



# 稲城市 商業活性化プラン

東京都商工会連合会  
稲城市商工会商業活性化プラン策定委員会

## 発刊にあたって

わが国の経済は、世界同時金融不安による「百年に一度」と言われる経済危機の影響で、株価の下落、円高の進行、輸出の減退、生産の縮小、雇用の削減、消費の衰退など、後退局面に入り、景気の先行きが不透明な状況にあります。

東京都、とりわけ多摩地域における中小企業は、減産による受注削減、事業主の高齢化、地域間格差の拡大などにより、更に厳しい経営環境に直面しています。

このような状況の中、商工会には、事業の維持継続に懸命に取り組まれる経営者の支援、創業や経営革新などの支援、地域産業の活性化と街づくりの支援など、地域総合経済団体としての役割が強く求められています。

東京都商工会連合会は、経済危機による閉塞感を打開するため、関係各所と連携を強化し、多摩・島嶼地域27商工会と共同してこの難局を乗り切ってまいりたいと考えております。

このような状況下、稲城市商業の活性化を目的とし、稲城市商工会と共同で調査研究事業を展開してまいりました。

本調査報告書の内容が稲城市地域経済の活性化や活力ある地域づくりを担おうと考えている方々にとって、市内経済の活性化や魅力ある街づくりへ向けた事業展開を構想・計画するうえでの参考となり、今後の街づくり等を推進するうえで必要な基礎資料として活用していただくことを願っております。

なお、本調査事業の推進にあたって、アンケート調査を行わせていただいた稲城市民の方々や稲城市で事業を営んでおられる方々をはじめ、稲城市及び地元関係機関等、大勢の方々のご協力いただきましたことに感謝申し上げます。

東京都商工会連合会

## まえがき

稲城市は、新宿からわずか30分の至近距離にありながら、都市整備・開発への着手が周辺地域よりも遅れていましたが、今ようやく市内の多摩ニュータウン・エリアの開発整備、川崎街道等幹線道路の整備、JR南武線の連続立体交差と周辺市街地の土地区画整理事業などが完成時の姿を想像させる程度にまで、進捗してきました。それに伴い、人口の増加などは多摩地域の自治体の中でも一番に高い伸び率となっています。

しかし、都市開発・整備事業の進捗は街の基礎を築くものであり、住みよい街、暮らし易い街の実現とイコールではありません。市民の地域生活が生きいきと繰り広げられる街は、建設事業によって造られた基礎の上に、商業・飲食業・サービス業など街を構成する産業活動や、市民の日常生活行動やレジャー行動などが展開されることによってはじめて形づくられるものです。

都市基盤が完成間近の今、稲城市の地域は、多摩丘陵の緑・多摩川・果樹等の農地が織り成す自然とのふれあいがある地域の特色を生かしつつ、市民生活が多彩にのびのびと展開される街づくりの創世記を迎えています。

そこで、商工会に集う産業人には、自然とのふれあいがある街の優れた特色を生かしながら、都市基盤整備の進展という新しい事業環境の上で、市民の暮らしに寄り添い、市民ニーズに応じて、暮らしに便利で、楽しい彩りもある街の仕組みづくりに取り組むことが期待されています。

この計画は、稲城市商工会が中心となり、稲城市の行政や市民との協働の上に、「自分達の住む街は、自然や人とのふれあいがあり、暮らしに便利で、楽しい彩りもある、他人に自慢できる良いコミュニティだ」と市民が感じられる商店街・商業集積がある街づくりを進めるものです。

平成 21 年 3 月

稲城市商工会商業活性化プラン策定委員会  
委員長 井 利 昭 夫

## 目 次

発刊にあたって

まえがき

1	プランの前提	1
(1)	目的等	1
(2)	計画期間	1
2	稲城市商業を巡る現状と課題	2
(1)	稲城市地域社会の現況・動向	2
(2)	市民の消費活動等の実態	5
(3)	市民意識・ニーズ	7
(4)	商業者の実態	9
(5)	稲城市商業を巡る課題の整理	11
3	稲城市商業の活性化・地域振興の方向	13
(1)	理念・目標・基本方針	13
(2)	商業の街づくりの構想	14
4	稲城市の「強み」を生かした地域振興策	18
(1)	稲城市の「強み」と生かし方	18
(2)	地域振興策の体系	20
5	JR南武線駅周辺の商業活性化対策	28
(1)	整備の動向と商業を巡る課題	28
(2)	商業活性化に向けた対策のあり方	29
6	稲城市内の商店街活動と支援策の計画（アクションプラン）	31
(1)	商店街による活性化活動	31
(2)	商工会による支援の事業	34
7	プランの推進のために	35
(1)	プラン推進の体制など	35
(2)	行政等への支援要望	36
資料		
1	プラン策定委員会と検討経緯	37
(1)	稲城市商業活性化プラン策定委員名簿	37
(2)	プラン検討の経緯	38
2	実態調査結果	39
(1)	市民アンケート結果	40
(2)	通勤者アンケート結果	56
(3)	消費者グループインタビュー結果	66
(4)	商業者アンケート結果	74
(5)	商店街ヒアリング結果	89
	市民アンケート集計結果表	99

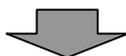
## 『稲城市商業活性化プラン』の概要

### 1. プランの前提

- (1)目的 稲城の活力ある街づくりと商業活性化、商業者が取り組み可能なプランづくり
- (2)計画期間 平成 21 年度～25 年度(5 年間)

### 2. 稲城市商業を巡る現状と課題

購買力の市外流出(=買物したいお店が市内に無いと思う市民が少ない)  
市内商業の立ち遅れ(=都市構造の変化・住民の変化に対応できない認識と体力)  
地域資源を生かせていない(=自然、農業、観光資源、都市整備、人口増加等)



### 3. 稲城市商業の活性化・地域振興の方向

#### 自慢のコミュニティを感じられる商業の街づくり

「自分達の住む街は、自然や人とのふれあいがあり、暮らしに便利で、楽しい彩りもある、他人に自慢できる良いコミュニティだ」と市民を感じられる商店街・商業集積がある街づくり

暮らしに寄り添う便利な街  
地域資源を活かす逸品づくり

市民が主役の楽しみある街  
ファンが集う情報発信・交流



### 4. 稲城市の「強み」を生かした地域振興策

暮らしに寄り添う便利な街づくり----- 若い世代が多い・人口増加・街の整備進展 の強み  
市民が主役の楽しみある街づくり----- 自然豊かな風土と、感性豊かな市民が居る の強み  
地域資源を活かす逸品づくり----- 農、レジャーが多い等 の強み  
ファンが集う情報発信・交流----- ファンが多いチームがある等 の強み

### 5. JR南武線駅周辺の商業活性化対策

- (1)現状・課題 関係者への情報提供不足、機能立地や事業活動を促す取り組み不足
- (2)地元・市内商業者の参加の仕組みづくり



### 6. 稲城市内商店街活動と支援策の計画(アクションプラン)

#### (1)商店街の活性化活動

「一店逸品」運動  
市民参加の商店街タウンウォッチング活動  
商店街PR作戦・イラストマップづくり  
あきんど養成・社会実験活動  
市民協働・季節の「買物ひろば」づくり

#### (2)商店街支援策

市民参加のフェア開催支援  
コーディネーター、アドバイザー派遣  
デザイナー派遣・制作費助成  
あきんど養成塾の開催  
商店街事務局機能の代行



### 7. プランの推進のために

- (1)プラン推進の体制など 策定委員会から推進委員会へ、商店街毎の実行委員会づくり
- (2)行政等への支援要望 行政に助成等の要請、地域団体等に活性化への参加要請

# 1 プランの前提

## (1) 目的等

### 目的

本プランは、商業関係を中心に稲城市の強みである地域資源の再認識と有効活用を図り、地域特性を生かした個性的で魅力的な地域づくり活力ある街づくりと、新たな消費需要の拡大・商業の活性化につながることを狙いとして、商業者の目指すべき方向性を打ち出し、支援体制の構築と、具体的取り組みが可能なアクションプランを計画したものである。

### 実態と市民や商業者の意向に沿った策定

本プラン策定に当たっては、市内商業の統計的な動向や市民の購買行動といった実態を把握・分析した。また、稲城市民の街づくりや商業に対する意見・要望の把握、商業者の今後の経営意向等を把握・分析した。プランの策定に当たっては、こうして得られた実態に基づき、商業者と市民の意向を反映した。

さらに、当プラン策定に当たっては、主な商店街の代表者、稲城市の産業振興担当者、及び有識者からなる「稲城市商業活性化プラン策定委員会」を設けて、実態調査の計画からプランの内容の検討まで行い、関係者の英知を結集した。

今後、このプランは商業者が主体となって推進に取り組むとともに、稲城市行政や東京都の支援を期待するとともに、市民団体や個々の市民の理解や協力を得て、商業者と行政と市民の3者が「パートナーシップ」(協働)の連携に立って、実現に取り組むことを前提としてプランを策定した。

## (2) 計画期間

JR南武線の連続立体交差事業の概成時期が平成22年度の予定であること、稲城市の長期総合計画が改定時期を迎えていること、東京都の地域商工会に対する事業補助の期間など、都市整備の既定計画や関係行政計画の時期を考慮して、次のように、5ヶ年間の計画期間とする。

計画期間	平成21年度	～	平成25年度
------	--------	---	--------

---

概成：概ね出来上がること、概ね出来上がった状態を意味する。

## 2 稲城市商業を巡る現状と課題

### (1) 稲城市地域社会の現況・動向

稲城市地域社会の現況・動向の特徴は、都心からわずか 30 分の距離にあって、都市開発・都市基盤整備の進展、それに伴う多摩地域一番の人口増加率であり、丘陵地の緑や多摩川等の水辺、果樹園等の農地が残りながら都市化が進んでいることである。

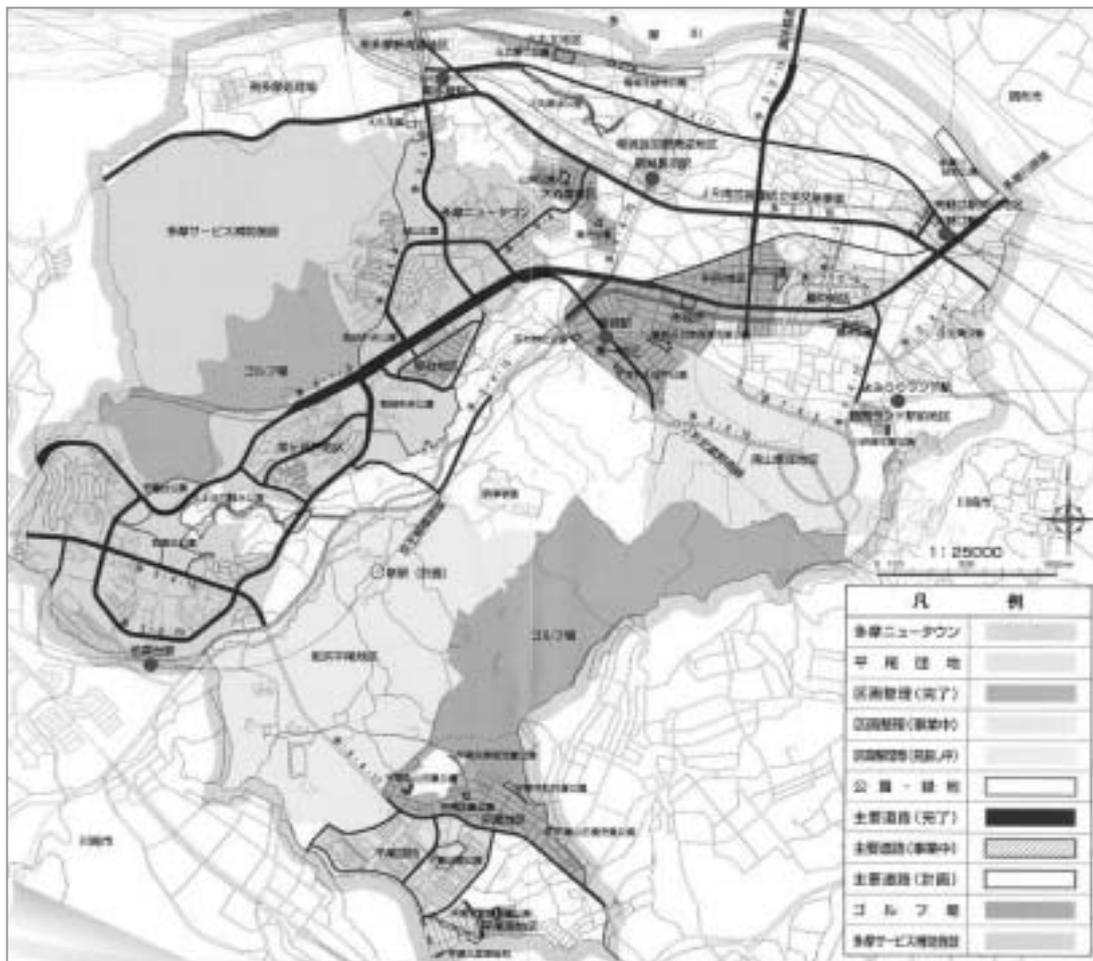
#### 都市開発・都市基盤整備の進展

稲城市では、過去 10 年余り、川崎街道等の幹線道路整備、ニュータウンの建設・入居、土地区画整理事業、南武線連続立体交差事業など、都市開発・都市基盤整備が進展している。(図 2-1 参照)

幹線道路では鶴川街道の一部、土地区画整理事業では J R 南武線 3 駅周辺など、現在も事業継続中の都市基盤施設が残されているが、稲城市の都市としての骨格はほぼ形を成してきたと言える。

今後は、この整備された都市基盤の上に、どのような市民生活や産業活動が展開されるか、それらを支える商業・サービス業等の機能がどのように立地・形成されるのかが重要な段階を迎えている。

図 2 - 1 都市開発・都市基盤整備の状況



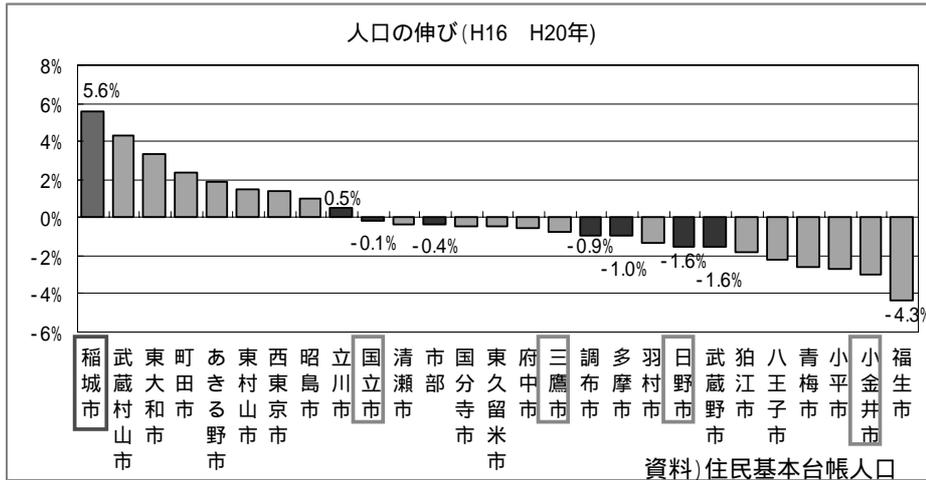
資料)パンフレット「稲城市のまちづくり～市内の開発動向～」稲城市都市建設部

### 人口増加と人口構成の特徴

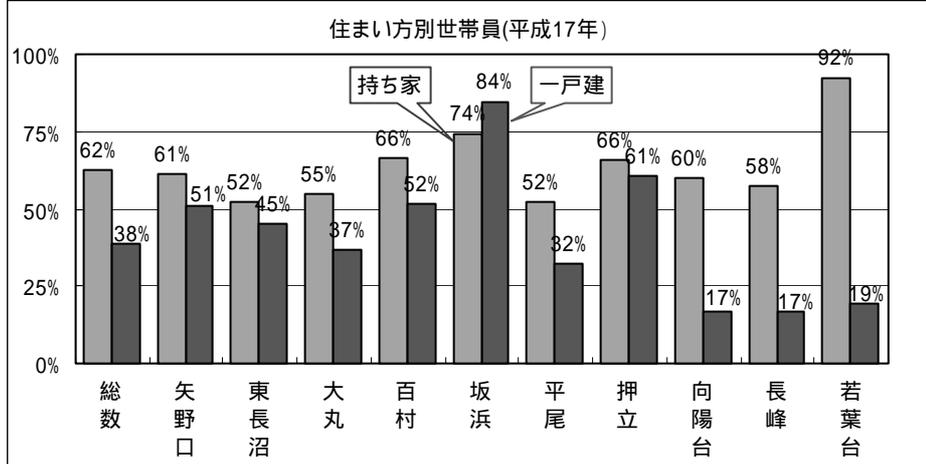
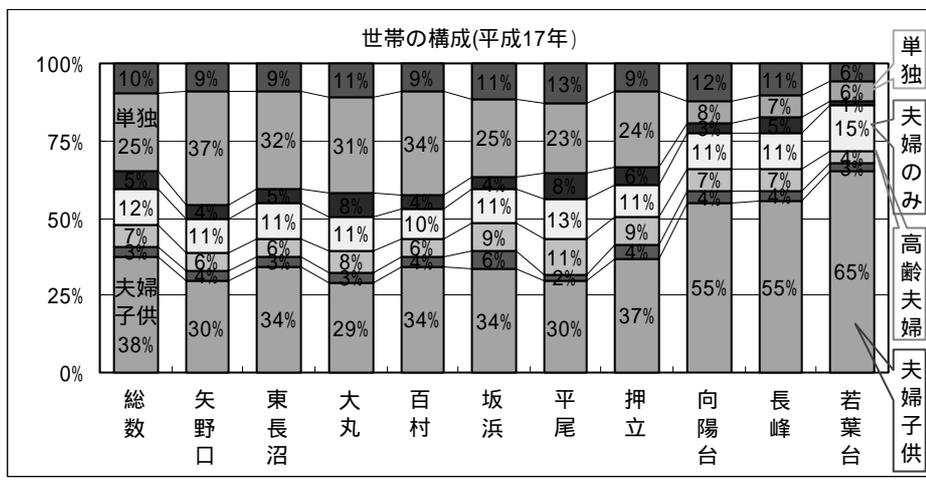
稲城市の人口は約 8 万人、最近 5 年間では多摩地域 26 市中で一番の増加率を示した。主に、ニュータウン（山の手）で増加し、既成市街地（下町）は人口が横ばいの地区が多い。

人口構成に関しては、既成市街地(下町)などで単独世帯の割合がかなり高い、集合住宅、賃貸住宅に居住する市民が多い、15 歳以上人口の大部分が仕事やパートで働いていて、通勤・通学者の過半数が区部、他県、他市への通勤・通学者といった傾向がある。これらは商圏の特徴として、商業活性化の取り組みに際して考慮する必要がある。

図 2 - 2 人口、世帯の状況



注) グラフ中で名称を枠で囲んだ市は、商業集積都市の近隣に位置する自治体を示す。



持ち家: 居住する住宅がその世帯の所有である場合 (借家、社宅、寮等)  
 一戸建: 1 建物 が 1 住宅であるもの (長屋建、共同住宅、寄宿舎等)

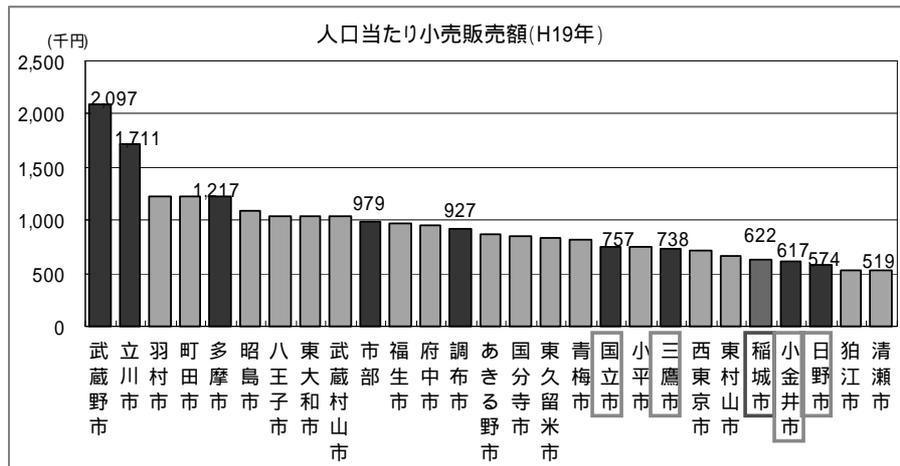
資料) 国勢調査(世帯数、世帯員数)

## 商業の動向

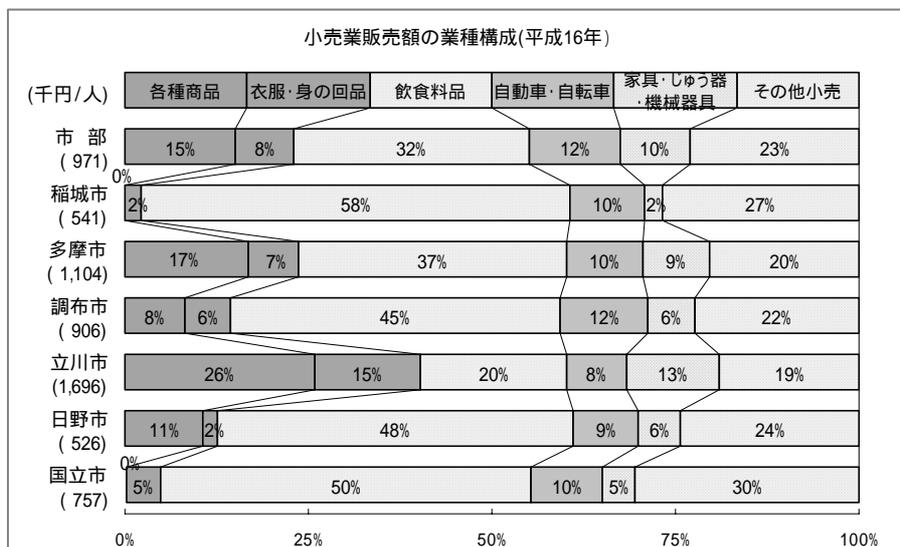
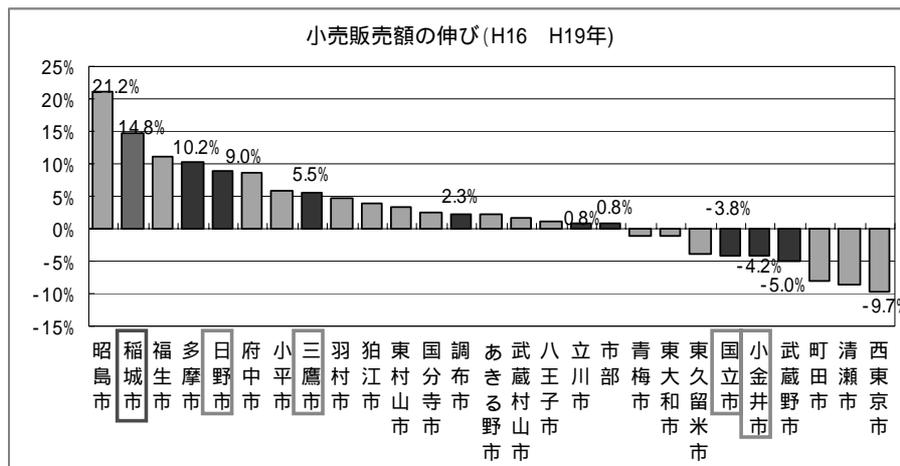
稲城市の人口1人当たり小売業年間販売額は、平成19年に62万2,000円で、多摩地域26市の中でも低い方である。

小売業年間販売額の伸び率は多摩地域26市の中では高い方であるが、業種構成は飲食料品等の割合が大きく、各種商品や衣服・身の回り品などの割合が特に小さいなど、日用品、最寄品に片寄っている。

図2-3 稲城市の小売業の状況



注) グラフ中で名称を枠で囲む市は、商業集積都市の近隣に位置する自治体を示す。棒グラフ中に濃い色で示すのは比較対象の都市である。



資料) 商業統計(平成16年、19年)、住民基本台帳人口

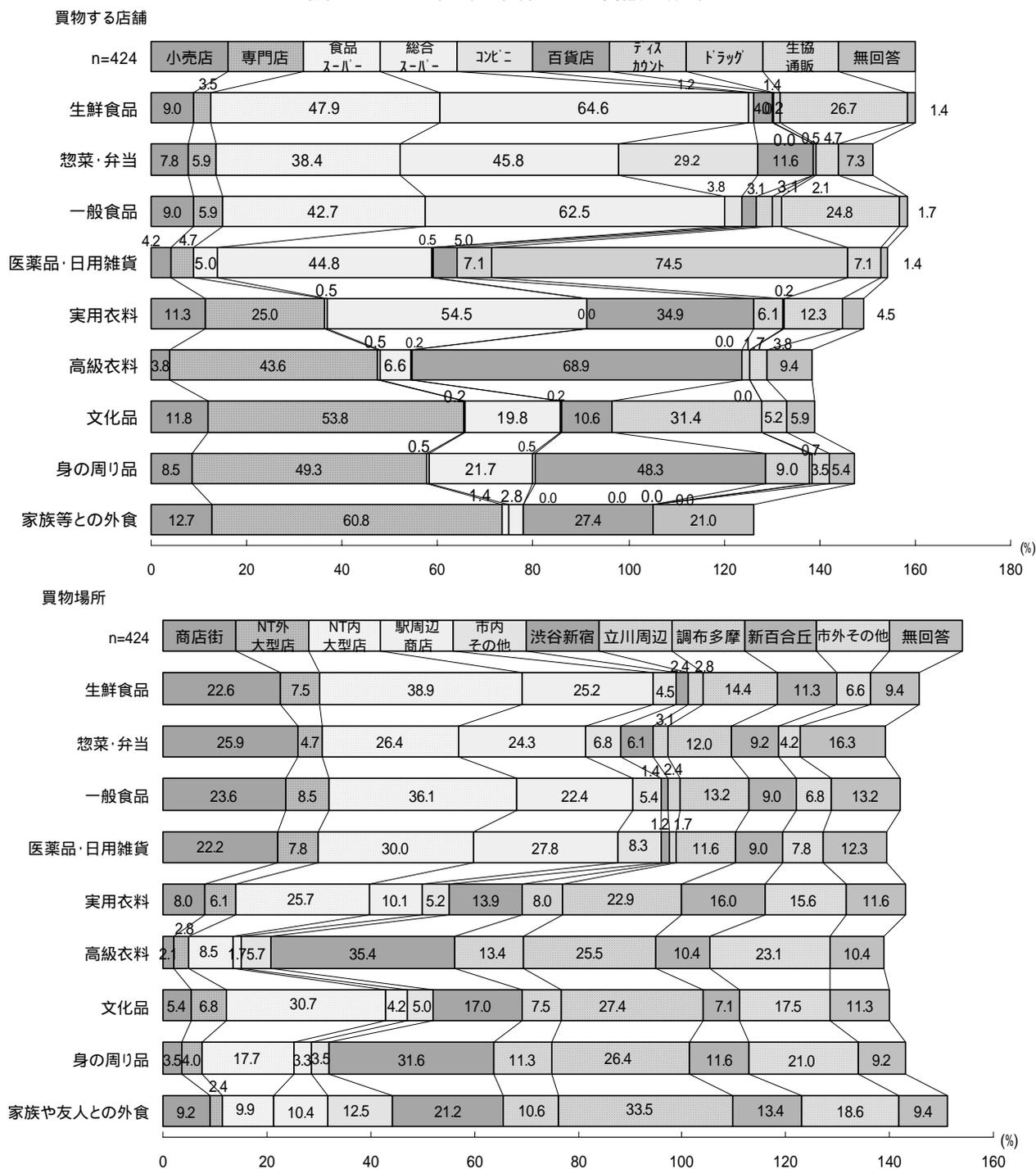
## (2) 市民の消費活動等の実態

### 市民の買物する店舗・場所

市民の多くは、食品はスーパーマーケットで購入し、医薬品や日用雑貨は主にドラッグストアと総合スーパーで購入している。一方、衣類、身の回り品、文化品及び家族等との外食など「買回り品」的な買物・消費行動は、専門店や百貨店で買う市民が大部分である。

市内に、百貨店が無く専門店も少ないことから、食品関係や日用雑貨は市内で購入する人が大半であるが、衣料品、身の回り品、文化品、外食は、新宿や多摩市など市外で買物する市民が大半であり、購買力の市外流出が明らかである。

図2 - 4 市民が買物する店舗・場所



資料) 稲城市民の買物実態アンケート(平成20年8月)

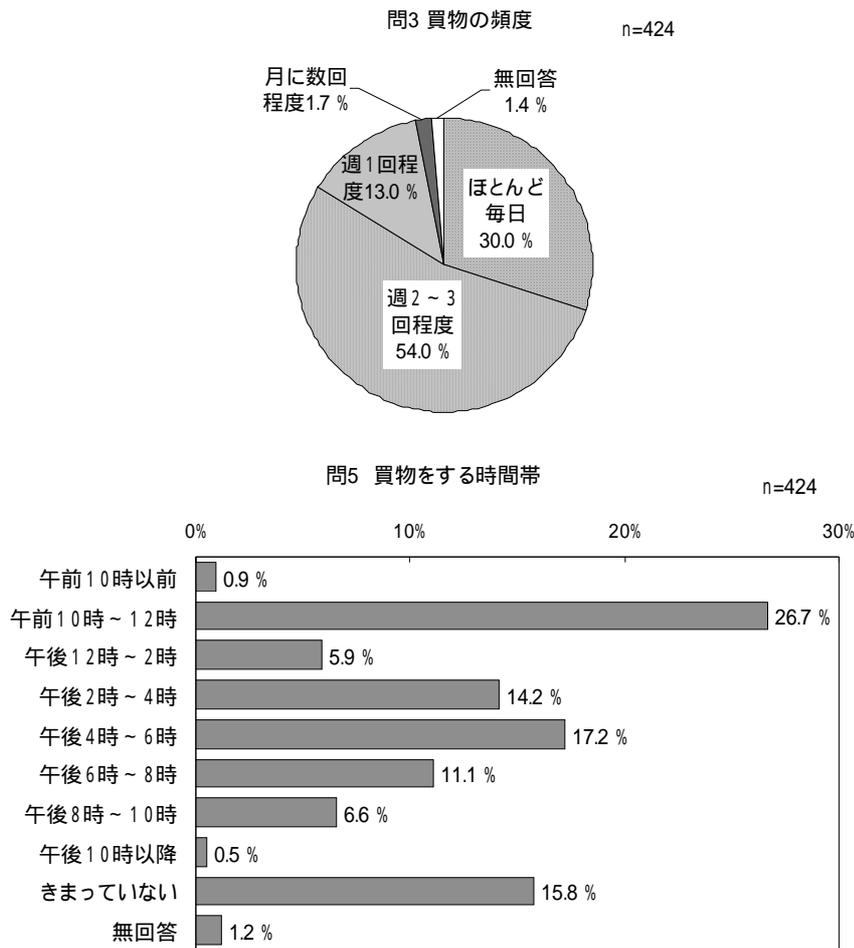
### 市民の買物行動の特性

市民の買物頻度は、市民の過半数が「週2～3回程度」で、「ほとんど毎日」の人は30%、「週1回程度」の人は13%にとどまる。

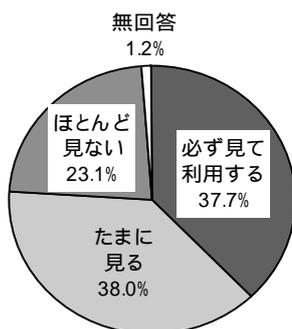
買物する時間帯は、午前の人が27%、午後2時から8時の各2時間毎に10%余りの人が買物し、「決まっていない」人も16%あり、買物の時間帯は分散している。

大半の市民が「売出しのチラシを見て」いて、必ず見て利用する人が38%に上る。「買物ポイント」も大部分の市民が「集め」ているが「何でも集めて利用する」人は29%と余り多くない。お店の人と「会話したくない」人は26%と約4人に1人で、「時々では会話する」人が大半である。

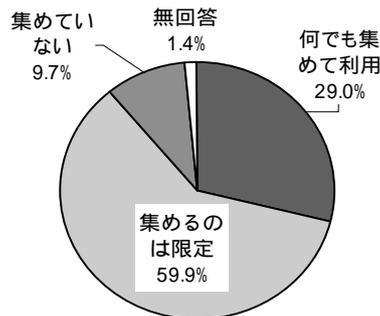
図2-5 稲城市民の買物行動の特性



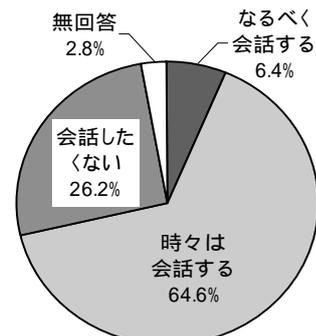
(1) 売出しのチラシを見ますか



(3) 買物ポイントを集めますか



(8) お店の人と会話したい方ですか



資料) 稲城市民の買物実態アンケート(平成20年8月)

### (3) 市民意識・ニーズ

「稲城市民の買物実態アンケート」の「稲城市の街はどんな風に発展して欲しいと思いますか？」(自由記入)への回答では、下表に例示するように、洒落た個店指向、大型店・ショッピングセンター指向、手づくりふれあい指向、生活利便性指向の4つの指向性を持った多数の意見が寄せられた。

これらの意見は、都市開発・都市基盤整備で人口も増えた稲城市の地域で、必ずしも生活の便利さがなく、地元の自然・農地が多いといった特性を生かしていないといった問題意識から、各種の商業・飲食店・サービス業の充実を願い、それを通じる「ふれあい」がある「大人のための街」の実現を願っているものである。

#### 問 10 稲城市の街はどんな風に発展して欲しいと思いますか？

<p>洒落た個店指向</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 買い物を楽しむ雰囲気させてくれること。すなわち、買い物のあと洒落た店で友達とお茶したり、食事したりすることが出来る場所や、腰を下ろして町の様子を心おきなく眺めていられる様な場所の設置。</li><li>・ 大規模なものを目指すのではなく、小さくても個性と品質を誇れる店。ファミレスやフランチャイズにはうんざりしています。生活に潤いを与えてくれる大人のための街づくりを願っています。</li></ul>
<p>大型店・ショッピングセンター指向</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 生活上の買い物が安く便利になる大型・中型の商業施設も整備して欲しいと思います。欲しい施設としては、大型の書店、ビデオレンタル店、複合型シネマコンプレックス、大型家電ディスカウント店、各種バリエーション豊富な庶民的値段のレストラン街です。</li><li>・ 南多摩の駅前 / ・ 矢野口駅周辺 / ・ 稲城長沼駅 / ・ 川崎街道沿い に大型店舗が欲しい。</li></ul>
<p>手づくりふれあい指向</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 首都近郊の農作物生産地として、農地や山を残しつつ発展して欲しい。商店街は平日ももう少し遅くまで営業して欲しい(仕事帰りに買い物できるように)。特産品のぶどうをアピールして欲しい。ワイナリー誘致求む。</li><li>・ 大型スーパーは何でもそろっていて便利なのですが、肉、魚の調理方法等個人のお店で買うと知らない食べ方を教えてもらえて良いので、個人商店を活性化して欲しい。会話のある買い物をしたい。</li></ul>
<p>生活利便性指向</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 南武線の駅周辺がもう少し活気のある街になって欲しいと思います。川崎街道沿いにもスーパーが欲しいです。南多摩駅で買い物できないので、仕事帰りの途中駅で買い物を済ませることが多いです。</li><li>・ 居酒屋・定食屋など、食関連の店が欲しい。</li><li>・ 駅周辺に巡回バス停をつくって下さい。また、下町風の商店街を考えてください。</li><li>・ 商店が個々に行うセールではなく、また年末大売り出しのセールでもない売り方を考えてください。</li></ul>

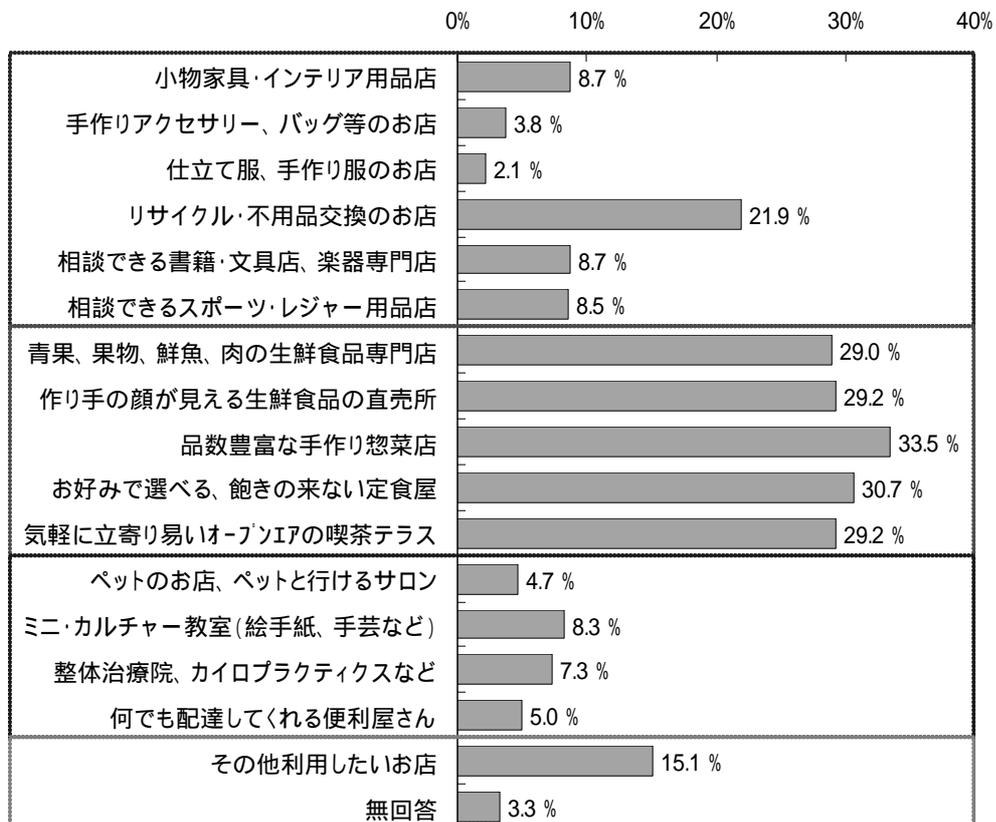
資料)稲城市民の買物実態アンケート(平成20年8月)

「市内にあったら利用したいこだわりのお店」では、「品数豊富な手作り惣菜店」の34%を始め、食関係のこだわりのお店には30%前後と多くの利用意向が寄せられ、「リサイクル・不用品交換のお店」に22%、文化・教養・レジャー関係のお店に8%台の利用意向がある。商店街に欲しいものでは、幅広歩道、トイレ、ベンチ、イラスト地図等が多く挙げられた。

図2 - 6 市民が望むお店や商店街に欲しい施設

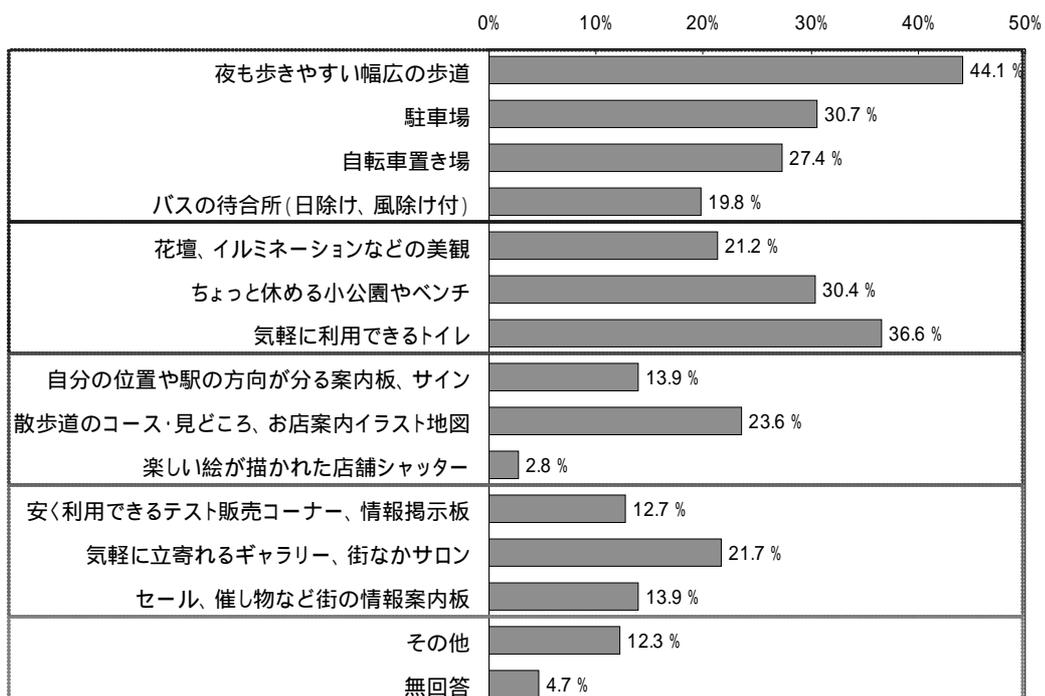
問8 こだわりのお店の利用意向

n=424



問9 日頃利用する商店、商店街に欲しい施設

n = 424



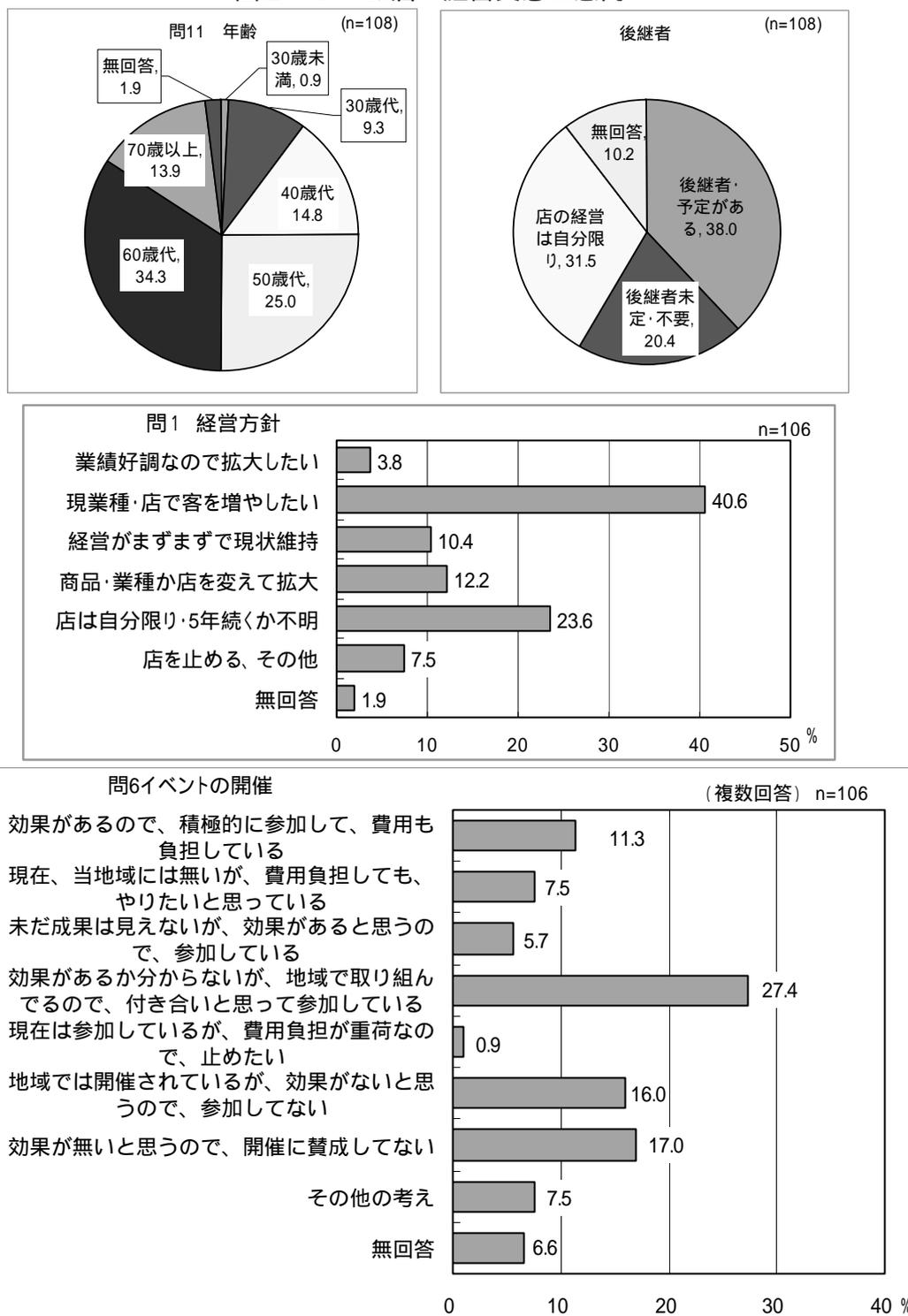
資料) 稲城市民の買物実態アンケート(平成20年8月)

#### (4) 商業者の実態

##### 経営の実態と意向

経営者は50代までが約半数と比較的若く、「店の経営は自分限り」は24%に止まる。「現業種・店で客を増やしたい」経営方針の店が41%など、現状維持から積極的な店が多い。商店街のイベントには、「つきあい」で参加している店(27%)が多いが、不参加の店も33%で多くはない。(この内容は、お店へのアンケートに拠るが、回収率は約20%で、経営状況が悪いお店の回答が少なかったために、回答者の中では良い回答の割合が高くなっている可能性がある。)

図2-7 お店の経営実態と意向



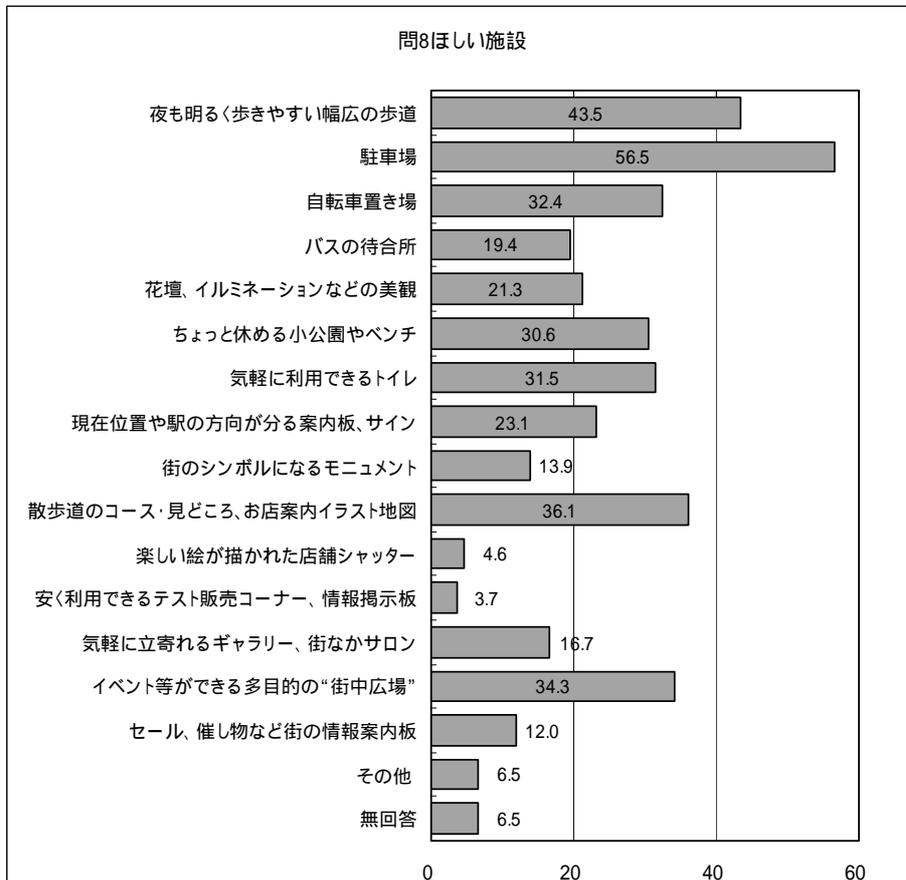
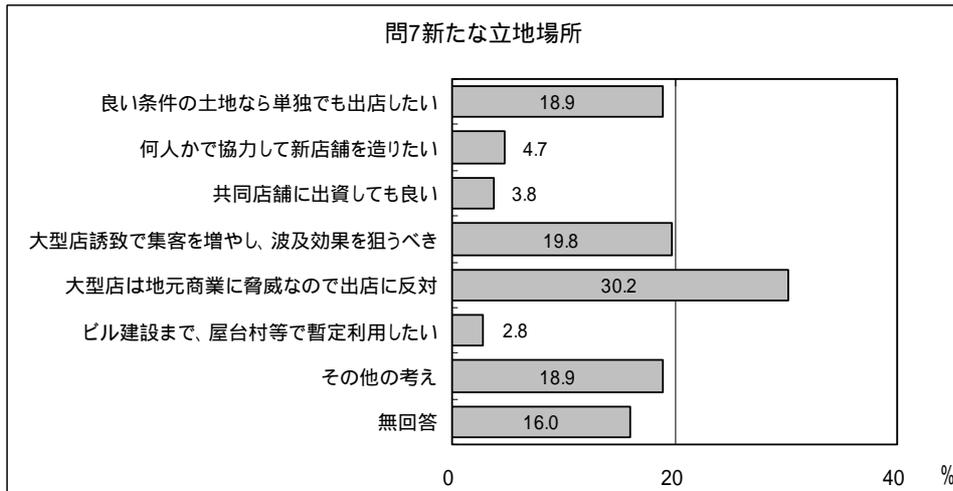
資料)お店の将来展望アンケート(平成20年8月)

