

第4次港区産業振興プラン
後期計画策定に係る基礎調査報告書

令和5年3月

港 区

第4次港区産業振興プラン後期計画策定に係る基礎調査報告書

目次

調査の概要

第1章 港区の産業構造と特性に関する情報収集、分析

1. 港区の人口・世帯	1
2. 雇用状況	6
3. 財政状況	8
4. 産業全体の状況	12
5. 産業別の状況	18
6. 中小企業の事業承継の状況	31

第2章 区内産業を取り巻く動向に関する調査、分析

1. 虎ノ門周辺地区の街づくり	35
2. 品川駅周辺地区の街づくり	38
3. 赤坂二・六丁目地区の街づくり	42

第3章 港区中小企業者を対象としたアンケート調査実施、集計分析

I ものづくり・IT関連事業者	43
1. 調査概要	43
2. 調査結果の概要	45
II 商業・サービス業関連事業者	103
1. 調査概要	103
2. 調査結果の概要	105

第4章 港区民を対象としたアンケート調査実施、集計分析

1. 調査概要	189
2. 調査結果の概要	191

第5章 産業団体等ヒアリング調査

1. 調査概要	245
2. 調査結果の概要	246

参考資料 各種アンケート調査票	273
-----------------	-----

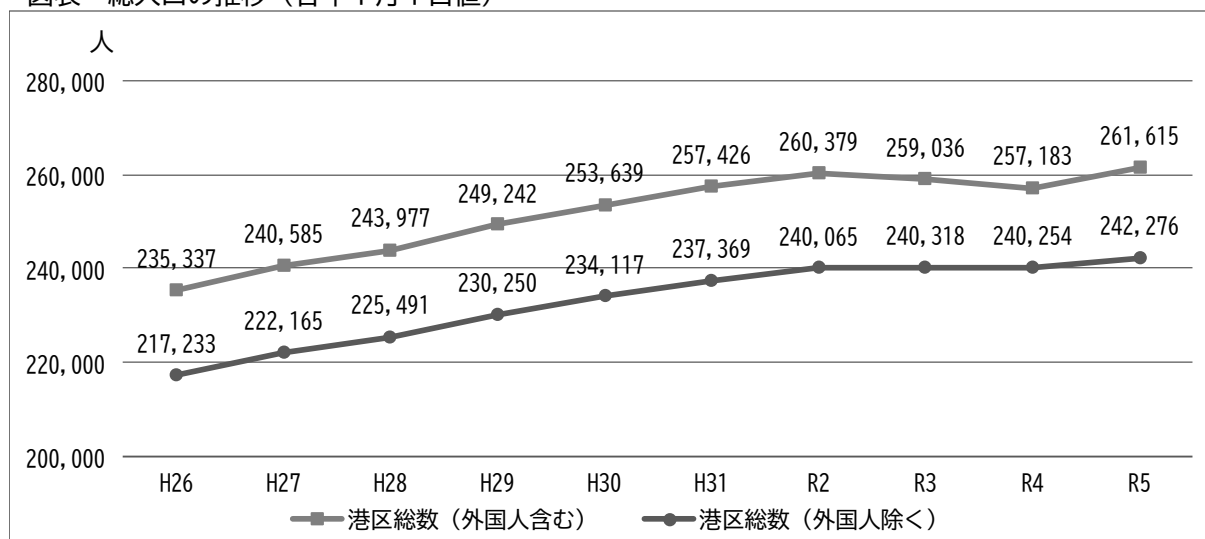
第1章 港区の産業構造と特性に関する情報収集、分析

1. 港区の人口・世帯

① 総人口の推移

港区の総人口は、令和5年1月1日現在、261,615人（外国人を除くと242,276人）で、平成26年以降増加傾向にあったものの、新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響による外国人の減少により、令和2年からやや減少していたが、令和5年には減少前の水準に戻している。

図表 総人口の推移（各年1月1日値）



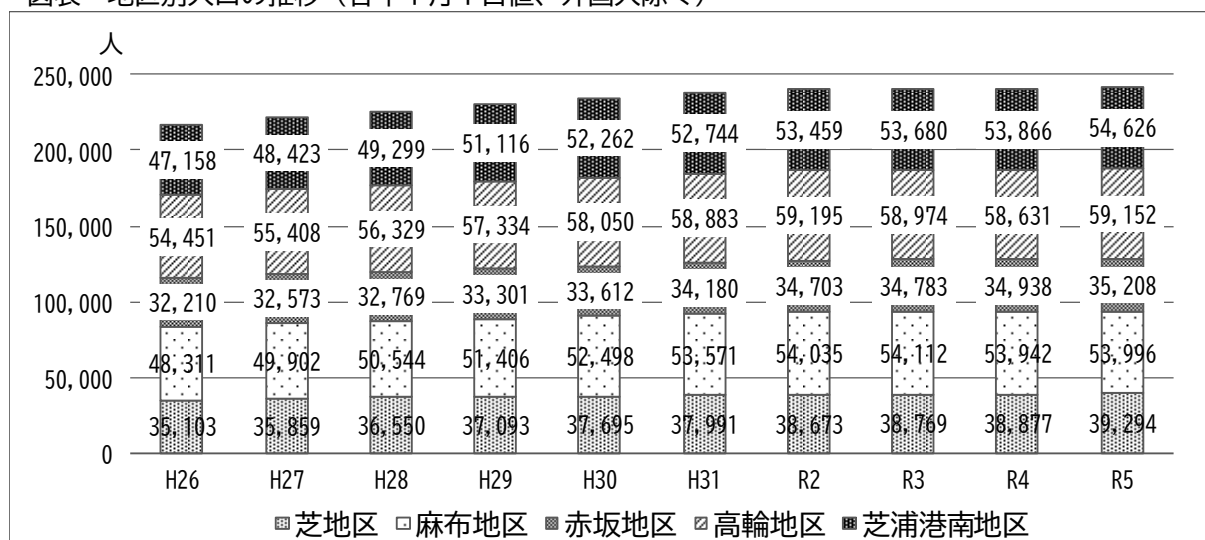
出典：港区ホームページ

② 地区別の人口・世帯

地区別の人口をみると、令和5年で、高輪地区が59,152人と最も多く、次いで芝浦港南地区、麻布地区、芝地区、赤坂地区となり、令和5年に芝浦港南地区と麻布地区が入れ替わった。平成26年と比較した人口増加率は、芝浦港南地区が15.8%、世帯増加率は、芝地区が15.3%とそれぞれ最も高くなっている。

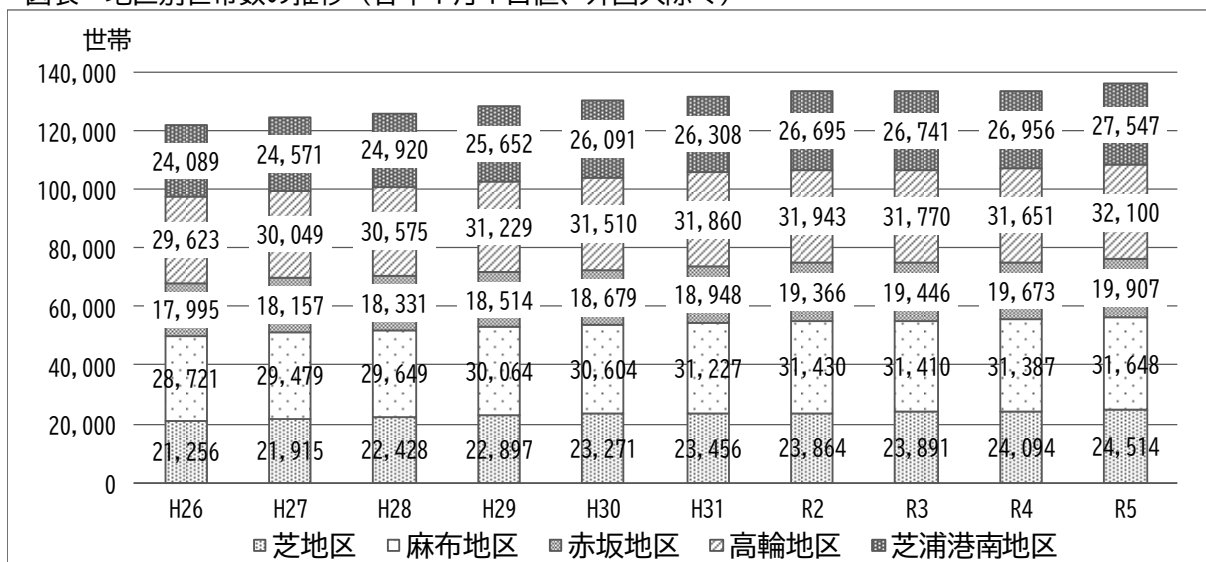
また、地区別の年齢3区分人口の構成比をみると、港区全体と比較して、年少人口の割合が高いのは芝浦港南地区の16.4%、麻布地区の13.5%である。また、老年人口では、赤坂地区の20.2%、高輪地区の19.8%、芝地区の17.2%となっている。

図表 地区別人口の推移（各年1月1日値、外国人除く）



出典：港区ホームページ

図表 地区別世帯数の推移（各年1月1日値、外国人除く）



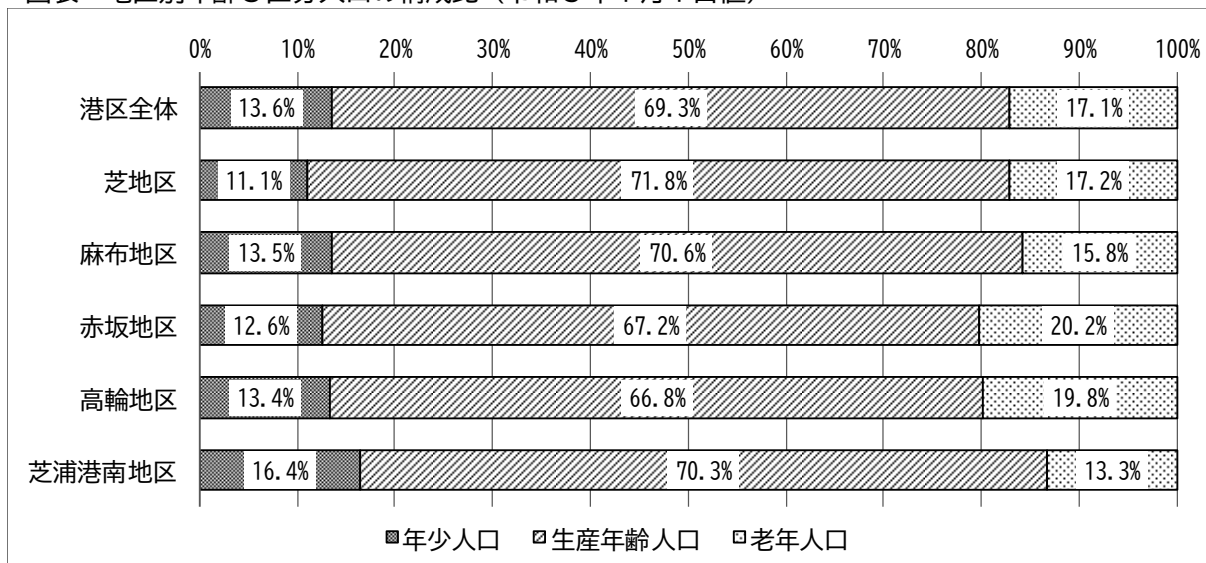
出典：港区ホームページ

図表 地区別人口・世帯数の変化（各年1月1日値、外国人除く）

	人口（単位：人）			世帯数（単位：世帯）		
	H26	R5	増減率	H26	R5	増減率
芝地区	35,103	39,294	11.9%	21,256	24,514	15.3%
麻布地区	48,311	53,996	11.8%	28,721	31,648	10.2%
赤坂地区	32,210	35,208	9.3%	17,995	19,907	10.6%
高輪地区	54,451	59,152	8.6%	29,623	32,100	8.4%
芝浦港南地区	47,158	54,626	15.8%	24,089	27,547	14.4%
港区全体	217,233	242,276	11.5%	121,684	135,716	11.5%

出典：港区ホームページ

図表 地区別年齢3区分人口の構成比（令和5年1月1日値）



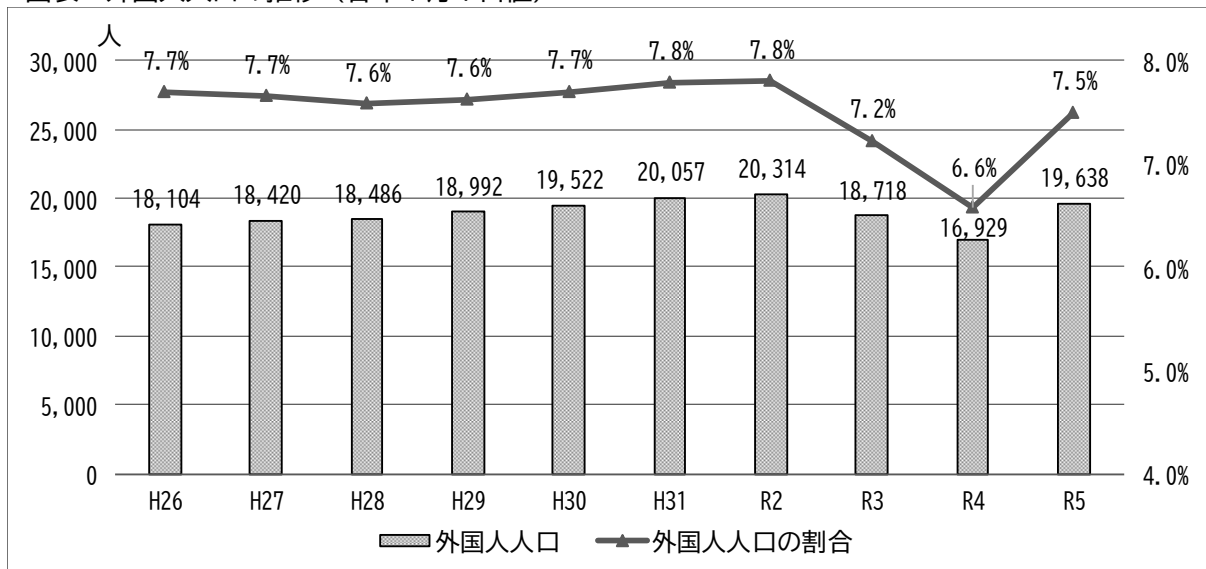
出典：港区ホームページ

③ 外国人人口

港区内の外国人人口は、令和5年では19,638人となっており、最近10年間の動きでは、平成26年以降、やや上昇傾向にあったが、コロナ禍により令和2年から4年まで減少し、その後上昇に転じている。

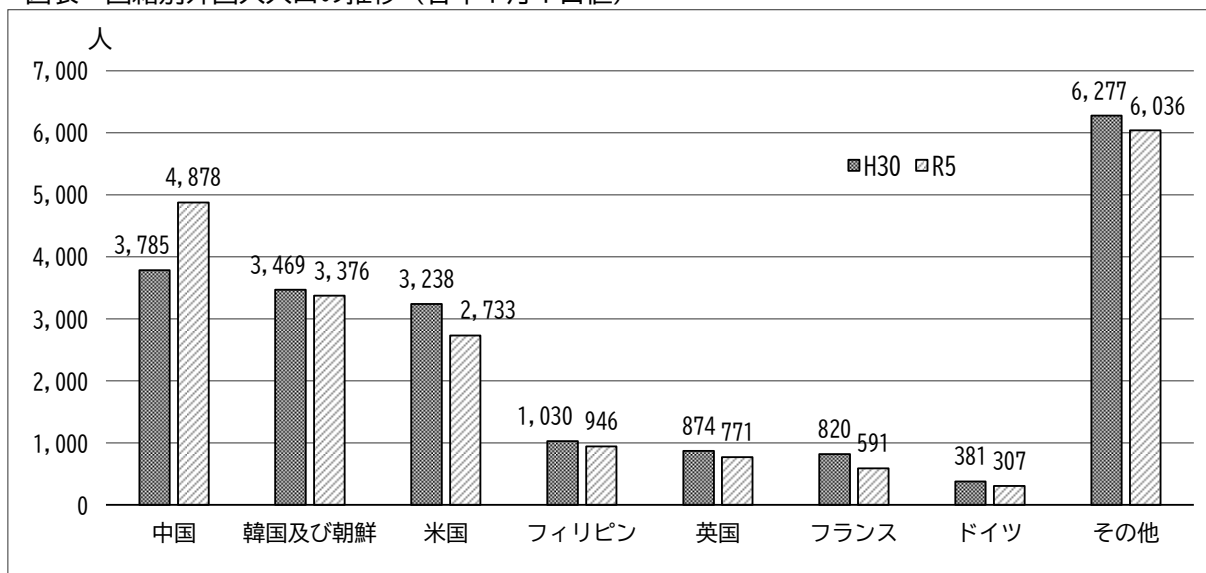
国籍別では、中国が4,878人と最も多く、平成30年と比較して1,000人以上増加している。次いで韓国及び朝鮮(3,376人)、米国(2,733人)の順となっているが、いずれも平成30年と比較して減少している。

図表 外国人人口の推移（各年1月1日値）



出典：外国人登録者数（平成24年まで）・港区ホームページ

図表 国籍別外国人人口の推移（各年1月1日値）



出典：港区ホームページ

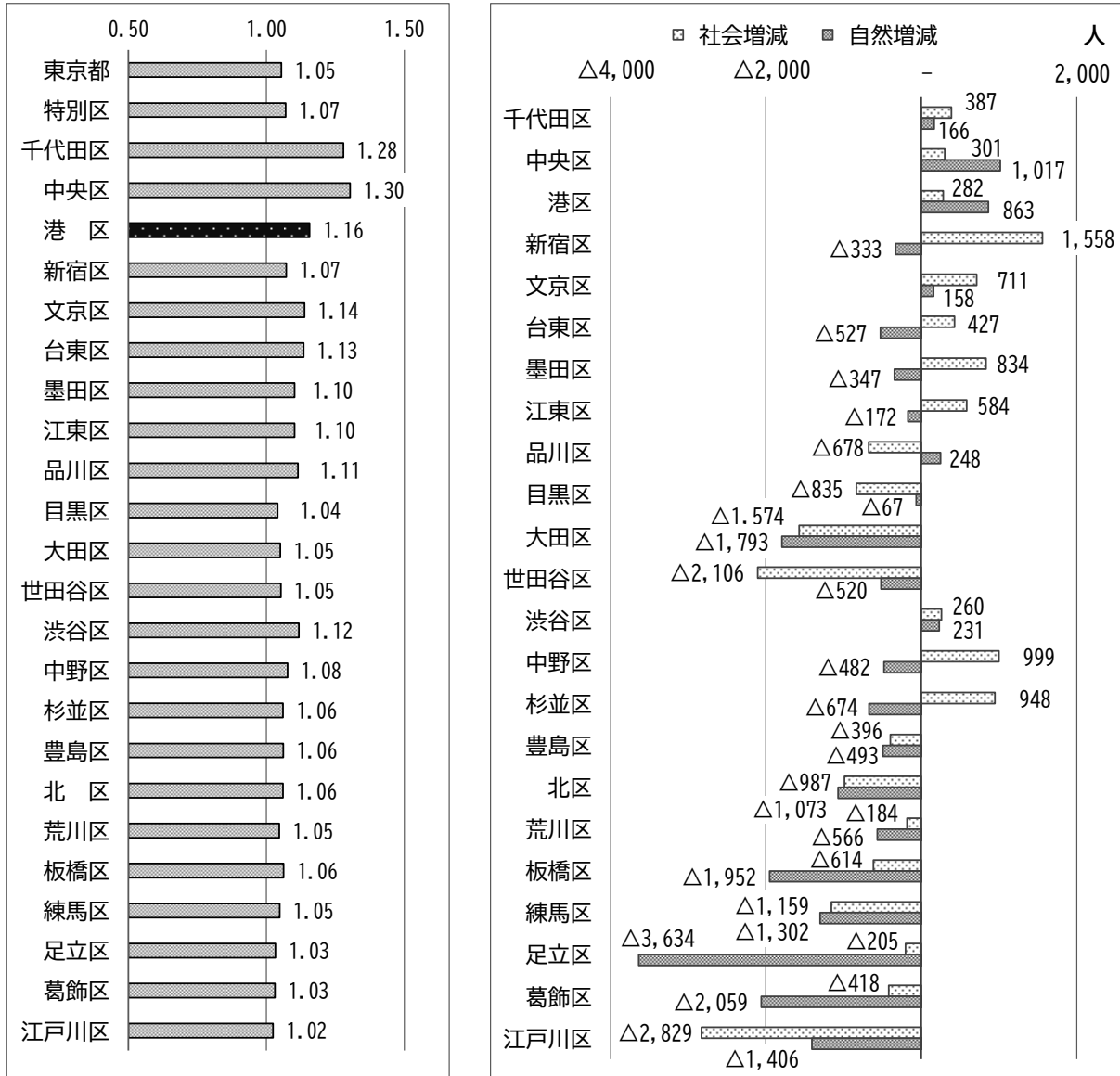
④ 人口の動態

平成26年から令和5年までにおける港区の人口倍率（平成26年を1とした値）は1.16であった。この値は前回調査時（1.28 令和元年度基礎調査）と比較して減少している。

特別区内の他自治体と比較すると、中央区が1.30と最も高く、次いで千代田区、港区、文京区など都心区で増加率が高くなっている。

また、令和3年における港区の人口増加は1,145人であった。その内社会増は282人で、自然増は863人と、前回とは異なり、自然増のほうが多くなっている。

図表 23区内の人口倍率（平成26年～令和5年）と23区内の人口増減数（令和3年）



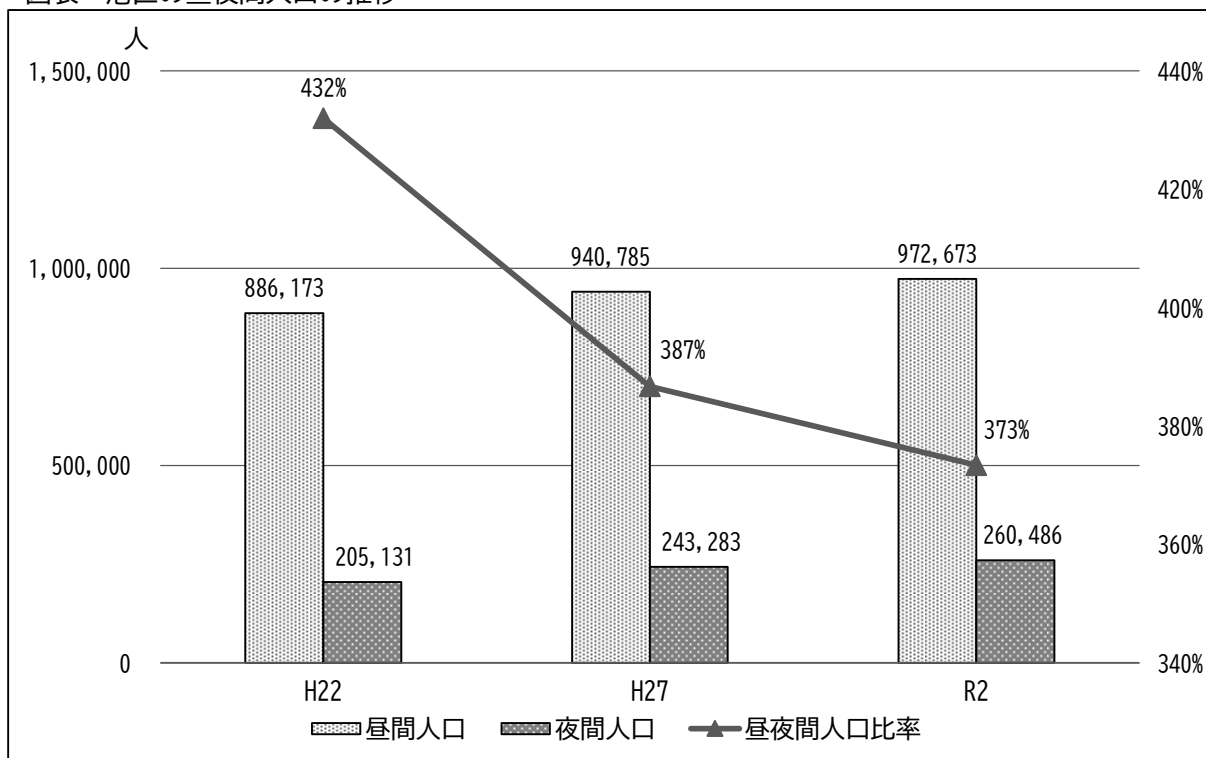
出典：東京都の統計

⑤ 昼夜間人口

港区の令和2年の昼夜間人口比率は373%であり、10年間の変化をみると、平成22年の432%から減少している。10年前と比較して昼間人口は増加したが、それ以上に夜間人口が増加したことで昼夜間人口比が下がっている。

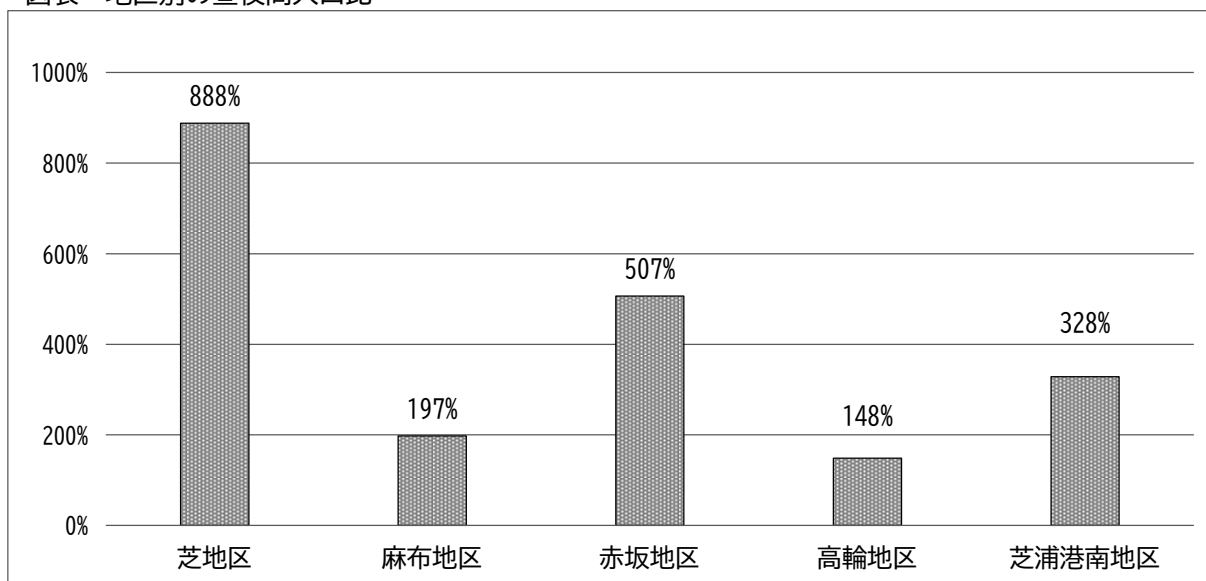
地区別では、新橋や浜松町、汐留などオフィス街を抱える芝地区が888%と最も高く、次いで赤坂地区の507%、芝浦港南地区の328%となっている。

図表 港区の昼夜間人口の推移



出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

図表 地区別の昼夜間人口比



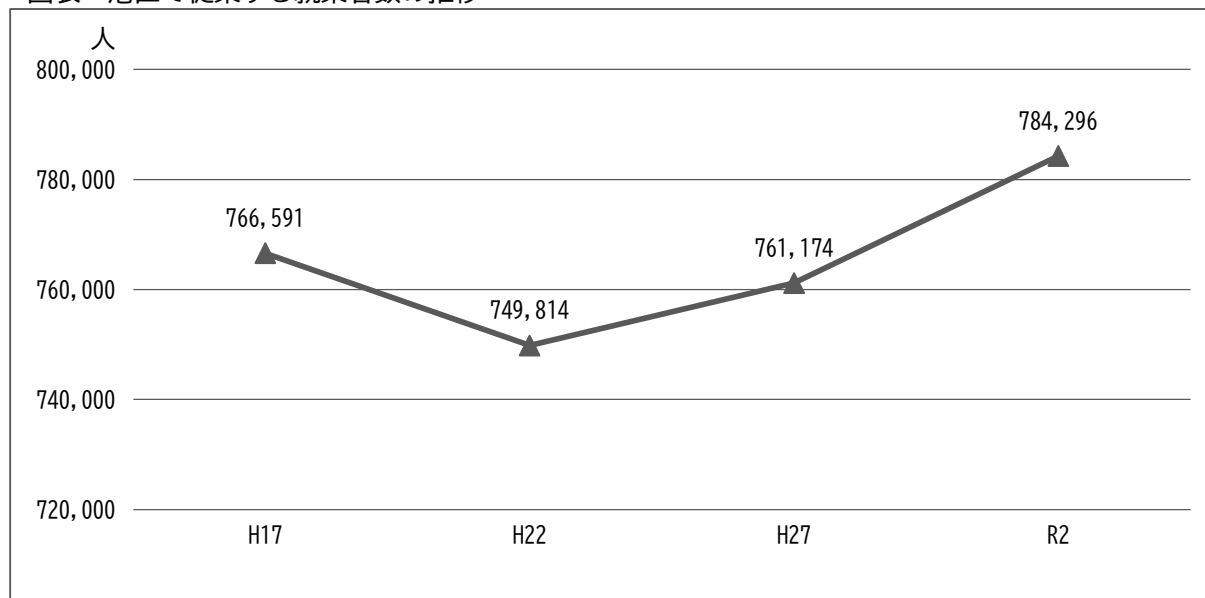
出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

2. 雇用状況

① 就業者数の推移

港区における従業地による就業者数（15歳以上）は、令和2年で784,296人と、10年前の平成22年から増加傾向にある。

図表 港区で従業する就業者数の推移



出典：「各年国勢調査結果」（総務省統計局）

② 港区における就業者の状況

港区で従業する就業者のうち、港区内に常住する就業者は46,879人で全従業者の6.0%、東京都内の他市区町村に常住する就業者は386,940人で49.3%、都外に常住する就業者は346,221人で44.1%となっている。

また、港区に常住する就業者数についてみると、港区内に従業する就業者は全従業者の50.6%と半数を超えている。また、東京都内の他の市区町村に従業する就業者は40.2%で、そのほとんどが23区内に従業する就業者である。東京都外に従業する就業者は全従業者の5.3%となっている。

図表 港区で従業する就業者数

区 分	就業者 (人)	割合 (%)
港区に従業する就業者※	784,296	100.0%
うち、自市区町村に常住する就業者	46,879	6.0%
うち、他市区町村に常住する就業者	733,161	93.5%
うち、都内他市区町村に常住する就業者	386,940	49.3%
23区に常住する就業者	328,983	41.9%
他市区町村に常住する就業者	57,957	7.4%
うち、都外に常住する就業者	346,221	44.1%
神奈川県	159,782	20.4%
千葉県	86,224	11.0%
埼玉県	85,093	10.8%
その他	15,122	1.9%

※常住地が不明のものを含む

出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

図表 港区に常住する就業者数

区 分	就業者 (人)	割合 (%)
港区に常住する就業者※	92,647	100.0%
うち、自市区町村に従業する就業者	46,879	50.6%
うち、他市区町村に従業する就業者	42,122	45.5%
うち、都内他市区町村に従業する就業者	37,230	40.2%
23区に従業する就業者	36,391	39.3%
他市区町村に従業する就業者	839	0.9%
うち、都外に従業する就業者	4,892	5.3%
神奈川県	2,659	2.9%
千葉県	897	1.0%
埼玉県	693	0.7%
その他	643	0.7%

※従業地が不明のものを含む

出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

3. 財政状況

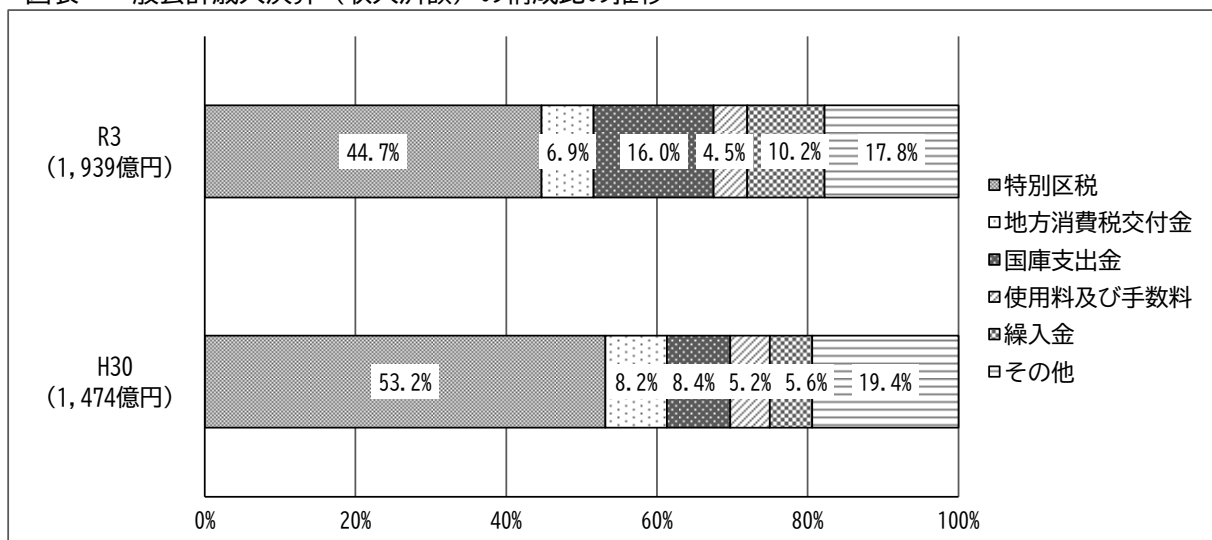
① 歳入

令和3年度の一般会計歳入決算額（収入済額）は1,939億円であり、内訳をみると特別区税が44.7%と最も多くを占め、国庫支出金は16.0%、地方消費税交付金6.9%となっている。平成30年度と比較すると、一般会計歳入決算額（収入済額）は1,474億円から465億円増加している。また構成比では特別区税が減少し、国庫支出金が増加している。

令和2年度の特別区税の構成比について特別区全体と比較すると、特別区全体では22.0%であったが、港区では45.0%と高い割合になっている。

また、特別区税収入の推移をみると、令和3年では867億円と、平成24年の591億円から276億円の増加がみられた。

図表 一般会計歳入決算（収入済額）の構成比の推移



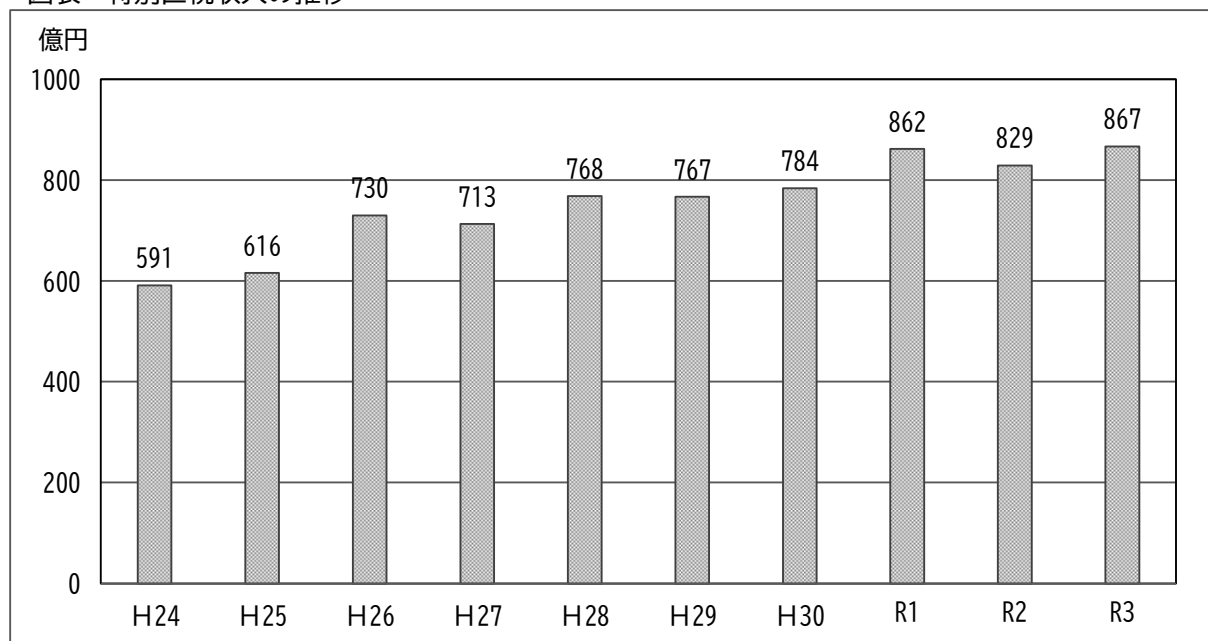
出典：港区行政資料集

図表 特別区との歳入決算額の比較（令和2年度）

	R2年度決算額（単位：百万円）		構成比	
	特別区	港区	特別区	港区
総額	5,191,559	184,266	100.0%	100.0%
特別区税	1,139,992	82,851	22.0%	45.0%
地方譲与税	14,297	451	0.3%	0.2%
利子割交付金	3,127	230	0.1%	0.1%
配当割交付金等	32,860	2,428	0.6%	1.3%
地方消費税交付金	232,489	12,462	4.5%	6.8%
ゴルフ場利用税交付金	28	-	0.0%	-
自動車取得税交付金	1	0	0.0%	0.0%
自動車税環境性能割交付金	2,467	80	0.0%	0.0%
地方特例交付金	7,086	97	0.1%	0.1%
特別区財政調整交付金	987,396	2,756	19.0%	1.5%
交通安全対策特別交付金	976	42	0.0%	0.0%
分担金及び負担金	31,242	939	0.6%	0.5%
使用料	78,604	8,549	1.5%	4.6%
手数料	16,149	719	0.3%	0.4%
国庫支出金	1,738,901	42,930	33.5%	23.3%
都支出金	388,518	11,710	7.5%	6.4%
財産収入	38,701	1,966	0.7%	1.1%
寄付金	5,019	851	0.1%	0.5%
繰入金	198,157	7,719	3.8%	4.2%
繰越金	133,451	4,530	2.6%	2.5%
諸収入	78,144	2,955	1.5%	1.6%
地方債	63,952	-	1.2%	-

出典：令和2年度東京都統計年鑑 財政

図表 特別区税収入の推移



出典：令和3年度決算港区財政レポート

② 歳出

令和3年度の一般会計歳出決算額（支出済額）は1,811億円で、内訳は民生費が最も多く、次いで教育費、総務費、土木費となり、産業関連の予算である産業経済費は約132億円である。

平成30年度と比較すると、一般会計歳出決算額（支出済額）は1,383億円から31.0%増加している。内訳では産業経済費が400.1%と大幅に増加（産業振興センター等整備のため）し、次いで衛生費が145.4%、教育費が66.1%増加している。一方、公債費は59.0%減少し、総務費も32.5%減少している。

令和2年度の歳出決算額において、港区と特別区全体の歳出を比較したところ、民生費、公債費などで占める割合が特別区を下回っているが、商工費や教育費などでは上回っている。

図表 一般会計歳出決算（支出済額）

	一般会計歳出決算（支出済額） （単位：千円）		増減率
	H30	R3	
議会費	750,184	709,853	▲ 5.4%
総務費	36,691,522	24,761,671	▲ 32.5%
環境清掃費	5,541,290	6,576,028	18.7%
民生費	51,432,133	60,068,656	16.8%
衛生費	5,117,668	12,559,129	145.4%
産業経済費	2,637,006	13,188,005	400.1%
土木費	11,290,105	17,791,745	57.6%
教育費	17,948,524	29,805,079	66.1%
公債費	382,576	156,828	▲ 59.0%
諸支出金	6,476,008	15,468,111	138.9%
歳出合計	138,267,016	181,085,105	31.0%

出典：港区行政資料集

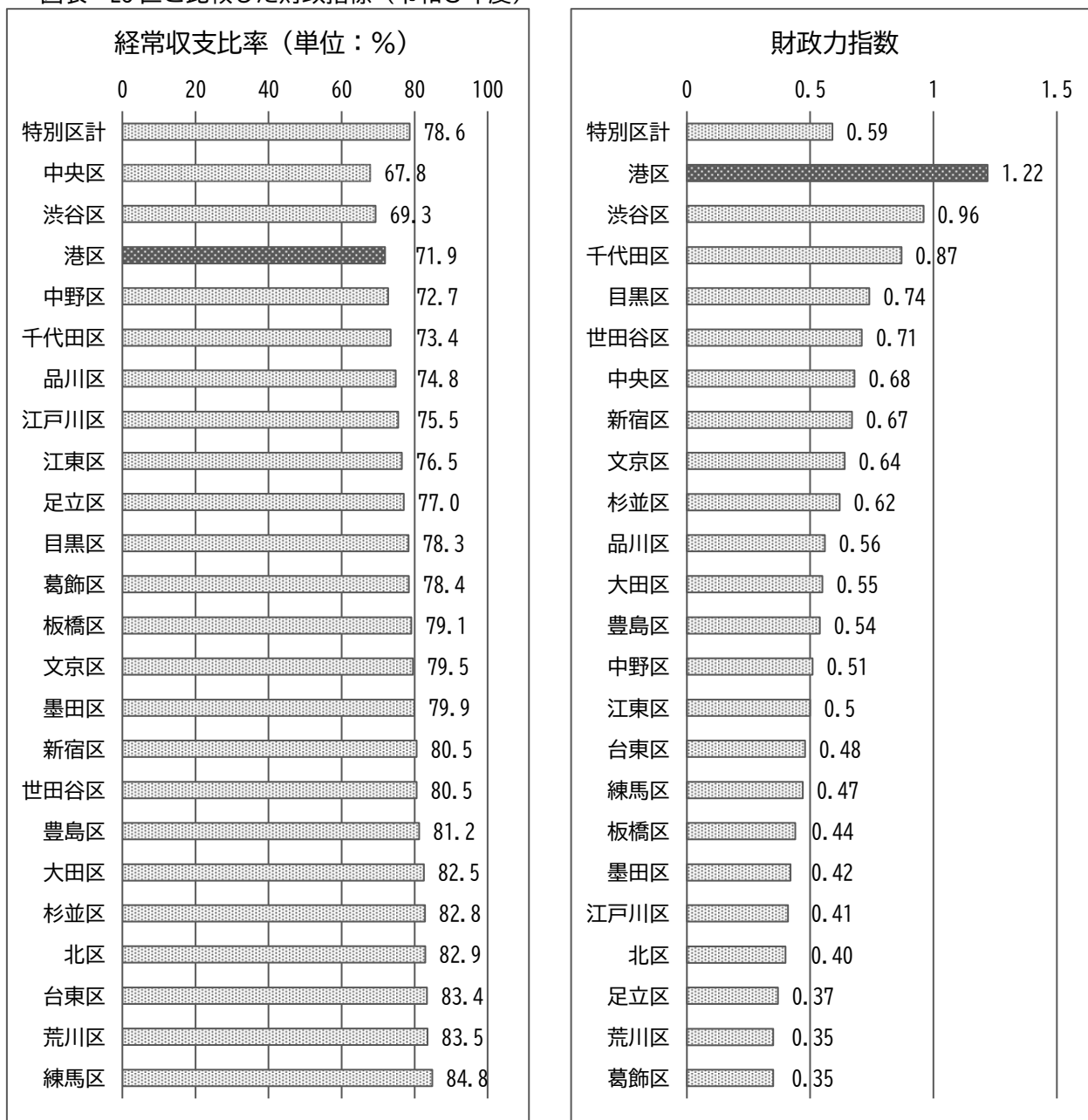
図表 特別区との歳出決算の比較（支出済額）（令和2年度）

	R2年度決算額 （単位：百万円）		構成比	
	特別区	港区	特別区	港区
議会費	17,994	695	0.4%	0.4%
総務費	1,468,036	47,465	29.4%	27.8%
民生費	2,079,170	63,045	41.7%	36.9%
衛生費	308,774	11,910	6.2%	7.0%
労働費	6,646	273	0.1%	0.2%
農林水産業費	2,224	-	0.0%	-
商工費	68,366	5,223	1.4%	3.1%
土木費	378,554	15,756	7.6%	9.2%
消防費	34,154	5,529	0.7%	3.2%
教育費	570,113	20,893	11.4%	12.2%
災害復旧費	590	-	0.0%	-
公債費	56,819	189	1.1%	0.1%
諸支出金	-	-	-	-
総額	4,991,441	170,978	100.0%	100.0%

出典：東京都統計年鑑 令和2年度 財政

令和3年度における23区の経常収支比率をみると、港区は71.9%と23区内では、中央区67.8%、渋谷区69.3%に次いで低く、財政状況に弾力性があることがうかがえる。また、財政力指数では、1.22となっており、23区内で最も高く、良好な財政状況であると言える。

図表 23区と比較した財政指標（令和3年度）



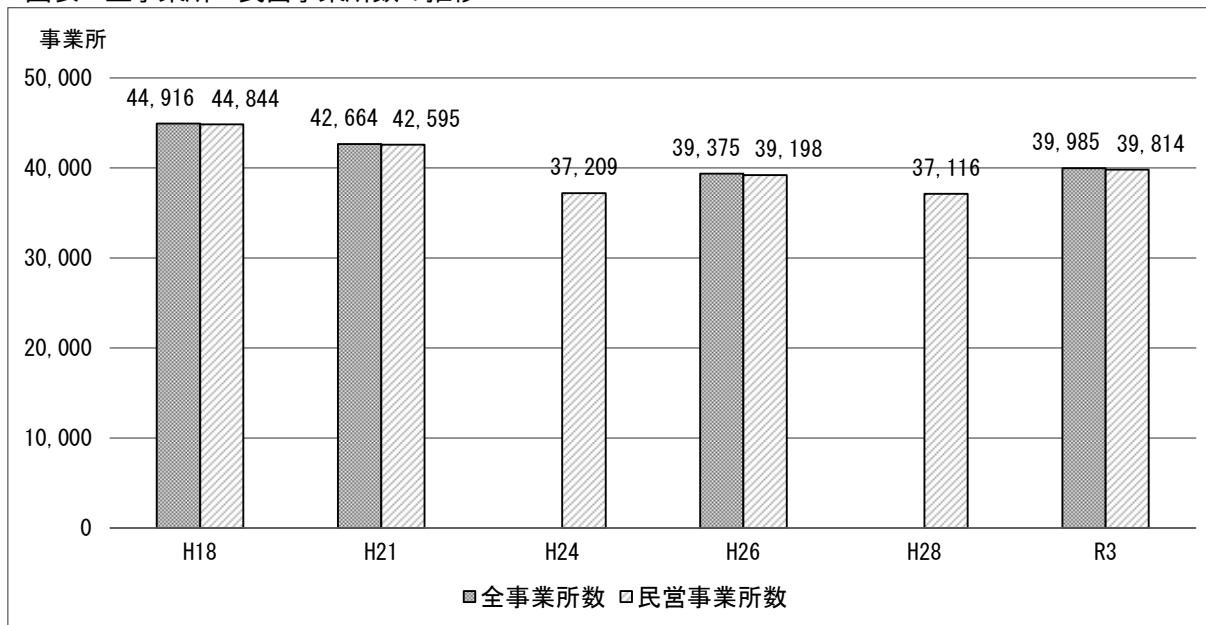
出典：令和3年度地方公共団体の主要財政指標一覧（総務省）

4. 産業全体の状況

① 事業所数と従業者数の推移

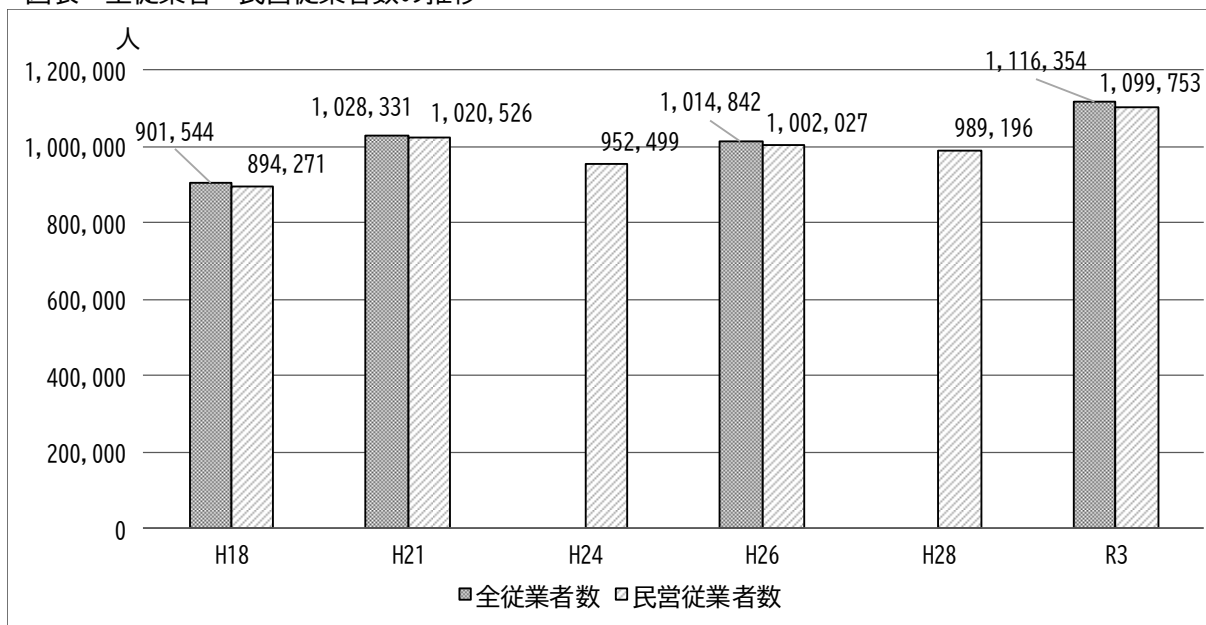
港区の令和3年における民営事業所数は39,814事業所、従業者数は1,099,753人であった。平成28年と比較すると民営事業所数で7.3%増、従業者数で11.2%増となっている。

図表 全事業所・民営事業所数の推移



出典：事業所・企業統計（平成18年）、経済センサス-基礎調査（平成21年、26年）、経済センサス-活動調査（平成24年、28年、令和3年）

図表 全従業者・民営従業者数の推移



出典：事業所・企業統計（平成18年）、経済センサス-基礎調査（平成21年、26年）、経済センサス-活動調査（平成24年、28年、令和3年）

令和3年の産業大分類別の事業所数を平成28年と比較すると、多くの業種において事業所数が増加したが、いくつかの業種で減少している。中でも「情報通信業」の25.0%の増加は、背景としてデジタル化やリモートワークの推進、一方、「宿泊業、飲食サービス業」の19.9%の減少は、休業要請や時短営業など、いずれもコロナ禍による影響があるものと思われる。

図表 産業大分類別民営事業所数の推移

	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
A～R全産業（S公務を除く）	39,198	37,116	39,814	7.3%
AB農林漁業	25	20	23	15.0%
C鉱業、採石業、砂利採取業	42	39	29	▲ 25.6%
D建設業	1,030	972	1,005	3.4%
E製造業	1,317	1,079	1,070	▲ 0.8%
F電気・ガス・熱供給・水道業	58	58	128	120.7%
G情報通信業	3,185	3,078	3,848	25.0%
H運輸業、郵便業	1,049	1,037	984	▲ 5.1%
I卸売業、小売業	8,225	7,904	7,759	▲ 1.8%
J金融業、保険業	1,004	977	1,401	43.4%
K不動産業、物品賃貸業	3,345	2,979	3,955	32.8%
L学術研究、専門・技術サービス業	4,954	4,805	5,903	22.9%
M宿泊業、飲食サービス業	6,266	5,858	4,695	▲ 19.9%
N生活関連サービス業、娯楽業	2,138	2,009	2,026	0.8%
O教育、学習支援業	693	689	755	9.6%
P医療、福祉	1,878	1,814	2,009	10.7%
Q複合サービス事業	66	63	65	3.2%
Rサービス業（他に分類されないもの）	3,923	3,735	4,159	11.4%

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）

令和3年の産業大分類別の従業者数を平成28年と比較すると、増加率が最も高かった（「農林漁業を除く」）のは、「生活関連サービス業、娯楽業」で41.9%、約1万人増加しているほか、「電気・ガス・熱供給・水道業」が36.1%、約2千人、「情報通信業」が26.4%、約5万人と、それぞれ増加がみられた。

一方で最も減少が大きくみられたのは、「教育、学習支援業」の▲39.3%、次いで「宿泊業、飲食サービス業」の▲17.9%であった。

図表 産業大分類別民営事業所の従業者数の推移

	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
A～R全産業（S公務を除く）	1,002,027	989,196	1,099,753	11.2%
AB農林漁業	168	154	220	42.9%
C鉱業、採石業、砂利採取業	1,084	1,125	1,092	▲ 2.9%
D建設業	50,544	47,506	51,325	8.0%
E製造業	56,792	38,516	42,787	11.1%
F電気・ガス・熱供給・水道業	5,563	5,259	7,158	36.1%
G情報通信業	180,868	190,159	240,282	26.4%
H運輸業、郵便業	40,101	34,388	34,256	▲ 0.4%
I卸売業、小売業	222,469	227,080	221,930	▲ 2.3%
J金融業、保険業	41,943	37,997	48,437	27.5%
K不動産業、物品賃貸業	39,839	40,165	45,416	13.1%
L学術研究、専門・技術サービス業	79,852	82,045	99,708	21.5%
M宿泊業、飲食サービス業	79,271	81,433	66,840	▲ 17.9%
N生活関連サービス業、娯楽業	26,298	25,297	35,889	41.9%
O教育、学習支援業	25,494	27,960	16,964	▲ 39.3%
P医療、福祉	33,441	35,146	37,743	7.4%
Q複合サービス事業	2,077	2,008	2,118	5.5%
Rサービス業（他に分類されないもの）	116,223	112,958	147,588	30.7%

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）

② 地区別の事業所と従業者の状況

地区別に平成28年と比較すると、令和3年の民営事業所数は、芝地区で微減したほかは、すべての地区で10%以上大きく増加した。

従業者数では、すべての地区において増加し、特に芝浦港南地区では15.2%と大きく増加している。

また、地区別に産業分類別の従業者数をみると、ほぼすべての分類において芝地区で最も多く、特に「情報通信業」や「卸売業、小売業」、「サービス業」などで多くなっている。

図表 地区別民営事業所数・従業者数の推移

	事業所数 (単位:事業所)		増減率	従業者数 (単位:人)		増減率
	H28	R3		H28	R3	
芝地区	16,031	15,927	▲ 0.6%	439,251	475,961	8.4%
麻布地区	5,786	6,438	11.3%	97,694	104,770	7.2%
赤坂地区	8,663	9,948	14.8%	201,086	230,652	14.7%
高輪地区	3,228	3,639	12.7%	56,779	64,516	13.6%
芝浦港南地区	3,406	3,862	13.4%	194,384	223,854	15.2%
その他	2	-	-	2	-	-
合計	37,116	39,814	7.3%	989,196	1,099,753	11.2%

出典：経済センサスー活動調査（28年、令和3年）

※R3は総務省提供データを基に港区推計

図表 地区別産業大分類別従業者数

	芝地区	麻布地区	赤坂地区	高輪地区	芝浦港南地区
AB農林漁業	65	17	6	14	0
C鉱業、採石業、砂利採取業	122	0	976	0	0
D建設業	17,801	1,542	11,401	1,313	19,511
E製造業	18,708	1,086	10,286	1,635	11,271
F電気・ガス・熱供給・水道業	6,103	461	93	6	528
G情報通信業	109,938	27,207	43,720	7,632	52,606
H運輸業、郵便業	17,783	681	2,105	1,828	12,009
I卸売業、小売業	88,886	16,199	45,629	13,419	57,496
J金融業、保険業	21,574	7,736	12,260	1,832	5,133
K不動産業、物品賃貸業	21,693	7,405	8,639	1,723	6,075
L学術研究、専門・技術サービス業	44,575	7,557	29,506	4,285	13,616
M宿泊業、飲食サービス業	24,104	13,646	15,675	6,895	6,794
N生活関連サービス業、娯楽業	12,873	4,402	8,685	7,621	2,479
O教育、学習支援業	5,507	2,804	2,782	3,826	2,014
P医療、福祉	18,803	4,546	6,576	4,406	3,502
Q複合サービス事業	222	93	1,323	419	70
Rサービス業（他に分類されないもの）	67,204	9,385	30,989	7,662	30,749
合計	475,961	104,770	230,652	64,516	223,854

出典：経済センサスー活動調査（令和3年）

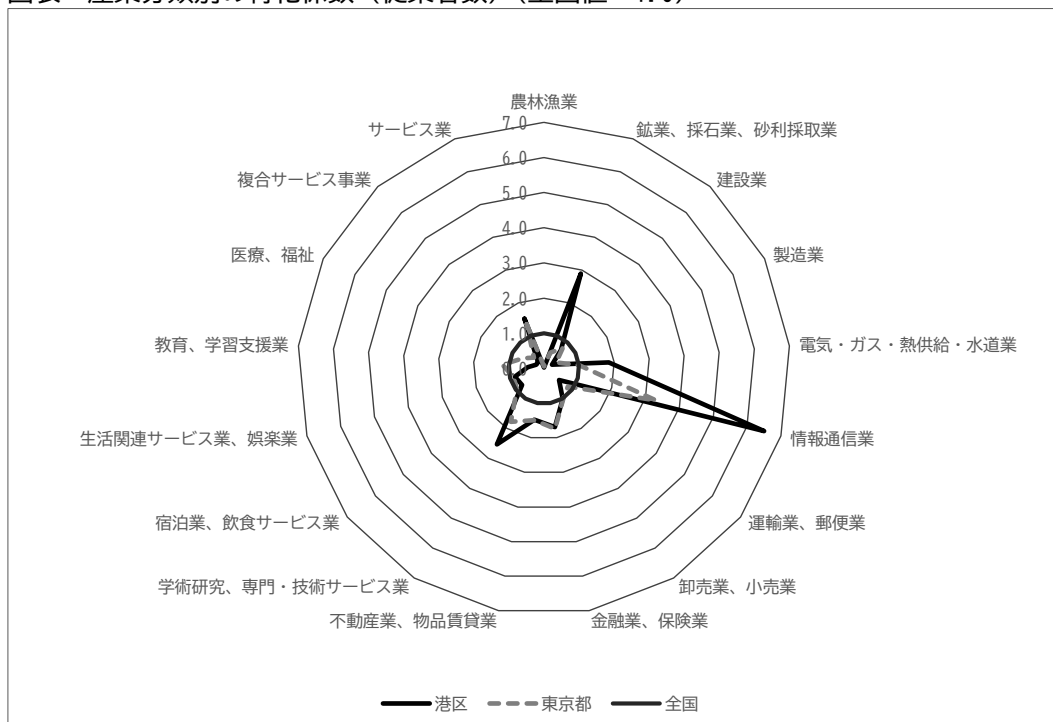
※総務省提供データを基に港区推計

③ 従業者数の特化係数

港区における産業分類別の特化係数をみると、「情報通信業」が6.5で最も高く、次いで「鉱業、採石業、砂利採取業」2.9、「学術研究、専門・技術サービス業」2.5、「電気・ガス・熱供給・水道業」1.9、「金融業、保険業」1.7などで高くなっている。

東京都と比較して港区が高いのは、「情報通信業」、「鉱業、採石業、砂利採取業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「サービス業」の5つの業種である。

図表 産業分類別の特化係数（従業者数）（全国値：1.0）



	港区	東京都	全国
農林漁業	0.0	0.1	1.0
鉱業、採石業、砂利採取業	2.9	0.5	1.0
建設業	0.7	0.8	1.0
製造業	0.3	0.4	1.0
電気・ガス・熱供給・水道業	1.9	1.0	1.0
情報通信業	6.5	3.3	1.0
運輸業、郵便業	0.5	0.9	1.0
卸売業、小売業	1.0	1.0	1.0
金融業、保険業	1.7	1.7	1.0
不動産業、物品賃貸業	1.5	1.5	1.0
学術研究、専門・技術サービス業	2.5	1.8	1.0
宿泊業、飲食サービス業	0.8	1.0	1.0
生活関連サービス業、娯楽業	0.9	0.9	1.0
教育、学習支援業	0.5	1.2	1.0
医療、福祉	0.2	0.7	1.0
複合サービス事業	0.2	0.4	1.0
サービス業	1.5	1.3	1.0

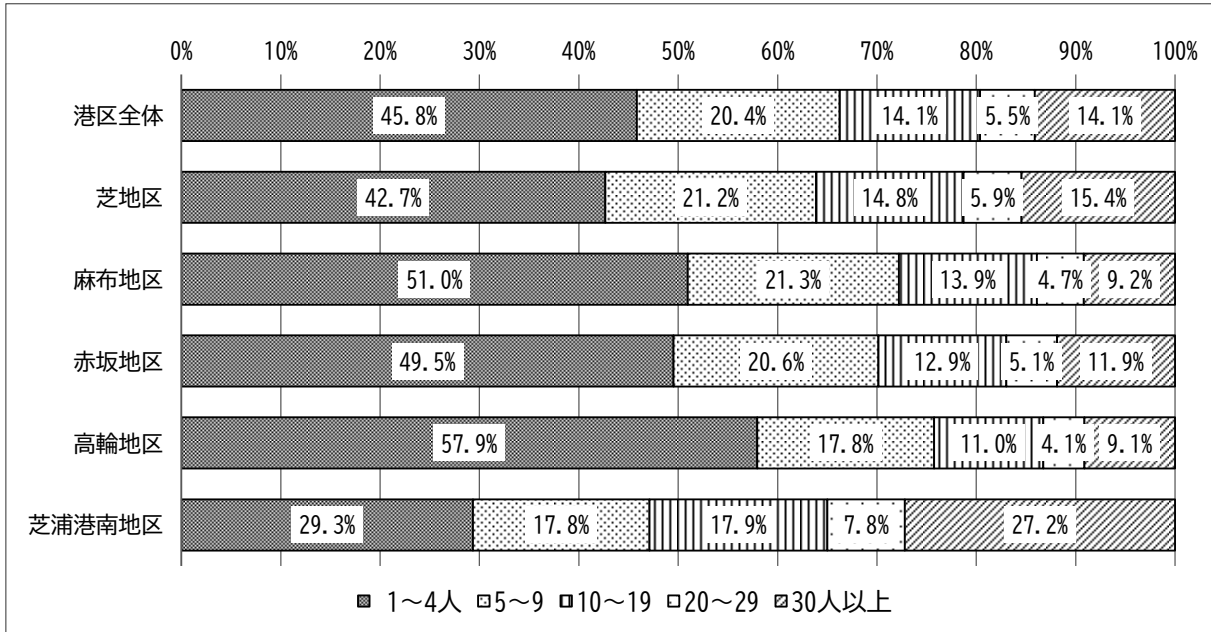
出典：経済センサスー活動調査（令和3年）より算出

④ 従業者規模別の事業所と従業者の状況

地区別にみると、芝地区、麻布地区、赤坂地区、高輪地区では、港区全体とほぼ同様の傾向である。前回調査と比較して、全体に小規模である「1～4人」の割合が増加しており、特に高輪地区では6割近い割合となっている。

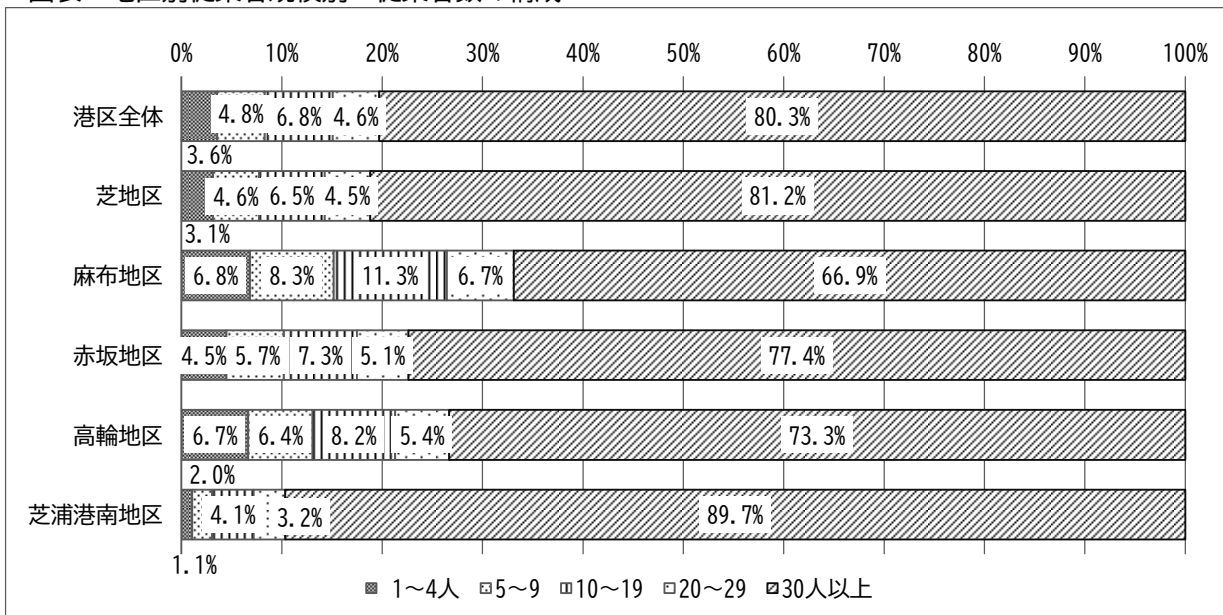
また、芝浦港南地区では「1～4人」の割合が他地区と比較して少ない一方で、「30人以上」の割合が27.2%と最も高くなっている。これは、近年の湾岸エリアにおいて再開発が進み、大規模事務所が立地したことの影響と思われる。

図表 地区別従業者規模別・事業所数の構成



出典：経済センサスー活動調査（令和3年）
※総務省提供データを基に港区推計

図表 地区別従業者規模別・従業者数の構成



出典：経済センサスー活動調査（令和3年）
※総務省提供データを基に港区推計

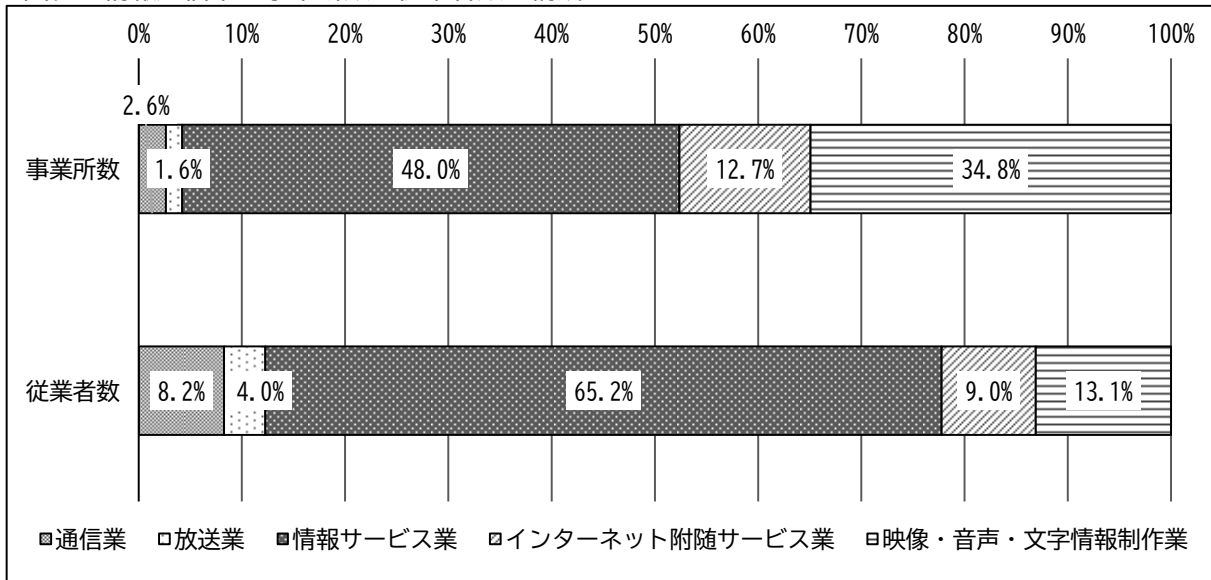
5. 産業別の状況

① 情報通信業

情報通信業は、従業者数が約 24 万人、従業者数の特化係数が 6.5（P16 参照）と、港区の主要産業の一つであるといえる。令和 3 年の情報通信業の事業所の内訳では、情報サービス業が 1,848 事業所で 48.0%と最も多く、次いで、映像・音声・文字情報制作業が 1,340 事業所で 34.8%と、この 2 業種で 8 割以上を占めている。従業者数でも情報サービス業が最も多く 65.2%を占めている。

平成 28 年と比較してみると、事業所数では 25.0%、従業者数では 26.4%と、ともに増加している。業種別にみると、事業所数ではインターネット付随サービス業が 42.8%増加（146 事業所）し、従業者数では情報サービス業が 35.6%（約 4.1 万人）増加している。一方、放送業、映像・音声・文字情報制作業は事業所数、従業者数とも減少している。

図表 情報通信業の事業所数と従業者数の構成



出典：経済センサス－活動調査（令和 3 年）
※総務省提供データを基に港区推計

図表 情報通信業の事業所数と従業者数の内訳の推移

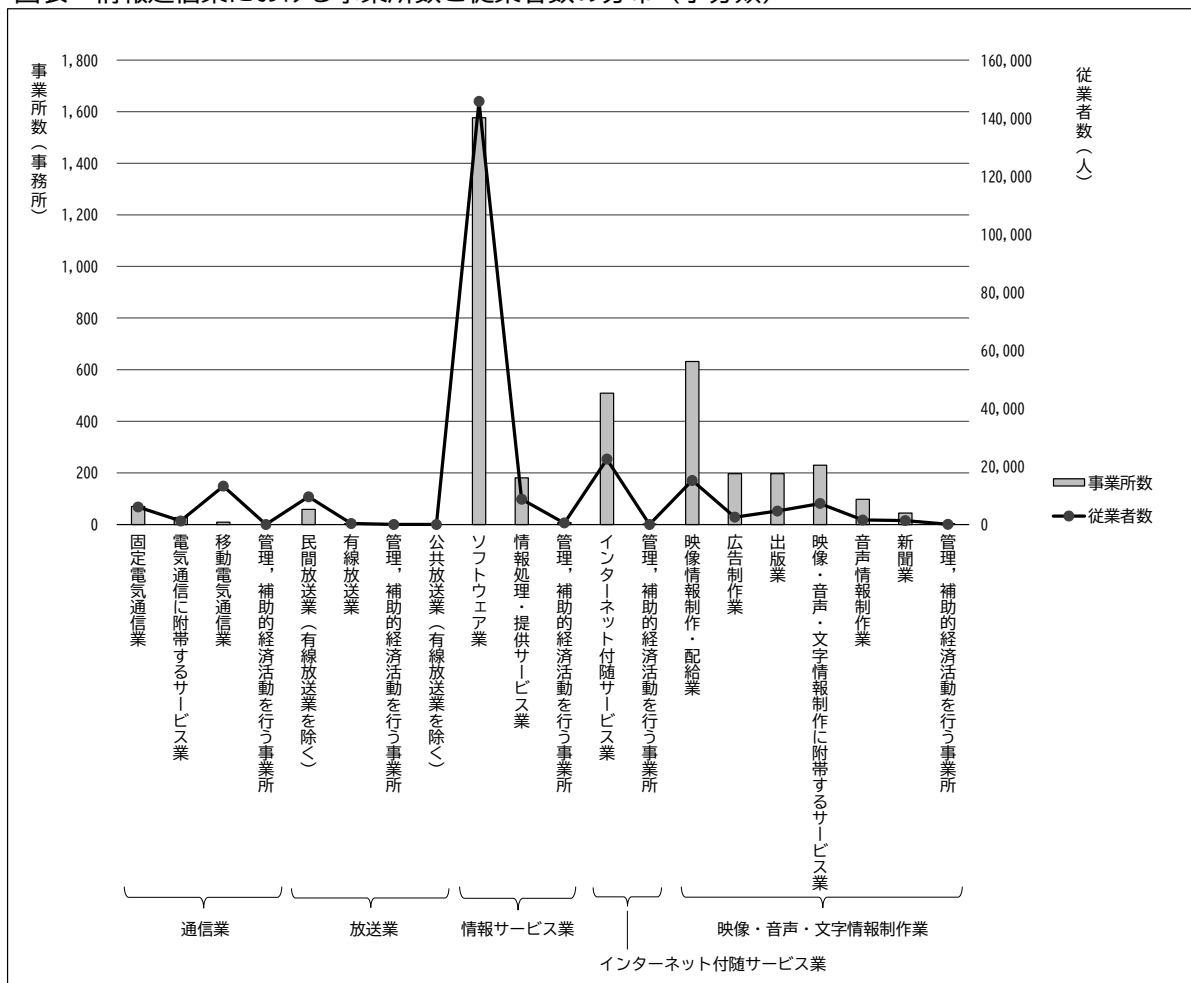
	事業所数（単位：事業所）		増減率	従業者数（単位：人）		増減率
	H28	R3		H28	R3	
通信業	77	101	31.6%	16,620	19,769	18.9%
放送業	57	61	7.1%	9,310	9,564	2.7%
情報サービス業	1,490	1,848	24.0%	115,498	156,669	35.6%
インターネット付随サービス業	342	488	42.8%	17,704	21,730	22.7%
映像・音声・文字情報制作業	1,102	1,340	21.6%	29,985	31,374	4.6%
不明	10	9	-	1,042	1,176	-
合計	3,078	3,848	25.0%	190,159	240,282	26.4%

出典：経済センサス－活動調査（平成 28 年、令和 3 年）
※R3 は総務省提供データを基に港区推計

情報通信業を小分類でみると、情報サービス業ではソフトウェア業が他業種と比較して突出して多くなっている。次いで映像・音声・文字情報制作業の映像情報制作・配給業が多い。

港区政策創造研究所が行った「港区におけるクリエイティブ産業実態調査」（平成31年3月）では、情報通信業を含むクリエイティブ産業が港区に集積する理由として、「東京の中心に位置し、多くの企業、大学、大使館等が集積し、多くの人が働き、情報と知識が集中する地域である一方、地価は高く、区内に立地する企業は高付加価値が求められる。知識・情報の集積を活用し、高付加価値の製品やサービスを提供するためには、働く人の知識と能力を活かし、企業活動の創造性（クリエイティビティ）を高めることが求められる。」としている。

図表 情報通信業における事業所数と従業者数の分布（小分類）

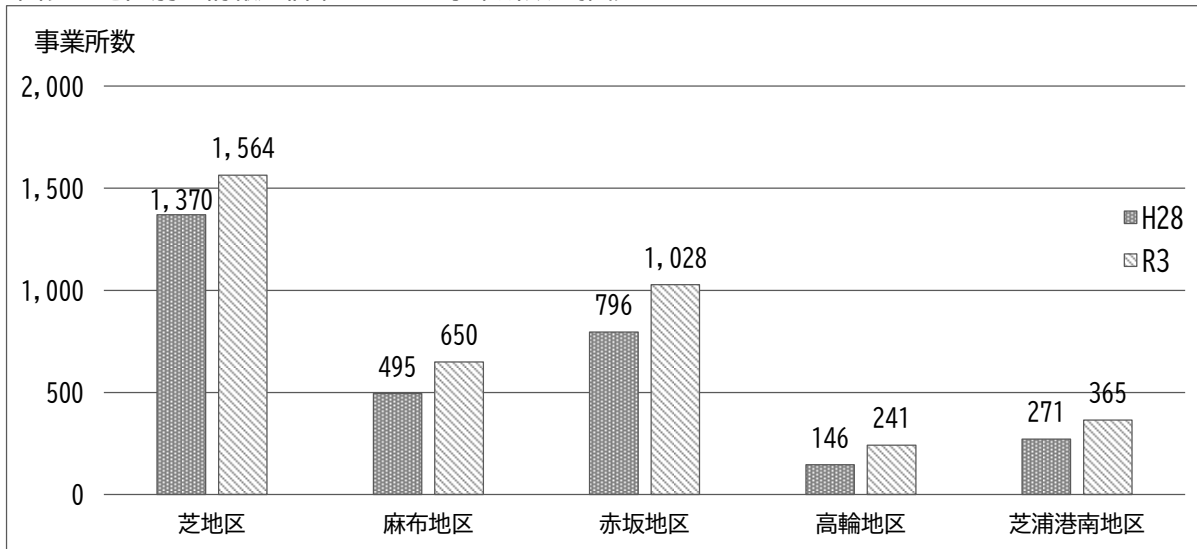


出典：経済センサスー活動調査（令和3年）
※総務省提供データを基に港区推計

情報通信業を地区別にみると、事業所数、従業者数とも芝地区が最も多い。芝浦港南地区では、事業所数は5地区の中で4番目とそれほど多くないが、従業者数は芝地区に次ぐ2番目に多く、大規模な事業所の立地が影響している。

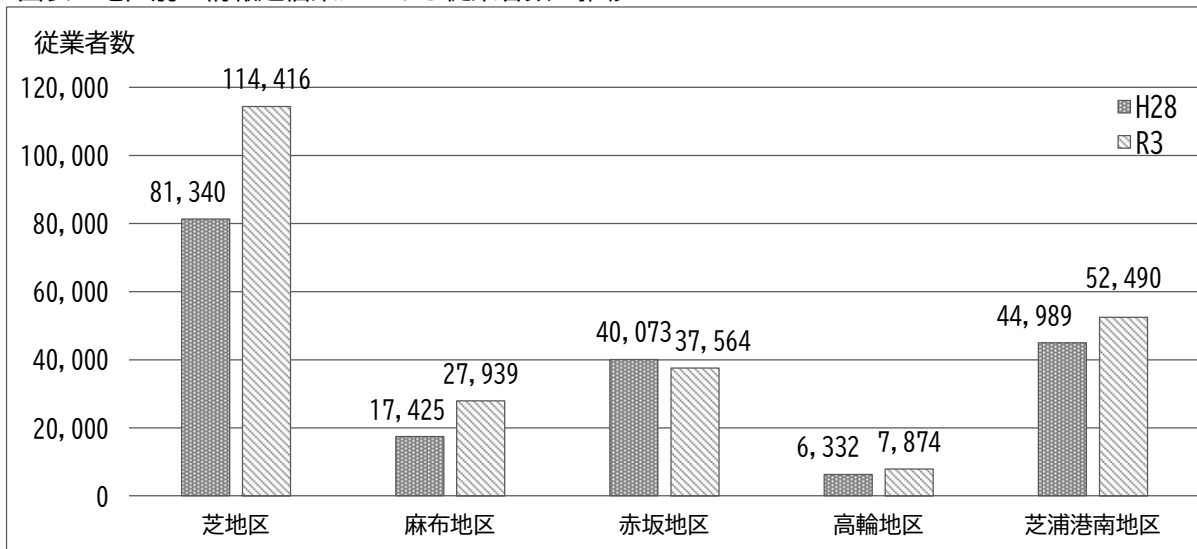
平成28年と比較すると、事業所数は全ての地区で増加し、従業者数は赤坂地区で減少したほかは増加している。

図表 地区別の情報通信業における事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

図表 地区別の情報通信業における従業者数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

② 卸売業・小売業

港区の卸売業・小売業についてみると、事業所数は、令和3年で7,759事業所と、平成28年と比較すると1.8%減少している。

卸売業では3.2%増、小売業では7.8%減であった。また、卸売業・小売業の従業者数は、22万人と2.3%減であり、卸売業で1.3%、小売業で5.9%減少した。

卸売業を小分類でみると、事業所数は「各種商品卸売業」、「繊維・衣服等卸売業」で減少したほかは増加している。また、従業者は「繊維・衣服等卸売業」で大きく減少したほか、「飲食料品卸売業」、「建築材料、鉱物・金属材料等卸売業」など増加した。

小売業を小分類でみると、事業所数は「無店舗小売業」は大きく増加し、それ以外は変わらずまたは減少した。また、従業者では、「織物・衣服・身の回り品小売業」、「無店舗小売業」で増加した以外は減少している。

図表 卸売業の事業所数の推移

	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
I卸売業, 小売業	8,225	7,904	7,759	▲ 1.8%
I1卸売業	4,322	4,275	4,412	3.2%
50各種商品卸売業	25	26	21	▲ 18.9%
51繊維・衣服等卸売業	319	316	300	▲ 5.1%
52飲食料品卸売業	661	647	688	6.3%
53建築材料, 鉱物・金属材料等卸売業	854	845	868	2.8%
54機械器具卸売業	1,479	1,461	1,494	2.3%
55その他の卸売業	984	974	1,038	6.6%
不明	-	-	2	-
I2小売業	3,903	3,629	3,347	▲ 7.8%
56各種商品小売業	6	8	8	0.0%
57織物・衣服・身の回り品小売業	857	771	614	▲ 20.4%
58飲食料品小売業	1,033	1,026	974	▲ 5.1%
59機械器具小売業	233	201	182	▲ 9.6%
60その他の小売業	1,506	1,309	1,205	▲ 8.0%
61無店舗小売業	268	305	359	17.6%
不明	-	-	6	-

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）
※R3は総務省提供データを基に港区推計

図表 卸売業の従業者数の推移

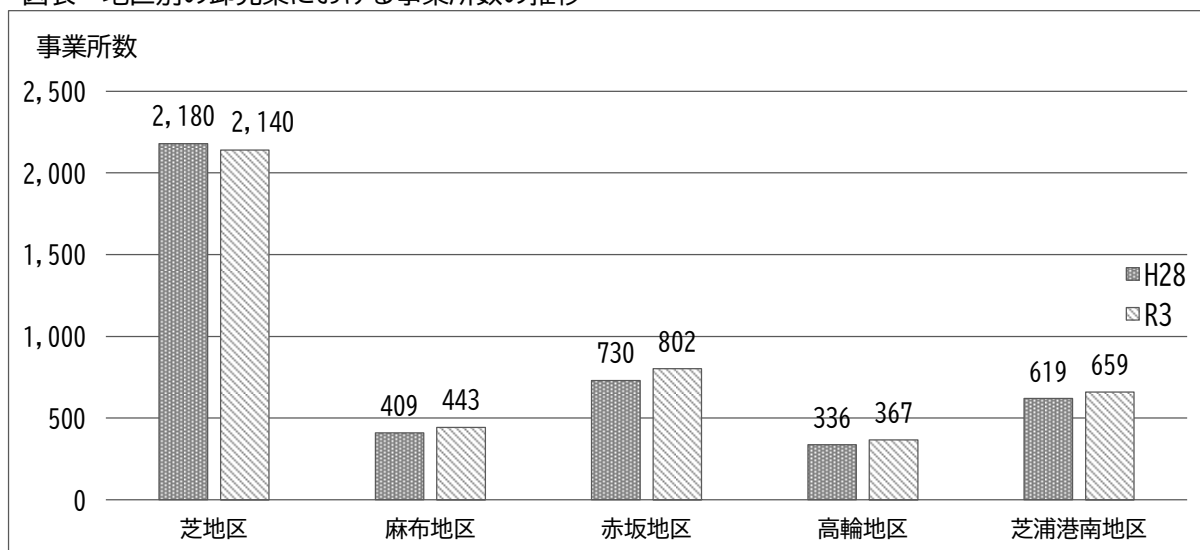
	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
I卸売業，小売業	222,469	227,080	221,930	▲ 2.3%
I1卸売業	176,230	181,364	178,917	▲ 1.3%
50各種商品卸売業	1,681	5,512	5,754	4.4%
51繊維・衣服等卸売業	10,716	11,725	8,569	▲ 26.9%
52飲食料品卸売業	16,272	15,220	18,616	22.3%
53建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	32,202	25,474	29,273	14.9%
54機械器具卸売業	85,219	77,414	70,254	▲ 9.2%
55その他の卸売業	30,140	45,992	46,427	0.9%
不明	-	-	23	-
I2小売業	46,239	45,716	43,013	▲ 5.9%
56各種商品小売業	147	466	349	▲ 25.1%
57織物・衣服・身の回り品小売業	8,715	7,844	9,067	15.6%
58飲食料品小売業	15,143	13,379	11,739	▲ 12.3%
59機械器具小売業	4,092	4,313	3,251	▲ 24.6%
60その他の小売業	12,895	11,631	10,237	▲ 12.0%
61無店舗小売業	5,247	8,016	8,338	4.0%
不明	-	-	31	-

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）

※R3は総務省提供データを基に港区推計

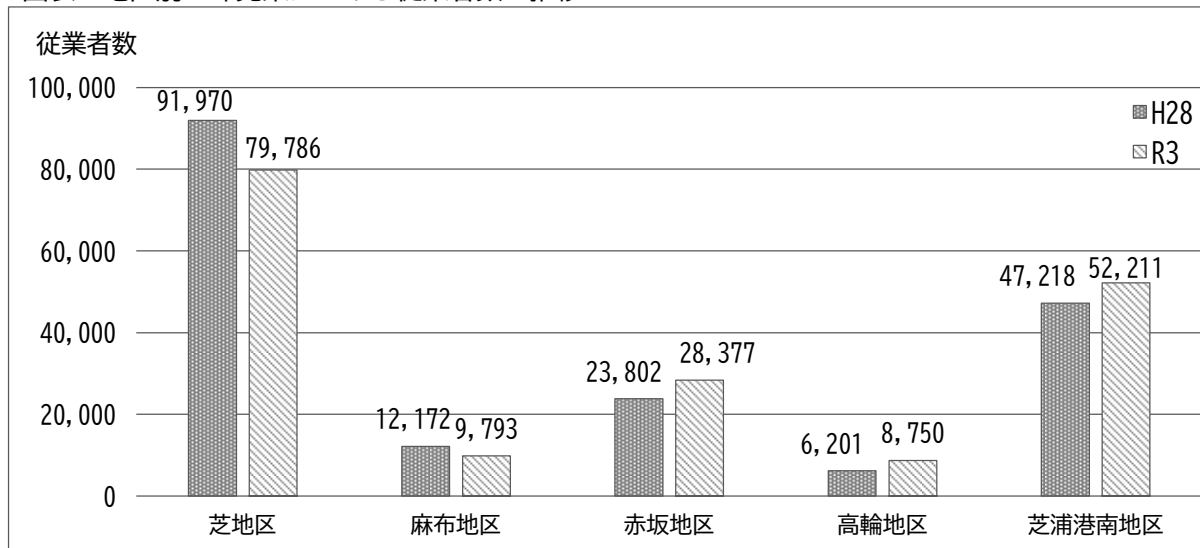
卸売業を地区別にみると、事業所数、従業者数とも芝地区において最も多くなっている。平成28年と比較すると、芝地区の事業所数、従業者数、麻布地区の従業者数が減少したほかは増加している。

図表 地区別の卸売業における事業所数の推移



出典：経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

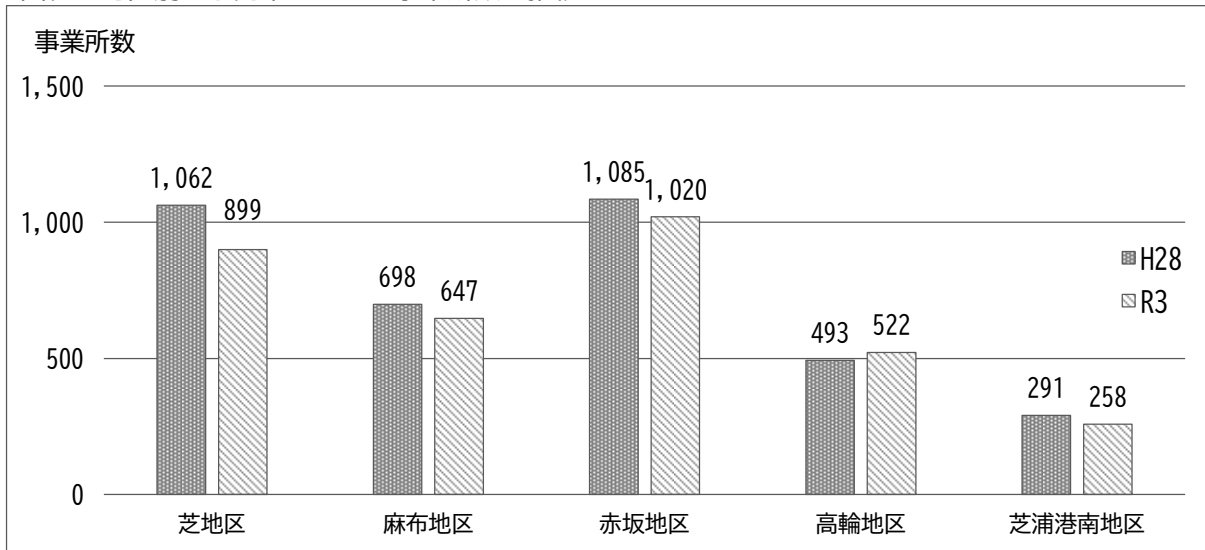
図表 地区別の卸売業における従業者数の推移



出典：経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

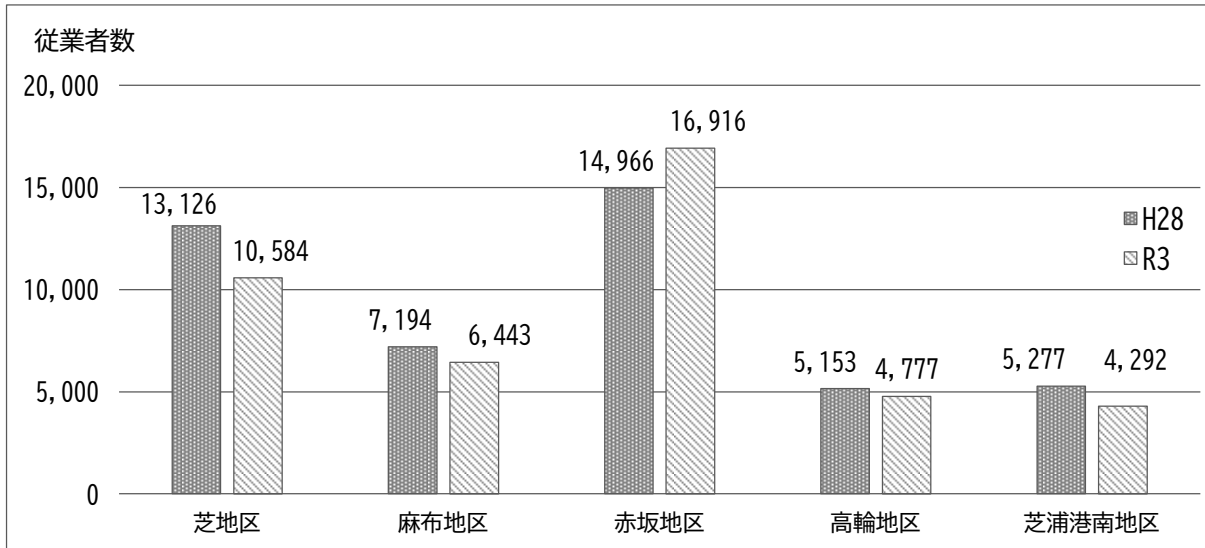
小売業では、赤坂地区において事業所数、従業者数とも最も多い。平成 28 年と比較すると、事業所数は高輪地区以外で減少し、従業者数は赤坂地区で増加した以外は、すべて減少している。

図表 地区別の小売業における事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成 28 年、令和 3 年）
 ※R3 は総務省提供データを基に港区推計

図表 地区別の小売業における従業者数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成 28 年、令和 3 年）
 ※R3 は総務省提供データを基に港区推計

③ 製造業

港区の製造業についてみると、令和3年の事業所数は1,070事業所と、平成28年と比較して0.8%減少した。また、従業者数は42,787人と11.1%の増加であった。

業種別にみると、事業所数は「パルプ・紙・紙加工品製造業」、「情報通信機械器具製造業」などで増加し、「鉄鋼業」、「はん用機械器具製造業」などで減少した。従業者数は、「パルプ・紙・紙加工品製造業」、「非鉄金属製造業」、「情報通信機械器具製造業」などでは、大幅な増加がみられた。

図表 製造業における民営事業所数

	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
E 製造業	1,317	1,079	1,070	▲ 0.8%
09 食料品製造業	85	74	85	14.9%
10 飲料・たばこ・飼料製造業	27	18	19	5.6%
11 繊維工業	92	73	80	9.6%
12 木材・木製品製造業（家具を除く）	6	5	5	0.0%
13 家具・装備品製造業	34	31	32	3.2%
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	17	14	20	42.9%
15 印刷・同関連業	308	239	199	▲ 16.7%
16 化学工業	122	104	116	11.5%
17 石油製品・石炭製品製造業	3	2	2	0.0%
18 プラスチック製品製造業	41	33	32	▲ 3.0%
19 ゴム製品製造業	15	14	14	0.0%
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	2	1	3	200.0%
21 窯業・土石製品製造業	34	29	31	6.9%
22 鉄鋼業	14	13	7	▲ 46.2%
23 非鉄金属製造業	11	7	9	28.6%
24 金属製品製造業	83	68	99	45.6%
25 はん用機械器具製造業	48	35	23	▲ 34.3%
26 生産用機械器具製造業	67	52	50	▲ 3.8%
27 業務用機械器具製造業	45	38	41	7.9%
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	32	34	32	▲ 5.9%
29 電気機械器具製造業	75	72	69	▲ 4.2%
30 情報通信機械器具製造業	30	21	30	42.9%
31 輸送用機械器具製造業	39	33	28	▲ 15.2%
32 その他の製造業	87	65	74	13.8%
不明	-	-	5	-

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）
※R3は総務省提供データを基に港区推計

図表 製造業における民営事業所の従業者数

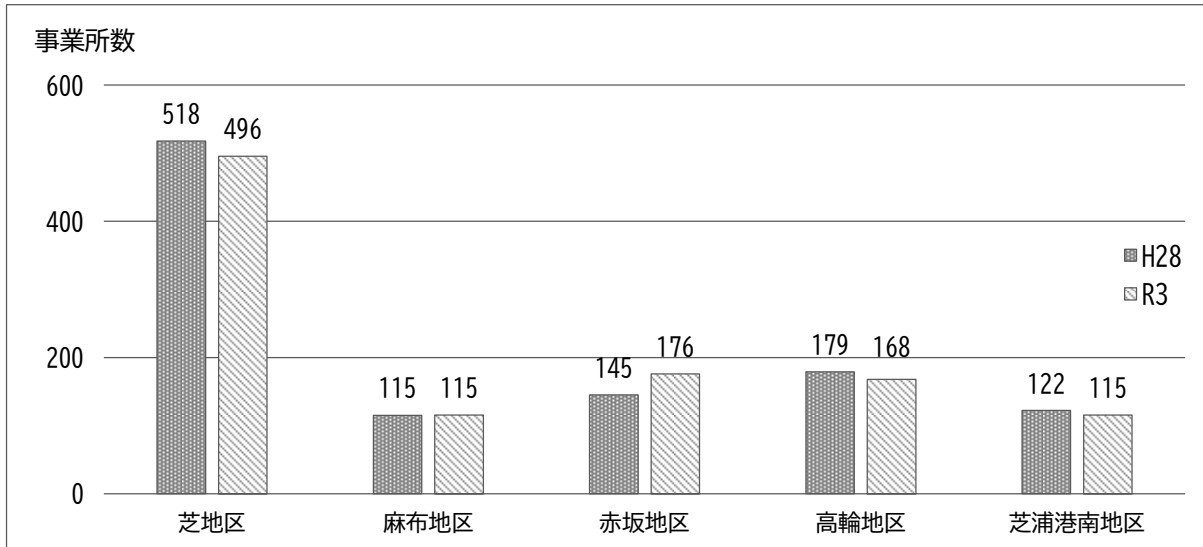
	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
E 製造業	56,792	38,516	42,787	11.1%
09 食料品製造業	4,603	3,531	3,831	8.5%
10 飲料・たばこ・飼料製造業	1,002	690	484	▲ 29.9%
11 繊維工業	1,691	630	898	42.5%
12 木材・木製品製造業（家具を除く）	11	7	30	328.6%
13 家具・装備品製造業	464	181	264	45.9%
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	524	70	266	280.0%
15 印刷・同関連業	4,080	2,651	3,724	40.5%
16 化学工業	10,352	6,279	7,238	15.3%
17 石油製品・石炭製品製造業	590	1,905	223	▲ 88.3%
18 プラスチック製品製造業	1,491	1,338	1,716	28.2%
19 ゴム製品製造業	1,304	1,184	2,539	114.4%
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	82	29	60	106.9%
21 窯業・土石製品製造業	1,185	1,198	829	▲ 30.8%
22 鉄鋼業	450	228	370	62.3%
23 非鉄金属製造業	680	552	1,699	207.8%
24 金属製品製造業	874	427	855	100.2%
25 はん用機械器具製造業	1,235	1,181	1,573	33.2%
26 生産用機械器具製造業	3,263	4,557	5,623	23.4%
27 業務用機械器具製造業	1,262	1,866	1,951	4.6%
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	1,230	701	815	16.3%
29 電気機械器具製造業	6,444	5,614	1,847	▲ 67.1%
30 情報通信機械器具製造業	7,482	538	2,136	297.0%
31 輸送用機械器具製造業	5,186	2,385	2,448	2.6%
32 その他の製造業	1,307	757	1,340	77.0%
不明	-	-	30	-

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）

※R3は総務省提供データを基に港区推計

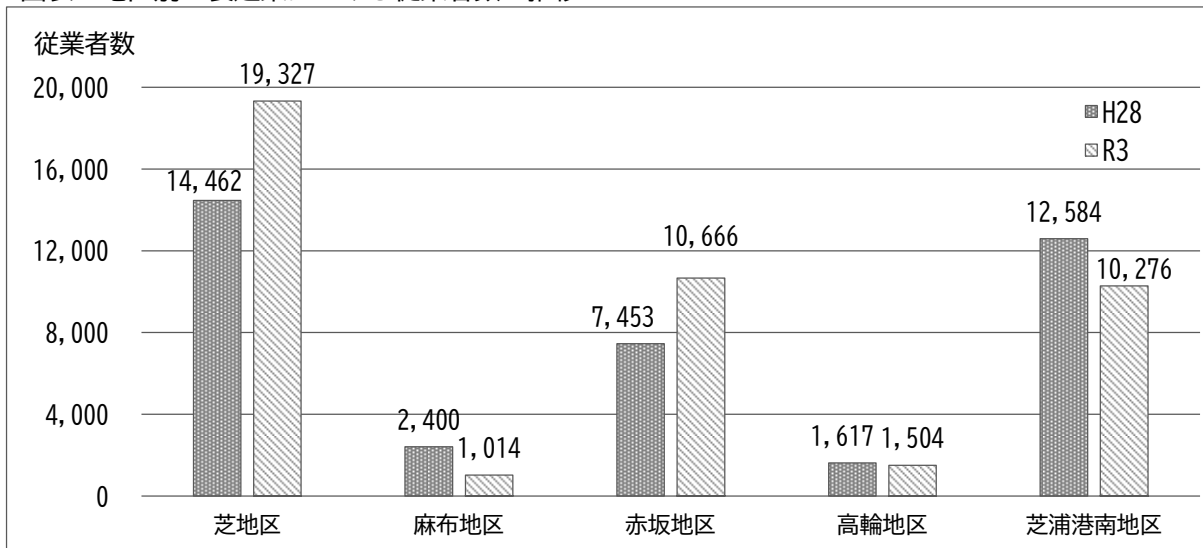
製造業を地区別にみると、事業所数は芝地区で最も多く、全体の約半数を占めている。従業者数でも芝地区が最も多く、次いで芝浦港南地区となっている。平成28年と比較すると、事業所数では赤坂地区で増加した以外は、変わらずまたは減少している。従業者数では芝地区や赤坂地区で大きく増加しているほか、芝浦港南地区では大きく減少している。

図表 地区別の製造業における事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

図表 地区別の製造業における従業者数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

④ サービス産業

港区のサービス業についてみると、令和3年の事業所数は23,567事業所と、平成28年と比較して7.4%増と、増加している。業種別でも多くの業種で増加している。

図表 サービス業の民営事業所数

	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
サービス業合計	23,271	21,952	23,567	7.4%
K 不動産業, 物品賃貸業	3,345	2,979	3,955	32.8%
68 不動産取引業	725	747	981	31.3%
69 不動産賃貸業・管理業	2,364	1,957	2,720	39.0%
K1 不動産業 内格付不能	-	14	14	0.0%
70 物品賃貸業	256	261	240	▲ 8.0%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	4,954	4,805	5,903	22.9%
71 学術・開発研究機関	161	163	155	▲ 4.9%
72 専門サービス業	3,472	3,380	4,347	28.6%
73 広告業	480	459	514	12.0%
74 技術サービス業	841	792	882	11.4%
不明	-	-	6	-
M 宿泊業, 飲食サービス業	6,266	5,858	4,695	▲ 19.9%
75 宿泊業	195	174	185	6.3%
76 飲食店	5,827	5,404	4,314	▲ 20.2%
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	244	279	196	▲ 29.7%
N 生活関連サービス業, 娯楽業	2,138	2,009	2,026	0.8%
78 洗濯・理容・美容・浴場業	1,004	951	935	▲ 1.7%
79 その他の生活関連サービス業	495	474	451	▲ 4.9%
80 娯楽業	639	581	638	9.8%
不明	-	-	2	-
O 教育, 学習支援業	693	689	755	9.6%
81 学校教育	103	105	105	0.0%
82 その他の教育, 学習支援業	590	584	650	11.3%
P 医療, 福祉	1,878	1,814	2,009	10.7%
83 医療業	1,482	1,409	1,497	6.2%
84 保健衛生	39	37	47	27.0%
85 社会保険・社会福祉・介護事業	357	366	463	26.5%
不明	-	-	2	-
Q 複合サービス事業	66	63	65	3.2%
86 郵便局	56	55	55	0.0%
87 協同組合（他に分類されないもの）	10	8	10	25.0%
R サービス業（他に分類されないもの）	3,931	3,735	4,159	11.4%
88 廃棄物処理業	34	41	48	17.1%
89 自動車整備業	54	48	50	4.2%
90 機械等修理業（別掲を除く）	184	166	155	▲ 6.6%
91 職業紹介・労働者派遣業	397	395	507	28.4%
92 その他の事業サービス業	1,813	1,687	1,888	11.9%
93 政治・経済・文化団体	1,109	1,054	1,092	3.6%
94 宗教	318	314	391	24.5%
95 その他のサービス業	22	18	21	16.7%
不明	-	-	6	-

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）

※R3は総務省提供データを基に港区推計

従業者数は、452,266人と11.1%の増加であった。また、業種別では、廃棄物処理業や娯楽業などで大きく増加している。

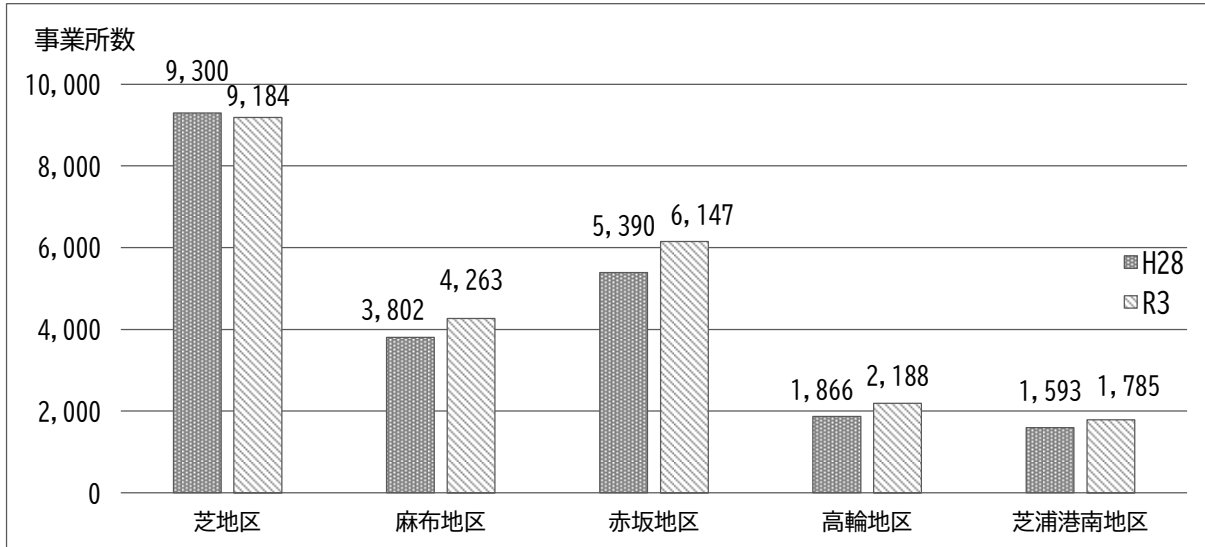
図表 サービス業の民営事業所の従業者数

	H26	H28	R3	増減率 (H28→R3)
サービス業合計	403,023	407,012	452,266	11.1%
K 不動産業, 物品賃貸業	39,839	40,165	45,416	13.1%
68 不動産取引業	8,467	9,982	11,923	19.4%
69 不動産賃貸業・管理業	19,478	18,777	22,503	19.8%
K1 不動産業 内格付不能	-	110	127	15.5%
70 物品賃貸業	11,894	11,296	10,863	▲ 3.8%
L 学術研究, 専門・技術サービス業	79,852	82,045	99,708	21.5%
71 学術・開発研究機関	2,927	2,443	3,247	32.9%
72 専門サービス業	41,596	44,545	61,857	38.9%
73 広告業	23,217	23,001	18,964	▲ 17.5%
74 技術サービス業	12,112	11,951	15,544	30.1%
不明	-	-	96	-
M 宿泊業, 飲食サービス業	79,271	81,433	66,840	▲ 17.9%
75 宿泊業	12,682	14,562	17,202	18.1%
76 飲食店	62,504	62,759	45,357	▲ 27.7%
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	4,085	4,091	4,281	4.6%
N 生活関連サービス業, 娯楽業	26,298	25,297	35,889	41.9%
78 洗濯・理容・美容・浴場業	7,592	7,461	5,977	▲ 19.9%
79 その他の生活関連サービス業	9,002	8,741	13,001	48.7%
80 娯楽業	9,704	9,083	16,900	86.1%
不明	-	-	11	-
O 教育, 学習支援業	25,494	27,960	16,964	▲ 39.3%
81 学校教育	18,508	19,717	9,026	▲ 54.2%
82 その他の教育, 学習支援業	6,986	8,243	7,938	▲ 3.7%
P 医療, 福祉	33,441	35,146	37,743	7.4%
83 医療業	23,282	23,326	24,228	3.9%
84 保健衛生	2,248	889	1,149	29.2%
85 社会保険・社会福祉・介護事業	7,911	10,914	12,349	13.1%
不明	-	-	18	-
Q 複合サービス事業	2,077	2,008	2,118	5.5%
86 郵便局	2,004	1,964	2,076	5.7%
87 協同組合（他に分類されないもの）	73	44	42	▲ 4.5%
R サービス業（他に分類されないもの）	116,751	112,958	147,588	30.7%
88 廃棄物処理業	1,000	1,180	3,116	164.1%
89 自動車整備業	1,008	417	457	9.6%
90 機械等修理業（別掲を除く）	4,642	4,305	5,226	21.4%
91 職業紹介・労働者派遣業	30,434	31,974	46,114	44.2%
92 その他の事業サービス業	67,114	61,782	76,458	23.8%
93 政治・経済・文化団体	9,494	10,425	13,081	25.5%
94 宗教	2,275	2,009	2,215	10.2%
95 その他のサービス業	784	636	736	15.8%
不明	-	-	184	-

出典：経済センサス－基礎調査（平成26年）、経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

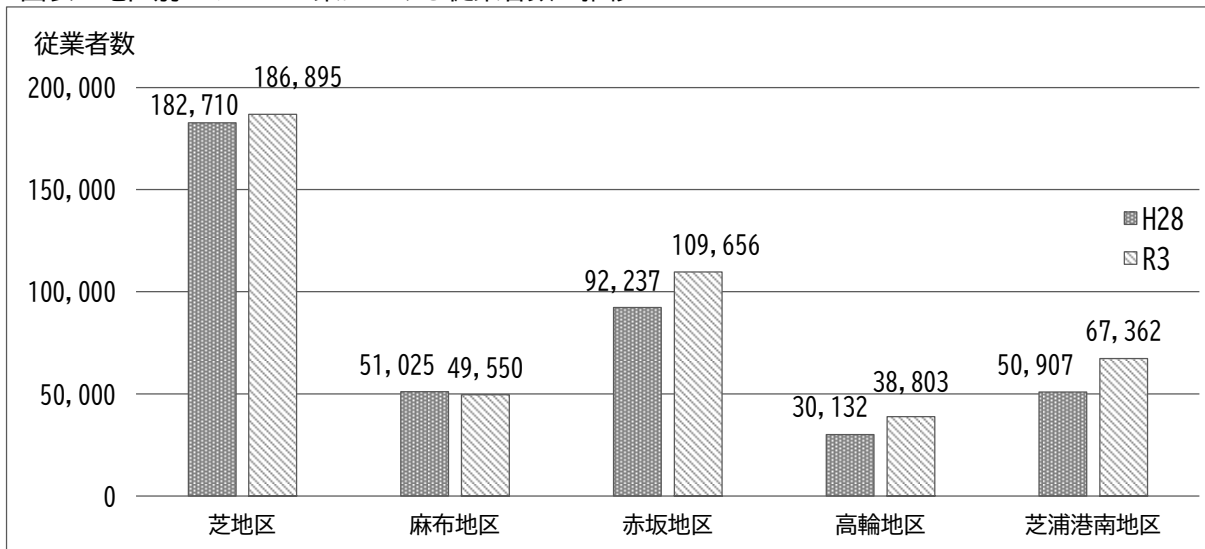
サービス業を地区別にみると、事業所数、従業者数とも芝地区で最も多く、次いで赤坂地区で多くなっている。平成28年と比較すると、事業所数では芝地区以外のすべての地区で増加し、従業者数では麻布地区で減少したほかは増加している。

図表 地区別のサービス業における事業所数の推移



出典：経済センサス活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

図表 地区別のサービス業における従業者数の推移



出典：経済センサス活動調査（平成28年、令和3年）
 ※R3は総務省提供データを基に港区推計

6. 中小企業の事業承継の状況

東京都では、都内中小製造業における経営実態や経営課題を明らかにするとともに持続的な成長・発展に向けた品質向上や製品開発などをテーマとして毎年業種を変えて調査を行い、「東京の中小企業の現状」としてまとめている。

令和3年度の製造業編、令和元年度のサービス産業編においても、事業承継の方針や後継者の状況についてアンケート調査を実施しており、港区としても参考となるため、引用し、考察する。

① 製造業

今後の事業継続の意向は、「事業を続けたい」が54.6%で最も高く、次いで「わからない・まだ決めていない」が27.0%、「廃業の予定」が17.6%であった。この傾向は、平成30年調査と同様の傾向であり、「事業を続けたい」は3ポイントほど増加した。

業種別に事業継続の意向を見ると、「事業を続けたい」は食品・飲料が67.1%で最も高い。一方、「廃業の予定」は衣料・身の回り品24.8%、住宅・建物23.0%において他の業種よりも高くなっており、これは平成30年調査と同様の傾向である。

従業者規模別にみると、従業者規模が大きいと「事業を続けたい」が高く、21～50人で94.9%、51～91人で93.5%、100人以上で92.9%となっている。一方、1～3人の小規模事業所では「廃業の予定」が32.1%と他規模の事業所と比較して、大きくなっている。

また、事業承継についての希望・方針は、全体では「まだ決めていない」が40.0%、「子・子の配偶者に継がせたい」が28.8%、「従業員に継がせたい」が9.4%の順となっている。

業種別に事業承継の希望・方針をみると、全体的に「まだ決めていない」が多くなっているが、食品・飲料は、「子・子の配偶者に継がせたい」が40.6%と最も高く、他の業種と比較しても高い。

② サービス業

事業承継の希望・方針は、「まだ決めていない」が33.6%と最も多い。また、「子・子の配偶者に継がせたい」、「配偶者に継がせたい」、「子・配偶者以外の親族に継がせたい」、「従業員に継がせたい」、「外部の人間に継がせたい」、「誰でもよいから継がせたい」を合わせた『事業継承予定』の事業者は、37.9%となっている。これは、平成28年調査と比較して、3ポイントほど上昇している。一方、「誰にも継がせたくない」は6.0%であった。

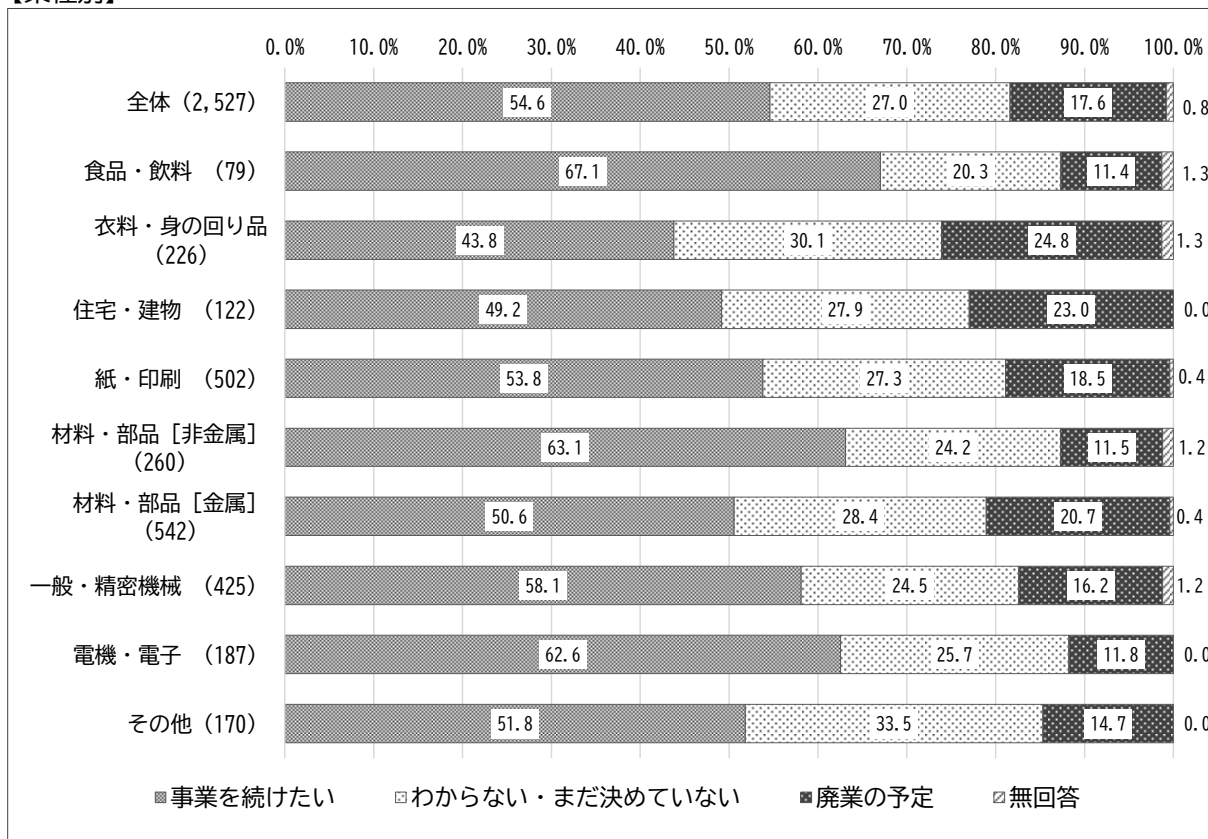
業種別にみると、情報・コンテンツ業や技術サービス業で「従業員に継がせたい」の割合が他の業種と比較して高くなっている。一方、事業サービス業では「子・子の配偶者に継がせたい」が19.8%と他の業種と比較して高くなっている。

事業承継の希望・方針で『事業承継予定』とした企業の現実の後継者の状況は、全体では「決まっている」が32.1%と最も高く、次いで「候補がいるが決まっていない」が25.5%、「まだ決める必要がない」が13.1%、「候補がいない」が10.7%となっている。

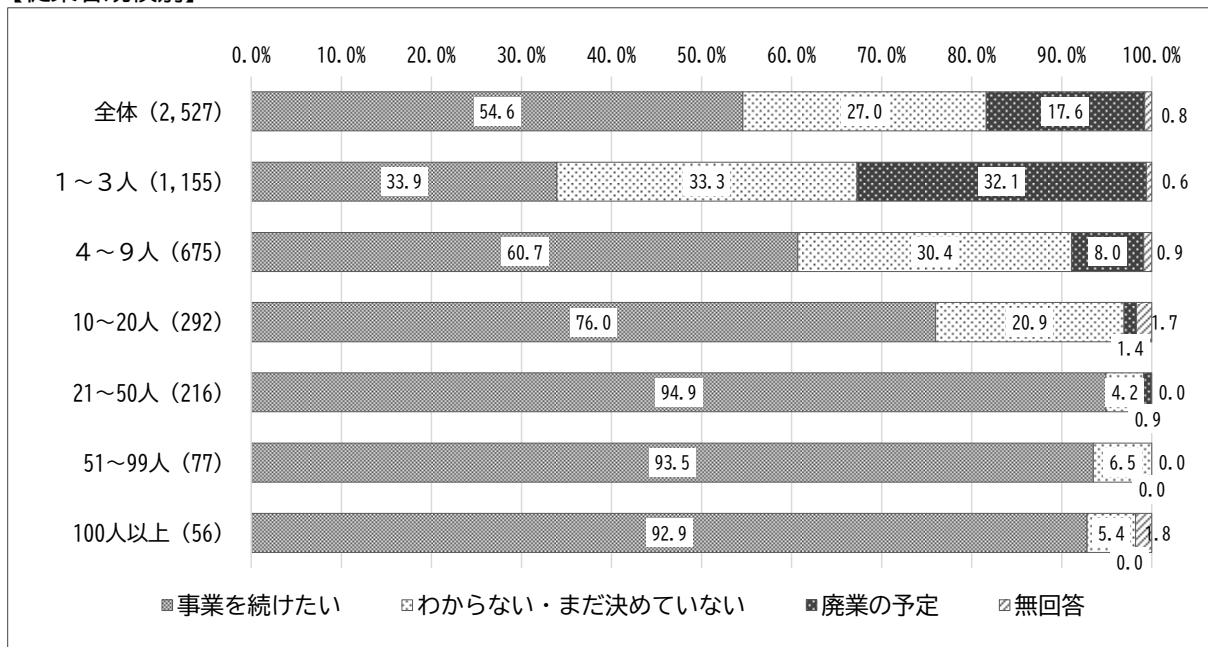
業種別にみると、情報・コンテンツ業では「決まっている」が事業サービス業や専門サービス業で他の業種に比べて高くなっている一方で、「候補がいない」が16.1%と他より高くなっている。

