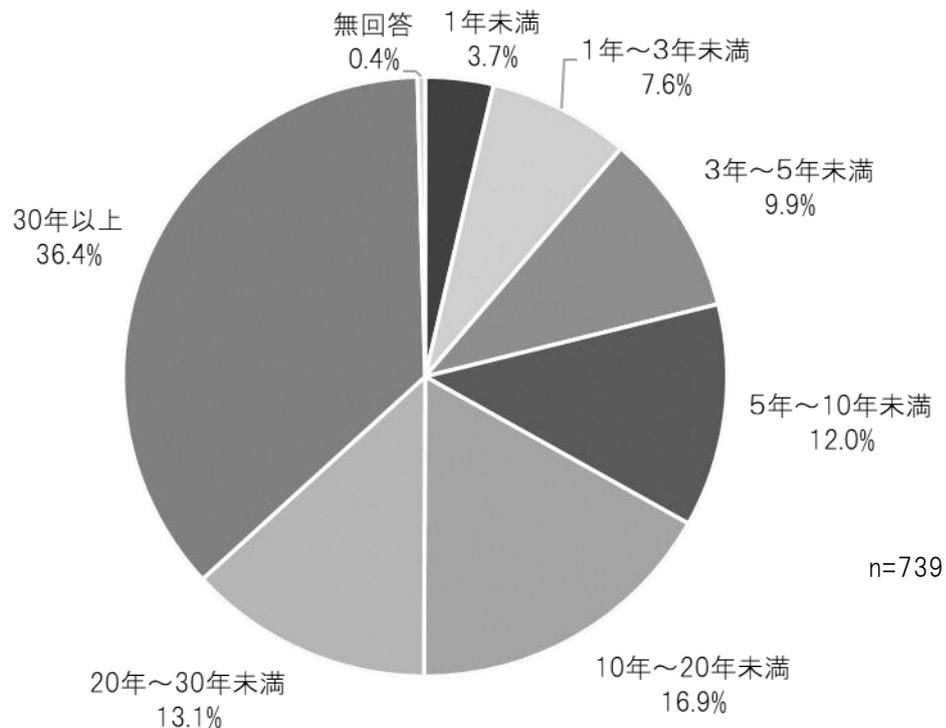
	サンプル数	農業、林業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業
回答者数	739	1	92	35	13	20	6	29	93
割合(%)	100.0%	0.1%	12.4%	4.7%	1.8%	2.7%	0.8%	3.9%	12.6%

金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	学術研究、専門・技術サービス業	宿泊業	飲食サービス業	生活関連サービス業、娯楽業	教育、学習支援業	医療、福祉	その他	無回答
4	56	61	1	69	75	15	70	91	8
0.5%	7.6%	8.3%	0.1%	9.3%	10.1%	2.0%	9.5%	12.3%	1.1%

本報告書では、「建設業」、「製造業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業」、「卸売業」、「小売業」、「不動産業、物品賃貸業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」の12区分でクロス集計を行った。

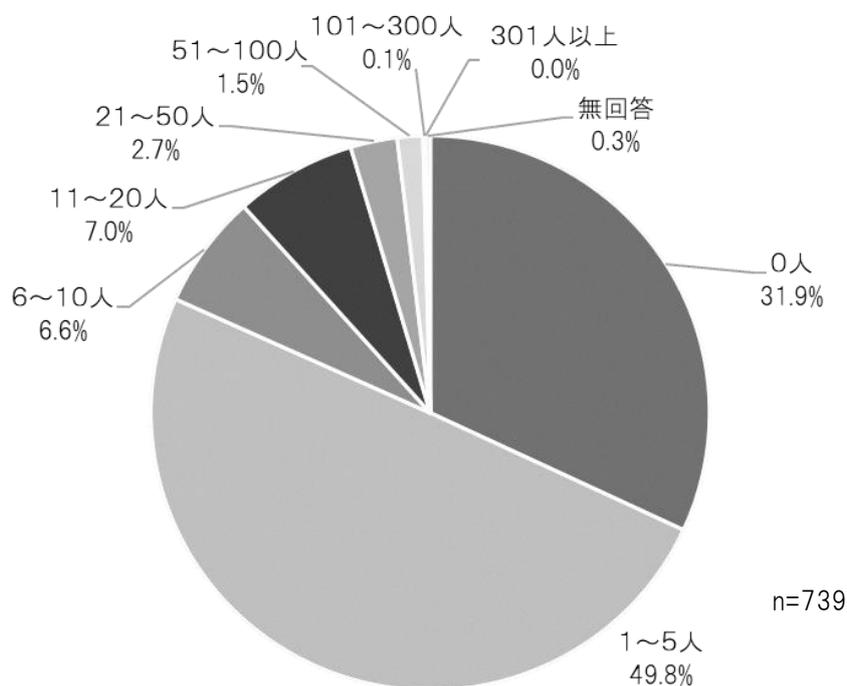
(2) 事業継続年数

【問2】 貴社の本市(旧保谷市・田無市を含む)での事業継続年数は、何年ですか。(〇は1つだけ)



(3) 従業員数

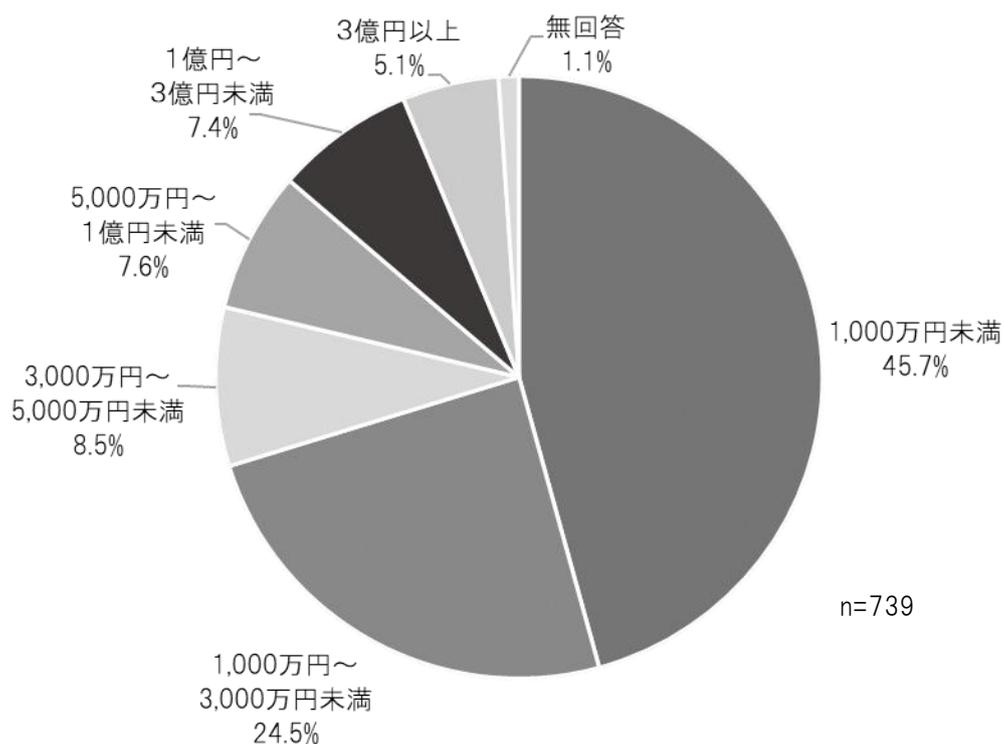
【問3】 従業員数を教えてください。(○は1つだけ) ※パート・アルバイト等は含む。経営者は含まない。



本報告書では、「0人」、「1~5人」、「6~10人」、「11~20人」、「21人以上」の5区分でクロス集計を行った。

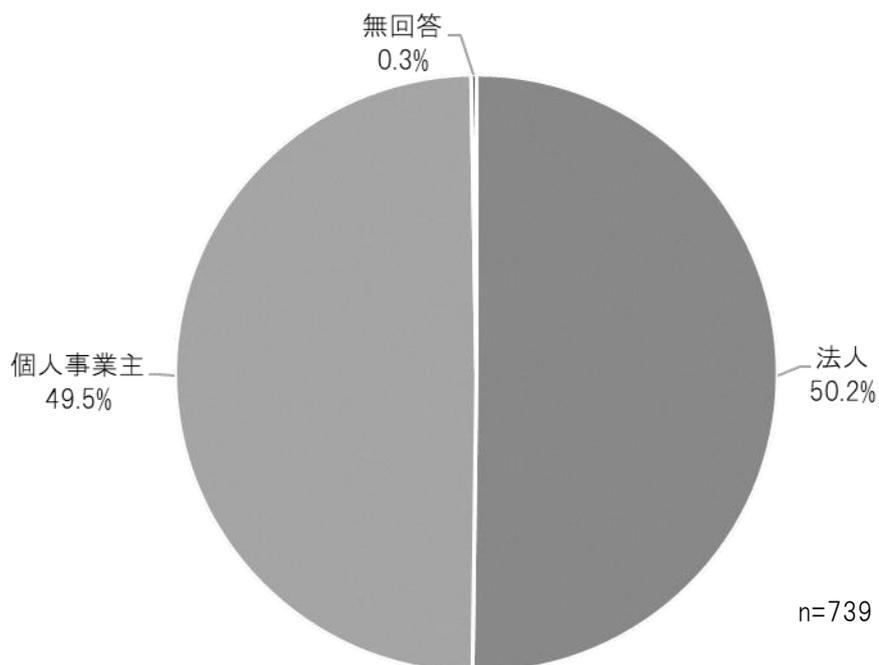
(4) 年商規模

【問4】 年商規模を教えてください。(○は1つだけ)



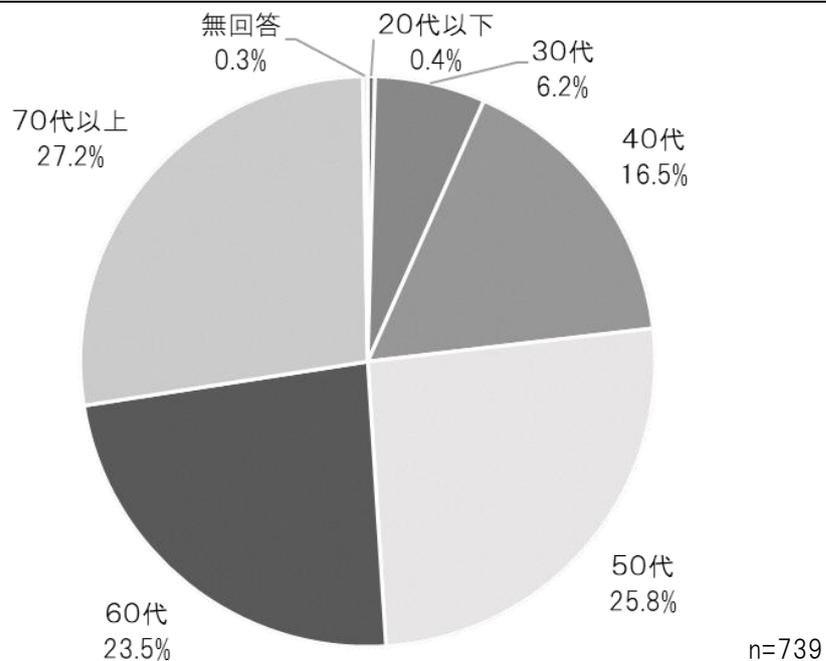
(5) 組織形態

【問5】 組織形態を教えてください。(○は1つだけ)



(6) 経営者の年齢

【問6】 経営者の年齢を教えてください。(○は1つだけ)



本報告書では、「30代以下」、「40代」、「50代」、「60代」、「70代以上」の5区分でクロス集計を行った。

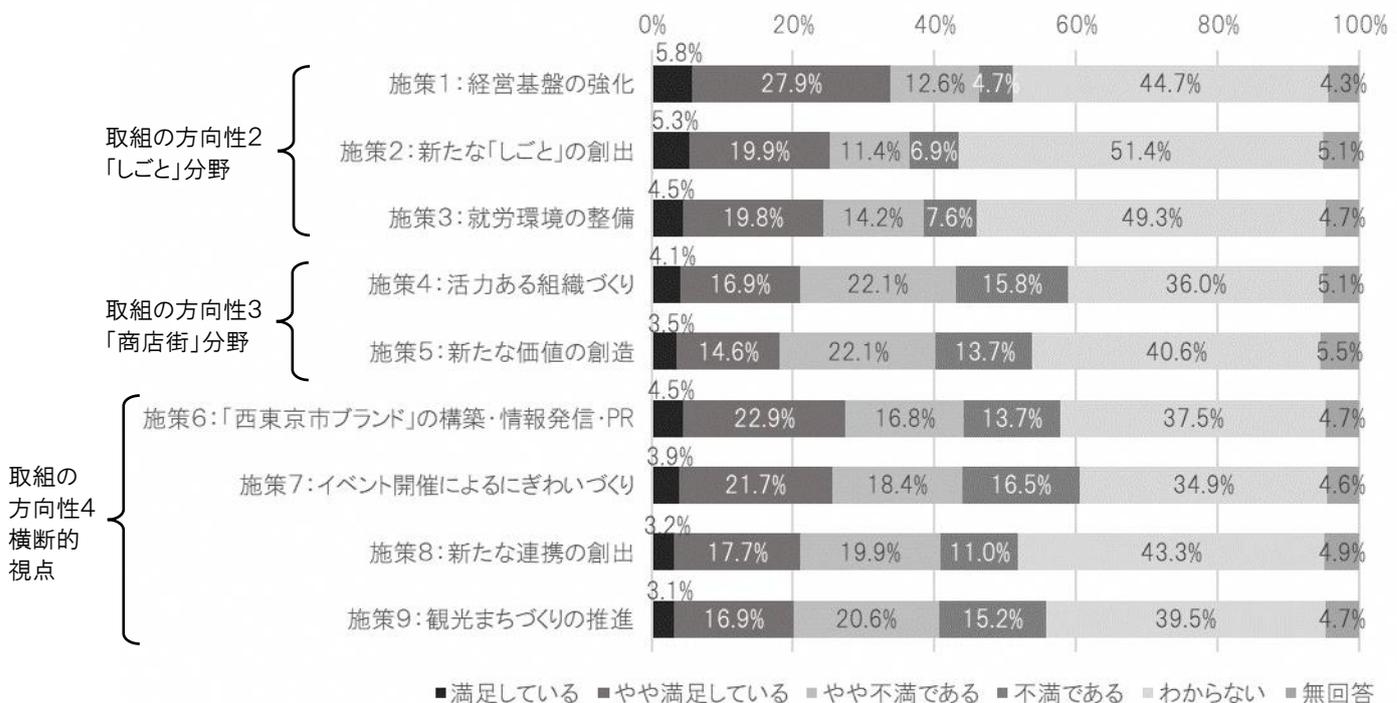
2. 産業振興に関する市の取組について

(1) 施策別の満足度・重要度

【問7】西東京市では、「産業振興マスタープラン」に基づき、商工会や関係機関と連携しながら、以下のような取組を進めています。これらについて、「現在の満足度」と「今後の重要度」をどのようにお考えですか。各項目の満足度と重要度をそれぞれお答えください。(〇は1つずつ)

【満足度】

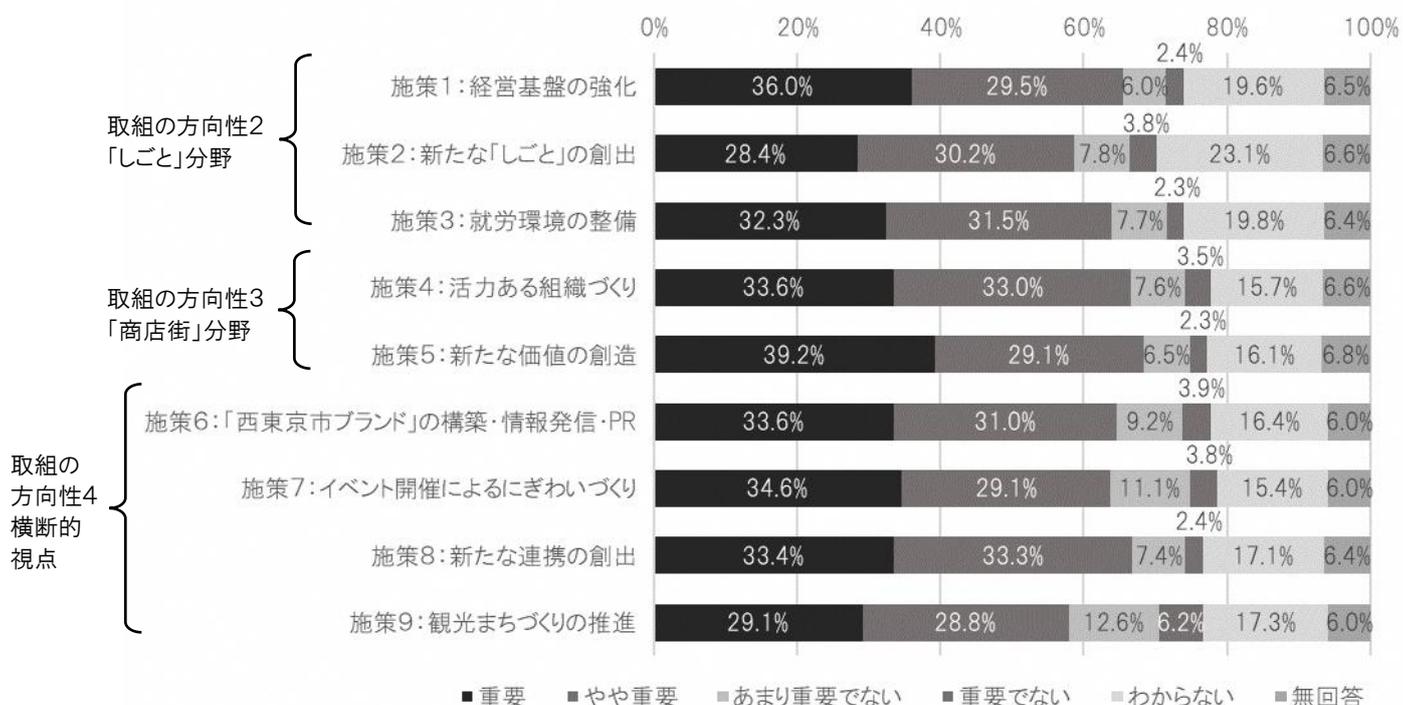
- ・「満足している」と「やや満足している」をあわせた『満足』の割合が最も高いのは「施策1：経営基盤の強化」(33.7%)であり、次いで「施策6：『西東京市ブランド』の構築・情報発信・PR」(27.4%)、「施策7：イベント開催によるにぎわいづくり」(25.6%)、「施策2：新たな『しごと』の創出」(25.2%)となっている。
- ・「不満である」と「やや不満である」を合わせた『不満足』の割合が最も高いのは「施策4：活力ある組織づくり」(37.9%)であり、次いで「施策5：新たな価値の創造」「施策9：観光まちづくりの推進」(ともに35.8%)、「施策7：イベント開催によるにぎわいづくり」(34.9%)となっている。
- ・商店街分野の施策4及び施策5について、他の分野と比較して『満足』の割合が低く、『不満足』の割合が高い結果となっている。



【重要度】

- ・「重要」と「やや重要」をあわせた『重要』の割合が最も高いのは「施策5：新たな価値の創造」(68.3%)であり、次いで「施策8：新たな連携の創出」(66.7%)、「施策4：活力ある組織づくり」(66.6%)となっている。

- ・「重要でない」と「あまり重要でない」を合わせた『非重要』の割合が最も高いのは「施策9：観光まちづくりの推進」(18.8%)であり、次いで「施策7：イベント開催によるにぎわいづくり」(14.9%)、「施策6：『西東京市ブランド』の構築・情報発信・PR」(13.1%)となっている。
- ・商店街分野の施策4及び施策5について、他の分野と比較して『重要』の割合が比較的高くなっている。



【満足度・重要度スコア】

施策別の満足度、重要度について、以下の点数表及び算出式に基づいてスコア化し、比較する。

<満足度・重要度の点数表>

満足度	配点	重要度	配点
1. 満足	2点	1. 重要	2点
2. やや満足	1点	2. やや重要	1点
3. やや不満	▲1点	3. あまり重要でない	▲1点
4. 不満	▲2点	4. 重要でない	▲2点
5. わからない	0点	5. わからない	0点

<算出式 (加重平均) >

$$\text{スコア} = \frac{(1\text{回答数} \times 2) + (2\text{回答数} \times 1) + (3\text{回答数} \times \blacktriangle 1) + (4\text{回答数} \times \blacktriangle 2) + (5\text{回答数} \times 0)}{(1\text{回答数} + 2\text{回答数} + 3\text{回答数} + 4\text{回答数} + 5\text{回答数})}$$

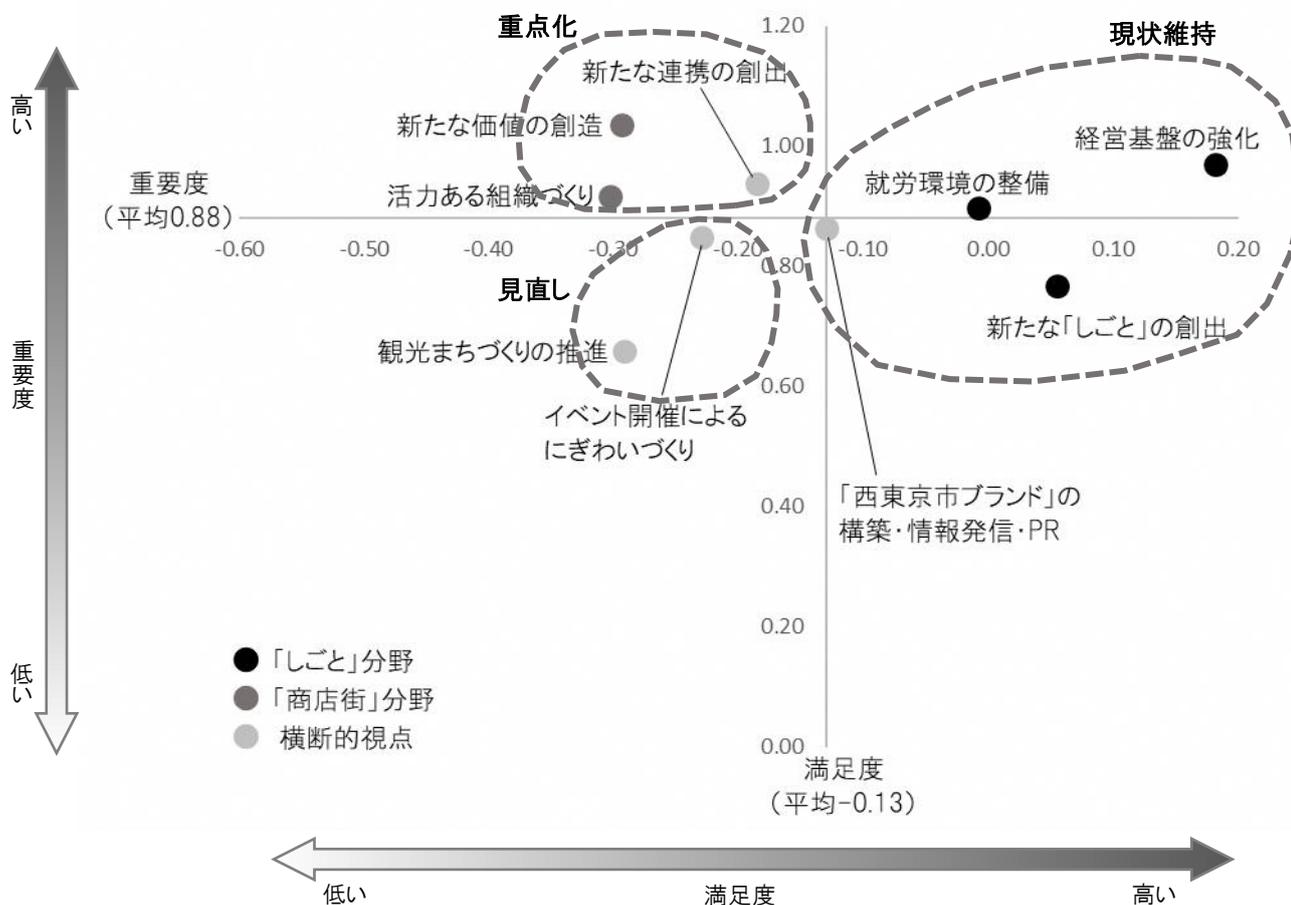
※設問によって「無回答」の数が異なるため、平均値算出時の分母は異なる。
 ※平均値は小数点第3位を四捨五入する。

- ・重点化する取組みについては、満足度スコアが平均より低く、重要度スコアが平均より高い施策で、商店街分野の「施策4：活力ある組織づくり」「施策5：新たな価値の創造」と、横断的視点の「施策8：新たな連携の創出」の3施策となっている。
- ・満足度スコア、重要度スコアともに平均より高い施策は、しごと分野の「施策1：経営基盤の強化」「施策3：就労環境の整備」の2施策となっている。

<施策別満足度・重要度スコア>

分野	施策	満足度スコア	重要度スコア	スコアによる評価
しごと分野	施策1 経営基盤の強化	0.18	0.97	現状維持
	施策2 新たな「しごと」の創出	0.06	0.77	現状維持
	施策3 就労環境の整備	-0.01	0.90	現状維持
商店街分野	施策4 活力ある組織づくり	-0.30	0.92	重点化
	施策5 新たな価値の創造	-0.29	1.03	重点化
横断的視点	施策6 「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR	-0.13	0.86	現状維持
	施策7 イベント開催によるにぎわいづくり	-0.23	0.85	見直し
	施策8 新たな連携の創出	-0.18	0.94	重点化
	施策9 観光まちづくりの推進	-0.29	0.66	見直し
平均スコア		-0.13	0.88	

<施策別満足度・重要度スコアの分布図>



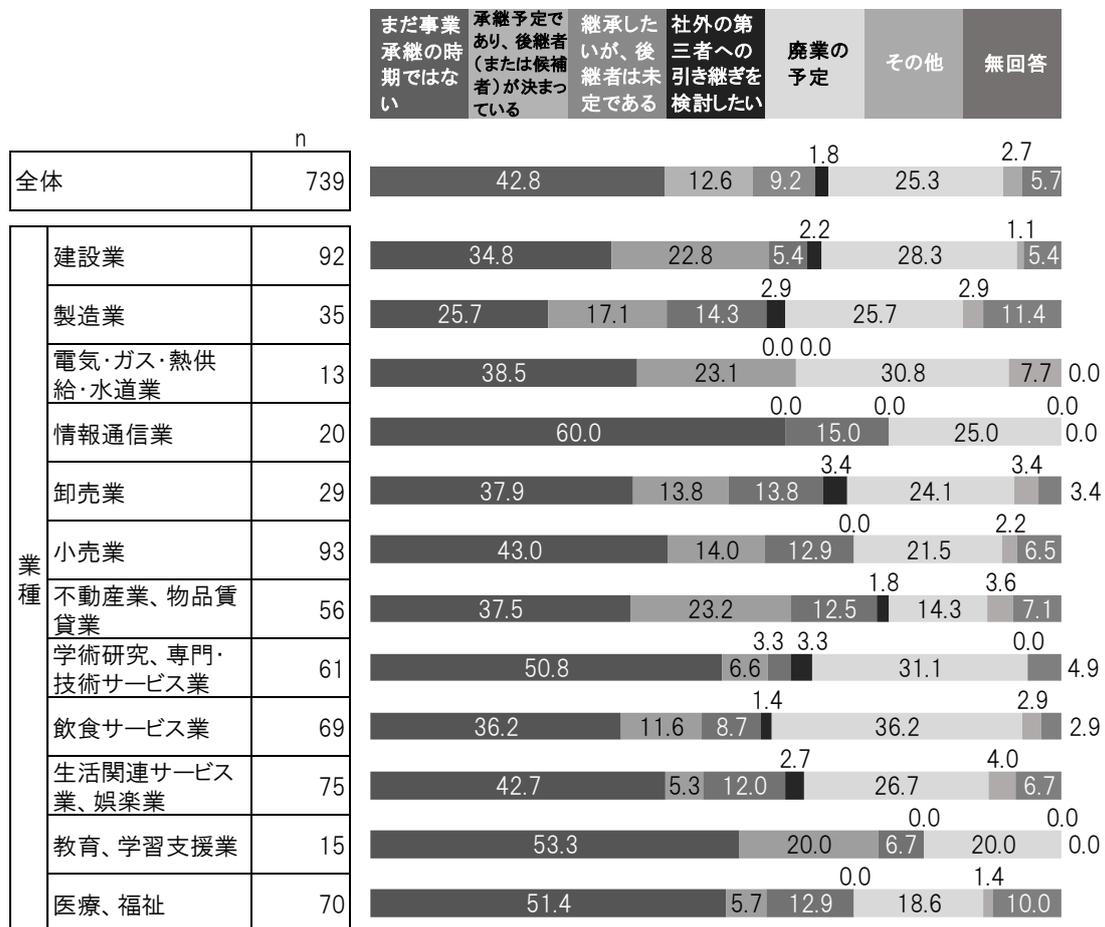
3. 事業承継について

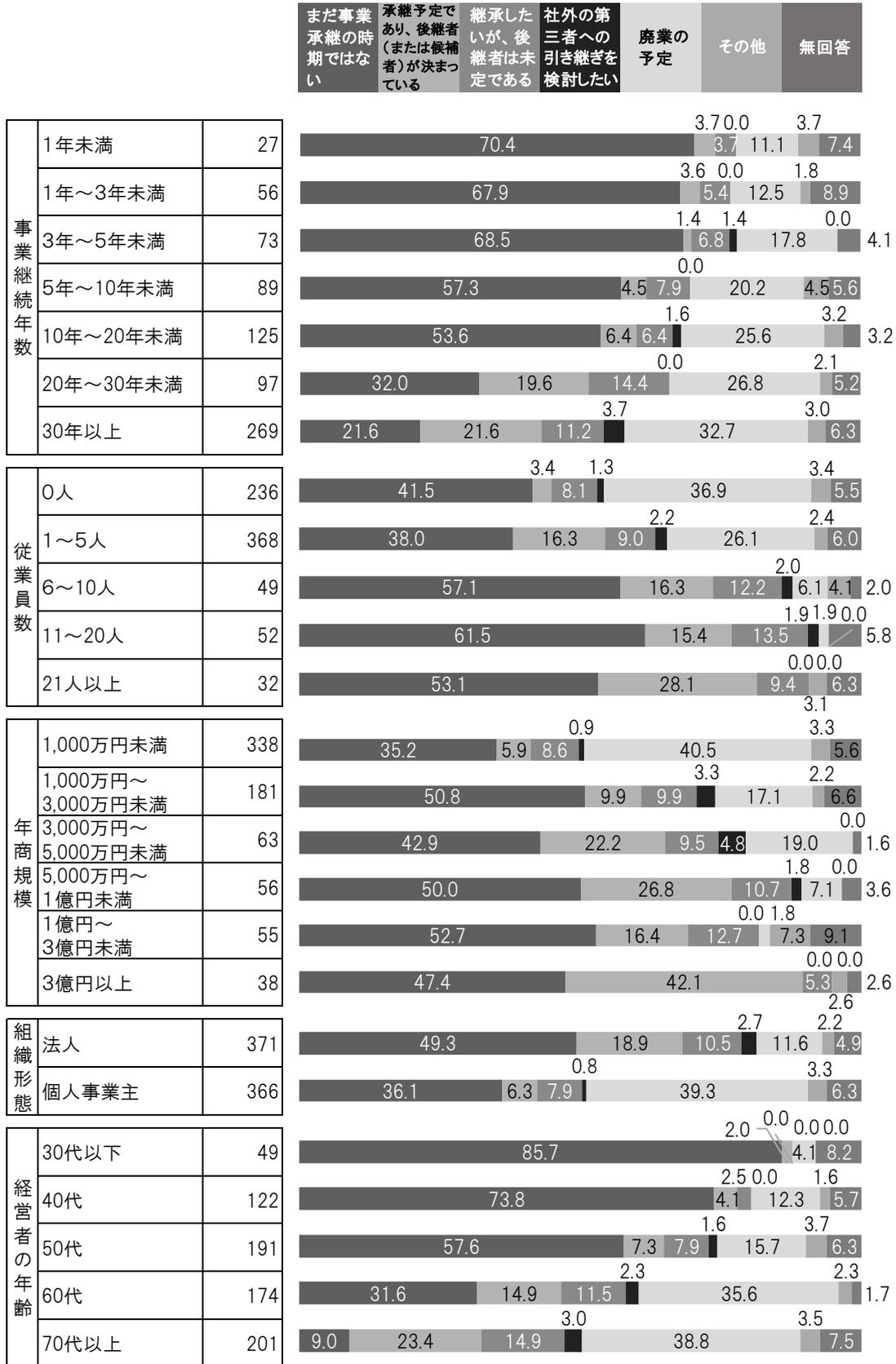
(1) 事業承継の見通し

【問8】貴社において、会社の経営を後継者に引き継ぐこと(事業承継)の見通しは、どのような状況ですか。(〇は1つだけ)

事業承継の見通しについては、「まだ事業承継の時期ではない」が42.8%で最も多く、次いで、「廃業の予定」の25.3%、「承継予定であり、後継者（または候補者）が決まっている」の12.6%となっている。

業種別に見ると、どの業種も「まだ事業承継の時期ではない」が最も多くなっている。一方、事業継続年数が長くなるほど、また、経営者の年齢が高くなるほど、「廃業の予定」の割合が高くなっている。





(2) 事業承継の課題

【問8-2】問8で「2」～「6」を選択した方にお聞きします。貴社において、事業承継を行う際に課題となることは何ですか。(〇はいくつでも) ※後継者(または候補者)が決まっている場合も、その決定や検討にあたって課題となったことを選択してください。

事業承継を行う際の課題については、「後継者の不在」が39.4%で最も多く、次いで、「事業の将来性」が37.5%、「特に課題はない」が16.5%となっている。

従業員数別に見ると、従業員数が少ないほど「後継者の不在」の割合が高くなっている。

年商規模別に見ると、おおむね年商規模が大きくなるほど、「事業の将来性」の割合が高くなっている。



<従業員数別・年商規模別>

	サンプル数	事業の将来性	取引先との信頼関係の維持	相続税等の税金対策	借入に際しての個人保証・担保	事業承継に関する情報や知識の不足	後継者の力量不足	後継者の不在	社内体制の見直し	特に課題はない	その他	無回答	
全体	381	143 (37.5%)	53 (13.9%)	35 (9.2%)	34 (8.9%)	30 (7.9%)	47 (12.3%)	150 (39.4%)	32 (8.4%)	63 (16.5%)	19 (5.0%)	21 (5.5%)	
従業員数	0人	125 (100.0%)	34 (27.2%)	10 (8.0%)	6 (4.8%)	4 (3.2%)	6 (4.8%)	7 (5.6%)	57 (45.6%)	1 (0.8%)	28 (22.4%)	7 (5.6%)	7 (5.6%)
	1～5人	206 (100.0%)	85 (41.3%)	28 (13.6%)	21 (10.2%)	16 (7.8%)	17 (8.3%)	22 (10.7%)	79 (38.3%)	14 (6.8%)	31 (15.0%)	11 (5.3%)	14 (6.8%)
	6～10人	20 (100.0%)	10 (50.0%)	8 (40.0%)	2 (10.0%)	3 (15.0%)	2 (10.0%)	4 (20.0%)	7 (35.0%)	6 (30.0%)	0 (0.0%)	1 (5.0%)	0 (0.0%)
	11～20人	17 (100.0%)	6 (35.3%)	6 (35.3%)	2 (11.8%)	5 (29.4%)	3 (17.6%)	9 (52.9%)	4 (23.5%)	7 (41.2%)	3 (17.6%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
	21人以上	13 (100.0%)	8 (61.5%)	1 (7.7%)	4 (30.8%)	6 (46.2%)	2 (15.4%)	5 (38.5%)	3 (23.1%)	4 (30.8%)	1 (7.7%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
年商規模	1,000万円未満	200 (100.0%)	62 (31.0%)	12 (6.0%)	6 (3.0%)	5 (2.5%)	11 (5.5%)	14 (7.0%)	92 (46.0%)	4 (2.0%)	42 (21.0%)	10 (5.0%)	15 (7.5%)
	1,000万円～	77 (100.0%)	29 (37.7%)	9 (11.7%)	11 (14.3%)	8 (10.4%)	7 (9.1%)	9 (11.7%)	34 (44.2%)	4 (5.2%)	8 (10.4%)	3 (3.9%)	3 (3.9%)
	3,000万円～	35 (100.0%)	16 (45.7%)	8 (22.9%)	4 (11.4%)	1 (2.9%)	3 (8.6%)	7 (20.0%)	12 (34.3%)	8 (22.9%)	7 (20.0%)	3 (8.6%)	2 (5.7%)
	5,000万円～	26 (100.0%)	14 (53.8%)	10 (38.5%)	6 (23.1%)	5 (19.2%)	4 (15.4%)	6 (23.1%)	7 (26.9%)	3 (11.5%)	1 (3.8%)	1 (3.8%)	0 (0.0%)
	1億円～	21 (100.0%)	8 (38.1%)	8 (38.1%)	4 (19.0%)	6 (28.6%)	4 (19.0%)	4 (19.0%)	4 (19.0%)	6 (28.6%)	4 (19.0%)	0 (0.0%)	1 (4.8%)
	3億円未満	19 (100.0%)	12 (63.2%)	6 (31.6%)	4 (21.1%)	4 (21.1%)	9 (47.4%)	1 (5.3%)	7 (36.8%)	7 (36.8%)	1 (5.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
	3億円以上	19 (100.0%)	12 (63.2%)	6 (31.6%)	4 (21.1%)	4 (21.1%)	9 (47.4%)	1 (5.3%)	7 (36.8%)	7 (36.8%)	1 (5.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

4. 人材確保について

(1) 人材確保の状況

【問9】 貴社における人材確保の状況について教えてください。(○は1つだけ)

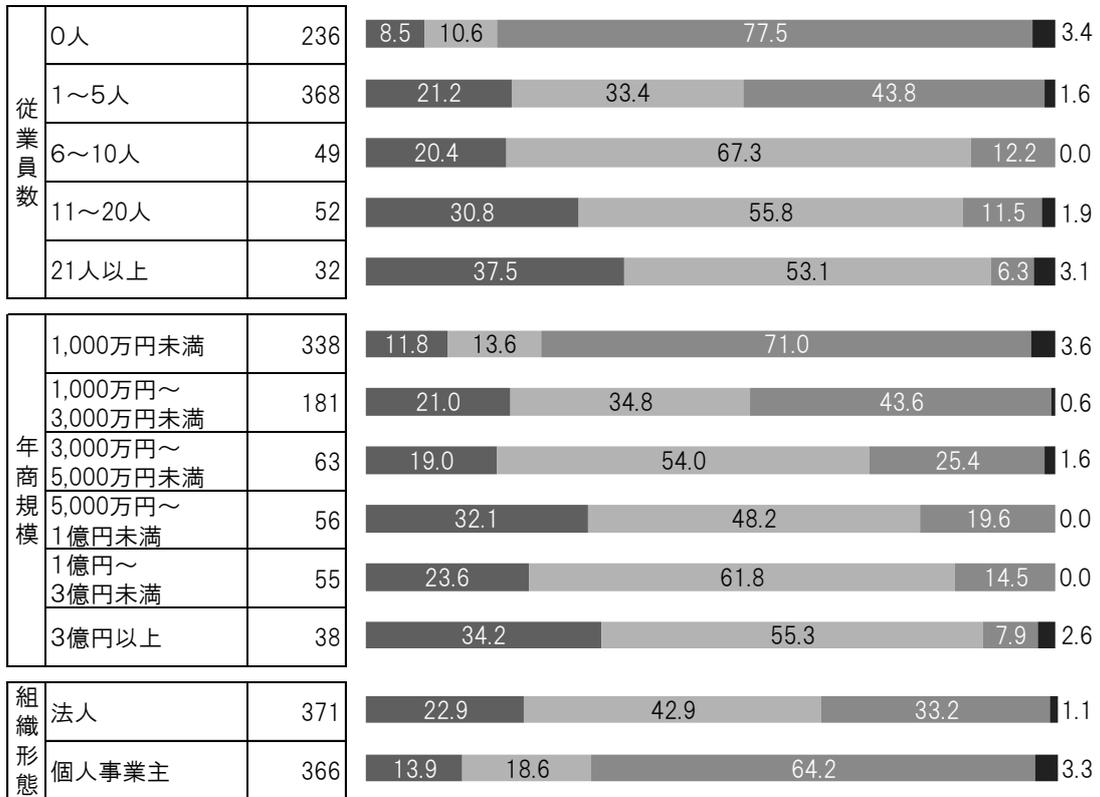
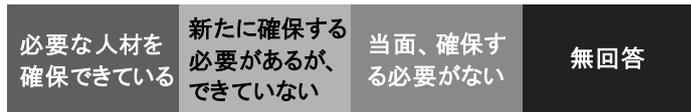
人材確保の状況については、「当面、確保する必要がない」が48.6%で最も多く、次いで、「新たに確保する必要があるが、できていない」が30.7%、「必要な人材を確保できている」が18.4%となっている。

