

第5次港区産業振興プラン策定に係る 基礎調査業務報告書

令和8年3月

港 区

第5次港区産業振興プラン策定に係る基礎調査業務報告書

目 次

第1章 港区の産業構造と特性に関する情報収集、分析.....	1
1. 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
第2章 区内中小企業の業況に関する調査・分析.....	31
1. 港区における業況DIの推移について	31
2. 国における業況DIの推移について	32
3. 直近の景況調査結果について	33
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.....	34
I. ものづくり・IT関連事業者.....	34
1. 調査概要	34
(1) 調査の目的.....	34
(2) 調査方法.....	34
(3) 回収数・回収率.....	34
(4) 調査項目.....	35
(5) 集計にあたっての留意点.....	35
2. 調査結果の概要	36
(1) 事業所の属性.....	36
(2) 経営状況について.....	41
(3) 立地環境について.....	51
(4) 事業活動における課題と方向性.....	62
(5) 事業活動への支援・ニーズについて	66
(6) 港区立産業振興センターについて.....	75
(7) 港区の景気動向について.....	84

II. 商業・サービス業関連事業者	87
1. 調査概要	87
(1) 調査の目的	87
(2) 調査方法	87
(3) 回収数・回収率	87
(4) 調査項目	88
(5) 集計にあたっての留意点	88
2. 調査結果の概要	89
(1) 店舗・事業所の属性	89
(2) 店舗・事業所の顧客について	94
(3) 経営状況について	104
(4) 立地環境について	115
(5) 事業活動における課題と方向性	127
(6) 地域活性化について	132
(7) 事業活動への支援・ニーズについて	139
(8) 港区立産業振興センターについて	148
(9) 港区の景気動向について	157
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	160
1. 調査概要	160
(1) 調査の目的	160
(2) 調査方法	160
(3) 回収数・回収率	160
(4) 調査項目	160
(5) 集計にあたっての留意点	161
2. 調査結果の概要	162
(1) 回答者の属性	162
(2) 店舗・事業所の顧客について	164
(3) 自宅周辺の買い物環境について	174
(4) 港区の産業について	192
(5) みなトクPAYについて	200

(6) 港区の今後の景気動向について.....	207
第5章 産業団体等ヒアリング調査.....	224
1. 調査概要	224
(1) 調査の目的.....	224
(2) 調査項目.....	224
(3) 調査対象や方法等.....	224
2. 調査結果の概要	226
(1) 産業団体.....	226
(2) 商店会.....	234
(3) 中小企業家同友会.....	247
参考資料 各種アンケート調査票.....	1

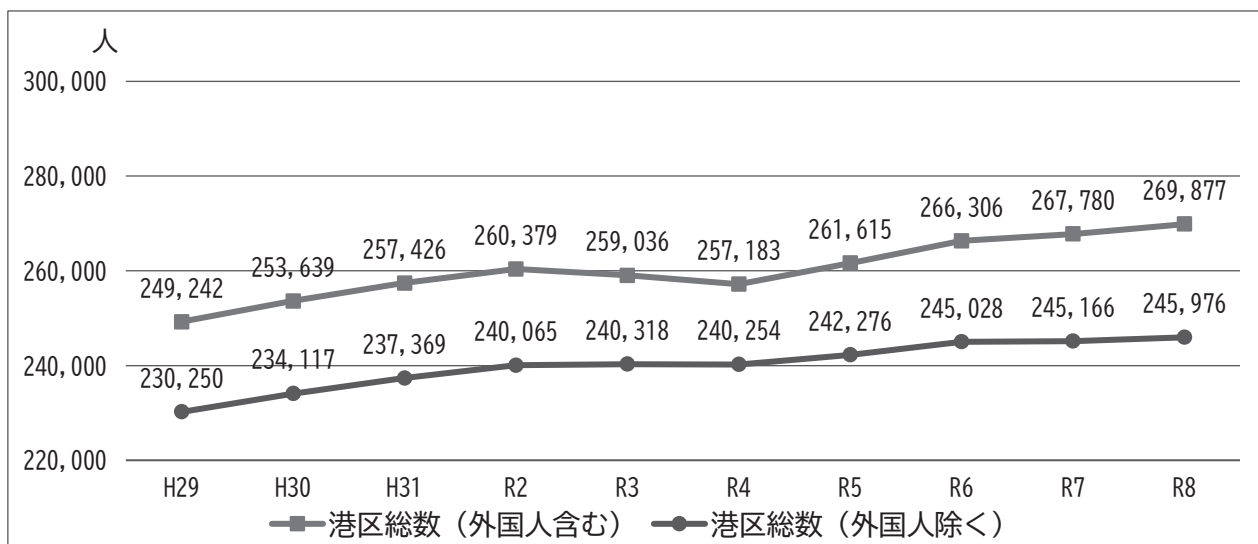
第1章 港区の産業構造と特性に関する情報収集、分析

1. 人口・世帯

① 総人口の推移

令和8年1月1日現在の港区の総人口は269,877人（外国人を除くと245,976人）。平成29年以降、増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、主に外国人が減少したことから、令和2年から減少傾向にあったものの、令和4年以降は増加傾向となっている。

図1-1 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

令和8年1月1日現在の港区の地区別人口をみると、高輪地区が61,661人と最も多く、以降は芝浦港南地区、麻布地区、芝地区、赤坂地区の順となっている。人口増加率及び世帯増加率を平成29年と比較すると、芝浦港南地区がそれぞれ、9.0%、11.0%と最も高くなっている。次に、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15.8%、高輪地区の13.5%である。また、老年人口の割合が高いのは、赤坂地区の20.6%、高輪地区の19.3%となっている。

図1-2 地区別人口の推移（各年1月1日値、外国人除く）

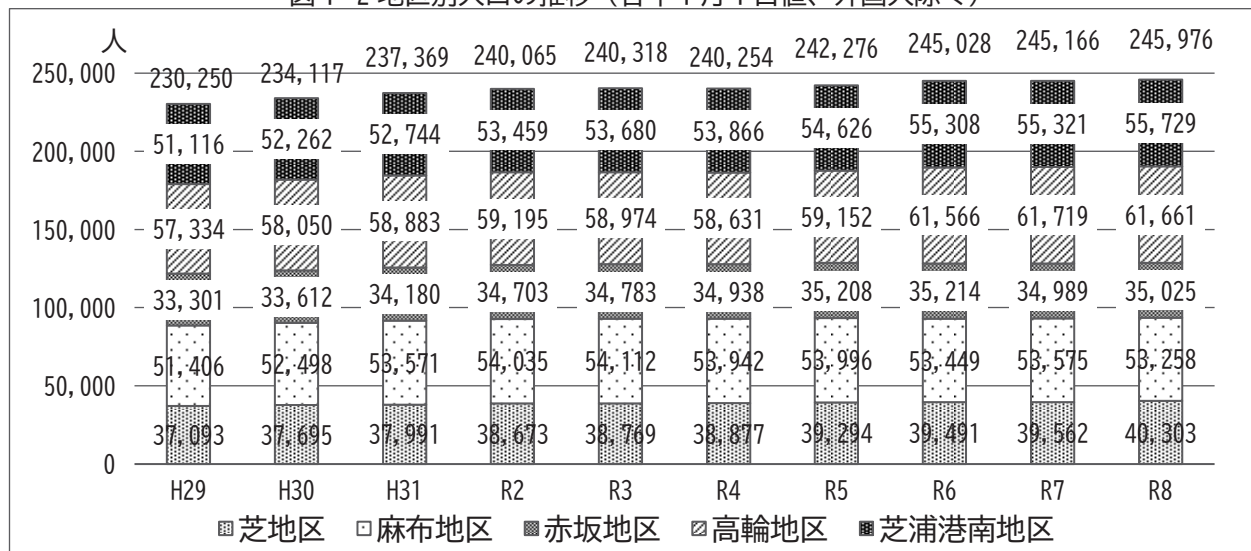
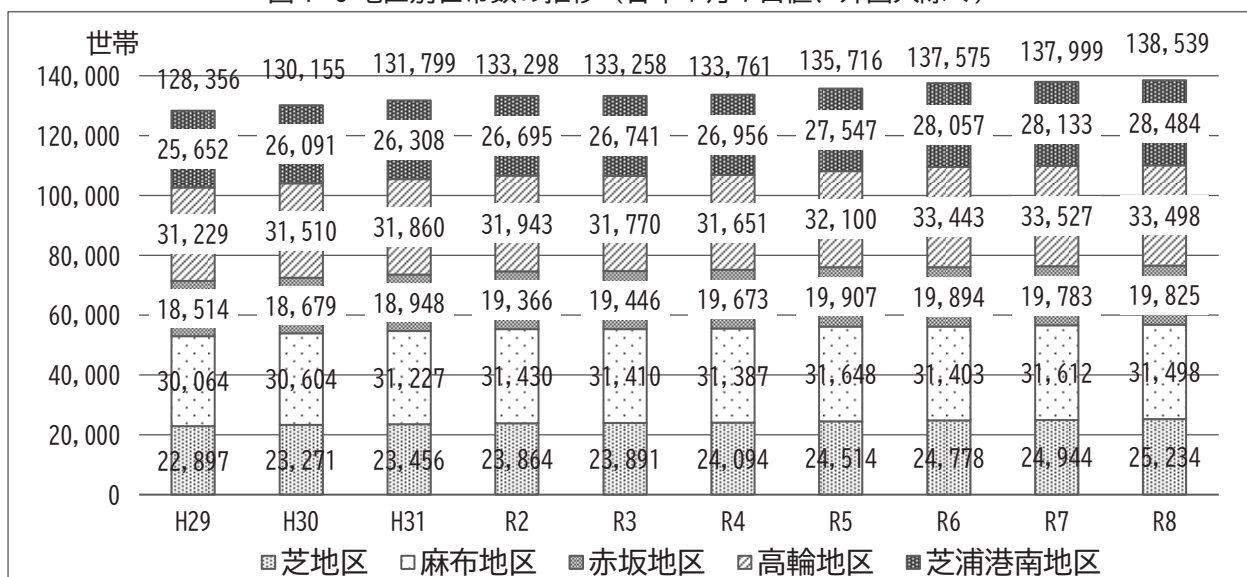


図 1-3 地区別世帯数の推移（各年 1 月 1 日値、外国人除く）



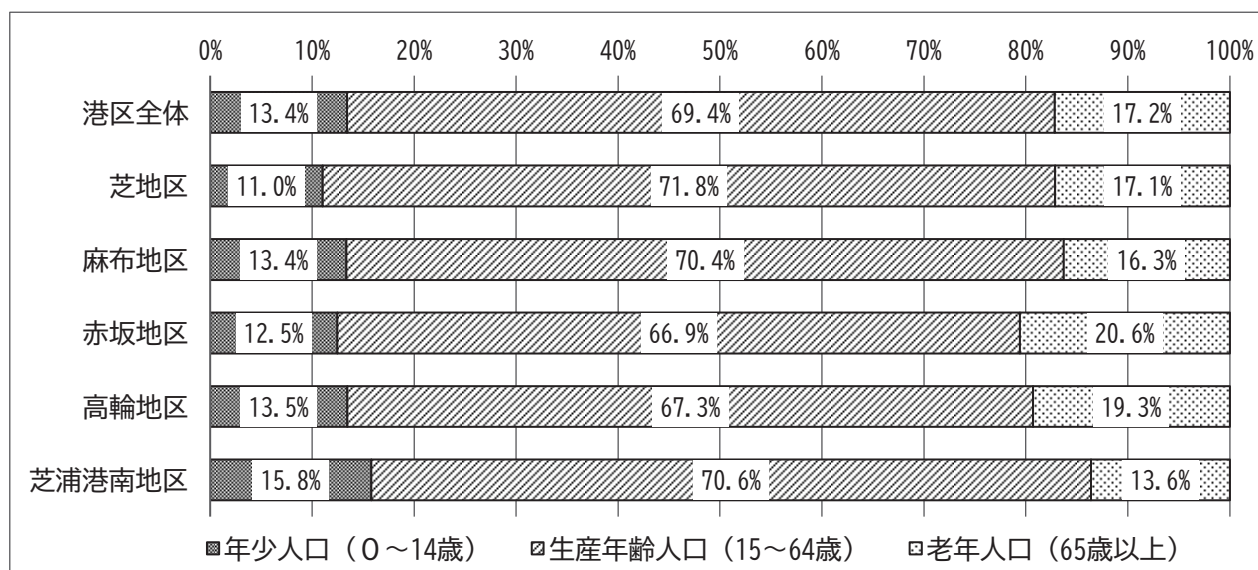
出典：港区ホームページ

表 1-1 地区別人口・世帯数の推移（各年 1 月 1 日値、外国人除く）

	人口（単位：人）			世帯数（単位：世帯）		
	H29	R8	増減率	H29	R8	増減率
芝地区	37,093	40,303	8.7%	22,897	25,234	10.2%
麻布地区	51,406	53,258	3.6%	30,064	31,498	4.8%
赤坂地区	33,301	35,025	5.2%	18,514	19,825	7.1%
高輪地区	57,334	61,661	7.5%	31,229	33,498	7.3%
芝浦港南地区	51,116	55,729	9.0%	25,652	28,484	11.0%
港区全体	230,250	245,976	6.8%	128,356	138,539	7.9%

出典：港区ホームページ

図 1-4 地区別年齢 3 区分人口の構成比（令和 7 年 1 月 1 日値）



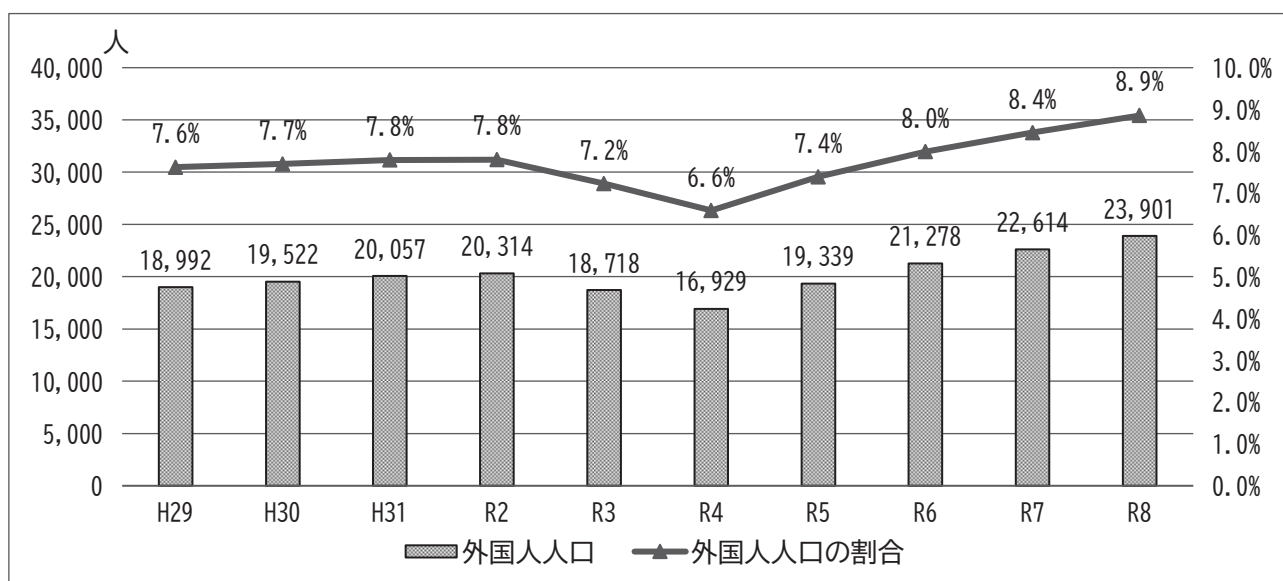
出典：港区ホームページ

③ 外国人人口

令和 8 年 1 月 1 日現在の港区内の外国人人口は、23,901 人。最近 10 年間の動きでは、平成 29 年から令和 2 年にかけて緩やかな増加傾向にあったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により令和 2 年から 4 年まで減少に転じた後、再度増加傾向となっており、令和 6 年に減少前の水準に戻って以降も増加を続けている。

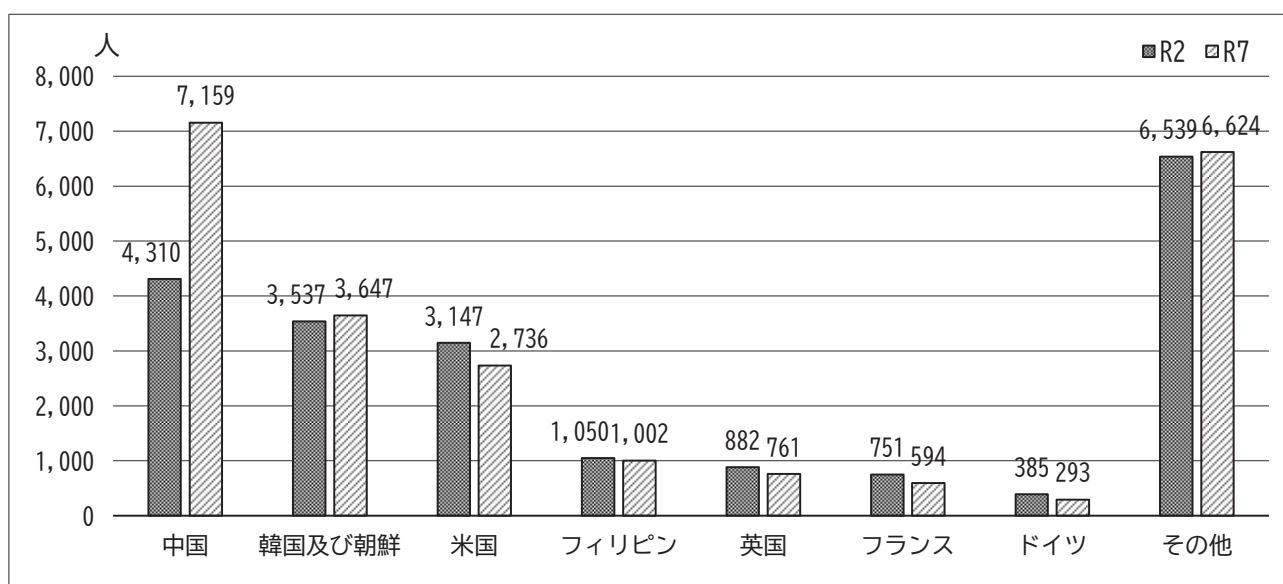
続いて国籍別にみると、中国が 7,159 人と最も多く、令和 2 年と比較して 66%増加している。次いで韓国及び朝鮮（3,647 人）、米国（2,736 人）の順となっており、令和 2 年と比較すると、韓国及び朝鮮（110 人）は増加している一方で、米国（▲411 人）は減少している。

図 1-5 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

図 1-6 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 人口動態

平成 28 年から令和 7 年までにおける港区の人口倍率（平成 28 年を 1 とした値）は 1.10 であり、前回調査時（1.16 令和 4 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 1.31 と最も高く、次いで千代田区（1.18）、台東区（1.13）、文京区（1.12）の順で増加率が高くなっている。

次に、令和 6 年における港区の人口増加数は 1,632 人であり、内訳をみると社会増は 1,024 人で、自然増は 608 人と、前回調査時（令和 3 年）とは異なり、社会増のほうが多くなっている。

図 1-7（左）特別区の人口倍率
（平成 28 年と令和 7 年の比率）

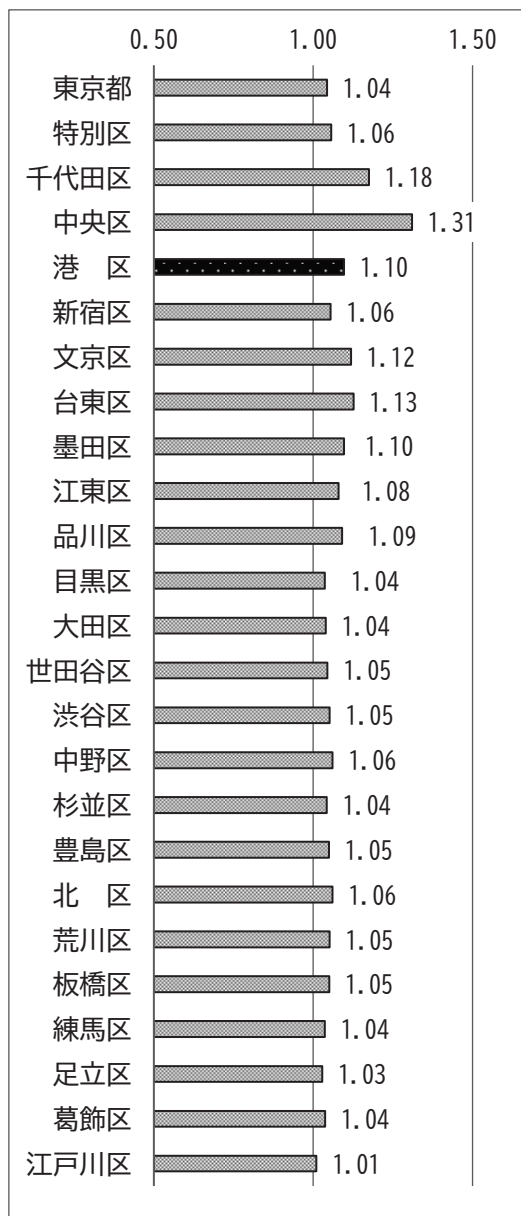
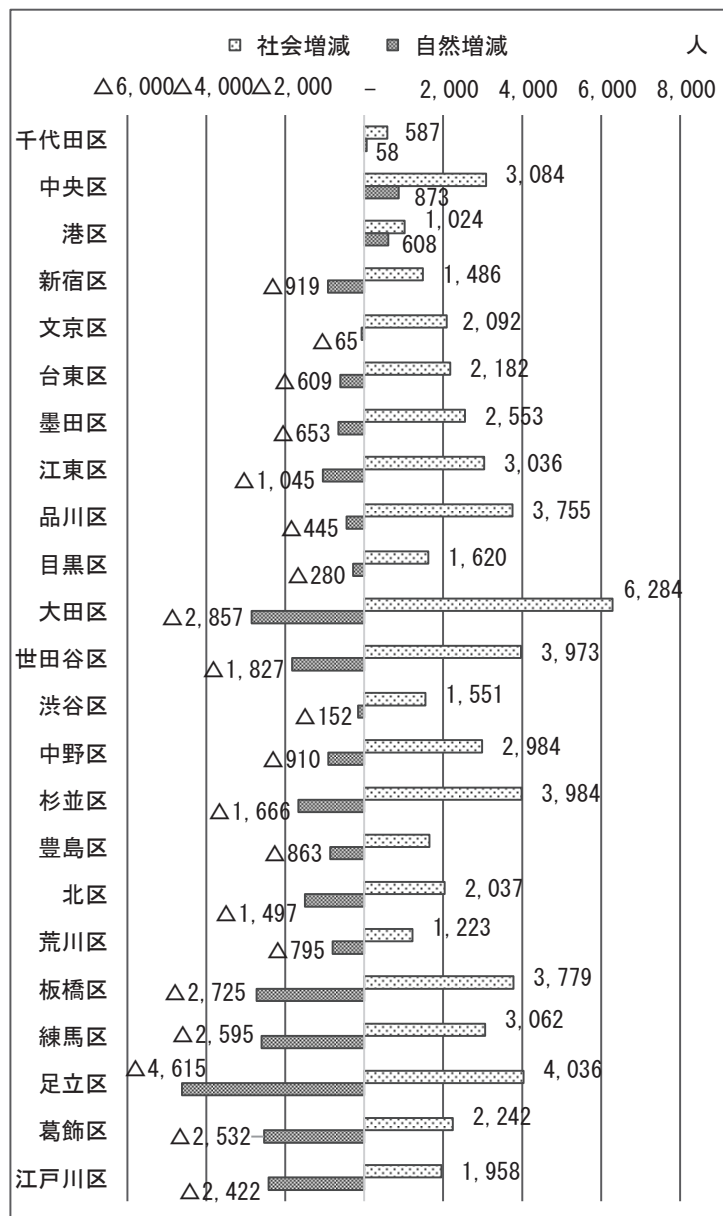


図 1-8（右）特別区の人口増減数（令和 6 年中）



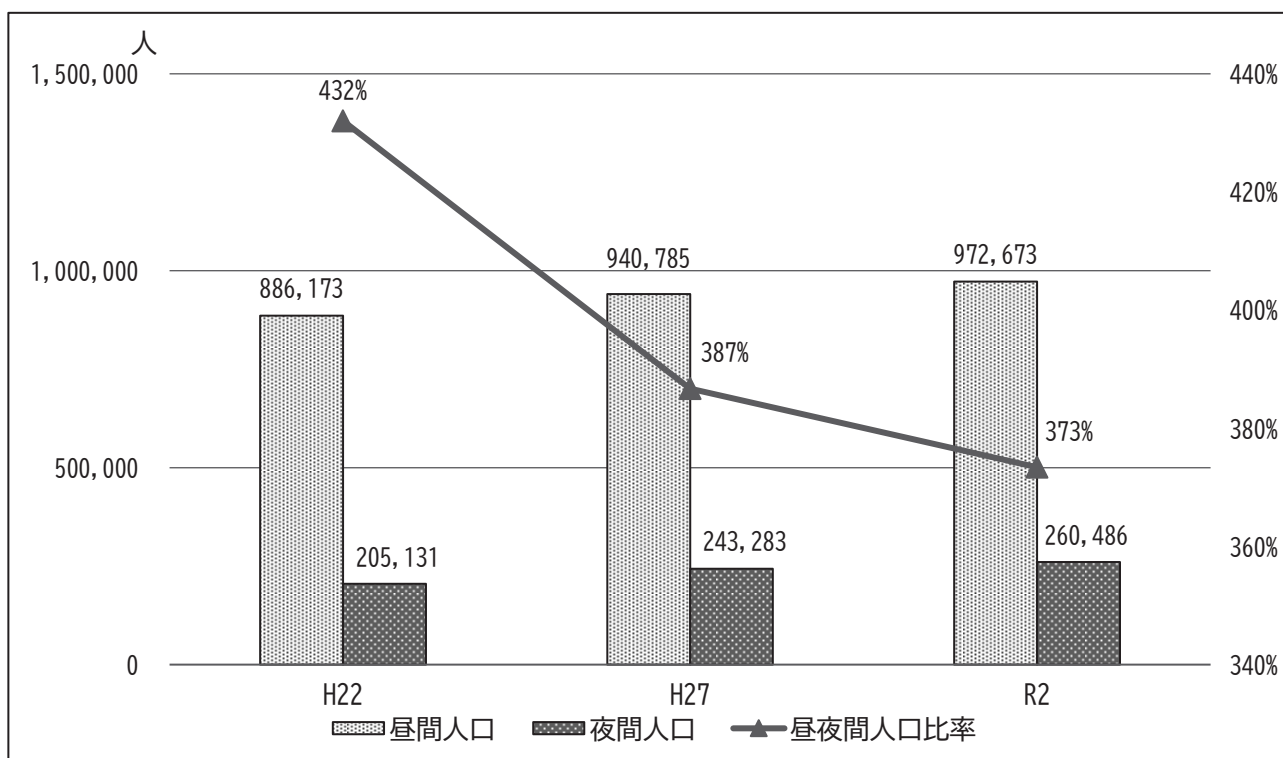
出典：東京都の統計

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ているものの、それ以上に夜間人口が増加したことで昼夜間人口比率が下がっている。

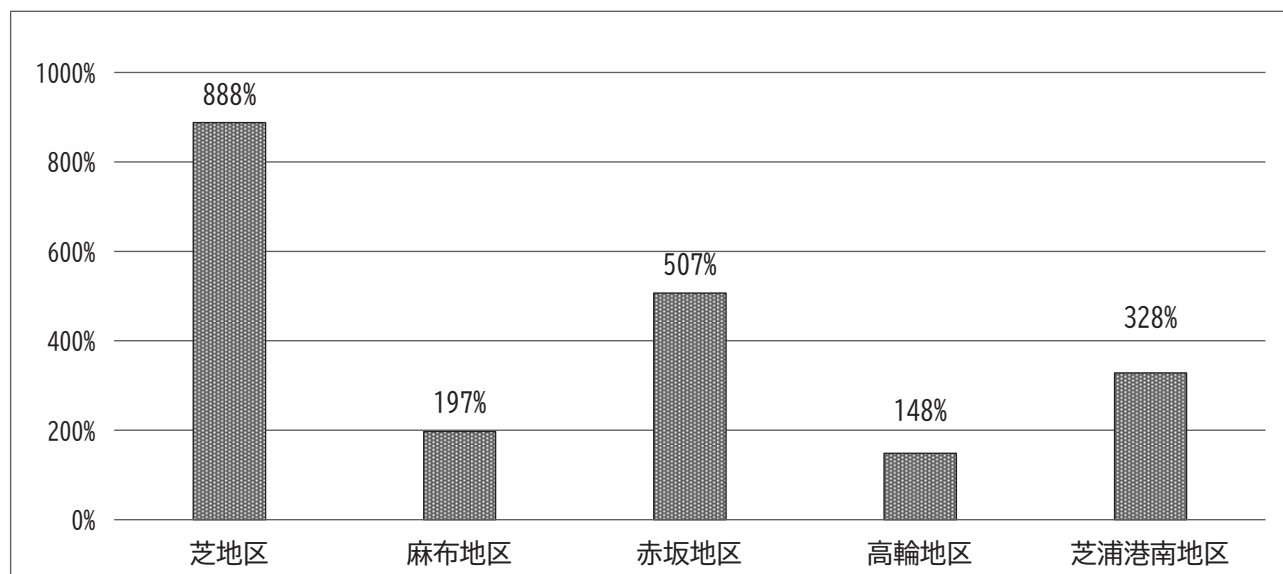
地区別では、新橋や浜松町、汐留などオフィス街を抱える芝地区が888%と最も高く、次いで赤坂地区の507%、芝浦港南地区の328%の順となっている。

図1-9 昼夜間人口の推移



出典：「各年国勢調査結果」（総務省統計局）

図1-10 地区別の昼夜間人口比率（令和2年）



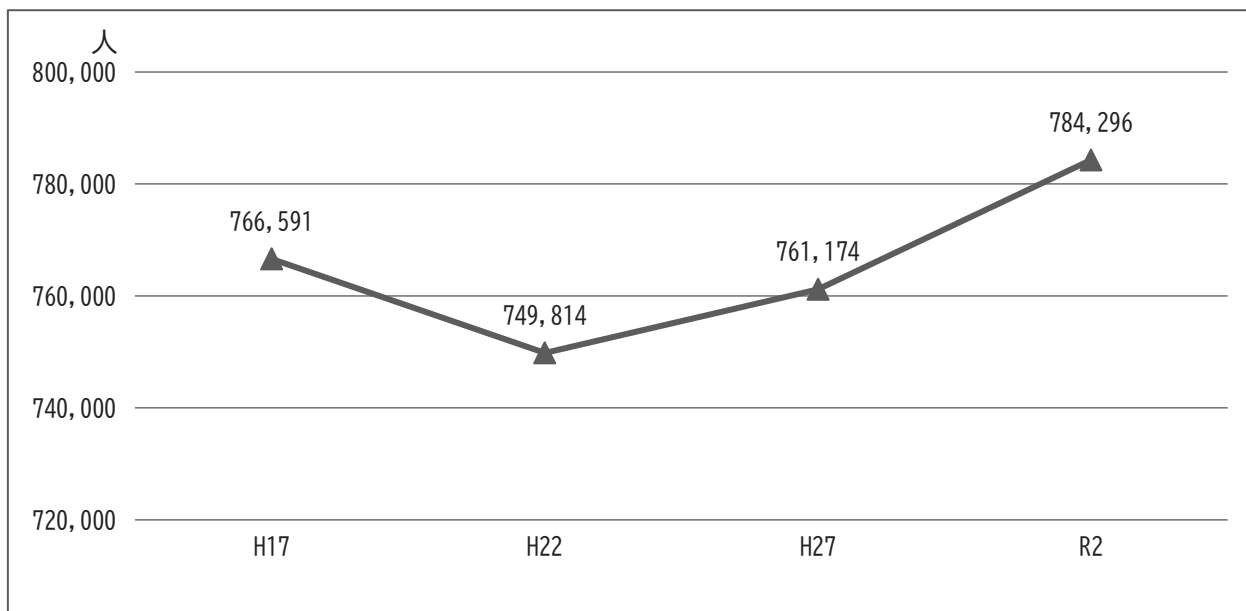
出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

2. 雇用状況

① 就業者数の推移

港区に従業する就業者数（15 歳以上）は、令和 2 年で 784,296 人と、10 年前の平成 22 年以降、一貫して増加傾向にある。

図 1-11 港区に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

港区に従業する就業者の内訳をみると、港区内に常住する就業者は46,879人で全従業者の6.0%、東京都内の他区市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。

次に、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。

表1-2 港区に従業する就業者数（令和2年）

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%

※常住地が不明の者を含む

出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

表1-3 港区に常住する就業者数（令和2年）

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%

※従業地が不明の者を含む

出典：「令和2年国勢調査結果」（総務省統計局）

3. 財政状況

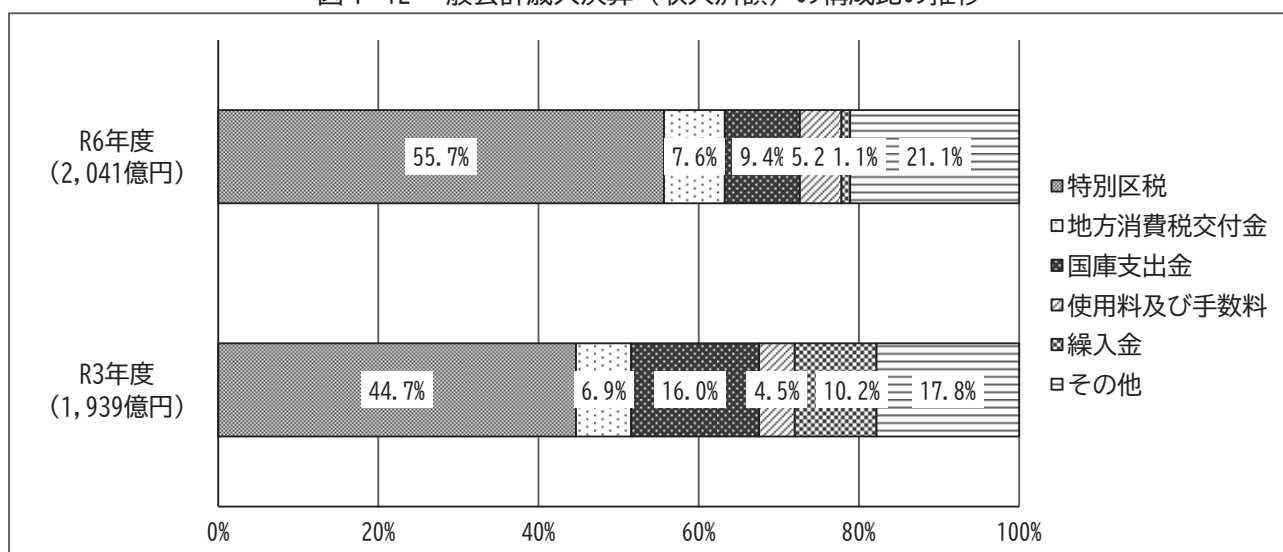
① 歳入

港区の令和6年度の一般会計歳入決算額（収入済額）は2,041億円であり、内訳をみると特別区税が55.7%と最も多くを占め、国庫支出金は9.4%、地方消費税交付金は7.6%となっている。令和3年度と比較すると、一般会計歳入決算額（収入済額）は1,939億円から102億円増加しており、構成比は特別区税が増加し、国庫支出金が減少している。

次に、令和5年度の港区の特別区税の構成比を特別区全体と比較すると、特別区全体では25.3%であったが、港区では53.1%と高い割合になっている。

続いて、港区の特別区税収入の推移をみると、令和6年度では1,137億円と、平成27年の713億円から424億円の増加がみられた。

図1-12 一般会計歳入決算（収入済額）の構成比の推移



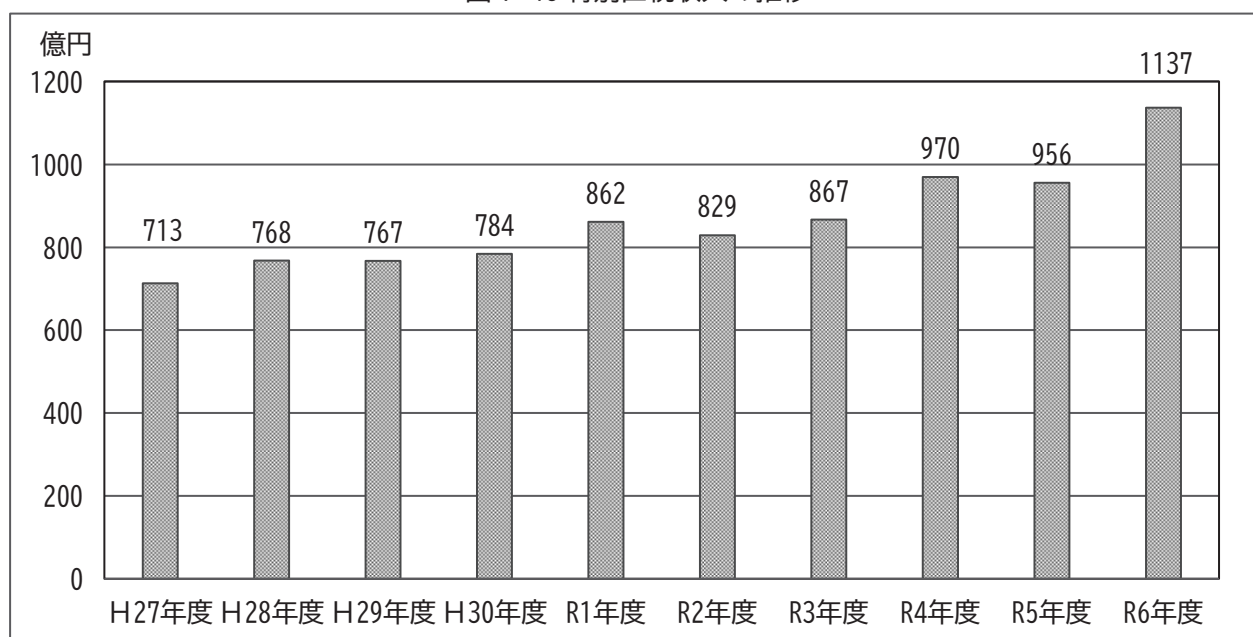
出典：港区行政資料集

表1-4 歳入決算額（令和5年度 特別区比較）

	R5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	4,887,027	180,151	100.0%	100.0%
特別区税	1,236,906	95,604	25.3%	53.1%
地方譲与税	15,590	460	0.3%	0.3%
利子割交付金	4,611	353	0.1%	0.2%
配当割交付金等	50,965	39,282	1.0%	21.8%
地方消費税交付金	269,946	14,637	5.5%	8.1%
ゴルフ場利用税交付金	44	-	0.0%	-
自動車取得税交付金	109	3	0.0%	0.0%
自動車税環境性能割交付金	4,066	129	0.1%	0.1%
地方特例交付金	5,985	51	0.1%	0.0%
特別区財政調整交付金	1,209,549	3,825	24.8%	2.1%
交通安全対策特別交付金	849	33	0.0%	0.0%
分担金及び負担金	35,417	1,089	0.7%	0.6%
使用料	92,036	10,484	1.9%	5.8%
手数料	16,020	549	0.3%	0.3%
国庫支出金	823,689	17,340	16.9%	9.6%
都支出金	513,062	14,609	10.5%	8.1%
財産収入	35,789	781	0.7%	0.4%
寄付金	9,998	1,904	0.2%	1.1%
繰入金	189,187	4,072	3.9%	2.3%
繰越金	187,459	6,117	3.8%	3.4%
諸収入	85,661	4,183	1.8%	2.3%
地方債	100,089	-	2.0%	-

出典：東京都統計年鑑 令和5年 財政

図1-13 特別区税収入の推移



出典：令和6年度決算港区財政レポート

② 歳出

令和6年度の港区の一般会計歳出決算額（支出済額）は約1,891億円で、内訳は民生費が約678億円と最も多く、次いで総務費（約359億円）、教育費（約297億円）が多く、産業関連の予算である産業経済費は約34億円である。

令和3年度と比較すると、一般会計歳出決算額（支出済額）は約1,811億円から4.4%増加しており、内訳をみると総務費が44.9%と増加し、次いで土木費が18.0%、民生費が12.9%増加している。一方で、公債費は85.0%減少し、産業経済費も74.2%減少しているが、これらの増減について、土木費の増加は市街地再開発事業支援の増加によるもの、産業経済費の減少は札の辻スクエアの整備が完了したことによるものとみられる。

次に、令和5年度の歳出決算額における港区と特別区全体の歳出を比較したところ、民生費（45.6%）等の占める割合が特別区を下回る一方で、土木費（10.2%）等では上回っている。

表1-5 一般会計歳出決算（支出済額）の推移

	一般会計歳出決算（支出済額） （単位：千円）		増減率
	R3年度	R6年度	
議会費	709,853	698,719	▲ 1.6%
総務費	24,761,671	35,884,041	44.9%
環境清掃費	6,576,028	7,195,310	9.4%
民生費	60,068,656	67,820,080	12.9%
衛生費	12,559,129	6,647,254	▲ 47.1%
産業経済費	13,188,005	3,406,207	▲ 74.2%
土木費	17,791,745	20,986,738	18.0%
教育費	29,805,079	29,678,597	▲ 0.4%
公債費	156,828	23,476	▲ 85.0%
諸支出金	15,468,111	16,714,374	8.1%
歳出合計	181,085,105	189,054,796	4.4%

出典：港区行政資料集

表1-6 歳出決算額（支出済額）（令和5年度 特別区比較）

	R5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	17,851	698	0.4%	0.4%
総務費	616,478	28,285	13.2%	16.8%
民生費	2,377,171	76,644	50.8%	45.6%
衛生費	379,104	14,113	8.1%	8.4%
労働費	6,531	100	0.1%	0.1%
農林水産業費	2,794	-	0.1%	-
商工費	80,210	4,551	1.7%	2.7%
土木費	434,785	17,181	9.3%	10.2%
消防費	37,241	6,871	0.8%	4.1%
教育費	668,600	19,636	14.3%	11.7%
災害復旧費	-	-	-	-
公債費	59,762	32	1.3%	0.0%
諸支出金	105	-	0.0%	-
総額	4,680,633	168,111	100.0%	100.0%

出典：東京都統計年鑑 令和5年 財政

令和6年度における23区の経常収支比率をみると、港区は64.6%と特別区の中で最も低く、財政の弾力性が高く、財政余力が確保されていることがうかがえる。次に財政力指数をみると、1.17と特別区の中で最も高く、良好な財政状況であると言える。

図1-14（左）特別区の経常収支比率（令和6年度）

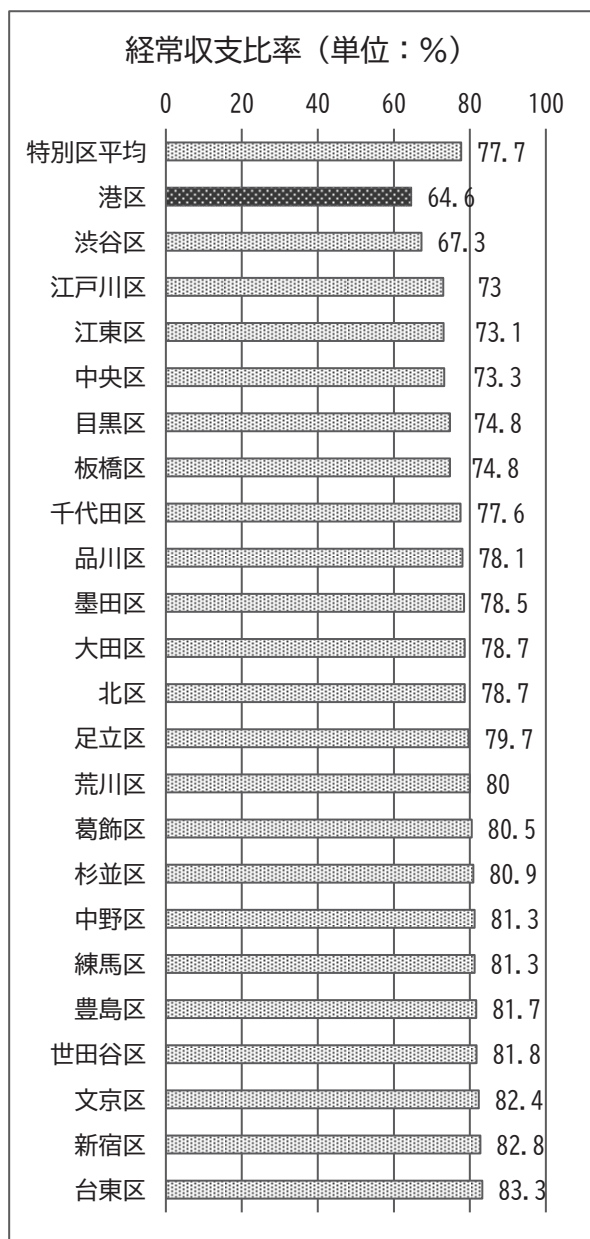
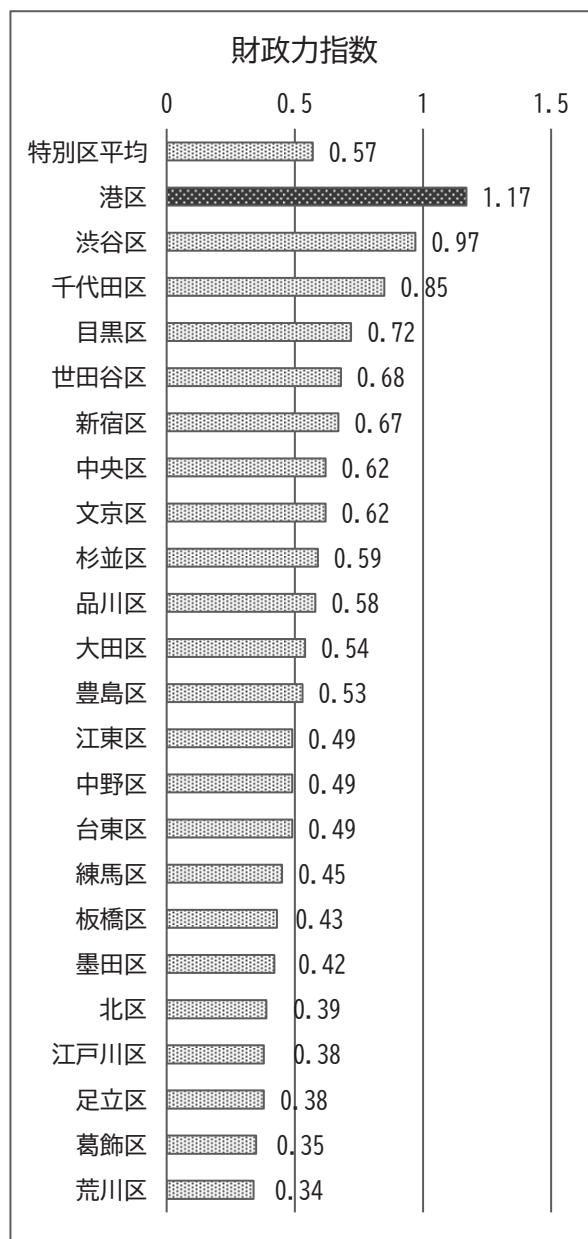


図1-15（右）特別区の財政力指数（令和6年度）



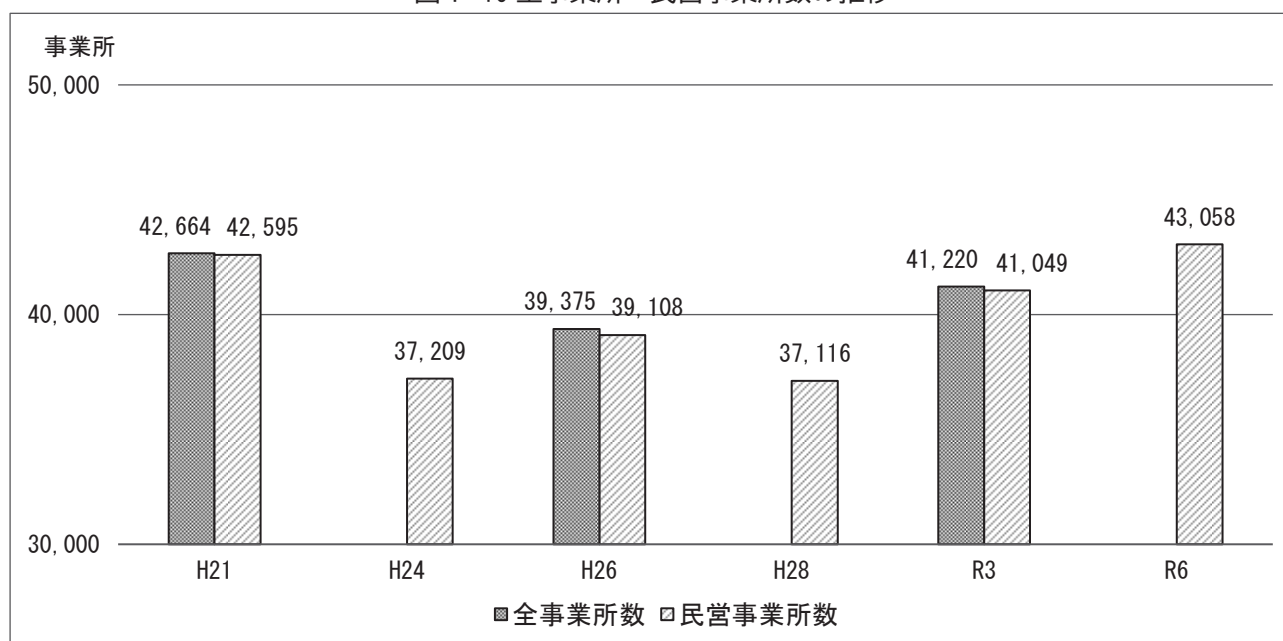
出典：令和6年度地方公共団体の主要財政指標一覧（総務省）

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6年における民営事業所数は43,058事業所、従業者数は1,260,872人であった。令和3年と比較すると民営事業所数では4.9%増、従業者数で12.8%増となっている。

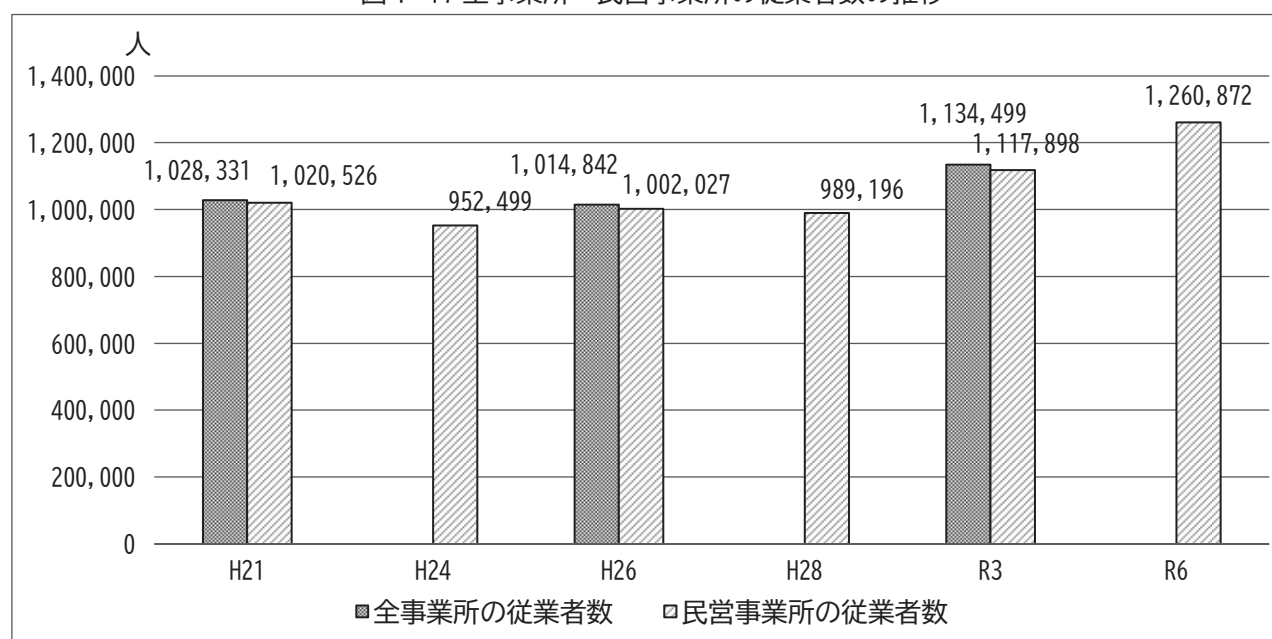
図1-16 全事業所・民営事業所数の推移



出典：経済センサス－基礎調査（平成21年、26年、令和6年）、
経済センサス－活動調査（平成24年、28年、令和3年）

※ 平成24年と28年の活動調査及び令和6年の基礎調査は民営事業所のみの数値

図1-17 全事業所・民営事業所の従業者数の推移



出典：経済センサス－基礎調査（平成21年、26年、令和6年）、
経済センサス－活動調査（平成24年、28年、令和3年）

令和6年の港区の産業大分類別の民営事業所数を令和3年と比較すると、増加率が最も高い「電気・ガス・熱供給・水道業」で106.2%、205事業所増加しており、続いて「金融業、保険業」で26.3%、362事業所、「情報通信業」が20.2%、794事業所の順となっている。

一方で最も減少率が高いのは「鉱業採石業、砂利採取業」で▲36.8%、▲7事業所となっており、次いで「宿泊業、飲食サービス業」の▲10.8%、▲539事業所であった。

表1-7 民営事業所の推移（産業大分類別）

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
A～R全産業（S公務を除く）	37,116	41,049	43,058	4.9%
AB農林漁業	20	27	36	33.3%
C鉱業、採石業、砂利採取業	39	19	12	▲ 36.8%
D建設業	972	1,026	1,034	0.8%
E製造業	1,079	1,132	1,108	▲ 2.1%
F電気・ガス・熱供給・水道業	58	193	398	106.2%
G情報通信業	3,078	3,931	4,725	20.2%
H運輸業、郵便業	1,037	985	956	▲ 2.9%
I卸売業、小売業	7,904	8,029	7,927	▲ 1.3%
J金融業、保険業	977	1,378	1,740	26.3%
K不動産業、物品賃貸業	2,979	4,052	4,352	7.4%
L学術研究、専門・技術サービス業	4,805	6,011	6,808	13.3%
M宿泊業、飲食サービス業	5,858	4,986	4,447	▲ 10.8%
N生活関連サービス業、娯楽業	2,009	2,104	2,030	▲ 3.5%
O教育、学習支援業	689	799	896	12.1%
P医療、福祉	1,814	2,026	1,950	▲ 3.8%
Q複合サービス事業	63	65	69	6.2%
Rサービス業（他に分類されないもの）	3,735	4,286	4,570	6.6%

出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）、経済センサスー基礎調査（令和6年）

令和6年の港区の産業大分類別の従業者数を令和3年と比較すると、増加率が最も高い（「農林漁業を除く」）のは「教育、学習支援業」で64.5%、約1.2万人増加しており、続いて「電気・ガス・熱供給・水道業」で37.5%、約2.8千人、「学術研究、専門・技術サービス業」が30.3%、約3.3万人の順となっている。

一方で最も減少率が高いのは「複合サービス事業」で▲61.6%、▲約1.3千人となっており、次いで「運輸業、郵便業」の▲6.4%、▲約2.2千人であった。

表1-8 民営事業所の従業者数の推移（産業大分類別）

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
A～R全産業（S公務を除く）	989,196	1,117,898	1,260,872	12.8%
AB農林漁業	154	295	525	78.0%
C鉱業、採石業、砂利採取業	1,125	1,052	1,065	1.2%
D建設業	47,506	50,192	55,044	9.7%
E製造業	38,516	43,670	56,552	29.5%
F電気・ガス・熱供給・水道業	5,259	7,579	10,423	37.5%
G情報通信業	190,159	249,897	284,606	13.9%
H運輸業、郵便業	34,388	34,116	31,942	▲ 6.4%
I卸売業、小売業	227,080	217,718	224,039	2.9%
J金融業、保険業	37,997	48,809	55,763	14.2%
K不動産業、物品賃貸業	40,165	47,095	54,670	16.1%
L学術研究、専門・技術サービス業	82,045	111,057	144,680	30.3%
M宿泊業、飲食サービス業	81,433	68,167	65,732	▲ 3.6%
N生活関連サービス業、娯楽業	25,297	30,353	29,315	▲ 3.4%
O教育、学習支援業	27,960	17,944	29,523	64.5%
P医療、福祉	35,146	38,299	40,641	6.1%
Q複合サービス事業	2,008	2,121	815	▲ 61.6%
Rサービス業（他に分類されないもの）	112,958	149,534	175,537	17.4%

出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）、経済センサスー基礎調査（令和6年）

② 地区別の民営事業所数と従業者数

令和３年の港区の民営事業所数と従業者数を地区別に平成２８年と比較すると、令和３年の民営事業所数は、すべての地区で増加しており、特に芝浦港南地区では３１．４％増加している。

次に従業者数をみると、高輪地区を除くすべての地区において１０％以上増加しており、特に芝浦港南地区では２３．９％増加している。

続いて地区別の産業分類別の従業者数をみると、ほぼすべての産業において芝地区が最も多く、特に「情報通信業（１１５，２９０人）」や「卸売業、小売業（８６，８５９人）」、「サービス業（ほかに分類されないもの）（７３，８０８人）」などで多くなっている。

表１－９ 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	16,839	5.0%	439,251	495,366	12.8%
麻布地区	5,786	6,563	13.4%	97,694	108,261	10.8%
赤坂地区	8,665	10,214	17.9%	201,088	232,877	15.8%
高輪地区	3,228	3,424	6.1%	56,779	53,164	▲ 6.4%
芝浦港南地区	3,050	4,009	31.4%	184,151	228,230	23.9%
合計	36,760	41,049	11.7%	978,963	1,117,898	14.2%

出典：港区ホームページ

表１－１０ 地区別従業者数（令和３年：産業大分類別）

	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	156	84	41	14	0
C鉱業、採石業、砂利採取業	128	0	924	0	0
D建設業	17,899	1,681	9,998	1,274	19,340
E製造業	20,099	1,213	8,433	1,844	12,081
F電気・ガス・熱供給・水道業	6,067	461	224	6	821
G情報通信業	115,290	28,533	45,793	6,268	54,013
H運輸業、郵便業	18,112	682	2,061	1,682	11,579
I卸売業、小売業	86,859	16,873	44,811	11,399	57,776
J金融業、保険業	22,735	7,119	12,203	1,671	5,081
K不動産業、物品賃貸業	23,598	6,723	8,852	1,550	6,372
L学術研究、専門・技術サービス業	47,725	9,411	36,792	2,669	14,460
M宿泊業、飲食サービス業	25,330	13,027	15,927	7,242	6,641
N生活関連サービス業、娯楽業	11,625	4,445	9,461	2,483	2,339
O教育、学習支援業	5,994	3,258	2,692	3,853	2,147
P医療、福祉	19,349	4,519	6,695	4,198	3,538
Q複合サービス事業	592	93	1,314	49	73
Rサービス業（他に分類されないもの）	73,808	10,139	26,656	6,962	31,969
合計	495,366	108,261	232,877	53,164	228,230

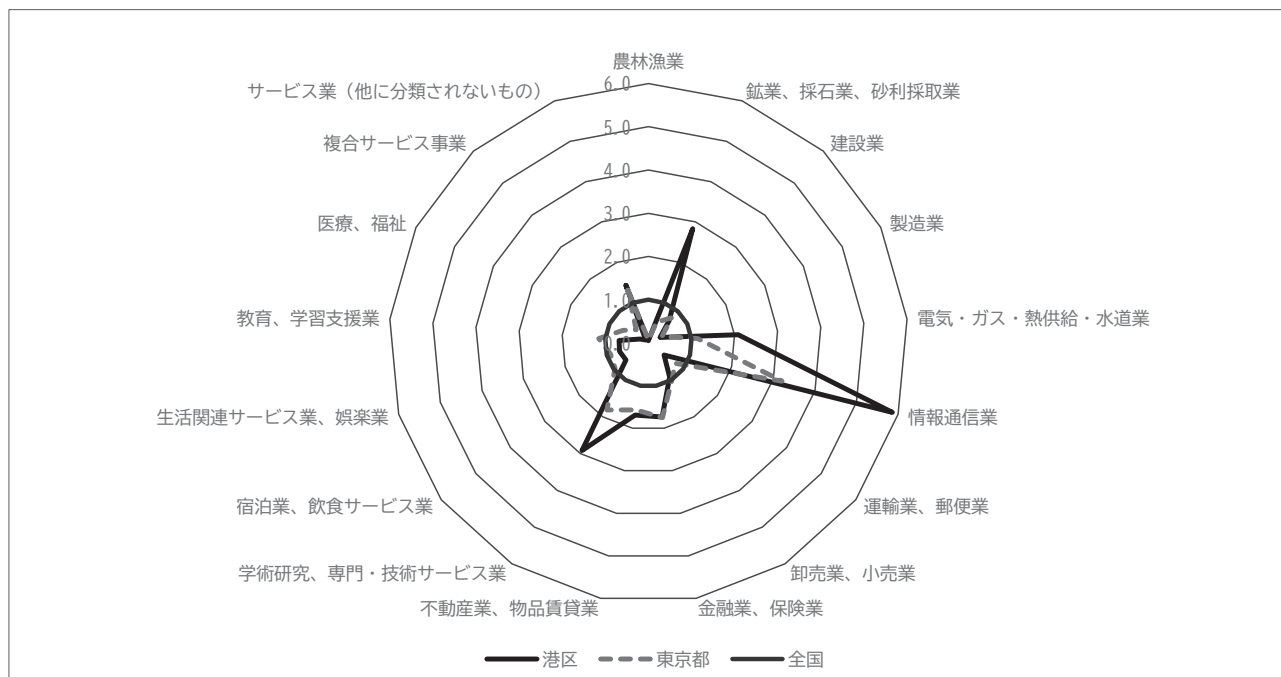
出典：経済センサス－活動調査（令和３年）

※総務省提供データを基に港区推計

③ 従業者数の特化係数

港区における従業者数の産業大分類別の特化係数をみると、「情報通信業」が5.9で最も高く、次いで「学術研究、専門・技術サービス業」2.9、「鉱業、採石業、砂利採取業」2.8、「電気・ガス・熱供給・水道業」2.1、「金融業、保険業」1.7、「不動産業、物品賃貸業」1.7などで高くなっている。東京都と比較すると高い順に、「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（他に分類されないもの）」の5つの業種である。

図1-18 従業者数の産業大分類別の特化係数（令和6年 全国、東京都、港区比較）（全国値：1.0）



	港区	東京都	全国
AB農林漁業	0.1	0.1	1.0
C鉱業、採石業、砂利採取業	2.8	0.5	1.0
D建設業	0.7	0.8	1.0
E製造業	0.3	0.3	1.0
F電気・ガス・熱供給・水道業	2.1	1.1	1.0
G情報通信業	5.9	3.2	1.0
H運輸業、郵便業	0.5	0.8	1.0
I卸売業、小売業	0.9	1.0	1.0
J金融業、保険業	1.7	1.8	1.0
K不動産業、物品賃貸業	1.7	1.6	1.0
L学術研究、専門・技術サービス業	2.9	1.8	1.0
M宿泊業、飲食サービス業	0.7	1.0	1.0
N生活関連サービス業、娯楽業	0.7	0.9	1.0
O教育、学習支援業	0.7	1.1	1.0
P医療、福祉	0.2	0.7	1.0
Q複合サービス事業	0.1	0.4	1.0
Rサービス業（他に分類されないもの）	1.4	1.3	1.0

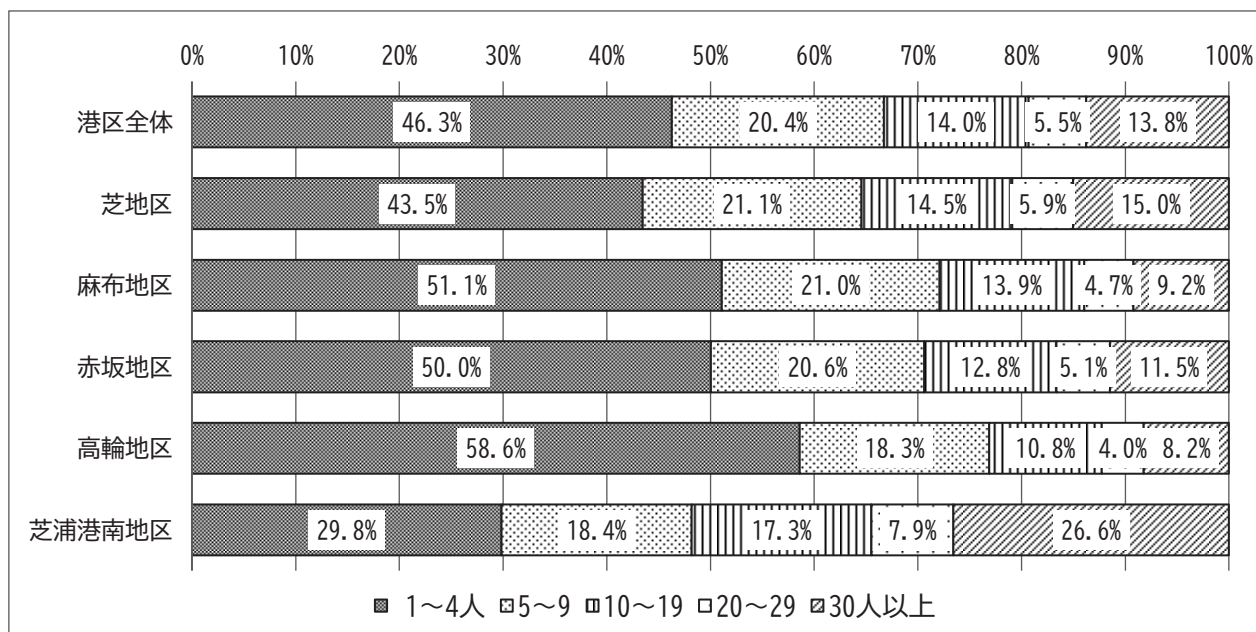
出典：経済センサス基礎調査（令和6年）より算出

④ 従業者規模別事業所数・従業者数

従業者規模別の事業所数（民営事業所、以降同じ）を地区別にみると、芝地区、麻布地区、赤坂地区では、港区全体とほぼ同様の傾向である。前回調査と比較すると、全体的に小規模である「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。

他方、芝浦港南地区では「1～4人」の割合が29.8%と他地区と比較して少ない一方で、「30人以上」の割合が26.6%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。

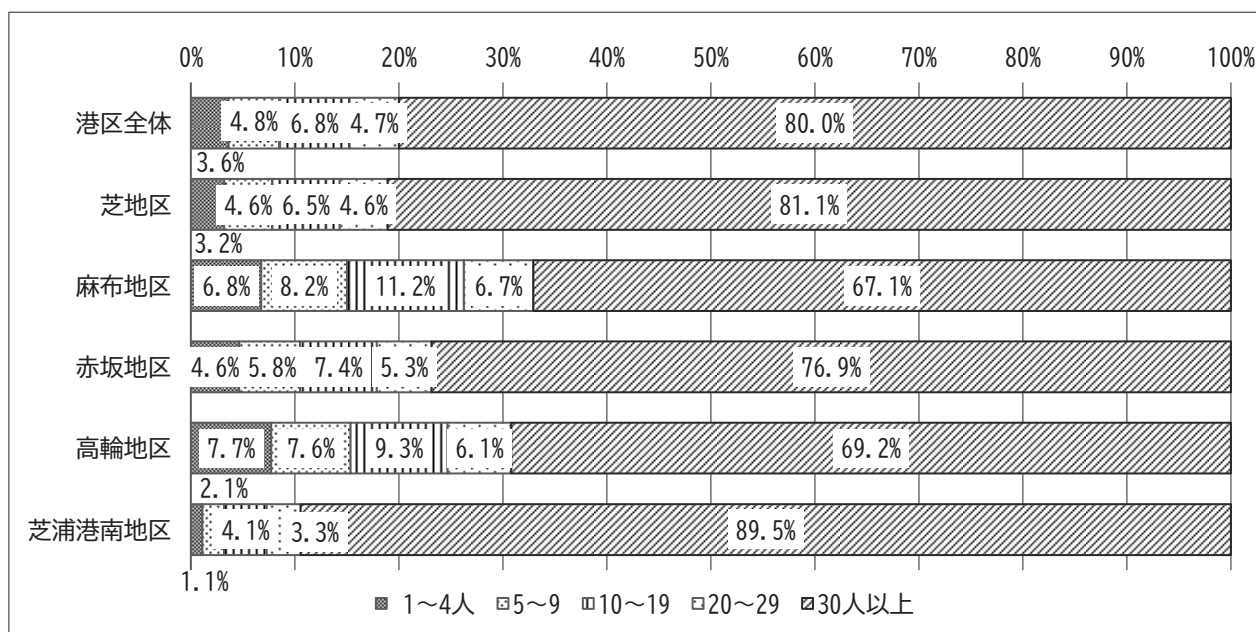
図1-19 地区別の従業者規模別事業所数の構成比（令和3年）



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1-20 地区別の従業者規模別従業者数の構成比（令和3年）



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

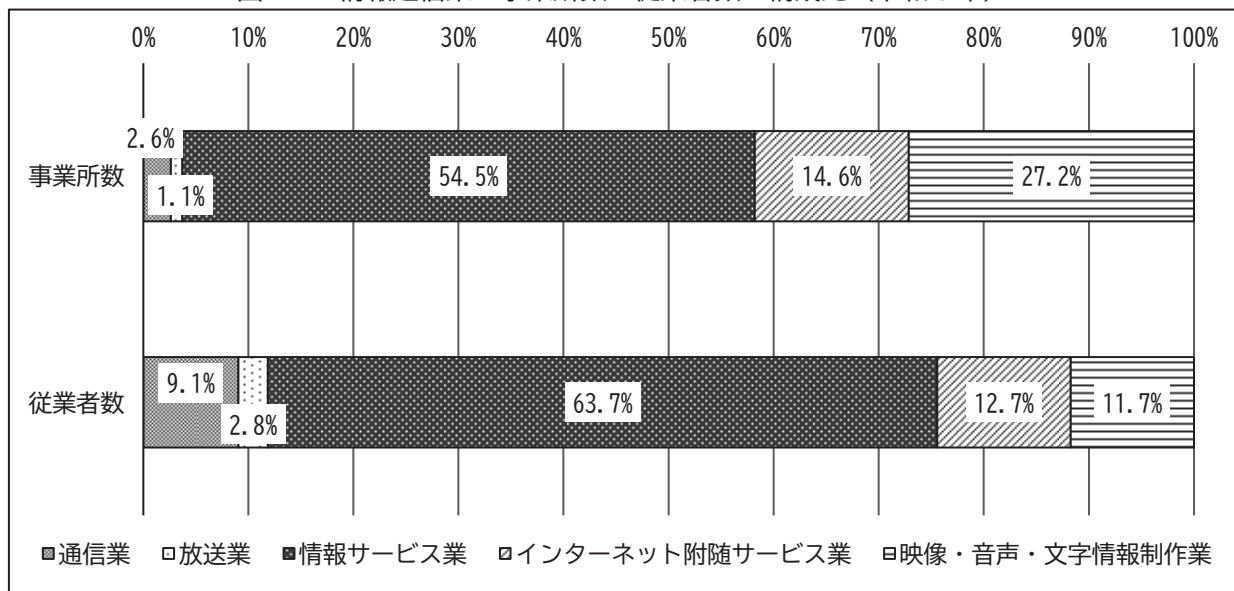
5. 産業別の状況

① 情報通信業

港区における情報通信業は、令和6年の従業者数が約28万人（P14参照）、従業者数の特化係数が5.9（P16参照）と、主要産業の一つであるといえる。情報通信業の事業所の内訳をみると、情報サービス業が2,574事業所で54.5%と最も多く、次いで、映像・音声・文字情報制作業が1,283事業所で27.2%と、この2業種で8割以上を占めており、従業者数をみても情報サービス業が最も多く、63.7%を占めている。

情報通信業全体の事業所数と従業者数を令和3年と比較してみると、事業所数では20.3%、従業者数では14.0%と、ともに増加している。業種別にみると、事業所数では情報サービス業が30.7%（604事業所）増加し、従業者数ではインターネット付随サービス業が27.8%（約8千人）増加している。一方、放送業は事業所数、従業者数ともに減少している。

図1-21 情報通信業の事業所数・従業者数の構成比（令和6年）



出典：経済センサスー活動調査（令和3年）、経済センサスー基礎調査（令和6年）

表1-11 事業所数・従業者数の内訳の推移（産業中分類）

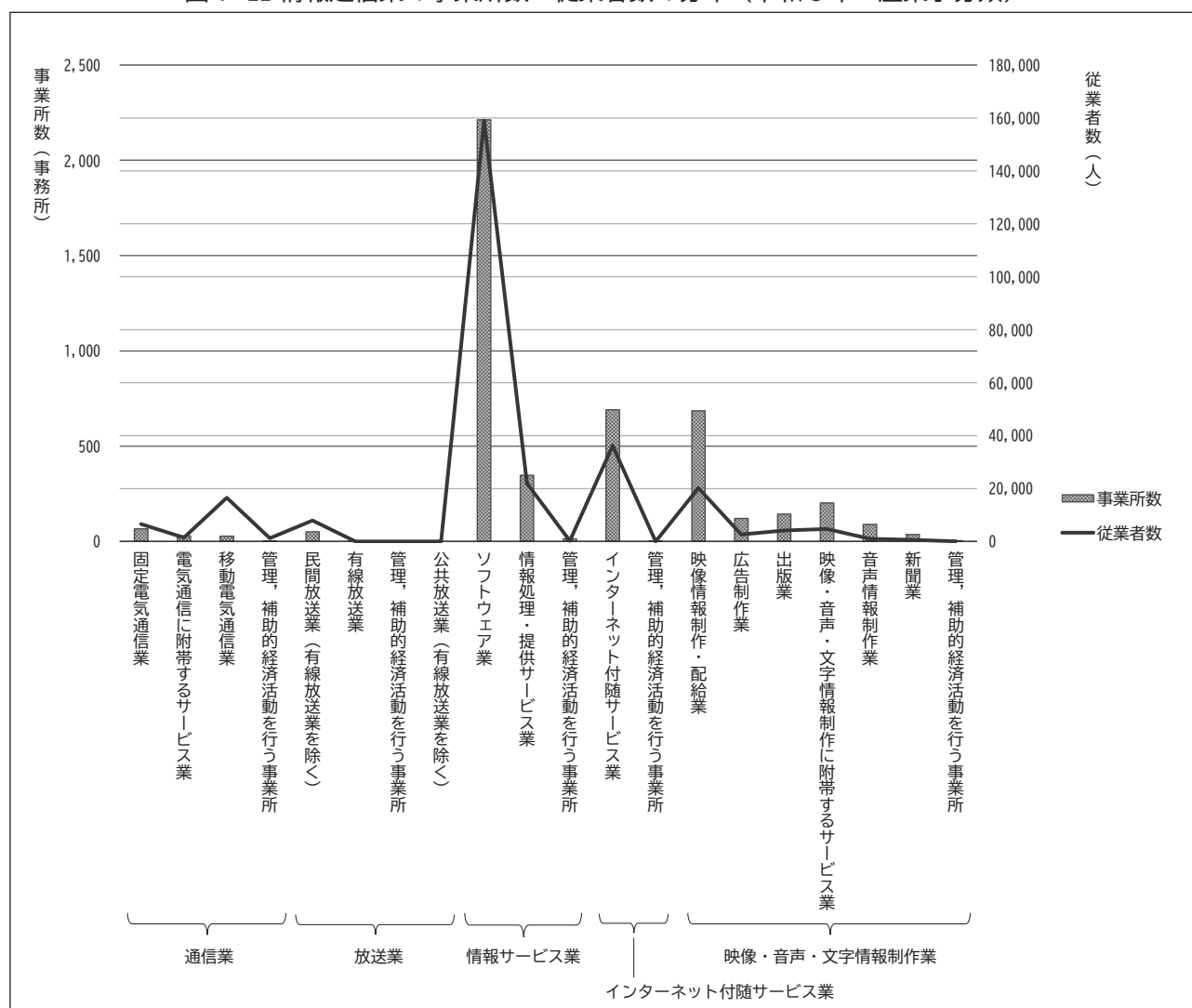
	事業所数（単位：事業所）		増減率	従業者数（単位：人）		増減率
	R3	R6		R3	R6	
通信業	99	124	25.3%	23,490	25,794	9.8%
放送業	55	52	▲ 5.5%	8,289	7,967	▲ 3.9%
情報サービス業	1,970	2,574	30.7%	157,437	181,293	15.2%
インターネット付随サービス業	546	692	26.7%	28,307	36,172	27.8%
映像・音声・文字情報制作業	1,259	1,283	1.9%	32,126	33,380	3.9%
合計	3,929	4,725	20.3%	249,649	284,606	14.0%

出典：経済センサスー活動調査（令和3年）、経済センサスー基礎調査（令和6年）

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（事業所：2,213、従業者159,064人）が他業種と比較して突出して多くなっており、次いでインターネット付随サービス業（事業所691、従業者：36,170人）が多い。

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、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、「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供給するためには、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1-22 情報通信業の事業所数・従業者数の分布（令和6年：産業小分類）

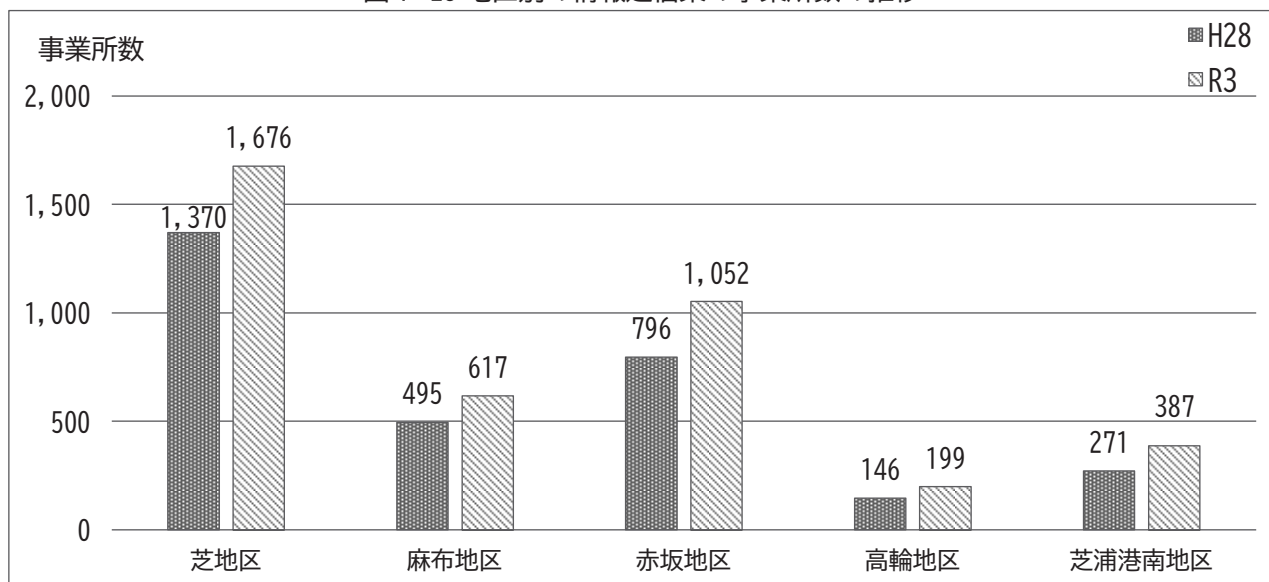


出典：経済センサス基礎調査（令和6年）

港区における情報通信業の事業所数、従業者数を地区別にみると、事業所数（1,676）、従業者数（115,290人）とも芝地区が最も多い。芝浦港南地区の事業所数（387）は5地区中4番目とそれほど多くないが、従業者数（54,013人）は芝地区に次いで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、事業所数はすべての地区で増加しており、従業者数は高輪地区（▲64人）を除くすべての地区で増加している。

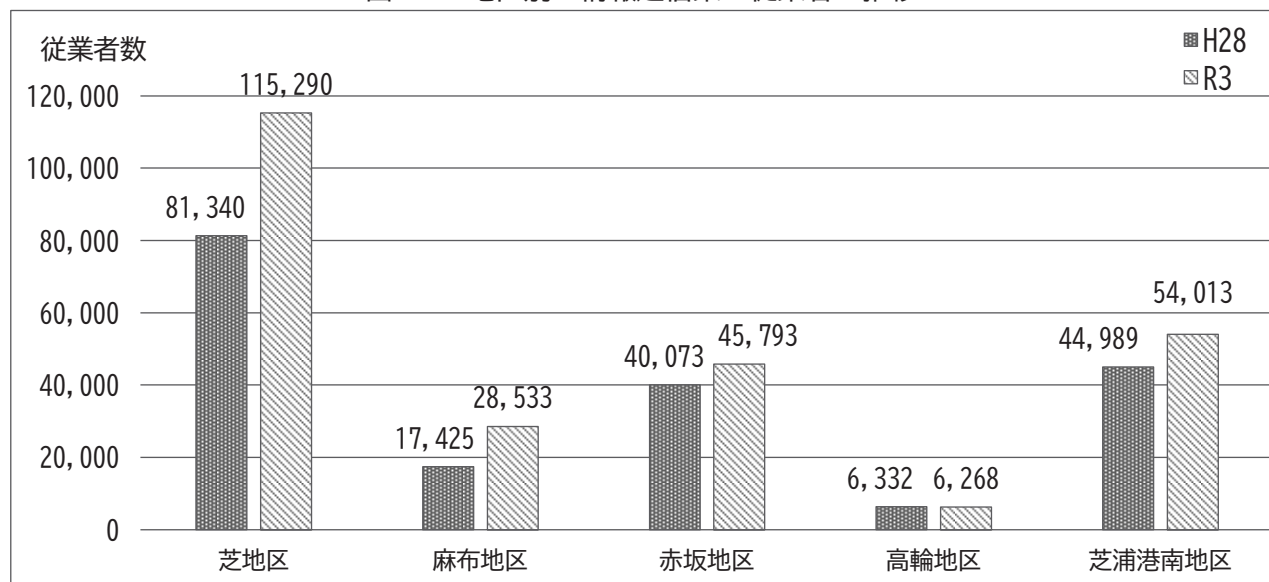
図1-23 地区別の情報通信業の事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

図1-24 地区別の情報通信業の従業者の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

② 卸売業・小売業

港区における卸売業・小売業の事業所数、従業者数をみると、事業所数は、令和6年で7,927事業所と、令和3年と比較し1.3%減少している。内訳は卸売業では2.1%増、小売業では5.5%減であった。次に従業者数は、約22.4万人と2.9%増であり、卸売業で3.5%、小売業で0.7%増加した。

卸売業の事業所数、従業者数を小分類でみると、事業所数は「その他の卸売業（9.5%）」、「機械器具卸売業（6.4%）」「飲食料品卸売業（2.8%）」の増加を除いて減少している一方で、従業者は「各種商品卸売業（▲16.3%）」、「建築材料、鉱物・金属材料等卸売業（▲11.0%）」、「繊維・衣服等卸売業（▲2.8%）」の減少を除いて増加した。

小売業を小分類でみると、事業所数は「各種商品小売業（5942.9%）」は大きく増加しているが、それ以外は減少した。また、従業者数では、「各種商品小売業（2696.6%）」、「機械器具小売業（41.8%）」、「その他の小売業（1.1%）」の増加を除いて減少している。

表1-12 卸売業・小売業の事業所数の推移

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
I卸売業，小売業	7,904	8,029	7,927	▲ 1.3%
I1卸売業	4,275	4,485	4,579	2.1%
50各種商品卸売業	26	21	15	▲ 28.6%
51繊維・衣服等卸売業	316	339	326	▲ 3.8%
52飲食料品卸売業	647	720	740	2.8%
53建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	845	853	755	▲ 11.5%
54機械器具卸売業	1,461	1,460	1,553	6.4%
55その他の卸売業	974	1,086	1,189	9.5%
I2小売業	3,629	3,544	3,348	▲ 5.5%
56各種商品小売業	8	7	423	5942.9%
57織物・衣服・身の回り品小売業	771	633	580	▲ 8.4%
58飲食料品小売業	1,026	997	654	▲ 34.4%
59機械器具小売業	201	203	191	▲ 5.9%
60その他の小売業	1,309	1,224	1,063	▲ 13.2%
61無店舗小売業	305	478	436	▲ 8.8%

出典：経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）、経済センサス－基礎調査（令和6年）

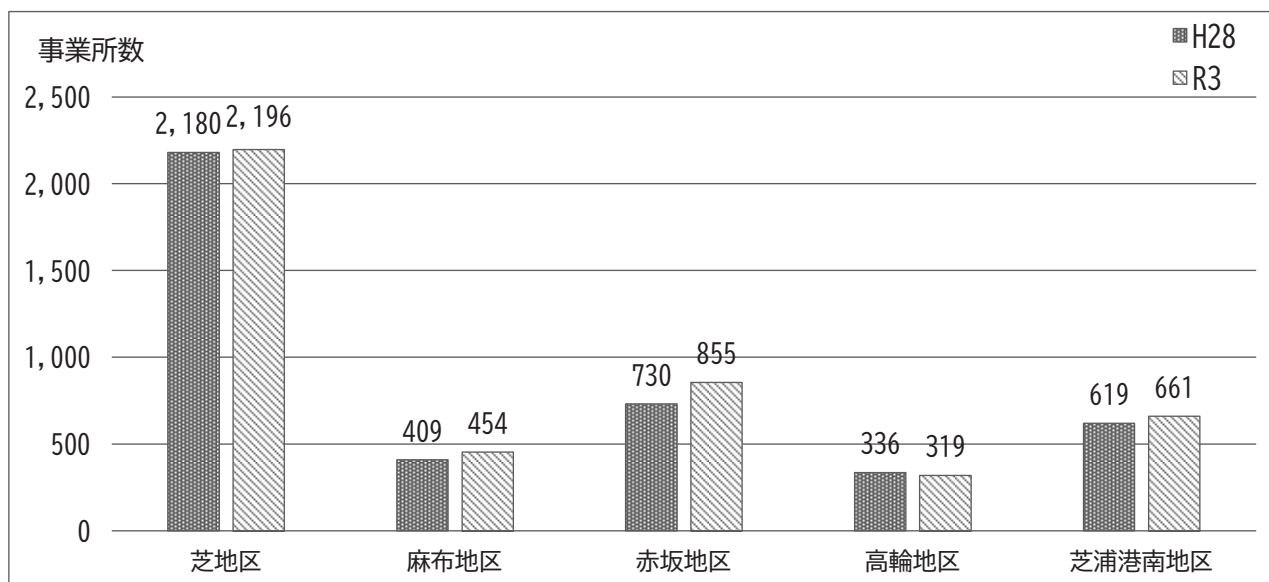
表 1 -13 卸売業・小売業の従業者数の推移

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
I卸売業，小売業	227,080	217,718	224,039	2.9%
I1卸売業	181,364	174,223	180,247	3.5%
50各種商品卸売業	5,512	5,271	4,414	▲ 16.3%
51繊維・衣服等卸売業	11,725	10,347	10,057	▲ 2.8%
52飲食料品卸売業	15,220	17,199	22,458	30.6%
53建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	25,474	26,603	23,688	▲ 11.0%
54機械器具卸売業	77,414	72,088	72,249	0.2%
55その他の卸売業	45,992	41,246	47,380	14.9%
I2小売業	45,716	43,495	43,792	0.7%
56各種商品小売業	466	205	5,733	2696.6%
57織物・衣服・身の回り品小売業	7,844	7,851	7,136	▲ 9.1%
58飲食料品小売業	13,379	13,300	8,861	▲ 33.4%
59機械器具小売業	4,313	2,771	3,928	41.8%
60その他の小売業	11,631	9,791	9,895	1.1%
61無店舗小売業	8,016	9,566	8,059	▲ 15.8%

出典：経済センサスー活動調査（平成 28 年、令和 3 年）、経済センサスー基礎調査（令和 6 年）

港区における卸売業の事業所数、従業者数を地区別にみると、事業所数（2,196）、従業者数（76,176人）のいずれも芝地区が最も多くなっている。平成28年と比較すると、事業所数は高輪地区（▲17）を、従業者数は芝地区（▲15,794人）と麻布地区（▲1,990人）を除いて増加している。

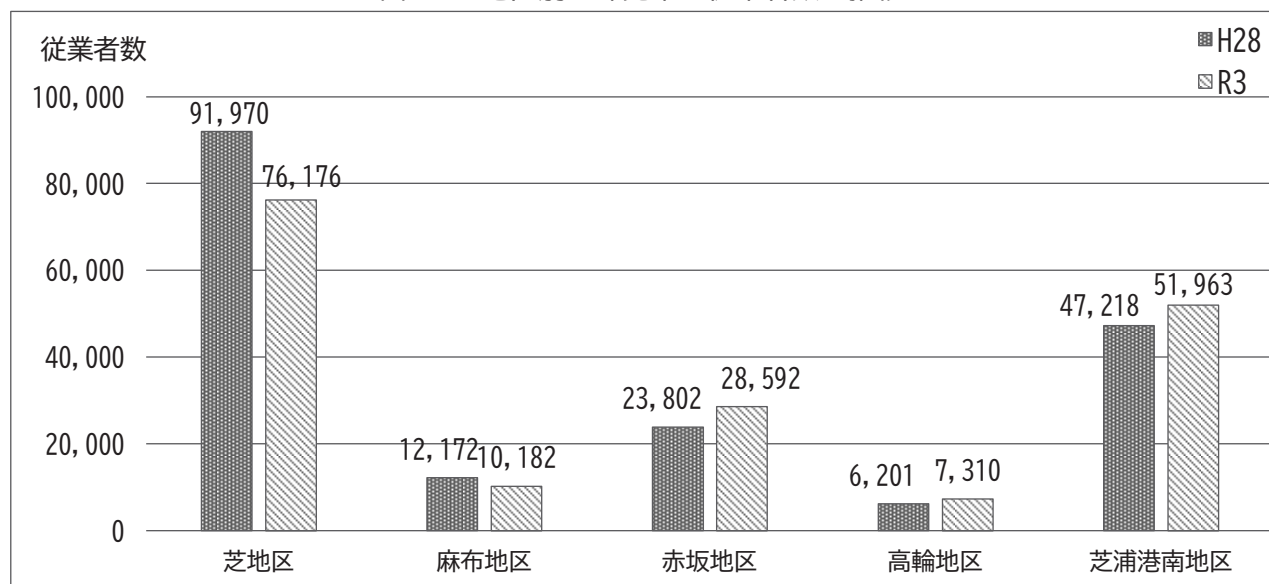
図1-25 地区別の卸売業の事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

図1-26 地区別の卸売業の従業者数の推移

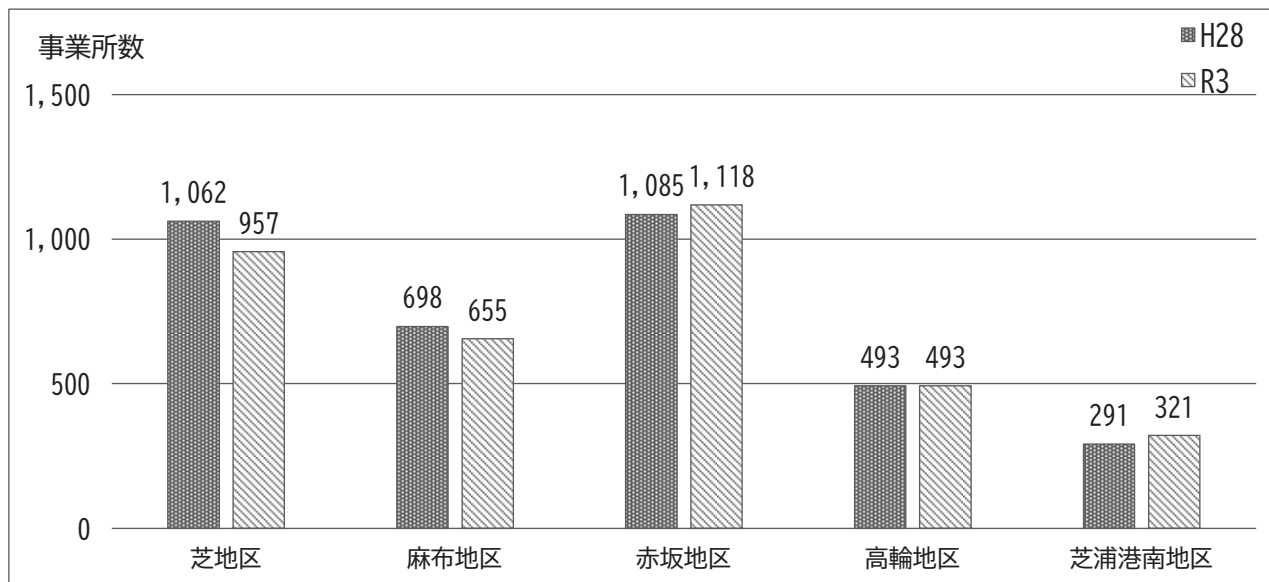


出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

港区における小売業の事業所数、従業者数を地区別にみると、事業所数（1,118）、従業者数（16,219人）ともに赤坂地区が最も多い。平成28年と比較すると、事業所数は赤坂地区（33）と芝浦港南地区（30）が増加し、高輪地区が横ばいとなったほかは減少し、従業者数は赤坂地区（1,253人）と芝浦港南地区（536人）で増加した以外は、すべて減少している。

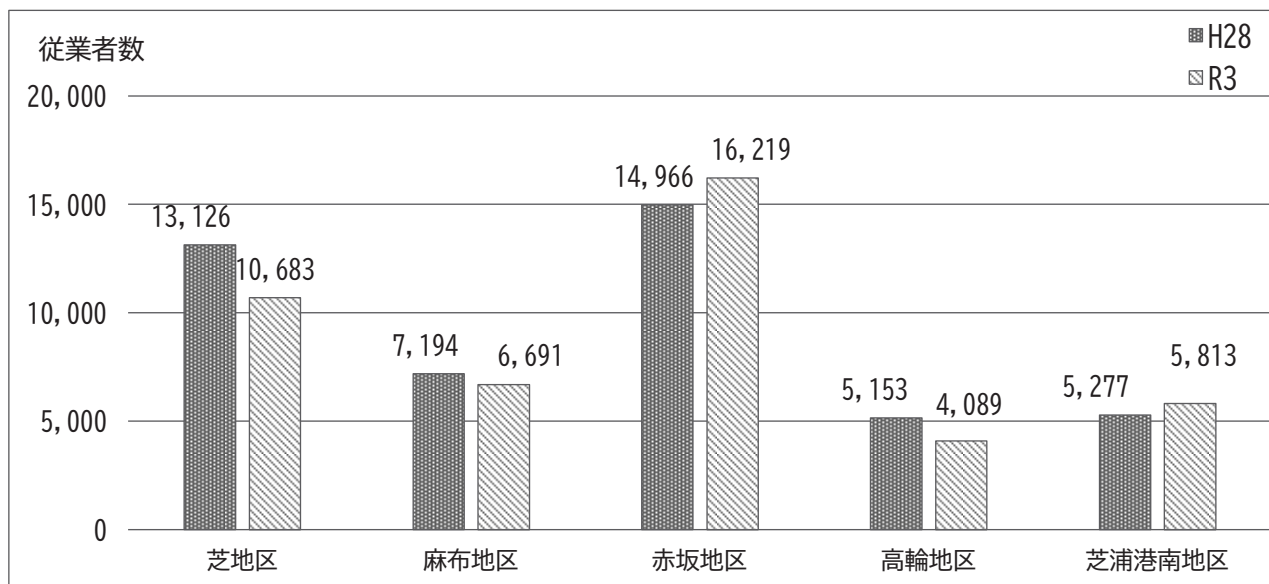
図1-27 地区別の小売業の事業所数の推移



出典：経済センサス活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

図1-28 地区別の小売業の従業者数の推移



出典：経済センサス活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

③ 製造業

港区における製造業の事業所数、従業者数をみると、令和6年の事業所数は1,108事業所と、令和3年と比較して2.1%減少し、従業者数は56,552人と29.5%の増加であった。

小分類（令和3年の事業所数が10以上）でみると、事業所数は「電気機械器具製造業（27.7%）」、「食料品製造業（22.0%）」などで増加した一方、「窯業・土石製品製造業（▲33.3%）」、「印刷・同関連業（▲29.2%）」などで減少した。従業者数は、「情報通信機械器具製造業（736.2%）」、「電気機械器具製造業（386.3%）」などでは、大幅な増加がみられた。

表1-14 製造業の事業所数の推移

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
E 製造業	1,079	1,132	1,108	▲ 2.1%
09 食料品製造業	74	82	100	22.0%
10 飲料・たばこ・飼料製造業	18	26	20	▲ 23.1%
11 繊維工業	73	81	95	17.3%
12 木材・木製品製造業（家具を除く）	5	7	3	▲ 57.1%
13 家具・装備品製造業	31	31	23	▲ 25.8%
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	14	18	16	▲ 11.1%
15 印刷・同関連業	239	212	150	▲ 29.2%
16 化学工業	104	122	144	18.0%
17 石油製品・石炭製品製造業	2	3	3	0.0%
18 プラスチック製品製造業	33	31	37	19.4%
19 ゴム製品製造業	14	12	10	▲ 16.7%
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	1	4	10	150.0%
21 窯業・土石製品製造業	29	30	20	▲ 33.3%
22 鉄鋼業	13	7	4	▲ 42.9%
23 非鉄金属製造業	7	9	12	33.3%
24 金属製品製造業	68	72	53	▲ 26.4%
25 はん用機械器具製造業	35	31	28	▲ 9.7%
26 生産用機械器具製造業	52	46	56	21.7%
27 業務用機械器具製造業	38	49	57	16.3%
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	34	41	37	▲ 9.8%
29 電気機械器具製造業	72	65	83	27.7%
30 情報通信機械器具製造業	21	28	29	3.6%
31 輸送用機械器具製造業	33	35	37	5.7%
32 その他の製造業	65	88	80	▲ 9.1%

出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）、経済センサスー基礎調査（令和6年）

表 1-15 製造業の従業者数の推移

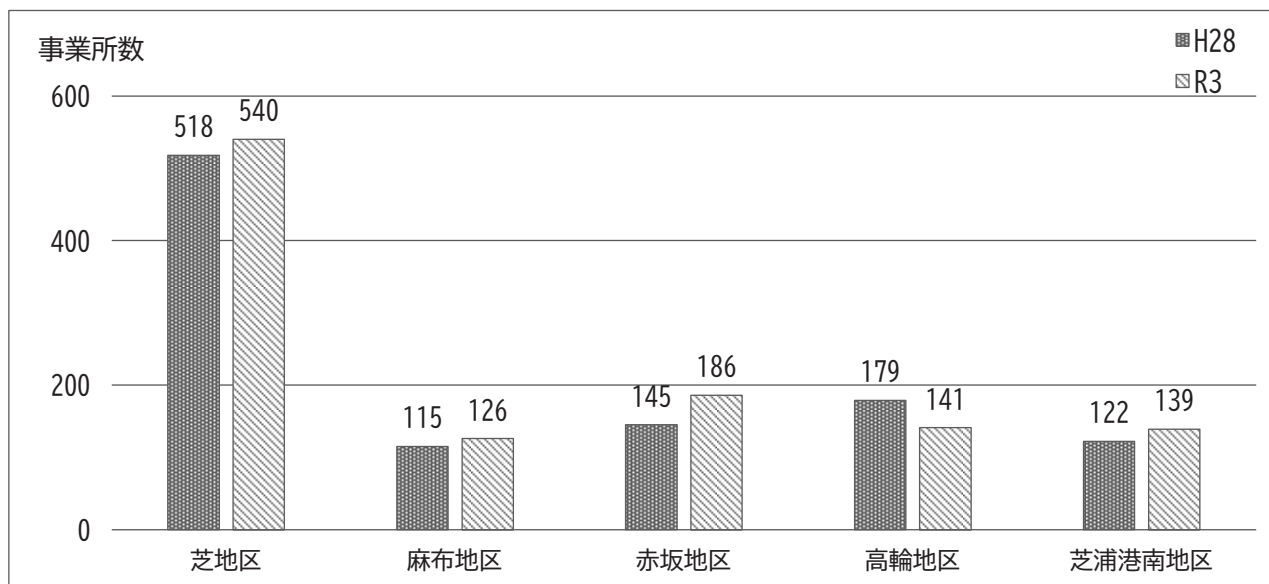
	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
E 製造業	38,516	43,670	56,552	29.5%
09 食料品製造業	3,531	4,042	2,920	▲ 27.8%
10 飲料・たばこ・飼料製造業	690	3,479	2,661	▲ 23.5%
11 繊維工業	630	573	1,103	92.5%
12 木材・木製品製造業（家具を除く）	7	14	10	▲ 28.6%
13 家具・装備品製造業	181	146	346	137.0%
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	70	173	354	104.6%
15 印刷・同関連業	2,651	3,245	3,038	▲ 6.4%
16 化学工業	6,279	6,995	8,427	20.5%
17 石油製品・石炭製品製造業	1,905	190	312	64.2%
18 プラスチック製品製造業	1,338	1,399	982	▲ 29.8%
19 ゴム製品製造業	1,184	2,154	224	▲ 89.6%
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	29	52	107	105.8%
21 窯業・土石製品製造業	1,198	839	451	▲ 46.2%
22 鉄鋼業	228	167	188	12.6%
23 非鉄金属製造業	552	1,366	2,541	86.0%
24 金属製品製造業	427	1,032	1,202	16.5%
25 はん用機械器具製造業	1,181	1,506	682	▲ 54.7%
26 生産用機械器具製造業	4,557	3,957	5,528	39.7%
27 業務用機械器具製造業	1,866	2,142	2,369	10.6%
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	701	2,316	2,329	0.6%
29 電気機械器具製造業	5,614	1,037	5,043	386.3%
30 情報通信機械器具製造業	538	1,461	12,217	736.2%
31 輸送用機械器具製造業	2,385	3,562	2,588	▲ 27.3%
32 その他の製造業	757	1,817	929	▲ 48.9%

出典：経済センサスー活動調査（平成 28 年、令和 3 年）、経済センサスー基礎調査（令和 6 年）

港区における製造業の事業所数、従業者数を地区別にみると、事業所数（540）、従業者数（20,099人）ともに芝地区が最も多い。芝浦港南地区の事業所数は5地区中4番目とそれほど多くないが、従業者数（12,081人）は芝地区について2番目に多くなっている。

平成28年と比較すると、事業所数は高輪地区（▲38）を除いて増加しており、従業者数は麻布地区（▲1,187人）、芝浦港南地区（▲503人）を除いて増加している。

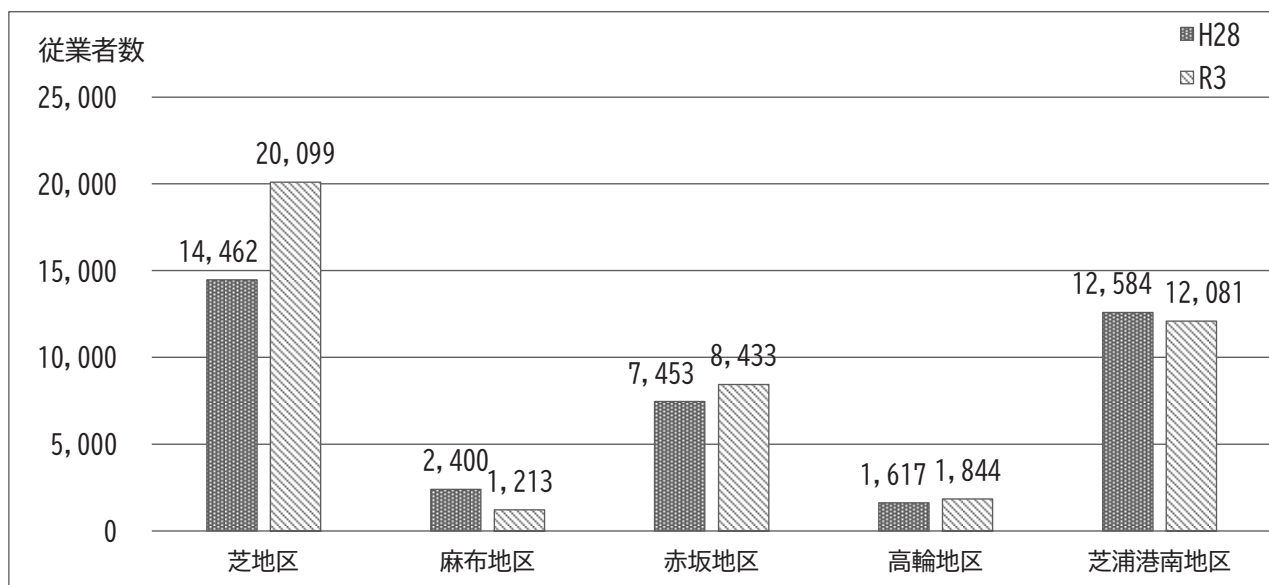
図1-29 地区別の製造業の事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

図1-30 地区別の製造業の事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

④ サービス業

港区におけるサービス業の事業所数、従業者数をみると、令和6年の事業所数は25,122事業所と、令和3年と比較して3.3%増加しており、小分類でみると、協同組合や廃棄物処理業で増加している。一方で、宗教や洗濯・理容・美容・浴場業は減少している。

表1-16 サービス業の事業所数の推移

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
サービス業合計	21,952	24,329	25,122	3.3%
K 不動産業、物品賃貸業	2,979	4,052	4,352	7.4%
68 不動産取引業	747	992	1,147	15.6%
69 不動産賃貸業・管理業	1,957	2,805	2,901	3.4%
70 物品賃貸業	261	251	300	19.5%
L 学術研究、専門・技術サービス業	4,805	6,011	6,808	13.3%
71 学術・開発研究機関	163	192	186	▲ 3.1%
72 専門サービス業	3,380	4,398	5,059	15.0%
73 広告業	459	563	659	17.1%
74 技術サービス業	792	856	904	5.6%
M 宿泊業、飲食サービス業	5,858	4,986	4,447	▲ 10.8%
75 宿泊業	174	213	235	10.3%
76 飲食店	5,404	4,544	3,999	▲ 12.0%
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	279	229	210	▲ 8.3%
N 生活関連サービス業、娯楽業	2,009	2,104	2,030	▲ 3.5%
78 洗濯・理容・美容・浴場業	951	959	799	▲ 16.7%
79 その他の生活関連サービス業	474	460	481	4.6%
80 娯楽業	581	685	750	9.5%
O 教育、学習支援業	689	799	896	12.1%
81 学校教育	105	93	87	▲ 6.5%
82 その他の教育、学習支援業	584	706	809	14.6%
P 医療、福祉	1,814	2,026	1,950	▲ 3.8%
83 医療業	1,409	1,452	1,311	▲ 9.7%
84 保健衛生	37	64	76	18.8%
85 社会保険・社会福祉・介護事業	366	510	563	10.4%
Q 複合サービス事業	63	65	69	6.2%
86 郵便局	55	54	52	▲ 3.7%
87 協同組合（他に分類されないもの）	8	11	17	54.5%
R サービス業（他に分類されないもの）	3,735	4,286	4,570	6.6%
88 廃棄物処理業	41	46	58	26.1%
89 自動車整備業	48	45	38	▲ 15.6%
90 機械等修理業（別掲を除く）	166	158	139	▲ 12.0%
91 職業紹介・労働者派遣業	395	517	628	21.5%
92 その他の事業サービス業	1,687	1,923	2,147	11.6%
93 政治・経済・文化団体	1,054	1,241	1,274	2.7%
94 宗教	314	326	250	▲ 23.3%
95 その他のサービス業	18	29	35	20.7%

出典：経済センサス－活動調査（平成28年、令和3年）、経済センサス－基礎調査（令和6年）

次に従業者数をみると、540,913 人と 16.4%増加している。また、小分類でみると、学校教育や技術サービス業などで大きく増加している。一方で、郵便局や宿泊業などは減少している。

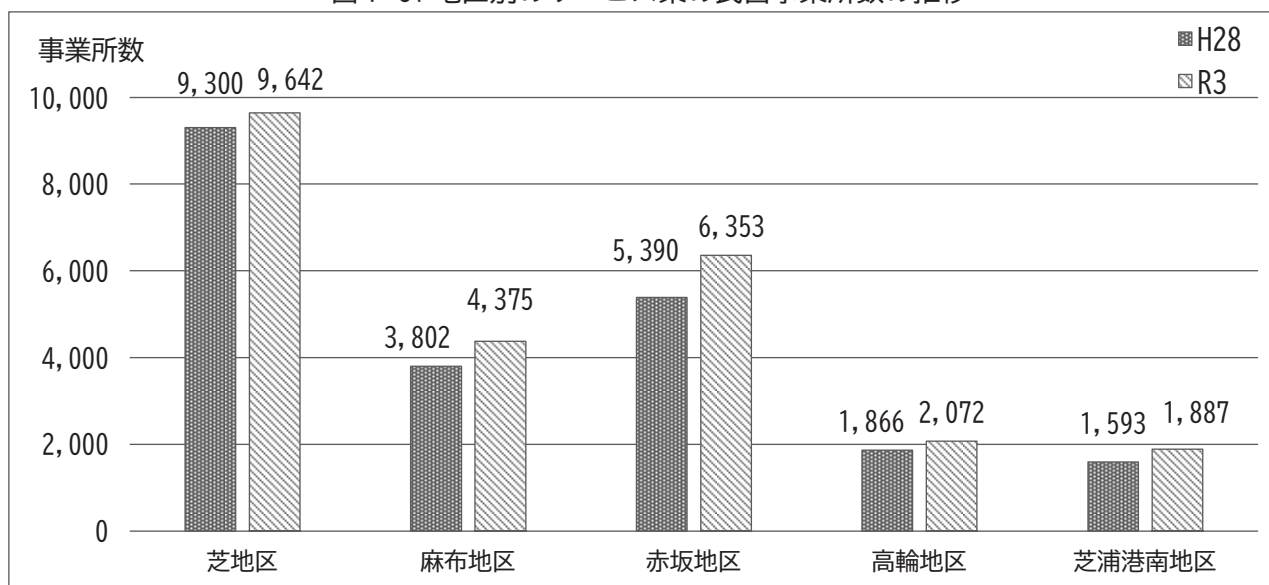
表 1-17 サービス業の従業者数の推移

	H28	R3	R6	増減率 (R3→R6)
サービス業合計	407,012	464,570	540,913	16.4%
K 不動産業、物品賃貸業	40,165	47,095	54,670	16.1%
68 不動産取引業	9,982	12,801	15,234	19.0%
69 不動産賃貸業・管理業	18,777	23,898	27,360	14.5%
70 物品賃貸業	11,296	10,385	12,026	15.8%
L 学術研究、専門・技術サービス業	82,045	111,057	144,680	30.3%
71 学術・開発研究機関	2,443	3,458	3,788	9.5%
72 専門サービス業	44,545	64,890	87,421	34.7%
73 広告業	23,001	28,420	29,933	5.3%
74 技術サービス業	11,951	14,211	23,538	65.6%
M 宿泊業、飲食サービス業	81,433	68,167	65,732	▲ 3.6%
75 宿泊業	14,562	16,696	11,206	▲ 32.9%
76 飲食店	62,759	46,176	50,108	8.5%
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	4,091	5,295	4,416	▲ 16.6%
N 生活関連サービス業、娯楽業	25,297	30,353	29,315	▲ 3.4%
78 洗濯・理容・美容・浴場業	7,461	6,843	6,183	▲ 9.6%
79 その他の生活関連サービス業	8,741	12,260	10,807	▲ 11.9%
80 娯楽業	9,083	11,250	12,325	9.6%
O 教育、学習支援業	27,960	17,944	29,523	64.5%
81 学校教育	19,717	8,634	20,141	133.3%
82 その他の教育、学習支援業	8,243	9,310	9,382	0.8%
P 医療、福祉	35,146	38,299	40,641	6.1%
83 医療業	23,326	23,336	26,362	13.0%
84 保健衛生	889	1,794	2,156	20.2%
85 社会保険・社会福祉・介護事業	10,914	13,169	12,123	▲ 7.9%
Q 複合サービス事業	2,008	2,121	815	▲ 61.6%
86 郵便局	1,964	2,080	754	▲ 63.8%
87 協同組合（他に分類されないもの）	44	41	61	48.8%
R サービス業（他に分類されないもの）	112,958	149,534	175,537	17.4%
88 廃棄物処理業	1,180	1,131	955	▲ 15.6%
89 自動車整備業	417	683	776	13.6%
90 機械等修理業（別掲を除く）	4,305	5,214	4,474	▲ 14.2%
91 職業紹介・労働者派遣業	31,974	47,997	66,084	37.7%
92 その他の事業サービス業	61,782	80,857	89,267	10.4%
93 政治・経済・文化団体	10,425	10,682	11,487	7.5%
94 宗教	2,009	1,979	1,468	▲ 25.8%
95 その他のサービス業	636	987	1,025	3.9%

