

立川市産業振興計画策定に関する
アンケート調査報告書

令和8年3月

立川市産業まちづくり部

産業観光課

目 次

1. 調査の概要.....	1
(1) 目的.....	1
(2) アンケート調査結果のまとめ.....	1
2. アンケート調査結果.....	4
(1) 事業者アンケート調査.....	4
(2) 商店街（会）アンケート調査.....	65
(3) 市内事業所従業者アンケート調査.....	84
(4) 市民アンケート調査.....	100
3. 調査票.....	137
(1) 事業者アンケート調査.....	137
(2) 商店街（会）アンケート調査.....	146
(3) 市内事業所従業者アンケート調査.....	155
(4) 市民アンケート調査.....	161

注) 本報告書の表記方法について

- ・ 調査結果の比率は、その設問の回答者数を基数として、小数点以下第2位を四捨五入し、小数点第1位まで表示している。したがって、合計が100%にならない場合がある。
- ・ 複数回答形式の場合、回答比率の合計は通常100%を超える。
- ・ 同様の理由により、設問の選択肢をまとめて言及する場合、まとめた選択肢の比率が、グラフや表中の比率の合計と一致しない場合がある。
- ・ 選択肢の語句が長い場合、本文や表・グラフ中では省略した表現を用いている。
- ・ 複数回答はMAと表記（回答数を設定している場合は設定数を表記）
（例）5つまで選択の場合（MA:5）と表記。
- ・ 図表中の「n」とは、その設問への回答者数を表す。
- ・ 自由意見の件数は、意見・要望以外の記述（特にありません、等）等を除いている。
- ・ 調査結果の数値を考察するにあたり、次の表現を用いている。

(例)		(表現)
80.1~80.9	⇒	約8割
81.0~82.9	⇒	8割強
83.0~84.9	⇒	8割台半ば近く
85.0~85.9	⇒	8割台半ば
86.0~87.9	⇒	8割台半ば超え
88.0~88.9	⇒	9割近く
89.0~89.9	⇒	9割弱

- ・ 各設問の分析における文章表記において、次のようにカッコを用いている。

「***」	設問の選択肢、クロス集計の項目について言及する場合。 例：「増加」「減少」など
『***』	設問の選択肢をまとめて言及する場合。 例：「1人」と「2~3人」をまとめて『3人以下』など

1. 調査の概要

(1) 目的

本調査は、市内事業者（事業所）、市民、商店街（会）、及び市内事業所従業員の現状やニーズ等を把握し、課題等の洗い出しを行うことで、立川市産業振興計画策定の方向性を調査することを目的とし実施した。

(2) アンケート調査結果のまとめ

アンケート調査結果の要点を下記のとおり整理した。

①事業者アンケート調査

現況	<ul style="list-style-type: none">・ 事業所の特性としては、従業員数規模 19 人以下が 74.6%を占めており小規模事業者が大半である一方、50 人以上が 11.4%と、規模が異なる事業所が立地している。・ 「支所・支社・支店」が 19.3%と一定規模を占めている。・ 経営状況は「黒字基調」(33.7%)が「赤字基調」(27.1%)を上回っている。・ 立地環境は、「自然災害の少なさ」「交通の利便性」「飲食や買い物等の利便性」「今後のまちの発展への期待」等を評価、一方、「大学・研究機関との連携のしやすさ」「土地価格・借地の費用」「先端的な技術やビジネス情報に接する機会」等は評価が低い。・ 今後の主な事業展開は、「事業の拡大」や「事業の多角化」等、積極的な事業発展を志向している事業所が 35.0%を占めている。事業環境の変化や厳しい競争環境に対応した取組を既に取り組んでいる、もしくは今後取り組みたいとする事業者が 51.3%を占め、半数強の事業者が取組に積極的である。なお、既に取り組んでいるもしくは今後取り組みたいとする事業者は黒字基調比率が高い。
経営課題	<ul style="list-style-type: none">・ 経営上の課題（外的要因）は、「仕入れ価格の高騰・不足」(49.9%)、「物価高騰」(48.0%)、「人件費の高騰」(34.0%)等、価格高騰が大きな影響を与えている。内的要因は、「人材の育成」(38.9%)、「販売力の強化・販路開拓」(38.3%)、「人材の確保」(33.3%)が高く、人材の確保・育成が主要課題となっている。・ 人材の確保状況は、「不足している」(29.6%)が約 3 割を占めている。業種別でみると「製造業」(42.0%)や「生活・サービス関連産業」(36.3%)が高く、「ハローワークへの登録」(46.2%)や「人材紹介事業者の活用」(40.6%)は既に取り組まれているが、今後については、「行政等が実施する人材マッチング事業への参加」や「公的支援機関への相談」等への取組に関心が高い。・ 事業承継に「課題がある」が 36.2%を占めており、主な課題内容は、「後継者の育成」(68.8%)が高い。・ デジタル技術の活用は、「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」(16.6%)や「関心はあるが取り組んでいない」(11.6%)など、28.2%の事業者が何らかの支援を必要としている。デジタル化への取組における課題は、「技術に詳しい人材がいない」(48.1%)や「対応する人員不足」(44.3%)と人材不足が主な課題となっている。

産業 振興策	<ul style="list-style-type: none"> 立川市の産業支援策の認知度は、「立川市中小企業資金融資あっせん制度」を除いた支援策を知らない割合が6～7割を占め、施策の周知が課題となっている。 充実してほしい支援策は、課題となっている「人材の確保・育成支援」(28.2%)が最も高く、次いで「資金調達(融資)への支援」(25.5%)、「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入への支援」(24.6%)、「デジタル化・DXの取組み支援」(24.4%)等が高い。
-----------	--

②商店街(会)アンケート調査

現況	<ul style="list-style-type: none"> 現在の景況感は、「やや衰退している」もしくは「衰退している」と回答した商店街が50.0%を占め、厳しい状況であることが伺える。 今後の見通しについては、「どちらかといえば良くなっていく」(42.9%)と「どちらかといえば悪くなっていく」(39.3%)と二分する。 コロナ禍の影響は、「現在もマイナスの影響がある」が39.3%を占め、回復に至っていないことが伺える。
商店街 活動に おける 課題	<ul style="list-style-type: none"> 近隣型商店街及び地域型商店街では、「商店街(会)活動の担い手が不足」、「会員(経営者)の高齢化」、「加入店数の減少」等が主な課題となっている一方、広域型商店街では、「顧客の高齢化への対応」「活動メリットが薄れてきている」「デジタル化対応が遅れている」等が主な課題となっている。 「空き店舗がある」商店街が32.1%で、近隣型商店街は37.5%と全体より高い。広域型商店街では、「空き店舗はあるがすぐに入居者が決まる」(50.0%)が半数を占める。 デジタル化を推進する上での課題は、商店街のタイプに関らず、「対応する人員が不足」が最も高い。 今後増やしたい来街者は、「広域からの来街者」(67.9%)が高い。
産業 振興策	<ul style="list-style-type: none"> 求める公的支援策は、「街路設備の整備・改修支援」(60.7%)や「来街者用施設整備支援」(50.0%)など、ハード施設への支援が高い。

③市内事業所従業者アンケート調査

消費額	<ul style="list-style-type: none"> 従業者一人あたりの市内の飲食店や小売店等における年間利用金額(試算額)は、総額が約71万円と、まとまった額の消費がみられる。市外居住者における年間総額は約54万円と、市外から消費が流入していることが伺える。
利便性	<ul style="list-style-type: none"> 市内での日常の買い物に対しては、8割台が不便を感じていないと、満足度が高いことがうかがえる。
市内事 業者へ の要望	<ul style="list-style-type: none"> 市内の商店街・店舗・サービス事業者等には、「品揃えの充実」(47.2%)や「商品・サービスの魅力向上」(42.1%)等が望まれている。

④市民アンケート調査

<p>仕事・働き方</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在、就労している人の中で、転職活動に「取り組んでいるもしくは関心がある」人が36.7%、副業活動に「取り組んでいるもしくは関心がある」人が47.4%を占める。また、「起業している、もしくは起業に関心ある」人は25.4%を占め、多様な働き方に関心がある人が一定層を占めている。 ・ 転職・副業活動に対する支援や就職活動に向けた支援は、「求人募集情報の提供」や「総合相談窓口」等が望まれている。 ・ 市内での就業については、既に市内で就業している人を含めて市内での就業を希望・関心がある人が43.8%を占めている。
<p>市内の買い物環境</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内での買い物は、食品では8割を超え、その他の品目も6割台を占める。 ・ 市内での買い物に「不便を感じている」は24.8%。理由として、「店までの距離が遠い」(63.2%)、「品揃えや価格が不満」(33.3%)等が高い。 ・ 市内の商店街については「ほとんど利用しない」が51.5%を占める。 ・ 市内の商店街・店舗等には、市内事業所従業者アンケート調査結果と同様に、「品揃えの充実」(50.2%)や「商品・サービスの魅力向上」(36.7%)等が望まれている。 ・ 住まいの近くに増えて欲しい店舗は、「パン・ベーカリー」(38.9%)等の食料品関連が多い。
<p>産業振興策</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内事業者に望むことは、市内での就業を希望・関心がある人が4割強を占めるなか、「市内の雇用推進」(48.9%)が最も高く、次いで「防犯活動」(34.5%)、「防災活動」(32.1%)が続き、安心・安全なまちづくりが望まれている。 ・ 立川の産業振興が目指す方向性は、事業者アンケート調査では、「中小企業が元気に活動しているまち」(47.8%)、「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」(47.4%)が高く、活発な経済のまちへの意向が高いが、市民アンケート調査では、「将来、子どもたちが住んで働きたいと思うまち」(49.1%)、「まちの魅力にあふれ、来街者が来たくなるまち」(44.0%)、「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」(44.0%)が高く、職・住やまちの魅力に関する意向が高い。

2. アンケート調査結果

(1) 事業者アンケート調査

① 調査概要

調査対象：市内の個人事業者及び法人 2,000 者

個人事業者及び法人の内訳は、総務省統計局事業所母集団情報における法人・個人事業者の比率で2,000件を按分し、対象件数を算出

抽出方法：個人事業者は総務省統計局事業所母集団情報、法人は法人市民税課税台帳から、以下のとおり分類ごとに抽出

分類名称	対象業種	抽出数	個人	法人
小売業	小売業	400	80	320
製造業	製造業	400	20	380
生活サービス産業	生活関連サービス業・宿泊業, 飲食サービス業, 医療・福祉	400	80	320
ナレッジ産業	情報通信業・教育, 学習支援業・学術研究, 専門・技術サービス業	400	80	320
地域産業	上記以外の業種	400	80	320

調査期間：令和6年7月～9月

調査方法：郵送配布、郵送・ウェブ回答にて回収

配布数：宛先不明等による返戻206件を除く1,794件（有効配布数）

回収数：488件（内訳：郵送回答337件、ウェブ回答151件）

回答数：無効回答等を除く483件（有効回答数）

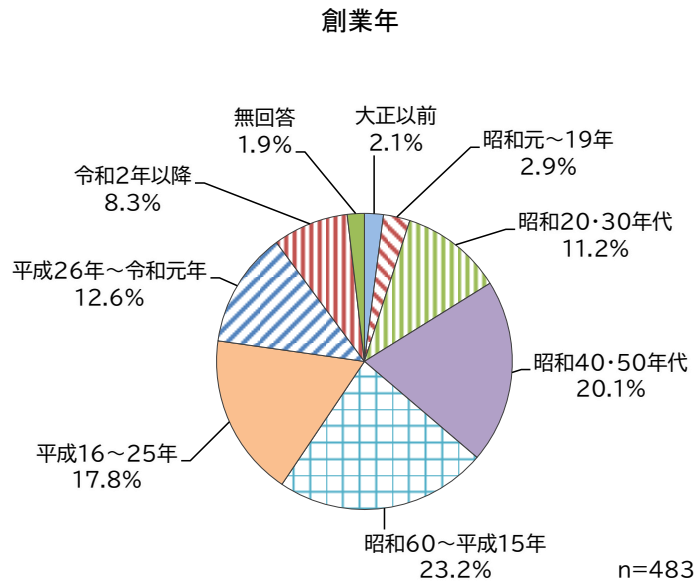
回収率：26.9%（483/1,794）

② 調査結果

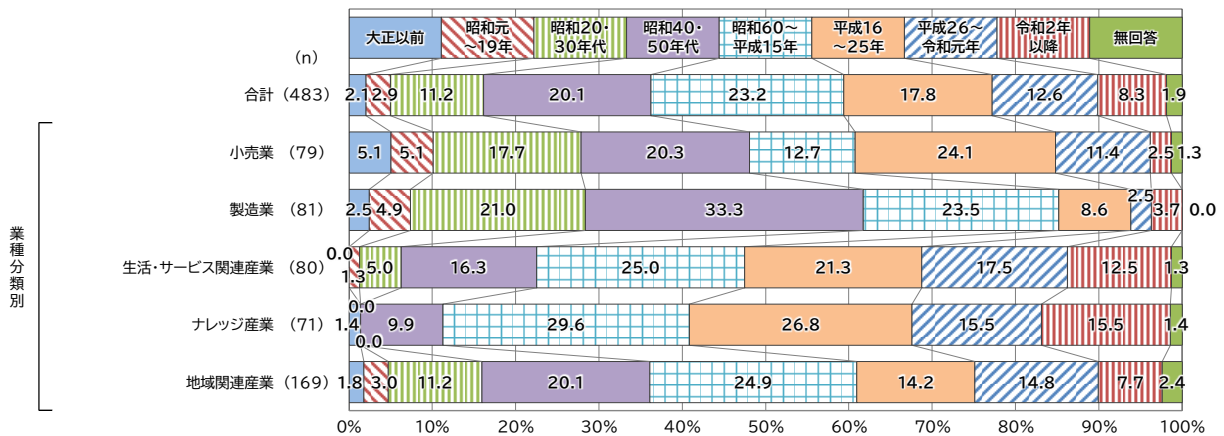
ア 貴事業所の概要

創業年

- 創業年は、「昭和 60～平成 15 年」(23.2%) が最も高く、「昭和 40・50 年代」(20.1%)、「平成 16～25 年」(17.8%)、「平成 26 年～令和元年」(12.6%) の順で続く。
- 業種分類別にみると、「製造業」は 6 割を超える事業所が『昭和 50 年代以前』に創業している。一方で、「ナレッジ産業」は『昭和 50 年代以前』の創業が 1 割強にとどまるなど、創業年が比較的新しい事業所が多く、「令和 2 年以降」(15.5%) の比率も業種区分のなかで最も高い。



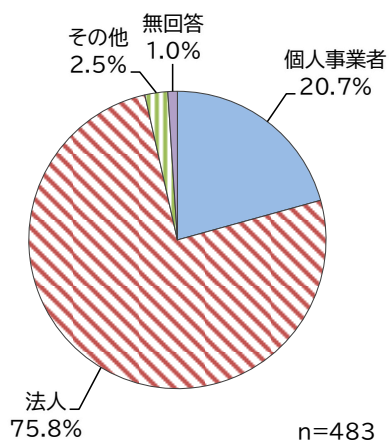
創業年（業種分類別）



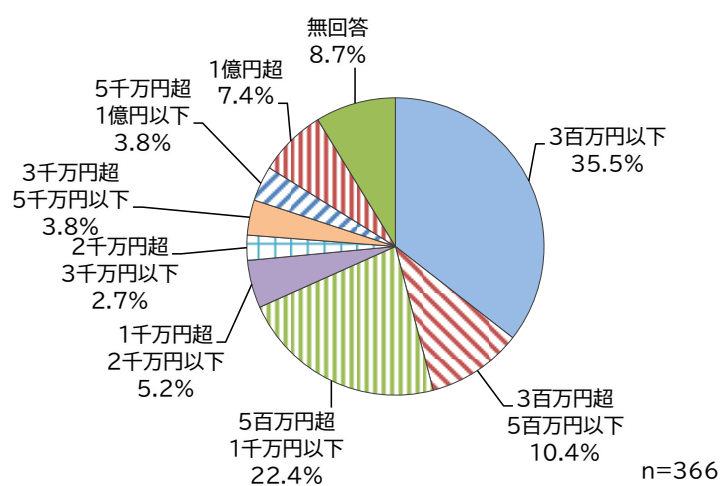
企業形態

- 企業形態は、「法人」(75.8%) が7割台半ばで最も高い。
- 法人における資本金は、「3百万円以下」(35.5%) が最も高く、「5百万円超1千万円以下」(22.4%)、「3百万円超5百万円以下」(10.4%)の順で続く。

企業形態

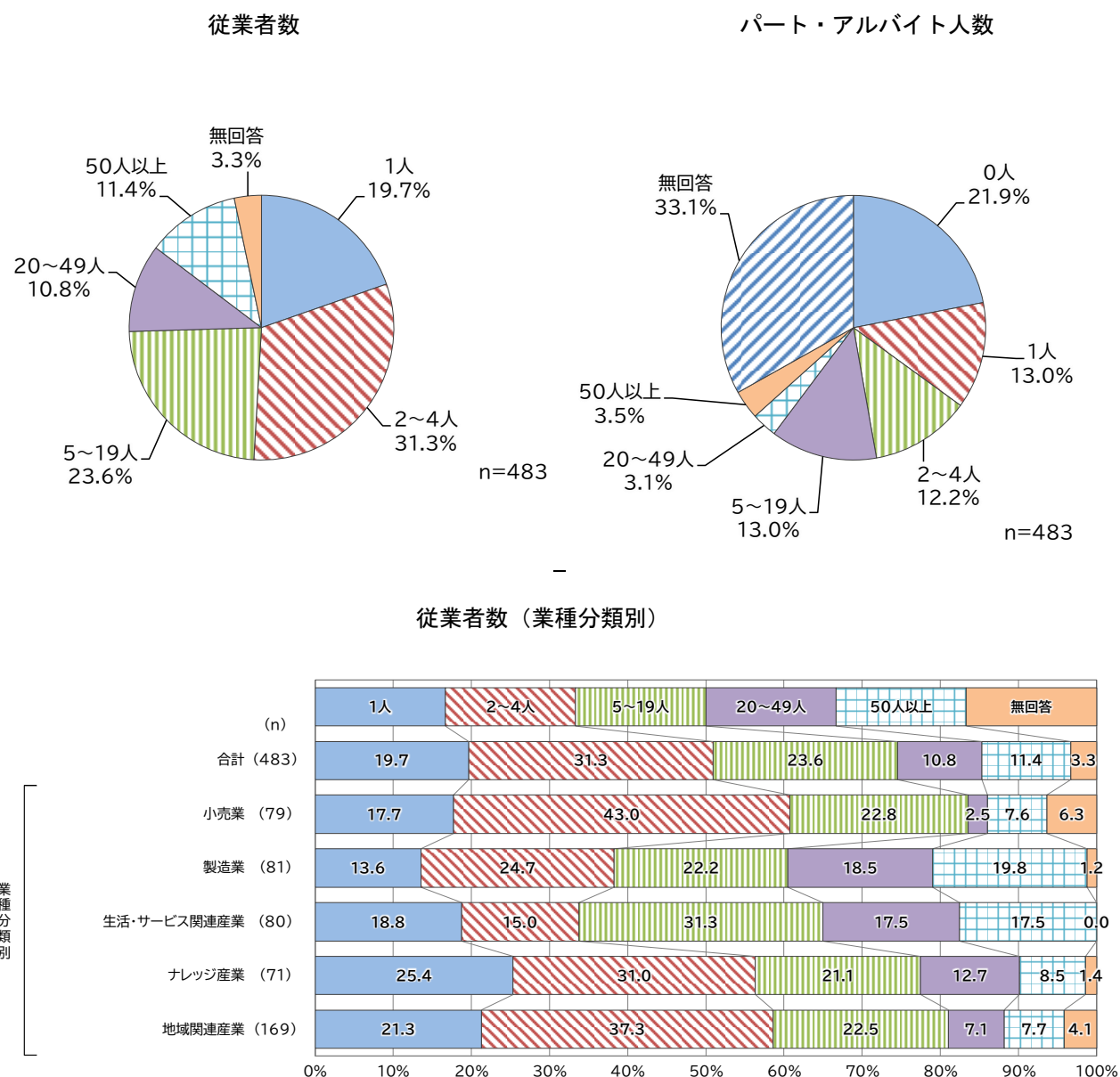


資本金 (法人)



従業者規模

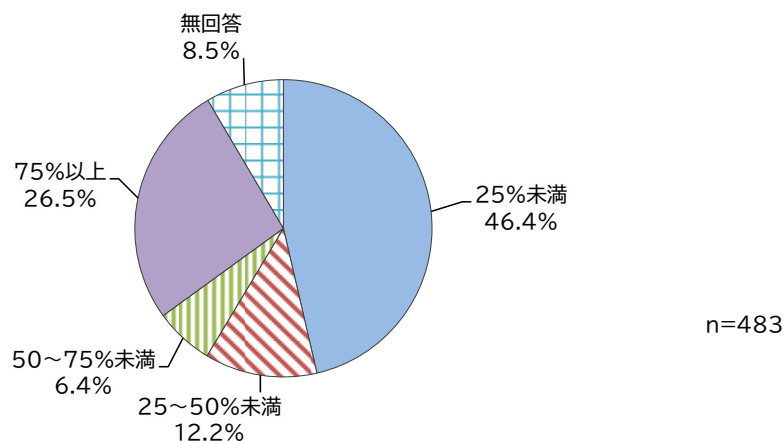
- 従業者数は、「2～4人」(31.3%)が最も高く、「1人」(19.7%)と合わせて『4人以下』(50.9%)が約半数を占める。次に「5～19人」(23.6%)が高く、『19人以下』は全体の4分の3近くとなっている。
- うちパート・アルバイト人数は無回答を除き、「0人」(21.9%)が最も高い。
- 業種分類別にみると、従業者数「1人」の比率は「ナレッジ産業」(25.4%)が最も高い。『4人以下』の比率では「小売業」が6割を超えるなど最も高く、「地域関連産業」、「ナレッジ産業」も『4人以下』の比率が半数を超えている。一方で、「製造業」は4割近くが『20人以上』であり、うち「50人以上」が2割弱を占めるなど、従業者規模が比較的大きい。



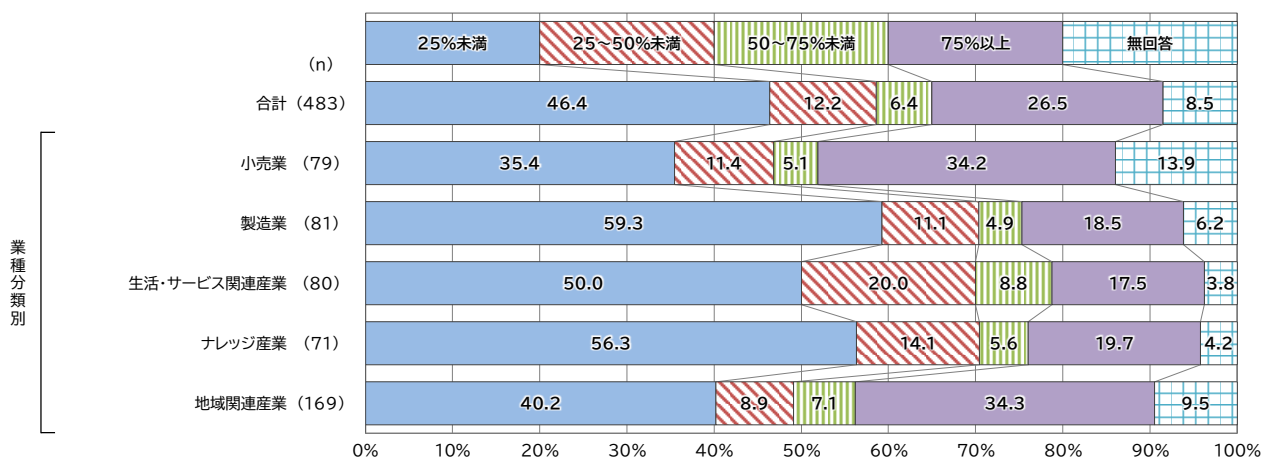
従業員の市内居住率

- 従業員の市内居住率は、「25%未満」(46.4%) が最も高く、「75%以上」(26.5%)、「25~50%未満」(12.2%)の順で続く。
- 業種別にみると、「75%以上」の比率が「小売業」(34.2%)と「地域関連産業」(34.3%)で高く、ともに3割台半ば近くとなっている。

従業員の市内居住率



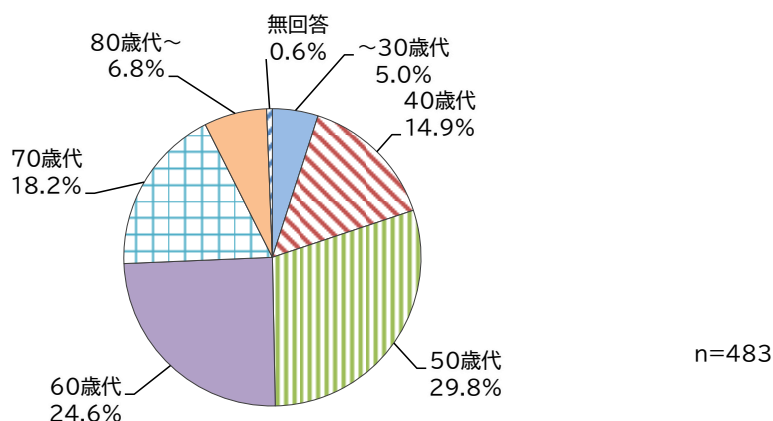
従業員の市内居住率（業種分類別）



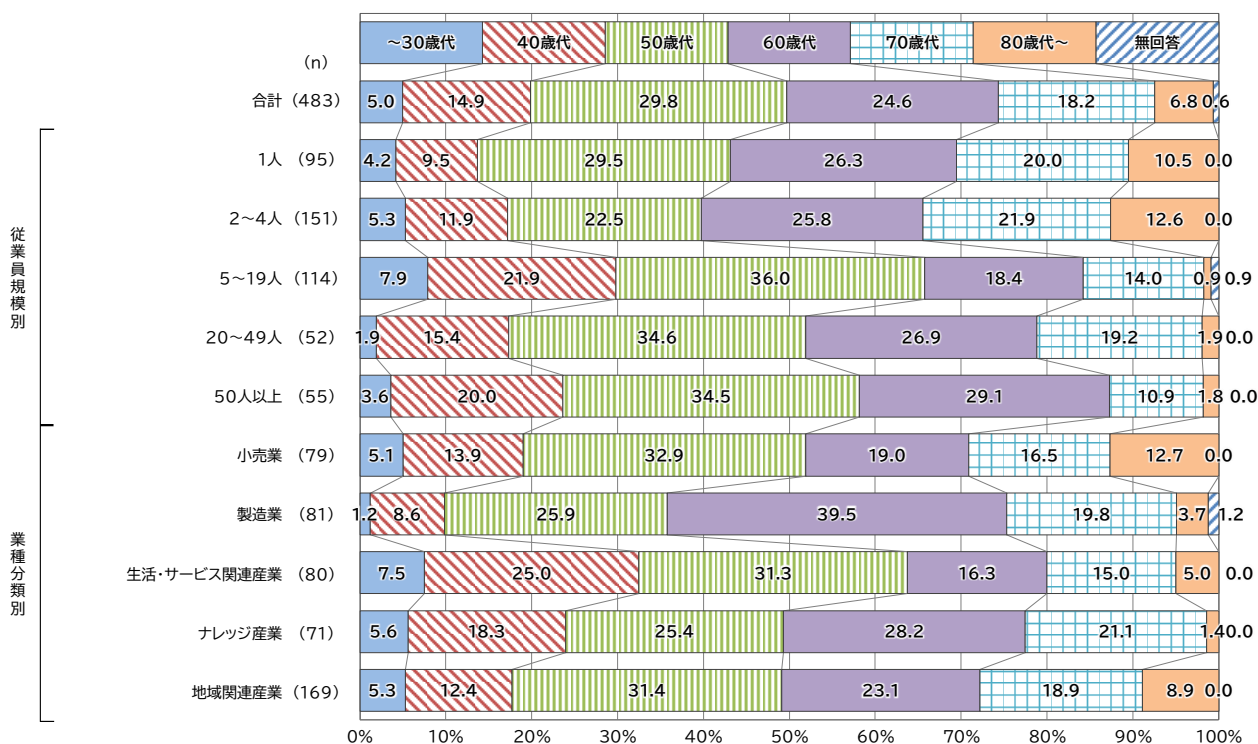
代表者の年齢

- 代表者の年齢は、「50歳代」(29.8%)が最も高く、「60歳代」(24.6%)、「70歳代」(18.2%)の順で続く。『60歳以上』が約半数を占める。
- 従業者規模別にみると、従業者数「1人」と「2~4人」の事業者では、『70歳以上』が3割を超える。
- 業種分類別にみると、「生活・サービス関連産業」は『50歳代以下』が6割台半ば近くを占め、『40歳代以下』も3割以上と、比較的若い代表者が多い。一方、「製造業」では『60歳以上』が6割以上となっている。

代表者の年齢



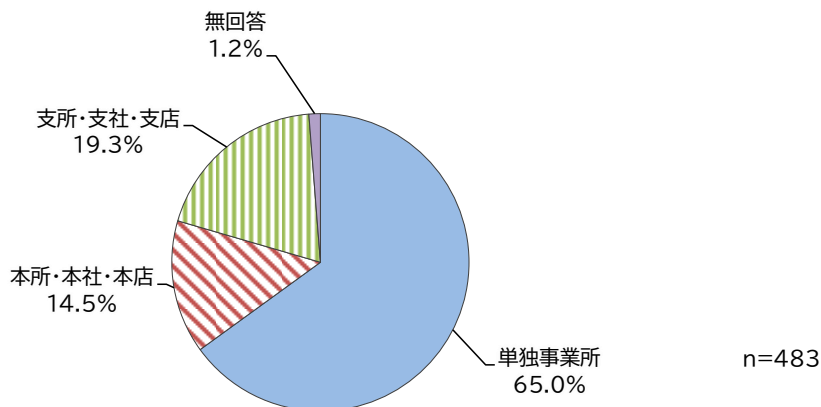
代表者の年齢（従業者規模別、業種分類別）



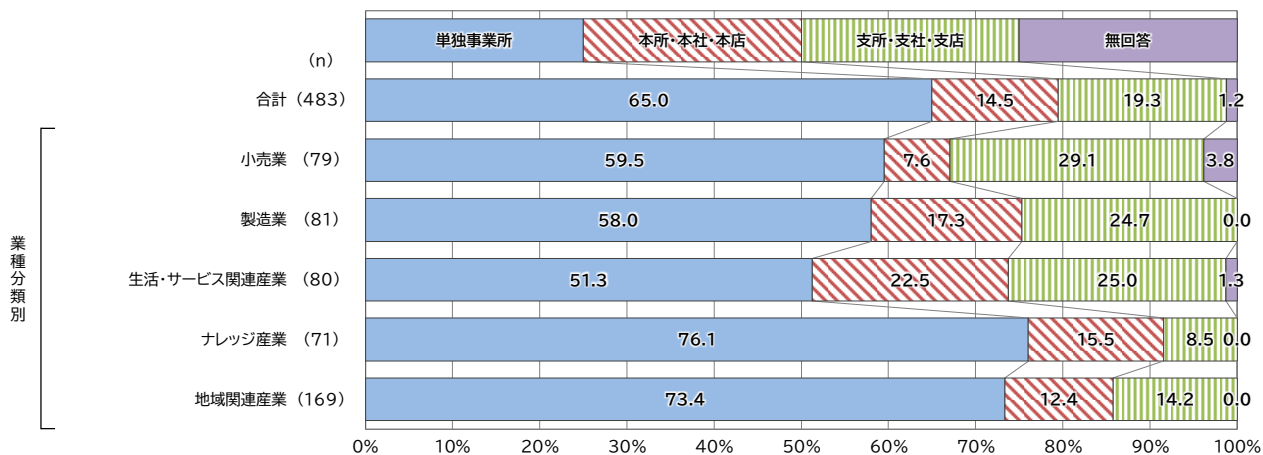
事業所の機能

- 事業所の機能は、「単独事業所」(65.0%)が6割半ばを占め、「支所・支社・支店」(19.3%)、「本所・本社・本店」(14.5%)の順となっている。
- 業種分類別にみると、「支所・支社・支店」の比率が「小売業」(29.1%)、「生活・サービス関連産業」(25.0%)、「製造業」(24.7%)で比較的高い。

事業所の機能

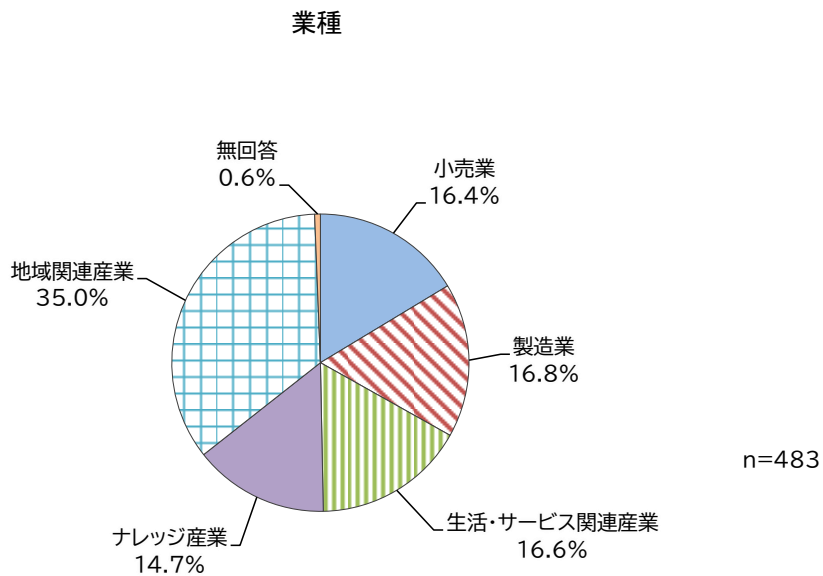


事業所の機能（業種分類別）



問1 市内にある貴事業所の業種は、次のどれに該当しますか。(最も年間売上高の多いもの1つに○)

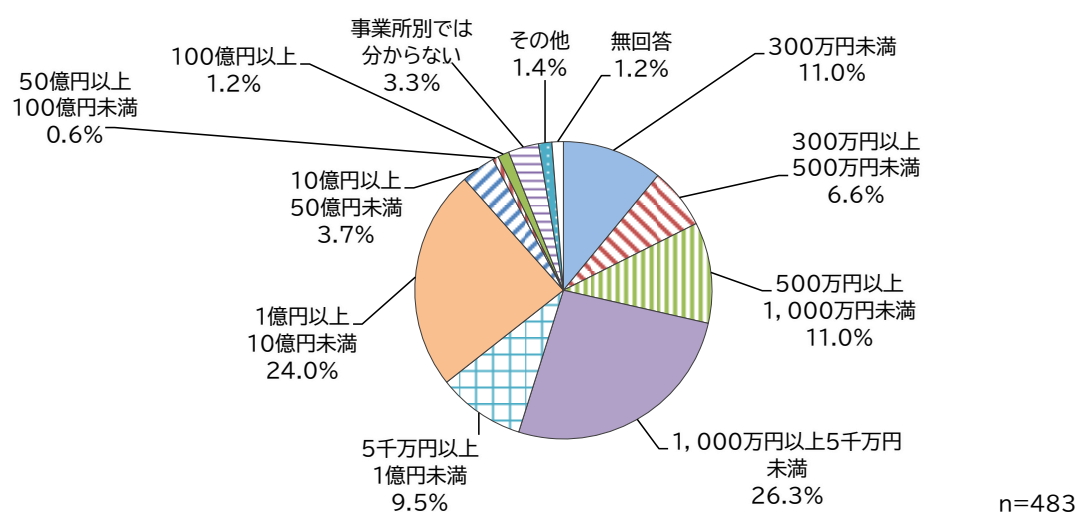
- 業種分類をみると、「地域関連産業」(35.0%)が最も高く、「製造業」(16.8%)、「生活・サービス関連産業」(16.6%)、「小売業」(16.4%)の順で続く。



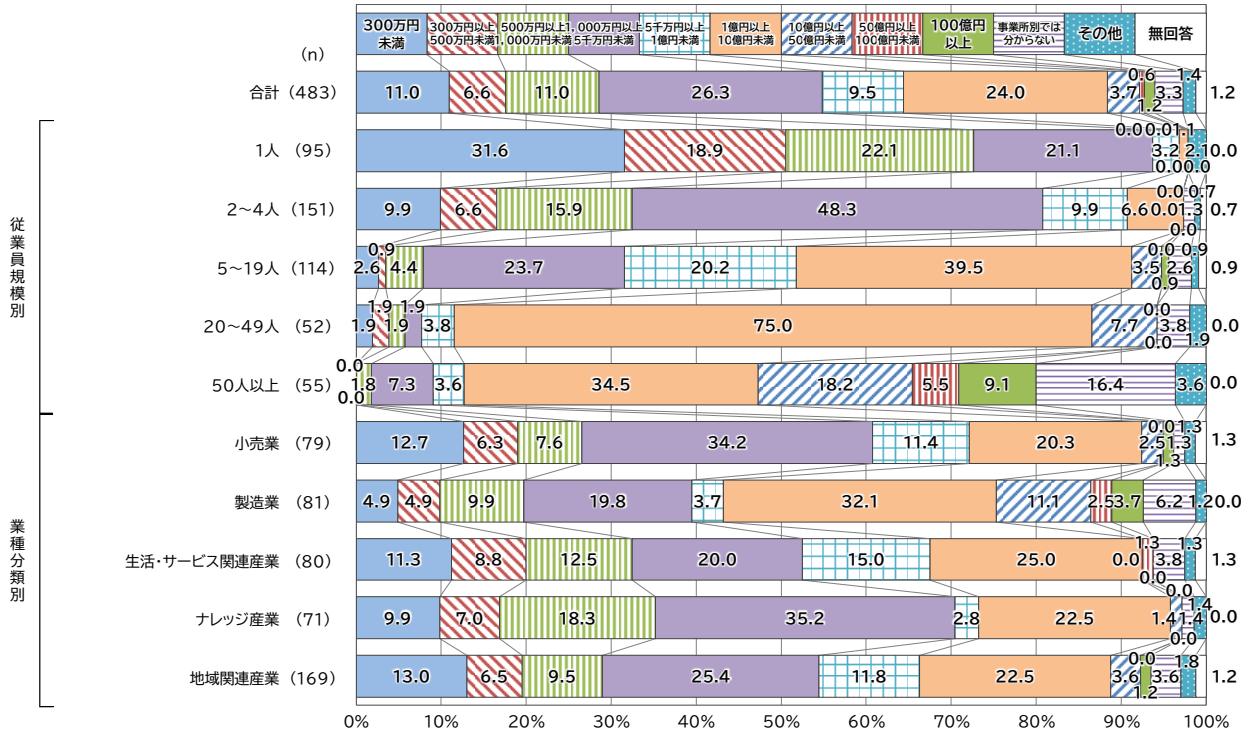
問2 貴事業所の直近決算の年間売上高・収入は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 直近決算の年間売上高は、「1,000万円以上5千万円未満」(26.3%)、「1億円以上10億円未満」(24.0%)の順で多く、次に「300万円未満」(11.0%)及び「500万円以上1,000万円未満」(11.0%)が続く。
- 従業者規模別にみると、「1人」では「300万円未満」(31.6%)が最も高く、「2～4人」では「1,000万円以上5千万円未満」(48.3%)、「5～19人」では「1億円以上10億円未満」(39.5%)、「20～49人」では「1億円以上10億円未満」(75.0%)、「50人以上」では「1億円以上10億円未満」(34.5%)が最も高い。
- 業種分類別にみると、「小売業」では「1,000万円以上5千万円未満」(34.2%)が最も高く、「製造業」では「1億円以上10億円未満」(32.1%)、「生活・サービス関連産業」では「1億円以上10億円未満」(25.0%)、「ナレッジ産業」では「1,000万円以上5千万円未満」(35.2%)、「地域関連産業」では「1,000万円以上5千万円未満」(25.4%)が最も高い。

直近決算の年間売上高



直近決算の年間売上高（従業者規模別、業種分類別）

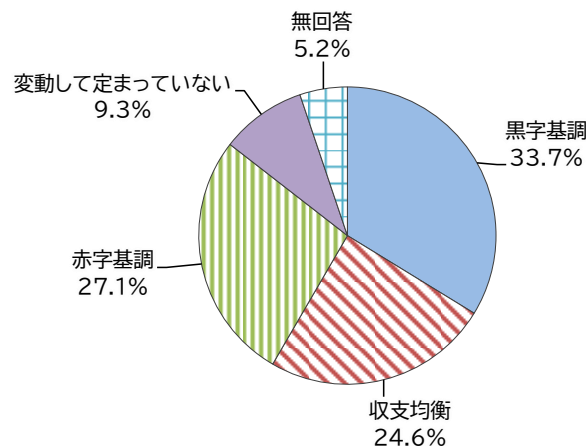


イ 経営状況

問3 貴事業所の最近の経営状況をお教えてください。(1つに○)

- 最近の経営状況は、「黒字基調」(33.7%)が最も高く、「赤字基調」(27.1%)、「収支均衡」(24.6%)の順となっている。
- 従業者規模別にみると、「1人」では「赤字基調」(44.2%)が最も高い一方、「20～49人」と「50人以上」では「黒字基調」がそれぞれ53.8%、58.2%と半数以上を占める。「2～4人」では「赤字基調」(33.1%)の比率が最も高いが、「5～19人」になると「黒字基調」(41.2%)の方が高くなる。従業者規模が大きい程、「黒字基調」の比率が増す傾向がみられる。
- 業種分類別にみると、「黒字基調」の比率が高いのは「製造業」(35.8%)、「ナレッジ産業」(52.1%)、「地域関連産業」(33.1%)で、「生活・サービス関連産業」は「収支均衡」(37.5%)が最も高い。「赤字基調」の比率が最も高いのは「小売業」(39.2%)のみである。
- 代表者の年齢別にみると、『40歳代以上』において、年齢が若いほど「黒字基調」の比率が高くなる傾向にある。反対に、「赤字基調」は年齢が高いほど比率が高くなる傾向にあり、「70歳代」、「80歳代以上」では「赤字基調」は共に36.4%となっている。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」と「事業の多角化」において「黒字基調」は5割強を超える。一方、「廃業の予定」では「黒字基調」と「収支均衡」は合わせて3割に満たず、「赤字基調」(62.8%)が6割強を占める。
- 事業持続取組み状況別にみると、「既の実施している」は「黒字基調」(46.3%)が高く、「関心がなく、必要ではない」は「黒字基調」(22.9%)が低い。取組みへの関心が高く、取組みが進んでいる事業者ほど、「黒字基調」の比率が高くなる傾向がみられる。

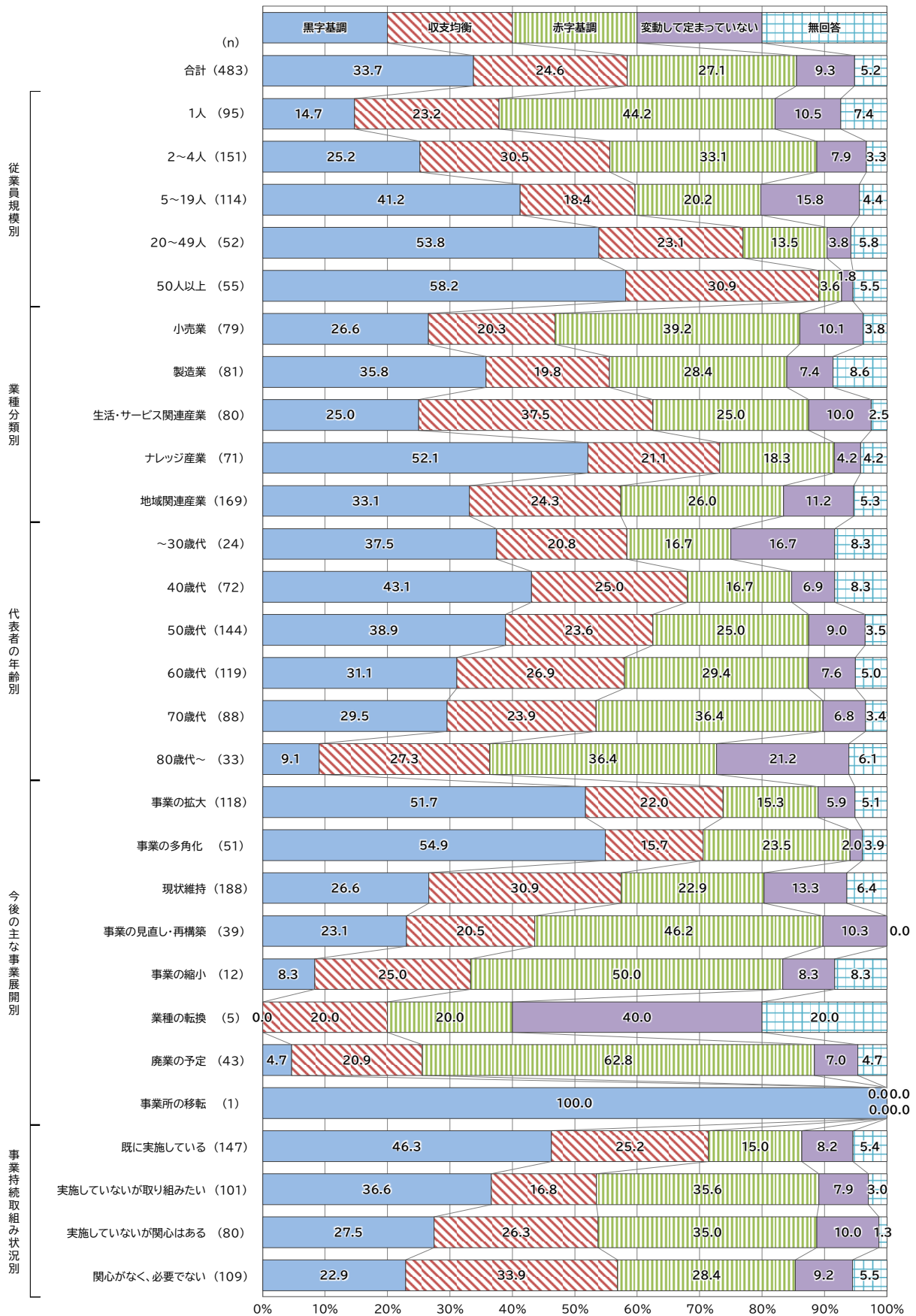
最近の経営状況



n=483

最近の経営状況

(従業員規模別、業種分類別、代表者の年齢別、今後の主な事業展開別、事業持続取組み状況別)

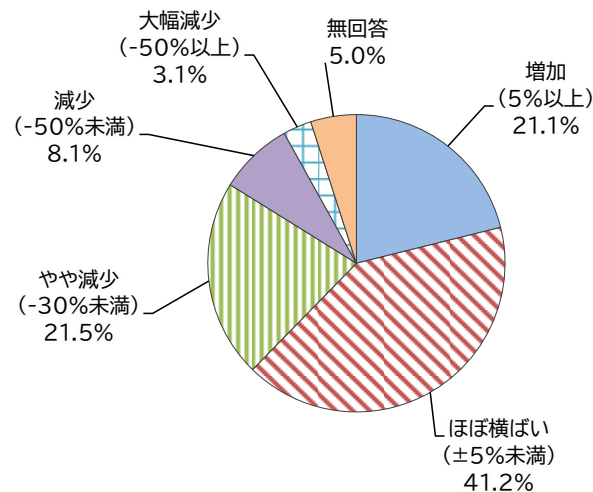


問4 貴事業所の1年前（令和5年4～7月頃）と現在を比較した経営状況の変化について、お教えください。令和5年4月以降に開業された方は、開業時との変化についてお答えください。
（項目ごと、1つに○）

①売上高・収入

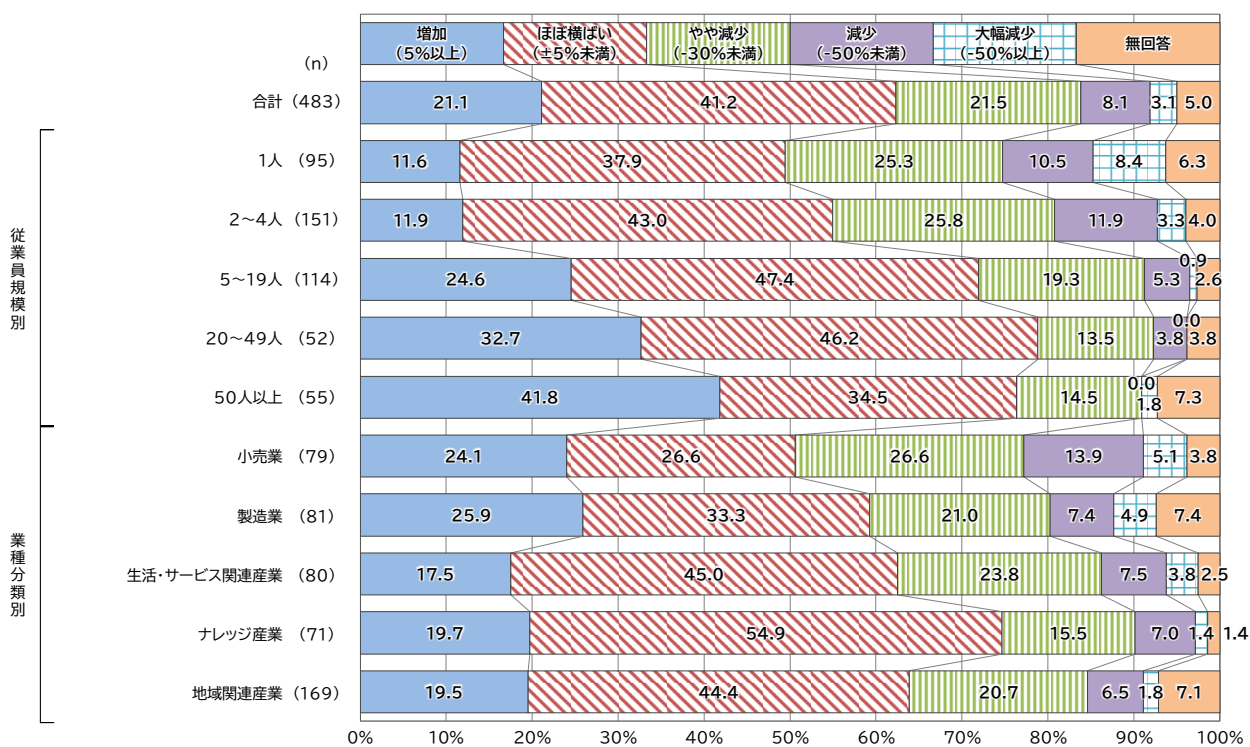
- 1年前と現在を比較した売上高・収入の変化は、「ほぼ横ばい（±5%未満）」（41.2%）が4割強を占めて最も高く、「やや減少（-30%未満）」（21.5%）、「増加（5%以上）」（21.1%）、「減少（-50%未満）」（8.1%）の順で続く。「やや減少（-30%未満）」、「減少（-50%未満）」、「大幅減少（-50%以上）」を合わせた『減少』は3割強となっている。
- 従業者規模別にみると、「1人」と「2～4人」では『減少』が4割を超え、平均よりも『減少』の比率が高い。また、従業者数が多いほど「増加（5%以上）」が高くなる傾向にある。
- 業種分類別にみると、「小売業」では『減少』が4割台半ばを占める一方、「増加（5%以上）」（24.1%）も2割台半ば近くと、状況が二分されている。「ナレッジ産業」では「ほぼ横ばい（±5%未満）」（54.9%）が半数以上を占め、「増加（5%以上）」も19.7%と、比較的良好となっている。

売上高・収入の変化



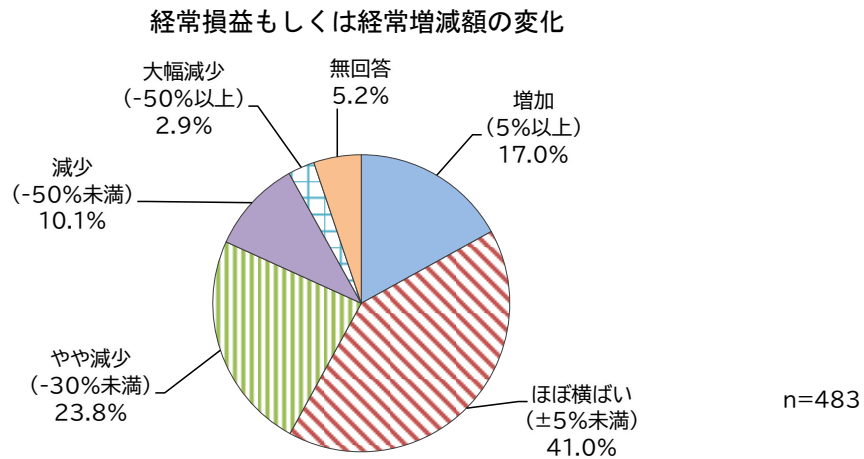
n=483

売上高・収入の変化（従業者規模別、業種分類別）

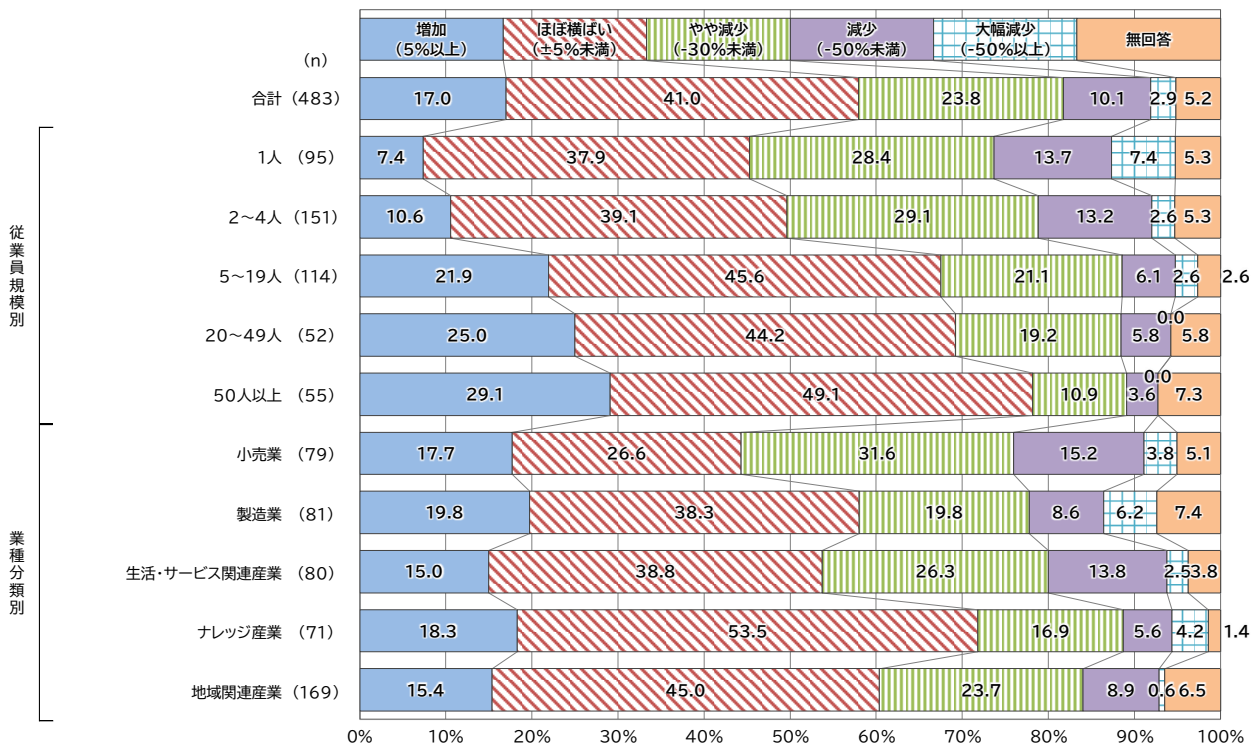


② 経常損益もしくは経常増減額

- 1年前と現在を比較した経常損益もしくは経常増減額の変化は、「ほぼ横ばい(±5%未満)」(41.0%)が4割強を占めて最も高く、「やや減少(-30%未満)」(23.8%)、「増加(5%以上)」(17.0%)、「減少(-50%未満)」(10.1%)の順で続く。「やや減少(-30%未満)」、「減少(-50%未満)」、「大幅減少(-50%以上)」を合わせた『減少』は3割台半ばを超えている。
- 従業者規模別にみると、「1人」では『減少』が半数弱を占め、「2~4人」でも4割台半ば近くと、平均よりも『減少』の比率が高い。また①売上高・収入と同様、従業者数が多いほど「増加(5%以上)」が高くなる傾向にある。
- 業種分類別にみると、①売上高・収入と同様に「小売業」では『減少』が約5割を占める一方、「増加(5%以上)」(17.7%)も一定数あり、状況が二分されている。一方、「ナレッジ産業」では「ほぼ横ばい(±5%未満)」(53.5%)が半数以上を占め、「増加(5%以上)」も18.3%と、比較的良好となっている。



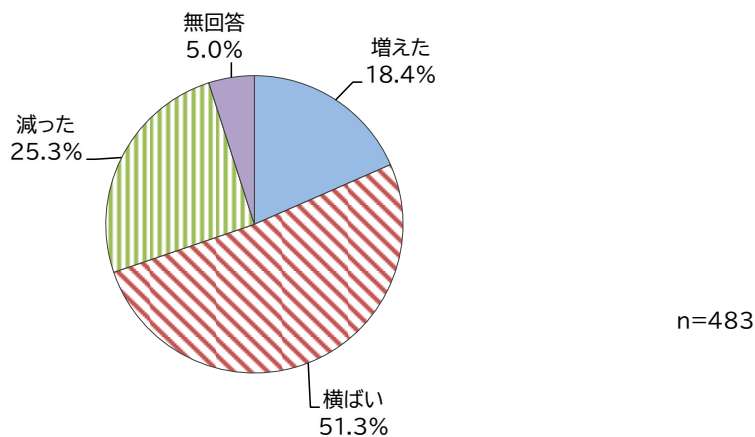
経常損益もしくは経常増減額の変化（従業者規模別、業種分類別）



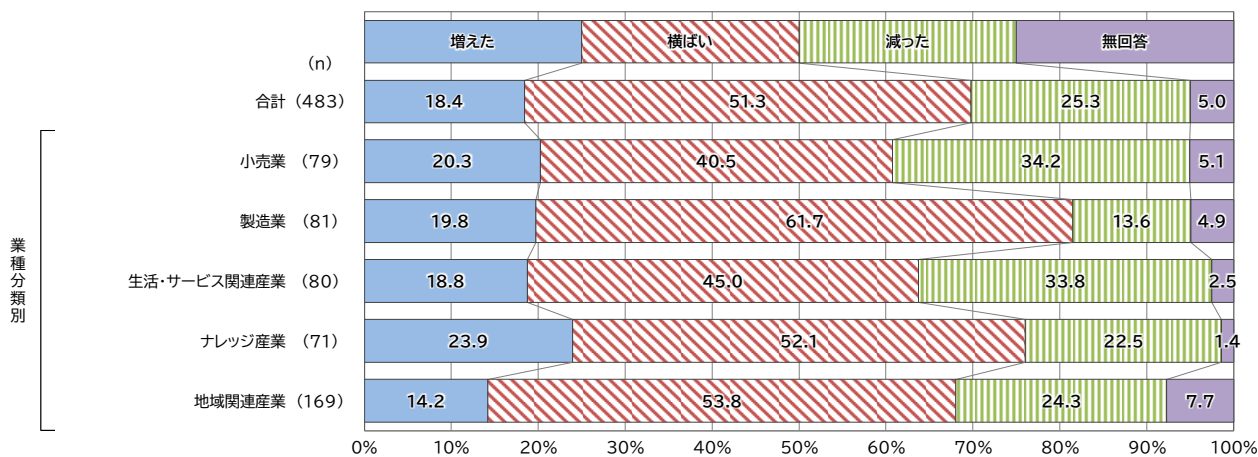
③来店数・取引先数・利用者数

- 1年前と現在を比較した来店数・取引先数・利用者数の変化は、「横ばい」(51.3%)が最も高く、「減った」(25.3%)、「増えた」(18.4%)の順で続く。
- 業種分類別にみると、「減った」が「小売業」(34.2%)と「生活・サービス関連産業」(33.8%)で比較的高い。