図表 事業継承の希望方針（製造業）

【業種別】



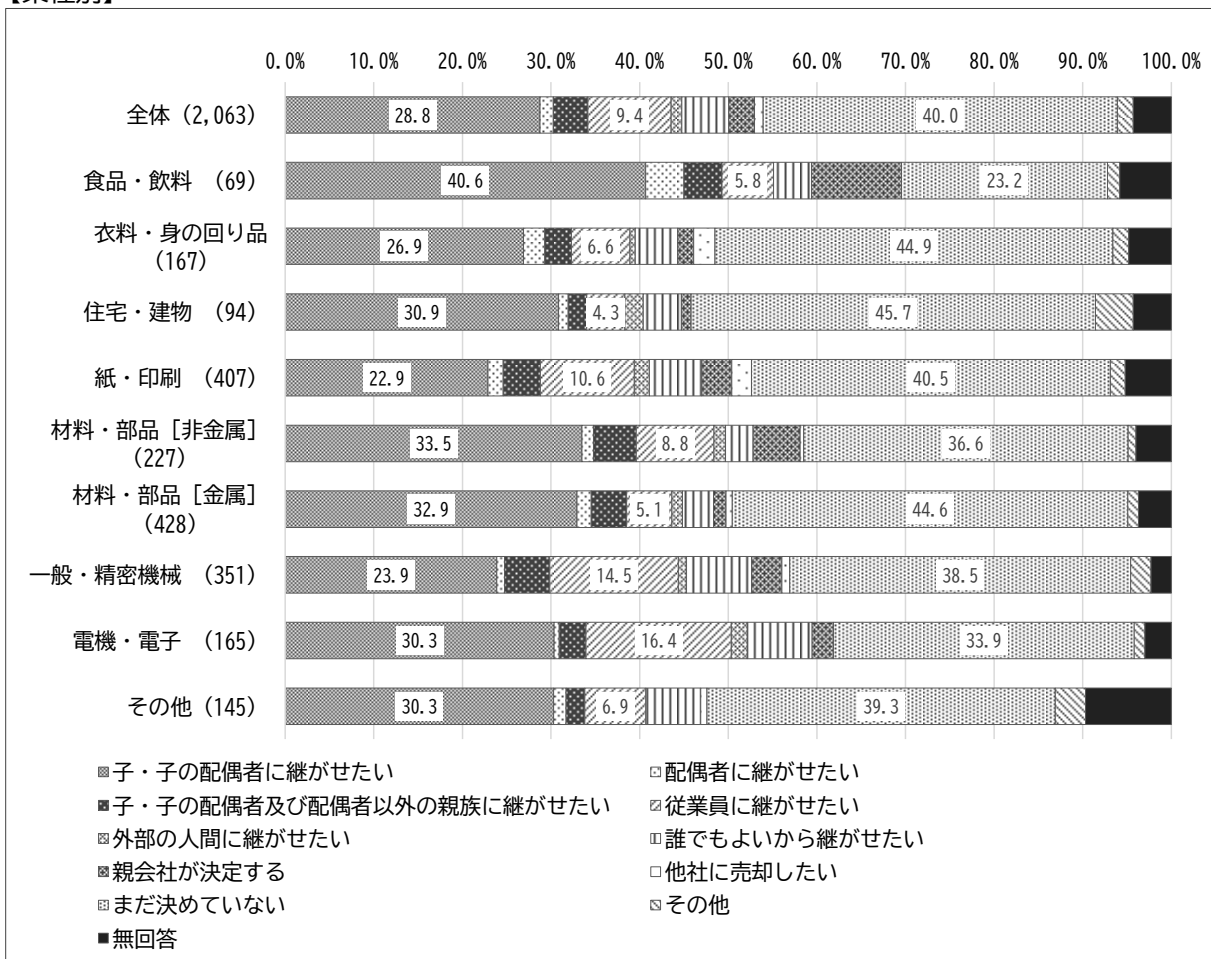
【従業員規模別】



※都内製造業 10,000 社を対象として、2021 年 7 月にアンケートを実施 有効回収率：29.6%
 出典：令和 3 年度 東京の中小企業の現状-製造業編-を基に作成

図表 後継者の状況（製造業）

【業種別】

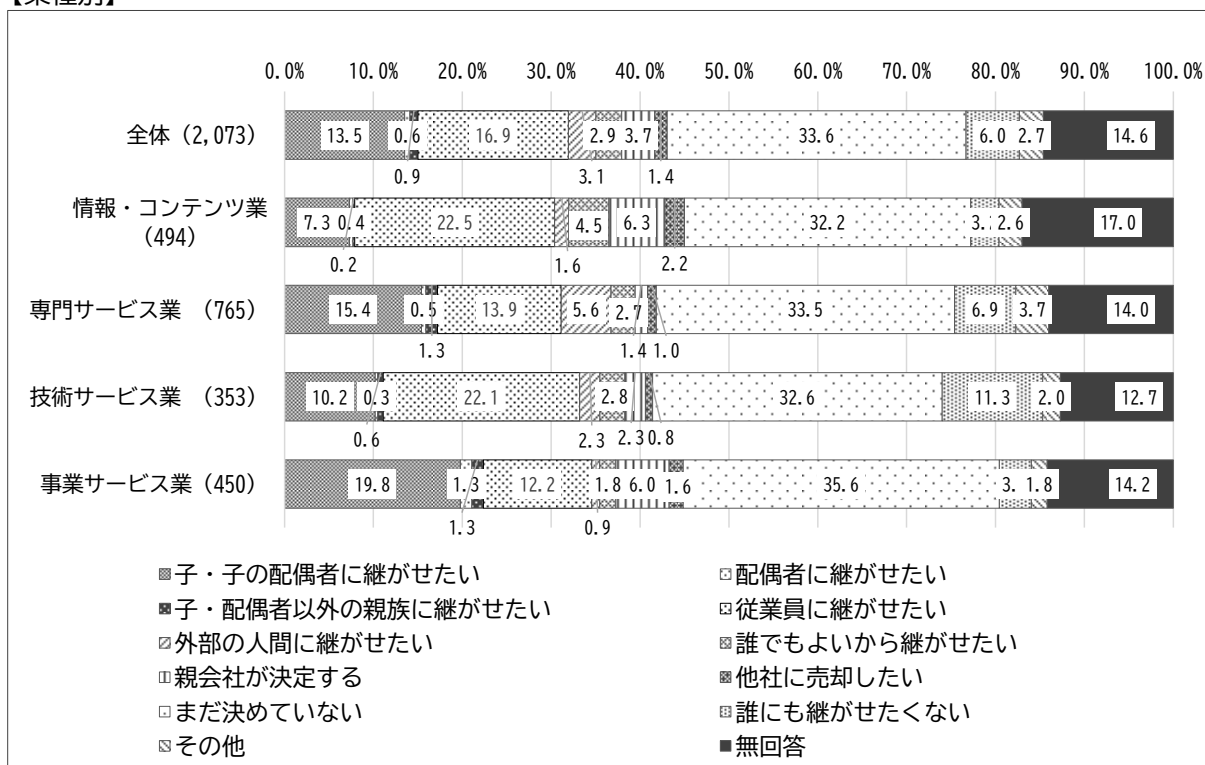


※都内製造業 10,000 社を対象として、2021 年 7 月にアンケートを実施 有効回収率：29.6%

出典：令和 3 年度 東京の中小企業の現状-製造業編-を基に作成

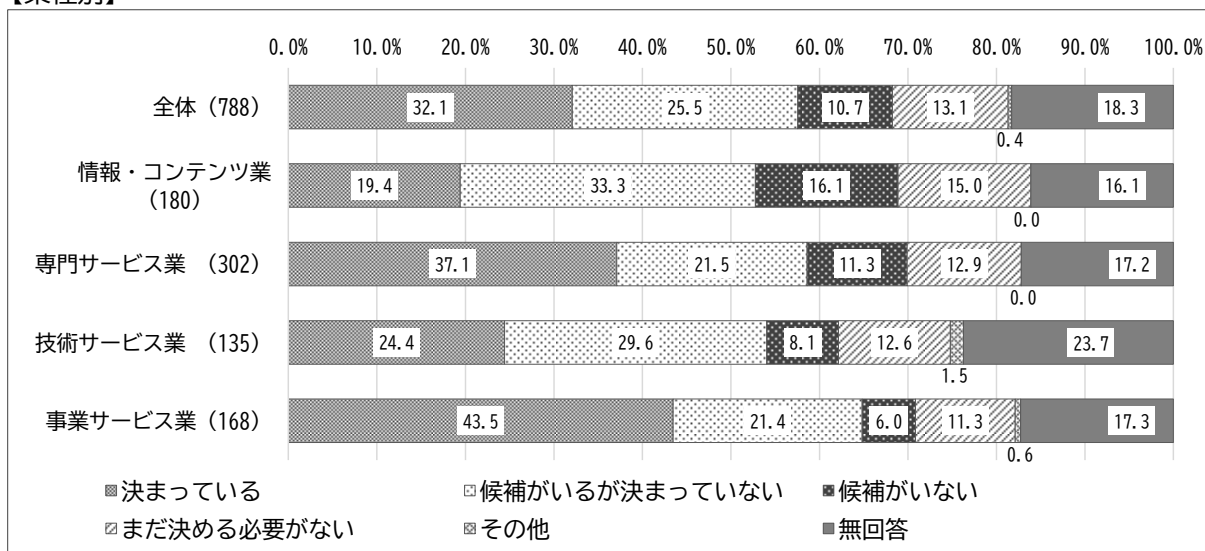
図表 事業継承の希望・方針（サービス業）

【業種別】



図表 後継者の状況（サービス業）

【業種別】



※都内サービス業 10,000 社を対象として、2019 年 7～8 月にアンケート調査を実施 有効回収率：26.9%
 出典：令和元年度 東京の中小企業の現状-サービス産業編-を基に作成

第2章 区内産業を取り巻く動向に関する調査、分析

港区内では、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催後も継続し、区内各地で再開発プロジェクトが進められている。東京23区の大規模オフィスの供給量調査（森トラスト株式会社）では、港区各地の地名が並び、2022年から26年までの港区全体の供給量は210万平方メートルと、前回調査時（2017～21年）より3割強増加する見通しである。

そこで本章では、今後の港区内の産業に影響を及ぼすと考えられる主な大規模プロジェクトの状況を整理する。各プロジェクトともに、地域のこれまでの課題を解決しながら、人の流れを大きく変え、にぎわいを創出するようなものとなっている。なお、計画は一部変更になる場合がある。

1. 虎ノ門周辺地区の街づくり

① 虎ノ門・麻布台地区

虎ノ門・麻布台地区は「六本木・虎ノ門地区まちづくりガイドライン」（平成24年12月策定）の区域の南側に位置し、桜田通りや放射第1号線、外苑東通りの幹線道路に接するとともに、地下鉄日比谷線神谷町駅や南北線六本木一丁目駅に近傍する交通利便性が高い約10.9ha（再開発等促進区を定める地区計画）の地区となる。

計画地北側では、環状線第2号線の整備等を契機に、国際的なビジネスエリアとしての開発が行われているとともに、地下鉄新駅の整備や都市開発の連携による歩行者ネットワークや緑のネットワークの形成などが進められている。

一方、計画地内は、土地が細分化し老朽化した低層の木造建物が多く立地しており、細街路が多く骨格となる道路は未整備で市街地環境や防災性が低下している。また、計画地を含む周辺市街地の地勢は起伏が大きく、歩行空間が不足しバリアフリー化も十分でないことから、歩行者の安全性、快適性の確保が求められている。

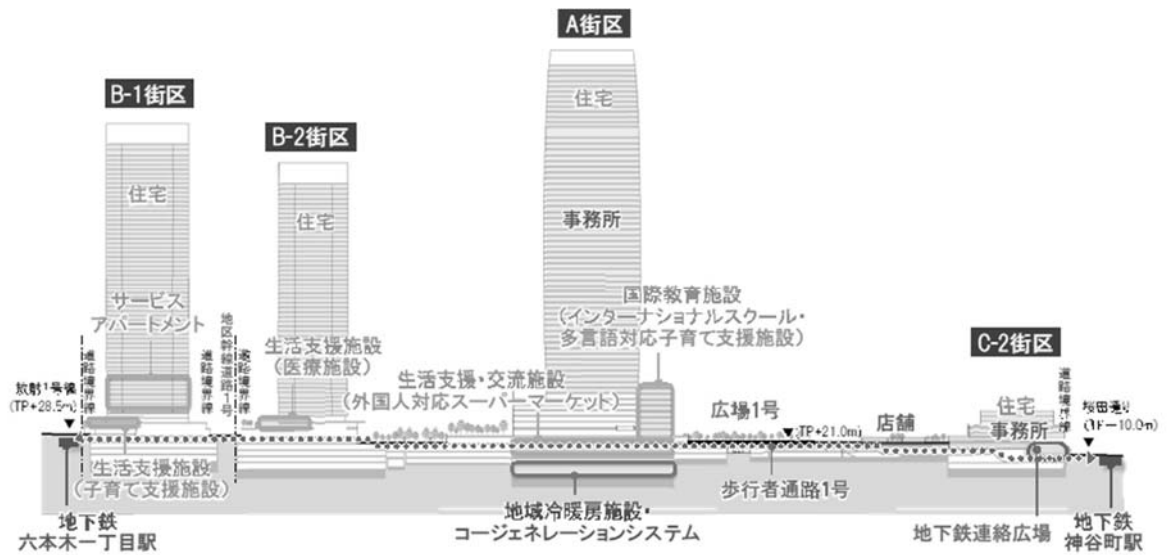
このようなことから、土地の合理的かつ健全な高度利用及び都市機能の更新を図り、公共施設と施設建築物を一体的に整備していくことが、本地区の役割として望まれている。



位置図



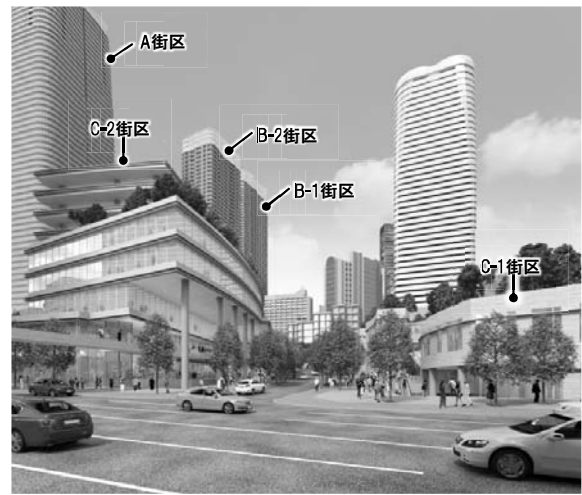
配置図



断面図



イメージパース（北東側から望む）



桜田通り沿道のイメージ



外苑東通り沿道のイメージ



放射第1号線沿道のイメージ

出典：港区議会建設常任委員会資料を基に作成

② 虎ノ門一・二丁目地区

虎ノ門一・二丁目地区は、港区の北東部、東京メトロ銀座線虎ノ門駅から概ね500mの距離に位置しており、地区内を国道1号（桜田通り）が南北に貫通し、都道405号（環状第2号線）、特別区道第1009号線、第1014号線、第101号線に面する約3.3haの地区となる。

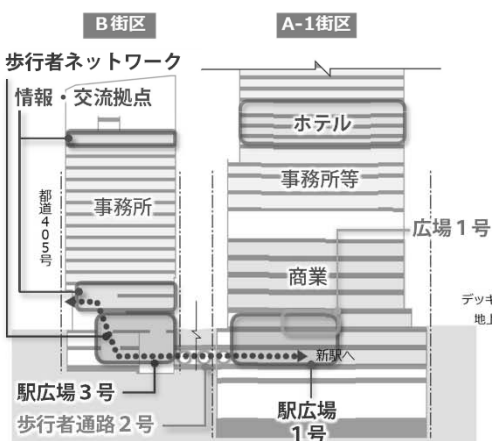
地区内では、東京メトロ日比谷線虎ノ門ヒルズ駅が整備され、地区周辺においても複数の都市開発が行われているなど、交通利便性及び開発ポテンシャルの高い地区となっている。一方、旧耐震基準による建物が多く、歩道未整備の道路や狭小道路が存在する等、防災面の不安を抱えており、新駅近傍の要衝となる地区としては、機能更新や都市基盤整備が遅れている状況である。また憩いの空間や緑の不足も課題として挙げられる。

このようなことから、敷地の集約化と道路再編を行い、新駅整備と都市開発が一体となった広場空間の整備や交通結節機能の強化等を図る。また、業務、商業、文化・交流など多様な機能の導入や防災対応力の強化の実現により、国際的なビジネス交流拠点や魅力的な複合市街地の形成が、本地区の役割として望まれている。

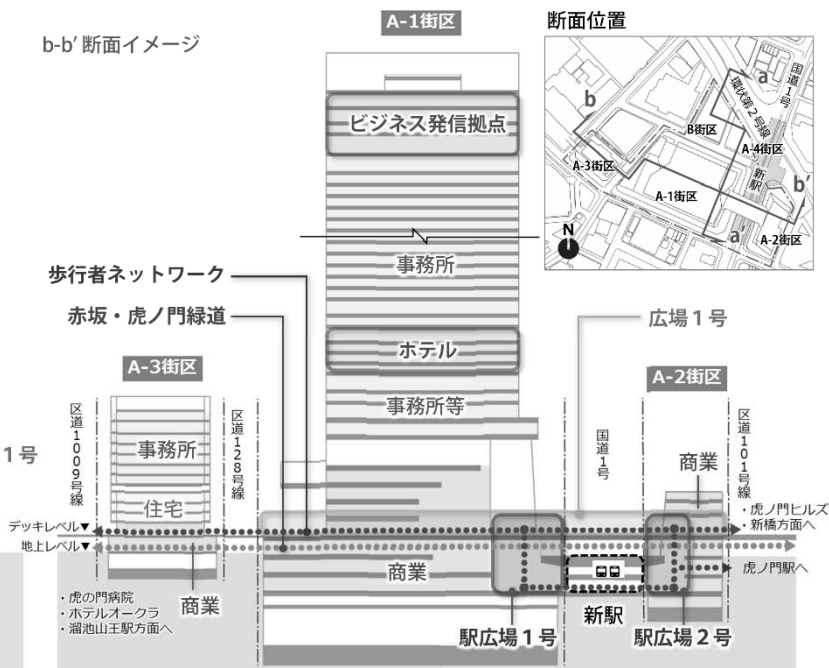


位置図

a-a' 断面イメージ



b-b' 断面イメージ



断面図

出典：港区議会建設常任委員会資料を基に作成

2. 品川駅周辺地区の街づくり

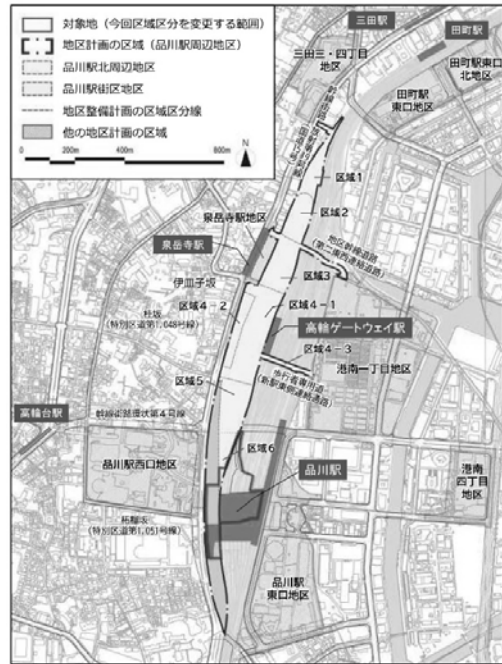
① 品川駅街区地区

品川駅周辺地区は、国道15号の東側に位置し、JR東日本の車両基地跡地を中心とする現状約18.3haの地区になる。

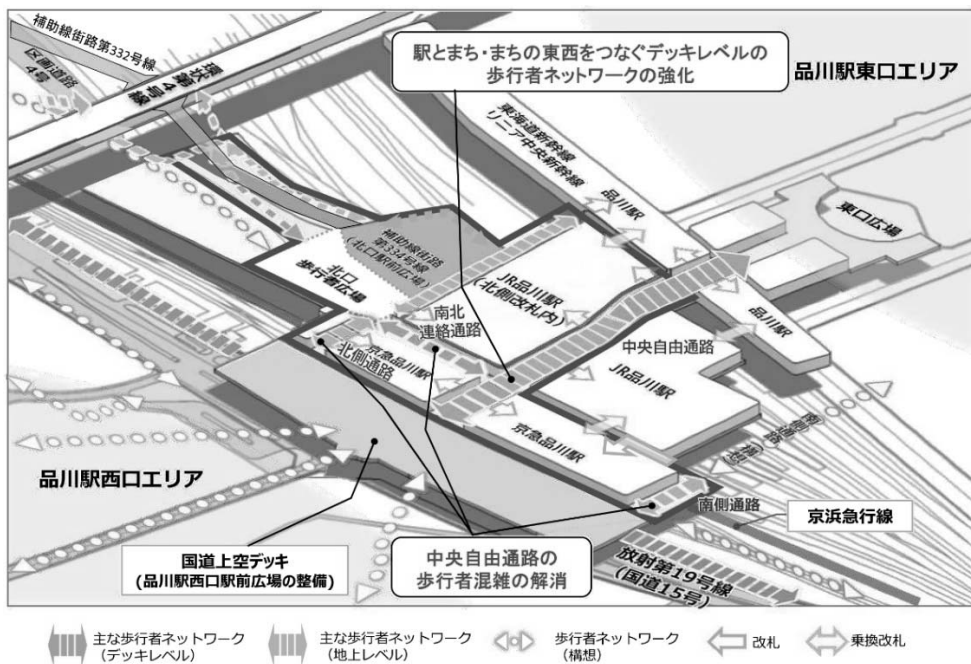
このうち、品川駅北周辺地区では、区域1から区域4-1において平成31年4月に地区計画及び都市再生特別地区の変更が都市計画決定されており、令和6年度の一部開業を目指して公共施設及び建築物の整備が進められていく予定になる。

一方、品川駅街区地区は、JR東日本の在来線をはじめ、東海道新幹線、京浜急行線など、複数の鉄道が乗り入れるターミナル駅となる品川駅を核とするエリアであり、令和9年のリニア中央新幹線の開業に向けて、品川駅街区地区土地区画整理事業、都市計画道路環状第4号線及び放射第19号線等の基盤整備が進められるとともに、京急品川駅の地平化に併せた駅改良やJR品川駅の北側改札内での改良が予定されている。こうした中、対象地においては、品川駅直結の立地を生かした土地の有効利用やにぎわいの創出、西側につながる連絡機能の強化や南北をつなぐ歩行者ネットワークの形成が求められている。

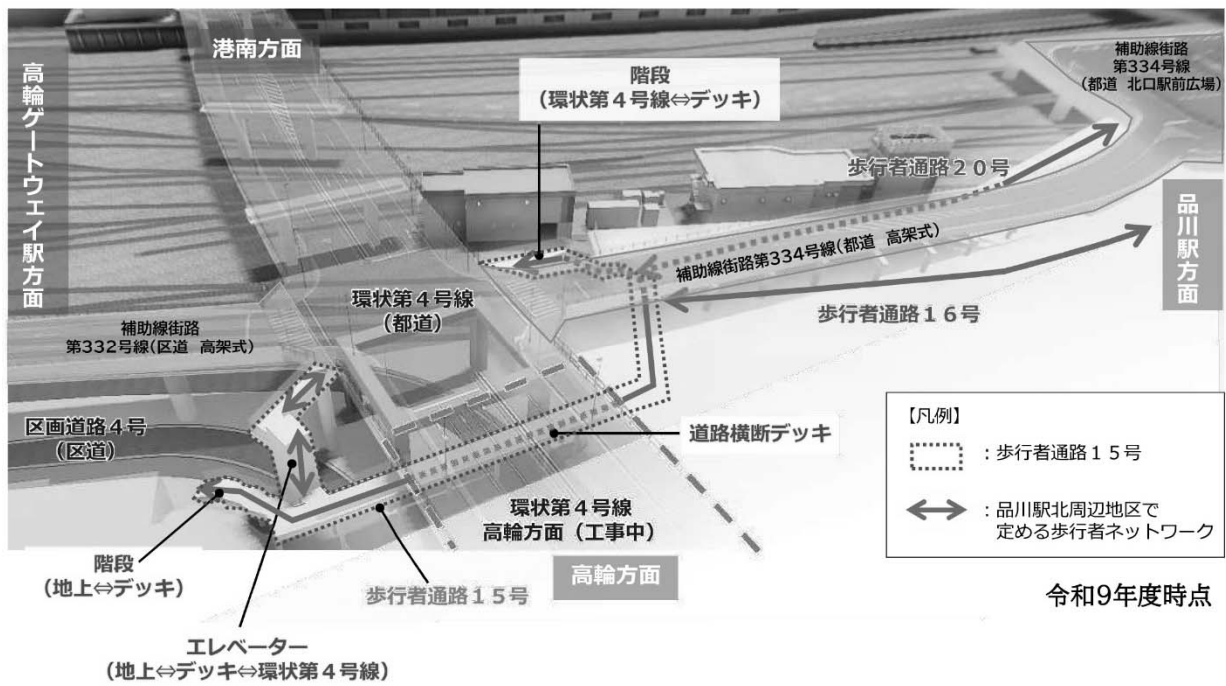
このため、地区計画及び再開発等促進区の区域を一部拡大し、上記の基盤整備と併せ、人工地盤を活用した駅広場や歩行者通路を整備することで、国際交流拠点・品川にふさわしい複合的な機能集積を支える基盤の強化を図っていく。



位置図



駅改良及び歩行者ネットワークのイメージ



歩行者通路15号（環状第4号線交差部における縦動線）イメージ



駅広場2号（北口歩行者広場）イメージ



歩行者通路21号（南北連絡通路）イメージ

出典：港区議会建設常任委員会資料を基に作成（一部時点修正）

② 品川駅西口地区

品川駅西口地区は、品川駅の西側に位置する交通利便性の高い地区であり、放射第19号線（国道15号）、環状第4号線、補助線街路第14号線に囲まれた約14.7haの区域にある。

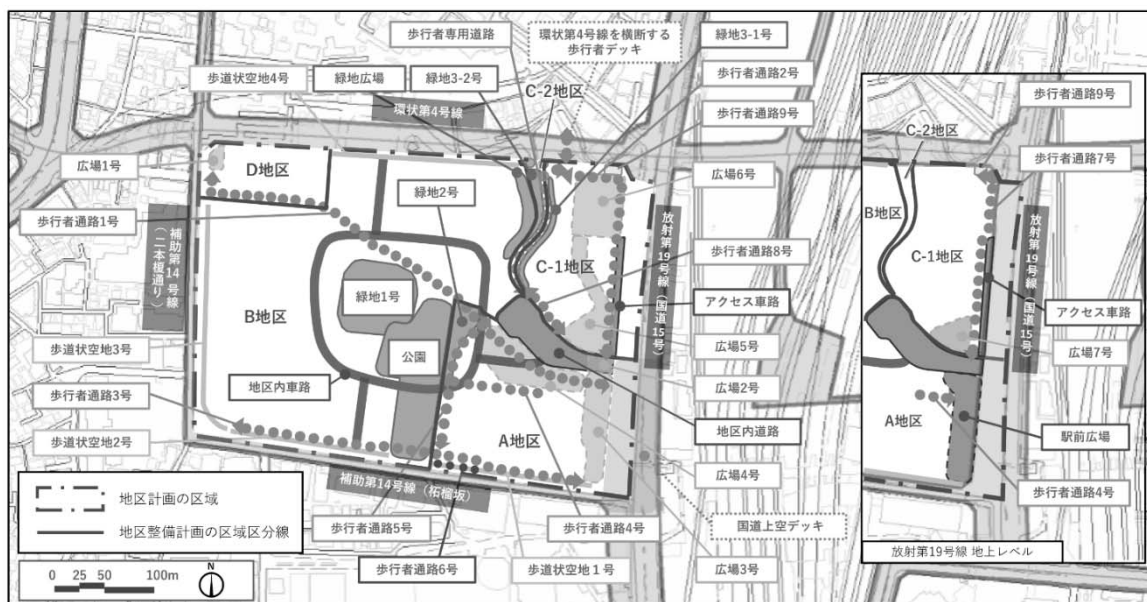
計画地においては、東側のバス乗降場の利便性が低いこと、西側の都市計画道路が未整備であること、品川駅との歩行者ネットワークが脆弱であること等、交通基盤上の課題がある。また、区立高輪森の公園をはじめとした豊かな緑や古くから残る崖線があるにもかかわらず、視認性が悪く、周辺からアクセスしにくいことに加え、計画地内の回遊性が乏しいため、駅利用者や地域住民の行き来が制約されている。

さらに、計画地の北東側は、旧耐震の建物が多く防災上の課題を抱え、細分化された敷地により土地の高度利用が困難な状況であることから、地区内の老朽化マンションにおける平成22年頃からの個別建替の検討が契機となり、周囲を含めた再開発事業を前提とした検討が進められている。

一方、周辺では、リニア中央新幹線の整備、京急品川駅の地平化、国道15号の拡幅、環状第4号線等の整備に加え、品川駅周辺地区（品川駅北周辺地区・品川駅街区地区）や港南一丁目地区の品川シーズンテラス等の開発が進み、品川駅周辺全体で国際交流拠点の形成が図られている。

こうした状況において、計画地では、品川駅前の立地特性を生かし、高度な利便性を備えたMICE（コンベンション機能等）、業務、観光支援、宿泊などの機能の充実や、既存の崖線・公園等を生かした緑のネットワークの形成等が求められている。

このため、これらの多様な都市機能の導入とともに、環境配慮や防災性向上に資する取組により、国際交流拠点の実現に向けたまちづくりを段階的かつ一体的に推進する。加えて、交通結節機能の強化、地区中央における緑地・公園が一体となった憩いの場の形成、駅や周辺市街地とのアクセス性を向上させるバリアフリーの歩行者ネットワークの形成等により、地域に開かれたまちへの転換を図っていく。



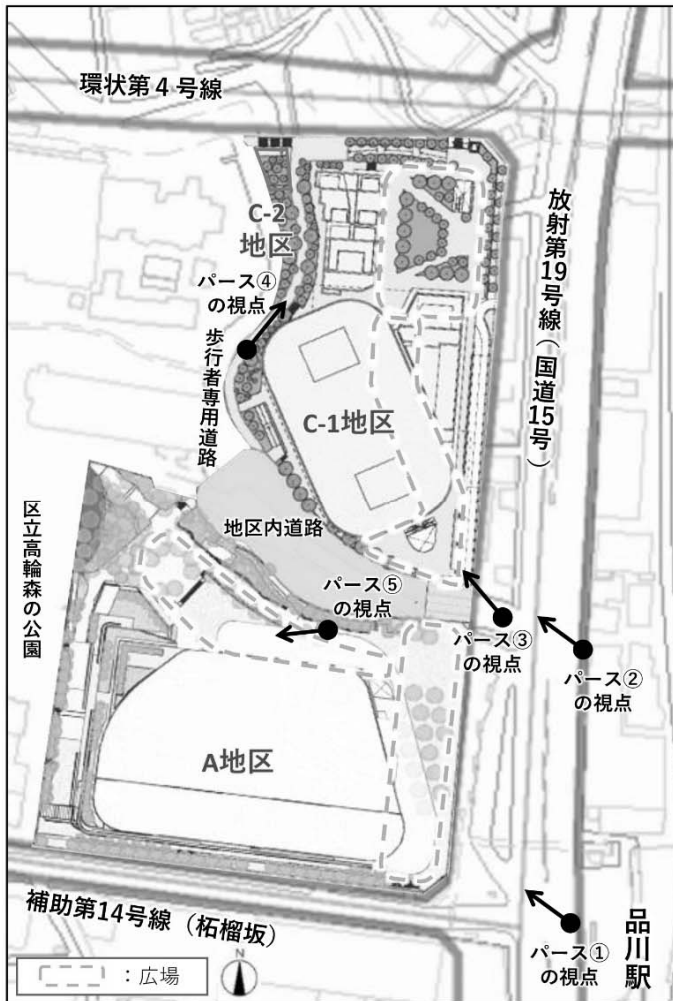
公共施設等の配置図



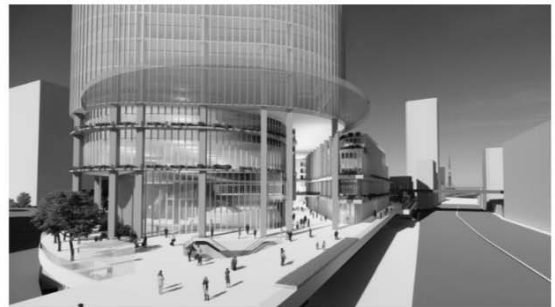
A地区建物の外観イメージ



C地区建物の外観イメージ



施設の配置図



C地区建物低層部のイメージ



歩行者空間のイメージ



A地区建物低層部のイメージ

出典：港区議会建設常任委員会資料を基に作成

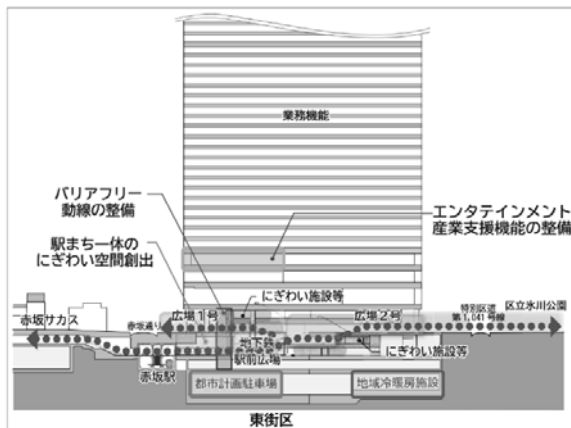
3. 赤坂二・六丁目地区の街づくり

本地区は、赤坂通りに面し、東京メトロ赤坂駅の駅前に位置する交通便利性の高い地区になる。また、本地区周辺は劇場等の都市型観光資源が立地した港区の主要な観光エリアであり、港区内外の主要な観光エリアと連携した広域的観光軸を形成している。一方、赤坂駅は駅構内が狭く、歩行空間が不足するとともに、本地区が位置する駅南側へのバリアフリー動線が確保されていない。また、地区内道路における交通混雑、歩行空間及び滞留空間の不足、駅周辺の放置自転車等が課題となっており、自動車、自転車、歩行者それぞれの安全性・快適性の向上が求められている。

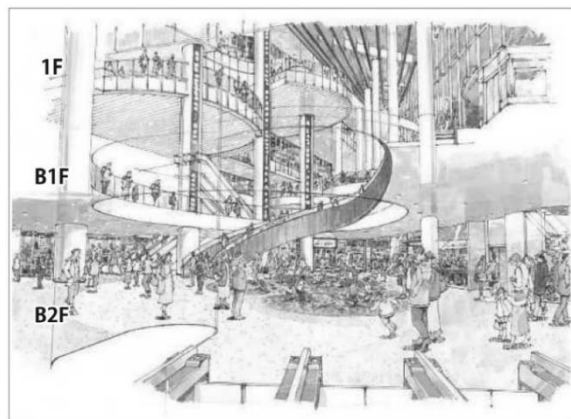
このような背景を踏まえ、駅とまちを一体的につなぐ開放性とにぎわいを備えた駅前空間の創出、ゆとりあるオープンスペースの整備、防災対応力の向上を図るとともに、多様な交通機能の導入による駅を中心とした交通結節拠点の形成を図る。また、沿道と一体となった魅力的な歩行空間を創出し、歩行者の安全性・快適性の向上を図るとともに、国際化にも対応した、高機能で高質な交流が行われる業務、商業、文化、交流、宿泊等の多様な都市機能を集積し、国際性・文化性豊かな魅力ある複合市街地の形成を図る。



位置図



断面図



地下鉄駅前広場のイメージ図



計画建物の外観イメージ

出典：港区議会建設常任委員会資料を基に作成

第3章 港区中小企業者を対象としたアンケート調査実施、集計分析

I ものづくり・IT関連事業者

1. 調査概要

(1) 調査の目的

第4次港区産業振興プラン後期計画策定に向け、区内産業の実態を把握し、区の主要産業であるものづくり・IT関連事業者の振興施策などを検討するため実施した。

(2) 調査方法

① 調査対象

港区内に所在する下記の事業所を対象とした。

② 抽出数

1,500件（産業分類の業種別の事業所数割合に応じて無作為に抽出）

産業分類		対象事業所数	割当抽出数	抽出割合
D	建設業	955	74	4.9%
E	製造業	1,060	82	5.5%
G	情報通信業	3,787	294	19.6%
I	卸売業、小売業（うち卸売業）	3,713	288	19.2%
K	不動産業、物品賃貸業	3,773	293	19.5%
L	学術研究、専門・技術サービス業※1	4,596	357	23.8%
R	サービス業（他に分類されないもの）※2	1,430	111	7.4%
合計		19,314	1,500	100.0%

※1 専門サービス業、広告業、技術サービス業を「専門・技術サービス業」とし、学術・開発研究機関、学術研究、専門・技術サービス業、内格付不能なものを除く

※2 その他の事業サービス業を「その他」とし、廃棄物処理業、自動車整備業、機械等修理業、職業紹介・労働者派遣業、政治・経済・文化団体、宗教、その他のサービス業、その他格付不能なものを除く

③ 調査方法

郵送配布、郵送またはインターネットによる回答

④ 調査期間

令和4年12月7日～令和5年1月20日

(3) 回収数・回収率

240件（郵送：173、インターネット：67）・16.0%

(4) 調査項目

① 事業所の属性

- ・ 本社・支社の区分、事業所の機能、業種、創業年、資本金、従業員数、経営者の年代、後継者の有無、土地建物の所有形態、所在

② 経営状況

- ・ 直近の売上高、売上高・営業利益の変化、3年後の景況感、昨今の急激な円安・物価高の影響

③ 新型コロナウイルス感染症の影響

- ・ コロナ禍の影響、事業内容・事業体制の変更

④ 立地環境

- ・ 創業について、港区に立地するメリット・デメリット、区外移転の可能性
- ・ 区内で成長すると思われる産業分野

⑤ 事業活動における課題と方向性

- ・ 経営上の問題点、今後重点的に取り組みたい事項、具体的な事業プラン

⑥ 事業活動への支援・ニーズ

- ・ 区の産業振興施策の利用の有無・今後の関心、利用した施策の効果
- ・ 情報の入手手段、今後区に望む支援

⑦ 港区の景気動向

- ・ 売上増加に影響を及ぼすと思われる社会環境

⑧ ワーク・ライフ・バランス推進事業

- ・ ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業の認知、行っている取組、取組のメリットなど

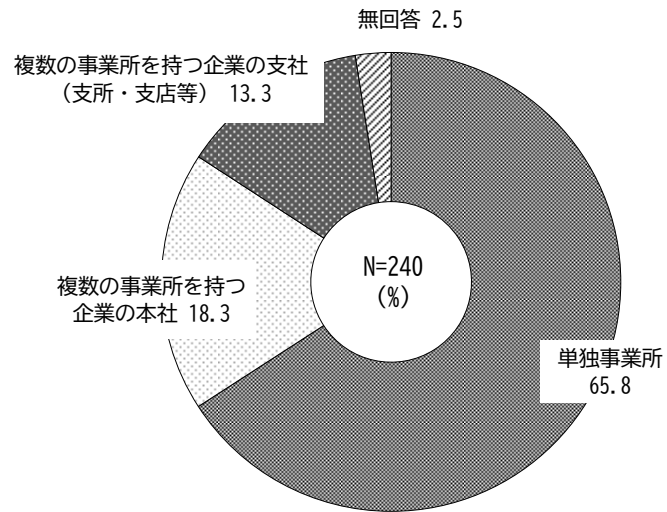
(5) 集計にあたっての留意点

- ・ 各値については、原則として表示単位未満を四捨五入し、端数調整をしていないため、合計と一致しない場合がある。
- ・ クロス集計は、各項目にて無回答を集計から除外しているため、各項目の合計が港区全体とは一致しない。
- ・ 業種別は、「建設業」の母数が少数のため、参考値とし、コメントとして触れない場合がある。
- ・ 経営者年代別は、「30歳未満」、「30歳代」の母数が少数のため、「30歳未満」、「30歳代」に「40歳代」を加え、「40歳代以下」として集計している。

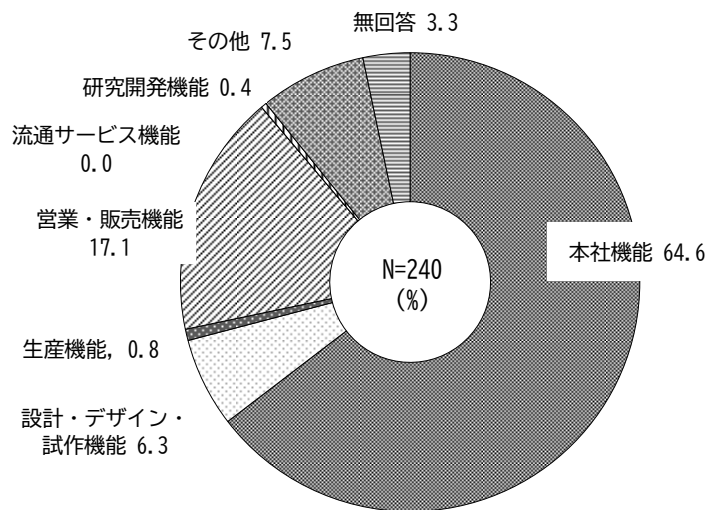
2. 調査結果の概要

(1) 事業所の属性

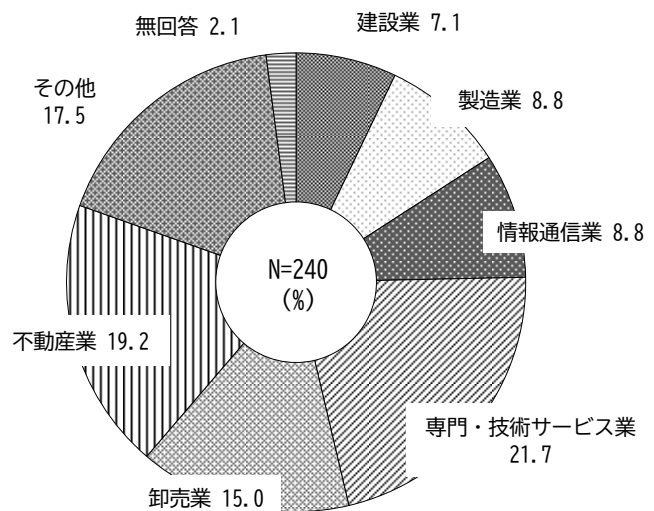
本社・支社



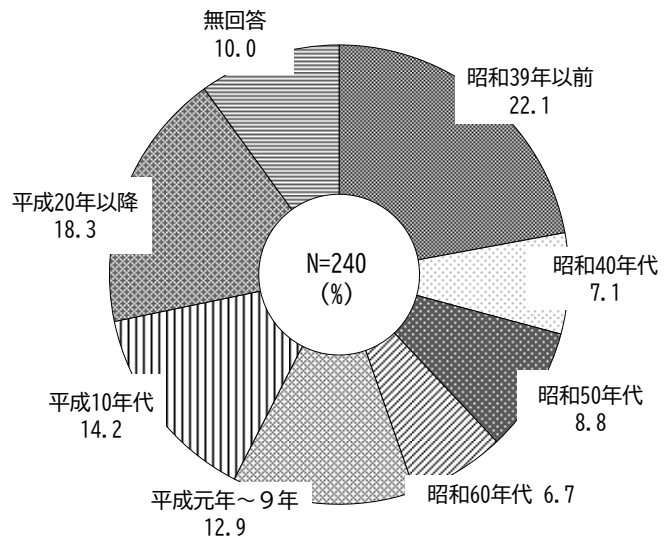
主な機能



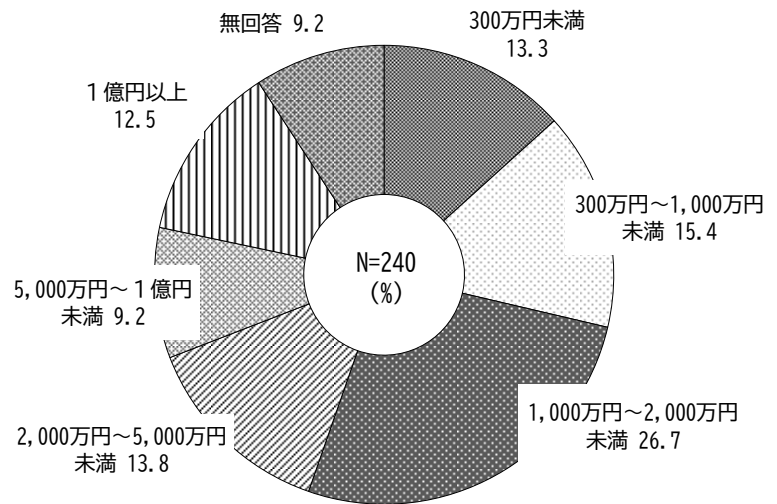
業種



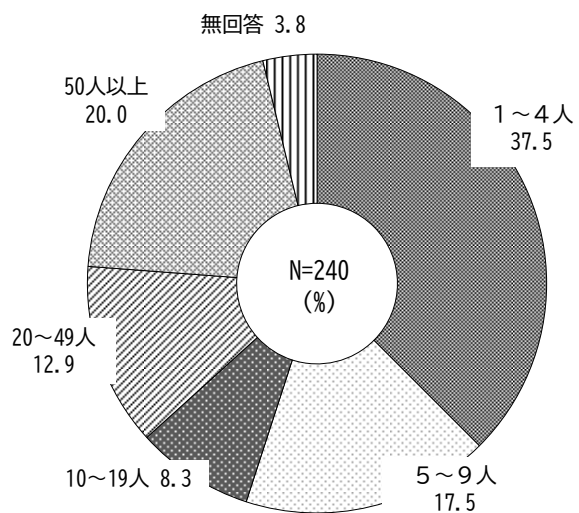
創業年



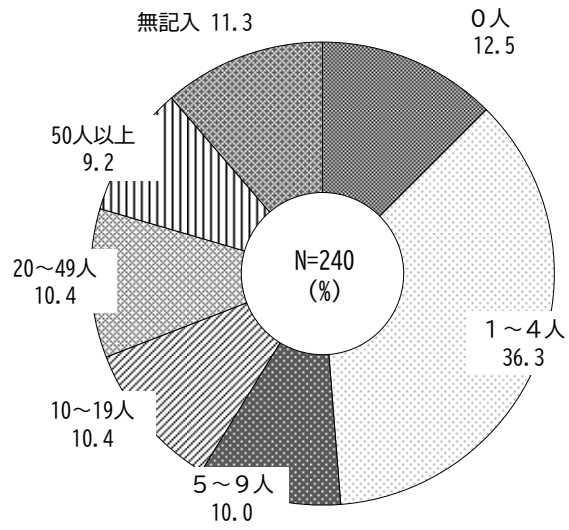
資本金



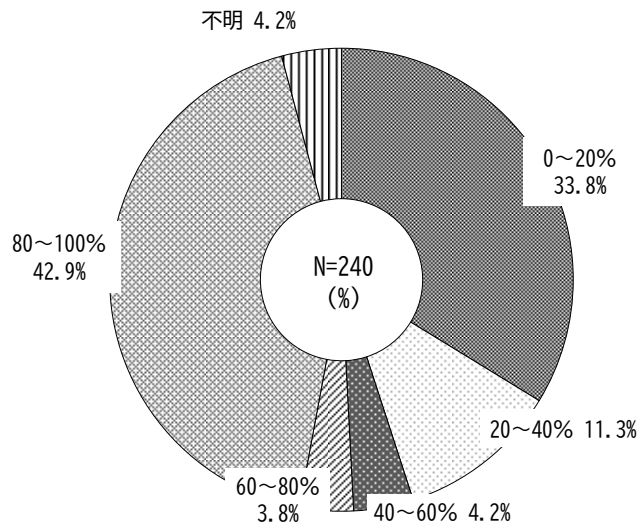
従業員の数【総数】



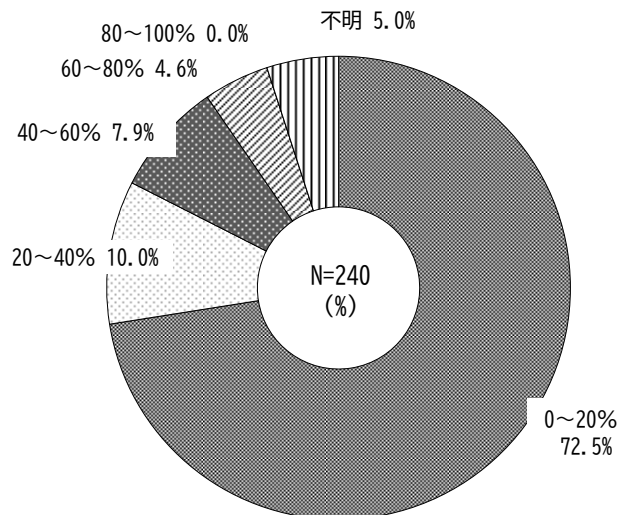
従業者の数【港区内の従業者数】



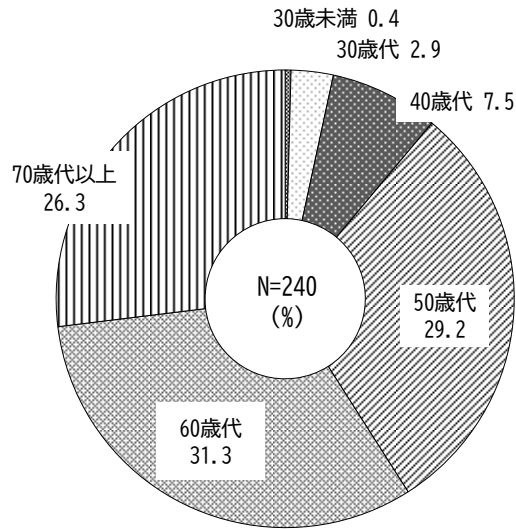
従業者の数【全従業者の内、港区内の従業者の割合】



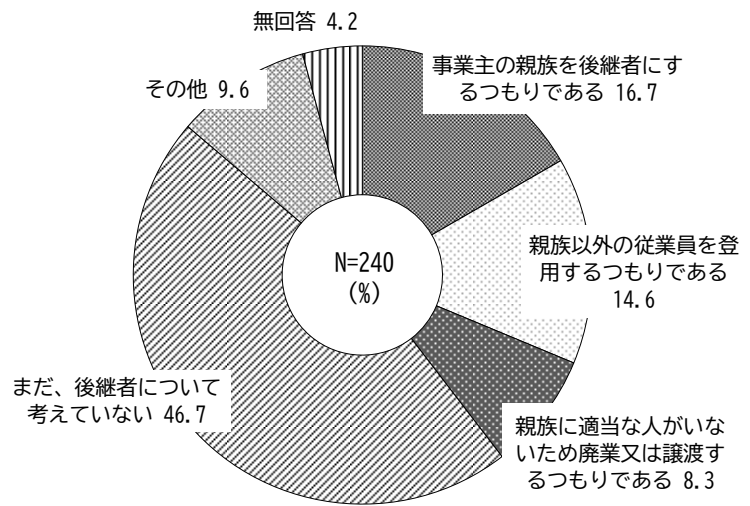
従業者の数【全従業者の内、パート、アルバイト、派遣の割合】



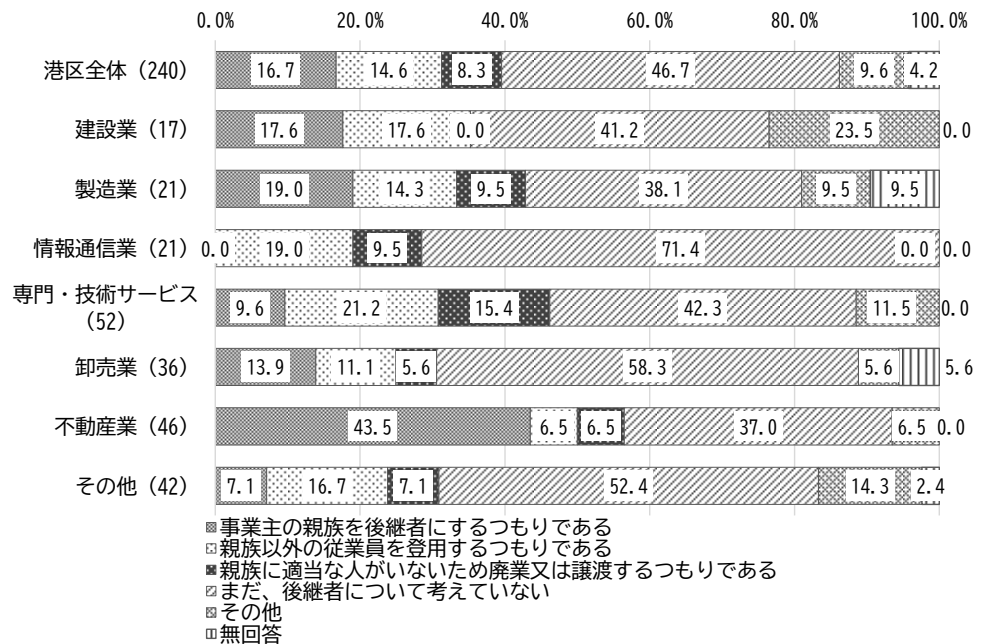
経営者の年代



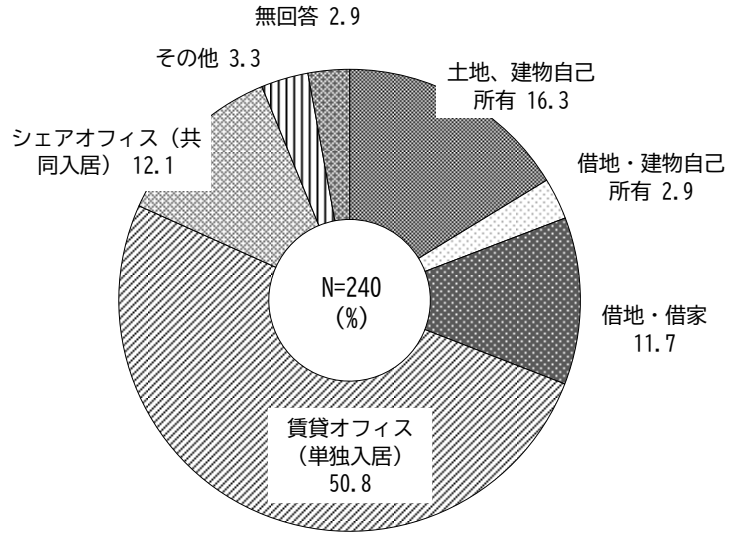
後継者の有無



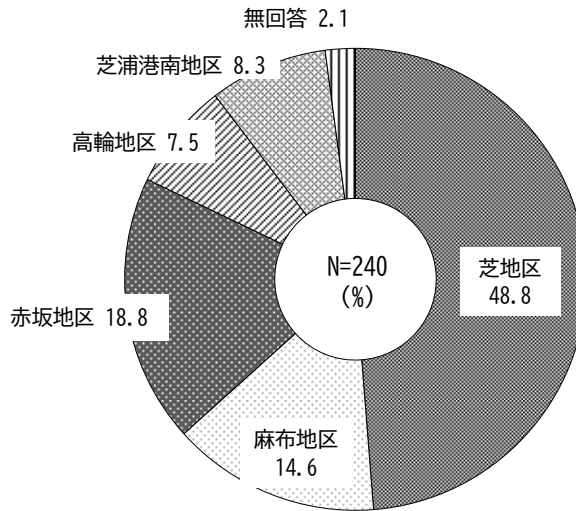
後継者の有無【業種別】



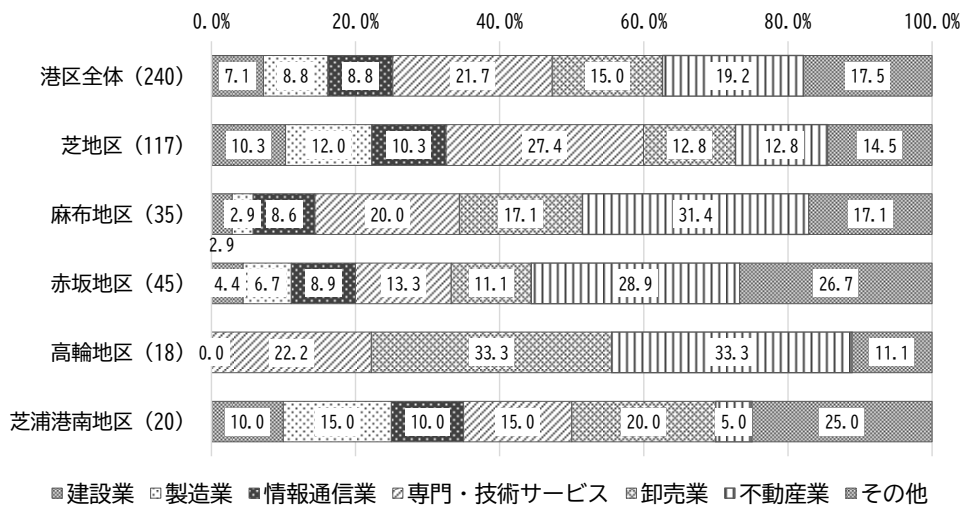
土地、建物の所有形態



所在



所在【地区別】

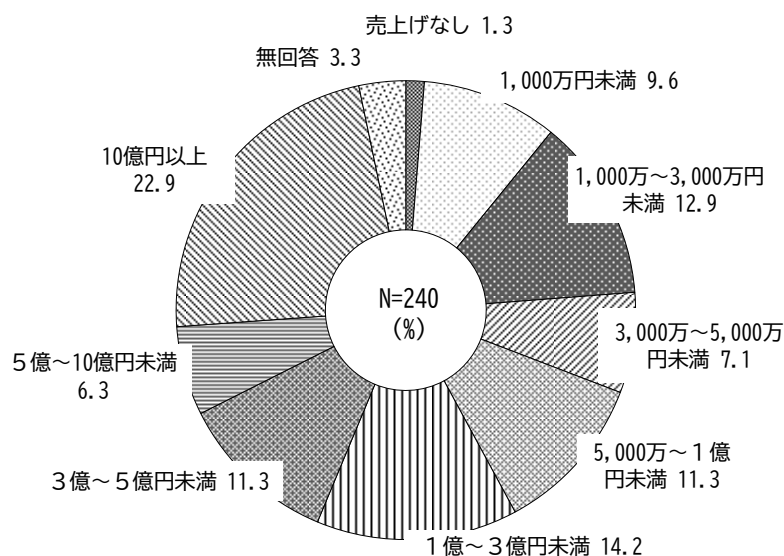


(2) 経営状況について

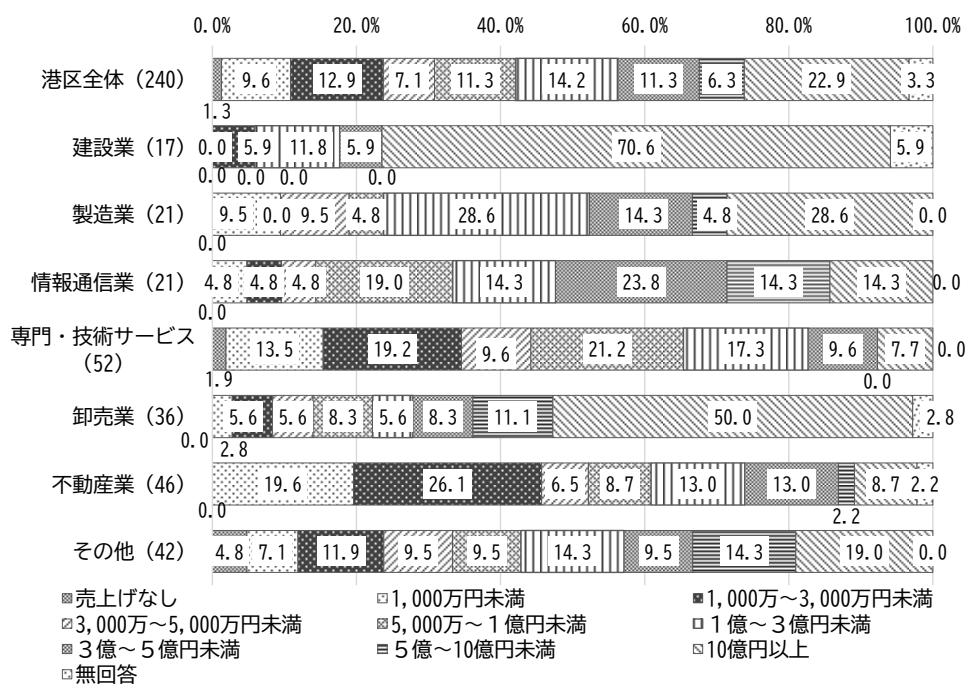
直近の売上高

- ・直近の決算年度の売上高について聞いてみると、「10億円以上」が22.9%と最も多く、次いで「1億～3億円未満」が14.2%、「1,000万～3,000万円未満」が12.9%となっている。
- ・業種別にみると、建設業、製造業、卸売業、その他の業種では「10億円以上」の割合が最も多く、情報通信業では「3億～5億円未満」、専門・技術サービスでは「5,000万円～1億円未満」、不動産業では「1,000万円～3,000万円未満」がそれぞれ最も多くなっている。

図表 直近の売上高【港区全体】



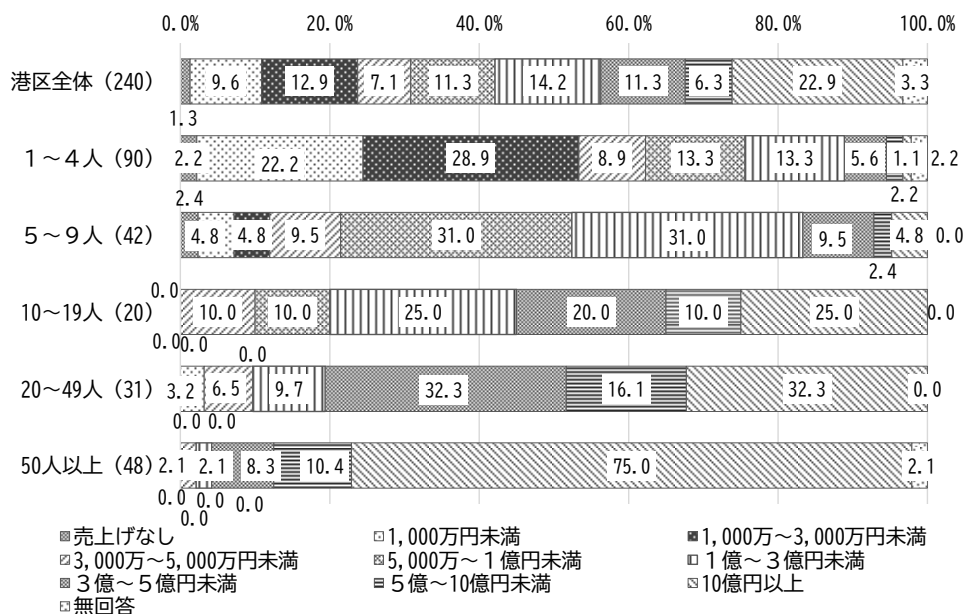
図表 直近の売上高【業種別】



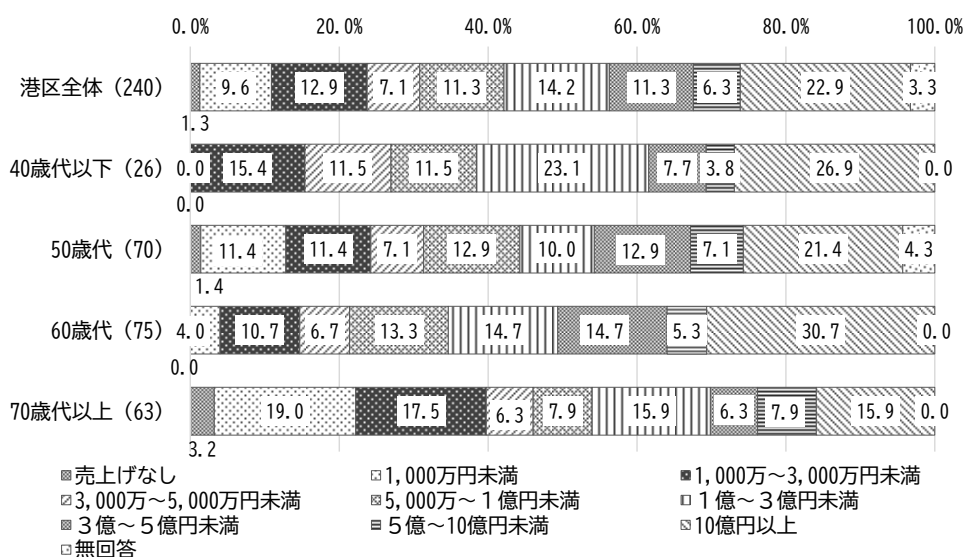
・従業員規模別にみると、従業員規模が大きくなるほど売上高も大きくなる傾向にあり、50人以上では、「10億円以上」が75.0%になっている。

・経営者年代別にみると、40歳代以下、50歳代、60歳代では、「10億円以上」の割合が最も高くなっている。70歳代以上では、「1,000万円未満」が最も多く、次いで「1,000万～3,000万円未満」が多く、他の年齢層に比べ、低い売上高が多くを占めている。

図表 直近の売上高【従業員規模別】



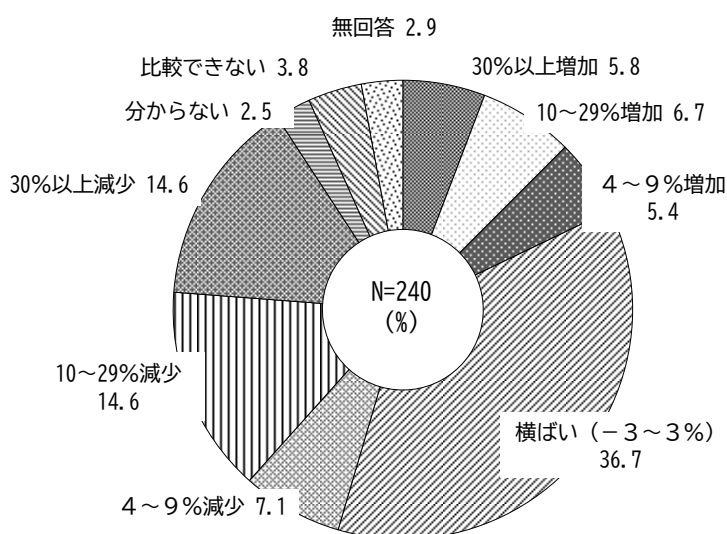
図表 直近の売上高【経営者年代別】



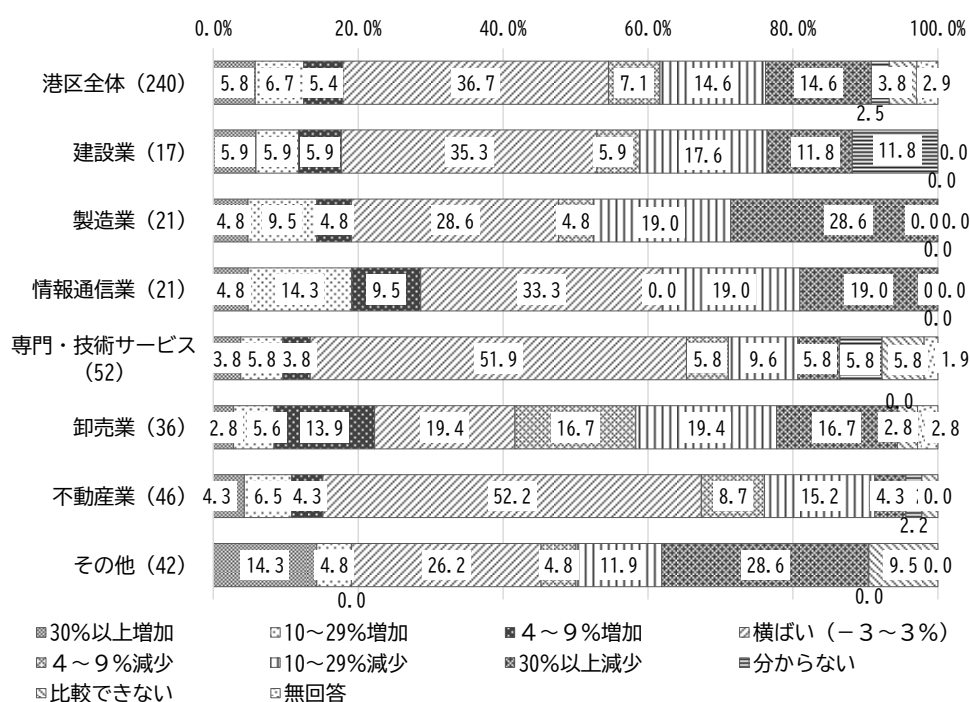
直近と3年前の売上高の比較

- ・直近の決算年度と3年前を比較した売上高の変化について聞いてみると、「横ばい(-3~3%)」が36.7%と最も多く、次いで「10~29%減少」と「30%以上減少」がともに14.6%となっている。
- ・業種別にみると、その他の業種を除いて「横ばい(-3~3%)」が最も多い割合(同等を含む)となっている。『増加』(「30%以上増加」「10~29%増加」「4~9%増加」の合計)の割合が多くみられたのは、情報通信業28.6%、卸売業22.3%などであった。

図表 直近と3年前の売上高の比較【港区全体】

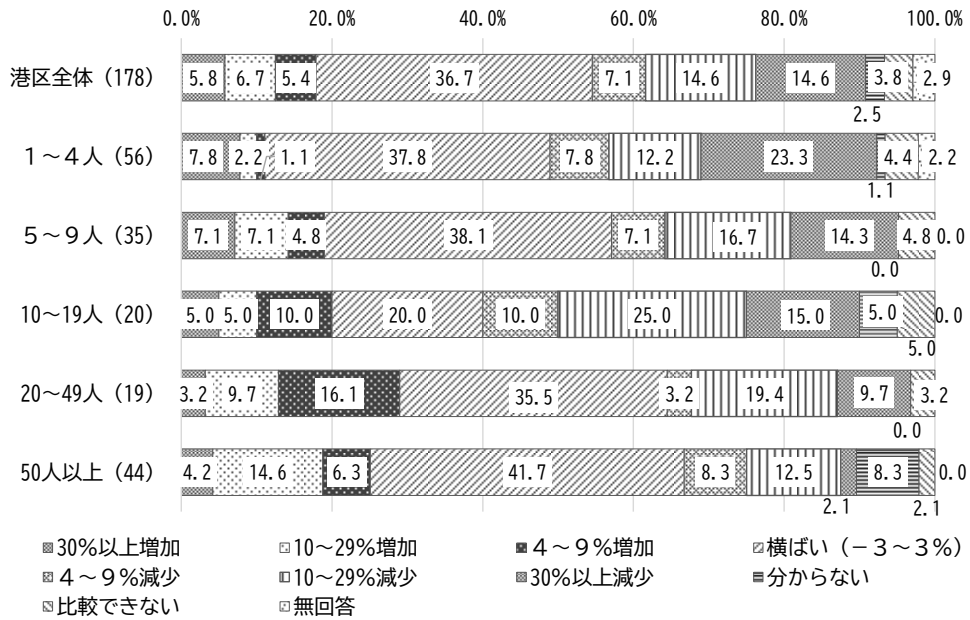


図表 直近と3年前の売上高の比較【業種別】



・従業員規模別にみても、10～19人を除くすべての規模において「横ばい(-3～3%)」が最も多い割合となっている。増加が多くみられたのは、20～49人 29.0%、50人以上 25.1%の規模であった。

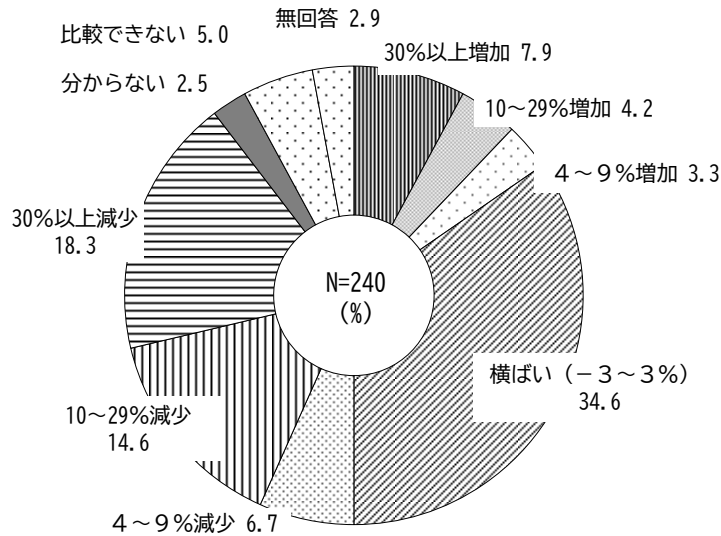
図表 直近と3年前の売上高の比較【従業員規模別】



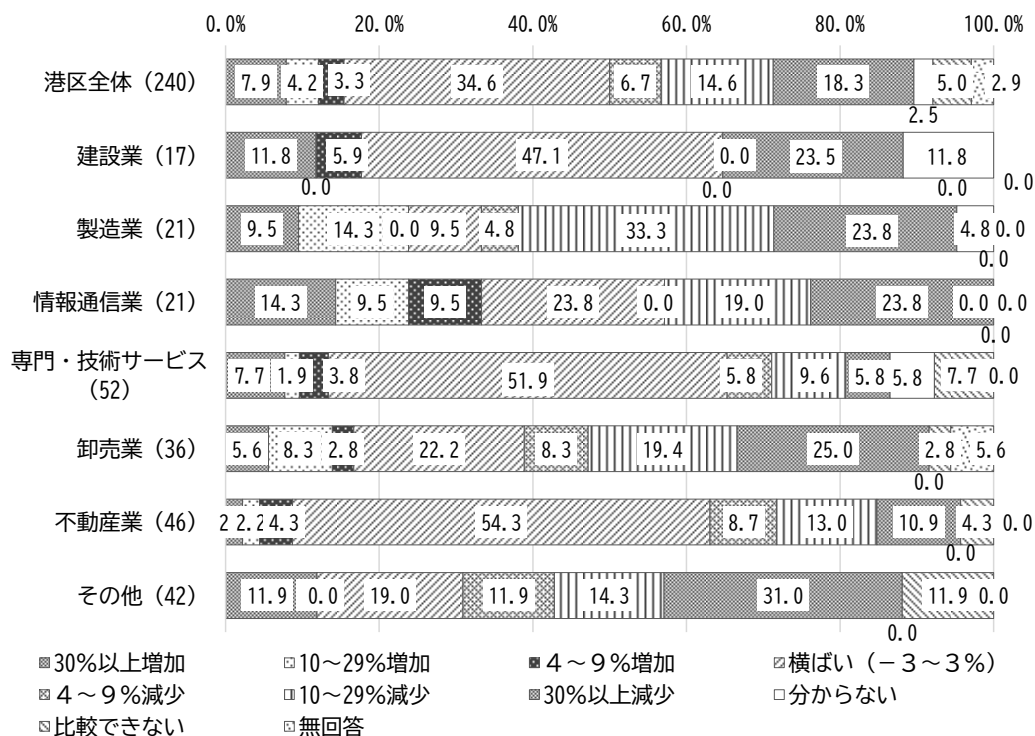
直近と3年前の営業利益の比較

- ・直近の決算年度と3年前を比較した営業利益の変化について聞いてみると、「横ばい(-3~3%)」が34.6%と最も多く、次いで「30%以上減少」が18.3%、「10~29%減少」が14.6%であった。
- ・業種別にみると、建設業、情報通信業、専門・技術サービス、不動産業において「横ばい(-3~3%)」が最も多い割合となっている。また、『増加』(「30%以上増加」「10~29%増加」「4~9%増加」の合計)の割合が多かったのは情報通信業で、33.3%であった。

図表 直近と3年前の営業利益の比較【港区全体】

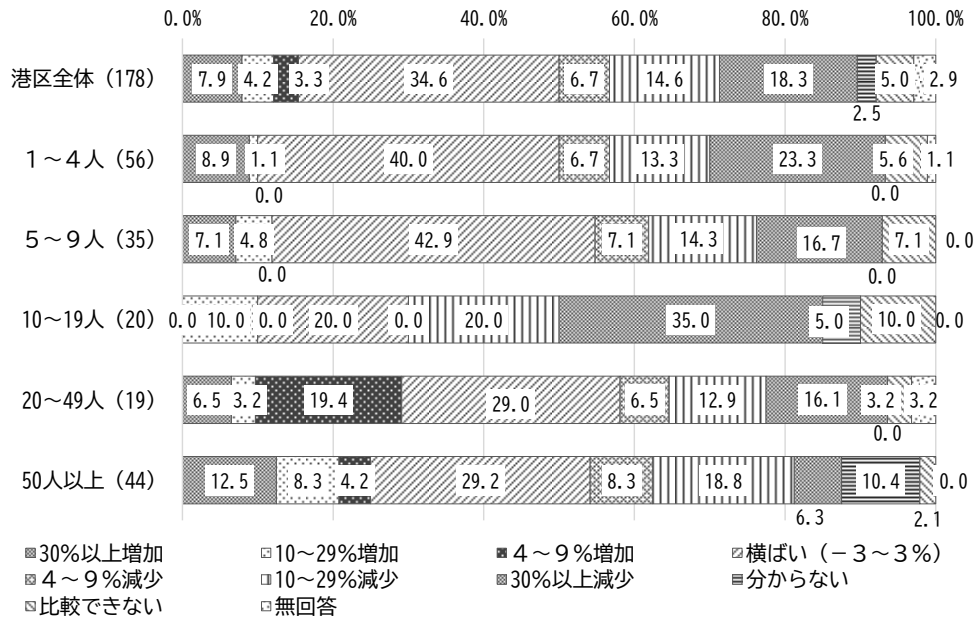


図表 直近と3年前の営業利益の比較【業種別】



・従業員規模別にみると、10～19人を除くすべての規模において「横ばい(-3～3%)」が最も多くなっている。また、『増加』(「30%以上増加」「10～29%増加」「4～9%増加」の合計)の割合が最も多かったのは20～49人で、29.1%であった。

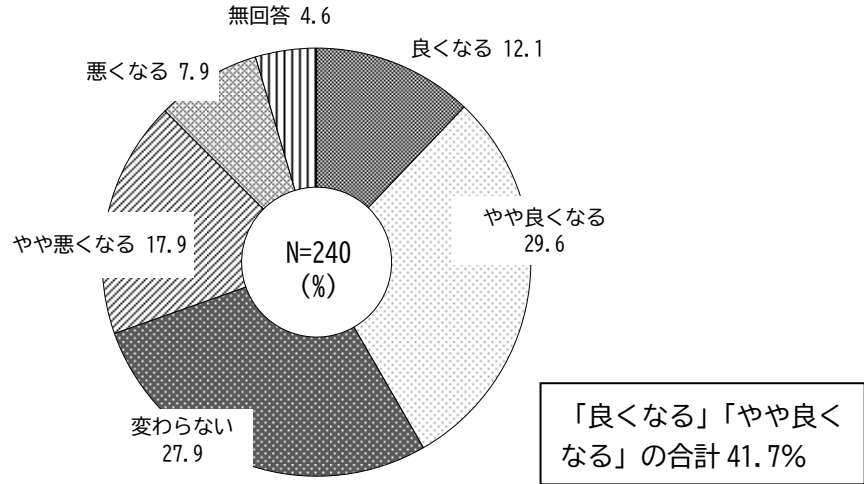
図表 直近と3年前の営業利益の比較【従業員規模別】



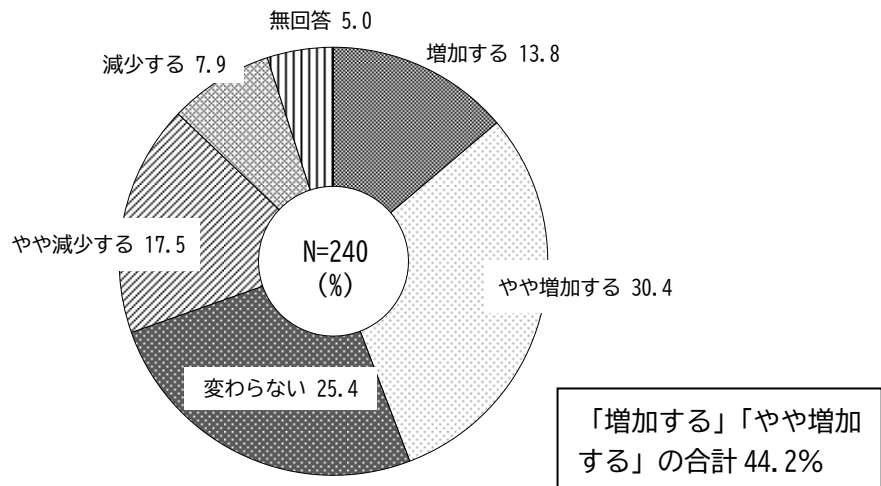
3年後の景況感

・3年後を考えたとき、景況はどのように推移してゆくと思うかを聞いてみると、業況は「良くなる」「やや良くなる」の合計が41.7%、売上高は「増加する」「やや増加する」の合計が44.2%、営業利益は「増加する」「やや増加する」の合計が40.0%となっている。

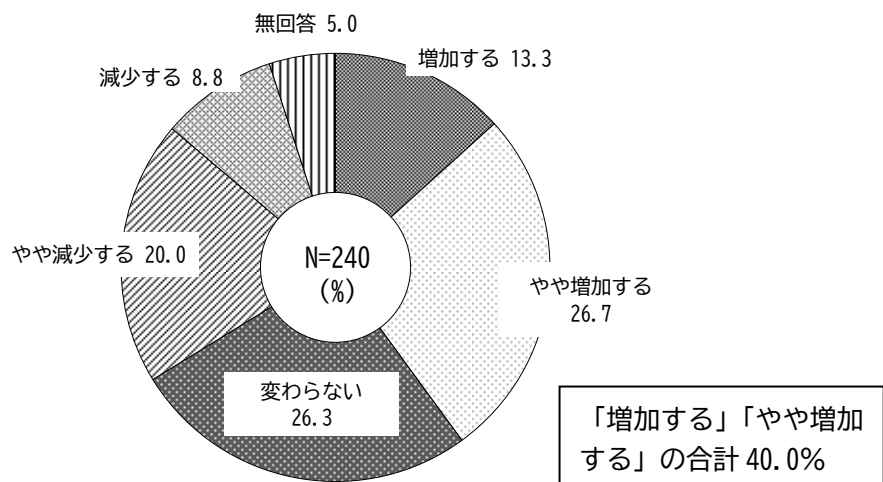
■業況



■売上高



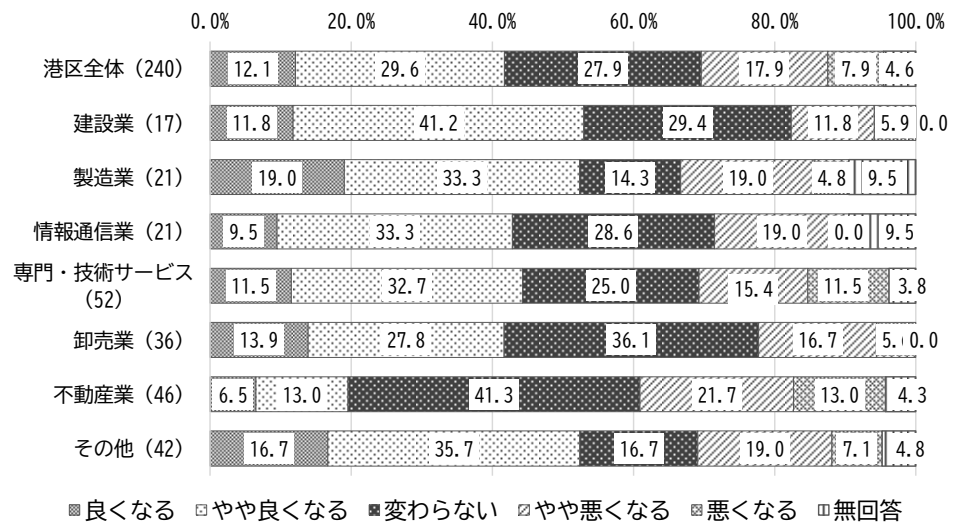
■営業利益



・業種別にみると、業種ごとに業況、売上高、営業利益とも同様の傾向がみられ、建設業、製造業、専門・技術サービスなどでは、『良くなる』（「良くなる」「やや良くなる」の合計）や『増加する』（「増加する」「やや増加する」の合計）といったポジティブな想定をしている傾向が他業種よりも見られた。

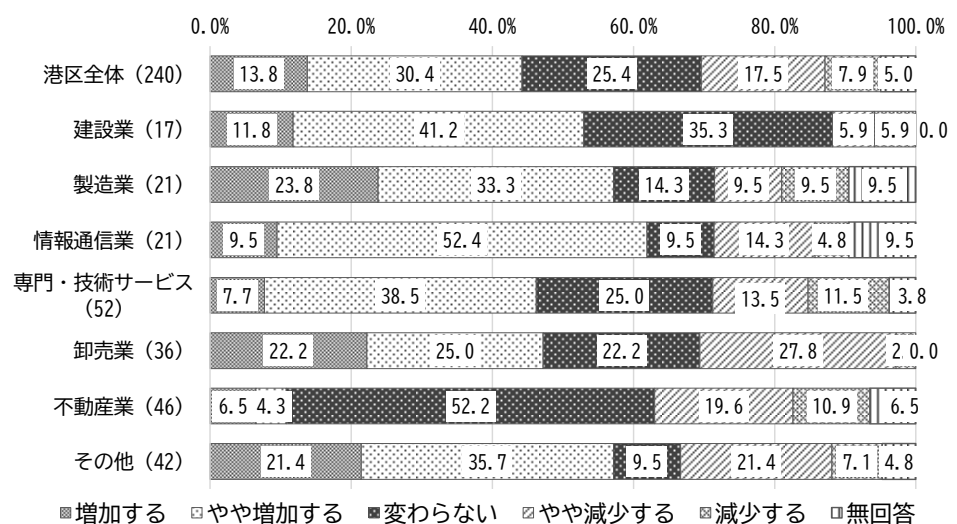
■業況

【業種別】



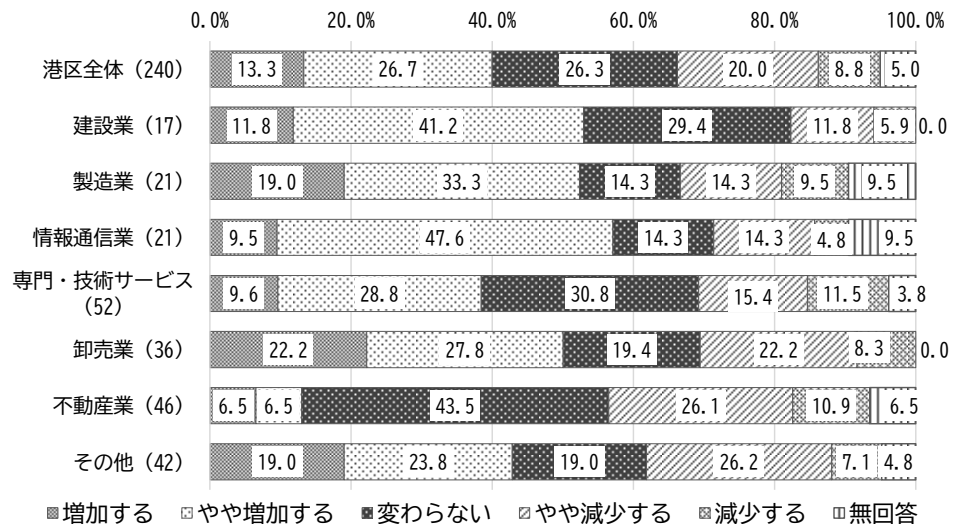
■売上高

【業種別】



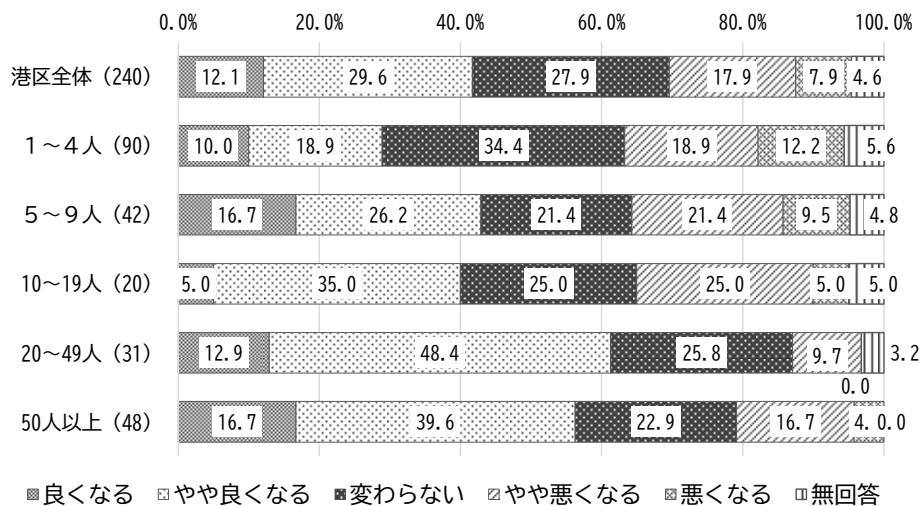
■営業利益

【業種別】

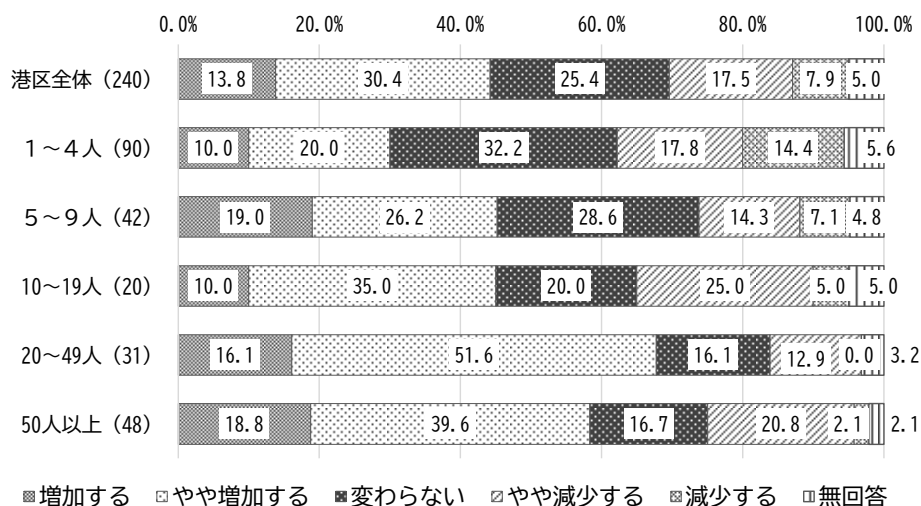


・従業員規模別にみると、規模ごとに業況、売上高、営業利益とも同様の傾向がみられる。『良くなる』（「良くなる」「やや良くなる」の合計）や『増加する』（「増加する」「やや増加する」の合計）は、20～49人、50人以上と、比較的従業員規模の大きいところでポジティブな想定をしていることがうかがえた。

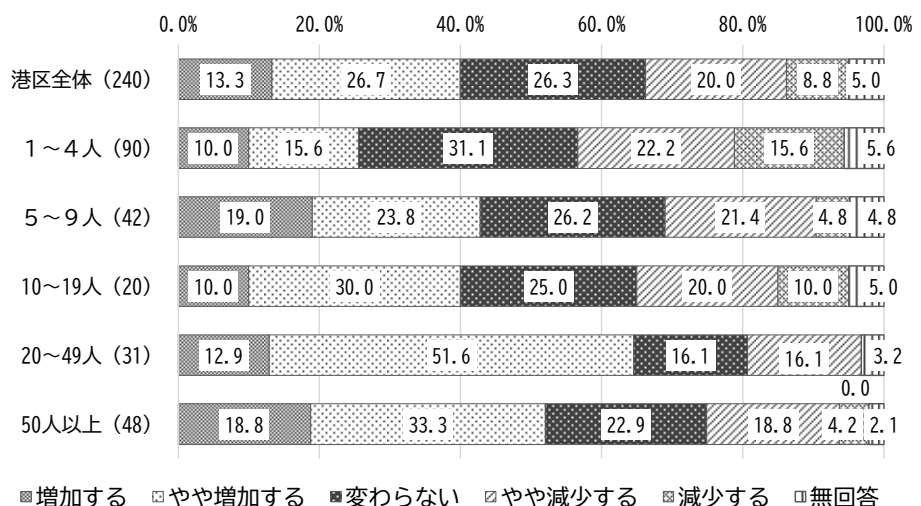
■業況
【従業員規模別】



■売上高
【従業員規模別】



■営業利益
【従業員規模別】



物価高騰・円安等の影響

昨今の物価高騰や急激な円安等の影響を自由意見として聞いてみると、下記のような意見が得られた。主に材料費の高騰による原価率の上昇といった意見が多い。

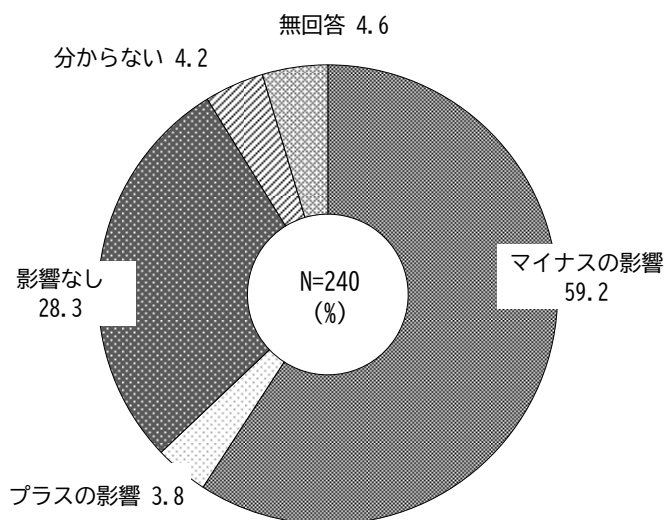
業 種	内 容
建設業	物昇による粗利低下、輸入建材を用いる事で為替差損発生。
製造業	原材料の値上げ、円安による値上げと二重の値上げを受け、原価率があがった。
製造業	売上が減少した。
製造業	材料費、運送費の上昇。
製造業	原材料価格の上昇によるコストアップ。
専門・技術サービス業	資材の高騰により建築コストが増加するため設計内容の見直しが増えた。
卸売業	石油由来のプラスチック・燃料等の上昇により仕入価格の上昇と製品輸入コストと海外工場の加工賃上昇による利益率の減少。
卸売業	輸入業ですので円安は大変悪影響がありました。
不動産業	テナントの退居が増え、新入居者が無い。
不動産業	経費が少し増えた（電気代、他）。
その他	緊急事態宣言により、流通量が減少し、本社の主商品である、竹の敷板の受注が激減し本年3月末一時休業した。
その他	円安等の影響で、外注業者の原価が上がった為、利益が減少した。
その他	クライアントが円安により利益が減り広告出稿が減りました。
その他	原価が上昇してきているが、売値単価は、変わらない。
その他	不動産の管理費（点検費等も含め）が上がっている。

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響について

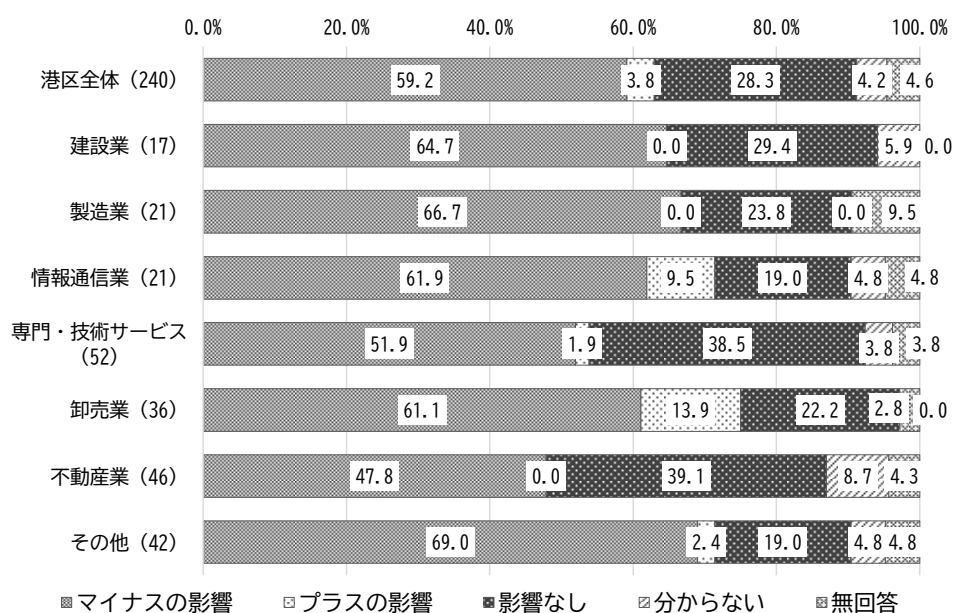
新型コロナウイルス感染症拡大の影響

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響について聞いてみると、「マイナスの影響」が59.2%と最も多く、次いで「影響なし」が28.3%であった。また、「プラスの影響」は3.8%であった。
- ・業種別にみると、すべての業種で「マイナスの影響」が多いが、比較的「影響なし」の割合が多かったのは、不動産業39.1%、専門・技術サービス38.5%であった。

図表 新型コロナウイルス感染症拡大の影響【港区全体】

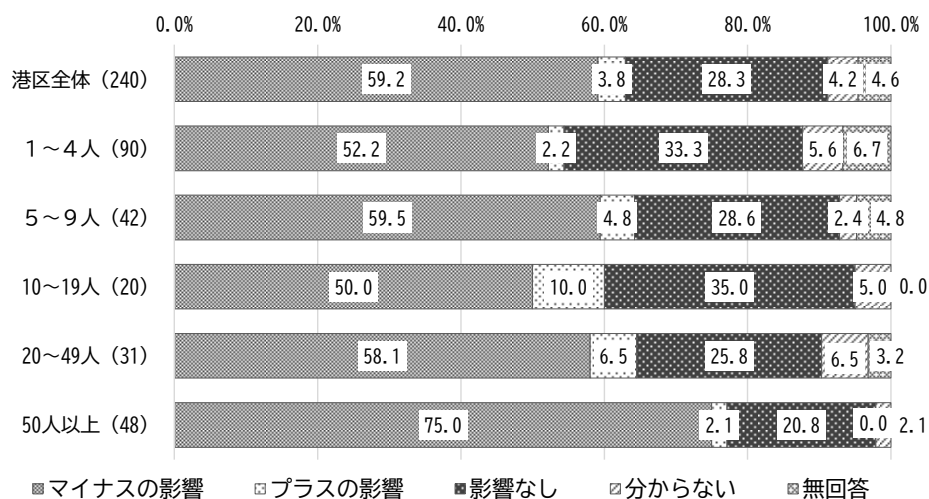


図表 新型コロナウイルス感染症拡大の影響【業種別】



- ・従業員規模別にみると、すべての業種で「マイナスの影響」が多く、特に50人以上では75.0%と他の規模と比較して多くなっている。比較的「影響なし」の割合が多かったのは、10～19人35.0%、1～4人33.3%であった。

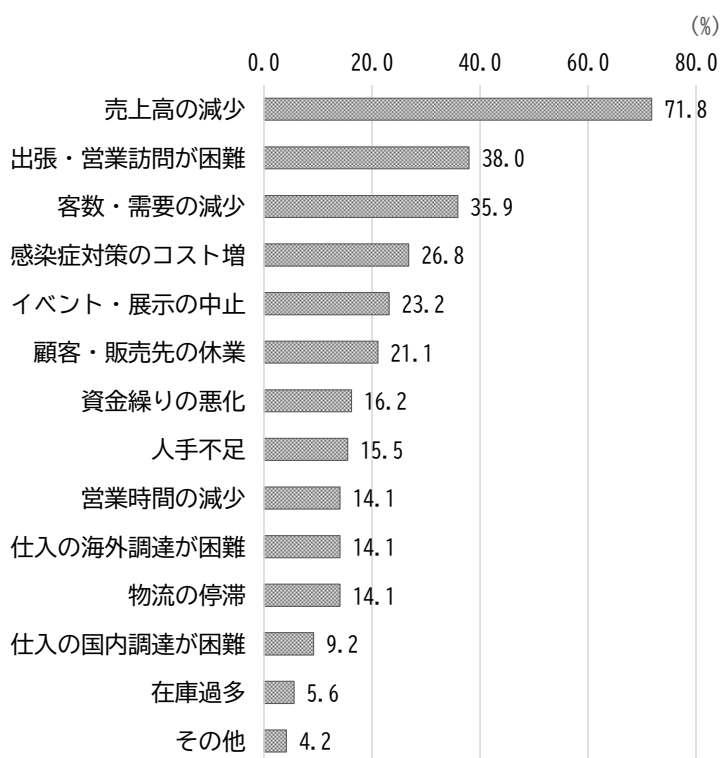
図表 新型コロナウイルス感染症拡大の影響【従業員規模別】



新型コロナウイルスのマイナスの影響

- ・新型コロナウイルスのマイナスの影響について、その内容を聞いてみると、最も多かったのは「売上高の減少」で71.8%と、際立って多くなっている。次いで「出張・営業訪問が困難」が38.0%、「客数・需要の減少」が35.9%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「売上高の減少」の割合が最も多く、次いで「出張・営業訪問が困難」、「客数・需要の減少」などで多くなっている。また、建設業では「感染症対策のコスト増」が54.5%と、他の業種と比較して際立って多くなっている。
- ・従業者規模別でも業種別と同様に、すべての規模で「売上高の減少」、「出張・営業訪問が困難」、「客数・需要の減少」などが多くなっている。また、50人以上では「感染症対策のコスト増」が61.1%と、他の業種と比較して際立って多くなっている。

図表 新型コロナウイルスのマイナスの影響【港区全体】



図表 新型コロナウイルスのマイナスの影響【業種別】

	売上高の減少	資金繰りの悪化	客数・需要の減少	営業時間の減少	イベント・展示の中止	仕入の国内調達が困難	仕入の海外調達が困難	出張・営業訪問が困難	顧客・販売先の休業	在庫過多	人手不足	物流の停滞	感染症対策のコスト増	その他
港区全体	71.8	16.2	35.9	14.1	23.2	9.2	14.1	38.0	21.1	5.6	15.5	14.1	26.8	4.2
建設業	63.6	-	-	9.1	-	27.3	9.1	36.4	9.1	-	27.3	18.2	54.5	9.1
製造業	78.6	7.1	57.1	21.4	21.4	21.4	28.6	50.0	14.3	7.1	-	14.3	21.4	-
情報通信業	76.9	15.4	23.1	7.7	30.8	7.7	15.4	30.8	7.7	-	15.4	7.7	7.7	7.7
専門・技術サービス	55.6	18.5	37.0	11.1	18.5	3.7	-	44.4	22.2	-	7.4	-	29.6	3.7
卸売業	72.7	22.7	45.5	27.3	36.4	13.6	40.9	54.5	22.7	18.2	18.2	40.9	22.7	-
不動産業	77.3	13.6	36.4	18.2	13.6	9.1	4.5	9.1	13.6	4.5	13.6	4.5	18.2	13.6
その他	75.9	20.7	34.5	-	34.5	-	3.4	37.9	34.5	3.4	27.6	10.3	34.5	-

図表 新型コロナウイルスのマイナスの影響【従業者規模別】

	売上高の減少	資金繰りの悪化	客数・需要の減少	営業時間の減少	イベント・展示の中止	仕入の国内調達が困難	仕入の海外調達が困難	出張・営業訪問が困難	顧客・販売先の休業	在庫過多	人手不足	物流の停滞	感染症対策のコスト増	その他
港区全体	71.8	16.2	35.9	14.1	23.2	9.2	14.1	38.0	21.1	5.6	15.5	14.1	26.8	4.2
1～4人	80.9	27.7	42.6	17.0	23.4	8.5	12.8	29.8	31.9	12.8	4.3	12.8	6.4	2.1
5～9人	80.0	16.0	44.0	20.0	20.0	4.0	8.0	40.0	16.0	-	4.0	12.0	16.0	8.0
10～19人	80.0	40.0	30.0	10.0	50.0	-	-	50.0	-	-	-	10.0	40.0	-
20～49人	61.1	5.6	33.3	5.6	5.6	-	11.1	33.3	11.1	5.6	27.8	5.6	22.2	5.6
50人以上	52.8	-	25.0	8.3	30.6	22.2	22.2	47.2	19.4	-	38.9	19.4	61.1	2.8

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

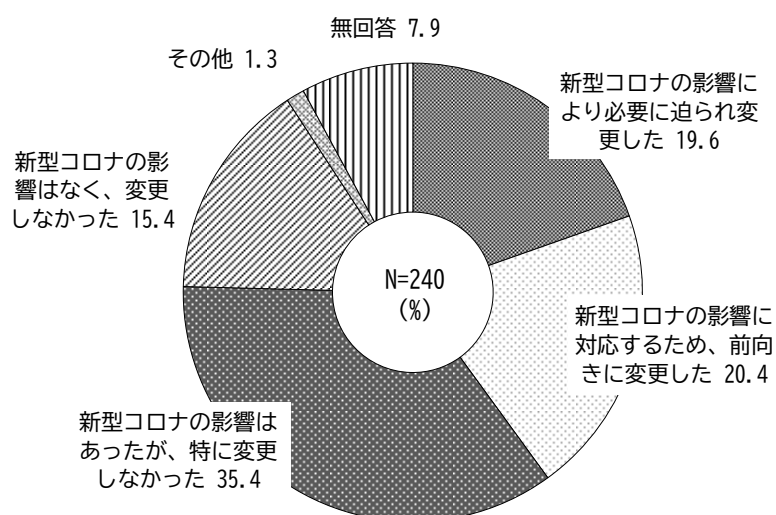
新型コロナウイルスのプラスの影響

- ・新型コロナウイルスのプラスの影響について、その内容を自由意見として聞いてみると、「三密対策によって、当社のサービス導入の検討が増えた」（情報通信業）といった意見があった。

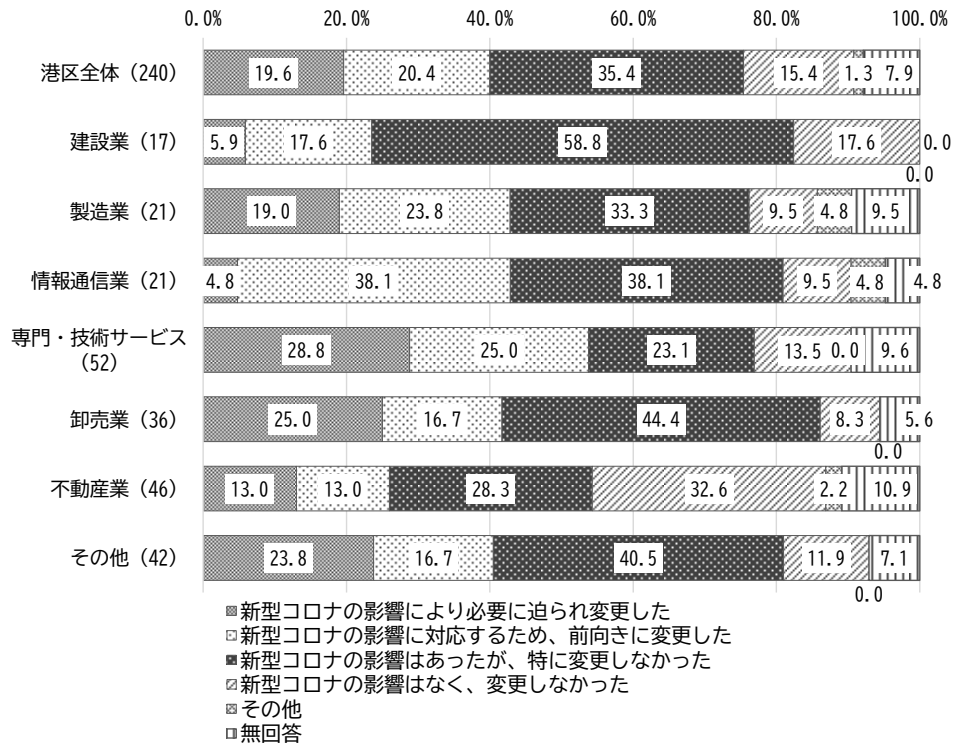
新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更

- ・新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更について聞いてみると、「新型コロナウイルスの影響はあったが、特に変更しなかった」が35.4%と最も多く、次いで「新型コロナウイルスの影響に対応するため、前向きに変更した」が20.4%、「新型コロナウイルスの影響により必要に迫られ変更した」が19.6%となっている。
- ・業種別にみると、「新型コロナウイルスの影響により必要に迫られ変更した」が最も多かったのは、専門・技術サービスで28.8%、「新型コロナウイルスの影響に対応するため、前向きに変更した」では情報通信業で38.1%、「新型コロナウイルスの影響はあったが、特に変更しなかった」では建設業で58.8%、「新型コロナウイルスの影響はなく、変更しなかった」では不動産業で32.6%と、業種によって傾向は異なっている。
- ・従業者規模別にみると、「新型コロナウイルスの影響により必要に迫られ変更した」が最も多かったのは、5～9人で31.0%、「新型コロナウイルスの影響はなく、変更しなかった」では1～4人で24.4%であった。

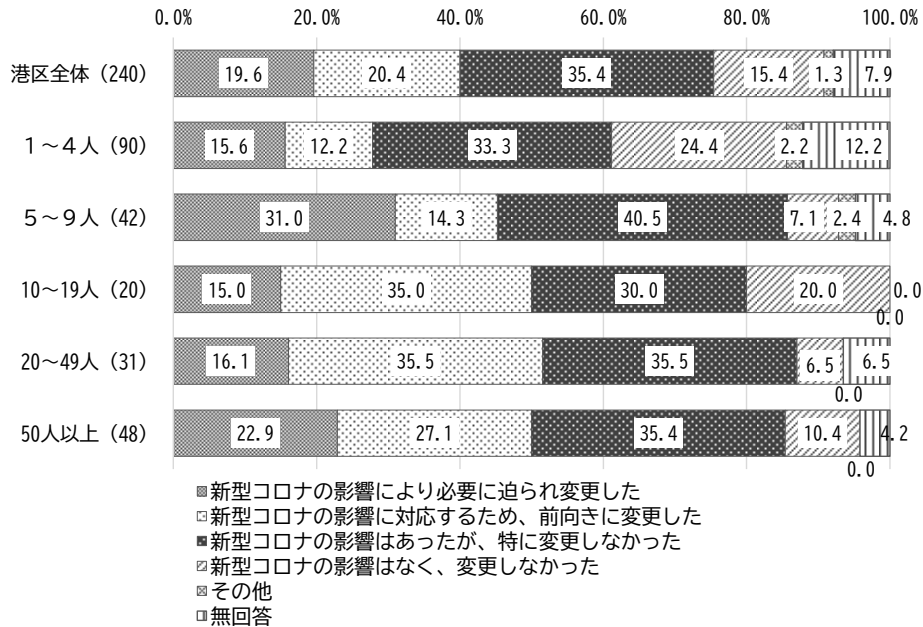
図表 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更【業種別】



図表 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更【業種別】



図表 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更【従業員規模別】

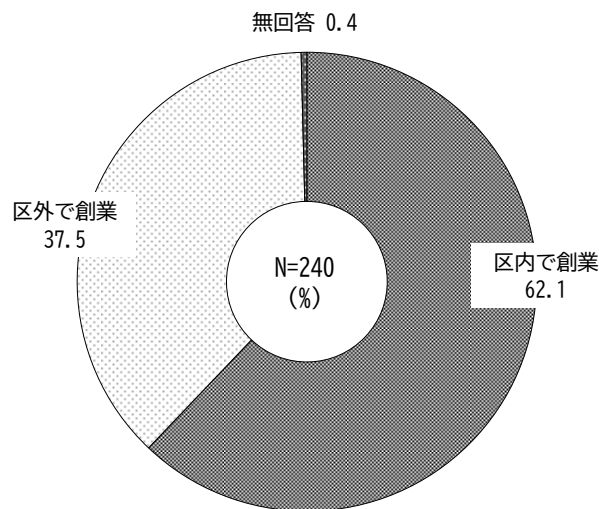


(4) 立地環境について

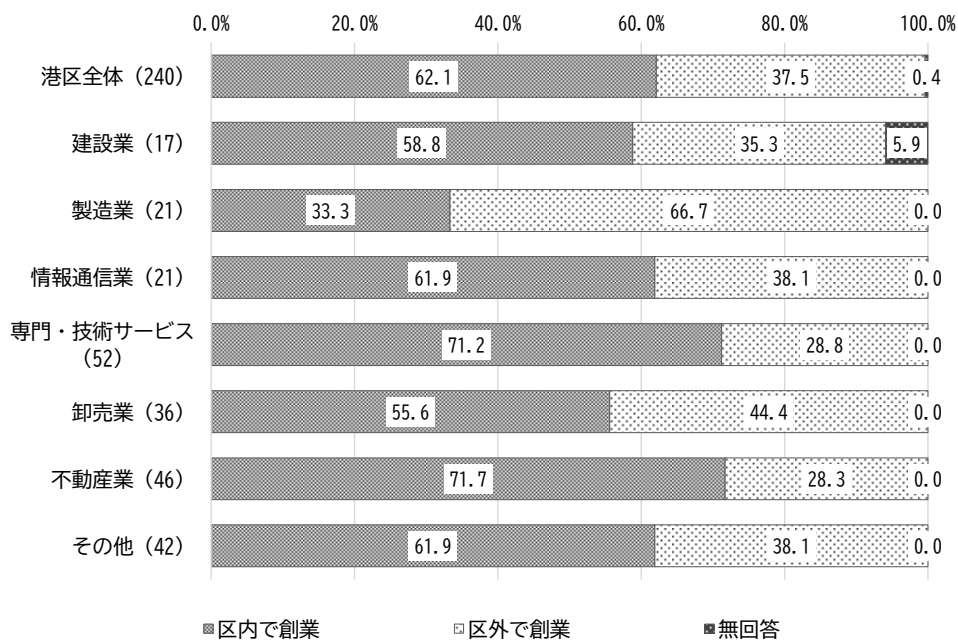
創業地

- ・創業地について、港区内か聞いてみると、「区内で創業」が62.1%、「区外で創業」が37.5%となっている。
- ・業種別にみると、「区内で創業」の割合が最も多かったのは、不動産業で71.7%、次いで専門・技術サービスの71.2%、情報通信業とその他はともに61.9%であった。

図表 創業地【港区全体】

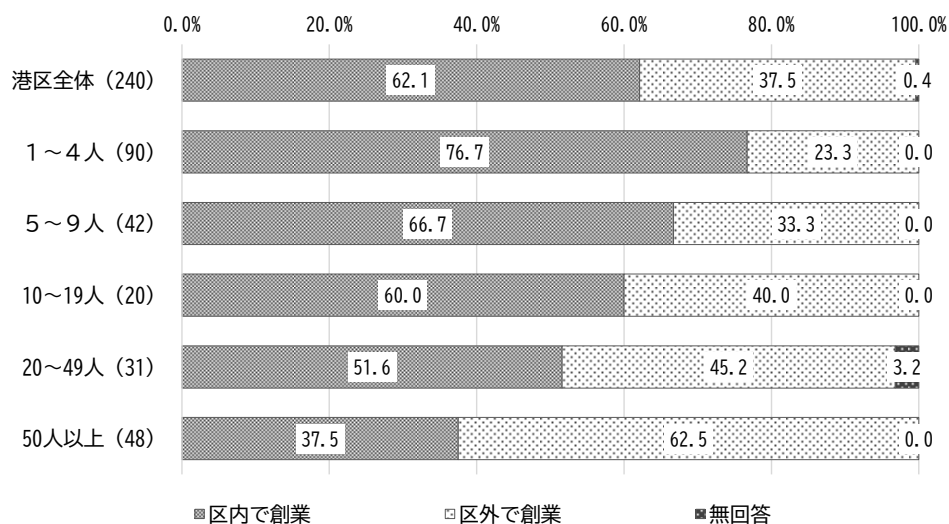


図表 創業地【業種別】



- ・従業員規模別にみると、「区内で創業」の割合が最も多かったのは、1～4人の規模で76.7%、次いで5～9人の規模が66.7%と、19人以下の比較的小規模の事業所において区内創業の割合が高くなっている。

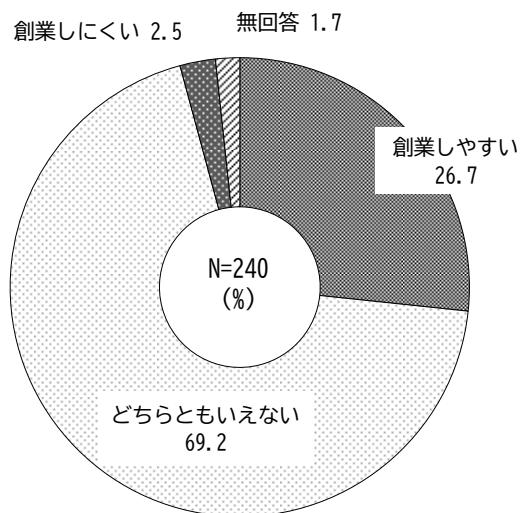
図表 創業地【従業員規模別】



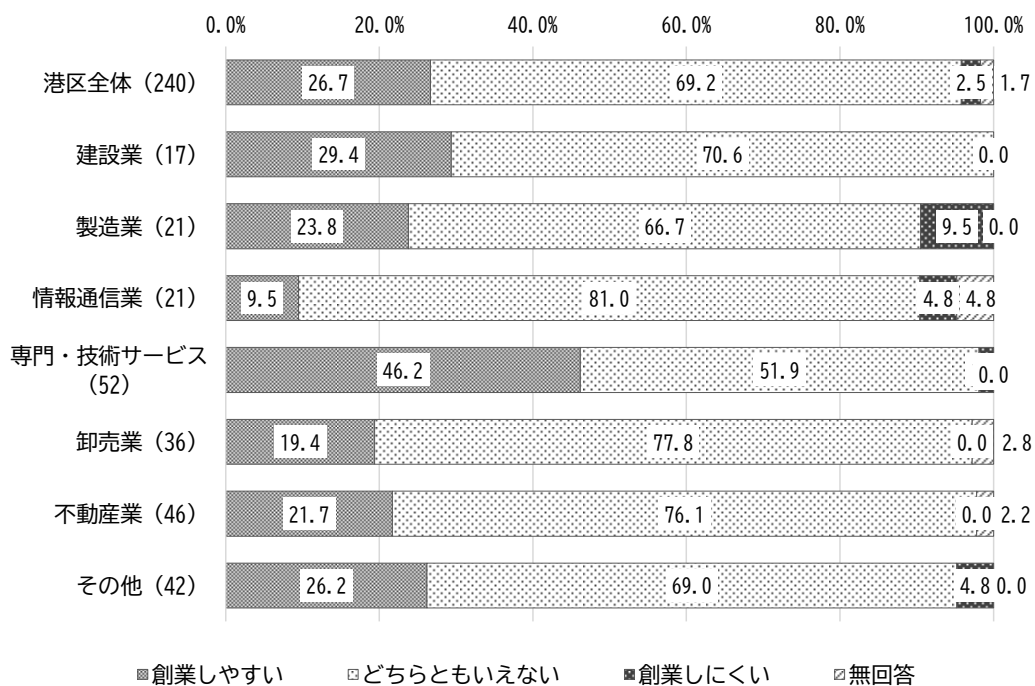
港区の創業環境

- ・港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあるか聞いてみると、「どちらともいえない」が69.2%と最も多く、「創業しやすい」は26.7%であった。
- ・業種別にみると、「創業しやすい」の割合は、専門・技術サービスが46.2%と他の比べ際立って高くなっている。一方、「創業しにくい」が最も多かったのは製造業で9.5%であった。

