

清瀬市商工振興計画アンケート調査
報告書
(清瀬市事業者意向調査票)

令和7年2月

目次

第1章 アンケート調査実施概要.....	1
1. 調査目的.....	1
2. 調査の実施概要.....	1
3. 報告書の見方.....	1
第2章 調査結果.....	2
1. 調査結果内容について.....	2

第1章 アンケート調査実施概要

1. 調査目的

本調査は、次期清瀬市商工振興計画を策定するにあたり、地域経済の現状を分析し、市内事業者の支援ニーズ等を把握するとともに計画策定の基礎資料とするために実施しました。

2. 調査の実施概要

調査対象	清瀬市内にある事業所 (清瀬商工会会員および事業所母集団データベース(総務省)からの無作為抽出)
総発送数	762通 ※800通郵送、宛先不明の38件を除いた値。
調査方法	郵送により配付・回収、WEB回収併用
調査期間	令和6年12月13日～令和7年1月31日
有効回収数	267件(郵送:194、WEB:73)
有効回収率	35% ※有効回収数(267)÷総発送数(762)×100にて算出。
調査内容	○回答者の属性 ○買い物に関すること ○商店街・労働・観光・創業等に関すること
その他	質問内容については、経年比較を目的とするため、平成31年(2019年)策定の清瀬市商工振興計画に準拠しています。

3. 報告書の見方

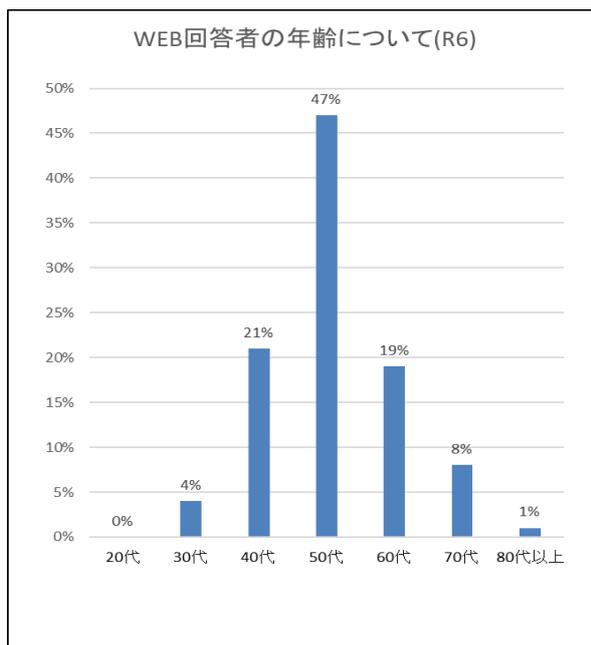
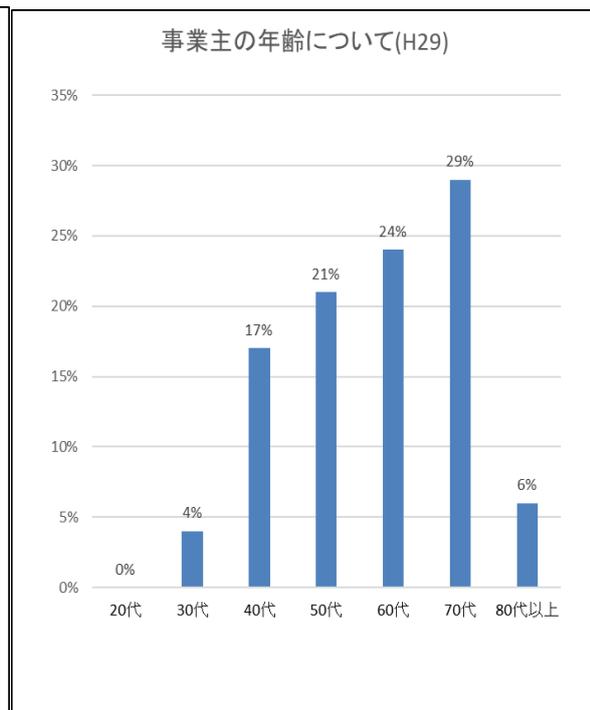
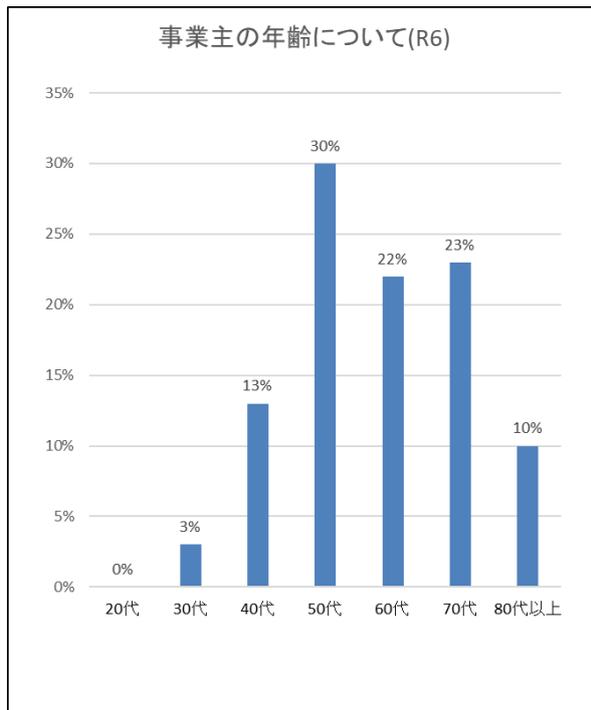
- 1 図表中のnとは、回答者総数(または該当設問での該当者数)のことです。
- 2 集計は、小数点第1位を四捨五入しており、数値の合計が100.0%にならない場合があります。
- 3 本文や図表内の選択肢表記は、場合によっては語句を短縮・簡略化しています。

第2章 調査結果

1 調査結果内容について

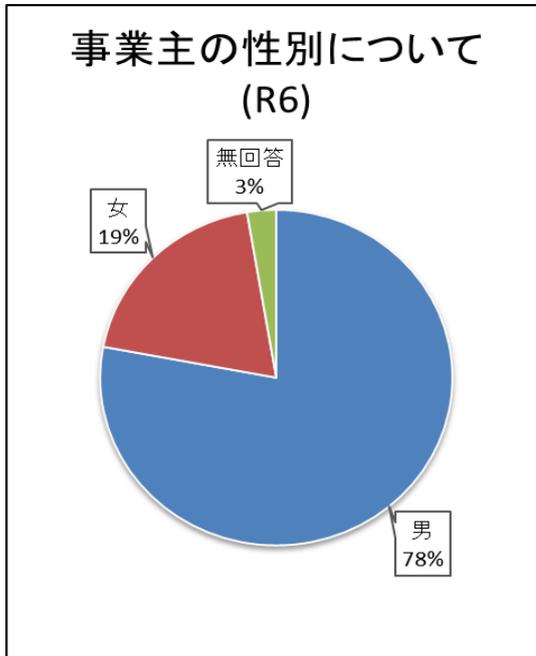
Q1-1. 事業主の年齢について(n=264)

○事業主の年齢については、50代の回答「77人」(30%)が最も高く、次いで70代の回答が「59人」(23%)、40代の回答が「35人」(13%)となっております。前回調査時と比較すると50代の回答が増加しました。WEB回答者の割合は50代が一番多く、WEBで簡単に回答できるようになったことも要因の一つとして考えられます。



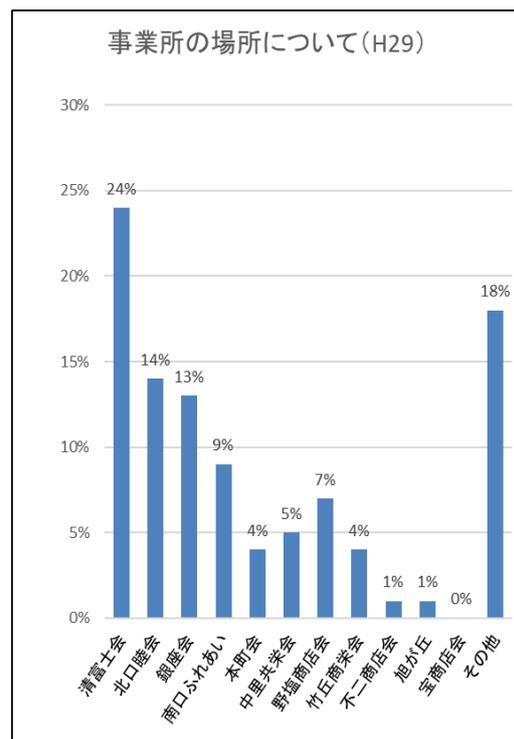
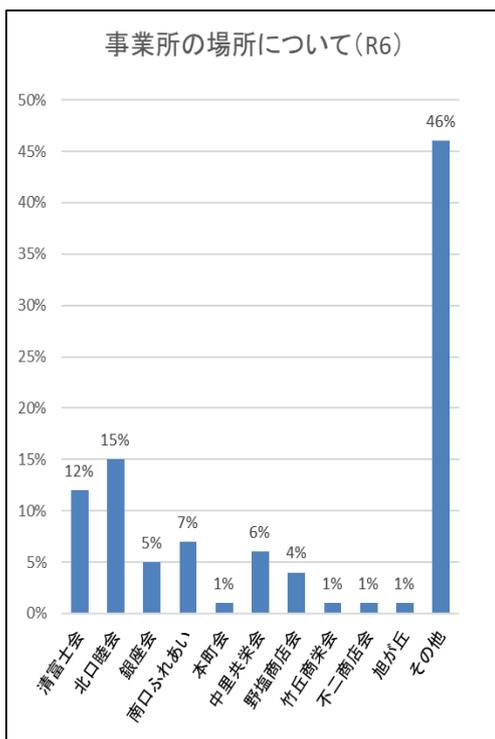
Q1-2. 【新規設問】事業主の性別について(n=263)

○事業主の性別については、「男」が「205人」(78%)、「女」が「51人」(19%)、無回答「7人」(3%)となっています。



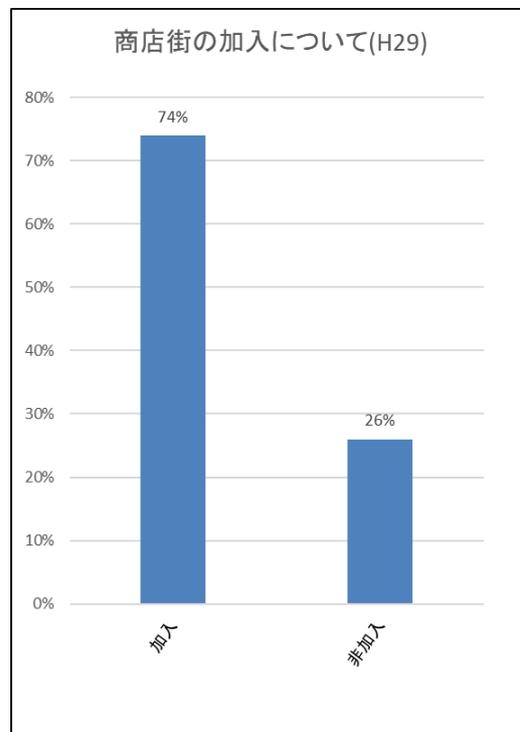
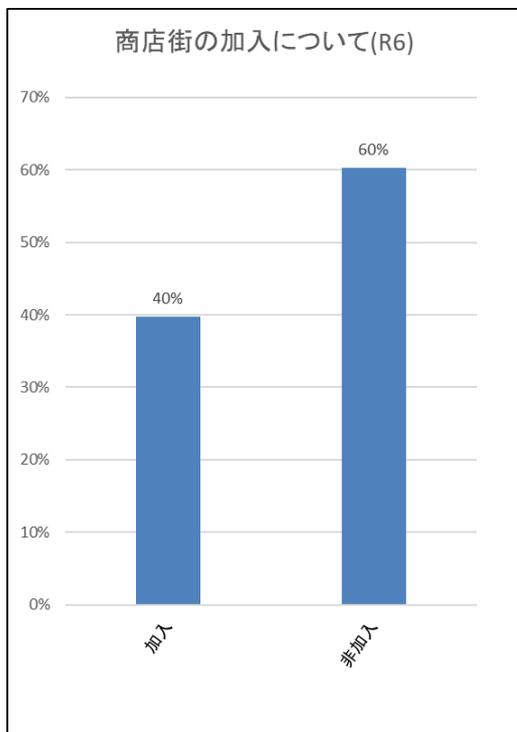
Q2. 事業所の場所について(n=252)

○事業所の場所については、「その他」(46%)が最も高く、次いで「北口睦会」(15%)となっています。前回調査時から「その他」の回答が増加しています。「その他」の内容としては、「事業所を構えていない」、「自宅」という回答が見られ、コロナ禍を経て、テレワークの拡大などから事業所を構えず自宅をオフィスとする傾向が増加していることが考えられます。



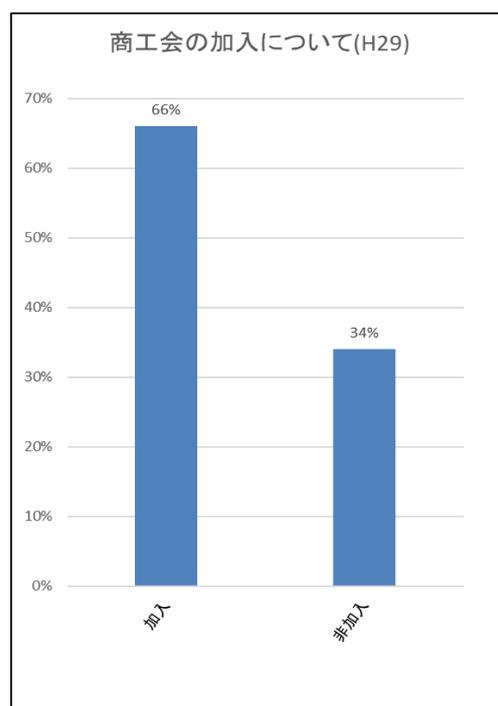
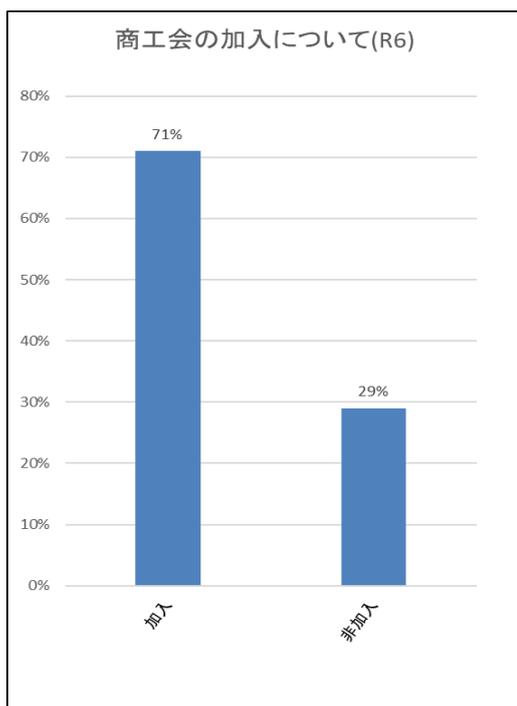
Q3. 商店街・商店会の加入について(n=259)

○商店街・商店会の加入については、「非加入」(60%)、「加入」(40%)となっています。前回調査時は商店街経由によるアンケートの直接配布を行っていたことから「加入」が74%となっていました。配布方法を変えたことにより「加入」が大きく減少しています。



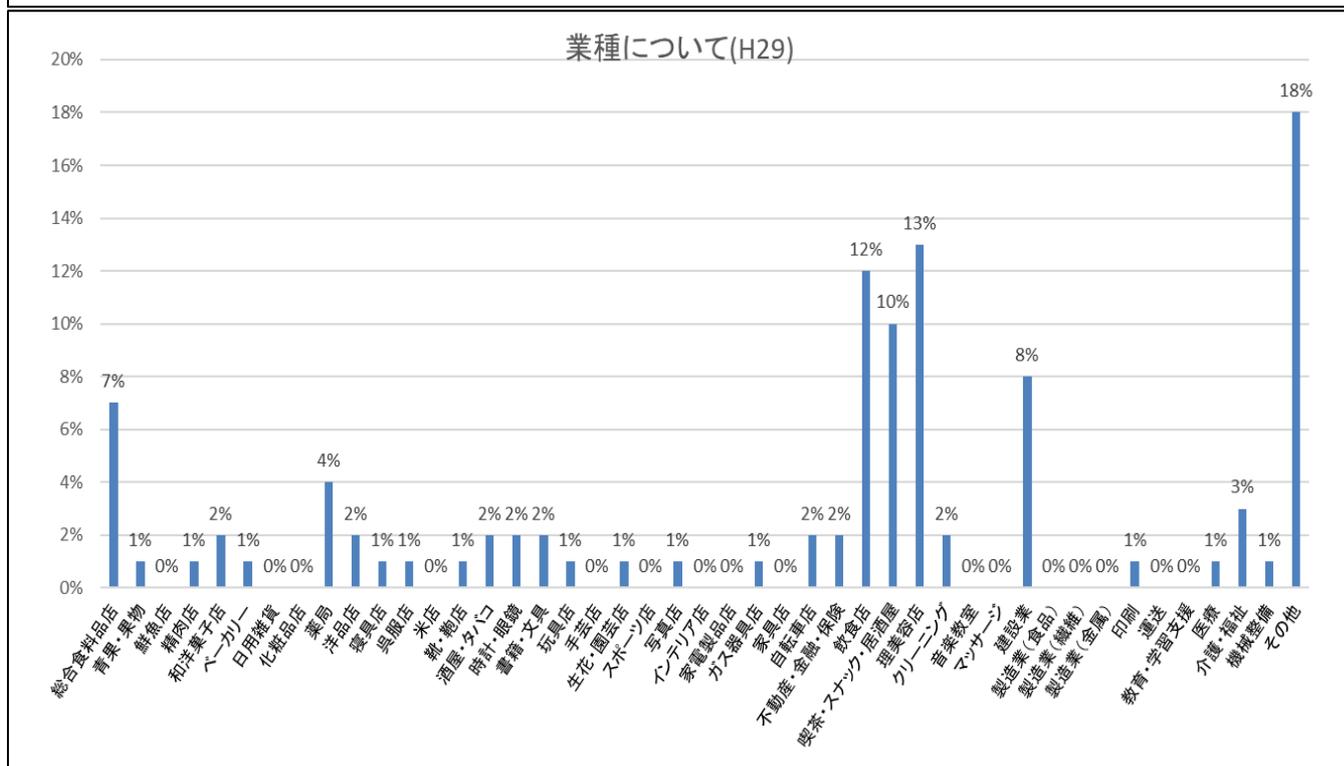
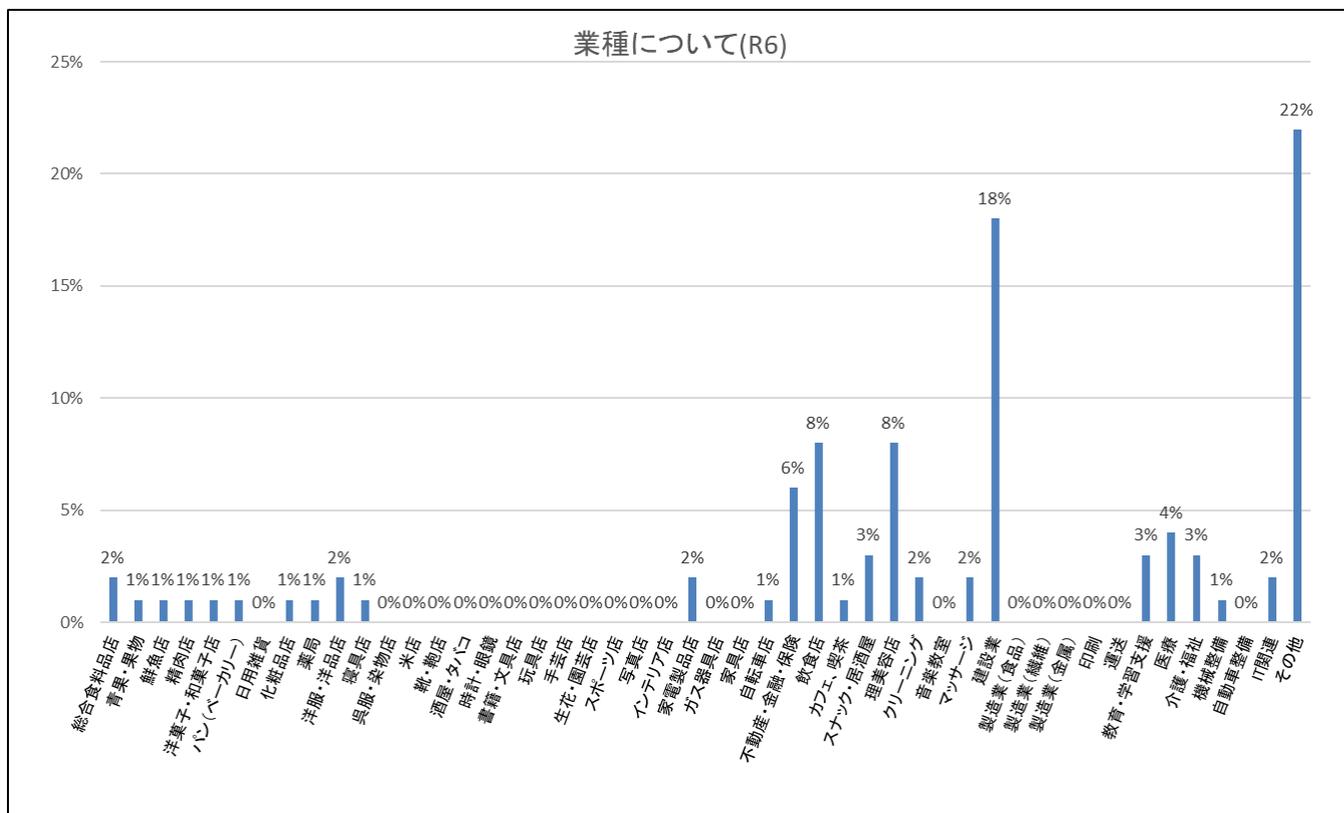
Q4. 商工会の加入について(n=261)