### 今後の商店立地と商店街に欲しい施設

都市整備に伴う新たな商店立地場所への出店の考え方では、「良い条件の土地なら単独でも出店したい」が19%と積極的な商業者が少なくないが、「屋台村等で暫定利用」は3%、「共同店舗」等は4%前後と少ない。大型店の出店については、「大型店誘致で波及効果を狙う」が20%に対し、「脅威なので出店に反対」が30%で、反対が多い。

商店街に欲しい施設は、「駐車場」57%、「幅広歩道」44%が多く、「イラスト地図」36%や「イベント等ができる多目的の“街中広場”」34%も比較的多くの商業者が望んでいる。

図2 - 8 商店の立地と商店街に欲しい施設



資料) お店の将来展望アンケート(平成20年8月)

## (5) 稲城市商業を巡る課題の整理

### 1) 問題状況の整理

以上見てきたところから、稲城市の商業を巡っては、次のような問題状況がある。

#### 購買力の市外流出の問題

市内の小売業年間販売額の人口一人当たり額から見ても、市民の買物行動アンケート結果から見ても、市民が市外で買物する形で購買力が市外流出していることが明らかである。これは、市内・生活圏内に買物できるお店や買物したいお店が無い・少ないと考える市民が多いことから生じている現象である。

多くの市民は、食料品店や飲食店等を欲しいと考えているが、JR南武線や幹線道路の開発整備の影響で店舗が無かったり、通勤者の帰宅時間には閉店しているというように、稲城市の商業の現状は、市民の生活実態や嗜好との間でミスマッチがある。

#### 市内商業の立ち遅れの問題

商業は、本来的には市民の生活実態や嗜好に沿いニーズに応える商業が発達するものだが、都市構造や住民層の急激な変化に、既存の個店や商店街が適切に対応できていない。

その背景には、都市間競争や市内の中大型店舗との競争で顧客を奪われているという外的要因の他に、個店経営者の加齢と後継者難に伴う経営意欲の減退や、経営不振店が増えて商店街活動も衰えるといった市内商業者の意欲・体力不足も要因のひとつとなっている。

市民の中には、「大型ショッピングモールが欲しい(百貨店系等)」「アウトレットモールの誘致」「複合型シネマコンプレックス、各種バリエーション豊富な庶民的値段のレストラン街」を望む声もあるが、外部からの進出立地は、都市開発の途上にあり人口集積も大きくないことなどのために、あまり進んでいない。

#### 地域資源を生かしていない問題

市民の多くは、自然、緑豊か、梨・ぶどう等の特産品を、稲城市の特色・他地域より優れた「強み」と考え、そうした特色を生かす街づくりを望んでいる。

例えば、「緑豊かに残しつつ、徒歩でも楽しめる商店街。わざわざ都心に行かなくても身近で良いものが揃うならば利用はできると思います。珍しい品、こだわりの品が多くあればなお良い。」「地域の産物を近くで買えると良いと思います。幹線道路側に、例えば道の駅のようなもの。稲城市外の人でも来て楽しんで買い物が出て来ると嬉しいです。」等の声がある。

都市整備の進展や人口の増加なども稲城市の商業発展にプラスに働く要素であり、「強み」の「地域資源」と言える。

こうした地域資源の活用について、これまでは稲城市や商工会も力を入れてきたが、未だ十分な成果があがっていなかった。

### 2) 課題の整理

#### 市民の多くが望む姿の共有化

市民の意見などを総合すると、稲城市の商業活性化・地域振興では、巨大な商業拠点を創り出すことは必ずしも望まれてなく、“市民の暮らしに寄り添う便利な街”や“市民が主役の楽しみがある街”さらに“特産品の梨・ぶどうに代表される地域資源を活かす”が市民の多くが望む姿である。その認識を市民・関係者が共有化し、その実現に向けて協働できる

ように、目標を統一することが必要である。

#### 商業立地のためのきめ細かな環境づくり

これまでの幹線道路や鉄道・駅周辺の土地区画整理など都市基盤整備の中で、商業立地の環境は構造的変化を来し、既存の商店街にはかなり大きな影響をもたらしており、今後は、新しい都市基盤・市街地環境の下で、商店街の再建・再構築を必要とする。

そこで、市民の暮らしを支え街の顔となる商業集積地づくりのために、きめ細かな配慮が行き届いた都市環境づくりの対応が必要である。

例えば、商店街にアクセスしやすい都市施設づくりや公共交通の計画、また、駅周辺商業を振興する地区では建物の1階部分に商業・業務施設の設置を地区計画で義務づけるといった対応などが必要である。

そこで、消費者市民、商業者等の声をきめ細かに反映した、商業・商店街が育つ都市環境・商業立地環境づくりに取り組むことが課題である。

#### 稲城市が一丸となった取り組みの仕組みづくり

市民の多くが望む姿の稲城市商業の実現は、都市環境づくりといったハード面だけでなく、ソフト面でも、体力不足の商業者などへの「あなた任せ」では不可能である。稲城市の行政を始めとして、市民の様々な形での参画も巻き込んで、一丸となって積極的・計画的に取り組む必要がある。

そこで、“市民の暮らしに寄り添う便利な街”などの目標の実現に向けて、市民・関係者が一丸となれるようにする、参画と協働の仕組みづくり 具体的な事業や活動における仕組みづくり が課題である。

#### 発展戦略が必要

商業活性化、商業・商店街が育つ都市環境づくりは、一朝一夕にはできないので、ステップ・バイ・ステップで実現に向けてアプローチする必要がある。

補助事業など公的支援の導入や、市民団体・市内事業者等との連携、社会実験、参加する市民が次第に増えるイベントの開催なども取り入れつつ、手掛け易いところから始めて段階的に大きな事業等もできるようにする「発展戦略」を持った計画づくりが課題である。

ただし、限られた期間の中では計画よりはその実践が重要であり、始めは小さな実践で小さな成果を挙げ、その成功体験と反省に立って、次により多くの参加者が得られ、より大きな事業を行えるといった、「小さく生んで大きく育てる」実践を積み上げる取り組み姿勢に立つ「戦略計画」が必要である。

---

「消費者市民」とは、「消費者」であるとともに、街づくりの主体でもある「市民」を意味する。

### 3 稲城市商業の活性化・地域振興の方向

#### (1) 理念・目標・基本方針

##### 理 念

稲城市の地域の特色を生かしながら、周辺地域との関係の中で、個性ある魅力を創出することを基本理念とする。

##### 目 標

### 自慢のコミュニティを感じられる商業の街づくり

(そのころは)

「自分達の住む街は、自然や人とのふれあいがあり、暮らしに便利で、楽しい彩りもある、他人に自慢できる良いコミュニティだ」と市民が感じられる商店街・商業集積がある街づくり

##### 基本方針

#### A 稲城市の「強み」を生かす取り組み

##### ア 暮らしに寄り添う便利な街づくり

若い世代が多い・人口増加・街の整備進展 の強みを生かし、暮らしを便利に豊かにする「商店街」・交通環境づくり

##### イ 市民が主役の楽しみある街づくり

自然豊かな風土と、感性豊かな市民が居る 強みを生かし、市民協働で創る生活の舞台・「散策が楽しい街」づくり

##### ウ 地域資源を活かす逸品づくり

農、レジャーが多い等 の強みを生かし、他では手に入らない逸品づくり

##### エ ファンが集う情報発信・交流

ファンが多いチームがある等 の強みを生かした情報発信により、地域のファンづくりと開かれたコミュニティづくり

#### B パートナーシップに立つ取り組み

事業者・商工会は、目標の実現に向けて、パートナーシップの考え方に立って、市民団体等と連携・役割を分担し、また、市など行政の支援を得ながら取り組んでいく。

事業者も、各地の商店街ごとにまとまって、商工会のバックアップを得ながら、商店会未加入の事業者の協力も得ながら、地域の市民団体等と連携して、実行可能なアクションプログラムを作り、実践に取り組んでいく。

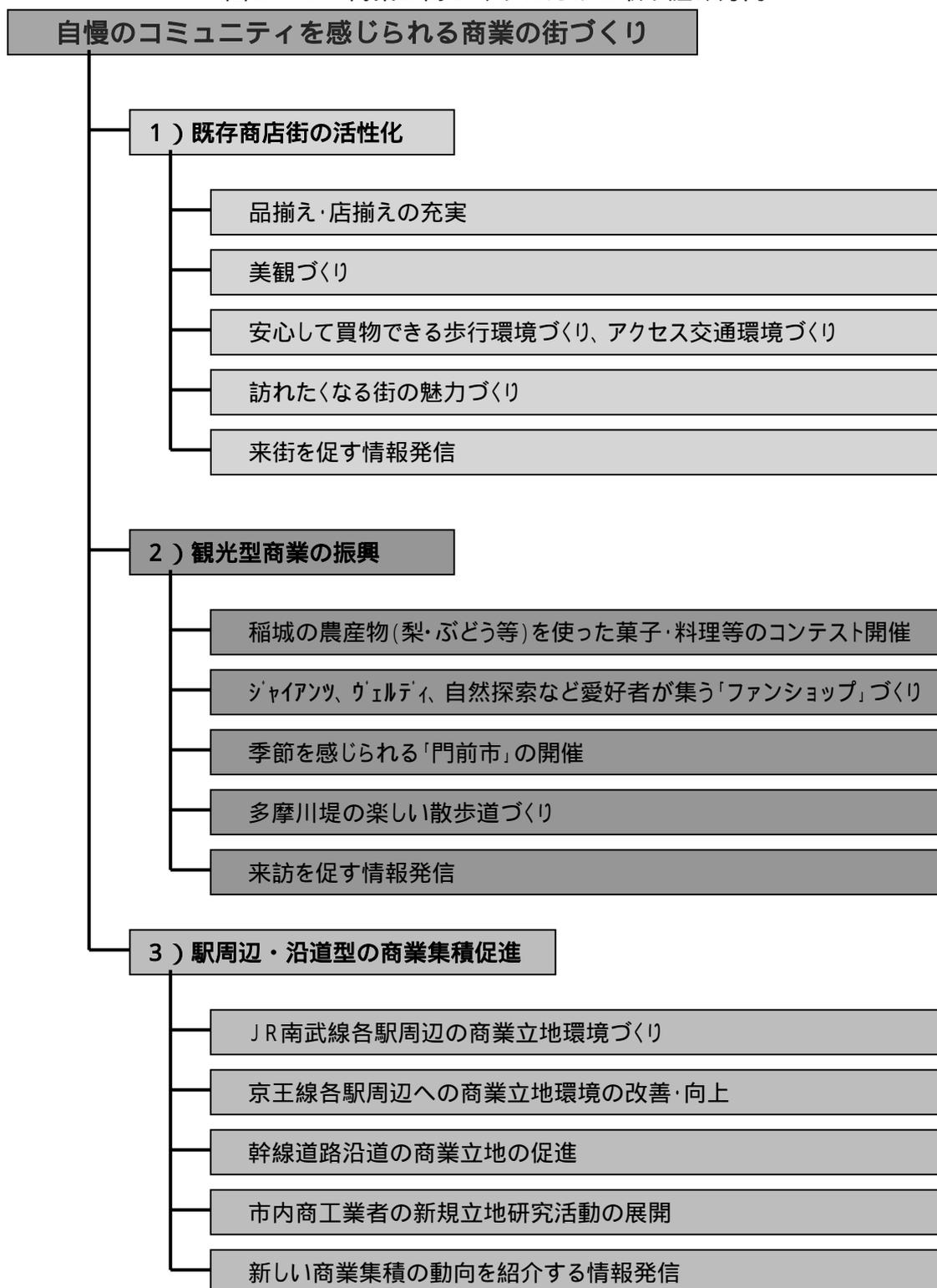
#### C 「小さく生んで大きく育てる」取り組み

可能な範囲・規模から始めて、実践の中で成果を上げ、改善点を直しながら、しだいに拡大していく方針で取り組む。

## (2) 商業の街づくりの構想

「自慢のコミュニティを感じられる商業の街づくり」を目標として、その実現・具体化には、既存商店街の活性化はもとより、地域資源を生かした観光型商業の振興、さらに、都市基盤整備等に伴って今後期待される市内各駅周辺と幹線道路沿道について、円滑に商業集積を促進する取り組みが必要である。

図3 - 1 商業の街づくりのための取り組み方向



以下、商業の街づくりの具体的なイメージを、市民・消費者の声によって示す。

## 1) 既存商店街の活性化

### 品揃え・店揃えの充実

- ・大型店、チェーン店ばかりでない地元の人を作ったお店があり、商店同士が競うように、食べもの屋さんの美味しい店が並んでいる。
- ・小さくても個性と品質を誇れる店、珍しい品、こだわりの品が多くあればなお良い。
- ・おいしい空気とおいしい時間を過ごせる、緑・カフェなどがある。
- ・平日は、仕事帰りに買い物できるように、もう少し遅くまで営業する。
- ・会話のある買い物をしたい。

### 美観づくり

- ・清潔（クリーン）な街にする。定年を迎え地域に帰る団塊の世代を活用したゴミ清掃。安心して買物できる歩行環境づくり、アクセス交通環境づくり

- ・商店街通りを歩行者専用にし、出入口に駐車スペースを確保して、買物の安全を図る。
- ・各地区に気軽に行き来し易いよう、バス等を充実させ、日中のバスの便を増やす。

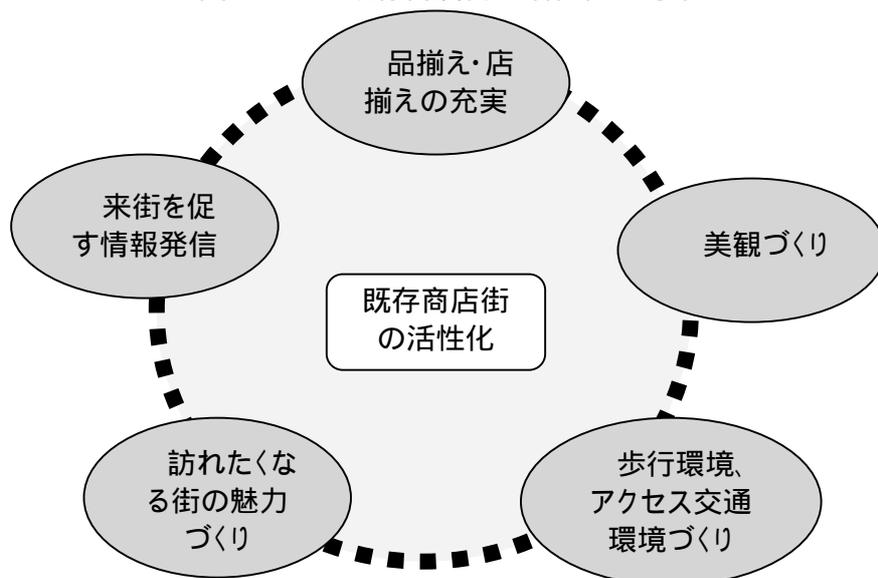
### 訪れたい街の魅力づくり

- ・駐車場を利用した、朝市やフリーマーケットの開催。
- ・市内各名菓、特産品、有名な菓子類を一店舗で種々選択できるスペースと規模、他地域からもあそこなら何でも揃うと言われるような店。例えば道の駅のようなもの。

### 来街を促す情報発信

- ・既成市街地の店舗、小売店・飲食店のリストやマップ、店種も分かるのがあればよい。
- ・稲城のPR情報発信ホームページ開設。視聴者同士が交流できるブログ機能を盛り込み、口コミ情報を生かす
- ・ホームページで引換券・割引券を発行、「優勝セール」など販売促進・商業振興に生かす

図3 - 2 既存商店街の活性化の方策



## 2) 観光型商業の振興

稲城の農産物（梨・ぶどう等）を使った菓子・料理等のコンテスト開催

- ・梨を使ったデザートコンテスト。
- ・地元の梨やぶどうでつくったジャムやワイン、ゼリーなどを売る専門店があったら利用したい。

ジャイアンツ、ヴェルディ、自然探索などファン・愛好者が集う「ファンショップ」づくり

- ・ジャイアンツ、ヴェルディの練習場やグッズ店。子供も大人も年配者も話し合えるようななごやかなたまり場があるとよいと思う。
- ・ヴェルディとビアパブ、居酒屋。あまり強烈なファンじゃなくても入れる店。

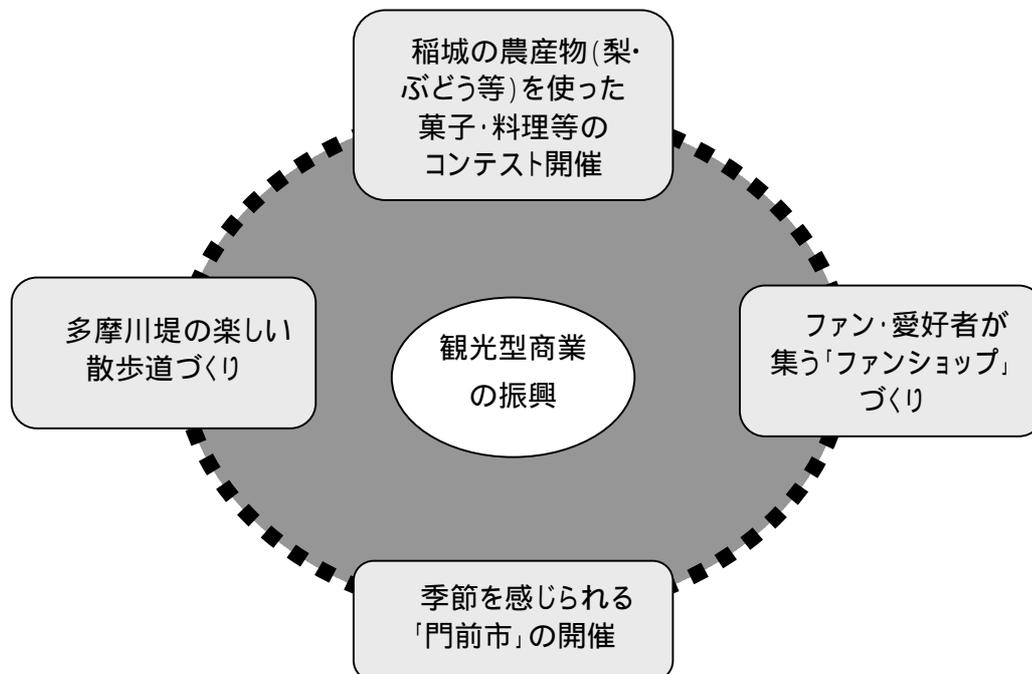
季節を感じられる「門前市」の開催

- ・緑と樹木の香り・さわやかな風を活用するために、動植物（ドッグランやミニ牧場、果樹園を含む）とふれあえる公園、農産物直売所や地場野菜によるレストランを隣接。

多摩川堤の楽しい散歩道づくり

- ・多摩川や多摩丘陵の自然を生かした小じゃれた街。緑と共に稲城色のお店やいこいの場を増やし住民や都心の人への安らぎの場として発展して欲しい。
- ・緑と広い道路、そして川があるのだから、ペットとの暮らしを楽しめる街づくり。ドッグラン、ドッグカフェ等も出来たら楽しめます。

図3 - 3 観光型商業の振興の方策



### 3) 駅周辺・沿道型の商業集積促進

#### JR南武線各駅周辺の商業立地環境づくり

- ・南武線の駅周辺がもう少し活気のある街になって欲しいと思います。駅周辺に、地元のお店が建ち並ぶ商店街が欲しい。南多摩の駅前（富士通跡地）にショッピングモール\*を作って欲しい。（\*商店街で、並木を植えるなどして遊歩道風にしたもの。）

#### 京王線各駅周辺への商業立地環境の改善・向上

- ・「アウトレットは南大沢、デパートは多摩センター、グルメは若葉台」と多摩の各駅で特化したものにする。駅前にはおいしい、ソバ屋、寿司屋、洋食屋、ウナギ屋が欲しい。
- ・買い物、飲食店がなさ過ぎる。駅周辺を核として発展して欲しい。

#### 幹線道路沿道の商業立地の促進

- ・川崎街道沿いや尾根幹線沿いには専門店（大型）を配置し、そこから果樹園や多摩丘陵への案内を掲示したり、巨人軍、ヴェルディの練習場やグッズ店を設置するとよい。
- ・地域の産物を近くで買えると良いと思います。幹線道路側に、例えば道の駅のようなもの。稲城市外の人でも来て楽しんで買い物ができると思います。
- ・地場野菜直売所の設置。中途半端な大きさより、大型で駐車場も十分確保された施設。

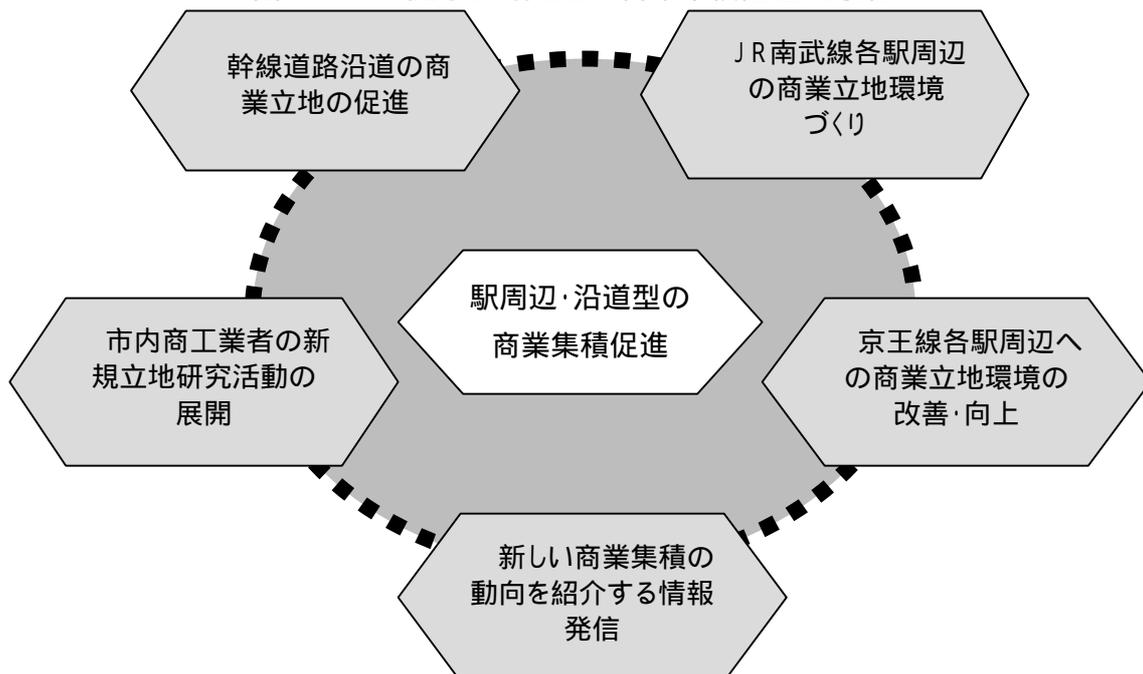
#### 市内商工業者の新規立地研究活動の展開

- ・「大型店、チェーン店ばかりでない地元の人が作ったお店があること。」「駅周辺に巡回バス停をつくって下さい。また、下町風の商店街を考えてください。」など、市民のニーズを反映する市内商工業者の研究活動を進める。

#### 新しい商業集積の動向を紹介する情報発信

- ・「JR南武線の新立地にはぜひ地元商店を誘致して頂きたい」に応える開発情報提供。
- ・稲城市HP\*より商店街HPに入れるようにバナーを入れる。商店街連合会HPを地図入りで作成し、各お店のPRをする。HPでどこにお店があり、どの様な商品を扱っているかをPR出来る環境を作ると良いと考えます。（\*HP=ホームページ）

図3-4 駅周辺・沿道型の商業集積促進の方策

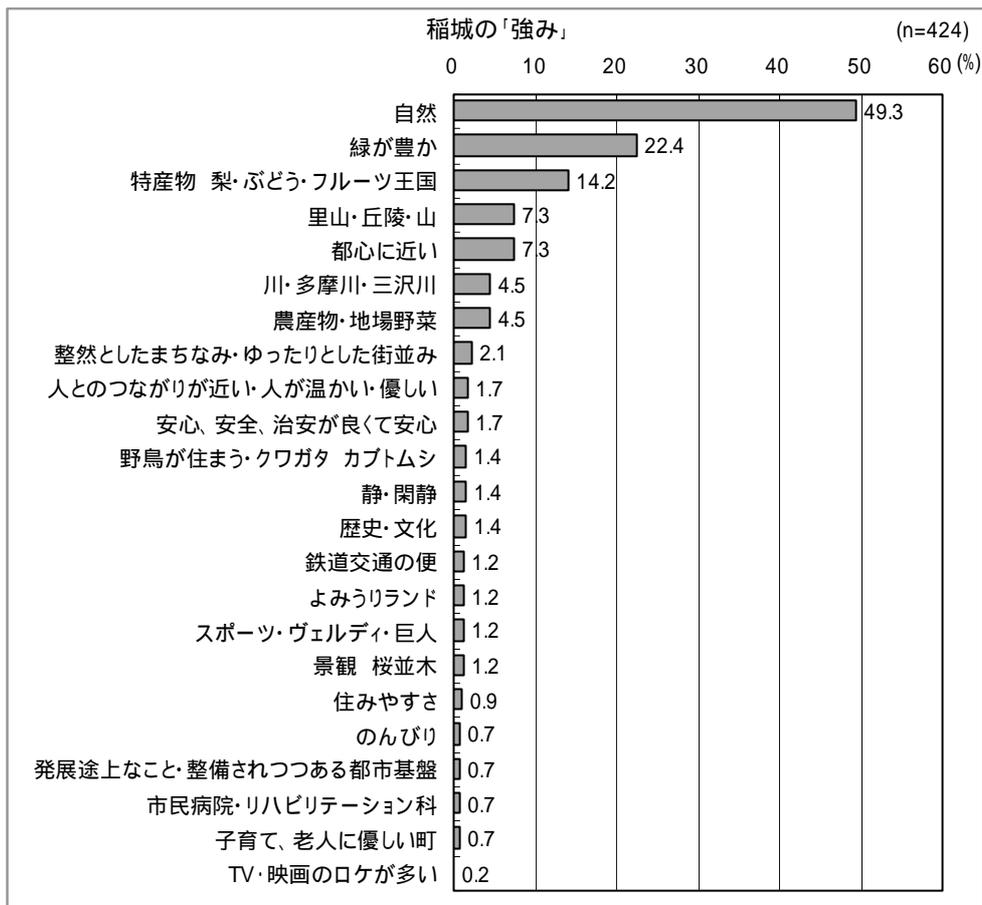


## 4 稲城市の「強み」を生かした地域振興策

### (1) 稲城市の「強み」と生かし方

市民が考える「稲城の強み」は、「自然」、「緑が豊か」が特に多く、里山・丘陵、川（多摩川・三沢川）などが別の表現で挙げられている。次いで、「特産物」（梨・ぶどう・フルーツ王国）、農産物・地場野菜を挙げる市民が少なくない。さらに、「都心に近い」が続いている（「鉄道交通の便」も同じ意味）。

図4-1 稲城の「強み」



資料) 稲城市民の買物実態アンケート(平成 20 年 8 月)

こうした「強み」の活かし方、特色を生かす提案として、次のような意見が寄せられた。

表4-1 稲城の「強み」を活かした活性化の提案

「強み」	活かし方
自然	ウォーキングツアー、果物食べ放題ツアーとかをしてほしい。 地産地消を目指す、農家と住民の育成。
特産物	
街並み	
住みやすさ	散歩道による専門店の活性化。
都心に近い	環境と交通インフラを強みにした「福祉施設事業」 家族が都心からも車でしやすい。

資料) 稲城市民の買物実態アンケート(平成 20 年 8 月)

市民意見の他にも、統計データ等から明らかになった稲城の「強み」を合せて考えると、稲城の「強み」・特色には次のような活用方向・生かし方が考えられる。

図4-2 稲城の「強み」を生かす地域振興の方向

稲城の「強み」	活用による地域振興の方向
<p>若い世代が多い・人口が増加・街の整備が進展</p> <p>↓</p> <p>購買力が拡大する、人の動線も固まってくる、商業立地の適地ができる</p>	<p><b>暮らしに寄り添う便利な街づくり</b></p> <p>既存商店街の再整備 駅周辺商店街の再生 幹線道沿いの新しいショッピング拠点づくり 「買物バス」の運行</p>
<p>自然豊かな風土があり、感性豊かな市民が居る</p> <p>↓</p> <p>市民協働で、生活の舞台創り、街づくりができる</p>	<p><b>市民が主役の楽しみある街づくり</b></p> <p>季節を感じられる「門前市」の開催から多摩川堤の楽しい散歩道づくり ドッグランやミニ牧場</p>
<p>農産物、レジャーが多い目立った特色がある</p> <p>↓</p> <p>地域を代表する逸品が創りやすい他地域に対してもアピールし易い</p>	<p><b>地域資源を活かす逸品づくり</b></p> <p>稲城の農産物(梨・ぶどう等)を使った菓子・料理等のコンテスト毎年開催 ジャイアンツ、ヴェルディ、自然探索などファン・愛好者が集う「ファンショップ」づくり</p>
<p>ファンが多いチームがある等</p> <p>↓</p> <p>他地域からも注目され易い関心が集まり易い・アクセスが増える</p>	<p><b>ファンが集う情報発信・交流</b></p> <p>稲城のPR情報発信ホームページ開設 ファンからの情報発信 ホームページで引換券・割引券を発行</p>

つまり、

「若い世代が多い・人口が増加・街の整備が進展」という地域性から、購買力が拡大する、人の動線も固まってくる、商業立地の適地ができるというメリットが生じている。そこで、商店街・商業集積がある所や今後生まれる見込みの場所について、市民が望むような「暮らしに寄り添う便利な街づくり」を進める方向で、地域振興の対策に取り組む。

「自然豊かな風土があり、感性豊かな市民が居る」という地域性から、市民が参加し、市民と行政や商業者が協働して、生活の舞台創り、街づくりができるというメリットが生じている。そこで、稲城の誇れる公園や歴史・文化を感じさせる寺社、多摩川堤などを舞台として、「市民が主役の楽しみある街づくり」を進める方向で、地域振興に取り組む。

「農産物、レジャーの場が多い目立った特色がある」地域性から、地域を代表する逸品が創りやすい、他地域に対してもアピールし易いというメリットが生じている。そこで、農産物(梨・ぶどう等)など「地域資源を活かす逸品づくり」で、地域振興に取り組む。

また、「ファンが多いチームがある」特色から、他地域から注目され、ホームページ等のアクセスが増えるメリットがあるので、稲城のPR情報発信ホームページ開設など、「ファンが集う情報発信・交流」を進める方向で、地域振興の対策に取り組む。

## (2) 地域振興策の体系

主に市民アンケートに表れた要望・提案意見に沿って振興策を挙げる。

### 1) 暮らしに寄り添う便利な街づくり

若い世代が多い・人口が増加・街の整備が進展 の強みを生かし、暮らしを便利に豊かにする「商店街」・交通環境づくり

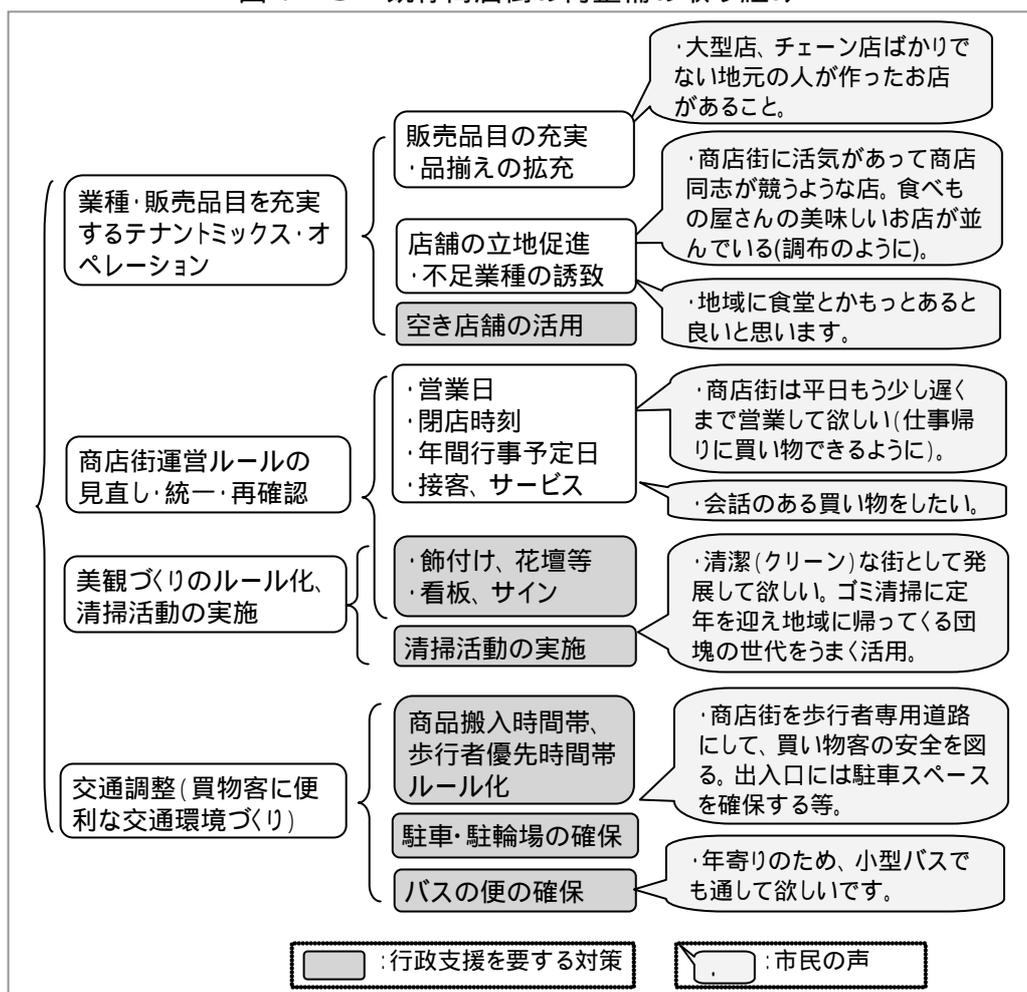
「暮らしに寄り添う便利な街づくり」は、市民と来訪者の居住や生活行動動線などを考慮して、既存商店街の再整備、駅周辺商店街再生、幹線道沿いの新しいショッピング拠点づくり、「買物バス」の運行の4つの方向から振興策を構成する。

#### 既存商店街の再整備

ペアリーロード、弁天通り、平尾団地など既存の商店街では、周辺に居住する市民の日常的な暮らし(消費生活)を支えるために、消費者・市民の声に応えながら、営業日・閉店時間等の商店街運営ルールの見直しや、美観づくりの活動、買物客に便利な交通環境づくり、さらには、業種・販売品目を充実するテナントミックス・オペレーションにも取り組むことで、商店街の「再整備」を実現する。

空き店舗活用、交通環境整備などの取り組みにおいては、商店会が積極的に、行政や地域住民団体などと連携して、協力・協働関係を作り出し、「再整備」の実現に努める。

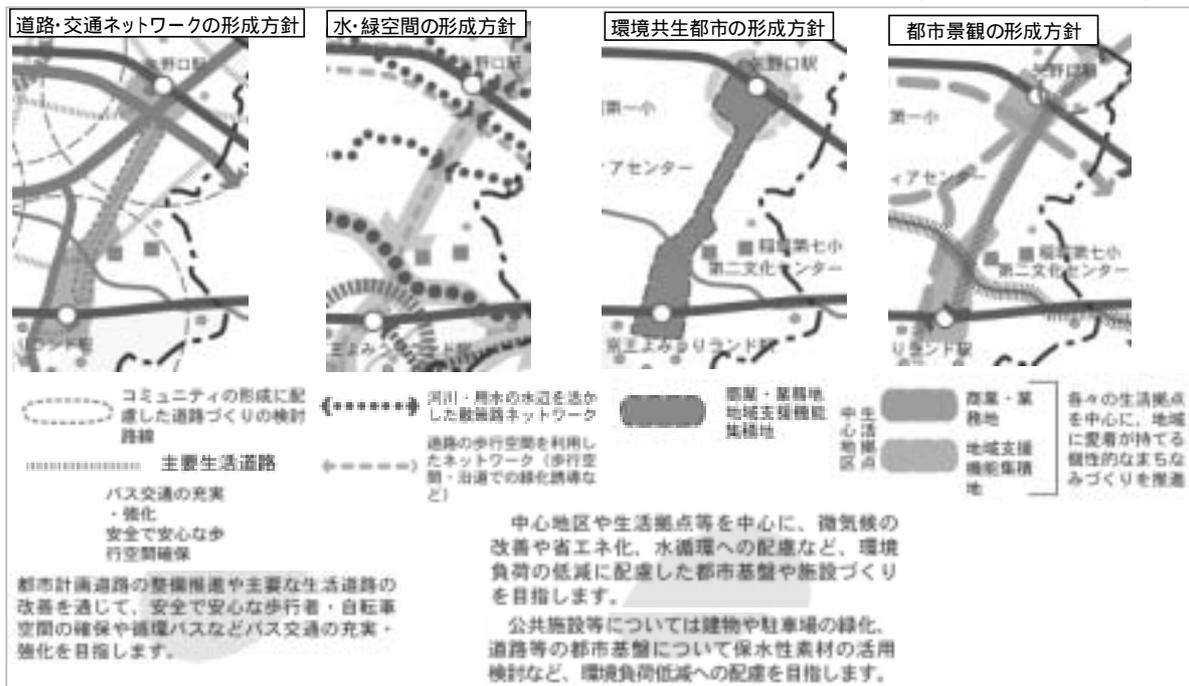
図4-3 既存商店街の再整備の取り組み



テナントミックス・オペレーションは、商店街に必要な品揃え・業種構成を考え、欠落業種の店を導入する操作を指す。

稲城市では、平成 14 年度に策定した計画の中で、商店街のまちづくりについても次のような方針を定めている。

図 4 - 4 稲城市都市計画マスタープランにおけるまちづくり方針（弁天通周辺の例）



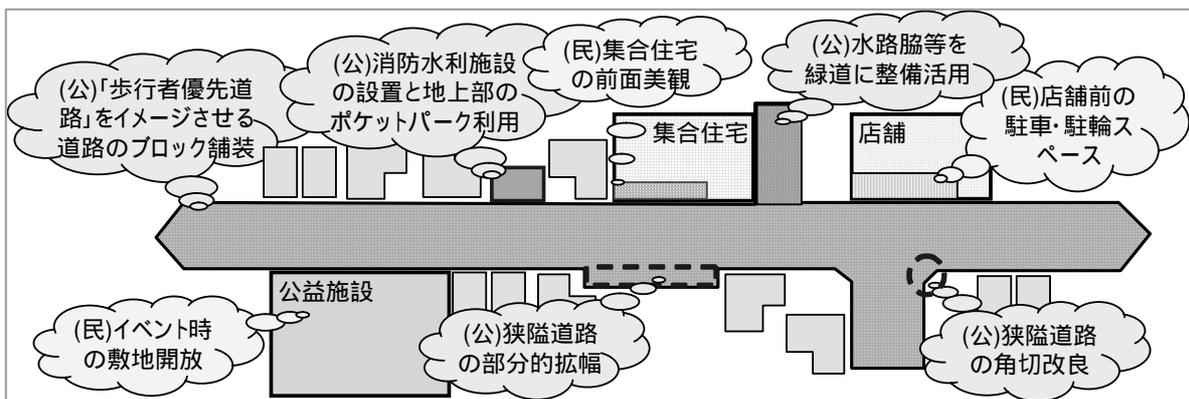
資料) 稲城市都市計画マスタープラン(概要版)HP より、該当箇所を抽出

既存商店街の多くは、狭い道路に個店が自然に集積してできているため、自動車交通と買物の歩行者が混在して安心して買物ができないという声があり、駐車や駐輪の場所も限られる。火災時の消防車両通行等にも、大きな支障が予想される。

こうした問題点を改善し、暮らしに寄り添い便利、安全、快適な商店街を少しずつでも実現するために、上記のまちづくり方針に沿いながら、下図の(公)として示すような市の事業を要望・導入して、商店では店舗前の駐車・駐輪スペースづくり、集合住宅は道路側の緑化など美観づくり、公益施設はイベント時の敷地開放協力などに取り組む。

併せて、例えば、「歩行者優先道路」を実現するために商品搬入荷捌き車両の通行時間帯の調整・ルール化するなど、暮らしを便利に豊かにする「商店街」づくりのための、ソフト面からの取り組み（イベント開催、情報発信なども）を積極的を進める。

図 4 - 5 既存商店街の「再整備」のハード面のイメージ



## 駅周辺商店街の再生

### ( 駅周辺の計画と動向 )

J R 南武線の連続立体交差事業と駅周辺の土地区画整理事業により、南武線の 3 駅周辺では、既存の商店街通が廃され街路が付け替えられる等大きな改変が計画されている。

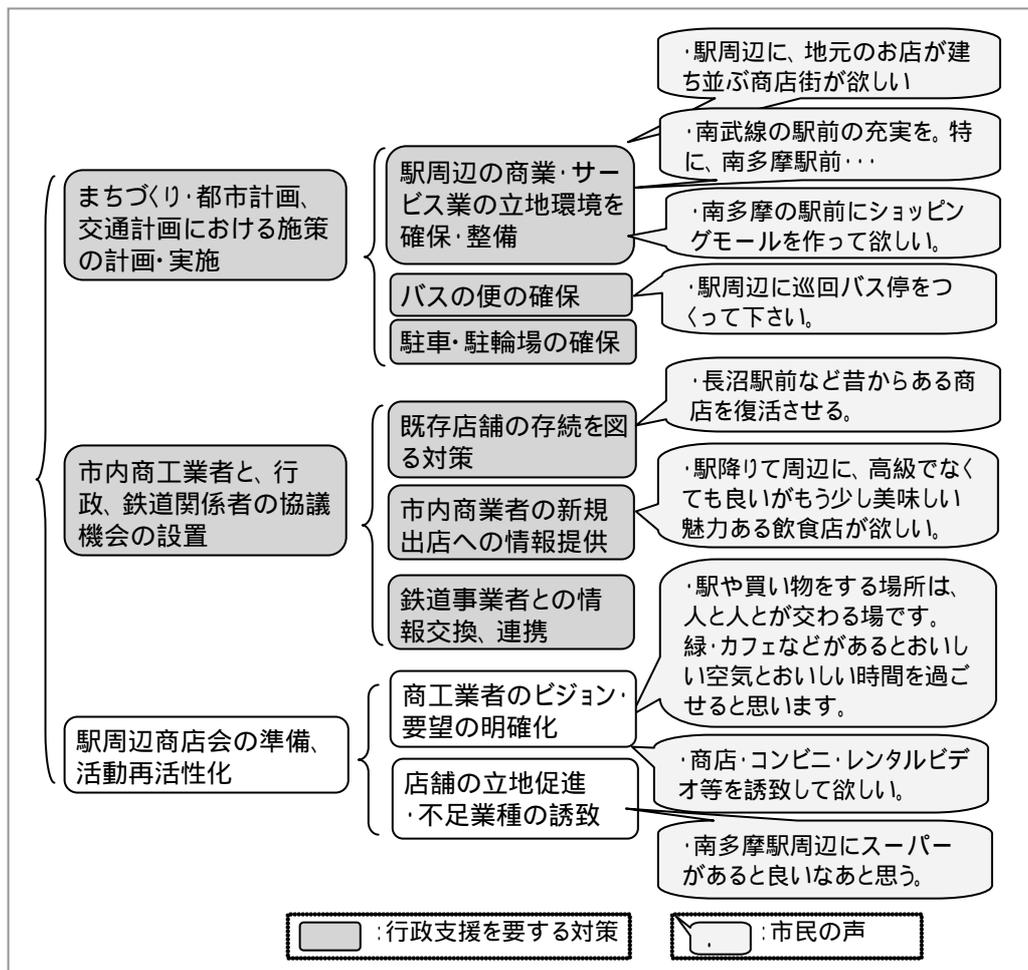
稲城長沼駅、南多摩駅区間の連続立体交差事業は平成 22 年度完了予定で、2 駅周辺の土地区画整理事業も進んでおり、J R の高架下利用方法に関する検討を始める時期を迎えているが、駅周辺の商業のあり方等については、まだ、目標イメージや見通しもはっきりせず、既存店舗の商業者もまとまった対応ができていない。

### ( 振興策の構成 )

消費者市民や市内通勤就業者からの駅周辺商業、商店街への期待に応え、商工会が中心になって、商工業者のビジョンや要望を明確化する取り組みを進め、駅周辺商店街づくりに中心になって取り組む商業者の会を準備する等の支援を進める。

また、市のまちづくり・都市計画等の中で適切な見通しと計画・事業化の対応を進めるよう、市行政、鉄道関係者との協議機会を設け、消費者市民、商工業者の意見要望の反映に努める。なお、完成後のビジョンだけでなく、事業の進展に伴い仮店舗を設けたり休業が必要な移行期・過渡期についても、空き地の有効活用、市内商業者の立地研究支援などに、市行政と連携して取り組む。

図 4 - 6 駅周辺商店街の再生の取り組み



この項に関しては、「5 J R 南武線駅周辺の商業活性化対策」の章も参照のこと。

### 幹線道沿いの新しいショッピング拠点づくり

稲城市内では、川崎街道や尾根幹線など幹線道路の整備が進んだことによって、その沿道に物販・飲食等の店舗が立地し易い環境が生まれ、既に、ファミリーレストランやコンビニエンスストアなどの進出が進んでいる。

地元の商業者、果樹園農家などの中にも、幹線道路沿道に店を出す例があるが、小規模な仮設店舗や、小規模店で駐車台数の少ないなど、幹線道路沿道立地のメリットを引き出す立地形態ではないものが殆どである。

消費者市民は、次のような要望意見を寄せている。

#### 沿道型商業についての市民要望・意見

- ・市内各名菓、特産品、有名な菓子類を一店舗で種々選択できるスペースと規模。他地域からでもあそこなら何でも揃うといわれるような店（市内業者自慢の品を一店舗に）
- ・地域の産物を近くで買えると良いと思います。幹線道路側に、例えば道の駅のようなもの。稲城市外の人でも来て楽しんで買い物が出来ると思います。
- ・地場野菜直売所の設置。中途半端な大きさより、大型で駐車場も十分確保された施設。
- ・幹線道路沿いにコーヒーショップ（スタバ等）、店内で食べられるパン屋さんなどあったら、他市から来た人たちも車を止めて立ち寄れると思う。

大手資本のチェーン店等は、今後も進出立地すると予想されるが、成り行きに任せたままでは市内商業者の沿道立地は難しく、暮らし易い街、美観のある街、産業が活性化する街の実現も難しい。

そこで、幹線道路沿道に「道の駅」的な共用駐車場を中心にして物販店や飲食店が立地するような新しい商業集積の研究に取り組む。

具体的には、「幹線道沿いの新しいショッピング拠点づくり研究会」を設立することにし、商工会、JA、市行政が協力して、関心のある市内商工業者や果樹園農園などの参加を呼びかける。

「研究会」設立後は、参加者を中心として、施設機能内容、規模、用地の確保、資金の調達などについて検討を進めることとし、商工会や市行政等が情報提供や事務局機能を果たすなど、必要な支援を行う。

図4-7 沿道型商業拠点のイメージ

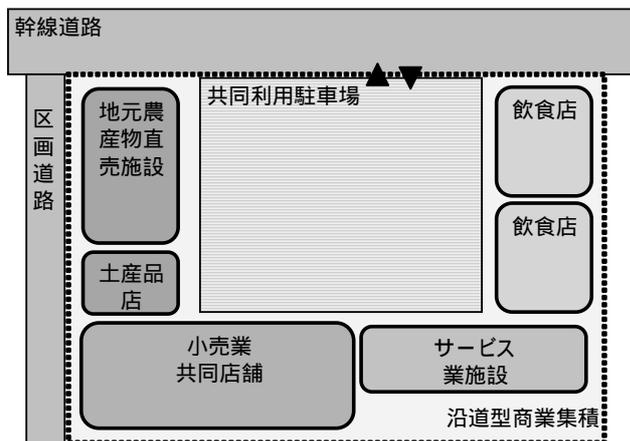
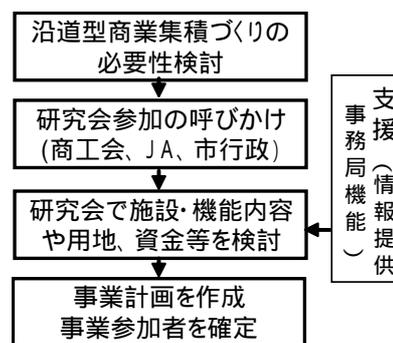