図表 港区の創業環境【港区全体】



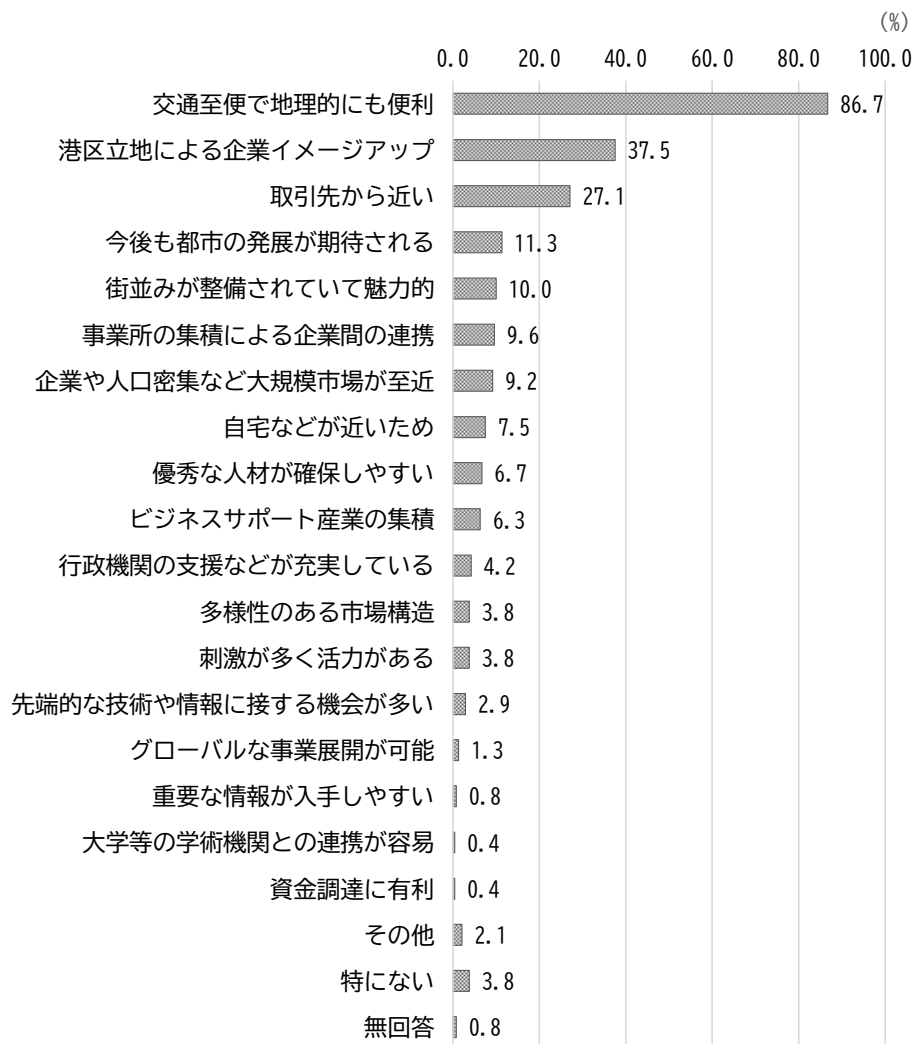
図表 港区の創業環境【業種別】



港区の環境や立地するメリット

- ・港区の環境や立地するメリットはどのようなものか聞いてみると、「交通至便で地理的にも便利」が86.7%と圧倒的に多く、次いで「港区立地による企業イメージアップ」が37.5%、「取引先から近い」が27.1%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「交通至便で地理的にも便利」が最も多くなっている。また、不動産業では、「街並みが整備されていて魅力的」21.7%、「今後も都市の発展が期待される」21.7%が、また、情報通信業では、「事業所の集積による企業間の連携」23.8%が他業種よりも多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、全体的に港区全体と傾向は同じであり、「交通至便で地理的にも便利」が最も多くなっている。また「取引先から近い」では、比較的大きな規模の事業所で割合が多くなっている。

図表 港区の環境や立地するメリット【港区全体】



図表 港区の環境や立地するメリット【業種別】

	利交通至便で地理的にも便	間の連携	事業所の集積による企業	集積	ビジネスサポート産業の	企業や人口密集など大規模市場が至近	優秀な人材が確保しやすい	携が容易	大学等の学術機関との連携	先端的な技術や情報に接する機会が多い	多様性のある市場構造	港区立地による企業イメージアップ	刺激が多く活力がある	資金調達に有利	グローバルな事業展開が可能	取引先から近い	行政機関の支援などが充実している	重要な情報が入手しやすい	魅力的な街並みが整備されていて	自宅などが近い	今後も都市の発展が期待される	特にな	その他	無回答
港区全体	86.7	9.6	6.3	9.2	6.7	0.4	2.9	3.8	37.5	3.8	0.4	1.3	27.1	4.2	0.8	10.0	7.5	11.3	3.8	2.1	0.8			
建設業	94.1	11.8	5.9	5.9	17.6	-	-	11.8	41.2	-	-	-	41.2	11.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
製造業	95.2	9.5	9.5	4.8	14.3	4.8	4.8	-	52.4	-	-	-	4.8	4.8	-	9.5	4.8	14.3	-	4.8	-	-	-	
情報通信業	95.2	23.8	4.8	4.8	4.8	-	-	-	38.1	-	-	-	38.1	4.8	-	4.8	4.8	4.8	-	-	-	-	-	
専門・技術サービス	86.5	3.8	9.6	5.8	1.9	-	7.7	1.9	48.1	9.6	-	1.9	25.0	3.8	-	11.5	3.8	7.7	3.8	5.8	-	-	-	
卸売業	88.9	11.1	2.8	8.3	8.3	-	2.8	5.6	36.1	2.8	-	2.8	38.9	5.6	-	-	5.6	5.6	5.6	-	-	-	-	
不動産業	87.0	8.7	2.2	15.2	4.3	-	-	4.3	28.3	4.3	2.2	-	10.9	2.2	4.3	21.7	17.4	21.7	2.2	-	2.2	-	2.2	
その他	73.8	9.5	7.1	11.9	7.1	-	-	4.8	26.2	2.4	-	2.4	38.1	2.4	-	7.1	9.5	16.7	9.5	2.4	-	-	-	

図表 港区の環境や立地するメリット【従業者規模別】

	利交通至便で地理的にも便	間の連携	事業所の集積による企業	集積	ビジネスサポート産業の	企業や人口密集など大規模市場が至近	優秀な人材が確保しやすい	携が容易	大学等の学術機関との連携	先端的な技術や情報に接する機会が多い	多様性のある市場構造	港区立地による企業イメージアップ	刺激が多く活力がある	資金調達に有利	グローバルな事業展開が可能	取引先から近い	行政機関の支援などが充実している	重要な情報が入手しやすい	魅力的な街並みが整備されていて	自宅などが近い	今後も都市の発展が期待される	特にな	その他	無回答
港区全体	86.7	9.6	6.3	9.2	6.7	0.4	2.9	3.8	37.5	3.8	0.4	1.3	27.1	4.2	0.8	10.0	7.5	11.3	3.8	2.1	0.8			
1～4人	83.3	6.7	7.8	10.0	3.3	1.1	3.3	3.3	37.8	7.8	-	-	26.7	2.2	2.2	13.3	12.2	15.6	3.3	4.4	-	-	-	
5～9人	88.1	4.8	4.8	11.9	2.4	-	7.1	7.1	38.1	4.8	2.4	2.4	23.8	9.5	-	9.5	14.3	7.1	2.4	-	-	-	-	
10～19人	90.0	20.0	10.0	10.0	10.0	-	-	-	40.0	-	-	-	25.0	5.0	-	5.0	-	10.0	5.0	-	-	-	-	
20～49人	87.1	19.4	3.2	6.5	16.1	-	-	3.2	48.4	-	-	3.2	35.5	6.5	-	9.7	-	3.2	6.5	-	-	-	-	
50人以上	91.7	10.4	4.2	6.3	10.4	-	-	2.1	31.3	-	-	2.1	29.2	2.1	-	4.2	2.1	12.5	4.2	2.1	-	-	-	

図表 港区の環境や立地するメリット【地区別】

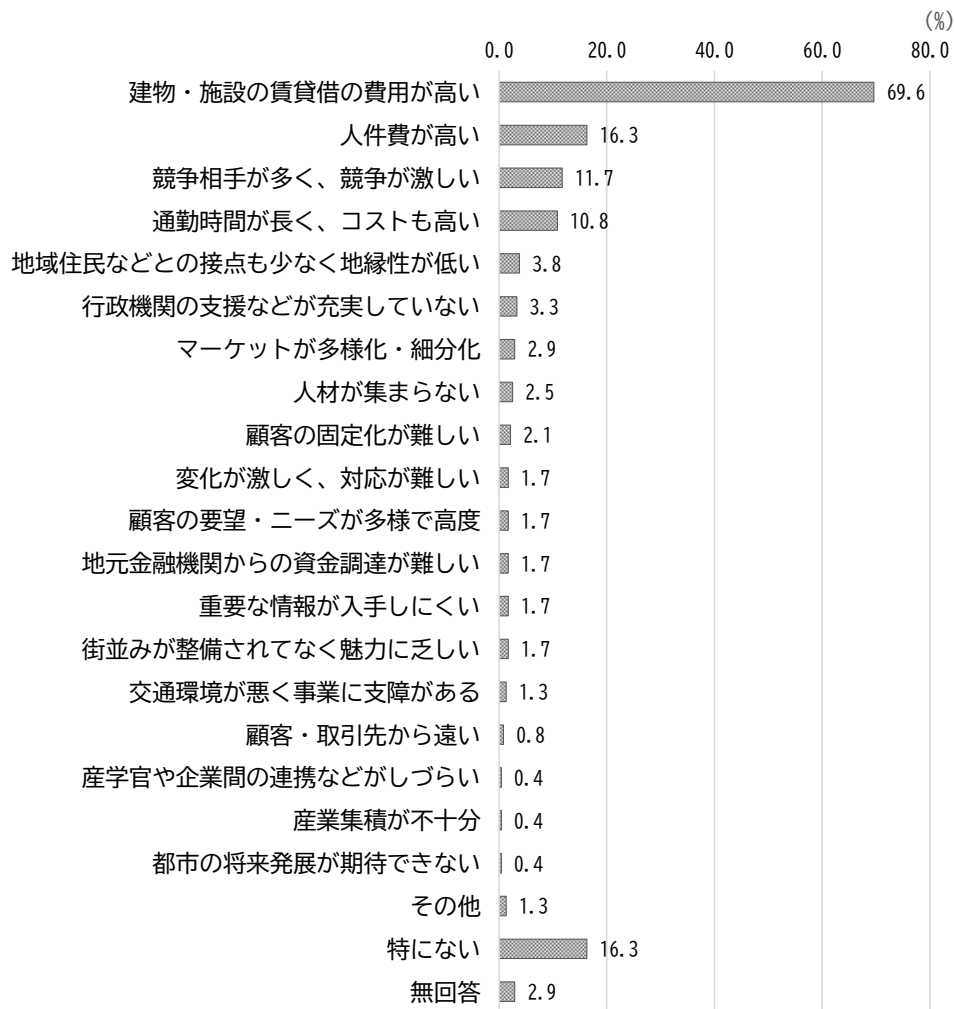
	利交通至便で地理的にも便	間の連携	事業所の集積による企業	集積	ビジネスサポート産業の	企業や人口密集など大規模市場が至近	優秀な人材が確保しやすい	携が容易	大学等の学術機関との連携	先端的な技術や情報に接する機会が多い	多様性のある市場構造	港区立地による企業イメージアップ	刺激が多く活力がある	資金調達に有利	グローバルな事業展開が可能	取引先から近い	行政機関の支援などが充実している	重要な情報が入手しやすい	魅力的な街並みが整備されていて	自宅などが近い	今後も都市の発展が期待される	特にな	その他	無回答
港区全体	86.7	9.6	6.3	9.2	6.7	0.4	2.9	3.8	37.5	3.8	0.4	1.3	27.1	4.2	0.8	10.0	7.5	11.3	3.8	2.1	0.8			
芝地区	90.6	14.5	6.8	6.0	6.0	0.9	1.7	2.6	41.9	3.4	0.9	-	29.1	8.5	-	8.5	1.7	9.4	3.4	3.4	-	-	-	
麻布地区	80.0	-	5.7	8.6	2.9	-	5.7	8.6	37.1	8.6	-	5.7	14.3	-	-	8.6	14.3	14.3	11.4	2.9	-	-	-	
赤坂地区	84.4	6.7	4.4	8.9	13.3	-	-	4.4	44.4	4.4	-	-	33.3	-	4.4	13.3	11.1	8.9	2.2	-	-	-	-	
高輪地区	66.7	5.6	11.1	16.7	5.6	-	5.6	-	11.1	-	-	-	16.7	-	-	22.2	16.7	11.1	-	-	5.6	-	-	
芝浦港南地区	100.0	10.0	-	20.0	5.0	-	5.0	5.0	20.0	-	-	-	5.0	35.0	-	-	5.0	15.0	25.0	-	-	-	-	

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

港区の環境や立地するデメリット

- ・港区の環境や立地するデメリットはどのようなものか聞いてみると、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が69.6%と圧倒的に多く、次いで「人件費が高い」が16.3%、「競争相手が多く、競争が激しい」が11.7%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が最も多くなっている。また、製造業では、「通勤時間が長く、コストも高い」が33.3%と他の業種に比較し、特に多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、すべての業種で港区全体と同様の傾向であるが、10～19人の規模では「通勤時間が長く、コストも高い」が20.0%と、他の規模と比較してデメリットとして多く挙げられている。

図表 港区の環境や立地するデメリット【港区全体】



図表 港区の環境や立地するデメリット【業種別】

	建物・施設 の賃借の費 用が高い	人件費が高い	人材が 集まらない	産学官や 企業間の 連携な どがしづ らい	産業集積 が不十分	障 がある	交通環境 が悪く 事業に支 障がある	変化が激 しく、対 応が難し い	分 化	マーケッ トが多様 化・細 分化	競 争相手 が多く、 競争が 激しい	顧 客・取 引先か ら遠い	様 で高度	顧 客の要 望・ニ ーズが 多	顧 客の固 定化が 難しい	も 高い	通 勤時 間が長 く、コ スト	少 なく地 縁性が 低い	地 域住民 などの 接点も 少ない	調 達が難 しい	地 元金融 機関か らの資 金	実 して いない	い 行政機 関の支 援など が充	重 要な情 報が 入手し にく	魅 力に乏 しい	街 並みが 整備さ れてな く	さ ない	都 市の 将来 発展が 期待 で	特 に ない	そ の 他			
港区全体	69.6	16.3	2.5	0.4	0.4	1.3	1.7	2.9	11.7	0.8	1.7	2.1	10.8	3.8	1.7	3.3	1.7	1.7	1.7	0.4	16.3	1.3											
建設業	70.6	17.6	-	-	-	-	-	5.9	11.8	-	5.9	-	17.6	11.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
製造業	85.7	23.8	-	-	4.8	4.8	-	4.8	-	-	-	4.8	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
情報通信業	66.7	9.5	-	-	-	-	-	-	9.5	-	-	4.8	9.5	9.5	-	4.8	-	-	-	-	-	4.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
専門・技術サービス	73.1	11.5	1.9	-	-	-	-	1.9	13.5	-	1.9	-	7.7	5.8	3.8	3.8	3.8	3.8	3.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
卸売業	72.2	22.2	-	-	-	-	2.8	-	11.1	2.8	-	16.7	-	-	-	2.8	5.6	2.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
不動産業	58.7	15.2	4.3	2.2	-	4.3	6.5	2.2	17.4	-	2.2	6.5	2.2	2.2	2.2	4.3	-	2.2	2.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
その他	66.7	16.7	7.1	-	-	-	-	7.1	11.9	2.4	2.4	-	4.8	2.4	2.4	4.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

図表 港区の環境や立地するデメリット【従業者規模別】

	建物・施設 の賃借の費 用が高い	人件費が高い	人材が 集まらない	産学官や 企業間の 連携な どがしづ らい	産業集積 が不十分	障 がある	交通環境 が悪く 事業に支 障がある	変化が激 しく、対 応が難し い	分 化	マーケッ トが多様 化・細 分化	競 争相手 が多く、 競争が 激しい	顧 客・取 引先か ら遠い	様 で高度	顧 客の要 望・ニ ーズが 多	顧 客の固 定化が 難しい	も 高い	通 勤時 間が長 く、コ スト	少 なく地 縁性が 低い	地 域住民 などの 接点も 少ない	調 達が難 しい	地 元金融 機関か らの資 金	実 して いない	い 行政機 関の支 援など が充	重 要な情 報が 入手し にく	魅 力に乏 しい	街 並みが 整備さ れてな く	さ ない	都 市の 将来 発展が 期待 で	特 に ない	そ の 他				
港区全体	69.6	16.3	2.5	0.4	0.4	1.3	1.7	2.9	11.7	0.8	1.7	2.1	10.8	3.8	1.7	3.3	1.7	1.7	1.7	0.4	16.3	1.3												
1~4人	61.1	18.9	3.3	1.1	-	2.2	4.4	4.4	11.1	-	1.1	4.4	7.8	2.2	4.4	6.7	2.2	1.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
5~9人	71.4	11.9	-	-	2.4	-	-	2.4	14.3	2.4	2.4	-	14.3	7.1	-	4.8	2.4	4.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
10~19人	65.0	10.0	-	-	-	-	-	-	5.0	-	-	-	20.0	5.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
20~49人	71.0	16.1	3.2	-	-	-	-	-	6.5	-	-	-	6.5	6.5	-	3.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
50人以上	83.3	16.7	4.2	-	-	2.1	-	2.1	14.6	-	2.1	2.1	12.5	2.1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

図表 港区の環境や立地するデメリット【地区別】

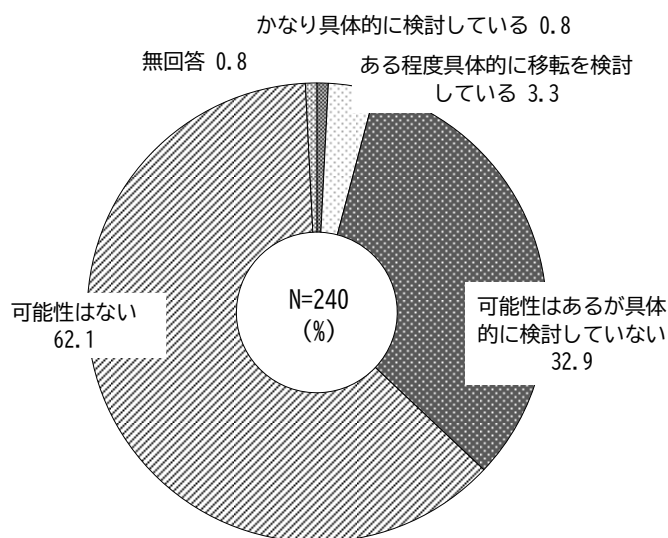
	建物・施設 の賃借の費 用が高い	人件費が高い	人材が 集まらない	産学官や 企業間の 連携な どがしづ らい	産業集積 が不十分	障 がある	交通環境 が悪く 事業に支 障がある	変化が激 しく、対 応が難し い	分 化	マーケッ トが多様 化・細 分化	競 争相手 が多く、 競争が 激しい	顧 客・取 引先か ら遠い	様 で高度	顧 客の要 望・ニ ーズが 多	顧 客の固 定化が 難しい	も 高い	通 勤時 間が長 く、コ スト	少 なく地 縁性が 低い	地 域住民 などの 接点も 少ない	調 達が難 しい	地 元金融 機関か らの資 金	実 して いない	い 行政機 関の支 援など が充	重 要な情 報が 入手し にく	魅 力に乏 しい	街 並みが 整備さ れてな く	さ ない	都 市の 将来 発展が 期待 で	特 に ない	そ の 他				
港区全体	69.6	16.3	2.5	0.4	0.4	1.3	1.7	2.9	11.7	0.8	1.7	2.1	10.8	3.8	1.7	3.3	1.7	1.7	1.7	0.4	16.3	1.3												
芝地区	76.1	17.1	2.6	-	0.9	0.9	0.9	2.6	10.3	0.9	0.9	2.6	12.8	5.1	0.9	4.3	2.6	0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
麻布地区	60.0	5.7	2.9	-	-	2.9	2.9	-	17.1	-	-	5.7	5.7	5.7	-	2.9	2.9	5.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
赤坂地区	64.4	13.3	2.2	2.2	-	-	4.4	4.4	8.9	-	-	2.2	-	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
高輪地区	55.6	33.3	5.6	-	-	-	5.6	-	11.1	-	-	-	-	5.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
芝浦港南地区	70.0	20.0	-	-	-	-	-	10.0	20.0	5.0	-	-	-	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

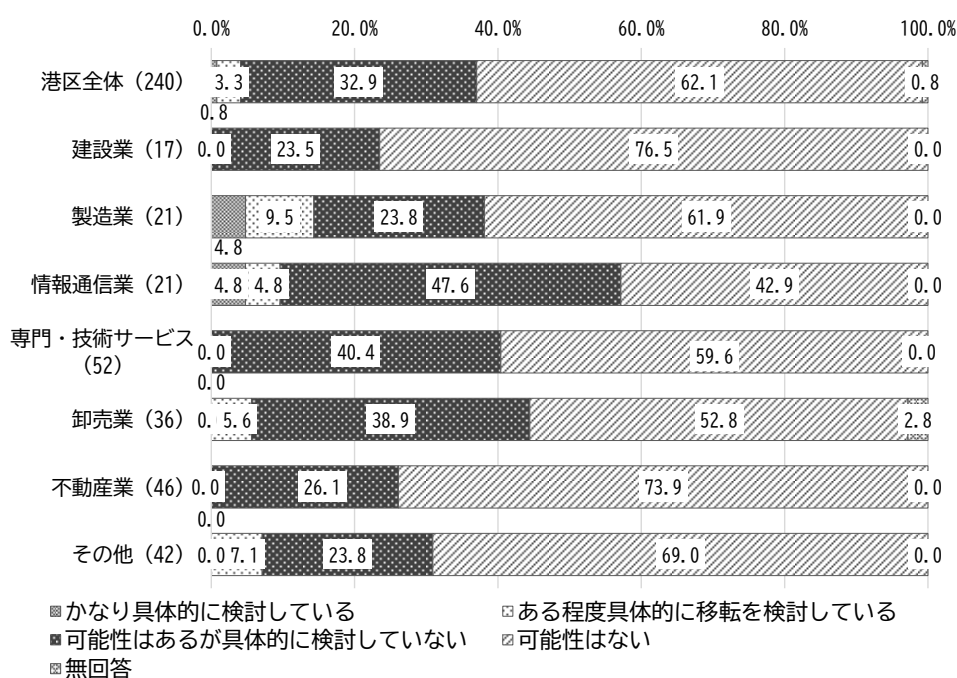
区外移転の可能性

- ・事業所の区外移転の可能性について聞いてみると、「可能性はない」が 62.1%と最も多く、次いで「可能性はあるが具体的に検討していない」が 32.9%となっている。
- ・業種別にみると、建設業や不動産業では移転の「可能性はない」の割合がそれぞれ、76.5%、73.9%と比較的ほかの業種より多くなっている。一方で、製造業では「かなり具体的に検討している」が 4.8%、「ある程度具体的に移転を検討している」が 9.5%と、他の業種より多くなっており、前問の港区立地に関するデメリットとして「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が製造業において割合が多かったことと関連が考えられる。

図表 区外移転の可能性【港区全体】

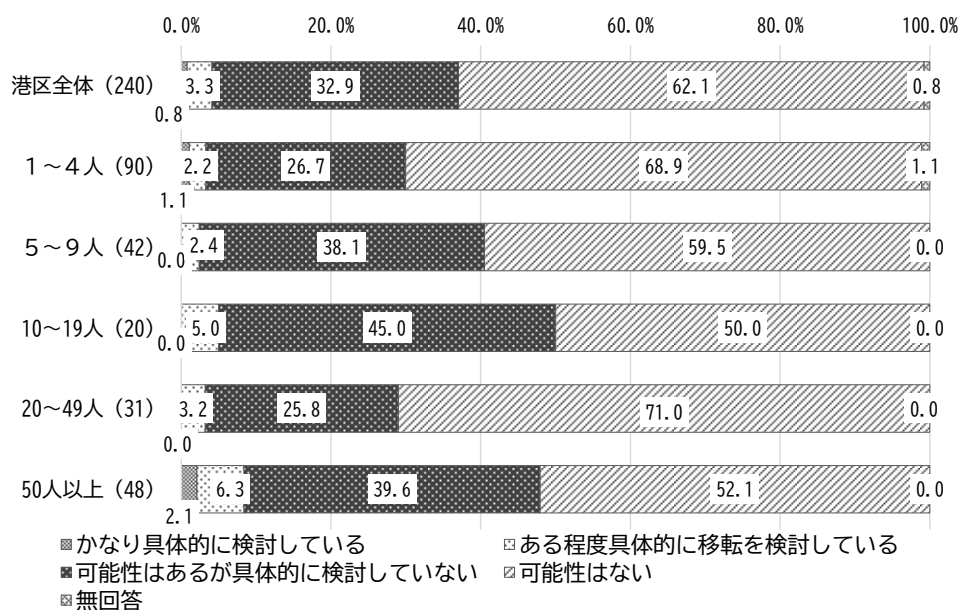


図表 区外移転の可能性【業種別】



・従業員規模別にみると、20～49人、1～4人の規模で区外移転の「可能性はない」と回答している割合が多くなっている。一方で、10～19人の規模では、「可能性はあるが具体的に検討していない」が45.0%と最も高く、50人以上や5～9人でもそれぞれ、39.6%、38.1%と割合は多くなっている。また、移転を「検討している」（「かなり具体的に検討している」「ある程度具体的に移転を検討している」の合計）は、50人以上の規模において、8.4%と、他の規模より多くなっている。

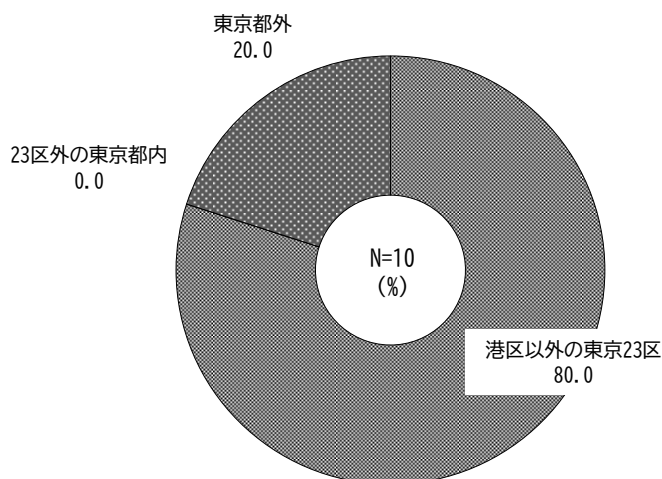
図表 区外移転の可能性【従業員規模別】



検討している移転先

・前問で区外移転を「かなり具体的に検討している」、「ある程度具体的に移転を検討している」と回答したもの 10 事業所に検討している移転先について聞いてみると、「港区以外の東京 23 区」が 80.0%（8 事業所）、「東京都外」が 20.0%（2 事業所）であった。

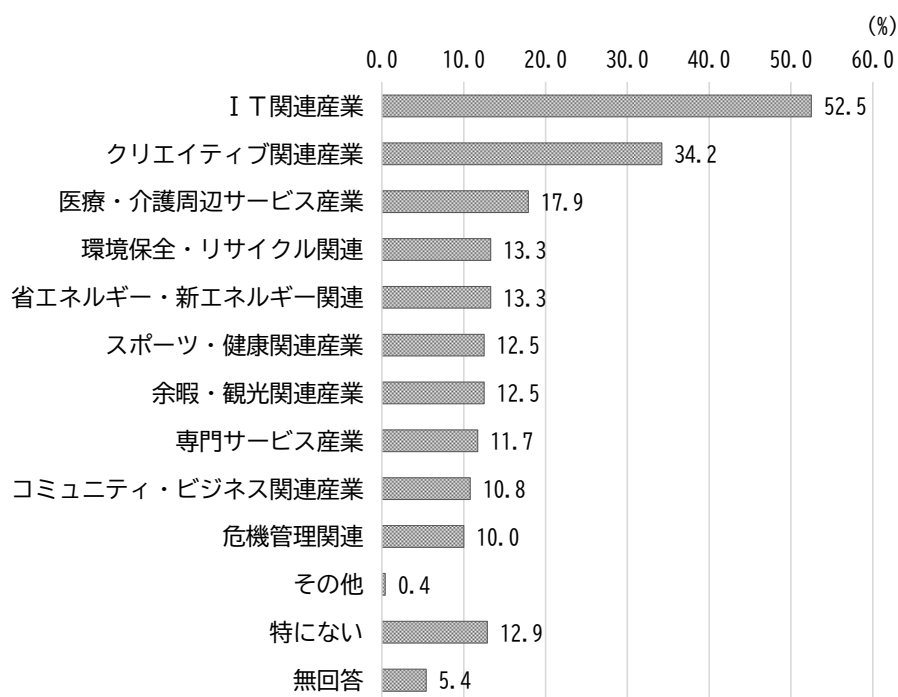
図表 検討している移転先 (N=10)



区内で成長が見込まれる産業分野

- ・今後、区内で成長する可能性が高いと考えている産業分野について聞いてみると、「IT関連産業」が52.5%と最も多く、次いで「クリエイティブ関連産業」が34.2%、「医療・介護周辺サービス産業」が17.9%であった。
- ・業種別にみると、「環境保全・リサイクル関連」では製造業28.6%、「省エネルギー・新エネルギー関連」では建設業23.5%、製造業28.6%、卸売業27.8%の割合が多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、全体的な傾向は同様であるが、20～49人の規模では、「専門サービス産業」が22.6%と、他の規模より多い割合となっている。
- ・経営者の年代別にみると、40歳代以下において、「専門サービス産業」23.1%、「コミュニティ・ビジネス関連産業」23.1%などが他の年代より多い割合となっている。

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【港区全体】



図表 区内で成長が見込まれる産業分野【業種別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業	スポーツ・健康関連産業	余暇・観光関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	ネット関連産業	コミュニケーション・ビジネス	特にない	その他	無回答
港区全体	52.5	34.2	12.5	12.5	13.3	13.3	17.9	10.0	11.7	10.8	12.9	0.4	5.4	
建設業	47.1	41.2	11.8	5.9	5.9	23.5	23.5	11.8	11.8	5.9	17.6	-	5.9	
製造業	47.6	28.6	9.5	9.5	28.6	28.6	9.5	-	4.8	-	14.3	-	14.3	
情報通信業	71.4	38.1	9.5	-	-	4.8	9.5	4.8	9.5	9.5	19.0	-	4.8	
専門・技術サービス	51.9	30.8	9.6	11.5	5.8	7.7	17.3	11.5	28.8	11.5	11.5	-	3.8	
卸売業	36.1	30.6	22.2	13.9	19.4	27.8	11.1	16.7	2.8	16.7	5.6	2.8	8.3	
不動産業	54.3	39.1	6.5	19.6	13.0	-	28.3	8.7	6.5	17.4	10.9	-	6.5	
その他	57.1	33.3	16.7	16.7	19.0	16.7	16.7	11.9	4.8	7.1	19.0	-	-	

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【従業者規模別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業	スポーツ・健康関連産業	余暇・観光関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	ネット関連産業	コミュニケーション・ビジネス	特にない	その他	無回答
港区全体	52.5	34.2	12.5	12.5	13.3	13.3	17.9	10.0	11.7	10.8	12.9	0.4	5.4	
1～4人	45.6	38.9	11.1	18.9	15.6	7.8	21.1	7.8	10.0	10.0	15.6	-	6.7	
5～9人	57.1	33.3	19.0	14.3	9.5	16.7	19.0	9.5	14.3	11.9	7.1	-	7.1	
10～19人	50.0	25.0	10.0	-	10.0	5.0	10.0	10.0	5.0	15.0	20.0	-	5.0	
20～49人	48.4	32.3	6.5	6.5	12.9	12.9	9.7	16.1	22.6	16.1	16.1	3.2	-	
50人以上	62.5	29.2	14.6	10.4	14.6	27.1	14.6	12.5	6.3	8.3	8.3	-	4.2	

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【経営者の年代別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業	スポーツ・健康関連産業	余暇・観光関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	ネット関連産業	コミュニケーション・ビジネス	特にない	その他	無回答
港区全体	52.5	34.2	12.5	12.5	13.3	13.3	17.9	10.0	11.7	10.8	12.9	0.4	5.4	
40歳代以下	50.0	30.8	11.5	15.4	7.7	7.7	7.7	3.8	23.1	23.1	15.4	-	7.7	
50歳代	52.9	30.0	10.0	15.7	14.3	18.6	24.3	10.0	8.6	15.7	10.0	-	4.3	
60歳代	60.0	42.7	13.3	8.0	12.0	16.0	13.3	12.0	9.3	5.3	12.0	1.3	2.7	
70歳代以上	41.3	28.6	14.3	12.7	15.9	7.9	19.0	11.1	11.1	7.9	17.5	-	9.5	

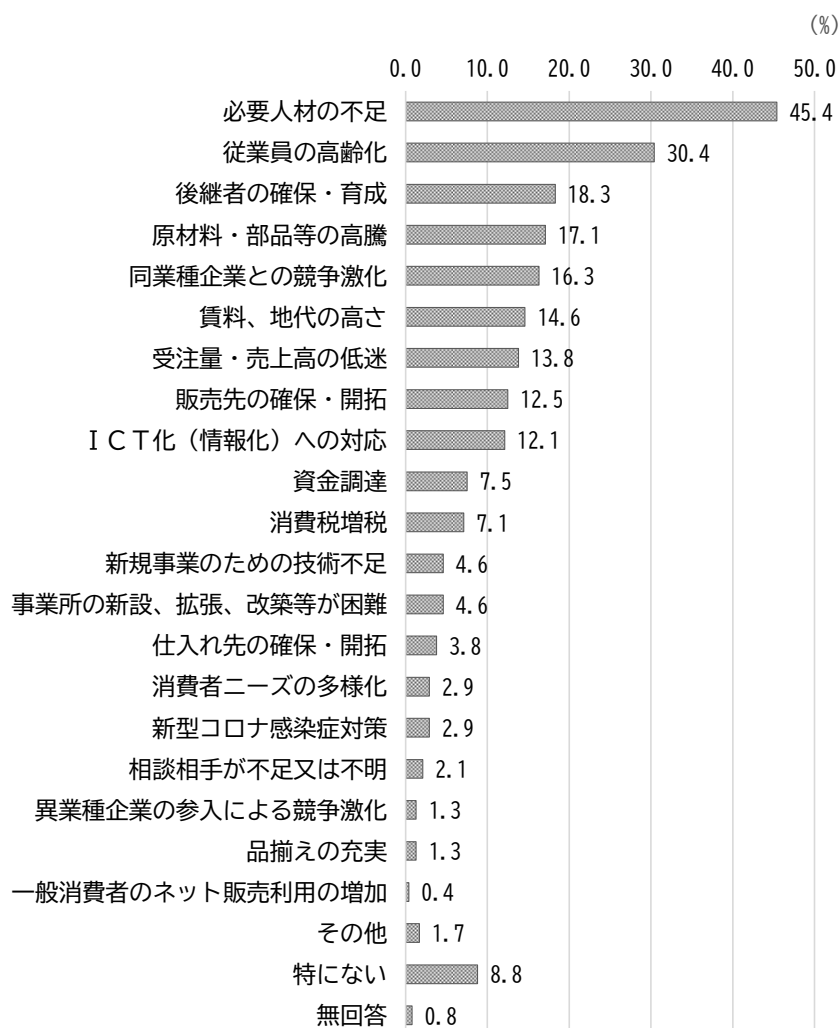
※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

(4) 事業活動における課題と方向性について

経営上抱えている問題点

- ・現在、経営上抱えている問題点について聞いてみると、「必要人材の不足」が45.4%と最も多く、次いで「従業員の高齢化」が30.4%、「後継者の確保・育成」が18.3%となっている。また、「原材料・部品等の高騰」が17.1%と、区内立地のデメリットとして最も多かった「賃料、地代の高さ」14.6%より多くなっており、昨今の物価の高騰や円安の影響が出ているものと思われる。
- ・業種別にみると、製造業では、「受注量・売上高の低迷」33.3%、「原材料・部品等の高騰」33.3%で多く、コロナ禍の影響や物価高騰の影響が出ているものと思われる。また、「原材料・部品等の高騰」では建設業が47.1%と、半数近くが経営上の問題としている。
- ・従業者規模別にみると、港区全体と同様の傾向であるが、5～9人の規模では、「ICT化(情報化)への対応」が26.2%と他の規模より多くなっている。

図表 経営上抱えている問題点【港区全体】



図表 経営上抱えている問題点【業種別】

	必要人材の不足	後継者の確保・育成	従業員の高齢化	同業種企業との競争激化	異業種企業の参入による競争激化	仕入れ先の確保・開拓	販売先の確保・開拓	受注量・売上高の低迷	原材料・部品等の高騰	資金調達	消費税増税	品揃えの充実	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	ICT化（情報化）への対応	一般消費者のネット販売利用の増加	事業所の新設、拡張、改築等が困難	賃料、地代の高さ	相談相手が不足又は不明	新型コロナウイルス感染症対策	特になし	その他	無回答
港区全体	45.4	18.3	30.4	16.3	1.3	3.8	12.5	13.8	17.1	7.5	7.1	1.3	4.6	2.9	12.1	0.4	4.6	14.6	2.1	2.9	8.8	1.7	0.8
建設業	88.2	11.8	52.9	17.6	-	-	-	5.9	47.1	-	-	-	-	-	-	-	5.9	5.9	-	5.9	-	-	-
製造業	38.1	19.0	47.6	14.3	4.8	-	4.8	33.3	33.3	4.8	4.8	4.8	9.5	4.8	9.5	-	-	14.3	-	4.8	4.8	-	-
情報通信業	76.2	23.8	33.3	33.3	-	-	14.3	14.3	-	9.5	-	4.8	4.8	-	9.5	-	4.8	4.8	-	-	-	-	-
専門・技術サービス	44.2	17.3	28.8	9.6	3.8	3.8	11.5	5.8	3.8	3.8	13.5	-	5.8	-	17.3	-	5.8	23.1	1.9	3.8	7.7	1.9	1.9
卸売業	44.4	13.9	33.3	11.1	-	11.1	25.0	13.9	38.9	5.6	8.3	2.8	2.8	2.8	8.3	2.8	2.8	8.3	-	-	8.3	-	2.8
不動産業	21.7	19.6	19.6	17.4	-	4.3	4.3	8.7	13.0	13.0	8.7	-	4.3	6.5	19.6	-	8.7	8.7	6.5	2.2	19.6	4.3	-
その他	47.6	19.0	23.8	21.4	-	2.4	21.4	23.8	9.5	11.9	4.8	-	4.8	4.8	7.1	-	23.8	2.4	4.8	7.1	2.4	-	-

図表 経営上抱えている問題点【従業員規模別】

	必要人材の不足	後継者の確保・育成	従業員の高齢化	同業種企業との競争激化	異業種企業の参入による競争激化	仕入れ先の確保・開拓	販売先の確保・開拓	受注量・売上高の低迷	原材料・部品等の高騰	資金調達	消費税増税	品揃えの充実	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	ICT化（情報化）への対応	一般消費者のネット販売利用の増加	事業所の新設、拡張、改築等が困難	賃料、地代の高さ	相談相手が不足又は不明	新型コロナウイルス感染症対策	特になし	その他	無回答
港区全体	45.4	18.3	30.4	16.3	1.3	3.8	12.5	13.8	17.1	7.5	7.1	1.3	4.6	2.9	12.1	0.4	4.6	14.6	2.1	2.9	8.8	1.7	0.8
1～4人	16.7	16.7	23.3	16.7	-	4.4	14.4	16.7	12.2	15.6	12.2	-	3.3	3.3	7.8	-	2.2	18.9	3.3	1.1	14.4	2.2	1.1
5～9人	52.4	19.0	35.7	11.9	4.8	2.4	14.3	11.9	16.7	2.4	9.5	-	7.1	2.4	26.2	2.4	9.5	9.5	2.4	4.8	2.4	2.4	-
10～19人	55.0	15.0	35.0	15.0	-	10.0	10.0	15.0	10.0	5.0	5.0	15.0	5.0	5.0	5.0	-	-	15.0	-	5.0	5.0	-	-
20～49人	74.2	25.8	29.0	12.9	-	-	16.1	6.5	16.1	3.2	3.2	-	3.2	-	6.5	-	6.5	12.9	-	-	9.7	-	3.2
50人以上	75.0	14.6	41.7	25.0	2.1	4.2	8.3	14.6	31.3	-	-	-	2.1	4.2	12.5	-	4.2	10.4	-	6.3	2.1	-	-

図表 経営上抱えている問題点【経営者年代別】

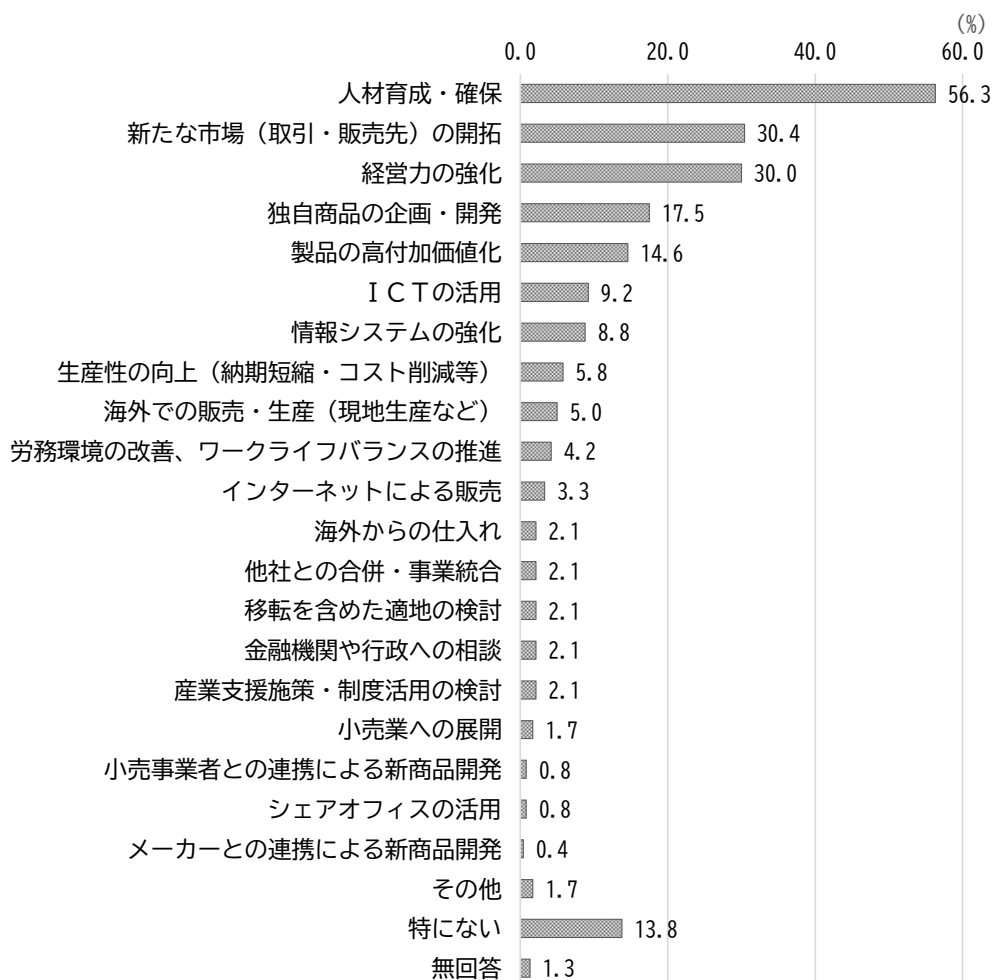
	必要人材の不足	後継者の確保・育成	従業員の高齢化	同業種企業との競争激化	異業種企業の参入による競争激化	仕入れ先の確保・開拓	販売先の確保・開拓	受注量・売上高の低迷	原材料・部品等の高騰	資金調達	消費税増税	品揃えの充実	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	ICT化（情報化）への対応	一般消費者のネット販売利用の増加	事業所の新設、拡張、改築等が困難	賃料、地代の高さ	相談相手が不足又は不明	新型コロナウイルス感染症対策	特になし	その他	無回答
港区全体	45.4	18.3	30.4	16.3	1.3	3.8	12.5	13.8	17.1	7.5	7.1	1.3	4.6	2.9	12.1	0.4	4.6	14.6	2.1	2.9	8.8	1.7	0.8
40歳代以下	65.4	7.7	19.2	19.2	-	7.7	7.7	19.2	23.1	3.8	-	-	7.7	-	3.8	-	-	11.5	7.7	3.8	3.8	-	-
50歳代	47.1	15.7	28.6	24.3	-	2.9	15.7	11.4	17.1	10.0	5.7	-	5.7	2.9	17.1	1.4	5.7	18.6	-	2.9	8.6	1.4	1.4
60歳代	49.3	21.3	36.0	13.3	-	5.3	13.3	18.7	13.3	8.0	9.3	4.0	2.7	5.3	9.3	-	1.3	12.0	2.7	2.7	6.7	-	1.3
70歳代以上	33.3	20.6	31.7	9.5	4.8	1.6	9.5	7.9	20.6	6.3	9.5	-	4.8	1.6	12.7	-	7.9	14.3	1.6	3.2	12.7	4.8	-

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項

- ・今後、5年程度を展望して重点的に取り組みたいと考えていることについて聞いてみると、「人材育成・確保」が56.3%と最も多かった。前問の経営上抱えている問題点で「必要人材の不足」が最も多かったが、問題解決に向けて「人材育成・確保」を重点的に取り組もうと考えている事業所が多いことがうかがえる。次いで「新たな市場（取引・販売先）の開拓」30.4%、「経営力の強化」30.0%の順であった。
- ・業種別にみると、製造業では「独自商品の企画・開発」38.1%、「製品の高付加価値化」38.1%で多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、「人材育成・確保」では比較的規模の大きい事業所で多くなっている傾向が見られた。また50人以上の規模の事業所では「ICTの活用」20.8%が他の規模と比較して多くなっている。

図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【港区全体】



図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【業種別】

	人材育成・確保	経営力の強化	独自商品の企画・開発	製品の付加価値化	新たな市場（取引・販売先）の開拓	海外での販売・生産（現地生産など）	海外からの仕入れ	小売業への展開	他社との合併・事業統合	生産性の向上（納期短縮・コスト削減等）	メーカーとの連携による新商品開発	小売事業者との連携による新商品開発	インターネットによる販売	ICTの活用	情報システムの強化	シェアオフィスの活用	労働環境の改善、ワーク・ライフ・バランスの推進	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	産業支援施策・制度活用の検討	特にない	その他	無回答
港区全体	56.3	30.0	17.5	14.6	30.4	5.0	2.1	1.7	2.1	5.8	0.4	0.8	3.3	9.2	8.8	0.8	4.2	2.1	2.1	2.1	13.8	1.7	1.3
建設業	94.1	41.2	11.8	5.9	23.5	-	-	-	-	17.6	-	-	-	11.8	-	-	11.8	-	-	-	-	5.9	-
製造業	57.1	23.8	38.1	38.1	33.3	19.0	4.8	4.8	-	4.8	-	-	14.3	4.8	4.8	-	-	-	4.8	-	9.5	-	-
情報通信業	81.0	33.3	23.8	19.0	38.1	-	4.8	-	-	4.8	-	-	-	9.5	9.5	-	4.8	-	-	4.8	4.8	-	4.8
専門・技術サービス	51.9	26.9	9.6	3.8	25.0	9.6	-	1.9	3.8	1.9	-	-	1.9	11.5	9.6	1.9	5.8	7.7	-	3.8	11.5	1.9	1.9
卸売業	61.1	27.8	16.7	30.6	55.6	5.6	2.8	2.8	-	11.1	-	5.6	2.8	5.6	8.3	-	2.8	-	-	2.8	5.6	-	2.8
不動産業	28.3	32.6	8.7	8.7	13.0	2.2	2.2	-	-	8.7	-	-	4.3	6.5	13.0	2.2	2.2	2.2	8.7	-	30.4	2.2	-
その他	61.9	31.0	26.2	11.9	33.3	-	2.4	2.4	7.1	-	2.4	-	2.4	11.9	9.5	-	4.8	-	-	2.4	14.3	2.4	-

図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【従業者規模別】

	人材育成・確保	経営力の強化	独自商品の企画・開発	製品の付加価値化	新たな市場（取引・販売先）の開拓	海外での販売・生産（現地生産など）	海外からの仕入れ	小売業への展開	他社との合併・事業統合	生産性の向上（納期短縮・コスト削減等）	メーカーとの連携による新商品開発	小売事業者との連携による新商品開発	インターネットによる販売	ICTの活用	情報システムの強化	シェアオフィスの活用	労働環境の改善、ワーク・ライフ・バランスの推進	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	産業支援施策・制度活用の検討	特にない	その他	無回答
港区全体	56.3	30.0	17.5	14.6	30.4	5.0	2.1	1.7	2.1	5.8	0.4	0.8	3.3	9.2	8.8	0.8	4.2	2.1	2.1	2.1	13.8	1.7	1.3
1～4人	24.4	31.1	13.3	12.2	30.0	6.7	2.2	2.2	1.1	2.2	-	2.2	2.2	10.0	10.0	2.2	1.1	2.2	2.2	1.1	26.7	1.1	2.2
5～9人	66.7	31.0	21.4	19.0	23.8	2.4	-	2.4	4.8	2.4	-	-	7.1	14.3	19.0	-	4.8	2.4	4.8	4.8	4.8	2.4	-
10～19人	75.0	30.0	25.0	15.0	45.0	-	5.0	5.0	-	-	-	-	-	5.0	-	-	-	5.0	-	-	5.0	-	-
20～49人	80.6	32.3	16.1	12.9	38.7	12.9	-	-	3.2	3.2	3.2	-	-	6.5	3.2	-	6.5	3.2	-	3.2	6.5	-	3.2
50人以上	87.5	29.2	20.8	18.8	29.2	2.1	4.2	-	2.1	20.8	-	-	6.3	20.8	4.2	-	10.4	-	-	-	2.1	2.1	-

図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【経営者年代別】

	人材育成・確保	経営力の強化	独自商品の企画・開発	製品の付加価値化	新たな市場（取引・販売先）の開拓	海外での販売・生産（現地生産など）	海外からの仕入れ	小売業への展開	他社との合併・事業統合	生産性の向上（納期短縮・コスト削減等）	メーカーとの連携による新商品開発	小売事業者との連携による新商品開発	インターネットによる販売	ICTの活用	情報システムの強化	シェアオフィスの活用	労働環境の改善、ワーク・ライフ・バランスの推進	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	産業支援施策・制度活用の検討	特にない	その他	無回答
港区全体	56.3	30.0	17.5	14.6	30.4	5.0	2.1	1.7	2.1	5.8	0.4	0.8	3.3	9.2	8.8	0.8	4.2	2.1	2.1	2.1	13.8	1.7	1.3
40歳代以下	61.5	42.3	19.2	11.5	34.6	3.8	3.8	-	3.8	11.5	-	-	-	3.8	-	-	-	3.8	3.8	-	3.8	-	3.8
50歳代	52.9	27.1	14.3	15.7	37.1	7.1	1.4	2.9	1.4	7.1	1.4	-	7.1	14.3	14.3	2.9	1.4	4.3	1.4	1.4	11.4	1.4	1.4
60歳代	65.3	37.3	21.3	16.0	30.7	4.0	-	1.3	4.0	6.7	-	1.3	2.7	9.3	8.0	-	6.7	-	1.3	1.3	9.3	-	-
70歳代以上	49.2	19.0	15.9	14.3	22.2	4.8	4.8	1.6	-	1.6	-	1.6	1.6	4.8	7.9	-	6.3	1.6	1.6	4.8	23.8	4.8	1.6

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

重点的に取り組みたいと考えている具体的な事業プラン

- ・今後、重点的に取り組みたいと考えている具体的な事業プランについて、自由意見として聞いてみると、下記のような回答が得られた。

【主な意見】（原文のまま）

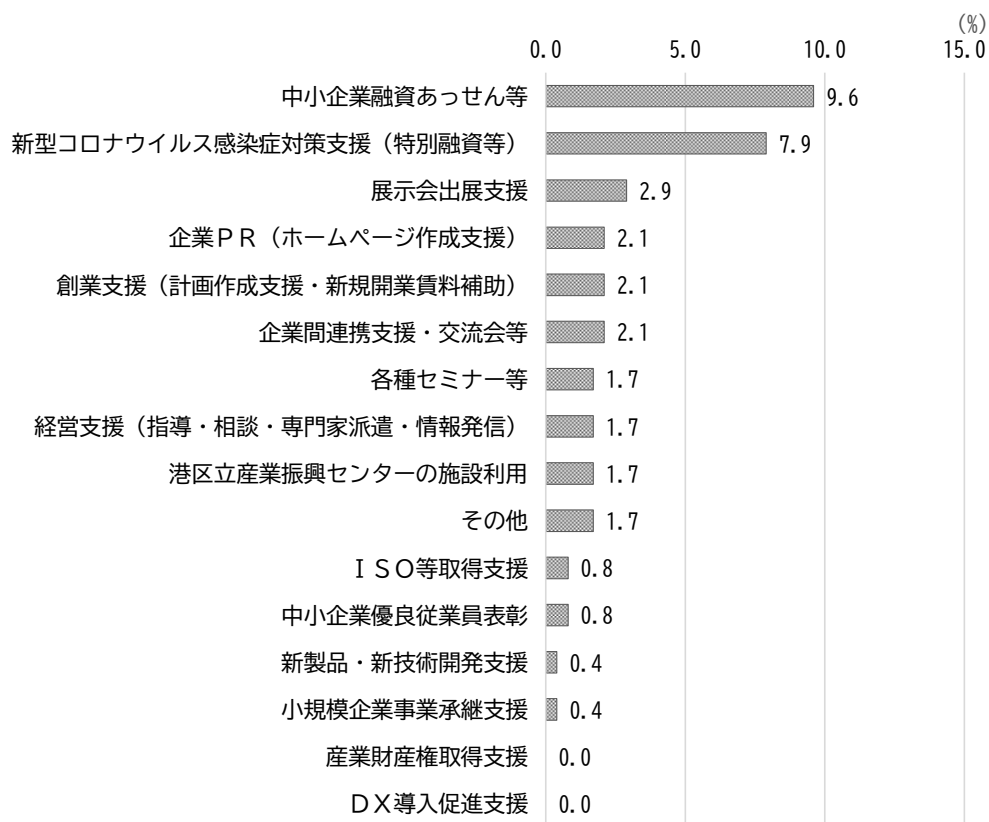
業 種	内 容
専門・技術サービス業	コンパクトなしくみを目指す。
その他	福島原発の炉心の線量低下に着手してみたい。トリチウムH3は、大きな問題ではない。ロンドン条約があり、動きが制限される。
その他	新しい広告媒体の創出（企画）。サイネージ・LEDビジョンの専門的なスキル。

(6) 事業活動への支援・ニーズについて

利用した施策

- ・港区が行っている産業振興施策に、これまでに利用した支援策があるかを聞いてみると、「中小企業融資あっせん等」で9.6%と最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症対策支援(特別融資等)」が7.9%、「展示会出展支援」が2.9%の順であった。
- ・業種別、従業員規模別、経営者の年代別にみても、港区全体と同様の傾向で、特に大きな特徴等は見られなかった。

図表 利用した施策【港区全体】



図表 利用した施策【業種別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成支援・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	ISO等取得支援	産業財産権取得支援	DX導入促進支援	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん等	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	その他
港区全体	2.1	2.1	2.1	0.4	0.4	1.7	1.7	2.9	0.8	-	-	0.8	9.6	7.9	1.7	1.7
建設業	-	-	-	-	-	-	-	-	5.9	-	-	-	17.6	5.9	11.8	-
製造業	4.8	4.8	4.8	-	-	-	4.8	9.5	-	-	-	-	19.0	14.3	4.8	-
情報通信業	4.8	4.8	4.8	4.8	-	4.8	-	9.5	-	-	-	-	4.8	4.8	4.8	4.8
専門・技術サービス	1.9	-	1.9	-	-	-	3.8	1.9	1.9	-	-	-	5.8	9.6	-	-
卸売業	2.8	2.8	-	-	-	-	-	5.6	-	-	-	-	8.3	11.1	-	-
不動産業	2.2	2.2	2.2	-	-	4.3	2.2	-	-	-	-	2.2	4.3	6.5	-	2.2
その他	-	2.4	2.4	-	2.4	2.4	-	-	-	-	-	2.4	16.7	4.8	-	4.8

図表 利用した施策【従業者規模別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成支援・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	ISO等取得支援	産業財産権取得支援	DX導入促進支援	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん等	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	その他
港区全体	2.1	2.1	2.1	0.4	0.4	1.7	1.7	2.9	0.8	-	-	0.8	9.6	7.9	1.7	1.7
1～4人	2.2	3.3	1.1	-	-	-	1.1	2.2	1.1	-	-	-	7.8	8.9	-	1.1
5～9人	-	-	-	-	-	2.4	4.8	2.4	-	-	-	2.4	16.7	11.9	-	2.4
10～19人	10.0	-	5.0	-	-	5.0	5.0	10.0	-	-	-	-	15.0	25.0	5.0	-
20～49人	3.2	6.5	9.7	3.2	3.2	6.5	-	6.5	-	-	-	3.2	16.1	3.2	6.5	3.2
50人以上	-	-	-	-	-	-	-	-	2.1	-	-	-	2.1	-	2.1	2.1

図表 利用した施策【経営者の年代別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成支援・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	ISO等取得支援	産業財産権取得支援	DX導入促進支援	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん等	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	その他
港区全体	2.1	2.1	2.1	0.4	0.4	1.7	1.7	2.9	0.8	-	-	0.8	9.6	7.9	1.7	1.7
40歳代以下	-	-	3.8	-	3.8	3.8	-	3.8	-	-	-	3.8	11.5	3.8	3.8	-
50歳代	2.9	5.7	-	-	-	-	1.4	1.4	-	-	-	-	10.0	12.9	1.4	2.9
60歳代	4.0	1.3	4.0	1.3	-	1.3	1.3	5.3	1.3	-	-	-	10.7	6.7	2.7	2.7
70歳代以上	-	-	1.6	-	-	3.2	3.2	1.6	1.6	-	-	1.6	7.9	6.3	-	-

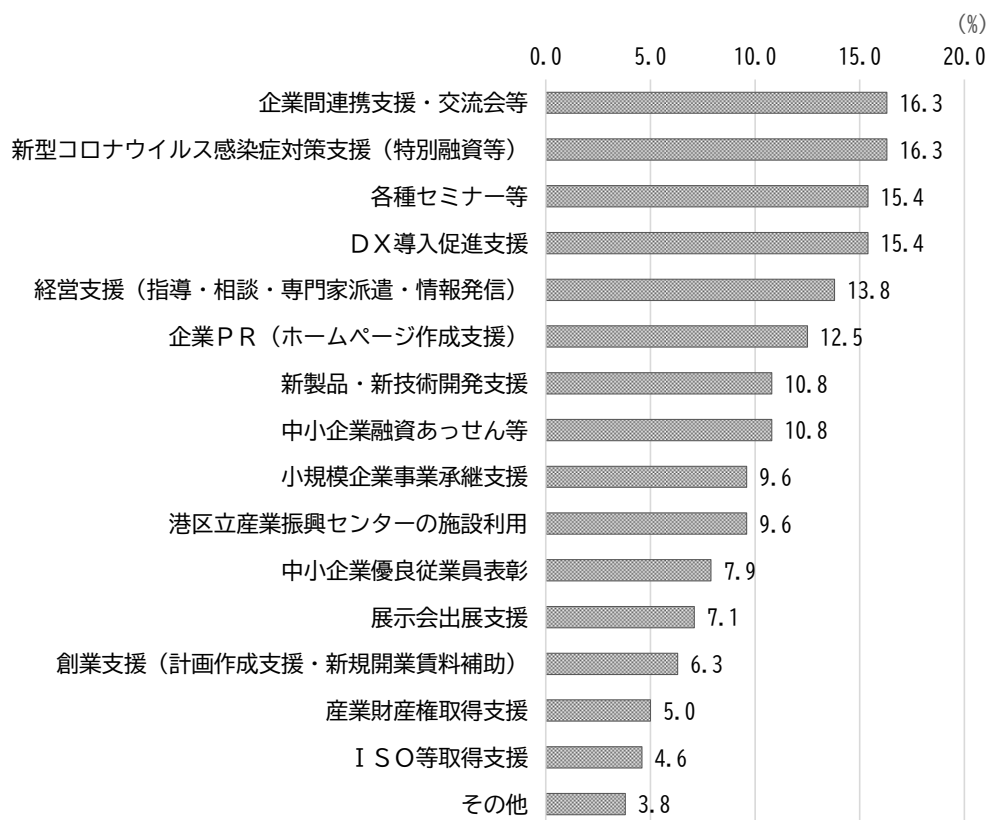
※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

※情報通信業、40歳代以下は1位のみ

今後関心のある施策

- ・港区が行っている産業振興施策に、今後関心のある支援策を聞いてみると、「企業間連携支援・交流会等」と「新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）」がともに16.3%と最も多かった。次いで、「各種セミナー等」と「DX導入促進支援」がともに15.4%、「経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）」が13.8%であった。
- ・業種別にみると、「各種セミナー等」では、建設業17.6%、卸売業19.4%、不動産業21.7%で多く、「DX導入促進支援」では、情報通信業23.8%、専門・技術サービス11.5%、卸売業19.4%で多くなっている。また、「新製品・新技術開発支援」では、製造業19.0%や情報通信業23.8%で多くなっている。
- ・従業者規模別では、1～4人、5～9人の比較的小規模な事業所において、「経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）」が多くなっている。

図表 今後関心のある施策【港区全体】



図表 今後関心のある施策【業種別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成支援・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	ISO等取得支援	産業財産権取得支援	DX導入促進支援	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん等	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	その他
港区全体	12.5	6.3	16.3	10.8	9.6	15.4	13.8	7.1	4.6	5.0	15.4	7.9	10.8	16.3	9.6	3.8
建設業	17.6	5.9	17.6	-	-	17.6	11.8	-	-	-	11.8	11.8	11.8	11.8	5.9	5.9
製造業	9.5	9.5	14.3	19.0	14.3	14.3	9.5	9.5	4.8	4.8	14.3	9.5	19.0	19.0	4.8	-
情報通信業	9.5	-	19.0	23.8	9.5	14.3	14.3	4.8	9.5	4.8	23.8	14.3	-	14.3	-	-
専門・技術サービス	9.6	5.8	19.2	9.6	9.6	9.6	7.7	5.8	3.8	7.7	11.5	3.8	11.5	11.5	9.6	1.9
卸売業	13.9	11.1	16.7	11.1	5.6	19.4	13.9	13.9	5.6	2.8	19.4	11.1	19.4	13.9	16.7	5.6
不動産業	13.0	6.5	10.9	6.5	13.0	21.7	15.2	6.5	6.5	8.7	13.0	10.9	10.9	17.4	13.0	8.7
その他	14.3	4.8	16.7	9.5	11.9	11.9	23.8	4.8	2.4	2.4	14.3	2.4	4.8	26.2	9.5	2.4

図表 今後関心のある施策【従業者規模別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成支援・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	ISO等取得支援	産業財産権取得支援	DX導入促進支援	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん等	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	その他
港区全体	12.5	6.3	16.3	10.8	9.6	15.4	13.8	7.1	4.6	5.0	15.4	7.9	10.8	16.3	9.6	3.8
1～4人	14.4	11.1	14.4	13.3	15.6	13.3	16.7	5.6	5.6	7.8	7.8	8.9	16.7	14.4	11.1	4.4
5～9人	14.3	4.8	19.0	9.5	11.9	14.3	19.0	9.5	4.8	-	16.7	11.9	19.0	23.8	14.3	7.1
10～19人	15.0	10.0	20.0	10.0	5.0	10.0	10.0	5.0	10.0	10.0	25.0	15.0	5.0	10.0	10.0	-
20～49人	16.1	-	19.4	19.4	6.5	22.6	19.4	9.7	-	9.7	22.6	-	3.2	9.7	9.7	-
50人以上	4.2	2.1	14.6	2.1	2.1	16.7	2.1	6.3	4.2	-	18.8	6.3	2.1	22.9	4.2	4.2

図表 今後関心のある施策【経営者の年代別】

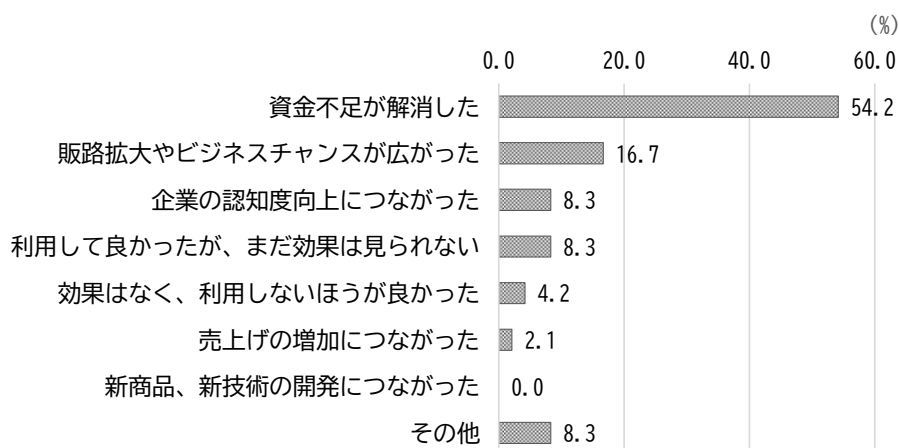
	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成支援・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	ISO等取得支援	産業財産権取得支援	DX導入促進支援	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん等	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	その他
港区全体	12.5	6.3	16.3	10.8	9.6	15.4	13.8	7.1	4.6	5.0	15.4	7.9	10.8	16.3	9.6	3.8
40歳代以下	19.2	7.7	38.5	7.7	7.7	15.4	23.1	11.5	7.7	3.8	19.2	15.4	26.9	11.5	3.8	3.8
50歳代	14.3	4.3	20.0	17.1	8.6	15.7	15.7	4.3	4.3	5.7	14.3	4.3	10.0	18.6	11.4	5.7
60歳代	13.3	8.0	13.3	8.0	6.7	17.3	13.3	9.3	5.3	6.7	17.3	9.3	9.3	21.3	13.3	4.0
70歳代以上	6.3	6.3	6.3	7.9	15.9	12.7	9.5	4.8	3.2	3.2	11.1	7.9	7.9	11.1	6.3	1.6

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

施策の効果

- ・港区が行っている産業振興施策を利用したことのある事業者には、どのような支援の効果があったか聞いてみると、「資金不足が解消した」が54.2%と最も多く、次いで「販路拡大やビジネスチャンスが広がった」が16.7%、「企業の認知度向上につながった」が8.3%であった。一方、「効果はなく、利用しないほうが良かった」という回答も4.2%あった。

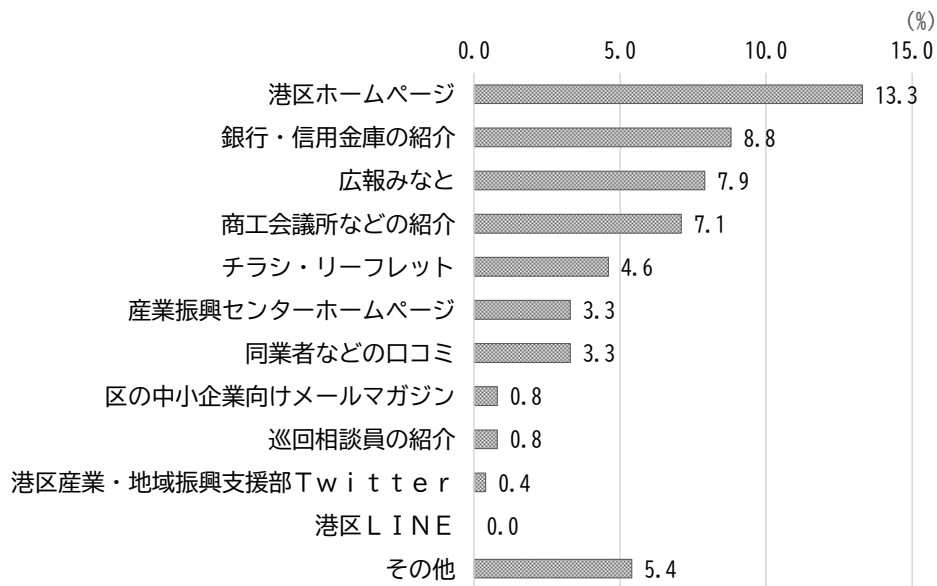
図表 施策の効果【港区全体】



施策情報の入手手段

- ・港区が行っている産業振興施策の情報をどのような手段で入手したか聞いてみると、「港区ホームページ」が13.3%と最も多く、次いで「銀行・信用金庫の紹介」が8.8%、「広報みなど」が7.9%、「商工会議所などの紹介」が7.1%となっている。一方で、「港区LINE」の活用は見られなかった。区のホームページは最も高かったが、デジタル媒体よりも、広報に加え、チラシ・リーフレットなど紙媒体や、銀行や商工会議所からの紹介による情報入手がいまだに多くなっている。
- ・業種別、従業者規模別、経営者の年代別にみると、それぞれ全体と同じ傾向で、それほど目立った特徴は見受けられないが、経営者の年代別において、70歳代以上では「商工会議所の紹介」9.5%、「銀行・信用金庫の紹介」11.1%など、デジタル媒体以外の手段が比較的多くなっている。

図表 施策情報の入手手段【港区全体】



図表 施策情報の入手手段【業種別】

	広報 みなと	港区 ホームページ	港区 LINE	産業 振興セン ターホー ム	港区産 業・地域 振興支 援部	港区中 小企業 向けメ ールマ ガジン	チラシ ・リー フレット	商工 会議所 などの 紹介	銀行・ 信用金 庫の紹 介	巡回 相談員 の紹介	同業者 などの 口コミ	その他
港区全体	7.9	13.3	-	3.3	0.4	0.8	4.6	7.1	8.8	0.8	3.3	5.4
建設業	5.9	11.8	-	17.6	-	-	11.8	5.9	11.8	5.9	-	5.9
製造業	4.8	9.5	-	-	-	-	-	14.3	19.0	4.8	4.8	9.5
情報通信業	9.5	19.0	-	-	-	4.8	-	9.5	4.8	-	4.8	-
専門・技術サービス	13.5	15.4	-	3.8	-	-	3.8	1.9	7.7	-	5.8	1.9
卸売業	-	19.4	-	2.8	-	-	5.6	8.3	8.3	-	2.8	11.1
不動産業	8.7	6.5	-	-	2.2	-	6.5	6.5	8.7	-	2.2	4.3
その他	9.5	14.3	-	4.8	-	2.4	4.8	9.5	7.1	-	2.4	7.1

図表 施策情報の入手手段【従業者規模別】

	広報 みなと	港区 ホームページ	港区 LINE	産業 振興セン ターホー ム	港区産 業・地域 振興支 援部	港区中 小企業 向けメ ールマ ガジン	チラシ ・リー フレット	商工 会議所 などの 紹介	銀行・ 信用金 庫の紹 介	巡回 相談員 の紹介	同業者 などの 口コミ	その他
港区全体	7.9	13.3	-	3.3	0.4	0.8	4.6	7.1	8.8	0.8	3.3	5.4
1～4人	8.9	10.0	-	4.4	1.1	-	2.2	7.8	6.7	-	3.3	3.3
5～9人	11.9	19.0	-	-	-	-	7.1	9.5	21.4	2.4	-	4.8
10～19人	5.0	15.0	-	5.0	-	-	10.0	15.0	10.0	-	10.0	-
20～49人	6.5	12.9	-	6.5	-	6.5	3.2	6.5	9.7	3.2	9.7	9.7
50人以上	6.3	16.7	-	2.1	-	-	6.3	2.1	2.1	-	-	10.4

図表 施策情報の入手手段【経営者年代別】

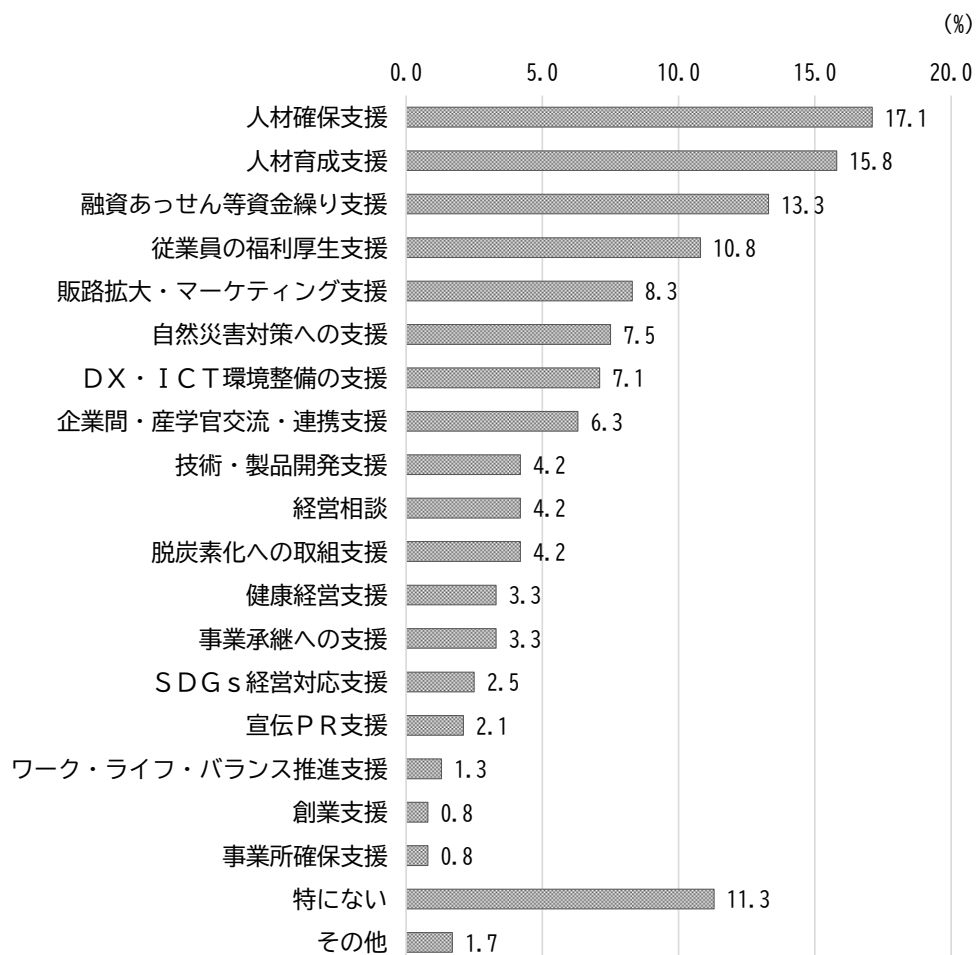
	広報 みなと	港区 ホームページ	港区 LINE	産業 振興セン ターホー ム	港区産 業・地域 振興支 援部	港区中 小企業 向けメ ールマ ガジン	チラシ ・リー フレット	商工 会議所 などの 紹介	銀行・ 信用金 庫の紹 介	巡回 相談員 の紹介	同業者 などの 口コミ	その他
港区全体	7.9	13.3	-	3.3	0.4	0.8	4.6	7.1	8.8	0.8	3.3	5.4
40歳代以下	3.8	15.4	-	3.8	-	3.8	7.7	7.7	7.7	-	3.8	7.7
50歳代	10.0	17.1	-	4.3	-	-	8.6	8.6	7.1	-	4.3	10.0
60歳代	8.0	14.7	-	5.3	1.3	1.3	2.7	4.0	9.3	2.7	4.0	4.0
70歳代以上	7.9	7.9	-	-	-	-	1.6	9.5	11.1	-	1.6	1.6

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

今後区へ望む支援

- ・ 今後、区に対して望む支援について聞いてみると、「人材確保支援」が17.1%と最も多く、次いで「人材育成支援」が15.8%と人材関連が多くなっている。次いで、「融資あっせん等資金繰り支援」が13.3%、「従業員の福利厚生支援」が10.8%となっている。また、「特にない」という回答も11.3%あった。
- ・ 業種別にみると、製造業、卸売業では、「販路拡大・マーケティング支援」、製造業や専門・技術サービスでは「従業員の福利厚生支援」の割合が特に多くなっている。また、製造業や情報通信業では「技術・製品開発支援」の割合が他の業種と比較して多くなっている。
- ・ 従業者規模別にみると、10～19人、20～49人で、「人材育成支援」や「人材確保支援」を望む割合が多くなっている。また、比較的規模の小さい事業所では、「融資あっせん等資金対策」を望む割合が多くなっている。

図表 今後区へ望む支援【港区全体】



図表 今後区へ望む支援【業種別】

	人材育成支援	企業間・産学官交流・連携支援	人材確保支援	販路拡大・マーケティング支援	技術・製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業支援	SDGs経営対応支援	従業員の福利厚生支援	DX・ICT環境整備の支援	事業所確保支援	宣伝PR支援	ワーク・ライフ・バランス推進支援	健康経営支援	事業承継への支援	自然災害対策への支援	脱炭素化への取組支援	特にない	その他
港区全体	15.8	6.3	17.1	8.3	4.2	4.2	13.3	0.8	2.5	10.8	7.1	0.8	2.1	1.3	3.3	3.3	7.5	4.2	11.3	1.7
建設業	35.3	-	29.4	-	-	-	11.8	-	-	5.9	5.9	-	-	5.9	-	-	11.8	5.9	5.9	-
製造業	19.0	9.5	9.5	19.0	14.3	-	9.5	-	4.8	19.0	4.8	-	4.8	-	4.8	14.3	4.8	-	4.8	-
情報通信業	28.6	9.5	33.3	4.8	14.3	4.8	4.8	4.8	4.8	9.5	4.8	4.8	4.8	4.8	-	-	-	9.5	-	-
専門・技術サービス	9.6	11.5	13.5	9.6	1.9	-	11.5	-	1.9	17.3	7.7	-	1.9	-	1.9	3.8	7.7	1.9	15.4	1.9
卸売業	13.9	2.8	16.7	13.9	2.8	-	11.1	2.8	2.8	8.3	5.6	-	-	2.8	5.6	-	5.6	2.8	13.9	2.8
不動産業	8.7	4.3	4.3	6.5	-	8.7	17.4	-	2.2	6.5	6.5	-	-	2.2	6.5	4.3	2.2	17.4	2.2	
その他	16.7	2.4	26.2	4.8	4.8	11.9	19.0	-	2.4	9.5	11.9	2.4	2.4	-	4.8	-	16.7	9.5	9.5	2.4

図表 今後区へ望む支援【従業者規模別】

	人材育成支援	企業間・産学官交流・連携支援	人材確保支援	販路拡大・マーケティング支援	技術・製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業支援	SDGs経営対応支援	従業員の福利厚生支援	DX・ICT環境整備の支援	事業所確保支援	宣伝PR支援	ワーク・ライフ・バランス推進支援	健康経営支援	事業承継への支援	自然災害対策への支援	脱炭素化への取組支援	特にない	その他
港区全体	15.8	6.3	17.1	8.3	4.2	4.2	13.3	0.8	2.5	10.8	7.1	0.8	2.1	1.3	3.3	3.3	7.5	4.2	11.3	1.7
1～4人	5.6	3.3	3.3	10.0	4.4	5.6	18.9	1.1	2.2	7.8	-	-	1.1	-	2.2	2.2	4.4	3.3	14.4	2.2
5～9人	16.7	4.8	23.8	11.9	2.4	7.1	16.7	2.4	-	14.3	14.3	2.4	4.8	4.8	4.8	11.9	11.9	2.4	11.9	-
10～19人	25.0	15.0	30.0	5.0	10.0	10.0	10.0	-	10.0	5.0	10.0	5.0	-	-	10.0	-	-	5.0	15.0	-
20～49人	32.3	9.7	35.5	6.5	9.7	-	9.7	-	3.2	19.4	12.9	-	-	-	-	-	3.2	6.5	9.7	-
50人以上	20.8	6.3	20.8	6.3	-	-	4.2	-	2.1	12.5	10.4	-	2.1	2.1	4.2	2.1	14.6	4.2	4.2	4.2

図表 今後区へ望む支援【経営者年代別】

	人材育成支援	企業間・産学官交流・連携支援	人材確保支援	販路拡大・マーケティング支援	技術・製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業支援	SDGs経営対応支援	従業員の福利厚生支援	DX・ICT環境整備の支援	事業所確保支援	宣伝PR支援	ワーク・ライフ・バランス推進支援	健康経営支援	事業承継への支援	自然災害対策への支援	脱炭素化への取組支援	特にない	その他
港区全体	15.8	6.3	17.1	8.3	4.2	4.2	13.3	0.8	2.5	10.8	7.1	0.8	2.1	1.3	3.3	3.3	7.5	4.2	11.3	1.7
40歳代以下	23.1	3.8	26.9	11.5	3.8	11.5	23.1	-	-	15.4	3.8	-	-	-	3.8	-	-	11.5	11.5	3.8
50歳代	18.6	10.0	15.7	7.1	5.7	2.9	15.7	1.4	4.3	14.3	14.3	-	2.9	1.4	4.3	2.9	4.3	1.4	8.6	2.9
60歳代	16.0	5.3	20.0	8.0	5.3	4.0	9.3	1.3	1.3	12.0	4.0	2.7	1.3	1.3	2.7	-	13.3	4.0	6.7	1.3
70歳代以上	9.5	3.2	11.1	9.5	1.6	3.2	11.1	-	3.2	4.8	4.8	-	1.6	1.6	3.2	9.5	7.9	4.8	19.0	-

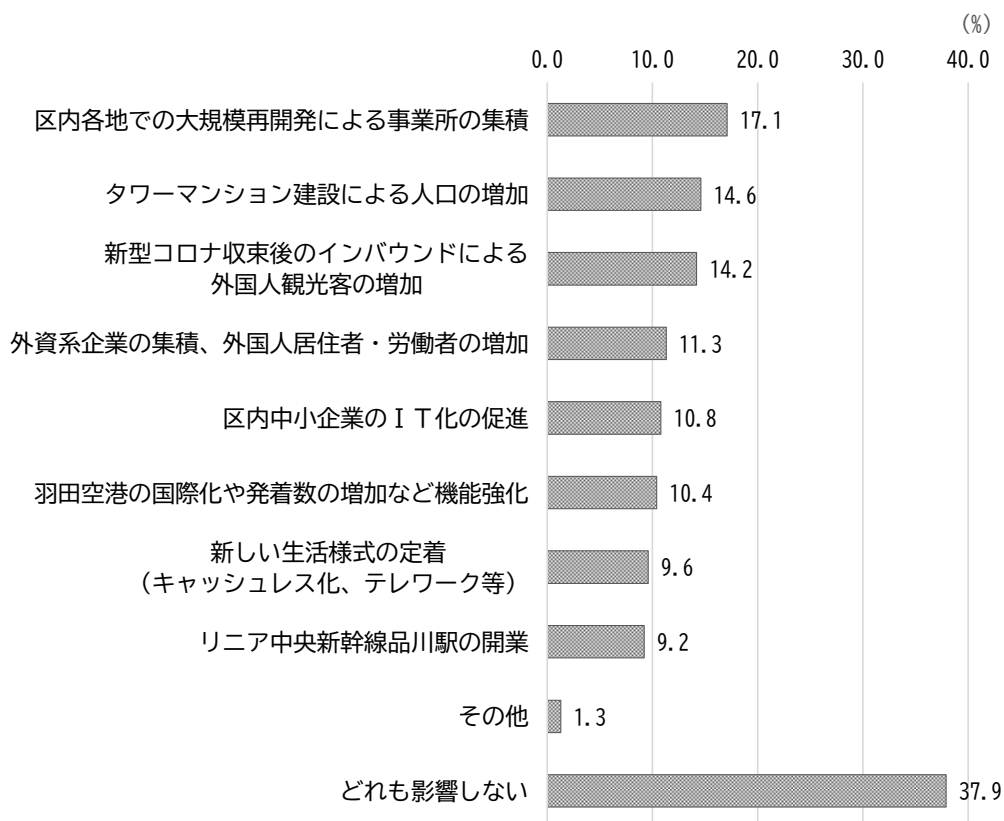
※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

(6) 港区の景気動向について

売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化

- ・今後、港区において想定される社会環境の変化のうち、売上増加につながると思われる事項について聞いてみると、「区内各地での大規模再開発による事業所の集積」が17.1%、次いで「タワーマンション建設による人口の増加」が14.6%、「新型コロナ収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加」が14.2%となっている。一方で「どれも影響しない」という回答が37.9%と多くみられ、ものづくり・IT関連事業者において区内の社会動向の変化は売上にそれほど影響を及ぼさないものと思われる。
- ・業種別にみると、建設業では「タワーマンション建設による人口の増加」52.9%や「区内各地での大規模再開発による事業所の集積」47.1%が他の業種より多くなっている。また、情報通信業では、「区内中小企業のIT化の促進」が42.9%と最も高く、次いで「新しい生活様式の定着（キャッシュレス化、テレワーク等）」が33.3%と、直接業務に結びつくような項目で多くなっている。

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【港区全体】



図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【業種別】

	にタ よ る 人 口 の シ ョ ン 建 設	人 観 光 客 の 増 加	新 型 コ ロ ナ 収 束 後 の 外 国	増 加 人 居 系 住 者 ・ 労 働 者 の 外	積 開 区 発 に 各 地 よ る 事 業 大 所 の 集 再	化 着 数 の 増 加 な ど 機 能 や 強	羽 田 空 港 の 国 際 化 や 発	の 区 内 中 小 企 業 の I T 化	駅 リ ニ ア 中 央 新 幹 線 品 川 の 開 業	テ レ ワ ー ク 等)	新 し い 生 活 様 式 の 定 着 シ ユ レ ス 化	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他
港区全体	14.6	14.2	11.3	17.1	10.4	10.8	9.2	9.6	37.9	1.3			
建設業	52.9	5.9	17.6	47.1	5.9	5.9	17.6	5.9	23.5	-			
製造業	9.5	9.5	4.8	14.3	9.5	4.8	19.0	4.8	47.6	-			
情報通信業	-	14.3	-	19.0	4.8	42.9	9.5	33.3	23.8	-			
専門・技術サービス	7.7	9.6	15.4	19.2	11.5	13.5	3.8	11.5	42.3	-			
卸売業	13.9	22.2	2.8	16.7	16.7	8.3	2.8	5.6	36.1	2.8			
不動産業	21.7	21.7	19.6	17.4	10.9	2.2	17.4	6.5	26.1	-			
その他	9.5	9.5	9.5	4.8	7.1	9.5	4.8	7.1	54.8	4.8			

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【従業者規模別】

	にタ よ る 人 口 の シ ョ ン 建 設	人 観 光 客 の 増 加	新 型 コ ロ ナ 収 束 後 の 外 国	増 加 人 居 系 住 者 ・ 労 働 者 の 外	積 開 区 発 に 各 地 よ る 事 業 大 所 の 集 再	化 着 数 の 増 加 な ど 機 能 や 強	羽 田 空 港 の 国 際 化 や 発	の 区 内 中 小 企 業 の I T 化	駅 リ ニ ア 中 央 新 幹 線 品 川 の 開 業	テ レ ワ ー ク 等)	新 し い 生 活 様 式 の 定 着 シ ユ レ ス 化	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他
港区全体	14.6	14.2	11.3	17.1	10.4	10.8	9.2	9.6	37.9	1.3			
1～4人	15.6	16.7	11.1	11.1	10.0	3.3	8.9	7.8	41.1	-			
5～9人	14.3	11.9	16.7	14.3	7.1	21.4	7.1	14.3	38.1	4.8			
10～19人	5.0	5.0	-	10.0	10.0	10.0	-	15.0	60.0	-			
20～49人	6.5	16.1	9.7	35.5	12.9	9.7	3.2	6.5	32.3	-			
50人以上	22.9	14.6	10.4	25.0	12.5	16.7	20.8	8.3	27.1	2.1			

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【地区別】

	にタ よ る 人 口 の シ ョ ン 建 設	人 観 光 客 の 増 加	新 型 コ ロ ナ 収 束 後 の 外 国	増 加 人 居 系 住 者 ・ 労 働 者 の 外	積 開 区 発 に 各 地 よ る 事 業 大 所 の 集 再	化 着 数 の 増 加 な ど 機 能 や 強	羽 田 空 港 の 国 際 化 や 発	の 区 内 中 小 企 業 の I T 化	駅 リ ニ ア 中 央 新 幹 線 品 川 の 開 業	テ レ ワ ー ク 等)	新 し い 生 活 様 式 の 定 着 シ ユ レ ス 化	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他
港区全体	14.6	14.2	11.3	17.1	10.4	10.8	9.2	9.6	37.9	1.3			
芝地区	14.5	14.5	11.1	21.4	13.7	13.7	6.8	11.1	37.6	0.9			
麻布地区	22.9	17.1	8.6	14.3	5.7	17.1	8.6	11.4	28.6	-			
赤坂地区	15.6	15.6	13.3	11.1	4.4	-	6.7	2.2	44.4	-			
高輪地区	5.6	11.1	16.7	16.7	11.1	5.6	27.8	5.6	38.9	5.6			
芝浦港南地区	5.0	5.0	5.0	15.0	10.0	15.0	15.0	20.0	40.0	5.0			

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

産業振興センターに期待すること

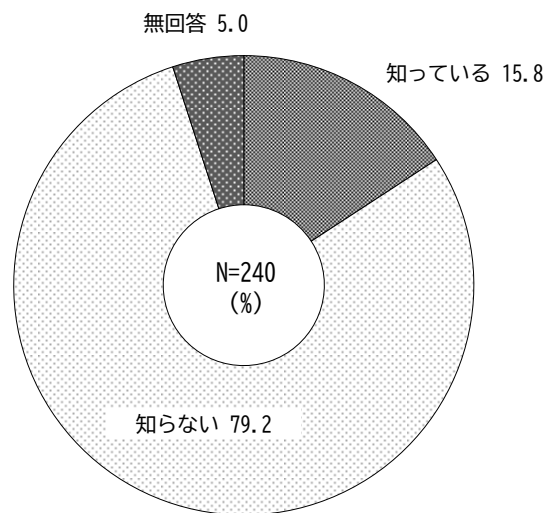
- ・産業振興センターに期待することについて聞いてみたところ、特に有効な回答は得られなかった。

(6) ワーク・ライフ・バランス推進事業について

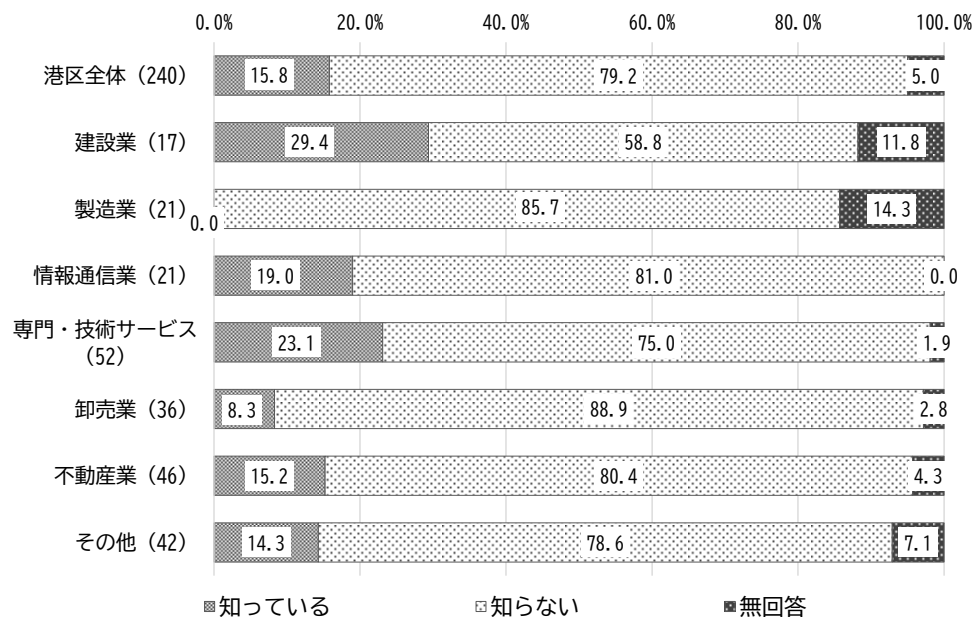
ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度

- ・区が実施しているワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業の認知度について、「知らない」が79.2%、「知っている」が15.8%となっている。
- ・業種別では、「知っている」が最も多かったのは、建設業で29.4%、次いで、専門・技術サービスが23.1%となっている。一方、「知らない」が最も多かったのは卸売業で88.9%、製造業が85.7%となっている。

図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【港区全体】

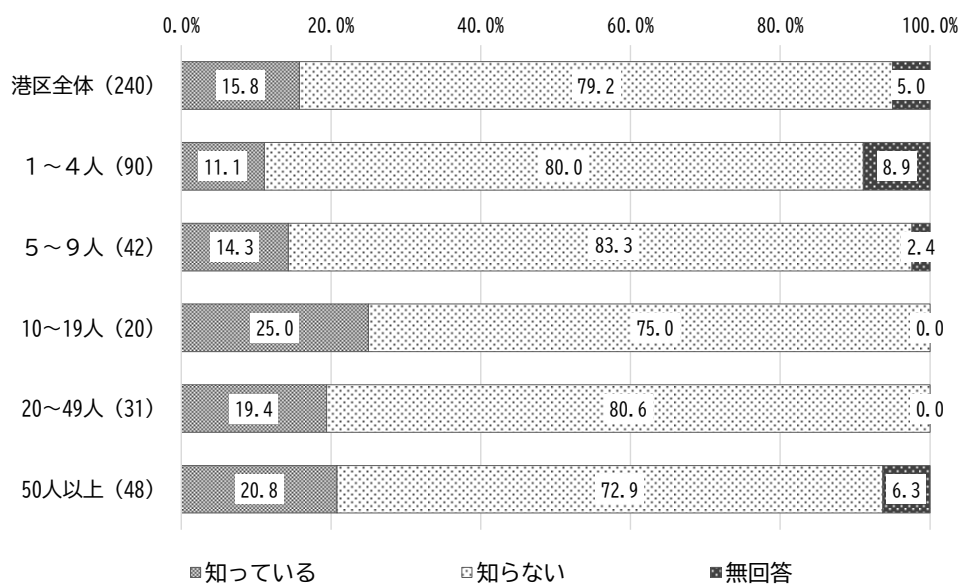


図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【業種別】



・従業員規模別では、「知っている」が最も多かったのは、10～19人の規模で25.0%、次いで、50人以上が20.8%となっている。一方、「知らない」が最も多かったのは5～9人の規模で83.3%、次いで、1～4人が80.0%となっており、比較的規模の大きい事業所で認知度は高い傾向にある。

図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【従業員規模別】

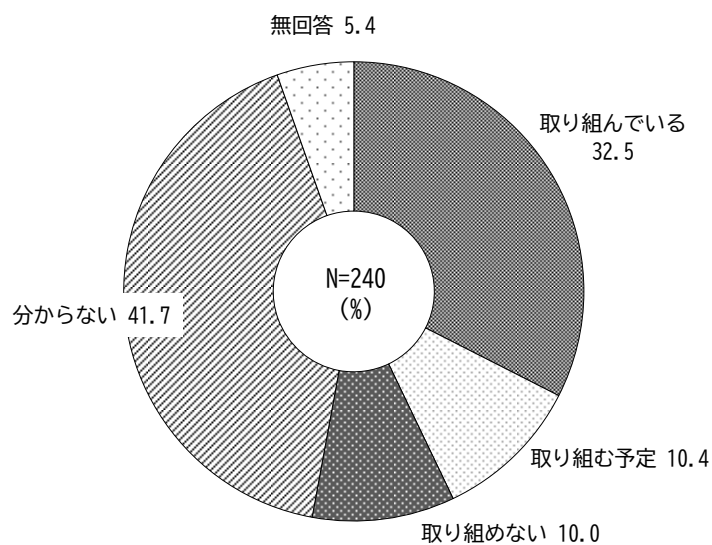


ワーク・ライフ・バランスの取組

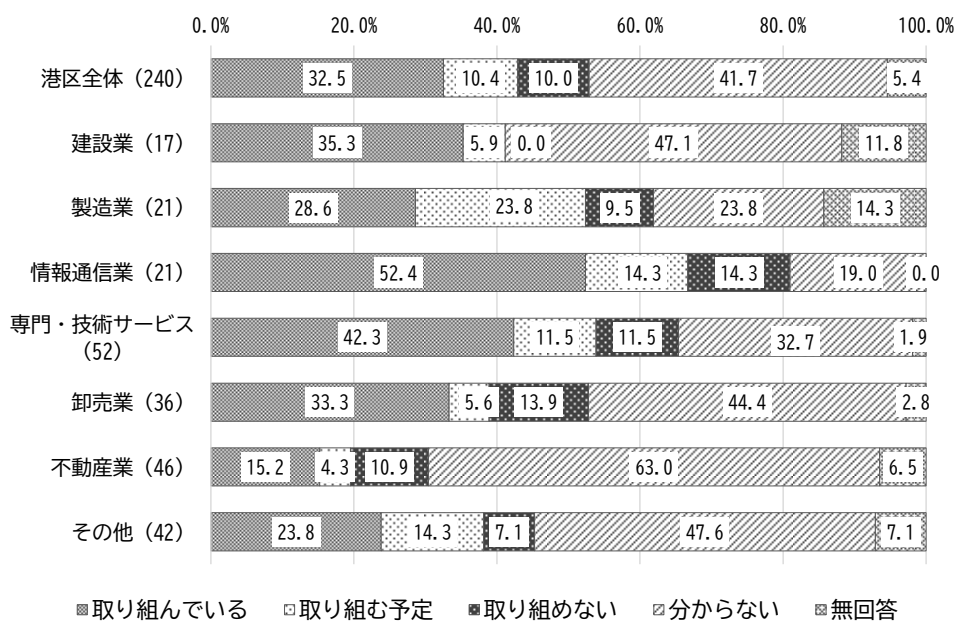
・ワーク・ライフ・バランスの取組の有無について聞いてみると、「取り組んでいる」、「取り組む予定」との回答が42.9%を占める一方、「分からない」が41.7%となっており、ワーク・ライフ・バランスとしての取組に関する周知が必要な状況である。

・業種別では、「取り組んでいる」が最も多かったのは、情報通信業で52.4%と半数を超えている。次いで、専門・技術サービスが42.3%、建設業が35.3%となっている。業種によって取り組み状況がかなり異なっていることがわかる。

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【港区全体】

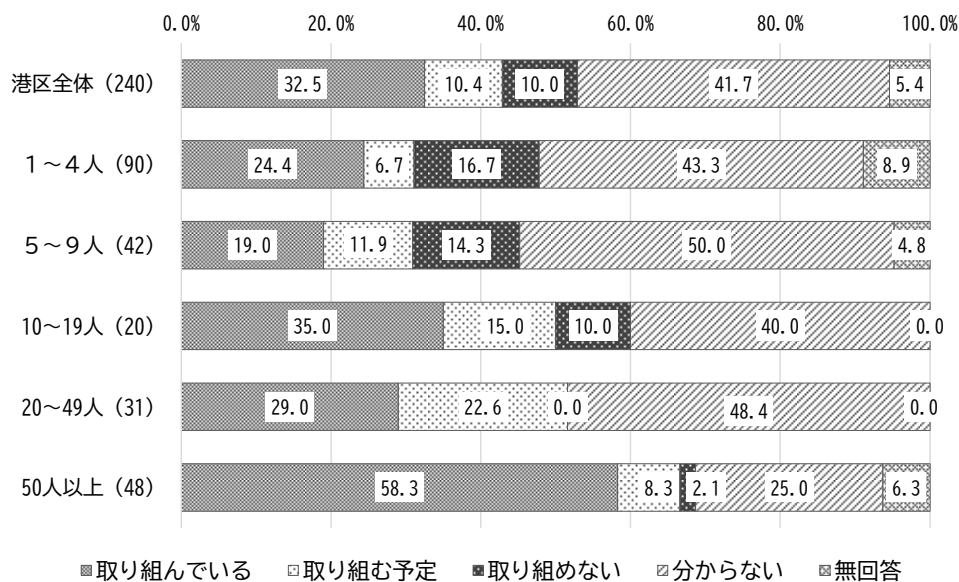


図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【業種別】



・従業員規模別では、「取り組んでいる」が最も多かったのは、50人以上の規模で58.3%と半数を超えている。次いで、10～19人以上が35.0%、20～49人が29.0%となっている。

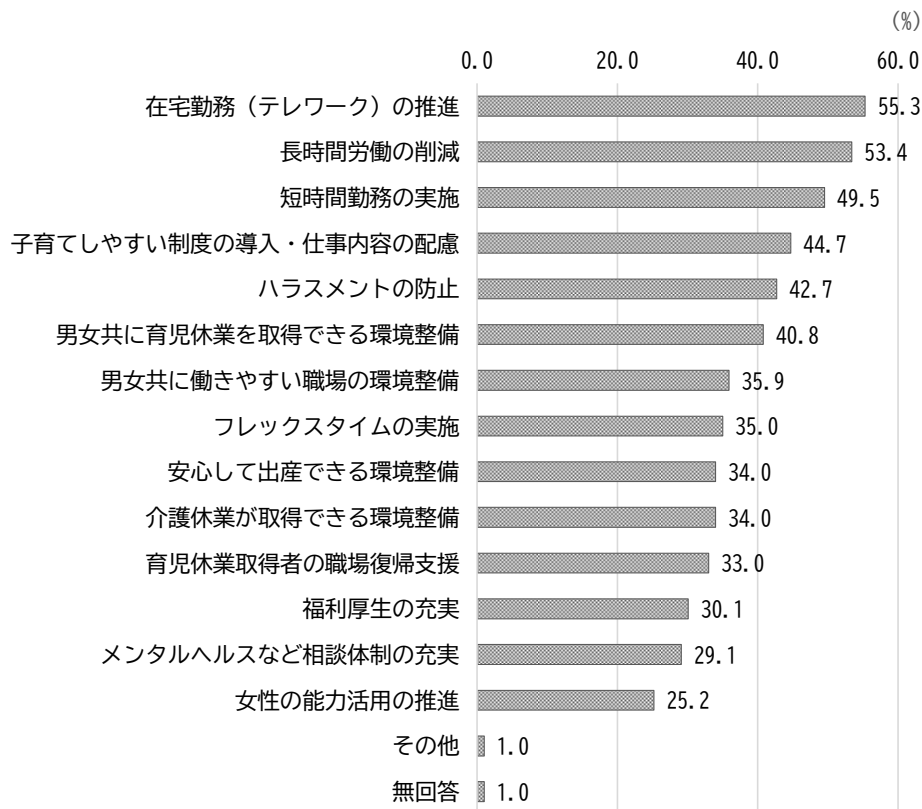
図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【従業員規模別】



ワーク・ライフ・バランスの取組内容

- ・前問において、ワーク・ライフ・バランスの取組を「取り組んでいる」もしくは「取り組む予定」と回答した事業者に対し、取組内容について聞いてみると、「在宅勤務（テレワーク）の推進」が最も多く 55.3%、次いで「長時間労働の削減」が 53.4%、「短時間勤務の実施」が 49.5%、「子育てしやすい制度の導入・仕事内容の配慮」が 44.7%となっており、勤務形態や労働時間に関する取組が多くなっている。
- ・業種別では、建設業は様々な取り組みを行っており、「子育てしやすい制度の導入・仕事内容の配慮」71.4%や「介護休業が取得できる環境整備」71.4%などのほか、「安心して出産できる環境整備」57.1%や「男女共に育児休業を取得できる環境整備」57.1%、「短時間勤務の実施」57.1%で多くなっている。また、製造業や卸売業では「ハラスメントの防止」、不動産業では「短時間勤務の実施」や「福利厚生の実施」などが多くなっている。
- ・従業員規模別や経営者の年代別では、港区全体の傾向と比較し、大きな特徴は見受けられなかった。

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【港区全体】



図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【業種別】

	境安心 整備して 出産で できる 環境	得男 女共 に育 児休 業を 取 得	導子 入育 ・し ・仕 事内 容の 配慮	復育 帰児 支休 援業 取 得者 の職 場	環介 境護 整備 業が 取得 でき る	場男 女の 環境 整備 が 取得 でき る	短 時 間 勤 務 の 実 施	施フ レ ッ ク ス タ イ ム の 実 施	ク在宅 勤務 （テレ ワー ク） の推 進	ハ ラ ス メ ン ト の 防 止	談メン 体制 の充 実ハ ル ス メ ン ト の 防 止	女 性 の 能 力 活 用 の 推 進	福 利 厚 生 の 充 実	長 時 間 労 働 の 削 減	そ の 他
港区全体	34.0	40.8	44.7	33.0	34.0	35.9	49.5	35.0	55.3	42.7	29.1	25.2	30.1	53.4	1.0
建設業	57.1	57.1	71.4	42.9	71.4	28.6	57.1	42.9	28.6	42.9	14.3	14.3	42.9	42.9	-
製造業	45.5	54.5	45.5	36.4	36.4	45.5	36.4	45.5	45.5	63.6	54.5	27.3	45.5	36.4	-
情報通信業	28.6	35.7	71.4	21.4	42.9	42.9	35.7	35.7	78.6	42.9	28.6	28.6	50.0	57.1	-
専門・技術サービス	35.7	39.3	39.3	28.6	25.0	21.4	53.6	35.7	57.1	35.7	28.6	17.9	17.9	60.7	-
卸売業	42.9	64.3	35.7	42.9	35.7	42.9	57.1	42.9	64.3	71.4	42.9	28.6	14.3	78.6	7.1
不動産業	33.3	22.2	33.3	33.3	44.4	55.6	66.7	11.1	33.3	22.2	-	33.3	66.7	33.3	-
その他	12.5	18.8	31.3	31.3	18.8	31.3	43.8	31.3	50.0	31.3	31.3	31.3	18.8	43.8	-

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【従業者規模別】

	境安心 整備して 出産で できる 環境	得男 女共 に育 児休 業を 取 得	導子 入育 ・し ・仕 事内 容の 配慮	復育 帰児 支休 援業 取 得者 の職 場	環介 境護 整備 業が 取得 でき る	場男 女の 環境 整備 が 取得 でき る	短 時 間 勤 務 の 実 施	施フ レ ッ ク ス タ イ ム の 実 施	ク在宅 勤務 （テレ ワー ク） の推 進	ハ ラ ス メ ン ト の 防 止	談メン 体制 の充 実ハ ル ス メ ン ト の 防 止	女 性 の 能 力 活 用 の 推 進	福 利 厚 生 の 充 実	長 時 間 労 働 の 削 減	そ の 他
港区全体	34.0	40.8	44.7	33.0	34.0	35.9	49.5	35.0	55.3	42.7	29.1	25.2	30.1	53.4	1.0
1～4人	14.3	17.9	32.1	14.3	28.6	35.7	50.0	21.4	53.6	25.0	7.1	32.1	28.6	42.9	-
5～9人	23.1	15.4	23.1	15.4	7.7	38.5	46.2	30.8	53.8	7.7	23.1	15.4	15.4	53.8	-
10～19人	10.0	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0	40.0	40.0	60.0	30.0	20.0	-	30.0	50.0	10.0
20～49人	37.5	50.0	50.0	37.5	12.5	31.3	37.5	25.0	37.5	37.5	18.8	12.5	18.8	43.8	-
50人以上	62.5	75.0	68.8	59.4	65.6	43.8	59.4	53.1	62.5	81.3	62.5	37.5	46.9	68.8	-

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【経営者年代別】

	境安心 整備して 出産で できる 環境	得男 女共 に育 児休 業を 取 得	導子 入育 ・し ・仕 事内 容の 配慮	復育 帰児 支休 援業 取 得者 の職 場	環介 境護 整備 業が 取得 でき る	場男 女の 環境 整備 が 取得 でき る	短 時 間 勤 務 の 実 施	施フ レ ッ ク ス タ イ ム の 実 施	ク在宅 勤務 （テレ ワー ク） の推 進	ハ ラ ス メ ン ト の 防 止	談メン 体制 の充 実ハ ル ス メ ン ト の 防 止	女 性 の 能 力 活 用 の 推 進	福 利 厚 生 の 充 実	長 時 間 労 働 の 削 減	そ の 他
港区全体	34.0	40.8	44.7	33.0	34.0	35.9	49.5	35.0	55.3	42.7	29.1	25.2	30.1	53.4	1.0
40歳代以下	28.6	35.7	42.9	28.6	14.3	28.6	42.9	35.7	57.1	28.6	14.3	7.1	14.3	28.6	-
50歳代	27.3	42.4	30.3	30.3	33.3	30.3	51.5	33.3	54.5	36.4	24.2	27.3	33.3	51.5	3.0
60歳代	45.9	43.2	56.8	40.5	43.2	43.2	56.8	43.2	62.2	56.8	43.2	27.0	43.2	62.2	-
70歳代以上	26.7	33.3	46.7	20.0	33.3	33.3	33.3	20.0	33.3	40.0	26.7	33.3	13.3	60.0	-

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

ワーク・ライフ・バランスを取り組まない理由

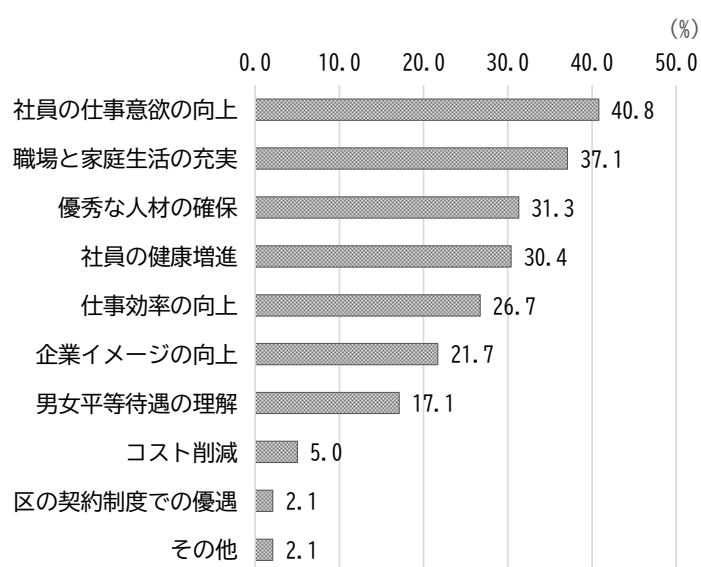
前問において、ワーク・ライフ・バランスの取組を「取り組めない」もしくは「分からない」と回答した事業者に対し、理由について自由意見で聞いてみたところ、下記の意見が得られた。

業 種	内 容
製造業	社員がすでに高齢化しているため。
専門・技術サービス業	数年で廃業予定。
専門・技術サービス業	人員が少ない為できるかわかりません。
卸売業	人材の高齢化と若年層の需要バランスが悪いため、取り組みに着手できない。
不動産業	漠然としていて何を支援するのかわからない。
不動産業	一人の会社なので。
その他	現状の打解で、その先の事と考えている。
その他	個人事業で候補者が未決定の為。

ワーク・ライフ・バランスのメリット

- ・ワーク・ライフ・バランスの取組について、どのようなメリットがあるかについて聞いてみると、「社員の仕事意欲の向上」が40.8%と最も多く、次いで「職場と家庭生活の充実」が37.1%、「優秀な人材の確保」が31.3%となっている。
- ・業種別にみると、製造業を除くすべての業種で、「社員の仕事意欲の向上」が最も多くなっている。一方、製造業では、「仕事効率の向上」が最も多くなっている。
- ・従業者規模別では、50人以上の規模で「社員の仕事意欲の向上」58.3%の他、「優秀な人材確保」52.1%、「職場と家庭生活の充実」52.1%が多くなっている。

図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【港区全体】



図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【業種別】

	企業イメージの向上	社員の仕事意欲の向上	優秀な人材の確保	区の契約制度での優遇	職場と家庭生活の充実	仕事効率の向上	社員の健康増進	男女平等待遇の理解	コスト削減	その他
港区全体	21.7	40.8	31.3	2.1	37.1	26.7	30.4	17.1	5.0	2.1
建設業	41.2	47.1	41.2	11.8	47.1	11.8	29.4	11.8	-	-
製造業	33.3	38.1	28.6	-	38.1	42.9	33.3	19.0	9.5	-
情報通信業	28.6	57.1	57.1	4.8	42.9	33.3	42.9	19.0	-	-
専門・技術サービス	19.2	42.3	34.6	-	38.5	32.7	30.8	13.5	7.7	1.9
卸売業	19.4	44.4	33.3	-	44.4	36.1	38.9	16.7	8.3	2.8
不動産業	17.4	28.3	10.9	-	21.7	6.5	15.2	15.2	2.2	6.5
その他	16.7	42.9	33.3	4.8	38.1	28.6	33.3	23.8	4.8	-

図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【従業者規模別】

	企業イメージの向上	社員の仕事意欲の向上	優秀な人材の確保	区の契約制度での優遇	職場と家庭生活の充実	仕事効率の向上	社員の健康増進	男女平等待遇の理解	コスト削減	その他
港区全体	21.7	40.8	31.3	2.1	37.1	26.7	30.4	17.1	5.0	2.1
1～4人	13.3	28.9	22.2	1.1	30.0	18.9	23.3	18.9	3.3	3.3
5～9人	23.8	47.6	28.6	2.4	38.1	28.6	33.3	11.9	7.1	2.4
10～19人	10.0	45.0	25.0	5.0	30.0	30.0	20.0	5.0	5.0	-
20～49人	12.9	41.9	35.5	-	35.5	35.5	32.3	16.1	-	3.2
50人以上	50.0	58.3	52.1	4.2	52.1	33.3	45.8	22.9	10.4	-

図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【経営者年代別】

	企業イメージの向上	社員の仕事意欲の向上	優秀な人材の確保	区の契約制度での優遇	職場と家庭生活の充実	仕事効率の向上	社員の健康増進	男女平等待遇の理解	コスト削減	その他
港区全体	21.7	40.8	31.3	2.1	37.1	26.7	30.4	17.1	5.0	2.1
40歳代以下	26.9	42.3	38.5	3.8	46.2	19.2	23.1	23.1	-	-
50歳代	24.3	48.6	38.6	4.3	40.0	32.9	38.6	18.6	5.7	4.3
60歳代	22.7	46.7	34.7	1.3	45.3	32.0	32.0	17.3	4.0	-
70歳代以上	15.9	25.4	17.5	-	20.6	17.5	23.8	11.1	7.9	3.2

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

働きやすい職場づくりに対する意見

働きやすい職場づくりのために、御社が心がけていることについて聞いてみたところ、下記の意見が得られた。

【主な意見】（原文のまま）

業 種	内 容
専門・技術サービス業	言い易い職場、有給休暇が取り易い→これらがあたり前な環境。
専門・技術サービス業	コミュニケーションをとりやすくしています。
専門・技術サービス業	ブラックと言われないオフィス作り。
専門・技術サービス業	有休消化、残業時間の減少
卸売業	社内外での取引先との情報交換会を開いている。
不動産業	清潔、柔軟性
不動産業	一人なので特になし。
その他	意志疎通を良くし、風通しのよい職場。心身の健康が重要。
その他	貸ビル業故にテナントの動向により業績への影響が大きい。

港区の産業施策等に対する意見

港区の産業施策等について聞いてみたところ、特に有効な回答は得られなかった。

Ⅱ 商業・サービス業関連事業者

1. 調査概要

(1) 調査の目的

第4次港区産業振興プラン後期計画策定に向け、区内産業の実態を把握し、区の主要産業である商業・サービス業関連事業者の振興施策などを検討するため実施した。

(2) 調査方法

① 調査対象

港区内に所在する下記の事業所を対象とした。

② 抽出数

1,500件（産業分類の業種別の事業所数割合に応じて無作為に抽出）

産業分類		対象事業所数	割当抽出数	抽出割合
I	卸売業、小売業（うち小売業）	2,824	447	29.8%
M	宿泊業、飲食サービス業	4,653	736	49.1%
N	生活関連サービス業、娯楽業	2,007	317	21.2%
合計		9,484	1,500	100.0%

③ 調査方法

郵送配布、郵送またはインターネットによる回答

④ 調査期間

令和4年12月7日～令和5年1月20日

(3) 回収数・回収率

186件（郵送：148、インターネット：38）・12.4%

(4) 調査項目

① 事業所の属性

・本社・支社の区分、事業所の機能、業種、創業年、資本金、従業員数、経営者の年代、土地建物の所有形態、所在

② 店舗・事業所の顧客

・主要顧客の所在地、固定客の比率、顧客の年代、顧客のタイプ
・店舗・事業所を利用してくれると思われる理由

③ 経営状況

・直近の売上高、売上高・営業利益の変化、3年後の景況感、昨今の急激な円安・物価高の影響

④ 新型コロナウイルス感染症の影響

・コロナ禍の影響、事業内容・事業体制の変更

⑤ 立地環境

- ・港区に立地するメリット・デメリット、区外移転の可能性
- ・区内で成長すると思われる産業分野

⑥ 事業活動における課題と方向性

- ・経営上の問題点、今後重点的に取り組みたい事項、具体的な事業プラン

⑦ 地域活性化

- ・商店会参加の有無、商店会活動、立地周辺の活性化、立地周辺の発展に資する事項

⑧ 事業活動への支援・ニーズ

- ・産業振興施策の利用の有無・今後の関心、利用した施策の効果
- ・情報の入手手段、今後区に望む支援

⑨ 港区の景気動向

- ・売上増加に影響を及ぼすと思われる社会環境

⑩ ワーク・ライフ・バランス推進事業

- ・ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業の認知、行っている取組、取組のメリットなど

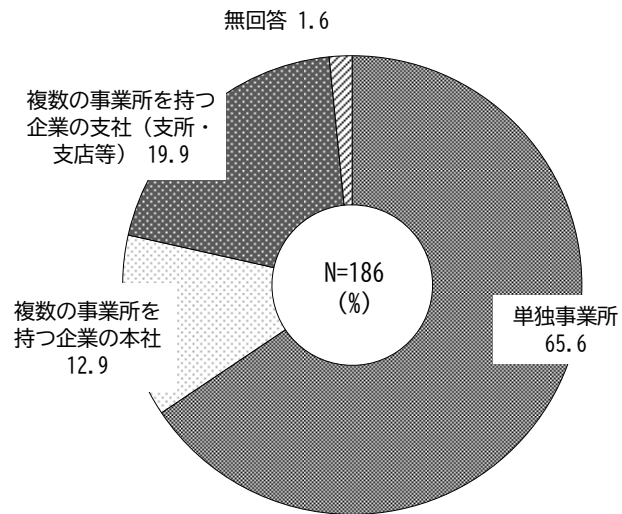
(5) 集計にあたっての留意点

- ・各値については、原則として表示単位未満を四捨五入し、端数調整をしていないため、合計と一致しない場合がある。
- ・クロス集計は、各項目にて無回答を集計から除外しているため、各項目の合計が港区全体とは一致しない。
- ・業種別は、「小売業」、「飲食サービス業」以外は、分類できないサービス業として、「その他」として一括りに集計している。
- ・経営者年代別は、「30歳未満」、「30歳代」の母数が少数のため、「30歳未満」、「30歳代」に「40歳代」を加え、「40歳代以下」として集計している。
- ・地区別は、「芝浦港南地区」の母数が少数のため、参考値とし、コメントとして触れない場合がある。