○商工会の加入については、「加入」(71%)、「非加入」(29%)となっています。



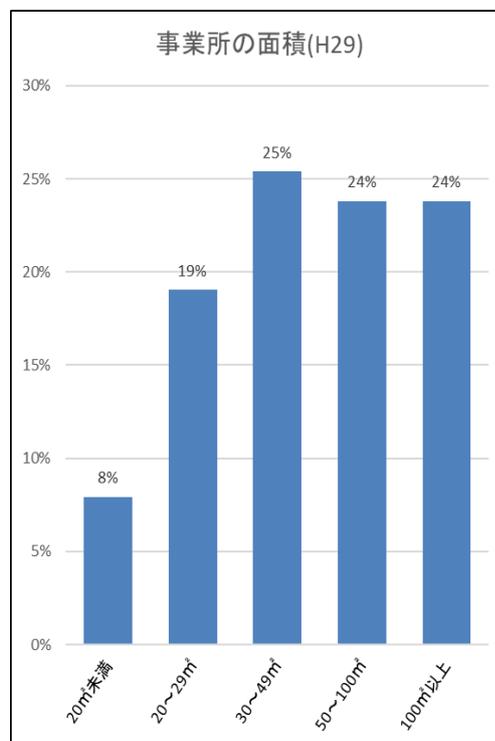
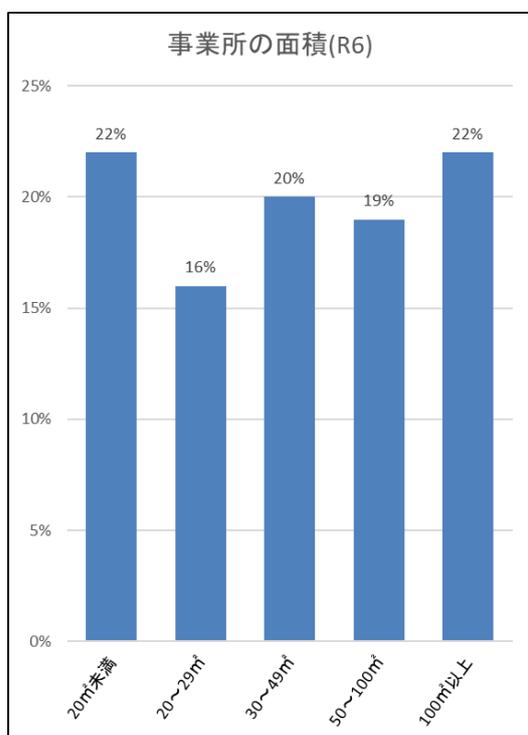
Q5. 業種について(n=264)

○業種については、「その他」(22%)が最も高く、次いで「建設業」(18%)、「理美容店」(8%)となっています。「その他」としては、清掃業、葬祭業、税理士など多種多様な回答がありました。前回調査時と比較すると「飲食店」が減少し、「建設業」が大きく増加しました。



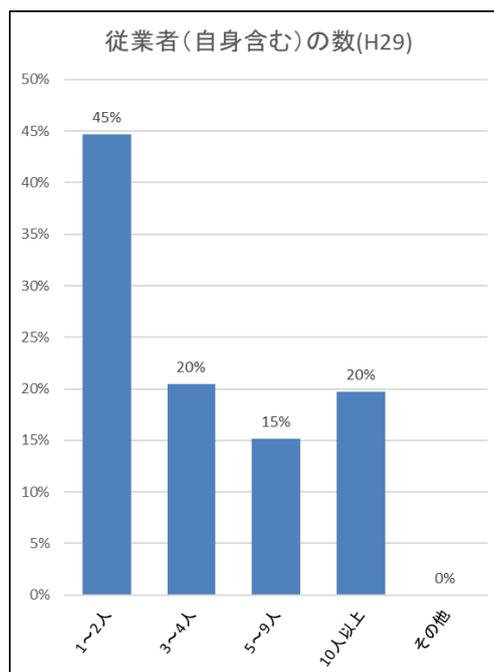
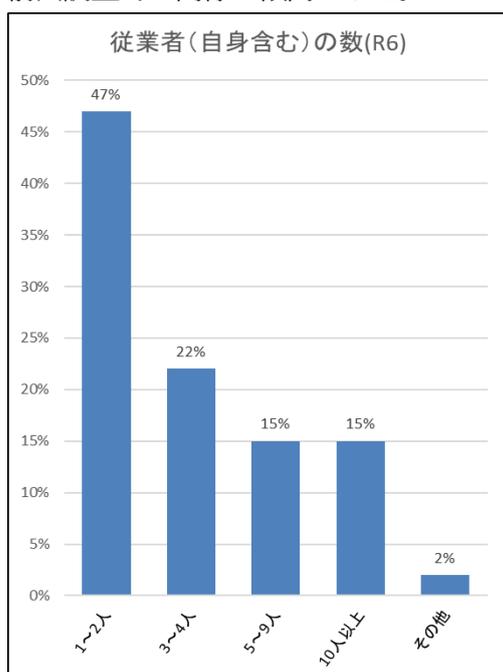
Q6. 事業所の面積について(n=249)

○事業所の面積については、「100 m²以上」(22%)、「20 m²未満」(22%)と同率で最も高くなっており、前回調査時と比較すると、「20 m²未満」が増加しています。テレワークの拡大など自宅をオフィスとする傾向が増加していることが要因として考えられます。



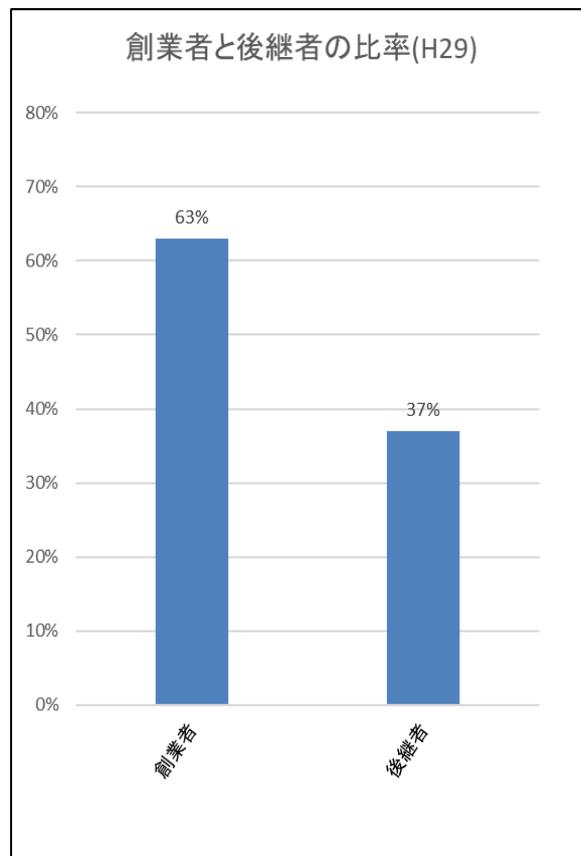
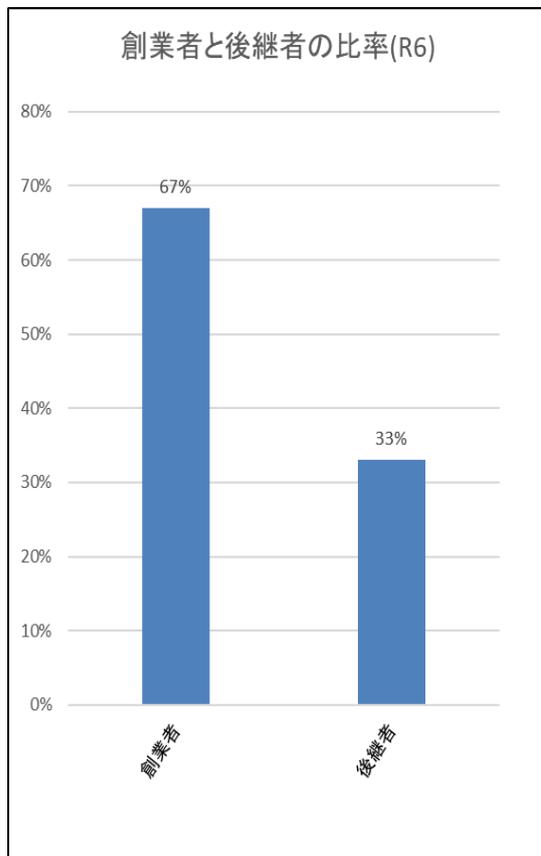
Q7. 自身を含めた従業者数について(n=265)

○従業者数については、「1~2人」(47%)が最も高く、次いで「3~4人」(22%)となっており、前回調査時と同様の傾向でした。



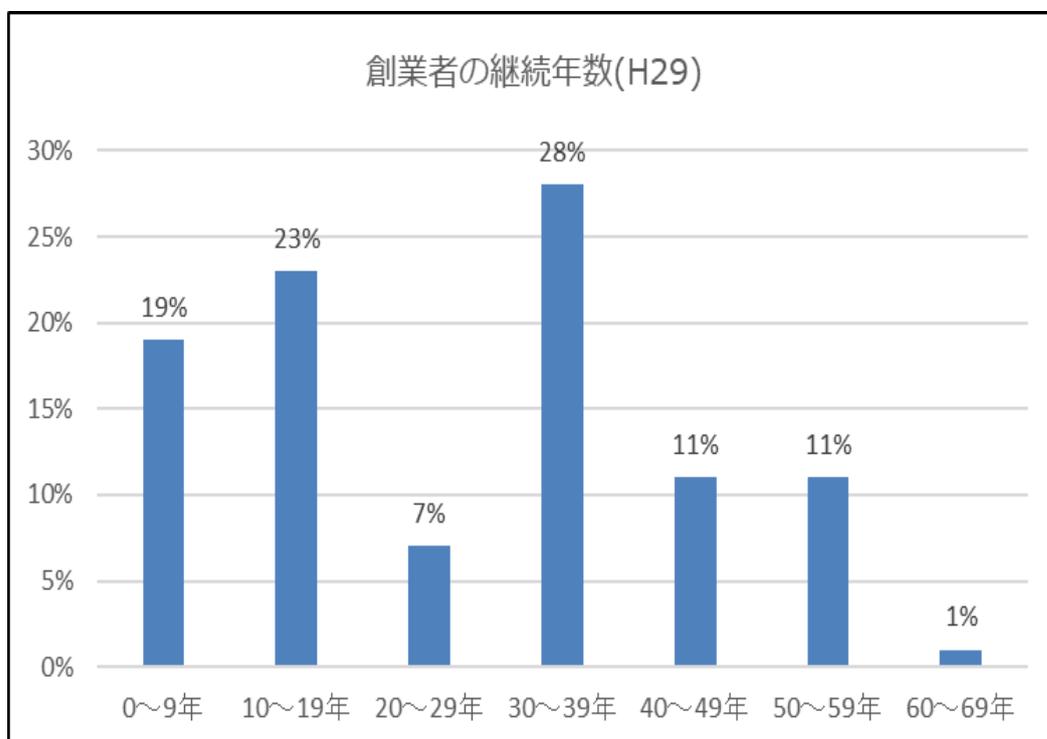
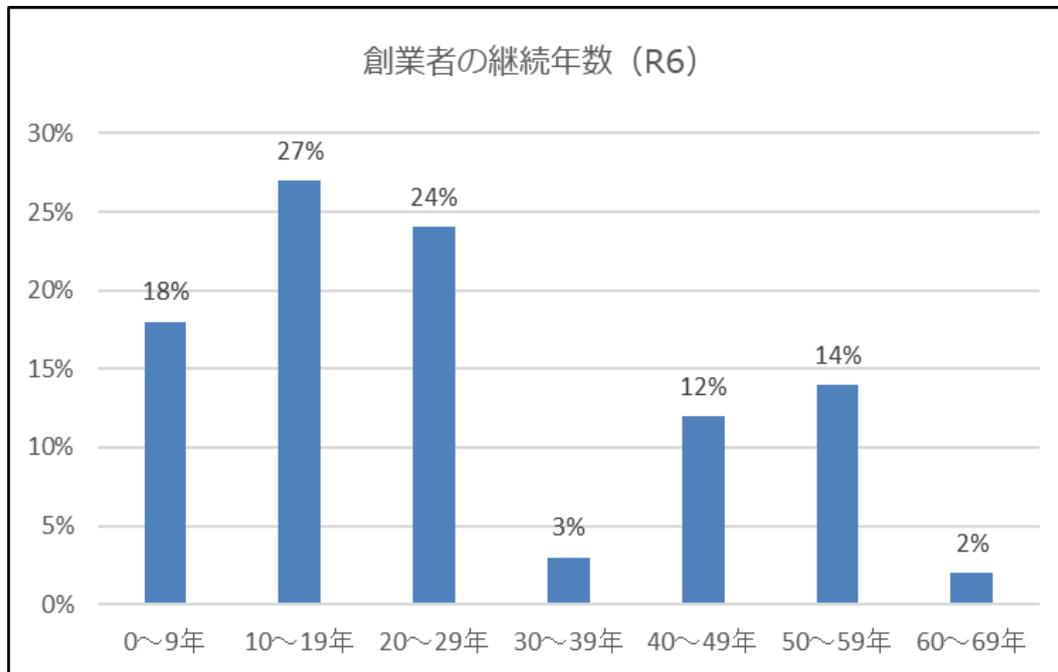
Q8. 創業者か後継者か(n=257)

○創業者と後継者の比率については、「創業者」(67%)、「後継者」(33%)となっており、前回調査時から創業者の割合が増加しました。



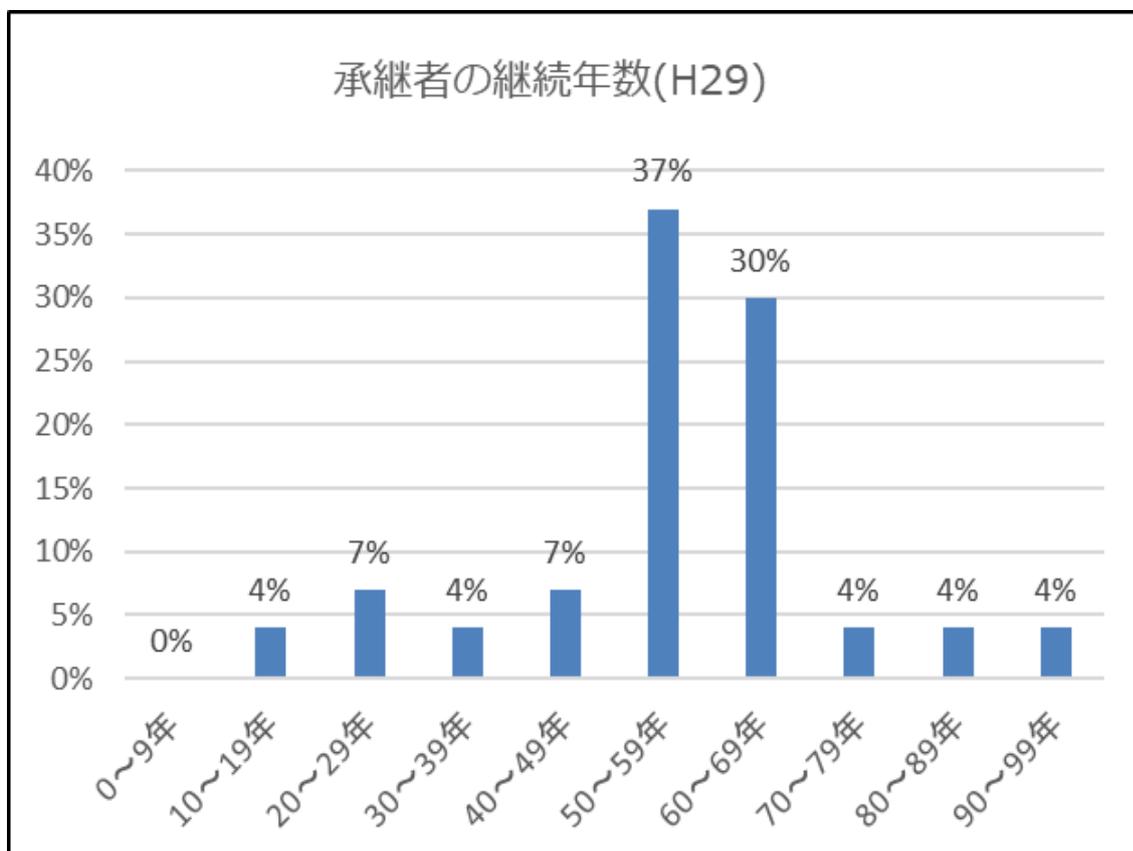
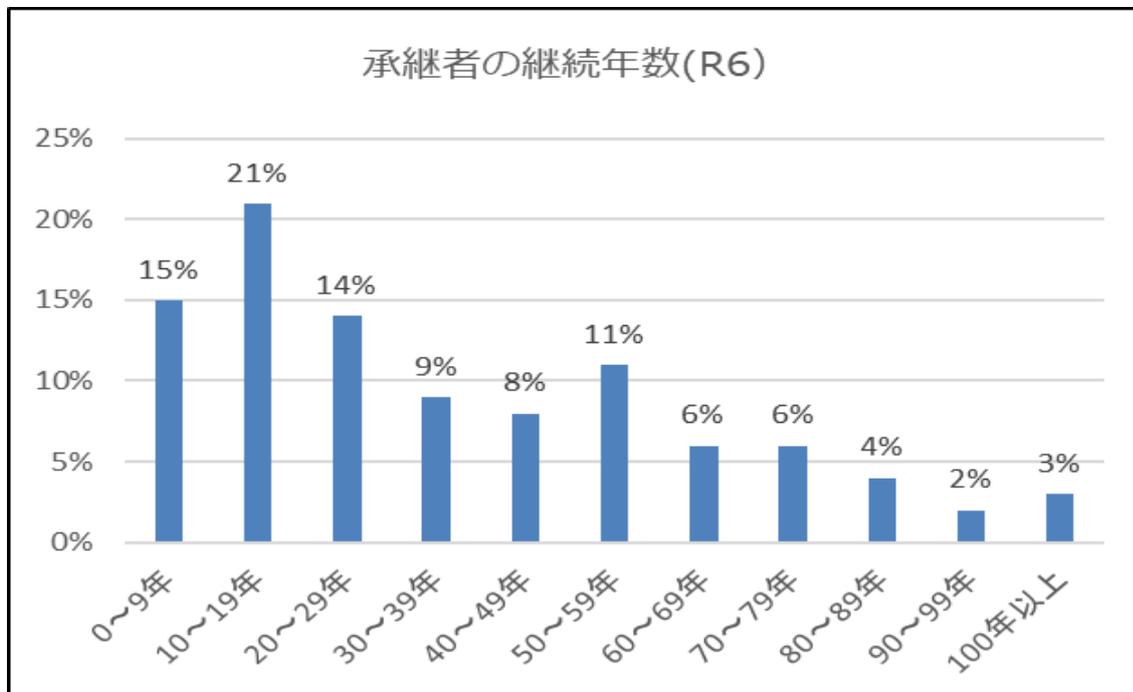
Q8 関連. 創業者の継続年数について(n=158)