図4-8 商業拠点づくりの取り組み



### 「買物バス」の運行

消費者市民は、「稲城市民の買物実態アンケート」に答えて、次のようにバス交通の改善・充実を望んでいる。

#### バス交通についての市民要望・意見

- ・路線バスが無くなって不便です。年寄りのため、小型バスでも通して欲しいです。
- ・駅前だけを次々と開発するのではなく、各地区に気軽に出入りしやすいよう、バスなどをもっと充実させる（現在、丘の湯 平尾、市立病院左右廻りがあるが、ダイヤが近すぎる所と離れている所がありすぎる。ダイヤに工夫を）。
- ・日中のバスの便を増やして欲しい。
- ・稲城市立病院、南多摩駅へ直接行くようなバスがあればよいと思う。
- ・バスの回数を多く、値段をもう少し安く。ルートがちよっと分かりづらい。

現在あるバスについては、市立病院へのアクセスが主に配慮され、買物客が既存の商店街にアクセスするにはあまり有効ではない路線構成・バス停位置であり、改善が望まれる点が多い。

図4-9 バス路線と主なバス停における1日運行便数



資料) 稲城市 HP「稲城市コミュニティバス運行コース」図より 抽出

商業活性化の観点からは、次のような改善の検討が望まれる。

- ア. 現在5つあるバスコースがいずれも長い距離となっている点を改め、主な目的地を短い時間で結ぶように短いコースの組み合わせにする。
- イ. JR南武線の連続立体交差事業によって駅前広場が整備されることに伴い、駅と後背地の「山の手」住宅街を短く結ぶ路線へとコースを見直す。
- ウ. 「下町」を循環する新たな路線により、駅から離れた既存商店街について、バス通行可能な商店街通りの区間はその中に、通行不可能な場合はなるべく近い場所にバス停を設け、買物客の足となるバスの便を確保する。

バス路線の見直しは、利用客数の状況にもよるため、商業者側の意向を整理し、市行政に要望する形で、検討や実現に努める。

## 2) 市民が主役の楽しみある街づくり

自然豊かな風土と、感性豊かな市民が居る 強みを生かし、市民協働で創る生活の舞台・「散策が楽しい街」づくり

季節を感じられる「門前市」の開催から

消費者市民からは、稲城の特色を残しつつ、徒歩で楽しめる商店街、小さくても個性と品質を誇れる店といった、生活に潤いを与える大人のための街づくりを望む声がある。

稲城の特色を活かす商業についての市民意見・要望

- ・特産品のぶどうをアピールして欲しい。ワイナリー誘致求む。
- ・駐車場を利用した、朝市やフリーマーケットの開催。
- ・動植物(ドッグランやミニ牧場、果樹園を含む)とふれあえる有料公園を建設し、農産物直売所や地場野菜によるレストランを隣接。
- ・緑豊かに残しつつ、徒歩でも楽しめる商店街。わざわざ都心に行かなくても身近で良いものが揃うならば利用はできると思います。珍しい品、こだわりの品が多くあればなお良い。
- ・大規模なものを目指すのではなく、小さくても個性と品質を誇れる店。ファミレスやフランチャイズにはうんざり。生活に潤いを与えてくれる大人のための街づくりを願っています。

これらは、「生活に潤いを与える」商品やサービスへのニーズがあり、そのような店舗の立地を望む人がいることを示すが、成功する業種や需要量、立地場所等も想定しづらい。

そこで、四季のイベント等で多くの市民が集まる「門前」的な場所に「市」を設けてテストしたり、その機会にPRして同好の消費者やお店をやってみたい人を探索・発掘するといった地道なマーケティングの取り組みが必要である。

希望する消費者市民と商業者の卵等が協働して、研究活動や「門前市」のテスト開催などから、実現に向けた取り組みを始める。それを「あきんど塾」の活動を通して、商工会や市行政が支援する。

多摩川堤の楽しい散歩道づくり

「市民が主役の楽しみある街づくり」の2つ目は、稲城市の良いところである多摩川を活かした、新しい商業の活性化で、市民の提案意見としては、次のようなものがある。

川のある特色を活かす商業についての市民意見・要望

- ・多摩川沿いには各種スポーツの競技場を今の施設に多少手を加えて整備し、スポーツ後の飲食が出来るようにすればどうでしょうか。
- ・多摩川や多摩丘陵の自然を生かした小じゃれた街。緑と共に稲城色のお店やいこいの場を増やし住民や都心の人の安らぎの場として発展して欲しい。
- ・こんなに緑と広い道路、そして川があるのだから、ペットとの暮らしを楽しめる街作りをして欲しい。ドッグラン、ドッグカフェ等も出来たら楽しめますね。

小さなカフェの立地などは自然発生的に進む可能性があるが、多摩川堤の活用としては、もっと多くのお店が立地し経済的にも意味のある場所づくりを考える必要がある。

市民提案にあるようなスポーツ後の飲食、ドッグラン等ペット関係のお店の他に、多摩川を借景にしたレストランやビアガーデンなどが考えられるので、そうしたお店が立地したくなる「多摩川堤の楽しい散歩道づくり」のビジョン作成から、市民と協働で取り組み、会員制でクラブハウスを事業化するなど、楽しみながらの地域活性化を展望する。

### 3) 地域資源を活かす逸品づくり

農、レジャーが多い等の強みを生かし、他では手に入らない逸品づくり

稲城の農産物（梨・ぶどう等）を使った菓子・料理等のコンテスト毎年開催

稲城では、梨、ぶどうを始め、農産物が特産品になっている。その販売自体が「地産地消」等としてひとつの商業でもあるが、販売期間の制約、付加価値づけ等を考えると、菓子や料理などに加工して消費者に提供する形をもっと広げることが望まれる。

市民からも、次のような提案意見が寄せられている。

稲城の農産物を活かす商業についての市民意見

- ・梨を使ったデザートコンテスト。
- ・地元の梨やぶどうでつくったジャムやワイン、ゼリー等を売る専門店があったら利用したい。

すでに、梨ワイン、梨やブルーベリーを使った洋菓子、地元産野菜を使った食事メニューなどが「いなぎ名産品」に指定されている。これは、「いなぎ名産品等推奨事業」として、名産品の発掘・開発したものを推奨品とし、市内逸品の開発、販売の促進を支援する既存の制度である。

今後一層、特産品づくりの開発・発掘を進めるために、広く市民参加による菓子と料理のコンテストを毎年開催し、優秀作品を表彰するとともに、商品化を地元商業者に引き継ぐことで、市民の関心も高め、特産品の充実を図る新たな仕組みを設ける。

ジャイアンツ、ヴェルディ、自然探索等ファン・愛好者が集う「ファンショップ」づくり

稲城は、巨人軍とヴェルディの練習場があり、いわばホームタウンとも言える。その特色を活かして、グッズ店やファンのたまり場を作ってはどうかという市民提案がある。

プロスポーツのホームタウンを活かす商業についての市民意見

- ・川崎街道沿いや屋根幹線沿いには専門店（大型）を配置し、そこから果樹園や多摩丘陵への案内を掲示したり、巨人軍、ヴェルディの練習場やグッズ店を設置したりするとよいと思います。
- ・子供も大人も年配者も話し合えるようななごやかなたまり場があるといいな。
- ・ヴェルディとビアパブ、居酒屋（あまり強烈的なファンじゃなくても入れる店）

すでに、ベアリーロード商店街などで、ヴェルディを応援する活動などは進めてきているが、ボランティア的な活動では限界があるので、より本格的に「ファンショップ」づくりに取り組むことが望まれる。

例えば、空き店舗を活用できるようにしたり、店長は熱心なファンから公募したり、元選手をリクルートすることなどが考えられる。プロチーム側の意向などもあるので、商店街、商工会、市行政等地元関係者が連携して、実現に取り組む体制を設ける。

また、「上谷戸」等に代表される稲城の里山の自然は、自然探索や里山の田園に触れることを愛好するファンも多く、市内外から多くの来訪者が考えられる。そこで、それらの人々に応える「ファンクラブ」の運営も、一種の観光レジャー産業として伸びる可能性がある。そこで、関心のある商工会員や市民による研究会を設け、産業化の可能性を検討する。

#### 4) ファンが集う情報発信・交流

ファンが多いチームがある等の強みを生かした情報発信により、地域のファンづくりと開かれたコミュニティづくり

##### 稲城のPR情報発信ホームページ開設

様々な情報をインターネットや携帯電話から得るといって人が増えており、地域情報や買物情報をインターネットや携帯メールで提供する必要性が高まっている。

そこで、稲城のPR情報発信を行うホームページを開設し、地域のイベント情報や商店街の顧客サービス情報等を発信する。

このホームページは、地域振興や商業活性化の活動のインフラストラクチャーとしても機能することを考え、様々な主体が独自の情報発信に活用できるように、機能の充実と、運営ルールの整備を図る。

機能面では、バナー広告の掲載、ブログ掲載、掲示板、外部サイトへのリンク等によって、様々な主体が多様な使い方をできるように整備する。

運営ルール面では、広告掲載のルール(期間、料金、申請、削除など)、ブログや掲示板等への書き込み利用ルール(利用者の制限、削除など)、外部サイトへのリンクのルール(リンクの制限、申請など)を整備し、利用し易く問題の未然防止となる仕組みとする。

##### ファンからの情報発信

インターネットのWebサイトは、アクセスが多いほど様々な魅力が高まり、例えば、バナー広告の収入も得られるようになる。

稲城は、プロスポーツのチームもあり、里山等の自然の豊かさなどから、「ファン」が多い地域であることから、ファンの注目する情報を掲載するとともに、「ファンからの情報発信」を受け、視聴者同士が交流できる機能を盛り込む。

視聴者同士が交流できる機能・Web上の「たまり場」を設けることによって、ファンの口コミ情報を生かし、また、アクセス数も多くなる効果を図る。

##### 交流の場を求める市民意見

・子供も大人も年配者も話し合えるような、なごやかなたまり場があるといいな。

当初は、プロスポーツのファン等の利用となろうが、その利用状況を参考にしながら、順次、商店街やお店と顧客の交流(こんな品が入荷した、あんな品が欲しいなど)にも利用を広げていく研究を進める。

##### ホームページで引換券・割引券を発行

ホームページには、商店街のイラストマップやイベントカレンダーを掲載し、大売出しのチラシなども掲載して、「優勝セール」など販売促進・商業振興に生かす。

チラシ等の一部に、印刷して持参すれば利用できる「引換券」や割引券を掲載(発行)して、チラシ印刷や配布の費用を軽減して、顧客にアピールできる仕組みを作る。

同様に、インターネットと連動させて、携帯メールによるチラシ代わりのお知らせ発信についても、導入の仕組みを研究する。

## 5 JR南武線駅周辺の商業活性化対策

### (1) 整備の動向と商業を巡る課題

駅周辺の商業のあり方を定めるべき時期を迎えている

JR南武線連続立体交差事業は、平成22年度に高架完成を予定している。

駅施設の設計段階にあり、高架下利用について関係者の調整を始めるべき時期である。

駅周辺の商業集積を育てる都市計画が必要

駅周辺では、土地区画整理事業が進みつつあり、今後、既存商店の移転や区画街路の付け替えが日程に上る。

これまで、駅周辺にどのような商業集積を育てるかは、必ずしも整理されていない。

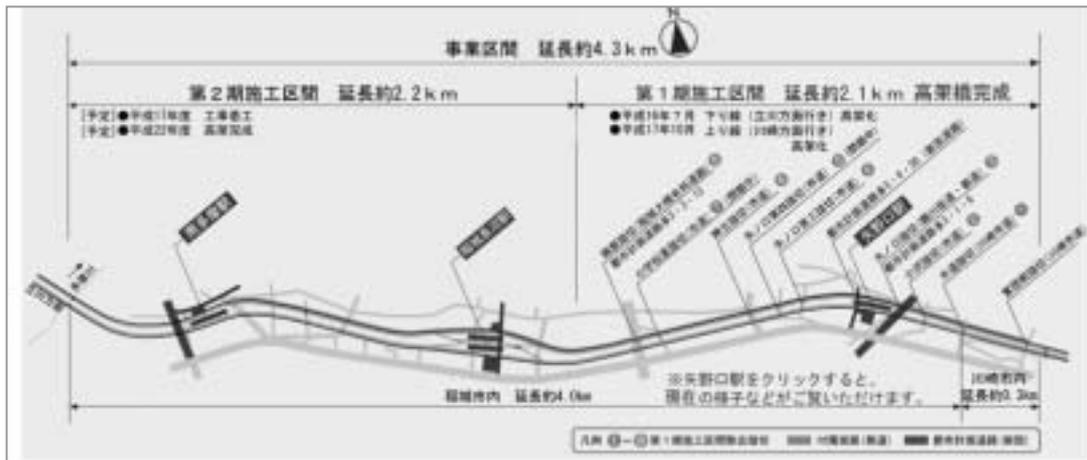
また、そのために、ビルに商業施設の立地を義務づける地区計画など都市計画の手立てを講じるか否か等の検討が進んでいない。

既存商業者の事業継続対策、新規出店の誘導対策が必要

駅周辺・土地区画整理事業の地域では、借地・貸し店舗で営業する商業者があるので、換地など土地だけに限った手立てでは、存続できない既存商業者が少なくない。

既存商店の移転・存続や、新規商店の出店を促す誘導策などが検討され、その推進主体が用意される必要がある。

図5-1 JR南武線連続立体交差事業概要



資料) 稲城市 HP より「JR南武線(稲田堤駅～府中本町駅間)連続立体交差事業概要図」

図5-2 稲城長沼駅周辺の事業計画図



資料) 稲城市 HP 「稲城長沼駅周辺地区の設計図」より 抽出、加工

図5-3 都市計画マスタープランにおける街のイメージ



資料) 稲城市 HP 都市計画マスタープラン(概要版)より、該当箇所を抽出

## (2) 商業活性化に向けた対策のあり方

### 南武線駅周辺の商業活性化を考える商工会員シンポジウム等の開催

J R南武線の各駅周辺は、稲城市の顔ともなる街であり、市内商工業の活動基盤にも影響するので、市内で活動する商工業者の立場から、駅周辺の街づくりのあり方や、商業集積のあり方を議論して、意見や要望をとりまとめるべきである。

そこで、商工会の取り組みの一つの手段として、商工会員による「南武線駅周辺の商業活性化を考えるシンポジウム」の開催を考える。

シンポジウム等における意見のまとめは、市行政やJ Rなど関係方面に説明し、商工業者の意見・要望の反映を要請する。

### 既存店舗商業者への事業説明会・要望ヒアリング会開催

駅周辺の既存商業者は、土地区画整理事業によって影響を受けるので、今後の土地区画整理事業の状況説明を受け、換地に伴う店舗移転や、店子の商業者の対処のあり方等を考える機会が必要である。

次いで、この際に商売の継続如何を考える商業者も予想されるため、継続意向確認の上で、事業継続する商業者に要望などを聴き、取り纏める機会・場も必要である。

例えば、都市計画法に基づいて、駅周辺には地区計画で商業施設が立地できる建築物を義務づけることなども検討内容の1つとなる。(表5 - 1参照)

駅周辺に限った関係者は、既存の商店会とはメンバーを異にするので、行政の協力を得ながら商工会が支援して、説明会の開催と、駅周辺で商売継続を希望する商業者等の意見・要望をまとめる機会・場を設ける。

### 「商業の街づくり主体」の創設

で行う行政への意見・要望だけでは、駅周辺の望ましい商業集積は実現できないので、例えば、テナントミックス・オペレーションなどに取り組む「商業の街づくり主体」が必要である。

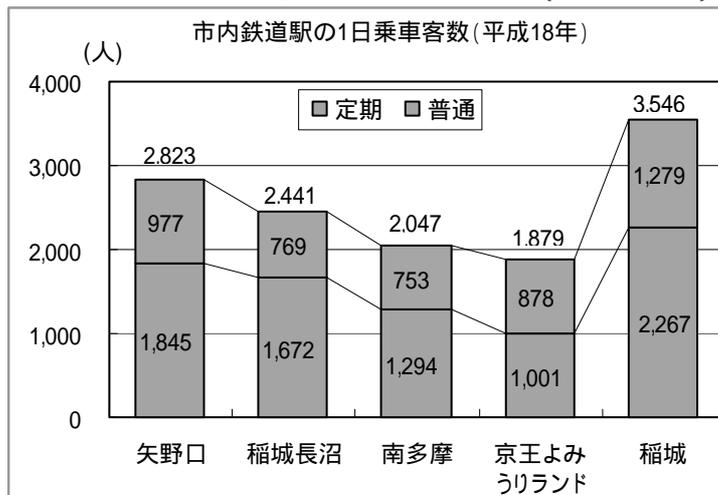
そこで、の駅周辺で商売継続を希望する商業者等の意見・要望をまとめる集まりの延長上に、各駅ごとに、駅周辺の「商業の街づくり」に取り組む主体(例えば、駅周辺商業振興組合等)の設立に向けて、商工会として支援しながら関係者の取り組みを始める。

表5 - 1 駅周辺で商業活性化を図るための地区計画の例(参考資料)

	多摩市唐木田駅前地区	日野市高幡不動駅前地区
地区区分	駅周辺地区	店舗地区A
面積		約3.0ha
用途の制限	<p>(1) 市道6 5号幹線に面する建築物で工場及び倉庫業を営む倉庫を設けるものは、建築してはならない。ただし、自家販売のために食品製造業を営むパン屋、米屋、豆腐屋、菓子屋その他これらに類するものについてはこの限りでない。</p> <p>(2)省略</p> <p>(3) 多3・4・26号線、市道6 5号幹線、6 97号線又は6 108号線(線路沿いの部分に限る。)に面する高さ10メートルを超える建築物の1階部分には、商業・業務施設等を設置しなければならない。</p>	<p>次の各号に掲げる建築物は、建築してはならない。</p> <p>(1) 工場 ただし、自家販売のために食品製造業を営むパン屋、米屋、豆腐屋、菓子屋その他これらに類するものはこの限りでない。</p> <p>(2)～(5)省略</p> <p>(6) 1階及び2階部分を住宅及び共同住宅の用途に供するもの</p>
その他	<p>建築物敷地面積の最低限(150㎡)、壁面の位置の制限(道路境界まで1m以上、隣地境界まで0.7m以上)</p>	<p>建築物敷地面積の最低限(150㎡)、壁面の位置の制限(道路境界まで1m以上。ただし、高さ2.5m以上の建物部分は除く。)</p> <p>建築物の高さの最低限度(10m。ただし、物置等は除く。)</p> <p>垣、柵の構造制限(道路に面する垣、柵は生垣又はフェンスとする。ただし、高さ1.2m以下のコンクリートブロック塀等はこの限りでない。)</p>

(参考) 最近の市内各駅の乗車客数の状況

図5 - 4 市内鉄道駅の1日乗車客数(平成18年)



## 6 稲城市内の商店街活動と支援策の計画(アクションプラン)

このアクションプランは、商工会と商店街が主体となって取り組む事業である。

### (1) 商店街による活性化活動

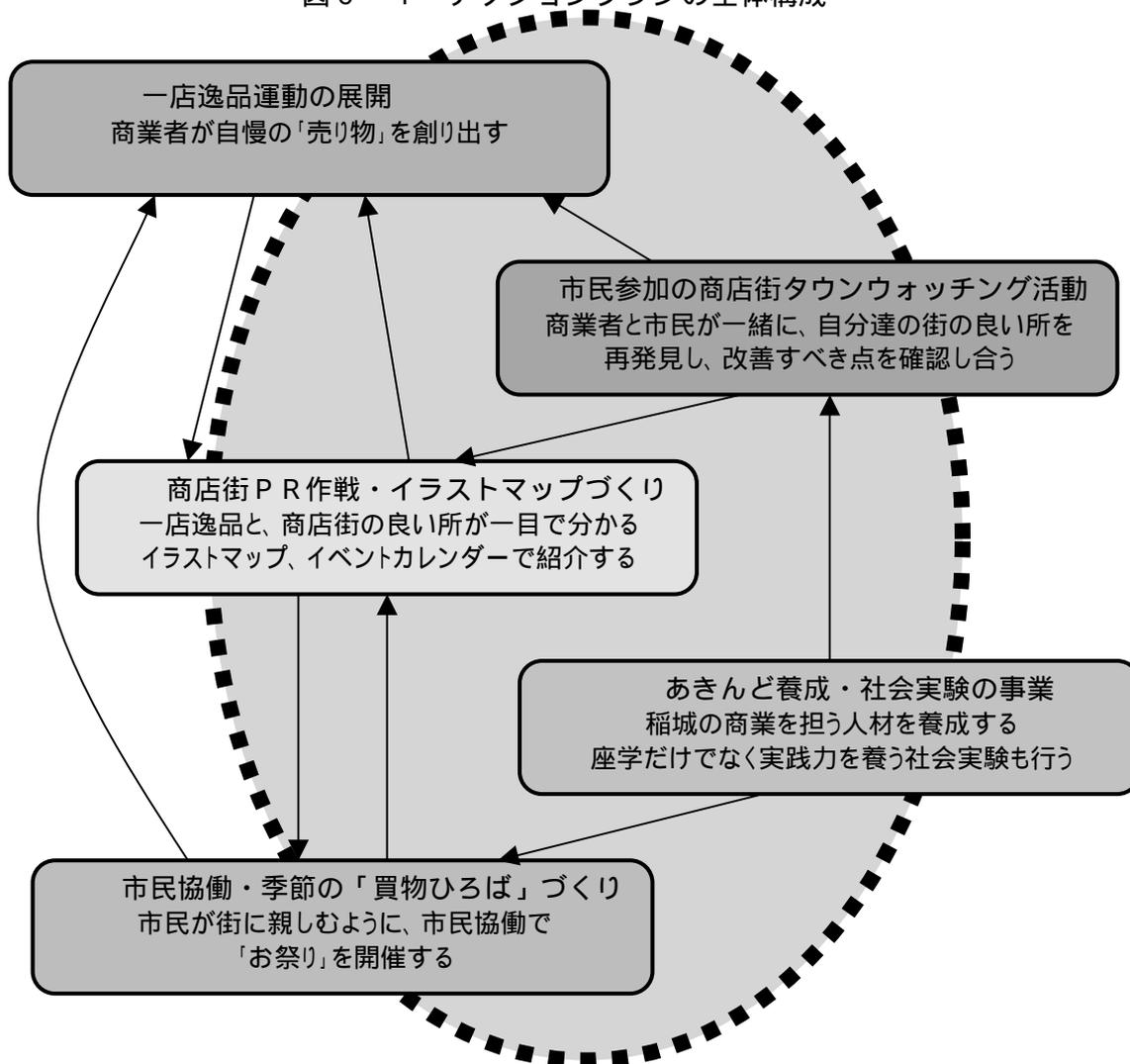
#### 1) 事業の全体構成

まず、各商業者が自慢の「売り物」を創り出す「一店逸品運動」を展開する。同時に、商業者と市民と一緒に自分達の街の良い所を再発見し、改善すべき点を確認し合う「商店街タウンウォッチング活動」に取り組む。この2つの成果を生かして、商店街をPRし、商店街の来街者を増やしていくツールとして、「イラストマップづくり」を行う。「イラストマップづくり」は、各商業者や商店街の取材を通して、「一店逸品」づくりと商店街の魅力発見を促進する役割を果たす。

商業への潜在ニーズが高まる一方で、減少する商業人材を養成するために、後継者や市民の開業希望者から受講者を募集して「あきんど養成」の事業を行う。

こうした活性化策の成果をまとめるかたちで、季節ごとに「買物ひろば」(仮称)のイベントを市民協働で開催し、多くの市民が商店街に繰り出し街に親しむ機会・場としての「お祭り」を開催する。この5つの事業を連携実施することで相乗効果をあげる。

図6-1 アクションプランの全体構成



## 2) 各事業の計画

### 一店逸品運動の展開

#### 【事業内容】

- ・商店街の全てのお店が、自慢の商品・お勧め商品を持つように、各店が工夫して商品発掘や商品開発を進める。
- ・一店逸品のお勧め商品が何かは、来街者に一目で分かるように店頭で案内掲示する。

#### 【支援策】

- ・各商店の「逸品」づくりを支援するため、消費者等から成る評価委員やアドバイザーを設けて、各商店に派遣する。
- ・「一店逸品」のある店が増えるに合せて、看板や掲示ボードのデザイン統一に取り組む。

### 市民参加の商店街タウンウォッチング活動

#### 【事業内容】

- ・安全安心な買物ができる便利で、楽しい商店街づくりのため、市民参加で商店街のタウンウォッチングと、先進地の視察を行う。
- ・先進地視察と、地元のタウンウォッチングの結果から、自分達でできる商店街の改善策（清掃、花壇づくり、交通の自主規制、空き地の活用など）のアクションプログラムをまとめる。

#### 【支援策】

- ・先進地視察、地元タウンウォッチングを計画し、参加市民を募り、開催するための事務局機能を果たす。
- ・視察旅費を補助する。

### 商店街PR作戦・イラストマップづくり

#### 【事業内容】

- ・商店街をPRするために、「一店逸品」や商店街の改善策の成果などを取り入れたイラストマップを作成する。
- ・作成に当たり、商店街各店の自慢の品やサービスを絵にするため、デザイナーが各店を訪ねて聴き取りや相談を行う。
- ・成果は、チラシとして配布するほか、インターネットで掲載し、自分でプリントして利用できるようにする。
- ・原図は、四半期に一回程度改定し、イベントなど行事予定を反映できるようにする。

#### 【支援策】

- ・支援として、原図作成のデザイナー費用、チラシの印刷費、ホームページ掲載費など一切の費用を負担する。

店頭表示の例



(資料)イゼール販売会社  
イゼールランド工場のHPより

イラストマップの例



(資料)イラストマップ制作専門会社  
ワークランドのHPより

## あきんど養成・社会実験の事業

### 【事業内容】

- ・ 商業後継者、新規開業希望者の市民などを対象に「あきんど養成講座」を開催する。
- ・ 5回程度の連続講座とし、例えば、繁盛店の見学会など、座学と実践訓練を織り交ぜて、店舗経営に必要な知識と技術を学べるようにする。
- ・ 実践訓練では、受講者共同でマーケティング調査や実験店舗の運営など、直ぐ役立つ体験を得られるようにする。

### 【支援策】

- ・ 講座終了後の相談相手にもなってもらえるよう、実務経験豊富な講師陣を揃える。
- ・ 受講料を低い額に抑える補助を行う。
- ・ 実践訓練の場・機会を用意する（繁盛店の見学会など）。

## 市民協働・季節の「買物ひろば」づくり

### 【事業内容】

- ・ 季節の「買物ひろば」と称して、既存商店街、「門前通り」で商業者、市民有志等が協働して「市」（フリマを含む）を開催する。
- ・ 3ヶ月に1回以上開催し、「山の手」と「下町」の交流を促す機会・場とする。
- ・ 空き地等を活用した主会場等は、フラワーポット、案内看板等を設置するなど順次整備し、通常時は駐輪場、駐車場等に利用する。

### 【支援策】

- ・ 実行委員会の呼び掛け、準備活動の事務局機能
- ・ P Rチラシの制作費、現場用資機材の貸与支援
- ・ 用地の一時的借上げ費用への補助

(2) 商工会による支援の事業

上記のアクションプランの事業を遂行するため、商工会は下表の事業を行う。

表6-1 商工会が行うアクションプランのための支援事業

事業分野	事業内容		年次別					
			H21年		H22年		H23年	
			上期	下期	上期	下期	上期	下期
「一店逸品」運動	ア.「逸品」づくりアドバイザー等派遣							
	イ. PRパンフレット作成							
市民参加の商店街タウンウォッチング活動	ア. 先進地視察	視察バス借上げ等						
		視察結果まとめ						
	イ. 地元タウンウォッチング	街歩き実施						
		結果まとめ						
商店街PR作戦・イラストマップづくり	ア. 商店・商店街の紹介(地区毎)							
	イ. 原図作成・チラシの印刷・配布(地区毎)							
	ウ. ホームページの作成・掲載							
あきんど養成・社会実験活動	ア. 講座への参加者募集(年1回)							
	イ. 座学講座 開設・実施(5日程度)							
	ウ. 社会実験活動(「買物ひろば」参加)							
市民協働・季節の「買物ひろば」づくり	ア. 実行委員会準備・開催(地区毎)							
	イ. PRチラシの制作・配布(地区毎)							
	ウ. 現場設営・整理の人的支援(地区毎)							
推進・実行体制づくり	ア. 「商業のまちづくり」推進委員会	設立準備						
		開催						
	イ. 商店街活性化及び観光型イベント実行委員会	設立準備(地区毎)						
		開催(地区毎)						

表中、年次別の欄の 印は、実施予定時期を示す。

## 7 プランの推進のために

### (1) プラン推進の体制など

「商業のまちづくり推進委員会」(仮称)

目標実現に向けて、関係者の協働や役割分担を、日々築き上げ、実践をサポートしていく体制が必要である。そこで、現在設けられている「商業活性化プラン策定委員会」を発展させ、市民参加・市民団体の関係者も参画する協議の場として、「商業のまちづくり推進委員会」(仮称)を設ける。

商店街活性化イベント実行委員会(各地区ごと)

各地の商店街における事業の推進を考えると、商店会の参加率や行事への協力状況から見て、商業者だけではイベント等を取り組めない可能性が高い。そこで、イベント等については、イベント実行委員会のような組織を設け、自主的に参加する市民ボランティアや「インターン」的な人材も広く集めて、実践を担う現場の体制を設けることを想定する。

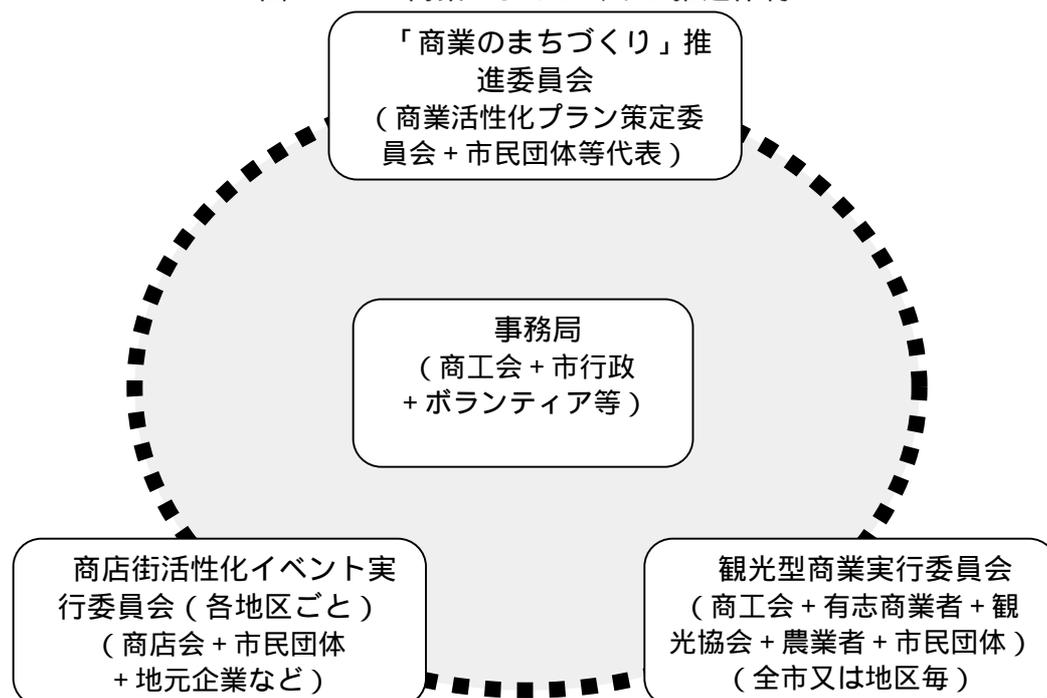
観光型商業実行委員会を設ける

観光型商業を振興するため、有志の商業者、観光事業者、農業者、市民団体等が連携して、観光型商業実行委員会を設けることとし、検討を始める。

「商業のまちづくり」全体の事務局機能を商工会が担う

プランの遂行に当たって、多くの参加者との連絡や調整にも機敏に対応できるように、常設の事務局機能が必要になるため、商工会が事務局機能を果たせるよう体制を整備する。

図7-1 商業のまちづくりの推進体制



## (2) 行政等への支援要望

本プランは、商業者や消費者市民の実態や意向を踏まえながら、稲城の商業活性化の望ましい方向を構想するとともに、商業活性化の実現に向けて、主に商業者と商工会が取り組む事業等を計画している。しかし、商業活動の基盤となる地域の環境整備など、本プランの推進のために行政等に期待することがあるため、それらを列挙する。

行政計画の立案、予算の編成等の行政運営において、本プランの反映を望む

稲城市長期総合計画等の行政計画の立案、取り纏めに当たっては、本プランの商業活性化のビジョンや事業予定等を反映して、プランの推進を支援することを望む。

既存商店街の道路などについては、都市計画マスタープランの方針に沿った環境整備を前提に、商店街のイベント等を計画しているため、環境整備事業の円滑な遂行により、本プランの推進に弾みがつくことを望む。

本プランの推進に当たり、協働と人的支援を望む

本プランの策定に当たって所管部門から人材の参加を得たが、引き続き協働で取り組む推進体制づくりのために、「商業のまちづくり推進委員会」等への、関係行政部門の人材を派遣していただくことを望む。

また、「市民協働・季節の“買物ひろば”づくり」、観光型商業の振興に関する事業等において、市行政も役割を分担し、市民参加も含めた、公民協働の取り組みを望む。

商工会と、駅周辺の商業の街づくり組織に対する財政的な支援

本プランの推進は、稲城市の商業面からの地域活性化や、消費者市民に魅力ある街づくりを実現するものであり、プラン推進の事務局機能を果たす商工会の役割は大きい。要員の配置、関係者の連絡調整活動等の事務量も多いので、プラン推進の稲城市の地域振興に果たす意義を考慮して、財政的な支援を望む。

また、駅周辺の商業の街づくりについては、稲城市の顔となる場所の今後を左右することになるので、商業者による街づくり組織の設立と運営に対する財政支援を含めた支援を望む。

市民活動団体等との連携への媒介支援

商店街再活性化等の取り組みについて、市民参加、市民協働で進めることが必要になっているので、商工会や地元商業者と、市民活動団体やまちづくりに熱心な市民個人との連携について、市行政の情報を活用して媒介してくれる支援を望む。



# 資 料



## 1 プラン策定委員会と検討経緯

### (1) 稲城市商業活性化プラン策定委員名簿

「稲城市商工会商業関係調査研究事業委員会名簿」

(敬称略)

	役 職	氏 名	事 業 所 名	住 所	備 考
1	中小企業診断士	井 利 昭 夫	(有)ユアブレーン	稲城市大丸 536-5-1-701	委員長
2	商工会副会長	長 又 一 男	(株)ナガマタ	稲城市東長沼 1173-2	
3	商工会理事 ・市商連会長	高 橋 渡	(株)タカハシミュ ージックプラザ	稲城市百村 1623-1	
4	商工会理事 ・市商連副会長	遠 藤 誠	(有)笹屋	稲城市東長沼 592	
5	商工会理事	川 秀 武	(有)川正治商店	稲城市大丸 515	
6	商工会理事	渡 辺 紘 治	(有)升屋酒店	稲城市平尾 1-41-5	
7	平尾団地商店 会長	川 久 保 清 弘	(有)K美容室	稲城市平尾 3-1-1-35-107	
8	弁天通り商店会	栗 本 智	三好菓子司	稲城市矢野口 1 7 2 2	
9	商工会青年部	高 橋 政 明	産経新聞稲城 専売所	稲城市東長沼 1 0 5 2	
10	商工会女性部	青 木 昭 子	青木商事(有)	稲城市矢野口 2 2 0 8	
11	稲城市経済課長	稲 田 基 樹	稲城市役所	稲城市東長沼 2 1 1 1	
12	商工会連合会 事務局長	吉 澤 実	東京都商工会 連合会	立川市曙町 3-7-10 東京都多摩中小企業振興センター	
13	商工会事務局長	峰 尾 達 雄	稲城市商工会	稲城市東長沼 2112-1 稲城市地域振興プラザ 2F	

(事務局)

	役 職	氏 名	事 業 所 名	住 所	備 考
1	稲城市経済課商 工係 課長補佐	角 田 吉 正	稲城市役所	稲城市東長沼 2111	
2	商工会課長補佐	石 坂 裕 二	稲城市商工会	稲城市東長沼 2112-1 稲城市地域振興プラザ 2F	
3	商工会業務係長	福 島 茂	〃	〃	
4	商工会経営 指導員	平 野 宗 哲	〃	〃	
5	東京都商工会連 合会地域振興課	小 野 寺 崇	東京都商工会 連合会	立川市曙町 3-7-10 東京都多摩中小企業振興センター	

(2) プラン検討の経緯

実施日	事業内容
20.6.26	第1回委員会 本事業の内容説明 委員長の選出 今後のスケジュール等について
7.22	第2回委員会 具体的調査内容・調査方法について 今後の調査スケジュール等について
8.5 、 31	アンケート調査の実施 「稲城市民の買い物ニーズアンケート」 市内2000世帯一般市民を対象。 「稲城市内お店の将来展望アンケート」 市内商業者496店舗を対象 「稲城の街・商業への通勤者ニーズアンケート」 市外から稲城市内へ通勤されている方々100名を対象
9.13	消費者グループインタビューの実施 稲城市民6名に集団インタビュー方式にて買物意識調査。
9.17	第3回委員会 アンケートの結果について 稲城長沼駅及び南多摩駅周辺商業集積の検討について 「稲城の強み」を活かした地域振興策の検討について 商店会活動の検討について
10.1	市内商店会長との意見交換会 「平尾団地商店会」 「ペアリーロード稲城商店街」 「弁天通り商店会」 以上3商店会を対象に実施。
10.15	第4回委員会 前回以降アンケートの集計結果について 商業活性化プランの素案作成について 稲城長沼駅及び南多摩駅周辺商業集積の検討について
11.13	稲城市都市建設部区画整理課と稲城長沼駅周辺の区画整理事業 について意見交換
11.27	JR東日本八王子支社との意見交換会
21.1.22	第5回委員会 商業活性化プラン調査研究事業報告書の案について

## 2 実態調査結果

本プラン策定に当たって、消費者市民の買物実態や、商業者の今後の事業意向等を把握するため、次の実態調査を行った。

### 本プラン策定に当たって実施した実態調査

実態調査の種類	調査の概要
(1)市民アンケート	稲城市民の買物実態や市内商業活性化への意見等を把握する目的で、市民 2,000 人を対象とし、平成 20 年 8 月に、郵送アンケートした。
(2)通勤者アンケート	市内への通勤就業者を対象に、市内での買物実態や市内商店街への意見等把握を目的として、平成 20 年 8 月にアンケート調査した。通勤者 100 人への配布は、市内 8 企業に依頼した。
(3)消費者グループインタビュー	稲城市民の消費生活のスタイルと、市内商店・商店街の課題等を把握するため、応募者 6 名（男性 1 人、女性 5 人）を対象として、平成 20 年 9 月に実施した。
(4)商業者アンケート	市内商業者の将来展望・意向を把握するため、市内商店会会員と稲城市商工会員のうち商業・サービス業事業者（合計約 500 名）を対象とし、平成 20 年 8 月に、郵送アンケート調査した。
(5)商店街ヒアリング	市内商店街の実態、課題、活性化への要望等を把握するため、市内 3 商店会（ペアリーロード、弁天通、平尾団地）の各正副会長の参加を得て、平成 20 年 10 月に座談会形式で実施した。

## ( 1 ) 市民アンケート結果

### 目 次

1 )	調査の概要	41
	調査の目的	41
	調査の内容	41
	調査方法等	41
	回収結果	41
2 )	回答者について	42
	性別・年齢	42
	家族構成	42
	職業、勤務先	42
	居住地域	43
3 )	買物の店舗や地区について	44
	店舗の種類	44
	買物する地域	44
	よく利用するお店	45
4 )	日頃の買物の頻度や時間帯、買物スタイル	46
	買物の頻度	46
	買物の時間帯	46
	買物スタイル	46
5 )	地域の行事等への参加・関心	48
6 )	こだわりのお店の利用意向	48
7 )	日頃利用する商店、商店街、駅前等に欲しい施設	49
8 )	稲城市の地域の特色、他地域よりも優れた「強み」は何ですか？	49
9 )	今後、稲城市の街は、どんな風に発展して欲しいですか？	50
付	市民アンケート調査票	53

## 1) 調査の概要

### 調査の目的

市内商業の振興、商店街の活性化に向けて「稲城市商業活性化プラン」を作成する基礎資料として、市民の日頃の買物実態や、稲城市内の商店街等に対する意見を把握することを目的として、本調査を実施した。

### 調査の内容

買物の店舗や地区

買物の頻度や時間帯、買物スタイル

地域の行事等への参加・関心

こだわりのお店の利用意向

日頃利用する商店、商店街、駅前等に欲しい施設

稲城市の地域の特色、他地域よりも優れた「強み」

稲城市の街の発展方向の希望・意見

### 調査方法等

#### ア．調査対象

稲城市住民基本台帳から無作為に抽出した市民 2,000 人

#### イ．調査方法

郵送配布・郵送回収方式

#### ウ．調査期間

平成 20 年 8 月 2 日～8 月 20 日

### 回収結果

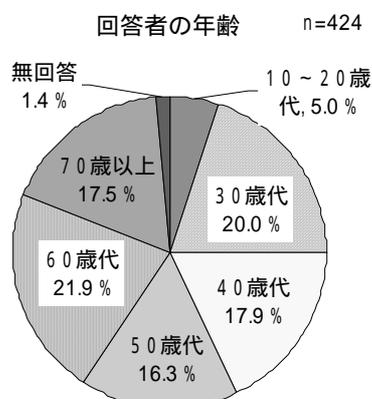
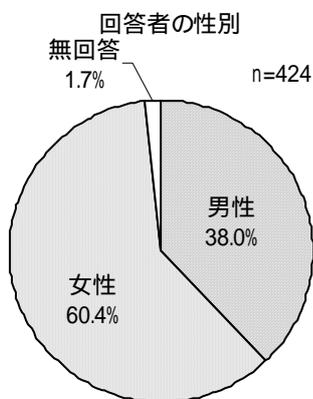
配布、回収の結果は次のとおりで、回収率は 21.2%であった。

	配布数	回収数	回収率
調査数	2,000 件	424 件	21.2%

## 2) 回答者について

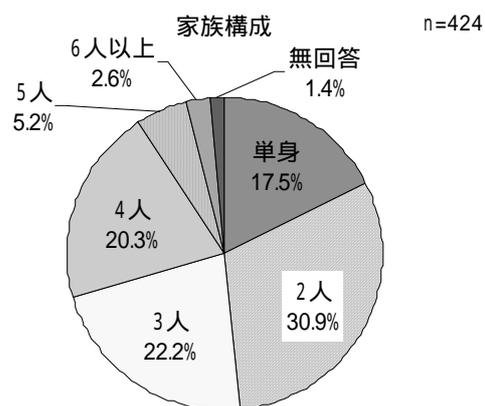
### 性別・年齢

女性が約6割と多く、男性は4割弱である。回答者は、10～20代が5%と少なく、居住人口に比べ高齢者が多いが、30代以降の各年代割合に大差の無い回答が得られた。



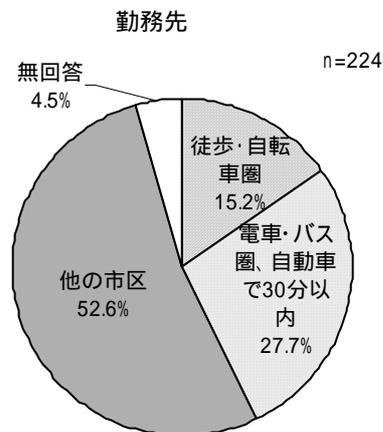
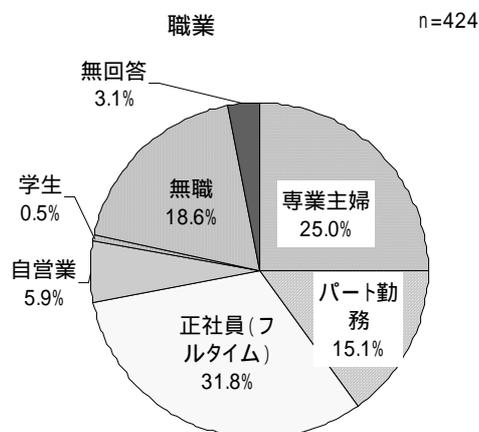
### 家族構成

2人世帯が31%と一番多いが、3人世帯と4人世帯が20%余りで、核家族型の世帯の回答者が多い。単身世帯は18%弱で人口統計の25%より少なかった。



### 職業、勤務先

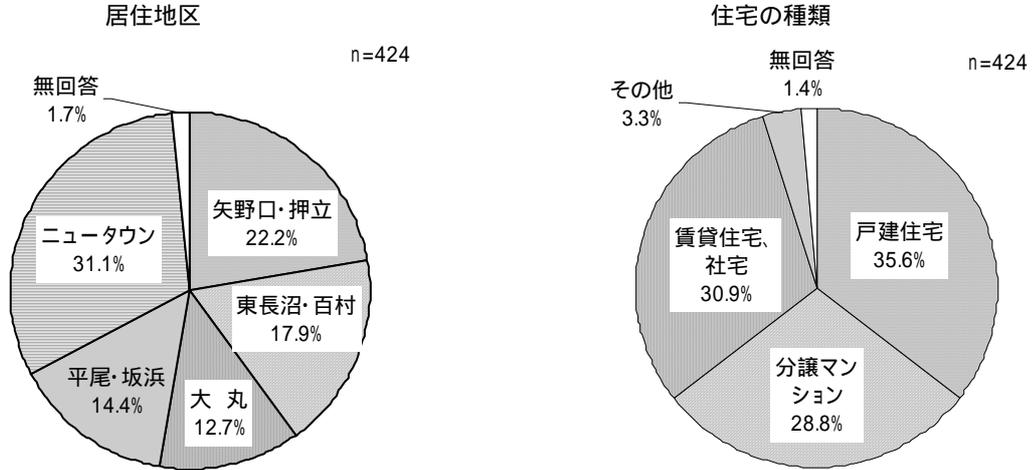
回答者のうち正社員は32%、専業主婦25%、パート勤務15%で、世帯の中で主婦が回答したケースが多いと見られる。就業者の勤務先は、他の市区に通勤している人が53%と過半数を占めた。



居住地域、住宅

向陽台・長峰・若葉台のニュータウンに居住する回答者が 31%と一番多く、矢野口・押立地区居住者が 22%等となっている。

回答者の居住住宅種類では、戸建住宅居住者が 36%と一番多いが、賃貸住宅、社宅が 31%、分譲マンションが 29%で、3つの種類の比率に大差がなかった。



回答者の属性 (地域別)

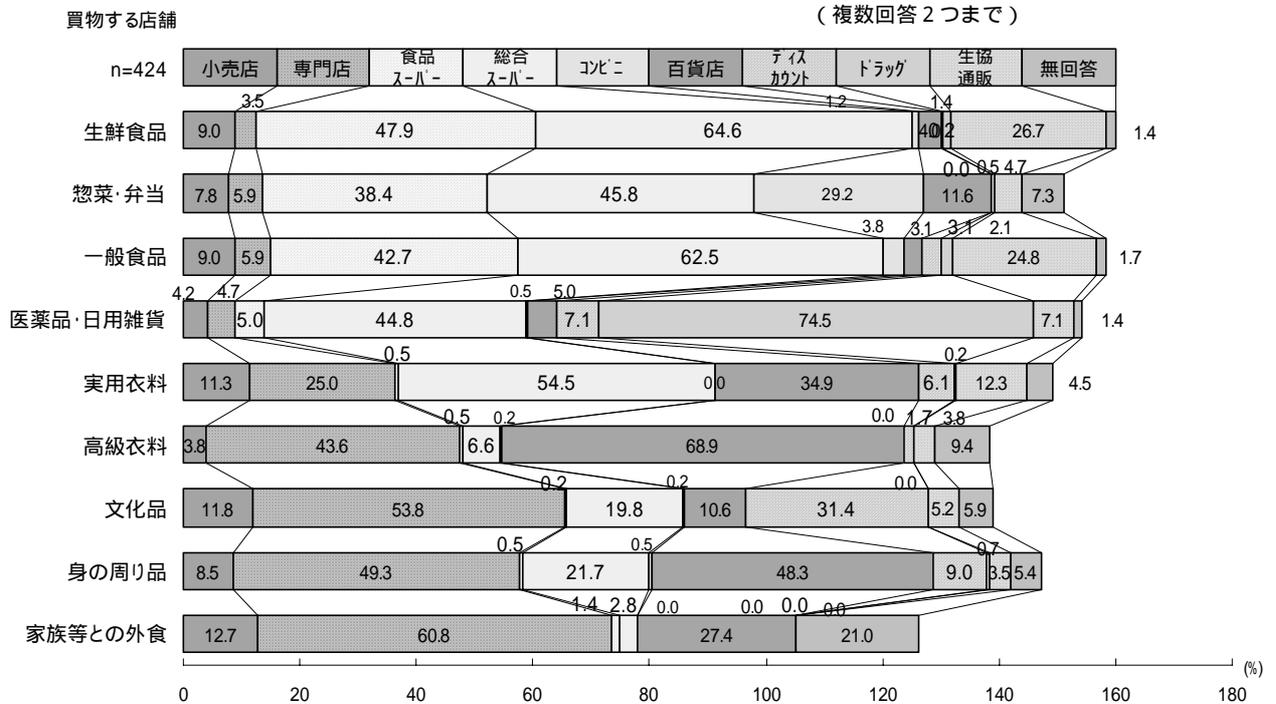
	合計	性別			年齢							世帯					無回答
		男性	女性	無回答	10~20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	単身・30代以下	単身・40代以上	2人以上・50代以下	2人以上・高齢(60代以上)		
全体	424	161	256	7	21	85	76	69	93	74	6	19	55	216	128	6	
	100	38.0	60.4	1.7	5.0	20.0	17.9	16.3	21.9	17.5	1.4	4.5	13.0	50.9	30.2	1.4	
居住地	矢野口・押立	94	29	65	0	8	24	11	20	19	12	0	9	15	49	21	0
		22.2	30.9	69.1	0.0	8.5	25.5	11.7	21.3	20.2	12.8	0.0	9.6	16.0	52.1	22.3	0.0
	東長沼・百村	76	31	45	0	6	18	18	13	9	12	0	5	12	45	14	0
		17.9	40.8	59.2	0.0	7.9	23.7	23.7	17.1	11.8	15.8	0.0	6.6	15.8	59.2	18.4	0.0
	大丸	54	24	29	1	4	7	8	8	16	11	0	1	10	23	20	0
		12.7	44.4	53.7	1.9	7.4	13.0	14.8	14.8	29.6	20.4	0.0	1.9	18.5	42.6	37.0	0.0
	平尾・坂浜	64	23	39	2	1	11	5	7	20	18	2	4	10	18	30	2
	15.1	35.9	60.9	3.1	1.6	17.2	7.8	10.9	31.3	28.1	3.1	6.3	15.6	28.1	46.9	3.1	
ニュータウン	132	54	78	0	2	25	34	21	29	21	0	0	8	81	43	0	
	31.1	40.9	59.1	0.0	1.5	18.9	25.8	15.9	22.0	15.9	0.0	0.0	6.1	61.4	32.6	0.0	
無回答	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4	
	0.9	0.0	0.0	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100	0.0	0.0	0.0	0.0	100	