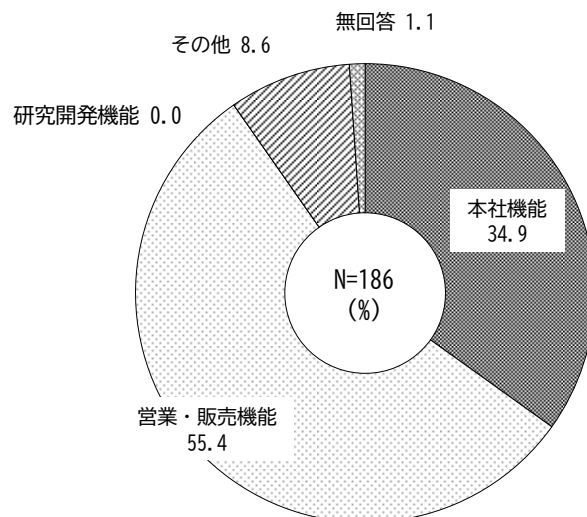
2. 調査結果の概要

(1) 事業所の属性

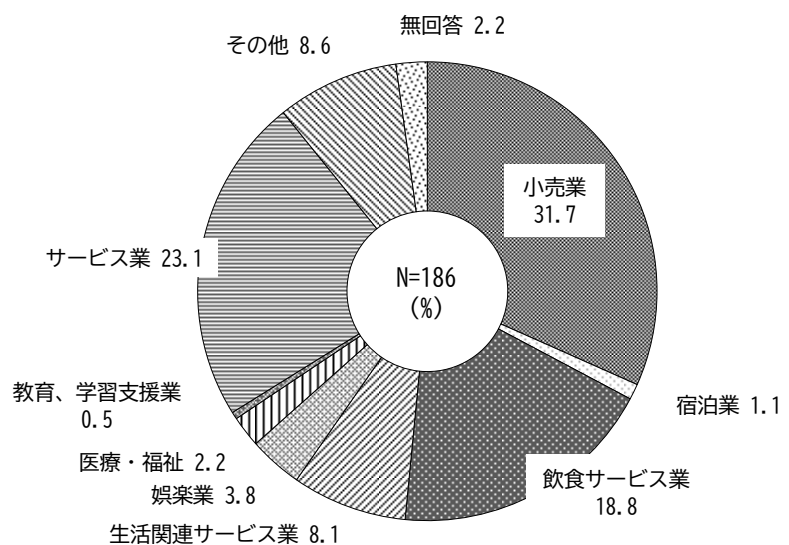
本社・支社



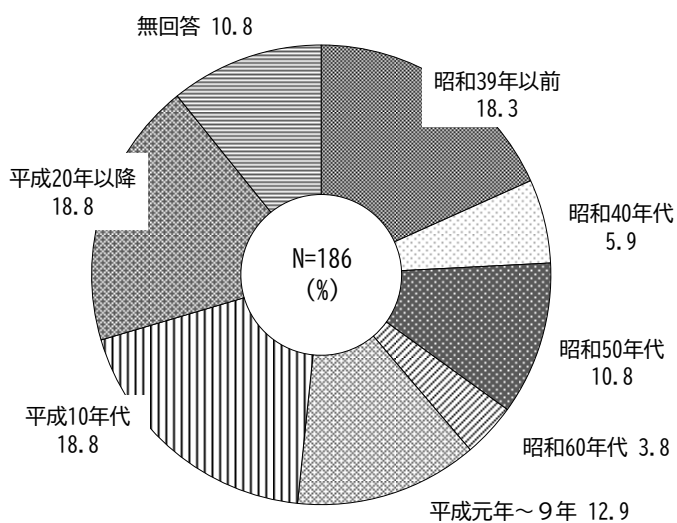
主な機能



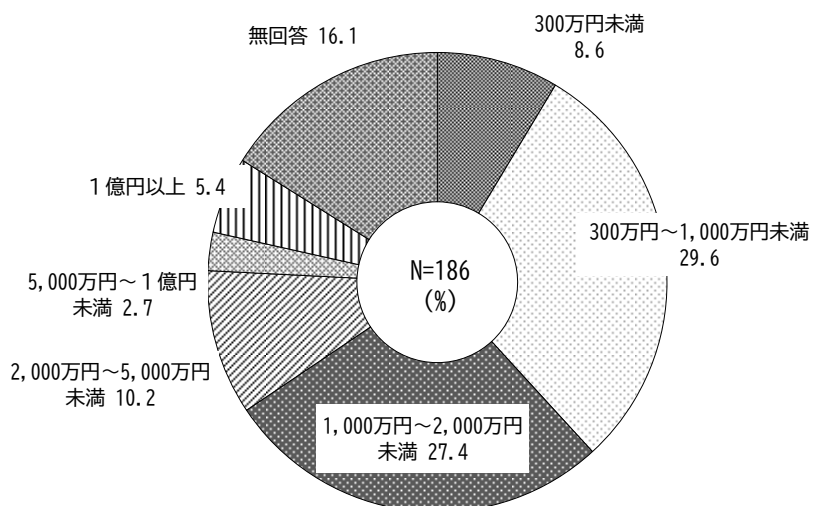
業種



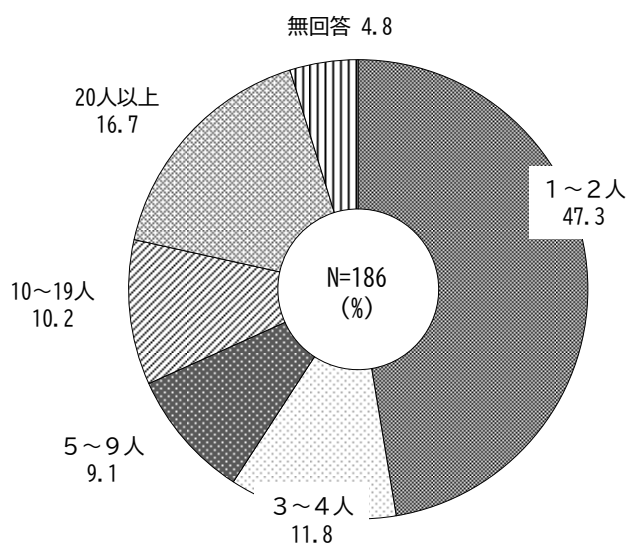
創業年



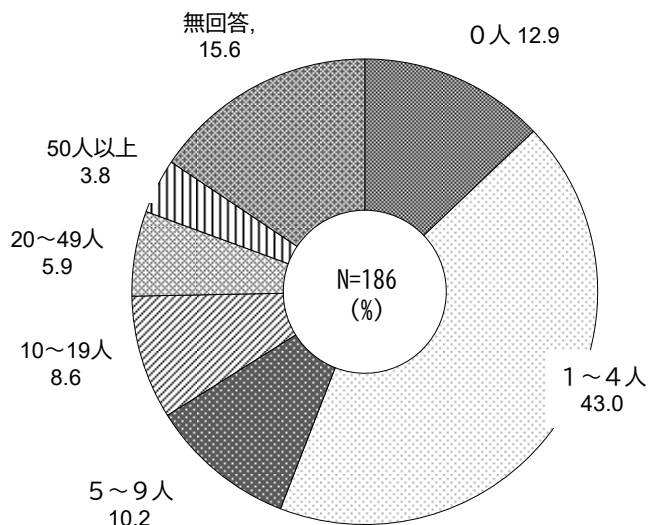
資本金



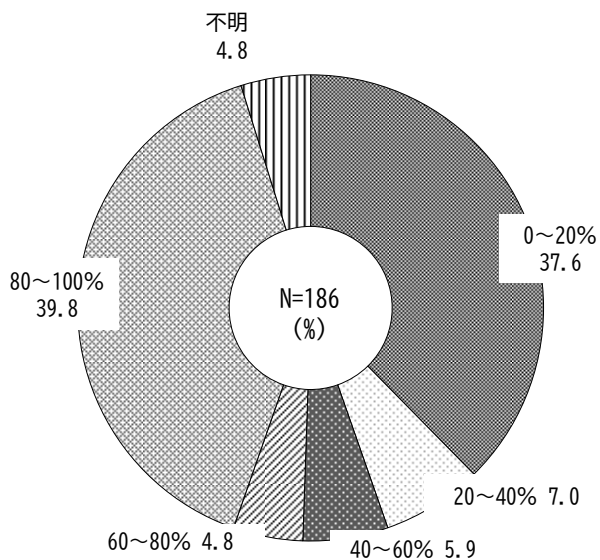
従業者の数



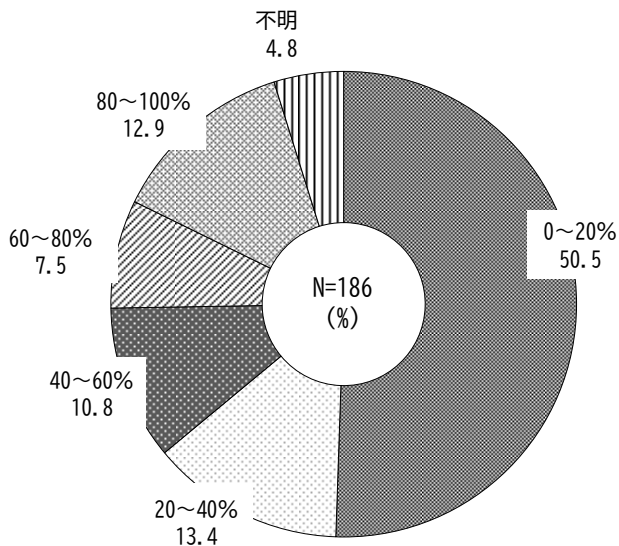
従業員の数【港区内の従業員数】



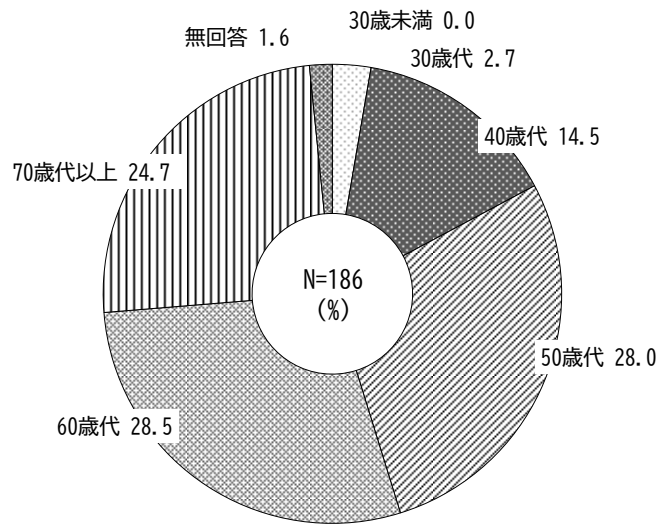
従業員の数【全従業員の内、港区内の従業員の割合】



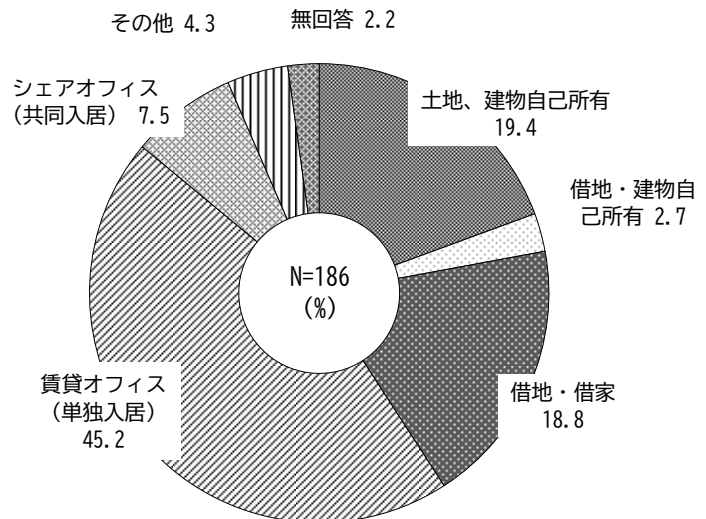
従業員の数【全従業員の内、パート、アルバイト、派遣の割合】



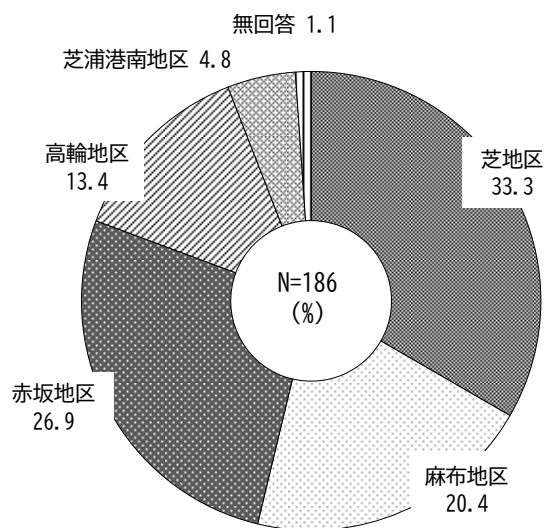
経営者の年代



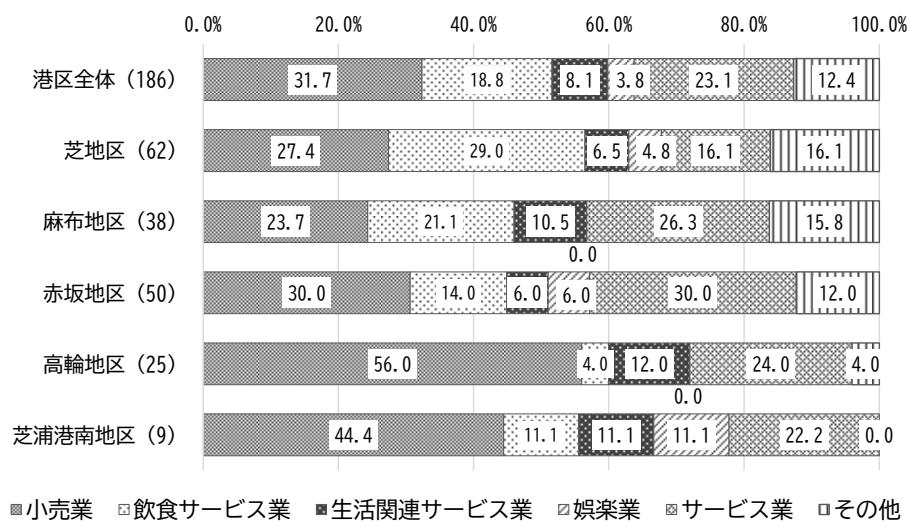
土地、建物の所有形態



所在



所在【地区別業種】

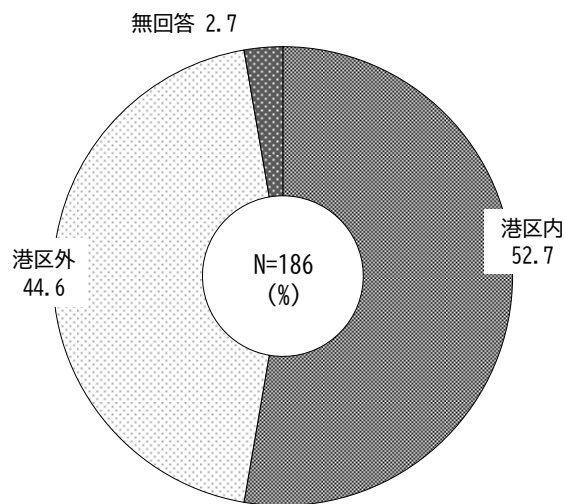


(2) 店舗・事業所の顧客について

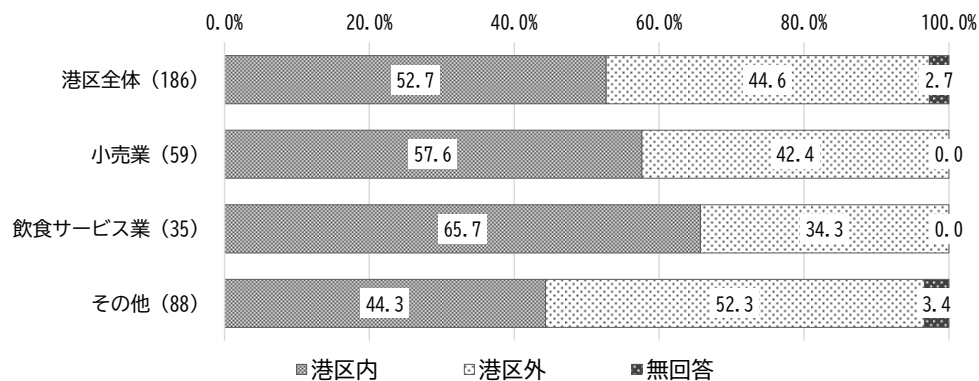
主要顧客の所在地

- ・主要顧客の所在地について聞いてみると、「港区内」が52.7%、「港区外」が44.6%となっている。
- ・業種別にみると、「港区内」では飲食サービス業65.7%が、小売業57.6%を上回っている。
- ・従業者規模別にみると、「港区内」の割合が最も多かったのは、3～4人の規模で57.6%、次いで1～2人で56.4%であった。10～19人の規模では「港区内」の割合が、多と比べ極端に低くなっている。
- ・地区別では特に大きな特徴は見られなかった。

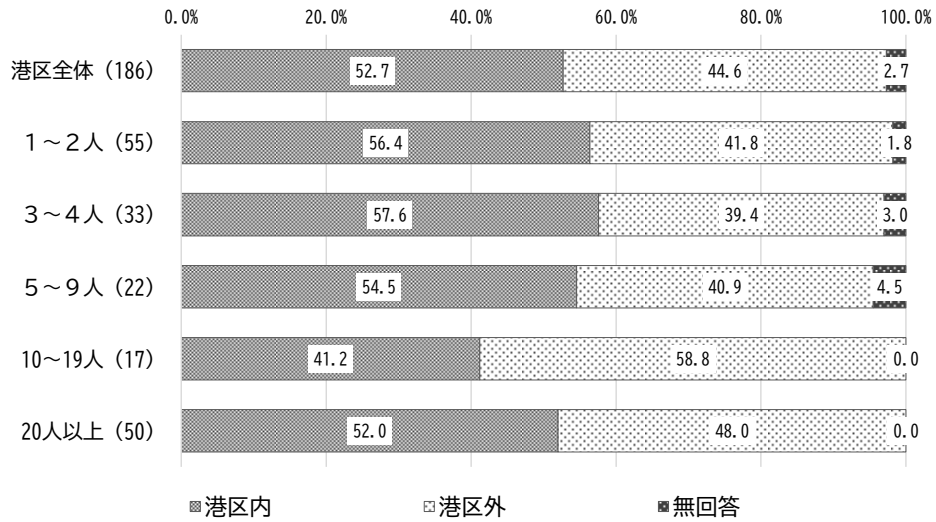
図表 主要顧客の所在地【港区全体】



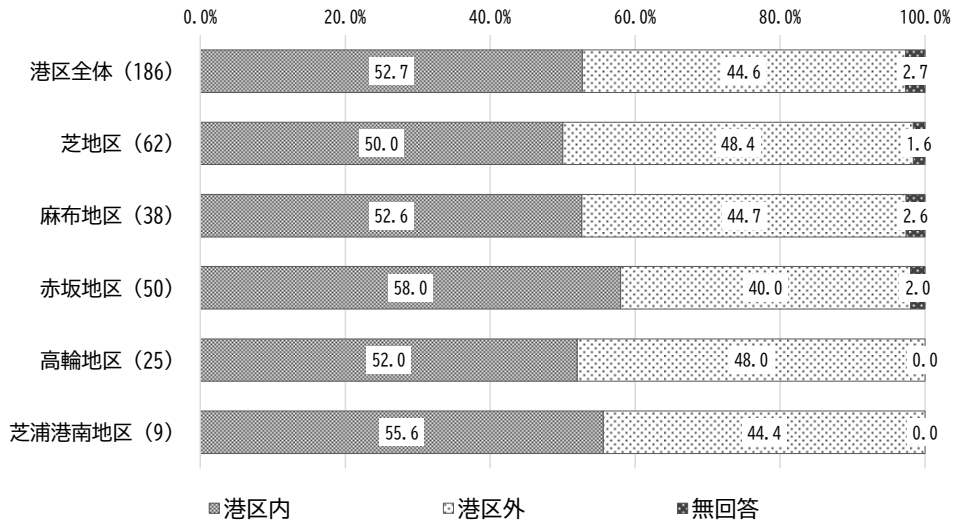
図表 主要顧客の所在地【業種別】



図表 主要顧客の所在地【事業所規模別】



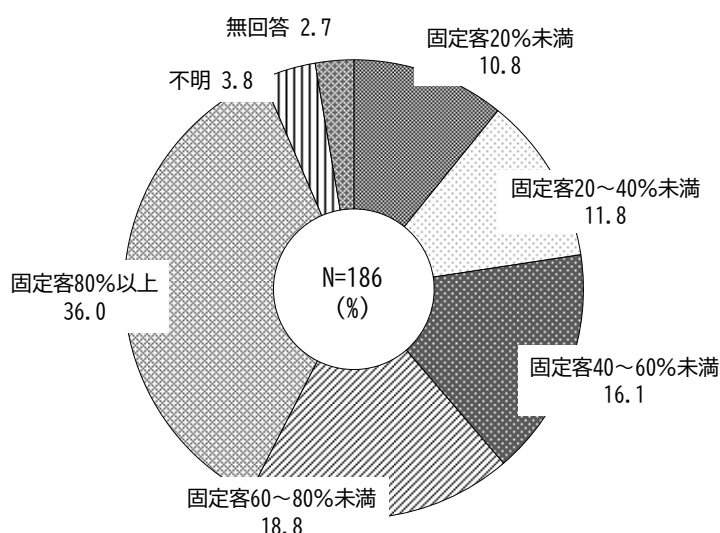
図表 主要顧客の所在地【地区別】



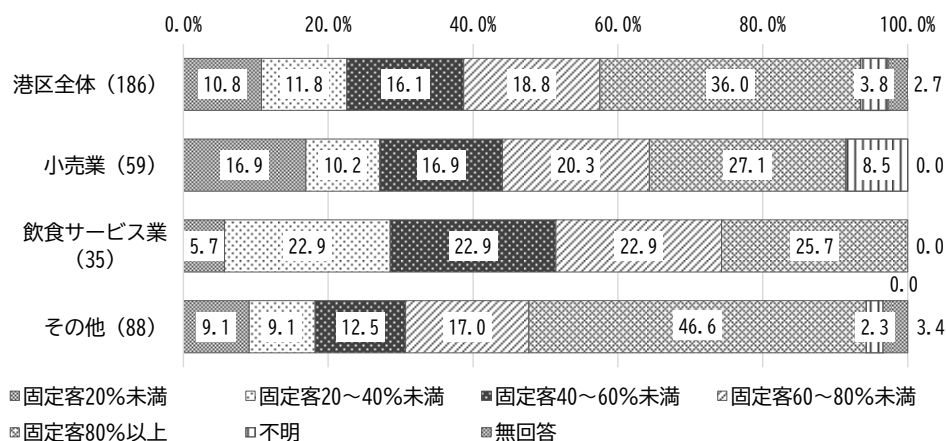
固定客比率

- ・固定客の比率について聞いてみると、「固定客 80%以上」が 36.0%と最も多く、次いで「固定客 60～80%未満」が 18.8%、「固定客 40～60%未満」が 16.1%となっており、固定客の割合が高いほど多くなっている。
- ・業種別にみると、小売業、飲食サービス業では「固定客 80%以上」の割合が最も多く、それぞれ 27.1%、25.7%となっている。どちらかというところ、小売業より飲食サービス業のほうが固定客比率は高いように思われる。また、その他の業種では、「固定客 80%以上」が 46.6%と最も多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、3～4人の規模では、「固定客 80%以上」が 48.5%と最も多く、次いで1～2人の規模で、43.6%と、従業者規模が比較的小さい事業所で固定客の比率が高くなっている。
- ・地区別にみると、高輪地区では、「固定客 80%以上」の割合が 52.0%と最も多く、過半数を超えている。

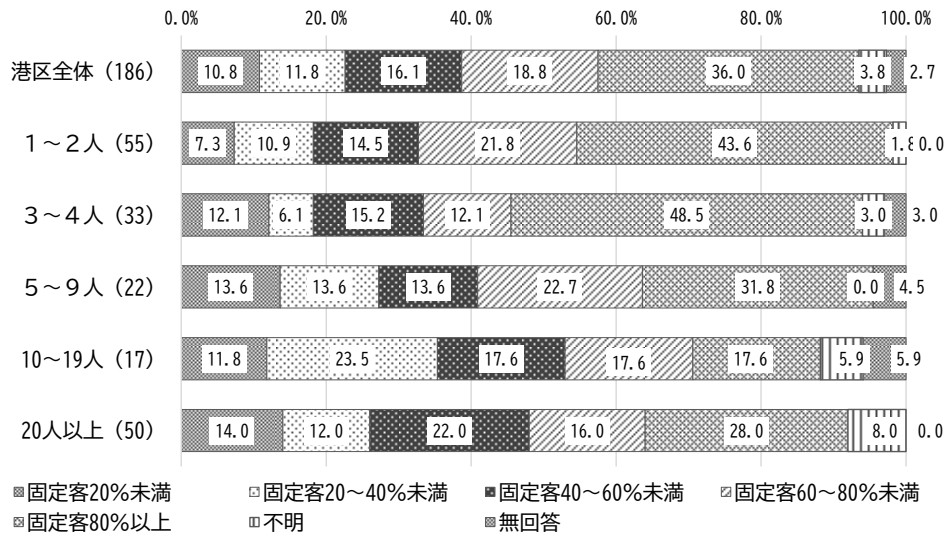
図表 固定客比率【港区全体】



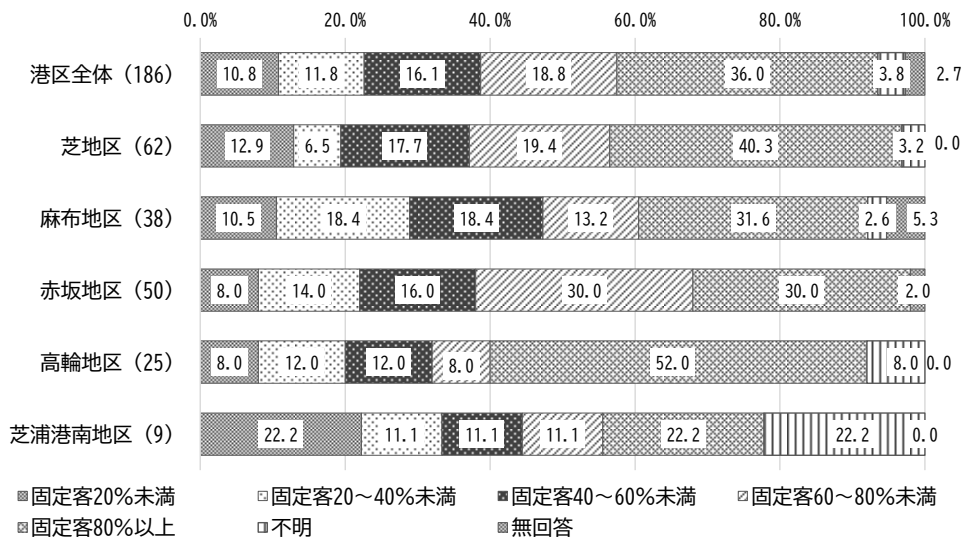
図表 固定客比率【業種別】



図表 固定客比率【従業者規模別】



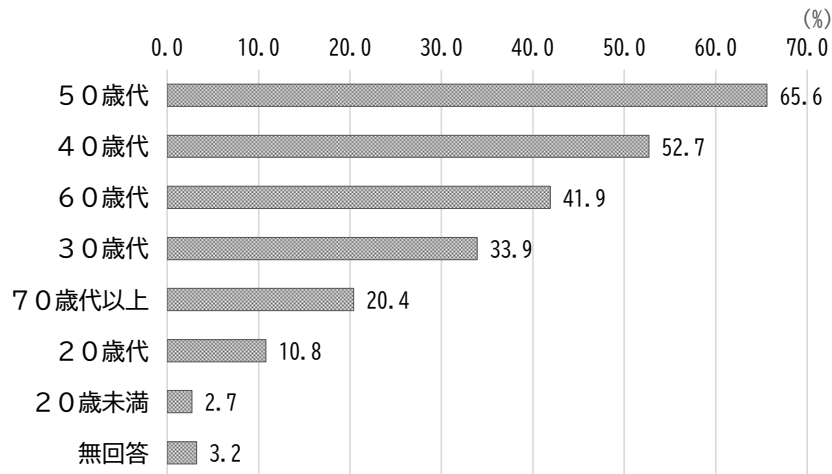
図表 固定客比率【地区別】



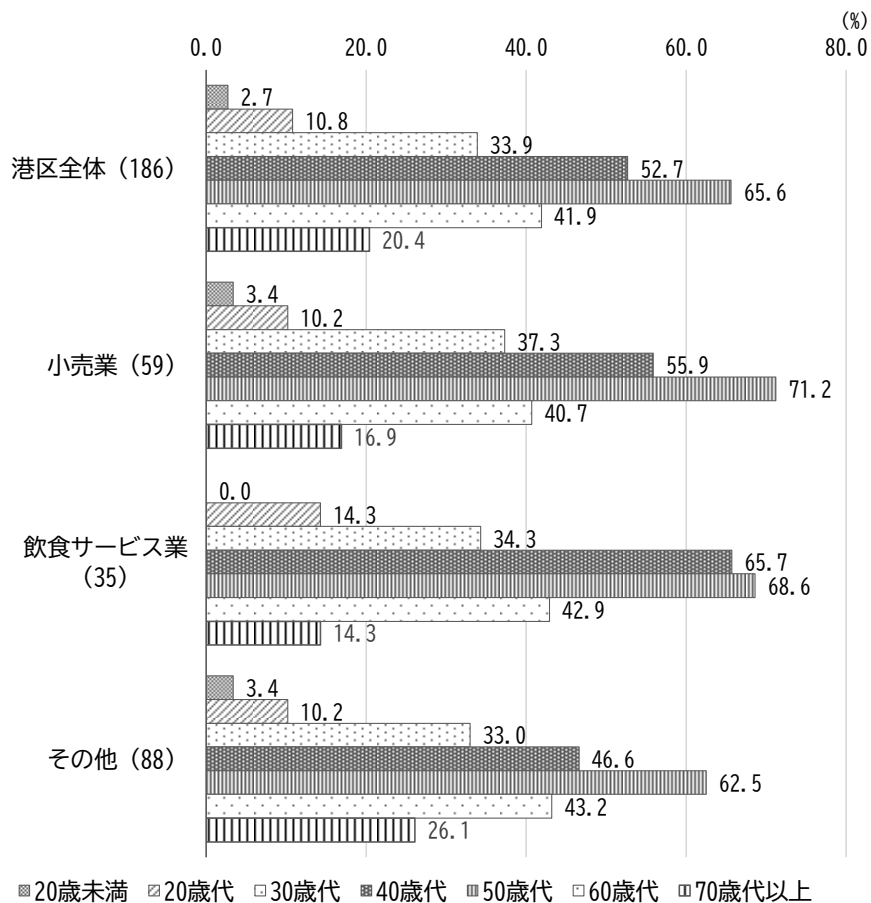
顧客の年代

- ・顧客の年代について聞いてみると、「50歳代」が65.6%と最も多く、次いで「40歳代」が52.7%、「60歳代」が41.9%となっている。
- ・業種別にみると、小売業では全体の傾向と同様であり、「50歳代」が71.2%と最も多くなっている。また、飲食サービス業でも傾向は同じであり、「40歳代」が65.7%と最も多くなっている。

図表 顧客の年代【港区全体】

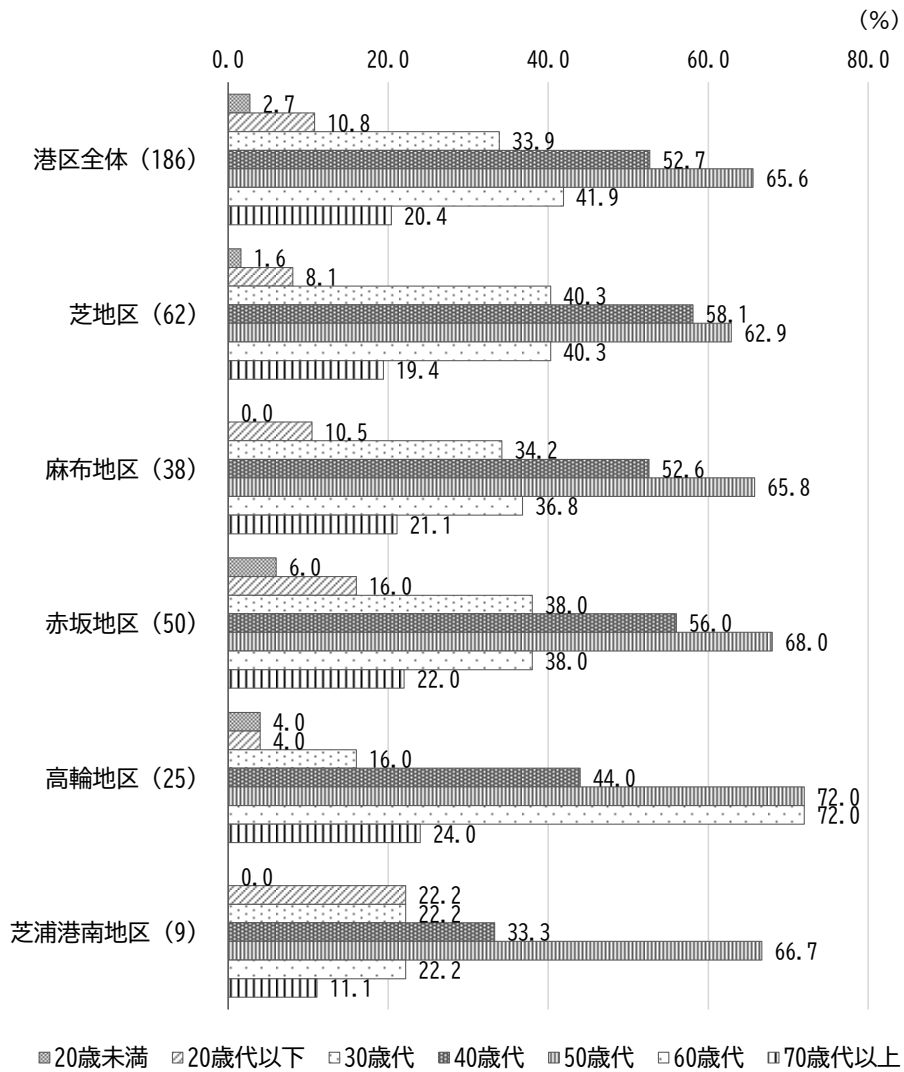


図表 顧客の年代【業種別】



・地区別にみると、高輪地区では、「60歳代」が「50歳代」と並び72.0%と最も多く、他の地区と比較して特徴的になっている。

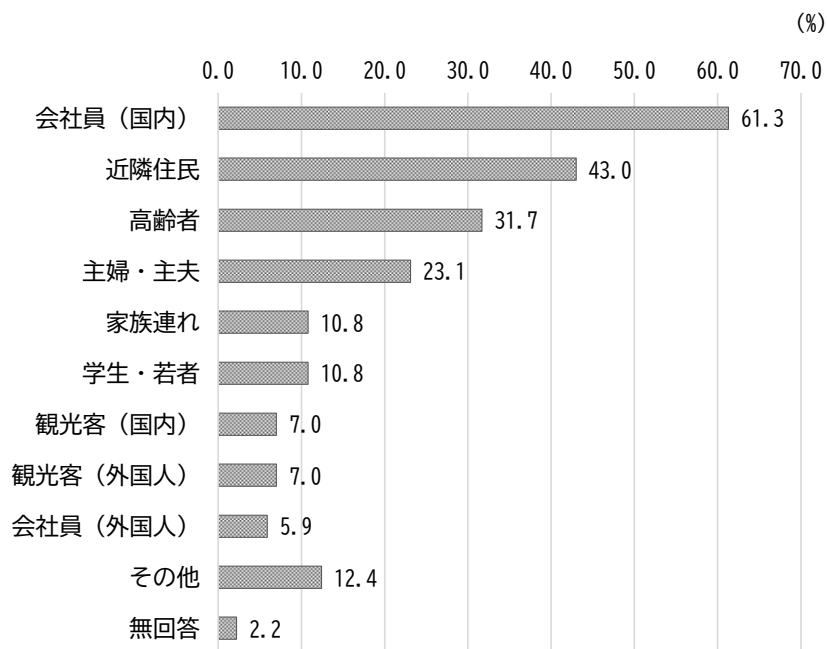
図表 顧客の年代【地区別】



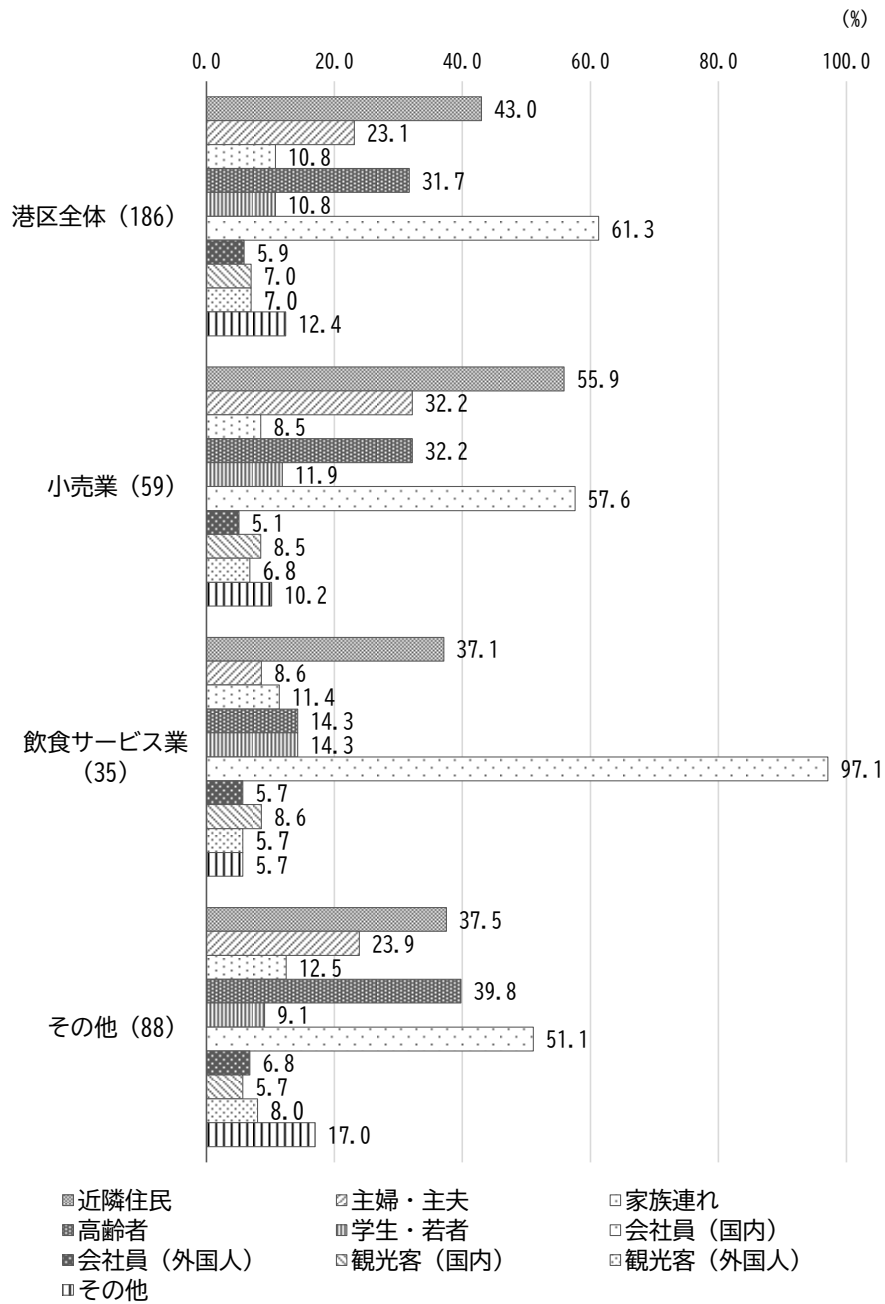
顧客のタイプ

- ・顧客のタイプについて聞いてみると、「会社員（国内）」61.3%と最も多くなっている。次いで「近隣住民」が43.0%、「高齢者」が31.7%であった。
- ・業種別にみると、飲食サービス業では「会社員（国内）」97.1%が圧倒的に多くなっている。次いで「近隣住民」37.1%であった。小売業では「会社員（国内）」57.6%と最も多いが、「近隣住民」55.9%とほぼ変わらない。

図表 顧客のタイプ【港区全体】



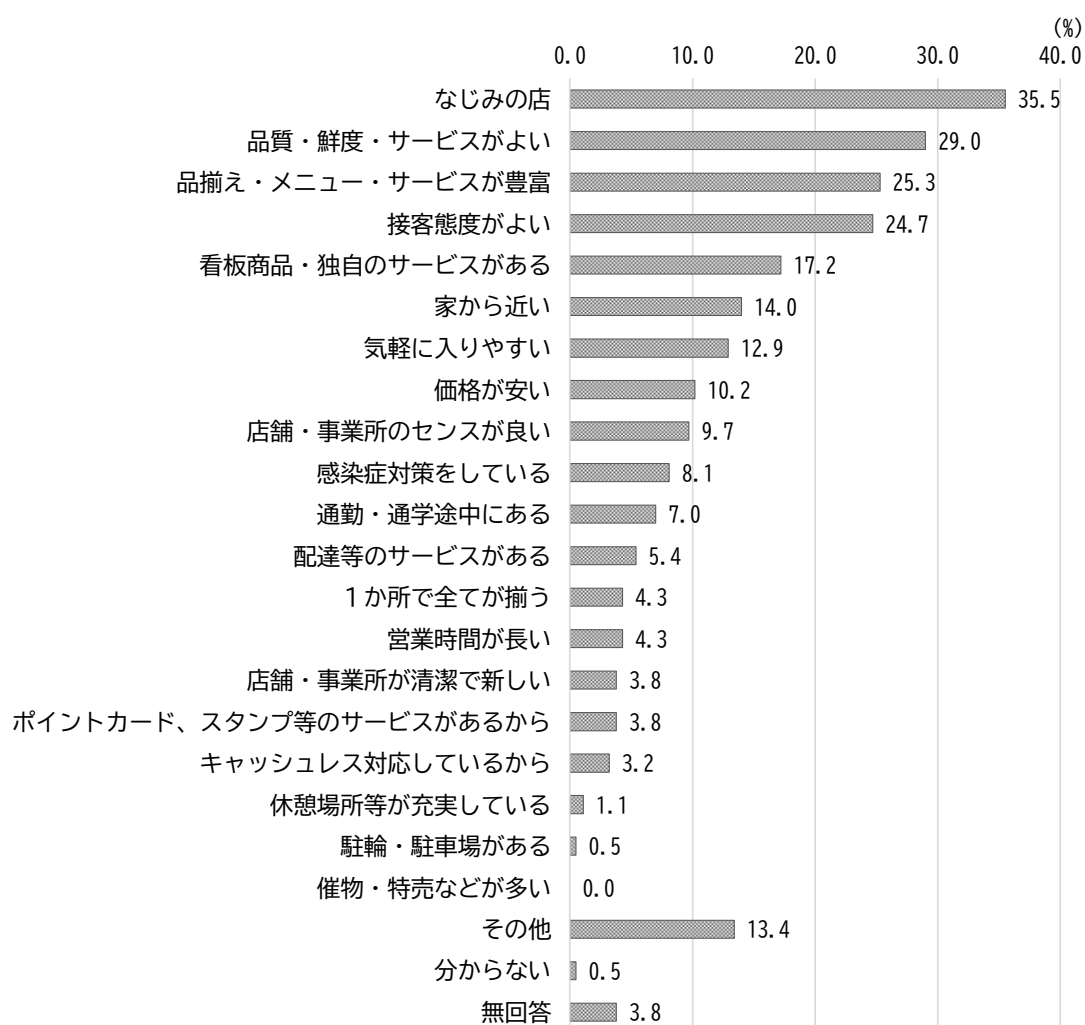
図表 顧客のタイプ【業種別】



店舗・事業所を利用してくれると思われる理由

- ・自らの店舗・事業所を利用してくれると思われる理由について聞いてみると、「なじみの店」という理由が35.5%と最も多く、次いで「品質・鮮度・サービスがよい」が29.0%、「品揃え・メニュー・サービスが豊富」が25.3%となっている。
- ・業種別にみると、小売業では「品揃え・メニュー・サービスが豊富」が39.0%と最も多く、飲食サービス業では「なじみの店」51.4%が最も多く、半数を超えている。また、「品質・鮮度・サービスがよい」37.1%も理由として多く挙げられていた。
- ・従業者規模別では、1～2人、3～4人の比較的規模の小さな店舗・事業所で「なじみの店」の割合が他の規模と比較して多くなっている。また、20人以上では「品質・鮮度・サービスがよい」が50.0%と他よりも多くなっている。
- ・地区別では芝浦港南地区では「家から近い」が44.4%と、他地区と比較して多くなっている。

図表 店舗・事業所を利用してくれると思われる理由【港区全体】



図表 店舗・事業所を利用してくれると思われる理由【業種別】

	品揃え・メニュー・サービスが豊富	価格が安い	品質・鮮度・サービスがよい	看板商品・独自のサービスがある	気軽に入りやすい	なじみの店	1か所で全てが揃う	店舗・事業所が清潔で新しい	店舗・事業所のセンスが良い	休憩場所等が充実している	営業時間が長い	駐輪・駐車場がある	接客態度がよい	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	ポイントカード、スタンプ等のサービスがあるから	キャッシュレス対応しているから	配達等のサービスがある	感染症対策をしている	分からない	その他
港区全体	25.3	10.2	29.0	17.2	12.9	35.5	4.3	3.8	9.7	1.1	4.3	0.5	24.7	14.0	7.0	-	3.8	3.2	5.4	8.1	0.5	13.4
小売業	39.0	6.8	28.8	16.9	20.3	23.7	5.1	1.7	10.2	1.7	8.5	1.7	22.0	23.7	5.1	-	6.8	5.1	8.5	1.7	1.7	8.5
飲食サービス業	34.3	25.7	37.1	20.0	22.9	51.4	-	5.7	2.9	-	2.9	-	20.0	2.9	11.4	-	-	2.9	-	17.1	-	5.7
その他	12.5	6.8	27.3	17.0	4.5	38.6	5.7	4.5	12.5	1.1	2.3	-	29.5	11.4	6.8	-	2.3	2.3	5.7	9.1	-	20.5

図表 店舗・事業所を利用してくれると思われる理由【従業者規模別】

	品揃え・メニュー・サービスが豊富	価格が安い	品質・鮮度・サービスがよい	看板商品・独自のサービスがある	気軽に入りやすい	なじみの店	1か所で全てが揃う	店舗・事業所が清潔で新しい	店舗・事業所のセンスが良い	休憩場所等が充実している	営業時間が長い	駐輪・駐車場がある	接客態度がよい	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	ポイントカード、スタンプ等のサービスがあるから	キャッシュレス対応しているから	配達等のサービスがある	感染症対策をしている	分からない	その他
港区全体	25.3	10.2	29.0	17.2	12.9	35.5	4.3	3.8	9.7	1.1	4.3	0.5	24.7	14.0	7.0	-	3.8	3.2	5.4	8.1	0.5	13.4
1~2人	18.2	10.9	14.5	23.6	12.7	47.3	-	7.3	12.7	-	3.6	-	21.8	14.5	3.6	-	-	-	3.6	9.1	-	18.2
3~4人	24.2	15.2	18.2	12.1	9.1	48.5	6.1	-	12.1	3.0	-	-	24.2	21.2	9.1	-	9.1	3.0	12.1	12.1	3.0	9.1
5~9人	27.3	18.2	27.3	13.6	9.1	36.4	9.1	4.5	-	-	-	-	40.9	4.5	-	-	-	9.1	-	-	-	18.2
10~19人	23.5	5.9	35.3	23.5	17.6	35.3	5.9	-	11.8	-	5.9	5.9	11.8	17.6	11.8	-	5.9	-	-	-	-	11.8
20人以上	36.0	6.0	50.0	16.0	16.0	16.0	4.0	4.0	10.0	-	10.0	-	24.0	12.0	8.0	-	6.0	10.0	4.0	10.0	-	10.0

図表 店舗・事業所を利用してくれると思われる理由【地区別】

	品揃え・メニュー・サービスが豊富	価格が安い	品質・鮮度・サービスがよい	看板商品・独自のサービスがある	気軽に入りやすい	なじみの店	1か所で全てが揃う	店舗・事業所が清潔で新しい	店舗・事業所のセンスが良い	休憩場所等が充実している	営業時間が長い	駐輪・駐車場がある	接客態度がよい	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	ポイントカード、スタンプ等のサービスがあるから	キャッシュレス対応しているから	配達等のサービスがある	感染症対策をしている	分からない	その他
港区全体	25.3	10.2	29.0	17.2	12.9	35.5	4.3	3.8	9.7	1.1	4.3	0.5	24.7	14.0	7.0	-	3.8	3.2	5.4	8.1	0.5	13.4
芝地区	24.2	14.5	24.2	21.0	16.1	38.7	6.5	6.5	4.8	1.6	1.6	-	25.8	6.5	8.1	-	3.2	6.5	3.2	11.3	-	19.4
麻布地区	28.9	15.8	39.5	13.2	10.5	28.9	-	2.6	10.5	-	5.3	-	21.1	5.3	7.9	-	5.3	-	13.2	5.3	2.6	10.5
赤坂地区	28.0	8.0	36.0	22.0	8.0	40.0	6.0	4.0	18.0	2.0	4.0	-	30.0	16.0	6.0	-	4.0	2.0	2.0	2.0	-	6.0
高輪地区	20.0	-	24.0	8.0	20.0	40.0	-	-	8.0	-	4.0	-	24.0	32.0	4.0	-	-	4.0	8.0	12.0	-	16.0
芝浦港南地区	22.2	-	-	11.1	11.1	11.1	11.1	-	-	-	22.2	11.1	11.1	44.4	11.1	-	11.1	-	-	22.2	-	22.2

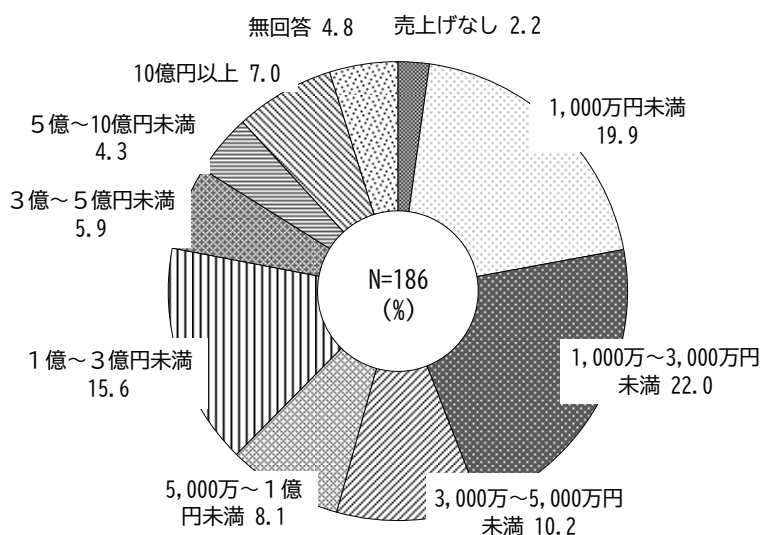
※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

(3) 経営状況について

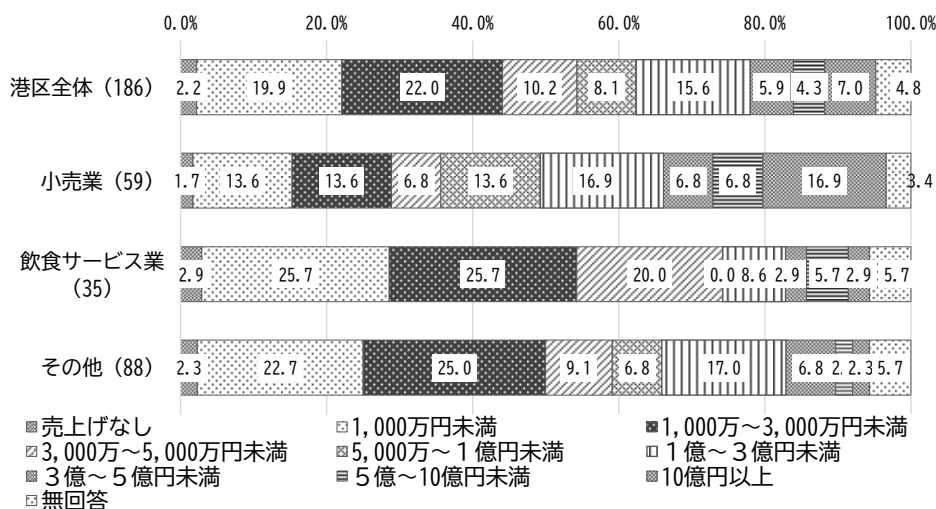
直近の売上高

- ・直近の決算年度の売上高について聞いてみると、「1,000万～3,000万円未満」が22.0%と最も多く、次いで「1,000万円未満」が19.9%、「1億～3億円未満」が15.6%となっている。
- ・業種別にみると、小売業では「1億～3億円未満」と「10億円以上」がともに16.9%と最も多く、次いで「1,000万円未満」、「1,000万～3,000万円未満」、「5,000万～1億円」が13.6%であった。飲食サービス業では、「1,000万円未満」と「1,000万～3,000万円未満」がともに25.7%と、小売業と比較して売上高は小規模な事業所の割合が多くなっている。

図表 直近の売上高【港区全体】

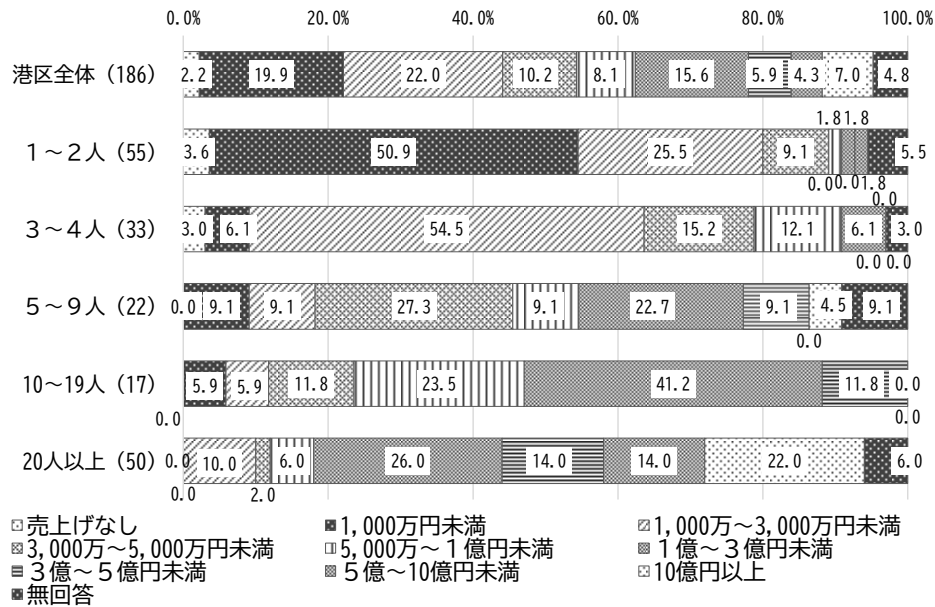


図表 直近の売上高【業種別】

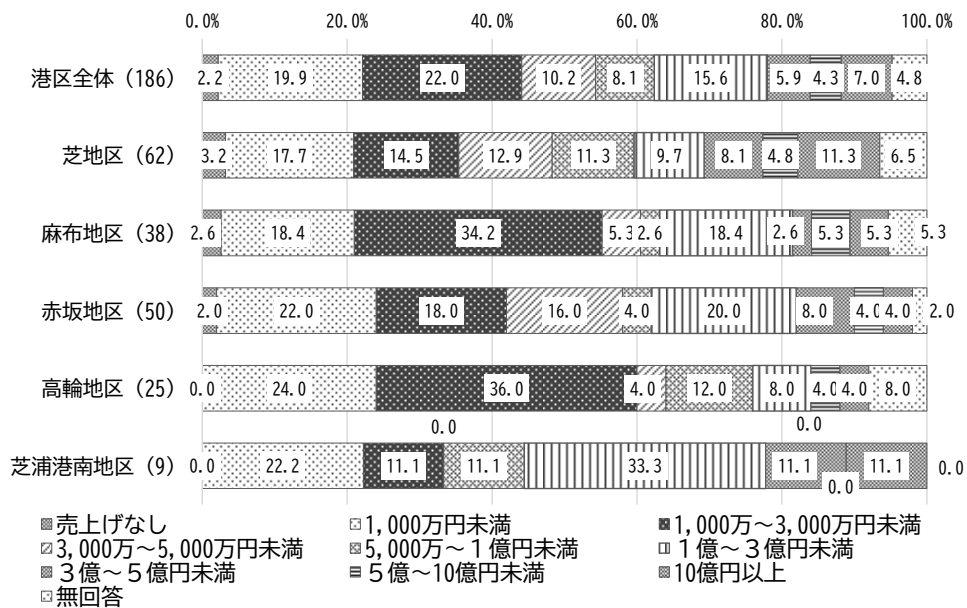


- ・従業員規模別にみると、1～2人の小規模では、売上高は1,000万円未満が50%以上を占めるなど、従業員規模が大きくなるほど売上高も大きくなる傾向にあることがわかる。
- ・地区別にみると、高輪地区や麻布地区で3,000万円未満の売上が50%以上を占めるなど、他地区と違う特徴がみられた。

図表 直近の売上高【従業員規模別】



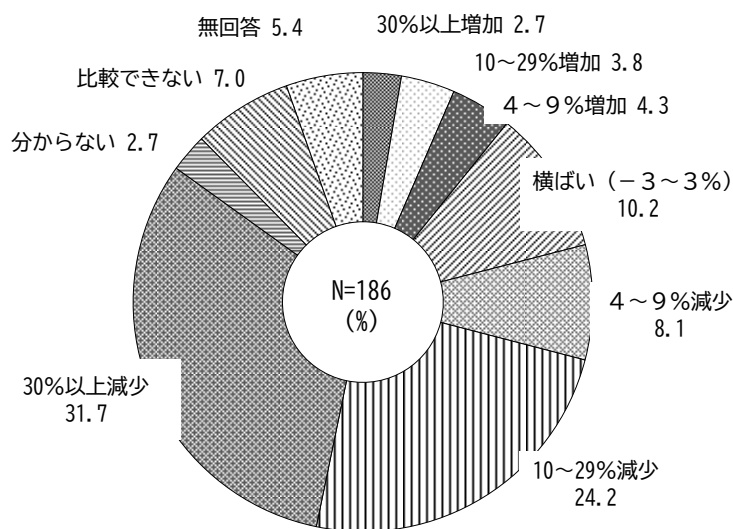
図表 直近の売上高【地区別】



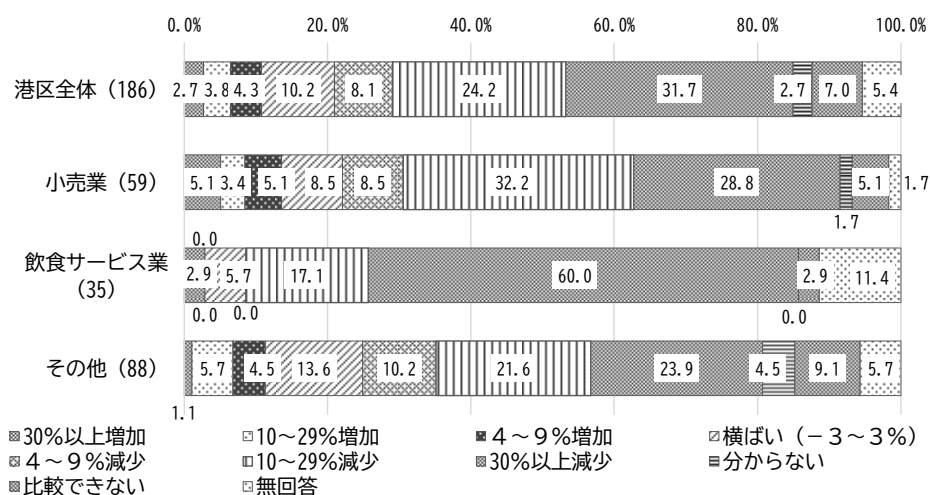
直近と3年前の売上高の変化

- ・直近の決算年度と3年前を比較した売上高の変化について聞いてみると、「30%以上減少」が31.7%と最も多く、次いで「10~29%減少」が24.2%となっており、コロナ禍の影響により売上高が減少した事業所が多くなっている。
- ・業種別にみると、飲食サービス業では、「30%以上減少」が60.0%と、飲食業において、コロナ禍の影響が大きかったことがうかがえる。小売業では、「10~29%減少」が最も多く、32.2%であった。

図表 直近と3年前の売上高の変化【港区全体】

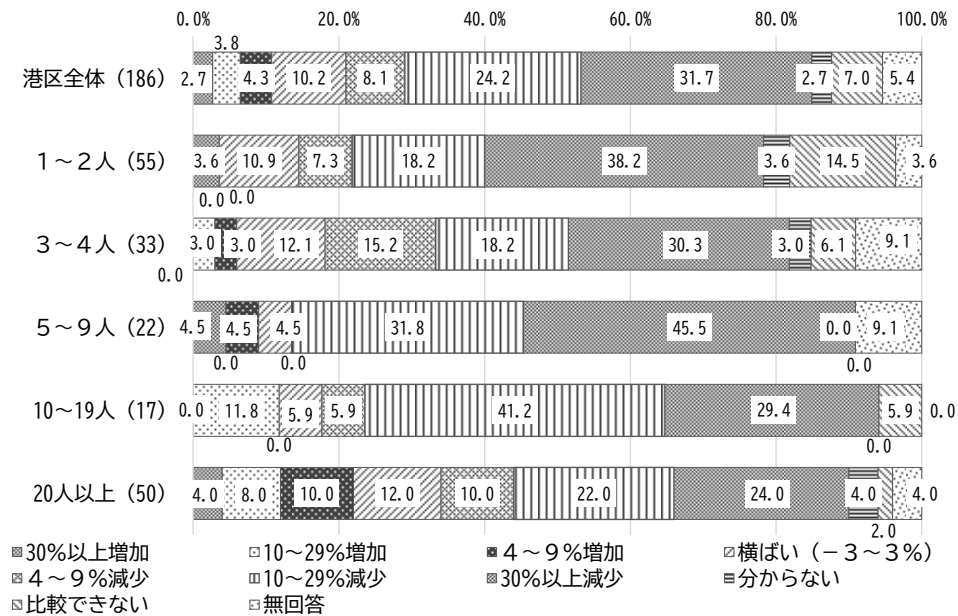


図表 直近と3年前の売上高の変化



・従業員規模別にみると、10人未満の従業員規模の事業所で「30%以上減少」の割合が多くなっており、5～9人では、45.5%であった。

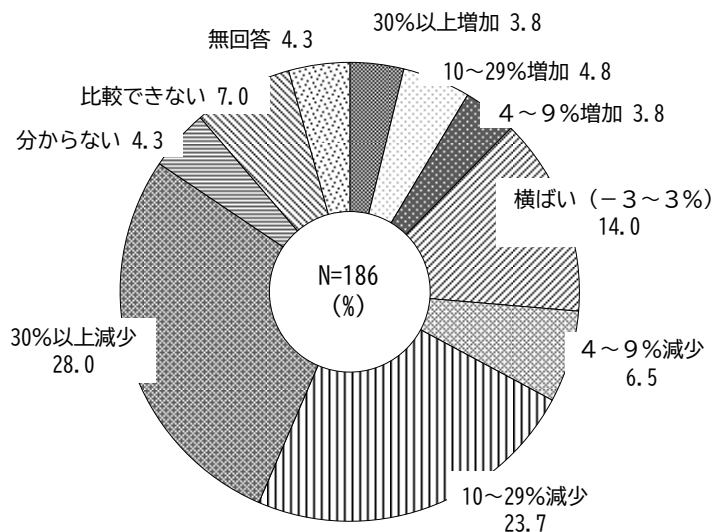
図表 直近と3年前の売上高の変化【従業員規模別】



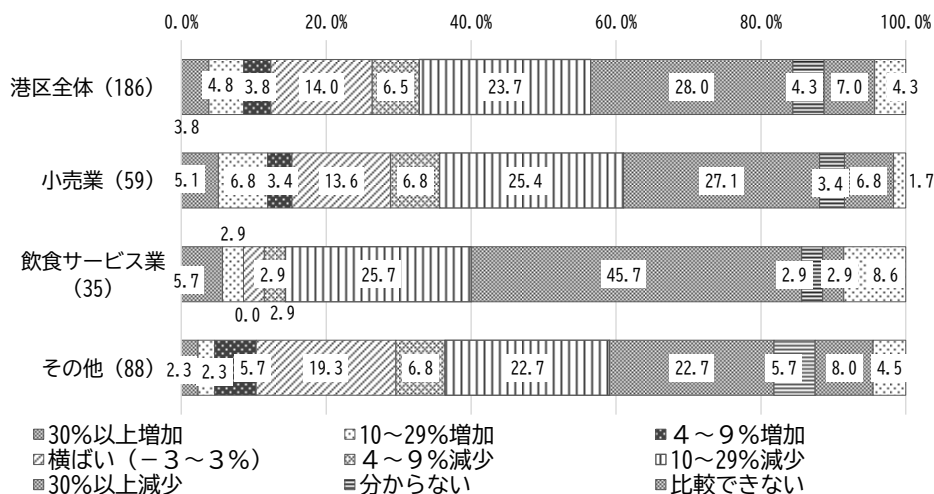
直近と3年前の営業利益の変化

- ・直近の決算年度の営業利益について聞いてみると、「30%以上減少」が28.0%と最も多く、次いで「10~29%減少」が23.7%と、売上高とほぼ同様の傾向となっている。
- ・業種別にみると、小売業、飲食サービス業で「30%以上減少」が最も多い割合となっており、特に飲食サービス業では、45.7%と多くなっている。

図表 直近と3年前の営業利益の変化【港区全体】

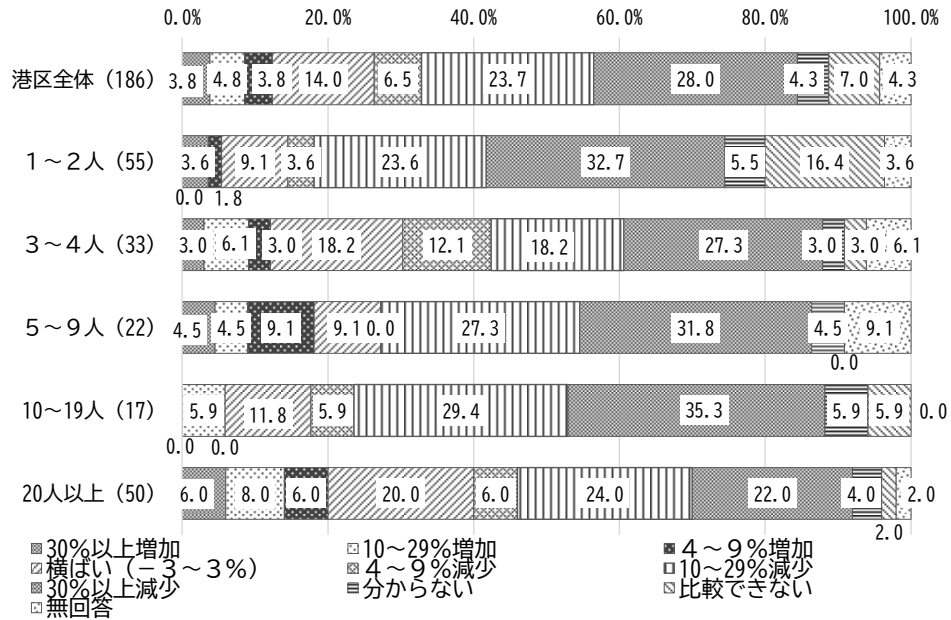


図表 直近と3年前の営業利益の変化【業種別】



・従業員規模別にみると、20人未満と20人以上の規模では傾向が異なる。20人未満では、港区全体と同様に、「30%以上減少」の割合が30%前後と多くなっているが、20人以上の規模では、22.0%にとどまっている。また、20人以上の規模では、売上げが増加した事業所も20.0%見られた。

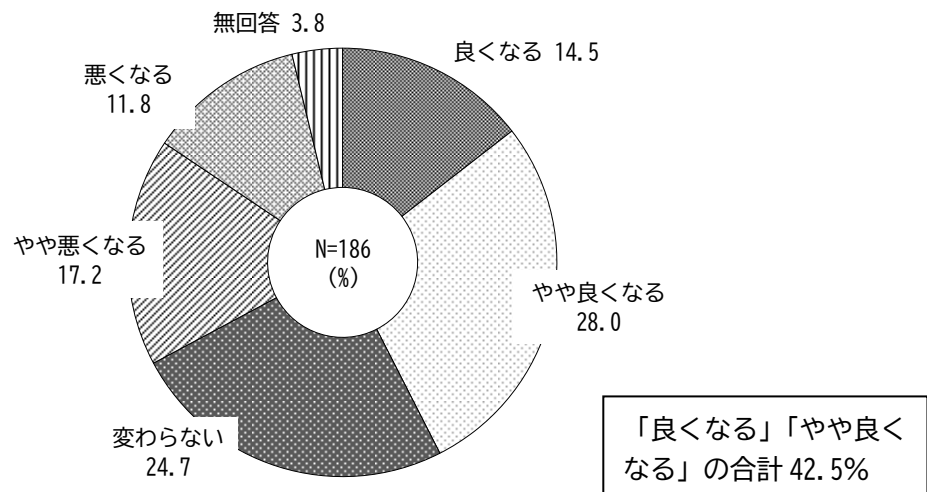
図表 直近と3年前の営業利益の変化【従業員規模別】



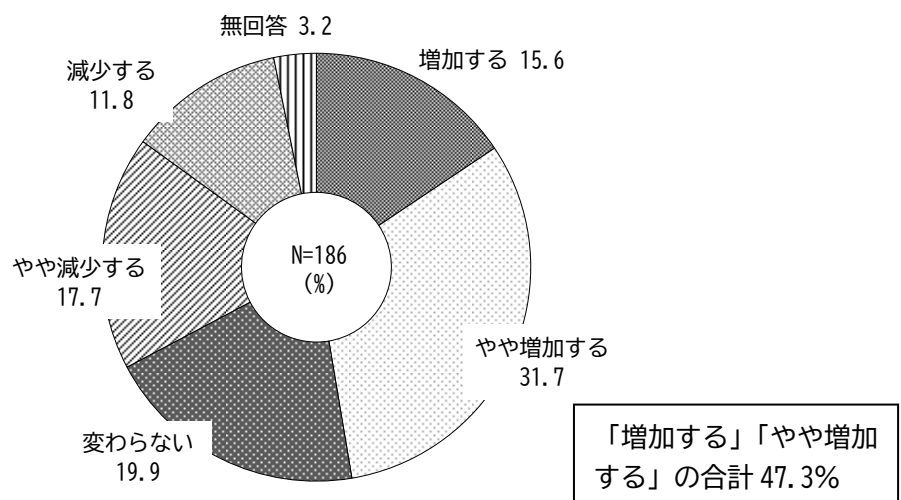
3年後の景況感

・3年後を考えたとき、景況はどのように推移してゆくと思うかを聞いてみると、業況は「良くなる」「やや良くなる」の合計が42.5%、売上高は「増加する」「やや増加する」の合計が47.3%、営業利益は「増加する」「やや増加する」の合計が44.6%となっている。

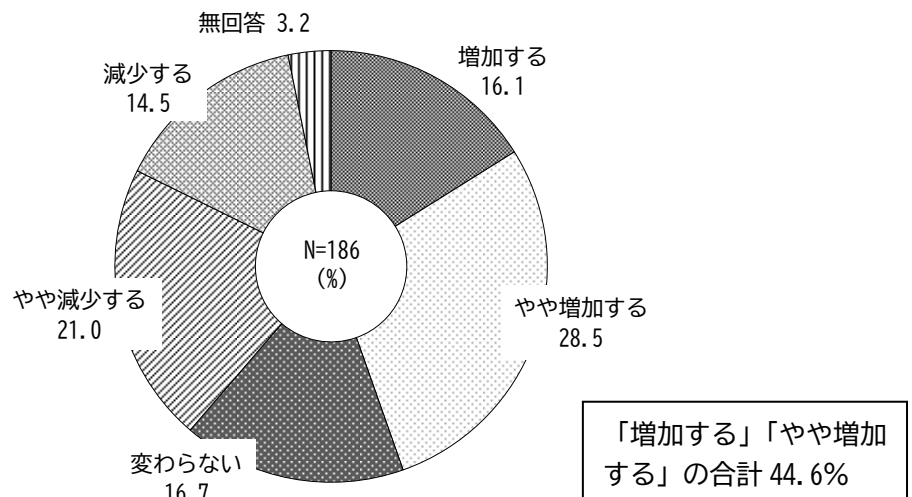
■業況



■売上高

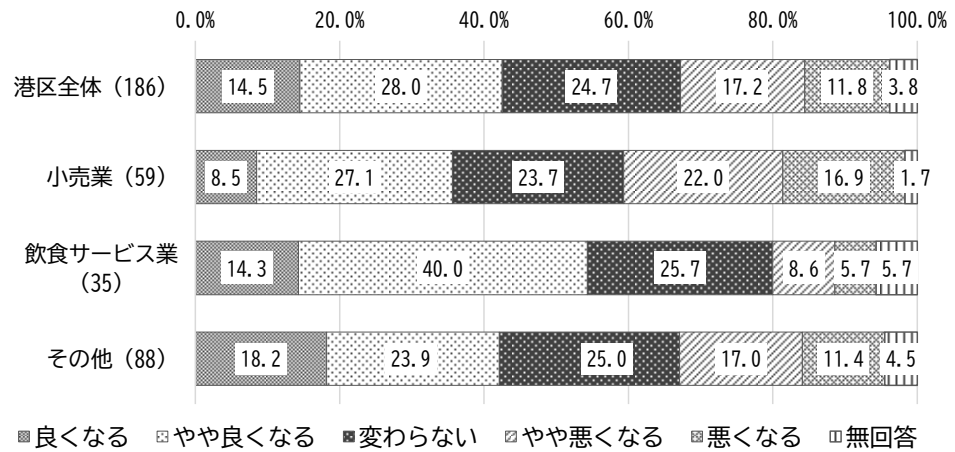


■営業利益

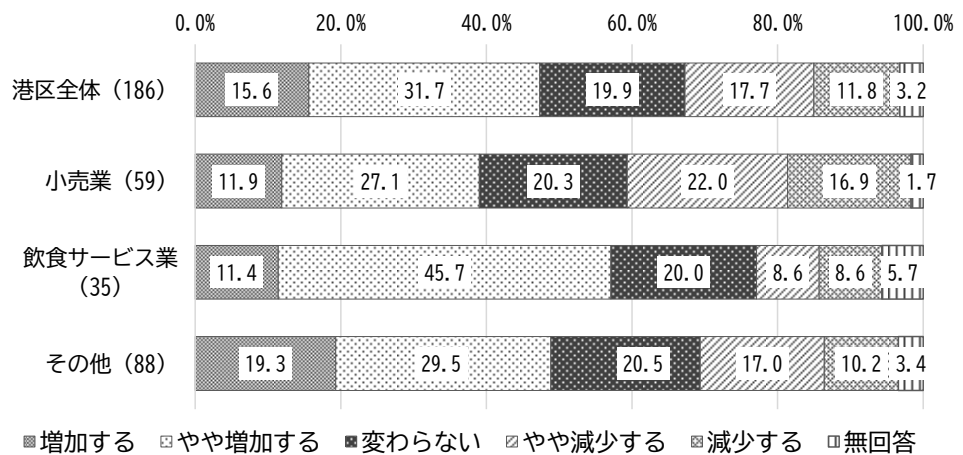


・業種別にみると、業況では業種ごとでそれほど傾向の差は見られないが、飲食サービス業で『良くなる』（「良くなる」「やや良くなる」の合計）や『増加する』（「増加する」と「やや増加する」の合計）といったポジティブな想定が小売業よりも多く見られた。

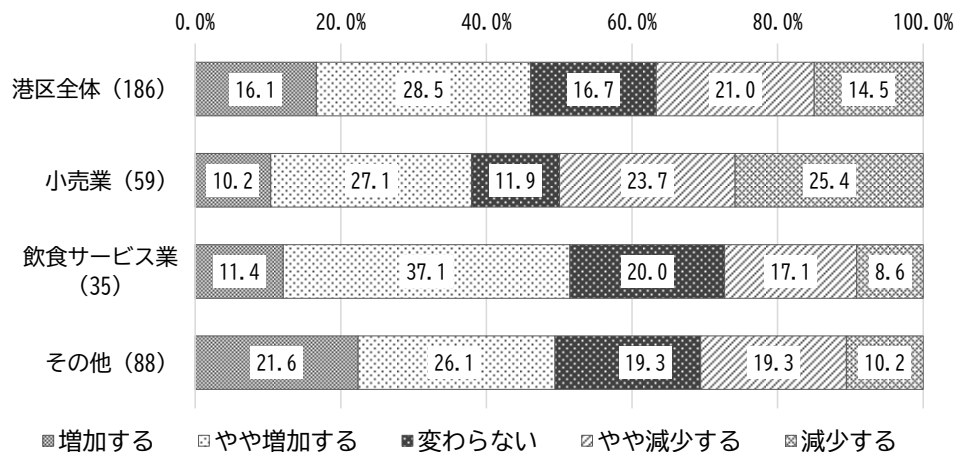
■業況【業種別】



■売上高【業種別】

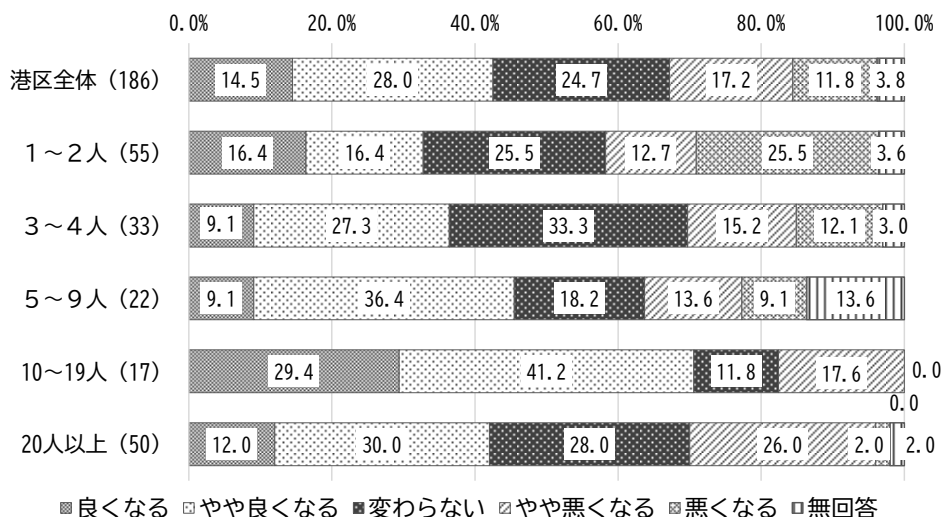


■営業利益【業種別】

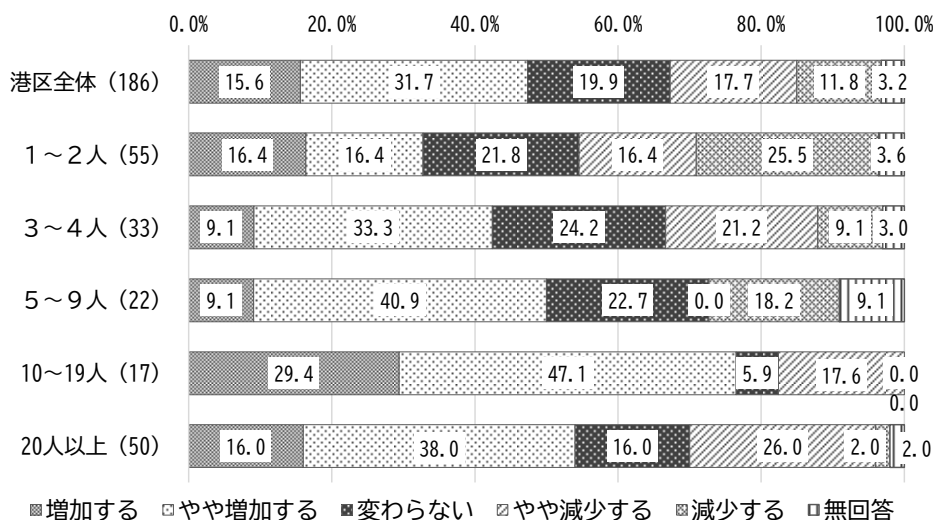


・従業員規模別をみると、規模ごとに業況、売上高、営業利益とも同様の傾向がみられ、どちらかというとな従業員規模が大きくなるほど『良くなる』（「良くなる」「やや良くなる」の合計）や『増加する』（「増加する」と「やや増加する」の合計）といったポジティブな想定が多くなる傾向が見られた。

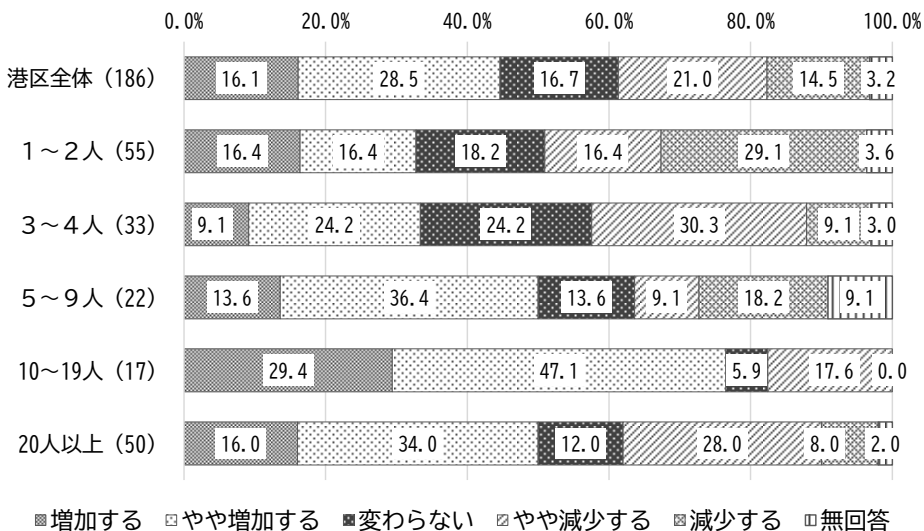
■業況【従業員規模別】



■売上高【従業員規模別】



■営業利益【従業員規模別】



物価高騰・円安等の影響

・昨今の物価高騰や急激な円安等の影響を自由意見として聞いてみると、下記のような意見が得られた。主に材料費の高騰による原価率の上昇といった意見が多い。

【主な意見】（原文のまま）

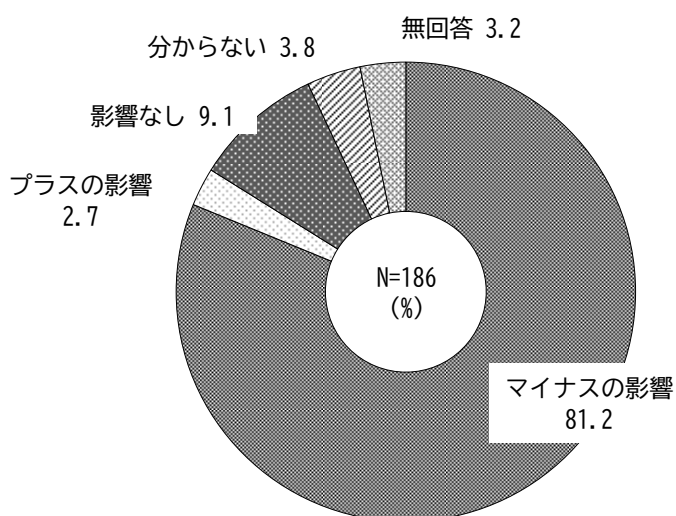
業 種	内 容
小売業	仕入れ価格が上昇したが、販売価格は据置きしているため、実質、減少している。
小売業	ヨーロッパからの輸入額が1.5倍になった。国内メーカーからの材料費の値上等。
小売業	輸入物がメインなので価格が高騰。来年はもっときびしい状況になりそうです。仕入れの調達も困難。
小売業	仕入れ高の増加、運送費用の増加や原材料、輸入が入ってこない。取引先の売上低下による出荷量の低下。
小売業	レンタルが多くなり、需要が少なくなってきた。また、催しがなくなってしまったので、利用も少なくなってきた。
小売業	光熱費の高騰により経費増加、利益減少のため従業員の昇給が困難。
小売業	光熱費の高騰により多大なる影響を受けている。コロナ後で通常の利益を生み出そうとの矢先、今後の人件費の増加に対応する自信は無い。
小売業	仕入れ価格が徐々に上がってきているため、値上げを徐々に始めていている。
宿泊業	飲食店は、食材原価が上がり、電気、水道、ガスの値上げ、ホテル運営はアメニティの値段、インフラの価格が上がった。
飲食サービス業	コロナ禍で売上が減っているのに、物価高騰になりダメージが大きい。しかたなく、値上げすると、お客様が減る、悪循環で手の打ちようがない。
飲食サービス業	全体的に仕入が何度も値上げをしたので、止むなく価格を変更した。
飲食サービス業	物価高で仕入れ値が高いため、価格に転嫁しているものの、売上自体が減っており、厳しい。
生活関連サービス業	ガス料金の増加 配送料金の負担増加。
生活関連サービス業	物価高騰による利益減少に対処するため、値上げを検討している。
娯楽業	電気代、仕入れ価格の上昇。
医療・福祉	輸入医薬品の価格上昇による利益減少。
サービス業	コスト高を価格転嫁できないのでマージンが減少傾向にある。
サービス業	電気料金の値上り、家賃の値上り。

(4) 新型コロナウイルス感染症の影響について

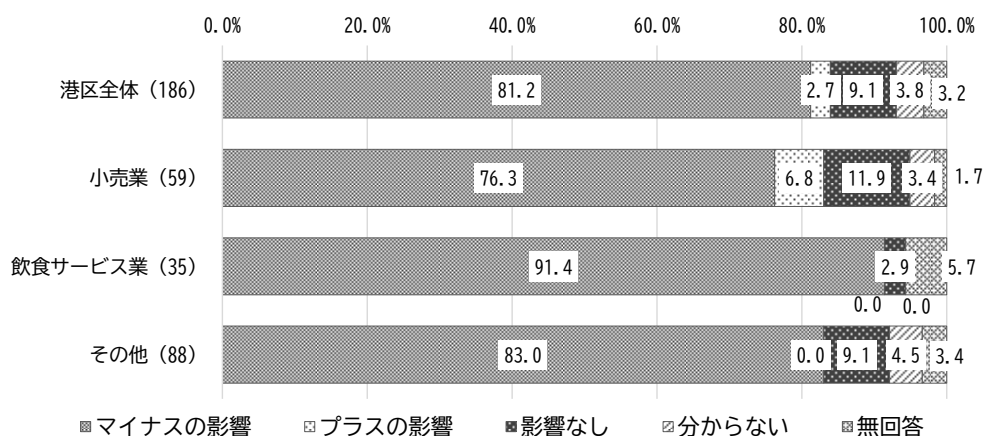
新型コロナウイルス感染症拡大の影響

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響について聞いてみると、「マイナスの影響」が81.2%と最も多く、次いで「影響なし」が9.1%であった。また、「プラスの影響」は2.7%であった。
- ・業種別にみると、飲食サービス業で「マイナスの影響」が91.4%と、とても多くなっており、影響なしは2.9%であった。また、小売業では、「マイナスの影響」が76.3%、「影響なし」が11.9%と、飲食サービス業と比べ、比較的影響が少なかった。

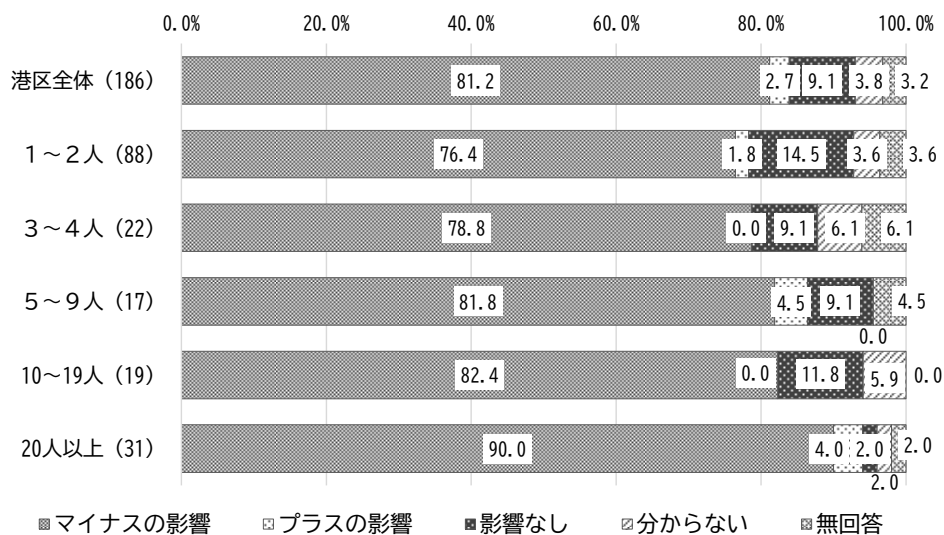
図表 新型コロナウイルス感染症拡大の影響【港区全体】



図表 新型コロナウイルス感染症拡大の影響【業種別】



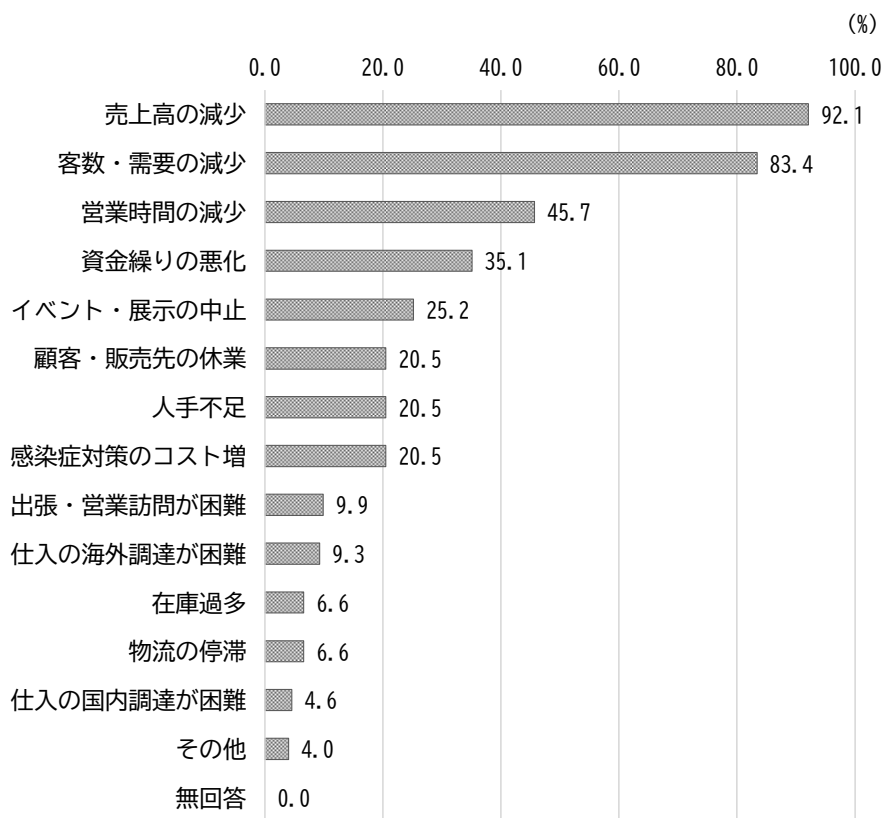
図表 新型コロナウイルス感染症拡大の影響【従業者規模別】



新型コロナウイルスのマイナスの影響

- ・新型コロナウイルスのマイナスの影響について、その内容を聞いてみると、最も多かったのは「売上高の減少」で92.1%と、際立って多くなっている。次いで「客数・需要の減少」が83.4%、「営業時間の減少」が45.7%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「売上高の減少」や「客数・需要の減少」が多くなっている。また、飲食サービス業では、「営業時間の減少」も81.3%と多く、マイナス影響の要因の一つとなっている。また、全体から見るとそれほど多くなかったが、飲食サービス業では、「感染症対策のコスト増」も31.3%あった。
- ・従業者規模別でも業種別と同様に、「売上高の減少」や「客数・需要の減少」が多くなっている。また、50人以上では「人手不足」が42.2%と、他の業種と比較して際立って多くなっている。

図表 新型コロナウイルスのマイナスの影響【港区全体】



図表 新型コロナウイルスのマイナスの影響【業種別】

	売上高の減少	資金繰りの悪化	客数・需要の減少	営業時間の減少	イベント・展示の中止	仕入の国内調達が困難	仕入の海外調達が困難	出張・営業訪問が困難	顧客・販売先の休業	在庫過多	人手不足	物流の停滞	感染症対策のコスト増	その他
港区全体	92.1	35.1	83.4	45.7	25.2	4.6	9.3	9.9	20.5	6.6	20.5	6.6	20.5	4.0
小売業	91.1	37.8	93.3	42.2	24.4	4.4	15.6	11.1	28.9	11.1	20.0	11.1	17.8	-
飲食サービス業	100.0	43.8	93.8	81.3	18.8	9.4	12.5	-	21.9	9.4	25.0	6.3	31.3	3.1
その他	89.0	30.1	72.6	32.9	28.8	2.7	4.1	13.7	15.1	2.7	19.2	4.1	17.8	6.8

図表 新型コロナウイルスのマイナスの影響【従業者規模別】

	売上高の減少	資金繰りの悪化	客数・需要の減少	営業時間の減少	イベント・展示の中止	仕入の国内調達が困難	仕入の海外調達が困難	出張・営業訪問が困難	顧客・販売先の休業	在庫過多	人手不足	物流の停滞	感染症対策のコスト増	その他
港区全体	92.1	35.1	83.4	45.7	25.2	4.6	9.3	9.9	20.5	6.6	20.5	6.6	20.5	4.0
1～2人	88.1	31.0	83.3	31.0	21.4	4.8	9.5	7.1	19.0	11.9	-	11.9	11.9	7.1
3～4人	96.2	42.3	80.8	53.8	23.1	7.7	15.4	3.8	23.1	7.7	11.5	11.5	26.9	7.7
5～9人	94.4	55.6	83.3	61.1	38.9	5.6	11.1	22.2	27.8	-	27.8	-	11.1	-
10～19人	100.0	57.1	78.6	64.3	28.6	7.1	-	14.3	7.1	-	14.3	-	7.1	-
20人以上	91.1	20.0	84.4	42.2	24.4	-	6.7	11.1	20.0	6.7	42.2	4.4	31.1	2.2

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

新型コロナウイルスのプラスの影響

昨今の物価高騰や急激な円安等の影響を自由意見として聞いてみると、下記のような意見が得られた。主に材料費の高騰による原価率の上昇といった意見が多い。

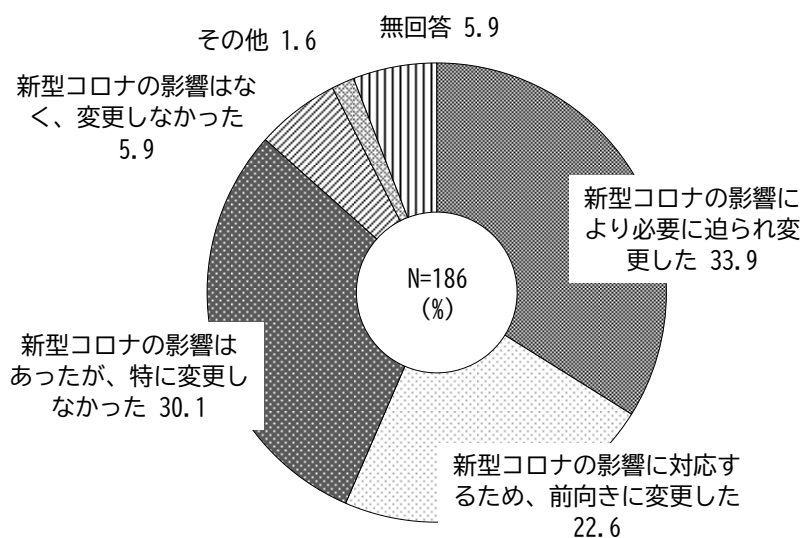
【主な意見】（原文のまま）

業種	内容
飲食サービス業	つくば市のゴルフ場経営なので、外でのスポーツに人気が上がった。プレー客の増加。
小売業	巣ごもり需要にて店舗で販売している商品の売上が伸びた。
小売業	日中、在宅の新しいお客様が若干増えた。
小売業	売上高、客数の増加。
小売業	飲食店が軒並み休業しているので、自宅で食事をする事が増えて、おかずとして買って行く人が増した。
小売業	巣ごもり需要が好影響受ける。
小売業	「臨時特別給付金」などが、手助けになった。

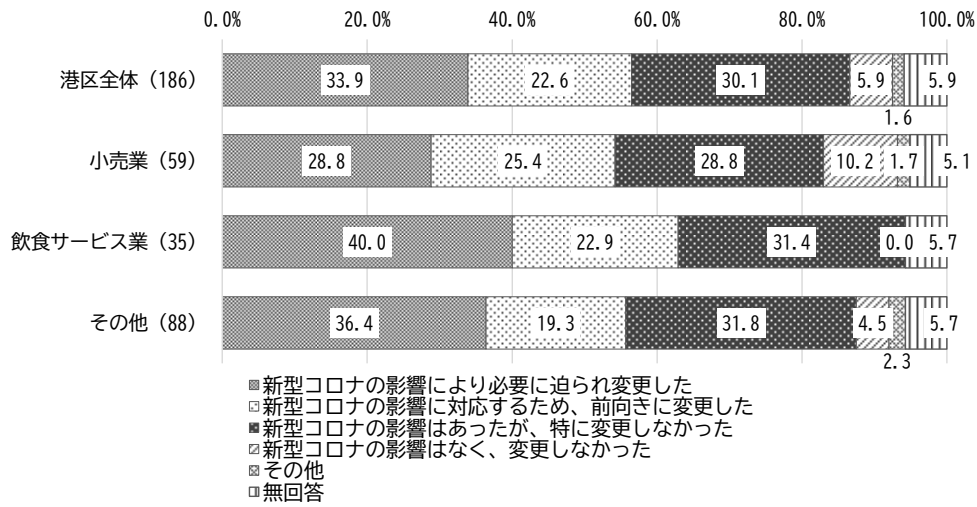
新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更

- ・新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更について聞いてみると、「新型コロナの影響により必要に迫られ変更した」が33.9%と最も多く、次いで「新型コロナの影響はあったが、特に変更しなかった」が30.1%、「新型コロナの影響に対応するため、前向きに変更した」が22.6%となっている。
- ・業種別にみると、「新型コロナの影響により必要に迫られ変更した」では、飲食サービス業で40.0%、小売業で28.8%であった。一方、「新型コロナの影響はなく、変更しなかった」では、小売業で10.2%あったのに対し、飲食サービス業では、0.0%と、回答のあったすべての飲食サービス業で何らかの事業内容や体制の変更が行われた。
- ・従業者規模別にみると、「新型コロナの影響により必要に迫られ変更した」が最も多かったのは、3～4人で51.5%、一方、「新型コロナの影響はなく、変更しなかった」では、20人以上が36.0%で最も多かった。

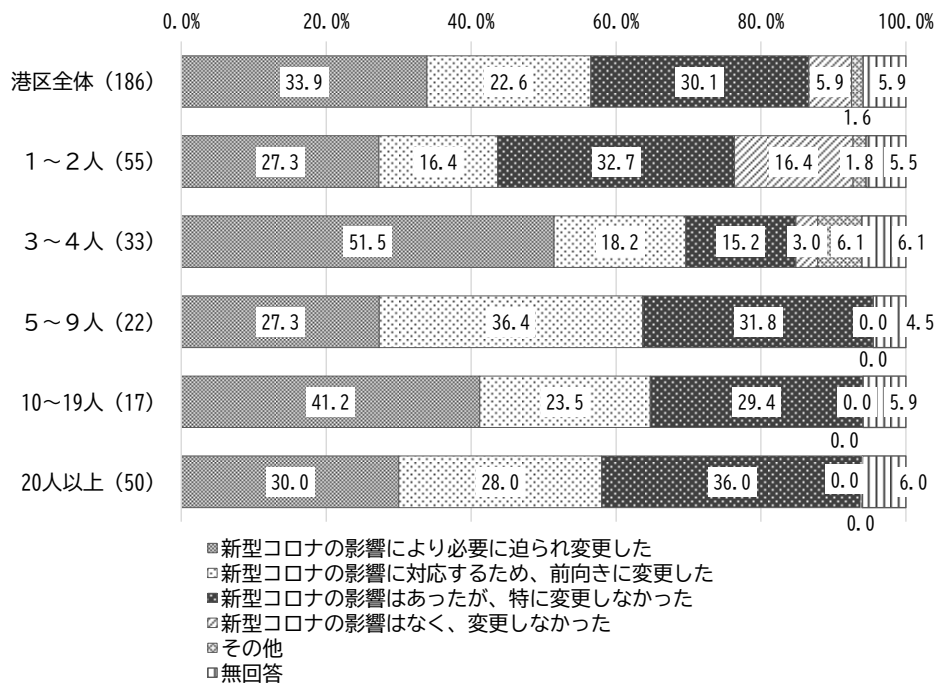
図表 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更【港区全体】



図表 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更【業種別】



図表 新型コロナウイルス感染症拡大による事業内容・事業体制の変更【従業者規模別】

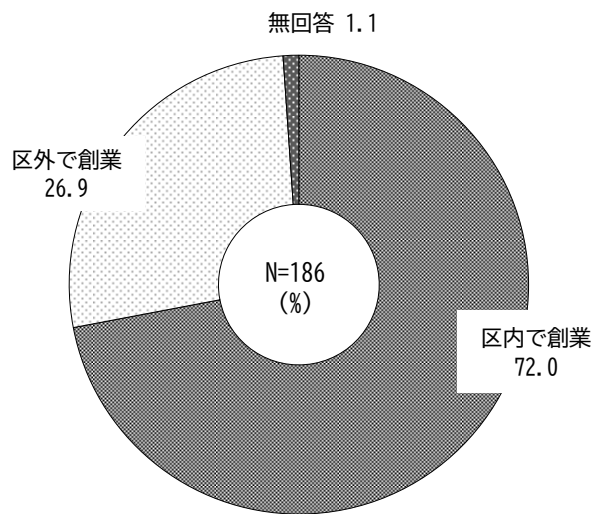


(4) 立地環境について

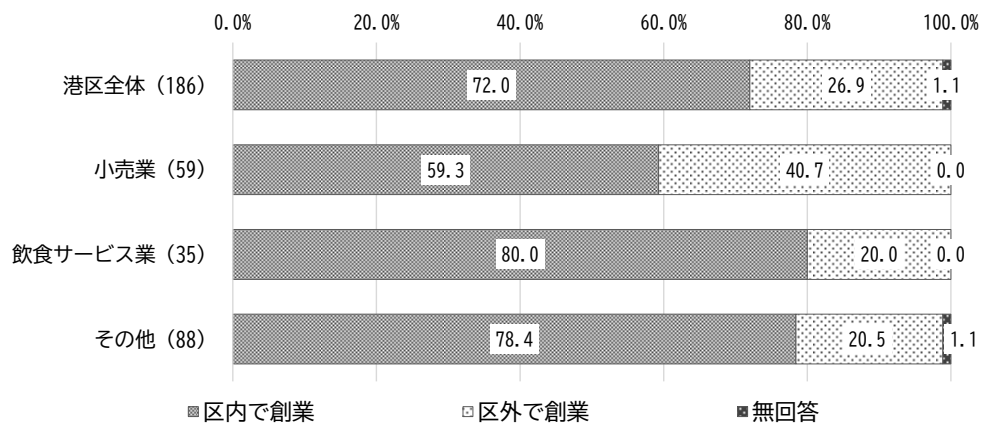
創業地

- ・創業地について、港区内か聞いてみると、「区内で創業」が72.0%、「区外で創業」が26.9%となっている。
- ・業種別にみると、「区内で創業」の割合は、飲食サービス業が他の業種より多く、80.0%であった。

図表 創業地【港区全体】

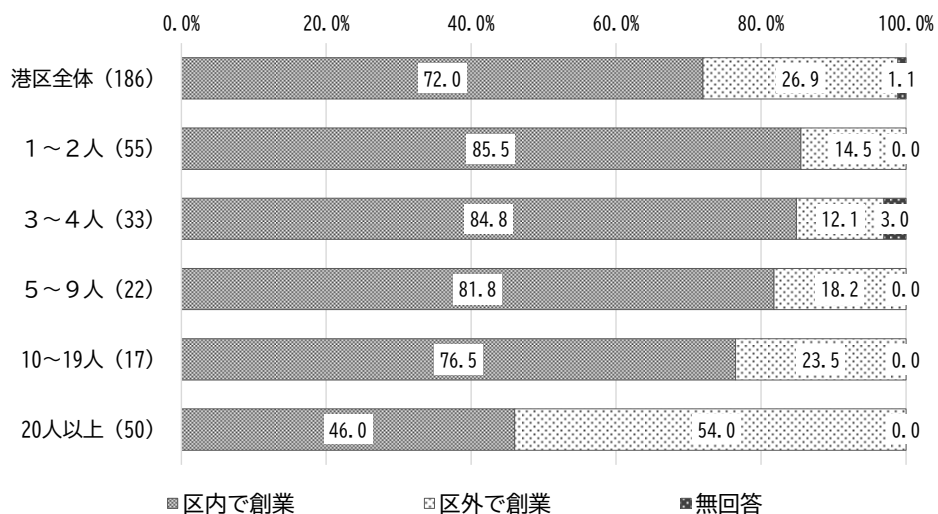


図表 創業地【業種別】



・従業員規模別にみると、「区内で創業」の割合が最も多かったのは、1～2人の規模で85.5%、次いで3～4人の規模が84.8%と、小規模の事業所において区内創業の割合が高くなっている。

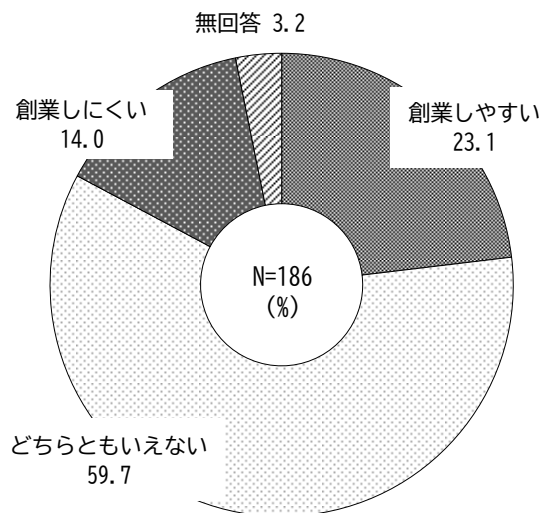
図表 創業地【従業員規模別】



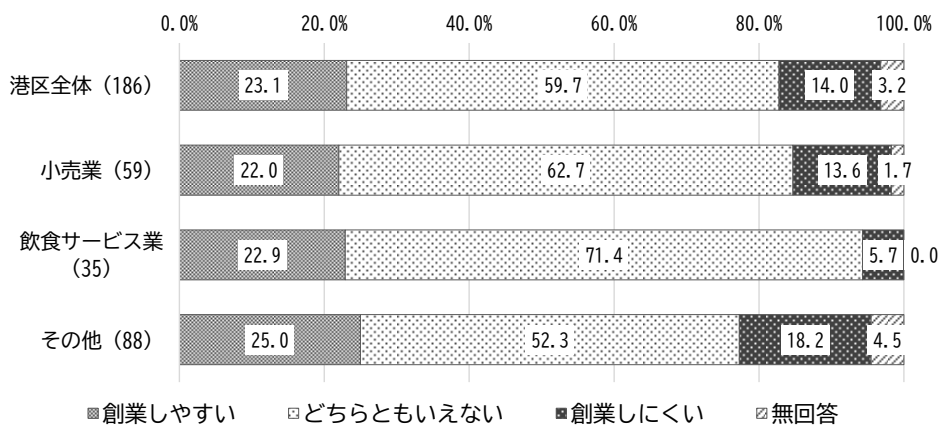
港区の創業環境

- ・港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあるか聞いてみると、「どちらともいえない」が59.7%と最も多く、「創業しやすい」は23.1%、「創業しにくい」は14.0%であった。
- ・業種別にみると、「創業しやすい」の割合はすべての業種で20%を超えている。一方、その他の業種では「創業しにくい」が18.2%と他業種と比較して多くなっている。

図表 創業環境【港区全体】

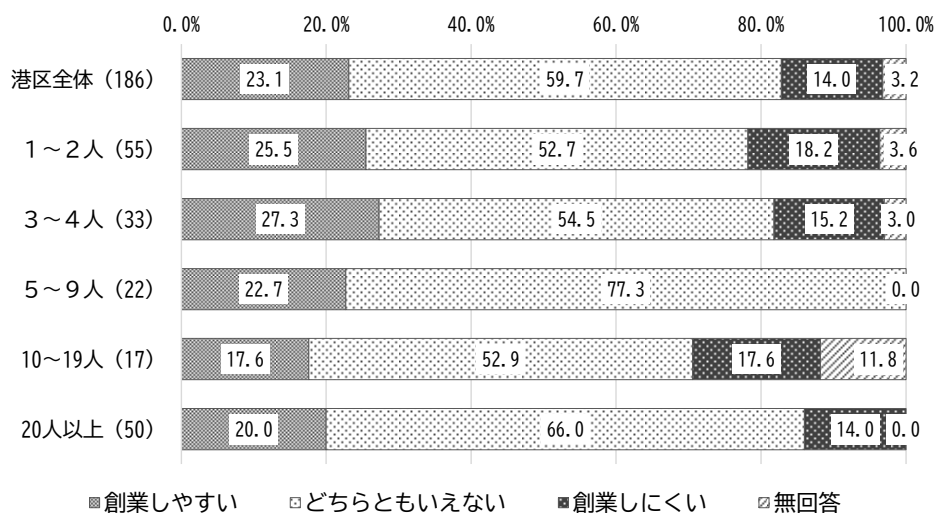


図表 創業環境【業種別】



- ・従業員規模別にみると、3～4人の規模において「創業しやすい」が27.3%と他の規模と比較して多くなっている。また10～19人の規模では「創業しにくい」17.6%が他の規模と比較して多くなっている。

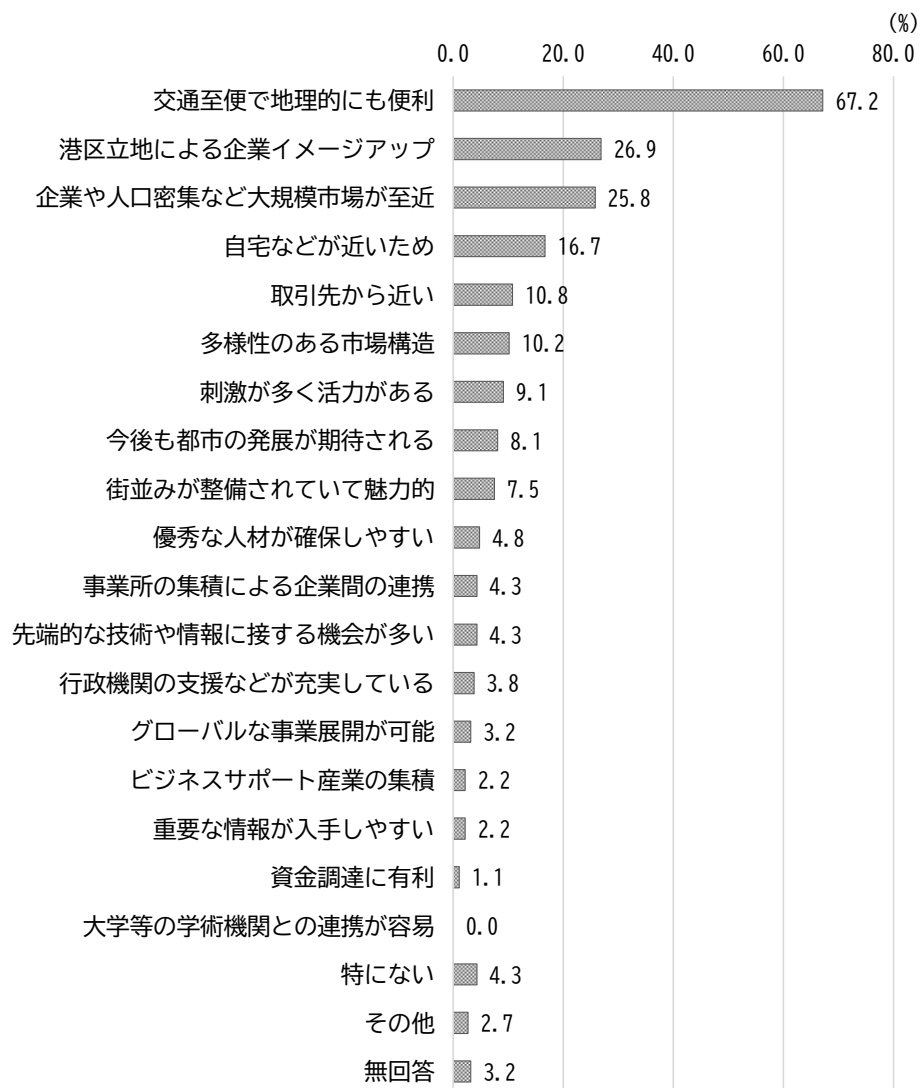
図表 創業環境【従業員規模別】



港区の環境や立地するメリット

- ・港区の環境や立地するメリットはどのようなものか聞いてみると、「交通至便で地理的にも便利」が67.2%と他の項目に比べ圧倒的に多く、次いで「港区立地による企業イメージアップ」が26.9%、「企業や人口密集など大規模市場が至近」が25.8%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「交通至便で地理的にも便利」が最も多くなっている。特徴的なところは、小売業において「自宅などが近いため」22.0%、飲食サービス業においては「多様性のある市場構造」22.9%などが比較的多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、1～2人、3～4人の比較的小さい規模では、「自宅などが近い」が他の規模より多くなっており、職住近接の傾向がうかがえる。
- ・地区別にみると、高輪地区では、「自宅などが近いため」28.0%、芝浦港南地区では、「今後も都市の発展が期待される」44.4%などが高くなっている。

図表 港区の環境や立地するメリット【港区全体】



図表 港区の環境や立地するメリット【業種別】

	交通至便で地理的にも便利	事業所の集積による企業間の連携	ビジネスサポート産業（法務、財務、特許など）の集積	企業や人口密集など大規模市場が至近	優秀な人材が確保しやすい	大学等の学術機関との連携が容易	先端的な技術や情報に接する機会が多い	多様性のある市場構造	港区立地による企業イメージアップ	刺激が多く活力がある	資金調達に有利	グローバルな事業展開が可能	取引先から近い	行政機関の支援などが充実している	重要な情報が入手しやすい	街並みが整備されていて魅力的	自宅などが近い	今後も都市の発展が期待される	特にな	その他
港区全体	67.2	4.3	2.2	25.8	4.8	-	4.3	10.2	26.9	9.1	1.1	3.2	10.8	3.8	2.2	7.5	16.7	8.1	4.3	2.7
小売業	64.4	3.4	-	33.9	8.5	-	3.4	8.5	25.4	1.7	-	1.7	13.6	6.8	3.4	6.8	22.0	8.5	5.1	-
飲食サービス業	71.4	2.9	2.9	48.6	2.9	-	2.9	22.9	17.1	14.3	-	-	5.7	-	-	14.3	2.9	5.7	5.7	-
その他	68.2	5.7	3.4	12.5	3.4	-	5.7	5.7	33.0	11.4	2.3	4.5	10.2	3.4	2.3	5.7	19.3	9.1	3.4	5.7

図表 港区の環境や立地するメリット【従業者規模別】

	交通至便で地理的にも便利	事業所の集積による企業間の連携	ビジネスサポート産業（法務、財務、特許など）の集積	企業や人口密集など大規模市場が至近	優秀な人材が確保しやすい	大学等の学術機関との連携が容易	先端的な技術や情報に接する機会が多い	多様性のある市場構造	港区立地による企業イメージアップ	刺激が多く活力がある	資金調達に有利	グローバルな事業展開が可能	取引先から近い	行政機関の支援などが充実している	重要な情報が入手しやすい	街並みが整備されていて魅力的	自宅などが近い	今後も都市の発展が期待される	特にな	その他
港区全体	67.2	4.3	2.2	25.8	4.8	-	4.3	10.2	26.9	9.1	1.1	3.2	10.8	3.8	2.2	7.5	16.7	8.1	4.3	2.7
1～2人	67.3	1.8	-	23.6	3.6	-	3.6	10.9	27.3	9.1	1.8	1.8	12.7	3.6	1.8	5.5	34.5	3.6	-	1.8
3～4人	60.6	-	-	18.2	3.0	-	3.0	9.1	33.3	9.1	3.0	-	6.1	6.1	6.1	6.1	15.2	12.1	9.1	3.0
5～9人	77.3	4.5	-	22.7	9.1	-	-	13.6	36.4	4.5	-	-	18.2	9.1	-	4.5	9.1	4.5	9.1	-
10～19人	70.6	11.8	17.6	11.8	5.9	-	5.9	-	29.4	17.6	-	11.8	17.6	5.9	-	11.8	11.8	-	5.9	-
20人以上	68.0	8.0	2.0	40.0	6.0	-	8.0	10.0	20.0	8.0	-	2.0	4.0	-	2.0	12.0	6.0	14.0	4.0	6.0