○創業者の継続年数については、「10～19年」(27%)が最も高く、次いで「20～29年」(24%)となりました。前回調査時よりも「30～39年」の割合が大きく減少して、「20～29年」の割合が増加しました。



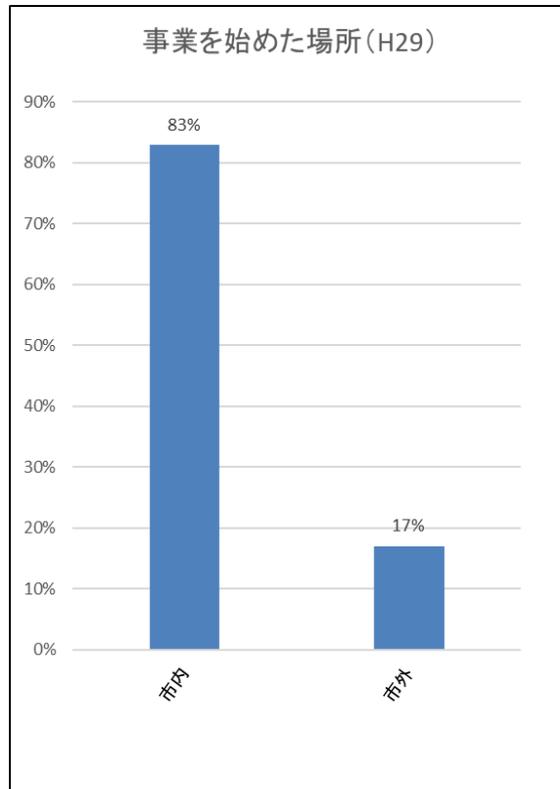
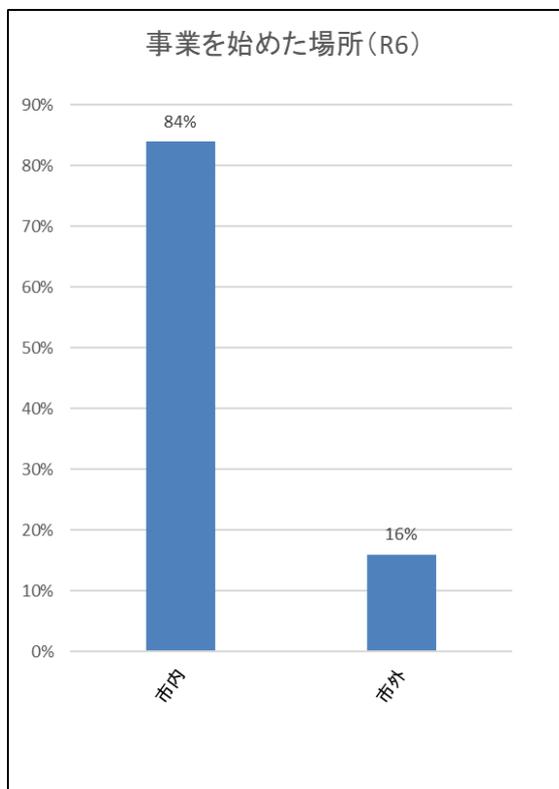
Q8 関連. 承継者の継続年数について(n=99)

○創業者からの事業継続年数については、「10～19年」(21%)が最も高く、次いで「0～9年」(15%)、となっており、前回調査時よりも「50～59年」、「60～69年」と回答した方の割合が大きく減少しました。老舗等の廃業が要因の一つと考えられます。



Q9. 現在の事業をどこで始めたか (n=262)

○現在の事業をどこで始めたかについては、「市内」が84%、「市外」が16%となっています。市外の主な創業地は、東村山市、東久留米市など近隣市が多く見られました。



【市外の主な創業地】

東村山市	5 件
東久留米市	4 件
練馬区	4 件
西東京市	2 件
町田市	2 件
富士見市	2 件
小平市	1 件
国立市	1 件
立川市	1 件
調布市	1 件
所沢市	1 件
新座市	1 件
蕨市	1 件
狭山市	1 件
その他都内区部	6 件
神奈川県	3 件
中国	1 件

Q10. 清瀬で創業または事業を継続した理由

○清瀬で創業または事業を継続した理由について、「立地・物件の条件が良い」が最も高く、次いで「生まれ、育ち、家族等が清瀬」となっています。

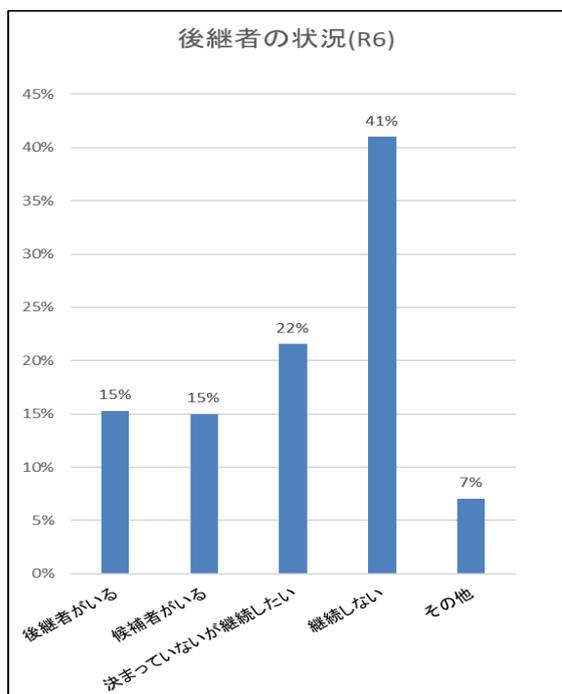
Q10. 清瀬で創業または事業を継続した理由

(複数要素抽出)

(1) 立地・物件の条件が良い	14 件
(2) 生まれ・育ち・家族等が清瀬	9 件
(3) 顧客が清瀬周辺にいるから	5 件
(4) 清瀬が好き (地元貢献したい)	4 件
(5) 現在の仕事が好きだから	3 件
(6) 先代を継いだから	2 件

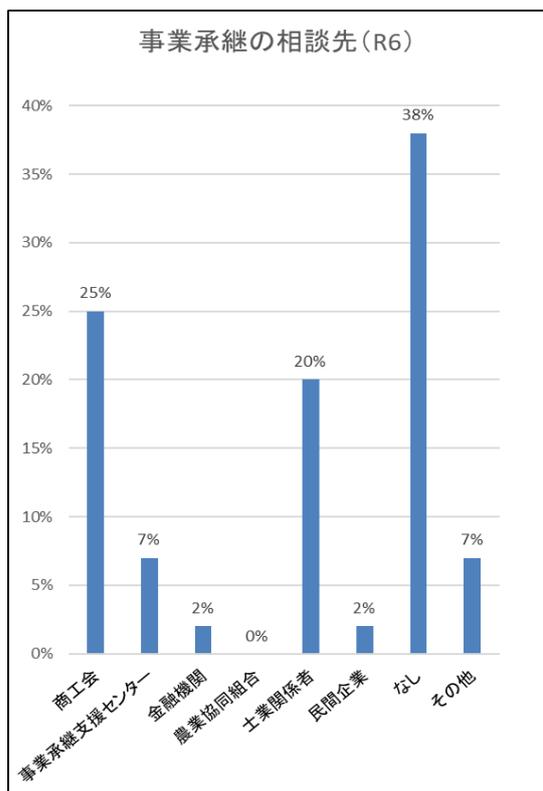
Q11. 【新規設問】後継者の状況について (n=255)

○後継者の状況について、「現在の事業を継続するつもりはない」(41%)が最も高く、次いで「決まっていないが継続したい」(22%)となっています。



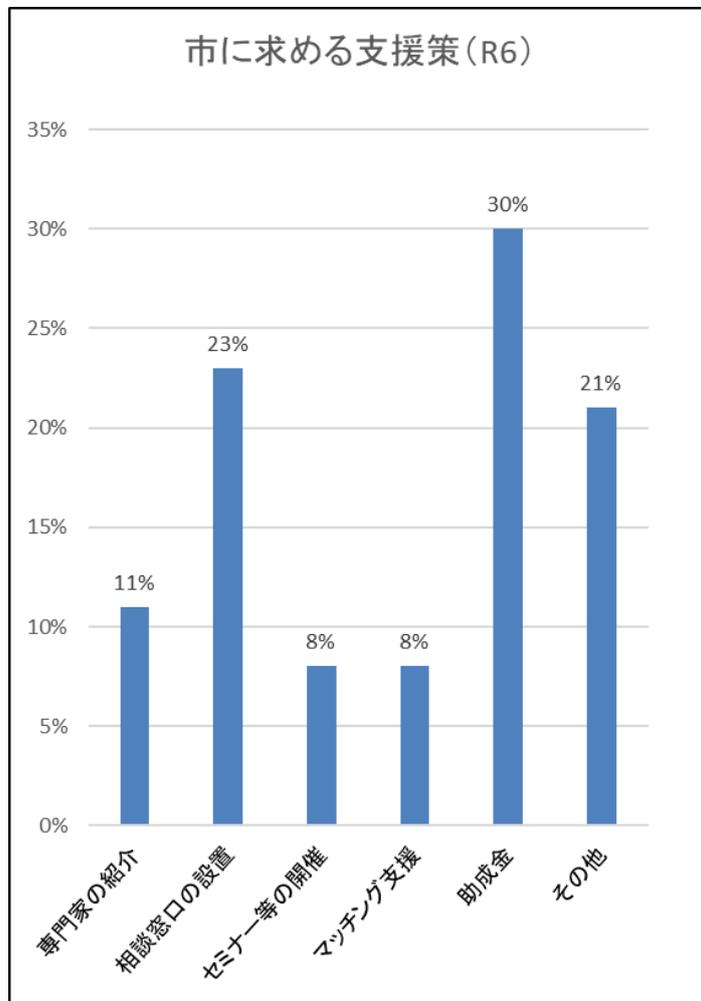
Q12. 【新規設問】Q11で「後継者、候補者は決まっていないが、事業を継続したい」と回答した方の相談先 (n=60)

○相談先については、「なし」(38%)が最も高く、次いで「商工会」(25%)となっています。関係機関と連携しながら、相談先の整備を行っていく必要があります。



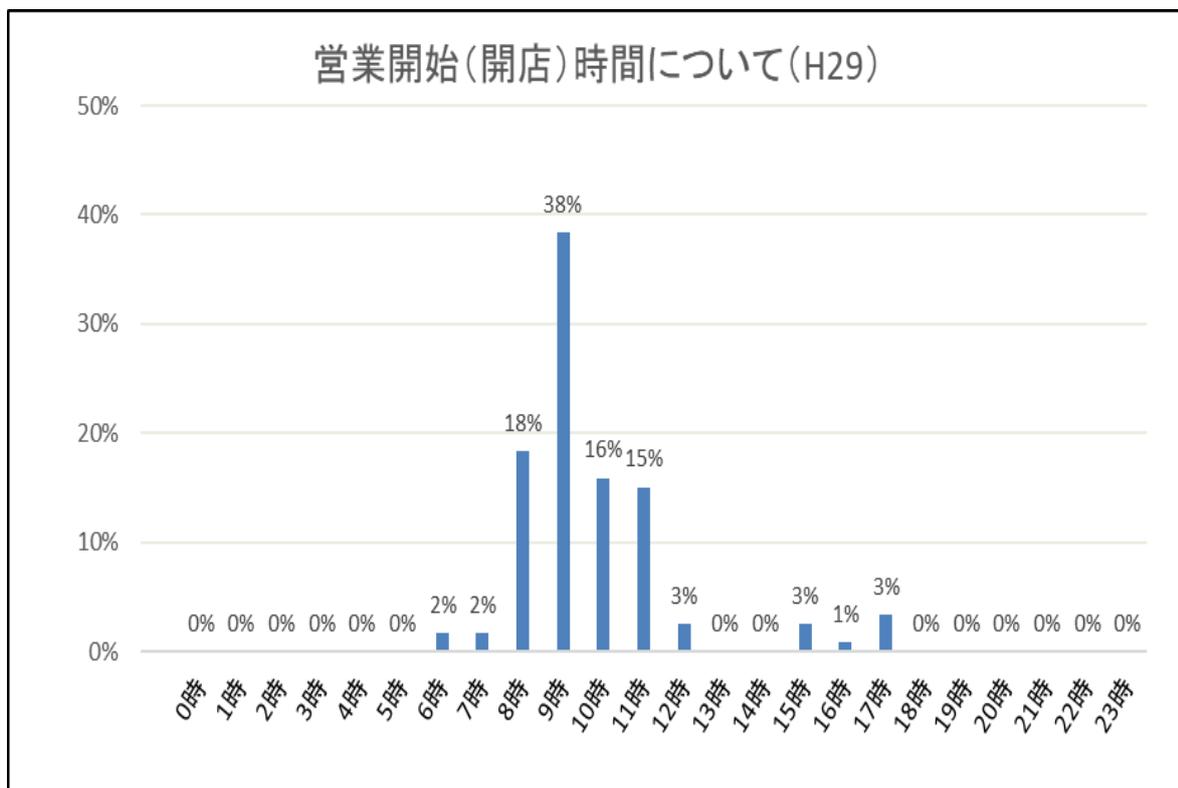
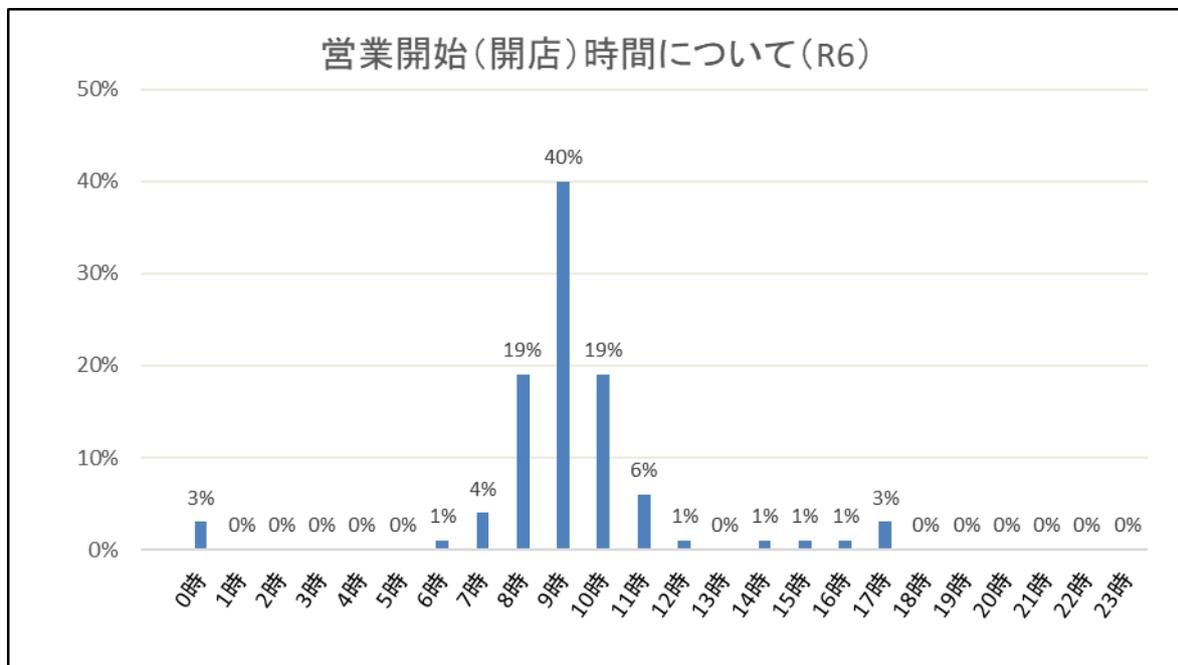
Q13. 市に求める事業承継に関する支援策について (n=53)

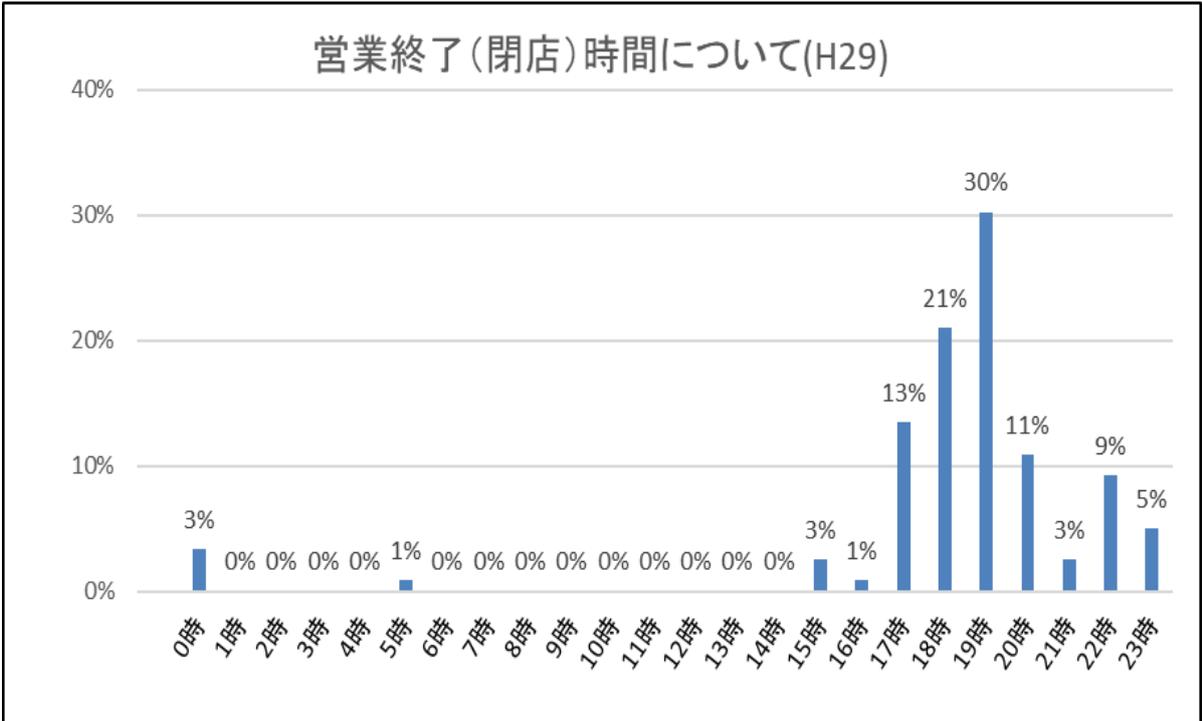
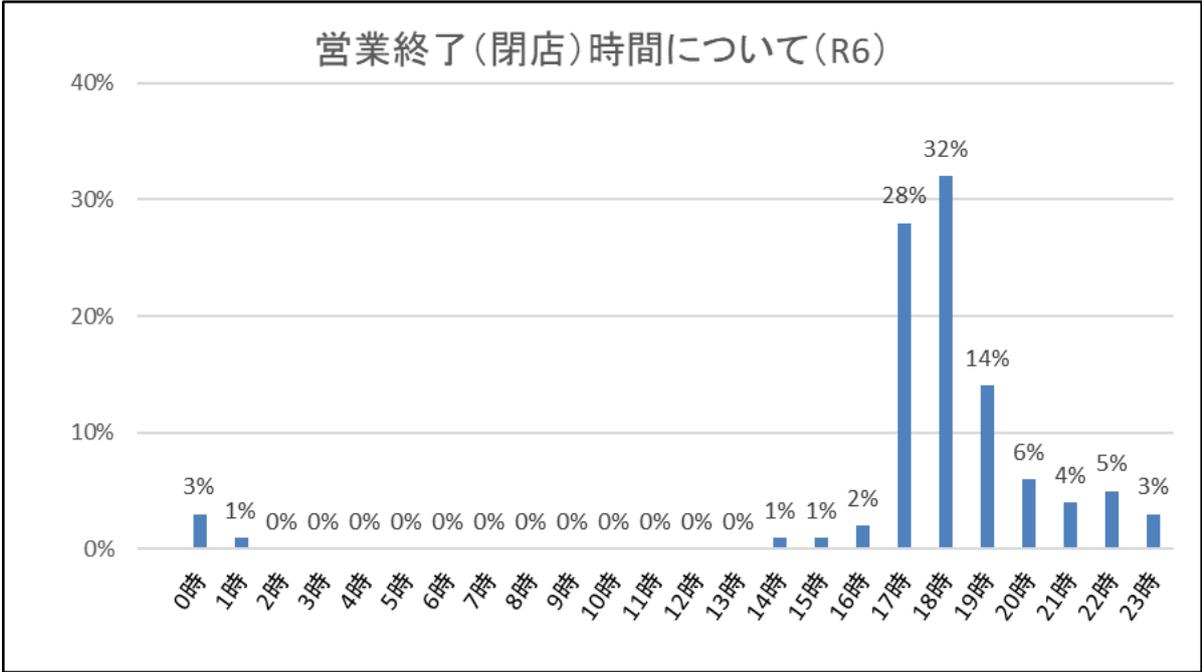
○Q11で「後継者、候補者は決まっていないが、事業を継続したい」と回答した方に市に求める必要な支援策について質問したところ、「助成金」(30%)が最も高く、次いで「相談窓口の設置」(23%)となっています。「専門家の紹介」についても11%となっていることから事業者と後継者について相談できる先の紹介、整備を行う必要があります。