	合計	職業							住宅の種類					無回答
		専業主婦	パート勤務	正社員(フルタイム)	自営業	学生	無職	無回答	戸建住宅	分譲マンション	賃貸住宅、社宅	その他		
全体	424	106	65	135	25	2	79	13	151	122	131	14	6	
	100	25.0	15.3	31.8	5.9	0.5	18.6	3.1	35.6	28.8	30.9	3.3	1.4	
居住地	矢野口・押立	94	22	19	28	7	2	15	2	48	15	27	4	0
		22.2	23.4	20.2	29.8	7.4	2.1	16.0	2.1	51.1	16.0	28.7	4.3	0.0
	東長沼・百村	76	21	12	24	3	0	14	2	36	9	31	0	0
		17.9	27.6	15.8	31.6	3.9	0.0	18.4	2.6	47.4	11.8	40.8	0.0	0.0
	大丸	54	11	4	19	4	0	14	2	21	16	14	3	0
		12.7	20.4	7.4	35.2	7.4	0.0	25.9	3.7	38.9	29.6	25.9	5.6	0.0
	平尾・坂浜	64	16	11	16	4	0	15	2	21	9	29	3	2
	15.1	25.0	17.2	25.0	6.3	0.0	23.4	3.1	32.8	14.1	45.3	4.7	3.1	
ニュータウン	132	36	19	48	7	0	21	1	25	73	30	4	0	
	31.1	27.3	14.4	36.4	5.3	0.0	15.9	0.8	18.9	55.3	22.7	3.0	0.0	
無回答	4	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	4	
	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100	0.0	0.0	0.0	0.0	100	

### 3) 買物の店舗や地区について

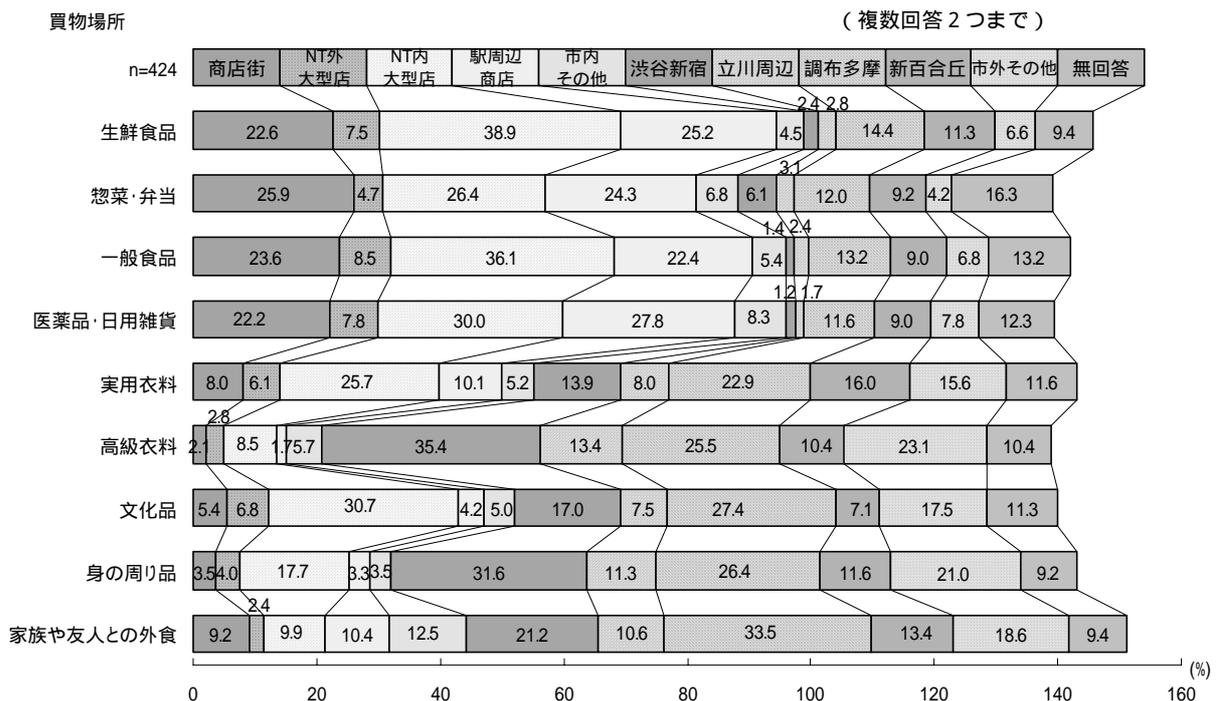
#### 店舗の種類

食品類はスーパー、医薬品・日用雑貨はドラッグストア、衣料と身の周り品は百貨店と専門店、文化品や外食は専門店を利用する市民が多い。食品類を生協・通販で、文化品をディスカウントで買う人も4人に1人以上と多い。



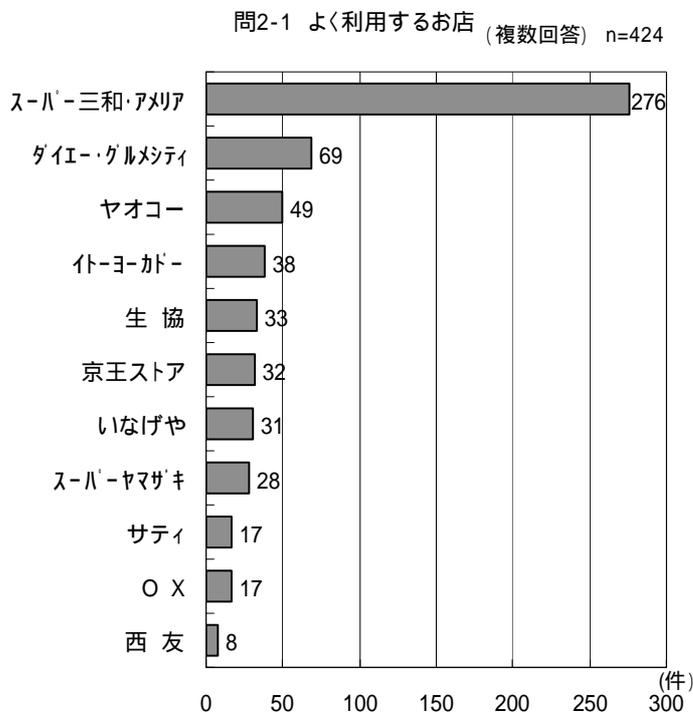
#### 買物する地域

食品類と医薬品・日用雑貨は市内でする市民が多いが、高級衣料20%、身の周り品30%、文化品と外食は50%前後と、市内で買物する市民は少ない。

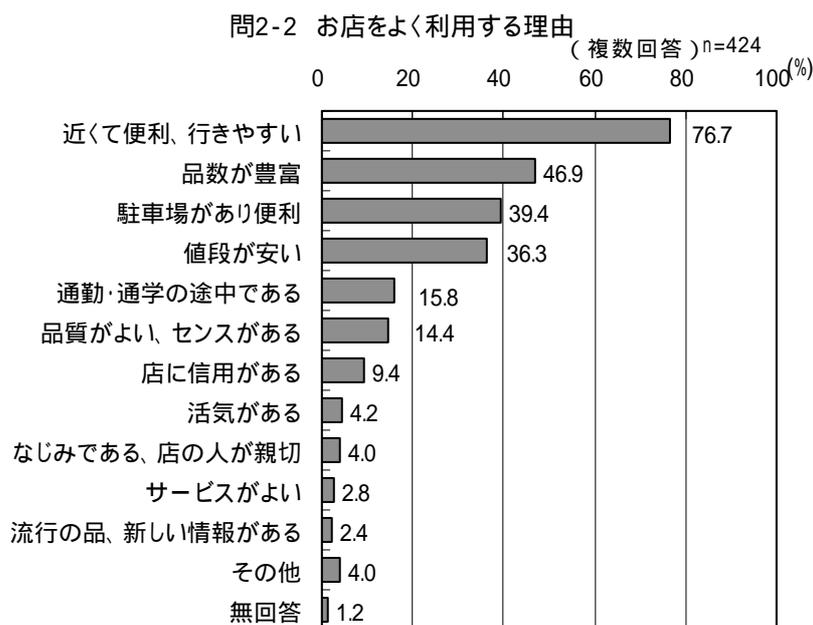


## よく利用するお店

買物でよく利用するお店を自由記入で挙げてもらい、利用する理由を選択してもらった結果では、スーパー三和・アメリカの利用者が65%と断然多く、ダイエー・グルメシティの利用者が16%が続いているが、差が大きい。



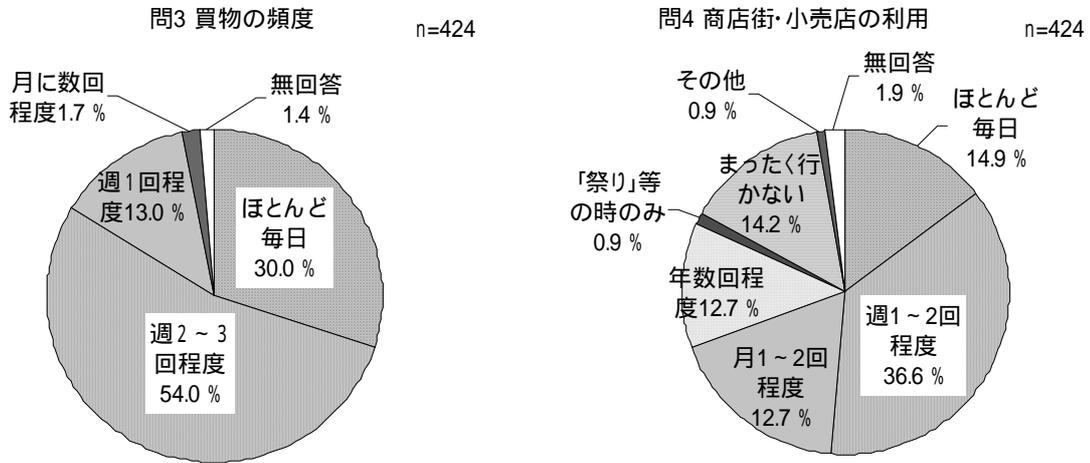
それらのお店をよく利用する理由として、「近くて便利、行きやすい」を挙げる市民が4人に3人、「品数が豊富」が2人に1人の割合で多く、「駐車場があり便利」39%、「値段が安い」36%が続いている。



#### 4) 日頃の買物の頻度や時間帯、買物スタイル

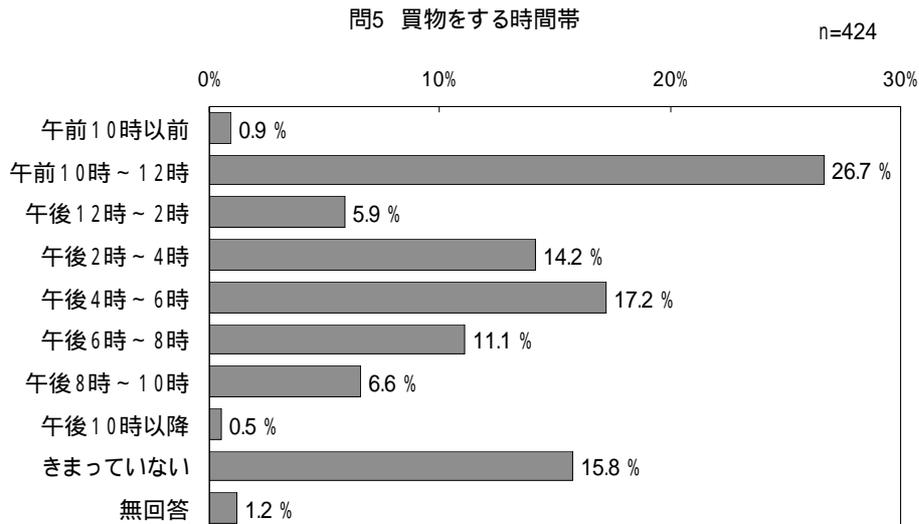
##### 買物の頻度

「週2～3回程度」買物の市民が過半数で、「週1回まとめ買い」は1割余に止まる。週1～2回以上商店街・小売店利用の市民が約半数で、個店を避ける人は多くはない。



##### 買物の時間帯

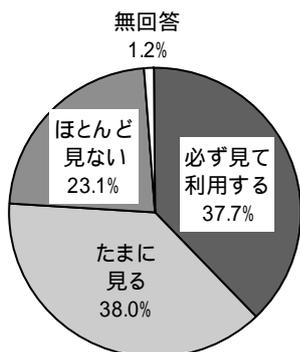
午前中の人々が27%で、午後4～6時前後が30%程度だが、夜の人々も7%と少なくない。



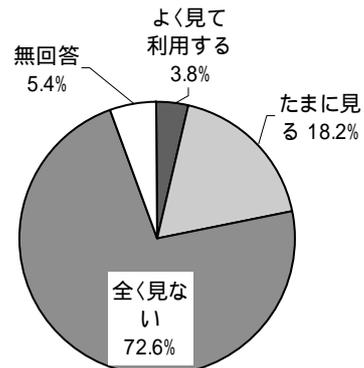
##### 買物スタイル

チラシを見る人は多く有力宣伝媒体だが、インターネット等は20%余と未だ少ないが、年配世代はチラシを、若い世代はインターネット等を見る傾向がある。(P106表参照)

(1) 売出しのチラシを見ますか n=424

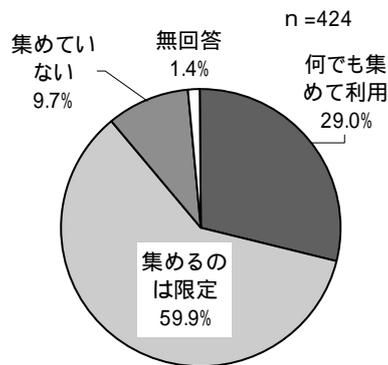


(2) インターネット、携帯電話の買物案内 n=424

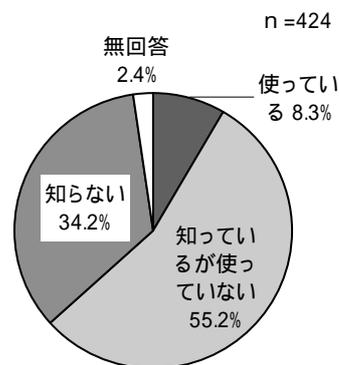


買物ポイント「何でも集める人」は約 30%、「生き生き商品券」は「使っている」人が 8%に対し、「知っているが使っていない」人が 55%と多い。

(3)買物ポイントを集めますか



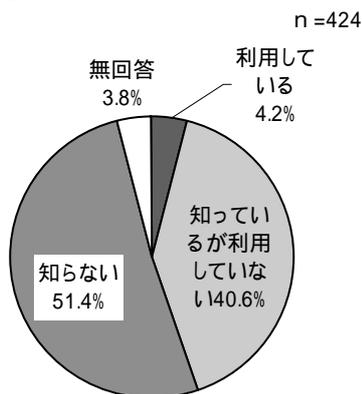
(4)「稲城生き生き商品券」を



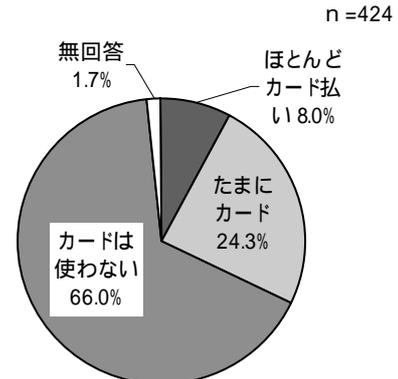
「商店会のスタンプラリー」も「利用している」人は僅か 4%で、「知っているが利用していない」人が 41%あり、魅力が乏しいようである。

「日常の買物はカード払い」の人は 8%で、「たまにカード」を使う人が 24%、「カードは使わない」人が 66%であり、多くの消費者市民が「現金主義」で、「価格に敏感」と推測される。

(5)商店会のスタンプラリーを



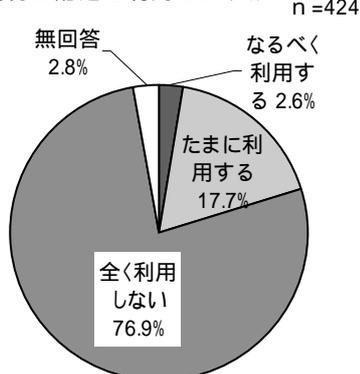
(6)日常の買物はカード払いですか



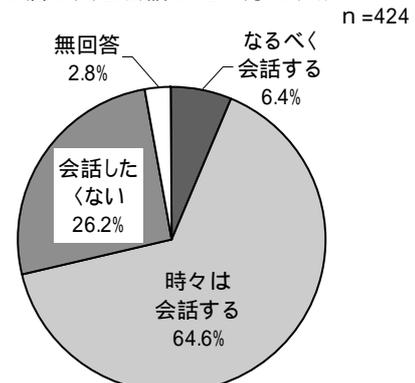
「買物の配達利用」は「なるべく」と「たまに利用」の計が約 20%で、多くはない。

「お店の人と会話したい方か」については、「会話したくない」人が 4人に 1人の割合で比較的少なく、「時々は会話する」人が 65%で、対面販売 = 顧客と会話しながらの販売が主となる個店にも不利ではない、消費者市民の性格が見られる。

(7)買物の配達を利用しますか



(8)お店の人と会話したい方ですか

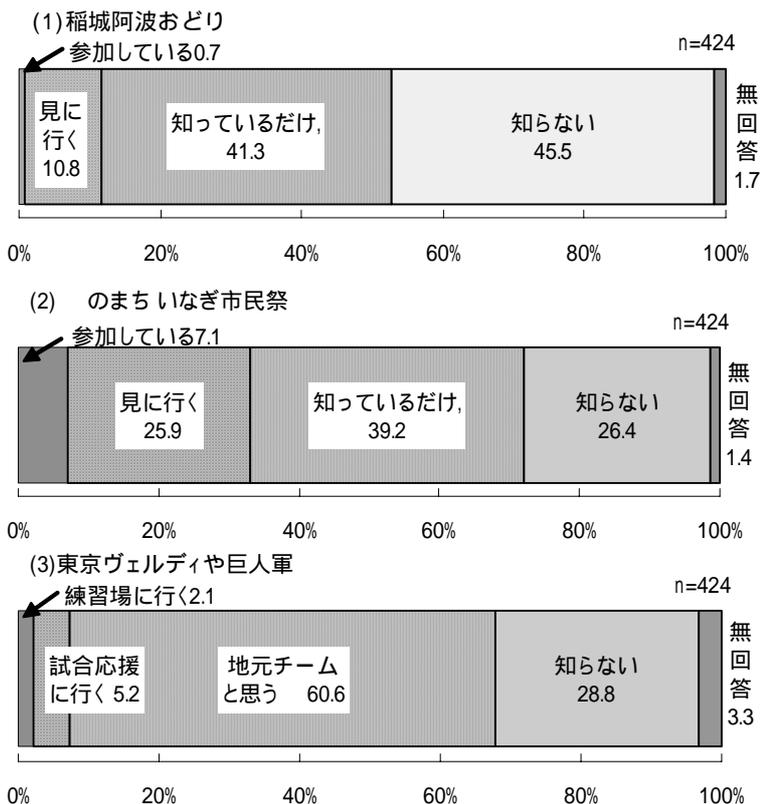


5) 地域の行事等への参加・関心

「稲城阿波おどり」への参加は「見に行く」を合わせて12%に止まり、「知らない」人も46%と多い。

「iのまちいなぎ市民祭」は「参加している」人が7%、「見に行く」人が26%で、周知状況も、参加状況もある程度はある。

「東京ヴェルディや巨人軍」を「地元のチームと思う」人は61%あり、「試合応援に行く」人5%、「練習場に行く」人2%は、「稲城阿波おどり」に比べかなり高い認知度と言え、その活用が望まれる。

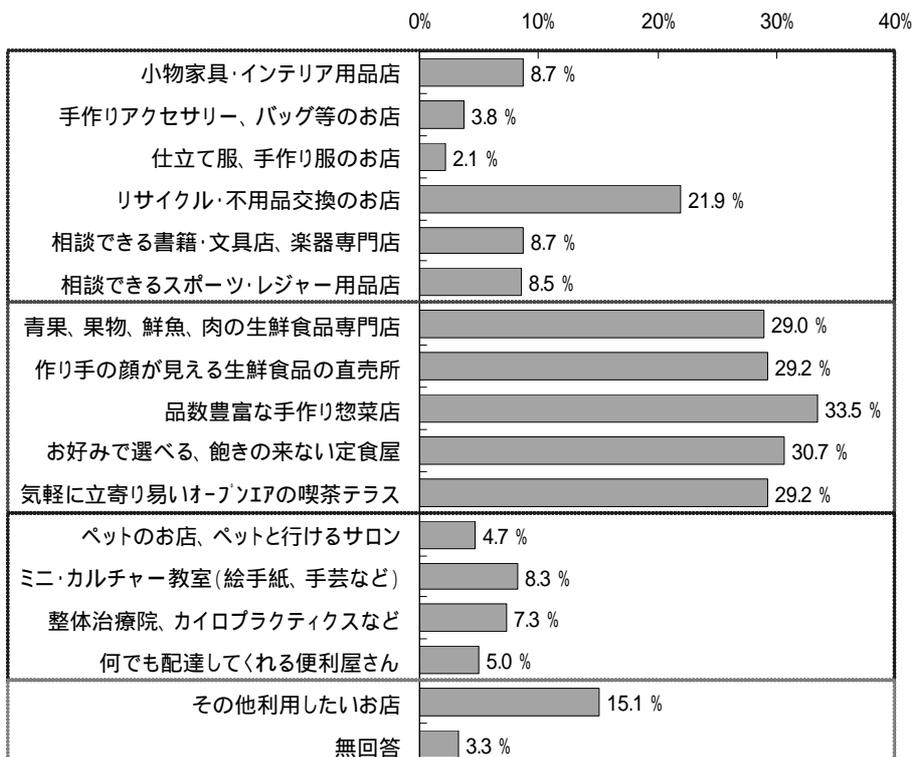


6) こだわりのお店の利用意向

食品の店と飲食店には30%前後の、リサイクル・不用品交換のお店に21%の、市民の利用意向がある。「ペットのお店、ペットと行けるサロン」は約5%と少ない比率だが、仮に市内3万4,000世帯の5%とすれば1,500世帯の潜在顧客が居る計算になる。

問8 こだわりのお店の利用意向

n=424

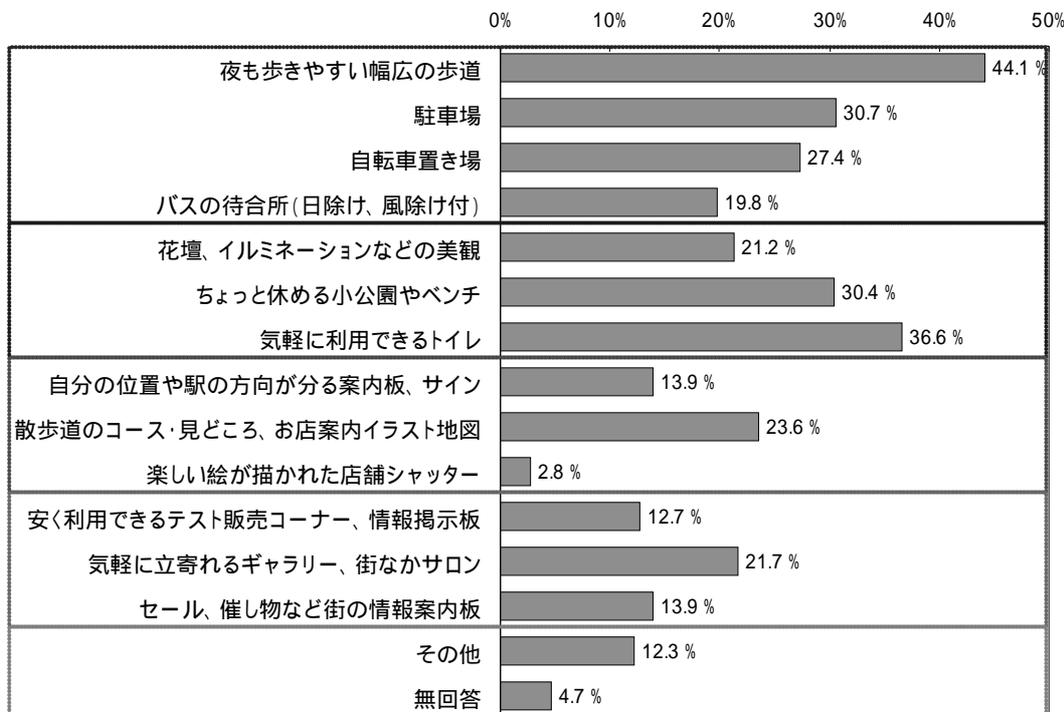


7) 日頃利用する商店、商店街、駅前等に欲しい施設

「夜も歩きやすい幅広の歩道」「駐車場」など交通面と、「気軽に利用できるトイレ」など環境面の基盤的施設に、ソフト面で「お店案内イラスト地図」に要望が多い。

問9 日頃利用する商店、商店街に欲しい施設

n=424



8) 稲城市の地域の特色、他地域よりも優れた「強み」は何ですか？

特色・「強み」として回答者の49%が「自然」を挙げ、「梨、ぶどう等の特産物」や「都心に近いこと」も比較的多くの人々が挙げた。「地産地消」など、次の生かす提案があった。

問10 稲城市の「強み」(自由記入)

稲城の「強み」	件数
自然	209
緑が豊か	95
特産物 梨 ぶどう フルーツ王国	60
里山 丘陵 山	31
都心に近い	31
川 多摩川 三沢川	19
農産物 地場野菜	19
整然としたまちなみ ゆったりとした街並み	9
のんびり	3
人とのつながりが近い 人が温かい 優しい	7
安心、安全、治安が良くて安心	7
野鳥が住まう クワガタ カブトムシ	6
静 閑静	6
歴史 文化	6
鉄道交通の便	5
よみうりランド	5
スポーツ ヴェルディ、巨人	5
景観 桜並木	5
住みやすさ	4
発展途上なこと 整備されつつある都市基盤	3
市民病院 リハビリテーション科	3
子育て、老人に優しい町	3
TV・映画のロケが多い	1

問10 「強み」を生かす提案意見(自由記入)

[稲城の特色を生かす市民の提案意見]

ア. 梨を使ったデザートコンテスト。  
 イ. ウォーキングツアー、果物食べ放題ツアーとかをしてほしい。  
 ウ. 地産地消を目指す、農家と住民の育成。  
 エ. 地場野菜直売所の設置。中途半端な大きさより、大型で駐車場も十分確保された施設。  
 オ. 気軽に入れる明るい店づくり。  
 カ. 地元の商店が品質の良い品物を売って欲しい(鮮度の良い店が続いて閉店して寂しい)。  
 キ. 子供も大人も年配者も話し合えるようななごやかなたまり場があるといいな。  
 ク. レストランなどは点在せずにか所にあった方がよい。  
 ケ. バスを利用しての買い物ルートを確認する。  
 コ. 稲城の顔(向陽台)のストリートの活性化(特徴ある店) 気軽に休める店(カフェ等)。  
 サ. 散歩道による専門店の活性化。  
 シ. アウトレット等ハイカラな商業施設を望む。  
 ス. 環境と交通インフラを強みにした「福祉施設事業」 家族が都心からも車でしやすい。

9) 今後、稲城市の街は、どんな風に発展して欲しいですか？

市民の意見には、幾つかの異なった方向への指向があった。主に、商業に関係するものを見ると、次の表に示す5つの「傾向」が挙げられる。

「稲城市の街は、どんな風に発展して欲しいか」要望・提案（自由記入）

傾 向	主な意見
洒落た個店指向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅降りて周辺に、高級でなくても良いがもう少し美味しい魅力ある飲食店が欲しい。</li> <li>・ 落ち着いた、和モダンな食事処や喫茶店などもある商店街があったらと思う。</li> <li>・ 洗練されたレストランやおしゃれなお店がもっと増えて欲しい。</li> <li>・ 文化的にレベルアップしてほしいと思う。あまりにも都会的でない地元の人々が多いため、消費のレベルが低いと思う。住宅地の人々にも合うような食材、レストハウス、料理を出せるような少し高級感のあるショップが欲しい。</li> <li>・ 買い物を楽しむ、雰囲気させてくれること。すなわち、買い物のあと洒落た店で友達とお茶したり、食事したりすることが出来る場所や、腰を下ろして町の様子を心おきなく眺めていられる様な場所の設置。</li> <li>・ 大規模なものを目指すのではなく、小さくても個性と品質を誇れる店。ファミレスやフレンチにはうんざりしています。生活に潤いを与えてくれる大人のための街づくりを願っています。</li> <li>・ 商店街に活気があって商店同士が競うような店。食べもの屋さんの美味しいお店が並んでいる（調布のように）</li> <li>・ 主婦、女性達が集まるカフェやレストラン（個人）などが増えれば、市外までわざわざ行かなくてよいと思います。</li> <li>・ 自然を残した、緑ある街と、特色ある専門店での活性化。</li> <li>・ 緑豊かに残しつつ、徒歩でも楽しめる商店街。わざわざ都心に行かなくても身近で良いものが揃うならば利用はできると思います。珍しい品、こだわりの品が多くあればなお良い。</li> </ul>
大型店・ショッピングセンター指向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 矢野口駅周辺に大型家電店を入れて欲しい。川崎街道沿い（矢野口近辺）にファミリーレストランを置いて欲しい。もっと近隣の市から人が来るように店（飲食店など）を設置して欲しい。</li> <li>・ 矢野口駅周辺に大きなショッピングセンターが欲しい。</li> <li>・ 土地があるならば、大型のショッピングモールが欲しいです。</li> <li>・ 南多摩の駅前（富士通跡地）にショッピングモールを作って欲しい。ショッピングモールが無理ならせめてコンビニかレンタルビデオ屋。</li> <li>・ 大型複合商業施設を作って欲しい。</li> <li>・ 大型スーパー店舗の複数設置による競争でのサービス向上、飲食店の設置</li> <li>・ 大型ショッピングモール、生活に必要なものすべて揃っていて、子供が遊べて、食事ができて、駐車駐輪にゆとりのある所。</li> <li>・ ニュータウン地域以外の商業施設は全く興味がない！有名なレストラン等もなく、アウトレットや有名店、専門店街等周辺地域からも人々が集まるような環境をつくって欲しい！</li> <li>・ 生活上の買い物が安く便利になる大型・中型の商業施設も整備して欲しいと思います。欲しい施設としては、大型の書店、ビデオレンタル店、複合型シネマコンプレックス、大型家電ディスカウント店、各種バリエーション豊富な庶民的値段のレストラン街です。</li> <li>・ 駅直結のアウトレットモールの誘致。</li> <li>・ 稲城長沼駅にステーションビルのような大きなビルができるとよい。もしくは川崎街道沿いに総合ビル、大型店舗が欲しい。</li> <li>・ もう少し商業施設の開発をお願いしたい。中途半端な物（矢野口アメリカ）で</li> </ul>

	はなく、大型ショッピングモールが欲しい(ららぽーとや百貨店系)
手づくり ふれあい 指向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大型店、チェーン店ばかりでない地元の人が作ったお店があること。</li> <li>・「梨」などの産業も続いてもらいたい。(地元の梨やぶどうでつくったジャムやワイン、ゼリーなどを売る専門店があったら利用したい。幹線道路沿いにコーヒショップ(スタバ等) 店内で食べられるパン屋さんなどあったら、他市から来た人たちも車を止めて立ち寄れると思う。</li> <li>・尾根幹線沿いに道の駅、地元野菜の直売。</li> <li>・南山や多摩レクセンターの緑と樹木の香り・さわやかな風を活用するために、動植物(ドッグランやミニ牧場、果樹園を含む)とふれあえる有料公園(美化、清掃費用を捻出するため)を建設し、農産物直売所や地場野菜によるレストランを隣接。</li> <li>・駐車場を利用した、朝市やフリーマーケットの開催。</li> <li>・地産地消を目指す、農家と住民の育成。地元商店の利用促進策の検討。</li> <li>・地域の産物を近くで買えると良いと思います。幹線道路側に、例えば道の駅のようなもの。稲城市外の人も来て楽しんで買い物ができると思います。</li> <li>・大型スーパーは何でもそろっていて便利なのですが、肉、魚の調理方法等個人のお店で買うと知らない食べ方を教えてもらえて良いので、個人商店を活性化して欲しい。会話のある買物をしたい。</li> <li>・首都近郊の農作物生産地として、農地や山を残しつつ発展して欲しい。商店街は平日もう少し遅くまで営業して欲しい(仕事帰りに買い物できるように)。特産品のぶどうをアピールして欲しい。ワイナリー誘致求む。</li> <li>・駅周辺に土産専門店を作る。市内各名菓、特産品、有名な菓子類を一店舗で種々選択できるスペースと規模。他地域からでもあそこなら何でも揃うといわれるような店(市内業者自慢の品を一店舗に)。</li> <li>・駅周辺に、地元のお店が建ち並び商店街が欲しい。ニュータウンのような人工的な街ではなく、緑や自然を大切に作る昔ながらの街づくりをしてほしい。</li> <li>・駅や買物をする場所は、人と人が交わる場です。緑・カフェなどがあるとおいしい空気とおいしい時間を過ごせると思います。</li> </ul>
生活利便 性指向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平尾地区の商店をもっと増やして欲しいと思います。少し値が高くても良いので高級な惣菜屋さんが欲しいです。</li> <li>・買い物、飲食店がなさ過ぎる。駅周辺を核として発展して欲しい。</li> <li>・生鮮食品専門の高級スーパー。</li> <li>・南武線の駅前の充実を。特に、南多摩駅前に住宅を建設するのではなく、商店・コンビニ・レンタルビデオ等を誘致して欲しい。</li> <li>・南武線の駅周辺がもう少し活気のある街になって欲しいと思います。川崎街道沿いにもスーパーが欲しいです。南多摩駅で買い物できないので、仕事帰りの途中駅(溝ノ口)で買物を済ませることが多いです。</li> <li>・南多摩駅周辺にスーパーがあると良いなと思う。</li> <li>・地域に食堂とかもっとあると良いと思います。なんでも(中華、日本食)。</li> <li>・商店街もう少し活気があり、営業時間が長いといいですね。</li> <li>・商店街の活性化をさせたいのであれば商店街の近くに保育園を作れば親は必ず帰りに買物をしていきますよ。</li> <li>・居酒屋・定食屋など、食関連の店が欲しい。</li> <li>・駅周辺に巡回バス停をつくって下さい。また、下町風の商店街を考えてください。</li> <li>・商店が個々に行うセールではなく、また年末大売り出しのセールでもない売り方を考えてください。</li> <li>・路線バスが無くなって不便です。年寄りのため、小型バスでも通って欲しいです。・買物を配達してくれる商店があれば良い。</li> </ul>

その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「アウトレットは南大沢、デパートは多摩センター、グルメは若葉台」と多摩の各駅で特化したものにする。個人的には駅前にはおいしい、ソバ屋、寿司屋、洋食屋、ウナギ屋が欲しい(伊勢丹地下のような)。若葉台フードセンターがあれば!</li> <li>・長沼駅前など昔からある商店を復活させるため、思い切った区画整理をして人の流れが大型スーパーに行かないように!市民が地元の商店を利用しやすい街にしてほしい。</li> <li>・川崎街道沿いや尾根幹線沿いには専門店(大型)を配置し、そこから果樹園や多摩丘陵への案内を掲示したり、巨人軍、ヴェルディの練習場やグッズ店を設置したりするとよいと思います。また、多摩川沿いには各種スポーツの競技場を今の施設に多少手を加えて整備し、スポーツ後の飲食が出来るようにすればどうでしょうか。稲城市は多摩川と多摩丘陵のある自然豊かな地域であるため、スポーツ、自然環境を前面に出したらどうでしょうか。駅前商店街にはメーカーのアンテナショップを配置したり、エリアごとに、衣料や食品雑貨店を配置できたらよいですが。</li> <li>・周囲に商業都市が多いので、ひと味違った特徴がないと他からのお客は望みにくい。中心となる駅。場所がなく分散しているため、集客を考えるなら道の駅のようなもの(駐車場を広く)が要。</li> <li>・若葉台駅に急行をとめる運動をしてほしい。今、大型マンションの建設が始まっていて、人口も多くなっている。また、駅には都市銀行(ATMはあるが)がないので、とても不便を感じる。また、お客様を連れて行けるようなちょっとしゃれた飲食街が欲しい。</li> <li>・三和が独占しているように思う。三和に行きたいから行っているのではなく、便利さや、安さで行っている現状。小売店などがもっと栄えてくれれば安全性や新鮮さで必ずそちらに足が向くと思う。</li> </ul>
-----	---

この間については、自由記入であるにも拘らず、344人(全回答者424人の81%)から回答があり、その約半数から商業活性化についての提案や要望があった。

商業活性化に関する主な提案・要望意見は、上の表に示すように次の5つの「傾向」に整理分類される。

洒落た個店指向 .....	49件
大型店・ショッピングセンター指向 .....	22件
手づくりふれあい指向 .....	18件
生活利便性指向 .....	40件
その他 .....	26件

回答者数は、 が多く、次いで、 大型店・ショッピングセンター指向の提案・要望意見で、比較的少なかった。

上記のほか、都市整備分野など「商業活性化」に直接関係しない意見があったが、掲載を省略する。

## 稲城市民の買物ニーズ アンケート票

【問1】あなたのご家庭では下表の ~ の買い物等には、どのようなお店をご利用になりますか。  
また、どこ（地区）でお買いになりますか（それぞれ 印をつけて下さい）

店 舗 地  商 品	店 舗（業 態）〔各商品に2つ迄〕									地 区〔地区2つ迄〕									
	小売店	専門店・高級店	食品系スーパー	総合スーパー	コンビニ	百貨店	ディスカウント	ドラッグストア	生協・通信販売	市 内					市 外				
										近隣の商店街	ニュータウン外大型店	ニュータウン内大型店	駅周辺の商店	その他	渋谷・新宿	立川駅周辺	調布多摩等近隣市	百合丘・新百合丘	その他
記入例	1	2	3		5	6	7	8		1	2	3		5	6	7	8	9	10
生鮮食品 (肉・魚・青果)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
惣菜・弁当	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
一般食品 (パン・米・酒・調味料・加工食品)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
医薬品・日用 雑貨(化粧品・ティッシュ類、洗剤、食器)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
実用衣料 (肌着・カジュアル)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
高級衣料 (スーツ・オシャレ衣類)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
文化品 (家電・家具・おもちゃ・カメラ)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
身の周り品 (アクセサリ・靴・鞆・時計・カネ)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
家族や友人との 外食	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

【問2-1】あなたが日頃よく利用する商店街や、スーパー等大中型店はどこですか。商店街名や店名をお書き下さい。名前がわからない場合は、地名等で結構です（例. 駅周辺の商店街、通りの商店街）

【問2-2】記入したお店を利用する理由は何ですか？（3つ以内で を）

1. 近くて便利、行きやすい	5. 店に信用がある	9. サービスがよい
2. 駐車場があり便利	6. 品質がよい、センスがある	10. 活気がある
3. 通勤・通学の途中にある	7. 品数が豊富	11. 流行の品、新しい情報がある
4. なじみである、店の人が親切	8. 値段が安い	12. その他 ( )



【問 9】あなたが日頃利用する商店、商店街、駅前等に、欲しい施設は何ですか？（いくつでも を）

1. 夜も明るく歩きやすい幅広の歩道	8. 自分の位置や駅の方向が分る案内板、サイン
2. 駐車場	9. 散歩道のコース・見どころ、お店案内イラスト地図
3. 自転車置き場	10. 楽しい絵が描かれた店舗シャッター
4. バスの待合所（日除け、風除け付）	11. 安く利用できるテスト販売コーナー、情報掲示板
5. 花壇、イルミネーションなどの美観	12. 気軽に立寄れるギャラリー、街なかサロン
6. ちょっと休める小公園やベンチ	13. セール、催し物など街の情報案内板
7. 気軽に利用できるトイレ	14. その他（ ）

【問 10】稲城市、稲城市商工会では、商業の活性化や、住んで良し・訪ねて良しの街づくりを進めるため、「稲城市商業活性化プラン」を作成します。その中で、稲城市の地域の特色、他地域よりも優れた「強み」を生かすプランを考えています。そこで伺いますが、あなたは、稲城市の「強み」は何だと思えますか？自然環境、歴史・文化、産物・産業、人材などの分野を思いうかべて、これと思うもの・ことをお聞かせください。（下の枠内に自由に記入）

--

【問 11】あなたは、今後、稲城市の街は、どんな風に発展して欲しいと思えますか？

商店街について、駅周辺について、幹線道路沿道など地域についてのご提案意見や、買物の便利や、地域の生活を楽しむなどのためのご提案意見をお聞かせ下さい。（下の枠内に自由に記入）

--

【問 12】アンケートの分析のために、あなた自身のことについてお伺いします。

性別 

1. 男性	2. 女性
-------	-------

年齢 

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

家族 

1. 単身	2. 2 人	3. 3 人	4. 4 人	5. 5 人	6. 6 人以上
-------	--------	--------	--------	--------	----------

職業 

1. 専業主婦	2. パート勤務	3. 正社員（フルタイム）	4. 自営業	5. 学生	6. 無職
---------	----------	---------------	--------	-------	-------

勤務先 

1. 徒歩・自転車圏	2. 電車・バス圏、自動車で 30 分以内	3. 他の市区
------------	-----------------------	---------

お住まいの地区 

1. 矢野口	2. 東長沼	3. 大丸	4. 百村	5. 坂浜	6. 平尾
7. 平尾（ ）丁目	8. 押立	9. 向陽台（ ）丁目			
10. 長峰（ ）丁目	11. 若葉台（ ）丁目	12. 川崎市（ ）			

住宅の種類 

1. 戸建住宅	2. 分譲マンション	3. 賃貸住宅、社宅	4. その他（ ）
---------	------------	------------	-----------

質問は以上です。 ご協力ありがとうございました。

このアンケート票は、同封の返信用封筒に入れ、（切手貼付は不要）

8月31日(日)までに 郵便ポストにご投函ください。

## ( 2 ) 通勤者アンケート結果

### 目 次

1 )	調査の概要	57
	調査の目的	57
	調査の内容	57
	調査方法等	57
	回収結果	57
2 )	回答者について	58
	性別・年齢	58
	家族構成	58
	居住地域	58
	通勤交通手段	58
3 )	稲城市内での買物種類、利用店舗の種類などについて	59
	買物の種類	59
	利用するお店の種類	59
	稲城のお店の比較評価	60
4 )	こだわりのお店の利用意向	60
5 )	日頃利用する駅前、商店街、幹線道路等に欲しい施設	61
6 )	稲城市の「強み」は何ですか？	61
7 )	今後、稲城市内に移り住みたいか？	62
	稲城市への移住の意向	62
	条件が合えば住みたい場合の「条件」とは？	62
	稲城に住みたいと思わない理由	62
8 )	今後、稲城市の街は、どんな風に発展して欲しいですか？	63
付	通勤者アンケート調査票	64

## 1) 調査の概要

### 調査の目的

市内商業の振興、商店街の活性化に向けて「稲城市商業活性化プラン」を作成する基礎資料として、市外から通勤している方の、市内のお店の利用実態や、街づくりへの意見等を把握することを目的として、本調査を実施した。

### 調査の内容

稲城市内での買物の種類、利用するお店の種類

稲城のお店の他地域との比較評価

こだわりのお店の利用意向

日頃利用する駅前、商店街、幹線道路等に欲しい施設

稲城市への移住の意向、移住の条件、移住したくない理由

稲城市の地域の特色、「強み」

稲城市の街の発展方向の希望・意見

### 調査方法等

#### ア．調査対象

稲城市内の企業に市外から通勤している従業者 100人

#### イ．調査方法

市内8企業に依頼して、条件に該当する従業者に調査票を配布してもらい、記入済みの調査票は回答者本人から直接郵送方式で回収した。

#### ウ．調査期間

平成20年8月2日～8月31日

### 回収結果

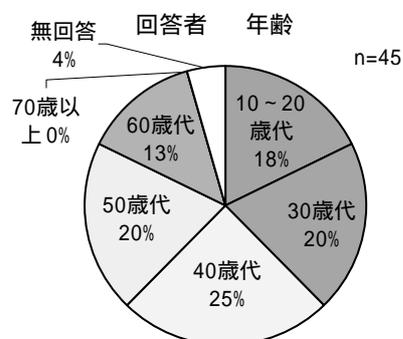
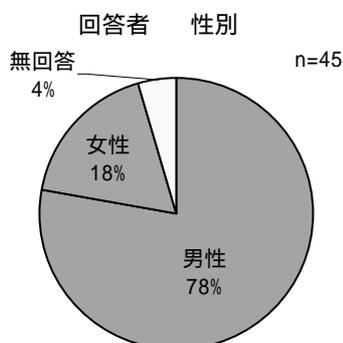
配布、回収の結果は次のとおりで、回収率は45.0%であった。

	配布数	回収数	回収率
調査数	100件	45件	45.0%

## 2) 回答者について

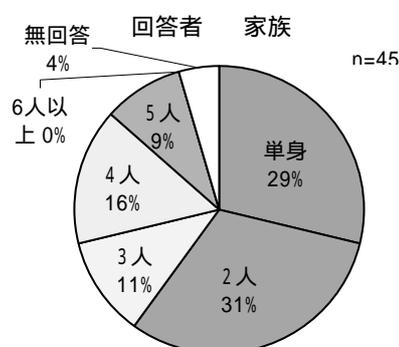
### 性別・年齢

男性が約8割と多く、女性は2割弱である。回答者は、40歳代が25%と一番多く、10～20歳代と60歳代が10%台と少ないが、各年代割合に大差が無い回答が得られた。



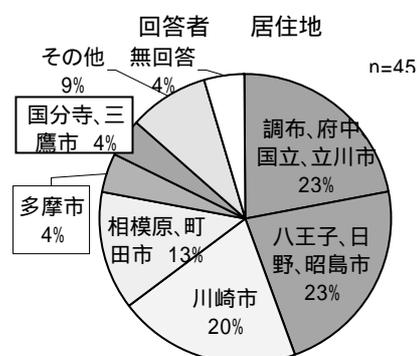
### 家族構成

単身世帯が29%であるが、2人世帯が31%と一番多く、3人～5人の世帯が合計36%で、家族型世帯の回答者が全体の3分の2を占める。



### 居住地域

通勤者の居住地域は、「調布、府中、国立、立川市」が23%、「多摩市」が4%、「川崎市」が20%で、近隣市からの通勤者が比較的多いが、「八王子、日野、昭島市」23%、「相模原、町田市」13%など、やや離れた地域からの通勤者も約半分ある。