図表 港区の環境や立地するメリット【地区別】

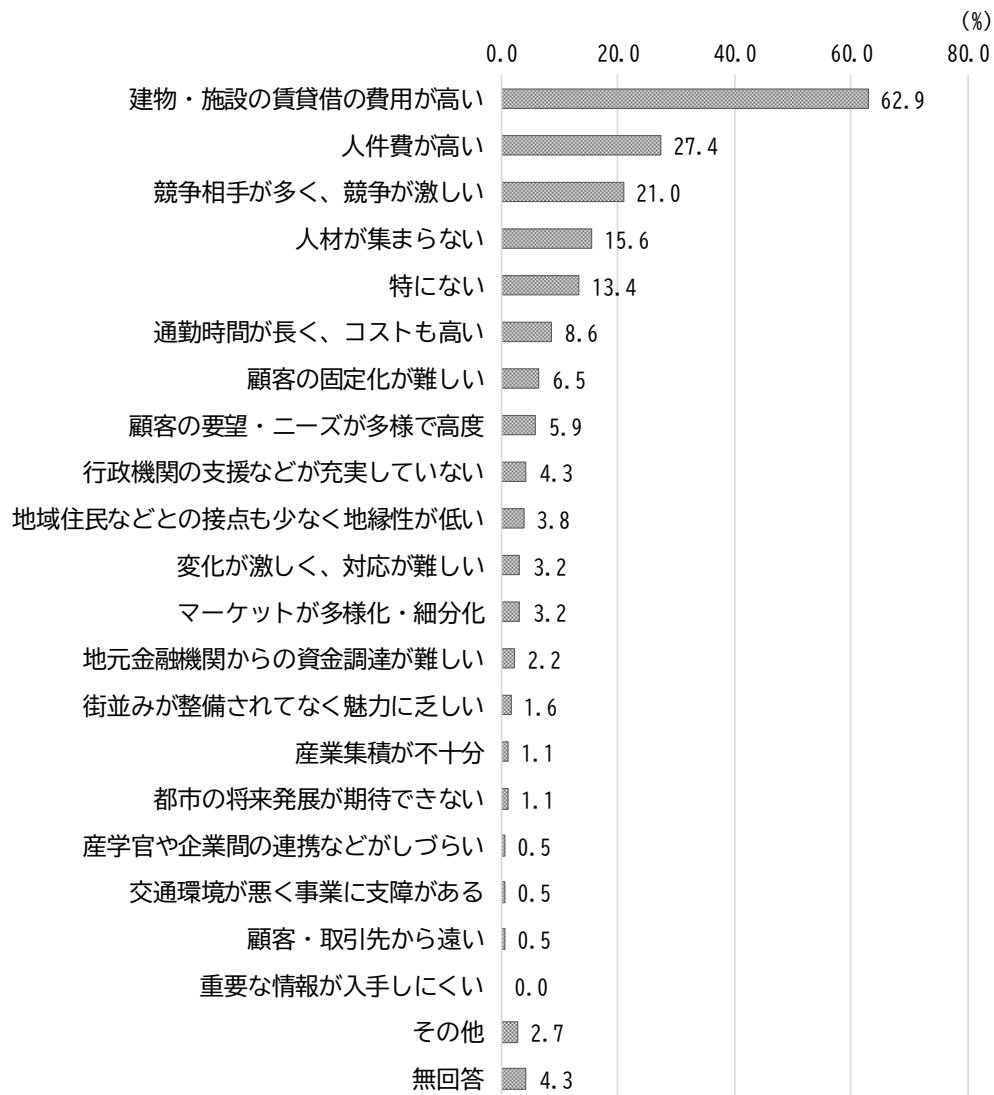
	交通至便で地理的にも便利	事業所の集積による企業間の連携	ビジネスサポート産業（法務、財務、特許など）の集積	企業や人口密集など大規模市場が至近	優秀な人材が確保しやすい	大学等の学術機関との連携が容易	先端的な技術や情報に接する機会が多い	多様性のある市場構造	港区立地による企業イメージアップ	刺激が多く活力がある	資金調達に有利	グローバルな事業展開が可能	取引先から近い	行政機関の支援などが充実している	重要な情報が入手しやすい	街並みが整備されていて魅力的	自宅などが近い	今後も都市の発展が期待される	特にな	その他
港区全体	67.2	4.3	2.2	25.8	4.8	-	4.3	10.2	26.9	9.1	1.1	3.2	10.8	3.8	2.2	7.5	16.7	8.1	4.3	2.7
芝地区	77.4	6.5	1.6	37.1	1.6	-	3.2	8.1	24.2	1.6	1.6	3.2	9.7	6.5	3.2	6.5	16.1	4.8	1.6	-
麻布地区	50.0	5.3	-	13.2	5.3	-	2.6	15.8	23.7	18.4	2.6	2.6	7.9	2.6	2.6	7.9	18.4	5.3	5.3	10.5
赤坂地区	80.0	2.0	4.0	30.0	12.0	-	10.0	8.0	38.0	12.0	-	2.0	12.0	-	2.0	10.0	12.0	8.0	2.0	-
高輪地区	56.0	4.0	4.0	12.0	-	-	-	12.0	28.0	12.0	-	4.0	16.0	8.0	-	8.0	28.0	8.0	12.0	-
芝浦港南地区	44.4	-	-	22.2	-	-	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	-	11.1	44.4	11.1	11.1

※網掛けは項目ごとに20%以上のもの、無記入除く

港区の環境や立地するデメリット

- ・港区の環境や立地するデメリットはどのようなものか聞いてみると、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が62.9%と他よりも圧倒的に多く、次いで「人件費が高い」が27.4%、「競争相手が多く、競争が激しい」が21.0%、「人材が集まらない」が15.6%となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種で「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が最も多くなっている。また小売業では、「人材が集まらない」20.3%、飲食サービス業では、「競争相手が多く、競争が激しい」42.9%において他よりも多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、港区全体とほぼ同様の傾向であるが、20人以上の規模では、「人件費が高い」48.0%や「人材が集まらない」38.0%が他の規模と比較してデメリットとして多く挙げられている。

図表 港区の環境や立地するデメリット【港区全体】



図表 港区の環境や立地するデメリット【業種別】

	建物・施設の賃貸借の費用が高い	人件費が高い	人材が集まらない	産学官や企業間の連携などがしづらい	産業集積が不十分	交通環境が悪く事業に支障がある	変化が激しく、対応が難しい	マーケットが多様化・細分化	競争相手が多く、競争が激しい	顧客・取引先から遠い	顧客の要望・ニーズが多様で高度	顧客の固定化が難しい	通勤時間が長く、コストも高い	地域住民などとの接点も少なく地縁性が低い	地元金融機関からの資金調達に難しい	行政機関の支援などが充実していない	重要な情報が入手しにくい	街並みが整備されてなく魅力に乏しい	都市の将来発展が期待できない	特になし	その他
港区全体	62.9	27.4	15.6	0.5	1.1	0.5	3.2	3.2	21.0	0.5	5.9	6.5	8.6	3.8	2.2	4.3	-	1.6	1.1	13.4	2.7
小売業	59.3	35.6	20.3	-	1.7	-	6.8	5.1	22.0	1.7	6.8	6.8	10.2	3.4	-	1.7	-	-	1.7	15.3	-
飲食サービス業	62.9	31.4	14.3	-	-	-	2.9	2.9	42.9	-	2.9	8.6	-	2.9	-	-	-	5.7	-	11.4	8.6
その他	65.9	20.5	13.6	1.1	1.1	1.1	1.1	2.3	12.5	-	6.8	5.7	11.4	3.4	4.5	6.8	-	1.1	1.1	12.5	2.3

図表 港区の環境や立地するデメリット【従業者規模別】

	建物・施設の賃貸借の費用が高い	人件費が高い	人材が集まらない	産学官や企業間の連携などがしづらい	産業集積が不十分	交通環境が悪く事業に支障がある	変化が激しく、対応が難しい	マーケットが多様化・細分化	競争相手が多く、競争が激しい	顧客・取引先から遠い	顧客の要望・ニーズが多様で高度	顧客の固定化が難しい	通勤時間が長く、コストも高い	地域住民などとの接点も少なく地縁性が低い	地元金融機関からの資金調達に難しい	行政機関の支援などが充実していない	重要な情報が入手しにくい	街並みが整備されてなく魅力に乏しい	都市の将来発展が期待できない	特になし	その他
港区全体	62.9	27.4	15.6	0.5	1.1	0.5	3.2	3.2	21.0	0.5	5.9	6.5	8.6	3.8	2.2	4.3	-	1.6	1.1	13.4	2.7
1～2人	60.0	16.4	5.5	-	-	-	5.5	1.8	20.0	-	3.6	16.4	3.6	3.6	5.5	1.8	-	5.5	1.8	14.5	5.5
3～4人	60.6	24.2	9.1	-	-	3.0	6.1	3.0	12.1	-	12.1	6.1	9.1	3.0	-	3.0	-	-	-	9.1	3.0
5～9人	63.6	22.7	-	-	-	-	-	9.1	27.3	-	-	-	9.1	-	4.5	9.1	-	-	-	27.3	-
10～19人	70.6	29.4	17.6	-	-	-	-	5.9	29.4	-	5.9	-	5.9	-	-	5.9	-	-	-	11.8	-
20人以上	62.0	48.0	38.0	2.0	2.0	-	2.0	-	22.0	2.0	6.0	2.0	16.0	2.0	-	2.0	-	-	2.0	12.0	2.0

図表 港区の環境や立地するデメリット【地区別】

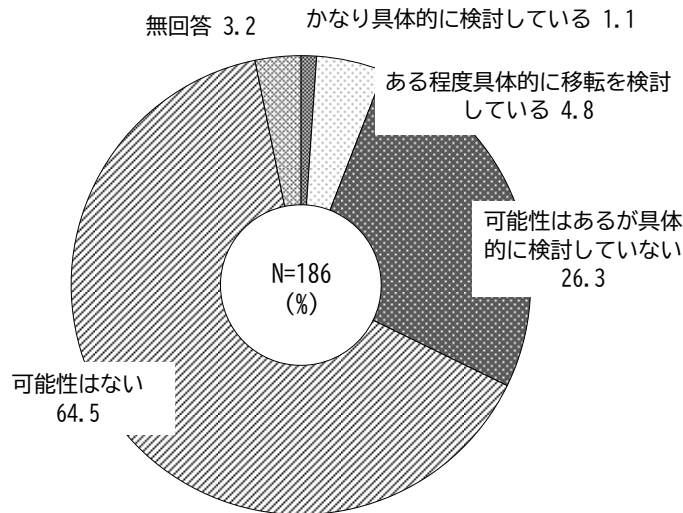
	建物・施設の賃貸借の費用が高い	人件費が高い	人材が集まらない	産学官や企業間の連携などがしづらい	産業集積が不十分	交通環境が悪く事業に支障がある	変化が激しく、対応が難しい	マーケットが多様化・細分化	競争相手が多く、競争が激しい	顧客・取引先から遠い	顧客の要望・ニーズが多様で高度	顧客の固定化が難しい	通勤時間が長く、コストも高い	地域住民などとの接点も少なく地縁性が低い	地元金融機関からの資金調達に難しい	行政機関の支援などが充実していない	重要な情報が入手しにくい	街並みが整備されてなく魅力に乏しい	都市の将来発展が期待できない	特になし	その他
港区全体	62.9	27.4	15.6	0.5	1.1	0.5	3.2	3.2	21.0	0.5	5.9	6.5	8.6	3.8	2.2	4.3	-	1.6	1.1	13.4	2.7
芝地区	59.7	21.0	12.9	-	1.6	1.6	4.8	4.8	29.0	-	1.6	6.5	14.5	4.8	3.2	1.6	-	3.2	1.6	8.1	3.2
麻布地区	63.2	18.4	10.5	-	-	-	2.6	-	13.2	-	5.3	7.9	5.3	-	-	5.3	-	2.6	-	21.1	2.6
赤坂地区	72.0	36.0	22.0	-	-	-	-	2.0	24.0	2.0	6.0	4.0	10.0	4.0	4.0	4.0	-	-	-	12.0	2.0
高輪地区	56.0	36.0	12.0	4.0	4.0	-	8.0	8.0	8.0	-	16.0	8.0	-	-	-	4.0	-	-	-	20.0	4.0
芝浦港南地区	55.6	44.4	33.3	-	-	-	-	-	22.2	-	11.1	11.1	-	11.1	-	11.1	-	-	11.1	11.1	-

※網掛けは項目ごとに20%以上、無記入除く

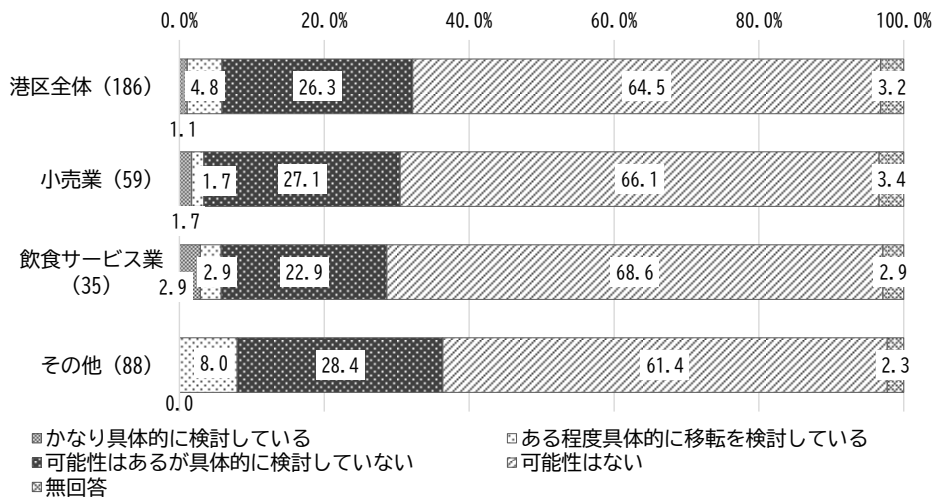
区外移転の可能性

- ・事業所の区外移転の可能性について聞いてみると、「可能性はない」が64.5%と最も多く、次いで「可能性はあるが具体的に検討していない」が26.3%となっている。
- ・業種別にみると、どの業種でも「可能性はない」が最も多くなっており、傾向は港区全体と同様である。

図表 区外移転の可能性【港区全体】

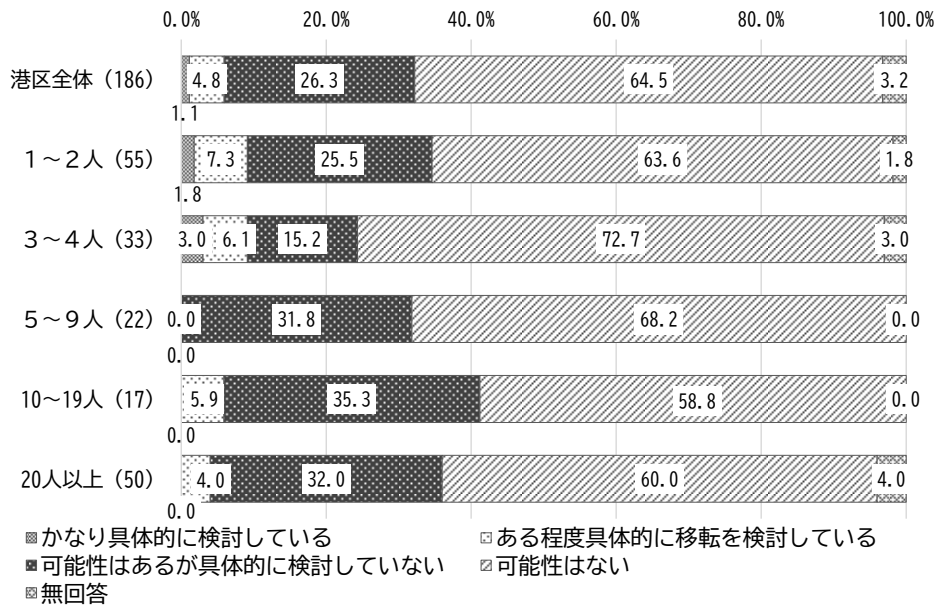


図表 区外移転の可能性【業種別】



- ・従業員規模別にみると、1～2人、3～4人の規模では、「かなり具体的に検討している」や「ある程度具体的に移転を検討している」が割合としては少ないが、他の規模と比較して多くなっている。

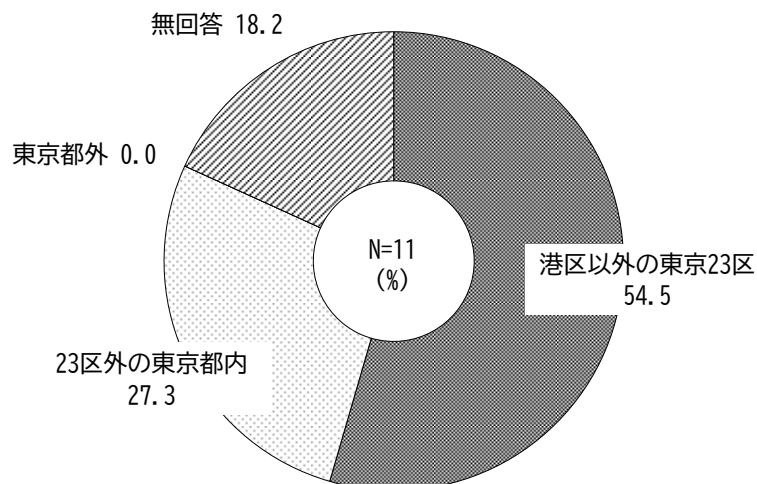
図表 区外移転の可能性【従業員規模別】



検討している移転先

- ・前問で区外移転を「かなり具体的に検討している」、「ある程度具体的に移転を検討している」と回答した11事業所に検討している移転先について聞いてみると、「港区以外の東京23区」が54.5%（6事業所）であった。
- ・具体的には、「港区以外の東京23区」では渋谷区、「23区外の東京都内」では国分寺市という回答があった。

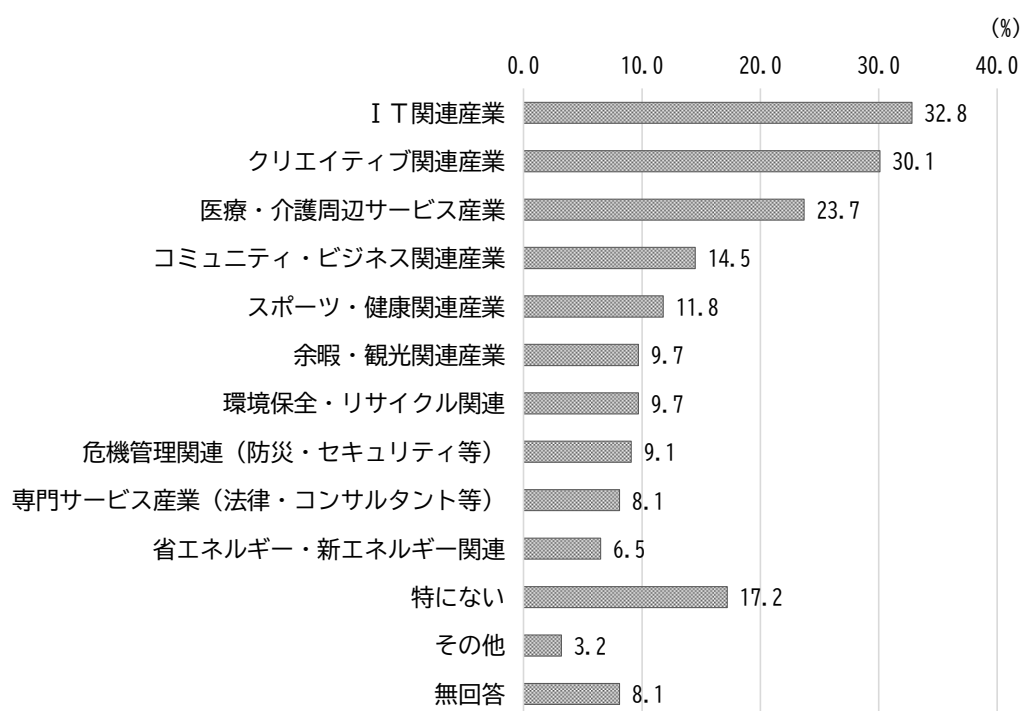
図表 検討している移転先【港区全体】



区内で成長が見込まれる産業分野

- ・今後、区内で成長する可能性が高いと考えている産業分野について聞いてみると、「IT関連産業」が32.8%と最も多く、次いで「クリエイティブ関連(デザイン・コンテンツ・ファッション等)産業」が30.1%、「医療・介護周辺サービス産業」が23.7%であった。
- ・業種別にみると、小売業において「環境保全・リサイクル関連」18.6%、飲食サービス業では「危機管理関連(防災・セキュリティ等)」17.1%を挙げている割合が、他業種と比較して多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、3～4人、5～9人の規模では「コミュニティ・ビジネス関連産業」がそれぞれ24.2%、22.7%とそれぞれ多くなっている。
- ・経営者の年代別では、40歳代で「余暇・観光関連産業」15.6%、70歳代以上で「環境保全・リサイクル関連」19.6%などで、他の年代より多くなっている。

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【港区全体】



※グラフ作成の都合上、選択肢を省略して記載しているものがある。

「クリエイティブ関連産業」：「クリエイティブ関連(デザイン・コンテンツ等)産業」

「専門サービス産業」：「専門サービス(法律・コンサルタント等)産業」

「危機管理関連」：「危機管理(防災・セキュリティ等)関連」

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【業種別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業	スポーツ・健康関連産業	余暇・観光関連産業	環境保全・リサイクル関連	省エネルギー・新エネルギー関連	医療・介護周辺サービス産業	危機管理関連（防災・セキュリティ等）	専門サービス産業（法律・コンサルタント等）	コミュニケーション・ビジネス関連産業	特になし	その他
港区全体	32.8	30.1	11.8	9.7	9.7	6.5	23.7	9.1	8.1	14.5	17.2	3.2
小売業	28.8	27.1	10.2	13.6	18.6	6.8	27.1	6.8	6.8	11.9	16.9	1.7
飲食サービス業	42.9	28.6	14.3	2.9	8.6	14.3	14.3	17.1	8.6	11.4	17.1	5.7
その他	31.8	34.1	12.5	10.2	4.5	3.4	26.1	8.0	9.1	17.0	17.0	3.4

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【従業者規模別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業	スポーツ・健康関連産業	余暇・観光関連産業	環境保全・リサイクル関連	省エネルギー・新エネルギー関連	医療・介護周辺サービス産業	危機管理関連（防災・セキュリティ等）	専門サービス産業（法律・コンサルタント等）	コミュニケーション・ビジネス関連産業	特になし	その他
港区全体	32.8	30.1	11.8	9.7	9.7	6.5	23.7	9.1	8.1	14.5	17.2	3.2
1～2人	20.0	21.8	9.1	7.3	9.1	3.6	36.4	7.3	9.1	7.3	20.0	5.5
3～4人	39.4	33.3	18.2	6.1	6.1	6.1	30.3	12.1	9.1	24.2	12.1	-
5～9人	54.5	27.3	18.2	13.6	13.6	4.5	9.1	4.5	4.5	22.7	18.2	-
10～19人	35.3	41.2	17.6	5.9	5.9	5.9	23.5	-	11.8	5.9	11.8	-
20人以上	32.0	36.0	8.0	16.0	10.0	8.0	12.0	14.0	8.0	14.0	20.0	6.0

図表 区内で成長が見込まれる産業分野【経営者年代別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業	スポーツ・健康関連産業	余暇・観光関連産業	環境保全・リサイクル関連	省エネルギー・新エネルギー関連	医療・介護周辺サービス産業	危機管理関連（防災・セキュリティ等）	専門サービス産業（法律・コンサルタント等）	コミュニケーション・ビジネス関連産業	特になし	その他
港区全体	32.8	30.1	11.8	9.7	9.7	6.5	23.7	9.1	8.1	14.5	17.2	3.2
40歳代	34.4	21.9	9.4	15.6	9.4	3.1	12.5	6.3	12.5	9.4	18.8	6.3
50歳代	38.5	44.2	9.6	9.6	5.8	5.8	13.5	3.8	7.7	15.4	19.2	3.8
60歳代	28.3	26.4	11.3	11.3	5.7	7.5	30.2	15.1	7.5	17.0	18.9	1.9
70歳代以上	32.6	26.1	17.4	4.3	19.6	8.7	37.0	10.9	6.5	13.0	13.0	2.2

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

(5) 事業活動における課題と方向性について

経営上抱えている問題点

- ・現在、経営上抱えている問題点について聞いてみると、「必要人材の不足」が40.3%と最も多く、次いで「賃料、地代の高さ」が28.0%、「従業員の高齢化」が23.7%、「後継者の確保・育成」が22.0%となっている。
- ・業種別にみると、小売業では、「販売先の確保・開拓」22.0%や「受注量・売上高の低迷」28.8%などで多く、飲食サービス業では、「店舗・事業所の老朽化」25.7%が他の業種と比較して多くなっている。
- ・従業者の規模別にみると、1～2人の規模では、「受注量・売上高の低迷」20.0%や「店舗・事業所の老朽化」23.6%、10～19人の規模では、「資金調達」35.3%などを問題点として挙げている。

図表 経営上抱えている問題点【港区全体】



図表 経営上抱えている問題点【業種別】

	必要人材の不足	後継者の確保・育成	従業員の高齢化	仕入れ先の確保・開拓	販売先の確保・開拓	受注量・売上高の低迷	PR・情報発信の不足	資金調達	キャッシュレス化	大型店との競争激化	異業種企業の参入による競争激化
港区全体	40.3	22.0	23.7	5.9	13.4	14.0	5.9	11.3	9.1	4.8	1.6
小売業	44.1	20.3	28.8	10.2	22.0	28.8	5.1	6.8	6.8	10.2	3.4
飲食サービス業	45.7	20.0	45.7	2.9	8.6	8.6	2.9	14.3	17.1	-	-
その他	35.2	25.0	11.4	4.5	9.1	5.7	8.0	13.6	6.8	3.4	1.1

	商品やサービスの魅力不足	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	ICT化（情報化）への対応	一般消費者のネット利用の増加	店舗・事業所・設備の老朽化	賃料、地代の高さ	相談相手不足又は不明	新型コロナウイルス感染症対策	特になし	その他
港区全体	2.2	3.2	7.5	2.2	4.8	15.6	28.0	3.2	4.8	2.7	1.6
小売業	3.4	1.7	6.8	1.7	10.2	11.9	20.3	1.7	1.7	1.7	1.7
飲食サービス業	-	2.9	5.7	-	2.9	25.7	31.4	-	11.4	-	-
その他	2.3	4.5	9.1	3.4	1.1	14.8	31.8	5.7	4.5	4.5	2.3

図表 経営上抱えている問題点【従業者規模別】

	必要人材の不足	後継者の確保・育成	従業員の高齢化	仕入れ先の確保・開拓	販売先の確保・開拓	受注量・売上高の低迷	PR・情報発信の不足	資金調達	キャッシュレス化	大型店との競争激化	異業種企業の参入による競争激化
港区全体	40.3	22.0	23.7	5.9	13.4	14.0	5.9	11.3	9.1	4.8	1.6
1～2人	18.2	25.5	20.0	7.3	7.3	20.0	1.8	7.3	9.1	7.3	-
3～4人	24.2	21.2	24.2	9.1	18.2	9.1	-	15.2	12.1	3.0	-
5～9人	36.4	36.4	31.8	9.1	27.3	9.1	9.1	9.1	13.6	-	4.5
10～19人	47.1	17.6	23.5	-	5.9	17.6	11.8	35.3	11.8	5.9	-
20人以上	74.0	16.0	24.0	4.0	12.0	8.0	12.0	8.0	4.0	6.0	4.0

	商品やサービスの魅力不足	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	ICT化（情報化）への対応	一般消費者のネット利用の増加	店舗・事業所・設備の老朽化	賃料、地代の高さ	相談相手不足又は不明	新型コロナウイルス感染症対策	特になし	その他
港区全体	2.2	3.2	7.5	2.2	4.8	15.6	28.0	3.2	4.8	2.7	1.6
1～2人	-	5.5	7.3	1.8	5.5	23.6	23.6	7.3	3.6	5.5	-
3～4人	-	6.1	12.1	3.0	15.2	18.2	30.3	6.1	6.1	3.0	-
5～9人	-	-	-	4.5	-	9.1	27.3	-	9.1	-	-
10～19人	5.9	-	5.9	-	5.9	17.6	29.4	-	-	-	-
20人以上	6.0	2.0	8.0	2.0	-	10.0	30.0	-	6.0	2.0	6.0

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

図表 経営上抱えている問題点【経営者年代別】

	必要人材の不足	後継者の確保・育成	従業員の高齢化	仕入れ先の確保・開拓	販売先の確保・開拓	受注量・売上高の低迷	PR・情報発信の不足	資金調達	キャッシュレス化	大型店との競争激化	異業種企業の参入による競争激化
港区全体	40.3	22.0	23.7	5.9	13.4	14.0	5.9	11.3	9.1	4.8	1.6
40歳代	37.5	3.1	18.8	9.4	12.5	9.4	6.3	18.8	12.5	3.1	-
50歳代	51.9	26.9	28.8	1.9	7.7	13.5	3.8	9.6	9.6	3.8	3.8
60歳代	45.3	24.5	15.1	3.8	17.0	15.1	11.3	13.2	5.7	7.5	1.9
70歳代以上	23.9	28.3	32.6	10.9	15.2	15.2	2.2	6.5	10.9	4.3	-

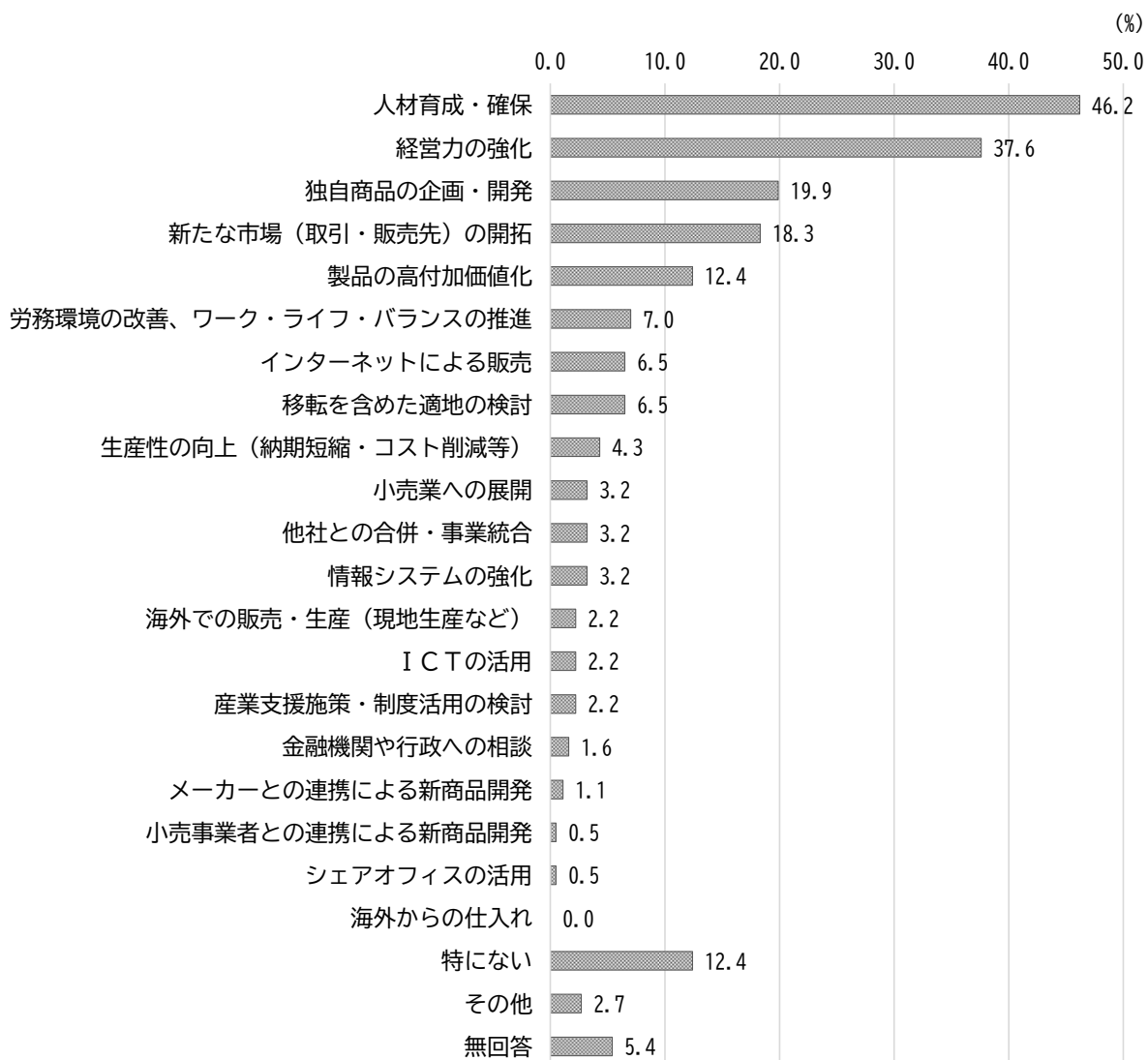
	商品やサービスの魅力不足	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	ICT化（情報化）への対応	一般消費者のネット利用の増加	店舗・事業所・設備の老朽化	賃料、地代の高さ	相談相手不足又は不明	新型コロナウイルス感染症対策	特になし	その他
港区全体	2.2	3.2	7.5	2.2	4.8	15.6	28.0	3.2	4.8	2.7	1.6
40歳代	6.3	15.6	9.4	-	6.3	6.3	28.1	3.1	3.1	3.1	3.1
50歳代	-	-	3.8	1.9	3.8	15.4	32.7	3.8	7.7	1.9	1.9
60歳代	1.9	-	9.4	5.7	5.7	20.8	26.4	3.8	3.8	3.8	1.9
70歳代以上	2.2	2.2	8.7	-	4.3	17.4	23.9	2.2	4.3	2.2	-

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項

- ・今後、5年程度を展望して重点的に取り組みたいと考えていることについて聞いてみると、「人材育成・確保」が46.2%と最も多く、次いで「経営力の強化」が37.6%、「独自商品の企画・開発」が19.9%であった。
- ・業種別にみると、小売業では、「製品の高付加価値化」13.6%、「新たな市場（取引・販売先）の開拓」16.9%が他の業種と比較して多くなっている。
- ・従業員規模別にみると、1～2人の規模では、「移転を含めた適地の検討」14.5%、3～4人の規模では、「新たな市場（取引・販売先）の開拓」24.2%などが他の規模と比較して多くなっている。

図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【港区全体】



図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【業種別】

	人材育成・確保	経営力の強化	発独自商品の企画・開	製品の高付加価値化	小売業への展開	統他社との合併・事業	販新たな市場（取引・	（海外での販売・生産	海外からの仕入れ	等）短生産性の向上（納期	よるメーカーとの連携に	
港区全体	46.2	37.6	19.9	12.4	3.2	3.2	18.3	2.2	-	4.3	1.1	
小売業	49.2	40.7	23.7	13.6	3.4	1.7	16.9	5.1	-	5.1	1.7	
飲食サービス業	48.6	28.6	28.6	11.4	5.7	-	5.7	-	-	8.6	-	
その他	44.3	37.5	14.8	11.4	2.3	5.7	23.9	1.1	-	2.3	1.1	
	小売事業者との連携	インターネットによる販売	ICTの活用	情報システムの強化	シェアオフィスの活用	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	ワーク・ライフ・バランスの推進	労働環境の改善、	産業支援施策・制度	特になし	その他
港区全体	0.5	6.5	2.2	3.2	0.5	6.5	1.6	7.0	2.2	12.4	2.7	
小売業	-	5.1	5.1	3.4	1.7	5.1	-	10.2	-	11.9	-	
飲食サービス業	-	8.6	-	-	-	2.9	2.9	2.9	5.7	14.3	2.9	
その他	-	6.8	1.1	4.5	-	9.1	2.3	6.8	2.3	11.4	4.5	

図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【従業者規模別】

	人材育成・確保	経営力の強化	発独自商品の企画・開	製品の高付加価値化	小売業への展開	統他社との合併・事業	販新たな市場（取引・	（海外での販売・生産	海外からの仕入れ	等）短生産性の向上（納期	よるメーカーとの連携に	
港区全体	46.2	37.6	19.9	12.4	3.2	3.2	18.3	2.2	-	4.3	1.1	
1～2人	21.8	30.9	21.8	9.1	5.5	1.8	18.2	1.8	-	1.8	-	
3～4人	27.3	39.4	18.2	12.1	3.0	-	24.2	-	-	-	6.1	
5～9人	54.5	22.7	31.8	18.2	4.5	13.6	13.6	4.5	-	4.5	-	
10～19人	64.7	47.1	11.8	11.8	-	5.9	11.8	5.9	-	5.9	-	
20人以上	76.0	46.0	16.0	14.0	2.0	2.0	18.0	2.0	-	10.0	-	
	小売事業者との連携	インターネットによる販売	ICTの活用	情報システムの強化	シェアオフィスの活用	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	ワーク・ライフ・バランスの推進	労働環境の改善、	産業支援施策・制度	特になし	その他
港区全体	0.5	6.5	2.2	3.2	0.5	6.5	1.6	7.0	2.2	12.4	2.7	
1～2人	-	5.5	-	1.8	-	14.5	1.8	3.6	7.3	21.8	1.8	
3～4人	-	9.1	-	3.0	3.0	3.0	-	9.1	-	12.1	6.1	
5～9人	-	18.2	-	4.5	-	4.5	-	-	-	4.5	-	
10～19人	-	-	-	5.9	-	-	11.8	11.8	-	5.9	-	
20人以上	-	4.0	8.0	4.0	-	4.0	-	10.0	-	6.0	4.0	

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

図表 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【経営者年代別】

	人材育成・確保	経営力の強化	独自商品の企画・開発	製品の高付加価値化	小売業への展開	他社との合併・事業統合	新たな市場（取引・販売先）の開拓	（海外での販売・生産） （現地生産など）	海外からの仕入れ	生産性の向上（納期短縮・コスト削減等）	メーカーとの連携による新商品開発	
港区全体	46.2	37.6	19.9	12.4	3.2	3.2	18.3	2.2	-	4.3	1.1	
40歳代	46.9	40.6	18.8	12.5	6.3	3.1	25.0	-	-	3.1	-	
50歳代	53.8	38.5	25.0	9.6	-	1.9	13.5	5.8	-	3.8	1.9	
60歳代	56.6	39.6	13.2	11.3	3.8	5.7	20.8	1.9	-	7.5	1.9	
70歳代以上	26.1	30.4	23.9	15.2	4.3	2.2	15.2	-	-	2.2	-	
	小売事業者との連携による新商品開発	インターネットによる販売	ICTの活用	情報システムの強化	シェアオフィスの活用	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	ワーク・ライフ・バランスの推進	労働環境の改善、	産業支援施策・制度活用の検討	特になし	その他
港区全体	0.5	6.5	2.2	3.2	0.5	6.5	1.6	7.0	2.2	12.4	2.7	
40歳代	-	12.5	-	3.1	-	9.4	-	9.4	6.3	9.4	-	
50歳代	-	5.8	3.8	7.7	-	5.8	3.8	7.7	-	11.5	1.9	
60歳代	-	1.9	3.8	1.9	1.9	7.5	1.9	5.7	1.9	11.3	1.9	
70歳代以上	-	8.7	-	-	-	4.3	-	6.5	2.2	17.4	6.5	

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

重点的に取り組みたいと考えている具体的な事業プラン

- ・今後、重点的に取り組みたいと考えている具体的な事業プランについて、自由意見として聞いてみると、下記のような回答が得られた。

【主な意見】（原文のまま）

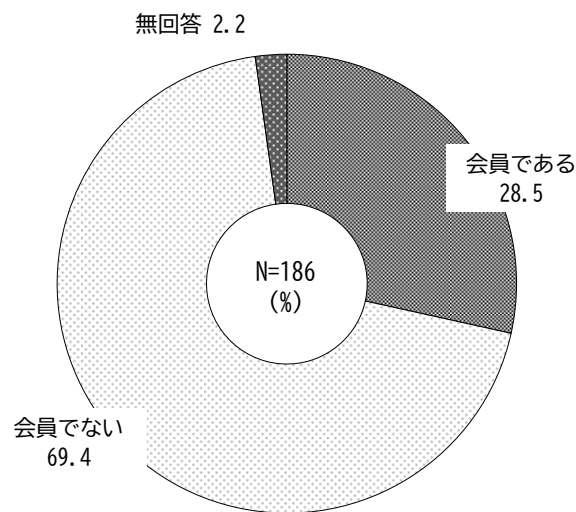
業種	内容
小売業	ネット販売の強化（売上げ含む）。
小売業	オリジナルブランド（made in Japan）の海外輸出の拡大。
小売業	独自のオリジナルサービス商品の開発や強化。
小売業	小売としての店頭販売の強化。
小売業	食品ロスの少ない物流・納品。
小売業	フィジカルイベントの開催。
宿泊業	事業としてはコストを意識して取り組む。飲食店からカフェ業務などを進める。
飲食サービス業	個の能力を上げる（接客業なので人が商品）、外見（衣装、美容）、内面（会話力、知識、思いやり）。
飲食サービス業	物販拡大（自販機の展開と弁当販売）。
生活関連サービス業	地方への出店、海外出店。
生活関連サービス業	新たな市場（取引・販売先）の開拓と商品メニュー（商品の組合せ）を考えたい。
生活関連サービス業	美容室なので定期的に来ているお客様の老化、健康懸念、精神的な不安による脱毛等があるのですが老化による老化現象、健康は多少なり予防は出来るので取り組みを発展させたい。
サービス業	人材確保のための一つ的手段として、シェアサロンの活用を検討しています。
サービス業	集客、売上増加を確保するために新たなプランを練り、そのための設備工事を行う計画です。
サービス業	無機質なサービスがふえている。サービス業として、暖かみのある安心感のある接客の大切さを残したい。ここでしかないと思われる技術を追求していきたい。
サービス業	訪日観光客への販売強化。
サービス業	海外とのイベント展開。動画 YouTube、TikTok の活用など。
その他	インターネット販売と事務仕事の IT 化。
その他	新しい形のエンタテインメント業界活性化事業の展開。

(6) 地域活性化について

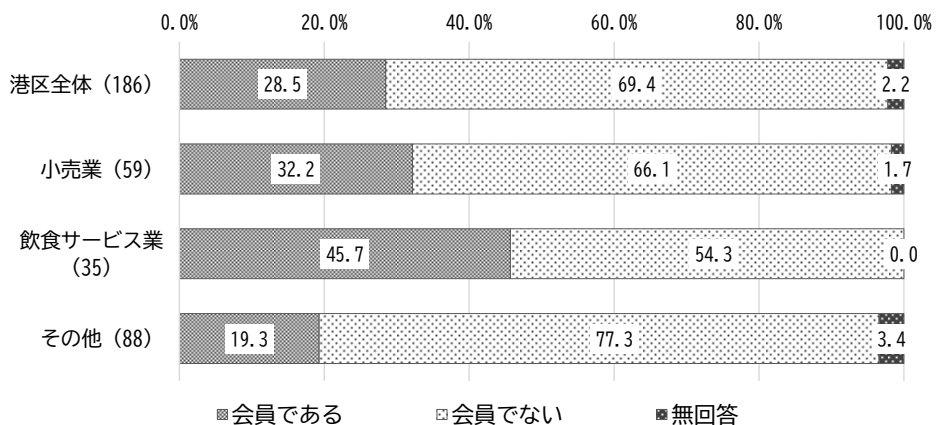
商店会への参加

- ・商店会に会員として参加しているか聞いてみると、「会員である」が28.5%、「会員でない」が69.4%となっている。
- ・業種別にみると、「会員である」は小売業で32.2%、飲食サービス業で45.7%、その他の業種で19.3%であった。

図表 商店会への参加【港区全体】

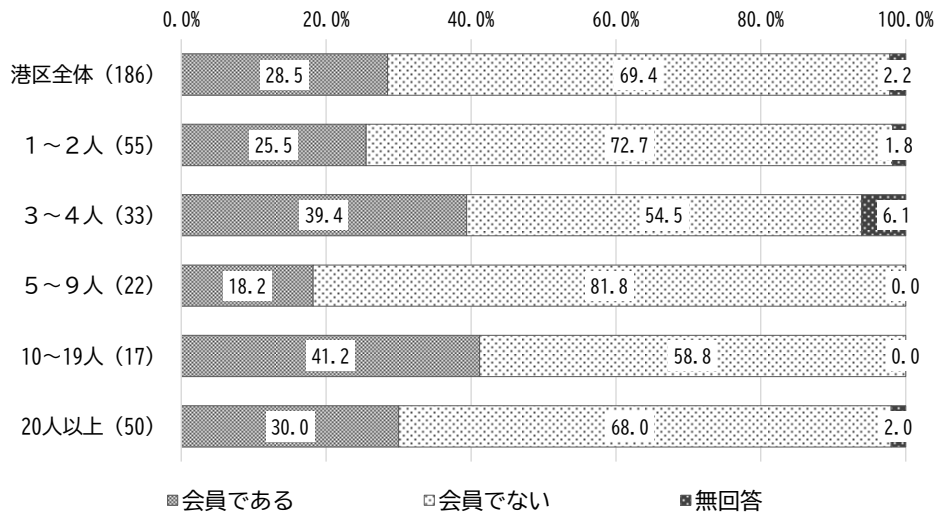


図表 商店会への参加【業種別】

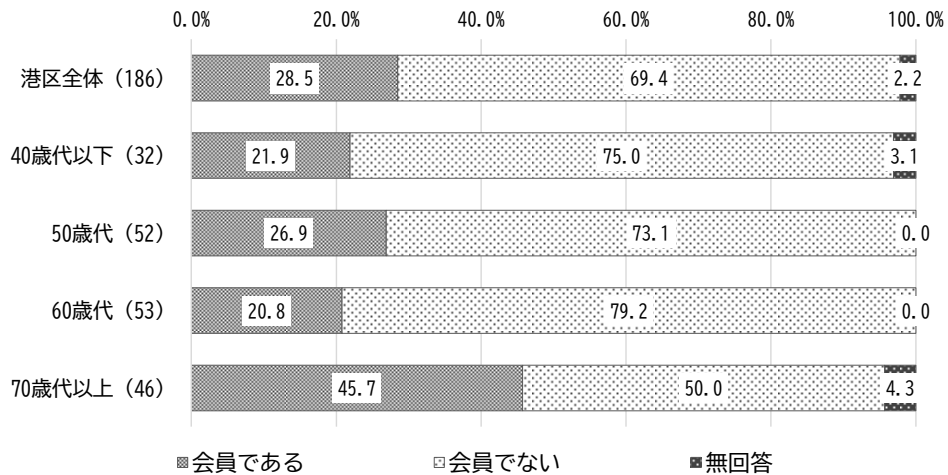


- ・従業者規模別にみると、10～19人、3～4人の規模で「会員である」は割合は多く、それぞれ41.2%、39.4%となっている。
- ・経営者年代別にみると、年代が上がるに連れて「会員である」の割合が増加しており、70歳代以上では45.7%と最も多く、商店会の課題の一つである会員の高齢化を裏付ける結果となっている。

図表 商店会への参加【従業者規模別】



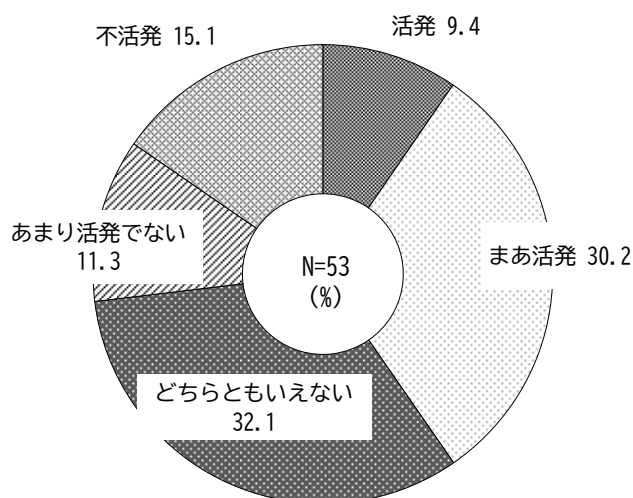
図表 商店会への参加【経営者年代別】



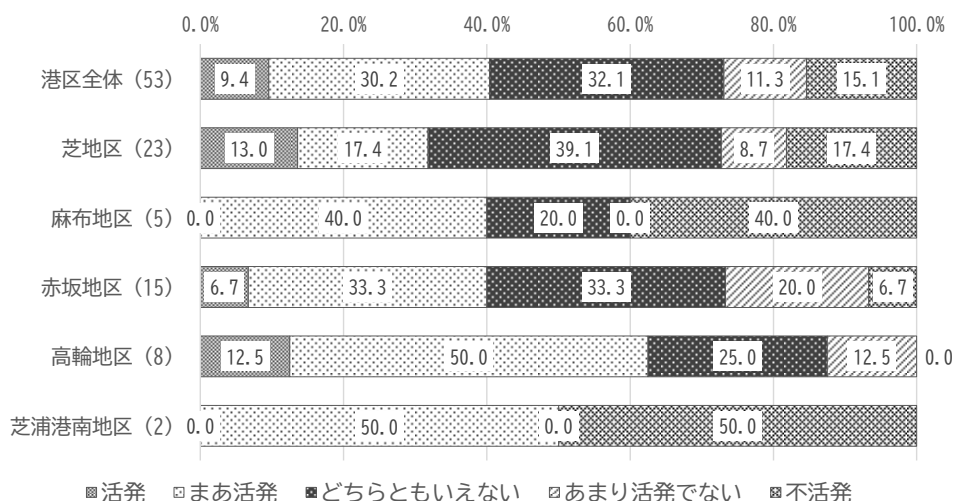
商店会活動

- ・前問で商店会の会員であると回答した 53 の事業所に商店会活動は活発か聞いてみると、「どちらともいえない」が 32.1%と最も多く、次いで「まあ活発」が 30.2%、「不活発」が 15.1%となっている。
- ・地区別にみると、「活発」、「まあ活発」の合計では、高輪地区が他地区と比較して最も多くなっている。一方、麻布地区や赤坂地区では「活発」、「まあ活発」が多いが、「あまり活発でない」、「不活発」も同様に多くなっている。

図表 商店会活動の様子 (N=53)



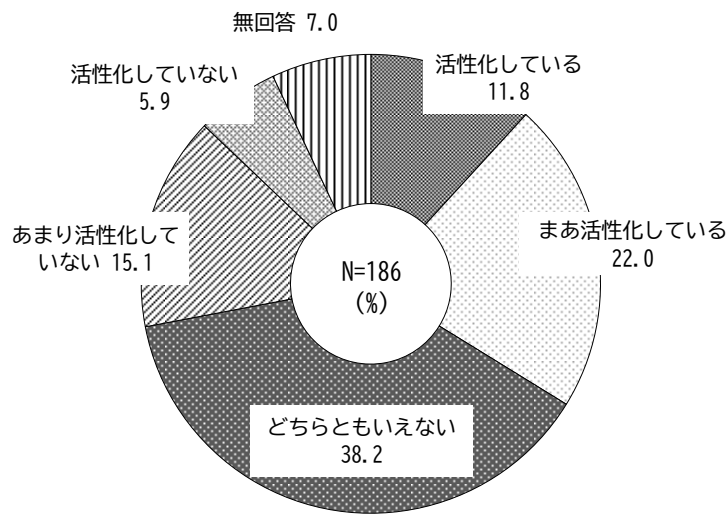
図表 商店会活動の様子【地区別】(N=53)



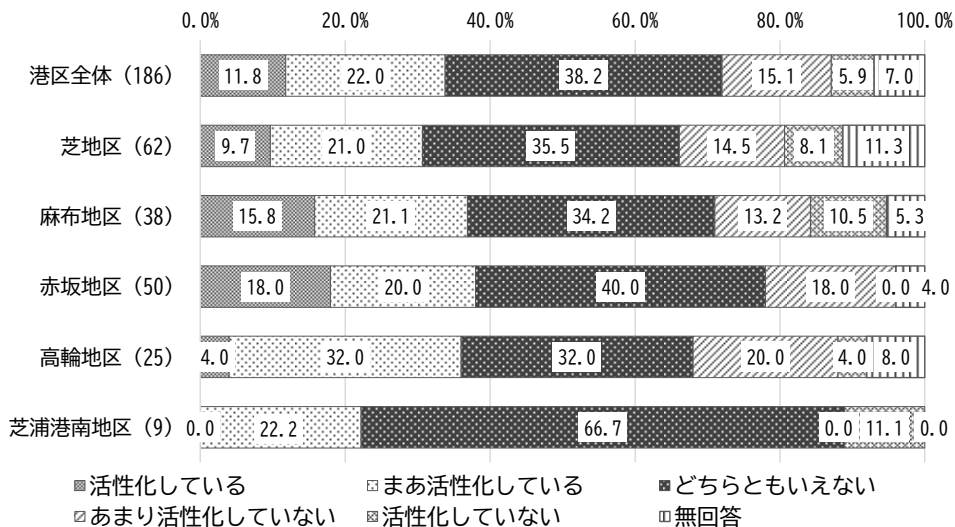
立地周辺の商業地域の活性化

- ・店舗・事業所が立地している地域または周辺の商業地域は活性化しているか聞いてみると、「どちらともいえない」が38.2%と最も多く、次いで「まあ活性化している」が22.0%、「あまり活性化していない」が15.1%となっており、「活性化している」、「まあ活性化している」の合計33.8%は、「あまり活性化していない」、「活性化していない」の合計21.0%を上回っている。
- ・地区別にみると、「活性化している」が多いのは、赤坂地区で18.0%、麻布地区で15.8%であった。一方、高輪地区では「あまり活性化していない」20.0%、「活性化していない」4.0%と、他地区と比較し、若干多くなっている。

図表 立地周辺の商業地域の活性化【港区全体】



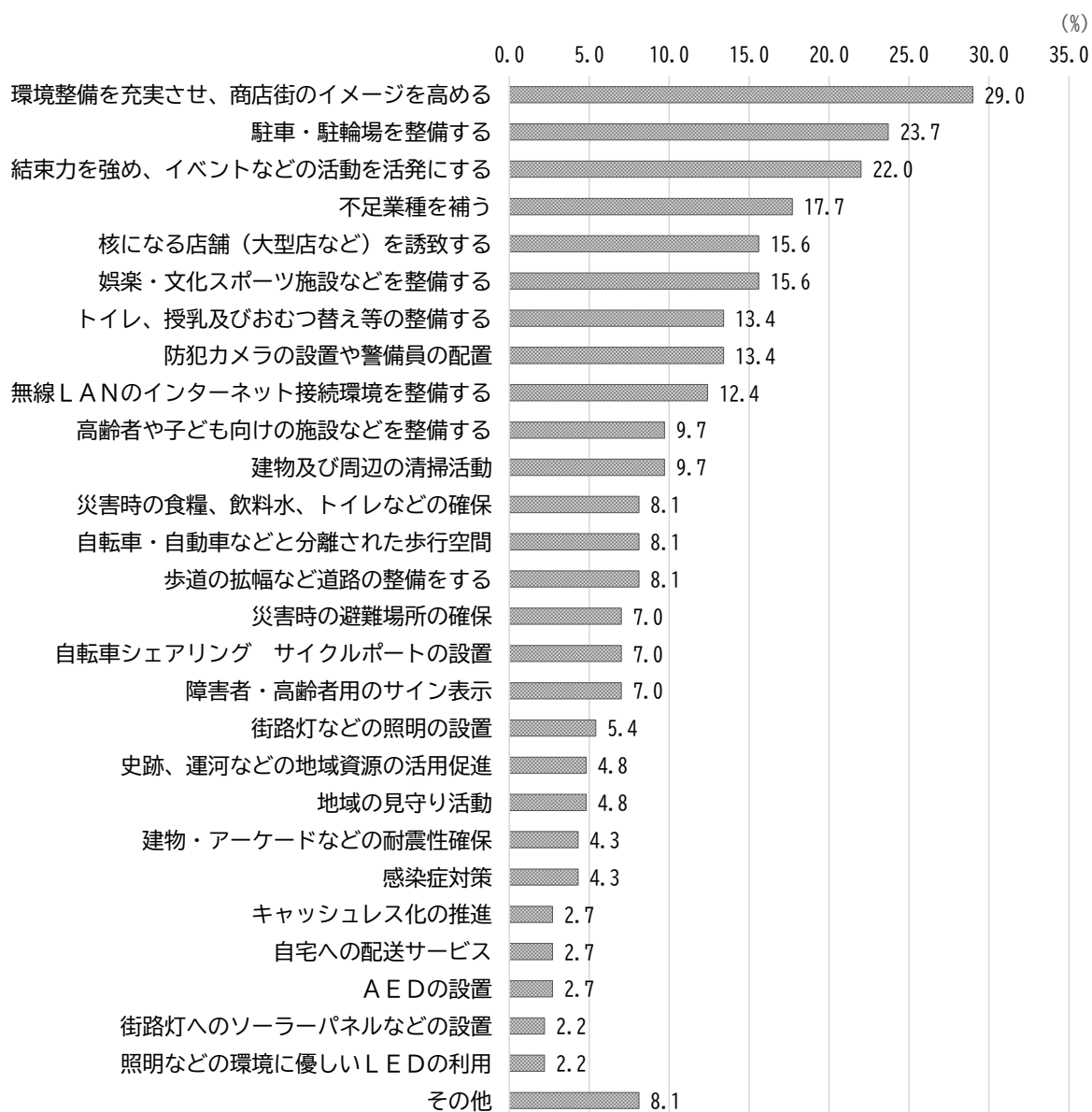
図表 立地周辺の商業地域の活性化【地区別】



立地周辺の商業地域全体の発展に必要な事項

- ・店舗・事業所が立地している地域または周辺の商業地域全体の発展のために必要と思うことについて聞いてみると、「環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める」が29.0%と最も多く、次いで「駐車・駐輪場を整備する」が23.7%、「結束力を強め、イベントなどの活動を活発にする」が22.0%となっている。
- ・業種別にみると、小売業では、「不足業種を補う」20.3%、「娯楽・文化スポーツ施設などを整備する」20.3%、その他の業種では、「核になる店舗（大型店など）を誘致する」20.5%などが他業種と比較して多くなっている。

図表 立地周辺の商業地域全体の発展に必要な事項【港区全体】



※無回答除く

・地区別にみると、麻布地区、高輪地区、芝浦港南地区では、「不足業種を補う」が比較的多くなっている。また、赤坂地区では「トイレ、授乳及びおむつ替えなどのスペース・設備を整備する」26.0%、芝浦港南地区では「建物及び周辺の清掃活動」33.3%が他地区と比較して多くなっている。

図表 立地周辺の商業地域全体の発展に必要な事項【業種別】

	不足業種を補う	核になる店舗（大型店など）を誘致する	高まる商業地域の環境整備を充実させる、商店街のイメージを高める	商業地域の結束力を強め、イベントなどの活動を活発にする	高齢者や子ども向けの施設などを整備する	娯楽・文化スポーツ施設などを整備する	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備する	トイレ、授乳及びおむつ替えなどのスペース・設備を整備する	無線LANのインターネット接続環境を整備する	キャッシュレス化の推進	自宅への配送サービス	災害時の避難場所の確保	災害時の食糧、飲料水、トイレなどの確保
港区全体	17.7	15.6	29.0	22.0	9.7	15.6	4.8	23.7	13.4	12.4	2.7	2.7	7.0	8.1
小売業	20.3	13.6	27.1	22.0	11.9	20.3	1.7	32.2	15.3	10.2	1.7	6.8	11.9	8.5
飲食サービス業	11.4	8.6	37.1	28.6	14.3	11.4	5.7	17.1	14.3	17.1	2.9	2.9	2.9	8.6
その他	18.2	20.5	27.3	19.3	6.8	14.8	6.8	20.5	11.4	12.5	3.4	-	5.7	6.8
	建物・アーケードなどの耐震性確保	街路灯などの照明の設置	防犯カメラの設置や警備員の配置	地域の見守り活動	街路灯へのソーラーパネルなどの設置	照明などの環境に優しいLEDの利用	自転車・自動車などと分離された歩行空間	自転車シェアリングの設置	建物及び周辺の清掃活動	障害者・高齢者用のサイン表示	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化など）	AEDの設置	感染症対策	その他
港区全体	4.3	5.4	13.4	4.8	2.2	2.2	8.1	7.0	9.7	7.0	8.1	2.7	4.3	8.1
小売業	3.4	8.5	15.3	6.8	3.4	1.7	13.6	11.9	10.2	6.8	3.4	3.4	1.7	5.1
飲食サービス業	5.7	5.7	22.9	5.7	2.9	2.9	5.7	2.9	8.6	5.7	5.7	5.7	8.6	5.7
その他	4.5	1.1	6.8	3.4	1.1	2.3	5.7	4.5	8.0	6.8	11.4	1.1	4.5	11.4

図表 立地周辺の商業地域全体の発展に必要な事項【従業者規模別】

	不足業種を補う	核になる店舗（大型店など）を誘致する	高まる商業地域の環境整備を充実させる、商店街のイメージを高める	商業地域の結束力を強め、イベントなどの活動を活発にする	高齢者や子ども向けの施設などを整備する	娯楽・文化スポーツ施設などを整備する	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備する	トイレ、授乳及びおむつ替えなどのスペース・設備を整備する	無線LANのインターネット接続環境を整備する	キャッシュレス化の推進	自宅への配送サービス	災害時の避難場所の確保	災害時の食糧、飲料水、トイレなどの確保
港区全体	17.7	15.6	29.0	22.0	9.7	15.6	4.8	23.7	13.4	12.4	2.7	2.7	7.0	8.1
1～2人	20.0	18.2	21.8	12.7	5.5	14.5	5.5	25.5	10.9	12.7	1.8	1.8	7.3	9.1
3～4人	18.2	18.2	27.3	21.2	9.1	9.1	6.1	30.3	12.1	15.2	3.0	-	6.1	9.1
5～9人	13.6	13.6	27.3	31.8	9.1	22.7	4.5	18.2	13.6	4.5	-	4.5	4.5	4.5
10～19人	17.6	5.9	41.2	35.3	11.8	17.6	-	11.8	11.8	11.8	-	5.9	5.9	11.8
20人以上	14.0	18.0	32.0	26.0	14.0	18.0	4.0	24.0	16.0	14.0	4.0	4.0	8.0	6.0
	建物・アーケードなどの耐震性確保	街路灯などの照明の設置	防犯カメラの設置や警備員の配置	地域の見守り活動	街路灯へのソーラーパネルなどの設置	照明などの環境に優しいLEDの利用	自転車・自動車などと分離された歩行空間	自転車シェアリングの設置	建物及び周辺の清掃活動	障害者・高齢者用のサイン表示	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化など）	AEDの設置	感染症対策	その他
港区全体	4.3	5.4	13.4	4.8	2.2	2.2	8.1	7.0	9.7	7.0	8.1	2.7	4.3	8.1
1～2人	1.8	12.7	20.0	9.1	1.8	3.6	9.1	9.1	12.7	7.3	14.5	3.6	7.3	10.9
3～4人	12.1	3.0	6.1	3.0	3.0	3.0	12.1	6.1	9.1	9.1	12.1	-	6.1	12.1
5～9人	4.5	-	4.5	-	-	-	4.5	9.1	-	13.6	13.6	-	-	13.6
10～19人	5.9	5.9	23.5	5.9	-	-	11.8	5.9	11.8	-	-	5.9	11.8	-
20人以上	2.0	-	6.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	10.0	2.0	-	2.0	-	4.0

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

図表 立地周辺の商業地域全体の発展に必要な事項【経営者年代別】

	不足業種を補う	核になる店舗（大型店など）を誘致する	商業地域の環境整備を充実させる、商店街のイメージを高める	商業地域の結束力を強め、イベントなどの活動を活発にする	高齢者や子ども向けの施設などを整備する	娯楽・文化スポーツ施設などを整備する	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備する	トイレ、授乳及びおむつ替え等のスペース・設備を整備する	無線LANのインターネット接続環境を整備する	キャッシュレス化の推進	自宅への配送サービス	災害時の避難場所の確保	災害時の食糧、飲料水、トイレなどの確保
港区全体	17.7	15.6	29.0	22.0	9.7	15.6	4.8	23.7	13.4	12.4	2.7	2.7	7.0	8.1
40歳代	18.8	12.5	21.9	25.0	6.3	12.5	3.1	25.0	25.0	9.4	3.1	3.1	3.1	3.1
50歳代	9.6	17.3	32.7	26.9	11.5	15.4	-	15.4	11.5	7.7	1.9	3.8	7.7	3.8
60歳代	26.4	18.9	24.5	20.8	7.5	18.9	5.7	26.4	1.9	18.9	5.7	-	9.4	11.3
70歳代以上	17.4	13.0	34.8	15.2	13.0	15.2	10.9	28.3	19.6	13.0	-	4.3	6.5	13.0
	建物・アーケードなどの耐震性確保	街路灯などの照明の設置	防犯カメラの設置や警備員の配置	地域の見守り活動	街路灯へのソーラーパネルなどの設置	照明などの環境に優しいLEDの利用	自転車・自動車などと分離された歩行空間	自転車シェアリング サイクルポートの設置	建物及び周辺の清掃活動	障害者・高齢者用のサイン表示	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化など）をする	AEDの設置	感染症対策	その他
港区全体	4.3	5.4	13.4	4.8	2.2	2.2	8.1	7.0	9.7	7.0	8.1	2.7	4.3	8.1
40歳代	3.1	6.3	6.3	3.1	3.1	-	9.4	21.9	6.3	3.1	3.1	-	6.3	3.1
50歳代	5.8	3.8	23.1	7.7	-	-	9.6	1.9	15.4	1.9	1.9	7.7	3.8	15.4
60歳代	-	-	3.8	-	1.9	1.9	7.5	3.8	5.7	5.7	13.2	-	1.9	5.7
70歳代以上	8.7	10.9	17.4	8.7	4.3	6.5	6.5	4.3	10.9	15.2	13.0	2.2	6.5	6.5

図表 立地周辺の商業地域全体の発展に必要な事項【地区別】

	不足業種を補う	核になる店舗（大型店など）を誘致する	商業地域の環境整備を充実させる、商店街のイメージを高める	商業地域の結束力を強め、イベントなどの活動を活発にする	高齢者や子ども向けの施設などを整備する	娯楽・文化スポーツ施設などを整備する	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備する	トイレ、授乳及びおむつ替え等のスペース・設備を整備する	無線LANのインターネット接続環境を整備する	キャッシュレス化の推進	自宅への配送サービス	災害時の避難場所の確保	災害時の食糧、飲料水、トイレなどの確保
港区全体	17.7	15.6	29.0	22.0	9.7	15.6	4.8	23.7	13.4	12.4	2.7	2.7	7.0	8.1
芝地区	11.3	12.9	24.2	19.4	11.3	12.9	4.8	25.8	12.9	9.7	1.6	3.2	9.7	8.1
麻布地区	23.7	13.2	21.1	23.7	-	13.2	5.3	18.4	7.9	10.5	5.3	2.6	2.6	5.3
赤坂地区	14.0	16.0	38.0	26.0	10.0	20.0	-	22.0	26.0	14.0	2.0	-	10.0	10.0
高輪地区	32.0	28.0	32.0	20.0	16.0	16.0	16.0	24.0	-	16.0	4.0	4.0	4.0	12.0
芝浦港南地区	22.2	11.1	33.3	11.1	22.2	22.2	-	33.3	-	22.2	-	11.1	-	-
	建物・アーケードなどの耐震性確保	街路灯などの照明の設置	防犯カメラの設置や警備員の配置	地域の見守り活動	街路灯へのソーラーパネルなどの設置	照明などの環境に優しいLEDの利用	自転車・自動車などと分離された歩行空間	自転車シェアリング サイクルポートの設置	建物及び周辺の清掃活動	障害者・高齢者用のサイン表示	歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化など）をする	AEDの設置	感染症対策	その他
港区全体	4.3	5.4	13.4	4.8	2.2	2.2	8.1	7.0	9.7	7.0	8.1	2.7	4.3	8.1
芝地区	8.1	3.2	12.9	6.5	3.2	4.8	8.1	4.8	11.3	9.7	8.1	1.6	6.5	6.5
麻布地区	2.6	5.3	18.4	5.3	-	-	15.8	2.6	10.5	2.6	7.9	-	-	15.8
赤坂地区	4.0	8.0	16.0	2.0	-	-	4.0	10.0	6.0	8.0	12.0	8.0	6.0	4.0
高輪地区	-	4.0	-	4.0	8.0	4.0	8.0	8.0	4.0	4.0	4.0	-	-	12.0
芝浦港南地区	-	-	11.1	11.1	-	-	-	11.1	33.3	-	-	-	11.1	-

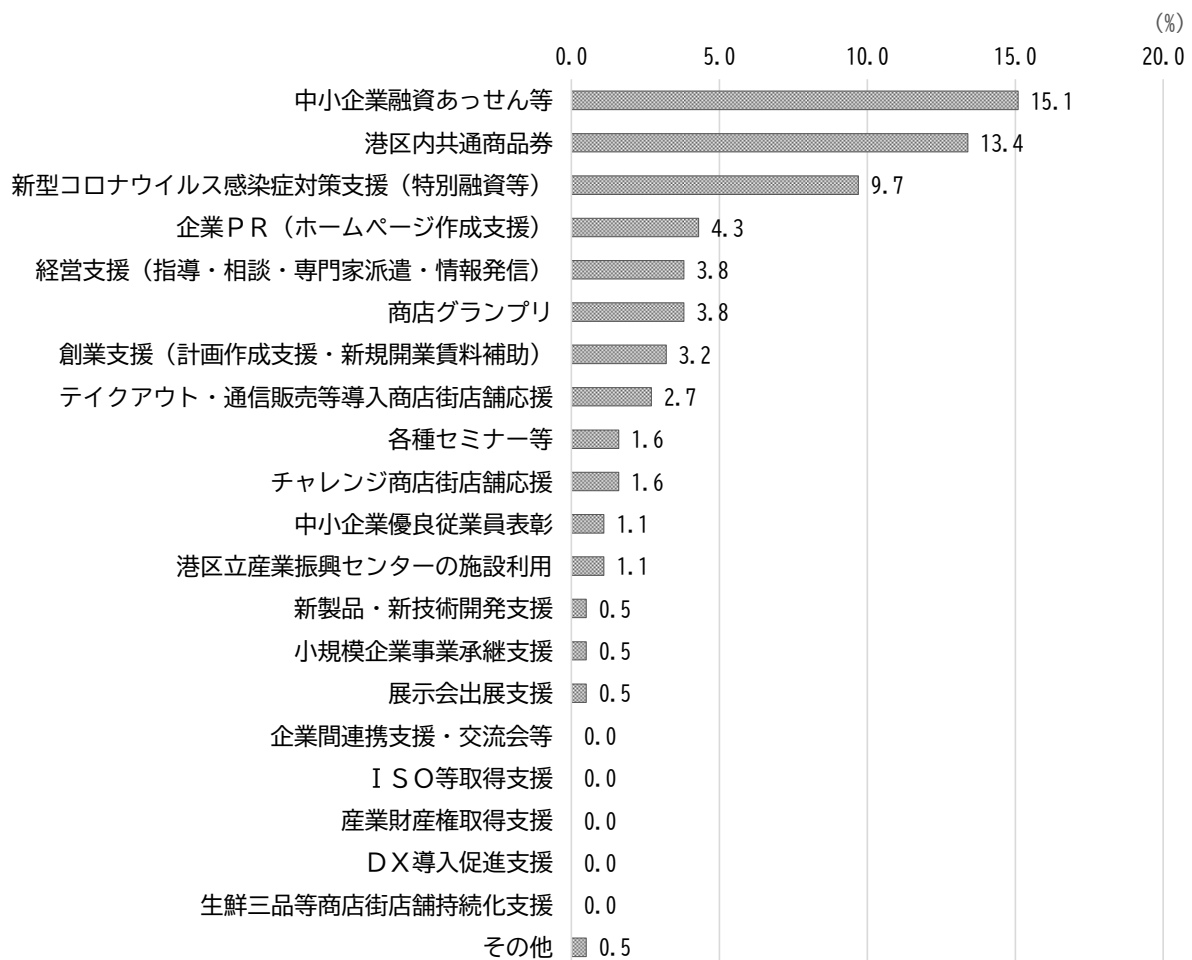
*網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

(7) 事業活動への支援・ニーズについて

利用した施策

- ・港区が行っている産業振興施策に、これまでに利用した支援策があるかを聞いてみると、「中小企業融資あっせん等」で15.1%と最も多く、次いで「港区内共通商品券」が13.4%、「新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）」が9.7%の順であった。
- ・業種別、従業者規模別、経営者の年代別にみても、港区全体と同様の傾向で、特に大きな特徴等は見られなかった。

図表 利用した施策【港区全体】



図表 利用した施策【業種別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成補助）・新規開業賃料補助	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	I SO等取得支援	産業財産権取得支援	D X導入促進支援
港区全体	4.3	3.2	-	0.5	0.5	1.6	3.8	0.5	-	-	-
小売業	5.1	3.4	-	-	1.7	1.7	3.4	1.7	-	-	-
飲食サービス業	2.9	5.7	-	-	-	5.7	5.7	-	-	-	-
その他	4.5	2.3	-	1.1	-	-	3.4	-	-	-	-

	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん	商店グランプリ	チャレンジショップ店舗改装支援（小売業等店舗含む）	新鮮三品等商店街店舗持続化支援	生鮮三品等商店街店舗	リークアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗応援	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	港区内共通商品券	その他
港区全体	1.1	15.1	3.8	1.6	-	2.7	9.7	1.1	13.4	0.5	
小売業	1.7	11.9	1.7	3.4	-	5.1	11.9	3.4	15.3	-	
飲食サービス業	-	14.3	-	-	-	2.9	2.9	-	11.4	-	
その他	1.1	18.2	5.7	1.1	-	-	11.4	-	12.5	1.1	

図表 利用した施策【従業者規模別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成補助）・新規開業賃料補助	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	I SO等取得支援	産業財産権取得支援	D X導入促進支援
港区全体	4.3	3.2	-	0.5	0.5	1.6	3.8	0.5	-	-	-
1～2人	1.8	3.6	-	-	-	-	3.6	-	-	-	-
3～4人	9.1	9.1	-	-	3.0	-	9.1	-	-	-	-
5～9人	4.5	-	-	-	-	-	-	4.5	-	-	-
10～19人	5.9	-	-	-	-	-	5.9	-	-	-	-
20人以上	2.0	2.0	-	2.0	-	6.0	2.0	-	-	-	-

	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん	商店グランプリ	チャレンジショップ店舗改装支援（小売業等店舗含む）	新鮮三品等商店街店舗持続化支援	生鮮三品等商店街店舗	リークアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗応援	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	港区内共通商品券	その他
港区全体	1.1	15.1	3.8	1.6	-	2.7	9.7	1.1	13.4	0.5	
1～2人	-	14.5	3.6	-	-	1.8	9.1	1.8	12.7	-	
3～4人	3.0	15.2	9.1	-	-	9.1	18.2	3.0	27.3	-	
5～9人	4.5	18.2	4.5	4.5	-	-	4.5	-	9.1	-	
10～19人	-	41.2	5.9	5.9	-	-	23.5	-	11.8	-	
20人以上	-	6.0	-	2.0	-	2.0	4.0	-	8.0	2.0	

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

図表 利用した施策【経営者年代別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成補助）・新規開業賃料補助	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	I S O 等取得支援	産業財産権取得支援	D X 導入促進支援
港区全体	4.3	3.2	-	0.5	0.5	1.6	3.8	0.5	-	-	-
40歳代	3.1	6.3	-	-	-	-	3.1	-	-	-	-
50歳代	5.8	5.8	-	1.9	-	3.8	5.8	-	-	-	-
60歳代	1.9	1.9	-	-	-	-	1.9	1.9	-	-	-
70歳代以上	6.5	-	-	-	2.2	2.2	4.3	-	-	-	-

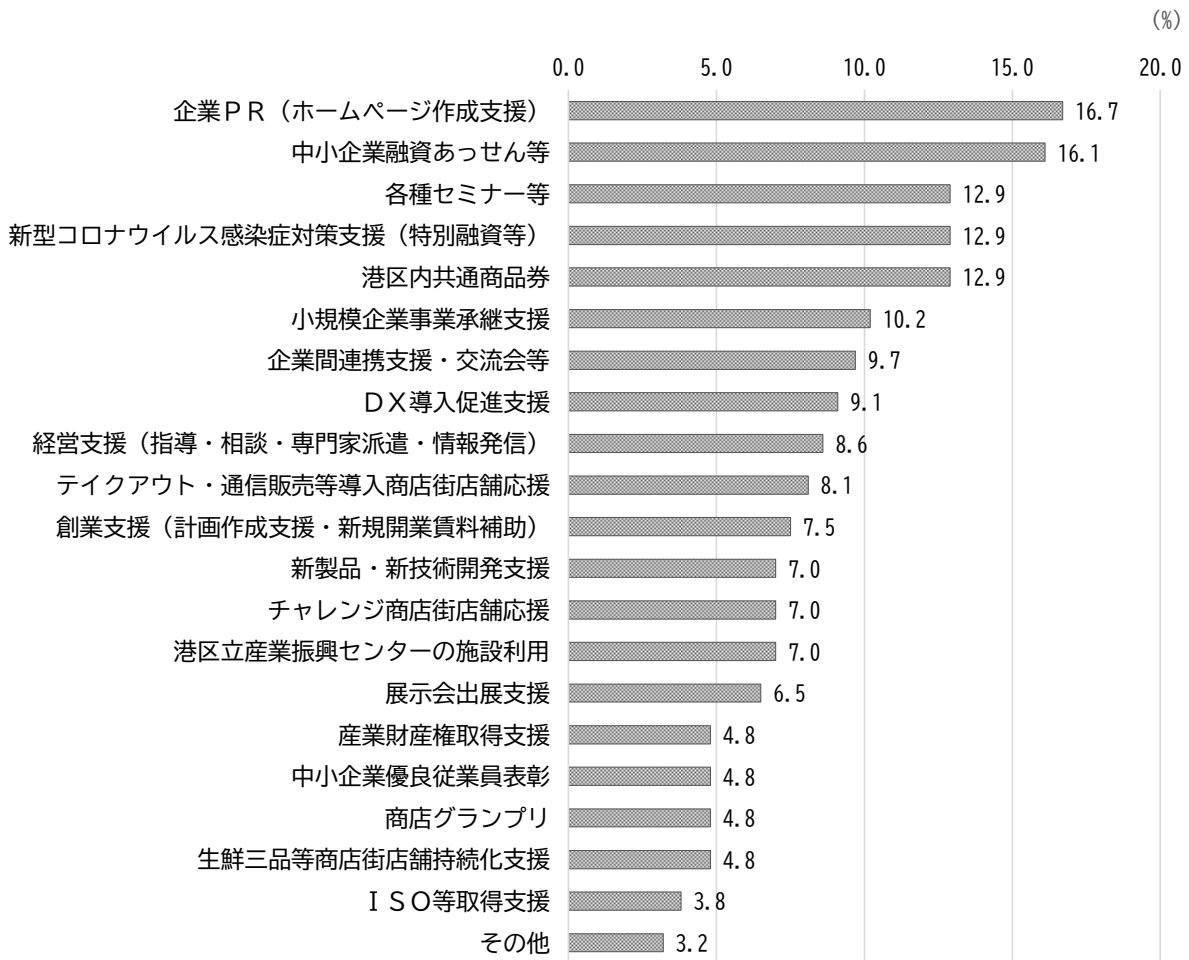
	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん	商店グランプリ	チャレンジショップ等店舗改装支援（小売業等店舗含む）	持続化支援	生鮮食品等商店街店舗	リークアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗支援	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	港区内共通商品券	その他
港区全体	1.1	15.1	3.8	1.6	-	2.7	9.7	1.1	13.4	0.5	
40歳代	-	12.5	-	3.1	-	6.3	9.4	3.1	12.5	-	
50歳代	-	17.3	3.8	-	-	1.9	9.6	-	7.7	-	
60歳代	-	18.9	-	-	-	-	7.5	1.9	9.4	1.9	
70歳代以上	4.3	10.9	10.9	4.3	-	4.3	13.0	-	26.1	-	

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

今後関心のある施策

- ・港区が行っている産業振興施策に、今後関心のある支援策を聞いてみると、「企業PR（ホームページ作成支援）」が16.7%と最も多く、次いで「中小企業融資あっせん等」が16.1%、「各種セミナー等」、「新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）」、「港区内共通商品券」がともに12.9%であった。
- ・業種別にみると、小売業では、「経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）」が13.6%、飲食サービス業では、「テイクアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗応援」が14.3%と、他の業種よりも多くなっている。
- ・従業者規模別では、10～19人、20人以上の比較的大規模な事業所において、「DX導入促進支援」が多くなっている。

図表 今後関心のある施策【港区全体】



図表 今後関心のある施策【業種別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成補助・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	I SO等取得支援	産業財産権取得支援	D X導入促進支援
港区全体	16.7	7.5	9.7	7.0	10.2	12.9	8.6	6.5	3.8	4.8	9.1
小売業	18.6	10.2	11.9	8.5	10.2	16.9	13.6	8.5	6.8	6.8	10.2
飲食サービス業	17.1	2.9	2.9	5.7	2.9	5.7	5.7	2.9	2.9	2.9	5.7
その他	15.9	8.0	11.4	6.8	13.6	12.5	6.8	6.8	2.3	4.5	9.1
	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん	商店グランプリ	チャレンジショップ店舗改装支援（小売業等店舗含む）	持続化支援	生鮮三品等商店街店舗	リークアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗応援	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	港区内共通商品券	その他
港区全体	4.8	16.1	4.8	7.0	4.8	8.1	12.9	7.0	12.9	3.2	
小売業	10.2	16.9	10.2	11.9	8.5	11.9	11.9	8.5	25.4	5.1	
飲食サービス業	2.9	11.4	2.9	2.9	2.9	14.3	11.4	5.7	11.4	-	
その他	2.3	18.2	2.3	5.7	3.4	3.4	14.8	6.8	5.7	3.4	

図表 今後関心のある施策【従業者規模別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成補助・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	I SO等取得支援	産業財産権取得支援	D X導入促進支援
港区全体	16.7	7.5	9.7	7.0	10.2	12.9	8.6	6.5	3.8	4.8	9.1
1～2人	16.4	3.6	3.6	5.5	5.5	7.3	7.3	1.8	1.8	3.6	1.8
3～4人	15.2	9.1	6.1	9.1	6.1	6.1	3.0	6.1	-	-	3.0
5～9人	22.7	9.1	13.6	4.5	13.6	9.1	4.5	-	-	4.5	-
10～19人	23.5	11.8	11.8	5.9	11.8	17.6	11.8	5.9	5.9	5.9	17.6
20人以上	16.0	10.0	18.0	10.0	18.0	24.0	16.0	16.0	10.0	10.0	22.0
	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん	商店グランプリ	チャレンジショップ店舗改装支援（小売業等店舗含む）	持続化支援	生鮮三品等商店街店舗	リークアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗応援	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	港区内共通商品券	その他
港区全体	4.8	16.1	4.8	7.0	4.8	8.1	12.9	7.0	12.9	3.2	
1～2人	1.8	7.3	1.8	1.8	3.6	5.5	7.3	3.6	5.5	1.8	
3～4人	-	15.2	-	6.1	-	3.0	12.1	9.1	9.1	-	
5～9人	-	22.7	-	4.5	-	18.2	9.1	-	4.5	-	
10～19人	5.9	35.3	5.9	11.8	5.9	11.8	35.3	17.6	23.5	-	
20人以上	14.0	18.0	14.0	12.0	10.0	10.0	14.0	10.0	24.0	10.0	

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

図表 今後関心のある施策【経営者年代別】

	企業PR（ホームページ作成支援）	創業支援（計画作成補助・新規開業賃料補助）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援	小規模企業事業承継支援	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	展示会出展支援	I S O 等取得支援	産業財産権取得支援	D X 導入促進支援
港区全体	16.7	7.5	9.7	7.0	10.2	12.9	8.6	6.5	3.8	4.8	9.1
40歳代	15.6	12.5	6.3	3.1	3.1	12.5	-	-	-	3.1	-
50歳代	17.3	11.5	15.4	13.5	11.5	15.4	11.5	15.4	11.5	11.5	19.2
60歳代	13.2	1.9	9.4	-	9.4	13.2	13.2	5.7	-	-	9.4
70歳代以上	21.7	6.5	6.5	10.9	15.2	8.7	6.5	2.2	2.2	4.3	2.2

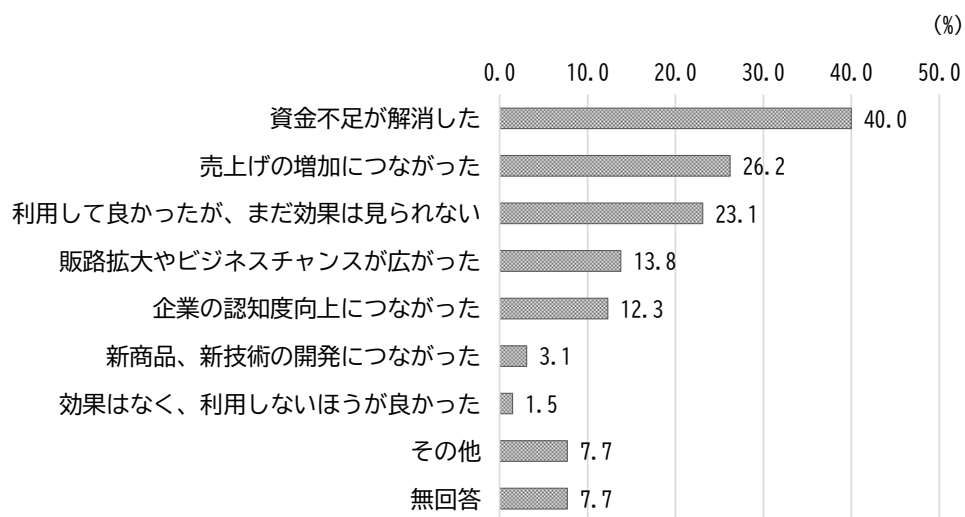
	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん	商店グランプリ	チャレンジショップ店舗改装支援（小売業等店舗含む）	持続化支援	生鮮食品等商店街店舗	リークアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗支援	新型コロナウイルス感染症対策支援（特別融資等）	港区立産業振興センターの施設利用	港区内共通商品券	その他
港区全体	4.8	16.1	4.8	7.0	4.8	8.1	12.9	7.0	12.9	3.2	
40歳代	3.1	15.6	6.3	6.3	-	3.1	6.3	6.3	3.1	6.3	
50歳代	11.5	26.9	11.5	13.5	13.5	11.5	26.9	19.2	23.1	3.8	
60歳代	1.9	9.4	-	1.9	-	7.5	9.4	-	11.3	1.9	
70歳代以上	2.2	13.0	2.2	6.5	4.3	8.7	6.5	2.2	10.9	2.2	

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

施策の効果

・港区が行っている産業振興施策を利用したことのある 65 事業者に、どのような支援の効果があったか聞いてみると、「資金不足が解消した」が 40.0%と最も多く、次いで「売上げの増加につながった」が 26.2%、「利用して良かったが、まだ効果は見られない」が 23.1%であった。一方、「効果はなく、利用しないほうが良かった」という回答は 1.5%あった。

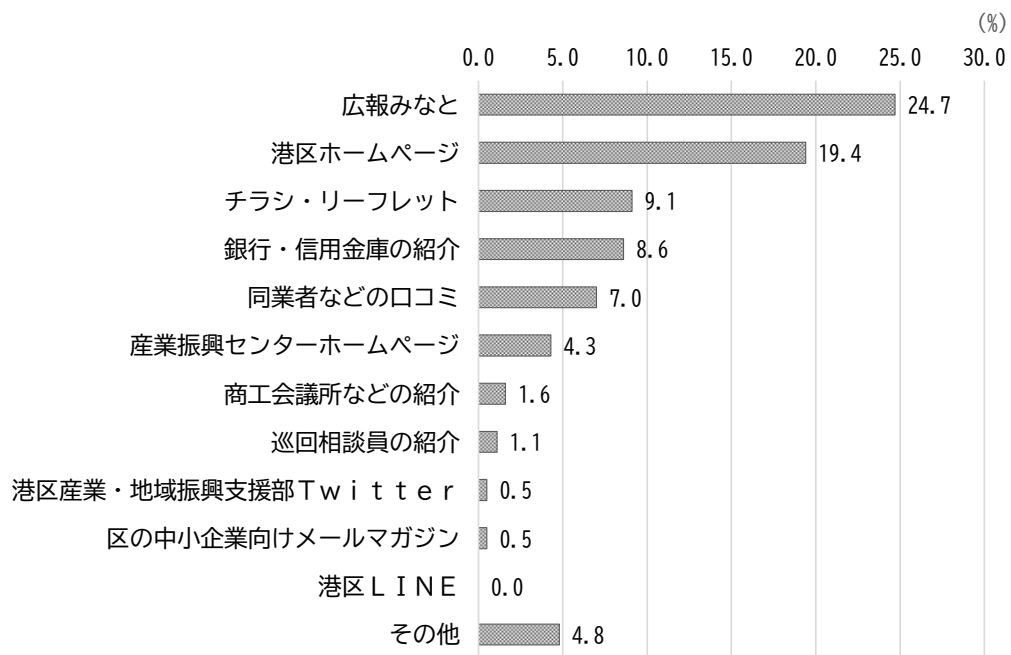
図表 施策の効果【港区全体】



施策情報の入手手段

- ・区内産業振興に向けての施策の情報をどのような手段で入手したか聞いてみると、「広報みなと」が24.7%と最も多く、次いで「港区ホームページ」が19.4%、その他の手段は10%以下となっており、上位2媒体が主要な情報源となっている。一方で、「港区LINE」の活用は見られなかった。
- ・経営者の年代別にみると、全体の傾向と同じであるが、年代が上がるほど「広報みなと」が多く、年代が下がると「港区ホームページ」の割合が多くなる傾向がみられた。

図表 施策情報の入手手段【港区全体】



図表 施策情報の入手手段【業種別】

	広報みなど	港区ホームページ	港区LINE	産業振興センターホームページ	港区産業・地域振興支援部Twitter	区の中小企業向けメールマガジン	チラシ・リーフレット	商工会議所などの紹介	銀行・信用金庫の紹介	巡回相談員の紹介	同業者などの口コミ	その他
港区全体	24.7	19.4	-	4.3	0.5	0.5	9.1	1.6	8.6	1.1	7.0	4.8
小売業	30.5	15.3	-	6.8	1.7	1.7	13.6	-	6.8	-	8.5	5.1
飲食サービス業	20.0	17.1	-	8.6	-	-	5.7	5.7	11.4	-	8.6	5.7
その他	22.7	23.9	-	1.1	-	-	8.0	1.1	9.1	2.3	5.7	4.5

図表 施策情報の入手手段【従業者規模別】

	広報みなど	港区ホームページ	港区LINE	産業振興センターホームページ	港区産業・地域振興支援部Twitter	区の中小企業向けメールマガジン	チラシ・リーフレット	商工会議所などの紹介	銀行・信用金庫の紹介	巡回相談員の紹介	同業者などの口コミ	その他
港区全体	24.7	19.4	-	4.3	0.5	0.5	9.1	1.6	8.6	1.1	7.0	4.8
1～2人	23.6	10.9	-	1.8	1.8	-	9.1	-	5.5	-	14.5	3.6
3～4人	27.3	27.3	-	6.1	-	-	3.0	-	12.1	3.0	-	6.1
5～9人	31.8	27.3	-	4.5	-	4.5	13.6	4.5	-	-	9.1	4.5
10～19人	5.9	29.4	-	11.8	-	-	11.8	-	29.4	-	11.8	-
20人以上	28.0	18.0	-	4.0	-	-	10.0	2.0	8.0	2.0	2.0	8.0

図表 施策情報の入手手段【経営者年代別】

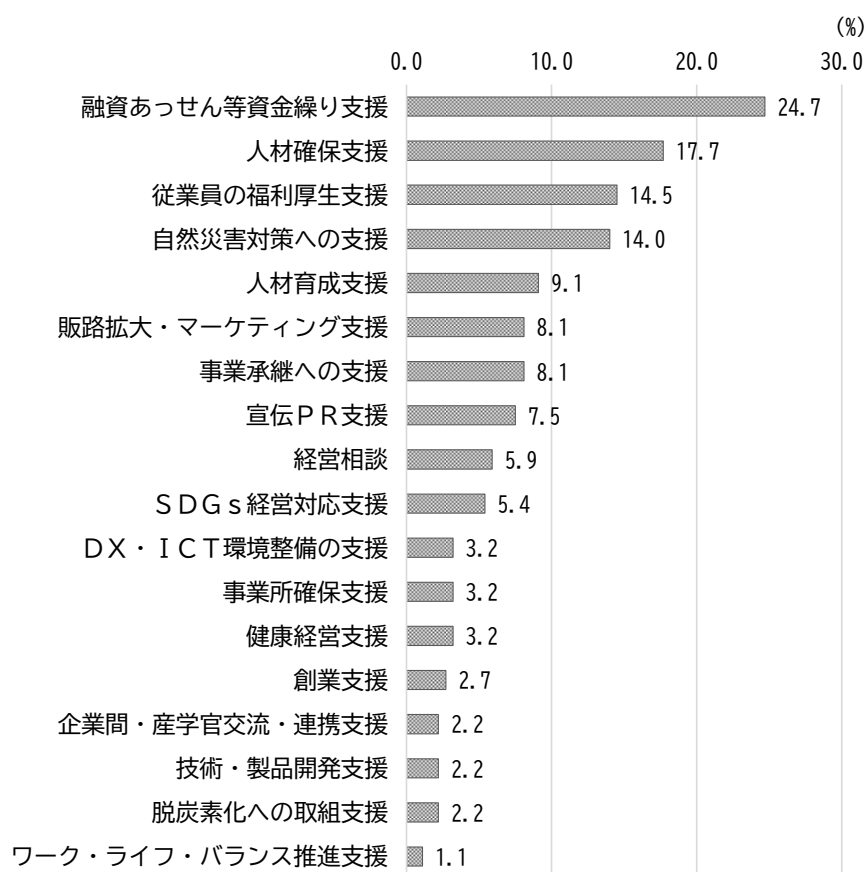
	広報みなど	港区ホームページ	港区LINE	産業振興センターホームページ	港区産業・地域振興支援部Twitter	区の中小企業向けメールマガジン	チラシ・リーフレット	商工会議所などの紹介	銀行・信用金庫の紹介	巡回相談員の紹介	同業者などの口コミ	その他
港区全体	24.7	19.4	-	4.3	0.5	0.5	9.1	1.6	8.6	1.1	7.0	4.8
40歳代	12.5	21.9	-	9.4	-	-	3.1	-	6.3	-	3.1	6.3
50歳代	23.1	25.0	-	5.8	-	-	11.5	3.8	11.5	1.9	9.6	5.8
60歳代	28.3	15.1	-	3.8	1.9	1.9	7.5	1.9	11.3	-	7.5	3.8
70歳代以上	32.6	17.4	-	-	-	-	13.0	-	4.3	2.2	6.5	4.3

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

今後区へ望む支援

- ・今後、区に対して望む支援について聞いてみると、「融資あっせん等資金繰り支援」が24.7%と最も多く、次いで「人材育成支援」が17.7%、「従業員の福利厚生支援」が14.5%、「自然災害対策への支援」が14.0%となっている。
- ・業種別にみると、小売業では「自然災害対策への支援」18.6%、飲食サービス業では「宣伝PR支援」8.6%が他業種と比較して特に多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、3～4人、5～9人の規模では、「販路拡大・マーケティング支援」、10～19人の規模では、「人材育成支援」が他の規模に比べ多くなっている。また、10～19人、20人以上の比較的大きな従業者の規模では、「従業員の福利厚生支援」を望む割合が多くなっている。

図表 今後区へ望む支援【港区全体】



図表 今後区へ望む支援【業種別】

	人材育成支援	企業間・産学官交流・連携支援	人材確保支援	販路拡大・マーケティング支援	技術・製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業支援	SDGs経営対応支援	従業員の福利厚生支援
港区全体	9.1	2.2	17.7	8.1	2.2	5.9	24.7	2.7	5.4	14.5
小売業	11.9	-	13.6	18.6	1.7	5.1	13.6	5.1	5.1	15.3
飲食サービス業	2.9	-	17.1	-	-	5.7	28.6	2.9	2.9	17.1
その他	10.2	3.4	20.5	4.5	3.4	6.8	30.7	1.1	6.8	12.5

	DX・ICT環境整備の支援	事業所確保支援	宣伝PR支援	ワークス・ライフ推進支援	健康経営支援	事業承継への支援	自然災害対策への支援	脱炭素化への取組支援	特にない	その他
港区全体	3.2	3.2	7.5	1.1	3.2	8.1	14.0	2.2	13.4	1.6
小売業	3.4	6.8	6.8	-	5.1	8.5	18.6	-	20.3	-
飲食サービス業	-	-	8.6	-	-	-	11.4	2.9	20.0	2.9
その他	4.5	2.3	8.0	2.3	3.4	11.4	11.4	3.4	5.7	2.3

図表 今後区へ望む支援【従業者規模別】

	人材育成支援	企業間・産学官交流・連携支援	人材確保支援	販路拡大・マーケティング支援	技術・製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業支援	SDGs経営対応支援	従業員の福利厚生支援
港区全体	9.1	2.2	17.7	8.1	2.2	5.9	24.7	2.7	5.4	14.5
1～2人	1.8	1.8	5.5	3.6	3.6	3.6	21.8	3.6	3.6	3.6
3～4人	6.1	-	18.2	18.2	3.0	12.1	27.3	3.0	3.0	15.2
5～9人	9.1	4.5	18.2	18.2	4.5	-	31.8	4.5	-	9.1
10～19人	35.3	5.9	17.6	-	-	5.9	41.2	5.9	17.6	23.5
20人以上	12.0	-	32.0	6.0	-	6.0	16.0	-	6.0	24.0

	DX・ICT環境整備の支援	事業所確保支援	宣伝PR支援	ワークス・ライフ推進支援	健康経営支援	事業承継への支援	自然災害対策への支援	脱炭素化への取組支援	特にない	その他
港区全体	3.2	3.2	7.5	1.1	3.2	8.1	14.0	2.2	13.4	1.6
1～2人	1.8	1.8	10.9	-	1.8	10.9	12.7	1.8	23.6	-
3～4人	-	3.0	3.0	-	6.1	15.2	15.2	3.0	6.1	9.1
5～9人	-	9.1	4.5	-	-	-	13.6	-	9.1	-
10～19人	5.9	-	5.9	11.8	-	-	5.9	-	-	-
20人以上	8.0	4.0	10.0	-	4.0	6.0	12.0	4.0	16.0	-

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

図表 今後区へ望む支援【経営者年代別】

	人材育成支援	企業間・産学官交流・連携支援	人材確保支援	販路拡大・マーケティング支援	技術・製品開発支援	経営相談	融資あっせん等資金繰り支援	創業支援	SDGs経営対応支援	従業員の福利厚生支援
港区全体	9.1	2.2	17.7	8.1	2.2	5.9	24.7	2.7	5.4	14.5
40歳代	15.6	3.1	12.5	9.4	9.4	3.1	18.8	3.1	3.1	12.5
50歳代	13.5	1.9	23.1	3.8	1.9	9.6	28.8	1.9	5.8	19.2
60歳代	5.7	1.9	24.5	11.3	-	3.8	26.4	5.7	5.7	11.3
70歳代以上	4.3	-	8.7	8.7	-	6.5	23.9	-	6.5	13.0

	D X・ICT環境整備の支援	事業所確保支援	宣伝PR支援	ワークス・ライフ・推進支援	健康経営支援	事業承継への支援	自然災害対策への支援	脱炭素化への取組支援	特にない	その他
港区全体	3.2	3.2	7.5	1.1	3.2	8.1	14.0	2.2	13.4	1.6
40歳代	-	3.1	9.4	3.1	3.1	9.4	15.6	-	18.8	-
50歳代	3.8	1.9	5.8	1.9	-	3.8	11.5	-	5.8	1.9
60歳代	7.5	3.8	11.3	-	3.8	3.8	7.5	5.7	18.9	-
70歳代以上	-	4.3	4.3	-	6.5	17.4	21.7	2.2	13.0	4.3

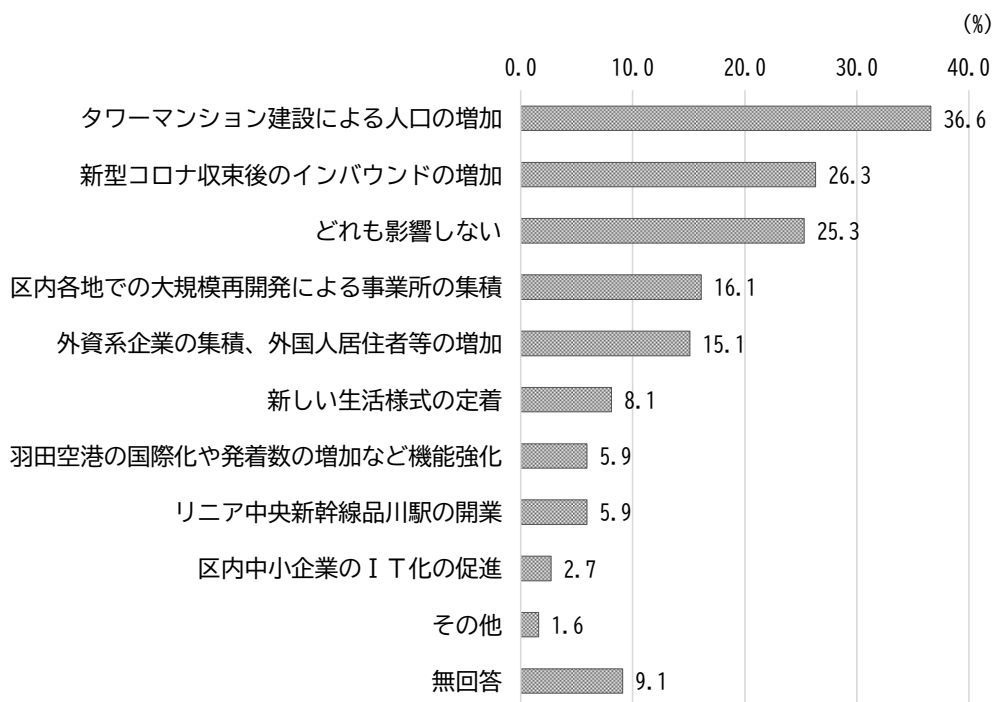
※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

(8) 港区の景気動向について

売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化

- ・今後港区において想定される社会環境の変化のうち、自らの店舗・事業所の売上増加につながると思われる事項について聞いてみると、「タワーマンション建設による人口の増加」が36.6%で最も多く、次いで「新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンドの増加」が26.3%であった。一方で「どれも影響しない」が25.3%であった。
- ・業種別にみると、飲食サービス業では、「区内各地での大規模再開発による事業所の集積」20.0%が多くなっており、オフィス立地による従業員の増加により、飲食店利用が増加することへの期待がうかがえる。
- ・従業員規模別にみると、3～4人の規模では、「外資系企業の集積、外国人居住者等の増加」18.2%、5～9人の規模では、「区内各地での大規模再開発による事業所の集積」27.3%が特に多くなっている。

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【港区全体】



※グラフ作成の都合上、選択肢を省略して記載しているものがある。

・地区別にみると、芝地区では、「羽田空港の国際化や発着数の増加など機能強化」11.3%、麻布地区では、「外資系企業の集積、外国人居住者等の増加」18.4%、高輪地区では、「リニア中央新幹線品川駅の開業」20.0%で高いなど、地区の特徴を反映した結果となっている。

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【業種別】

	よる タワ ー 人 口 の 増 加	光 客 の 増 加	パ ウ ン ド ロ ナ よ る 外 国 人 の 観	新 型 コ ロ ナ 収 束 後 の イ ン ク レ ー ズ	人 居 住 者 ・ 外 資 系 企 業 の 集 積 、 外 国 人 の 増 加	発 生 に よ る 事 業 所 の 集 積 再 開	区 内 各 地 で の 大 規 模 再 開	数 の 増 加 な ど 機 能 強 化	羽 田 空 港 の 国 際 化 や 発 着 数 の 増 加	促 進 に よ る 中 小 企 業 の I T 化 の 進 展	の 開 業	レ ワ ー ク 等 ）	新 し い 生 活 様 式 の 定 着 、 テ レ ビ シ ョ ウ の 増 加	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他
港区全体	36.6	26.3	15.1	16.1	5.9	2.7	5.9	8.1	25.3	1.6					
小売業	54.2	30.5	18.6	18.6	3.4	1.7	6.8	8.5	25.4	1.7					
飲食サービス業	42.9	34.3	14.3	20.0	8.6	-	8.6	2.9	11.4	2.9					
その他	22.7	19.3	12.5	13.6	6.8	4.5	3.4	9.1	31.8	1.1					

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【従業者規模別】

	よる タワ ー 人 口 の 増 加	光 客 の 増 加	パ ウ ン ド ロ ナ よ る 外 国 人 の 観	新 型 コ ロ ナ 収 束 後 の イ ン ク レ ー ズ	人 居 住 者 ・ 外 資 系 企 業 の 集 積 、 外 国 人 の 増 加	発 生 に よ る 事 業 所 の 集 積 再 開	区 内 各 地 で の 大 規 模 再 開	数 の 増 加 な ど 機 能 強 化	羽 田 空 港 の 国 際 化 や 発 着 数 の 増 加	促 進 に よ る 中 小 企 業 の I T 化 の 進 展	の 開 業	レ ワ ー ク 等 ）	新 し い 生 活 様 式 の 定 着 、 テ レ ビ シ ョ ウ の 増 加	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他
港区全体	36.6	26.3	15.1	16.1	5.9	2.7	5.9	8.1	25.3	1.6					
1～2人	20.0	12.7	12.7	9.1	5.5	-	-	5.5	45.5	1.8					
3～4人	36.4	27.3	18.2	18.2	3.0	3.0	3.0	12.1	12.1	3.0					
5～9人	40.9	13.6	9.1	27.3	4.5	4.5	18.2	4.5	22.7	4.5					
10～19人	41.2	41.2	11.8	17.6	11.8	11.8	-	5.9	17.6	-					
20人以上	54.0	42.0	18.0	18.0	8.0	2.0	10.0	12.0	12.0	-					

図表 売上増加につながると思われる港区の社会環境の変化【地区別】

	よる タワ ー 人 口 の 増 加	光 客 の 増 加	パ ウ ン ド ロ ナ よ る 外 国 人 の 観	新 型 コ ロ ナ 収 束 後 の イ ン ク レ ー ズ	人 居 住 者 ・ 外 資 系 企 業 の 集 積 、 外 国 人 の 増 加	発 生 に よ る 事 業 所 の 集 積 再 開	区 内 各 地 で の 大 規 模 再 開	数 の 増 加 な ど 機 能 強 化	羽 田 空 港 の 国 際 化 や 発 着 数 の 増 加	促 進 に よ る 中 小 企 業 の I T 化 の 進 展	の 開 業	レ ワ ー ク 等 ）	新 し い 生 活 様 式 の 定 着 、 テ レ ビ シ ョ ウ の 増 加	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他
港区全体	36.6	26.3	15.1	16.1	5.9	2.7	5.9	8.1	25.3	1.6					
芝地区	40.3	25.8	16.1	19.4	11.3	4.8	4.8	6.5	24.2	-					
麻布地区	18.4	26.3	18.4	21.1	2.6	2.6	2.6	5.3	23.7	-					
赤坂地区	30.0	30.0	16.0	12.0	4.0	2.0	2.0	12.0	30.0	4.0					
高輪地区	52.0	12.0	4.0	12.0	4.0	-	20.0	4.0	28.0	4.0					
芝浦港南地区	77.8	44.4	11.1	11.1	-	-	-	22.2	11.1	-					

※網掛けは項目ごとに20%以上、無回答除く

産業振興センターに期待すること

産業振興センターに期待することについて聞いてみたところ、下記の意見が得られた。

【主な意見】（原文のまま）

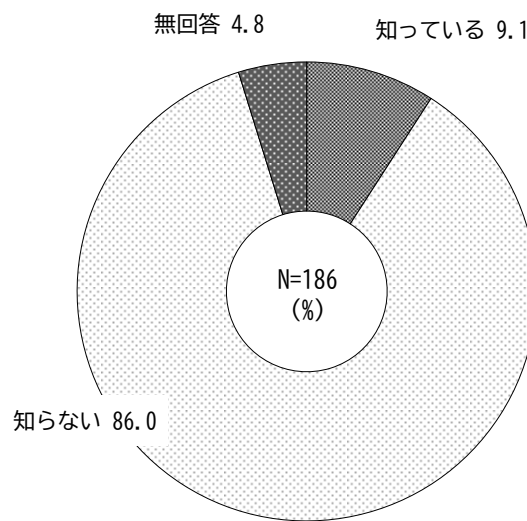
業 種	内 容
小売業	地域でシェアオフィス、シェア店舗など自由に事業活動が行える場を提供してほしい。個人事業主や実質1、2名で経営している企業へのサポート。
小売業	周知されて利用者が増えることを期待します。
飲食サービス業	高齢者が利用しやすいようにしてほしい。インターネット利用ばかりでわかりにくい。
飲食サービス業	支援金をくばってくれることを期待します。
飲食サービス業	人・物・商流の活性化を期待しています。
生活関連サービス業	サービス業の最新情報や技術も提供してほしい。
生活関連サービス業	先ほどにもあったように書類に手間がかかります。オンラインで出来るものを増やしてほしい。夜中に作成が出来ます。特に従業員に関しては待遇や処遇をしたいのですが、本業を休んだり休業したりして区役所に行くのですが、時間はかかるし何回も行くことになるので、売り上げ減少や激しくなるので本当に困っています。
娯楽業	センターをよく知らなかったので、今後事業内容をよく検討していきたいと思います。
サービス業	現在資金借入の相談を親身になって、答えて頂き感謝しています。
サービス業	気軽にみんなが利用できるとよい。
サービス業	町をきれいに清掃すること。特に緑が多いが秋になると落葉が多すぎる。特に道路の落葉がきたない。
サービス業	今の時点で何をしているかわからない。取組んでいることを教えてほしい。
サービス業	研究施設の充実化、シェアオフィス、セミナールーム、雇用創出につながるようなワークやイベントの定期開催ができるような場所であって欲しいです。
その他	存在を知らなかったので内容がわかりません。

(6) ワーク・ライフ・バランス推進事業について

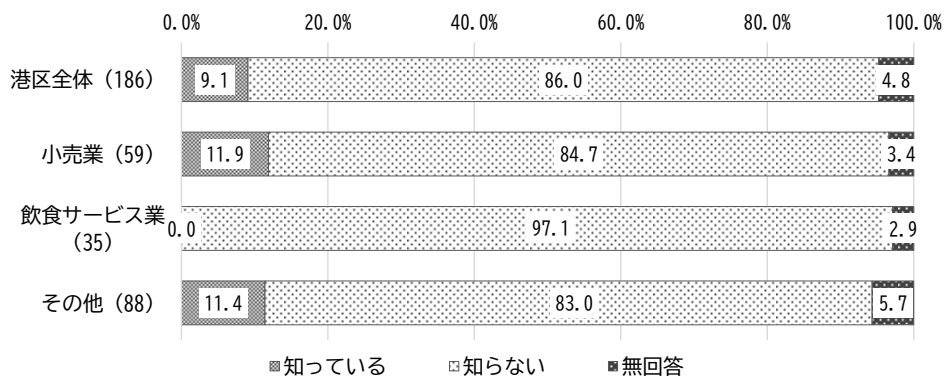
ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度

- ・区が実施しているワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業について聞いてみると、「知らない」が86.0%、「知っている」が9.1%と、認定事業の認知度は低いと言える。
- ・業種別では、小売業では「知っている」が11.9%であったが、飲食サービス業では、「知っている」の回答はなかった。

図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【港区全体】

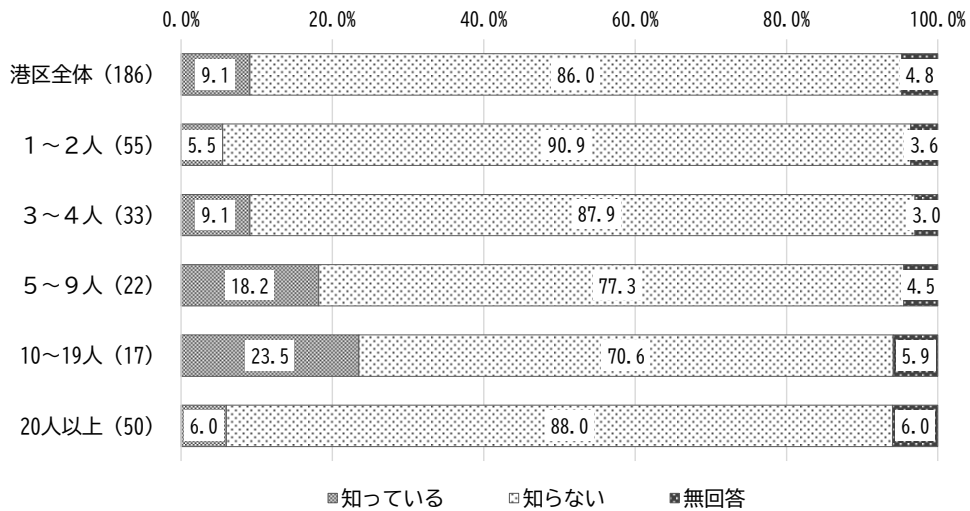


図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【業種別】

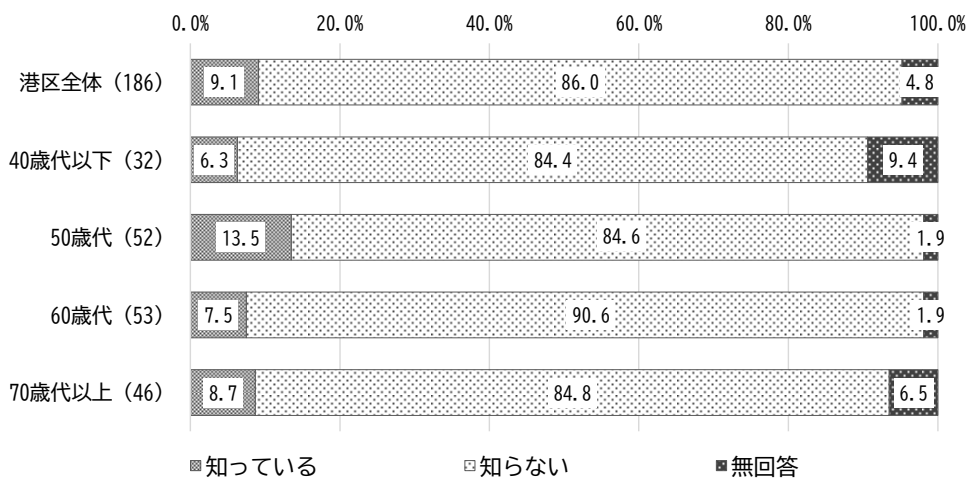


・従業員規模別では、「知っている」が最も多かったのは、10～19人の規模で23.5%、次いで、5～9人の規模で18.2%となっている。一方、1～2人、20人以上の規模では、「知らない」の割合が他の規模よりも多くなっている。

図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【従業員規模別】



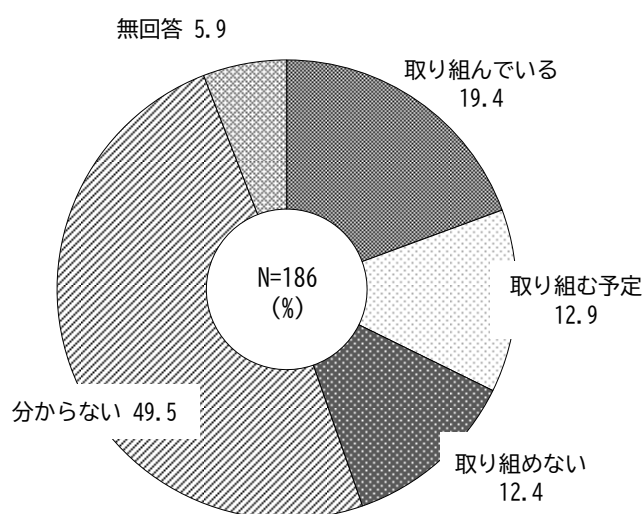
図表 ワーク・ライフ・バランス推進事業の認知度【経営者年齢別】



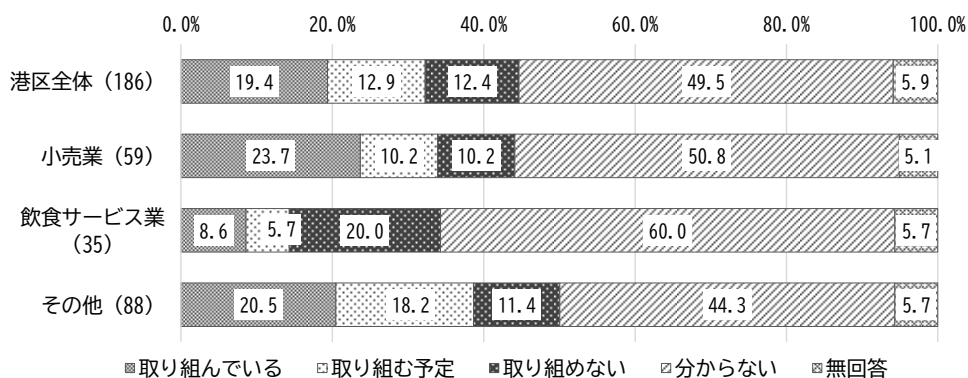
ワーク・ライフ・バランスの取組

- ・ワーク・ライフ・バランスの取組の有無について聞いてみると、「分からない」が49.5%と最も多く、どのような取組がワーク・ライフ・バランスとしての取組なのかを認識していない事業者が多いと思われる。次いで「取り組んでいる」が19.4%、「取り組む予定」が12.9%、「取り組めない」が12.4%となっている。
- ・業種別では、「取り組んでいる」では、飲食サービス業8.6%より小売業23.7%のほうが多く、業種によって取り組み状況が異なっている。