Q14. 事業所（お店）の営業時間について（n=238）

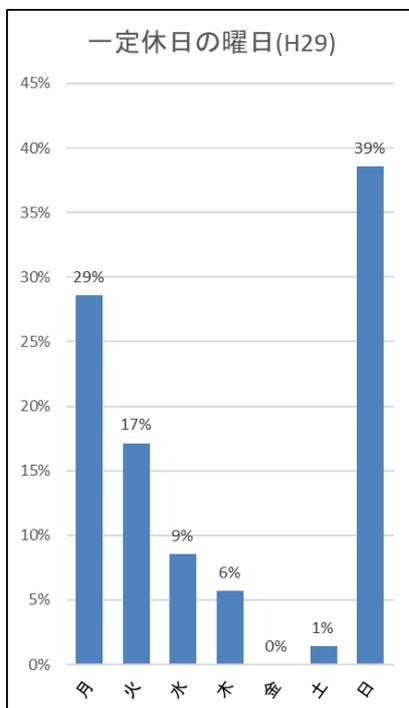
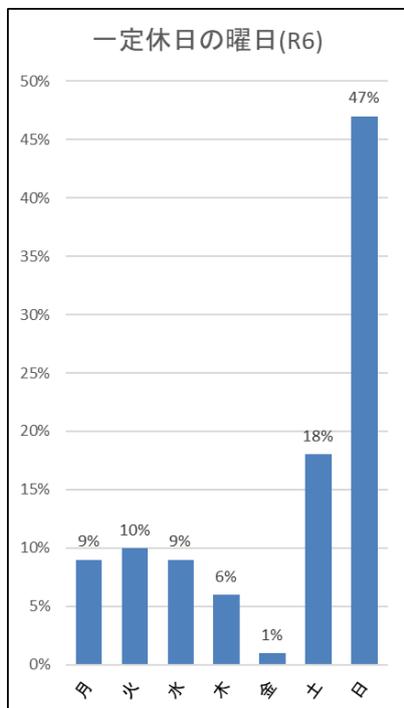
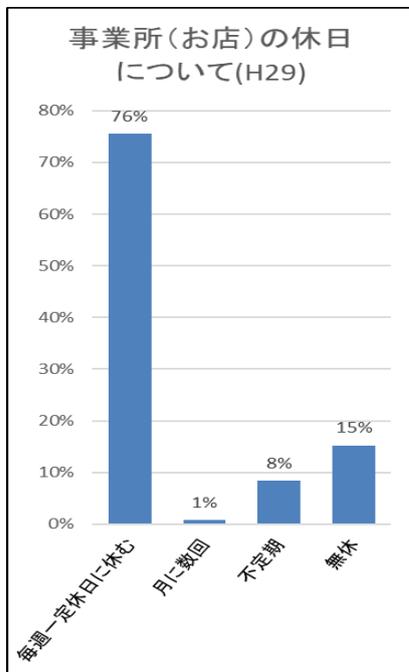
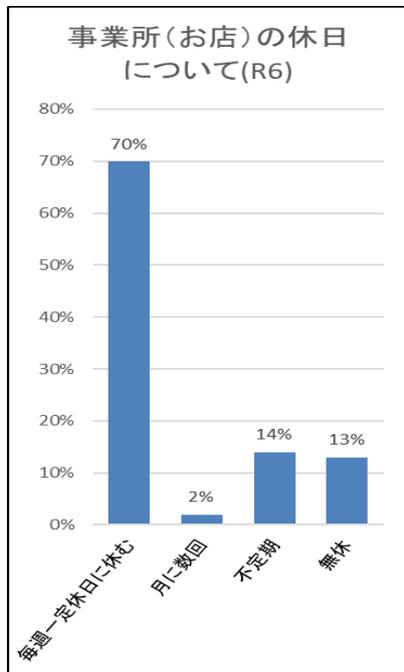
○営業時間については、開店時間については、「9時」（40%）が最も高く、閉店時間は「18時」（32%）となっています。前回調査時と比較すると閉店時間について「19時」が減少しており、営業終了時間が早まっている傾向が見られます。





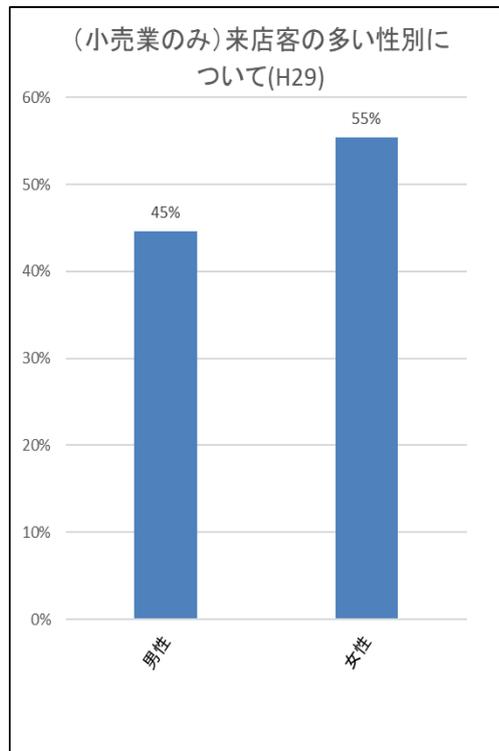
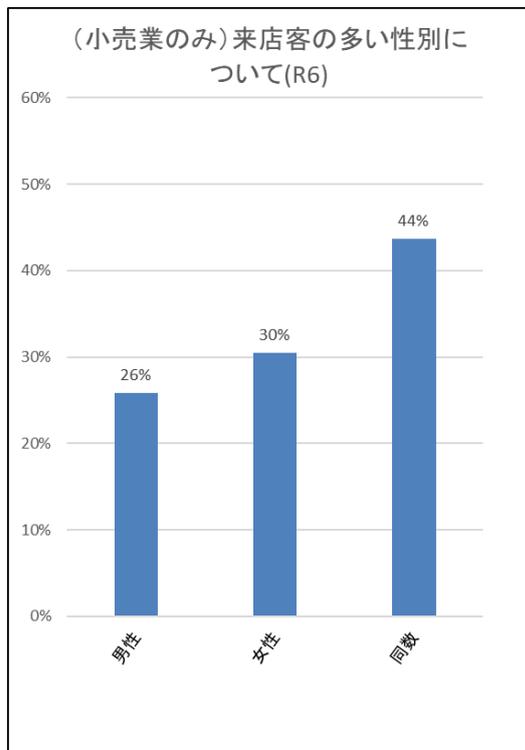
Q15. 事業所（お店）の休日について（n=253）

○事業所（お店）の休日については、「毎週定休日に休む」（70%）が最も高く、定休日の曜日については「日」（47%）、「土」（18%）となっており、前回調査時と比較すると「土」、「日」を定休日と回答した方が増加しました。



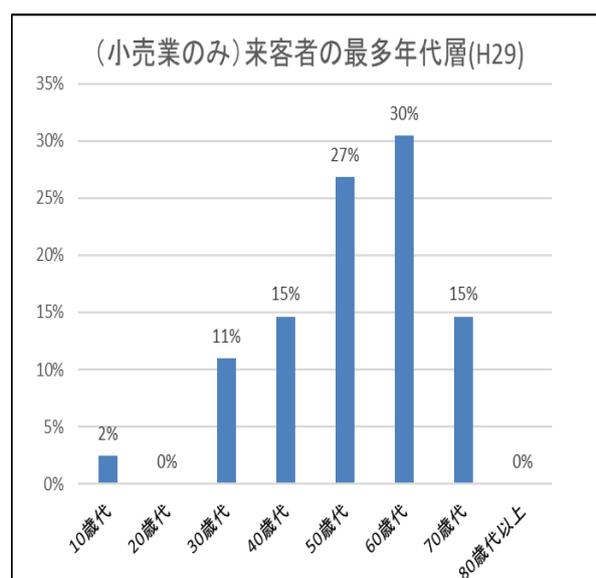
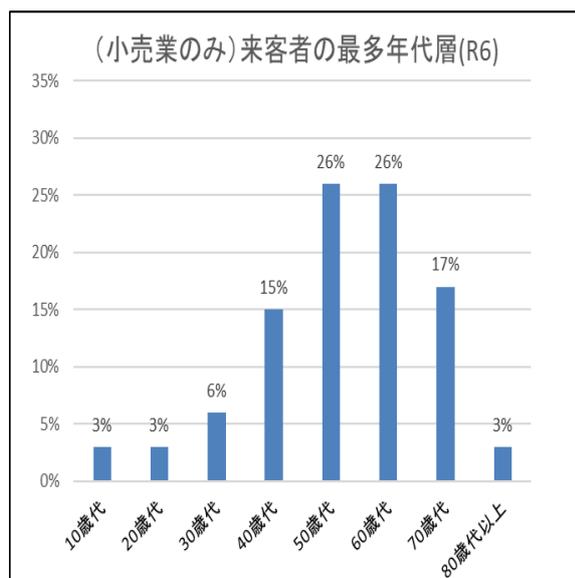
Q16-1. (小売業のみ)来店する客層で多い性別 (n=151)

○性別については、「同数」(44%)が最も高く、次いで「女性」(30%)となっています。



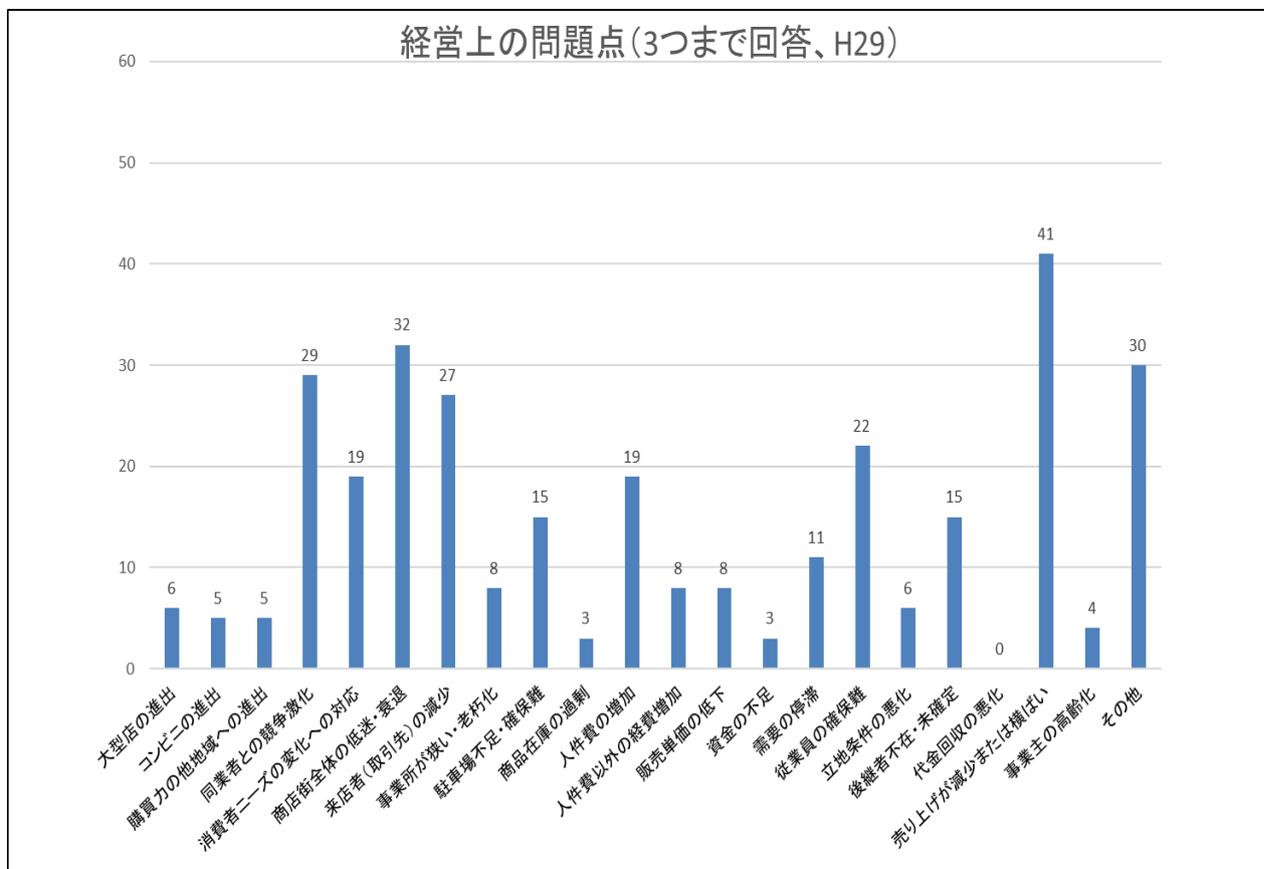
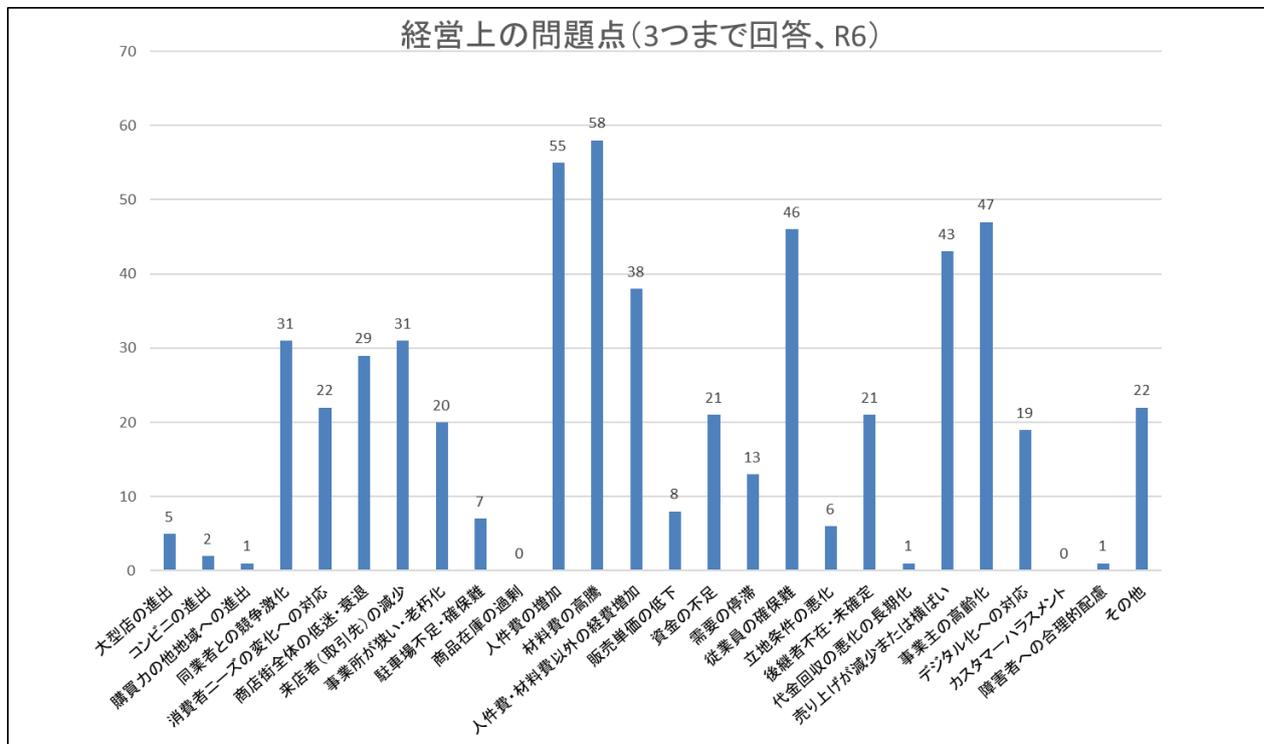
Q16-2. (小売業のみ)来店する客層で多い年齢層について (n=155)