来店数・取引先数・利用者数の変化



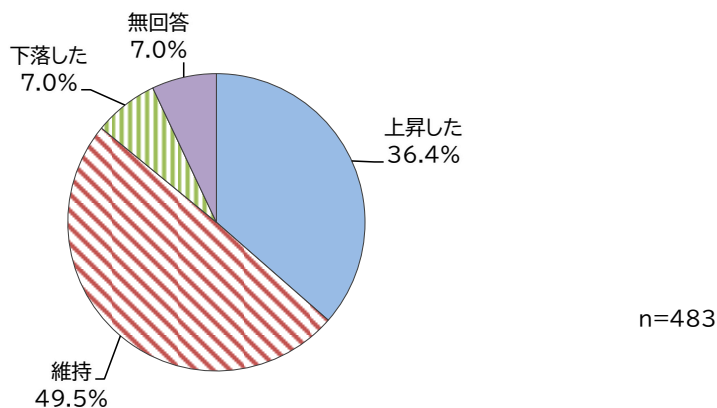
来店数・取引先数・利用者数の変化（業種分類別）



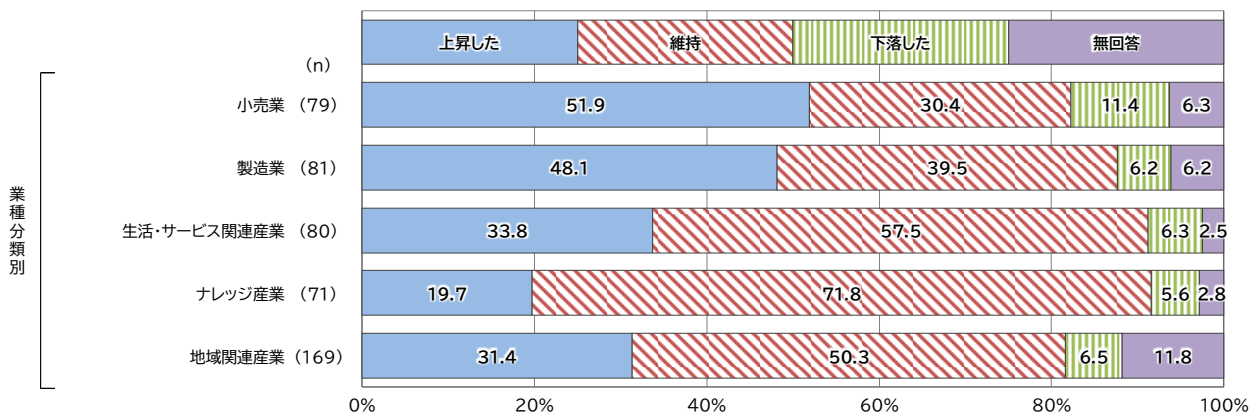
④製品・商品・サービス単価

- 1年前と現在を比較した製品・商品・サービス単価の変化は、「維持」(49.5%)が最も高く半数弱を占め、次に「上昇した」(36.4%)が高い。
- 業種分類別にみると、「上昇した」は「小売業」(51.9%)で5割強、「製造業」(48.1%)で5割近くとなっている。

製品・商品・サービス単価の変化



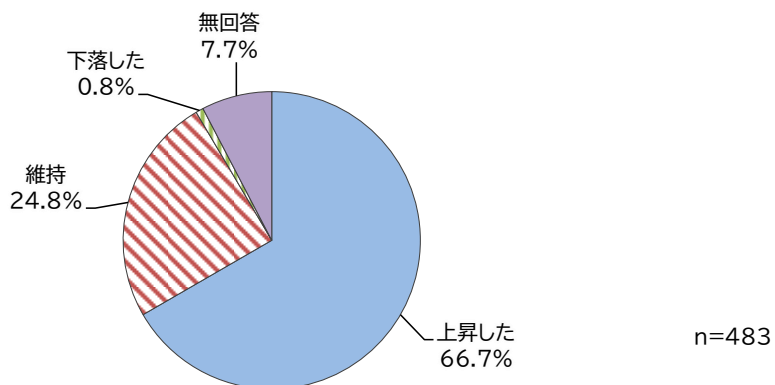
製品・商品・サービス単価の変化（業種分類別）



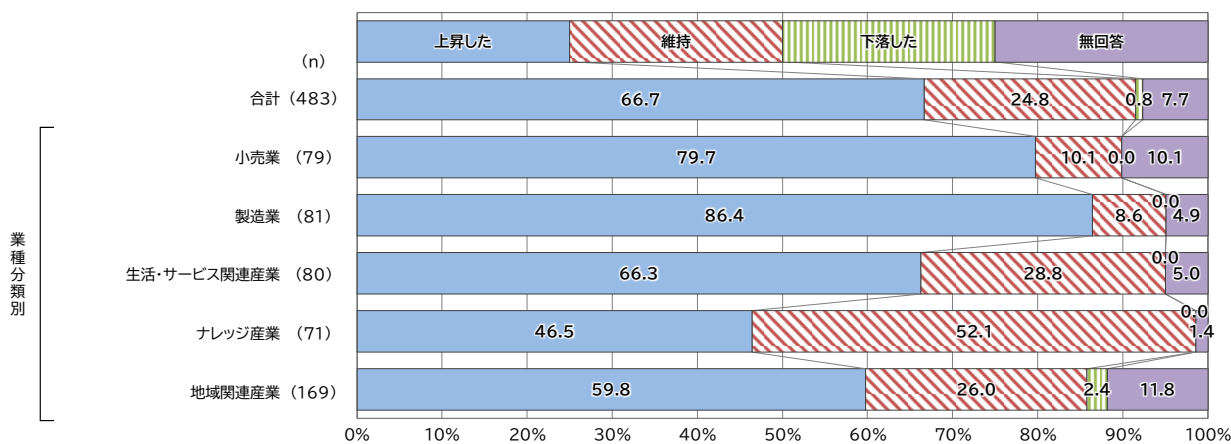
⑤原材料価格

- 1年前と現在を比較した原材料価格の変化は、「上昇した」(66.7%)が最も高く6割台半ばを超えている。
- 業種分類別にみると、「上昇した」が「製造業」(86.4%)で8割台半ばを超えており、「小売業」(79.7%)でも8割弱など、原材料価格の変化の影響を大きく受けている。

原材料価格の変化



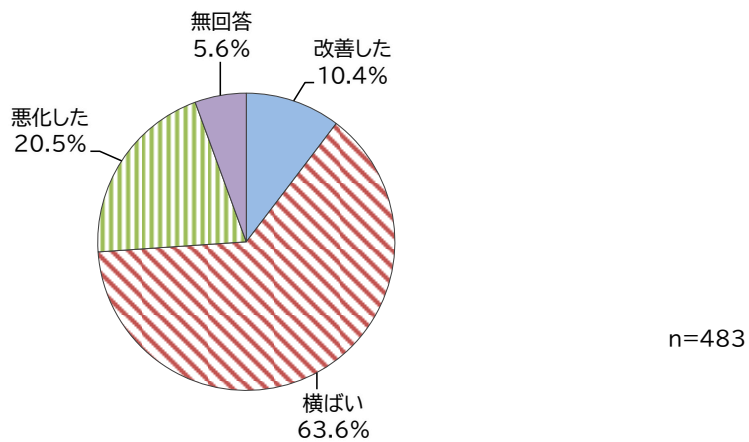
原材料価格の変化 (業種分類別)



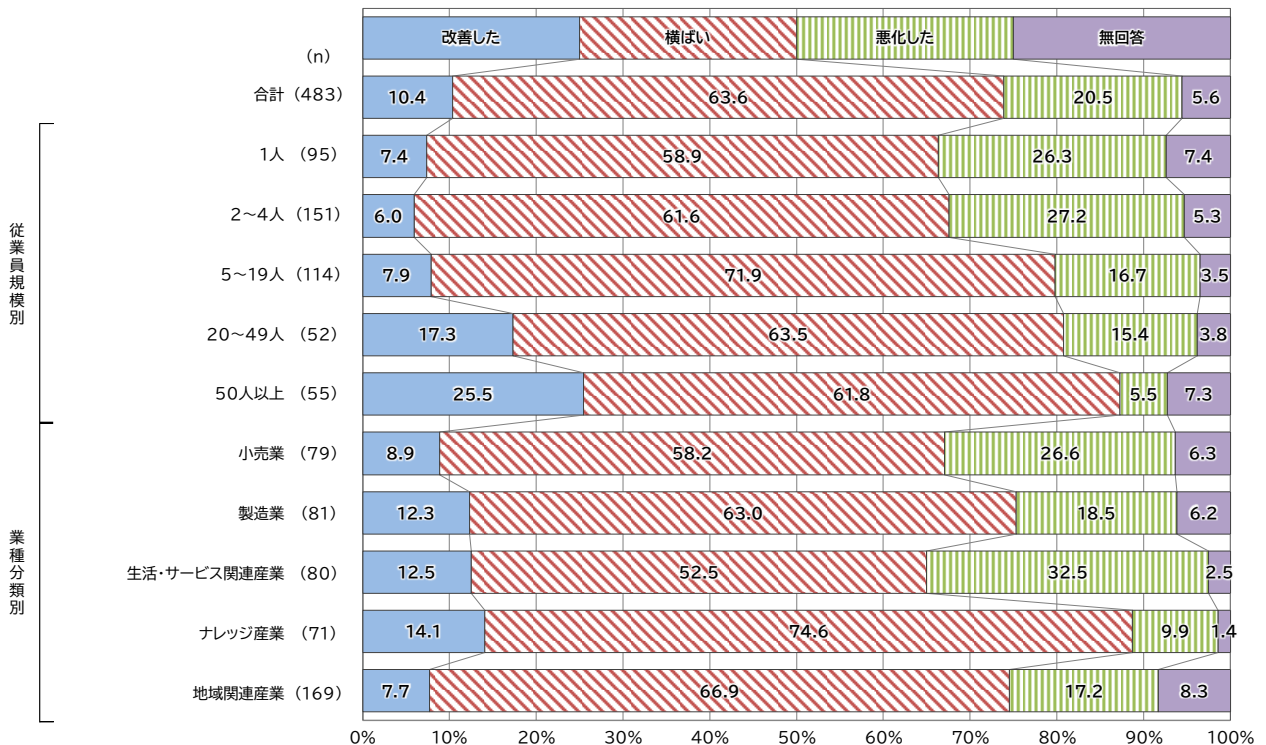
⑥資金繰り

- 1年前と現在を比較した資金繰りの変化は、「横ばい」(63.6%)が最も高く、次に「悪化した」(20.5%)が高くなっている。「改善した」(10.4%)は約1割。
- 従業員規模別にみると、従業員数「50人以上」では「改善した」(25.5%)が2割台半ばで、平均よりも高い。また、「悪化した」が従業員数「50人以上」(5.5%)では1割に満たないのに対し、「1人」(26.3%)と「2～4人」(27.2%)では共に2割台半ばを超えており、従業員数規模が小さいほど、資金繰り悪化の傾向がみられる。
- 業種分類別にみると、「悪化した」が「生活・サービス関連産業」(32.5%)で3割強、「小売業」(26.6%)で2割台半ばを超えている。

資金繰りの変化



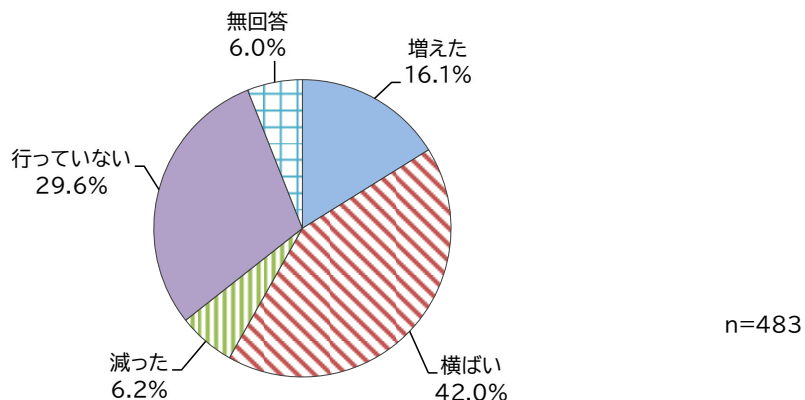
資金繰りの変化（従業員規模別、業種分類別）



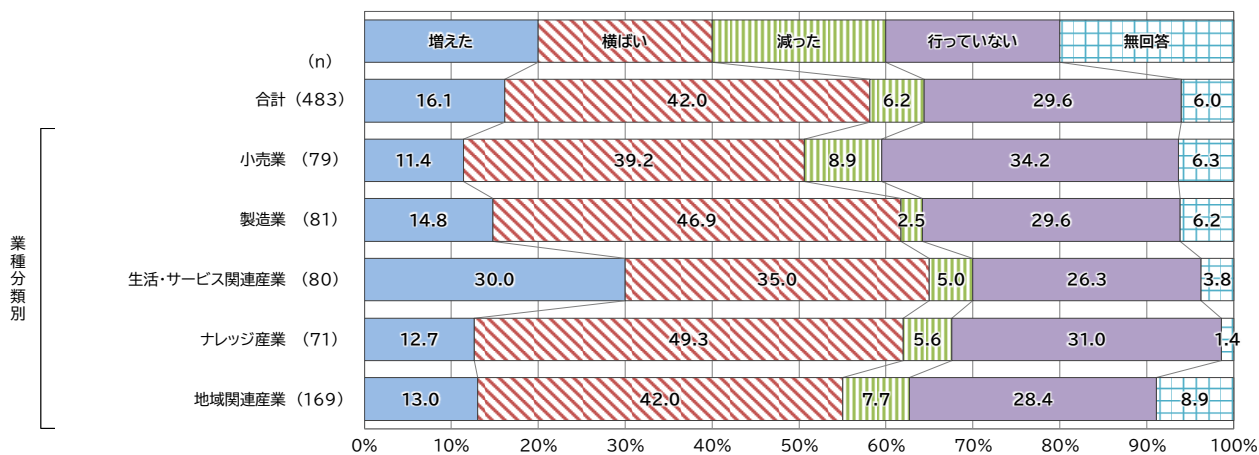
⑦設備投資

- 1年前と現在を比較した設備投資の変化は、「横ばい」(42.0%)が最も高く、「行っていない」(29.6%)、「増えた」(16.1%)の順となっている。
- 業種分類別にみると、「生活・サービス関連産業」では「増えた」(30.0%)が3割で、他の業種分類よりも高い比率となっている。

設備投資の変化



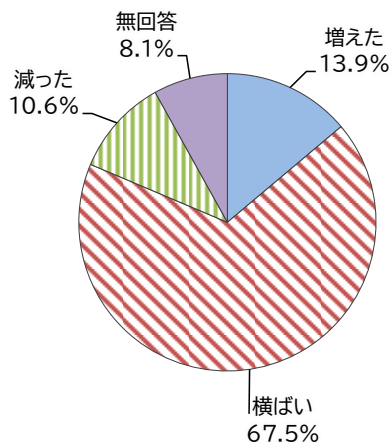
設備投資の変化（業種分類別）



⑧雇用人数

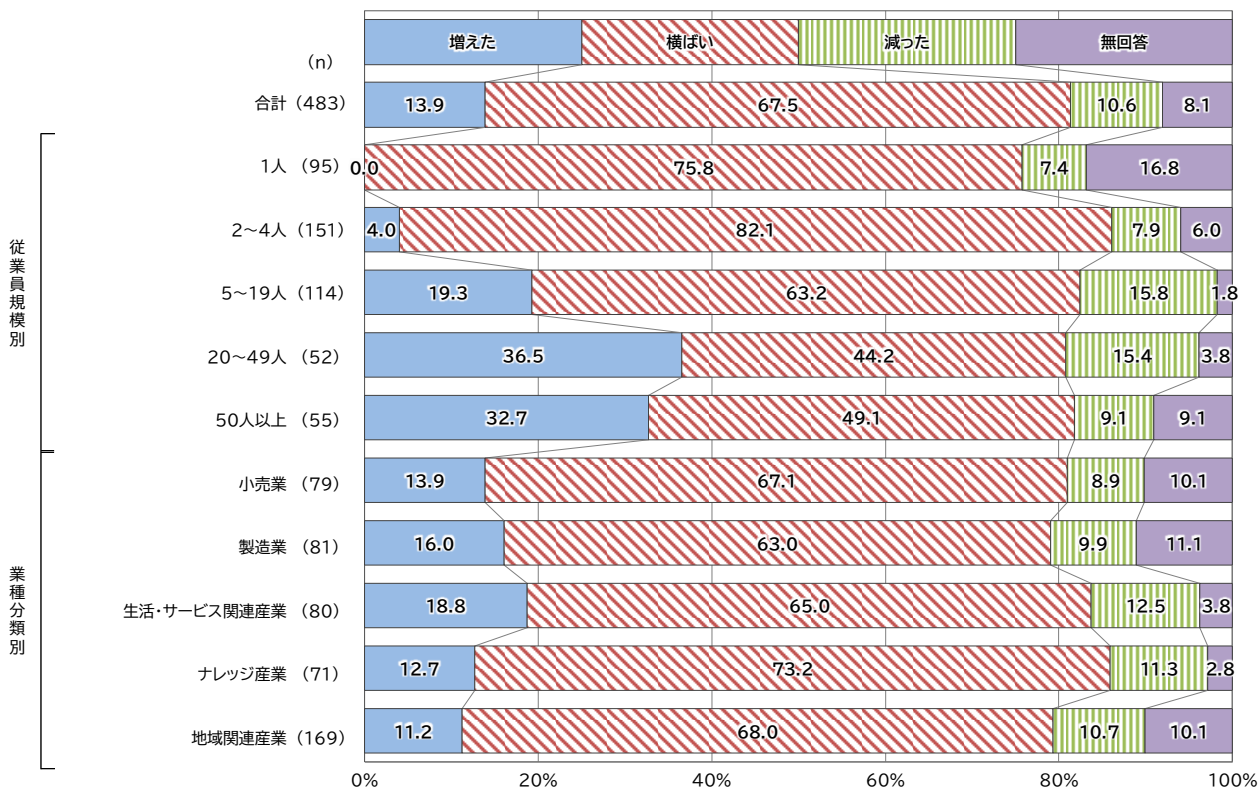
- 1年前と現在を比較した雇用人数の変化は、「横ばい」(67.5%)が6割台半ばを超えて最も高く、「増えた」(13.9%)、「減った」(10.6%)の順で続く。
- 従業者規模別にみると、「増えた」が「2~4人」(4.0%)では1割に満たないが、「20~49人」(36.5%)と「50人以上」(32.7%)では3割以上で「増えた」と回答している。

雇用人数の変化



n=483

雇用人数の変化 (従業者規模別・業種分類別)

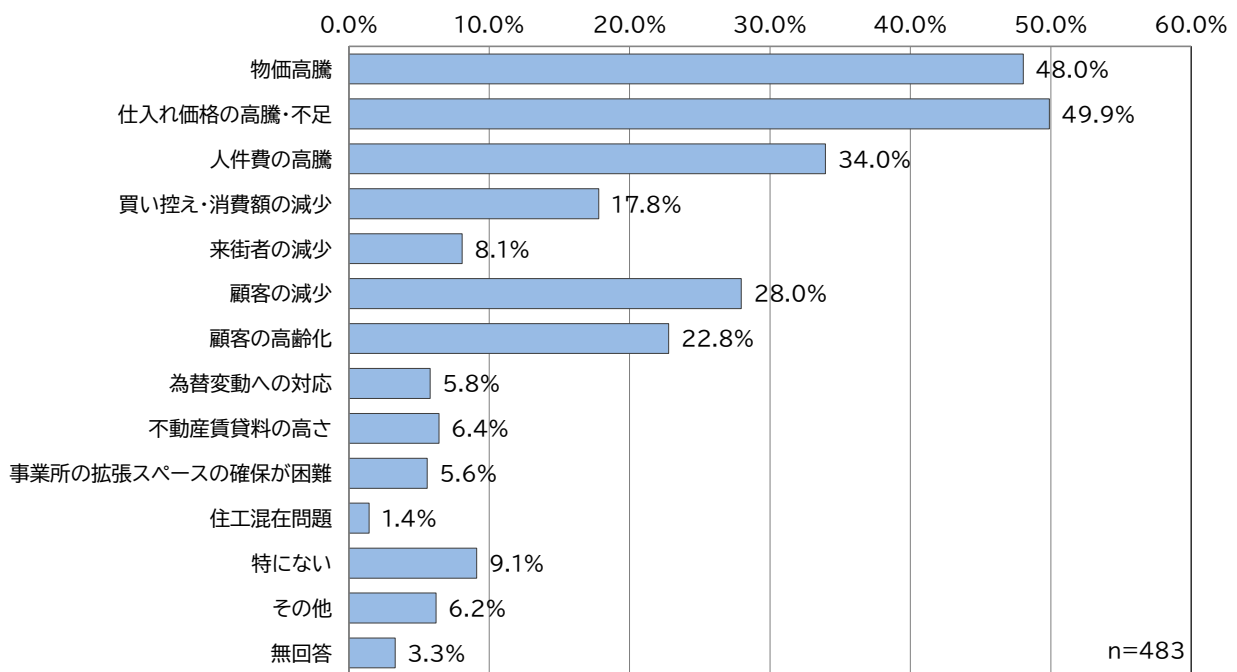


ウ 貴事業所の課題

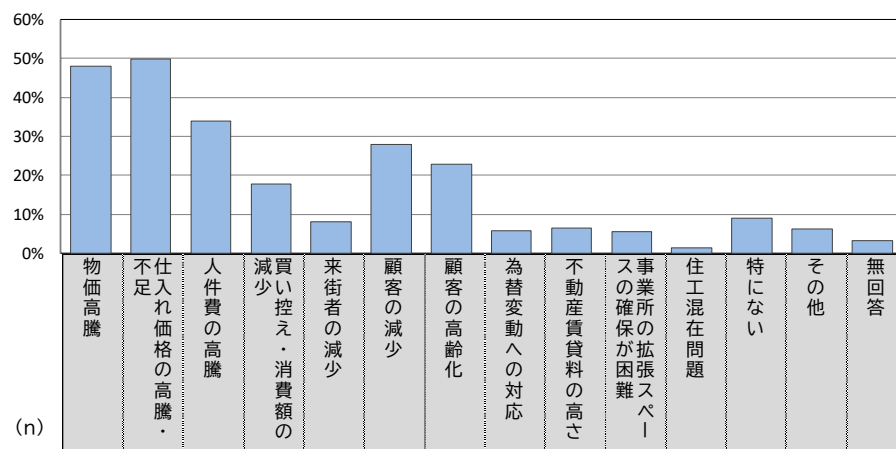
問5 貴事業所を取り巻く環境に係る課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 事業所を取り巻く環境に係る課題については、「仕入れ価格の高騰・不足」(49.9%)が最も高く、「物価高騰」(48.0%)、「人件費の高騰」(34.0%)、「顧客の減少」(28.0%)の順で続く。
- 従業員規模別にみると、「人件費の高騰」が「20～49人」(73.1%)では7割台半ば近くになっており、平均(34.0%)よりも大幅に高いほか、「50人以上」(58.2%)でも6割近くと、従業員規模の大きい事業所において、大きな課題となっている。
- 業種分類別にみると、「製造業」では「仕入れ価格の高騰・不足」(69.1%)が7割弱と比率が高い。

事業所を取り巻く環境の課題 (MA:5)



事業所を取り巻く環境の課題 (MA:5) (従業員規模別・業種分類別)

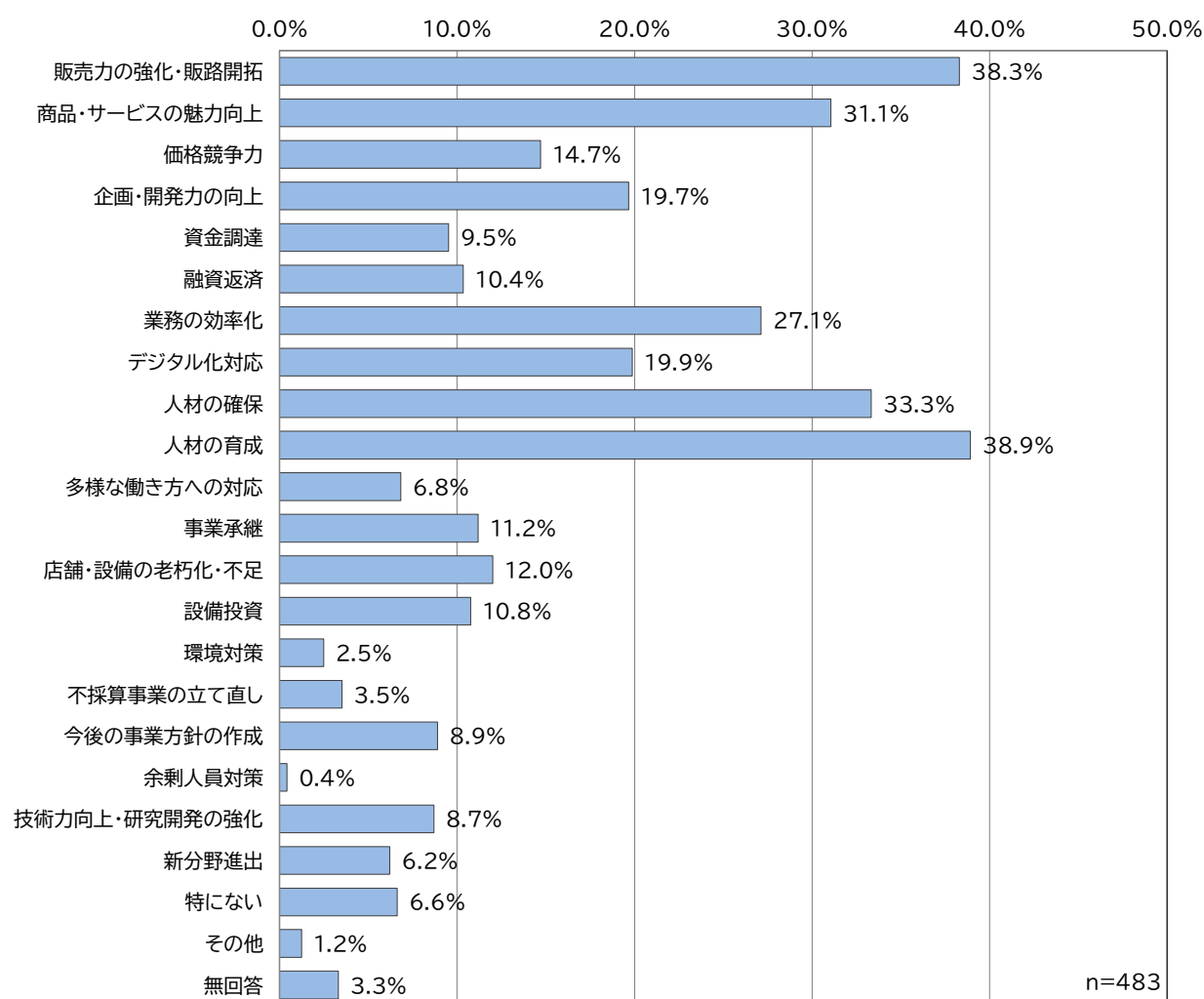


		(n)	物価高騰	仕入れ価格の高騰・不足	人件費の高騰	買い控え・消費額の減少	来街者の減少	顧客の減少	顧客の高齢化	為替変動への対応	不動産賃貸料の高さ	事業所の拡張スペースの確保が困難	住工混在問題	特にない	その他	無回答
全体		(483)	48.0	49.9	34.0	17.8	8.1	28.0	22.8	5.8	6.4	5.6	1.4	9.1	6.2	3.3
従業員規模別	1人	(95)	41.1	43.2	6.3	12.6	8.4	36.8	20.0	3.2	5.3	3.2	4.2	20.0	5.3	4.2
	2~4人	(151)	49.0	50.3	19.9	21.2	15.9	33.1	27.8	4.0	7.3	4.0	0.7	7.3	5.3	3.3
	5~19人	(114)	53.5	51.8	47.4	18.4	2.6	23.7	21.1	7.9	6.1	4.4	0.9	8.8	7.0	1.8
	20~49人	(52)	50.0	55.8	73.1	9.6	5.8	17.3	13.5	3.8	5.8	11.5	0.0	3.8	7.7	3.8
	50人以上	(55)	45.5	52.7	58.2	25.5	0.0	20.0	23.6	12.7	7.3	10.9	0.0	1.8	7.3	3.6
業種分類別	小売業	(79)	55.7	57.0	31.6	32.9	19.0	38.0	36.7	6.3	7.6	1.3	0.0	2.5	1.3	1.3
	製造業	(81)	45.7	69.1	35.8	19.8	1.2	13.6	16.0	9.9	2.5	13.6	2.5	3.7	4.9	4.9
	生活・サービス関連産業	(80)	60.0	60.0	55.0	13.8	15.0	38.8	23.8	1.3	11.3	8.8	0.0	3.8	11.3	2.5
	ナレッジ産業	(71)	35.2	16.9	32.4	11.3	1.4	29.6	7.0	4.2	8.5	2.8	0.0	25.4	8.5	1.4
	地域関連産業	(169)	46.2	46.7	25.4	14.8	5.3	24.9	24.9	6.5	4.7	3.0	3.0	10.7	5.9	4.7

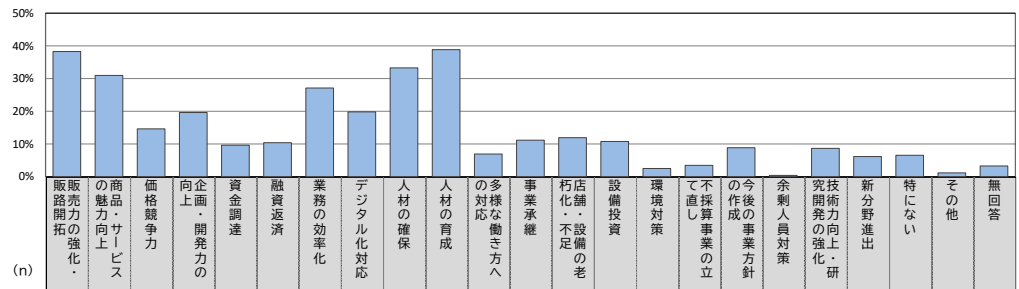
問6 貴事業所の事業課題は、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 事業課題は、「人材の育成」(38.9%)が最も高く、「販売力の強化・販路開拓」(38.3%)、「人材の確保」(33.3%)、「商品・サービスの魅力向上」(31.1%)の順で続く。
- 従業員規模別にみると、『4人以下』では「販売力の強化・販路開拓」または「商品・サービスの魅力向上」の比率が最も高く、『20人以上』では「人材の育成」と「人材の確保」がいずれの規模でも6割強を超えている。
- 業種分類別にみると、「小売業」では「販売力の強化・販路開拓」(58.2%)が、「製造業」では「人材の育成」(51.9%)がそれぞれ半数以上、課題と回答している。
- 事業所の機能別にみると、「人材の育成」が「本所・本社・本店」(57.1%)と「支所・支社・支店」(62.4%)で比率が高い。

事業課題 (MA:5)



事業課題 (MA:5) (従業員規模別・業種分類別・事業所の機能別)



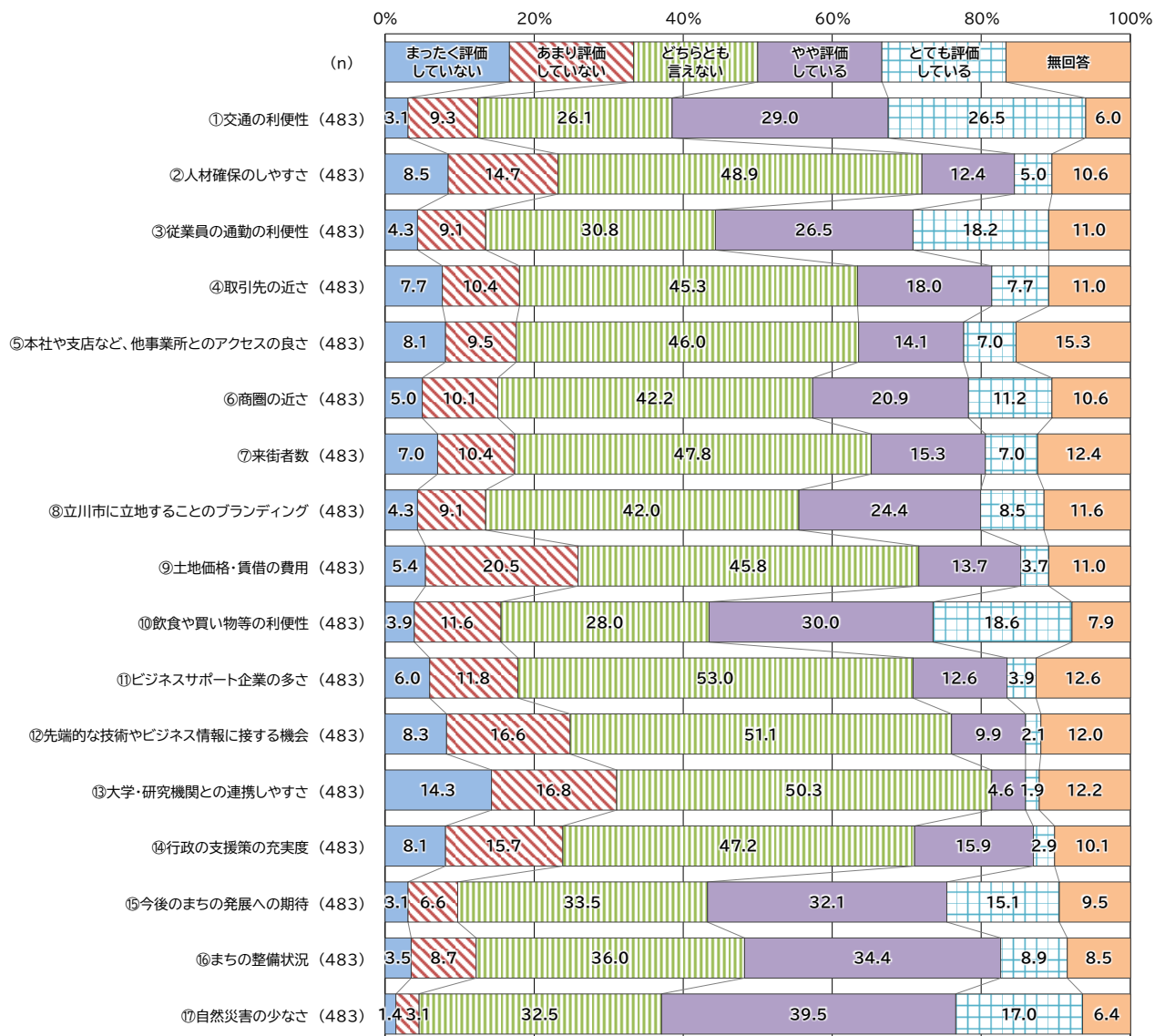
		(n)	販売開拓の強化	商品の魅力向上	価格競争力	企画・開発力の向上	資金調達	融資返済	業務の効率化	デジタル化対応	人材の確保	人材の育成	多様な働き方への対応	事業承継	店舗・設備の老朽化	設備投資	環境対策	不採算事業の立て直し	今後の事業方針	余剰人員対策	技術力向上・研究開発の強化	新分野進出	特になし	その他	無回答
全体		(483)	38.3	31.1	14.7	19.7	9.5	10.4	27.1	19.9	33.3	38.9	6.8	11.2	12.0	10.8	2.5	3.5	8.9	0.4	8.7	6.2	6.6	1.2	3.3
従業員規模別	1人	(95)	30.5	31.6	11.6	14.7	10.5	8.4	16.8	20.0	8.4	11.6	6.3	10.5	14.7	8.4	4.2	3.2	13.7	1.1	5.3	7.4	16.8	1.1	4.2
	2~4人	(151)	36.4	27.2	19.9	19.9	12.6	13.9	17.2	18.5	15.9	23.2	5.3	13.2	12.6	9.9	0.0	4.6	12.6	0.0	6.0	5.3	7.9	2.0	2.6
	5~19人	(114)	42.1	31.6	11.4	18.4	7.9	8.8	34.2	20.2	47.4	57.9	7.0	12.3	13.2	13.2	4.4	2.6	4.4	0.0	11.4	6.1	1.8	0.9	2.6
	20~49人	(52)	38.5	34.6	13.5	25.0	13.5	17.3	46.2	17.3	69.2	69.2	5.8	13.5	3.8	15.4	1.9	5.8	5.8	0.0	13.5	7.7	0.0	0.0	3.8
	50人以上	(55)	47.3	36.4	16.4	25.5	0.0	1.8	41.8	25.5	61.8	65.5	14.5	1.8	7.3	5.5	1.8	1.8	5.5	1.8	14.5	5.5	0.0	0.0	3.6
業種分類別	小売業	(79)	58.2	48.1	21.5	15.2	10.1	10.1	17.7	21.5	26.6	32.9	7.6	8.9	20.3	2.5	0.0	3.8	3.8	0.0	2.5	2.5	6.3	2.5	1.3
	製造業	(81)	45.7	28.4	23.5	23.5	11.1	14.8	27.2	12.3	38.3	51.9	2.5	9.9	11.1	16.0	2.5	7.4	3.7	1.2	21.0	6.2	3.7	0.0	4.9
	生活・サービス関連産業	(80)	26.3	36.3	6.3	12.5	11.3	15.0	33.8	26.3	45.0	43.8	6.3	15.0	23.8	20.0	3.8	1.3	8.8	0.0	7.5	5.0	3.8	1.3	2.5
	ナレッジ産業	(71)	31.0	38.0	4.2	32.4	2.8	1.4	35.2	21.1	36.6	39.4	9.9	9.9	1.4	4.2	1.4	2.8	14.1	0.0	16.9	7.0	9.9	1.4	1.4
地域関連産業	(169)	33.7	18.9	15.4	17.2	10.1	9.5	24.9	19.5	27.2	33.1	7.7	11.8	7.7	10.7	3.6	3.0	11.8	0.6	3.0	8.3	8.3	1.2	4.7	
事業所の機能別	単独事業所	(314)	35.4	27.1	13.4	17.5	9.9	10.2	22.3	20.4	25.2	28.3	5.7	14.0	13.1	11.1	2.5	3.5	9.9	0.3	8.6	5.4	9.6	1.6	3.5
	本所・本社・本店	(70)	31.4	31.4	12.9	20.0	14.3	17.1	35.7	15.7	54.3	57.1	11.4	7.1	11.4	18.6	0.0	5.7	8.6	1.4	7.1	5.7	2.9	0.0	2.9
	支所・支社・支店	(93)	51.6	43.0	20.4	25.8	4.3	3.2	36.6	22.6	44.1	62.4	7.5	5.4	6.5	4.3	4.3	2.2	5.4	0.0	10.8	9.7	0.0	1.1	3.2

エ 立地環境

問7 貴事業所の立地環境の評価について、1～5の該当する評価に○を付けてください。

- 立地環境について「とても評価している」、「やや評価している」を合わせた『評価している』が最も高いのは「⑰自然災害の少なさ」(56.5%)で、「①交通の利便性」(55.5%)、「⑩飲食や買い物等の利便性」(48.7%)、「⑮今後のまちの発展への期待」(47.2%)の順で続く。
- 「まったく評価していない」、「あまり評価していない」を合わせた『評価していない』は、「⑬大学・研究機関との連携しやすさ」(31.1%)、「⑨土地価格・賃借の費用」(25.9%)「⑫先端的な技術やビジネス情報に接する機会」(24.8%)の順で高い。

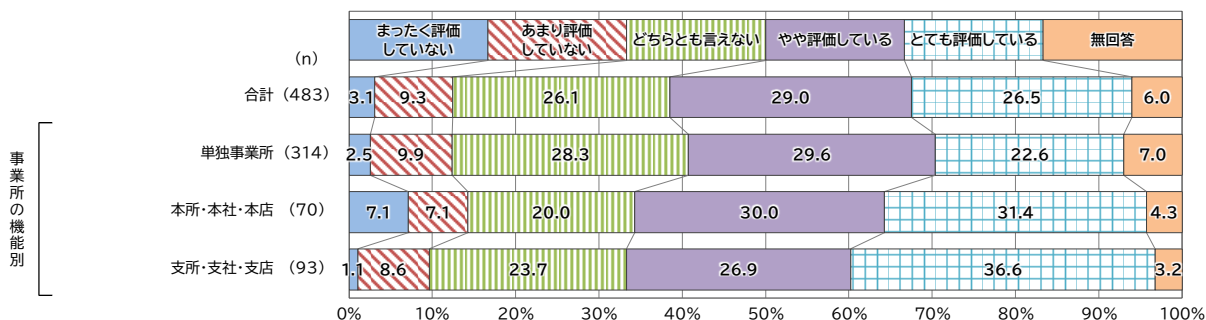
立地環境の評価



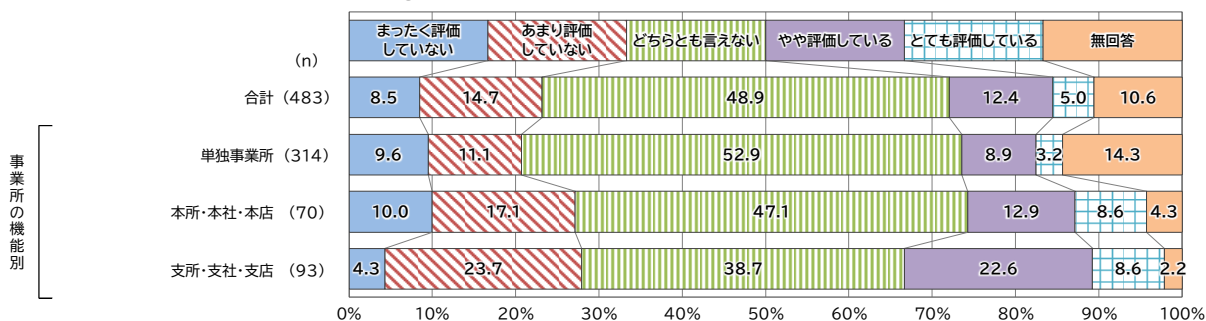
①交通利便性、②人材確保のしやすさ、③従業員の通勤の利便性

- ①交通利便性を事業所の機能別にみると、「支所・支社・支店」で『評価している』が6割台半ば近くで、『評価していない』は1割弱と、比較的评价が高い。
- ②人材確保のしやすさを事業所の機能別にみると、「支所・支社・支店」では『評価している』が3割強で、かつ『評価していない』も3割近く、評価が二分している。
- ③従業員の通勤の利便性を業種分類別にみると、『評価している』が「ナレッジ産業」や「製造業」で5割以上と、比較的评价が高い。
- ③従業員の通勤の利便性を事業所の機能別にみると、「支所・支社・支店」の『評価している』が6割台半ば近くを占め、評価が高い。

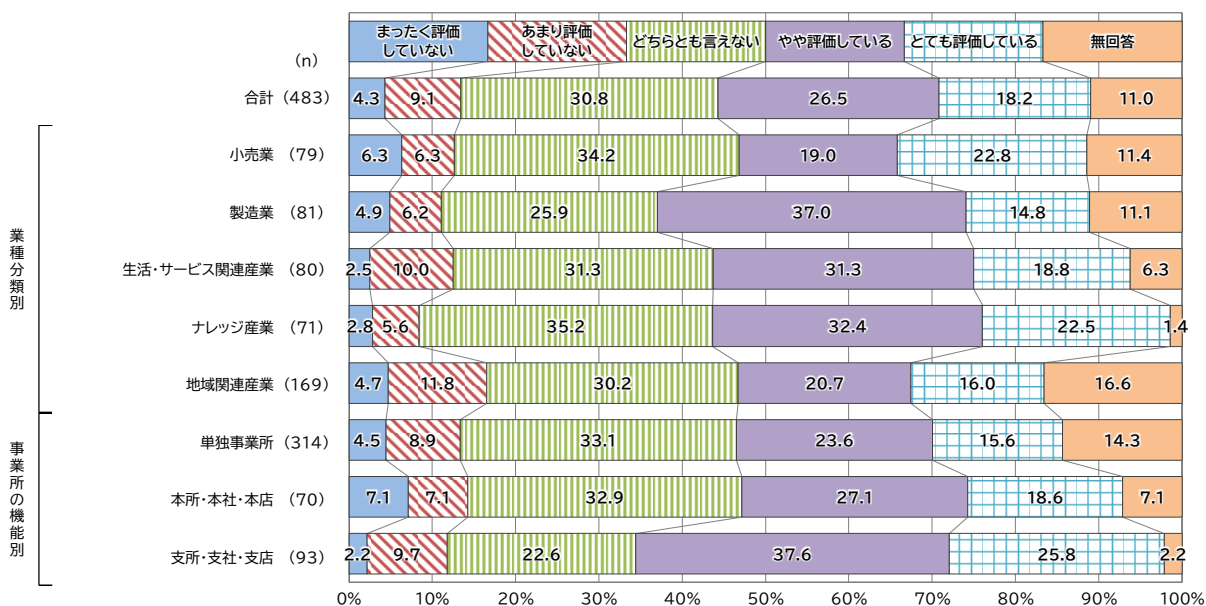
①交通の利便性(事業所の機能別)



②人材確保のしやすさ(事業所の機能別)



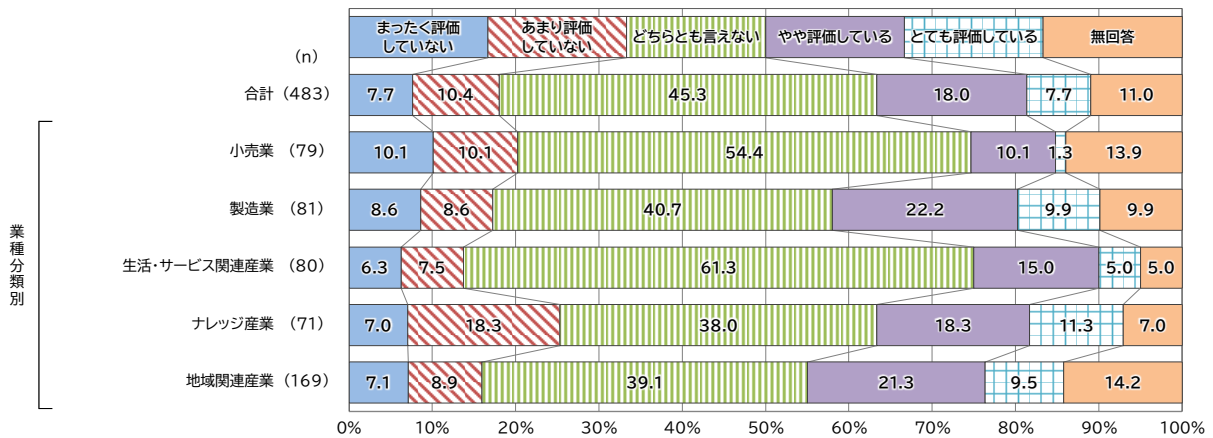
③従業員の通勤の利便性(業種分類別、事業所の機能別)



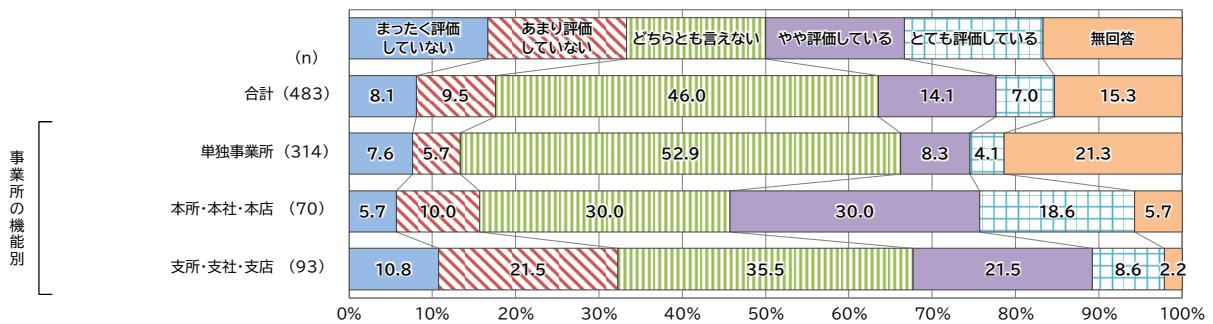
④取引先の近さ、⑤本社や支店など、他事業所とのアクセスの良さ、⑥商圈の近さ

- ④取引先の近さを業種分類別にみると、「製造業」や「地域関連産業」で『評価している』が3割以上と、比較的評価が高い。
- ⑤本社や支店など、他事業所とのアクセスの良さを事業所の機能別にみると、「本所・本社・本店」で『評価している』が5割近くとなっており、評価が高い。「支所・支社・支店」では、『評価していない』が3割強で、かつ『評価している』も約3割と、評価が分かれている。
- ⑥商圈の近さを業種分類別にみると、『評価している』が「小売業」で4割近く、「ナレッジ産業」で3割台半ばを超え、「地域関連産業」は3割強となっている。

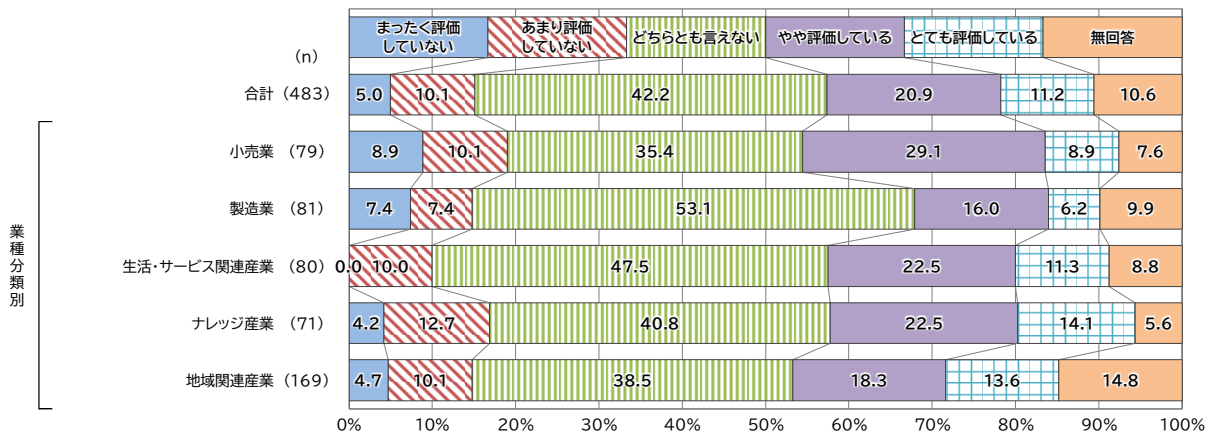
④取引先の近さ(業種分類別)



⑤本社や支店など、他事業所とのアクセスの良さ(事業所の機能別)



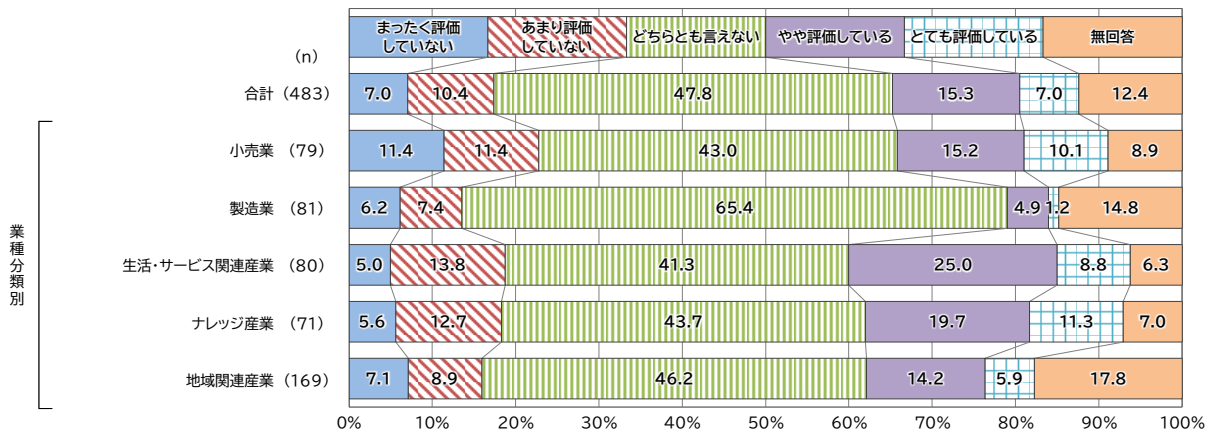
⑥商圈の近さ(業種分類別)



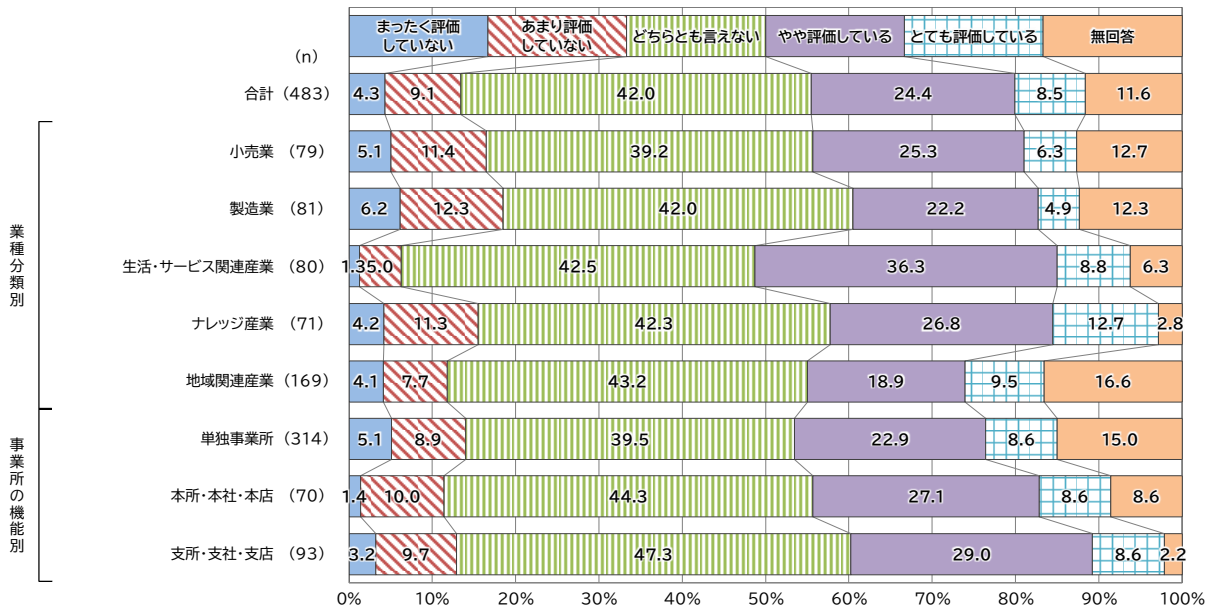
⑦来街者数、⑧立川市に立地することのブランディング

- ⑦来街者数を業種分類別にみると、「小売業」で『評価していない』が2割を超えており、評価が比較的低い。一方で「生活・サービス関連産業」では『評価している』が3割台半ば近くで比較的评价が高い。
- ⑧立川市に立地することのブランディングを業種分類別にみると、「生活・サービス関連産業」で『評価している』が4割台半ばと、比較的评价が高い。
- ⑧立川市に立地することのブランディングを事業所の機能別にみると、「支所・支社・支店」で『評価している』が3割台半ばを超えていて、比較的评价が高い。

⑦来街者数(業種分類別)



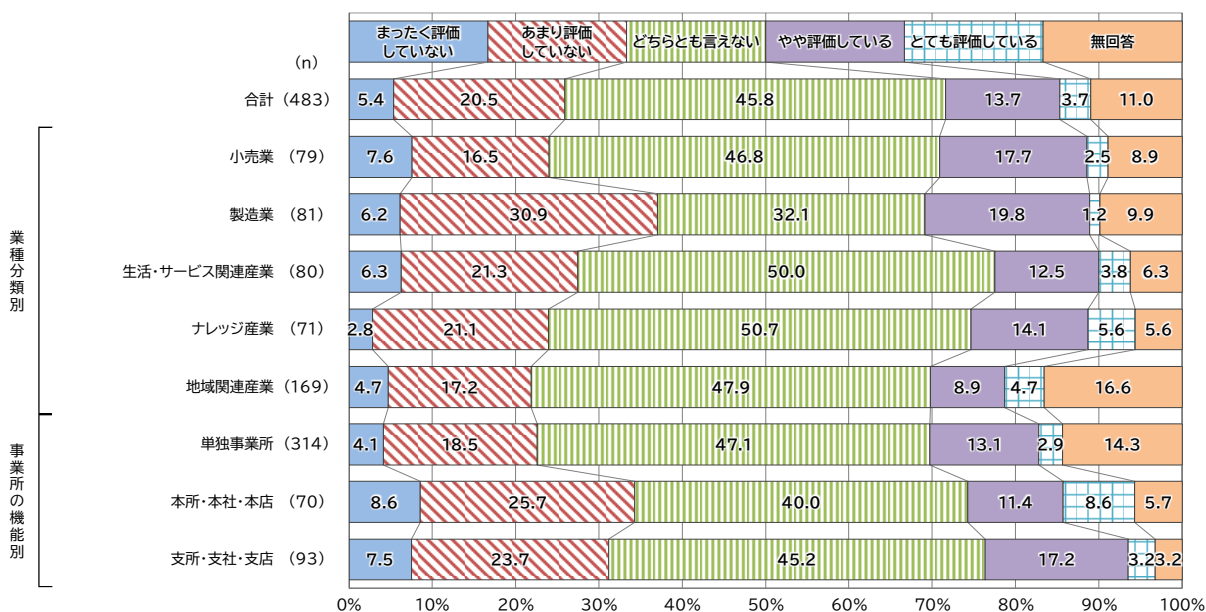
⑧立川市に立地することのブランディング(業種分類別、事業所の機能別)



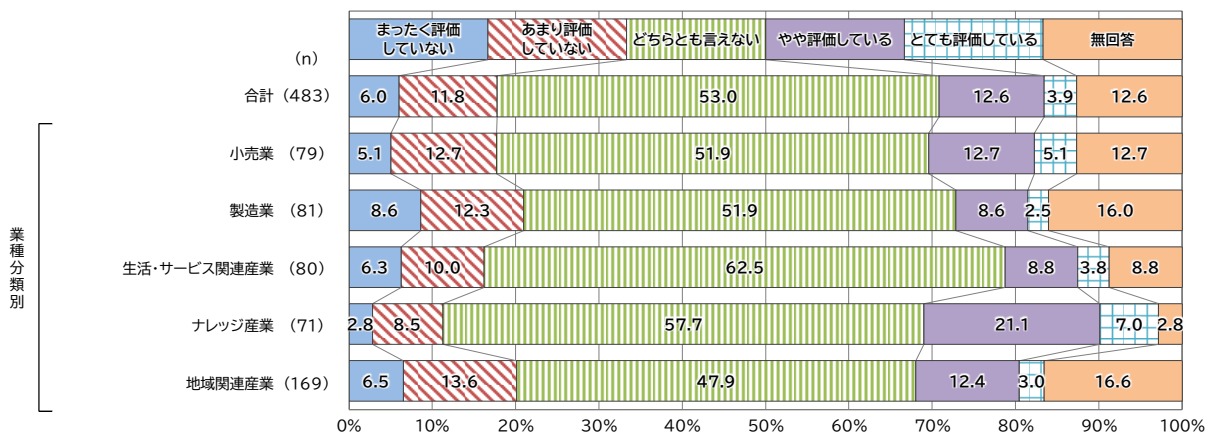
⑨土地価格・賃借の費用、⑩ビジネスサポート企業の多さ

- ⑨土地価格・賃借の費用を業種分類別にみると、「製造業」で『評価していない』が3割台半ばを超えており、評価が低い。
- ⑨土地価格・賃借の費用を事業所の機能別にみると、「本所・本社・支店」で『評価していない』が3割台半ば近くで、評価が低い。
- ⑩ビジネスサポート企業の多さを業種分類別にみると、「ナレッジ産業」で『評価している』が3割近く、評価が高い。反対に、「製造業」は『評価している』が1割強と低く、かつ『評価していない』が2割を超えており、比較的评价が低い。