業種別に見ると、「必要な人材を確保できている」の割合が最も高いのは、教育、学習支援業の33.3%となっている。一方、「新たに確保する必要があるが、できていない」の割合が最も高いのは建設業の54.3%となっている。

従業員数別に見ると、おおむね従業員数が多くなるほど「必要な人材を確保できている」の割合が高くなっている。

組織形態別に見ると、「新たに確保する必要があるが、できていない」の割合は、個人事業主では18.6%であるのに対して、法人では42.9%となっている。





(2) 人材確保の課題

【問 10】 今後、人材を確保していく上で、課題となることは何ですか。(○は3つまで)

人材確保の課題については、「人員を増やすことは考えていない」が40.6%で最も多く、次いで、「報酬等の採用条件が合わない」が20.8%、「特に課題はない」が17.9%となっている。

従業員数別に見ると、従業員が5人以下の事業者においては、「特に課題はない」と「人員を増やすことは考えていない」の割合が高くなっている。一方、従業員数が6人以上の事業者においては、「業界に対するイメージ」や「自社の知名度不足」の割合が高くなっている。

年商規模別に見ると、年商規模が大きくなるほど「自社の知名度不足」の割合が高くなっている。

また、従業員数や年商規模に関わらず「報酬等の採用条件が合わない」が一定の割合を占めている。



<従業員数別・年商規模別>

	サンプル数	自社の知名度不足	業界に対するイメージ	採用担当者・ノウハウの不足	求人情報の発信費用の不足	報酬等の採用条件が合わない	大学等の就職担当者との連携不足	新規採用者の定着率の低さ	特に課題はない	人員を増やすことは考えていない	その他	無回答	
全体	739	99	128	52	81	154	16	47	132	300	38	32	
	100.0%	13.4%	17.3%	7.0%	11.0%	20.8%	2.2%	6.4%	17.9%	40.6%	5.1%	4.3%	
従業員数	0人	236	17	22	6	8	29	0	5	53	136	13	12
		100.0%	7.2%	9.3%	2.5%	3.4%	12.3%	0.0%	2.1%	22.5%	57.6%	5.5%	5.1%
	1~5人	368	45	55	30	40	78	4	21	67	153	17	17
		100.0%	12.2%	14.9%	8.2%	10.9%	21.2%	1.1%	5.7%	18.2%	41.6%	4.6%	4.6%
	6~10人	49	14	22	5	13	18	4	6	6	3	0	0
	100.0%	28.6%	44.9%	10.2%	26.5%	36.7%	8.2%	12.2%	12.2%	6.1%	0.0%	0.0%	
11~20人	52	14	16	4	15	19	3	9	4	3	7	1	
	100.0%	26.9%	30.8%	7.7%	28.8%	36.5%	5.8%	17.3%	7.7%	5.8%	13.5%	1.9%	
21人以上	32	9	13	7	5	10	5	6	2	4	1	1	
	100.0%	28.1%	40.6%	21.9%	15.6%	31.3%	15.6%	18.8%	6.3%	12.5%	3.1%	3.1%	
年商規模	1,000万円未満	338	26	36	10	15	44	3	6	80	180	21	18
		100.0%	7.7%	10.7%	3.0%	4.4%	13.0%	0.9%	1.8%	23.7%	53.3%	6.2%	5.3%
	1,000万円~	181	24	32	13	24	50	0	10	25	77	5	5
		100.0%	13.3%	17.7%	7.2%	13.3%	27.6%	0.0%	5.5%	13.8%	42.5%	2.8%	2.8%
	3,000万円~	63	9	17	6	10	15	1	8	11	14	1	1
		100.0%	14.3%	27.0%	9.5%	15.9%	23.8%	1.6%	12.7%	17.5%	22.2%	1.6%	1.6%
	5,000万円~	56	10	10	8	11	16	3	8	8	14	4	3
		100.0%	17.9%	17.9%	14.3%	19.6%	28.6%	5.4%	14.3%	14.3%	25.0%	7.1%	5.4%
	1億円~	55	17	21	8	16	18	4	7	5	8	2	1
	100.0%	30.9%	38.2%	14.5%	29.1%	32.7%	7.3%	12.7%	9.1%	14.5%	3.6%	1.8%	
3億円未満	38	12	10	7	5	10	5	7	2	5	4	2	
	100.0%	31.6%	26.3%	18.4%	13.2%	26.3%	13.2%	18.4%	5.3%	13.2%	10.5%	5.3%	

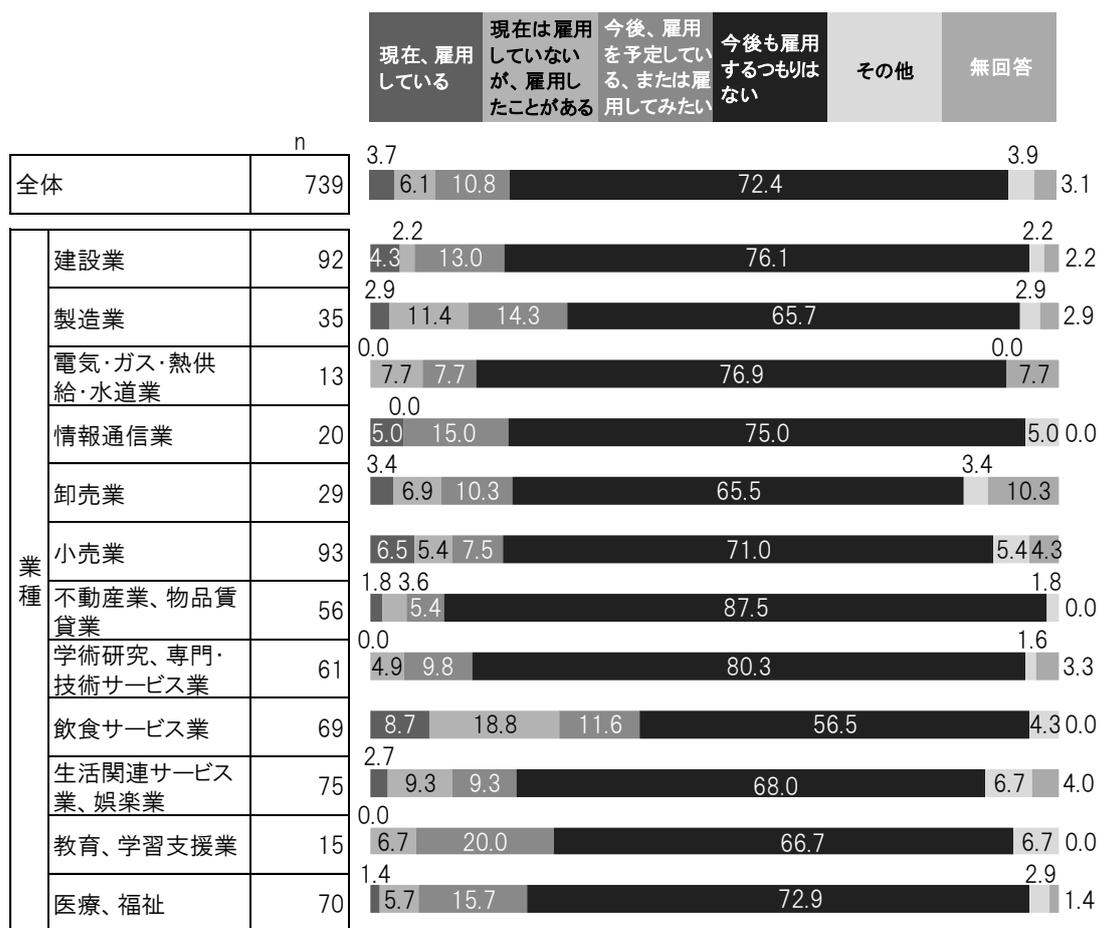
注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(3)外国人の雇用

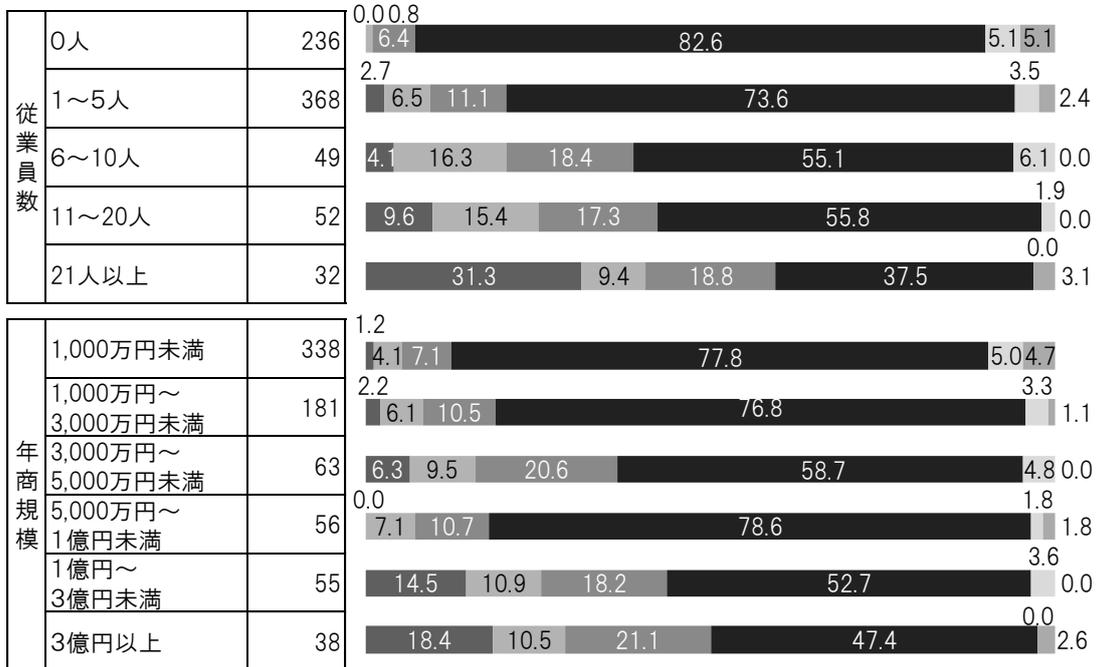
【問 11】 貴社では、外国人の雇用について、どのようにお考えですか。(○は1つだけ)

外国人の雇用については、業種別に見ると、「今後、雇用を予定している、または雇用してみたい」の割合が最も高いのは「教育、学習支援業」の20.0%であり、次いで、「医療、福祉」の15.7%、「情報通信業」の15.0%となっている。

従業員数別に見ると、おおむね従業員数が多くなるほど「今後、雇用を予定している、または雇用してみたい」の割合が高くなっている。



現在、雇用している	現在は雇用していないが、雇用したことがある	今後、雇用を予定している、または雇用してみたい	今後も雇用するつもりはない	その他	無回答
-----------	-----------------------	-------------------------	---------------	-----	-----



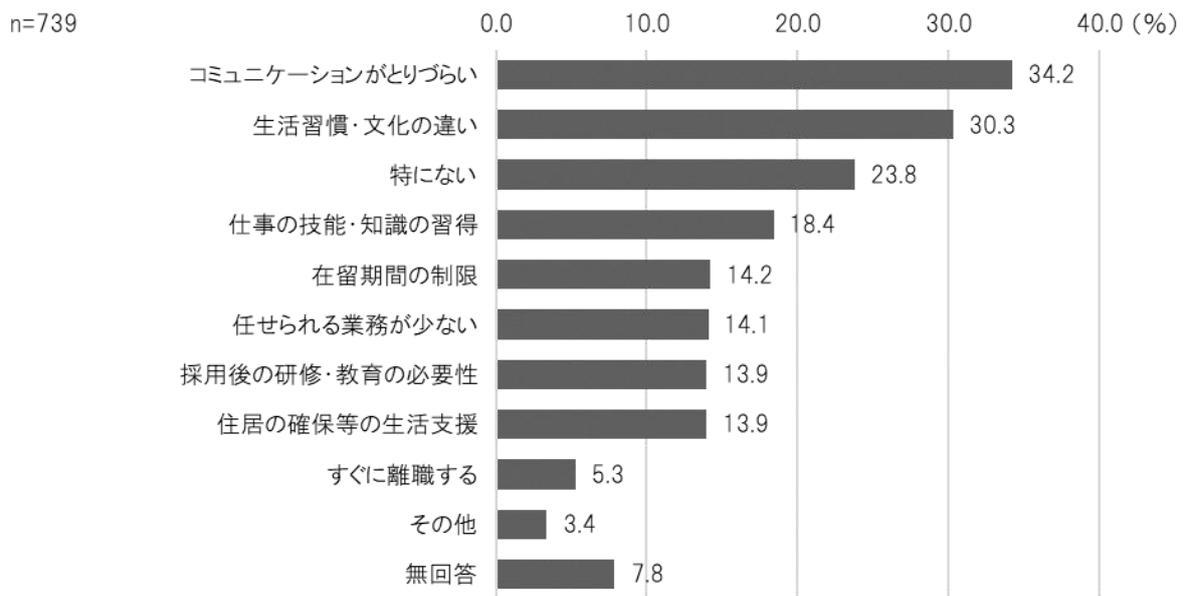
(4)外国人の雇用にあたって想定される課題

【問 12】外国人を雇用するにあたり、どのような課題が想定されますか。(〇は3つまで)

外国人を雇用するにあたって想定される課題については、「コミュニケーションがとりづらい」が34.2%で最も多く、次いで、「生活習慣・文化の違い」が30.3%、「特にない」が23.8%となっている。

従業員数別に見ると、従業員数が多くなるほど「コミュニケーションがとりづらい」の割合が高くなっている。

年商規模別に見ると、おおむね年商規模が大きくなるほど「在留期間の制限」の割合が高くなっている。



<従業員数別・年商規模別>

	サンプル数	コミュニケーションがとりづらい	生活習慣・文化の違い	在留期間の制限	すぐに離職する	採用後の研修・教育の必要性	住居の確保等の生活支援	任せられる業務が少ない	仕事の技能・知識の習得	特にない	その他	無回答	
全体	739	253 (34.2%)	224 (30.3%)	105 (14.2%)	39 (5.3%)	103 (13.9%)	103 (13.9%)	104 (14.1%)	136 (18.4%)	176 (23.8%)	25 (3.4%)	58 (7.8%)	
従業員数	0人	236 (100.0%)	60 (25.4%)	60 (25.4%)	25 (10.6%)	6 (2.5%)	18 (7.6%)	21 (8.9%)	28 (11.9%)	32 (13.6%)	93 (39.4%)	11 (4.7%)	14 (5.9%)
	1~5人	368 (100.0%)	125 (34.0%)	113 (30.7%)	49 (13.3%)	21 (5.7%)	59 (16.0%)	71 (19.3%)	53 (14.4%)	68 (18.5%)	68 (18.5%)	12 (3.3%)	36 (9.8%)
	6~10人	49 (100.0%)	24 (49.0%)	19 (38.8%)	11 (22.4%)	6 (12.2%)	10 (20.4%)	5 (10.2%)	6 (12.2%)	15 (30.6%)	4 (8.2%)	1 (2.0%)	3 (6.1%)
	11~20人	52 (100.0%)	26 (50.0%)	19 (36.5%)	14 (26.9%)	4 (7.7%)	9 (17.3%)	4 (7.7%)	9 (17.3%)	12 (23.1%)	7 (13.5%)	1 (1.9%)	1 (1.9%)
	21人以上	32 (100.0%)	17 (53.1%)	13 (40.6%)	6 (18.8%)	2 (6.3%)	7 (21.9%)	2 (6.3%)	7 (21.9%)	8 (25.0%)	4 (12.5%)	0 (0.0%)	3 (9.4%)
年商規模	1,000万円未満	338 (100.0%)	91 (26.9%)	92 (27.2%)	35 (10.4%)	7 (2.1%)	31 (9.2%)	37 (10.9%)	37 (10.9%)	45 (13.3%)	109 (32.2%)	20 (5.9%)	31 (9.2%)
	1,000万円~	181 (100.0%)	65 (35.9%)	58 (32.0%)	23 (12.7%)	15 (8.3%)	31 (17.1%)	36 (19.9%)	25 (13.8%)	39 (21.5%)	37 (20.4%)	3 (1.7%)	9 (5.0%)
	3,000万円~	63 (100.0%)	23 (36.5%)	20 (31.7%)	12 (19.0%)	3 (4.8%)	11 (17.5%)	11 (17.5%)	7 (11.1%)	19 (30.2%)	13 (20.6%)	0 (0.0%)	7 (11.1%)
	5,000万円~	56 (100.0%)	23 (41.1%)	21 (37.5%)	9 (16.1%)	8 (14.3%)	11 (19.6%)	9 (16.1%)	13 (23.2%)	11 (19.6%)	8 (14.3%)	1 (1.8%)	4 (7.1%)
	1億円未満	55 (100.0%)	30 (54.5%)	19 (34.5%)	15 (27.3%)	2 (3.6%)	15 (27.3%)	4 (7.3%)	12 (21.8%)	13 (23.6%)	5 (9.1%)	0 (0.0%)	2 (3.6%)
	3億円未満	38 (100.0%)	18 (47.4%)	13 (34.2%)	11 (28.9%)	4 (10.5%)	4 (10.5%)	5 (13.2%)	7 (18.4%)	8 (21.1%)	4 (10.5%)	0 (0.0%)	3 (7.9%)

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(5) 障がい者の雇用

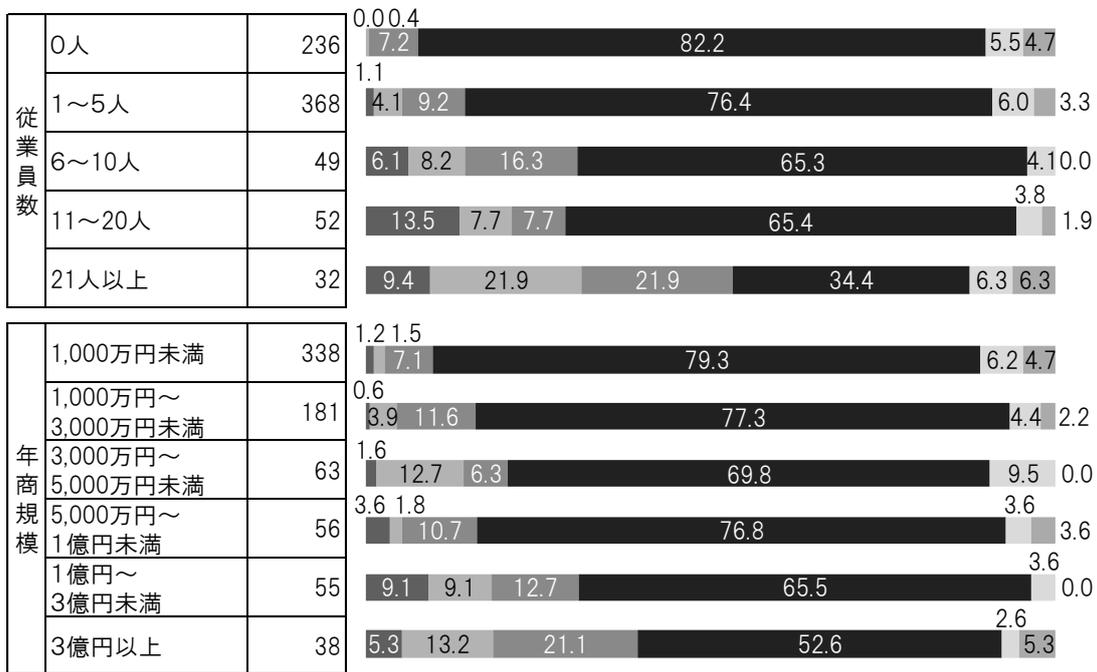
【問 13】 貴社では、障がい者の雇用について、どのようにお考えですか。(○は1つだけ)

障がい者の雇用については、業種別に見ると、「今後、雇用を予定している、または雇用してみたい」の割合が最も高いのは、「教育、学習支援業」の20.0%であり、次いで、「卸売業」の13.8%、「医療、福祉」の11.4%となっている。

従業員数別に見ると、おおむね従業員数が多くなるほど、「今後、雇用を予定している、または雇用してみたい」の割合が高くなっている。



現在、雇用している	現在は雇用していないが雇用したことがある	今後、雇用を予定している、または雇用してみたい	今後も雇用するつもりはない	その他	無回答
-----------	----------------------	-------------------------	---------------	-----	-----



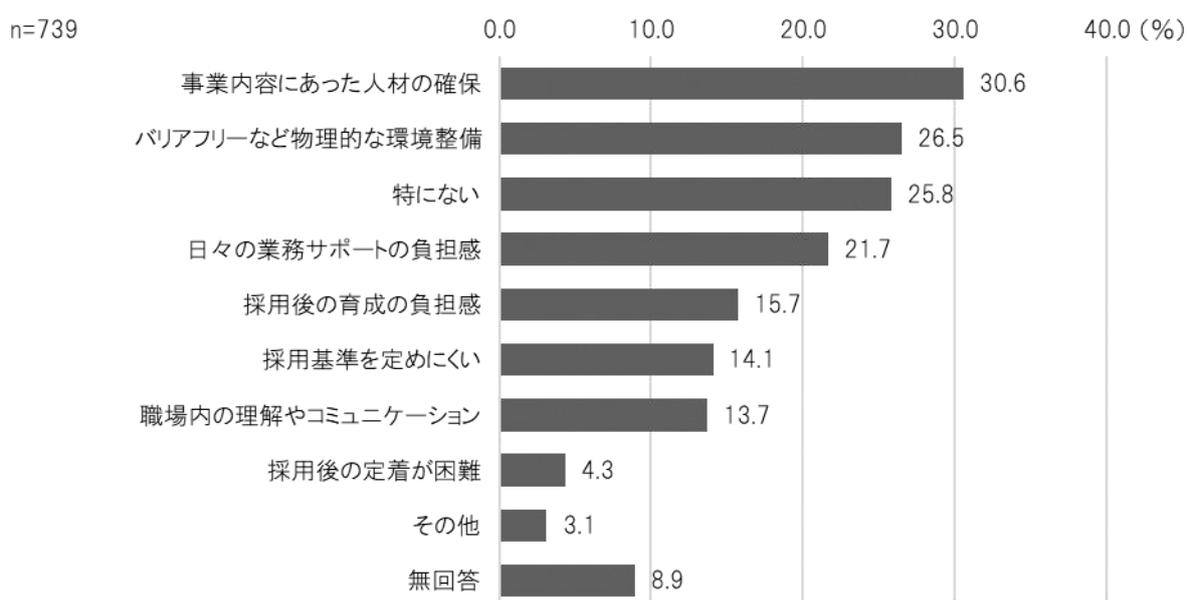
(6) 障がい者の雇用にあたって想定される課題

【問 14】 障がい者を雇用するにあたり、どのような課題が想定されますか。(〇は3つまで)

障がい者を雇用するにあたって想定される課題については、「事業内容にあった人材の確保」が 30.6% で最も多く、次いで、「バリアフリーなど物理的な環境整備」が 26.5%、「特にない」が 25.8% となっている。

業種別に見ると、「製造業」「飲食サービス業」では、他業種と比較して「バリアフリーなど物理的な環境整備」の割合が高くなっている。

従業員数別に見ると、おおむね従業員数が多くなるほど「事業内容にあった人材の確保」の割合が高くなっている。



<業種別・従業員数別・年商規模別>

	サンプル数	事業内容にあった人材の確保	バリアフリーなど物理的な環境整備	採用後の育成の負担感	採用後の定着が困難	日々の業務サポートの負担感	職場内の理解やコミュニケーション	採用基準を定めにくい	特にない	その他	無回答		
全体	739	226 30.6%	196 26.5%	116 15.7%	32 4.3%	160 21.7%	101 13.7%	104 14.1%	191 25.8%	23 3.1%	66 8.9%		
業種	建設業	92 100.0%	26 28.3%	25 27.2%	18 19.6%	7 7.6%	28 30.4%	15 16.3%	12 13.0%	18 19.6%	3 3.3%	9 9.8%	
	製造業	35 100.0%	12 34.3%	12 34.3%	7 20.0%	0 0.0%	8 22.9%	2 5.7%	4 11.4%	8 22.9%	0 0.0%	3 8.6%	
	電気・ガス・熱供給・水道業	13 100.0%	3 23.1%	4 30.8%	4 30.8%	1 7.7%	5 38.5%	4 30.8%	4 30.8%	4 30.8%	0 0.0%	0 0.0%	
	情報通信業	20 100.0%	6 30.0%	6 30.0%	1 5.0%	0 0.0%	4 20.0%	2 10.0%	1 5.0%	7 35.0%	0 0.0%	0 0.0%	
	卸売業	29 100.0%	6 20.7%	7 24.1%	4 13.8%	2 6.9%	7 24.1%	6 20.7%	7 24.1%	8 27.6%	0 0.0%	3 10.3%	
	小売業	93 100.0%	21 22.6%	25 26.9%	14 15.1%	4 4.3%	14 15.1%	13 14.0%	15 16.1%	30 32.3%	2 2.2%	10 10.8%	
	不動産業、物品賃貸業	56 100.0%	17 30.4%	16 28.6%	7 12.5%	1 1.8%	6 10.7%	3 5.4%	6 10.7%	19 33.9%	1 1.8%	6 10.7%	
	学術研究、専門・技術サービス業	61 100.0%	27 44.3%	17 27.9%	7 11.5%	2 3.3%	10 16.4%	6 9.8%	4 6.6%	21 34.4%	1 1.6%	3 4.9%	
	飲食サービス業	69 100.0%	12 17.4%	29 42.0%	9 13.0%	4 5.8%	17 24.6%	15 21.7%	8 11.6%	14 20.3%	1 1.4%	5 7.2%	
	生活関連サービス業、娯楽業	75 100.0%	27 36.0%	14 18.7%	16 21.3%	3 4.0%	14 18.7%	6 8.0%	14 18.7%	19 25.3%	5 6.7%	7 9.3%	
	教育、学習支援業	15 100.0%	8 53.3%	4 26.7%	1 6.7%	0 0.0%	4 26.7%	1 6.7%	3 20.0%	2 13.3%	1 6.7%	1 6.7%	
	医療、福祉	70 100.0%	32 45.7%	12 17.1%	18 25.7%	3 4.3%	21 30.0%	12 17.1%	13 18.6%	12 17.1%	1 1.4%	4 5.7%	
	従業員数	0人	236 100.0%	52 22.0%	56 23.7%	26 11.0%	5 2.1%	33 14.0%	26 11.0%	21 8.9%	86 36.4%	10 4.2%	22 9.3%
		1～5人	368 100.0%	118 32.1%	101 27.4%	53 14.4%	20 5.4%	84 22.8%	48 13.0%	54 14.7%	90 24.5%	7 1.9%	33 9.0%
6～10人		49 100.0%	20 40.8%	12 24.5%	12 24.5%	4 8.2%	16 32.7%	5 10.2%	11 22.4%	6 12.2%	3 6.1%	3 6.1%	
11～20人		52 100.0%	16 30.8%	16 30.8%	15 28.8%	1 1.9%	15 28.8%	14 26.9%	8 15.4%	9 17.3%	2 3.8%	5 9.6%	
21人以上		32 100.0%	19 59.4%	10 31.3%	10 31.3%	2 6.3%	11 34.4%	8 25.0%	10 31.3%	0 0.0%	1 3.1%	2 6.3%	
年商規模	1,000万円未満	338 100.0%	75 22.2%	76 22.5%	37 10.9%	8 2.4%	51 15.1%	39 11.5%	33 9.8%	117 34.6%	15 4.4%	35 10.4%	
	1,000万円～	181 100.0%	63 34.8%	58 32.0%	28 15.5%	10 5.5%	44 24.3%	25 13.8%	27 14.9%	42 23.2%	2 1.1%	11 6.1%	
	3,000万円未満	63 100.0%	23 36.5%	17 27.0%	7 11.1%	5 7.9%	15 23.8%	8 12.7%	14 22.2%	14 22.2%	2 3.2%	6 9.5%	
	5,000万円未満	56 100.0%	25 44.6%	11 19.6%	14 25.0%	3 5.4%	18 32.1%	11 19.6%	12 21.4%	9 16.1%	0 0.0%	2 3.6%	
	1億円～	55 100.0%	19 34.5%	16 29.1%	17 30.9%	4 7.3%	20 36.4%	10 18.2%	6 10.9%	7 12.7%	4 7.3%	4 7.3%	
	3億円未満	38 100.0%	18 47.4%	16 42.1%	12 31.6%	2 5.3%	11 28.9%	6 15.8%	11 28.9%	1 2.6%	0 0.0%	5 13.2%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

5. 外部との連携について

(1) 企業や大学等との連携による取組

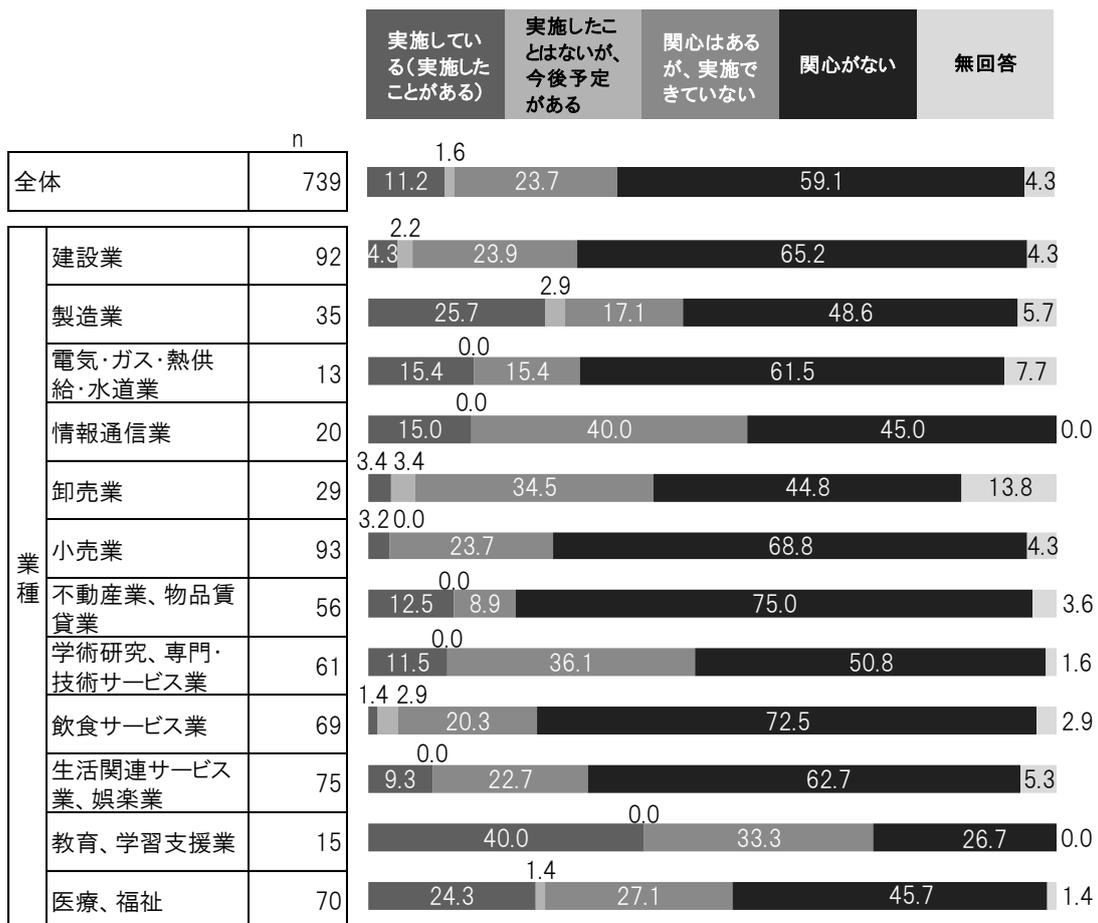
【問 15】 貴社では、企業や大学等との連携による取組みを実施していますか。(○は1つだけ)

企業や大学等との連携による取組については、「関心がない」が 59.1%で最も多く、次いで、「関心はあるが、実施できていない」が 23.7%、「実施している（実施したことがある）」が 11.2%となっている。

業種別に見ると、「実施している（実施したことがある）」の割合は「教育、学習支援業」の 40.0%が最も高く、次いで「製造業」の 25.7%となっている。

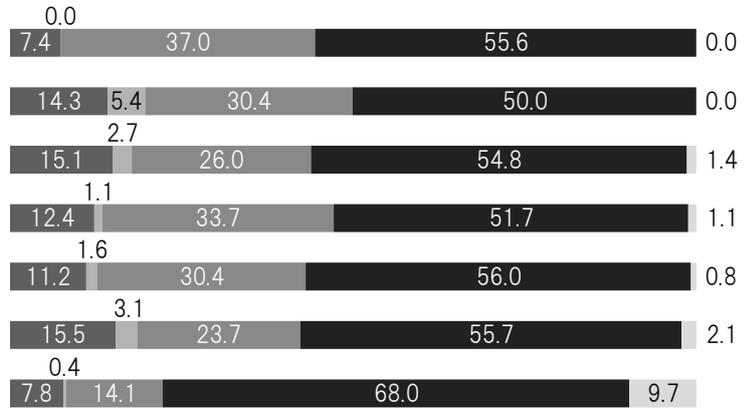
事業継続年数別に見ると、「1年未満」の事業者の「関心はあるが、実施できていない」の割合は 37.0%となっており、他と比較して高くなっている。

組織形態別に見ると、個人事業主は「実施している（実施したことがある）」「実施したことはないが、今後予定がある」「関心はあるが、実施できていない」の割合が法人と比較していずれも低くなっている。

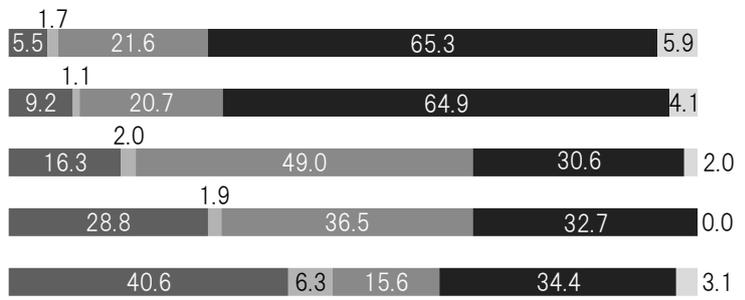




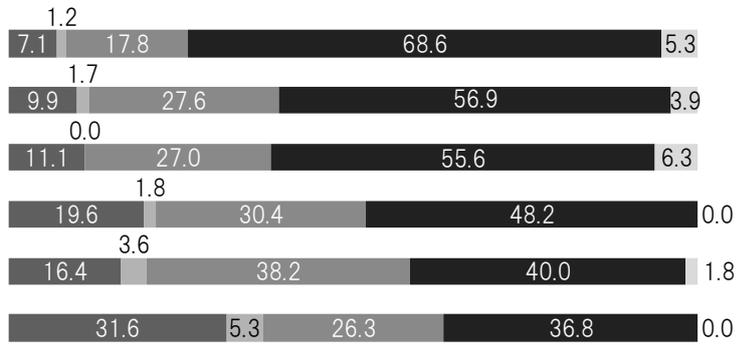
事業継続年数	人数
1年未満	27
1年～3年未満	56
3年～5年未満	73
5年～10年未満	89
10年～20年未満	125
20年～30年未満	97
30年以上	269



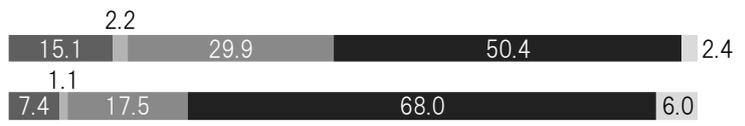
従業員数	人数
0人	236
1～5人	368
6～10人	49
11～20人	52
21人以上	32



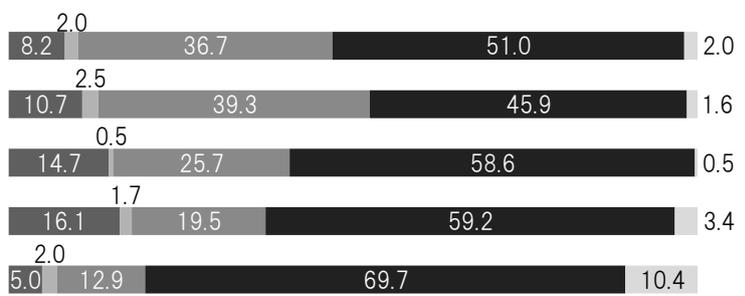
年商規模	人数
1,000万円未満	338
1,000万円～3,000万円未満	181
3,000万円～5,000万円未満	63
5,000万円～1億円未満	56
1億円～3億円未満	55
3億円以上	38



組織形態	人数
法人	371
個人事業主	366



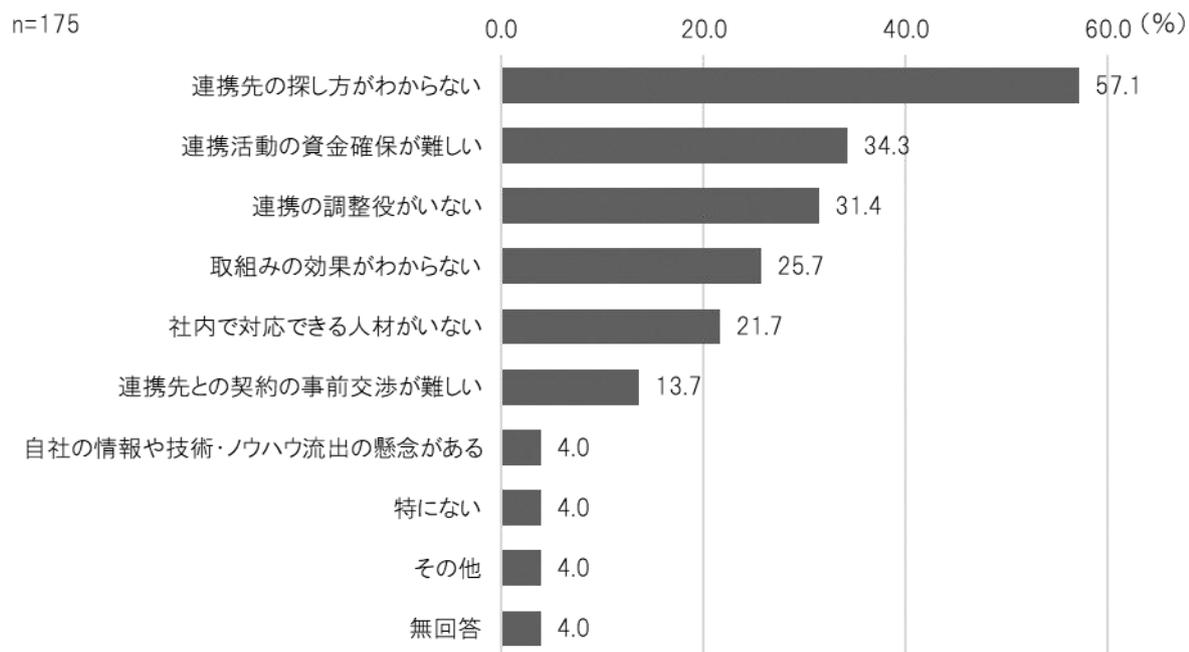
経営者の年齢	人数
30代以下	49
40代	122
50代	191
60代	174
70代以上	201