○年齢層については、「50歳代」、「60歳代」が同率(26%)で最も高く、前回調査時より「60歳代」の割合が減少しました。



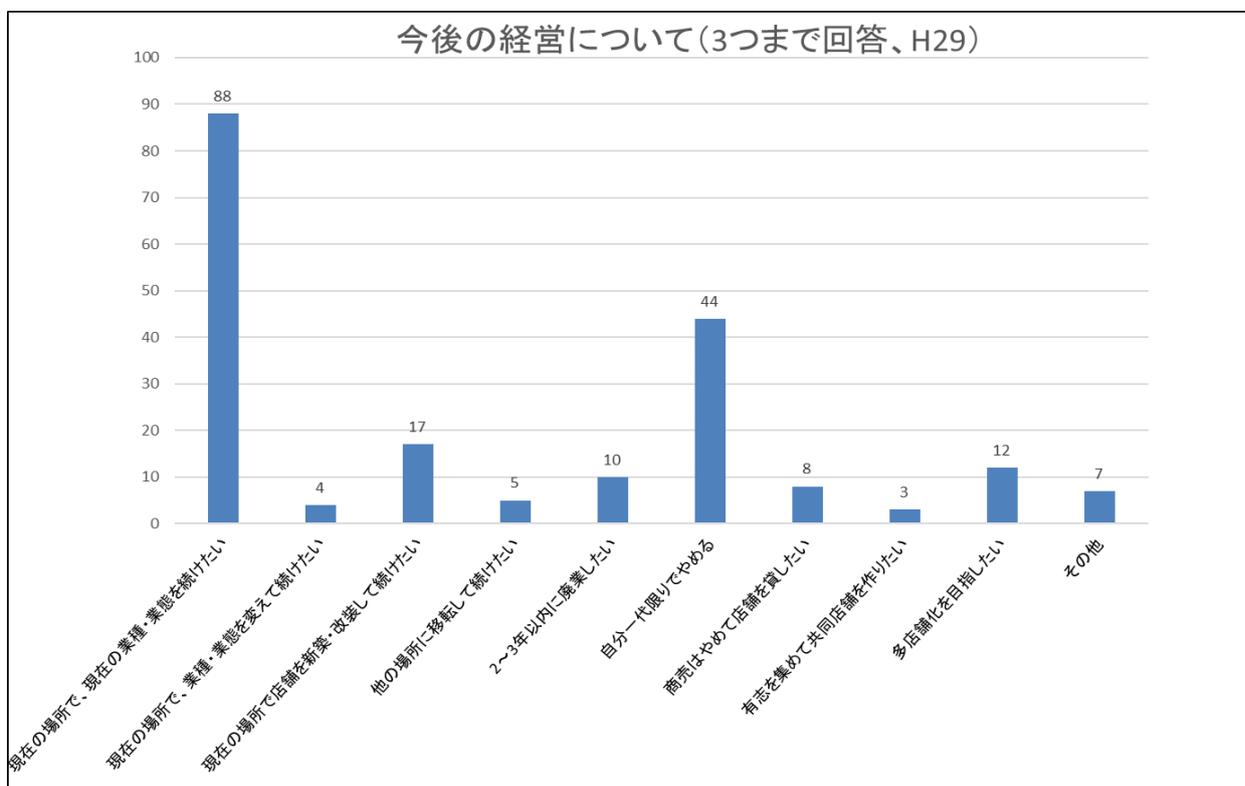
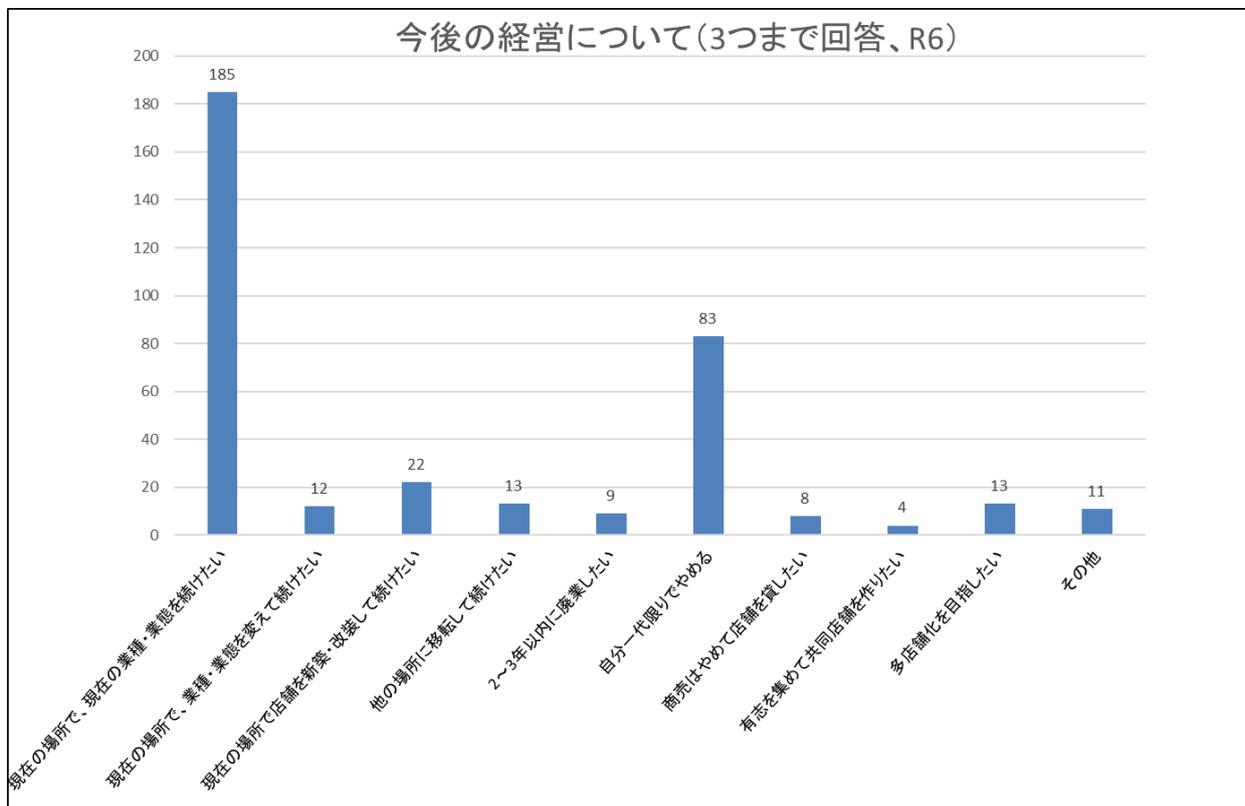
Q17. 事業所を経営していく上での問題点 (3つまで回答 n=537)

○事業所を経営していく問題点については、「材料費の高騰」が最も高く、次いで「人件費の増加」、「事業主の高齢化」となっています。海外情勢などの影響からの物価高騰や労働人口減少による人件費の増加や人手不足について多くの事業所が課題として捉えています。



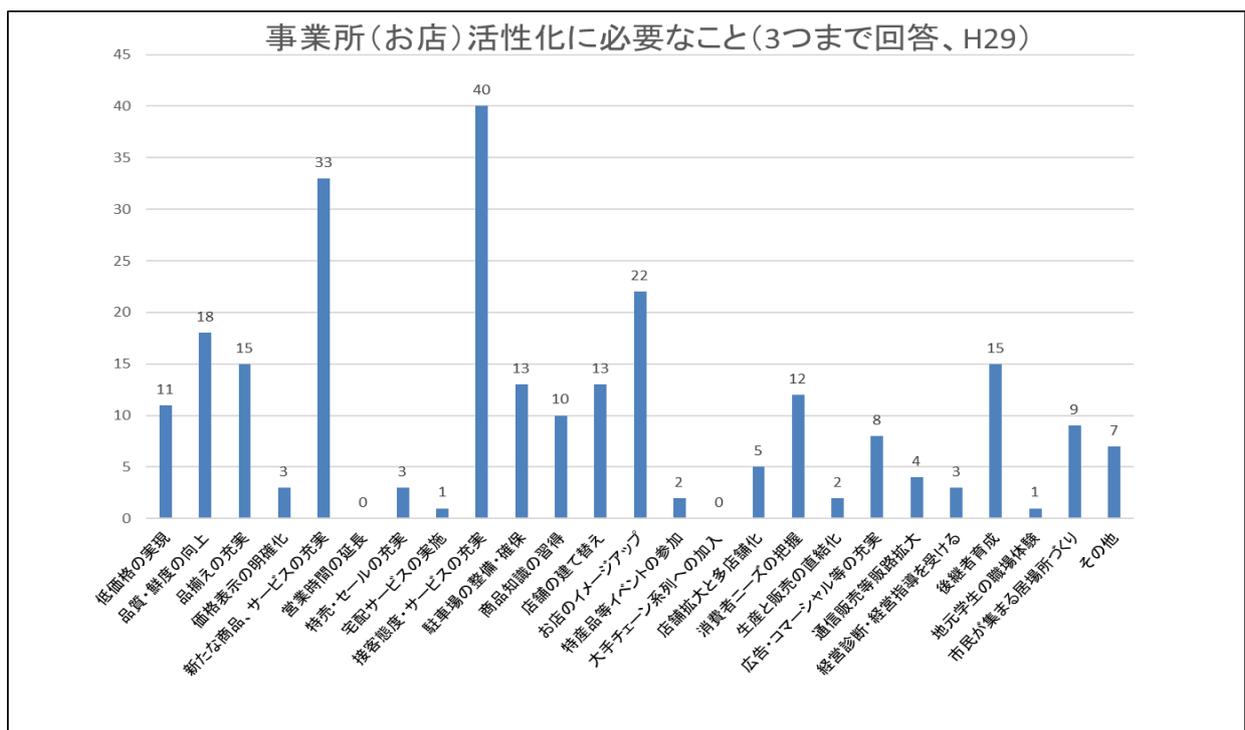
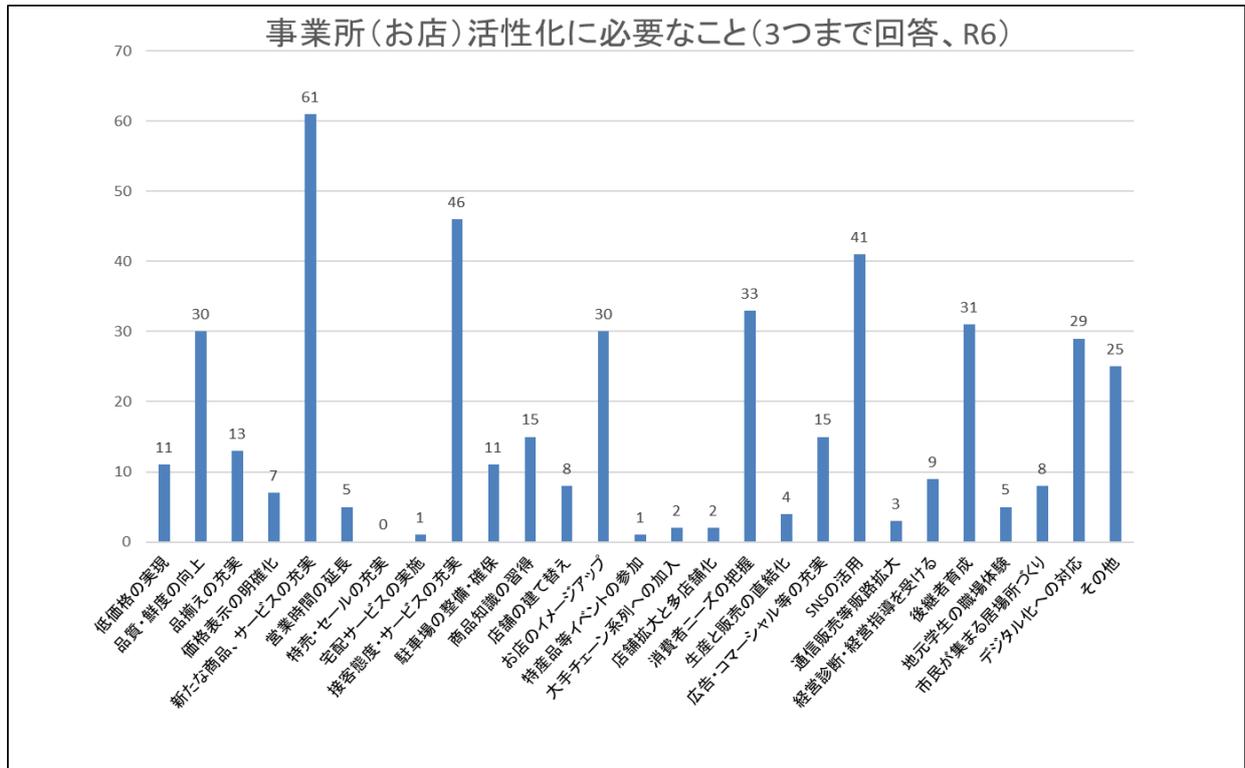
Q18. 事業所（お店）の今後の経営について（3つまで回答 n=360）

○今後の経営について、回答数としては「現在の場所で、現在の業種・業態を続けたい」（185件）が最も多く、次いで、「自分一代限りでやめる」（83件）となっており、前回調査時から大きな変化はありませんでした。



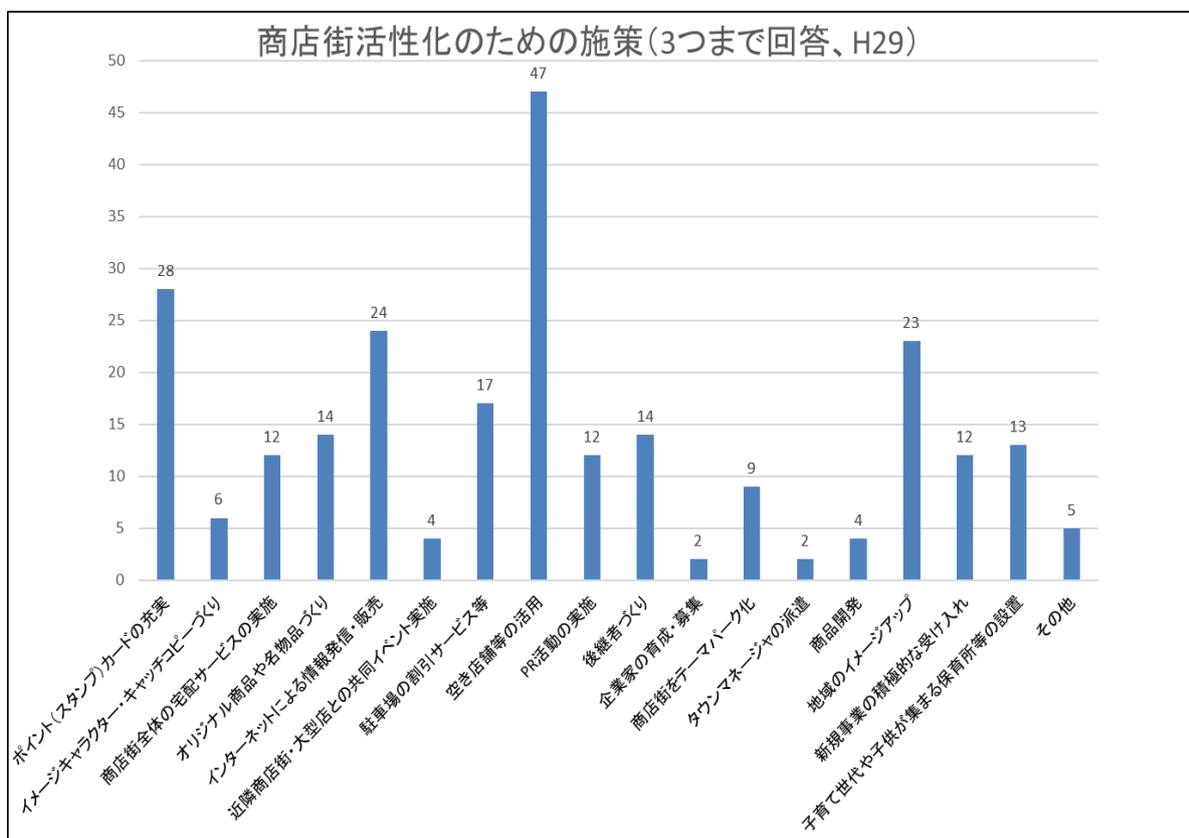
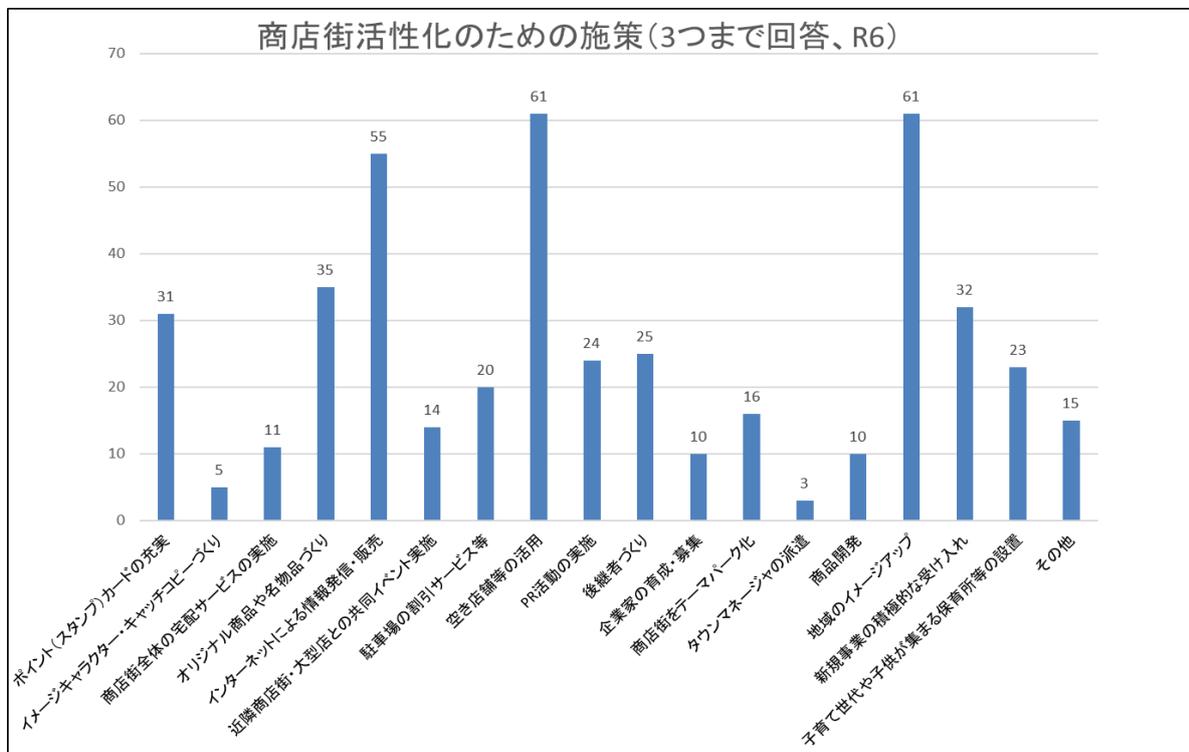
Q19. あなたの事業所（お店）を活性化するためにはどのようなことに取り組む必要があるか
（3つまで回答 n=446）

○お店を活性化する取り組みについては、回答数としては「新たな商品・サービスの充実」(61件)が最も高く、次いで「接客態度・サービスの充実」(46件)、「SNSの活用」(41件)となっています。そのほか、「デジタル化への対応」と回答した方も多く、SNSを含むデジタル化の対応に取り組む必要があると考える回答が多く見られました。