出典：経済センサスー活動調査（平成 28 年、令和 3 年）、経済センサスー基礎調査（令和 6 年）

港区におけるサービス業の事業所数、従業者数を地区別にみると、事業所数（9,642）、従業者数（208,021人）とも芝地区が最も多い。平成28年と比較すると、事業所数はすべての地区で増加しており、従業者数は高輪地区（▲1,126人）を除いて増加している。

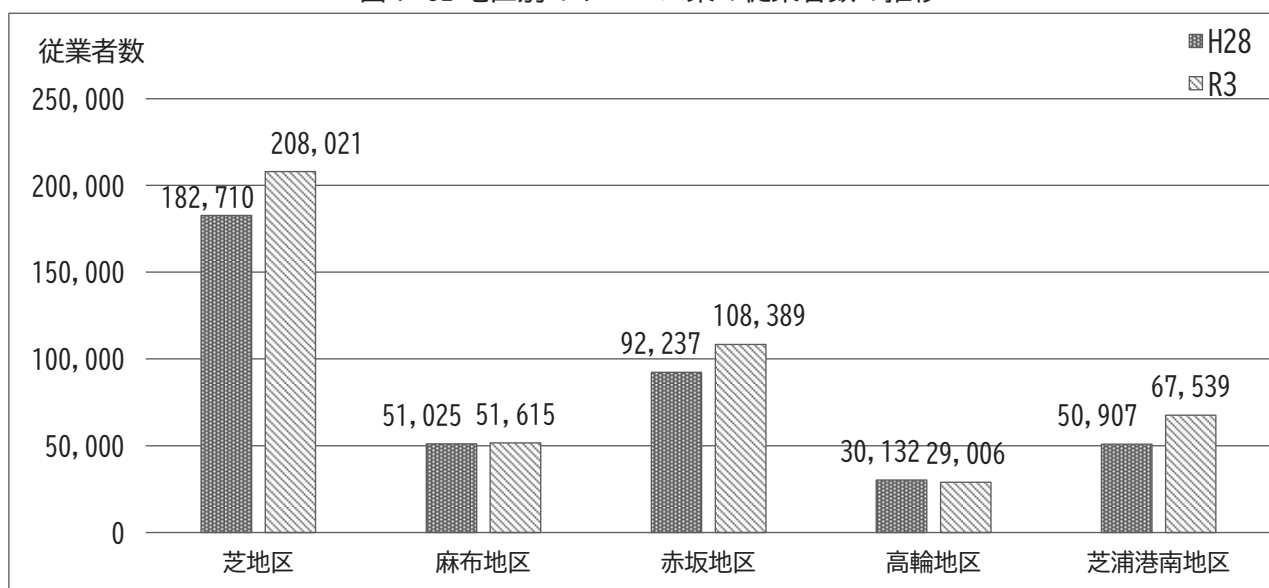
図1-31 地区別のサービス業の民営事業所数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

図1-32 地区別のサービス業の従業者数の推移



出典：経済センサスー活動調査（平成28年、令和3年）

※総務省提供データを基に港区推計

第2章 区内中小企業の業況に関する調査・分析

港区では、リーマンショックを契機として、平成21年から区内の中小企業者に対して個別に景況に関する聞き取りを行いながら、業種別に景気動向を分析する「港区中小企業の景況（以下「景況調査」という。）」を実施している。

そこで本章では、これまでの景況調査結果を踏まえ、現在の区内中小企業の動向、業況について整理するとともに、国が実施する「中小企業景況調査」との比較により港区の特徴を分析する。

1. 港区における業況DIの推移について

令和元年以降の業況DI_※の推移では、令和元年10月からの消費税率引上げ（10%）で落ち込みを見せ、令和2年4月の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出に伴い調査開始以来最低のDI値となるマイナス68.3ポイントを示した。

以降、緊急事態宣言の解除と発出に伴い、DIは上昇と下降を繰り返していたが、令和4年10-12月期でプラスに転じて以降、令和6年10-12月期には過去最高のDI値となる16.9ポイントを示すなど、直近の調査となる令和7年7-12月期まで13期連続でプラスのDIとなっている。

一方で、物価高騰や世界情勢不安等による仕入れ価格の上昇、人出不足の深刻化等により採算（経常利益）DIは業況DIが13期連続のプラス値を記録した間もマイナス値を取るなど、売り上げは上がるものの、利益が圧迫されている状況にあるものと推測される。

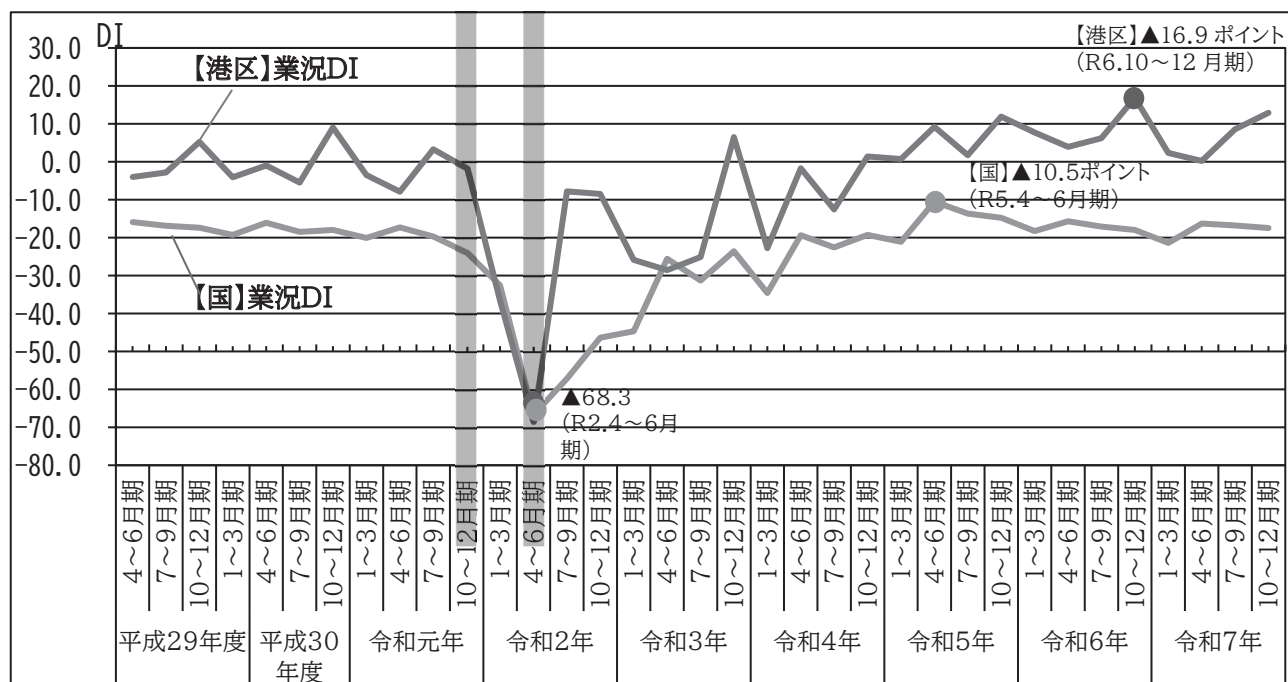
賃上げ機運の上昇やワーク・ライフ・バランスの推進による働き方改革の影響など、経営に影響を生じさせる要因は他にも見受けられ、今後の経済活動を注視していく必要性が高まっている。

表2-1 景況調査の概要

	港区	国
調査期間（調査時点）	令和7年12月19日～令和8年1月16日	令和7年11月15日
調査対象	区内中小企業	全国の中小企業
調査対象企業数	1,950社	18,838社
調査回答企業数	878社	17,901社
回答率	45.0%	95.0%

※DI：Diffusion Index（ディフュージョン インデックス）の略。増加したと答えた企業割合から、減少したと答えた企業割合を差引いた数値で、時系列的に傾向を見ようとするものです。

〈図表〉



出典：港区中小企業の景況（港区）、中小企業景況調査（中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構）

2. 国における業況 DI の推移について

国（中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構）が実施する「中小企業景況調査」における業況 DI の推移を確認すると、調査対象となる企業が同一ではないことから、DI の数値自体に開きはあるものの、全体的なトレンドは区の業況 DI と大きな差異は見られない。

令和2年4月の新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う緊急事態宣言の発出以降、極端な悪化を見せており、以降は徐々に回復傾向となり、令和5年4～6月期に1994年以降最高水準を記録している。

その後は、コロナ禍以前と同程度の水準となっており、回復が足踏みの傾向が続いている中、日中関係の悪化に伴う訪日観光客の減少や物価高騰等により今後の経済情勢が不安視されています。

国と区の比較では、前述のとおり大きな違いは見られないものの、コロナ禍以降、インバウンド需要等の影響を受け、宿泊業や飲食店が好調要因となり、区内産業をリードし、令和6年10～12月期に過去最高記録となる16.9ポイントを記録した一方で、国では令和5年4～6月期に過去最高記録となるマイナス10.5ポイントを記録して以降は下降傾向にある点で異なる動きを見せている。

3. 直近の景況調査結果について

- ・直近の区の中小企業景況調査（令和7年7月～12月）における業況DIは、7月～9月期は8.6ポイント、10月～12月期は12.9ポイントといずれもプラスの値を記録しており、令和4年10月～12月期から13期連続のプラス値となっている。
- ・令和7年7月～12月期の業況では、全ての業種で「売上DI」はプラス値を記録しているものの、卸売業や飲食店では「採算DI」がマイナス値となり、飲食店では「資金繰りDI」もマイナス値となっている。また、多くの業種で「雇用人員DI」がマイナス値となり、建設業を除く全ての業種で対前期比較の「雇用人員DI」は悪化しており、人件費の増加や人手不足が業況の厳しさを強めていることが伺える。
- ・今後の見通しとなる令和8年1月～3月期における業況DIは、令和7年10月～12月期と比較して14.4ポイント減となるマイナス1.5ポイントとなり、米国関税や中東情勢などの不透明な国際情勢や、原油高をはじめとするエネルギー価格や原材料費などの高騰、人件費増加の影響から先行きを不安視する慎重な見通しとなっている。

表2-2 業種別・項目別のDI（令和7年第3・4四半期業況、令和8年第1四半期見通し）

	業 況						売 上		採 算		資金繰り		雇用人員	
	令和7年 7～9月期	対前期	令和7年 10～12月期	対前期	令和8年 1～3月期 (見通し)	対前期	令和7年 7月～12月 期	対前期	令和7年 7月～12月 期	対前期	令和7年 7月～12月 期	対前期	令和7年 7月～12月 期	対前期
全 体	8.6	8.4	12.9	4.3	-1.5	-14.4	14.6	14.0	4.5	9.3	8.6	4.5	-1.0	-6.4
建 設 業	24.6	28.0	19.7	-4.9	16.4	-3.3	18.7	13.8	8.9	8.1	18.9	9.1	6.6	6.6
製 造 業	-8.6	-2.9	-2.9	5.7	3.8	6.7	15.9	18.7	7.5	11.4	1.9	5.7	-7.5	-11.3
運 搬 業	-1.1	-1.1	6.6	7.7	-18.7	-25.3	9.8	25.9	3.3	15.1	5.4	8.7	-4.3	-5.4
情報通信業	4.2	6.3	-1.1	-5.3	12.8	13.9	5.2	0.0	2.1	5.3	5.2	-5.2	-5.2	-15.6
卸 売 業	19.0	31.6	13.3	-5.7	-5.0	-18.3	14.5	21.9	-1.6	10.1	14.5	14.5	-0.8	-12.4
小 売 業	-0.9	-2.8	19.4	20.3	-6.5	-25.9	11.9	17.6	10.1	25.5	11.0	20.5	-5.6	-3.7
不 動 産 業	8.2	-7.6	13.8	5.6	6.5	-7.3	12.7	-8.7	5.5	-6.5	8.3	-5.5	3.6	-4.1
飲 食 店	10.0	13.4	20.0	10.0	-21.1	-41.1	16.3	23.9	-8.7	13.3	-5.4	-10.8	2.2	-5.4
宿 泊 業	47.6	-19.1	71.4	23.8	-33.3	-104.7	66.7	16.7	38.1	-28.6	28.6	-27.0	4.8	-17.4

凡例…	大幅悪化	悪 化	横 ば い	改 善	大幅改善
	-10.0以下	-9.9 ～ -3.0	-2.9 ～ +2.9	+3.0 ～ +9.9	+10.0以上

出典：港区中小企業の景況（令和7年7月-12月期）

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5次港区産業振興プランの策定に向け、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）

表3-1 業種別の抽出数

産業大分類		対象事業所数	割当抽出数	抽出割合
D	建設業	1,041	66	4.4%
E	製造業	1,132	72	4.7%
G	情報通信業	4,328	275	18.4%
I	卸売業、小売業（うち、卸売業）	4,584	292	19.4%
K	不動産業、物品賃貸業	4,067	259	17.2%
L	学術研究、専門・技術サービス業※1	6,440	410	27.3%
R	サービス業（他に分類されないもの）※2	1,986	126	8.4%
合計		23,578	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

調査票を郵送により配布し、郵送にて回収した。また、調査票に回答用URL・二次元コードを記載し、インターネットでの回答も可とした。

④ 調査期間

令和7年11月26日（水）～令和7年12月17日（水）

(3) 回収数・回収率

187 件（郵送：100、インターネット87）・12.5%

(4) 調査項目

調査項目は下表のとおり。

表3-2 ものづくり・IT関連事業者アンケート調査項目

大分類		中分類
1	事業所の属性について	・ 本社・支社の区分、事業所の機能、業種、 ・ 創業年、資本金、従業者数、 ・ 経営者の年代、土地建物の所有形態、所在
2	事業所の経営状況について	・ 直近の売上高、売上高・営業利益の変化 ・ 4年後の景況感 ・ 為替変動や物価高騰の影響
3	立地環境について	・ 創業地、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
4	事業活動における課題と方向性等について	・ 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
5	事業活動への支援ニーズについて	・ 区の産業振興施策の利用有無・今後の関心、 利用した施策の効果 ・ 情報の入手手段 ・ 今後の区に望む支援
6	港区立産業振興センターについて	・ 港区立産業振興センターの認知度 ・ 利用有無、利用した制度・施策、利用の満足度 ・ 今後の産業振興センターに望む支援内容・事業、産業振興センターへの意見
7	港区の今後の景気動向について	・ 売上増加に影響を及ぼすと思われる社会環境

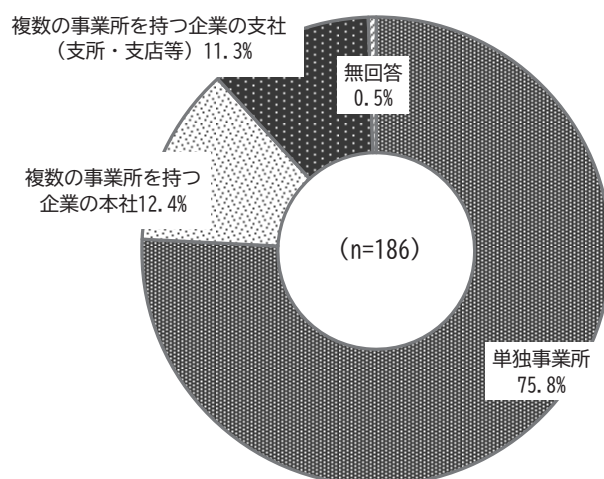
(5) 集計にあたっての留意点

- ・ 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、合計の値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、各項目の合計の値が港区全体の値と一致しない場合がある。
- ・ 経営者年代別は、「30歳未満」「30歳代」の母数が少数のため、「40歳代」と合わせて「40歳代以下」として集計している。

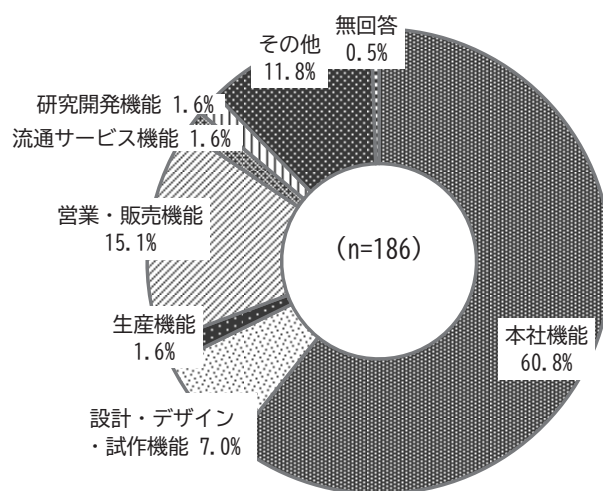
2. 調査結果の概要

(1) 事業所の属性

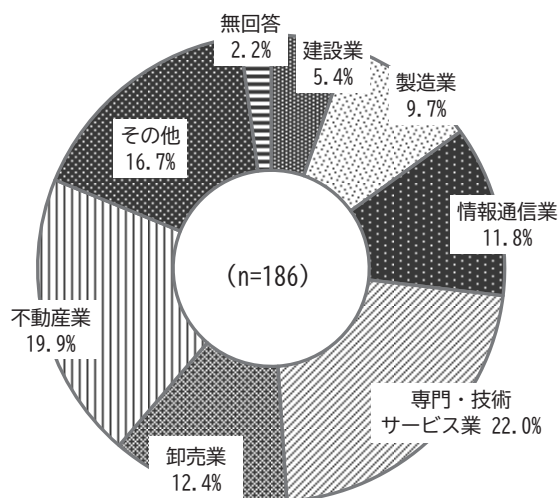
本社・支社



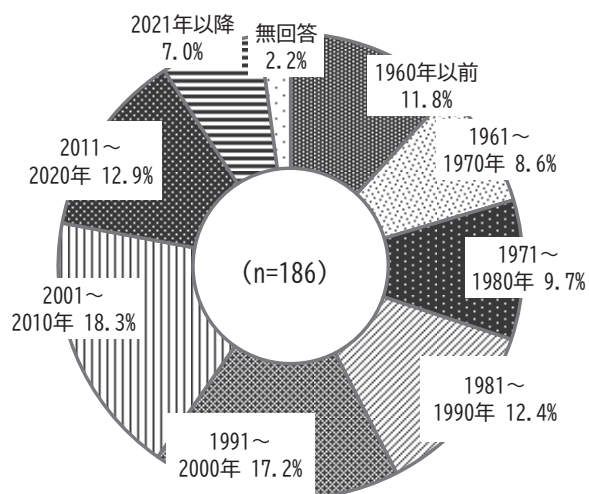
主な機能



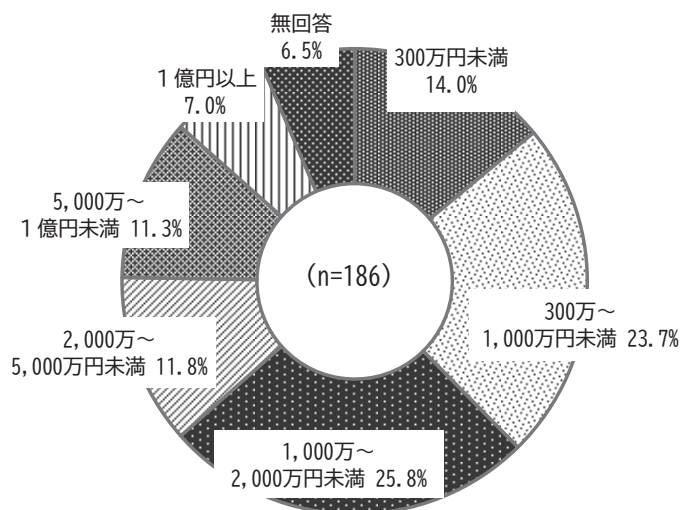
業種



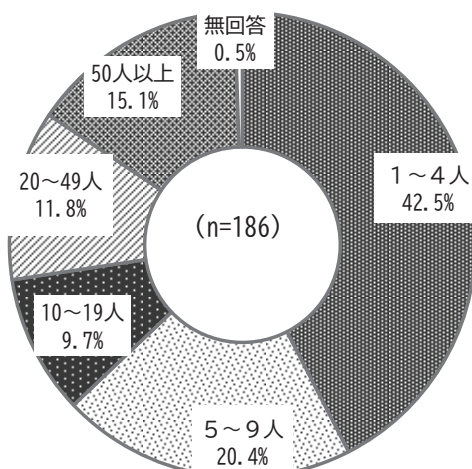
創業年



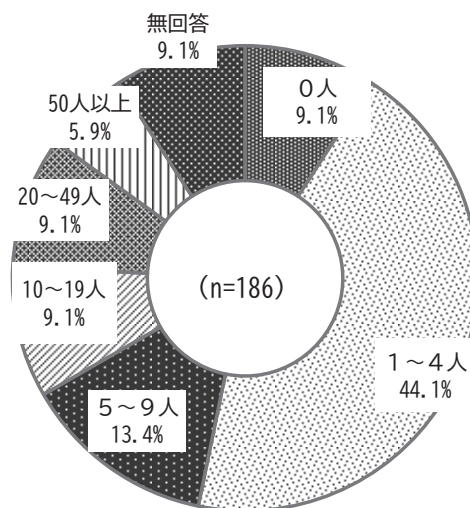
資本金



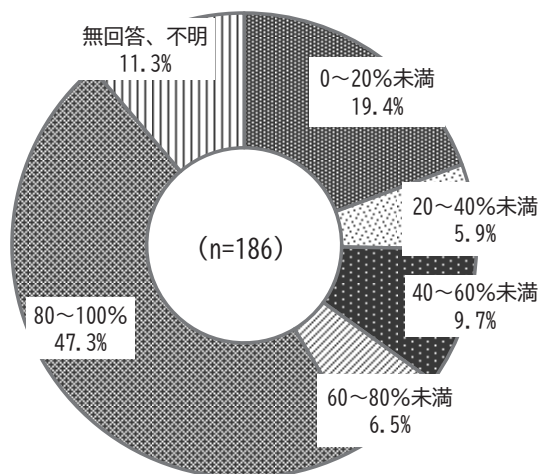
従業員の数【総数】



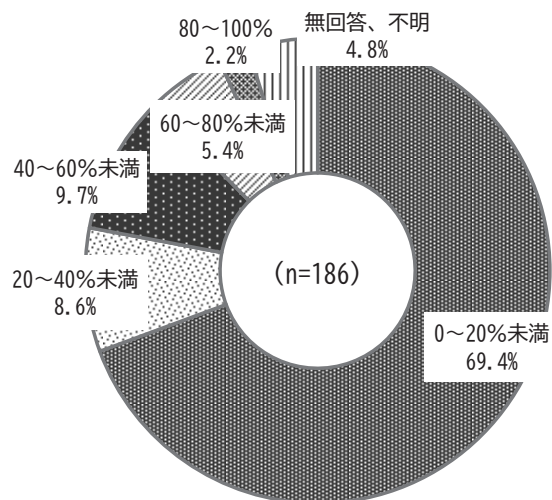
従業員の数【港区内の従業員数】



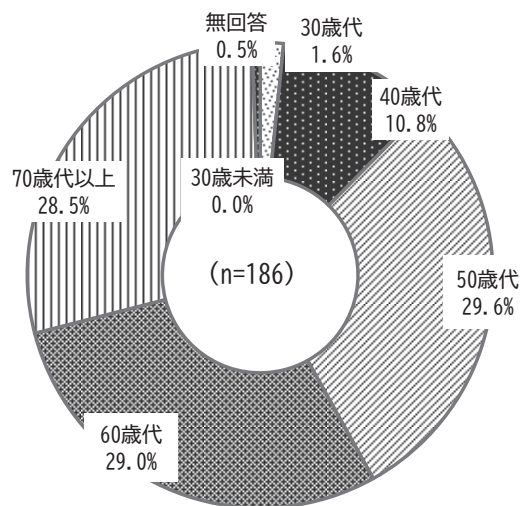
従業員の数【全従業員のうち、港区内の従業員の割合】



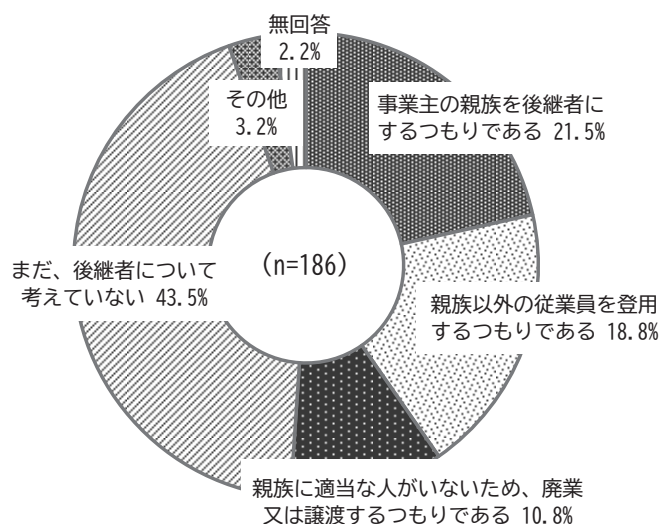
従業員の数【全従業員のうち、パート、アルバイト、派遣の割合】



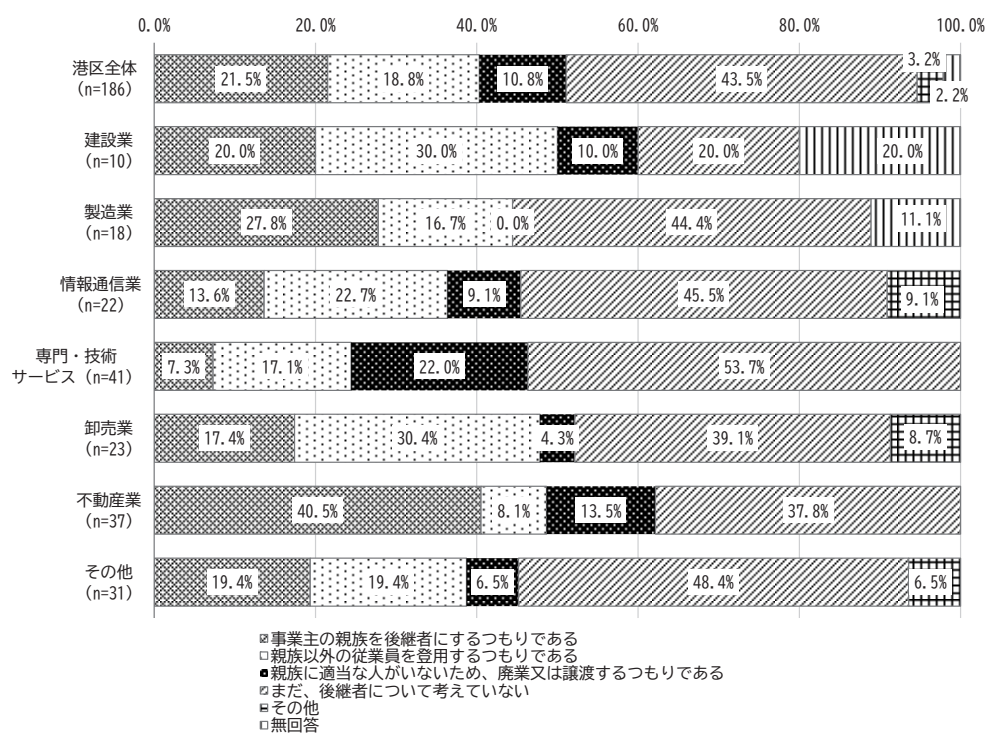
経営者の年代



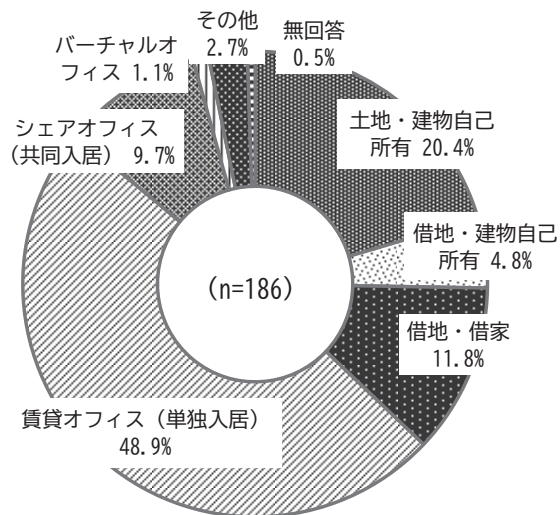
後継者の有無



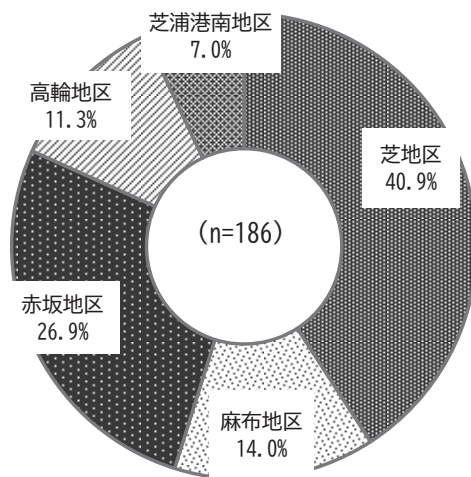
後継者の有無【業種別】



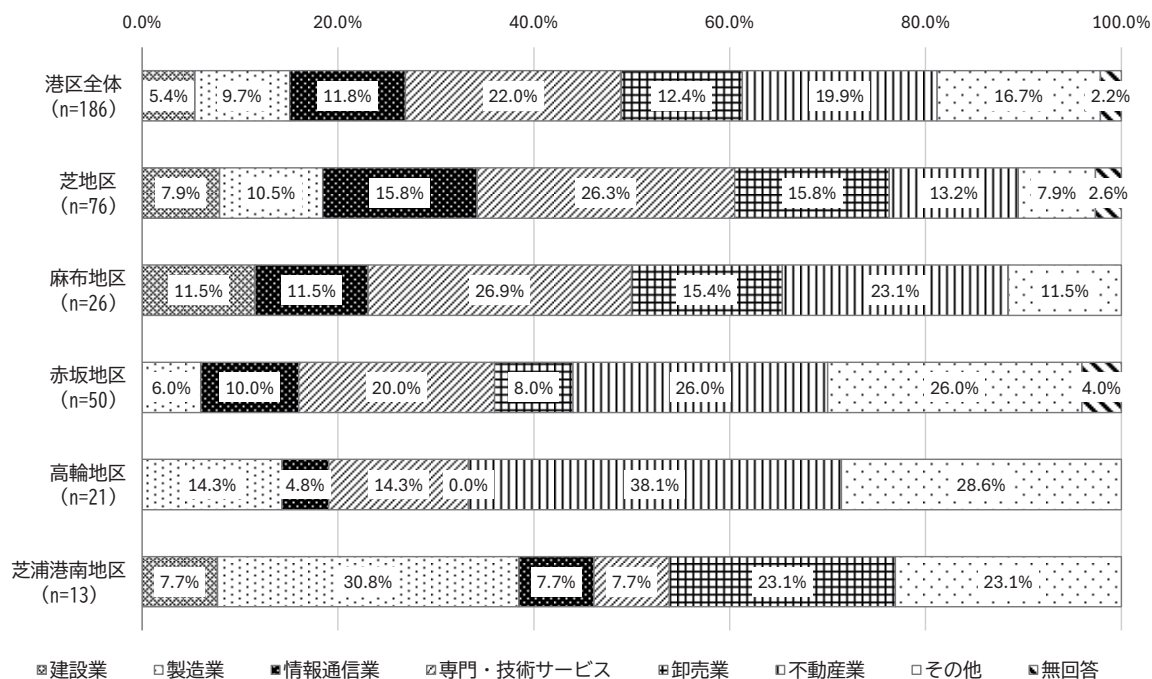
土地、建物の所有形態



所在



所在【地区別の業種】



(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をみると、「10 億円以上」が 21.5%と最も多く、次いで「1,000 万～3,000 万未満」が 15.1%、「1億～3億円未満」が 13.4%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」と回答した割合がそれぞれ、50.0%、44.4%、47.8%、25.8%と最も多く、情報通信業では「1億～3億円(22.7%)」、専門・技術サービスでは「1,000 万円未満(29.3%)」、不動産業では「5,000 万～1億円(27.0%)」が最も多くなっている。

図3-1 直近の決算年度の売上高【港区全体】

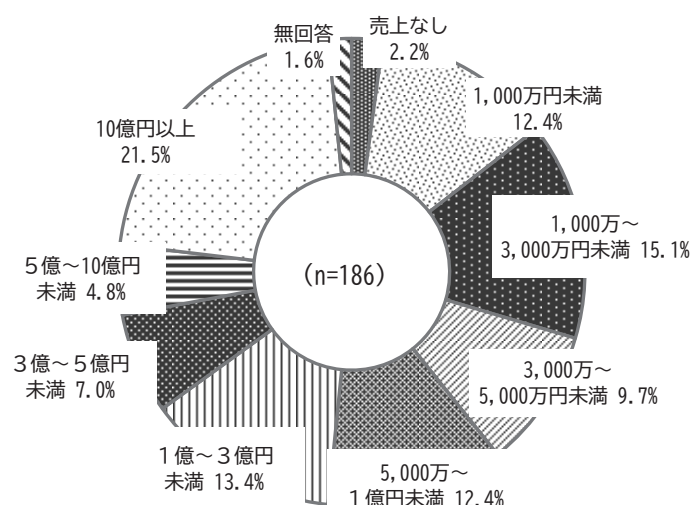
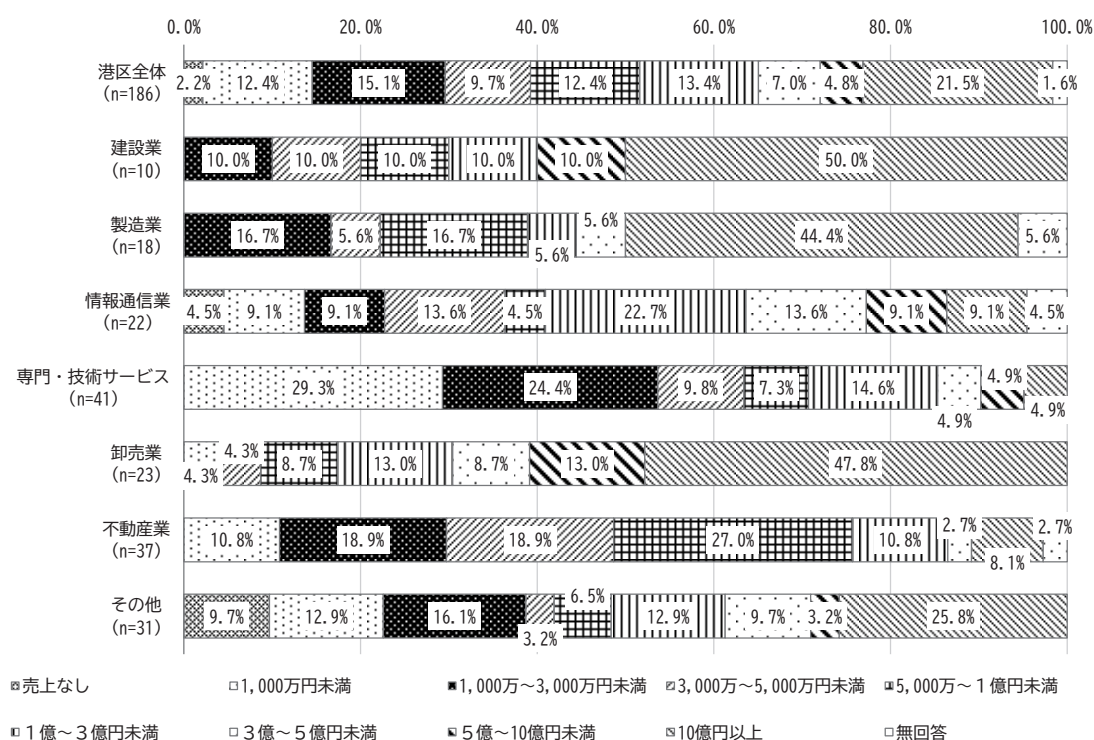


図3-2 直近の決算年度の売上高【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど売上高も多くなる傾向にあり、50 人以上では、「10 億円以上」が 82.1%となっている。
- ・ 経営者の年代別にみると、50 歳代、60 歳代では、「10 億円以上」の割合が最も高くそれぞれ、30.9%、27.8%となっている。70 歳代以上では 3,000 万円未満が計 47.2%を占めており、他の年齢層に比べて低い売上高となっている。

図 3-3 直近の決算年度の売上高【従業者規模別】

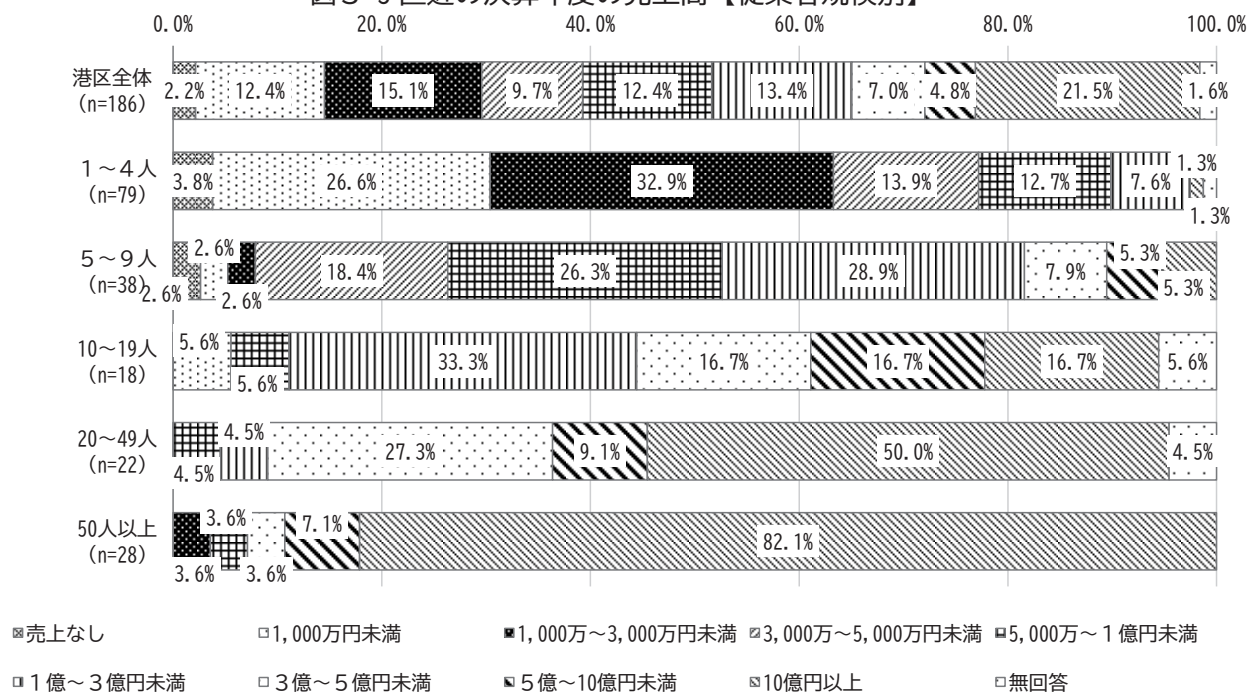
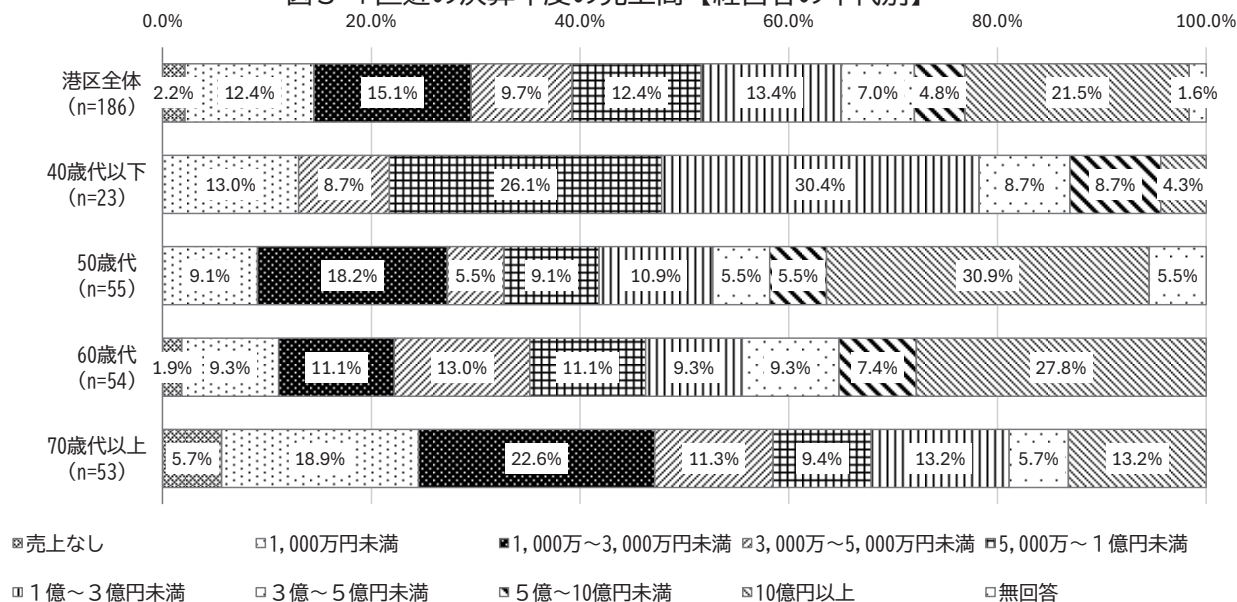


図 3-4 直近の決算年度の売上高【経営者の年代別】



直近の決算年度と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をみると、「横ばい(－3～3%)」が34.4%と最も多く、次いで「10～29%増加(16.7%)」、「10～29%減少(11.3%)」の順となっている。
- ・業種別にみると、専門・技術サービス業、卸売業、不動産業、その他の業種では「横ばい(－3～3%)」と回答した割合がそれぞれ、34.1%、26.1%、56.8%、38.7%と最も多く、建設業では「10～29%増加(40.0%)」、製造業では「4～9%増加(22.2%)」、情報通信業では「10～29%増加(31.8%)」が最も多くなっている。

図3-5 直近の決算年度と3年前の売上高の比較【港区全体】

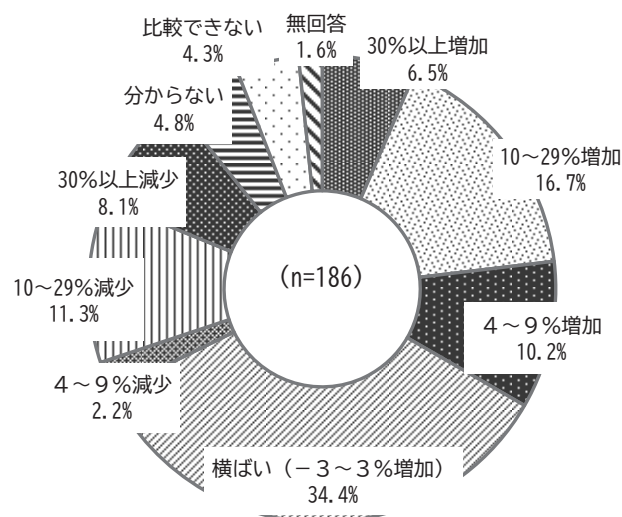
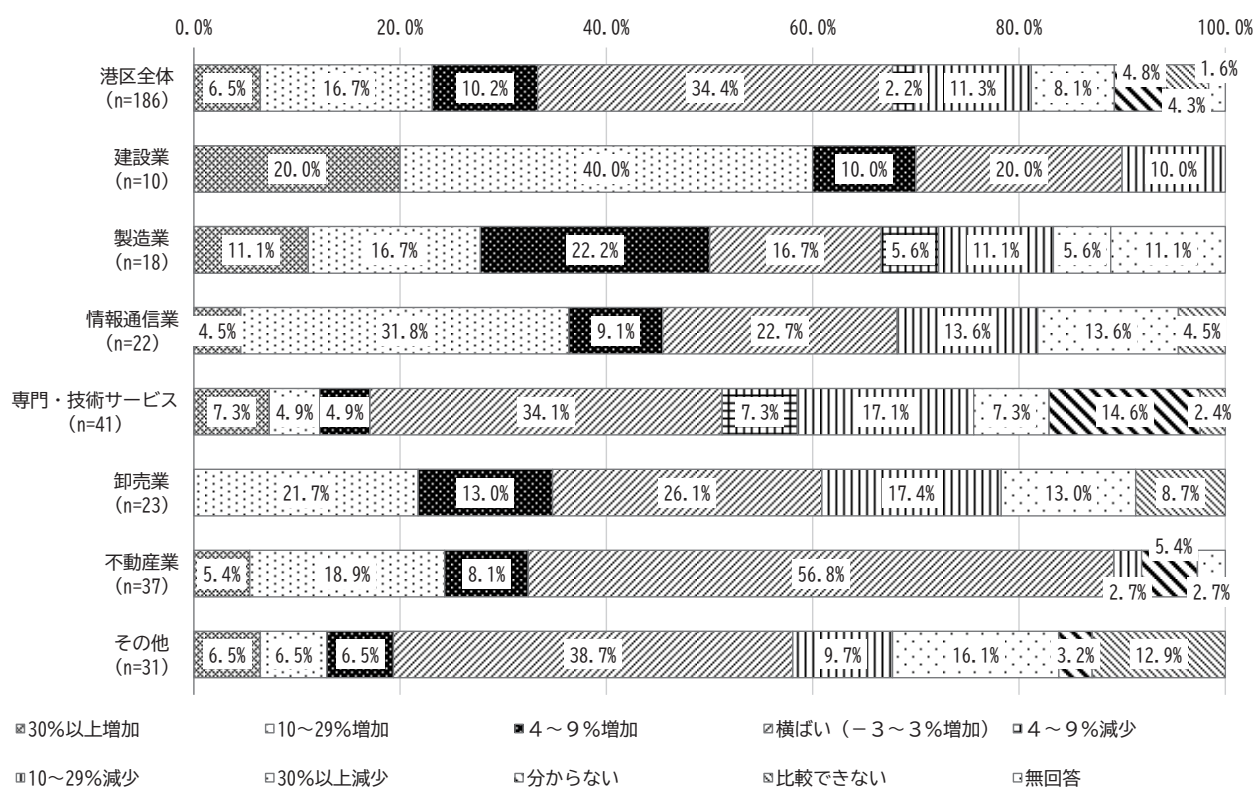
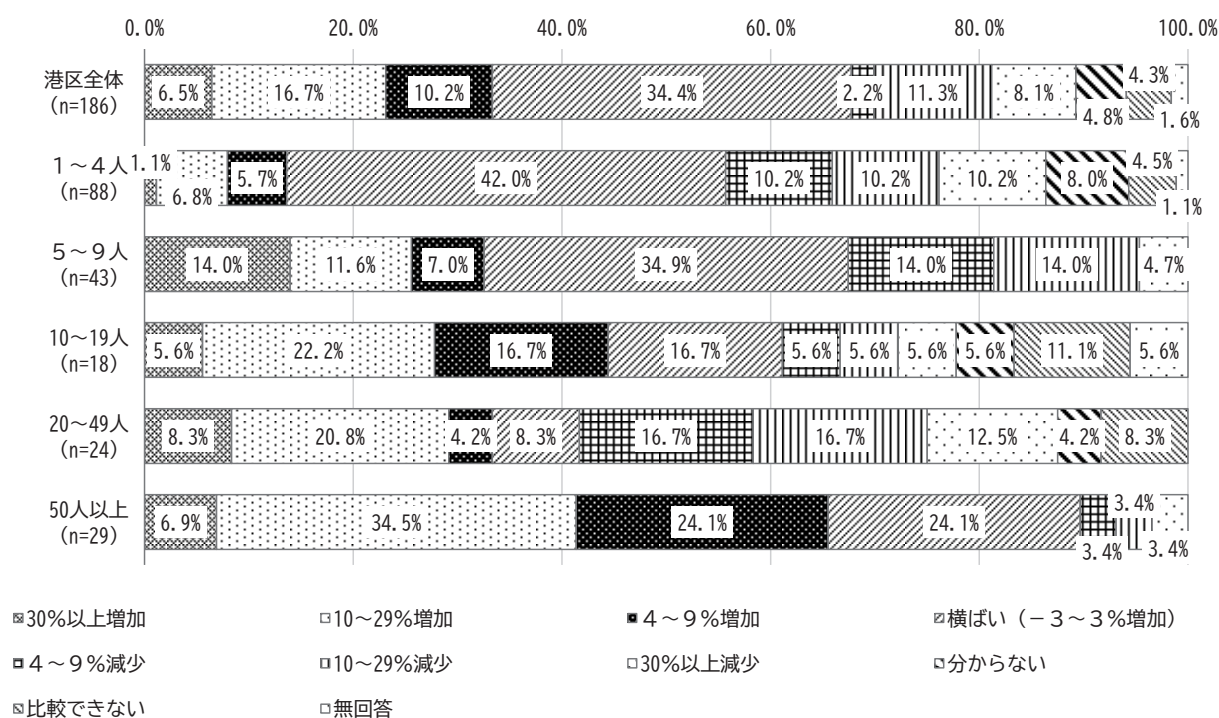


図3-6 直近の決算年度と3年前の売上高の比較【業種別】



- ・ 従業者規模にみると、1～4人、5～9人では「横ばい(－3～3%)」が最も多くそれぞれ、42.0%、34.9%となっている一方で、10～19人、20～49人、50人以上では「10～29%増加」が、最も多くそれぞれ、22.2%、20.8%、34.5%となっており、比較的従業者規模の小さい事業所では横ばいの傾向にあることがみてとれる。
- ・ また、比較的従業者規模の大きい事業所のうち、10～19人と20～49人の事業所では「横ばい(－3～3%)」と答えた割合がそれぞれ、16.7%、8.3%と、港区全体(34.4%)と比べて低くなっており、増加傾向にある事業所と減少傾向にある事業所に分かれていることがみてとれる。他方で、50人以上の事業所をみると、『増加』(「30%以上増加」、「10～29%増加」、「4～9%増加」の合計)の割合が計65.5%となっている。

図3-7 直近の決算年度と3年前の売上高の比較【従業者規模別】



直近の決算年度と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みると、「横ばい(－3～3%)」が28.0%と最も多く、次いで「30%以上減少(11.8%)」、「10～29%増加(11.3%)」の順となっている。
- ・業種別にみると、建設業では「30%以上増加」が40.0%と最も多く、製造業では「10～29%増加」が22.2%と最も多い。
- ・それ以外の業種ではいずれも「横ばい(－3～3%)」が最も多く、情報通信業では22.7%、専門・技術サービス業では26.8%、卸売業では17.4%、不動産業では43.2%、その他では32.3%となっているが、情報通信業と卸売業では「30%以上減少」が横ばいと同じ程度の割合となっている。

図3-8 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較【港区全体】

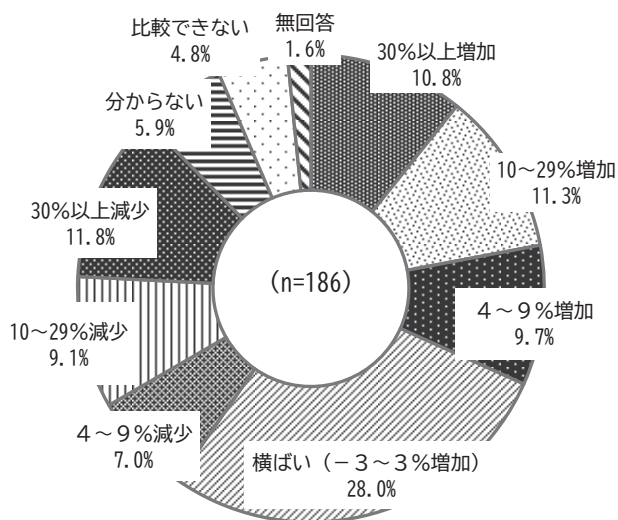
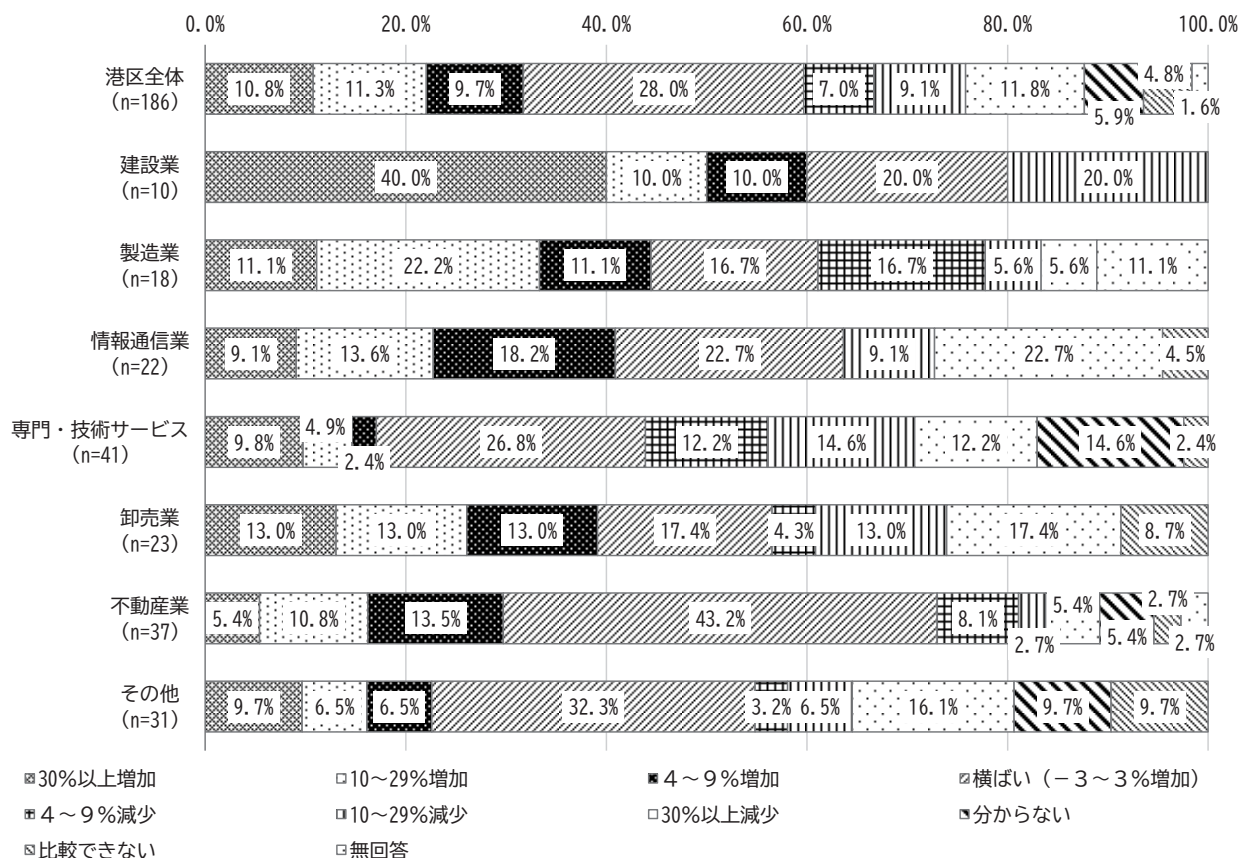
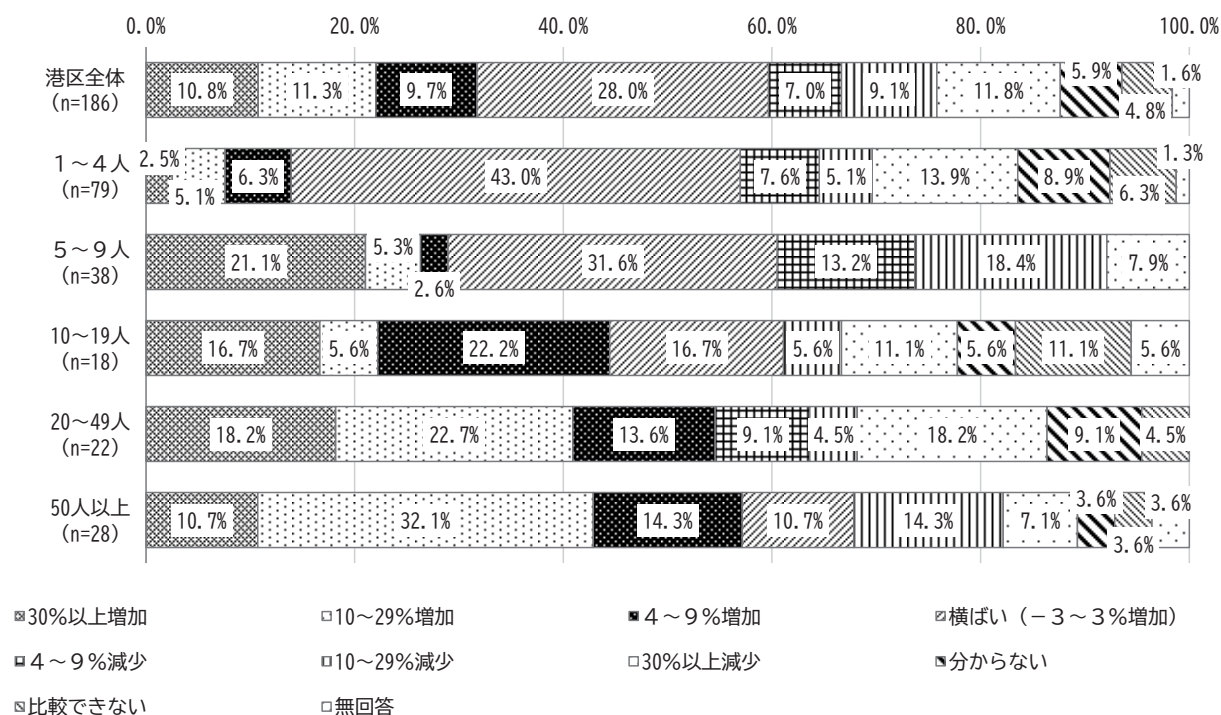


図3-9 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較【業種別】



- ・ 従業者規模別にみても、1～4人、5～9人では「横ばい(－3～3%)」が最も多くそれぞれ、43.0%、31.6%となっており、比較的従業者規模の小さい事業所では横ばいの傾向にあることがみてとれる一方で、10～19人では「4～9%増加(22.2%)」が、20～49人と50人以上では「10～29%増加」がそれぞれ、22.7%と32.1%と最も高くなっている。

図3-10 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較【従業者規模別】



4年後の景況感

- ・調査対象事業所の考える4年後の景況感をみると、業況は「良くなる」、「やや良くなる」の合計が32.3%、売上高は「増加する」、「やや増加する」の合計が41.9%、営業利益は「増加する」、「やや増加する」の合計が35.5%となっており、いずれの指標も前回調査時より減少傾向(前回調査時:業況計41.7%、売上高計44.2%、営業利益計40.0%)にある。

図3-11 4年後の景況感【業況：港区全体】

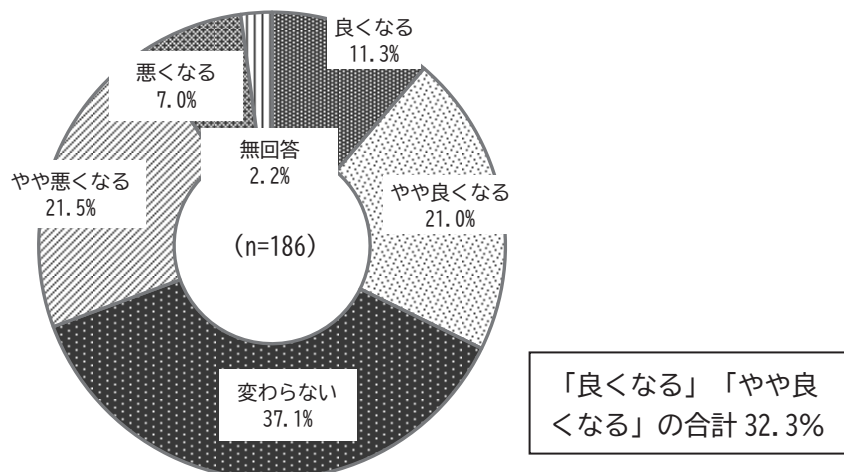


図3-12 4年後の景況感【売上高：港区全体】

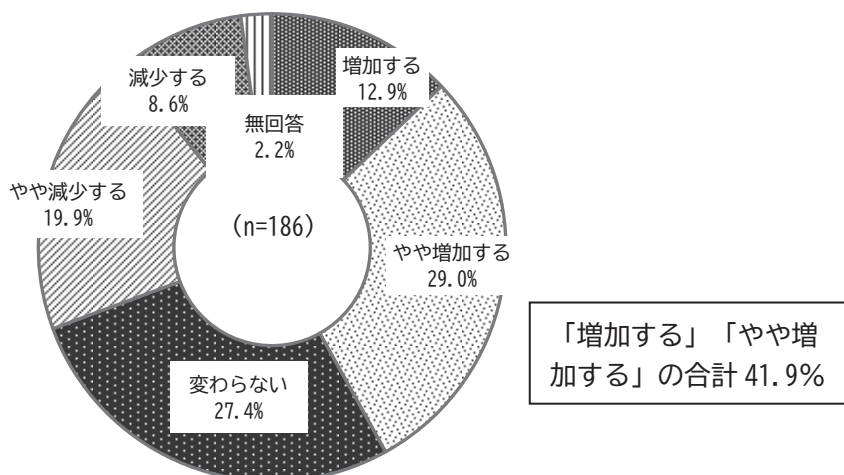
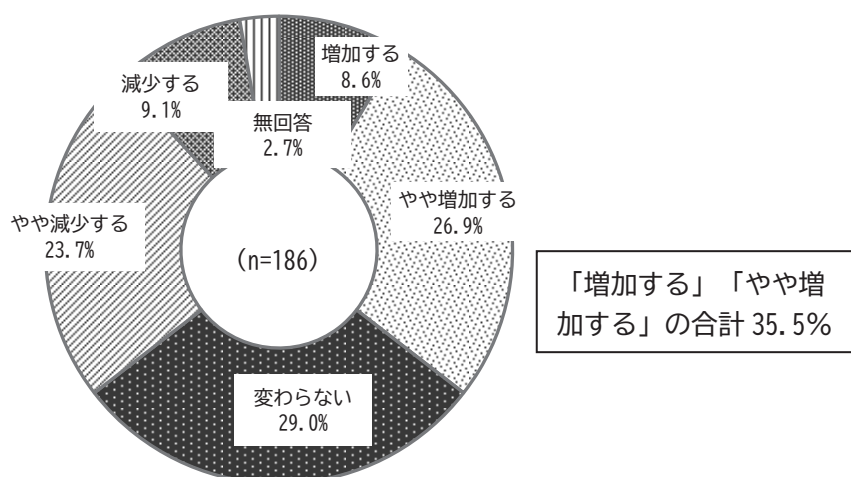


図3-13 4年後の景況感【営業利益：港区全体】



- ・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、情報通信業、卸売業では『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)の割合が港区全体より高く、将来を前向きに想定している傾向が他業種よりも高くみられた。

図3-14 4年後の景況感

【業況：業種別】

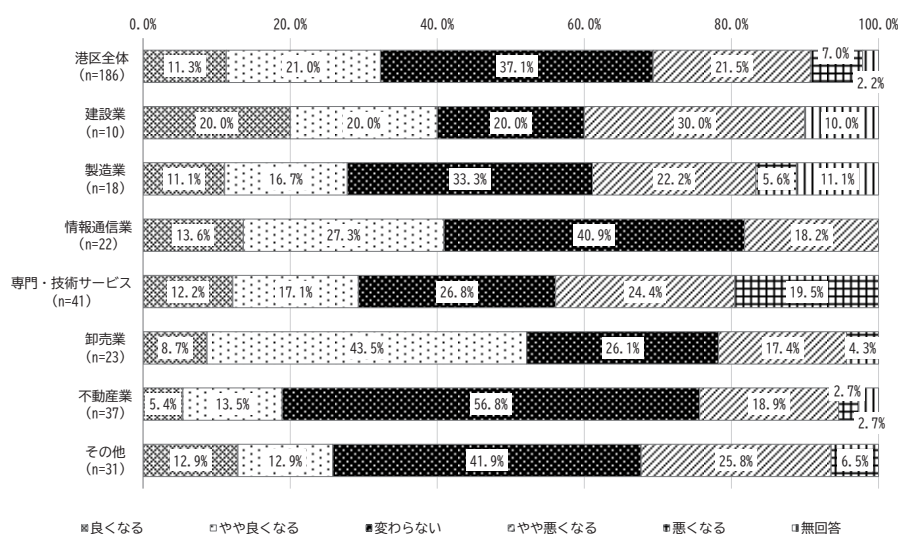


図3-15 4年後の景況感

【売上高：業種別】

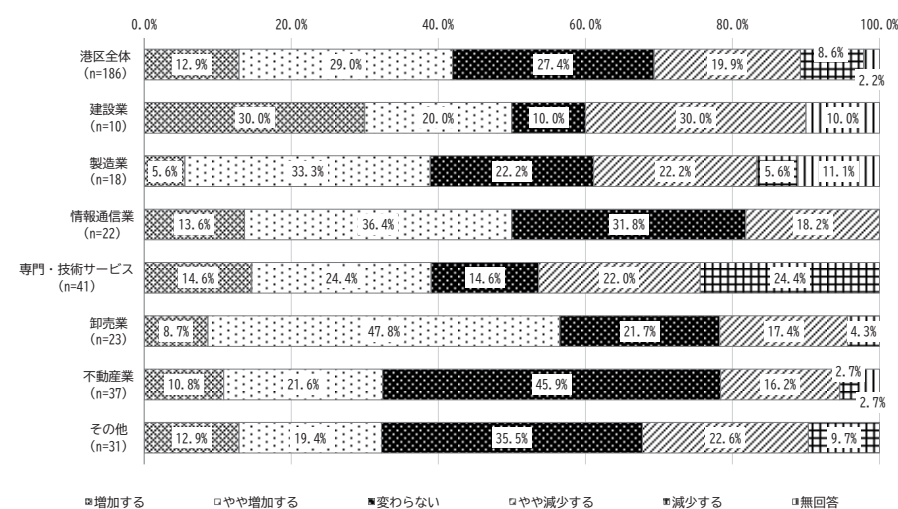
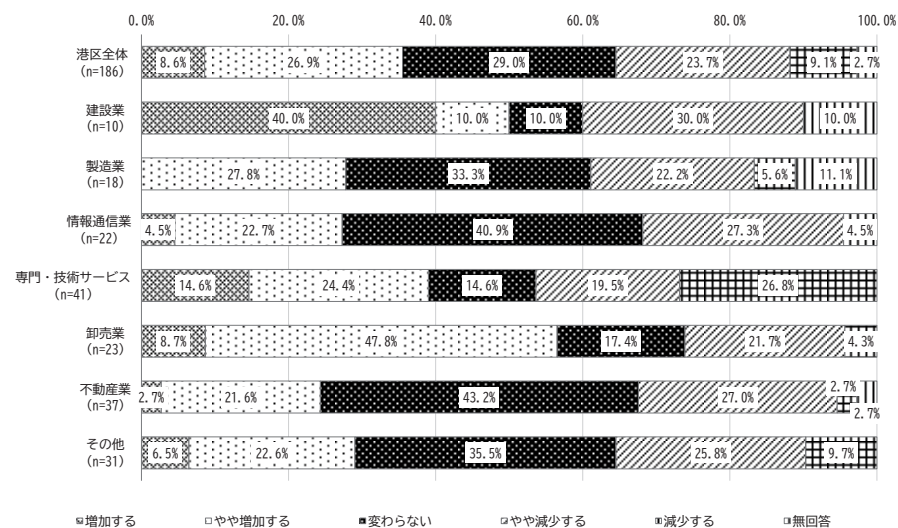


図3-16 4年後の景況感

【営業利益：業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、規模ごとに業況、営業利益では概ね同様の傾向がみられ、20～49 人の規模までは『良くなる』(「良くなる」、「やや良くなる」の合計)、『増加する』(「増加する」、「やや増加する」の合計)の割合が次第に高まっており、将来を前向きに想定している傾向が高くみられるが、50 人以上の規模の事業所ではいずれも割合が相対的に低下している。一方で、売上では概ね従業者規模が大きくなるほど『増加する』の割合が高くなっている。

図 3-17 4 年後の景況感

【業況：従業者規模別】

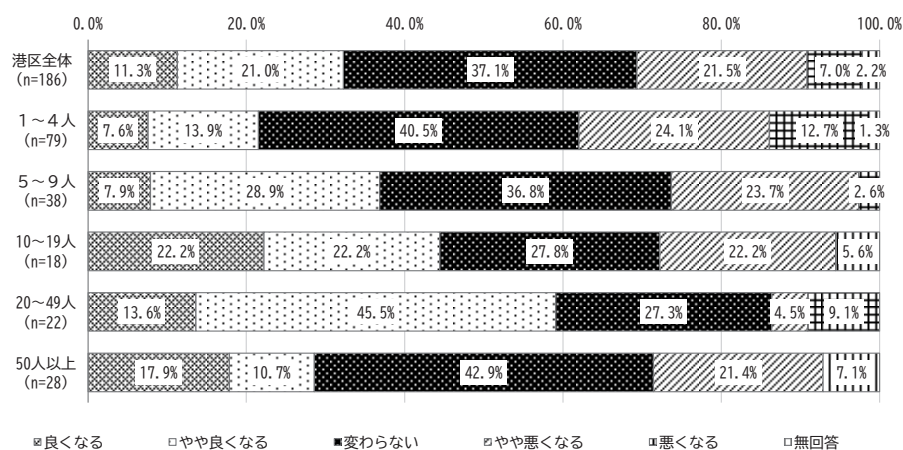


図 3-18 4 年後の景況感

【売上高：従業者規模別】

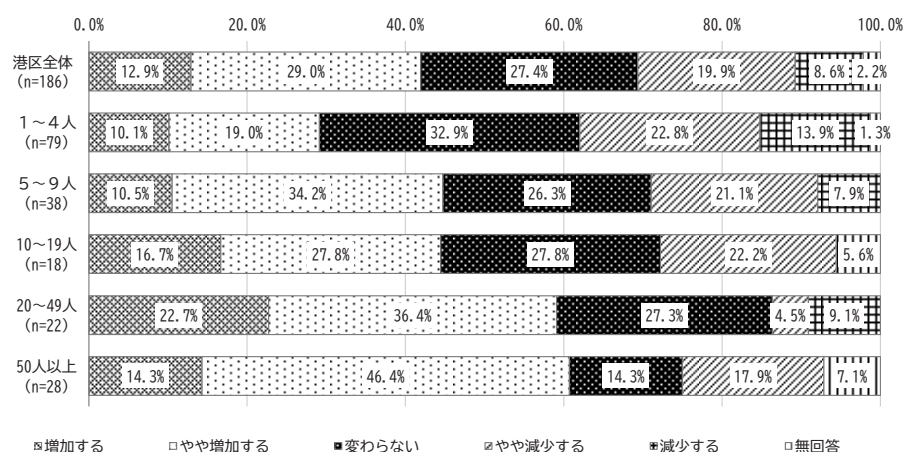
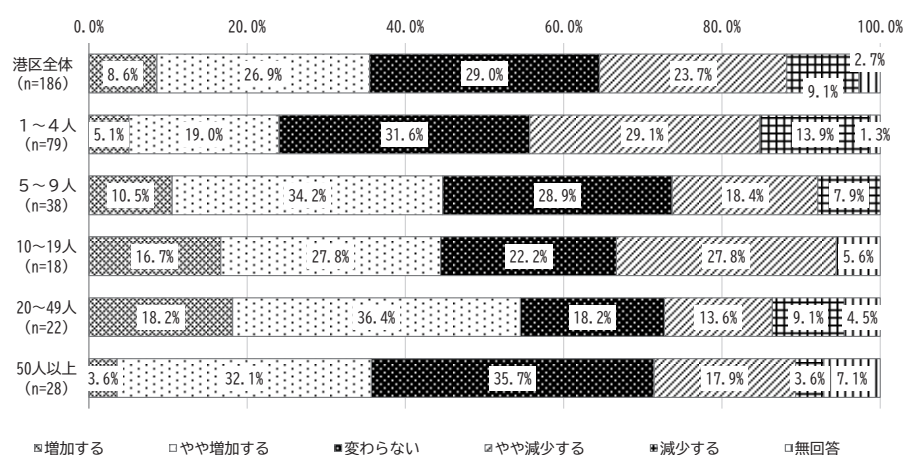


図 3-19 4 年後の景況感

【営業利益：従業者規模別】



物価高騰・為替変動等の影響

- ・昨今の物価高騰や為替変動による影響を自由意見として聞いたところ、寄せさせた意見は次のとおり。
「円安による輸出業の好調／輸入業の不調」、「仕入価格の上昇によるコスト上昇」といった意見が多い。

表3-3 物価高騰・為替変動等の影響【港区全体】

【主な意見】

業 種	内 容
建設業	約半年前の材料や運搬費が倍以上増額していることもあり、見積作成や物品の購入に関し市場の状況に常に目を配っている。
製造業	100%国内製造、売り上げの約8割が輸出のため、為替の影響を大きく受けている。
製造業	資材価格高騰により、製造原価が上がり、商品価格を上げないと利幅が極めて薄くなるようになった。
情報通信業	物価高騰により給与をアップしたいが、売り上げ・利益がそれに見合わない。
情報通信業	サーバ等のハードウェア部品が円安で仕入れ額が大幅増加した。ソフト比率が下がりハードが増えたため原価率がアップした。
情報通信業	米国から仕入れた情報商品を販売しているため、円安はクリティカルヒットとなり経営に大きな影響を与える。法人顧客へ説明し値上げを実施しているが、個人顧客に対しては困難であり困っている。
専門・技術サービス業	為替による損益は円状況によって異なるが通年でみればそれほど影響はない。特許事務所は原材料の影響がないが、物価高騰を考慮して給与増を行う必要があった。
専門・技術サービス業	値上がりにより経費が増加した。全体的にである。売上のほうの値上げはなかなかできない。
専門・技術サービス業	収入と支出のバランスが維持できているので多大なる影響は受けていない。
専門・技術サービス業	中小企業と大企業とのパワーバランスで、インフレの価格転嫁が、中小企業にとって厳しい。
専門・技術サービス業	全てのコストが増加。
専門・技術サービス業	建築費及び土地価格の高騰により、開発プロジェクトの着手遅延や延期が多く発生し、コンサル事業が大きな影響を受けている。
専門・技術サービス業	取引先の委託業務内製化により発注が減少した。
専門・技術サービス業	海外からの受託があり支払いがドル、ユーロベースになるため為替の恩恵を受けている。
卸売業	仕入価格の上昇分をすべて売価に反映させることができないことによる利益の減少。
卸売業	弊社は輸入商社になるので、仕入時のドル・ユーロの為替変動は大きく影響を受ける。
不動産業	修繕工事費の高騰や金利の上昇により利益が圧迫を受けている。ただし、賃貸料の値上げが一部実現することで、売上もいくぶん伸びている。
不動産業	借入れ家賃の上昇が貸出家賃の上昇を超える。
不動産業	不動産の高騰で成約率が低下した。
不動産業	為替の影響はない。仕入は高騰するものの、販売単価も上昇しており、利益は確保している。
その他	社員確保に向けた人件費の高騰が経営の足かせになっている。
その他	金・プラチナの高騰により、取扱商品の値上げをせざるを得なくなった。
その他	都内建築景気の影響により、売上高が販売費・一般管理費の上昇を上回ってはいるが、今後の販管費のスリム化と物価上昇とのバランスを厳しく抑えていく必要があると考える。

(3) 立地環境について

創業地

- ・調査対象事業所の創業地をみると、「区内で創業」が57.0%、「区外で創業」が41.9%となっている。
- ・業種別にみると、「区内で創業」の割合が最も高かったのは、不動産業の86.5%で、次いで専門・技術サービス業の75.6%となっており、この2業種は50%を大きく超えている。

図3-20 創業地【港区全体】

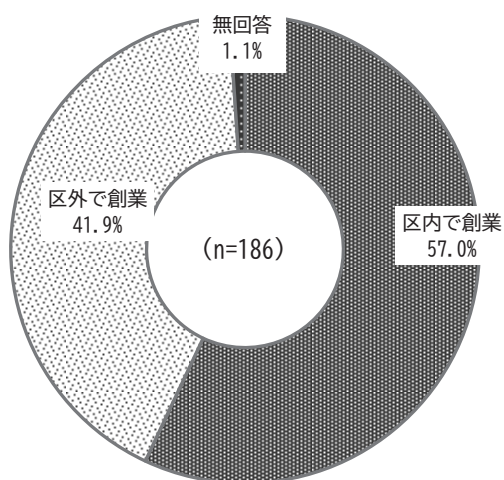
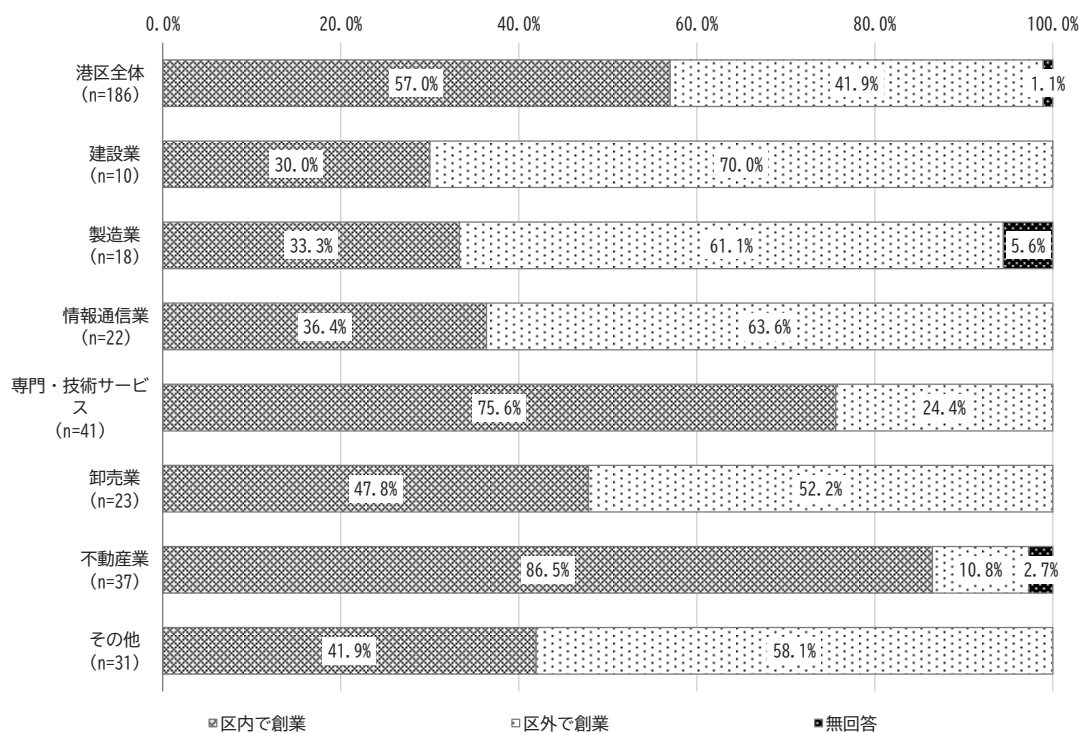
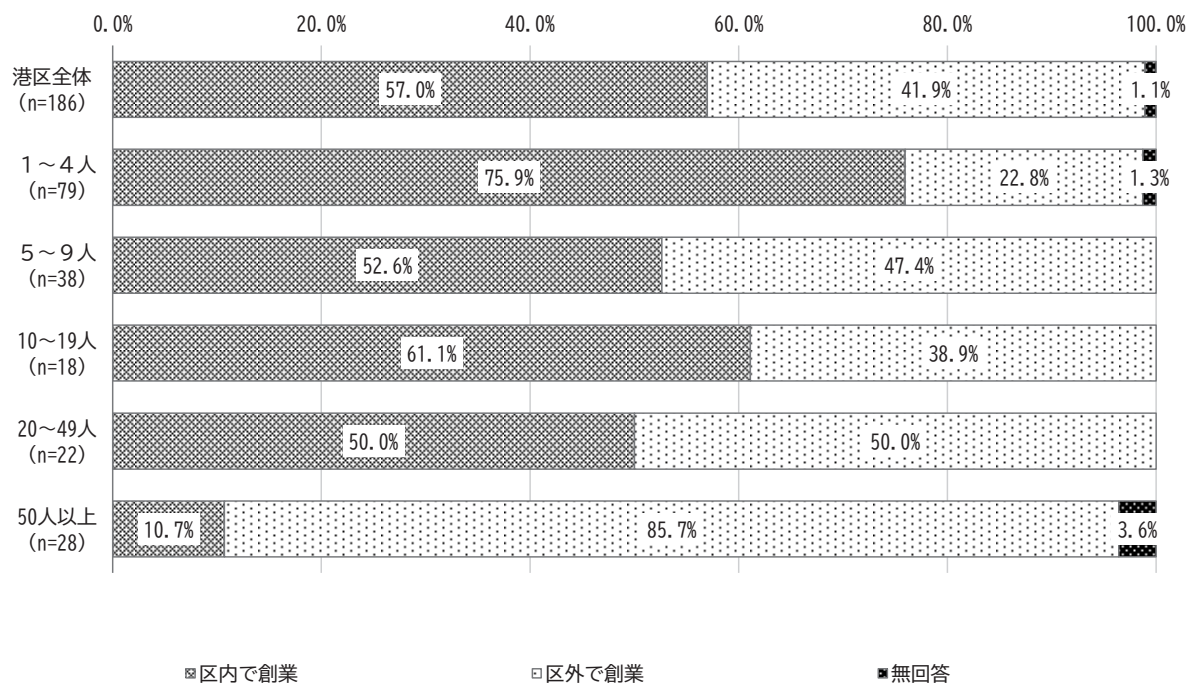


図3-21 創業地【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、50 人以上を除く全ての規模において「区内で創業」の割合が 50％以上となっており、特に1～4人で 75.9％、10～19 人で 61.1％となっている。

図 3-22 創業地【従業者規模別】



港区の創業環境

- ・調査対象事業所に、他地域と比べ港区は新たに創業しやすい環境にあるかを聞いたところ、「どちらともいえない」が63.4%と最も高い。
- ・「創業しやすい」と回答した事業所は28.0%で、「創業しにくい(6.5%)」と回答した事業所よりも多い。
- ・業種別にみると、建設業、専門・技術サービス業、不動産業において「創業しやすい」と回答した割合が港区全体より高くそれぞれ、50.0%、34.1%、37.8%となっている一方、特に製造業は11.1%と港区全体(28.0%)より低くなっている。
- ・卸売業は「創業しにくい」と回答した事業所が17.4%と、港区全体の6.5%を上回っている。

図3-23 港区の創業環境【港区全体】

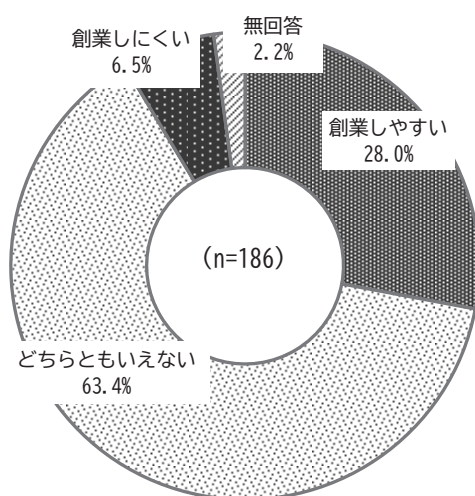
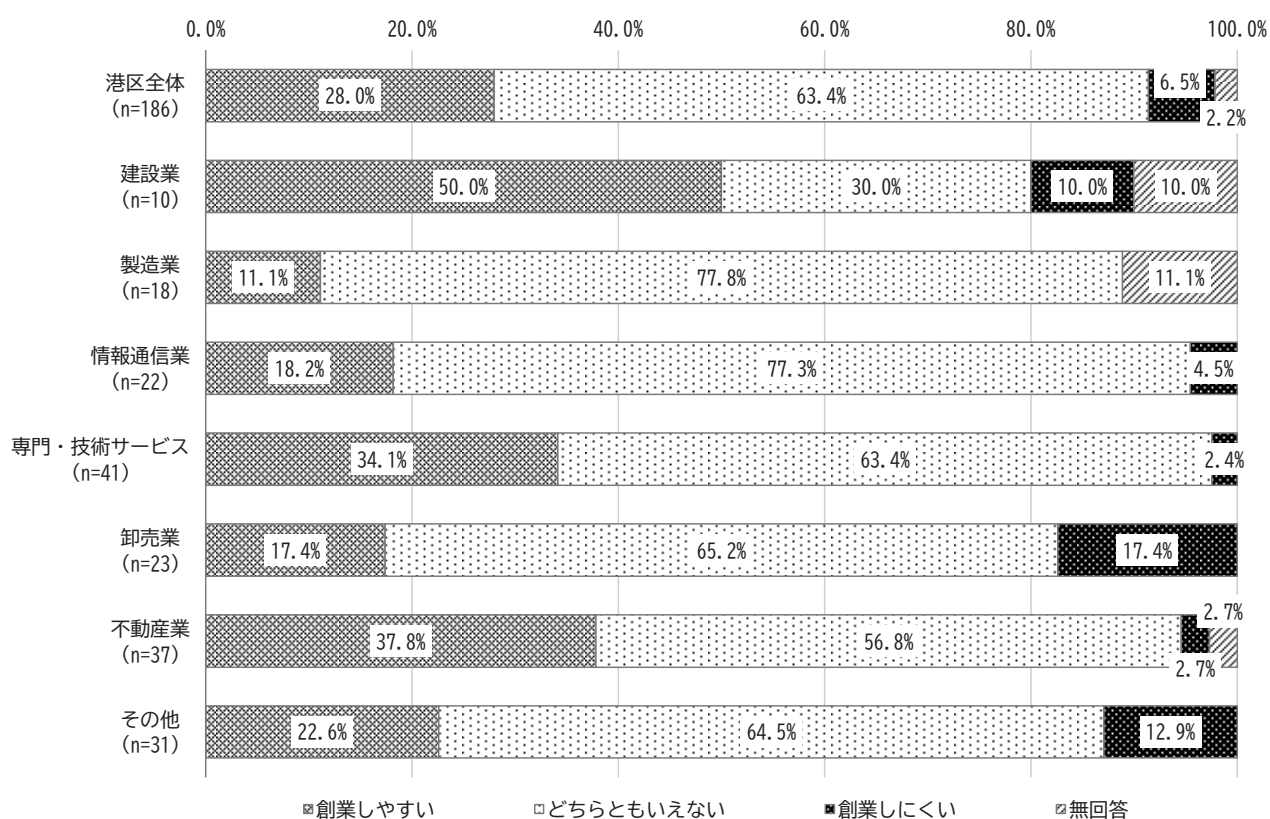


図3-24 港区の創業環境【業種別】



港区の環境や立地するメリット

- ・ 調査対象事業所の考える港区の環境や立地するメリットをみると、「交通至便で地理的にも便利」が82.8%と他の選択肢と比較し圧倒的に高い割合となっており、次いで「港区立地による企業イメージアップ(34.9%)」、「取引先から近い(32.8%)」の順となっている。
- ・ 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」が最も高くなっている。また、建設業、製造業、情報通信業では「事業所の集積による企業間の連携」をあげる事業所が他の業種より多く、専門・技術サービス業では「優秀な人材を確保しやすい」をあげる事業所が他業種より多い。また、専門・技術サービス業、不動産業では「自宅などが近いため」をあげる事業所が多くなっている。
- ・ 従業者規模別にみると、概ね港区全体と同じ傾向にあり、すべての規模において「交通至便で地理的にも便利」が最も高く、1～4人、50人以上を除く規模で「取引先から近い」が2番目に高くなっており(10～19人は「港区立地による企業イメージアップ」と同率2位)、1～4人でも4番目、50人以上でも3番目とどの規模においても高順位を占めている。なお、1～4人、50人以上では「港区立地による企業イメージアップ」が2番目に高い。

図3-25 港区の環境や立地するメリット【港区全体 (N=186)】

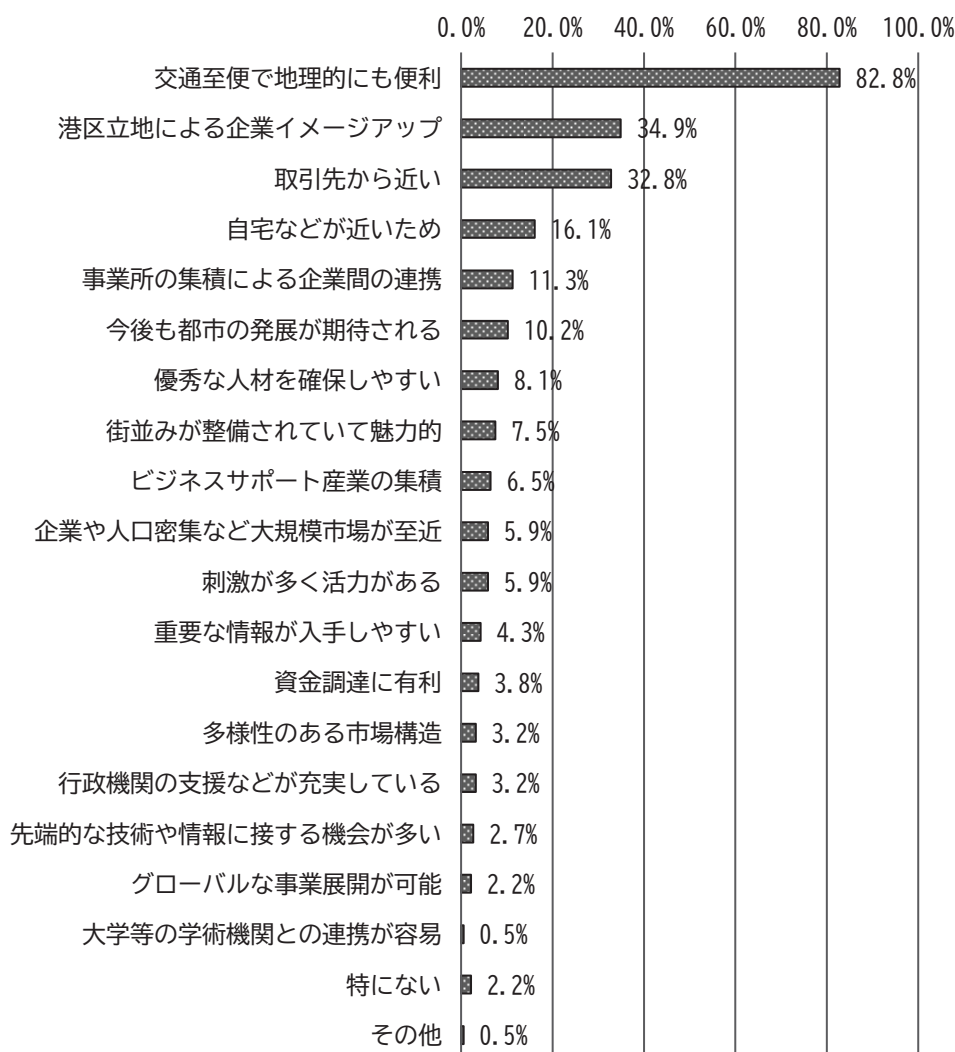


表3-4 港区の環境や立地するメリット【業種別】

	交通至便で地理的にも	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の集積	規模や人口密集など大企業市場が至近	優秀な人材を確保しやすい	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	充実している行政機関の支援などが	重要な情報が入手しやすい	街並みが整備されている魅力的	自宅などが近い	待たれる都市の発展が期待される	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	82.8%	11.3%	6.5%	5.9%	8.1%	0.5%	2.7%	3.2%	34.9%	5.9%	3.8%	2.2%	32.8%	3.2%	4.3%	7.5%	16.1%	10.2%	2.2%	0.5%	2.2%
建設業 (n=10)	60.0%	20.0%	20.0%	-	-	-	-	10.0%	50.0%	10.0%	-	-	30.0%	10.0%	-	10.0%	-	-	-	-	10.0%
製造業 (n=18)	88.9%	22.2%	-	16.7%	5.6%	-	-	-	22.2%	5.6%	-	5.6%	38.9%	5.6%	-	-	5.6%	5.6%	-	-	11.1%
情報通信業 (n=22)	95.5%	22.7%	4.5%	-	13.6%	-	4.5%	-	18.2%	4.5%	4.5%	4.5%	45.5%	4.5%	4.5%	4.5%	13.6%	4.5%	-	-	-
専門・技術サービス (n=41)	78.0%	4.9%	9.8%	2.4%	17.1%	-	4.9%	-	34.1%	4.9%	2.4%	2.4%	29.3%	2.4%	2.4%	9.8%	26.8%	12.2%	-	2.4%	-
卸売業 (n=23)	87.0%	4.3%	4.3%	4.3%	8.7%	-	-	-	39.1%	-	4.3%	-	39.1%	4.3%	4.3%	17.4%	4.3%	17.4%	4.3%	-	-
不動産業 (n=37)	83.8%	10.8%	5.4%	10.8%	5.4%	-	-	8.1%	43.2%	8.1%	8.1%	-	13.5%	2.7%	5.4%	8.1%	27.0%	13.5%	-	-	2.7%
その他 (n=31)	77.4%	9.7%	3.2%	3.2%	-	3.2%	3.2%	6.5%	35.5%	6.5%	3.2%	3.2%	45.2%	-	9.7%	3.2%	12.9%	6.5%	9.7%	-	-

表3-5 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	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の集積	規模や人口密集など大企業市場が至近	優秀な人材を確保しやすい	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	充実している行政機関の支援などが	重要な情報が入手しやすい	街並みが整備されている魅力的	自宅などが近い	待たれる都市の発展が期待される	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	82.8%	11.3%	6.5%	5.9%	8.1%	0.5%	2.7%	3.2%	34.9%	5.9%	3.8%	2.2%	32.8%	3.2%	4.3%	7.5%	16.1%	10.2%	2.2%	0.5%	2.2%
1～4人 (n=79)	75.9%	11.4%	5.1%	6.3%	2.5%	1.3%	2.5%	3.8%	36.7%	7.6%	6.3%	2.5%	24.1%	1.3%	6.3%	8.9%	27.8%	7.6%	1.3%	1.3%	1.3%
5～9人 (n=38)	92.1%	10.5%	5.3%	2.6%	15.8%	-	7.9%	-	31.6%	-	2.6%	-	44.7%	5.3%	5.3%	7.9%	15.8%	15.8%	-	-	-
10～19人 (n=18)	77.8%	5.6%	16.7%	5.6%	11.1%	-	-	11.1%	38.9%	-	5.6%	-	38.9%	5.6%	5.6%	11.1%	-	16.7%	5.6%	-	5.6%
20～49人 (n=22)	86.4%	13.6%	4.5%	4.5%	18.2%	-	-	-	36.4%	9.1%	-	9.1%	50.0%	4.5%	-	4.5%	4.5%	9.1%	4.5%	-	-
50人以上 (n=28)	89.3%	14.3%	7.1%	10.7%	3.6%	-	-	3.6%	28.6%	10.7%	-	-	21.4%	3.6%	-	3.6%	3.6%	7.1%	3.6%	-	7.1%

表3-6 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	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の集積	規模や人口密集など大企業市場が至近	優秀な人材を確保しやすい	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	充実している行政機関の支援などが	重要な情報が入手しやすい	街並みが整備されている魅力的	自宅などが近い	待たれる都市の発展が期待される	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	82.8%	11.3%	6.5%	5.9%	8.1%	0.5%	2.7%	3.2%	34.9%	5.9%	3.8%	2.2%	32.8%	3.2%	4.3%	7.5%	16.1%	10.2%	2.2%	0.5%	2.2%
芝地区 (n=76)	90.8%	11.8%	7.9%	5.3%	7.9%	-	-	-	32.9%	6.6%	5.3%	2.6%	31.6%	5.3%	1.3%	7.9%	11.8%	13.2%	-	1.3%	3.9%
麻布地区 (n=26)	73.1%	7.7%	3.8%	11.5%	3.8%	-	7.7%	3.8%	34.6%	3.8%	7.7%	-	23.1%	3.8%	3.8%	3.8%	30.8%	7.7%	3.8%	-	-
赤坂地区 (n=50)	76.0%	14.0%	8.0%	6.0%	8.0%	-	6.0%	6.0%	38.0%	8.0%	2.0%	-	46.0%	2.0%	10.0%	8.0%	8.0%	8.0%	2.0%	-	2.0%
高輪地区 (n=21)	76.2%	9.5%	-	-	9.5%	4.8%	-	4.8%	47.6%	-	-	4.8%	33.3%	-	4.8%	9.5%	38.1%	9.5%	-	-	-
芝浦港南地区 (n=13)	92.3%	7.7%	7.7%	7.7%	15.4%	-	-	7.7%	15.4%	7.7%	-	7.7%	7.7%	-	-	7.7%	7.7%	7.7%	15.4%	-	-

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

港区の環境や立地するデメリット

- ・調査対象事業所の考える港区の環境や立地するデメリットをみると、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が65.1%と唯一50%を超えている。特にないを除いて他の選択肢をみると、「人件費が高い(23.1%)」、「通勤時間が長く、コストも高い(14.0%)」の順となっており、全体的に費用面の高さをデメリットとしてあげる事業所が多いことがみてとれる。
- ・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」が最も高くなっている。また、情報通信業、専門・技術サービス業、卸売業、その他では「人件費が高い」が2番目に高い。また、不動産業では「通勤時間が長く、コストも高い」をあげる事業所が他業種よりも相対的に少ない一方で、「変化が激しく、対応が難しい」をあげる事業所が他業種よりも相対的に多い。
- ・従業者規模別にみると、概ね港区全体と同じ傾向にあり、すべての規模において「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が最も高く、50人以上を除き、「人件費が高い」が2番目に高い。1～4人では「競争相手が多く、競争が激しい」が3番目に高く、「通勤時間が長く、コストも高い」の順位が他の規模よりも低い。

図3-26 港区の環境や立地するデメリット【港区全体（N=186）】

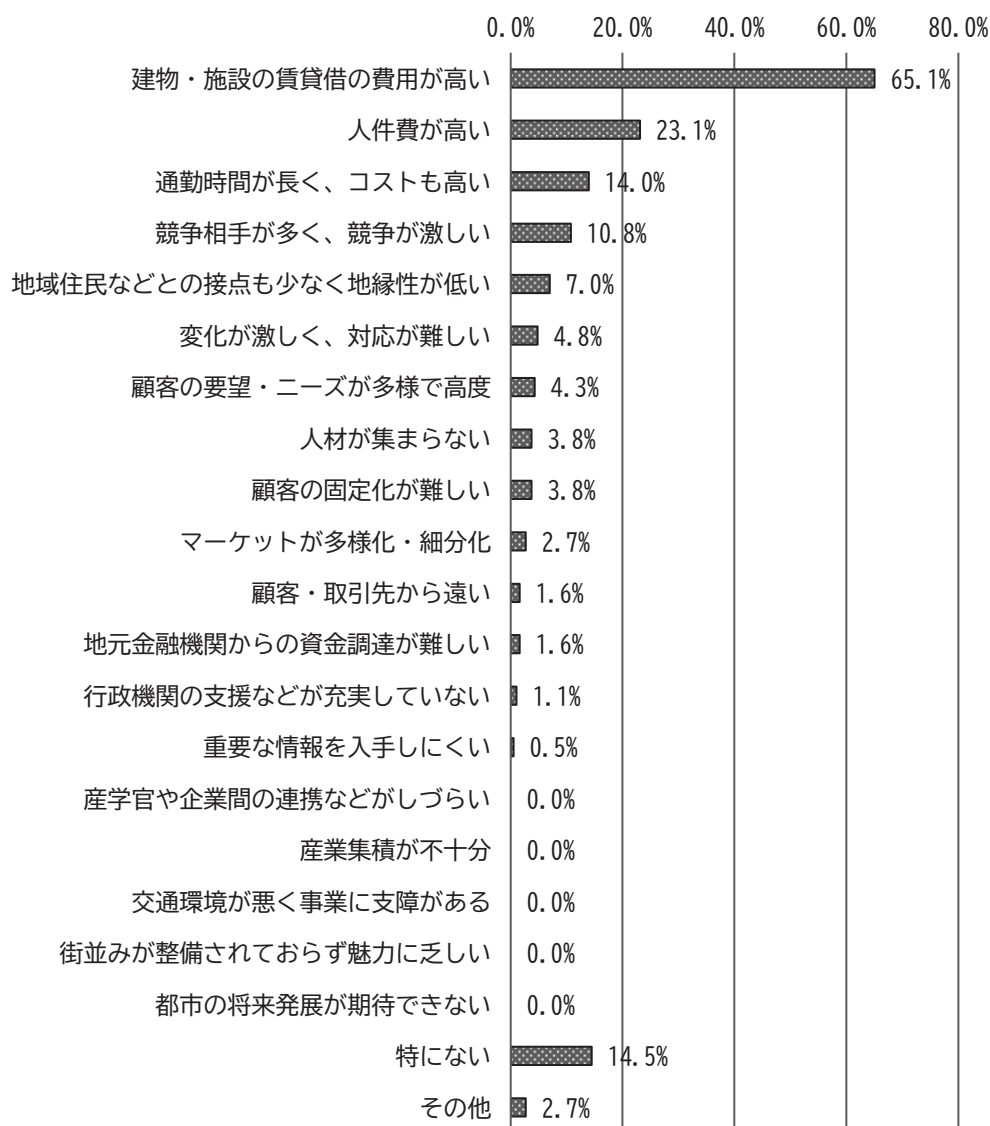


表3-7 港区の環境や立地するデメリット【業種別】

	が建物・施設 の高い	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	高い通勤時間が長く、コストも 多	地域住民などの接点も少 なく地縁性が低い	地元金融機関からの資金調 達が難しい	行政機関の支援などが充実 していない	重要な情報を入手しにくい	魅力が乏しい	街並みが整備されておらず	都市の将来発展が期待でき ない	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	65.1%	23.1%	3.8%	-	-	-	4.8%	2.7%	10.8%	1.6%	4.3%	3.8%	14.0%	7.0%	1.6%	1.1%	0.5%	-	-	14.5%	2.7%	3.2%	
建設業 (n=10)	50.0%	10.0%	10.0%	-	-	-	-	-	20.0%	-	10.0%	-	20.0%	-	-	-	-	-	-	10.0%	10.0%	10.0%	
製造業 (n=18)	61.1%	5.6%	5.6%	-	-	-	5.6%	-	-	-	11.1%	-	16.7%	16.7%	-	-	-	-	-	16.7%	-	11.1%	
情報通信業 (n=22)	68.2%	31.8%	4.5%	-	-	-	-	-	-	-	4.5%	4.5%	22.7%	9.1%	-	-	-	-	-	18.2%	4.5%	4.5%	
専門・技術サービス (n=41)	68.3%	31.7%	2.4%	-	-	-	-	-	9.8%	2.4%	2.4%	-	12.2%	4.9%	-	-	-	-	-	19.5%	2.4%	-	
卸売業 (n=23)	82.6%	34.8%	4.3%	-	-	-	-	4.3%	8.7%	8.7%	-	-	21.7%	4.3%	-	4.3%	-	-	-	4.3%	-	-	
不動産業 (n=37)	56.8%	18.9%	-	-	-	-	21.6%	5.4%	29.7%	-	5.4%	8.1%	5.4%	10.8%	8.1%	-	-	-	-	8.1%	-	5.4%	
その他 (n=31)	61.3%	16.1%	-	-	-	-	-	6.5%	3.2%	-	3.2%	9.7%	9.7%	3.2%	-	3.2%	3.2%	-	-	19.4%	6.5%	-	

表3-8 港区の環境や立地するデメリット【従業者規模別】

	が建物・施設の高い	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	高い通勤時間が長く、コストも	地域住民など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が難しい	行政機関の支援などが充実していない	重要な情報を入手しにくい	魅力が乏しい	街並みが整備されておらず	都市の将来発展が期待できない	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	65.1%	23.1%	3.8%	-	-	-	4.8%	2.7%	10.8%	1.6%	4.3%	3.8%	14.0%	7.0%	1.6%	1.1%	0.5%	-	-	-	14.5%	2.7%	3.2%
1～4人 (n=79)	55.7%	20.3%	-	-	-	-	6.3%	3.8%	15.2%	-	5.1%	5.1%	8.9%	10.1%	3.8%	1.3%	-	-	-	-	19.0%	1.3%	1.3%
5～9人 (n=38)	78.9%	26.3%	-	-	-	-	5.3%	2.6%	10.5%	5.3%	5.3%	2.6%	13.2%	7.9%	-	-	2.6%	-	-	-	7.9%	2.6%	2.6%
10～19人 (n=18)	66.7%	27.8%	11.1%	-	-	-	5.6%	-	5.6%	-	-	5.6%	11.1%	5.6%	-	5.6%	-	-	-	-	11.1%	-	11.1%
20～49人 (n=22)	77.3%	36.4%	-	-	-	-	4.5%	-	4.5%	4.5%	-	-	27.3%	-	-	-	-	-	-	-	4.5%	9.1%	-
50人以上 (n=28)	60.7%	14.3%	17.9%	-	-	-	-	3.6%	7.1%	-	7.1%	3.6%	21.4%	3.6%	-	-	-	-	-	-	21.4%	3.6%	7.1%

表3-9 港区の環境や立地するデメリット【地区別】

	建物・施設 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	高い 通勤時間が長く、コストも 多い	地域住民などの接点も少 なく地縁性が低い	地元金融機関からの資金調 達が難しい	行政機関の支援などが充実 していない	重要な情報を入力しにくい	魅力に乏しい	街並みが整備されておらず	都市の将来発展が期待でき ない	特にな い	その他	無回答
港区全体 (n=186)	65.1%	23.1%	3.8%	-	-	-	4.8%	2.7%	10.8%	1.6%	4.3%	3.8%	14.0%	7.0%	1.6%	1.1%	0.5%	-	-	-	14.5%	2.7%	3.2%
芝地区 (n=76)	69.7%	28.9%	7.9%	-	-	-	1.3%	2.6%	7.9%	1.3%	3.9%	1.3%	18.4%	5.3%	-	1.3%	-	-	-	-	10.5%	2.6%	5.3%
麻布地区 (n=26)	57.7%	23.1%	-	-	-	-	11.5%	-	15.4%	-	-	-	7.7%	7.7%	-	-	-	-	-	-	19.2%	3.8%	-
赤坂地区 (n=50)	64.0%	16.0%	-	-	-	-	6.0%	4.0%	14.0%	-	8.0%	8.0%	8.0%	10.0%	6.0%	-	2.0%	-	-	-	16.0%	2.0%	4.0%
高輪地区 (n=21)	57.1%	19.0%	-	-	-	-	4.8%	4.8%	14.3%	-	4.8%	9.5%	4.8%	4.8%	-	4.8%	-	-	-	-	19.0%	-	-
芝浦港南地区 (n=13)	69.2%	23.1%	7.7%	-	-	-	7.7%	-	-	15.4%	-	-	38.5%	7.7%	-	-	-	-	-	-	15.4%	7.7%	-

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

区外移転の可能性

- ・調査対象事業所に区外移転の可能性をみると、「可能性はない」が65.1%と最も高い。『具体的に検討している』（「かなり具体的に検討している」、「ある程度具体的に検討している」の合計）の割合は計4.8%。
- ・業種別にみると、建設業、製造業、不動産業では移転の「可能性はない」の割合がそれぞれ、90.0%、72.2%、75.7%、と港区全体(65.1%)よりも高い割合となっている。一方で、情報通信業は『具体的に検討している』の割合は計18.2%で、「可能性はあるが具体的に検討していない」を合わせると計63.7%と、他の業種と比べて高い割合となっており、前問の港区の環境や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」、「人件費が高い」、「通勤時間が長く、コストも高い」と回答した割合が高かったことと関連があることがみてとれる。

図3-27 区外移転の可能性【港区全体】

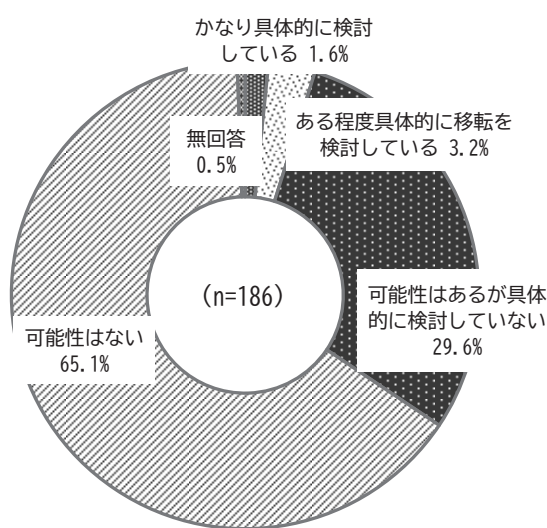
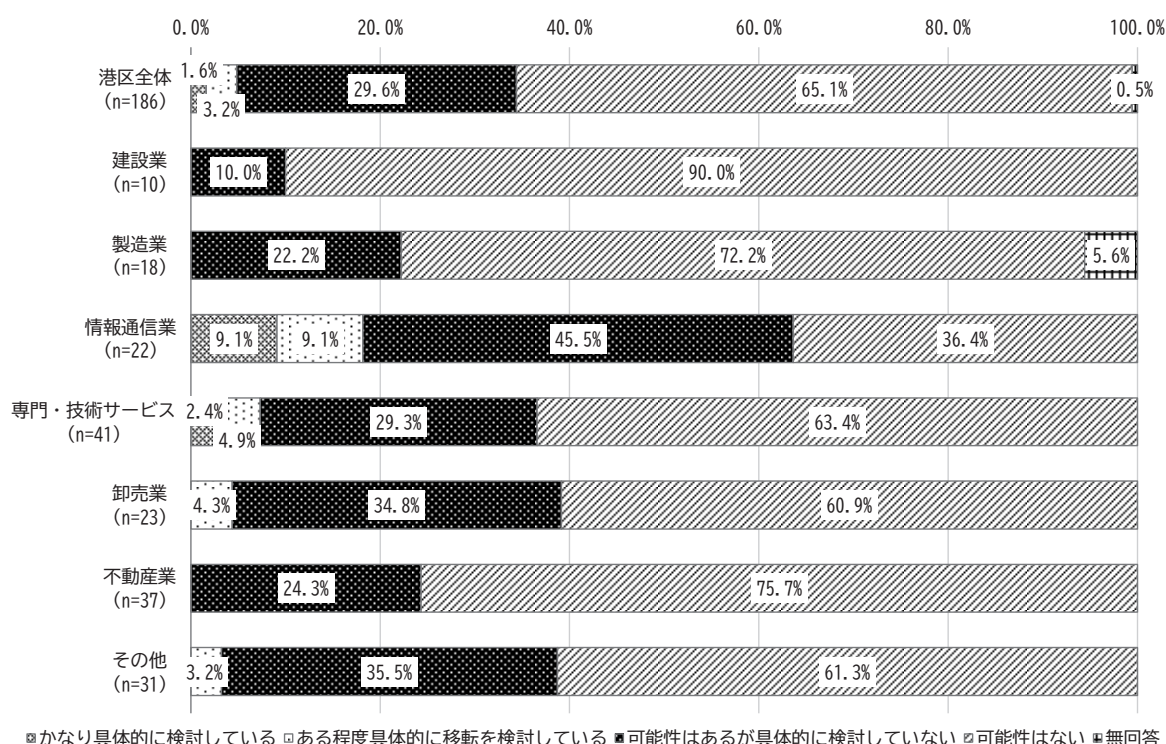
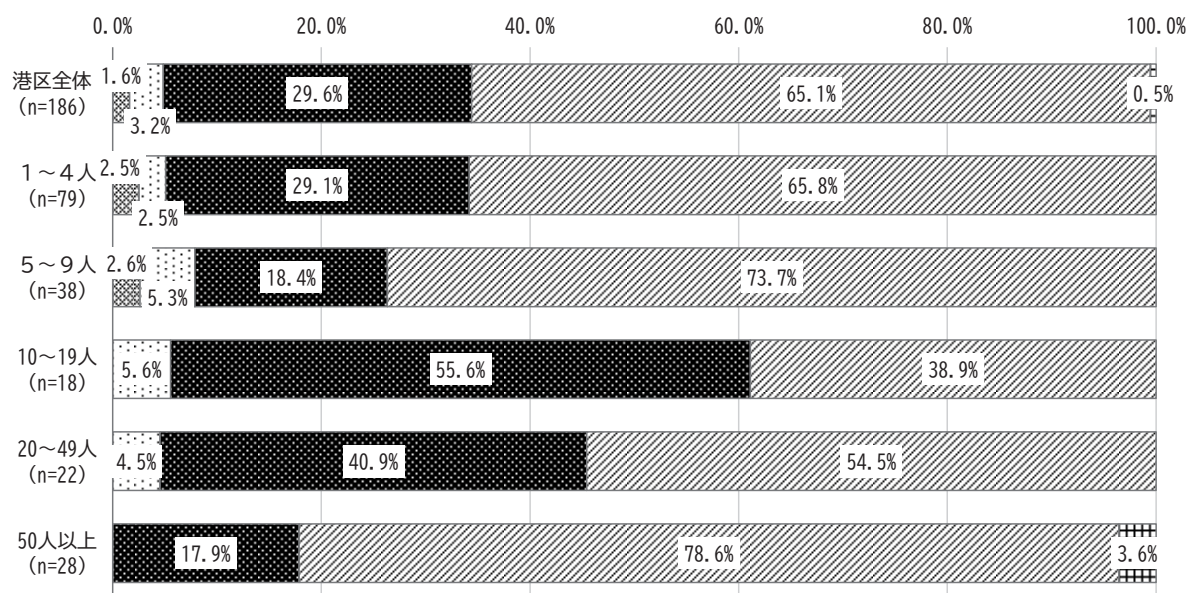