⑨土地価格・賃借の費用(業種分類別、事業所の機能別)



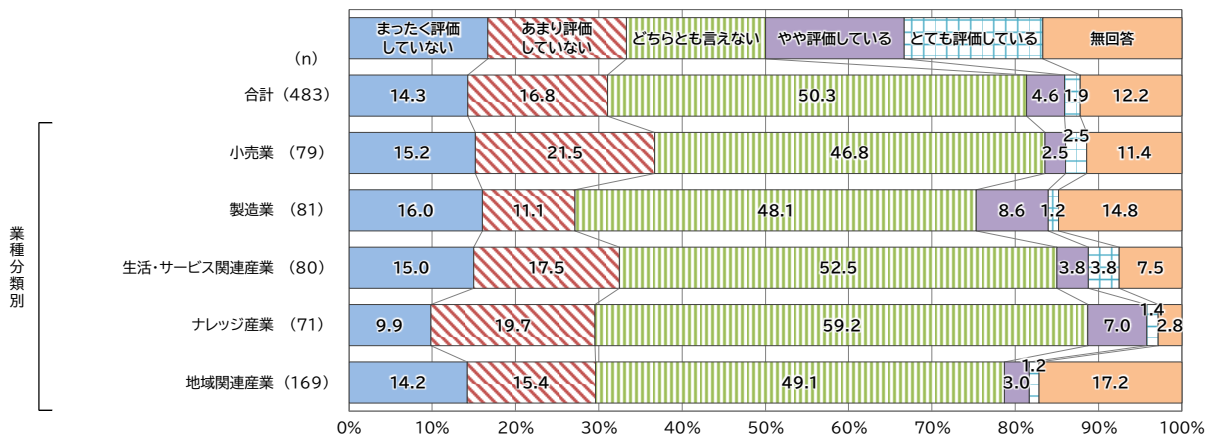
⑩ビジネスサポート企業の多さ(業種分類別)



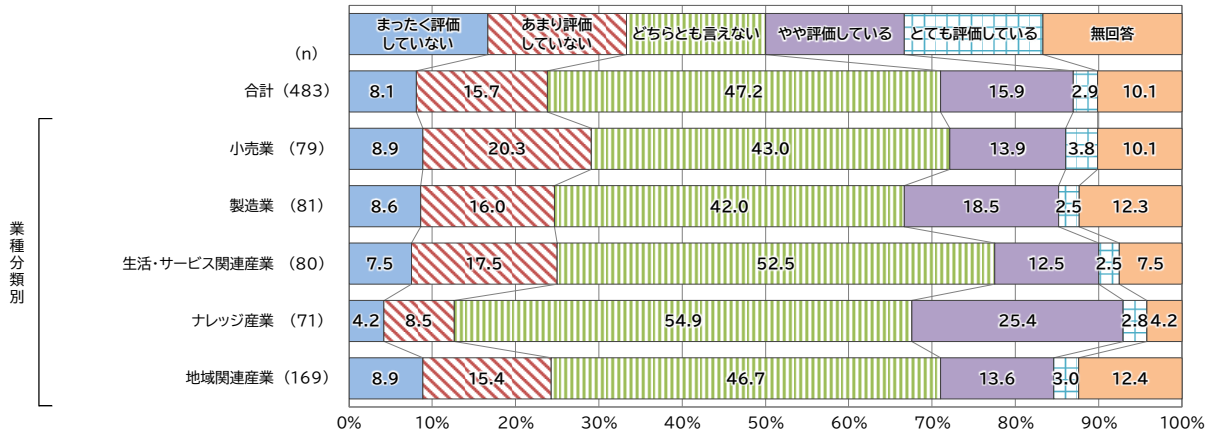
⑬大学・研究機関との連携しやすさ、⑭行政の支援策の充実度、⑮今後のまちの発展への期待

- ⑬大学・研究機関との連携しやすさを業種分類別にみると、「製造業」で『評価している』が約1割で、比較的评价が高い。「小売業」は『評価していない』が3割台半ばを超えており、比較的评价が低い。「ナレッジ産業」は「どちらとも言えない」(59.2%)が6割弱を占め、『評価している』は1割近くである。
- ⑭行政の支援策の充実度を業種分類別にみると、「ナレッジ産業」は『評価している』が3割近くある一方、『評価していない』が1割強にとどまり、評価が高い。
- ⑮今後のまちの発展への期待を業種分類別にみると、『評価している』が「生活・サービス関連産業」で5割台半ばを超え、「ナレッジ産業」で5割台半ば近くと、比較的期待が高い。

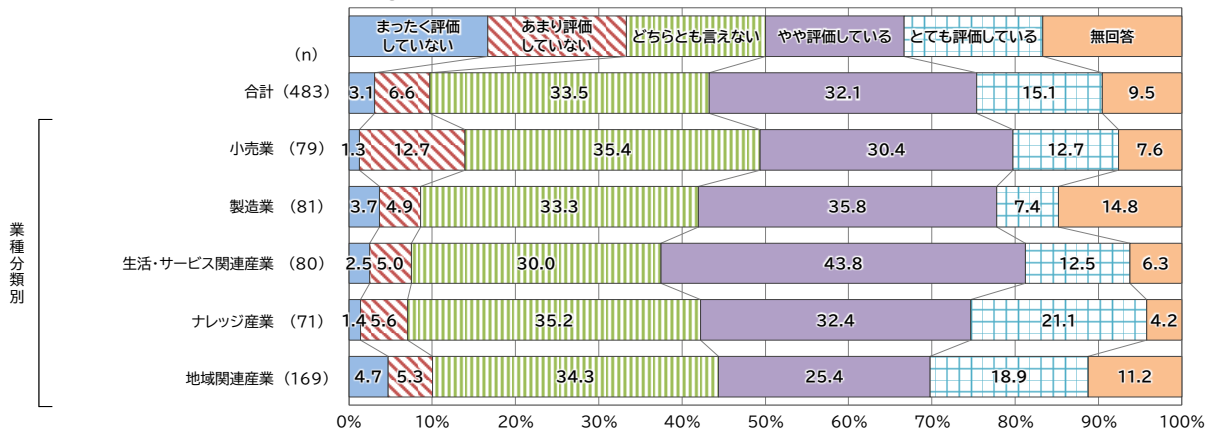
⑬大学・研究機関との連携しやすさ(業種分類別)



⑭行政の支援策の充実度(業種分類別)



⑮今後のまちの発展への期待(業種分類別)

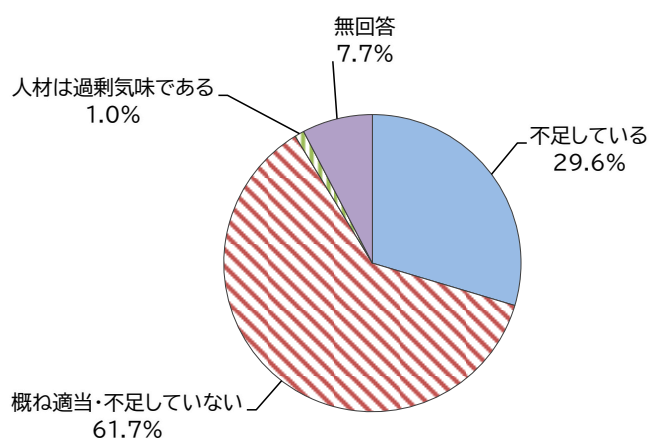


オ 人材の確保・育成

問8 貴事業所の人材確保状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

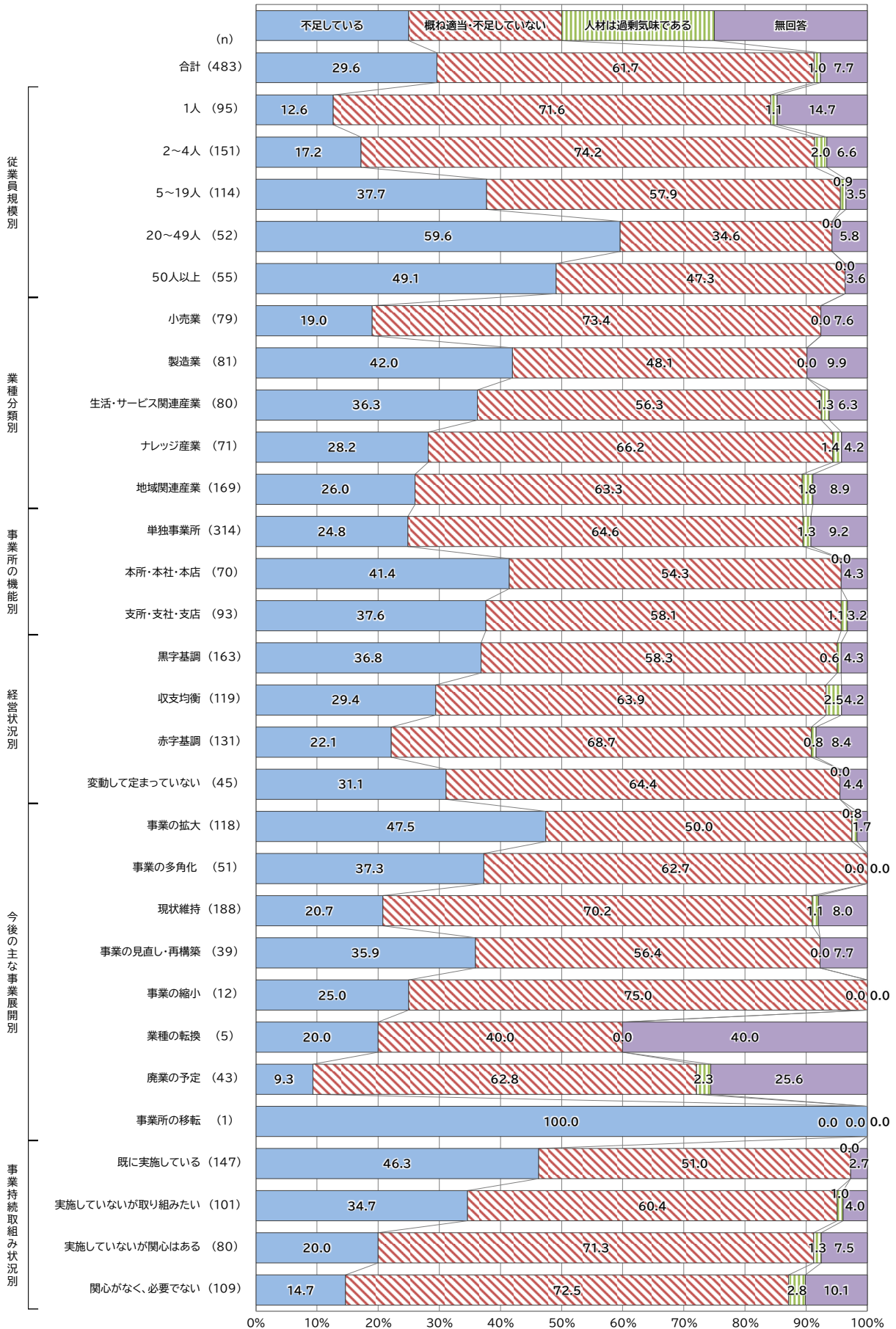
- 人材確保状況は、「概ね適当・不足していない」(61.7%)が6割強である。
- 従業者規模別にみると、『49人以下』において、規模が大きくなるほど人材が不足する傾向にある。「20～49人」では6割弱が「不足している」(59.6%)と回答している。
- 業種分類別にみると、「不足している」が「製造業」(42.0%)で4割強となっている。
- 事業所の機能別にみると、「不足している」が「本所・本社・本店」(41.4%)で4割強となっている。
- 経営状況別にみると、「黒字基調」では「不足している」(36.8%)が3割台半ばを超えるのに対し、「赤字基調」では「不足している」(22.1%)が2割強にとどまる。
- 今後の主な事業展開別にみると、「不足している」が「事業の拡大」(47.5%)で4割台半ばを超えており、「事業の多角化」(37.3%)と「事業の見直し・再構築」(35.9%)でも3割台半ば程度となっている。
- 事業持続取組み状況別にみると、「既に実施している」事業所のうち、4割台半ばを超える事業所において人材が「不足している」(46.3%)と回答しているほか、「実施していないが取組みたい」事業所でも3割台半ば近くが「不足している」と回答している。

人材確保状況



n=483

人材確保状況（従業者規模別、業種分類別、
事業所の機能別、経営状況別、今後の主な事業展開別、事業持続取組み状況別）

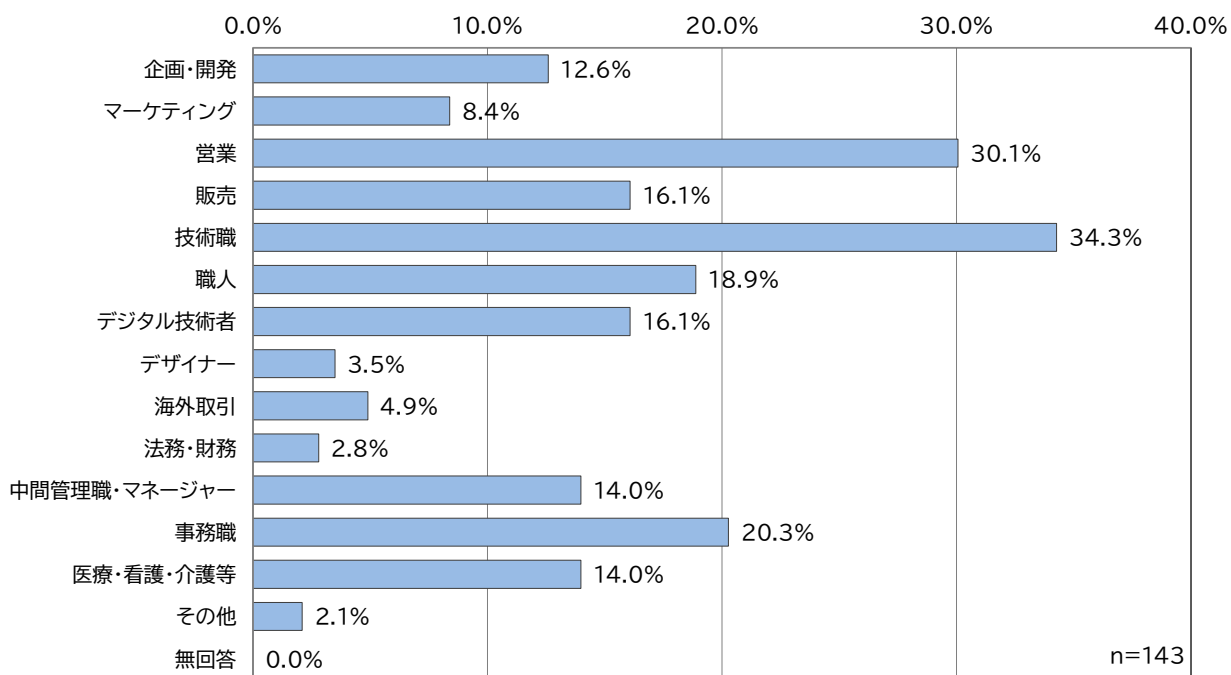


問8で、「不足している」と回答された方にお聞きします。

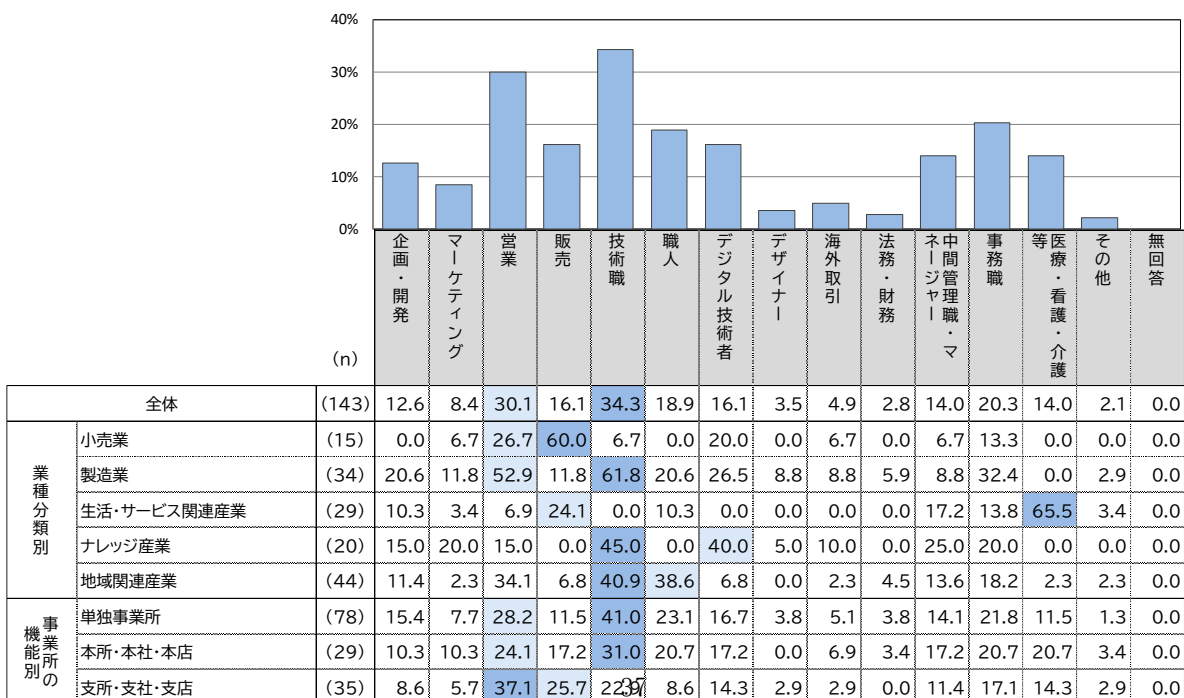
問8-1 不足している人材の職種は、何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 不足している人材の職種は、「技術職」(34.3%)が最も高く、「営業」(30.1%)、「事務職」(20.3%)、「職人」(18.9%)の順で続く。
- 業種分類別にみると、「小売業」の「販売」(60.0%)、「製造業」の「技術職」(61.8%)及び「営業」(52.9%)、「生活・サービス関連産業」の「医療・看護・介護等」(65.5%)などで比率が高い。
- 事業所の機能別にみると、「支所・支社・支店」では「営業」(37.1%)の比率が最も高い。

不足している人材の職種



不足している人材の職種（業種分類別・事業所の機能別）

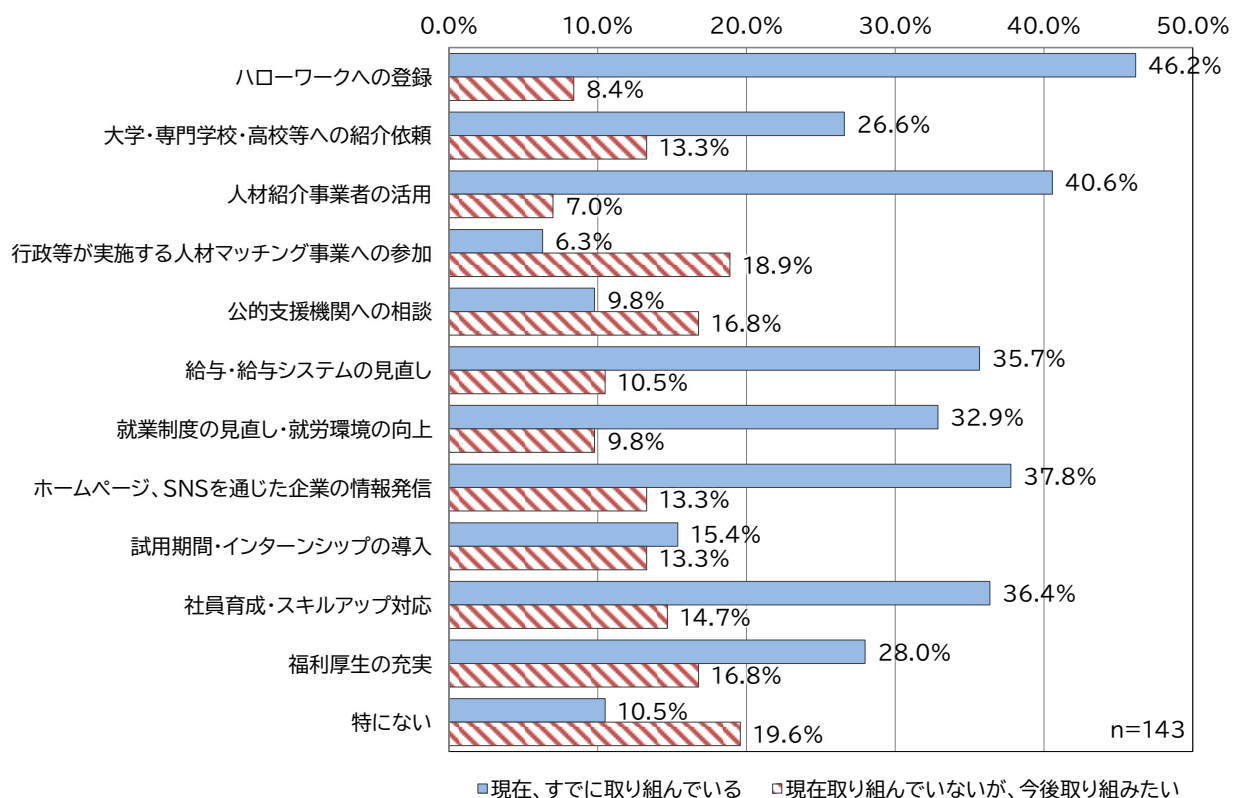


問8で、「不足している」と回答された方にお聞きします。

問8-2 現在、人材確保に向けて、すでに取り組んでいることがありますか。(当てはまるものすべてに○)

- 現在の人材確保の取り組み状況は、「ハローワークへの登録」(46.2%)が最も高く、「人材紹介事業者の活用」(40.6%)、「ホームページ、SNSを通じた企業の情報発信」(37.8%)、「社員育成・スキルアップ対応」(36.4%)の順で続く。
- 今後取り組みたいことは、「特にない」(19.6%)が最も高く、「行政等が実施する人材マッチング事業への参加」(18.9%)、「公的支援機関への相談」(16.8%)、「福利厚生の充実」(16.8%)が続く。

人材確保の取り組み状況（現在・今後）

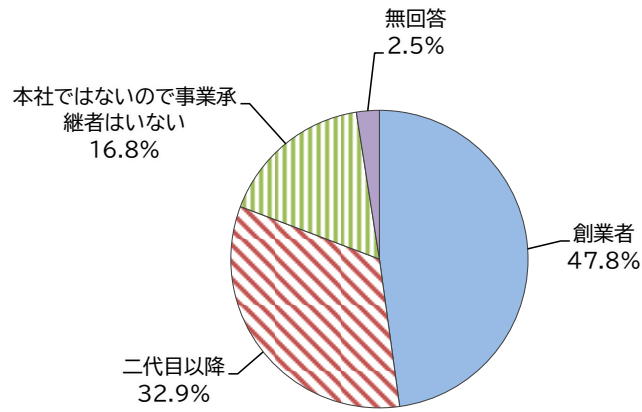


カ 事業承継

問9 現在の代表者の承継状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

● 現在の代表者は、「創業者」(47.8%)が最も高く、次いで「二代目以降」(32.9%)である。

現在の代表者の承継状況



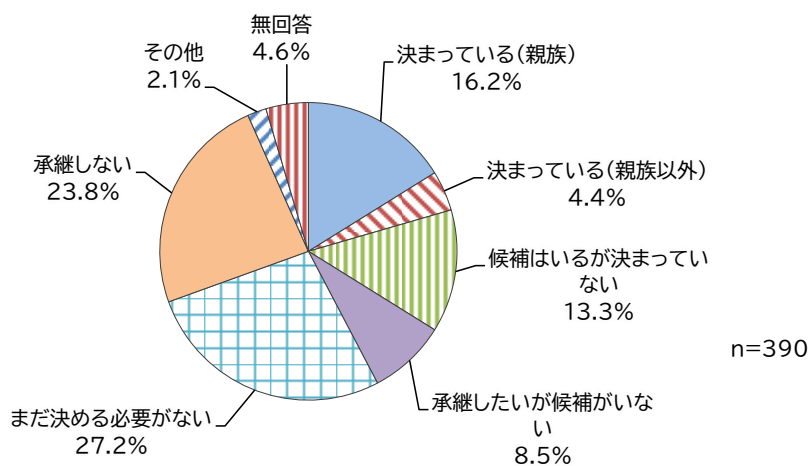
n=483

問9で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きします。

問9-1 後継者の状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 後継者の状況は、「まだ決める必要がない」(27.2%)が最も高く、「承継しない」(23.8%)、「決まっている(親族)」(16.2%)、「候補はいるが決まっていない」(13.3%)の順で続く。「決まっている(親族)」と「決まっている(親族以外)」を合わせた『決まっている』(20.6%)は約2割である。

後継者の状況

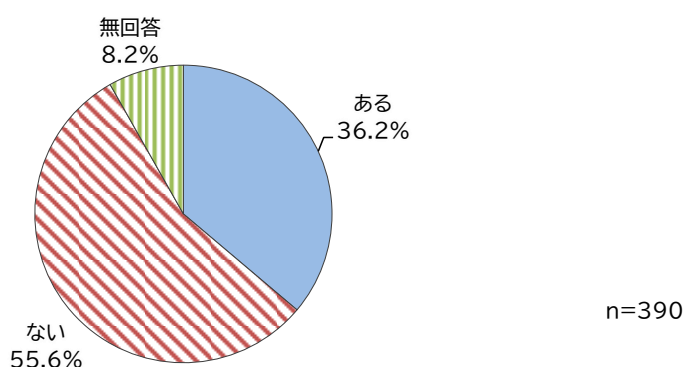


問9で、「創業者」もしくは「2代目以降」と回答された方にお聞きします。

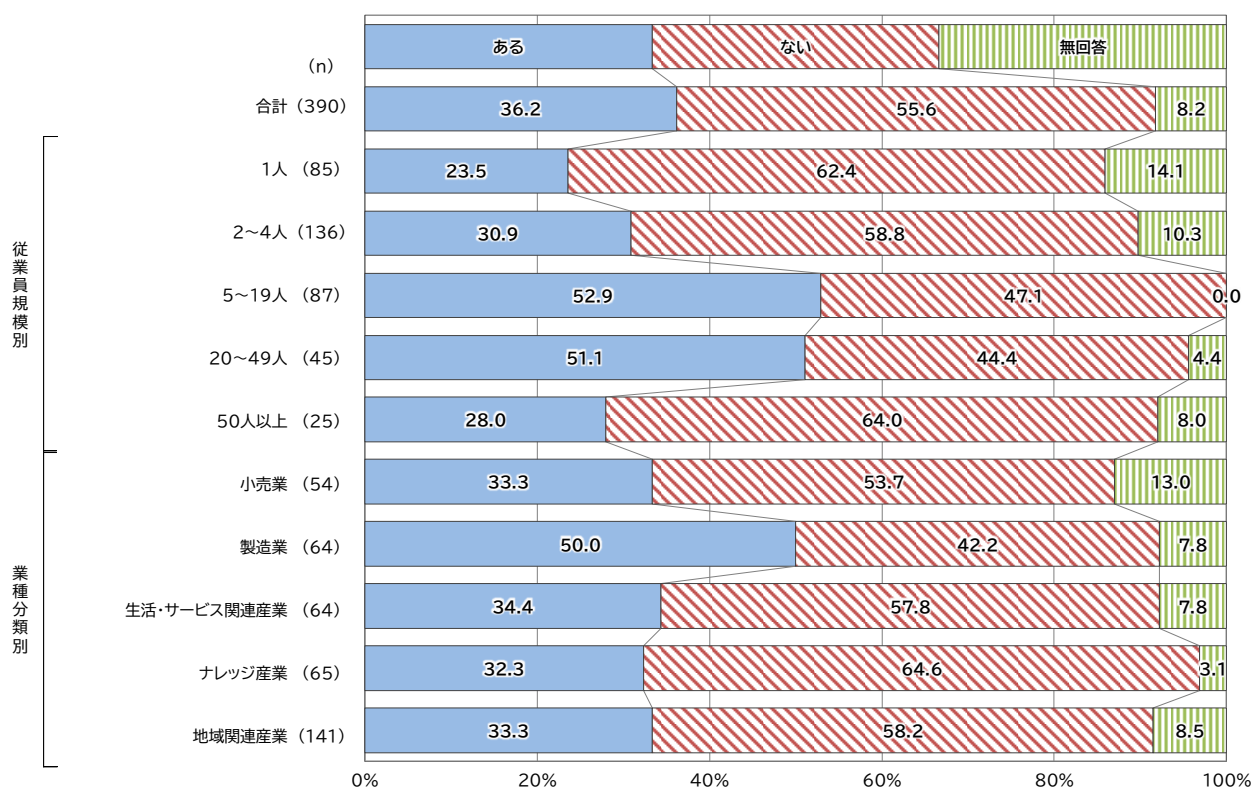
問9-2 事業承継について、課題はありますか。(当てはまる方に○)

- 事業承継に関する課題は、「ない」(55.6%)が5割台半ばを超えている。
- 従業者規模別にみると、従業者数「5~19人」(52.9%)と「20~49人」(51.1%)では半数以上が課題が「ある」と回答している。
- 業種分類別にみると、「製造業」では「ある」(50.0%)が半数となっている。

事業承継に関する課題



事業承継に関する課題 (従業者規模別・業種分類別)

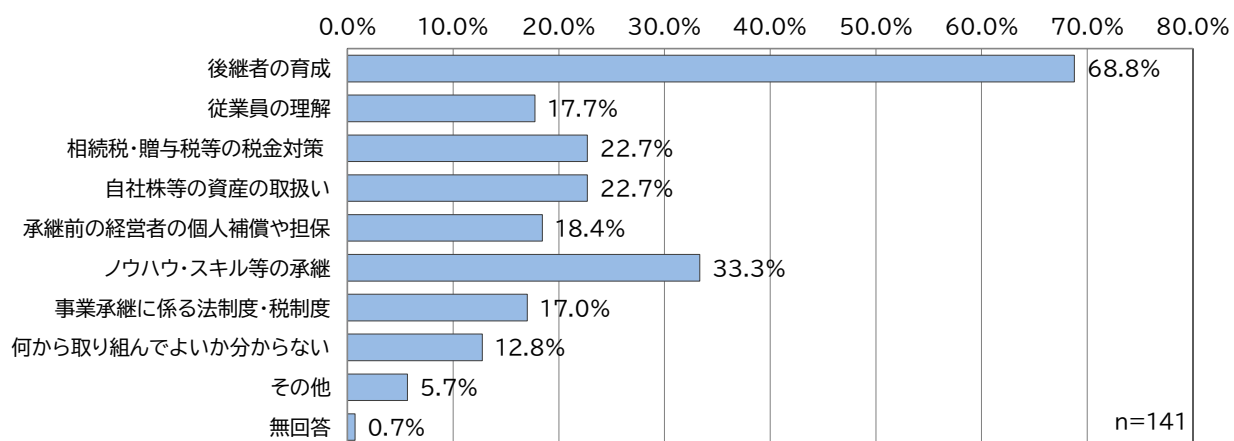


問9-2で、「ある」と回答された方にお聞きします。

問9-3 事業承継における課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- 事業承継における課題は、「後継者の育成」(68.8%)が最も高く7割近くとなっている。続いて「ノウハウ・スキル等の承継」(33.3%)、「相続税・贈与税等の税金対策」(22.7%)、「自社株等の資産の取扱い」(22.7%)の順で続く。

事業承継における課題

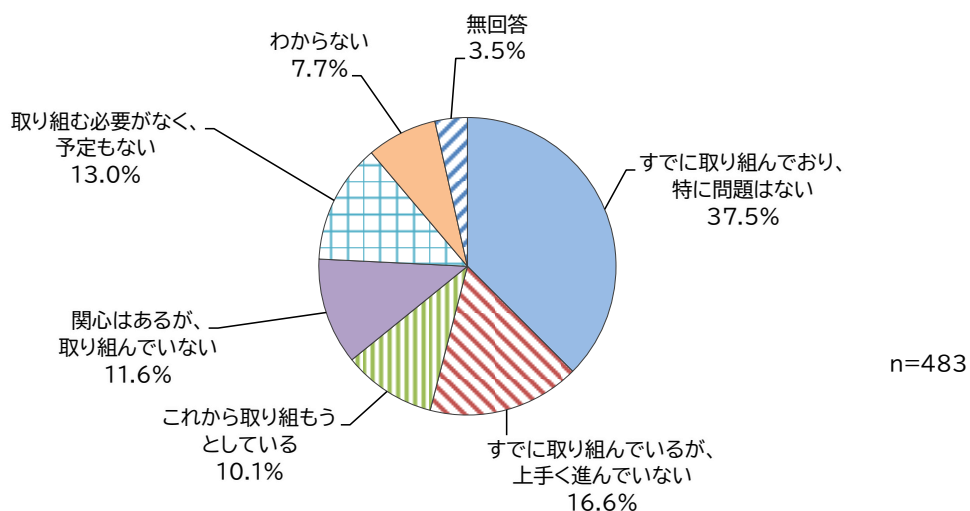


キ デジタル技術の活用

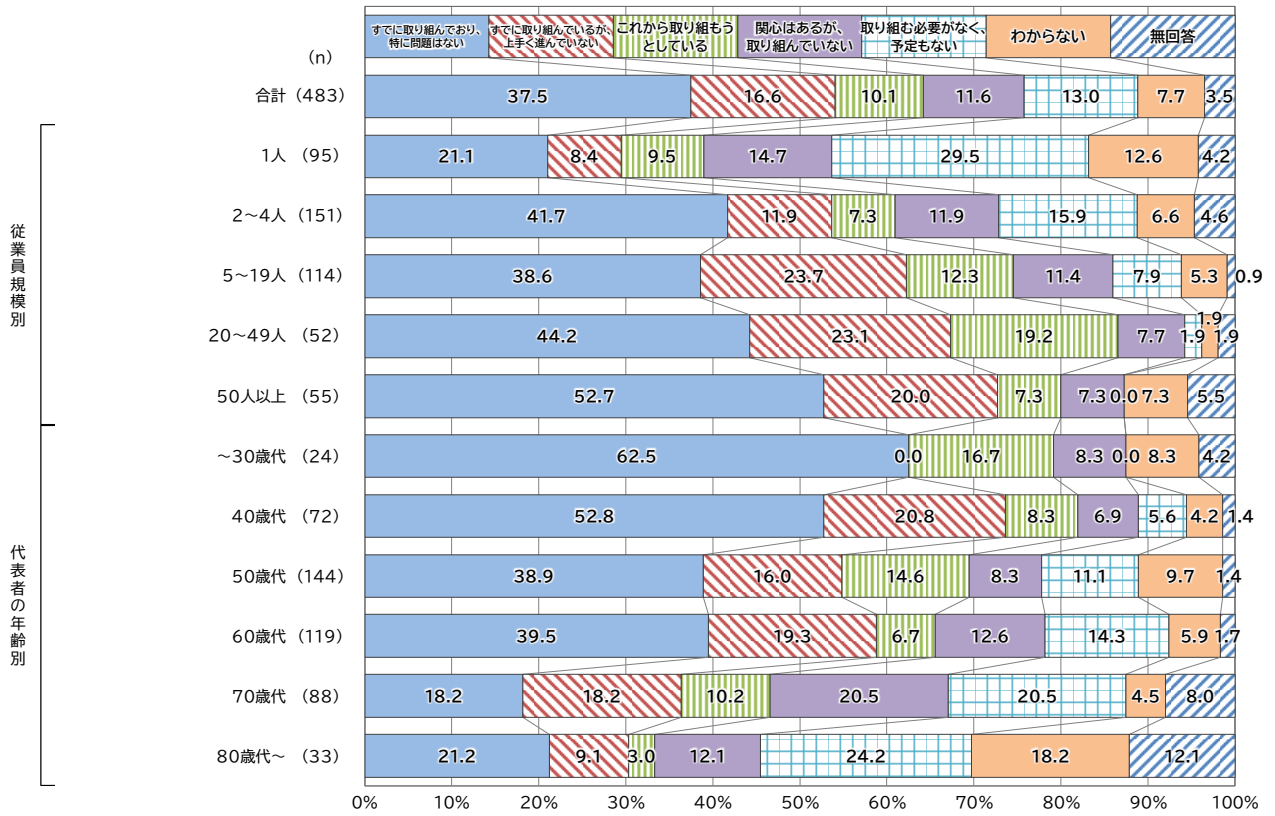
問10 デジタル化への取り組み状況は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- デジタル化への取り組み状況は、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」(37.5%) が最も高く、次に「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」(16.6%)が続く。「すでに取り組んでおり、特に問題はない」と「すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」を合わせた『取り組んでいる』は5割台半ば近くとなっている。
- 従業者規模別にみると、「50人以上」では「すでに取り組んでおり、特に問題はない」(52.7%) が5割強で半数を上回るのに対し、「1人」では「取り組む必要がなく、予定もない」(29.5%) が最も高く3割弱を占めるほか、「すでに取り組んでおり、特に問題はない」(21.1%) は2割強にとどまる。
- 代表者の年齢別にみると、「～30歳代」では「すでに取り組んでおり、特に問題はない」(62.5%) が6割強を占めるのに対し、「70歳代」と「80歳代～」では「すでに取り組んでおり、特に問題はない」がともに2割前後にとどまる。

デジタル化への取り組み状況



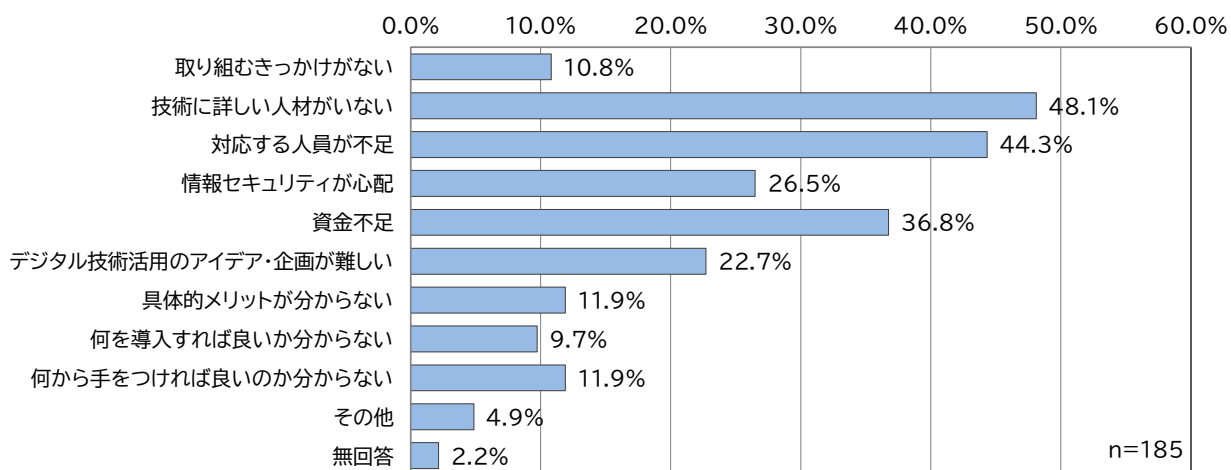
デジタル化への取り組み状況（従業員規模別、代表者の年齢別）



問 10-1 問 10 で「2. すでに取り組んでいるが、上手く進んでいない」「3. これから取り組もうとしている」「4. 関心はあるが、取り組んでいない」と回答された方にお聞きします。デジタル化に取り組むにあたっての課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- デジタル化に取り組むにあたっての課題は、「技術に詳しい人材がない」(48.1%)が最も高く、「対応する人員が不足」(44.3%)、「資金不足」(36.8%)、「情報セキュリティが心配」(26.5%)の順で続く。

デジタル化への具体的な取り組み

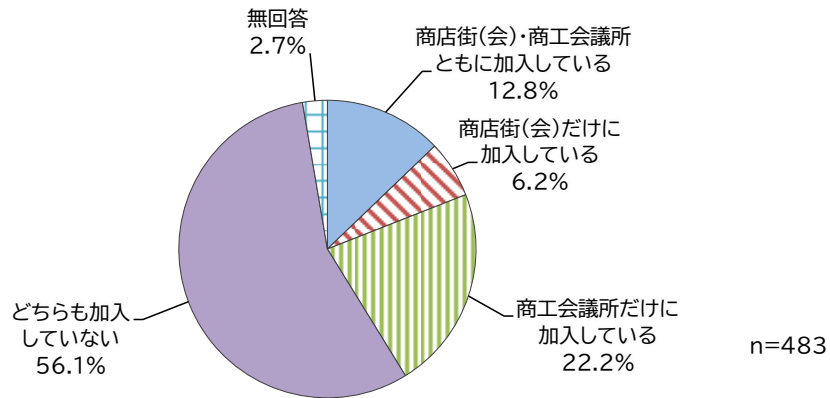


ク 商店街（会）または商工会議所への加入状況

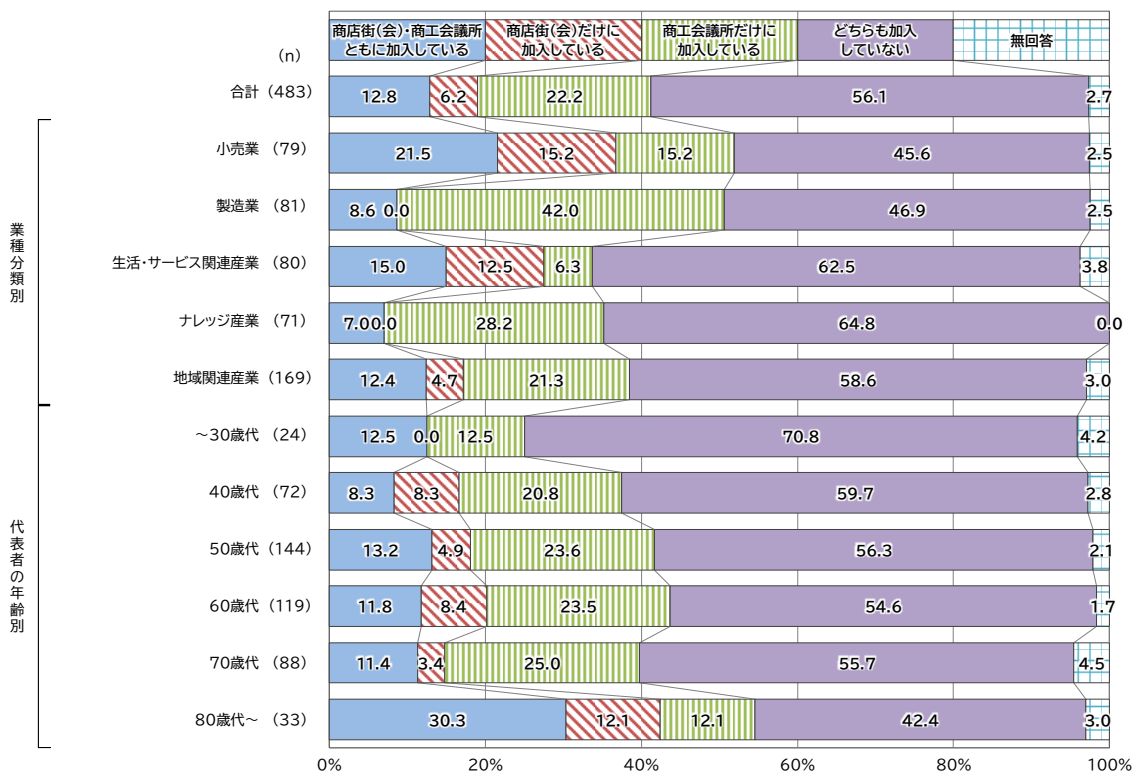
問 11 商店街（会）または商工会議所への加入について、次のどれに該当しますか。（当てはまるもの1つに○）

- 商店街（会）または商工会議所への加入状況は、「どちらも加入していない」（56.1%）が最も高く、「商工会議所だけに加入している」（22.2%）、「商店街（会）・商工会議所ともに加入している」（12.8%）、「商店街（会）だけに加入している」（6.2%）の順で続く。
- 業種分類別にみると、「小売業」、「製造業」では、商店街（会）または商工会議所のいずれか、またはその両方に加入している割合が半数を超えている。
- 代表者の年齢別にみると、「どちらも加入していない」が「～30歳代」（70.8%）では約7割を占める。一方で「80歳代～」では、商店街（会）または商工会議所のいずれか、またはその両方に加入している割合が半数を超えている。

商店街（会）または商工会議所への加入状況



商店街（会）または商工会議所への加入状況（業種分類別・代表者の年齢別）

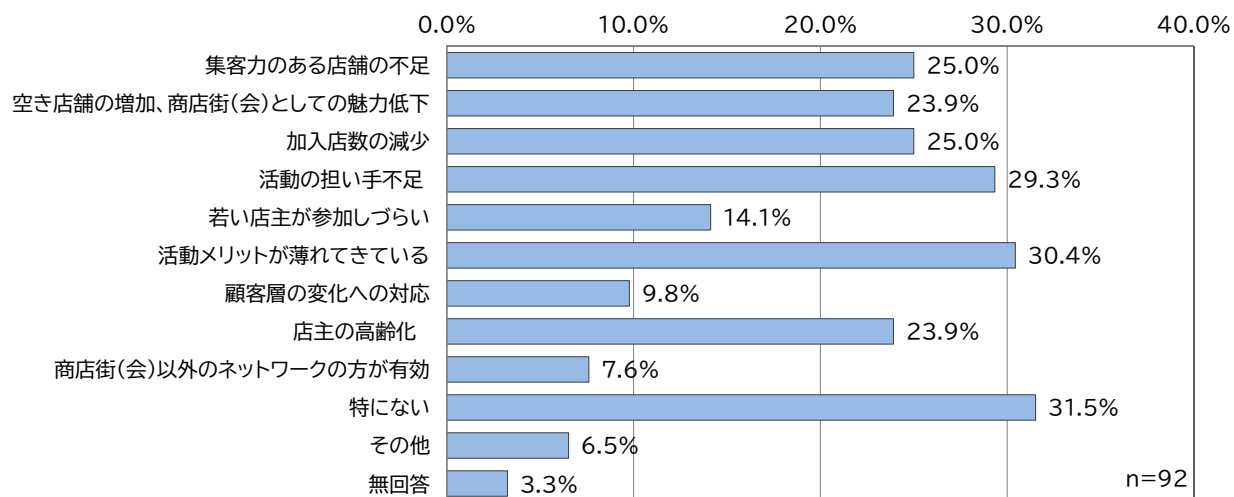


問 11 で「1. 商店街(会)・商工会議所ともに加入している」もしくは「2. 商店街(会)だけに加入している」と回答された方にお聞きします。

問 11-1 商店街(会)における主な課題は、次のどれに該当しますか。(当てはまるものすべてに○)

- 商店街(会)における主な課題は「特にない」(31.5%)が最も高く、「活動メリットが薄れてきている」(30.4%)、「活動の担い手不足」(29.3%)、「加入店数の減少」(25.0%)及び「集客力のある店舗の不足」(25.0%)の順で続く。

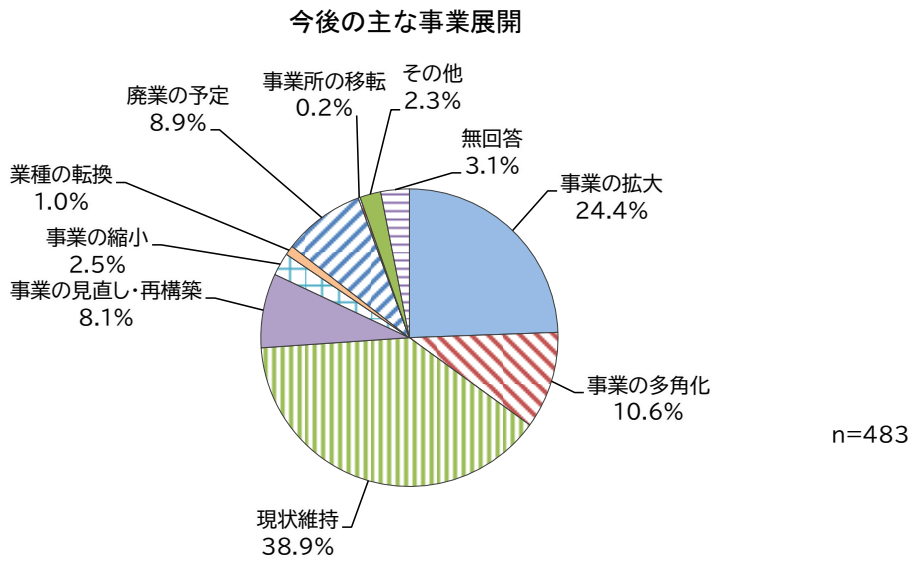
商店街(会)における主な課題



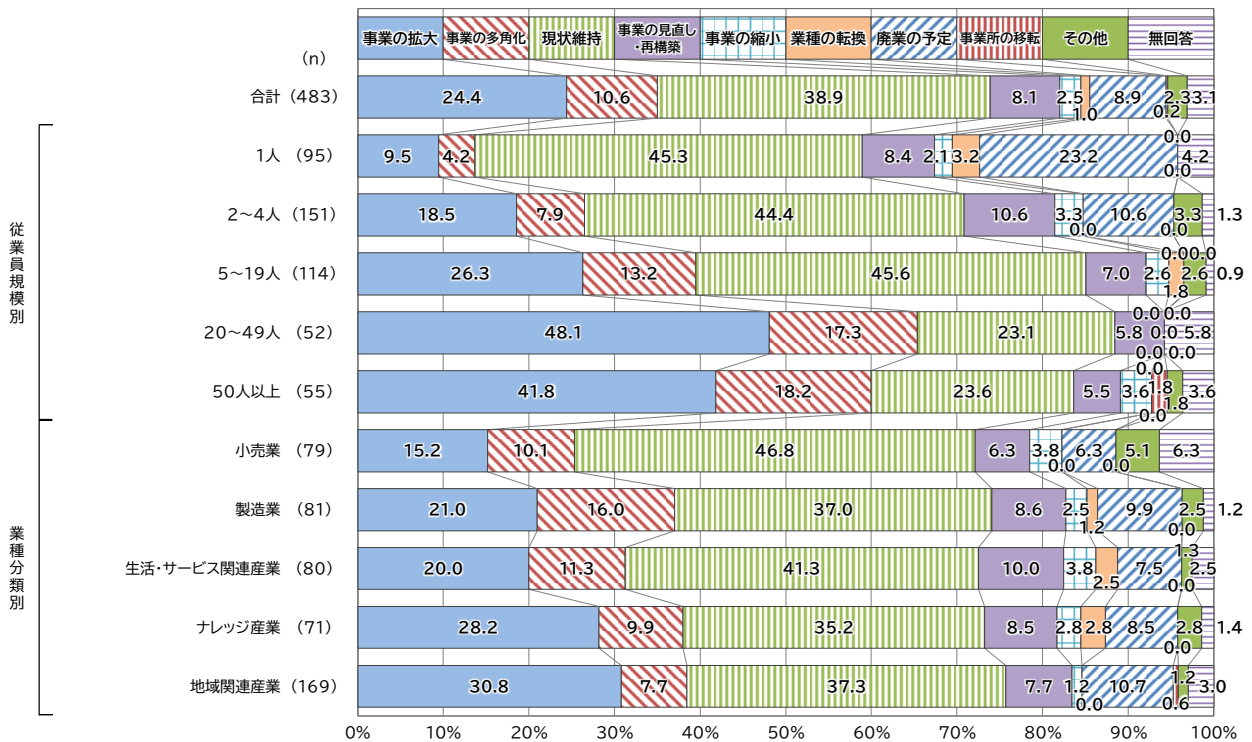
ケ 今後の展開

問12 今後の主な事業展開について、次のどれに該当しますか。(最も当てはまるもの1つに○)

- 今後の主な事業展開は、「現状維持」(38.9%)が最も高く、「事業の拡大」(24.4%)、「事業の多角化」(10.6%)、「廃業の予定」(8.9%)の順で続く。
- 従業者規模別にみると、『49人以下』において従業者規模が大きくなるほど、「事業の拡大」の比率が高くなる傾向がみられ、「20～49人」では「事業の拡大」(48.1%)が半数近くを占める。また、「1人」では「廃業の予定」が23.2%となっている。
- 業種分類別にみると、「小売業」では他の業種分類と比べて「事業の拡大」(15.2%)の比率が低い。一方で「地域関連産業」では「事業の拡大」(30.8%)が約3割となっている。「製造業」では「事業の多角化」(16.0%)の比率が比較的高い。



今後の主な事業展開（従業者規模別、業種分類別）

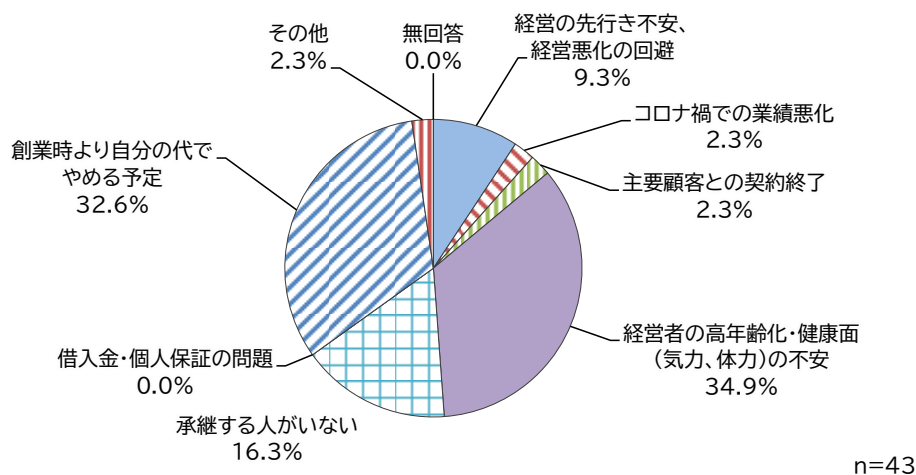


問 12 で、「7. 廃業の予定」と回答された方にお聞きします。

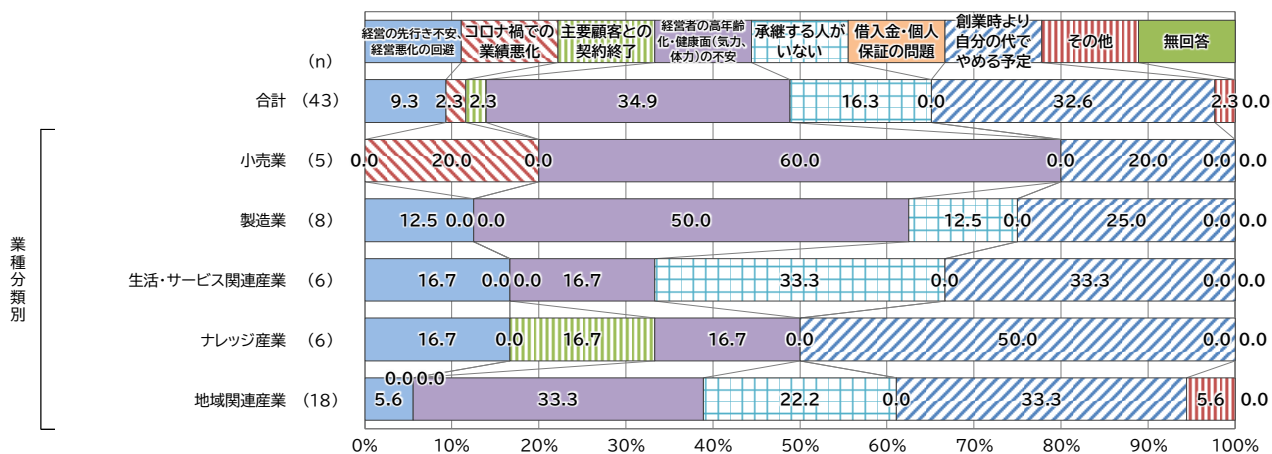
問 12-1 廃業する主な理由は、次のどれに該当しますか。(当てはまるもの1つに○)

- 廃業する主な理由は、「経営者の高齢化・健康面(気力、体力)の不安」(34.9%)が最も高く、「創業時より自分の代でやめる予定」(32.6%)、「承継する人がいない」(16.3%)、「経営の先行き不安、経営悪化の回避」(9.3%)の順で続く。
- 業種分類別にみると、「経営者の高齢化・健康面(気力、体力)の不安」が「小売業」(60.0%)と「製造業」(50.0%)で半数を超え、「ナレッジ産業」では「創業時より自分の代でやめる予定」(50.0%)が半数を超えている。

廃業する主な理由



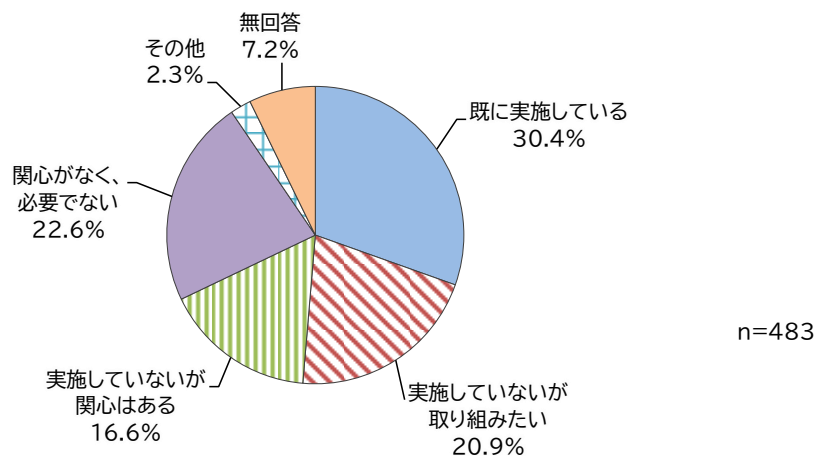
廃業する主な理由(業種分類別)