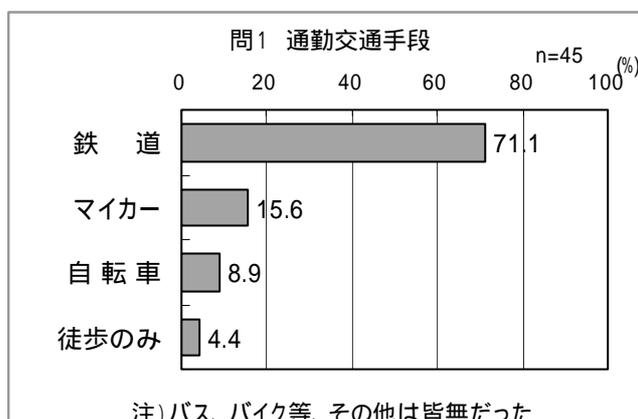


### 通勤交通手段

鉄道通勤者が71%と大半を占め、マイカー・車通勤者は16%と比較的少ない。

自転車、徒歩のみの通勤者も合計13%ある。

バス、バイク等その他の交通手段の通勤者は皆無であった。



### 3) 稲城市内での買物種類、利用店舗の種類などについて

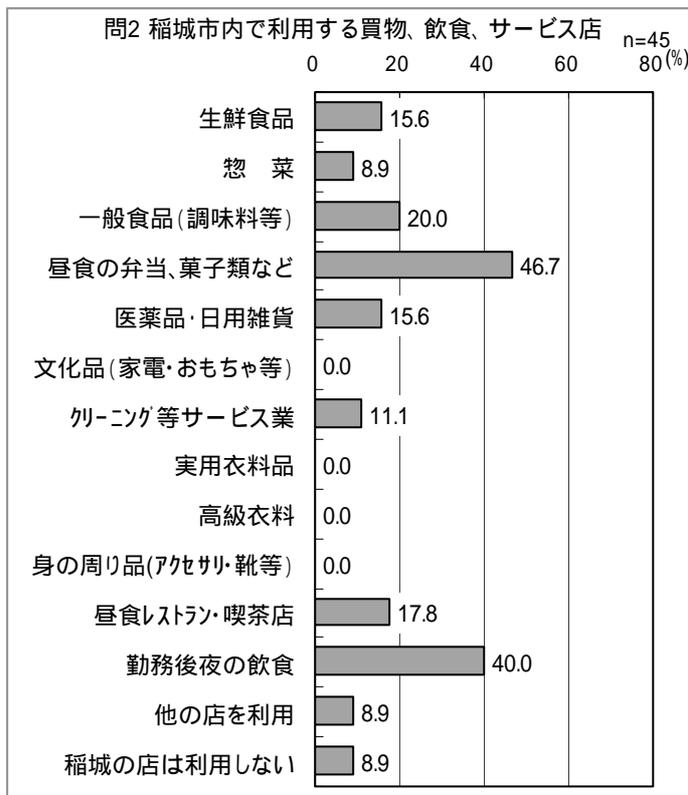
#### 買物の種類

通勤者が稲城市内で利用する買物、飲食、サービスの種類では、「昼食の弁当、菓子類など」が47%、「勤務後夜の飲食」が40%と、利用者が比較的多い。

「昼食レストラン・喫茶店」は18%で、夕方や夜の飲食店利用(40%)に比べて少ない。

「一般食品(調味料等)」、「生鮮食品」、「医薬品・日用雑貨」を購入する通勤者は、5～6人に1人の割合でかなりいる。

しかし、衣料品、身の周り品、文化品の購入者は皆無であり、通勤途上にお店が乏しいこともあろうが、現段階ではそれらの業種が期待されていないとも言えよう。

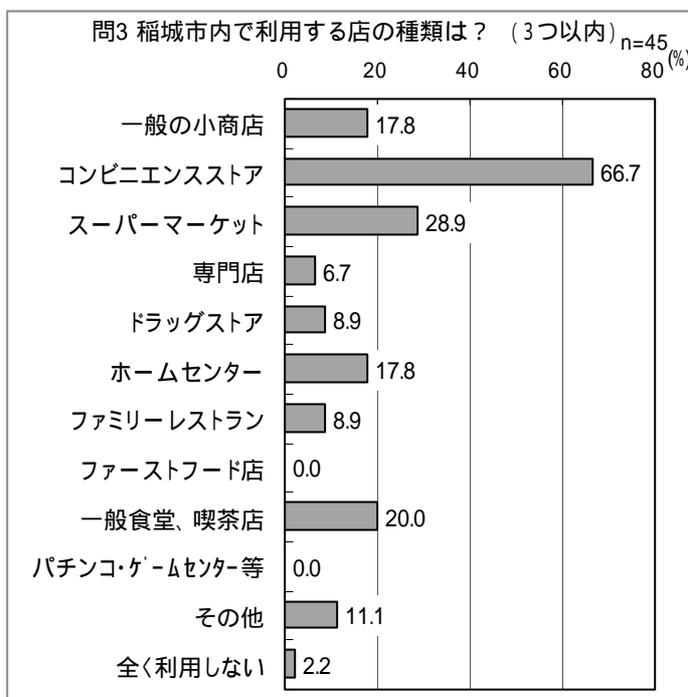


#### 利用するお店の種類

買物では、「コンビニエンスストア」を利用する通勤者は67%と特に多く、「スーパーマーケット」の29%、「一般の小商店」の18%とはかなり差がある。

飲食では、「一般食堂、喫茶店」が一番多い20%で、「ファミリーレストラン」は9%、「ファーストフード店」は0%と少ない。

買物の種類とお店の利用状況から見て、通勤者には昼食はコンビニエンスストアで購入したお弁当等で済まし、勤務後の夕方・夜に駅近くで飲食をする人がかなりある。



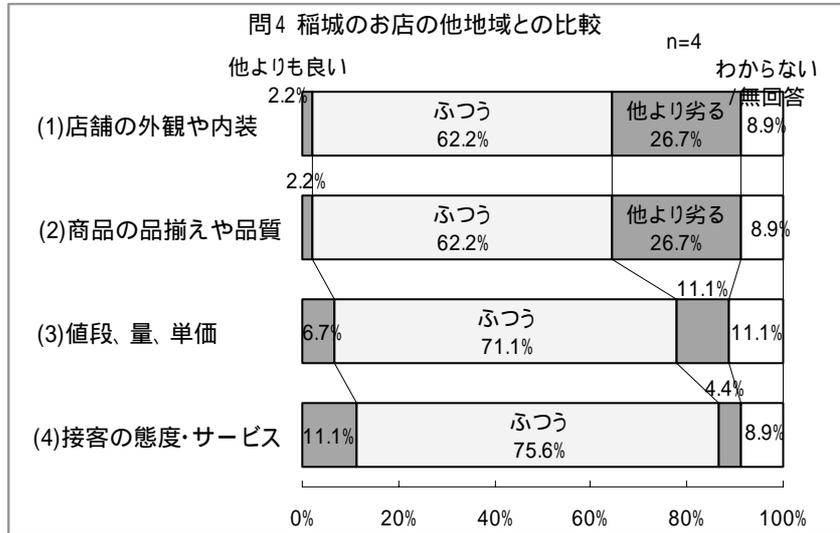
また、おそらく勤務後の帰りがけに生鮮食品等を買う通勤者も多少いるものと見られる。そこで、駅周辺の商業活性化では、こうした通勤者の買物や飲食のニーズに応える業種・店舗が立地できるような取り組みが望まれよう。

### 稲城のお店の比較評価

「稲城市内で主に利用するお店について、住まいの地域の店など他と比べどのように感じているか？」の質問に、「ふつう」の回答が多かったが、視点別に多少の差異がある。

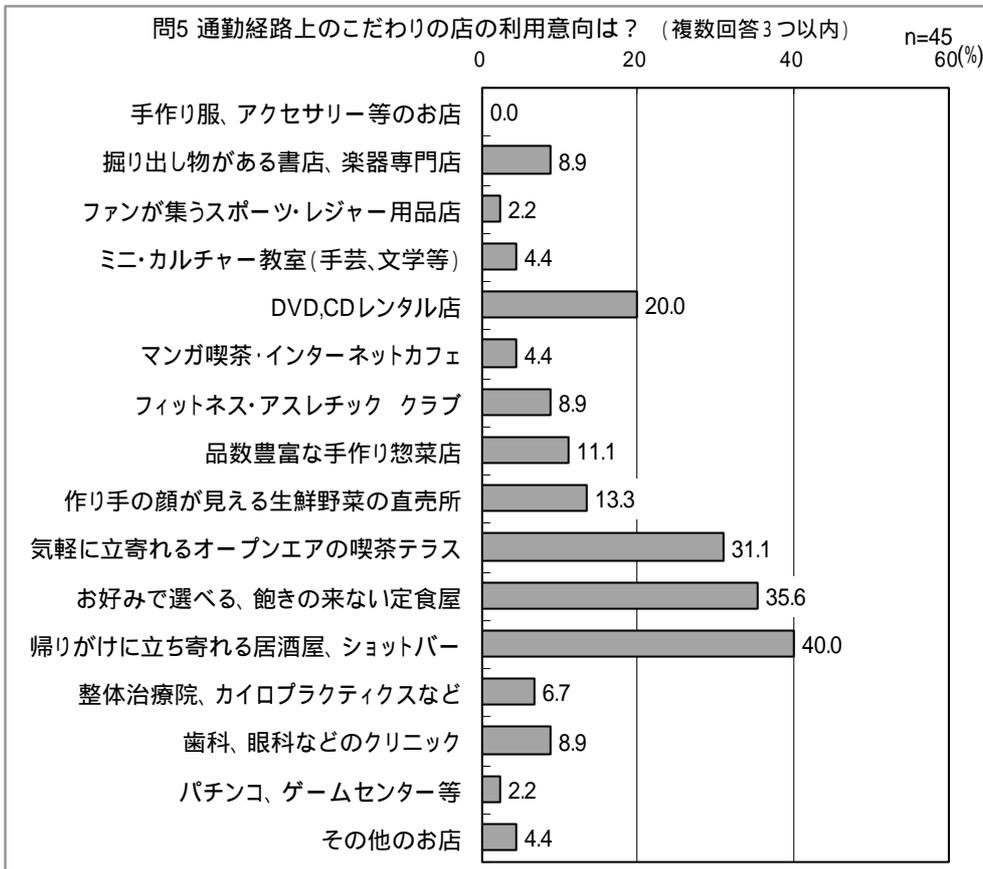
「店舗の外観内装」と「商品の品揃えや品質」については、「他より劣る」と評価する通勤者が4人に1人の割合を超えており、悪い評価が比較的多い。

「値段、量、単価」については、「他より劣る」評価が11%に対し、「他よりも良い」評価が7%で、悪い評価と良い評価が接近している。「接客の態度・サービス」については、「他よりも良い」評価が「他より劣る」評価を上回っている。



### 4) こだわりのお店の利用意向

「次のようなこだわりのお店があったら利用したいと思いますか？」の質問への回答は、「帰りがけに立ち寄れる居酒屋、ショットバー」40%を始めとした飲食店の利用意向が多く、販売店や「DVD,CD レンタル店」20%を除くレジャー店等の利用意向は比較的小さい。

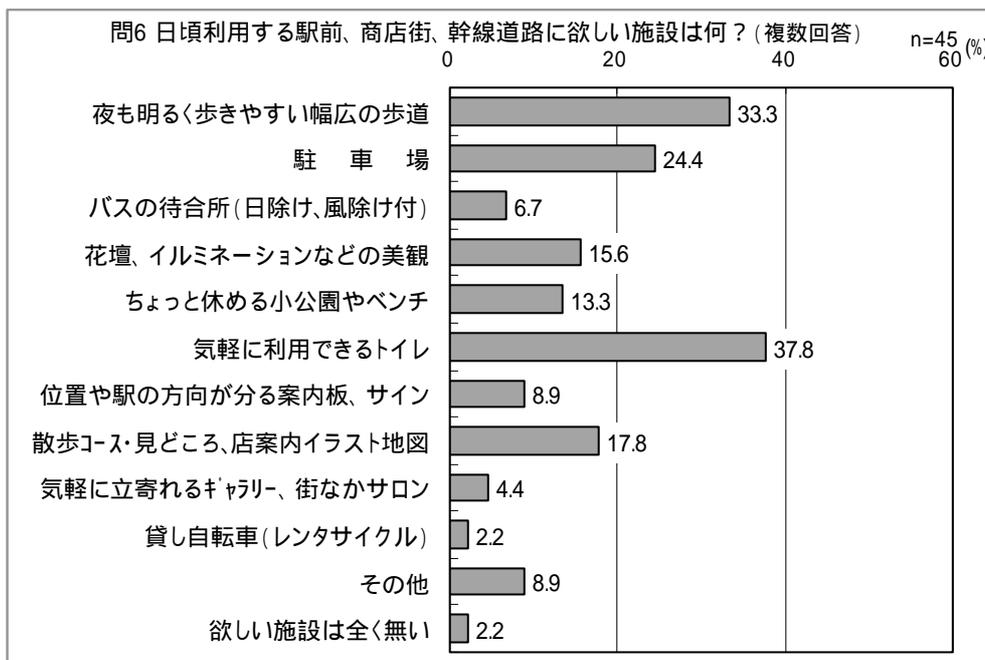


5) 日頃利用する駅前、商店街、幹線道路等に欲しい施設

「気軽に利用できるトイレ」38%、「夜も歩きやすい幅広の歩道」33%、「駐車場」24%といった市街地の基盤施設や環境施設への要望が比較的多い。

しかし、「バスの待合所(日除け、風除け付)」7%や、「貸し自転車(レンタサイクル)」2%といった交通関係については希望する通勤者は少ない。

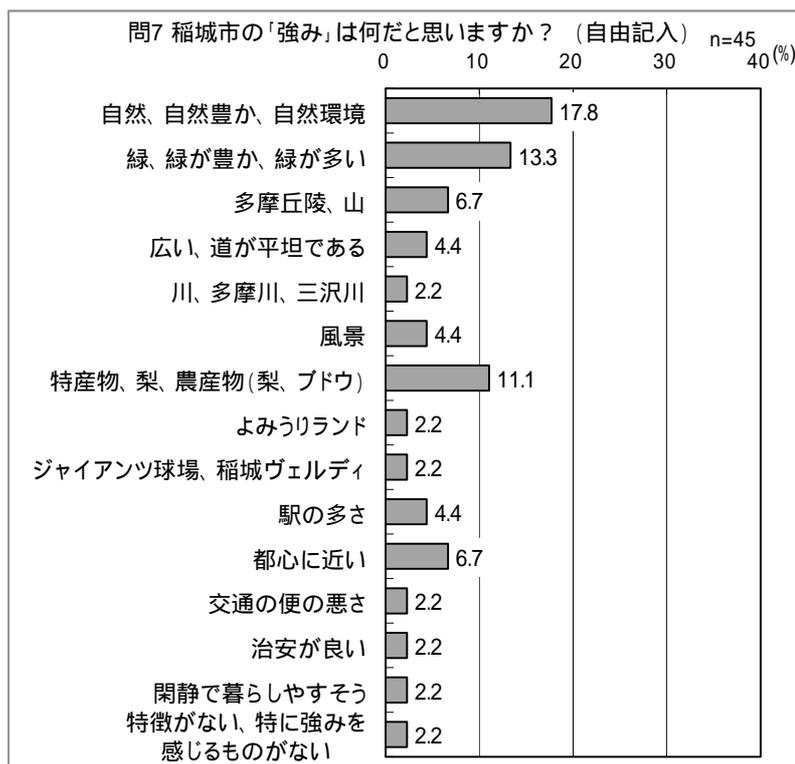
「散歩コース・見どころ、店案内イラスト地図」18%、「花壇、イルミネーションなどの美観」16%といった、ソフト面の対策を希望する通勤者が比較的多いことが注目される。



6) 稲城市の「強み」は何ですか？

「自然、自然豊か、自然環境」を挙げる通勤者が一番多く 18%、「緑、緑が豊か、緑が多い」の 13%、「特産物、梨、農産物(梨、ぶどう)」の 11%が続いている。

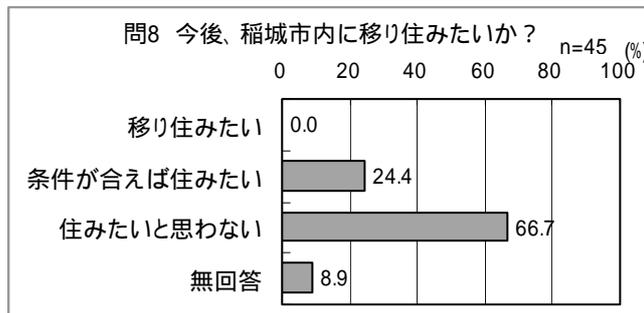
挙げる人数は多くないが、「都心に近い」や「よみうりランド」「稲城ヴェルディ」なども出されている。



7) 今後、稲城市内に移り住みたいか？

稲城市への移住の意向

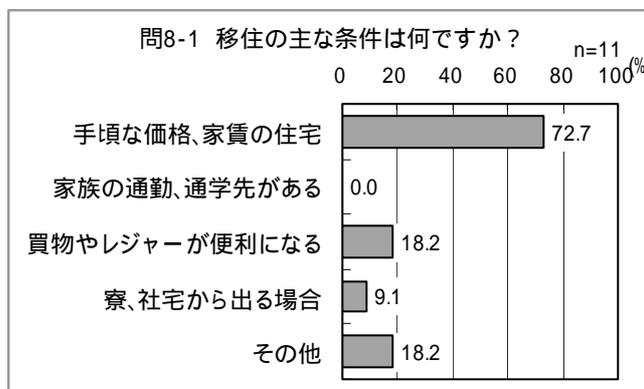
「移り住みたい」通勤者は皆無で、「条件が合えば住みたい」通勤者が24%・約4人に1人の割合に止まる。



条件が合えば住みたい場合の「条件」とは？

「手頃な価格、家賃の住宅」が得られることを挙げる通勤者が73%と大半を占める。

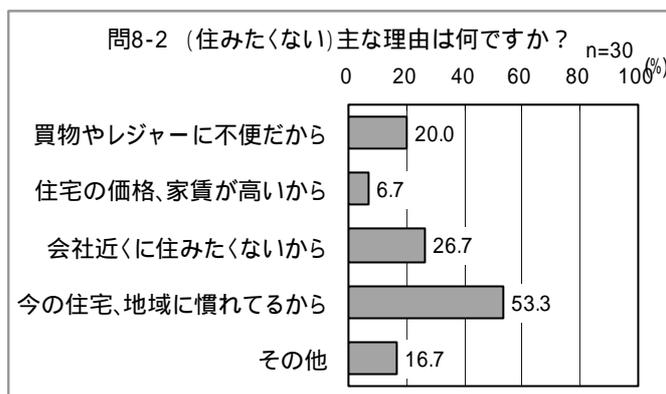
ただし、「買物やレジャーが便利になる」ことを挙げる通勤者が18%と少なくないので、住宅供給だけでなく、地域の利便性を高めることは必要と見られる。



稲城に住みたいと思わない理由

「今の住宅、地域に慣れているから」が53%と約半数を占め一番多い。

「買物やレジャーに不便だから」を理由に挙げる通勤者も20%あり、この点を改善することは、通勤者の転入意向を増やすことにも繋がると見られる。



8) 今後、稲城市の街は、どんな風に発展して欲しいですか？

「通勤の際感じる、駅周辺、商店街、幹線道路沿道などについての改善点や、買物の便利、通勤生活を快適にするようなご提案をお聞かせ下さい。(自由に記入)」の質問に対して、6割余の通勤者から意見、提案が回答された。

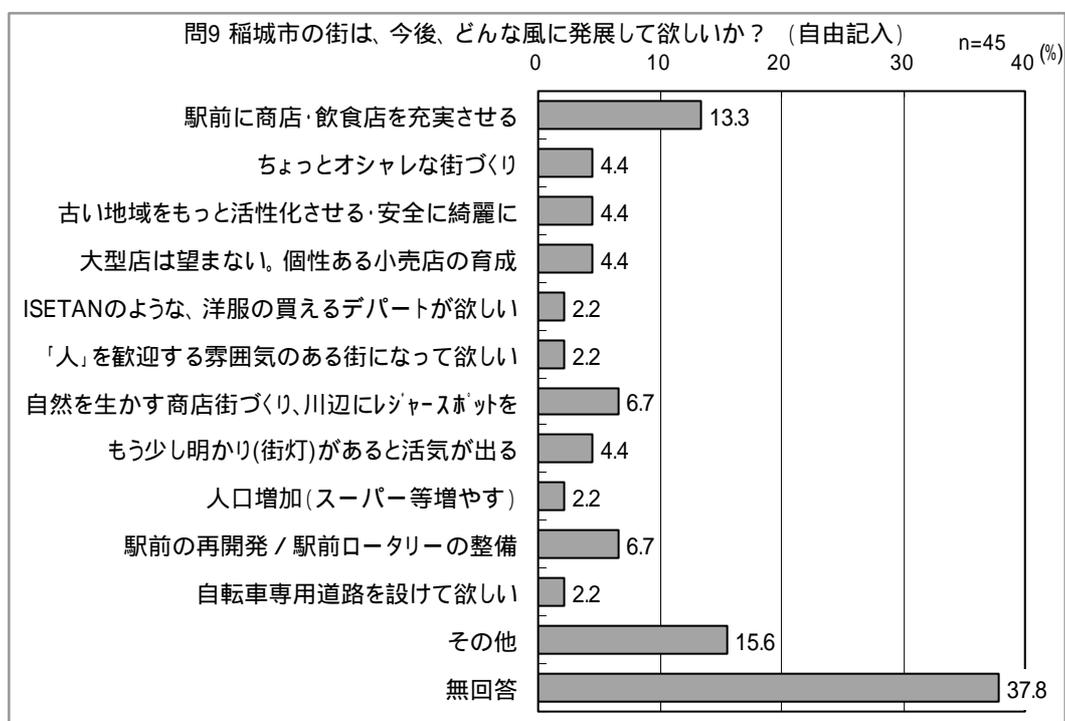
次のグラフは、同様の回答を束ねて数えたものであり、一人で複数の意見・提案を寄せた場合もあるので、複数回答となっている。

「駅前に商店・飲食店を充実させる」13%で一番多く、「駅前商店街」的な街づくりの意見と言える。2番目に多いのは、「自然を生かす商店街づくり、川辺にレジャースポットを」7%で、これは「観光商業」的な街づくりの意見と言える。

なお、「ちょっとオシャレな街づくり」、「古い地域をもっと活性化させる・安全に綺麗に」、「大型店は望まない、個性ある小売店の育成」の3意見は、個店主体の商店街を望むことを別の表現で述べたものと見られ、合せると13%になり、一番多い意見と同じ比率になる。一番多い意見と合せると26%を超え、通勤者の4人に1人が個店主体の駅前商店街的な街づくりを望んでいるようである。

一方、大型店を望む意見は、「ISETANのような、洋服の買えるデパートが欲しい」の2%だけであった。

街の整備を望む意見としては、「駅前の再開発/駅前ロータリーの整備」の7%、「もう少し明かり(街灯)があると活気が出る」の4%があった。これらは、直接的には商業に触れていないが、駅周辺の「活性化」や利便性を望んでいるものであり、商業的な活性を持った街づくりを願った意見と見られる。



稲城の街・商業への通勤者ニーズ アンケート票

【お願い】

このアンケートは、稲城市の地域が便利・快適・楽しく、活気が感じられる街づくりに向けて、「商業活性化プラン」を作成するため、市外から通勤している皆さんに、市内のお店の利用実態や、街づくりへのご意見等を伺うものです。調査の趣旨にご理解を賜りご協力をお願い致します。

(調査主体) 稲城市商工会、稲城市生活環境部経済課

【問1】あなたの通勤の主な交通手段は何ですか？(主な1つだけに 印を)

- |                   |         |               |              |
|-------------------|---------|---------------|--------------|
| 1. 鉄道 (JR、京王、小田急) | 2. バス   | 3. マイカー (自動車) | 4. バイク・スクーター |
| 5. 自転車            | 6. 徒歩のみ | 7. その他 ( )    |              |

【問2】あなたは、稲城市内において、次のような買物、飲食店、サービス店を利用なさいますか？

(利用するものにいくつでも 印を)

- |                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| 1. 生鮮食品 (肉・魚・青果)           | 8. 実用衣料品 (肌着・カジュアル)        |
| 2. 惣菜                      | 9. 高級衣料 (スーツ・オシャレ衣類)       |
| 3. 一般食品 (米・酒・調味料・加工食品)     | 10. 身の周り品 (アケサリ・靴・鞆・時計・カネ) |
| 4. 昼食の弁当、パン、カップ麺、菓子類など     | 11. 昼食のレストラン・食堂等、昼間の喫茶店利用  |
| 5. 医薬品・日用雑貨 (化粧品、紙類、洗剤、食器) | 12. 勤務後の夕方・夜等の飲食           |
| 6. 文化品 (家電・家具・おもちゃ・カメラ)    | 13. その他を利用 ( )             |
| 7. クリーニング、マッサージ等のサービス業     | 14. 稲城市内のお店は、全く利用しない       |

【問3】あなたが、稲城市内で、主に利用するお店の種類は何ですか？ (3つ以内で 印を)

- |                   |             |               |
|-------------------|-------------|---------------|
| 1. 一般の小商店         | 4. 専門店      | 7. ファミリーレストラン |
| 2. コンビニエンスストア     | 5. ドラッグストア  | 8. ファーストフード店  |
| 3. スーパーマーケット      | 6. ホームセンター  | 9. 一般食堂、喫茶店   |
| 10. パチンコ・ゲームセンター等 | 11. その他 ( ) | 12. 全く利用しない   |

【問4】あなたが、稲城市内で主に利用するお店について、お住まいの地域のお店など他と比べてどのように感じていますか？ ((1)~(4)のそれぞれに1つ 印を)

- |               |          |       |         |         |
|---------------|----------|-------|---------|---------|
| (1)店舗の外観や内装   | 1.他よりも良い | 2.ふつう | 3.他より劣る | 4.わからない |
| (2)商品の品揃えや品質  | 1.他よりも良い | 2.ふつう | 3.他より劣る | 4.わからない |
| (3)値段、量、単価    | 1.他よりも良い | 2.ふつう | 3.他より劣る | 4.わからない |
| (4)接客の態度・サービス | 1.他よりも良い | 2.ふつう | 3.他より劣る | 4.わからない |

【問5】通勤経路に、次のようなこだわりのお店があったら利用したいと思いますか？ (3つ以内で 印を)

- |                        |                          |
|------------------------|--------------------------|
| 1. 手作り服、アクセサリ等のお店      | 9. 作り手の顔が見える生鮮野菜の直売所     |
| 2. 掘り出し物がある書店、楽器専門店    | 10. 気軽に立寄れるオープンエアの喫茶テラス  |
| 3. ファンが集うスポーツ・レジャー用品店  | 11. お好みで選べる、飽きの来ない定食屋    |
| 4. ミニ・カルチャー教室 (手芸、文学等) | 12. 帰りがけに立ち寄れる居酒屋、ショットバー |
| 5. DVD,CD レンタル店        | 13. 整体治療院、カイロプラクティクスなど   |
| 6. マンガ喫茶・インターネットカフェ    | 14. 歯科、眼科などのクリニック        |
| 7. フィットネス・アスレチック クラブ   | 15. パチンコ、ゲームセンター等        |
| 8. 品数豊富な手作り惣菜店         | 16. その他利用したいお店 ( )       |



### (3) 消費者グループインタビュー

#### 1) インタビュー調査の概要

##### 調査の目的

市内商業の振興、商店街の活性化に向けて「稲城市商業活性化プラン」を作成する基礎資料として、稲城市の買物環境や街づくりについて意見をお持ちの市民に集まって頂き、生の声による、稲城市民の消費生活の傾向、商店や商店街の問題・課題、市内に欲しいお店や施設、街の活性化への提案などを把握することを目的として実施した。

##### 調査の内容

参加者の居住歴、年齢、日頃の買物行動パターン

稲城市民の消費生活の傾向

買物する商店を選ぶ時に重視していること

最寄の商店や商店街について、日頃何とかならないかと思っていること

市内に欲しいお店や施設

市内各地の「街」に対する皆さんのニーズ、こう在って欲しいという希望や提案

稲城市の街は、こうすれば活性化するというアイデアや方法等の提案

稲城市の街の発展方向の希望・意見

##### 調査方法等

##### ア．調査対象

市民アンケートに回答した稲城市民のうち、応募した市民 6人

##### イ．調査方法

- ・参加消費者6人と、司会等2人が「口」の字形のテーブルを囲んで座る
- ・テーマに沿って、司会が回答者を指名して質問し、回答の発言をお願いする
- ・発言結果は、記録する

##### ウ．調査日

平成20年9月13日 午後2時～4時

#### 2) インタビュー結果の主な意見

以下では、2時間にわたるグループインタビューで得られた発言等のうち、テーマに沿って主な意見等の部分を抜粋して紹介する。

##### 参加者の特性と参加に当たったの考え

- A) 6年前転職で関西から来て、今は住宅を買って住み、市外に通勤している。どこに行っても大きなショッピングセンターがあるので、地元の商店街はあることは知っているが行かない。女性に比べ、地元のことを知らないだろうが、違う視点があっても良いだろうと参加した。
- B) 以前 区に住んでいて、社宅に引っ越してきて12年になる。住みやすく、特産物があったりして、子どもものびのび育てることができる。子どもが大きくなって、ここに帰ってきたいと思えるような環境を私たちの世代で、残せられたらいいと思って参加した。

- C) 2年前埼玉県の方から向陽台に引っ越して来た。自然環境はいいが、人口の割に店が少ない、物の値段は前住所に比べるとかなり高い。南多摩駅から歩くが、まわりに店がほとんどなく非常に不便なので、できれば、食料品関係のお店を誘致して頂ければ、助かると思います。
- D) 1970年に稲城に越してきて、長沼駅周辺に住んでいたが、向陽台の団地に住み替えた。長沼に住んでいた時は主に中央商店街で、おなじみの客として買い物してまして、お店の人と対面して、「今日は何が安い?」とか話ながら買い物できた。向陽台にあがってからも、原付バイクで下(中央商店街)に買物に行きましたが、だんだんシャッターが降りたりお店が変わっている。淋しいというか、稲城の町ってこれからどうなるんだろうと思い、一般の新住民、ニュータウンの人達も買物するには、如何にすればいいのかお聞きしようと思って参加した。
- E) 以前多摩市に住んでいて、長峰にニュータウン内の転居をしてきた。かれこれ9年になるが、全然稲城市民という感じがしない。自分が属しているサークルとか図書館も永山の方を利用してしまふ。これはもったいないなあと、住んでいる人はちゃんと地元でお金を落として、町全体みんなが潤って、自分の老後を支えてくれればいいなと思って参加しました。
- F) 私は実家が稲城にあるが、以前川崎に住んでいて、子育ての環境にも良いので、12年前に長女が0歳の時に引っ越して来た。お店に行くのもサンワしかない状態で、高いから、やだなあと思っていた。若葉台が開けたがそちらも大型店舗なので、ちょっとした買物ができる商店街を利用したい、利用できないわけ、そこら辺を知りたいと思っています。

#### 消費生活の傾向、買物のスタイル

- D) 今はまとめ買い。1週間分を生協店に買に行きます。鮮度が大事な物 野菜・お肉・魚は、下の中央商店街に買物に行きます。
- E) 私は基本的に生協を利用しているので、配達される。野菜は生協だと突然商品が配達されない事もあるので、しかたがないので、若葉台に越してからはサンワさんとかに行きます。ただ、最近はコープ東京に通います。地元の魚屋さんなんて行ったこともないし、どこにあるのかも知らないですから、生協なんかだと種類は限られますが、どこか遠くで獲ったものを急速冷凍したものが結構鮮度はいいので、利用しています。
- 司会) 生協を利用される方は? (挙手) C、D、E、Fの4人ですね。
- A) 私も以前は生協を利用していましたが、総合的にコストパフォーマンスがよくない、そして輸入が多い。それから、味つけがなんか今ひとつなんですよ。生協は安全だ安全だというけど、本当のところどうなんだろうと。サンワもよろしくないよろしくないという声結構ありますけども、私自身はそんなに悪くはないと思うんですね。
- 司会) 買物に行ける距離、時間というのはどのぐらいの感じですか?
- F) 私は車を使うので、ものすごく遠い場合以外はそんなに気にならない。最近はガソリンが高いので自転車で行きます。ただ、坂を下りた場合、自転車で昇る帰りは重いですね。
- C) 調味料とかで生協ブランドの物は普通の店の物より安いんで、そういう重い物は頼んでる。生協という高いイメージがあるけど、今はそうじゃないと思います。ただ、配達が1週間に1回なので、私は生ものは生協の宅配はほとんど頼まない。スーパーはサンワしかないの毎日そこに買いに行くけれども、種類があんまりないですね。それと、新鮮じゃない、それから、肉も野菜も家族向けばかりで、小口パックがないですね。そこら辺のスーパー側のサービスが

ちょっといまいちという感じがするんですね。

司会) 消費生活の考え方やスタイルということで、みなさんどういう物を長く使うとか、それと逆に使い捨てているのか、どうですか？

A) 基本的に耐久消費財については良い物を長く使う。修理については、量販店で買って、修理センターがあり、取りに来てくれるので、問題はありません。今は町の電気屋さんでも修理できる人がいないので、量販店の方が早い場合がある。

D) 昔は 電気さんというのがあって、私はずっとそこで買って、電話するとすぐ来て頂けるので非常に便利だったが、今は無くなりました。お話ししながら買物ができるお店というのが少なくなっているのが寂しい。

司会) お話しをしながら買物できる方がいいか、話したくないか、皆さんはどちらですか？

E) 説明してほしいけど、余計なことは言われたくないですね。

F) 子どもが小さく、トイレに行かなくちゃとかあるので、嫌な顔をしないで対応してくれる間柄であればいいですけど。そんな時は、ちょっと高くても、こちらの都合でさっさと動けた方がいいなというところがありました。

司会) 商店街の個店に入ると声をかけられたり、入ったら買わなくちゃいけないような気がして入りづらいというのはありますか？

E) ありますね。試供品なんか出されて食べてしまうとそうですね。

D) そういう反面私の場合、作り方が分からない時に「このお魚どのようにしたらおいしいの？」とか聞くと「こうの方がおいしいよ」とか、作り方や食べ方を教えてもらって勉強になり、魚を煮るとか焼くとか助言を頂いたのが、今非常に役に立ちました。

司会) 今、お金を貯めてでも、欲しい物というのはありますか？

B) まず第一に学費を貯めなければいけない。それと後は旅行に行きたいですね。物はだいたい揃っているんで、今は欲しい物がないくらい物があり余っている感じがします。

F) 日常使う物は揃っていて、欲しくても置くスペースがない。場所に見合った品という意味では充分かなと思います。日常生活的に満ち足りた気持ちになるような物があればいいのかなと思います。それは例えば、毎日食事を取ることを考えると疲れている時に、サンワのパックではなくて、よく商店街にある、お総菜とかが、焼き鳥屋さんでもいいですが、食べたい時に帰りに買って来れると良いと思う、そのようなレベルですね。

#### 買物する商店を選ぶ時に重視していること

司会) 商店を選ぶにあたり重視していること、お店探しにこだわりことはありますか？

C) 食料品とかは近場で買いますけれども、その他のものは電車に乗って行ってしまいますね。南多摩駅に住んでいるので、一番近いのは隣の府中本町、後は南武線で立川、色んなお店がありますし、後は新宿ですね。着る物とかそういうものは電車に乗って行きます。

B) 週5日くらい買物するんですが、私は調布の先まで、自転車で25分くらい通勤しています。自分の健康のためもありますし、色んなところでお買い物しながら、帰ってきます。調布市のほうが稲城市よりはおもしろいですね。品揃えがいっぱいあり、食料品の値段も低い。子育てで食の安全が第一なんで、選ぶ時は必ず国産かなとか。稲城市でいいと思うのは地産地消(100円入れてくださいというの) あれは必ず利用しています。綿などの素材の、そこそ

こ良い物であれば高くても買います。

- B) 衣料品などは、サンワ辺りのパシオスとかメディアムとかで買う時もありますし、出かけたついでに府中とか多摩センターとか調布とか聖蹟の方とか、別にここでなくちゃいけないということは特にないので、行った時にもし良ければ、良い物を選べればと思って、眼を肥やせればと思っています。
- A) 仕事の背広は新宿の百貨店で買ってます。そこは寸法が置いてあるんで、好みをぱっと選ぶような形です。個人的な趣味で、「つまみ」は立川に買いに行ったり、まとめ買いは府中の市場に行く。業者用の安い物がいっぱいあり、変わった品物もあるんで。
- E) 食品などの毎日消費する物、パンなどは地元で。生協には地方の野菜のコーナーと稲城のコーナーがある。そこで見比べて、品質が良ければ、生産者の名前も書いてあるので、食の安全が一番大切だと思うので、少々高くても新鮮で安全そうな方を買いますね。洋服は下着とかそんなものだと多摩センターのイトーヨーカドーいろいろと揃っているんで、そこで買いますね。主人の背広とか私の洋服とかはやっぱり新宿が一番便利なので新宿のカードを作っているところに行きます。電化製品とかは元々の地元の親切なお店というのは知らないんで、品揃えが良い所で色いろ見て、ネットでも見て、少々の値段差だったら、ケーズデンキとか近くのお店で買うと、故障があった時でもアフターがいいかなという感じがします。
- F) 私は洋服とか会社に必要な物とかは、聖蹟桜ヶ丘で、子供がお稽古している間に、そういう時間を利用して買物をします。生鮮食品に関しては生協の宅配で、買い物に行く手間を省いていた。野菜は、火曜日と土曜日に軽トラに積んで売りに来てくれるのをよく買う。野菜は、地元で作っているのは事実なんだけれども、本当に安全なのかは分からない。もし農薬など控えているなら、それをアピールすれば良い。また、稲城の生き生き商品券をPRしているが、来てくれる八百屋さんとかで使えるのなら嬉しいと思う。

最寄の商店や商店街について、日頃何とかならないかと思っていること

司会) 多少改善されるのであれば、地元商店街を使ってもいいと思われる点はありますか？

- F) どこに何があるかがわからなくて困る。生き生き商品券と一緒にお店の一覧がB4のサイズ紙で来たが、地図のどこにあるかがわからない。何屋さんなのかもわからない。何とか屋と書いてあって、それが居酒屋かお肉屋か魚屋かもわからない。

例えば地図とそのお店の場所をマークし、ここにはこういう商店街がありますとか、さらに、駐輪場・駐車場はここですよとか、最寄りのバス停はここですよと、そういう地図を皆が持っていれば、稲城のゴミカレンダーのように市が皆に配布する印刷物の中に入っていれば、そっちに行ってみようかという気になる。子どもたちは社会の教科書で弁天通とか言っている、梨をもぎに行かせて頂いたこともある、けれども、家族で梨もぎにでも行きたいねと言っても、どの梨園かもわからないし、という感じですね。

- B) 若いと自転車であちこち行けるんですけど、やはり年齢と共に向陽台とか帰りで登るといのは大変ですよ。i バスを100円にし、本数を増やしてもらえば、もっと活性化してくると思います。
- D) 駐輪場・駐車場がないから稲城の店は発展しない、自転車も置く所がない、それが一番困ります。駐輪場・駐車場が完備されると少しはお店も繁盛するんじゃないかなと思う。

司会) 市内に欲しいお店で、何かお気づきのものがありますか？

- C) 他地域の大手スーパーに行くとか魚一切れとかお肉100グラムとか野菜でもほうれん草が半分とかで売っている。その点、買い手側のニーズに対して考えて頂きたいと私は思う。
- B) 買って帰ったらすぐ食べれるような調理した物そういうものも増えると気軽に、あそこに行けばすぐおいしいのを食べられるというふうに思えますが。
- C) そう、専門のお惣菜屋さんみたいなお店があれば助かる。
- D) 私は、普通のお肉屋さんに行くと、「110gくらい」とか、挽肉も、牛をこのくらい、豚をこれで巻いてと、自分で言って買えるのが一番良い点なのね。
- C) 例えば駅前に今風のカフェ、ちょっとお茶を飲めるお店があったらいいと思う。
- E) 毎日食べなきゃいけないので、今日はちょっと楽しみたいという時に家庭料理感覚で食べにいけるお店とか、お総菜ですよ。それをちょっと買って帰ればご飯に食べられるとか。もうちょっとおしゃれだけど高くても良いからおいしいものが食べたい。今日はお母さんちょっと作るの休んで食べにいけるような感じのものに行きたいですよ。ファミレスじゃないような感じで、和風で味が薄いような...
- E) バイキング式の自然食レストランなんですよ。そういう割と良いんじゃないかと。多摩市に行けばあるんですけど。
- B) 反対にちょっと子どもが多い家だと食べ放題のお店も欲しいなあ。

#### 活性化の提案、稲城市の街の発展方向の希望・意見

- E) 稲城市って私のイメージからすると点在してて点なんですよ。市役所だけ、サンワだけ、図書館だけというように。もうちょっと固まった所、そこに行けばいくつかの用事ができる、魅力のある場所っていう面を作らないと。
- C) 歩いててね、楽しい雰囲気ですか、それすごく大事だと思うんですよ、何ができるとか、見て楽しいとかそういう要素っていうのは必要だと思いますよ。
- D) iバスっていうのはですね、商店街を通ってないんですよ。結局多摩川に近い所を稲城の真ん中をはずして周りを循環してる。だから商店街で買い物しても乗り場まで行くのが遠いってさびれる。川崎街道も走って欲しい。お買い物専用のルートをつくって頂ければお年寄りもそのバスに乗って買物できる。今のルートではお年寄りの方はそこまで行くのがつらいですよ。
- F) iバスの既存のルートのなかで商店街いくつかは該当する一番最寄りのところが少なくともわかっていれば、ちょっと行ってみようかなという気にもなる。
- D) (買物・配達代行の利用について) 一番気がかりなのは、目で見て買わないと、昨日の残り物を配達するんじゃないかっていう心配もあります。
- A) 稲城は、このエリアで何人位のお客さんが来るとか、商圈っていうのが見えないので、個人の方が新しく商売に来るのは非常に難しい。そこで、空いている商店街の店を安く貸して、トライアル制度にして半年位試行してもらって、自信があるならばちゃんと貸し出す対応をされるといいと思う。

また、子ども達を取り込める行事を企画して、市民と商店の交流ができると、地元で買うようになると思う。私の前住地ではJCの方などが年に1回位キャンプの世話に来る。自分の店から食材や道具を持って来てわいわいやる楽しい行事があって、子どもたちを介して、行

事の時の人がいる店で買うようになる。豆腐屋などで子どもに体験学習で実際に作らせるような、お金をかけずにできることは良いと思います。

B) 私が一番目についたのは、ひとり暮らしの方が気軽に集まれるコミュニティカフェって所なんですけど、誰でも気軽にお年寄りの方がお茶飲んでる所にベビーカーで来たお母さんが一緒にお話聴けたりとかアドバイスをもらえたりする、そういう誰でもいつでも行ける所があるとすごく魅力的かなと。

E) (「屋台村」なんですけど) 例えば私みたいな60代くらいの方が「じゃあちょっと飲もうか」って言える。最近あまり個人の家に行く感じじゃなくなってますもんね。そういう感じで飲みに行ける所があれば便利だし。小さいお子さんがいらっしゃる方達、例えば幼稚園のお子さんがある方々は幼稚園のこととかで、小学校だったら小学校の話し合いができるとか。週レベルでは結構な年代で便利なのかなあと。

D) 私は商店街が今のままでは寂しいので、今残ってるお店だけでももう少しなんとか続けてお客さんが集まるような状態にするには、やはり駅前がもう少し整備されて、お店をビルに入れるなどして商店街をなにか良い方法で残すことはできないかなあとと思うのが一番です。もうスーパーばかりは嫌ですから、そういう個人のお店も残していただきたいです。

F) こちらで作っている商品券がありますよね。この間梨を買いに行ったんですけども、梨屋さんで商品券を使えないって言われちゃう所があったんで、使えるか使えないかの区別を一発で分かるようにして欲しい。また、B券をどうやってさばこうかと思ってる。800円の梨を買って、どこでどういう風に使うかって思った時に800円を200円と300円の券だったら結構使いやすい。500円と小銭っていうよりも200円と300円だと100円以内で全部組み合わせできますから、そういう感じで使いやすくしてくれたら、1万円で500円ついて来るっていうのは結構良いと思う。

C) 私は、例えばどこかに出かけて帰って来た時、夜のおかずを買うのに大型スーパーはいいんですけど、食料品専門の中くらいのスーパーとか、専門店をぜひ作っていただきたいと思うんですよね。

A) 地元の商店街の方々も、「自分の店にはこれがある」というような「これはどこにも負けない」というものを作ってアピールしていただきたいですね。

(以上)

## 付 グループインタビュー参考資料

### 『稲城市商業活性化プラン』作成のための消費者グループインタビュー プログラムと参加に当たってのお願い

#### 1 進め方

次の(1)～(7)の順でお話を伺いますので、各テーマについて「例」等を参考に予めご発言内容をお考えいただきますよう、お願い申し上げます。

- (1) 主催者あいさつ 稲城市商工会 ..... (~ 0:05)
  - (2) 進め方の説明 司会 ..... (~ 0:10)
  - (3) 参加者自己紹介(1人3分程度) ..... (~ 0:30)
- ・《居住歴、年齢、日頃の買物行動パターン、参加して言いたいこと》を織り込んで下さい。

(例)私は、7年前に区部から向陽台のマンションに転入しました。今30代後半で子供もいるが、新宿へ通勤してるので、食品や日用品は毎週土曜日に向陽台のスーパーで1週間分まとめ買いしてます。通勤用の服や靴は昼に職場近くの店で探したり、2ヶ月に一度くらい家族で立川のデパートに出かけ、夫の服と一緒に買います。区部に住んでいた時は、商店街でお店の人と色々話しながら楽しく買物してたので、そういう商店街やお店が欲しいと思い、参加しました。

- (4) 稲城市民の消費生活の傾向 ..... (~ 0:50)

ア.ご自身や身近な知人の様子から消費生活の考え方・スタイル(買物、サービス購入、持っている物の使い方等)についてお話し下さい。

(例:良い物を長く使う・そのため修理サービスを利用する。安心な物を買う・産地や無添加にこだわる。手間が掛からないが一番。一点豪華主義。など)

イ.今の暮らしの中で、欲しい物(お金を貯めて買うとか、まとまったお金が入ったら買いたい物やサービス)がありますか。逆に、お金のゆとりが有ったら、生活のどういう方面に使いたいですか。

(例:家具・家財、住宅のリフォーム、旅行、自分への教育投資。将来の不安に備える貯金。など)

休憩(10分)

- (5) 商店や商店街の問題・課題 ..... (1:00 ~ 1:20)

ア.買物する商店を選ぶ時に重視していること、最寄の商店や商店街の良いところ・悪いところについてお話し下さい。

(例:食品や日用品は値段の安さを、衣服や文化品は品揃えが豊富で選べることを重視。最寄の店はスーパーで、生鮮食品や惣菜類は清潔・新鮮で良いが、量が多くて困る。近所の小商店は買わなければ出られないような雰囲気が嫌で入りづらい。など)

イ.最寄の商店や商店街について、日頃何とかならないかと思っていることをお話し下さい。

(例:小商店は喫茶店の「今日のランチ」のようにお勧め品が通りから分かるようにできないのか。ニュータウンでは商店の数が少なく、店を比べて選ぶことができないが、店を増やせないのか。商店街は行ってみたいと思うような情報発信をできないのか。など)

(6) 市内に欲しいお店や施設..... (~ 1:40)

次のような視点から、お気づきのことをお話し下さい。店や施設に限らなくても結構です。

ア．今ある店では満足できないようなもの・こと

イ．今は無いので、生活の中で不便を感じているようなもの

ウ．地域での生活をもっと豊かにし、楽しくするために新たに欲しいもの

(例：対面販売・量り売りで買物の会話を楽しめる店、アレルギー対応の食材を相談のりながら販売する店、手作りの品を展示販売できる店、一人暮らしの人が気軽に集まれるコミュニティカフェ。商店街の駐車場、巡回買物バス、配達サービス。など)

(7) 街の活性化への提案..... (~ 2:00)

ア．市内各地の「街」に対する皆さんのニーズ、こう在って欲しいという希望や提案

稲城市の街は今、鉄道の高架化や、幹線道路の拡幅整備、土地区画整理事業等によって大きく変化しています。商業やサービス業も市民ニーズに応じて新しいものが生まれ、ニーズにマッチしないと消えていくでしょう。そこで、南武線駅周辺など市内各地の「街」に対する皆さんのニーズ、こう在って欲しいという希望や提案をお話し下さい。

イ．稲城市の街は、こうすれば活性化するというアイデアや方法等の提案

参加者の皆さんのお考えになったアイデアや方法等の提案を伺います。

また、様々な活性化策について、皆さんにとって魅力があるか、利用なさるか等、有効性についてご意見を伺います。例えば、次の a~d について。

- a. 買い物さんぽ道（市の日：季節のお勧め品が、店舗前や露店で売られ、散歩しながら対面販売等を楽しむ：月1回程度、季節で朝市、夕市と変化：市民も出店。利用したいと思うか？）
- b. 屋台村（駅前等の空き地を利用して、テントやプレハブ建物による屋台村を作り、飲食店、地元野菜・果実等の販売店が営業する。利用したいと思うか？）
- c. 買物巡回バス運行（買物に不便な地域と商店街等を結ぶルートを週3日・1日4回程度巡回して、買出しの便を図る。バス料金は買物金額により割引が利く。：どの位の金額なら利用しても良いか？）
- d. 買物・配達代行（高齢者や、介護・育児等で買物に出掛けられない方から注文を受け、買物を代行し配達する。客と店の両方から配達料を受けるが、買物金額により割引が利く。：どの位の金額なら利用しても良いか？）