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【港区全体】

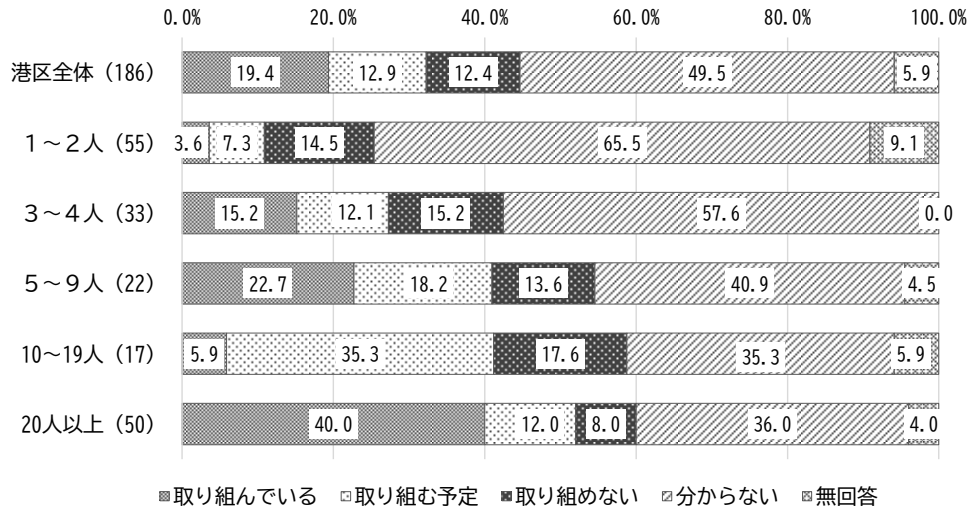


図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【業種別】

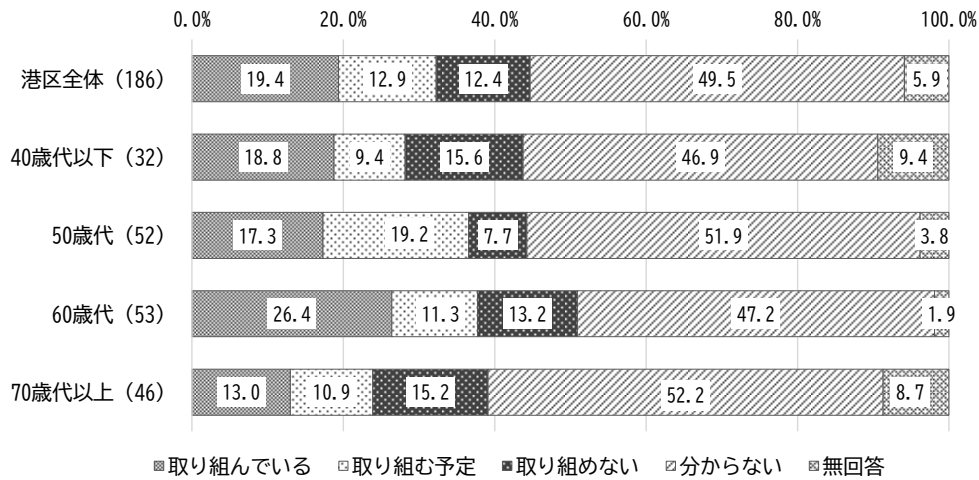


・従業員規模別では、「取り組んでいる」が最も多かったのは、20人以上の規模で40.0%、次いで、5～9人以上が22.7%、3～4人が15.2%となっている。

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【従業員規模別】



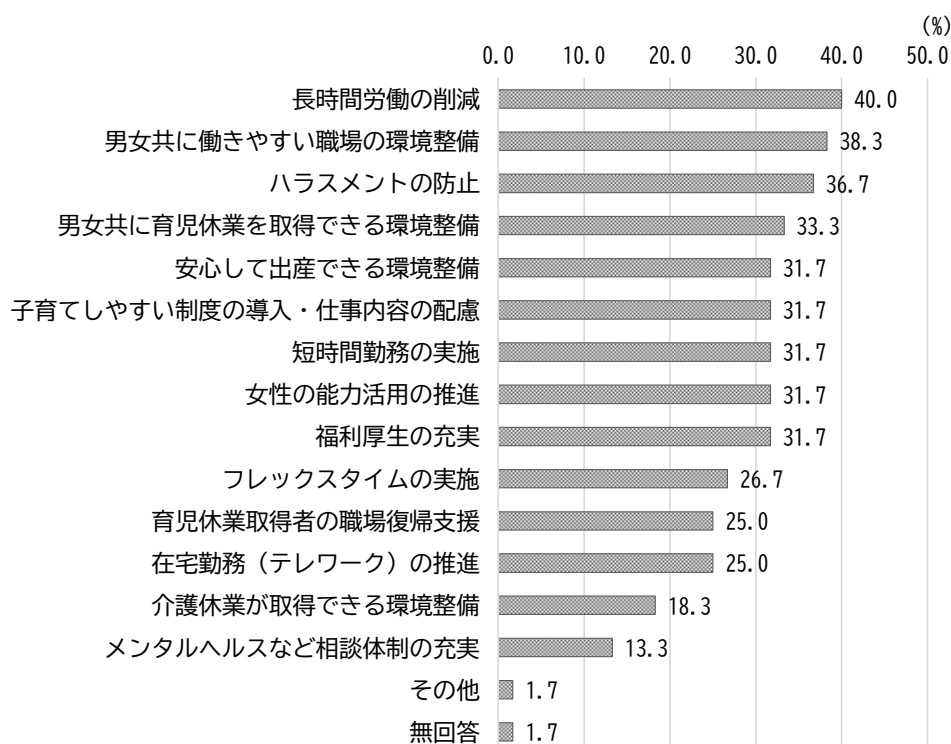
図表 ワーク・ライフ・バランスの取組【経営者年齢別】



ワーク・ライフ・バランスの取組内容

- ・前問において、ワーク・ライフ・バランスの取組を「取り組んでいる」もしくは「取り組む予定」と回答した事業者に対し、取組内容について聞いてみると、「長時間労働の削減」が最も多く 40.0%、次いで「男女共に働きやすい職場の環境整備」が 38.3%、「ハラスメントの防止」が 36.7%、「男女共に育児休業を取得できる環境整備」が 33.3%となっている
- ・業種別では、小売業で、「男女共に育児休業を取得できる環境整備」45.0%、飲食サービス業で、「ハラスメントの防止」、「女性の能力活用の推進」がともに 60.0%と特に多くなっている。

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【港区全体】



図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【業種別】

	安 心 し て 出 産 で き る 環 境 整 備	得 ら れ る 環 境 整 備	男 女 共 に 育 児 休 業 を 取 得 で き る	導 入 し て し や す い 制 度 の 配 慮	復 帰 支 援	育 児 休 業 取 得 者 の 職 場 環 境 整 備	介 護 休 業 が 取 得 で き る	場 の 環 境 整 備	男 女 共 に 働 き や す い 職 場	短 時 間 勤 務 の 実 施	フ レ ッ ク ス タ イ ム の 実 施	在 宅 勤 務 （ テ レ ワ ー ク ） の 推 進	ハ ラ ス メ ン ト の 防 止	談 話 制 の 充 実	メン タル ヘル ス な ど 相 談 制 の 充 実	女 性 の 能 力 活 用 の 推 進	福 利 厚 生 の 充 実	長 時 間 労 働 の 削 減	そ の 他
港区全体	31.7	33.3	31.7	25.0	18.3	38.3	31.7	26.7	25.0	36.7	13.3	31.7	31.7	40.0	1.7				
小売業	30.0	45.0	30.0	30.0	30.0	35.0	35.0	25.0	25.0	50.0	25.0	15.0	30.0	45.0	-				
飲食サービス業	20.0	20.0	-	-	-	40.0	-	-	-	60.0	-	60.0	-	-	-				
その他	32.4	26.5	35.3	23.5	14.7	38.2	32.4	32.4	26.5	23.5	8.8	35.3	38.2	41.2	2.9				

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【従業員規模別】

	安 心 し て 出 産 で き る 環 境 整 備	得 ら れ る 環 境 整 備	男 女 共 に 育 児 休 業 を 取 得 で き る	導 入 し て し や す い 制 度 の 配 慮	復 帰 支 援	育 児 休 業 取 得 者 の 職 場 環 境 整 備	介 護 休 業 が 取 得 で き る	場 の 環 境 整 備	男 女 共 に 働 き や す い 職 場	短 時 間 勤 務 の 実 施	フ レ ッ ク ス タ イ ム の 実 施	在 宅 勤 務 （ テ レ ワ ー ク ） の 推 進	ハ ラ ス メ ン ト の 防 止	談 話 制 の 充 実	メン タル ヘル ス な ど 相 談 制 の 充 実	女 性 の 能 力 活 用 の 推 進	福 利 厚 生 の 充 実	長 時 間 労 働 の 削 減	そ の 他
港区全体	31.7	33.3	31.7	25.0	18.3	38.3	31.7	26.7	25.0	36.7	13.3	31.7	31.7	40.0	1.7				
1～2人	-	-	-	-	-	33.3	50.0	33.3	33.3	16.7	-	33.3	33.3	50.0	-				
3～4人	22.2	-	44.4	11.1	-	22.2	33.3	55.6	22.2	22.2	11.1	33.3	33.3	33.3	11.1				
5～9人	22.2	33.3	22.2	22.2	22.2	55.6	-	33.3	33.3	22.2	-	33.3	22.2	44.4	-				
10～19人	42.9	42.9	28.6	28.6	-	28.6	14.3	14.3	14.3	14.3	-	-	42.9	57.1	-				
20人以上	42.3	50.0	38.5	34.6	34.6	42.3	38.5	19.2	23.1	57.7	26.9	34.6	34.6	34.6	-				

図表 ワーク・ライフ・バランスの取組内容【経営者年代別】

	安 心 し て 出 産 で き る 環 境 整 備	得 ら れ る 環 境 整 備	男 女 共 に 育 児 休 業 を 取 得 で き る	導 入 し て し や す い 制 度 の 配 慮	復 帰 支 援	育 児 休 業 取 得 者 の 職 場 環 境 整 備	介 護 休 業 が 取 得 で き る	場 の 環 境 整 備	男 女 共 に 働 き や す い 職 場	短 時 間 勤 務 の 実 施	フ レ ッ ク ス タ イ ム の 実 施	在 宅 勤 務 （ テ レ ワ ー ク ） の 推 進	ハ ラ ス メ ン ト の 防 止	談 話 制 の 充 実	メン タル ヘル ス な ど 相 談 制 の 充 実	女 性 の 能 力 活 用 の 推 進	福 利 厚 生 の 充 実	長 時 間 労 働 の 削 減	そ の 他
港区全体	31.7	33.3	31.7	25.0	18.3	38.3	31.7	26.7	25.0	36.7	13.3	31.7	31.7	40.0	1.7				
40歳代	44.4	22.2	33.3	22.2	11.1	55.6	44.4	44.4	66.7	33.3	-	22.2	44.4	66.7	-				
50歳代	26.3	21.1	31.6	15.8	10.5	31.6	26.3	26.3	10.5	26.3	10.5	36.8	31.6	26.3	5.3				
60歳代	35.0	60.0	45.0	40.0	30.0	30.0	25.0	25.0	15.0	50.0	15.0	25.0	40.0	40.0	-				
70歳代以上	18.2	9.1	-	9.1	18.2	45.5	36.4	18.2	27.3	27.3	36.4	9.1	36.4	-	-				

※網掛けは項目ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

ワーク・ライフ・バランスを取り組まない理由

前問において、ワーク・ライフ・バランスの取組を「取り組めない」もしくは「分からない」と回答した事業者に対し、理由について自由意見で聞いてみたところ、下記の意見が得られた。

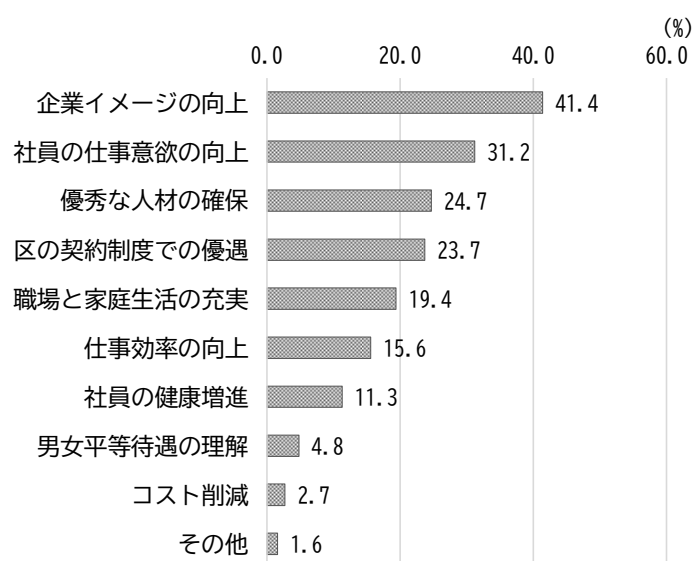
【主な意見】（原文のまま）

業 種	内 容
小売業	言葉を知らない。
小売業	自営で2人で仕事していますので、なかなかバランスまで気がまわりません。
小売業	女性社員がいないので、現時点では、考えていません。
小売業	具体的にどういう取り組みをしているのか知らない為。
小売業	新聞の配達業のため。仕事の時間が決められているため。
小売業	余裕が無い。
飲食サービス業	高齢者にはわかりにくい。
飲食サービス業	時間帯の不一致（就業時間）。
飲食サービス業	労働環境と時間が長い業態ではあるが、前向きに取り組んでいきたい。
飲食サービス業	深夜営業であり、厳しい。
生活関連サービス業	お客様をないがしろにして生活をする事はできない。
生活関連サービス業	取り組まなければと考えているが、日常業務に振りまわされていて、取り組んでいない。少子化を考えると、ワーク・ライフ・バランスは必要と思う。
生活関連サービス業	情報過多で興味の無い事には例え見たとしても記憶には残らない。
サービス業	仕事の特性上難しい。
サービス業	個人事業でまだその段階ではない。
その他	育児休業取得出来る規模の会社ならば、職場復帰は可能だと思いますが、個人商店等ではむずかしい。
その他	大手企業では、可能かもしれないが、弊社のような、小規模（従業員5名以下）な企業においては、なかなか実施出来るものではないのが現実です。世の中、すべて大手企業を基準としての取組が多いような気がします。でも世の中の90%以上が、それ以外の中小企業である事を考えてほしいです。

ワーク・ライフ・バランスのメリット

- ・ワーク・ライフ・バランスの取組について、どのようなメリットがあるかについて聞いてみると、「企業イメージの向上」が41.4%と最も多く、次いで「社員の仕事意欲の向上」が31.2%、「優秀な人材の確保」が24.7%となっている。
- ・業種別にみると、全体傾向と同様のほか、小売業や飲食サービス業では、「仕事効率の向上」がそれぞれ23.7%、17.1%と多くなっている。
- ・従業者規模別では、3～4人の規模で「優秀な人材の確保」33.3%、5～9人の規模で「社員の健康増進」31.8%、10～19人の規模で「仕事効率の向上」29.4%がそれぞれ多くなっている。

図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【港区全体】



図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【業種別】

	企業イメージの向上	社員の仕事意欲の向上	優秀な人材の確保	区の契約制度での優遇	職場と家庭生活の充実	仕事効率の向上	社員の健康増進	男女平等待遇の理解	コスト削減	その他
港区全体	15.6	41.4	23.7	2.7	31.2	24.7	19.4	11.3	4.8	1.6
小売業	16.9	42.4	16.9	3.4	44.1	23.7	22.0	13.6	3.4	-
飲食サービス業	11.4	22.9	11.4	-	11.4	17.1	11.4	2.9	-	2.9
その他	17.0	47.7	31.8	3.4	30.7	27.3	20.5	12.5	8.0	2.3

図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【従業者規模別】

	企業イメージの向上	社員の仕事意欲の向上	優秀な人材の確保	区の契約制度での優遇	職場と家庭生活の充実	仕事効率の向上	社員の健康増進	男女平等待遇の理解	コスト削減	その他
港区全体	15.6	41.4	23.7	2.7	31.2	24.7	19.4	11.3	4.8	1.6
1～2人	12.7	21.8	16.4	3.6	20.0	16.4	12.7	9.1	3.6	1.8
3～4人	15.2	51.5	33.3	6.1	33.3	30.3	15.2	6.1	3.0	3.0
5～9人	22.7	31.8	9.1	4.5	31.8	18.2	31.8	13.6	-	4.5
10～19人	5.9	52.9	17.6	-	23.5	29.4	17.6	5.9	17.6	-
20人以上	22.0	60.0	32.0	-	42.0	34.0	24.0	16.0	6.0	-

図表 ワーク・ライフ・バランスのメリット【経営者年代別】

	企業イメージの向上	社員の仕事意欲の向上	優秀な人材の確保	区の契約制度での優遇	職場と家庭生活の充実	仕事効率の向上	社員の健康増進	男女平等待遇の理解	コスト削減	その他
港区全体	15.6	41.4	23.7	2.7	31.2	24.7	19.4	11.3	4.8	1.6
40歳代	15.6	40.6	18.8	3.1	34.4	25.0	25.0	12.5	3.1	-
50歳代	13.5	50.0	34.6	1.9	30.8	23.1	17.3	9.6	3.8	1.9
60歳代	18.9	45.3	20.8	-	28.3	28.3	15.1	13.2	7.5	1.9
70歳代以上	15.2	28.3	17.4	6.5	32.6	21.7	21.7	8.7	4.3	2.2

※網掛けは項目ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

働きやすい職場づくりに対する意見

働きやすい職場づくりのために、御社が心がけていることについて聞いてみたところ、下記の意見が得られた。

【主な意見】（原文のまま）

業 種	内 容
小売業	育児休業については産前、産後しっかり取得できる。復帰後の勤務時間についても相談可能で、本人の希望を推奨している。
小売業	オンとオフの切り替えを明確にする。
小売業	勤務時間の1時間短縮。時間内にて効率的作業が推進されている。状況により介護支援社員に対し早退を認めている。勤務中の医療施設への通院を認めている。
小売業	長時間労働にならないようなシフト制の徹底。
宿泊業	コミュニケーションを取る。意見の吸い上げ等。
飲食サービス業	言いやすい状況を作るようにしています。
飲食サービス業	毎日ミーティングを開き、従業員のコミュニケーションを図る。食事は全員で食べる。
飲食サービス業	従業員の目線に合わせるようにしている。
飲食サービス業	コミュニケーションをよくとり、社員の声を聞く。残業無し。
飲食サービス業	ハラスメント防止の為の教育。ハラスメント、コンプライアンスを含めた外部ホットラインの設置。
生活関連サービス業	勤務時間、休日は自由に設定出来る（フルコミッション）。
生活関連サービス業	現在の自社では、少数の人員なので将来増員時は充分配慮した職場づくりをしたいと思っている。
生活関連サービス業	人間誰しも好調、不調があるのである程度自由にやらせている
生活関連サービス業	スタッフは女性なので子供がいても働きやすい環境。子供を見れないときなどにお店に来て大丈夫な環境作り。
娯楽業	業種的になりがちな過剰労働時間の是正。
医療・福祉	有給休暇 福利厚生
サービス業	個性の有力性を活かす。特種な魅力を、造る状況を大事に。
サービス業	互いに、尊重し、思いやりの気持ちでいる。
サービス業	従業員が安心して働け、誇れる会社になればと思います。
サービス業	たのしいことを作る。イベントなど。
サービス業	フレックスタイムの導入リモートワークの実施。
サービス業	有休取得率の向上。
その他	ある程度の距離感と配慮、十分な休暇とある程度の自由度をもって働き続けたいと思ってもらえる環境作りに努めています。

港区の産業施策等に対する意見

【主な意見】（原文のまま）

業 種	内 容
飲食サービス業	今までは特定の業種の為の施策という感覚でしたが、意識を変えて関心を持ってみたいと思いました。
飲食サービス業	物価上昇するも、給与が上がっていない為、購買意欲が出ないのが問題だと思います。会社の経費も、コロナの影響で抑えられています。以上2点を解決して欲しい。又、増税はその後だと思う。
飲食サービス業	店舗紹介、デジタル化支援をお願いします。
生活関連サービス業	コミュニティバス経路・本数の充実 新交通手段 小規模
生活関連サービス業	港区は特に入れ替わりが激しいので顧客の定着は難しい。
生活関連サービス業	産業施策には関係がないかもですが喫煙するところがなくタバコ見回りパトロールはありますが、吸えるところがなければ吸うところを探すわけです。お店の周りは喫煙しないでほしいと張り紙をしたり防犯カメラ、ライト等工夫はしていますがどこかで必ず吸うので喫煙が出来る施設またはお金を取って吸ってもらう場所を作っても良いかと思います。
娯楽業	区内には有数の広告・宣伝関連企業が集まっている割に、行政がその利点を使いきれてないと思います。
娯楽業	外苑の再開発をやめてほしい。集積型の社会は終わりが見えている。ついでに青山通りは風が強くて危ない。新しいビルがどんどん建つのにビル風に対策しないのかな、残念。お金のためじゃなくて社会や生活が豊かになるようにしたい。区民と来訪者をやたら区別する視線は減らしたい。出入り自由で参加自由でオープンなコミュニティとしての産業なら発展に協力したい。
サービス業	駐輪場の料金が安い。有効利用出来る場所をもっと利用して欲しい。
サービス業	港区の特性を生かし、多様な角度から練られた施策で素晴らしいと思う。
サービス業	港区で経営・運営している企業にとって、メリットがあるような施設であって欲しい。
その他	個人事業主への対策不十分ではないでしょうか？ 会員以外には余り情報が発信されて居ないと感じて居ます。内容も何を支援して居るのか不明です。

第4章 港区民を対象としたアンケート調査実施、集計分析

1. 調査概要

(1) 調査の目的

第4次港区産業振興プラン後期計画策定に向け、区民の日常の買い物行動や買い物環境、区内産業への考え方などを把握するため実施した。

(2) 調査方法

① 調査対象

港区在住の満18歳～76歳未満の人

② 抽出数

2,500件（住民基本台帳から芝地区、麻布地区、赤坂地区、高輪地区、芝浦港南地区の各地区500件ずつを無作為に抽出）

③ 調査方法

郵送配布、郵送またはインターネットによる回答

④ 調査期間

令和4年11月14日～12月9日

(3) 回収数・回収率

545件（郵送：354、インターネット：191）・21.8%

(4) 調査項目

① 回答者の属性

・年代、居住年数、通勤・通学先、居住形態、居住地区、家族構成

② 日頃の買い物行動

・買い物物品ごとの利用する場所、利用する理由
・新型コロナウイルス感染症の拡大による買い物行動の変化

③ 自宅周辺の買い物環境

・地域の生活環境、周辺の商店街について、商店街を利用する・利用しない理由
・商店街や地域全体の発展に必要なこと

④ 港区の産業

・港区の産業イメージ、産業振興の取組について、起業・創業について
・コミュニティ・ビジネスについて

⑤ 港区の今後の景気動向

・景気に好影響を及ぼすと思われる社会環境

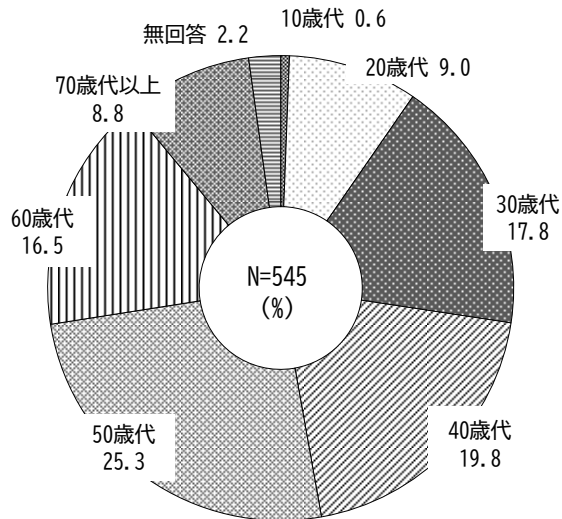
(5) 集計にあたっての留意点

- ・各値については、原則として表示単位未満を四捨五入し、端数調整をしていないため、合計と一致しない場合がある。
- ・クロス集計は、各項目にて無回答を集計から除外しているため、各項目の合計が港区全体とは一致しない。
- ・年代別は、「10 歳代」、「20 歳代」の母数が少数のため、「10 歳代」、「20 歳代」を合わせて「20 歳代以下」として集計している。
- ・家族構成別は、「親と同居」と「子ども・親と同居」を合わせて「親・子どもと同居」として集計している。

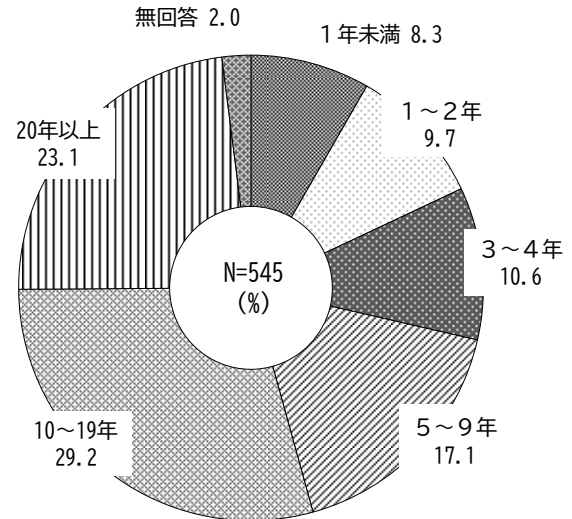
2. 調査結果の概要

(1) 回答者の属性

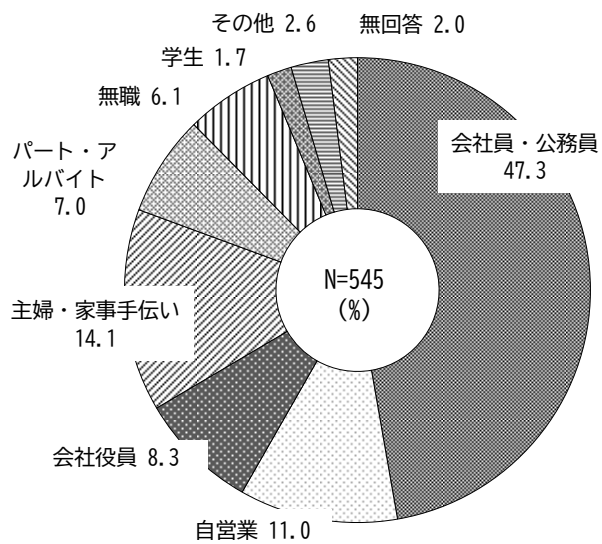
年代



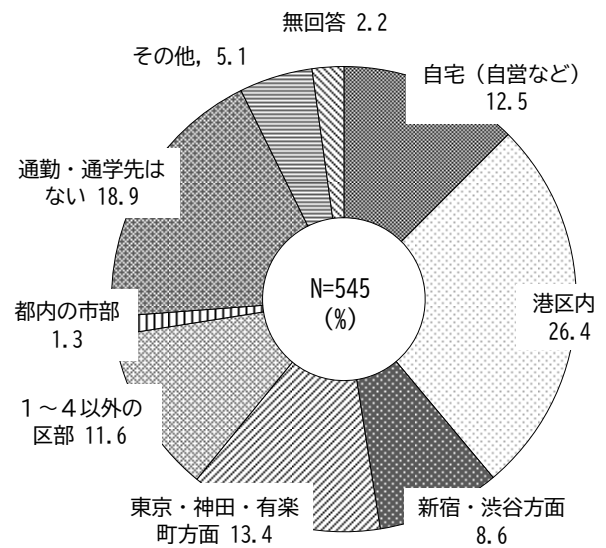
居住年数



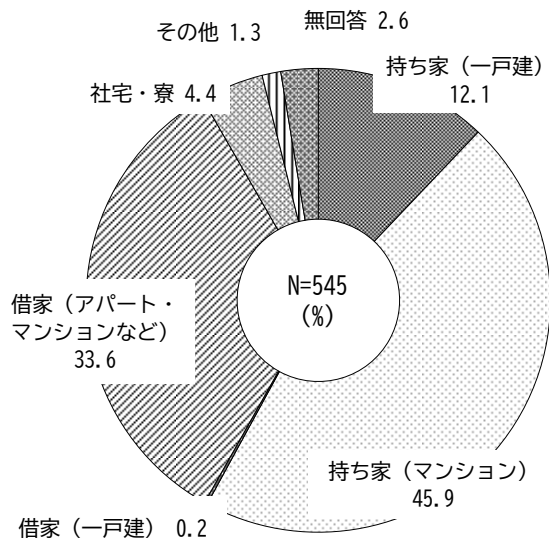
職業



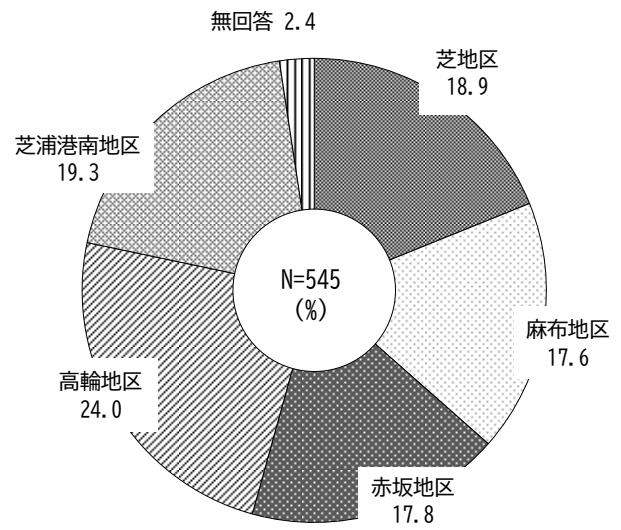
通勤・通学先



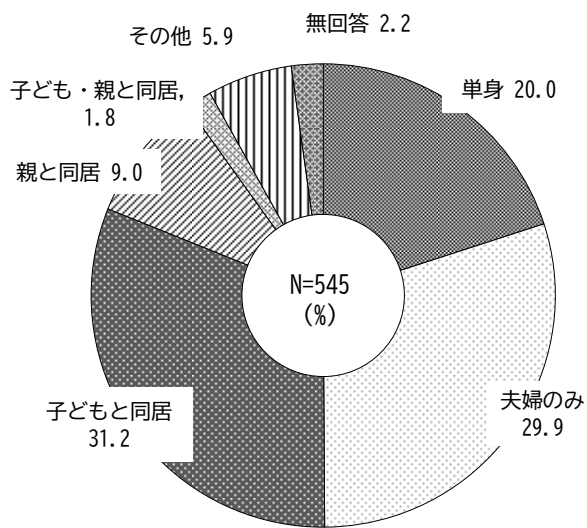
居住形態



居住地区



家族構成



(2) 日頃の買い物について

買い物物品について日頃利用する場所・利用する理由

① 日頃利用する場所

- ・品目ごとに利用する場所についてみると、「青果・精肉・鮮魚」をはじめとする食料品、については「自宅周辺のスーパー」の割合が多い。
- ・「日用衣料」、「家電・家具等」、「カバン・靴」、「贈答品」などは「有楽町・銀座周辺の商業施設」が多く利用されている。
- ・「医薬品」に加え、「理・美容」、「クリーニング」、「外食・飲食」などのサービスは、「自宅周辺の一般商店（小規模商店）」などで最も多く利用されている。
- ・「化粧品」、「趣味・本・スポーツ用品」などでは、「通信販売（カタログ・電話・web・御用聞き）」等の利用が最も多く、その他の品目でも通信販売の割合が多くなっていることがわかる。
- ・年代別にみると、20歳代以下では全体と比較すると品目によって「新宿・渋谷周辺の商業施設」の利用が多くなっている。また、コロナ禍もあり、30歳代～50歳代では全般的に「通信販売（カタログ・電話・web・御用聞き）」の利用が多くなるが、70歳代以上ではあまり利用されていない。
- ・70歳代以上では、「青果・精肉・鮮魚」や「日用雑貨」など、身近なものについて、「自宅周辺の一般商店（小規模商店）」での利用が他の年代よりも多くなっている。
- ・地区別にみると、どの地区も全体と比較して同じような傾向がみられるが、麻布地区や赤坂地区では、「新宿・渋谷周辺の商業施設」の割合が他地区よりも多くなっており、新宿区や渋谷区に隣接し、交通機関の利便性のある立地が影響していると思われる。

図表 日頃利用する場所（港区全体 N=545）

	商 自 宅 周 辺 の 一 般	パ ー ソ ン 周 辺 の ス ー パ ー	区 内 宅 の 周 辺 ス ー パ ー 以 外 の ス ー パ ー	ア ビ ニ 宅 工 周 辺 ス コ ト ン	施 区 内 等 の 大 型 商 業	ど 区 内 の 店 舗 街 な	辺 有 楽 町 の 商 業 ・ 銀 座 周 辺	の 新 宿 ・ 施 設 ・ 渋 谷 周 辺	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 ・ そ の 他 は 買 わ な い	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	8.0	76.3	12.3	5.4	3.1	0.9	5.0	4.7	12.0	10.9	6.9	4.7
弁当・惣菜	7.3	51.8	6.6	32.8	3.1	1.6	8.5	6.2	8.1	2.9	11.6	6.9
酒類・飲料	4.7	53.9	7.1	25.0	2.8	1.6	1.7	2.1	9.0	27.4	6.6	6.8
日用雑貨	11.8	39.7	6.9	8.3	9.5	1.4	8.1	6.4	13.5	30.3	5.4	5.4
日用衣料	1.7	2.1	1.9	1.0	17.0	2.1	40.0	19.4	20.8	31.9	2.9	8.3
医薬品	40.6	18.9	2.9	1.9	10.2	5.4	2.1	3.1	9.4	11.4	8.8	8.8
化粧品	14.2	9.4	2.1	1.6	7.8	2.4	17.9	10.6	9.5	30.7	15.9	9.4
趣味・本・スポーツ用品	14.6	2.1	0.7	0.9	12.1	2.9	13.7	12.5	19.1	39.0	4.7	8.8
家電・家具等	2.3	1.0	0.9	0.5	15.1	1.7	34.7	17.3	21.3	32.9	4.7	7.5
カバン・靴	2.1	1.0	0.9	0.3	11.1	1.6	41.4	21.8	22.7	24.4	2.6	9.0
理・美容	30.8	0.9	0.0	0.2	2.9	9.9	12.8	12.8	24.1	1.0	3.3	9.4
クリーニング	52.0	5.2	0.5	1.2	0.7	5.4	1.0	0.7	6.8	9.2	13.7	9.0
外食・飲食	36.4	1.7	0.2	1.4	14.7	17.5	28.9	14.4	23.2	2.1	3.1	8.5
贈答品	5.9	1.2	0.5	0.3	9.4	3.5	41.4	18.9	13.9	21.7	12.3	9.0

※網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

【年代別】

図表 日頃利用する場所 (20歳代以下 N=52)

	商自 店宅 周辺 の一 般	パ ー 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 以 外 の ス ー	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ン	施 区 内 の 大 型 商 業 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な 個人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	7.1	66.7	9.5	7.1	2.4	2.4	2.4	4.8	2.4	9.5	19.0	0.0
弁当・惣菜	4.8	42.9	9.5	45.2	2.4	0.0	2.4	7.1	11.9	2.4	11.9	2.4
酒類・飲料	0.0	52.4	2.4	52.4	2.4	2.4	0.0	0.0	4.8	16.7	9.5	4.8
日用雑貨	11.9	21.4	2.4	14.3	14.3	0.0	11.9	9.5	11.9	26.2	9.5	4.8
日用衣料	2.4	0.0	0.0	4.8	16.7	0.0	31.0	38.1	16.7	28.6	2.4	4.8
医薬品	45.2	14.3	2.4	2.4	7.1	7.1	2.4	2.4	2.4	19.0	14.3	4.8
化粧品	23.8	7.1	0.0	0.0	4.8	0.0	21.4	16.7	9.5	19.0	21.4	7.1
趣味・本・スポーツ用品	14.3	2.4	0.0	0.0	14.3	0.0	7.1	23.8	9.5	35.7	4.8	4.8
家電・家具等	2.4	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	33.3	14.3	16.7	28.6	19.0	4.8
カバン・靴	2.4	2.4	0.0	0.0	7.1	0.0	21.4	31.0	16.7	28.6	7.1	7.1
理・美容	19.0	2.4	0.0	0.0	2.4	4.8	14.3	35.7	9.5	7.1	7.1	4.8
クリーニング	23.8	2.4	0.0	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	2.4	7.1	47.6	7.1
外食・飲食	26.2	4.8	0.0	2.4	16.7	21.4	19.0	33.3	16.7	0.0	2.4	4.8
贈答品	2.4	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	26.2	16.7	9.5	11.9	38.1	7.1

図表 日頃利用する場所 (30歳代 N=97)

	商自 店宅 周辺 の一 般	パ ー 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 以 外 の ス ー	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ン	施 区 内 の 大 型 商 業 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な 個人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	9.6	81.9	18.1	5.3	1.1	1.1	1.1	1.1	9.6	12.8	2.1	5.3
弁当・惣菜	10.6	59.6	8.5	36.2	4.3	2.1	8.5	3.2	7.4	5.3	6.4	3.2
酒類・飲料	5.3	64.9	12.8	25.5	1.1	1.1	0.0	1.1	7.4	29.8	4.3	4.3
日用雑貨	12.8	36.2	5.3	8.5	10.6	0.0	9.6	5.3	11.7	47.9	0.0	3.2
日用衣料	0.0	2.1	2.1	1.1	19.1	1.1	45.7	22.3	17.0	40.4	2.1	3.2
医薬品	47.9	20.2	4.3	4.3	11.7	2.1	1.1	0.0	11.7	13.8	6.4	4.3
化粧品	11.7	8.5	5.3	3.2	10.6	3.2	27.7	13.8	7.4	28.7	13.8	4.3
趣味・本・スポーツ用品	14.9	2.1	0.0	0.0	16.0	2.1	14.9	13.8	16.0	48.9	5.3	4.3
家電・家具等	2.1	1.1	1.1	2.1	17.0	0.0	37.2	20.2	20.2	39.4	3.2	3.2
カバン・靴	1.1	0.0	0.0	0.0	17.0	1.1	50.0	25.5	19.1	22.3	3.2	5.3
理・美容	28.7	1.1	0.0	0.0	2.1	10.6	13.8	19.1	25.5	1.1	2.1	5.3
クリーニング	51.1	4.3	0.0	1.1	1.1	4.3	1.1	2.1	5.3	11.7	19.1	4.3
外食・飲食	44.7	4.3	0.0	3.2	16.0	18.1	25.5	12.8	22.3	4.3	3.2	3.2
贈答品	6.4	1.1	0.0	0.0	12.8	1.1	47.9	21.3	9.6	25.5	14.9	3.2

図表 日頃利用する場所 (40歳代 N=108)

	商自 店宅 周辺 の一 般	パ ー 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 以 外 の ス ー	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ン	施 区 内 の 大 型 商 業 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な 個人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	6.1	76.9	12.2	6.1	2.0	0.0	2.7	4.8	9.5	15.6	8.2	2.7
弁当・惣菜	7.5	57.8	5.4	35.4	2.0	0.7	5.4	4.8	5.4	4.8	11.6	4.1
酒類・飲料	4.8	51.7	9.5	27.2	2.0	0.0	4.1	2.0	8.2	35.4	6.1	2.0
日用雑貨	10.9	39.5	7.5	9.5	9.5	0.0	11.6	4.8	10.9	38.1	5.4	4.1
日用衣料	1.4	2.7	3.4	1.4	12.9	0.7	44.2	19.0	23.8	37.4	2.7	5.4
医薬品	38.1	21.8	2.7	2.0	8.8	3.4	4.8	0.7	9.5	15.6	10.9	5.4
化粧品	11.6	9.5	0.7	2.7	6.8	0.7	20.4	8.8	10.9	38.8	17.7	6.1
趣味・本・スポーツ用品	17.7	2.0	0.7	0.7	11.6	1.4	17.7	9.5	22.4	44.2	4.1	4.1
家電・家具等	0.7	1.4	0.7	0.0	11.6	2.0	44.2	19.0	20.4	38.1	3.4	4.1
カバン・靴	0.7	1.4	0.0	0.7	8.8	0.7	48.3	23.1	27.9	31.3	0.7	4.1
理・美容	27.9	1.4	0.0	0.7	3.4	10.2	18.4	14.3	27.9	0.0	2.7	4.8
クリーニング	59.2	7.5	1.4	1.4	0.7	2.0	0.7	0.0	6.8	11.6	8.8	6.8
外食・飲食	40.1	1.4	0.0	1.4	18.4	15.6	32.7	12.9	23.8	1.4	2.7	5.4
贈答品	6.1	0.0	0.0	0.7	6.8	6.1	46.3	19.7	11.6	32.0	9.5	5.4

※網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

図表 日頃利用する場所 (50歳代 N=138)

	商 自 店 宅 周 辺 の 一 般	パ 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 の ス ー 以 外 の	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ン	施 区 内 の 大 型 商 業 施 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な ど 個 人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	6.2	79.8	10.1	6.2	2.3	0.0	5.4	6.2	16.3	9.3	7.8	1.6
弁当・惣菜	7.8	55.0	4.7	32.6	2.3	2.3	9.3	8.5	10.1	2.3	10.9	3.1
酒類・飲料	7.0	55.0	6.2	21.7	0.8	1.6	0.0	1.6	14.7	31.0	7.8	3.1
日用雑貨	11.6	51.9	7.8	7.0	7.0	2.3	5.4	7.8	16.3	27.1	7.0	0.8
日用衣料	2.3	2.3	0.0	0.0	19.4	3.9	41.1	19.4	23.3	34.9	1.6	2.3
医薬品	43.4	24.8	2.3	2.3	10.9	5.4	0.8	6.2	14.0	7.8	9.3	1.6
化粧品	14.7	13.2	2.3	0.8	8.5	3.1	14.7	9.3	11.6	38.0	14.7	2.3
趣味・本・スポーツ用品	8.5	2.3	0.0	0.8	9.3	6.2	14.0	13.2	25.6	45.0	6.2	2.3
家電・家具等	3.1	0.8	0.8	0.0	16.3	3.1	31.0	18.6	25.6	38.8	3.9	0.8
カバン・靴	2.3	1.6	1.6	0.8	14.0	2.3	44.2	20.2	24.8	28.7	1.6	3.9
理・美容	38.0	0.0	0.0	0.0	2.3	12.4	15.5	7.8	27.1	0.8	2.3	3.1
クリーニング	61.2	5.4	0.8	1.6	0.0	4.7	0.8	0.0	10.1	9.3	8.5	2.3
外食・飲食	40.3	0.8	0.0	0.8	15.5	24.8	32.6	11.6	24.8	2.3	2.3	1.6
贈答品	7.8	1.6	1.6	0.0	11.6	3.1	46.5	17.1	15.5	24.8	9.3	3.1

図表 日頃利用する場所 (60歳代 N=90)

	商 自 店 宅 周 辺 の 一 般	パ 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 の ス ー 以 外 の	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ン	施 区 内 の 大 型 商 業 施 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な ど 個 人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	7.2	81.4	18.6	3.1	7.2	2.1	9.3	7.2	19.6	7.2	4.1	1.0
弁当・惣菜	7.2	47.4	10.3	25.8	5.2	3.1	15.5	8.2	11.3	1.0	16.5	4.1
酒類・飲料	5.2	53.6	3.1	19.6	6.2	3.1	3.1	4.1	9.3	25.8	8.2	5.2
日用雑貨	11.3	40.2	8.2	4.1	10.3	5.2	7.2	9.3	22.7	22.7	5.2	2.1
日用衣料	3.1	2.1	1.0	0.0	19.6	1.0	40.2	17.5	28.9	28.9	4.1	7.2
医薬品	43.3	15.5	3.1	0.0	13.4	9.3	0.0	4.1	9.3	9.3	7.2	7.2
化粧品	19.6	7.2	1.0	1.0	7.2	5.2	11.3	10.3	11.3	26.8	20.6	8.2
趣味・本・スポーツ用品	19.6	2.1	1.0	2.1	16.5	3.1	11.3	12.4	21.6	32.0	4.1	8.2
家電・家具等	4.1	0.0	1.0	0.0	20.6	0.0	30.9	16.5	27.8	26.8	5.2	5.2
カバン・靴	4.1	0.0	2.1	0.0	12.4	1.0	36.1	20.6	28.9	21.6	3.1	7.2
理・美容	37.1	1.0	0.0	0.0	5.2	10.3	4.1	6.2	25.8	1.0	5.2	9.3
クリーニング	58.8	4.1	0.0	2.1	2.1	8.2	3.1	1.0	8.2	8.2	9.3	5.2
外食・飲食	36.1	1.0	0.0	0.0	10.3	15.5	29.9	18.6	28.9	1.0	4.1	9.3
贈答品	6.2	2.1	0.0	1.0	8.2	4.1	35.1	21.6	25.8	14.4	10.3	7.2

図表 日頃利用する場所 (70歳代以上 N=49)

	商 自 店 宅 周 辺 の 一 般	パ 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 の ス ー 以 外 の	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ン	施 区 内 の 大 型 商 業 施 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な ど 個 人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	16.4	65.6	1.6	4.9	4.9	1.6	11.5	3.3	8.2	8.2	6.6	13.1
弁当・惣菜	3.3	37.7	3.3	27.9	3.3	0.0	8.2	6.6	4.9	0.0	14.8	24.6
酒類・飲料	1.6	47.5	4.9	18.0	6.6	3.3	1.6	3.3	4.9	9.8	4.9	23.0
日用雑貨	14.8	36.1	8.2	11.5	9.8	0.0	3.3	3.3	4.9	9.8	8.2	16.4
日用衣料	1.6	1.6	4.9	1.6	16.4	6.6	29.5	8.2	6.6	9.8	6.6	29.5
医薬品	1.6	1.6	4.9	1.6	16.4	6.6	29.5	8.2	6.6	9.8	6.6	29.5
化粧品	9.8	8.2	3.3	0.0	8.2	1.6	13.1	9.8	3.3	16.4	8.2	32.8
趣味・本・スポーツ用品	13.1	1.6	3.3	1.6	6.6	3.3	11.5	9.8	6.6	16.4	3.3	34.4
家電・家具等	1.6	3.3	1.6	1.6	16.4	4.9	26.2	11.5	11.5	14.8	1.6	31.1
カバン・靴	3.3	1.6	1.6	0.0	3.3	4.9	32.8	14.8	8.2	6.6	4.9	31.1
理・美容	27.9	0.0	0.0	0.0	1.6	6.6	6.6	6.6	16.4	0.0	3.3	32.8
クリーニング	31.1	4.9	0.0	0.0	0.0	9.8	0.0	1.6	3.3	3.3	13.1	32.8
外食・飲食	18.0	0.0	1.6	1.6	9.8	8.2	26.2	8.2	18.0	3.3	4.9	29.5
贈答品	3.3	3.3	1.6	0.0	4.9	4.9	34.4	16.4	8.2	4.9	8.2	32.8

*網掛けは商品ごとに上位2位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)、無回答除く

【地区別】

図表 日頃利用する場所（芝地区 N=103）

	商 店 自 宅 周 辺 の 一 般	パ ー ク 自 宅 周 辺 の ス ー プ	区 内 の 自 宅 周 辺 ス ー プ 以 外 の 一 般	ア パ ー ク 自 宅 周 辺 ス ー プ 以 外 の 一 般	施 設 等 の 大 型 商 業	ど こ の 店 舗 街 な ど	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い ・ 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	8.3	74.3	15.6	6.4	2.8	0.0	11.0	0.9	15.6	10.1	4.6	4.6
弁当・惣菜	8.3	42.2	4.6	32.1	2.8	1.8	11.0	2.8	9.2	3.7	18.3	7.3
酒類・飲料	6.4	53.2	6.4	23.9	2.8	2.8	0.9	0.0	8.3	32.1	6.4	5.5
日用雑貨	10.1	36.7	7.3	8.3	7.3	0.0	15.6	2.8	15.6	32.1	4.6	8.3
日用衣料	0.0	2.8	1.8	0.9	11.0	1.8	42.2	12.8	21.1	32.1	2.8	10.1
医薬品	41.3	10.1	2.8	1.8	10.1	7.3	0.9	1.8	6.4	7.3	13.8	15.6
化粧品	12.8	1.8	3.7	0.9	9.2	2.8	20.2	4.6	11.9	32.1	14.7	11.9
趣味・本・スポーツ用品	22.0	0.9	0.0	1.8	7.3	5.5	11.9	8.3	21.1	33.0	4.6	11.9
家電・家具等	2.8	0.9	0.9	1.8	17.4	0.0	36.7	13.8	22.0	28.4	4.6	11.0
カバン・靴	1.8	0.0	0.9	0.9	4.6	1.8	41.3	14.7	22.9	22.9	2.8	12.8
理・美容	30.3	0.0	0.0	0.0	1.8	12.8	11.9	7.3	22.0	0.9	5.5	11.0
クリーニング	52.3	2.8	0.9	0.0	0.9	7.3	0.9	0.0	5.5	7.3	13.8	13.8
外食・飲食	34.9	0.0	0.0	0.9	10.1	14.7	35.8	7.3	23.9	1.8	4.6	10.1
贈答品	4.6	0.9	0.0	0.0	6.4	4.6	50.5	11.9	17.4	16.5	9.2	11.9

図表 日頃利用する場所（麻布地区 N=96）

	商 店 自 宅 周 辺 の 一 般	パ ー ク 自 宅 周 辺 の ス ー プ	区 内 の 自 宅 周 辺 ス ー プ 以 外 の 一 般	ア パ ー ク 自 宅 周 辺 ス ー プ 以 外 の 一 般	施 設 等 の 大 型 商 業	ど こ の 店 舗 街 な ど	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い ・ 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	10.8	76.5	11.8	4.9	1.0	1.0	2.9	7.8	9.8	2.9	6.9	3.9
弁当・惣菜	11.8	41.2	4.9	37.3	2.9	2.0	7.8	9.8	6.9	2.0	13.7	4.9
酒類・飲料	9.8	47.1	6.9	26.5	0.0	1.0	3.9	3.9	5.9	27.5	4.9	8.8
日用雑貨	16.7	40.2	6.9	9.8	12.7	1.0	4.9	10.8	8.8	26.5	4.9	4.9
日用衣料	4.9	0.0	2.0	2.0	24.5	2.0	32.4	20.6	14.7	30.4	2.9	8.8
医薬品	35.3	19.6	2.9	0.0	8.8	5.9	1.0	7.8	6.9	10.8	9.8	9.8
化粧品	15.7	7.8	2.0	1.0	4.9	2.0	19.6	16.7	6.9	27.5	14.7	10.8
趣味・本・スポーツ用品	14.7	0.0	1.0	0.0	10.8	2.0	12.7	11.8	20.6	41.2	5.9	10.8
家電・家具等	2.0	0.0	2.0	0.0	14.7	2.0	29.4	29.4	14.7	32.4	2.0	8.8
カバン・靴	4.9	0.0	2.0	0.0	15.7	2.0	32.4	25.5	23.5	21.6	2.0	10.8
理・美容	33.3	0.0	0.0	1.0	2.9	9.8	8.8	14.7	22.5	1.0	3.9	10.8
クリーニング	57.8	2.0	2.0	2.9	0.0	2.9	1.0	1.0	2.0	7.8	12.7	9.8
外食・飲食	44.1	1.0	1.0	1.0	17.6	26.5	16.7	12.7	18.6	0.0	2.9	9.8
贈答品	12.7	0.0	1.0	0.0	10.8	6.9	31.4	22.5	8.8	22.5	9.8	8.8

図表 日頃利用する場所（赤坂地区 N=97）

	商 店 自 宅 周 辺 の 一 般	パ ー ク 自 宅 周 辺 の ス ー プ	区 内 の 自 宅 周 辺 ス ー プ 以 外 の 一 般	ア パ ー ク 自 宅 周 辺 ス ー プ 以 外 の 一 般	施 設 等 の 大 型 商 業	ど こ の 店 舗 街 な ど	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い ・ 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	10.4	66.0	16.0	2.8	4.7	0.9	1.9	13.2	14.2	14.2	7.5	4.7
弁当・惣菜	7.5	50.0	9.4	36.8	2.8	0.9	6.6	13.2	3.8	1.9	12.3	7.5
酒類・飲料	2.8	43.4	8.5	34.0	3.8	0.9	0.9	3.8	10.4	24.5	8.5	6.6
日用雑貨	21.7	30.2	12.3	8.5	7.5	3.8	0.9	15.1	10.4	26.4	6.6	3.8
日用衣料	1.9	0.0	1.9	1.9	19.8	2.8	29.2	29.2	18.9	27.4	3.8	8.5
医薬品	54.7	13.2	2.8	1.9	6.6	5.7	1.9	4.7	8.5	11.3	8.5	7.5
化粧品	20.8	7.5	1.9	1.9	5.7	5.7	9.4	13.2	10.4	34.9	17.0	9.4
趣味・本・スポーツ用品	18.9	3.8	0.0	0.0	7.5	3.8	9.4	19.8	13.2	33.0	7.5	7.5
家電・家具等	6.6	1.9	0.0	0.0	20.8	3.8	14.2	26.4	17.9	28.3	6.6	5.7
カバン・靴	2.8	1.9	0.9	0.0	12.3	1.9	30.2	35.8	19.8	22.6	1.9	6.6
理・美容	37.7	0.9	0.0	0.0	4.7	8.5	5.7	17.9	19.8	2.8	0.0	10.4
クリーニング	50.0	1.9	0.0	0.9	0.9	6.6	1.9	2.8	10.4	6.6	17.0	7.5
外食・飲食	34.0	2.8	0.0	2.8	17.9	14.2	24.5	21.7	20.8	2.8	2.8	8.5
贈答品	11.3	2.8	0.0	0.0	11.3	2.8	22.6	24.5	16.0	16.0	15.1	10.4

*網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

図表 日頃利用する場所（高輪地区 N=131）

	商 自 宅 周 辺 の 一 般	パ 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 の ス ー 以 外 の	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ト ン	施 区 内 の 大 型 商 業 施 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な ど 個 人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	7.6	81.8	8.3	6.1	3.0	1.5	2.3	3.0	7.6	12.1	9.1	3.8
弁当・惣菜	5.3	60.6	6.8	28.8	4.5	2.3	6.8	6.1	6.8	3.8	8.3	6.8
酒類・飲料	1.5	61.4	5.3	19.7	5.3	2.3	0.8	3.0	8.3	21.2	9.1	6.8
日用雑貨	7.6	48.5	6.1	4.5	10.6	1.5	7.6	5.3	12.1	25.0	8.3	3.8
日用衣料	1.5	6.1	2.3	0.0	13.6	1.5	39.4	23.5	21.2	36.4	3.8	7.6
医薬品	40.2	23.5	3.0	0.8	15.2	3.8	0.0	0.8	9.1	9.1	8.3	6.1
化粧品	12.9	11.4	2.3	0.8	9.1	0.8	17.4	14.4	9.8	27.3	15.2	8.3
趣味・本・スポーツ用品	12.1	2.3	2.3	0.8	20.5	2.3	11.4	14.4	20.5	40.9	1.5	6.8
家電・家具等	0.0	2.3	1.5	0.0	9.1	3.0	37.9	12.9	22.7	38.6	8.3	6.1
カバン・靴	0.8	1.5	0.8	0.0	9.8	1.5	48.5	22.7	17.4	27.3	3.8	7.6
理・美容	30.3	2.3	0.0	0.0	3.0	8.3	9.8	14.4	25.8	0.8	4.5	6.8
クリーニング	53.8	9.1	0.0	0.8	1.5	5.3	1.5	0.0	3.8	9.1	15.2	7.6
外食・飲食	38.6	1.5	0.0	1.5	10.6	18.9	31.1	19.7	24.2	3.0	3.0	6.8
贈答品	3.0	1.5	0.8	0.8	11.4	1.5	43.2	24.2	11.4	25.0	12.1	7.6

図表 日頃利用する場所（芝浦港南地区 N=105）

	商 自 宅 周 辺 の 一 般	パ 自 宅 周 辺 の ス ー	区 自 宅 周 辺 の ス ー 以 外 の	ア ビ 自 宅 周 辺 の ス コ ト ン	施 区 内 の 大 型 商 業 施 設 等	ど 区 内 の 商 店 街 な ど 個 人 店 舗	辺 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	の 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の 商 業 施 設	そ の 他 の 地 域	通 信 販 売 等	い 自 分 で は 買 わ な い ・ そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	4.1	85.1	11.6	6.6	4.1	0.8	7.4	0.0	14.0	14.9	6.6	0.8
弁当・惣菜	5.0	64.5	7.4	32.2	2.5	0.8	10.7	0.8	14.0	3.3	7.4	2.5
酒類・飲料	4.1	64.5	9.1	24.0	1.7	0.8	2.5	0.0	12.4	33.9	4.1	0.8
日用雑貨	5.8	43.0	3.3	11.6	9.9	0.8	11.6	0.0	20.7	43.0	2.5	0.8
日用衣料	0.8	0.8	1.7	0.8	18.2	2.5	57.0	12.4	28.1	33.9	1.7	1.7
医薬品	34.7	27.3	3.3	5.0	9.9	5.0	6.6	1.7	15.7	19.0	5.0	0.8
化粧品	10.7	17.4	0.8	3.3	9.9	1.7	23.1	5.0	9.1	33.9	19.0	1.7
趣味・本・スポーツ用品	7.4	3.3	0.0	1.7	13.2	1.7	23.1	9.1	20.7	47.9	5.0	2.5
家電・家具等	0.8	0.0	0.0	0.8	15.7	0.0	53.7	8.3	28.9	37.2	1.7	0.8
カバン・靴	0.8	1.7	0.0	0.8	14.0	0.8	53.7	13.2	31.4	28.1	2.5	2.5
理・美容	25.6	0.8	0.0	0.0	2.5	10.7	27.3	10.7	30.6	0.0	2.5	3.3
クリーニング	49.6	9.1	0.0	1.7	0.0	5.0	0.0	0.0	12.4	14.9	10.7	1.7
外食・飲食	33.1	3.3	0.0	0.8	19.0	14.9	36.4	10.7	28.9	2.5	2.5	2.5
贈答品	0.0	0.8	0.8	0.8	7.4	3.3	58.7	12.4	16.5	28.1	15.7	1.7

※網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

②利用する理由

- ・利用する理由は、全体として「品揃えが豊富」、「価格が安い」、「欲しいものがある」、「家から近い」などが多くなっている。
- ・食料品など日用品は、「家から近い」の割合が高くなっている一方で、「日用雑貨」、「日用衣料」、「化粧品」、「趣味・本・スポーツ用品」、「家電・家具等」、「カバン・靴」など、買回り品では「品揃えが豊富」、「欲しいものがある」の理由が多くなっている。
- ・また、「理・美容」、「クリーニング」、「外食・飲食」などのサービスでは、「なじみの店」を理由としている割合が多い。
- ・年代別にみると、20歳代以下や50歳代～60歳代においては、「価格が安い」を選んでいる品目が他の年代より多くなっている。また、70歳代以上では、食料品など日用品において、「一か所で全てが揃う」が他の年代よりも多くなっている。
- ・コロナ禍であったが、「感染症対策をしている」は全体としては少なかったが、高齢になるほど多く、70歳代以上では、特に「外食・飲食」で他と比較して多くなっている。
- ・地区別にみると、全体と比較して大きな特徴の違いは見られない。

図表 利用する理由（港区全体 N=545）

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	一か所で全てが揃う	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	多催物・特売などがある	ポイントが発行している	キヤッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	30.4	22.0	36.5	15.6	10.9	8.0	19.3	1.6	0.6	-	3.9	4.3	2.5	43.3	6.0	0.6	6.0	6.0	0.6	4.1
弁当・惣菜	24.1	12.7	19.9	18.7	11.8	5.6	9.2	1.4	2.4	0.4	4.0	2.0	1.2	37.1	8.8	1.0	4.8	5.8	-	12.0
酒類・飲料	25.6	28.2	3.6	16.9	8.7	4.8	11.7	0.8	1.8	-	3.2	2.6	1.2	34.6	4.2	0.2	8.0	7.6	0.4	7.8
日用雑貨	37.1	25.0	3.0	26.8	6.0	3.8	14.5	0.4	2.2	-	2.4	4.2	0.6	27.2	2.4	0.6	9.5	6.3	0.4	4.2
日用衣料	43.2	17.4	6.9	41.0	6.3	7.7	9.5	0.6	13.1	0.4	1.4	3.4	2.0	9.7	1.2	0.2	6.1	5.1	1.0	5.3
医薬品	28.4	16.5	1.0	19.8	8.2	6.5	10.0	0.4	0.6	0.2	1.0	1.6	1.6	32.0	4.1	0.8	9.8	6.3	0.6	7.8
化粧品	29.6	15.4	6.8	34.7	3.7	8.4	6.8	1.2	3.3	-	0.8	1.8	2.3	15.0	4.1	0.2	9.7	6.4	0.6	9.9
趣味・本・スポーツ用品	42.9	12.6	2.1	36.4	4.6	4.8	9.1	-	2.1	0.2	1.4	2.7	0.4	8.9	3.1	0.8	6.6	5.6	0.4	9.9
家電・家具等	52.3	26.6	3.7	30.6	2.8	3.4	9.7	0.2	3.0	-	1.0	2.2	1.2	6.1	1.0	1.2	12.0	4.9	0.6	7.7
カバン・靴	44.4	11.9	7.4	41.5	1.8	7.6	6.0	0.6	12.3	0.2	1.4	1.4	2.1	6.0	1.6	1.4	7.4	5.1	0.4	4.5
理・美容	4.1	14.4	7.6	4.3	3.5	47.0	1.2	2.5	11.3	-	0.4	0.4	9.3	23.3	2.9	0.2	2.3	3.5	1.4	6.2
クリーニング	2.7	14.5	5.0	2.1	6.2	18.5	1.9	0.4	0.6	-	1.5	-	3.1	44.0	3.3	0.2	2.5	3.3	-	15.4
外食・飲食	10.6	7.5	19.7	18.1	11.6	28.5	2.0	5.1	14.4	0.6	1.6	1.8	6.9	22.8	3.0	0.2	1.6	4.5	5.7	6.5
贈答品	44.4	4.8	15.1	26.7	2.1	7.6	8.3	1.2	12.4	0.4	1.0	1.9	2.3	6.8	1.2	1.2	5.6	6.2	0.8	11.0

※網掛けは商品ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）、無回答除く

【年代別】

図表 利用する理由 (20歳代以下 N=52)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うかが所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通勤・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントを発行している	対応している	キャッシュレスに	感染症対策をして	無回答
青果・精肉・鮮魚	23.4	27.7	19.1	6.4	12.8	6.4	12.8	6.4	2.1	0.0	6.4	0.0	0.0	31.9	4.3	0.0	0.0	12.8	0.0	17.0	
弁当・惣菜	20.4	22.4	10.2	8.2	10.2	8.2	6.1	2.0	2.0	0.0	4.1	0.0	0.0	38.8	8.2	0.0	0.0	10.2	0.0	16.3	
酒類・飲料	30.0	32.0	6.0	8.0	10.0	6.0	8.0	2.0	6.0	0.0	6.0	0.0	0.0	34.0	6.0	0.0	0.0	10.0	0.0	12.0	
日用雑貨	34.0	31.9	2.1	19.1	4.3	6.4	12.8	0.0	6.4	0.0	2.1	0.0	0.0	25.5	4.3	0.0	2.1	12.8	0.0	6.4	
日用衣料	52.1	18.8	6.3	18.8	6.3	8.3	12.5	0.0	4.2	2.1	2.1	0.0	0.0	16.7	4.2	0.0	2.1	12.5	0.0	6.3	
医薬品	17.0	17.0	2.1	17.0	4.3	6.4	6.4	0.0	2.1	0.0	2.1	0.0	0.0	38.3	2.1	0.0	4.3	12.8	0.0	12.8	
化粧品	32.6	19.6	2.2	26.1	2.2	6.5	8.7	0.0	2.2	0.0	2.2	0.0	0.0	21.7	4.3	0.0	4.3	13.0	0.0	10.9	
趣味・本・スポーツ用品	34.0	19.1	0.0	25.5	4.3	6.4	10.6	0.0	2.1	0.0	2.1	0.0	0.0	14.9	4.3	0.0	0.0	12.8	0.0	12.8	
家電・家具等	42.6	21.3	2.1	19.1	0.0	4.3	10.6	0.0	6.4	0.0	2.1	0.0	0.0	10.6	4.3	0.0	4.3	10.6	0.0	10.6	
カバン・靴	42.6	12.8	2.1	25.5	4.3	10.6	8.5	0.0	10.6	0.0	4.3	0.0	2.1	10.6	2.1	0.0	2.1	12.8	0.0	6.4	
理・美容	10.6	23.4	12.8	4.3	0.0	25.5	2.1	6.4	4.3	0.0	2.1	0.0	0.0	25.5	4.3	0.0	0.0	8.5	0.0	6.4	
クリーニング	6.5	13.0	2.2	4.3	6.5	4.3	2.2	0.0	2.2	0.0	2.2	0.0	0.0	37.0	2.2	0.0	0.0	10.9	0.0	30.4	
外食・飲食	16.7	12.5	16.7	16.7	12.5	20.8	2.1	4.2	20.8	2.1	2.1	0.0	2.1	22.9	4.2	0.0	0.0	12.5	0.0	2.1	
贈答品	36.2	12.8	10.6	12.8	0.0	8.5	6.4	0.0	12.8	2.1	4.3	0.0	0.0	10.6	2.1	0.0	2.1	10.6	0.0	19.1	

図表 利用する理由 (30歳代 N=97)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うかが所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通勤・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントを発行している	対応している	キャッシュレスに	感染症対策をして	無回答
青果・精肉・鮮魚	31.6	17.9	30.5	12.6	8.4	8.4	18.9	-	-	-	4.2	-	2.1	55.8	5.3	-	7.4	5.3	-	3.2	
弁当・惣菜	22.6	4.3	18.3	15.1	11.8	3.2	6.5	-	1.1	2.2	1.1	-	1.1	49.5	11.8	3.2	5.4	6.5	-	7.5	
酒類・飲料	31.6	20.0	4.2	13.7	9.5	3.2	9.5	3.2	2.1	-	1.1	-	-	42.1	8.4	-	6.3	7.4	-	4.2	
日用雑貨	42.6	20.2	1.1	22.3	5.3	-	13.8	1.1	2.1	-	1.1	-	-	30.9	1.1	2.1	11.7	5.3	-	3.2	
日用衣料	44.6	16.3	5.4	41.3	5.4	6.5	13.0	1.1	10.9	-	-	-	2.2	10.9	-	-	5.4	3.3	-	6.5	
医薬品	36.0	13.5	2.2	15.7	6.7	2.2	10.1	-	1.1	-	1.1	-	-	2.2	31.5	7.9	2.2	9.0	2.2	6.7	
化粧品	29.3	13.0	7.6	27.2	1.1	5.4	5.4	2.2	3.3	-	-	1.1	2.2	18.5	8.7	-	8.7	3.3	-	12.0	
趣味・本・スポーツ用品	45.1	9.9	2.2	33.0	4.4	5.5	15.4	-	2.2	1.1	1.1	-	-	7.7	2.2	-	5.5	2.2	-	12.1	
家電・家具等	53.8	24.2	5.5	26.4	4.4	3.3	11.0	1.1	4.4	-	-	-	1.1	6.6	-	-	7.7	2.2	-	7.7	
カバン・靴	50.0	6.7	11.1	33.3	1.1	11.1	5.6	-	11.1	1.1	1.1	-	1.1	7.8	2.2	-	4.4	2.2	-	5.6	
理・美容	5.7	12.5	10.2	4.5	6.8	40.9	2.3	2.3	13.6	-	-	1.1	6.8	21.6	2.3	-	1.1	1.1	-	3.4	
クリーニング	3.4	14.6	3.4	1.1	4.5	15.7	3.4	-	2.2	-	-	-	2.2	49.4	6.7	-	3.4	1.1	-	14.6	
外食・飲食	10.8	5.4	20.4	17.2	11.8	15.1	2.2	6.5	14.0	1.1	5.4	1.1	2.2	24.7	6.5	-	2.2	3.2	2.2	8.6	
贈答品	41.8	2.2	15.4	27.5	1.1	3.3	7.7	2.2	15.4	-	1.1	-	-	6.6	1.1	-	5.5	3.3	-	15.4	

図表 利用する理由 (40歳代 N=108)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うかが所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通勤・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントを発行している	対応している	キャッシュレスに	感染症対策をして	無回答
青果・精肉・鮮魚	31.5	22.2	38.9	21.3	11.1	3.7	22.2	0.9	0.9	-	3.7	8.3	2.8	49.1	10.2	1.9	1.9	3.7	-	0.9	
弁当・惣菜	32.4	11.4	23.8	18.1	9.5	7.6	16.2	2.9	4.8	-	3.8	4.8	1.0	43.8	13.3	1.0	1.0	2.9	-	3.8	
酒類・飲料	21.9	25.7	4.8	12.4	6.7	2.9	19.0	-	1.9	-	1.9	3.8	-	37.1	3.8	-	7.6	3.8	-	7.6	
日用雑貨	37.4	21.5	3.7	26.2	7.5	4.7	15.9	-	0.9	-	1.9	4.7	-	26.2	3.7	-	5.6	3.7	-	3.7	
日用衣料	36.8	18.9	8.5	42.5	5.7	10.4	10.4	-	17.0	-	0.9	4.7	1.9	9.4	2.8	-	6.6	1.9	-	2.8	
医薬品	26.4	14.2	0.9	15.1	7.5	7.5	10.4	-	-	-	0.9	2.8	1.9	34.0	8.5	-	5.7	4.7	-	8.5	
化粧品	28.6	12.4	8.6	36.2	2.9	14.3	6.7	-	2.9	-	-	3.8	1.9	14.3	5.7	-	5.7	3.8	-	5.7	
趣味・本・スポーツ用品	33.3	11.4	2.9	35.2	1.9	5.7	14.3	-	1.9	-	-	3.8	-	9.5	4.8	1.0	2.9	2.9	-	13.3	
家電・家具等	49.1	24.1	3.7	25.0	-	3.7	12.0	-	3.7	-	-	2.8	0.9	5.6	0.9	1.9	11.1	1.9	-	11.1	
カバン・靴	37.9	13.6	5.8	40.8	-	10.7	5.8	1.0	18.4	-	-	1.0	1.0	3.9	2.9	1.9	7.8	1.9	-	3.9	
理・美容	1.0	14.3	7.6	8.6	1.9	43.8	1.9	1.9	14.3	-	1.0	1.0	16.2	25.7	3.8	-	-	1.9	-	9.5	
クリーニング	1.0	10.6	5.8	2.9	4.8	14.4	2.9	-	-	-	1.9	-	3.8	50.0	3.8	-	-	1.0	-	16.3	
外食・飲食	9.4	6.6	20.8	22.6	13.2	27.4	1.9	3.8	11.3	0.9	0.9	0.9	8.5	30.2	3.8	-	0.9	0.9	1.9	4.7	
贈答品	41.7	1.9	12.6	34.0	3.9	7.8	12.6	-	13.6	-	1.0	2.9	2.9	6.8	2.9	1.0	3.9	1.9	-	7.8	

※網掛けは商品ごとに上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

図表 利用する理由 (50歳代 N=138)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うかが所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通勤・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントが発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	29.9	22.6	40.1	19.0	13.1	8.0	20.4	1.5	-	-	3.6	5.1	2.9	40.9	4.4	0.7	7.3	5.1	-	2.2
弁当・惣菜	24.8	16.5	21.8	24.8	13.5	5.3	9.0	1.5	2.3	-	4.5	2.3	2.3	25.6	7.5	0.8	6.8	5.3	-	14.3
酒類・飲料	26.5	38.2	2.9	25.0	8.1	3.7	11.0	-	1.5	-	2.9	5.1	1.5	25.0	2.9	0.7	12.5	10.3	-	5.1
日用雑貨	37.9	31.1	3.8	34.1	6.8	3.8	10.6	-	3.8	-	0.8	7.6	1.5	23.5	3.0	-	13.6	6.1	-	3.0
日用衣料	41.8	18.7	9.7	48.5	6.7	6.0	7.5	1.5	14.9	0.7	1.5	4.5	3.7	9.0	0.7	-	9.7	7.5	0.7	4.5
医薬品	29.5	19.7	0.8	26.5	10.6	5.3	8.3	1.5	-	0.8	1.5	2.3	1.5	31.8	2.3	1.5	13.6	7.6	0.8	4.5
化粧品	31.3	19.1	9.2	42.7	6.1	6.9	5.3	1.5	6.1	-	2.3	1.5	3.1	13.0	2.3	0.8	12.2	8.4	0.8	6.9
趣味・本・スポーツ用品	48.4	15.6	3.9	41.4	4.7	3.1	6.3	-	3.1	-	0.8	5.5	1.6	7.8	3.1	0.8	13.3	7.0	-	4.7
家電・家具等	50.0	36.4	3.8	39.4	3.8	1.5	9.8	-	2.3	-	1.5	5.3	1.5	6.1	0.8	2.3	16.7	6.8	0.8	3.0
カバン・靴	39.4	18.2	11.4	47.0	1.5	5.3	8.3	0.8	10.6	-	1.5	3.8	3.0	5.3	1.5	2.3	12.9	6.8	0.8	1.5
理・美容	2.3	11.6	9.3	3.1	3.1	53.5	0.8	0.8	12.4	-	-	-	9.3	24.0	3.9	0.8	7.0	4.7	2.3	3.9
クリーニング	2.3	17.7	9.2	1.5	6.2	26.9	1.5	0.8	-	-	2.3	-	4.6	41.5	3.1	0.8	3.8	5.4	-	7.7
外食・飲食	10.7	9.9	25.2	17.6	9.9	34.4	3.1	6.1	14.5	-	0.8	2.3	10.7	20.6	2.3	0.8	3.1	4.6	6.1	3.1
贈答品	41.2	9.2	19.1	24.4	3.1	9.2	3.8	0.8	13.7	0.8	-	1.5	5.3	7.6	0.8	3.8	9.9	9.2	1.5	7.6

図表 利用する理由 (60歳代 N=90)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うかが所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通勤・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントが発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	35.7	23.8	40.5	14.3	7.1	10.7	16.7	2.4	1.2	-	2.4	4.8	4.8	35.7	4.8	-	10.7	7.1	2.4	4.8
弁当・惣菜	22.8	13.9	19.0	20.3	12.7	6.3	6.3	1.3	2.5	-	5.1	1.3	1.3	36.7	3.8	-	7.6	6.3	-	15.2
酒類・飲料	23.7	27.6	1.3	15.8	7.9	9.2	3.9	-	-	-	5.3	1.3	3.9	35.5	1.3	-	9.2	7.9	1.3	13.2
日用雑貨	33.3	27.2	4.9	28.4	4.9	1.2	13.6	1.2	-	-	4.9	4.9	-	32.1	-	-	12.3	8.6	1.2	3.7
日用衣料	48.7	16.7	5.1	43.6	3.8	10.3	3.8	-	14.1	-	1.3	5.1	1.3	6.4	-	1.3	3.8	5.1	2.6	5.1
医薬品	33.3	19.2	-	23.1	6.4	3.8	11.5	-	1.3	-	-	2.6	1.3	29.5	-	-	9.0	6.4	1.3	9.0
化粧品	30.3	15.8	3.9	34.2	5.3	3.9	2.6	2.6	1.3	-	-	1.3	3.9	13.2	-	-	13.2	7.9	1.3	13.2
趣味・本・スポーツ用品	50.0	10.5	-	39.5	3.9	2.6	1.3	-	-	-	1.3	-	-	5.3	2.6	2.6	6.6	7.9	1.3	10.5
家電・家具等	61.8	22.4	3.9	34.2	5.3	3.9	5.3	-	1.3	-	1.3	-	2.6	-	1.3	1.3	10.5	5.3	-	10.5
カバン・靴	55.3	6.6	5.3	51.3	2.6	5.3	2.6	1.3	11.8	-	1.3	-	3.9	3.9	-	1.3	2.6	5.3	-	5.3
理・美容	7.8	16.9	2.6	2.6	2.6	49.4	-	2.6	9.1	-	-	-	5.2	22.1	1.3	-	1.3	3.9	1.3	9.1
クリーニング	3.9	19.7	1.3	2.6	7.9	17.1	-	-	-	-	1.3	-	1.3	42.1	1.3	-	3.9	1.3	-	14.5
外食・飲食	9.1	2.6	14.3	18.2	7.8	39.0	1.3	3.9	16.9	-	-	2.6	3.9	15.6	-	-	3.9	11.7	13.0	13.0
贈答品	60.8	1.4	14.9	31.1	1.4	8.1	10.8	4.1	9.5	-	1.4	2.7	-	4.1	-	-	4.1	8.1	-	8.1

図表 利用する理由 (70歳代以上 N=48)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うかが所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通勤・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントが発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	23.1	20.5	43.6	10.3	15.4	15.4	23.1	-	-	-	5.1	5.1	-	33.3	7.7	-	7.7	7.7	2.6	5.1
弁当・惣菜	11.1	8.3	19.4	19.4	11.1	2.8	8.3	-	-	-	8.3	2.8	-	27.8	2.8	-	8.3	8.3	-	27.8
酒類・飲料	18.4	18.4	2.6	21.1	13.2	7.9	18.4	-	-	-	5.3	2.6	2.6	44.7	2.6	-	5.3	5.3	2.6	10.5
日用雑貨	35.0	15.0	-	20.0	5.0	12.5	27.5	-	-	-	7.5	5.0	-	27.5	2.5	2.5	5.0	5.0	2.5	10.0
日用衣料	38.2	11.8	-	35.3	11.8	2.9	14.7	-	11.8	-	5.9	5.9	-	8.8	-	-	2.9	-	-	11.8
医薬品	14.3	11.4	-	17.1	14.3	25.7	14.3	-	-	-	-	-	2.9	28.6	-	-	20.0	8.6	2.9	11.4
化粧品	17.6	8.8	2.9	35.3	2.9	17.6	20.6	-	-	-	-	2.9	-	11.8	2.9	-	11.8	2.9	2.9	20.6
趣味・本・スポーツ用品	41.2	8.8	-	41.2	14.7	8.8	-	-	2.9	-	8.8	5.9	-	14.7	-	-	5.9	2.9	2.9	8.8
家電・家具等	61.1	22.2	-	36.1	-	8.3	5.6	-	-	-	2.8	2.8	-	13.9	-	-	22.2	5.6	5.6	5.6
カバン・靴	44.4	8.3	-	44.4	5.6	-	2.8	-	5.6	-	2.8	2.8	-	8.3	-	2.8	8.3	5.6	2.8	11.1
理・美容	-	13.9	-	-	8.3	69.4	-	5.6	8.3	-	-	-	-	13.9	16.7	-	-	2.8	8.3	5.6
クリーニング	-	5.9	2.9	-	8.8	29.4	-	2.9	-	-	-	-	5.9	35.3	-	-	2.9	-	-	26.5
外食・飲食	8.8	11.8	11.8	11.8	20.6	35.3	-	5.9	8.8	-	-	5.9	11.8	20.6	-	-	5.9	20.6	11.8	11.8
贈答品	48.6	-	11.4	22.9	-	11.4	8.6	-	2.9	-	-	5.7	2.9	5.7	-	-	5.7	5.7	17.1	17.1

※網掛けは商品ごとに上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

【地区別】

図表 利用する理由 (芝地区 N=103)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うーか所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントが発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	30.2	14.6	35.4	19.8	13.5	9.4	25.0	2.1	-	-	4.2	3.1	2.1	39.6	6.3	-	9.4	11.5	-	2.1
弁当・惣菜	28.4	13.7	18.9	17.9	15.8	8.4	11.6	3.2	1.1	-	2.1	2.1	-	32.6	7.4	2.1	7.4	11.6	-	7.4
酒類・飲料	30.9	27.8	1.0	20.6	9.3	7.2	9.3	1.0	-	-	2.1	2.1	-	33.0	3.1	-	10.3	12.4	-	2.1
日用雑貨	44.8	24.0	2.1	24.0	5.2	5.2	15.6	1.0	1.0	-	2.1	3.1	-	29.2	1.0	2.1	8.3	10.4	-	1.0
日用衣料	45.3	16.8	6.3	46.3	7.4	6.3	9.5	1.1	13.7	-	1.1	2.1	1.1	9.5	-	-	4.2	11.6	-	5.3
医薬品	30.9	13.8	1.1	20.2	6.4	7.4	5.3	-	-	-	1.1	1.1	1.1	27.7	4.3	2.1	10.6	12.8	-	8.5
化粧品	28.4	14.7	3.2	34.7	3.2	8.4	4.2	-	3.2	-	2.1	1.1	3.2	15.8	6.3	-	10.5	12.6	-	9.5
趣味・本・スポーツ用品	45.3	8.4	1.1	33.7	3.2	4.2	7.4	-	-	-	1.1	2.1	-	11.6	-	-	3.2	9.5	-	12.6
家電・家具等	58.9	29.5	1.1	29.5	2.1	4.2	11.6	-	1.1	-	2.1	1.1	1.1	3.2	1.1	1.1	10.5	8.4	-	5.3
カバン・靴	48.9	8.5	6.4	43.6	1.1	4.3	7.4	-	11.7	-	3.2	2.1	1.1	2.1	-	1.1	5.3	9.6	-	6.4
理・美容	5.3	16.0	9.6	3.2	3.2	45.7	-	1.1	11.7	-	1.1	2.1	8.5	24.5	1.1	-	2.1	7.4	-	4.3
クリーニング	3.2	14.7	7.4	2.1	5.3	15.8	1.1	1.1	-	-	3.2	-	3.2	38.9	2.1	-	3.2	6.3	-	14.7
外食・飲食	13.8	7.4	26.6	25.5	7.4	25.5	1.1	4.3	11.7	1.1	4.3	1.1	5.3	29.8	2.1	-	2.1	7.4	5.3	2.1
贈答品	53.7	3.2	14.7	32.6	2.1	5.3	5.3	1.1	13.7	-	2.1	1.1	4.2	4.2	-	1.1	4.2	9.5	1.1	8.4

図表 利用する理由 (麻布地区 N=96)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うーか所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントが発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	25.3	20.9	42.9	14.3	5.5	14.3	17.6	2.2	-	-	1.1	4.4	7.7	41.8	2.2	-	5.5	6.6	2.2	6.6
弁当・惣菜	26.7	12.8	19.8	20.9	11.6	11.6	7.0	1.2	1.2	-	1.2	1.2	3.5	30.2	2.3	1.2	3.5	5.8	-	16.3
酒類・飲料	24.4	22.1	3.5	19.8	8.1	9.3	10.5	-	1.2	-	2.3	4.7	3.5	37.2	2.3	-	5.8	8.1	1.2	9.3
日用雑貨	33.3	23.0	4.6	20.7	5.7	3.4	10.3	1.1	1.1	-	3.4	8.0	1.1	34.5	1.1	1.1	11.5	6.9	1.1	8.0
日用衣料	42.4	14.1	8.2	35.3	5.9	8.2	4.7	-	18.8	-	3.5	3.5	4.7	15.3	-	-	10.6	4.7	2.4	5.9
医薬品	29.3	17.1	2.4	18.3	11.0	6.1	14.6	1.2	1.2	1.2	-	3.7	2.4	34.1	-	1.2	8.5	6.1	1.2	8.5
化粧品	30.0	8.8	11.3	41.3	5.0	7.5	7.5	1.3	5.0	-	-	1.3	7.5	16.3	-	-	10.0	8.8	1.3	10.0
趣味・本・スポーツ用品	37.0	12.3	1.2	37.0	6.2	8.6	6.2	-	2.5	-	2.5	1.2	1.2	14.8	-	-	9.9	6.2	1.2	11.1
家電・家具等	50.0	22.0	7.3	31.7	3.7	3.7	12.2	-	1.2	-	1.2	1.2	2.4	8.5	-	-	9.8	6.1	2.4	9.8
カバン・靴	39.8	9.6	9.6	44.6	1.2	4.8	7.2	2.4	16.9	-	1.2	-	3.6	9.6	-	-	10.8	7.2	1.2	6.0
理・美容	3.7	12.2	9.8	2.4	3.7	52.4	-	3.7	9.8	-	-	-	7.3	30.5	2.4	-	3.7	1.2	2.4	6.1
クリーニング	1.2	12.3	3.7	3.7	8.6	29.6	-	-	-	-	1.2	-	3.7	43.2	-	-	3.7	3.7	-	16.0
外食・飲食	2.4	5.9	18.8	14.1	9.4	34.1	1.2	5.9	14.1	-	2.4	2.4	10.6	22.4	1.2	-	4.7	5.9	10.6	11.8
贈答品	38.1	8.3	14.3	23.8	1.2	8.3	10.7	-	15.5	-	1.2	2.4	3.6	6.0	-	1.2	11.9	7.1	2.4	13.1

図表 利用する理由 (赤坂地区 N=97)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うーか所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントが発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をしている	無回答
青果・精肉・鮮魚	39.8	32.3	38.7	12.9	8.6	5.4	17.2	-	2.2	-	4.3	8.6	2.2	41.9	9.7	1.1	5.4	3.2	1.1	3.2
弁当・惣菜	26.7	16.7	26.7	20.0	6.7	2.2	7.8	-	6.7	-	1.1	3.3	1.1	40.0	8.9	1.1	1.1	3.3	-	13.3
酒類・飲料	32.3	32.3	3.2	14.0	6.5	5.4	12.9	1.1	3.2	-	2.2	2.2	2.2	32.3	5.4	-	6.5	8.6	1.1	10.8
日用雑貨	36.0	24.7	3.4	31.5	3.4	7.9	16.9	-	1.1	-	2.2	2.2	-	24.7	3.4	-	9.0	6.7	1.1	4.5
日用衣料	42.7	20.2	4.5	47.2	3.4	11.2	10.1	1.1	12.4	-	2.2	2.2	3.4	11.2	-	1.1	6.7	6.7	1.1	2.2
医薬品	36.7	13.3	1.1	23.3	4.4	10.0	12.2	-	1.1	-	-	1.1	4.4	32.2	4.4	-	7.8	5.6	1.1	5.6
化粧品	34.4	16.7	4.4	36.7	3.3	7.8	10.0	2.2	3.3	-	-	2.2	2.2	13.3	6.7	-	7.8	4.4	1.1	10.0
趣味・本・スポーツ用品	46.0	10.3	1.1	40.2	2.3	3.4	8.0	-	1.1	-	3.4	1.1	1.1	9.2	6.9	-	6.9	6.9	1.1	10.3
家電・家具等	53.9	23.6	6.7	38.2	2.2	3.4	6.7	1.1	3.4	-	1.1	1.1	2.2	11.2	-	1.1	12.4	4.5	-	6.7
カバン・靴	43.2	10.2	4.5	44.3	-	11.4	6.8	1.1	15.9	1.1	1.1	1.1	4.5	10.2	3.4	1.1	4.5	4.5	-	4.5
理・美容	4.7	14.0	7.0	3.5	3.5	46.5	3.5	4.7	15.1	-	-	-	8.1	23.3	5.8	-	1.2	5.8	2.3	10.5
クリーニング	3.4	12.6	5.7	1.1	5.7	19.5	2.3	1.1	2.3	-	-	-	2.3	36.8	6.9	-	1.1	5.7	-	19.5
外食・飲食	8.9	11.1	23.3	13.3	13.3	31.1	2.2	5.6	16.7	-	1.1	1.1	7.8	31.1	4.4	-	1.1	6.7	5.6	5.6
贈答品	48.3	5.7	14.9	28.7	1.1	11.5	9.2	1.1	12.6	-	-	3.4	1.1	16.1	1.1	1.1	2.3	8.0	-	10.3

※網掛けは商品ごとに上位3位 (同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

図表 利用する理由 (高輪地区 N=131)

	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うーか所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通動・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントを発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をして	無回答
青果・精肉・鮮魚	31.2	25.6	40.8	12.8	13.6	6.4	20.8	3.2	0.8	-	4.0	4.0	1.6	45.6	3.2	0.8	6.4	5.6	-	0.8
弁当・惣菜	21.0	11.3	20.2	21.8	12.9	2.4	6.5	1.6	2.4	0.8	5.6	1.6	1.6	35.5	12.1	0.8	7.3	2.4	-	11.3
酒類・飲料	20.3	29.3	4.1	17.9	9.8	1.6	10.6	0.8	3.3	-	4.1	2.4	-	36.6	4.9	-	8.9	4.9	-	8.9
日用雑貨	38.4	29.6	0.8	32.0	4.8	1.6	16.0	-	5.6	-	0.8	4.0	0.8	24.8	3.2	-	10.4	3.2	-	2.4
日用衣料	45.9	16.4	9.0	41.8	4.1	8.2	9.8	0.8	13.1	0.8	-	4.1	1.6	5.7	2.5	-	4.9	1.6	0.8	6.6
医薬品	30.0	16.7	0.8	22.5	10.8	5.0	9.2	-	0.8	-	2.5	1.7	0.8	30.8	3.3	-	15.0	5.0	-	6.7
化粧品	30.3	15.6	10.7	35.2	4.1	9.0	5.7	0.8	3.3	-	0.8	1.6	-	14.8	4.1	0.8	10.7	3.3	-	8.2
趣味・本・スポーツ用品	44.5	14.3	5.0	42.9	5.0	3.4	10.1	-	3.4	0.8	-	5.9	-	5.0	2.5	1.7	6.7	3.4	-	9.2
家電・家具等	55.7	30.3	2.5	31.1	1.6	1.6	4.9	-	4.1	-	0.8	4.1	0.8	6.6	0.8	1.6	13.1	2.5	-	7.4
カバン・靴	50.4	9.9	9.9	41.3	4.1	6.6	4.1	-	8.3	-	0.8	3.3	-	4.1	1.7	1.7	5.8	1.7	-	3.3
理・美容	2.5	15.7	8.3	5.8	3.3	51.2	-	1.7	8.3	-	0.8	-	11.6	21.5	1.7	-	0.8	0.8	1.7	5.0
クリーニング	2.5	16.8	5.0	2.5	5.0	18.5	1.7	-	0.8	-	1.7	-	3.4	46.2	4.2	-	1.7	0.8	-	14.3
外食・飲食	13.2	5.8	19.0	19.8	13.2	28.1	1.7	5.8	15.7	-	0.8	2.5	5.8	15.7	3.3	-	1.7	4.1	8.3	8.3
贈答品	43.2	5.1	18.6	24.6	2.5	9.3	5.9	2.5	11.9	0.8	0.8	1.7	2.5	6.8	2.5	1.7	3.4	2.5	-	10.2

図表 利用する理由 (芝浦港南地区 N=105)

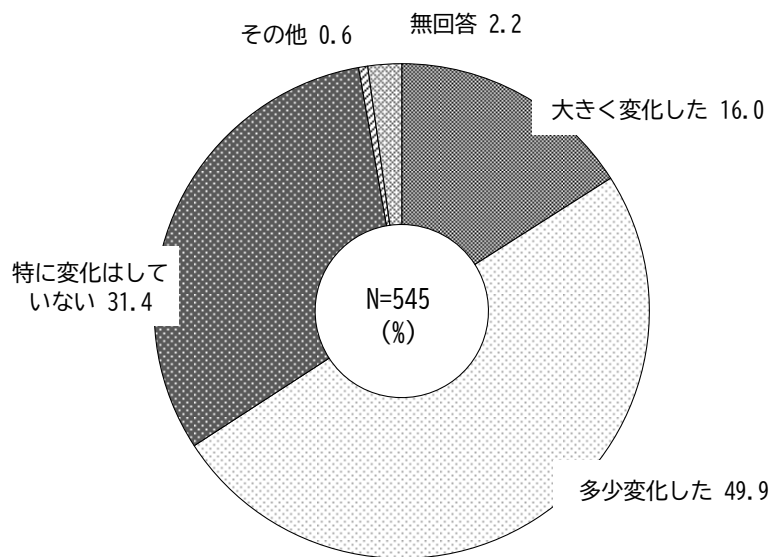
	品揃えが豊富	価格が安い	品質・鮮度がよい	欲しいものがある	気軽に入りやすい	なじみの店	うーか所で全てが揃	店が清潔で新しい	店のセンスが良い	休憩場所がある	営業時間が長い	駐車・駐輪場がある	接客態度が良い	家から近い	ある通動・通学途中に	多い催物・特売などが	ポイントを発行している	キャッシュレスに対応している	感染症対策をして	無回答	
青果・精肉・鮮魚	26.9	17.3	24.0	19.2	12.5	5.8	15.4	-	-	-	5.8	1.9	-	46.2	8.7	1.0	3.8	3.8	-	8.7	
弁当・惣菜	20.2	9.1	14.1	13.1	11.1	5.1	13.1	1.0	1.0	1.0	9.1	2.0	-	46.5	12.1	-	4.0	7.1	-	13.1	
酒類・飲料	22.0	30.0	6.0	12.0	9.0	2.0	14.0	1.0	1.0	-	5.0	2.0	1.0	35.0	5.0	1.0	7.0	5.0	-	8.0	
日用雑貨	32.0	22.3	4.9	23.3	10.7	1.9	13.6	-	1.0	-	3.9	3.9	-	25.2	2.9	-	8.7	5.8	-	5.8	
日用衣料	38.0	20.0	6.0	35.0	9.0	5.0	13.0	-	9.0	1.0	1.0	5.0	-	9.0	3.0	-	5.0	2.0	1.0	6.0	
医薬品	16.0	20.0	-	14.0	8.0	5.0	9.0	1.0	-	-	1.0	1.0	-	36.0	8.0	1.0	6.0	3.0	1.0	10.0	
化粧品	24.0	18.8	4.2	27.1	3.1	9.4	6.3	2.1	2.1	-	1.0	3.1	-	15.6	3.1	-	9.4	4.2	1.0	12.5	
趣味・本・スポーツ用品	39.8	16.3	1.0	27.6	6.1	5.1	12.2	-	3.1	-	1.0	2.0	-	6.1	6.1	2.0	7.1	3.1	-	7.1	
家電・家具等	42.6	26.7	2.0	24.8	4.0	5.0	14.9	-	5.0	-	-	3.0	-	2.0	3.0	2.0	13.9	4.0	1.0	8.9	
カバン・靴	38.1	20.6	6.2	33.0	2.1	11.3	5.2	-	11.3	-	1.0	-	-	2.1	5.2	3.1	2.1	11.3	4.1	1.0	3.1
理・美容	5.1	13.3	4.1	6.1	4.1	39.8	3.1	1.0	13.3	-	-	-	8.2	18.4	4.1	1.0	4.1	3.1	1.0	6.1	
クリーニング	3.1	15.6	3.1	1.0	6.3	11.5	3.1	-	-	-	1.0	-	3.1	53.1	3.1	1.0	2.1	1.0	-	13.5	
外食・飲食	13.3	8.2	12.2	17.3	14.3	25.5	4.1	4.1	14.3	2.0	-	2.0	5.1	16.3	4.1	1.0	1.0	1.0	4.1	5.1	
贈答品	38.5	2.1	11.5	25.0	3.1	4.2	11.5	1.0	9.4	1.0	1.0	1.0	-	2.1	2.1	1.0	7.3	5.2	1.0	12.5	

※網掛けは商品ごとに上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

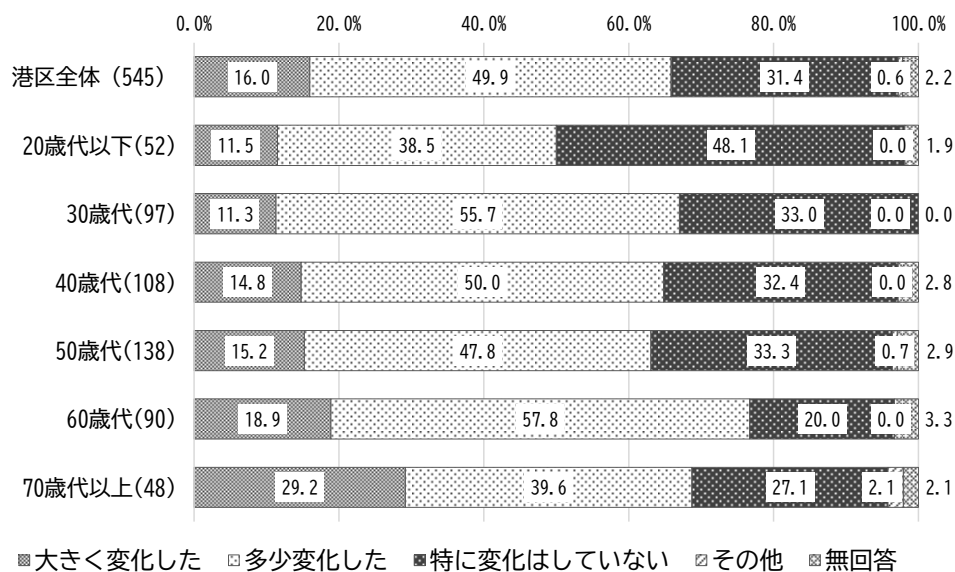
コロナ禍の買い物行動の変化

- ・ コロナ禍での買い物行動の変化について聞いてみると、「多少変化した」が 49.9%と最も多く、次いで「特に変化はしていない」が 31.4%、「大きく変化した」は 16.0%であった。
- ・ 年齢別では、高齢になるほど「大きく変化した」の割合が多く、70 歳代以上では 29.2%と「特に変化はしていない」27.1%より多くなっている。
- ・ 地区別では、麻布地区や赤坂地区で、「大きく変化した」の割合が、それぞれ 22.9%、22.7%と他の地区と比較して多くなっている。

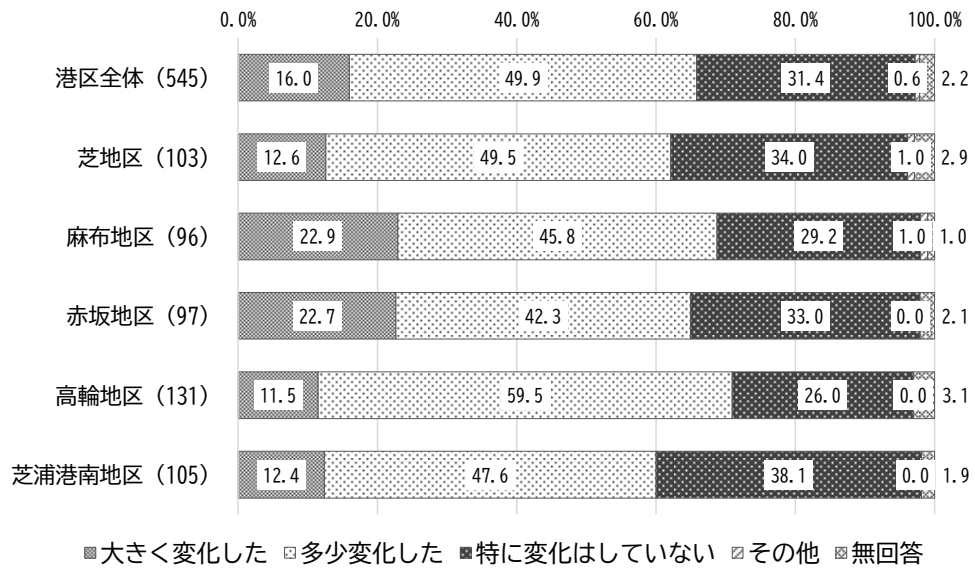
図表 コロナ禍の買い物行動の変化【港区全体】



図表 コロナ禍の買い物行動の変化【年齢別】



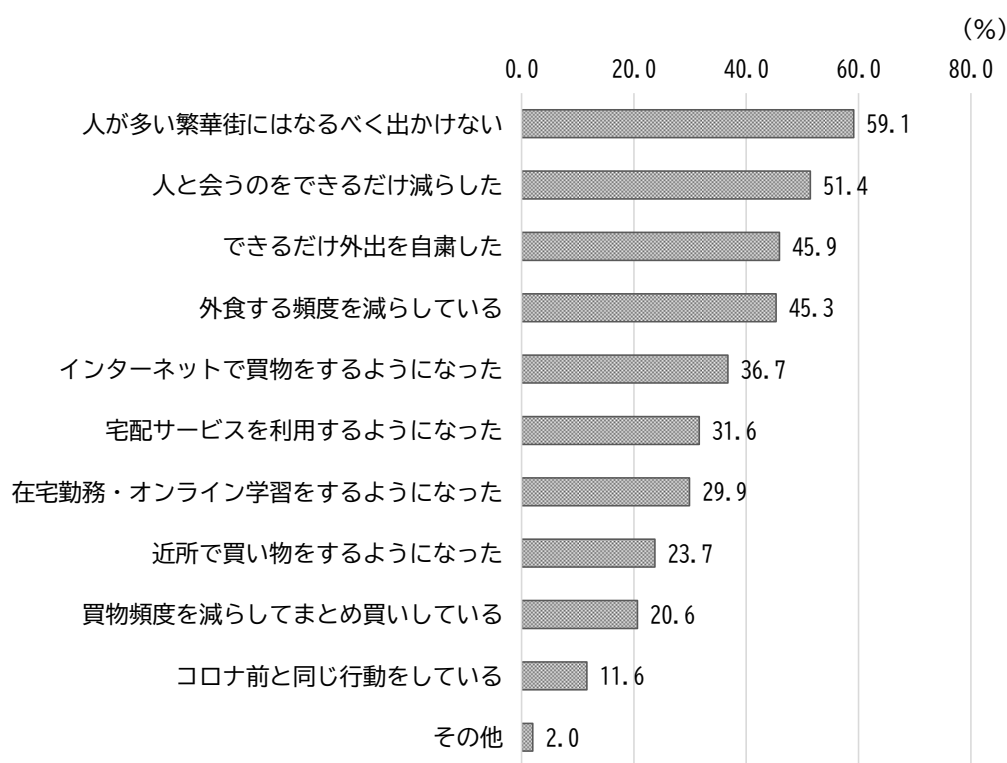
図表 コロナ禍の買い物行動の変化【地区別】



コロナ禍での買い物行動・意識

- ・コロナ禍での買い物行動・意識について聞いてみると、「人が多い繁華街にはなるべく出かけない」が59.1%と最も多く、次いで「人と会うのをできるだけ減らした」が51.4%と多かった。
- ・年齢別では、20歳代以下では「できるだけ外出を自粛した」、「在宅勤務・オンライン学習をするようになった」が多く、他の年齢層と異なっている。年齢が高いほど「人が多い繁華街にはなるべく出かけない」や「人と会うのをできるだけ減らした」の割合が多くなっており、また、年齢が低いほど「コロナ前と同じ行動をしている」の割合が高くなっている。
- ・家族構成別では、単身では「できるだけ外出を自粛した」、「在宅勤務・オンライン学習をするようになった」の割合が多くなっている。

図表 コロナ禍での買い物行動・意識【港区全体】



図表 コロナ禍での買い物行動・意識【年齢別】

	自 で 肅 し た だ け 外 出 を	人 と 会 う の を 減 ら し た で き	な い は な る べ く 繁 華 街 に	人 が 多 い 繁 華 街 に	近 所 で 買 い 物 を す	た 用 宅 配 サ ー ビ ス を つ 利	て ま と め 買 い し て し	買 物 頻 度 を 減 ら し	外 食 す る 頻 度 を 減	う に な つ た	在 宅 勤 務 ・ オ ン ラ	な つ た 買 物 を す る よ う に	イ ン タ ー ネ ッ ト で	動 を し て い る	コ ロ ナ 前 と 同 じ 行	そ の 他	無 回 答
港区全体	45.9	51.4	59.1	23.7	31.6	20.6	45.3	29.9	36.7	11.6	2.0	2.4					
20歳代以下	40.4	26.9	36.5	23.1	28.8	3.8	13.5	38.5	36.5	21.2	-	1.9					
30歳代	39.2	47.4	50.5	23.7	42.3	14.4	36.1	34.0	36.1	15.5	2.1	-					
40歳代	39.8	44.4	49.1	17.6	28.7	16.7	42.6	38.9	28.7	14.8	1.9	2.8					
50歳代	52.9	59.4	65.2	21.7	35.5	26.8	55.1	38.4	47.1	6.5	2.9	2.9					
60歳代	46.7	62.2	74.4	28.9	25.6	22.2	58.9	13.3	36.7	6.7	2.2	4.4					
70歳代以上	58.3	62.5	77.1	31.3	20.8	37.5	52.1	-	25.0	8.3	2.1	2.1					

図表 コロナ禍での買い物行動・意識【家族構成別】

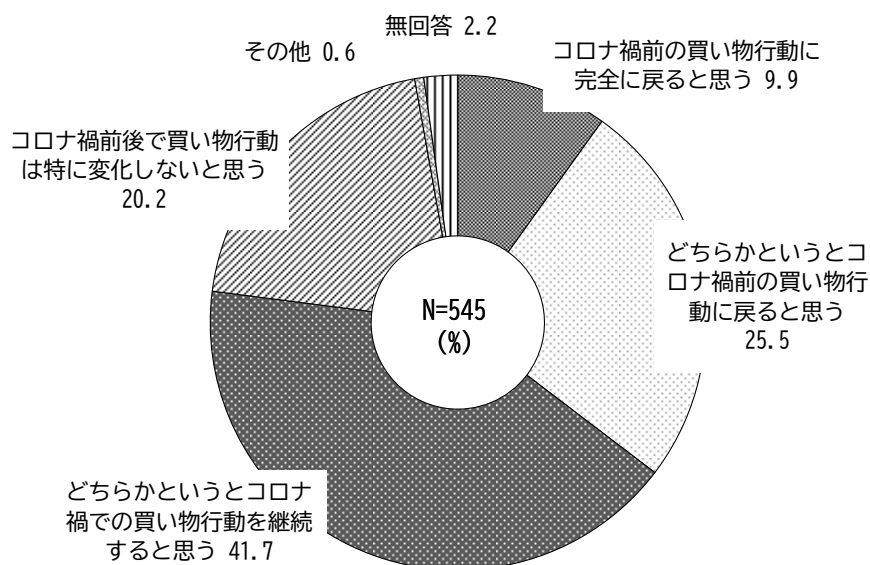
	自 で 肅 し た だ け 外 出 を	人 と 会 う の を 減 ら し た で き	な い は な る べ く 繁 華 街 に	人 が 多 い 繁 華 街 に	近 所 で 買 い 物 を す	た 用 宅 配 サ ー ビ ス を つ 利	て ま と め 買 い し て し	買 物 頻 度 を 減 ら し	外 食 す る 頻 度 を 減	う に な つ た	在 宅 勤 務 ・ オ ン ラ	な つ た 買 物 を す る よ う に	イ ン タ ー ネ ッ ト で	動 を し て い る	コ ロ ナ 前 と 同 じ 行	そ の 他	無 回 答
港区全体	45.9	51.4	59.1	23.7	31.6	20.6	45.3	29.9	36.7	11.6	2.0	2.4					
単身	41.3	39.4	51.4	25.7	21.1	15.6	33.0	31.2	30.3	20.2	1.8	1.8					
夫婦のみ	55.2	62.0	69.3	27.0	33.1	26.4	55.2	27.0	37.4	9.2	2.5	2.5					
子どもと同居	40.0	48.8	54.7	19.4	40.0	18.2	47.1	31.8	37.1	7.6	2.4	3.5					
親・子どもと同居	47.5	52.5	54.2	18.6	22.0	10.2	35.6	33.9	42.4	13.6	1.7	1.7					
その他	46.9	53.1	62.5	28.1	34.4	34.4	43.8	25.0	40.6	9.4	-	-					

※網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

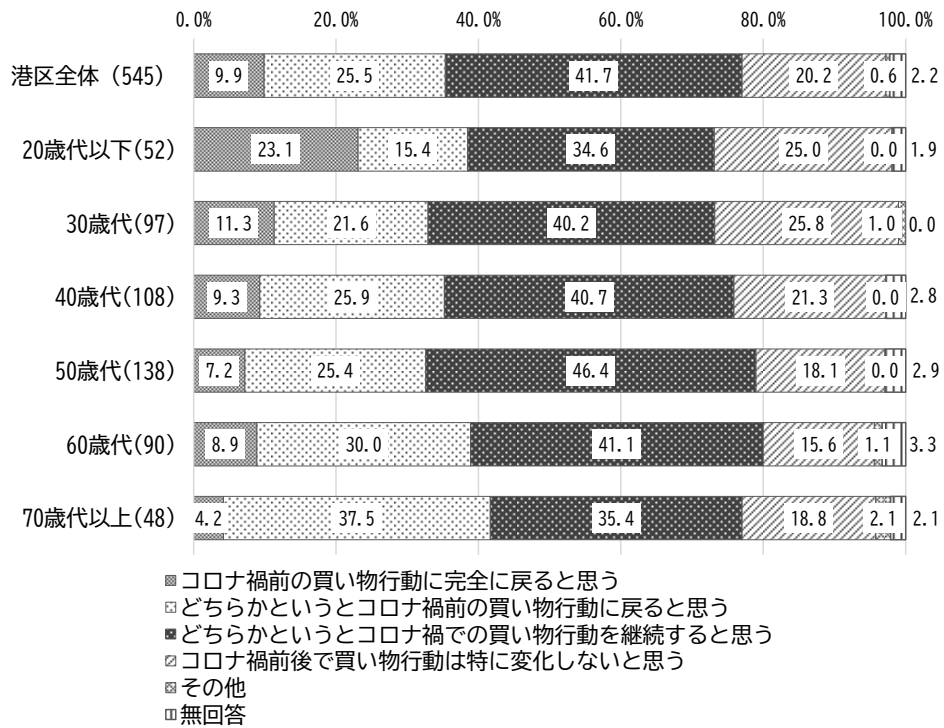
コロナ禍収束後の買い物行動

- ・ コロナ禍収束後の買い物行動について聞いてみると、「どちらかというコロナ禍での買い物行動を継続すると思う」が41.7%と最も多く、次いで「どちらかというコロナ禍前の買い物行動に戻ると思う」が25.5%、「コロナ禍前後で買い物行動は特に変化しないと思う」が20.2%であった。「コロナ禍前の買い物行動に完全に戻ると思う」は1割程度に留まった。
- ・ 年齢別では、「どちらかというコロナ禍での買い物行動を継続すると思う」は、年齢が高くなるほど多くなり、一方、「コロナ禍前の買い物行動に完全に戻ると思う」は年齢が低いほど多くなる傾向が見られた。
- ・ 地区別では、「コロナ禍前の買い物行動に完全に戻ると思う」は麻布地区で多く、「どちらかというコロナ前の買い物行動に戻ると思う」は、高輪地区や芝浦港南地区で多くなっている。一方、「コロナ禍前後で買い物行動は特に変化しないと思う」は、芝地区や赤坂地区で多くなっている。

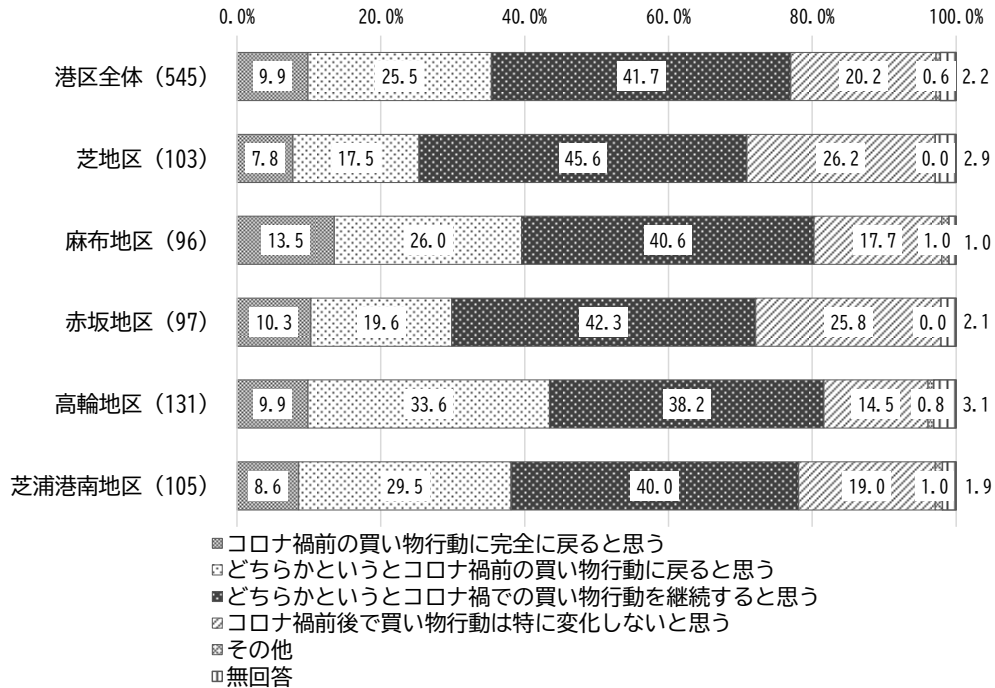
図表 コロナ禍収束後の買い物行動【港区全体】



図表 コロナ禍収束後の買い物行動【年齢別】



図表 コロナ禍収束後の買い物行動【地区別】

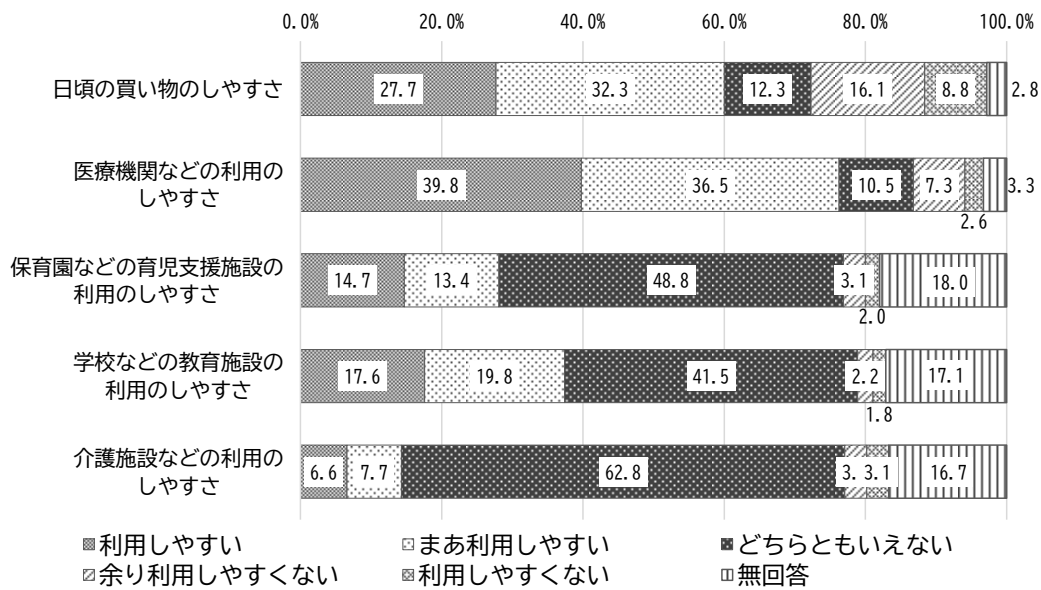


(3) 自宅周辺の買い物環境について

地域の生活環境

- ・居住している地域の生活環境について聞いてみると、「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計では、「医療機関」が8割近くと最も多く、次いで「日頃の買い物」となっている。
- ・一方、「保育園などの育児支援施設」、「学校などの教育施設」、「介護施設など」では、「どちらとも言えない」の割合が多くなっている。

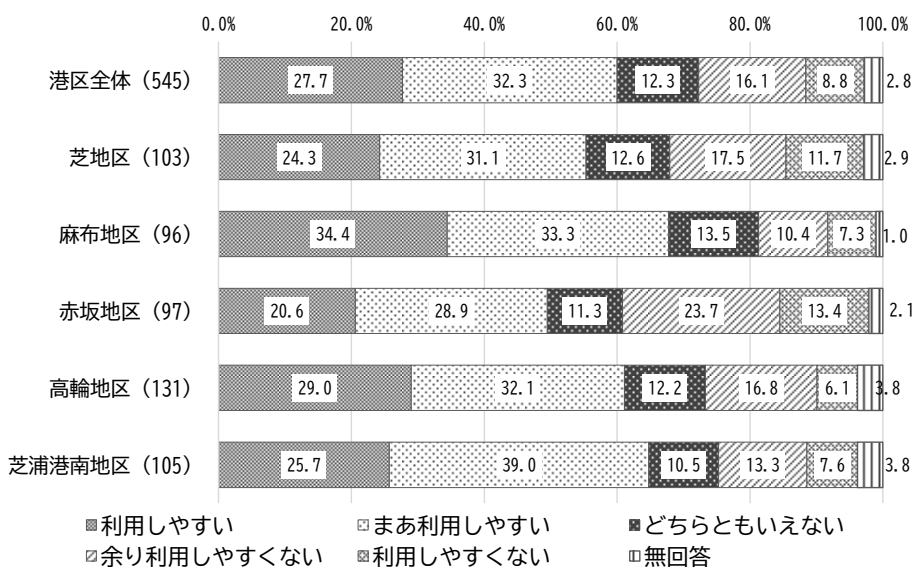
図表 住んでいる地域の生活環境【港区全体】



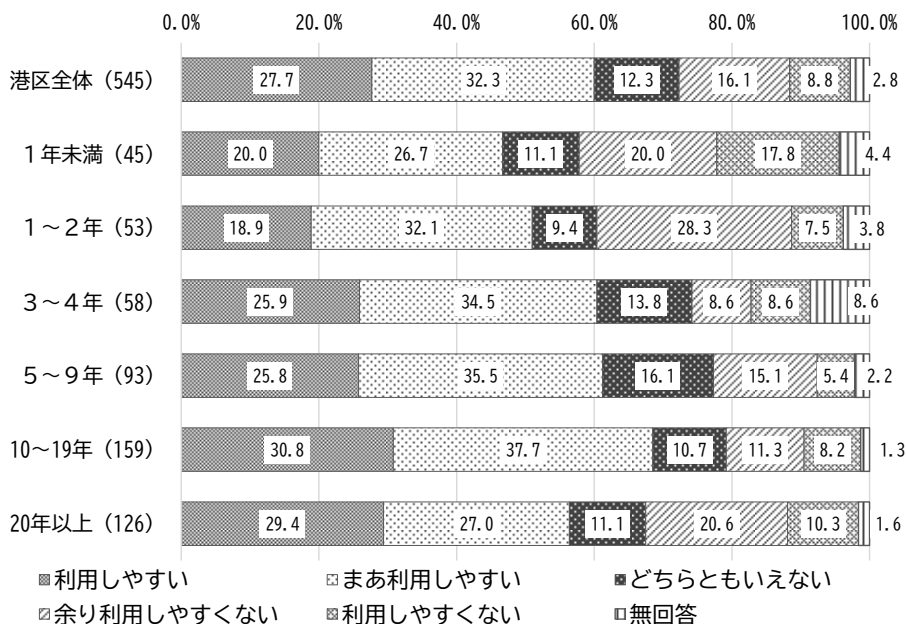
①日頃の買い物のしやすさ

- ・地区別にみると、「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計（以下『利用しやすい』）では、麻布地区が67.7%と最も多く、次いで芝浦港南地区の64.7%となっており、買い物利便性の高い地区ということがわかる。一方、赤坂地区や芝地区では、「あまり利用しやすすくない」、「利用しやすすくない」の合計（以下『利用しやすすくない』）がそれぞれ37.1%、29.2%と他地区と比較して多く、日頃の買い物がしにくい地区と考えられている。
- ・居住年数別にみると、長く住んでいるほど、「利用しやすい」が高くなる傾向にあることがわかる。一方、住み始めて間もない1年未満や1～2年と20年以上では、「利用しやすすくない」の割合が他と比較して多くなっている。