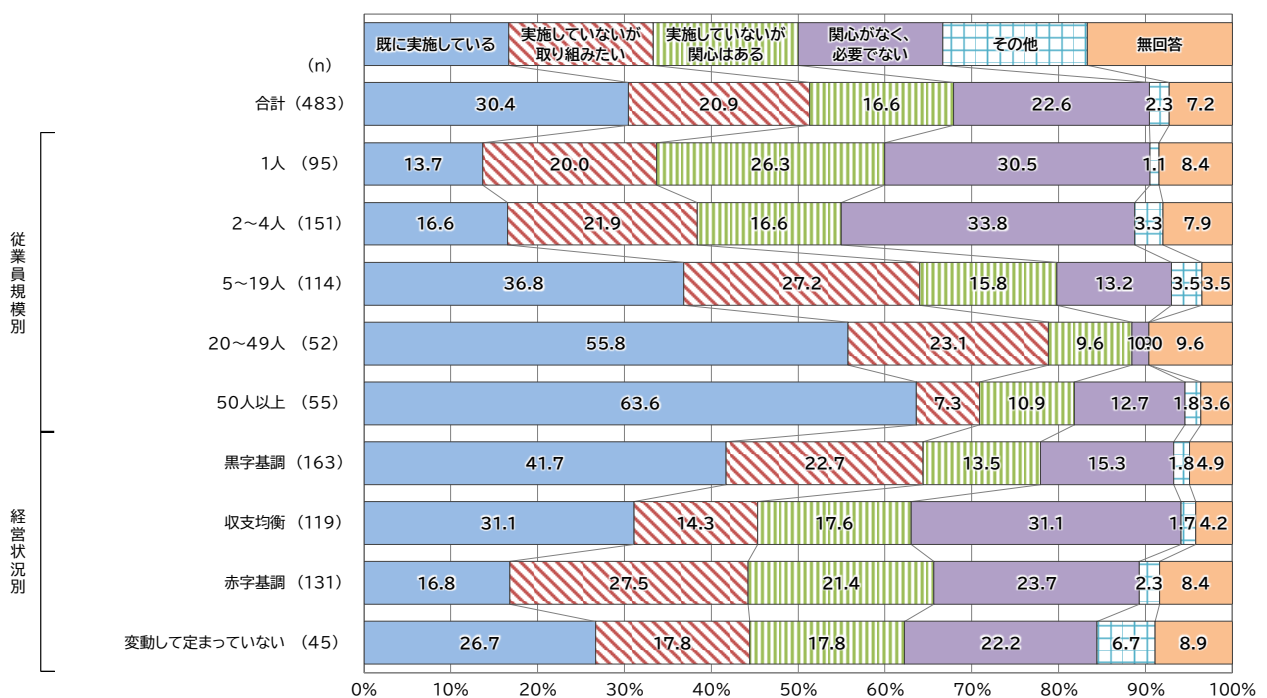
問 13 事業環境の変化や厳しい競争環境に対応し、今後事業を持続していくための取組み状況について、お教えてください。(1つに〇)

- 今後事業を持続していくための取組み状況は、「既に実施している」(30.4%) が最も高く、「関心がなく、必要でない」(22.6%)、「実施していないが取り組みたい」(20.9%)、「実施していないが関心はある」(16.6%)の順で続く。
- 従業者規模別にみると、規模が大きいほど「既に実施している」比率が高くなる傾向にあり、「50人以上」(63.6%)では6割台半ば近くが「既に実施している」と回答している。また、「実施していないが取り組みたい」と「実施していないが関心はある」を合わせた『取り組みたい、関心がある』は、「1人」が4割台半ばを超え、「5~19人」が4割台半ば近くとなっている。
- 経営状況別にみると、「既に実施している」が「黒字基調」(41.7%)では4割強を占めるのに対し、「赤字基調」(16.8%)では2割に満たない。

事業を持続していくための取組み状況



事業を持続していくための取組み状況 (従業者規模別、経営状況別)

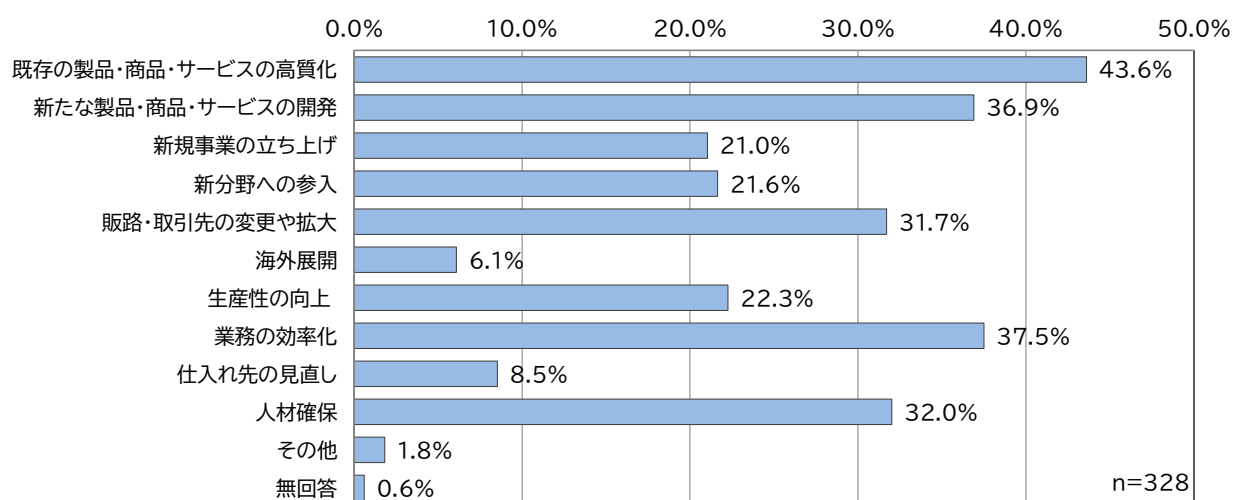


問 13 で、「1. 既に実施している」「2. 実施していないが取り組みたい」「3. 実施していないが関心はある」と回答された方にお聞きします。

問 13-1 実施されているもしくは関心がある取組み内容について、お教えてください。(当てはまるものすべてに○)

- 実施しているもしくは関心がある取組みは、「既存の製品・商品・サービスの高質化」(43.6%) が最も高く、「業務の効率化」(37.5%)、「新たな製品・商品・サービスの開発」(36.9%)、「人材確保」(32.0%)の順で続く。

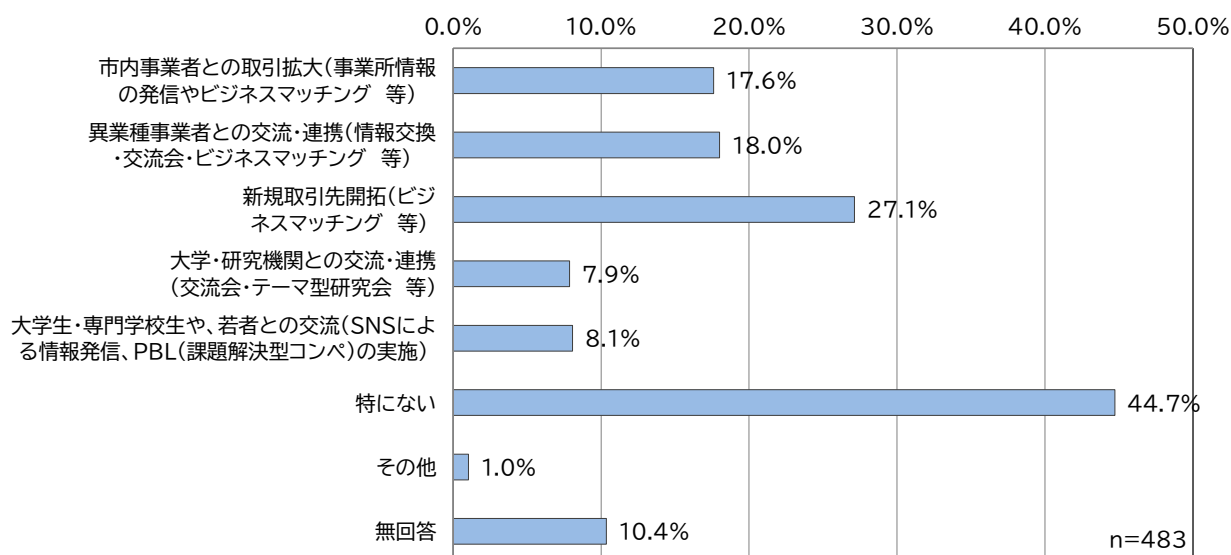
事業を持続のために実施している・関心がある取組み内容



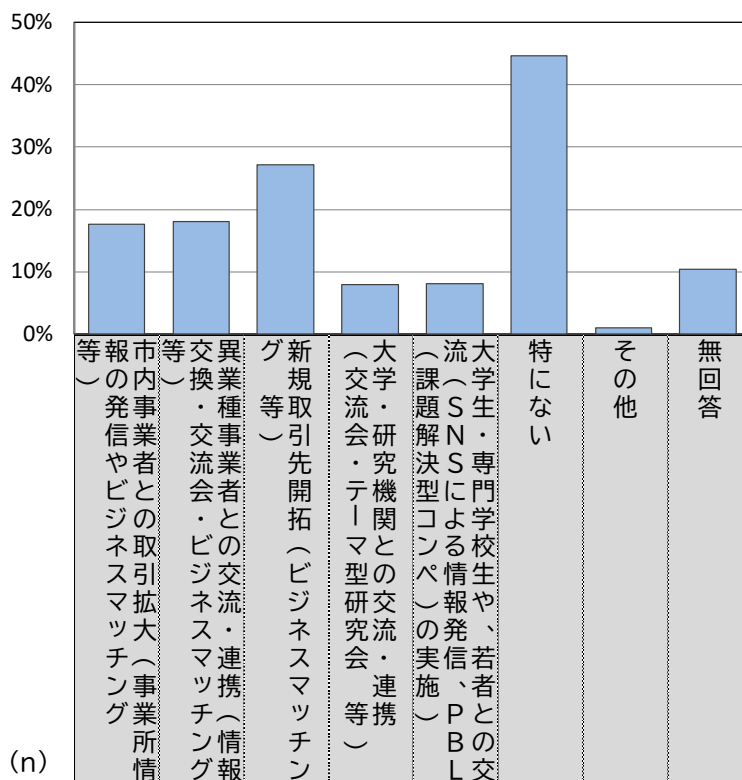
問 14 今後のネットワークづくりについて、関心のあるものは何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 今後のネットワークづくりについて関心のあるものは、「特にない」(44.7%)を除き、「新規取引先開拓(ビジネスマッチング 等)」(27.1%)が最も高く、「異業種事業者との交流・連携(情報交換・交流会・ビジネスマッチング 等)」(18.0%)、「市内事業者との取引拡大(事業所情報の発信やビジネスマッチング 等)」(17.6%)の順で続く。
- 実施/関心がある取組み内容別にみると、「販路・取引先の変更や拡大」、「新分野への参入」、「海外展開」について実施している、または関心がある事業所において、「新規取引先開拓(ビジネスマッチング 等)」への関心は、それぞれ51.9%、46.5%、45.0%と、4割台半ばを超えている。また、「新規開業の立ち上げ」及び「新分野の参入」では、「異業種事業者との交流・連携(情報交換・交流会・ビジネスマッチング 等)」への関心が43.5%、50.7%と高い。

今後のネットワークづくりについて関心のあるもの



今後のネットワークづくりについて関心のあるもの（実施／関心がある取組み内容別）



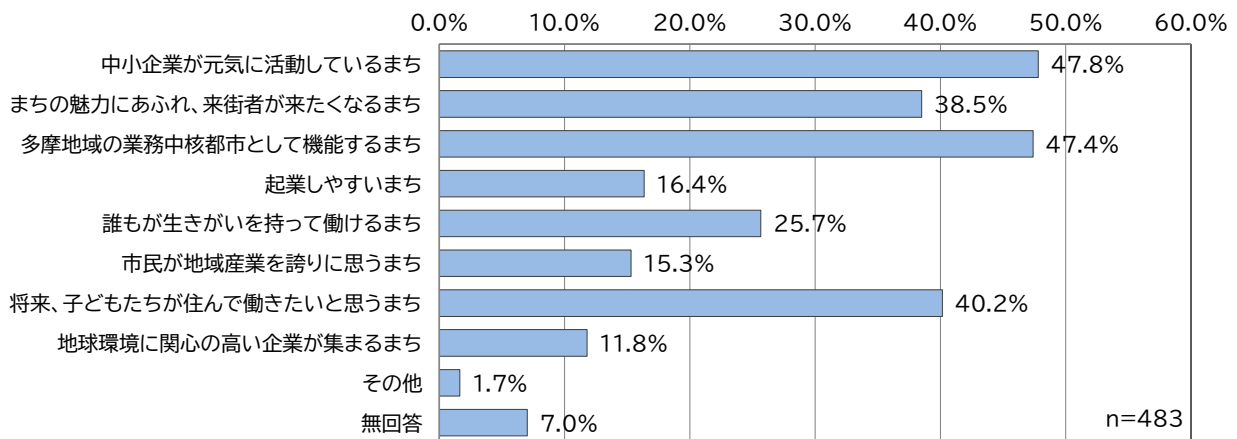
全体		(483)	17.6	18.0	27.1	7.9	8.1	44.7	1.0	10.4
実施／関心がある取組み内容別	既存の製品・商品・サービスの高質化	(143)	18.2	27.3	32.2	10.5	12.6	36.4	3.5	4.2
	新たな製品・商品・サービスの開発	(121)	28.9	31.4	43.8	13.2	13.2	27.3	1.7	3.3
	新規事業の立ち上げ	(69)	30.4	43.5	43.5	18.8	26.1	30.4	1.4	1.4
	新分野への参入	(71)	32.4	50.7	46.5	16.9	15.5	21.1	1.4	4.2
	販路・取引先の変更や拡大	(104)	33.7	31.7	51.9	12.5	11.5	24.0	2.9	2.9
	海外展開	(20)	25.0	40.0	45.0	40.0	10.0	30.0	5.0	0.0
	生産性の向上	(73)	21.9	26.0	42.5	11.0	13.7	30.1	1.4	6.8
	業務の効率化	(123)	23.6	25.2	35.8	12.2	13.0	35.8	2.4	5.7
	仕入れ先の見直し	(28)	21.4	17.9	35.7	3.6	14.3	35.7	0.0	3.6
	人材確保	(105)	28.6	26.7	41.0	12.4	15.2	32.4	1.0	2.9

コ 公的支援策の利用

問 15 立川市の産業振興が目指す方向性として、最も適しているのはどれですか。(当てはまるものすべてに○)

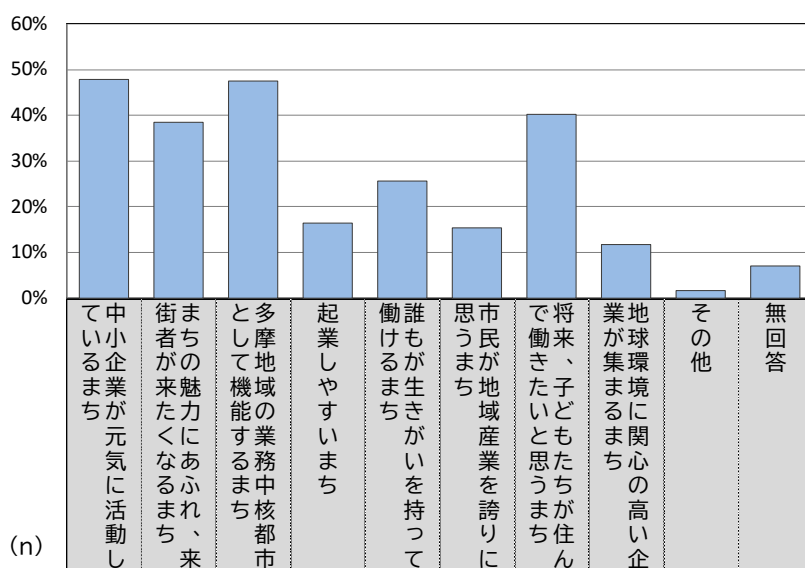
- 今後の主な事業展開は、「中小企業が元気に活動しているまち」(47.8%)が最も高く、「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」(47.4%)、「将来、子どもたちが住んで働きたいと思うまち」(40.2%)、「まちの魅力にあふれ、来街者が来たくなるまち」(38.5%)の順で続く。
- 事業所の機能別にみると、「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」は「本所・本社・本店」(57.1%)と「支所・支社・支店」(50.5%)において最も比率が高く、半数以上が回答している。「単独事業所」では「中小企業が元気に活動しているまち」(51.3%)が最も高い。
- 今後の主な事業展開別にみると、「事業の拡大」と「事業の多角化」では「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」が6割を超えている。
- 実施／関心がある取組み内容別にみると、事業環境の変化や厳しい競争環境に対応し事業持続のための取組みを実施している、または関心がある事業所は、特に「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」と回答する比率が高く、「仕入れ先の見直し」を除き、6～7割が回答している。

立川市の産業振興が目指すべき方向性



立川市の産業振興が目指すべき方向性

(事業所の機能別、今後の主な事業展開別、実施／関心がある取組み内容別)



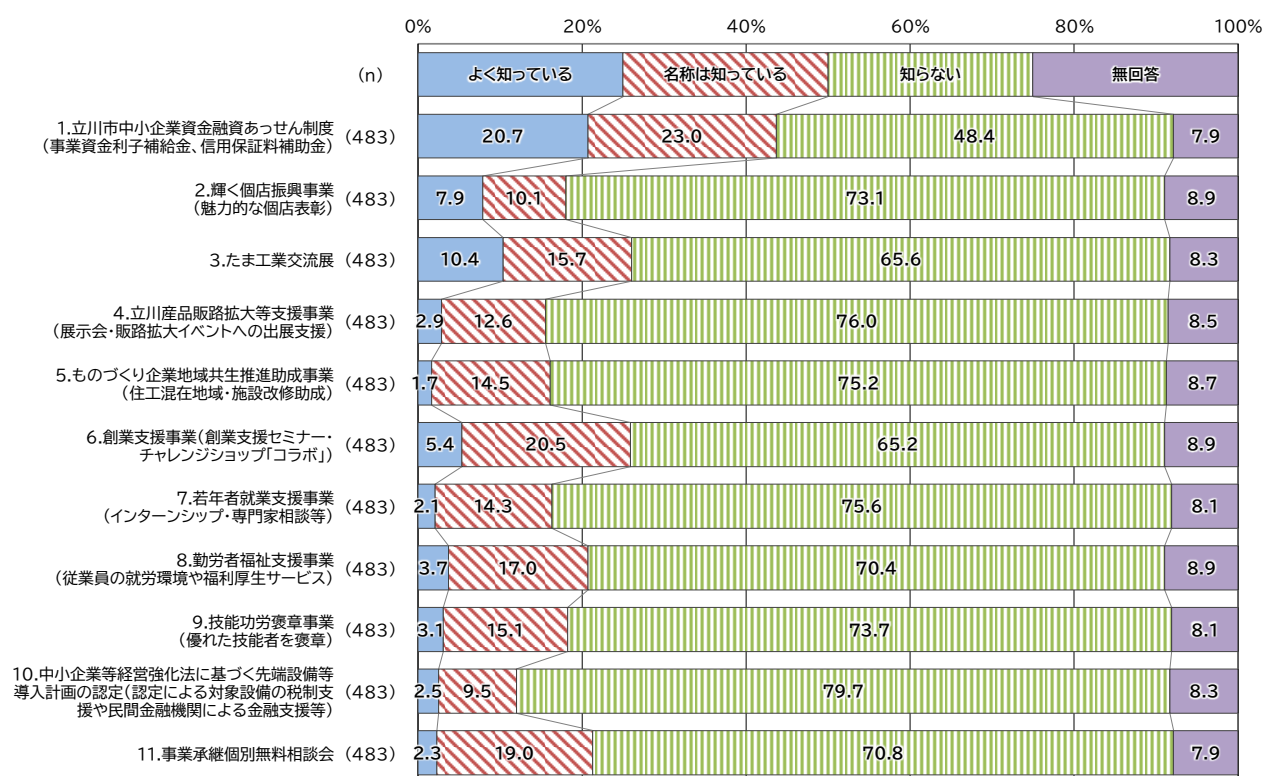
		(n)	47.8	38.5	47.4	16.4	25.7	15.3	40.2	11.8	1.7	7.0
全体		(483)	47.8	38.5	47.4	16.4	25.7	15.3	40.2	11.8	1.7	7.0
事業所の機能別	単独事業所	(314)	51.3	40.4	44.6	17.5	28.7	17.8	38.9	11.8	1.3	8.0
	本所・本社・本店	(70)	41.4	34.3	57.1	20.0	17.1	12.9	44.3	17.1	2.9	2.9
	支所・支社・支店	(93)	39.8	33.3	50.5	10.8	21.5	9.7	39.8	8.6	2.2	7.5
今後の主な事業展開別	事業の拡大	(118)	46.6	41.5	62.7	25.4	22.0	19.5	48.3	13.6	1.7	2.5
	事業の多角化	(51)	52.9	35.3	64.7	11.8	29.4	13.7	47.1	11.8	0.0	2.0
	現状維持	(188)	46.8	40.4	42.6	12.8	25.5	13.3	40.4	9.6	1.1	5.9
	事業の見直し・再構築	(39)	53.8	48.7	43.6	17.9	35.9	25.6	38.5	17.9	0.0	7.7
	事業の縮小	(12)	58.3	33.3	41.7	33.3	16.7	8.3	41.7	8.3	8.3	8.3
	業種の転換	(5)	60.0	60.0	40.0	20.0	60.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
	廃業の予定	(43)	39.5	32.6	25.6	9.3	30.2	14.0	30.2	9.3	4.7	11.6
	事業所の移転	(1)	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
実施／関心がある取組み内容別	既存の製品・商品・サービスの高質化	(143)	58.0	44.8	62.9	21.7	29.4	14.7	51.0	18.2	0.7	0.7
	新たな製品・商品・サービスの開発	(121)	54.5	49.6	64.5	26.4	32.2	19.0	53.7	18.2	0.0	0.0
	新規事業の立ち上げ	(69)	52.2	40.6	66.7	23.2	37.7	24.6	49.3	14.5	0.0	0.0
	新分野への参入	(71)	53.5	47.9	70.4	22.5	31.0	22.5	52.1	21.1	0.0	0.0
	販路・取引先の変更や拡大	(104)	62.5	45.2	63.5	21.2	30.8	19.2	44.2	17.3	1.0	0.0
	海外展開	(20)	65.0	55.0	70.0	45.0	30.0	35.0	40.0	15.0	0.0	0.0
	生産性の向上	(73)	53.4	35.6	68.5	17.8	27.4	23.3	54.8	13.7	0.0	0.0
	業務の効率化	(123)	44.7	41.5	64.2	13.8	28.5	19.5	49.6	13.8	1.6	1.6
	仕入れ先の見直し	(28)	57.1	35.7	53.6	17.9	50.0	25.0	57.1	17.9	0.0	0.0
	人材確保	(105)	55.2	43.8	64.8	16.2	31.4	17.1	50.5	15.2	1.0	1.0

問 16 以下の立川市が実施している産業支援策について、ご存知ですか。また、これらの支援策について、これまでの利用の有無と今後の利用意向について教えてください。(項目ごと、1つに○)

○認知度

● 立川市が実施している産業支援策について、「よく知っている」と「名称は知っている」を合わせた『知っている』は、「1.立川市中小企業資金融資あっせん制度(事業資金利子補給金、信用保証料補助金)」(43.7%)が最も高く4割を超えている。次いで「3.たま工業交流展」(26.1%)、「6.創業支援事業(創業支援セミナー・チャレンジショップ「コラボ」)」(25.9%)の順で高い。

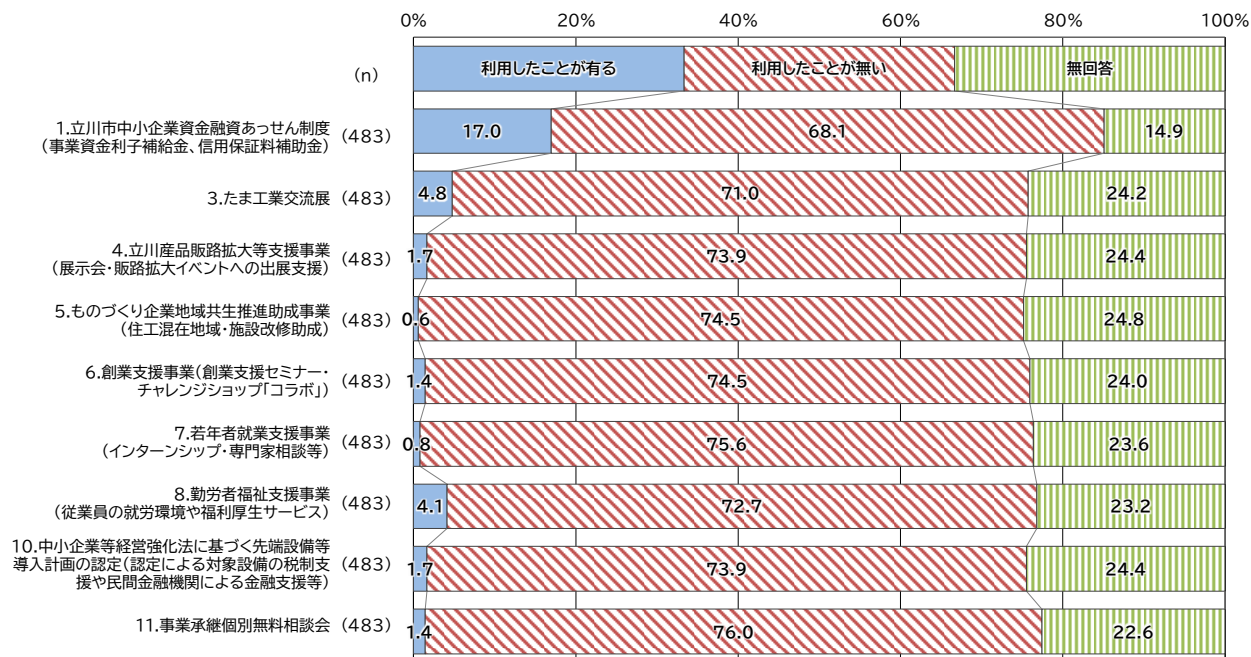
認知度



○利用の有無

- 立川市が実施している産業支援策について、「利用したことが有る」が最も高いのは「1. 立川市中小企業資金融資あっせん制度（事業資金利子補給金、信用保証料補助金）」（17.0%）で、他の支援策の利用は1割に満たない。

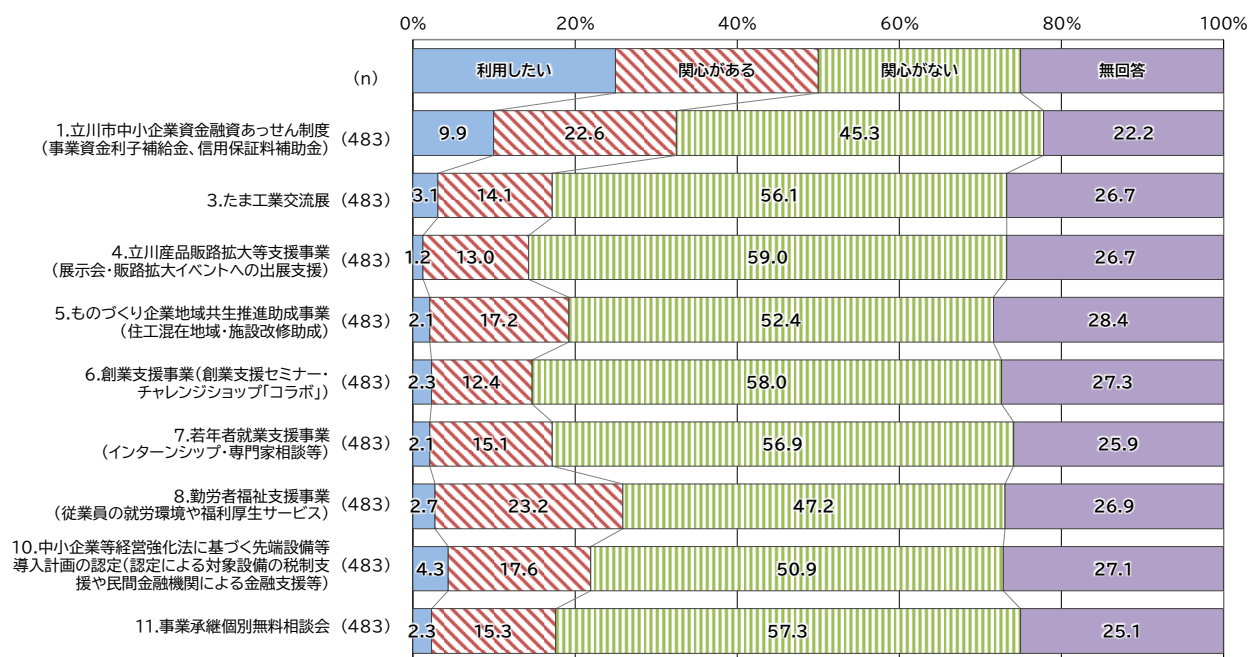
利用の有無



○利用意向

- 立川市が実施している産業支援策について、「利用したい」と「関心がある」を合わせた『利用したい・関心がある』は、「1. 立川市中小企業資金融資あっせん制度」(32.5%)が最も高く、「8. 勤労者福祉支援事業(従業員の就労環境や福利厚生サービス)」(25.9%)、「10. 中小企業等経営強化法に基づく先端設備等導入計画の認定(認定による対象設備の税制支援や民間金融機関による金融支援等)」(21.9%)の順で続く。

利用意向

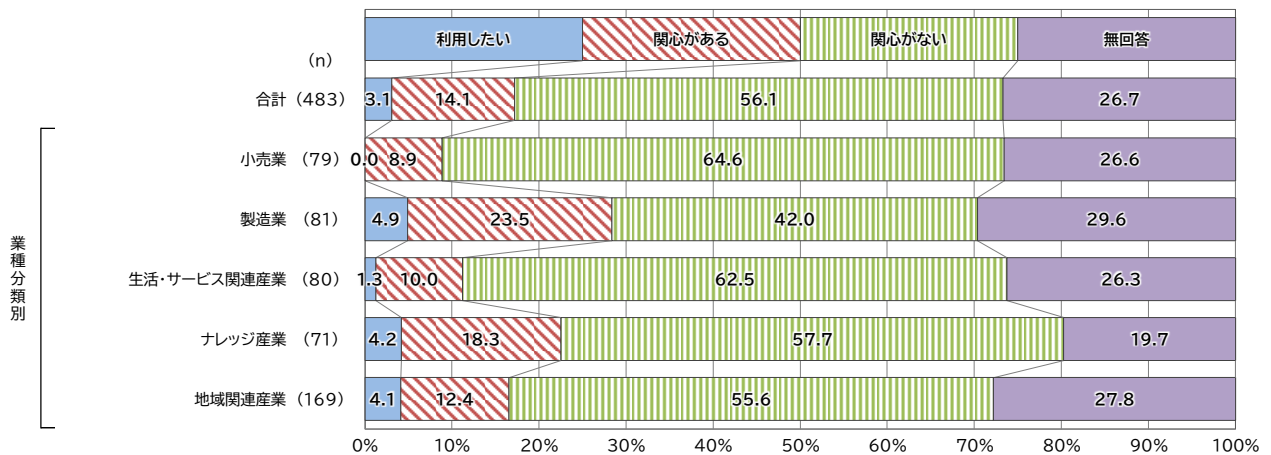


3. たま工業交流展、7. 若年者就業支援事業（インターンシップ・専門家相談等）

- 「3. たま工業交流展」の利用意向について業種分類別にみると、「製造業」では『利用したい・関心がある』が3割近いほか、「ナレッジ産業」も2割強となっている。
- 「7. 若年者就業支援事業（インターンシップ・専門家相談等）」の利用意向について従業者規模別にみると、『利用したい・関心がある』が「20～49人」で3割台半ば近く、「50人以上」で3割弱となっており、平均よりも高い。

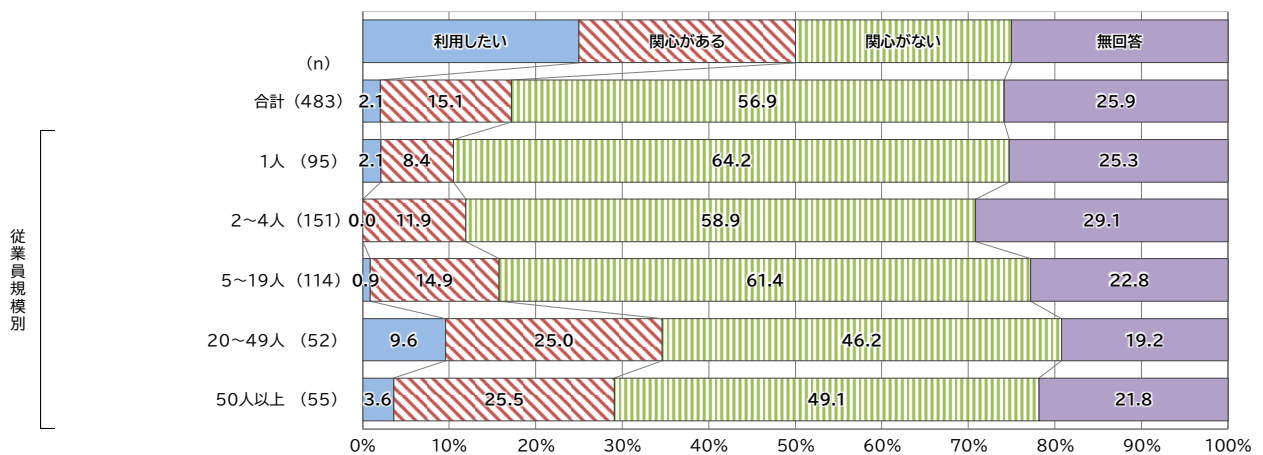
< 3. たま工業交流展 >

利用意向（業種分類別）



< 7. 若年者就業支援事業（インターンシップ・専門家相談等） >

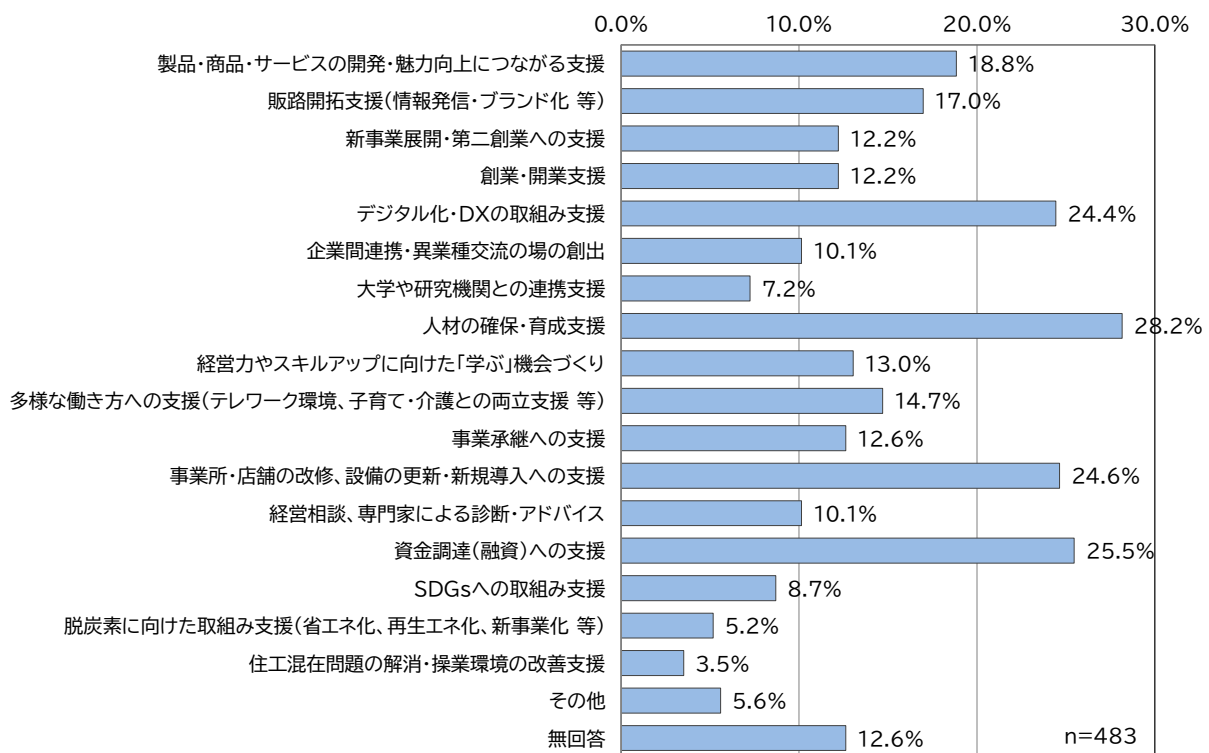
利用意向（従業者規模別）



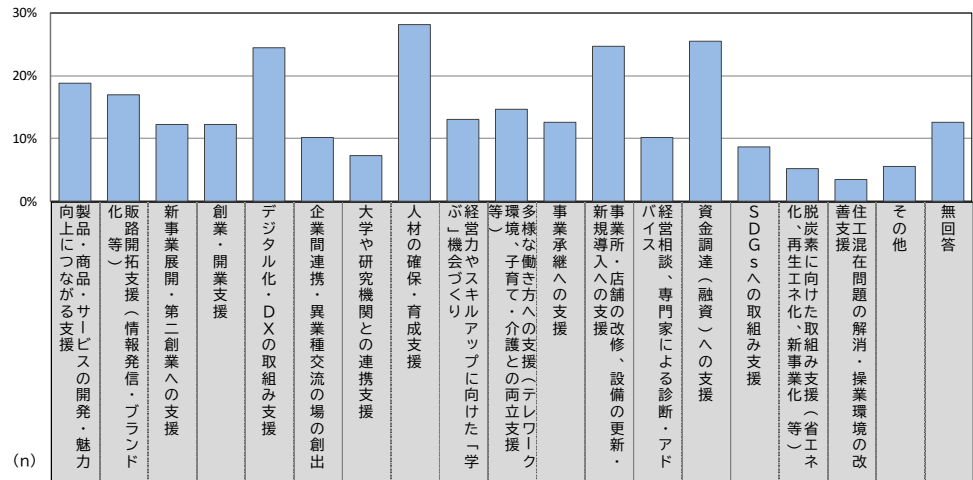
問 17 行政が取り組むべき支援策として、どのような支援策を充実してほしいですか。(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 行政が取り組むべき支援策として充実してほしいものは、「人材の確保・育成支援」(28.2%)が最も高く、「資金調達(融資)への支援」(25.5%)、「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入への支援」(24.6%)、「デジタル化・DXの取組み支援」(24.4%)の順で続く。
- 従業者規模別にみると、『5人以上』では「人材の確保・育成支援」が最も高く、『4人以下』では「資金調達(融資)への支援」が最も高い。
- 業種分類別にみると、「小売業」では、「製品・商品・サービスの開発・魅力向上につながる支援」(24.1%)が、「製造業」では「人材の確保・育成支援」(27.2%)が、「生活・サービス関連産業」では「事業所・店舗の改修、設備の更新・新規導入への支援」(40.0%)が、最も高くなっている。
- 事業所の機能別にみると、「単独事業所」では「資金調達(融資)への支援」(28.2%)が最も高い。

行政が取り組むべき支援策 (MA:5)



行政が取り組むべき支援策（MA:5）（従業者規模別・業種分類別・事業所の機能別）

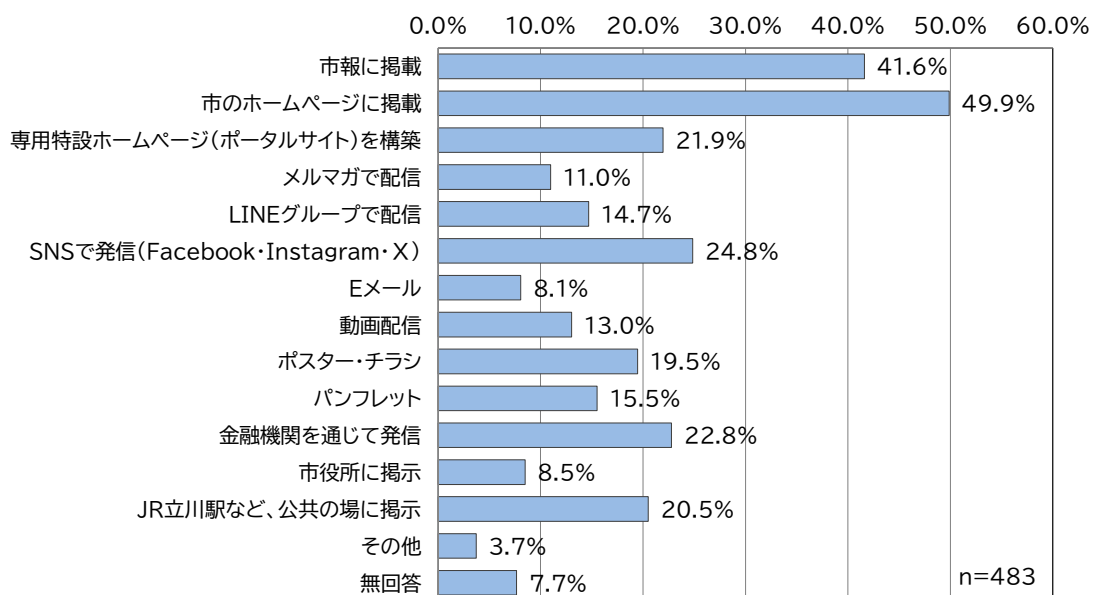


		(n)	18.8	17.0	12.2	12.2	24.4	10.1	7.2	28.2	13.0	14.7	12.6	24.6	10.1	25.5	8.7	5.2	3.5	5.6	12.6
従業者規模別	全体	(483)	18.8	17.0	12.2	12.2	24.4	10.1	7.2	28.2	13.0	14.7	12.6	24.6	10.1	25.5	8.7	5.2	3.5	5.6	12.6
	1人	(95)	20.0	20.0	13.7	14.7	14.7	7.4	6.3	12.6	13.7	7.4	7.4	20.0	9.5	23.2	6.3	4.2	7.4	5.3	17.9
	2~4人	(151)	18.5	15.2	13.9	15.2	26.5	7.9	4.6	19.2	13.9	11.9	13.2	29.1	13.2	32.5	9.3	2.6	0.7	6.6	13.2
	5~19人	(114)	15.8	15.8	5.3	7.9	21.1	11.4	5.3	35.1	11.4	14.0	18.4	25.4	8.8	24.6	7.0	4.4	1.8	6.1	10.5
	20~49人	(52)	23.1	19.2	17.3	13.5	34.6	15.4	15.4	55.8	15.4	13.5	15.4	25.0	13.5	25.0	9.6	7.7	3.8	1.9	9.6
	50人以上	(55)	16.4	16.4	18.2	5.5	32.7	12.7	10.9	45.5	10.9	30.9	5.5	23.6	3.6	12.7	14.5	10.9	5.5	7.3	5.5
業種分類別	小売業	(79)	24.1	13.9	8.9	11.4	22.8	2.5	2.5	22.8	8.9	8.9	10.1	21.5	7.6	20.3	5.1	1.3	1.3	7.6	19.0
	製造業	(81)	22.2	21.0	8.6	6.2	17.3	16.0	11.1	27.2	8.6	16.0	9.9	23.5	2.5	24.7	9.9	8.6	3.7	8.6	13.6
	生活・サービス関連産業	(80)	17.5	17.5	18.8	13.8	26.3	10.0	3.8	36.3	13.8	15.0	17.5	40.0	11.3	31.3	12.5	5.0	3.8	3.8	12.5
	ナレッジ産業	(71)	16.9	22.5	16.9	31.0	32.4	12.7	15.5	28.2	15.5	18.3	9.9	14.1	8.5	16.9	5.6	1.4	4.2	8.5	5.6
	地域関連産業	(169)	16.6	13.6	10.7	7.1	24.3	9.5	5.9	27.8	15.4	14.2	14.2	24.3	14.2	28.4	9.5	6.5	4.1	3.0	12.4
事業所の機能別	単独事業所	(314)	20.1	17.8	12.1	14.6	20.7	9.9	6.7	22.3	12.4	12.4	16.6	25.5	10.5	28.0	7.6	4.8	3.5	4.8	15.0
	本所・本社・本店	(70)	11.4	17.1	15.7	10.0	31.4	10.0	12.9	44.3	12.9	12.9	7.1	30.0	11.4	34.3	8.6	4.3	2.9	7.1	2.9
	支所・支社・支店	(93)	19.4	14.0	10.8	6.5	31.2	9.7	5.4	36.6	15.1	22.6	4.3	18.3	7.5	9.7	11.8	6.5	4.3	7.5	11.8

問 18 立川市や市内に立地する国や東京都の機関が実施している産業支援策の情報発信について、有効と思われる方法をお教えてください。(当てはまるものすべてに○)

- 有効な産業支援策の情報発信方法は、「市のホームページに掲載」(49.9%)が最も多く、「市報に掲載」(41.6%)、「SNSで発信(Facebook・Instagram・X)」(24.8%)、「金融機関を通じて発信」(22.8%)の順で続く。

有効な産業支援策の情報発信方法



サ 自由意見

○立川市の産業振興について、ご意見・要望などがありましたら、ご自由にご記入ください。

自由意見は、36件で以下のとおり10のテーマに分類される。

①産業振興の方向性

- ・ 小規模事業者の支援・サポート
- ・ 今まで以上に、住みよい街づくりを推進
- ・ 若い人が多く住んでいける街、魅力あるまちづくり
- ・ 自然環境の維持

②商業・商店街・観光

- ・ 「未来を創る商店街」の実現
- ・ 気軽に商店街に行けるための駐輪施設の充実
- ・ 来街者・観光客が利用できるホテル、大規模会議場、パーティースペースが不足
- ・ 立川駅近くにJ1リーグのサッカーやコンサートが呼べるスタジアムを整備
- ・ 夜間の立川駅南口の治安向上、中核都市「立川」のブランド向上
- ・ 来街者のアクセス向上として、くるりんバスの立川富士見町の運行本数の増加

③創業

- ・ 創業支援の充実と事業者のネットワークが広がる場づくり
- ・ 駅近くに、シェアオフィス、コワーキング（公営の安価なもの）の整備

④工業

- ・ 工場の移転先が不足。準工業地域が少ない
- ・ 多摩地区の中核都市として製造業の誘致、支援の強化

⑤農業

- ・ 農業継承者が利用できる事業が少ない
- ・ 新規就農に関する支援や助成の充実

⑥交通・都市インフラ

- ・ 安価に利用できるサーバセンターの整備。シリコンバレー、ITバレーのような企業集積の形成
- ・ 温暖化対策に向けたバス交通の充実

⑦雇用

- ・ 製造・建設の現場見学の実施
- ・ 全国の先進事例として、ハローワークの土日祝日対応
- ・ 新しい就業形態に即した仕事斡旋の仕組みづくり（ハローワークは正社員募集が多い）
- ・ シルバー人材センターにおける募集内容の拡大（単純作業以外の業務拡大）

⑧情報発信 PR

- ・ 市内企業の情報を発信するツールが不足、多方面への情報発信（SNS やイベント情報への付記等）
- ・ 立川のブランディング強化。50 年来「立川って何があるの？」という疑問が存続

⑨支援策情報発信

- ・ 市の取組みを知りたい。相談もしたい
- ・ 都、市、金融機関の支援の判別ができない。市にワンストップサービス機能を整備

⑩支援ニーズ

- ・ 地元地域のつながり強化、機会創出、気軽に相談できる居場所（市民のための）を創出
- ・ 子供の居場所づくりを推進する産業企業に手厚い支援
- ・ 立川駅周辺の賃料が高い
- ・ 市の制度融資は充実している。継続実施を希望
- ・ 市の入札価格が低い
- ・ 市の入札案件の仕様書記載内容が更新されていない。技術・時代にあった記述を希望
- ・ 高齢者向け弁当配食の入札公募を希望

(2) 商店街（会）アンケート調査

① 調査概要

調査対象：立川市内の商店街振興組合及び商店会 28 商店会

調査期間：令和6年7月

調査方法：立川市商店街振興組合連合会から配布、郵送・ウェブ回答にて回収

回収数：28件（有効回答数）（内訳：郵送回答14件、ウェブ回答14件）

回収率：100.0%（28/28）

※全調査設問項目のうち、産業振興計画策定に関連する主な商店街（会）の環境・課題、今後の展開や支援に関する設問のみ抜粋して調査結果を示す。

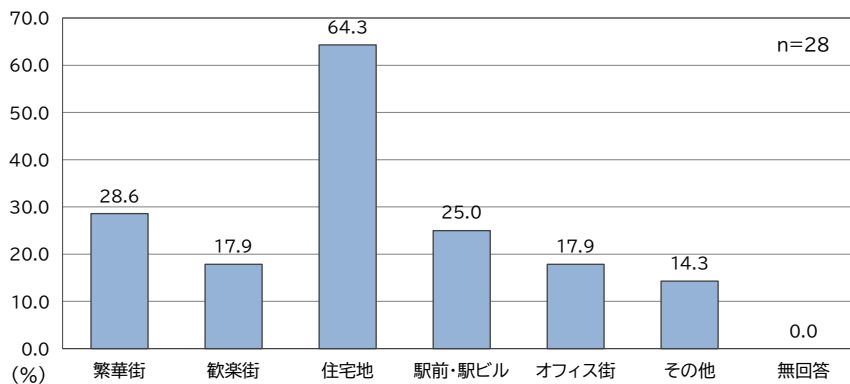
② 調査結果（抜粋）

ア 属性

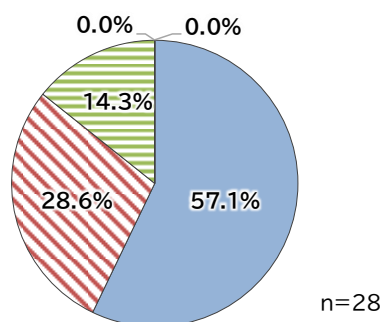
立地環境、商店街（会）のタイプ

- 立地環境は、「住宅地」（64.3%）が最も高く、「繁華街」（28.6%）、「駅前・駅ビル」（25.0%）の順で続く。
- 商店街（会）のタイプは、「近隣型商店街」（57.1%）が最も高く、「地域型商店街」（28.6%）、「広域型商店街」（14.3%）の3タイプとなっている。

立地環境



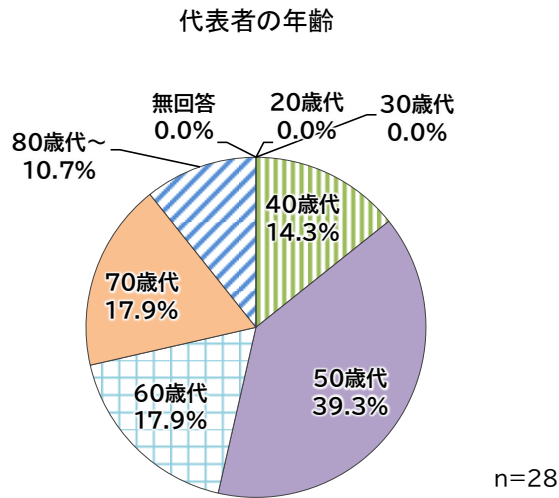
商店街（会）のタイプ



- 近隣型商店街(地元住民が日用品の買い物に、徒歩または自転車で来街する)
- 地域型商店街(日用品と買回り品が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から徒歩や自転車に加えてバス等で来街する)
- 広域型商店街(デパートや量販店等の大型店があり、買い回り品が多い)
- 超広域型商店街(大型店のほか、有名専門店等があり遠距離から来街する)
- 無回答

代表者の年齢・在任年数

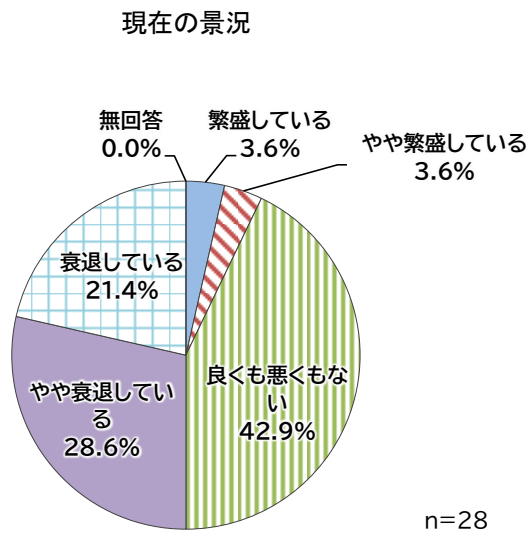
- 代表者の年齢は、「50歳代」(39.3%)が最も高く「60歳代」(17.9%)と「70歳代」(17.9%)が続く。『60歳以上』が4割台半ばを超えている。



イ 商店街(会)を取り巻く環境

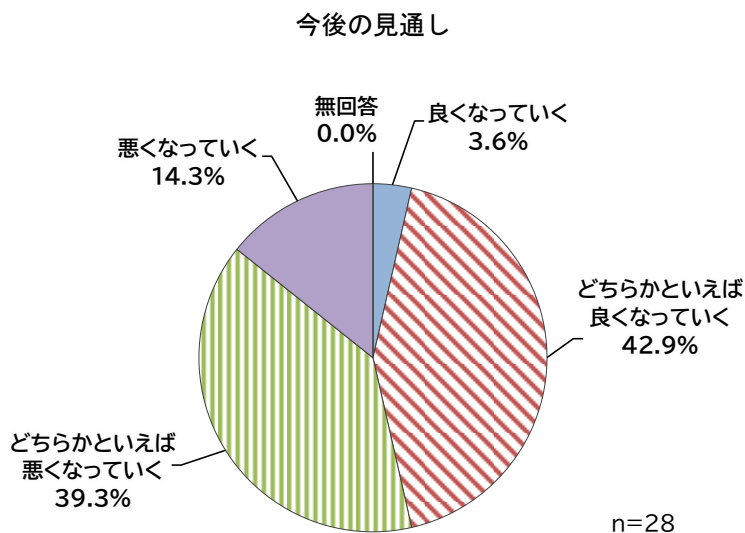
問1 貴商店街(会)の現在の景況について教えてください。(1つに○)

- 現在の景況状況は、「良くも悪くもない」(42.9%)が最も高く、『繁盛・やや繁盛している』(7.2%)が1割に満たないのに対し、『衰退・やや衰退している』(50.0%)が全体の半数を占める。



問2 今後の見通しについて教えてください。(1つに○)

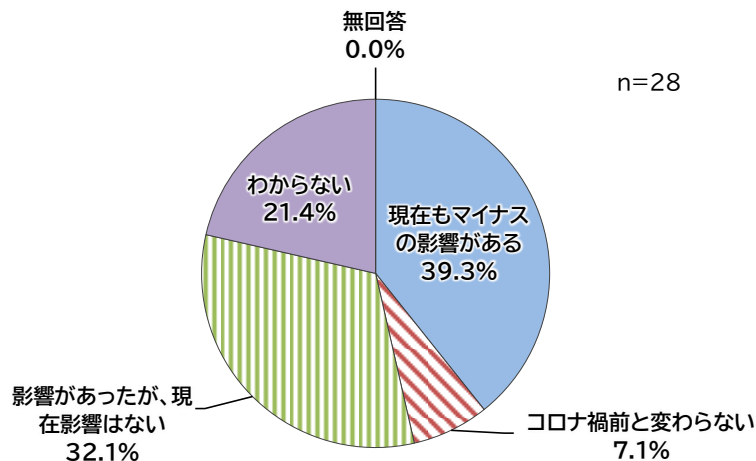
- 今後の見通しは、「どちらかといえば良くなっていく」(42.9%) が最も高く、次いで「どちらかといえば悪くなっていく」(39.3%)、「悪くなっていく」(14.3%) の順で続く。「悪くなっていく」と「どちらかといえば悪くなっていく」を合わせた『悪くなっていく』(53.6%) が半数を上回っている。



問3 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響は、「現在もマイナスの影響がある」(39.3%)が最も高く4割弱を占めるが、一方で「影響があったが、現在影響はない」(32.1%)、「コロナ禍前と変わらない」(7.1%)を合わせた『影響はない』(39.3%)も4割弱と、影響は二分化している。

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、現在の経営や事業活動への影響



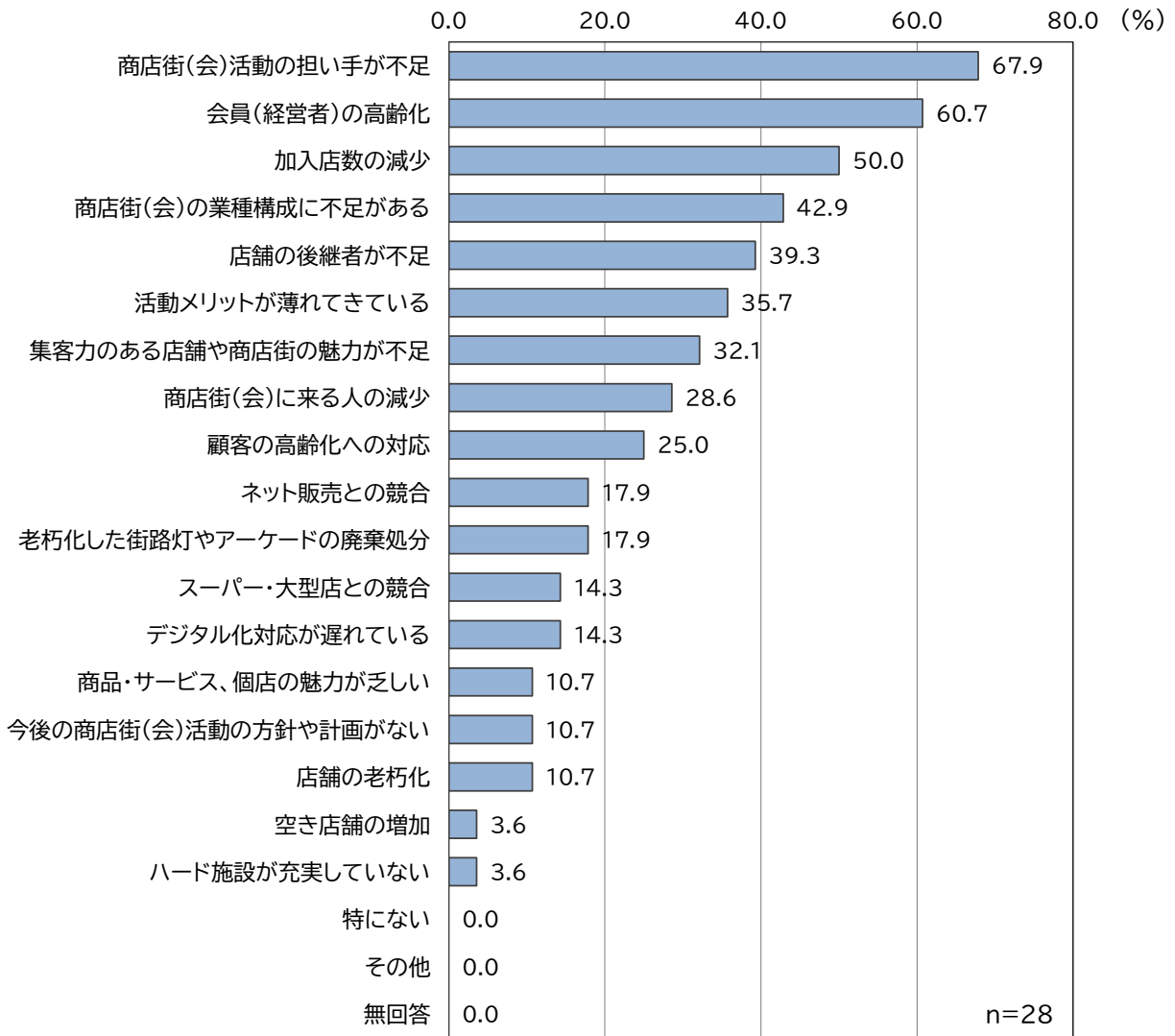
ウ 商店街(会)における課題

問4 貴商店街(会)の課題は、次のどれに該当しますか。(複数回答：5つまで○)