## (4) 商業者アンケート結果

### 目次

1)	調査の概要	75
	調査の目的	75
	調査の内容	75
	調査方法等	75
	回収結果	75
2)	回答者について	76
	経営者の性別・年齢	76
	業種	76
	店舗の性格と所有関係	76
	後継者について	77
	営業時間	77
	店の良いところ	78
3)	経営方針について	78
	これから5年後くらいまで、お店をどのように経営したいですか？	78
	「一店逸品」の商品づくり、発掘に取り組むことについて	79
	お店をしたい人を、「インターン」として受け入れることについて	79
	高齢者の見守り等を兼ねて、御用聞きや配達に取り組むことについて	80
	お店をやめた場合に店舗建物を希望者に貸すこと	81
4)	商業活性化の共同事業について	81
	「祭り」や「夕市」など市民が楽しめるイベントの開催について	81
	JR南武線沿線など新たな商店の立地場所への出店等について	82
	「稲城市生き生き商品券」やスタンプラリーの利用や効果について	83
5)	商業活性化の要望や提案	84
	市内の商店街、駅前等を活性化するために欲しい施設	84
	稲城市の商業振興や商店街の活性化及び新規事業の提案など	85
付	商業者アンケート調査票	86

## 1) 調査の概要

### 調査の目的

「稲城市商業活性化プラン」を作成する基礎資料として、市内店舗経営者のお店の将来展望に関する考えや提案など意向を伺うことを目的として、本調査を行った。

### 調査の内容

店舗経営、経営者の実態

今後5年程度の経営方針

経営の取り組み方に関する意向

商業活性化の共同事業などに関する意向

商業活性化の要望や提案

### 調査方法等

#### ア．調査対象

市内の主な商店会参加商店及び、商店会非参加の商工会員 約450件

#### イ．調査方法

a．商店会参加商店：商店会を通じる手渡し依頼・郵送回収方式

b．商工会員： 郵送配布・郵送回収方式

#### ウ．調査期間

平成20年8月2日～8月31日

### 回収結果

配布、回収の結果は次のとおりで、回収率は21.2%であった。

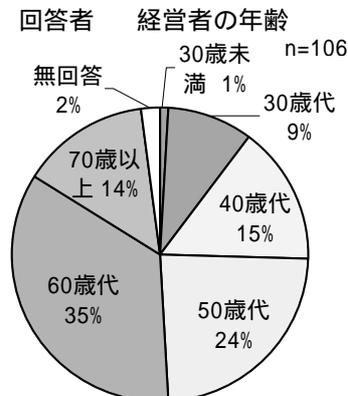
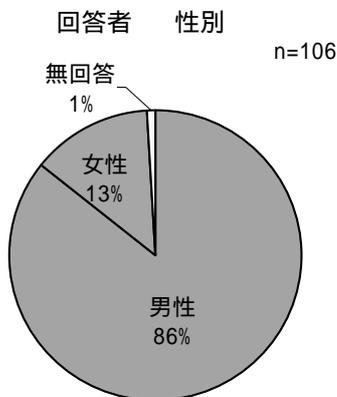
	配布数	回収数	回収率
調査数	500件	106件	21.2%

回収率は、同種の調査に比べて悪いものではないが、調査内容の性格上から、業績が芳しくなかったり、意欲を失っている商業者からの回収率は、業績が良い商業者に比べて低かったものと推測されるので、回答結果の読み取り、解釈に当たって留意を要する。

## 2) 回答者について

### 経営者の性別・年齢

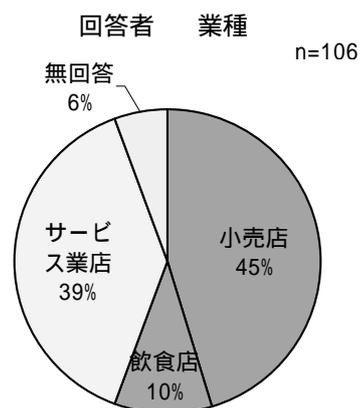
男性回答者が大部分を占め、女性は13%であった。年齢は、60歳代が35%と一番多いが、各年代とも概ね実態に近い構成比率と見られる。



### 業種

3業種区分では、小売店が45%、飲食店10%、サービス業店39%の構成となった。

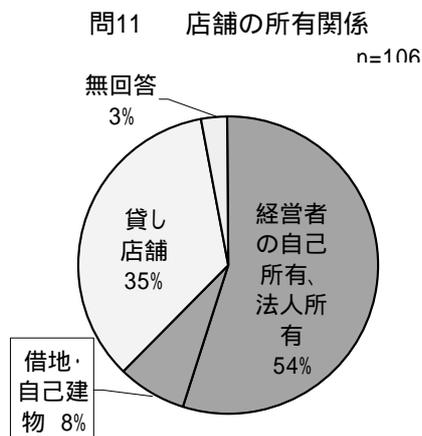
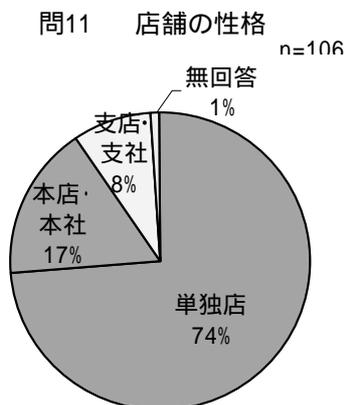
この構成比は、市内の事業所数構成に比べて、小売店、飲食店の比率がそれぞれ10%程度低く、サービス業店の比率が高い。



### 店舗の性格と所有関係

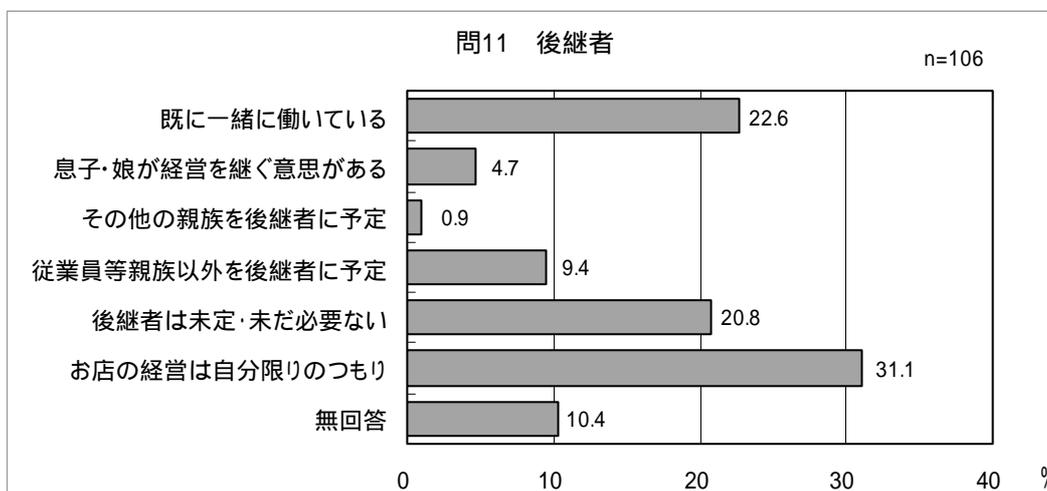
店舗の性格では、単独店が74%を占めるが、本店・本社17%と、支店・支社8%の回答もあった。

店舗の所有関係では、「経営者の自己所有、法人所有」が54%と過半数を占めるが、「貸し店舗」も35%と回答者の3分の1余りであった。



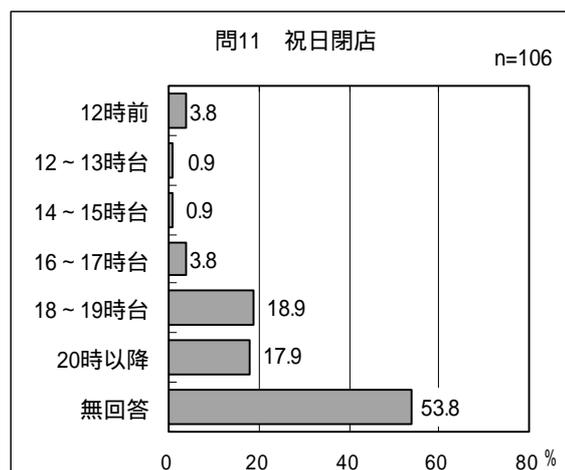
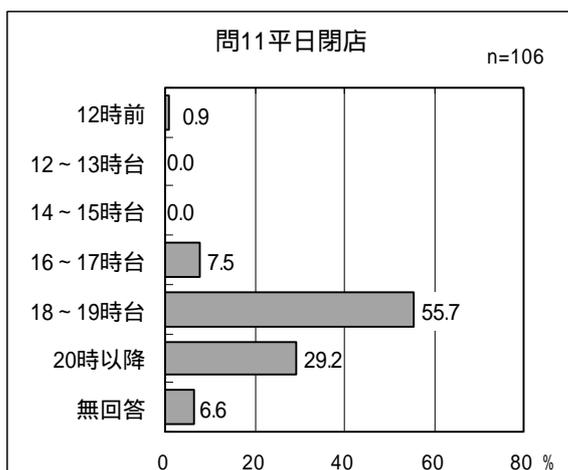
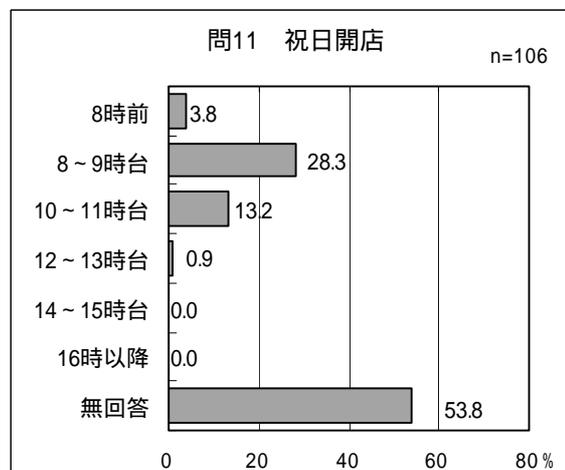
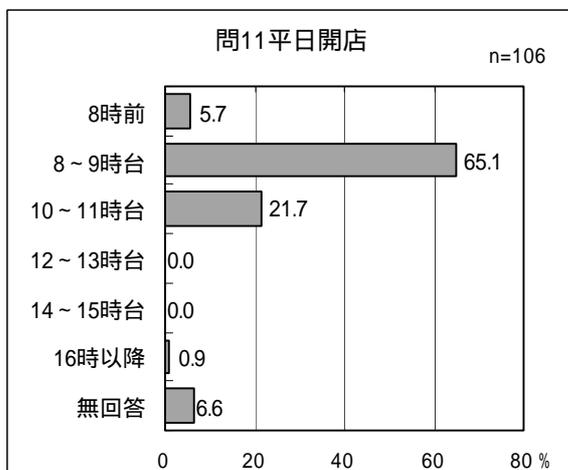
## 後継者について

「お店の経営は自分限りのつもり」という回答者が31%で一番多い。しかし、「既に一緒に働いている」23%等親族の後継者があったり、「従業員等親族以外を後継者に予定」9%するなど、後継者があるお店を合計すると38%余りとなる。さらに、「後継者は未定・未だ必要ない」お店が21%あり、回答には後継者の心配がない店が多い。



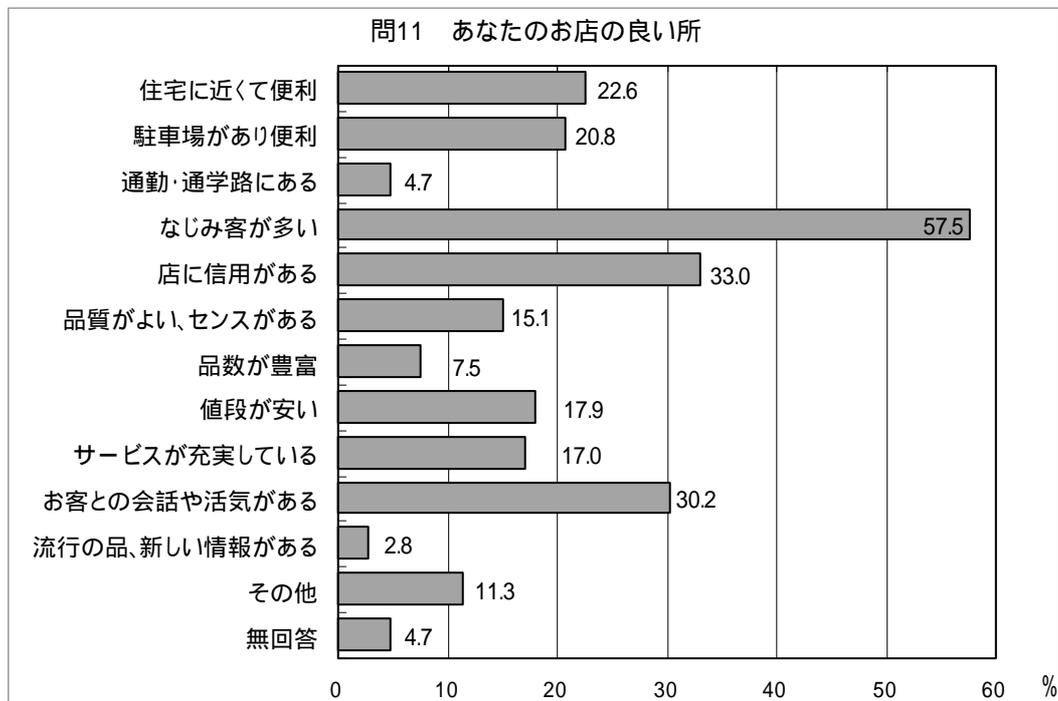
## 営業時間

平日の営業時間帯は8～9時台開店、18～19時台閉店の店が過半で、閉店が20時以降の店も30%近くある。祝日は休業のお店が約半数のようで、無回答が多い。



## 店の良いところ

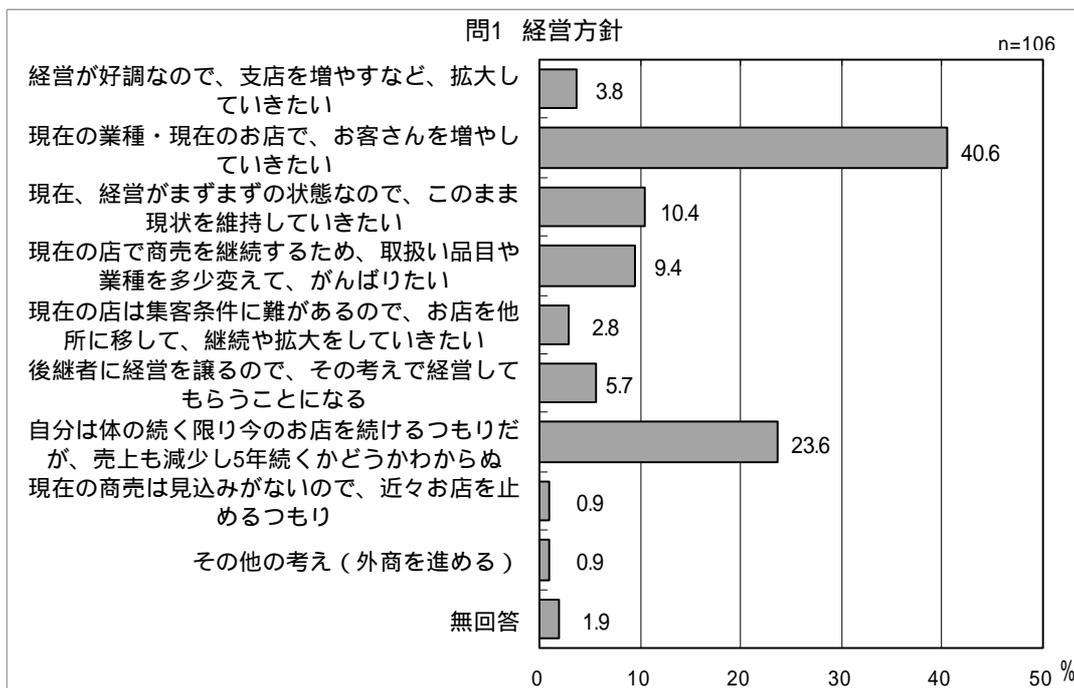
「なじみ客が多い」58%、「店に信用がある」33%、「客との会話や活気がある」30%など、接客姿勢に依存する項目が多く、「品数が豊富」や「値段が安い」等の比較可能な要素・要因を挙げる店は少なく、「良いところ」が自己満足に陥ってないか危惧される。



## 3) 経営方針について

これから5年後くらいまで、お店をどのように経営したいですか？

「現在の業種・現在のお店で、お客さんを増やしていきたい」経営者が41%と多く、現状維持や、取り扱い品目を変えたりお店を移してもがんばりたい経営者が合計で67%で、「5年続くかどうかわからない」24%や「近々お店を止めるつもり」1%より多い。

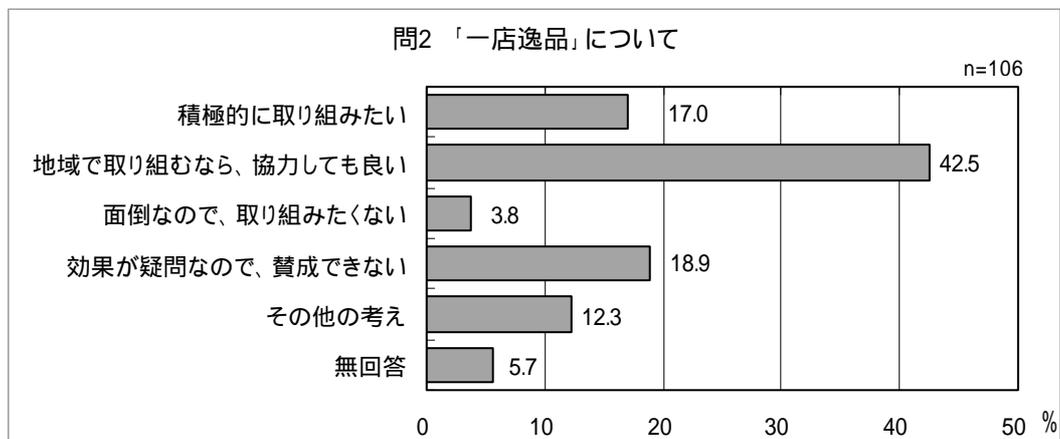


アンケートの回収率が20%余りの状況からみて、このアンケート結果では3分の2を占める、現状維持と積極的な経営者は、稲城市内の全商業者のうち10%余りと推測される(アンケート結果の現状維持・積極的経営者率67%×アンケートの回収率21%=14%)。

既存の商店会には、積極的な経営者がより多く参加しているものと見られるが、商店会に参加していないお店もあるので、商店街の活性化に向けて新しい取り組みを考えても、合意形成や協働の体制づくりはなかなか難しいと考えられる。

### 「一店逸品」の商品づくり、発掘に取り組むことについて

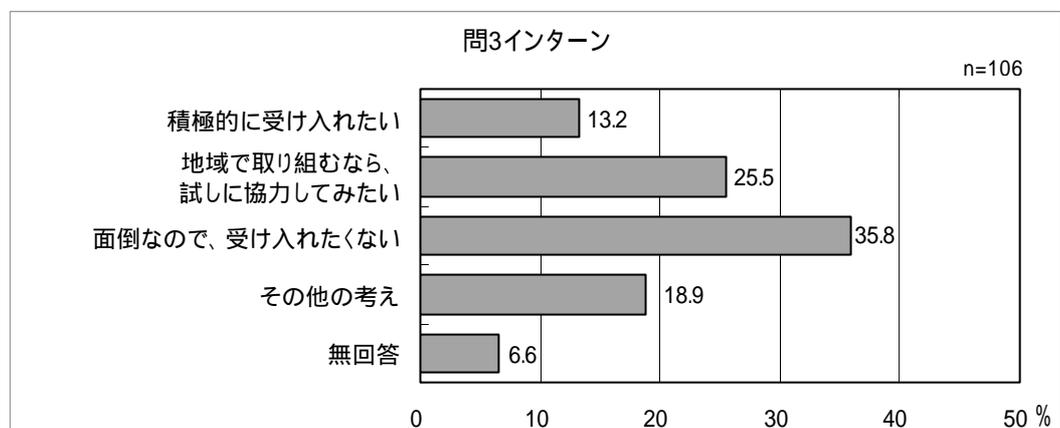
「積極的に取り組みたい」お店は17%と多くないが、「地域で取り組むなら、協力しても良い」お店43%を合せると60%になる。商店街全体の中ではもっと低い率となるが、ある程度の参加・協力店は得られるので、少数からでも始めて、成果を挙げながら、参加者を増やしていく取り組みが考えられる。



### お店をしたい人を、「インターン」として受け入れることについて

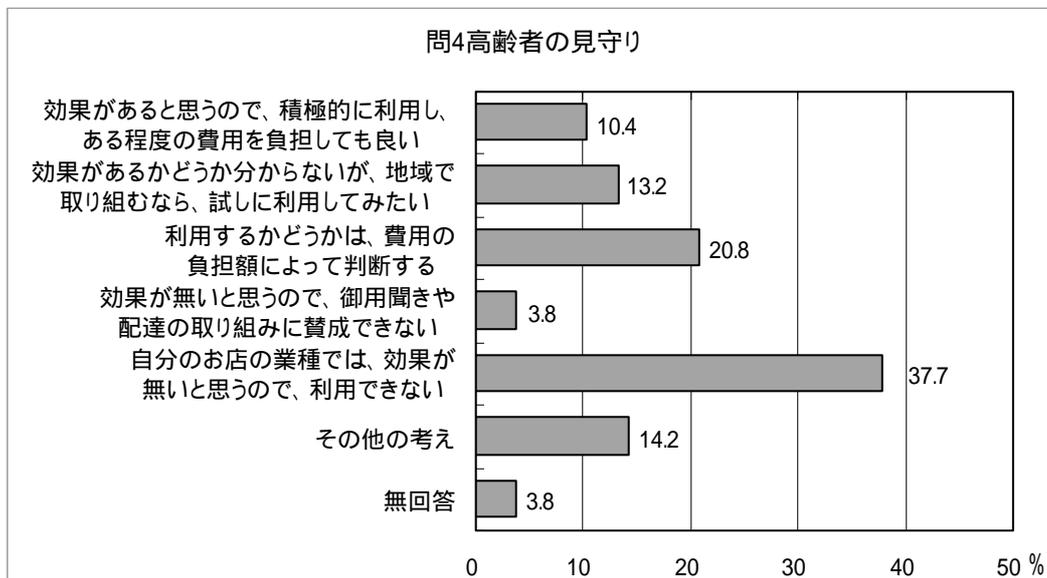
「積極的に受け入れたい」お店は13%、「地域で取り組むなら、試みに協力してみたい」26%で、合計でも40%に止まり、商店街全体では10%を割り込むと見られる。

しかし、「インターン」の受け入れには参加率が高い必要はなく、少数でも協力するお店が存在することが分かったので、積極的なお店から始めれば良いと言える。



高齢者の見守り等を兼ねて、御用聞きや配達に取り組むことについて

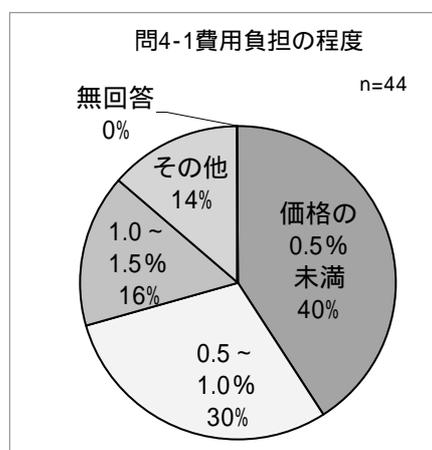
積極的なお店は10%、「試して見たい」お店13%や「負担額による」お店21%を合せても44%と半数を下回るので、商店街として一致して取り組むことは難しいようである。しかし、関心があるお店がある程度揃う商店街では、取り組みを検討し試すことはできそうである。



#### 配達の費用負担しても良い程度

「負担額による」と考えるお店について、どの程度の負担ならばとも良いかを聞いた結果では、「価格の0.5%未満」と考えるお店が40%、「価格の0.5～1.0%」と考えるお店が30%である。

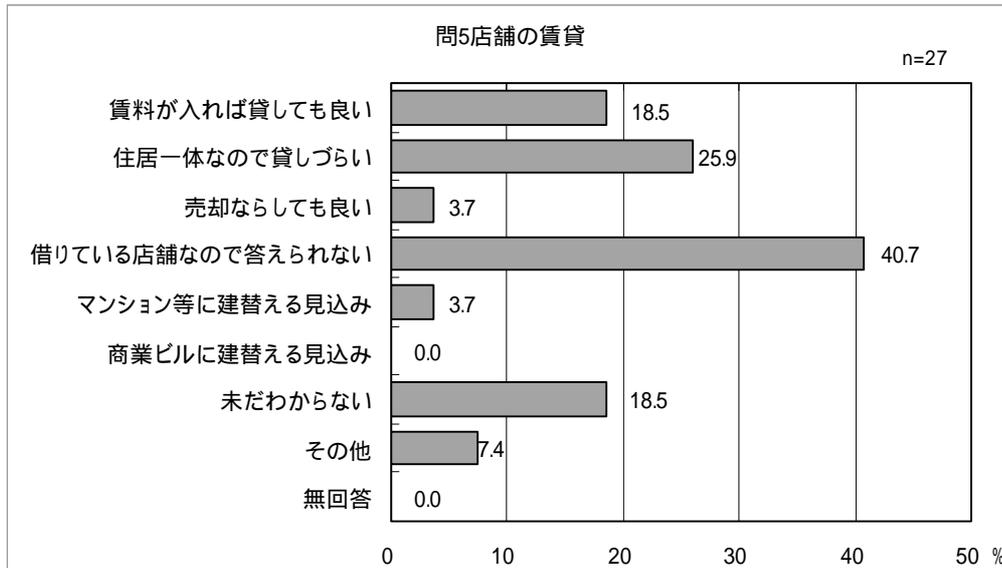
この比率から見て、費用負担が0.5%程度ならば、利用しても良いお店がある程度得られよう。しかし、1千円の販売額で5円の配達料だけでは、配達の要員を維持することは難しいので、配達を希望する消費者の側からの費用負担や、酒屋や米屋など従来から配達してきたお店に配達業務を委託するなどの仕組みを工夫する必要がある。



お店をやめた場合に店舗建物を希望者に貸すこと

「5年続くかどうかわからない」と「近々お店を止めるつもり」のお店（全体の25%）の回答結果では、「賃料が入れば貸しても良い」が19%、「売却ならしても良い」が4%で、止める可能性のある店舗が引き続き店舗になるのは2割程度に止まる。「借りている店舗なので答えられない」41%、「未だわからない」19%の中から店舗になる可能性も残るが、「マンション等に建替える見込み」は4%ある一方、「商業ビルに建替える見込み」は皆無なので、なりゆき任せではお店を止めた後に店舗が入る確率は高くないだろう。

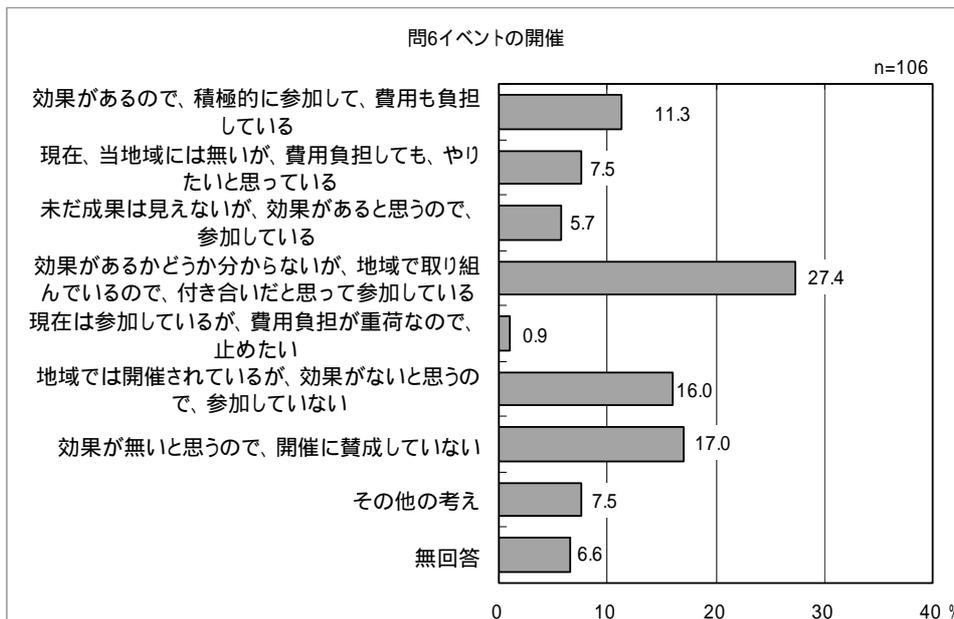
したがって、既存商店街の再活性化や、駅周辺の土地区画整理地で商店街を再生・再整備するためには、店舗用建物の建築を方向づけたり、店舗用建物にお店を誘致するような、積極的な取り組みが必要と考えられる。



#### 4) 商業活性化の共同事業について

「祭り」や「夕市」など市民が楽しめるイベントの開催について

イベント効果を認め開催に前向きなのは合計25%、「付き合いで参加」が27%である。



イベント開催に賛成でない店は合計 34%で、「効果が無い」と考えている店が多く、「費用負担が重荷なので止めたい」店は僅かである。

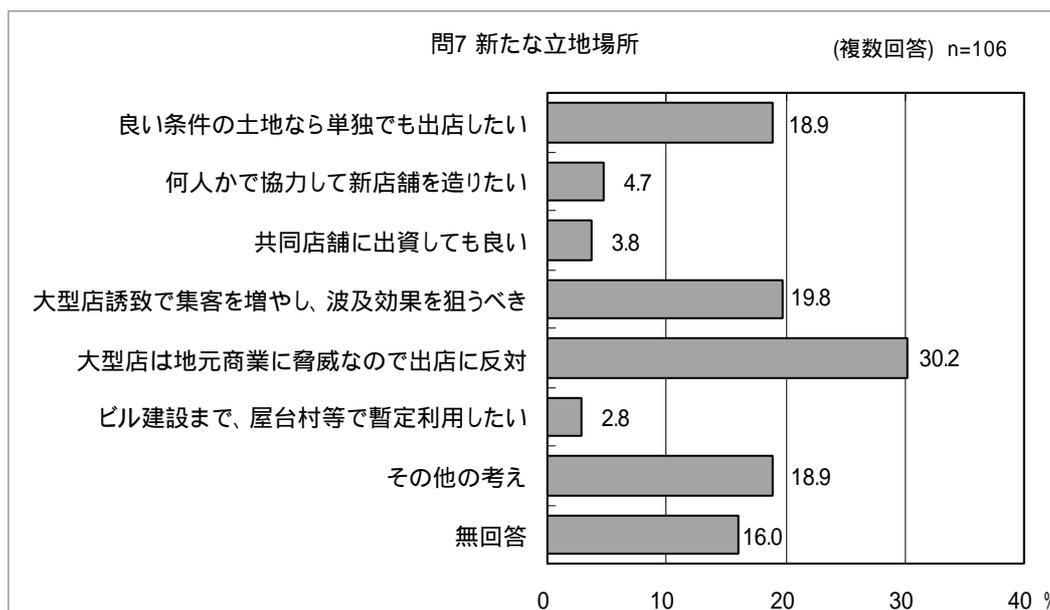
したがって、イベント開催によって商業・商店街活性化を進めるには、参加するお店に効果をはっきり見える 例え、来店者が増える、売上が増える、後日のリピーターが増える等 ようにする工夫が必要と考えられる。

#### JR南武線沿線など新たな商店の立地場所への出店等について

稲城市内では、JR南武線の連続立体化や沿線の土地区画整理事業、幹線道路の拡幅整備等が進展して、新たな商店の立地場所が生まれつつある。そうした用地や出店について、商業者の意見・意向を聞いたところ、次のグラフの回答結果であった。

自己単独の出店希望が 19%とかなり高い率であるが、協力・共同による進出は 4%前後と低い率で、「屋台村等で暫定利用」の意向も 3%と僅かである。これらの回答者には「単独でも出店したい」等との重複回答者が多い。

大型店の出店については、「地元商業に脅威なので出店に反対」の回答の方が多く、「大型店誘致で集客を増やし波及効果を狙うべき」と考える商業者とは 10%余りの差がある。「大型店誘致」の回答者には、不動産業などサービス業の事業者が多く、「大型店出店反対」の回答者には小売店が多かった。

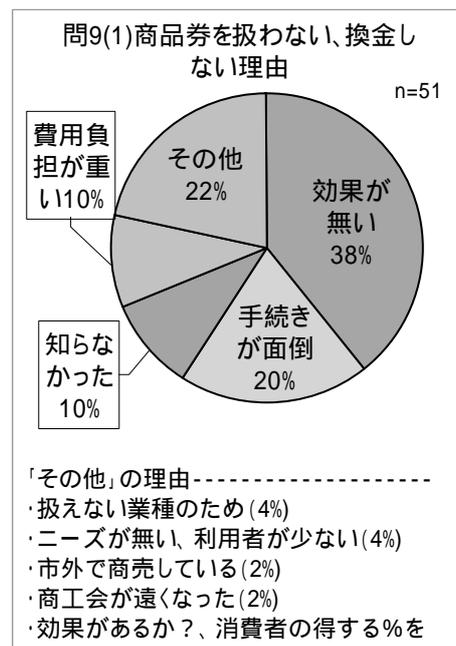
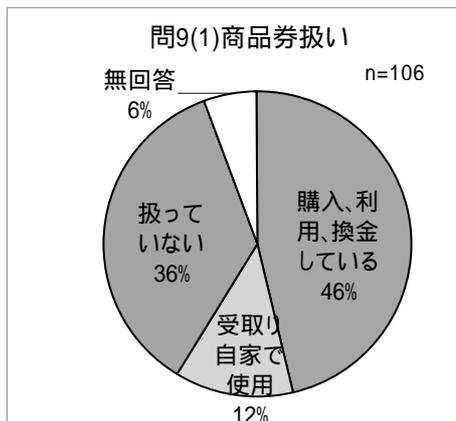


「稲城市生き生き商品券」やスタンプラリーの利用や効果について

A 商品券の扱い

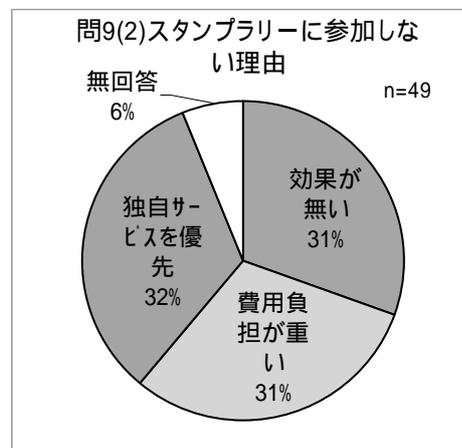
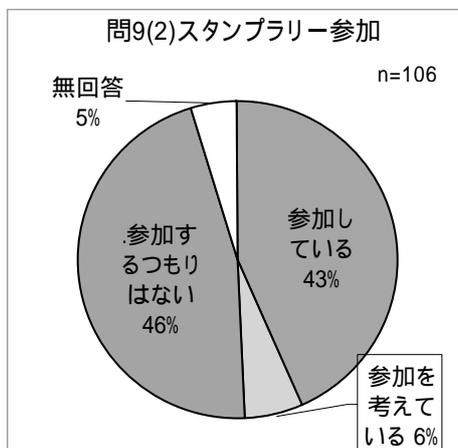
稲城市、稲城市商工会、商店会が市内商業の振興・活性化のために行っている、「稲城市生き生き商品券」の利用については、「購入、利用、換金している」お店が46%あるが、「扱っていない」お店も36%で、利用率は余り高くない。なお、小売業に限って見ると、「購入、利用、換金している」お店は67%ある。

「稲城市生き生き商品券」を「扱わない、換金しない理由」は、「効果が無い」38%、「手続きが面倒」20%の回答が多く、見直し・改善が必要と考えられる。



B スタンプラリーの扱い

スタンプラリーに「参加している」お店43%に比べ、「参加するつもりはない」お店46%の方がやや多い。「参加しない理由」では、「効果が無い」、「費用負担が重い」、「独自サービスを優先」の3つが31~32%で並んでおり、効果と費用負担の両面から見直し、改善が必要と見られる。



## 5) 商業活性化の要望や提案

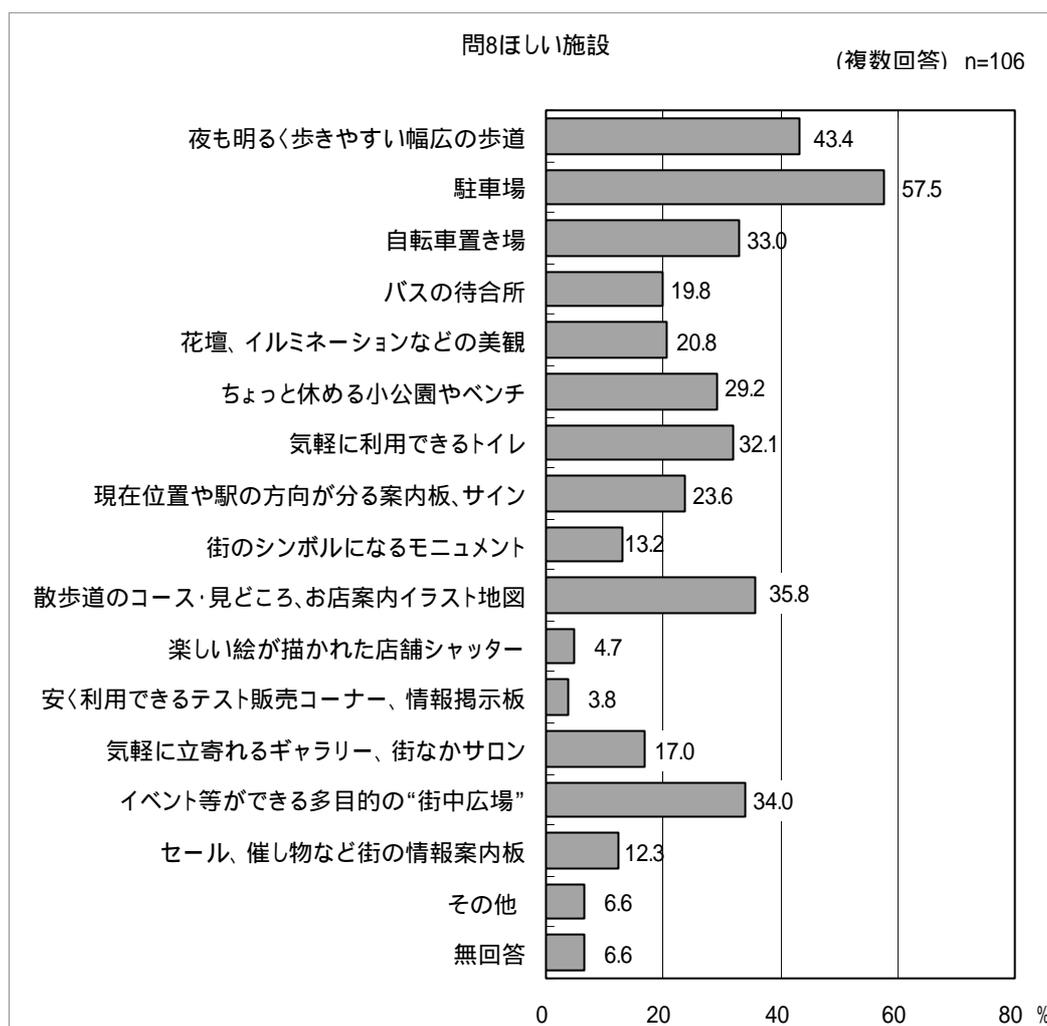
市内の商店街、駅前等を活性化するために欲しい施設

「駐車場」58%が一番多く、次いで「夜も明るく歩きやすい幅広の歩道」43%、「イベント等ができる多目的の“街中広場”」34%、「自転車置き場」33%など商店街にとって基盤的な施設への要望が多い。

一方、「楽しい絵が描かれた店舗シャッター」4%、「花壇、イルミネーションなどの美観」21%など美観形成や、「セール、催し物など街の情報案内板」12%といった情報提供施設を望む回答は少ない。

既存商店街での基盤施設の整備は容易ではないだろうが、駅周辺などでは今後そうした市街地整備が進展する予定であるので、むしろ、より直接的に消費者に訴える情報提供や商店街を演出する施設の整備に関心を向けるべきであろう。

なお、情報提供ツールとしての「散歩道のコース・見どころ、お店案内イラスト地図」36%については3番目に多い要望となっている。この「イラスト地図」づくりは、商業者が自分達の商店街の現状の良い点や欠点を見直す上でも有効なツールにもなり、また、出来上がった「イラスト地図」はホームページへの掲載や印刷配布によって最良の宣伝媒体になるので、市内各地の商店街などで積極的に取り組むことが期待される。



稲城市の商業振興や商店街の活性化及び新規事業の提案など

この問いかけには、次のような有益な提案・意見が寄せられた。

	提案意見
商店街と開発	既存の商店街の存在こそが新規商業振興の基盤となるのではないか。今まで商業振興の一端を担ってきた者として誠に遺憾である。まず、既存の商店街の救済を切に願う。
	JR 高架事業も行政を含め、地域商業者等と一丸となって前向きな取り組みをしていかないと稲城の発展はないと思う。
	京王稲城駅前集合商業施設(レトナード?)に地元の商店が一件も入っていない。JR 南武線の新立地にはぜひ地元商店を誘致して頂きたい。
	ペアリーロードの土地再開発により JR 稲城長沼駅、市役所等の中心部を明確化、交通の便をよくするなど、強いアクセントが必要かと思えます。
	稲城長沼駅のロータリーの周りの商店街に道路を田の字形に入れて欲しい。一本道ではなく買い物廻りが出来るようにすることで、街は色々な店ができて、発展すると思うので。
情報発信	今年になって川崎街道の個人店が次々と辞めてしまっています。今残ってるお店も皆さんとても苦労しています。矢野口の個人店の地図などを商工会に発行して頂きたい。今のままでは鶴川、川崎街道もシャッター通りとなってしまいます。
	稲城市ホームページより商店街ホームページに入れるようにバナーを入れる。商店街連合会ホームページを地図入りで作成し、各店のPRをする。ホームページでどこにお店がありどのような商品を扱っているかをPR出来る環境を作ると良いと考えます。
個店指導	市・商工会などで個人商店などの育成、スーパーなどの商品はきちっと管理され、日付、生産など明記されているが、個人店の場合は日付など付いていない。消費者は聞くわけにもいかない。そんなことから、大型店へお客様は流れてしまう。兎に角、お客様が流れないためにはどうすべきかを考え、又、信用が大事である。だからその辺のことを市なり商工会などで指導してほしい。
街に集まる	商店に消費者を呼び込めるようなイベント。人が集まりやすい仕組み作りが必要。本当に活性化を求めるのなら、地域で成功しているところを参考研究すべし。
	自分の街が好きになるような活動を行う。自分の街のために考えるようになる。買い物は地元でできるようになる。
対策の見直し改善	産業祭、阿波踊りは稲城のはずれで行事をしないで、老人や子どもも楽に参加できる場所でやってほしい。
	例えば、弁天通商店スタンプ会のスタンプで税金も医者代も保育料も納めることができるようになればいいと思います。そのスタンプで支払いが出来れば個人店も活性化するかも知れません。もちろん、稲城市全部の商店(大型店はのぞく)が加盟しなければいけないことですが、たしか、福島県のある市で実行していました。
	7月より環境課所管のゴミ袋の100枚単位の仕入れは一般小売店では販売するのに大変な時間(月)を必要とします。当初の提案事項とはどんどん掛け離れてきた大型店販売するような指向になってきて、中小商店活性化を阻害してきた。
その他	南山にお墓など造らないで、私立大学を3~4つぐらい誘致する。文化も向上し経済も活性化し、稲城市のイメージも上がる。また、全ての人材育成につながって行く。

## 稲城市内 お店の将来展望アンケート票

【問 1】経営者・店長に伺います。あなたは、これから5年後くらいまで、お店をどのように経営したいとお考えですか？ 次の中から、一番近いと思う考え方を選んでください。(1つだけに 印を)

1. 経営が好調なので、支店を増やすなど、拡大していきたい
2. 現在の業種・現在のお店で、お客さんを増やしていきたい
3. 現在、経営がまずまずの状態なので、このまま現状を維持していきたい
4. 現在の店で商売を継続するため、取扱い品目や業種を多少変えて、がんばりたい
5. 現在の店は集客条件に難があるので、お店を他所に移して、継続や拡大をしていきたい
6. 後継者に経営を譲るので、その考えで経営してもらうことになる
7. 自分は体の続く限り今のお店を続けるつもりだが、売上減少もあり、5年続くかどうかわからない
8. 現在の商売は見込みがないので、近々お店を止めるつもり
9. その他の考え(具体的に )

【問 2】地域の商業活性化方策の1つとして、「一店逸品」をキャッチフレーズに、こだわりの商品づくり、発掘に取り組むことについて、あなたは、どのようにお考えですか？ 次の中から、一番近い考え方を選んでください。(1つだけに 印を)

1. 積極的に取り組みたい
2. 地域で取り組むなら、協力しても良い
3. 面倒なので、取り組みたくない
4. 効果が疑問なので、賛成できない
5. その他の考え(具体的に )

【問 3】お店をしたい人を、「インターン」(研修生)として受け入れる商店や商店街がありますが、あなたは、どのようにお考えですか？ 次の中から、一番近い考え方を選んでください。(1つだけに 印を)

1. 積極的に受け入れたい(良ければ、後継者や、のれん分けを考えたい)
2. 地域で取り組むなら、試しに協力してみたい
3. 面倒なので、受け入れたくない
4. その他の考え(具体的に )

【問 4】地域の高齢者増加に対応し、高齢者の見守り等を兼ねて、御用聞きや配達に取り組む商店街などがありますが、あなたは、そうした取り組みについてどのようにお考えですか？ 次の中から、一番近い考え方を選んでください。(1つだけに 印を)

1. 効果があると思うので、積極的に利用し、ある程度の費用を負担しても良い
2. 効果があるかどうか分からないが、地域で取り組むなら、試しに利用してみたい
3. 利用するかどうかは、費用の負担額によって判断する
4. 効果が無いと思うので、御用聞きや配達の利用に賛成できない
5. 自分のお店の業種では、効果が無いと思うので、利用できない
6. その他の考え(具体的に )

【問 4-1】(問 4 で 1 ~ 3 を選んだ方に伺います) どの程度の費用負担なら利用しても良いと思いますか？ 商品等の販売価格に対する費用のパーセントでお答え下さい。(1つだけに 印を)

1. 価格の0.5%未満
2. 0.5%~1.0%未満
3. 1.0%~1.5%未満
4. その他( % )

【問5】(問1で7, 8を選び、お店の5年間継続が疑問の方に伺います) 仮に、お店をやめた場合は、その店舗建物を希望者に貸すことはできますか? (近い考え方にいくつでも 印を)

- |                     |                   |
|---------------------|-------------------|
| 1. 賃料が入れば貸しても良い     | 5. マンション等に建替える見込み |
| 2. 住居一体なので貸しづらい     | 6. 商業ビルに建替える見込み   |
| 3. 売却ならしても良い        | 7. 未だわからない        |
| 4. 借りている店舗なので答えられない | 8. その他 ( )        |

【問6】商店街やお店の集まる地域で、お客様に来てもらうために、「祭り」や「夕市」など市民が楽しめるイベントの開催が行われていますが、あなたのお店では、そうした取り組みについてどのようにお考えですか? 次の中から、一番近いと思う考え方を選んでください。(1つだけに 印を)

- |   |
|---|
| 1. 効果があるので、積極的に参加して、費用も負担している                   |
| 2. 現在、当地域には無いが、費用負担しても、やりたいと思っている               |
| 3. 未だ成果は見えないが、効果があると思うので、参加している                 |
| 4. 効果があるかどうか分からないが、地域で取り組んでいるので、付き合いだと思って参加している |
| 5. 現在は参加しているが、費用負担が重荷なので、止めたい                   |
| 6. 地域では開催されているが、効果がないと思うので、参加していない              |
| 7. 効果が無いと思うので、開催に賛成していない(現在は当地域には無い)            |
| 8. その他の考え(具体的に )                                |

【問7】稲城市内では、JR南武線の連続立体化や沿線の土地区画整理事業、幹線道路の拡幅整備等が進展して、新たな商店の立地場所が生まれつつあります。そうした用地や出店について、どのようにお考えですか? 次の中から、近い考え方を選んでください。(いくつでも 印を)

- |                         |                           |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. 良い条件の土地なら単独でも出店したい   | 4. 大型店誘致で集客を増やし、波及効果を狙うべき |
| 2. 何人かで協力して新店舗を造りたい     | 5. 大型店は地元商業に脅威なので出店に反対    |
| 3. 共同店舗に出資しても良い(出店はしない) | 6. ビル建設まで、屋台村等で暫定利用したい    |
| 7. その他の考え(具体的に )        |                           |

【問8】稲城市内の商店街、駅前等を活性化するために、欲しい施設は何ですか? (いくつでも 印を)