図3-28 区外移転の可能性【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、1～4人、5～9人、50人以上で区外移転の「可能性はない」と回答した割合がそれぞれ、65.8%、73.7%、78.6%、と港区全体(65.1%)よりも高い割合となっている。「かなり具体的に検討している」と回答したのは1～4人、5～9人と比較的従業者規模の小さい事業所でそれぞれ、2.5%と2.6%となっている。他方、10～19人、20～49人では、「可能性はあるが具体的に検討していない」を回答した割合が他の規模より高くなっている。

図3-29 区外移転の可能性【従業者規模別】

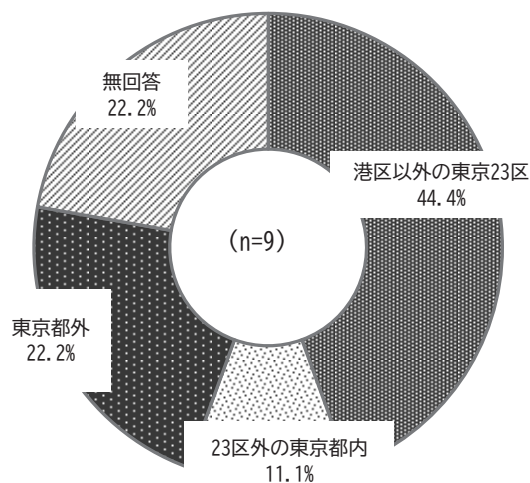


■かなり具体的に検討している □ある程度具体的に移転を検討している ■可能性はあるが具体的に検討していない ▨可能性はない ▩無回答

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9事業所の検討している移転先をみると、「港区以外の東京23区」が44.4%(4事業所)であり、次いで「東京都外」が22.2%(2事業所)、「23区外の東京都内」が11.1%(1事業所)の順となっている。
- ・ 具体的な地名としては、「渋谷区(恵比寿など)」、「神奈川県内(横浜市・川崎市など)」と回答した事業所がみられた。

図3-30 検討している移転先【港区全体】



※ 集計対象は「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9者

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をみると、「IT関連産業」が43.0%と最も高く、次いで「飲食関連産業(23.7%)」、「クリエイティブ関連産業(デザイン・アート・服飾等)(16.7%)」の順となっている。
- ・ 業種別にみると、すべての業種において、「IT 関連産業」の割合が最も高く、中でも卸売業では78.3%と突出して高くなっている。また、建設業、製造業を除くすべての業種において、飲食関連産業が上位3以内を占めている。他方、専門・技術サービス業では「専門サービス産業」が、建設業では「余暇・観光関連産業」、「危機管理関連産業」が、情報通信業では「クリエイティブ関連産業(映画・アニメ・ゲーム等)」が上位3以内を占める等、自業種の関連産業を回答にあげる事業所が多くみられる。
- ・ 従業者規模別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、20～49 人、50 人以上では「飲食関連産業」がそれぞれ、13.6%、7.1%と港区全体(23.7%)より低い一方で、「危機管理関連産業」がそれぞれ、22.7%、25.0%と港区全体(14.0%)より高くなっている。
- ・ 経営者の年代別に見ると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、40 歳代以下において「余暇・観光関連産業(21.7%)」が、他の年代より高い割合となっている。

図3-31 区内で成長が見込まれる産業分野【港区全体（N=186）】

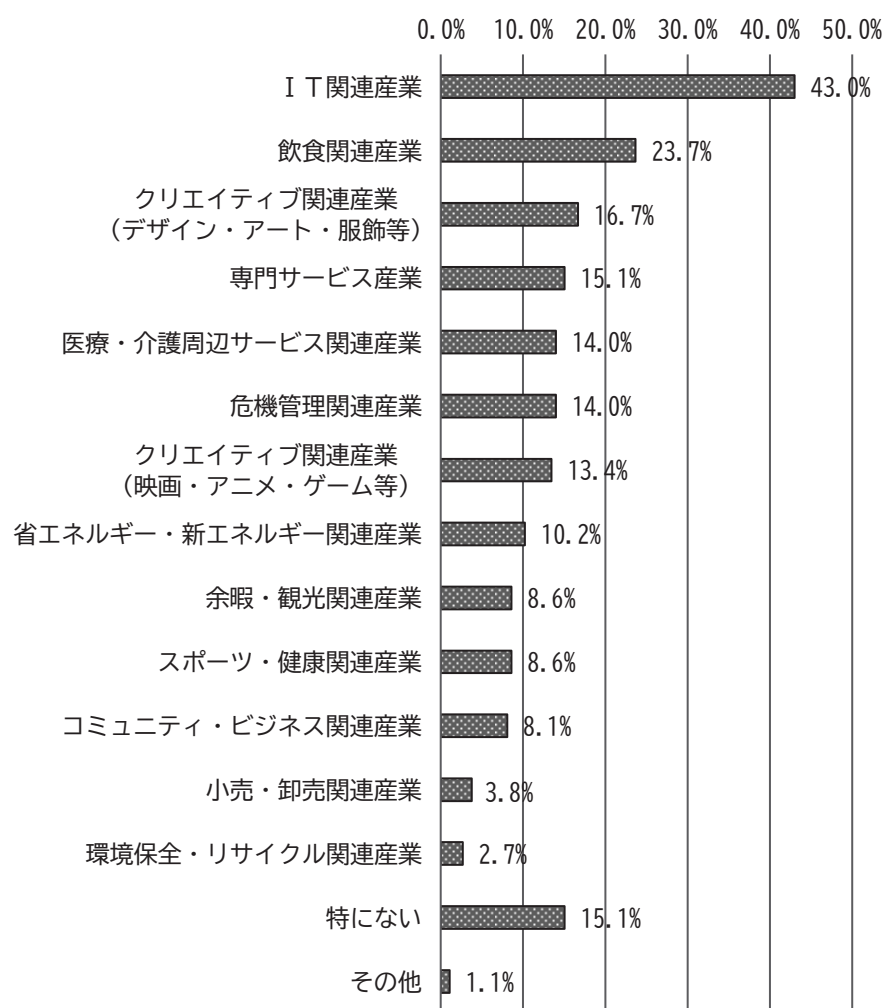


表3-10 区内で成長が見込まれる産業分野【業種別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業 (映画・アニメ・ゲーム等)	クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	飲食関連産業	小売・卸売関連産業	余暇・観光関連産業	スポーツ・健康関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー・新エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス関連産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	コミュニティ・ビジネス関連産業	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=186)	43.0%	13.4%	16.7%	23.7%	3.8%	8.6%	8.6%	2.7%	10.2%	14.0%	14.0%	15.1%	8.1%	15.1%	1.1%	7.5%
建設業 (n=10)	30.0%	20.0%	20.0%	-	-	30.0%	10.0%	-	10.0%	-	30.0%	-	20.0%	-	10.0%	20.0%
製造業 (n=18)	33.3%	27.8%	11.1%	11.1%	11.1%	-	-	-	22.2%	16.7%	11.1%	-	16.7%	16.7%	-	11.1%
情報通信業 (n=22)	40.9%	27.3%	18.2%	27.3%	-	4.5%	9.1%	-	13.6%	9.1%	9.1%	13.6%	-	18.2%	4.5%	-
専門・技術サービス (n=41)	31.7%	4.9%	14.6%	29.3%	4.9%	12.2%	7.3%	2.4%	4.9%	12.2%	4.9%	29.3%	4.9%	19.5%	-	12.2%
卸売業 (n=23)	78.3%	17.4%	13.0%	21.7%	8.7%	8.7%	8.7%	-	4.3%	13.0%	26.1%	13.0%	13.0%	4.3%	-	4.3%
不動産業 (n=37)	45.9%	5.4%	18.9%	35.1%	-	10.8%	13.5%	2.7%	10.8%	16.2%	21.6%	16.2%	5.4%	8.1%	-	10.8%
その他 (n=31)	41.9%	12.9%	16.1%	16.1%	3.2%	3.2%	9.7%	6.5%	9.7%	19.4%	6.5%	12.9%	6.5%	29.0%	-	-

表3-11 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 (映画・アニメ・ゲーム等)	クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	飲食関連産業	小売・卸売関連産業	余暇・観光関連産業	スポーツ・健康関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー・新エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス関連産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	コミュニティ・ビジネス関連産業	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=186)	43.0%	13.4%	16.7%	23.7%	3.8%	8.6%	8.6%	2.7%	10.2%	14.0%	14.0%	15.1%	8.1%	15.1%	1.1%	7.5%
1～4人 (n=79)	41.8%	11.4%	17.7%	30.4%	3.8%	6.3%	8.9%	1.3%	8.9%	15.2%	12.7%	16.5%	5.1%	15.2%	-	10.1%
5～9人 (n=38)	44.7%	13.2%	18.4%	28.9%	2.6%	10.5%	10.5%	5.3%	15.8%	10.5%	5.3%	10.5%	10.5%	10.5%	2.6%	7.9%
10～19人 (n=18)	50.0%	11.1%	16.7%	22.2%	-	11.1%	22.2%	-	5.6%	16.7%	11.1%	22.2%	5.6%	11.1%	5.6%	11.1%
20～49人 (n=22)	45.5%	18.2%	13.6%	13.6%	9.1%	9.1%	-	4.5%	9.1%	22.7%	22.7%	22.7%	4.5%	18.2%	-	-
50人以上 (n=28)	39.3%	17.9%	14.3%	7.1%	3.6%	7.1%	3.6%	3.6%	10.7%	7.1%	25.0%	7.1%	17.9%	21.4%	-	3.6%

表3-12 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 (映画・アニメ・ゲーム等)	クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	飲食関連産業	小売・卸売関連産業	余暇・観光関連産業	スポーツ・健康関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー・新エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス関連産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	コミュニティ・ビジネス関連産業	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=186)	43.0%	13.4%	16.7%	23.7%	3.8%	8.6%	8.6%	2.7%	10.2%	14.0%	14.0%	15.1%	8.1%	15.1%	1.1%	7.5%
40歳代以下 (n=23)	34.8%	13.0%	13.0%	21.7%	8.7%	21.7%	17.4%	-	4.3%	13.0%	8.7%	13.0%	4.3%	13.0%	-	-
50歳代 (n=55)	38.2%	16.4%	18.2%	18.2%	3.6%	7.3%	9.1%	-	9.1%	18.2%	9.1%	12.7%	9.1%	16.4%	1.8%	10.9%
60歳代 (n=54)	42.6%	11.1%	11.1%	25.9%	3.7%	3.7%	5.6%	7.4%	16.7%	11.1%	18.5%	9.3%	7.4%	22.2%	-	1.9%
70歳代以上 (n=53)	52.8%	13.2%	22.6%	28.3%	1.9%	9.4%	7.5%	-	5.7%	13.2%	15.1%	24.5%	9.4%	7.5%	1.9%	9.4%

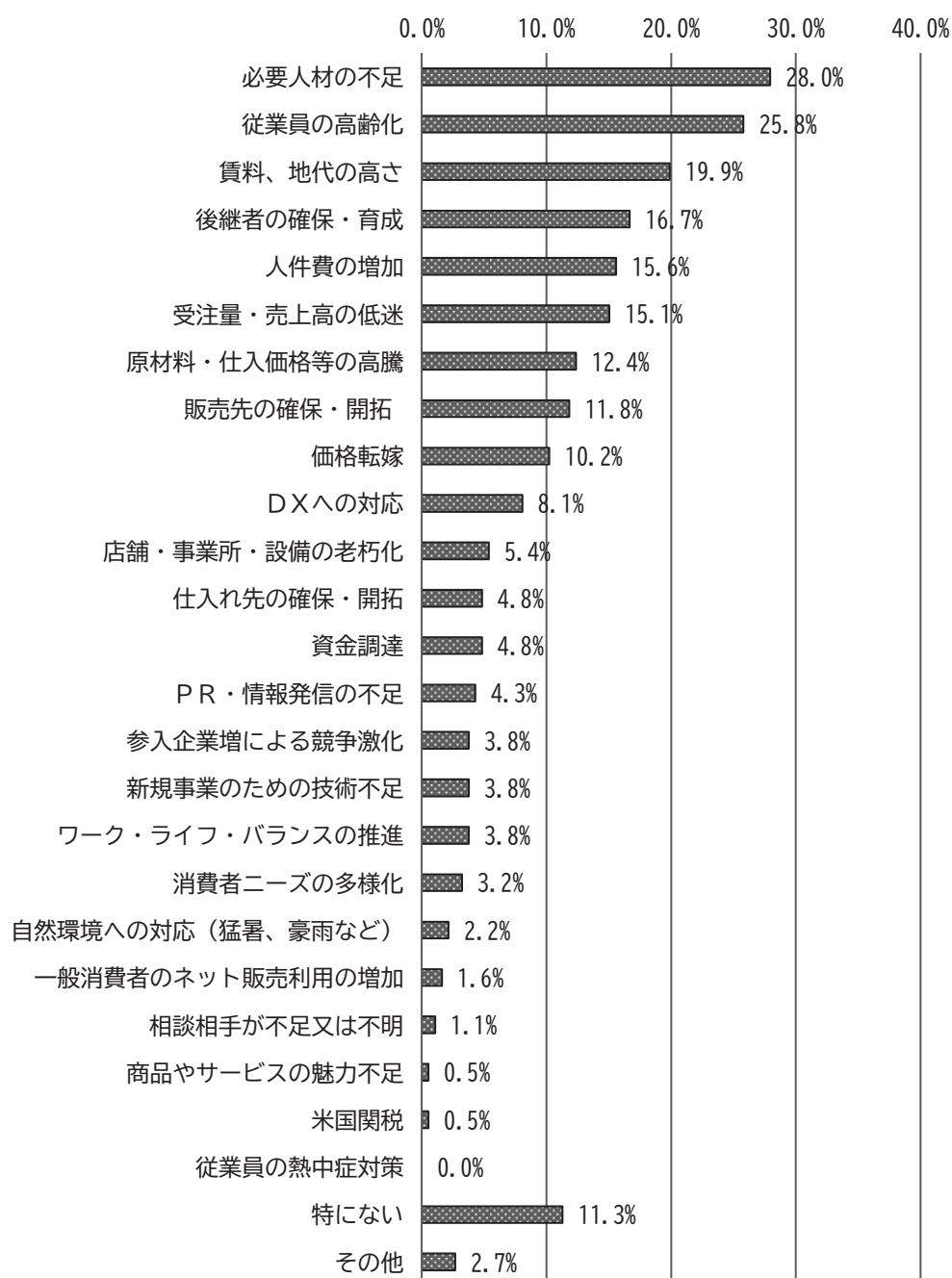
※ 網掛けは「特にない」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(4) 事業活動における課題と方向性

経営上抱えている問題点

- ・現在、経営上抱えている問題点をみると、「必要人材の不足」が28.0%と最も多く、次いで「従業員の高齢化(25.8%)」、「賃料、地代の高さ(19.9%)」の順となっている。そのほかにも「後継者の確保・育成(16.7%)」、「人件費の増加(15.6%)」等、ヒトに関する事項を問題点と捉えている事業所が多いことがみてとれる。

図3-32 経営上抱えている問題点【港区全体（N=186）】



- ・業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、建設業、卸売業では「必要人材の不足」がそれぞれ、60.0%、56.5%と、港区全体(28.0%)と比較すると突出して高い一方で、製造業、不動産業ではそれぞれ、5.6%、5.4%と突出して低くなっている。また、製造業では「価格転嫁」をあげる事業所が33.3%と、他の業種の事業所よりも多くなっている。
- ・従業者規模別にみると、1～4人では「必要人材の不足」が5.1%と、港区全体(28.0%)と比較すると突出して低くなっている。
- ・経営者の年代別にみると、全ての年代において「必要人材の不足」が上位3位を占めるが、割合でみると、70歳代以上では18.9%と、唯一、港区全体(28.0%)よりも低い割合となっている。また、「従業員の高齢化」を問題点にあげる年代も多いが、40歳代以下のみ8.7%と港区全体(25.8%)と比較すると突出して低くなっている。

表3-13 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	P R・情報発信の不足	資金調達	参入企業増による競争	不商品やサービスの魅力	新規事業のための技術	消費者ニーズの多様化	D Xへの対応	売一般消費者の増加	老舗化・事業所・設備の	賃料、地代の高さ	明相談相手不足又は不	暑自然環境への対応(猛暑、豪雨など)	価格転嫁	フック・ライフ・バラ	米価関税	従業員の高齢化	高騰材料・仕入価格等の	人件費の増加	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	28.0%	16.7%	25.8%	4.8%	11.8%	15.1%	4.3%	4.8%	3.8%	0.5%	3.8%	3.2%	8.1%	1.6%	5.4%	19.9%	1.1%	2.2%	10.2%	3.8%	0.5%	-	12.4%	15.6%	11.3%	2.7%	1.1%
建設業 (n=10)	60.0%	20.0%	30.0%	-	10.0%	-	10.0%	10.0%	-	10.0%	-	10.0%	20.0%	-	-	10.0%	-	-	-	5.6%	-	-	12.4%	10.0%	-	-	10.0%
製造業 (n=18)	5.6%	-	27.8%	11.1%	5.6%	33.3%	-	-	5.6%	-	-	11.1%	16.7%	-	-	11.1%	-	5.6%	33.3%	5.6%	5.6%	-	27.8%	11.1%	-	-	5.6%
情報通信業 (n=22)	36.4%	9.1%	22.7%	4.5%	27.3%	31.8%	4.5%	9.1%	-	-	9.1%	-	4.5%	-	-	9.1%	-	-	4.5%	4.5%	-	-	13.6%	27.3%	9.1%	-	-
専門・技術サービス (n=41)	29.3%	17.1%	9.8%	2.4%	12.2%	17.1%	9.8%	-	2.4%	-	2.4%	2.4%	12.2%	-	-	24.4%	2.4%	2.4%	9.8%	4.9%	-	-	2.4%	17.1%	17.1%	4.9%	-
卸売業 (n=23)	56.5%	17.4%	30.4%	8.7%	21.7%	8.7%	4.3%	4.3%	4.3%	-	8.7%	-	4.3%	8.7%	-	21.7%	-	-	13.0%	8.7%	-	-	21.7%	4.3%	4.3%	4.3%	-
不動産業 (n=37)	5.4%	24.3%	24.3%	5.4%	2.7%	5.4%	-	10.8%	10.8%	-	-	5.4%	5.4%	2.7%	21.6%	27.0%	2.7%	5.4%	8.1%	2.7%	-	-	10.8%	10.8%	16.2%	-	-
その他 (n=31)	29.0%	22.6%	38.7%	-	9.7%	12.9%	3.2%	3.2%	-	-	3.2%	-	3.2%	-	6.5%	19.4%	-	-	6.5%	-	-	-	12.9%	22.6%	12.9%	3.2%	-

表3-14 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	P R・情報発信の不足	資金調達	参入企業増による競争	不商品やサービスの魅力	新規事業のための技術	消費者ニーズの多様化	D Xへの対応	売一般消費者の増加	老舗化・事業所・設備の	賃料、地代の高さ	明相談相手不足又は不	暑自然環境への対応(猛暑、豪雨など)	価格転嫁	フック・ライフ・バラ	米価関税	従業員の高齢化	高騰材料・仕入価格等の	人件費の増加	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	28.0%	16.7%	25.8%	4.8%	11.8%	15.1%	4.3%	4.8%	3.8%	0.5%	3.8%	3.2%	8.1%	1.6%	5.4%	19.9%	1.1%	2.2%	10.2%	3.8%	0.5%	-	12.4%	15.6%	11.3%	2.7%	1.1%
1～4人 (n=79)	5.1%	17.7%	22.8%	6.3%	11.4%	12.7%	5.1%	6.3%	2.5%	-	-	2.5%	6.3%	2.5%	6.3%	21.5%	2.5%	2.5%	7.6%	2.5%	-	-	7.6%	10.1%	20.3%	5.1%	-
5～9人 (n=38)	26.3%	13.2%	15.8%	5.3%	21.1%	23.7%	2.6%	7.9%	5.3%	2.6%	2.6%	2.6%	7.9%	-	7.9%	21.1%	-	2.6%	7.9%	5.3%	-	-	13.2%	21.1%	10.5%	2.6%	-
10～19人 (n=18)	55.6%	16.7%	33.3%	5.6%	-	-	5.6%	5.6%	-	-	11.1%	-	5.6%	-	11.1%	16.7%	-	-	11.1%	11.1%	-	-	33.3%	5.6%	5.6%	-	5.6%
20～49人 (n=22)	50.0%	22.7%	22.7%	4.5%	13.6%	18.2%	9.1%	-	9.1%	-	-	4.5%	9.1%	-	-	18.2%	-	-	13.6%	4.5%	-	-	13.6%	31.8%	-	-	-
50人以上 (n=28)	60.7%	14.3%	46.4%	-	7.1%	17.9%	-	-	-	-	14.3%	7.1%	14.3%	3.6%	-	14.3%	-	-	3.6%	17.9%	-	3.6%	10.7%	17.9%	-	-	3.6%

表3-15 経営上抱えている問題点【経営者の年代別】

	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	P R・情報発信の不足	資金調達	参入企業増による競争	不商品やサービスの魅力	新規事業のための技術	消費者ニーズの多様化	D Xへの対応	売一般消費者の増加	老舗化・事業所・設備の	賃料、地代の高さ	明相談相手不足又は不	暑自然環境への対応(猛暑、豪雨など)	価格転嫁	フック・ライフ・バラ	米価関税	従業員の高齢化	高騰材料・仕入価格等の	人件費の増加	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=186)	28.0%	16.7%	25.8%	4.8%	11.8%	15.1%	4.3%	4.8%	3.8%	0.5%	3.8%	3.2%	8.1%	1.6%	5.4%	19.9%	1.1%	2.2%	10.2%	3.8%	0.5%	-	12.4%	15.6%	11.3%	2.7%	1.1%
40歳代以下 (n=23)	43.5%	4.3%	8.7%	8.7%	4.3%	21.7%	-	4.3%	4.3%	-	-	4.3%	-	-	4.3%	39.1%	-	-	13.0%	4.3%	-	-	13.0%	39.1%	8.7%	-	-
50歳代 (n=5)	25.5%	21.0%	23.0%	5.2%	10.0%	18.2%	9.1%	1.8%	3.6%	-	1.8%	-	9.1%	-	3.6%	18.2%	3.6%	1.8%	10.0%	5.5%	1.8%	-	14.5%	14.5%	9.1%	1.8%	1.8%
60歳代 (n=54)	31.5%	16.7%	33.3%	3.7%	13.0%	9.3%	-	7.4%	1.9%	1.9%	3.7%	3.7%	11.1%	1.9%	5.6%	20.4%	-	-	3.7%	13.0%	1.9%	-	13.0%	7.4%	13.0%	-	1.9%
70歳代以上 (n=53)	18.9%	17.0%	26.4%	3.8%	15.1%	15.1%	5.7%	5.7%	5.7%	-	5.7%	5.7%	7.5%	3.8%	7.5%	13.2%	-	1.9%	5.7%	3.8%	-	-	9.4%	15.1%	13.2%	7.5%	-

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

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事項をみると、「人材確保」が31.7%と最も高く、次いで「経営力の強化(31.2%)」、「人材育成(29.6%)」の順となっている。そのほかにも「新たな市場(取引・販売先)の開拓(21.5%)」、「事業承継(16.1%)」など、前問で問題点としてあげられた事項に対応するものを回答にあげる傾向がみてとれる。
- ・ 従業者規模別にみると、取り組みたい事項として「人材育成」をあげる事業所の割合は規模が大きくなるほど高くなっている。特に1～4人をみると「人材育成」をあげた事業所は17.7%と、港区全体(29.6%)と比較して少なく、また、「人材確保」も8.9%と、各従業者規模のなかで唯一上位3位にあげておらず、港区全体(31.7%)と比較しても低くなっているが、唯一「事業承継(21.5%)」が上位3位を占めている。また、50人以上の規模の事業所では「DXの推進」が32.1%と、他の規模と比較して突出して高い。
- ・ 経営者の年代別にみると、すべての年代において「人材確保」が上位3位を占めているが、60歳代、70歳代以上では「人材育成」は上位3位に入っていない。一方で、70歳代以上では「事業承継」に組みたいとする事業所が34.0%と他の年代と比べて突出して高く、港区全体(16.1%)よりも高い唯一の年代となっている。

図3-33 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(N=186)】

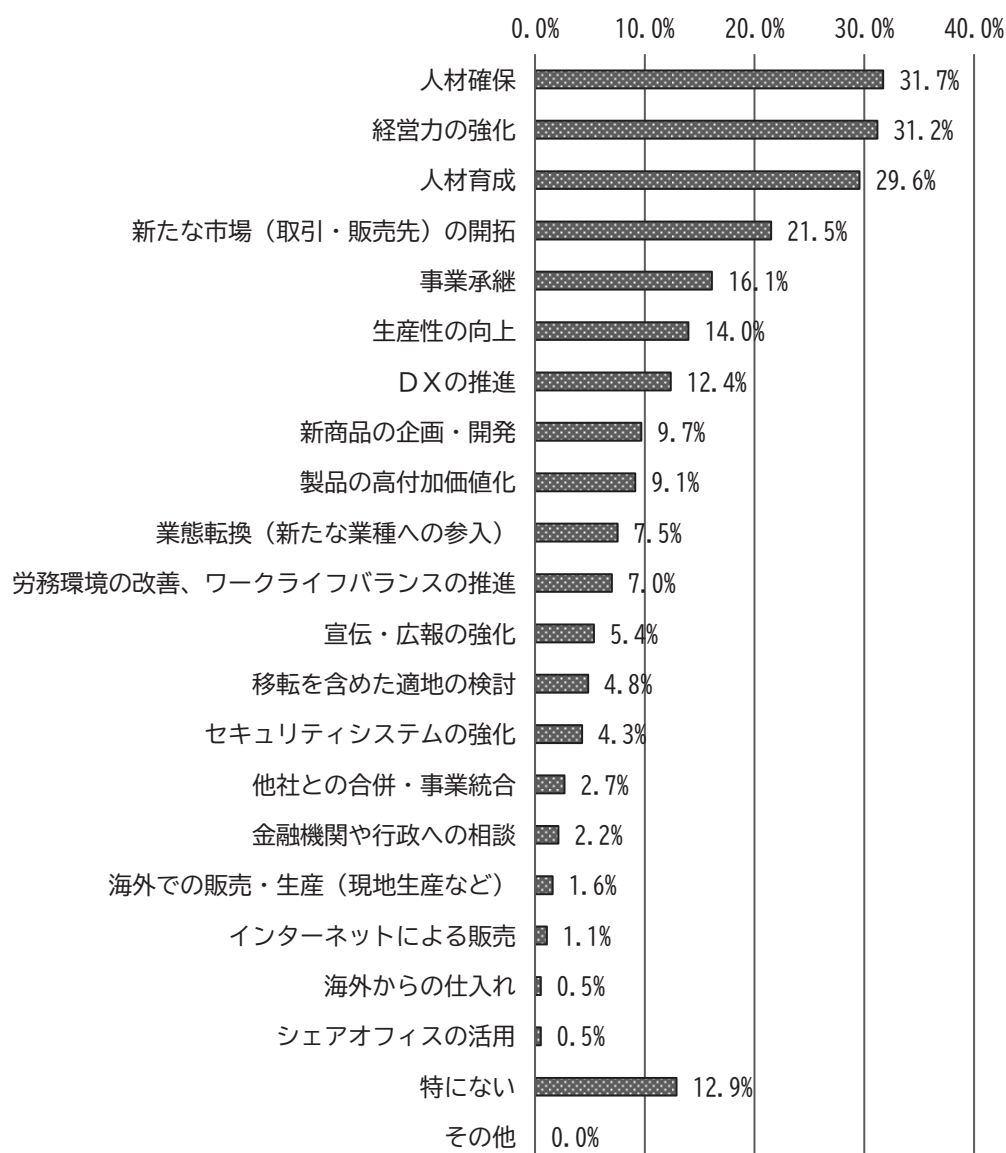


表3-16 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【業種別】

	人材育成	人材確保	経営力の強化	製品の高付加価値化	新商品の企画・開発	宣伝・広報の強化	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	業態転換（新たな業種への参入）	他社との合併・事業統合	生産性の向上	事業承継	インターネットによる販売	D Xの推進	セキュリティシステムの強化	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	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=186)	29.6%	31.7%	31.2%	9.1%	9.7%	5.4%	21.5%	1.6%	0.5%	7.5%	2.7%	14.0%	16.1%	1.1%	12.4%	4.3%	0.5%	7.0%	4.8%	2.2%	12.9%	-	1.1%
建設業 (n=10)	30.0%	60.0%	20.0%	-	30.0%	-	10.0%	-	-	-	-	10.0%	20.0%	-	20.0%	-	-	10.0%	-	-	-	-	10.0%
製造業 (n=18)	33.3%	11.1%	27.8%	33.3%	22.2%	5.6%	38.9%	16.7%	-	-	5.6%	33.3%	-	-	22.2%	-	-	-	-	-	-	-	5.6%
情報通信業 (n=22)	31.8%	31.8%	31.8%	4.5%	18.2%	4.5%	45.5%	-	-	9.1%	4.5%	4.5%	18.2%	4.5%	4.5%	-	4.5%	9.1%	9.1%	4.5%	-	-	-
専門・技術サービス (n=41)	31.7%	29.3%	31.7%	9.8%	4.9%	7.3%	22.0%	-	-	4.9%	-	12.2%	12.2%	-	14.6%	7.3%	-	4.9%	7.3%	-	19.5%	-	-
卸売業 (n=23)	17.4%	66.5%	34.8%	21.7%	13.0%	8.7%	30.4%	-	4.3%	8.7%	-	17.4%	17.4%	4.3%	4.3%	4.3%	-	-	4.3%	-	4.3%	-	-
不動産業 (n=37)	24.3%	18.9%	37.8%	2.7%	-	5.4%	5.4%	-	-	10.8%	5.4%	13.5%	27.0%	-	10.8%	2.7%	-	16.2%	5.4%	5.4%	18.9%	-	-
その他 (n=31)	32.3%	29.0%	22.6%	-	6.5%	3.2%	12.9%	-	-	9.7%	3.2%	12.9%	12.9%	-	12.9%	9.7%	-	6.5%	3.2%	3.2%	25.8%	-	-

表3-17 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	人材確保	経営力の強化	製品の高付加価値化	新商品の企画・開発	宣伝・広報の強化	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	業態転換（新たな業種への参入）	他社との合併・事業統合	生産性の向上	事業承継	インターネットによる販売	D Xの推進	セキュリティシステムの強化	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	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=186)	29.6%	31.7%	31.2%	9.1%	9.7%	5.4%	21.5%	1.6%	0.5%	7.5%	2.7%	14.0%	16.1%	1.1%	12.4%	4.3%	0.5%	7.0%	4.8%	2.2%	12.9%	-	1.1%
1～4人 (n=79)	17.7%	8.9%	22.8%	5.1%	8.9%	3.8%	17.7%	1.3%	1.3%	12.7%	3.8%	8.9%	21.5%	1.3%	3.8%	5.1%	-	5.1%	8.9%	3.8%	27.8%	-	-
5～9人 (n=38)	26.3%	36.8%	34.2%	13.2%	13.2%	7.9%	23.7%	-	-	7.9%	5.3%	15.8%	15.8%	2.6%	18.4%	5.3%	2.6%	10.5%	2.6%	-	2.6%	-	-
10～19人 (n=18)	38.9%	55.6%	27.8%	11.1%	11.1%	11.1%	16.7%	-	-	5.6%	-	11.1%	16.7%	-	11.1%	-	-	16.7%	-	-	5.6%	-	5.6%
20～49人 (n=22)	40.9%	40.9%	63.6%	9.1%	4.5%	4.5%	36.4%	4.5%	-	-	-	31.8%	9.1%	-	9.1%	9.1%	-	9.1%	-	4.5%	-	-	-
50人以上 (n=28)	53.6%	64.3%	25.0%	14.3%	10.7%	-	21.4%	3.6%	-	-	-	14.3%	7.1%	-	32.1%	-	-	-	3.6%	-	-	-	3.6%

表3-18 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【経営者の年代別】

	人材育成	人材確保	経営力の強化	製品の高付加価値化	新商品の企画・開発	宣伝・広報の強化	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	業態転換（新たな業種への参入）	他社との合併・事業統合	生産性の向上	事業承継	インターネットによる販売	D Xの推進	セキュリティシステムの強化	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	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=186)	29.6%	31.7%	31.2%	9.1%	9.7%	5.4%	21.5%	1.6%	0.5%	7.5%	2.7%	14.0%	16.1%	1.1%	12.4%	4.3%	0.5%	7.0%	4.8%	2.2%	12.9%	-	1.1%
40歳代以下 (n=23)	34.8%	47.8%	60.9%	4.3%	21.7%	13.0%	21.7%	4.3%	-	-	-	13.0%	-	-	13.0%	4.3%	-	17.4%	-	4.3%	-	-	-
50歳代 (n=55)	38.2%	30.9%	29.1%	10.9%	9.1%	5.5%	18.2%	3.6%	-	10.9%	3.6%	14.5%	9.1%	-	18.2%	3.6%	1.8%	9.1%	5.5%	3.6%	7.3%	-	1.8%
60歳代 (n=54)	24.1%	31.5%	25.9%	3.7%	5.6%	1.9%	27.8%	-	1.9%	9.3%	1.9%	22.2%	13.0%	1.9%	9.3%	5.6%	-	5.6%	3.7%	-	14.8%	-	1.9%
70歳代以上 (n=53)	22.6%	24.5%	26.4%	15.1%	9.4%	5.7%	18.9%	-	-	5.7%	3.8%	5.7%	34.0%	1.9%	9.4%	3.8%	-	1.9%	7.5%	1.9%	22.6%	-	-

※ 網掛けは「特にない」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

（５）事業活動への支援・ニーズについて

利用した施策

- ・港区が実施する産業振興施策のうち、これまでに利用した支援策の有無をみると、「中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金」が11.3%と最も高く、次いで「各種セミナー等」の7.5%、「創業支援（計画作成支援・補助金）」の5.4%の順となっている。
- ・業種別、従業者規模別、経営者の年代別にみても、概ね港区全体と同様の傾向にあり、特に大きな特徴等はみられなかった。

図3-34 利用した施策【港区全体（N=186）】

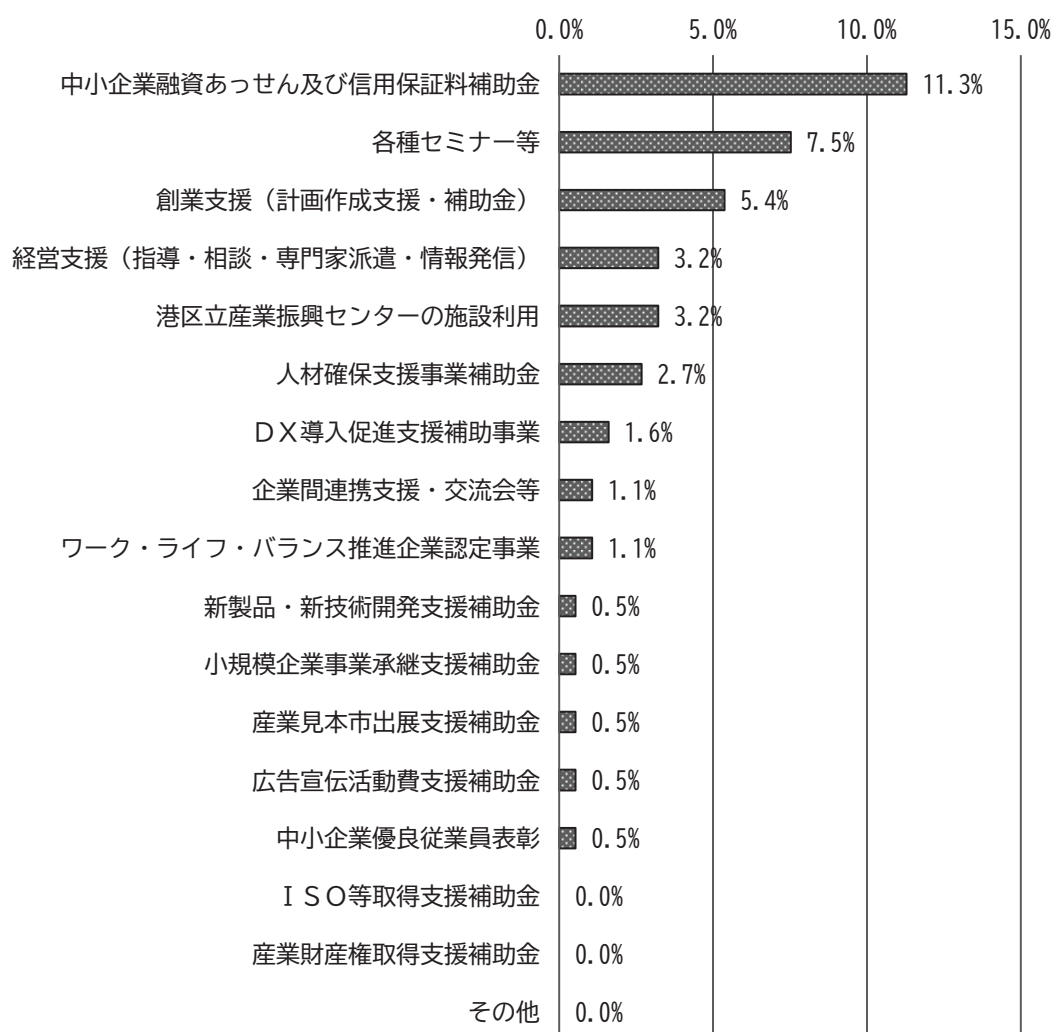


表3-19 利用した施策【業種別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん及び信用保証料補助金	企業認定事業	ワーク・ライフ・バランス推進	港区立産業振興センターの施設利用	その他	無回答
港区全体（n=186）	5.4%	1.1%	0.5%	0.5%	7.5%	3.2%	0.5%	0.5%	-	-	1.6%	2.7%	0.5%	11.3%	1.1%	3.2%	-	73.7%	
建設業（n=10）	10.0%	-	-	-	20.0%	20.0%	-	-	-	-	10.0%	10.0%	10.0%	20.0%	10.0%	20.0%	-	60.0%	
製造業（n=18）	-	-	5.6%	-	11.1%	5.6%	-	-	-	-	-	-	-	5.6%	-	5.6%	-	72.2%	
情報通信業（n=22）	9.1%	-	-	4.5%	9.1%	-	4.5%	-	-	-	4.5%	-	-	27.3%	4.5%	-	-	50.0%	
専門・技術サービス（n=41）	7.3%	2.4%	-	-	4.9%	4.9%	-	2.4%	-	-	-	-	-	7.3%	-	-	-	82.9%	
卸売業（n=23）	8.7%	4.3%	-	-	13.0%	-	-	-	-	-	4.3%	8.7%	-	13.0%	-	-	-	65.2%	
不動産業（n=37）	2.7%	-	-	-	2.7%	2.7%	-	-	-	-	-	2.7%	-	10.8%	-	5.4%	-	78.4%	
その他（n=31）	3.2%	-	-	-	3.2%	-	-	-	-	-	-	-	-	6.5%	-	-	-	87.1%	

表3-20 利用した施策【従業者規模別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん及び信用保証料補助金	企業認定事業	ワーク・ライフ・バランス推進	港区立産業振興センターの施設利用	その他	無回答
港区全体（n=186）	5.4%	1.1%	0.5%	0.5%	7.5%	3.2%	0.5%	0.5%	-	-	1.6%	2.7%	0.5%	11.3%	1.1%	3.2%	-	73.7%	
1～4人（n=79）	6.3%	1.3%	-	1.3%	3.8%	2.5%	1.3%	1.3%	-	-	-	-	-	7.6%	-	2.5%	-	79.7%	
5～9人（n=38）	7.9%	-	-	-	5.3%	5.3%	-	-	-	-	-	5.3%	-	15.8%	-	2.6%	-	65.8%	
10～19人（n=18）	5.6%	-	-	-	11.1%	-	-	-	-	-	5.6%	-	-	16.7%	5.6%	-	-	72.2%	
20～49人（n=22）	-	4.5%	-	-	13.6%	4.5%	-	-	-	-	-	-	-	13.6%	-	4.5%	-	72.7%	
50人以上（n=28）	3.6%	-	3.6%	-	14.3%	3.6%	-	-	-	-	7.1%	10.7%	3.6%	7.1%	3.6%	7.1%	-	71.4%	

表3-21 利用した施策【経営者の年代別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん及び信用保証料補助金	企業認定事業	ワーク・ライフ・バランス推進	港区立産業振興センターの施設利用	その他	無回答
港区全体（n=186）	5.4%	1.1%	0.5%	0.5%	7.5%	3.2%	0.5%	0.5%	-	-	1.6%	2.7%	0.5%	11.3%	1.1%	3.2%	-	73.7%	
40歳代以下（n=23）	13.0%	-	-	-	-	4.3%	-	-	-	-	-	4.3%	-	13.0%	-	-	-	-	69.6%
50歳代（n=55）	9.1%	1.8%	1.8%	-	10.9%	5.5%	-	1.8%	-	-	1.8%	1.8%	-	5.5%	-	7.3%	-	70.9%	
60歳代（n=54）	1.9%	-	-	1.9%	5.6%	1.9%	1.9%	-	-	-	1.9%	1.9%	-	13.0%	-	-	-	74.1%	
70歳代以上（n=53）	1.9%	1.9%	-	-	9.4%	1.9%	-	-	-	-	1.9%	3.8%	1.9%	15.1%	3.8%	3.8%	-	77.4%	

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

今後関心のある施策

- ・ 港区が実施する産業振興施策のうち、今後関心のある支援策を聞いてみると、「小規模企業事業承継支援補助金」が16.1%と最も高く、次いで「各種セミナー等(14.5%)」、「DX導入促進支援補助事業(13.4%)」の順となっている。
- ・ 業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、「小規模企業事業承継支援補助金」では、建設業(20.0%)、情報通信業(22.7%)、卸売業(17.4%)、不動産業(27.0%)、その他(19.4%)において、港区全体(16.1%)よりも高い割合を占める一方で、製造業では回答なし、専門・技術サービス業では7.3%と低くなっている。
- ・ 経営者の年代別にみると、「小規模企業事業承継支援補助金」が、すべての年代において上位3位を占めている。また、「広告宣伝活動費支援補助金」をみると、40歳代以下では21.7%、50歳代では16.4%と、港区全体(10.8%)と比べて高い割合を示す一方で、60歳代では7.4%、70歳代では3.8%と低くなっている。また、40歳代以下は多くの項目において、港区全体の割合を上回っている一方で、無回答の割合が突出して低く、多くの施策に関心を持っていることがみとれる。

図3-35 今後関心のある施策【港区全体（N=186）】

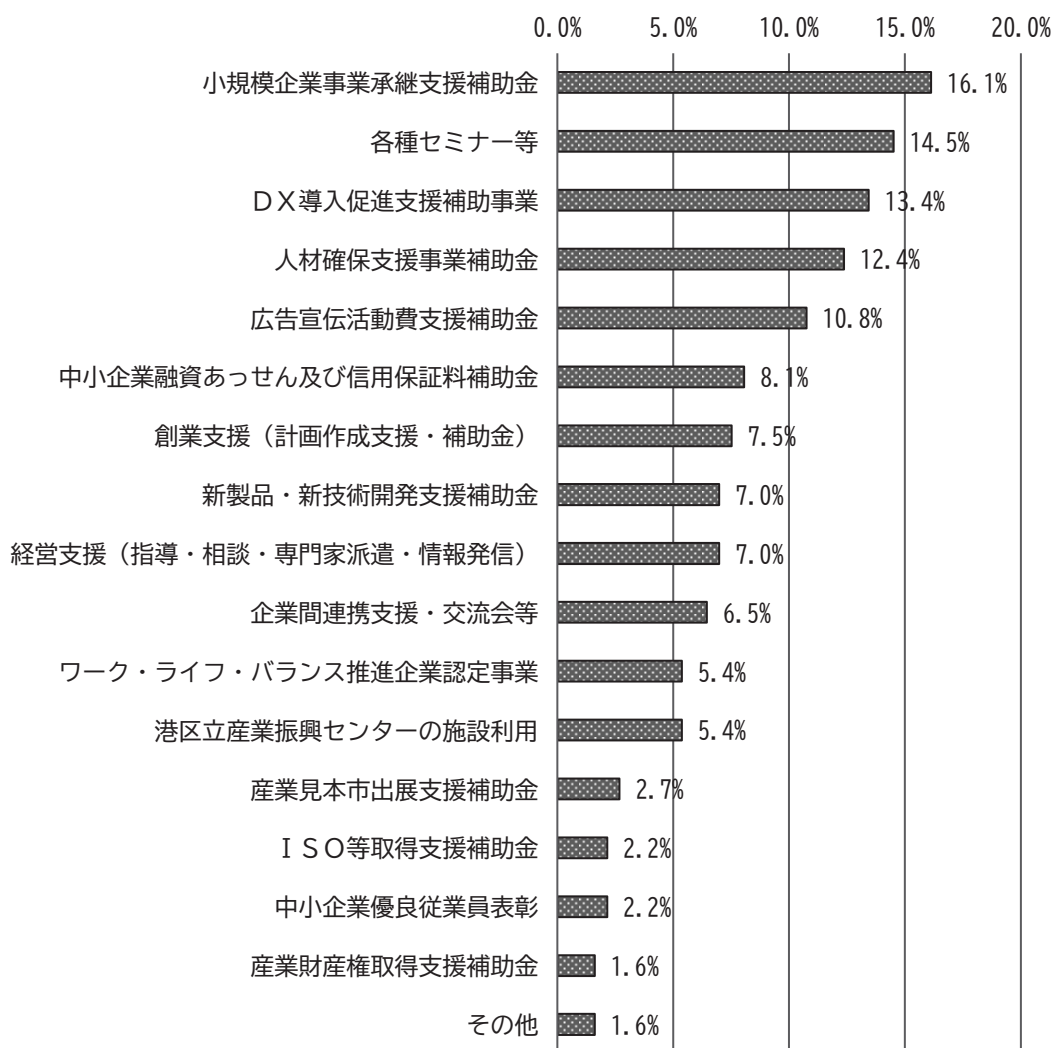


表3-22 今後関心のある施策【業種別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん及び信用保証料補助金	企業認定事業	ワーク・ライフ・バランス推進	港区立産業振興センターの施設利用	その他	無回答
港区全体（n=186）	7.5%	6.5%	7.0%	16.1%	14.5%	7.0%	2.7%	10.8%	2.2%	1.6%	13.4%	12.4%	2.2%	8.1%	5.4%	5.4%	5.4%	1.6%	47.3%
建設業（n=10）	-	-	10.0%	20.0%	10.0%	-	10.0%	-	10.0%	-	20.0%	10.0%	-	10.0%	10.0%	-	10.0%	-	60.0%
製造業（n=18）	5.6%	5.6%	11.1%	-	11.1%	11.1%	5.6%	5.6%	-	-	5.6%	-	-	5.6%	-	-	-	-	72.2%
情報通信業（n=22）	9.1%	13.6%	18.2%	22.7%	9.1%	-	4.5%	13.6%	-	-	4.5%	18.2%	-	9.1%	-	-	9.1%	-	27.3%
専門・技術サービス（n=41）	7.3%	12.2%	4.9%	7.3%	14.6%	9.8%	2.4%	17.1%	2.4%	2.4%	24.4%	17.1%	4.9%	4.9%	7.3%	4.9%	4.9%	-	46.3%
卸売業（n=23）	4.3%	-	4.3%	17.4%	8.7%	8.7%	-	17.4%	4.3%	-	17.4%	26.1%	-	13.0%	8.7%	8.7%	8.7%	-	47.8%
不動産業（n=37）	10.8%	5.4%	2.7%	27.0%	21.6%	5.4%	2.7%	2.7%	2.7%	2.7%	8.1%	5.4%	2.7%	13.5%	8.1%	5.4%	8.1%	-	40.5%
その他（n=31）	9.7%	3.2%	6.5%	19.4%	19.4%	9.7%	-	12.9%	-	3.2%	12.9%	6.5%	3.2%	3.2%	3.2%	3.2%	3.2%	-	48.4%

表3-23 今後関心のある施策【従業者規模別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん及び信用保証料補助金	企業認定事業	ワーク・ライフ・バランス推進	港区立産業振興センターの施設利用	その他	無回答
港区全体（n=186）	7.5%	6.5%	7.0%	16.1%	14.5%	7.0%	2.7%	10.8%	2.2%	1.6%	13.4%	12.4%	2.2%	8.1%	5.4%	5.4%	5.4%	1.6%	47.3%
1～4人（n=79）	12.7%	7.6%	3.8%	20.3%	15.2%	7.6%	3.8%	10.1%	1.3%	2.5%	7.6%	2.5%	1.3%	10.1%	2.5%	3.8%	2.5%	-	43.0%
5～9人（n=38）	2.6%	5.3%	10.5%	15.8%	13.2%	10.5%	2.6%	5.3%	5.3%	-	21.1%	18.4%	2.6%	10.5%	13.2%	10.5%	2.6%	-	39.5%
10～19人（n=18）	5.6%	5.6%	11.1%	16.7%	11.1%	5.6%	5.6%	33.3%	5.6%	5.6%	16.7%	33.3%	5.6%	5.6%	11.1%	11.1%	-	-	50.0%
20～49人（n=22）	4.5%	13.6%	13.6%	13.6%	18.2%	4.5%	-	9.1%	-	-	22.7%	22.7%	4.5%	4.5%	4.5%	-	-	-	40.9%
50人以上（n=28）	3.6%	-	3.6%	7.1%	10.7%	3.6%	-	7.1%	-	-	10.7%	10.7%	-	3.6%	-	-	3.6%	-	75.0%

表3-24 今後関心のある施策【経営者の年代別】

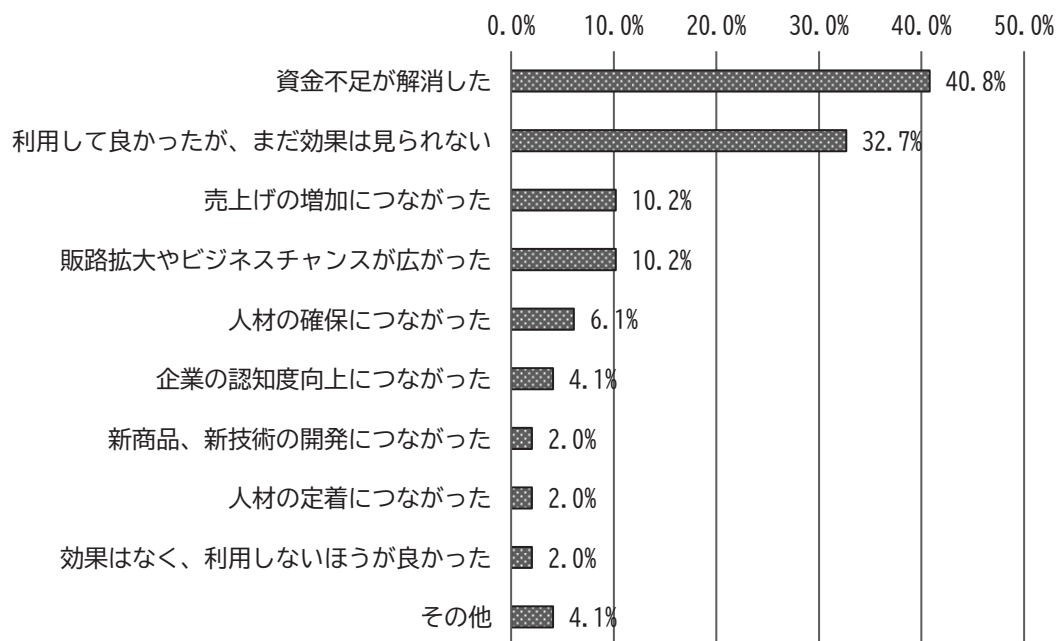
	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あつせん及び信用保証料補助金	企業認定事業	ワーク・ライフ・バランス推進	港区立産業振興センターの施設利用	その他	無回答
港区全体（n=186）	7.5%	6.5%	7.0%	16.1%	14.5%	7.0%	2.7%	10.8%	2.2%	1.6%	13.4%	12.4%	2.2%	8.1%	5.4%	5.4%	5.4%	1.6%	47.3%
40歳代以下（n=23）	13.0%	8.7%	13.0%	21.7%	8.7%	8.7%	8.7%	21.7%	4.3%	4.3%	17.4%	21.7%	8.7%	13.0%	13.0%	4.3%	4.3%	-	26.1%
50歳代（n=55）	7.3%	9.1%	3.6%	16.4%	14.5%	3.6%	1.8%	16.4%	1.8%	1.8%	16.4%	14.5%	3.6%	10.9%	3.6%	5.5%	5.5%	-	50.9%
60歳代（n=54）	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%	14.8%	5.6%	1.9%	7.4%	-	-	11.1%	9.3%	-	7.4%	5.6%	5.6%	5.6%	3.7%	51.9%
70歳代以上（n=53）	7.5%	3.8%	9.4%	18.9%	17.0%	11.3%	1.9%	3.8%	3.8%	1.9%	11.3%	9.4%	-	3.8%	3.8%	5.7%	5.7%	1.9%	47.2%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

施策の効果

- ・ 港区が実施する産業振興施策を「利用したことがある」と回答した事業所における施策の効果を見ると、「資金不足が解消した」が40.8%と最も高く、次いで2番目に「利用して良かったが、まだ効果が見られない(32.7%)」となっており、3番目に「売上げの増加につながった」、「販路拡大やビジネスチャンスが広がった」が10.2%で並んでいる。一方で「効果はなく、利用しないほうが良かった」という回答も2.0%あった。

図3-36 施策の効果【港区全体（N=49）】



※ 集計対象は港区が実施する産業振興施策を「利用したことがある」と回答した49者

施策情報の入手手段

- ・ 港区が実施する産業振興施策に関する情報の入手手段をみると、「港区ホームページ」が19.4%と最も高く、次いで「銀行・信用金庫の紹介(14.0%)」、「広報みなと(7.5%)」の順となっており、令和4年4月に開設された「産業振興センターのホームページ」から入手したという回答も7.0%あった。一方で「港区LINE」は0.5%、「港区X」をあげた事業所はなかった。総じてみると区や産業振興センターのホームページ、広報みなと等に掲載されている情報を能動的に入手する場合と、金融機関や商工会議所、同業者などの人的交流による入手する場合に大別され、XやLINE、メールマガジン等の配信型のメディアによる入手は少ないことがみてとれる。
- ・ 業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、情報通信業では「銀行・信用金庫の紹介」が36.4%と、他の業種に比べて突出して高い。
- ・ 経営者の年代別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、40歳代以下では、「同業者などの口コミ」が17.4%と、港区全体(4.8%)と比べて高い割合を占める。また、「港区ホームページ」による入手が60歳代以下の全ての年代で1位となっているほか、70歳代以上でも2位となっており、幅広い世代で利用されていることがみてとれる。

図3-37 施策情報の入手手段【港区全体（N=186）】

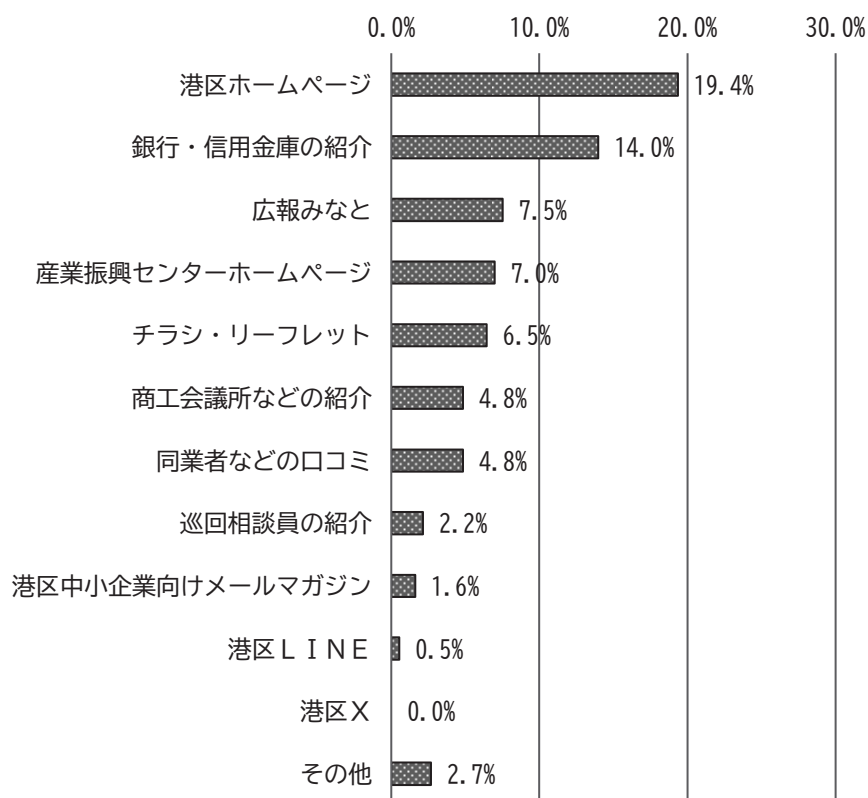


表3-25 施策情報の入手手段【業種別】

	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 ムペー ジ	港区 X	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	無 回 答
港区全体 (n=186)	7.5%	19.4%	0.5%	7.0%	-	1.6%	6.5%	4.8%	14.0%	2.2%	4.8%	2.7%	50.0%
建設業 (n=10)	10.0%	30.0%	-	20.0%	-	-	-	10.0%	10.0%	20.0%	-	-	60.0%
製造業 (n=18)	5.6%	5.6%	-	5.6%	-	-	-	11.1%	5.6%	-	5.6%	5.6%	66.7%
情報通信業 (n=22)	9.1%	22.7%	-	13.6%	-	4.5%	18.2%	-	36.4%	-	4.5%	4.5%	22.7%
専門・技術サービス (n=41)	4.9%	17.1%	-	2.4%	-	-	2.4%	4.9%	9.8%	-	4.9%	2.4%	61.0%
卸売業 (n=23)	13.0%	21.7%	-	8.7%	-	4.3%	8.7%	17.4%	13.0%	4.3%	-	4.3%	34.8%
不動産業 (n=37)	2.7%	24.3%	2.7%	8.1%	-	-	5.4%	-	10.8%	-	8.1%	2.7%	51.4%
その他 (n=31)	12.9%	16.1%	-	-	-	-	6.5%	-	16.1%	3.2%	6.5%	-	51.6%

表3-26 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 ムペー ジ	港区 X	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	無 回 答
港区全体 (n=186)	7.5%	19.4%	0.5%	7.0%	-	1.6%	6.5%	4.8%	14.0%	2.2%	4.8%	2.7%	50.0%
建設業 (n=10)	8.9%	17.7%	-	5.1%	-	-	5.1%	-	8.9%	1.3%	7.6%	1.3%	54.4%
製造業 (n=18)	-	23.7%	2.6%	15.8%	-	2.6%	2.6%	2.6%	21.1%	5.3%	-	5.3%	50.0%
情報通信業 (n=22)	5.6%	22.2%	-	5.6%	-	11.1%	5.6%	5.6%	16.7%	-	11.1%	5.6%	50.0%
専門・技術サービス (n=41)	13.6%	18.2%	-	4.5%	-	-	18.2%	22.7%	18.2%	-	-	-	27.3%
卸売業 (n=23)	10.7%	17.9%	-	3.6%	-	-	7.1%	7.1%	14.3%	3.6%	-	3.6%	57.1%

表3-27 施策情報の入手手段【経営者の年代別】

	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 ムペー ジ	港区 X	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	無 回 答
港区全体 (n=186)	7.5%	19.4%	0.5%	7.0%	-	1.6%	6.5%	4.8%	14.0%	2.2%	4.8%	2.7%	50.0%
40歳代以下 (n=23)	-	39.1%	4.3%	13.0%	-	-	-	4.3%	17.4%	-	17.4%	-	39.1%
50歳代 (n=55)	9.1%	16.4%	-	7.3%	-	1.8%	9.1%	5.5%	10.9%	-	-	1.8%	56.4%
60歳代 (n=54)	3.7%	18.5%	-	3.7%	-	-	5.6%	5.6%	11.1%	1.9%	1.9%	3.7%	51.9%
70歳代以上 (n=53)	13.2%	15.1%	-	7.5%	-	3.8%	7.5%	3.8%	18.9%	5.7%	7.5%	3.8%	45.3%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

今後区へ望む支援

- ・ 今後、区に対して望む支援をみると、「従業員の福利厚生支援」が 18.8%と最も高く、次いで「融資あっせん等資金繰り支援(17.7%)」、「人材確保支援(16.7%)」の順となっている。一方で、「特にない」という回答も 16.7%あった。
- ・ 業種別にみると、製造業では「融資あっせん等資金繰り支援」が 5.6%と、港区全体(17.7%)と比べて突出して低い。また、卸売業では「人材確保支援」、「従業員の福利厚生支援」がそれぞれ、43.5%、47.8%と、港区全体(それぞれ 16.7%、18.8%)と比べて突出して高い。
- ・ 経営者の年代別にみると、40 歳代以下では「販路拡大・マーケティング支援(13.0%)」や、「経営相談(13.0%)」が他の年代と比べて高い割合を占めている。また、70 歳代以上では「事業承継への支援」が 20.8%と、他の年代と比べて高い割合を占めている。

図 3-38 今後区へ望む支援【港区全体 (N=186)】

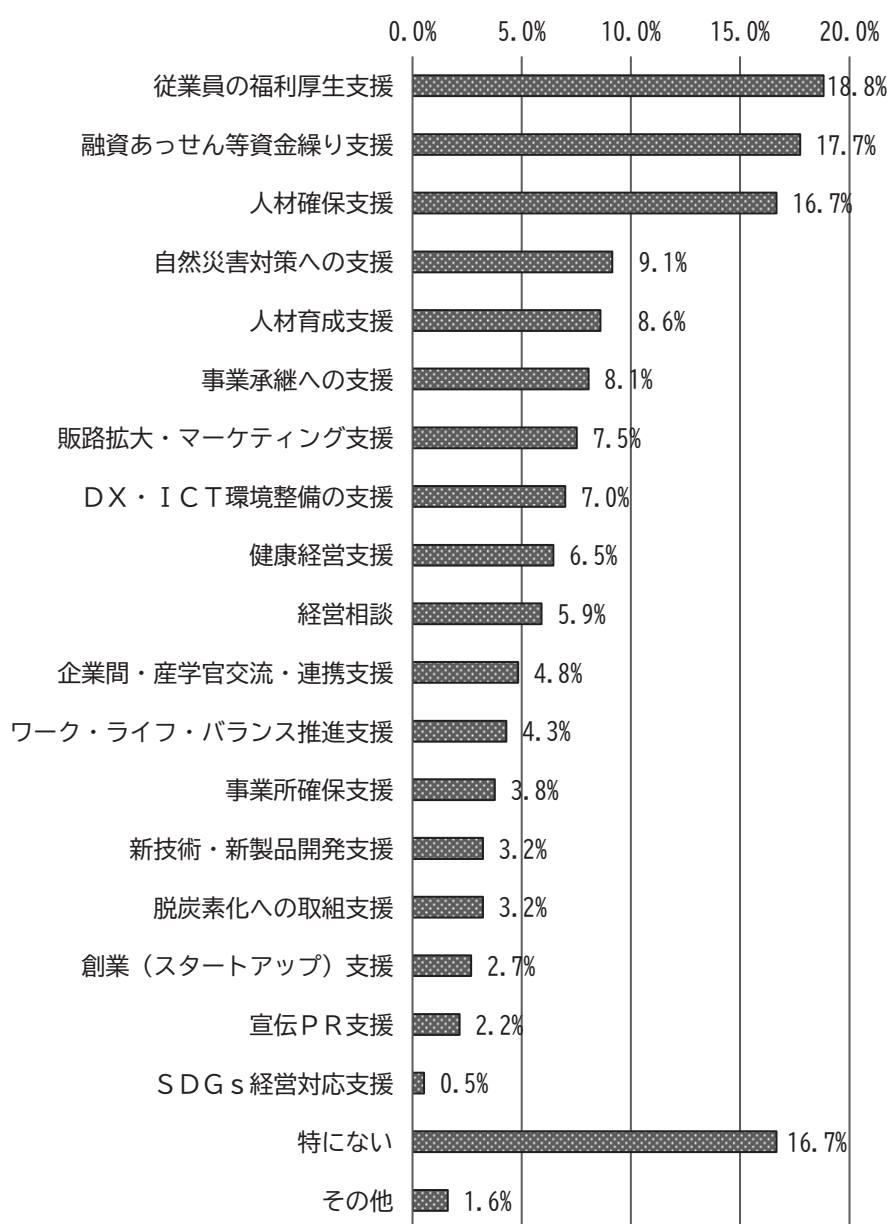


表3-28 今後区へ望む支援【業種別】

	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	新技術・新製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業（スタートアップ）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	無回答
港区全体 (n=186)	8.6%	4.8%	16.7%	7.5%	3.2%	5.9%	17.7%	2.7%	0.5%	18.8%	7.0%	3.8%	2.2%	4.3%	6.5%	8.1%	9.1%	3.2%	16.7%	1.6%	17.7%
建設業 (n=10)	40.0%	-	30.0%	10.0%	20.0%	-	20.0%	-	-	10.0%	20.0%	-	-	-	20.0%	10.0%	10.0%	-	10.0%	-	20.0%
製造業 (n=18)	-	-	5.6%	11.1%	-	5.6%	5.6%	-	-	16.7%	5.6%	-	-	5.6%	11.1%	-	11.1%	11.1%	22.2%	-	33.3%
情報通信業 (n=22)	13.6%	9.1%	27.3%	9.1%	13.6%	4.5%	27.3%	4.5%	-	4.5%	-	4.5%	-	-	9.1%	4.5%	9.1%	4.5%	18.2%	-	4.5%
専門・技術サービス (n=41)	9.8%	4.9%	7.3%	12.2%	-	9.8%	12.2%	4.9%	2.4%	22.0%	7.3%	4.9%	4.9%	2.4%	4.9%	4.9%	7.3%	7.3%	19.5%	2.4%	19.5%
卸売業 (n=23)	13.0%	8.7%	43.5%	8.7%	4.3%	4.3%	13.0%	-	-	47.8%	13.0%	8.7%	4.3%	8.7%	-	-	8.7%	-	8.7%	-	8.7%
不動産業 (n=37)	-	-	5.4%	2.7%	-	5.4%	29.7%	2.7%	-	13.5%	2.7%	2.7%	2.7%	8.1%	8.1%	18.9%	16.2%	-	16.2%	5.4%	13.5%
その他 (n=31)	6.5%	3.2%	12.9%	3.2%	-	6.5%	12.9%	3.2%	-	12.9%	6.5%	-	-	3.2%	-	12.9%	3.2%	-	19.4%	-	29.0%

表3-29 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	新技術・新製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業（スタートアップ）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	無回答
港区全体 (n=186)	8.6%	4.8%	16.7%	7.5%	3.2%	5.9%	17.7%	2.7%	0.5%	18.8%	7.0%	3.8%	2.2%	4.3%	6.5%	8.1%	9.1%	3.2%	16.7%	1.6%	17.7%
1～4人 (n=79)	2.5%	2.5%	2.5%	8.9%	1.3%	7.6%	19.0%	6.3%	1.3%	15.2%	2.5%	-	2.5%	3.6%	5.1%	15.2%	8.9%	1.3%	19.0%	2.5%	16.5%
5～9人 (n=38)	2.6%	5.3%	18.4%	7.9%	5.3%	5.3%	21.1%	-	-	15.8%	7.9%	5.3%	5.3%	-	-	5.3%	2.6%	2.6%	15.8%	2.6%	26.3%
10～19人 (n=18)	16.7%	5.6%	38.9%	16.7%	5.6%	-	11.1%	-	-	22.2%	11.1%	16.7%	-	5.6%	11.1%	5.6%	16.7%	-	5.6%	-	16.7%
20～49人 (n=22)	13.6%	13.6%	27.3%	-	4.5%	4.5%	18.2%	-	-	40.9%	13.6%	4.5%	-	9.1%	4.5%	-	4.5%	13.6%	9.1%	-	18.2%
50人以上 (n=28)	25.0%	3.6%	32.1%	3.6%	3.6%	3.6%	10.7%	-	-	14.3%	10.7%	3.6%	-	-	17.9%	-	17.9%	3.6%	25.0%	-	10.7%

表3-30 今後区へ望む支援【経営者の年代別】

	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	新技術・新製品開発支援	経営相談	融資あつせん等資金繰り支援	創業（スタートアップ）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	無回答
港区全体 (n=186)	8.6%	4.8%	16.7%	7.5%	3.2%	5.9%	17.7%	2.7%	0.5%	18.8%	7.0%	3.8%	2.2%	4.3%	6.5%	8.1%	9.1%	3.2%	16.7%	1.6%	17.7%
40歳代以下 (n=23)	8.7%	-	17.4%	13.0%	-	13.0%	17.4%	4.3%	4.3%	13.0%	4.3%	4.3%	4.3%	8.7%	8.7%	-	8.7%	-	13.0%	-	21.7%
50歳代 (n=55)	9.1%	1.8%	20.0%	10.9%	-	7.3%	18.2%	3.6%	-	27.3%	9.1%	-	1.8%	5.5%	5.5%	1.8%	9.1%	5.5%	12.7%	1.8%	16.4%
60歳代 (n=54)	9.3%	7.4%	14.8%	1.9%	7.4%	1.9%	11.1%	-	-	16.7%	5.6%	7.4%	1.9%	3.7%	5.6%	5.6%	11.1%	1.9%	25.9%	1.9%	16.7%
70歳代以上 (n=53)	7.5%	7.5%	13.2%	7.5%	3.8%	5.7%	24.5%	3.8%	-	15.1%	7.5%	3.8%	1.9%	1.9%	5.7%	20.8%	7.5%	3.8%	13.2%	1.9%	18.9%

※ 網掛けは「特にない」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

（６）港区立産業振興センターについて

港区立産業振興センターの認知度

- ・ 令和4年4月に開設された港区立産業振興センターの認知度をみると、「知っている」が28.0%と、「知らない(70.4%)」に比べて低い割合に留まっていることがみてとれる。
- ・ 業種別にみると、建設業、情報通信業、卸売業では「知っている」がそれぞれ、70.0%、45.5%、30.4%と港区全体(28.0%)を上回っており、特に建設業では他の業種と比べて突出して高くなっている。
- ・ 従業者規模別にみると、1～4人を除く全ての規模で、「知っている」が港区全体(28.0%)を上回っているが、1～4人のみ17.7%と低い割合に留まっている。
- ・ 地区別にみると、赤坂地区を除く全ての地区で、「知っている」が港区全体を上回っているが、赤坂地区では16.0%と低い水準にとどまっている。

図3-39 港区立産業振興センターの認知度【港区全体】

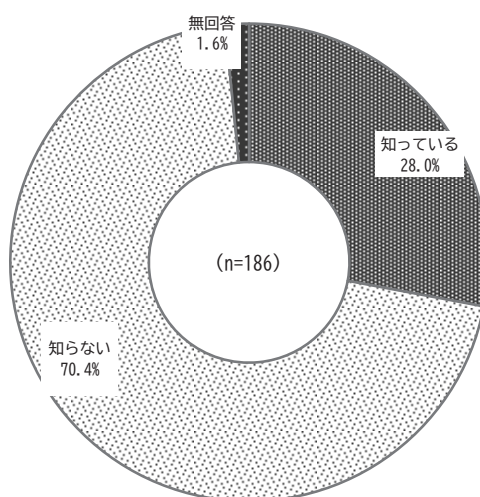


図3-40 港区立産業振興センターの認知度【業種別】

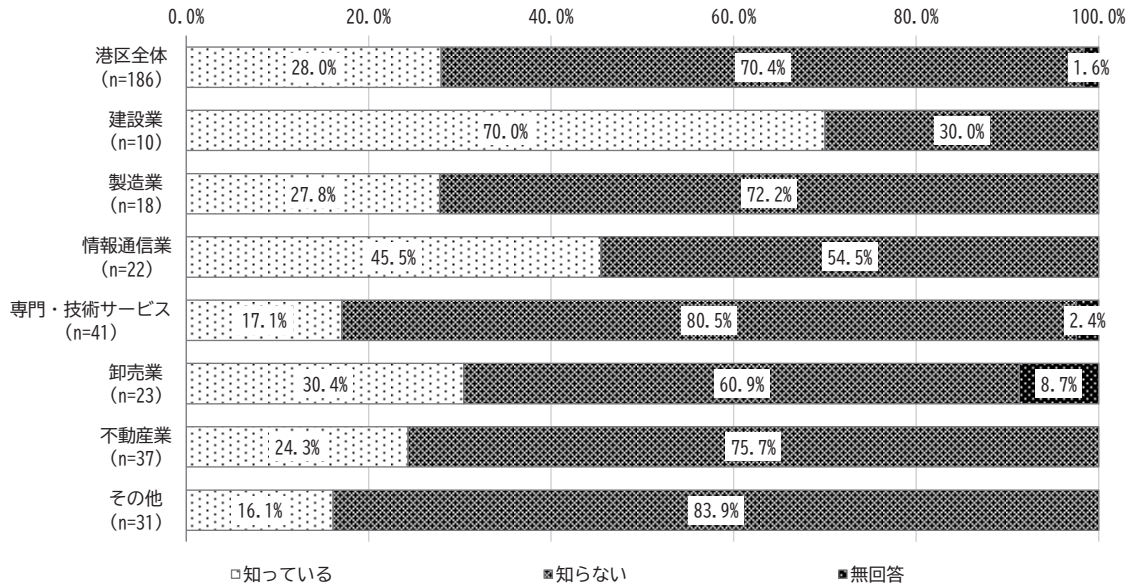


図3-41 港区立産業振興センターの認知度【従業者規模別】

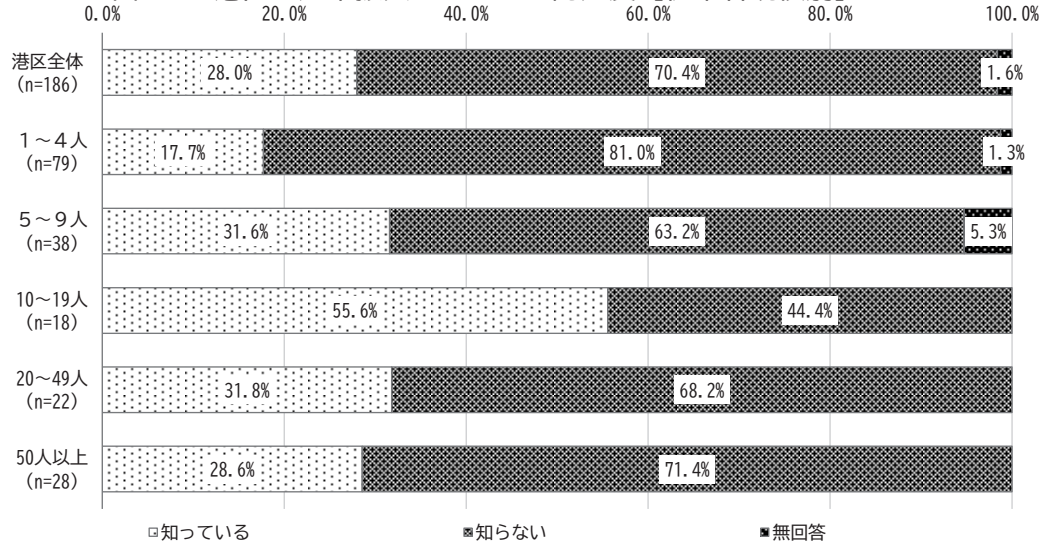
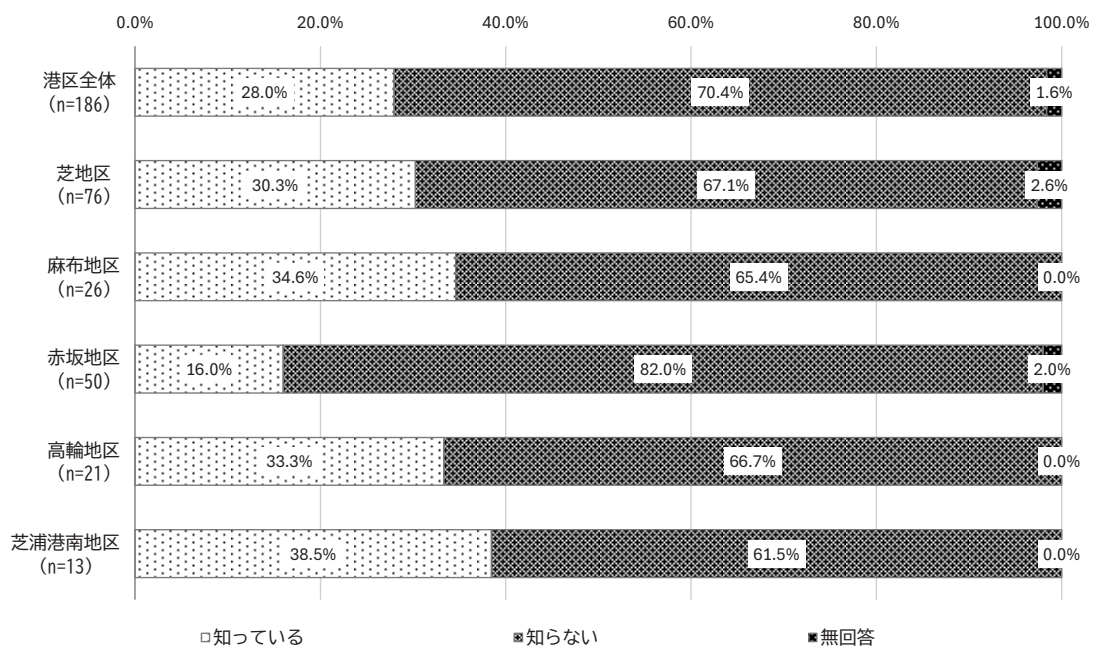


図3-42 港区立産業振興センターの認知度【地区別】



港区立産業振興センターの利用状況

- ・調査対象事業所における産業振興センターの利用状況をみると、「利用したことがある」は9.1%となっており、「利用したことはない」の87.6%を大きく下回っている。また、「継続的に利用している」と回答した事業所はみられなかった。他方で、前問で産業振興センターを「知っている」と回答した事業所の利用状況をみると、「利用したことがある」が32.7%となっており、約3割が利用していることになる。
- ・業種別にみると、建設業、情報通信業、不動産業では「利用したことがある」がそれぞれ、40.0%、22.7%、10.8%と港区全体(9.1%)を上回っている。
- ・従業者規模別にみると、傾向に大きな違いは見られないが、1～4人、50人以上では「利用したことがある」がそれぞれ、6.3%、7.1%と港区全体(9.1%)を下回っている。
- ・地区別にみると、麻布地区では「利用したことがある」が23.1%と、他の地区を大きく上回っている。

図3-43 港区立産業振興センターの利用状況【港区全体】

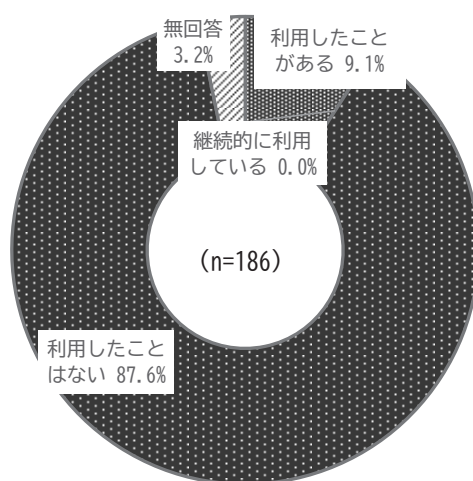
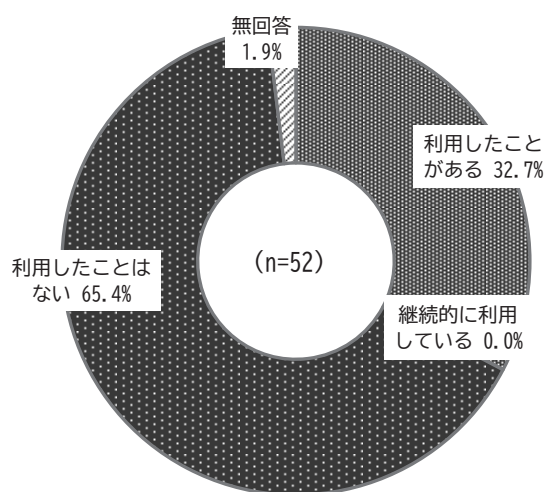


図3-44 港区立産業振興センターの利用状況【産業振興センターを知っていると回答した人】



※ 集計対象は港区立産業振興センターを「知っている」と回答した52者

図3-45 港区立産業振興センターの利用状況【業種別】

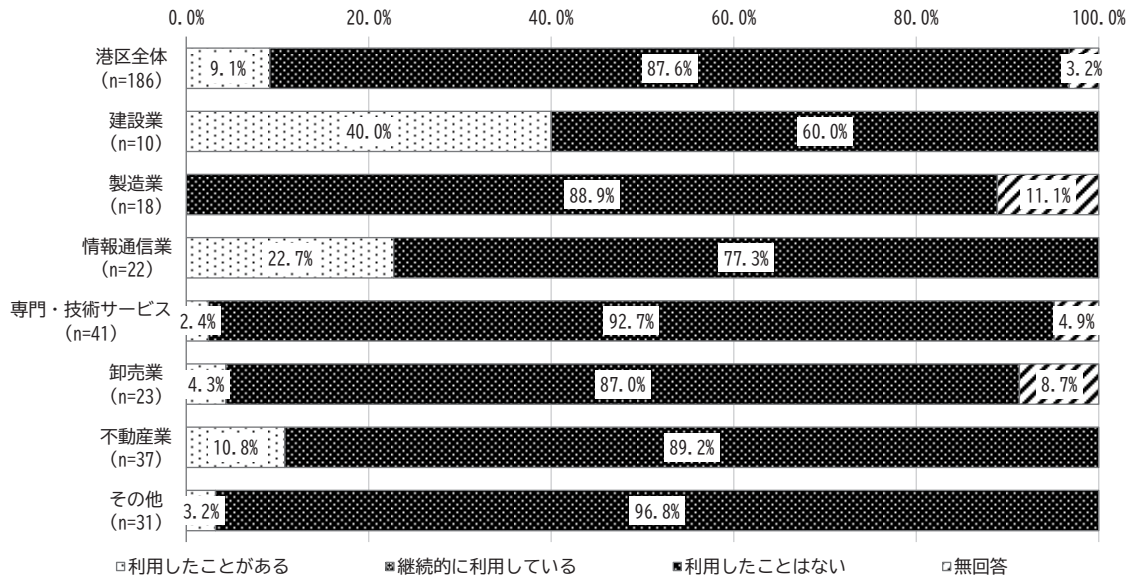


図3-46 港区立産業振興センターの利用状況【従業者規模別】

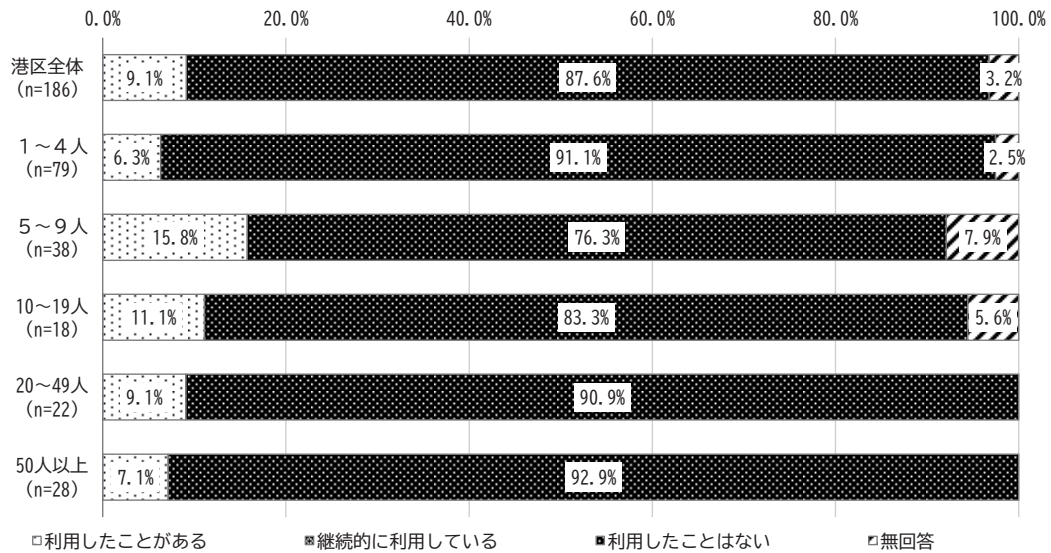
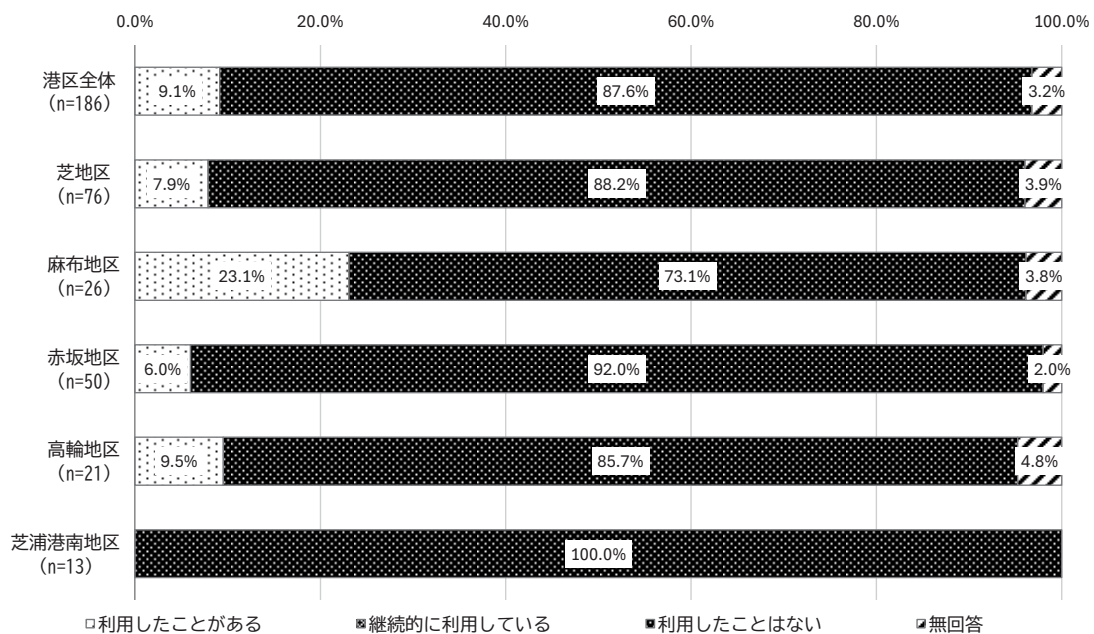


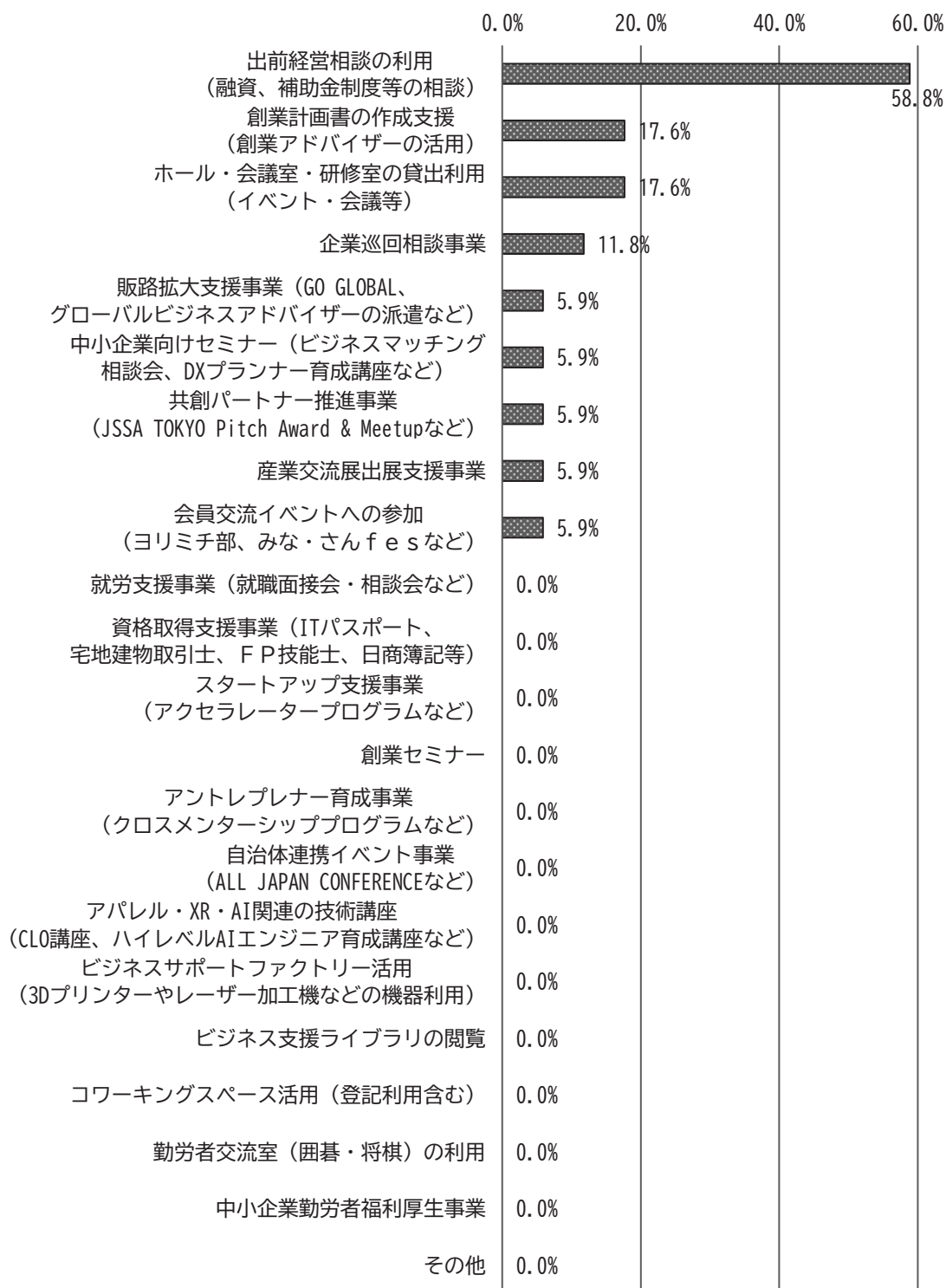
図3-47 港区立産業振興センターの利用状況【地区別】



港区立産業振興センターで利用した制度・施策

- ・港区立産業振興センターを「利用したことがある」と回答した事業所が実際に利用した制度・施策をみると、「出前経営相談の利用（融資、補助金制度等の相談）」が 58.8%と突出して高く、次いで「創業計画書の作成支援（創業アドバイザーの活用）」、「ホール・会議室・研修室の貸出利用（イベント・会議等）」が 17.6%で並んでいる。他方、今回調査対象とした事業所からは回答のない制度・施策も多くみられた。

図 3-48 港区立産業振興センターで利用した制度・施策【港区全体（N=17）】

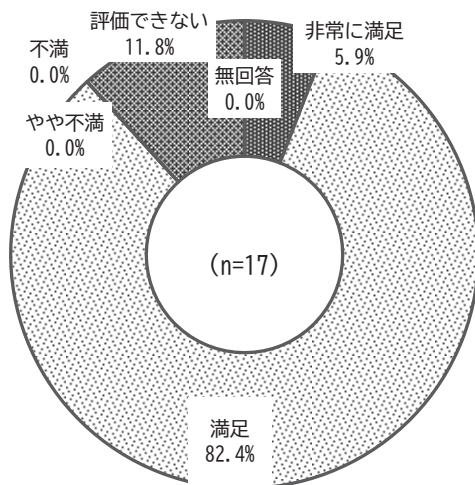


※ 集計対象は港区立産業振興センターを「利用したことがある」と回答した 17 者

港区立産業振興センターを利用した際の満足度

- ・ 港区立産業振興センターを利用したことがある事業所の利用時の満足度をみると、「非常に満足」が 5.9%となっており、「満足(82.4%)」と合わせると計 88.3%が肯定的な回答をみせている。また、「不満」「やや不満」はいずれも 0.0%である一方、「評価できない」という回答も 11.8%あった。

図 3-49 港区立産業振興センターを利用した際の満足度【港区全体】



※ 集計対象は港区立産業振興センターを「利用したことがある」と回答した 17 者

港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業

- ・ 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業をみると、「事業承継・M&Aに関する相談会の開催」が13.4%と最も高く、次いで「区内企業同士のマッチングイベントの開催(11.8%)」、「女性・若者・高齢者の起業・就労支援(10.8%)」の順となっている。
- ・ 業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、情報通信業では「区内企業同士のマッチングイベントの開催」が27.3%と、他の業種と比べて高い割合を占めている。
- ・ 経営者の年代別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、40歳代以下、50歳代では「区内企業同士のマッチングイベントの開催」がそれぞれ、17.4%、16.4%と港区全体(11.8%)と比べて高い割合を占めている。また、50歳代以降の「事業承継・M&Aに関する相談会の開催」の割合をみるとそれぞれ、5.5%(50歳代)、14.8%(60歳代)、20.8%(70歳代以上)となっており、60歳代以降は経営者の年齢が高くなるに従い、関心が高まっていることがみてとれる。

図3-50 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【港区全体（N=186）】

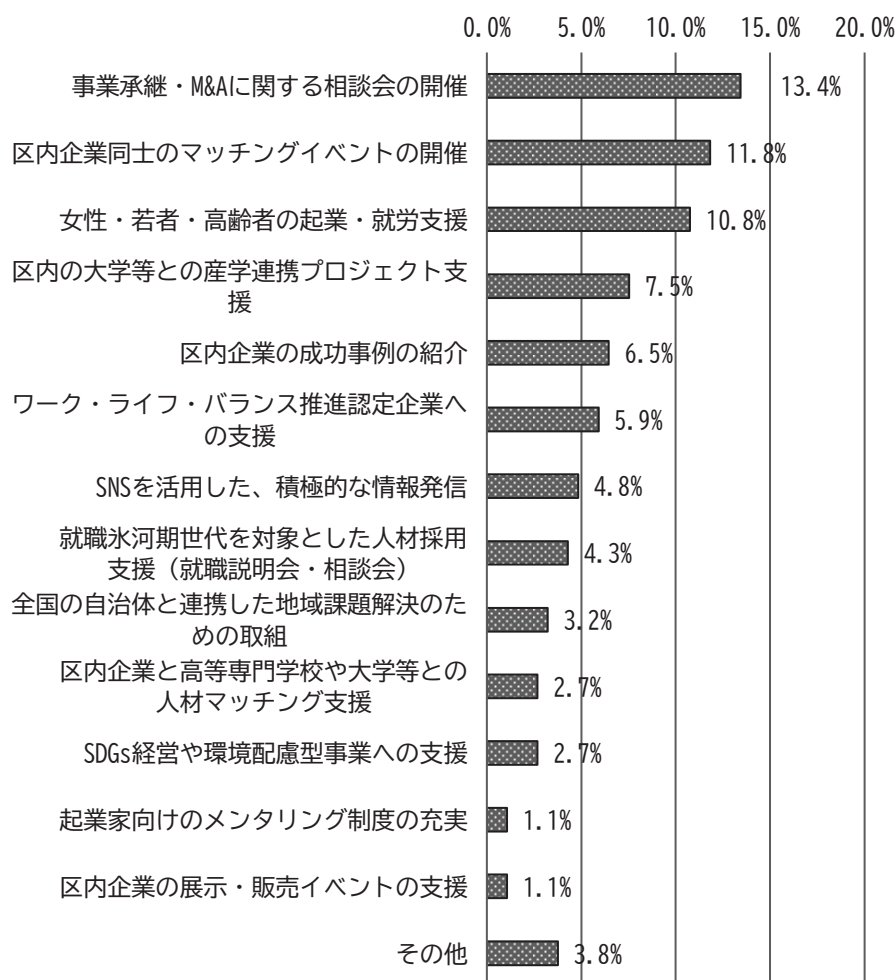


表3-31 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【業種別】

	区内企業同士のマッチングイベントの開催	事業承継・M & Aに関する相談会の開催	区内の大学等との産学連携プロジェクト支援	区内企業の成功事例の紹介	起業家向けのメンタリング制度の充実	区内企業の展示・販売イベントの支援	就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会）	区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援	SDGs経営や環境配慮型事業への支援	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援	女性・若者・高齢者の起業・就労支援	SNSを活用した、積極的な情報発信	全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組	その他	無回答
港区全体 (n=186)	11.8%	13.4%	7.5%	6.5%	1.1%	1.1%	4.3%	2.7%	2.7%	5.9%	10.8%	4.8%	3.2%	3.8%	51.1%
建設業 (n=10)	-	-	10.0%	-	-	-	10.0%	-	20.0%	10.0%	20.0%	10.0%	10.0%	10.0%	50.0%
製造業 (n=18)	-	5.6%	5.6%	16.7%	-	-	5.6%	-	-	5.6%	5.6%	11.1%	-	-	72.2%
情報通信業 (n=22)	27.3%	18.2%	9.1%	4.5%	4.5%	-	4.5%	4.5%	-	9.1%	9.1%	9.1%	-	4.5%	27.3%
専門・技術サービス (n=41)	17.1%	17.1%	7.3%	4.9%	-	2.4%	2.4%	7.3%	2.4%	7.3%	14.6%	2.4%	4.9%	-	51.2%
卸売業 (n=23)	13.0%	8.7%	8.7%	4.3%	-	-	13.0%	-	8.7%	8.7%	13.0%	-	4.3%	-	47.8%
不動産業 (n=37)	5.4%	21.6%	8.1%	8.1%	2.7%	2.7%	2.7%	2.7%	-	2.7%	10.8%	5.4%	2.7%	5.4%	51.4%
その他 (n=31)	9.7%	9.7%	3.2%	-	-	-	-	-	-	3.2%	6.5%	3.2%	3.2%	9.7%	58.1%

表3-32 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【従業者規模別】

	区内企業同士のマッチングイベントの開催	事業承継・M & Aに関する相談会の開催	区内の大学等との産学連携プロジェクト支援	区内企業の成功事例の紹介	起業家向けのメンタリング制度の充実	区内企業の展示・販売イベントの支援	就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会）	区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援	SDGs経営や環境配慮型事業への支援	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援	女性・若者・高齢者の起業・就労支援	SNSを活用した、積極的な情報発信	全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組	その他	無回答
港区全体 (n=186)	11.8%	13.4%	7.5%	6.5%	1.1%	1.1%	4.3%	2.7%	2.7%	5.9%	10.8%	4.8%	3.2%	3.8%	51.1%
1～4人 (n=79)	12.7%	21.5%	3.8%	6.3%	2.5%	1.3%	1.3%	2.5%	1.3%	5.1%	10.1%	6.3%	2.5%	1.3%	48.1%
5～9人 (n=38)	10.5%	13.2%	13.2%	7.9%	-	-	2.6%	-	5.3%	10.5%	13.2%	5.3%	10.5%	5.3%	50.0%
10～19人 (n=18)	5.6%	11.1%	11.1%	5.6%	-	5.6%	5.6%	16.7%	5.6%	-	16.7%	-	-	5.6%	55.6%
20～49人 (n=22)	18.2%	4.5%	13.6%	-	-	-	9.1%	-	-	9.1%	9.1%	-	-	-	59.1%
50人以上 (n=28)	10.7%	-	3.6%	10.7%	-	-	10.7%	-	3.6%	3.6%	7.1%	7.1%	-	10.7%	50.0%

表3-33 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【経営者の年代別】

	区内企業同士のマッチングイベントの開催	事業承継・M & Aに関する相談会の開催	区内の大学等との産学連携プロジェクト支援	区内企業の成功事例の紹介	起業家向けのメンタリング制度の充実	区内企業の展示・販売イベントの支援	就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会）	区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援	SDGs経営や環境配慮型事業への支援	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援	女性・若者・高齢者の起業・就労支援	SNSを活用した、積極的な情報発信	全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組	その他	無回答
港区全体 (n=186)	11.8%	13.4%	7.5%	6.5%	1.1%	1.1%	4.3%	2.7%	2.7%	5.9%	10.8%	4.8%	3.2%	3.8%	51.1%
40歳代以下 (n=23)	17.4%	13.0%	8.7%	4.3%	-	4.3%	4.3%	4.3%	-	4.3%	17.4%	4.3%	4.3%	-	52.2%
50歳代 (n=55)	16.4%	5.5%	7.3%	9.1%	3.6%	-	5.5%	3.6%	-	9.1%	9.1%	3.6%	-	5.5%	45.5%
60歳代 (n=54)	7.4%	14.8%	11.1%	3.7%	-	-	5.6%	1.9%	3.7%	3.7%	7.4%	3.7%	7.4%	5.6%	55.6%
70歳代以上 (n=53)	9.4%	20.8%	3.8%	7.5%	-	1.9%	1.9%	1.9%	5.7%	5.7%	13.2%	7.5%	1.9%	1.9%	50.9%

※ 網掛けは「特になし」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

港区立産業振興センターに対する意見

- ・ 港区立産業振興センターに対する意見を自由意見として聞いたところ、寄せさせた意見は次のとおり。
好意的な意見を除くと「今回の調査で初めて産業振興センターを知った」といった意見が多い。

表3-34 港区立産業振興センターに対する意見【港区全体（業種順）】

【主な意見】

業 種	内 容
情報通信業	今年、人材採用費の補助をありがとうございました。一度申請したら（補助金を受け取ったら）二度目の申請ができません。人材の採用は続いていきますので、二度目以降も受けられると助かります。（二度目以降は補助率を下げる、でも宜しいかと思います。）
専門・技術サービス業	とてもきれいな建物で気持ちよく研修を受けさせて頂きました。このまま、きれいでいてほしいです。
専門・技術サービス業	今回のアンケートを受けて、産業振興センターの存在を知りました。機会を見つけて活用できればと思います。ありがとうございました。
卸売業	・ 今後も利用していきたい ・ 素晴らしい人材が多い ・ 大変ありがたい
不動産業	事業内容の広報周知
その他	個人でやっているの、中々、他の支援など、自分から調べたりなどそもそもの知識不足です。

（７）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をみると、「生成AIの利活用による業務効率化と生産性の向上」が17.7%と最も高く、次いで「大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積」、「区内中小企業のDXの促進」、「高齢者のライフスタイルの多様化」が11.3%で並んでいる。一方で「どれも影響しない」という回答が36.6%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り上げにそれほど影響を及ぼさないと捉えているとみられる。
- ・ 業種別にみると、製造業、情報通信業、専門・技術サービス業、その他では「生成AIの利活用による業務効率化と生産性の向上」がそれぞれ、22.2%、27.3%、22.0%、19.4%と港区全体(17.7%)と比較して高い割合を占めている。
- ・ 従業者規模別にみると、1～4人では「区内中小企業のDXの促進」や「生成AIの利活用による業務効率化と生産性の向上」がそれぞれ、5.1%、7.6%と、港区全体(それぞれ11.3%、17.7%)を下回っている一方で、「インバウンドによる外国人観光客の増加(11.4%)」や、「高齢者のライフスタイルの多様化(13.9%)」が港区全体(それぞれ9.1%、11.3%)を上回っており、技術革新に関する事項よりも、人々の動向に関する事項が売り上げに影響を与えるものと考えていることがみてとれる。
- ・ 地区別にみると、芝地区では「大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積」が17.1%と港区全体(11.3%)と比較して高い割合を占めている。また、麻布地区では「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」が19.2%と港区全体(9.7%)と比較して高い割合を占めている。次に赤坂地区では「区内中小企業のDXの促進(16.0%)」や「生成AIの利活用による業務効率化と生産性の向上(22.0%)」が港区全体(それぞれ11.3%、17.7%)を上回っており、技術革新に関する事項に高い関心があることがみてとれる。また、高輪地区では「インバウンドによる外国人観光客の増加(14.3%)」や、「高齢者のライフスタイルの多様化(19.0%)」が港区全体(それぞれ9.1%、11.3%)を上回っており、人々の動向に関する事項が売り上げに影響を与えるものと考えていることがみてとれる。

図3-51 売上増加につながると思われる社会環境の変化【港区全体（N=186）】

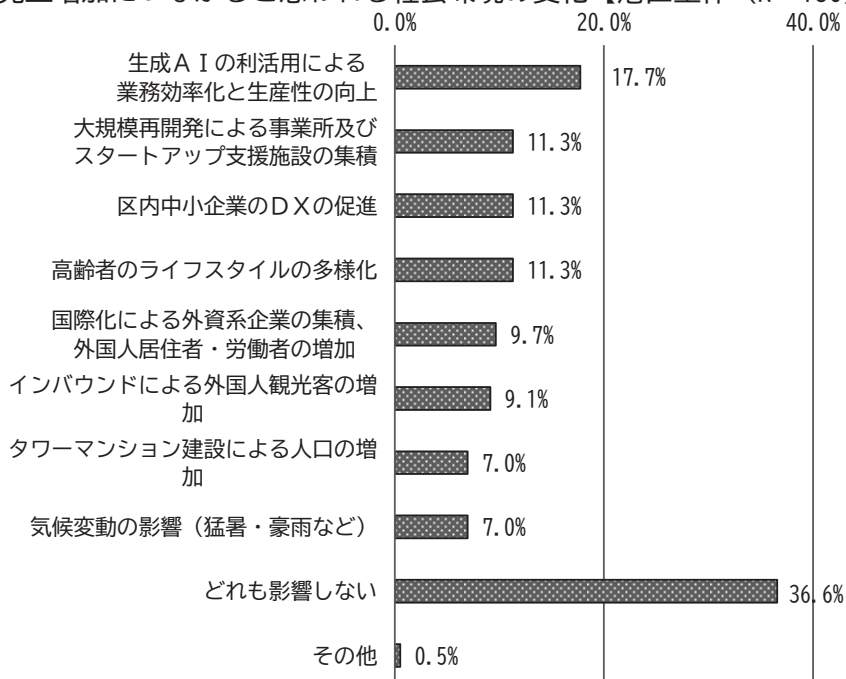


表3-35 売上増加につながると思われる社会環境の変化【業種別】

	タワーマンシ ョン建設に よる人口の増 加	インバウ ンドによる外 国観光客の増 加	労働者の増 加	国際化による 外国人居住者 ・企業の集積	援施設の集 積	大規模再開 発による事業 所及びスタート アップ支業	区内中小企 業のDXの促 進	上業務効率 化と生産性の 向上	生成AIの利 活用による	豪雨など） 気候変動の影 響（猛暑・	高齢者のラ イフスタイル の多様化	どれも影響 しない	その他	無回答
港区全体（n=186）	7.0%	9.1%	9.7%	11.3%	11.3%	17.7%	7.0%	11.3%	36.6%	0.5%	11.3%			
建設業（n=10）	10.0%	10.0%	30.0%	10.0%	-	10.0%	30.0%	10.0%	20.0%	-	20.0%			
製造業（n=18）	11.1%	22.2%	11.1%	5.6%	5.6%	22.2%	-	5.6%	33.3%	-	16.7%			
情報通信業（n=22）	4.5%	9.1%	4.5%	13.6%	18.2%	27.3%	-	4.5%	45.5%	-	-			
専門・技術サービス（n=41）	-	2.4%	7.3%	9.8%	17.1%	22.0%	4.9%	4.9%	36.6%	-	14.6%			
卸売業（n=23）	-	8.7%	8.7%	21.7%	13.0%	13.0%	-	8.7%	47.8%	-	8.7%			
不動産業（n=37）	18.9%	13.5%	16.2%	13.5%	5.4%	8.1%	5.4%	16.2%	29.7%	2.7%	10.8%			
その他（n=31）	-	3.2%	-	3.2%	9.7%	19.4%	16.1%	22.6%	41.9%	-	12.9%			

表3-36 売上増加につながると思われる社会環境の変化【従業員規模別】

	タ ワ ー 人 口 の 増 加	人 観 光 客 の 増 加	イ ン バ ウ ン ド に よ る 外 国	労働者の増加	国際化による外資系企業 の集積、外国人居住者・	援 施 設 の 集 積	大規模再開発による事業 所及びスタートアップ支	進 区 内 中 小 企 業 の D X の 促	上 業 務 効 率 化 と 生 産 性 の 向	生成AIの活用による	豪 雨 な ど の 影 響 （ 猛 暑 ・ 気 候 変 動 ）	高 齢 者 の ラ イ フ ス タ イ ル の 多 様 化	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他	無 回 答
港区全体（n=186）	7.0%	9.1%	9.7%	11.3%	11.3%	17.7%	7.0%	11.3%	36.6%	0.5%	11.3%				
1～4人（n=79）	7.6%	11.4%	10.1%	7.6%	5.1%	7.6%	8.9%	13.9%	39.2%	-	12.7%				
5～9人（n=38）	5.3%	2.6%	10.5%	15.8%	18.4%	23.7%	10.5%	7.9%	28.9%	2.6%	13.2%				
10～19人（n=18）	-	-	5.6%	11.1%	16.7%	22.2%	5.6%	5.6%	50.0%	-	11.1%				
20～49人（n=22）	9.1%	18.2%	18.2%	13.6%	22.7%	27.3%	-	9.1%	27.3%	-	4.5%				
50人以上（n=28）	10.7%	10.7%	3.6%	14.3%	7.1%	25.0%	3.6%	10.7%	39.3%	-	10.7%				

表3-37 売上増加につながると思われる社会環境の変化【地区別】

	タ ワ ー 人 口 の 増 加 よ る 人 口 の 増 加	人 観 光 客 の 増 加 に よ る 外 国	イ ン バ ウ ン ド に よ る 外 国 人 居 住 者 ・ 企 業 の 集 積 の 増 加	国 際 化 に よ る 外 資 系 企 業 の 集 積	援 施 設 の 集 積	大 規 模 再 開 発 に よ る 事 業 所 及 び ス タ ー ト ア ッ プ 支 援	区 内 中 小 企 業 の D X の 促 進	上 業 務 効 率 化 と 生 産 性 の 向 上	生 成 A I の 利 活 用 に よ る 業 務 効 率 化 と 生 産 性 の 向 上	豪 雨 な ど の 影 響 （ 猛 暑 ・ 気 候 変 動 ）	高 齢 者 の ラ イ フ ス タ イ ル の 多 様 化	ど れ も 影 響 し な い	そ の 他	無 回 答
港区全体（n=186）	7.0%	9.1%	9.7%	11.3%	11.3%	17.7%	7.0%	11.3%	36.6%	0.5%	11.3%			
芝地区（n=76）	6.6%	9.2%	9.2%	17.1%	11.8%	18.4%	3.9%	9.2%	36.8%	1.3%	11.8%			
麻布地区（n=26）	11.5%	7.7%	19.2%	7.7%	11.5%	19.2%	15.4%	11.5%	34.6%	-	3.8%			
赤坂地区（n=50）	4.0%	8.0%	6.0%	10.0%	16.0%	22.0%	8.0%	14.0%	30.0%	-	10.0%			
高輪地区（n=21）	9.5%	14.3%	9.5%	-	-	9.5%	4.8%	19.0%	47.6%	-	14.3%			
芝浦港南地区（n=13）	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	-	46.2%	-	23.1%			

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

港区の産業振興施策に対する意見

- ・ 港区の産業振興施策に対する意見を自由意見として聞いたところ、寄せらせた意見は次のとおり。

表 3-38 港区の産業振興施策に対する意見【港区全体（業種順）】

【主な意見】

業 種	内 容
建設業	新規事業計画に対するアドバイザー・サービスが有難いと思います。
建設業	タワーマンションの建設は大反対。人口増が悪環境。
専門・技術サービス業	零細企業である弊社は、利益確保のためには、A Iを活用し、雇用を期待しないようにする、ある意味消極的な考えしか思いうかばないです。これからの子供たちが安心して暮らせる、港区であり続けるために教育、人材の育成も大事であると考えます。また、紹介により雇用した人材がウツであることが多く心の病の対策も必要だと思いました。
専門・技術サービス業	情報にたどり着いていなかったのも、今後、もっと発信してほしいです。
不動産業	特定のデベロッパーの再開発にはもっと厳格に対応してほしい。特に東京タワー近隣の大型再開発には慎重なスタンスをとってもらいたい。港区のシンボリックな景観が失われかねない（企業立地としての魅力が下がりかねない）。
その他	・ 中小企業支援の道筋が見えない。

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5次港区産業振興プランの策定に向け、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（産業分類の事業所数割合に応じて無作為に抽出）

表3-1 業種別の抽出数

産業大分類		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）	3,508	487	32.5%
M	宿泊業、飲食サービス業	5,089	708	47.2%
N	生活関連サービス業、娯楽業	2,192	305	20.3%
合計		10,789	1,500	100.0%