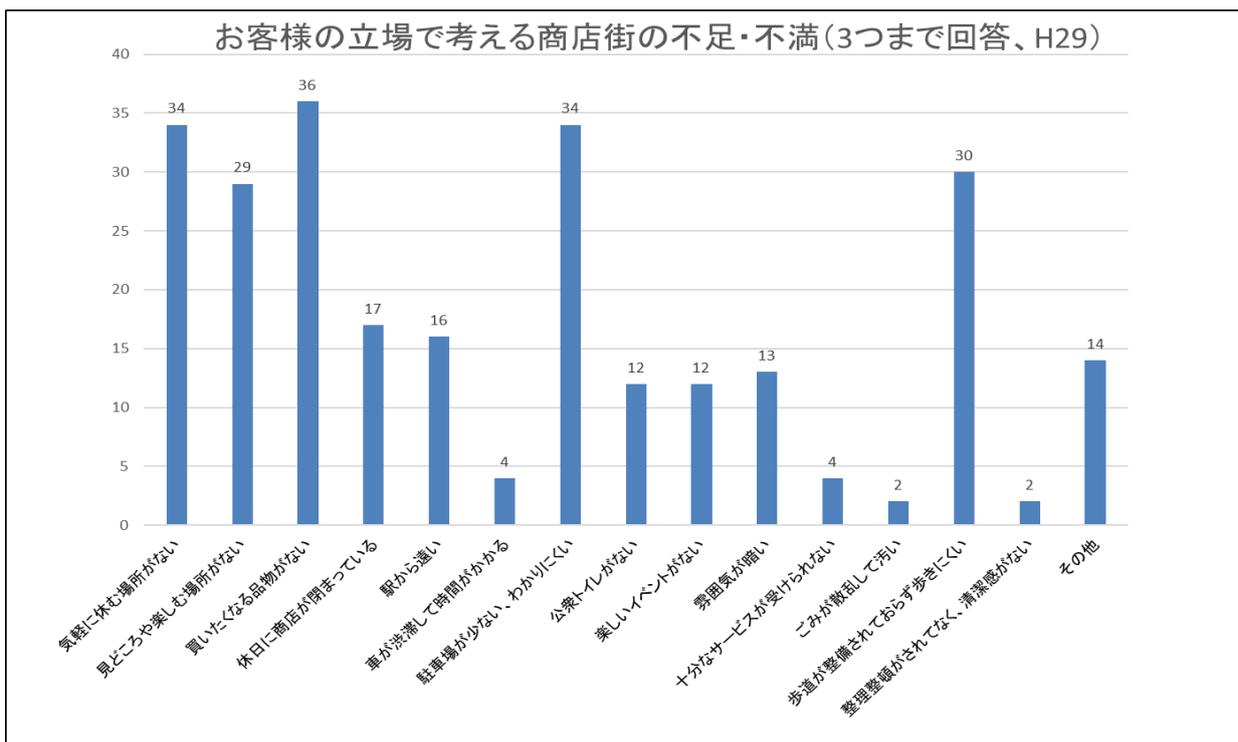
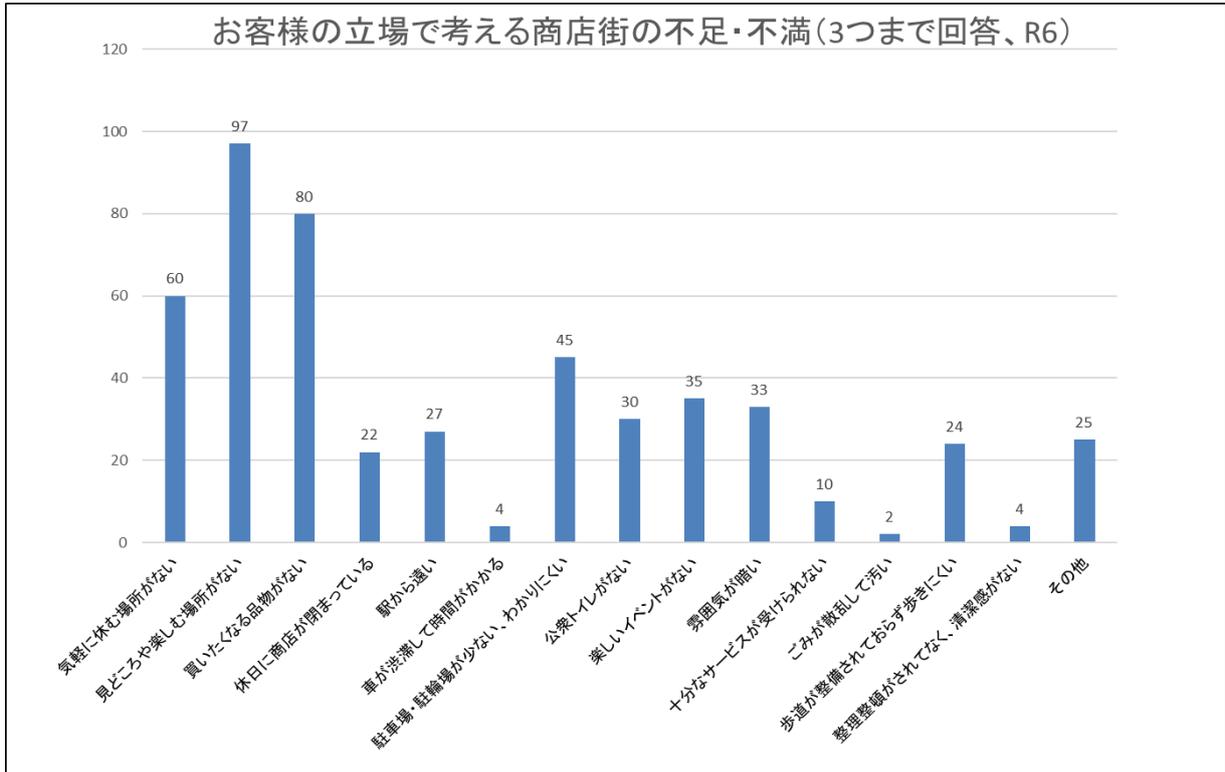
Q20. 商店街活性化のための施策について (3つまで回答 n=451)

○商店街を活性化する施策については、回答数としては「地域のイメージアップ」、「空き店舗等の活用」(61件)が最も高く、次いで「インターネットによる情報発信・販売」(55件)となっています。市でも空き店舗活用に向けた創業支援やきよせニンニンポイントアプリなどを活用した情報発信の促進を行っていく必要があります。



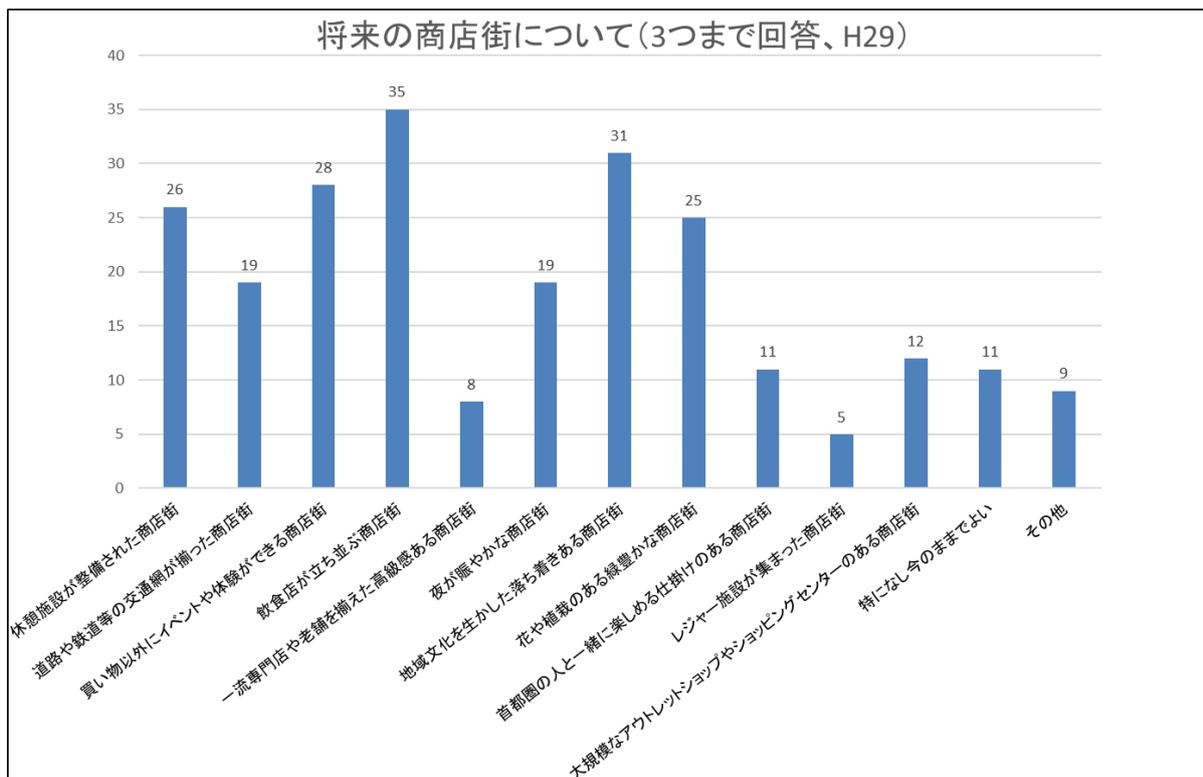
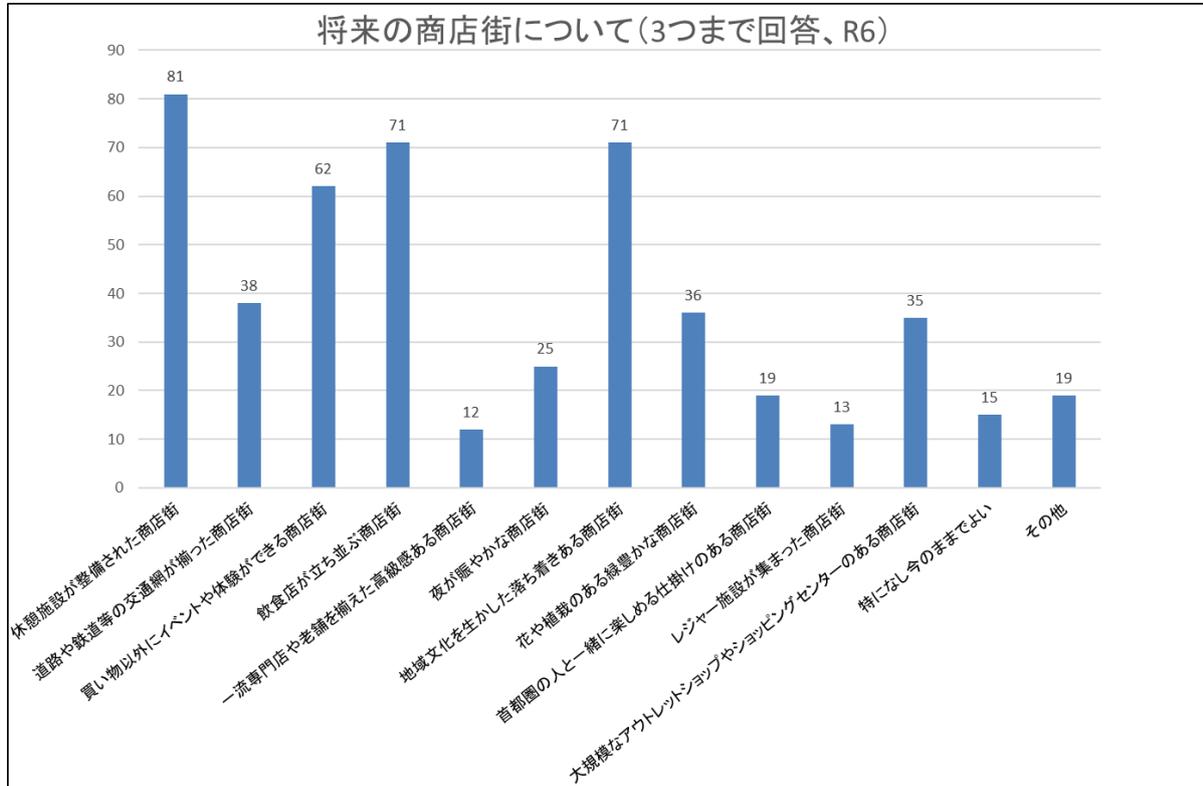
Q21. お客様の立場になって考える商店街の不足・不満は何ですか (n=498)

○お客様の立場になって考える商店街の不足・不満については、回答数としては「見どころや楽しむ場所がない」(97件)が最も高く、次いで「買いたくなる品物がない」(80件)、「気軽に休む場所がない」(60件)となっています。前回調査時と比較すると、「駐車場が少ない、わかりにくい」、「歩道が整備されておらず歩きにくい」などハード面での不足・不満については減少となりました。



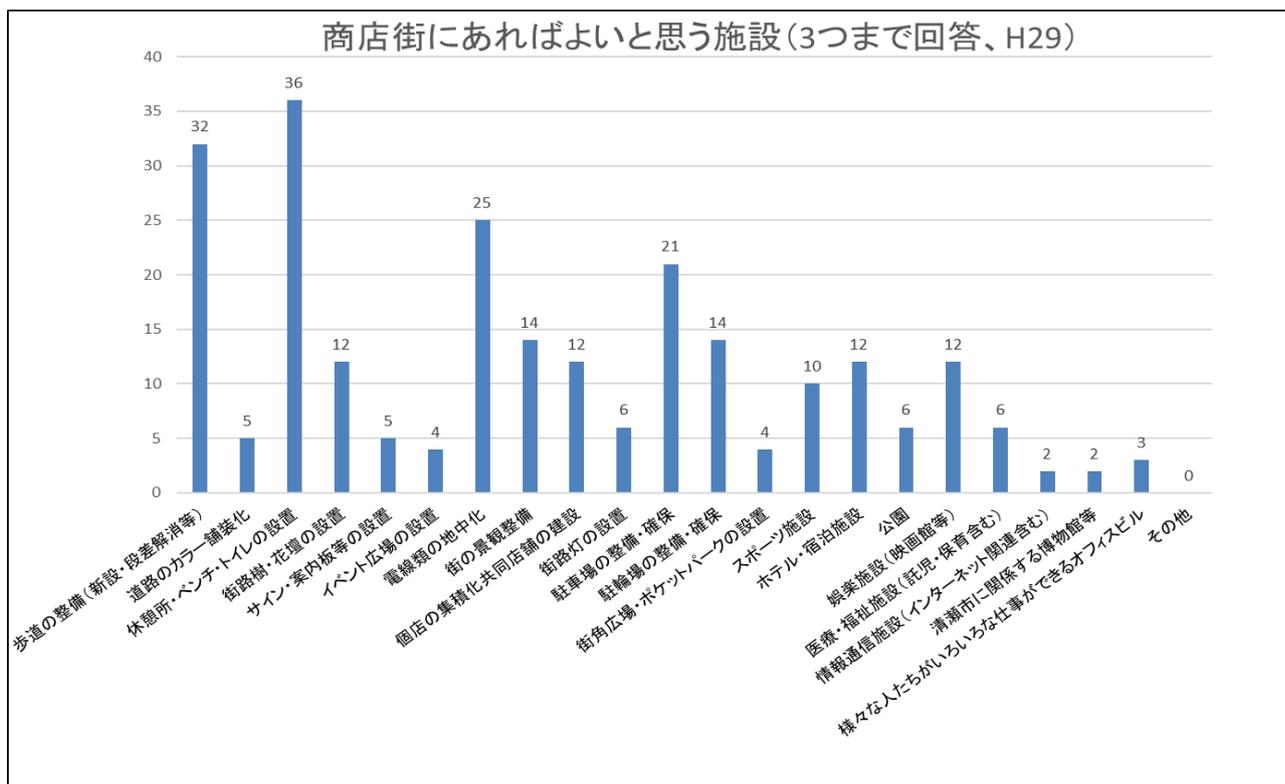
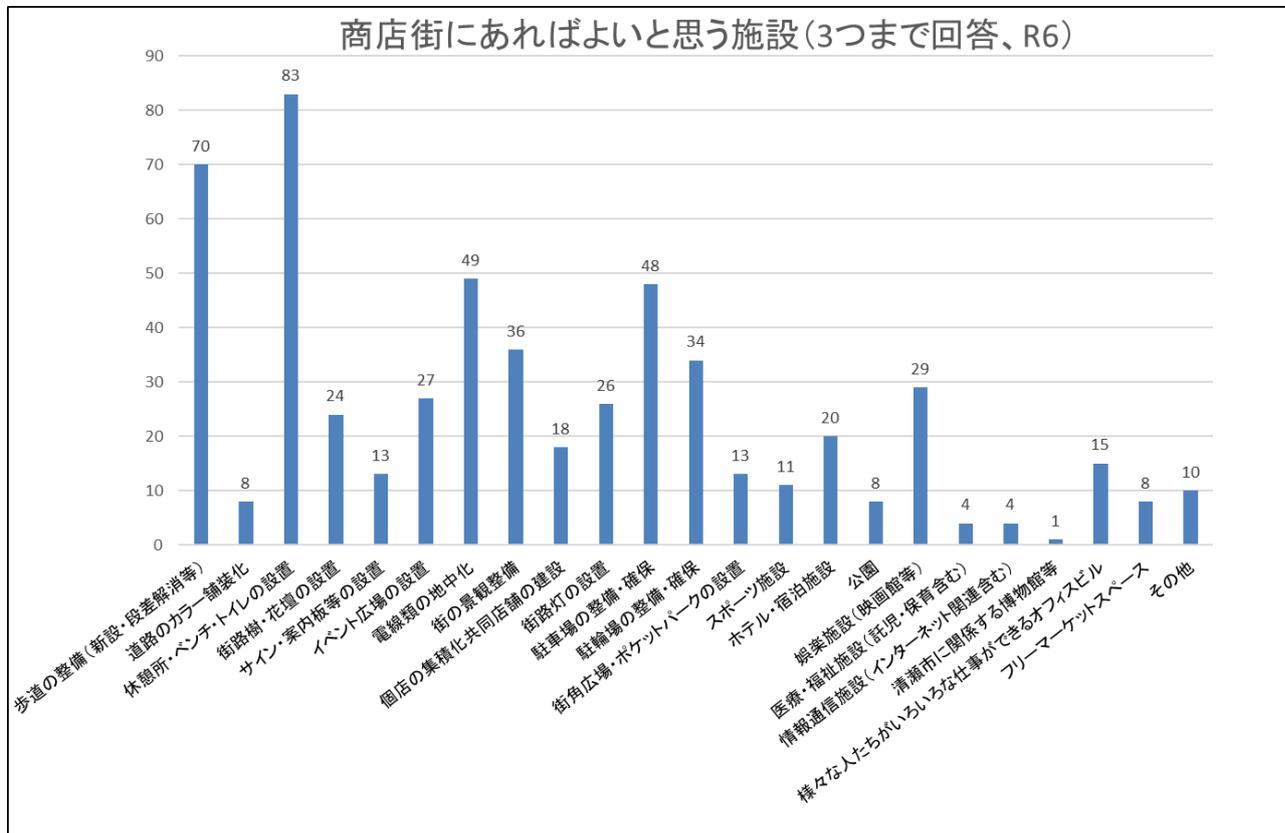
Q22. 将来、商店街がどのようなになったらいいか (3つまで回答 n=497)

○商店街がどのようなになったらいいかについては、回答数としては「休憩施設が整備された商店街」(81件)が最も高く、次いで「飲食店が立ち並ぶ商店街」、「地域文化を生かした落ち着いた着きある商店街」が(71件)となっています。前回調査時と比較すると、大きい変化はありませんでした。



Q23. 商店街にあればよいと思う施設について (3つまで回答 n=559)

○商店街にあればよいと思う施設については、「休憩所・ベンチ・トイレの設置」が最も高く、次いで「歩道の整備（新設・段差解消等）」となっています。前回調査時と比較すると、大きい変化はありませんでした。



Q24. 商店街の活性化および商工振興等について【参考】【自由記述】

○商店街の活性化および商工振興等の自由記述については、「魅力的な店舗の出店」や「若い世代が出店できる環境の整備」、「空き店舗の活用」など新規出店に関する意見が多く見られました。

(1) 魅力的な店舗の出店	5 件
(2) 若い世代が出店できる環境の整備	4 件
(3) 商店街ごとに目指す方向性を共有	4 件
(4) 空き店舗の活用	4 件
(5) 駅前の再開発	4 件
(6) 街路灯や防犯カメラを設置し 安心して買い物できる街並み	2 件
(7) マルシェやイベントの実施	2 件
(8) 産学の連携	1 件
(9) 効果的な広報の実施	1 件
(10) 資金の融資	1 件

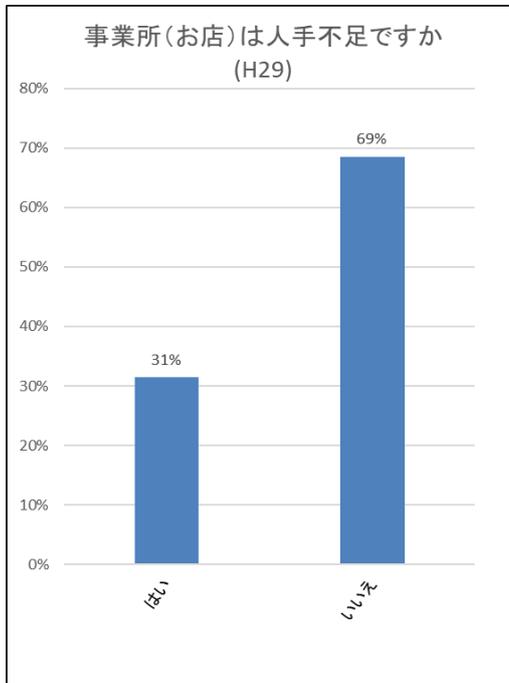
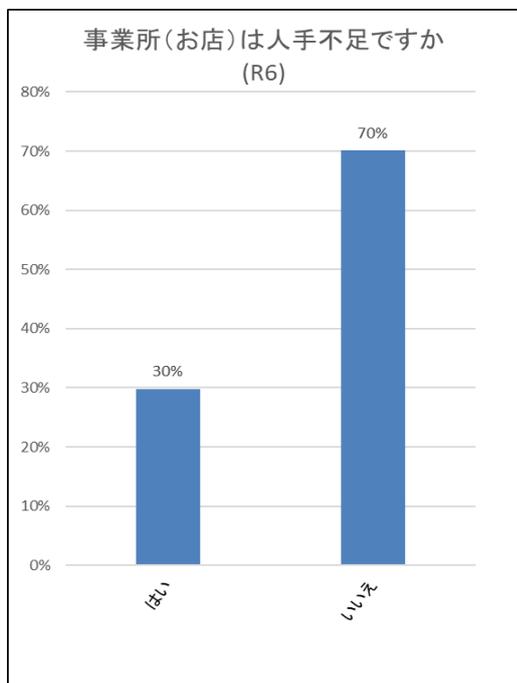
Q25. 事業者の観点に立った清瀬の良さと、事業を通じてどのような街にしていきたいか【参考】【自由記述】