- |                       |                             |
|-----------------------|-----------------------------|
| 1. 夜も明るく歩きやすい幅広の歩道    | 9. 街のシンボルになるモニュメント          |
| 2. 駐車場                | 10. 散歩道のコース・見どころ、お店案内イラスト地図 |
| 3. 自転車置き場             | 11. 楽しい絵が描かれた店舗シャッター        |
| 4. バスの待合所(日除け、風除け付)   | 12. 安く利用できるテスト販売コーナー、情報掲示板  |
| 5. 花壇、イルミネーションなどの美観   | 13. 気軽に立寄れるギャラリー、街なかサロン     |
| 6. ちょっと休める小公園やベンチ     | 14. イベント等ができる多目的の“街なか広場”    |
| 7. 気軽に利用できるトイレ        | 15. セール、催し物など街の情報案内板(電光掲示板) |
| 8. 現在位置や駅の方が分る案内板、サイン | 16. その他 ( )                 |

【問 9】稲城市、稲城市商工会、商店会が市内商業の振興・活性化のために行っている、「稲城市生き生き商品券」やスタンプラリーについて、その利用や効果を伺います。(それぞれ1つに を)

(1)「稲城市生き生き商品券」を	1.購入、利用、換金している	2.受取り自家で使用	3.扱っていない
(1-2)扱わない、換金しない理由は？	1.効果が無い	2.手続きが面倒	3.知らなかった
	4.費用負担が重い	5.その他( )	
(2)スタンプラリーに	1.参加している	2.参加を考えている	3.参加するつもりはない
(2-2)参加しない理由は？	1.効果が無い	2.費用負担が重い	3.独自サービスを優先 4.その他

【問 10】稲城市の商業振興や商店街を活性化するためのご提案ご意見をお聞かせ下さい。(自由に記入)

【問 11】アンケートの分析のために、お店と経営者のことについてお伺いします。

経営者の性別

1. 男性	2. 女性
-------	-------

年齢

1. 30歳未満	2. 30歳代	3. 40歳代	4. 50歳代	5. 60歳代	6. 70歳以上
----------	---------	---------	---------	---------	----------

業種・取扱商品など

1. 小売店	2. 飲食店	3. サービス業店
--------	--------	-----------

具体的にご記入を (記入例: プティックで婦人服・子供服、ラーメン専門店、理髪店、介護サービス・介護用品)

営業時間は

平日	午前/午後 ( )時( ) ~ 午前/午後 ( )時( )
----	-------------------------------

休祭日	午前/午後 ( )時( ) ~ 午前/午後 ( )時( )
-----	-------------------------------

店舗の性格

1. 単独店	2. 本店・本社	3. 支店・支社
--------	----------	----------

店舗の所有関係

1. 経営者の自己所有、法人所有	2. 借地・自己建物	3. 貸し店舗
------------------	------------	---------

あなたのお店の良いところは何ですか？(3つ以内で を)

1. 住宅に近くて便利	5. 店に信用がある	9. サービスが充実している
2. 駐車場があり便利	6. 品質がよい、センスがある	10. お客との会話や活気がある
3. 通勤・通学路にある	7. 品数が豊富	11. 流行の品、新しい情報がある
4. なじみ客が多い	8. 値段が安い	12. その他( )

後継者について

1. 既に一緒に働いている	4. 従業員等親族以外を後継者に予定
2. 息子・娘が経営を継ぐ意思がある	5. 後継者は未定・未だ必要ない
3. その他の親族を後継者に予定	6. お店の経営は自分限りのつもり

質問は以上です。 ご協力ありがとうございました。

このアンケート票は、同封の返信用封筒に入れ、(切手貼付け不要)

8月31日(日)までに郵便ポストにご投函ください。

## (5) 商店街ヒアリング

### 1) ヒアリング調査の概要

#### 調査の目的

市内商業の振興、商店街の活性化に向けて「稲城市商業活性化プラン」を作成する基礎資料として、稲城市の主な3つの商店街役員に集まって頂き、商店や商店街の問題・課題や要望、商店街活性化対策の取り組み可能性などを把握することを目的として実施した。

#### 調査の内容

##### 商店街の概要と問題・課題

##### 各商店街の将来見通し・取組みと要望

商店街活性化対策の取り組み可能性（テーマ：「1店逸品」づくりの可能性、商店街イベントを高頻度で開催する見込み、消費者との連携を進める事業への取り組み可能性、既存商店街の施設・環境をどう整備するか・できるか、新しい商店街づくりへの参加の可能性など）

#### 調査方法等

##### ア．参加者

ペアリーロード稲城商店会

矢野口弁天通商店会

平尾団地商店会

##### イ．調査方法

・各商店会の代表者など6人と、商工会関係者及び調査担当者等6人が「口」の字形のテーブルを囲んで座る

・ヒアリング・テーマに沿って、司会が回答者を指名して質問し回答をお願いした。また、活性化対策の取り組み方などに関する意見交換は自由討論型で行った。

##### ウ．調査日

平成20年10月1日 午後7時～8時30分

### 2) ヒアリング結果の主な意見内容等

以下は、1時間半のヒアリング調査で得られた発言等から抜粋した内容を掲載する。

#### 商店街の概要と問題・課題

ペアリーロード商店会) 20年前会員100軒以上で、モニュメントタワーを建て、イベントをやっていたが、現在の会員は60軒になっている。売り出しも夏・冬やっていたが人手や地域の協力の関係で年末一回のオープンキャンペーンという形で行っている。

課題としては、駅前の区画整理に年数が掛かると耐えられないので、事業のスピードアップを望むこと。若葉台や矢野口の大型店ができ、当方の人通りが減っている。さらに、3年後には南武線が高架化され、道路の状況が変わり、お客さんの流れが変わるのではないかと、駅下の店舗も我々では手の届かない保証金やテナント料を提示されるので、駅下や周辺にど

のような方々が出るのか、お客さんの流れがどうなるのか、心配している。

ペアリーロードは街灯を何十万という自己負担でつくった。会員数が減って電気代の負担が非常に重くなり、イベントの費用にいく込む状況です。空き店舗は言われる程はひどくないが、入れ替わりはある。通りが狭いことは問題ないと思うが、駐車場は欲しい。

矢野口弁天通商店会) 正会員は29名、賛助会員が6名で、食品小売店が50%、サービス業、飲食店が50%です。弁天通の事業として、中元・歳末のスタンプラリー、7月頃に弁天町まつりを行い、秋のお祭りの接待をする。

商売の状態は、去年11月のサンワのオープン後は売上が半分以下になる打撃を受けている。それと、尾根幹線道路ができ、その地域の顧客が居なくなり、道路交通条件も弁天通に入りづらくなった。市関係の病院・学校・保育園等への納品が予算の関係で無くなった。このままでは、営業にならない所まで追い込まれている。市も応援してくれて、弁天通のなるべく多くの商店が参加した、スタンプラリーをやろうという案が出ているが、未だ検討中です。

平尾団地商店会) 35、6年前に平尾団地ができた時、団地住民が利用する商店街として発足した。

1業種1店舗という形で15店舗とスーパー、郵便局・銀行などが入った。昔はお客が多くて、店を開けると並んでいる状態だった。今は昔からいるのは3店舗ぐらいで、他は全部変わった。世代替わりし、学習塾、接骨院とかが入り、決定権のない店長の店が増えた。

商店街では、会費1万円と毎月マル得サービスデーの抽選会費用4千円の半額2千円、合わせて毎月1万2千円を徴収し、スタンプ事業をしていたが、今年4月に30年続いたスタンプ事業を止め、5千円減った。学習塾や接骨院などはスタンプを出せない、新しい人達はスタンプ事業に参加したくないという問題が出て止めた。

商店街の事業としては、納涼大会60万円、歳末売り出し80万円など、15店舗で年間事業に約220万円掛けていた。他に、商店街前の広場でクリスマスのイルミネーションを市の半額補助でやったりしている。

団地住民の高齢化で来客数も客単価も減って、売上はかつての半分以下になっている。駐車場が欲しいので、店舗用の駐車場を来客用にもしているが、団地で台数が確保できない。

#### 各商店街の将来見通し、商店街の取り組み、商工会や行政への要望

ペアリーロード商店会) 事業をしていたお店が補償をもらって止めることが多く、新規出店はチェーン店が多くて、商店会に入らない。そうすると、商店街で何か取り組もうとしてもなかなかできない。生鮮3品がみんな揃わなくなってきたというのが我々商店街の弱みになっている。商工会に加入してもらうことが商店街への協力体制になると思う。例えば、商品券も加入すれば使ってもらえる。大型店が受け入れない商品券では消費者に魅力が無い。

私の方は5年間位はこの状態でいかなあつと、10年後は商店街の形ができていれば良いと思うが、大家さんが高齢で老朽建物なので、取り壊す心配がある。行政には、全体を見た街づくりをして欲しいと思う。

私は、「ここは大型店を作ってはいけない」という特区があってもいいんじゃないかと思う。商店街としては今までの事業とかを見直した方がいい。商店街で看板づくりの事業をやって利益を出したこともある。アイショップをやっているが、手伝いに来てくれる人にお金が払えるようにしようと考えている。

弁天通商店会) 弁天通の5年後、10年後の見通しといっても、今は厳しい状態で、このままでは弁天通は商店街として機能しません。小さく何軒かお店が残るかなという感じです。弁天通のお店は、経営が二代目に移っている。店の売上は相当落ち込んでいるが、二代目が居るのでなんとかできているという感じで、将来が不安だ。

客が来る明るい商店街にするには、やはり交通面で「弁天通はどこから入ったらいいの」という風な状態を改善し、自動車が入って来れる商店街通りにしてもらいたい。市役所もいろいろしてくれるが、商店街事業への補助金にしても1年か2年で終わり、継続する事業にならない。考えてくれるなら、補助金は10年ぐらい出していただきたい。

私個人は、「明日どうしようか」という感じで、商店街で何をやるかという余裕がない。弁天通に老人ホームがあるが、その辺りもただの通りになって街じゃなくなってる感じがする。商店街自体に歩く楽しみができないか、もっと人が寄り道できるような趣のある街並みができないかなあと思います。

平尾団地商店会) 1業種1店舗だったのが変わり、昼間は閉めていて夜だけ営業するとか、商店会の会議をするだけでも時間調整が難しい。経営者はみんな高齢化して、病気すれば無くなる状態の店が結構あるので、5年後10年後は想像がつかない。農協が来年2月に閉め、金融機関が無くなる。今あるスーパーが撤退した時は大変なことになる。

行政は「やりなさい」って勧めてくれるが、イベントとかに補助金を出すという感じなので、小さい商店街では自己負担分のお金が出せない。

#### 「一店逸品」への取り組みについて

司会) 各商店街には、買いに来たい商品やサービスが揃っているのがいいと思うが、今一店逸品持っている所、今は無いが充分開発できる所はありますか。今は無い店では、開発とか発掘とかして、お客さんが買いに来たくなるようなものを持つためにはどうすれば良いですか。

A) オリジナルのものを創作するのはなかなか難しい。1つでは、お客さんはすぐ飽きちゃう。

B) 既製品だと、スーパーの方が値段に明るいので、競争できない。何かこの商店街にしかないものを継続的に増やしていかないと消費者は来てくれないと思う。何かキャラクターを育て、それにちなんだ商品を何か作るというのも1つのやり方かもしれない。稲城にガンダム関係の方もいるけど、乗ってくれるかどうか。

司会) 皆で同じ物を売るのでなく、例えば、衣料品店なのでジャイアンツのTシャツをうちだけ扱わせて頂くとか、お菓子屋なら、新作お菓子を2ヶ月に1回売るとかはどうですか。

C) 商店街で、それぞれのお店が一斉に、同じ日に何か別々な物を売りますよってことですか？

司会) 同じ日に一斉にでなくても良いと思う。物品販売とかサービス業とか、商売の内容によって違うが、例えば、飲食店のお薦め品。それは各お店である程度考えてやってると思う。うちは色々あるけど塩ラーメンが一番うまいよっていう、お薦め品があると思う。

どう宣伝するかが問題になる。何に出すかですよ。例えば情報発信で月に2回そういう特産品の一店逸品の販売日で、来れば5パーセント引きになりますよとか、ホームページでの日というようにプリントしたものを持ってくれば割引きますよというような。イメージとしてはそういうことをやればいいんじゃないかという感じなんですよ。

D) ちょっとやさっとじゃみんなお客さんもびっくりしないし、今のお客さんは飛びつかない。

- E) でもそれは他の店に比べて優秀な逸品かどうか分からない。
- F) 例えば魚屋さんとかはそういうの出来ないじゃないですか。
- 司会) 必ずしも全員じゃなくて良いんじゃないかなと思う。色々サービス業でも出来ると思う、例えばマッサージだったら、何曜日は比較的空いてるからその日用の券を作って売ると。その日に来れば5%引きの券が買えるよっていうのを設定するとか。
- G) 安くしないと面白みがないかもしれない、消費者は。
- H) 月に一回丸得デーをやってる。ダブルサービスという形で、第2土曜日は各店舗サービスしますよと。その他に先着30名に3千円分の買い物券が当たる抽選会をしますよと。その2つでダブルという形で何年も進めてきた。ところが、ダブルがシングルになって抽選会だけはやってるが、なかなかその日は全員で割引しようっていうのは難しいですね。
- 司会) 割引とかそういうのはまた別に、遠い所からでも買いに来たくなるようなものを用意しないとなかなか難しい。大型店とは違うものを売るための何かその為の仕掛けを考えていかないと。各店がそれぞれのものを工夫する為にどういう援助があったら出来るか。
- I) それは商工会の理事会でも話したことがありますね。畑を借りてヨモギを栽培して、稲城の大福作ろうよとか。様々な意見は今も出てますね。
- J) 私は仕事始めて26年、ずっと梨を使う品を作ってきたが、個人商店ではその品を作っていることを周りに知ってもらうことが非常に難しい。ホームページとか、商工会の一店逸品に出したりとか色々したら、それを見て、沢山ではないけど来てくれるお客さんもいる。最近では酒造組合さんの出したお酒を利用してお菓子を作ってるが、広告費の自己負担が難しいので、広告の機会が何とかできないかと、正直考えますけど。
- ブルーベリーでは、餅とどら焼きと2種類作ってます。今年2年目で、凄く評判良かった。ただ、1年中はない、沢山ストックするのも難しい。一人で仕事してますから自分が営業に出ちゃうと作る人がいなくなると...そういう現実も実際あります。最終的にはどういう風に周りの人に知ってもらうかっていう手段ですよ。

#### 商店街のイベントを高頻度で開催する見込みについて

- 司会) 例えば2週間に1回程度売り出し日を設定するみたいなことは可能なのか。単なる値引きではなく、仕入れサイクルを考え、売れ行きを見切って不良在庫で残らないように、値引きして捌いてしまう。2週間に1回程度売り出し日をやろうとした時に会員の皆さんの協力度はどうですか。
- K) 昔だったら出来たでしょうね。余力があったから、みんながね。今は余力っていうかそういうものが無くなってしまったかな、そんな感じがします。
- L) 良いサービスして、例えば無料でサービス品を配るのをやったら、凄い並ぶんですけども。校長先生にお願いして近所の中学生が抽選の手伝いに来てくれた。ところが、大人は本当に悪いですから誤魔化しはするしずるいし、それを子ども達が見てるのよ。これは良くないよねと、銀行が無料で場所貸してたのが今度貸さなくなっちゃった。そういうこともありました。
- M) 良いのがあればと思って、アイショップで今先頭に立って貰って、色々やってるんですけど、ワゴンセールなんかでも、商店街にできれば良いんでしょうけどもねえ。
- 駐車場の確保が問題だよ。

### 来客用の駐車場について

- M) 蕨市では公共の駐車場を商店街に開放して、商店街が駐車場を管理してる。その一角にアンテナショップがあって、出店は3,4ヶ月待ちの状態ということです。
- 司会) 弁天通とかペアリーロードは、来客用の駐車場やその用地がありますか。
- N) 駐車場は少ない。コインパーキングは出来てきた。あとは殆んど店舗の駐車場で、お店自体が借りてるから、なかなかお客さんのまで用意するスペースがない。
- O) 商店街がお客さん用の駐車場を借りるとしたら全額補助がでる。
- P) 商店街が揃って言うほどの資金繰りは今難しいんじゃないか。
- 司会) 月極駐車場になってる所にコインパークみたいな形のを導入して、そのコインパークの30分無料みたいなサービス券を出すやり方があるかもしれない。2台分くらい確保して、利用客に30分駐車券を出すとか、お店に対しては100円券を50円分で売るやり方をすれば出来る気がする。昼間の何時～何時までの時間で使える所を用意すれば良いんじゃないか。
- Q) 夜も飲食店はありますから、そうした時間まではやらないと。食品を経営しているお店がありますからね。

### 商店街の環境美化について

- 司会) フラワーポット等で、花のある商店街を演出したり、環境美化を図るのはどうですか。
- R) これも商工会が1回やりましたよね。結局だめですね。プランターが俺の所にばかり集まっちゃってさ。大きいプランター、重い草色のやつ。うちでまだ使ってますよ。景気悪くなっちゃったんで、花が替えられなくて、くたびれた花が入ってる。邪魔になってる。一軒が「うち要らないから」って届けられちゃって2つあります。
- S) 初めだけは花をやってくれるんですけど、2,3回目は種を育てる。手入れが出来ないとかで、返されたとか。好きな人と、面倒くさい人がいるわけですよ。
- 司会) 手入れがちゃんとできるようにすれば良いということですか。
- T) お客さんが珍しいのを持ってきてくれまして、ヒマツリという、真っ赤に燃えたようなサボテンの一種すが、凄いですよ。通るお客さんが一株くれっていうんで、あげるんですよ。
- U) 全然効果がないわけではなく、いまだにうちの商店街で何軒かは出して、時々花も替えているので、ちょっとは効果あるんだなと。本当は全体的にやれば良いんだろうけどね。
- 司会) 昔は商店街にゆとりがあったからやってくれるでいいんですけど、今は難しいんじゃないか。街をきれいにするのは極端に言えば行政の仕事だと考えた方が良いと思うんですね。街路灯も今まで商店街にゆとりがあったからやってたけど、違うでしょうと。これは防犯灯だと。そう言う風に考えて全部電気代出したり、壊れたら直すっていうのをやらないとね。
- ここの土地から上がっている固定資産税がある、都市計画税がある。それはみんな街をよくするために使っているんだから、街灯の電気代くらいは出して当たり前ですよ。
- V) 街路灯は、弁天通も全部で15本あるけど、結構痛むんですよ。手直しすると1回ペンキ塗ったりすると、10万円位掛かっちゃうんですね。道路を明るくしているものなんだから、市の方が全額電気料からみんな持ってくれても良いと思うんだけどね。
- W) 今は防犯にしても何にしても灯りは必要ですから、そういう意味ではやっぱり地域の安全を守るために必要ですよ。

### 商店街の担い手づくり、人づくりについて

司会) 先の話のように、これから5年10年先をちゃんと考えて一生懸命頑張る若い人とかがいないと、なかなか続かないと思う。お店が減るとどんどん客が来づらくなるので、どうやって後継者を育てるかが重要ですが。

X) 減っちゃって住宅になっちゃってる。お店やめて、それを買った不動産屋が細かく分けて建売にしてる。それが今の弁天通の現状。だからお店がどんどん減ってしまっている。

Y) 個人商店の必要性っていうのが無くなっている。宅配のお惣菜屋さんが、弁天通にどんどん入ってる。だから、サンワが出来たのも一つの原因かもしれないけど、結局そういうのが動き回って、ひどい話になると、うちの駐車場にとめて宅配している人もいます。またそういうのを近所の人たちが利用している現実もある。いずれにしても商店街の頑張りが少ないといえば一言で済んじゃうかもしれないですけど、商店街を利用するっていう考え方が変わってきてるって感じますよね。

司会) 消費者アンケートでは、消費者の方では大型店にはもう飽きて、個店を利用したいっていう人も結構いますよ。

Z) 今、弁天通に面する住宅の方たちは生協ですよ。生協には軒並み入ってますよ。

司会) 消費者グループインタビューでは、地元の商店で買いたいという人はすごく大勢いる、だから、何かしらそこにひとつ作ればまだお客さんは来てくれるんじゃないかという可能性は感じました。ただ、それは何なのか、どういうことをすればいいのかというところが掴みにくいところはありますけど。

AA) 商店街サイドでは消費者参加の新作料理の話とか数年前から弁当屋さんに、商店街も協力するから家庭の主婦に弁当コンクールをして、その弁当を採用したら作ってくれた人にいくらかのバックマージンは出ないかとか、話したことがあります。結局お店が協力しなかったんで、出来なかった。

### 児童生徒のお店体験について

司会) お店でお菓子屋さんの体験をすとか、ブティックの店員さんになってやってみるとかについてはどうですか。商店街全体でやって、父兄参観と一緒にあわせると商店街に見に来てくれるんじゃないかと。そういうイベント、昔のお祭りみたいなものではなくて、そういうことをやったらどうかと思うんです。ただ、手間もかかるし、心配事もあるから、それが出来るかどうかは気になったんですよね。

AB) 児童生徒のお店体験のことですが、これも市の方に話を持っていったことがあるんですけど、アイショップのボックスを小学部、中学部、高校部に分けて、世の中のお金の流れがどういうものかということを経験させようという話もあります。だから、そういうことがかなうかどうか。例えば小学生に一万円あげて、何か仕入れしてここで売ってご覧よとか、銀行でお金を借りたら現在はこれくらいの金利だけれども金利はいらぬよと。だけども母さんお父さんと一緒にここを経営してご覧よと、呼びかけをしたかったんです。それを小・中・高と。

AC) 学校でもそれを社会科見学とか、何日間か受け入れてくれる店舗で勉強するというのをやっていますよね。例えば、将来美容師になりたい子は何人が受け入れて、何日か体験して、レポートを書いたり、発表したりするみたいですよ。

AD)うちにも毎年のように来て、判子を彫る。手彫りはこういう風にやるよとか、コンピューターで処理するのはこうやるんだよとか、両方あるんですけども、それで子ども達に「将来手でやる仕事か機械でやる仕事かどっちだ？」って聞いたら、全員がコンピューターやらしてくれて。

AE)いろいろ煮詰めなきゃならないことがいっぱいありますけどね。少人数経営になってるから、余計な手をかけられない。

#### 活性化への商店街支援策について

AF)現状維持の気持ちが多いですよ。お互いが暇なことに安心する気持ちがあったりしてね。自分のところだけじゃないみたいな、そんな感じの雰囲気が多いから、やる気っていうのがないですね。いろいろここで出てるけど、なかなかやっぱり「じゃあこれをやろう」というやる気を出すのが難しいってというのが現状じゃないですかね。だからそれをまとめていく役員さんは大変だと思う。「そんなのやめとけ」と一言があったらそれで纏らないんですよ。

AG)店それぞれの絶対の売上というものがあって、20年前位のものがあれば十分子どもを跡取りにもできた。今は独立しちゃいましたが、現在もらっている給料を我が家が払えない。だから会社に勤めてよかったなと思っちゃう。だから跡取らないんですよ。こんなことばかり言ってもしょうがない、何らかの活力を見出していかなければならないんですけどね。

司会)そこで、2つ考えたんです。1つは商店の方の後継者だけでは難しければお店をやりたいという方を塾でもやって育て、空き店舗なり人手が必要な所にインターンか何かで入ってもらって、新たに出店するような所を建てましょう、と。もう1つは商店街のやらなきゃいけないことを応援する支援隊を作って、商店街を手伝ってもらおう。例えば、さっきの花壇の話であれば、フラワーポットに花を植えてくれるようなボランティアの方を用意して、うちの商店街を綺麗にしてくれるようお願いしたらいいのではないかと。そういうことができる可能性はゼロじゃないと思うんですが。

AH)そういう意味の話はうちにも来てるんです。同業者ですけれども、そっくり家ごと貸すよと話してるんです。

司会)商店街がそれとして残るにはお店が必要だから、だんだん止められると困る。別の方がやってくれて続くような仕組みを考えないと。もっと短期の話も必要ですが。それと割引の日に、ただ来れば割引くのではなく、和服を着てくれば割引くようにすると、明らかに人が違うから賑わいも違って見えるんじゃないか。そういう細々とした手立てをいろいろ使う必要がある。「補助金50%出すから、後は自分のところで出してやってください」なんていう大雑把な手立てでは駄目なんじゃないかと思う。青梅の商店街のように、いろんな協力を引き込んでいかないとなかなか難しい。商店街のみなさんに「自分の労力でやりなさい」みたいなことを言ったら無理なんじゃないかと。

AI)現実に私がアイショップをやってますけれども、確かに足掛け3年の補助は非常に短い。まるまる3年ならいいですけども、実際には2年半位です。その後は自己負担なんです。今、アイショップは女性軍をまとめて女性パワーで運営してもらっているんです。

AJ)続けるっていうことも大事なんですよ。「補助金出すから別のことを何かやれよ」と言われるが、今やってることを続けてもいいじゃないかと。そうすることが素晴らしいんじゃない

かと思うんですけれども。

司会) 女性パワーに関して。コミュニティカフェというか、そういう食べ物屋さんが大型店と違うパワーの源泉になるのかな、と。まٰこれは私の個人的な意見ですけど。だいたい商店街で最後まで生き残っているのは飲み屋さんとか食べ物屋さんなんで、これをくっつけてなんとか人が来るようにしなきゃいかんのかなと。販売とタイミングが違うんでなかなか難しい面もあるんですけれども。

#### 情報発信の支援について

司会) あともう1つあるのは、情報発信の所で誰かと契約するような形で、あるいはボランティアでもいいんですけれども、お店の良いところを発見してくれて、それを発信してくれる人を順ぐりに商店街に回す。それで話を聞き出してもらう、自分で書くのは難しいので。タウン紙だとか、雑誌に載ってるようなもの。

AK) 弁天通でも最初の時は10店近く参加してましたよね。その次になったら「あんまり効果がない」というんで半分くらいになってましたが。

AL) 弁天さんの所で「やっぱり さんの所が美味しい」とか言って買ってきてくれましたよ。

AM) あれもうちの自家製です。

AN) お店の良いところ、一店逸品を聴き出して、書いてくれる、情報発信してくれるのは良いのではないかと。なかなか自分では出来ないんで、ありがたいと思う。

(以上)

付 商店街ヒアリング資料

『稲城市商業活性化プラン』作成のための商店街代表者ヒアリング  
進め方

稲城市商工会

- 1 開会あいさつ……………稲城市商工会・委員会から  
ヒアリング開催の趣旨説明
  
- 2 商店街の概要と問題・課題の紹介……商店街代表者から、各5～10分でお話し下さい  
次の点に触れてご紹介ください。  
名称と現状：商店会会員数、非会員の店舗数、業種構成（食品小売、サービス業、飲食店）  
  
活動状況：商店会の会合の頻度、商店会の行事（大売出し、イベントなど）、清掃その他  
  
変化：新規出店、閉店の状況、店主の世代交代、後継者や若手の交流や活動状況  
  
問題・課題： 次のような問題がありますか、各商店街の実情をお話し下さい。  
ア．来街客数の減少、客単価の低下などお客(マーケット)に関する問題・課題  
  
イ．空き店舗、店舗老朽化、会員店主の高齢化など店舗側の問題  
  
ウ．大売出し・イベントへの非協力、役を受けない、退会など商店会の問題  
  
エ．通りが狭い、駐車場が無いなど、商店街の施設環境の問題  
  
オ．その他の問題・課題
  
- 3 各商店街の将来見通し・取組みと要望……商店街代表者から、各5～10分でお話し下さい  
次の点に触れてお話しください。  
将来見通し……5年後、10年後には、自らの商店街はどうか、どうなっていたいか  
  
商店会としての取組み……見通しに対し、どうしたいか、どういう取組みを考えるか  
商店会としてまとまった意見が無ければ、代表のお考えを  
  
商工会、稲城市行政、東京都行政への要望……法令等の見直し、行事への助成、施設要望等

- 4 質疑・意見交換……話の糸口として、商工会、調査会社側から商店会の皆さんへ質問しますが、そのテーマに関して、他の商店会の方から実情の紹介や、類似の質問などもあって、自由に意見交換します。

主なテーマとしては、次のものを想定し、各テーマにつき 10 分程度の意見交換を予定します。

「一店逸品」づくりの可能性

- ・全会員が「一店逸品」の商品・サービスを作れるか？ 開発、発掘の可能性は？
- ・開発・発掘のために、どんな支援を希望するか？ アドバイザー派遣、情報発信、試験費

商店街イベントを高頻度で開催する見込み

- ・2週に1回程度、開催日時を揃えた「売出し日」を設定できるか？ 協力度
- ・その際、店頭を目玉商品を並べる「ワゴンセール」ができるか？ 意欲
- ・広場（駐車場）等で、地元野菜の直売、フリマ、大道芸などができるか？ 人手、競合

消費者との連携を進める事業への取り組み可能性

- ・消費者参加の新作料理、お菓子等コンテスト開催 優秀作品の販売 可能性は？
- ・商店街で、児童、生徒のお店探検隊、お店屋さん体験(ｲﾝﾀｰﾝ)活動の受け入れ可能性は？
- ・商店街の一角に、コミュニティ・カフェや、チャレンジショップを置く可能性は？ 競合

既存商店街の施設・環境をどう整備するか・できるか

- ・フラワーポットなどで花のある商店街を演出し、環境美化を図る可能性は？ 費用、人手
- ・商店街で、来客用駐車場を持つ（借上げる）可能性は？
- ・交通規制、開発用地の一時利用など、行政への要望は？

新しい商店街づくりへの参加の可能性……稲城長沼駅周辺、川崎街道沿道など

- ・新しく整備する市街地への進出出店の可能性は？ 意欲、人手
- ・屋台村・仮設店を設けたら、出店（人も出す）や、商品の出品（販売委託）の可能性は？
- ・出店したい地域は？ 出店の形態（単独店、共同店舗、貸しフロア等）は？
- ・多摩川堤通り、三沢川沿道、山崎通り等の観光・散策「商店街」づくり、出店の可能性？

その他のテーマ

- ・商店街の担い手づくり、人づくりの考え方、進め方について

- 5 閉会あいさつ……稲城市商工会

## 市民アンケート集計結果表

### 目 次

問 1	買物するお店、買物する地域（稲城市全体、矢野口・押立）……………	100
問 1	買物するお店、買物する地域（東長沼・百村、大丸）……………	101
問 1	買物するお店、買物する地域（平尾・坂浜、ニュータウン）……………	102
問 2 - 2	日頃よく利用するお店を利用する理由……………	103
問 3	買物の頻度、問 4 市内の商店街・小売店の利用……………	104
問 5	日頃、買物をする時間帯……………	105
問 6	買物行動の特性……………	106
問 7	地域の祭、行事等への参加……………	108
問 8	稲城市内のこだわりのお店の利用意向……………	110
問 9	日頃利用する商店、商店街、駅前等に欲しい施設……………	111

問1 買物するお店、買物する地域

1 稲城市全体 (n=424)

(単位：%)

店 舗 商 品	店 舗(業 態)[各商品に2つ迄]									地 区[地区2つ迄]									
	小売店	専門店・高級店	食品系スーパー	総合スーパー	コンビニ	百貨店	ディスカウント	ドラッグストア	生協・通信販売	市 内					市 外				
										近隣の商店街	ニュータウン外大型店	ニュータウン内大型店	駅周辺の商店	その他	渋谷・新宿	立川駅周辺	調布多摩等近隣市	百合丘・新百合丘	その他
生鮮食品 (肉・魚・青果)	9.0	3.8	47.6	64.4	1.2	4.7	0.2	1.4	26.7	23.6	7.5	39.6	25.7	5.0	3.1	3.3	15.6	12.0	7.1
惣菜・弁当	7.5	5.9	38.0	45.3	29.5	11.3	0.0	0.5	4.7	25.9	5.0	27.1	24.8	7.3	6.1	3.1	12.7	9.2	4.2
一般食品(パン・酒・調味料・加工食品)	9.0	6.1	42.7	62.7	3.5	3.3	3.1	2.1	24.8	23.3	8.3	37.0	23.1	5.7	1.7	2.6	13.7	9.7	7.5
医薬品・日用雑貨 (化粧品、洗剤、食器)	4.2	4.7	5.0	44.8	0.5	5.2	6.8	74.5	8.0	21.9	7.8	30.2	28.3	8.5	1.7	1.4	11.8	8.7	7.8
実用衣料 (肌着・カジュアル)	11.3	25.2	0.5	53.5	0.0	34.9	6.1	0.2	12.5	7.5	6.4	25.9	10.6	5.0	14.2	8.3	23.6	16.7	15.8
高級衣料(スーツ・オシャレ衣類)	4.0	43.6	0.5	6.8	0.2	68.4	1.7	0.0	3.8	2.1	2.8	8.5	1.7	6.4	35.4	14.4	26.2	10.8	23.3
文化品(家電・家具・おもちゃ・カメラ)	11.8	53.8	0.2	19.3	0.2	10.6	30.9	0.0	5.4	5.2	7.3	30.9	4.5	5.2	17.0	7.8	27.8	6.8	17.2
身の周り品(アクセサリー・靴・鞆・メガネ)	8.5	49.3	0.5	21.5	0.5	47.9	9.0	0.7	3.5	3.3	4.2	18.2	3.5	3.8	31.8	11.3	26.9	11.8	20.8
家族や友人との外食	12.7	60.4	1.4	2.8	0.0	27.1	0.0	0.0	0.0	9.4	2.4	10.4	10.4	12.5	22.2	10.6	34.0	14.4	19.3

2 矢野口・押立 (n=94)

(単位：%)

店 舗 商 品	店 舗(業 態)[各商品に2つ迄]									地 区[地区2つ迄]									
	小売店	専門店・高級店	食品系スーパー	総合スーパー	コンビニ	百貨店	ディスカウント	ドラッグストア	生協・通信販売	市 内					市 外				
										近隣の商店街	ニュータウン外大型店	ニュータウン内大型店	駅周辺の商店	その他	渋谷・新宿	立川駅周辺	調布多摩等近隣市	百合丘・新百合丘	その他
生鮮食品 (肉・魚・青果)	11.7	4.3	52.1	68.1	1.1	9.6	0.0	2.1	18.1	24.5	16.0	26.6	29.8	6.4	3.2	3.2	19.1	2.1	7.4
惣菜・弁当	8.5	9.6	37.2	43.6	34.0	12.8	0.0	1.1	3.2	31.9	9.6	16.0	27.7	9.6	7.4	4.3	12.8	1.1	3.2
一般食品(パン・酒・調味料・加工食品)	11.7	7.4	46.8	59.6	6.4	4.3	8.5	2.1	17.0	23.4	19.1	24.5	24.5	8.5	0.0	5.3	19.1	1.1	6.4
医薬品・日用雑貨 (化粧品、洗剤、食器)	5.3	2.1	5.3	43.6	0.0	1.1	4.3	79.8	7.4	29.8	16.0	20.2	28.7	5.3	0.0	3.2	12.8	1.1	8.5
実用衣料 (肌着・カジュアル)	18.1	36.2	0.0	45.7	0.0	37.2	5.3	0.0	10.6	12.8	13.8	16.0	4.3	7.4	17.0	14.9	24.5	7.4	19.1
高級衣料(スーツ・オシャレ衣類)	5.3	47.9	0.0	2.1	0.0	62.8	3.2	0.0	2.1	4.3	2.1	4.3	0.0	7.4	39.4	23.4	22.3	4.3	24.5
文化品(家電・家具・おもちゃ・カメラ)	8.5	63.8	1.1	14.9	0.0	9.6	28.7	0.0	3.2	5.3	9.6	20.2	3.2	6.4	16.0	13.8	30.9	3.2	19.1
身の周り品(アクセサリー・靴・鞆・メガネ)	8.5	53.2	0.0	13.8	1.1	48.9	7.4	0.0	2.1	6.4	5.3	9.6	3.2	1.1	37.2	18.1	27.7	5.3	21.3
家族や友人との外食	12.8	59.6	1.1	2.1	0.0	29.8	0.0	0.0	0.0	7.4	1.1	8.5	7.4	12.8	27.7	14.9	39.4	5.3	20.2

3 東長沼・百村 (n= 76)

(単位：%)

店 舗 商 品	店 舗 (業 態) [各商品に2つ迄]									地 区 [地区2つ迄]									
	小売店	専門店・高級店	食品系スーパー	総合スーパー	コンビニ	百貨店	ディスカウント	ドラッグストア	生協・通信販売	市 内					市 外				
										近隣の商店街	ニュータウン外大型店	ニュータウン内大型店	駅周辺の商店	その他	渋谷・新宿	立川駅周辺	調布多摩等近隣市	百合丘・新百合丘	その他
生鮮食品 (肉・魚・青果)	10.5	6.6	48.7	63.2	1.3	5.3	1.3	1.3	13.2	21.1	9.2	40.8	36.8	1.3	1.3	5.3	17.1	5.3	5.3
惣菜・弁当	6.6	7.9	40.8	43.4	30.3	10.5	0.0	0.0	2.6	19.7	7.9	23.7	36.8	5.3	0.0	3.9	13.2	3.9	5.3
一般食品(パン・酒・調味料・加工食品)	2.6	7.9	38.2	63.2	3.9	1.3	2.6	2.6	18.4	19.7	7.9	36.8	34.2	3.9	1.3	2.6	14.5	2.6	5.3
医薬品・日用雑貨 (化粧品、洗剤、食器)	2.6	5.3	6.6	32.9	0.0	3.9	11.8	82.9	2.6	21.1	9.2	30.3	38.2	9.2	0.0	0.0	10.5	2.6	5.3
実用衣料 (肌着・カジュアル)	14.5	21.1	1.3	46.1	0.0	32.9	6.6	1.3	7.9	9.2	2.6	27.6	11.8	7.9	11.8	7.9	25.0	9.2	15.8
高級衣料(スーツ・オシャレ衣類)	6.6	40.8	0.0	13.2	0.0	53.9	1.3	0.0	1.3	1.3	3.9	7.9	1.3	5.3	27.6	19.7	27.6	5.3	18.4
文化品(家電・家具・おもちゃ・カメラ)	17.1	53.9	0.0	15.8	0.0	7.9	30.3	0.0	3.9	5.3	6.6	27.6	7.9	6.6	18.4	11.8	30.3	0.0	10.5
身の周り品(アケサリ・靴・鞆・メガネ)	9.2	50.0	1.3	25.0	0.0	48.7	6.6	1.3	2.6	6.6	3.9	17.1	3.9	3.9	26.3	15.8	30.3	2.6	15.8
家族や友人との外食	15.8	57.9	1.3	3.9	0.0	22.4	0.0	0.0	0.0	11.8	0.0	7.9	10.5	13.2	21.1	9.2	34.2	9.2	15.8

4 大 丸 (n= 54)

(単位：%)

店 舗 商 品	店 舗 (業 態) [各商品に2つ迄]									地 区 [地区2つ迄]									
	小売店	専門店・高級店	食品系スーパー	総合スーパー	コンビニ	百貨店	ディスカウント	ドラッグストア	生協・通信販売	市 内					市 外				
										近隣の商店街	ニュータウン外大型店	ニュータウン内大型店	駅周辺の商店	その他	渋谷・新宿	立川駅周辺	調布多摩等近隣市	百合丘・新百合丘	その他
生鮮食品 (肉・魚・青果)	18.5	5.6	44.4	64.8	0.0	0.0	0.0	1.9	18.5	20.4	5.6	35.2	31.5	5.6	1.9	5.6	14.8	0.0	16.7
惣菜・弁当	11.1	1.9	37.0	42.6	37.0	7.4	0.0	0.0	0.0	22.2	3.7	20.4	24.1	13.0	1.9	3.7	9.3	0.0	9.3
一般食品(パン・酒・調味料・加工食品)	18.5	5.6	42.6	68.5	1.9	1.9	0.0	7.4	13.0	24.1	9.3	31.5	24.1	7.4	1.9	3.7	9.3	0.0	20.4
医薬品・日用雑貨 (化粧品、洗剤、食器)	9.3	3.7	5.6	48.1	0.0	0.0	3.7	70.4	7.4	27.8	9.3	14.8	29.6	13.0	0.0	0.0	11.1	0.0	14.8
実用衣料 (肌着・カジュアル)	9.3	24.1	1.9	64.8	0.0	33.3	1.9	0.0	16.7	13.0	3.7	22.2	16.7	1.9	3.7	16.7	29.6	0.0	25.9
高級衣料(スーツ・オシャレ衣類)	5.6	48.1	1.9	7.4	0.0	77.8	0.0	0.0	9.3	5.6	1.9	11.1	1.9	5.6	22.2	24.1	37.0	1.9	27.8
文化品(家電・家具・おもちゃ・カメラ)	20.4	40.7	0.0	27.8	0.0	11.1	31.5	0.0	9.3	11.1	5.6	35.2	0.0	7.4	1.9	13.0	29.6	3.7	22.2
身の周り品(アケサリ・靴・鞆・メガネ)	7.4	50.0	1.9	27.8	0.0	35.2	13.0	0.0	7.4	1.9	3.7	27.8	0.0	3.7	18.5	22.2	25.9	0.0	24.1
家族や友人との外食	9.3	66.7	0.0	1.9	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	18.5	1.9	9.3	7.4	13.0	7.4	20.4	33.3	0.0	20.4

5 平尾・坂浜 (n=64)

(単位：%)

店 舗 商 品	店 舗 (業 態) [各商品に2つ迄]									地 区 [地区2つ迄]									
	小売店	専門 店・高 級店	食 品系 スー パー	総 合ス ーパ ー	コ ンビ ニ	百 貨 店	デ ィス カウ ント	ド ラッ グス トア	生 協・ 通信 販売	市 内					市 外				
										近 隣 の 商 店 街	ニ ュー タ ウン 外 大 型 店	ニ ュー タ ウン 内 大 型 店	駅 周 辺 の 商 店	そ の 他	渋 谷 ・ 新 宿	立 川 駅 周 辺	調 布 多 摩 等 近 隣 市	百 合 丘 ・ 新 百 合 丘	そ の 他
生鮮食品 (肉・魚・青果)	7.8	4.7	59.4	60.9	3.1	1.6	0.0	0.0	21.9	53.1	9.4	17.2	10.9	6.3	3.1	0.0	3.1	54.7	4.7
惣菜・弁当	7.8	3.1	46.9	53.1	25.0	4.7	0.0	1.6	4.7	50.0	4.7	12.5	12.5	1.6	4.7	0.0	6.3	43.8	4.7
一般食品(パン・ 酒・調味料・加工食品)	14.1	6.3	45.3	65.6	4.7	1.6	3.1	1.6	21.9	48.4	7.8	18.8	10.9	6.3	1.6	0.0	4.7	48.4	4.7
医薬品・日用雑貨 (化粧品、洗剤、食器)	4.7	10.9	3.1	50.0	1.6	6.3	4.7	78.1	7.8	26.6	4.7	14.1	20.3	7.8	4.7	0.0	6.3	48.4	7.8
実用衣料 (肌着・カジュアル)	3.1	14.1	0.0	68.8	0.0	42.2	6.3	0.0	10.9	6.3	4.7	14.1	10.9	4.7	14.1	0.0	6.3	67.2	12.5
高級衣料(スーツ・ オシャレ衣類)	1.6	35.9	0.0	14.1	0.0	67.2	1.6	0.0	4.7	1.6	3.1	6.3	6.3	9.4	29.7	0.0	4.7	45.3	21.9
文化品(家電・家具・ おもちゃ・カメラ)	14.1	39.1	0.0	28.1	0.0	9.4	37.5	0.0	4.7	9.4	4.7	20.3	4.7	6.3	15.6	0.0	17.2	29.7	17.2
身の周り品(アケ サリ・靴・鞆・メガネ)	7.8	34.4	0.0	29.7	0.0	35.9	18.8	1.6	1.6	1.6	1.6	15.6	4.7	6.3	23.4	0.0	12.5	51.6	23.4
家族や友人との外 食	12.5	54.7	3.1	9.4	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	12.5	3.1	4.7	9.4	12.5	18.8	0.0	7.8	59.4	21.9

6 ニュータウン (n=132)

(単位：%)

店 舗 商 品	店 舗 (業 態) [各商品に2つ迄]									地 区 [地区2つ迄]									
	小売店	専門 店・高 級店	食 品系 スー パー	総 合ス ーパ ー	コ ンビ ニ	百 貨 店	デ ィス カウ ント	ド ラッ グス トア	生 協・ 通信 販売	市 内					市 外				
										近 隣 の 商 店 街	ニ ュー タ ウン 外 大 型 店	ニ ュー タ ウン 内 大 型 店	駅 周 辺 の 商 店	そ の 他	渋 谷 ・ 新 宿	立 川 駅 周 辺	調 布 多 摩 等 近 隣 市	百 合 丘 ・ 新 百 合 丘	そ の 他
生鮮食品 (肉・魚・青果)	3.0	0.8	40.9	65.9	0.8	4.5	0.0	1.5	47.0	12.1	0.8	62.1	22.0	5.3	4.5	3.0	18.9	7.6	5.3
惣菜・弁当	6.1	5.3	34.1	46.2	25.8	15.9	0.0	0.0	9.1	15.9	0.8	47.7	22.7	7.6	11.4	3.0	17.4	5.3	2.3
一般食品(パン・ 酒・調味料・加工食品)	4.5	4.5	42.4	62.9	1.5	5.3	0.8	0.0	40.9	13.6	0.8	58.3	22.0	3.8	3.0	1.5	15.9	5.3	6.1
医薬品・日用雑貨 (化粧品、洗剤、食器)	2.3	3.8	4.5	50.0	0.8	10.6	8.3	68.2	12.1	12.9	2.3	52.3	26.5	9.1	3.0	2.3	15.2	2.3	6.1
実用衣料 (肌着・カジュアル)	9.8	26.5	0.0	53.0	0.0	32.6	8.3	0.0	15.9	1.5	5.3	40.2	12.1	3.0	18.2	4.5	28.8	10.6	11.4
高級衣料(スーツ・ オシャレ衣類)	2.3	45.5	0.8	3.0	0.8	79.5	1.5	0.0	3.8	0.0	3.0	12.1	0.8	5.3	46.2	8.3	34.8	6.1	25.0
文化品(家電・家具・ おもちゃ・カメラ)	6.8	60.6	0.0	17.4	0.8	13.6	30.3	0.0	6.8	0.8	8.3	44.7	5.3	2.3	24.2	3.0	29.5	3.8	18.2
身の周り品(アケ サリ・靴・鞆・メガネ)	9.1	54.5	0.0	18.9	0.8	59.1	5.3	0.8	4.5	0.8	5.3	22.7	4.5	4.5	41.7	5.3	32.6	7.6	21.2
家族や友人との外 食	12.9	64.4	1.5	0.0	0.0	31.8	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	16.7	14.4	12.1	27.3	9.8	43.9	8.3	19.7

問2 - 2 (日頃よく利用する商店街やスーパー等大中型店) そのお店を利用する理由  
(3つ以内の複数回答)

(上段: 回答数、下段: %)