③ 調査方法

調査票を郵送により配布し、郵送にて回収した。また、調査票に回答用URL・二次元コードを記載し、インターネットでの回答も可とした。

④ 調査期間

令和7年11月26日（水）～令和7年12月17日（水）

(3) 回収数・回収率

155 件（郵送：100、インターネット 55）・10.3%

(4) 調査項目

調査項目は下表のとおり。

表3-2 商業・サービス関連事業者アンケート調査項目

大分類		中分類
1	店舗・事業所の属性について	・ 本社・支社の区分、店舗・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・事業所の顧客について	・ 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 ・ 顧客が当店舗・事業所を利用する理由
3	店舗・事業所の経営状況について	・ 直近の売上高、売上高・営業利益の変化 ・ 4年後の景況感 ・ 為替変動や物価高騰の影響
4	立地環境について	・ 創業地、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等について	・ 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	地域活性化について	・ 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
7	事業活動への支援ニーズについて	・ 区の産業振興施策の利用有無・今後の関心、利用した施策の効果 ・ 情報の入手手段 ・ 今後の区に望む支援
8	港区立産業振興センターについて	・ 港区立産業振興センターの認知度 ・ 利用有無、利用した制度・施策、利用の満足度 ・ 今後の産業振興センターに望む支援内容・事業、産業振興センターへの意見
9	港区の今後の景気動向について	・ 売上増加に影響を及ぼすと思われる社会環境

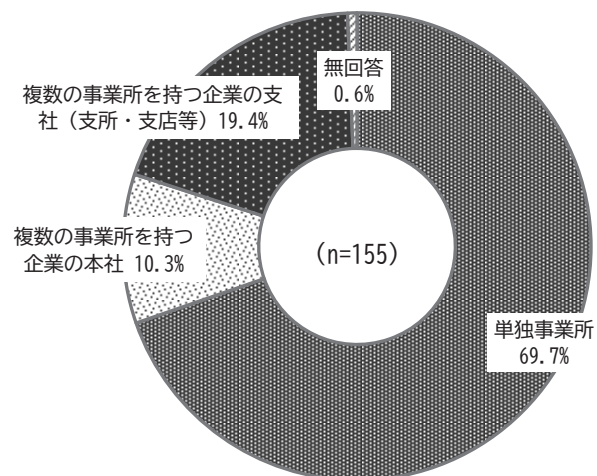
(5) 集計にあたっての留意点

- ・ 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、合計の値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、各項目の合計の値が港区全体の値と一致しない場合がある。
- ・ 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」に一括して集計している。
- ・ 経営者年代別は、「30歳未満」、「30歳代」の母数が少数のため、「40歳代」と合わせて「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、原則として言及しない場合がある。

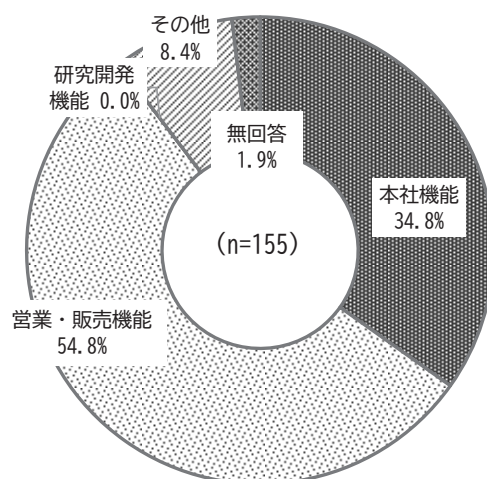
2. 調査結果の概要

(1) 店舗・事業所の属性

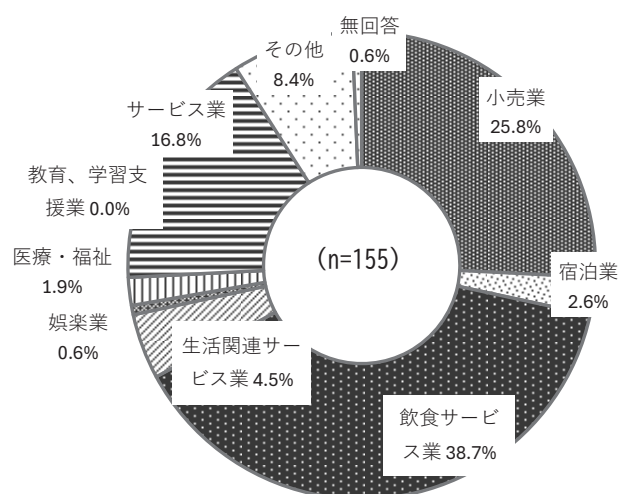
本社・支社



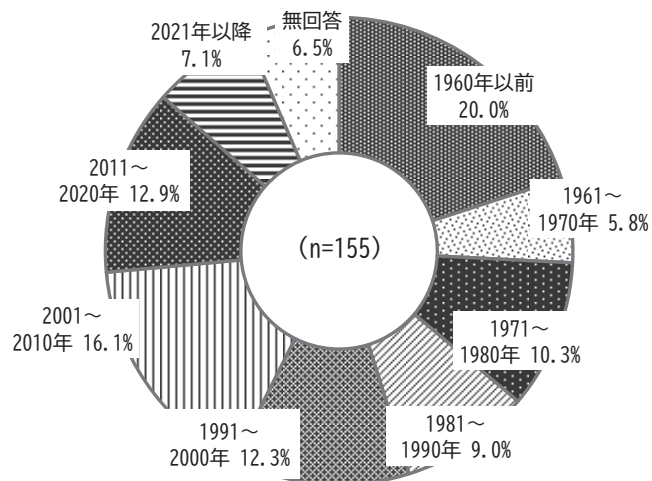
主な機能



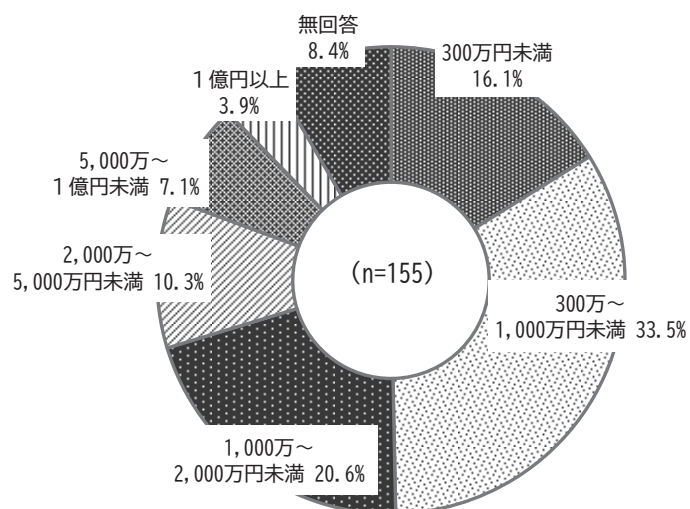
業種



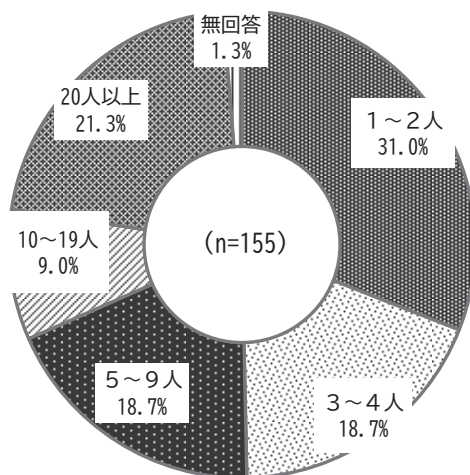
創業年



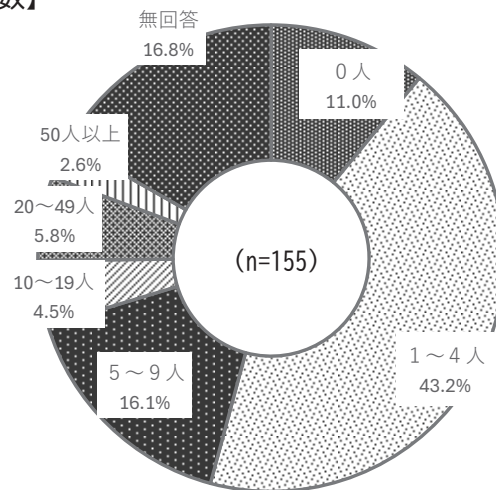
資本金



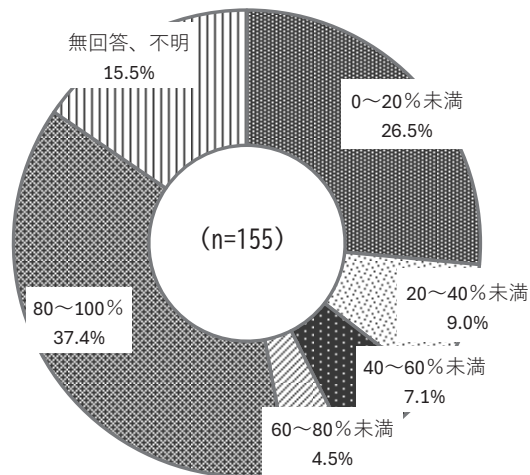
従業員の数【総数】



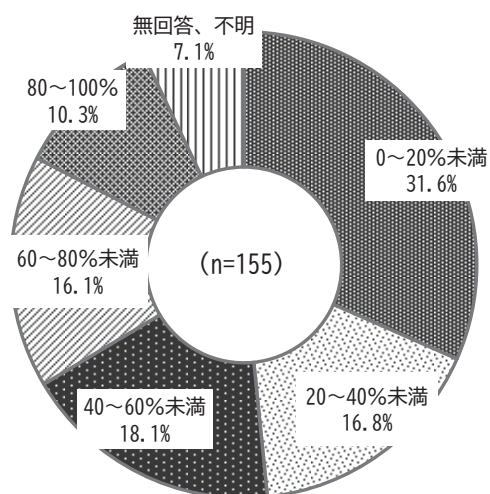
従業員の数【港区内の従業員数】



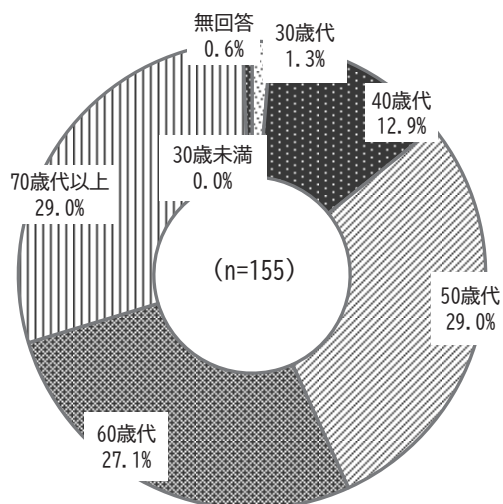
従業員の数【全従業員のうち、港区内の従業員の割合】



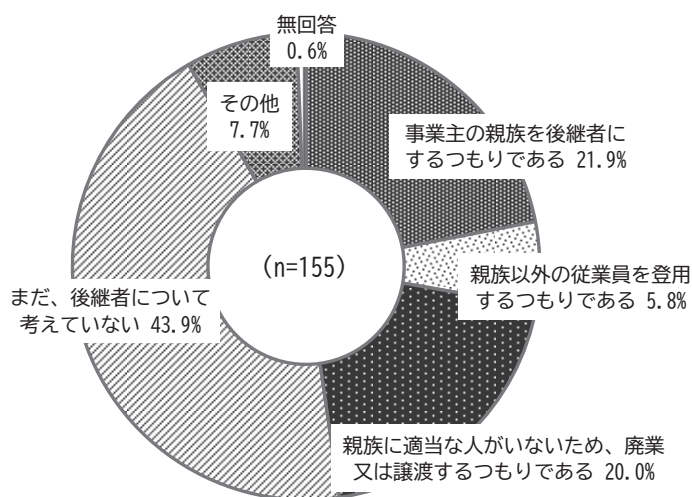
従業員の数【全従業員のうち、パート、アルバイト、派遣の割合】



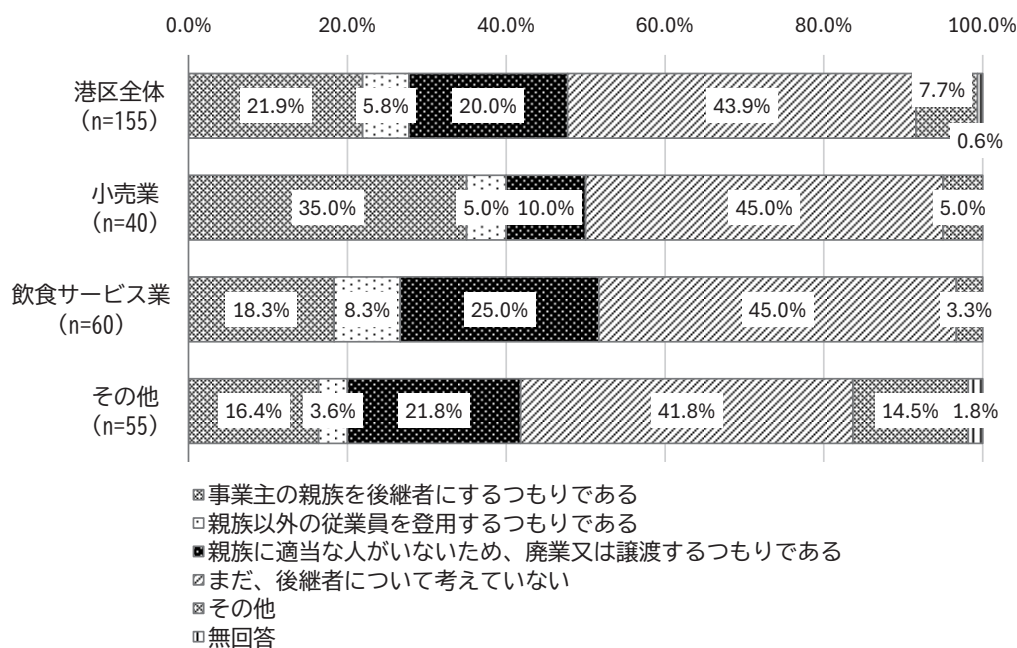
経営者の年代



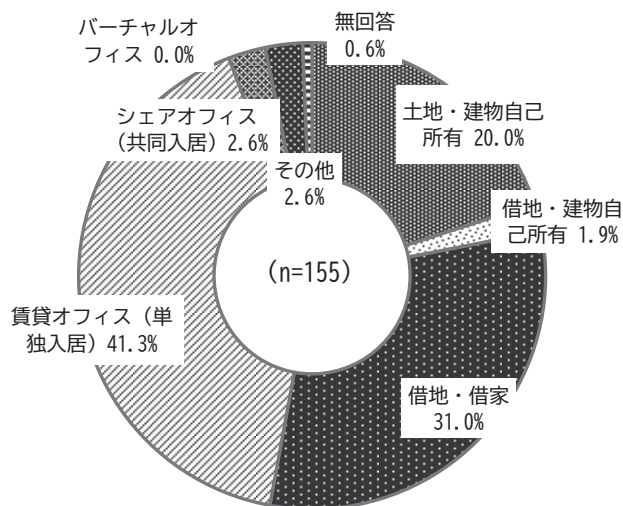
後継者の有無



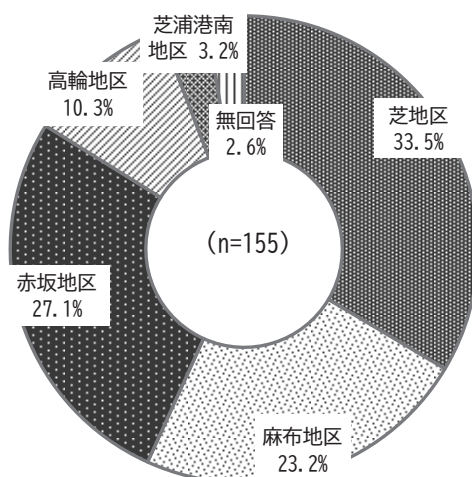
後継者の有無【業種別】



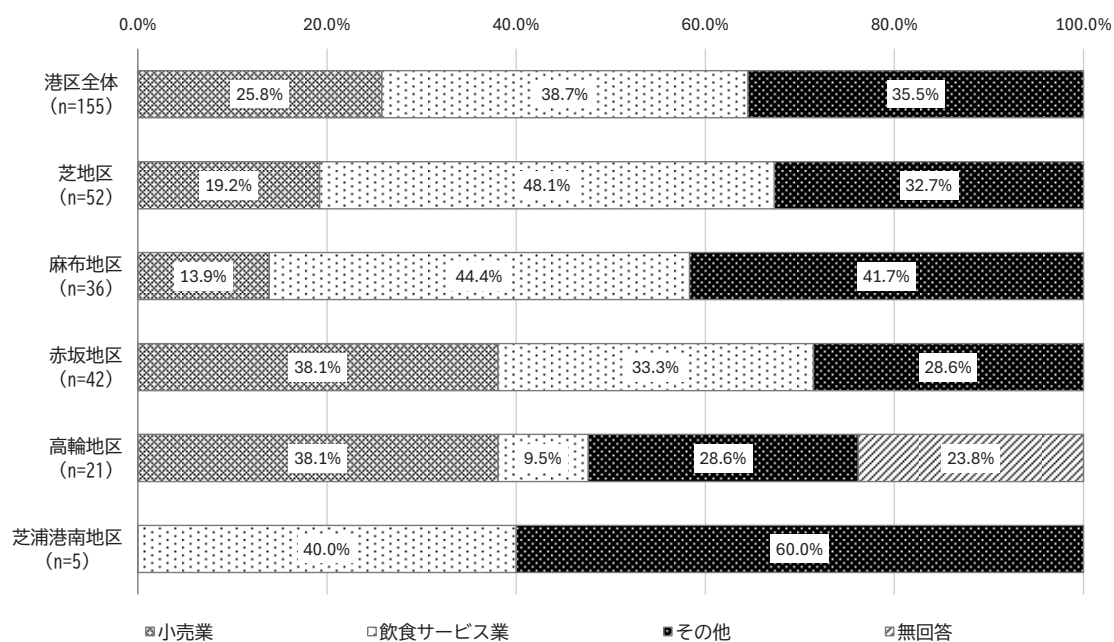
土地、建物の所有形態



所在



所在【地区別の業種】



(2) 店舗・事業所の顧客について

主要顧客の所在地

- ・主要顧客の所在地をみると、「港区内」が52.9%、「港区外」が45.2%となっている。
- ・業種別にみると、小売業、飲食業では「港区内」がそれぞれ57.5%、60.0%と港区全体(52.9%)を上回っている一方で、その他では41.8%と下回っている。
- ・従業者規模別にみると、3～4人、10～19人、20人以上では「港区内」がそれぞれ、62.1%、71.4%、54.5%と港区全体を上回っているが、1～2人、5～9人ではそれぞれ、50.0%、37.9%と下回っている。
- ・地区別では概ね港区全体と同様の傾向にあるが、高輪地区では「港区内」が62.5%と、他の地区に比べ高い割合を占めている。

図3-1 主要顧客の所在地【港区全体】

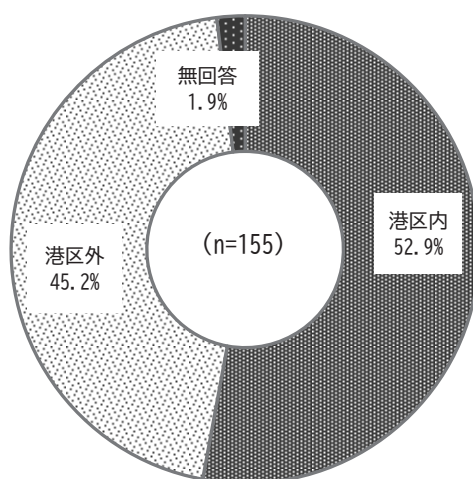


図3-2 主要顧客の所在地【業種別】

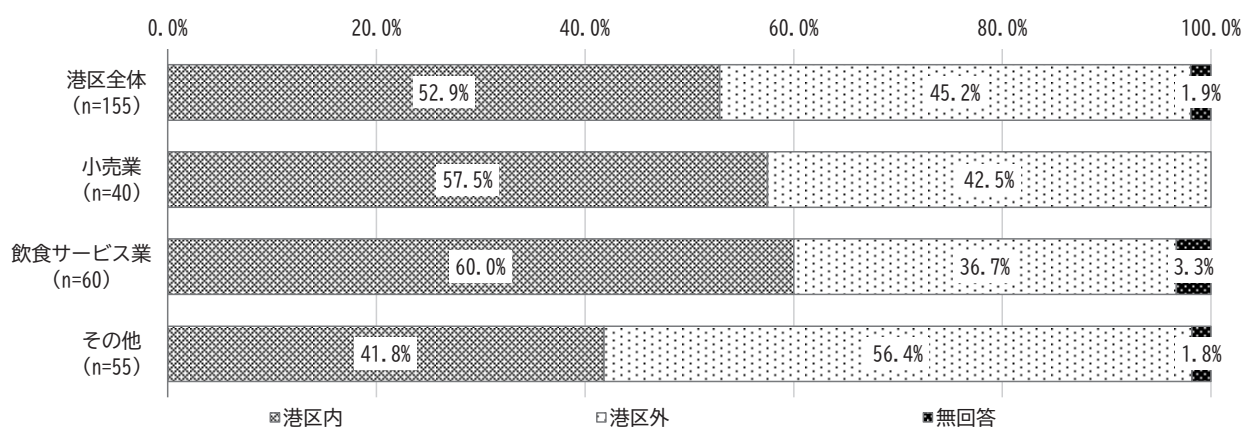


図3-3 主要顧客の所在地【従業員規模別】

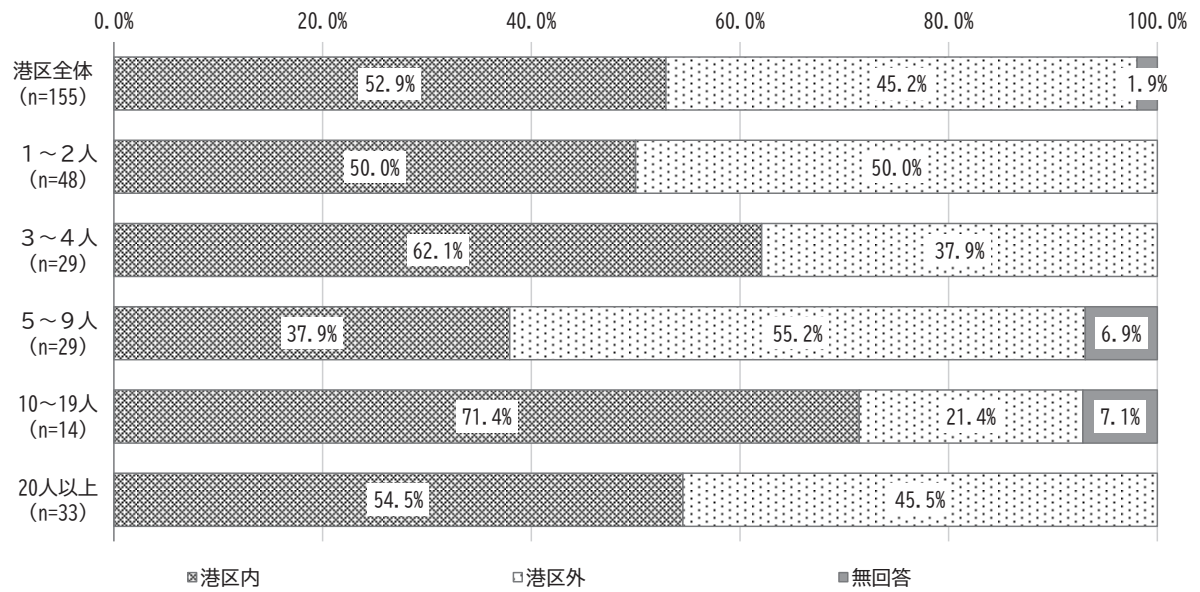
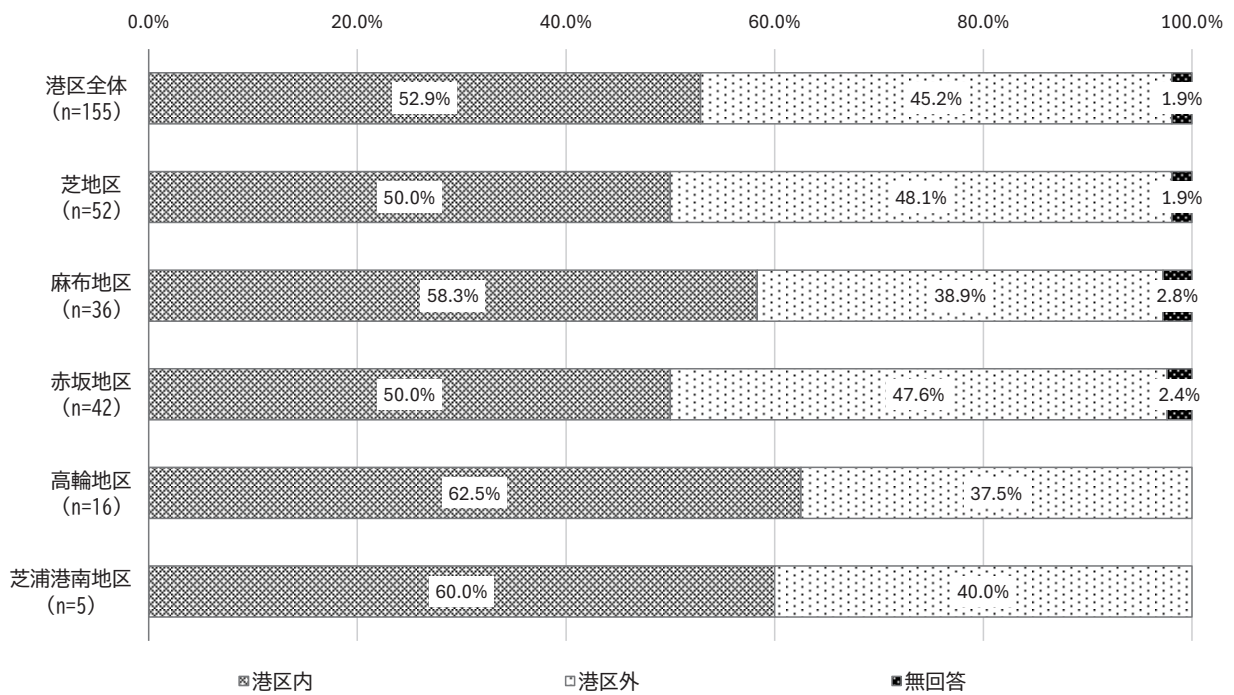


図3-4 主要顧客の所在地【地区別】



固定客の比率

- ・ 固定客の比率をみると、「固定客 80%以上」が 27.7%と最も高く、次いで「固定客 40～60%未満 (22.6%)」、「固定客 60～80%未満(18.1%)」の順となっている。
- ・ 業種別にみると、飲食サービス業、その他では、「固定客 80%以上」がそれぞれ 28.3%、32.7%と(港区全体 27.7%)と比較して高い割合となっている。
- ・ 従業者規模別にみると、「固定客 80%以上」が5～9人では 37.9%、1～2人では 37.5%となっている一方、「固定客比率 20%未満」が1～2人では 6.3%、3～4人では 10.3%と、比較的従業者規模の小さい店舗・事業所では、固定客の比率が概ね高くなる傾向にあることがみてとれる。
- ・ 地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、赤坂地区では「固定客比率 20%未満」が 4.8%と、港区全体(10.3%)と比較して低い割合となっている。

図 3-5 固定客の比率【港区全体】

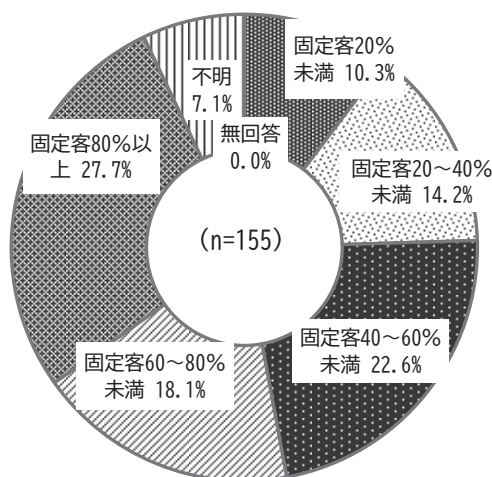


図 3-6 固定客の比率【業種別】

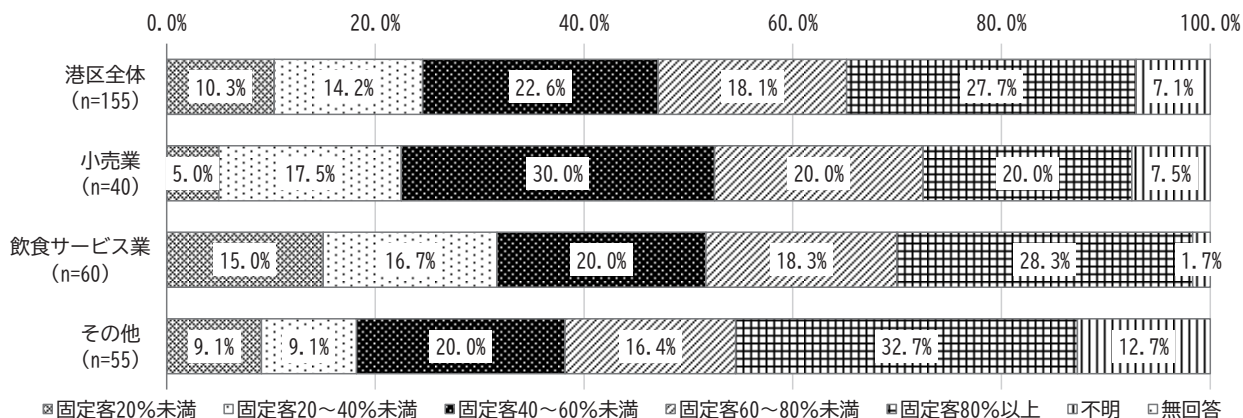


図3-7 固定客の比率【従業員規模別】

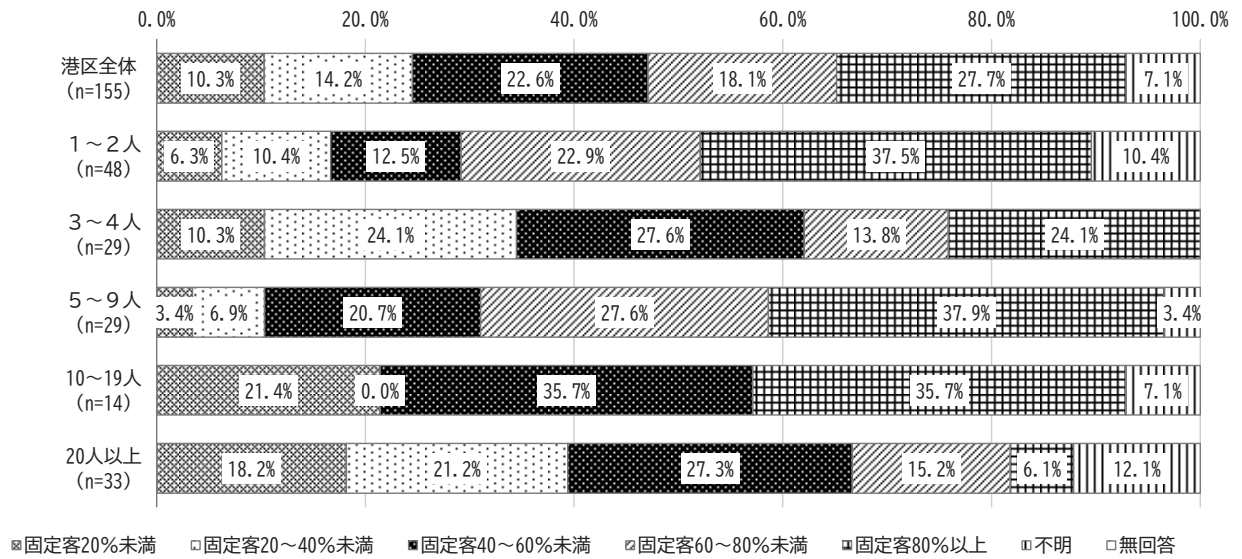
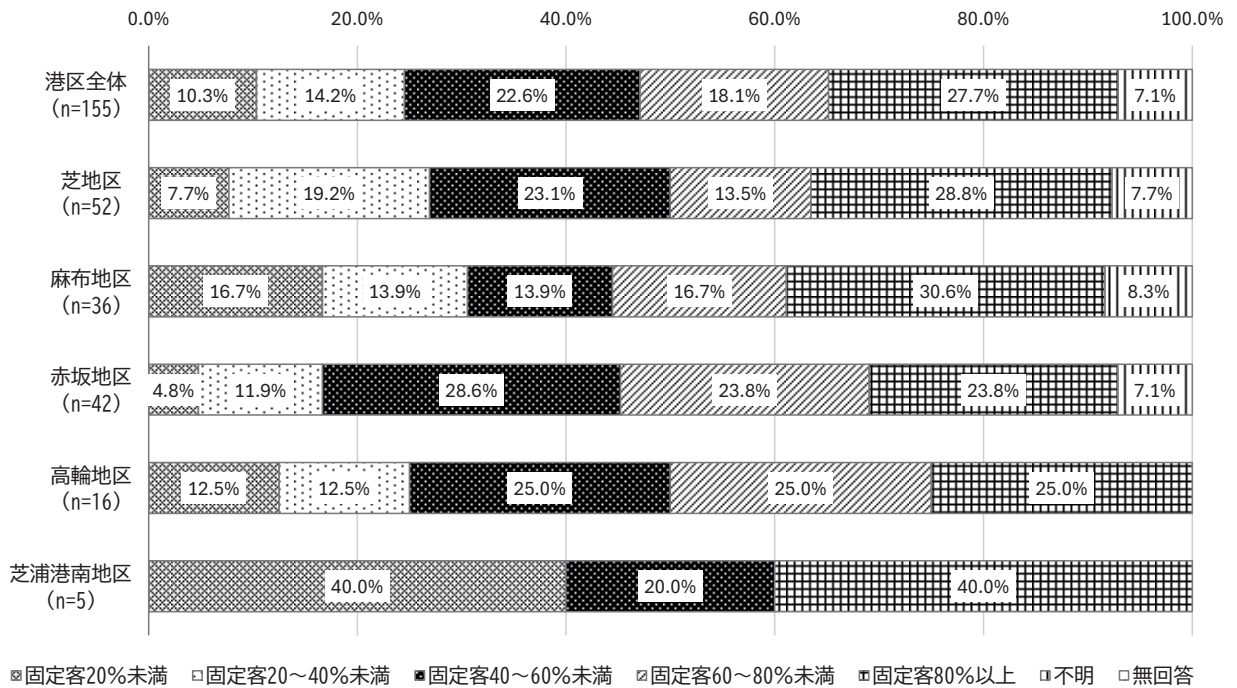


図3-8 固定客の比率【地区別】



顧客の年代

- ・顧客の年代をみると、「50 歳代」が 61.3%と最も高く、次いで「40 歳代(59.4%)」、「30 歳代(39.4%)」、「60 歳代(36.1%)」の順となっており、40 歳代と 50 歳代、30 歳代と 60 歳代がほぼ同様の割合となっている。
- ・業種別にみると、飲食サービス業、その他では、「40 歳代」と「50 歳代」のいずれかが1位と2位を占め、「30 歳代」と「60 歳代」のいずれかが3位と4位を占めているが、小売業においては「70 歳代以上」が 30.0%と、「30 歳代(27.5%)」を上回り、4位となっている。

図 3-9 顧客の年代【港区全体 (N=155)】

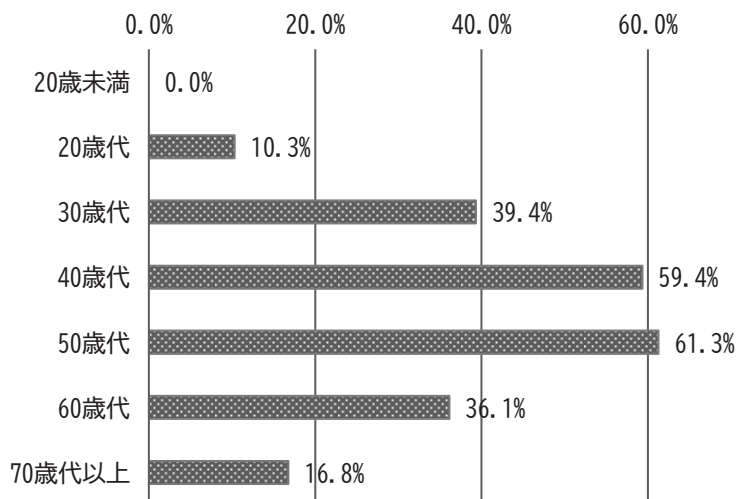
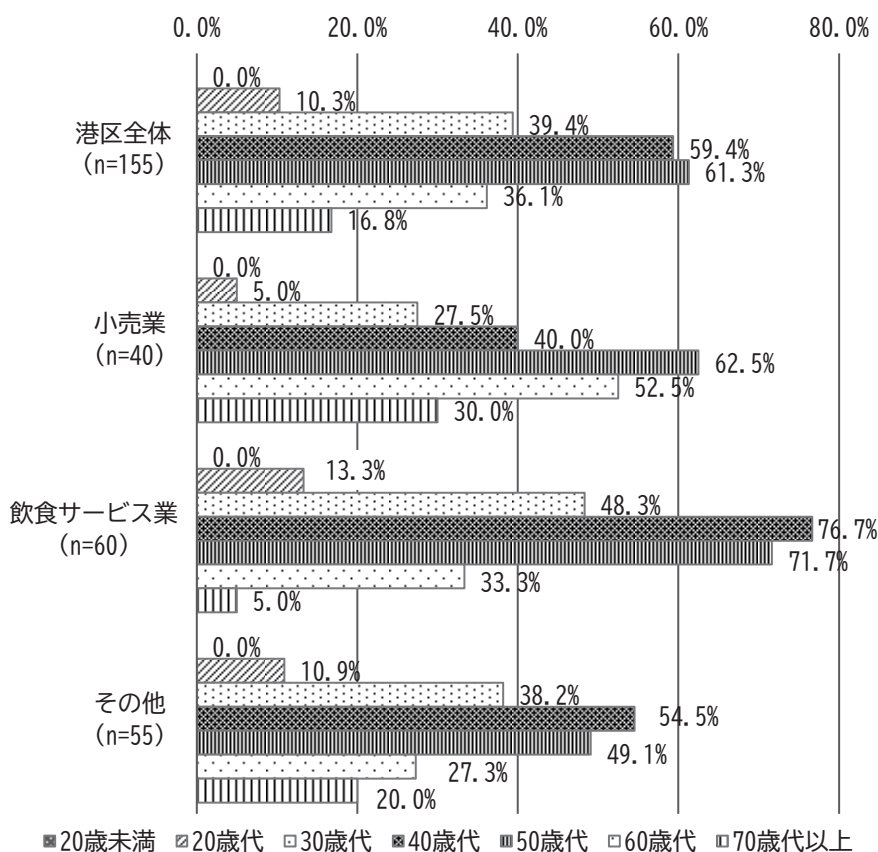
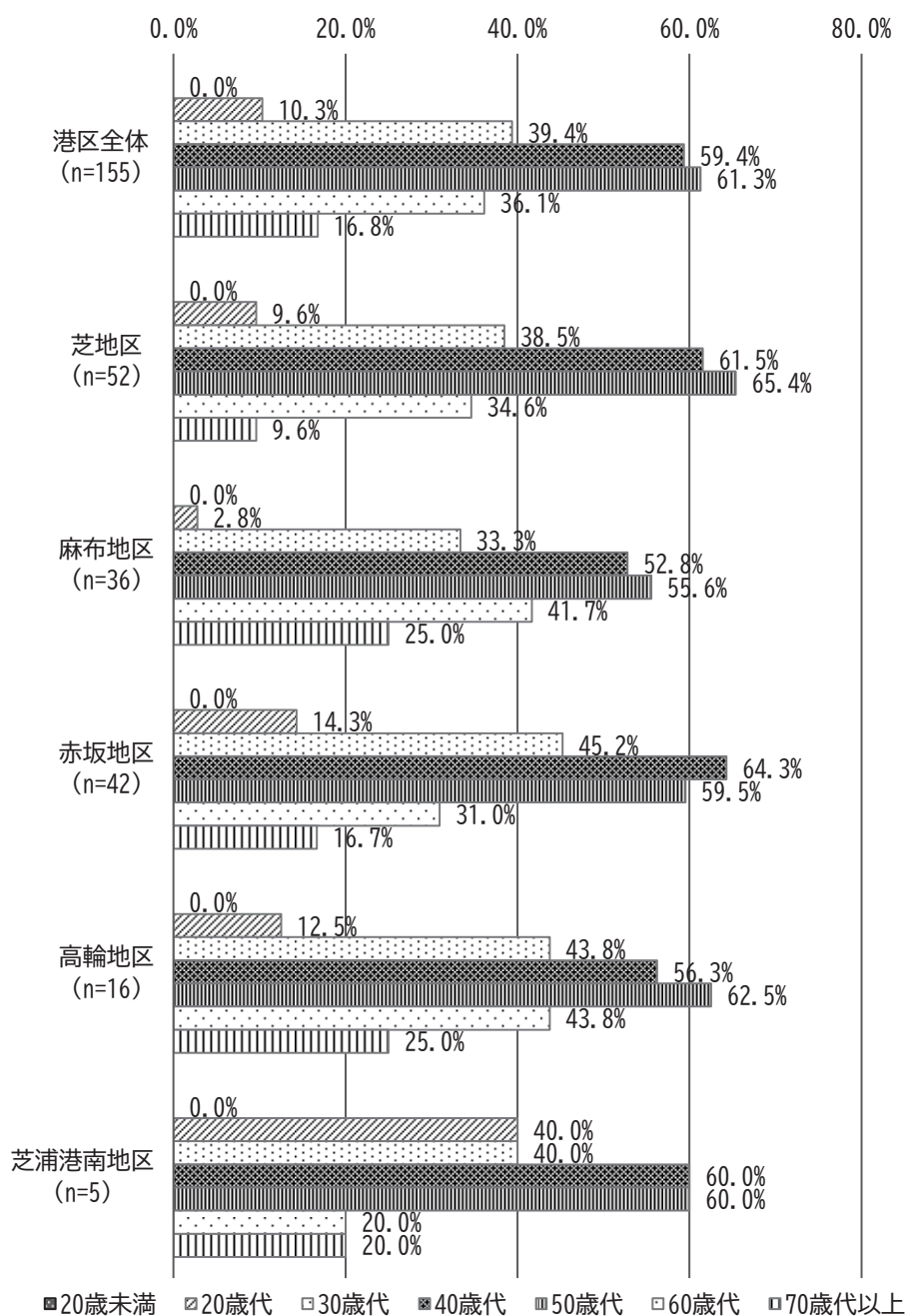


図 3-10 顧客の年代【業種別 (N=155)】



- ・ 地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、麻布地区では「20 歳代」が 2.8%と、港区全体（10.3%）と比較して低い割合となっている。

図 3-11 顧客の年代【地区別（N=155）】



顧客のタイプ

- ・顧客のタイプをみると、「会社員（日本人）」が72.3%と最も高く、次いで「近隣住民（36.1%）」、「高齢者（23.2%）」の順となっている。
- ・業種別にみると、すべての業種において「会社員（日本人）」の割合が最も高いが、なかでも飲食サービス業では88.3%と圧倒的に高い。

図3-12 顧客のタイプ【港区全体（N=155）】

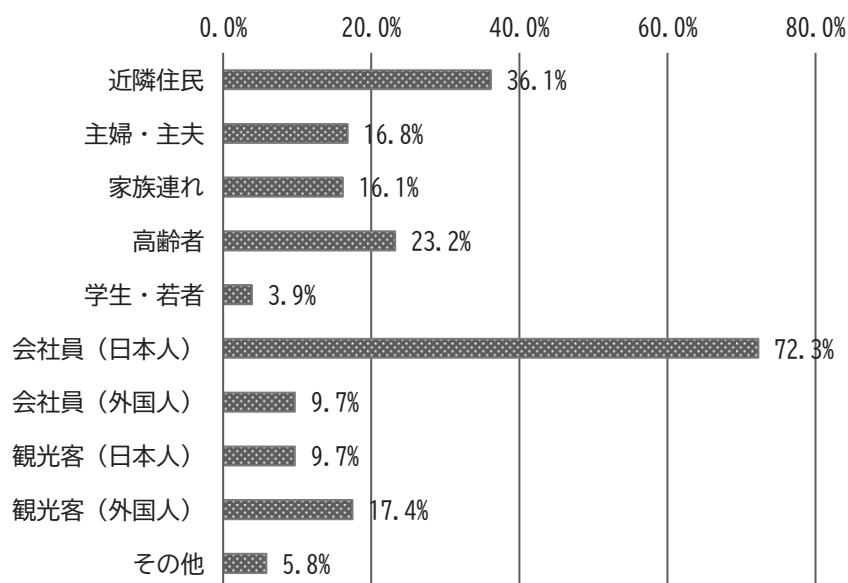
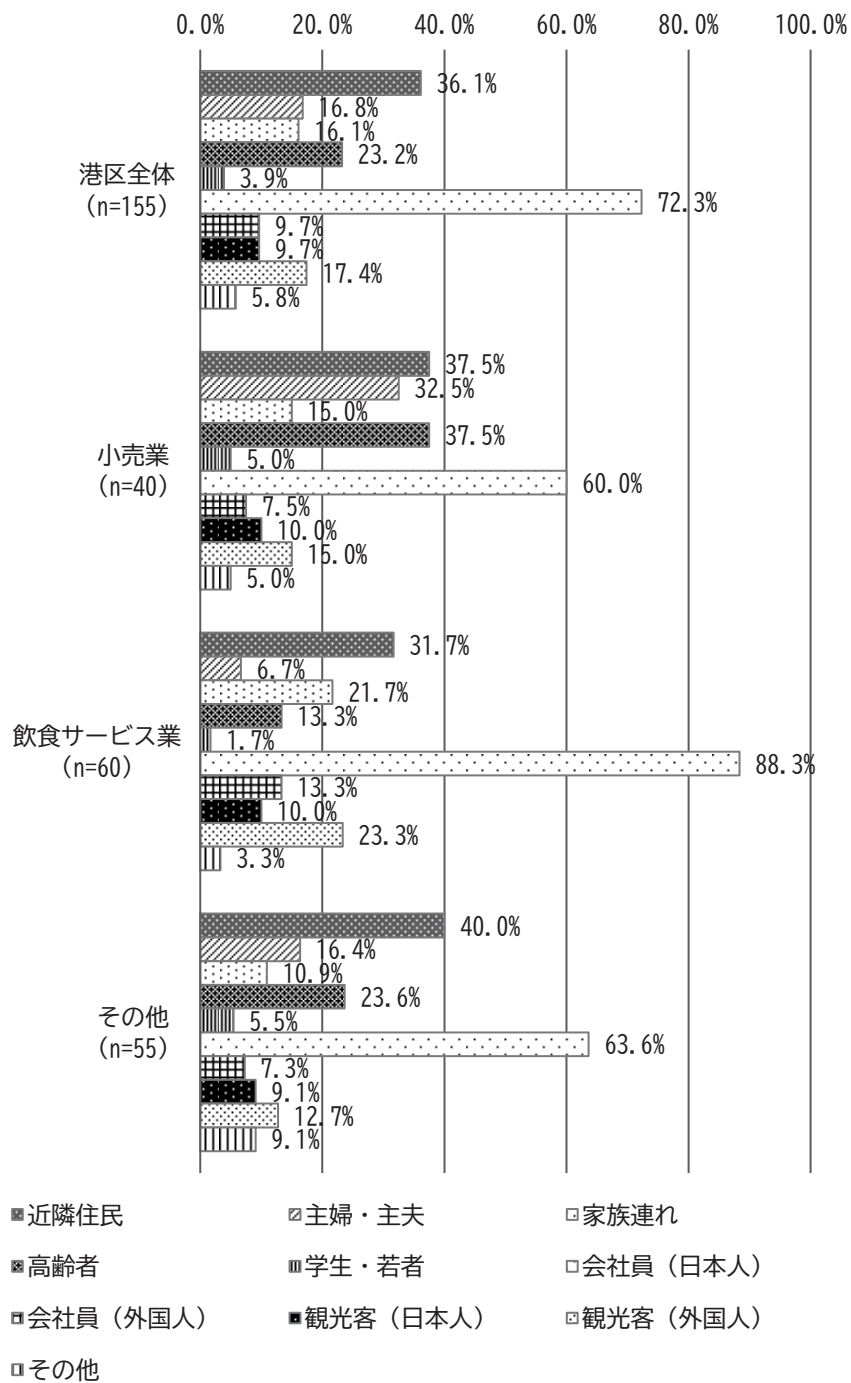


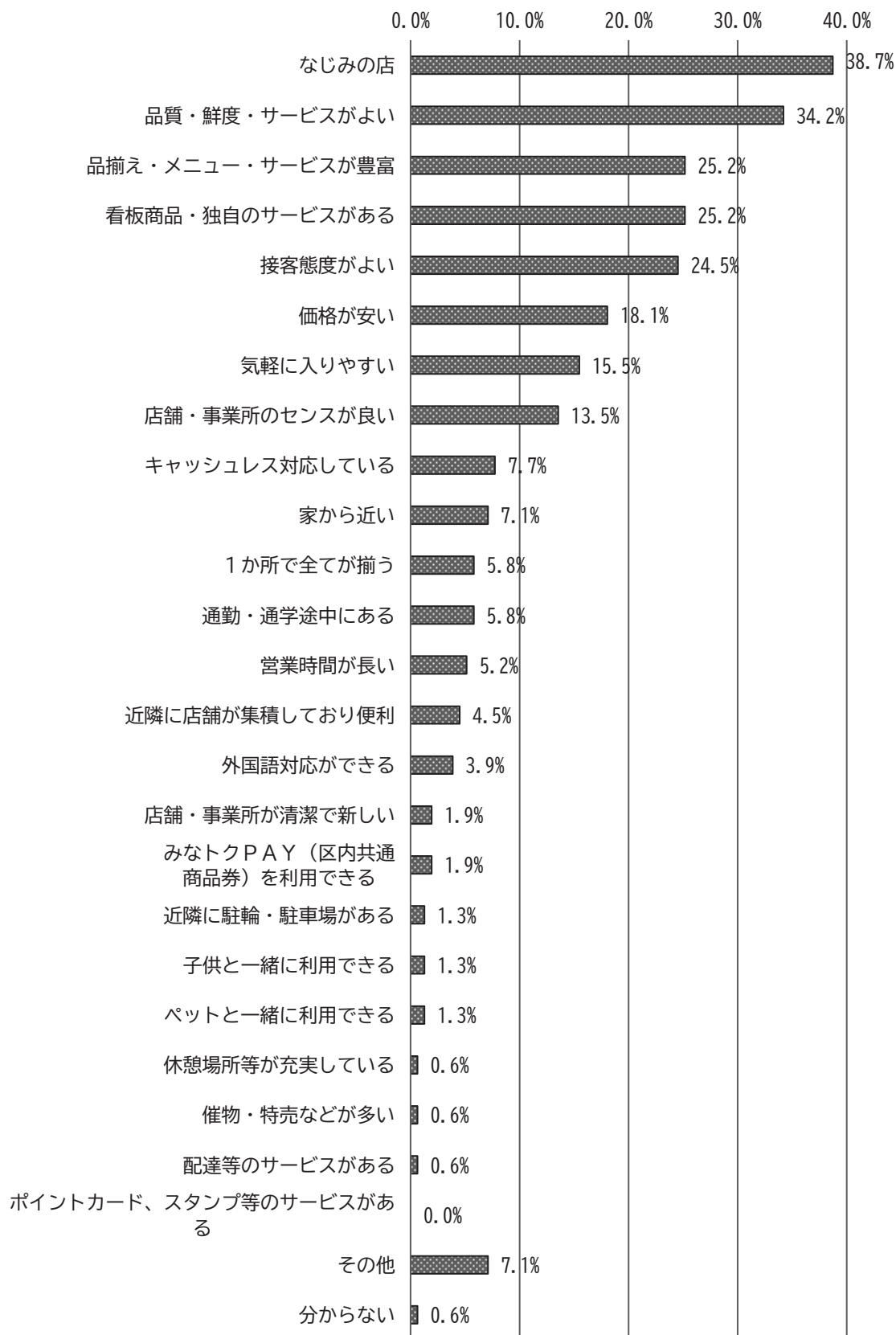
図3-13 顧客のタイプ【業種別（N=155）】



顧客が当店舗・事業所を利用すると思われる理由

- ・顧客が調査対象店舗・事業所を利用すると思われる理由をみると、「なじみの店」が38.7%と最も高く、次いで2番目に「品質・鮮度・サービスが良い(34.2%)」となっており、3番目に「品揃え・メニュー・サービスが豊富」、「看板商品・独自のサービスがある」が25.2%で並んでいる。

図3-14 顧客が当店舗・事業所を利用する理由【港区全体（N=155）】



- ・業種別にみると、飲食サービス業では「なじみの店」が55.0%と、港区全体(38.7%)と比較して突出して高い。
- ・従業者規模別にみると、1～2人、5～9人では「なじみの店」がそれぞれ、50.0%、51.7%と、港区全体(38.7%)と比較して突出して高く、3～4人も37.9%と、港区全体と同様の割合となっている。また、1～2人、3～4人では、「接客態度がよい」がそれぞれ、31.3%、27.6%と港区全体(24.5%)と比べて高い。
- ・地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、芝地区では「価格が安い」が25.0%と、港区全体(18.1%)と比べて高くなっている。また、高輪地区では「店舗・事業所のセンスが良い」が25.0%と港区全体(13.5%)と比べて高くなっている。

表3-3 顧客が当店舗・事業所を利用する理由【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	近隣に駐輪・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	キャッシュレス対応している	配達等のサービスがある	近隣に店舗が集積しており便利	品券（区内共通）を利用できる	子供と一緒に利用できる	ペットと一緒に利用できる	外国語対応ができる	分からない	その他	無回答
港区全体（n=155）	25.2%	18.1%	34.2%	25.2%	15.5%	38.7%	5.8%	1.9%	13.5%	0.6%	5.2%	1.3%	24.5%	7.1%	5.8%	0.6%	-	7.7%	0.6%	4.5%	1.9%	1.3%	1.3%	3.9%	0.6%	7.1%	1.3%
小売業（n=40）	35.0%	10.0%	30.0%	30.0%	10.0%	35.0%	12.5%	2.5%	12.5%	-	10.0%	2.5%	22.5%	15.0%	2.5%	2.5%	-	15.0%	2.5%	2.5%	5.0%	-	-	-	5.0%	-	2.5%
飲食サービス業（n=60）	30.0%	25.0%	43.3%	26.7%	23.3%	55.0%	1.7%	3.3%	11.7%	-	1.7%	1.7%	23.3%	3.3%	5.0%	-	-	5.0%	-	8.3%	-	1.7%	1.7%	3.3%	1.7%	-	-
その他（n=55）	12.7%	16.4%	27.3%	20.0%	10.9%	23.6%	5.5%	-	16.4%	1.8%	5.5%	-	27.3%	5.5%	9.1%	-	-	5.5%	-	1.8%	1.8%	1.8%	1.8%	3.6%	-	18.2%	3.6%

表3-4 顧客が当店舗・事業所を利用する理由【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・事業所のセンスがよい	休憩場所等が充実している	営業時間が長い	近隣に駐輪・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	キャッシュレス対応している	配達等のサービスがある	近隣に店舗が集積しており便利	品券（区内共通）を利用できる	子供と一緒に利用できる	ペットと一緒に利用できる	外国語対応ができる	分からない	その他	無回答
港区全体（n=155）	25.2%	18.1%	34.2%	25.2%	15.5%	38.7%	5.8%	1.9%	13.5%	0.6%	5.2%	1.3%	24.5%	7.1%	5.8%	0.6%	-	7.7%	0.6%	4.5%	1.9%	1.3%	1.3%	3.9%	0.6%	7.1%	1.3%
1～2人（n=48）	6.3%	18.8%	27.1%	16.7%	12.5%	50.0%	4.2%	-	16.7%	-	4.2%	2.1%	31.3%	12.5%	6.3%	2.1%	-	6.3%	-	6.3%	2.1%	-	-	4.2%	4.2%	2.1%	8.3%
3～4人（n=29）	27.6%	20.7%	41.4%	24.1%	24.1%	37.9%	10.3%	-	17.2%	-	3.4%	-	27.6%	6.9%	10.3%	-	-	10.3%	-	6.9%	3.4%	3.4%	-	-	3.4%	-	3.4%
5～9人（n=29）	31.0%	17.2%	34.5%	24.1%	20.7%	51.7%	6.9%	-	6.9%	-	6.9%	-	13.8%	-	3.4%	-	-	17.2%	-	3.4%	-	-	-	-	3.4%	-	10.3%
10～19人（n=14）	50.0%	21.4%	35.7%	35.7%	21.4%	28.6%	-	-	21.4%	7.1%	-	-	7.1%	-	-	-	-	7.1%	-	7.1%	-	-	-	-	7.1%	-	7.1%
20人以上（n=33）	33.3%	15.2%	36.4%	36.4%	6.1%	18.2%	6.1%	9.1%	9.1%	-	9.1%	3.0%	27.3%	9.1%	3.0%	-	-	3.0%	-	3.0%	-	3.0%	-	-	3.0%	-	9.1%

表3-5 顧客が当店舗・事業所を利用する理由【地区別】

	品揃えが豊富	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	近隣に駐輪・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	キャッシュレス対応している	配達等のサービスがある	近隣に店舗が集積しており便利	品券（区内共通）を利用できる	子供と一緒に利用できる	ペットと一緒に利用できる	外国語対応ができる	分からない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	25.2%	18.1%	34.2%	25.2%	15.5%	38.7%	5.8%	1.9%	13.5%	0.6%	5.2%	1.3%	24.5%	7.1%	5.8%	0.6%	-	7.7%	0.6%	4.5%	1.9%	1.3%	1.3%	3.9%	0.6%	7.1%	1.3%
芝地区 (n=52)	25.0%	25.0%	42.3%	23.1%	21.2%	38.5%	3.8%	-	1.9%	-	5.8%	-	25.0%	1.9%	7.7%	1.9%	-	5.8%	1.9%	3.8%	1.9%	1.9%	-	-	1.9%	9.6%	1.9%
麻布地区 (n=36)	25.0%	16.7%	38.9%	27.8%	11.1%	36.1%	8.3%	-	16.7%	-	2.8%	2.8%	19.4%	13.9%	2.8%	-	-	8.3%	-	5.6%	-	-	-	5.6%	8.3%	-	8.3%
赤坂地区 (n=42)	28.6%	14.3%	31.0%	35.7%	14.3%	42.9%	2.4%	2.4%	21.4%	2.4%	4.8%	2.4%	21.4%	9.5%	-	-	-	9.5%	-	4.8%	2.4%	2.4%	-	-	-	-	2.4%
高輪地区 (n=16)	18.8%	12.5%	18.8%	12.5%	12.5%	43.8%	18.8%	6.3%	25.0%	-	6.3%	-	25.0%	6.3%	18.8%	-	-	12.5%	-	6.3%	6.3%	-	-	-	12.5%	-	6.3%
芝浦港南地区 (n=5)	40.0%	20.0%	-	-	-	20.0%	-	20.0%	20.0%	-	20.0%	-	60.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.0%	-	20.0%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(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をみると、「1,000 万～3,000 万円未満」が 20.0%と最も高く、次いで「3,000 万～5,000 万円未満」と「1,000 万円未満」が 16.1%で並んでいる。
- ・ 業種別にみると、小売業は「1億～3億円未満」が 20.0%と最も高い割合を占めている。また、『3,000 万円未満』（「売上なし」、「1,000 万円未満」、「1,000 万～3,000 万円未満」の合計）を小売業と飲食サービス業で比較すると、小売業では計 32.5%であるのに対し、飲食サービス業では計 46.7%と、売上高でみると、飲食サービス業の方が小規模な事業所の割合が高くなることがみてとれる。

図3-15 直近の決算年度の売上高【港区全体】

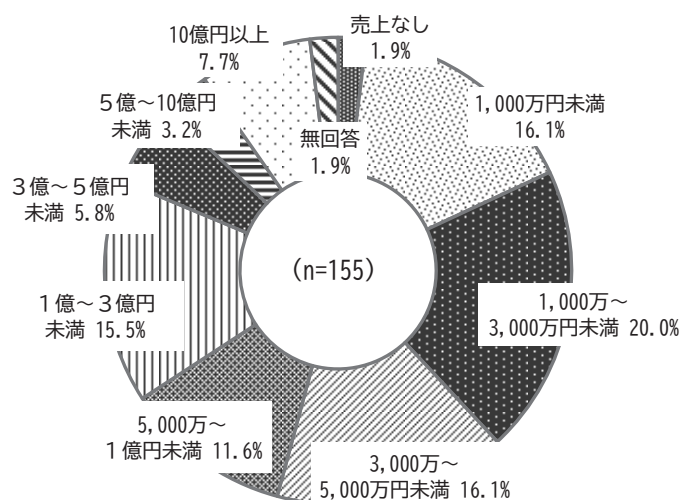
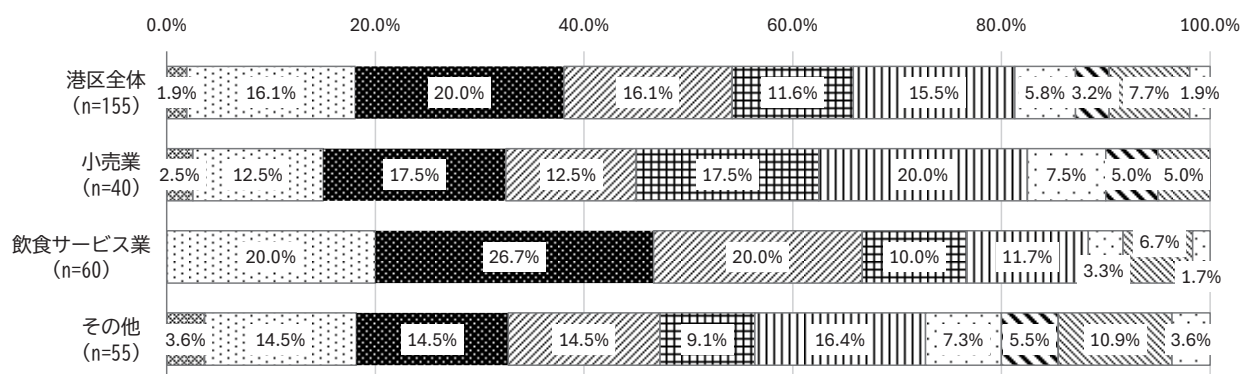


図3-16 直近の決算年度の売上高【業種別】



■売上なし ■1,000万円未満 ■1,000万～3,000万円未満 ■3,000万～5,000万円未満 ■5,000万～1億円未満 ■1億～3億円未満 ■3億～5億円未満 ■5億～10億円未満 ■10億円以上 ■無回答

- ・ 従業者規模別にみると、1～2人では『1,000 万円未満』（「売上なし」、「1,000 万円未満」の合計）の割合が 45.9%である一方、10～19 人、20 人以上では 0.0%と、従業者規模が大きくなるほど、売上高が高くなることがみてとれる。
- ・ 地区別にみると、高輪地区では『5,000 万円未満』（「売上なし」、「1,000 万円未満」、「1,000 万～3,000 万円未満」「3,000 万～5,000 万円未満」の合計）が計 68.9%と、港区全体（計 54.1%）と比較して高くなっている。

図 3-17 直近の決算年度の売上高【従業者規模別】

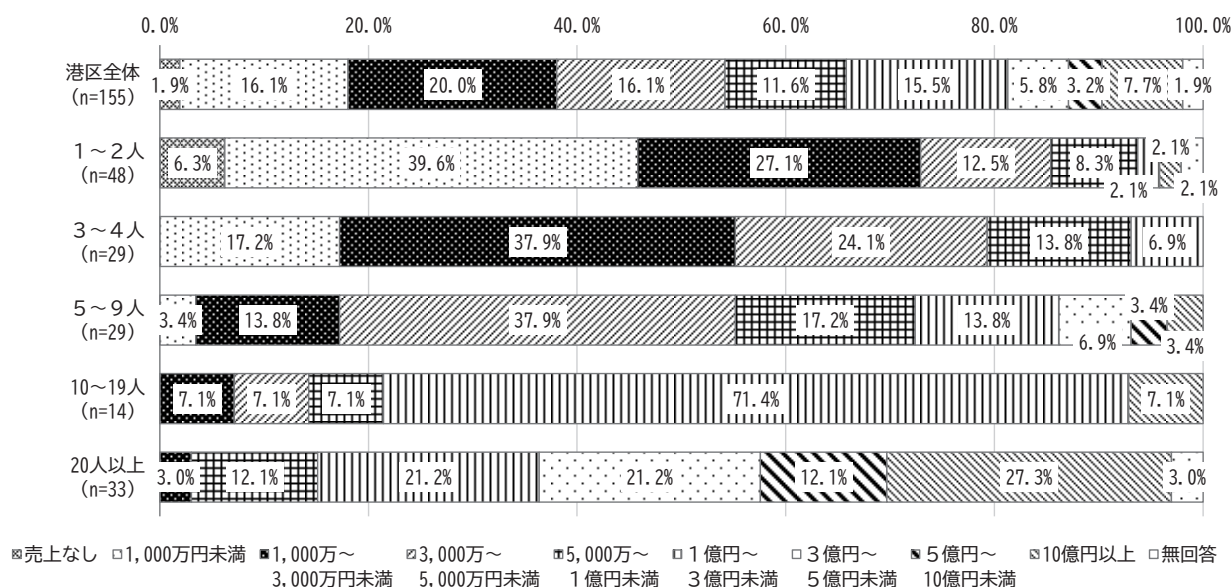
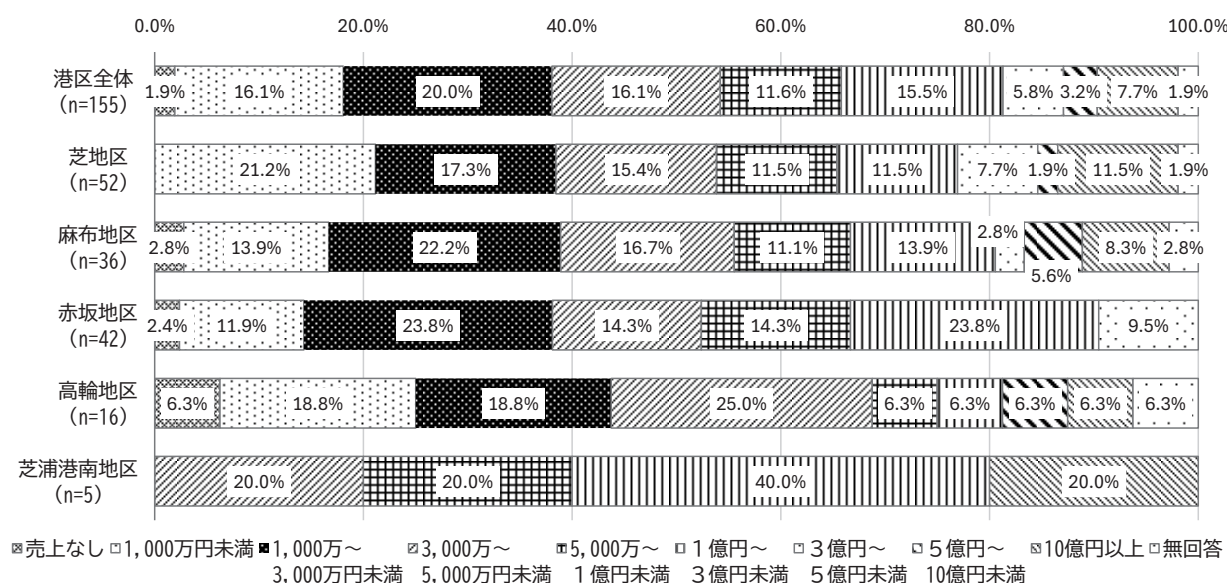


図 3-18 直近の決算年度の売上高【地区別】



直近の決算年度と3年前の売上高の比較

- ・直近の決算年度と3年前の売上高の比較をみると、「横ばい(－3～3%増加)」が31.6%と最も高く、次いで「10～29%増加(19.4%)」、「4～9%増加(12.9%)」の順となっている。
- ・業種別にみると、飲食サービス業において「比較できない」、「無回答」もあるため一概には比較できないが、小売業では「10～29%増加」が25.0%と最も高いものの、「10～29%減少」も15.0%みられ、二極化が進んでいる傾向にある。飲食サービス業では「横ばい(－3～3%増加)」の35.0%が最も高いが、次いで「10～29%増加(20.0%)」、「4～9%増加(18.3%)」となっており、コロナ禍からの回復傾向にあるとみられる。

図3-19 直近の決算年度と3年前の売上高の比較【港区全体】

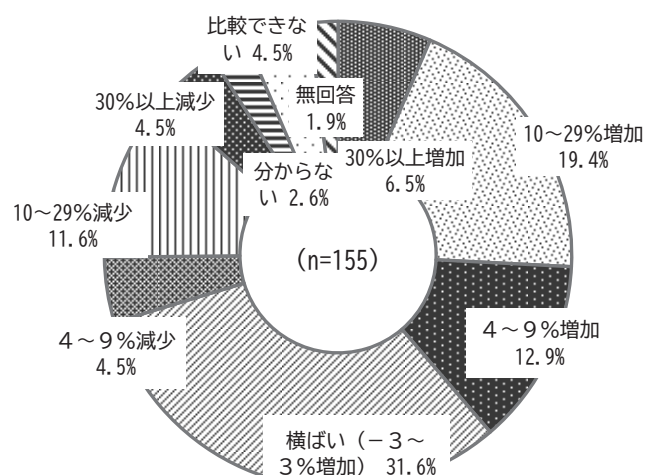
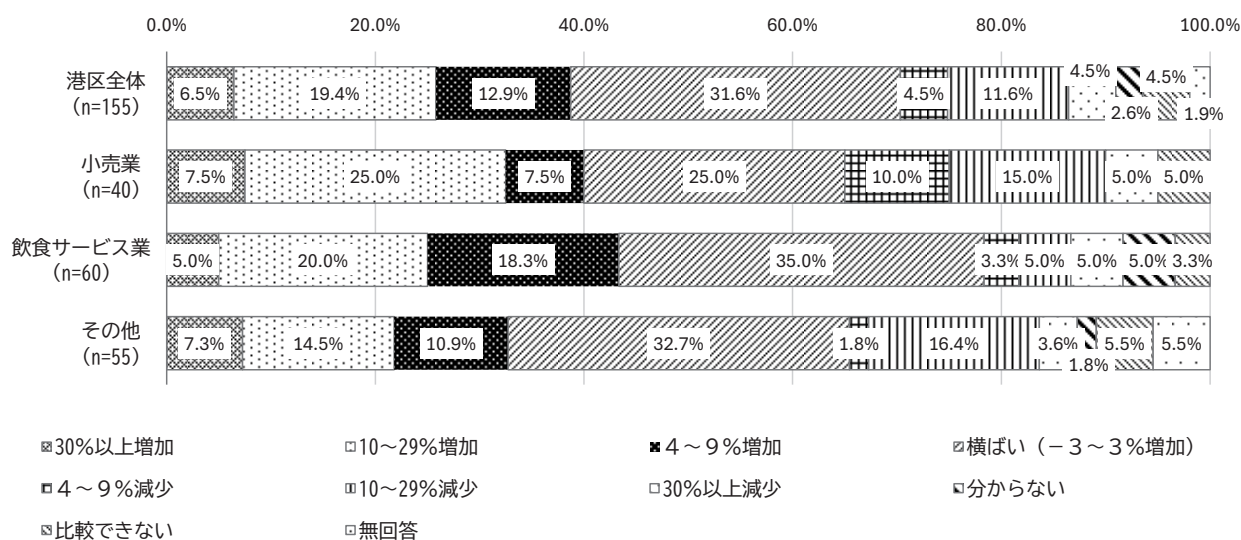
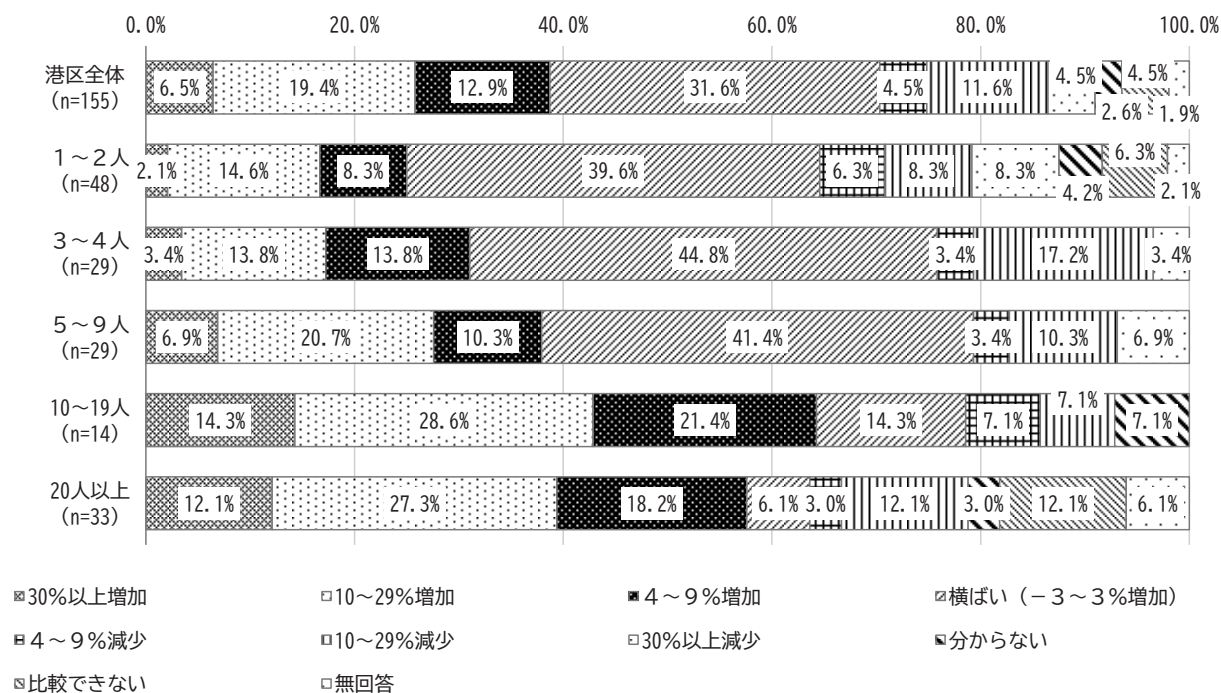


図3-20 直近の決算年度と3年前の売上高の比較【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど、「横ばい（－3～3％増加）」の割合が低くなる傾向にある。加えて、特に10～19人、20人以上では『4％以上増加』（「4～9％増加」、「10～29％増加」、「30％以上増加」の合計）が他の規模と比べて高い割合（10～19人：計64.3％、20人以上：計57.6％）を示しており、比較的従業者規模が大きい店舗・事業所はコロナ禍からの回復力が強いとみられる。一方、規模が小さくなるほど、「30％以上増加」、「30％以上減少」ともに低い割合となっており、比較的従業者規模の小さい店舗・事業所では増減の幅が小さくなっていることがみてとれる。

図3-21 直近の決算年度と3年前の売上高の比較【従業者規模別】



直近の決算年度と3年前の営業利益の比較

- ・ 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較をみると、「横ばい(－3～3%増加)」が32.9%と最も高く、次いで「4～9%増加(12.9%)」、「10～29%減少(12.3%)」の順となっている。また、前問と比較すると『4%以上増加』(「4～9%増加」、「10～29%増加」、「30%以上増加」の合計)では、売上高が計38.8%であるのに対し、営業利益は計29.7%に留まっており、売上高の回復が営業利益の回復につながりきれていない可能性がみられる。
- ・ 業種別にみると、飲食サービス業は唯一「30%以上増加」の回答がみられないが、『4%以上増加』が計33.3%と、すべての業種のなかで最も高い割合を示している。小売業では、『4%以上増加』が計25.0%となっており、売上高の『4%以上増加(計40.0%)』と比較すると、売上高の増加がコストに吸収されている可能性がみられる。

図3-22 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較【港区全体】

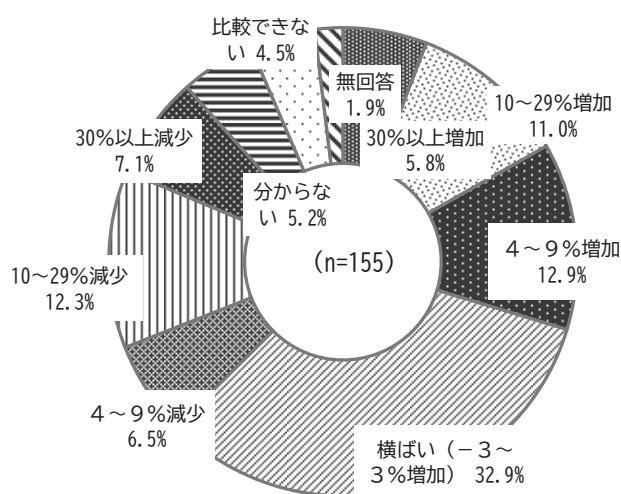
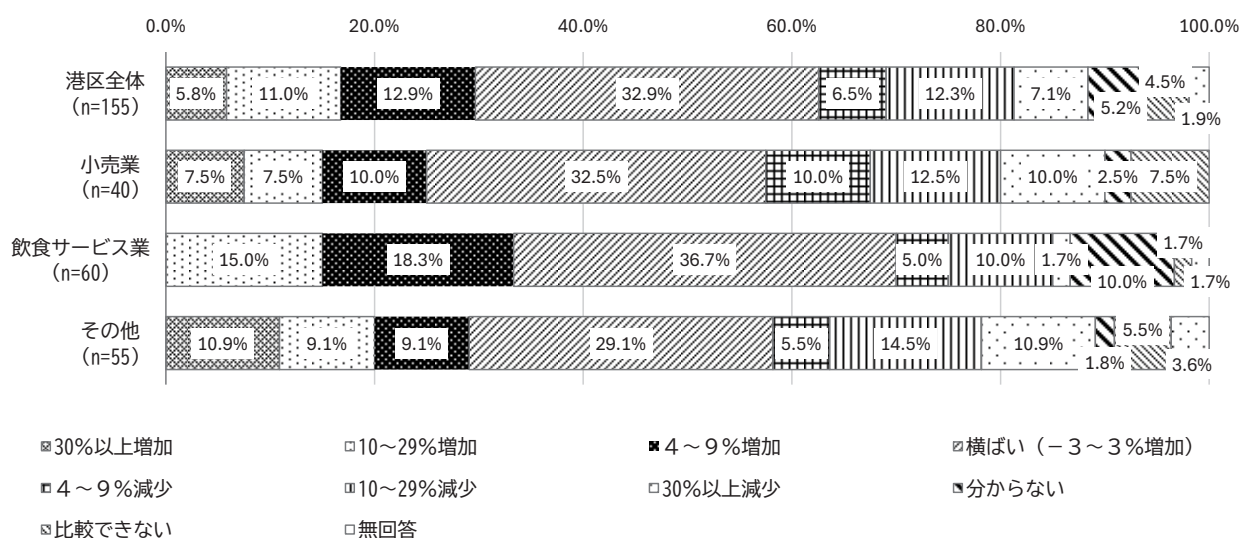
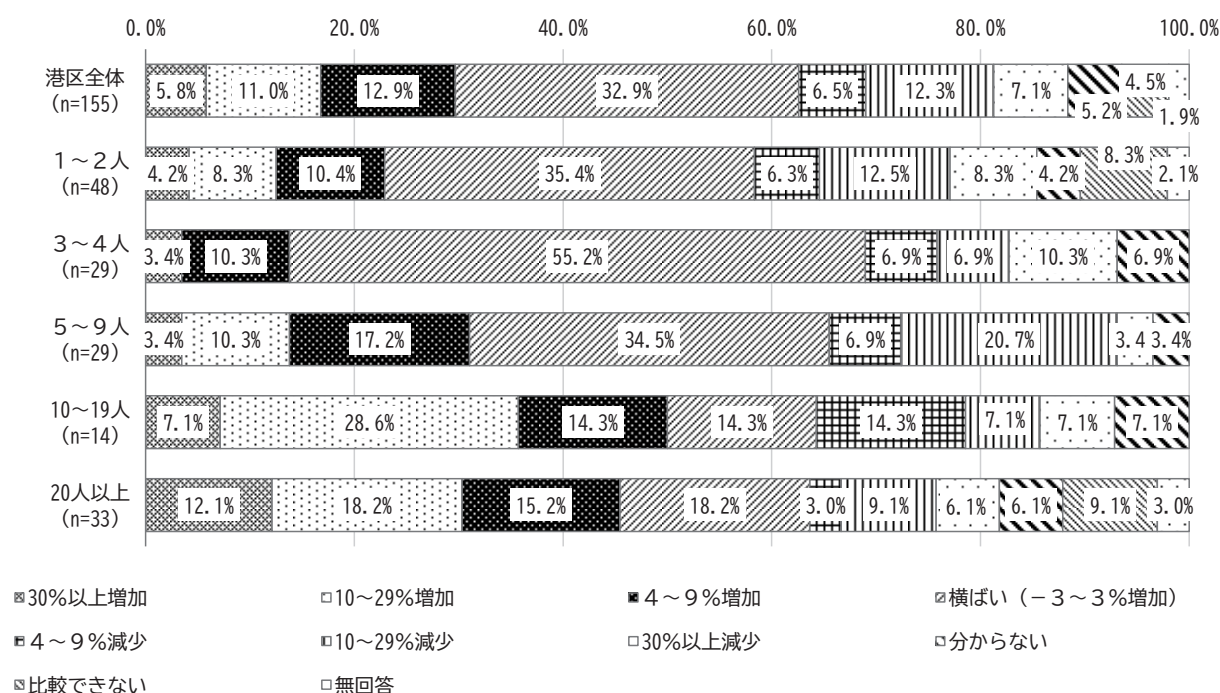


図3-23 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、従業者規模が大きくなるほど、「横ばい（－3～3％増加）」の割合が低くなる傾向にあり、3～4人では55.2％と突出して高くなっている。加えて、特に10～19人、20人以上では『4％以上増加』（「4～9％増加」、「10～29％増加」、「30％以上増加」の合計）が他の規模と比べて高い割合（10～19人：計50.0％、20人以上：計45.5％）を示している。

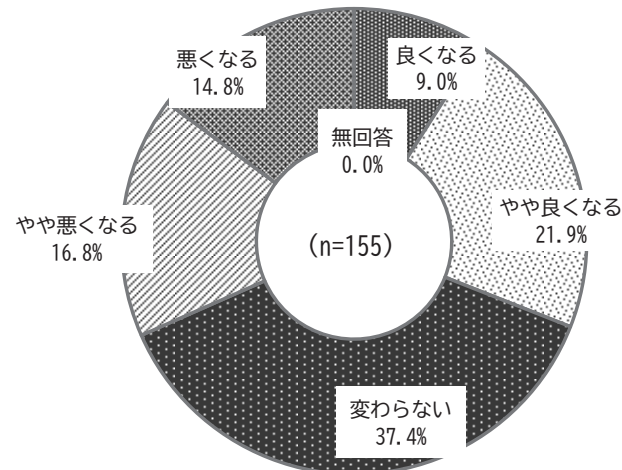
図3-24 直近の決算年度と3年前の営業利益の比較【従業者規模別】



4年後の景況感

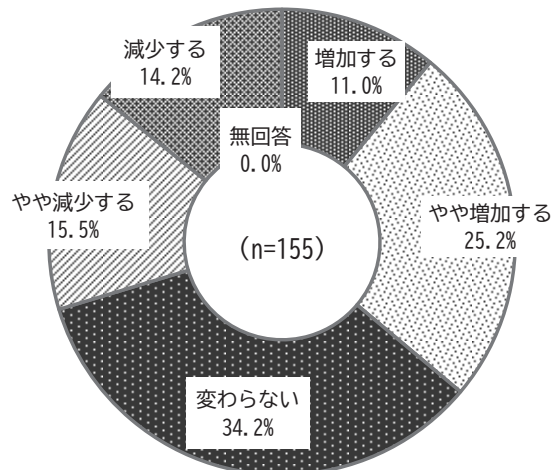
- ・調査対象店舗・事業所の考える4年後の景況感をみると、業況は「良くなる」、「やや良くなる」の合計が30.9%、売上高は「増加する」、「やや増加する」の合計が36.2%、営業利益は「増加する」「やや増加する」の合計が31.6%となっており、いずれの指標も前回調査時より減少傾向(前回調査時:業況計42.5%、売上高計47.3%、営業利益計44.6%)にある。

図3-25 4年後の景況感【業況：港区全体】



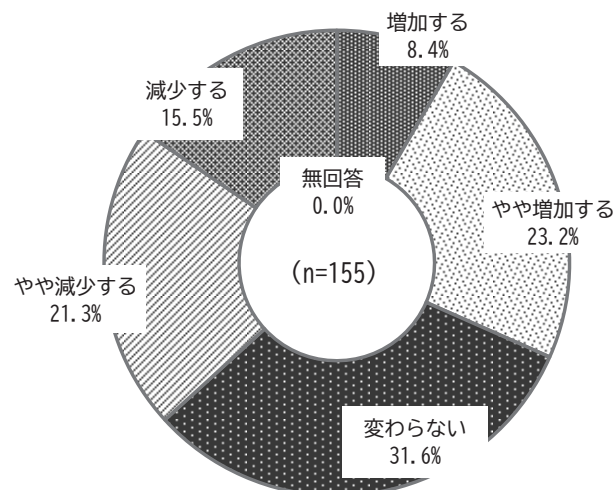
「良くなる」「やや良くなる」の合計 30.9%

図3-26 4年後の景況感【売上高：港区全体】



「増加する」「やや増加する」の合計 36.2%

図3-27 4年後の景況感【営業利益：港区全体】



「増加する」「やや増加する」の合計 31.6%

- ・業種別にみると、小売業では『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)が飲食サービス業よりも高く、将来を前向きに想定している傾向がみられ、特に業況ではより強くその傾向がみられた。

図3-28 4年後の景況感【業況：業種別】

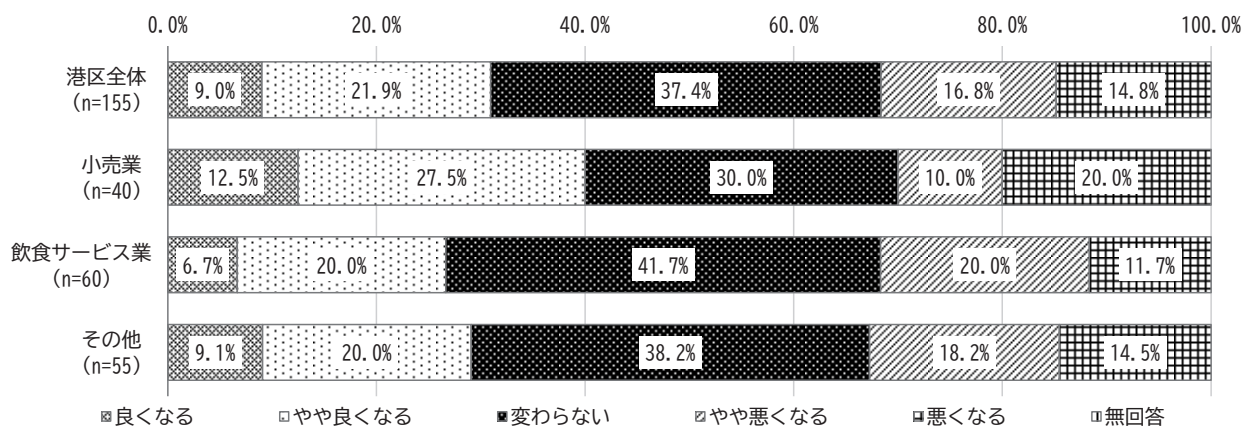


図3-29 4年後の景況感【売上高：業種別】

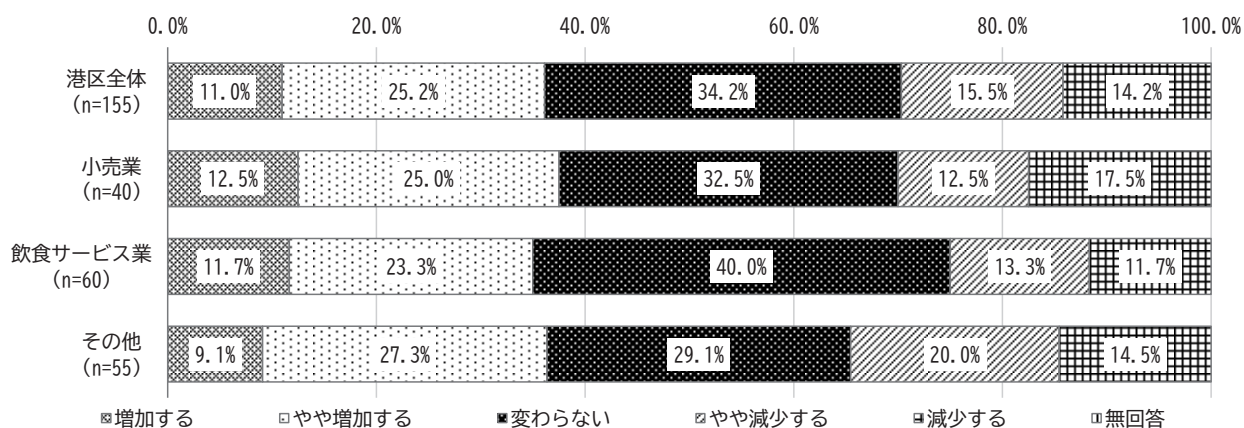
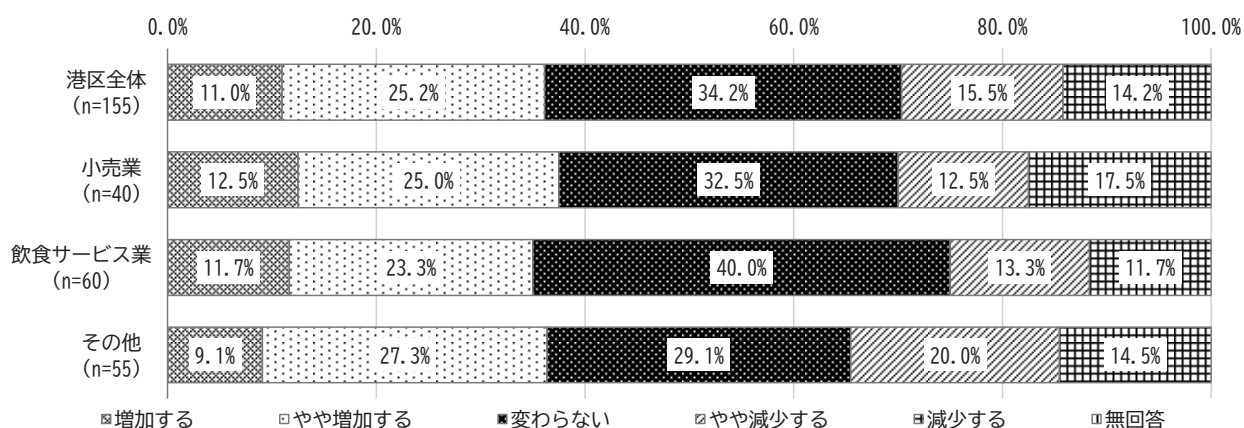


図3-30 4年後の景況感【営業利益：業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、いずれの指標においても、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」、「やや増加する」の合計）が高い傾向にあり、将来を前向きに想定している傾向がみられた。

図3-31 4年後の景況感【業況：従業者規模別】

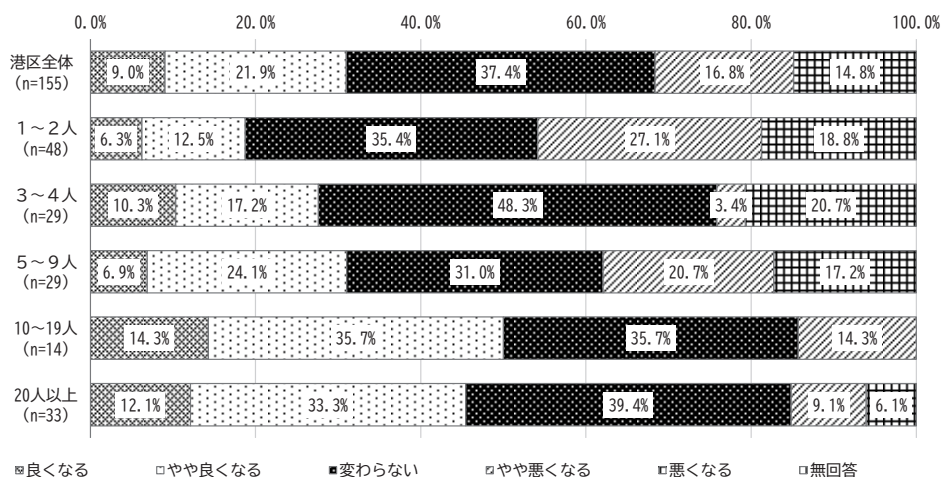


図3-32 4年後の景況感【売上高：従業者規模別】

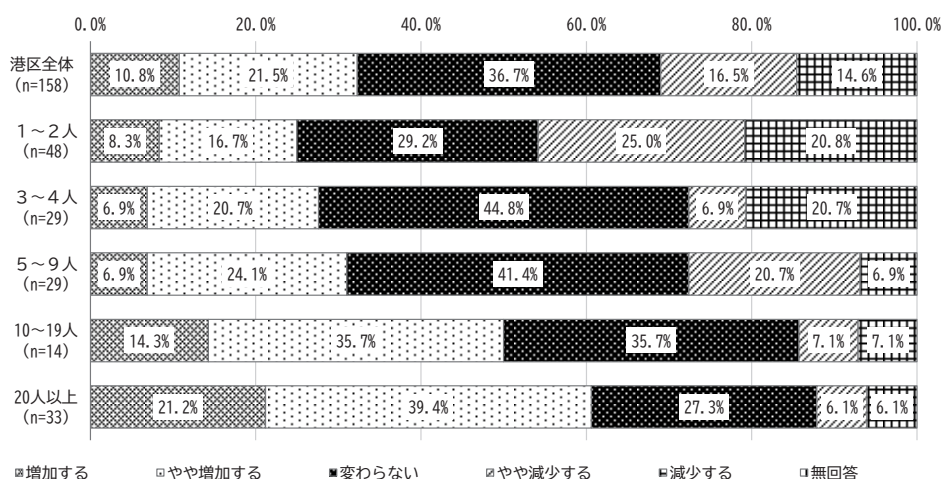
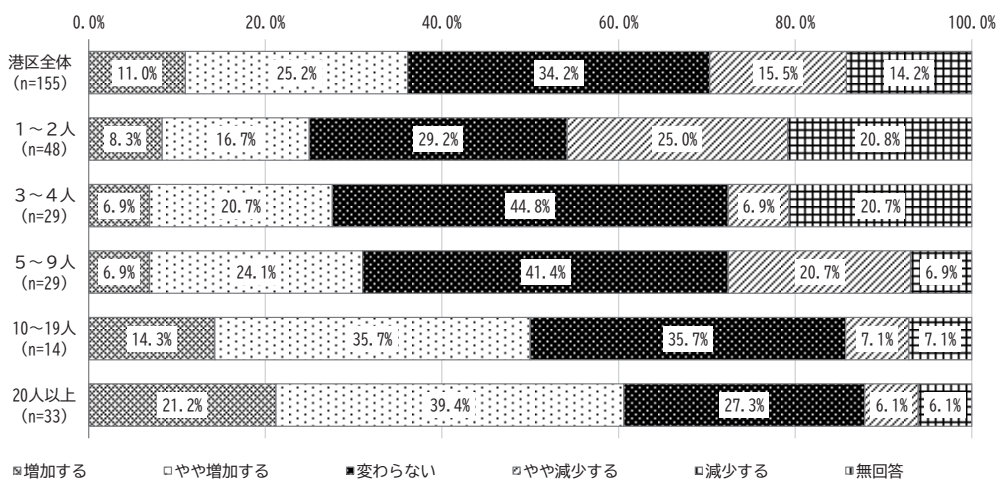


図3-33 4年後の景況感【営業利益：従業者規模別】



物価高騰・為替変動等の影響

- ・昨今の物価高騰や為替変動による影響を自由意見として聞いたところ、寄せさせた意見は次のとおり。
「物価高騰や円安を原因として仕入れ価格の高騰による利益の圧迫」、「物価高騰等による顧客の買い控え」「円安による外国人旅行客の増加」といった意見が多い。

表3-6 物価高騰・為替変動等の影響【港区全体（業種順）】

【主な意見】

業 種	内 容
小売業	お客様の買い控えがあるように感じる。
小売業	トランプ関税の影響が非常に大きい。
小売業	・輸入商品の値上げ。（配送費も含む） ・電子マネー決済の増加による（外国人客も含む）資金面での負担が増えた。
小売業	物価高騰による原価率アップの影響を受け、今年4月に値上げに踏み切った。まだ大きな影響は受けていないものの、景況感、および、物価高による個人客の買い控えは気になる。
小売業	オリジナル商品の輸入価格が上がり、それに伴い製品の値上げを行った。
宿泊業	円安で訪日観光客が増えた一方、円安、物価高で運営費が上がった。
宿泊業	インバウンド比率が急激に伸びた要因の一つが続く円安傾向、また逆に国内の宿泊客が増えない要因の一つが物価高騰であると考えられる。
飲食サービス業	殊に飲食店に於ては、昨年来の米価高騰に大きく影響を受けている。同時に、ホタテ貝（800円→4500円）生ウニ（6500→18000円）と云った高価格な仕入費の上昇により、販売価を段階的に上げざるを得ない。販売化の上昇はもとより顧客の来店回数を減少させることも理解した上での苦汁の選択であった。ホタテ貝は95%が養殖生産の産業で（主に岩手県・北海道・青森県）で確か輸出製品の代表格となっており、以前災害を受けた岩手県内のホタテ業者へは多くの補助制度も実施されていた。しかし乍ら、その輸出先の変更ができず（中国の日本産水産物輸入規制で）大幅な販路の変更に至らなかった事実があった。物価（P）はその需要（D）と総生産数（N）とにより決定されるべきだったものの、USAへの輸出が決定される中で国内需要を十分に満たすものではない！正にホタテに限ったことではないが過去の推移でも6倍もの価格上昇（近年3ヶ年）となってしまった。米価にしても、400～600円／1キロが量販店店頭で800～960円／1キロへと高止まりのままとなっている。もしかすると…カルローズ米なる輸入米を国内に定着させて、品質の良い日本産コシヒカリ（殊に新潟県魚沼産）は高値で国外へ輸出する傾向に移りつつあるのではないかとこの意見を決定的に否定する条件を見つけないことが出来ないのが現状だろう。さて、現時点での輸出品には、高付加価値を施し、国内市民へ向けての農産品にこそ補助制度を設定する方向性をもって施策を取っていても良いのではないだろうか？区内だけではなく問題がもしも一地域ではじめてみてそれが大きな波紋となり広がっていくなら、小生の将来的国の施策方針とならん事をここに望むものである。
飲食サービス業	物価高騰により仕入れ全般に影響が出た。コロナ禍の収益減からやっと回復しかけて来たところで中小企業にとってこれほどまでの物価高騰の痛手は大きい。
飲食サービス業	仕入れ高騰により利益を圧迫している。
飲食サービス業	仕入れ価格が高騰しているが、そのままの価格を反映できなくて困っている。素直に値上げを続けると、客足が遠のくと考える。
飲食サービス業	原材料の高騰による原価率の上昇。備品、設備類の高騰による、経費上昇。単価上昇による客離れ。

業 種	内 容
飲食サービス業	仕入値がものすごく上がったが、それに合わせて完全に値上げはできない為利幅が減ったように感じる。また各社の接待交際費がものすごく減ったようにも感じる。接待・会食がメインの店舗なので売上に大きく影響が出ている。
飲食サービス業	仕入値が高騰しており、売り値は上げられない。（常連さんが多いので）
飲食サービス業	受けている。飲み客が減って、夜遅くまでいるお客様がいなくなった。安い所に行くイメージがあるのでかなり影響があると思う。また、米が高騰したり、野菜の高騰など、いつもご利用するランチの価格も値上げせざるをえないため、ランチのお客様も減っている。
飲食サービス業	家賃及び酒類の仕入額が上がったため、若干利益を圧迫している。人件費が少ないため、あまり売価に転嫁せずに済んでいる。
飲食サービス業	当店の値上げが世間の物価高騰ベースについていけない。値上げしても周りの物が全てすぐに値上りしてしまう。
飲食サービス業	全てにおいて、人件費、諸経費（特に賃料等含）、食材の高騰は、価格改正ではとても対処できない。
飲食サービス業	輸入食材を使用しているため、仕入れ値が上がっている。
飲食サービス業	原価が高くなり値上げせざるを得ない
飲食サービス業	いうまでもなく原価と人件費が1番上がっている。日中関係悪化により、インバウンドは減っている。
生活関連サービス業	人件費、水道光熱費全てが値上がりして、それに対して売価はなかなか上げられずにいる。
サービス業	直接的には正確にわからないが、当事業が余剰資金がある方向け（エステ）のサービスのため、少しお客様が控えていらっしゃるのを感じる。もう少し色んな意味で安心することが増えれば使う方も増えると感じる。
サービス業	コロナ禍で減少したが、現在での影響はほとんどない。
サービス業	固定資産税、消費税、事業税、都民・区民税、所得税等への影響。（値上げ）水道光熱費の高騰、仕入材料費の値上げ、食材費、生活用品の値上げ、人件費の高騰等により売上げよりの固定費の出費が多くなり、経営面では苦しい状況。又、人材不足がどの業界にも直面していて、今後の人材確保が課題。さらに港区という立地条件でお客様の利用する駐車場料の値上げによる負担が集客にダメージを与えている。営業面でその方面の補助金等サービス業に対しての配慮が期待される。
サービス業	昨今の急激な為替変動と物価高騰により、当店の主力商品である海外拳式については、仕入れや現地手配費用が外貨建てであることから円安の影響を直接受け、1組あたりの原価負担が大きく増加している。
その他	原材料費を始め製造変動費が軒並み高騰し、原価率が上がったため、小売価格の改訂を行った。
その他	旅行業に関しては、弊社はインバウンドメインなので顧客（訪日客）は増えた（コロナ明けというものもある）。一方で、オーバーツーリズムの影響で宿泊施設、バスやリムジンをはじめとする交通手段の確保に苦労する事も増えた。
その他	物価高騰により、仕入れ値、運用経費が値上がりしている。

(4) 立地環境について

創業地

- ・調査対象店舗・事業所の創業地をみると、「区内で創業」が67.7%、「区外で創業」が31.0%となっている。
- ・業種別にみると、「区内で創業」という回答は、いずれの業種においても5割を上回っているが、飲食サービス業では73.3%と、他の業種と比べ最も高い割合となっている。

図3-34 創業地【港区全体】

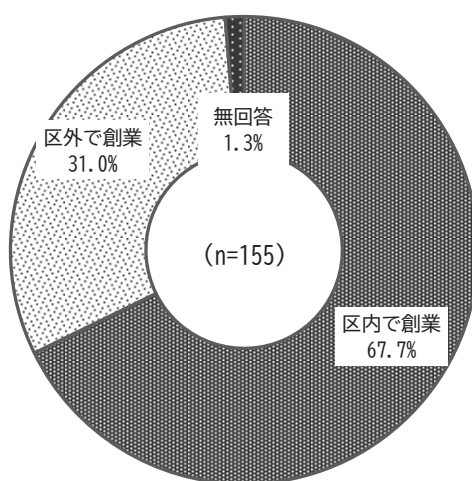
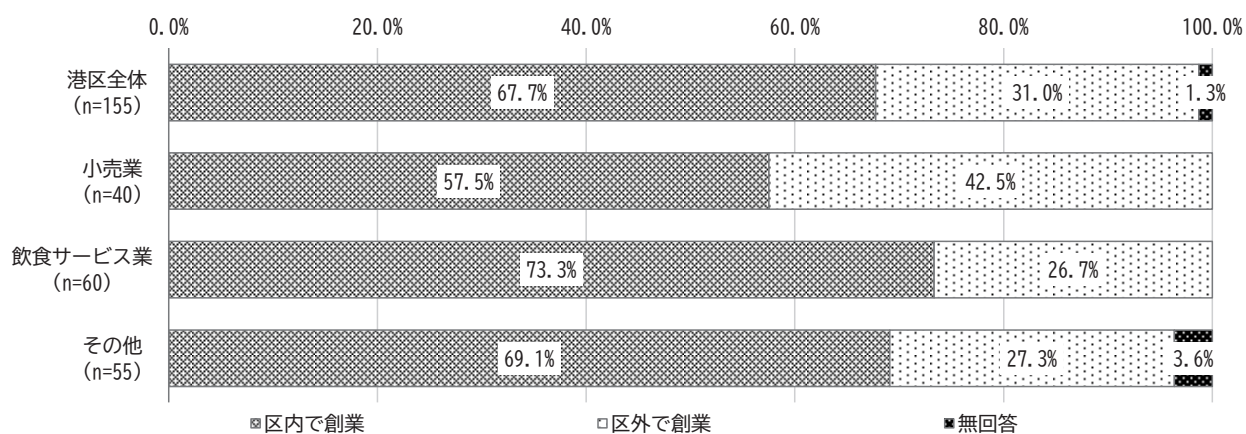
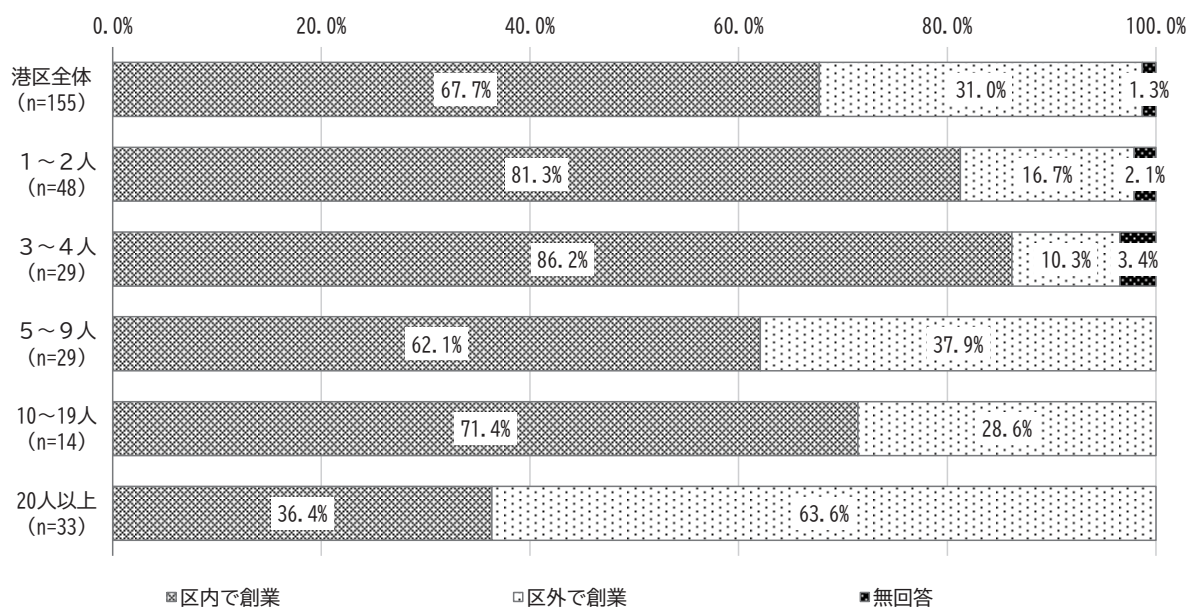


図3-35 創業地【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、「区内で創業」の割合が最も高いのは3～4人で86.2%、最も低いのは20人以上で36.4%となっており、傾向としては従業者規模が小さい店舗・事業所において「区内で創業」の割合が高くなっている。

図3-36 創業地【従業者規模別】



港区の創業環境

- ・調査対象店舗・事業所に、他地域と比べ港区は新たに創業しやすい環境にあるかを聞いたところ、「どちらともいえない」が67.1%と最も高い。
- ・「創業しやすい」と回答した店舗・事業所は18.1%で、「創業しにくい(12.9%)」と回答した店舗・事業所より多い。
- ・業種別にみると、小売業、飲食サービス業ともに、「創業しやすい」がそれぞれ20.0%、21.7%と、2割を超えているのに対し、その他では12.7%に留まっており、「創業しにくい(16.4%)」を下回っている。

図3-37 港区の創業環境【港区全体】

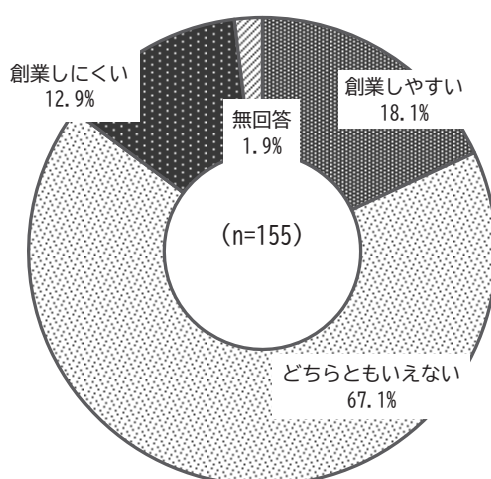
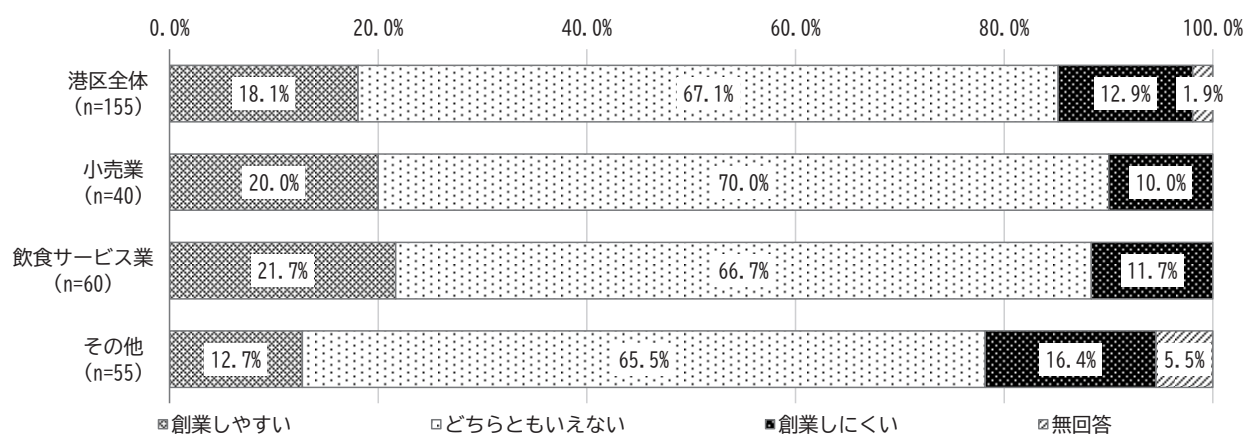
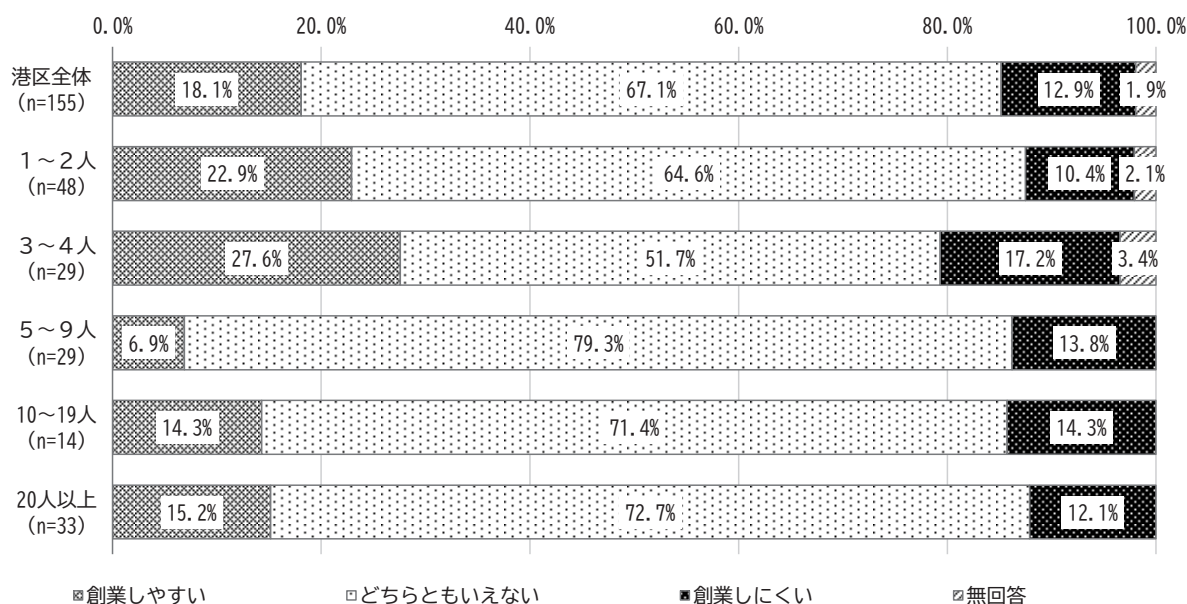


図3-38 港区の創業環境【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、1～2人、3～4人では「創業しやすい」がそれぞれ、22.9%、27.6%と2割を超えている。他方、3～4人では「創業しにくい」の割合がすべての規模のなかで最も高く、17.2%となっている。また、5～9人では「創業しやすい」が6.9%と最も低いことに加え「どちらともいえない」が79.3%となっており、この規模を境に創業環境に関する印象に変化がみられる。