○事業者の観点に立った清瀬の良さと、事業を通じてどのような街にしていきたいかの自由記述については、清瀬の良さとして、「自然が豊か」という回答が最も多く、次いで「農業(野菜)」となりました。

(1) 自然が豊か	21 件
(2) 農業(野菜)	7 件
(3) 住みやすい	7 件
(4) 都心部へのアクセスの良さ	4 件
(5) レトロ	2 件
(6) 個人店が魅力的	2 件
(7) その他	3 件

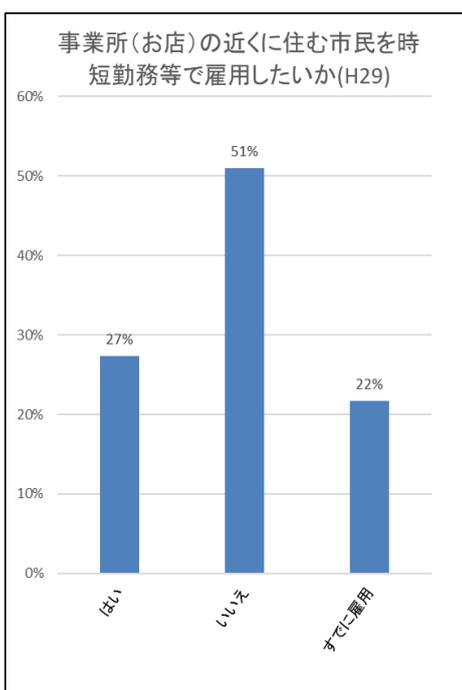
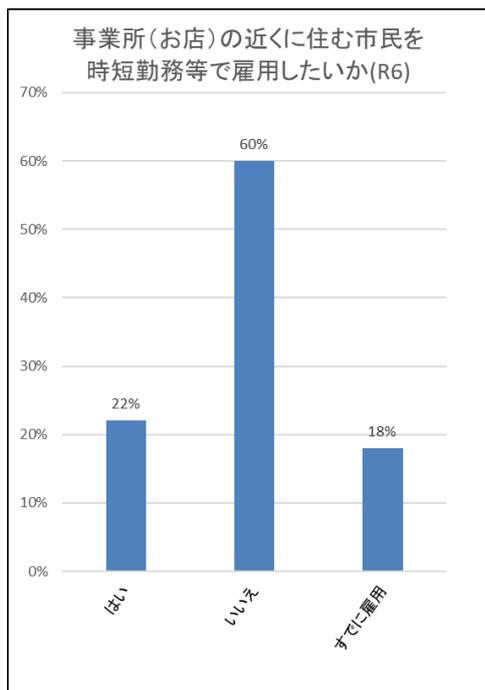
Q26. あなたの事業所は人手不足ですか (n=242)

○人手不足については、「はい」が30%、「いいえ」が70%となっており、回答の割合については前回調査時と同程度となりました。人手不足の職種については、「若手の職員」、「介護職」という回答が多く見られました。事業の人手不足解消として、就職面接会などにおいて地域の事業者と求職者とのマッチング支援を実施していく必要があります。



Q27. 事業所の近くに住む市民を時短で雇用したいですか (n=233)

○近くに住む市民を時短で雇用したいですかについては、「はい」が22%、「いいえ」が60%、「すでに雇用」が18%となっており、前回調査時よりも「いいえ」の回答が増加しました。



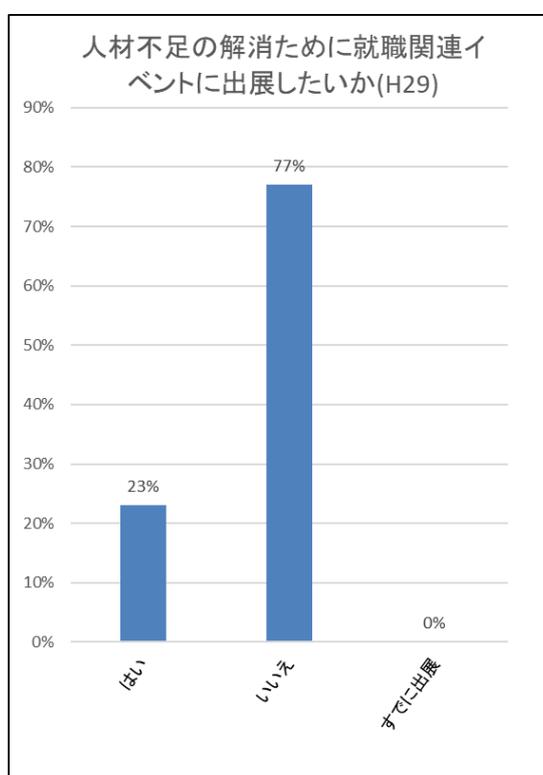
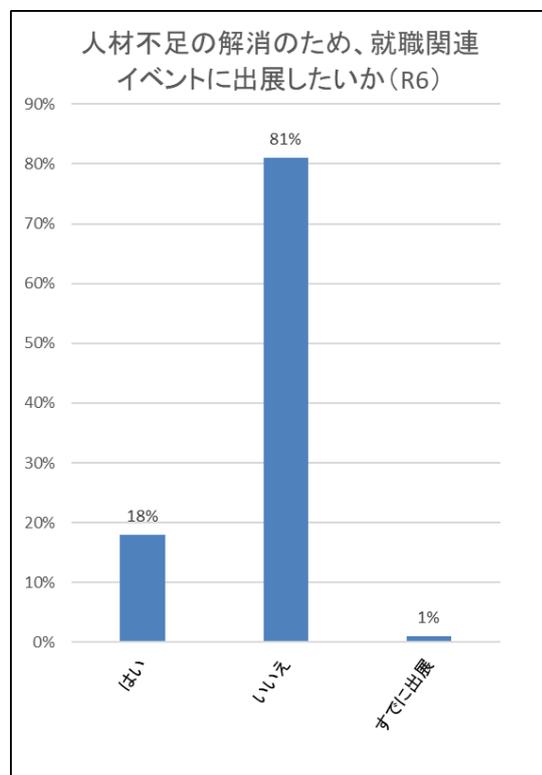
Q28. あなたの事業所（お店）の人材不足の解消等のために市やハローワーク等に求めるものは何ですか【自由記述】

○あなたの事業所（お店）の人材不足の解消等のために市やハローワーク等に求めるものは何ですかの自由記述については、「人材の紹介やマッチング制度」が最も多く、次いで「市内企業等の面接・採用のイベント実施」となりました。就職面接会などのイベントを実施し、地域の事業者と求職者とのマッチング支援を行っていく必要があります。

(1) 人材の紹介やマッチング制度	13 件
(2) 市内企業等の面接・採用のイベント実施	3 件
(3) 広報	2 件
(4) 技能実習生の育成	1 件
(5) 業種ごとの交流会の開催	1 件

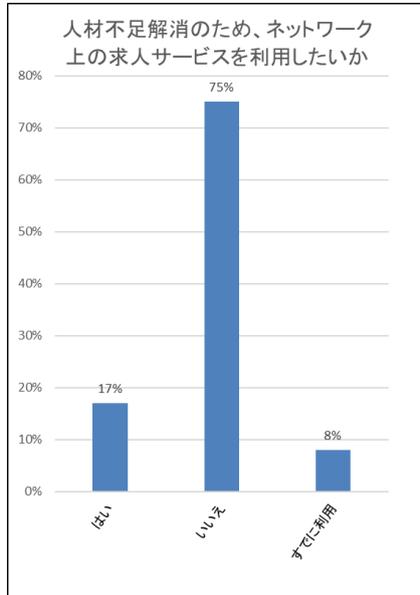
Q29-1. 人材不足解消のため、市やハローワークが主催する就職関連イベントに出展したいと思いますか (n=222)

○市やハローワークが主催する就職関連イベントに出展したいと思いますかについては、「はい」が18%、「いいえ」が81%、「すでに出演」が1%となっています。人手不足解消のために就職関連イベント以外の雇用対策についても関連機関と協力しながら検討していく必要があります。



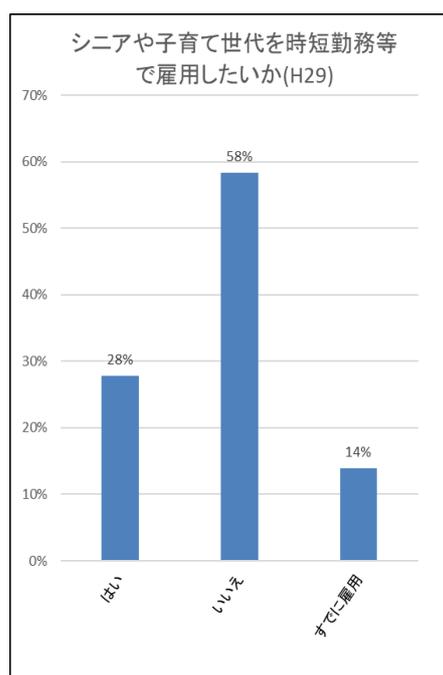
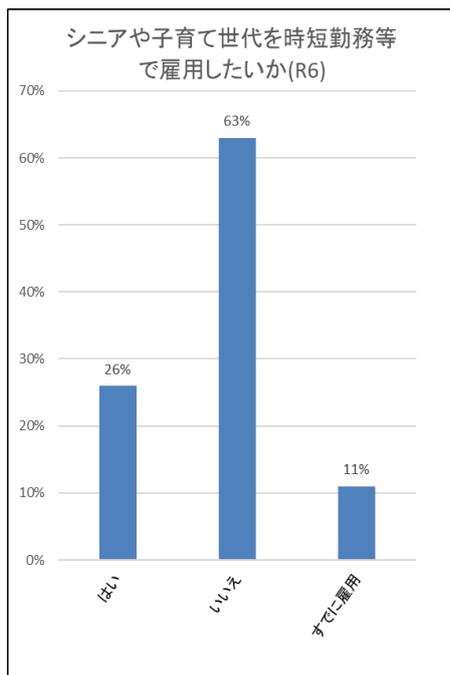
Q29-2. 【新規設問】人材不足解消等のためにネットワーク上の求人サービス（スキマバイト含む）を利用したいですか（n=230）

○ネットワーク上の求人サービス（スキマバイト含む）を利用したいですかについては、「はい」が17%、「いいえ」が75%、「すでに利用」が8%となっています。就職関連イベントやネットワーク求人支援策以外の施策についても検討をしていく必要があります。



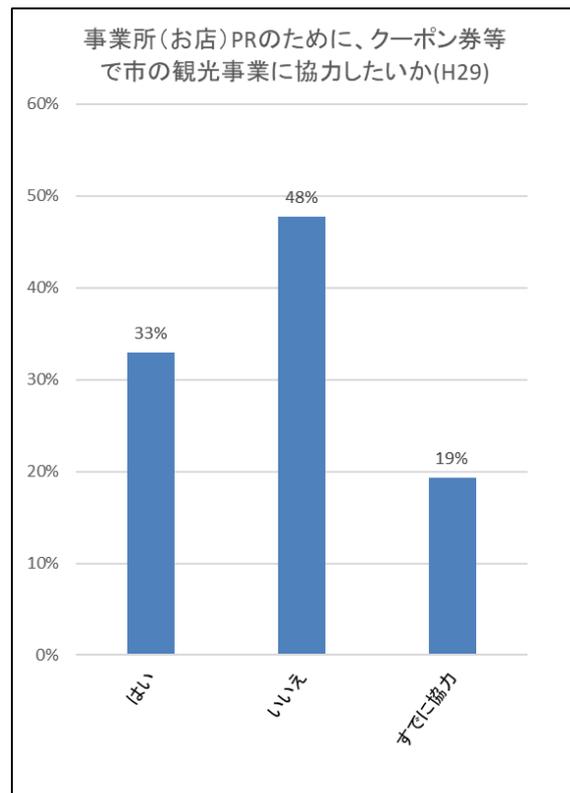
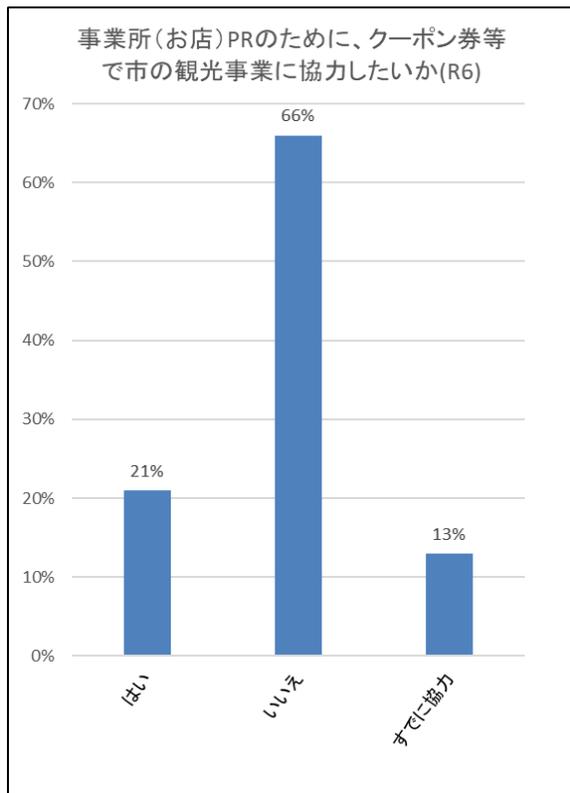
Q30. シニア世代や子育て世代の労働力の活用のために、時短勤務で雇用したいと思いませんか（n=227）

○シニア世代や子育て世代の労働力の活用のために、時短勤務で雇用したいですかについては、「はい」が26%、「いいえ」が63%、「すでに雇用」が11%となっています。回答の割合については前回調査時と同程度となりました。



Q31. 事業所（お店）のPRのために広告やクーポン等で市の観光事業（ひまわりフェスティバル等）に協力したいと思いますか（n=206）

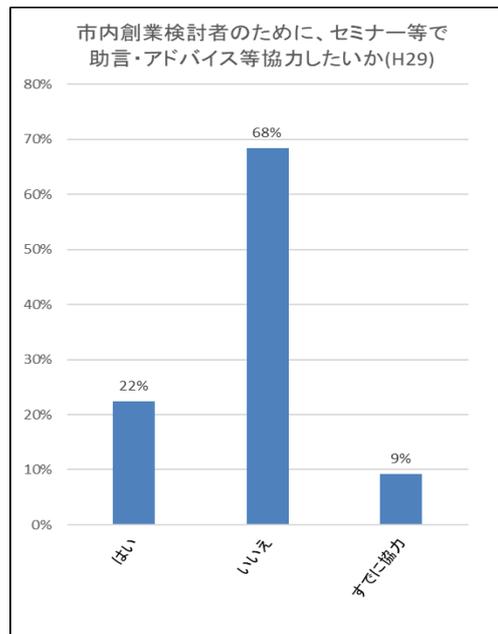
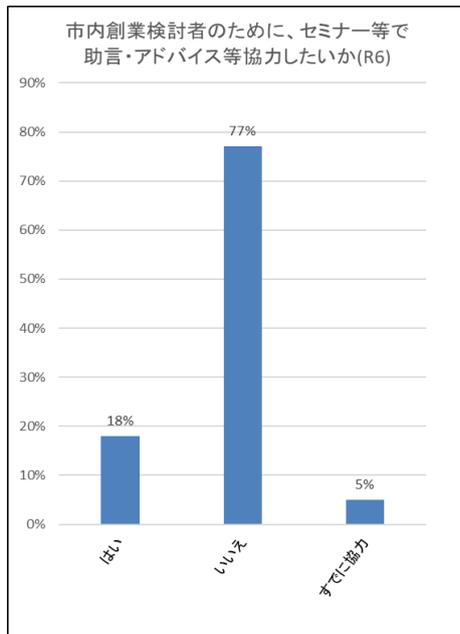
○事業所（お店）のPRのために広告やクーポン等で市の観光事業（ひまわりフェスティバル等）に協力したいと思いますかについては、「はい」が21%、「いいえ」が66%、「すでに協力」が13%となっています。前回調査時と比較すると、「はい」、「すでに協力」の割合が減少しました。「はい」の内訳では、きよせニンニンポイントでの事業所からのクーポン配信を行っていることから「クーポン発行」が多くみられました。



【「はい」のうち、具体的には】	
クーポン発行（ニンニンポイント含む）	10 件
広告	4 件
イベント参加・協力	3 件
協賛金・寄附	3 件
ポスター等の掲示・配布	2 件

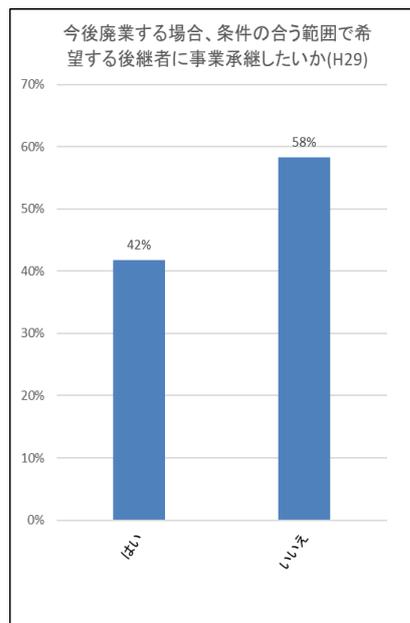
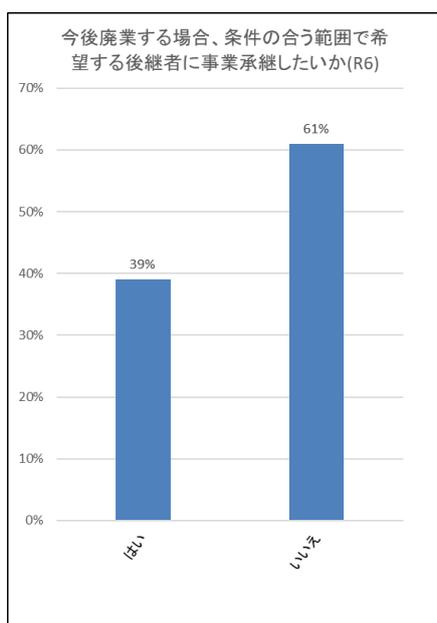
Q32. 市内で創業を検討している方に対し、イベント・セミナー等でノウハウや助言のご協力をいただけますか (n=197)

○市内で創業を検討している方に対し、イベント・セミナー等でノウハウや助言のご協力をいただけますかについては、「はい」が18%、「いいえ」が77%、「すでに協力」が5%となっています。前回調査時と比較すると、「いいえ」の割合が増加しました。「はい」の内容としては、同業種の相談会などにおいて協力したいという回答が多く見られました。