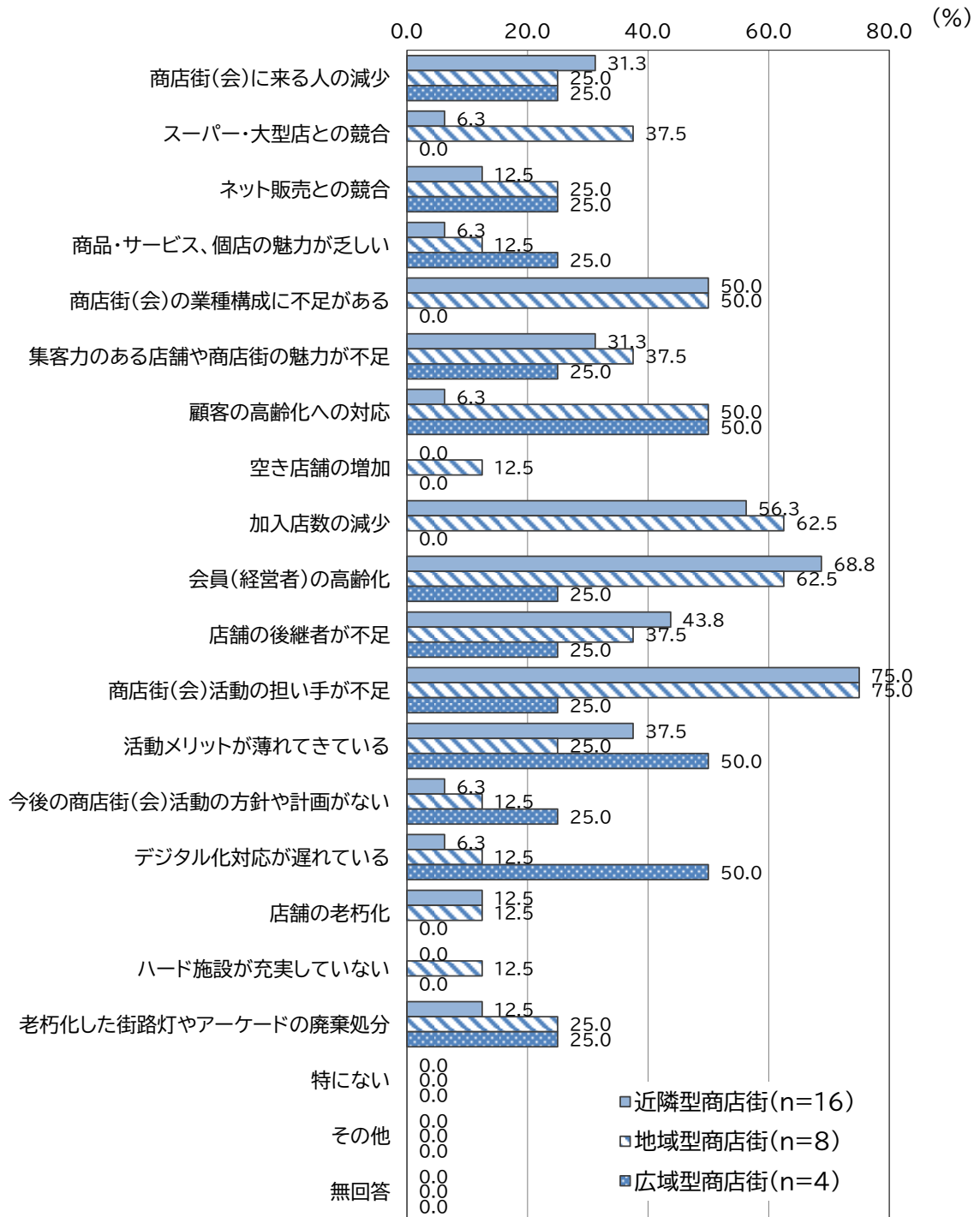
- 商店街(会)の課題は、「商店街(会)活動の担い手が不足」(67.9%)が最も高く、「会員(経営者)の高齢化」(60.7%)、「加入店数の減少」(50.0%)、「商店街(会)の業種構成に不足がある」(42.9%)の順で続く。
- 商店街(会)のタイプ別にみると、近隣型商店街及び地域型商店街では、「商店街(会)活動の担い手が不足」、「会員(経営者)の高齢化」、「加入店数の減少」の比率が高い一方、広域型商店街※では、「顧客の高齢化への対応」、「活動メリットが薄れてきている」、「デジタル化対応が遅れている」等で比率が高い。

※広域型商店街の回答者数は4商店会であり、定量的評価には留意が必要(以下、同様)

商店街(会)の課題 (MA:5)



商店街（会）の課題（（会）のタイプ別）（MA:5）

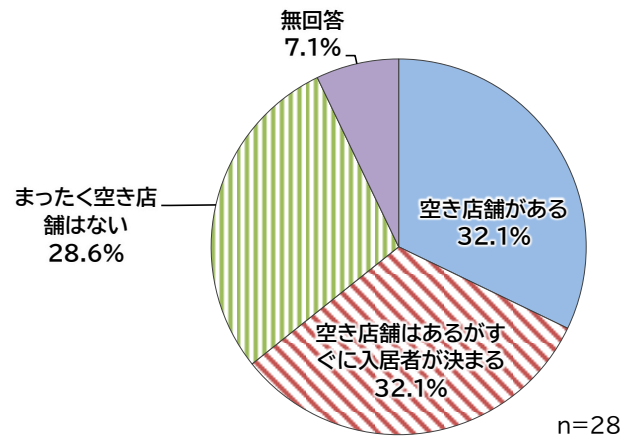


エ 空き店舗対策

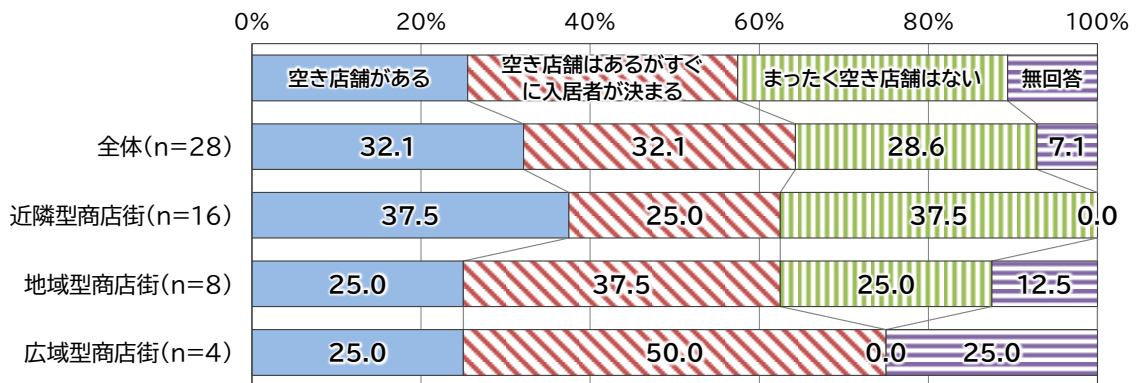
問5 貴商店街(会)の空き店舗の有無について教えてください。(当てはまる方に○)

- 空き店舗の有無は、「空き店舗がある」(32.1%)と「空き店舗はあるがすぐに入居者が決まる」(32.1%)がともに最も高く、「まったく空き店舗はない」(28.6%)は3割近くとなっている。
- 商店街(会)のタイプ別にみると、近隣型商店街では、「空き店舗がある」(37.5%)と「全く空き店舗はない」(37.5%)がそれぞれ3割台半ばを超え、広域型商店街では、「空き店舗はあるがすぐに入居者が決まる」(50.0%)が半数を占める。

空き店舗の有無



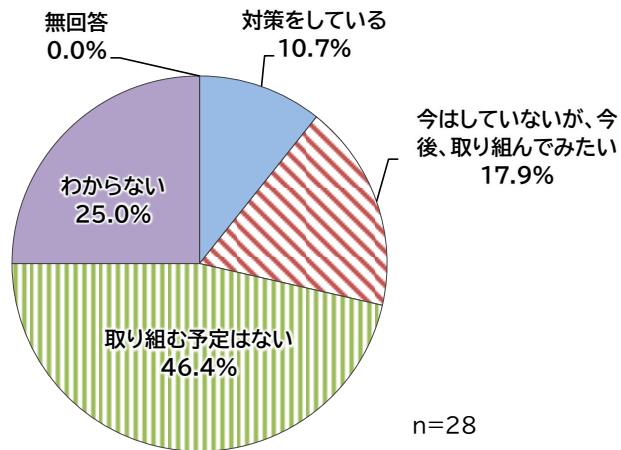
空き店舗の有無(商店街(会)のタイプ別)



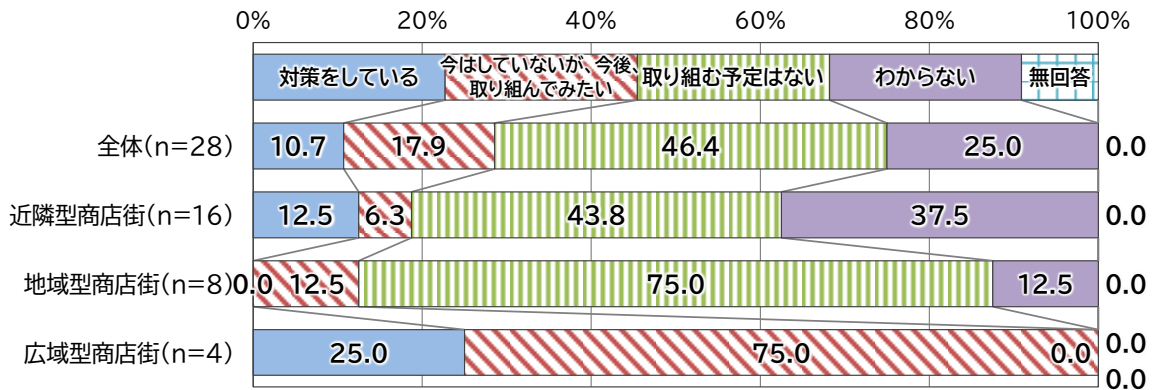
問6 空き店舗対策をしていますか。(1つに○)

- 空き店舗対策は、「取り組む予定はない」(46.4%)が最も高く、「わからない」(25.0%)、「今はしていないが、今後、取り組んでみたい」(17.9%)と続き、「対策をしている」(10.7%)は約1割となっている。
- 地域型商店街は、「取り組む予定はない」(75.0%)が、広域型商店街では、「今はしていないが、今後取り組んでみたい」(75.0%)が7割台半ばを占める。

空き店舗対策



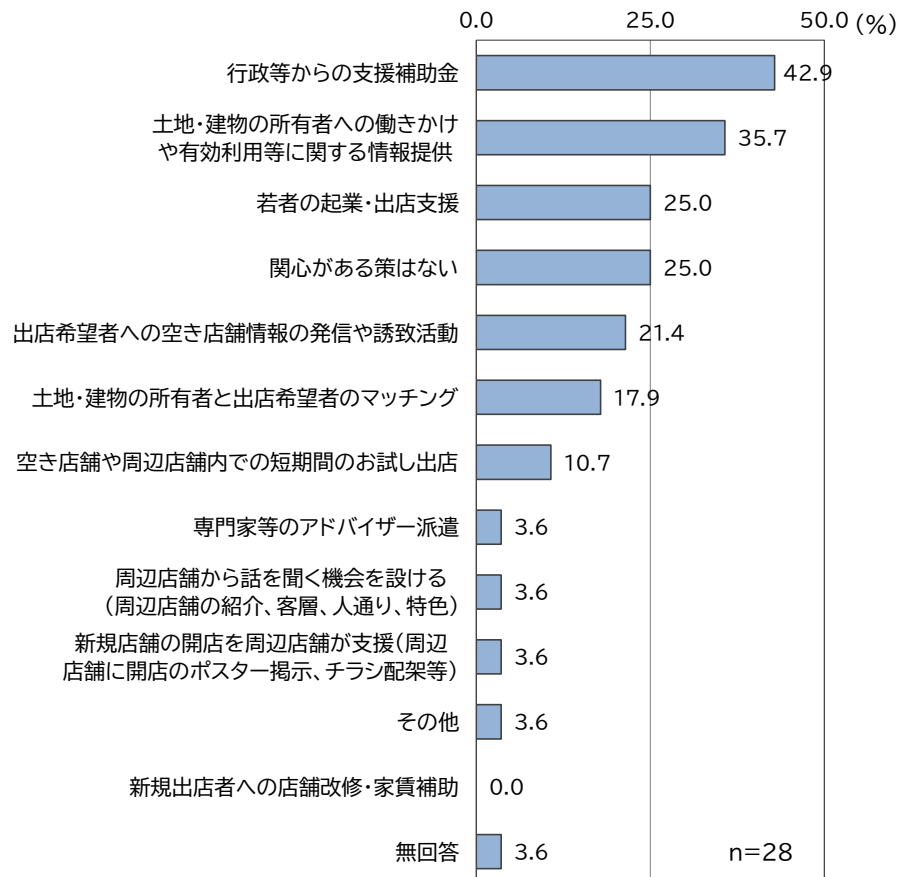
空き店舗対策（商店街（会）のタイプ別）



問7 取組んでみたい空き店舗対策について、お教えてください。(当てはまるものすべてに○)

- 取組んでみたい空き店舗対策は、「行政等からの支援補助金」(42.9%)が最も高く、「土地・建物の所有者への働きかけや有効利用等に関する情報提供」(35.7%)、「若者の起業・出店支援」(25.0%)と「関心がある策はない」(25.0%)の順で続く。

取組んでみたい空き店舗対策

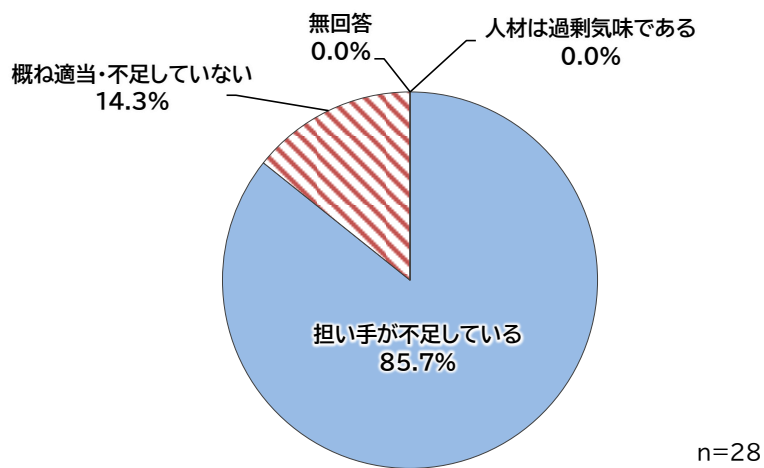


オ 商店街(会)活動の担い手

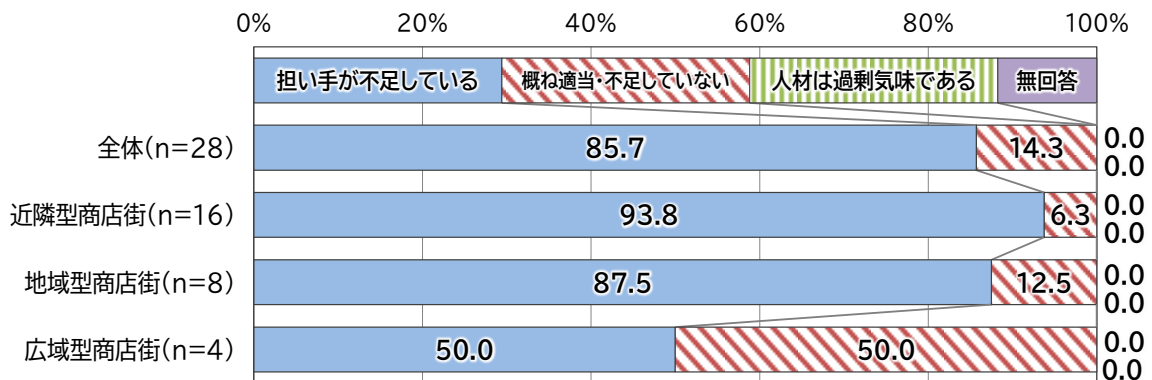
問8 貴商店街(会)での担い手状況は、次のどれに該当しますか。(1つに○)

- 商店街(会)の担い手の充足状況を見ると、「担い手が不足している」(85.7%)が8割台半ばとなっている。
- 商店街(会)のタイプ別にみると、近隣型商店街では「担い手が不足している」(93.8%)が9割台半ば近くを占める一方、広域型商店街では「担い手が不足している」(50.0%)と「概ね適当・不足していない」(50.0%)に二分している。

商店街(会)での担い手状況



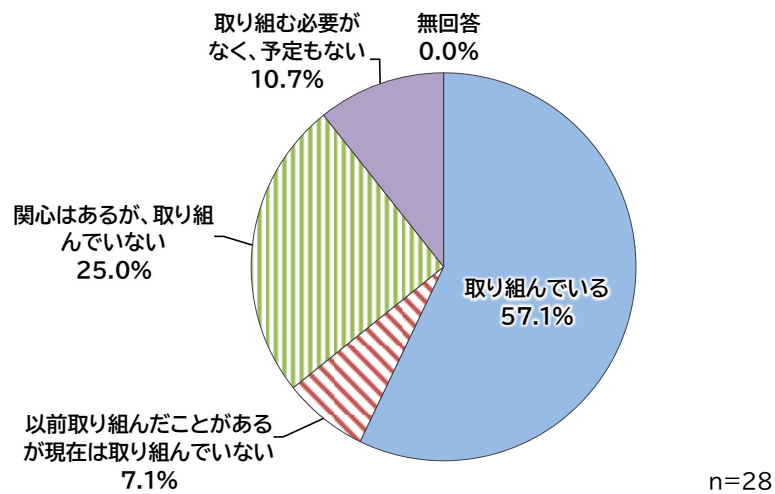
担い手状況(商店街(会)のタイプ別)



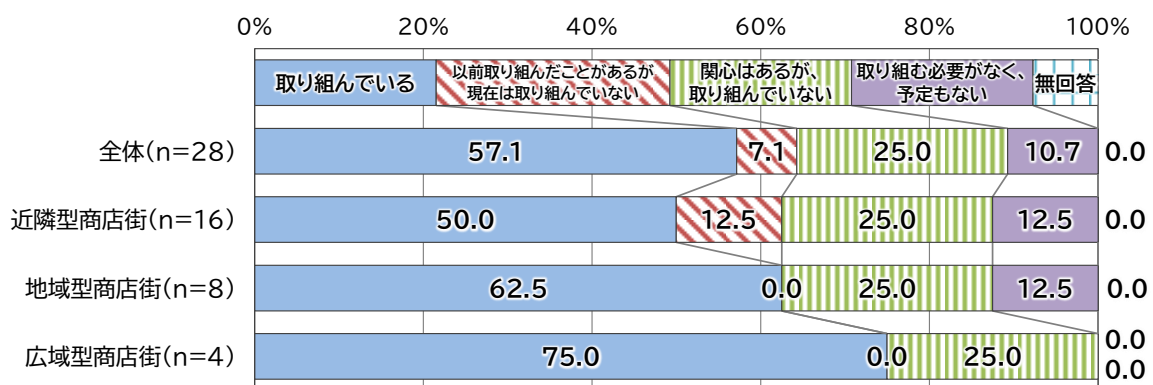
問9 外部の組織や団体（自治会、地域の学校、企業等）と連携して、商店街（会）の賑わいづくりや地域活動、まちづくりに係る取組み等を実施していますか。（当てはまるもの1つに○）

- 外部の組織や団体と連携した商店街（会）の賑わいづくりや地域活動、まちづくりに係る取組みは、「取り組んでいる」（57.1%）が最も高く、次いで「関心はあるが、取り組んでいない」（25.0%）となっている。
- 商店街（会）のタイプ別にみると、広域型商店街では「取り組んでいる」（75.0%）が7割台半ばを占める。

外部の組織や団体との連携



外部の組織・団体との連携（商店街（会）のタイプ別）

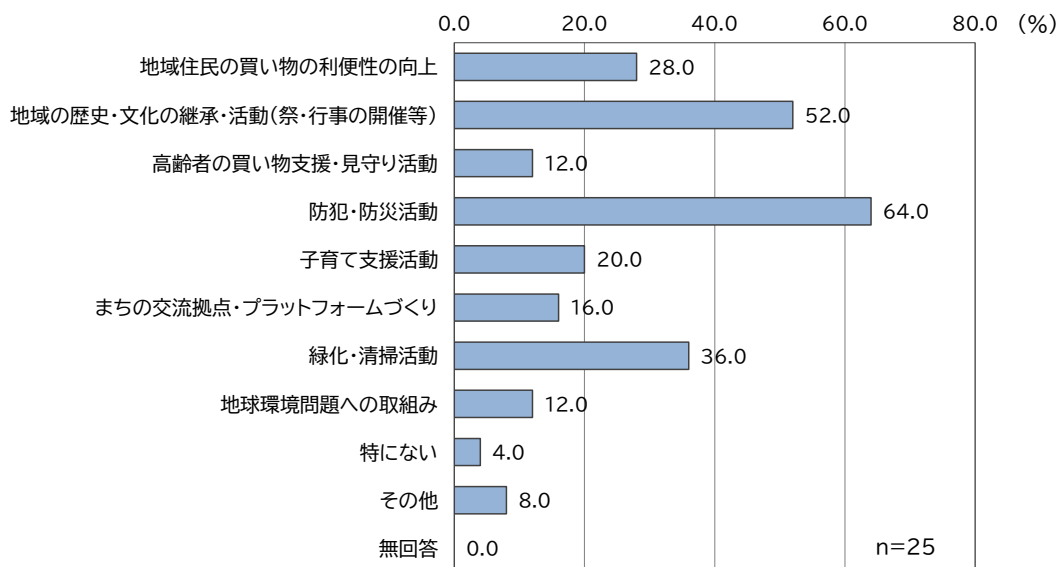


問9で、「1」～「3」と回答された方にお聞きします。

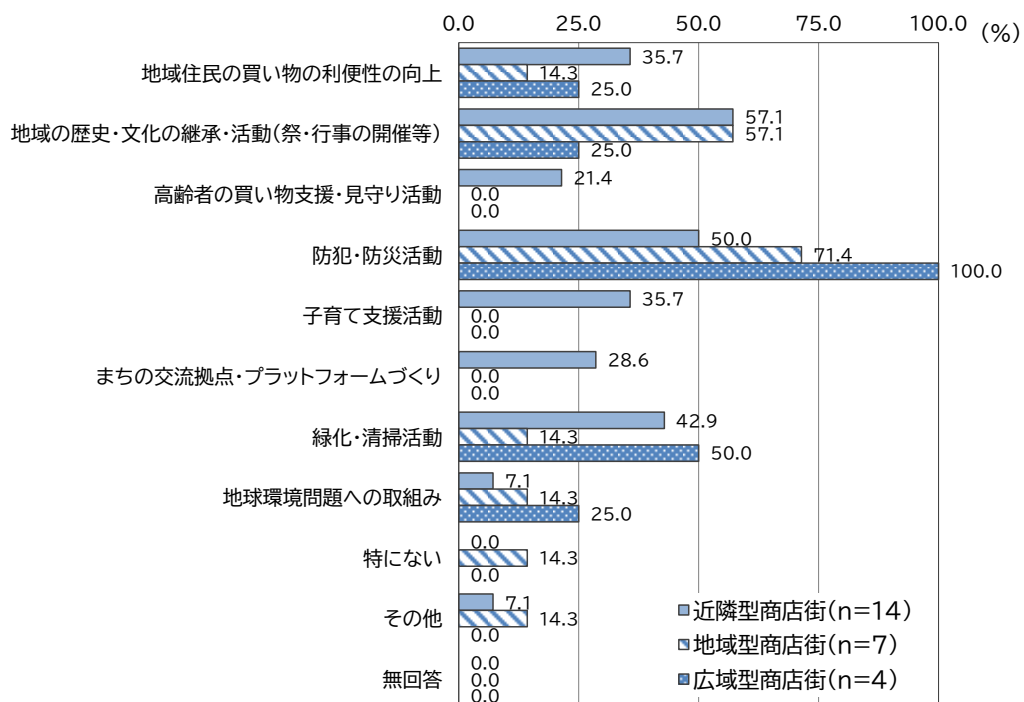
問9-1 今後外部の組織や団体と連携して、取り組みたい、もしくは関心を持っている地域活動があれば教えてください。(当てはまるものすべてに○)

- 今後外部の組織や団体と連携して取り組みたい、もしくは関心を持っている地域活動は、「防犯・防災活動」(64.0%)が最も高く、「地域の歴史・文化の継承・活動(祭・行事の開催等)」(52.0%)、「緑化・清掃活動」(36%)、「地域住民の買い物の利便性の向上」(28%)の順で続く。
- 商店街(会)のタイプ別にみると、「広域型商店街」では「防犯・防災活動」が100%となっている。

外部の組織や団体と連携して、取り組みたい・関心を持っている地域活動



外部の組織・団体と連携して取り組みたい地域活動(商店街(会)のタイプ別)

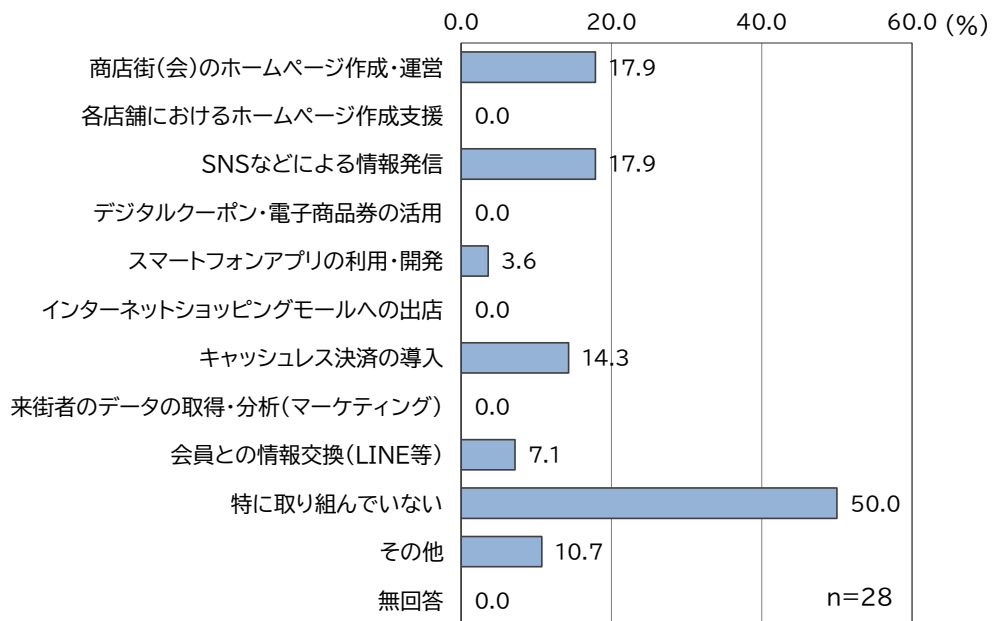


カ デジタル化に向けた取組み

問 10 デジタル化に関して、どのようなことに取り組んでいますか。(当てはまるものすべてに○)

- デジタル化に関して取り組んでいることは、「特に取り組んでいない」(50.0%)が半数を占めて最も高く、「商店街(会)のホームページ作成・運営」(17.9%)と「SNSなどによる情報発信」(17.9%)、「キャッシュレス決済の導入」(14.3%)の順で続く。

デジタル化に関して取り組んでいること

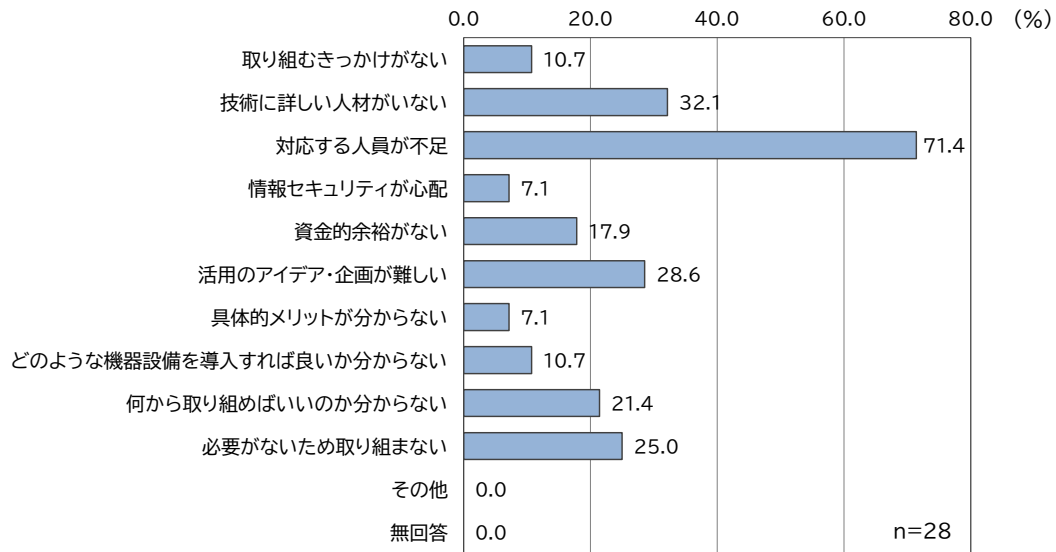


問 11 デジタル化を推進するにあたっての課題は、次のどれに該当しますか。

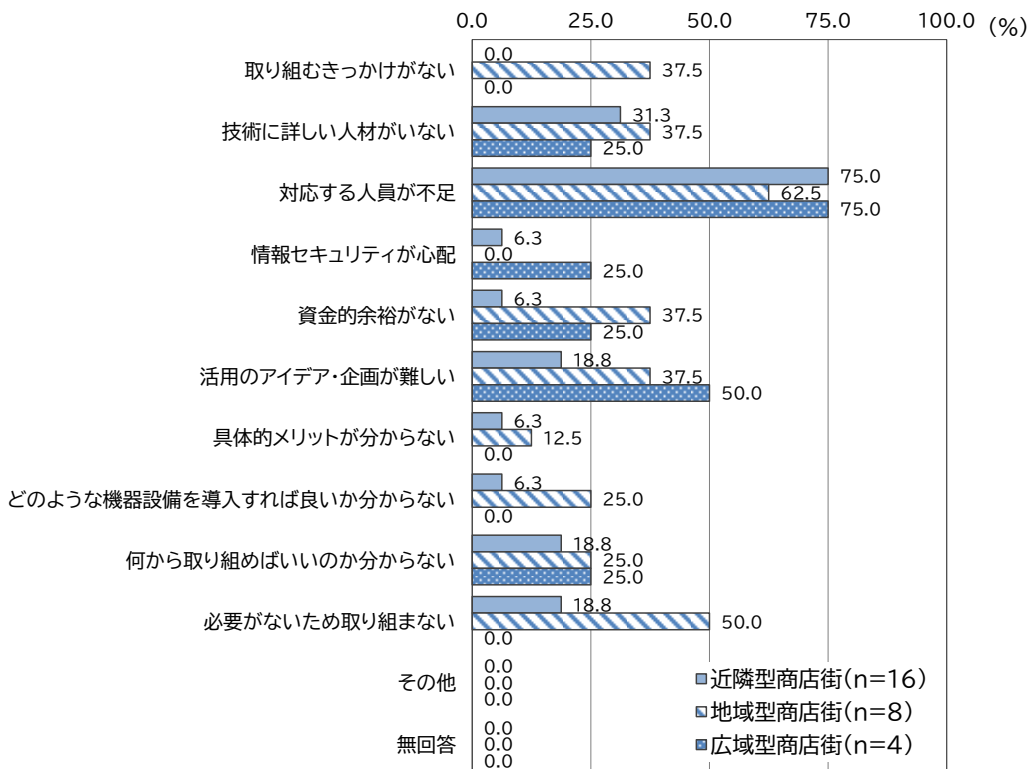
(当てはまるものすべてに○)

- デジタル化推進の課題は、「対応する人員が不足」(71.4%) が7割強で最も高い。その他、「技術に詳しい人材がない」(32.1%)、「活用のアイデア・企画が難しい」(28.6%)、「必要がないため取り組まない」(25.0%)の順で続く。
- 商店街(会)のタイプ別にみると、「必要ないため取り組まない」では広域型商店街は回答がなかったが、「地域型商店街」では50.0%、近隣型商店街では18.8%である。

デジタル化推進の課題



デジタル化推進の課題 (商店街(会)のタイプ別)

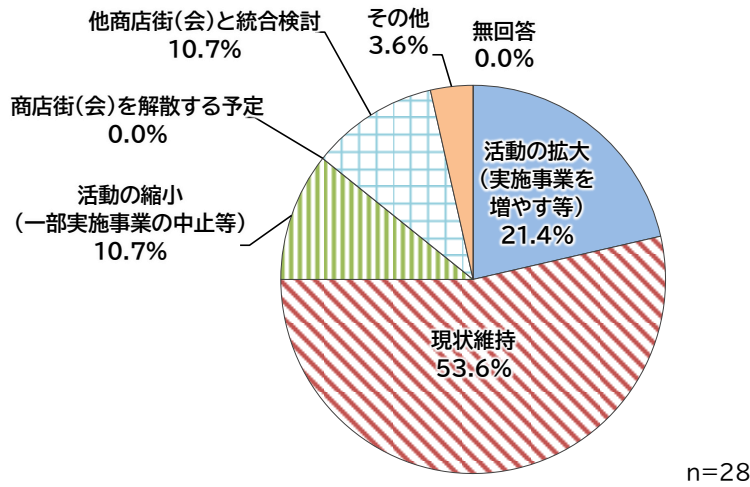


キ 今後の展開

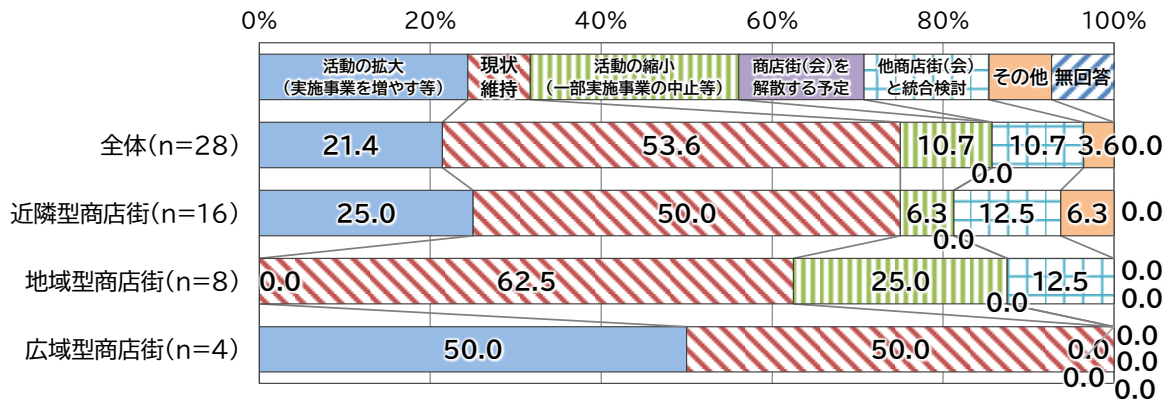
問 12 今後の商店街（会）活動の方針について、教えてください。（1つに〇）

- 商店街（会）活動の方針は、「現状維持」（53.6%）が5割台半ば近くを占め、最も高い。次いで「活動の拡大（実施事業を増やす等）」（21.4%）、「活動の縮小（一部実施事業の中止等）」（10.7%）と「他商店街（会）と統合検討」（10.7%）となっている。
- 商店街（会）のタイプ別にみると、「広域型商店街」では「活動の拡大（実施事業を増やす等）」と「現状維持」に二分している。

商店街（会）活動の方針



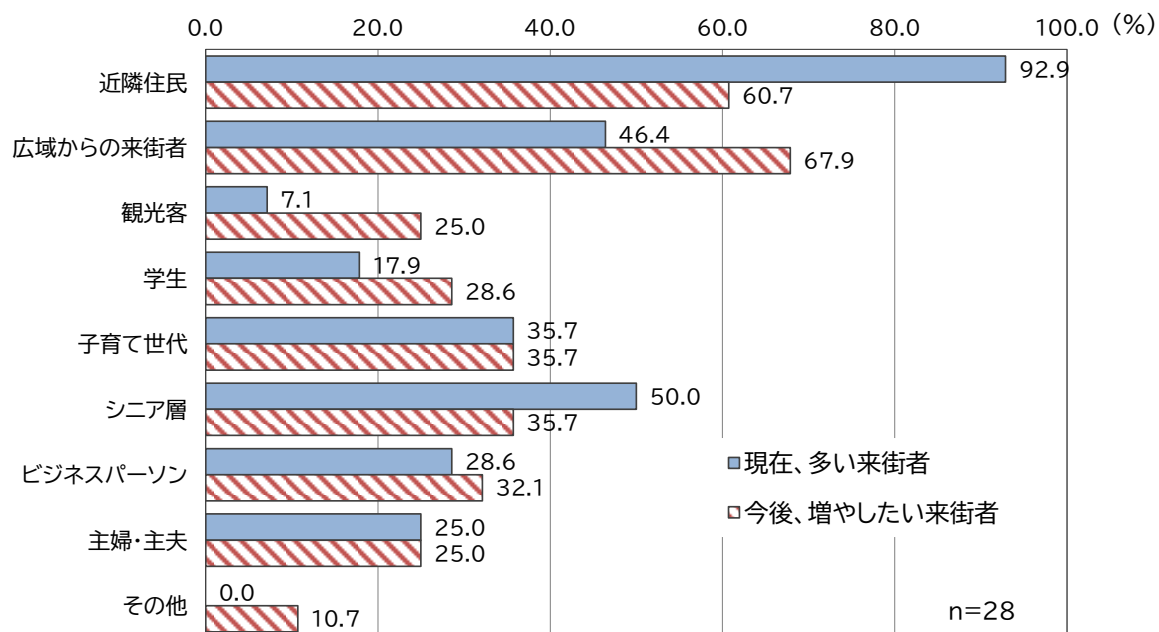
商店街（会）活動の方針（商店街（会）のタイプ別）



問13 今後、どのような来街者を増やしたいとお考えですか。現在の来街者の特徴とともにそれぞれ、ご回答ください。(当てはまるものすべてに○)

- 現在の来街者で多いのは、「近隣住民」(92.9%) が9割強で、次いで「シニア層」(50.0%)、「広域からの来街者」(46.4%)、「子育て世代」(35.7%)の順となっている。
- 一方、今後増やしたい来街者は、「広域からの来街者」(67.9%)が最も高く、「近隣住民」(60.7%)は約6割にとどまる。

現在の来街者の特徴と今後増やしたい来街者

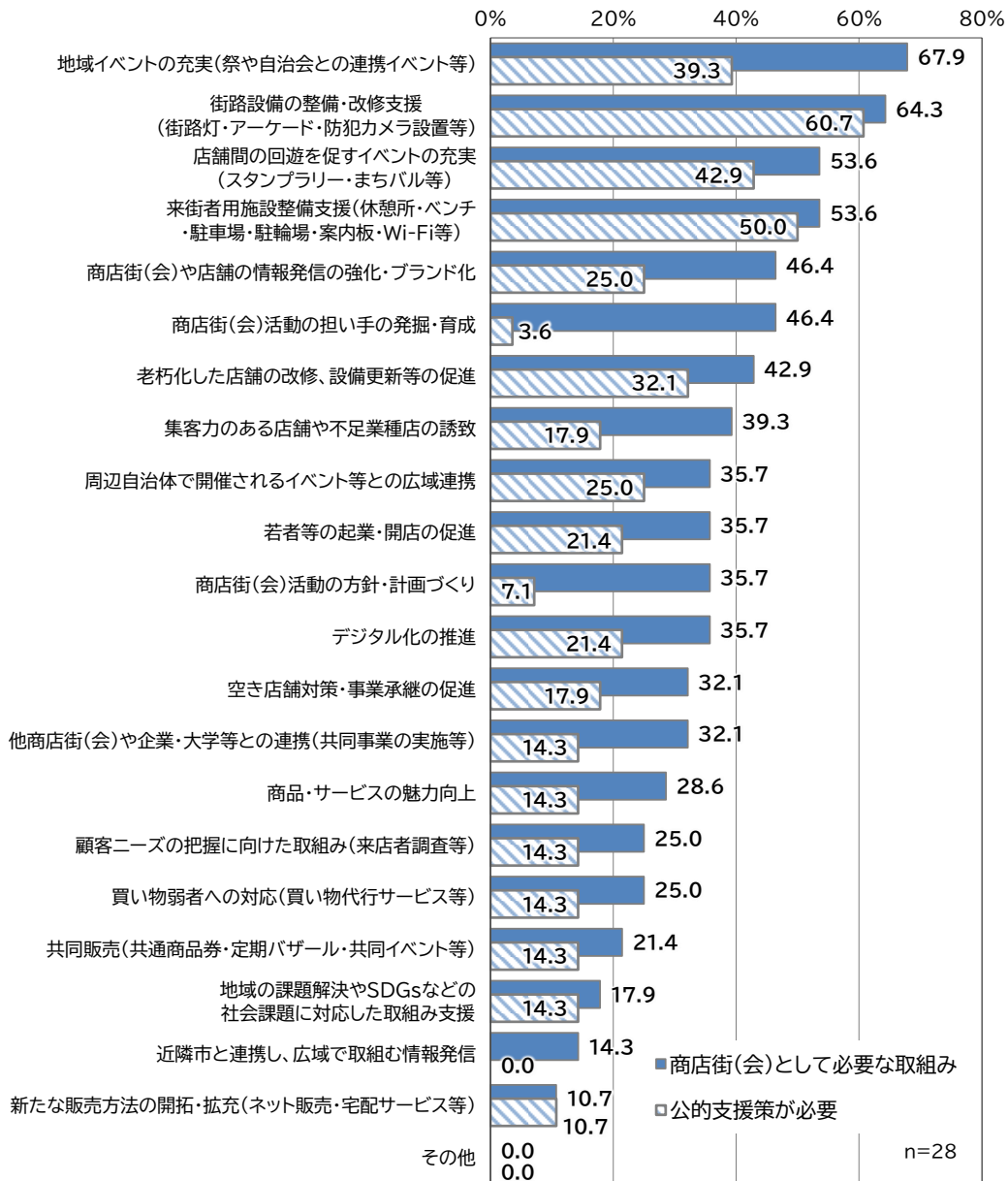


ク 公的支援策の利用

問 14 商店街(会)の活性化や持続化のため、商店街(会)として、どのような取組みが必要とお考えですか。また、実施するために、特に公的支援策を求めるものを選んでください。

- 商店街(会)活動の活性化や持続化のために必要な取組みは、「地域イベントの充実(祭や自治会との連携イベント等)」(67.9%)が最も高く、「街路設備の整備・改修支援(街路灯・アーケード・防犯カメラ設置等)」(64.3%)、「店舗間の回遊を促すイベントの充実(スタンプラリー・まちバル等)」(53.6%)と「来街者用施設整備支援(休憩所・ベンチ・駐車場・駐輪場・案内板・Wi-Fi等)」(53.6%)の順で続く。
- 一方で、そのうち公的支援が必要なものについては、「街路設備の整備・改修支援(街路灯・アーケード・防犯カメラ設置等)」(60.7%)、「来街者用施設整備支援(休憩所・ベンチ・駐車場・駐輪場・案内板・Wi-Fi等)」(50.0%)の順で高く、「店舗間の回遊を促すイベントの充実(スタンプラリー・まちバル等)」(42.9%)、「地域イベントの充実(祭や自治会との連携イベント等)」(39.3%)の順となっている。

商店街(会)活動の活性化や持続化のために必要な取組みと求める公的支援策

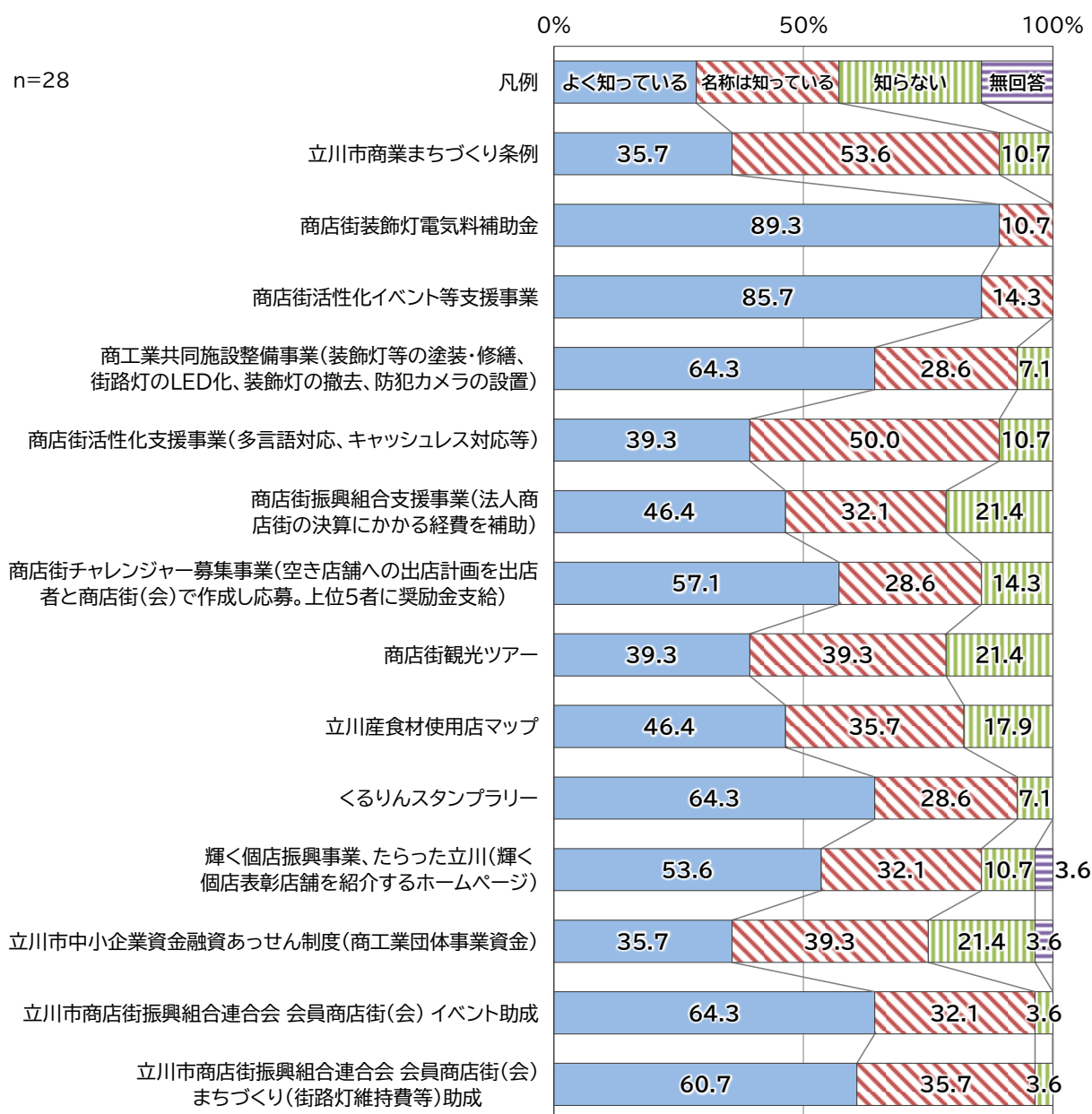


問 15 立川市及び立川市商店街連合会では、以下のような商店街振興策を実施しています。これらの施策を知っていますか。また、これまでの利用の有無や今後の利用意向について、お教えてください。(それぞれ1つに○)

○認知状況

● 商店街振興策の認知状況について、「よく知っている」が最も高いのは「商店街装飾灯電気料金補助金」(89.3%)で、次いで「商店街活性化イベント等支援事業」(85.7%)となっている。「よく知っている」と「名称は知っている」を合わせた『知っている』はどの振興策も7割以上となっている。

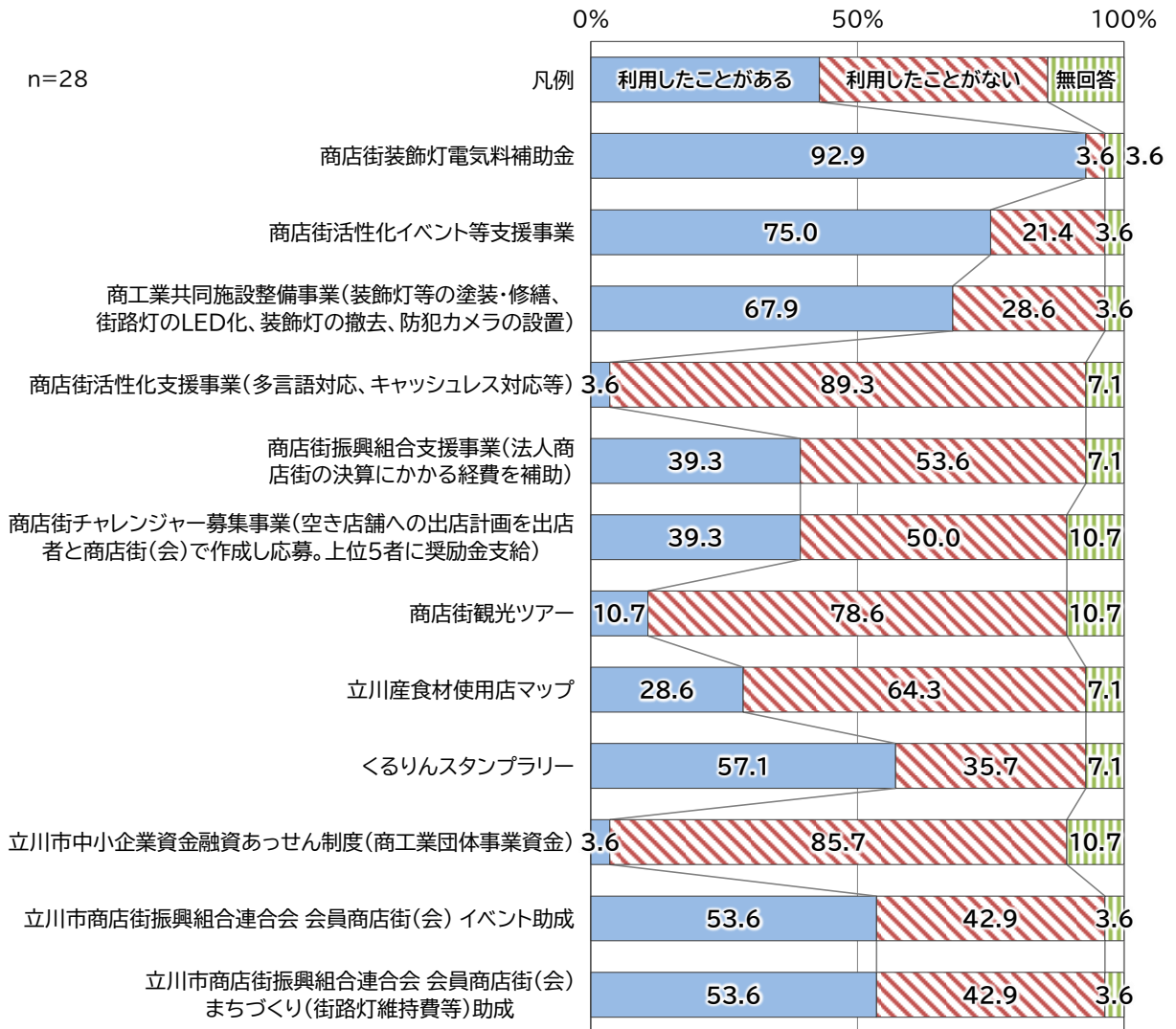
認知状況



○これまでの利用の有無

- 商店街振興策を「利用したことがある」は、「商店街装飾灯電気料金補助金」(92.9%)が9割強と最も高く、「商店街活性化イベント等支援事業」(75.0%)、「商工業共同施設整備(装飾灯等の塗装・修繕、街路灯のLED化、装飾灯の撤去、防犯カメラの設置)」(67.9%)の順で続く。
- 一方で、「商店街活性化支援事業(多言語対応、キャッシュレス対応等)」(3.6%)と「立川市中小企業資金融資あっせん制度(商工業団体事業資金)」(3.6%)の利用は少ない。

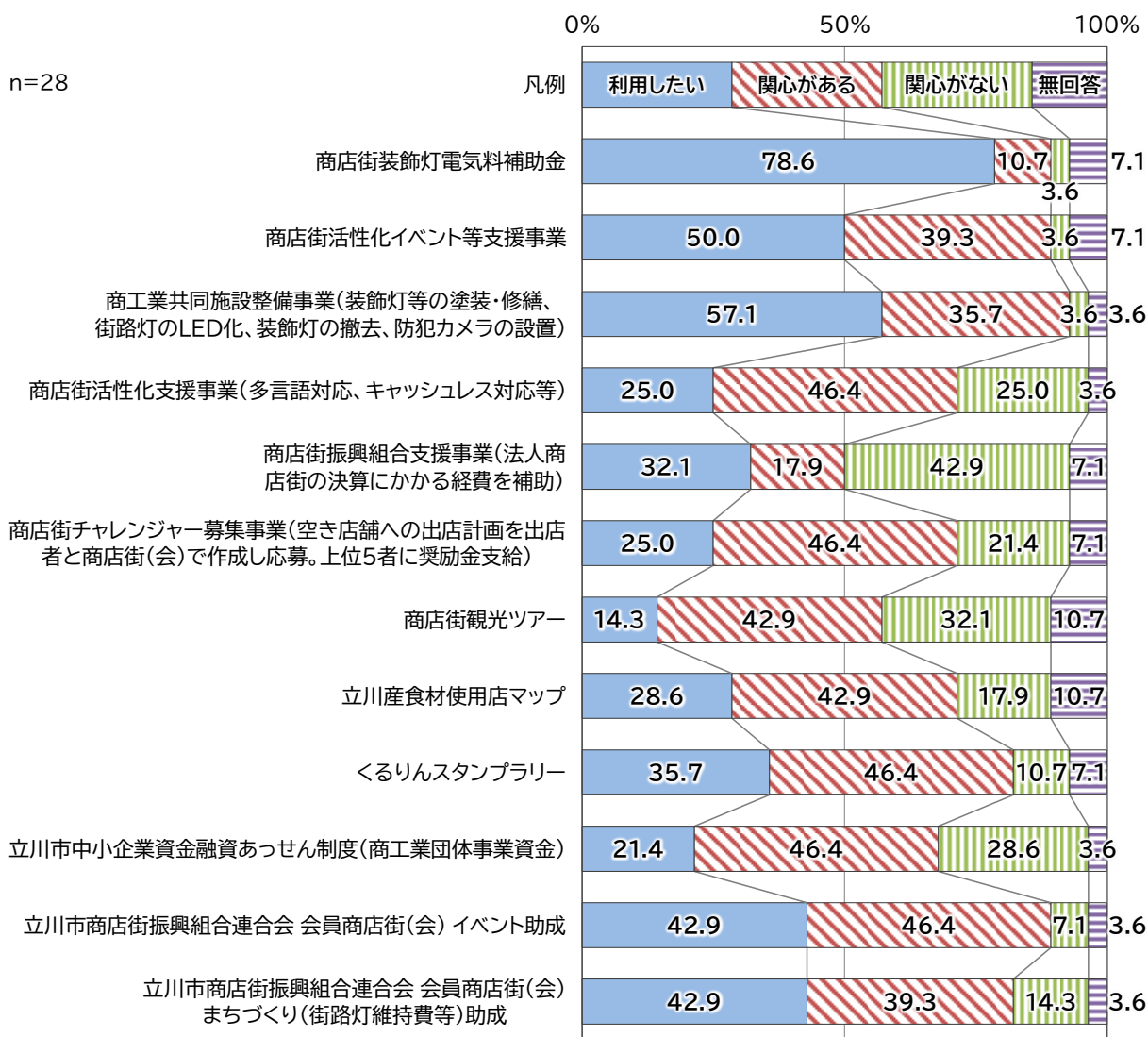
これまでの利用の有無



○今後の利用意向

- 商店街振興策の今後の利用意向として、認知度と利用の有無がいずれも高い「商店街装飾灯電気料金補助金」で「利用したい」(78.6%)が最も高く、「商工業共同施設整備(装飾灯等の塗装・修繕、街路灯のLED化、装飾灯の撤去、防犯カメラの設置)」(57.1%)、「商店街活性化イベント等支援事業」(50.0%)の順で続く。

今後の利用意向



(3) 市内事業所従業員アンケート調査

① 調査概要

調査対象：支店・支社及び一定規模以上の従業員を有する市内事業所で、調査協力が得られた事業所の従業員

調査期間：令和6年8月～9月

調査方法：ウェブアンケート調査

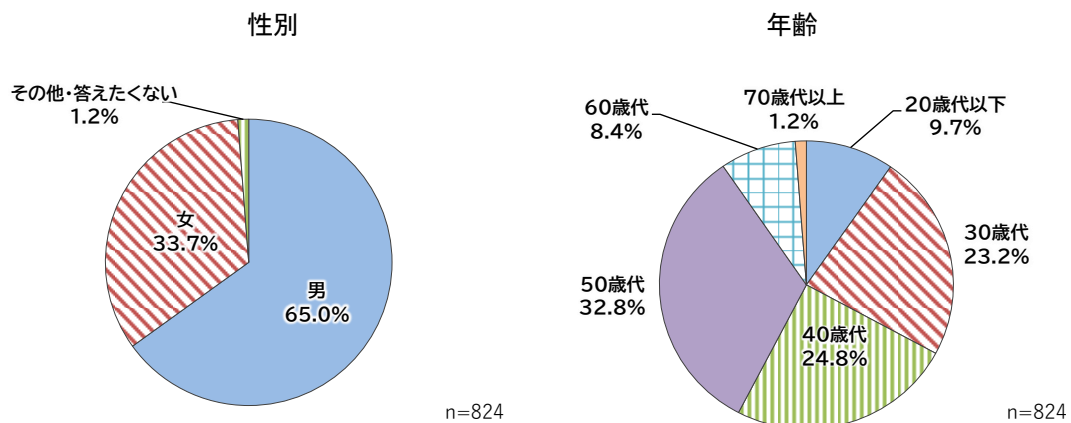
回収数：824件（有効回答数）

② 調査結果

ア 回答者の属性

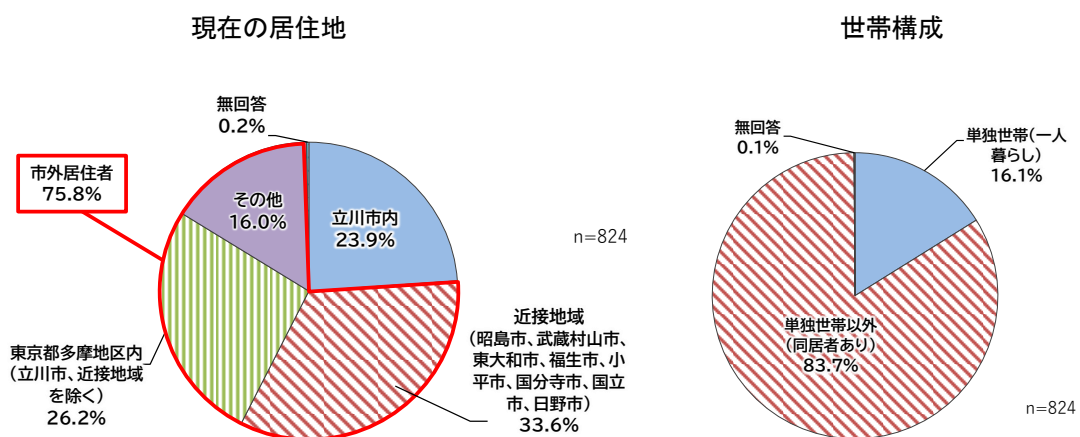
性別、年齢

- 回答者の性別は、男性が女性の約2倍。
- 回答者の年齢は、「50歳代」(32.8%)が最も高い。



現在の居住地、世帯構成

- 居住地は、「立川市内」(23.9%)が全体の4分の1程度で、『市外居住者』(75.8%)が全体の約4分の3を占める。
- 世帯構成は、「単独世帯以外(同居者あり)」(83.7%)が8割台半ば近くとなっている。