図3-39 港区の創業環境【従業者規模別】



港区の環境や立地するメリット

- ・調査対象店舗・事業所の考える港区の環境や立地するメリットをみると、「交通至便で地理的にも便利」が60.6%と、他の選択と比較し圧倒的に高い割合となっており、次いで「港区立地による企業イメージ（27.1%）」、「企業や人口密集など大規模市場が至近（23.9%）」の順となっている。
- ・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」が最も高くなっており、飲食サービス業では「企業や人口密集など大規模市場が至近」が36.7%と、港区全体（23.9%）と比較して突出して高くなっている。
- ・従業者規模別にみると、すべての規模で「交通至便で地理的にも便利」が最も高くなっており、1～2人では「自宅から近い」が25.0%と港区全体（11.6%）と比較して突出して高くなっている。
- ・地区別にみると、芝浦港南地区を除くすべての地区で「交通至便で地理的にも便利」が最も高くなっており、特に芝地区では73.1%と、港区全体（60.0%）と比べて突出して高くなっている一方で、「港区立地による企業イメージアップ」が13.5%と、港区全体（27.1%）と比べて突出して低くなっている。

図3-40 港区の環境や立地するメリット【港区全体（N=155）】

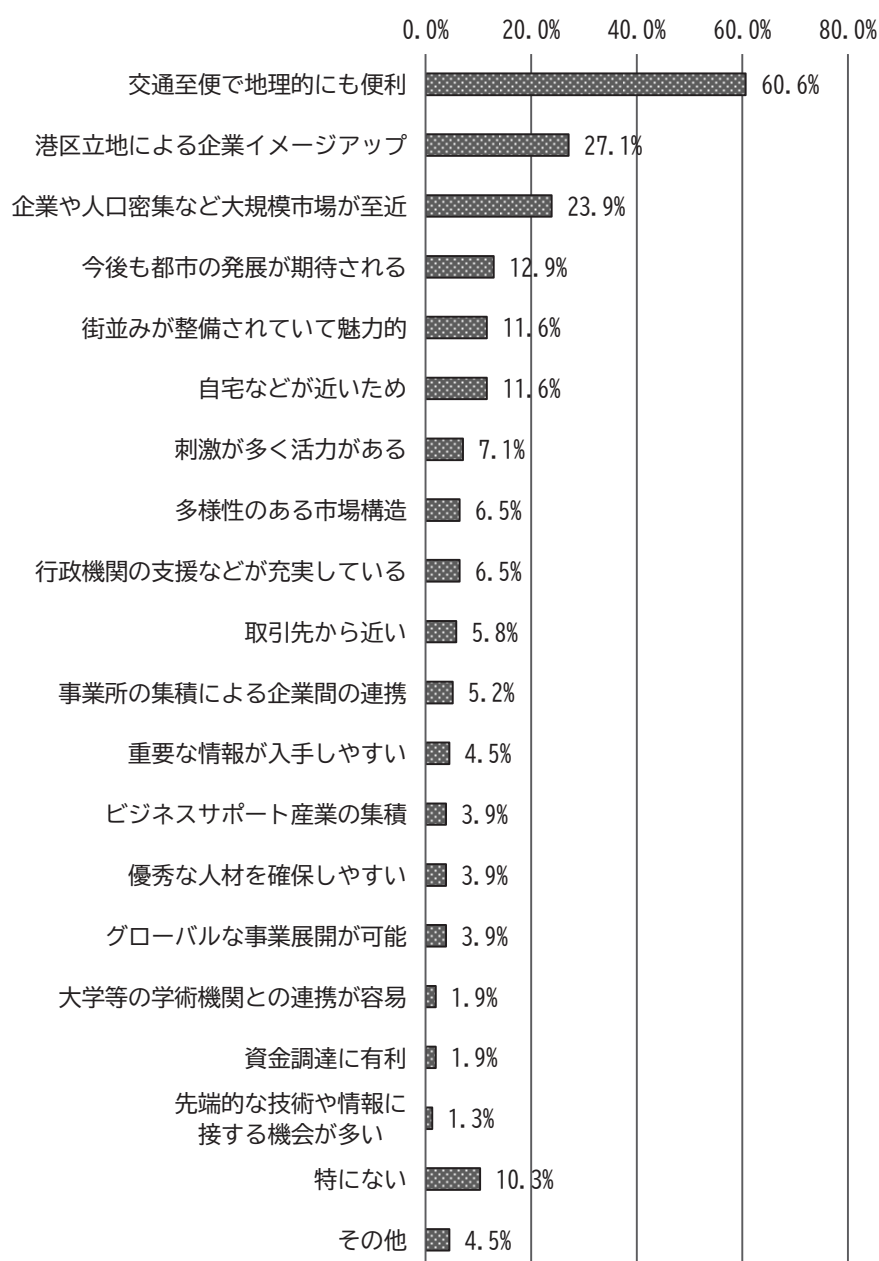


表3-7 港区の環境や立地するメリット【業種別】

	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 の集積	企業や人口密集など大 規模市場が至近	優秀な人材を確保しや 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	自宅などが近いため	今後とも都市の発展が期 待される	特にな い	その他	無回 答
港区全体 (n=155)	60.6%	5.2%	3.9%	23.9%	3.9%	1.9%	1.3%	6.5%	27.1%	7.1%	1.9%	3.9%	5.8%	6.5%	4.5%	11.6%	11.6%	12.9%	10.3%	4.5%	1.3%
小売業 (n=40)	65.0%	-	7.5%	15.0%	5.0%	2.5%	-	2.5%	40.0%	2.5%	2.5%	7.5%	10.0%	10.0%	7.5%	12.5%	7.5%	15.0%	10.0%	2.5%	2.5%
飲食サービス業 (n=60)	58.3%	6.7%	1.7%	36.7%	1.7%	1.7%	-	11.7%	20.0%	6.7%	1.7%	5.0%	1.7%	6.7%	-	10.0%	13.3%	16.7%	8.3%	6.7%	1.7%
その他 (n=55)	60.0%	7.3%	3.6%	16.4%	5.5%	1.8%	3.6%	3.6%	25.5%	10.9%	1.8%	-	7.3%	3.6%	7.3%	12.7%	12.7%	7.3%	12.7%	3.6%	-

表3-8 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	業間の連携	事業所の集積による 企業の連携	ビジネスサポート産業 の集積	企業や人口密集など大 規模市場が至近	優秀な人材を確保しや 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	自宅などが近いため	今後都市の発展が期 待される	特にな い	その他	無回 答
港区全体 (n=155)	60.6%	5.2%	3.9%	23.9%	3.9%	1.9%	1.3%	6.5%	27.1%	7.1%	1.9%	3.9%	5.8%	6.5%	4.5%	11.6%	11.6%	12.9%	10.3%	4.5%	1.3%	
1～2人 (n=48)	60.4%	2.1%	4.2%	25.0%	6.3%	2.1%	-	6.3%	22.9%	10.4%	-	4.2%	10.4%	8.3%	4.2%	10.4%	25.0%	6.3%	10.4%	6.3%	2.1%	
3～4人 (n=29)	55.2%	3.4%	3.4%	24.1%	-	3.4%	3.4%	-	31.0%	6.9%	3.4%	3.4%	-	6.9%	3.4%	13.8%	6.9%	13.8%	20.7%	6.9%	-	
5～9人 (n=29)	55.2%	-	6.9%	20.7%	-	-	-	10.3%	24.1%	-	6.9%	-	-	3.4%	3.4%	20.7%	13.8%	17.2%	6.9%	6.9%	-	
10～19人 (n=14)	57.1%	14.3%	-	21.4%	7.1%	-	-	7.1%	21.4%	7.1%	-	-	21.4%	7.1%	14.3%	7.1%	-	-	21.4%	-	7.1%	
20人以上 (n=33)	69.7%	12.1%	3.0%	27.3%	6.1%	3.0%	3.0%	9.1%	36.4%	9.1%	-	9.1%	3.0%	6.1%	3.0%	6.1%	-	21.2%	-	-	-	

表3-9 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	業間の連携	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	優秀な人材を確保しやすい	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る魅力的	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	無回答
港区全体 (n=155)	60.6%	5.2%	3.9%	23.9%	3.9%	1.9%	1.3%	6.5%	27.1%	7.1%	1.9%	3.9%	5.8%	6.5%	4.5%	11.6%	11.6%	12.9%	10.3%	4.5%	1.3%	
芝地区 (n=52)	73.1%	1.9%	-	25.0%	-	3.8%	-	3.8%	13.5%	5.8%	3.8%	3.8%	7.7%	3.8%	3.8%	5.8%	11.5%	19.2%	11.5%	-	3.8%	
麻布地区 (n=36)	44.4%	5.6%	8.3%	19.4%	-	2.8%	11.1%	25.0%	8.3%	-	8.3%	-	8.3%	-	11.1%	-	11.1%	16.7%	11.1%	16.7%	8.3%	
赤坂地区 (n=42)	64.3%	9.5%	4.8%	28.6%	11.9%	-	2.4%	2.4%	38.1%	4.8%	-	2.4%	7.1%	7.1%	9.5%	16.7%	4.8%	7.1%	4.8%	7.1%		
高輪地区 (n=16)	56.3%	-	6.3%	31.3%	6.3%	6.3%	-	-	12.5%	37.5%	12.5%	6.3%	-	6.3%	6.3%	6.3%	6.3%	12.5%	6.3%	12.5%		
芝浦港南地区 (n=5)	20.0%	20.0%	-	-	-	-	-	-	20.0%	60.0%	20.0%	-	-	20.0%	-	-	20.0%	20.0%	-	-	-	

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

港区の環境や立地するデメリット

- ・ 調査対象店舗・事業所の考える港区の環境や立地するデメリットをみると、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が60.0%と、他の選択肢より圧倒的に高く、次いで「人件費が高い(38.1%)」、「競争相手が多く、競争が激しい(20.6%)」の順となっている。
- ・ 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」が最も高くなっており、小売業では「顧客の固定化が難しい」が15.0%と、港区全体(6.5%)と比べて高くなっている。
- ・ 従業者規模別にみると、すべての規模で「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が最も高くなっており、5～9人、10～19人では「人材が集まらない」がそれぞれ、24.1%、21.4%と港区全体(14.8%)と比べて高くなっている。
- ・ 地区別にみると、すべての地区で「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が最も高くなっており、高輪地区では「マーケットが多様化・細分化」が18.8%と、港区全体(4.5%)と比べて突出して高くなっている。

図3-41 港区の環境や立地するデメリット【港区全体 (N=155)】

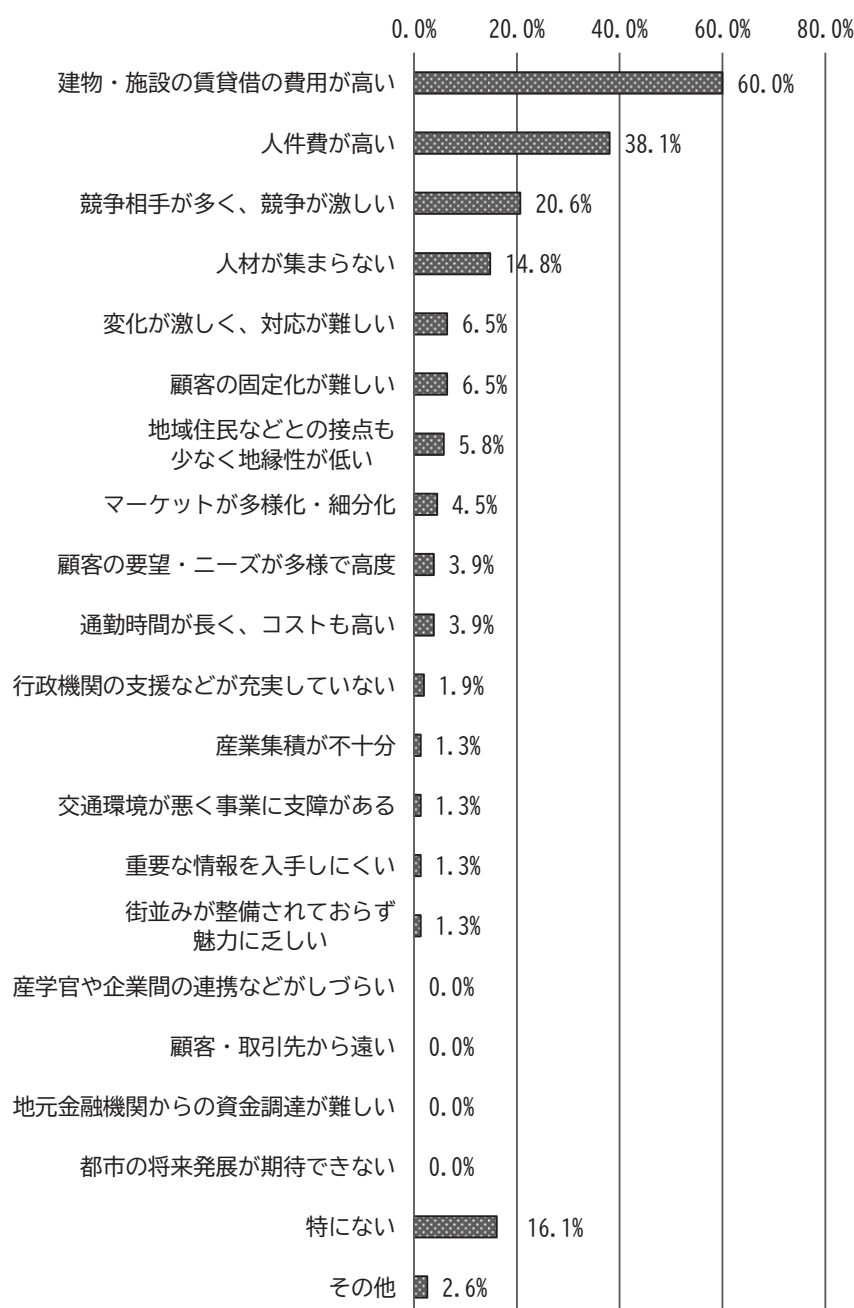


表3-10 港区の環境や立地するデメリット【業種別】

	建物・施設 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 連携が 不十分	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	細分化 ・ マার্ケッ トが多様 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 達が難し い	行政機 関の支援 などが充 実してい ない	重要な 情報を 入手しに くい	街並みが 整備され ておらず 魅力に乏 しい	都市の未 来発展が 期待でき ない	特にな い	その他	無回 答
港区全体 (n=155)	60.0%	38.1%	14.8%	-	1.3%	1.3%	6.5%	4.5%	20.6%	-	3.9%	6.5%	3.9%	5.8%	-	1.9%	1.3%	1.3%	-	16.1%	2.6%	0.6%
小売業 (n=40)	47.5%	40.0%	10.0%	-	2.5%	-	12.5%	10.0%	15.0%	-	5.0%	15.0%	5.0%	5.0%	-	2.5%	-	-	-	17.5%	-	2.5%
飲食サービス業 (n=60)	68.3%	40.0%	16.7%	-	1.7%	1.7%	5.0%	3.3%	30.0%	-	1.7%	1.7%	3.3%	8.3%	-	1.7%	-	3.3%	-	10.0%	3.3%	-
その他 (n=55)	60.0%	34.5%	16.4%	-	-	1.8%	3.6%	1.8%	14.5%	-	5.5%	5.5%	3.6%	3.6%	-	1.8%	3.6%	-	-	21.8%	3.6%	-

表3-11 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 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 連携が 不十分	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	細分化 ・ マার্ケッ トが多様 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 達が難し い	行政機 関の支援 などが充 実してい ない	重要な 情報を 入手しに くい	街並みが 整備され ておらず 魅力に乏 しい	都市の未 来発展が 期待でき ない	特にな い	その他	無回 答
港区全体 (n=155)	60.0%	38.1%	14.8%	-	1.3%	1.3%	6.5%	4.5%	20.6%	-	3.9%	6.5%	3.9%	5.8%	-	1.9%	1.3%	1.3%	-	16.1%	2.6%	0.6%
1～2人 (n=48)	54.2%	22.9%	4.2%	-	4.2%	-	14.6%	6.3%	18.8%	-	6.3%	10.4%	4.2%	10.4%	-	-	2.1%	4.2%	-	16.7%	6.3%	2.1%
3～4人 (n=29)	65.5%	44.8%	17.2%	-	-	-	3.4%	3.4%	20.7%	-	3.4%	6.9%	3.4%	6.9%	-	-	-	-	-	20.7%	-	-
5～9人 (n=29)	55.2%	44.8%	24.1%	-	-	6.9%	-	3.4%	20.7%	-	6.9%	-	-	6.9%	-	6.9%	3.4%	-	-	13.8%	-	-
10～19人 (n=14)	57.1%	57.1%	21.4%	-	-	-	14.3%	-	21.4%	-	-	-	7.1%	-	-	-	-	-	-	14.3%	-	-
20人以上 (n=33)	69.7%	42.4%	18.2%	-	-	-	-	6.1%	21.2%	-	-	6.1%	6.1%	-	-	-	-	-	-	15.2%	3.0%	-

表3-12 港区の環境や立地するデメリット【地区別】

	建物・施設 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 連携が 不十分	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	細分化 ・ マার্ケッ トが多様 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 達が難し い	行政機 関の支援 などが充 実してい ない	重要な 情報を 入手しに くい	街並みが 整備され ておらず 魅力に乏 しい	都市の未 来発展が 期待でき ない	特にな い	その他	無回 答
港区全体 (n=155)	60.0%	38.1%	14.8%	-	1.3%	1.3%	6.5%	4.5%	20.6%	-	3.9%	6.5%	3.9%	5.8%	-	1.9%	1.3%	1.3%	-	16.1%	2.6%	0.6%
芝地区 (n=52)	57.7%	44.2%	19.2%	-	3.8%	-	3.8%	-	21.2%	-	-	5.8%	3.8%	7.7%	-	1.9%	1.9%	1.9%	-	17.3%	1.9%	1.9%
麻布地区 (n=36)	58.3%	30.6%	8.3%	-	-	2.8%	8.3%	5.6%	25.0%	-	5.6%	8.3%	-	5.6%	-	2.8%	2.8%	2.8%	-	13.9%	5.6%	-
赤坂地区 (n=42)	61.9%	28.6%	14.3%	-	-	-	7.1%	4.8%	21.4%	-	4.8%	2.4%	4.8%	7.1%	-	-	-	-	-	16.7%	2.4%	-
高輪地区 (n=16)	62.5%	50.0%	12.5%	-	-	-	12.5%	18.8%	12.5%	-	6.3%	12.5%	-	-	-	-	-	-	-	18.8%	-	-
芝浦港南地区 (n=5)	60.0%	60.0%	40.0%	-	-	20.0%	-	-	-	-	-	-	40.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-

※ 網掛けは「特にない」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

区外移転の可能性

- ・ 調査対象店舗・事業所の区外移転の可能性をみると、「可能性はない」が71.6%と最も高い。『具体的に検討している』（「かなり具体的に検討している」、「ある程度具体的に検討している」の合計）の割合は計6.4%。
- ・ 業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあり、いずれの業種においても「可能性はない」が7割を超えている。

図3-42 区外移転の可能性【港区全体】

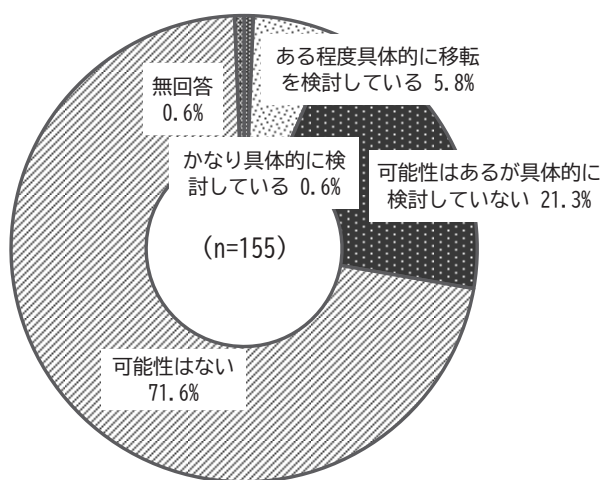
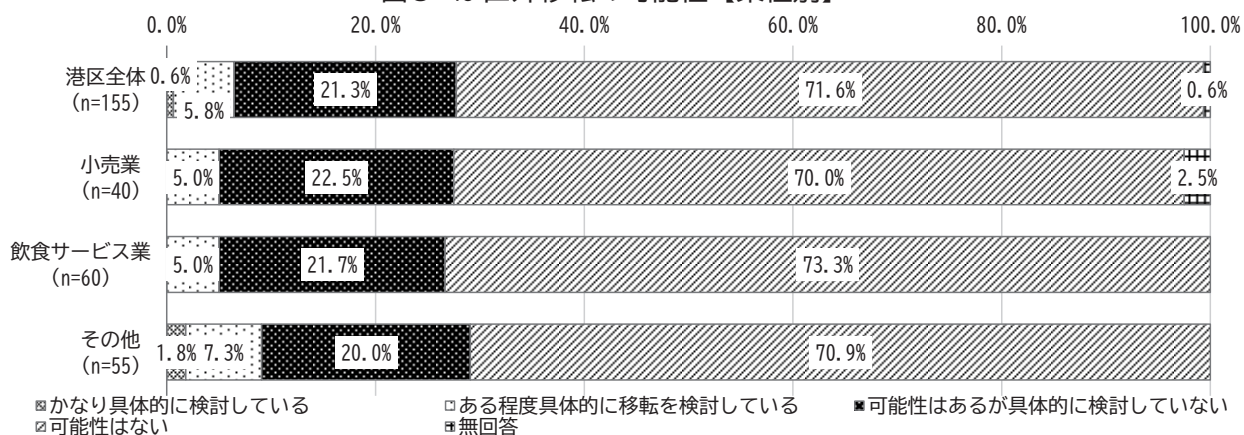
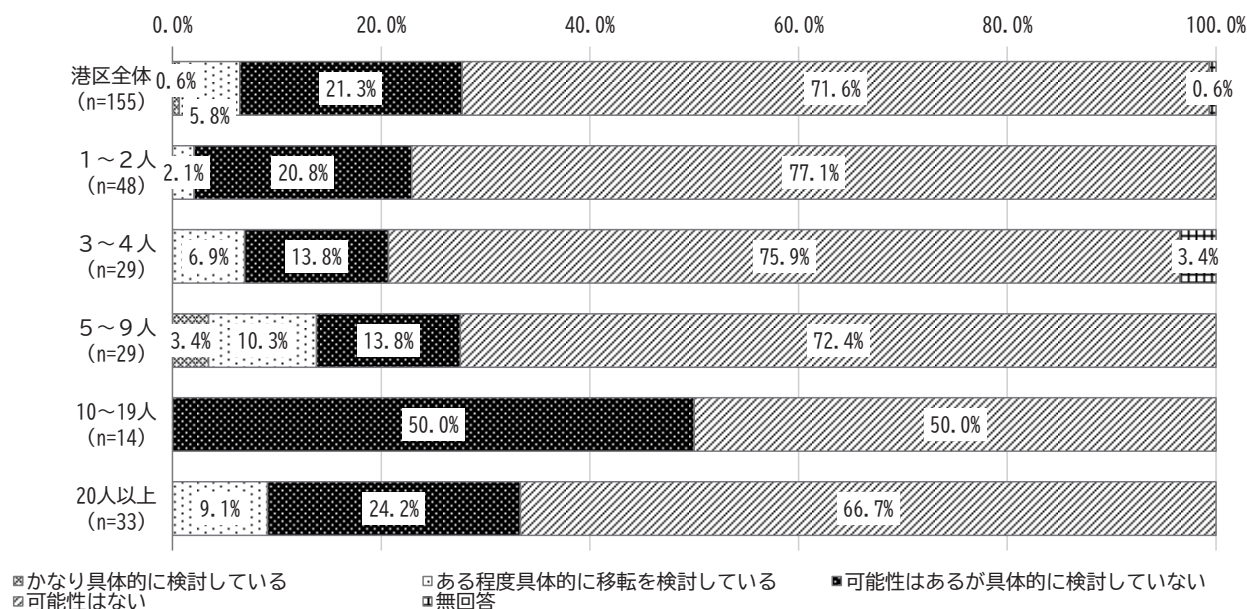


図3-43 区外移転の可能性【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、概ねすべての規模において「可能性はない」の割合が高い。また、規模が小さいほど「可能性はない」の割合が高いが、10～19人では「可能性はあるが具体的に検討していない」が50.0%と港区全体(21.3%)と比較して突出して高くなっている。

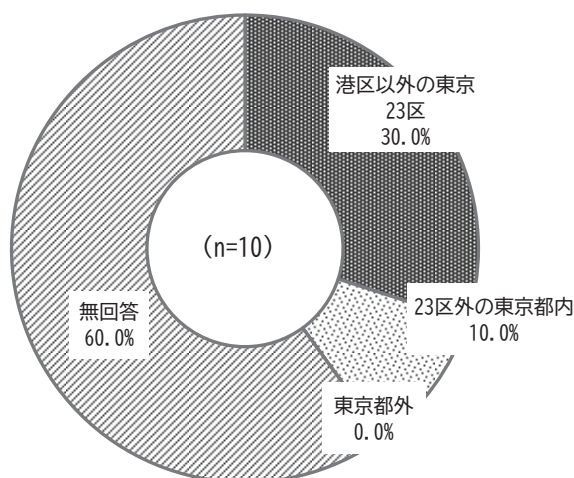
図3-44 区外移転の可能性【従業者規模別】



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」、「ある程度具体的に検討している」と回答した10店舗・事業所の検討している移転先をみると、「港区以外の東京23区」が30.0%(3店舗・事業所)であり、次いで「23区外の東京都内」が10.0%(1店舗・事業所)となっている。東京都外をあげた店舗・事業所はいなかった。
- ・ なお、具体的な地名をあげた店舗・事業所はいなかった。

図3-45 検討している移転先【港区全体】



※ 集計対象は「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10者

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をみると、「IT関連産業」が43.2%と最も高く、次いで「飲食関連産業(30.3%)」、「医療・介護周辺サービス関連産業(16.1%)」の順となっている。
- ・ 従業者規模別にみると、5～9人では「IT関連産業」が62.1%と、港区全体(43.2%)と比べて突出して高い一方で、「飲食関連産業」が13.8%と、港区全体(30.3%)と比べて突出して低い。
- ・ 経営者年代別にみると、40歳代以下、50歳代では「クリエイティブ関連産業(デザイン・アート・服飾等)」がそれぞれ、18.2%、26.7%と、港区全体(15.5%)と比べて高い。また、70歳代以上では「医療・介護周辺サービス関連事業」が31.1%と、港区全体(16.1%)と比べて突出して高く、回答者の年代に応じて成長が見込まれると考える産業分野に違いがみられる。

図3-46 区内で成長が見込まれる産業分野【港区全体（N=155）】

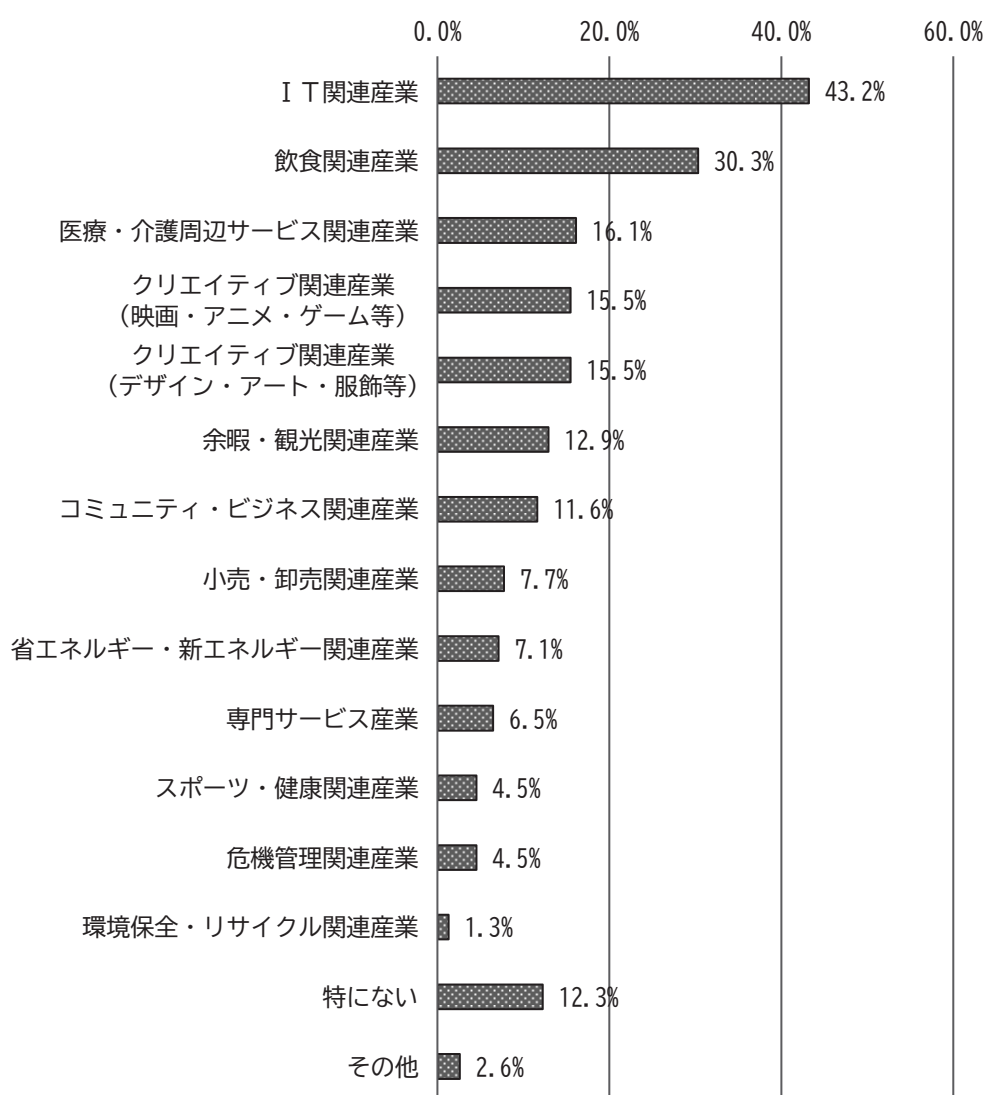


表3-13 区内で成長が見込まれる産業分野【業種別】

	IT関連産業	クリエイティブ関連産業 (映画・アニメ・ゲーム等)	クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	飲食関連産業	小売・卸売関連産業	余暇・観光関連産業	スポーツ・健康関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー・新エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス関連産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	コミュニティ・ビジネス関連産業	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	43.2%	15.5%	15.5%	30.3%	7.7%	12.9%	4.5%	1.3%	7.1%	16.1%	4.5%	6.5%	11.6%	12.3%	2.6%	5.8%
小売業 (n=40)	42.5%	20.0%	22.5%	35.0%	17.5%	5.0%	2.5%	-	7.5%	15.0%	5.0%	7.5%	17.5%	12.5%	-	7.5%
飲食サービス業 (n=60)	35.0%	8.3%	8.3%	40.0%	5.0%	16.7%	5.0%	1.7%	6.7%	13.3%	-	1.7%	3.3%	11.7%	5.0%	6.7%
その他 (n=55)	52.7%	20.0%	18.2%	16.4%	3.6%	14.5%	5.5%	1.8%	7.3%	20.0%	9.1%	10.9%	16.4%	12.7%	1.8%	3.6%

表3-14 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 (映画・アニメ・ゲーム等)	クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	飲食関連産業	小売・卸売関連産業	余暇・観光関連産業	スポーツ・健康関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー・新エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス関連産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	コミュニティ・ビジネス関連産業	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	43.2%	15.5%	15.5%	30.3%	7.7%	12.9%	4.5%	1.3%	7.1%	16.1%	4.5%	6.5%	11.6%	12.3%	2.6%	5.8%
1～2人 (n=48)	41.7%	18.8%	18.8%	33.3%	6.3%	10.4%	2.1%	2.1%	8.3%	18.8%	4.2%	4.2%	12.5%	14.6%	4.2%	4.2%
3～4人 (n=29)	24.1%	13.8%	10.3%	41.4%	10.3%	13.8%	3.4%	-	-	17.2%	6.9%	6.9%	10.3%	20.7%	3.4%	6.9%
5～9人 (n=29)	62.1%	3.4%	13.8%	13.8%	-	17.2%	-	-	10.3%	20.7%	6.9%	10.3%	10.3%	6.9%	3.4%	3.4%
10～19人 (n=14)	57.1%	35.7%	42.9%	35.7%	7.1%	7.1%	7.1%	-	-	14.3%	-	-	7.1%	7.1%	-	7.1%
20人以上 (n=33)	39.4%	15.2%	6.1%	27.3%	15.2%	15.2%	12.1%	3.0%	12.1%	9.1%	3.0%	9.1%	15.2%	9.1%	-	9.1%

表3-15 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 (映画・アニメ・ゲーム等)	クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	飲食関連産業	小売・卸売関連産業	余暇・観光関連産業	スポーツ・健康関連産業	環境保全・リサイクル関連産業	省エネルギー・新エネルギー関連産業	医療・介護周辺サービス関連産業	危機管理関連産業	専門サービス産業	コミュニティ・ビジネス関連産業	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	43.2%	15.5%	15.5%	30.3%	7.7%	12.9%	4.5%	1.3%	7.1%	16.1%	4.5%	6.5%	11.6%	12.3%	2.6%	5.8%
40歳代以下 (n=22)	63.6%	9.1%	18.2%	18.2%	9.1%	18.2%	4.5%	-	9.1%	9.1%	-	4.5%	13.6%	4.5%	9.1%	4.5%
50歳代 (n=45)	37.8%	15.6%	26.7%	26.7%	6.7%	15.6%	4.4%	2.2%	4.4%	11.1%	4.4%	4.4%	13.3%	15.6%	2.2%	6.7%
60歳代 (n=42)	42.9%	21.4%	7.1%	35.7%	11.9%	16.7%	2.4%	-	4.8%	9.5%	2.4%	2.4%	11.9%	14.3%	2.4%	4.8%
70歳代以上 (n=45)	37.8%	13.3%	11.1%	35.6%	4.4%	2.2%	6.7%	2.2%	11.1%	31.1%	8.9%	13.3%	8.9%	11.1%	-	6.7%

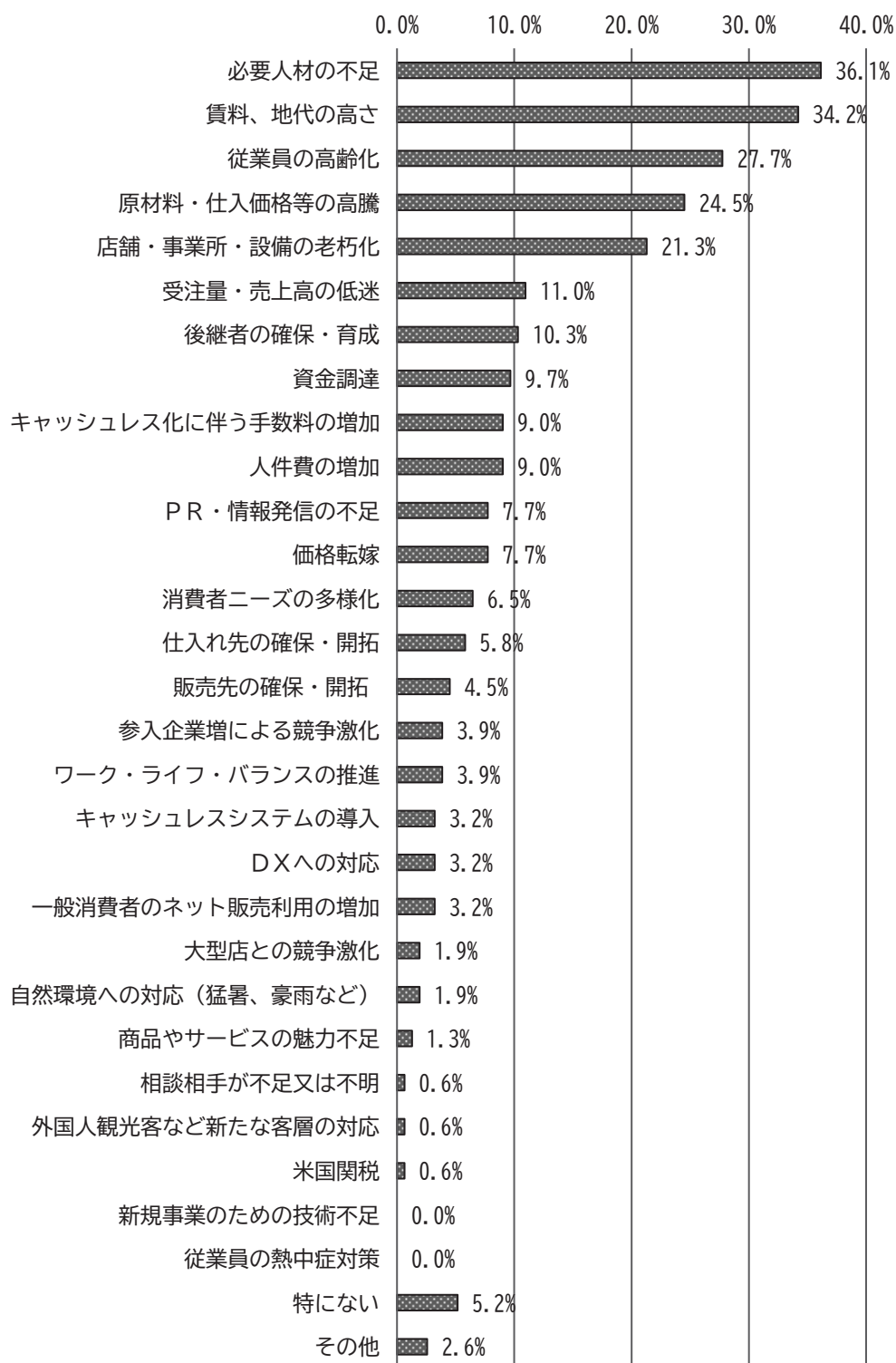
※ 網掛けは「特にない」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(5) 事業活動における課題と方向性

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みると、「必要人材の不足」が36.1%と最も高く、次いで「賃料、地代の高さ(34.2%)」、「従業員の高齢化(27.7%)」の順となっている。ものづくり・IT関連事業者調査における同設問の回答と比較すると、「特にない(5.2%)」の割合が低く(ものづくり・IT関連事業者:11.3%)、多くの店舗・事業所が何らかの課題意識を感じながら事業にあたっていることがみてとれる。

図3-47 経営上抱えている問題点【港区全体 (N=155)】



- ・業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、飲食サービス業では「店舗・事業所・設備の老朽化」、「賃料、地代の高さ」がそれぞれ、38.3%、45.0%と、港区全体(それぞれ21.3%、34.2%)と比べて突出して高くなっている。
- ・従業者規模別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、規模が大きくなるほど「必要人材の不足」をあげる店舗・事業者の割合が高くなっている。また、1～2人では「従業員の高齢化」が20.8%と、港区全体(27.7%)と比較して低くなっている。

表3-16 経営上抱えている問題点【業種別】

	必要人材の不足	成後継者の確保・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	システムの導入	大型店との競争激化	参入企業増による競争激化	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	DXへの対応	一般消費者のネット販売利用の増加
港区全体 (n=155)	36.1%	10.3%	27.7%	5.8%	4.5%	11.0%	7.7%	9.7%	3.2%	1.9%	3.9%	1.3%	-	6.5%	3.2%	3.2%
小売業 (n=40)	35.0%	17.5%	32.5%	12.5%	5.0%	7.5%	7.5%	12.5%	2.5%	2.5%	2.5%	-	-	10.0%	5.0%	7.5%
飲食サービス業 (n=60)	36.7%	5.0%	26.7%	3.3%	3.3%	11.7%	5.0%	8.3%	3.3%	3.3%	6.7%	-	-	5.0%	-	-
その他 (n=55)	36.4%	10.9%	25.5%	3.6%	5.5%	12.7%	10.9%	9.1%	3.6%	-	1.8%	3.6%	-	5.5%	5.5%	3.6%
	店舗の老朽化・事業所・設備	賃料、地代の高さ	相談相手不足又は不明	自然環境への対応(猛暑、豪雨など)	価格転嫁	パワランク・ライフ・推進	キャッシュ手数料の増大に伴う	外国人観光客など新たな客層への対応	米関税	原材料・仕入価格の高騰	従業員の熱中症対策	人件費の増加	特にな	その他	無回答	
港区全体 (n=155)	21.3%	34.2%	0.6%	1.9%	7.7%	3.9%	9.0%	0.6%	0.6%	24.5%	-	9.0%	5.2%	2.6%	0.6%	
小売業 (n=40)	15.0%	30.0%	-	-	10.0%	2.5%	5.0%	-	2.5%	30.0%	-	12.5%	2.5%	-	2.5%	
飲食サービス業 (n=60)	38.3%	45.0%	-	1.7%	13.3%	-	11.7%	-	-	31.7%	-	6.7%	5.0%	1.7%	-	
その他 (n=55)	7.3%	25.5%	1.8%	3.6%	-	9.1%	9.1%	1.8%	-	12.7%	-	9.1%	7.3%	5.5%	-	

表3-17 経営上抱えている問題点【従業者規模別】

	必要人材の不足	成後継者の確保・育	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	システムの導入	大型店との競争激化	参入企業増による競争激化	魅力商品やサービスの不足	技術不足	新規事業のための	消費者ニーズの多様化	DXへの対応	一般消費者のネット販売利用の増加
港区全体 (n=155)	36.1%	10.3%	27.7%	5.8%	4.5%	11.0%	7.7%	9.7%	3.2%	1.9%	3.9%	1.3%	-	-	6.5%	3.2%	3.2%
1～2人 (n=48)	10.4%	14.6%	20.8%	4.2%	10.4%	14.6%	16.7%	6.3%	2.1%	2.1%	-	-	-	-	4.2%	2.1%	2.1%
3～4人 (n=29)	27.6%	6.9%	27.6%	10.3%	3.4%	6.9%	6.9%	10.3%	6.9%	-	3.4%	-	-	-	10.3%	3.4%	10.3%
5～9人 (n=29)	41.4%	13.8%	34.5%	10.3%	-	6.9%	-	13.8%	3.4%	3.4%	6.9%	6.9%	-	-	3.4%	3.4%	-
10～19人 (n=14)	64.3%	-	21.4%	7.1%	-	14.3%	7.1%	21.4%	7.1%	-	14.3%	-	-	-	-	-	-
20人以上 (n=33)	63.6%	9.1%	33.3%	-	3.0%	9.1%	3.0%	6.1%	-	-	3.0%	-	-	-	12.1%	6.1%	3.0%

	店舗の老朽化・事業所・設備	賃料、地代の高さ	相談相手不足	自然環境への対応(猛暑、豪雨など)	価格転嫁	パワランク・ライフ・推進	キャッシュ手数料の増大	新たな客層への対応	外国人観光客など	米関税	原材料の高騰・仕入価格	従業員熱中症対策	人件費の増加	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=155)	21.3%	34.2%	0.6%	1.9%	7.7%	3.9%	9.0%	0.6%	0.6%	24.5%	-	9.0%	5.2%	2.6%	0.6%	
1～2人 (n=48)	31.3%	39.6%	-	4.2%	10.4%	2.1%	10.4%	2.1%	-	27.1%	-	-	10.4%	4.2%	-	
3～4人 (n=29)	27.6%	37.9%	3.4%	-	6.9%	-	3.4%	-	-	31.0%	-	13.8%	3.4%	-	-	
5～9人 (n=29)	6.9%	31.0%	-	-	6.9%	6.9%	20.7%	-	3.4%	20.7%	-	6.9%	3.4%	6.9%	-	
10～19人 (n=14)	35.7%	35.7%	-	-	-	-	7.1%	-	-	7.1%	-	7.1%	7.1%	-	-	
20人以上 (n=33)	6.1%	27.3%	-	3.0%	9.1%	6.1%	3.0%	-	-	27.3%	-	21.2%	-	-	3.0%	

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

- ・ 経営者の年代別にみると、40 歳代以下では「受注量・売上高の低迷」「原材料・仕入価格等の高騰」がそれぞれ 27.3%、36.4%と、港区全体(それぞれ 11.0%、24.5%)と比べて突出して高くなっている。

表3-18 経営上抱えている問題点【経営者の年代別】

	必要人材の不足	成後継者の確保・育	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	キャッシュレスシステムの導入	大型店との競争激化	参入企業増による競争激化	魅力商品やサービスの不足	新規事業のための技術不足	消費者ニーズの多様化	DXへの対応	一般消費者の利用の増加
港区全体 (n=155)	36.1%	10.3%	27.7%	5.8%	4.5%	11.0%	7.7%	9.7%	3.2%	1.9%	3.9%	1.3%	-	6.5%	3.2%	3.2%
40歳代以下 (n=22)	45.5%	-	22.7%	4.5%	-	27.3%	13.6%	18.2%	4.5%	-	4.5%	4.5%	-	-	9.1%	-
50歳代 (n=45)	33.3%	8.9%	20.0%	2.2%	2.2%	6.7%	4.4%	11.1%	-	2.2%	6.7%	2.2%	-	13.3%	4.4%	2.2%
60歳代 (n=42)	42.9%	16.7%	31.0%	7.1%	7.1%	4.8%	7.1%	7.1%	4.8%	-	-	-	-	2.4%	2.4%	4.8%
70歳代以上 (n=45)	26.7%	11.1%	33.3%	8.9%	6.7%	13.3%	8.9%	6.7%	4.4%	4.4%	4.4%	-	-	6.7%	-	4.4%

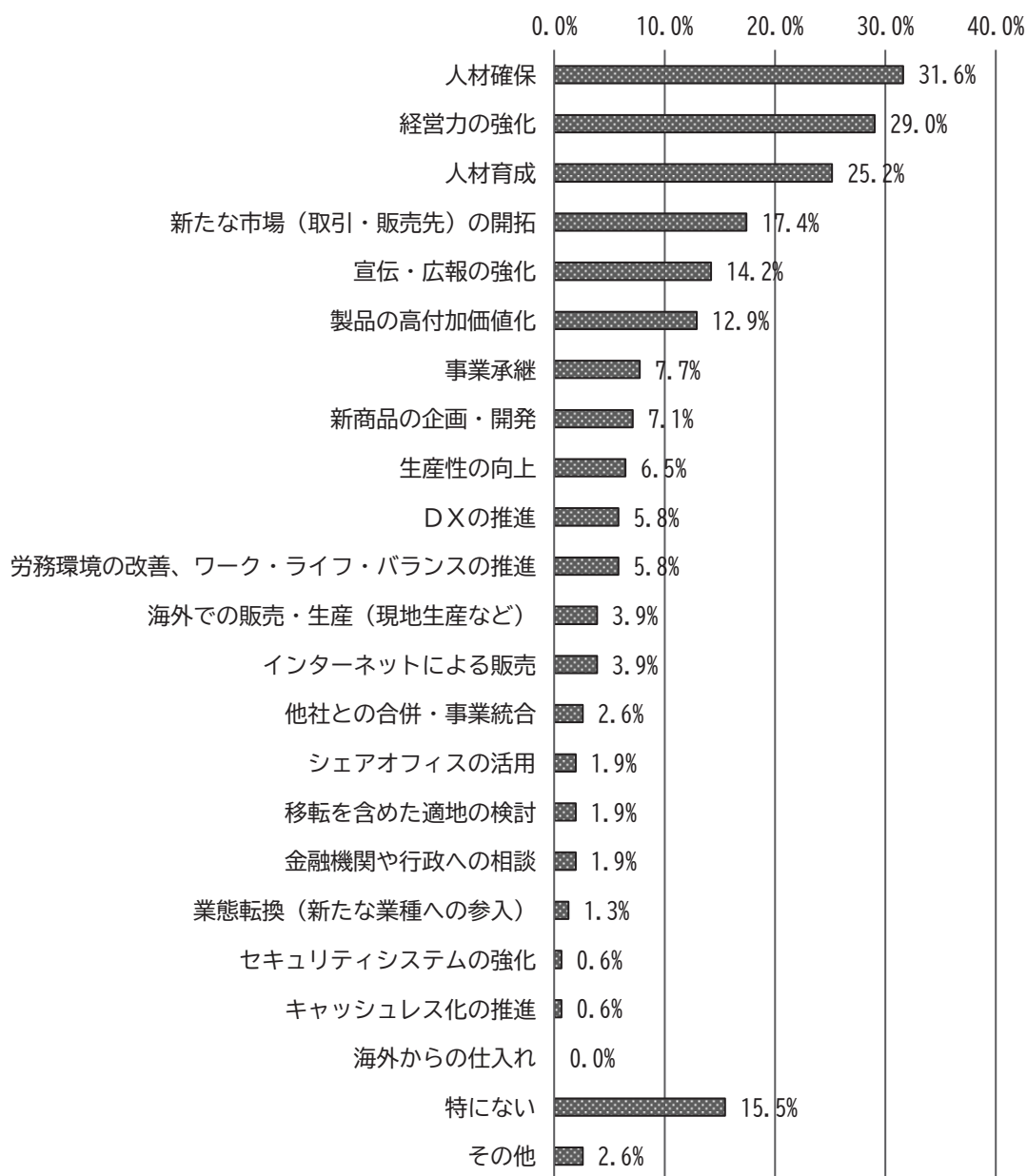
	店舗の老朽化・事業所・設備	賃料、地代の高さ	相談相手不足	自然環境への対応(猛暑、豪雨など)	価格転嫁	ワーク・ライフ・バランスの推進	加にキャッシュレスの増加	外国人観光客への対応	米関税	原材料の高騰	従業員の熱中症対策	人件費の増加	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=155)	21.3%	34.2%	0.6%	1.9%	7.7%	3.9%	9.0%	0.6%	0.6%	24.5%	-	9.0%	5.2%	2.6%	0.6%
40歳代以下 (n=22)	4.5%	27.3%	-	-	18.2%	4.5%	4.5%	-	-	36.4%	-	9.1%	4.5%	-	-
50歳代 (n=45)	20.0%	33.3%	-	2.2%	4.4%	8.9%	4.4%	-	-	20.0%	-	17.8%	6.7%	4.4%	2.2%
60歳代 (n=42)	26.2%	38.1%	-	2.4%	7.1%	2.4%	11.9%	2.4%	-	21.4%	-	2.4%	4.8%	4.8%	-
70歳代以上 (n=45)	26.7%	33.3%	2.2%	2.2%	6.7%	-	13.3%	-	2.2%	26.7%	-	6.7%	4.4%	-	-

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

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事項をみると、「人材確保」が31.6%と最も高く、次いで「経営力の強化(29.0%)」、「人材育成(25.2%)」の順となっている。

図3-48 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（N=155）】



- ・業種別にみると、小売業では「製品の高付加価値化」が27.5%と、港区全体(12.9%)と比べて突出して高くなっている。
- ・従業者規模別にみると、すべての規模において「人材確保」が上位3位以内を占めているが、割合は概ね規模が大きくなるほど高くなる傾向にある。また、1～2人では「人材育成」が8.3%と、港区全体(25.2%)と比べて突出して低い一方で、「事業承継」が16.7%と港区全体(7.7%)と比べて高い。20人以上では「新たな市場(取引・販売先)の開拓」が30.3%と港区全体(17.4%)と比べて突出して高い。
- ・経営者の年代別にみると、40歳代以下では「宣伝・広報の強化」が40.9%と、港区全体(14.2%)と比べて突出して高い。また、70歳代以上では「新たな市場(取引・販売先)の開拓」が24.4%と、港区全体(17.4%)と比べて高くなっている。

表3-19 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	人材確保	経営力の強化	製品の高付加価値化	新商品の企画・開発	宣伝・広報の強化	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	業態転換(新たな業種への参入)	他社との合併・事業統合	生産性の向上	事業承継	インターネットによる販売	DXの推進	セキュリティシステムの強化	シェアオフィスの活用	労働環境の改善、ワーク・ラ	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	キャッシュレス化の推進	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=155)	25.2%	31.6%	29.0%	12.9%	7.1%	14.2%	17.4%	3.9%	-	1.3%	2.6%	6.5%	7.7%	3.9%	5.8%	0.6%	1.9%	5.8%	1.9%	1.9%	0.6%	15.5%	2.6%	4.5%
小売業 (n=40)	20.0%	32.5%	27.5%	27.5%	15.0%	10.0%	25.0%	7.5%	-	2.5%	5.0%	10.0%	12.5%	10.0%	7.5%	-	2.5%	5.0%	2.5%	5.0%	-	10.0%	-	2.5%
飲食サービス業 (n=60)	23.3%	30.0%	28.3%	6.7%	1.7%	16.7%	11.7%	-	-	1.7%	-	3.3%	6.7%	-	5.0%	1.7%	-	1.7%	1.7%	-	1.7%	23.3%	3.3%	8.3%
その他 (n=55)	30.9%	32.7%	30.9%	9.1%	7.3%	14.5%	18.2%	5.5%	-	1.8%	1.8%	7.3%	5.5%	3.6%	5.5%	-	3.6%	10.9%	1.8%	1.8%	-	10.9%	3.6%	1.8%

表3-20 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	人材確保	経営力の強化	製品の高付加価値化	新商品の企画・開発	宣伝・広報の強化	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	業態転換（新たな業種への参入）	他社との合併・事業統合	生産性の向上	事業承継	インターネットによる販売	DXの推進	セキュリティシステムの強化	シェアオフィスの活用	労働環境の改善、ワーク・ラ	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	キャッシュレス化の推進	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	25.2%	31.6%	29.0%	12.9%	7.1%	14.2%	17.4%	3.9%	-	1.3%	2.6%	6.5%	7.7%	3.9%	5.8%	0.6%	1.9%	5.8%	1.9%	1.9%	0.6%	15.5%	2.6%	4.5%
1～2人 (n=48)	8.3%	16.7%	18.8%	8.3%	4.2%	22.9%	12.5%	6.3%	-	-	2.1%	6.3%	16.7%	4.2%	4.2%	2.1%	4.2%	4.2%	2.1%	-	2.1%	20.8%	6.3%	6.3%
3～4人 (n=29)	17.2%	34.5%	27.6%	20.7%	10.3%	13.8%	17.2%	3.4%	-	3.4%	-	3.4%	6.9%	3.4%	-	-	-	-	3.4%	-	24.1%	3.4%	3.4%	
5～9人 (n=29)	37.9%	27.6%	37.9%	3.4%	6.9%	13.8%	13.8%	-	-	3.4%	6.9%	10.3%	3.4%	6.9%	3.4%	-	-	6.9%	3.4%	3.4%	-	17.2%	-	-
10～19人 (n=14)	42.9%	42.9%	57.1%	21.4%	7.1%	-	14.3%	-	-	-	-	7.1%	7.1%	-	-	-	-	7.1%	-	7.1%	-	14.3%	-	7.1%
20人以上 (n=33)	39.4%	48.5%	24.2%	18.7%	6.1%	9.1%	30.3%	6.1%	-	-	3.0%	6.1%	-	3.0%	18.7%	-	3.0%	12.1%	-	3.0%	-	-	-	6.1%

表3-21 今後5年程度を展望して重点的に取り組みたい事項【経営者の年代別】

	人材育成	人材確保	経営力の強化	製品の高付加価値化	新商品の企画・開発	宣伝・広報の強化	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	業態転換(新たな業種への参入)	他社との合併・事業統合	生産性の向上	事業承継	インターネットによる販売	DXの推進	セキュリティシステムの強化	シェアオフィスの活用	労働環境の改善、ワーク・ラ	移転を含めた適地の検討	金融機関や行政への相談	キャッシュレス化の推進	特にな	その他	無回答
港区全体 (n=155)	25.2%	31.6%	29.0%	12.9%	7.1%	14.2%	17.4%	3.9%	-	1.3%	2.6%	6.5%	7.7%	3.9%	5.8%	0.6%	1.9%	5.8%	1.9%	1.9%	0.6%	15.5%	2.6%	4.5%
40歳代以下 (n=22)	18.2%	27.3%	36.4%	13.6%	4.5%	40.9%	18.2%	4.5%	-	-	-	9.1%	-	-	4.5%	-	-	-	4.5%	-	-	18.2%	-	-
50歳代 (n=45)	33.3%	31.1%	33.3%	6.7%	8.9%	20.0%	20.0%	4.4%	-	2.2%	2.2%	4.4%	4.4%	4.4%	8.9%	2.2%	-	6.7%	-	2.2%	-	6.7%	4.4%	8.9%
60歳代 (n=42)	33.3%	33.3%	26.2%	21.4%	7.1%	9.5%	7.1%	4.8%	-	-	7.1%	11.9%	11.9%	4.8%	4.8%	-	4.8%	9.5%	-	2.4%	2.4%	11.9%	2.4%	2.4%
70歳代以上 (n=45)	33.3%	33.3%	24.4%	11.1%	6.7%	11.1%	24.4%	2.2%	-	2.2%	-	2.2%	11.1%	4.4%	4.4%	-	2.2%	4.4%	4.4%	2.2%	-	24.4%	2.2%	4.4%

※ 網掛けは「特にな」、「その他」を除く上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

（６）地域活性化について

商店会への参加

- ・ 商店会への参加状況を見ると、「会員である」が27.1%、「会員でない」が69.7%となっている。
- ・ 業種別にみると、大きな違いはみられないが、「会員である」と回答した割合が飲食サービス業では28.3%と、小売業(27.5%)に比べて僅かに高い。

図3-49 商店会への参加【港区全体】

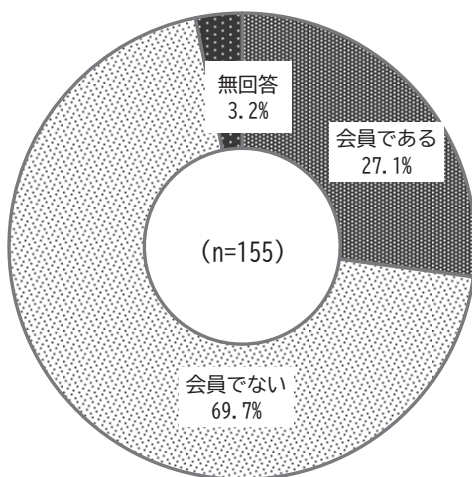
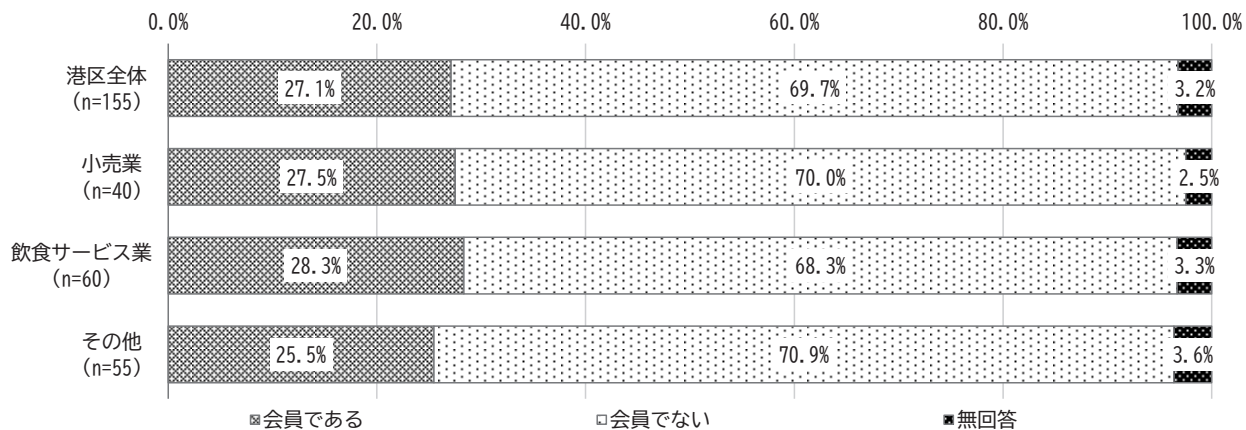


図3-50 商店会への参加【業種別】



- ・ 従業者規模別にみると、すべての規模のなかで「会員である」の割合が最も高いのは10～19人で35.7%、最も低いのは20人以上で21.2%となっているが、全体として規模による明確な傾向は確認できない。
- ・ 経営者の年代別にみると、60歳代までは年代が高くなるほど「会員である」と回答した割合が高くなっており、60歳代では33.3%となっている。一方、70歳代以上では31.1%と60歳代と比べるとわずかに割合が低下している。

図3-51 商店会への参加【従業者規模別】

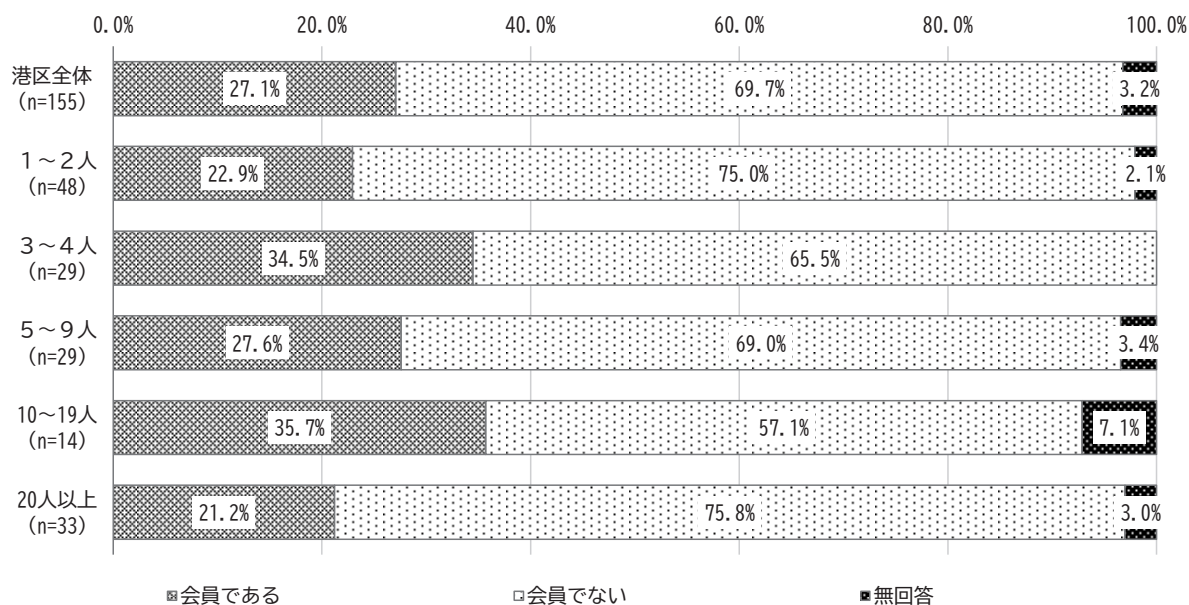
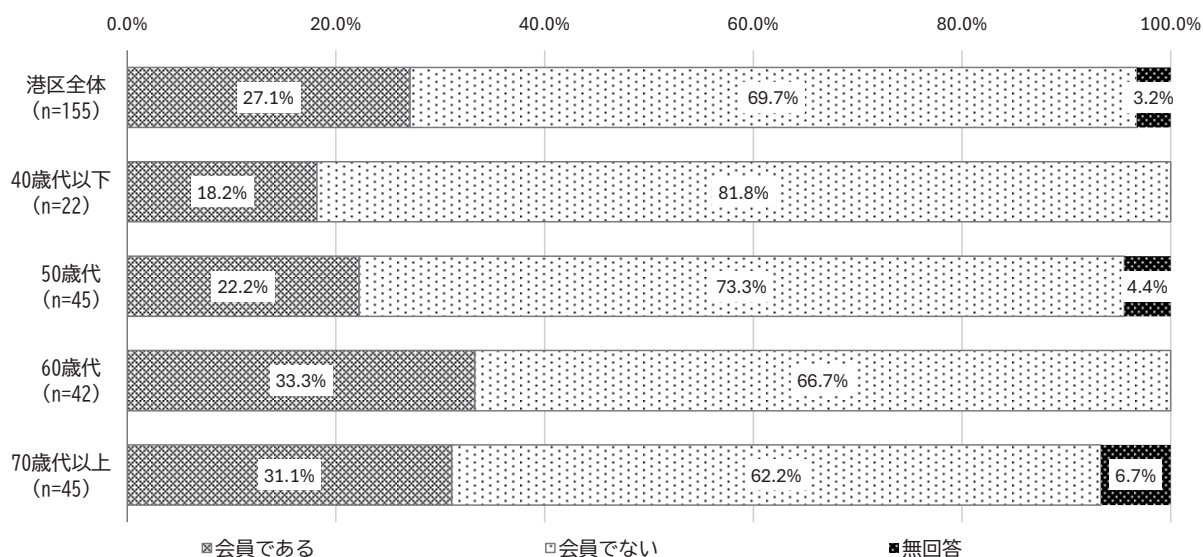


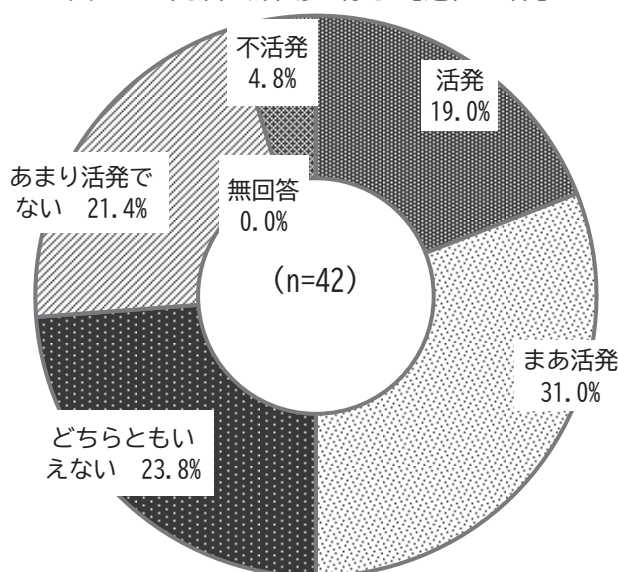
図3-52 商店会への参加【経営者の年代別】



商店会活動

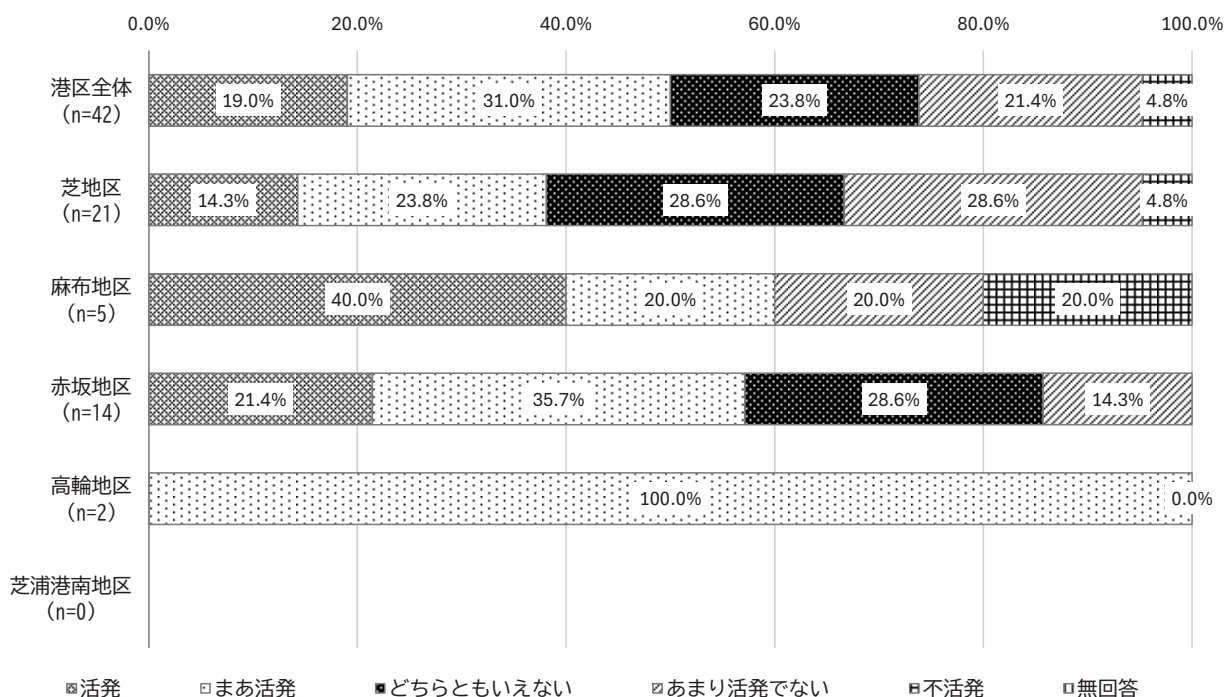
- ・商店会の「会員である」と回答した店舗・事業所を対象に商店会活動の活発度を聞いてみると、「まあ活発」が31.0%と最も高く、『活発』（「活発」、「まあ活発」の合計）の割合は50.0%であり、『不活発』（「不活発」、「あまり活発でない」の合計）の割合（26.2%）を大きく上回っている。
- ・また、『活発』の割合は前回調査時（39.6%）を上回っている。
- ・地区別にみると回答にはばらつきがみられるものの、地区ごとの母数が限られていることから、明確な傾向は確認できない。

図3-53 商店会活動の様子【港区全体】



※ 集計対象は商店会の「会員である」と回答した42者

図3-54 商店会活動の様子【地区別】



立地周辺の地域の活性化

- ・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、「まあ活性化している」が29.0%と最も高く、『活性』（「活性化している」、「まあ活性化している」の合計）の割合は47.7%と、『不活性』（「活性化していない」、「あまり活性化していない」の合計）の割合（25.8%）を大きく上回っている。
- ・また、『活性』の割合は前回調査時（33.8%）を上回っている。
- ・地区別にみると、『活性』の割合が最も高いのは高輪地区で計62.5%となっており、「活性化している（25.0%）」の割合も最も高かった。一方で『不活性』の割合が最も高いのは麻布地区で38.9%となっているが、『活性』の割合も44.4%となっていることから、評価が二極化されている可能性がうかがえる。

図3-55 立地周辺の地域の活性化【港区全体】

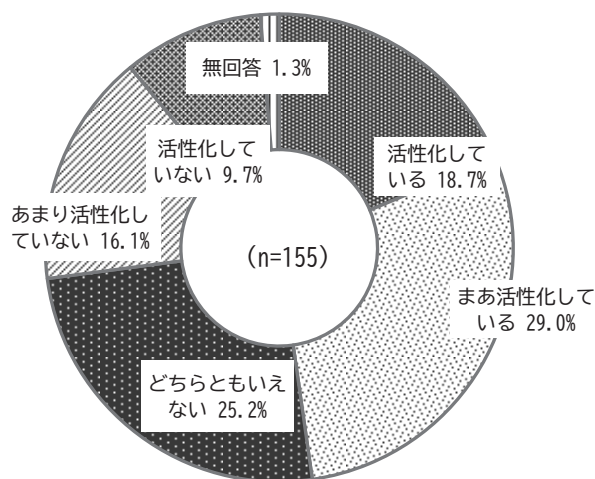
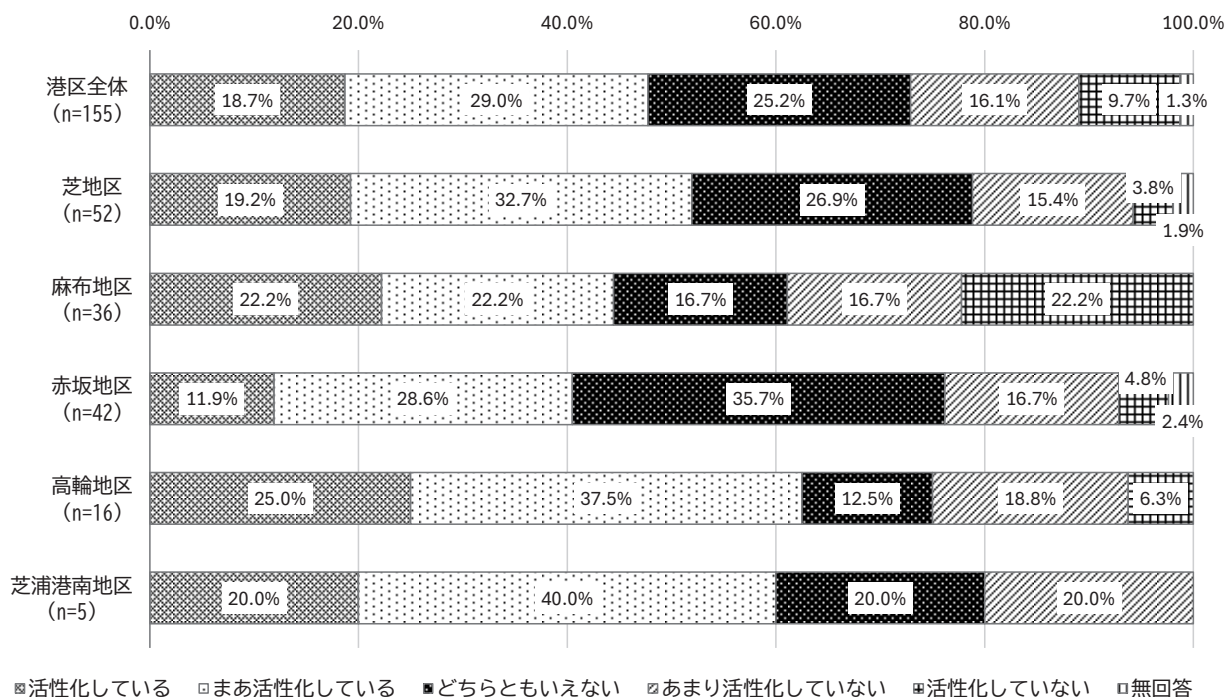


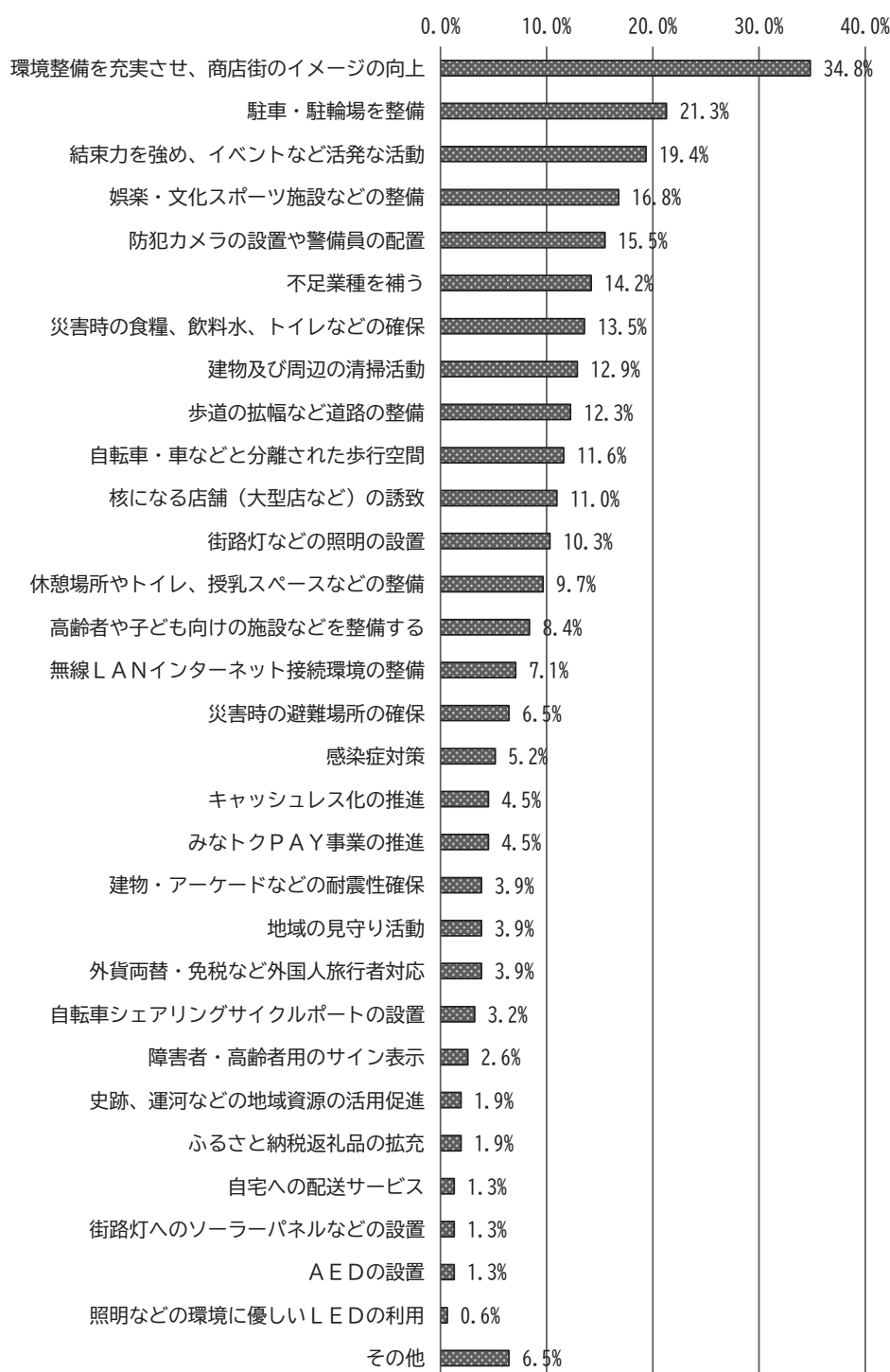
図3-56 立地周辺の地域の活性化【地区別】



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をみると、「環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上」が34.8%と最も高く、次いで「駐車・駐輪場を整備(21.3%)」、「結束力を強め、イベントなど活発な活動(19.4%)」の順となっている。
- ・業種別にみると、小売業では「環境整備を充実させ、商店街のイメージ向上」、「駐車・駐輪場を整備」がそれぞれ55.0%、35.0%と港区全体(それぞれ34.8%、21.3%)と比べて突出して高く、来街環境の整備を重視する傾向があるとみられる。飲食サービス業では「街路灯などの照明の設置(18.3%)」や「防犯カメラの設置や警備員の配置(20.0%)」などの安全対策関連を重視する傾向があるとみられる。

図3-57 立地周辺の商業地域の発展に必要な事項【港区全体（N=155）】



- ・ 従業者規模別にみると、すべての規模において「環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上」が1位になっている。また、概ね規模が小さくなるほど「駐車・駐輪場を整備」を重視する傾向がみられ、規模が大きくなるほど「結束力を強め、イベントの活発な活動」を重視する傾向がみられる。

表3-22 立地周辺の商業地域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）の誘致	街環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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の整備	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	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
港区全体（n=155）	14.2%	11.0%	34.8%	19.4%	8.4%	16.8%	1.9%	21.3%	9.7%	7.1%	4.5%	1.3%	6.5%	13.5%	3.9%	10.3%
小売業（n=40）	20.0%	10.0%	55.0%	22.5%	7.5%	7.5%	2.5%	35.0%	20.0%	7.5%	5.0%	-	5.0%	7.5%	2.5%	7.5%
飲食サービス業（n=60）	10.0%	6.7%	28.3%	18.3%	10.0%	15.0%	1.7%	13.3%	6.7%	5.0%	5.0%	3.3%	6.7%	13.3%	5.0%	18.3%
その他（n=55）	14.5%	16.4%	27.3%	18.2%	7.3%	25.5%	1.8%	20.0%	5.5%	9.1%	3.6%	-	7.3%	18.2%	3.6%	3.6%
	の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・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	AEDの設置	感染症対策	みなとくPAY事業の推進	ふるさと納税返礼品の拡充	旅行者対応	その他	無回答
港区全体（n=155）	15.5%	3.9%	1.3%	0.6%	11.6%	3.2%	12.9%	2.6%	12.3%	1.3%	5.2%	4.5%	1.9%	3.9%	6.5%	4.5%
小売業（n=40）	15.0%	-	-	-	12.5%	5.0%	17.5%	-	17.5%	2.5%	2.5%	-	-	2.5%	2.5%	5.0%
飲食サービス業（n=60）	20.0%	5.0%	1.7%	1.7%	8.3%	1.7%	11.7%	1.7%	10.0%	-	6.7%	6.7%	3.3%	5.0%	8.3%	3.3%
その他（n=55）	10.9%	5.5%	1.8%	-	14.5%	3.6%	10.9%	5.5%	10.9%	1.8%	5.5%	5.5%	1.8%	3.6%	7.3%	5.5%

表3-23 立地周辺の商業地域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）の誘致	街環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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の整備	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	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
港区全体（n=155）	14.2%	11.0%	34.8%	19.4%	8.4%	16.8%	1.9%	21.3%	9.7%	7.1%	4.5%	1.3%	6.5%	13.5%	3.9%	10.3%
1～2人（n=48）	18.8%	12.5%	31.3%	12.5%	4.2%	14.6%	2.1%	25.0%	4.2%	6.3%	4.2%	2.1%	8.3%	14.6%	2.1%	16.7%
3～4人（n=29）	17.2%	13.8%	31.0%	17.2%	6.9%	17.2%	3.4%	20.7%	10.3%	3.4%	6.9%	-	3.4%	10.3%	3.4%	13.8%
5～9人（n=29）	10.3%	13.8%	34.5%	17.2%	6.9%	6.9%	-	27.6%	-	20.7%	3.4%	3.4%	6.9%	20.7%	3.4%	10.3%
10～19人（n=14）	14.3%	7.1%	50.0%	35.7%	-	28.6%	-	21.4%	28.6%	-	-	-	7.1%	7.1%	-	7.1%
20人以上（n=33）	9.1%	6.1%	36.4%	27.3%	21.2%	24.2%	3.0%	12.1%	18.2%	3.0%	6.1%	-	3.0%	9.1%	6.1%	-
	の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・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	AEDの設置	感染症対策	みなとくPAY事業の推進	ふるさと納税返礼品の拡充	旅行者対応	その他	無回答
港区全体（n=155）	15.5%	3.9%	1.3%	0.6%	11.6%	3.2%	12.9%	2.6%	12.3%	1.3%	5.2%	4.5%	1.9%	3.9%	6.5%	4.5%
1～2人（n=48）	18.8%	4.2%	-	2.1%	16.7%	2.1%	18.8%	-	8.3%	-	6.3%	4.2%	2.1%	2.1%	6.3%	4.2%
3～4人（n=29）	10.3%	3.4%	3.4%	-	13.8%	3.4%	6.9%	-	10.3%	3.4%	3.4%	3.4%	-	-	6.9%	6.9%
5～9人（n=29）	17.2%	6.9%	-	-	6.9%	3.4%	6.9%	-	13.8%	3.4%	6.9%	3.4%	-	6.9%	17.2%	-
10～19人（n=14）	14.3%	-	-	-	14.3%	-	7.1%	-	21.4%	-	7.1%	-	-	7.1%	-	7.1%
20人以上（n=33）	12.1%	3.0%	-	-	6.1%	6.1%	18.2%	9.1%	15.2%	-	3.0%	9.1%	6.1%	6.1%	-	6.1%

※ 網掛けは「特になし」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

- ・地区別にみると、高輪地区では「駐車・駐輪場の整備」、「自転車・車などと分離された歩行空間」、「歩道の拡幅など道路の整備」などが港区全体と比べて高く、道路・車両環境の整備に関心があるとみられる。

表3-24 立地周辺の商業地域の発展に必要な事項【経営者の年代別】

	不足業種を補う	核になる店舗（大型店など）の誘致	街のイメージの向上	環境整備を充実させ、商店	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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の整備	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	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
港区全体（n=155）	14.2%	11.0%	34.8%	19.4%	8.4%	16.8%	1.9%	21.3%	9.7%	7.1%	4.5%	1.3%	6.5%	13.5%	3.9%	10.3%	
40歳代以下（n=22）	4.5%	9.1%	31.8%	27.3%	4.5%	18.2%	4.5%	13.6%	-	-	-	-	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	
50歳代（n=45）	8.9%	4.4%	33.3%	22.2%	8.9%	17.8%	-	15.6%	15.6%	11.1%	8.9%	4.4%	4.4%	8.9%	4.4%	11.1%	
60歳代（n=42）	16.7%	14.3%	47.6%	14.3%	7.1%	19.0%	-	28.6%	11.9%	9.5%	2.4%	-	7.1%	14.3%	2.4%	4.8%	
70歳代以上（n=45）	22.2%	13.3%	26.7%	17.8%	11.1%	13.3%	4.4%	24.4%	6.7%	4.4%	4.4%	-	6.7%	20.0%	2.2%	15.6%	

	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	E D の利用	照明などの環境に優しいL	自転車・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	A E D の設置	感染症対策	みなとク P A Y 事業の推進	ふるさと納税返礼品の拡充	外貨両替・免税など外国人旅行者対応	その他	無回答
港区全体 (n=155)	15.5%	3.9%	1.3%	0.6%	11.6%	3.2%	12.9%	2.6%	12.3%	1.3%	5.2%	4.5%	1.9%	3.9%	6.5%	4.5%	
40歳代以下 (n=22)	9.1%	4.5%	-	-	13.6%	-	18.2%	4.5%	9.1%	-	4.5%	13.6%	4.5%	-	13.6%	-	
50歳代 (n=45)	17.8%	2.2%	-	-	8.9%	11.1%	8.9%	-	13.3%	2.2%	-	2.2%	2.2%	4.4%	4.4%	8.9%	
60歳代 (n=42)	11.9%	4.8%	-	-	11.9%	-	16.7%	2.4%	7.1%	2.4%	4.8%	4.8%	-	4.8%	9.5%	4.8%	
70歳代以上 (n=45)	20.0%	4.4%	4.4%	2.2%	13.3%	-	11.1%	4.4%	17.8%	-	11.1%	2.2%	2.2%	4.4%	2.2%	2.2%	

表3-25 立地周辺の商業地域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）の誘致	街のイメージの向上、商店	環境整備を充実させ、商店	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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の整備	史跡、運河などの地域資源の活用促進	駐車・駐輪場を整備	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	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
港区全体（n=155）	14.2%	11.0%	34.8%	19.4%	8.4%	16.8%	1.9%	21.3%	9.7%	7.1%	4.5%	1.3%	6.5%	13.5%	3.9%	10.3%	
芝地区（n=52）	11.5%	13.5%	36.5%	19.2%	9.6%	11.5%	3.8%	17.3%	7.7%	17.3%	5.8%	1.9%	11.5%	21.2%	3.8%	17.3%	
麻布地区（n=36）	11.1%	8.3%	44.4%	19.4%	13.9%	19.4%	-	19.4%	5.6%	2.8%	2.8%	2.8%	-	5.6%	2.8%	8.3%	
赤坂地区（n=42）	19.0%	11.9%	31.0%	14.3%	4.8%	16.7%	2.4%	19.0%	16.7%	2.4%	7.1%	-	9.5%	11.9%	4.8%	7.1%	
高輪地区（n=16）	25.0%	12.5%	18.8%	18.8%	6.3%	12.5%	-	50.0%	12.5%	-	-	-	-	6.3%	6.3%	6.3%	
芝浦港南地区（n=5）	-	-	40.0%	60.0%	-	60.0%	-	-	-	-	-	-	-	20.0%	-	-	

	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・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	AEDの設置	感染症対策	みなとくPAY事業の推進	ふるさと納税返礼品の拡充	外貨両替・免税など外国人旅行者対応	その他	無回答
港区全体 (n=155)	15.5%	3.9%	1.3%	0.6%	11.6%	3.2%	12.9%	2.6%	12.3%	1.3%	5.2%	4.5%	1.9%	3.9%	6.5%	4.5%
芝地区 (n=52)	21.2%	5.8%	3.8%	1.9%	15.4%	1.9%	11.5%	5.8%	11.5%	1.9%	5.8%	3.8%	5.8%	1.9%	3.8%	1.9%
麻布地区 (n=36)	5.6%	5.6%	-	-	11.1%	5.6%	13.9%	-	8.3%	-	8.3%	2.8%	-	8.3%	5.6%	11.1%
赤坂地区 (n=42)	19.0%	2.4%	-	-	7.1%	4.8%	16.7%	-	16.7%	2.4%	2.4%	4.8%	-	4.8%	9.5%	4.8%
高輪地区 (n=16)	6.3%	-	-	-	18.8%	-	6.3%	-	18.8%	-	-	12.5%	-	-	12.5%	-
芝浦港南地区 (n=5)	40.0%	-	-	-	-	-	20.0%	20.0%	-	-	-	-	-	-	-	-

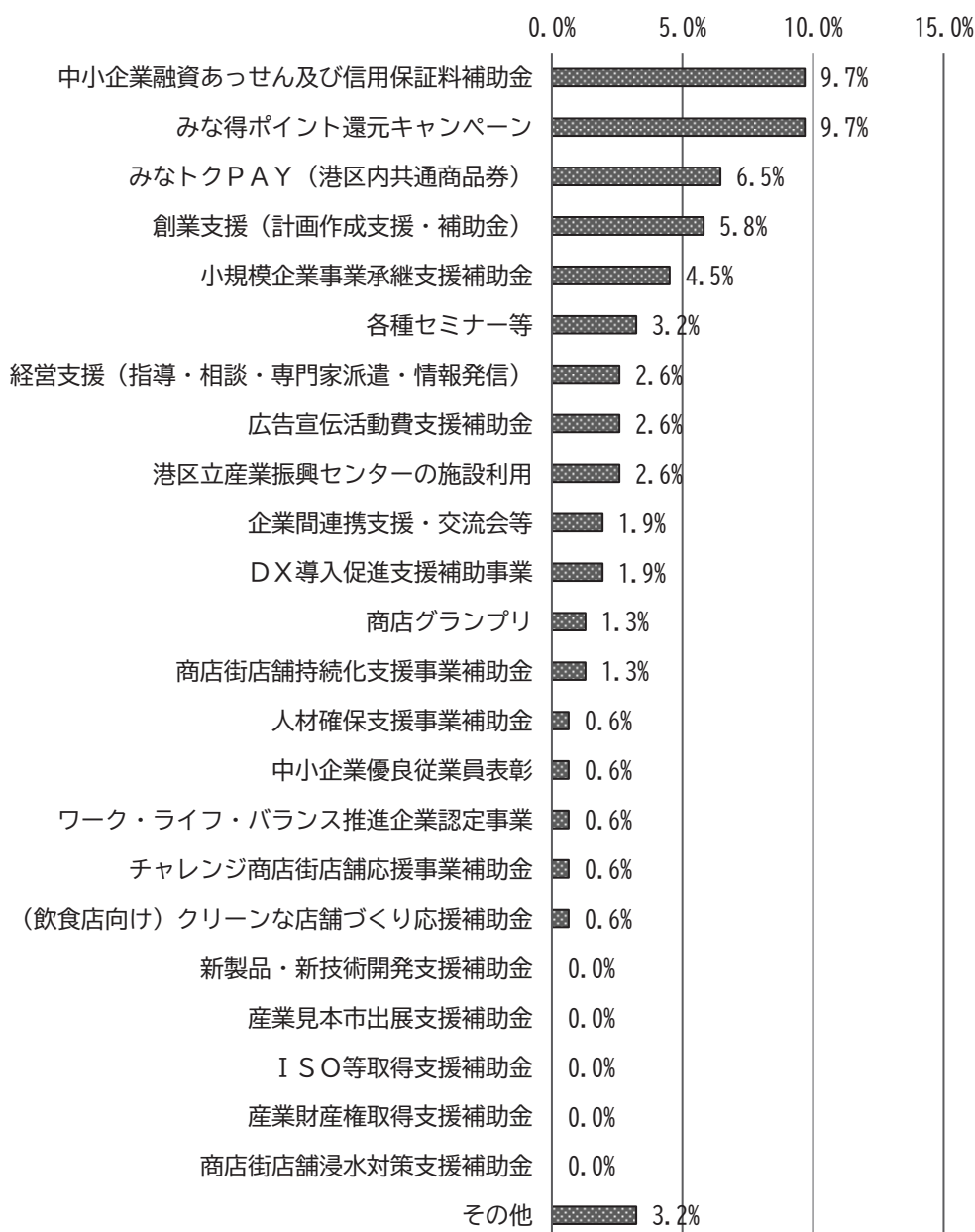
※ 網掛けは「特になし」、「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(7) 事業活動への支援・ニーズについて

利用した施策

- ・港区が実施する産業振興施策のうち、これまでに利用した支援策の有無をみると、「中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金」と「みな得ポイント還元キャンペーン」が9.7%で並んでおり、次いで「みなトクPAY(港区内共通商品券)」が6.5%となっている。

図3-58 利用した施策【港区全体(N=155)】



- ・従業者規模別にみると、「みなトクPAY(港区内共通商品券)」は規模が大きい店舗・事業所で相対的に割合が高い傾向にある。一方、「中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金」は規模が小さい店舗・事業所で相対的に割合が高い傾向にある。
- ・経営者の年代別にみると、40 歳代以下では「創業支援(計画作成支援・補助金)」、「小規模企業事業承継支援補助金」がそれぞれ 13.6%、9.1%と港区全体(それぞれ 5.8%、4.5%)と比べて高い割合となっている。また、60 歳代では「みなトクPAY」、「みな得ポイント還元キャンペーン」がそれぞれ 11.9%、14.3%と、いずれもすべての年代のなかで最も高い割合となっている。

表3-26 利用した施策【業種別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	ISO等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	DX導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業	商店グランプリ	チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	補助金（飲食店向け）クリーンな店舗づくり応援	商店街店舗持続化支援事業補助金	港区立産業振興センターの施設利用	みなトクPAY（港区内共通商品券）	商店街店舗浸水対策支援補助金	みな得ポイント還元キャンペーン（PayPayを活用した消費喚起事業）	その他	無回答
港区全体（n=155）	5.8%	1.9%	-	4.5%	3.2%	2.6%	-	2.6%	-	-	1.9%	0.6%	0.6%	9.7%	0.6%	1.3%	0.6%	1.3%	2.6%	6.5%	-	9.7%	3.2%	62.6%	
小売業（n=40）	2.5%	-	-	5.0%	2.5%	5.0%	-	5.0%	-	-	5.0%	-	2.5%	12.5%	2.5%	-	2.5%	2.5%	2.5%	10.0%	-	12.5%	2.5%	57.5%	
飲食サービス業（n=60）	6.7%	-	-	1.7%	1.7%	1.7%	-	1.7%	-	-	1.7%	1.7%	-	5.0%	-	3.3%	-	1.7%	3.3%	6.7%	-	8.3%	3.3%	68.3%	
その他（n=55）	7.3%	5.5%	-	7.3%	5.5%	1.8%	-	1.8%	-	-	-	-	-	12.7%	-	-	-	-	1.8%	3.6%	-	9.1%	3.6%	60.0%	

表3-27 利用した施策【従業者規模別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	業種・ライフ・バランス推進企業認定事業	商店グランプリ	チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	補助金（飲食店向け）クリーンな店舗づくり応援	商店街店舗持続化支援事業補助金	港区立産業振興センターの施設利用	みなトク P A Y（港区内共通商品券）	商店街店舗浸水対策支援補助金	みな得ポイント還元キャンペーン（P a y P a y を活用した消費喚起事業）	その他	無回答
港区全体（n=155）	5.8%	1.9%	-	4.5%	3.2%	2.6%	-	2.6%	-	-	1.9%	0.6%	0.6%	9.7%	0.6%	1.3%	0.6%	0.6%	1.3%	2.6%	6.5%	-	9.7%	3.2%	62.6%
1～2人（n=48）	8.3%	-	-	4.2%	2.1%	2.1%	-	2.1%	-	-	2.1%	-	-	12.5%	2.1%	-	2.1%	2.1%	4.2%	4.2%	-	8.3%	4.2%	60.4%	
3～4人（n=29）	10.3%	3.4%	-	10.3%	-	6.9%	-	3.4%	-	-	-	-	-	17.2%	-	3.4%	-	-	6.9%	3.4%	-	3.4%	3.4%	55.2%	
5～9人（n=29）	3.4%	6.9%	-	3.4%	-	3.4%	-	-	-	-	-	-	-	6.9%	-	-	-	-	-	3.4%	-	6.9%	3.4%	72.4%	
10～19人（n=14）	7.1%	-	-	7.1%	-	-	-	-	-	-	-	-	7.1%	7.1%	-	-	-	-	-	14.3%	-	21.4%	-	64.3%	
20人以上（n=33）	-	-	-	-	12.1%	-	-	6.1%	-	-	6.1%	3.0%	-	3.0%	-	3.0%	-	-	-	3.0%	12.1%	-	15.2%	3.0%	60.6%

表3-28 利用した施策【経営者の年代別】

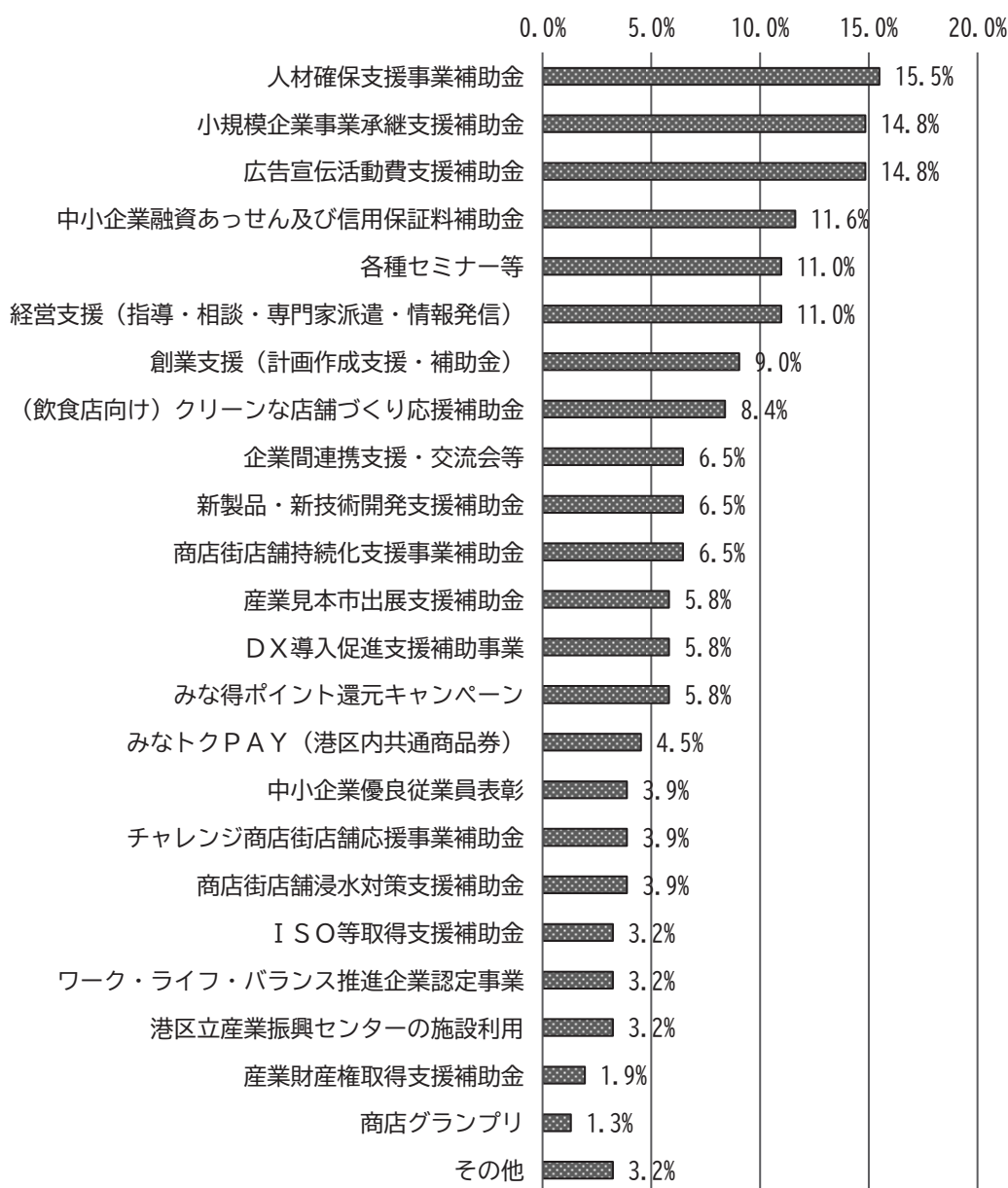
	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	I S O 等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	D X 導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	業種・ライフ・バランス推進企業認定事業	商店グランプリ	チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	補助金（飲食店向け）／クリーンな店舗づくり応援	商店街店舗持続化支援事業補助金	港区立産業振興センターの施設利用	みなトク P A Y （港区内共通商品券）	商店街店舗浸水対策支援補助金	みな得ポイント還元キャンペーン（ P a y P a y を活用した消費喚起事業）	その他	無回答
港区全体（n=155）	5.8%	1.9%	-	4.5%	3.2%	2.6%	-	2.6%	-	-	1.9%	0.6%	0.6%	9.7%	0.6%	1.3%	0.6%	0.6%	1.3%	2.6%	6.5%	-	9.7%	3.2%	62.6%
40歳代以下（n=22）	13.6%	4.5%	-	9.1%	-	-	-	4.5%	-	-	-	-	-	9.1%	-	4.5%	-	4.5%	-	4.5%	-	-	13.6%	-	54.5%
50歳代（n=45）	8.9%	2.2%	-	2.2%	4.4%	6.7%	-	-	-	-	4.4%	-	-	8.9%	2.2%	-	2.2%	2.2%	2.2%	2.2%	4.4%	-	8.9%	2.2%	57.8%
60歳代（n=42）	-	-	-	4.8%	2.4%	-	-	4.8%	-	-	-	-	2.4%	11.9%	-	2.4%	-	-	-	4.8%	11.9%	-	14.3%	7.1%	59.5%
70歳代以上（n=45）	4.4%	2.2%	-	4.4%	4.4%	2.2%	-	2.2%	-	-	2.2%	2.2%	-	8.9%	-	-	-	-	-	2.2%	4.4%	-	4.4%	2.2%	73.3%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

今後関心のある施策

- ・ 港区が実施する産業振興施策のうち、今後関心のある支援策をみると、「人材確保支援事業補助金」が15.5%と最も高く、次いで「小規模企業事業承継支援補助金」と「広告宣伝活動費支援補助金」が14.8%で並んでおり、上位3位の割合が拮抗している。
- ・ 業種別にみると、小売業では「小規模企業事業承継支援補助金」、「中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金」がそれぞれ、27.5%、20.0%と港区全体(それぞれ14.8%、11.6%)と比べて高い割合となっている。飲食サービス業では「(飲食店向け)クリーンな店舗づくり応援補助金」が18.3%と、港区全体(8.4%)と比べて高くなっている。

図3-59 今後関心のある施策【港区全体 (N=155)】



- ・従業者規模別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、1～2人では「人材確保支援事業補助金」が4.2%と、港区全体(15.5%)と比べて突出して低い。10～19人では多くの項目において、港区全体の割合を上回っている一方で、無回答の割合が低く、多くの施策に関心を持っていることがみとれる。
- ・経営者の年代別にみると、40歳代以下では「広告宣伝活動費支援補助金」、「みなトクPAY(港区内共通商品券)」、「みな得ポイント還元キャンペーン」がそれぞれ、22.7%、13.6%、13.6%と、港区全体(それぞれ14.8%、4.5%、5.8%)と比べて高くなっており、店舗・事業所の周知や消費者還元施策に対する関心が高いとみられる。

表3-29 今後関心のある施策【業種別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	ISO等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	DX導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	業ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業	商店グランプリ	チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	補助金（飲食店向け）	商店街店舗持続化支援事業補助金	港区立産業振興センターの施設利用	みなトクPAY（港区内共通商品券）	商店街店舗浸水対策支援補助金	みな得ポイント還元キャンペーン（PayPayを活用した消費喚起事業）	その他	無回答
港区全体（n=155）	9.0%	6.5%	6.5%	14.8%	11.0%	11.0%	5.8%	14.8%	3.2%	1.9%	5.8%	15.5%	3.9%	11.6%	3.2%	1.3%	3.9%	8.4%	6.5%	3.2%	4.5%	3.9%	5.8%	3.2%	49.0%
小売業（n=40）	7.5%	7.5%	10.0%	27.5%	17.5%	12.5%	5.0%	12.5%	2.5%	-	5.0%	17.5%	7.5%	20.0%	2.5%	-	2.5%	5.0%	7.5%	5.0%	-	5.0%	5.0%	-	35.0%
飲食サービス業（n=60）	8.3%	5.0%	5.0%	11.7%	6.7%	5.0%	5.0%	13.3%	5.0%	5.0%	6.7%	16.7%	5.0%	10.0%	6.7%	3.3%	6.7%	18.3%	6.7%	3.3%	10.0%	6.7%	6.7%	5.0%	63.3%
その他（n=55）	10.9%	7.3%	5.5%	9.1%	10.9%	16.4%	7.3%	18.2%	1.8%	-	5.5%	12.7%	-	7.3%	-	-	1.8%	-	5.5%	1.8%	1.8%	-	5.5%	3.6%	43.6%

表3-30 今後関心のある施策【従業者規模別】

	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	ISO等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	DX導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	業ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業	商店グランプリ	チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	補助金（飲食店向け）	商店街店舗持続化支援事業補助金	港区立産業振興センターの施設利用	みなトクPAY（港区内共通商品券）	商店街店舗浸水対策支援補助金	みな得ポイント還元キャンペーン（PayPayを活用した消費喚起事業）	その他	無回答
港区全体（n=155）	9.0%	6.5%	6.5%	14.8%	11.0%	11.0%	5.8%	14.8%	3.2%	1.9%	5.8%	15.5%	3.9%	11.6%	3.2%	1.3%	3.9%	8.4%	6.5%	3.2%	4.5%	3.9%	5.8%	3.2%	49.0%
1～2人（n=48）	8.3%	8.3%	4.2%	16.7%	8.3%	10.4%	8.3%	14.6%	2.1%	-	4.2%	4.2%	-	14.6%	-	-	2.1%	2.1%	6.3%	4.2%	4.2%	6.3%	4.2%	4.2%	52.1%
3～4人（n=29）	6.9%	3.4%	6.9%	24.1%	3.4%	10.3%	3.4%	17.2%	6.9%	3.4%	6.9%	13.8%	3.4%	13.8%	3.4%	-	3.4%	13.8%	3.4%	3.4%	10.3%	3.4%	6.9%	-	48.3%
5～9人（n=29）	13.8%	6.9%	10.3%	17.2%	17.2%	17.2%	6.9%	20.7%	6.9%	6.9%	10.3%	31.0%	6.9%	13.8%	6.9%	6.9%	13.8%	13.8%	13.8%	6.9%	6.9%	6.9%	10.3%	41.4%	
10～19人（n=14）	28.6%	7.1%	7.1%	14.3%	35.7%	28.6%	7.1%	14.3%	-	-	-	28.6%	7.1%	14.3%	7.1%	-	-	7.1%	7.1%	-	-	-	-	-	35.7%
20人以上（n=33）	-	6.1%	6.1%	3.0%	6.1%	-	3.0%	9.1%	-	-	6.1%	15.2%	6.1%	3.0%	3.0%	-	-	9.1%	3.0%	-	-	-	9.1%	-	54.5%

表3-31 今後関心のある施策【経営者の年代別】

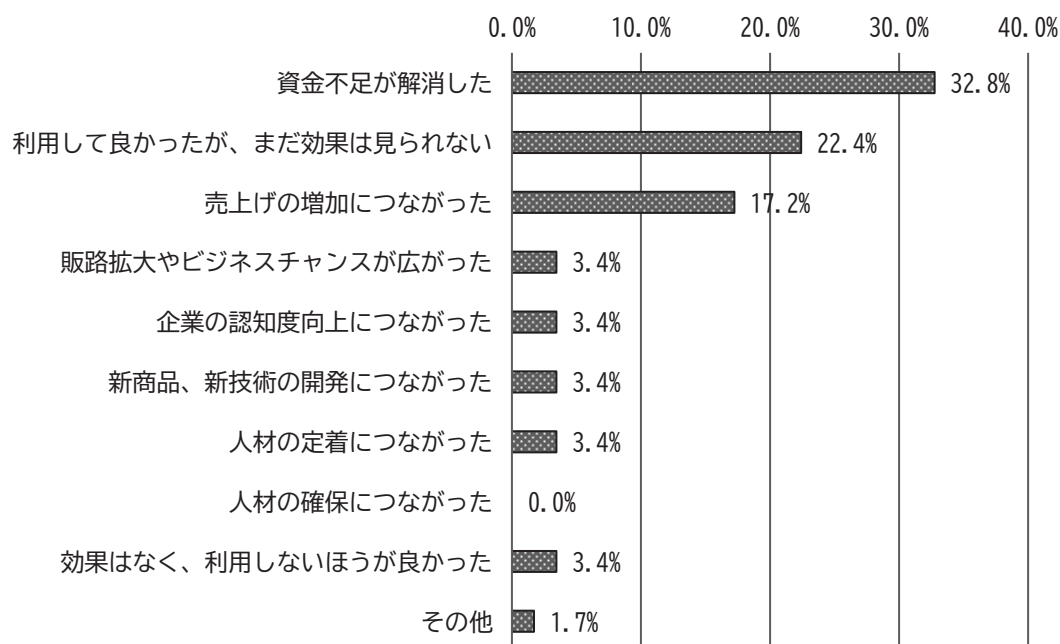
	創業支援（計画作成支援・補助金）	企業間連携支援・交流会等	新製品・新技術開発支援補助金	小規模企業事業承継支援補助金	各種セミナー等	経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）	産業見本市出展支援補助金	広告宣伝活動費支援補助金	ISO等取得支援補助金	産業財産権取得支援補助金	DX導入促進支援補助事業	人材確保支援事業補助金	中小企業優良従業員表彰	中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	業ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業	商店グランプリ	チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	補助金（飲食店向け）	商店街店舗持続化支援事業補助金	港区立産業振興センターの施設利用	みなトクPAY（港区内共通商品券）	商店街店舗浸水対策支援補助金	みな得ポイント還元キャンペーン（PayPayを活用した消費喚起事業）	その他	無回答
港区全体（n=155）	9.0%	6.5%	6.5%	14.8%	11.0%	11.0%	5.8%	14.8%	3.2%	1.9%	5.8%	15.5%	3.9%	11.6%	3.2%	1.3%	3.9%	8.4%	6.5%	3.2%	4.5%	3.9%	5.8%	3.2%	49.0%
40歳代以下（n=22）	13.6%	-	4.5%	13.6%	9.1%	13.6%	-	22.7%	-	-	4.5%	13.6%	-	13.6%	4.5%	-	4.5%	13.6%	9.1%	-	13.6%	-	13.6%	-	40.9%
50歳代（n=45）	2.2%	2.2%	4.4%	11.1%	2.2%	8.9%	4.4%	8.9%	2.2%	-	6.7%	15.6%	4.4%	8.9%	-	-	2.2%	6.7%	2.2%	2.2%	2.2%	2.2%	2.2%	4.4%	48.9%
60歳代（n=42）	14.3%	14.3%	11.9%	19.0%	21.4%	16.7%	11.9%	14.3%	4.8%	4.8%	7.1%	14.3%	7.1%	19.0%	7.1%	2.4%	4.8%	11.9%	7.1%	7.1%	4.8%	9.5%	7.1%	2.4%	38.1%
70歳代以上（n=45）	6.7%	6.7%	4.4%	15.6%	11.1%	6.7%	4.4%	17.8%	4.4%	2.2%	4.4%	15.6%	2.2%	6.7%	2.2%	2.2%	4.4%	4.4%	8.9%	2.2%	2.2%	2.2%	4.4%	4.4%	64.4%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

施策の効果

- ・ 港区が実施している産業振興施策を「利用したことがある」と回答した店舗・事業所における施策の効果を見ると、「資金不足が解消した」が32.8%と最も高く、次いで「利用して良かったが、まだ効果は見られない(22.4%)」、「売上げの増加につながった(17.2%)」の順となっている。一方で、「効果はなく、利用しない方が良かった」という回答も3.4%あった。

図3-60 施策の効果【港区全体（N=58）】



※ 集計対象は港区が実施する産業振興施策を「利用したことがある」と回答した58者

施策情報の入手手段

- ・ 港区が実施する産業振興施策に関する情報の入手手段をみると、「港区ホームページ」が 22.6%と最も高く、次いで「広報みなと(18.1%)」、「銀行・信用金庫の紹介(9.0%)」の順となっている。一方で、「港区LINE」は 0.6%、「港区X」をあげた店舗・事業所はなく、総じてみると配信型メディアによる入手は少ないことがみてとれる。
- ・ 業種別にみると、小売業では「産業振興センターホームページ」が 12.5%と、港区全体(5.8%)と比べて高くなっており、飲食サービス業では「チラシ・リーフレット」が 11.7%と、港区全体(7.7%)と比べて高くなっている。
- ・ 従業者規模別にみると、3～4人では「銀行・信用金庫の紹介」が 24.1%と、港区全体(9.0%)と比べて突出して高くなっている。また、10～19人では「同業者などの口コミ」、「所属団体からの情報提供」がいずれも 14.3%となっており、すべての規模の中で最も高い割合を示している。20人以上では「港区ホームページ」、「チラシ・リーフレット」がそれぞれ、36.4%、15.2%となっており、すべての規模の中で最も高い割合を示している。
- ・ 経営者の年代別にみると、「広報みなと」、「同業者などの口コミ」は経営者の年代が高い店舗・事業所で相対的に割合が高い傾向にある。一方、「港区ホームページ」は経営者の年代が低い店舗・事業所で相対的に割合が高い傾向にある。