問2-2 利用する理由

	合計	や近 すく いて 便利 、 行き	駐 車 場 が あり 便利	で 通 勤 ・ 通 学 の 途 中	の な じ み で あ る 、 店 人 が 親 切	店 に 信 用 が あ る	品 質 が よ い 、 セ ン	品 数 が 豊 富	値 段 が 安 い	サ ー ビ ス が よ い	活 気 が あ る	情 報 の 品 、 新 し い	そ の 他	無 回 答	
全体	424 100.0	330 77.8	170 40.1	70 16.5	19 4.5	41 9.7	64 15.1	207 48.8	160 37.7	13 3.1	22 5.2	12 2.8	17 4.0	5 1.2	
居住地	矢野口・押立	94 22.2	77 81.9	31 33.0	15 16.0	5 5.3	9 9.6	11 11.7	46 43.6	2 2.1	7 7.4	3 3.2	4 4.3	2 2.1	
	東長沼・百村	76 17.9	57 75.0	27 35.5	11 14.5	5 6.6	5 6.6	11 14.5	32 38.2	0 0.0	2 2.6	2 2.6	4 5.3	0 0.0	
	大丸	54 12.7	37 68.5	25 46.3	7 13.0	5 9.3	8 14.8	7 13.0	27 50.0	21 38.9	3 5.6	4 7.4	2 3.7	1 1.9	1 1.9
	平尾・坂浜	64 15.1	45 70.3	28 43.8	13 20.3	2 3.1	5 7.8	12 18.8	42 65.6	23 35.9	1 1.6	6 9.4	2 3.1	1 1.6	1 1.6
	ニュータウン	132 31.1	110 83.3	57 43.2	24 18.2	2 1.5	13 9.8	23 17.4	59 44.7	44 33.3	7 5.3	3 2.3	3 2.3	7 5.3	1 0.8
	無回答	4 0.9	4 100.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
性別	男性	161 38.0	123 76.4	81 50.3	29 18.0	7 4.3	12 7.5	24 14.9	80 49.7	55 34.2	5 3.1	10 6.2	5 3.1	6 3.7	2 1.2
	女性	256 60.4	201 78.5	87 34.0	40 15.6	12 4.7	28 10.9	40 15.6	125 48.8	103 40.2	8 3.1	11 4.3	7 2.7	11 4.3	2 0.8
	無回答	7 1.7	6 85.7	2 28.6	1 14.3	0 0.0	1 14.3	0 0.0	2 28.6	2 28.6	0 0.0	1 14.3	0 0.0	0 0.0	1 14.3
年齢	10～20歳代	21 5.0	18 85.7	4 19.0	7 33.3	0 0.0	1 4.8	4 19.0	10 47.6	10 47.6	1 4.8	1 4.8	0 0.0	2 9.5	0 0.0
	30歳代	85 20.0	66 77.6	33 38.8	18 21.2	2 2.4	7 8.2	9 10.6	33 38.8	34 40.0	2 2.4	2 2.4	4 4.7	4 4.7	1 1.2
	40歳代	76 17.9	54 71.1	35 46.1	18 23.7	3 3.9	5 6.6	17 22.4	28 36.8	26 34.2	1 1.3	1 1.3	1 1.3	6 7.9	0 0.0
	50歳代	69 16.3	53 76.8	37 53.6	17 24.6	1 1.4	9 13.0	9 13.0	33 47.8	26 37.7	2 2.9	4 5.8	1 1.4	2 2.9	0 0.0
	60歳代	93 21.9	75 80.6	42 45.2	8 8.6	3 3.2	9 9.7	10 10.8	60 64.5	32 34.4	5 5.4	6 6.5	5 5.4	3 3.2	0 0.0
	70歳以上	74 17.5	58 78.4	17 23.0	1 1.4	10 13.5	9 12.2	15 20.3	41 55.4	30 40.5	2 2.7	7 9.5	1 1.4	0 0.0	4 5.4
	無回答	6 1.4	6 100.0	2 33.3	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0	2 33.3	2 33.3	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0
職業	専業主婦	106 25.0	86 81.1	42 39.6	1 0.9	6 5.7	12 11.3	17 16.0	59 55.7	45 42.5	2 1.9	4 3.8	4 3.8	4 3.8	2 1.9
	パート	65 15.3	53 81.5	21 32.3	13 20.0	1 1.5	6 9.2	8 12.3	30 46.2	34 52.3	1 1.5	2 3.1	2 3.1	5 7.7	0 0.0
	正社員	135 31.8	97 71.9	65 48.1	47 34.8	3 2.2	9 6.7	24 17.8	58 43.0	41 30.4	6 4.4	5 3.7	4 3.0	6 4.4	0 0.0
	自営業	25 5.9	18 72.0	14 56.0	4 16.0	1 4.0	1 4.0	4 16.0	8 32.0	5 20.0	1 4.0	1 4.0	1 4.0	1 4.0	2 8.0
	無職	79 18.6	64 81.0	25 31.6	3 3.8	6 7.6	10 12.7	11 13.9	46 58.2	29 36.7	3 3.8	9 11.4	1 1.3	1 1.3	1 1.3
	無回答	14 3.3	12 85.7	3 21.4	2 14.3	2 14.3	3 21.4	0 0.0	6 42.9	6 42.9	0 0.0	1 7.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0
世帯	単身・30代以下	19 4.5	14 73.7	6 31.6	12 63.2	0 0.0	0 0.0	2 10.5	7 36.8	6 31.6	0 0.0	1 5.3	1 5.3	2 10.5	0 0.0
	単身・40代以上	55 13.0	39 70.9	12 21.8	11 20.0	4 7.3	8 14.5	13 23.6	26 47.3	15 27.3	3 5.5	5 9.1	2 3.6	0 0.0	2 3.6
	2人以上・50代以下	216 50.9	168 77.8	99 45.8	41 19.0	6 2.8	19 8.8	32 14.8	92 42.6	85 39.4	6 2.8	5 2.3	4 1.9	12 5.6	1 0.5
	2人以上・高齢(60歳～)	128 30.2	103 80.5	51 39.8	5 3.9	9 7.0	13 10.2	17 13.3	80 62.5	52 40.6	4 3.1	10 7.8	5 3.9	3 2.3	2 1.6
	無回答	6 1.4	6 100.0	2 33.3	1 16.7	0 0.0	1 16.7	0 0.0	2 33.3	2 33.3	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0

問3 買物の頻度、問4 市内の商店街・小売店の利用

(上段：回答数、下段：%)

	問3 買物の頻度						問4 市内の商店街・小売店の利用								
	合計	ほとんど毎日	週2〜3回程度	週1回程度	月に数回程度	無回答	ほとんど毎日	週1〜2回程度	月1〜2回程度	年に数回程度買物	み「祭り」等の時の	まったく行かない	その他	無回答	
全体	424 100.0	127 30.0	229 54.0	55 13.0	7 1.7	6 1.4	63 14.9	155 36.6	76 17.9	54 12.7	4 0.9	60 14.2	4 0.9	8 1.9	
居住地	矢野口・押立	94 22.2	27 28.7	54 57.4	10 10.6	2 2.1	1 1.1	12 12.8	33 35.1	26 27.7	11 11.7	2 2.1	7 7.4	2 2.1	1 1.1
	東長沼・百村	76 17.9	31 40.8	38 50.0	7 9.2	0 0.0	0 0.0	17 22.4	22 28.9	15 19.7	12 15.8	0 0.0	8 10.5	0 0.0	2 2.6
	大丸	54 12.7	13 24.1	26 48.1	12 22.2	1 1.9	2 3.7	8 14.8	24 44.4	10 18.5	5 9.3	0 0.0	3 5.6	2 3.7	2 3.7
	平尾・坂浜	64 15.1	18 28.1	37 57.8	7 10.9	1 1.6	1 1.6	7 10.9	33 51.6	9 14.1	5 7.8	1 1.6	8 12.5	0 0.0	1 1.6
	ニュータウン	132 31.1	37 28.0	71 53.8	19 14.4	3 2.3	2 1.5	19 14.4	41 31.1	15 11.4	21 15.9	1 0.8	33 25.0	0 0.0	2 1.5
	無回答	4 0.9	1 25.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0
	性別	男性 161 38.0	45 28.0	83 51.6	29 18.0	2 1.2	2 1.2	23 14.3	63 39.1	21 13.0	26 16.1	1 0.6	26 16.1	0 0.0	1 0.6
女性	256 60.4	79 30.9	143 55.9	26 10.2	5 2.0	3 1.2	39 15.2	89 34.8	54 21.1	28 10.9	3 1.2	33 12.9	4 1.6	6 2.3	
無回答	7 1.7	3 42.9	3 42.9	0 0.0	0 0.0	1 14.3	1 14.3	3 42.9	1 14.3	0 0.0	0 0.0	1 14.3	0 0.0	1 14.3	
年齢	10〜20歳代	21 5.0	5 23.8	7 33.3	9 42.9	0 0.0	0 0.0	2 9.5	5 23.8	4 19.0	4 19.0	0 0.0	6 28.6	0 0.0	0 0.0
	30歳代	85 20.0	21 24.7	51 60.0	12 14.1	0 0.0	1 1.2	9 10.6	29 34.1	19 22.4	11 12.9	2 2.4	14 16.5	0 0.0	1 1.2
	40歳代	76 17.9	23 30.3	36 47.4	14 18.4	2 2.6	1 1.3	12 15.8	27 35.5	14 18.4	7 9.2	0 0.0	16 21.1	0 0.0	0 0.0
	50歳代	69 16.3	28 40.6	30 43.5	9 13.0	2 2.9	0 0.0	12 17.4	19 27.5	14 20.3	16 23.2	0 0.0	5 7.2	1 1.4	2 2.9
	60歳代	93 21.9	32 34.4	56 60.2	3 3.2	2 2.2	0 0.0	17 18.3	38 40.9	15 16.1	9 9.7	1 1.1	9 9.7	2 2.2	2 2.2
	70歳以上	74 17.5	15 20.3	46 62.2	8 10.8	1 1.4	4 5.4	10 13.5	34 45.9	9 12.2	7 9.5	1 1.4	9 12.2	1 1.4	3 4.1
	無回答	6 1.4	3 50.0	3 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7	3 50.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0
職業	専業主婦	106 25.0	29 27.4	68 64.2	5 4.7	2 1.9	2 1.9	15 14.2	31 29.2	25 23.6	13 12.3	0 0.0	14 13.2	3 2.8	5 4.7
	パート	65 15.3	27 41.5	33 50.8	5 7.7	0 0.0	0 0.0	12 18.5	22 33.8	10 15.4	11 16.9	3 4.6	7 10.8	0 0.0	0 0.0
	正社員	135 31.8	35 25.9	67 49.6	28 20.7	3 2.2	2 1.5	20 14.8	54 40.0	21 15.6	16 11.9	0 0.0	23 17.0	0 0.0	1 0.7
	自営業	25 5.9	5 20.0	11 44.0	7 28.0	1 4.0	1 4.0	1 4.0	8 32.0	3 12.0	7 28.0	0 0.0	5 20.0	0 0.0	1 4.0
	無職	79 18.6	25 31.6	44 55.7	8 10.1	1 1.3	1 1.3	14 17.7	32 40.5	14 17.7	6 7.6	1 1.3	10 12.7	1 1.3	1 1.3
	無回答	14 3.3	6 42.9	6 42.9	2 14.3	0 0.0	0 0.0	1 7.1	8 57.1	3 21.4	1 7.1	0 0.0	1 7.1	0 0.0	0 0.0
世帯	単身・30代以下	19 4.5	4 21.1	13 68.4	2 10.5	0 0.0	0 0.0	3 15.8	9 47.4	3 15.8	1 5.3	0 0.0	3 15.8	0 0.0	0 0.0
	単身・40代以上	55 13.0	15 27.3	31 56.4	7 12.7	1 1.8	1 1.8	6 10.9	23 41.8	10 18.2	6 10.9	2 3.6	7 12.7	0 0.0	1 1.8
	2人以上・50代以下	216 50.9	66 30.6	105 48.6	40 18.5	3 1.4	2 0.9	30 13.9	67 31.0	44 20.4	34 15.7	2 0.9	35 16.2	1 0.5	3 1.4
	2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	39 30.5	77 60.2	6 4.7	3 2.3	3 2.3	23 18.0	53 41.4	18 14.1	13 10.2	0 0.0	14 10.9	3 2.3	4 3.1
	無回答	6 1.4	3 50.0	3 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7	3 50.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0

問5 日頃、買物をする時間帯

(上段：回答数、下段：%)

		問5/買物をする時間帯										
		合計	午前 10時 以前	午前 10時 ~ 12時	午後 12時 ~ 2時	午後 2時 ~ 4時	午後 4時 ~ 6時	午後 6時 ~ 8時	午後 8時 ~ 10時	午後 10時 以降	きま つて いな い	無 回 答
全体		424 100.0	5 1.2	114 26.9	26 6.1	62 14.6	76 17.9	48 11.3	28 6.6	2 0.5	67 15.8	5 1.2
居住地	矢野口・押立	94 22.2	0 0.0	26 27.7	5 5.3	13 13.8	12 12.8	12 12.8	14 14.9	0 0.0	11 11.7	3 3.2
	東長沼・百村	76 17.9	1 1.3	18 23.7	6 7.9	11 14.5	12 15.8	8 10.5	5 6.6	1 1.3	18 23.7	0 0.0
	大丸	54 12.7	1 1.9	14 25.9	4 7.4	8 14.8	9 16.7	7 13.0	3 5.6	0 0.0	6 11.1	2 3.7
	平尾・坂浜	64 15.1	1 1.6	18 28.1	7 10.9	8 12.5	14 21.9	8 12.5	1 1.6	1 1.6	7 10.9	0 0.0
	ニュータウン	132 31.1	1 0.8	38 28.8	4 3.0	20 15.2	28 21.2	13 9.8	5 3.8	0 0.0	25 18.9	0 0.0
	無回答	4 0.9	1 25.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	性別	男性	161 38.0	1 0.6	32 19.9	10 6.2	28 17.4	26 16.1	22 13.7	18 11.2	1 0.6	26 16.1
	女性	256 60.4	3 1.2	82 32.0	14 5.5	32 12.5	49 19.1	26 10.2	10 3.9	1 0.4	41 16.0	4 1.6
	無回答	7 1.7	1 14.3	0 0.0	2 28.6	2 28.6	1 14.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 14.3
年齢	10~20歳代	21 5.0	0 0.0	3 14.3	0 0.0	2 9.5	4 19.0	3 14.3	6 28.6	0 0.0	4 19.0	0 0.0
	30歳代	85 20.0	0 0.0	25 29.4	3 3.5	9 10.6	11 12.9	10 11.8	11 12.9	1 1.2	14 16.5	1 1.2
	40歳代	76 17.9	0 0.0	18 23.7	4 5.3	11 14.5	14 18.4	11 14.5	6 7.9	1 1.3	12 15.8	0 0.0
	50歳代	69 16.3	1 1.4	15 21.7	6 8.7	7 10.1	10 14.5	12 17.4	4 5.8	0 0.0	14 20.3	1 1.4
	60歳代	93 21.9	2 2.2	31 33.3	9 9.7	9 9.7	17 18.3	10 10.8	1 1.1	0 0.0	16 17.2	0 0.0
	70歳以上	74 17.5	1 1.4	22 29.7	2 2.7	22 29.7	19 25.7	2 2.7	0 0.0	0 0.0	7 9.5	3 4.1
	無回答	6 1.4	1 16.7	0 0.0	2 33.3	2 33.3	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	職業	専業主婦	106 25.0	2 1.9	53 50.0	6 5.7	15 14.2	19 17.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	11 10.4
	パート	65 15.3	1 1.5	14 21.5	6 9.2	4 6.2	21 32.3	7 10.8	2 3.1	0 0.0	11 16.9	0 0.0
	正社員	135 31.8	0 0.0	20 14.8	7 5.2	10 7.4	16 11.9	31 23.0	24 17.8	2 1.5	27 20.0	0 0.0
	自営業	25 5.9	0 0.0	2 8.0	2 8.0	7 28.0	2 8.0	5 20.0	2 8.0	0 0.0	6 24.0	0 0.0
	無職	79 18.6	1 1.3	23 29.1	3 3.8	24 30.4	15 19.0	3 3.8	0 0.0	0 0.0	11 13.9	1 1.3
	無回答	14 3.3	1 7.1	2 14.3	2 14.3	2 14.3	3 21.4	2 14.3	0 0.0	0 0.0	1 7.1	1 7.1
世帯	単身・30代以下	19 4.5	0 0.0	1 5.3	0 0.0	0 0.0	1 5.3	4 21.1	10 52.6	1 5.3	3 15.8	0 0.0
	単身・40代以上	55 13.0	0 0.0	15 27.3	3 5.5	7 12.7	8 14.5	11 20.0	4 7.3	0 0.0	7 12.7	2 3.6
	2人以上・50代以下	216 50.9	1 0.5	58 26.9	13 6.0	29 13.4	37 17.1	27 12.5	13 6.0	1 0.5	37 17.1	2 0.9
	2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	3 2.3	40 31.3	8 6.3	24 18.8	29 22.7	6 4.7	1 0.8	0 0.0	20 15.6	1 0.8
	無回答	6 1.4	1 16.7	0 0.0	2 33.3	2 33.3	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

問6 買物行動の特性(1~3)

(上段:回答数、下段:%)

(1)売出しのチラシを見ますか (2)インターネット、携帯電話の買物案 (3)買物ポイントを集めますか

	合計	(1)売出しのチラシを見ますか				(2)インターネット、携帯電話の買物案				(3)買物ポイントを集めますか				
		必ず見て利用する	たまに見る	ほとんど見ない	無回答	よく見て利用する	たまに見る	全く見ない	無回答	何でも集めて利用	集めるのは限定	集めていない	無回答	
全体	424 100.0	159 37.5	161 38.0	98 23.1	6 1.4	16 3.8	77 18.2	308 72.6	23 5.4	123 29.0	254 59.9	41 9.7	6 1.4	
居住地	矢野口・押立	94 22.2	36 38.3	34 36.2	23 24.5	1 1.1	2 2.1	12 12.8	75 79.8	5 5.3	27 28.7	57 60.6	9 9.6	1 1.1
	東長沼・百村	76 17.9	30 39.5	25 32.9	20 26.3	1 1.3	2 2.6	17 22.4	51 67.1	6 7.9	25 32.9	41 53.9	9 11.8	1 1.3
	大丸	54 12.7	18 33.3	22 40.7	12 22.2	2 3.7	3 5.6	9 16.7	39 72.2	3 5.6	18 33.3	32 59.3	2 3.7	2 3.7
	平尾・坂浜	64 15.1	24 37.5	20 31.3	20 31.3	0 0.0	5 7.8	7 10.9	48 75.0	4 6.3	18 28.1	38 59.4	7 10.9	1 1.6
	ニュータウン	132 31.1	48 36.4	59 44.7	23 17.4	2 1.5	3 2.3	31 23.5	93 70.5	5 3.8	33 25.0	84 63.6	14 10.6	1 0.8
	無回答	4 0.9	3 75.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	2 50.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0
	性別	男性 161 38.0	58 36.0	63 39.1	39 24.2	1 0.6	11 6.8	36 22.4	110 68.3	4 2.5	48 29.8	82 50.9	29 18.0	2 1.2
女性	256 60.4	97 37.9	97 37.9	58 22.7	4 1.6	4 1.6	40 15.6	194 75.8	18 7.0	73 28.5	168 65.6	12 4.7	3 1.2	
無回答	7 1.7	4 57.1	1 14.3	1 14.3	1 14.3	1 14.3	1 14.3	4 57.1	1 14.3	2 28.6	4 57.1	0 0.0	1 14.3	
年齢	10~20歳代	21 5.0	3 14.3	9 42.9	9 42.9	0 0.0	1 4.8	7 33.3	13 61.9	0 0.0	7 33.3	9 42.9	5 23.8	0 0.0
	30歳代	85 20.0	24 28.2	31 36.5	29 34.1	1 1.2	5 5.9	20 23.5	57 67.1	3 3.5	30 35.3	46 54.1	8 9.4	1 1.2
	40歳代	76 17.9	23 30.3	34 44.7	19 25.0	0 0.0	5 6.6	15 19.7	55 72.4	1 1.3	18 23.7	52 68.4	6 7.9	0 0.0
	50歳代	69 16.3	27 39.1	24 34.8	18 26.1	0 0.0	0 0.0	14 20.3	55 79.7	0 0.0	16 23.2	47 68.1	6 8.7	0 0.0
	60歳代	93 21.9	45 48.4	36 38.7	12 12.9	0 0.0	3 3.2	13 14.0	72 77.4	5 5.4	27 29.0	57 61.3	9 9.7	0 0.0
	70歳以上	74 17.5	33 44.6	26 35.1	10 13.5	5 6.8	1 1.4	7 9.5	52 70.3	14 18.9	23 31.1	39 52.7	7 9.5	5 6.8
	無回答	6 1.4	4 66.7	1 16.7	1 16.7	0 0.0	1 16.7	1 16.7	4 66.7	0 0.0	2 33.3	4 66.7	0 0.0	0 0.0
職業	専業主婦	106 25.0	49 46.2	39 36.8	15 14.2	3 2.8	1 0.9	19 17.9	80 75.5	6 5.7	31 29.2	71 67.0	1 0.9	3 2.8
	パート	65 15.3	28 43.1	24 36.9	12 18.5	1 1.5	1 1.5	10 15.4	51 78.5	3 4.6	17 26.2	42 64.6	5 7.7	1 1.5
	正社員	135 31.8	28 20.7	59 43.7	48 35.6	0 0.0	11 8.1	33 24.4	87 64.4	4 3.0	34 25.2	82 60.7	19 14.1	0 0.0
	自営業	25 5.9	5 20.0	11 44.0	9 36.0	0 0.0	0 0.0	2 8.0	21 84.0	2 8.0	5 20.0	15 60.0	4 16.0	1 4.0
	無職	79 18.6	43 54.4	22 27.8	12 15.2	2 2.5	2 2.5	10 12.7	59 74.7	8 10.1	29 36.7	38 48.1	11 13.9	1 1.3
	無回答	14 3.3	6 42.9	6 42.9	2 14.3	0 0.0	1 7.1	3 21.4	10 71.4	0 0.0	7 50.0	6 42.9	1 7.1	0 0.0
	世帯	单身・30代以下	19 4.5	0 0.0	3 15.8	16 84.2	0 0.0	1 5.3	5 26.3	13 68.4	0 0.0	3 15.8	8 42.1	8 42.1
单身・40代以上	55 13.0	13 23.6	20 36.4	20 36.4	2 3.6	2 3.6	3 5.5	43 78.2	7 12.7	11 20.0	35 63.6	8 14.5	1 1.8	
2人以上・50代以下	216 50.9	76 35.2	89 41.2	50 23.1	1 0.5	8 3.7	50 23.1	154 71.3	4 1.9	65 30.1	137 63.4	13 6.0	1 0.5	
2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	66 51.6	48 37.5	11 8.6	3 2.3	4 3.1	18 14.1	94 73.4	12 9.4	42 32.8	70 54.7	12 9.4	4 3.1	
無回答	6 1.4	4 66.7	1 16.7	1 16.7	0 0.0	1 16.7	1 16.7	4 66.7	0 0.0	2 33.3	4 66.7	0 0.0	0 0.0	

問6 買物行動の特性(4~6)

(上段:回答数、下段:%)

		(4)「稲城生き活き商品券」を				(5)商店会のスタンプラリーを				(6)日常の買物はカード払いです				
		合計	使 つ て い る	て知 い つ て な い い る が 使 つ	知 ら な い	無 回 答	利 用 し て い る	し知 つ て い る が 利 用	知 ら な い	無 回 答	いほ と ん ど カ ー ド 払	た ま に カ ー ド	カ ー ド は 使 わ な い	無 回 答
全体		424 100.0	35 8.3	234 55.2	145 34.2	10 2.4	18 4.2	172 40.6	218 51.4	16 3.8	34 8.0	103 24.3	280 66.0	7 1.7
居住地	矢野口・押立	94 22.2	14 14.9	45 47.9	34 36.2	1 1.1	9 9.6	42 44.7	40 42.6	3 3.2	5 5.3	20 21.3	67 71.3	2 2.1
	東長沼・百村	76 17.9	7 9.2	41 53.9	26 34.2	2 2.6	1 1.3	33 43.4	38 50.0	4 5.3	6 7.9	18 23.7	50 65.8	2 2.6
	大丸	54 12.7	6 11.1	35 64.8	11 20.4	2 3.7	2 3.7	26 48.1	24 44.4	2 3.7	7 13.0	6 11.1	39 72.2	2 3.7
	平尾・坂浜	64 15.1	5 7.8	38 59.4	19 29.7	2 3.1	5 7.8	24 37.5	31 48.4	4 6.3	2 3.1	12 18.8	50 78.1	0 0.0
	ニュータウン	132 31.1	3 2.3	72 54.5	54 40.9	3 2.3	0 0.0	45 34.1	84 63.6	3 2.3	14 10.6	47 35.6	70 53.0	1 0.8
	無回答	4 0.9	0 0.0	3 75.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0
	性別	男性	161 38.0	13 8.1	82 50.9	62 38.5	4 2.5	4 2.5	62 38.5	90 55.9	5 3.1	16 9.9	46 28.6	97 60.2
女性	256 60.4	22 8.6	147 57.4	82 32.0	5 2.0	13 5.1	107 41.8	126 49.2	10 3.9	18 7.0	57 22.3	177 69.1	4 1.6	
無回答	7 1.7	0 0.0	5 71.4	1 14.3	1 14.3	1 14.3	3 42.9	2 28.6	1 14.3	0 0.0	0 0.0	6 85.7	1 14.3	
年齢	10~20歳代	21 5.0	0 0.0	5 23.8	16 76.2	0 0.0	0 0.0	1 4.8	20 95.2	0 0.0	5 23.8	4 19.0	12 57.1	0 0.0
	30歳代	85 20.0	4 4.7	36 42.4	43 50.6	2 2.4	1 1.2	20 23.5	61 71.8	3 3.5	9 10.6	30 35.3	45 52.9	1 1.2
	40歳代	76 17.9	2 2.6	44 57.9	30 39.5	0 0.0	1 1.3	21 27.6	54 71.1	0 0.0	9 11.8	32 42.1	35 46.1	0 0.0
	50歳代	69 16.3	6 8.7	44 63.8	19 27.5	0 0.0	3 4.3	40 58.0	26 37.7	0 0.0	4 5.8	15 21.7	50 72.5	0 0.0
	60歳代	93 21.9	13 14.0	60 64.5	18 19.4	2 2.2	7 7.5	56 60.2	29 31.2	1 1.1	3 3.2	18 19.4	72 77.4	0 0.0
	70歳以上	74 17.5	10 13.5	40 54.1	18 24.3	6 8.1	5 6.8	31 41.9	26 35.1	12 16.2	4 5.4	4 5.4	60 81.1	6 8.1
	無回答	6 1.4	0 0.0	5 83.3	1 16.7	0 0.0	1 16.7	3 50.0	2 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	6 100.0	0 0.0
	職業	専業主婦	106 25.0	11 10.4	61 57.5	30 28.3	4 3.8	4 3.8	51 48.1	46 43.4	5 4.7	7 6.6	26 24.5	70 66.0
パート		65 15.3	4 6.2	42 64.6	18 27.7	1 1.5	5 7.7	26 40.0	33 50.8	1 1.5	4 6.2	12 18.5	48 73.8	1 1.5
正社員		135 31.8	5 3.7	62 45.9	67 49.6	1 0.7	1 0.7	42 31.1	90 66.7	2 1.5	16 11.9	49 36.3	70 51.9	0 0.0
自営業		25 5.9	4 16.0	15 60.0	5 20.0	1 4.0	1 4.0	13 52.0	10 40.0	1 4.0	4 16.0	6 24.0	15 60.0	0 0.0
無職		79 18.6	10 12.7	44 55.7	22 27.8	3 3.8	6 7.6	31 39.2	35 44.3	7 8.9	3 3.8	8 10.1	65 82.3	3 3.8
無回答		14 3.3	1 7.1	10 71.4	3 21.4	0 0.0	1 7.1	9 64.3	4 28.6	0 0.0	0 0.0	2 14.3	12 85.7	0 0.0
世帯		単身・30代以下	19 4.5	1 5.3	3 15.8	15 78.9	0 0.0	0 0.0	2 10.5	17 89.5	0 0.0	3 15.8	8 42.1	8 42.1
	単身・40代以上	55 13.0	4 7.3	33 60.0	16 29.1	2 3.6	3 5.5	27 49.1	20 36.4	5 9.1	4 7.3	9 16.4	39 70.9	3 5.5
	2人以上・50代以下	216 50.9	11 5.1	117 54.2	86 39.8	2 0.9	5 2.3	74 34.3	134 62.0	3 1.4	22 10.2	69 31.9	124 57.4	1 0.5
	2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	19 14.8	76 59.4	27 21.1	6 4.7	9 7.0	66 51.6	45 35.2	8 6.3	5 3.9	17 13.3	103 80.5	3 2.3
	無回答	6 1.4	0 0.0	5 83.3	1 16.7	0 0.0	1 16.7	3 50.0	2 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	6 100.0	0 0.0

問6 買物行動の特性(7,8) 問7 地域の祭、行事等への参加(1)

(上段:回答数、下段:%)

(7)買物の配達を利用しますか (8)お店の人と会話したい方です。(1)稲城阿波おどり大会

	合計	(7)買物の配達を利用しますか				(8)お店の人と会話したい方です				(1)稲城阿波おどり大会					
		なるべく利用する	たまに利用する	全く利用しない	無回答	なるべく会話する	時々では会話する	会話したくない	無回答	参加している	見に行く	知っているだけ	知らない	無回答	
全体	424 100.0	11 2.6	75 17.7	326 76.9	12 2.8	27 6.4	274 64.6	110 25.9	13 3.1	3 0.7	46 10.8	175 41.3	193 45.5	7 1.7	
居住地	矢野口・押立	94 22.2	3 3.2	22 23.4	65 69.1	4 4.3	8 8.5	52 55.3	29 30.9	5 5.3	1 1.1	25 26.6	32 34.0	34 36.2	2 2.1
	東長沼・百村	76 17.9	0 0.0	15 19.7	59 77.6	2 2.6	5 6.6	51 67.1	17 22.4	3 3.9	0 0.0	7 9.2	36 47.4	32 42.1	1 1.3
	大丸	54 12.7	3 5.6	6 11.1	43 79.6	2 3.7	8 14.8	34 63.0	10 18.5	2 3.7	0 0.0	4 7.4	25 46.3	23 42.6	2 3.7
	平尾・坂浜	64 15.1	1 1.6	7 10.9	55 85.9	1 1.6	1 1.6	50 78.1	13 20.3	0 0.0	1 1.6	3 4.7	27 42.2	31 48.4	2 3.1
	ニュータウン	132 31.1	4 3.0	24 18.2	101 76.5	3 2.3	5 3.8	84 63.6	40 30.3	3 2.3	0 0.0	7 5.3	53 40.2	72 54.5	0 0.0
	無回答	4 0.9	0 0.0	1 25.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0	3 75.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0
性別	男性	161 38.0	2 1.2	33 20.5	121 75.2	5 3.1	11 6.8	101 62.7	45 28.0	4 2.5	1 0.6	16 9.9	70 43.5	72 44.7	2 1.2
	女性	256 60.4	9 3.5	41 16.0	200 78.1	6 2.3	16 6.3	169 66.0	63 24.6	8 3.1	1 0.4	30 11.7	101 39.5	120 46.9	4 1.6
	無回答	7 1.7	0 0.0	1 14.3	5 71.4	1 14.3	0 0.0	4 57.1	2 28.6	1 14.3	1 14.3	0 0.0	4 57.1	1 14.3	1 14.3
年齢	10~20歳代	21 5.0	1 4.8	4 19.0	16 76.2	0 0.0	2 9.5	10 47.6	9 42.9	0 0.0	0 0.0	1 4.8	1 4.8	19 90.5	0 0.0
	30歳代	85 20.0	4 4.7	19 22.4	59 69.4	3 3.5	4 4.7	52 61.2	25 29.4	4 4.7	1 1.2	8 9.4	20 23.5	55 64.7	1 1.2
	40歳代	76 17.9	1 1.3	10 13.2	64 84.2	1 1.3	4 5.3	50 65.8	22 28.9	0 0.0	0 0.0	8 10.5	30 39.5	38 50.0	0 0.0
	50歳代	69 16.3	3 4.3	9 13.0	56 81.2	1 1.4	7 10.1	38 55.1	24 34.8	0 0.0	0 0.0	6 8.7	31 44.9	32 46.4	0 0.0
	60歳代	93 21.9	0 0.0	18 19.4	75 80.6	0 0.0	5 5.4	71 76.3	16 17.2	1 1.1	1 1.1	12 12.9	48 51.6	32 34.4	0 0.0
	70歳以上	74 17.5	2 2.7	14 18.9	51 68.9	7 9.5	5 6.8	49 66.2	12 16.2	8 10.8	0 0.0	11 14.9	41 55.4	16 21.6	6 8.1
	無回答	6 1.4	0 0.0	1 16.7	5 83.3	0 0.0	0 0.0	4 66.7	2 33.3	0 0.0	1 16.7	0 0.0	4 66.7	1 16.7	0 0.0
職業	専業主婦	106 25.0	6 5.7	23 21.7	72 67.9	5 4.7	5 4.7	82 77.4	15 14.2	4 3.8	1 0.9	9 8.5	43 40.6	50 47.2	3 2.8
	パート	65 15.3	0 0.0	7 10.8	57 87.7	1 1.5	5 7.7	38 58.5	21 32.3	1 1.5	0 0.0	11 16.9	27 41.5	27 41.5	0 0.0
	正社員	135 31.8	2 1.5	26 19.3	105 77.8	2 1.5	10 7.4	80 59.3	42 31.1	3 2.2	1 0.7	11 8.1	42 31.1	81 60.0	0 0.0
	自営業	25 5.9	2 8.0	6 24.0	16 64.0	1 4.0	2 8.0	16 64.0	7 28.0	0 0.0	0 0.0	3 12.0	10 40.0	11 44.0	1 4.0
	無職	79 18.6	1 1.3	11 13.9	64 81.0	3 3.8	4 5.1	50 63.3	20 25.3	5 6.3	0 0.0	9 11.4	46 58.2	21 26.6	3 3.8
	無回答	14 3.3	0 0.0	2 14.3	12 85.7	0 0.0	1 7.1	8 57.1	5 35.7	0 0.0	1 7.1	3 21.4	7 50.0	3 21.4	0 0.0
世帯	単身・30代以下	19 4.5	0 0.0	3 15.8	15 78.9	1 5.3	1 5.3	8 42.1	7 36.8	3 15.8	0 0.0	0 0.0	3 15.8	16 84.2	0 0.0
	単身・40代以上	55 13.0	1 1.8	11 20.0	41 74.5	2 3.6	3 5.5	37 67.3	9 16.4	6 10.9	0 0.0	6 10.9	26 47.3	20 36.4	3 5.5
	2人以上・50代以下	216 50.9	9 4.2	37 17.1	166 76.9	4 1.9	15 6.9	132 61.1	68 31.5	1 0.5	1 0.5	22 10.2	74 34.3	118 54.6	1 0.5
	2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	1 0.8	23 18.0	99 77.3	5 3.9	8 6.3	93 72.7	24 18.8	3 2.3	1 0.8	18 14.1	68 53.1	38 29.7	3 2.3
	無回答	6 1.4	0 0.0	1 16.7	5 83.3	0 0.0	0 0.0	4 66.7	2 33.3	0 0.0	1 16.7	0 0.0	4 66.7	1 16.7	0 0.0

問7 地域の祭、行事等への参加(2, 3)

(上段: 回答数、下段: %)

	(2)Iのまちいなぎ市民祭						(3)東京ヴェルディや巨人軍					
	合計	参加している	見に行く	知っているだけ	知らない	無回答	練習場に行く	試合応援に行く	地元チームと思う	知らない	無回答	
全体	424 100.0	30 7.1	110 25.9	166 39.2	112 26.4	6 1.4	9 2.1	22 5.2	257 60.6	122 28.8	14 3.3	
居住地	矢野口・押立	94 22.2	6 6.4	18 19.1	39 41.5	29 30.9	2 2.1	4 4.3	3 3.2	55 58.5	26 27.7	6 6.4
	東長沼・百村	76 17.9	4 5.3	25 32.9	27 35.5	20 26.3	0 0.0	2 2.6	4 5.3	55 72.4	13 17.1	2 2.6
	大丸	54 12.7	1 1.9	19 35.2	23 42.6	9 16.7	2 3.7	0 0.0	2 3.7	32 59.3	17 31.5	3 5.6
	平尾・坂浜	64 15.1	6 9.4	6 9.4	28 43.8	23 35.9	1 1.6	3 4.7	2 3.1	36 56.3	21 32.8	2 3.1
	ニュータウン	132 31.1	12 9.1	41 31.1	47 35.6	31 23.5	1 0.8	0 0.0	11 8.3	77 58.3	43 32.6	1 0.8
	無回答	4 0.9	1 25.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	2 50.0	0 0.0
	性別	男性 161 38.0	6 3.7	45 28.0	63 39.1	45 28.0	2 1.2	6 3.7	14 8.7	85 52.8	52 32.3	4 2.5
女性	256 60.4	23 9.0	64 25.0	99 38.7	67 26.2	3 1.2	3 1.2	8 3.1	168 65.6	68 26.6	9 3.5	
無回答	7 1.7	1 14.3	1 14.3	4 57.1	0 0.0	1 14.3	0 0.0	0 0.0	4 57.1	2 28.6	1 14.3	
年齢	10~20歳代	21 5.0	1 4.8	0 0.0	5 23.8	15 71.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0	11 52.4	10 47.6	0 0.0
	30歳代	85 20.0	4 4.7	23 27.1	25 29.4	32 37.6	1 1.2	3 3.5	5 5.9	51 60.0	25 29.4	1 1.2
	40歳代	76 17.9	2 2.6	25 32.9	33 43.4	16 21.1	0 0.0	0 0.0	10 13.2	49 64.5	17 22.4	0 0.0
	50歳代	69 16.3	5 7.2	15 21.7	28 40.6	21 30.4	0 0.0	1 1.4	3 4.3	46 66.7	19 27.5	0 0.0
	60歳代	93 21.9	7 7.5	28 30.1	41 44.1	17 18.3	0 0.0	5 5.4	2 2.2	57 61.3	25 26.9	4 4.3
	70歳以上	74 17.5	10 13.5	18 24.3	30 40.5	11 14.9	5 6.8	0 0.0	2 2.7	39 52.7	24 32.4	9 12.2
	無回答	6 1.4	1 16.7	1 16.7	4 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 66.7	2 33.3	0 0.0
職業	専業主婦	106 25.0	8 7.5	35 33.0	42 39.6	19 17.9	2 1.9	3 2.8	6 5.7	61 57.5	31 29.2	5 4.7
	パート	65 15.3	4 6.2	14 21.5	28 43.1	18 27.7	1 1.5	2 3.1	3 4.6	39 60.0	19 29.2	2 3.1
	正社員	135 31.8	4 3.0	35 25.9	47 34.8	49 36.3	0 0.0	1 0.7	11 8.1	85 63.0	37 27.4	1 0.7
	自営業	25 5.9	3 12.0	4 16.0	10 40.0	8 32.0	0 0.0	1 4.0	1 4.0	14 56.0	8 32.0	1 4.0
	無職	79 18.6	10 12.7	20 25.3	29 36.7	17 21.5	3 3.8	1 1.3	1 1.3	48 60.8	24 30.4	5 6.3
	無回答	14 3.3	1 7.1	2 14.3	10 71.4	1 7.1	0 0.0	1 7.1	0 0.0	10 71.4	3 21.4	0 0.0
世帯	単身・30代以下	19 4.5	0 0.0	1 5.3	4 21.1	14 73.7	0 0.0	1 5.3	0 0.0	8 42.1	10 52.6	0 0.0
	単身・40代以上	55 13.0	4 7.3	7 12.7	27 49.1	14 25.5	3 5.5	0 0.0	1 1.8	32 58.2	16 29.1	6 10.9
	2人以上・50代以下	216 50.9	12 5.6	62 28.7	80 37.0	61 28.2	1 0.5	3 1.4	18 8.3	138 63.9	56 25.9	1 0.5
	2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	13 10.2	39 30.5	51 39.8	23 18.0	2 1.6	5 3.9	3 2.3	75 58.6	38 29.7	7 5.5
	無回答	6 1.4	1 16.7	1 16.7	4 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 66.7	2 33.3	0 0.0

問8 稲城市内のこだわりのお店の利用意向（3つ以内の複数回答）(前半)

(上段：回答数、下段：%)

問8 こだわりのお店の利用

	合計	服仕の立 おて店	お 店	手 作 り	リ ア 物 用 品 店	小 物 家 具 ・ イン テ	品 リ 交 換 の お 店	店 文 具 店 、 楽 器 専 門	相 談 で 可 能 な 書 籍 専 門	店 ツ 相 談 レ ジ ャ ー 用 品	専 門 店	魚 肉 の 生 鮮 食 品	青 果 、 果 物 、 鮮	れ 何 も 便 利 達 し て く	所 る 生 鮮 食 品 の 直 売	作 り 手 の 顔 が 見 え	惣 菜 店	品 数 豊 富 な 手 作 り	喫 茶 テ ラ ス	い オ ー プ ン エ ア の す	気 軽 に 立 寄 り や す	屋 き の み で 選 い 定 食	お 好 み な べ る	な ど の テ イ カ ス イ	口 体 治 療 院 、 ク ス イ
全体	424 100.0	10 2.4	16 3.8	37 8.7	95 22.4	38 9.0	36 8.5	125 29.5	22 5.2	127 30.0	145 34.2	128 30.2	131 30.9	32 7.5											
居住地	矢野口・押立	94 22.2	2 2.1	2 2.1	14 14.9	17 18.1	4 4.3	6 6.4	21 22.3	4 4.3	28 29.8	35 37.2	36 38.3	33 35.1	11 11.7										
	東長沼・百村	76 17.9	1 1.3	6 7.9	5 6.6	16 21.1	9 11.8	6 7.9	19 25.0	3 3.9	23 30.3	26 34.2	21 27.6	28 36.8	1 1.3										
	大丸	54 12.7	2 3.7	3 5.6	3 5.6	13 24.1	6 11.1	5 9.3	21 38.9	4 7.4	18 33.3	19 35.2	15 27.8	16 29.6	3 5.6										
	平尾・坂浜	64 15.1	3 4.7	3 4.7	4 6.3	19 29.7	7 10.9	6 9.4	16 25.0	5 7.8	18 28.1	20 31.3	11 17.2	13 20.3	6 9.4										
	ニュータウン	132 31.1	2 1.5	1 0.8	11 8.3	28 21.2	12 9.1	13 9.8	45 34.1	6 4.5	39 29.5	43 32.6	44 33.3	39 29.5	11 8.3										
	無回答	4 0.9	0 0.0	1 25.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0										
	性別	男性 161 38.0	2 1.2	1 0.6	9 5.6	30 18.6	20 12.4	20 12.4	50 31.1	3 1.9	46 28.6	58 36.0	40 24.8	64 39.8	12 7.5										
女性	256 60.4	8 3.1	14 5.5	28 10.9	62 24.2	18 7.0	16 6.3	72 28.1	19 7.4	80 31.3	84 32.8	87 34.0	65 25.4	20 7.8											
無回答	7 1.7	0 0.0	1 14.3	0 0.0	3 42.9	0 0.0	0 0.0	3 42.9	0 0.0	1 14.3	3 42.9	1 14.3	2 28.6	0 0.0											
年齢	10～20歳代	21 5.0	1 4.8	3 14.3	1 4.8	3 14.3	1 4.8	4 19.0	3 14.3	1 4.8	5 23.8	6 28.6	10 47.6	6 28.6	3 14.3										
	30歳代	85 20.0	0 0.0	5 5.9	14 16.5	12 14.1	9 10.6	10 11.8	13 15.3	4 4.7	18 21.2	29 34.1	36 42.4	31 36.5	10 11.8										
	40歳代	76 17.9	1 1.3	1 1.3	6 7.9	13 17.1	11 14.5	10 13.2	16 21.1	0 0.0	17 22.4	34 44.7	27 35.5	28 36.8	3 3.9										
	50歳代	69 16.3	3 4.3	3 4.3	4 5.8	16 23.2	4 5.8	4 5.8	24 34.8	4 5.8	26 37.7	19 27.5	18 26.1	21 30.4	9 13.0										
	60歳代	93 21.9	4 4.3	2 2.2	5 5.4	26 28.0	6 6.5	6 6.5	40 43.0	6 6.5	40 43.0	32 34.4	21 22.6	29 31.2	3 3.2										
	70歳以上	74 17.5	1 1.4	1 1.4	7 9.5	22 29.7	7 9.5	2 2.7	26 35.1	7 9.5	20 27.0	22 29.7	15 20.3	14 18.9	4 5.4										
	無回答	6 1.4	0 0.0	1 16.7	0 0.0	3 50.0	0 0.0	0 0.0	3 50.0	0 0.0	1 16.7	3 50.0	1 16.7	2 33.3	0 0.0										
職業	専業主婦	106 25.0	6 5.7	8 7.5	17 16.0	23 21.7	8 7.5	11 10.4	26 24.5	7 6.6	31 29.2	28 26.4	36 34.0	24 22.6	7 6.6										
	パート	65 15.3	1 1.5	3 4.6	3 4.6	20 30.8	7 10.8	3 4.6	23 35.4	4 6.2	18 27.7	26 40.0	15 23.1	16 24.6	6 9.2										
	正社員	135 31.8	1 0.7	3 2.2	9 6.7	22 16.3	11 8.1	16 11.9	31 23.0	3 2.2	39 28.9	47 34.8	52 38.5	56 41.5	11 8.1										
	自営業	25 5.9	1 4.0	1 4.0	1 4.0	4 16.0	2 8.0	1 4.0	10 40.0	2 8.0	8 32.0	11 44.0	8 32.0	9 36.0	3 12.0										
	無職	79 18.6	1 1.3	0 0.0	5 6.3	22 27.8	9 11.4	4 5.1	27 34.2	6 7.6	27 34.2	27 34.2	14 17.7	22 27.8	5 6.3										
	無回答	14 3.3	0 0.0	1 7.1	2 14.3	4 28.6	1 7.1	1 7.1	8 57.1	0 0.0	4 28.6	6 42.9	3 21.4	4 28.6	0 0.0										
世帯	単身・30代以下	19 4.5	0 0.0	2 10.5	2 10.5	3 15.8	0 0.0	2 10.5	2 10.5	0 0.0	4 21.1	8 42.1	7 36.8	8 42.1	6 31.6										
	単身・40代以上	55 13.0	2 3.6	0 0.0	3 5.5	13 23.6	5 9.1	2 3.6	11 20.0	6 10.9	19 34.5	19 34.5	13 23.6	14 25.5	4 7.3										
	2人以上・50代以下	216 50.9	5 2.3	10 4.6	22 10.2	39 18.1	24 11.1	25 11.6	52 24.1	9 4.2	57 26.4	76 35.2	79 36.6	69 31.9	19 8.8										
	2人以上・高齢(60歳～)	128 30.2	3 2.3	3 2.3	10 7.8	37 28.9	9 7.0	7 5.5	57 44.5	7 5.5	46 35.9	39 30.5	28 21.9	38 29.7	3 2.3										
	無回答	6 1.4	0 0.0	1 16.7	0 0.0	3 50.0	0 0.0	0 0.0	3 50.0	0 0.0	1 16.7	3 50.0	1 16.7	2 33.3	0 0.0										



問9 日頃利用する商店、商店街、駅前等に欲しい施設(いくつでも複数回答)(後半)

(上段:回答数、下段:%)

		合計	た 店 舗 い シ ン ヤ ッ タ カ レ	楽 し い 絵 が 描 か れ タ カ レ	ナ ス ト ク 、 販 売 情 報 掲 示 板	安 く 利 用 可 能 な テ レ ビ 	か サ ロ ン 、 リ ン ク 、 街 な ど	ギ ヤ ラ リ 、 リ ン ク 、 街 な ど	気 軽 に 立 寄 れ る テ レ ビ 	ど の 情 報 案 内 板 な ど	セ ル 、 催 し 物 な ど	そ の 他	無 回 答
全体		424 100.0	12 2.8	54 12.7	92 21.7	59 13.9	52 12.3	20 4.7					
居住地	矢野口・押立	94 22.2	2 2.1	12 12.8	18 19.1	13 13.8	16 17.0	3 3.2					
	東長沼・百村	76 17.9	3 3.9	14 18.4	12 15.8	17 22.4	10 13.2	1 1.3					
	大丸	54 12.7	1 1.9	11 20.4	13 24.1	8 14.8	2 3.7	0 0.0					
	平尾・坂浜	64 15.1	3 4.7	9 14.1	10 15.6	9 14.1	5 7.8	6 9.4					
	ニュータウン	132 31.1	3 2.3	8 6.1	38 28.8	12 9.1	19 14.4	7 5.3					
	無回答	4 0.9	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	3 75.0					
性別	男性	161 38.0	6 3.7	15 9.3	35 21.7	19 11.8	16 9.9	3 1.9					
	女性	256 60.4	5 2.0	38 14.8	56 21.9	39 15.2	35 13.7	12 4.7					
	無回答	7 1.7	1 14.3	1 14.3	1 14.3	1 14.3	1 14.3	5 71.4					
年齢	10~20歳代	21 5.0	1 4.8	3 14.3	2 9.5	1 4.8	5 23.8	1 4.8					
	30歳代	85 20.0	1 1.2	13 15.3	7 8.2	14 16.5	13 15.3	3 3.5					
	40歳代	76 17.9	4 5.3	6 7.9	15 19.7	5 6.6	12 15.8	1 1.3					
	50歳代	69 16.3	3 4.3	8 11.6	19 27.5	11 15.9	11 15.9	3 4.3					
	60歳代	93 21.9	1 1.1	12 12.9	28 30.1	15 16.1	7 7.5	1 1.1					
	70歳以上	74 17.5	2 2.7	12 16.2	20 27.0	13 17.6	4 5.4	6 8.1					
	無回答	6 1.4	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	5 83.3					
職業	専業主婦	106 25.0	4 3.8	18 17.0	28 26.4	20 18.9	17 16.0	6 5.7					
	パート	65 15.3	1 1.5	11 16.9	12 18.5	9 13.8	9 13.8	3 4.6					
	正社員	135 31.8	5 3.7	11 8.1	25 18.5	13 9.6	16 11.9	2 1.5					
	自営業	25 5.9	0 0.0	4 16.0	3 12.0	3 12.0	4 16.0	0 0.0					
	無職	79 18.6	1 1.3	9 11.4	21 26.6	12 15.2	6 7.6	4 5.1					
	無回答	14 3.3	1 7.1	1 7.1	3 21.4	2 14.3	0 0.0	5 35.7					
世帯	単身・30代以下	19 4.5	2 10.5	2 10.5	3 15.8	0 0.0	2 10.5	0 0.0					
	単身・40代以上	55 13.0	1 1.8	8 14.5	17 30.9	6 10.9	6 10.9	2 3.6					
	2人以上・50代以下	216 50.9	7 3.2	27 12.5	36 16.7	30 13.9	36 16.7	8 3.7					
	2人以上・高齢(60歳~)	128 30.2	2 1.6	17 13.3	35 27.3	23 18.0	8 6.3	5 3.9					
	無回答	6 1.4	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	5 83.3					

## 稲城市商業活性化プラン調査報告書

発行日 平成21年3月

発行 東京都商工会連合会

〒190-0012 東京都立川市曙町3-10-7

東京都多摩中小企業振興センター

TEL 042-525-6821

調査委託先 株式会社アイ・アール・エス

TEL 03-3357-7181