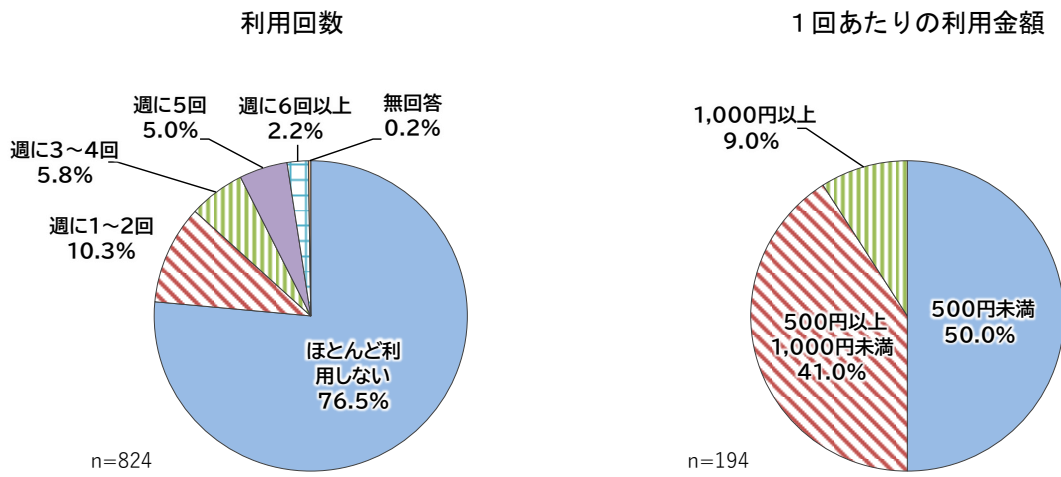
イ 立川市内での飲食関連の消費状況について

問2 通常の勤務日（休日を除く）における食事について、立川市内の店舗や飲食店をどのくらい利用されていますか。食事会や交流会等の飲食等、日常的でない飲食は含みません。

（それぞれ最も当てはまるもの1つに○）

【朝食】 ○立川市内の店舗（コンビニやスーパーマーケット等）やキッチンカー等での購入
利用回数、1回あたりの利用金額

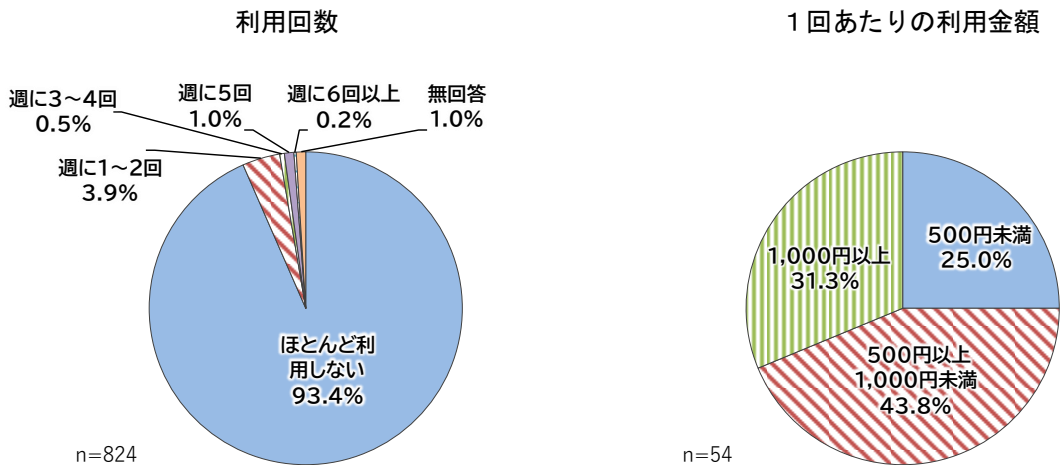
- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(76.5%) が最も高く、次に「週に1～2回」(10.3%) が続く。
- 一回あたりの利用金額は、「500円未満」(50.0%) が最も高い。



【朝食】 ○立川市内の飲食店ででの飲食（店内の飲食）

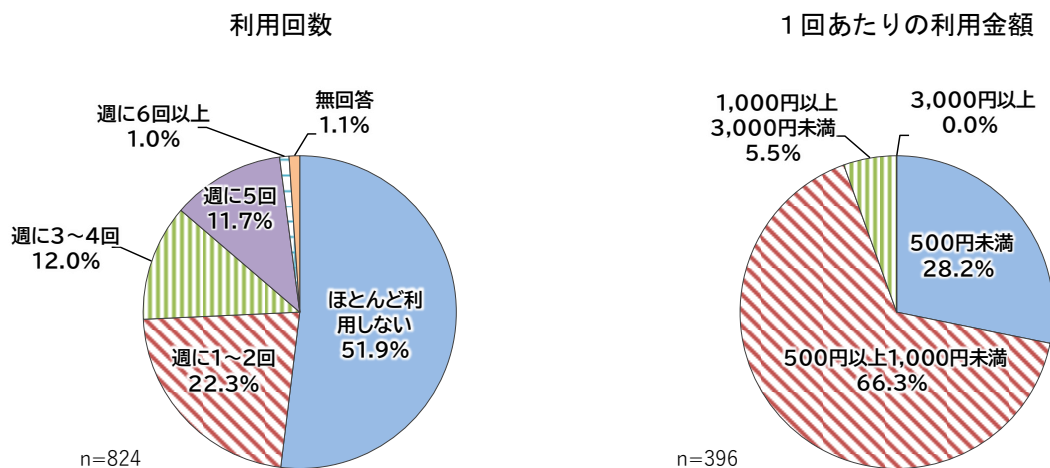
利用回数、1回あたりの利用金額

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(93.4%) が9割台半ば近くを占める。
- 一回あたりの利用金額は、「500円以上1,000円未満」(43.8%) が最も高く、次いで「1,000円以上」(31.3%) となっている。



**【昼食】 ○立川市内の店舗（コンビニやスーパーマーケット等）やキッチンカー等での購入
利用金額、1回あたりの利用金額**

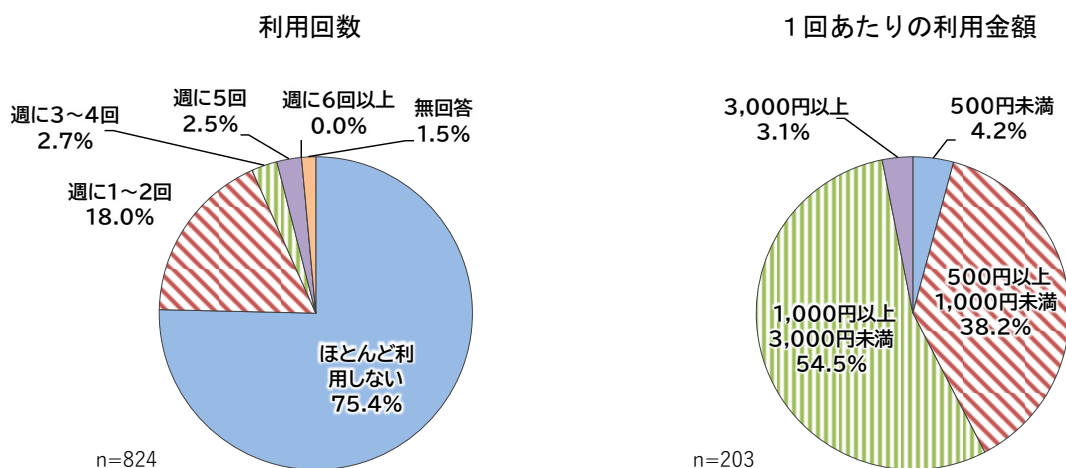
- 利用回数は、「ほとんど利用しない」（51.9%）が最も高く、「週に1～2回」（22.3%）、「週に3～4回」（12.0%）と続く。
- 一回あたりの利用金額は、「500円以上1,000円未満」（66.3%）が最も高い。



【昼食】 ○立川市内の飲食店での飲食（店内の飲食）

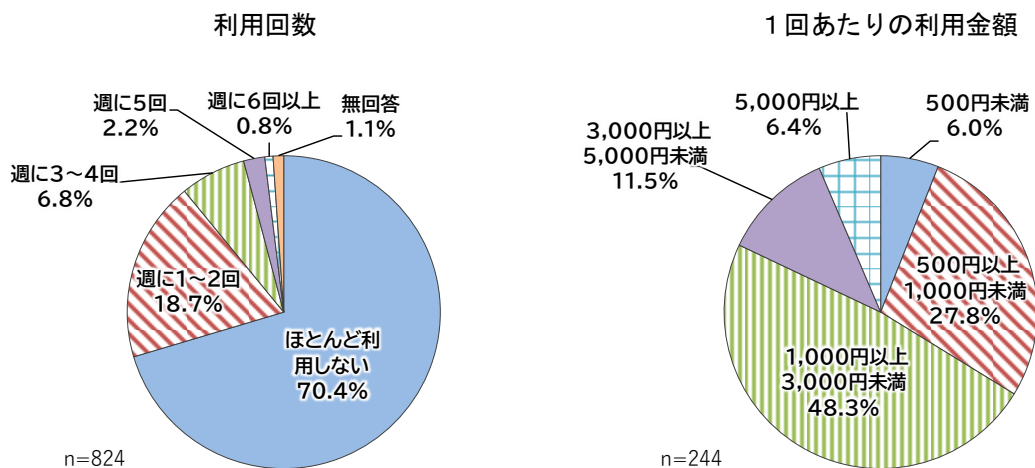
利用金額、1回あたりの利用金額

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」（75.4%）が最も高い。
- 一回あたりの利用金額は、「1,000円以上3,000円未満」（54.5%）が最も高く、次いで「500円以上1,000円未満」（38.2%）となっている。



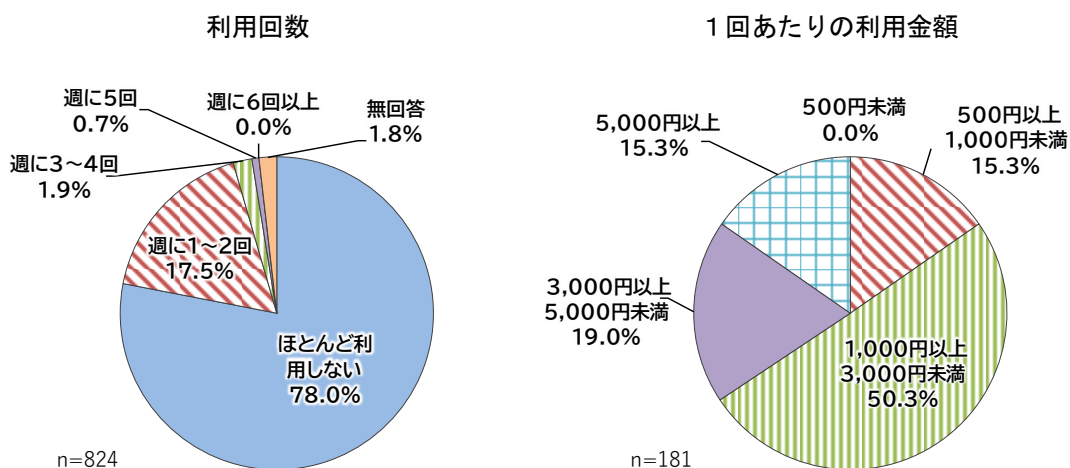
【夕食】○立川市内の店舗（コンビニやスーパーマーケット等）やキッチンカー等での購入
 利用金額、1回あたりの利用金額

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」（70.4%）が最も高く、次に「週に1～2回」（18.7%）が続く。
- 一回あたりの利用金額は、「1,000円以上3,000円未満」（48.3%）が半数近くを占めて最も高く、次いで「500円以上1,000円未満」（27.8%）が続く。



【夕食】○立川市内の飲食店での飲食（店内の飲食）
 利用金額、1回あたりの利用金額

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」（78.0%）が最も高く、次に「週に1～2回」（17.5%）が続く。
- 一回あたりの利用金額は、「1,000円以上3,000円未満」（50.3%）が最も高く約半数を占め、次いで「3,000円以上5,000円未満」（19.0%）と続く。

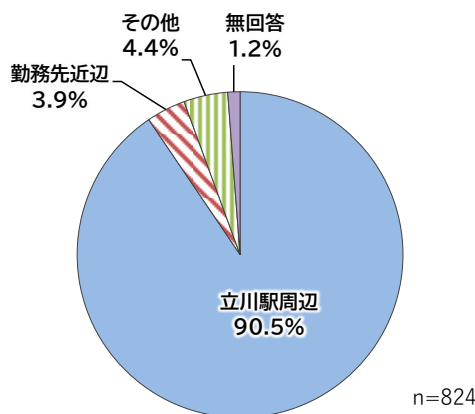


問3 立川市内で、食事会や交流会等（プライベートも含む）で飲食される機会についてお聞きします。（1つに〇）

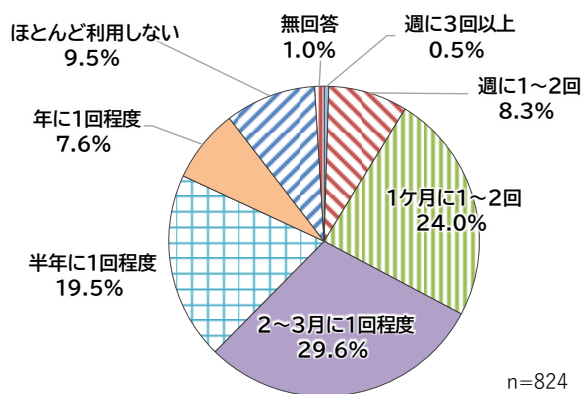
よく利用する場所、利用回数、1回あたりの利用金額

- よく利用する場所は、「立川駅周辺」(90.5%) が最も高く、約9割を占める。
- 利用回数は、「2～3月に1回程度」(29.6%) が最も高く、次いで「1ヶ月に1～2回」(24.0%)、「半年に1回程度」(19.5%) の順で高い。
- 一回あたりの利用金額は、「3,000円以上10,000円未満」(81.0%) が8割強で最も高く、次に「3,000円未満」(11.5%) が続く。

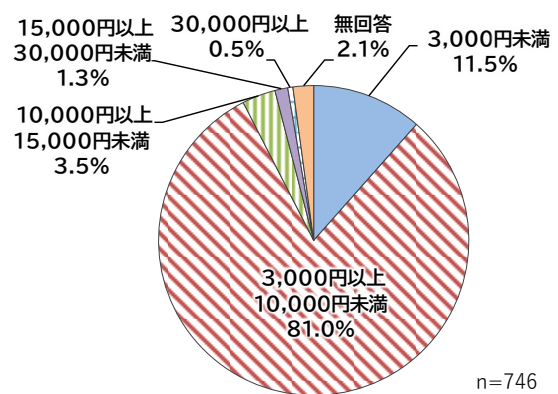
よく利用する場所



利用回数



1回あたりの利用金額

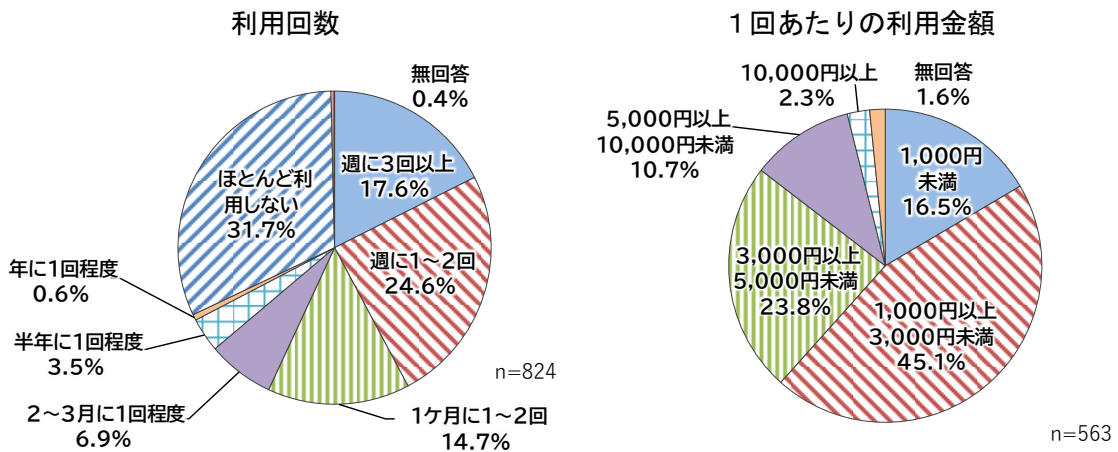


ウ 立川市内での買い物・サービス関連の消費状況について

問4 下記の①～⑤の品目等ごとに立川市内で買い物・サービスをどのぐらい利用されているかをお教えてください。(それぞれ最も当てはまるもの1つに○)

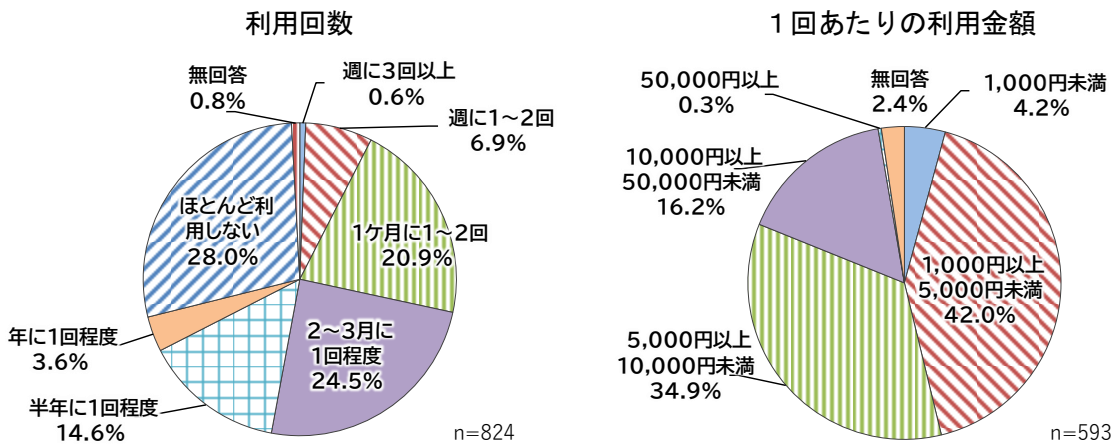
①食料品

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(31.7%) が最も高く、次いで「週に1～2回」(24.6%)、「週に3回以上」(17.6%) と続く。
- 1回あたりの利用金額は、「1,000円以上3,000円未満」(45.1%) が最も高く、次いで「3,000円以上5,000円未満」(23.8%)、「1,000円未満」(16.5%) の順で続く。



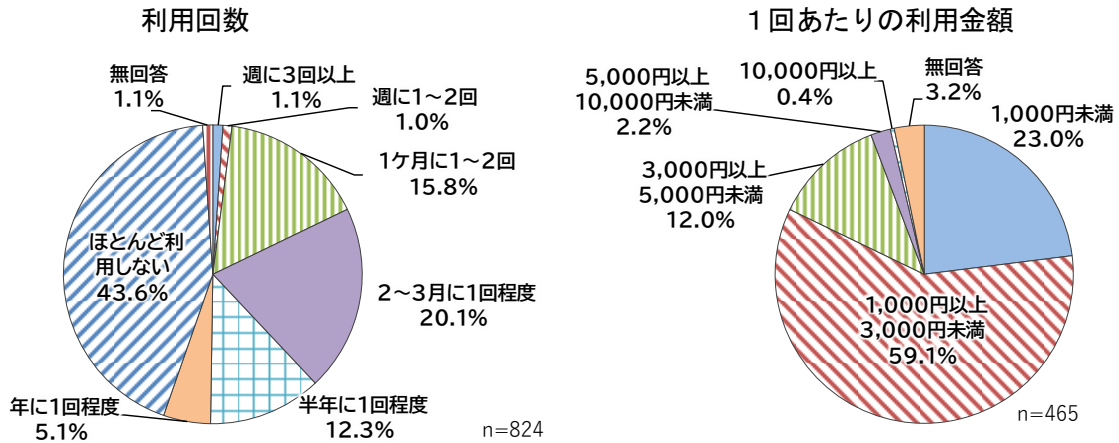
②衣類・日用雑貨品

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(28.0%) が最も高く、次いで「2～3月に1回程度」(24.5%)、「1ヶ月に1～2回」(20.9%) と続く。
- 1回あたりの利用金額は、「1,000円以上5,000円未満」(42.0%) が最も高く、次いで「5,000円以上10,000円未満」(34.9%) が高い。



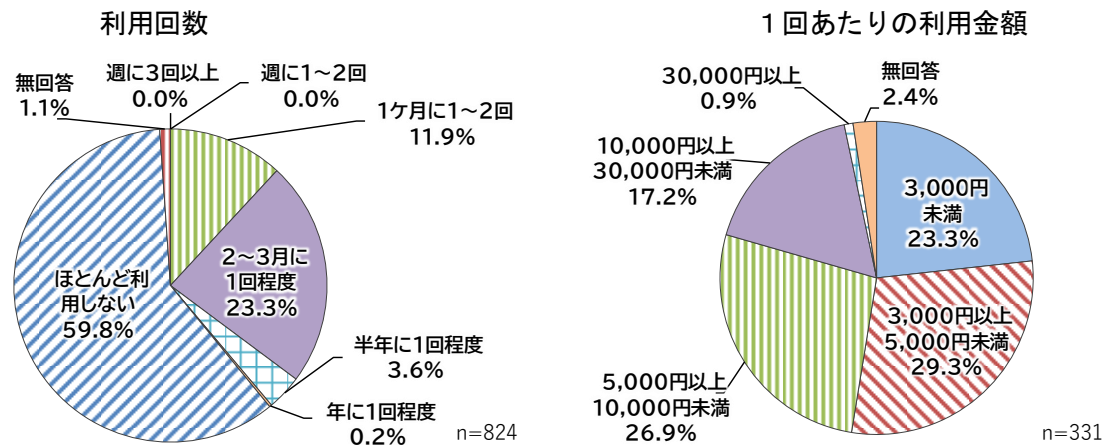
③書籍・文具

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(43.6%) が最も高く、次いで「2～3月に1回程度」(20.1%)、「1ヶ月に1～2回」(15.8%) と続く。
- 1回あたりの利用金額は、「1,000円以上3,000円未満」(59.1%) が最も高く6割弱を占め、次に「1,000円未満」(23.0%) が高い。



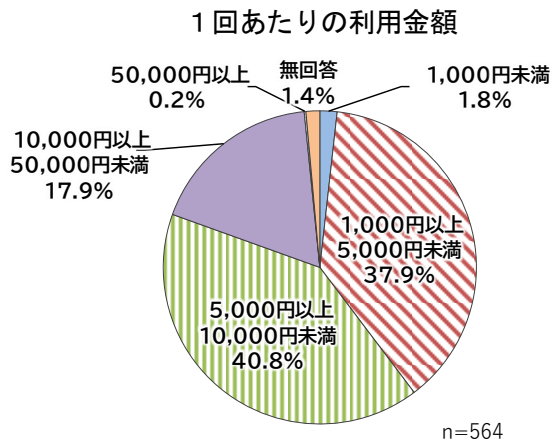
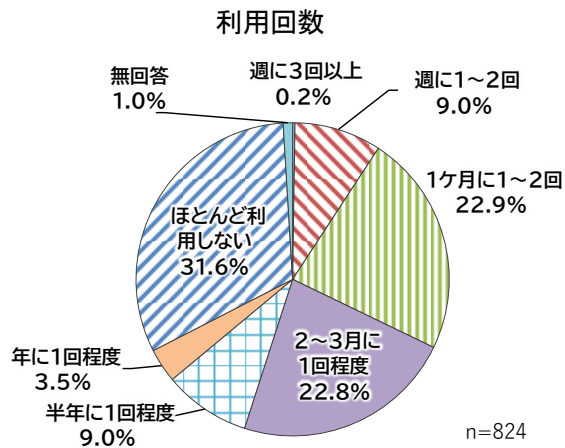
④理容・美容

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(59.8%) が最も高く6割弱を占め、次いで「2～3月に1回程度」(23.3%)、「1ヶ月に1～2回」(11.9%) と続く。
- 1回あたりの利用金額は、「3,000円以上5,000円未満」(29.3%)、「5,000円以上10,000円未満」(26.9%)、「3,000円未満」(23.3%) の順で高い。



⑤休日等のショッピング

- 利用回数は、「ほとんど利用しない」(31.6%) が最も高く、次いで「1ヶ月に1~2回」(22.9%)、「2~3月に1回程度」(22.8%) の順となっている。
- 1回あたりの利用金額は、「5,000円以上10,000円未満」(40.8%)、「1,000円以上5,000円未満」(37.9%)、「10,000円以上50,000円未満」(17.9%) の順で高い。



問2～問4における消費状況から算出した従業者一人あたりの年間利用金額（推計）

- 従業者一人あたりの年間利用金額の総計は、全体で約 69 万円。
- 居住地別でみると、立川市内居住者は約 125 万円、市外居住者は約 52 万円となっている。

		従業者一人あたりの年間利用金額（円）		
		立川市内居住者	市外居住者	全体
問2 通常の勤務日(休日を除く)の食事				
【朝食】	店舗	23,679	18,135	19,492
	飲食店	3,000	5,618	4,979
	小計	26,679	23,753	24,471
【昼食】	店舗	48,883	47,259	47,606
	飲食店	46,959	32,077	35,590
	小計	95,842	79,336	83,195
【夕食】	店舗	132,288	47,323	67,640
	飲食店	101,200	31,502	48,224
	小計	233,488	78,824	115,864
合計		356,009	181,913	223,530
問3 食事会・交流会		116,959	79,005	88,065
問4 市内での 買い物・ サービス 関連消費	①食料品	343,254	81,766	144,331
	②衣類・日用雑貨品	113,533	61,242	73,733
	③書籍・文具	16,918	14,012	14,678
	④理容・美容	54,970	21,929	29,861
	⑤休日等のショッピング	244,117	75,639	115,951
合計		772,792	254,588	378,553
消費総額		1,245,760.1	515,506.5	690,148.1

… a
… b
… c
… a+b+c

■算出方法

各アンケート回答者の年間利用金額(円・年・人)
 $= \text{利用回数(回/年)}^{※1} \times \text{利用金額(円/回)}^{※2}$
 $= A$

一人あたりの平均年間利用金額(円・年・人)
 $= (A \text{ の合計}) \div \text{回答者数(人)}^{※3}$

■補足

※1 利用回数:
 ・1年を52週として計算する。
 ・選択肢から利用回数を以下のように変換する。

選択肢(文字)	回数換算(回/年)
週に3回以上	$= 3 \times 52 \text{ 週}$ 156 回
週に1～2回	$= 1.5 \times 52 \text{ 週}$ 78 回
1ヶ月に1～2回	$= 1.5 \times 12 \text{ ヶ月}$ 18 回
2～3月に1回程度	$= 12 \text{ ヶ月} \div 1.5 \text{ ヶ月}$ 8 回
半年に1回程度	2 回
年に1回程度	1 回
ほとんど利用しない	0 回

※2 利用金額:
 ・選択肢から1回あたりの利用金額を以下のように変換する。

選択肢(文字)	金額換算(円/回)
3,000円未満	1,500 円
3,000円以上10,000円未満	6,500 円
10,000円以上15,000円未満	12,500 円
15,000円以上30,000円未満	22,500 円
30,000円以上	30,000 円
無回答	0 円

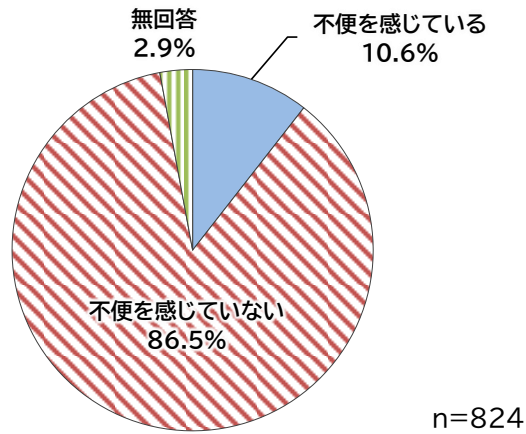
※3 回答者数

- ・利用回数が「ほとんど利用しない」の回答者を含む。
- ・利用回数が「無回答」の回答者を含まない。

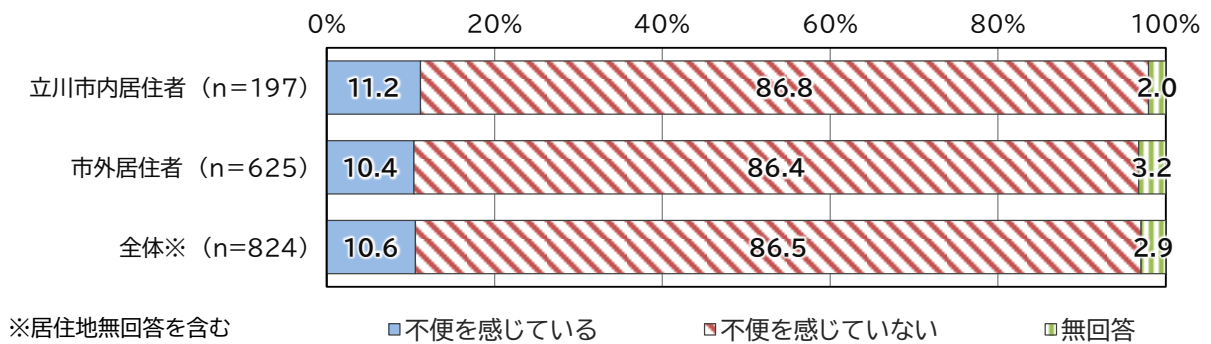
問5 市内での日常の買い物において、不便を感じていますか。(当てはまる方に○)

● 市内での日常の買い物の不便については、「不便を感じていない」(86.5%)が8割台半ばを超えている。

市内での日常の買い物の不便



市内での日常の買い物の不便（居住地別）

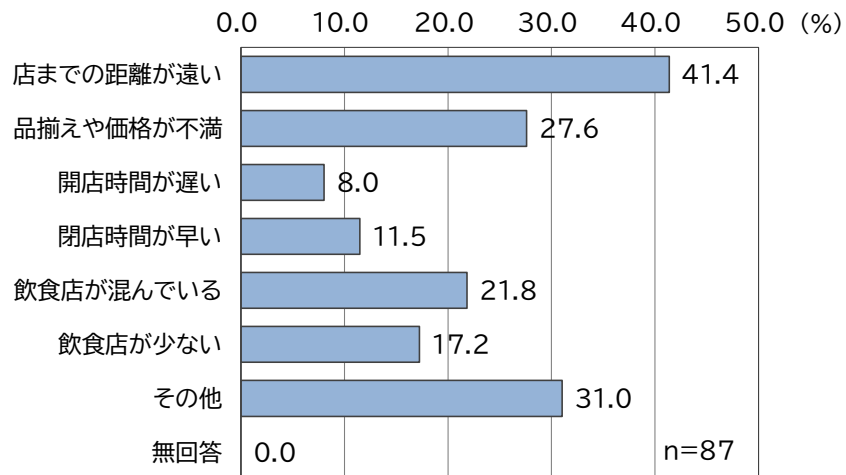


問5で「1. 不便を感じている」と回答された方にお聞きます。

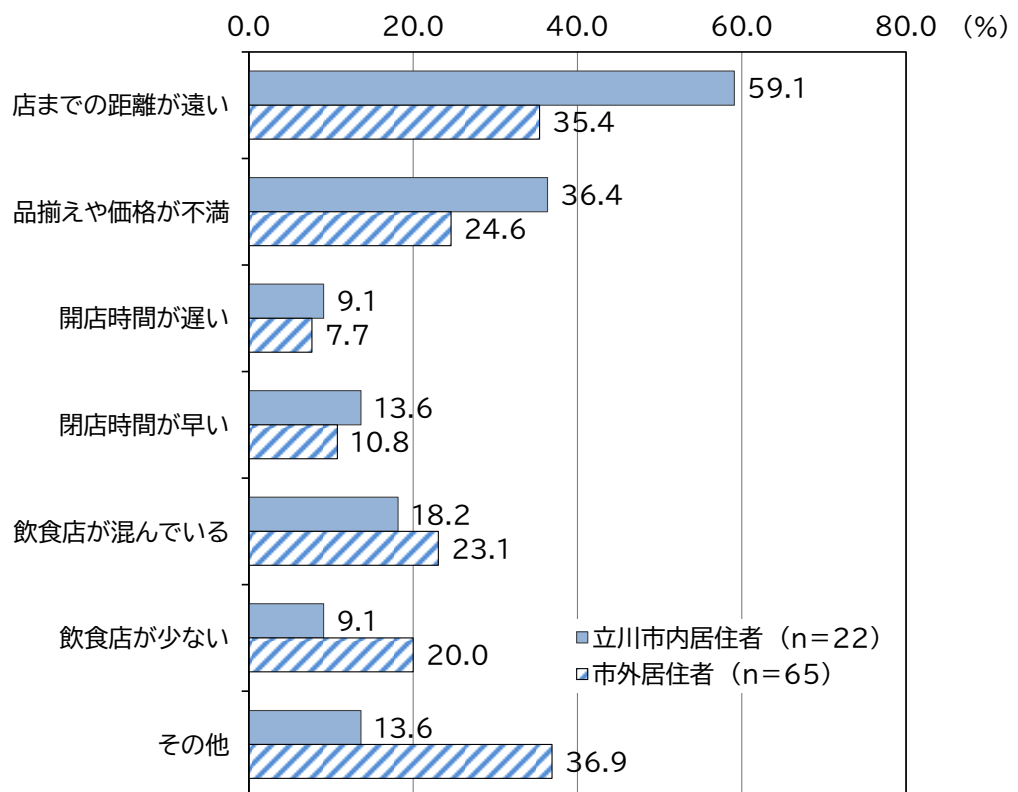
問5-1 不便を感じている理由は何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 不便を感じている理由については、「店までの距離が遠い」(41.4%)が最も高い。
- 「その他」回答では、駐輪場が少ないといった意見が見られた。
- 居住地別にみると、「立川市内居住者」の6割弱(59.1%)が「店までの距離が遠い」と回答している。

市内での日常の買い物に不便を感じる理由



市内での日常の買い物に不便を感じる理由(居住地別)

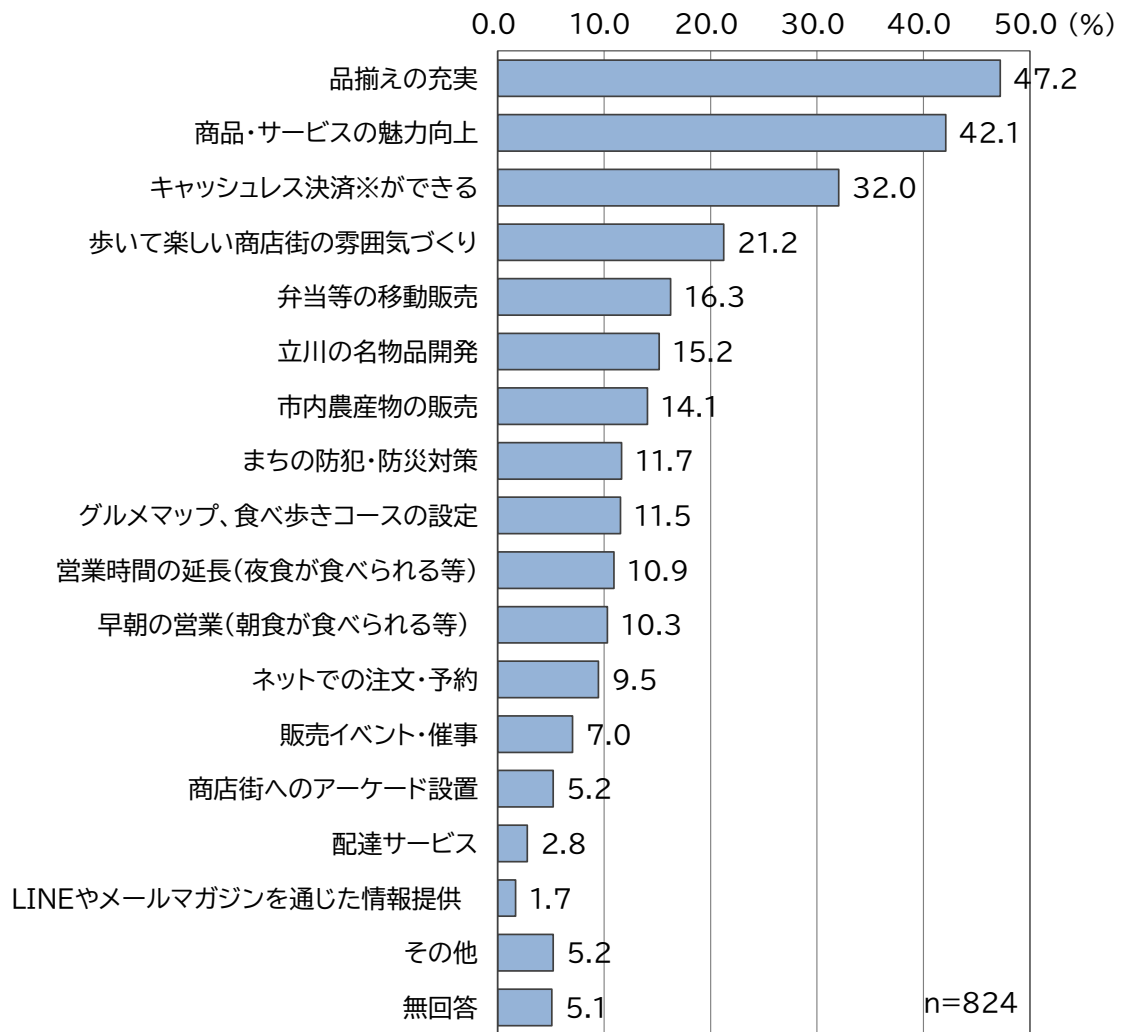


問6 市内の商店街・店舗・サービス事業者等に、どのようなことを望まれますか。

(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 市内の商店街・店舗・サービス事業者等に望むこと「品揃えの充実」(47.2%)が最も高く、次いで「商品・サービスの魅力向上」(42.1%)、「キャッシュレス決済※ができる」(32.0%)の順で高い。

市内の商店街・店舗・サービス事業者等に望むこと (MA:5)



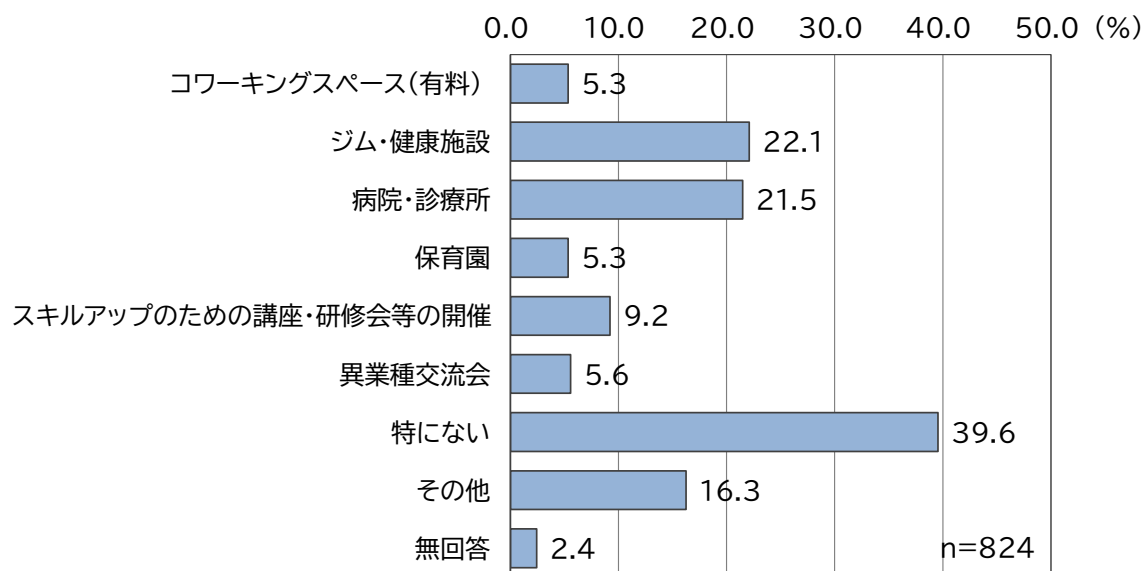
※クレジットカードや電子マネーの利用

問7 勤務先の近くにどのような施設・機能等が増えるとよいと思いますか。

(当てはまるものすべてに○)

- 勤務先の近くで増えてほしい施設・機能は、最も回答の多い「特にない」(39.6%)を除くと、「ジム・健康施設」(22.1%)、「病院・診療所」(21.5%)の順で比率が高い。

勤務先の近くで増えてほしい施設・機能



エ 自由意見

○より多くの方が立川市で生き活きと働いてもらうためのまちづくりに向けて、ご意見・ご要望などがありましたら、自由にお書きください。

自由意見は、105件で以下のとおり7のテーマに分類される。

①飲食・商業施設の充実

- ・ 飲食店の選択肢増加（健康志向のレストラン、夜遅くまで営業するカフェ）
- ・ ショッピングモールや個性的な飲食店の増加（特に立川駅周辺、南北口）
- ・ キッチンカーや弁当販売（ランチ難民も多い）
- ・ 中心市街地以外の店舗・買い物環境の充実

②地域活性化・産業振興

- ・ 魅力ある個店支援
- ・ 商店街や地域の店舗支援（QRコード活用、異業種交流イベント）
- ・ 地元消費者向けサービス（割引サービス、商品購入の利便性）
- ・ 小規模な起業支援やスタートアップ企業の支援（補助金、事業スペースの提供）
- ・ くるりんスタンプの景品の充実
- ・ 異業種交流の機会の充実
- ・ 地元産業の発展（特に農業や中小企業の支援）
- ・ 健康的な食のまち（オーガニック、減農、遺伝子組み換え・ゲノム編集不使用な食品等）
- ・ 中小企業の事業承継支援
- ・ 都市農業を戦略的、分野横断的に促進する
- ・ 立川特有のお土産や食べ物の開発
- ・ 立川市の魅力を活用したイベントや観光資源の開発
- ・ 立川市でしか買えないものや、立川市の資源を活かしたストーリーのある製品等、ブランディング

③情報発信

- ・ まちの魅力を外部に発信（地元の企業が一体となり、立川市の魅力を世界に発信できるようなイベントを開催等）
- ・ 複数自治体が連携し、ポータルサイトやアプリを通じて産業情報を発信
- ・ 住民の利便性を高めるため、行政区にこだわらない商店街や個店の情報発信

④施設

- ・ コワーキングスペースと託児所的な役割を一体化した民間施設
- ・ 飲食可能なフリースペース、子どもと過ごせるスペース
- ・ こども向けやファミリー向けの施設（公園、託児所、子供向けの遊び場）
- ・ 健康やウェルネス志向の施設（温泉、健康レストラン、温浴施設）

⑤都市・まちづくり

- ・ 飲食や商業、公園、自然など市内を歩くのが楽しくなるまちづくり
- ・ 商業地域の住宅化を抑える
- ・ 駅周辺が歩きづらい。歩行者空間や広い歩道の整備
- ・ 駅南北間のアクセス向上
- ・ 公園や緑地を活用した働きやすい環境の整備

⑥交通・アクセス

- ・ 駅周辺や 20 号線の渋滞解消
- ・ モノレールやバス路線の拡充
- ・ 駐車場や駐輪場の整備

⑦治安・安全

- ・ 駅前や繁華街での治安改善（特に夜間）
- ・ 街の清潔さやゴミの管理、公共空間の美化

○立川市の産業振興について、ご意見・ご要望などありましたら、自由にお書きください。

立川市の産業振興に関する自由意見は、34件で以下のとおり4のテーマに分類される。

①地域商業の活性化

- ・ 健康的な定食屋や地元色を感じられる店の増加
- ・ 地元商店街の活性化

②立川の魅力向上

- ・ 他市からも人が集まるような魅力的なイベントの展開（アニメ、スポーツ等との連携）
- ・ 個性的なショップの増加、「定番店と珍しいお店」のバランスや「期間限定店舗」の充実
- ・ 多摩エリアの中心として、都心にはない「とかいなか」的な魅力の維持
- ・ 立川バルのようなイベントで、街を回遊すると新しい立川を感じることできる取組みの実施
- ・ 思わず終業後に立川に長居してしまう魅力的な「立川でしかできない」体験
- ・ マオリンクや立飛アリーナでのフットサルやバスケット等のスポーツとの連携による魅力向上
- ・ 立川駅近くばかりでなく、もう少し広域に回遊したい、回遊するきっかけづくり、駅から遠い店舗の情報発信強化

③交通・インフラの改善

- ・ 駅周辺の歩行者導線が悪い、バスや鉄道の接続に不便
- ・ 立川駅から遠い場所へのアクセスや、高齢者や障がい者等に配慮した移動手段の充実
- ・ 駅周辺の混雑を緩和

④産業振興策

- ・ 新規出店企業への固定資産税や住民税の優遇策の充実
- ・ 周辺の市を含めた「立川経済圏」の発展
- ・ 都市間の連携と共生（立川が独り勝ちするのではなく、他自治体との連携による地域活性化）
- ・ 民間事業者との連携

(4) 市民アンケート調査

① 調査概要

調査対象：市内居住者 2,000人

抽出方法：住民基本台帳から、年齢・性別・居住地の比率を考慮の上、無作為抽出

調査期間：令和6年8月～9月

調査方法：郵送配布、郵送・ウェブ回答にて回収

配布数：宛先不明等による返戻12件を除く1,988件（有効配布数）

回収数：691件（内訳：郵送回答425件、ウェブ回答266件）

回答数：無効回答等を除く689件（有効回答数）

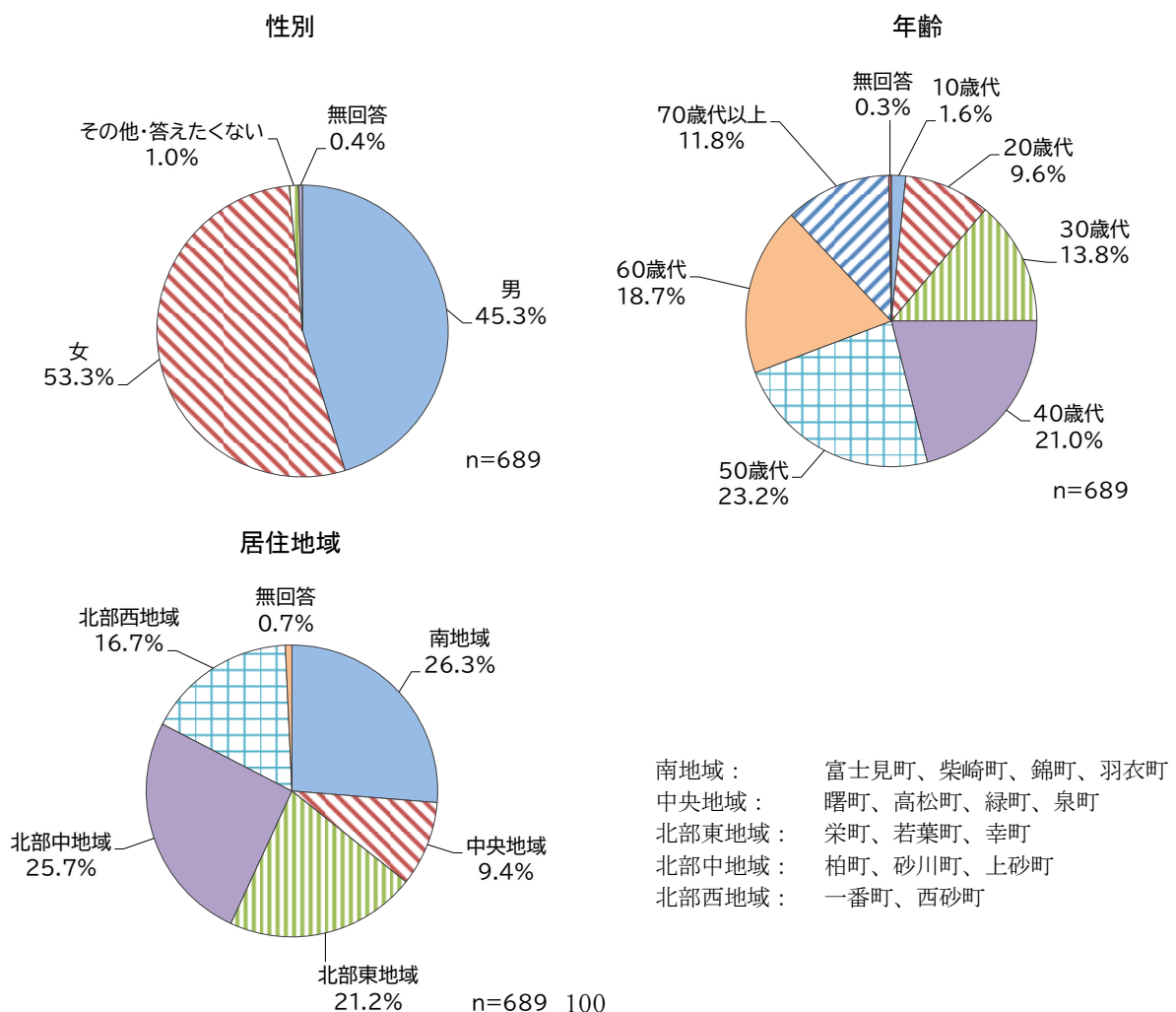
回収率：34.7%（689/1,988）

② 調査結果

ア 属性

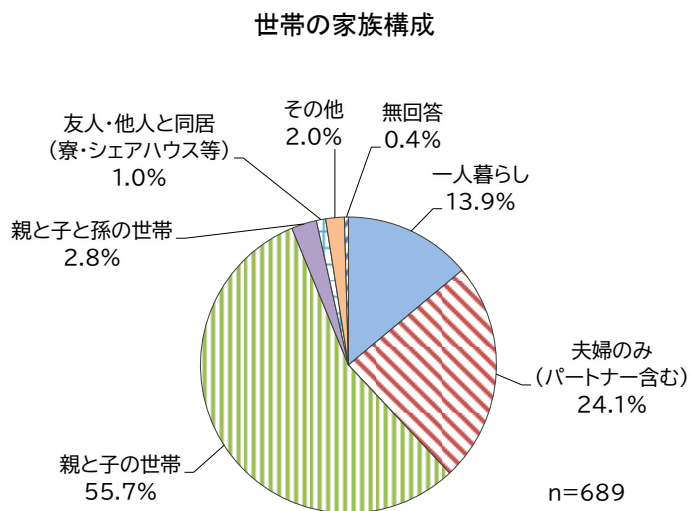
性別・年齢・居住地

- 性別は、「女性」（53.3%）が5割台半ば近く、「男性」（45.3%）が4割台半ばである。
- 年齢は、「50歳代」（23.2%）が最も高く、「40歳代」（21.0%）、「60歳代」（18.7%）の順で続く。
- 居住地は、『南地域』（26.3%）が最も高く、『北部中地域』（25.7%）、『北部東地域』（21.2%）の順で続く。



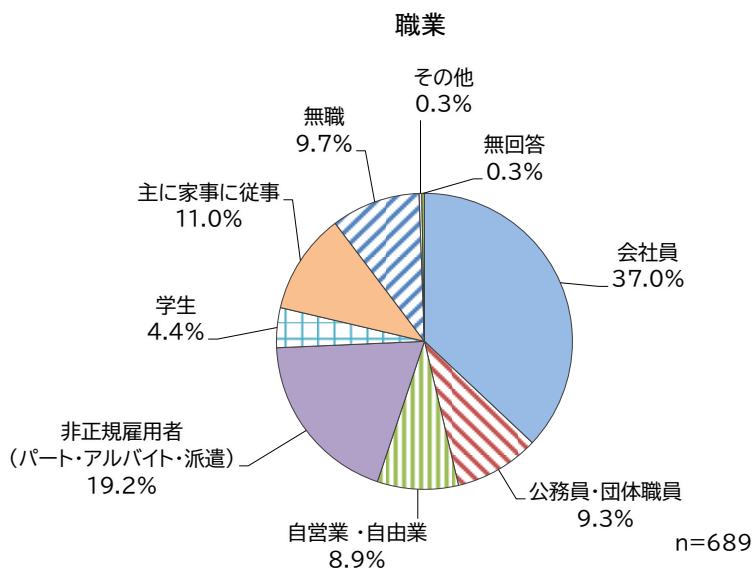
世帯の家族構成

- 世帯の家族構成は、「親と子の世帯」(55.7%) が最も高く、「夫婦のみ (パートナー含む)」(24.1%) 「一人暮らし」(13.9%) の順で続く。



問5 ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの場合は、主なもの1つに○)

- 職業は、「会社員」(37.0%) が最も高く、「非正規雇用者 (パート・アルバイト・派遣)」(19.2%)、「主に家事に従事」(11.0%) の順で続く。



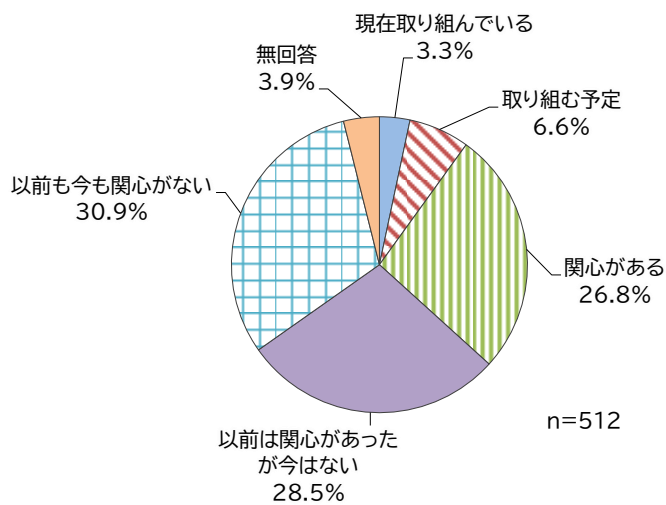
問5で「1」～「4」と回答された方にお聞きします。問5-1～問5-4までご回答ください。

問5-1 転職や副業に向けた活動について、ご関心がありますか。(それぞれ1つに○)

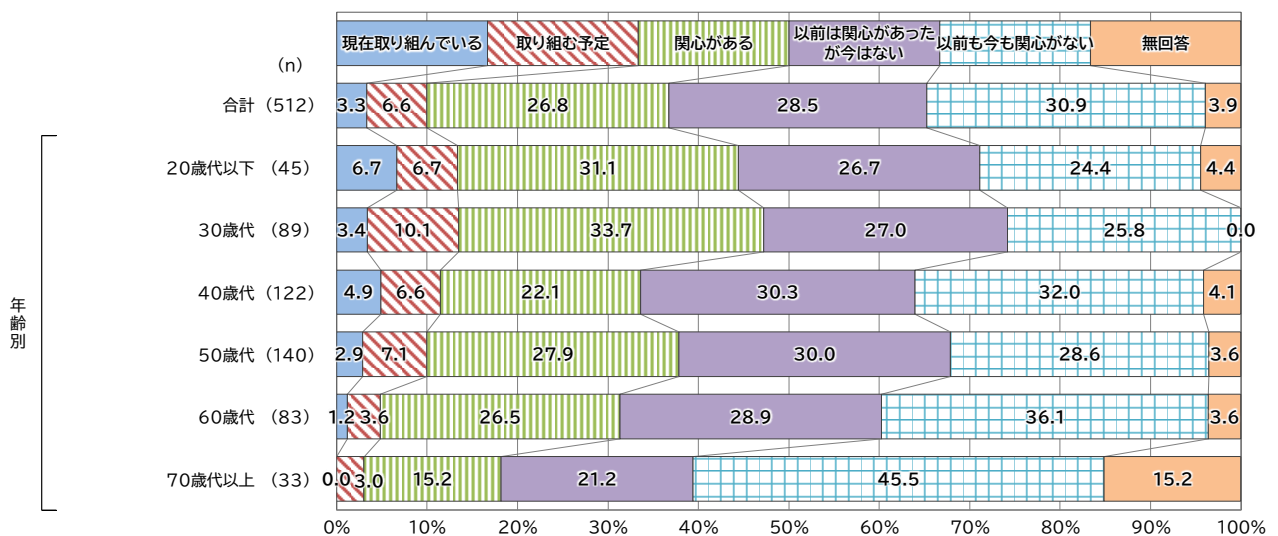
○転職活動

- 転職活動は、「以前も今も関心がない」(30.9%)が最も高く、続く「以前は関心があったが今はない」(28.5%)と合わせて『関心がない』は6割弱を占める。「関心がある」(26.8%)は2割台半ば超えである。
- 転職活動への関心を年齢別にみると、『30歳代以下』は「関心がある」の比率が最も高く、「現在取り組んでいる」、「取り組む予定」、「関心がある」を合わせた『取り組んでいる、または関心がある』が、「20歳代以下」(44.4%)で4割台半ば近く、「30歳代」(47.2%)では4割台半ばを超える。

転職活動



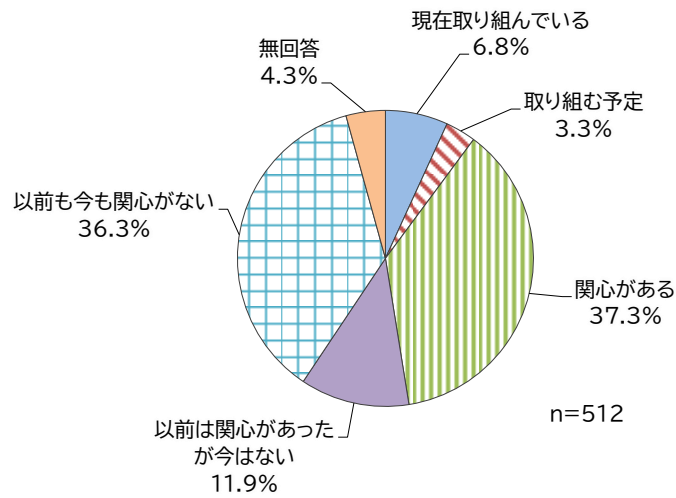
転職活動 (年齢別)



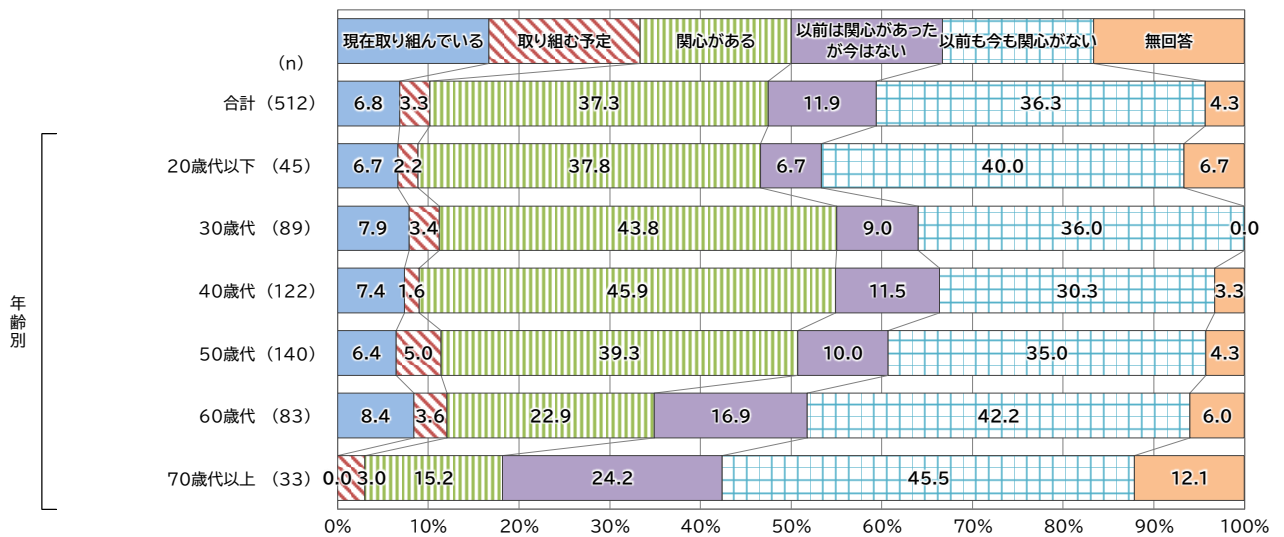
○副業活動

- 副業活動は、「関心がある」(37.3%) が最も高く、3割台半ば超えである。続く「以前も今も関心がない」(36.3%)、「以前は関心があったが今はない」(11.9%) を合わせた『関心がない』は5割近くを占める。
- 副業活動への関心を年齢別にみると、「現在取り組んでいる」が『60歳代以下』ではどの年代においても一定数あるほか、『30～40歳代』は「関心がある」がそれぞれ4割を超えており、比較的高い。