(2) 連携ができていない理由

【問 15-2】問 15 で「3」を選択した方にお聞きします。他の企業や大学等との連携が実施できていない理由は何ですか。(〇は3つまで)

他の企業や大学等との連携ができていない理由については、「連携先の探し方がわからない」が 57.1%で最も多く、次いで、「連携活動の資金確保が難しい」が 34.3%、「連携の調整役がない」が 31.4%となっている。



6. 新型コロナウイルス感染症、エネルギー・食料品価格等の物価高騰による影響等について

(1) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大による、企業活動へのマイナスの影響

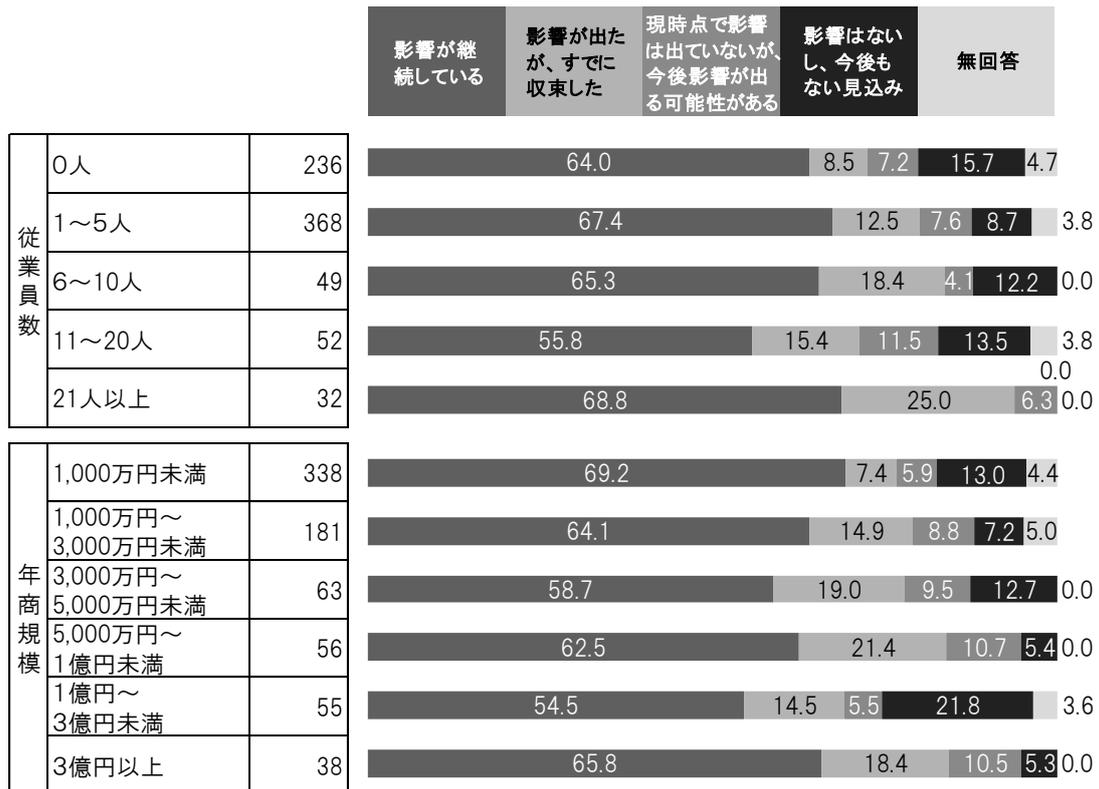
【問 16】 新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、貴社の企業活動にマイナスの影響を及ぼしていますか。(○は1つだけ)

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による企業活動へのマイナスの影響の有無については、「影響が継続している」が 65.2%で最も多く、次いで、「影響が出たが、すでに収束した」が 12.4%、「影響はないし、今後もない見込み」が 11.1%となっている。

業種別に見ると、「影響が継続している」の割合は「飲食サービス業」の 79.7%が最も高く、次いで、「卸売業」の 79.3%となっている。

また、従業員数別・年商規模別に見ると、どの属性においても「影響が継続している」が過半数を占めている。

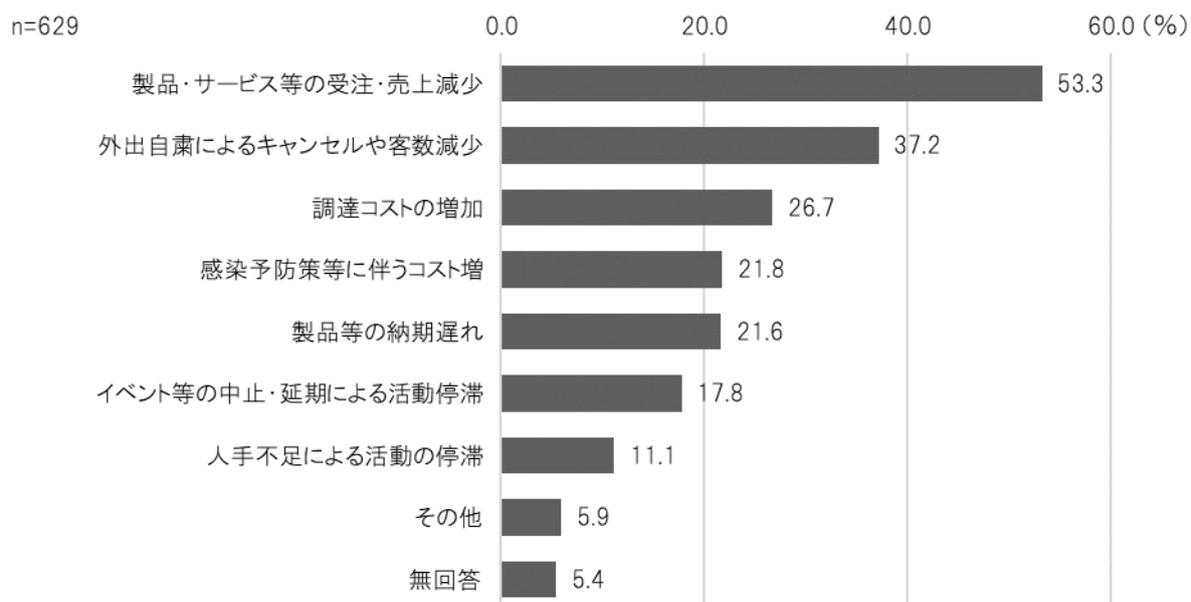




(2) 新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるマイナスの影響の詳細

【問 16-2】 問 16 で「1」～「3」を選択した方にお聞きします。どのようなマイナスの影響がありましたか、または今後見込まれていますか。(〇は3つまで)

新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるマイナスの影響については、「製品・サービス等の受注・売上減少」が53.3%で最も多く、次いで、「外出自粛によるキャンセルや客数減少」が37.2%、「調達コストの増加」が26.7%となっている。



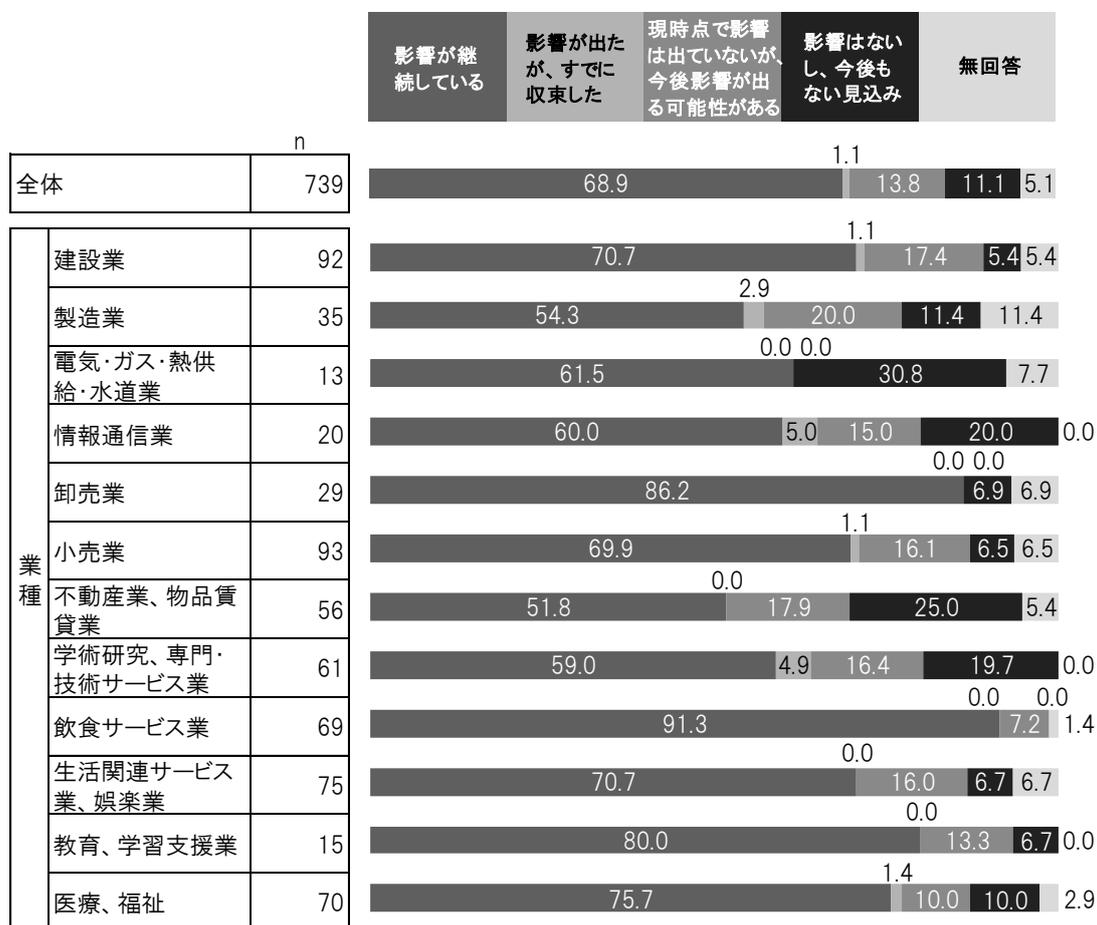
(3) エネルギー・食料品価格等の物価高騰による、企業活動へのマイナスの影響

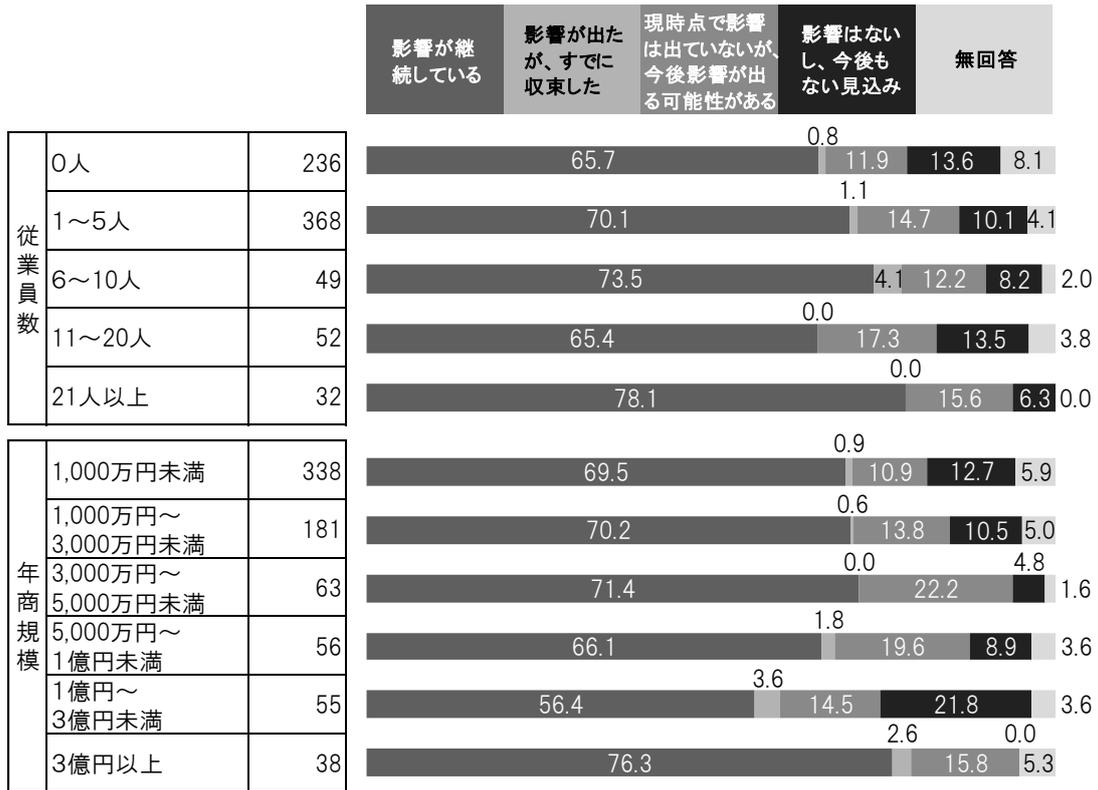
【問 17】 エネルギー・食料品価格等の物価高騰によって、貴社の企業活動にマイナスの影響を及ぼしていますか。(○は1つだけ)

エネルギー・食料品価格等の物価高騰による企業活動へのマイナスの影響の有無については、「影響が継続している」が 68.9%で最も多く、次いで、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が 13.8%、「影響はないし、今後もない見込み」が 11.1%となっている。

業種別に見ると、「影響が継続している」の割合は「飲食サービス業」の 91.3%が最も高く、次いで、「卸売業」の 86.2%となっている。

また、従業員数別・年商規模別に見ると、どの属性においても「影響が継続している」が過半数を占めている。

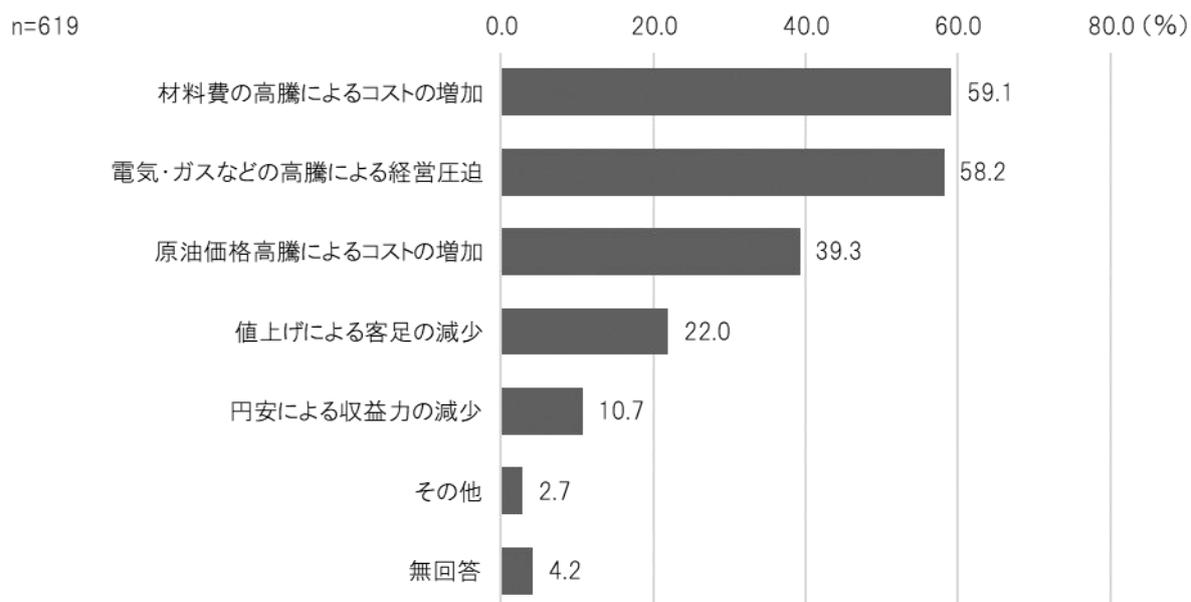




(4) エネルギー・食料品価格等の物価高騰によるマイナスの影響の詳細

【問 17-2】 問 17 で「1」～「3」を選択した方にお聞きします。どのようなマイナスの影響がありましたか、または、今後見込まれていますか。(〇は3つまで)

エネルギー・食料品価格等の物価高騰によるマイナスの影響については、「材料費の高騰によるコストの増加」が 59.1%で最も多く、次いで、「電気・ガスなどの高騰による経営圧迫」が 58.2%、「原油価格高騰によるコストの増加」が 39.3%となっている。



(5)市や商工会による事業者支援策や消費喚起策の利用状況

【問 18】市や商工会がこれまでに実施した事業者支援策や消費喚起策を利用しましたか。(○はそれぞれ1つだけ)

(1) 消費喚起事業

消費喚起事業の利用状況については、「利用したことはない」が41.8%で最も多く、次いで、「対象外である」が24.1%、「利用した」が18.4%となっている。

業種別に見ると、「利用した」の割合は「小売業」の40.9%が最も高く、次いで、「飲食サービス業」の31.9%となっている。

経営者の年齢別に見ると、「利用した」の割合が最も高いのは40代の22.1%となっている。一方、「利用した」の割合が最も低いのは30代以下の14.3%となっている。

(2) キャッシュレス決済ポイント還元事業

キャッシュレス決済ポイント還元事業の利用状況については、「利用したことはない」が35.7%で最も多く、次いで、「利用した」が29.4%、「対象外である」が22.1%となっている。

業種別に見ると、「利用した」の割合は「小売業」の54.8%が最も高く、次いで、「飲食サービス業」の50.7%となっている。

組織形態別に見ると、個人事業主は法人と比較して「利用した」の割合が高くなっている。

経営者の年齢別に見ると、「利用した」の割合が最も高いのは40代の37.7%となっている。一方、「利用した」の割合が最も低いのは70代以上の21.9%となっている。

(3) 事業者給付事業

事業者給付事業の利用状況については、「利用した」が81.3%で最も多く、次いで、「利用したことはない」が8.4%となっている。

従業員数別に見ると、「利用した」の割合が最も高いのは「6～10人」の87.8%となっている。一方、「利用した」の割合が最も低いのは「11～20人」の67.3%となっている。

経営者の年齢別に見ると、年齢が低くなるほど「利用した」の割合が高くなっており、30代以下では93.9%となっている。

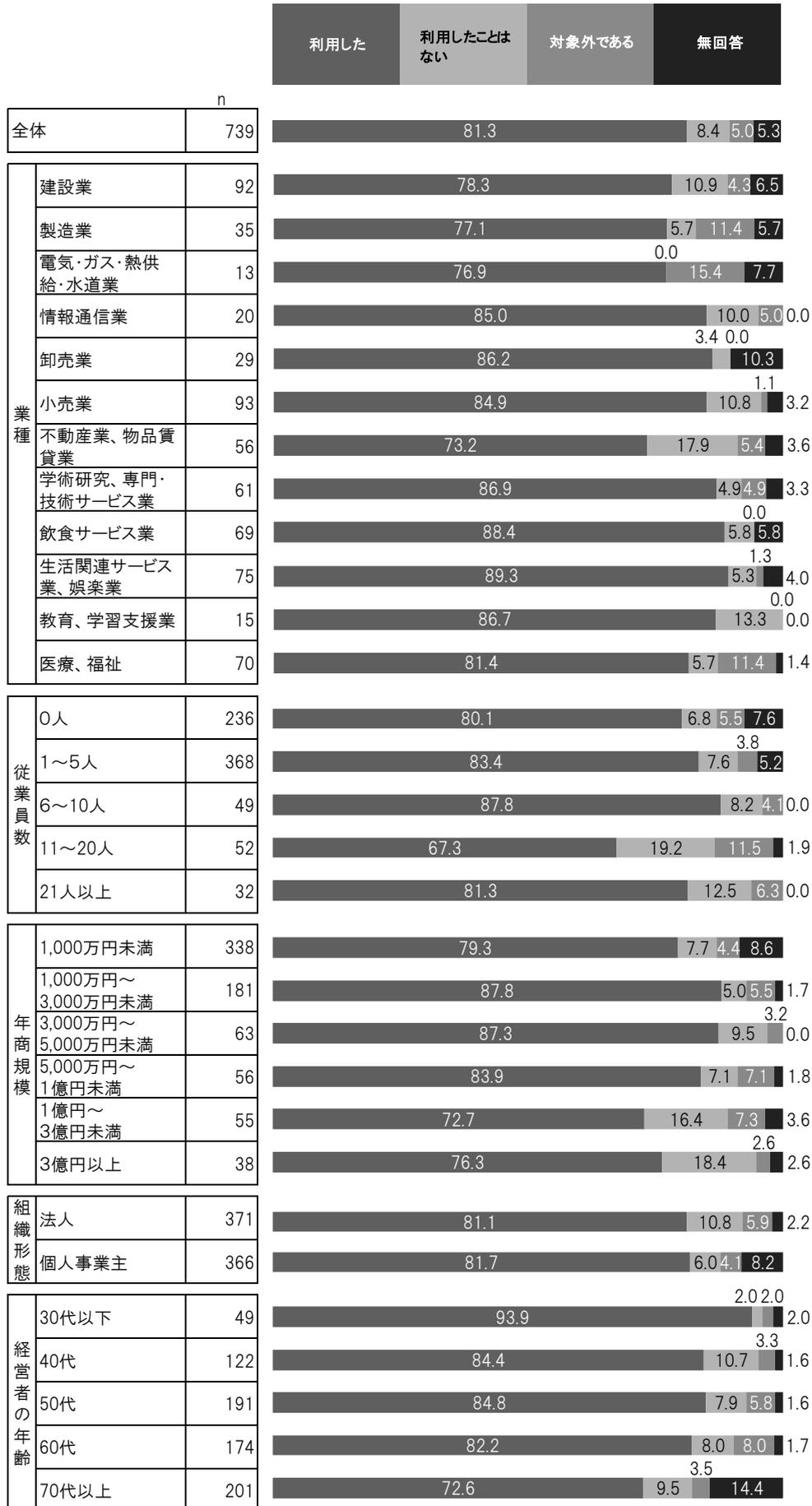
(1) 消費喚起事業

		n	利用した	利用したことはない	対象外である	無回答
全体		739	18.4	41.8	24.1	15.7
業種	建設業	92	8.7	43.5	28.3	19.6
	製造業	35	17.1	25.7	42.9	14.3
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	15.4	30.8	38.5	15.4
	情報通信業	20	10.0	50.0	25.0	15.0
	卸売業	29	17.2	13.8	44.8	24.1
	小売業	93	40.9	32.3	14.0	12.9
	不動産業、物品賃貸業	56	5.4	39.3	35.7	19.6
	学術研究、専門・技術サービス業	61	13.1	52.5	26.2	8.2
	飲食サービス業	69	31.9	49.3	8.7	10.1
	生活関連サービス業、娯楽業	75	26.7	45.3	8.0	20.0
	教育、学習支援業	15	6.7	53.3	20.0	20.0
	医療、福祉	70	14.3	48.6	32.9	4.3
	従業員数	0人	236	13.1	41.9	23.7
1～5人		368	22.8	41.0	22.0	14.1
6～10人		49	10.2	44.9	32.7	12.2
11～20人		52	15.4	46.2	30.8	7.7
21人以上		32	25.0	37.5	28.1	9.4
年商規模	1,000万円未満	338	15.4	44.4	20.7	19.5
	1,000万円～3,000万円未満	181	28.2	35.9	26.5	9.4
	3,000万円～5,000万円未満	63	15.9	39.7	27.0	17.5
	5,000万円～1億円未満	56	12.5	51.8	26.8	8.9
	1億円～3億円未満	55	10.9	34.5	38.2	16.4
	3億円以上	38	23.7	44.7	18.4	13.2
組織形態	法人	371	16.4	41.2	30.7	11.6
	個人事業主	366	20.5	42.3	17.5	19.7
経営者の年齢	30代以下	49	14.3	53.1	22.4	10.2
	40代	122	22.1	45.9	23.0	9.0
	50代	191	20.9	40.3	27.2	11.5
	60代	174	18.4	41.4	29.9	10.3
	70代以上	201	14.9	38.3	17.4	29.4

(2) キャッシュレス決済ポイント還元事業

		n	利用した	利用したことはない	対象外である	無回答
全体		739	29.4	35.7	22.1	12.9
業種	建設業	92	16.3	40.2	25.0	18.5
	製造業	35	34.3	22.9	34.3	8.6
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	15.4	46.2	30.8	7.7
	情報通信業	20	5.0	55.0	25.0	15.0
	卸売業	29	13.8	27.6	37.9	20.7
	小売業	93	54.8	22.6	12.9	9.7
	不動産業、物品賃貸業	56	14.3	35.7	32.1	17.9
	学術研究、専門・技術サービス業	61	23.0	41.0	26.2	9.8
	飲食サービス業	69	50.7	39.1	4.3	5.8
	生活関連サービス業、娯楽業	75	33.3	44.0	6.7	16.0
	教育、学習支援業	15	6.7	40.0	33.3	20.0
	医療、福祉	70	35.7	28.6	31.4	4.3
	従業員数	0人	236	24.2	36.9	23.3
1～5人		368	32.6	35.6	19.6	12.2
6～10人		49	28.6	30.6	30.6	10.2
11～20人		52	32.7	34.6	25.0	7.7
21人以上		32	28.1	37.5	25.0	9.4
年商規模	1,000万円未満	338	28.1	38.5	19.5	13.9
	1,000万円～3,000万円未満	181	32.6	33.7	23.8	9.9
	3,000万円～5,000万円未満	63	38.1	25.4	20.6	15.9
	5,000万円～1億円未満	56	28.6	37.5	26.8	7.1
	1億円～3億円未満	55	16.4	32.7	34.5	16.4
	3億円以上	38	28.9	39.5	18.4	13.2
組織形態	法人	371	24.3	36.4	28.3	11.1
	個人事業主	366	34.7	35.0	15.8	14.5
経営者の年齢	30代以下	49	28.6	46.9	16.3	8.2
	40代	122	37.7	31.1	23.8	7.4
	50代	191	36.6	26.7	25.7	11.0
	60代	174	24.7	38.5	28.2	8.6
	70代以上	201	21.9	41.8	13.9	22.4

(3) 事業者給付事業

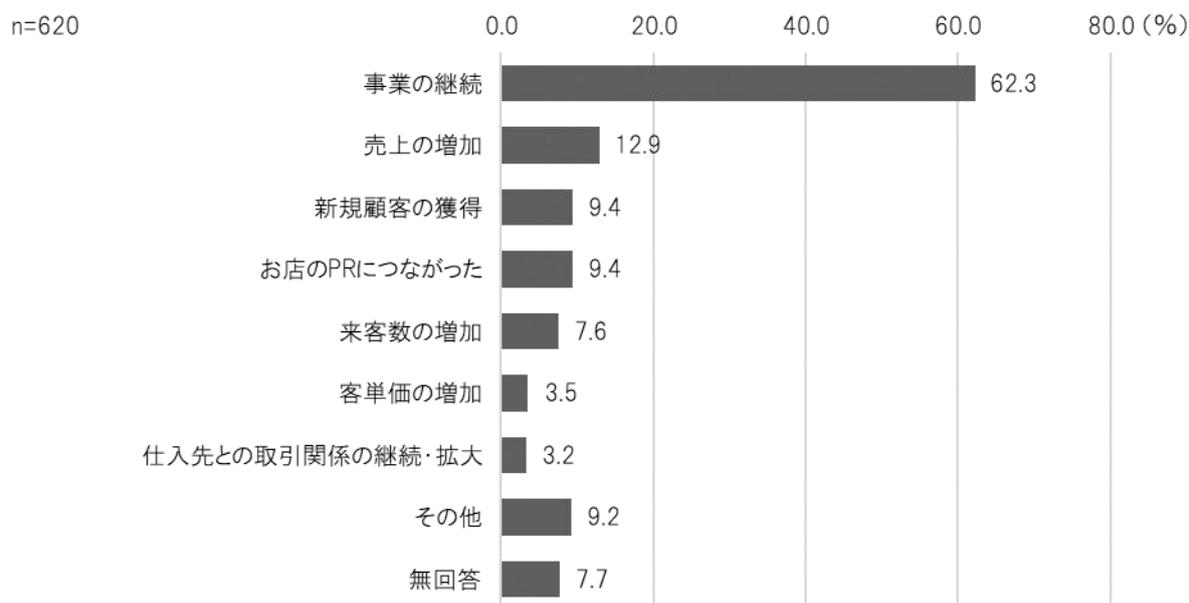


(6) 利用した効果や影響

【問 18-2】 問 18 のいずれかの項目で「①利用した」を選択した方にお聞きします。利用した結果、どのような効果や影響がありましたか。(〇は3つまで)

事業者支援策や消費喚起策を利用した効果や影響については、「事業の継続」が 62.3%で最も多く、次いで、「売上の増加」が 12.9%、「新規顧客の獲得」と「お店のPRにつながった」がともに 9.4%となっている。「その他」としては「従業員の福利厚生にあてた」、「精神的な安定、不安感の軽減」等が挙げられている。

組織形態別に見ると、個人事業主は法人と比較して「事業の継続」の割合が高くなっている。



<組織形態別>

	サンプル数	売上の増加	来客数の増加	新規顧客の獲得	客単価の増加	お店のPRにつながった	事業の継続	仕入先との取引関係の継続・拡大	その他	無回答
全体	620 100.0%	80 12.9%	47 7.6%	58 9.4%	22 3.5%	58 9.4%	386 62.3%	20 3.2%	57 9.2%	48 7.7%
組織形態										
法人	307 100.0%	47 15.3%	27 8.8%	36 11.7%	12 3.9%	26 8.5%	184 59.9%	11 3.6%	31 10.1%	19 6.2%
個人事業主	312 100.0%	33 10.6%	20 6.4%	22 7.1%	10 3.2%	32 10.3%	201 64.4%	9 2.9%	26 8.3%	29 9.3%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

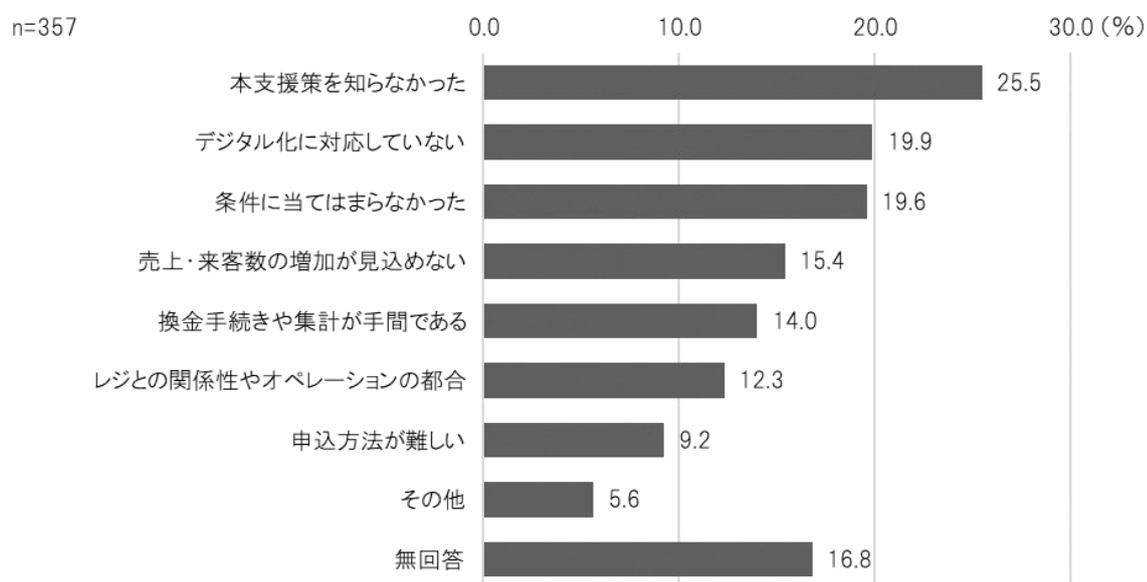
(7) 利用しなかった理由

【問 18-3】 問 18 のいずれかの項目で「②利用したことはない」を選択した方にお聞きします。利用しなかった理由はなんですか。(〇は3つまで)

事業者支援策や消費喚起策を利用しなかった理由については、「本支援策を知らなかった」が 25.5%で最も多く、次いで、「デジタル化に対応していない」が 19.9%、「条件に当てはまらなかった」が 19.6%となっている。

組織形態別に見ると、個人事業主は法人と比較して「デジタル化に対応していない」の割合が高くなっている。

経営者の年齢別に見ると、おおむね年齢が下がるほど「本支援策を知らなかった」の割合が高くなっている。



<年商規模別・組織形態別・経営者の年齢別>

		サンプル数	売上・来客数の増加が見込めない	レジとの関係性やオペレーションの都合	換金手続きや集計が手間である	デジタル化に対応していない	申込方法が難しい	本支援策を知らなかった	条件に当てはまらなかった	その他	無回答
全体		357 100.0%	55 15.4%	44 12.3%	50 14.0%	71 19.9%	33 9.2%	91 25.5%	70 19.6%	20 5.6%	60 16.8%
年商規模	1,000万円未満	175 100.0%	26 14.9%	22 12.6%	26 14.9%	42 24.0%	18 10.3%	41 23.4%	33 18.9%	11 6.3%	26 14.9%
	1,000万円～3,000万円未満	78 100.0%	12 15.4%	10 12.8%	14 17.9%	13 16.7%	7 9.0%	17 21.8%	14 17.9%	5 6.4%	16 20.5%
	3,000万円～5,000万円未満	27 100.0%	2 7.4%	2 7.4%	3 11.1%	7 25.9%	3 11.1%	12 44.4%	6 22.2%	0 0.0%	3 11.1%
	5,000万円～1億円未満	31 100.0%	7 22.6%	7 16.1%	5 9.7%	3 19.4%	1 3.2%	10 32.3%	4 12.9%	1 3.2%	7 22.6%
	1億円～3億円未満	23 100.0%	5 21.7%	2 8.7%	2 13.0%	3 4.3%	1 4.3%	5 21.7%	7 30.4%	3 13.0%	2 8.7%
	3億円以上	19 100.0%	3 15.8%	3 15.8%	1 5.3%	1 5.3%	1 5.3%	5 26.3%	5 26.3%	0 0.0%	4 21.1%
	法人	174 100.0%	27 15.5%	16 9.2%	14 8.0%	26 14.9%	17 9.8%	49 28.2%	36 20.7%	10 5.7%	33 19.0%
	個人事業主	182 100.0%	28 15.4%	28 15.4%	36 19.8%	44 24.2%	15 8.2%	42 23.1%	33 18.1%	10 5.5%	27 14.8%
	経営者の年齢	30代以下	30 100.0%	3 10.0%	2 6.7%	0 0.0%	3 10.0%	1 3.3%	12 40.0%	7 23.3%	2 6.7%
40代		66 100.0%	14 21.2%	11 16.7%	11 16.7%	11 16.7%	5 7.6%	19 28.8%	10 15.2%	4 6.1%	11 16.7%
50代		90 100.0%	13 14.4%	11 12.2%	8 8.9%	13 14.4%	5 5.6%	29 32.2%	16 17.8%	9 10.0%	18 20.0%
60代		79 100.0%	11 13.9%	10 12.7%	13 16.5%	17 21.5%	10 12.7%	15 19.0%	17 21.5%	4 5.1%	12 15.2%
70代以上		91 100.0%	14 15.4%	10 11.0%	18 19.8%	26 28.6%	11 12.1%	16 17.6%	19 20.9%	1 1.1%	17 18.7%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(8) ウィズコロナ、アフターコロナに向けての課題

【問 19】 今後のウィズコロナ、アフターコロナに向けての課題はなんですか。(〇は3つまで)

今後のウィズコロナ、アフターコロナに向けての課題については、「売上高の回復」が 53.7%で最も多く、次いで、「新規顧客の掘り起こし」が 26.3%、「運転資金の調達」が 18.4%となっている。