図表 日頃の買い物のしやすさ【地区別】



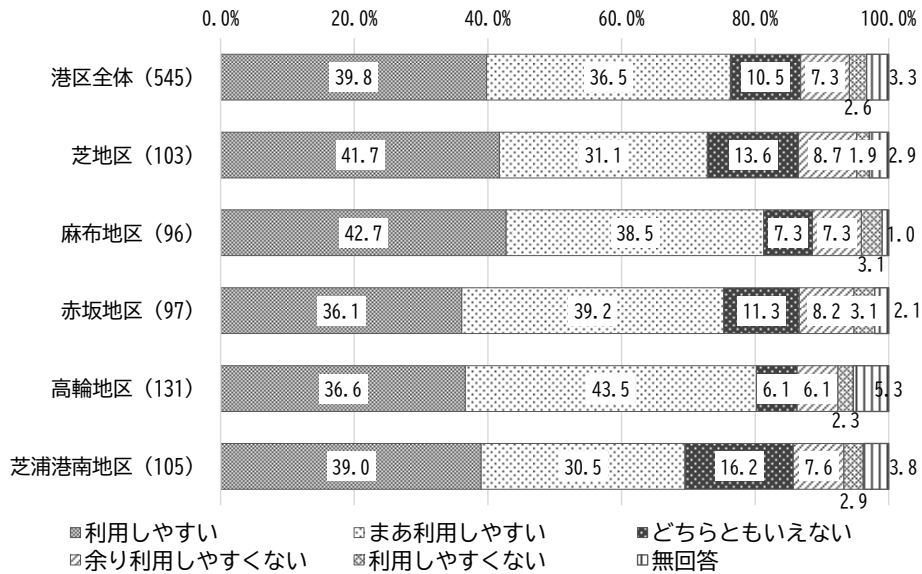
図表 日頃の買い物のしやすさ【居住年数別】



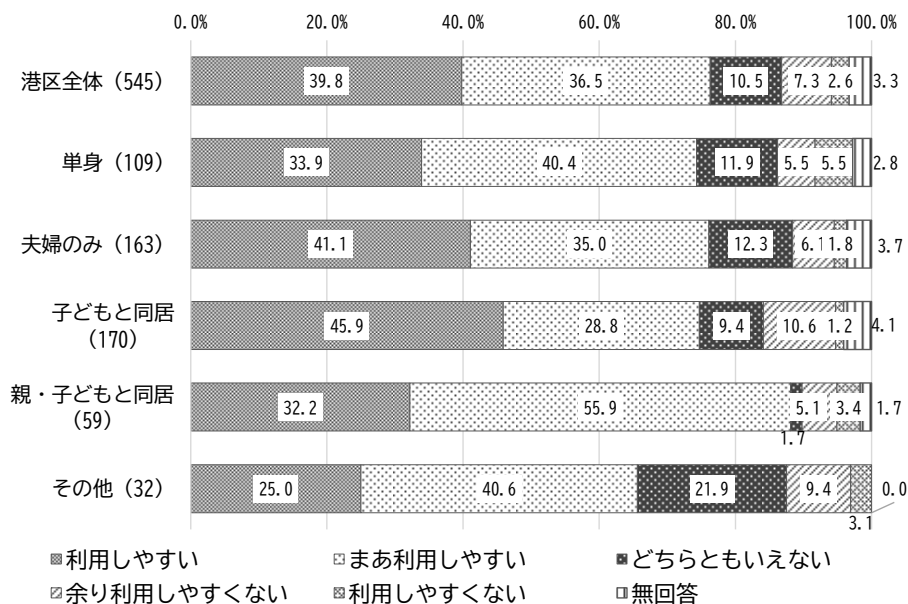
②医療機関などの利用のしやすさ

- ・地区別にみると、『利用しやすい』では、麻布地区 81.2%や芝地区 72.8%で多くなっている。『利用しやすすくない』は、どの地区も 10%前後であった。
- ・家族構成別にみると、『利用しやすい』では、親・子どもと同居 88.1%、夫婦のみ 76.1%で高くなっている。

図表 医療機関などのしやすさ【地区別】



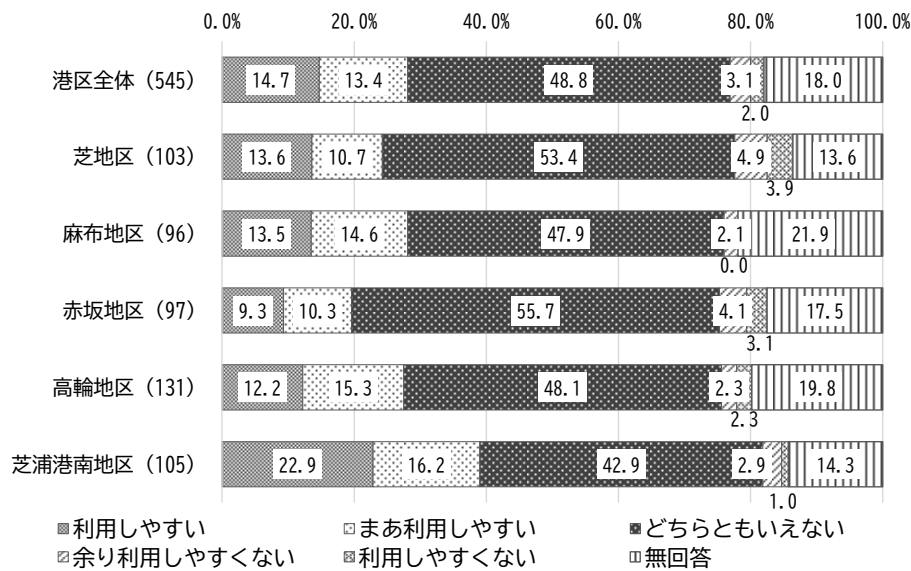
図表 医療機関などのしやすさ【家族構成別】



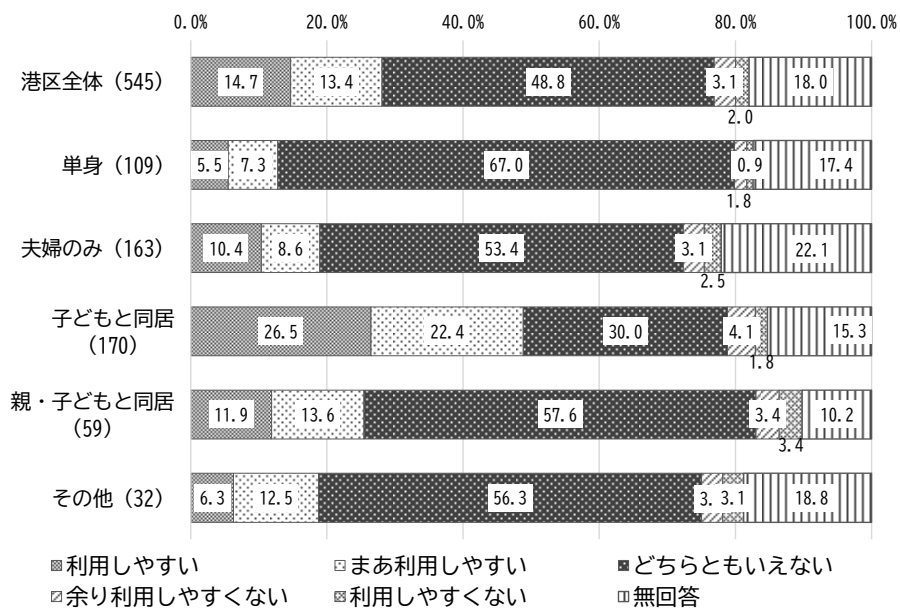
③保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ

- ・地区別にみると、『利用しやすい』では、芝浦港南地区 39.1%と最も多く、子育て世帯の割合が多い地区で多くなっている。次いで、麻布地区 28.1%、高輪地区 27.5%となっている。
- ・家族構成別にみると、『利用しやすい』では、子どもと同居が 48.9%と最も多く、次いで親・子どもと同居が 25.5%となっている。

図表 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ【地区別】



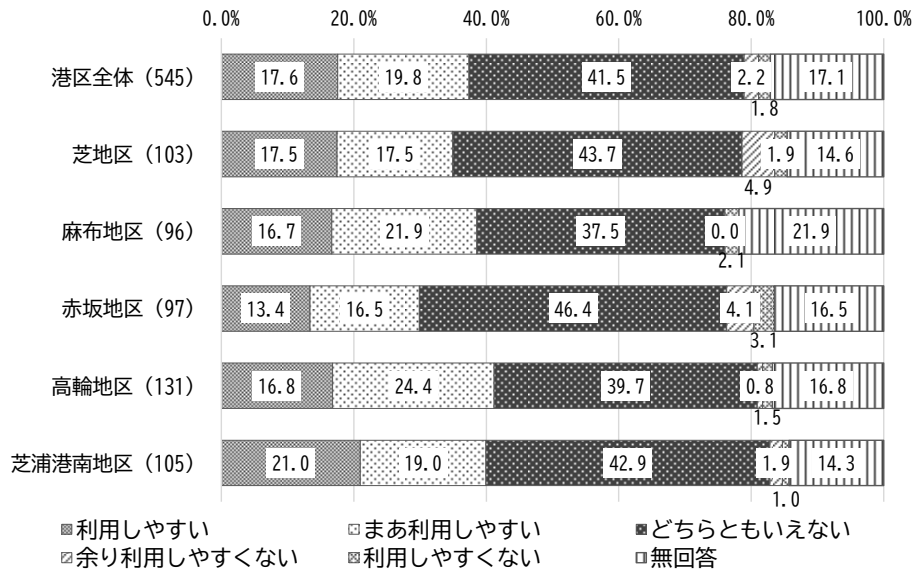
図表 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ【家族構成別】



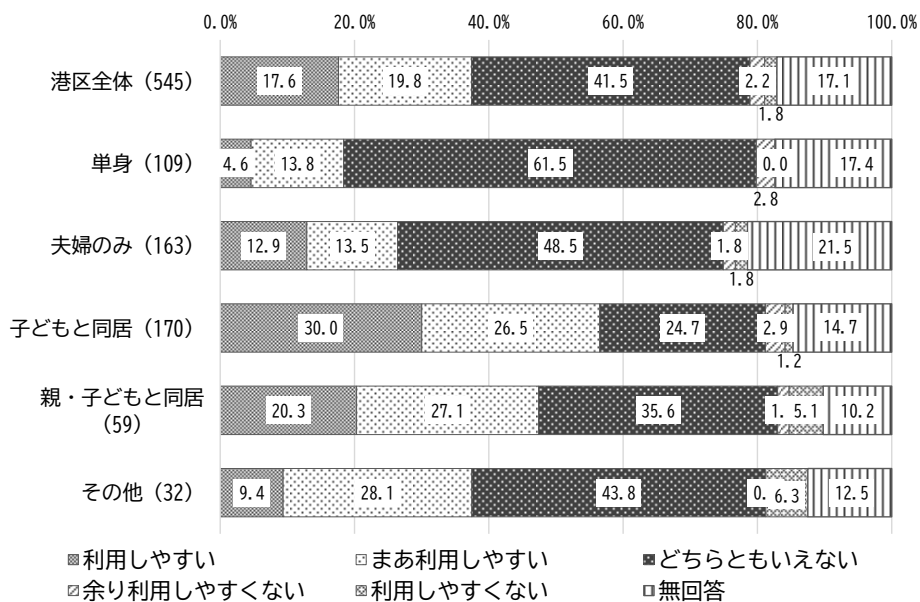
④学校などの教育施設の利用のしやすさ

- ・地区別にみると、『利用しやすい』では、高輪地区が41.2%と最も多く、次いで芝浦港南地区の40.0%となっている。
- ・家族構成別にみると、『利用しやすい』では、子どもと同居が56.5%と最も多く、次いで親・子どもと同居が47.4%となっている。

図表 学校などの教育施設の利用のしやすさ【地区別】



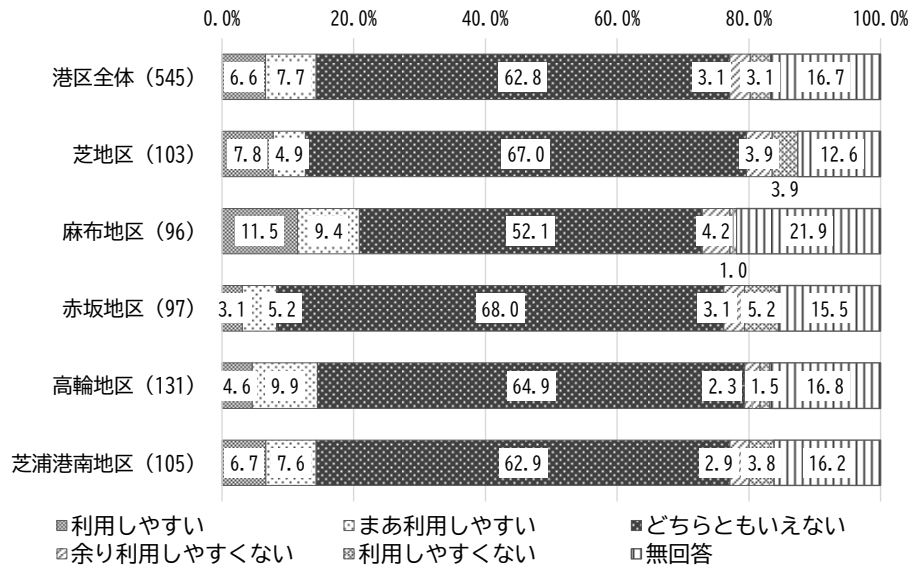
図表 学校などの教育施設の利用のしやすさ【家族構成別】



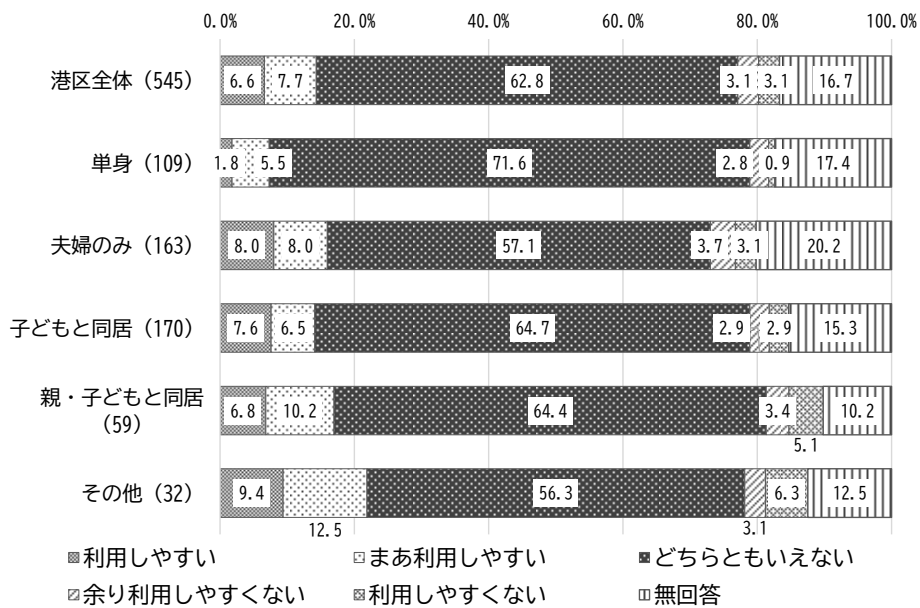
⑤介護施設などの利用のしやすさ

- ・地区別にみると、『利用しやすい』では、麻布地区が20.9%と最も多く、次いで高輪地区の14.5%となっている。
- ・家族構成別にみると、『利用しやすい』では、その他を除き、親・子どもと同居が17.0%と最も多く、次いで夫婦のみが16.0%となっている。

図表 介護施設などの利用のしやすさ【地区別】



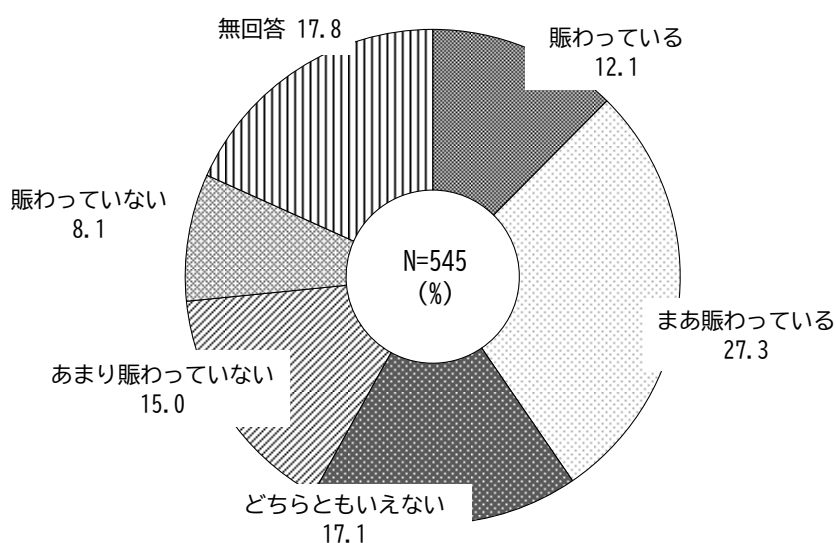
図表 介護施設などの利用のしやすさ【家族構成別】



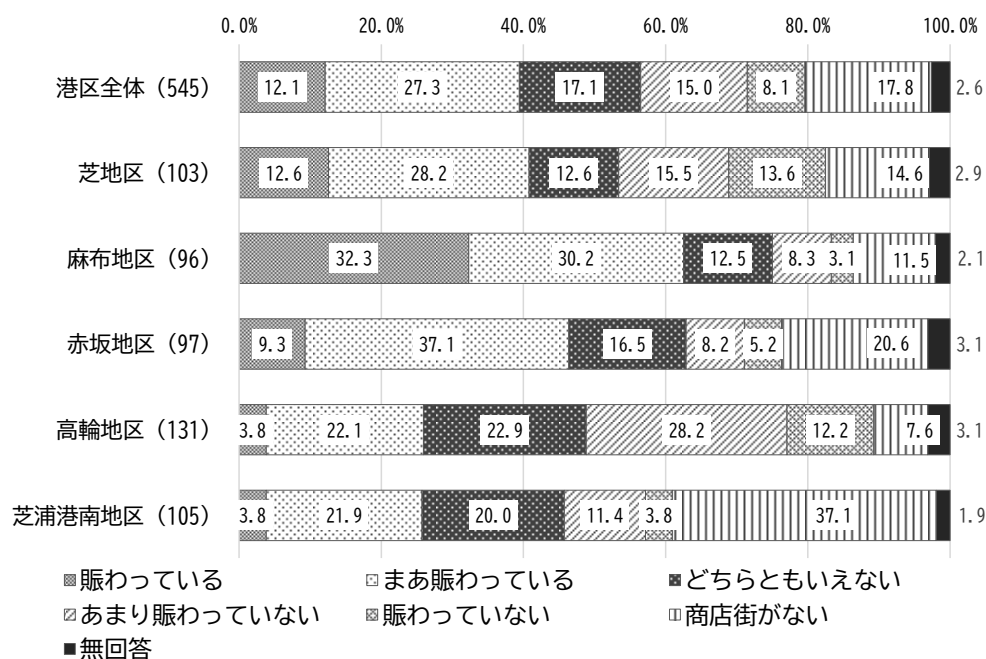
自宅周辺の商店街の賑わい

- ・自宅周辺の商店街の賑わいについて聞いてみると、「賑わっている」、「まあ賑わっている」が合計で39.4%と、「あまり賑わっていない」、「賑わっていない」の合計の23.1%を上回り、全体では、商店街が賑わっていると感じている区民のほうが多くなっている。
- ・地区別にみると、「賑わっている」、「まあ賑わっている」の合計では、麻布地区が62.5%と他地区と比較して特に多くなっている。次いで多かったのは、赤坂地区の46.4%であった。一方、大きな繁華街を持たない高輪地区では「あまり賑わっていない」、「賑わっていない」の割合のほうが多くなっている。

図表 自宅周辺の商店街の賑わい【港区全体】



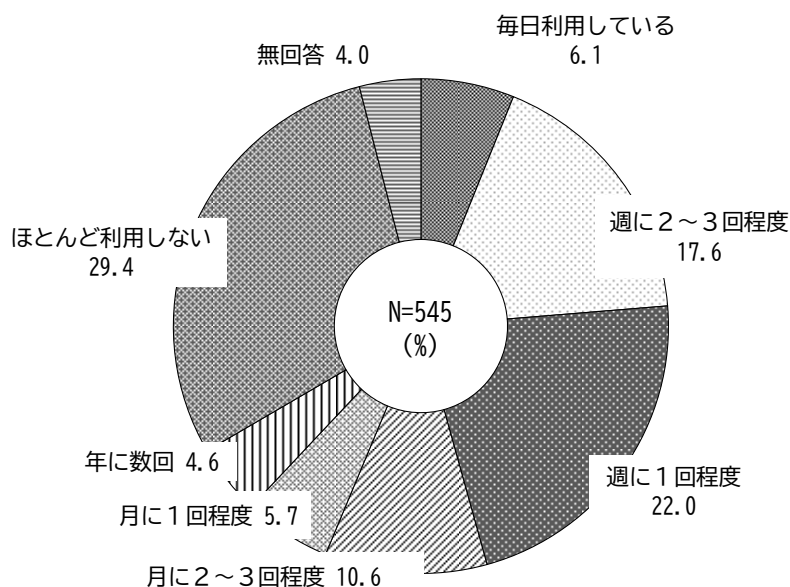
図表 自宅周辺の商店街の賑わい【地区別】



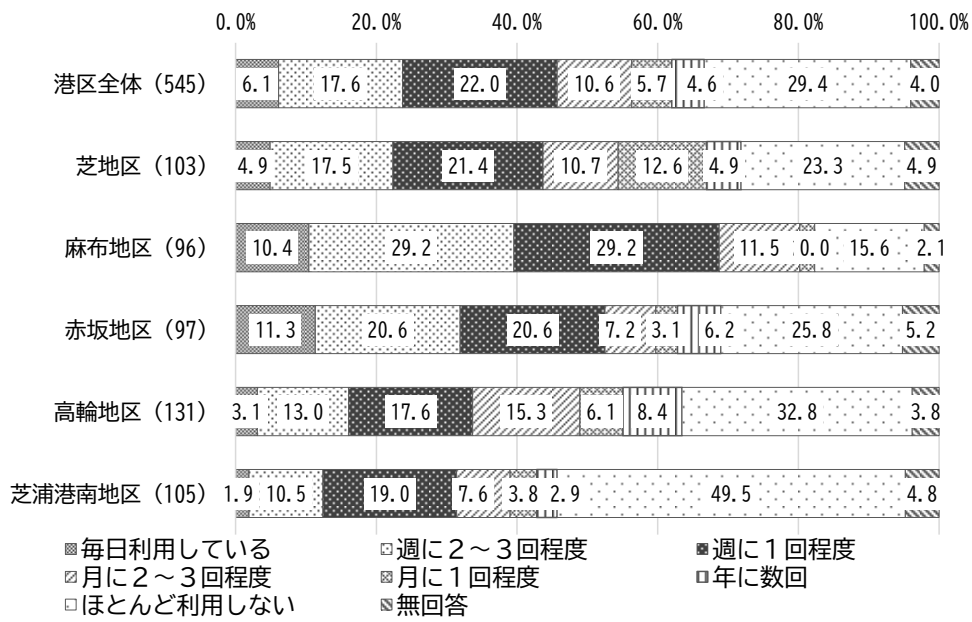
自宅周辺の商店街の利用

- ・自宅周辺の商店街の利用について聞いてみると、「ほとんど利用しない」が29.4%と最も多く、次いで「週に1回程度」が22.0%、「週に2～3回程度」が17.6%であった。
- ・地区別にみると、「毎日利用している」では、赤坂地区で11.3%、麻布地区で10.4%と他地区と比較して高く、これらの地区は前問にて、商店街が「賑わっている」との回答が多かった地区と同じであり、商店街の賑わいと利用頻度が関係していることがわかる。
- ・家族構成別にみると、単身8.3%、子どもと同居7.6%において、「毎日利用している」が多くなっている。一方、「ほとんど利用しない」では、親と同居46.9%、子どもと同居34.1%の割合が他よりも多くなっている。

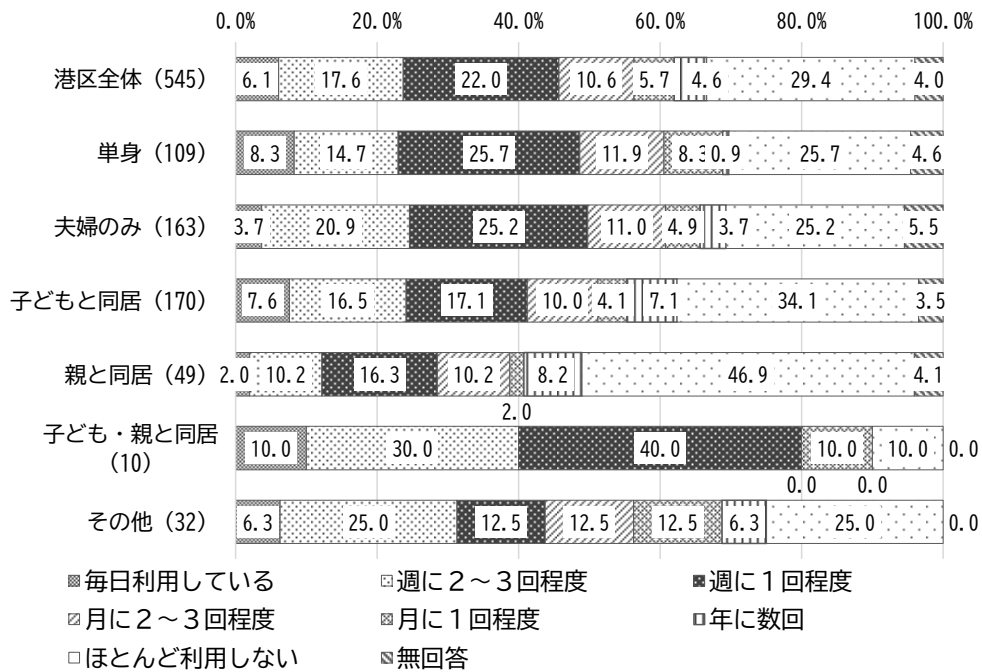
図表 自宅周辺の商店街の利用【港区全体】



図表 自宅周辺の商店街の利用【地区別】



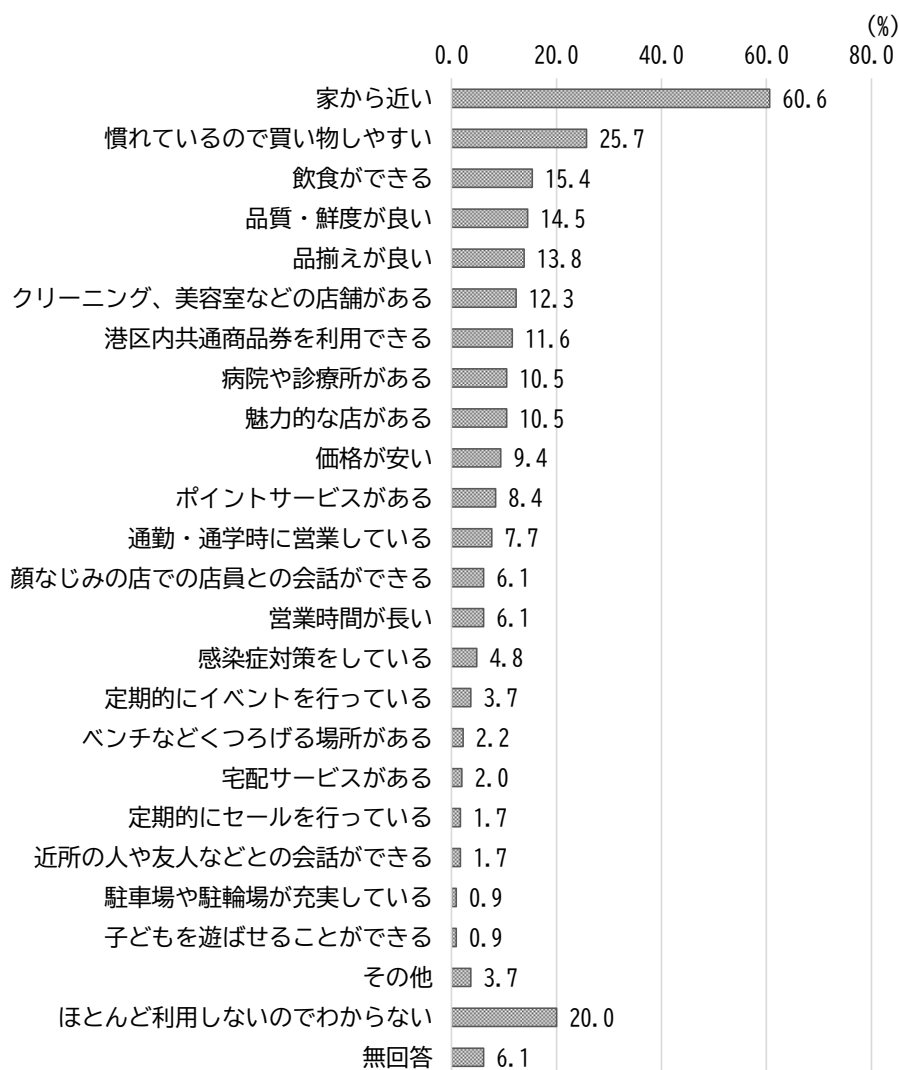
図表 自宅周辺の商店街の利用【家族構成別】



自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由

- ・自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由について聞いてみると、「家から近い」が60.6%と、他と比較して圧倒的に多くなっている。次いで「慣れているので買い物しやすい」が25.7%、「飲食ができる」が15.4%、「品質・鮮度がいい」が14.5%、「品揃えが良い」が13.8%であった。一方、「ほとんど利用していないのでわからない」の回答が20.0%あった。
- ・年代別では、30歳代において、「通勤・通学時に営業している」15.5%や「営業時間が長い」10.3%が他の年齢層よりも割合が多く、利便性を重視していることがわかる。
- ・職業別でも全体と傾向は同じだが、自営業で「飲食ができる」20.0%、「港区内共通商品券を利用できる」18.3%と他の職業よりも割合が多くなっている。
- ・地区別にみると、上位は全体とほとんど変わらない傾向であるが、芝地区や赤坂地区では、「飲食ができる」、麻布地区や芝浦港南地区では、「品質・鮮度がいい」が高くなっており、それぞれの商店街の特徴がうかがえる。

図表 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由【港区全体】



図表 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由【年代別】

	家から近い	通勤・通学時に営業している	品揃えが良い	品質・鮮度がいい	価格が安い	飲食ができる	クリーニング、美容室などの店舗がある	病院や診療所がある	定期的にイベントがある	定期的にセールを行っている	ポイントサービスがある	慣れているので買い物しやすい	顔なじみの店での店員との会話ができる	魅力的な店がある	近所の人や友人などの会話ができる	駐車場や駐輪場が充実している	宅配サービスがある	営業時間が長い	場所がある	子どもを遊ばせることができる	感染症対策をしている	港区内共通商品券を利用できる	ほとんど利用していないのでわからない	その他	無回答
港区全体	60.6	7.7	13.8	14.5	9.4	15.4	12.3	10.5	3.7	1.7	8.4	25.7	6.1	10.5	1.7	0.9	2.0	6.1	2.2	0.9	4.8	11.6	20.0	3.7	6.1
20歳代以下	44.2	3.8	9.6	7.7	9.6	13.5	1.9	3.8	3.8	1.9	3.8	13.5	7.7	5.8	-	-	-	5.8	-	-	1.9	7.7	34.6	1.9	5.8
30歳代	64.9	15.5	12.4	10.3	8.2	17.5	5.2	6.2	10.3	2.1	6.2	20.6	4.1	11.3	4.1	1.0	1.0	10.3	3.1	3.1	1.0	8.2	20.6	3.1	3.1
40歳代	55.6	5.6	17.6	17.6	13.9	24.1	9.3	7.4	1.9	1.9	3.7	15.7	1.9	13.0	0.9	1.9	2.8	1.9	0.9	0.9	0.9	6.5	24.1	4.6	7.4
50歳代	68.1	9.4	13.0	21.0	7.2	15.9	24.6	15.2	2.9	1.4	8.7	26.8	10.9	15.2	1.4	1.4	3.6	4.3	2.9	0.7	5.8	17.4	12.3	5.1	5.1
60歳代	63.3	6.7	14.4	11.1	10.0	7.8	14.4	11.1	1.1	-	13.3	35.6	5.6	6.7	2.2	-	2.2	5.6	2.2	-	8.9	15.6	18.9	2.2	7.8
70歳代以上	47.9	-	10.4	10.4	4.2	8.3	6.3	18.8	-	4.2	14.6	43.8	6.3	4.2	-	-	-	12.5	4.2	-	8.3	6.3	20.8	4.2	10.4

図表 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由【職業別】

	家から近い	通勤・通学時に営業している	品揃えが良い	品質・鮮度がいい	価格が安い	飲食ができる	クリーニング、美容室などの店舗がある	病院や診療所がある	定期的にイベントがある	定期的にセールを行っている	ポイントサービスがある	慣れているので買い物しやすい	顔なじみの店での店員との会話ができる	魅力的な店がある	近所の人や友人などの会話ができる	駐車場や駐輪場が充実している	宅配サービスがある	営業時間が長い	場所がある	子どもを遊ばせることができる	感染症対策をしている	港区内共通商品券を利用できる	ほとんど利用していないのでわからない	その他	無回答
港区全体	60.9	10.9	12.4	12.8	8.5	15.1	10.5	7.0	3.1	-	5.8	19.8	6.2	12.0	0.8	1.2	0.8	6.2	1.2	1.2	1.2	9.7	23.6	3.1	5.0
自営業	63.3	6.7	15.0	21.7	10.0	20.0	11.7	16.7	1.7	1.7	6.7	25.0	3.3	13.3	3.3	1.7	5.0	5.0	1.7	1.7	1.7	18.3	16.7	3.3	8.3
会社役員	62.2	4.4	13.3	6.7	4.4	13.3	17.8	15.6	2.2	-	-	35.6	6.7	8.9	2.2	-	2.2	2.2	2.2	-	-	15.6	13.3	-	6.7
主婦・家事手伝い	55.8	1.3	15.6	20.8	11.7	16.9	18.2	15.6	6.5	5.2	18.2	35.1	7.8	11.7	1.3	1.3	3.9	6.5	5.2	1.3	16.9	9.1	16.9	7.8	6.5
パート・アルバイト	71.1	10.5	15.8	7.9	13.2	13.2	13.2	7.9	-	-	13.2	28.9	5.3	2.6	5.3	-	2.6	5.3	2.6	-	5.3	13.2	18.4	7.9	-
無職	48.5	-	6.1	15.2	6.1	12.1	9.1	12.1	3.0	3.0	15.2	36.4	9.1	9.1	3.0	-	-	15.2	3.0	-	9.1	9.1	24.2	-	15.2
学生	22.2	11.1	11.1	11.1	-	11.1	-	11.1	11.1	11.1	-	-	11.1	-	-	-	-	-	-	-	11.1	22.2	33.3	-	11.1
その他	71.4	14.3	28.6	21.4	21.4	28.6	14.3	7.1	14.3	14.3	-	21.4	-	7.1	-	-	7.1	-	7.1	-	-	-	-	7.1	7.1

図表 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由【地区別】

	家から近い	通勤・通学時に営業している	品揃えが良い	品質・鮮度がいい	価格が安い	飲食ができる	クリーニング、美容室などの店舗がある	病院や診療所がある	定期的にイベントがある	定期的にセールを行っている	ポイントサービスがある	慣れているので買い物しやすい	顔なじみの店での店員との会話ができる	魅力的な店がある	近所の人や友人などの会話ができる	駐車場や駐輪場が充実している	宅配サービスがある	営業時間が長い	場所がある	子どもを遊ばせることができる	感染症対策をしている	港区内共通商品券を利用できる	ほとんど利用していないのでわからない	その他	無回答
港区全体	60.6	7.7	13.8	14.5	9.4	15.4	12.3	10.5	3.7	1.7	8.4	25.7	6.1	10.5	1.7	0.9	2.0	6.1	2.2	0.9	4.8	11.6	20.0	3.7	6.1
芝地区	61.2	8.7	10.7	7.8	2.9	22.3	10.7	9.7	3.9	1.0	6.8	26.2	4.9	11.7	2.9	1.0	1.9	7.8	1.0	1.0	1.9	13.6	13.6	4.9	7.8
麻布地区	75.0	9.4	21.9	24.0	11.5	22.9	18.8	14.6	6.3	3.1	10.4	44.8	11.5	15.6	3.1	-	4.2	12.5	3.1	2.1	11.5	14.6	8.3	5.2	1.0
赤坂地区	66.0	7.2	18.6	19.6	10.3	20.6	8.2	9.3	2.1	2.1	10.3	29.9	5.2	14.4	1.0	1.0	2.1	6.2	3.1	-	6.2	11.3	18.6	2.1	7.2
高輪地区	61.1	7.6	9.2	11.5	10.7	7.6	16.8	12.2	3.8	1.5	8.4	18.3	5.3	6.9	-	2.3	2.3	2.3	3.8	0.8	1.5	7.6	22.1	2.3	6.1
芝浦港南地区	39.0	6.7	9.5	11.4	10.5	7.6	6.7	6.7	1.0	1.0	4.8	11.4	4.8	6.7	1.9	-	-	2.9	-	1.0	1.9	10.5	37.1	4.8	8.6

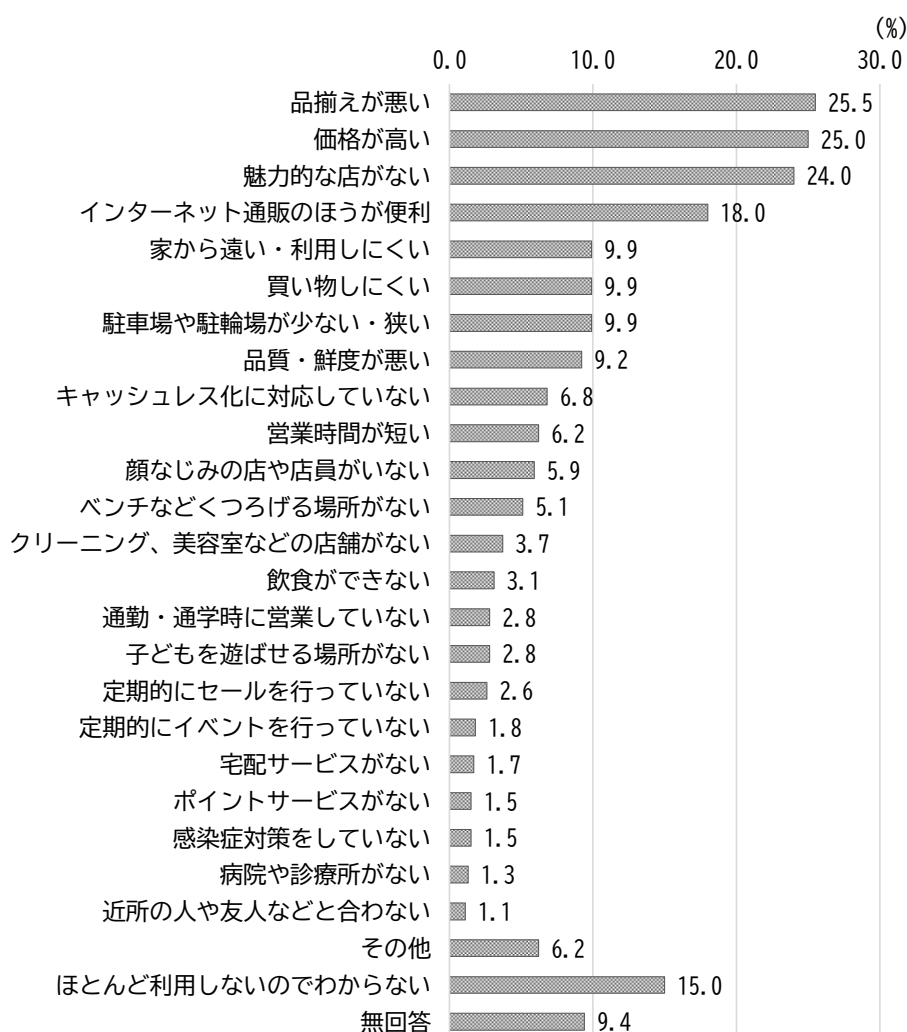
※網掛けは商品ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

※「ほとんど利用していないのでわからない」は除く

自宅周辺の商店街に欠けている点・利用しない理由

- ・自宅周辺の商店街に欠けている点・利用しない理由について聞いてみると、「品揃えが悪い」が25.5%と最も多く、次いで、「価格が高い」が25.0%、「魅力的な店がない」が24.0%、「インターネット通販のほうが便利」が18.0%であった。一方、「ほとんど利用していないのでわからない」の回答が15.0%あった。
- ・年代別にみると、全体とほとんど同様の傾向であるが、20歳代以下では、「ほとんど利用していないのでわからない」25.0%、50歳代では、「インターネット通販のほうが便利」25.4%が特に多くなっている。
- ・職業別、地区別にみても全体とほぼ同様の傾向であるが、地区別の芝浦港南地区では、「ほとんど利用していないのでわからない」28.6%と他と比較して多くなっており、地域に日用品を買うことができる商店街が少ないことが影響していると思われる。

図表 自宅周辺の商店街に欠けている点・利用しない理由【港区全体】



図表 自宅周辺の商店街に欠けている点・利用しない理由【年代別】

	い	家	い	通	品	品	価	飲	ど	ク	病	て	定	定	ポ	買	顔	魅	わ	近	駐	宅	営	所	ペ	子	う	イン	キ	感	の	そ	無
	家	から	い	通	揃	質	格	食	の	リ	院	定	期	期	イ	い	な	力	近	車	配	業	が	ン	子	が	ィン	ィン	染	と	他	回	
	から	遠	い	勤	え	・	が	が	の	ー	や	期	的	的	ン	い	な	的	所	場	サ	時	が	チ	も	タ	ッ	症	ど	そ	答		
	遠	い	学	学	が	・	高	で	店	ニ	診	的	的	的	ン	い	な	的	所	場	ー	間	が	な	も	タ	ッ	症	ど	そ	答		
	い	い	時	時	悪	悪	い	可	舗	ン	療	に	に	に	が	に	み	的	の	や	ー	が	短	な	を	遊	レ	レ	を	と	他	回	
	く	く	に	に	い	い	い	い	が	グ	所	行	行	行	が	の	の	な	合	と	が	い	い	い	場	所	の	に	に	に	に	に	
港区全体	9.9	2.8	25.5	9.2	25.0	3.1	3.7	1.3	1.8	2.6	1.5	9.9	5.9	24.0	1.1	9.9	1.7	6.2	5.1	2.8	18.0	6.8	1.5	15.0	6.2	9.4							
20歳代以下	13.5	1.9	23.1	3.8	23.1	3.8	9.6	1.9	1.9	1.9	1.9	7.7	3.8	17.3	-	-	-	11.5	5.8	3.8	13.5	9.6	-	25.0	5.8	9.6							
30歳代	9.3	4.1	30.9	7.2	28.9	3.1	4.1	1.0	2.1	3.1	14.4	9.3	26.8	1.0	13.4	2.1	7.2	3.1	5.2	20.6	9.3	4.1	15.5	5.2	5.2								
40歳代	12.0	3.7	23.1	10.2	23.1	3.7	1.9	1.9	1.9	-	8.3	6.5	20.4	1.9	10.2	0.9	3.7	4.6	4.6	19.4	7.4	0.9	21.3	4.6	8.3								
50歳代	3.6	2.9	29.7	12.3	21.7	2.2	0.7	0.7	1.4	3.6	1.4	10.9	5.1	29.0	0.7	13.8	0.7	8.7	5.1	1.4	25.4	9.4	0.7	11.6	10.1	4.3							
60歳代	12.2	2.2	20.0	4.4	25.6	2.2	5.6	1.1	1.1	1.1	2.2	6.7	6.7	24.4	1.1	7.8	3.3	4.4	6.7	1.1	13.3	2.2	-	11.1	3.3	16.7							
70歳代以上	14.6	-	22.9	14.6	25.0	2.1	6.3	2.1	2.1	2.1	-	10.4	2.1	22.9	2.1	6.3	2.1	2.1	4.2	-	6.3	-	4.2	10.4	6.3	20.8							

図表 自宅周辺の商店街に欠けている点・利用しない理由【職業別】

	い	家	い	通	品	品	価	飲	ど	ク	病	て	定	定	ポ	買	顔	魅	わ	近	駐	宅	営	所	ペ	子	う	イン	キ	感	の	そ	無
	家	から	い	通	揃	質	格	食	の	ー	院	定	期	期	イ	い	な	力	近	車	配	業	が	ン	子	が	ィン	ィン	染	と	他	回	
	から	遠	い	勤	え	・	高	が	の	ニ	や	期	的	的	ン	い	な	的	所	場	ー	間	短	な	も	タ	ッ	症	ど	そ	答		
	遠	い	学	時	時	悪	い	可	舗	ン	療	に	に	に	が	に	み	的	の	や	ー	が	短	い	を	遊	レ	レ	を	と	他	回	
	く	く	に	に	い	い	い	い	が	グ	所	行	行	行	が	の	の	な	合	と	が	い	い	い	場	所	の	に	に	に	に	に	
港区全体	9.9	2.8	25.5	9.2	25.0	3.1	3.7	1.3	1.8	2.6	1.5	9.9	5.9	24.0	1.1	9.9	1.7	6.2	5.1	2.8	18.0	6.8	1.5	15.0	6.2	9.4							
会社員・公務員	8.1	3.9	27.5	8.9	24.8	3.1	3.1	1.6	2.7	3.5	1.9	10.1	7.4	26.7	1.2	10.1	1.6	7.8	3.5	3.5	22.1	9.7	1.6	18.6	5.8	7.0							
自営業	13.3	1.7	26.7	11.7	35.0	3.3	1.7	-	1.7	5.0	-	5.0	3.3	16.7	-	8.3	1.7	5.0	5.0	1.7	20.0	6.7	1.7	8.3	5.0	10.0							
会社役員	15.6	2.2	33.3	13.3	26.7	6.7	2.2	2.2	2.2	2.2	2.2	11.1	11.1	28.9	4.4	8.9	4.4	2.2	11.1	2.2	20.0	-	-	4.4	6.7	6.7							
主婦・家事手伝い	11.7	1.3	18.2	7.8	14.3	-	5.2	1.3	-	-	-	11.7	1.3	24.7	1.3	16.9	-	3.9	5.2	2.6	10.4	6.5	-	18.2	7.8	7.8							
パート・アルバイト	5.3	2.6	23.7	5.3	28.9	5.3	5.3	-	-	-	2.6	15.8	2.6	28.9	-	5.3	-	10.5	5.3	-	21.1	2.6	2.6	10.5	7.9	13.2							
無職	9.1	-	21.2	12.1	12.1	-	9.1	3.0	-	-	-	12.1	-	18.2	-	9.1	3.0	3.0	6.1	3.0	3.0	6.1	15.2	6.1	27.3								
学生	11.1	-	22.2	-	22.2	-	-	-	-	-	-	-	11.1	-	-	-	11.1	-	-	-	-	-	-	33.3	-	11.1							
その他	7.1	7.1	21.4	-	42.9	-	7.1	-	-	-	7.1	-	21.4	14.3	-	-	-	7.1	-	-	7.1	21.4	7.1	-	7.1	14.3							

図表 自宅周辺の商店街に欠けている点・利用しない理由【地区別】

	い	家	い	通	品	品	価	飲	ど	ク	病	て	定	定	ポ	買	顔	魅	わ	近	駐	宅	営	所	ペ	子	う	イン	キ	感	の	そ	無
	家	から	い	通	揃	質	格	食	の	ー	院	定	期	期	イ	い	な	力	近	車	配	業	が	ン	子	が	ィン	ィン	染	と	他	回	
	から	遠	い	勤	え	・	高	が	の	ニ	や	期	的	的	ン	い	な	的	所	場	ー	間	短	な	も	タ	ッ	症	ど	そ	答		
	遠	い	学	時	時	悪	い	可	舗	ン	療	に	に	に	が	に	み	的	の	や	ー	が	短	い	を	遊	レ	レ	を	と	他	回	
	く	く	に	に	い	い	い	い	が	グ	所	行	行	行	が	の	の	な	合	と	が	い	い	い	場	所	の	に	に	に	に	に	
港区全体	9.9	2.8	25.5	9.2	25.0	3.1	3.7	1.3	1.8	2.6	1.5	9.9	5.9	24.0	1.1	9.9	1.7	6.2	5.1	2.8	18.0	6.8	1.5	15.0	6.2	9.4							
芝地区	7.8	2.9	24.3	9.7	24.3	1.9	5.8	1.9	3.9	4.9	1.9	9.7	5.8	23.3	1.0	8.7	1.9	5.8	4.9	4.9	20.4	6.8	3.9	13.6	7.8	10.7							
麻布地区	8.3	3.1	19.8	6.3	36.5	1.0	4.2	1.0	-	3.1	2.1	9.4	5.2	16.7	-	21.9	2.1	8.3	7.3	3.1	18.8	7.3	-	4.2	7.3	6.3							
赤坂地区	7.2	2.1	27.8	11.3	34.0	2.1	3.1	2.1	3.1	2.1	2.1	10.3	6.2	17.5	1.0	7.2	1.0	4.1	9.3	3.1	17.5	4.1	3.1	16.5	4.1	13.4							
高輪地区	9.2	4.6	33.6	10.7	17.6	6.9	3.1	0.8	-	1.5	0.8	12.2	8.4	40.5	0.8	5.3	-	6.9	3.1	0.8	19.8	9.2	-	13.7	6.1	6.9							
芝浦港南地区	16.2	1.0	20.0	6.7	14.3	1.0	2.9	1.0	1.9	1.0	1.0	6.7	3.8	17.1	1.9	7.6	2.9	5.7	1.0	2.9	13.3	5.7	1.0	28.6	5.7	10.5							

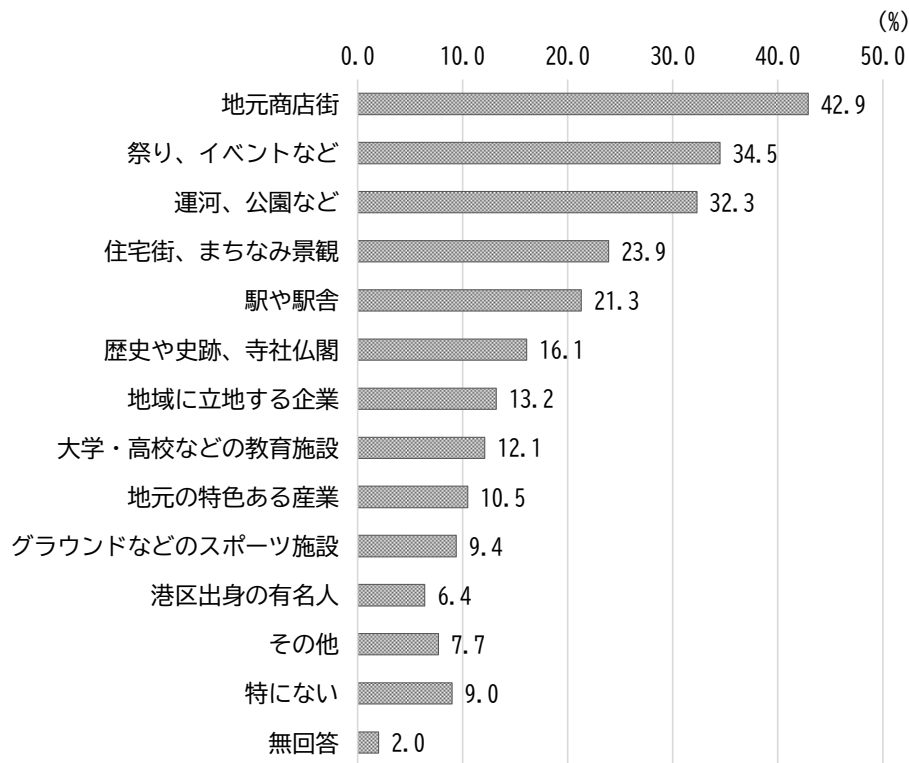
※網掛けは商品ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

※「ほとんど利用していないのでわからない」は除く

地域が賑わうために活用できると思われるもの

- ・居住する地域が賑わうために活用できると思われるものについて聞いてみると、「地元商店街」が42.9%と最も多く、商店街の活性化が地域の賑わいにつながっている割合は高い。次いで「祭り、イベントなど」が34.5%、「運河、公園などの地域資源」が32.3%であった。一方、「特にない」の回答が9.0%あった。
- ・年代別にみると、30歳以上の年齢層では、「運河、公園などの地域資源」が比較的多くなっている。また、50歳代では、「住宅街、まちなみ景観」が多くなっている。
- ・地区別にみると、芝浦港南地区では「運河、公園などの地域資源」57.1%、芝地区では「住宅街、まちなみ景観」34.0%がそれぞれ多く、地域の特色を反映したものといえる。

図表 地域が賑わうために活用できると思われるもの【港区全体】



図表 地域が賑わうために活用できると思われるもの【年代別】

	地元商店街	運河、公園など	駅や駅舎	地域の特色のある産業	企業地域に立地する	歴史や史跡、寺社仏閣	グラウンドスポーツ施設	港区出身の有名人	祭り、イベントなど	大学の教育施設	住宅街、まちなみ景観	特にな	その他	無回答
港区全体	42.9	32.3	21.3	10.5	13.2	16.1	9.4	6.4	34.5	12.1	23.9	9.0	7.7	2.0
20歳代以下	38.5	30.8	19.2	7.7	13.5	15.4	11.5	13.5	36.5	15.4	26.9	3.8	15.4	1.9
30歳代	36.1	44.3	27.8	10.3	18.6	12.4	9.3	6.2	45.4	10.3	27.8	4.1	8.2	1.0
40歳代	44.4	35.2	21.3	10.2	13.9	13.9	7.4	4.6	41.7	16.7	19.4	3.7	7.4	0.9
50歳代	49.3	32.6	21.7	11.6	14.5	18.1	12.3	9.4	32.6	12.3	30.4	9.4	8.0	2.2
60歳代	44.4	24.4	18.9	13.3	8.9	21.1	8.9	3.3	20.0	10.0	22.2	16.7	3.3	1.1
70歳代以上	31.3	20.8	14.6	4.2	-	12.5	4.2	-	20.8	2.1	8.3	20.8	8.3	8.3

図表 地域が賑わうために活用できると思われるもの【職業別】

	地元商店街	運河、公園など	駅や駅舎	地域の特色のある産業	企業地域に立地する	歴史や史跡、寺社仏閣	グラウンドスポーツ施設	港区出身の有名人	祭り、イベントなど	大学の教育施設	住宅街、まちなみ景観	特にな	その他	無回答
港区全体	42.9	32.3	21.3	10.5	13.2	16.1	9.4	6.4	34.5	12.1	23.9	9.0	7.7	2.0
会社員・公務員	42.6	37.2	25.6	8.1	16.3	14.3	9.7	8.5	38.0	15.5	26.7	7.0	6.6	1.6
自営業	46.7	28.3	13.3	8.3	11.7	18.3	1.7	5.0	30.0	10.0	25.0	13.3	5.0	1.7
会社役員	48.9	20.0	17.8	13.3	6.7	6.7	11.1	4.4	26.7	6.7	22.2	8.9	8.9	6.7
主婦・家事手伝い	40.3	28.6	15.6	11.7	9.1	19.5	7.8	3.9	31.2	2.6	22.1	14.3	7.8	2.6
パート・アルバイト	39.5	28.9	21.1	15.8	10.5	13.2	15.8	2.6	23.7	13.2	28.9	5.3	18.4	2.6
無職	33.3	30.3	27.3	9.1	9.1	27.3	6.1	3.0	30.3	9.1	12.1	15.2	9.1	-
学生	33.3	55.6	11.1	11.1	-	33.3	22.2	11.1	55.6	33.3	-	-	11.1	-
その他	50.0	28.6	14.3	28.6	14.3	21.4	21.4	7.1	42.9	14.3	21.4	-	7.1	-

図表 地域が賑わうために活用できると思われるもの【地区別】

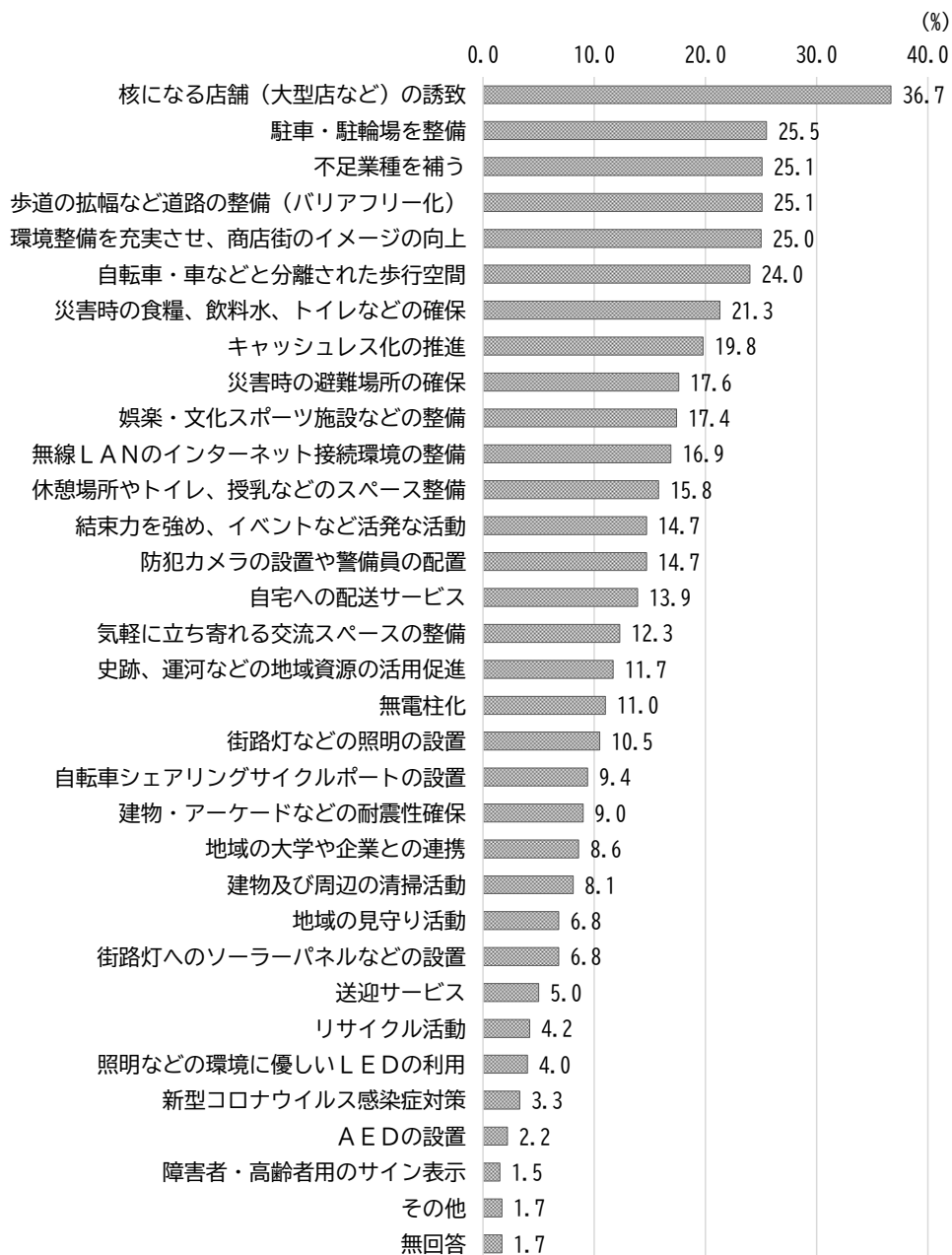
	地元商店街	運河、公園など	駅や駅舎	地域の特色のある産業	企業地域に立地する	歴史や史跡、寺社仏閣	グラウンドスポーツ施設	港区出身の有名人	祭り、イベントなど	大学の教育施設	住宅街、まちなみ景観	特にな	その他	無回答
港区全体	42.9	32.3	21.3	10.5	13.2	16.1	9.4	6.4	34.5	12.1	23.9	9.0	7.7	2.0
芝地区	36.9	28.2	23.3	5.8	12.6	17.5	10.7	7.8	32.0	11.7	34.0	10.7	12.6	1.0
麻布地区	60.4	28.1	13.5	15.6	11.5	13.5	4.2	7.3	46.9	9.4	22.9	9.4	6.3	1.0
赤坂地区	41.2	16.5	9.3	8.2	15.5	12.4	9.3	6.2	27.8	10.3	21.6	15.5	4.1	5.2
高輪地区	42.0	31.3	29.0	12.2	11.5	25.2	7.6	6.9	30.5	11.5	26.0	4.6	9.9	3.1
芝浦港南地区	33.3	57.1	28.6	8.6	13.3	8.6	15.2	3.8	34.3	17.1	15.2	6.7	5.7	-

※網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

地域の商店街をはじめ、地域全体の発展のために必要と思うこと

- ・居住する地域の商店街をはじめ、地域全体の発展のために必要と思うことについて聞いてみると、「核になる店舗（大型店など）を誘致」が 36.7%と最も多く、次いで「駐車・駐輪場を整備」が 25.5%、「不足業種を補う」が 25.1%、「歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化）」が 25.1%となっている。
- ・年代別にみると、全体の傾向に大きな特徴はないが、比較的若い年齢層で、「核になる店舗（大型店など）を誘致」の割合がより多くなっている。また、比較的高齢な層で、「駐車・駐輪場を整備」や「歩道の拡幅など道路の整備（バリアフリー化）」、「自転車・車などと分離された歩行空間」などで特に多くなっている。

図表 地域の商店街をはじめ、地域全体の発展のために必要と思うこと【港区全体】



・職業別にみると、「会社役員」、「パート・アルバイト」で「災害時の避難場所の確保」、「学生」で「無線 LAN (Wi-Fi 等) の接続環境を整備」が特に多くなっている。

図表 地域の商店街をはじめ、地域全体の発展のために必要と思うこと【年代別】

	不足業種を補う	店核になる店舗(大型)を誘致	創業地域の環境整備を充実させる(商店街の向上)	活発な活動	強め、地域の結束力を高める	流気軽に立ち寄れる交流スペースの整備	施設・文化スポーツ	域資源・運河などの活用促進	の連携	地域の大学や企業との連携	駐車・駐輪場を整備	送迎サービス	整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LAN(Wi-Fi等)の接続環境を整備	推進	ス宅への配送サービス	確保	災害時の避難場所の確保	水、トイレなどの確保	災害時の食糧、飲料	建物の耐震性確保																														
港区全体	25.1	36.7	25.0	14.7	12.3	17.4	11.7	8.6	25.5	5.0	15.8	16.9	19.8	13.9	17.6	21.3	9.0	20歳以下	15.4	42.3	25.0	15.4	15.4	15.4	13.5	9.6	19.2	7.7	13.5	25.0	28.8	13.5	7.7	13.5	7.7																	
30歳代	27.8	47.4	17.5	18.6	12.4	23.7	10.3	9.3	21.6	4.1	29.9	19.6	34.0	11.3	14.4	9.3	7.2	40歳代	29.6	41.7	24.1	15.7	9.3	18.5	13.9	8.3	32.4	5.6	14.8	16.7	19.4	14.8	14.8	21.3	10.2																	
50歳代	26.8	32.6	29.7	13.0	10.9	21.0	13.8	9.4	29.0	4.3	8.0	15.2	16.7	13.8	18.1	28.3	5.1	60歳代	20.0	33.3	26.7	12.2	13.3	13.3	10.0	7.8	26.7	5.6	14.4	14.4	12.2	10.0	25.6	28.9	13.3	70歳代以上	25.0	22.9	22.9	6.3	14.6	6.3	2.1	10.4	4.2	14.6	14.6	6.3	25.0	27.1	20.8	12.5

図表 地域の商店街をはじめ、地域全体の発展のために必要と思うこと【職業別】

	不足業種を補う	店核になる店舗(大型)を誘致	創業地域の環境整備を充実させる(商店街の向上)	活発な活動	強め、地域の結束力を高める	流気軽に立ち寄れる交流スペースの整備	施設・文化スポーツ	域資源・運河などの活用促進	の連携	地域の大学や企業との連携	駐車・駐輪場を整備	送迎サービス	整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LAN(Wi-Fi等)の接続環境を整備	推進	ス宅への配送サービス	確保	災害時の避難場所の確保	水、トイレなどの確保	災害時の食糧、飲料	建物の耐震性確保																												
港区全体	10.5	14.7	6.8	6.8	4.0	24.0	9.4	8.1	4.2	25.1	1.5	2.2	3.3	11.0	1.7	1.7	20歳以下	17.3	15.4	3.8	3.8	1.9	17.3	23.1	-	-	7.7	-	3.8	1.9	7.7	1.9	1.9																	
30歳代	8.2	13.4	3.1	7.2	3.1	23.7	11.3	4.1	-	16.5	-	2.1	4.1	8.2	1.0	-	40歳代	9.3	14.8	8.3	5.6	5.6	18.5	11.1	11.1	5.6	23.1	1.9	1.9	3.7	7.4	0.9	-																	
50歳代	10.9	13.8	2.9	8.0	4.3	21.7	9.4	10.9	8.0	31.2	2.2	1.4	0.7	15.2	2.9	1.4	60歳代	7.8	11.1	13.3	10.0	4.4	35.6	1.1	8.9	4.4	34.4	1.1	1.1	4.4	8.9	1.1	4.4	70歳代以上	12.5	22.9	10.4	4.2	4.2	33.3	2.1	10.4	4.2	29.2	4.2	6.3	4.2	20.8	2.1	4.2

※網掛けは商品ごとに上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

図表 地域の商店街をはじめ、地域全体の発展のために必要と思うこと【地区別】

	不足業種を補う	核になる店舗（大型店など）を誘致	創業地域の環境整備を充実させる（イメージの向上）	強め、イベントなどを活用	商業地域の結束力を高める	気軽に立ち寄れる交流スペースの整備	娯楽・文化スポーツ施設などの整備	史跡・運河などの地域資源の活用促進	地域の大学や企業との連携	駐車・駐輪場を整備	送迎サービス	整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LAN（Wi-Fi等）の接続環境を整備	推進	自宅への配送サービス	災害時の避難場所の確保	水、トイレなどの飲料	災害時の食糧、飲料	建物・アーケードなどの耐震性確保	
港区全体	25.1	36.7	25.0	14.7	12.3	17.4	11.7	8.6	25.5	5.0	15.8	16.9	19.8	13.9	17.6	21.3	9.0				
芝地区	26.2	42.7	23.3	15.5	15.5	20.4	12.6	5.8	27.2	6.8	18.4	15.5	20.4	22.3	24.3	17.5	8.7				
麻布地区	19.8	29.2	29.2	26.0	15.6	14.6	7.3	8.3	29.2	2.1	15.6	14.6	16.7	12.5	17.7	28.1	10.4				
赤坂地区	24.7	33.0	16.5	12.4	15.5	15.5	7.2	9.3	21.6	2.1	17.5	16.5	17.5	10.3	11.3	23.7	8.2				
高輪地区	26.7	36.6	29.8	9.9	7.6	19.1	13.7	9.2	22.1	5.3	17.6	19.8	20.6	13.0	18.3	13.7	8.4				
芝浦港南地区	27.6	44.8	23.8	9.5	7.6	19.0	16.2	8.6	25.7	8.6	8.6	17.1	21.9	12.4	17.1	25.7	8.6				
	街路灯などの照明の設備	防犯カメラの設置や警備員の配置	地域の見守り活動	パネルなどのソーラー	街路灯へのソーラー	照明などの環境に優しいLEDの利用	自転車・自動車の分離された歩行空間	自転車シェアリングの設置	建物及び周辺の清掃活動	リサイクル活動	歩道の拡幅など道路の整備	障害者・高齢者用のサイン表示	AEDの設置	新型コロナウイルス感染症対策	無電柱化	その他	無回答				
港区全体	10.5	14.7	6.8	6.8	4.0	24.0	9.4	8.1	4.2	25.1	1.5	2.2	3.3	11.0	1.7	1.7					
芝地区	7.8	14.6	9.7	11.7	2.9	17.5	9.7	7.8	1.0	20.4	-	2.9	1.9	11.7	1.9	1.0					
麻布地区	10.4	21.9	7.3	2.1	3.1	30.2	3.1	9.4	8.3	31.3	2.1	3.1	3.1	10.4	4.2	1.0					
赤坂地区	7.2	10.3	3.1	5.2	6.2	27.8	13.4	9.3	4.1	28.9	3.1	1.0	3.1	13.4	1.0	5.2					
高輪地区	14.5	9.2	6.1	7.6	4.6	29.8	9.2	8.4	2.3	29.8	-	0.8	2.3	11.5	-	0.8					
芝浦港南地区	11.4	18.1	6.7	7.6	3.8	16.2	11.4	6.7	6.7	14.3	2.9	3.8	4.8	7.6	1.9	1.0					

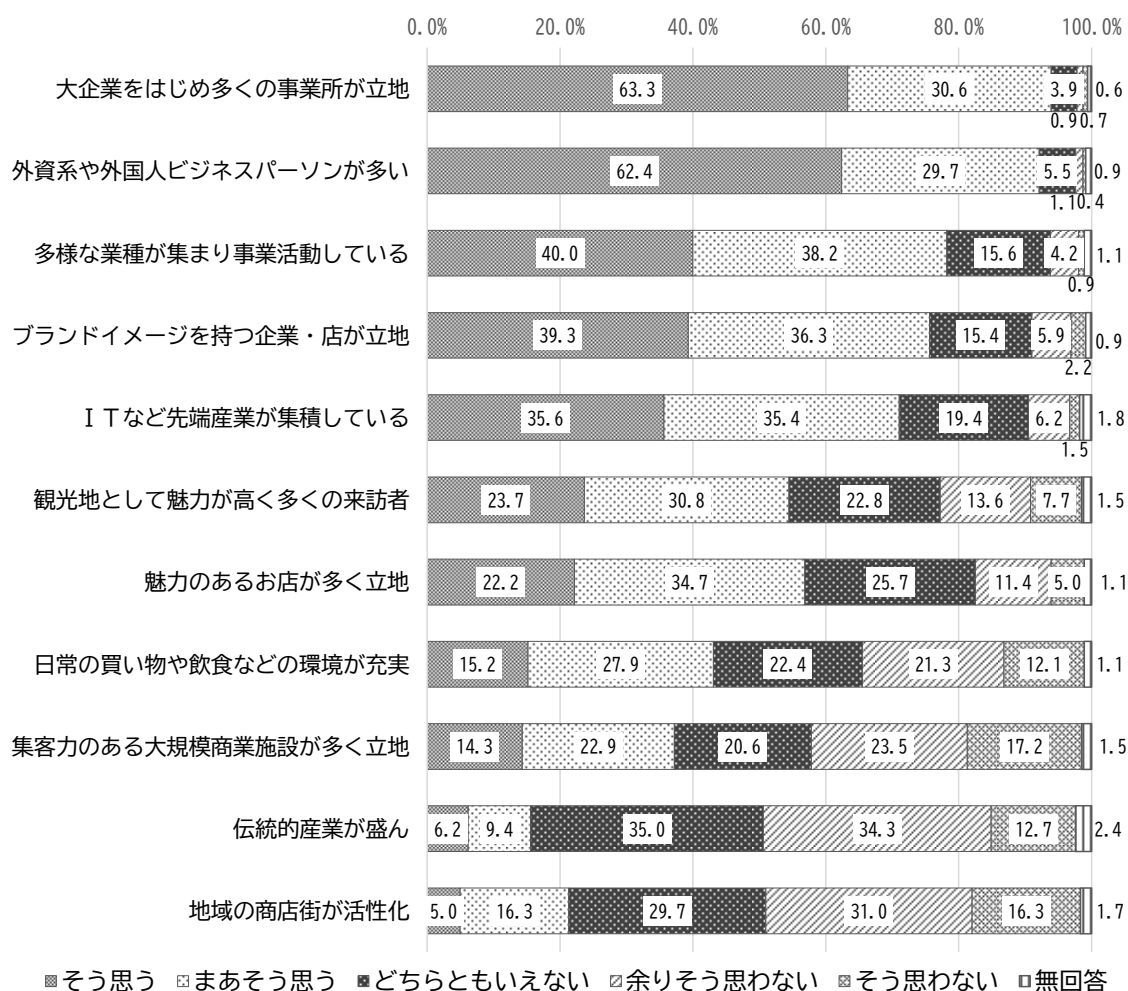
※網掛けは商品ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(4) 港区の産業について

港区の産業についてのイメージ

- ・港区の産業についてのイメージを多様な面から聞いてみると、「そう思う」の回答が多かったものは、「大企業をはじめ多くの事務所が立地」で63.3%と最も多く、次いで「外資系や外国人ビジネスパーソンが多い」が62.4%、「多様な業種の人が多く集まり事業活動している」が40.0%となり、これらが港区の産業のイメージを形成しているものと思われる。
- ・一方、「伝統的産業が盛ん」や「地域の商店街が活性化」では、「余りそう思わない」や「そう思わない」が多くなっており、港区の産業イメージには合わないものと認識されている。

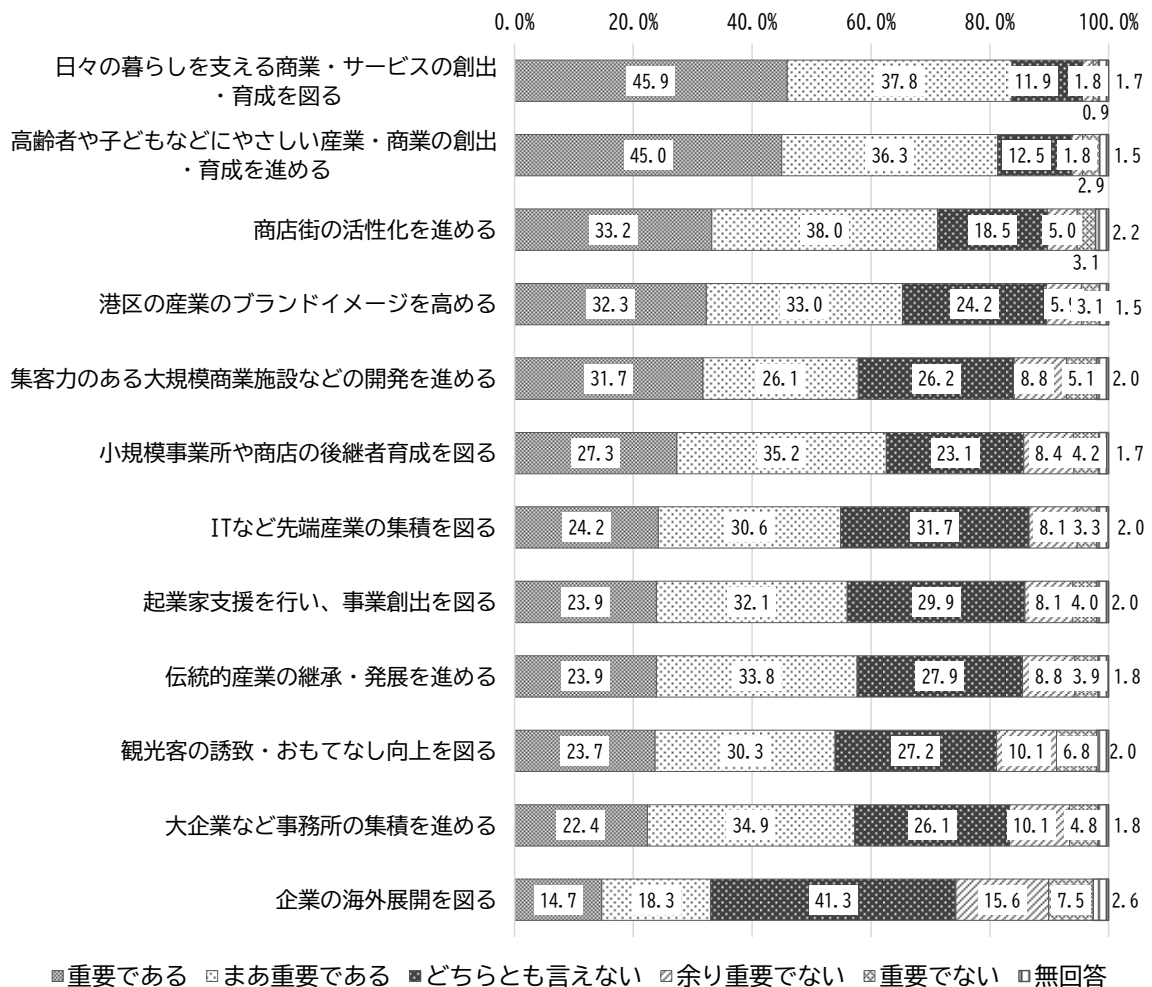
図表 港区の産業についてのイメージ【港区全体】



港区の産業振興の取組み

- ・港区の産業振興の取組みについて多様な面から聞いてみると、「重要である」、「まあ重要である」の合計が多かったものは、「日々の暮らしを支える商業・サービスの創出・育成を図る」が83.7%と最も多く、次いで「高齢者や子どもなどにやさしい産業・商業の創出・育成を進める」81.3%、「商店街の活性化を進める」71.2%、「港区の産業のブランドイメージを高める」65.3%の順であった。
- ・一方、「企業の海外展開を図る」は他と比較して特に少なく、「あまり重要ではない」15.6%が多くなっている。

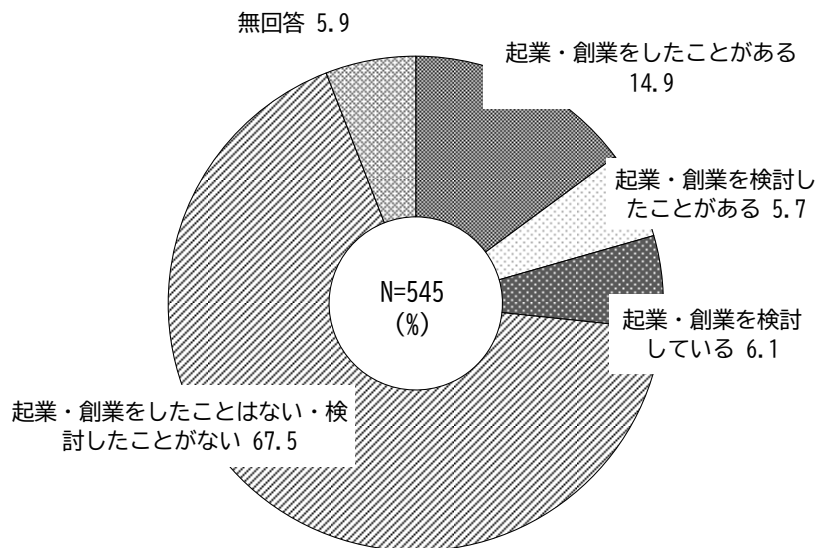
図表 港区の産業振興の取組みについて【港区全体】



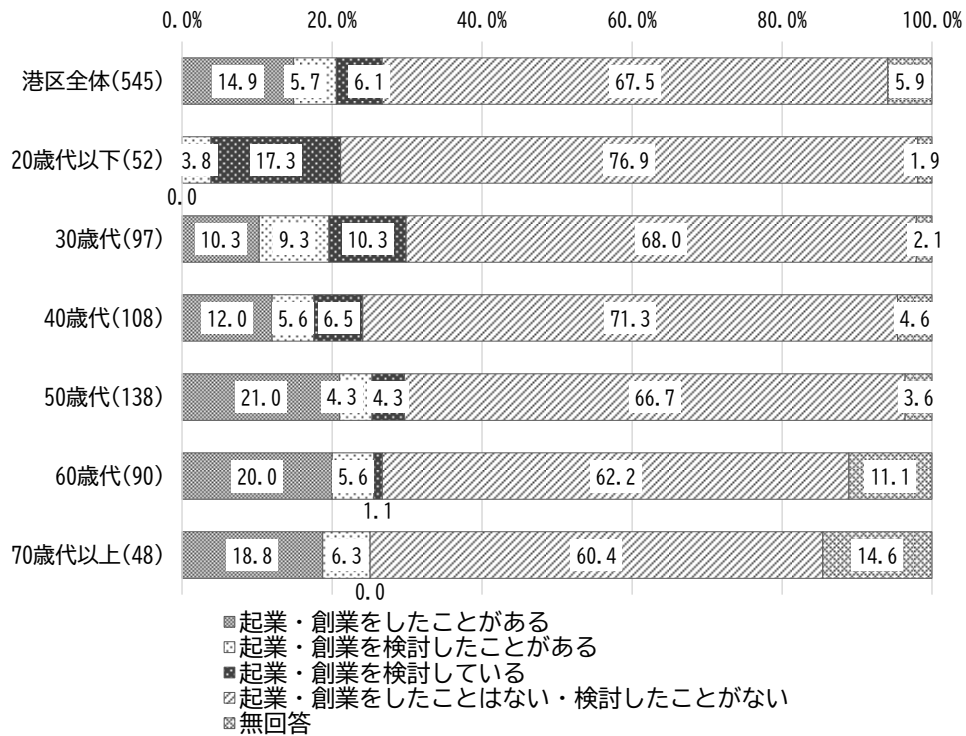
起業・創業の経験

- ・回答者本人が起業・創業をした経験について聞いてみると、「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」が67.5%と最も多かった。
- ・一方、「起業・創業をしたことがある」は14.9%、「起業・創業を検討したことがある」が5.7%、「起業・創業を検討している」は6.1%であった。
- ・年代別にみると、「起業・創業をしたことがある」では、50歳代以上の年代層で2割程度であった。また、「起業・創業を検討している」では、20歳代以下で17.3%、30歳代で10.3%、40歳代で6.5%の比較的若い年代層で多くなっている。
- ・職業別にみると、自営業や会社役員において「起業・創業を検討したことがある」が多く、それぞれ50.0%、46.7%となっている。また、学生では、「起業・創業を検討している」が22.2%と多くなっている。

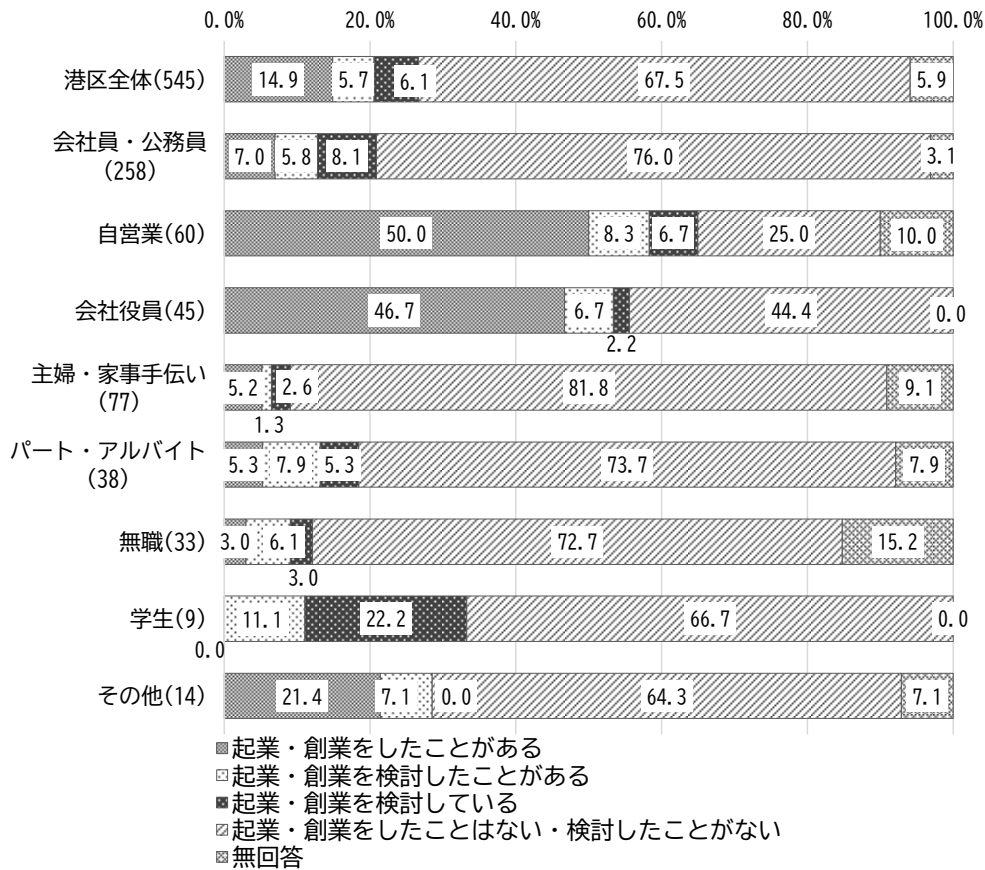
図表 起業・創業をした経験【港区全体】



図表 起業・創業をした経験【年代別】



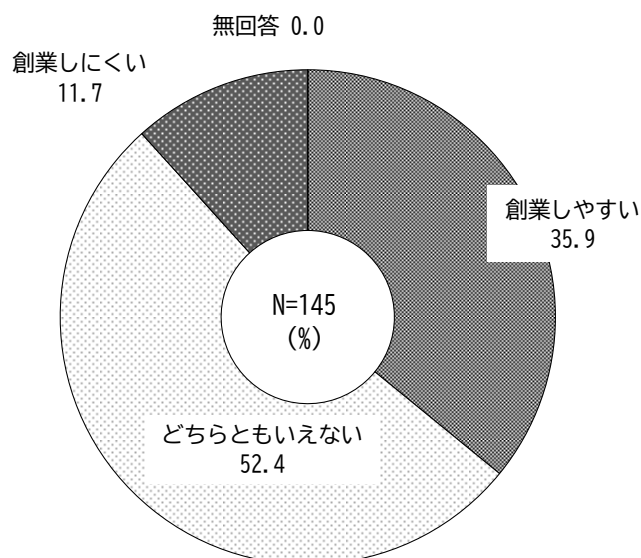
図表 起業・創業をした経験【職業別】



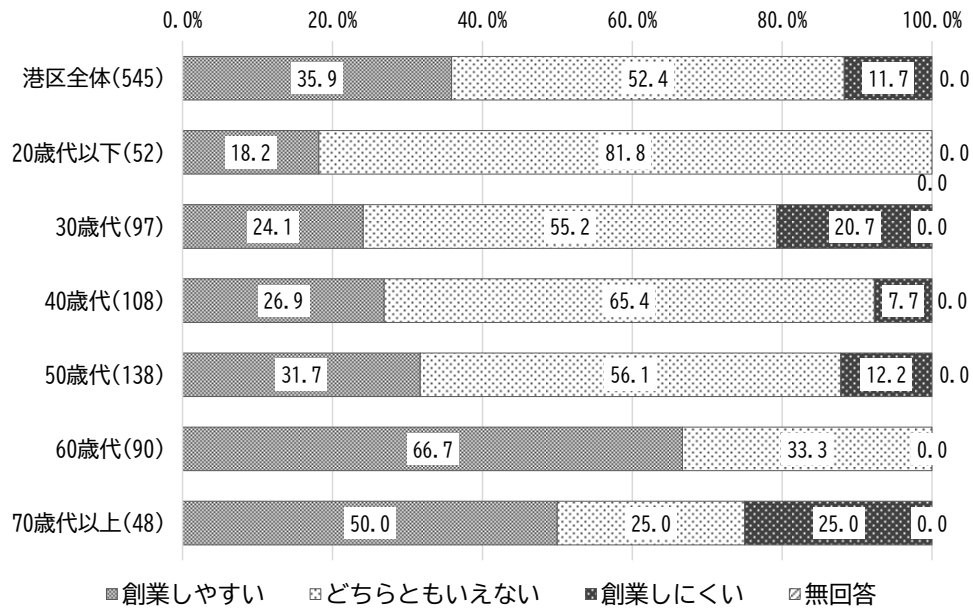
創業しやすい環境

- ・前問において、「起業・創業をしたことがある」、「起業・創業を検討したことがある」、「起業・創業を検討している」と回答した145人に対し、港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあるか聞いたところ、「どちらともいえない」が52.4%と最も多く、次いで「創業しやすい」35.9%、「創業しにくい」11.7%の順であった。
- ・年代別にみると、「創業しやすい」が最も多かったのは、60歳代の66.7%で、年齢層が高くなるほど多くなる傾向が見られた。
- ・職業別にみると、前問で「起業・創業をしたことがある」の割合が多かった会社役員では、「創業しやすい」と回答したのは48.0%であった。

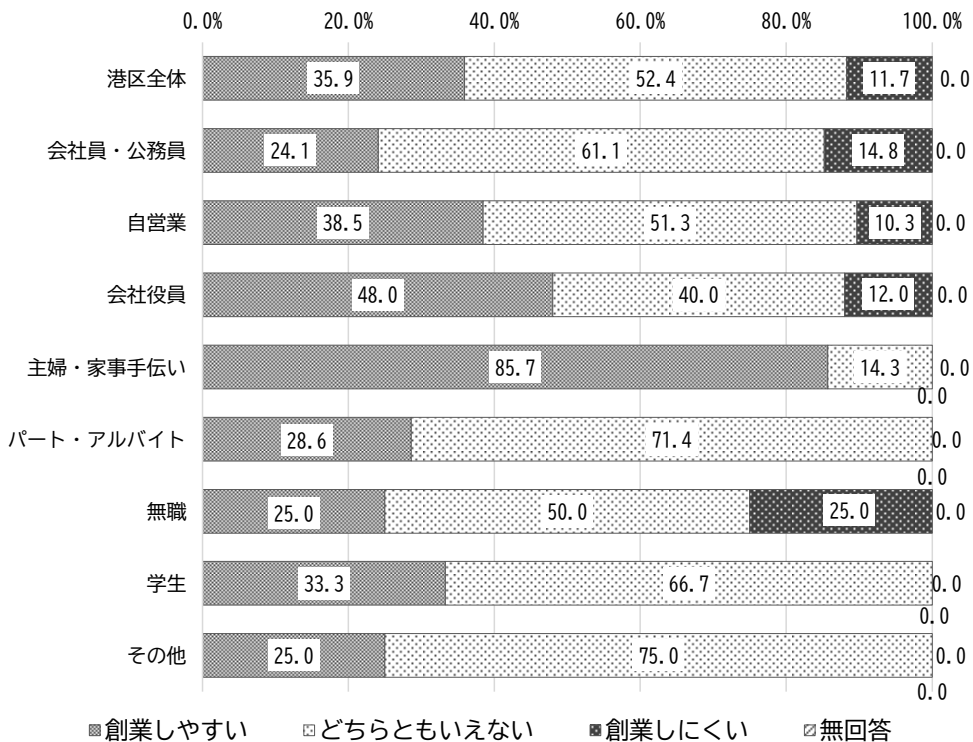
図表 創業しやすい環境【港区全体】



図表 創業しやすい環境【年代別】



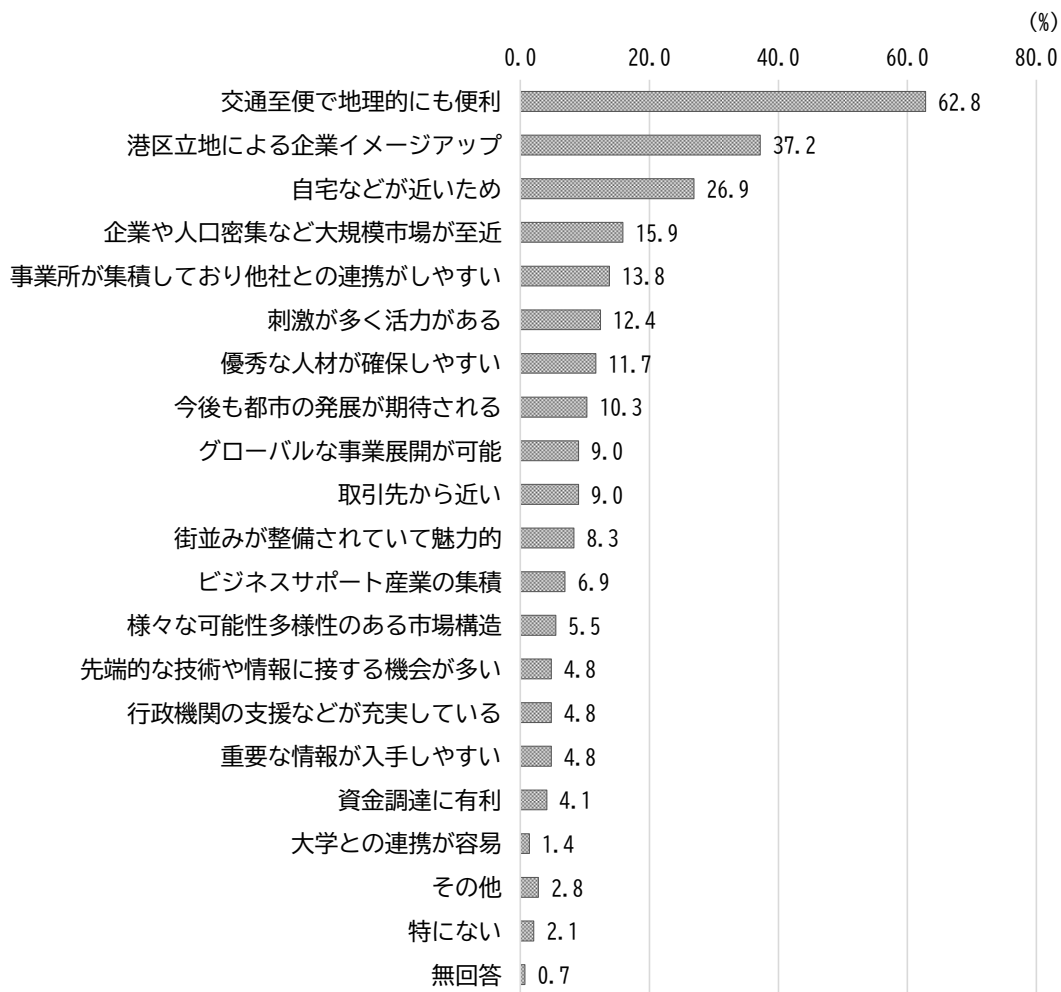
図表 創業しやすい環境【職業別】



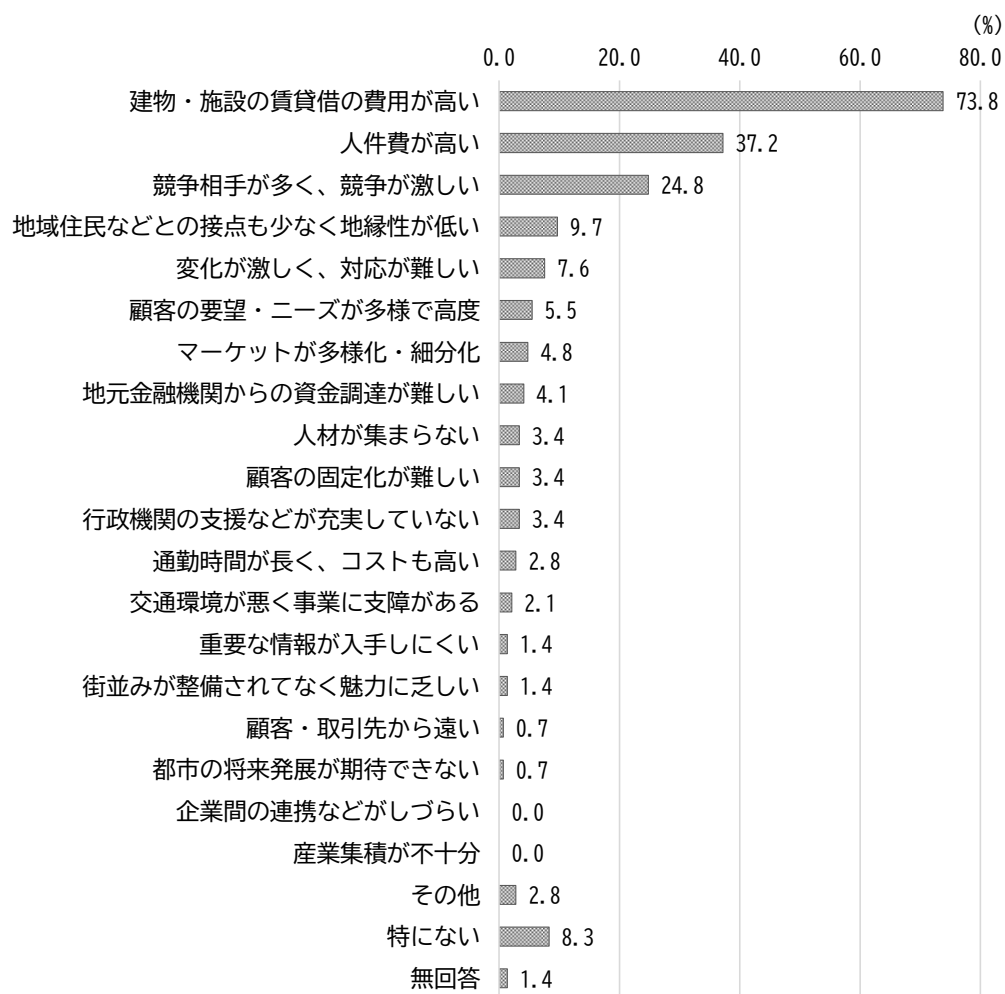
港区で起業・創業するメリット・デメリット

- ・港区で起業・創業するメリットについて聞いたところ、「交通至便で地理的にも有利」が62.8%と他よりも圧倒的に多かった。次いで「港区立地による企業イメージアップ」37.2%、「自宅などが近いため」26.9%の順であった。
- ・一方、港区で起業・創業するデメリットについて聞いたところ、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が73.8%と圧倒的に多かった。次いで「人件費が高い」37.2%、「競争相手が多く、競争が激しい」24.8%の順であった。

図表 起業・創業するメリット【港区全体】



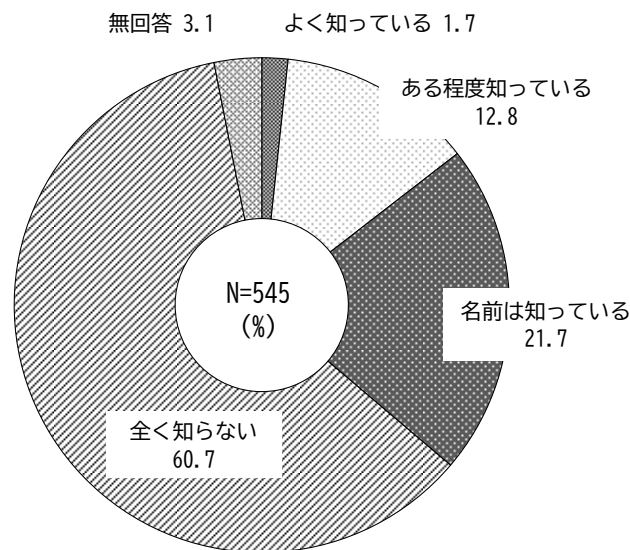
図表 起業・創業するデメリット【港区全体】



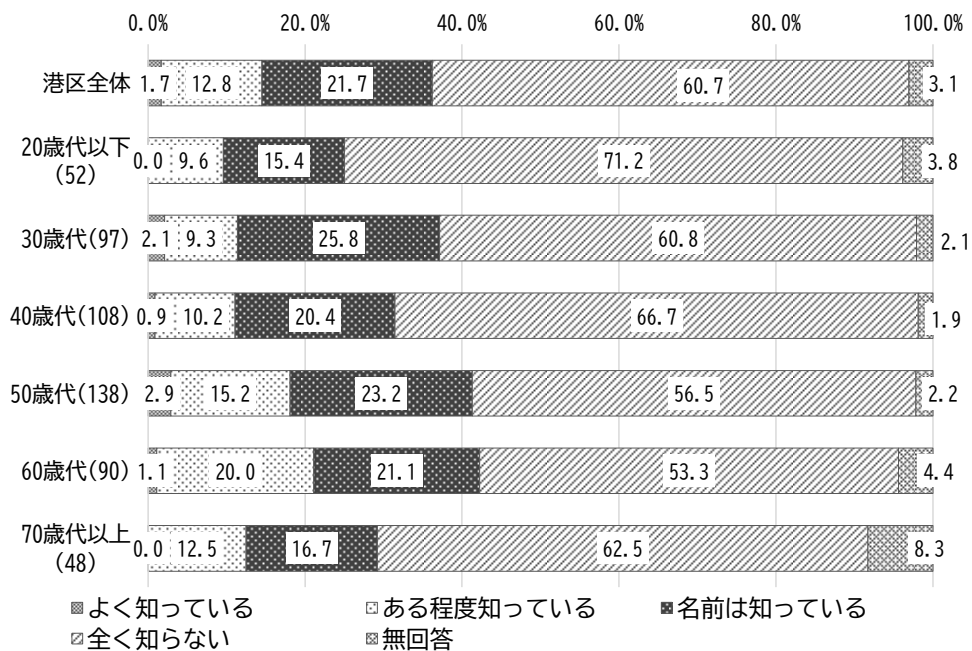
コミュニティ・ビジネスの認知度

- ・コミュニティ・ビジネスの認知度について聞いたところ、「全く知らない」が60.7%と最も多かった。「名前は知っている」は21.7%、「ある程度知っている」は12.8%で、「よく知っている」はわずか1.7%と、コミュニティ・ビジネスの認知度は高くないことがわかる。
- ・年代別にみると、「よく知っている」、「ある程度知っている」の合計では、60歳代で21.1%、50歳代で18.1%と、比較的年齢層の高いほうが認知度が高い傾向にある。

図表 コミュニティ・ビジネスの認知度【港区全体】



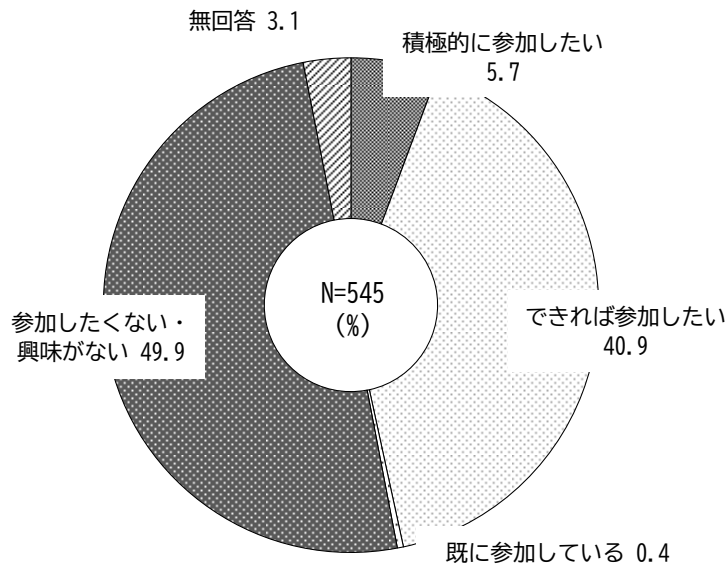
図表 コミュニティ・ビジネスの認知度【年代別】



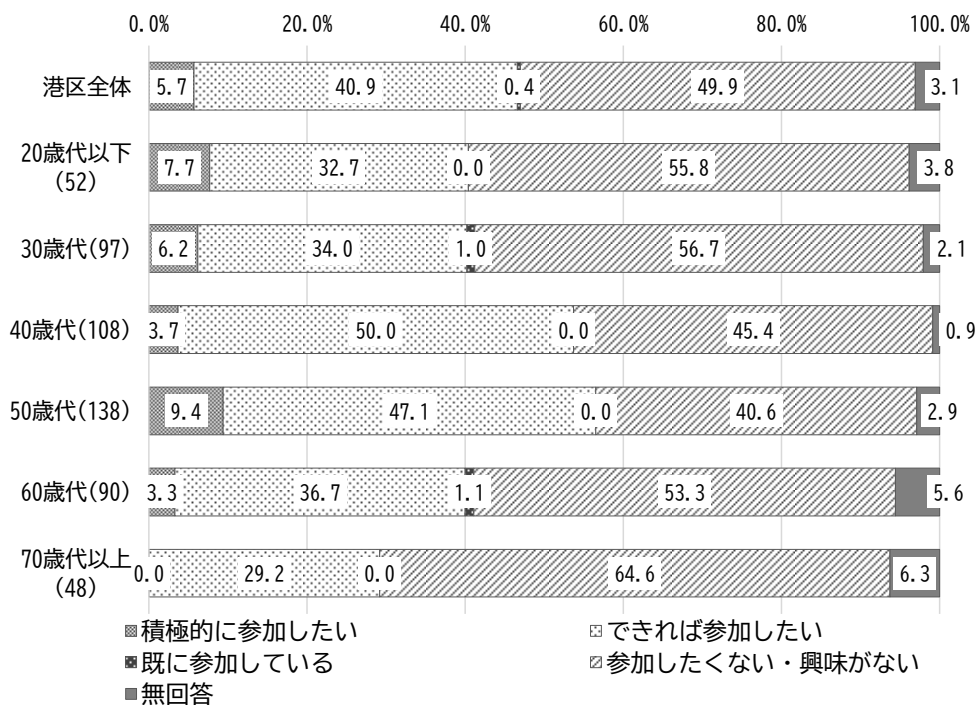
コミュニティ・ビジネスへの参加意向

- ・コミュニティ・ビジネスへの参加意向について聞いたところ、「参加したくない・興味がない」が49.9%と最も多く、次いで「できれば参加したい」が40.9%、「積極的に参加したい」が5.7%であった。
- ・年代別にみると、「積極的に参加したい」では、50歳代9.4%、20歳以下7.7%、30歳代6.2%などで他よりも多くなっている。コミュニティ・ビジネスの認知度がそれほど高くなかった年代層の低い層において、参加意向は高い傾向にあった。

図表 コミュニティ・ビジネスへの参加意向【港区全体】



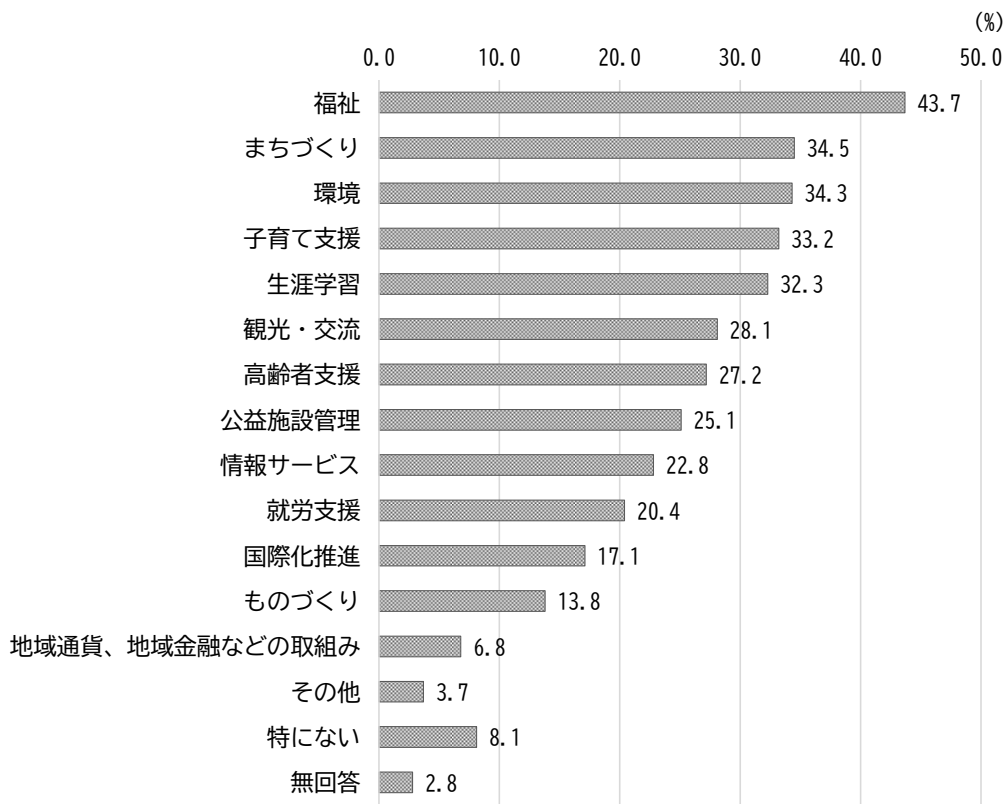
図表 コミュニティ・ビジネスへの参加意向【年代別】



地域で取組んでほしいコミュニティ・ビジネスのテーマ

- ・居住する地域で取組んでほしいコミュニティ・ビジネスのテーマについて聞いたところ、在宅介護サービス、給食サービス、買い物代行などの「福祉」が43.7%と最も多く、次いで祭り、イベントの企画・運営などの「まちづくり」が34.5%、リサイクル推進、リサイクルショップなどの「環境」が34.3%、保育サービス、不登校児童のスクールなどの「子育て支援」が33.2%、趣味・おけいこごとなどの「生涯学習」が32.3%であった。
- ・年代別に見ると、比較的若い世代では「公共施設管理」が多く、比較的高齢層では「情報サービス」が多くなっている。20歳代以下では、「ものづくり」28.8%や「地域通貨、地域金融などの取組み」11.5%も多くなっている。

図表 地域で取組んでほしいコミュニティ・ビジネスのテーマ【港区全体】



※グラフ作成の都合上、選択肢を省略して記載しているものがある。

図表 地域で取組んでほしいコミュニティ・ビジネスのテーマ【年代別】

	福祉	まちづくり	環境	子育て支援	生涯学習	観光・交流	高齢者支援	公益施設管理	情報サービス	就労支援	国際化推進	ものづくり	地域通貨、地域金融などの取組み	その他	特にない	無回答
港区全体	43.7	34.3	22.8	28.1	34.5	13.8	20.4	33.2	27.2	32.3	17.1	25.1	6.8	8.1	3.7	2.8
芝地区	42.7	22.3	16.5	26.2	36.9	15.5	15.5	35.9	24.3	29.1	13.6	24.3	4.9	7.8	2.9	2.9
麻布地区	40.6	37.5	27.1	31.3	43.8	9.4	24.0	28.1	32.3	34.4	21.9	24.0	5.2	7.3	6.3	4.2
赤坂地区	52.6	35.1	29.9	29.9	21.6	16.5	25.8	30.9	30.9	29.9	15.5	21.6	9.3	9.3	4.1	4.1
高輪地区	43.5	40.5	22.1	29.8	38.2	18.3	21.4	37.4	24.4	35.1	20.6	31.3	8.4	3.8	2.3	1.5
芝浦港南地区	39.0	32.4	20.0	23.8	28.6	8.6	14.3	33.3	22.9	32.4	10.5	21.9	6.7	12.4	1.9	1.9

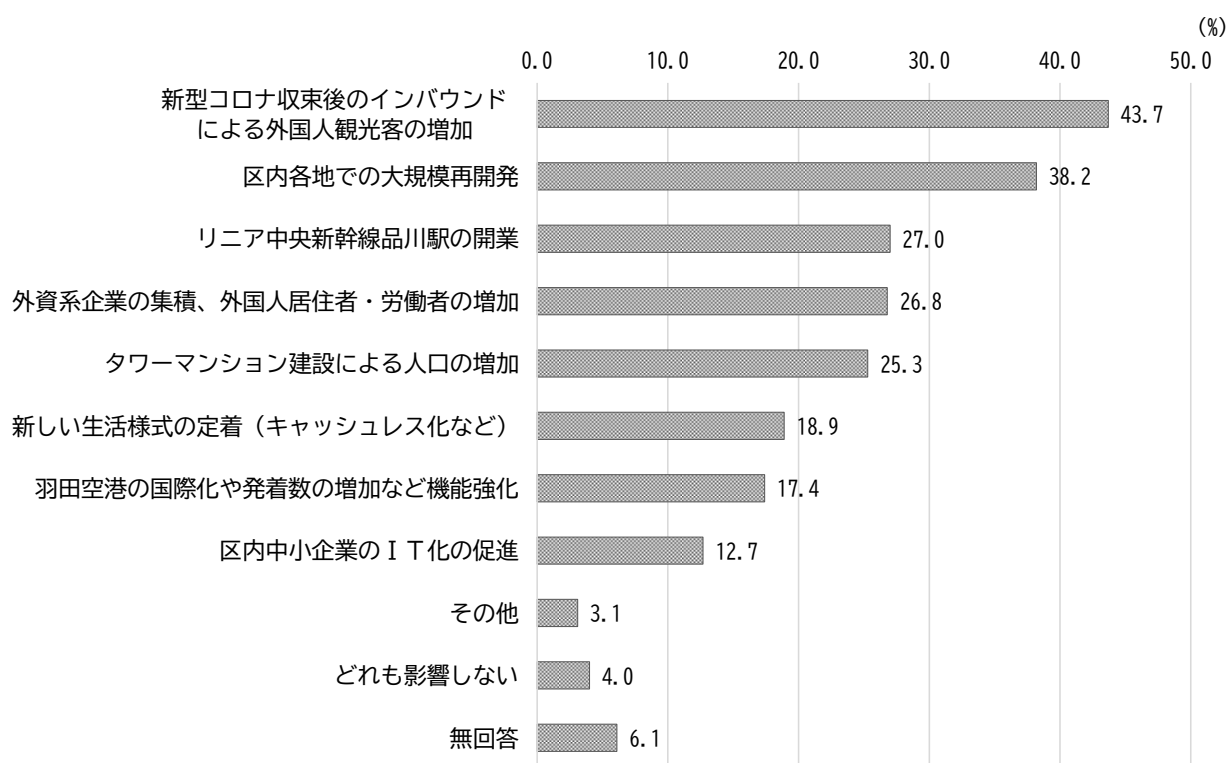
※網掛けは商品ごとに上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(5) 港区の今後の景気動向について

景気に好影響を及ぼすと期待される事項

- ・港区の社会環境の変化において、景気に好影響を及ぼすと期待される事項について聞いたところ、「新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加」が43.7%と最も多く、次いで「区内各地での大規模再開発」が38.2%、「リニア中央新幹線品川駅の開業」が27.0%であった。
- ・年代別にみると、比較的年齢の若い層ほど「新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加」への期待が大きくなっている。また年齢層が高いほど、「新しい生活様式の定着」が少ない傾向にある。
- ・地区別にみると、高輪地区や芝浦港南地区において、「羽田空港の国際化や発着数の増加など機能強化」の割合が多く、また、芝浦港南地区では、「タワーマンション建設による人口の増加」が多くなっている。

図表 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【港区全体】



※グラフ作成の都合上、選択肢を省略して記載しているものがある。

図表 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【年代別】

	タワーマンション建設による人口の増加	新型コロナウイルス収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加	外資系企業の集積、外国人居住者・労働者の増加	区内各地での大規模再開発	羽田空港の国際化や発着数の増加など機能強化	区内中小企業のIT化の促進	リニア中央新幹線品川駅の開業	新しい生活様式の定着（キヤツシユレス化など）	どれも影響しない	その他	無回答
港区全体	25.3	43.7	26.8	38.2	17.4	12.7	27.0	18.9	4.0	3.1	6.1
20歳代以下	40.4	36.5	30.8	38.5	23.1	5.8	30.8	19.2	3.8	3.8	3.8
30歳代	30.9	50.5	19.6	44.3	19.6	12.4	32.0	19.6	2.1	2.1	1.0
40歳代	23.1	48.1	28.7	38.0	18.5	11.1	34.3	19.4	1.9	1.9	4.6
50歳代	23.2	47.8	30.4	39.1	13.8	13.0	23.2	21.7	3.6	5.1	5.1
60歳代	18.9	38.9	24.4	36.7	18.9	16.7	21.1	16.7	6.7	2.2	8.9
70歳代以上	22.9	29.2	27.1	31.3	14.6	18.8	20.8	10.4	8.3	4.2	12.5

図表 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【職業別】

	タワーマンション建設による人口の増加	新型コロナウイルス収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加	外資系企業の集積、外国人居住者・労働者の増加	区内各地での大規模再開発	羽田空港の国際化や発着数の増加など機能強化	区内中小企業のIT化の促進	リニア中央新幹線品川駅の開業	新しい生活様式の定着（キヤツシユレス化など）	どれも影響しない	その他	無回答
港区全体	25.3	43.7	26.8	38.2	17.4	12.7	27.0	18.9	4.0	3.1	6.1
会社員・公務員	29.1	47.7	26.4	41.5	17.8	10.5	33.3	18.6	2.7	3.5	3.5
自営業	20.0	50.0	35.0	28.3	5.0	16.7	16.7	23.3	5.0	1.7	5.0
会社役員	13.3	48.9	26.7	48.9	20.0	22.2	17.8	13.3	2.2	4.4	6.7
主婦・家事手伝い	20.8	31.2	28.6	32.5	19.5	15.6	22.1	23.4	10.4	2.6	5.2
パート・アルバイト	26.3	47.4	15.8	44.7	13.2	7.9	18.4	15.8	-	2.6	7.9
無職	27.3	24.2	24.2	36.4	24.2	12.1	36.4	18.2	6.1	3.0	12.1
学生	33.3	33.3	22.2	11.1	44.4	22.2	33.3	11.1	-	11.1	11.1
その他	35.7	57.1	28.6	35.7	28.6	7.1	14.3	14.3	-	-	14.3

図表 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【地区別】

	タワーマンション建設による人口の増加	新型コロナウイルス収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加	外資系企業の集積、外国人居住者・労働者の増加	区内各地での大規模再開発	羽田空港の国際化や発着数の増加など機能強化	区内中小企業のIT化の促進	リニア中央新幹線品川駅の開業	新しい生活様式の定着（キヤツシユレス化など）	どれも影響しない	その他	無回答
港区全体	25.3	43.7	26.8	38.2	17.4	12.7	27.0	18.9	4.0	3.1	6.1
芝地区	31.1	41.7	23.3	40.8	13.6	8.7	23.3	21.4	3.9	2.9	6.8
麻布地区	20.8	47.9	35.4	30.2	7.3	12.5	12.5	20.8	6.3	6.3	8.3
赤坂地区	22.7	44.3	26.8	51.5	13.4	17.5	9.3	24.7	5.2	3.1	5.2
高輪地区	19.8	43.5	27.5	39.7	20.6	15.3	36.6	17.6	1.5	1.5	6.1
芝浦港南地区	33.3	43.8	21.0	31.4	31.4	10.5	48.6	11.4	3.8	2.9	1.0

※網掛けは商品ごとに上位2位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

区内産業の発展や、区内産業と生活との関わりについて（自由意見）

【主な意見】（原文のまま）

地区	年代	内容
芝地区	20歳代以下	自分の住んでる周辺の情報は得やすいが、港区全体の情報は把握しづらいので、生活に得になる港区全体の情報を取得できやすいような何かあるとうれしいです。
芝地区	20歳代以下	リーズナブルな商業施設が集う空間、一つの場所でショッピングやスーパーなどが完結できる場所があるとずっと住み心地が良くなると思います。せっかく観光の方も多いのにもったいないと思うばかりです。そして、早急に自転車用道路をつくって頂きたいです。車道の左端にある青の矢印だけでは本当に危険です。しかもシェアサイクリングもやっているならなおさら自転車ユーザーも増えていきますし、キックボードの方たちも後からスピードだして走ってくるので自転車の走る場所がありません。シェアサイクリングやSDGsなども考えて自転車ユーザーを増やしていきたいのならまずやるべきことがあるのでは？と思います。港区を世界から誇れる街にしたいです。
芝地区	30歳代	港区スマイル商品券は、商店街の発展のため非常に良いツールだと思います。港区は家賃や物価が高いというイメージが先行していますが、昔ながらの商店や祭りなどのイベントも多く、住んでみると庶民的な部分も多いです。また大使館が多いので、各国と今以上の連携を以て港区独自のイベントを多く立ち上げてほしい。
芝地区	50歳代	赤羽橋、田町周辺は、タワーマンション建設などから人口が増加しているが、日用品の買い物をするスーパーや大型施設、商店などが不足していると思う。港区住民の生活を支える店舗の増設を望みます。
芝地区	50歳代	区内の産業発展には外部からの人々も大事ですが、やはりその地域に住む人々の消費が重要です。区が発展する為、賑わう為に重要な事はこれから家庭を持ち子育てをする世代に定住してもらう事が重要。彼らは何が重要かというより良い教育環境を求めています。特に良い小学校がある事を重視します。良い教育とは何か、それは質の高い教育者つまりは先生、ソフトの部分が重要です。ぜひ教育重視の予算を組んで「教育の港区」誰もが港区で教育を受けさせたいと思わせる環境に予算全振りをお願いします。それが巡って区内全世代全産業の発展につながると信じています。
麻布地区	30歳代	ふるさと納税はその地域の産業を知る良い機会かと思います。返礼品がなく、寄付者の善意に任せるのはさすがに無理があると思いますし、隣の目黒区と渋谷区が返礼品を設定している中、港区はやらないのは理解に苦しみます。
麻布地区	30歳代	私の周囲の富裕層は再開発にはウンザリしています。再開発後に入るお店は、東京駅や他再開発した場所と同じような店になれば、港区じゃなくてもいいとなってしまふ。再開発すると、元々あった個人商店などは信用などの問題、家賃の問題で入れず、入るお店は利益を求めた味気ない、魂のない店が多い（全てではないが）。そういうのはもうウンザリしています。再開発しても、そこにあったお店、人のつながり、文化、残しながらが良いと思う。どんなにがんばってもNYのマンハッタンにはなれない。ここは日本で人口も衰退していつている。富裕層（外国人含む）は、もっと歴史や文化の残る場所・人にお金を使いたい。交通のインフラは整えるべき。今のままだと大事故が起こりかねない。大事故が起こると、イメージはずっと落ちる（Uberの人、自動車、子ども、すごくあぶない）。