副業活動



副業活動（年齢別）

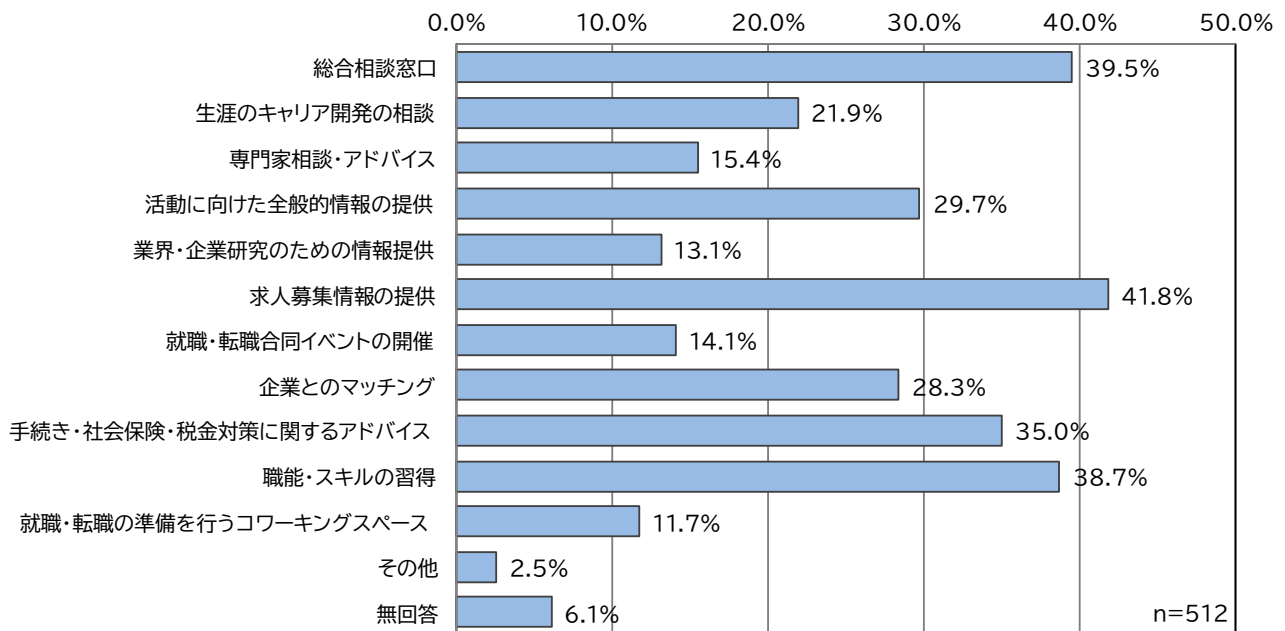


問5-2 転職や副業に向けた活動について、どのような支援があるとよいと思われますか。

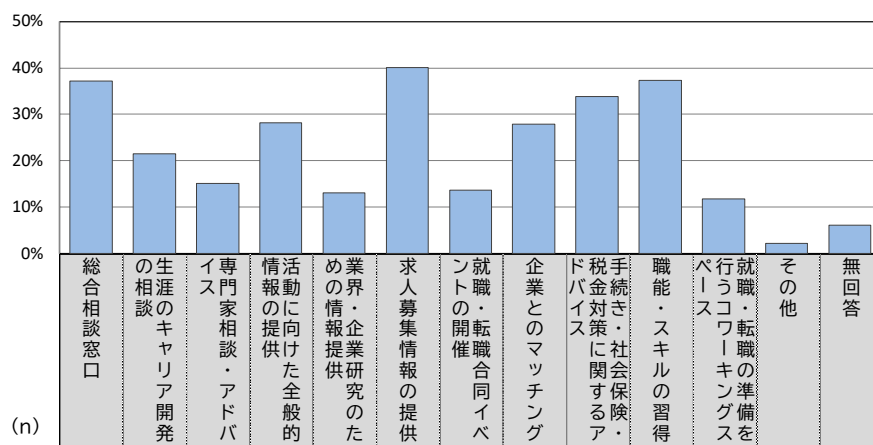
(当てはまるものすべてに○)

- 「求人募集情報の提供」(41.8%) が最も高く、「総合相談窓口」(39.5%)、「職能・スキルの習得」(38.7%) の順で続く。
- 年齢別にみると、『30歳代以下』では「職能・スキルの習得」が最も高く、『40～50歳代』は「求人募集情報の提供」、『60歳代以上』は無回答を除き、「総合相談窓口」が最も高い。
- 転職活動関心別にみると、「現在取り組んでいる」人は「職能・スキルの習得」(47.1%) が、「取り組む予定」の人は「総合相談窓口」(50.0%) が、「関心がある」人は「求人募集情報の提供」(47.4%) が最も高い。
- 副業活動関心別にみると、「現在取り組んでいる」、「取り組む予定」、「関心がある」を合わせた『取り組んでいる、または関心がある』人は、「職能・スキルの習得」が最も高い。

転職・副業活動について、あるとよい支援



転職・副業活動について、あるとよい支援（年齢別、転職活動関心別、副業活動関心別）

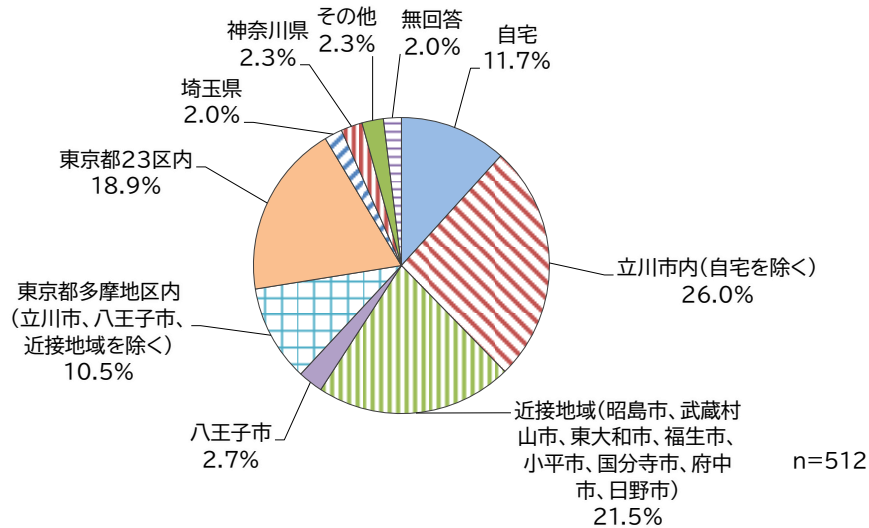


		(n)	総合相談窓口	生涯のキャリア開発の相談	専門家相談・アドバイス	活動に向けた全般的な情報提供	業界・企業研究のための情報提供	求人募集情報の提供	転職・転職合同イベントの開催	企業とのマッチング	ドバイス	手続き・社会保険・税金対策に関するアドバイス	職能・スキルの習得	行うワークキングスを準備	その他	無回答
全体		(512)	37.1	21.5	15.0	28.1	13.1	40.0	13.7	27.9	33.8	37.3	11.7	2.1	6.1	
年齢別	20歳代以下	(45)	24.4	20.0	8.9	22.2	26.7	31.1	17.8	31.1	37.8	46.7	17.8	2.2	4.4	
	30歳代	(89)	33.7	22.5	16.9	27.0	20.2	36.0	15.7	33.7	42.7	52.8	13.5	0.0	1.1	
	40歳代	(122)	31.1	23.8	12.3	28.7	9.0	40.2	14.8	38.5	34.4	36.9	13.1	0.8	4.1	
	50歳代	(140)	40.7	22.9	16.4	30.7	12.1	47.9	12.9	28.6	32.1	35.7	10.0	3.6	5.7	
	60歳代	(83)	53.0	21.7	21.7	32.5	8.4	41.0	12.0	13.3	28.9	30.1	10.8	2.4	3.6	
	70歳代以上	(33)	30.3	6.1	6.1	15.2	6.1	27.3	6.1	3.0	21.2	9.1	3.0	6.1	36.4	
転職活動関心別	現在取り組んでいる	(17)	35.3	17.6	5.9	17.6	17.6	41.2	5.9	29.4	23.5	47.1	29.4	5.9	5.9	
	取り組む予定	(34)	50.0	26.5	29.4	26.5	11.8	44.1	11.8	38.2	35.3	29.4	20.6	2.9	2.9	
	関心がある	(137)	38.0	26.3	14.6	37.2	18.2	47.4	23.4	32.8	41.6	46.7	13.9	1.5	0.7	
	以前は関心があったが今はない	(146)	34.2	20.5	12.3	30.1	15.1	37.7	13.7	28.1	32.9	41.8	11.0	1.4	2.7	
	以前も今も関心がない	(158)	38.6	19.0	17.1	21.5	8.2	37.3	7.0	23.4	29.7	29.1	7.6	3.2	7.6	
副業活動関心別	現在取り組んでいる	(35)	34.3	31.4	14.3	25.7	11.4	37.1	8.6	34.3	40.0	42.9	25.7	0.0	2.9	
	取り組む予定	(17)	47.1	29.4	23.5	41.2	17.6	52.9	29.4	52.9	35.3	58.8	11.8	0.0	0.0	
	関心がある	(191)	33.5	26.2	15.2	29.8	18.3	40.3	15.7	29.3	36.6	46.1	16.2	1.6	1.6	
	以前は関心があったが今はない	(61)	44.3	19.7	9.8	37.7	11.5	44.3	14.8	26.2	36.1	31.1	11.5	1.6	4.9	
	以前も今も関心がない	(186)	40.9	16.1	17.7	24.7	9.7	40.3	12.4	26.3	30.6	30.6	5.9	3.8	5.9	

問5-3 現在の勤務先はどこですか。(最も当てはまるもの1つに○)

- 通勤・通学先は、「立川市内（自宅を除く）」(26.0%) が最も高く、「近接地域（昭島市、武蔵村山市、東大和市、福生市、小平市、国分寺市、府中市、日野市）」(21.5%)、「東京都23区内」(18.9%)の順で続く。

通勤・通学先



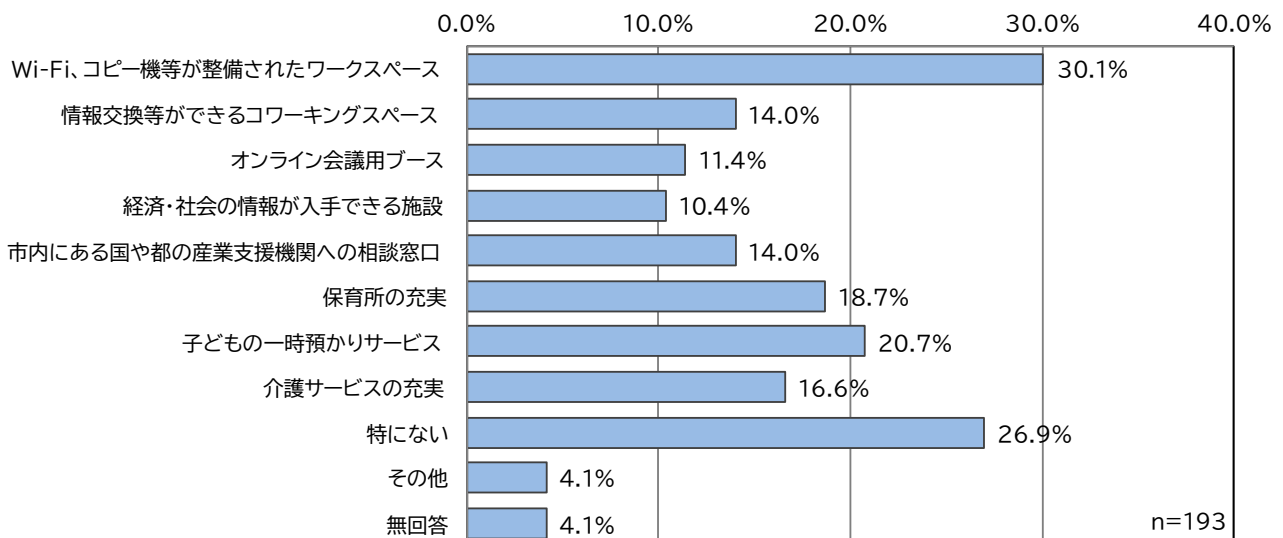
問5-4 「問5-3」で、「1. 自宅」もしくは「2. 立川市内（自宅を除く）」と回答された方にお聞きします。

市内での就労環境（勤務先を除く）に係る支援として充実してほしいことは何ですか。

(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 「Wi-Fi、コピー機等が整備されたワークスペース」(30.1%) が最も高く、「特にない」(26.9%)、「子どもの一時預かりサービス」(20.7%)、「保育所の充実」(18.7%)の順で続く。

市内での就労環境（勤務先を除く）に係る充実してほしい支援 (MA:3)

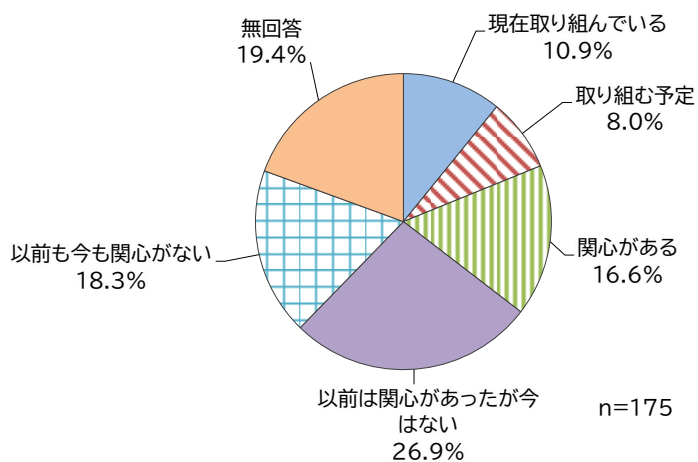


問5 - 5 問5で、「5」～「8」と回答された方にお聞きします。

就職に向けた活動について、ご関心がありますか。(当てはまるもの1つに○)

- 「以前は関心があったが今はない」(26.9%) が最も高く、続く「以前も今も関心がない」(18.3%) と合わせて『関心がない』は4割台半ばを占め、「関心がある」(16.6%) が続く。

就職に向けた活動への関心

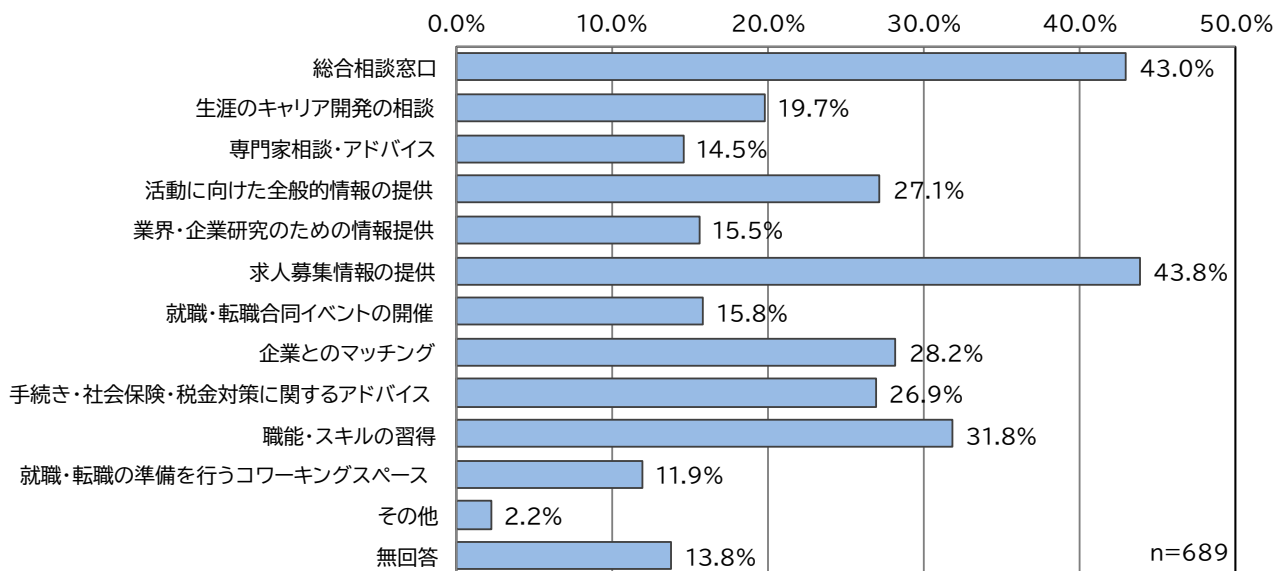


問6 就職に向けた活動について、どのような支援があるとよいと思われますか。

(当てはまるものすべてに○)

- 「求人募集情報の提供」(43.8%) が最も高く、「総合相談窓口」(43.0%)、「職能・スキルの習得」(31.8%) の順で続く。

就職に向けた活動について、あるとよい支援

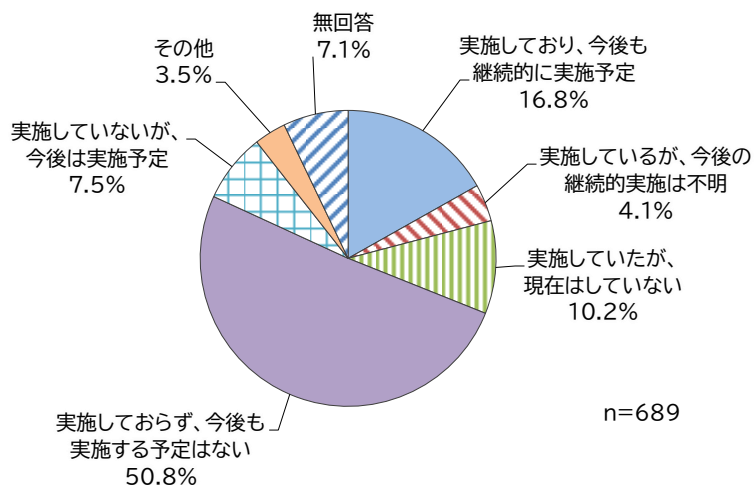


問7 自宅等でのテレワークを含む在宅勤務やオンライン学習を実施していますか。

(最も当てはまるもの1つに○)

- 「実施しておらず、今後も実施する予定はない」(50.8%) が最も高く、「実施しており、今後も継続的に実施予定」(16.8%)、「実施していたが、現在はしていない」(10.2%) の順で続く。

在宅勤務やオンライン学習の実施

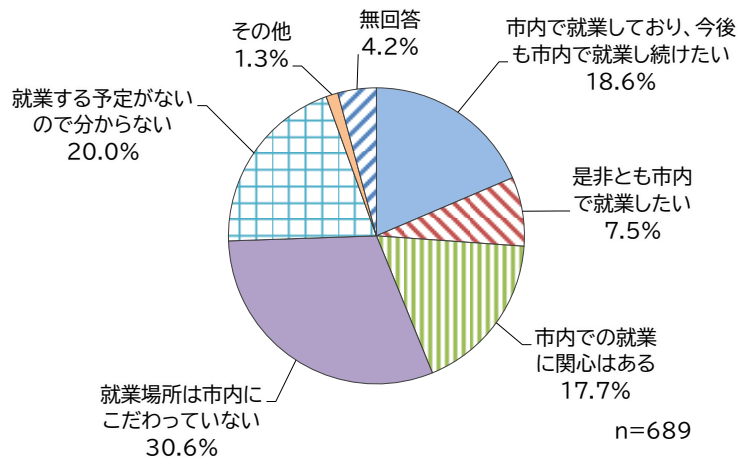


イ 就業について

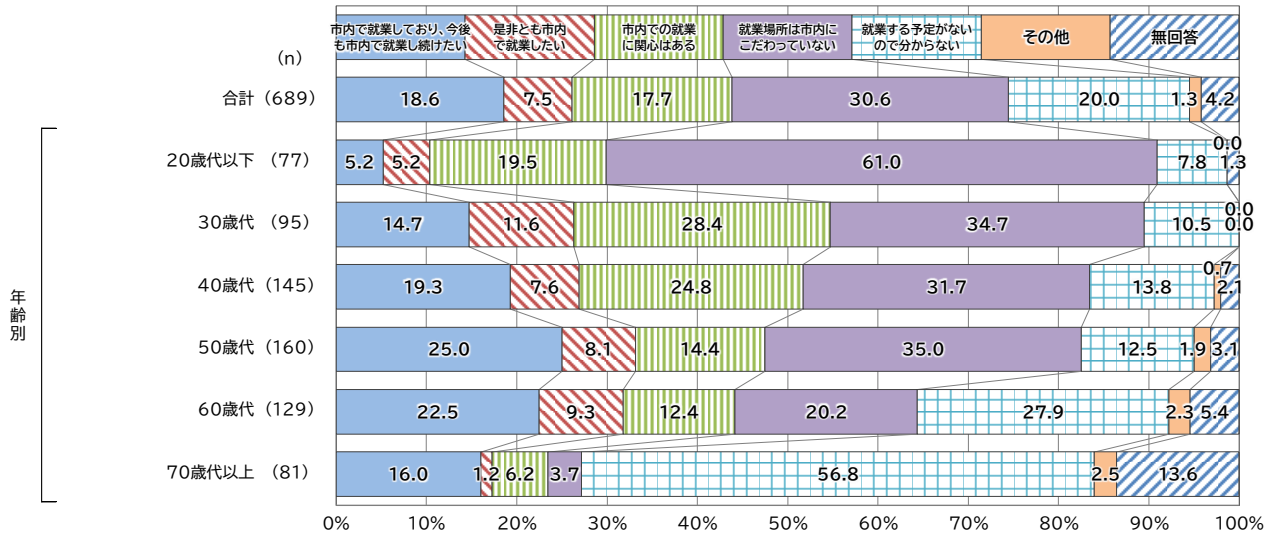
問8 今後、市内で就業することについて、どう思われますか。(当てはまるもの1つに○)

- 「就業場所は市内にこだわっていない」(30.6%) が最も高く、「就業する予定がないので分からない」(20.0%)、「市内で就業しており、今後も市内で就業し続けたい」(18.6%) の順で続く。
- 年齢別にみると、「20歳代以下」では「就業場所は市内にこだわっていない」(61.0%) が6割強を占める。

市内での就業



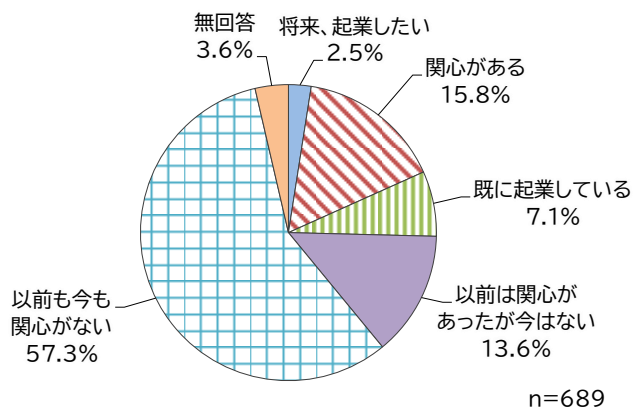
市内での就業（年齢別）



問9 今後、ご自身が起業されることに関心がありますか。(1つに○)

- 「以前も今も関心がない」(57.3%) が最も高く、「以前は関心があったが今はない」(13.6%) と合わせて『関心がない』は7割強を占める。続く「関心がある」(15.8%) は「将来、起業したい」(2.5%) と合わせて『関心がある』は2割近くとなる。

起業への関心



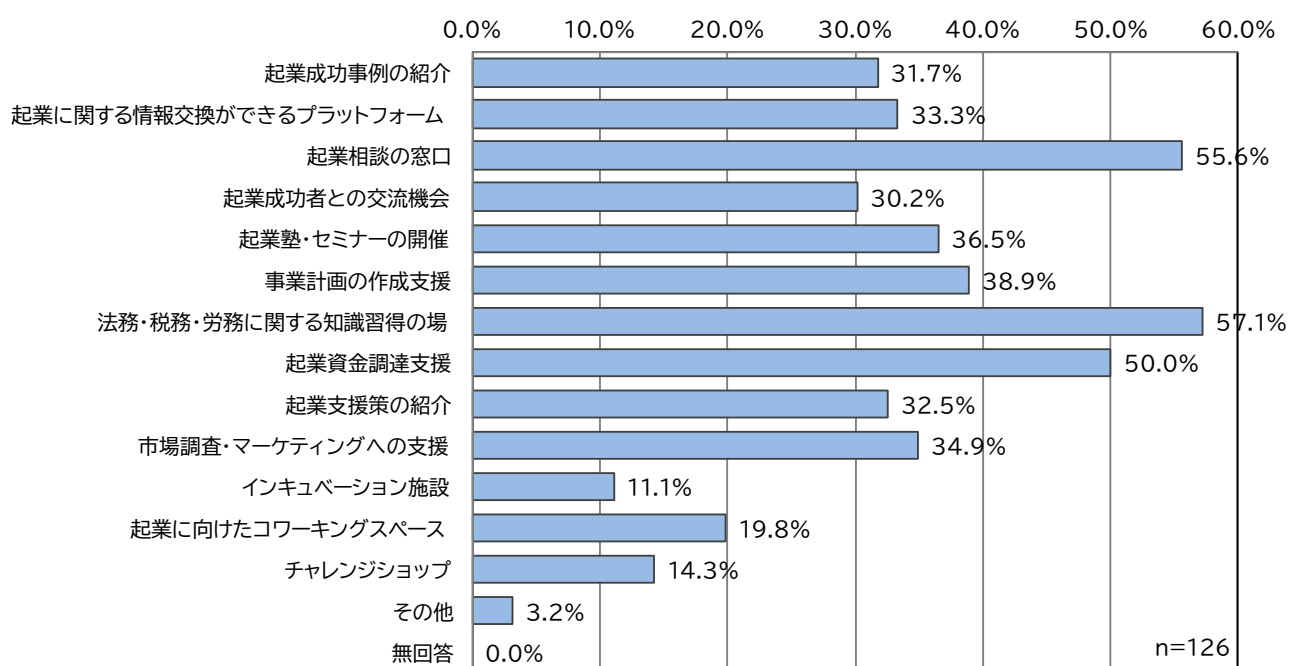
問9-1 問9で「1. 起業したい」もしくは「2. 関心がある」と回答された方にお聞きします。

起業を検討される際に、どのような取組みがあると利用しようと思われませんか。

(当てはまるものすべてに○)

- 「法務・税務・労務に関する知識習得の場」(57.1%) が最も高く、「起業相談の窓口」(55.6%)、「起業資金調達支援」(50.0%) の順で続く。

起業検討の際に利用したい取組み

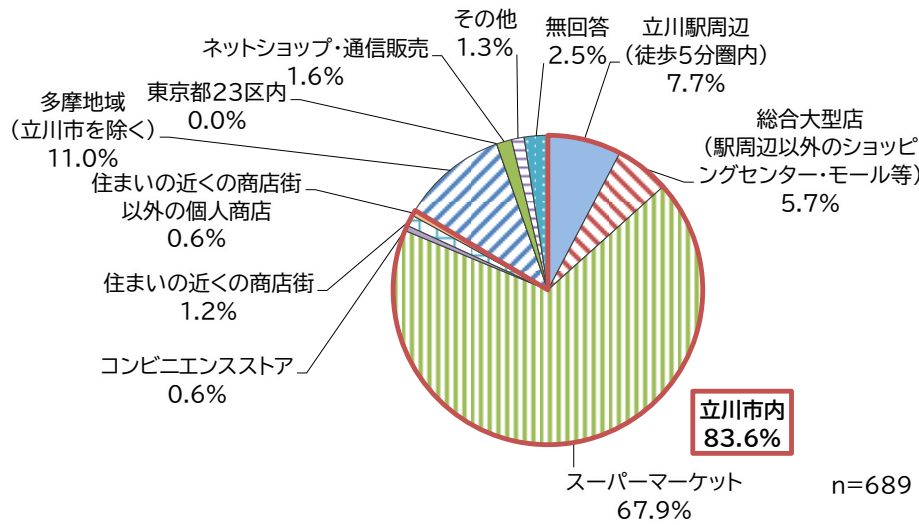


ウ 普段の買い物について

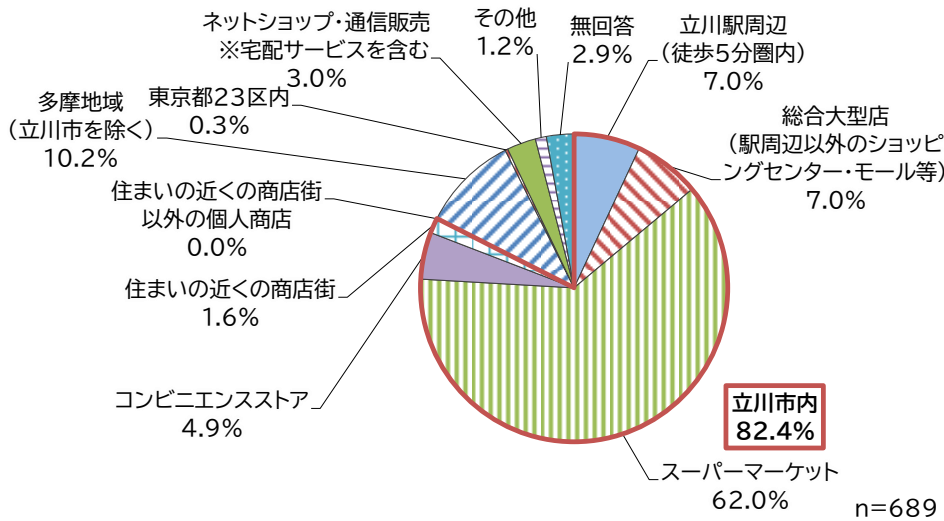
問 10 ①～⑧の品目等ごとに一番良く利用する場所をそれぞれ1つずつ選んで○をつけてください。

- ①生鮮食品（精肉・鮮魚・野菜・果物類）、②食料品（生鮮食品以外）では『立川市内』の比率が高く全体の8割を超えるが、③～⑧でも『立川市内』は6割以上を占める。
- ④電化製品、⑤書籍・文具では「ネットショップ・通信販売」がそれぞれ約2割（20.5%）と、2割近く（18.4%）を占める。
- ⑥理容・美容、⑦飲食（食事）では「多摩地域（立川市を除く）」が16.7%と16.1%で、1割台半ば超えである。

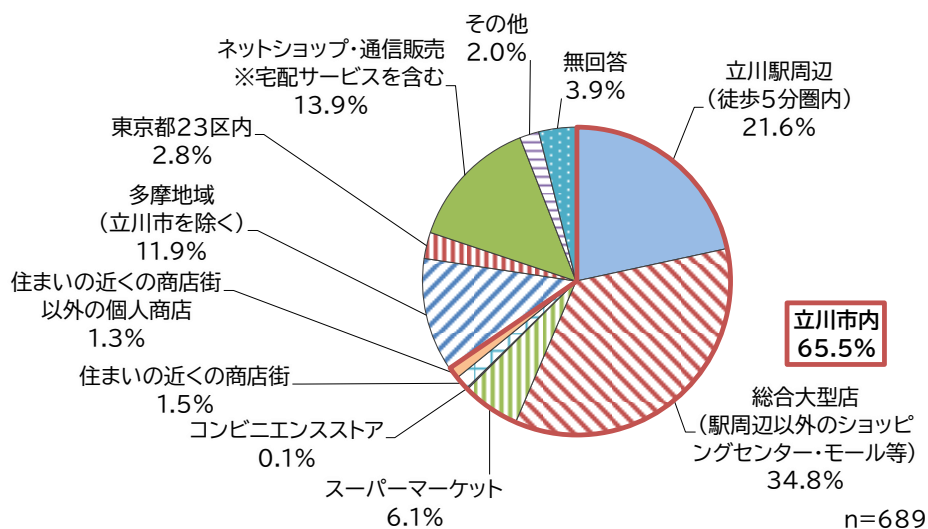
①生鮮食品（精肉・鮮魚・野菜・果物類）



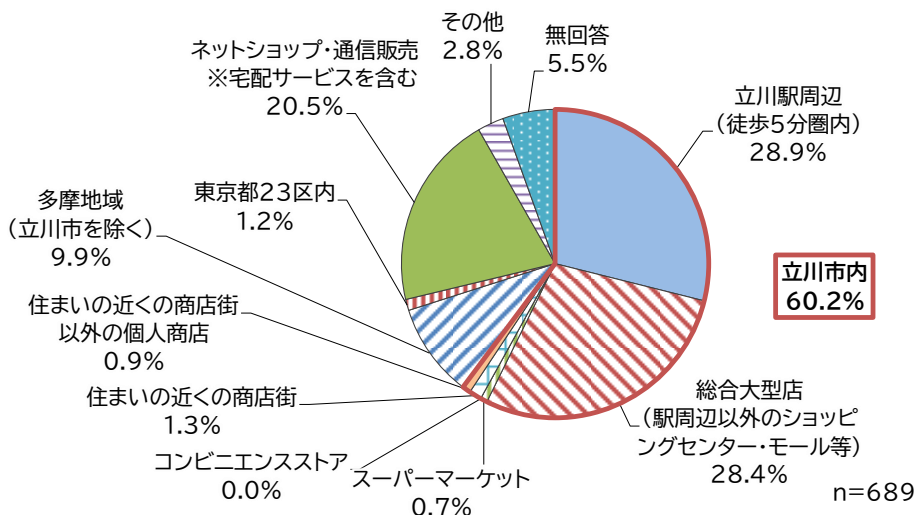
②食料品（生鮮食品以外）



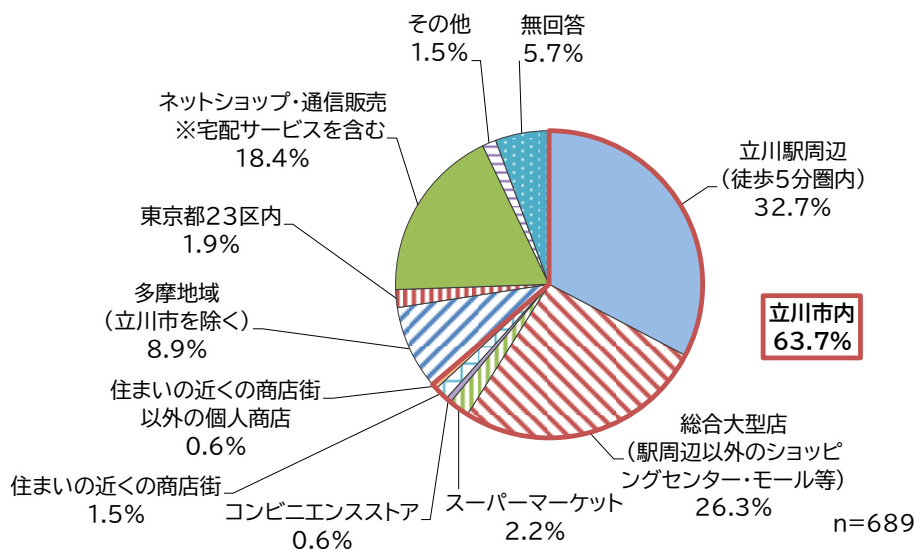
③衣類・日用雑貨品



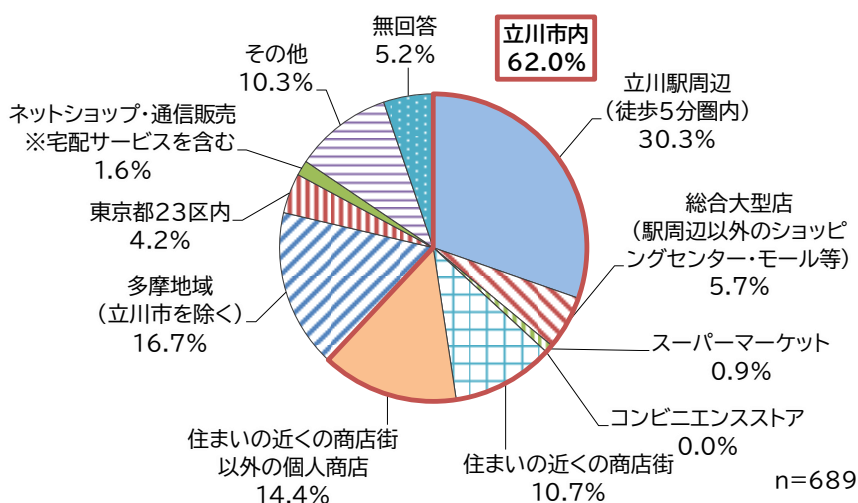
④電化製品



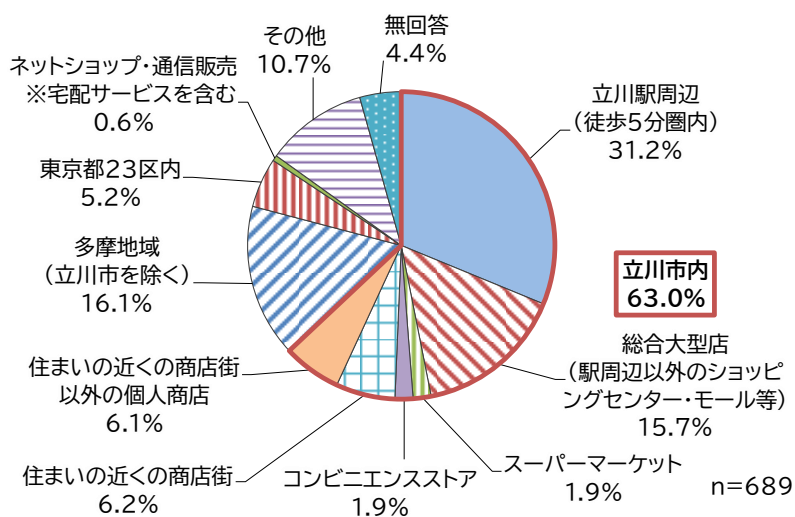
⑤書籍・文具



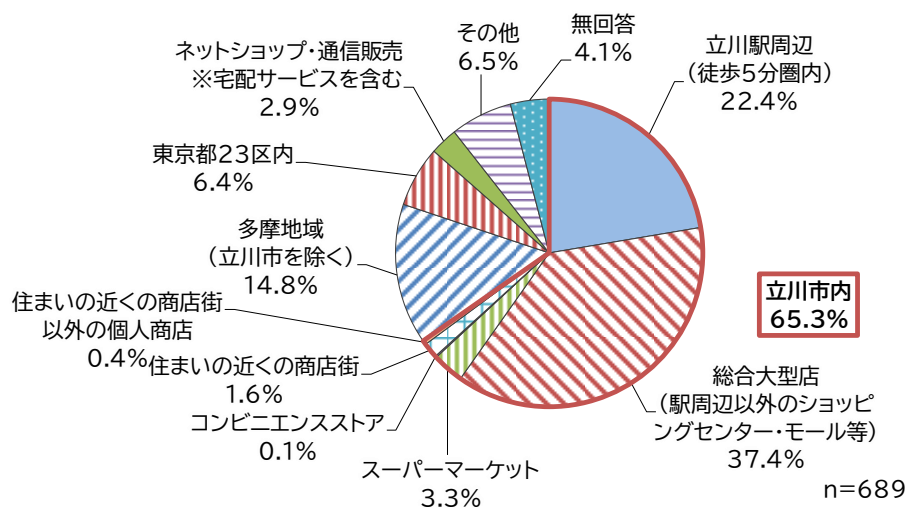
⑥理容・美容



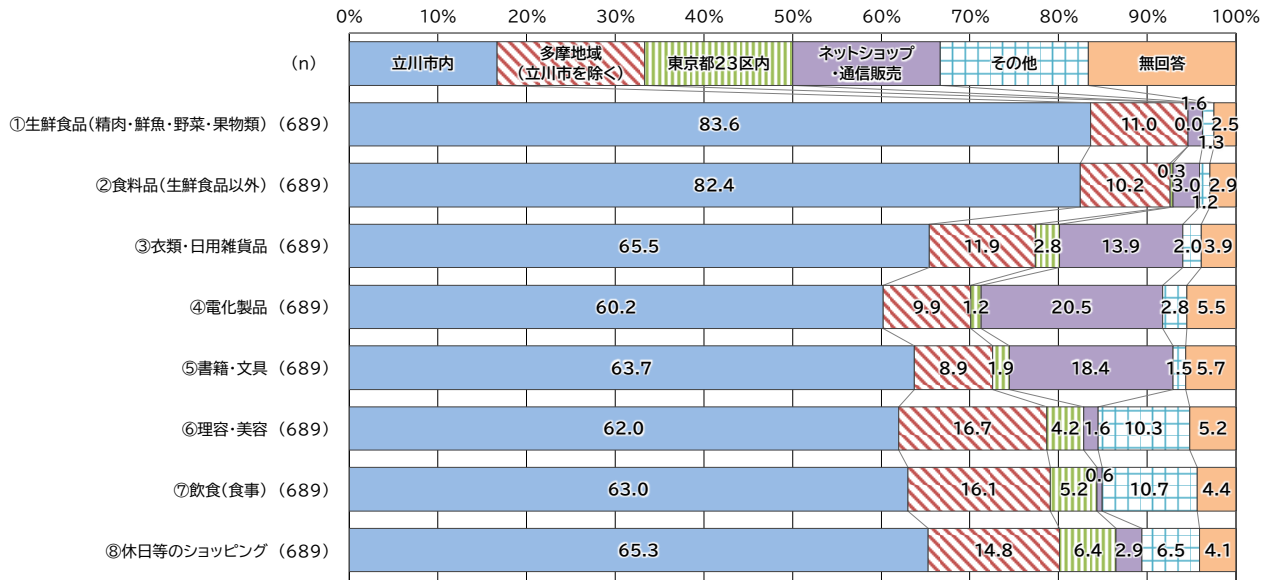
⑦飲食 (食事)



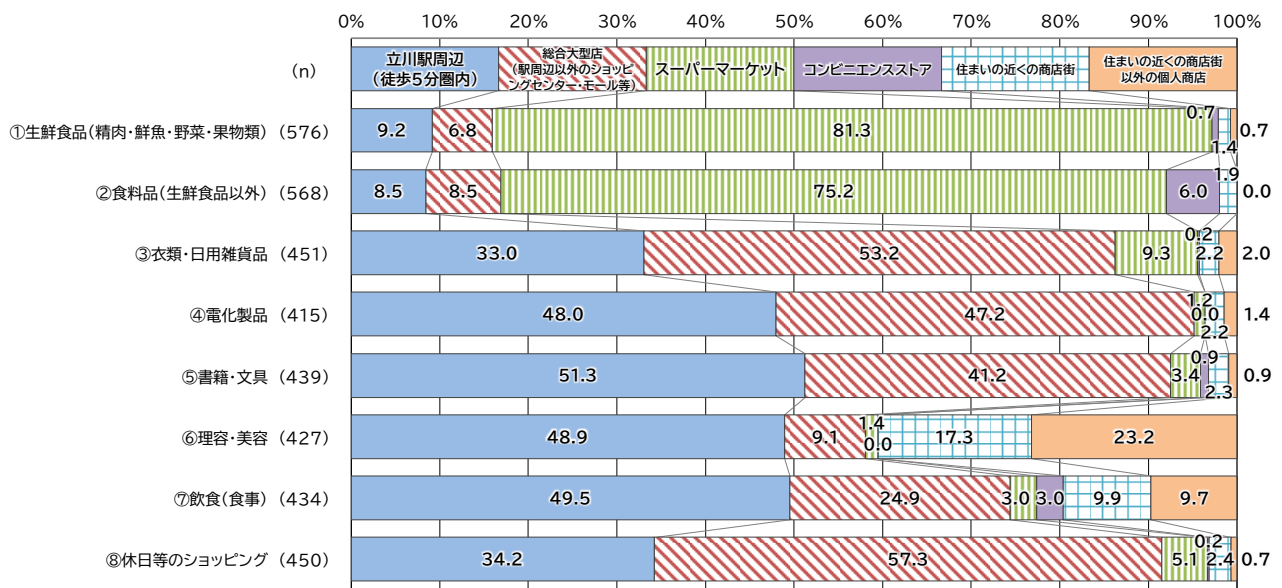
⑧休日等のショッピング



①～⑧比較



立川市内

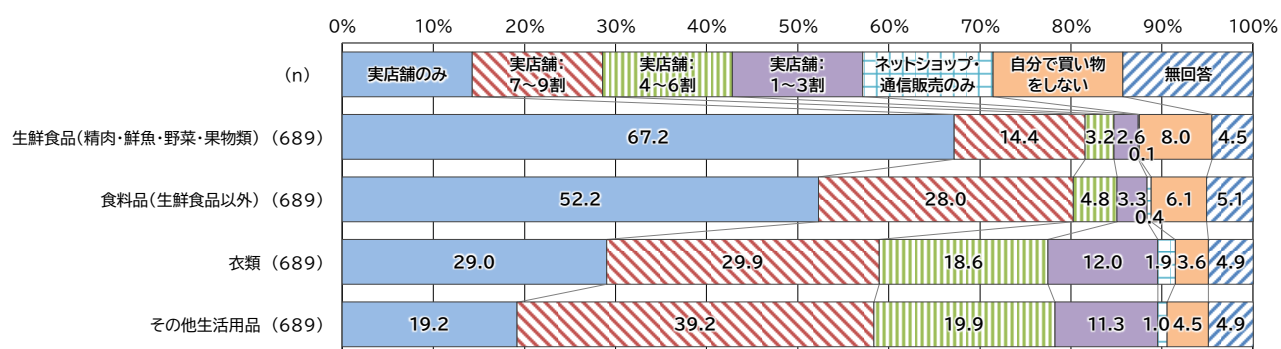


注：母数（n）はそれぞれの項目の立川市内の合計値

問 11 以下の各品目について、実店舗とネットショップ・通信販売*で購入する比率をお教えください。*ネット、電話、ファックス等で注文し宅配されるサービスを含む。

- 生鮮食品（精肉・鮮魚・野菜・果物類）は「実店舗のみ」（67.2%）が最も高く、「実店舗：7～9割」（14.4%）と続く。食料品（生鮮食品以外）も「実店舗のみ」（52.2%）が最も高く、「実店舗：7～9割」（28.0%）と続く。
- 衣類は「実店舗：7～9割」（29.9%）が最も高く、「実店舗のみ」（29.0%）と続く。その他生活用品は「実店舗：7～9割」（39.2%）が最も高く、「実店舗：4～6割」（19.9%）と続く。衣類と、その他の生活用品ともに、「ネットショップ・通信販売のみ」が1割強を占める。

購入比率

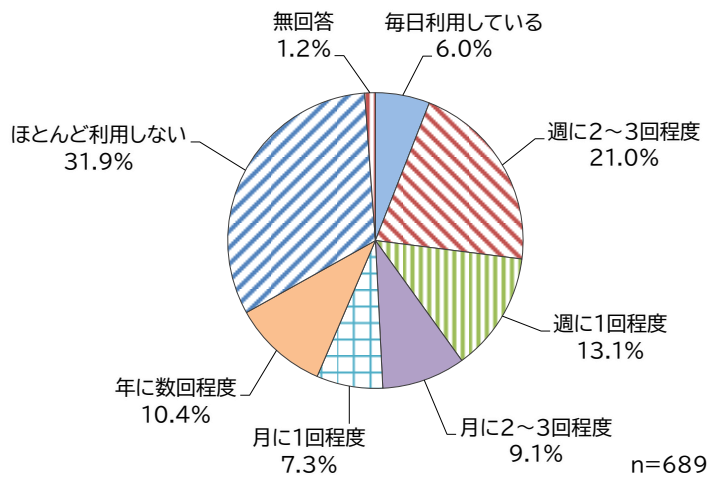


エ 市内での買い物について

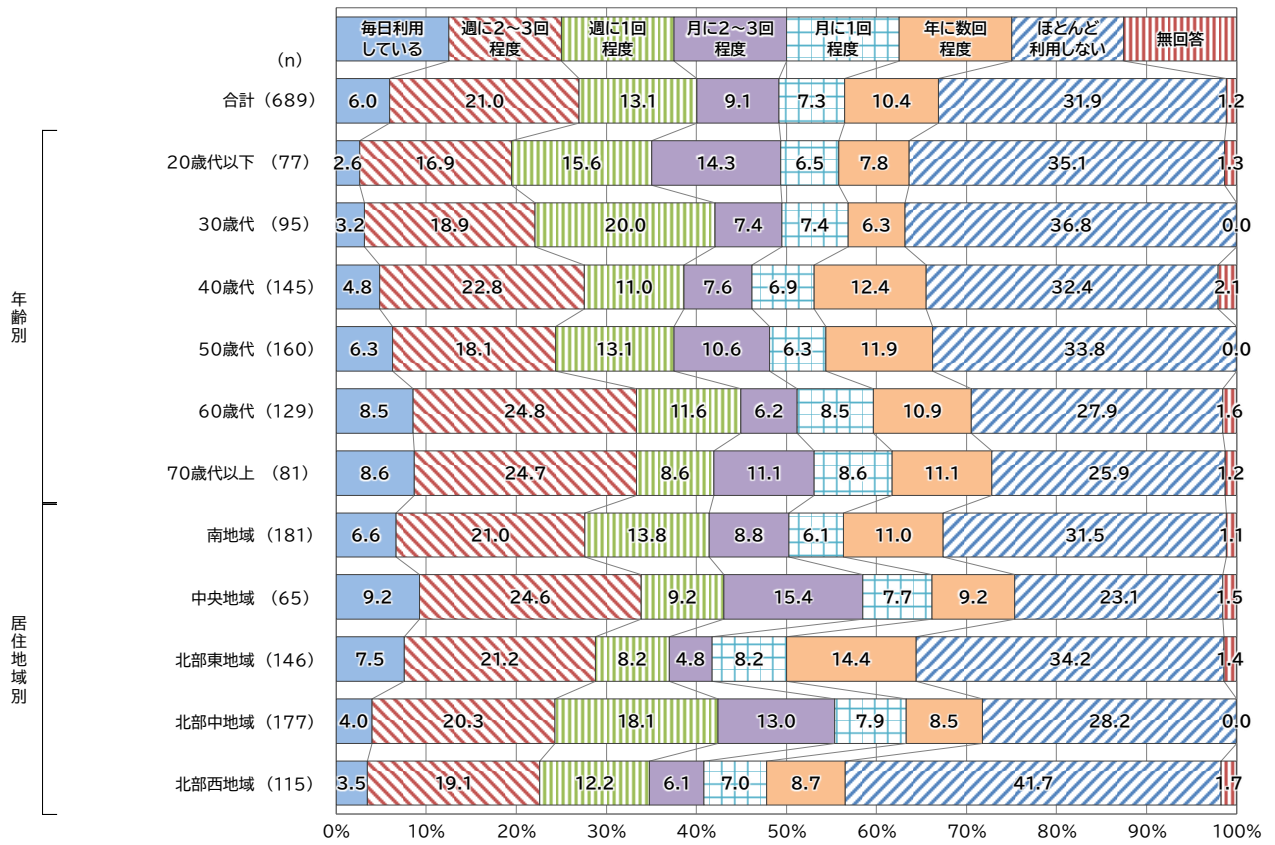
問12 市内の個店（商店）等（スーパー、大型店、量販店を除く）でどれぐらいの頻度で買い物をされますか。（当てはまるもの1つに○）

- 市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）の利用頻度は、「ほとんど利用しない」（31.9%）が最も高く、「週に2～3回程度」（21.0%）、「週に1回程度」（13.1%）の順で続く。「毎日利用している」、「週に2～3回程度」、「週に1回程度」を合わせた『週に1回程度以上』が約4割を占める。
- 年代別にみても、全ての年代で「ほとんど利用しない」が最も高いが、「毎日利用している」と合せて『週に2～3回程度以上』は「60歳代」と「70歳代以上」でそれぞれ3割以上を占める。
- 居住地域別にみると、「北部西地域」では「ほとんど利用しない」が4割強を占めて最も高い。一方「中央地域」では、「週に2～3回程度」（24.6%）が最も高く、『週に2～3回程度以上』は3割台半ば近くとなっている。

市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）の利用頻度



市内の商店等（スーパー、大型店、量販店、コンビニを除く）の利用頻度（年齢別、居住地域別）

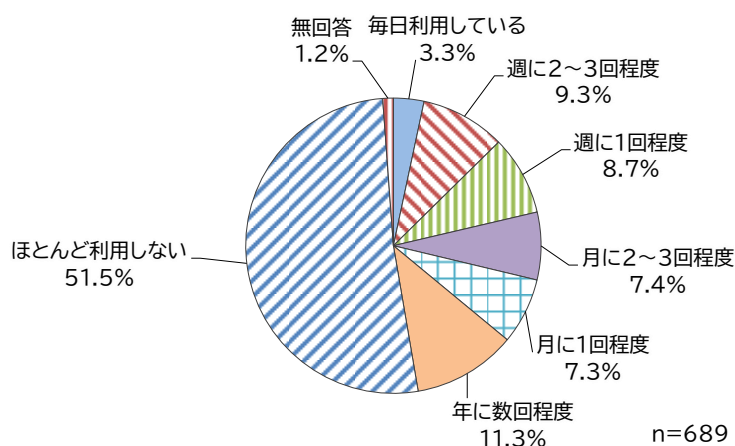


問 13 市内商店街(商店等が集まっている場所)はどれぐらいの頻度で買い物をされますか。

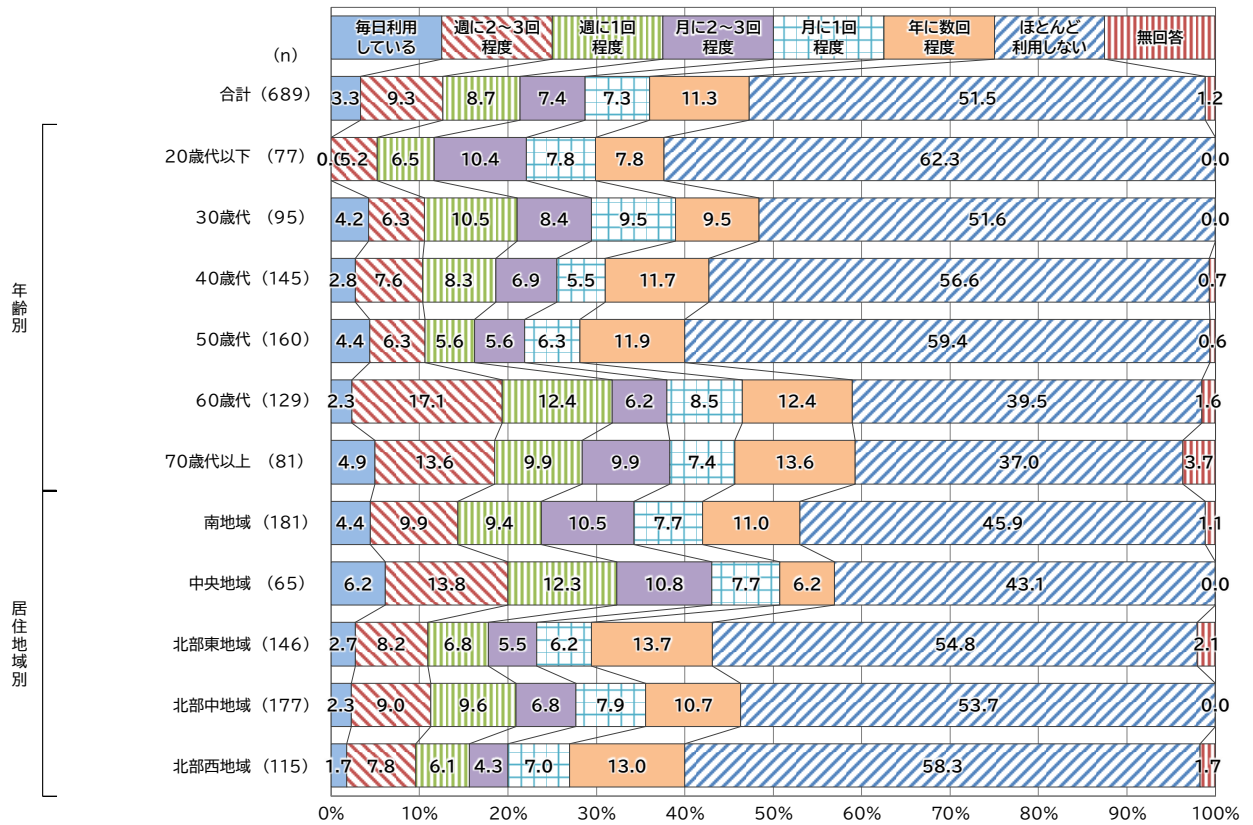
(当てはまるもの1つに○)

- 「ほとんど利用しない」(51.5%)が最も高く、「年に数回程度」(11.3%)、「週に2~3回程度」(9.3%)、の順で続く。
- 年齢別にみると、「20歳代以下」では6割強が「ほとんど利用しない」(62.3%)。『週に2~3回程度以上』の利用(5.2%)も1割に満たないが、『60歳代以上』では2割近くが『週に2~3回程度以上』利用し、『年に数回程度以上』の利用も6割近い。
- 居住地域別にみると、「北部西地域」では「ほとんど利用しない」は6割近くを占めるが、「中央地域」では「ほとんど利用しない」は4割台半ば近くにとどまる。