業種別に見ると、「売上高の回復」の割合は「飲食サービス業」の 75.4%が最も高く、次いで、「卸売業」の 65.5%となっている。

従業員数別に見ると、従業員が 6 人以上の事業者では、「従業員の雇用維持」が占める割合が高くなっている。



<業種別・従業員数別・年商規模別>

	サンプル数	売上高の回復	新たな働き方(テレワーク等)の導入	従業員の雇用維持	事業所・店舗内の感染対策	事業形態の転換	新たな事業分野への進出	運転資金の調達	従来の取引関係の維持	新規顧客の掘り起こし	IT化による業務効率化	特になし	その他	無回答		
全体	739 100.0%	397 53.7%	43 5.8%	113 15.3%	97 13.1%	45 6.1%	96 13.0%	136 18.4%	115 15.6%	194 26.3%	77 10.4%	79 10.7%	15 2.0%	26 3.5%		
業種	建設業	92 100.0%	46 50.0%	3 3.3%	24 26.1%	3 3.3%	13 14.1%	23 25.0%	27 29.3%	13 14.1%	7 7.6%	12 13.0%	1 1.1%	2 2.2%		
	製造業	35 100.0%	14 40.0%	1 2.9%	4 11.4%	3 8.6%	0 0.0%	3 8.6%	6 17.1%	8 22.9%	6 17.1%	6 17.1%	4 11.4%	0 0.0%	2 5.7%	
	電気・ガス・熱供給・水道業	13 100.0%	6 46.2%	0 0.0%	5 38.5%	2 15.4%	0 0.0%	1 7.7%	6 46.2%	1 7.7%	1 7.7%	1 7.7%	2 15.4%	0 0.0%	1 7.7%	
	情報通信業	20 100.0%	10 50.0%	4 20.0%	1 5.0%	2 10.0%	1 5.0%	3 15.0%	3 15.0%	6 30.0%	9 45.0%	3 15.0%	2 10.0%	1 5.0%	0 0.0%	
	卸売業	29 100.0%	19 65.5%	2 6.9%	2 6.9%	0 0.0%	5 17.2%	7 24.1%	10 34.5%	9 31.0%	6 20.7%	2 6.9%	1 3.4%	0 0.0%	3 10.3%	
	小売業	93 100.0%	57 61.3%	3 3.2%	12 12.9%	11 11.8%	13 14.0%	12 12.9%	9 9.7%	8 8.6%	30 32.3%	6 6.5%	8 8.6%	0 0.0%	4 4.3%	
	不動産業、物品賃貸業	56 100.0%	24 42.9%	1 1.8%	2 3.6%	4 7.1%	5 8.9%	6 10.7%	8 14.3%	9 16.1%	8 14.3%	8 14.3%	13 23.2%	1 1.8%	4 7.1%	
	学術研究・専門・技術サービス業	61 100.0%	29 47.5%	9 14.8%	6 9.8%	4 6.6%	2 3.3%	7 11.5%	13 21.3%	18 29.5%	18 29.5%	11 18.0%	5 8.2%	1 1.6%	0 0.0%	
	飲食サービス業	69 100.0%	52 75.4%	1 1.4%	12 17.4%	12 17.4%	4 5.8%	5 7.2%	15 21.7%	2 2.9%	23 33.3%	1 1.4%	6 8.7%	0 0.0%	1 1.4%	
	生活関連サービス業、娯楽業	75 100.0%	48 64.0%	6 8.0%	8 10.7%	15 20.0%	2 2.7%	12 16.0%	17 22.7%	7 9.3%	26 34.7%	5 6.7%	2 2.7%	4 5.3%	2 2.7%	
	教育、学習支援業	15 100.0%	5 33.3%	0 0.0%	1 6.7%	1 6.7%	1 6.7%	3 20.0%	1 6.7%	1 6.7%	10 66.7%	2 13.3%	3 20.0%	1 6.7%	1 6.7%	
	医療、福祉	70 100.0%	38 54.3%	4 5.7%	23 32.9%	28 40.0%	2 2.9%	6 8.6%	8 11.4%	2 2.9%	19 27.1%	17 24.3%	5 7.1%	2 2.9%	0 0.0%	
	従業員数	0人	236 100.0%	116 49.2%	14 5.9%	0 0.0%	18 7.6%	20 8.5%	33 14.0%	38 16.1%	40 16.9%	61 25.8%	24 10.2%	37 15.7%	5 2.1%	10 4.2%
		1~5人	368 100.0%	214 58.2%	20 5.4%	50 13.6%	46 12.5%	22 6.0%	48 13.0%	71 19.3%	64 17.4%	104 28.3%	27 7.3%	35 9.5%	5 1.4%	11 3.0%
6~10人		49 100.0%	30 61.2%	3 6.1%	24 49.0%	9 18.4%	1 2.0%	3 6.1%	8 16.3%	3 6.1%	14 28.6%	5 10.2%	2 4.1%	1 2.0%	2 4.1%	
11~20人		52 100.0%	23 44.2%	3 5.8%	25 48.1%	14 26.9%	1 1.9%	5 9.6%	11 21.2%	3 5.8%	9 17.3%	11 21.2%	5 9.6%	2 3.8%	1 1.9%	
21人以上		32 100.0%	14 43.8%	3 9.4%	14 43.8%	10 31.3%	1 3.1%	7 21.9%	7 21.9%	5 15.6%	6 18.8%	10 31.3%	0 0.0%	2 6.3%	1 3.1%	
年商規模	1,000万円未満	338 100.0%	187 55.3%	23 6.8%	4 1.2%	38 11.2%	26 7.7%	48 14.2%	50 14.8%	51 15.1%	95 28.1%	23 6.8%	43 12.7%	9 2.7%	12 3.6%	
	1,000万円~	181 100.0%	104 57.5%	9 5.0%	9 16.0%	29 9.4%	17 6.1%	11 11.0%	20 26.5%	25 13.8%	56 30.9%	17 9.4%	20 11.0%	1 0.6%	4 2.2%	
	3,000万円未満	63 100.0%	32 50.8%	2 3.2%	22 34.9%	11 17.5%	1 1.6%	8 12.7%	10 15.9%	12 19.0%	12 19.0%	4 6.3%	6 9.5%	1 1.6%	1 1.6%	
	5,000万円~	56 100.0%	30 53.6%	3 5.4%	3 39.3%	22 19.6%	1 5.4%	6 10.7%	7 12.5%	16 28.6%	13 23.2%	11 19.6%	3 5.4%	1 1.8%	1 1.8%	
	1億円未満	55 100.0%	25 45.5%	1 1.8%	22 40.0%	14 25.5%	0 0.0%	8 14.5%	12 21.8%	6 10.9%	11 20.0%	8 14.5%	7 12.7%	1 1.8%	3 5.5%	
	3億円未満	38 100.0%	16 42.1%	4 10.5%	13 34.2%	6 15.8%	3 7.9%	6 15.8%	8 21.1%	5 13.2%	5 13.2%	14 36.8%	0 0.0%	2 5.3%	3 7.9%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(9) 新型コロナウイルス感染症や物価高騰等による影響の軽減に必要な支援策

【問 20】 新型コロナウイルス感染症や物価高騰等による影響を軽減するために必要な支援策があれば、具体的に教えてください。

項目	主な内容
助成金	事業者支援金の復活。物価高騰に対する支援の継続。光熱費等の補助。
減税	消費税減税。ガソリン税減税。住民税等減税。
融資	運転資金融資等の拡充。無利息融資。返済期間の延長。
アフターコロナ対策	コロナウイルスの5類移行後の経済対策。
感染対策	マスク・衛生用品等支援。
子育て支援	子育てに関する永続的な補助。将来的に考えて、妊婦、幼稚園、小学生、中学生に対する支援が必要。
西東京市のPR	西東京市産、市内企業産の特産品等の創設とPR。
ポイント還元	キャッシュレス決済ポイント還元事業は効果があった。
医療	オンライン診療。
イベント	セミナー等のイベント会場の確保。
その他	コスト削減、オンライン化。アンテナショップ。民泊事業の推進。

7. 商店会との関係について

(1) 商店会への加盟状況

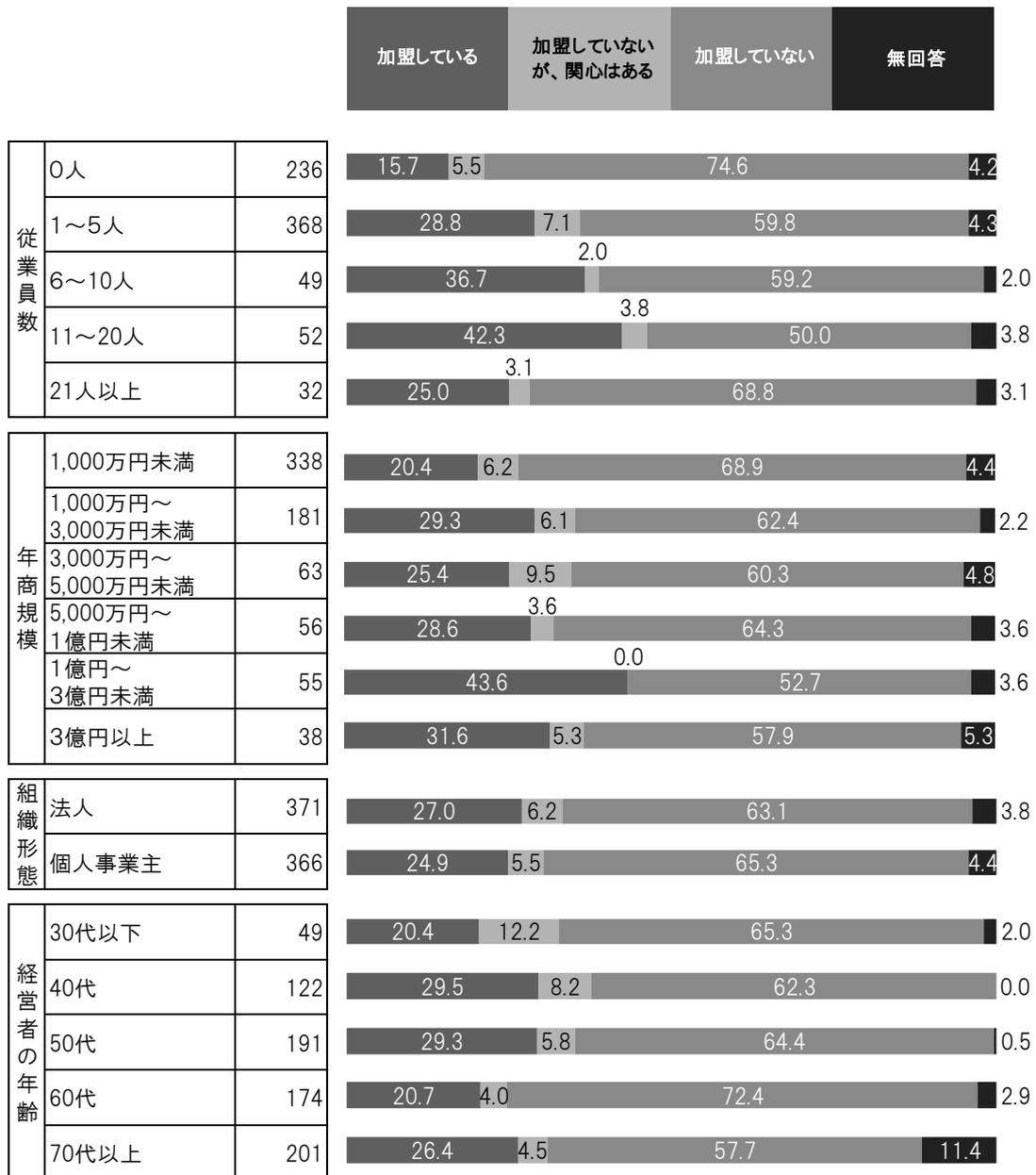
【問 21】 貴社は、商店会に加盟していますか。(○は1つだけ)

商店会への加盟状況については、「加盟していない」が 64.1%で最も多く、次いで、「加盟している」が 25.8%、「加盟していないが、関心はある」が 5.8%となっている。

業種別に見ると、「加盟している」の割合が最も高いのは「飲食サービス業」の 55.1%となっている。一方、「加盟していない」の割合が最も高いのは「教育、学習支援業」の 86.7%となっている。

経営者の年齢別に見ると、「30 代以下」では「加盟している」の割合が 20.4%と最も低くなっている一方で、「加盟していないが、関心はある」の割合は 12.2%と最も高くなっている。



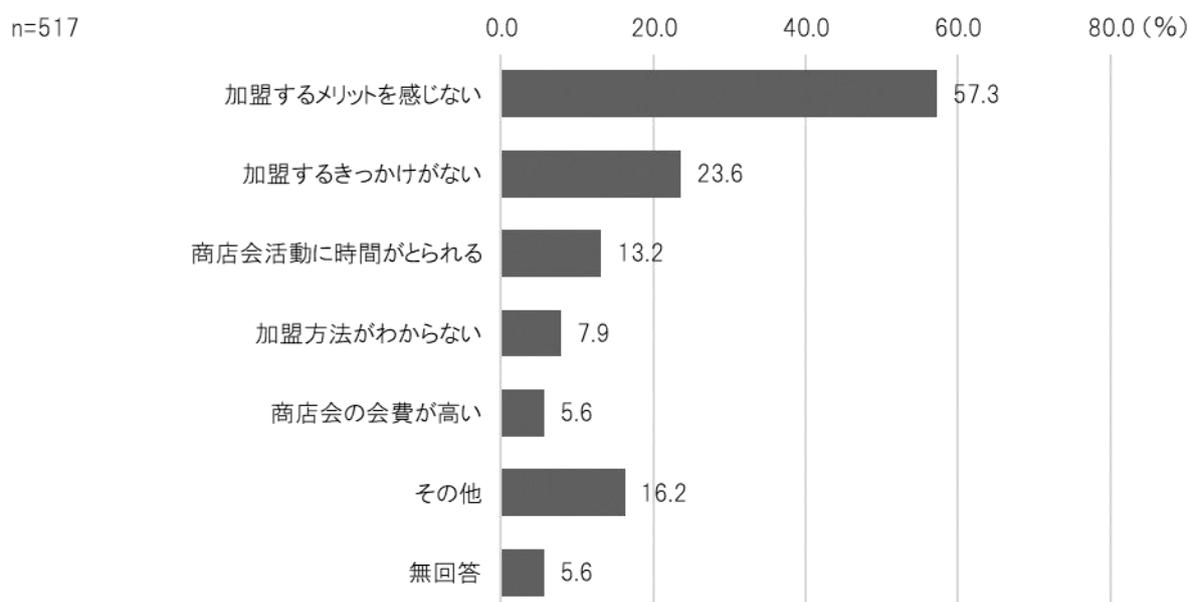


(2) 商店会に加盟しない理由

【問 21-2】 問 21 で「2」または「3」を選択した方にお聞きします。貴社が商店会に加盟しない理由は何ですか。(〇は3つまで)

商店会に加盟しない理由については、「加盟するメリットを感じない」が57.3%で最も多く、次いで、「加盟するきっかけがない」が23.6%、「その他」が16.2%となっている。「その他」としては「地域に商店会がない」、「業態が異なる」等が挙げられている。

組織形態別に見ると、個人事業主は法人と比較して「加盟方法がわからない」の割合が高くなっている。



<組織形態別>

	サンプル数	加盟方法がわからない	加盟するきっかけがない	商店会の会費が高い	商店会活動に時間がとられる	加盟するメリットを感じない	その他	無回答
全体	517 100.0%	41 7.9%	122 23.6%	29 5.6%	68 13.2%	296 57.3%	84 16.2%	29 5.6%
組織形態								
法人	257 100.0%	18 7.0%	59 23.0%	17 6.6%	32 12.5%	150 58.4%	42 16.3%	12 4.7%
個人事業主	259 100.0%	23 8.9%	63 24.3%	12 4.6%	36 13.9%	145 56.0%	42 16.2%	17 6.6%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

8. 今後について

(1) 今後重点的に取り組みたい経営課題

【問 22】 今後、特に重点的に取り組みたい経営課題はなんですか。(〇は3つまで)

今後、特に重点的に取り組みたい経営課題については、「新規顧客の掘り起こし」が 35.3%で最も多く、次いで、「資金調達・資金繰りの改善」が 26.7%、「従来の取引関係の維持・継続」が 22.2%となっている。

従業員数別に見ると、5人以下の事業者では「新規顧客の掘り起こし」の割合が最も高くなっている。一方、6人以上の事業者では「人材の確保・育成」の割合が最も高くなっている。

経営者の年齢別に見ると、「30代以下」以外の年代では「新規顧客の掘り起こし」の割合が最も高くなっている。「30代以下」については、「資金調達・資金繰りの改善」の割合が最も高くなっている。



<業種別・従業員数別・年商規模別・組織形態別・経営者の年齢別>

	サンプル数	資金調達・資金繰りの改善	雇用の維持	余剰人員の整理	人材の確保・育成	時間外労働の削減	テレワーク等への対応	従来からの取引関係の維持・継続	新規顧客の掘り起こし	新製品・サービスの開発	技術力向上、研究開発の強化	IT化推進(業務効率化等)	設備投資(生産拡大、省力化等)	環境対策(SDGsを含む)	事業承継	特になし	その他	無回答	
全体	739	197	110	5	147	39	17	164	261	91	84	71	46	15	123	68	17	36	
	100.0%	26.7%	14.9%	0.7%	19.9%	5.3%	2.3%	22.2%	35.3%	12.3%	11.4%	9.6%	6.2%	2.0%	16.6%	9.2%	2.3%	4.9%	
業種	建設業	92	24	22	2	31	9	1	28	23	4	13	9	4	15	8	0	3	
		100.0%	26.1%	23.9%	2.2%	33.7%	9.8%	1.1%	30.4%	25.0%	4.3%	14.1%	9.8%	4.3%	0.0%	16.3%	8.7%	0.0%	3.3%
	製造業	35	8	3	1	7	2	0	6	8	5	4	4	6	0	7	7	0	2
		100.0%	22.9%	8.6%	2.9%	20.0%	5.7%	0.0%	17.1%	22.9%	14.3%	11.4%	11.4%	17.1%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	5.7%
	電気・ガス・熱供給・水道業	13	7	2	0	2	1	1	6	2	0	2	1	4	0	2	1	1	0
		100.0%	53.8%	15.4%	0.0%	15.4%	7.7%	7.7%	46.2%	15.4%	0.0%	15.4%	7.7%	30.8%	0.0%	15.4%	7.7%	7.7%	0.0%
	情報通信業	20	5	1	0	4	0	0	8	10	5	6	1	2	0	3	1	1	0
		100.0%	25.0%	5.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	40.0%	50.0%	25.0%	30.0%	5.0%	10.0%	0.0%	15.0%	5.0%	5.0%	0.0%
	卸売業	29	14	0	0	3	0	0	15	10	12	0	1	1	4	1	1	1	2
		100.0%	48.3%	3.4%	0.0%	10.3%	0.0%	0.0%	51.7%	34.5%	41.4%	0.0%	3.4%	3.4%	3.4%	13.8%	3.4%	3.4%	6.9%
	小売業	93	20	10	1	14	6	1	14	34	15	5	8	6	3	15	11	3	6
		100.0%	21.5%	10.8%	1.1%	15.1%	6.5%	1.1%	15.1%	36.6%	16.1%	5.4%	8.6%	6.5%	3.2%	16.1%	11.8%	3.2%	6.5%
	不動産業、物品賃貸業	56	13	4	0	7	1	1	13	14	1	1	2	0	2	11	6	3	7
		100.0%	23.2%	7.1%	0.0%	12.5%	1.8%	1.8%	23.2%	25.0%	1.8%	1.8%	3.6%	0.0%	3.6%	19.6%	10.7%	5.4%	12.5%
	学術研究、専門・技術サービス業	61	16	7	1	8	4	3	24	27	9	14	9	2	3	5	2	0	0
	100.0%	26.2%	11.5%	1.6%	13.1%	6.6%	4.9%	39.3%	44.3%	14.8%	23.0%	14.8%	3.3%	4.9%	8.2%	3.3%	0.0%	0.0%	
飲食サービス業	69	21	12	0	19	3	0	9	27	11	4	4	5	1	11	9	2	2	
	100.0%	30.4%	17.4%	0.0%	27.5%	4.3%	0.0%	13.0%	39.1%	15.9%	5.8%	5.8%	7.2%	1.4%	15.9%	13.0%	2.9%	2.9%	
生活関連サービス業、娯楽業	75	28	7	0	15	4	5	11	38	9	12	7	2	2	20	5	1	4	
	100.0%	37.3%	9.3%	0.0%	20.0%	5.3%	6.7%	14.7%	50.7%	12.0%	16.0%	9.3%	2.7%	2.7%	26.7%	6.7%	1.3%	5.3%	
教育、学習支援業	15	4	1	0	1	1	0	3	7	5	0	1	2	0	5	1	1	0	
	100.0%	26.7%	6.7%	0.0%	6.7%	6.7%	0.0%	20.0%	46.7%	33.3%	0.0%	6.7%	13.3%	0.0%	33.3%	6.7%	6.7%	0.0%	
医療、福祉	70	14	25	0	21	3	2	4	29	1	11	15	8	2	10	3	2	3	
	100.0%	20.0%	35.7%	0.0%	30.0%	4.3%	2.9%	5.7%	41.4%	1.4%	15.7%	21.4%	11.4%	2.9%	14.3%	4.3%	2.9%	4.3%	
従業員数	0人	236	60	1	10	8	4	62	87	35	33	19	15	1	35	32	8	11	
		100.0%	25.4%	0.4%	0.0%	4.2%	3.4%	1.7%	26.3%	36.9%	14.8%	14.0%	8.1%	0.4%	14.8%	13.6%	3.4%	4.7%	
	1～5人	368	104	49	1	67	19	11	89	136	42	41	32	19	9	62	33	7	18
		100.0%	28.3%	13.3%	0.3%	18.2%	5.2%	3.0%	24.2%	37.0%	11.4%	11.1%	8.7%	5.2%	2.4%	16.8%	9.0%	1.9%	4.9%
	6～10人	49	11	23	2	26	6	0	7	16	4	7	5	2	0	5	1	1	3
	100.0%	22.4%	46.9%	4.1%	53.1%	12.2%	0.0%	14.3%	32.7%	8.2%	14.3%	10.2%	4.1%	0.0%	10.2%	2.0%	2.0%	6.1%	
11～20人	52	12	24	2	25	5	1	4	14	4	3	8	9	3	9	1	0	3	
	100.0%	23.1%	46.2%	3.8%	48.1%	9.6%	1.9%	7.7%	26.9%	7.7%	5.6%	15.4%	15.4%	5.8%	17.3%	1.9%	0.0%	5.8%	
21人以上	32	9	13	0	19	1	1	2	8	6	0	6	2	2	12	1	1	0	
	100.0%	28.1%	40.6%	0.0%	59.4%	3.1%	3.1%	6.3%	25.0%	18.8%	0.0%	18.8%	6.3%	6.3%	37.5%	3.1%	3.1%	0.0%	
年商規模	1,000万円未満	338	82	8	0	16	9	10	76	127	39	42	27	18	6	59	49	12	18
		100.0%	24.3%	2.4%	0.0%	4.7%	2.7%	3.0%	22.5%	37.6%	11.5%	12.4%	8.0%	5.3%	1.8%	17.5%	14.5%	3.6%	5.3%
	1,000万円～	181	62	22	1	37	12	4	45	74	28	21	16	10	1	29	11	2	7
		100.0%	34.3%	12.2%	0.6%	20.4%	6.6%	2.2%	24.9%	40.9%	15.5%	11.6%	8.8%	5.5%	0.6%	16.0%	6.1%	1.1%	3.9%
	3,000万円～	63	14	23	0	26	3	0	15	22	7	8	5	7	2	5	3	0	1
		100.0%	22.2%	36.5%	0.0%	41.3%	4.8%	0.0%	23.8%	34.9%	11.1%	12.7%	7.9%	11.1%	3.2%	7.9%	4.8%	0.0%	1.6%
	5,000万円～	56	14	22	1	18	3	2	12	16	4	6	8	2	1	10	3	1	4
		100.0%	25.0%	39.3%	1.8%	32.1%	5.4%	3.6%	21.4%	28.6%	7.1%	10.7%	14.3%	3.6%	1.8%	17.9%	5.4%	1.8%	7.1%
1億円～	55	17	23	3	29	8	0	8	13	6	4	3	6	2	7	1	1	2	
	100.0%	30.9%	41.8%	5.5%	52.7%	14.5%	0.0%	14.5%	23.6%	10.9%	7.3%	5.5%	10.9%	3.6%	12.7%	1.8%	1.8%	3.6%	
3億円未満	38	6	11	0	20	3	1	6	9	6	3	10	3	3	13	0	1	2	
	100.0%	15.8%	28.9%	0.0%	52.6%	7.9%	2.6%	15.8%	23.7%	15.8%	7.9%	26.3%	7.9%	7.9%	34.2%	0.0%	2.6%	5.3%	
組織形態	法人	371	118	82	5	117	23	9	81	121	55	39	38	25	6	65	18	6	13
		100.0%	31.8%	22.1%	1.3%	31.5%	6.2%	2.4%	21.8%	32.6%	14.8%	10.5%	10.2%	6.7%	1.6%	17.5%	4.9%	1.6%	3.5%
個人事業主	366	78	28	0	30	16	8	83	140	36	45	32	21	9	58	50	11	22	
	100.0%	21.3%	7.7%	0.0%	8.2%	4.4%	2.2%	22.7%	38.3%	9.8%	12.3%	8.7%	5.7%	2.5%	15.8%	13.7%	3.0%	6.0%	
経営者の年齢	30代以下	49	22	7	0	11	3	2	10	18	7	11	2	5	1	5	1	0	1
		100.0%	44.9%	14.3%	0.0%	22.4%	6.1%	4.1%	20.4%	36.7%	14.3%	22.4%	4.1%	10.2%	2.0%	10.2%	2.0%	0.0%	2.0%
	40代	122	31	19	1	30	7	2	23	58	23	23	10	12	0	10	7	5	3
		100.0%	25.4%	15.6%	0.8%	24.6%	5.7%	1.6%	18.9%	45.9%	18.9%	18.9%	8.2%	9.8%	0.0%	8.2%	5.7%	4.1%	2.5%
	50代	191	69	35	2	47	14	3	42	75	30	20	22	14	6	30	11	1	2
		100.0%	36.1%	18.3%	1.0%	24.6%	7.3%	1.6%	22.0%	39.3%	15.7%	10.5%	11.5%	7.3%	3.1%	15.7%	5.8%	0.5%	1.0%
60代	174	36	31	0	32	8	7	43	48	18	20	20	8	3	29	18	5	9	
	100.0%	20.7%	17.8%	0.0%	18.4%	4.6%	4.0%	24.7%	27.6%	10.3%	11.5%	11.5%	4.6%	1.7%	16.7%	10.3%	2.9%	5.2%	
70代以上	201	38	18	2	27	7	3	46	64	13	10	16	7	5	49	31	6	20	
	100.0%	18.9%	9.0%	1.0%	13.4%	3.5%	1.5%	22.9%	31.8%	6.5%	5.0%	8.0%	3.5%	2.5%	24.4%	15.4%	3.0%	10.0%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(2) 市内で事業を継続したい、働き続けたいと感じられる西東京市であるために必要なこと

【問 23】 市内で事業を継続したい、働き続けたいと感じられる西東京市であるために必要なことはなんですか。(〇は3つまで)

市内で事業を継続したい、働き続けたいと感じられる西東京市であるために必要なことについては、「地域の消費需要の喚起」が 33.4%で最も多く、次いで、「若者が集まる仕組み・取組み」が 26.8%、「道路・交通網の充実」が 25.7%となっている。

経営者の年齢別に見ると、40代と50代では「地域の消費需要の喚起」の割合が最も高くなっている。30代以下と60代では「若者が集まる仕組み・取組み」、70代以上では「高齢者が活躍できる仕組み・取組み」の割合が最も高くなっている。



<組織形態別・経営者の年齢別>

	サンプル数	道路・交通網の充実	地域の消費需要の喚起	地域ブランドの創出	起業しやすい環境づくり	若者が集まる仕組み・取組み	女性が活躍できる仕組み・取組み	高齢者が活躍できる仕組み・取組み	医療・福祉の充実	教育・子育て支援の充実	自然環境の保全	IT分野の先進的な取組み	農業振興	観光振興	その他	無回答
全体	739	25.7%	33.4%	17.5%	18.9%	26.8%	11.8%	20.4%	17.3%	19.2%	9.2%	8.9%	2.8%	4.3%	4.7%	5.5%
組織形態																
法人	371	28.6%	34.5%	19.1%	15.9%	30.2%	13.2%	19.7%	14.6%	19.7%	7.3%	10.8%	2.4%	4.3%	4.3%	4.3%
個人事業主	366	23.0%	32.5%	15.8%	22.1%	23.2%	10.1%	21.3%	20.2%	18.6%	11.2%	7.1%	3.3%	4.4%	5.2%	6.6%
経営者の年齢																
30代以下	49	24.5%	32.7%	26.5%	22.4%	34.7%	20.4%	2.0%	14.3%	28.6%	8.2%	10.2%	2.0%	4.1%	2.0%	4.1%
40代	122	23.8%	36.1%	27.9%	22.1%	31.1%	9.0%	10.7%	15.6%	24.6%	6.6%	7.4%	6.6%	7.4%	6.6%	3.3%
50代	191	34.6%	38.7%	16.8%	16.8%	26.2%	11.0%	16.8%	18.8%	14.7%	9.9%	14.7%	3.7%	5.2%	3.7%	1.6%
60代	174	25.9%	27.6%	14.9%	21.3%	29.9%	11.5%	22.4%	19.5%	19.5%	12.1%	6.9%	0.6%	3.4%	5.7%	1.7%
70代以上	201	18.9%	32.3%	11.9%	16.4%	19.9%	11.9%	32.8%	15.9%	17.4%	8.0%	6.0%	2.0%	2.5%	4.5%	13.9%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

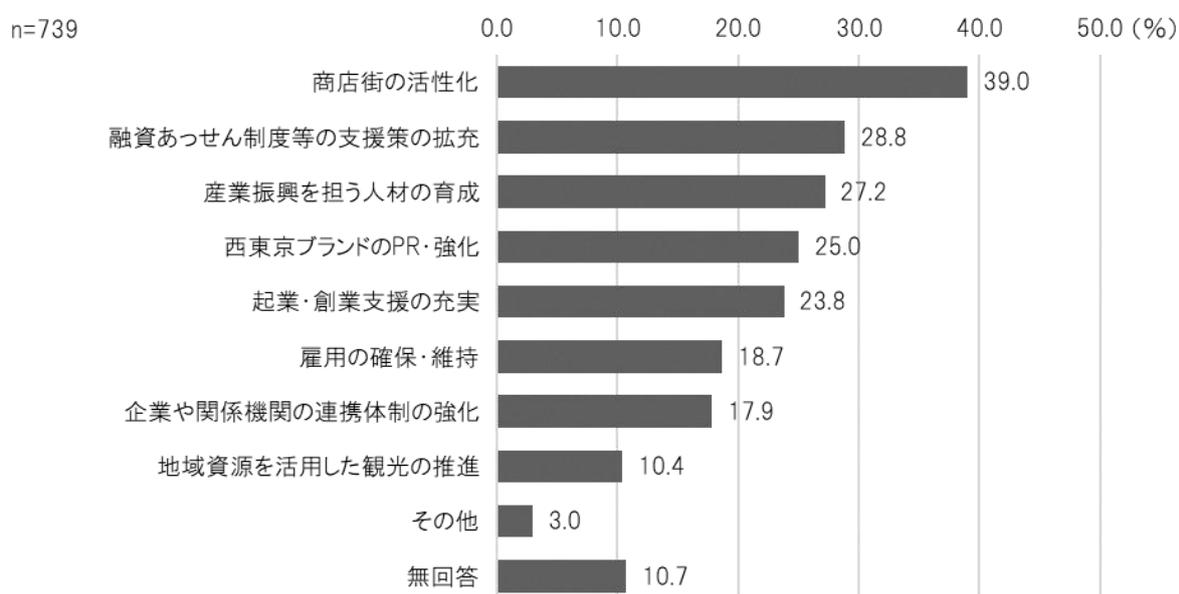
(3) 今後の西東京市の産業振興にとって重要だと思うこと

【問 24】最後に、これからの西東京市の産業振興にとって特に重要だと思うことはなんですか。重要だと思うものに○を付けて、その理由やアイデアがあれば、記載してください。

今後の西東京市の産業振興に重要なことについては、「商店街の活性化」が 39.0%で最も多く、次いで、「融資あっせん制度等の支援策の拡充」が 28.8%、「産業振興を担う人材の育成」が 27.2%となっている。

組織形態別に見ると、個人事業主では「商店街の活性化」に次いで「起業・創業支援の充実」の割合が高くなっている。

経営者の年齢別に見ると、50代以外の年代では「商店街の活性化」の割合が最も高くなっている。50代では、「融資あっせん制度等の支援策の拡充」の割合が最も高くなっている。



<組織形態別・経営者の年齢別>

	サンプル数	産業振興を担う人材の育成	雇用の確保・維持	融資あっせん制度等の支援策の拡充	商店街の活性化	企業や関係機関の連携体制の強化	起業・創業支援の充実	地域資源を活用した観光の推進	西東京ブランドのPR・強化	その他	無回答
全体	739	201	138	213	288	132	176	77	185	22	79
	100.0%	27.2%	18.7%	28.8%	39.0%	17.9%	23.8%	10.4%	25.0%	3.0%	10.7%
組織形態											
法人	371	103	97	126	129	86	78	33	93	12	32
	100.0%	27.8%	26.1%	34.0%	34.8%	23.2%	21.0%	8.9%	25.1%	3.2%	8.6%
個人事業主	366	97	41	86	159	46	98	44	92	10	46
	100.0%	26.5%	11.2%	23.5%	43.4%	12.6%	26.8%	12.0%	25.1%	2.7%	12.6%
経営者の年齢											
30代以下	49	13	8	15	23	8	13	7	15	0	4
	100.0%	26.5%	16.3%	30.6%	46.9%	16.3%	26.5%	14.3%	30.6%	0.0%	8.2%
40代	122	34	18	36	53	24	29	23	37	3	8
	100.0%	27.9%	14.8%	29.5%	43.4%	19.7%	23.8%	18.9%	30.3%	2.5%	6.6%
50代	191	52	43	73	58	46	53	17	50	7	12
	100.0%	27.2%	22.5%	38.2%	30.4%	24.1%	27.7%	8.9%	26.2%	3.7%	6.3%
60代	174	51	37	45	60	24	44	19	48	6	15
	100.0%	29.3%	21.3%	25.9%	34.5%	13.8%	25.3%	10.9%	27.6%	3.4%	8.6%
70代以上	201	50	32	43	94	30	37	11	35	6	39
	100.0%	24.9%	15.9%	21.4%	46.8%	14.9%	18.4%	5.5%	17.4%	3.0%	19.4%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

項目	主な内容
連携・交流支援	企業間の協力関係による地域活性が必要。同業種・異業種の交流会、マッチング。
イベントの開催	駅前やまち全体でのイベントを開催。ワークショップの開催。リサイクル市。
西東京市のPR	何に特化した街なのかもっとPRする。下野谷遺跡のPR。もっとSNSを活用。
商店街	商店街の活性化。商店街でのイベント開催。
企業・施設誘致	大手事業主を誘致して税収を増やして欲しい。特色のある店舗の創出。学校等の誘致。
道路整備	道路の拡幅が不十分。
市のブランド作り	農地の中のレストランで地産地消。SNS映えする物が必要。
起業支援	高齢者向けの起業講座。若い人がトライアルでも起業しやすい環境の整備。チャレンジショップ支援。
事業者支援	中小企業向けのコンサルタントの提供。商工会等にて中小企業への指導、相談等の充実化・推進。都心部より安い賃料のオフィス設置。
再開発	西武線の高架下などに人が集まる施設をつくる。駅周辺などの再開発。
地域資源の活用	アニメとの連携で聖地巡礼。下野谷遺跡をもっと行って良かったと思われる場所にする。
学校等との連携	学校と協力して事業を考える。小売業だけでなく、研究開発等を東大農場で行うことで街を発展させる。
IT化	IT関連の講習会開催。IT化への支援（システム構築のアドバイス、助成）。
その他	商業ポイントを作り、大型店に対抗する商店を多く作る事が必要。映画のロケを誘致。観光協会等の設立。

消費者アンケート

第1章 調査の概要

1. 調査目的

本調査は、第2次産業振興マスタープランの策定にあたり、社会状況や市民ニーズの変化に柔軟に対応するため、統計的手法によって、市の産業振興に対する市民全体の考え方を把握し、計画策定の基礎資料として活用することを目的とする。

2. 調査項目

調査項目は以下のとおりである。

- ・消費動向
- ・市内の商店街について
- ・就労や働き方について
- ・観光について
- ・産業振興について

3. 調査仕様

調査対象	市内在住の18歳以上の市民
標本数	3,000人
抽出方法	住民基本台帳による無作為抽出
調査方法	配布：郵送配布 回収：郵送及びWeb
調査期間	調査票発送：令和4年12月2日（金） 調査票投函期限：令和4年12月23日（金） 集計対象：令和5年1月3日（火）到着分まで

4. 回収数・回収率

回収数	891票（郵送：618票、Web：273票）
回収率	29.7%

5. 調査結果の補足説明

(1) 調査結果の見方

- ① 報告書中の問番号及び設問は、調査票の問番号及び設問をそのまま示している。また、本文やグラフ・数表上の選択肢の表記は、語句を簡略化している場合がある（詳細については、調査票を参照）。
- ② 調査結果の数値は回答率（%）で示している。%の母数は、その質問に回答した数または分類別（男性等）の数で、「サンプル数」または「n」で表している。
- ③ 割合は小数点第2位で四捨五入し、小数点第1位まで示している。よって、「○は1つだけ」などの質問であっても、回答率の合計値が100.0%にならない場合がある。また、グラフ右側に示した一部の選択肢を合計した数値についても、グラフ内の当該選択肢の数値の合計値と合わない場合がある。
- ④ 属性のサンプル数では、傾向を分析する上で十分とは言えない50サンプル未満の結果も参考値として掲載している。

(2) 集計分析項目

本調査では、設問ごとの単純集計のほか、属性項目及び設問選択肢と各設問とのクロス集計分析を行っている。その結果、特に有用であると考えられる次の集計結果を報告書に掲載している。

【集計分析項目一覧】

	単純集計	CS分析	クロス分析						
			問1 年齢	問2 性別	問3 職業	問4 家族構成	問5 住まいの形態	問6 居住地	問7 居住年数
属性項目	●								
日ごろの買い物や外食について									
問8 買い物や外食する場所	●		●	●		●			
問9 お店を選ぶ際に重視すること	●		●	●					
市内の商店街等について									
問10 市内商店街の利用状況	●		●	●		●			
問11 商店街を利用する理由	●		●	●					
問12 商店街を利用しない理由	●		●	●					
問13 商店街からの情報を受け取るための方法	●		●	●					
問14 商店街がより利用されるために必要な取組	●		●	●					
市の取組みについて									
問15 支援策や消費喚起策の利用状況	●		●	●					
問16 消費喚起策を利用した効果や影響	●								
問17 消費喚起策を利用したもの	●		●	●					
問18 消費喚起策を利用しなかった理由	●		●	●					
問19 今後の利用意向	●		●	●					

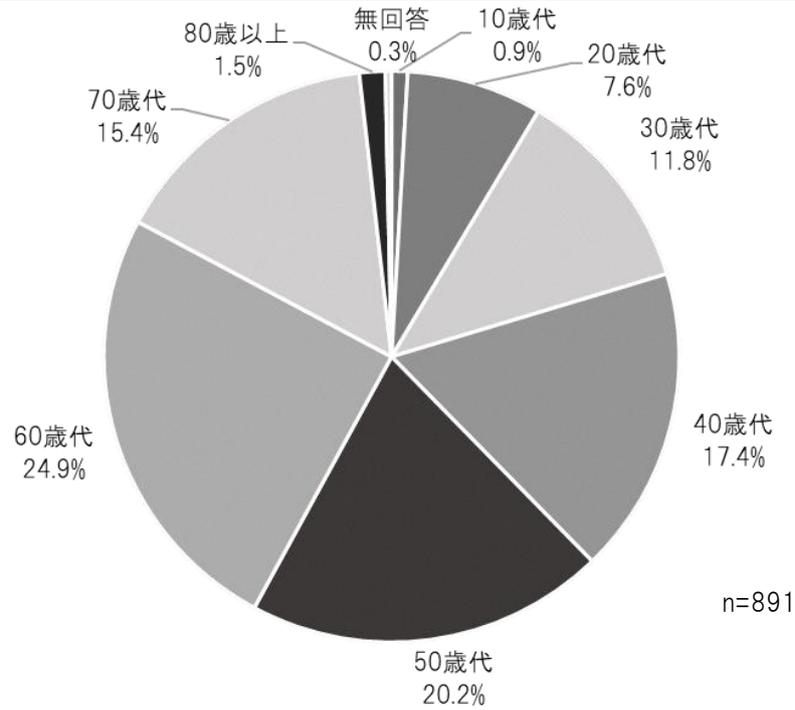
	単純集計	CS分析	クロス分析						
			問1 年齢	問2 性別	問3 職業	問4 家族構成	問5 住まいの形態	問6 居住地	問7 居住年数
就労や働き方について									
問20 就労状況	●		●	●		●			
問21 現在の雇用環境における課題	●		●	●	●				
問22 就労希望者が就労先を選ぶポイント	●		●	●					
問23 起業に対する関心度	●		●	●	●				
問24 起業した（関心を持っている）理由	●		●	●	●				
西東京市の産業振興について									
問25 PRしたい観光資源や観光施設	●		●	●					
問26 観光で力を入れるべき取組	●		●	●					
問27 これからの西東京市の産業振興にとって重要なこと	●		●	●					

第2章 調査結果

1. 回答者の属性について

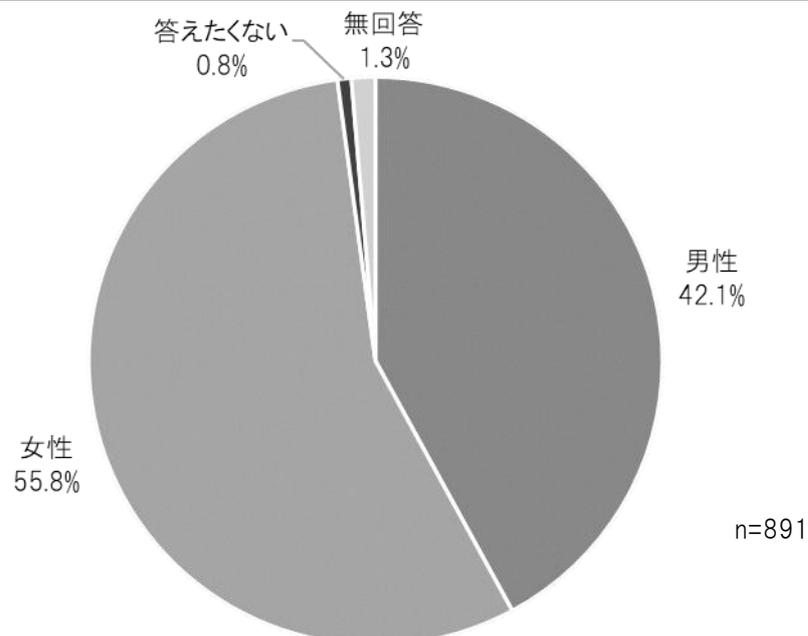
(1) 年齢

【問1】 あなたの年齢は、おいくつですか？(1つに○)