図3-61 施策情報の入手手段【港区全体（N=155）】

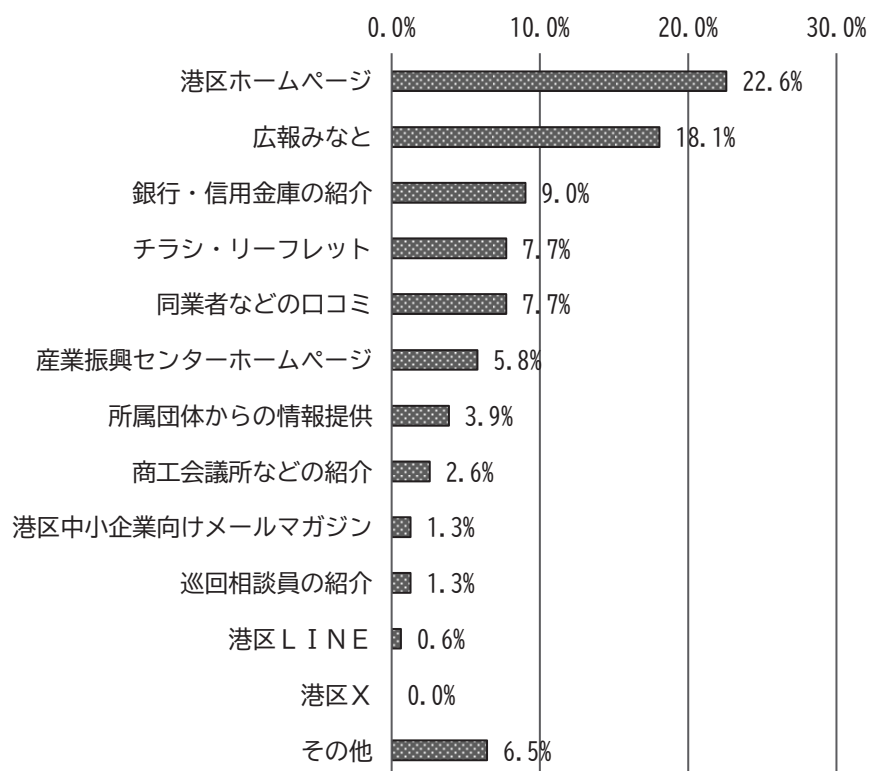


表3-32 施策情報の入手手段【業種別】

	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X	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	所属団体からの情報提供	その他	無回答
港区全体 (n=155)	18.1%	22.6%	0.6%	5.8%	-	1.3%	7.7%	2.6%	9.0%	1.3%	7.7%	3.9%	6.5%	34.8%
小売業 (n=40)	20.0%	30.0%	-	12.5%	-	2.5%	7.5%	2.5%	12.5%	5.0%	5.0%	2.5%	-	37.5%
飲食サービス業 (n=60)	11.7%	21.7%	1.7%	5.0%	-	-	11.7%	3.3%	10.0%	-	5.0%	1.7%	3.3%	38.3%
その他 (n=55)	23.6%	18.2%	-	1.8%	-	1.8%	3.6%	1.8%	5.5%	-	12.7%	7.3%	14.5%	29.1%

表3-33 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X	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	所属団体からの情報提供	その他	無回答
港区全体 (n=155)	18.1%	22.6%	0.6%	5.8%	-	1.3%	7.7%	2.6%	9.0%	1.3%	7.7%	3.9%	6.5%	34.8%
1～2人 (n=48)	14.6%	22.9%	-	4.2%	-	-	6.3%	-	10.4%	-	10.4%	2.1%	6.3%	31.3%
3～4人 (n=29)	27.6%	17.2%	-	13.8%	-	3.4%	3.4%	3.4%	24.1%	6.9%	6.9%	3.4%	3.4%	34.5%
5～9人 (n=29)	24.1%	17.2%	-	-	-	-	6.9%	6.9%	6.9%	-	10.3%	3.4%	13.8%	27.6%
10～19人 (n=14)	7.1%	7.1%	-	-	-	-	7.1%	-	-	-	14.3%	14.3%	7.1%	57.1%
20人以上 (n=33)	12.1%	36.4%	3.0%	9.1%	-	3.0%	15.2%	3.0%	-	-	-	3.0%	3.0%	36.4%

表3-34 施策情報の入手手段【経営者の年代別】

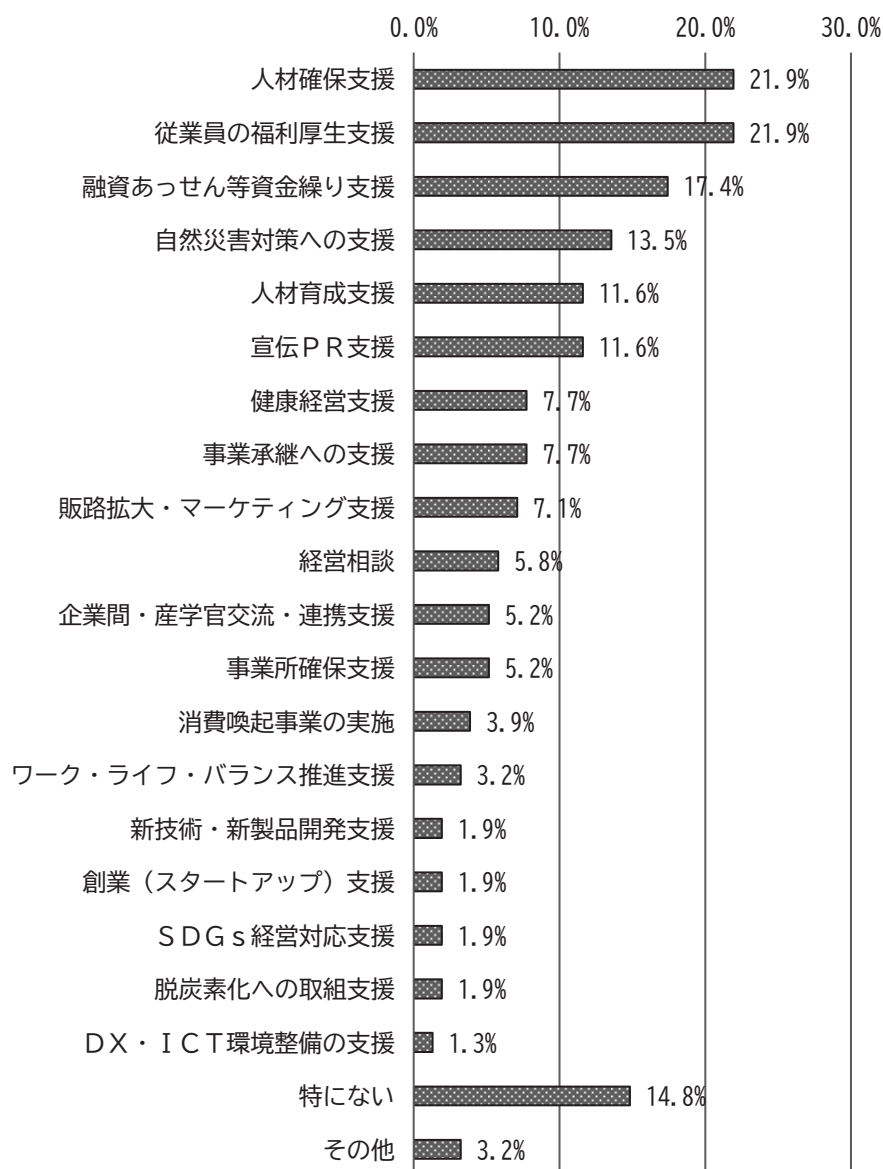
	広報みなど	港区ホームページ	港区LINE	産業振興センターホームページ	港区X	港区中小企業向けメールマガジン	チラシ・リーフレット	商工会議所などの紹介	銀行・信用金庫の紹介	巡回相談員の紹介	同業者などの口コミ	所属団体からの情報提供	その他	無回答
港区全体 (n=155)	18.1%	22.6%	0.6%	5.8%	-	1.3%	7.7%	2.6%	9.0%	1.3%	7.7%	3.9%	6.5%	34.8%
40歳代以下 (n=22)	4.5%	36.4%	4.5%	9.1%	-	-	9.1%	9.1%	4.5%	-	-	-	13.6%	27.3%
50歳代 (n=45)	11.1%	28.9%	-	4.4%	-	-	8.9%	2.2%	11.1%	2.2%	4.4%	2.2%	6.7%	35.6%
60歳代 (n=42)	14.3%	14.3%	-	7.1%	-	2.4%	9.5%	-	11.9%	2.4%	11.9%	7.1%	7.1%	33.3%
70歳代以上 (n=45)	35.6%	17.8%	-	4.4%	-	2.2%	4.4%	2.2%	6.7%	-	11.1%	4.4%	2.2%	37.8%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

今後区へ望む支援

- ・ 今後、区に対して望む支援をみると、「人材確保支援」と「従業員の福利厚生」が 21.9%で並んで1位となっており、次いで「融資あっせん等資金繰り支援(17.4%)」の順となっている。一方で、「特にない」という回答も 14.8%あった。
- ・ 業種別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、小売業では「融資あっせん等資金繰り支援」、「人材育成支援」がそれぞれ、27.5%、20.0%と、港区全体(それぞれ 17.4%、11.6%)と比べて高くなっている。

図 3-62 今後区へ望む支援【港区全体 (N=155)】



- ・ 従業者規模別にみると、1～2人では「人材確保支援」、「従業員の福利厚生支援」がそれぞれ、8.3%、12.5%と、港区全体(いずれも 21.9%)と比べて低い一方で、「事業承継への支援」が 14.6%と、港区全体(7.7%)と比べて高くなっている。また、20 人以上では「人材育成支援」、「人材確保支援」がそれぞれ、18.2%、36.4%と、港区全体(それぞれ 11.6%、21.9%)と比べて高くなっている一方で、「融資あっせん等資金繰り支援」は 6.1%と、港区全体(17.4%)と比べて低くなっており、ヒトに関する施策に対する関心が高い傾向がみられる。
- ・ 経営者の年代別にみると、40 歳代以下では「経営相談」、「創業(スタートアップ)支援」がいずれも 13.6%と、港区全体(それぞれ 5.8%、1.9%)と比べて高くなっている一方で、「融資あっせん等資金繰り支援」が 4.5%と、港区全体(17.4%)と比べて低くなっている。50 歳代、60 歳代では「融資あっせん等資金繰り支援」がそれぞれ、24.4%、23.8%と、港区全体と比べて高くなっている。

表3-35 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	新技術・新製品開発支援	経営相談	融資あっせん等資金繰り支援	創業(スタートアップ)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	워크・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	消費喚起事業の実施	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	11.6%	5.2%	21.9%	7.1%	1.9%	5.8%	17.4%	1.9%	1.9%	21.9%	1.3%	5.2%	11.6%	3.2%	7.7%	7.7%	13.5%	1.9%	3.9%	14.8%	3.2%	12.3%
小売業 (n=40)	20.0%	5.0%	20.0%	15.0%	5.0%	5.0%	27.5%	2.5%	-	25.0%	-	5.0%	7.5%	5.0%	10.0%	15.0%	10.0%	-	5.0%	12.5%	-	10.0%
飲食サービス業 (n=60)	6.7%	5.0%	23.3%	5.0%	-	5.0%	15.0%	1.7%	3.3%	20.0%	1.7%	1.7%	15.0%	-	5.0%	3.3%	13.3%	3.3%	5.0%	15.0%	5.0%	13.3%
その他 (n=55)	10.9%	5.5%	21.8%	3.6%	1.8%	7.3%	12.7%	1.8%	1.8%	21.8%	1.8%	9.1%	10.9%	5.5%	9.1%	7.3%	16.4%	1.8%	1.8%	16.4%	3.6%	12.7%

表3-36 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	新技術・新製品開発支援	経営相談	融資あっせん等資金繰り支援	創業(スタートアップ)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	워크・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	消費喚起事業の実施	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	11.6%	5.2%	21.9%	7.1%	1.9%	5.8%	17.4%	1.9%	1.9%	21.9%	1.3%	5.2%	11.6%	3.2%	7.7%	7.7%	13.5%	1.9%	3.9%	14.8%	3.2%	12.3%
1～2人 (n=48)	4.2%	10.4%	8.3%	10.4%	-	4.2%	16.7%	2.1%	-	12.5%	-	8.3%	12.5%	2.1%	8.3%	14.6%	18.8%	2.1%	6.3%	18.8%	8.3%	12.5%
3～4人 (n=29)	6.9%	-	20.7%	10.3%	3.4%	3.4%	20.7%	3.4%	3.4%	31.0%	-	-	13.8%	-	3.4%	-	10.3%	-	3.4%	20.7%	-	10.3%
5～9人 (n=29)	17.2%	-	27.6%	3.4%	-	10.3%	20.7%	-	6.9%	24.1%	-	-	3.4%	10.3%	10.3%	13.8%	13.8%	-	-	6.9%	-	20.7%
10～19人 (n=14)	21.4%	7.1%	28.6%	7.1%	-	14.3%	35.7%	-	-	28.6%	-	28.6%	7.1%	-	7.1%	-	7.1%	7.1%	7.1%	7.1%	-	14.3%
20人以上 (n=33)	18.2%	3.0%	36.4%	3.0%	6.1%	-	6.1%	3.0%	-	24.2%	6.1%	-	15.2%	3.0%	9.1%	3.0%	9.1%	3.0%	3.0%	15.2%	3.0%	6.1%

表3-37 今後区へ望む支援【経営者の年代別】

	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	新技術・新製品開発支援	経営相談	融資あっせん等資金繰り支援	創業(スタートアップ)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	워크・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	消費喚起事業の実施	特にない	その他	無回答
港区全体 (n=155)	11.6%	5.2%	21.9%	7.1%	1.9%	5.8%	17.4%	1.9%	1.9%	21.9%	1.3%	5.2%	11.6%	3.2%	7.7%	7.7%	13.5%	1.9%	3.9%	14.8%	3.2%	12.3%
40歳代以下 (n=22)	9.1%	-	18.2%	-	4.5%	13.6%	4.5%	13.6%	-	22.7%	-	-	13.6%	-	4.5%	-	9.1%	9.1%	-	18.2%	4.5%	18.2%
50歳代 (n=45)	8.9%	8.9%	20.0%	4.4%	2.2%	11.1%	24.4%	-	2.2%	15.6%	2.2%	2.2%	11.1%	8.9%	8.9%	8.9%	8.9%	2.2%	2.2%	13.3%	4.4%	8.9%
60歳代 (n=42)	21.4%	7.1%	23.8%	11.9%	2.4%	-	23.8%	-	4.8%	31.0%	-	11.9%	7.1%	2.4%	9.5%	11.9%	14.3%	-	7.1%	9.5%	4.8%	7.1%
70歳代以上 (n=45)	6.7%	2.2%	24.4%	8.9%	-	2.2%	11.1%	-	-	20.0%	2.2%	4.4%	15.6%	-	6.7%	6.7%	20.0%	-	4.4%	20.0%	-	15.6%

※ 網掛けは「特にない」、「その他」を除く上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

（８）港区立産業振興センターについて

港区立産業振興センターの認知度

- ・ 令和4年4月に開設された港区立産業振興センターの認知度をみると、「知っている」が34.2%と、「知らない(63.2%)」に比べて低い割合に留まっていることがみてとれる。
- ・ 業種別にみると、小売業では「知っている」が42.5%と、港区全体(34.2%)を上回っている。
- ・ 従業者規模別にみると、3～4人、10～19人では「知っている」がそれぞれ、55.2%、42.9%と港区全体を上回っているが、全体として規模による明確な傾向は確認できない。
- ・ 地区別にみると、芝地区、高輪地区では「知っている」が、それぞれ、44.2%、56.3%と港区全体を上回っている。

図3-63 港区立産業振興センターの認知度【港区全体】

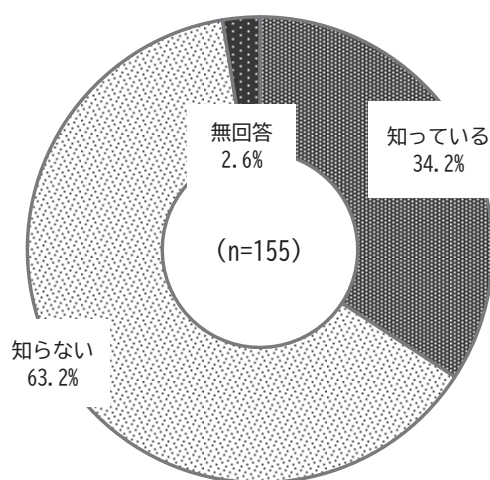


図3-64 港区立産業振興センターの認知度【業種別】

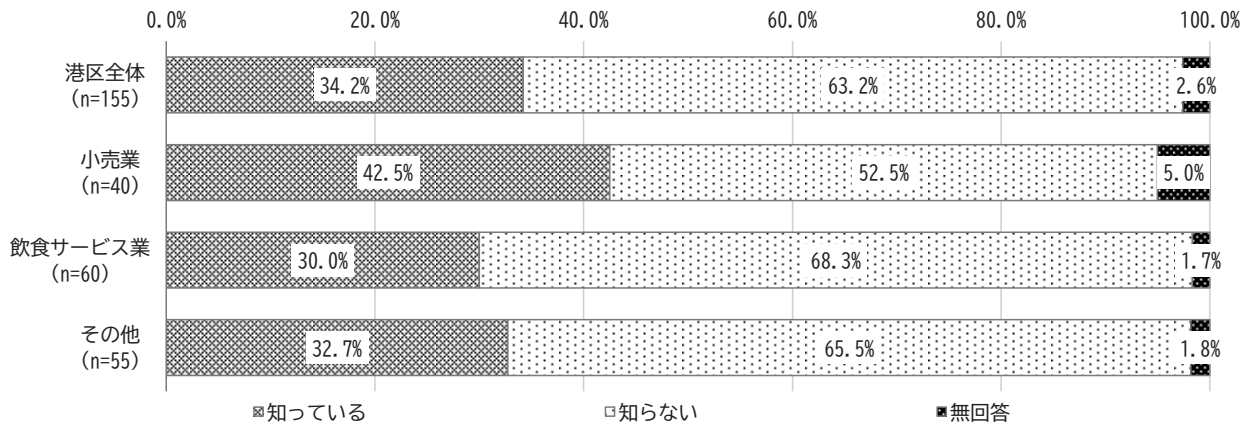


図3-65 港区立産業振興センターの認知度【従業者規模別】

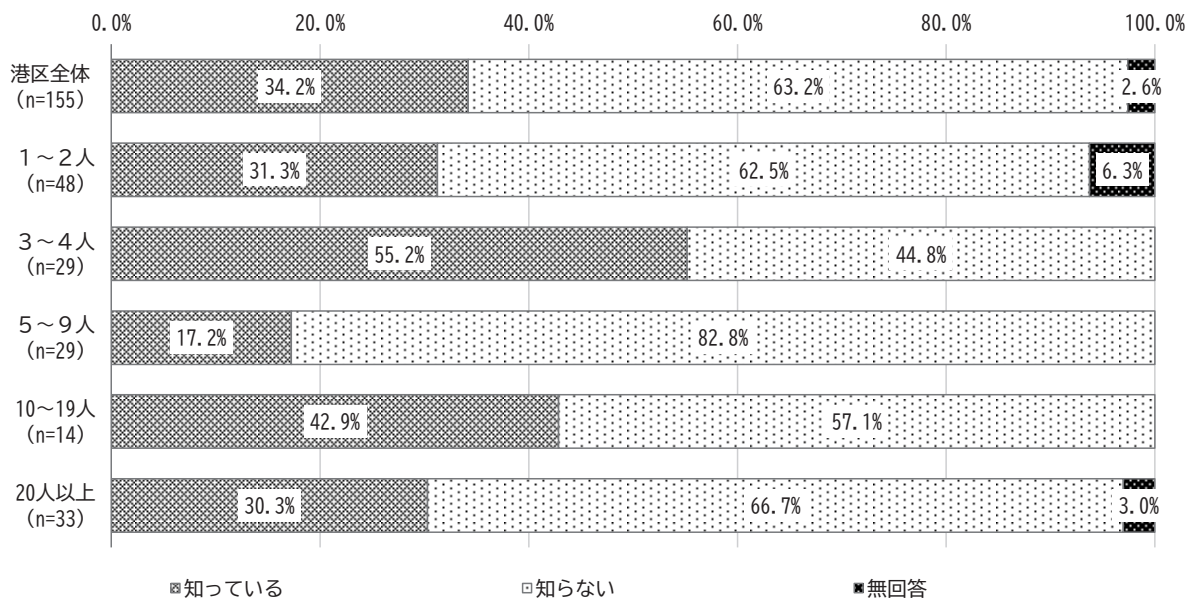
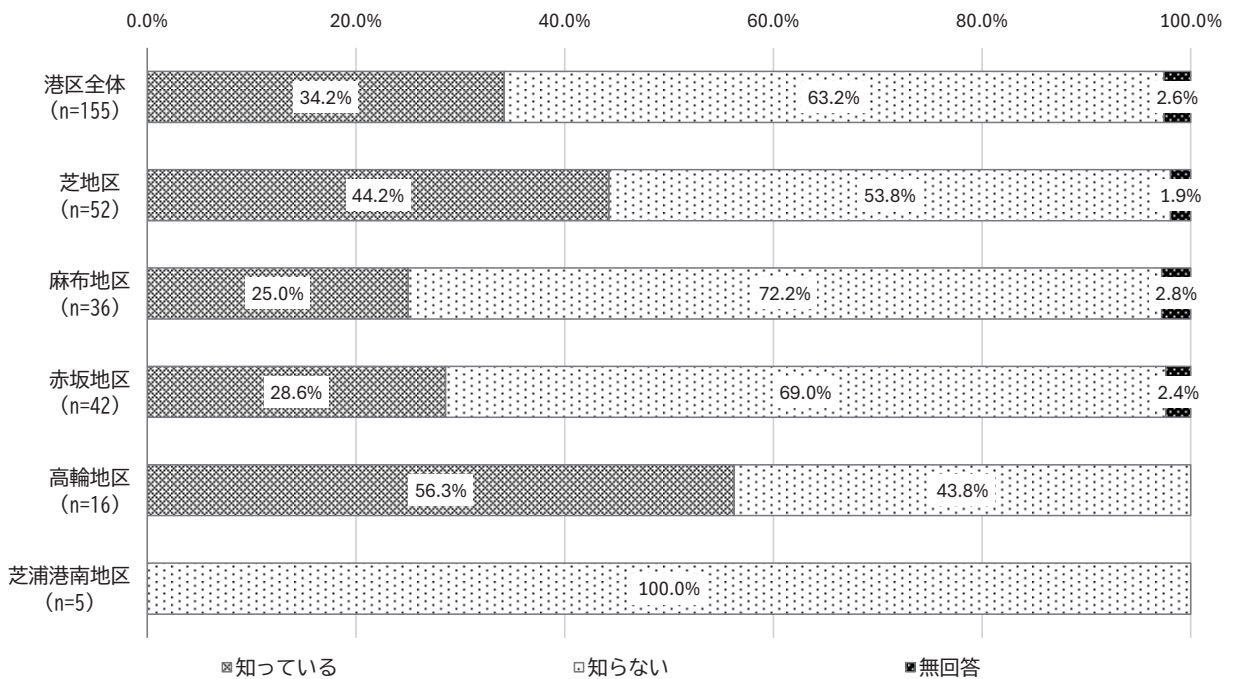


図3-66 港区立産業振興センターの認知度【地区別】



港区立産業振興センターの利用状況

- ・調査対象店舗・事業所における産業振興センターの利用状況をみると、「利用したことがある」は9.7%となっており、「利用したことはない」の87.7%を大きく下回っている。また、「継続的に利用している」と回答した店舗・事業所はみられなかった。他方、前問で港区産業振興センターを「知っている」と回答した事業所の利用状況をみると、「利用したことがある」が28.3%となっており、約3割が利用していることになる。
- ・業種別にみると、小売業では「利用したことがある」が15.0%と、港区全体(9.7%)を上回っている。
- ・従業者規模別にみると、1～2人、3～4人では「利用したことがある」がそれぞれ、10.4%、24.1%と港区全体を上回っている。一方、10～19人は認知度では港区全体を上回っていたが、「利用したことがある」と回答した店舗・事業所はなかった。
- ・地区別にみると、芝地区、高輪地区では「利用したことがある」がそれぞれ、13.5%、18.8%と港区全体を上回っている。

図3-67 港区立産業振興センターの利用状況【港区全体】

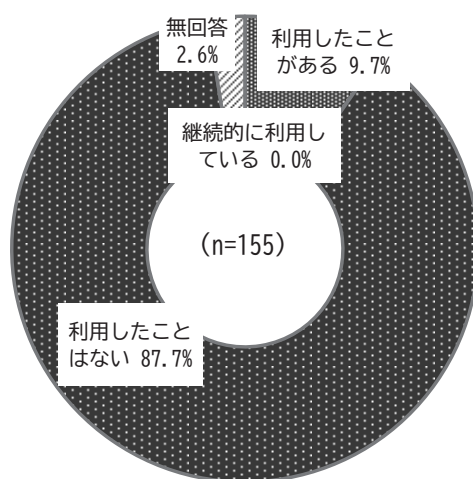
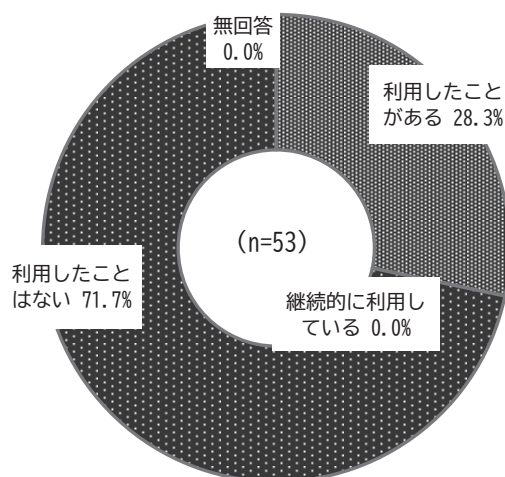


図3-68 港区立産業振興センターの利用状況【センターを知っていると回答した人】



※ 集計対象は港区立産業振興センターを「知っている」と回答した53者

図3-69 港区立産業振興センターの利用状況【業種別】

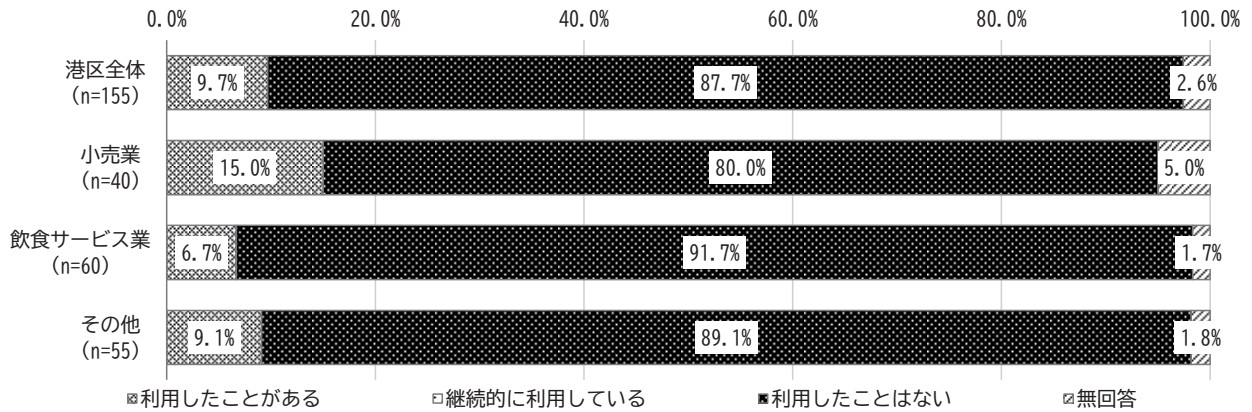


図3-70 港区立産業振興センターの利用状況【従業者規模別】

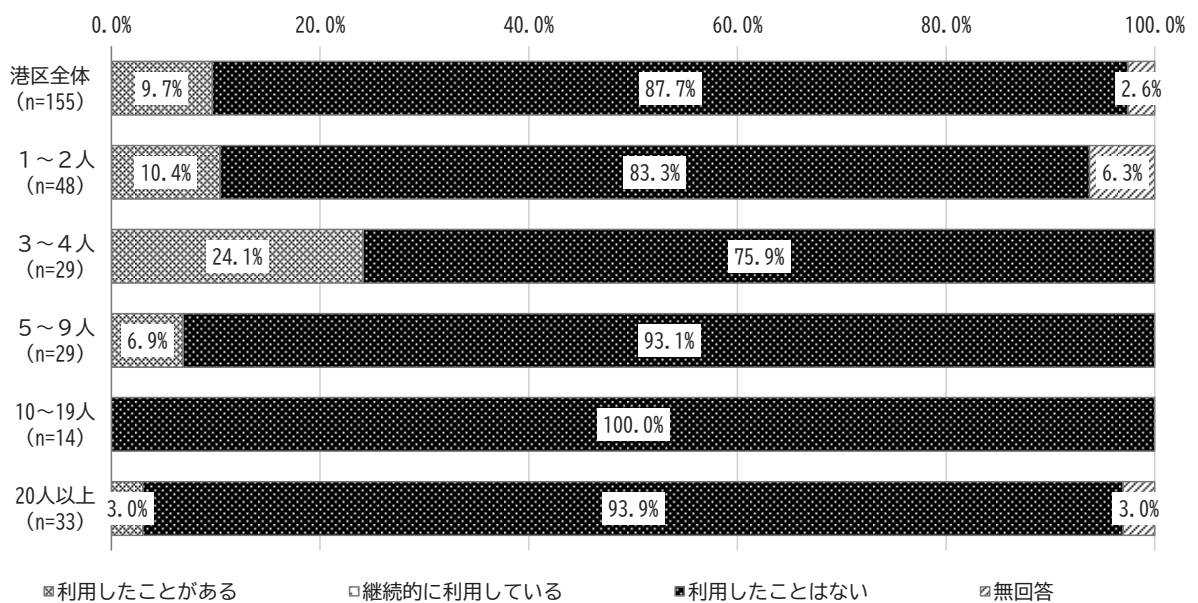
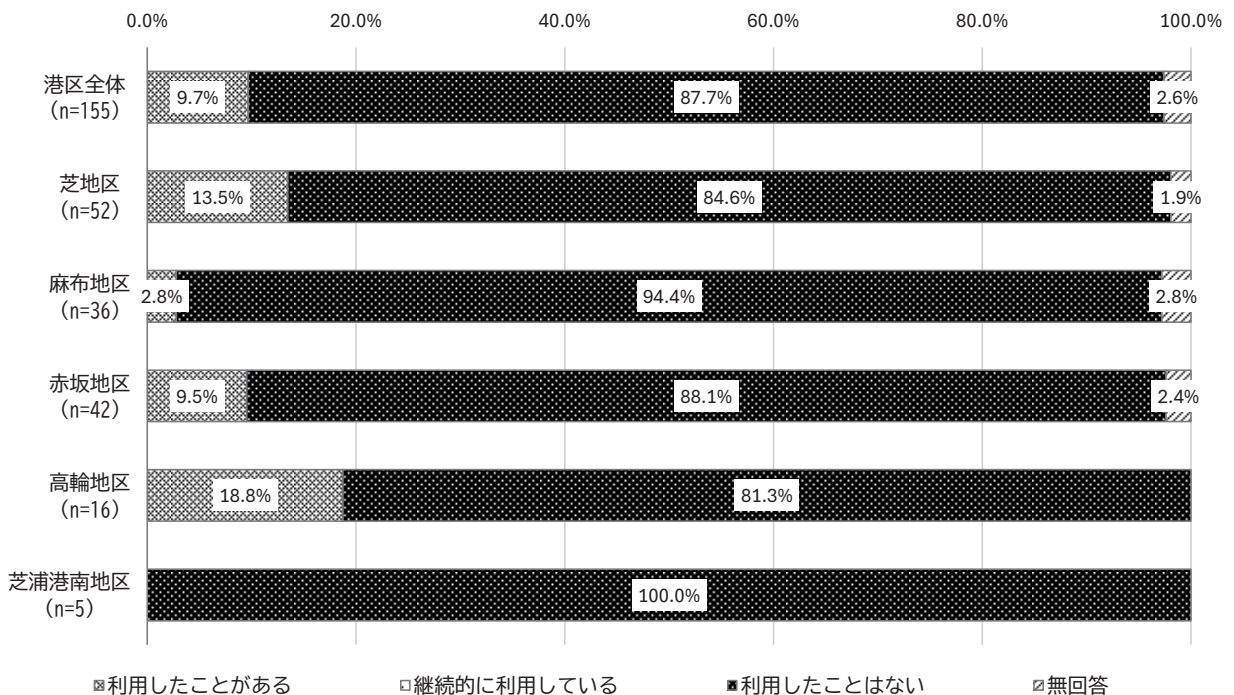


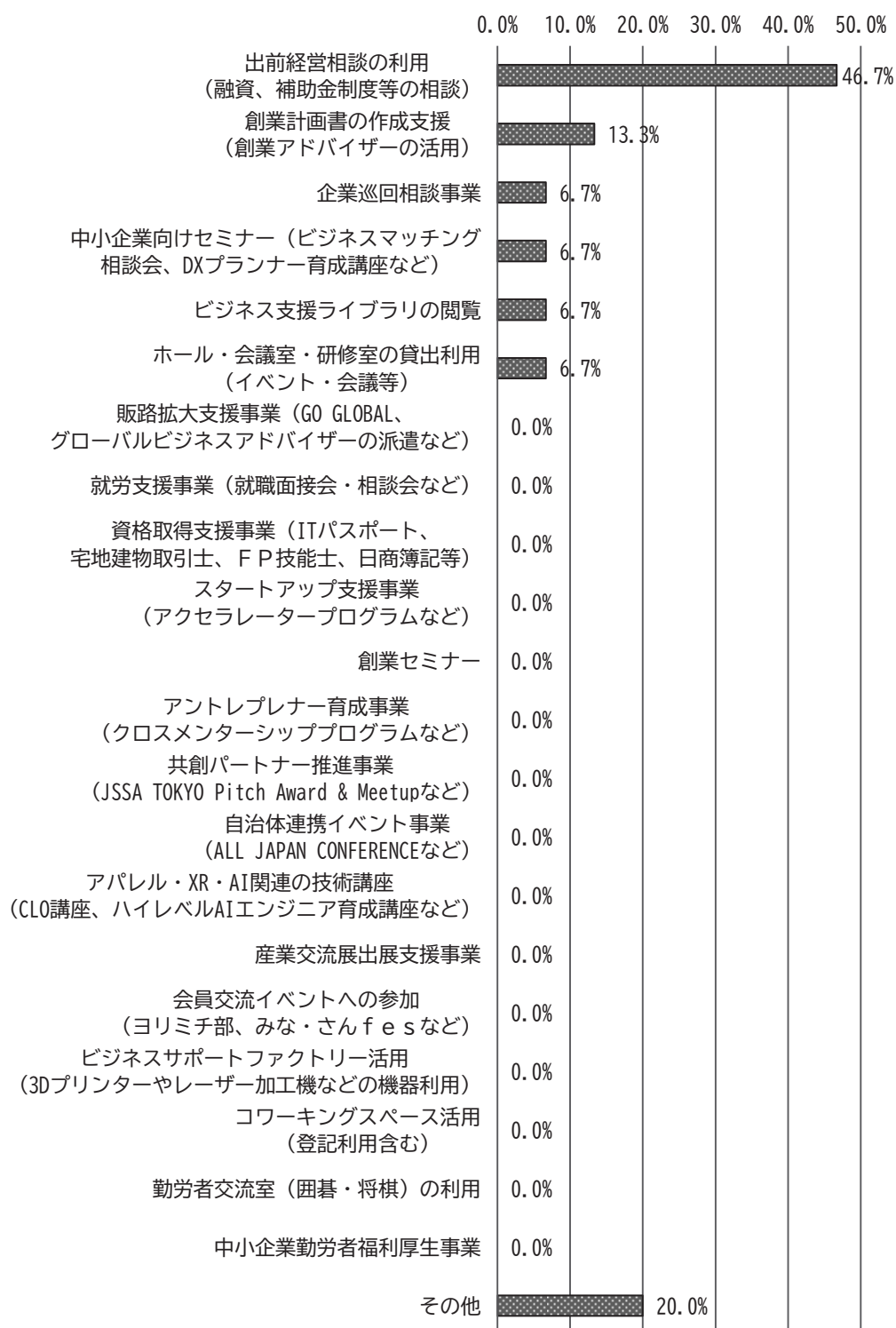
図3-71 港区立産業振興センターの利用状況【地区別】



港区立産業振興センターで利用した制度・施策

- ・港区立産業振興センターを「利用したことがある」と回答した店舗・事業所が実際に利用した制度・施策をみると、「出前経営相談の利用（融資、補助金制度等の相談）」が46.7%と突出して高く、次いで2番目に「創業計画書の作成支援（創業アドバイザーの活用）」が13.3%となっており、3番目に「企業巡回相談事業」、「中小企業向けセミナー（ビジネスマッチング相談会、DXプランナー育成講座など）」、「ビジネス支援ライブラリの閲覧」、「ホール・会議室・研修室の貸出利用（イベント・会議等）」が6.7%で並んでいる。他方、今回調査対象とした店舗・事業所からは回答のない制度・選択肢も多くみられた。

図3-72 港区立産業振興センターで利用した制度・施策【港区全体（N=15）】

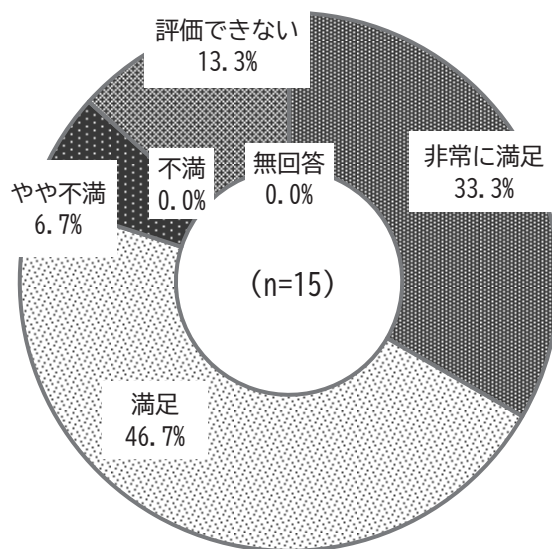


※ 集計対象は港区立産業振興センターを「利用したことがある」と回答した15者

港区立産業振興センターを利用した際の満足度

- ・ 港区立産業振興センターを利用したことがある店舗・事業所の利用時の満足度をみると、「非常に満足」が33.3%となっており、「満足(46.7%)」と合わせると計80.0%が肯定的な回答をみせている。一方で、「やや不満(6.7%)」、「評価できない(13.3%)」と回答した店舗・事業所もみられた。

図3-73 港区立産業振興センターを利用した際の満足度【港区全体】



※ 集計対象は港区立産業振興センターを「利用したことがある」と回答した15者

港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業

- ・ 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業をみると、「SNSを活用した、積極的な情報発信」が11.6%と最も高く、次いで「事業承継・M&Aに関する相談会の開催」、「女性・若者・高齢者の起業・就労支援」が9.7%で並んでいる。
- ・ 業種別にみると、小売業では「事業承継・M&Aに関する相談会の開催」、「女性・若者・高齢者の起業・就労支援」がそれぞれ、20.0%、15.0%と港区全体(いずれも9.7%)を上回っている。
- ・ 従業者規模別にみると、1～2人では「事業承継・M&Aに関する相談会の開催」が18.8%と港区全体(9.7%)を上回っている一方で、「SNSを活用した、積極的な情報発信」が4.2%と港区全体(11.6%)を下回っている。10～19人では「区内企業の成功事例の紹介」、「SNSを活用した、積極的な情報発信」「全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組」がそれぞれ、14.3%、28.6%、14.3%と港区全体(それぞれ7.7%、11.6%、5.2%)を上回っており、成長機会の拡大や外部との連携に資する施策への関心が高い傾向がみられる。
- ・ 経営者の年代別にみると、40歳代以下では「起業家向けのメンタリング制度の充実」が13.6%と、港区全体(4.5%)を上回っている。また、60歳代では「区内企業の展示・販売イベントの支援」が14.3%と、港区全体(6.5%)を上回っている。

図3-74 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【港区全体（N=155）】

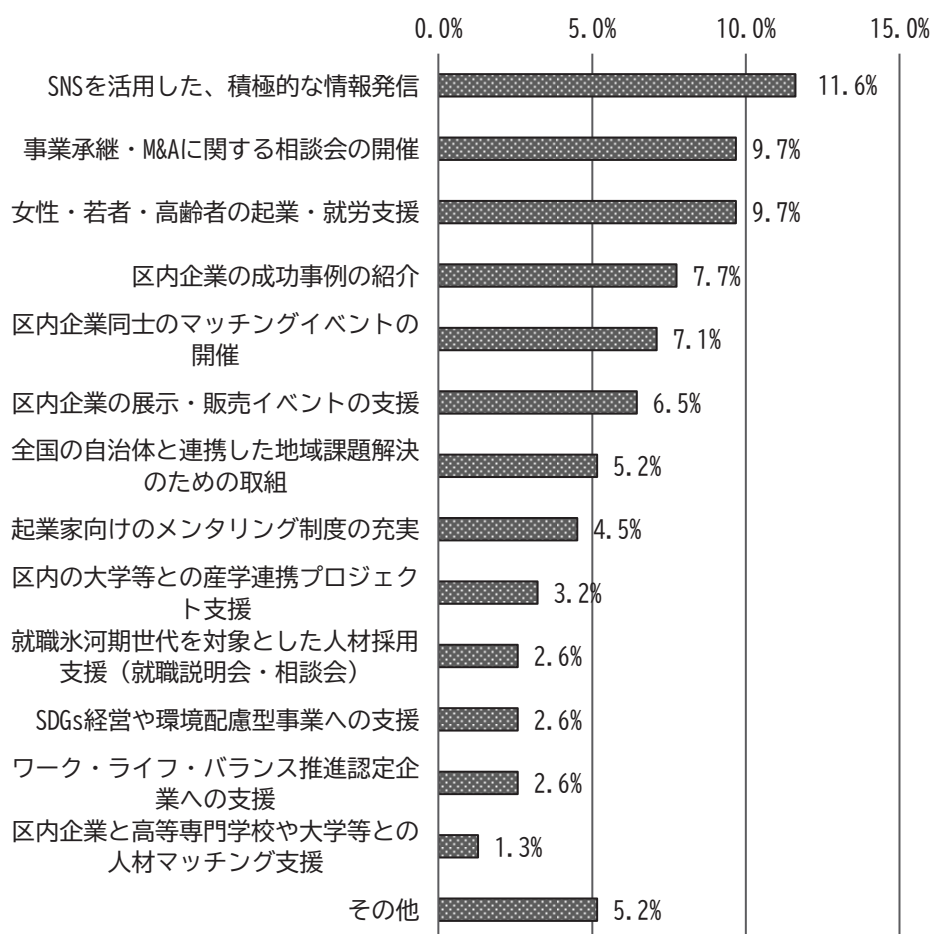


表3-38 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【業種別】

	区内企業同士のマッチングイベントの開催	事業承継・M & Aに関する相談会の開催	区内の大学等との産学連携プロジェクト支援	区内企業の成功事例の紹介	起業家向けのメンタリング制度の充実	区内企業の展示・販売イベントの支援	就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会）	区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援	S D G s 経営や環境配慮型事業への支援	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援	女性・若者・高齢者の起業・就労支援	S N S を活用した、積極的な情報発信	全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組	その他	無回答
港区全体 (n=155)	7.1%	9.7%	3.2%	7.7%	4.5%	6.5%	2.6%	1.3%	2.6%	2.6%	9.7%	11.6%	5.2%	5.2%	51.0%
小売業 (n=40)	5.0%	20.0%	2.5%	10.0%	2.5%	12.5%	5.0%	2.5%	2.5%	5.0%	15.0%	15.0%	2.5%	2.5%	45.0%
飲食サービス業 (n=60)	5.0%	3.3%	3.3%	1.7%	3.3%	3.3%	3.3%	1.7%	3.3%	1.7%	10.0%	8.3%	3.3%	3.3%	63.3%
その他 (n=55)	10.9%	9.1%	3.6%	12.7%	7.3%	5.5%	-	-	1.8%	1.8%	5.5%	12.7%	9.1%	9.1%	41.8%

表3-39 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【従業者規模別】

	区内企業同士のマッチングイベントの開催	事業承継・M & Aに関する相談会の開催	区内の大学等との産学連携プロジェクト支援	区内企業の成功事例の紹介	起業家向けのメンタリング制度の充実	区内企業の展示・販売イベントの支援	就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会）	区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援	S D G s 経営や環境配慮型事業への支援	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援	女性・若者・高齢者の起業・就労支援	S N S を活用した、積極的な情報発信	全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組	その他	無回答
港区全体 (n=155)	7.1%	9.7%	3.2%	7.7%	4.5%	6.5%	2.6%	1.3%	2.6%	2.6%	9.7%	11.6%	5.2%	5.2%	51.0%
1～2人 (n=48)	4.2%	18.8%	2.1%	8.3%	6.3%	6.3%	2.1%	-	2.1%	2.1%	12.5%	4.2%	8.3%	6.3%	52.1%
3～4人 (n=29)	6.9%	-	6.9%	6.9%	3.4%	3.4%	-	-	-	3.4%	6.9%	13.8%	-	3.4%	62.1%
5～9人 (n=29)	13.8%	10.3%	-	6.9%	-	-	-	-	3.4%	3.4%	6.9%	13.8%	-	10.3%	51.7%
10～19人 (n=14)	-	14.3%	-	14.3%	7.1%	7.1%	-	-	-	-	7.1%	28.6%	14.3%	-	42.9%
20人以上 (n=33)	9.1%	3.0%	3.0%	6.1%	3.0%	12.1%	9.1%	6.1%	6.1%	3.0%	12.1%	12.1%	6.1%	3.0%	45.5%

表3-40 港区立産業振興センターに期待する支援内容、事業【経営者の年代別】

	区内企業同士のマッチングイベントの開催	事業承継・M & Aに関する相談会の開催	区内の大学等との産学連携プロジェクト支援	区内企業の成功事例の紹介	起業家向けのメンタリング制度の充実	区内企業の展示・販売イベントの支援	就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会）	区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援	S D G s 経営や環境配慮型事業への支援	ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援	女性・若者・高齢者の起業・就労支援	S N S を活用した、積極的な情報発信	全国の自治体と連携した地域課題解決のための取組	その他	無回答
港区全体 (n=155)	7.1%	9.7%	3.2%	7.7%	4.5%	6.5%	2.6%	1.3%	2.6%	2.6%	9.7%	11.6%	5.2%	5.2%	51.0%
40歳以下 (n=22)	-	9.1%	4.5%	-	13.6%	-	-	-	4.5%	4.5%	18.2%	18.2%	4.5%	9.1%	45.5%
50歳代 (n=45)	11.1%	11.1%	6.7%	8.9%	4.4%	4.4%	2.2%	2.2%	2.2%	4.4%	11.1%	8.9%	8.9%	4.4%	46.7%
60歳代 (n=42)	7.1%	7.1%	-	9.5%	2.4%	14.3%	4.8%	-	4.8%	2.4%	4.8%	16.7%	4.8%	9.5%	42.9%
70歳以上 (n=45)	6.7%	11.1%	2.2%	8.9%	2.2%	4.4%	2.2%	2.2%	-	-	8.9%	6.7%	2.2%	-	64.4%

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

港区立産業振興センターに対する意見

- ・港区立産業振興センターに対する意見を自由意見として聞いたところ、寄せさせた意見は次のとおり。

【主な意見】

表3-41 港区立産業振興センターに対する意見【港区全体（業種順）】

業 種	内 容
小売業	センター職員の皆様は新切で丁寧に対応していただき感謝申し上げます。
小売業	こまめな情報発信に期待しています。
小売業	センターの場所を知らない。
小売業	いつもお世話になっております。芝公園にあったときから、産業振興センター様には主に、中小企業向け融資、補助金の相談から実行まで、たいへんお世話になって参りました。相談員制度もありがたく、たびたびお世話になっております。港区の中小企業向けサポートは非常に手厚く、助けられております。今後ともよろしくお願い申し上げます。
飲食サービス業	可能な限り、出来ますならば、6ヶ月先までの施設利用計画をと望むものでありますが、如何なものでしょうか？
その他	まだ利用したことはありませんが、気軽に利用できるよう小刻みな情報発信をしていただけるとありがたい。国内他地方の自治体や企業（港区に所在する企業がビジネスとして役に立てそうな相手）との橋渡しのような事をやっていただけると良いと思う。

(9) 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をみると、「インバウンドによる外国人観光客の増加」が29.7%と最も高く、次いで「タワーマンション建設による人口の増加(27.7%)」、「高齢者のライフスタイルの多様化(18.7%)」の順となっている。
- ・ 業種別にみると、小売業では「タワーマンション建設による人口の増加」が17.5%と、港区全体(27.7%)を突出して下回っている一方で、「高齢者のライフスタイルの多様化」が25.0%と、港区全体(18.7%)を上回っている。これに対し、飲食サービス業では、「タワーマンション建設による人口の増加」が31.7%と、港区全体を上回っている一方で、「高齢者のライフスタイルの多様化」が8.3%と、港区全体を突出して下回っており、小売業では高齢者層の動向、飲食サービス業では人口増加による需要拡大への期待が相対的に高い傾向がみられる。
- ・ 従業者規模別にみると、10～19人では「タワーマンション建設による人口の増加」が14.3%と、港区全体を突出して下回っている一方で、「生成AIの利活用による業務効率化と生産性の向上」が21.4%と、港区全体(8.4%)を突出して上回っている。20人以上では「インバウンドによる外国人観光客の増加」が51.5%と、港区全体(29.7%)を突出して上回っており、ほかにも多くの項目で港区全体を上回っている一方、「どれも影響しない」が6.1%と、港区全体(18.7%)を突出して下回っており、他の規模よりも社会環境の変化が売上に影響すると認識している傾向がうかがえる。
- ・ 地区別にみると、麻布地区では「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」が25.0%と、港区全体(14.8%)を突出して上回っている。高輪地区では「インバウンドによる外国人観光客の増加」、「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」がそれぞれ、43.8%、25.0%と、港区全体(それぞれ、29.7%、14.8%)と突出して上回っている。一方で、「どれも影響しない」が31.3%と港区全体(18.7%)を突出して上回っており、社会環境の変化が売上に与える影響についての認識に幅がみられる。

図3-75 売上増加につながると思われる社会環境の変化【港区全体 (N=155)】

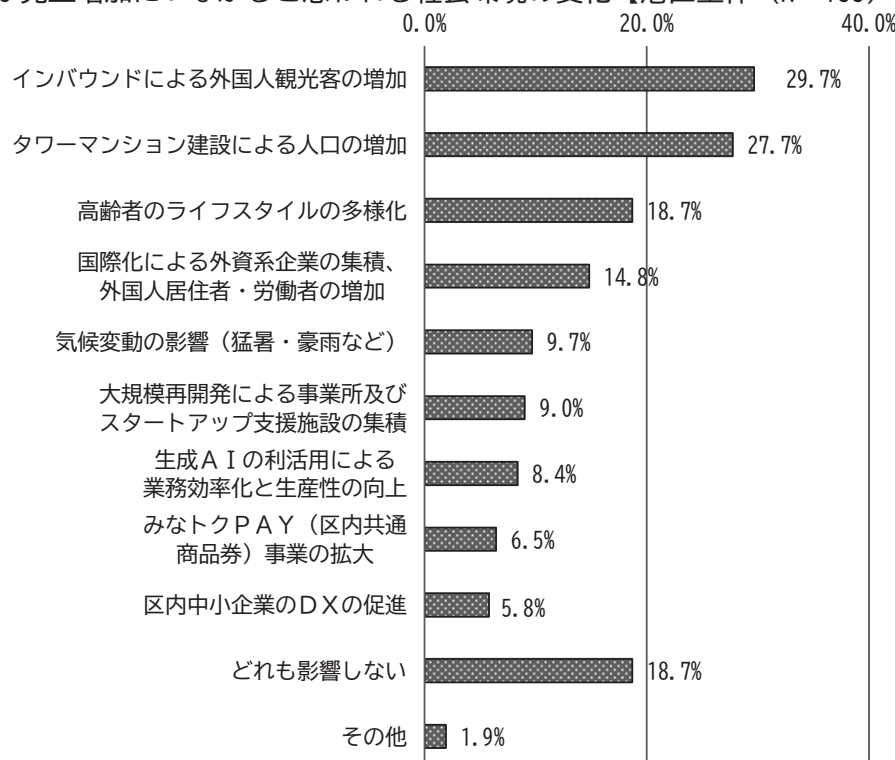


表3-42 売上増加につながるとされる社会環境の変化【業種別】

	タ ワ ー マ ン シ ョ ン 建 設 に よ る 人 口 の 増 加	観 光 客 の 増 加	イ ン バ ウ ン ド に よ る 外 国 人 の 増 加	者 集 積 の 増 加	国 際 化 に よ る 外 資 系 企 業 の 増 加	設 の 集 積	大 規 模 再 開 発 に よ る 事 業 所 の 増 加	区 内 中 小 企 業 の D X の 促 進	務 生 成 率 化 と 生 産 性 の 向 上	雨 な ど	気 候 変 動 の 影 響 （ 猛 暑 ・ 豪 雨 ）	多 様 化	高 齢 者 の ラ イ フ ス タ イ ル の	ど れ も 影 響 し な い	商 品 券 ） 事 業 の 拡 大	み な ト ク P A Y （ 区 内 共 通	そ の 他	無 回 答
港区全体（n=155）	27.7%	29.7%	14.8%	9.0%	5.8%	8.4%	9.7%	18.7%	18.7%	6.5%	1.9%	12.9%						
小売業（n=40）	17.5%	32.5%	17.5%	7.5%	5.0%	12.5%	7.5%	25.0%	22.5%	5.0%	-	17.5%						
飲食サービス業（n=60）	31.7%	30.0%	13.3%	10.0%	3.3%	3.3%	13.3%	8.3%	16.7%	10.0%	3.3%	15.0%						
その他（n=55）	30.9%	27.3%	14.5%	9.1%	9.1%	10.9%	7.3%	25.5%	18.2%	3.6%	1.8%	7.3%						

表3-43 売上増加につながるとされる社会環境の変化【従業者規模別】

	タ ワ ー マ ン シ ョ ン 建 設 に よ る 人 口 の 増 加	観 光 客 の 増 加	イ ン バ ウ ン ド に よ る 外 国 人	者 の 集 積 、 外 国 人 居 住 者 ・ 労 働 者の 増 加	国 際 化 に よ る 外 資 系 企 業 の 集 積	設 の 集 積	大 規 模 再 開 発 に よ る 事 業 所 及 び ス タ ー ト ア ッ プ 支 援 施 施	区 内 中 小 企 業 の D X の 促 進	生 成 A I の 利 活 用 に よ る 業 務 効 率 化 と 生 産 性 の 向 上	気 候 変 動 の 影 響 （ 猛 暑 ・ 豪 雨 な ど ）	高 齢 者 の ラ イ フ ス タ イ ル の 多 様 化	ど れ も 影 響 し な い	み な ト ク P A Y （ 区 内 共 通 商 品 券 ） 事 業 の 拡 大	そ の 他	無 回 答
港区全体（n=155）	27.7%	29.7%	14.8%	9.0%	5.8%	8.4%	9.7%	18.7%	18.7%	6.5%	1.9%	12.9%			
1～2人（n=48）	25.0%	22.9%	8.3%	2.1%	4.2%	-	16.7%	18.8%	25.0%	6.3%	2.1%	18.8%			
3～4人（n=29）	34.5%	27.6%	17.2%	17.2%	10.3%	10.3%	10.3%	13.8%	24.1%	6.9%	-	-			
5～9人（n=29）	24.1%	17.2%	13.8%	13.8%	6.9%	10.3%	10.3%	13.8%	20.7%	6.9%	-	13.8%			
10～19人（n=14）	14.3%	35.7%	14.3%	7.1%	-	21.4%	-	14.3%	14.3%	-	-	21.4%			
20人以上（n=33）	33.3%	51.5%	24.2%	9.1%	6.1%	9.1%	3.0%	24.2%	6.1%	9.1%	6.1%	12.1%			

表3-44 売上増加につながるとされる社会環境の変化【地区別】

	タ ワ ー 人 口 の 増 加	観 光 客 の 増 加	イ ン バ ウ ン ド に よ る 外 国 人	者 の 増 加	集 積 の 増 加	国 際 化 に よ る 外 資 系 企 業 の 増 加	設 の 集 積	大 規 模 再 開 発 に よ る 事 業 所	及 び ス タ ー ト ア ッ プ 支 援 施 所	区 内 中 小 企 業 の D X の 促 進	生 成 A I の 利 活 用 に よ る 業 務 効 率 化 と 生 産 性 の 向 上	気 候 変 動 の 影 響 （ 猛 暑 ・ 豪 雨 な ど ）	多 様 化	高 齢 者 の ラ イ フ ス タ イ ル の	ど れ も 影 響 し な い	み な ト ク P A Y （ 区 内 共 通 商 品 券 ） 事 業 の 拡 大	そ の 他	無 回 答
港区全体（n=155）	27.7%	29.7%	14.8%	9.0%	5.8%	8.4%	9.7%	18.7%	18.7%	6.5%	1.9%	12.9%						
芝地区（n=52）	30.8%	21.2%	9.6%	13.5%	7.7%	9.6%	9.6%	19.2%	13.5%	7.7%	3.8%	15.4%						
麻布地区（n=36）	25.0%	33.3%	25.0%	2.8%	5.6%	11.1%	8.3%	16.7%	19.4%	2.8%	-	16.7%						
赤坂地区（n=42）	26.2%	33.3%	11.9%	11.9%	4.8%	9.5%	9.5%	19.0%	19.0%	9.5%	2.4%	4.8%						
高輪地区（n=16）	31.3%	43.8%	25.0%	6.3%	6.3%	-	12.5%	25.0%	31.3%	6.3%	-	-						
芝浦港南地区（n=5）	20.0%	20.0%	-	-	-	-	-	-	40.0%	-	-	40.0%						

※ 網掛けは「その他」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

港区の産業振興施策に対する意見

- ・港区の産業振興施策に対する意見を自由意見として聞いたところ、寄せさせた意見は次のとおり。

表 3-45 港区の産業振興施策に対する意見【港区全体（業種順）】

【主な意見】

業 種	内 容
小売業	都と協力して河川をきれいにしとて頂くと、港区全体のイメージが上がり永く住んでいたい街となると思いますので、どうぞ雨量が多くなっても下水管から汚水があふれて川を汚さない構造になるよう予算をつけて実施して下さいお願い申しあげます。その結果根本の環境が改善されますので、産業振興に資することになると思います。
小売業	品川駅前の大規模開発はじめオフィス人口の増加に伴う人の流れの変化などに対しての情報発信に期待しています。
小売業	主に中小企業向け融資補助、補助金でお世話になってまいりました。とても恵まれたサポート体制で、これは他に類をみないと思います。今後ともよろしくお願い申し上げます。
飲食サービス業	常に区内企業への情報提供はじめ各助制々度等本当にありがたく感謝を申し上げます。出来れば、人材育成・確保方面に手厚くご助言を頂ければと存じます。本年、富山県へ行き「飲食店再雇用制度」の一端でしたが見て参りました。これは、再就職に際して飲食店をと考えている就職支援の一環として一定の就業支援制として（異業種への転職形態への支援が面白い点です）の飲食店インターンシップ制があると聞き行参りました。何か、再就労企業と就労希望者とのカップリング制度など利用できれば新しい取組みとなるのではないだろうかと思つて居ます。末筆ながら本当にありがとうございました。
飲食サービス業	たばこの吸えないお店のはずなのに席で吸えますとのポスターや呼びこみが多くあります。保健所等と連携して条例に従っているお店が不利にならない様に考えてもらいたい。Pay PayやLINEの消費ポイント還元は、売上の向上だけではなく、新規のお客様に店を知って頂く良いチャンスになり一部常連客を作る事もできました。再度10%還元でもやってもらいたい
飲食サービス業	コロナ後、西麻布周辺は飲食店を利用する人が減りました。特に深夜はほとんど人が歩いていないような状況です。また、昨今の物価高の影響は多く、今後の事業継続に不安があります。少しでも助成金等利用しやすい支援をお願いできますと幸いです。
飲食サービス業	現在、再開発の為まわりの店舗が少ないために静かな夜がつづいています！いつになるのか皆な不安で営業しています！
飲食サービス業	納税3年以上の日本国内の法人でないと賃貸業を行えないなど、不動産オーナーへの規制。
サービス業	産業振興を唱える際は、可能な有意義なポイントより始めて集まったデータを基に実践して頂きたい。
その他	弊社は港区にて20年以上会社を経営してまいりました。今後は特に補助金等に関心があります。お知らせ等ございましたら郵送またはHPでのお知らせを何卒お願い申し上げます。

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5次港区産業振興プランの策定に向け、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

住民基本台帳上の住所が港区に存する住民。

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

調査票を郵送により配布し、郵送にて回収した。また、調査票に回答用URL・二次元コードを記載し、インターネットでの回答も可とした。

④ 調査実施期間

令和7年11月28日（金）～令和7年12月22日（月）

(3) 回収数・回収率

536件（郵送：213、インターネット323）・21.4%

※インターネット上の回答は英語回答7、簡体字回答3、ハングル回答1を含む

(4) 調査項目

調査項目は下表のとおり。

表4-1 調査項目

大分類		中分類
1	回答者の属性について	・年代、居住年数、通勤・通学先 ・居住形態、居住地区、家族構成
2	日頃の買い物行動について	・買い物ごとの利用する場所、利用する理由
3	自宅周辺の買い物環境について	・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	港区の産業について	・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 ・みなトクPAYについて
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

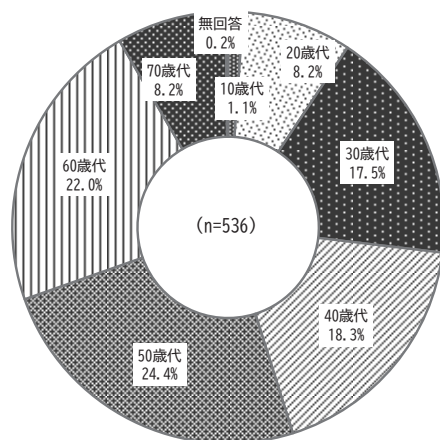
(5) 集計にあたっての留意点

- ・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、合計の値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、各項目の合計の値が港区全体の値と一致しない場合がある。
- ・年代別は、「10 歳代」、「20 歳代」の母数が少数のため、両者を合わせて「20 歳代以下」として集計している。

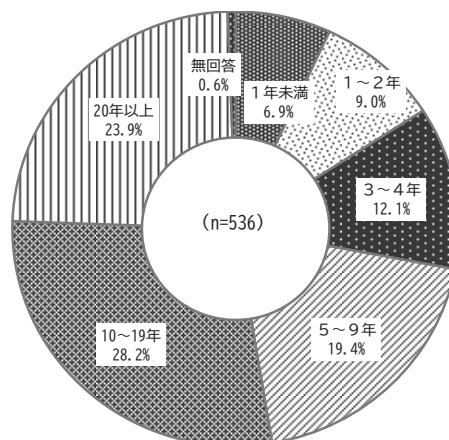
2. 調査結果の概要

(1) 回答者の属性

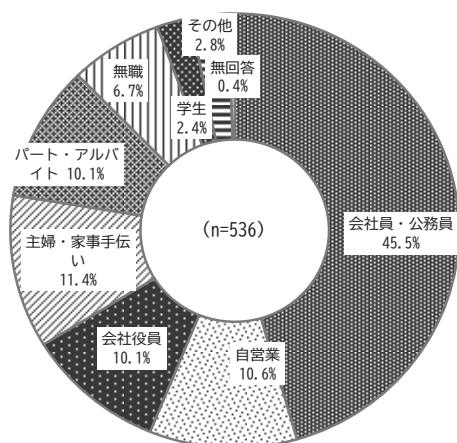
年代



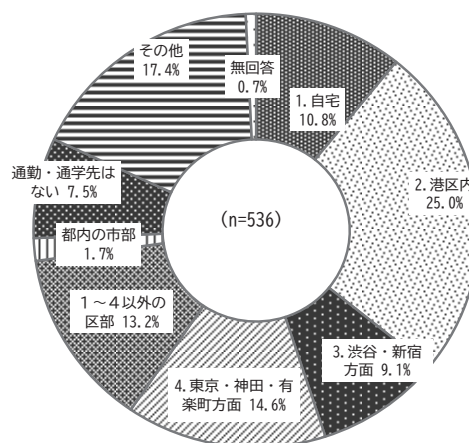
居住年数



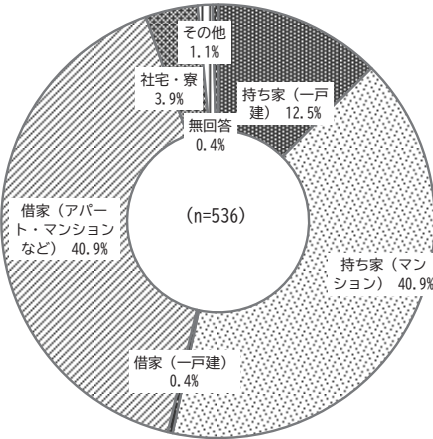
職業



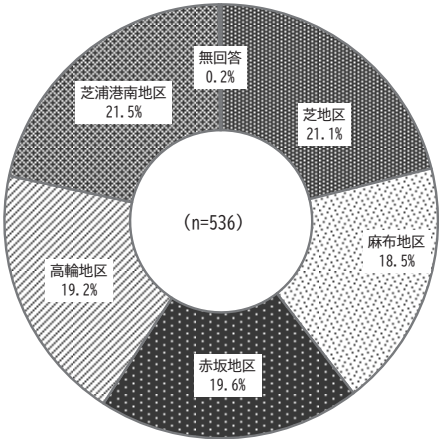
通勤・通学先



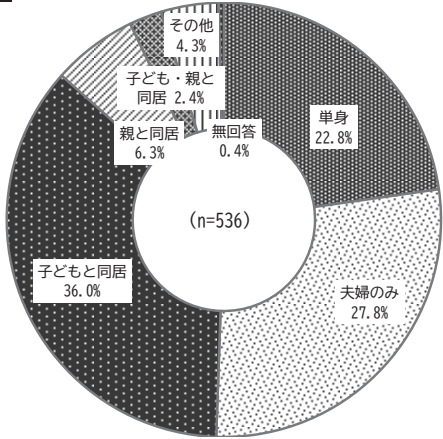
居住形態



居住地区



家族構成



(2) 店舗・事業所の顧客について

買い物品について日頃利用する場所

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」、「弁当・惣菜」、「酒類・飲料」といった食料品は、「自宅周辺のスーパー」が最も高く、それぞれ 81.0%、63.6%、59.3%となっている。
- ・「医薬品」「理・美容」「クリーニング」「外食・飲食」は、「自宅周辺の一般商店」が最も高く、それぞれ 45.3%、28.7%、54.7%、32.8%となっている。
- ・その他の品目は「通信販売等」が最も高い割合を示し、次いで「有楽町・銀座周辺の商業施設」が高い割合を示す傾向にあるが、「贈答品」は「有楽町・銀座周辺の商業施設」が最も高く 38.4%となっている。また、「日用雑貨」は「自宅周辺のスーパー」が2番目に高い。
- ・年代別にみると、食料品はいずれの世代も「自宅周辺のスーパー」が中心となっている。一方、20 歳代以下～50 歳代では「日用衣料」や「家電・家具等」、「カバン・靴」で「通信販売等」の利用が高い。また、「有楽町・銀座周辺」や「新宿・渋谷周辺」の商業施設の利用も一定程度みられるが、年代による明確な地域差は確認できない。60～70 歳代以上では「理美容」や「クリーニング」で「自宅周辺の一般商店」や「区内の商店街など個人店舗」の割合が相対的に高く、購買行動が身近な商圈に集中している。
- ・地区別にみると、食料品は全地区で「自宅周辺のスーパー」が中心となっている。他方、「日用衣料」や「家電・家具等」、「カバン・靴」では「通信販売等」の利用が高い。なお、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高い傾向がみられるが、これは当地区が新宿区・渋谷区と隣接しており、各区への交通利便性が高い立地環境が影響している可能性がある。

表4-2 日頃利用する場所【港区全体】

	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺以外の区内のスーパー	自宅周辺のコンビニエンスストア	区内の大型商業施設等	区内の商店街など個人店舗	有楽町・銀座周辺の商業施設	新宿・渋谷周辺の商業施設	その他の地域	通信販売等	自分では買わない・その他	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=536)	12.9%	81.0%	11.9%	11.9%	3.7%	1.9%	5.2%	4.9%	10.1%	12.7%	4.7%	1.7%
弁当・惣菜 (n=536)	13.1%	63.6%	7.5%	28.7%	5.4%	1.3%	8.6%	6.0%	7.8%	3.5%	8.6%	2.6%
酒類・飲料 (n=536)	8.0%	59.3%	6.3%	29.1%	2.1%	0.9%	2.4%	0.9%	7.3%	30.6%	6.2%	2.8%
日用雑貨 (n=536)	16.0%	38.6%	4.9%	7.6%	9.1%	1.3%	9.7%	5.6%	15.1%	41.2%	1.3%	2.1%
日用衣料 (n=536)	3.4%	4.9%	1.5%	1.1%	16.0%	1.5%	33.0%	14.9%	22.0%	48.5%	2.4%	3.4%
医薬品 (n=536)	45.3%	23.7%	3.4%	4.3%	7.8%	4.9%	3.7%	2.6%	10.3%	17.2%	6.7%	3.2%
化粧品 (n=536)	17.4%	9.5%	2.2%	0.9%	6.0%	2.4%	17.0%	8.2%	9.0%	45.3%	15.3%	4.9%
趣味・本・スポーツ用品	7.5%	2.6%	0.9%	0.4%	13.8%	2.4%	14.7%	10.6%	19.0%	52.8%	7.8%	4.5%
家電・家具等 (n=536)	1.5%	1.7%	0.4%	0.2%	17.5%	0.7%	24.8%	13.4%	18.5%	51.3%	6.7%	4.1%
カバン・靴 (n=536)	1.9%	1.3%	0.7%	0.2%	13.1%	1.5%	33.2%	14.7%	22.0%	46.3%	4.7%	4.3%
理・美容 (n=536)	28.7%	3.2%	0.6%	0.2%	4.9%	12.9%	12.9%	9.5%	23.9%	5.8%	6.9%	4.9%
クリーニング (n=536)	54.7%	5.0%	0.6%	0.2%	2.2%	5.6%	1.3%	0.2%	7.1%	6.2%	19.0%	4.9%
外食・飲食 (n=536)	32.8%	4.3%	0.6%	2.1%	20.7%	19.6%	28.0%	13.2%	24.3%	2.2%	3.5%	4.3%
贈答品 (n=536)	6.2%	1.7%	-	0.4%	11.6%	2.8%	38.4%	15.9%	11.0%	33.8%	14.0%	5.2%

※ 網掛けは「無回答」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）（以下、年代別・地区別も同様）

② 日頃利用する場所【年代別】

表4-3 日頃利用する場所【年代別：20 歳代以下】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス ー パ ー 周 辺 の	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	二 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 等 内 の 大 型 商 業 施	個 区 人 店 の 商 店 街 な ど	周 有 辺 楽 の 商 ・ 業 銀 座 設	商 新 業 宿 ・ 施 ・ 渋 谷 周 辺 の	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 (n=50)	10.0%	76.0%	6.0%	24.0%	6.0%	2.0%	2.0%	-	4.0%	6.0%	18.0%	2.0%
弁当・惣菜 (n=50)	10.0%	72.0%	-	26.0%	8.0%	4.0%	4.0%	2.0%	-	2.0%	18.0%	2.0%
酒類・飲料 (n=50)	8.0%	64.0%	4.0%	26.0%	2.0%	2.0%	4.0%	2.0%	-	20.0%	16.0%	2.0%
日用雑貨 (n=50)	22.0%	52.0%	2.0%	14.0%	8.0%	-	14.0%	8.0%	4.0%	22.0%	4.0%	2.0%
日用衣料 (n=50)	6.0%	20.0%	4.0%	6.0%	16.0%	2.0%	22.0%	14.0%	12.0%	36.0%	6.0%	2.0%
医薬品 (n=50)	40.0%	30.0%	2.0%	6.0%	10.0%	-	6.0%	2.0%	10.0%	12.0%	12.0%	2.0%
化粧品 (n=50)	22.0%	18.0%	-	6.0%	6.0%	-	18.0%	10.0%	4.0%	40.0%	10.0%	4.0%
趣味・本・スポーツ用品 (n=50)	10.0%	6.0%	2.0%	-	20.0%	-	14.0%	10.0%	14.0%	34.0%	18.0%	2.0%
家電・家具等 (n=50)	4.0%	6.0%	2.0%	2.0%	8.0%	-	18.0%	10.0%	12.0%	44.0%	22.0%	2.0%
カバン・靴 (n=50)	4.0%	8.0%	2.0%	2.0%	14.0%	-	20.0%	10.0%	16.0%	46.0%	12.0%	2.0%
理・美容 (n=50)	18.0%	8.0%	4.0%	-	12.0%	16.0%	6.0%	20.0%	18.0%	12.0%	2.0%	2.0%
クリーニング (n=50)	32.0%	6.0%	2.0%	-	-	6.0%	2.0%	-	6.0%	6.0%	44.0%	2.0%
外食・飲食 (n=50)	32.0%	14.0%	-	4.0%	14.0%	18.0%	18.0%	20.0%	20.0%	6.0%	-	2.0%
贈答品 (n=50)	6.0%	6.0%	-	-	18.0%	4.0%	16.0%	12.0%	6.0%	18.0%	34.0%	2.0%

表4-4 日頃利用する場所【年代別：30 歳代】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス ー パ ー 周 辺 の	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	二 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 等 内 の 大 型 商 業 施	個 区 人 店 の 商 店 街 な ど	周 有 辺 楽 の 商 ・ 業 銀 座 設	商 新 業 宿 ・ 施 ・ 渋 谷 周 辺 の	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 (n=94)	12.8%	80.9%	8.5%	13.8%	3.2%	2.1%	4.3%	4.3%	7.4%	18.1%	5.3%	-
弁当・惣菜 (n=94)	16.0%	67.0%	1.1%	37.2%	3.2%	2.1%	6.4%	4.3%	4.3%	7.4%	5.3%	-
酒類・飲料 (n=94)	8.5%	56.4%	6.4%	36.2%	2.1%	1.1%	3.2%	1.1%	6.4%	23.4%	10.6%	-
日用雑貨 (n=94)	13.8%	25.5%	4.3%	6.4%	11.7%	-	10.6%	6.4%	12.8%	50.0%	2.1%	-
日用衣料 (n=94)	-	4.3%	-	-	14.9%	1.1%	44.7%	19.1%	16.0%	52.1%	1.1%	1.1%
医薬品 (n=94)	43.6%	22.3%	5.3%	8.5%	6.4%	2.1%	1.1%	3.2%	10.6%	21.3%	9.6%	1.1%
化粧品 (n=94)	11.7%	3.2%	1.1%	-	4.3%	1.1%	24.5%	8.5%	10.6%	57.4%	16.0%	1.1%
趣味・本・スポーツ用品 (n=94)	5.3%	5.3%	1.1%	1.1%	12.8%	2.1%	19.1%	8.5%	7.4%	60.6%	11.7%	1.1%
家電・家具等 (n=94)	1.1%	2.1%	-	-	12.8%	-	22.3%	10.6%	9.6%	54.3%	11.7%	2.1%
カバン・靴 (n=94)	-	2.1%	-	-	11.7%	2.1%	38.3%	14.9%	19.1%	52.1%	7.4%	2.1%
理・美容 (n=94)	24.5%	3.2%	-	1.1%	4.3%	9.6%	21.3%	14.9%	19.1%	8.5%	6.4%	3.2%
クリーニング (n=94)	56.4%	3.2%	-	-	1.1%	3.2%	2.1%	-	1.1%	9.6%	27.7%	1.1%
外食・飲食 (n=94)	29.8%	3.2%	1.1%	4.3%	25.5%	19.1%	33.0%	13.8%	14.9%	1.1%	4.3%	2.1%
贈答品 (n=94)	1.1%	-	-	-	12.8%	2.1%	37.2%	12.8%	9.6%	35.1%	19.1%	3.2%

表4-5 日頃利用する場所【年代別：40 歳代】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス ー パ ー 周 辺 の	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	二 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 等 内 の 大 型 商 業 施	個 区 人 店 の 商 店 街 な ど	周 有 辺 楽 の 商 ・ 業 銀 座 設	商 新 業 宿 ・ 施 ・ 渋 谷 周 辺 の	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 (n=98)	17.3%	79.6%	13.3%	12.2%	7.1%	1.0%	1.0%	5.1%	8.2%	12.2%	7.1%	2.0%
弁当・惣菜 (n=98)	16.3%	63.3%	7.1%	29.6%	6.1%	-	3.1%	8.2%	6.1%	2.0%	11.2%	2.0%
酒類・飲料 (n=98)	10.2%	65.3%	6.1%	39.8%	2.0%	-	2.0%	-	6.1%	23.5%	7.1%	2.0%
日用雑貨 (n=98)	15.3%	36.7%	6.1%	11.2%	15.3%	-	9.2%	5.1%	12.2%	42.9%	1.0%	2.0%
日用衣料 (n=98)	5.1%	4.1%	1.0%	2.0%	15.3%	1.0%	25.5%	13.3%	20.4%	61.2%	3.1%	3.1%
医薬品 (n=98)	56.1%	22.4%	2.0%	2.0%	6.1%	5.1%	1.0%	3.1%	8.2%	19.4%	7.1%	2.0%
化粧品 (n=98)	16.3%	6.1%	2.0%	1.0%	7.1%	3.1%	12.2%	8.2%	8.2%	40.8%	21.4%	4.1%
趣味・本・スポーツ用品 (n=98)	12.2%	2.0%	-	-	12.2%	3.1%	8.2%	12.2%	26.5%	57.1%	7.1%	2.0%
家電・家具等 (n=98)	-	1.0%	-	-	19.4%	1.0%	18.4%	13.3%	24.5%	58.2%	5.1%	2.0%
カバン・靴 (n=98)	3.1%	1.0%	-	-	13.3%	2.0%	29.6%	17.3%	17.3%	59.2%	3.1%	2.0%
理・美容 (n=98)	23.5%	2.0%	1.0%	-	4.1%	13.3%	17.3%	14.3%	20.4%	5.1%	11.2%	2.0%
クリーニング (n=98)	63.3%	4.1%	1.0%	-	1.0%	4.1%	2.0%	-	4.1%	7.1%	19.4%	3.1%
外食・飲食 (n=98)	36.7%	3.1%	1.0%	-	26.5%	21.4%	23.5%	15.3%	20.4%	3.1%	6.1%	2.0%
贈答品 (n=98)	8.2%	3.1%	-	-	11.2%	2.0%	41.8%	21.4%	9.2%	37.8%	13.3%	3.1%

表4-6 日頃利用する場所【年代別：50 歳代】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス イ パ 周 辺の 一 般 商	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施	個 区 内 の 商 店 街 な ど	周 有 楽 町 ・ 銀 座 施 設	商 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 (n=131)	11.5%	80.2%	12.2%	7.6%	1.5%	2.3%	8.4%	5.3%	16.0%	14.5%	0.8%	1.5%
弁当・惣菜 (n=131)	13.0%	55.0%	6.9%	25.2%	7.6%	0.8%	13.0%	7.6%	11.5%	2.3%	13.0%	1.5%
酒類・飲料 (n=131)	9.9%	55.7%	3.1%	25.2%	3.8%	0.8%	1.5%	0.8%	12.2%	40.5%	1.5%	0.8%
日用雑貨 (n=131)	23.7%	36.6%	3.8%	5.3%	6.9%	2.3%	9.2%	4.6%	18.3%	40.5%	-	2.3%
日用衣料 (n=131)	4.6%	3.8%	0.8%	0.8%	18.3%	3.1%	35.9%	16.8%	25.2%	45.0%	1.5%	3.1%
医薬品 (n=131)	58.0%	23.7%	4.6%	3.1%	3.8%	5.3%	5.3%	3.1%	9.2%	10.7%	3.1%	2.3%
化粧品 (n=131)	22.9%	9.2%	3.1%	-	5.3%	0.8%	22.9%	8.4%	8.4%	48.1%	10.7%	4.6%
趣味・本・スポーツ用品	6.9%	2.3%	1.5%	-	12.2%	3.1%	16.8%	12.2%	22.1%	53.4%	6.1%	3.1%
家電・家具等 (n=131)	2.3%	1.5%	0.8%	-	18.3%	1.5%	28.2%	16.0%	20.6%	51.9%	3.8%	3.8%
カバン・靴 (n=131)	1.5%	-	0.8%	-	13.7%	2.3%	42.0%	17.6%	24.4%	38.9%	2.3%	3.8%
理・美容 (n=131)	37.4%	2.3%	-	-	6.1%	12.2%	10.7%	4.6%	28.2%	3.8%	8.4%	3.8%
クリーニング (n=131)	58.8%	5.3%	0.8%	-	2.3%	8.4%	0.8%	0.8%	7.6%	6.9%	13.0%	3.1%
外食・飲食 (n=131)	39.7%	3.1%	0.8%	0.8%	18.3%	19.8%	29.0%	11.5%	32.1%	-	1.5%	3.8%
贈答品 (n=131)	11.5%	0.8%	-	-	12.2%	2.3%	45.0%	18.3%	12.2%	30.5%	9.2%	5.3%

表4-7 日頃利用する場所【年代別：60 歳代】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス イ パ 周 辺の 一 般 商	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施	個 区 内 の 商 店 街 な ど	周 有 楽 町 ・ 銀 座 施 設	商 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 (n=118)	10.2%	84.7%	16.1%	11.9%	2.5%	1.7%	7.6%	5.9%	11.0%	11.0%	0.8%	1.7%
弁当・惣菜 (n=118)	9.3%	68.6%	15.3%	28.0%	2.5%	0.8%	11.0%	5.1%	13.6%	2.5%	2.5%	5.1%
酒類・飲料 (n=118)	6.8%	61.0%	9.3%	20.3%	0.8%	0.8%	2.5%	1.7%	7.6%	39.0%	3.4%	4.2%
日用雑貨 (n=118)	10.2%	41.5%	6.8%	7.6%	5.9%	2.5%	8.5%	5.1%	20.3%	44.1%	1.7%	1.7%
日用衣料 (n=118)	1.7%	1.7%	0.8%	-	16.1%	0.8%	33.1%	11.9%	28.8%	49.2%	3.4%	3.4%
医薬品 (n=118)	31.4%	23.7%	2.5%	3.4%	15.3%	4.2%	4.2%	0.8%	15.3%	22.0%	5.9%	4.2%
化粧品 (n=118)	17.8%	11.0%	1.7%	0.8%	8.5%	2.5%	11.9%	7.6%	10.2%	43.2%	20.3%	4.2%
趣味・本・スポーツ用品	4.2%	-	-	0.8%	16.9%	1.7%	12.7%	10.2%	20.3%	56.8%	5.1%	5.9%
家電・家具等 (n=118)	1.7%	-	-	-	23.7%	0.8%	28.0%	16.1%	20.3%	49.2%	2.5%	4.2%
カバン・靴 (n=118)	1.7%	-	0.8%	-	13.6%	-	29.7%	13.6%	27.1%	43.2%	4.2%	5.1%
理・美容 (n=118)	28.8%	2.5%	-	-	3.4%	11.0%	10.2%	3.4%	32.2%	4.2%	5.1%	6.8%
クリーニング (n=118)	55.1%	5.9%	-	0.8%	5.9%	4.2%	0.8%	-	13.6%	1.7%	11.0%	6.8%
外食・飲食 (n=118)	26.3%	1.7%	-	2.5%	19.5%	21.2%	31.4%	11.9%	33.9%	2.5%	3.4%	4.2%
贈答品 (n=118)	3.4%	1.7%	-	1.7%	9.3%	5.1%	40.7%	13.6%	14.4%	39.8%	8.5%	5.9%

表4-8 日頃利用する場所【年代別：70 歳代以上】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス イ パ 周 辺の 一 般 商	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施	個 区 内 の 商 店 街 な ど	周 有 楽 町 ・ 銀 座 施 設	商 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 (n=44)	18.2%	84.1%	11.4%	6.8%	4.5%	2.3%	4.5%	6.8%	6.8%	9.1%	2.3%	4.5%
弁当・惣菜 (n=44)	11.4%	61.4%	11.4%	25.0%	6.8%	2.3%	9.1%	6.8%	2.3%	6.8%	2.3%	6.8%
酒類・飲料 (n=44)	-	54.5%	11.4%	29.5%	-	2.3%	2.3%	-	4.5%	22.7%	2.3%	13.6%
日用雑貨 (n=44)	9.1%	54.5%	4.5%	2.3%	6.8%	2.3%	6.8%	6.8%	15.9%	36.4%	-	6.8%
日用衣料 (n=44)	4.5%	2.3%	6.8%	-	13.6%	-	29.5%	13.6%	22.7%	34.1%	-	11.4%
医薬品 (n=44)	31.8%	22.7%	2.3%	4.5%	4.5%	15.9%	6.8%	4.5%	4.5%	15.9%	4.5%	11.4%
化粧品 (n=44)	9.1%	18.2%	6.8%	-	2.3%	11.4%	6.8%	4.5%	11.4%	31.8%	6.8%	18.2%
趣味・本・スポーツ用品 (n=44)	9.1%	2.3%	2.3%	-	9.1%	4.5%	20.5%	9.1%	20.5%	34.1%	2.3%	20.5%
家電・家具等 (n=44)	-	2.3%	-	-	13.6%	-	34.1%	9.1%	20.5%	40.9%	2.3%	15.9%
カバン・靴 (n=44)	2.3%	-	2.3%	-	11.4%	2.3%	27.3%	9.1%	25.0%	34.1%	2.3%	15.9%
理・美容 (n=44)	36.4%	4.5%	-	-	-	22.7%	6.8%	4.5%	13.6%	4.5%	4.5%	15.9%
クリーニング (n=44)	43.2%	6.8%	-	-	-	9.1%	-	-	9.1%	6.8%	11.4%	20.5%
外食・飲食 (n=44)	27.3%	9.1%	-	2.3%	15.9%	13.6%	27.3%	6.8%	9.1%	4.5%	6.8%	18.2%
贈答品 (n=44)	4.5%	-	-	-	6.8%	-	31.8%	13.6%	11.4%	34.1%	11.4%	15.9%

③ 日頃利用する場所【地区別】

表4-9 日頃利用する場所【地区別：芝地区】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス ー パ ー マ ー ク の 自 宅 周 辺 の	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施	個 区 内 の 店 舗 街 な ど	周 有 辺 の 商 ・ 銀 座 施	商 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の	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 (n=113)	15.9%	77.9%	10.6%	15.0%	3.5%	3.5%	9.7%	4.4%	8.8%	13.3%	3.5%	1.8%
弁当・惣菜 (n=113)	15.9%	56.6%	1.8%	33.6%	5.3%	2.7%	15.0%	4.4%	8.8%	1.8%	6.2%	4.4%
酒類・飲料 (n=113)	7.1%	62.8%	5.3%	31.0%	1.8%	-	3.5%	1.8%	8.0%	31.0%	5.3%	2.7%
日用雑貨 (n=113)	15.9%	45.1%	3.5%	9.7%	1.8%	-	16.8%	3.5%	16.8%	43.4%	1.8%	1.8%
日用衣料 (n=113)	0.9%	5.3%	-	4.4%	6.2%	0.9%	45.1%	12.4%	25.7%	49.6%	1.8%	3.5%
医薬品 (n=113)	40.7%	29.2%	3.5%	6.2%	4.4%	3.5%	11.5%	2.7%	6.2%	15.9%	6.2%	3.5%
化粧品 (n=113)	16.8%	12.4%	0.9%	1.8%	3.5%	0.9%	24.8%	6.2%	9.7%	41.6%	15.0%	5.3%
趣味・本・スポーツ用品	6.2%	1.8%	0.9%	-	7.1%	2.7%	16.8%	5.3%	20.4%	54.0%	9.7%	6.2%
家電・家具等 (n=113)	0.9%	-	-	-	14.2%	0.9%	35.4%	9.7%	16.8%	48.7%	6.2%	4.4%
カバン・靴 (n=113)	1.8%	-	0.9%	-	10.6%	1.8%	45.1%	10.6%	22.1%	48.7%	1.8%	4.4%
理・美容 (n=113)	28.3%	0.9%	-	-	3.5%	12.4%	22.1%	9.7%	19.5%	3.5%	6.2%	6.2%
クリーニング (n=113)	59.3%	6.2%	0.9%	-	1.8%	3.5%	1.8%	0.9%	8.0%	3.5%	14.2%	5.3%
外食・飲食 (n=113)	35.4%	1.8%	0.9%	3.5%	17.7%	16.8%	37.2%	14.2%	18.6%	1.8%	4.4%	4.4%
贈答品 (n=113)	1.8%	-	-	0.9%	7.1%	2.7%	48.7%	8.0%	12.4%	30.1%	15.9%	5.3%

表4-10 日頃利用する場所【地区別：麻布地区】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス ー パ ー マ ー ク の 自 宅 周 辺 の	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施	個 区 内 の 店 舗 街 な ど	周 有 辺 の 商 ・ 銀 座 施	商 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の	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 (n=99)	22.2%	79.8%	11.1%	12.1%	4.0%	1.0%	4.0%	5.1%	5.1%	11.1%	6.1%	2.0%
弁当・惣菜 (n=99)	21.2%	58.6%	6.1%	31.3%	4.0%	1.0%	6.1%	7.1%	6.1%	5.1%	13.1%	4.0%
酒類・飲料 (n=99)	10.1%	54.5%	5.1%	40.4%	3.0%	1.0%	1.0%	1.0%	4.0%	30.3%	8.1%	2.0%
日用雑貨 (n=99)	22.2%	38.4%	5.1%	10.1%	7.1%	3.0%	10.1%	3.0%	14.1%	38.4%	2.0%	2.0%
日用衣料 (n=99)	6.1%	3.0%	2.0%	-	27.3%	3.0%	31.3%	14.1%	14.1%	47.5%	3.0%	2.0%
医薬品 (n=99)	54.5%	25.3%	2.0%	2.0%	4.0%	5.1%	1.0%	1.0%	11.1%	18.2%	5.1%	4.0%
化粧品 (n=99)	18.2%	8.1%	3.0%	-	10.1%	2.0%	16.2%	7.1%	4.0%	47.5%	16.2%	5.1%
趣味・本・スポーツ用品 (n=99)	9.1%	2.0%	-	-	17.2%	3.0%	14.1%	11.1%	15.2%	52.5%	10.1%	2.0%
家電・家具等 (n=99)	2.0%	2.0%	-	-	16.2%	-	19.2%	18.2%	18.2%	50.5%	8.1%	2.0%
カバン・靴 (n=99)	4.0%	1.0%	1.0%	-	19.2%	1.0%	31.3%	13.1%	20.2%	46.5%	7.1%	3.0%
理・美容 (n=99)	30.3%	3.0%	-	-	4.0%	15.2%	7.1%	13.1%	25.3%	8.1%	5.1%	3.0%
クリーニング (n=99)	51.5%	3.0%	-	-	2.0%	9.1%	-	-	8.1%	6.1%	25.3%	4.0%
外食・飲食 (n=99)	32.3%	4.0%	-	-	20.2%	22.2%	28.3%	14.1%	21.2%	1.0%	4.0%	4.0%
贈答品 (n=99)	13.1%	2.0%	-	-	13.1%	3.0%	30.3%	15.2%	9.1%	27.3%	17.2%	6.1%

表4-11 日頃利用する場所【地区別：赤坂地区】

	店自 宅周 辺の 一般 商	ス ー パ ー マ ー ク の 自 宅 周 辺 の	内 自 宅 周 辺 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施	個 区 内 の 店 舗 街 な ど	周 有 辺 の 商 ・ 銀 座 施	商 新 宿 ・ 澁 谷 周 辺 の	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 (n=105)	7.6%	78.1%	11.4%	10.5%	3.8%	1.9%	5.7%	13.3%	9.5%	16.2%	4.8%	2.9%
弁当・惣菜 (n=105)	13.3%	60.0%	6.7%	26.7%	6.7%	1.9%	6.7%	15.2%	5.7%	4.8%	11.4%	1.0%
酒類・飲料 (n=105)	11.4%	53.3%	4.8%	29.5%	1.9%	1.0%	1.0%	1.0%	6.7%	26.7%	7.6%	5.7%
日用雑貨 (n=105)	16.2%	29.5%	3.8%	8.6%	10.5%	1.9%	-	18.1%	10.5%	44.8%	-	3.8%
日用衣料 (n=105)	7.6%	4.8%	-	-	19.0%	1.9%	19.0%	35.2%	10.5%	46.7%	2.9%	3.8%
医薬品 (n=105)	53.3%	13.3%	1.9%	3.8%	8.6%	7.6%	1.0%	6.7%	9.5%	8.6%	5.7%	5.7%
化粧品 (n=105)	20.0%	7.6%	1.0%	1.9%	5.7%	4.8%	8.6%	16.2%	9.5%	40.0%	15.2%	4.8%
趣味・本・スポーツ用品	6.7%	1.0%	1.0%	-	10.5%	-	13.3%	24.8%	15.2%	50.5%	8.6%	5.7%
家電・家具等 (n=105)	3.8%	2.9%	1.0%	-	28.6%	1.9%	9.5%	21.9%	18.1%	45.7%	5.7%	6.7%
カバン・靴 (n=105)	3.8%	1.0%	1.0%	-	12.4%	1.0%	19.0%	30.5%	16.2%	44.8%	5.7%	6.7%
理・美容 (n=105)	33.3%	1.0%	1.0%	-	6.7%	12.4%	6.7%	9.5%	18.1%	4.8%	10.5%	6.7%
クリーニング (n=105)	49.5%	1.9%	-	-	2.9%	5.7%	1.0%	-	8.6%	10.5%	19.0%	4.8%
外食・飲食 (n=105)	35.2%	4.8%	-	1.0%	23.8%	21.9%	17.1%	21.0%	22.9%	1.9%	5.7%	3.8%
贈答品 (n=105)	10.5%	1.9%	-	-	12.4%	1.9%	24.8%	36.2%	10.5%	33.3%	11.4%	5.7%

表4-12 日頃利用する場所【地区別：高輪地区】

	店 自 宅 周 辺 の 一 般 商	ス ー パ ー の 自 宅 周 辺 の	内 の 自 宅 周 辺 の ス ー パ ー 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の ス ト ア コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施 等	個 人 店 の 商 店 街 な ど	周 有 楽 町 の 商 ・ 銀 座 施 設	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 (n=103)	12.6%	85.4%	14.6%	14.6%	1.9%	1.9%	3.9%	-	15.5%	9.7%	3.9%	1.0%
弁当・惣菜 (n=103)	7.8%	64.1%	11.7%	30.1%	6.8%	1.0%	4.9%	2.9%	11.7%	2.9%	5.8%	1.0%
酒類・飲料 (n=103)	5.8%	62.1%	8.7%	29.1%	1.0%	1.9%	1.9%	-	9.7%	29.1%	2.9%	1.9%
日用雑貨 (n=103)	16.5%	43.7%	6.8%	6.8%	13.6%	1.9%	8.7%	1.9%	16.5%	34.0%	-	1.0%
日用衣料 (n=103)	1.9%	4.9%	4.9%	1.0%	13.6%	1.0%	25.2%	8.7%	34.0%	47.6%	1.0%	4.9%
医薬品 (n=103)	41.7%	27.2%	1.0%	5.8%	8.7%	6.8%	2.9%	1.0%	12.6%	18.4%	9.7%	1.0%
化粧品 (n=103)	18.4%	13.6%	1.9%	1.0%	7.8%	3.9%	14.6%	4.9%	8.7%	46.6%	15.5%	2.9%
趣味・本・スポーツ用品	5.8%	1.9%	1.9%	-	12.6%	4.9%	10.7%	9.7%	30.1%	55.3%	3.9%	4.9%
家電・家具等 (n=103)	1.0%	1.0%	1.0%	1.0%	12.6%	1.0%	30.1%	14.6%	18.4%	54.4%	5.8%	2.9%
カバン・靴 (n=103)	-	1.0%	1.0%	1.0%	12.6%	1.0%	25.2%	13.6%	29.1%	44.7%	5.8%	3.9%
理・美容 (n=103)	30.1%	4.9%	1.0%	-	5.8%	12.6%	7.8%	8.7%	28.2%	8.7%	5.8%	5.8%
クリーニング (n=103)	60.2%	4.9%	1.0%	1.0%	1.0%	5.8%	1.9%	-	6.8%	1.9%	17.5%	6.8%
外食・飲食 (n=103)	31.1%	4.9%	1.0%	4.9%	16.5%	19.4%	25.2%	9.7%	30.1%	2.9%	1.9%	4.9%
贈答品 (n=103)	5.8%	1.9%	-	1.0%	14.6%	4.9%	35.9%	11.7%	14.6%	34.0%	11.7%	4.9%

表4-13 日頃利用する場所【地区別：芝浦港南地区】

	店 自 宅 周 辺 の 一 般 商	ス ー パ ー の 自 宅 周 辺 の	内 の 自 宅 周 辺 の ス ー パ ー 以 外 の 区	ニ 自 宅 周 辺 の ス ト ア コ ン ビ	設 区 内 の 大 型 商 業 施 等	個 人 店 の 商 店 街 な ど	周 有 楽 町 の 商 ・ 銀 座 施 設	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 (n=115)	7.0%	84.3%	12.2%	7.8%	5.2%	0.9%	2.6%	1.7%	11.3%	13.0%	4.3%	0.9%
弁当・惣菜 (n=115)	7.0%	78.3%	11.3%	22.6%	4.3%	-	8.7%	0.9%	7.0%	3.5%	7.0%	2.6%
酒類・飲料 (n=115)	6.1%	63.5%	7.8%	17.4%	2.6%	0.9%	4.3%	0.9%	7.8%	35.7%	6.1%	1.7%
日用雑貨 (n=115)	10.4%	36.5%	5.2%	3.5%	13.0%	-	11.3%	1.7%	17.4%	45.2%	2.6%	1.7%
日用衣料 (n=115)	0.9%	6.1%	0.9%	-	15.7%	0.9%	42.6%	5.2%	25.2%	50.4%	3.5%	2.6%
医薬品 (n=115)	38.3%	23.5%	7.8%	3.5%	13.0%	1.7%	1.7%	1.7%	12.2%	24.3%	6.1%	1.7%
化粧品 (n=115)	13.9%	6.1%	4.3%	-	3.5%	0.9%	20.0%	6.1%	12.2%	50.4%	14.8%	6.1%
趣味・本・スポーツ用品	9.6%	6.1%	0.9%	1.7%	21.7%	1.7%	18.3%	3.5%	14.8%	51.3%	7.0%	3.5%
家電・家具等 (n=115)	-	2.6%	-	-	15.7%	-	28.7%	4.3%	20.9%	56.5%	7.8%	4.3%
カバン・靴 (n=115)	-	3.5%	-	-	11.3%	2.6%	42.6%	7.0%	22.6%	46.1%	3.5%	3.5%
理・美容 (n=115)	22.6%	6.1%	0.9%	0.9%	4.3%	12.2%	19.1%	6.1%	28.7%	4.3%	7.0%	2.6%
クリーニング (n=115)	52.2%	8.7%	0.9%	-	3.5%	4.3%	1.7%	-	4.3%	8.7%	20.0%	3.5%
外食・飲食 (n=115)	29.6%	6.1%	0.9%	0.9%	25.2%	18.3%	31.3%	7.0%	28.7%	3.5%	1.7%	4.3%
贈答品 (n=115)	0.9%	2.6%	-	-	11.3%	1.7%	49.6%	9.6%	8.7%	43.5%	13.9%	4.3%

利用する理由

④ 利用する理由

- ・それぞれの品目を購入する際の購入場所について、利用する理由をみると、総じて「品揃えが豊富」「価格が安い」「欲しいものがある」の割合が高い。他方、特に食料品では「家から近い」の割合が最も高く、立地要因が重視される傾向がみられる。また、「理・美容」「クリーニング」「外食・飲食」では他の品目と比べ「なじみの店」や「家から近い」の割合が相対的に高く、立地に加え継続的な利用関係が重視される傾向がうかがえる。
- ・年代別にみると、いずれの世代も「品揃えが豊富」「欲しいものがある」が上位である。20 歳代以下は他の年代と比べ、多くの品目において「欲しいものがある」の割合が相対的に低い傾向にある。また、70 歳代以上では他の年代と比べ、食料品や「日用雑貨」で「一か所で全てが揃う」が相対的に高い傾向がみられる。
- ・地区別にみると、若干の差はみられるものの、全体と比較して大きな特徴の違いはみられない。

表4-14 利用する理由【港区全体】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=527)	30.9%	26.8%	26.8%	17.1%	10.6%	6.6%	22.0%	0.8%	0.8%	-	5.9%	5.3%	1.5%	50.9%	8.0%	1.1%	4.7%	3.0%	4.4%	3.8%
弁当・惣菜 (n=522)	25.0%	18.8%	16.1%	21.3%	9.7%	7.4%	8.0%	0.6%	2.1%	0.2%	5.7%	2.8%	0.6%	45.5%	12.1%	0.9%	3.4%	4.0%	2.3%	1.1%
酒類・飲料 (n=521)	25.2%	29.4%	5.1%	23.7%	7.4%	4.9%	11.6%	0.4%	1.7%	0.2%	5.3%	3.8%	0.6%	40.2%	4.4%	1.5%	5.3%	5.3%	2.1%	2.7%
日用雑貨 (n=525)	44.6%	28.3%	1.9%	30.6%	5.1%	3.2%	17.8%	0.2%	1.5%	0.2%	2.7%	3.4%	0.9%	25.4%	5.1%	1.7%	10.6%	5.5%	1.5%	3.8%
日用衣料 (n=518)	50.5%	22.2%	8.9%	46.7%	3.8%	6.5%	13.1%	0.2%	11.0%	0.6%	1.9%	3.2%	1.3%	8.0%	2.1%	0.9%	4.7%	3.8%	0.4%	2.5%
医薬品 (n=519)	34.2%	19.0%	1.9%	25.4%	4.9%	6.3%	11.2%	0.4%	0.2%	-	2.1%	1.5%	0.9%	33.8%	5.3%	0.6%	9.3%	3.8%	3.2%	4.0%
化粧品 (n=510)	37.6%	18.2%	4.9%	38.1%	2.8%	6.6%	9.7%	1.1%	2.7%	-	0.9%	0.8%	1.5%	12.3%	3.0%	0.6%	10.2%	4.9%	1.9%	1.1%
趣味・本・スポーツ用品	52.6%	13.5%	1.9%	41.0%	6.1%	3.6%	11.2%	0.8%	3.2%	0.6%	1.9%	2.8%	0.4%	7.8%	2.5%	0.6%	8.0%	4.7%	1.1%	1.3%
家電・家具等 (n=514)	56.0%	30.2%	3.2%	38.1%	2.1%	3.8%	11.4%	0.6%	4.0%	0.4%	0.8%	3.4%	0.4%	4.9%	1.1%	1.3%	12.1%	3.0%	0.8%	1.7%
カバン・靴 (n=513)	53.1%	19.5%	7.2%	46.4%	3.4%	2.8%	7.2%	0.2%	8.5%	0.4%	0.6%	2.1%	1.5%	4.0%	1.1%	0.8%	6.8%	3.8%	0.6%	1.5%
理・美容 (n=510)	4.4%	13.1%	7.0%	8.5%	4.9%	46.5%	1.3%	2.1%	10.2%	0.2%	0.9%	0.8%	8.2%	23.1%	3.2%	0.4%	2.1%	2.8%	1.5%	0.8%
クリーニング (n=510)	1.5%	10.6%	5.7%	1.5%	5.9%	17.5%	1.9%	1.1%	0.4%	-	2.3%	0.6%	2.3%	46.9%	2.7%	0.6%	1.9%	2.3%	0.4%	2.7%
外食・飲食 (n=513)	12.0%	9.5%	19.5%	21.4%	15.9%	22.8%	2.3%	3.0%	13.7%	0.2%	2.3%	3.2%	6.3%	26.4%	5.5%	0.4%	1.9%	3.2%	3.0%	2.7%
贈答品 (n=508)	45.7%	4.6%	17.1%	34.0%	1.5%	3.8%	10.4%	0.9%	13.3%	0.8%	0.4%	1.7%	2.1%	4.9%	2.1%	0.2%	4.2%	2.7%	0.4%	1.1%

※ 網掛けは「無回答」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）（以下、年代別・地区別も同様）

※ 集計対象は利用する場所の各項目「無回答」を除く者

⑤ 利用する理由【年代別】

表4-15 利用する理由【年代別：20歳代以下】

	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	一か所ですべてが揃う	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=49)	32.7%	24.5%	6.1%	14.3%	14.3%	8.2%	22.4%	-	-	-	8.2%	2.0%	-	46.9%	10.2%	-	2.0%	2.0%	2.0%	12.2%
弁当・惣菜 (n=49)	28.6%	26.5%	14.3%	16.3%	12.2%	10.2%	6.1%	-	2.0%	-	4.1%	2.0%	-	36.7%	12.2%	-	-	-	-	-
酒類・飲料 (n=49)	30.6%	28.6%	8.2%	20.4%	4.1%	8.2%	12.2%	-	4.1%	-	6.1%	-	-	34.7%	10.2%	-	-	2.0%	-	-
日用雑貨 (n=49)	36.7%	26.5%	6.1%	16.3%	12.2%	8.2%	20.4%	-	-	-	8.2%	2.0%	-	44.9%	10.2%	-	2.0%	2.0%	2.0%	8.2%
日用衣料 (n=49)	49.0%	24.5%	4.1%	32.7%	8.2%	10.2%	16.3%	-	10.2%	2.0%	-	2.0%	4.1%	10.2%	2.0%	-	2.0%	-	-	2.0%
医薬品 (n=49)	34.7%	24.5%	-	22.4%	6.1%	4.1%	6.1%	-	2.0%	-	6.1%	4.1%	-	32.7%	6.1%	-	6.1%	-	-	-
化粧品 (n=48)	51.0%	30.6%	4.1%	34.7%	4.1%	4.1%	20.4%	8.2%	-	-	2.0%	2.0%	4.1%	8.2%	6.1%	-	2.0%	-	-	-
趣味・本・スポーツ用品 (n=49)	44.9%	20.4%	4.1%	34.7%	8.2%	2.0%	16.3%	-	4.1%	-	-	2.0%	2.0%	4.1%	4.1%	2.0%	2.0%	-	-	2.0%
家電・家具等 (n=49)	51.0%	32.7%	4.1%	30.6%	-	2.0%	8.2%	-	6.1%	-	2.0%	2.0%	-	2.0%	-	-	-	-	-	-
カバン・靴 (n=49)	53.1%	26.5%	4.1%	34.7%	6.1%	2.0%	8.2%	-	8.2%	-	-	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	-	2.0%	-	-	-
理・美容 (n=49)	12.2%	22.4%	6.1%	16.3%	6.1%	36.7%	4.1%	6.1%	12.2%	2.0%	4.1%	2.0%	4.1%	16.3%	4.1%	-	-	-	2.0%	2.0%
クリーニング (n=49)	4.1%	14.3%	4.1%	2.0%	2.0%	6.1%	2.0%	-	4.1%	-	2.0%	2.0%	4.1%	32.7%	-	-	-	-	-	2.0%
外食・飲食 (n=49)	20.4%	16.3%	12.2%	12.2%	20.4%	24.5%	2.0%	6.1%	14.3%	-	4.1%	-	6.1%	26.5%	14.3%	-	-	-	-	4.1%
贈答品 (n=49)	30.6%	6.1%	14.3%	20.4%	8.2%	-	8.2%	-	10.2%	2.0%	-	-	-	2.0%	4.1%	-	-	-	-	2.0%

表4-16 利用する理由【年代別：30歳代】

	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	一か所ですべてが揃う	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=94)	30.9%	23.4%	20.2%	16.0%	7.4%	7.4%	20.2%	2.1%	-	-	3.2%	2.1%	1.1%	61.7%	13.8%	1.1%	4.3%	4.3%	3.2%	5.3%
弁当・惣菜 (n=94)	23.4%	20.2%	10.6%	24.5%	7.4%	9.6%	6.4%	1.1%	3.2%	-	4.3%	2.1%	1.1%	58.5%	16.0%	3.2%	2.1%	6.4%	2.1%	1.1%
酒類・飲料 (n=94)	21.3%	26.6%	4.3%	20.2%	9.6%	5.3%	7.4%	1.1%	1.1%	-	5.3%	-	2.1%	47.9%	4.3%	1.1%	4.3%	4.3%	2.1%	2.1%
日用雑貨 (n=94)	47.9%	38.3%	1.1%	34.0%	4.3%	4.3%	21.3%	-	1.1%	1.1%	2.1%	1.1%	-	21.3%	6.4%	3.2%	7.4%	5.3%	1.1%	4.3%
日用衣料 (n=93)	50.0%	21.3%	7.4%	46.8%	2.1%	6.4%	16.0%	-	18.1%	1.1%	1.1%	-	1.1%	6.4%	4.3%	-	4.3%	4.3%	1.1%	3.2%
医薬品 (n=93)	29.8%	16.0%	1.1%	25.5%	6.4%	6.4%	10.6%	1.1%	-	-	2.1%	1.1%	-	34.0%	7.4%	-	4.3%	5.3%	4.3%	2.1%
化粧品 (n=93)	45.7%	21.3%	8.5%	41.5%	-	3.2%	6.4%	1.1%	5.3%	-	-	-	-	11.7%	2.1%	-	7.4%	3.2%	2.1%	1.1%
趣味・本・スポーツ用品 (n=93)	52.1%	17.0%	-	44.7%	3.2%	2.1%	14.9%	-	6.4%	1.1%	1.1%	-	-	9.6%	1.1%	-	7.4%	5.3%	1.1%	1.1%
家電・家具等 (n=92)	48.9%	27.7%	1.1%	35.1%	-	3.2%	12.8%	-	4.3%	-	1.1%	1.1%	-	6.4%	1.1%	2.1%	8.5%	4.3%	-	2.1%
カバン・靴 (n=92)	52.1%	21.3%	8.5%	44.7%	1.1%	3.2%	12.8%	-	11.7%	-	1.1%	1.1%	-	3.2%	2.1%	2.1%	4.3%	4.3%	-	3.2%
理・美容 (n=91)	5.3%	10.6%	7.4%	7.4%	3.2%	38.3%	-	3.2%	16.0%	-	-	1.1%	4.3%	23.4%	4.3%	2.1%	2.1%	3.2%	1.1%	1.1%
クリーニング (n=93)	1.1%	6.4%	4.3%	1.1%	6.4%	9.6%	-	1.1%	-	-	2.1%	-	2.1%	47.9%	2.1%	1.1%	1.1%	3.2%	1.1%	6.4%
外食・飲食 (n=92)	11.7%	8.5%	19.1%	22.3%	16.0%	13.8%	2.1%	2.1%	16.0%	-	4.3%	2.1%	7.4%	29.8%	6.4%	1.1%	-	2.1%	1.1%	4.3%
贈答品 (n=91)	45.7%	8.5%	8.5%	29.8%	1.1%	2.1%	11.7%	-	14.9%	1.1%	-	-	2.1%	5.3%	3.2%	-	1.1%	1.1%	-	1.1%

表4-17 利用する理由【年代別：40歳代】

	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	一か所ですべてが揃う	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=96)	30.2%	28.1%	27.1%	15.6%	14.6%	9.4%	21.9%	1.0%	1.0%	-	7.3%	9.4%	1.0%	52.1%	7.3%	-	3.1%	1.0%	4.2%	5.2%
弁当・惣菜 (n=96)	19.8%	15.6%	12.5%	16.7%	13.5%	11.5%	7.3%	-	2.1%	1.0%	8.3%	3.1%	-	54.2%	11.5%	-	1.0%	4.2%	1.0%	-
酒類・飲料 (n=96)	17.7%	26.0%	4.2%	18.8%	10.4%	4.2%	15.6%	-	2.1%	1.0%	7.3%	6.3%	-	50.0%	5.2%	2.1%	5.2%	6.3%	1.0%	1.0%
日用雑貨 (n=96)	44.8%	24.0%	3.1%	35.4%	5.2%	2.1%	17.7%	-	-	-	2.1%	4.2%	1.0%	29.2%	4.2%	-	11.5%	5.2%	1.0%	2.1%
日用衣料 (n=95)	52.1%	21.9%	10.4%	44.8%	4.2%	7.3%	18.8%	1.0%	8.3%	-	2.1%	7.3%	1.0%	4.2%	1.0%	1.0%	8.3%	4.2%	1.0%	2.1%
医薬品 (n=96)	33.3%	16.7%	3.1%	27.1%	4.2%	3.1%	13.5%	1.0%	-	-	1.0%	4.2%	-	43.8%	5.2%	-	7.3%	4.2%	2.1%	4.2%
化粧品 (n=94)	34.4%	15.6%	4.2%	35.4%	3.1%	6.3%	15.6%	-	-	-	1.0%	2.1%	-	10.4%	2.1%	1.0%	11.5%	5.2%	1.0%	-
趣味・本・スポーツ用品 (n=96)	56.3%	11.5%	1.0%	43.8%	6.3%	3.1%	8.3%	1.0%	1.0%	-	1.0%	3.1%	1.0%	9.4%	3.1%	1.0%	10.4%	4.2%	1.0%	-
家電・家具等 (n=96)	55.2%	26.0%	1.0%	43.8%	2.1%	4.2%	14.6%	-	3.1%	-	-	6.3%	1.0%	4.2%	1.0%	4.2%	12.5%	4.2%	1.0%	1.0%
カバン・靴 (n=96)	55.2%	18.8%	6.3%	53.1%	6.3%	2.1%	7.3%	-	7.3%	-	1.0%	2.1%	2.1%	5.2%	1.0%	1.0%	10.4%	5.2%	1.0%	1.0%
理・美容 (n=96)	3.1%	11.5%	7.3%	11.5%	2.1%	42.7%	2.1%	2.1%	11.5%	-	-	-	-	11.5%	30.2%	2.1%	-	3.1%	3.1%	-
クリーニング (n=95)	-	15.6%	4.2%	2.1%	3.1%	13.5%	1.0%	-	-	-	3.1%	1.0%	3.1%	58.3%	3.1%	-	3.1%	3.1%	1.0%	-
外食・飲食 (n=96)	12.5%	13.5%	21.9%	11.5%	19.8%	18.8%	2.1%	3.1%	12.5%	-	1.0%	4.2%	3.1%	35.4%	6.3%	-	-	5.2%	1.0%	-
贈答品 (n=95)	54.2%	5.2%	28.1%	38.5%	-	4.2%	4.2%	1.0%	15.6%	-	-	2.1%	2.1%	7.3%	2.1%	-	3.1%	2.1%	1.0%	-