市内商店街での買い物頻度



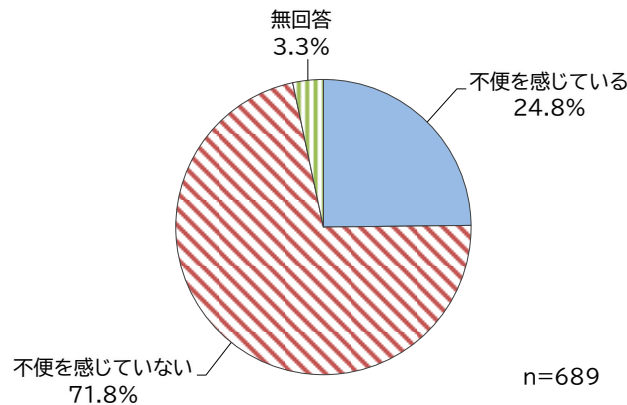
市内商店街での買い物頻度（年齢別、居住地域別）



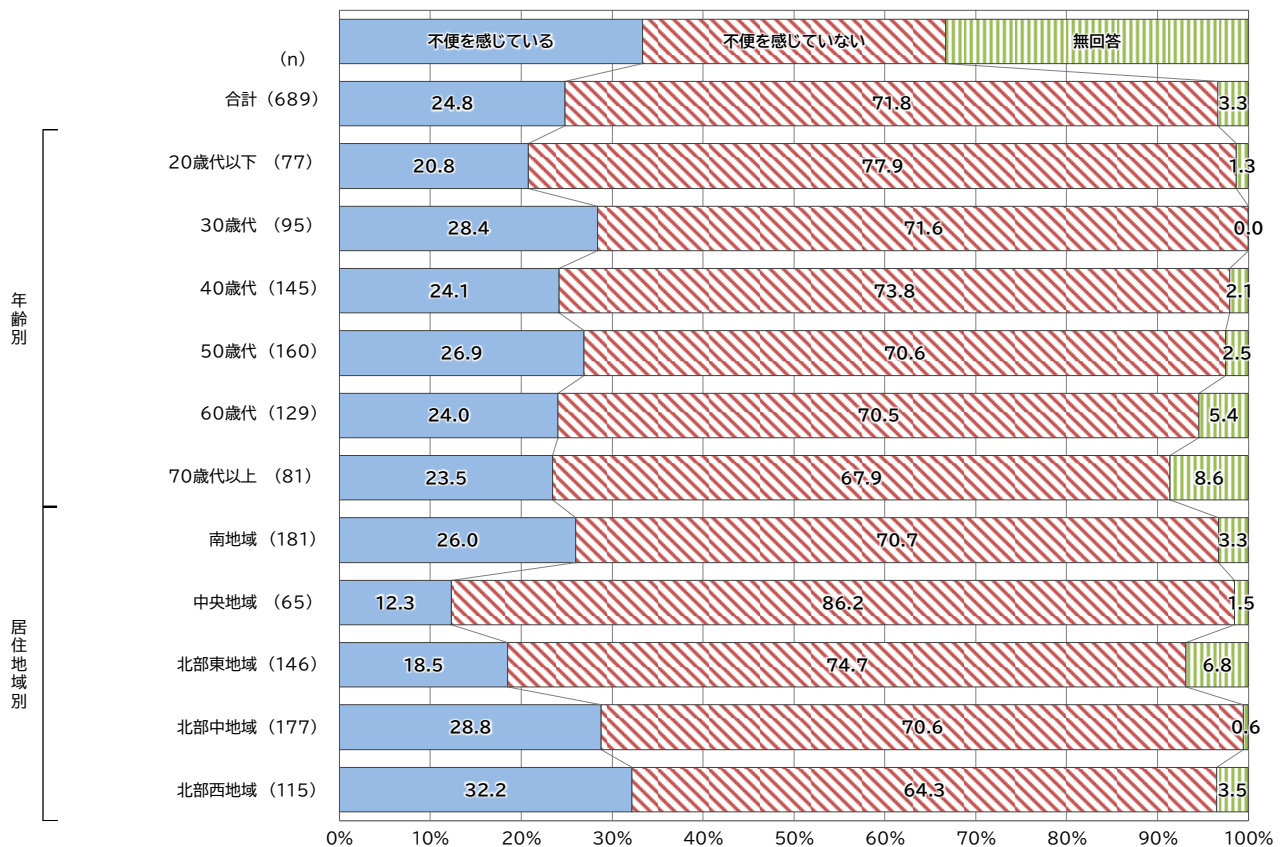
問 14 市内での日常の買い物において、不便を感じていますか。(当てはまる方に○)

- 「不便を感じていない」(71.8%) が 7 割強を占め、「不便を感じている」(24.8%) は 2 割台半ば近くである。
- 年齢別にみると、全ての年齢で約 2 割～3 割近くが「不便を感じている」。
- 居住地域別にみると、「不便を感じている」が「中央地域」では 1 割強なのにに対し、「北部西地域」では 3 割強となっている。

市内での日常の買い物における不便の有無



市内での日常の買い物における不便の有無 (年齢別、居住地域別)

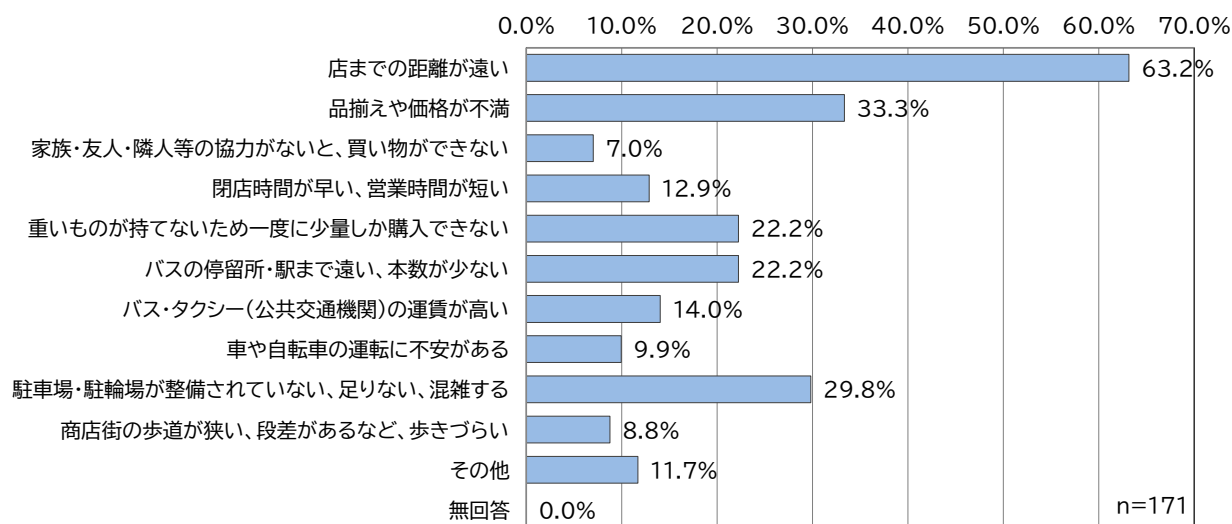


問 14 で「1. 不便を感じている」と回答された方にお聞きします。

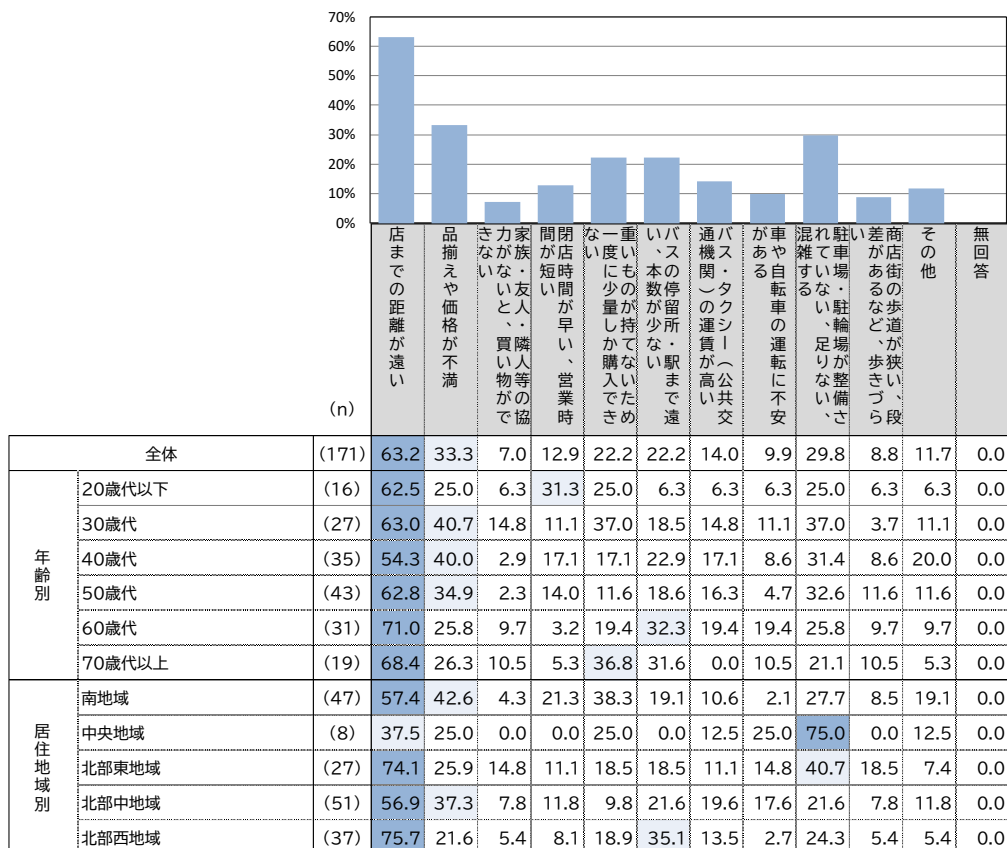
問 14-1 不便を感じている理由は何ですか。(当てはまるものすべてに○)

- 「店までの距離が遠い」(63.2%) が最も高く、「品揃えや価格が不満」(33.3%)、「駐車場・駐輪場が整備されていない、足りない、混雑する」(29.8%) の順で続く。
- 居住地域別にみると、「中央地域」では「店までの距離が遠い」(37.5%) よりも「駐車場・駐輪場が整備されていない、足りない、混雑する」(75.0%) の比率が高い。

不便を感じている理由



不便を感じている理由(年齢別、居住地域別)

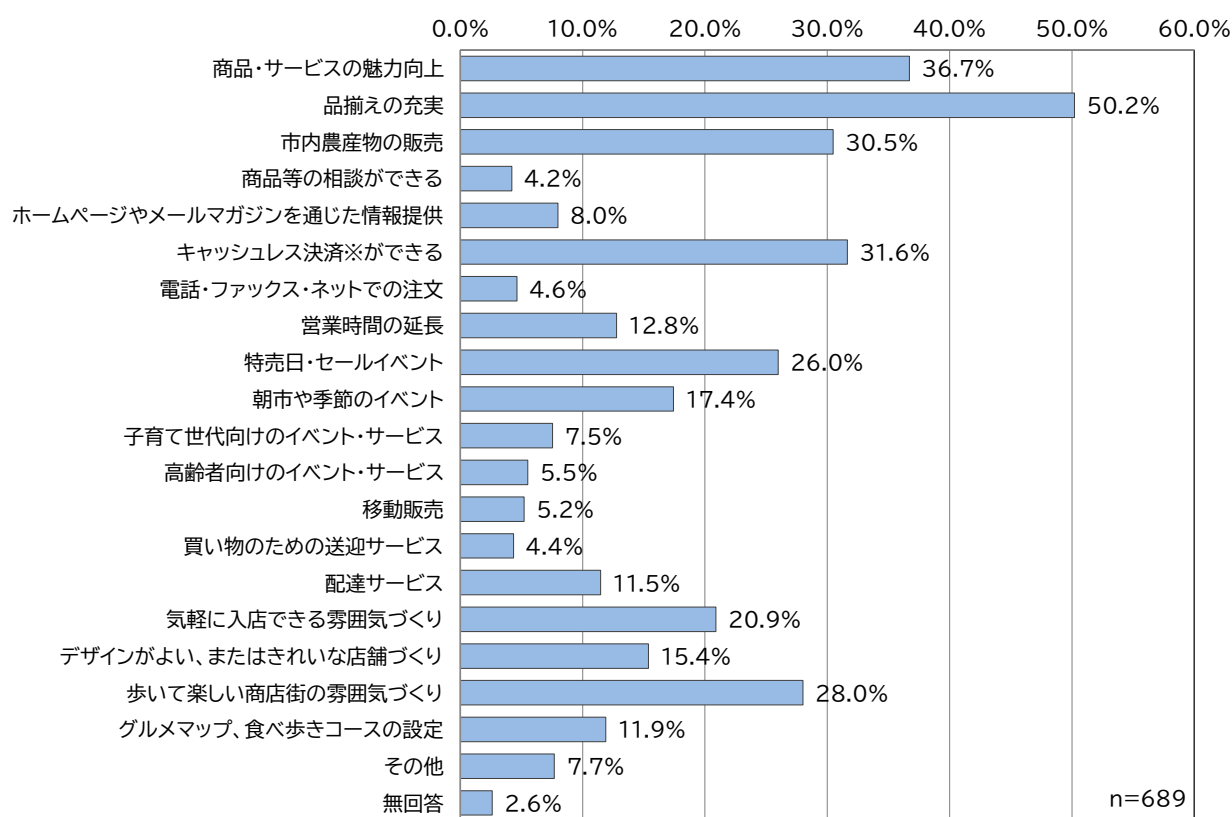


問 15 市内の商店街・店舗等に、どのようなことを望まれますか。

(最も当てはまるもの5つまでに○)

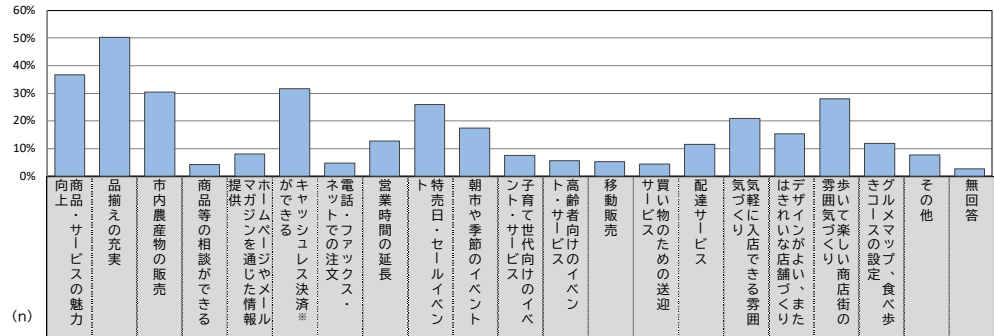
- 「品揃えの充実」(50.2%) が最も高く、「商品・サービスの魅力向上」(36.7%)、「キャッシュレス決済※ができる」(31.6%) の順で続く。
- 年齢別にみると、「品揃えの充実」は年齢が若いほど高く、「20歳代以下」では6割弱(59.7%)が回答している。また「キャッシュレス決済※ができる」は「30歳代」の5割強(51.6%)が回答している。
- 職業別にみると、「学生」では、「品揃えの充実」(60.0%)に次いで、「気軽に入店できる雰囲気づくり」(53.3%)や「デザインがよい・またはきれいな店舗づくり」(50.0%)が高い。

市内の商店街・店舗等に望むこと (MA:5)



※クレジットカードや電子マネーの利用

市内の商店街・店舗等に望むこと（年齢別、居住地域別、職業別）(MA:5)



		(n)	向上・サービスの魅力	品揃えの充実	市内農産物の販売	商品等の相談ができる	提供	ホームページやメールマガジンを通じての情報	キャッシュレス決済※ができる	電話・ファックス・ネットでの注文	営業時間の延長	特売日・セールイベント	朝市や季節のイベント	子育て世代向けのイベント・サービス	高齢者向けのイベント・サービス	移動販売	買い物のための送迎サービス	配達サービス	気軽に入店できる雰囲気づくり	デザインがよい、またはきれいな店舗づくり	秀逸な店舗街の雰囲気づくり	きこしみの設定	グルメマップ、食べ歩き	その他	無回答
全体		(689)	36.7	50.2	30.5	4.2	8.0	31.6	4.6	12.8	26.0	17.4	7.5	5.5	5.2	4.4	11.5	20.9	15.4	28.0	11.9	7.7	2.6		
年齢別	20歳以下	(77)	40.3	59.7	19.5	2.6	7.8	32.5	2.6	14.3	20.8	14.3	9.1	1.3	7.8	0.0	6.5	27.3	26.0	28.6	14.3	2.6	0.0		
	30歳代	(95)	29.5	54.7	26.3	0.0	10.5	51.6	4.2	15.8	25.3	17.9	26.3	1.1	7.4	2.1	12.6	13.7	14.7	16.8	12.6	6.3	0.0		
	40歳代	(145)	44.8	52.4	32.4	2.8	11.0	40.0	5.5	11.0	30.3	14.5	11.7	3.4	2.8	2.8	10.3	25.5	20.0	29.0	12.4	6.2	0.7		
	50歳代	(160)	35.6	48.1	31.9	5.0	9.4	31.3	3.8	17.5	26.3	16.3	1.3	1.9	6.3	4.4	10.0	20.6	13.8	28.8	12.5	9.4	3.1		
	60歳代	(129)	33.3	45.7	38.8	7.0	3.9	19.4	5.4	10.9	23.3	20.2	0.0	6.2	3.9	5.4	14.7	18.6	10.9	31.8	10.1	10.9	3.1		
	70歳代以上	(81)	35.8	44.4	27.2	7.4	3.7	12.3	6.2	4.9	27.2	23.5	1.2	24.7	4.9	12.3	13.6	19.8	8.6	30.9	8.6	7.4	8.6		
居住地域別	南地域	(181)	35.9	51.4	29.3	4.4	5.5	34.3	1.1	13.8	28.7	22.1	9.9	3.9	2.8	3.3	12.2	20.4	16.0	29.8	13.3	6.6	2.8		
	中央地域	(65)	32.3	60.0	35.4	9.2	6.2	35.4	0.0	18.5	27.7	18.5	4.6	0.0	6.2	4.6	7.7	15.4	16.9	27.7	10.8	3.1	1.5		
	北部東地域	(146)	41.1	52.1	24.7	5.5	9.6	30.8	8.9	8.2	23.3	19.2	6.2	8.9	6.8	5.5	11.6	25.3	15.8	33.6	11.6	7.5	2.1		
	北部中地域	(177)	39.0	48.6	32.2	2.8	9.6	27.7	6.8	13.6	27.7	13.6	8.5	5.6	2.3	4.5	13.0	20.3	15.3	23.2	7.9	8.5	2.3		
	北部西地域	(115)	31.3	43.5	34.8	1.7	7.0	32.2	3.5	13.0	20.9	13.9	6.1	7.0	11.3	4.3	9.6	20.9	13.9	25.2	16.5	10.4	3.5		
職業別	会社員	(255)	38.4	49.8	27.5	2.7	8.6	36.9	4.3	16.1	22.7	19.6	10.2	3.9	4.7	2.4	8.2	17.6	14.1	26.3	13.3	7.5	1.2		
	公務員・団体職員	(64)	35.9	56.3	40.6	4.7	6.3	35.9	6.3	14.1	26.6	18.8	7.8	1.6	6.3	1.6	14.1	21.9	14.1	21.9	10.9	9.4	0.0		
	自営業・自由業	(61)	31.1	44.3	29.5	6.6	4.9	29.5	3.3	9.8	16.4	8.2	1.6	3.3	4.9	1.6	9.8	16.4	16.4	29.5	9.8	11.5	4.9		
	非正規雇用者 (パート・アルバイト・派遣)	(132)	28.8	47.7	35.6	3.8	9.1	27.3	3.8	12.9	30.3	25.8	8.3	7.6	6.1	3.8	12.1	24.2	12.1	34.8	15.2	7.6	1.5		
	学生	(30)	46.7	60.0	13.3	0.0	6.7	33.3	0.0	16.7	23.3	6.7	3.3	3.3	6.7	0.0	3.3	53.3	50.0	40.0	16.7	3.3	0.0		
	主に家事に従事	(76)	40.8	50.0	27.6	5.3	10.5	34.2	7.9	5.3	32.9	11.8	10.5	7.9	3.9	9.2	11.8	22.4	13.2	22.4	3.9	5.3	5.3		
	無職	(67)	43.3	52.2	34.3	9.0	6.0	14.9	6.0	7.5	31.3	11.9	0.0	11.9	6.0	14.9	23.9	14.9	13.4	26.9	7.5	7.5	7.5		
	その他	(2)	50.0	100.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	

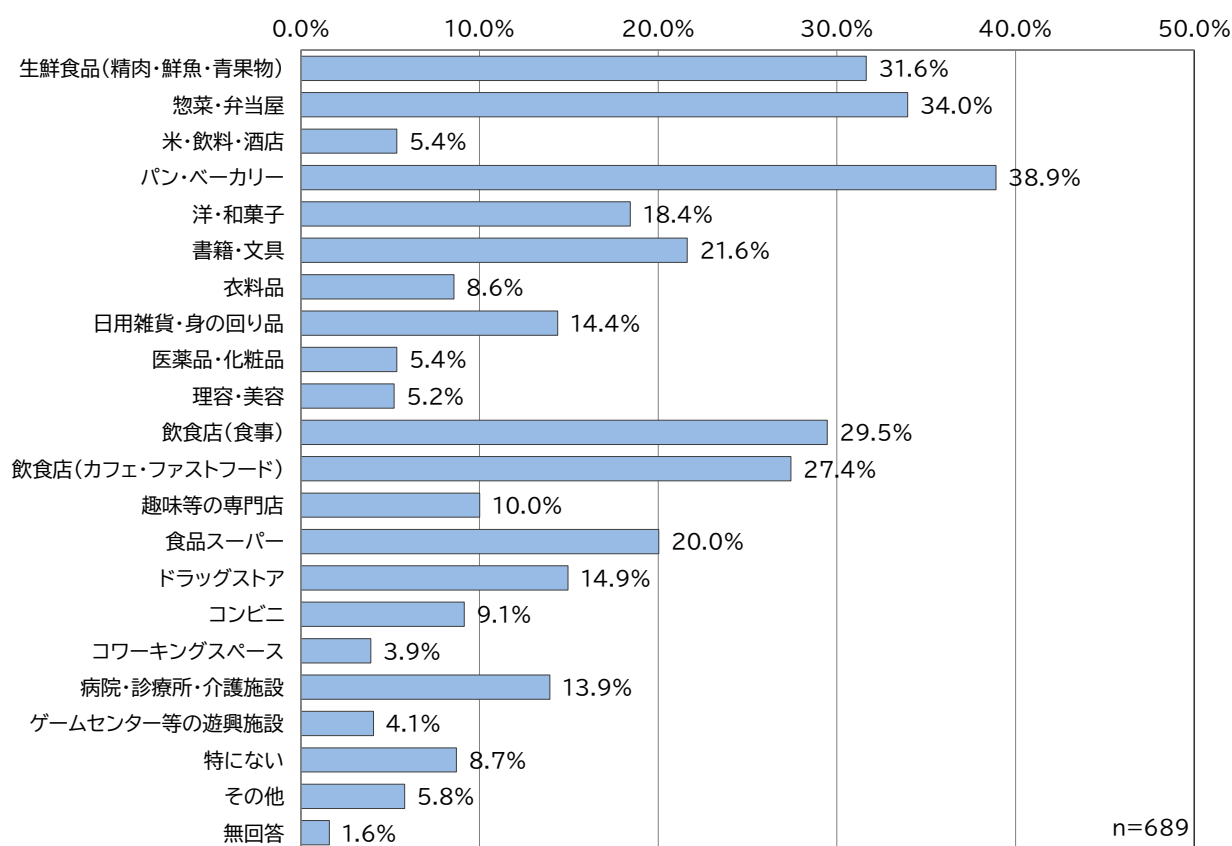
※クレジットカードや電子マネーの利用

問 16 お住まいの近くにどのようなお店が増えるとよいと思いますか。

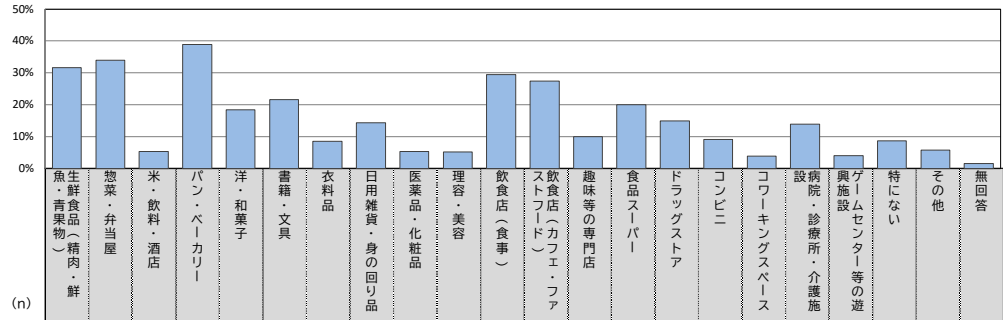
(最も当てはまるもの5つまでに○)

- 「パン・ベーカリー」(38.9%) が最も高く、「惣菜・弁当屋」(34.0%)、「生鮮食品(精肉・鮮魚・青果物)」(31.6%) の順で続く。
- 年齢別にみると、「20 歳代以下」では「飲食店(カフェ・ファストフード)」が最も高く、『30～50 歳代』では「パン・ベーカリー」が最も高い。「60 歳代」になると「総菜・弁当屋」が、「70 歳代以上」では「生鮮食品(精肉・鮮魚・青果物)」が最も高い。
- 居住地域別にみると、「南地域」では「パン・ベーカリー」に次いで「飲食店(食事)」が高く、「北部西地域」では「生鮮食品(精肉・鮮魚・青果物)」が最も高い。

近くに増えてほしいお店 (MA:5)



近くに増えてほしいお店（年齢別、居住地域別）(MA:5)



		(n)	魚・青果物	生鮮食品(精肉・鮮惣菜・弁当屋)	米・飲料・酒店	パン・ベーカリー	洋・和菓子	書籍・文具	衣料品	日用雑貨・身の回り品	医薬品・化粧品	理容・美容	飲食店(食事)	飲食店(カフェ・ファストフード)	趣味等の専門店	食品スーパー	ドラッグストア	コンビニ	コワーキングスペース	病院・診療所・介護施設	興施設	ゲームセンター等の遊	特にない	その他	無回答
全体		(689)	31.6	34.0	5.4	38.9	18.4	21.6	8.6	14.4	5.4	5.2	29.5	27.4	10.0	20.0	14.9	9.1	3.9	13.9	4.1	8.7	5.8	1.6	
年齢別	20歳以下	(77)	22.1	24.7	6.5	42.9	24.7	18.2	11.7	15.6	6.5	11.7	29.9	44.2	13.0	10.4	14.3	10.4	5.2	3.9	13.0	5.2	5.2	1.3	
	30歳代	(95)	36.8	33.7	5.3	46.3	16.8	16.8	6.3	13.7	8.4	2.1	26.3	41.1	11.6	29.5	24.2	9.5	3.2	16.8	6.3	4.2	6.3	0.0	
	40歳代	(145)	33.8	39.3	6.2	42.1	15.9	24.8	3.4	15.9	5.5	4.8	33.8	29.0	11.0	23.4	19.3	9.0	7.6	15.9	4.8	8.3	9.0	0.0	
	50歳代	(160)	31.9	38.8	3.8	44.4	20.0	21.3	8.1	14.4	3.8	3.1	30.6	22.5	6.9	18.1	14.4	7.5	3.8	16.9	1.9	7.5	6.9	1.9	
	60歳代	(129)	29.5	32.6	5.4	28.7	17.8	25.6	8.5	13.2	5.4	4.7	27.9	19.4	8.5	14.7	9.3	10.9	1.6	11.6	1.6	10.9	3.1	1.6	
70歳以上	(81)	34.6	27.2	6.2	27.2	17.3	19.8	18.5	13.6	3.7	8.6	25.9	16.0	12.3	24.7	7.4	8.6	1.2	14.8	0.0	17.3	1.2	4.9		
居住地域別	南地域	(181)	31.5	34.3	5.0	37.6	23.8	18.2	8.3	13.3	7.2	2.8	34.8	32.6	7.2	23.8	19.9	5.0	6.6	9.9	2.8	7.2	6.1	1.1	
	中央地域	(65)	27.7	32.3	10.8	40.0	13.8	21.5	9.2	24.6	4.6	6.2	20.0	16.9	18.5	18.5	16.9	15.4	1.5	12.3	4.6	9.2	3.1	0.0	
	北部東地域	(146)	26.7	39.0	4.8	36.3	17.1	27.4	7.5	12.3	4.8	5.5	25.3	19.9	12.3	17.8	9.6	11.6	0.7	15.8	2.7	11.0	6.2	1.4	
	北部西地域	(115)	36.5	30.4	5.2	35.7	16.5	13.9	14.8	13.9	3.5	7.0	34.8	29.6	7.0	22.6	13.9	12.2	3.5	19.1	7.8	13.0	4.3	0.9	

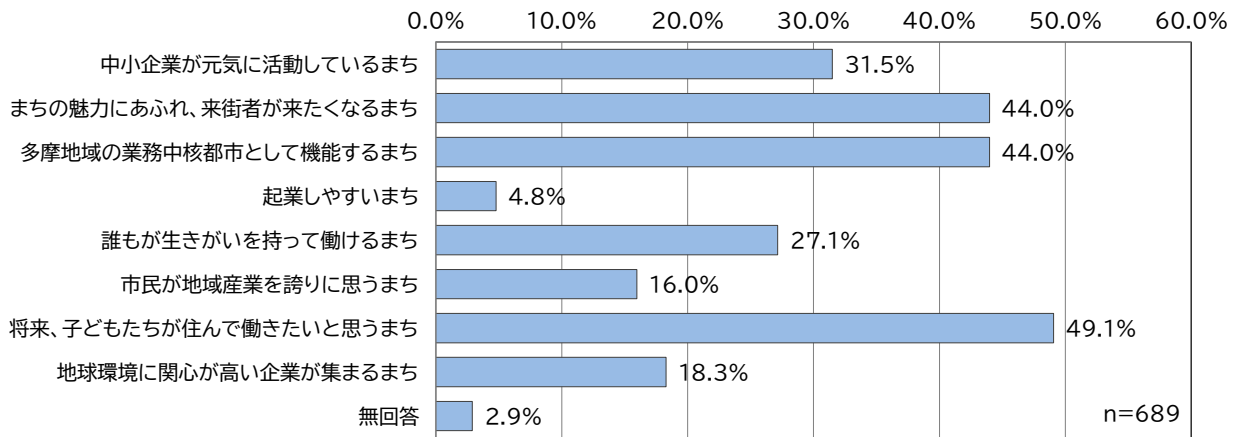
オ 立川市の産業振興について

問 17 立川市の産業振興が目指す方向性として、最も適しているのはどれですか。

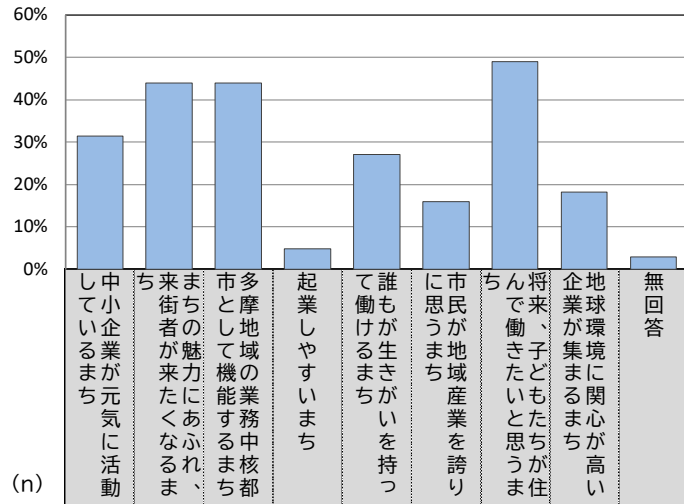
(最も当てはまるもの3つまでに○)

- 「将来、子どもたちが住んで働きたいと思うまち」(49.1%) が最も高く、「まちの魅力にあふれ、来街者が来たくなるまち」(44.0%)、「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」(44.0%) の2件が同率、「中小企業が元気に活動しているまち」(31.5%) と続く。
- 年齢別にみると、『30歳代以上』では「将来、子どもたちが住んで働きたいと思うまち」が最も高く、特に「30歳代」では6割台半ば近くを占めている。「20歳代以下」では「まちの魅力にあふれ、来街者が来たくなるまち」が5割台半ば近くで最も高い。
- 職業別にみると、「学生」は「まちの魅力にあふれ、来街者が来たくなるまち」が5割台半ば近く(53.3%) で最も高く、「会社員」は「多摩地域の業務中核都市として機能するまち」が5割強(51.8%) で最も高い。

立川市の産業振興が目指す方向性として適しているもの (MA:3)



立川市の産業振興が目指す方向性として適しているもの（年齢別、職業別）（MA:3）

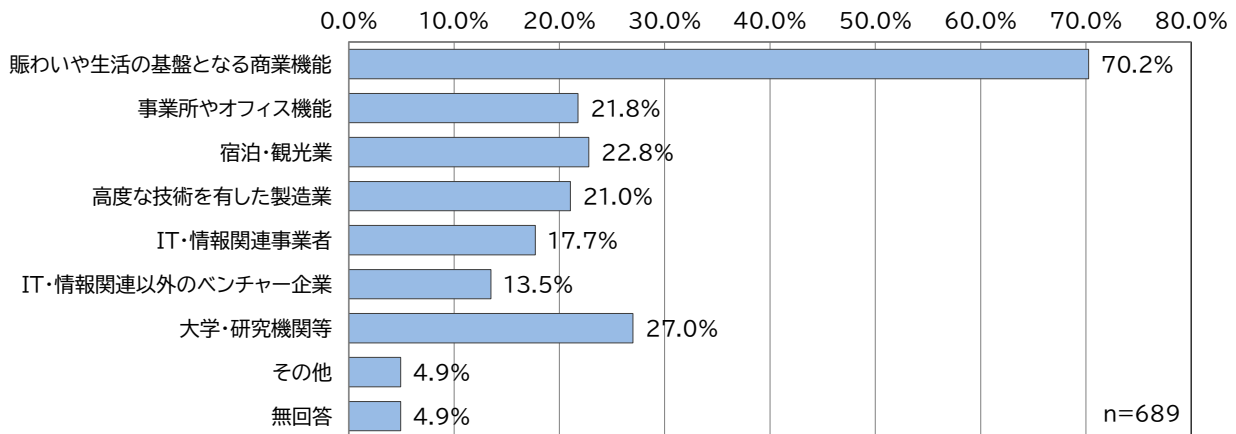


		(n)	31.5	44.0	44.0	4.8	27.1	16.0	49.1	18.3	2.9
全体		(689)	31.5	44.0	44.0	4.8	27.1	16.0	49.1	18.3	2.9
年齢別	20歳代以下	(77)	20.8	53.2	45.5	3.9	28.6	9.1	48.1	11.7	1.3
	30歳代	(95)	24.2	49.5	56.8	3.2	17.9	10.5	63.2	11.6	1.1
	40歳代	(145)	33.8	40.0	47.6	5.5	25.5	15.9	49.7	17.2	2.1
	50歳代	(160)	35.6	45.6	39.4	6.3	28.8	20.6	48.1	18.8	2.5
	60歳代	(129)	36.4	41.9	38.8	5.4	31.8	15.5	45.7	21.7	3.1
	70歳代以上	(81)	30.9	35.8	38.3	2.5	29.6	21.0	39.5	28.4	7.4
職業別	会社員	(255)	32.2	48.2	51.8	5.9	25.5	17.3	50.2	12.5	1.6
	公務員・団体職員	(64)	28.1	51.6	50.0	6.3	14.1	7.8	54.7	14.1	1.6
	自営業・自由業	(61)	47.5	32.8	24.6	4.9	26.2	16.4	50.8	13.1	4.9
	非正規雇用者 (パート・アルバイト・派遣)	(132)	34.8	40.9	42.4	4.5	31.1	12.9	49.2	18.2	2.3
	学生	(30)	13.3	53.3	40.0	6.7	26.7	16.7	46.7	20.0	0.0
	主に家事に従事	(76)	23.7	32.9	36.8	0.0	32.9	19.7	52.6	34.2	2.6
	無職	(67)	29.9	44.8	38.8	4.5	34.3	19.4	34.3	29.9	9.0

問 18 今後、立川市の発展に向けて、どのような機能や事業者が増えるとよいと思いますか。
 (当てはまるものすべてに○)

- 「賑わいや生活の基盤となる商業機能」(70.2%) が最も高く、「大学・研究機関等」(27.0%)、「宿泊・観光業」(22.8%) の順で続く。

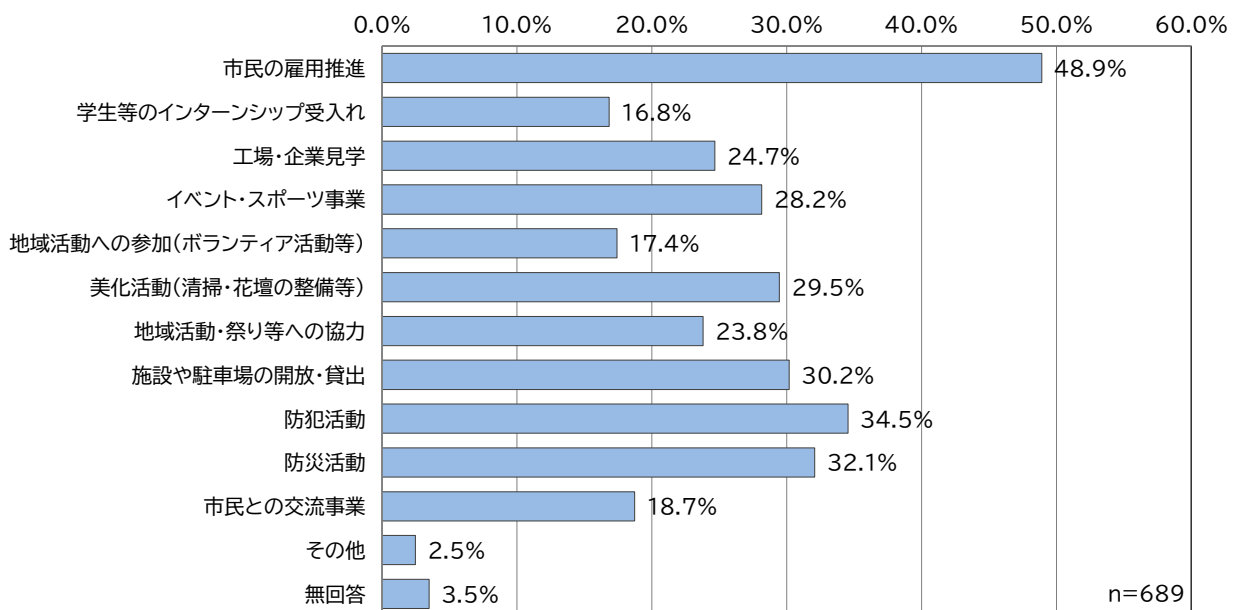
増えるとよい機能・事業者



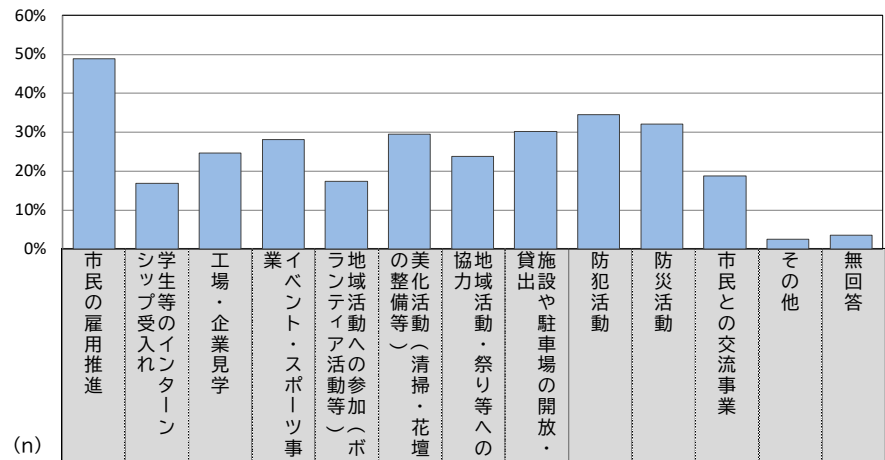
問 19 市内事業者にどのようなことを望みますか。(当てはまるものすべてに○)

- 「市民の雇用推進」(48.9%) が最も高く、「防犯活動」(34.5%)、「防災活動」(32.1%) の順で続く。
- 年齢別にみると、『30歳代以上』では「市民の雇用推進」が最も高く、『20歳代以下』では「地域活動・祭り等への協力」(32.5%) が最も高い。
- 職業別にみると、「学生」は「学生等のインターンシップの受入れ」(46.7%) が最も高い。

市内事業者に望むこと



市内事業者に望むこと（年齢別、職業別）

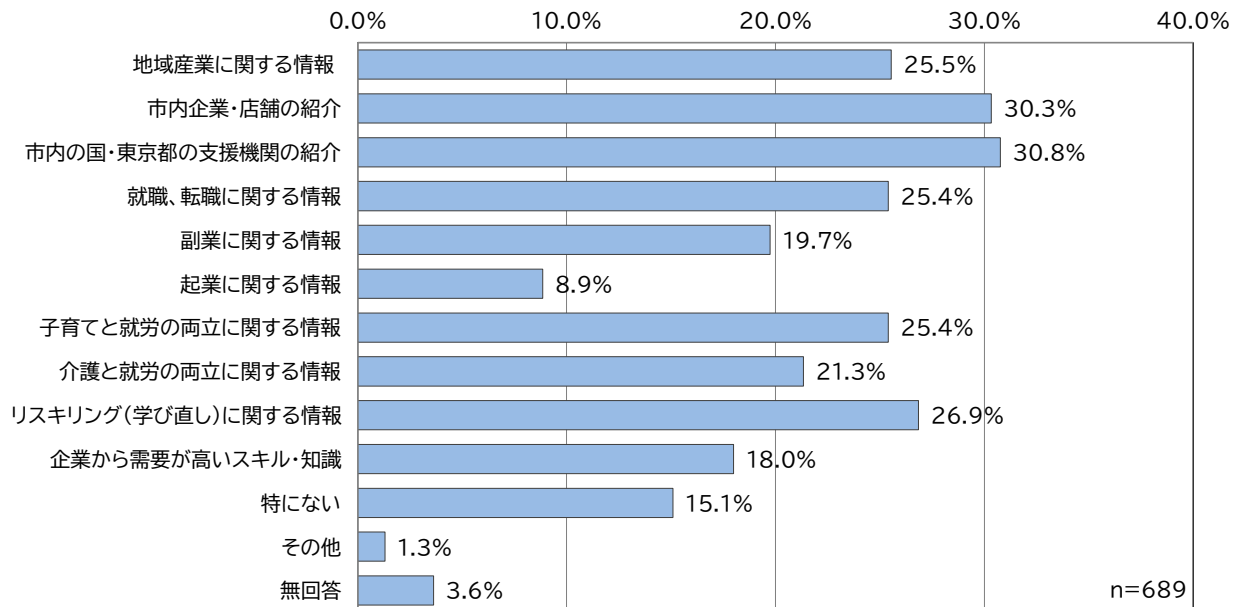


		(n)	市民の雇用推進	学生等のインターンシップ受入れ	工場・企業見学	業イベント・スポーツ事業	地域活動への参加（ボランティア活動等）	美化活動（清掃・花壇の整備等）	地域活動・祭り等への協力	貸出 施設や駐車場の開放	防犯活動	防災活動	市民との交流事業	その他	無回答
全体		(689)	48.9	16.8	24.7	28.2	17.4	29.5	23.8	30.2	34.5	32.1	18.7	2.5	3.5
年齢別	20歳代以下	(77)	29.9	29.9	22.1	31.2	9.1	27.3	32.5	22.1	31.2	20.8	16.9	1.3	5.2
	30歳代	(95)	45.3	14.7	33.7	36.8	13.7	27.4	30.5	35.8	31.6	26.3	18.9	2.1	1.1
	40歳代	(145)	55.2	17.9	33.8	31.0	15.2	22.1	26.2	27.6	35.2	26.9	13.8	2.1	2.1
	50歳代	(160)	53.1	20.0	25.0	28.1	23.1	33.1	21.9	36.9	38.8	38.8	21.3	3.8	3.1
	60歳代	(129)	49.6	9.3	17.1	23.3	17.1	36.4	20.2	30.2	36.4	40.3	20.2	2.3	2.3
	70歳代以上	(81)	51.9	11.1	12.3	17.3	23.5	28.4	12.3	23.5	28.4	32.1	22.2	2.5	8.6
職業別	会社員	(255)	49.4	18.0	28.2	30.6	19.6	27.5	25.1	29.0	34.9	31.0	18.8	3.1	1.6
	公務員・団体職員	(64)	39.1	15.6	26.6	45.3	18.8	32.8	31.3	32.8	23.4	28.1	17.2	1.6	1.6
	自営業・自由業	(61)	49.2	4.9	18.0	19.7	11.5	27.9	23.0	26.2	36.1	27.9	16.4	3.3	3.3
	非正規雇用者 (パート・アルバイト・派遣)	(132)	56.8	15.9	27.3	25.8	12.9	28.8	24.2	34.8	34.8	34.8	21.2	2.3	4.5
	学生	(30)	33.3	46.7	23.3	30.0	6.7	26.7	30.0	13.3	30.0	23.3	20.0	0.0	3.3
	主に家事に従事	(76)	50.0	15.8	23.7	22.4	21.1	31.6	18.4	38.2	46.1	40.8	10.5	2.6	2.6
	無職	(67)	49.3	13.4	13.4	17.9	23.9	34.3	14.9	25.4	29.9	31.3	26.9	1.5	10.4

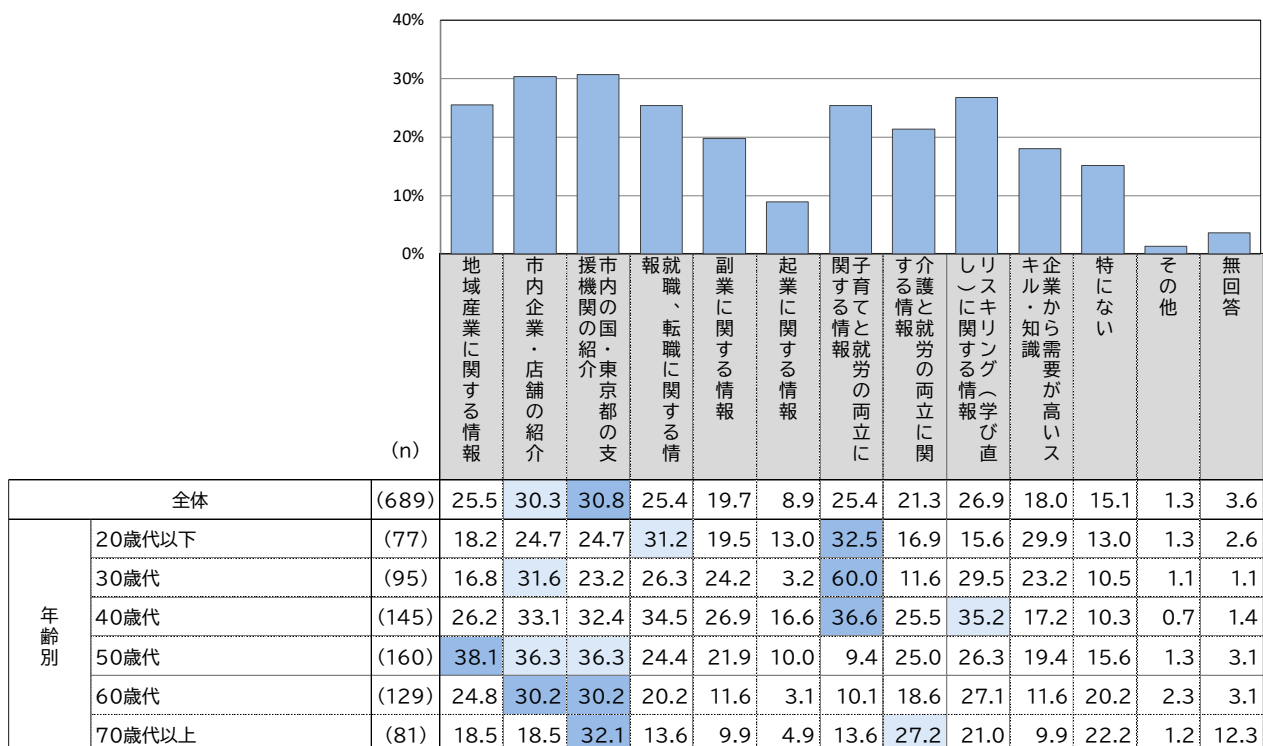
問 20 地域産業やご自身の就労に関して、立川市や市内に立地する国・東京都の機関から提供してほしい情報はありますか。(当てはまるものすべてに○)

- 「市内の国・東京都の支援機関の紹介」(30.8%)が最も高く、「市内企業・店舗の紹介」(30.3%)、「リスキリング(学び直し)に関する情報」(26.9%)の順で続く。
- 年齢別にみると、『40歳代以下』では「子育てと就労の両立に関する情報」が最も高く、特に「30歳代」では6割となっている。

地域産業や就労に関して、市や市内立地の国・都の機関から提供してほしい情報



地域産業や就労に関して、市や市内立地の国・都の機関から提供してほしい情報(年齢別)

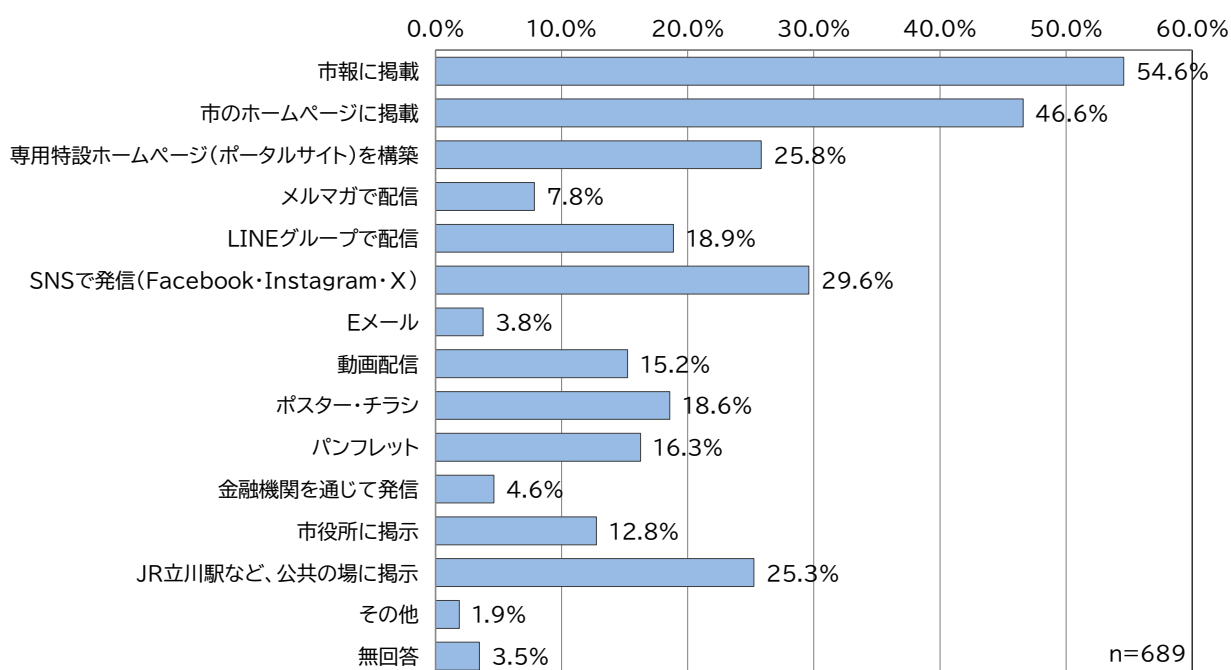


問 21 立川市や市内に立地する国・東京都の機関が実施している就労や働く環境向上に向けた支援策等、市民の利用を促進するために、有効と思われる情報発信方法をお教えてください。

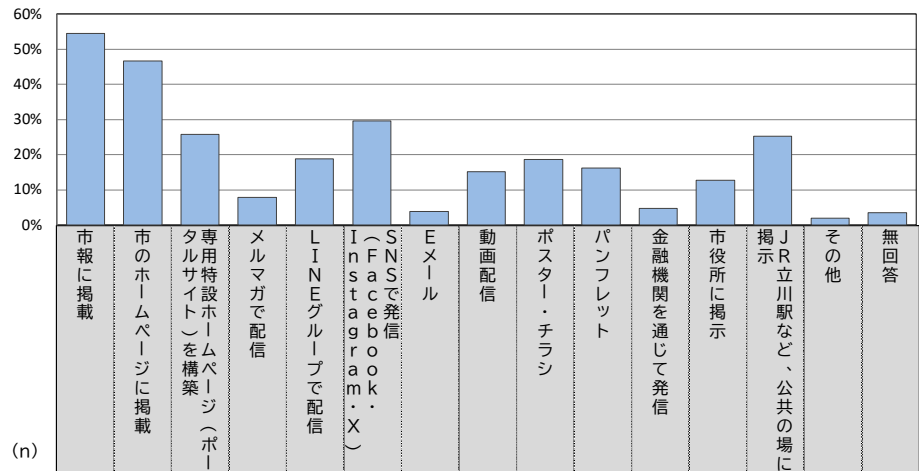
(当てはまるものすべてに○)

- 「市報に掲載」(54.6%) が最も高く、「市のホームページに掲載」(46.6%)、「SNS で発信 (Facebook・Instagram・X)」(29.6%) の順で続く。
- 年齢別にみると、『30 歳代以上』では「市報に掲載」、「市のホームページに掲載」の順で高い。「SNS で発信 (Facebook・Instagram・X)」は『40 歳代以下』で 4 割以上となっている。
- 職業別にみると、「学生」は「SNS で発信 (Facebook・Instagram・X)」が最も高い。

支援策等の利用促進のために、有効と思われる情報発信方法



支援策等の利用促進のために、有効と思われる情報発信方法（年齢別、職業別）



		(n)	市報に掲載	市のホームページに掲載	専用特設ホームページ（ポータルサイト）を構築	メルマガで配信	LINEグループで配信	SNSで発信（Facebook・X）	Eメール	動画配信	ポスター・チラシ	パンフレット	金融機関を通じて発信	市役所に掲示	JR立川駅など、公共の場に掲示	その他	無回答
全体		(689)	54.6	46.6	25.8	7.8	18.9	29.6	3.8	15.2	18.6	16.3	4.6	12.8	25.3	1.9	3.5
年齢別	20歳代以下	(77)	31.2	33.8	15.6	10.4	26.0	44.2	7.8	20.8	24.7	15.6	3.9	15.6	39.0	2.6	2.6
	30歳代	(95)	44.2	42.1	21.1	5.3	29.5	40.0	0.0	15.8	14.7	11.6	1.1	10.5	33.7	0.0	2.1
	40歳代	(145)	53.8	44.8	28.3	9.0	20.0	40.7	3.4	16.6	20.7	20.7	6.2	15.9	22.1	2.1	1.4
	50歳代	(160)	55.6	48.1	35.6	10.6	22.5	30.6	3.8	15.0	20.0	15.0	5.0	10.0	20.0	1.9	3.8
	60歳代	(129)	69.8	55.8	28.7	6.2	8.5	12.4	4.7	14.0	15.5	18.6	3.9	11.6	22.5	1.6	1.6
	70歳代以上	(81)	64.2	49.4	12.3	2.5	7.4	8.6	2.5	8.6	14.8	12.3	7.4	14.8	22.2	3.7	11.1
職業別	会社員	(255)	49.0	45.5	29.4	10.2	25.1	33.7	5.1	19.2	17.6	15.3	3.9	12.9	29.4	1.2	1.2
	公務員・団体職員	(64)	53.1	54.7	21.9	6.3	23.4	37.5	0.0	14.1	12.5	15.6	4.7	14.1	29.7	3.1	1.6
	自営業・自由業	(61)	47.5	41.0	26.2	8.2	16.4	27.9	1.6	13.1	18.0	9.8	6.6	8.2	19.7	3.3	3.3
	非正規雇用者（パート・アルバイト・派遣）	(132)	62.1	43.9	25.8	6.1	13.6	25.8	3.0	9.8	22.0	14.4	3.0	11.4	21.2	1.5	5.3
	学生	(30)	36.7	50.0	16.7	10.0	20.0	56.7	13.3	20.0	33.3	33.3	3.3	13.3	40.0	3.3	0.0
	主に家事に従事	(76)	68.4	48.7	25.0	5.3	17.1	23.7	1.3	11.8	14.5	18.4	5.3	10.5	17.1	0.0	2.6
	無職	(67)	61.2	49.3	19.4	4.5	6.0	10.4	3.0	14.9	19.4	19.4	9.0	20.9	20.9	4.5	11.9

カ 自由意見

○その他、立川市の産業振興に向けてご意見がありましたらお書きください。

自由意見は126件で、以下とおり13のテーマに分類される。その中でも、②まちの個性・特色を活かした産業振興(36件)、③商業・サービス業振興(53件)、⑤遠隔地域の対応(19件)、⑦誘致促進(17件)、⑨雇用(26件)に対する意見が多く見られた。

※()内数値は、アフターコーディングツールを活用した関連意見の出現数。なお、数値は絶対値ではなく、参考値である。

①産業振興の方向性

- ・ 子ども達が立川に生まれて、生活しやすい環境づくり
- ・ 多摩地域の中核機能を担い、多摩地域全体の活性化
- ・ 産業の発展と環境問題対策の両立

②まちの個性・特色を活かした産業振興

- ・ 立川市の産業の特徴が思い浮かばない
- ・ 立川市独自の特色を活かした産業の発展(映画・アニメ・ゲームとのコラボ、グリーンスプリングスのさらなる活用、昭和記念公園、多摩川、文化・スポーツとのコラボ等)
- ・ 都心部と差別化できる個性ある小売・飲食業の育成(例:吉祥寺、高円寺等)
- ・ 立川の特色・強みを活かした人材集め
- ・ 中心市街地の活性化を郊外地のバランスを取った産業振興
- ・ 名産品開発

③商業・サービス業振興

- ・ インバウンドを含めた来街者が流動する活気のあるまちづくり
- ・ 中小商店の事業承継を高め、個性ある個店の存続
- ・ 個店利用支援(ポイント付与等)
- ・ 販売促進事業の実施(Pay Payキャンペーンの実施等)
- ・ 市内事業者の販売ポータルサイトの構築(立川市ネットショップ)
- ・ 特色ある商店街の創出
- ・ 商店街の集約化

④賑わい・来街者の増加

- ・ イベントが少ない秋冬のイベント開催
- ・ イベントに合わせた飲食店メニューの開発
- ・ 子育て世代向けイベントの開催
- ・ 立川駅周辺での立川農産品の販売
- ・ 立川駅周辺の賑わい創出のためのビルオーナーの参画促進

⑤遠隔地域の対応

- ・ 遠隔地域の商業振興（若い層が増えている西砂川での新規出店の誘致 等）
- ・ 郊外地は商業施設が少なく、高齢者にとっては買い物不便。バス停も少なく移動が困難（市北部（西武拝島線沿線附近）、柴崎町）
- ・ 郊外地における高齢者の買い物環境の向上（スーパー、ドラッグストアの誘致等）
- ・ 個店と市の連携による、郊外地への移動販売の実施
- ・ IT 機器に不慣れな高齢者の買い物対策（移動販売、御用聞き 等）

⑥工業振興

- ・ 区部との差別化を図り、新たな技術・製品開発に向けた実証実験の場としての発展
- ・ 基礎研究機関における研究を基盤とした起業促進

⑦誘致促進

- ・ 企業誘致によるビジネスのまち（大企業、オフィス機能）
- ・ 中核となる産業の誘致（例えば、IT 産業、防災関連施設が多いことを活かした関連企業の集積等）
- ・ 大学の誘致

⑧創業支援

- ・ 中・高校生向けの起業に関するワークショップ、企画運営力育成に向けた事業（例：地産地消メニューを開発、キッチンカーで販売）の実施
- ・ 起業者が利用できるワークスペースや会議スペースの整備

⑨雇用

- ・ 就労希望の高齢者の雇用支援
- ・ 就職氷河期世代の雇用支援
- ・ 障害者雇用支援（雇用企業への支援）
- ・ 子育て世代の働く環境の向上（保育園の充実（遠い）、シングルペアレント支援 等）
- ・ 子育て世代の雇用促進（自宅近くでの就労）
- ・ 多摩地域の雇用の場づくり（立川より東部の人材確保）

⑩まちづくり・土地利用・ハード施設

- ・ 南口駅前の整備・開発
- ・ 北口駅前の景観、道路拡幅
- ・ 未利用地の活用
- ・ 駐輪場の設置（以前あったモノレール下の駐輪場の復活等）
- ・ 立川駅周辺の歩道整備
- ・ 来街者向けアーケードの整備

⑪交通

- ・ 市北部における交通の利便性向上（バスの増便等）
- ・ 立川駅周辺の渋滞対策
- ・ 南武線の羽田空港への直通化

⑫安全・美化

- ・ 立川駅周辺の景観形成（風俗店・飲食店が混在）
- ・ 立川駅周辺のゴミ対策・美化（タバコの吸い殻やゴミ放置 等）
- ・ 終電後の酔客対策

⑬情報発信

- ・ インバウンド向けの情報発信の強化
- ・ 市のホームページの改善（必要なページに行きつかない）
- ・ 地元野菜を利用している飲食店のアピール