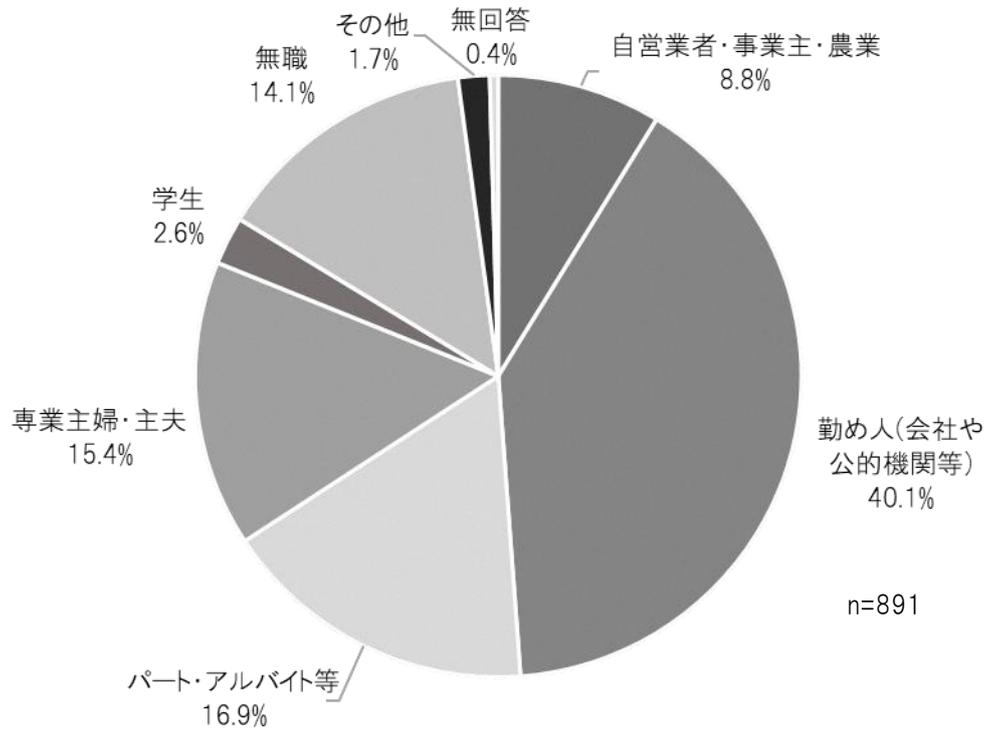
(2) 性別

【問2】 あなたの性別をお答えください。(1つに○)



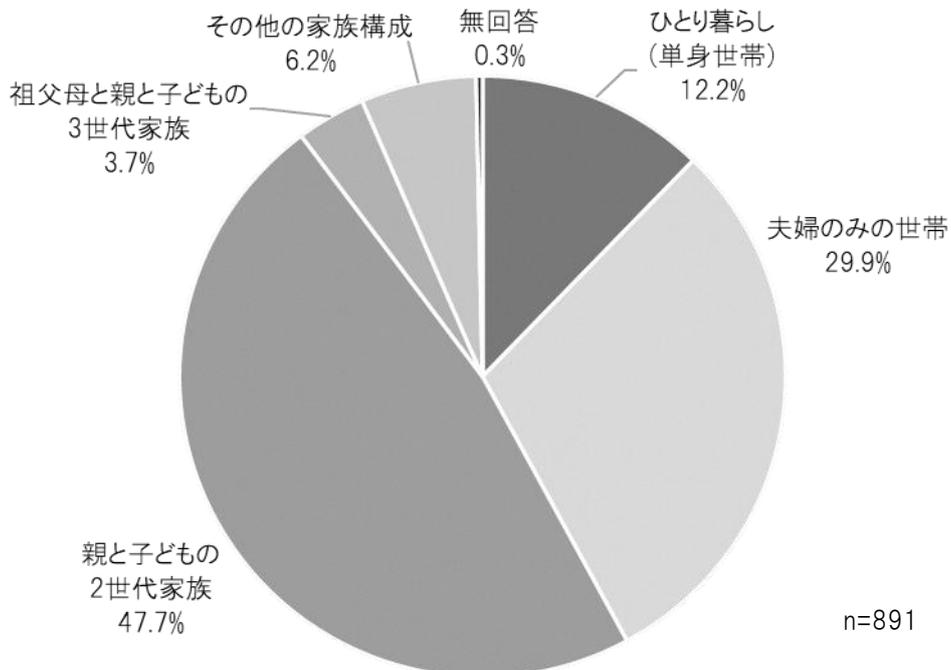
(3) 職業

【問3】 あなたの職業は何ですか？(1つに○)



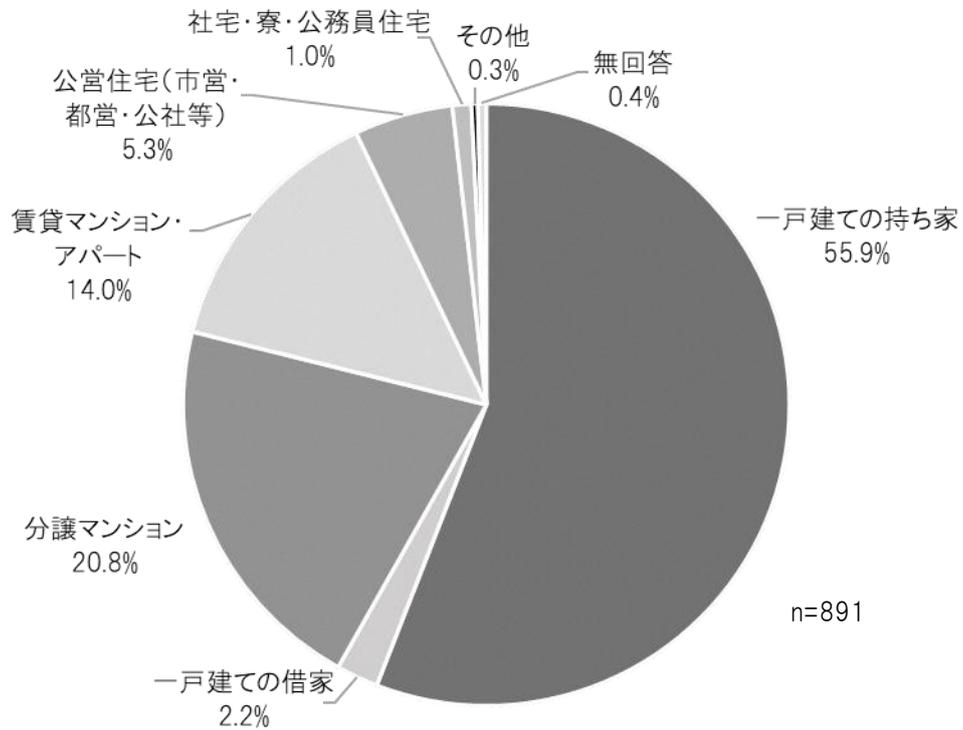
(4) 家族構成

【問4】 あなたを含めて同居している家族構成はどれですか？(1つに○)



(5) 居住形態

【問5】あなたのお住まいの形態はどれですか？(1つに○)



(6) 居住地区

【問6】あなたのお住まいはどちらですか？(1つに○)

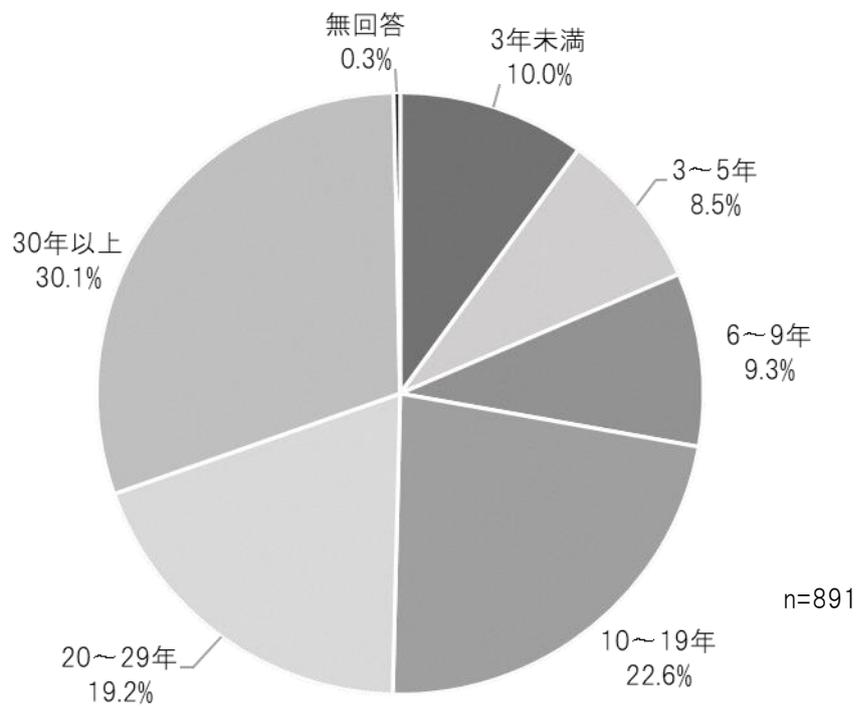
田無町	南町	西原町	緑町	谷戸町	北原町	向台町	芝久保町
55	44	25	19	62	30	67	80

新町	柳沢	東伏見	保谷町	富士町	中町	東町	泉町
37	39	25	54	45	31	41	40

住吉町	ひばりが丘	ひばりが丘北	栄町	北町	下保谷	無回答	合計891
31	55	15	27	31	35	3	

(7) 居住年数

【問7】 西東京市にお住まいになってどれくらいですか？(1つに○)



2. 日ごろの買い物や外食について

(1) 日ごろ買い物や外食で利用する場所

【問8】あなたが日ごろ買い物で利用する場所(サービスを利用する場所)や外食に出かける場所はどこですか？(1～8の項目ごとに、よく利用する場所2つまで○)

全体的に、「①生鮮食品、弁当・惣菜」と「②日用品・日用雑貨」は市内の店舗を利用する人の割合が高く、それら以外の項目では市外の店舗や宅配サービス・通信販売などを利用する人が多い。

年齢別に見ると、ほとんどの項目において30歳代と40歳代は、他の年代と比較して「宅配サービス・通信販売など」の割合が高くなっている。

①生鮮食品、弁当・惣菜

	サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他(市内)	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない(利用しない)	その他	無回答	
全体	891 100.0%	614 68.9%	86 9.7%	494 55.4%	14 1.6%	139 15.6%	102 11.4%	18 2.0%	7 0.8%	6 0.7%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	59 77.6%	7 9.2%	25 32.9%	2 2.6%	9 11.8%	4 5.3%	7 9.2%	2 2.6%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	81 77.1%	13 12.4%	61 58.1%	0 0.0%	16 15.2%	15 14.3%	2 1.9%	0 0.0%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	117 75.5%	10 6.5%	85 54.8%	2 1.3%	32 20.6%	24 15.5%	0 0.0%	1 0.6%	0 0.0%
	50歳代	180 100.0%	114 63.3%	14 7.8%	105 58.3%	6 3.3%	34 18.9%	19 10.6%	4 2.2%	1 0.6%	0 0.0%
	60歳代	222 100.0%	149 67.1%	28 12.6%	129 58.1%	4 1.8%	32 14.4%	23 10.4%	1 0.5%	2 0.9%	1 0.5%
	70歳代以上	150 100.0%	94 62.7%	14 9.3%	89 59.3%	0 0.0%	16 10.7%	17 11.3%	4 2.7%	1 0.7%	1 0.7%
	性別	男性	375 100.0%	259 69.1%	30 8.0%	216 57.6%	3 0.8%	63 16.8%	30 8.0%	10 2.7%	2 0.5%
女性		497 100.0%	344 69.2%	54 10.9%	269 54.1%	11 2.2%	74 14.9%	70 14.1%	7 1.4%	5 1.0%	1 0.2%
家族構成	ひとり暮らし(単身世帯)	109 100.0%	75 68.8%	5 4.6%	59 54.1%	2 1.8%	11 10.1%	9 8.3%	2 1.8%	0 0.0%	2 1.8%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	175 65.8%	35 13.2%	153 57.5%	5 1.9%	40 15.0%	30 11.3%	5 1.9%	2 0.8%	0 0.0%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	307 72.2%	40 9.4%	233 54.8%	6 1.4%	72 16.9%	56 13.2%	8 1.9%	2 0.5%	1 0.2%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	26 78.8%	4 12.1%	17 51.5%	0 0.0%	6 18.2%	3 9.1%	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%

②日用品・日用雑貨

		サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他(市内)	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない(利用しない)	その他	無回答
全体		891 100.0%	254 28.5%	35 3.9%	556 62.4%	130 14.6%	211 23.7%	148 16.6%	13 1.5%	7 0.8%	15 1.7%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	29 38.2%	3 3.9%	28 36.8%	11 14.5%	21 27.6%	14 18.4%	7 9.2%	0 0.0%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	36 34.3%	1 1.0%	58 55.2%	20 19.0%	32 30.5%	25 23.8%	1 1.0%	2 1.9%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	56 36.1%	6 3.9%	86 55.5%	32 20.6%	33 21.3%	32 20.6%	1 0.6%	1 0.6%	1 0.6%
	50歳代	180 100.0%	42 23.3%	6 3.3%	115 63.9%	31 17.2%	50 27.8%	33 18.3%	1 0.6%	2 1.1%	1 0.6%
	60歳代	222 100.0%	61 27.5%	10 4.5%	162 73.0%	19 8.6%	50 22.5%	30 13.5%	1 0.5%	2 0.9%	4 1.8%
	70歳代以上	150 100.0%	30 20.0%	9 6.0%	107 71.3%	17 11.3%	25 16.7%	14 9.3%	2 1.3%	0 0.0%	5 3.3%
	性別	男性	375 100.0%	109 29.1%	19 5.1%	241 64.3%	51 13.6%	94 25.1%	47 12.5%	10 2.7%	1 0.3%
女性		497 100.0%	143 28.8%	16 3.2%	305 61.4%	79 15.9%	110 22.1%	99 19.9%	3 0.6%	6 1.2%	9 1.8%
家族構成	ひとり暮らし(単身世帯)	109 100.0%	32 29.4%	4 3.7%	67 61.5%	16 14.7%	16 14.7%	14 12.8%	0 0.0%	3 2.8%	4 3.7%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	71 26.7%	14 5.3%	183 68.8%	28 10.5%	60 22.6%	41 15.4%	3 1.1%	2 0.8%	2 0.8%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	131 30.8%	13 3.1%	249 58.6%	77 18.1%	106 24.9%	78 18.4%	9 2.1%	2 0.5%	6 1.4%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	8 24.2%	2 6.1%	22 66.7%	2 6.1%	10 30.3%	8 24.2%	1 3.0%	0 0.0%	0 0.0%

③身の回り品(衣類、靴、靴等)

		サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他(市内)	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない(利用しない)	その他	無回答
全体		891 100.0%	27 3.0%	29 3.3%	290 32.5%	104 11.7%	511 57.4%	268 30.1%	24 2.7%	32 3.6%	19 2.1%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	6 7.9%	1 1.3%	10 13.2%	9 11.8%	57 75.0%	29 38.2%	5 6.6%	2 2.6%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	2 1.9%	2 1.9%	19 18.1%	10 9.5%	70 66.7%	46 43.8%	3 2.9%	2 1.9%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	4 2.6%	5 3.2%	32 20.6%	18 11.6%	100 64.5%	66 42.6%	1 0.6%	6 3.9%	1 0.6%
	50歳代	180 100.0%	3 1.7%	2 1.1%	60 33.3%	25 13.9%	109 60.6%	58 32.2%	3 1.7%	7 3.9%	2 1.1%
	60歳代	222 100.0%	5 2.3%	9 4.1%	94 42.3%	27 12.2%	113 50.9%	52 23.4%	6 2.7%	11 5.0%	4 1.8%
	70歳代以上	150 100.0%	7 4.7%	10 6.7%	75 50.0%	15 10.0%	62 41.3%	17 11.3%	6 4.0%	4 2.7%	8 5.3%
	性別	男性	375 100.0%	13 3.5%	16 4.3%	133 35.5%	52 13.9%	211 56.3%	97 25.9%	12 3.2%	14 3.7%
女性		497 100.0%	14 2.8%	13 2.6%	153 30.8%	50 10.1%	293 59.0%	166 33.4%	12 2.4%	18 3.6%	10 2.0%
家族構成	ひとり暮らし(単身世帯)	109 100.0%	5 4.6%	5 4.6%	33 30.3%	20 18.3%	45 41.3%	27 24.8%	4 3.7%	2 1.8%	5 4.6%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	5 1.9%	11 4.1%	105 39.5%	25 9.4%	149 56.0%	68 25.6%	9 3.4%	10 3.8%	4 1.5%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	14 3.3%	10 2.4%	122 28.7%	49 11.5%	266 62.6%	149 35.1%	9 2.1%	14 3.3%	6 1.4%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	1 3.0%	0 0.0%	13 39.4%	3 9.1%	20 60.6%	14 42.4%	1 3.0%	2 6.1%	0 0.0%

④耐久消費財（家具、家電等）

		サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他（市内）	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない（利用しない）	その他	無回答
全体		891 100.0%	6 0.7%	21 2.4%	153 17.2%	194 21.8%	468 52.5%	262 29.4%	79 8.9%	46 5.2%	19 2.1%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	2 2.6%	0 0.0%	7 9.2%	16 21.1%	35 46.1%	21 27.6%	19 25.0%	2 2.6%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	0 0.0%	1 1.0%	10 9.5%	16 15.2%	62 59.0%	52 49.5%	8 7.6%	3 2.9%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	0 0.0%	2 1.3%	17 11.0%	28 18.1%	101 65.2%	62 40.0%	11 7.1%	8 5.2%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	2 1.1%	2 1.1%	33 18.3%	43 23.9%	97 53.9%	60 33.3%	11 6.1%	12 6.7%	0 0.0%
	60歳代	222 100.0%	1 0.5%	7 3.2%	56 25.2%	56 25.2%	110 49.5%	50 22.5%	14 6.3%	11 5.0%	5 2.3%
	70歳代以上	150 100.0%	1 0.7%	9 6.0%	30 20.0%	35 23.3%	63 42.0%	17 11.3%	16 10.7%	10 6.7%	8 5.3%
	性別	男性	375 100.0%	4 1.1%	8 2.1%	64 17.1%	87 23.2%	217 57.9%	108 28.8%	28 7.5%	17 4.5%
女性		497 100.0%	2 0.4%	13 2.6%	85 17.1%	105 21.1%	242 48.7%	150 30.2%	49 9.9%	28 5.6%	10 2.0%
家族構成	ひとり暮らし（単身世帯）	109 100.0%	2 1.8%	3 2.8%	18 16.5%	28 25.7%	37 33.9%	26 23.9%	14 12.8%	4 3.7%	6 5.5%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	0 0.0%	6 2.3%	54 20.3%	57 21.4%	137 51.5%	76 28.6%	22 8.3%	12 4.5%	5 1.9%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	3 0.7%	10 2.4%	65 15.3%	91 21.4%	249 58.6%	136 32.0%	35 8.2%	25 5.9%	4 0.9%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 18.2%	5 15.2%	19 57.6%	13 39.4%	2 6.1%	2 6.1%	0 0.0%

⑤趣味・娯楽用品（書籍、玩具等）

		サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他（市内）	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない（利用しない）	その他	無回答
全体		891 100.0%	23 2.6%	65 7.3%	188 21.1%	144 16.2%	386 43.3%	317 35.6%	79 8.9%	42 4.7%	21 2.4%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	3 3.9%	4 5.3%	12 15.8%	13 17.1%	41 53.9%	31 40.8%	5 6.6%	2 2.6%	0 0.0%
	30歳代	105 100.0%	2 1.9%	6 5.7%	16 15.2%	19 18.1%	54 51.4%	60 57.1%	2 1.9%	4 3.8%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	3 1.9%	7 4.5%	34 21.9%	21 13.5%	74 47.7%	75 48.4%	9 5.8%	7 4.5%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	5 2.8%	6 3.3%	41 22.8%	26 14.4%	80 44.4%	76 42.2%	18 10.0%	10 5.6%	1 0.6%
	60歳代	222 100.0%	6 2.7%	18 8.1%	59 26.6%	43 19.4%	86 38.7%	57 25.7%	22 9.9%	14 6.3%	5 2.3%
	70歳代以上	150 100.0%	4 2.7%	24 16.0%	26 17.3%	22 14.7%	51 34.0%	18 12.0%	23 15.3%	5 3.3%	10 6.7%
	性別	男性	375 100.0%	13 3.5%	29 7.7%	67 17.9%	72 19.2%	164 43.7%	139 37.1%	31 8.3%	21 5.6%
女性		497 100.0%	10 2.0%	34 6.8%	120 24.1%	68 13.7%	215 43.3%	171 34.4%	47 9.5%	21 4.2%	14 2.8%
家族構成	ひとり暮らし（単身世帯）	109 100.0%	6 5.5%	8 7.3%	19 17.4%	22 20.2%	37 33.9%	26 23.9%	11 10.1%	6 5.5%	7 6.4%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	5 1.9%	25 9.4%	57 21.4%	38 14.3%	113 42.5%	88 33.1%	27 10.2%	11 4.1%	7 2.6%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	9 2.1%	24 5.6%	91 21.4%	75 17.6%	199 46.8%	177 41.6%	32 7.5%	18 4.2%	3 0.7%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	1 3.0%	2 6.1%	11 33.3%	3 9.1%	16 48.5%	12 36.4%	1 3.0%	2 6.1%	0 0.0%

⑥理容・美容

		サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他(市内)	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない(利用しない)	その他	無回答
全体		891 100.0%	10 1.1%	294 33.0%	43 4.8%	206 23.1%	288 32.3%	48 5.4%	57 6.4%	59 6.6%	17 1.9%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	2 2.6%	16 21.1%	5 6.6%	15 19.7%	41 53.9%	7 9.2%	7 9.2%	1 1.3%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	0 0.0%	17 16.2%	6 5.7%	24 22.9%	52 49.5%	13 12.4%	5 4.8%	8 7.6%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	2 1.3%	51 32.9%	12 7.7%	35 22.6%	57 36.8%	11 7.1%	6 3.9%	8 5.2%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	2 1.1%	53 29.4%	5 2.8%	46 25.6%	64 35.6%	10 5.6%	11 6.1%	18 10.0%	1 0.6%
	60歳代	222 100.0%	3 1.4%	85 38.3%	10 4.5%	57 25.7%	55 24.8%	6 2.7%	11 5.0%	14 6.3%	3 1.4%
	70歳代以上	150 100.0%	1 0.7%	72 48.0%	5 3.3%	29 19.3%	19 12.7%	1 0.7%	17 11.3%	10 6.7%	7 4.7%
	性別	男性	375 100.0%	6 1.6%	130 34.7%	20 5.3%	82 21.9%	98 26.1%	17 4.5%	36 9.6%	29 7.7%
	女性	497 100.0%	4 0.8%	160 32.2%	22 4.4%	120 24.1%	184 37.0%	30 6.0%	20 4.0%	29 5.8%	7 1.4%
家族構成	ひとり暮らし(単身世帯)	109 100.0%	0 0.0%	30 27.5%	7 6.4%	29 26.6%	35 32.1%	5 4.6%	1 0.9%	5 4.6%	7 6.4%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	3 1.1%	101 38.0%	9 3.4%	59 22.2%	67 25.2%	11 4.1%	20 7.5%	24 9.0%	3 1.1%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	5 1.2%	126 29.6%	22 5.2%	105 24.7%	153 36.0%	31 7.3%	29 6.8%	30 7.1%	3 0.7%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	1 3.0%	13 39.4%	2 6.1%	5 15.2%	14 42.4%	0 0.0%	3 9.1%	0 0.0%	0 0.0%

⑦外食

		サンプル数	市内の食品スーパー・コンビニ	市内の商店街等の個人商店	市内の総合スーパー	その他(市内)	市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない(利用しない)	その他	無回答
全体		891 100.0%	28 3.1%	190 21.3%	55 6.2%	283 31.8%	448 50.3%	25 2.8%	154 17.3%	68 7.6%	21 2.4%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	6 7.9%	12 15.8%	4 5.3%	24 31.6%	49 64.5%	4 5.3%	6 7.9%	3 3.9%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	10 9.5%	28 26.7%	11 10.5%	37 35.2%	51 48.6%	6 5.7%	17 16.2%	4 3.8%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	3 1.9%	28 18.1%	9 5.8%	64 41.3%	95 61.3%	3 1.9%	16 10.3%	9 5.8%	3 1.9%
	50歳代	180 100.0%	3 1.7%	33 18.3%	10 5.6%	63 35.0%	100 55.6%	5 2.8%	28 15.6%	23 12.8%	1 0.6%
	60歳代	222 100.0%	3 1.4%	52 23.4%	11 5.0%	70 31.5%	92 41.4%	6 2.7%	51 23.0%	19 8.6%	4 1.8%
	70歳代以上	150 100.0%	3 2.0%	37 24.7%	10 6.7%	25 16.7%	61 40.7%	1 0.7%	36 24.0%	10 6.7%	9 6.0%
	性別	男性	375 100.0%	13 3.5%	76 20.3%	24 6.4%	120 32.0%	192 51.2%	12 3.2%	62 16.5%	27 7.2%
	女性	497 100.0%	15 3.0%	113 22.7%	30 6.0%	158 31.8%	247 49.7%	13 2.6%	89 17.9%	40 8.0%	11 2.2%
家族構成	ひとり暮らし(単身世帯)	109 100.0%	3 2.8%	21 19.3%	8 7.3%	41 37.6%	41 37.6%	1 0.9%	25 22.9%	3 2.8%	7 6.4%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	5 1.9%	70 26.3%	11 4.1%	73 27.4%	132 49.6%	4 1.5%	45 16.9%	28 10.5%	4 1.5%
	親と子どもの2世代家族	425 100.0%	17 4.0%	79 18.6%	28 6.6%	152 35.8%	226 53.2%	15 3.5%	68 16.0%	28 6.6%	6 1.4%
	祖父母と親と子どもの3世代家族	33 100.0%	0 0.0%	8 24.2%	3 9.1%	7 21.2%	22 66.7%	2 6.1%	4 12.1%	4 12.1%	0 0.0%

⑧趣味・娯楽サービス（スポーツジム・カラオケ等）

		サンプル 数	市内の食 品スー パー・コン ビニ	市内の商 店街等の 個人商店	市内の総 合スー パー	その他 (市内)	市外の商 店・商業 施設	宅配サー ビス・通 信販売な ど	ほとんど 買わない (利用しな い)	その他	無回答
全体		891 100.0%	3 0.3%	28 3.1%	12 1.3%	200 22.4%	209 23.5%	14 1.6%	438 49.2%	68 7.6%	25 2.8%
年 齢	20歳代以下	76 100.0%	0 0.0%	2 2.6%	1 1.3%	19 25.0%	43 56.6%	0 0.0%	19 25.0%	4 5.3%	0 0.0%
	30歳代	105 100.0%	1 1.0%	3 2.9%	0 0.0%	19 18.1%	28 26.7%	0 0.0%	62 59.0%	5 4.8%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	0 0.0%	7 4.5%	4 2.6%	36 23.2%	51 32.9%	1 0.6%	70 45.2%	9 5.8%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	0 0.0%	5 2.8%	1 0.6%	38 21.1%	37 20.6%	6 3.3%	92 51.1%	19 10.6%	1 0.6%
	60歳代	222 100.0%	2 0.9%	5 2.3%	1 0.5%	53 23.9%	36 16.2%	5 2.3%	117 52.7%	17 7.7%	7 3.2%
	70歳代以上	150 100.0%	0 0.0%	6 4.0%	5 3.3%	35 23.3%	14 9.3%	2 1.3%	78 52.0%	14 9.3%	12 8.0%
	性 別	男性	375 100.0%	2 0.5%	13 3.5%	9 2.4%	87 23.2%	95 25.3%	8 2.1%	168 44.8%	31 8.3%
女性		497 100.0%	1 0.2%	15 3.0%	3 0.6%	109 21.9%	109 21.9%	6 1.2%	264 53.1%	34 6.8%	12 2.4%
家 族 構 成	ひとり暮らし(単身世帯)	109 100.0%	1 0.9%	1 0.9%	2 1.8%	30 27.5%	15 13.8%	2 1.8%	52 47.7%	4 3.7%	7 6.4%
	夫婦のみの世帯	266 100.0%	1 0.4%	9 3.4%	5 1.9%	62 23.3%	53 19.9%	2 0.8%	131 49.2%	28 10.5%	8 3.0%
	親と子どもの2世代 家族	425 100.0%	1 0.2%	13 3.1%	5 1.2%	92 21.6%	119 28.0%	7 1.6%	210 49.4%	28 6.6%	5 1.2%
	祖父母と親と子ども の3世代家族	33 100.0%	0 0.0%	3 9.1%	0 0.0%	6 18.2%	13 39.4%	2 6.1%	11 33.3%	5 15.2%	1 3.0%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(2)お店を選ぶ際に重視すること

【問9】あなたがそれぞれの物品・サービスについて、お店を選ぶ際に重視することは何ですか？
(1～8の項目ごとに、重視すること3つまで〇)

全体的に、どの項目においても「価格」の割合が高くなっている。また、「⑥理容・美容」、「⑦外食」については、「接客態度」を重視する人が多くなっている。

性別で見ると、男性は女性と比較して「価格」の割合が高くなっている。

①生鮮食品、弁当・惣菜

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答
全体	891 100.0%	582 65.3%	445 49.9%	629 70.6%	28 3.1%	74 8.3%	383 43.0%	146 16.4%	4 0.4%	39 4.4%	8 0.9%	5 0.6%	7 0.8%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	42 55.3%	40 52.6%	59 77.6%	0 0.0%	15 19.7%	28 36.8%	2 2.6%	1 1.3%	1 0.0%	0 0.0%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	67 63.8%	55 52.4%	84 80.0%	2 1.9%	9 8.6%	67 63.8%	13 12.4%	0 0.0%	3 2.9%	0 0.0%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	107 69.0%	84 54.2%	120 77.4%	3 1.9%	7 4.5%	77 49.7%	31 20.0%	0 0.0%	4 2.6%	0 0.0%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	117 65.0%	102 56.7%	134 74.4%	5 2.8%	20 11.1%	61 33.9%	30 16.7%	0 0.0%	7 3.9%	3 1.7%	0 0.0%
	60歳代	222 100.0%	148 66.7%	104 46.8%	152 68.5%	9 4.1%	16 7.2%	92 41.4%	41 18.5%	1 0.5%	11 5.0%	3 1.4%	0 0.0%
	70歳代以上	150 100.0%	101 67.3%	60 40.0%	80 53.3%	9 6.0%	7 4.7%	58 38.7%	29 19.3%	2 1.3%	13 8.7%	2 1.3%	3 2.0%
	性別	375 100.0%	235 62.7%	181 48.3%	276 73.6%	15 4.0%	30 8.0%	147 39.2%	75 20.0%	1 0.3%	14 3.7%	1 0.3%	2 0.5%
女性	497 100.0%	337 67.8%	258 51.9%	343 69.0%	13 2.6%	44 8.9%	230 46.3%	70 14.1%	3 0.6%	25 5.0%	7 1.4%	3 0.6%	

②日用品・日用雑貨

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答
全体	891 100.0%	608 68.2%	287 32.2%	629 70.6%	27 3.0%	50 5.6%	320 35.9%	154 17.3%	5 0.6%	33 3.7%	11 1.2%	6 0.7%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	47 61.8%	45 59.2%	57 75.0%	1 1.3%	8 10.5%	18 23.7%	0 0.0%	1 1.3%	2 2.6%	0 0.0%	
	30歳代	105 100.0%	75 71.4%	38 36.2%	87 82.9%	3 2.9%	6 5.7%	52 49.5%	17 16.2%	1 1.0%	3 2.9%	2 1.9%	
	40歳代	155 100.0%	123 79.4%	49 31.6%	122 78.7%	4 2.6%	9 5.8%	60 38.7%	29 18.7%	0 0.0%	3 1.9%	0 0.0%	
	50歳代	180 100.0%	121 67.2%	60 33.3%	133 73.9%	2 1.1%	11 6.1%	66 36.7%	38 21.1%	0 0.0%	9 5.0%	3 1.7%	
	60歳代	222 100.0%	153 68.9%	59 26.6%	150 67.6%	7 3.2%	13 5.9%	73 32.9%	43 19.4%	2 0.9%	7 3.2%	3 1.4%	
	70歳代以上	150 100.0%	89 59.3%	36 24.0%	80 53.3%	10 6.7%	3 2.0%	51 34.0%	27 18.0%	1 0.7%	9 6.0%	3 2.0%	
	性別	375 100.0%	255 68.0%	122 32.5%	275 73.3%	14 3.7%	18 4.8%	121 32.3%	76 20.3%	4 1.1%	14 3.7%	2 0.5%	
女性	497 100.0%	342 68.8%	158 31.8%	345 69.4%	13 2.6%	31 6.2%	194 39.0%	77 15.5%	1 0.2%	19 3.8%	9 1.8%		

③身の回り品（衣類、鞆、靴等）

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答	
全体	891 100.0%	561 63.0%	439 49.3%	554 62.2%	80 9.0%	27 3.0%	190 21.3%	98 11.0%	12 1.3%	101 11.3%	5 0.6%	24 2.7%	22 2.5%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	46 60.5%	53 69.7%	51 67.1%	2 2.6%	3 3.9%	12 15.8%	0 0.0%	2 2.6%	5 6.6%	1 1.3%	1 1.3%	2 2.6%
	30歳代	105 100.0%	68 64.8%	67 63.8%	71 67.6%	11 10.5%	7 6.7%	29 27.6%	8 7.6%	2 1.9%	14 13.3%	0 0.0%	1 1.0%	1 1.0%
	40歳代	155 100.0%	99 63.9%	81 52.3%	110 71.0%	8 5.2%	5 3.2%	27 17.4%	18 11.6%	1 0.6%	21 13.5%	0 0.0%	4 2.6%	1 0.6%
	50歳代	180 100.0%	124 68.9%	87 48.3%	124 68.9%	15 8.3%	3 1.7%	38 21.1%	20 11.1%	3 1.7%	18 10.0%	1 0.6%	7 3.9%	2 1.1%
	60歳代	222 100.0%	140 63.1%	98 44.1%	130 58.6%	23 10.4%	7 3.2%	50 22.5%	34 15.3%	3 1.4%	26 11.7%	1 0.5%	5 2.3%	5 2.3%
	70歳代以上	150 100.0%	84 56.0%	53 35.3%	68 45.3%	21 14.0%	2 1.3%	34 22.7%	18 12.0%	1 0.7%	17 11.3%	2 1.3%	6 4.0%	8 5.3%
	性別	男性	375 100.0%	230 61.3%	185 49.3%	240 64.0%	30 8.0%	15 4.0%	83 22.1%	60 16.0%	2 0.5%	33 8.8%	1 0.3%	11 2.9%
女性		497 100.0%	321 64.6%	245 49.3%	305 61.4%	49 9.9%	12 2.4%	106 21.3%	37 7.4%	9 1.8%	68 13.7%	4 0.8%	12 2.4%	11 2.2%

④耐久消費財（家具、家電等）

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答	
全体	891 100.0%	471 52.9%	448 50.3%	563 63.2%	84 9.4%	15 1.7%	123 13.8%	146 16.4%	138 15.5%	60 6.7%	9 1.0%	27 3.0%	22 2.5%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	33 43.4%	55 72.4%	48 63.2%	6 7.9%	2 2.6%	9 11.8%	4 5.3%	5 6.6%	2 2.6%	0 0.0%	3 3.9%	2 2.6%
	30歳代	105 100.0%	56 53.3%	71 67.6%	83 79.0%	10 9.5%	3 2.9%	19 18.1%	14 13.3%	16 15.2%	5 4.8%	1 1.0%	2 1.9%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	83 53.5%	91 58.7%	115 74.2%	12 7.7%	0 0.0%	17 11.0%	25 16.1%	26 16.8%	11 7.1%	0 0.0%	2 1.3%	1 0.6%
	50歳代	180 100.0%	108 60.0%	87 48.3%	122 67.8%	10 5.6%	3 1.7%	23 12.8%	33 18.3%	29 16.1%	11 6.1%	1 0.6%	7 3.9%	2 1.1%
	60歳代	222 100.0%	122 55.0%	92 41.4%	136 61.3%	27 12.2%	5 2.3%	30 13.5%	45 20.3%	37 16.7%	15 6.8%	5 2.3%	6 2.7%	3 1.4%
	70歳代以上	150 100.0%	69 46.0%	52 34.7%	59 39.3%	19 12.7%	2 1.3%	25 16.7%	25 16.7%	25 16.7%	16 10.7%	2 1.3%	7 4.7%	11 7.3%
	性別	男性	375 100.0%	204 54.4%	176 46.9%	244 65.1%	28 7.5%	7 1.9%	63 16.8%	77 20.5%	46 12.3%	25 6.7%	2 0.5%	10 2.7%
女性		497 100.0%	261 52.5%	263 52.9%	309 62.2%	54 10.9%	8 1.6%	60 12.1%	67 13.5%	90 18.1%	34 6.8%	7 1.4%	16 3.2%	13 2.6%

⑤趣味・娯楽用品（書籍、玩具等）

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答	
全体	891 100.0%	622 69.8%	272 30.5%	335 37.6%	43 4.8%	53 5.9%	230 25.8%	81 9.1%	16 1.8%	67 7.5%	6 0.7%	45 5.1%	39 4.4%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	55 72.4%	43 56.6%	39 51.3%	1 1.3%	7 9.2%	17 22.4%	0 0.0%	3 3.9%	1 1.3%	1 1.3%	1 1.3%	
	30歳代	105 100.0%	79 75.2%	50 47.6%	61 58.1%	8 7.6%	7 6.7%	28 26.7%	10 9.5%	3 2.9%	6 5.7%	0 0.0%	4 3.8%	1 1.0%
	40歳代	155 100.0%	116 74.8%	48 31.0%	75 48.4%	5 3.2%	9 5.8%	37 23.9%	15 9.7%	4 2.6%	11 7.1%	1 0.6%	4 2.6%	1 0.6%
	50歳代	180 100.0%	135 75.0%	56 31.1%	66 36.7%	2 1.1%	13 7.2%	44 24.4%	15 8.3%	4 2.2%	17 9.4%	1 0.6%	11 6.1%	6 3.3%
	60歳代	222 100.0%	151 68.0%	48 21.6%	66 29.7%	13 5.9%	14 6.3%	61 27.5%	29 13.1%	3 1.4%	17 7.7%	3 1.4%	12 5.4%	7 3.2%
	70歳代以上	150 100.0%	86 57.3%	27 18.0%	28 18.7%	14 9.3%	3 2.0%	43 28.7%	12 8.0%	2 1.3%	13 8.7%	0 0.0%	13 8.7%	20 13.3%
	性別	男性	375 100.0%	243 64.8%	113 30.1%	150 40.0%	22 5.9%	28 7.5%	109 29.1%	44 11.7%	4 1.1%	31 8.3%	3 0.8%	12 3.2%
女性		497 100.0%	368 74.0%	150 30.2%	178 35.8%	21 4.2%	24 4.8%	119 23.9%	37 7.4%	12 2.4%	35 7.0%	3 0.6%	31 6.2%	21 4.2%