表4-18 利用する理由【年代別：50 歳代】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=129)	30.2%	31.0%	38.0%	18.6%	5.4%	6.2%	20.9%	-	1.6%	-	7.0%	3.9%	0.8%	49.6%	5.4%	1.6%	5.4%	3.9%	6.2%	1.6%
弁当・惣菜 (n=129)	28.7%	15.5%	17.1%	17.1%	9.3%	5.4%	5.4%	-	3.1%	-	5.4%	0.8%	0.8%	42.6%	13.2%	-	3.9%	2.3%	3.9%	-
酒類・飲料 (n=130)	25.6%	35.7%	5.4%	27.1%	4.7%	4.7%	14.7%	-	3.1%	-	6.2%	4.7%	-	39.5%	1.6%	2.3%	5.4%	4.7%	3.1%	2.3%
日用雑貨 (n=128)	41.1%	28.7%	1.6%	28.7%	2.3%	3.1%	19.4%	0.8%	1.6%	-	3.9%	3.9%	1.6%	27.9%	3.9%	1.6%	13.2%	5.4%	2.3%	0.8%
日用衣料 (n=127)	56.6%	21.7%	10.1%	51.2%	2.3%	5.4%	11.6%	-	10.9%	0.8%	3.1%	2.3%	0.8%	11.6%	3.1%	0.8%	3.1%	4.7%	-	0.8%
医薬品 (n=128)	39.5%	21.7%	2.3%	24.8%	3.9%	6.2%	10.9%	-	-	-	1.6%	-	0.8%	38.0%	2.3%	0.8%	13.2%	2.3%	7.0%	3.1%
化粧品 (n=125)	34.1%	17.1%	4.7%	45.7%	0.8%	7.8%	5.4%	0.8%	1.6%	-	-	-	3.9%	14.7%	2.3%	0.8%	10.1%	4.7%	4.7%	1.6%
趣味・本・スポーツ用品	53.2%	12.4%	0.8%	41.1%	3.1%	4.7%	10.9%	1.6%	3.1%	-	2.3%	3.1%	-	10.1%	3.9%	-	8.5%	4.7%	3.1%	1.6%
家電・家具等 (n=126)	61.2%	28.7%	3.1%	45.0%	1.6%	3.9%	7.8%	1.6%	6.2%	-	0.8%	3.1%	-	6.2%	1.6%	0.8%	19.4%	2.3%	2.3%	1.6%
カバン・靴 (n=126)	55.8%	15.5%	7.0%	59.7%	0.8%	3.9%	4.7%	0.8%	9.3%	-	0.8%	1.6%	1.6%	3.1%	0.8%	-	7.0%	3.9%	1.6%	-
理・美容 (n=126)	3.9%	14.0%	7.0%	9.3%	3.1%	50.4%	-	2.3%	8.5%	-	0.8%	-	7.8%	24.8%	5.4%	-	2.3%	3.1%	1.6%	-
クリーニング (n=127)	0.8%	8.5%	7.0%	0.8%	7.8%	20.2%	2.3%	1.6%	-	-	0.8%	-	0.8%	51.2%	7.0%	0.8%	2.3%	3.9%	-	2.3%
外食・飲食 (n=126)	11.6%	7.0%	19.4%	31.0%	13.2%	24.0%	0.8%	3.1%	14.0%	-	1.6%	3.1%	5.4%	29.5%	3.1%	0.8%	3.9%	3.9%	7.0%	2.3%
贈答品 (n=124)	45.7%	3.9%	17.1%	39.5%	-	4.7%	14.7%	1.6%	14.7%	-	0.8%	1.6%	0.8%	3.9%	2.3%	0.8%	6.2%	3.1%	-	1.6%

表4-19 利用する理由【年代別：60 歳代】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=116)	32.8%	26.7%	26.7%	20.7%	11.2%	2.6%	19.8%	0.9%	0.9%	-	6.0%	6.0%	3.4%	44.0%	8.6%	1.7%	6.0%	3.4%	3.4%	0.9%
弁当・惣菜 (n=112)	25.0%	22.4%	18.1%	29.3%	6.0%	5.2%	7.8%	0.9%	0.9%	-	7.8%	5.2%	0.9%	40.5%	12.1%	0.9%	4.3%	5.2%	2.6%	0.9%
酒類・飲料 (n=113)	32.8%	29.3%	4.3%	25.9%	6.0%	5.2%	5.2%	-	-	-	3.4%	5.2%	0.9%	32.8%	6.0%	1.7%	8.6%	7.8%	2.6%	4.3%
日用雑貨 (n=116)	44.0%	24.1%	0.9%	32.8%	8.6%	2.6%	11.2%	-	2.6%	-	2.6%	5.2%	1.7%	21.6%	5.2%	3.4%	14.7%	6.0%	2.6%	4.3%
日用衣料 (n=114)	47.4%	22.4%	7.8%	53.4%	5.2%	5.2%	6.9%	-	8.6%	-	1.7%	4.3%	1.7%	7.8%	0.9%	0.9%	5.2%	4.3%	-	3.4%
医薬品 (n=113)	32.8%	20.7%	0.9%	28.4%	3.4%	9.5%	10.3%	-	-	-	1.7%	0.9%	3.4%	24.1%	6.9%	1.7%	12.1%	4.3%	0.9%	6.0%
化粧品 (n=113)	31.9%	14.7%	4.3%	33.6%	5.2%	11.2%	5.2%	-	4.3%	-	0.9%	0.9%	0.9%	12.1%	3.4%	0.9%	14.7%	8.6%	-	0.9%
趣味・本・スポーツ用品	52.6%	12.1%	2.6%	38.8%	9.5%	4.3%	5.2%	-	0.9%	-	2.6%	6.0%	-	5.2%	1.7%	0.9%	11.2%	7.8%	-	2.6%
家電・家具等 (n=113)	60.3%	37.1%	4.3%	32.8%	3.4%	6.0%	9.5%	-	-	-	0.9%	3.4%	-	5.2%	1.7%	-	13.8%	3.4%	-	2.6%
カバン・靴 (n=112)	53.4%	19.0%	7.8%	47.4%	4.3%	3.4%	2.6%	-	5.2%	-	-	2.6%	2.6%	6.0%	0.9%	0.9%	8.6%	5.2%	-	2.6%
理・美容 (n=110)	3.4%	11.2%	7.8%	4.3%	6.0%	53.4%	2.6%	-	7.8%	-	-	1.7%	12.1%	19.0%	0.9%	-	0.9%	3.4%	1.7%	0.9%
クリーニング (n=110)	1.7%	9.5%	6.0%	2.6%	6.0%	27.6%	0.9%	1.7%	-	-	2.6%	0.9%	3.4%	44.8%	-	0.9%	1.7%	0.9%	-	1.7%
外食・飲食 (n=113)	9.5%	6.9%	22.4%	26.7%	11.2%	31.9%	1.7%	1.7%	14.7%	-	1.7%	4.3%	11.2%	18.1%	4.3%	-	3.4%	4.3%	2.6%	2.6%
贈答品 (n=111)	48.3%	1.7%	14.7%	37.9%	1.7%	4.3%	8.6%	-	12.9%	-	0.9%	2.6%	5.2%	6.9%	0.9%	-	5.2%	4.3%	0.9%	-

表4-20 利用する理由【年代別：70 歳代以上】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=42)	28.6%	21.4%	31.0%	11.9%	19.0%	9.5%	35.7%	-	-	-	2.4%	9.5%	2.4%	50.0%	-	2.4%	7.1%	2.4%	7.1%	2.4%
弁当・惣菜 (n=41)	26.2%	14.3%	31.0%	21.4%	11.9%	2.4%	23.8%	2.4%	-	-	-	4.8%	-	31.0%	2.4%	2.4%	11.9%	4.8%	2.4%	9.5%
酒類・飲料 (n=38)	23.8%	26.2%	7.1%	31.0%	11.9%	2.4%	19.0%	2.4%	-	-	2.4%	4.8%	-	31.0%	-	-	4.8%	4.8%	2.4%	7.1%
日用雑貨 (n=41)	38.1%	19.0%	7.1%	23.8%	7.1%	2.4%	28.6%	-	2.4%	-	-	4.8%	-	21.4%	4.8%	-	7.1%	7.1%	-	16.7%
日用衣料 (n=39)	40.5%	23.8%	11.9%	33.3%	2.4%	7.1%	11.9%	-	9.5%	-	2.4%	2.4%	-	7.1%	-	4.8%	4.8%	2.4%	-	4.8%
医薬品 (n=39)	33.3%	11.9%	4.8%	19.0%	9.5%	7.1%	16.7%	-	-	-	2.4%	-	-	26.2%	4.8%	-	9.5%	7.1%	2.4%	9.5%
化粧品 (n=36)	35.7%	14.3%	2.4%	31.0%	7.1%	2.4%	16.7%	-	2.4%	-	4.8%	-	-	16.7%	4.8%	-	11.9%	4.8%	2.4%	4.8%
趣味・本・スポーツ用品 (n=35)	50.0%	7.1%	7.1%	40.5%	9.5%	4.8%	21.4%	2.4%	7.1%	4.8%	4.8%	-	-	4.8%	-	-	-	2.4%	-	-
家電・家具等 (n=37)	50.0%	28.6%	9.5%	35.7%	7.1%	-	21.4%	2.4%	7.1%	4.8%	-	2.4%	2.4%	2.4%	-	-	7.1%	2.4%	-	2.4%
カバン・靴 (n=37)	42.9%	23.8%	9.5%	31.0%	4.8%	-	14.3%	-	11.9%	4.8%	-	2.4%	-	2.4%	-	-	4.8%	-	-	2.4%
理・美容 (n=37)	-	14.3%	4.8%	4.8%	16.7%	54.8%	-	-	2.4%	-	2.4%	-	4.8%	21.4%	2.4%	-	4.8%	2.4%	2.4%	2.4%
クリーニング (n=35)	4.8%	14.3%	9.5%	-	7.1%	21.4%	9.5%	2.4%	-	-	4.8%	-	-	28.6%	-	-	2.4%	-	-	4.8%
外食・飲食 (n=36)	9.5%	9.5%	16.7%	9.5%	23.8%	21.4%	9.5%	4.8%	4.8%	2.4%	2.4%	2.4%	-	11.9%	2.4%	-	2.4%	-	4.8%	4.8%
贈答品 (n=37)	38.1%	2.4%	21.4%	21.4%	2.4%	7.1%	16.7%	4.8%	4.8%	4.8%	-	2.4%	-	-	-	-	9.5%	4.8%	-	4.8%

⑥ 日頃利用する場所【地区別】

表4-21 利用する理由【地区別：芝地区】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=111)	25.2%	23.4%	19.8%	17.1%	6.3%	4.5%	23.4%	0.9%	-	-	6.3%	7.2%	0.9%	54.1%	9.0%	0.9%	5.4%	3.6%	7.2%	5.4%
弁当・惣菜 (n=108)	25.9%	21.3%	15.7%	21.3%	8.3%	5.6%	8.3%	1.9%	2.8%	-	10.2%	2.8%	-	45.4%	11.1%	2.8%	5.6%	4.6%	2.8%	-
酒類・飲料 (n=110)	19.1%	33.6%	5.5%	22.7%	7.3%	4.5%	10.9%	-	-	-	5.5%	1.8%	0.9%	40.0%	4.5%	0.9%	6.4%	4.5%	1.8%	3.6%
日用雑貨 (n=111)	34.2%	27.9%	1.8%	28.8%	5.4%	3.6%	17.1%	-	2.7%	-	1.8%	2.7%	0.9%	30.6%	1.8%	2.7%	13.5%	5.4%	0.9%	1.8%
日用衣料 (n=109)	59.6%	21.1%	11.0%	43.1%	4.6%	4.6%	12.8%	-	11.9%	-	2.8%	3.7%	0.9%	9.2%	1.8%	1.8%	6.4%	3.7%	-	4.6%
医薬品 (n=109)	33.9%	22.0%	1.8%	28.4%	5.5%	5.5%	15.6%	-	-	-	1.8%	2.8%	-	32.1%	1.8%	1.8%	10.1%	4.6%	2.8%	4.6%
化粧品 (n=107)	41.1%	15.9%	4.7%	43.0%	1.9%	6.5%	10.3%	2.8%	3.7%	-	0.9%	1.9%	1.9%	7.5%	0.9%	1.9%	15.0%	7.5%	0.9%	0.9%
趣味・本・スポーツ用品	55.7%	11.3%	2.8%	41.5%	5.7%	2.8%	13.2%	0.9%	1.9%	-	2.8%	2.8%	-	8.5%	0.9%	0.9%	6.6%	5.7%	0.9%	2.8%
家電・家具等 (n=108)	60.2%	33.3%	4.6%	38.0%	0.9%	4.6%	13.0%	0.9%	-	-	1.9%	4.6%	-	6.5%	0.9%	0.9%	11.1%	1.9%	0.9%	1.9%
カバン・靴 (n=108)	57.4%	17.6%	9.3%	46.3%	2.8%	3.7%	8.3%	0.9%	7.4%	-	0.9%	3.7%	0.9%	7.4%	-	0.9%	9.3%	3.7%	1.9%	2.8%
理・美容 (n=106)	5.7%	14.2%	5.7%	7.5%	4.7%	53.8%	-	0.9%	9.4%	-	1.9%	1.9%	12.3%	25.5%	1.9%	-	0.9%	1.9%	0.9%	-
クリーニング (n=107)	0.9%	10.3%	7.5%	1.9%	4.0%	20.6%	0.9%	1.9%	-	-	1.9%	0.9%	2.8%	50.5%	1.9%	-	2.8%	0.9%	0.9%	3.7%
外食・飲食 (n=108)	9.3%	8.3%	21.3%	24.1%	14.8%	24.1%	0.9%	1.9%	10.2%	-	0.9%	4.6%	6.5%	32.4%	3.7%	-	1.9%	2.8%	3.7%	3.7%
贈答品 (n=107)	44.9%	5.6%	15.0%	36.4%	0.9%	6.5%	5.6%	2.8%	13.1%	-	-	0.9%	4.7%	5.6%	1.9%	-	5.6%	2.8%	-	-

表4-22 利用する理由【地区別：麻布地区】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=97)	32.0%	30.9%	32.0%	24.7%	16.5%	3.1%	15.5%	2.1%	-	-	3.1%	6.2%	3.1%	45.4%	9.3%	-	6.2%	5.2%	2.1%	3.1%
弁当・惣菜 (n=95)	23.2%	18.9%	20.0%	28.4%	11.6%	7.4%	7.4%	1.1%	2.1%	1.1%	5.3%	4.2%	2.1%	46.3%	8.4%	-	-	2.1%	3.2%	-
酒類・飲料 (n=97)	24.7%	24.7%	3.1%	26.8%	11.3%	3.1%	13.4%	1.0%	3.1%	-	6.2%	7.2%	1.0%	41.2%	2.1%	2.1%	4.1%	5.2%	1.0%	4.1%
日用雑貨 (n=97)	43.3%	23.7%	-	35.1%	10.3%	2.1%	19.6%	-	1.0%	-	1.0%	5.2%	1.0%	25.8%	2.1%	1.0%	10.3%	5.2%	1.0%	4.1%
日用衣料 (n=97)	46.4%	20.6%	6.2%	56.7%	4.1%	3.1%	12.4%	-	19.6%	-	3.1%	4.1%	-	13.4%	2.1%	1.0%	2.1%	2.1%	-	2.1%
医薬品 (n=95)	40.0%	20.0%	1.1%	31.6%	6.3%	2.1%	9.5%	2.1%	-	-	1.1%	1.1%	-	41.1%	1.1%	-	7.4%	5.3%	2.1%	2.1%
化粧品 (n=94)	40.4%	19.1%	1.1%	41.5%	5.3%	7.4%	10.6%	1.1%	2.1%	-	1.1%	1.1%	2.1%	12.8%	-	-	6.4%	5.3%	1.1%	-
趣味・本・スポーツ用品 (n=97)	58.8%	12.4%	-	46.4%	5.2%	3.1%	10.3%	-	2.1%	-	3.1%	3.1%	-	7.2%	1.0%	-	7.2%	4.1%	3.1%	-
家電・家具等 (n=97)	55.7%	34.0%	1.0%	35.1%	1.0%	2.1%	13.4%	1.0%	6.2%	-	-	4.1%	-	3.1%	-	4.1%	9.3%	4.1%	-	2.1%
理・美容 (n=96)	53.1%	22.9%	4.2%	53.1%	3.1%	1.0%	9.4%	-	9.4%	-	2.1%	1.0%	5.2%	-	1.0%	3.1%	4.2%	-	-	-
クリーニング (n=95)	4.2%	14.6%	9.4%	11.5%	6.3%	42.7%	2.1%	4.2%	14.6%	-	2.1%	-	11.5%	20.8%	3.1%	-	2.1%	4.2%	-	1.0%
外食・飲食 (n=95)	1.1%	8.4%	4.2%	3.2%	5.3%	14.7%	4.2%	-	-	-	3.2%	-	3.2%	50.5%	4.2%	2.1%	2.1%	3.2%	-	2.1%
贈答品 (n=93)	47.3%	1.1%	14.0%	30.1%	2.2%	2.2%	11.8%	1.1%	18.3%	-	-	-	2.2%	5.4%	1.1%	1.1%	3.2%	2.2%	1.1%	1.1%

表4-23 利用する理由【地区別：赤坂地区】

	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=102)	35.3%	23.5%	33.3%	20.6%	7.8%	7.8%	25.5%	-	2.9%	-	3.9%	3.9%	1.0%	44.1%	6.9%	-	2.0%	2.9%	5.9%	2.0%
弁当・惣菜 (n=104)	23.1%	22.1%	11.5%	19.2%	8.7%	11.5%	9.6%	-	1.9%	-	1.9%	2.9%	-	40.4%	12.5%	1.0%	2.9%	2.9%	1.9%	1.9%
酒類・飲料 (n=99)	27.3%	32.3%	7.1%	21.2%	7.1%	6.1%	13.1%	-	-	-	5.1%	5.1%	-	37.4%	5.1%	1.0%	4.0%	3.0%	4.0%	1.0%
日用雑貨 (n=101)	50.5%	33.7%	-	24.8%	5.9%	3.0%	18.8%	-	-	1.0%	5.9%	3.0%	-	20.8%	5.9%	2.0%	5.9%	5.9%	-	5.9%
日用衣料 (n=101)	50.5%	22.8%	10.9%	41.6%	1.0%	6.9%	15.8%	-	5.9%	1.0%	2.0%	4.0%	1.0%	6.9%	1.0%	-	1.0%	6.9%	-	2.0%
医薬品 (n=99)	30.3%	18.2%	3.0%	22.2%	5.1%	8.1%	7.1%	-	-	-	1.0%	1.0%	-	29.3%	7.1%	-	8.1%	3.0%	3.0%	6.1%
化粧品 (n=100)	40.0%	17.0%	8.0%	35.0%	1.0%	3.0%	8.0%	-	3.0%	-	1.0%	1.0%	1.0%	16.0%	3.0%	-	8.0%	4.0%	3.0%	3.0%
趣味・本・スポーツ用品 (n=99)	52.5%	15.2%	2.0%	41.4%	4.0%	4.0%	9.1%	1.0%	3.0%	-	2.0%	1.0%	-	6.1%	1.0%	-	12.1%	6.1%	1.0%	1.0%
家電・家具等 (n=98)	54.1%	21.4%	4.1%	41.8%	1.0%	4.1%	10.2%	-	5.1%	-	-	3.1%	-	6.1%	1.0%	-	15.3%	5.1%	1.0%	2.0%
カバン・靴 (n=98)	60.2%	18.4%	7.1%	43.9%	-	3.1%	6.1%	-	7.1%	1.0%	-	1.0%	-	4.1%	1.0%	1.0%	4.1%	5.1%	1.0%	2.0%
理・美容 (n=98)	4.1%	10.2%	9.2%	8.2%	5.1%	35.7%	1.0%	2.0%	12.2%	1.0%	-	1.0%	5.1%	22.4%	2.0%	1.0%	2.0%	3.1%	-	2.0%
クリーニング (n=100)	1.0%	18.0%	4.0%	1.0%	9.0%	20.0%	1.0%	1.0%	1.0%	-	2.0%	-	1.0%	41.0%	1.0%	-	1.0%	4.0%	-	4.0%
外食・飲食 (n=101)	10.9%	7.9%	18.8%	21.8%	17.8%	15.8%	3.0%	3.0%	13.9%	1.0%	3.0%	2.0%	5.9%	25.7%	3.0%	1.0%	2.0%	4.0%	1.0%	2.0%
贈答品 (n=99)	43.4%	5.1%	17.2%	35.4%	2.0%	6.1%	11.1%	-	10.1%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	5.1%	1.0%	-	2.0%	2.0%	-	2.0%

表4-24 利用する理由【地区別：高輪地区】

	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	一か所ですべてが揃う	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=102)	31.4%	33.3%	22.5%	8.8%	9.8%	6.9%	23.5%	1.0%	1.0%	-	7.8%	2.9%	1.0%	59.8%	3.9%	2.9%	4.9%	1.0%	3.9%	3.9%
弁当・惣菜 (n=102)	20.6%	11.8%	17.6%	17.6%	9.8%	6.9%	4.9%	-	2.9%	-	7.8%	1.0%	-	51.0%	12.7%	1.0%	4.9%	3.9%	2.0%	2.9%
酒類・飲料 (n=101)	18.8%	29.7%	5.0%	26.7%	5.9%	4.0%	10.9%	1.0%	2.0%	-	7.9%	4.0%	-	48.5%	2.0%	1.0%	4.0%	5.9%	1.0%	3.0%
日用雑貨 (n=102)	40.2%	28.4%	2.0%	29.4%	2.9%	2.9%	15.7%	1.0%	2.9%	-	3.9%	2.9%	1.0%	29.4%	7.8%	2.0%	11.8%	6.9%	1.0%	2.9%
日用衣料 (n=98)	44.9%	24.5%	6.1%	51.0%	8.2%	8.2%	8.2%	-	10.2%	1.0%	2.0%	2.0%	4.1%	6.1%	1.0%	1.0%	8.2%	3.1%	1.0%	2.0%
医薬品 (n=102)	30.4%	15.7%	1.0%	24.5%	5.9%	5.9%	15.7%	-	1.0%	-	3.9%	1.0%	2.0%	43.1%	2.0%	-	10.8%	4.9%	2.9%	4.9%
化粧品 (n=100)	32.0%	18.0%	3.0%	43.0%	6.0%	6.0%	11.0%	2.0%	1.0%	-	1.0%	-	2.0%	21.0%	3.0%	1.0%	9.0%	4.0%	1.0%	2.0%
趣味・本・スポーツ用品 (n=98)	53.1%	16.3%	3.1%	39.8%	11.2%	4.1%	12.2%	2.0%	5.1%	2.0%	1.0%	4.1%	2.0%	9.2%	6.1%	1.0%	4.1%	3.1%	-	2.0%
家電・家具等 (n=100)	55.0%	35.0%	5.0%	43.0%	6.0%	1.0%	11.0%	1.0%	4.0%	2.0%	1.0%	2.0%	1.0%	5.0%	2.0%	1.0%	8.0%	2.0%	1.0%	3.0%
カバン・靴 (n=99)	43.4%	20.2%	5.1%	51.5%	9.1%	3.0%	4.0%	-	11.1%	1.0%	1.0%	1.0%	5.1%	1.0%	2.0%	-	5.1%	1.0%	-	2.0%
理・美容 (n=97)	5.2%	11.3%	4.1%	10.3%	8.2%	53.6%	1.0%	2.1%	6.2%	-	1.0%	-	5.2%	32.0%	5.2%	-	3.1%	2.1%	1.0%	-
クリーニング (n=96)	3.1%	7.3%	6.3%	1.0%	7.3%	16.7%	-	2.1%	1.0%	-	2.1%	1.0%	2.1%	55.2%	4.2%	-	3.1%	3.1%	-	1.0%
外食・飲食 (n=98)	11.2%	14.3%	17.3%	20.4%	21.4%	23.5%	2.0%	4.1%	13.3%	-	4.1%	3.1%	5.1%	23.5%	10.2%	-	3.1%	1.0%	3.1%	2.0%
贈答品 (n=98)	51.0%	4.1%	18.4%	34.7%	3.1%	3.1%	13.3%	1.0%	14.3%	-	1.0%	4.1%	1.0%	4.1%	2.0%	-	4.1%	3.1%	1.0%	3.1%

表4-25 利用する理由【地区別：芝浦港南地区】

	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	一か所ですべてが揃う	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	駐輪・駐車場がある	接客態度が良い	家から近い	通勤・通学途中にある	催物・特売などが多い	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	みなトクPAYを利用できる	無回答
青果・精肉・鮮魚 (n=114)	31.6%	23.7%	27.2%	14.9%	13.2%	10.5%	21.9%	-	-	-	7.9%	6.1%	1.8%	50.0%	10.5%	1.8%	5.3%	2.6%	2.6%	4.4%
弁当・惣菜 (n=112)	33.0%	20.5%	17.0%	21.4%	9.8%	6.3%	9.8%	-	0.9%	-	3.6%	3.6%	0.9%	47.3%	16.1%	-	3.6%	6.3%	0.9%	0.9%
酒類・飲料 (n=113)	37.2%	28.3%	5.3%	23.0%	6.2%	7.1%	10.6%	-	3.5%	0.9%	2.7%	1.8%	0.9%	37.2%	8.0%	2.7%	8.0%	8.8%	2.7%	1.8%
日用雑貨 (n=113)	55.8%	28.3%	5.3%	35.4%	1.8%	4.4%	18.6%	-	0.9%	-	0.9%	3.5%	1.8%	21.2%	8.0%	0.9%	11.5%	4.4%	4.4%	3.5%
日用衣料 (n=112)	54.5%	24.1%	9.8%	45.5%	1.8%	9.8%	17.0%	0.9%	8.9%	0.9%	-	2.7%	0.9%	5.4%	4.5%	0.9%	6.3%	3.6%	0.9%	1.8%
医薬品 (n=113)	38.9%	20.4%	2.7%	23.0%	2.7%	9.7%	8.8%	-	-	-	2.7%	1.8%	2.7%	27.4%	14.2%	0.9%	10.6%	1.8%	5.3%	2.7%
化粧品 (n=108)	39.8%	23.1%	8.3%	35.2%	0.9%	11.1%	10.2%	-	2.8%	-	0.9%	-	0.9%	7.4%	8.3%	-	13.9%	4.6%	3.7%	-
趣味・本・スポーツ用品	50.5%	13.5%	1.8%	42.3%	5.4%	4.5%	12.6%	-	4.5%	0.9%	0.9%	3.6%	-	9.0%	3.6%	0.9%	10.8%	5.4%	0.9%	0.9%
家電・家具等 (n=110)	60.9%	30.9%	1.8%	38.2%	1.8%	7.3%	10.9%	-	5.5%	-	0.9%	2.7%	0.9%	4.5%	1.8%	0.9%	18.2%	2.7%	0.9%	-
カバン・靴 (n=111)	58.6%	21.6%	10.8%	54.1%	2.7%	3.6%	9.0%	-	9.0%	-	0.9%	1.8%	0.9%	2.7%	2.7%	0.9%	12.6%	5.4%	-	0.9%
理・美容 (n=112)	3.6%	17.0%	8.0%	7.1%	1.8%	53.6%	2.7%	1.8%	9.8%	-	-	0.9%	8.0%	19.6%	4.5%	0.9%	2.7%	3.6%	5.4%	0.9%
クリーニング (n=111)	1.8%	10.8%	7.2%	0.9%	3.6%	18.0%	3.6%	0.9%	-	-	2.7%	0.9%	2.7%	45.9%	2.7%	0.9%	0.9%	0.9%	0.9%	2.7%
外食・飲食 (n=110)	14.5%	12.7%	22.7%	26.4%	13.6%	28.2%	4.5%	2.7%	12.7%	-	3.6%	1.8%	6.4%	23.6%	7.3%	0.9%	-	5.5%	3.6%	1.8%
贈答品 (n=110)	50.9%	7.3%	23.6%	39.1%	-	1.8%	12.7%	-	13.6%	1.8%	-	0.9%	1.8%	5.5%	4.5%	-	6.4%	3.6%	-	-

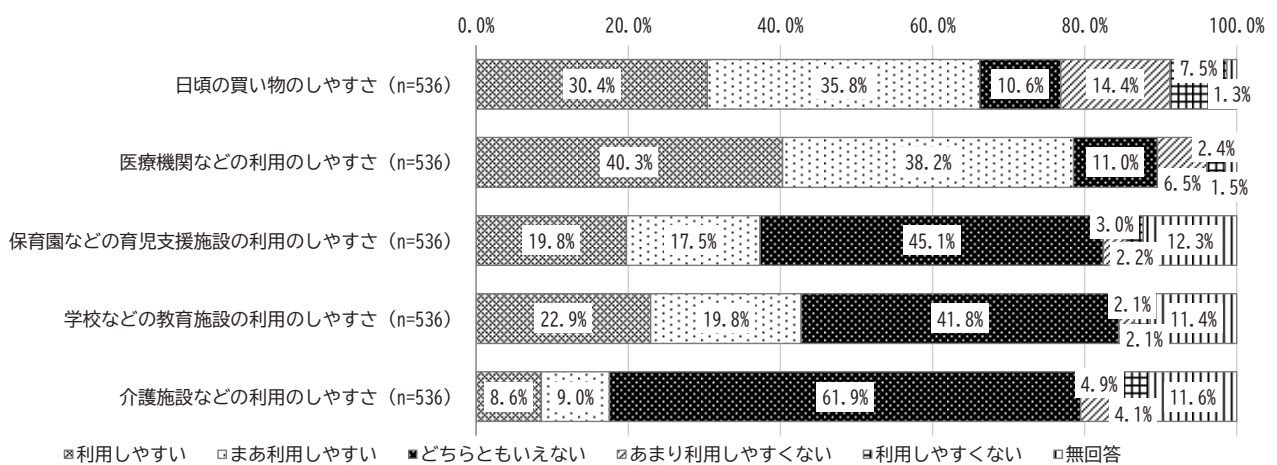
(3) 自宅周辺の買い物環境について

地域の生活環境

① 住んでいる地域の生活環境

- ・居住している地域の生活環境をみると、『利用しやすい』（「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計）が、「日頃の買い物のしやすさ」、「医療機関などの利用のしやすさ」ではそれぞれ、計 66.2%、計 78.5%と5割を大きく超えている。
- ・一方、「保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ」、「学校などの教育施設の利用のしやすさ」ではいずれも「どちらともいえない」が4割を超えるが、『利用しやすい』も概ね4割前後となっている。他方で、「介護施設などの利用のしやすさ」のみ『利用しやすい』が計 17.6%に留まり、「どちらともいえない」が 61.9%となっており、現時点で利用経験や関心が限定的な層が多い可能性がある。

図4-1 住んでいる地域の生活環境【港区全体】



② 日頃の買い物のしやすさ

- ・日頃の買い物のしやすさを地区別にみると、『利用しやすい』（「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計）は、麻布地区が計 72.7%と最も高く、次いで芝浦港南地区（69.6%）、高輪地区（68.0%）の順となっている。一方、赤坂地区は『利用しやすすくない』（「利用しやすすくない」、「あまり利用しやすすくない」の合計）が計 35.2%と他の地区と比べて高く、日頃の買い物がしにくいと感じている住民の割合が相対的に高い傾向がみられる。
- ・居住年数別にみると、1年未満を除き、居住年数が長くなるほど、『利用しやすい』と感じる住民の割合が概ね高まる傾向がみられる。なお、1年未満では『利用しやすい』が計 72.9%と、他の居住年数と比べて評価が高い。しかしながら、居住期間が短い層は回答者数が限られることに留意が必要である。

図4-2 日頃の買い物のしやすさ【地区別】

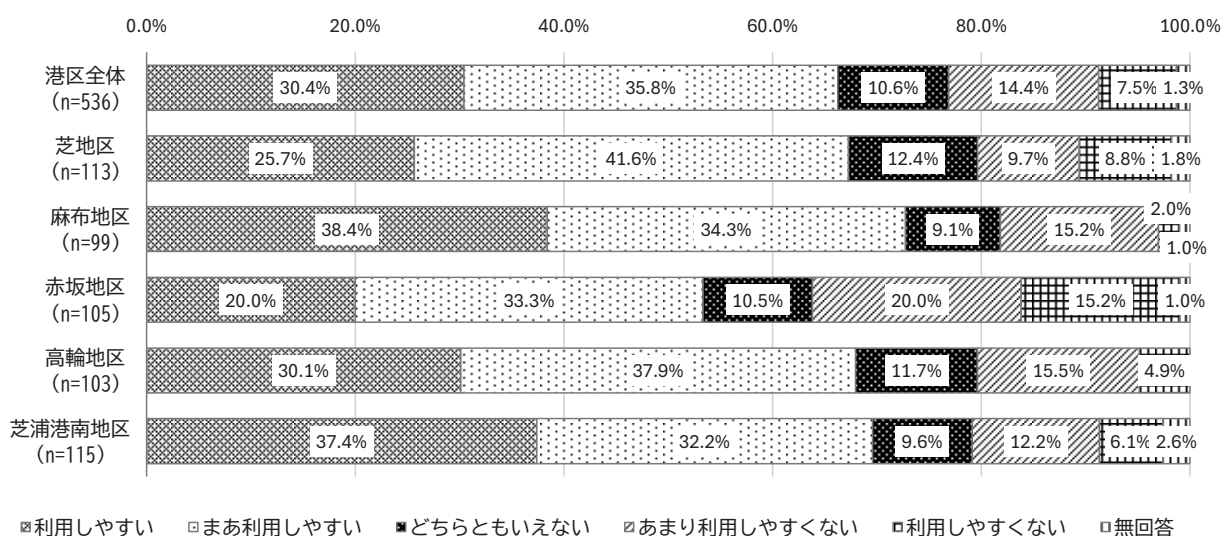
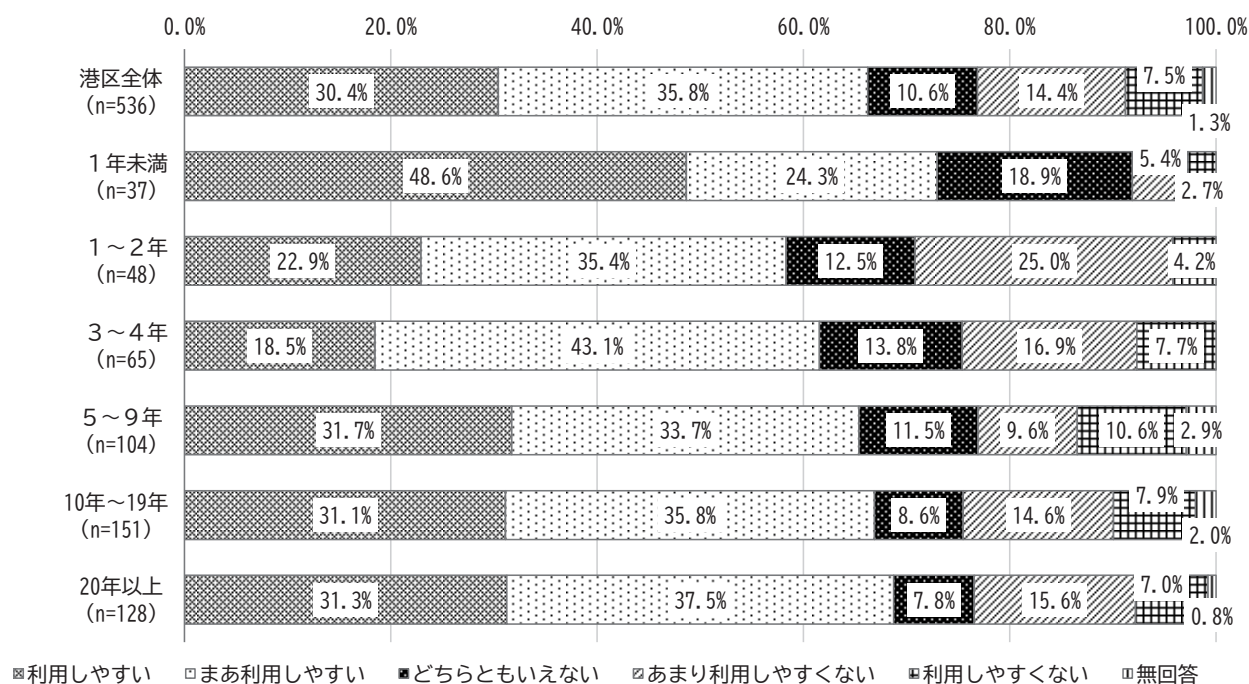


図4-3 日頃の買い物のしやすさ【居住年数別】



③ 医療機関などの利用のしやすさ

- ・医療機関などの利用のしやすさを地区別にみると、『利用しやすい』(「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計)は、高輪地区が計 89.3%と最も高く、次いで麻布地区(計 82.8%)、芝地区(計 82.3%)の順となっている。
- ・家族構成別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、子どもと同居では『利用しやすい』が計 83.9%と最も高くなっている。

図4-4 医療機関などの利用のしやすさ【地区別】

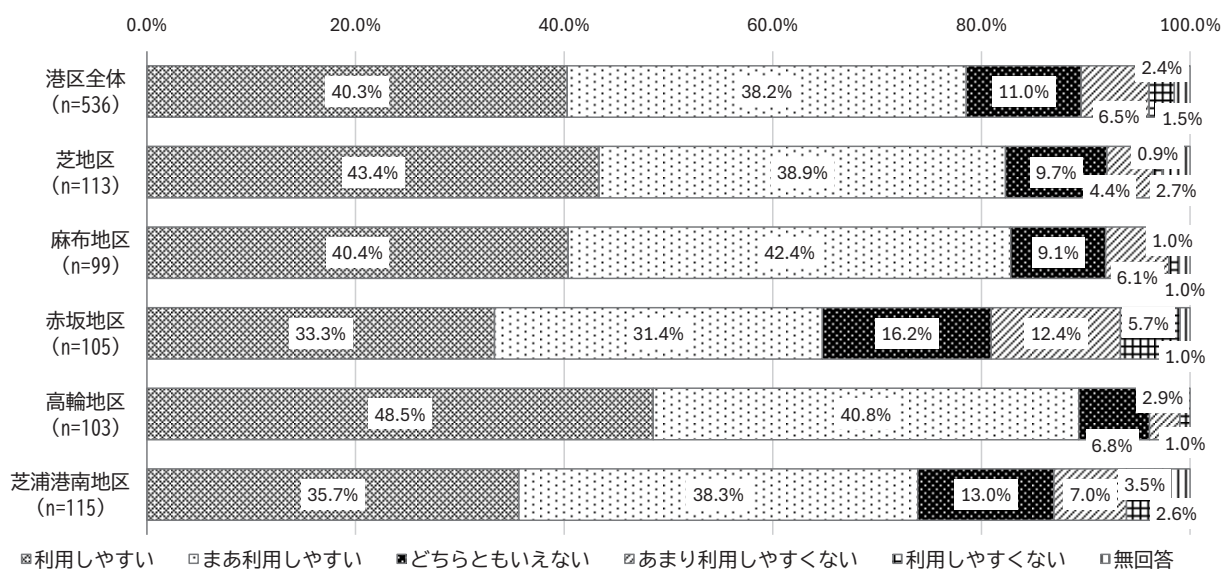
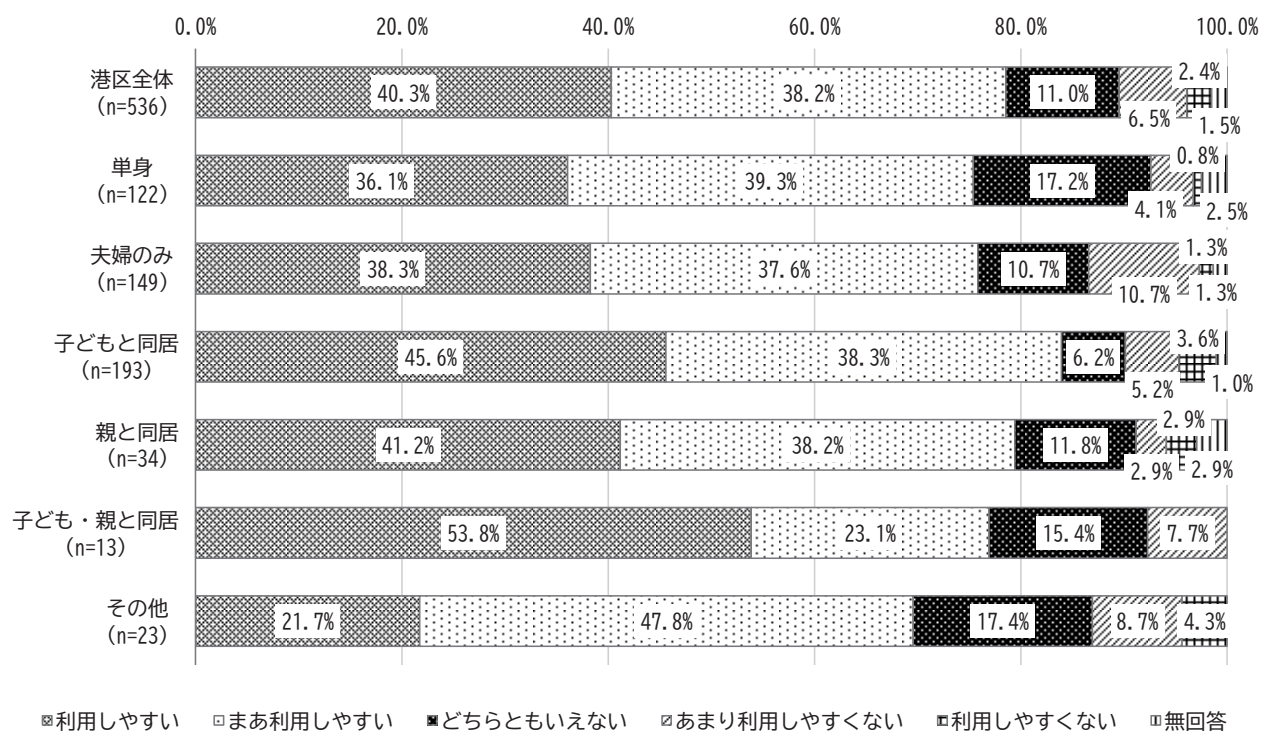


図4-5 医療機関などの利用のしやすさ【家族構成別】



④ 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ

- ・ 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさを地区別にみると、すべての地区において「どちらともいえない」が最も高くなっているが、『利用しやすい』（「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計）は、芝浦港南地区が計 50.4％と最も高く、次いで高輪地区（計 48.6％）、赤坂地区（計 32.4％）の順となっている。地区間で一定の差がみられ、高輪地区、芝浦港南地区は他地区と比べて高い水準にある。
- ・ 家族構成別にみると、子どもと同居、子ども・親と同居では『利用しやすい』がそれぞれ、計 67.3％、計 38.5％と、港区全体（計 37.3％）を上回っている。この2つ以外の家族構成では「どちらともいえない」の割合がいずれも5割を超えており、家族構成により回答の傾向に差がみられる。

図4-6 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ【地区別】

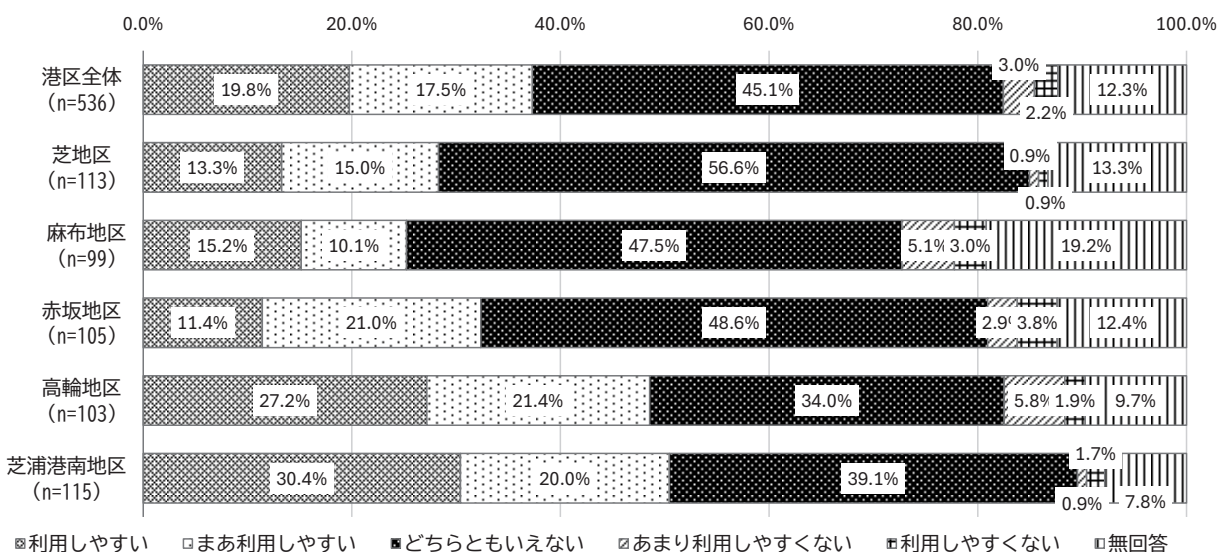
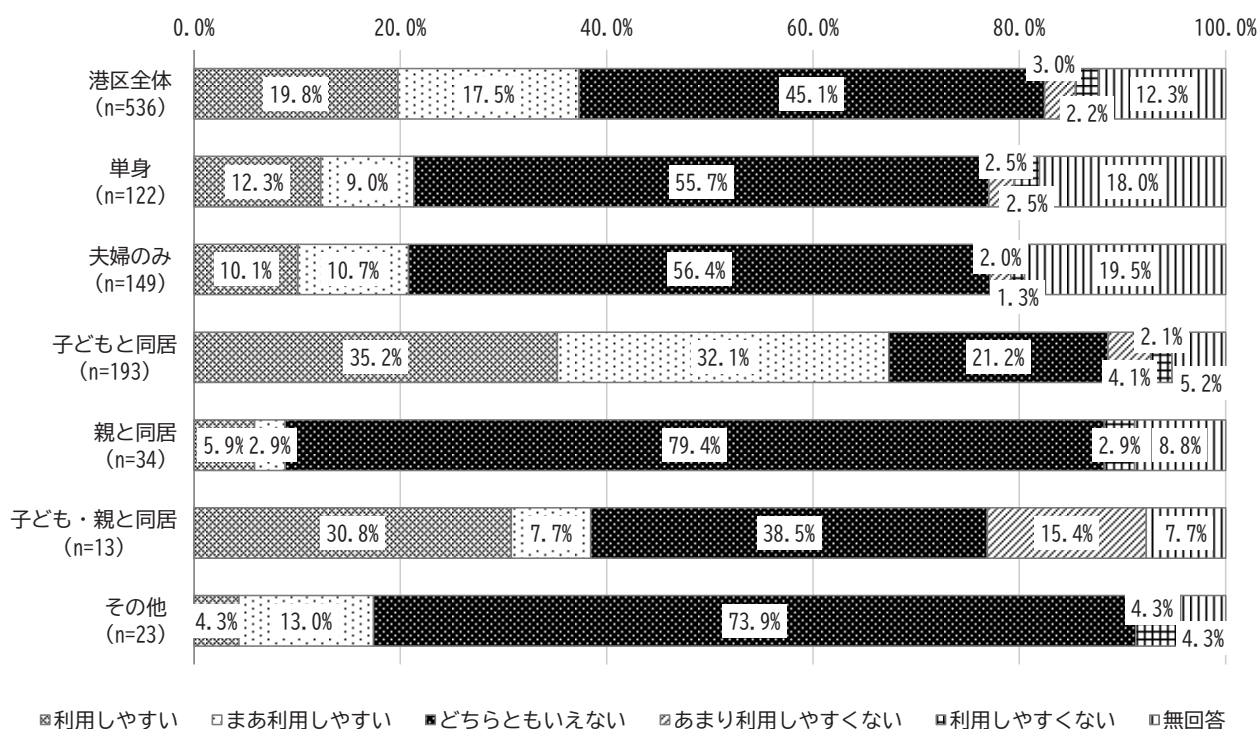


図4-7 保育園などの育児支援施設の利用のしやすさ【家族構成別】



⑤ 学校などの教育施設の利用のしやすさ

- ・学校などの教育施設の利用のしやすさを地区別にみると、すべての地区において「どちらともいえない」が最も高くなっているが、『利用しやすい』『利用しやすい』『まあ利用しやすい』の合計は、高輪地区が計 53.4%と最も高く、次いで芝浦港南地区(計 51.3%)、赤坂地区(計 38.1%)の順となっている。育児支援施設と同様、地区間で一定の差がみられ、高輪地区、芝浦港南地区は他地区と比べて高い水準にある。
- ・家族構成別にみると、子どもと同居、子ども・親と同居では『利用しやすい』『利用しやすい』『まあ利用しやすい』の合計がそれぞれ、計 65.9%、計 84.6%と、港区全体(計 42.7%)を上回っている。この2つ以外の家族構成では「どちらともいえない」の割合が概ね5割～6割前後となっており、家族構成により回答の傾向に差がみられる。

図4-8 学校などの教育施設の利用のしやすさ【地区別】

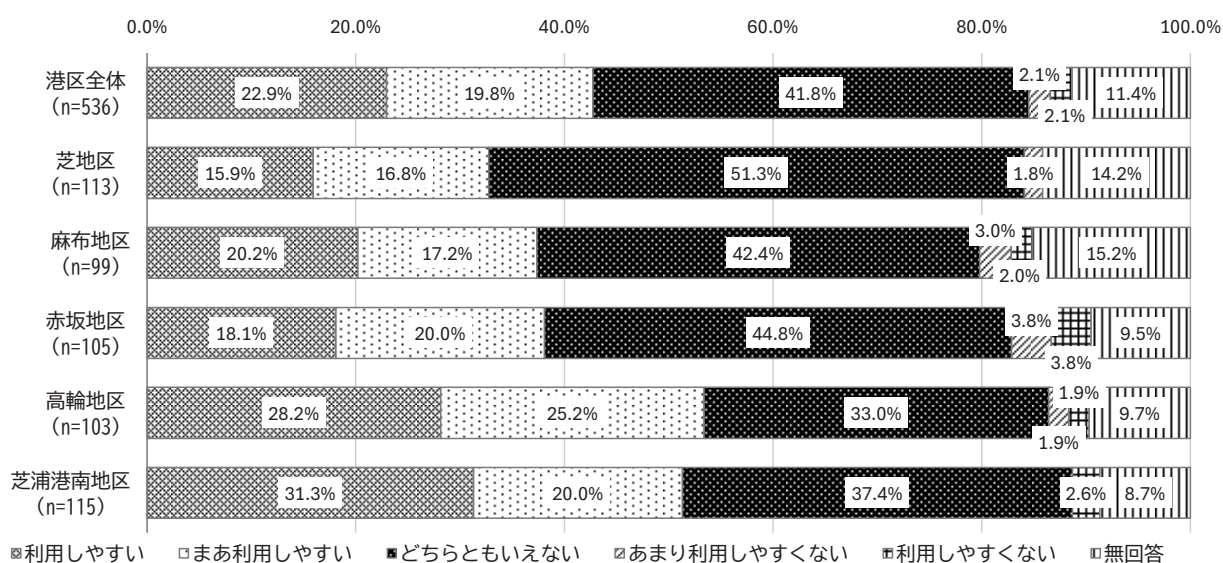
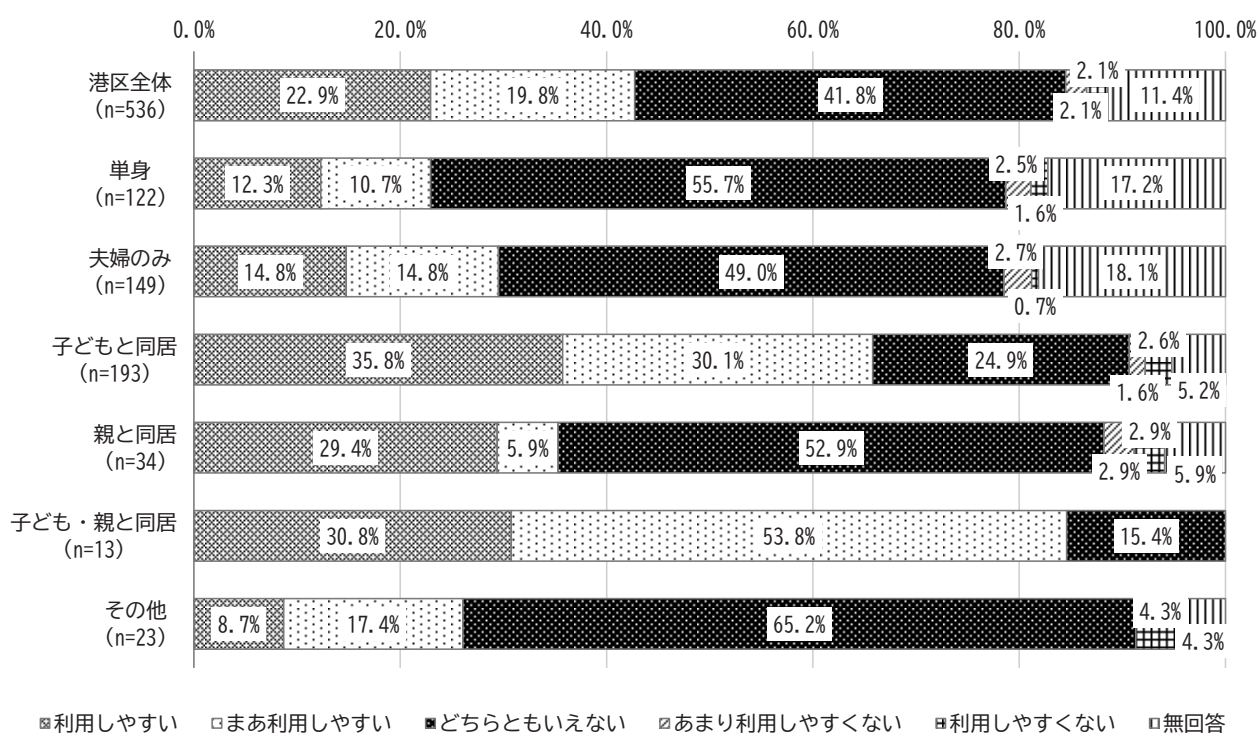


図4-9 学校などの教育施設の利用のしやすさ【家族構成別】



⑥ 介護施設などの利用のしやすさ

- ・介護施設などの利用のしやすさを地区別にみると、すべての地区において「どちらともいえない」が最も高くなっており、いずれも6割弱～7割弱を占めているが、『利用しやすい』（「利用しやすい」、「まあ利用しやすい」の合計）は、高輪地区が計 25.2%と最も高く、次いで芝浦港南地区（計 21.7%）、麻布地区（計 16.2%）の順となっている。
- ・家族構成別にみると、すべての家族構成において「どちらともいえない」が最も高くなっており、いずれも5割台半ば～7割台前半を占めている。他方、子ども・親と同居では、『利用しやすい』が計 30.8%と、すべての家族構成のなかで最も高くなっているが、回答者数が限られることに留意が必要である。

図4-10 介護施設などの利用のしやすさ【地区別】

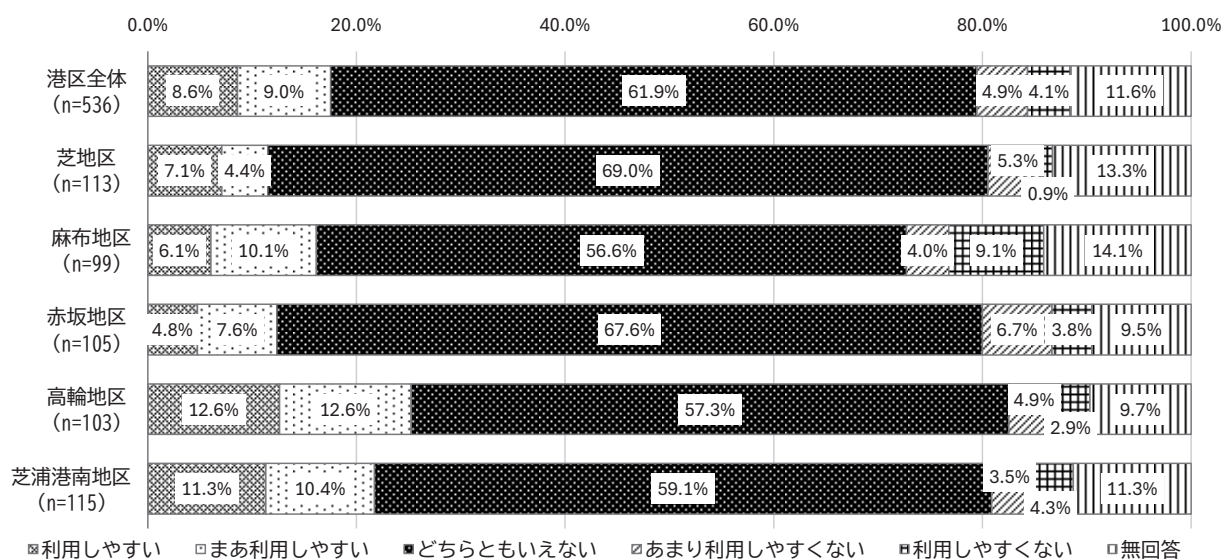
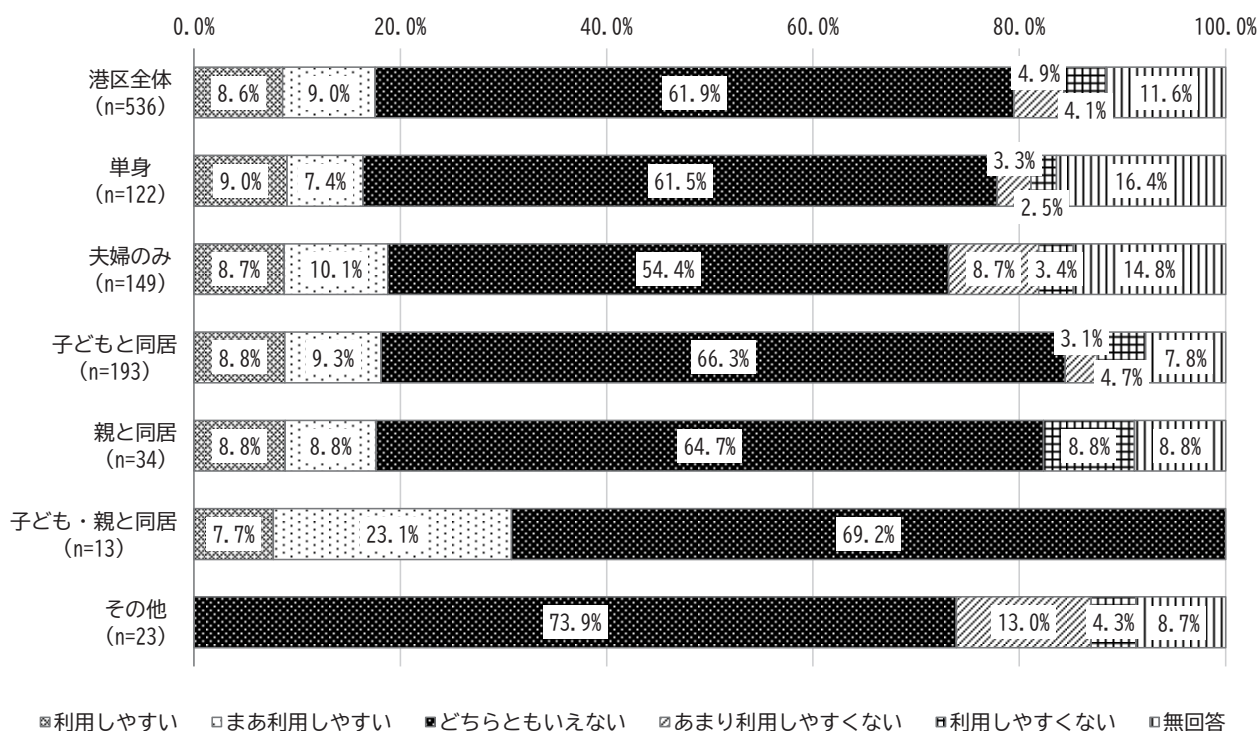


図4-11 介護施設などの利用のしやすさ【家族構成別】



自宅周辺の商店街の賑わい

- ・自宅周辺の商店街の賑わいをみると、『賑わっている』(「賑わっている」、「まあ賑わっている」の合計)の割合は計 45.0%と、『賑わっていない』(「賑わっていない」、「あまり賑わっていない」の合計)の割合(計 19.6%)を上回っており、総じて商店が賑わっていると感じる区民の方が多いことがうかがえる。
- ・また、『賑わっている』の割合は前回調査時(39.4%)を上回っている。
- ・地区別にみると、麻布地区、芝地区では『賑わっている』の割合がそれぞれ、計 63.6%、計 53.1%と、港区全体(計 45.0%)を上回っており、また、赤坂地区(計 43.8%)、芝浦港南地区(計 40.0%)も概ね4割前後の割合となっている。一方、大きな繁華街を持たない高輪地区のみ計 24.2%と、他地区と比べて低い割合となっている。

図4-12 自宅周辺の商店街の賑わい【港区全体】

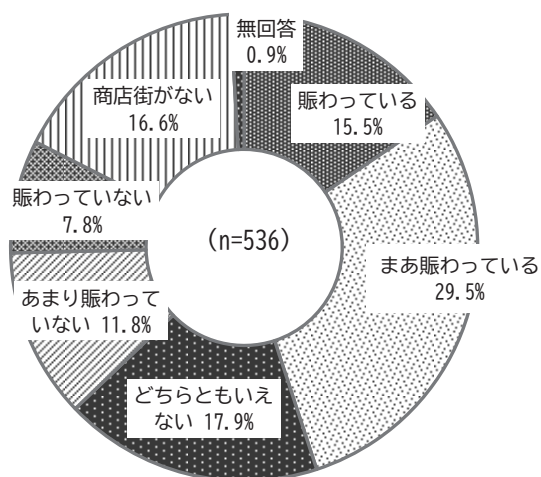
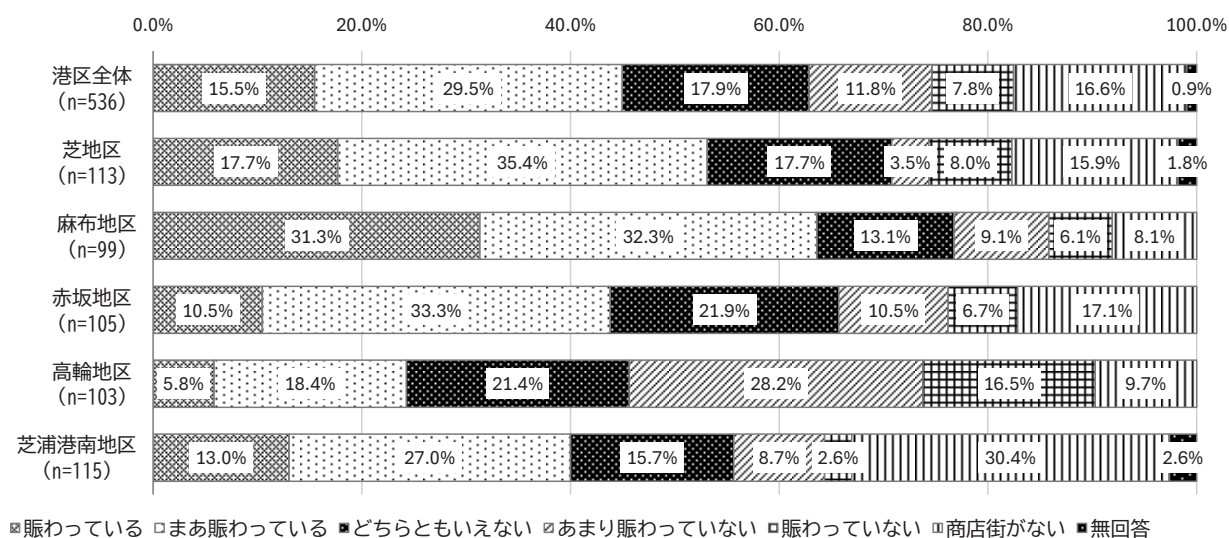


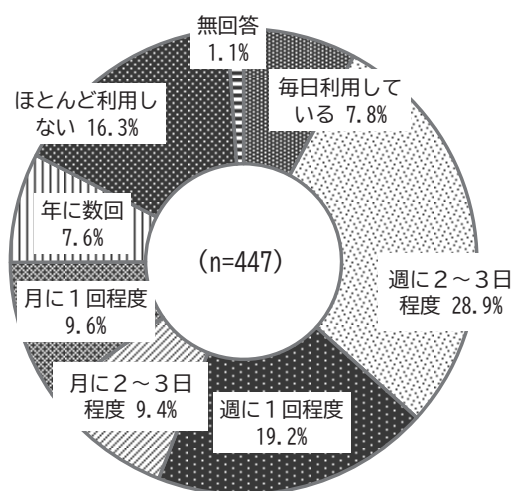
図4-13 自宅周辺の商店街の賑わい【地区別】



自宅周辺の商店街の利用

- ・ 自宅周辺の商店街の利用状況をみると、「週に2～3日程度」が28.9%と最も高く、次いで「週に1回程度(19.2%)」、「ほとんど利用しない(16.3%)」の順となっている。
- ・ 地区別にみると、「毎日利用している」、「週に2～3日程度」の合計が高い順に、麻布地区(計49.5%)、赤坂地区(計40.2%)、芝地区(計39.0%)、芝浦港南地区(計36.3%)、高輪地区(計18.3%)となっているが、これは前問にて『賑わっている』と回答した割合が高い地区の順と概ね同様であり、商店街の賑わいと区民の利用頻度に一定の関係がある可能性がうかがえる。
- ・ 家族構成別にみると、若干の差はみられるものの、大きな特徴の違いはみられない。

図4-14 自宅周辺の商店街の利用【港区全体】



※ 集計対象は「自宅周辺に商店街がない」と回答した者を除く 447 人

図4-15 自宅周辺の商店街の利用【地区別】

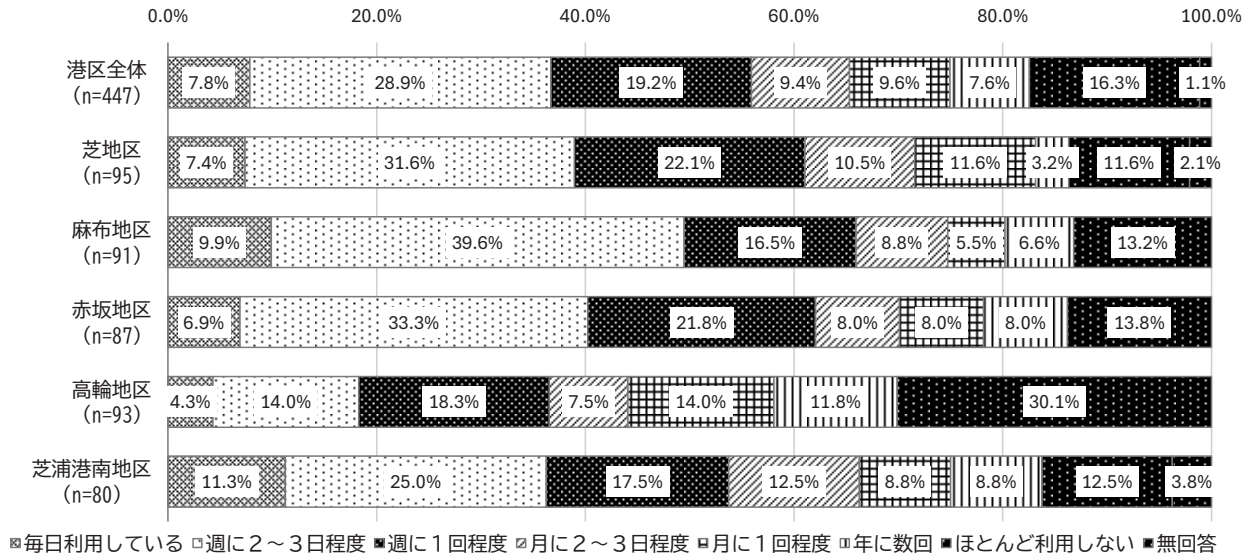
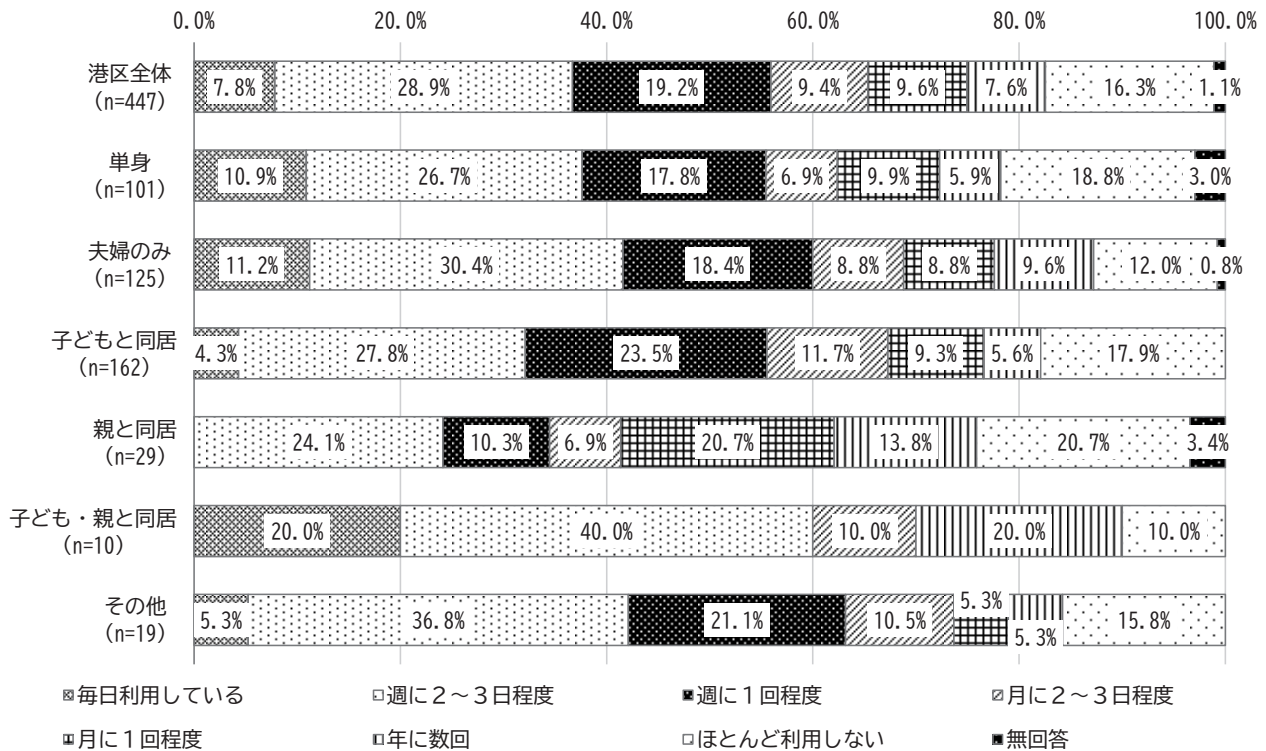


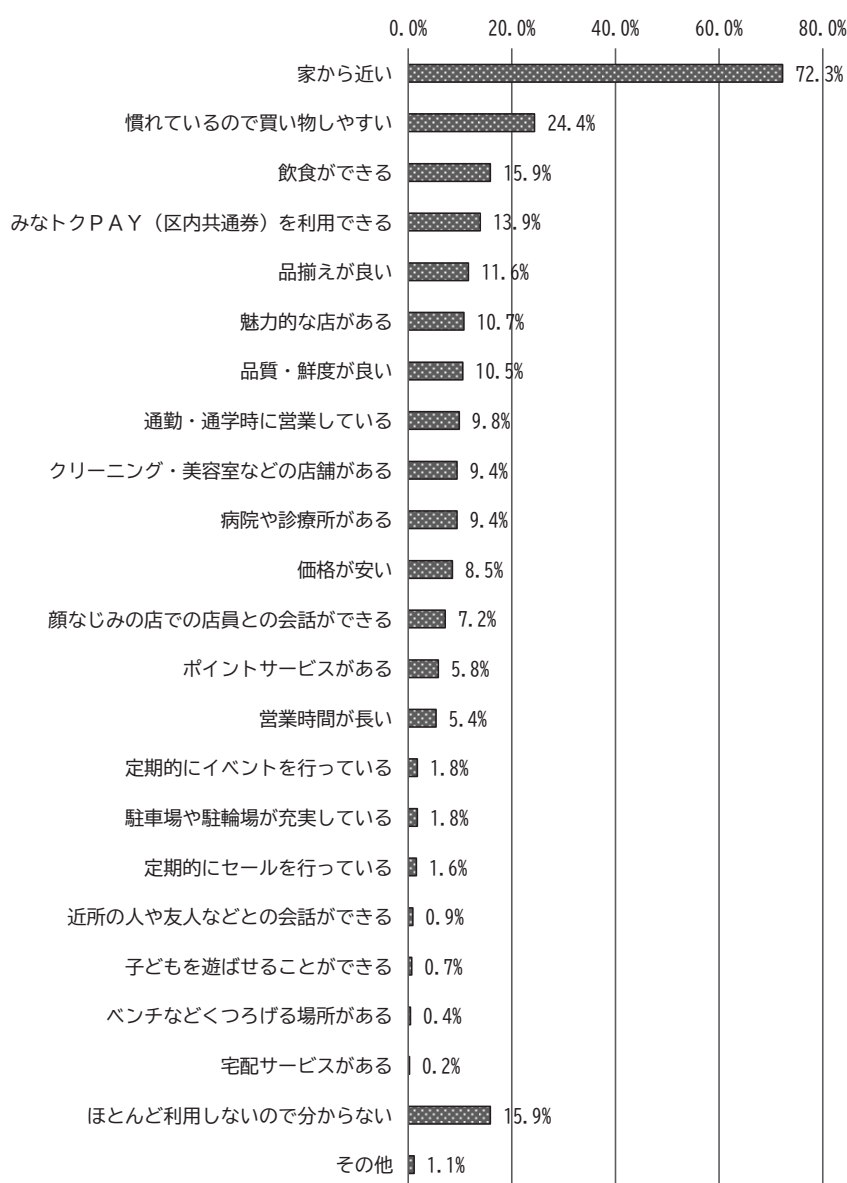
図4-16 自宅周辺の商店街の利用【家族構成別】



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をみると、「家から近い」が72.3%と、他の選択肢と比べて圧倒的に高い割合を占めており、次いで「慣れているので買い物しやすい(24.4%)」、「飲食ができる(15.9%)」の順となっている。一方、「ほとんど利用しないので分からない」とする回答も15.9%あった。
- ・ 年代別にみると、すべての年代において「家から近い」が最も高い割合を示している。また、概ね年代が上がるに連れ「慣れているので買い物しやすい」の割合が高くなり、60歳代、70歳代以上ではそれぞれ、32.7%、35.1%となっている。50歳代では「みなトクPAY(区内共通券)を利用できる」が20.0%と、港区全体(13.9%)を上回っており、70歳代以上では「価格が安い」が18.9%と、港区全体(8.5%)を突出して上回っている。

図4-17 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由【港区全体（N=447）】



※ 集計対象は「自宅周辺に商店街がない」と回答した者を除く 447 人

- ・職業別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、無職、学生では「ポイントサービスがある」がそれぞれ、17.2%、16.7%と港区全体(5.8%)と比べて突出して上回っている。
- ・地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、芝地区、麻布地区では「飲食ができる」がそれぞれ、21.1%、19.8%と、港区全体(15.9%)を上回っており、高輪地区、芝浦港南地区では「みなトクPAY(区内共通商品券)を利用できる」がそれぞれ、17.2%、15.0%と、港区全体(13.9%)を上回っている。

表4-26 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・鮮度が良い	価格が安い	飲食ができる	舗がある	病院や診療所がある	定期的にイベントを行っている	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せる	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	ベンチなどくつろげる場所がある	子どもを遊ばせることができる	みなトクPAY（区内共通券）を利用できる	ない	ほとんど利用しないので分からない	その他	無回答
港区全体 (n=447)	72.3%	9.8%	11.6%	10.5%	8.5%	15.9%	9.4%	9.4%	1.8%	1.6%	5.8%	24.4%	7.2%	10.7%	0.9%	1.8%	0.2%	5.4%	0.4%	0.7%	13.9%	15.9%	1.1%	1.8%	
20歳代以下 (n=41)	61.0%	12.2%	14.6%	12.2%	9.8%	9.8%	7.3%	4.9%	2.4%	-	4.9%	19.5%	7.3%	7.3%	2.4%	2.4%	-	7.3%	-	-	4.9%	19.5%	2.4%	4.9%	
30歳代 (n=79)	63.3%	6.3%	11.4%	7.6%	6.3%	12.7%	2.5%	5.1%	2.5%	2.5%	1.3%	16.5%	6.3%	8.9%	-	1.2%	1.2%	4.9%	1.2%	-	12.7%	22.8%	-	1.3%	
40歳代 (n=81)	74.1%	9.9%	16.0%	14.8%	9.9%	18.5%	13.6%	14.8%	2.5%	2.5%	3.7%	25.9%	7.4%	18.5%	2.5%	0.9%	-	5.5%	-	-	20.0%	12.7%	-	2.7%	
50歳代 (n=110)	78.2%	11.8%	9.1%	6.4%	7.3%	19.1%	10.9%	8.2%	0.9%	0.9%	5.5%	20.0%	3.6%	6.4%	-	5.1%	-	3.1%	-	-	13.3%	14.3%	3.1%	2.0%	
60歳代 (n=98)	72.4%	12.2%	10.2%	12.2%	6.1%	15.3%	10.2%	12.2%	2.0%	1.0%	8.2%	32.7%	13.3%	13.3%	1.0%	5.1%	-	3.1%	-	-	13.5%	5.4%	-	-	
70歳代以上 (n=37)	81.1%	-	10.8%	13.5%	18.9%	16.2%	10.8%	8.1%	-	2.7%	16.2%	35.1%	2.7%	8.1%	-	-	-	10.8%	-	-	-	-	-	-	

表4-27 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・鮮度が良い	価格が安い	飲食ができる	舗がある	クリニック・美容室などの店	病院や診療所がある	定期的にイベントを行っている	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	ベンチなどくつろげる場所がある	子どもを遊ばせることができる	みなトクPAY（区内共通券）を利用できる	ない	ほとんど利用しないので分からない	その他	無回答
港区全体 (n=447)	72.3%	9.8%	11.6%	10.5%	8.5%	15.9%	9.4%	9.4%	1.8%	1.6%	5.8%	24.4%	7.2%	10.7%	0.9%	1.8%	0.2%	5.4%	0.4%	0.7%	13.9%	15.9%	1.1%	1.8%	-	1.8%
会社員・公務員 (n=209)	70.3%	15.3%	16.3%	12.9%	10.5%	15.3%	12.4%	11.5%	1.9%	2.4%	4.3%	21.1%	5.7%	13.4%	1.4%	1.0%	-	5.7%	1.0%	1.4%	15.8%	14.8%	1.0%	1.0%	-	1.0%
自営業 (n=48)	68.8%	2.1%	12.5%	10.4%	4.2%	16.7%	-	2.1%	-	-	-	6.3%	14.6%	8.3%	6.3%	-	4.2%	-	4.2%	-	4.2%	25.0%	-	2.1%	-	-
会社役員 (n=45)	82.2%	6.7%	6.7%	11.1%	6.7%	20.0%	11.1%	13.3%	4.4%	-	4.4%	37.8%	8.9%	11.1%	-	4.4%	-	4.4%	-	-	13.3%	13.3%	-	-	-	-
主婦・家事手伝い (n=53)	75.5%	-	3.8%	3.8%	5.7%	17.0%	7.5%	3.8%	1.9%	1.9%	3.8%	34.0%	7.5%	7.5%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	-	-	13.2%	13.2%	1.9%	1.9%	-	1.9%
パート・アルバイト (n=39)	74.4%	10.3%	2.6%	2.6%	12.8%	2.6%	5.1%	12.8%	-	-	5.1%	20.5%	5.1%	-	-	2.6%	-	2.6%	-	-	12.8%	20.5%	5.1%	5.1%	-	5.1%
無職 (n=29)	75.9%	-	6.9%	6.9%	6.9%	24.1%	10.3%	6.9%	-	3.4%	17.2%	27.6%	10.3%	10.3%	-	-	-	6.9%	-	-	13.8%	10.3%	-	3.4%	-	3.4%
学生 (n=12)	58.3%	16.7%	16.7%	16.7%	8.3%	25.0%	8.3%	8.3%	-	-	-	16.7%	33.3%	8.3%	16.7%	-	-	-	16.7%	-	-	8.3%	16.7%	-	8.3%	-
その他 (n=10)	60.0%	10.0%	20.0%	30.0%	-	20.0%	10.0%	10.0%	10.0%	-	10.0%	30.0%	30.0%	30.0%	-	-	-	20.0%	-	-	20.0%	20.0%	-	-	-	-

表4-28 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由【地区別】

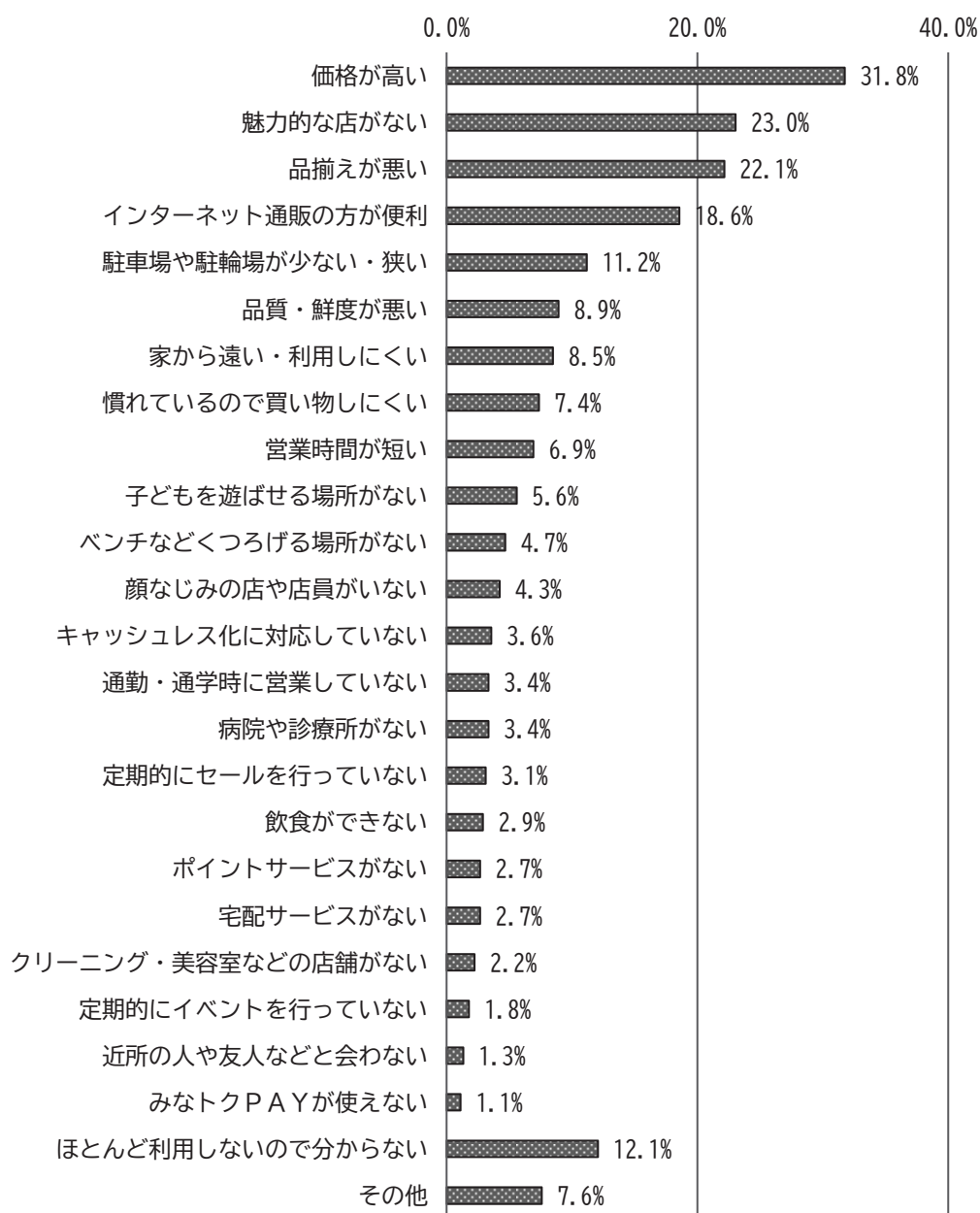
	家から近い	通勤・通学時に営業している	品揃えが良い	品質・鮮度が良い	価格が安い	飲食ができる	舗がある	病院や診療所がある	定期的にイベントを行っている	定期的にセールを行っている	ポイントサービスがある	慣れているので買い物しやすい	顔なじみの店での店員との会話ができる	魅力的な店がある	近所の人や友人などの会話ができる	駐車場や駐輪場が充実している	宅配サービスがある	営業時間が長い	ベンチなどくつろげる場所がある	子どもを遊ばせることができる	みなトクPAY（区内共通券）を利用できる	ない	ほとんど利用しないので分からない	その他	無回答
港区全体（n=447）	72.3%	9.8%	11.6%	10.5%	8.5%	15.9%	9.4%	9.4%	1.8%	1.6%	5.8%	24.4%	7.2%	10.7%	0.9%	1.8%	0.2%	5.4%	0.4%	0.7%	13.9%	15.9%	1.1%	1.8%	
芝地区（n=95）	78.9%	16.8%	12.6%	10.5%	10.5%	21.1%	8.4%	12.6%	2.1%	2.1%	6.3%	23.2%	4.2%	9.5%	-	1.1%	-	5.3%	-	-	13.7%	10.5%	3.2%	2.1%	
麻布地区（n=91）	73.6%	12.1%	18.7%	18.7%	9.9%	19.8%	12.1%	12.1%	2.2%	-	7.7%	37.4%	9.9%	18.7%	-	1.1%	1.1%	6.6%	1.1%	-	13.2%	12.1%	-	1.1%	
赤坂地区（n=87）	79.3%	4.6%	11.5%	12.6%	5.7%	11.5%	8.0%	6.9%	1.1%	1.1%	5.7%	23.0%	5.7%	11.5%	1.1%	5.7%	-	4.6%	-	1.1%	9.2%	13.8%	-	-	
高輪地区（n=93）	62.4%	5.4%	5.4%	5.4%	8.6%	11.8%	9.7%	9.7%	1.1%	2.2%	4.3%	14.0%	10.8%	8.6%	3.2%	1.1%	-	4.3%	1.1%	1.1%	17.2%	23.7%	2.2%	1.1%	
芝浦港南地区（n=80）	66.3%	8.8%	10.0%	5.0%	7.5%	15.0%	8.8%	5.0%	2.5%	2.5%	5.0%	25.0%	5.0%	5.0%	-	-	-	6.3%	-	1.3%	15.0%	20.0%	-	5.0%	

※ 網掛けは「その他」、「無回答」を除く上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

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・利用しない理由をみると、「価格が高い」が 31.8%と最も高く、次いで「魅力的な店がない(23.0%)」、「品揃えが悪い(22.1%)」の順となっている。一方、「ほとんど利用しないので分からない」とする回答も 12.1%あった。
- ・ 年代別にみると、20 歳代以下では、「ほとんど利用しないので分からない」が 22.0%と、港区全体(12.1%)を上回っている。また、「インターネット通販の方が便利」は『若年層』(「20 歳代以下」、「30 歳代」)および『高齢層』(「60 歳代」、「70 代以上」)で一定の割合を示し、特に 60 歳代、70 歳代ではそれぞれ、21.4%、29.7%と、港区全体(18.6%)を上回っている。

図4-18 自宅周辺に欠けている点や利用しない理由【港区全体 (N=447)】



※ 集計対象は「自宅周辺に商店街がない」と回答した者を除く 447 人

- ・職業別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、自営業では「駐車場や駐輪場が少ない・狭い」が27.1%と、港区全体(11.2%)を突出して上回っている。また、主婦・家事手伝いでは「インターネット通販の方が便利」が26.4%と、港区全体(18.6%)を上回っている。
- ・地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあり、大きな特徴の違いはみられない。

表4-29 自宅周辺の商店街に欠けている点や利用しない理由【年代別】

	家から遠い・利用しにくい	通勤・通学時に営業していない	品揃えが悪い	品質・鮮度が悪い	価格が高い	飲食ができない	舗がない	病棟や診療所がない	定期的にイベントを行っていない	定期的にセールを行っていない	ポイントサービスがない	慣れているので買い物しにくい	顔なじみの店や店員がない	魅力的な店がない	近所の人や友人などと会わない	駐車場や駐輪場が少ない・狭い	宅配サービスがない	営業時間が短い	ベンチなどくつろげる場所がない	子どもを遊ばせる場所がない	インターネット通販の方が便利	ない	ミニトクPAYが使えない	ほとんど利用しないので分からない	その他	無回答
港区全体 (n=447)	8.5%	3.4%	22.1%	8.9%	31.8%	2.9%	2.2%	3.4%	1.8%	3.1%	2.7%	7.4%	4.3%	23.0%	1.3%	11.2%	2.7%	6.9%	4.7%	5.6%	18.6%	3.6%	1.1%	12.1%	7.6%	6.9%
20歳以下 (n=41)	9.8%	7.3%	12.2%	9.8%	29.3%	-	2.4%	7.3%	4.9%	2.4%	-	4.9%	2.4%	24.4%	-	4.9%	-	9.8%	4.9%	4.9%	14.6%	2.4%	-	22.0%	2.4%	7.3%
30歳代 (n=79)	12.7%	2.5%	25.3%	13.9%	27.8%	3.8%	1.3%	3.8%	1.3%	3.8%	3.8%	7.6%	2.5%	16.5%	1.3%	3.8%	1.3%	6.3%	1.3%	4.6%	17.7%	6.3%	-	15.2%	6.3%	6.3%
40歳代 (n=91)	6.2%	4.9%	19.8%	6.2%	30.9%	3.7%	-	1.2%	4.9%	2.5%	1.2%	12.3%	6.2%	17.3%	2.5%	11.1%	4.9%	7.4%	11.1%	16.0%	16.0%	-	2.5%	7.4%	14.8%	6.2%
50歳代 (n=110)	12.7%	4.5%	25.5%	10.9%	34.5%	3.6%	1.8%	3.6%	4.5%	3.6%	4.5%	8.2%	6.4%	27.3%	-	19.1%	3.6%	8.2%	1.8%	2.7%	15.5%	6.4%	1.8%	10.9%	3.6%	5.5%
60歳代 (n=98)	3.1%	1.0%	20.4%	6.1%	29.6%	1.0%	4.1%	3.1%	1.0%	4.1%	4.1%	5.1%	4.1%	24.5%	3.1%	11.2%	2.0%	6.1%	6.1%	-	21.4%	3.1%	1.0%	13.3%	12.2%	6.1%
70歳以上 (n=37)	5.4%	-	24.3%	5.4%	43.2%	5.4%	5.4%	2.7%	-	2.7%	-	2.7%	-	32.4%	-	10.8%	2.7%	2.7%	2.7%	-	29.7%	-	-	5.4%	-	16.2%

表4-30 自宅周辺の商店街に欠けている点や利用しない理由【職業別】

	家から遠い・利用しにくい	通勤・通学時に営業していない	品揃えが悪い	品質・鮮度が悪い	価格が高い	飲食ができない	舗がない	病棟や診療所がない	定期的にイベントを行っていない	定期的にセールを行っていない	ポイントサービスがない	慣れているので買い物しにくい	顔なじみの店や店員がない	魅力的な店がない	近所の人や友人などと会わない	駐車場や駐輪場が少ない・狭い	宅配サービスがない	営業時間が短い	ベンチなどくつろげる場所がない	子どもを遊ばせる場所がない	インターネット通販の方が便利	ない	ミニトクPAYが使えない	ほとんど利用しないので分からない	その他	無回答
港区全体 (n=447)	8.5%	3.4%	22.1%	8.9%	31.8%	2.9%	2.2%	3.4%	1.8%	3.1%	2.7%	7.4%	4.3%	23.0%	1.3%	11.2%	2.7%	6.9%	4.7%	5.6%	18.6%	3.6%	1.1%	12.1%	7.6%	6.9%
会社員・公務員 (n=209)	10.0%	4.8%	22.0%	12.0%	27.3%	2.9%	0.5%	2.4%	1.9%	3.3%	3.3%	7.7%	6.2%	19.6%	1.0%	6.2%	3.3%	8.6%	4.3%	7.2%	16.3%	4.3%	1.9%	9.1%	7.2%	4.8%
自営業 (n=48)	6.3%	2.1%	16.7%	4.2%	25.0%	4.2%	4.2%	4.2%	-	4.2%	2.1%	4.2%	4.2%	27.1%	2.1%	27.1%	-	6.3%	6.3%	8.3%	20.8%	2.1%	-	18.8%	4.2%	6.3%
会社役員 (n=45)	4.4%	2.2%	15.6%	6.7%	24.4%	-	6.7%	4.4%	2.2%	2.2%	4.4%	6.7%	4.4%	17.8%	-	13.3%	-	2.2%	8.9%	4.4%	17.8%	4.4%	2.2%	8.9%	4.4%	8.9%
主婦・家事手伝い (n=52)	7.5%	-	24.5%	9.4%	18.9%	5.7%	-	3.8%	1.9%	1.9%	3.8%	7.5%	3.8%	43.4%	3.8%	17.0%	5.7%	1.9%	5.7%	3.8%	26.4%	-	-	11.3%	13.2%	7.5%
パート・アルバイト (n=39)	7.7%	2.6%	33.3%	7.7%	30.8%	2.6%	2.6%	-	-	5.1%	-	10.3%	-	25.6%	-	15.4%	2.6%	10.3%	2.6%	-	23.1%	7.7%	-	17.9%	12.8%	10.3%
無職 (n=29)	10.3%	-	13.8%	3.4%	48.3%	3.4%	6.9%	3.4%	3.4%	3.4%	-	13.8%	-	17.2%	3.4%	10.3%	3.4%	13.8%	-	-	17.2%	3.4%	-	13.8%	6.9%	10.3%
学生 (n=12)	8.3%	16.7%	8.3%	-	25.0%	-	8.3%	16.7%	8.3%	-	-	-	-	16.7%	-	-	-	-	8.3%	8.3%	-	-	-	25.0%	-	8.3%
その他 (n=10)	10.0%	-	30.0%	10.0%	20.0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.0%	-	-	20.0%	10.0%	20.0%

表4-31 自宅周辺の商店街に欠けている点や利用しない理由【地区別】

	家から遠い・利用しにくい	通勤・通学時に営業していない	品揃えが悪い	品質・鮮度が悪い	価格が高い	飲食ができない	舗がない	病棟や診療所がない	定期的にイベントを行っていない	定期的にセールを行っていない	ポイントサービスがない	慣れているので買い物しにくい	顔なじみの店や店員がない	魅力的な店がない	近所の人や友人などと会わない	駐車場や駐輪場が少ない・狭い	宅配サービスがない	営業時間が短い	ベンチなどくつろげる場所がない	子どもを遊ばせる場所がない	インターネット通販の方が便利	ない	ミニトクPAYが使えない	ほとんど利用しないので分からない	その他	無回答
港区全体 (n=447)	8.5%	3.4%	22.1%	8.9%	31.8%	2.9%	2.2%	3.4%	1.8%	3.1%	2.7%	7.4%	4.3%	23.0%	1.3%	11.2%	2.7%	6.9%	4.7%	5.6%	18.6%	3.6%	1.1%	12.1%	7.6%	6.9%
芝地区 (n=95)	4.2%	2.1%	22.2%	10.5%	34.7%	3.2%	3.2%	4.2%	-	2.1%	2.1%	7.4%	2.1%	22.1%	1.1%	9.5%	2.1%	5.3%	6.3%	9.5%	15.8%	3.2%	2.1%	13.7%	11.6%	8.4%
麻布地区 (n=91)	5.5%	7.7%	16.5%	7.7%	34.1%	1.1%	1.1%	3.3%	1.1%	-	1.1%	6.6%	6.6%	18.7%	1.1%	14.3%	1.1%	4.4%	5.5%	5.5%	20.9%	4.4%	1.1%	7.7%	6.6%	5.5%
赤坂地区 (n=87)	13.8%	1.1%	18.4%	8.0%	40.2%	2.3%	4.6%	4.6%	3.4%	4.6%	5.7%	10.3%	2.3%	12.6%	1.1%	9.2%	3.4%	10.3%	3.4%	4.6%	19.5%	2.3%	-	11.5%	8.0%	6.9%
高輪地区 (n=93)	7.5%	3.2%	29.0%	5.4%	28.0%	4.3%	-	2.2%	-	4.3%	2.2%	6.5%	7.5%	39.8%	1.1%	10.8%	2.2%	8.6%	6.5%	2.2%	21.5%	5.4%	1.1%	17.2%	8.6%	2.2%
芝浦港南地区 (n=80)	12.5%	2.5%	22.5%	13.8%	21.3%	3.8%	2.5%	2.5%	5.0%	5.0%	2.5%	6.3%	2.5%	21.3%	2.5%	12.5%	5.0%	6.3%	1.3%	5.0%	13.8%	2.5%	1.3%	10.0%	2.5%	12.5%

※ 網掛けは「その他」、「無回答」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

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をみると、「地元商店街」が36.4%と最も高く、商店街の活性化が地域の賑わいに繋がっていると思っている区民は多いことがうかがえる。次いで「祭り、イベントなど(32.8%)」、「運河、公園など(22.0%)」の順となっている。
- ・年代別にみると、『若年層』(「20 歳代以下」、「30 歳代」)では「運河・公園」「駅や駅舎」など都市インフラへの期待がやや高く、30 歳代、40 歳代では「祭り、イベントなど」がそれぞれ、42.6%、40.8%と、港区全体(32.8%)と比べて突出して上回っている。
- ・職業別にみると、いずれの職業においても「地元商店街」、「祭り、イベントなど」が高い順位を占めているが、都市インフラは職業ごとに差がみられる。具体的には、会社員・公務員、自営業では「運河、公園など」がそれぞれ、25.4%、29.8%と、港区全体(22.0%)を上回っており、パート・アルバイト、無職では「住宅街、まちなみ景観」がそれぞれ、20.4%、33.3%と、港区全体(18.1%)を上回っている。学生は「地元商店街」が15.4%と、港区全体と比べて突出して下回っている一方で、「駅や駅舎(46.2%)」、「歴史や史跡、寺社仏閣(30.8%)」、「大学・高校などの教育施設(30.8%)」が港区全体(それぞれ、16.0%、14.7%、10.3%)と比べて突出して上回っている。
- ・地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、芝浦港南地区では「運河、公園など」、「駅や駅舎」がそれぞれ、35.7%、26.1%と、港区全体(それぞれ、22.0%、16.0%)を突出して上回っている。

図4-19 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 (N=536)】

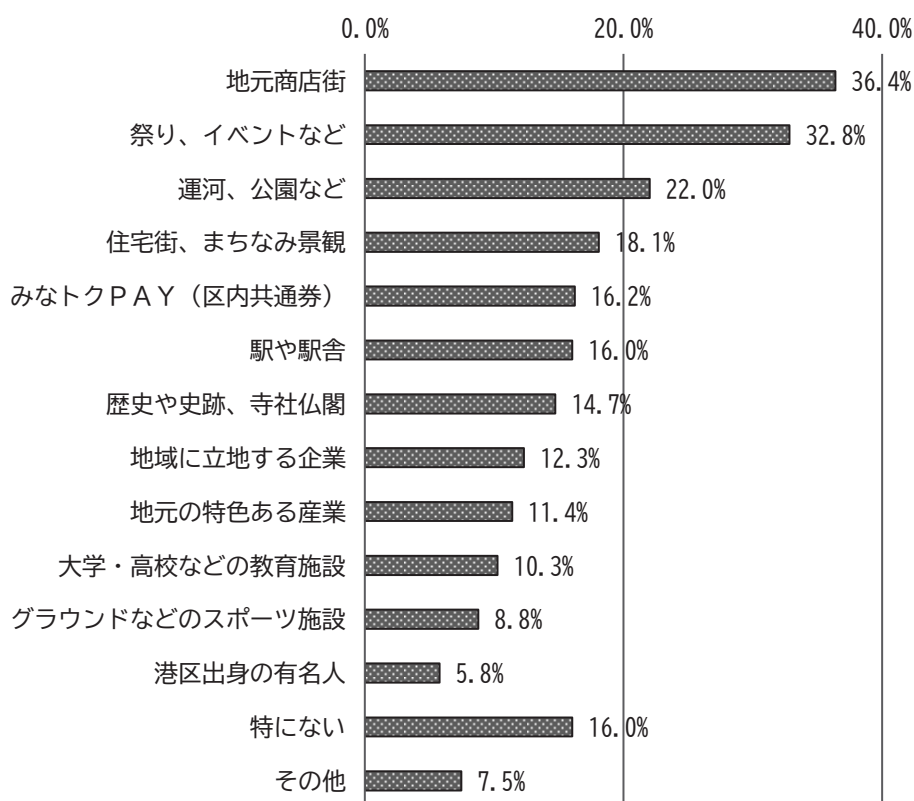


表4-32 地域が賑わうために活用できると思われるもの【年代別】

	地元商店街	運河、公園など	駅や駅舎	地元の特色ある産業	地域に立地する企業	歴史や史跡、寺社仏閣	施設 グラウンドなどのスポーツ	港区出身の有名人	祭り、イベントなど	大学・高校などの教育施設	住宅街、まちなみ景観	券） みなとくPAY（区内共通	特にない	その他	無回答
港区全体（n=536）	36.4%	22.0%	16.0%	11.4%	12.3%	14.7%	8.8%	5.8%	32.8%	10.3%	18.1%	16.2%	16.0%	7.5%	2.6%
20歳代以下（n=50）	26.0%	26.0%	26.0%	8.0%	8.0%	14.0%	10.0%	8.0%	28.0%	16.0%	18.0%	6.0%	8.0%	4.0%	4.0%
30歳代（n=94）	36.2%	31.9%	17.0%	13.8%	10.6%	11.7%	10.6%	6.4%	42.6%	9.6%	10.6%	18.1%	13.8%	7.4%	2.1%
40歳代（n=98）	41.8%	22.4%	15.3%	13.3%	18.4%	14.3%	12.2%	8.2%	40.8%	13.3%	15.3%	14.3%	16.3%	7.1%	2.0%
50歳代（n=131）	42.0%	16.8%	17.6%	10.7%	9.2%	15.3%	6.9%	3.1%	32.1%	9.9%	19.8%	20.6%	10.7%	9.2%	3.1%
60歳代（n=118）	28.8%	22.9%	11.0%	11.0%	15.3%	18.6%	7.6%	5.9%	25.4%	7.6%	22.9%	14.4%	25.4%	9.3%	1.7%
70歳代以上（n=44）	40.9%	9.1%	13.6%	9.1%	6.8%	9.1%	4.5%	2.3%	20.5%	6.8%	22.7%	20.5%	20.5%	2.3%	4.5%

表4-33 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	地元の特色ある産業	地域に立地する企業	歴史や史跡、寺社仏閣	施設 グラウンドなどのスポーツ	港区出身の有名人	祭り、イベントなど	大学・高校などの教育施設	住宅街、まちなみ景観	券） みなとくPAY（区内共通	特にない	その他	無回答
港区全体（n=536）	36.4%	22.0%	16.0%	11.4%	12.3%	14.7%	8.8%	5.8%	32.8%	10.3%	18.1%	16.2%	16.0%	7.5%	2.6%
会社員・公務員（n=244）	44.3%	25.4%	17.2%	13.9%	14.3%	14.3%	12.3%	8.6%	39.3%	12.3%	18.4%	18.4%	12.3%	6.6%	0.8%
自営業（n=57）	26.3%	29.8%	10.5%	12.3%	10.5%	7.0%	5.3%	5.3%	26.3%	1.8%	15.8%	15.8%	15.8%	10.5%	1.8%
会社役員（n=54）	31.5%	13.0%	16.7%	7.4%	7.4%	11.1%	3.7%	1.9%	22.2%	5.6%	11.1%	9.3%	22.2%	9.3%	9.3%
主婦・家事手伝い（n=61）	27.9%	18.0%	9.8%	13.1%	11.5%	18.0%	8.2%	6.6%	31.1%	4.9%	13.1%	13.1%	24.6%	4.9%	1.6%
パート・アルバイト（n=54）	29.6%	18.5%	18.5%	7.4%	16.7%	13.0%	11.1%	1.9%	27.8%	13.0%	20.4%	18.5%	18.5%	5.6%	5.6%
無職（n=36）	38.9%	19.4%	16.7%	8.3%	8.3%	19.4%	2.8%	-	27.8%	13.9%	33.3%	22.2%	19.4%	8.3%	2.8%
学生（n=13）	15.4%	15.4%	46.2%	-	-	30.8%	-	-	46.2%	30.8%	23.1%	-	7.7%	-	7.7%
その他（n=15）	33.3%	13.3%	6.7%	6.7%	6.7%	26.7%	-	-	13.3%	13.3%	13.3%	13.3%	13.3%	26.7%	-

表4-34 地域が賑わうために活用できると思われるもの【地区別】

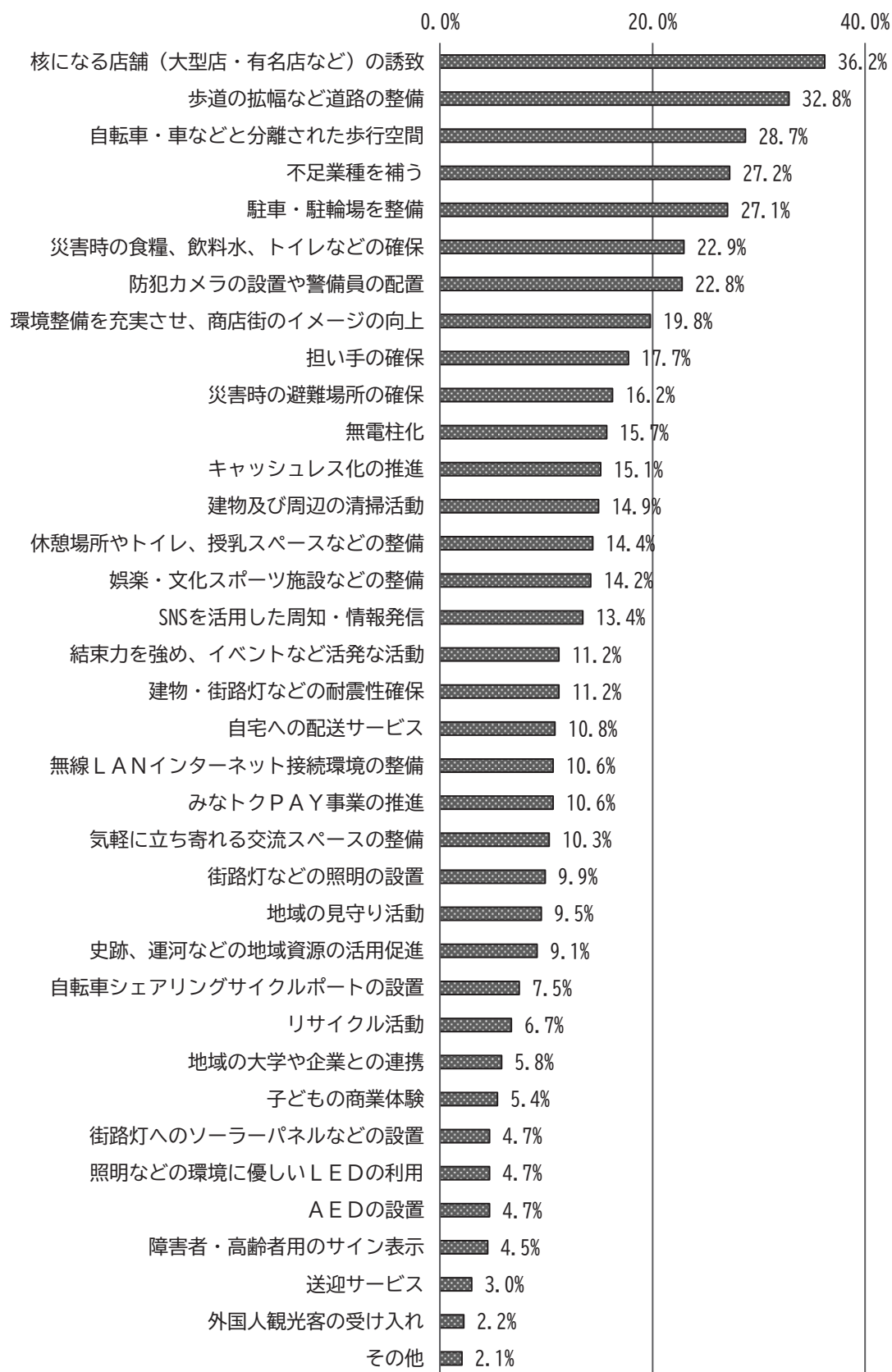
	地元商店街	運河、公園など	駅や駅舎	地元の特色ある産業	地域に立地する企業	歴史や史跡、寺社仏閣	施設 グラウンドなどのスポーツ	港区出身の有名人	祭り、イベントなど	大学・高校などの教育施設	住宅街、まちなみ景観	券） みなとくPAY（区内共通	特にない	その他	無回答
港区全体（n=536）	36.4%	22.0%	16.0%	11.4%	12.3%	14.7%	8.8%	5.8%	32.8%	10.3%	18.1%	16.2%	16.0%	7.5%	2.6%
芝地区（n=113）	31.0%	23.0%	19.5%	12.4%	9.7%	17.7%	6.2%	3.5%	31.9%	10.6%	12.4%	13.3%	20.4%	8.0%	5.3%
麻布地区（n=99）	48.5%	19.2%	11.1%	9.1%	15.2%	16.2%	5.1%	10.1%	31.3%	8.1%	20.2%	15.2%	17.2%	5.1%	2.0%
赤坂地区（n=105）	39.0%	19.0%	5.7%	10.5%	12.4%	16.2%	17.1%	5.7%	36.2%	9.5%	16.2%	16.2%	14.3%	7.6%	1.0%
高輪地区（n=103）	39.8%	11.7%	16.5%	14.6%	12.6%	15.5%	5.8%	5.8%	32.0%	10.7%	24.3%	17.5%	12.6%	8.7%	1.0%
芝浦港南地区（n=115）	26.1%	35.7%	26.1%	10.4%	11.3%	7.8%	9.6%	3.5%	32.2%	12.2%	18.3%	19.1%	15.7%	7.8%	3.5%

※ 網掛けは「その他」、「無回答」を除く上位3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をみると、「核になる店舗(大型店・有名店など)の誘致」が36.2%と最も高く、次いで「歩道の拡幅など道路の整備(32.8%)」、「自転車・車などと分離された歩行空間(28.7%)」の順となっている。

図4-20 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 (N=536)】



- ・年代別にみると、年代が高くなるほど「自転車・車などと分離された歩行空間」の割合が概ね高まる傾向にある。また、20歳代以下では「SNSを活用した周知・情報発信」が30.0%と港区全体(13.4%)と比べて突出して上回っている。30歳代では「娯楽・文化スポーツ施設などの整備」、「キャッシュレス化の推進」がそれぞれ、24.5%、26.6%と、港区全体(それぞれ、14.2%、15.1%)と比べて突出して上回っている。
- ・職業別にみると、自営業では「環境整備による商店街のイメージ向上」、「駐車・駐輪場の整備」がそれぞれ、31.6%、36.8%と、港区全体(それぞれ、19.8%、27.1%)を上回っている。主婦・家事手伝いでは「不足業種を補う」が39.3%と、港区全体(27.2%)と比べて突出して上回っている。
- ・地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、高輪地区では「環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上」が29.1%と、港区全体(19.8%)を突出して上回っている。芝浦港南地区では「核になる店舗(大型店・有名店など)の誘致」が47.8%と、港区全体(36.2%)と比べて突出して上回っている。