地区	年代	内容
麻布地区	40 歳代	外国人居住者が多いことは港区の特長のひとつだと思いますが、普段あちこちで外国人の方への接客対応の際に言語の問題を多く見かけるように思います。区内の商店街関係者、または接客（サービス業）に従わずの方々のための英会話（また他言語）のレッスンなどの無料サービスを区が率先して行うことができれば、長期的に見て区内産業の発展に貢献するものと思います。
麻布地区	50 歳代	高層ビルやマンションが乱立している。混雑や交通事故が心配。ハコを作らずにソフト面での発展に注力して欲しい。特に子供の教育は先進世界に遅れをとっていると思う。長期的視点に立つと、重視すべきは教育だと思う。ビルやマンションはもう充分にある。それが優れた産業の発展につながる。具体案が無くて申し訳ありません。
麻布地区	60 歳代	大規模再開発や大型店舗の誘致、また外国人観光客の誘致などよりも、この先の長い将来を見据えて、この地域の文化・歴史・風土などを大切にこの地域に根付いた特徴ある地域社会造りが大切なのではないかと考える。それには、港区区民の参加が絶対必要であるので、もっと区民が自分達のコミュニティに参加しやすいような、区からの区民誰にでも届く様々な情報提供が必要だと思う。
麻布地区	70 歳代 以上	中小企業は家内工場などの支援をしてあげてほしいです。タワーマンションや再開発はこれ以上必要ないと思います。建設会社を儲けさせるだけではないでしょうか？ マンション建設の容積率を増して頂き、中古マンションの建て替えを進めて頂きたいです。早急をお願いします。
赤坂地区	40 歳代	赤坂から本屋がなくなってしまいました。私自身、ネットで本を買うことが多いし、難しいかもしれないですが、収益がでる方法でなんとか出店してほしい。それとともに、文房具が買える店が少なくなってしまいました。子育て世代としては、学校用品がすぐに見えるお店がほしいです。あと、おしゃれなおもちゃより、ふつうのおもちゃがほしい。赤坂見附のビックカメラができてだいぶたすかりました。
赤坂地区	40 歳代	港区民であることがブランド価値があるように流布、認知されていることは、決して嫌味なことではなく、港区が積み上げてきた重要な価値イメージである。それは、企業（港区内にある）によるものが大きく、区民は企業に感謝しつつ、機会があれば適切なコミュニケーションを図ることは重要であると思う。どうしても企業の取り組みは情報発信によるものが大きく、魅力的なインターネットによる発信が企業に求められるのではないのでしょうか。
赤坂地区	50 歳代	国内外問わず様々な人のニーズを満たせるよう、伝統的産業と AI やロボット等の最先端産業、洗練された上質ブランド店と庶民的で生活を便利にしてくれる店等がバランス良く存在するような魅力ある街になって欲しいです。
赤坂地区	50 歳代	コロナで撤退（閉店）した店舗が空いたままなので街が廃れていく気持ちがする。一方で高級感やトレンドが魅力の区なので、各国大使館と組んで各国のアンテナショップ（各県のアンテナショップのような）兼カフェみたいなものを誘致してはどうか。
赤坂地区	60 歳代	たくさんの港区内産業はこれまでどちらかというと”外向き”に開くことで発展してきたと思う。これからはもっと区民に対して”内向き”に地盤を強化することが安定した本当の魅力づくりに繋がっていくと思います。
赤坂地区	60 歳代	港区は、地価（＝固定資産税）が高いため、収益性の低い事業所は立地が難しい。このため、介護や育児、子ども食堂のような生活者とともにある産業活動が相対的に維持しにくいのではないかと。補助金を出してほしいのではないが（それはかえって共助を妨げると思うので）今後高齢者が一層増えていくことを考えると、区民全体として考えねばならないと考えます。

地区	年代	内容
赤坂地区	60 歳代	大型スーパーや、生活雑貨の大型店が非常に少ない。地域にあまりにも生活感がなさすぎる。表参道にあるシャレた店に、買ってみようと思うものが一つも見当らない。のように、日常生活につながる店ばかりである。港区に生活している者がいるという事を全く考えていない。港区＝オシャレだけでは年寄りでは生きていけない。高齢者、青少年が安心して、自分の足で立ち寄れる。日々の生活に寄り添う環境であってほしい。自然と地域の交流につながっていくのではないのでしょうか。高層ビルばかりで綺麗だが味けない。庶民的というのも魅力の一つだという事を考えに入れてほしいです。
赤坂地区	60 歳代	「港区ならではの、こういう産業がある」という情報がほしい。生活者が港区を「わが街」として愛着を持って守り育ていけるような温かい交流を創り出してほしい。
高輪地区	20 歳代 以下	仕事の都合で毎日の帰宅は深夜近くになります。白金周辺に住んでいます。が、帰宅する頃にはスーパーも商店街も、飲食店すら開いておらず毎日、勤務地周辺の区外の店舗を利用しています。あるいは、自宅周辺のコンビニを使っています。私個人の仕事の都合ではありますが、今の状況ですと、区内産業にはほとんど貢献できていないと感じます。コロナ禍で人々の勤務形態が変化している中ですので、ぜひ店舗経営者の皆さんも柔軟にご対応いただければ幸いです。
高輪地区	30 歳代	引っ越してきて1年未満です。以前暮らしていた都内他区では、商店街を主な買い物場所としていました。やおや、とうふ屋、魚屋、肉屋、パン屋、花屋、本屋、中華お惣菜屋など。どの店にもぎわっていて、品質も値段も良く、買い物に行くのがたのしみでした。ベビーカーでも店頭でお店の人にほしい物を伝え代金を払うことができる点も便利でした。こちらではステキな商店街を見つけることができず、日々の買い物は家から一番近いスーパーで、しょうがなくすませています。店員さんとは顔なじみになり、子どもにも声をかけてもらうようになりましたが、商店街のような満足感や信頼感はありません。港区は働く人が多く、大きいお金が動いているイメージです。そんなところで日々暮らしていくのは私にとってはちょっときつい感じがあり、地に足のついた暮らし、あの店のあの人から買う暮らし、今日もおいしいものがたべられて幸せだなと思う暮らしがなつかしいです。
高輪地区	30 歳代	羽田空港着のルートが自宅上空のため、日々騒音に悩んでいます。インバウンド、羽田空港機能強化に対して好印象を持ってないのが残念です。住民の生活の安全も大切にしていきたいです。
高輪地区	30 歳代	個人経営等の小規模店舗など、こだわりのあるお店が増えると港区のブランドイメージがよくなると思う。高輪地区は観光地ではないので、より生活に密着した飲食店などが増えたらうれしい（通勤、通学の方をターゲットにしたお店が多いように感じる）。
高輪地区	40 歳代	人口が減少していくと思われるのでタワマンは必要ないと思う。タワマンを建てるのであればその戸数に応じて緑地や公園を増やして欲しい。公園でのボールあそびを禁じているところがある。子供への制限が多いと子育てしづらい。
高輪地区	50 歳代	他の地域に比べて家族で気軽に利用できる飲食店、大型施設が非常に少ないと思います。港区にもインバウンド向けではなく居住者向けの、上記のような施設が増えると良いです。
高輪地区	50 歳代	味のあるよい老舗が後継者がいないのか閉店することが多く残念。親族以外の後継者募集や育成をサポートする事業を考えるべきではないか。

地区	年代	内容
高輪地区	50 歳代	個人的に再開発や高層ビルによる街づくりに全く魅力を感じないので、低層で緑が多く個人でも出店できるような業種の多い商店街があれば通いたいです。木を使った心落ち着いてゆったり出来るお店が沢山あると嬉しい。
高輪地区	50 歳代	港区は素晴らしい所だと思ってきましたが、今はあまり誇りをもてません。以前のように自宅に客を招いたりランチやショッピングを楽しむ気持ちにもなれません。頭上を飛行機が飛びかうからです。騒音や落下物の危険という問題以前にそもそもその光景が野蛮で美しい首都の空、街の雰囲気をも無気にしています。国際化や経済効果にプラスも多くあるのかもしれませんが、損失も測りしれないと思います。これをやめることを強く望みます。こんな素敵な港区なのに恥ずかしいです。
高輪地区	60 歳代	白金台に 40 年以上住んでいるが、昔からのお店がどんどん無くなりさびしいです。うちの子供達が小学生の頃は、八百屋さん、お肉屋さん、魚屋さん、本屋さん等が近くにあり買物をしていましたが、今の子供達はスーパーマーケットの買い物しか知らないのでは…。チェーン店ばかり増えてどこの町も同じに見えます。地元らしい商店街が戻ってくると嬉しいのですが…。一時はもてはやされたプラチナ通りも今はあまり魅力ある店も無くひっそりとしています。せっかく美しい通りなのにもったいないです。イチョウの紅葉も美しいこの時期にもっと人に来て欲しいです…。白金台はちいばすのルートから外れていて残念です。郷土歴史館もあるのでちいばすに通って欲しいと願っています。田町や六本木にはたくさん通っているのになぜ白金台には来ないのでしょうか…。
高輪地区	70 歳代以上	業務上、「中心3区」港区、千代田区、中央区での活動が主ですが、確かに大企業も多く、衣食住と併わせて満足。コロナ対策も港区は充実していると考えています。産業の発展という視点から見ると、行政サイドの支援内容がよく見えません。アピール不足か当方の認識不足かも。大手企業に勤務（区内）退職後起業し自分なりに活動し、従業員に対して生活の安定を大事にしてきましたが、国、区からの支援されているという事は一度も感じていません。
高輪地区	70 歳代以上	コロナ収束後、大使館との交流イベントや地元企業の紹介を兼ねた催しなどを企画して欲しい。
高輪地区	70 歳代以上	港区という立地を生かして、国際化を進めることが好ましいと考えます（金融や外資誘致、貿易の促進など）。
高輪地区	70 歳代以上	日本では町中でのインターネット環境が海外に比べて恐ろしく劣っている。せめて港区は、国際化比率も高いので、いつでもどこでもインターネットに接続できる環境を整えてほしい。今や中米の貧国でも、公園でインターネットにつながる時代なのに、東京の中心地区である港区でも、安定したネット環境が整備されていない。各店舗や商業施設の提供するネット環境に頼らず、パブリックインターネットとして、屋外でのネット環境を充実させてほしい。
芝浦港南地区	20 歳代以下	品川区（大崎・五反田エリア）から転入してきたが全体的に街灯が少なく街が暗く感じる。歩道が狭く（渚橋）歩行者の通行量と歩道の幅がマッチしていない。商業施設（大型ショッピングセンター、飲食店）の集積度合が低く不便を感じる。結果他区へ買いに出けることになる。良い点は保育施設の充実がすごい。子育て世代がとても多く活気がある。地域の振興会が頑張っているイベントを開催して盛り上げようとしている。産業振興というならアウトレットモールのような大型ショッピングセンターを造ってインバウンドを狙うのと同時にそこで働く外国人労働者も同時にとり込んで二方面からせめるのがよくないか。日本の労働力人口が右肩下がりなので今後は海外からの労働者を受け入れ税収を増やし区内で買い物もしてもらおうのが良いと思う。

地区	年代	内容
芝浦港南地区	50 歳代	大きな建物が単独で建っており、街の活性化、買回りに役立っていない。もっと個人の経営者を支援する事を大切に開発・街づくりを行うべきだと思う。
芝浦港南地区	50 歳代	以前までの港区とは違い、近年マンションも増え生活をしている人口が大変増えたにも関わらず、個人商店の質の良いものが全く入ってこない。競争もないので利用していない店がいつまでたっても残っており、新しく商売をしようと思って入ってくる商店がなかなか無いのに困っている。行政機関のサポートもまだまだ足りないのでは…と思う。
芝浦港南地区	50 歳代	「港区」というブランドはあるもののさほど実感はない。運河や海上交通などを活用したイメージ作りに期待したい。行政サービスは充実していると思うので更なる拡充をお願いしたい。
芝浦港南地区	50 歳代	港南地区は高層マンションばかりで、街としての個性が感じられない。商店街もなく、近所に気軽に行ける飲食店もない。隣接する運河沿いの品川区は街の景観が整備されていて、魅力的な飲食店やイベントも多い。運河沿い歩道の植栽等、港区と品川区では明らかに違う。隣接している海洋大学や特別支援学校等と連携するなどして、港南地区の新しい魅力を発信して欲しい。
芝浦港南地区	50 歳代	個人店舗が出店し易いように、補助があればよいと思います。大型の施設が増えてもテナントは、どこにでも出店しているお店ばかりになりますので。
芝浦港南地区	70 歳代 以上	港区でも、最寄り駅や地域により差が大きい。住人同志の交流がないし、生活者より勤労者の方が多いため、生活面では大型商業施設や病院へちいばすなどのアクセスが今ひとつである。生活者の顔が分かりづらいし、入れ代わりが多い。その為、生活面については難しい所がある。公共施設も、勤務する職員も充実していない。特に男女平等参画センターリーブラに、障害者の姿がほとんどいない。利用者に利用しづらい。その為、常ににぎわっていない。区の産業も生活と結びつかないのは公共機関と区民の関係が薄いからと考える。

第5章 産業団体等ヒアリング調査

1. 調査概要

(1) 調査の目的

第4次港区産業振興プラン後期計画策定に向け、区内産業の現況整理及び住民、企業へのアンケート調査に加え、商店会及び産業団体の現況や抱えている課題等について把握するため、ヒアリングを実施した。

(2) 調査項目

① 団体の概要

・会員数の推移、業種構成や変化、会員間の交流など

② 景況感について

・受注量・売上（コロナ禍前後）、来街者の増減（コロナ禍前後）、来街者の層、インバウンドの状況、環境の変化（物価高の影響、円安の影響など）

③ 団体の取組について

・現在行っている活性化対策（イベント・取組）、活性化に資する新たな取組、今後の方向性
・取組を行う上での課題

④ 課題・区への要望など

・課題として感じていること（後継問題、空き店舗）、困っていること、相談したいこと
・施策の活用状況、区との連携や協働、区への要望

(3) 調査対象と方法

① 調査対象 区内産業関連団体7団体、区内商店会10団体

② 抽出方法 港区の指示による。

③ 調査方法 インタビュー方式

④ 調査期間 令和4年12月～令和5年2月

【産業団体】

1	高輪工業会	5	東京都製本工業組合港支部
2	三田工業会	6	港区管工事防災協力会
3	東京都印刷工業組合港支部	7	港南振興会
4	東京グラフィックサービス工業会港支部		

【商店会】

1	ニュー新橋ビル商店連合会	6	白金北里通り商店会
2	芝神明商店会	7	東麻布商店会
3	三田商店街振興組合	8	六本木商店街振興組合
4	芝浦商店会	9	青山外苑前商店街振興組合
5	メリーロード高輪	10	赤坂通り商店会

2. 調査結果の概要

I 産業団体

(1) 高輪工業会

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 団体の概要 ・会員数は、かつて120社くらいのこともあったが、現在はだいぶ減って48社である。 ・工業会なので基本的に業種は工業中心になるが、港区内で工業を続けていくのは難しい。最近では工業だけに限らず、高輪工業会として、高輪に立地している事業所であれば入会することを認めている。大規模な事業所もあれば町工場的な零細企業もあるが、零細企業は後継問題等もあり、徐々に減ってきている。
<input type="radio"/> 景況感 ・コロナによって受注量は減少した事業所が多いが、古くからの事業所が多いので何とか持ちこたえている。むしろ、コロナの影響より昨今のロシアによるウクライナ侵攻や急激な円安、物価の高騰などの影響が大きい。ある事業所では、飲食店などが設置する飛沫防止のためのアクリル板の製造を行うなど、コロナによって忙しくなった事業所もある。 ・コロナよりも後継問題や従業者の高齢化、若者が入ってこないなど、事業承継に係る問題が深刻になっている。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 取組内容 ・港区産業団体連合会が区の支援を受けていろいろな活動を行っている。例えば、港区中小企業優良従業員表彰制度があり、高輪工業会でも毎年数名を推薦し表彰してもらい、これはコロナ禍でも継続していた。また、産業団体連合会が主催する中小企業の経営者や従業員を対象にした慰労を兼ねた納涼会（バーベキュー）、研修会などにも参加している。 ・福利厚生を中心に、従業員のボウリング大会や独自で企画している港区七福神めぐりなど、コロナでできなかった年もあるが、基本的には毎年行っている。 ・近年できていないが、芝法人会と連携して近隣の小学生に対して工場見学を行っている。
<input type="checkbox"/> 課題・区への要望など
<input type="radio"/> 課題 ・会の存続が当面の課題になっている。会費のみで運営しているが、非常に厳しい状況にある。運営のため会費を値上げしたいが、会員からの反発もあり、運営が難しくなっている。会員数を増やしていくためには、何かアピールできる活動を行っていく必要がある。 ・後継問題に対しては、若者が参加したくなるような魅力的なものとしていく必要があり、それにはただ継続していくだけでなく、革新的なものが必要だと考える。
<input type="radio"/> 区への要望 ・港区にはかなり支援していただいているので、引き続き支援をお願いしたい。 ・東京都工業団体連合会、東京都労働相談情報センターなどから情報提供を受け、会員にメール等で情報共有している。港区からも中小企業にとって有用な情報を提供していただけないかと考えている。

(2) 三田工業会

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 団体の概要 ・他の産業団体と比較して、活動がそれほどない。新年会や定例会などにとどまっている。 ・活動は主として、会員に対しての社労士による社会保険の手続きの支援や労務問題の相談や港区産業団体連合会からの情報の周知となっている。 ・団体は縮小傾向にあり、3年前より減少している。ここ数年は新規に入る会員もおらず、会に入るメリットもなくなってきている。 ・工業会といいながら、業種は様々である。また、三田から移転した企業も、これまでの付き合いで残っているところもある。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 最近の取組み ・会員には零細企業が多いので、社会保険の手続き支援が中心になる。また、労働基準法も改正され、パートの扱いなども変わってくるので、それらへの対応が多くなってくると思う。 <input type="radio"/> コロナの影響 ・団体として、コロナへの注意喚起や情報提供は事務局から行った。社労士が中心となっているので、社会保険的な案内が中心になるが、ワクチン接種の情報提供なども行った。 ・コロナによって廃業までの企業はなかったが、ダメージは相当あったと思う。 <input type="radio"/> 今後の取組み ・港区の仕事を請けたり、地場で仕事をしていくような企業は少なく、業種も様々なため、現在のところ新しい動きは見いだせない。
<input type="checkbox"/> 課題・区への要望など
<input type="radio"/> 課題 ・活動している方が高齢化しており、後任もなかなか見当たらない。キーマンになるような人がいなくなっている。産業団体連合会の新年賀詞交換会なども、昔と比べると勢いがなくなってきており、形骸化している。 <input type="radio"/> 区への要望 ・他の区と比べて財政も豊かで、支援はかなり行き届いているように思えるので、引き続き支援をお願いしたい。中小零細企業では、コロナによって金融機関から運転資金として融資してもらったところは、返済がかなり厳しいと思われるので、その辺へ手厚い支援があると地場の企業は助かるのではないかと。 ・産業団体連合会も含め、高齢化してきているので、なかなかシステム化に追い付いていないところがある。各団体に直接案内しても必ずしもシステムに強いわけではなく、情報を流して終わりにしてしまうので、フォローアップがあるとよい。 ・行政側の担当者も一斉に変わってしまうところがあり、流れが継続していかないところがある。人事は仕方がないが、段階的に変わるような仕組みになればよい。

(3) 東京都印刷工業組合港支部

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<p>○ 組合への加盟状況</p> <ul style="list-style-type: none">・ 会員は、平成 24 年に 77 社ほど加盟していたが、現在は 39 社で、年々減少している。減少は、コロナによって資金繰りが悪化などのほかに、高齢化や後継者不足によるところが大きい。・ 加盟数が少なくなったので、会合を開いても情報が入って来ない。組合は会社同士の情報交換の場であるため、会費を払って加盟している意味がなくなりつつある。・ 上部団体からの情報は流れてくるが、港支部としては会報など書く人もいなくなり、活動が停滞している。 <p>○ 景況感</p> <ul style="list-style-type: none">・ コロナによってイベントがなくなったり、無観客や人数制限がかかることによって、パンフレットやチラシなどの印刷部数が大きく減り、売り上げは減少した。社会全体が回らないと印刷業も影響を受けるが、最近では少しずつ回復傾向にある。・ コロナの感染防止のため、多くの従業員が会社を休まざる得なくなったこともあった。・ 印刷業は減りつつあり、同業者が廃業してきているが、逆にそういったところの仕事が回ってきたり、そこで働いていた経験のある従業員を雇用できるなど、良い面もある。・ デジタル化の影響で、これまで仕事を出していたようなところが自分でやるようになり、小規模な機械で仕事を請け負ってきた事業所は仕事なくなってしまった。・ 仕事が多いときは組合内で外注として仕事を回していたころもあったが、仕事が少なくなり、自分たちのところで無理をしてもこなすようになってきた。仕事が集中するときは、融通し合うこともあるが、印刷の品質によって出せる仕事とそうでない仕事がある。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<p>○ 定期的な交流</p> <ul style="list-style-type: none">・ 会員数が減ったため、組合員同士の交流活動も減ってきている。・ かつては趣味ごとに会合があったり、著名人などを呼んで、講演や意見交換を行っていた。 <p>○ 会を維持していくための課題</p> <ul style="list-style-type: none">・ 会合を開いても出席しなくなっている。その原因としては、出席しても情報を得られないことや、出席しなくてもインターネットなどで情報を得ることができるようになったことだと思われる。
<input type="checkbox"/> 課題・区への要望など
<p>○ 働き方への課題</p> <ul style="list-style-type: none">・ 働き方改革は日本の中小の製造業には合わない。仕事の納期がある中で、「休みを増やせ」「残業するな」「給料上げろ」では会社は回らない。ただ、雇用調整助成金などの補助金を受けるには規定を守らなければならないため、苦勞している。 <p>○ 区への要望</p> <ul style="list-style-type: none">・ コロナによる家賃補助は少額ではあるが、ありがたい。・ 品川区では、金利負担や保証人制度などいろいろあり、港区でも使い勝手の良い補助金をお願いしたい。

(4) 東京グラフィックサービス工業会港支部

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 団体概要 <ul style="list-style-type: none">・会員数は現在 24 社で、業種は印刷業がメインだが、人材派遣業、印刷業兼カフェ、製図 (CAD)、データベースを扱った会社など、多様である。・会員数は横ばいで推移しているが、印刷業としては減少傾向で、他の業種で会員数を保っている。かつては、区内にも小さな印刷業や製本業の会社がいくつもあったが、かなり廃業してきている。・年に 1 回総会があり、忘年会も行っている。また、毎月幹事会を行い、2 か月に 1 回定例会として、会員同士の勉強会を行っている。内容は、テーマに沿って会員から報告を受け、それに対してディスカッションを行っている。
<input type="radio"/> 景況感 <ul style="list-style-type: none">・コロナの影響は業種にもよるが、印刷業としては良くなかった。人材派遣業など、かなり影響を受けたところもあるようで、仕事自体が動かなかったことが大きかった。・円安、資源価格の高騰は大きく影響し、紙、インク、配送などに関して値上げが続いているが、価格には概ね転嫁できない場合が多い。・コロナ禍で本社を区外に移転した会社もいくつかある。地価の高い区内で会社を維持することが難しかったり、立地制限により新たな設備投資が困難といった理由がある。また、テレワークの影響もあり、規模を小さくしたり、時代に沿った働き方に対応するための設備導入をするために移転を決めたところもある。・価格の安いネットプリントなどの影響もあるが、そこへの対応として、品質と価格を使い分けている。低品質で低価格のものと、ネットプリントではできない高品質なものも提供している。また、印刷価格は上がらないが、従業員の数が減ってきているので、忙しいが儲からないといった構造が続いている。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・港区ものづくり・商業観光フェアやみなと区民まつりに参加している。また、支部単独ではないが上部組織として、東京と全国の中小企業組合による組合まつりに参加する予定である。
<input type="checkbox"/> 課題・区への要望など
<input type="radio"/> 会を維持していくための課題 <ul style="list-style-type: none">・後継者問題が大きい。比較的若い経営者は、どうやってビジネスを広げていくか、どうやって後継者を育成していくかを考えている。また、かつてのような競争の繋がりではなく、どうやって共生していくか、一緒に何かを作り上げていくにはどうしたらよいかなど、会員間の新たな関係構築に関して議論を行っている。
<input type="radio"/> 要望 <ul style="list-style-type: none">・区の支援として、高齢者や子育て層には厚いが、その他の層に対してもっと充実してほしい。・田町駅周辺を改善したほうが良い。ビジネスのまちとして特色を持たせ、飲食店などの充実を図るべき。また、駐車場があり、買い物できるような利便性の高い施設の立地が望ましい。

(5) 東京都製本工業組合港支部

□団体の概要

○ 団体概要

- ・製本組合なので、業種は印刷業ではなく、製本業。印刷業者から印刷物を預かって本の形に加工するのが製本業になる。
- ・現在 14 社が加盟しており、多い時は 60 社ほどあったが、徐々に減少している。上部団体である東京都製本工業組合も千数百社から 3 分の 1 に減少しており、業界全体が縮小傾向にある。
- ・毎月支部会を開催し、上部団体からの情報を会員に共有している。

○ 景況感

- ・コロナ禍によって 20～30%減少し、回復が見通せない状況にある。
- ・コロナによってイベントなどが軒並み中止になりチケット類の発注が減少し、飲食店などの休業により伝票の発注も減少し、また、リモートによる働き方によって名刺などの発注も減少した。新車の販売が滞っていることによりパンフレット類も激減した。景気や世の中の盛り上がりにより左右されることが多い。
- ・コロナの初期は巣ごもり需要により、漫画などの書籍を扱っている業者は忙しかった。
- ・さらに、昨今の円安、資源高で材料費や燃料費が高騰し、厳しい状況が続いている。イベントなどは徐々に開催されてきたが、人数制限等もあり、受注量は回復していない。

□貴団体の取組について

○ 取組内容

- ・支部旅行やみなど区民まつりは継続しているが、旅行は開催できずにいる。また、産業団体連合会等の行事には参加している。
- ・年に 2 回、会員に対してアンケートを実施して、業績等を把握している。

○ 課題

- ・コロナの影響が大きい。徐々に社会も動くようになってきたが、感染者の増加によって影響を受ける。製造業なので、リモート作業という訳にはいかず、機械を回すために手作業を少なくしてはいけなないので、活動をしていく上で感染の増加には敏感になっている。会合の開催に規制がなくなってきたが、多人数が集まる会合にはまだ出たくないといった声も多い。
- ・円安による電気代や配送の燃料代などの高騰は影響が大きい。また、材料費もほぼ例外なく 10～20%値上がりした。それを価格に転嫁できれば良いが、いまのところほとんどの業者ができていない。製造業として末端のところを担っているの、印刷業などの上流部分の景気が良くないと当然、製本業も影響はあり、製本業だけ価格転嫁はできない。
- ・景気動向に加え後継問題は大きく、廃業する理由の一番の原因になっている。業界全体の縮小傾向が長く続き、先を見通せない状況にあるため、港支部は小さな事業所が多く、事業継承は同族がほとんどであるが、後継者を確保できない状況にある。
- ・SDGs も障壁となっている。一般的に紙の使用を抑えることが環境に良いことだと間違えた捉え方をされている。それに加えてコロナによるデジタル化の推進が重なり、現在の社会の風潮は製本業に厳しくなっている。
- ・発注側が高品質を求めなくなる傾向にあり、そこは危機感を感じている。

今後の取組について

今後に向けて

- ・製本会社が減少してきたことにより、反対に事業者が足りなくなっている。特に繁忙期である年度末や5月の株主総会時期などは全く回らなくなっている。コロナが収まり、景気が上向けば製本業は確実に足りなくなり、価格単価も上向いてくるものと思われる。
- ・デジタルに対抗しても敵わないので、デジタルとの共存を目指している。デジタルの足りない部分を補う。例えば、家電の説明において、大まかな部分はネット上でデジタルとして閲覧できるようにして、より詳細な部分はカタログとして配布するようなことになればよい。
- ・我々としてはこういった技術でこんなことができるといったことをアピールし、営業は印刷業者や代理店に頑張ってもらわなければならない。港支部の事業者は大きなロットを扱うようなところはなく、手間がかかっても高品質で単価の高い仕事があればよい。
- ・SDGs に対して計画された森林管理（FSC）など、正確に伝えていく努力をしていく必要がある。

課題・区への要望など

要望

- ・補助金など、金銭的な支援があればよい。新技術に対する融資だけでなく、運転資金、設備資金など、既存のものに対しても支援してほしい。
- ・港区内で使用するものは港区内の事業者にという希望はある。また、入札等への参入は、印刷会社になるので、そこはどうにもならない。

(6) 港区管工事防災協力会

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 団体への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・現在は 32 社加盟している。加盟数の増減はそれほどない。・業種は管工事業になる。具体的には、衛生工事、空調工事、水道工事、電気工事などになる。・新築であれば、民間の工事では建築の下請けとして入り、官公庁の工事では建築、設備を一体として参入することになる。・年に一度総会として、旅行を行っている。今年は行けたが、コロナによって 2 年間は取りやめた。役員は定期的に集まっている。
<input type="radio"/> 景況感 <ul style="list-style-type: none">・コロナの影響は業種によって異なる。民間の改修を請け負っている業者は、コロナによって人の出入りが制限されたこともあり、受注額は減少した。新築を請け負っている業者は、これまでの流れがあるので、それほどの影響はなかったが、従業員のコロナ感染により工事が立ち行かなくなるといった不安はあった。・全体として、コロナの影響はそれほどなかったが、区からの発注は減少した。・最近の物価高では、材料費が徐々に高騰し、特殊なポンプや給湯器などが手に入らず、納期を延長するなど、受注に影響が出ている。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 防災協定 <ul style="list-style-type: none">・港区とは防災に関する協定を結んでいる。区とは年に 1 度協議を行っている。
<input type="radio"/> 取組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・有事の際に実際に駆け付けることができるか分からない。東日本大震災の際には、道路が渋滞し、移動に困難があった。また、人が駆け付けてもガソリン、軽油などの燃料が供給されないと活動ができない。ガソリンなどは貯蔵施設がないと保管できないため、その辺は活動を継続していく上での課題と考えている。
<input type="checkbox"/> 今後の取組について
<input type="radio"/> 防災協力 <ul style="list-style-type: none">・防災協力として、区の各支所には、所在や連絡先、保有している資材や重機の情報を記した会員事業者の一覧を配布し、有事の際には連絡が取れる案内をしているが、認知度が低いためか、最初の頃は営業と間違えられた。そのため、区へは関係者に説明をするように要望を出し、現在は改善された。
<input type="checkbox"/> 課題・区への要望など
<input type="radio"/> 要望 <ul style="list-style-type: none">・港区の入札方式として、最初は区内事業者への指名だが、不調になると他区事業者も指名に入れ、再度不調になると価格を上げるなど、見直しを行う。建築、設備の一体発注の場合、建築が入っていて不調になると設備も不調とみなされて他区事業者が入ってくることになる。そこは改善してほしい。

(7) 港南振興会

□団体の概要

○ 概要について

- ・団体は1965年から活動を開始して、ほぼ60年になる。もともと品川駅東口開設期成同盟として立ち上がったが、それが発展的解消し、現在に至っている。
- ・団体の特徴としては、企業版の町内会のようなものになる。港南1丁目から5丁目に立地する企業の本社、支店、規模の大きい飲食店などを中心に、働きやすいまちにするにはどうすればよいのかといったことを考えながら活動している。
- ・現在会員は、41社になる。地域に根差した会社として、業種や会社規模、法人の形態等は問わない。製造、運輸、不動産、飲食などさまざまである。
- ・立地するビルの一員として加盟していたところが、よりエリアマネジメントに力を入れたいと単独で加盟するようになったり、新たに起業して加盟するなどで会員は増加している。

○ 会員間の交流について

- ・年始の新年会や期末になると理事会、総会を行う。総会は懇親を深めるために旅行を兼ねて行っている。また、ボウリング大会を続けており、普段交流のある企業をはじめ、行政、警察、消防など関係団体を招いて行っている。
- ・勉強会として、地域のことを発見する会や新しいビルの見学会、警察や消防の行う地域の取り組みへの協力を行っている。
- ・定期的な情報交換の場があるわけではないが、お互いに何か困りごとや新たに始めたいことなど、まずは振興会を通して、相談しながら進めることは伝統的に続いている。
- ・港南町会、品川駅前港南商店会、品川駅港南口町会とは常に情報交換やイベントなどで連携している。また、隣接する天王洲周辺で活動しているエリアマネジメント団体の会合に出席したり、勉強会を行うなど、区を跨いだ交流を深めている。

○ 景況感

- ・コロナの影響は食品メーカーでは、巣ごもり需要としてよかったところもあれば、外食の自粛で大きく影響を受けたところがある。
- ・大手のエレクトロニクスでは、製品よりもクラウドサービスに切り替えており、影響は少なかった。また、運輸、倉庫では、一時物流が滞ったこともあったが、ネットショッピングが好調だったこともあり、そちらにシフトしたところはよかった。
- ・港南地区はビジネスマン中心で、出社制限により、まちに人がいなくなったときもあり、小さな飲食店は、大きく影響を受けた。それに伴い、飲食店中心だった貸しビルは大きく中身を変え、こういった環境下でも長く借りてくれる学習塾や医療関係にシフトしていった。

□貴団体の取組について

○ 定期的な取組

- ・平成28年に「みなと・港南ファミリーロードレース」というマラソン大会を50周年記念として開催した。毎年開催するのは予算的にも厳しいため、60周年を目指し、マラソン大会に加え、地域の企業や住民を巻き込んで運動会、文化祭的なことを開催しようと検討している。

○ 取り組む上での課題

- ・港区でもマラソン大会（MINATO シティハーフマラソン）を開催しており、開催時期をどこにするかで悩んでいる。夏の暑い時期を避けた秋からになるが、その時期は地域の町会や神社の祭りとなり、人手も割かれ、有効的ではない。新しいものを取り入れつつも古いものを大切にしながら取り組むことが重要で、地域との連携がますます必要になる。
- ・役員同士の意思疎通と、イベントを開催する目的意識の共有が必要になる。ただ開催するのではなく、港南振興会がなぜあるのかを絶えず考えながら動くことが重要で、それができれば自ずと内容は決まってくる。

□課題・区への要望など

○ 区への要望

- ・イベントを行う際にはまず何が必要かをこちらで検討し、区に相談すればいろんな支援策は提示してくれる。その際は普段からのコミュニケーションが大切になる。資金面のことはあるが、企業の集まりの団体として、会費や共催で工夫しながら運営していく。

○ その他

- ・周辺では再開発が進み、リニアの開通や山手線の新駅開通など交通の便も変化しつつある。交通の便が良くなると、人が訪れ、まちの賑わいが増す一方で、他のまちにも出かけやすくなるので、競合が増えることになる。
- ・高輪、港南、芝浦も競合するのではなく、大きなくくりとして同じまちのようなイメージ作りができればよい。

II 商店会

(1) ニュー新橋ビル商店連合会【新橋地区】

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・常に入れ替わりはあるが、現在はビル全体で、184 店舗になる。フロアごとに商店会を構成しており、1 階が 55 店舗、2 階が 35 店舗、3 階が 37 店舗、4 階が 17 店舗、地下 40 店舗になっている。・業種としては、地下が飲食店を中心とする飲食店街になる。1 階は物販が中心、2 階は飲食、サービス（マッサージ）、3 階はクリニック、4 階はサービス（雀荘）、事務所である。・ビルのテナント＝商店会の会員にはなっていない。テナントとして入っても商店会への入会は義務付けていない。
<input type="radio"/> 会員間の交流について <ul style="list-style-type: none">・例年、新年会や総会を行っているが、近年はコロナの影響で総会をするのが精いっぱいだった。
<input type="checkbox"/> 景況感について
<input type="radio"/> 来街者層 <ul style="list-style-type: none">・来街者はサラリーマンが中心になるが、テレワークで人が減ってきている。特に、汐留の大企業でのテレワークが大きい。・周辺のオフィスには空きがあり、なかなか埋まらない。周辺のオフィスが埋まってこないと商店会への人出の期待はできない。・外国人は少しずつ戻りつつあるが、メインであった中国人観光客が戻らないと難しい。
<input type="radio"/> コロナ禍の影響 <ul style="list-style-type: none">・休業要請があり、かなりの店舗は閉店していた。特に地下の飲食店街はシャッター通りになっていた。コロナで閉店した店舗もあり、賃料も払わず、夜逃げ同然で出ていく店舗もあった。・飲食店など、補助申請がうまくできたところはよかったと思うが、そうでないところもある。・営業時間が短くなったのは影響が出ている。夜 8 時過ぎるとほとんど人がいなくなる。今でも週末は満席になるが、2 次会需要はほとんどない。・テレワークで人がいなくなったため、ランチ需要も減っている。ランチは単価が低く、数をこなさないと利益が出ない。ビルでもランチを出す店舗は少なくなった。・コロナの対応として、商店会でもアルコール消毒液を購入して、会員に配布した。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・古本市は屋外のイベントで開催を見送っていたが、社会全体のコロナへの考え方が変わりつつあり、昨年からようやくできるようになった。・縁台将棋も昨年は開催できた。将棋は黙々とするので、コロナ禍に対応している。・新橋こいち祭は、コロナ禍以降開催できていなかったが、今年は開催する予定で動いている。

□課題・区への要望など

○ 課題

- ・どこの商店会でも課題であると思うが、担い手がいなくなっている。本商店会のように事務局があればまだいいが、活動はほぼボランティアになるので、少人数の店舗は本業に影響があり、対応できない。また、チェーン店が多くなっていることも原因にあると思う。何かするにも本部に許可を求めてからになるので、対応が遅くなる。
- ・商店会の高齢化も課題である。電子商品券が進まないのも役員の高齢化に原因があると思う。新しいことを始めても対応が難しく、消費の受け皿になっていない。

○ 区への要望

- ・区のスマイル商品券やキャッシュレスキャンペーンなどの景気刺激策は有効的だと思う。ウィズコロナへ向けて社会のセンチメントが変化しても、しばらくは継続してほしい。例えば、オフィスの空室率が下がるなど、根拠が見えてくればよいが、感覚だけで終わりにしないでほしい。
- ・様々な補助制度があるが、申請にとっても手間がかかっている。申請できる案件があっても、その手間を考えると申請しなくてもいいという考えになる。申請の簡略化を検討してほしい。

○ その他

- ・最近若い人を募集しても応募がない。物販や飲食は人気がなく、若い人が人とコミュニケーションをとるような仕事を敬遠している傾向がある。
- ・区の PayPay のみな得ポイント還元キャンペーンはとても効果があると思う。港区のようなブランドがあれば利用客は外から呼べる。また、還元されたポイントも港区内で消費してくれる。

(2) 芝神明商店会【芝地区】

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="checkbox"/> 商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・3年前と比較して入れ替わりはあるが、30店舗前後になっている。コロナでの支援を受けたために入ってくる飲食店が3～4店舗ほどあった。物販は2店舗くらいで商店会らしくない。もともとこの地域で商売をやっていた人は少なくなっている。・月会費はそれほど高くないが、チェーン店はなかなか入会してくれない。個人店でも入会してくれないところもある。昔から商売をしていたところがやめて、賃貸業として残ってくれているところなど、引き続き入会してくれているところもある。・新しい店舗が立地すると入会の案内に行くが、なかなか入会してくれない。入会すればこういったメリットがあるなど、強い商店会をアピールできればよいが現状は難しい。・このまちを選んで出店してくれるのはありがたいが、互いに助け合って、まちのために何か貢献しようといった気持ちがないのは残念に思う。
<input type="checkbox"/> 景況感について
<input type="checkbox"/> 来街者層 <ul style="list-style-type: none">・オフィス街なので、サラリーマンやOLが多いが、コロナ禍で家庭向けの商品を出すようにしたら地元の客も増えてきた。・オリンピックの関係で周辺にビジネスホテルが多数できた。その関係も影響し、外国人観光客はもどりつつある。このまちに土産屋が少ないので、インターネットで検索したり、ホテルでも自分の店の商品をお土産で紹介してくれる。
<input type="checkbox"/> コロナの影響 <ul style="list-style-type: none">・影響はかなりあったと思う。加盟していなかった飲食店は2回くらい変わっていたり、閉店したところもある。客足は戻りつつあるが、コロナ前には戻っていない。・飲食店でも1人でやっている小さなお店は補助金があったので、それほど困っていないかもしれないが、従業員を抱えているところは大変。
<input type="checkbox"/> 周辺環境の変化 <ul style="list-style-type: none">・コロナ禍で撤退した店舗がかなりある。コロナ前では1階が空けばすぐに埋まったが、いまは空いているところもかなりある。古いビルでは返済が終わっているのに、慌ててテナントを探す必要がなかったり、ビルオーナーが変わってしまっていることもある。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="checkbox"/> 定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・コロナの影響によって全くできていなかったが、昨年はみなと区民まつりに参加したり、今年は新年会を行う予定であり、徐々に活動は戻っていくのではないかと。
<input type="checkbox"/> 取り組む上での課題 <ul style="list-style-type: none">・みなと区民まつりに参加しないと何もしない商店会になってしまう。ただ、年配の方が引退したり、動ける人手が少なくなっている。・他の商店会を見ると様々な活動をしており良いと思う。この商店会では補助金を受けたとしても、新たな活動を行うことは費用的にもマンパワー的にも難しい。

□課題・区への要望など

○ 悩みごと

- ・まちをさらに活性化させるところまでいなくても、何とか現状を維持していければよいが、次世代を担うような子供も少なくなっている。港区は生活していくのに金銭的負担が大きく、子どもが大きくなっても同じ場所に住み続けていくのが難しい。そのため、地域に愛着を持つことが少なくなっている。
- ・東京タワーや増上寺など、観光資源があるため、衰退することはないと思うが、会員の高齢化によって新しいアイデアが出てこず、現状維持が精いっぱいのところがある。

○ 区への要望

- ・現状、港区にはかなり支援してもらっているので、それが当たり前と思わないようにしなくてはいけない。他の区では財政的にもこれほどゆとりはない。

○ その他

- ・補助金情報など、商店会に入るメリットが身近な情報として発信され、認知度を高めていくことができれば、商店会に入会しようとするかもしれない。
- ・役員会はLINEグループがあり、連絡を取り合っている。これからは会員間でもラインなどを活用し、区からの情報なども流すことも考えていく必要がある。一方で、アプリが使えないような年配の方は、直接会ったり、声を聞いたりすることを楽しみにしている人もいる。

(3) 三田商店街振興組合【三田地区】

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 商店会への加盟状況 ・会員は飲食がメインで、サービス業は少ない。会員数は84くらいだが、昔から土地建物を持っており、賃貸業として加盟しているところも多い。店舗としては50件程度になる。 ・商店会として、将来的なビジョンが今は持てない。最終的には土地、建物があるので、賃貸業がメインになっていくのではないかと。
<input type="checkbox"/> 景況感について
<input type="radio"/> 来街者層 ・来街者は大学があることから学生やビジネスマンが多い。観光客や外国人対応として、土日にも対応すべきだが、開いている店舗は少ない。 <input type="radio"/> コロナの影響 ・営業時間の短縮など、行政側の指示に従ったが、かなり厳しい状況が続いた。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 定期的な取り組み ・人を呼ぶためのイベントとして、毎年7月に三田納涼カーニバルを行っている。当初、商店街に所属していなくても出店料を支払えば出店でき、出店料を支払っても利益が出るほどであったが、ある時から会員限定にしたことによって、会員数が増える原因になっている。 ・12月に行う歳末ビッグプレゼントに配布する商品券も商店街限定で使え、取組が商店街に還元されるような仕組みにしている。 ・コロナによって振興組合に様々な補助金が入ったが、これまでの積立金も活用し、各店舗に平等に配布した。どこよりも早く支援が届いたということで、会員からは感謝された。また、どこからどのくらい補助金があったかなど、会員に明瞭に示した。それは本来行政側が行うべきで、税金の使い道はオープンに示してほしい。 ・商店街でLINEグループを使い情報交換している。若い人の参加もあり、時代に合わせた取組を考える必要がある。 <input type="radio"/> 新たな取組 ・商店街のエリアが拡大したときの組織の再構築を行う必要がある。周辺の商店街と協働の事業も行っていきたいが、規模が大きく異なるので難しい。
<input type="checkbox"/> 課題・区への要望など
<input type="radio"/> 悩みごと ・港区商店街変身戦略を活用しカラーLEDを街路灯に設置したが、5年経過し、どうやって修繕していくか課題になっている。 <input type="radio"/> 区への要望 ・補助金ありきで何でも進むと思われては困る。消費されるものは良いが、設備的なものを設置して維持費は商店街で持つべきだが、修繕費用をすべて持つとかなり大変である。結果的に補助してもらっただけ一定周期でかかってくることになる。 ・行政側で補助金を活用してもらいたいことはわかるが、良い面だけでなくその後のリスクについても行政側で示してもらいたい。

(4) 芝浦商店会【芝浦港南地区】

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="checkbox"/> 商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・会員数は現在 110 店舗程度で、3 年前と比べて減少した。・ほとんどが飲食店になる。飲食店が閉店しても、そこにまた飲食店が入ってくる。・昔では考えられなかったが、メインの通りでも空いている店舗がある。メインの通りは比較的規模が大きく、賃料も高いことが原因になっている。また、コロナの状況で、どこまで投資してよいか先が見通せないこともあるのではないかな。
<input type="checkbox"/> 会員間の交流 <ul style="list-style-type: none">・定例会は毎月行っているが、出てくるメンバーは固定されている。・普段の連絡や配布物などがある場合は、エリアごとの班長を通して行うようにしている。単に会費をもらうだけでなく、顔を合わせる大切だと思う。
<input type="checkbox"/> 景況感について
<input type="checkbox"/> 来街者層 <ul style="list-style-type: none">・客層はほぼ近隣サラリーマンになる。・周辺に住んでいるファミリー層は週末の利用が多くなっている。小学校も新設されているので、ファミリー層は確実に増えているが、共働きが多いこともあり、平日利用はそれほど見られない。また、商店会としてファミリー層を相手にする店舗が少ないこともある。
<input type="checkbox"/> コロナの影響 <ul style="list-style-type: none">・コロナによってリモートワークが増えたり、終電の時間が早くなったため、以前に比べると遅い時間にまちに滞在している人が減っている。また、終電が早いと従業員も早く帰す必要があり、勤務時間にも影響してくる。・外国人の利用は最近戻りつつあるが、コロナ禍でインバウンドがほとんどなくなってしまった。会員のホテルでは、外国人利用が相当少なくなった。
<input type="checkbox"/> 周辺環境の変化 <ul style="list-style-type: none">・山手線・京浜東北線の高輪ゲートウェイ駅ができたが、品川駅寄りということもあり、影響はほとんど見られない。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="checkbox"/> 定期的な取組 <ul style="list-style-type: none">・コロナによって、夏の芝浦まつりはお菓子を配っただけになったが、秋の運河まつりや 11 月の福引セールは、感染防止対策を講じた上で、例年とおり開催できた。
<input type="checkbox"/> 新たな取組 <ul style="list-style-type: none">・コロナ禍が落ち着かないとなかなか先が考えられない。

□課題・区への要望など

○ 課題

- ・後継者の問題は継続してあるが、後継者がいなくて、閉店するようなところは芝浦ではまだ見られない。
- ・芝浦の課題として昔からあるのは物販が少ないせいか、住人の利用が少ない。福引セールなどは人が来るが、継続した利用が見られない。
- ・田町駅前の東京工業大学も再開発される予定で、影響が出てくると思う。再開発ビルができるとそこだけで回ってしまい、まちに人が出てこなくなる。開発事業者は、まちのことは考えているかもしれないが、商店会のことを考えているわけではない。
- ・商店会のアーケードがあるわけではなく、エリアでやっているの、どの店舗が商店会に入っているか分かりづらい。何かやる際にも駅前に近いエリアと離れたエリアでは考え方に温度差が生じ、やり難いこともある。

○区への要望

- ・区からの支援はイベント中心になり、イベントで人は来るが、継続して商店会を使ってくれる人が増えるわけではない。みな得レシートキャンペーンなどは、一度店舗を利用してもらうので、そういった補助をしてもらえるとよい。

(5) メリーロード高輪【高輪地区】

<p>□団体の概要</p>
<p>○ 商店会への加盟状況</p> <ul style="list-style-type: none">・会員数は現在 44 店舗で 3 年前より減少した。・飲食店が多く、飲食店が閉店してもその後も新しい飲食店が入ってくる。・減少の原因としては、後継者がいないこと。子どもがいても商店として収入がそれほどないため、後を継がないので店をたたむしかない。・マンションに建て替わるところが多いが、1 階に店舗が入らないので賑わいも減ってしまう。・スーパーやコンビニなど、チェーン店もいくつかあり、生鮮三品の店がないため、まちの人にとっては便利だが、そういったところは商店会に加盟しない。
<p>□景況感について</p>
<p>○ 来街者層</p> <ul style="list-style-type: none">・商店会の利用は圧倒的に地元の住人が多い。高層マンションが建つ際に地元では反対したが、結果的にかなりの世帯数があることで、商店会の利用も増えた。 <p>○ コロナの影響</p> <ul style="list-style-type: none">・まちに来る人は減り、飲食店は大変だったと思う。ただ、補助金があったので持ちこたえられた。コロナで閉店したところはなかったが、補助金がなければかなりの店舗が閉店していたのではないか。・毎年覚林寺の清正公大祭に合わせて開催していた「のれんノ市」がコロナで全くできていない。「のれんノ市」ではかなりの人出があり売上げが大きく見込めるため、商店会としては開催したいが、清正公大祭の主催者である覚林寺の意向もあり、できないのは最大の影響だ。店舗によっては「のれんノ市」があることによって商店会に入会する要因になっている。 <p>○ 周辺環境の変化</p> <ul style="list-style-type: none">・高輪ゲートウェイ駅ができたことによって、マンションの価格が上がっている。賃貸物件でも空き室が出てもすぐに埋まる状態だ。・マンションが増えているので人口は増加している。
<p>□貴団体の取組について</p>
<p>○ 新たな取組</p> <ul style="list-style-type: none">・「のれんノ市」が今年も開催されなかったら商店会の別の場所でやろうと考えている。ただ、お祭りがなく、商店会としてのイベントだけで人が来るのか分からない。 <p>○ その他</p> <ul style="list-style-type: none">・近隣の東海大学では教育プロジェクトの一環で、商店会などのイベントを学生がアルバイトとして手伝っている。メリーロード高輪から始まったが、他の商店会や町会のイベント、みなと区民まつりなども手伝っている。
<p>□課題・区への要望など</p>
<p>○ 課題</p> <ul style="list-style-type: none">・会員数の減少が課題になっている。現在はコロナによってイベントができなかったため、会費のストックはあるが、会員数の減少により会費収入が減る支障が出てくる。

(6) 白金北里通り商店会 【白金地区】

<p>□団体の概要</p>
<p>○ 商店会への加盟状況</p> <ul style="list-style-type: none">・現在の会員数は70～75店舗になり、徐々に減少している。・商店会が面している道路の拡張が本格的に始まるので、店子を入れないようにしているところや後継ぎがいなくてやめていくところもある。・業種は飲食が最も多く40店舗、物販・サービスが20店舗、医療系が5施設になる。・商店会として発足したのは昭和38年で、明治末期や大正時代から100年近くやっている古い店舗が5～6件くらい残っている。・商店会の役員は11人いるが、高齢化している。新しい店舗も店長がオーナーではないため、商店会活動に興味を示さないことやオーナーであっても従業員がいないため、活動に参加できないといったことがある。
<p>○ 会員間の交流について</p> <ul style="list-style-type: none">・何か催しがあると集まるが、基本的には役員会程度。・飲食と物販の営業時間が異なるため、集まるのが難しい。
<p>□景況感について</p>
<p>○ 来街者層</p> <ul style="list-style-type: none">・地域に住んでいる人が中心で、大学はあるが、学生はコンビニを使う程度。・基本的には高齢者の利用が多い。人口は増加しており、マンションは周辺に多いので、ファミリー層もくるが、ワンルームマンションが中心のため、それほど多くない。
<p>○ コロナによる影響</p> <ul style="list-style-type: none">・飲食店は影響を受けたところとそうでないところがはっきりしている。テイクアウトをしてオンリーワンのような店舗は売り上げを伸ばした。また、和菓子屋や酒屋も巣ごもり需要でそれほど影響を受けなかった。・どこでも食べられるようなものは厳しかった。また、ネットで買えるような物販も厳しく、特に物販は飲食店のように休業補償など、補助金が出なかったので厳しかった。・コロナによる閉店はなかったが、飲食店などはオーナーの都合で突然閉店することがある。
<p>□貴団体の取組について</p>
<p>○ 定期的な取組</p> <ul style="list-style-type: none">・6月中旬から中元の売り出しセールを行って、最終日に白金阿波踊りという祭りを行っている。コロナが始まって2年中止したが、今年は規模を縮小して飲食なしで行った。東京都内で活動している連や、地元の区立の小中一貫校から有志を募って連を出した。
<p>○ 地元大学等との連携</p> <ul style="list-style-type: none">・地元で大学が2校あるが、祭りの時期がテストと重なり、イベントを連携して行えないことやアルバイトとして人の確保も難しい。・聖心女子学院の初等部とは商店街見学などで、つながりを持っている。

○ 新たな取組

- ・ 白金阿波踊りに力を入れているため、毎年、昨年と違った試みを入れるようにしている。具体的には開催場所や連携する阿南市との催しを考えている。

□ 課題・区への要望など

○ 課題

- ・ 世代交代がうまくいっておらず、役員のなり手が不足している。
- ・ 何か催しをして、売り上げのプラスになるところもあればそうでないところもある中で、お互い助け合い、最終的には回り回って自らのところに返ってくるという発想をできる人が少ない。
- ・ 商店会に入るメリットは、そこで人とのつながりを作り、自分で見出すものだと思う。顔見知りになればお互い紹介し合えるような関係になる。飲食店などは、地域の人がメインに使うわけではないので、地域とのつながりを重視していないのではないかな。

○ 区への要望

- ・ 自分たちが何かを始めたときに、何かサポートがないか相談できるのであって、何もしないうちから手を差し伸べられてもそれは違うと思う。どんなに良いサポートがあっても生かさないのではないかな。何かをしてもらうのではなく、何をするかだと思う。
- ・ 頑張っ活動をしていると自然と手を差し伸べてくれる。それには普段からのコミュニケーションが必要になる。

(7) 東麻布商店会 【麻布地区】

<p>□団体の概要</p>
<p>○ 商店会への加盟状況</p> <ul style="list-style-type: none">・会員数は40店舗くらいで、3年前とほぼ変わっていない。業態も飲食が多く、飲食が減ってもまた飲食が入る。・メインの通りに立地しても会員に入らない店舗あれば、反対に外れたところでも会員になる店舗がある。入会についての働きかけは特にしていないが、入会希望の店舗には会員のメリットなどを説明している。会員になれば、ホームページへの掲載や問い合わせがあった場合、店舗を紹介するなど、応援できる。
<p>○ 会員間の交流について</p> <ul style="list-style-type: none">・月に1回の定例会は続けている。開催時間を日曜日の朝から平日の午後に変えたことによって参加数が増えるようになった。・会員間同士の連絡はLINEアプリを活用している。紙での配布は極力減らし、画像として送り、興味があれば連絡をもらうようにしている。これによってかなり負担を減らせた。
<p>□景況感について</p>
<p>○ コロナの影響</p> <ul style="list-style-type: none">・商店会として数字的なことは話をしないのでわからない。飲食店は補助金があったのでかなり助かったと思う。・コロナによって閉店したのは1件程度で、コロナ前から厳しかったがコロナによってさらに悪くなった。
<p>○ 来街者層</p> <ul style="list-style-type: none">・外国人は今年に入って増えてきている。・マンションが増えてきているので、周辺住人の利用が多い。
<p>□貴団体の取組について</p>
<p>○ 定期的な取組</p> <ul style="list-style-type: none">・「かかしまつり」はコロナによって2年間できなかつた。その代わりに、小さな縁日のようなものを開いたが、かなりの人出があった。・「かかしまつり」のような大規模なイベントは、かなりの労力を使うため、開催しない方向で検討している。従業員が少人数の店舗が多いため、商店会だけでは人手が足りなく、また、数か月前から準備をする必要があり、本業にも影響が出てくる。・歳末セールは、期間中に商店会の店舗を利用すれば抽選券を配布するが、一度消費してもらい、また戻ってきて消費するため、その日だけのものではなく、商店会として有意義な取り組みだと思っている。
<p>○ 取り組む上での課題</p> <ul style="list-style-type: none">・イベントを開催してもその日だけで、商店会の利益として還ってこない。開催方法などを検討するべき。・イベントを行った際の補助金関連の書類や報告書の作成など、見えないところの手間がかなりある。それが一部の人への負担になっている。

○ 新たな取組

- ・「お惣菜フェア」を開催した。商店会の取り組みというより、有志により小規模で取り組んでいる。住民にはとても好評で、飲食店が商店会をリードしていけたら良い。

□課題・区への要望など

○ 区への要望

- ・区から書類提出などの依頼が来るが、締め切りの日時が近く、かなりの負担になっている。商店会の活動は本業ではないため、優先的には動けないところがある。

○課題

- ・何もしないのに入っている会員がいるが、そういったところにも商店会として情報を提供したり、書類を配布するなど手間がかかっている。また、活動していないところは事情も分かっていないので商店会に対する意見も多い。

(8) 六本木商店街振興組合【六本木地区】

<p>□団体の概要</p> <p>○ 振興組合への加盟状況</p> <ul style="list-style-type: none">・組合員数は約 200 店舗で、最近ではコロナの影響で 10%ほど減少した。・区の補助金などを受けたい、商店街のマップに掲載したいといった動機で入会する店舗がある一方で、どうしても営業の継続が難しいとって脱会する店舗もある。また、六本木特有のことだが、再開発の計画に影響をうけ、移転していく店舗もいくつかある。・業種としては半数以上が飲食になる。次にサービス業が多く、物販は少ない。また、昔は店舗を開いていたが、店舗をやめてビルを建て、不動産賃貸業として残っている組合員もいる。・コロナの影響もあり、ここ最近は組合への勧誘は行っていない。ただ、フリーペーパーを出している広告代理店と連携して、そこに商店街を紹介してもらっている。 <p>○ 会員間の交流</p> <ul style="list-style-type: none">・総会、新年会とそれに伴って懇親会を行っている。・コロナ禍の前は運動会を開催した。大変好評だったが、コロナによってできなくなってしまった。懇親会は夜に行われるため、夜に営業する人たちは参加できない。運動会だと昼間の開催になり、多くの人に参加できるのと、顔を合わせての交流ができる。・会員への連絡方法は、情報の内容や優先度に合わせて、メールや FAX、郵送などを使い分けている。
<p>□景況感について</p> <p>○来街者層</p> <ul style="list-style-type: none">・六本木はどちらかというと利用者の年齢層が高いため、コロナへの警戒度も高く、まちに来なくなってしまった。・クラブ系の店舗に来る人は、コロナ前後と比べて人数は増え、低年齢化している。・外国人も一時期のような賑わいまではいかないが、最近では戻ってきている。・商店街だけの行事ではないが、12月に行うイルミネーションでは毎年かなりの人数が街に来るが、そのほとんどが SNS での発信が目的になっている。そのため、まちに来る人は低年齢化しており、客単価の低い店舗に集中している。 <p>○コロナの影響</p> <ul style="list-style-type: none">・小さな店舗は補助金によってつないでいるところもあるので、それほどのダメージはない。店舗によってはむしろ補助金をもらっていたほうが良いところもある。チェーン店のように従業員を何人も抱えるような規模だと影響は大きかったと思われるが、そういった店舗は会員としては少ない。・クラブ系の大きな店舗は支援もなかったなので、影響は大きかった。六本木から渋谷に移った店舗もいくつか見られた。また、ライブハウスなど、六本木の特徴として昔からの集積があったが、かなり減ってしまった。

□貴団体の取組について

○定期的な取組

- ・六本木で一番大きなイベントは、六本木アートナイトになる。実行委員会形式で、商店街だけでなく、周辺の企業や美術館、東京都などと連携して行っている。延鑑賞者数は80万人にもなる。
- ・最近では、人を集めるようなイベントは難しかったので、デザイナーフラッグとして、デザインを募集して街路灯に掲げたり、フォトコンテストで写真を飾るなど、募集をして作品発表という形で展示などを行っている。
- ・六本木安全安心憲章やみなとたばこルールなどの取り組みは、商店街というよりも港区主導で行っているものに、理解ある店舗が参加している。憲章によって、来街者というよりもまち全体の意識が変わったと思う。

□課題・区への要望など

○課題

- ・六本木の最大の課題は、再開発とどう向き合っていくかにある。再開発によって権利を手放す店舗が増えていくと、まちがゴースト化して、賑わいがなくなってしまう。開発事業者にとっては開発で街に賑わいがなくなることはそれほど重要に思っていないと思うが、商店街からすれば、少しでも賑わいがなくなるとは困る。開発が終わっても店舗がビル内に取り込まれ、これまであったローカルな組織と切り離されることになり、そういったことが懸念される開発が地区内に複数あり、商店街の存続に関わってくる。
- ・六本木でも周辺の再開発によって、大規模商業ビルに人が吸収され、回遊性が一時期なくなった時があった。大規模商業ビルは様々な新しい発信によってまちにとってはプラスだが、来た人たちを六本木のまちに回遊させていくことが課題になる。

○区への要望

- ・区の条例にも商店会が組織されている地域で、店舗を営む場合は、商店会への加入義務はあるが、再開発と関連させたルール作りが望まれる。例えば、再開発してもそのテナントはもとにあった地域の商店会に加入しなくてはいけないなど。また、商店街が存続していくために、再開発事業者との交渉の仕方や、内容など、再開発への対応をアドバイスしてほしい。
- ・区の助成金等を目当てにして商店街へ加入することも多く、区の取り組みが有効になっているので、そういった商店街への加入を促すような取り組みがさらにあるとよい。
- ・渋谷や新宿にはしっかりした観光案内所があり、港区にも浜松町にあるが、空港との接続など、場所は良いが規模が小さい。浜松町にももう少し力を入れるのと、六本木にもあると良いと思っている。そこは多言語によって、区内だけでなく日本中を案内できるようなビジターセンターのようなものが良い。また、そこでは単なる店舗の案内だけでなく、六本木のまちで過ごすうえでの注意点などを喚起するような、安全、安心を与える場所としたい。商店街でも一時取組んだことがあるが、予算や人材的にも継続は難しく、港区はインバウンドに対して、もう少し積極的に責務を果たしていくべきではないか。

(9) 青山外苑前商店街振興組合【青山地区】

<p>□団体の概要</p>
<p>○ 商店会への加盟状況</p> <ul style="list-style-type: none">・会員数は、約 100 店舗程度で出入りはあるが、近年それほど変わっていない。特徴として、物販が少なく、飲食店、企業が多い。・最近では、コロナ対策の助成金の関係で入会する店舗などが多くなっている。 <p>○ 会員同士の交流</p> <ul style="list-style-type: none">・コロナの影響でほとんどやれていない。大きな企業では、一度も顔を合わせず異動してしまった担当者もいるほど。・各企業は協力的で、イベントをやるとなれば人を出してくれる。
<p>□景況感について</p>
<p>○ 来街者</p> <ul style="list-style-type: none">・住んでいる人は少ないので、ほとんどがビジネスマンになる。 <p>○ コロナの影響</p> <ul style="list-style-type: none">・大きな企業がテレワークになってしまったので、まちに来る人は大きく減少した。・食品全般的に売り上げが大きく落ちて、厳しい状況にある。・飲食店などもこれまでのような客足にはならず、店を早く閉めてしまうようなところも結構ある。また、ランチ時でも相席ができないため、満席にできない。・ビルの建て替えで閉店した店舗はあったが、コロナの影響で閉店したところはほとんどない。
<p>□貴団体の取組について</p>
<p>○ 定期的な取組</p> <ul style="list-style-type: none">・定期的に行っていた郡上おどり in 青山が3年間できなかつた。1年目はオリンピックの関係だったが、2年目はオリンピックが延期になった影響、3年目は感染拡大の影響でできなかつた。郡上おどり in 青山は3年間できなかつたが、本場の郡上市では今年開催したので、そのノウハウを用いて、来年は開催に向けて動きたい。・落語会もお寺のお堂を借りて、例年定員を60名で行っていた。例えば、コロナで密になるということで定員を半分にしても、チケットに商品券を付けて商店街で使うようになっているので、まちの活性化につながる。来年はコロナの様子を見ながら、ぜひ開催したい。 <p>○ オリンピックの影響</p> <ul style="list-style-type: none">・オリンピックの無観客は大きかつた。また、球場も人数制限をしていたため、影響はあつた。・オリンピックは利害関係が大きく、ロゴはもとより、「2020」の文字も使えず、地元だが盛り上げようがなかつた。東京都がつけたフラッグくらいしかできなかつた。 <p>○ 新たな取組</p> <ul style="list-style-type: none">・70周年の記念のイベントとしていくつか行つた。今後、神宮周辺のまちが大きく変化していくので、ドローンで上空から記録して、数年後どれだけ変化したのか比較を行いたい。また、70周年を記念して、ロゴマークを新しくした。さらに、かつて商店街で活躍した人たちにインタビューを行い、ビデオ撮影として記録した。

□課題・区への要望など

○ 課題

- ・企業の人たちをどれだけ巻き込んでいいのかわからない。大きな企業だと担当が変わるので、次の担当者うまく引き継げるかなど懸念があり、本来はもっと役員などにかかわってほしいが、それほど踏み込めないでいる。
- ・外苑駅前の駐輪場の課題は相変わらず残っている。青山一丁目駅と表参道駅は駐輪場が整備されているが、外苑駅前だけはない。レンタルサイクルが使われるようになり、駐輪場があれば放置自転車もなくなり、人も多く来るのではないか。

○ 区への要望

- ・担当が区になるかわからないが、けやきの枯葉を何とかしてほしい。商店街で集めて出しているが、有料になるため、枯葉の有効活用などがあれば、収集してほしい。
- ・スタジアム通りを工事しており、イベントなどがあると、人が通れないほどになる。

○ その他

- ・オリンピックに合わせて外苑前駅が整備され、エレベーターやエスカレーターは設置されたが、それによって人の流れが変わってしまい、人が通らなくなった通りの店舗は客が減った。

(10) 赤坂通り商店会【赤坂地区】

<input type="checkbox"/> 団体の概要
<input type="radio"/> 商店会への加盟状況 <ul style="list-style-type: none">・現在の会員数は、出入りはあるが、73 店舗くらい。・コロナによって閉店したところもあれば、会費を納めているメリットが感じられないといった理由で退会したところもある。・飲食店が多い。また、自社ビルを持っているところが多いので、商売をやめても不動産業という形で引き続き会員になって応援してくれている。・コロナへの補助金申請は大きいところでは自前のできるが、小さいところは難しいので、商店会として行政書士を雇って対応した。
<input type="checkbox"/> 景況感について
<input type="radio"/> 来街者層 <ul style="list-style-type: none">・ビジネス街なので土日は人がいなかったが、赤坂 ACT で「ハリー・ポッター」を開催している影響で、土日も人が来るようになった。・円安などの影響で、外国人は戻りつつあるが、赤坂ではまだ効果は感じられない。むしろ、原材料費の高騰で飲食店などは価格設定が難しくなっている。
<input type="radio"/> 景況感 <ul style="list-style-type: none">・特に飲食店は、厳しい状況にある。この辺りは大きな会社も多いが、大人数での飲食ができなくなった。・国際新赤坂ビルの建て替えが始まり、そこに入居していた会社が移転したため、ビジネスマンがかなり減った。また、TBS や赤坂サカスでイベントを行い人が来るが、公演の時間帯などの関係でうまく客を取り込めていない。・赤坂サカスの Sacas 広場を借りて盆踊りを実施したところかなりの人が来た。ビル街の一区画のイベントだけでなく、地域に波及するようなイベントに取り組むため、再開発が終わるまでに地域の有力な企業と連携しながら進めていければと考えている。・PayPay など支払いツールが増え、店舗としては手間になるが、やっているところは客が増えている。若い人では使う人が増えているため、商店会としても導入を進めているが、手数料などが気になり、特に高齢の経営者は導入に及び腰になっている。
<input type="checkbox"/> 貴団体の取組について
<input type="radio"/> 取組内容 <ul style="list-style-type: none">・例年氷川神社の赤坂氷川祭と併せて赤坂全体でイベントを行っている。今年は、再開発によって例年使用している場所が使えなかったが、TBS から場所を借り、イベントを行った。そういった連携事例ができたので、今後とも続けていきたい。・まちづくりの会は現在も継続している。各商店街や地域の有志が集まって、商店会だけではできないことに関してフォローしてもらっている。この会も高齢化してどうやって若い人を取り込むかが課題である。

○ 取り組む上での課題

- ・どこの商店会も後継者がおらず、人も不足し、会長への負担も相当かかっている。イベントなどを行う際の事務局の代行やコーディネートをしてくれる第三セクターのような組織があるとよい。アイデアがあってもチェーン店も多くなり、商店街の活動に時間を割いてくれるマンパワーがなくなった。

○ 新たな取組

- ・赤坂全体で若手が中心になって「茜プロジェクト」を立ち上げ、いくつかのイベントを行っている。商店街内部では価値観が違うこともあるので、商店会を超えて価値観を共有し、活動していくような動きは商店会としても応援している。
- ・新年会は各商店会で行っていたが、2023年は合同で新年会を行うことにし、赤坂全体でまちづくりに取り組んでいくという姿勢を示す。まち全体としても危機感を持っている。

□課題・区への要望など

○ 区への要望

- ・港区の補助はあるが、受ける側の組織が崩壊しつつある。自分たちのまちは自分たちで作っていくということをしなくなって、行政頼みになってしまっている。
- ・補助金申請もかなりの手間であり、そういったものの簡略化や申請をフォローする組織や人手があるとよい。

○ その他

- ・イベントなど、活動していると周りが応援してくれる。常に動いていることが大事。

参考資料 各種アンケート調査票

第4次港区産業振興プランの改定に向けた 基礎調査の実施について

<ものづくり・IT関連事業者様向け> ご協力をお願い

日ごころから区の産業振興行政に御理解と御協力いただき、厚く御礼申し上げます。
現在、区では区内産業のさらなる発展を図ることを趣旨とする『第4次港区産業振興プラン（令和3年度～令和8年度）』を推進しておりますが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響等により、区の産業を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。今後、区内産業の振興に向け、さらに実効的な施策を推進していくことが重要であると考えています。
そこで、新たな『第4次港区産業振興プラン（令和6年度～令和8年度）』改定に向け、区内事業者の実情とお考えをお伺いし、区内産業の実態を把握することで、より実効性のある施策を展開していくために、本アンケート調査を実施いたします。
つきましては、ご多忙のところ誠に恐縮に存じますが、より多くの方のご意見を施策に反映したいと考えておりますので、御協力くださいますようお願い申し上げます。
お答えいただいた内容は、すべて統計的に処理し、他の目的には一切使用いたしませんので、お考えのままをご記入ください。
また、調査票の集計処理等の業務については、一般財団法人日本開発構想研究所に委託して実施しております。

アンケートは、**令和5年1月20日（金）**までに、下記の①または②のいずれかの方法でご回答ください。
2022年（令和4年）12月 港区

① インターネットによる回答
下記URL又はQRコードからアクセスし、回答を入力してください。
<https://www.across-net.co.jp/mrs/monodukuri/>
※回答は1事業者様1回でお願いします。

② 郵送による回答
本調査票にご記入の上、同封の返信用封筒（切手不要）に入れてご投函ください。

■ 調査全般に関するお問い合わせ
港区産業・地域振興支援部産業振興課 園田 TEL：03-6435-4601

□ 調査項目・回答方法に関するお問い合わせ
一般財団法人日本開発構想研究所 都市・地域研究部 藤森・大橋
TEL：03-3504-1768（月～金：10:00～18:00）※土日・祝日は除く

御社のことについて

問1 本社・支社の区分（○は1つだけ）

1. 単独事業所	2. 複数の事業所を持つ企業の本社
3. 複数の事業所を持つ企業の支社（支所・支店等）	

問2 事業所の主な機能（○は主なもの1つだけ）

1. 本社機能	2. 設計・デザイン・試作機能	3. 生産機能
4. 営業・販売機能	5. 流通サービス機能	6. 研究開発機能
7. その他（ ）		

問3 業種（○は主なもの1つだけ）

1. 建設業	2. 製造業	3. 情報通信業
4. 専門・技術サービス業（法律事務所・経営コンサルタントなど）	5. 卸売業	
6. 不動産業	7. その他（ ）	

問4 創業

明・大・昭・平・令	年	万円
問5 資本金		

問6 従業者の数（あなた自身も含めて）と雇用形態の内訳（数字をご記入ください）

■ 従業者数

貴社全体	人	うち港区内	人
------	---	-------	---

■ 雇用形態についての内訳

正社員	人	パート・アルバイト・派遣	人
-----	---	--------------	---

問7 経営者（企業等の代表者）の年代（○は1つだけ）

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

問8 後継者の有無（○は1つだけ）

1. 事業主の親族を後継者にするつもりである
2. 親族以外の従業員を登用するつもりである
3. 親族に適当な人がいないため、廃業又は譲渡するつもりである
4. まだ、後継者について考えていない
5. その他（具体的に ）

問9 事業所の土地、建物の所有形態 (○は1つだけ)

- | | |
|-------------------|------------------|
| 1. 土地・建物自己所有 | 2. 借地・建物自己所有 |
| 3. 借地・借家 | 4. 賃貸オフィス (単独入居) |
| 5. シェアオフィス (共同入居) | 6. その他 () |

問10 所在 (○は1つ)

- | |
|---|
| 1. 芝地区
(新橋、東新橋、西新橋、虎ノ門、愛宕、芝公園、浜松町、芝大門、芝、三田1~3丁目、海岸1丁目) |
| 2. 麻布地区
(東麻布、麻布台、麻布狸穴町、麻布永坂町、麻布十番、南麻布、元麻布、西麻布、六本木) |
| 3. 赤坂地区
(元赤坂、赤坂、南青山、北青山) |
| 4. 高輪地区
(三田4・5丁目、高輪、白金、白金台) |
| 5. 芝浦港南地区
(芝浦、海岸2・3丁目、港南、台場) |

御社の経営状況について

問11 直近の決算年度における売上高をお答えください。(○は1つだけ)

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. 売上げなし | 2. 1,000万円未満 |
| 3. 1,000万~3,000万円未満 | 4. 3,000万~5,000万円未満 |
| 5. 5,000万~1億円未満 | 6. 1億~3億円未満 |
| 7. 3億~5億円未満 | 8. 5億~10億円未満 |
| 9. 10億円以上 | |

問12 直近の決算年度と3年前 (コロナ禍前) を比較したおおよその売上高の変化についてお答えください。(○は1つだけ)

- | | | |
|---------------|-------------|-------------|
| 1. 30%以上増加 | 2. 10~29%増加 | 3. 4~9%増加 |
| 4. 横ばい(-3~3%) | 5. 4~9%減少 | 6. 10~29%減少 |
| 7. 30%以上減少 | 8. 分からない | 9. 比較できない |

問13 直近の決算年度と3年前 (コロナ禍前) を比較したおおよその営業利益の変化についてお答えください。(○は1つだけ)

- | | | |
|---------------|-------------|-------------|
| 1. 30%以上増加 | 2. 10~29%増加 | 3. 4~9%増加 |
| 4. 横ばい(-3~3%) | 5. 4~9%減少 | 6. 10~29%減少 |
| 7. 30%以上減少 | 8. 分からない | 9. 比較できない |

問14 3年後を考えたとき、御社の景況はどのように推移していくと予想しますか。
(○は各指標について1つだけ)

■ 業況

- | | | | | |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|
| 1. 良くなる | 2. やや良くなる | 3. 変わらない | 4. やや悪くなる | 5. 悪くなる |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|

■ 売上高

- | | | | | |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|
| 1. 増加する | 2. やや増加する | 3. 変わらない | 4. やや減少する | 5. 減少する |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|

■ 営業利益

- | | | | | |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|
| 1. 増加する | 2. やや増加する | 3. 変わらない | 4. やや減少する | 5. 減少する |
|---------|-----------|----------|-----------|---------|

問15 昨今の物価高騰、円安等により、御社は何らかの影響を受けましたか。受けた内容についてお聞かせください。

新型コロナウイルス感染症の影響について

問16 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、あなたの店舗・事業所は影響を受けましたか。(〇は1つだけ)

- 1. マイナスの影響 2. プラスの影響 3. 影響なし 4. 分からない

[問16で1を回答された方のみお答えください]

問17 どのようなマイナスの影響を受けましたか。(あてはまるものすべてに〇)

- 1. 売上高の減少 2. 資金繰りの悪化 3. 客数・需要の減少 4. 営業時間の減少 5. イベント・展示の中止 6. 仕入の国内調達が困難 7. 仕入の海外調達が困難 8. 出張・営業訪問が困難 9. 顧客・販売先の休業 10. 在庫過多 11. 人手不足 12. 物流の停滞 13. 感染症対策のコスト増 14. その他 ()

[問16で2を回答された方のみお答えください]

問18 どのようなプラスの影響を受けましたか。受けた内容についてお聞かせください。

Blank form for question 18.

問19 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、事業内容や事業体制を変更しましたか。(〇は1つだけ)

- 1. 新型コロナウイルスの影響により必要に迫られ変更した 2. 新型コロナウイルスの影響に対応するため、前向きに変更した 3. 新型コロナウイルスの影響はあったが、特に変更しなかった 4. 新型コロナウイルスの影響はなく、変更しなかった 5. その他 ()

立地環境について

問20 創業は港区内ですか。(〇は1つだけ)

- 1. 区内で創業 2. 区外で創業

問21 港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあると思いますか。(〇は1つだけ)

- 1. 創業しやすい 2. どちらともえない 3. 創業しにくい

問22 港区の環境や立地するメリットはどのようなものですか。(〇は3つまで)

- 1. 交通至便で地理的にも便利 2. 事業所の集積による企業間の連携 3. ビジネスサポート産業(法務、財務、特許など)の集積 4. 企業や人口密集など大規模市場が至近 5. 優秀な人材が確保しやすい 6. 大学等の学術機関との連携が容易 7. 先端的な技術や情報に接する機会が多い 8. 多様性のある市場構造 9. 港区立地による企業イメージアップ 10. 刺激が多く活力がある 11. 資金調達に有利 12. グローバルな事業展開が可能 13. 取引先から近い 14. 行政機関の支援などが充実している 15. 重要な情報が入手しやすい 16. 街並みが整備されていて魅力的 17. 自宅などが近いため 18. 今後も都市の発展が期待される 19. 特にない 20. その他 ()

問23 港区の環境や立地するデメリットはどのようなものですか。(〇は3つまで)

- 1. 建物・施設の賃貸借の費用が高い 2. 人件費が高い 3. 人材が集まらない 4. 産学官や企業間の連携などがづらい 5. 産業集積が不十分 6. 交通環境が悪く事業に支障がある 7. 変化が激しく、対応が難しい 8. マーケットが多様化・細分化 9. 競争相手が多く、競争が激しい 10. 顧客・取引先から遠い 11. 顧客の要望・ニーズが多様で高度 12. 顧客の固定化が難しい 13. 通勤時間が長く、コストも高い 14. 地域住民などの接点も少なく地縁性が低い 15. 地元金融機関からの資金調達が難しい 16. 行政機関の支援などが充実していない 17. 重要な情報が入手しにくい 18. 街並みが整備されてなく魅力に乏しい 19. 都市の将来発展が期待できない 20. 特にない 21. その他 ()

問24 御社では事業所の区外移転の可能性はありますか。(○は1つだけ)

1. かなり具体的に検討している } ⇒ 問25からお答えください
 2. ある程度具体的に移転を検討している }
 3. 可能性はあるが具体的に検討していない } ⇒ 問27からお答えください
 4. 可能性はない }

〔問24で1又は2のいずれかを回答された方のみお答えください〕

問25 検討している移転先はどこですか。(○は1つだけ)

1. 港区以外の東京23区 (具体的にあれば)
 2. 23区外の東京都内 (具体的にあれば)
 3. 東京都外 (具体的にあれば)

問26 移転を検討している理由は何ですか。(○は3つまで)

1. 建物・施設の賃貸借の費用が高い 2. 人件費が高い
 3. 人材が集まらない 4. 産学官や企業間の連携などがしづらい
 5. 非対面の進展に伴うリスクの縮小 6. 産業集積が不十分
 7. 交通環境が悪く事業に支障がある 8. 変化が激しく、対応が難しい
 9. マーケットが多様化・細分化 10. 競争相手が多く、競争が激しい
 11. 顧客・取引先から遠い 12. 顧客の要望・ニーズが多様で高度
 13. 顧客の固定化が難しい 14. 通勤時間が長く、コストも高い
 15. 地元金融機関からの資金調達に難しい 16. 地域住民などとの接点も少なく地縁性が低い
 17. 行政機関の支援などが充実していない 18. 重要な情報が入手しにくい
 19. 街並みが整備されなくて魅力に乏しい 20. 都市の将来発展が期待できない
 21. 特にない 22. その他 ()

問27 今後、区内で成長する可能性が高いと考えている産業分野はどのようなものだと思いますか。(○は3つまで)

1. IT関連産業 2. クリエイティブ関連産業 (デザイン・コンテンツ・ファッション等)
 3. スポーツ・健康関連産業 4. 余暇・観光関連産業
 5. 環境保全・リサイクル関連 6. 省エネルギー・新エネルギー関連
 7. 医療・介護周辺サービス産業 8. 危機管理関連(防災・セキュリティ等)
 9. 専門サービス産業(法律・コンサルタント等) 10. コミュニティ・ビジネス関連産業
 11. 特にない 12. その他 ()

事業活動における課題と方向性等について

問28 現在、経営上抱えている問題点は次のうちどれですか。(○は3つまで)

1. 必要人材の不足 2. 後継者の確保・育成
 3. 従業員の高齢化 4. 同業種企業との競争激化
 5. 異業種企業の参入による競争激化 6. 仕入れ先の確保・開拓
 7. 販売先の確保・開拓 8. 受注量・売上高の低迷
 9. 原材料・部品等の高騰 10. 資金調達
 11. 消費税増税 12. 品揃えの充実
 13. 新規事業のための技術不足 14. 消費者ニーズの多様化
 15. ICT化(情報化)への対応 16. 一般消費者のネット販売利用の増加
 17. 事業所の新設、拡張、改装等が困難 18. 賃料、地代の高さ
 19. 相談相手が不足又は不明 20. 新型コロナウイルス感染症対策
 21. 特にない 22. その他 ()

問29 今後、5年程度を展望して重点的に取り組みたいと考えているのは次のうちどれですか。(○は3つまで)

1. 人材育成・確保 2. 経営力の強化
 3. 独自商品の企画・開発 4. 製品の高付加価値化
 5. 新たな市場(取引・販売先)の開拓 6. 海外での販売・生産(現地生産など)
 7. 海外からの仕入れ 8. 小売業への展開
 9. 他社との合併・事業統合 10. 生産性の向上(納期短縮・コスト削減等)
 11. メーカーとの連携による新商品開発 12. 小売事業者との連携による新商品開発
 13. インターネットによる販売 14. ICTの活用
 15. 情報システムの強化 16. シェアオフィスの活用
 17. 労働環境の改善、ワーク・ライフ・バランスの推進 18. 移転を含めた適地の検討
 19. 金融機関や行政への相談 20. 産業支援施策・制度活用の検討
 21. 特にない 22. その他 ()

追加項目（こちらもご回答いただき、アンケート本体と同封の上、返信願います）

ワーク・ライフ・バランス推進事業について

区では、仕事と家庭の両立支援や男女がともに働きやすい職場の実現に向けてワーク・ライフ・バランス（仕事と生活の調和）に取り組んでいる中小企業を認定し、その取組を応援しています。

問38 区が実施しているワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業をご存じですか。
(○は1つだけ)

- 1. 知っている
- 2. 知らない

問39 貴社のワーク・ライフ・バランスの取組についてお答えください。(○は1つだけ)

■現状

- 1. 取り組んでいる
- 2. 取り組む予定
- 3. 取り組めない
- 4. 分からない

【問39で1又は2のいずれかを回答された方のみお答えください】

問40 以下の該当する項目に○を付けてください。(複数回答可)

■取組内容

- 1. 安心して出産できる環境整備
- 2. 男女共に育児休業を取得できる環境整備
- 3. 子育てしやすい制度の導入・仕事内容の配慮
- 4. 育児休業取得者の職場復帰支援
- 5. 介護休業が取得できる環境整備
- 6. 男女共に働きやすい職場の環境整備
- 7. 短時間勤務の実施
- 8. フレックスタイムの実施
- 9. 在宅勤務（テレワーク）の推進
- 10. ハラスメントの防止
- 11. メンタルヘルスなど相談体制の充実
- 12. 女性の能力活用の推進
- 13. 福利厚生の充実
- 14. 長時間労働の削減
- 15. その他（ ）

【問39で3又は4のいずれかを回答された方のみお答えください】

問41 よろしければ理由をお聞かせください。

問42 ワーク・ライフ・バランスの取組には、どのようなメリットがあるとお考えですか。
以下の該当する項目に○を付けてください。(複数回答可)

- 1. 企業イメージの向上
- 2. 社員の仕事意欲の向上
- 3. 優秀な人材の確保
- 4. 区の契約制度での優遇
- 5. 職場と家庭生活の充実
- 6. 仕事効率の向上
- 7. 社員の健康増進
- 8. 男女平等待遇の理解
- 9. コスト削減
- 10. その他（ ）

問43 働きやすい職場づくりのために、御社が心がけていることをお聞かせください。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございます。アンケートは以上です。ご協力ありがとうございます。
お手数ですが、ご記入もれがないかももう一度ご確認ください。

第4次港区産業振興プランの改定に向けた 基礎調査の実施について

＜商業・サービス業関連事業者様向け＞ ご協力をお願い

日ごろから区の産業振興行政に御理解と御協力いただき、厚く御礼申し上げます。

現在、区では区内産業のさらなる発展を図ることを趣旨とする『第4次港区産業振興プラン（令和3年度～令和8年度）』を推進しておりますが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響等により、区の産業を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。今後、区内産業の振興に向け、さらに実効的な施策を推進していくことが重要であると考えています。

そこで、新たな『第4次港区産業振興プラン（令和6年度～令和8年度）』改定に向け、区内事業者の実情とご考えをお伺いし、区内産業の実態を把握することで、より実効性のある施策を展開していくために、本アンケート調査を実施いたします。

つきましては、ご多忙のところ誠に恐縮に存じますが、より多くのご意見を施策に反映したいと考えておりますので、御協力くださいますようお願い申し上げます。

お答えいただいた内容は、すべて統計的に処理し、他の目的には一切使用いたしませんので、お考えのままをご記入ください。

また、調査票の集計処理等の業務については、一般財団法人日本開発構想研究所に委託して実施しています。

2022年（令和4年）12月
港区

アンケートは、**令和5年1月20日（金）**までに、下記の①または②のいずれかの方法でご回答ください。

① インターネットによる回答

下記URL又はQRコードからアクセスし、回答を入力してください。

<https://www.across-net.co.jp/mrs/syougou/>



※回答は1事業者様1回でお願いします。

② 郵送による回答

本調査票にご記入の上、同封の返信用封筒（切手不要）に入れてご投函ください。

■調査全般に関するお問い合わせ

港区産業・地域振興支援部産業振興課 園田 TEL：03-6435-4601

□調査項目・回答方法に関するお問い合わせ

一般財団法人日本開発構想研究所 都市・地域研究部 藤森・大橋

TEL：03-3504-1768（月～金：10:00～18:00）※土日・祝日は除く

あなたの店舗・事業所のことについて

問1 本社・支社の区分（○は1つだけ）

1. 単独事業所 2. 複数の事業所を持つ企業の本社
3. 複数の事業所を持つ企業の支社（支所・支店等）

問2 事業所の主な機能（○は主なもの1つだけ）

1. 本社機能 2. 営業・販売機能
3. 研究開発機能 4. その他（ ）

問3 業種（○は主なもの1つだけ）

1. 小売業 2. 宿泊業 3. 飲食サービス業
4. 生活関連サービス業 5. 娯楽業 6. 医療・福祉
7. 教育、学習支援業 8. サービス業 9. その他（ ）

問4 創業

明・大・昭・平・令 年 問5 資本金 万円

問6 従業者の数（あなた自身も含めて）と雇用形態の内訳（数字をご記入ください）

■従業員数

貴社全体	人	うち港区内	人
------	---	-------	---

■雇用形態についての内訳

正社員	人	パート・アルバイト・派遣	人
-----	---	--------------	---

問7 経営者（企業等の代表者）の年代（○は1つだけ）

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

問8 事業所の土地、建物の所有形態（○は1つだけ）

1. 土地・建物自己所有 2. 借地・建物自己所有 3. 借地・借家
4. 賃貸オフィス（単独） 5. シェアオフィス（共同） 6. その他（ ）

問9 所在（○は1つだけ）

1. 芝地区 （新橋、東新橋、西新橋、虎ノ門、愛宕、芝公園、浜松町、芝大門、芝、三田1～3丁目、海岸1丁目）
2. 麻布地区 （東麻布、麻布台、麻布狸穴町、麻布永坂町、麻布十番、南麻布、元麻布、西麻布、六本木）
3. 赤坂地区 （元赤坂、赤坂、南青山、北青山）
4. 高輪地区 （三田4・5丁目、高輪、白金、白金台）
5. 芝浦港南地区 （芝浦、海岸2・3丁目、港南、台場）

店舗・事業所のお客様について

問10 主要顧客の所在地 (○は1つだけ)

1. 港区内
2. 港区外

問11 お客様のうち、固定客の比率はどれ位ですか。(○は1つだけ)

1. 固定客20%未満
2. 固定客20～40%未満
3. 固定客40～60%未満
4. 固定客60～80%未満
5. 固定客80%以上
6. 不明

問12 どの年代のお客様が多いですか。(○は3つまで)

1. 20歳未満
2. 20歳代
3. 30歳代
4. 40歳代
5. 50歳代
6. 60歳代
7. 70歳代以上

問13 どのようなタイプのお客様が多いですか。(○は3つまで)

1. 近隣住民
2. 主婦・主夫
3. 家族連れ
4. 高齢者
5. 学生・若者
6. 会社員(国内)
7. 会社員(外国人)
8. 観光客(国内)
9. 観光客(外国人)
10. その他()

問14 お客様があなたの店舗・事業所を利用してくださる理由をお聞かせください。

(○は3つまで)

1. 品揃え・メニュー・サービスが豊富
2. 価格が安い
3. 品質・鮮度・サービスがよい
4. 看板商品・独自のサービスがある
5. 気軽に入りやすい
6. なじみの店
7. 1か所で全てが揃う
8. 店舗・事業所が清潔で新しい
9. 店舗・事業所のセンスが良い
10. 休憩場所等が充実している
11. 営業時間が長い
12. 駐輪・駐車場がある
13. 接客態度がよい
14. 家から近い
15. 通勤・通学途中にある
16. 催物・特売などが多い
17. ポイントカード、スタンプ等のサービスがあるから
18. キャッシュレスに対応しているから
19. 配達等のサービスがある
20. 感染症対策をしている
21. 分らない
22. その他()

店舗・事業所の経営について

問15 直近の決算年度における売上高をお答えください。(○は1つだけ)

1. 売上げなし
2. 1,000万円未満
3. 1,000万～3,000万円未満
4. 3,000万～5,000万円未満
5. 5,000万～1億円未満
6. 1億～3億円未満
7. 3億～5億円未満
8. 5億～10億円未満
9. 10億円以上

問16 直近の決算年度と3年前(コロナ禍前)を比較したおおよその売上高の変化についてお答えください。(○は1つだけ)

1. 30%以上増加
2. 10～29%増加
3. 4～9%増加
4. 横ばい(-3～3%)
5. 4～9%減少
6. 10～29%減少
7. 30%以上減少
8. 分からない
9. 比較できない

問17 直近の決算年度と3年前(コロナ禍前)を比較したおおよその営業利益の変化についてお答えください。(○は1つだけ)

1. 30%以上増加
2. 10～29%増加
3. 4～9%増加
4. 横ばい(-3～3%)
5. 4～9%減少
6. 10～29%減少
7. 30%以上減少
8. 分からない
9. 比較できない

問18 3年後を考えたとき、店舗・事業所の景況はどのように推移していくと予想しますか。

(○は各指標について1つだけ)

■業況

1. 良くなる
2. やや良くなる
3. 変わらない
4. やや悪くなる
5. 悪くなる

■売上高

1. 増加する
2. やや増加する
3. 変わらない
4. やや減少する
5. 減少する

■営業利益

1. 増加する
2. やや増加する
3. 変わらない
4. やや減少する
5. 減少する

問19 昨今の物価高騰、円安等により、店舗・事業所は何らかの影響を受けましたか。受けた内容についてお聞かせください。

新型コロナウイルス感染症の影響について

問20 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、あなたの店舗・事業所は影響を受けましたか。(○は1つだけ)

- 1. マイナスの影響
- 2. プラスの影響
- 3. 影響なし
- 4. 分からない

【問20で1を回答された方のみお答えください】

問21 どのようなマイナスの影響を受けましたか。(あてはまるものすべてに○)

- 1. 売上高の減少
- 2. 資金繰りの悪化
- 3. 客数・需要の減少
- 4. 営業時間の減少
- 5. イベント・展示の中止
- 6. 仕入の国内調達が困難
- 7. 仕入の海外調達が困難
- 8. 出張・営業訪問が困難
- 9. 顧客・販売先の休業
- 10. 在庫過多
- 11. 人手不足
- 12. 物流の停滞
- 13. 感染症対策のコスト増
- 14. その他 ()

【問20で2を回答された方のみお答えください】

問22 どのようなプラスの影響を受けましたか。受けた内容についてお聞かせください。

問23 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、事業内容や事業体制を変更しましたか。(○は1つだけ)

- 1. 新型コロナウイルスの影響により必要に迫られ変更した
- 2. 新型コロナウイルスの影響に対応するため、前向きに変更した
- 3. 新型コロナウイルスの影響はあったが、特に変更しなかった
- 4. 新型コロナウイルスの影響はなく、変更しなかった
- 5. その他 ()

立地環境について

問24 創業は港区内ですか。(○は1つだけ)

- 1. 区内で創業
- 2. 区外で創業

問25 港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあると思われるか。(○は1つだけ)

- 1. 創業しやすい
- 2. どちらともいえない
- 3. 創業しにくい

問26 港区で事業をするにあたり、港区の環境や立地するメリットはどのようなものですか。(○は3つまで)

- 1. 交通至便で地理的にも便利
- 2. 事業所の集積による企業間の連携
- 3. ビジネスサポート産業(法務、財務、特許など)の充実
- 4. 企業や人口密集など大規模市場が至近
- 5. 優秀な人材が確保しやすい
- 6. 大学等の学術機関との連携が容易
- 7. 先端的な技術や情報に接する機会が多い
- 8. 多様性のある市場構造
- 9. 港区立地による企業イメージアップ
- 10. 刺激が多く活力がある
- 11. 資金調達に有利
- 12. グローバルな事業展開が可能
- 13. 取引先から近い
- 14. 行政機関の支援などが充実している
- 15. 重要な情報が入手しやすい
- 16. 街並みが整備されていて魅力的
- 17. 自宅などが近い
- 18. 今後も都市の発展が期待される
- 19. 特にない
- 20. その他 ()

問27 港区で事業をするにあたり、港区の環境や立地するデメリットはどのようなものですか。(○は3つまで)

- 1. 建物・施設の賃貸借の費用が高い
- 2. 人件費が高い
- 3. 人材が集まらない
- 4. 産学官や企業間の連携などがづらい
- 5. 産業集積が不十分
- 6. 交通環境が悪く事業に支障がある
- 7. 変化が激しく、対応が難しい
- 8. マーケットが多様化・細分化
- 9. 競争相手が多く、競争が激しい
- 10. 顧客・取引先から遠い
- 11. 顧客の要望・ニーズが多様で高度
- 12. 顧客の固定化が難しい
- 13. 通勤時間が長く、コストも高い
- 14. 地域住民などの接点も少なく地縁性が低い
- 15. 地元金融機関からの資金調達が難しい
- 16. 行政機関の支援などが充実していない
- 17. 重要な情報が入手しにくい
- 18. 街並みが整備されてなく魅力に乏しい
- 19. 都市の将来発展が期待できない
- 20. 特にない
- 21. その他 ()

地域活性化等について

問35 商店会には会員として参加していますか。(○は1つだけ)

1. 会員である ⇒問36からお答えください
 2. 会員でない ⇒問37からお答えください

問36 商店会活動は活発ですか。(○は1つ)

1. 活発 2. まあ活発 3. どちらともいえない
 4. あまり活発でない 5. 不活発

問37 店舗・事業所が立地している、又は周辺の商業地域は活性化していますか。(○は1つ)

1. 活性化している 2. まあ活性化している
 3. どちらともいえない 4. あまり活性化していない
 5. 活性化していない

問38 店舗・事業所が立地している、又は周辺の商業地域全体の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか。(○は5つまで)

1. 不足業種を補う 2. 核になる店舗(大型店など)を誘致する
 3. 商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージを高める
 4. 商業地域の結束力を強め、イベントなどの活動を活発にする
 5. 高齢者や子ども向けの施設などを整備する 6. 娯楽・文化スポーツ施設などを整備する
 7. 史跡、運河などの地域資源の活用促進 8. 駐車・駐輪場を整備する
 9. 休憩場所やトイレ、授乳及びおむつ替えなどのスペース・設備を整備する
 10. 無線LAN(Wi-Fi等)のインターネット接続環境を整備する
 11. キャッシュレス化の推進 12. 自宅への配送サービス
 13. 災害時の避難場所の確保 14. 災害時の食糧、飲料水、トイレなどの確保
 15. 建物・アーケードなどの耐震性確保 16. 街路灯などの照明の設置
 17. 防犯カメラの設置や警備員の配置 18. 地域の見守り活動
 19. 街路灯へのソーラーパネルなどの設置 20. 照明などの環境に優しいLEDの利用
 21. 自転車・自動車などと分離された歩行空間 22. 自転車シェアリングサイクルポートの設置
 23. 建物及び周辺の清掃活動 24. 障害者・高齢者用のサイン表示
 25. 歩道の拡幅など道路の整備(バリアフリー化など)をする
 26. AEDの設置 27. 感染症対策
 28. その他()

事業活動への支援ニーズ等について

問39 区では、区内産業振興に向けて下記のような施策を展開しています。これまでに利用したものの、今後の利用に対し関心のあるものについて、お答えください。
 (施策ごとにあてはまるものに○)

施策名称	利用あり	今後の関心
1. 企業PR(ホームページ作成支援)		
2. 創業支援(計画作成支援・新規開業資料補助)		
3. 企業間連携支援・交流会等		
4. 新製品・新技術開発支援		
5. 小規模企業事業承継支援		
6. 各種セミナー等		
7. 経営支援(指導・相談・専門家派遣・情報発信)		
8. 展示会出展支援		
9. ISO等取得支援		
10. 産業財産権取得支援		
11. DX導入促進支援		
12. 中小企業優良従業員表彰		
13. 中小企業融資あっせん等		
14. 商店グランプリ		
15. チャレンジ商店街店舗応援(小売業等店舗改装支援含む)		
16. 生鮮三品等商店街店舗持続化支援		
17. テイクアウト・デリバリー・通信販売導入商店街店舗応援		
18. 新型コロナウイルス感染症対策支援(特別融資、テレワーク支援等)		
19. 港区立産業振興センターの施設利用		
20. 港区内共通商品券(加盟している場合は「利用あり」に○)		
21. その他()		

【問39 でいずれかの施策を「利用あり」と回答された方のみお答えください】

問40 利用した施策はどのような効果がありましたか。(○はいくつでも)

1. 売上げの増加につながった 2. 販路拡大やビジネスチャンスが広がった
 3. 資金不足が解消した 4. 企業の認知度向上につながった
 5. 新商品、新技術の開発につながった 6. 利用して良かったが、まだ効果は見られない
 7. 効果はなく、利用しないほうが良かった 8. その他()

第4次港区産業振興プラン後期計画改定に係る基礎調査 ＜港区での消費生活と産業についてのアンケート＞

ご協力をお願い

区民の皆さまには、日頃から区政にご理解とご協力をいただきありがとうございます。

新型コロナウイルス感染症に伴う外出自粛、インターネットショッピングの台頭、キャッシュレス決済の浸透など、消費行動を取り巻く環境は大きく変化を遂げています。区内産業の活性化と活力ある地域づくりなどの参考にさせていただくため、区民の皆様の中から2,500人を無作為に抽出し、アンケートを実施させていただきますこととしました。お忙しい中、誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、ぜひご回答くださいますようお願い申し上げます。

なお、お答えいただいた内容については、すべて統計的に処理し、他の目的に使うことはありませんので、お考えのままにご回答ください。

また、調査票の集計処理等の業務については、一般財団法人日本開発構想研究所に委託して実施しています。

2022年（令和4年）11月
港 区

アンケートは、**令和4年12月9日（金）**までに、下記の①または②のいずれかの方法でご回答ください。

① インターネットによる回答

下記URL又はQRコードからアクセスし、回答を入力してください。

<https://www.across-net.co.jp/mrs/kumin/>



※回答は調査対象者様1回でお願いします。

② 郵送による回答

本調査票にご記入の上、同封の返信用封筒（切手不要）に入れてご投函ください。

■ 調査全般に関するお問い合わせ

港区産業・地域振興支援部産業振興課 園田 TEL：03-6435-4601

□ 調査項目・回答方法に関するお問い合わせ

一般財団法人日本開発構想研究所 都市・地域研究部 藤森・大橋
TEL：03-3504-1768（月～金：10:00～18:00）※土日・祝日は除く

あなたご自身について

問1 あなたの年齢をお答えください。（○は1つ）

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

問2 あなたが現在のところにお住まいになってから何年になりますか。（○は1つ）

- | | | |
|----------|------------|-----------|
| 1. 1 年未満 | 2. 1～2 年 | 3. 3～4 年 |
| 4. 5～9 年 | 5. 10～19 年 | 6. 20 年以上 |

問3 あなたの職業をお答えください。（○は1つ）

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

問4 あなたの主な通勤・通学先をお答えください。（○は1つ）
（※主婦・主夫の方は8に○をつけてください）

- | | |
|--------------|----------------|
| 1. 自宅（自営など） | 2. 港区内 |
| 3. 新宿・渋谷方面 | 4. 東京・神田・有楽町方面 |
| 5. 1～4以外の区都 | 6. 都内の市部 |
| 7. 通勤・通学先はない | 8. その他（ ） |

問5 あなたのお住まいをお答えください。（○は1つ）

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

問6 あなたのお住まいはどこですか。（○は1つ）

- | |
|---|
| 1. 芝地区
（新橋、東新橋、西新橋、虎ノ門、愛宕、芝公園、浜松町、芝大門、芝、三田1～3丁目、海岸1丁目） |
| 2. 麻布地区
（東麻布、麻布台、麻布狸穴町、麻布永坂町、麻布十番、南麻布、元麻布、西麻布、六本木） |
| 3. 赤坂地区
（元赤坂、赤坂、南青山、北青山） |
| 4. 高輪地区
（三田4・5丁目、高輪、白金、白金台） |
| 5. 芝浦港南地区
（芝浦、海岸2・3丁目、港南、台場） |

問7 あなたが現在一緒にお住まいのご家族の構成は。（○は1つ）

- | | | |
|---------|-------------|-----------|
| 1. 単身 | 2. 夫婦のみ | 3. 子どもと同居 |
| 4. 親と同居 | 5. 子ども・親と同居 | 6. その他（ ） |

日頃の買物について

問8 次のそれぞれの商品について、①日頃利用する場所（主な場所2か所まで）、②利用する理由（主なもの3つまで）をご記入下さい。

記入例	①日頃利用する場所（主な場所2か所まで）											②利用する理由（主なもの3つまで）											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
自営周辺の一般商店（小規模商店）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	①	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
自営周辺のスーパー	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
自営周辺のコンビニエンスストア	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
区内の商店街など個人店舗	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
有楽町・銀座周辺の商業施設	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
新宿・渋谷周辺の商業施設	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
その他の地域の店舗	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
通信販売（カタログ・電話・ネットショッピング・宅配）等	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
自分では買わない・その他（ ）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
青果・精肉・鮮魚	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
弁当・惣菜	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
酒類・飲料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
日用雑貨	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

日用衣料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
医薬品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
化粧品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
趣味・ホビー用品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
家電・家具等	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
カバン・靴	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

理・美容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
クリーニング	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
外食・飲食	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
贈答品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	→	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

問9 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、あなたの買い物行動（買い物する場所、頻度など）に変化がありましたか。（○は1つ）

- 大きく変化した
- 多少変化した
- 特に変化はしていない
- その他（ ）

問10 コロナ禍でのあなたの買い物行動・意識についてお答えください。（○はいいくつでも）

- できるだけ外出を自粛した
- 人と会うのをできるだけ減らした
- 人が多い繁華街にはなるべく出かけない
- 近所で買い物をするようになった
- 宅配サービスを利用するようになった
- 買物頻度を減らしてまとめ買いしている
- 外食する頻度を減らしている
- 在宅勤務・オンライン学習をするようになった
- インターネットで買物をするようになった
- コロナ前と同じ行動をしている
- その他（ ）

問11 新型コロナウイルス感染症の収束後、コロナ禍と比較して、あなたの買い物行動はどのように変化すると思いますか。（○は1つ）

- コロナ禍前の買い物行動に完全に戻ると思う
- どちらかというとコロナ禍前の買い物行動に戻ると思う
- どちらかというとコロナ禍での買い物行動を継続すると思う
- コロナ禍前後で買い物行動は特に変化しないと思う
- その他（ ）

自宅周辺の買い物環境について

問12 あなたのお住まいの地域の生活環境はそれぞれいかがですか。（○はそれぞれ1つ）

	利用しやすい	まあ利用しやすい	ええなくらい	余すくなくない	ない
① 日頃の買い物のしやすさ	1	2	3	4	5
② 医療機関などの利用のしやすさ	1	2	3	4	5
③ 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ	1	2	3	4	5
④ 学校などの教育施設の利用のしやすさ	1	2	3	4	5
⑤ 介護施設などの利用のしやすさ	1	2	3	4	5

問13 あなたの自宅周辺の商店街は賑わいがありますか。(○は1つ)

1. 賑わっている
2. まあ賑わっている
3. どちらともいえない
4. あまり賑わっていない
5. 賑わっていない
6. 商店街がない

問14 あなたは自宅周辺の商店街をどのくらい利用されますか。(○は1つ)

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

問15 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由は何ですか。(○はいくつでも)

1. 家から近い
2. 通勤・通学時に営業している
3. 品揃えが良い
4. 品質・鮮度が良い
5. 価格が安い
6. 飲食ができる
7. クリーニング、美容室などの店舗がある
8. 病院や診療所がある
9. 定期的にイベントを行っている
10. 定期的にセールを行っている
11. ポイントサービスがある
12. 慣れているので買い物しやすい
13. 顔なじみの店での店員との会話ができる
14. 魅力的な店がある
15. 近所の人や友人などとの会話ができる
16. 駐車場や駐輪場が充実している
17. 宅配サービスがある
18. 営業時間が長い
19. ベンチなどくつろげる場所がある
20. 子どもを遊ばせることができる
21. 感染症対策をしている
22. 港区内共通商品券を利用できる
23. ほとんど利用しないのでわからない
24. その他 ()

問16 自宅周辺の商店街において欠けている点や利用しない理由は何ですか。(○はいくつでも)

1. 家から遠い・利用しにくい
2. 通勤・通学時に営業していない
3. 品揃えが悪い
4. 品質・鮮度が悪い
5. 価格が高い
6. 飲食ができない
7. クリーニング、美容室などの店舗がない
8. 病院や診療所がない
9. 定期的にイベントを行っていない
10. 定期的にセールを行っていない
11. ポイントサービスがない
12. 買い物にくい
13. 顔なじみの店や店員がない
14. 魅力的な店がない
15. 近所の人や友人などと合わない
16. 駐車場や駐輪場が少ない・狭い
17. 宅配サービスがない
18. 営業時間が短い
19. ベンチなどくつろげる場所がない
20. 子どもを遊ばせる場所がない
21. インターネット通販のほうで便利
22. キャッシュレス化に対応していない
23. 感染症対策をしていない
24. ほとんど利用しないのでわからない
25. その他 ()

問17 あなたがお住まいの地域が賑わうために活用できると思われるものは何だと思いますか。(○はいくつでも)

1. 地元商店街
2. 運河、公園など
3. 駅や駅舎
4. 地元の特色ある産業
5. 地域に立地する企業
6. 歴史や史跡、寺社仏閣
7. グラウンドなどのスポーツ
8. 港区出身の有名人
9. 祭り、イベントなど
10. 大学・高校などの教育施設
11. 住宅街、まちなみ景観
12. 特にない
13. その他 ()

問18 あなたがお住まいの地域の商店街をはじめとして地域全体の発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか。(○はいくつでも)

- 【魅力の向上】
1. 不足業種を補う
 2. 核になる店舗(大型店など)の誘致
 3. 商業地域の環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上
 4. 商業地域の結束力を強め、イベントなど活発な活動
 5. 気軽に立ち寄れる交流スペースの整備
 6. 娯楽・文化スポーツ施設などの整備
 7. 史跡、運河などの地域資源の活用促進
 8. 地域の大学や企業との連携
- 【サービスの充実】
9. 駐車・駐輪場を整備
 10. 送迎サービス
 11. 休憩場所やトイレ、授乳及びおむつ替えなどのスペース・設備の整備
 12. 無線LAN(Wi-Fi等)のインターネット接続環境の整備
 13. キャッシュレス化の推進
 14. 自宅への配送サービス
- 【防災・防犯】
15. 災害時の避難場所の確保
 16. 災害時の食糧、飲料水、トイレなどの確保
 17. 建物・アーケードなどの耐震性確保
 18. 街路灯などの照明の設置
 19. 防犯カメラの設置や警備員の配置
 20. 地域の見守り活動
- 【環境】
21. 街路灯へのソーラーパネルなどの設置
 22. 照明などの環境に優しいLEDの利用
 23. 自転車・車などと分離された歩行空間
 24. 自転車シェアリング・サイクルポートの設置
 25. 建物及び周辺の清掃活動
 26. リサイクル活動
- 【安全・安心】
27. 歩道の拡幅など道路の整備(バリアフリー化など)
 28. 障害者・高齢者用のサイン表示
 29. AEDの設置
 30. 新型コロナウイルス感染症対策
 31. 無電柱化
 32. その他 ()

港区の産業について

問 19 港区の産業についてのイメージをお答えください。(○はそれぞれ1つ)

思うところ	思うところ	思うところ	思うところ	思うところ	
① 大企業をはじめ多くの事業所が立地している	1	2	3	4	5
② 外資系企業や外国人ビジネスパーソンが多い	1	2	3	4	5
③ IT など先端産業が集積している	1	2	3	4	5
④ デザインなど洗練されたブランドイメージを持つ企業・お店が立地している	1	2	3	4	5
⑤ 多様な業種の人が多く集まり事業活動している	1	2	3	4	5
⑥ 伝統的産業が盛んである	1	2	3	4	5
⑦ 魅力のあるお店が多く立地している	1	2	3	4	5
⑧ 地域の商店街が活性化している	1	2	3	4	5
⑨ 日常の買い物や飲食などの環境が充実している	1	2	3	4	5
⑩ 集客力のある大規模商業施設が多く立地している	1	2	3	4	5
⑪ 観光地として魅力が高く多くの来訪がある	1	2	3	4	5

問 20 港区の産業振興の取組みについてどのようにお考えですか。(○はそれぞれ1つ)

重要な要素	重要である	言えないところ	で余りない	重要でない	
① 大企業など事業所の集積を進める	1	2	3	4	5
② 高齢者や子どもなどにやさしい産業・商業の創出・育成を進める	1	2	3	4	5
③ 起業家支援を行い、事業創出を図る	1	2	3	4	5
④ 港区の産業のブランドイメージを高める	1	2	3	4	5
⑤ IT など先端産業の集積を図る	1	2	3	4	5
⑥ 伝統的産業の継承・発展を進める	1	2	3	4	5
⑦ 日々の暮らしを支える商業・サービスの創出・育成を図る	1	2	3	4	5
⑧ 商店街の活性化を進める	1	2	3	4	5
⑨ 小規模事業所や商店の後継者育成を図る	1	2	3	4	5
⑩ 集客力のある大規模商業施設などの開発を進める	1	2	3	4	5
⑪ 企業の海外展開を図る	1	2	3	4	5
⑫ 観光客の誘致・おもてなし向上を図る	1	2	3	4	5

問 21 あなたご自身が起業・創業をされたことや経験したことはありますか。(○は1つだけ)

1. 起業・創業をしたことがある	⇒下記 (1) ~ (3) をお答えください
2. 起業・創業を検討したことがある	
3. 起業・創業を検討している	
4. 起業・創業をしたことはない・検討したことがない ⇒問 22 からお答えください	

【問 21 で 1. 2. 3. のいずれかを回答された方のお答えください】

(1) 港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあると思われますか。(○は1つだけ)

1. 創業しやすい	2. どちらともいえない	3. 創業しにくい
-----------	--------------	-----------

(2) 港区で起業・創業するメリットはどのようなものですか。(○は3つまで)

1. 交通至便で地理的にも便利	2. 企業や人口密集など大規模市場が至近
3. 事業所が集積しており他社との連携などがしやすい	4. 優秀な人材が確保しやすい
5. ビジネスサポート産業(法務、財務、特許など)の集積	6. 大学との連携が容易
7. 先端的な技術や情報に接する機会が多い	8. 様々な可能性多様性のある市場構造
9. 港区立地による企業イメージアップ	10. 刺激が多く活力がある
11. 資金調達に有利	12. グローバルな事業展開が可能
13. 取引先から近い	14. 行政機関の支援などが充実している
15. 重要な情報が入りやすい	16. 街並みが整備されていて魅力的
17. 自宅などが近い	18. 今後も都市の発展が期待される
19. 特にない	20. その他 ()

(3) 港区で起業・創業するデメリットはどのようなものですか。(○は3つまで)

1. 建物・施設の賃貸借の費用が高い	2. 人件費が高い
3. 人材が集まらない	4. 企業間の連携などがしづらい
5. 産業集積が不十分	6. 交通環境が悪く事業に支障がある
7. 変化が激しく、対応が難しい	8. マーケットが多様化・細分化
9. 競争相手が多く、競争が激しい	10. 顧客・取引先から遠い
11. 顧客の要望・ニーズが多様で高度	12. 顧客の固定化が難しい
13. 通勤時間が長く、コストも高い	14. 地域住民などとの接点も少なく地縁性が低い
15. 地元金融機関からの資金調達が難しい	16. 行政機関の支援などが充実していない
17. 重要な情報が入りにくい	18. 街並みが整備されていく魅力に乏しい
19. 都市の将来発展が期待できない	20. 特にない ()
21. その他 ()	

問22 コミュニティ・ビジネスとは、住民が主体となって地域が抱える課題をビジネスの手法により解決する事業のことを言いますが、コミュニティ・ビジネスのことを知っていましたか。
(○は1つ)

- | | |
|-------------|--------------|
| 1. よく知っている | 2. ある程度知っている |
| 3. 名前は知っている | 4. 全く知らない |

問23 コミュニティ・ビジネスに参加する機会があれば参加したいですか。(○は1つ)

- | | |
|--------------|------------------|
| 1. 積極的に参加したい | 2. できれば参加したい |
| 3. 既に参加している | 4. 参加したくない・興味がない |

問24 近年、商店街や地域の活性化方策として、地域住民の「コミュニティ・ビジネス」との連携が注目されています。あなたがお住まいの地域の事業者や商店街などで取組んでほしいものがありますか。(○はいくつでも)

- | | |
|---|--|
| 1. 福祉 (在宅介護サービス、給食サービス、買い物代行、家事支援、外出輸送など) | |
| 2. 環境 (リサイクル推進、リサイクルショップなど) | |
| 3. 情報サービス (地域情報誌の発行、インターネット、SNSを活用した情報発信など) | |
| 4. 観光・交流 (観光ボランティアガイド、農産物の直売、国際交流など) | |
| 5. まちづくり (祭り、イベントの企画・運営、商店街宅配サービスなど) | |
| 6. ものづくり (食品加工、伝統工芸など) | |
| 7. 就労支援 (高齢者・障害者の就労支援、スキルアップにつながる研修など) | |
| 8. 子育て支援 (保育サービス、不登校児童のスクールなど) | |
| 9. 高齢者支援 (見守り・居場所づくりなど) | |
| 10. 生涯学習 (趣味・おけいごとなど) | |
| 11. 国際化推進 (地域内外国人居住者向けサポート、各種翻訳サービスなど) | |
| 12. 公益施設管理 (公共施設の管理、公園の清掃など) | |
| 13. 地域通貨、地域金融などの取組み | |
| 14. 特にない | |
| 15. その他 () | |

港区の今後の景気動向について

問25 今後、港区では以下のような社会環境の変化が想定されますが、景気に好影響を及ぼすと期待される事項はどれですか。(○は3つまで)

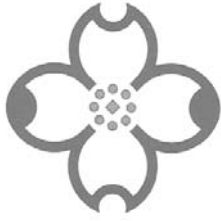
- | | |
|--|--|
| 1. タワーマンション建設による人口の増加 | |
| 2. 新型コロナウイルス感染症収束後のインバウンドによる外国人観光客の増加 | |
| 3. 国際化による外資系企業の集積、外国人居住者・労働者の増加 | |
| 4. 区内各地での大規模再開発 | |
| 5. 羽田空港の国際化や発着数の増加など機能強化 | |
| 6. 区内中小企業のIT化の促進 | |
| 7. リニア中央新幹線品川駅の開業 | |
| 8. 新しい生活様式の定着 (キャッシュレス化、テレワーク、オンライン会議など) | |
| 9. どれも影響しない | |
| 10. その他 () | |

問26 生活者の視点から区内産業の発展や、区内産業と生活との関わりについてご意見・ご提案をお聞かせください。

--

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。
お手数ですが、ご記入もれがないかもう一度ご確認ください。

区 の 木



ハナミズキ

ミズキ科
北米原産 外来種
落葉広葉樹

区 の 花



アジサイ

ユキノシタ科
日本（関東南部）原産
落葉広葉樹（1.5～2.0m）



バラ

バラ科
日本、中国、欧州原産
常緑落葉低木つる



港区のマークは、昭和24年7月30日に制定しました。
旧芝・麻布・赤坂の三区を一丸とし、その象徴として港区
の頭文字である「み」を力強く、図案化したものです。

刊行物発行番号 2022245-3221

第4次港区産業振興プラン
後期計画策定に係る基礎調査報告書

令和5年3月 発行

発行 港区産業・地域振興支援部産業振興課
港区芝5丁目36番4号
札の辻スクエア8階
電話 03-6435-4601（直通）