⑥理容・美容

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答	
全体	891 100.0%	50 5.6%	442 49.6%	379 42.5%	435 48.8%	81 9.1%	270 30.3%	34 3.8%	14 1.6%	106 11.9%	4 0.4%	49 5.5%	21 2.4%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	7 9.2%	52 68.4%	42 55.3%	31 40.8%	8 10.5%	24 31.6%	1 1.3%	1 1.3%	7 9.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	7 6.7%	72 68.6%	49 46.7%	62 59.0%	12 11.4%	33 31.4%	3 2.9%	2 1.9%	17 16.2%	0 0.0%	3 2.9%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	15 9.7%	93 60.0%	81 52.3%	72 46.5%	13 8.4%	52 33.5%	3 1.9%	3 1.9%	14 9.0%	0 0.0%	6 3.9%	1 0.6%
	50歳代	180 100.0%	12 6.7%	95 52.8%	75 41.7%	93 51.7%	21 11.7%	56 31.1%	8 4.4%	6 3.3%	26 14.4%	1 0.6%	7 3.9%	1 0.6%
	60歳代	222 100.0%	6 2.7%	93 41.9%	92 41.4%	104 46.8%	18 8.1%	63 28.4%	14 6.3%	1 0.5%	27 12.2%	0 0.0%	12 5.4%	3 1.4%
	70歳代以上	150 100.0%	3 2.0%	37 24.7%	40 26.7%	73 48.7%	9 6.0%	42 28.0%	5 3.3%	1 0.7%	15 10.0%	3 2.0%	21 14.0%	12 8.0%
	性別	375 100.0%	21 5.6%	152 40.5%	178 47.5%	153 40.8%	37 9.9%	133 35.5%	22 5.9%	2 0.5%	34 9.1%	0 0.0%	23 6.1%	8 2.1%
女性	497 100.0%	27 5.4%	280 56.3%	196 39.4%	277 55.7%	42 8.5%	133 26.8%	12 2.4%	12 2.4%	72 14.5%	4 0.8%	24 4.8%	9 1.8%	

⑦外食

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答	
全体	891 100.0%	145 16.3%	498 55.9%	412 46.2%	252 28.3%	90 10.1%	221 24.8%	161 18.1%	1 0.1%	178 20.0%	16 1.8%	53 5.9%	31 3.5%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	16 21.1%	47 61.8%	53 69.7%	13 17.1%	15 19.7%	19 25.0%	6 7.9%	0 0.0%	15 19.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.3%
	30歳代	105 100.0%	19 18.1%	70 66.7%	71 67.6%	35 33.3%	14 13.3%	31 29.5%	24 22.9%	0 0.0%	15 14.3%	1 1.0%	1 1.0%	0 0.0%
	40歳代	155 100.0%	23 14.8%	103 66.5%	87 56.1%	42 27.1%	14 9.0%	44 28.4%	32 20.6%	0 0.0%	26 16.8%	3 1.9%	5 3.2%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	40 22.2%	115 63.9%	78 43.3%	56 31.1%	16 8.9%	41 22.8%	35 19.4%	0 0.0%	43 23.9%	3 1.7%	11 6.1%	0 0.0%
	60歳代	222 100.0%	31 14.0%	110 49.5%	83 37.4%	64 28.8%	22 9.9%	48 21.6%	44 19.8%	0 0.0%	45 20.3%	4 1.8%	21 9.5%	7 3.2%
	70歳代以上	150 100.0%	16 10.7%	53 35.3%	40 26.7%	42 28.0%	9 6.0%	38 25.3%	20 13.3%	1 0.7%	34 22.7%	5 3.3%	15 10.0%	18 12.0%
	性別	375 100.0%	74 19.7%	201 53.6%	183 48.8%	100 26.7%	40 10.7%	94 25.1%	82 21.9%	1 0.3%	67 17.9%	4 1.1%	16 4.3%	11 2.9%
女性	497 100.0%	69 13.9%	286 57.5%	225 45.3%	149 30.0%	47 9.5%	123 24.7%	75 15.1%	0 0.0%	111 22.3%	12 2.4%	35 7.0%	16 3.2%	

⑧趣味・娯楽サービス（スポーツジム・カラオケ等）

	サンプル数	商品の品揃え	商品・サービスの質	価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他	無回答	
全体	891 100.0%	52 5.8%	243 27.3%	289 32.4%	161 18.1%	126 14.1%	322 36.1%	102 11.4%	4 0.4%	113 12.7%	17 1.9%	164 18.4%	56 6.3%	
年齢	20歳代以下	76 100.0%	8 10.5%	36 47.4%	44 57.9%	11 14.5%	23 30.3%	28 36.8%	1 1.3%	1 1.3%	11 14.5%	0 0.0%	2 2.6%	0 0.0%
	30歳代	105 100.0%	5 4.8%	41 39.0%	46 43.8%	22 21.0%	16 15.2%	47 44.8%	17 16.2%	0 0.0%	16 15.2%	1 1.0%	10 9.5%	2 1.9%
	40歳代	155 100.0%	14 9.0%	55 35.5%	71 45.8%	21 13.5%	26 16.8%	62 40.0%	21 13.5%	0 0.0%	12 7.7%	1 0.6%	20 12.9%	7 4.5%
	50歳代	180 100.0%	10 5.6%	47 26.1%	64 35.6%	36 20.0%	26 14.4%	73 40.6%	16 8.9%	1 0.6%	26 14.4%	3 1.7%	33 18.3%	4 2.2%
	60歳代	222 100.0%	10 4.5%	44 19.8%	49 22.1%	43 19.4%	26 11.7%	78 35.1%	32 14.4%	2 0.9%	28 12.6%	4 1.8%	56 25.2%	13 5.9%
	70歳代以上	150 100.0%	5 3.3%	20 13.3%	15 10.0%	28 18.7%	9 6.0%	34 22.7%	15 10.0%	0 0.0%	20 13.3%	8 5.3%	43 28.7%	27 18.0%
	性別	375 100.0%	28 7.5%	106 28.3%	125 33.3%	57 15.2%	53 14.1%	137 36.5%	57 15.2%	3 0.8%	43 11.5%	3 0.8%	64 17.1%	24 6.4%
女性	497 100.0%	22 4.4%	131 26.4%	155 31.2%	100 20.1%	70 14.1%	182 36.6%	43 8.7%	1 0.2%	69 13.9%	14 2.8%	99 19.9%	29 5.8%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

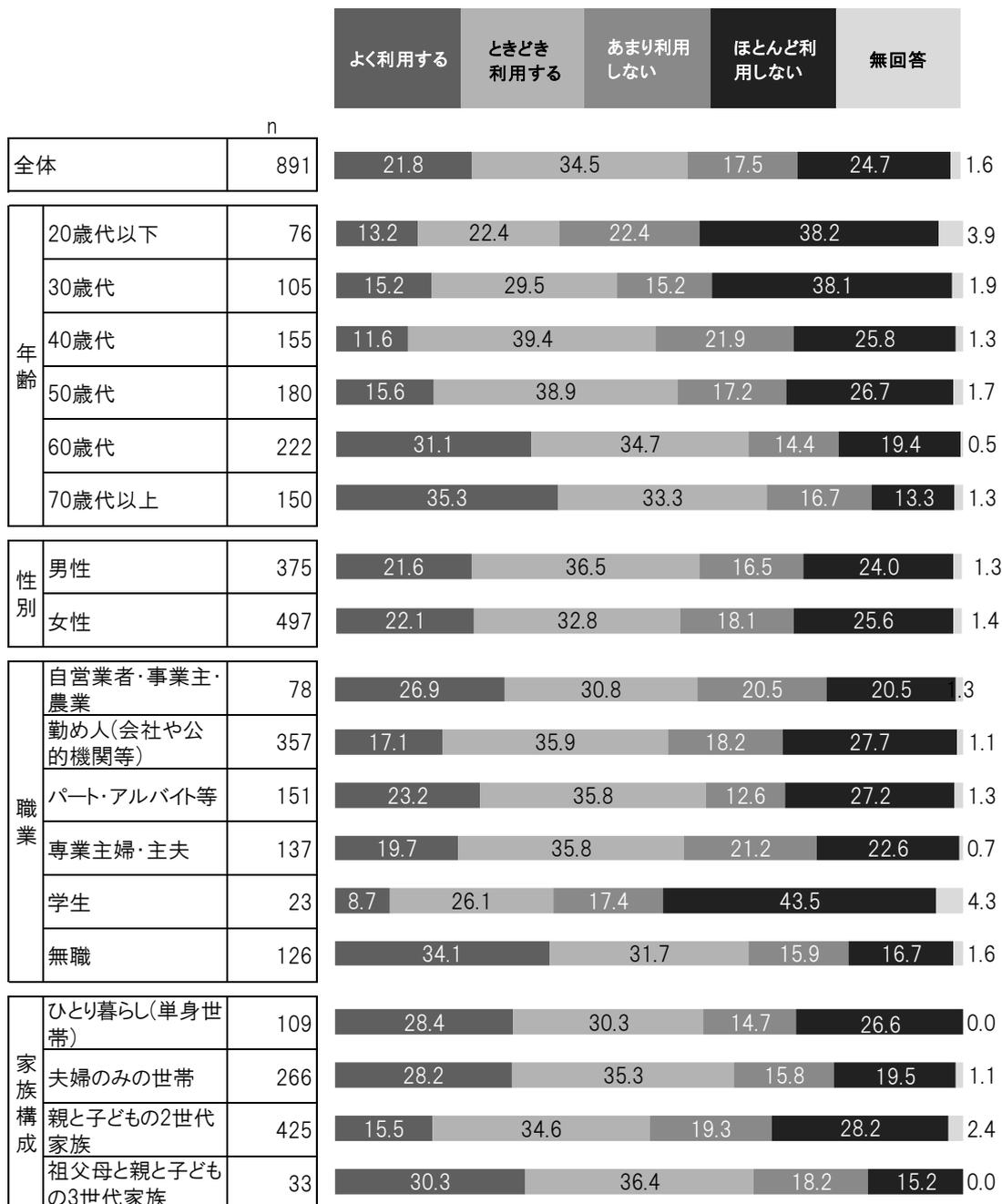
3. 市内の商店街等について

(1) 市内の商店街の利用状況

【問 10】あなたは、市内の商店街を利用しますか？(1つに○)

市内の商店街の利用状況については、「ときどき利用する」が34.5%で最も多く、次いで、「ほとんど利用しない」が24.7%、「よく利用する」が21.8%となっている。

年齢別に見ると、60歳代以上は50歳代以下と比較して「よく利用する」の割合が高くなっている。職業別に見ると、「ほとんど利用しない」の割合が最も高いのは、学生の43.5%となっている。

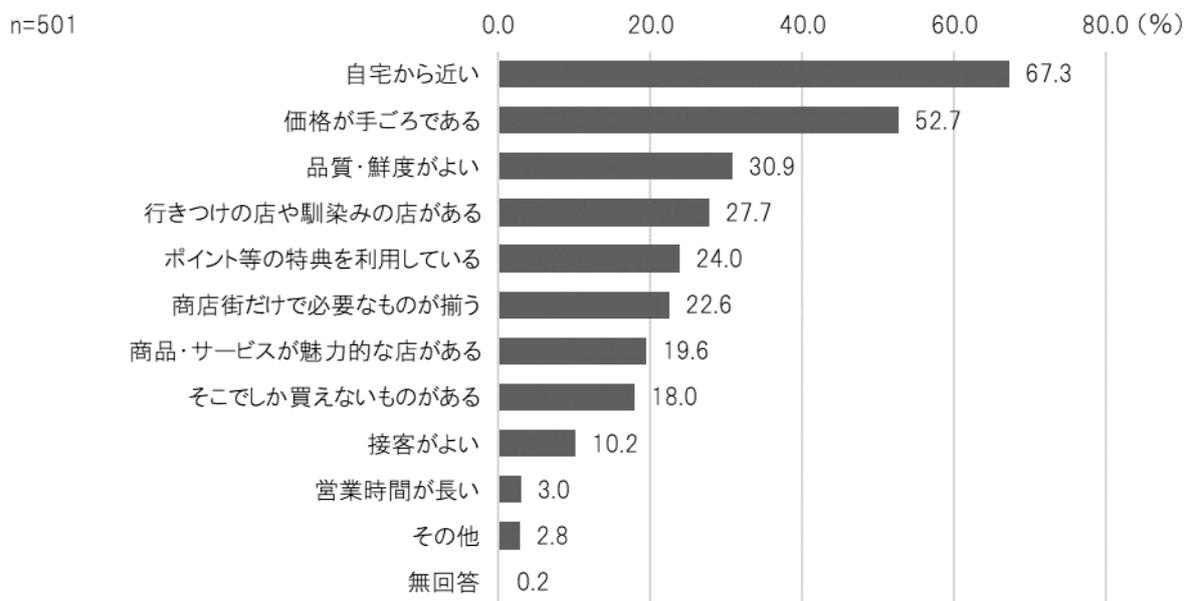


(2) 商店街を利用する理由

【問 11】 問 10 で(1)または(2)を選択した方にお伺いします。あなたが商店街を利用する理由は何ですか？(あてはまるものすべてに○)

商店街を利用する理由については、「自宅から近い」が67.3%で最も多く、次いで、「価格が手ごろである」が52.7%、「品質・鮮度がよい」が30.9%となっている。

年齢別に見ると、20歳代以下では「自宅から近い」、「価格が手ごろである」に次いで、「商店街だけで必要なものが揃う」の割合が高くなっている。



<年齢別・性別>

	サンプル数	価格が手ごろである	品質・鮮度がよい	商店街だけで必要なものが揃う	商品・サービスが魅力的な店がある	そこでしか買えないものがある	行きつけの店や馴染みの店がある	接客がよい	営業時間が長い	自宅から近い	ポイント等の特典を利用している	その他	無回答		
全体	501	264 52.7%	155 30.9%	113 22.6%	98 19.6%	90 18.0%	139 27.7%	51 10.2%	15 3.0%	337 67.3%	120 24.0%	14 2.8%	1 0.2%		
年齢	20歳代以下	27 100.0%	12 44.4%	5 18.5%	8 29.6%	3 11.1%	2 7.4%	7 25.9%	2 7.4%	1 3.7%	22 81.5%	7 25.9%	0 0.0%	0 0.0%	
	30歳代	47 100.0%	25 53.2%	14 29.8%	7 14.9%	9 19.1%	8 17.0%	6 12.8%	1 2.1%	1 2.1%	33 70.2%	5 10.6%	2 4.3%	0 0.0%	
	40歳代	79 100.0%	37 46.8%	22 27.8%	9 11.4%	21 26.6%	11 13.9%	17 21.5%	7 8.9%	1 1.3%	1 1.3%	50 63.3%	15 19.0%	2 2.5%	0 0.0%
	50歳代	98 100.0%	54 55.1%	34 34.7%	18 18.4%	24 24.5%	19 19.4%	28 28.6%	10 10.2%	2 2.0%	2 2.0%	63 64.3%	22 22.4%	3 3.1%	0 0.0%
	60歳代	146 100.0%	78 53.4%	45 30.8%	37 25.3%	27 18.5%	23 15.8%	50 34.2%	17 11.6%	5 3.4%	5 3.4%	98 67.1%	41 28.1%	3 2.1%	1 0.7%
	70歳代以上	103 100.0%	58 56.3%	35 34.0%	34 33.0%	14 13.6%	27 26.2%	31 30.1%	14 13.6%	5 4.9%	5 4.9%	70 68.0%	30 29.1%	4 3.9%	0 0.0%
	性別	男性	218 100.0%	109 50.0%	65 29.8%	49 22.5%	40 18.3%	36 16.5%	63 28.9%	25 11.5%	6 2.8%	151 69.3%	36 16.5%	5 2.3%	1 0.5%
女性		273 100.0%	152 55.7%	90 33.0%	63 23.1%	57 20.9%	53 19.4%	73 26.7%	25 9.2%	9 3.3%	178 65.2%	83 30.4%	8 2.9%	0 0.0%	

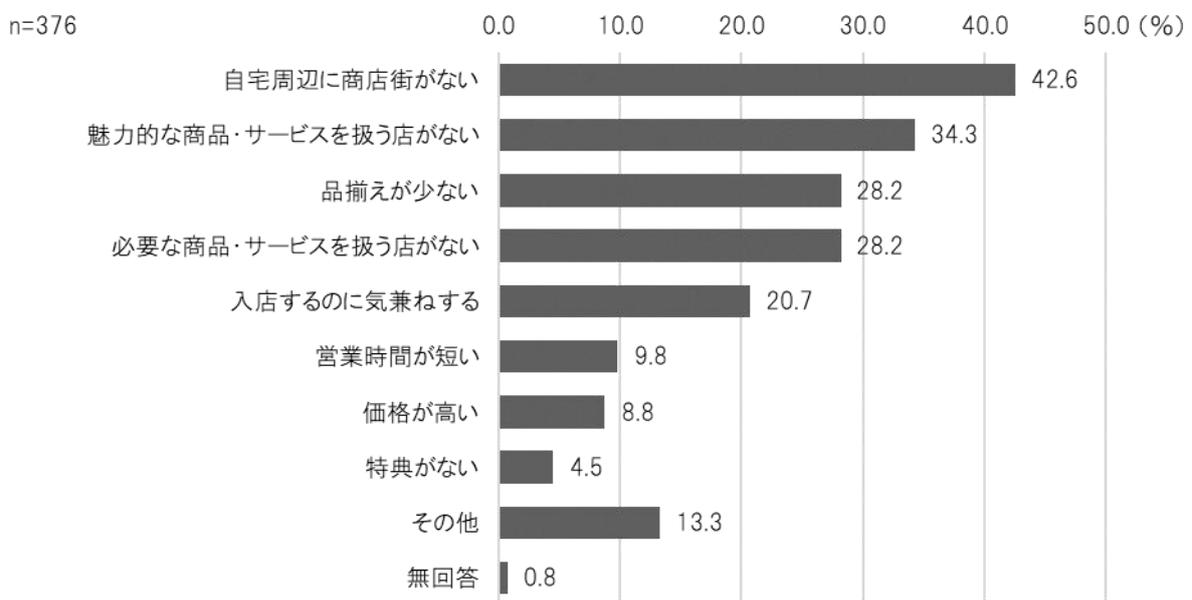
注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(3) 商店街を利用しない理由

【問 12】 問 10 で(3)または(4)を選択した方にお伺いします。あなたが商店街を利用しない理由は何ですか？(あてはまるものすべてに○)

商店街を利用しない理由については、「自宅周辺に商店街がない」が42.6%で最も多く、次いで、「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」が34.3%、「品揃えが少ない」と「必要な商品・サービスを扱う店がない」がともに28.2%となっている。「その他」としては「駐車場がない」、「スーパーで一度に買いたい」等が挙げられている。

年齢別に見ると、「魅力的な商品・サービスを扱う店がない」の割合が最も高いのは、20歳代以下の41.3%となっている。



<年齢別・性別>

		サンプル数	価格が高い	品揃えが少ない	魅力的な商品・サービスを扱う店がない	営業時間が短い	必要な商品・サービスを扱う店がない	入店するのに気兼ねする	自宅周辺に商店街がない	特典がない	その他	無回答
全体		376 100.0%	33 8.8%	106 28.2%	129 34.3%	37 9.8%	106 28.2%	78 20.7%	160 42.6%	17 4.5%	50 13.3%	3 0.8%
年齢	20歳代以下	46 100.0%	4 8.7%	8 17.4%	19 41.3%	7 15.2%	13 28.3%	17 37.0%	13 28.3%	5 10.9%	7 15.2%	1 2.2%
	30歳代	56 100.0%	6 10.7%	11 19.6%	15 26.8%	7 12.5%	13 23.2%	14 25.0%	28 50.0%	3 5.4%	5 8.9%	0 0.0%
	40歳代	74 100.0%	12 16.2%	28 37.8%	29 39.2%	8 10.8%	25 33.8%	21 28.4%	30 40.5%	3 4.1%	8 10.8%	0 0.0%
	50歳代	79 100.0%	4 5.1%	24 30.4%	29 36.7%	7 8.9%	24 30.4%	14 17.7%	32 40.5%	1 1.3%	11 13.9%	0 0.0%
	60歳代	75 100.0%	6 8.0%	23 30.7%	22 29.3%	7 9.3%	17 22.7%	9 12.0%	33 44.0%	2 2.7%	13 17.3%	2 2.7%
	70歳代以上	45 100.0%	1 2.2%	12 26.7%	14 31.1%	1 2.2%	14 31.1%	3 6.7%	24 53.3%	3 6.7%	6 13.3%	0 0.0%
	性別	男性	152 100.0%	14 9.2%	50 32.9%	59 38.8%	18 11.8%	44 28.9%	26 17.1%	65 42.8%	13 8.6%	17 11.2%
女性		217 100.0%	19 8.8%	55 25.3%	69 31.8%	19 8.8%	60 27.6%	52 24.0%	92 42.4%	4 1.8%	31 14.3%	2 0.9%

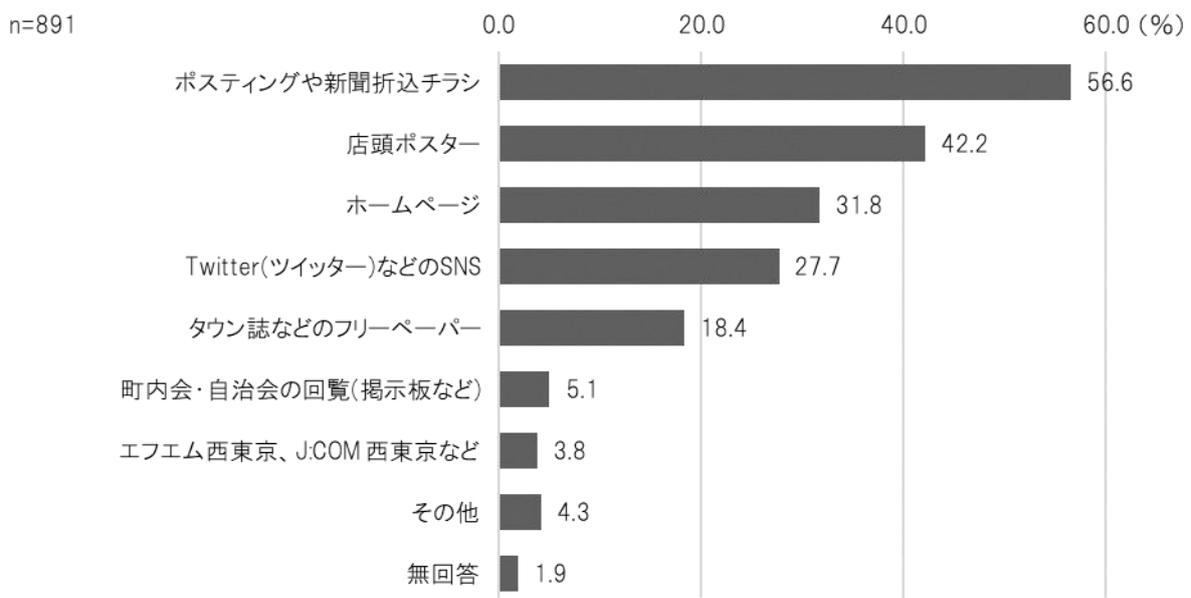
注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(4) 商店街の情報を受け取りやすい方法

【問 13】 商店街が発信する情報を受け取るためには、どのような方法だと確認しやすいですか？（あてはまるものすべてに○）

商店街の情報を受け取りやすい方法については、「ポスティングや新聞折込チラシ」が 56.6%で最も多く、次いで、「店頭ポスター」が 42.2%、「ホームページ」が 31.8%となっている。

年齢別に見ると、年代が下がるほど「Twitter (ツイッター) などの SNS」の割合が高くなっている。性別で見ると、女性は男性と比較して「店頭ポスター」の割合が高くなっている。



< 年齢別・性別 >

		サンプル数	ホームページ	Twitter(ツイッター)などのSNS	店頭ポスター	ポスティングや新聞折込チラシ	町内会・自治会の回覧(掲示板など)	タウン誌などのフリーペーパー	エフエム西東京、J:COM 西東京など	その他	無回答
全体		891 100.0%	283 31.8%	247 27.7%	376 42.2%	504 56.6%	45 5.1%	164 18.4%	34 3.8%	38 4.3%	17 1.9%
年齢	20歳代以下	76 100.0%	19 25.0%	48 63.2%	26 34.2%	34 44.7%	4 5.3%	4 5.3%	3 3.9%	2 2.6%	0 0.0%
	30歳代	105 100.0%	45 42.9%	52 49.5%	43 41.0%	52 49.5%	6 5.7%	16 15.2%	3 2.9%	8 7.6%	1 1.0%
	40歳代	155 100.0%	54 34.8%	70 45.2%	67 43.2%	77 49.7%	5 3.2%	32 20.6%	6 3.9%	4 2.6%	2 1.3%
	50歳代	180 100.0%	73 40.6%	46 25.6%	73 40.6%	97 53.9%	6 3.3%	38 21.1%	9 5.0%	9 5.0%	2 1.1%
	60歳代	222 100.0%	70 31.5%	24 10.8%	102 45.9%	135 60.8%	10 4.5%	44 19.8%	8 3.6%	8 3.6%	3 1.4%
	70歳代以上	150 100.0%	22 14.7%	7 4.7%	62 41.3%	106 70.7%	14 9.3%	30 20.0%	5 3.3%	7 4.7%	9 6.0%
	性別	男性	375 100.0%	135 36.0%	99 26.4%	145 38.7%	211 56.3%	22 5.9%	63 16.8%	20 5.3%	14 3.7%
女性		497 100.0%	143 28.8%	144 29.0%	224 45.1%	279 56.1%	23 4.6%	99 19.9%	13 2.6%	24 4.8%	14 2.8%

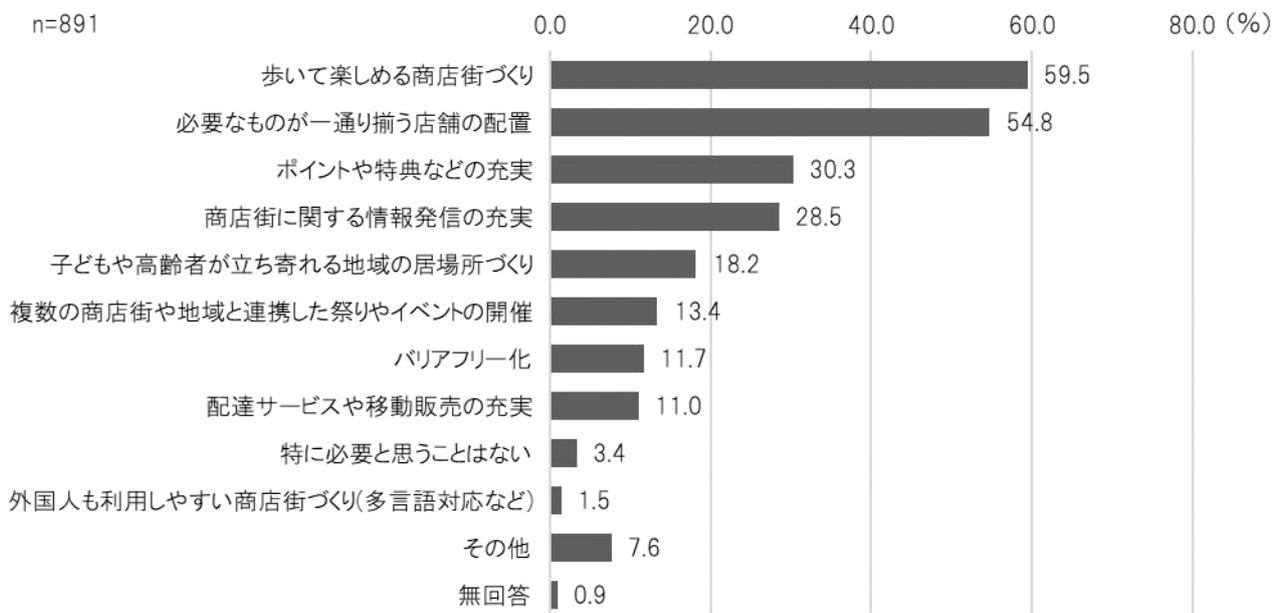
注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(5) 商店街がより多くの人に利用されるために必要な取組

【問 14】市内の商店街が、より多くの人に利用されるようになるためには、どのような取組が必要だと思いますか？(特に重要と思うもの3つまで○)

商店街がより多くの人に利用されるために必要な取組については、「歩いて楽しめる商店街づくり」が59.5%で最も多く、次いで、「必要なものが一通り揃う店舗の配置」が54.8%、「ポイントや特典などの充実」が30.3%となっている。

年齢別に見ると、おおむね年代が下がるほど「ポイントや特典などの充実」の割合が高くなっている。



<年齢別・性別>

	サンプル数	バリアフリー化	歩いて楽しめる商店街づくり	必要なものが一通り揃う店舗の配置	ポイントや特典などの充実	配達サービスや移動販売の充実	商店街に関する情報発信の充実	子どもや高齢者が立ち寄れる地域の居場所づくり	複数の商店街や地域と連携した祭りやイベントの開催	外国人も利用しやすい商店街づくり(多言語対応など)	特に必要と思うことはない	その他	無回答	
全体	891	104	530	488	270	98	254	162	119	13	30	68	8	
	100.0%	11.7%	59.5%	54.8%	30.3%	11.0%	28.5%	18.2%	13.4%	1.5%	3.4%	7.6%	0.9%	
年齢	20歳代以下	76	11	37	34	33	11	22	18	12	2	2	5	0
		100.0%	14.5%	48.7%	44.7%	43.4%	14.5%	28.9%	23.7%	15.8%	2.6%	2.6%	6.6%	0.0%
	30歳代	105	7	60	53	39	11	29	23	24	2	5	10	1
		100.0%	6.7%	57.1%	50.5%	37.1%	10.5%	27.6%	21.9%	22.9%	1.9%	4.8%	9.5%	1.0%
	40歳代	155	13	94	76	48	9	52	37	28	3	5	14	1
		100.0%	8.4%	60.6%	49.0%	31.0%	5.8%	33.5%	23.9%	18.1%	1.9%	3.2%	9.0%	0.6%
	50歳代	180	19	110	98	52	23	61	21	25	3	2	22	1
	100.0%	10.6%	61.1%	54.4%	28.9%	12.8%	33.9%	11.7%	13.9%	1.7%	1.1%	12.2%	0.6%	
60歳代	222	32	138	127	69	24	58	39	23	2	9	6	0	
	100.0%	14.4%	62.2%	57.2%	31.1%	10.8%	26.1%	17.6%	10.4%	0.9%	4.1%	2.7%	0.0%	
70歳代以上	150	21	89	99	29	20	31	23	7	1	7	11	5	
	100.0%	14.0%	59.3%	66.0%	19.3%	13.3%	20.7%	15.3%	4.7%	0.7%	4.7%	7.3%	3.3%	
性別	男性	375	33	232	211	104	33	121	64	48	5	16	31	3
		100.0%	8.8%	61.9%	56.3%	27.7%	8.8%	32.3%	17.1%	12.8%	1.3%	4.3%	8.3%	0.8%
女性	497	69	289	271	162	60	130	91	68	8	12	36	5	
	100.0%	13.9%	58.1%	54.5%	32.6%	12.1%	26.2%	18.3%	13.7%	1.6%	2.4%	7.2%	1.0%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

4. 市の取組みについて

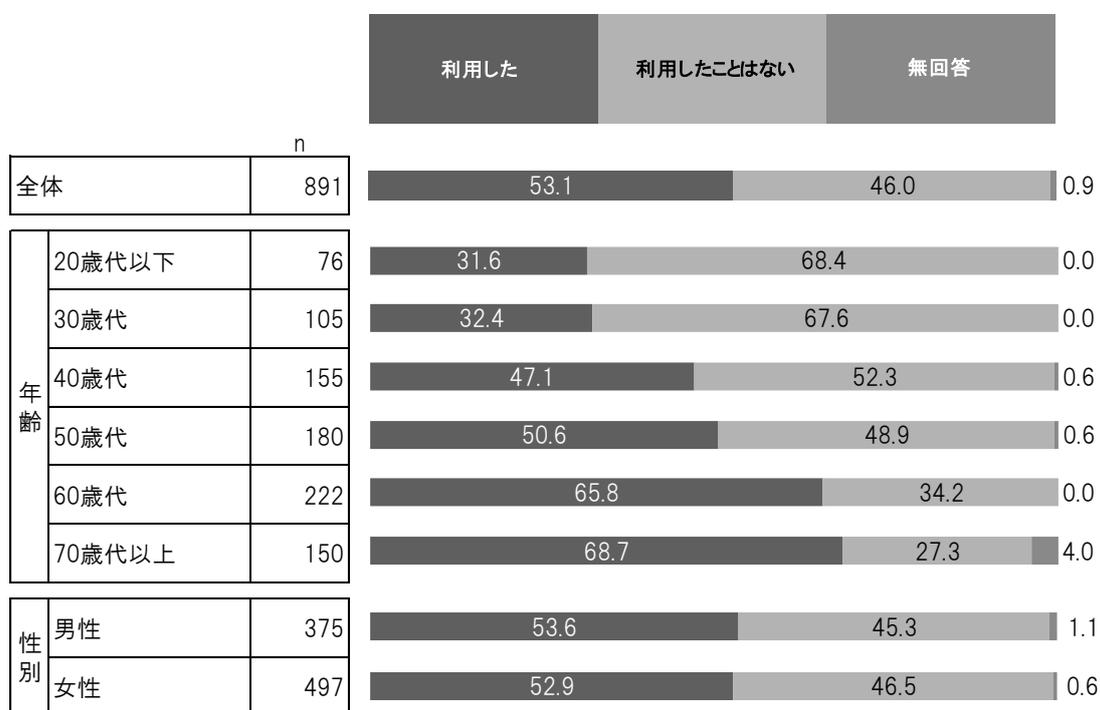
(1) 市や商工会による支援策や消費喚起策の利用状況

【問 15】市や商工会がこれまでに実施した支援策や消費喚起策を利用しましたか？
(1～2の項目ごとに、1つに○)

(1) 消費喚起事業

消費喚起事業については、「利用した」が53.1%で最も多く、次いで、「利用したことはない」が46.0%となっている。

年齢別に見ると、年代が上がるほど「利用した」の割合が高くなっている。

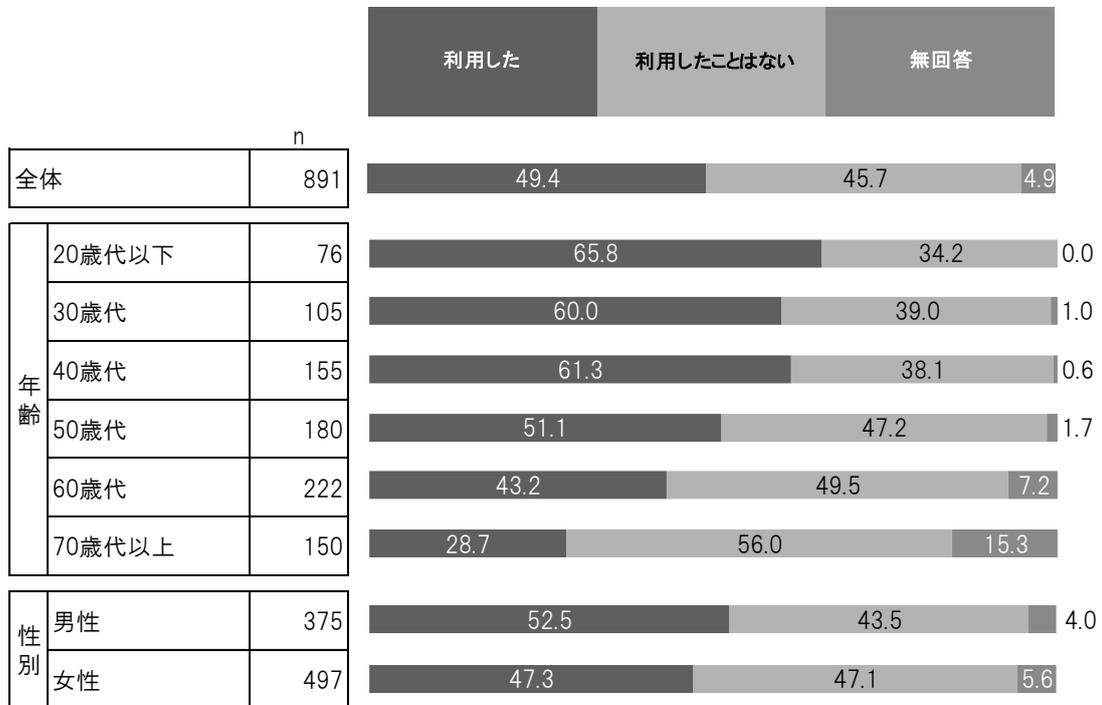


(2) キャッシュレス決済ポイント還元事業

キャッシュレス決済ポイント還元事業については、「利用した」が49.4%で最も多く、次いで、「利用したことはない」が45.7%となっている。

年齢別に見ると、おおむね年代が下がるほど「利用した」の割合が高くなっている。

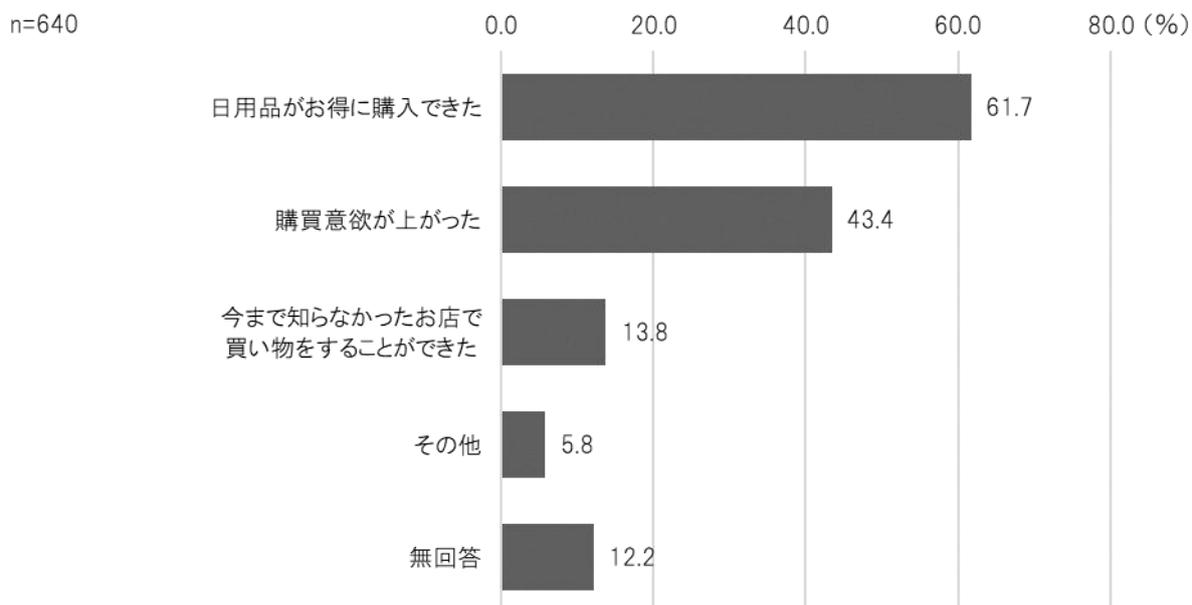
性別で見ると、男性は女性と比較して「利用した」の割合が高くなっている。



(2) 利用の効果や影響

【問 16】 問 15 のいずれかの項目で「(1) 利用した」を選択した方にお伺いします。
利用した結果、どのような効果や影響がありましたか？(あてはまるものすべてに○)