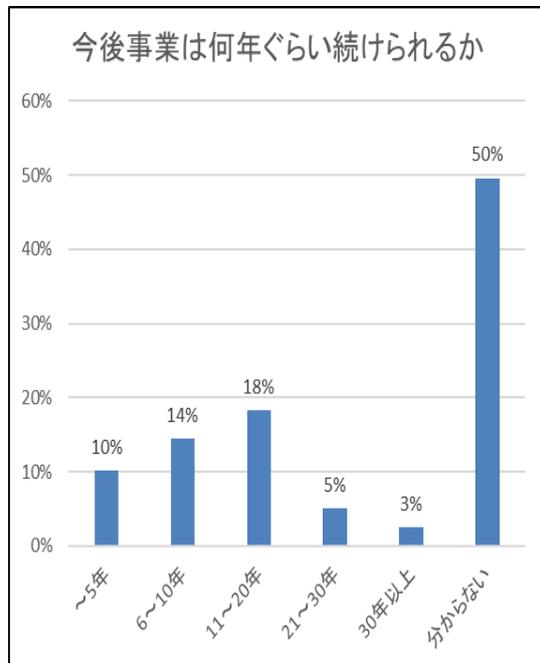
Q33. 今後、あなたの事業を廃業する場合、条件の合う範囲で希望者に事業承継したいと思いますか (n=228)

○事業を廃業する場合、条件の合う範囲で希望者に事業承継したいと思いますかについては、「はい」が39%、「いいえ」が61%となっています。4割近くの方が事業承継してもよいと考えていることから、市においても相談窓口の設置を検討する必要があります。



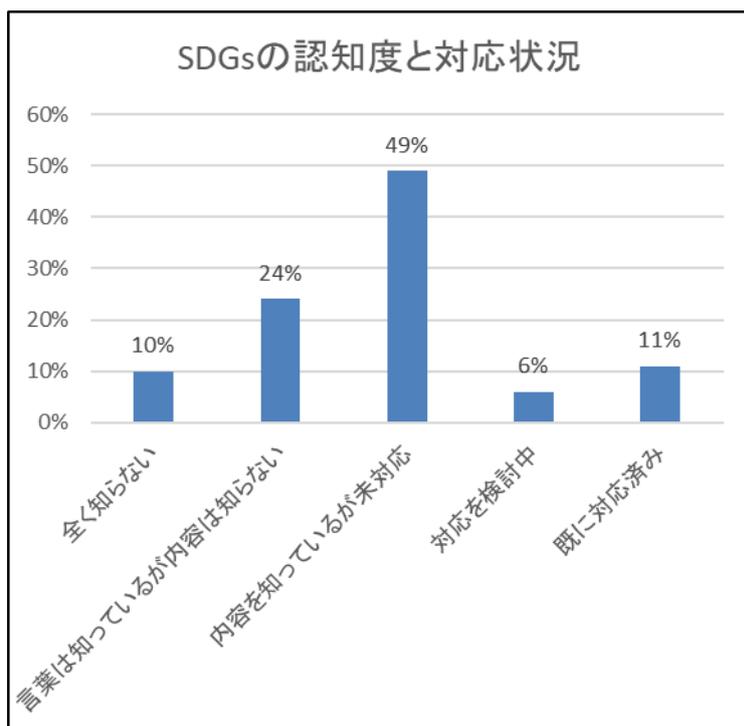
Q34. 今後、あなたの事業（お店）を何年ぐらい続けられるかと思えますか（n=236）

○. 今後、あなたの事業（お店）を何年ぐらい続けられるかと思えますかについては「分からない」（50%）が最も高く、次いで「11～20年」、「6～10年」となっています。また、1割の方が「5年以内」に店を廃業しようと考えています。



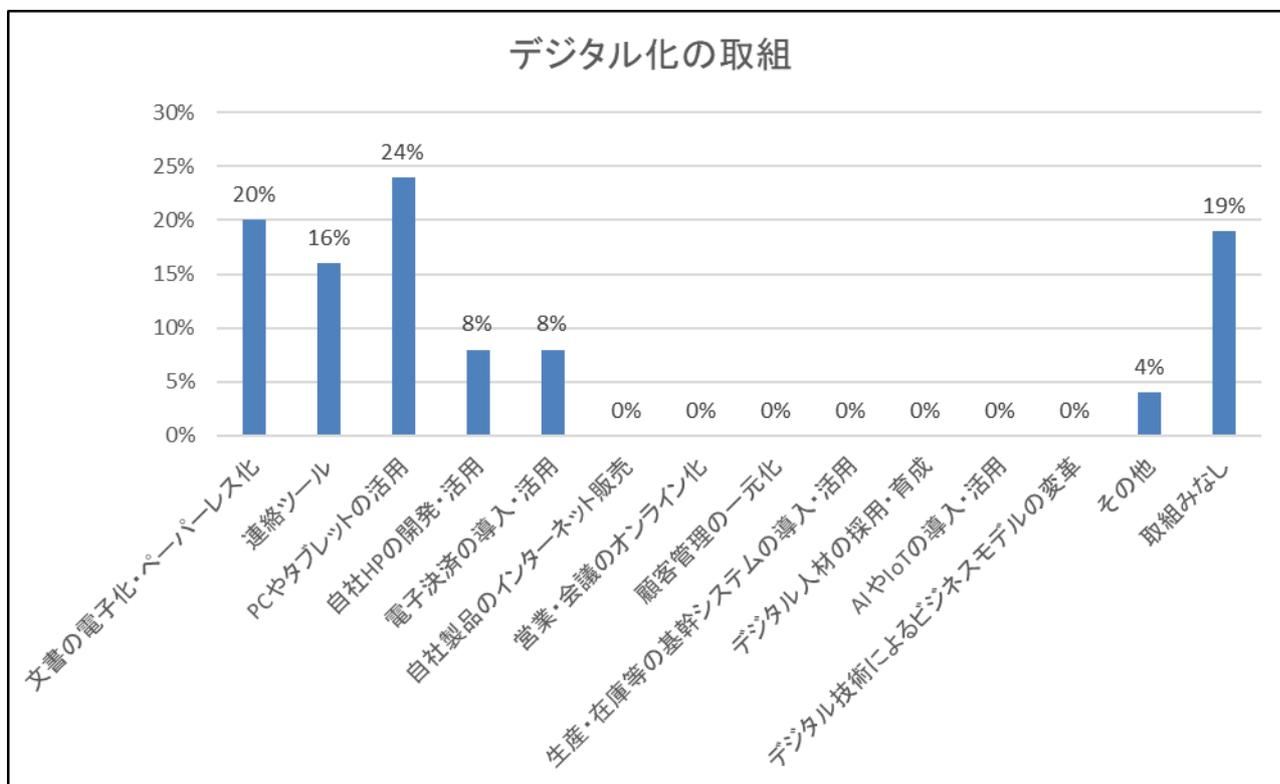
Q35. 【新規設問】SDGs についての認知度と対応状況について（n=243）

○. SDGs についての認知度と対応状況については、「内容を知っているが未対応」（49%）が最も高く、次いで「言葉は知っているが内容は知らない」（24%）となっています。SDGs 未来都市としてSDGsの理解醸成を促していく必要があります。



Q36. 【新規設問】 デジタル化の取り組みについて (n=238)

○デジタル化の取り組みについては、「PC やタブレットの活用」(24%) が最も高く、次いで「文書の電子化・ペーパーレス化」(20%)、取り組みなし(19%)となっており、初期段階のデジタル化への着手は行っているものの、業務効率化や収益力向上、新たなビジネスモデル構築等の発展段階に着手する事業所は少数派にとどまっています。



デジタル化について

デジタル化は、以下の3段階に分けられると言われます。

①第一段階：Digitization (デジタイゼーション)

既存の紙のプロセスを自動化するなど、物質的な情報をデジタル形式に変換すること

②第二段階：Digitalization (デジタライゼーション)

組織のビジネスモデル全体を一新し、クライアントやパートナーに対してサービスを提供するより良い方法を構築すること

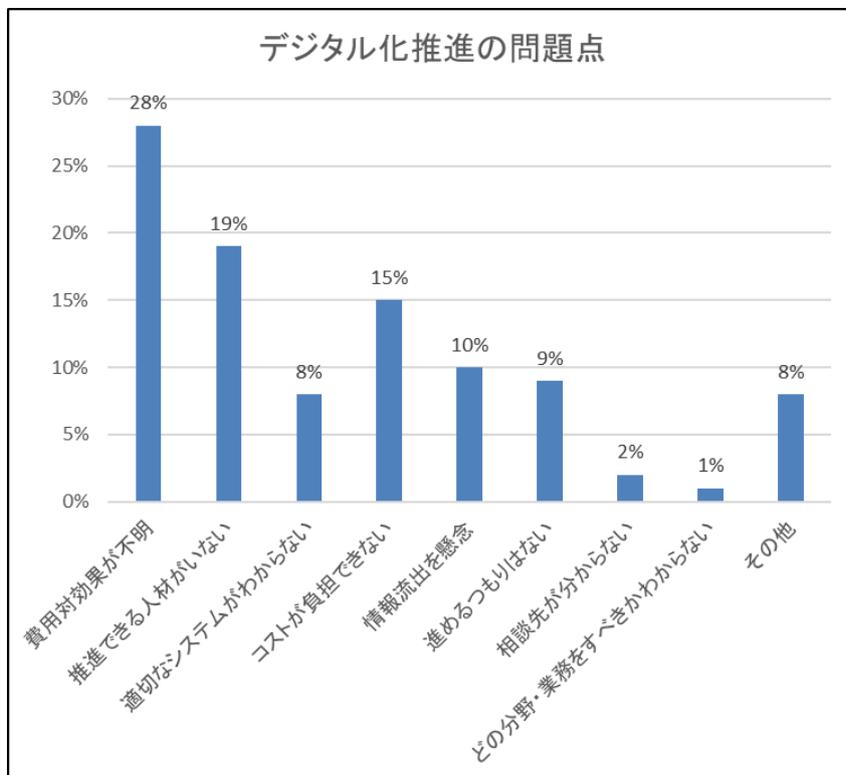
③第三段階：Digital Transformation (デジタルトランスフォーメーション、DX)

新しい製品やサービス、新しいビジネスモデルを通して、ネットとリアルの両面での顧客エクスペリエンスの変革を図ることで価値を創出し、競争上の優位性を確立すること

出典：総務省 (<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/html/nd112210.html>)

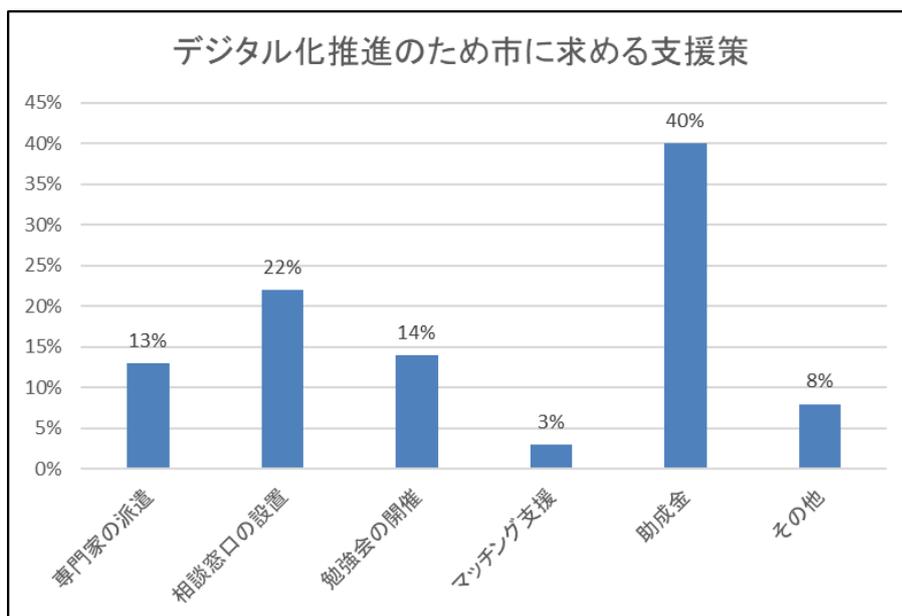
Q37. 【新規設問】 デジタル化を推進する際の問題点 (n=227)

○デジタル化を推進する際の問題点については、「費用対効果が不明」(28%)が最も高く、次いで「推進できる人材が少ない」(19%)、コストが負担できない(15%)となっています。デジタル化への理解促進や人材育成に関する支援が必要と考えられます。



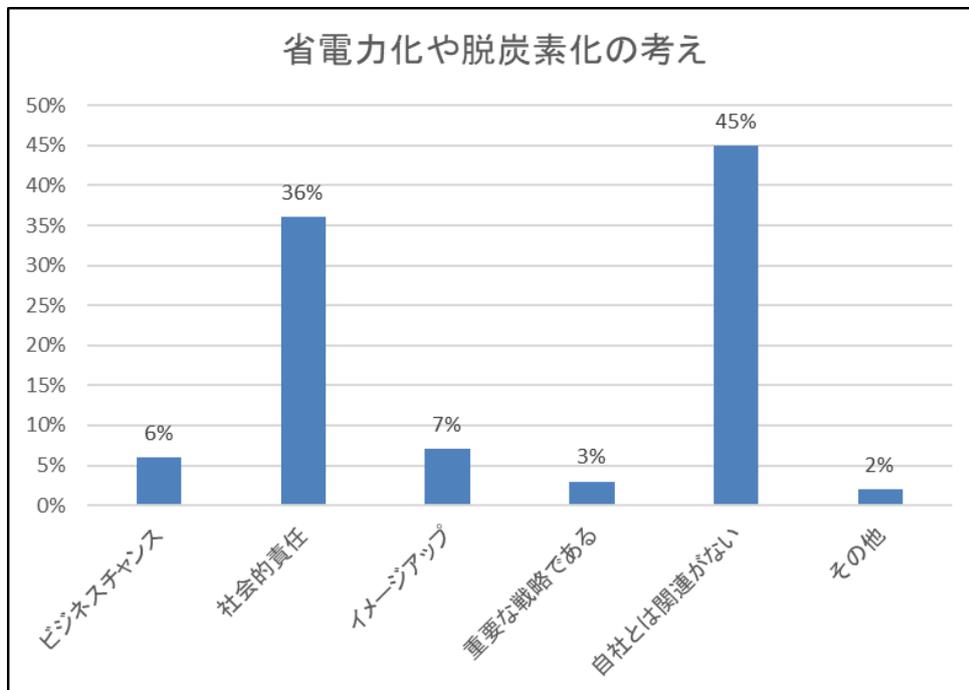
Q38. 【新規設問】 デジタル化推進のため市に求める支援策について (n=204)

○デジタル化推進のため市に求める支援策については「助成金」(40%)が最も高く、次いで「相談窓口の設置」(22%)、「勉強会の開催」(14%)、「専門家の派遣」(13%)となっており、金銭的支援以外に、デジタル化に関する理解を深めるための機会が求められています。



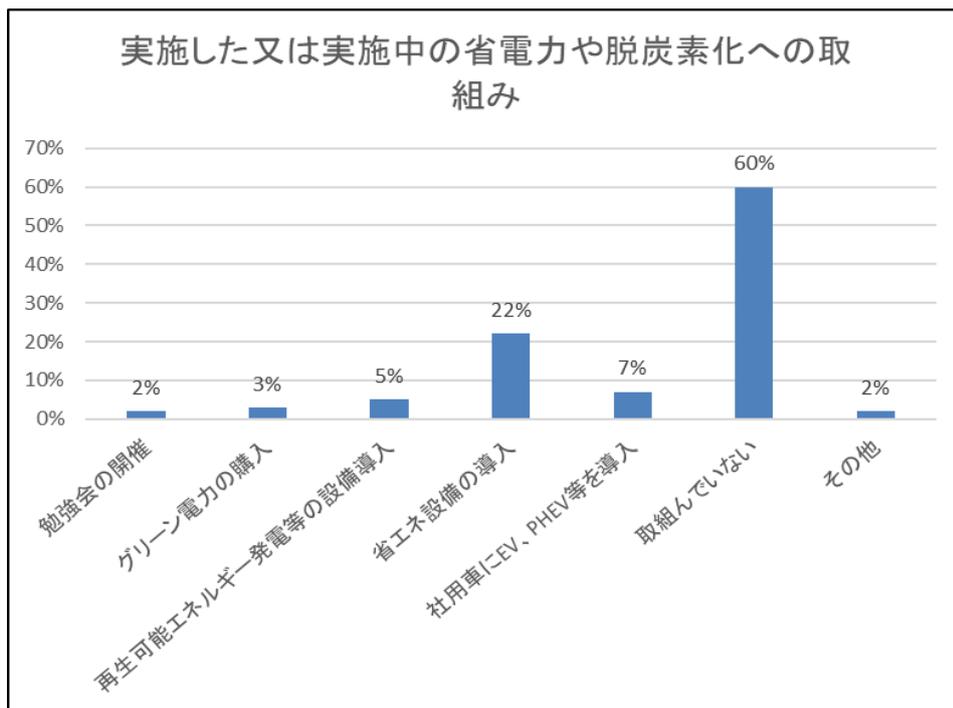
Q39.【新規設問】省電力化や脱炭素化の考え方について (n=223)

○省電力化や脱炭素化の考え方については「自社とは関連がない」(45%)が最も高く、次いで「社会的責任」(36%)となっています。ゼロカーボンシティ実現に向けて、意識啓発に取り組む必要があります。



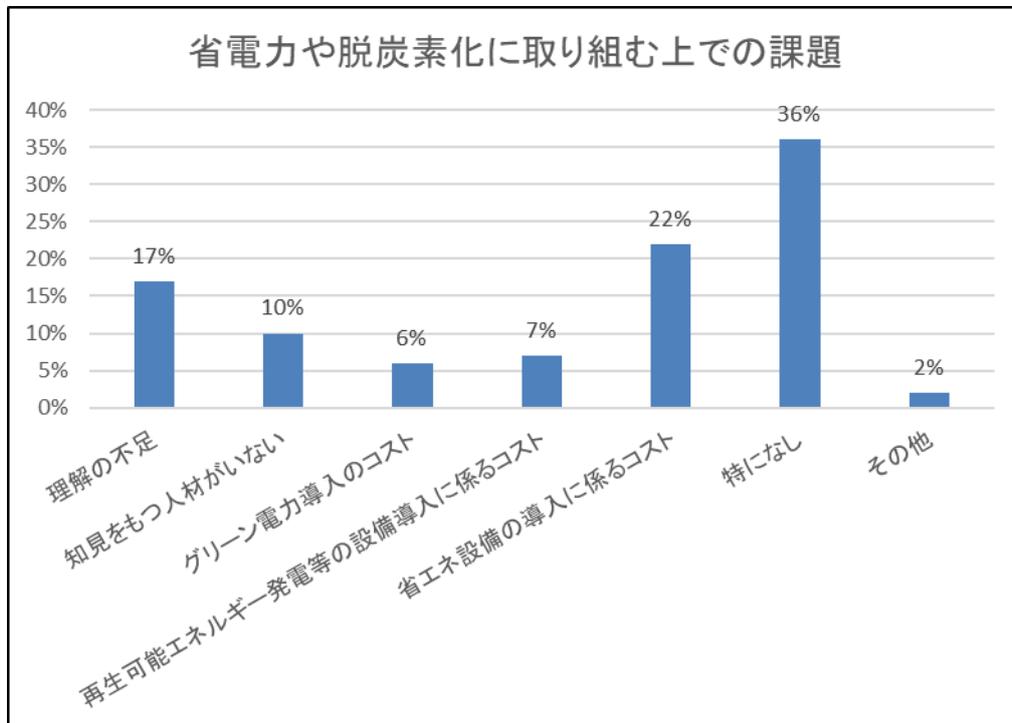
Q40.【新規設問】実施した、または実施している省電力化や脱炭素化への取り組みについて (n=238)

○実施した、または実施している省電力化や脱炭素化への取り組みについては「取り組んでいない」(60%)が最も高く、次いで「省エネ設備の導入」(22%)となっています。



41. 【新規設問】省電力化や脱炭素化への取り組みでの課題について (n=220)

○省電力化や脱炭素化への取り組みでの課題については「特になし」(36%)が最も高く、次いで「省エネ設備の導入に係るコスト」(22%)、「理解の不足」(17%)となっています。



42. 【新規設問】事業者による障害のある方への合理的配慮の認知度について (n=244)

○合理的配慮の認知度については「言葉は知っているが内容は知らない」(57%)が最も高く、次いで「全く知らない」(24%)となっており、事業者への理解醸成に取り組む必要があります。