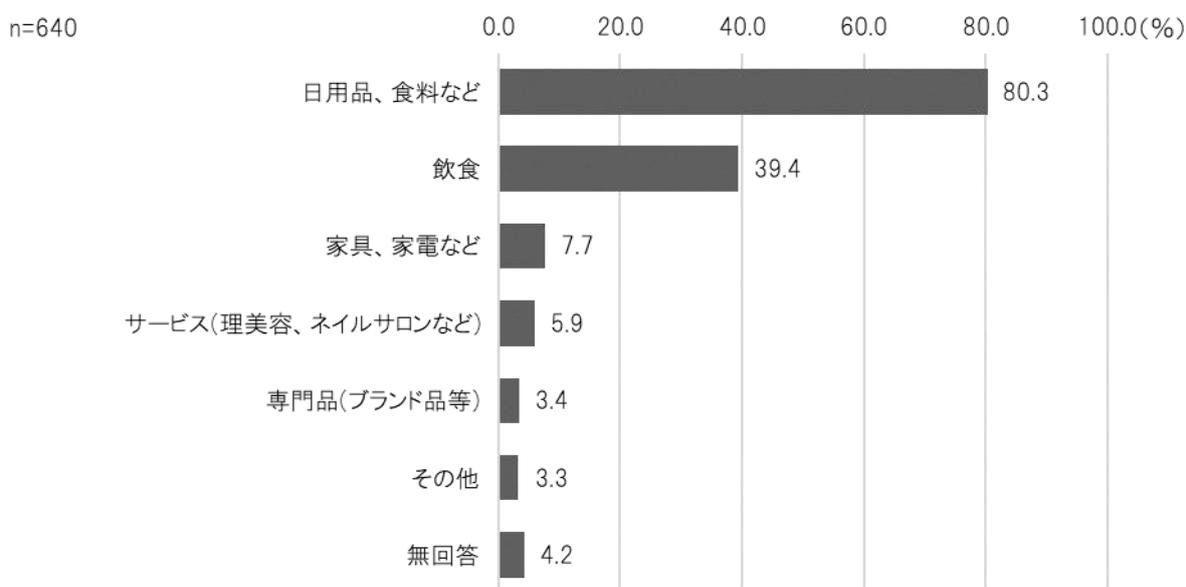
支援策や消費喚起策を利用した効果や影響については、「日用品がお得に購入できた」が 61.7%で最も多く、次いで、「購買意欲が上がった」が 43.4%、「今まで知らなかったお店で買い物をすることができた」が 13.8%となっている。



(3) 利用した対象

【問 17】 問 15 のいずれかの項目で「(1)利用した」を選択した方にお伺いします。
 どのようなことに利用しましたか？(あてはまるものすべてに○)

支援策や消費喚起策を利用した対象については、「日用品、食料など」が 80.3%で最も多く、次いで、「飲食」が 39.4%、「家具・家電など」が 7.7%となっている。
 年齢別に見ると、「日用品、食料など」の割合が最も高いのは 50 歳代の 84.2%、最も低いのは 20 歳代以下の 64.9%となっている。



<年齢別・性別>

		サンプル数	日用品、食料など	家具、家電など	専門品(ブランド品等)	飲食	サービス(理美容、ネイルサロンなど)	その他	無回答
全体		640	514	49	22	252	38	21	27
		100.0%	80.3%	7.7%	3.4%	39.4%	5.9%	3.3%	4.2%
年齢	20歳代以下	57	37	4	4	20	5	1	7
		100.0%	64.9%	7.0%	7.0%	35.1%	8.8%	1.8%	12.3%
	30歳代	69	56	6	3	27	4	2	4
		100.0%	81.2%	8.7%	4.3%	39.1%	5.8%	2.9%	5.8%
	40歳代	112	90	6	2	56	9	3	6
		100.0%	80.4%	5.4%	1.8%	50.0%	8.0%	2.7%	5.4%
	50歳代	120	101	6	1	58	9	1	3
	100.0%	84.2%	5.0%	0.8%	48.3%	7.5%	0.8%	2.5%	
60歳代	170	140	12	6	56	5	7	4	
	100.0%	82.4%	7.1%	3.5%	32.9%	2.9%	4.1%	2.4%	
70歳代以上	109	88	15	6	34	6	7	3	
	100.0%	80.7%	13.8%	5.5%	31.2%	5.5%	6.4%	2.8%	
性別	男性	271	219	27	7	116	17	10	10
		100.0%	80.8%	10.0%	2.6%	42.8%	6.3%	3.7%	3.7%
	女性	358	287	22	14	132	19	10	16
		100.0%	80.2%	6.1%	3.9%	36.9%	5.3%	2.8%	4.5%

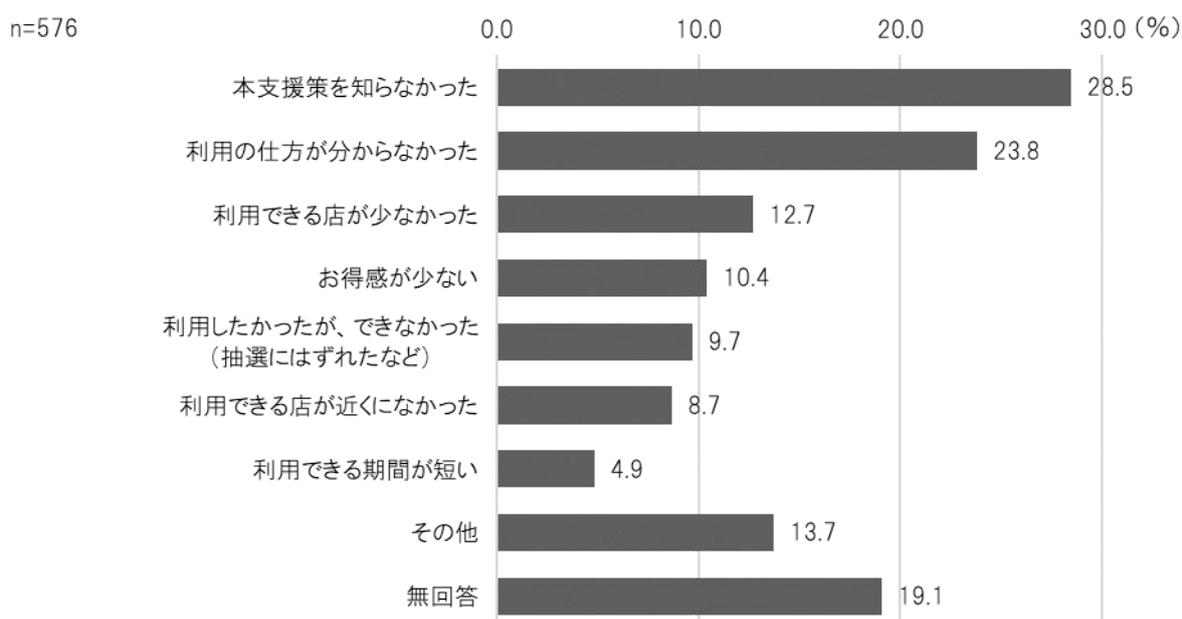
注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(4) 利用しなかった理由

【問 18】 問 15 のいずれかの項目で「(2) 利用したことはない」を選択した方にお伺いします。
 利用しなかった理由は何ですか？(3つまで○)

支援策や消費喚起策を利用しなかった理由については、「本支援策を知らなかった」が 28.5%で最も多く、次いで、「利用の仕方が分からなかった」が 23.8%、「その他」が 13.7%となっている。「その他」としては「キャッシュレス決済を利用していない」、「手続きが面倒くさい」等が挙げられている。

年齢別に見ると、「本支援策を知らなかった」の割合が最も高いのは、30歳代の 47.4%となっている。また、「利用の仕方が分からなかった」の割合が最も高いのは、70歳代以上の 35.9%となっている。



<年齢別・性別>

	サンプル数	お得感が少ない	利用できる店が少なかった	利用できる期間が短い	利用できる店が近くなかった	本支援策を知らなかった	利用の仕方が分からなかった	利用したかったが、できなかった(抽選にはずれたなど)	その他	無回答	
全体	576 100.0%	60 10.4%	73 12.7%	28 4.9%	50 8.7%	164 28.5%	137 23.8%	56 9.7%	79 13.7%	110 19.1%	
年齢	20歳代以下	59 100.0%	5 8.5%	3 5.1%	1 1.7%	3 5.1%	26 44.1%	11 18.6%	2 3.4%	8 13.6%	11 18.6%
	30歳代	76 100.0%	10 13.2%	7 9.2%	3 3.9%	4 5.3%	36 47.4%	19 25.0%	8 10.5%	6 7.9%	10 13.2%
	40歳代	98 100.0%	8 8.2%	16 16.3%	5 5.1%	8 8.2%	26 26.5%	23 23.5%	13 13.3%	16 16.3%	19 19.4%
	50歳代	114 100.0%	13 11.4%	15 13.2%	9 7.9%	12 10.5%	37 32.5%	25 21.9%	9 7.9%	16 14.0%	18 15.8%
	60歳代	135 100.0%	17 12.6%	16 11.9%	6 4.4%	12 8.9%	26 19.3%	26 19.3%	15 11.1%	23 17.0%	31 23.0%
	70歳代以上	92 100.0%	7 7.6%	13 14.1%	3 3.3%	10 10.9%	13 14.1%	33 35.9%	8 8.7%	9 9.8%	19 20.7%
	性別	男性	233 100.0%	23 9.9%	32 13.7%	14 6.0%	16 6.9%	79 33.9%	63 27.0%	22 9.4%	30 12.9%
女性		332 100.0%	36 10.8%	37 11.1%	13 3.9%	32 9.6%	77 23.2%	74 22.3%	33 9.9%	48 14.5%	73 22.0%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

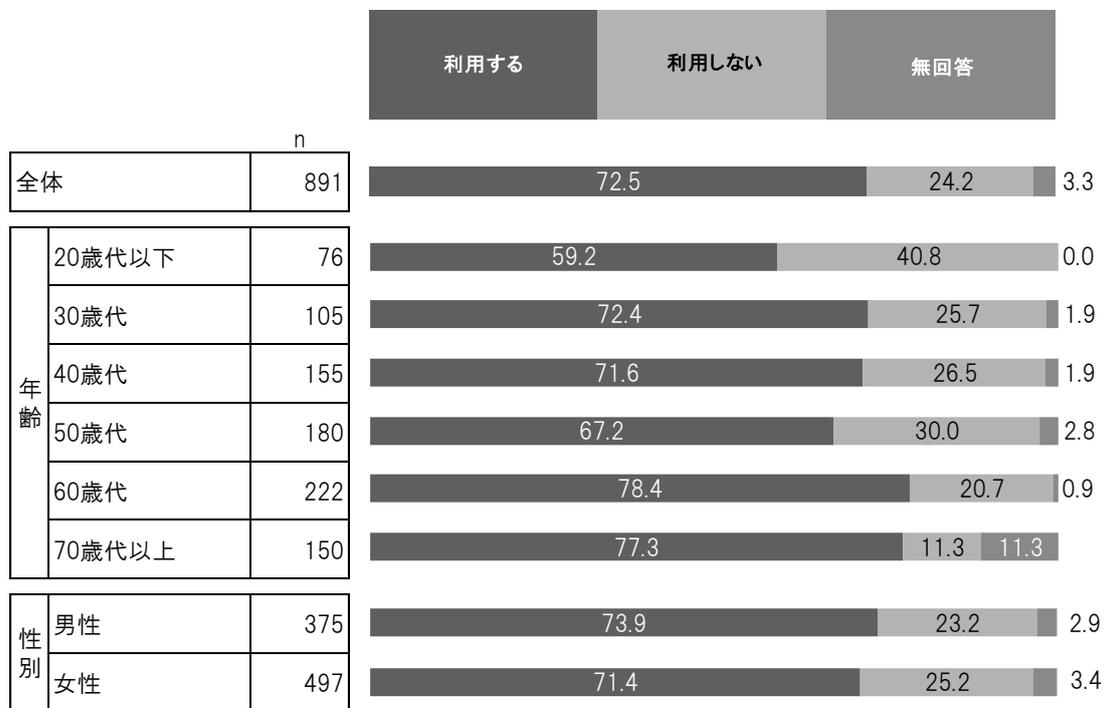
(5) 今後の利用意向

【問 19】 今後、支援策や消費喚起策等を実施する場合の利用について、どのようにお考えですか。
 (1～2の項目ごと1つに○)
 また、1～2以外にどのような事業が実施されると効果的または利用したいと思いますか？
 支援策などがあれば「3その他」欄にお書きください。

(1) 消費喚起事業

消費喚起事業の今後の利用意向については、「利用する」が72.5%、「利用しない」が24.2%となっている。

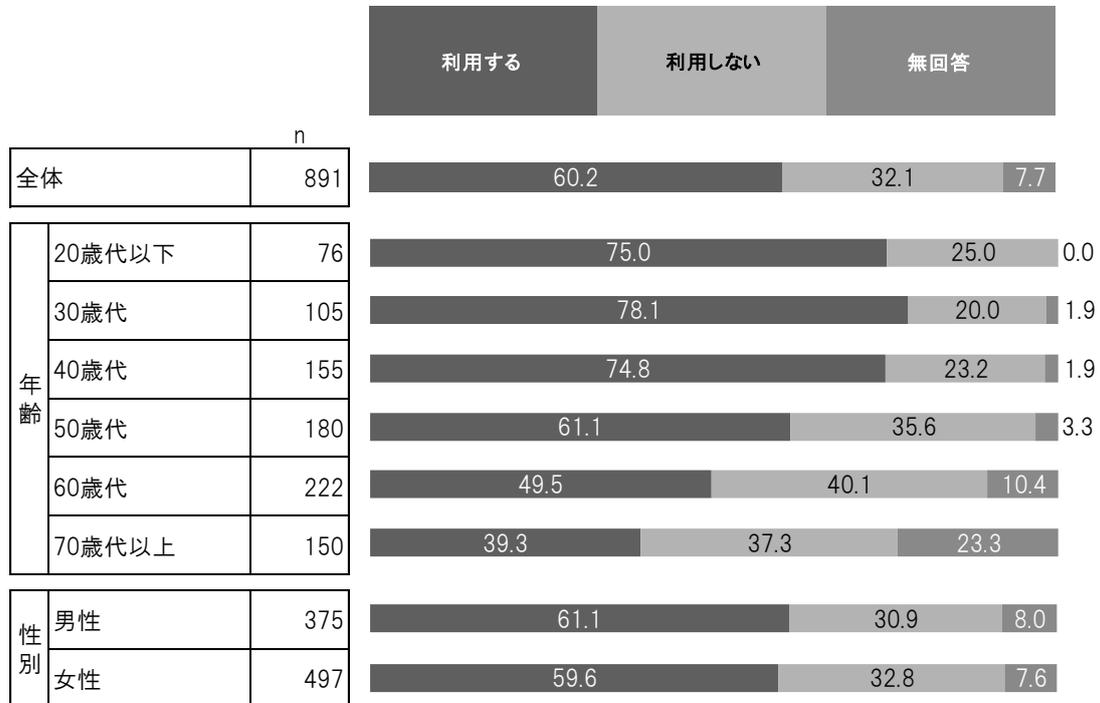
年齢別に見ると、「利用する」の割合が最も高いのは、60歳代の78.4%となっている。一方、「利用する」の割合が最も低いのは、20歳代以下の59.2%となっている。



(2) キャッシュレス決済ポイント還元事業

キャッシュレス決済ポイント還元事業の今後の利用意向については、「利用する」が60.2%、「利用しない」が32.1%となっている。

年齢別に見ると、「利用する」の割合が最も高いのは、30歳代の78.1%となっている。一方、「利用する」の割合が最も低いのは、70歳代以上の39.3%となっている。



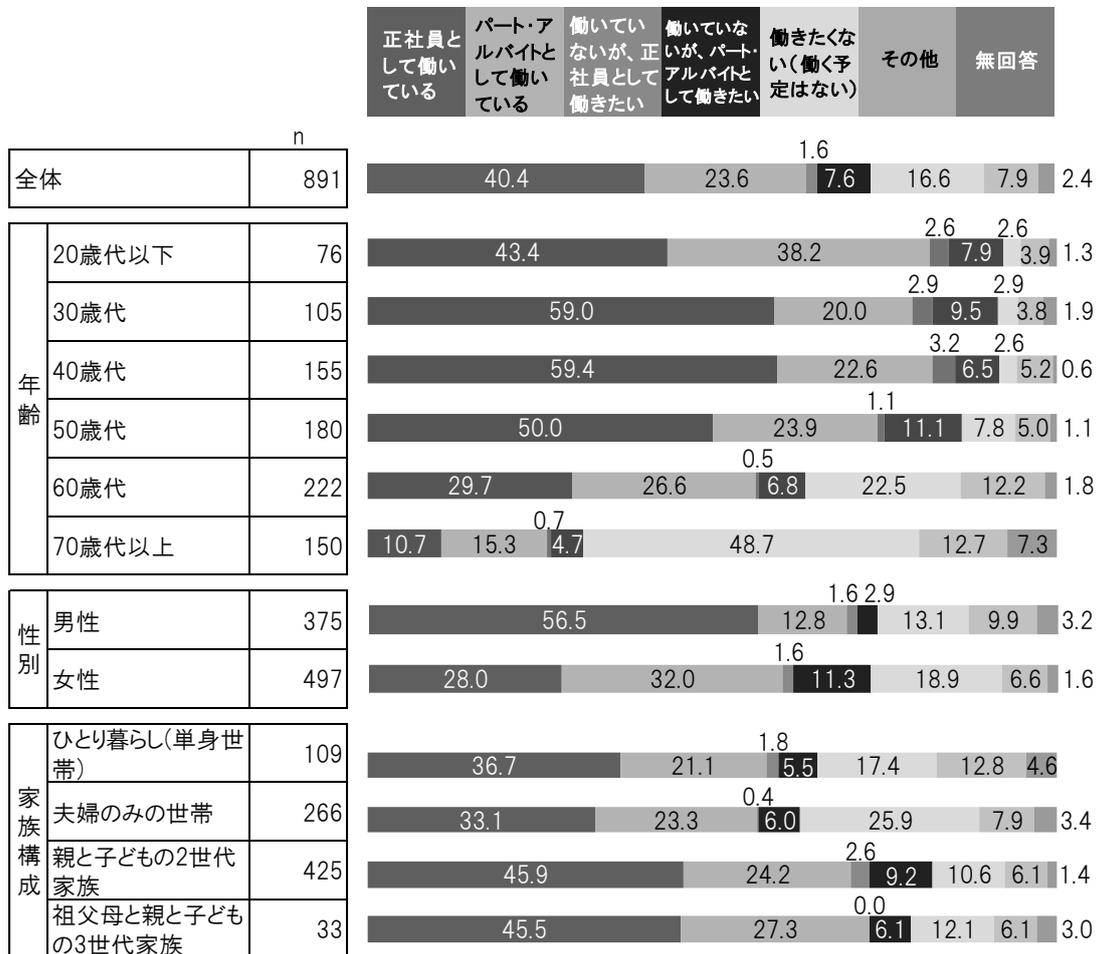
5. 回答者の就労や働き方について

(1) 現在の就労状況・就労希望

【問 20】あなたは、現在、働いていますか。または、就労希望がありますか？(1つに○)

現在の就労状況・就労希望については、「正社員として働いている」が40.4%で最も多く、次いで、「パート・アルバイトとして働いている」が23.6%、「働きたくない(働く予定はない)」が16.6%となっている。

性別で見ると、女性は男性と比較して「正社員として働いている」の割合が低く、「パート・アルバイトとして働いている」や「働いていないが、パート・アルバイトとして働きたい」の割合が高くなっている。



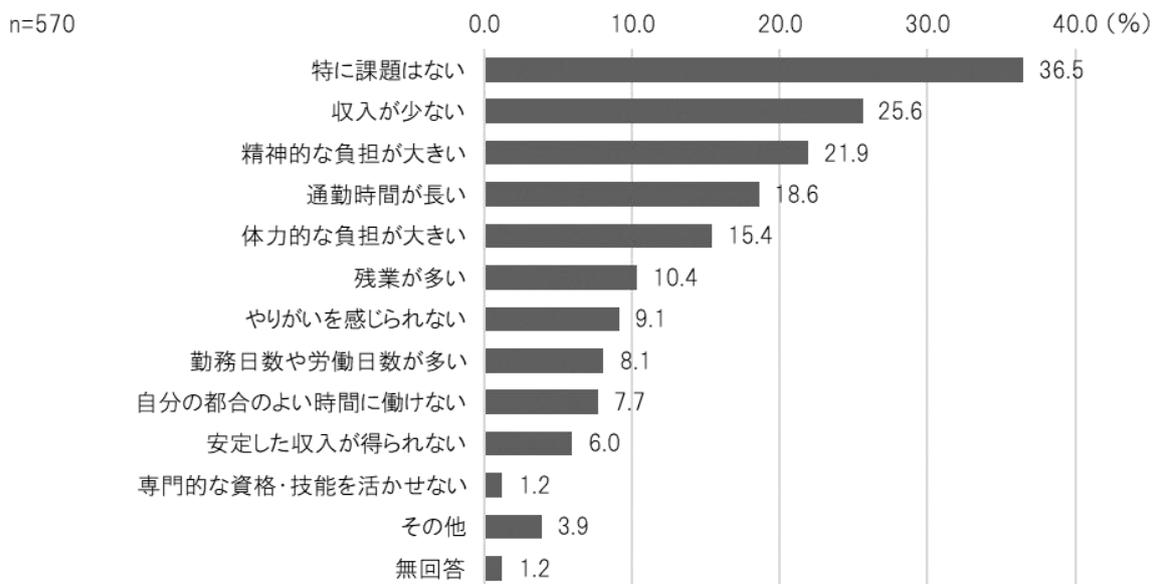
(2)現在の雇用環境の課題

【問 21】問 20 で(1)または(2)を選択した方にお伺いします。

現在の雇用環境において、課題がありましたら教えてください。(あてはまるものすべてに○)

現在の雇用環境の課題については、「特に課題はない」が 36.5%で最も多く、次いで、「収入が少ない」が 25.6%、「精神的な負担が大きい」が 21.9%となっている。

年齢別に見ると、20 歳代以下においては、「収入が少ない」が 40.3%で最も多くなっている。また、30 歳代においては、「精神的な負担が大きい」が 34.9%で最も多くなっている。



<年齢別・性別・職業別>

	サンプル数	やりがいを感じられない	専門的な資格・技能を活かせない	安定した収入が得られない	収入が少ない	自分の都合のよい時間に働けない	勤務日数や労働日数が多い	残業が多い	通勤時間が長い	体力的な負担が大きい	精神的な負担が大きい	特に課題はない	その他	無回答	
全体	570	9.1%	1.2%	6.0%	25.6%	7.7%	8.1%	10.4%	18.6%	15.4%	21.9%	36.5%	3.9%	1.2%	
年齢	20歳代以下	62	16.1%	1.6%	4.8%	40.3%	11.3%	11.3%	9.7%	24.2%	17.7%	16.1%	25.8%	9.7%	1.6%
	30歳代	83	14.1%	1.2%	7.2%	31.9%	13.3%	8.4%	19.3%	28.9%	20.5%	34.9%	20.5%	6.0%	0.0%
	40歳代	127	12.2%	1.6%	3.1%	22.8%	10.2%	9.4%	13.4%	25.2%	14.2%	28.3%	29.9%	1.6%	0.0%
	50歳代	133	8.2%	1.5%	6.0%	25.6%	6.8%	6.8%	9.0%	17.3%	10.5%	18.0%	42.1%	2.3%	0.8%
	60歳代	125	8.1%	0.8%	5.6%	20.0%	2.4%	8.8%	4.0%	7.2%	18.4%	17.6%	47.2%	2.4%	3.2%
	70歳代以上	39	0.0%	0.0%	15.4%	17.9%	2.6%	0.0%	7.7%	7.7%	12.8%	10.3%	53.8%	7.7%	2.6%
	性別	260	9.6%	1.2%	6.9%	19.6%	5.4%	8.8%	11.9%	21.9%	16.2%	21.5%	39.2%	3.1%	1.2%
女性	298	8.7%	1.3%	5.4%	30.5%	9.7%	7.0%	8.4%	16.1%	14.8%	22.1%	33.9%	4.7%	1.3%	
職業	自営業者・事業主・農業	42	0.0%	0.0%	19.0%	9.5%	0.0%	7.1%	0.0%	4.8%	9.5%	9.5%	61.9%	0.0%	2.4%
	勤め人(会社や公的機関等)	342	10.2%	1.2%	2.6%	22.8%	8.5%	10.8%	16.4%	26.0%	14.6%	25.4%	33.0%	2.0%	1.2%
	パート・アルバイト等	148	9.5%	2.0%	9.5%	35.1%	8.8%	3.4%	2.0%	8.8%	18.2%	20.9%	35.3%	4.7%	0.7%
	専業主婦・主夫	6	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	16.7%
	学生	18	5.6%	0.0%	5.6%	33.3%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	16.7%	5.6%	38.9%	22.2%	0.0%
	無職	5	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	60.0%	0.0%
	その他	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

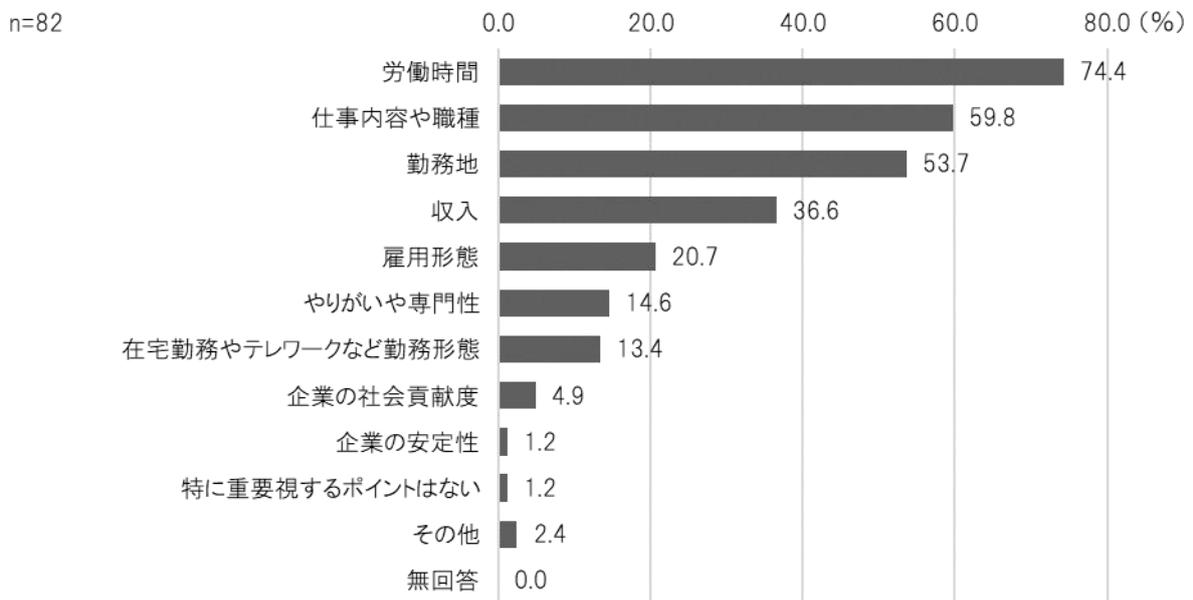
(3) 就労先を選ぶポイント

【問 22】 問 20 で(3)または(4)を選択した方にお伺いします。就労先を選ぶポイントは何ですか？(特に重要視すること3つまで○)

就労先を選ぶポイントについては、「労働時間」が74.4%で最も多く、次いで、「仕事内容や職種」が59.8%、「勤務地」が53.7%となっている。

年齢別に見ると、20歳代以下では「収入」と「労働時間」がともに75.0%で最も多くなっている。

性別で見ると、女性は「労働時間」が78.1%で最も多くなっている。一方、男性は「仕事内容や職種」が70.6%で最も多くなっている。



<年齢別・性別>

		サンプル数	雇用形態	収入	労働時間	在宅勤務やテレワークなど勤務形態	仕事内容や職種	やりがいや専門性	企業の社会貢献度	企業の安定性	勤務地	特に重要視するポイントはない	その他	無回答
全体		82	17	30	61	11	49	12	4	1	44	1	2	0
		100.0%	20.7%	36.6%	74.4%	13.4%	59.8%	14.6%	4.9%	1.2%	53.7%	1.2%	2.4%	0.0%
年齢	20歳代以下	8	2	6	6	2	2	1	0	0	2	0	0	0
		100.0%	25.0%	75.0%	75.0%	25.0%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	30歳代	13	2	6	9	4	6	3	0	1	6	0	0	0
		100.0%	15.4%	46.2%	69.2%	30.8%	46.2%	23.1%	0.0%	7.7%	46.2%	0.0%	0.0%	0.0%
	40歳代	15	3	8	12	2	5	2	1	0	9	0	1	0
		100.0%	20.0%	53.3%	80.0%	13.3%	33.3%	13.3%	6.7%	0.0%	60.0%	0.0%	6.7%	0.0%
	50歳代	22	5	6	17	2	13	0	0	0	14	0	1	0
	100.0%	22.7%	27.3%	77.3%	9.1%	81.8%	0.0%	0.0%	0.0%	63.6%	0.0%	4.5%	0.0%	
60歳代	16	4	3	13	1	12	2	1	0	9	1	0	0	
	100.0%	25.0%	18.8%	81.3%	6.3%	75.0%	12.5%	6.3%	0.0%	56.3%	6.3%	0.0%	0.0%	
70歳代以上	8	1	1	4	0	6	4	2	0	4	0	0	0	
	100.0%	12.5%	12.5%	50.0%	0.0%	75.0%	50.0%	25.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
性別	男性	17	2	6	10	1	12	4	2	0	8	1	0	0
		100.0%	11.8%	35.3%	58.8%	5.9%	70.6%	23.5%	11.8%	0.0%	47.1%	5.9%	0.0%	0.0%
	女性	64	14	24	50	10	37	8	2	1	35	0	2	0
		100.0%	21.9%	37.5%	78.1%	15.6%	57.8%	12.5%	3.1%	1.6%	54.7%	0.0%	3.1%	0.0%

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(4) 起業への関心

【問 23】あなたは、起業について関心がありますか？(最も近いもの1つに○)

起業への関心については、「関心がない」が43.7%で最も多く、次いで、「わからない、考えたことがない」が24.4%、「副業として事業を始めることに関心がある」が10.5%となっている。

年齢別に見ると、年代が上がるほど「すでに起業している」の割合が高くなっている。一方、おおむね年代が下がるほど「起業して、会社を立ち上げることに関心がある」や「副業として事業を始めることに関心がある」の割合が高くなっている。

職業別に見ると、「起業して、会社を立ち上げることに関心がある」の割合が最も高いのは、学生の8.7%となっている。



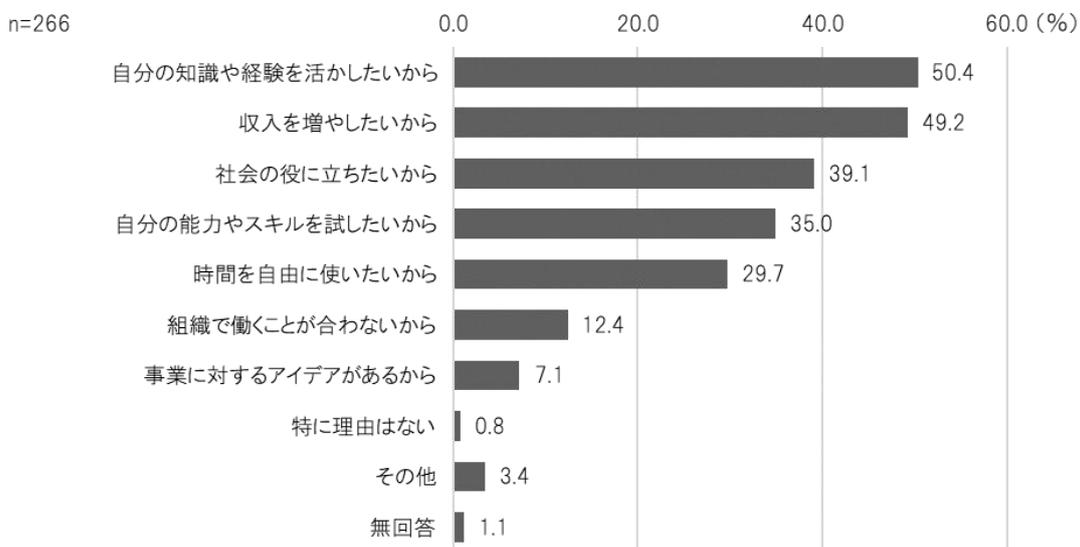
(5) 起業に関心を持つ理由

【問 24】 問 23 で(1)～(5)を選択した方にお伺いします。あなたが起業した、または、起業に関心を持っている理由は何ですか？(あてはまるものすべてに○)

起業に関心を持つ理由については、「自分の知識や経験を活かしたいから」が 50.4%で最も多く、次いで、「収入を増やしたいから」が 49.2%、「社会の役に立ちたいから」が 39.1%となっている。

年齢別に見ると、「自分の知識や経験を活かしたいから」の割合が最も高いのは、70 歳代以上の 68.6%となっている。

性別で見ると、男性は「自分の知識や経験を活かしたいから」の割合が最も高く、女性は「収入を増やしたいから」の割合が最も高くなっている。



<年齢別・性別・職業別>

	サンプル数	自分の知識や経験を活かしたいから	自分の能力やスキルを試したいから	事業に対するアイデアがあるから	時間を自由に使いたいから	社会の役に立ちたいから	組織で働くことが合わないから	収入を増やしたいから	特に理由はない	その他	無回答
全体	266	50.4%	35.0%	7.1%	29.7%	39.1%	12.4%	49.2%	0.8%	3.4%	1.1%
年齢	20歳代以下	36.0%	44.0%	12.0%	32.0%	28.0%	16.0%	60.0%	4.0%	4.0%	0.0%
	30歳代	42.9%	48.6%	8.6%	48.6%	25.7%	20.0%	74.2%	0.0%	0.0%	0.0%
	40歳代	51.0%	47.1%	5.9%	31.4%	37.3%	17.6%	47.1%	0.0%	2.0%	0.0%
	50歳代	41.3%	25.4%	6.3%	34.9%	47.6%	12.7%	44.4%	1.6%	3.2%	0.0%
	60歳代	60.7%	32.1%	8.9%	19.6%	39.3%	3.6%	44.6%	0.0%	5.4%	1.8%
	70歳代以上	68.6%	20.0%	2.9%	14.3%	48.6%	8.6%	37.1%	0.0%	5.7%	2.9%
	性別	男性	56.8%	31.1%	8.3%	24.2%	42.4%	12.9%	48.5%	0.8%	1.5%
女性		42.2%	37.5%	6.3%	35.2%	34.4%	12.5%	49.2%	0.8%	5.5%	0.8%
職業	自営業者・事業主・農業	70.4%	38.9%	9.3%	35.2%	29.6%	20.4%	44.4%	0.0%	1.9%	1.9%
	勤め人(会社や公的機関等)	44.0%	34.4%	7.2%	28.0%	40.0%	9.6%	53.6%	1.6%	4.0%	0.0%
	パート・アルバイト等	47.2%	38.9%	11.1%	22.2%	41.7%	11.1%	50.0%	0.0%	5.6%	0.0%
	専業主婦・主夫	44.4%	22.2%	5.6%	44.4%	44.4%	16.7%	38.9%	0.0%	0.0%	0.0%
	学生	14.3%	57.1%	0.0%	14.3%	14.3%	14.3%	85.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	無職	50.0%	22.2%	0.0%	27.8%	61.1%	0.0%	33.3%	0.0%	5.6%	5.6%
	その他										

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

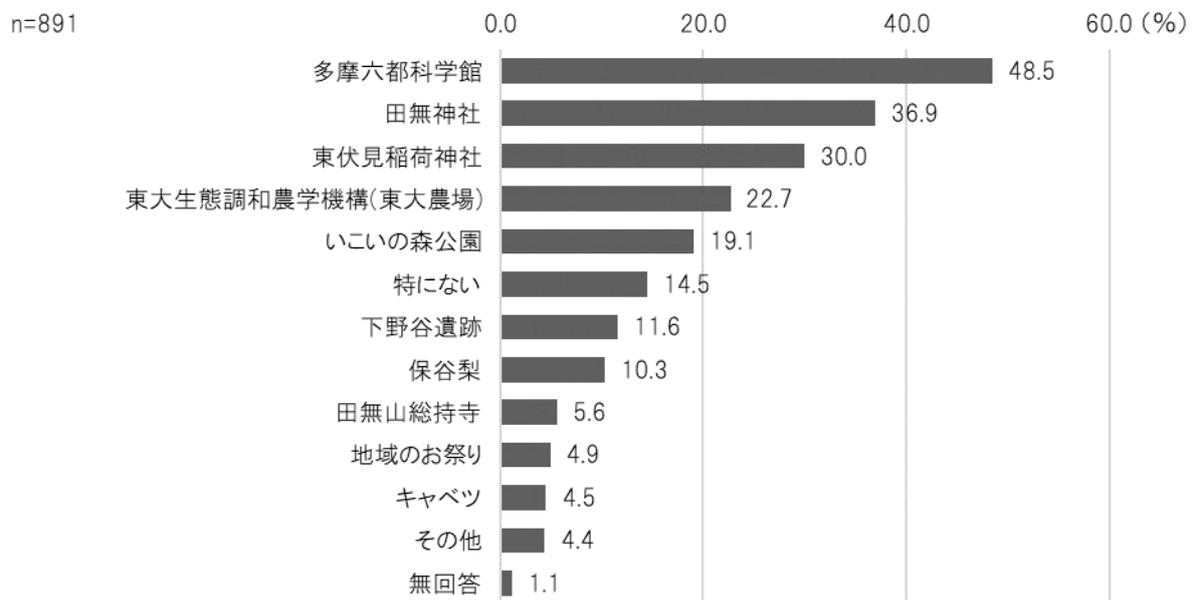
6. 西東京市の産業振興について

(1) PRしたい西東京市の観光資源や観光施設

【問 25】あなたが市内外に PR したい西東京市の観光資源や観光施設は何ですか？（特に PR したいもの3つまで○）

PR したい西東京市の観光資源や観光施設については、「多摩六都科学館」が 48.5%で最も多く、次いで、「田無神社」が 36.9%、「東伏見稲荷神社」が 30.0%となっている。

年齢別に見ると、60 歳代では他の年代と比較して「東大生態調和農学機構（東大農場）」の割合が高くなっている。



<年齢別・性別>

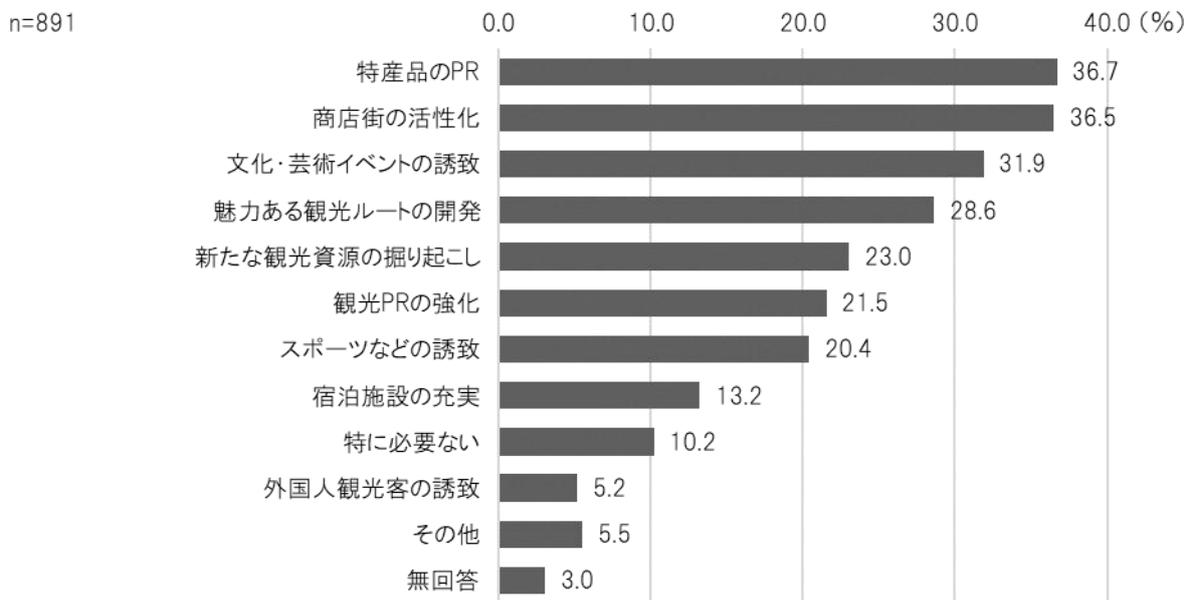
	サンプル数	保谷梨	キャベツ	下野谷遺跡	田無神社	田無山総持寺	東伏見稲荷神社	東大生態調和農学機構(東大農場)	多摩六都科学館	いこいの森公園	地域のお祭り	特にない	その他	無回答	
全体	891	92	40	103	329	50	267	202	432	170	44	129	39	10	
	100.0%	10.3%	4.5%	11.6%	36.9%	5.6%	30.0%	22.7%	48.5%	19.1%	4.9%	14.5%	4.4%	1.1%	
年齢	20歳代以下	76	8	5	8	31	2	21	11	44	16	2	10	7	0
		100.0%	10.5%	6.6%	10.5%	40.8%	2.6%	27.6%	14.5%	57.9%	21.1%	2.6%	13.2%	9.2%	0.0%
	30歳代	105	13	3	4	44	1	32	12	44	21	6	19	8	0
		100.0%	12.4%	2.9%	3.8%	41.9%	1.0%	30.5%	11.4%	41.9%	20.0%	5.7%	18.1%	7.6%	0.0%
	40歳代	155	15	6	16	62	6	46	26	83	31	11	18	3	0
		100.0%	9.7%	3.9%	10.3%	40.0%	3.9%	29.7%	16.8%	53.5%	20.0%	7.1%	11.6%	1.9%	0.0%
	50歳代	180	27	10	20	65	5	61	44	91	32	10	19	9	2
	100.0%	15.0%	5.6%	11.1%	36.1%	2.8%	33.9%	24.4%	50.6%	17.8%	5.6%	10.6%	5.0%	1.1%	
60歳代	222	16	11	29	84	25	65	70	104	45	12	30	8	0	
	100.0%	7.2%	5.0%	13.1%	37.8%	11.3%	29.3%	31.5%	46.8%	20.3%	5.4%	13.5%	3.6%	0.0%	
70歳代以上	150	13	5	26	43	11	42	37	64	24	3	33	4	7	
	100.0%	8.7%	3.3%	17.3%	28.7%	7.3%	28.0%	24.7%	42.7%	16.0%	2.0%	22.0%	2.7%	4.7%	
性別	男性	375	32	14	53	117	25	115	78	169	77	18	66	14	5
		100.0%	8.5%	3.7%	14.1%	31.2%	6.7%	30.7%	20.8%	45.1%	20.5%	4.8%	17.6%	3.7%	1.3%
女性	497	57	24	48	207	25	146	121	255	90	26	60	24	4	
	100.0%	11.5%	4.8%	9.7%	41.6%	5.0%	29.4%	24.3%	51.3%	18.1%	5.2%	12.1%	4.8%	0.8%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(2) 観光で力を入れるべき取組

【問 26】あなたが、西東京市の観光で力を入れるべきだと思う取組みは何ですか？（あてはまるものすべてに○）

西東京市の観光で力を入れるべき取組みについては、「特産品のPR」が36.7%で最も多く、次いで、「商店街の活性化」が36.5%、「文化・芸術イベントの誘致」が31.9%となっている。
 年齢別に見ると、おおむね年代が下がるほど「観光PRの強化」の割合が高くなっている。
 性別で見ると、男性は「商店街の活性化」の割合が最も高く、女性は「特産品のPR」の割合が最も高くなっている。



<年齢別・性別>

	サンプル数	観光PRの強化	魅力ある観光ルートの開発	特産品のPR	新たな観光資源の掘り起こし	商店街の活性化	スポーツなどの誘致	文化・芸術イベントの誘致	外国人観光客の誘致	宿泊施設の充実	特に必要ない	その他	無回答	
全体	891	21.5%	28.6%	36.7%	23.0%	36.5%	20.4%	31.9%	5.2%	13.2%	10.2%	5.5%	3.0%	
年齢	20歳代以下	76	26	15	28	19	24	16	25	3	18	6	7	0
		100.0%	34.2%	19.7%	36.8%	25.0%	31.6%	21.1%	32.9%	3.9%	23.7%	7.9%	9.2%	0.0%
	30歳代	105	25	36	45	28	44	25	32	5	18	9	9	0
		100.0%	23.8%	34.3%	42.9%	26.7%	41.9%	23.8%	30.5%	4.8%	17.1%	8.6%	8.6%	0.0%
	40歳代	155	35	47	56	37	59	39	43	9	18	14	13	1
		100.0%	22.6%	30.3%	36.1%	23.9%	38.1%	25.2%	27.7%	5.8%	11.6%	9.0%	8.4%	0.6%
	50歳代	180	35	49	67	48	54	34	52	10	22	20	11	3
	100.0%	19.4%	27.2%	37.2%	26.7%	30.0%	18.9%	28.9%	5.6%	12.2%	11.1%	6.1%	1.7%	
60歳代	222	48	70	84	50	92	45	80	14	26	21	1	7	
	100.0%	21.6%	31.5%	37.8%	22.5%	41.4%	20.3%	36.0%	6.3%	11.7%	9.5%	0.5%	3.2%	
70歳代以上	150	23	38	47	23	50	22	51	5	16	21	8	15	
	100.0%	15.3%	25.3%	31.3%	15.3%	33.3%	14.7%	34.0%	3.3%	10.7%	14.0%	5.3%	10.0%	
性別	男性	375	70	112	119	100	132	90	120	24	55	38	24	10
		100.0%	18.7%	29.9%	31.7%	26.7%	35.2%	24.0%	32.0%	6.4%	14.7%	10.1%	6.4%	2.7%
女性	497	120	140	200	104	187	88	160	22	60	50	24	16	
	100.0%	24.1%	28.2%	40.2%	20.9%	37.6%	17.7%	32.2%	4.4%	12.1%	10.1%	4.8%	3.2%	

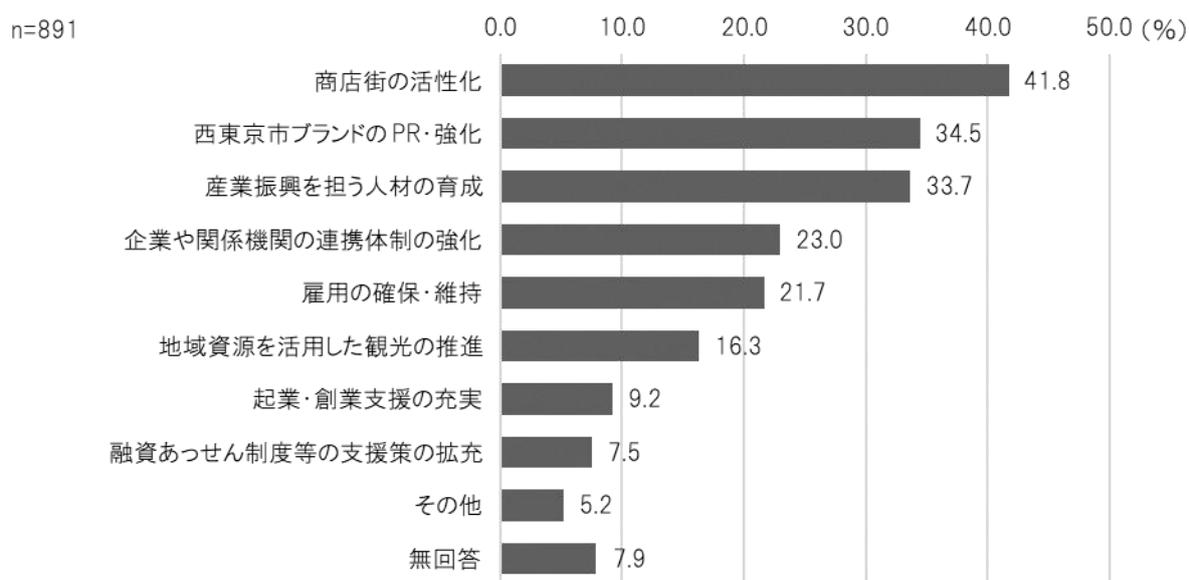
注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

(3) 今後の西東京市の産業振興にとって重要だと思うこと

【問 27】 これからの西東京市の産業振興にとって特に重要だと思うことはなんですか？
重要だと思うものに○を付けて、その理由やアイデアがあれば、記入してください。

今後の西東京市の産業振興にとって特に重要だと思うことについては、「商店街の活性化」が 41.8%で最も多く、次いで、「西東京市ブランドのPR・強化」が 34.5%、「産業振興を担う人材の育成」が 33.7%となっている。

年齢別に見ると、60歳代以下では「商店街の活性化」の割合が最も高くなっている。70歳代以上では、「産業振興を担う人材の育成」の割合が最も高くなっている。



<年齢別・性別>

	サンプル数	産業振興を担う人材の育成	雇用の確保・維持	融資あっせん制度等の支援策の拡充	商店街の活性化	企業や関係機関の連携体制の強化	起業・創業支援の充実	地域資源を活用した観光の推進	西東京市ブランドのPR・強化	その他	無回答	
全体	891	300	193	67	372	205	82	145	307	46	70	
	100.0%	33.7%	21.7%	7.5%	41.8%	23.0%	9.2%	16.3%	34.5%	5.2%	7.9%	
年齢	20歳代以下	76	24	22	5	34	17	8	18	26	2	5
		100.0%	31.6%	28.9%	6.6%	44.7%	22.4%	10.5%	23.7%	34.2%	2.6%	6.6%
	30歳代	105	37	33	11	47	31	6	12	35	6	4
		100.0%	35.2%	31.4%	10.5%	44.8%	29.5%	5.7%	11.4%	33.3%	5.7%	3.8%
	40歳代	155	46	34	14	59	45	15	33	57	15	6
		100.0%	29.7%	21.9%	9.0%	38.1%	29.0%	9.7%	21.3%	36.8%	9.7%	3.9%
	50歳代	180	46	34	11	79	39	26	25	70	7	11
	100.0%	25.6%	18.9%	6.1%	43.9%	21.7%	14.4%	13.9%	38.9%	3.9%	6.1%	
60歳代	222	87	50	16	96	46	16	41	75	10	13	
	100.0%	39.2%	22.5%	7.2%	43.2%	20.7%	7.2%	18.5%	33.8%	4.5%	5.9%	
70歳代以上	150	59	20	10	54	27	11	16	44	6	31	
	100.0%	39.3%	13.3%	6.7%	36.0%	18.0%	7.3%	10.7%	29.3%	4.0%	20.7%	
性別	男性	375	145	89	31	154	84	37	61	136	16	23
		100.0%	38.7%	23.7%	8.3%	41.1%	22.4%	9.9%	16.3%	36.3%	4.3%	6.1%
女性	497	147	100	34	208	116	45	83	168	29	46	
	100.0%	29.6%	20.1%	6.8%	41.9%	23.3%	9.1%	16.7%	33.8%	5.8%	9.3%	

注) 属性ごとに第1位を白抜き、第2位及び第3位を網掛けで表示している。

項目	主な内容
イベント・お祭り開催	ダンスコンテストなど若者が集まるイベントを開催。いこいの森公園に市内の個人商店が集まりマルシェを開催。子どもやお年寄りが一緒に楽しめるイベント。
企業・施設・店舗誘致	若者が利用する店の誘致。企業と連携した展示館。子連れも行きやすい施設。
西東京市のPR	テレビ等で全国メディアに配信されること。西東京市出身の著名人を起用。より大々的に特産品をPR。
コラボ・連携	テレビ・映画・ドラマなどとのコラボ。地域の有名企業との連携。市内の大学と協力。
地域ブランド・名物	下野谷遺跡や田無神社を含む観光ルート。AWSのデータセンターがある。地震に強い。
商店街活性化	アーケード化。店同士の連携。商店街アート。
農業振興	都市農業の素晴らしさをアピールして販売促進。耕作放棄地で一般市民が参加できるシステム。各農家の直売所販売。
SNS・DX	SNSやネットでの情報収集・アンケート。SNSで魅力の情報発信。
再開発	(西武柳沢) 駅周辺の再開発。イングビルの活用を見直して商店を誘致。
子育て支援	災害協定や子どもの見守り。市が行う保育園の送迎サービス。
空き家・空き店舗活用	期間限定のチャレンジ店舗スペースにする。期間限定の貸店舗。
起業・活動支援	若者が安く起業できる集合施設を提供し、注目を集める。市内で起業する人への優遇措置。
その他	お金を市内で回すための期間限定クーポン。少子化対策に力を入れ、移住してもらい人口増加を図る。公共施設に力を入れる。

参考資料編

1. 調査票

(1) 事業者アンケート調査票

1 貴社についてお伺いします。

【問1】 貴社の業種(主な事業)を教えてください。(売上)の最も大きいものを1つだけ)

1. 農業、林業	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. 卸売業	8. 小売業
9. 金融業、保険業	10. 不動産業、物品賃貸業
11. 学術研究・専門・技術サービス業	12. 宿泊業
13. 飲食サービス業	14. 生活関連サービス業、娯楽業
15. 教育、学習支援業	16. 医療、福祉
17. その他(具体的に)	

【問2】 貴社の本市(旧谷山市・田無市を含む)での事業継続年数は、何年ですか。(○は1つだけ)

1. 1年未満	2. 1年～3年未満	3. 3年～5年未満	4. 5年～10年未満
5. 10年～20年未満	6. 20年～30年未満	7. 30年以上	

【問3】 従業員数を教えてください。(○は1つだけ) ※パート・アルバイト等は含む、経営者は含まない。

1. 0人	2. 1～5人	3. 6～10人	4. 11～20人
5. 21～50人	6. 51～100人	7. 101～300人	8. 301人以上

【問4】 年間総売上を教えてください。(○は1つだけ)

1. 1,000万円未満	2. 1,000万円～3,000万円未満
3. 3,000万円～5,000万円未満	4. 5,000万円～1億円未満
5. 1億円～3億円未満	6. 3億円以上

【問5】 組織形態を教えてください。(○は1つだけ)

1. 法人	2. 個人事業主
-------	----------

【問6】 経営者の年齢を教えてください。(○は1つだけ)

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

2 産業振興に関する市の取組についてお伺いします。

【問7】 西東京市では、「産業振興マスタープラン」に基づき、商工会や関係機関と連携しながら、以下のような取組を進めています。これらについて、「現在の満足度」と「今後の重要度」をどのようにお考えですか。各項目の満足度と重要度をそれぞれお答えください。(○は1つずつ)

項目	現在の満足度					今後の重要度				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
【施策1】 経営基盤の強化 <small>創業支援、経営基盤強化センターや金融機関などの支援組織の強化を活用し、中小企業や卸店の人材育成や経営力・営業力強化に向けた支援を行います。 (例：創業スクール、経営セミナー、融資あっせん制度 など)</small>										
【施策2】 新たな「しごと」の創出 <small>「創出するなら西東京市」のイメージ醸成を目指し、誰でも起業・創業できる環境を整えるとともに、創業後の継続的な活躍に向けた支援を行います。 (例：ハンサム・ママプロジェクト、チャレンジジョブ事業 など)</small>										
【施策3】 就労環境の整備 <small>市内で働きたい人がライフスタイルに合った求人を見つけられるよう、国や東京都と連携した就労支援を行います。また、雇用確保や雇用関係の改善に向けた支援を行います。 (例：見職支援セミナー、就職相談会、中小企業退職金共済基金補助 など)</small>										
【施策4】 活力ある組織づくり <small>前出者が求める店舗づくりを目標として、前出者にとって必要な人材を確保し、前出者の成長を支援します。また、前出者の成長を支援するための取組を行います。 (例：前出者育成プログラム、前出者育成会議 など)</small>										
【施策5】 新たな価値の創出 <small>前出者が求める店舗づくりを目標として、前出者にとって必要な人材を確保し、前出者の成長を支援します。また、前出者の成長を支援するための取組を行います。 (例：前出者育成プログラム、前出者育成会議 など)</small>										

項目	現在の満足度					今後の重要度				
	満足している	やや満足している	やや不満足である	不満足である	わからない	重要	やや重要	やや重要でない	重要でない	わからない
(回答例)	1	②	3	4	5	①	2	3	4	5

■横断的視点
魅力ある「西東京市ブランド」が輝くまちをつくるために、以下の取組を進めています。

【施策6】「西東京市ブランド」の構築・情報発信・PR 「一円遊品事業」や「めぐみちゃんメニュー事業」により、認知度向上に努めるとともに、商業ニュースの発行やマルシェの開催などとおして、「西東京市ブランド」の積極的な発信を行います。	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
【施策7】イベント開催によるにぎわいづくり 市民や来訪者に対して商工会をアピールするとともに、地域のにぎわいのために、商工会を中心として、事業者等と連携を図り、イベントの企画・実施に努めます。 (例：地方都市物産展 など)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
【施策8】新たな連携の創出 地域課題の解決と産業振興の相乗効果を図るため、事業者や事業者、商工会、商工会、大学等と連携した取組を進めます。 (例：同業種・異業種交流会、創業カフェ、めぐみちゃんマルシェ など)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
【施策9】観光まちづくりの推進 市域からの観光客を呼び込むために、多摩谷郡理学館や下野谷温泉などが集客力のある施設や場所を拠点とした観光まちづくりの推進に取り組みます。 (例：北多摩5市連携事業「北多摩カードラニー」「アニメスタンプラリー」)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

3 事業承継についてお伺いします。

【問8】貴社において、会社の経営を後継者に引き継ぐこと(事業承継)の見通しは、どのような状況ですか。(○は1つだけ)

1. まだ事業承継の時期ではない	→	【問9】へ
2. 承継予定であり、後継者(または候補者)が決まっている	→	
3. 承継したいが、後継者は未定である	→	
4. 社外の第三者への引継ぎ(株式譲渡や事業譲渡によるM&A)を検討したい	→	
5. 廃業の予定	→	
6. その他(具体的に)	→	

【問8-2】問8で「6」を選択した方にお聞きします。
貴社において、事業承継を行う際に課題となることは何ですか。(○はいくつでも)
※後継者または候補者が決まっている場合も、その決定や検討にあたって課題となったことを選択してください。

1. 事業の将来性	2. 取引先との信頼関係の維持
3. 相続税等の税金対策	4. 借入に際しての個人保証・担保
5. 事業承継に関する情報や知識の不足	6. 後継者の力量不足
7. 後継者の不在	8. 社内体制の見直し
9. 特に課題はない	10. その他
	(具体的に)

4 人材確保についてお伺いします。

【問9】貴社における人材確保の状況について教えてください。(○は1つだけ)

1. 必要な人材を確保できている
2. 新たに確保する必要があるが、できていない
3. 当面、確保する必要がない

【問10】今後、人材を確保していく上で、課題となることは何ですか。(○は3つまで)

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

【問11】貴社では、外国人の雇用について、どのような考えですか。(○は1つだけ)

1. 現在、雇用している
2. 現在は雇用していないが、雇用したことがある
3. 今後、雇用を予定している、または雇用してみたい
4. 今後も雇用するつもりはない
5. その他(具体的に)

【問12】外国人を雇用するにあたり、どのような課題が想定されますか。(○は3つまで)

1. コミュニケーションがとりにくい
2. 生活習慣・文化の違い
3. 在留期間の制限
4. すぐに離職する
5. 採用後の研修・教育の必要性
6. 住居の確保等の生活支援
7. 任せられる業務が少ない
8. 仕事の技能・知識の習得
9. 特になし
10. その他 (具体的に)

【問13】貴社では、障がい者の雇用について、どのような考えですか。(○は1つだけ)

1. 現在、雇用している
2. 現在は雇用していないが、雇用したことがある
3. 今後、雇用を予定している、または雇用してみたい
4. 今後も雇用するつもりはない
5. その他(具体的に)

【問14】障がい者を雇用するにあたり、どのような課題が想定されますか。(○は3つまで)

1. 事業内容にあった人材の確保
2. バリアフリーなど物理的な環境整備
3. 採用後の育成の負担感
4. 採用後の定着が困難
5. 日々の業務サポートの負担感
6. 職場内の理解やコミュニケーション
7. 採用基準を定めにくい
8. 特になし
9. その他 (具体的に)

5 外部との連携についてお伺いします。

【問15】貴社では、企業や大学等との連携による取組みを実施していますか。(○は1つだけ)

1. 実施している(実施したことがある)
2. 実施したことはないが、今後予定がある
3. 関心はあるが、実施できていない
4. 関心がない

【問15-2】問15で「3」を選択した方にお聞きします。
他の企業や大学等との連携が実施できていない理由はなんですか。(○は3つまで)

1. 連携先の探し方がわからない
2. 連携の調整役がいない
3. 連携活動の資金確保が難しい
4. 連携先との契約の事前交渉が難しい
5. 取組みの効果がわからない
6. 社内で対応できる人材がいない
7. 自社の情報や技術・ノウハウ流出の懸念がある
8. 特になし
9. その他 (具体的に)

【問16】へ

6 新型コロナウイルス感染症、エネルギー・食料品価格等の物価高騰による影響等についてお伺いします。

【問16】新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、貴社の企業活動にマイナスの影響を及ぼしていますか。(○は1つだけ)

1. 影響が継続している
2. 影響が出たが、すでに収束した
3. 現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある
4. 影響はないし、今後もない見込み

【問17】へ

【問16-2】問16で「1」～「3」を選択した方にお聞きします。
どのようなマイナスの影響がありましたか、または、今後見込まれていますか。
(○は3つまで)

1. 製品・サービス等の受注・売上減少
2. 調達コストの増加
3. 製品等の納期遅れ
4. 外出自粛によるキャンセルや客数減少
5. イベント等の中止・延期による活動停滞
6. 人手不足による活動の停滞
7. 感染予防策等に伴うコスト増
8. その他 (具体的に)

【問17】エネルギー・食料品価格等の物価高騰によって、貴社の企業活動にマイナスの影響を及ぼしていますか。(○は1つだけ)

1. 影響が継続している
2. 影響が出たが、すでに収束した
3. 現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある
4. 影響はないし、今後もない見込み

【問18】へ

【問17-2】問17で「1」～「3」を選択した方にお聞きします。どのようなマイナスの影響がありましたか、または、今後見込まれていますか。(○は3つまで)

1. 円安による収益力の減少
2. 原油価格高騰によるコストの増加
3. 電気・ガスなどの高騰による経営圧迫
4. 材料費の高騰によるコストの増加
5. 値上げによる客足の減少
6. その他 (具体的に)

【問18】市や商工会がこれまでに実施した事業者支援策や消費喚起策を利用しましたか。(○はそれぞれ1つだけ)

	①利用した	②利用したことはない	③対象外である
1. 消費喚起事業 (プレミアム応援券、応援カード)	1	2	3
2. キャッシュレス決済ポイント還元事業	1	2	3
3. 事業者給付事業 (緊急支援事業、物価高騰等対応支援事業 等)	1	2	3

【問18-2】問18のいずれかの項目で「①利用した」を選択した方にお聞きします。利用した結果、どのような効果や影響がありましたか。(○は3つまで)

1. 売上の増加
2. 来客数の増加
3. 新規顧客の獲得
4. 客単価の増加
5. お店の PR につながった
6. 事業の継続
7. 仕入先との取引関係の継続・拡大
8. その他 (具体的に)

【問18-3】問18のいずれかの項目で「②利用したことはない」を選択した方にお聞きします。利用しなかった理由は何ですか。(○は3つまで)

1. 売上・来客数の増加が見込めない
2. レジとの関係性やオペレーションの都合
3. 換金手続きや集計が手間である
4. デジタル化に対応していない
5. 申込方法が難しい
6. 本支援策を知らなかった
7. 条件に当てはまらなかった
8. その他 (具体的に)

【問19】今後のウィズコロナ、アフターコロナに向けての課題はなんですか。(○は3つまで)

1. 売上高の回復
2. 新たな働き方(テレワーク等)の導入
3. 従業員の雇用維持
4. 事業所・店舗内の感染対策
5. 事業形態の転換
6. 新たな事業分野への進出
7. 運転資金の調達
8. 従来の取引関係の維持
9. 新規顧客の掘り起こし
10. IT化による業務効率化
11. 特になし
12. その他 (具体的に)

【問20】新型コロナウイルス感染症や物価高騰等による影響を軽減するために必要な支援策があれば、具体的に教えてください。

7 商店会との関係についてお伺いします。

【問21】貴社は、商店会に加盟していますか。(○は1つだけ)

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

【問22】へ

【問21-2】問21で「2」または「3」を選択した方にお聞きします。貴社が商店会に加盟しない理由は何ですか。(○は3つまで)

1. 加盟方法がわからない
2. 加盟するきっかけがない
3. 商店会の会費が高い
4. 商店会活動に時間ととられる
5. 加盟するメリットを感じない
6. その他 (具体的に)

8 今後についてお伺いします。

【問22】今後、特に重点的に取り組みたい経営課題はなんですか。(〇は3つまで)

- | | |
|-------------------|---------------------|
| 1. 資金調達、資金繰りの改善 | 2. 雇用の維持 |
| 3. 余剰人員の整理 | 4. 人材の確保・育成 |
| 5. 時間外労働の削減 | 6. テレワーク等への対応 |
| 7. 従来の取引関係の維持・継続 | 8. 新規顧客の掘り起こし |
| 9. 新製品・サービスの開発 | 10. 技術力向上、研究開発の強化 |
| 11. IT化推進(業務効率化等) | 12. 設備投資(生産拡大、省力化等) |
| 13. 環境対策(SDGsを含む) | 14. 事業承継 |
| 15. 特になし | 16. その他
(具体的に) |

【問23】市内で事業を継続したい、働き続けたいと感じられる西東京市であるために必要なことはなんですか。(〇は3つまで)

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. 道路、交通網の充実 | 2. 地域の消費需要の喚起 |
| 3. 地域ブランドの創出 | 4. 起業しやすい環境づくり |
| 5. 若者が集まる仕組み・取組み | 6. 女性が活躍できる仕組み・取組み |
| 7. 高齢者が活躍できる仕組み・取組み | 8. 医療・福祉の充実 |
| 9. 教育・子育て支援の充実 | 10. 自然環境の保全 |
| 11. IT分野の先進的な取組み | 12. 農業振興 |
| 13. 観光振興 | 14. その他
(具体的に) |

【問24】最後に、これからの西東京市の産業振興にとって特に重要だと思うことはなんですか。重要だと思うものに〇を付けて、その理由やアイデアがあれば、記載してください。

- | | |
|--|--|
| <p>これからの西東京市の産業振興にとって重要だと思うこと (〇は3つまで)</p> <ol style="list-style-type: none"> 産業振興を担う人材の育成 雇用の確保・維持 融資あっせん制度等の支援策の拡充 商店街の活性化 企業や関係機関の連携体制の強化 起業・創業支援の充実 地域資源を活用した観光の推進 西東京ブランドのPR・強化 その他() <p>選んだ理由:</p> | <p>具体的な取組アイデア:
(例: 商店街における学生と協力したイベントの開催や期間限定店舗の実施 など)</p> |
|--|--|



アンケートは以上で終わりです。
多くの質問にお答えいただき、大変ありがとうございました。
ご協力に感謝いたします。

調査結果につきましては、令和5年3月頃に調査報告書としてまとめ、市ホームページ等で公開いたします。

(2) 消費者アンケート調査票

1 あなたとご家族のことについてお伺いします。

問1 あなたの年齢は、おいくつですか？ (1つに○)

- (1) 10歳代 (2) 20歳代 (3) 30歳代 (4) 40歳代
(5) 50歳代 (6) 60歳代 (7) 70歳代 (8) 80歳以上

問2 あなたの性別をお答えください。(1つに○)

- (1) 男性 (2) 女性 (3) 答えたくない

問3 あなたの職業は何ですか？ (1つに○)

- (1) 自営業者・事業主・農業 (2) 勤め人 (会社や公的機関等)
(3) パート・アルバイト等 (4) 専業主婦・主夫
(5) 学生 (6) 無職
(7) その他 ()

問4 あなたを含めて同居している家族構成はどれですか？ (1つに○)

- (1) ひとり暮らし (単身世帯) (2) 夫婦のみ(世帯)
(3) 親と子どもの2世代家族 (4) 祖父母と親と子どもの3世代家族
(5) その他の家族構成

問5 あなたのお住まいの形態はどれですか？ (1つに○)

- (1) 一戸建ての家 (2) 一戸建ての借家
(3) 分譲マンション (4) 賃貸マンション・アパート
(5) 公営住宅 (市営・都営・公社等) (6) 社宅・寮・公務員住宅
(7) その他 ()

問6 あなたのお住まいはどちらですか？ (1つに○)

- (1) 田原町 (2) 南町 (3) 西原町 (4) 藤町 (5) 谷戸町
(6) 北原町 (7) 向台町 (8) 芝久保町 (9) 新町 (10) 柳沢
(11) 東伏見 (12) 保谷町 (13) 富士町 (14) 中町 (15) 東町
(16) 泉町 (17) 住吉町 (18) ひばりが丘 (19) ひばりが丘北 (20) 栄町
(21) 北町 (22) 下保谷

問7 西東京市にお住まいになってどれくらいですか？ (1つに○)

- (1) 3年未満 (2) 3~5年 (3) 6~9年
(4) 10~19年 (5) 20~29年 (6) 30年以上

2 日ごろの買い物や外食についてお伺いします。

問8 あなたが日ごろ買い物で利用する場所(サービスを利用する場所)や外食に出かける場所はどちらですか？ (①~⑧の項目ごとに、よく利用する場所2つまで○)

項目	西東京市内				市外の商店・商業施設	宅配サービス・通信販売など	ほとんど買わない(利用しない)	その他
	食品スーパー・コンビニ	商店街等の個人商店	総合スーパー	その他				
①生鮮食品、弁当・惣菜	1	2	3	4	5	6	7	8
②日用品・日用雑貨	1	2	3	4	5	6	7	8
③身の回り品(衣類・靴・鞆等)	1	2	3	4	5	6	7	8
④耐久消費財(家具・家電等)	1	2	3	4	5	6	7	8
⑤趣味・娯楽用品(書籍・玩具等)	1	2	3	4	5	6	7	8
⑥理容・美容	1	2	3	4	5	6	7	8
⑦外食	1	2	3	4	5	6	7	8
⑧趣味・娯楽サービス(スポーツジム・カラオケ等)	1	2	3	4	5	6	7	8

問9 あなたがそれぞれの物品・サービスについて、お店を選ぶ際に重視することは何ですか？ (①~⑧の項目ごとに、重視すること3つまで○)

項目	商品の品揃え		商品・サービスの質		価格	接客態度	営業時間	アクセスの良さ	駐車場・駐輪場	アフターサービス	店舗自体の魅力	環境への配慮	その他
	商品・サービスの質	商品の品揃え	商品・サービスの質	商品の品揃え									
①生鮮食品、弁当・惣菜	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
②日用品・日用雑貨	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
③身の回り品(衣類・靴・鞆等)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
④耐久消費財(家具・家電等)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
⑤趣味・娯楽用品(書籍・玩具等)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
⑥理容・美容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
⑦外食	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
⑧趣味・娯楽サービス(スポーツジム・カラオケ等)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		

4 市の取組みについてお伺いします。

問15 市や商工会がこれまでに実施した支援策や消費喚起策を利用しましたか？

(①～②の項目ごとに、1,2に○)

	利用した	利用したことはない
① 消費喚起事業 (プレミアム応援券、応援カード等の商品券)	1	2
② キャッシュレス決済ポイント還元事業 (PayPay, auPay, d払いなど)	1	2

問16 問15のいずれかの項目で「(1) 利用した」を選択した方にお伺いします。

利用した結果、どのような効果や影響がありましたか？ (あてはまるものすべてに○)

- (1) 購買意欲が上がった (2) 日用品がお得に購入できた
 (3) 今まで知らなかったお店で買い物 (4) その他
 (5) することができた (6) その他 (具体的に)

問17 問15のいずれかの項目で「(1) 利用した」を選択した方にお伺いします。

どのようなことに利用しましたか？ (あてはまるものすべてに○)

- (1) 日用品、食料など (2) 家具、家電など
 (3) 専門品 (ブランド品等) (4) 飲食
 (5) サービス (理美容、ネイルサロンなど) (6) その他
 (7) その他 (具体的に)

問18 問15のいずれかの項目で「(2) 利用したことはない」を選択した方にお伺いします。

利用しなかった理由は何か？ (3つまで○)

- (1) お得感が少ない (2) 利用できる店が少なかった
 (3) 利用できる期間が短い (4) 利用できる店が近くになかった
 (5) 本支援策を知らなかった (6) 利用の仕方が分からなかった
 (7) 利用しなかったが、できなかった (8) その他
 (9) その他 (具体的に)

問19 今後、支援策や消費喚起策を実施する場合の利用について、どのようにお考えですか。

(①～②の項目ごとに1,2に○)

また、①～②以外にどのような事業が実施されると効果的または利用したいと思えますか？
 支援策などあれば「③その他」欄にお書きください。

	利用する	利用しない
① 消費喚起事業 (プレミアム応援券、応援カード等の商品券)	1	2
② キャッシュレス決済ポイント還元事業 (PayPay, auPay, d払いなど)	1	2
③ その他 (具体的に)		

5 ご自身の就労や働き方についてお伺いします。

問20 あなたは、現在、働いていますか。または、就労希望がありますか？ (1つに○)

- (1) 正社員として働いている →問21にお進みください。
 (2) パート・アルバイトとして働いている
 (3) 働いていないが、正社員として働きたい →問22にお進みください。
 (4) 働いていないが、パート・アルバイトとして働きたい
 (5) 働きたくない (働く予定はない)
 (6) その他 (具体的に)

問21 問20で「(1) または (2)」を選択した方にお伺いします。

現在の雇用環境において、課題がありましたら教えてください。(あてはまるものすべてに○)

- (1) やりがいを感じられない (2) 専門的な資格・技能を活かせない
 (3) 安定した収入が得られない (4) 収入が少ない
 (5) 自分の都合のよい時間に働けない (6) 勤務日数や労働日数が多い
 (7) 残業が多い (8) 通勤時間が長い
 (9) 体力的な負担が大きい (10) 精神的な負担が大きい
 (11) 特に課題はない
 (12) その他 (具体的に)

問22 問20で「(3) または (4)」を選択した方にお伺いします。

就労先を選ぶポイントは何ですか？ (特に重視すること3つまで○)

- (1) 雇用形態 (2) 収入
 (3) 労働時間 (4) 在宅勤務やテレワークなど勤務形態
 (5) 仕事内容や職種 (6) やりがいや専門性
 (7) 企業の社会的貢献度 (8) 企業の安定性
 (9) 勤務地 (10) 特に重視するポイントはない
 (11) その他 (具体的に)

問23 あなたは、起業について関心がありますか？（最も近いもの1つに○）

- (1) すでに起業している
- (2) 起業して、会社を立ち上げることに関心がある
- (3) 副業として事業を始めることに関心がある ⇒問 24 にお進みください。
- (4) 扶養や年金受給の範囲内での起業に関心がある
- (5) 地域貢献等の社会的起業に関心がある
- (6) 関心がない
- (7) わからない、考えたことがない

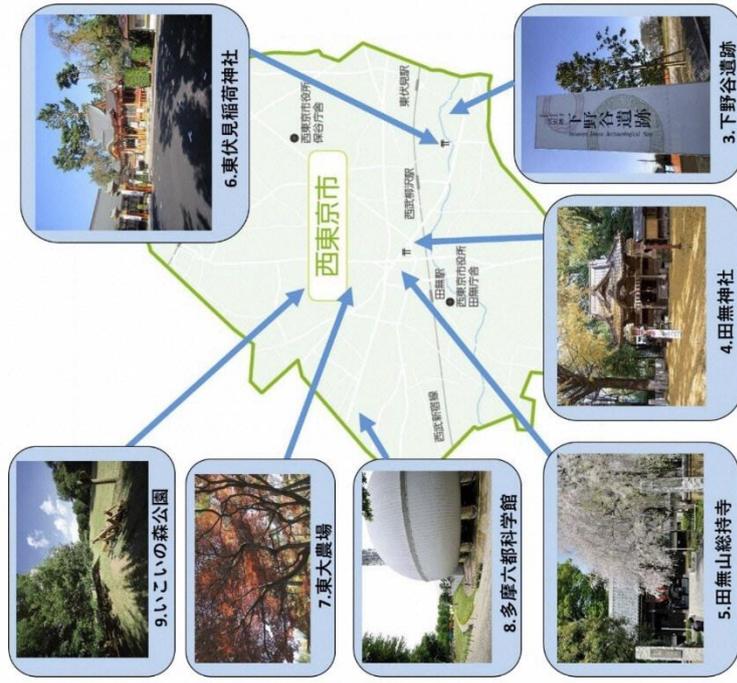
問24 問23で (1) ~ (5) を選択した方にお伺いします。
 あなたが起業した、または、起業に関心を持っている理由は何ですか？
 (あてはまるものすべてに○)

- (1) 自分の知識や経験を活かしたいから
- (2) 自分の能力やスキルを試したいから
- (3) 事業に対するアイデアがあるから
- (4) 時間を自由に使いたいから
- (5) 社会の役に立ちたいから
- (6) 組織で働くことが合わないから
- (7) 収入を増やしたいから
- (9) 特に理由はない
- (10) その他（具体的に）

6 西東京市の産業振興についてお伺いします。

問25 あなたが市内外にPRしたい西東京市の観光資源や観光施設は何ですか？
 (特にPRしたいもの3つまで○)

- (1) 保谷梨
- (2) キャハベツ
- (3) 下野谷遺跡
- (4) 田無神社
- (5) 田無山総持寺
- (6) 東伏見稻荷神社
- (7) 東大生態調和医学機構（東大農場）
- (8) 多摩六都科学館
- (9) いこいの森公園
- (10) 地域のお祭り
- (11) 特にない
- (12) その他（具体的に）



問26 あなたが、西東京市の観光で力を入れるべきだと思う取組みは何ですか？（あてはまるものすべてに○）

- | | |
|------------------|-------------------|
| (1) 観光PRの強化 | (2) 魅力ある観光ルートの開発 |
| (3) 特産品のPR | (4) 新たな観光資源の掘り起こし |
| (5) 商店街の活性化 | (6) スポーツなどの誘致 |
| (7) 文化・芸術イベントの誘致 | (8) 外国人観光客の誘致 |
| (9) 宿泊施設の充実 | (10) 特に必要ない |
| (11) その他（具体的に） | |

問27 これからの西東京市の産業振興にとって特に重要だと思うことはなんですか？重要だと思うものに○を付けて、その理由やアイデアがあれば、記入してください。

- これからの西東京市の産業振興にとって重要だと思うこと（3つまで○）
- | | |
|----------------------|--------------------|
| (1) 産業振興を担う人材の育成 | (2) 雇用の確保・維持 |
| (3) 融資あっせん制度等の支援策の拡充 | (4) 商店街の活性化 |
| (5) 企業や関係機関の連携体制の強化 | (6) 起業・創業支援の充実 |
| (7) 地域資源を活用した観光の推進 | (8) 西東京市ブランドのPR・強化 |
| (9) その他（ | |

選んだ理由：

具体的な取組アイデア：

（例：商店街における学生と協力したイベントの開催や期間限定店舗の実施 など）

西東京市事業者・消費者アンケート調査報告書
令和5年3月

発行 西東京市生活文化スポーツ部産業振興課
西東京市南町五丁目6番13号（田無第二庁舎）
電話 042-420-2819（直通）