表4-35 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	核になる店舗(大型店・有名店など)の誘致	環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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・駐輪場の整備	送迎サービス	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	建物・街路灯などの耐震性確保	街路灯などの照明の設置	置防犯カメラの設置や警備員の配置
港区全体 (n=536)	27.2%	36.2%	19.8%	11.2%	10.3%	14.2%	9.1%	5.8%	27.1%	3.0%	14.4%	10.6%	15.1%	10.8%	16.2%	22.9%	11.2%	9.9%	22.8%
20歳代以下 (n=50)	18.0%	38.0%	16.0%	14.0%	12.0%	18.0%	6.0%	4.0%	20.0%	2.0%	22.0%	12.0%	12.0%	8.0%	16.0%	24.0%	8.0%	20.0%	24.0%
30歳代 (n=94)	19.1%	39.4%	21.3%	14.9%	9.6%	24.5%	7.4%	8.5%	21.3%	3.2%	20.2%	8.5%	26.6%	8.5%	13.8%	18.1%	12.8%	7.4%	14.9%
40歳代 (n=98)	27.6%	32.7%	14.3%	14.3%	11.2%	15.3%	9.2%	2.0%	27.6%	4.1%	14.3%	9.2%	16.3%	9.2%	14.3%	15.3%	11.2%	10.2%	26.5%
50歳代 (n=131)	29.8%	35.9%	20.6%	8.4%	8.4%	9.9%	6.1%	5.3%	30.5%	1.5%	10.7%	13.7%	16.0%	11.5%	13.7%	26.7%	9.9%	10.7%	25.2%
60歳代 (n=118)	35.6%	37.3%	19.5%	7.6%	8.5%	9.3%	12.7%	7.6%	28.0%	2.5%	10.2%	11.0%	11.0%	11.9%	21.2%	28.0%	14.4%	6.8%	22.9%
70歳代以上 (n=44)	25.0%	34.1%	31.8%	11.4%	18.2%	11.4%	13.6%	6.8%	31.8%	6.8%	15.9%	6.8%	-	18.2%	20.5%	25.0%	6.8%	9.1%	22.7%

	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	自転車・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	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	みなとクPAY事業の推進	無電柱化	外国人観光客の受け入れ	子どもの商業体験	担い手の確保	SNSを活用した周知・情報発信	その他	無回答
港区全体 (n=536)	9.5%	4.7%	4.7%	28.7%	7.5%	14.9%	6.7%	32.8%	4.5%	4.7%	10.6%	15.7%	2.2%	5.4%	17.7%	13.4%	2.1%	2.6%
20歳代以下 (n=50)	4.0%	4.0%	12.0%	18.0%	8.0%	16.0%	2.0%	30.0%	2.0%	8.0%	6.0%	10.0%	4.0%	6.0%	14.0%	30.0%	-	4.0%
30歳代 (n=94)	13.8%	4.3%	5.3%	14.9%	11.7%	8.5%	6.4%	18.1%	2.1%	6.4%	12.8%	8.5%	1.1%	13.8%	7.4%	13.8%	1.1%	2.1%
40歳代 (n=98)	11.2%	3.1%	4.1%	30.6%	6.1%	12.2%	6.1%	33.7%	4.1%	4.1%	11.2%	5.1%	3.1%	9.2%	12.2%	13.3%	4.1%	2.0%
50歳代 (n=131)	8.4%	5.3%	3.1%	30.5%	11.5%	15.3%	6.9%	33.6%	5.3%	3.8%	13.0%	17.6%	3.1%	0.8%	22.1%	9.9%	1.5%	3.1%
60歳代 (n=118)	10.2%	5.9%	4.2%	35.6%	2.5%	20.3%	7.6%	42.4%	5.9%	3.4%	7.6%	27.1%	1.7%	0.8%	23.7%	11.0%	3.4%	1.7%
70歳代以上 (n=44)	4.5%	4.5%	2.3%	43.2%	2.3%	15.9%	11.4%	36.4%	6.8%	4.5%	11.4%	25.0%	-	4.5%	27.3%	11.4%	-	4.5%

※ 網掛けは「その他」、「無回答」を除く上位3位(同数が複数ある場合はすべてに網掛け)

表4-36 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	核になる店舗（大型店・有名店など）の誘致	環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	建物・街路灯などの耐震性確保	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
港区全体 (n=536)	27.2%	36.2%	19.8%	11.2%	10.3%	14.2%	9.1%	5.8%	27.1%	3.0%	14.4%	10.6%	15.1%	10.8%	16.2%	22.9%	11.2%	9.9%	22.8%
会社員・公務員 (n=244)	24.2%	37.3%	18.9%	16.4%	7.4%	16.0%	7.0%	5.3%	21.7%	2.5%	14.8%	10.2%	23.8%	9.4%	13.9%	21.3%	8.6%	11.1%	23.0%
自営業 (n=57)	26.3%	28.1%	31.6%	3.5%	22.8%	15.8%	14.0%	5.3%	36.8%	5.3%	14.0%	8.8%	5.3%	12.3%	17.5%	28.1%	10.5%	1.8%	19.3%
会社役員 (n=54)	25.9%	29.6%	16.7%	5.6%	11.1%	16.7%	3.7%	3.7%	38.9%	-	11.1%	14.8%	5.6%	1.9%	20.4%	18.5%	11.1%	1.9%	18.5%
主婦・家事手伝い (n=61)	39.3%	39.3%	18.0%	9.8%	8.2%	13.1%	13.1%	8.2%	27.9%	3.3%	18.0%	14.8%	8.2%	19.7%	18.0%	24.6%	19.7%	14.8%	26.2%
パート・アルバイト (n=54)	29.6%	50.0%	25.9%	5.6%	11.1%	13.0%	11.1%	9.3%	29.6%	-	16.7%	9.3%	14.8%	9.3%	14.8%	31.5%	9.3%	13.0%	25.9%
無職 (n=36)	22.2%	33.3%	13.9%	13.9%	8.3%	8.3%	8.3%	5.6%	30.6%	8.3%	8.3%	5.6%	2.8%	13.9%	25.0%	16.7%	19.4%	5.6%	25.0%
学生 (n=13)	30.8%	23.1%	15.4%	7.7%	7.7%	-	15.4%	7.7%	15.4%	7.7%	23.1%	15.4%	7.7%	7.7%	15.4%	15.4%	15.4%	30.8%	30.8%
その他 (n=15)	33.3%	26.7%	6.7%	-	6.7%	6.7%	13.3%	-	20.0%	6.7%	6.7%	6.7%	13.3%	20.0%	6.7%	33.3%	6.7%	13.3%	13.3%

	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・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の設置	建物及び周辺の清掃活動	リサイクル活動	歩道の幅など道路の整備	障害者・高齢者用のサイン表示	AEDの設置	みなトクPAY事業の推進	無電柱化	外国人観光客の受け入れ	子どもの商業体験	担い手の確保	SNSを活用した周知・情報発信	その他	無回答
港区全体 (n=536)	9.5%	4.7%	4.7%	28.7%	7.5%	14.9%	6.7%	32.8%	4.5%	4.7%	10.6%	15.7%	2.2%	5.4%	17.7%	13.4%	2.1%	3.2%
会社員・公務員 (n=244)	9.0%	4.5%	3.7%	21.7%	10.7%	13.1%	4.1%	27.0%	2.5%	4.1%	13.5%	10.7%	3.3%	5.7%	16.4%	14.6%	2.0%	2.9%
自営業 (n=57)	8.8%	5.3%	-	33.3%	10.5%	14.0%	10.5%	36.8%	8.8%	3.5%	7.0%	21.1%	-	7.0%	22.8%	12.3%	1.8%	3.5%
会社役員 (n=54)	11.1%	-	5.6%	37.0%	7.4%	13.0%	5.6%	35.2%	1.9%	3.7%	11.1%	22.2%	1.9%	-	11.1%	11.1%	3.7%	5.6%
主婦・家事手伝い (n=61)	9.8%	6.6%	9.8%	32.8%	1.6%	19.7%	14.8%	29.5%	4.9%	8.2%	6.6%	13.1%	1.6%	9.8%	11.5%	14.8%	3.3%	-
パート・アルバイト (n=54)	7.4%	7.4%	3.7%	38.9%	-	13.0%	3.7%	40.7%	3.7%	3.7%	11.1%	20.4%	-	5.6%	24.1%	9.3%	-	7.4%
無職 (n=36)	8.3%	8.3%	-	38.9%	5.6%	13.9%	2.8%	47.2%	13.9%	5.6%	8.3%	25.0%	2.8%	2.8%	25.0%	8.3%	-	-
学生 (n=13)	7.7%	-	30.8%	15.4%	7.7%	15.4%	-	23.1%	7.7%	7.7%	-	7.7%	7.7%	-	7.7%	30.8%	-	7.7%
その他 (n=15)	20.0%	-	6.7%	33.3%	-	33.3%	26.7%	60.0%	6.7%	6.7%	6.7%	26.7%	-	6.7%	33.3%	13.3%	6.7%	-

表4-37 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・有名店など）の誘致	環境整備を充実させ、商店街のイメージの向上	結束力を強め、イベントなど活発な活動	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	休憩場所やトイレ、授乳スペースなどの整備	無線LANインターネット接続環境の整備	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	建物・街路灯などの耐震性確保	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
港区全体 (n=536)	27.2%	36.2%	19.8%	11.2%	10.3%	14.2%	9.1%	5.8%	27.1%	3.0%	14.4%	10.6%	15.1%	10.8%	16.2%	22.9%	11.2%	9.9%	22.8%
芝地区 (n=113)	24.8%	35.4%	19.5%	11.5%	7.1%	12.4%	6.2%	5.3%	27.4%	3.5%	15.0%	7.1%	10.6%	8.0%	18.6%	27.4%	12.4%	11.5%	29.2%
麻布地区 (n=99)	24.2%	29.3%	21.2%	8.1%	6.1%	17.2%	6.1%	2.0%	28.3%	2.0%	13.1%	14.1%	19.2%	7.1%	13.1%	12.1%	7.1%	5.1%	19.2%
赤坂地区 (n=105)	30.2%	32.4%	18.1%	6.7%	11.4%	21.0%	5.7%	1.9%	31.4%	1.9%	15.2%	9.5%	10.5%	15.2%	20.0%	28.6%	12.4%	8.6%	23.8%
高輪地区 (n=103)	28.2%	35.0%	29.1%	15.5%	18.4%	10.7%	10.7%	7.8%	23.3%	2.9%	15.5%	12.6%	15.5%	9.7%	15.5%	26.2%	12.6%	14.6%	20.4%
芝浦港南地区 (n=115)	28.7%	47.8%	12.2%	13.9%	8.7%	10.4%	15.7%	11.3%	24.3%	4.3%	13.0%	10.4%	20.0%	13.9%	13.9%	20.0%	11.3%	9.6%	20.9%

	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・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の設置	建物及び周辺の清掃活動	リサイクル活動	歩道の幅など道路の整備	障害者・高齢者用のサイン表示	AEDの設置	みなトクPAY事業の推進	無電柱化	外国人観光客の受け入れ	子どもの商業体験	担い手の確保	SNSを活用した周知・情報発信	その他	無回答
港区全体 (n=536)	9.5%	4.7%	4.7%	28.7%	7.5%	14.9%	6.7%	32.8%	4.5%	4.7%	10.6%	15.7%	2.2%	5.4%	17.7%	13.4%	2.1%	3.2%
芝地区 (n=113)	10.6%	1.8%	7.1%	28.3%	8.0%	14.2%	5.3%	31.0%	6.2%	5.3%	10.6%	17.7%	3.5%	6.2%	12.4%	15.0%	0.9%	5.3%
麻布地区 (n=99)	10.1%	3.0%	3.0%	27.3%	6.1%	17.2%	7.1%	37.4%	1.0%	5.1%	9.1%	21.2%	2.0%	3.0%	13.1%	10.1%	4.0%	3.0%
赤坂地区 (n=105)	10.5%	11.4%	4.8%	31.4%	9.5%	12.4%	9.5%	29.5%	6.7%	4.8%	9.5%	21.9%	1.9%	5.7%	21.0%	15.2%	1.9%	-
高輪地区 (n=103)	8.7%	3.9%	3.9%	29.1%	5.8%	17.5%	6.8%	36.9%	5.8%	2.9%	12.6%	8.7%	1.9%	5.8%	27.2%	11.7%	-	3.9%
芝浦港南地区 (n=115)	7.8%	3.5%	4.3%	27.8%	7.8%	13.0%	5.2%	29.6%	2.6%	5.2%	11.3%	9.6%	1.7%	6.1%	15.7%	14.8%	3.5%	3.5%

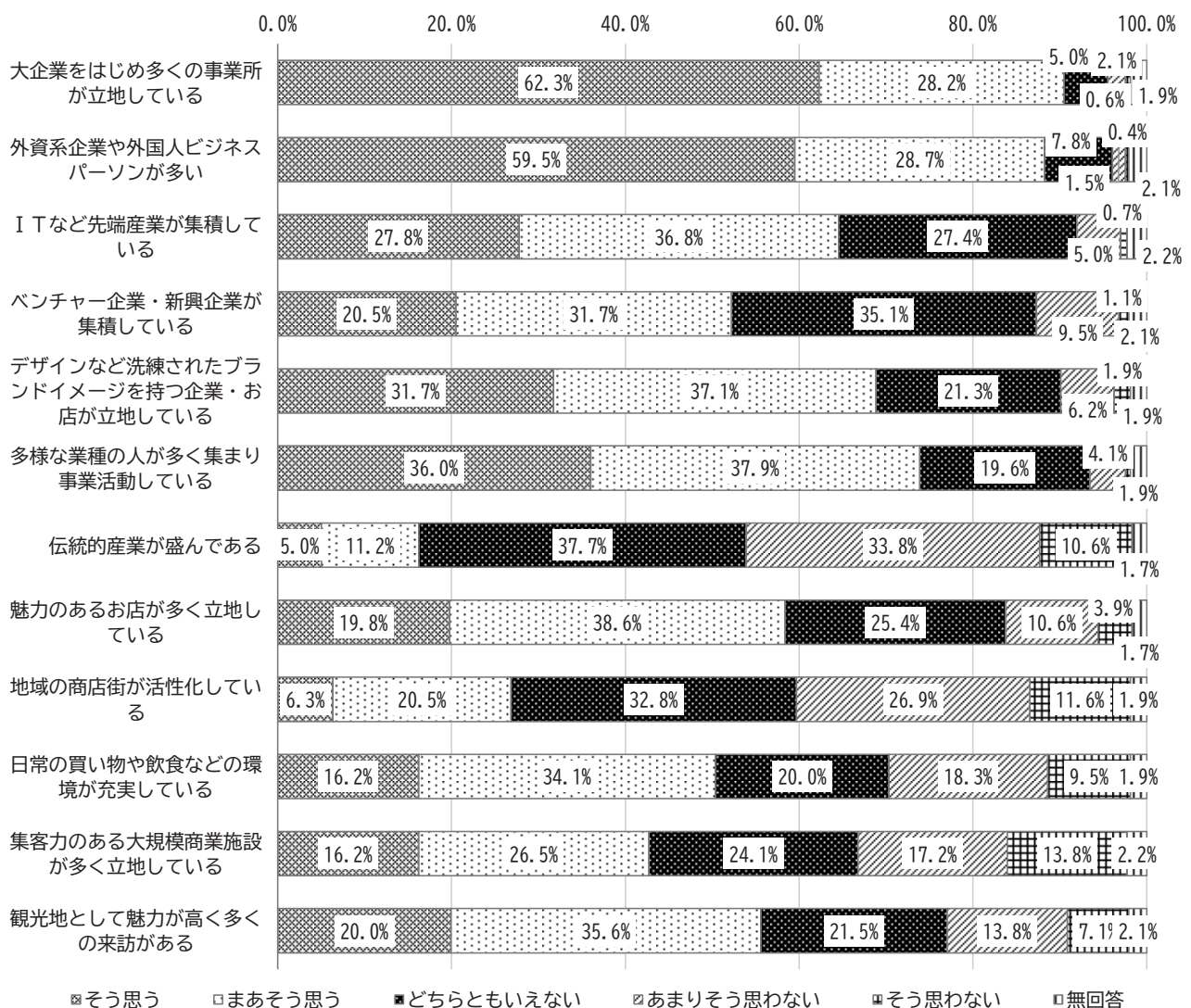
※ 網掛けは「その他」、「無回答」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

(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みると、『そう思う』(「そう思う」「まあそう思う」の合計)の割合が高いのは、「大企業をはじめ多くの事業所が立地している(計 90.5%)」、「外資系企業や外国人ビジネスパーソンが多い(計 88.2%)」、「多様な業種の人が多く集まり事業活動している(計 73.9%)」の順であり、これらが港区の産業のイメージの中心となっているとみられる。
- ・一方で、「伝統的産業が盛んである」、「地域の商店街が活性化している」では『そう思わない』(「そう思わない」、「あまりそう思わない」の合計)の割合がそれぞれ、計 44.4%、計 38.5%と他の項目より高くなっており、これらに対するイメージは相対的に低いことがうかがえる。

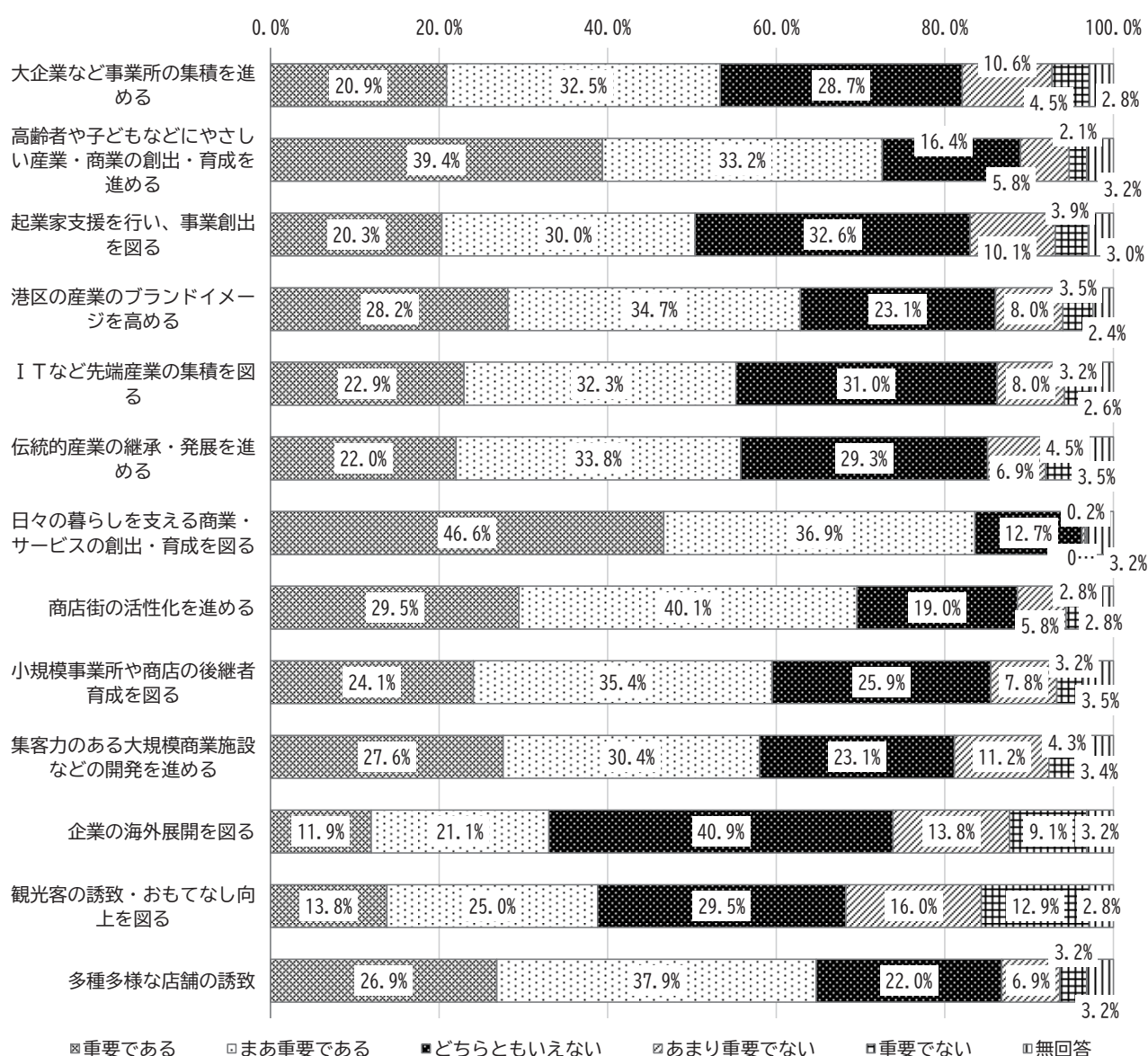
図4-21 港区の産業についてのイメージ【港区全体 (N=536)】



港区の産業振興の取組

- ・区民の考える港区の産業振興の取組に対する重要度をみると、『重要である』(「重要である」「まあ重要である」の合計)の割合は、「日々の暮らしを支える商業・サービスの創出・育成を図る」が計 83.5%と最も高く、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(計 72.6%)」、「商店街の活性化を進める(計 69.6%)」の順となっている。
- ・一方、「企業の海外展開を図る」、「観光客の誘致・おもてなし向上を図る」では『重要でない』(「重要でない」、「あまり重要でない」の合計)の割合がそれぞれ、計 22.9%、計 28.9%と他の項目より高くなっている。

図4-22 港区の産業振興の取組【港区全体 (N=536)】



起業・創業の経験

- ・ 起業・創業の経験をみると、「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」が70.7%と最も高く、「起業・創業をしたことがある(16.2%)」を大きく上回っている。
- ・ 他方、「起業・創業を検討したことがある」は6.0%、「起業・創業を検討している」は5.6%であった。
- ・ 年代別にみると、70歳代以上では「起業・創業を検討したことがある」の割合が27.3%と最も高くなっている。また、「起業・創業を検討している」は、20歳代以下で6.0%、30歳代で10.6%、40歳代で8.2%と、比較的若い年代層で高い割合となっている。
- ・ 職業別にみると、自営業や会社役員において「起業・創業をしたことがある」高い割合となっており、それぞれ50.9%、44.4%となっている。

図4-23 起業・創業をした経験【港区全体】

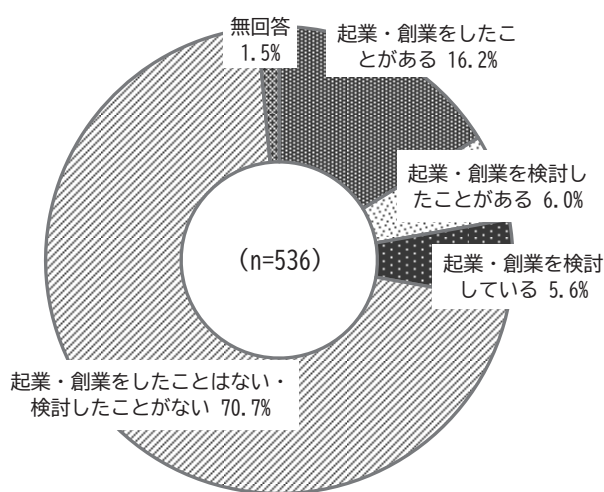


図4-24 起業・創業をした経験【年代別】

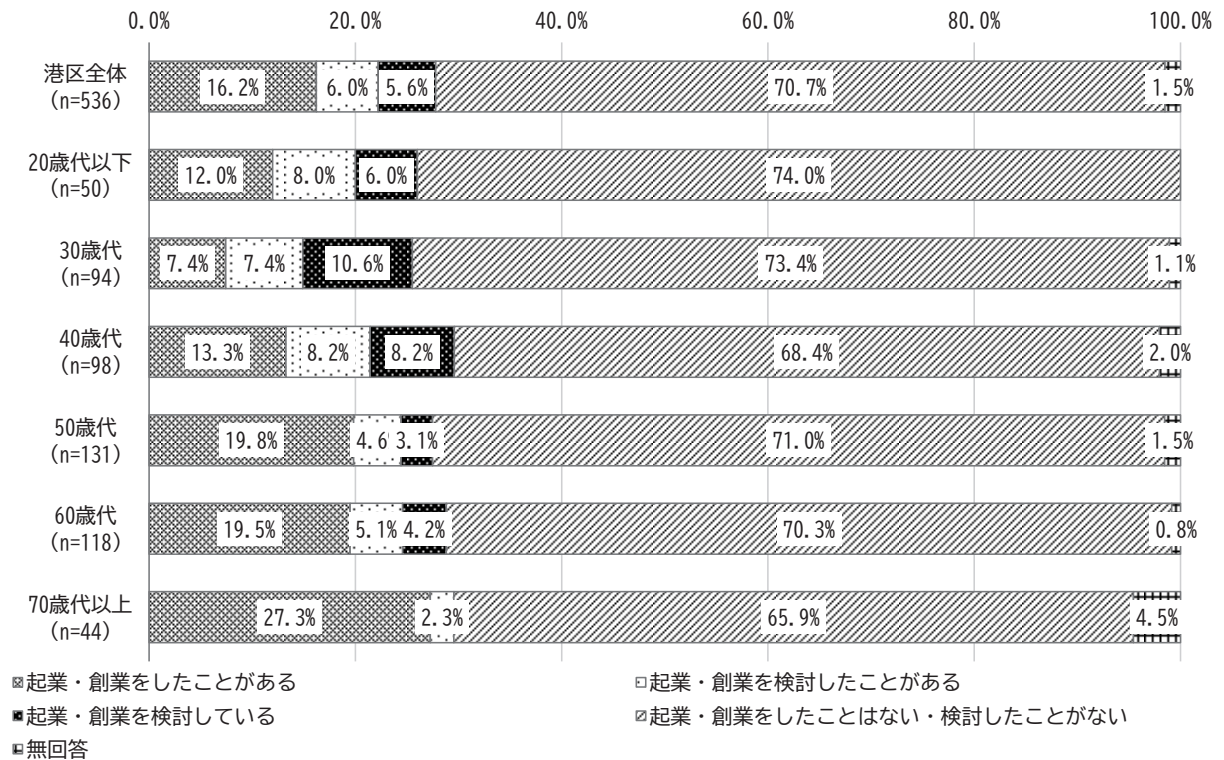
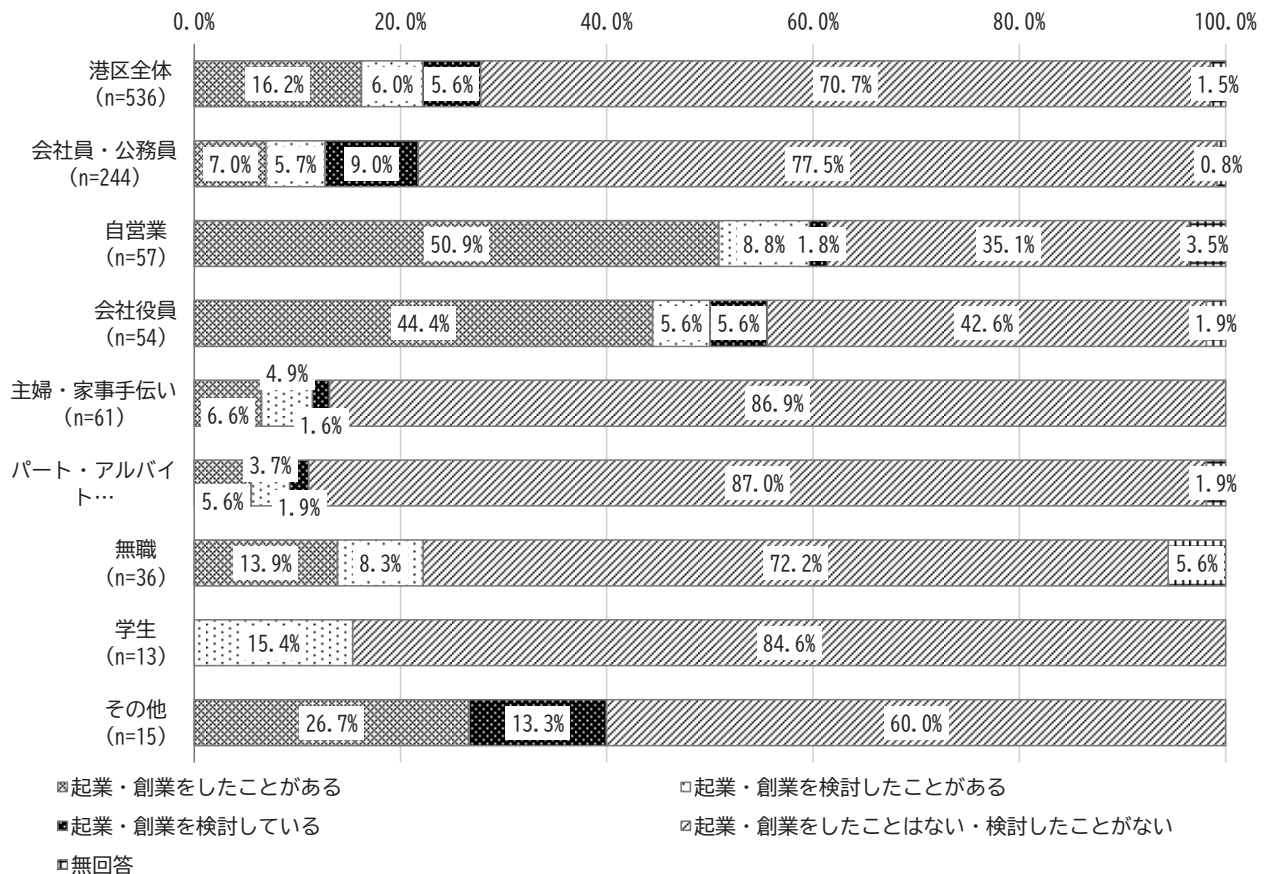


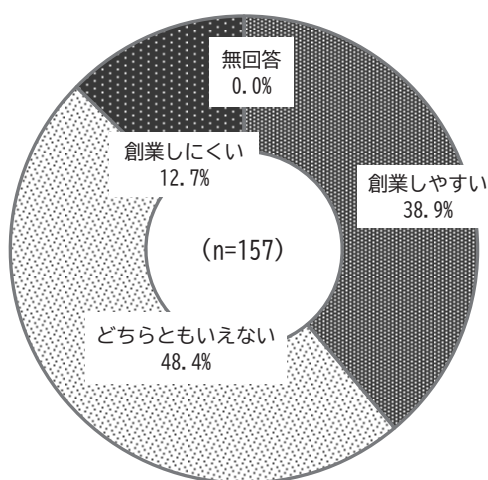
図4-25 起業・創業をした経験【職業別】



創業しやすい環境

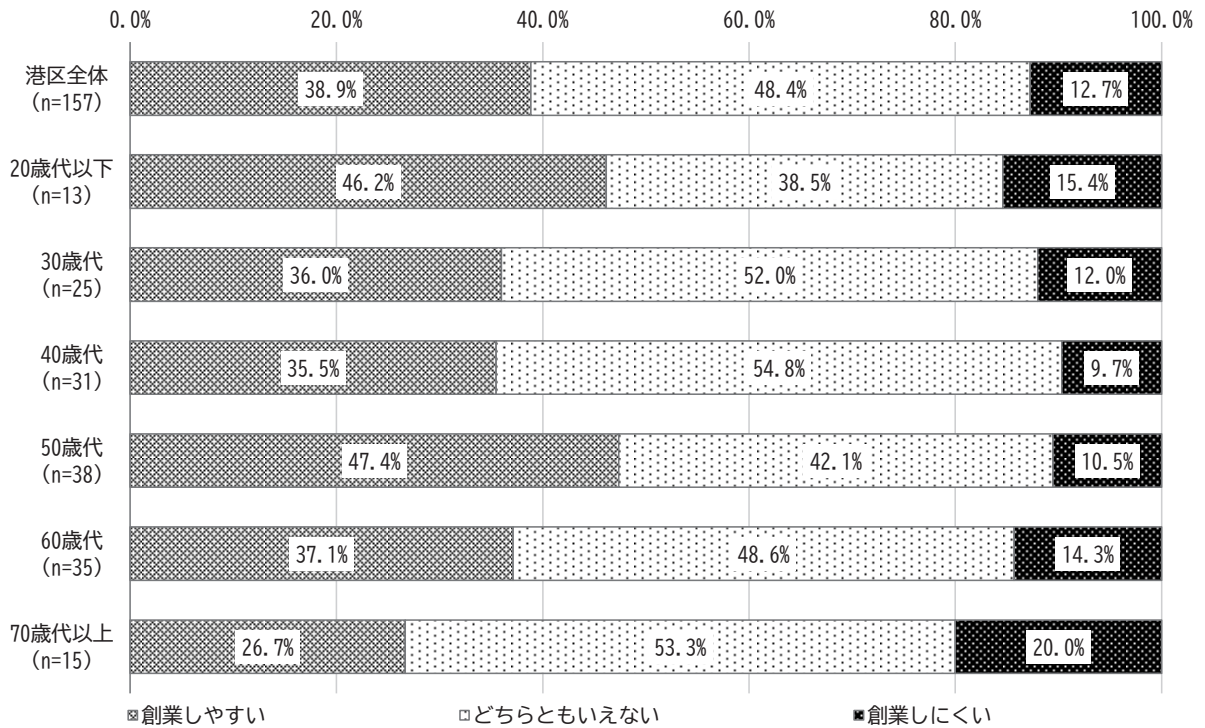
- ・ 前問で「起業・創業をしたことがある」、「起業・創業を検討したことがある」、「起業・創業を検討している」と回答した 157 人を対象に、港区は他の地域と比べ、新たに創業しやすい環境にあるかを聞いたところ、「どちらともいえない」が 48.4%と最も高く、次いで「創業しやすい(38.9%)」、「創業しにくい(12.7%)」の順であった。
- ・ 年代別にみると、50 歳代では「創業しやすい」の割合が 47.4%と最も高くなっているが、年代による大きな傾向はみられない。
- ・ 職業別にみると、前問で「起業・創業をしたことがある」の割合が多かった自営業、会社役員では「創業しやすい」の割合がそれぞれ 35.1%、51.6%となっており、両者に差がみられる。

図4-26 創業しやすい環境【港区全体】



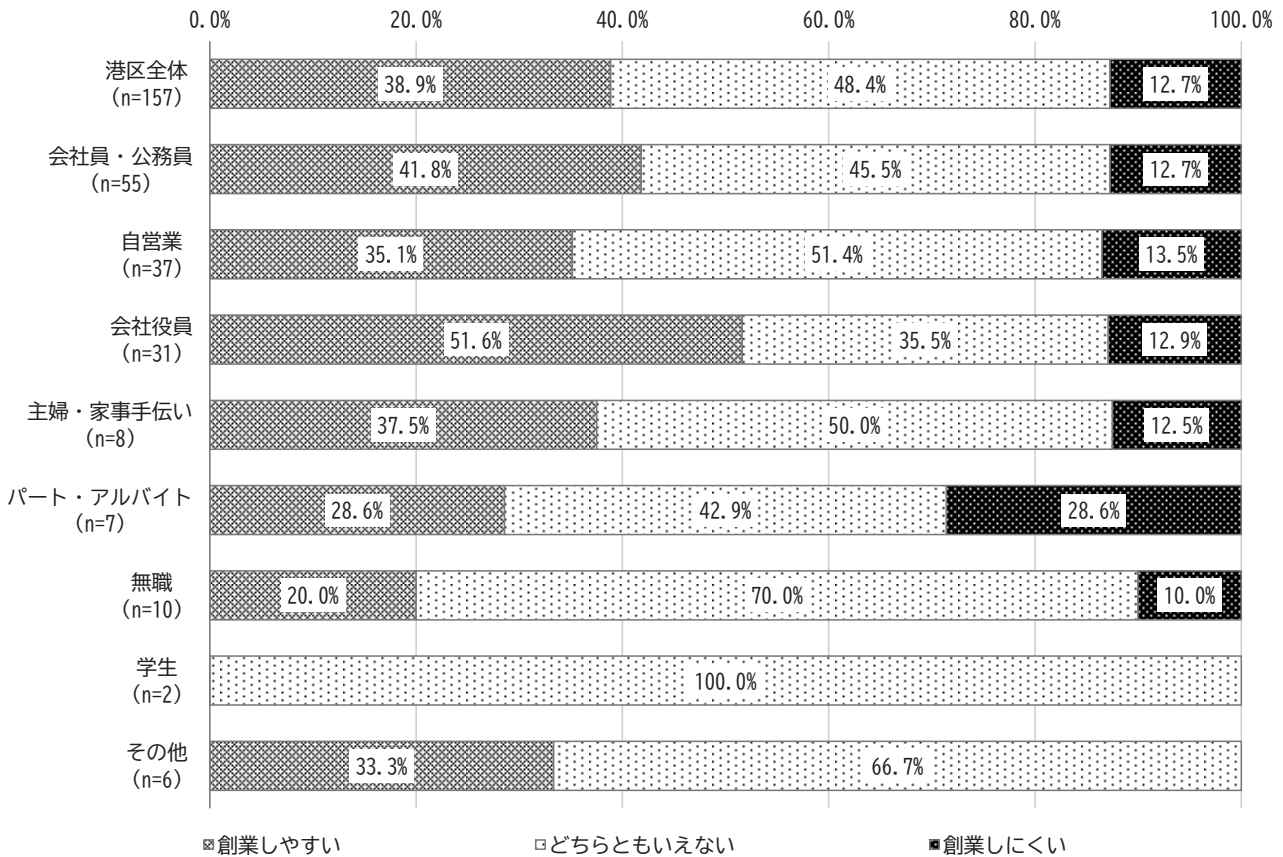
※ 集計対象は「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」と回答した者および「無回答」を除く 157 人

図4-27 創業しやすい環境【年代別】



※ 集計対象は「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」と回答した者および「無回答」を除く 157 人

図4-28 創業しやすい環境【職業別】

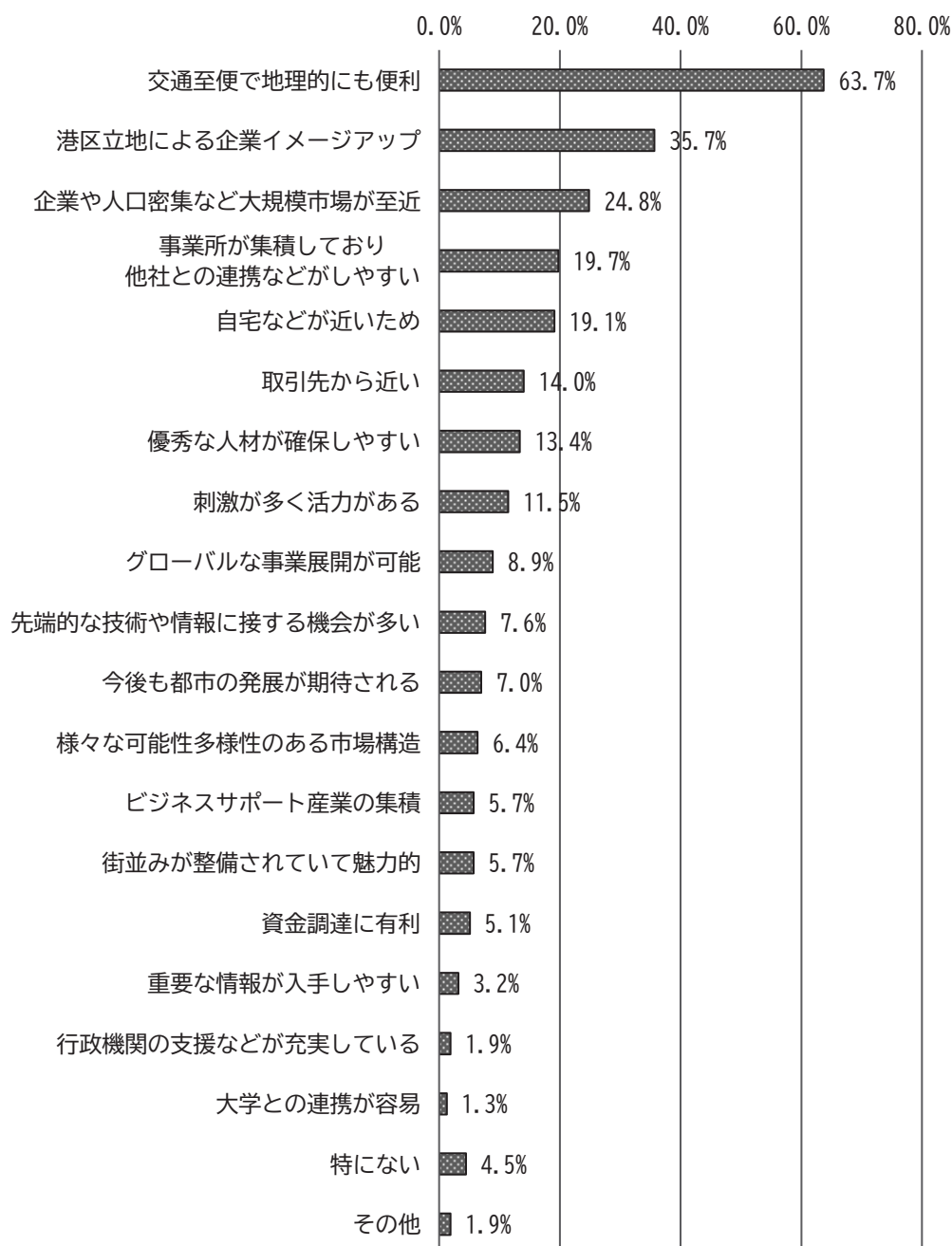


※ 集計対象は「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」と回答した者および「無回答」を除く 157 人

港区で起業・創業するメリット・デメリット

- ・ 港区で起業するメリットをみると、「交通至便で地理的にも便利」が 63.7%と他の選択肢と比べて圧倒的に高く、次いで「港区立地による企業イメージアップ(35.7%)」、「企業や人口密集など大規模市場が至近(24.8%)」の順となっている。

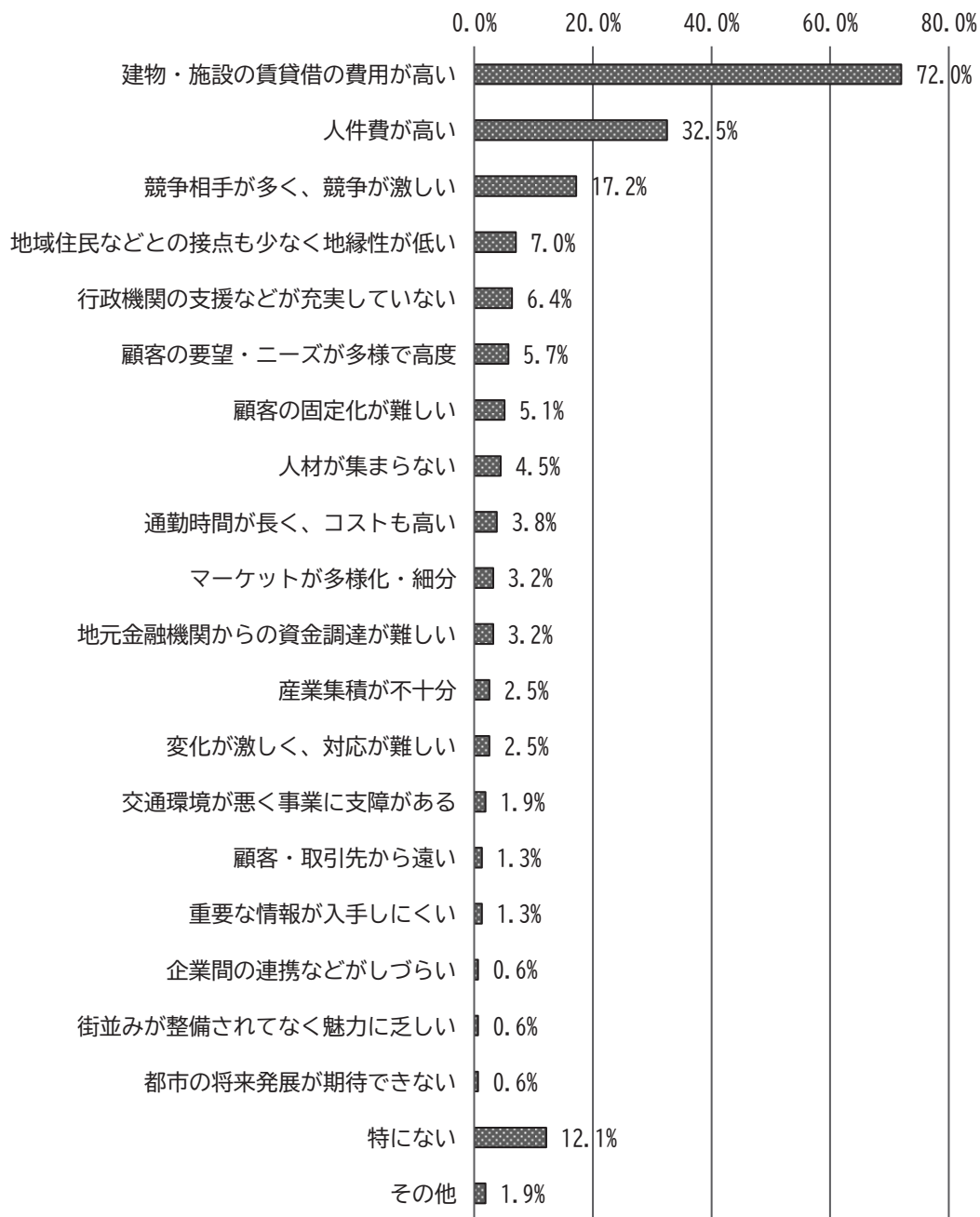
図4-29 港区で起業・創業するメリット【港区全体 (N=157)】



※ 集計対象は「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」と回答した者および「無回答」を除く 157 人

- ・一方、港区で起業・創業するデメリットをみると、「建物・施設の賃貸借の費用が高い」が72.0%と他の選択肢と比べて圧倒的に高く、次いで「人件費が高い(32.5%)」、「競争相手が多く、競争が激しい(17.2%)」の順となっている。

図4-30 港区で起業・創業するデメリット【港区全体（N=157）】



※ 集計対象は「起業・創業をしたことはない・検討したことがない」と回答した者および「無回答」を除く 157 人

(5) みなトクPAYについて

みなトクPAYの利用状況

- ・みなトクPAYの利用状況をみると、「全く知らない」が34.7%と最も高く、次いで「存在は認識しているが、ダウンロードはしていない(27.4%)」、「プレミアム商品券のみ利用している(17.0%)」の順となっており、「全く知らない」と「無回答」を除いた、63.6%が『認識している』ことがわかる。
- ・『利用している』(「マネーをチャージし、日常的に利用している」、「還元率が高くなるキャンペーンを実施している時期のみ利用している」、「プレミアム商品券のみ利用している」、「利用したことはあるが、積極的には利用していない」の合計)の割合は計30.6%であり、約3割が何らかの形で利用しているとみられる。
- ・年代別にみると、50歳代では『利用している』の割合が計44.2%と、すべての年代のなかで最も高い。一方、20歳代以下や70歳代以上は他の年代と比べて相対的に低い割合に留まっている。
- ・家族構成別にみると、夫婦のみ、子どもと同居、子ども・親と同居では『利用している』の割合がそれぞれ、計38.2%、計34.3%、計46.2%と、港区全体(計30.6%)を上回っている。一方、単身、親と同居は相対的に低い傾向にあり、家族構成により利用状況に差がみられる。

図4-31 みなトクPAYの利用状況【港区全体】

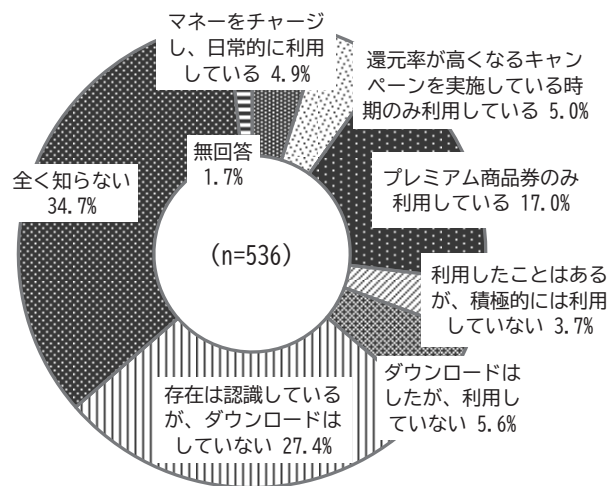


図4-32 みなトクP A Yの利用状況【年代別】

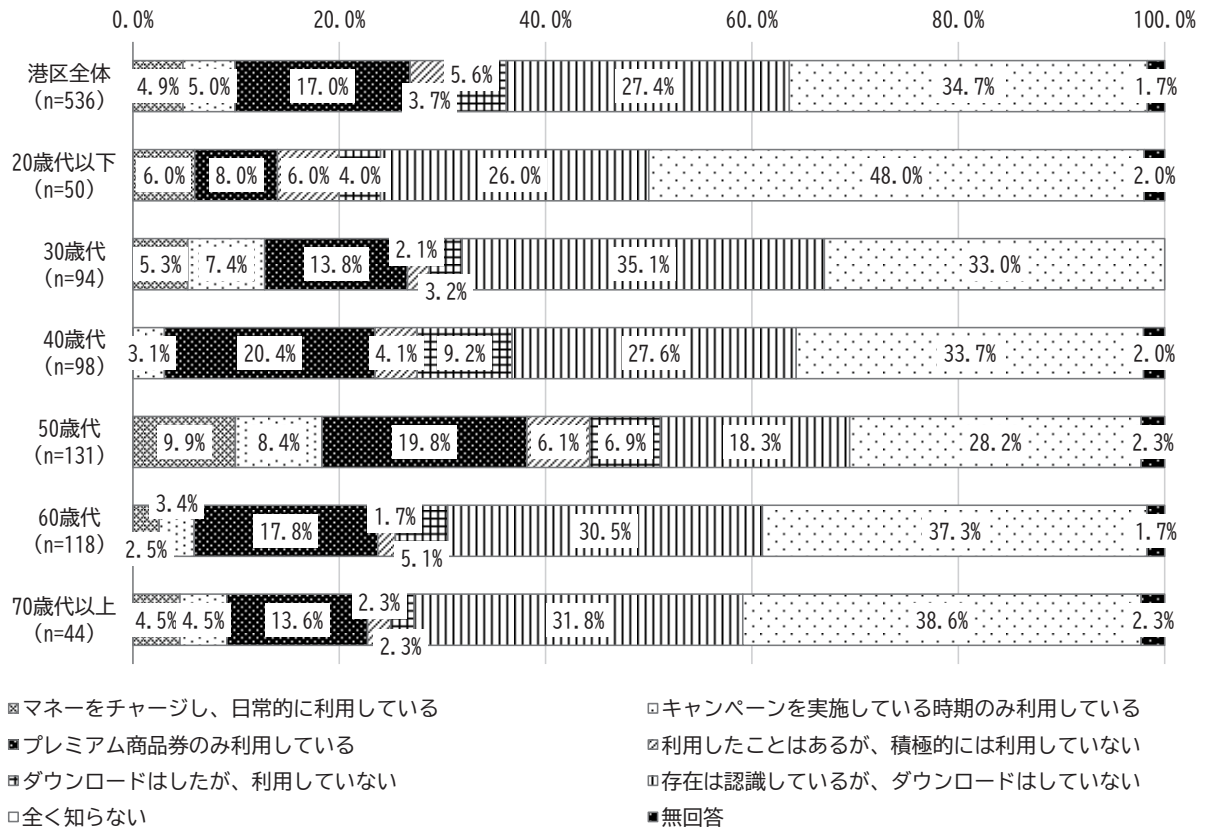
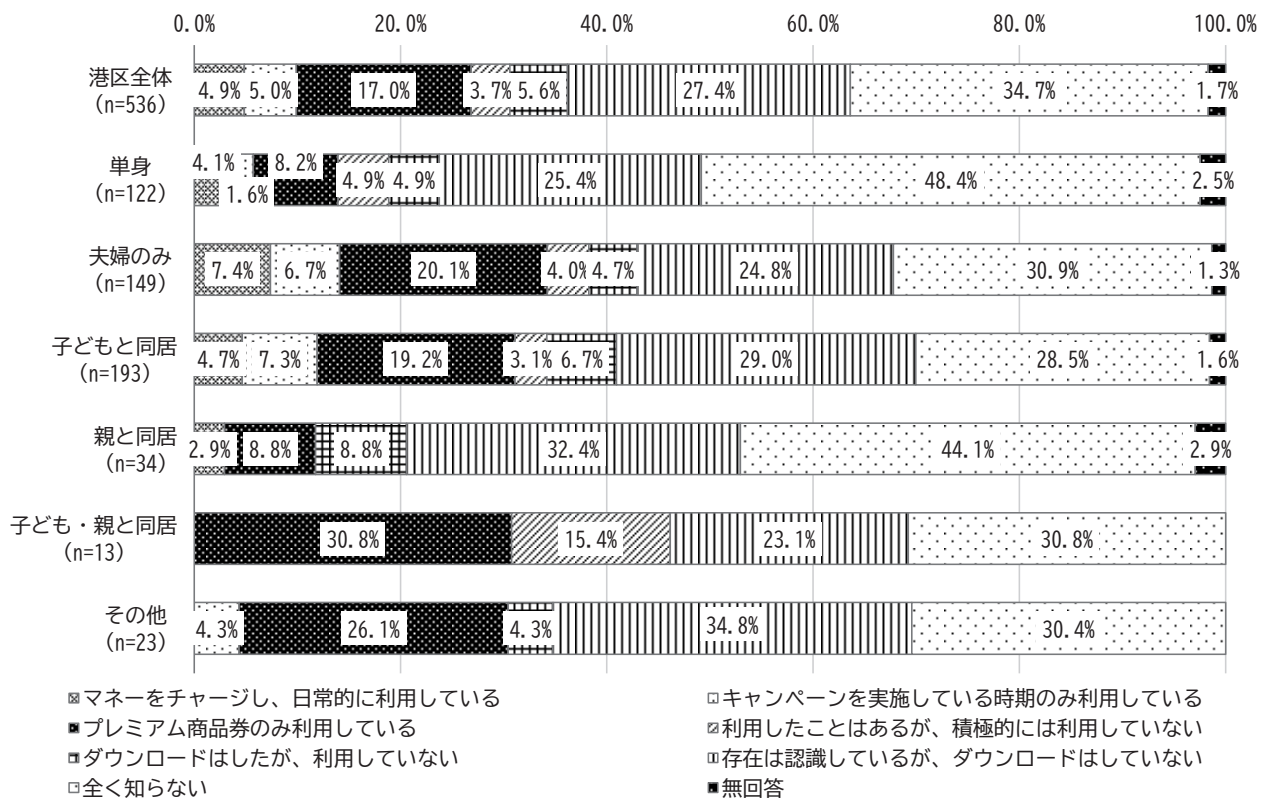


図4-33 みなトクP A Yの利用状況【家族構成別】



みなトクP A Yの利用意向

- ・ みなトクP A Yの利用意向をみると、「興味はあるが、利用するかはわからない」が 35.4%と最も高く、次いで「還元率が高くなるキャンペーンの際には利用したい(22.6%)」、「利用したくない・興味がない(20.1%)」の順となっている。
- ・ 『利用したい』(「マネーをチャージし、日常的に利用したい」、「還元率が高くなるキャンペーンの際には利用したい」、「プレミアム商品券のみ利用したい」の合計)の割合は計 42.8%であり、約4割が何らかの利用意向をもっているとみられる。
- ・ 年代別にみると、30 歳代、50 歳代では『利用したい』がそれぞれ、計 47.9%、計 49.7%と、港区全体(計 42.8%)を上回っている。一方、70 歳代以上では計 31.8%と、相対的に低い割合に留まっている。
- ・ 家族構成別にみると、『利用したい』の割合は、子どもと同居が計 47.1%と最も高く、次いで夫婦のみ(計 46.3%)が続き、港区全体(計 42.8%)を上回っている。一方、単身(計 33.6%)、親と同居(計 32.4%)では『利用したい』の割合が相対的に低く、家族構成により利用意向に差がみられる。

図4-34 みなトクP A Yの利用意向【港区全体】

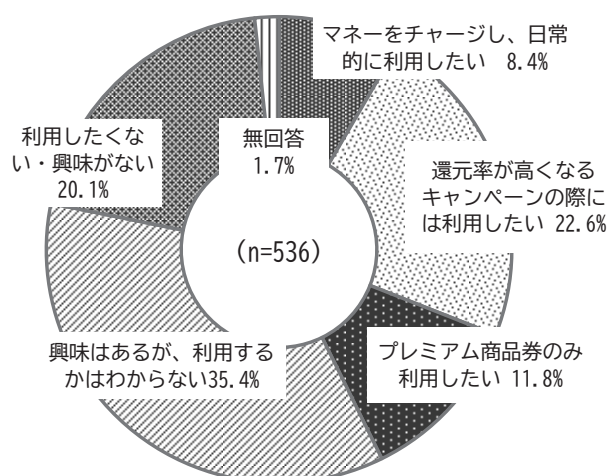


図4-35 みなトクP A Yの利用意向【年代別】

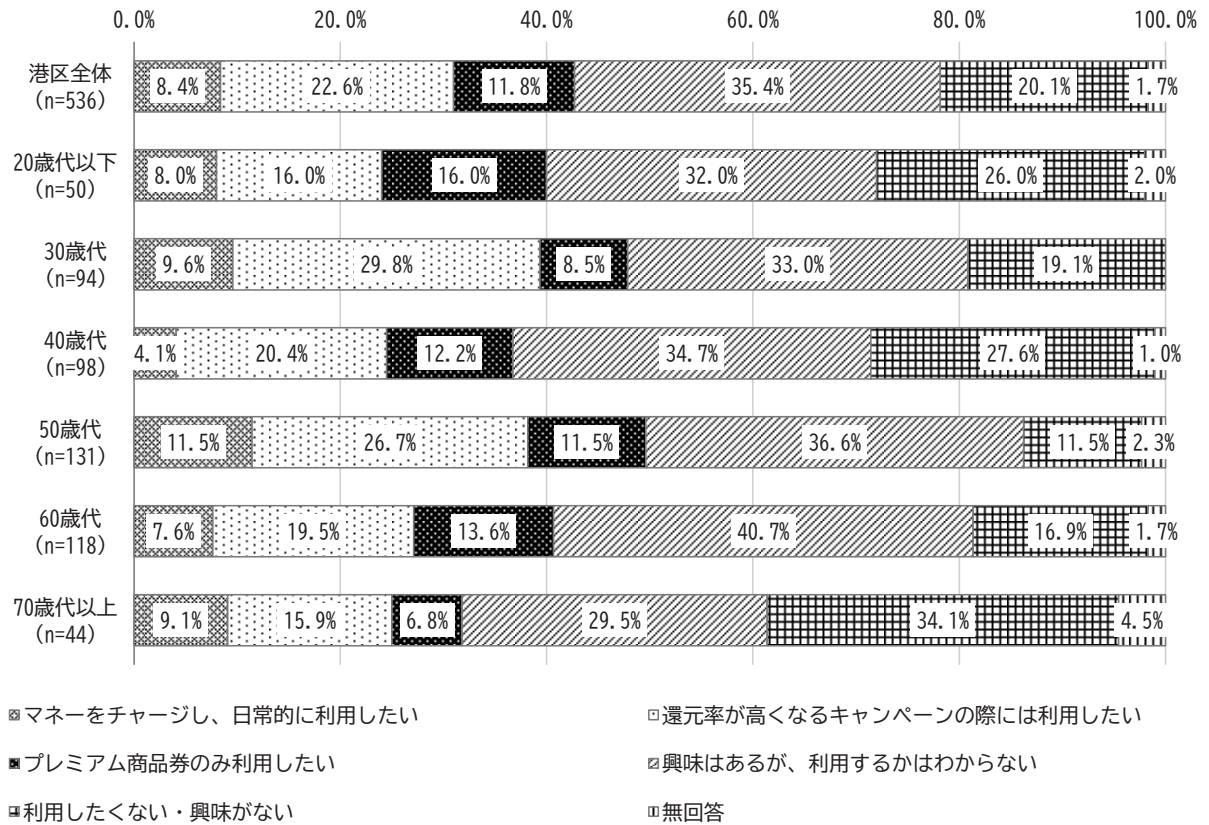
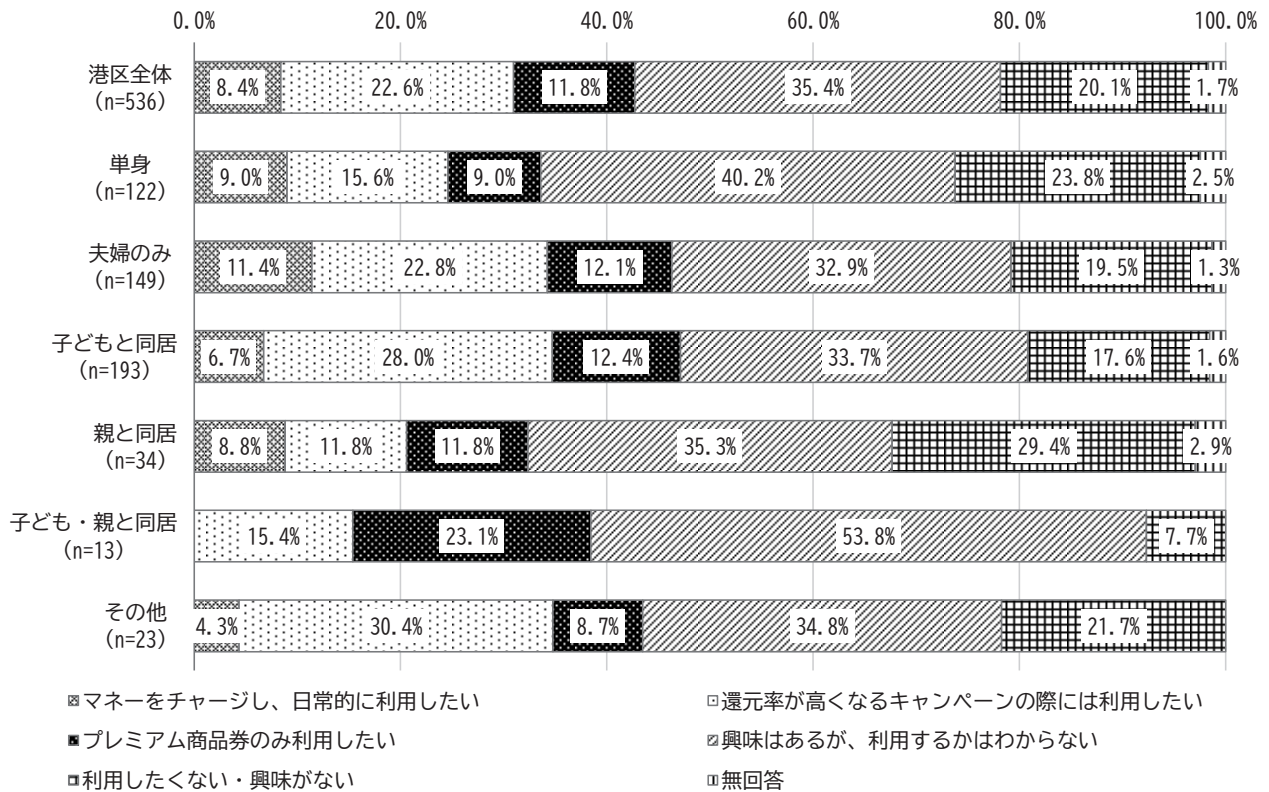


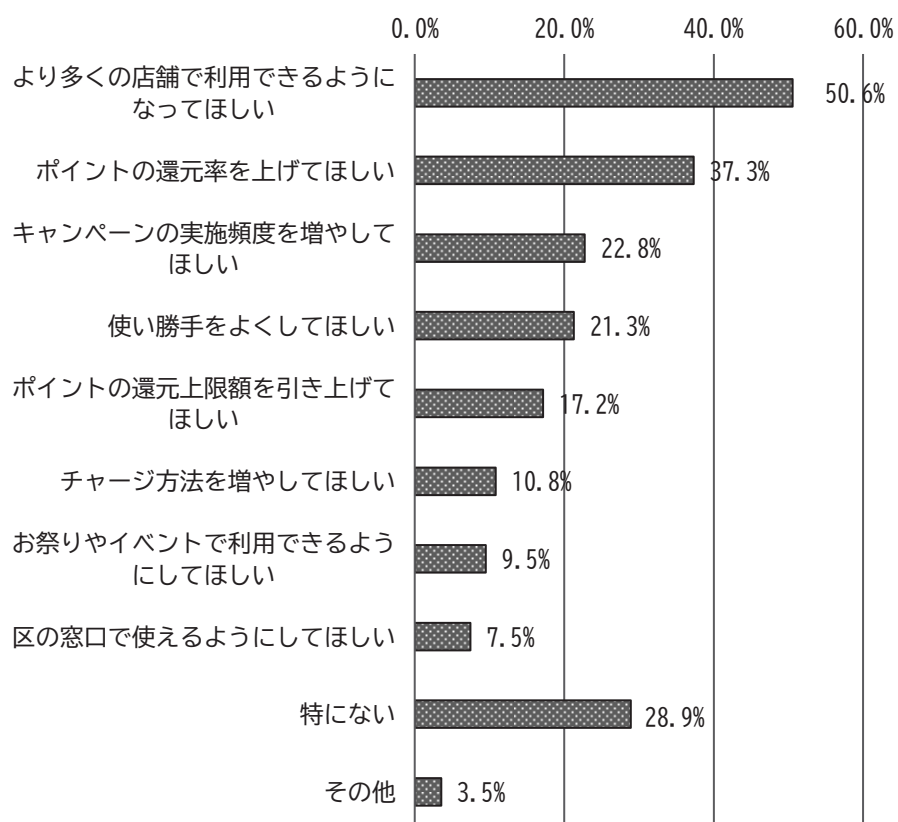
図4-36 みなトクP A Yの利用意向【家族構成別】



みなトクPAYに期待すること

- ・ みなトクPAYに期待することをみると、「より多くの店舗で利用できるようになってほしい」が50.6%と最も高く、次いで「ポイントの還元率を上げてほしい(37.3%)」、「キャンペーンの実施頻度を増やしてほしい(22.8%)」の順となっている。

図4-37 みなトクPAYに期待すること【港区全体（N=536）】



- ・年代別にみると、30 歳代では「ポイントの還元率を上げてほしい」、「キャンペーンの実施頻度を増やしてほしい」がそれぞれ 48.9%、30.9%と、港区全体(それぞれ、37.3%、22.8%)を上回っている。
- ・職業別にみると、会社員・公務員では「ポイントの還元率を上げてほしい」が 46.7%と、港区全体を上回っている。パート・アルバイトでは「使い勝手をよくしてほしい」が 35.2%と、港区全体(21.3%)と比べて突出して上回っている。

表4-38 みなトクP A Yに望むこと【年代別】

	より よくなる 多くの店 舗で利 用でき る	ポ イン トの 還 元 率 を 上 げ て ほ し い	ポ イン トの 還 元 上 限 額 を 引 き 上 げ て ほ し い	お 祭 り に や イ ベ ン ト で 利 用 で き る	ほ し い 区 の 窓 口 で 使 え る よ う に し て	や し て ほ し い キ ャ ン ペ ー ン の 実 施 頻 度 を 増 や し て ほ し い	い チャ ー ジ 方 法 を 増 や し て ほ し い	使 い 勝 手 を よ く し て ほ し い	特 に な い	そ の 他	無 回 答
港区全体 (n=536)	50.6%	37.3%	17.2%	9.5%	7.5%	22.8%	10.8%	21.3%	28.9%	3.5%	1.5%
20歳代以下 (n=50)	50.0%	38.0%	12.0%	8.0%	6.0%	16.0%	8.0%	22.0%	30.0%	6.0%	2.0%
30歳代 (n=94)	52.1%	48.9%	20.2%	17.0%	13.8%	30.9%	16.0%	19.1%	21.3%	4.3%	-
40歳代 (n=98)	48.0%	31.6%	18.4%	10.2%	7.1%	26.5%	9.2%	19.4%	30.6%	2.0%	1.0%
50歳代 (n=131)	61.8%	43.5%	23.7%	13.0%	9.2%	22.9%	11.5%	20.6%	20.6%	3.8%	2.3%
60歳代 (n=118)	48.3%	30.5%	11.9%	3.4%	4.2%	18.6%	9.3%	25.4%	32.2%	4.2%	1.7%
70歳代以上 (n=44)	27.3%	25.0%	9.1%	-	-	15.9%	9.1%	20.5%	54.5%	-	2.3%

表4-39 みなトクP A Yに望むこと【職業別】

	より よくなる 多くの店 舗で利 用でき る	ポ イン トの 還 元 率 を 上 げ て ほ し い	ポ イン トの 還 元 上 限 額 を 引 き 上 げ て ほ し い	お 祭 り に や イ ベ ン ト で 利 用 で き る	ほ し い 区 の 窓 口 で 使 え る よ う に し て	や し て ほ し い キ ャ ン ペ ー ン の 実 施 頻 度 を 増 や し て ほ し い	い チャ ー ジ 方 法 を 増 や し て ほ し い	使 い 勝 手 を よ く し て ほ し い	特 に な い	そ の 他	無 回 答
港区全体 (n=536)	50.6%	37.3%	17.2%	9.5%	7.5%	22.8%	10.8%	21.3%	28.9%	3.5%	1.5%
会社員・公務員 (n=244)	57.0%	46.7%	20.5%	12.7%	9.4%	26.6%	12.3%	19.3%	20.1%	2.9%	1.2%
自営業 (n=57)	35.1%	31.6%	8.8%	1.8%	3.5%	14.0%	5.3%	26.3%	40.4%	3.5%	-
会社役員 (n=54)	35.2%	25.9%	14.8%	7.4%	5.6%	22.2%	-	9.3%	40.7%	5.6%	-
主婦・家事手伝い (n=61)	57.4%	27.9%	13.1%	6.6%	6.6%	21.3%	11.5%	24.6%	29.5%	4.9%	1.6%
パート・アルバイト (n=54)	57.4%	31.5%	18.5%	11.1%	11.1%	20.4%	20.4%	35.2%	27.8%	1.9%	3.7%
無職 (n=36)	41.7%	30.6%	19.4%	5.6%	2.8%	16.7%	5.6%	19.4%	44.4%	5.6%	2.8%
学生 (n=13)	38.5%	15.4%	-	15.4%	-	15.4%	7.7%	15.4%	30.8%	7.7%	7.7%
その他 (n=15)	46.7%	46.7%	26.7%	6.7%	6.7%	33.3%	26.7%	20.0%	46.7%	-	-

※ 網掛けは「特にない」、「その他」、「無回答」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

- ・地区別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、赤坂地区では「お祭りやイベントで利用できるようにしてほしい」が17.1%と、港区全体(9.5%)を上回っている。
- ・家族構成別にみると、概ね港区全体と同様の傾向にあるが、子ども・親と同居では「お祭りやイベントで利用できるようにしてほしい」、「使い勝手をよくしてほしい」がそれぞれ、23.1%、30.8%と、港区全体(それぞれ、9.5%、21.3%)を上回っている。

表4-40 みなトクP A Yに望むこと【地区別】

	よ うに な く の 店 舗 で 利 用 で き る	し ポ イ ン ト の 還 元 率 を 上 げ て ほ し い	上 ポ イ ン ト の 還 元 上 限 額 を 引 き 上 げ て ほ し い	お 祭 り や イ ベ ン ト で 利 用 で き る よ う に し て ほ し い	ほ 区 の 窓 口 で 使 え る よ う に し て ほ し い	や キ ャ ン ペ ー ン の 実 施 頻 度 を 増 や し て ほ し い	い チ ャ ー ジ 方 法 を 増 や し て ほ し い	使 い 勝 手 を よ く し て ほ し い	特 に な い	そ の 他	無 回 答
港区全体 (n=536)	50.6%	37.3%	17.2%	9.5%	7.5%	22.8%	10.8%	21.3%	28.9%	3.5%	1.5%
芝地区 (n=113)	41.6%	31.9%	16.8%	7.1%	7.1%	21.2%	9.7%	20.4%	38.1%	2.7%	0.9%
麻布地区 (n=99)	46.5%	41.4%	18.2%	8.1%	6.1%	29.3%	11.1%	24.2%	29.3%	2.0%	-
赤坂地区 (n=105)	48.6%	38.1%	16.2%	17.1%	10.5%	28.6%	14.3%	22.9%	25.7%	5.7%	1.9%
高輪地区 (n=103)	53.4%	32.0%	17.5%	7.8%	6.8%	16.5%	11.7%	22.3%	29.1%	1.9%	1.0%
芝浦港南地区 (n=115)	62.6%	43.5%	17.4%	7.8%	7.0%	19.1%	7.8%	17.4%	21.7%	5.2%	3.5%

表4-41 みなトクP A Yに望むこと【家族構成別】

	よ うに な く の 店 舗 で 利 用 で き る	し ポ イ ン ト の 還 元 率 を 上 げ て ほ し い	上 ポ イ ン ト の 還 元 上 限 額 を 引 き 上 げ て ほ し い	お 祭 り や イ ベ ン ト で 利 用 で き る よ う に し て ほ し い	ほ 区 の 窓 口 で 使 え る よ う に し て ほ し い	や キ ャ ン ペ ー ン の 実 施 頻 度 を 増 や し て ほ し い	い チ ャ ー ジ 方 法 を 増 や し て ほ し い	使 い 勝 手 を よ く し て ほ し い	特 に な い	そ の 他	無 回 答
港区全体 (n=536)	50.6%	37.3%	17.2%	9.5%	7.5%	22.8%	10.8%	21.3%	28.9%	3.5%	1.5%
単身 (n=122)	49.2%	35.2%	18.9%	6.6%	7.4%	23.0%	13.1%	26.2%	28.7%	3.3%	1.6%
夫婦のみ (n=149)	52.3%	39.6%	16.8%	6.0%	5.4%	18.8%	8.7%	22.1%	28.9%	5.4%	1.3%
子どもと同居 (n=193)	53.4%	39.9%	18.1%	12.4%	8.3%	25.9%	10.4%	18.7%	26.4%	1.0%	1.6%
親と同居 (n=34)	35.3%	26.5%	14.7%	8.8%	8.8%	20.6%	8.8%	14.7%	41.2%	5.9%	2.9%
子ども・親と同居 (n=13)	38.5%	30.8%	15.4%	23.1%	7.7%	15.4%	15.4%	30.8%	46.2%	-	-
その他 (n=23)	52.2%	30.4%	8.7%	17.4%	13.0%	30.4%	17.4%	13.0%	21.7%	8.7%	-

※ 網掛けは「特にない」、「その他」、「無回答」を除く上位3位（同数が複数ある場合はすべてに網掛け）

（６）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をみると、「高齢者のライフスタイルの多様化」が28.4%と最も高く、「タワーマンション建設による人口の増加(28.2%)」、「大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積(27.6%)」の順となっている。上位3位はいずれも3割前後で大きな差はみられず、以降の「インバウンドによる外国人観光客の増加(25.4%)」、「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(23.3%)」、「生成 AI の利活用による業務効率化と生産性の向上(22.8%)」も2割を超えており、景気への好影響は特定の一要因に集中するのではなく、複数の社会的変化に期待が寄せられていることがうかがえる。
- ・年代別にみると、30 歳代では「タワーマンション建設による人口の増加」が40.4%と、港区全体(28.2%)と比べて突出して上回っている。また、年代が高くなるほど「高齢者のライフスタイルの多様化」の割合が高くなっており、60 歳代、70 歳代以上ではそれぞれ、42.4%、56.8%と、港区全体(28.4%)と比べて突出して上回っている。
- ・職業別にみると、会社役員では「大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積」が38.9%と、港区全体(27.6%)と比べて突出して上回っている。無職では「高齢者のライフスタイルの多様化」が55.6%と、港区全体(28.4%)と比べて突出して上回っている。
- ・地区別にみると、芝浦港南地区では「大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積」が33.9%と、港区全体を上回っている。高輪地区では「タワーマンション建設による人口の増加」が34.0%と、港区全体上回っている。

図4-38 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【港区全体（N=536）】

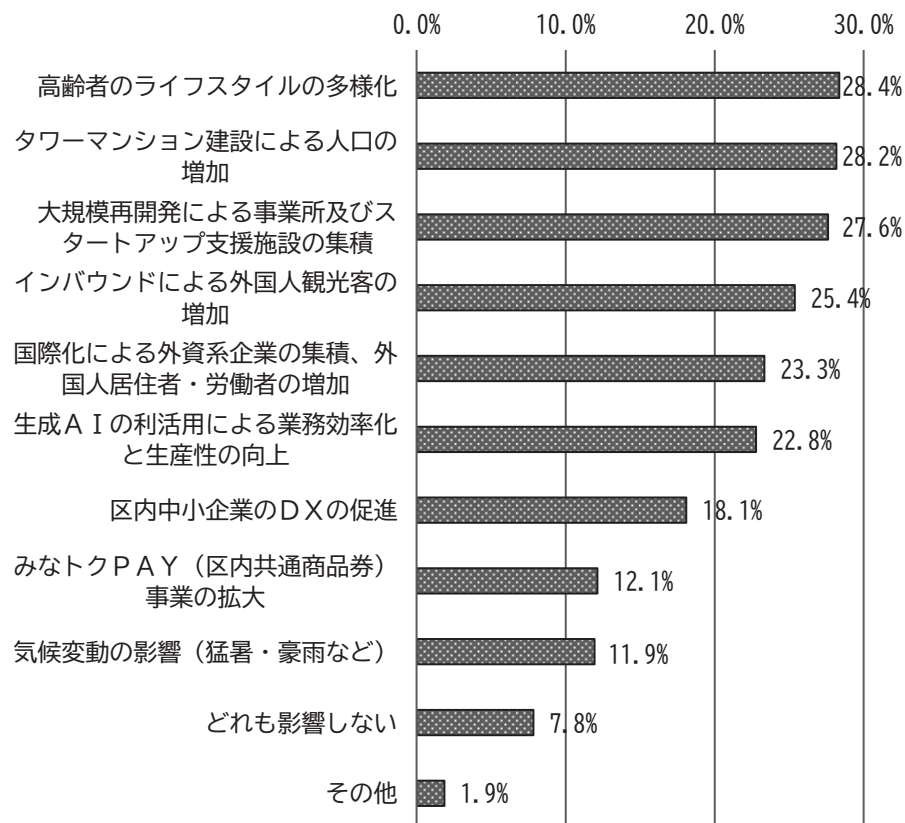


表4-42 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【年代別】

	人口の増加	インバウンドによる外国人観光客の増加	増加	国際化による外国人居住者・労働者の集積	大規模再開発による事業所の及びスタートアップ支援施設の集積	区内中小企業のDXの促進	生成AIの活用による業務効率化と生産性の向上	気候変動の影響（猛暑・豪雨など）	高齢者のライフスタイルの多様化	どれも影響しない	みなトクPAY（区内共通商品券）事業の拡大	その他	無回答
港区全体（n=536）	28.2%	25.4%	23.3%	27.6%	18.1%	22.8%	11.9%	28.4%	7.8%	12.1%	1.9%	1.7%	
20歳代以下（n=50）	30.0%	28.0%	24.0%	32.0%	22.0%	28.0%	2.0%	8.0%	8.0%	8.0%	2.0%	2.0%	
30歳代（n=94）	40.4%	24.5%	30.9%	34.0%	18.1%	27.7%	6.4%	21.3%	5.3%	13.8%	3.2%	-	
40歳代（n=98）	23.5%	25.5%	20.4%	31.6%	14.3%	23.5%	12.2%	21.4%	8.2%	12.2%	3.1%	2.0%	
50歳代（n=131）	28.2%	31.3%	22.1%	27.5%	19.1%	20.6%	9.2%	24.4%	8.4%	16.8%	2.3%	2.3%	
60歳代（n=118）	24.6%	19.5%	22.0%	19.5%	19.5%	20.3%	20.3%	42.4%	10.2%	8.5%	-	1.7%	
70歳代以上（n=44）	20.5%	20.5%	20.5%	22.7%	13.6%	18.2%	20.5%	56.8%	4.5%	9.1%	-	2.3%	

表4-43 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【職業別】

	人口の増加	インバウンドによる外国人観光客の増加	増加	国際化による外資系企業の集積	大規模再開発による事業所の及びスタートアップ支援施設の集積	区内中小企業のDXの促進	生成AIの活用による業務効率化と生産性の向上	気候変動の影響（猛暑・豪雨など）	高齢者のライフスタイルの多様化	どれも影響しない	みなトクPAY（区内共通商品券）事業の拡大	その他	無回答
港区全体（n=536）	28.2%	25.4%	23.3%	27.6%	18.1%	22.8%	11.9%	28.4%	7.8%	12.1%	1.9%	1.7%	
会社員・公務員（n=244）	33.2%	27.0%	24.2%	29.9%	20.1%	24.6%	9.4%	21.7%	7.8%	13.5%	2.9%	1.2%	
自営業（n=57）	24.6%	15.8%	19.3%	19.3%	17.5%	26.3%	14.0%	33.3%	7.0%	10.5%	3.5%	-	
会社役員（n=54）	22.2%	20.4%	18.5%	38.9%	27.8%	27.8%	14.8%	22.2%	7.4%	9.3%	1.9%	-	
主婦・家事手伝い（n=61）	23.0%	24.6%	26.2%	16.4%	14.8%	16.4%	14.8%	34.4%	6.6%	14.8%	-	1.6%	
パート・アルバイト（n=54）	27.8%	31.5%	24.1%	33.3%	11.1%	13.0%	16.7%	35.2%	13.0%	11.1%	-	3.7%	
無職（n=36）	22.2%	22.2%	27.8%	22.2%	8.3%	22.2%	13.9%	55.6%	5.6%	11.1%	-	5.6%	
学生（n=13）	38.5%	23.1%	23.1%	23.1%	7.7%	15.4%	7.7%	15.4%	7.7%	7.7%	-	7.7%	
その他（n=15）	13.3%	33.3%	20.0%	26.7%	20.0%	33.3%	6.7%	40.0%	6.7%	6.7%	-	-	

表4-44 景気に好影響を及ぼすと期待される事項【地区別】

	人口の増加	インバウンドによる外国人観光客の増加	増加	国際化による外国人居住者・労働者の集積	大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積	区内中小企業のDXの促進	生成AIの活用による業務効率化と生産性の向上	気候変動の影響（猛暑・豪雨など）	高齢者のライフスタイルの多様化	どれも影響しない	みなトクPAY（区内共通商品券）事業の拡大	その他	無回答
港区全体（n=536）	28.2%	25.4%	23.3%	27.6%	18.1%	22.8%	11.9%	28.4%	7.8%	12.1%	1.9%	1.7%	
芝地区（n=113）	26.5%	25.7%	26.5%	22.1%	17.7%	26.5%	8.8%	23.9%	9.7%	8.8%	1.8%	0.9%	
麻布地区（n=99）	24.2%	30.3%	21.2%	29.3%	22.2%	27.3%	9.1%	22.2%	12.1%	10.1%	2.0%	-	
赤坂地区（n=105）	23.8%	28.6%	20.0%	27.6%	19.0%	19.0%	11.4%	34.3%	5.7%	11.4%	3.8%	2.9%	
高輪地区（n=103）	34.0%	21.4%	28.2%	25.2%	18.4%	24.3%	16.5%	30.1%	3.9%	14.6%	1.9%	1.0%	
芝浦港南地区（n=115）	32.2%	20.9%	20.9%	33.9%	13.0%	17.4%	13.9%	31.3%	7.8%	15.7%	-	3.5%	

※ 網掛けは「特になし」、「その他」、「無回答」を除く上位3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の関わりについて（自由意見）

- ・区内産業や区内産業との生活の関わりを自由意見として聞いたところ、寄せられた意見は次のとおり。

表4-45 区内産業の発展や区内産業と生活の関わりについて（自由意見）【地区・年代順】

【主な意見】

地 区	年 代	内 容
芝地区	20 歳代	竹芝の周辺はマンションができるのに、生活環境が全く整っていない...
芝地区	20 歳代	比較的安価なスーパー（ＯＫストアやライフなど）ができるとより生活しやすくなると思う。
芝地区	20 歳代	六本木や麻布台等大きな商業施設はあるが、内に入っている店に魅力を感じないため、日用品を取り扱ったり、高価格すぎない店にしたら他区への買物に行かなくてすむと感じています。駐輪場の増設をしてほしい。
芝地区	30 歳代	産業としては優秀な方が多く治安が良かったが、最近は国内外問わず YouTuber をはじめとする観光客が撮影やゴミ捨てなどのマナーを守っていない方も増え、子育て層としては治安が不安である。
芝地区	30 歳代	大きいスーパーが少ないので、隣の駅（港区内）まで週に１度買い物に行っています。 各駅に大きなスーパーができると嬉しい。 移動は公共交通機関をよく使うのですが、どこに行くにもアクセスがよく駅もバス停も沢山あり助かっています。 外国の方の誘致については、治安悪化など問題もあると感じるので、地域の見守り、登校班の制度など子供が安心して暮らせる街になることを願います。
芝地区	30 歳代	田町（駅前あたり）まで自転車で買い物したいが駐輪禁止が多く、行きにくい。それに比べて浜松町・大門あたりが道広いため駐輪していても問題ないのでいつもそちらで買い物している。田町駅前周辺は自転車止める場所つくってほしい。
芝地区	30 歳代	法人税収入が多いことで港区民への区のサービスが充実していることは、港区に定住する理由の大きな一つです。
芝地区	40 歳代	①ＪＲ田町駅から新橋駅周辺で書店の出店がゼロになってしまった。区として書店の誘致をしてほしい。②周辺には芝商店街と芝神明商店街があるが、少し前は日用雑貨が買えたり、ちょっと出かけて用事を済ませることができた。近年は周辺で勤める方のための夜だけ営業する飲食店や宿泊施設が増え、正直商店街と呼べるものではなくなったように思える。飲食店や宿泊施設の出店について一定の規制を設けてほしい。そして商店街と呼べる定義は何？と感じてしまう週末の閉散さを感じる。③年末の福引やお買い物をするとシールが渡され集めれば何か特典に変えられるといったイベントがなくなり、地元で買い物をするワクワク感がなくなった。
芝地区	40 歳代	インバウンドも良いのだが、公道カートによる交通渋滞や、交通違反（カートを運転しながら携帯を操作して撮影している）はきちんと取り締まってほしい。また、再開発により大型車両などの通行も増え、高速出入口付近では歩行者信号が青でも右折で突っ込んでくる車がいって歩行者が横断できないなど、危ない事例が増えている。安全に暮らせる前提のもとで、開発などを検討してほしい。
芝地区	40 歳代	港区役所の受付時間延長が水曜だけでなく、増やしてほしい。（火・木曜など週２日程度）コールセンターではなく、職員による電話対応を１７時以降も対応するように変更してほしい。

地 区	年 代	内 容
芝地区	40 歳代	ビジネス街が多い地区では、大きな施設ができて飲食が多く、生活者の楽しみが限られているので、飲食以外の娯楽施設がビジネス街にもあると、日常的に活性化すると思います。 また、その数ある飲食店もビジネス街だと休みになることが多いので、生活者としてはあまり恩恵はありません。 大きな娯楽施設ができる際には、物理的なバリアフリーはもちろん、どんな思想信条がある人も気楽に入れるお店ができれば、国際的にも評価、すぐにではなくても将来的に発展すると思います。
芝地区	40 歳代	商店街での深夜営業の店が減少しているように思えます。ぜひ増加への促進をお願いします。
芝地区	50 歳代	・商店街が近くないので、あると便利だと思う。 ・新虎通りをシャンゼリゼ通りにするという元知事が発言されていたが、全然実現していないので、実現してほしい。 ・地区委員会や町会などの担手が少なくなっているのも若者の魅力のある街作りを目指してほしい。
芝地区	50 歳代	活力ある地域づくりという点から、環境整備にも合わせて期待したいです。日頃地域や企業の方が清掃等奉仕して下さっており、町の美化につながっていることはありがたいです。しかし、一方で、商店街や飲食店街付近の道路や店先の清潔感は、残念です。イメージ的にも経営されているお店同士のつながりによる改善は、今後とも必要かと思います。また、都の問題かも知れませんが、地下鉄の階段やエレベーターの古さや使いにくさで、障害のある方、高齢の方や乳幼児をもつ子育ての方々の困り感は大分あるようです。自宅のすぐそばだけでなく、港区内の商業施設や商店街にも行き来しやすいよう交通面での整備も合わせて、推進されていくことを願っています。
芝地区	50 歳代	港区に住んで人への特権やサービスを港区内の店舗と強力して内容を上げて港区で買物生活趣味娯楽がしやすくなるような環境作り。
芝地区	50 歳代	産業発展のためとはいえ、治安や生活環境を犠牲にするような人材流入は避けるべきだと考えます。「ダイバーシティ」という言葉が独り歩きし、日本の文化や慣習を軽視するような態度が許容されてはなりません。日本に住んでいるにもかかわらず、リスペクトを持たず自国の流儀を押し通すような人達が定住することは、区民の利益を損なうものです。区内産業においては、単に安価な労働力を求めるのではなく、日本の法と秩序を守る「質の高い人材」のみを受け入れる体制を整備してください。港区こそが率先して、「郷に入っては郷に従う」という原則に基づいた、住民と調和できる産業振興のモデルケースを示すべきです。
芝地区	50 歳代	生活する上で港区の区内産業というものをあまり意識したことがなく、区内か区外かということで選択する事がなかった。 いつも利用しているスーパーではみなトクP A Yが使えないので利用していない。
芝地区	60 歳代	・20年前と比べて、生活に必要な店が近所にふえてきて、くらしやすくなった。区外に出なくても買物できるようになった。 ・人口が少なくなる土・日曜日は、特に過ごしやすい。 ・再開発できれいなビルがあらこちらに出来て、多少遠くても散歩に行くのが楽しみになっている。 ・駐車場の閉鎖で車を手放したが、J R、私鉄、地下鉄、バスが充実していて、どこに行くにも便利である。 ・勤務帰りに、駅近のスーパーで買物している人が多い。

地 区	年 代	内 容
		・東芝跡地や、泉岳寺付近（ゲートウェイ）＝交通の便が良くない所の再開発がどうなっていくのか楽しみにしている。 ・芝浦中央公園に行くと、港区にもこんなに子供がたくさんいるのが意外である。手入の良いバラ園あり。
芝地区	60 歳代	区内の産業の発展は望ましいがそれによって生活環境が悪くなるのは良く思わない。例えば海側に高層マンションが立ち並び、内陸へ海風が入ってこなくなりました。いわゆるヒートアイランドです。高層ビルも人の集約には役立つでしょうが、周りの環境はどうでしょうか。産業も街作りの一環として生活をより良くするならば、自然環境も重要だと考えてほしいです。その上で発展を望みます。
芝地区	60 歳代	港区と地域金融機関との何かしらのコラボレーションイベントがあるとうれしい。税務相談とか諸々のお金に関する悩み相談です。
芝地区	60 歳代	東京で最も子育てしやすく、医療／介護／保育／学童への助成も充実させ、住民の数を増やし、活性化。企業が集積し、リッチな港区だからこそ王道で少子化の流れを変え、中長期で区内産業を発展させて行っていきたい。
芝地区	60 歳代	特色ある小規模企業や商店、起業家やスタートアップの集積が多様性や将来性をもたらす。 大規模店舗やチェーン店が必要ないとは言わないが、そういう店ばかりになると地域の特色は失われる。
芝地区	60 歳代	目黒駅周辺はとても便利。アトレがあり、スーパーが駅前にたくさんあるし、カフェやレストランなど飲食店も豊富でとても充実している。病院や薬局も駅周りにたくさんある。3年前まで白金台在住で、よく目黒駅周辺を利用したが、本当に良かった。家族の事情で三田に転居したが、スーパーとか田町駅に無くて誠に不便。足が悪いし年寄りだから、あんな遠くまで行く気にならない。今のコンビニはネギやタマネギ、白菜、果物まであつかってくれて助かるが、やはり田町駅にアトレがほしい。4年後に完成するらしいので良かった。
芝地区	70 歳代	外国の方の民泊ができるのが不安です。
麻布地区	20 歳代	大きな企業でなくても、誰もが利用しやすい仕組みになるといいなと思います。
麻布地区	20 歳代	大使館とコラボするなどして、外国に関する教育や交流を促進するといい。英語以外の第二外国語に特化したプログラムがあると面白い。
麻布地区	30 歳代	タワーマンションなどが増え、ペットと暮らす人が増えたように感じます。ペットと立ち寄れる店舗の誘致や、ドッグランなどの増設など、人とペットが共生しやすいまちづくり、産業振興もブランディングとしては効くのではないのでしょうか。
麻布地区	30 歳代	麻布付近の車が運転が危険。道路に止めている車が歩道にかかっている。日常的に買い物できるアトレのようなものがほしい。物価が高い。マナー悪い外国人をどうにかしてほしい。
麻布地区	40 歳代	ママチャリが駐輪できる駐輪場を作ってください。麻布十番の一の橋公園のとなりに区の駐輪場がありますがサイズが大きいためか駐輪を断われました。スーパーに駐輪したくてもすぐに違法駐輪のステッカーを貼られるのも不愉快です。
麻布地区	40 歳代	もともと産業は多く、大企業から中小零細企業、個人店までである地域のため、事業承継を上手くやっていくことが何よりも大切なのだと思います。

地 区	年 代	内 容
麻布地区	40 歳代	港区での日々の買い物は、値段は高いですが品質も良くお店もきれいで快適です。それぞれのお店でポイント制があつて種類が増えすぎると管理が大変なので、使う頻度が高いものに絞って利用しています。
麻布地区	40 歳代	港区といえば！の象徴がない。
麻布地区	40 歳代	散歩が好きで、区内を回りますが、いろんな企業と食事をとる場所があり、バランスがとれているように感じます。危険とを感じるような場所も少ないように感じ、このまま保っていくことが、地道に発展していくように感じます。もう、子供には戻れないように、もう後戻りもできないので、協力できる場面では協力し、これからも港区の風景を見続けられたら良いなと感じました。貴重な機会をいただきまして、ありがとうございます。よろしくお願いいたします。
麻布地区	40 歳代	大企業の無機質なビルが乱立する町並みは面白味がなく日本の観光資源としては乏しく生活する側としても楽しくありません
麻布地区	50 歳代	・そろそろ、町工場と民家という職住の在り方を保護して下さい。これらが港区の空を守っています。町工場と民家が立ち退いてどんどんタワマンが建って、港区の空がどんどん塞がれていきます。これは地域の価値にかかわることです。 ・適度に町工場が散らばっている現在の港区は防災上好ましい状況にあると考えます（とくに川沿いと沖積平野部）。災害時、活躍してくれるのは彼ら職能人です。 ・「町工場スタンプラリー～あの工場は何を作っているの～」というような催しを企画して、次世代のものづくりの担い手を育て下さい。 ・グルメや美容などばかりが注目されて、港区に俗なイメージが付きまとうようになって久しいです。そろそろ港区の地道な側面にスポットが当たるよう、プラン策定していただくことを期待します。
麻布地区	50 歳代	港区での生活が好きです。努力して住める街であるべきです。品を下げない事が一番大切です。タワーマンションや開発は絶対に必要ありません！！もう止めていただきたい。全てがダウンします。
麻布地区	50 歳代	住民としては基本的には満足しています。 みなトクP A YはW e b版の頃からずっとU I／U X面で使いにくく、改善の余地が大いにあると思います。良いアプリデザインの実績のあるところに依頼し、デザイナーの意見をよく聞いてサービス設計から一緒に見直す姿勢で取り組んだほうが良いかと思います。
麻布地区	50 歳代	西麻布に駅を作して下さい。西麻布は夜の飲み屋のイメージが強いので、日中、気軽に入れるカフェやファーストフード店を誘致して下さい。街が飲食店のゴミやタバコのポイ捨てで汚いので何とかしてほしい。
麻布地区	50 歳代	土地が高く、大企業が多く所在しており、週末人口が少ない地域です。区外からの訪問者に魅力的なコンテンツの充実をし、提供できれば、さらに商業的な発展が望まれるかもしれません。
麻布地区	50 歳代	麻布地区に住んでいる。 麻布十番周辺はお店が多いが、魅力的なお店が少ない。 年齢層が高い店ばかり。 おしゃれなカフェや、レストラン、雑貨屋などがあればもっと集客できると思う。 インスタなど麻布十番で検索してもあまりおしゃれなお店が出てこない。 東麻布は麻布十番駅が近いのにパツとしない。 奥渋のようなおしゃれなお店ができればいいのと思う。

地 区	年 代	内 容
麻布地区	60 歳代	・ 中国人移民を一定数以上住まわせない。 ・ 電柱撤去・ゴミのポイ捨てに罰則 ・ 住居・ビル前の清掃 ・ 駐輪場・緑化の徹底 以上の様な街づくりを測り、街のブランド力を高める。
麻布地区	60 歳代	港区に長年おりますが、数十年前と比較すると人々のマナーが下がってきているように思います。成功が港区へと導き転入されてくるのはいいのですが、かつてあった港区民としての誇り高さのようなものがないかたが増え、礼儀や作法のないお振舞いにつながりすることが増えました。お金があればいい、という考え方ではなく、東京の中心部で生きる矜持のようなものを持っていたいただけたらと、思います。産業を発展させることで実業実績の作れるかたが増えていくのは喜ばしいと思うのですが、その反面、ルールを軽視することに躊躇いがなくなるのはよいとは思わないのです。
麻布地区	60 歳代	最先端でITで活躍する若者と、Suicaさえ持たない高齢者との二極化はますます進んでいくと思われる。区の施設などで高齢者のサポートをしてもらえたら良いと思います。
麻布地区	60 歳代	若い人が暮らしやすい町作りが必要。年寄りばかりだと町が活性化しない。一方で年寄りも増えるので介護の充実が必要
麻布地区	60 歳代	地域住民、とりわけ高齢者や子ども、障害児者が安心安全に暮らせる環境整備に期待しています。
麻布地区	70 歳代	最近港区の土地所有者が外国人や外資系企業、タックスヘイブンを利用した会社が多数有る様に思われます。近隣との問題があっても登記上国内の連絡先の無い状態で国内の連絡先を必須とする等、又今後の環境等を考えると何らかの規制や制限を設ける必要が有ると思います。
麻布地区	70 歳代	日本、東京都の中で「港区」を「どんな街」にするのか明確にして産業の育成を図るべき。再開発が進められているが、それに伴い、既存の住民が「港区外」に出ていくような事は問題である。一般区民が住み安い街にして欲しい。
赤坂地区	20 歳代	産まれも育ちも区内で、20 年以上住んでみて、景観が変わって高層ビルがたちならび、ビジネスな街のイメージが強まったこと、子どもが学校終わって友人と集まって遊べる場所が少なくなったなど感じる。また、昔ほど、地域の密着度？（ご近所付き合いなど）が薄れており、あたたかみがないなあと寂しく感じる。また、若年層の高所得者が増え、公立の小学校（保育園、マンション内、幼稚園など）内での所得格差が対人関係でも影響していると聞くので、人口が増えることはあまり嬉しく思わない。地元の友人と話してても、昔から住んでいる人は港区をもちろん好きだが、おごりたかぶることはないし、区外から移住してきた人の民度が低いなど感じる。埼玉や京都でも、外国の方の居住者増加・労働者増加が地域の景気向上に繋がると励行されていたが、結果的に、治安の悪化にもなった地域もあり、治安の悪化だけは避けてもらいたいと思う。大企業の発展は是非頑張っていたきたいが、人口が増えることは区内の収入としては微々たるもので高層マンションがある場所に大企業1つ入る方が税収としてはメリットがあると思う。一方で、長らく続いている中小企業や地域の伝統物、昔ながらのお店などは大切にしてもらいたいので、後継者育成は図っていただきたい。

地 区	年 代	内 容
赤坂地区	20 歳代	廃墟ビルが将来的な発生を抑制するためにも、再開発で建設する建築物の高さ制限を検討してほしい。
赤坂地区	20 歳代	夜の道路工事がうるさい。もう一つまいばすけっと（スーパー）が赤坂2丁目にほしい。
赤坂地区	30 歳代	スーパーが少なく生活には不便。
赤坂地区	30 歳代	スペイン大使公邸およびスペイン大使館前までの歩道に向けて生えている（壁に生えるツタ）の伐採をスペイン大使館に依頼下さい。通行量、人の行き来が多い、反対側に歩道が整っていないため、人が車道を歩いており危険です。ご検討よろしくお願いします。
赤坂地区	30 歳代	外国人観光客は平気で道端にゴミを捨てます。自販機横の缶を捨てる箱がゴミであふれていることもあります。大通りに大きなゴミ箱を設置するなどして欲しいです。また、タワーマンションが出来ても、大きなスーパーが港区はあまりなく、不便です。本屋さんも赤坂には1軒ありません。教育にも良くないと思います。
赤坂地区	30 歳代	・小学校を含む教育環境の強化 ・子育て世代の、住宅費用の補填
赤坂地区	30 歳代	・法人税も破格なほどに安いのに産業に優遇が過ぎる。 ・区民への還元を優先させてほしい。
赤坂地区	40 歳代	・商店街自体、飲食店中心であり、その他業種が少ないのが課題。 ・食料品に関しては充実しているが、外国人の顧客対応の面で人的リソースが不足している。（言語対応に苦慮することがあるため） ・大規模な商業施設はあるが、書店など文化的リソースを扱う店舗が少なく、利用頻度の低下につながっている。→現在の路線はインバウンドや高所得層向けの需要拡大と志向も、補うべき。強化すべきはそこではないように長期的には感じる。 ・企業誘致は、ITの進化によるビジネススタイルの変化とオフィス賃料の高さからアンマッチな印象。→やるなら、起業誘致とミッドタウンのようなサロン型のビジネスハブの強化。港区という立地とブランドイメージが企業の競争力や魅力につながりにくいので。ビジネスを始める発信地と有力企業を活用した新しい人たちを集める仕組みがむしろ重要かと考えます。
赤坂地区	40 歳代	4月から自転車が歩道を走れない事に不安を感じます。赤坂は、工事中や路駐も多く、車道も狭くとても危険です。事故が多発すると思います。
赤坂地区	40 歳代	インフラの整備や治安の維持、港区民への物価高対策をして欲しい。
赤坂地区	40 歳代	観光客/周辺地域客が居ないとビジネスとして成り立たないのは分かるが、地元民が利用しづらかったら住んでる意味がない。今は赤坂は土日は比較的空いてるので快適。ただ閉まってる店もある。バランスが難しいが混んでいても、早く利用できる安く利用できる仕組みがあれば良いと思う。
赤坂地区	40 歳代	神宮外苑のイチョウ並木周辺の特に紅葉シーズンでは、観光客（国籍関係なし）が、自宅周辺にスタバ、コンビニ等で購入した飲み物、タバコの吸い殻ゴミを大量にポイ捨てするので、困っています。 夜間にたむろする人も増えました。 ゴミを片付けているのは、周辺住民です。 港区に、人が集まるのは良いことですか、周辺住民が、安心出来るように対策して下さい。 よろしくお願いします。

地 区	年 代	内 容
赤坂地区	40 歳代	生活がある街づくりが大事。大型のビルや施設より、地域社会の復活。
赤坂地区	40 歳代	前提として、赤坂地区には満足しています。どの方向へも利便性がよく、必要なスーパーや薬局、文房具屋さん、百元ショップなどがあるので不便はしていません。 意見としては、大人が楽しめる飲食店街は多くありますが、商店街と呼べる機能の街並みではありません。 八百屋さんや肉屋さんは点在していますが、魚屋はありません。 文教堂がなくなって以来、本屋がなくなってしまい、親子ともに寂しく思っております。 子どもと外食したり遊べる場所も限られており、豊洲方面へと出かけることが多いです。 区内にヒルズはありますが、百貨店も新宿、銀座、東京へと出かけることが多いです。
赤坂地区	50 歳代	高齢者や子供たちにとって、生活しやすい産業発展を期待します。
赤坂地区	50 歳代	小さなスーパー（まいばすけっとなど）しかなく野菜の鮮度がいまいちなので主に宅配（生活クラブ）を利用している為、商店街はほとんど利用していない。10年以上赤坂地区に住んでいるが、商店街と言われてもどこを指しているのかわからないくらいの認識。平日は会社員で混雑していて、土日はインバウンドがウロウロしている印象。治安がよい所ではあると思うので、安心して暮しているが、子ども連れには住みにくいだろーとを感じる。南青山～赤坂の辺りは親子で入りやすいカフェやレストランもあまりないため、ドトールで泣き叫ぶ我が子を怒鳴りつける母親をしばしば見かけ、何とか心の余裕がもてるように手を差し伸べることができないかと心を痛めている。多世代で集える場を官民連携でとりくめるとより良い街になるのでは？
赤坂地区	50 歳代	情報発信力を高めて有用な情報を入手しやすくなると嬉しい。例えば、夏にお寺の境内でお祭りがあることを当日偶然知ったので参加出来たが、地域のイベントなどの情報を知る機会が少ないと思う。
赤坂地区	50 歳代	生活者にとっても、区内産業の発展は大歓迎です。区内の産業に何か携わる機会が持てれば、さらに嬉しいです。
赤坂地区	50 歳代	長年7歳から港区南青山に住んでいます。周囲に、ハイブランドや外国車のショップばかり立ち並び、ピーコックや、オリンピックも、無くなり、住みにくい街になってきています。静かで大人の街から、外人ばかりのザワザワした街になり、残念です。地価ばかり高騰しています。産業を発展するばかりでは、バランスを欠き、結果的に町のイメージが悪化して住みづらい為に転出者が増えて経済も低迷してしまうのでは？今は、魚を食べたくても、電車で乗って買いに行かないとなります。とにかく、暮らしにくいので、近い日に転出したいと思います。
赤坂地区	50 歳代	南青山3丁目に住んでいます、次々と高層ビルなど建つことは結果的にこの辺りの資産価値を下げると思い、残念に感じています。京都が、オリジナリティある街づくりをできているのは、ただただ、どこでもできる“開発”をさけたからこそかと。どんどん街並みがつまらなくなってきているので、そろそろ引っ越した方がよいかなーとおもってます。
赤坂地区	60 歳代	港区在住であることがステータスとされているようだが、住んでいる立場からすると帰属意識はむしろ希薄であると言わざるを得ない。港区といっても青山地区、赤坂地区、湾岸地区それぞれ違った歴史とキ

地 区	年 代	内 容
		キャラクターがある。個人的には是非以前の町名に戻してもらいたい。それぞれの小ブロックごとで地元が結束し、活気あるスモールピースの集合体としての港区を目指していくのが良いのではないかなと思う。
赤坂地区	60 歳代	紙のプレミアム商品券を再度発行してほしい。
赤坂地区	60 歳代	乃木坂に在住してから、40 年以上となりました。40 年前には防衛庁だった土地にも、ミッドタウンができたり、六本木にはヒルズができたりと見るものも多く、高齢者になった現在も刺激的な毎日を送っています。しかし、乃木坂にはミッドタウン内のスーパーマーケットしかなく、欲しいものは六本木駅前や広尾、高輪、麻布台まで出かけていく必要があります。 買い物をするにも、スーパーの場所が離れていたり、品物に難ありで、高齢者にとっては大変なのです。来年は長年通い詰めた明治屋六本木ストアも、ビル建て替えのために撤退。ますます不便になります。 難しいこととは思いますが、居住者にとって魅力的なスーパーマーケットができたらいいなあと思っています。
赤坂地区	70 歳代	みなトク P A Y のインストールが出来にくい。紙で使用することが多い
高輪地区	20 歳代	区内産業としては元々白金は下町で、近くにも小規模な工場があって、工作機械などを活用して一緒に仕事ができたらいいな、ものづくりしたいと思っていた。しかし時間が経つにつれて、地価上昇や開発の話などによって古くても続いていた町工場が潰され、空白になってしまった。 一番再開発では工場が存続したが、ガラスで隠されたり、販売にあたって魅力を下げる要素なのかオープンさがなくなってしまい、接点がなくなっていつている。 路線価の上昇で税金により経営が厳しくなるとかも聞くため、手厚い支援で町工場の存続、交流などを行って欲しい。 白金には自動車整備工事もあり、これからも残すために使用していきたい。 港区内でも主要エリアから離れると駅から遠いところもあり、シェアサイクルの更なる展開や駅での乗り換えに便利に対応できるようにして欲しい。結局不便だと使わない。
高輪地区	20 歳代	産業の発展も重要だが、 ・子育て支援の促進 ・暮らしやすい環境作り に注力いただきたいです。 港区全体の歩道が狭く、安全の観点でも改善すべきだと思います。何度か港区としてアンケートを行っていますが ・結果の共有 ・結果を受けて立てた施策 ・施策の着実な実施 をお願いします。

地 区	年 代	内 容
高輪地区	20 歳代	私は現在大学生として就職活動をしていますが大企業の本社が港区であるケースが意外と多いなと感じました。せっかく本社があるのなら、なにか地域とコラボを行いどんな企業が身近にあるのか知るチャンスにしてみても良いのではと考えました。また、商店街の活かし方について、私は麻布十番商店街のカフェでアルバイトをしています。昔から変わらず賑わいのある商店街だと思っています。それは伝統的なお店と新しいおしゃれなお店がバランス良く成り立っているからなのかなと感じました。麻布十番＝高級・おしゃれなイメージがあるおかげで昔ながらのものも「古くさい」ではなく「伝統の良さ」というブランディングが成功しやすい印象です。商店街の利用者が若いことも、活気がある原因かなと思いました。
高輪地区	20 歳代	渋谷のビットバレーや五反田の五反田バレーのように、港区にもスタートアップ多く集まるエリアがあるとスタートアップが自然と集まってくるので、港区での起業を検討する起業家も増えるのではないかと思います。五反田バレーに尽力した渋谷の不動産会社もあるので、スタートアップ支援を得意とする企業にヒアリングするといいかもかもしれません。 また、タワマンが多数建設されていますが気に入って買ったマンションからの景観や街の雰囲気がマイナスの方に大きく変わってしまうケースがあるので、一概にタワマンがプラスになるとは思えません。 (人口が増えて税収が増えるかもしれませんが...) せっかく港区ブランドがあるので低層高級マンションの建設や既存ビルの改修などでタワマン建設をカバーできるものがあると嬉しいです。
高輪地区	30 歳代	プラチナ通りにもっと美味しいスイーツ店やお惣菜屋さんがあると、とても嬉しいです。また、白金台付近も他の地域と同様に子育て世帯が多いので、お惣菜屋さん（少し値段が高くて美味しい。ex. フレンチやイタリアンのお惣菜等）があると、料理作りが中々ムズかしい、子育て世帯にとって、良いかと思います
高輪地区	40 歳代	外国人居住者が増えるにつれて産業の充実は図れるが、それに伴う生活習慣やモラルの違いが教育現場や公共スペースにも影響を与えているケースが気になっている。 国内においても港区がモデルケースとなれるような互いに理解を示すことができる共生のあり方をさまざまな視点から検証して欲しいと感じている。
高輪地区	40 歳代	港区にもイオンのような大型商業施設が出来ると子育て世帯は大変有難く感じます。港区は高貴なイメージが強いのでもっと誰もが利用しやすい商業施設も必要な気がします。
高輪地区	50 歳代	タワーマンションの乱立により、住民が増えたが元々の街の規模と合っていないため、道が歩けない。（小学生などのマナーの低下）道路拡張を早くすすめて欲しいです。
高輪地区	50 歳代	とにかく自宅周辺にコンビニ以外商業店がなく、弁当デリバリーチャシだけあふれている。自宅配送可能なさまざまな店舗の集合・販売サイトなどあれば検討しやすい。
高輪地区	50 歳代	衣食住のバランスが重要。
高輪地区	50 歳代	高層マンションばかり増えるのはどうなのかと思います。
高輪地区	50 歳代	高輪ゲートウェイに期待していたが、構造上、優しくないと感じた。表示がわかりづらい。歩きづらい。休憩場所が多いのはよかった。マナーレベルが下がっている。治安も、少し悪くなっている。
高輪地区	50 歳代	大型施設が近くに欲しい。（ららぽーとのような）

地 区	年 代	内 容
高輪地区	50 歳代	民間で自律的に成長できる区です 無駄なお金を使わず(淘汰されるべきものは淘汰されていくので) 行政はスリム化していくべきでしょう。
高輪地区	60 歳代	・上記に「区内産業」とありますが、他区から(渋谷区)転居して3年余りの私には、その実態は定かでなく、高輪周辺を出歩くのも限られており、専ら外出帰り(病院、銀行、役所など)に立ち寄る、週1回の買出し(食材、ドラッグなど)がほとんどです。そんな中「あったら良いな」と思うことはあります。例えば、緑をながめながら、ひと息つける落ちついたカフェ(一番ほしい)や、品川 s t a、港南側まで行かずとも近くに寄れるコンビニ、ドラッグストア、BK、郵便局、美容院や、気軽に寄れるバーガー s h o p、ピザ屋、そばや、中華料理店など、そして鮮度の高い野菜、肉、魚が充実したスーパーなど、生活に身近な処。(私が気づいていないのかも知れませんが)これらを総合すると、「ショッピングモール」に当たるかも知れませんがー。〇〇ヒルズなど何も高級志向でなくても良いのです。転入以前は、祖父母以来100年近く住み続け、生まれ育った渋谷区上原は、近くに東大駒場キャンパスと公園から、NHKまで、わりと緑豊かな住宅地(マンション低層階)の中に、カフェ、パン屋、花屋、美容院、クリニックなどがあり、駅周辺にいくとスーパー、BKなどが集中するエリアの役割が分かりやすかった様に思います。当然、港区は特性がちがうので歴史文化財も豊かですし、ビル群中心の景色が続く街なみの印象です。只一つ気がかりは、これ以上〈タワマン〉を増やす必要性はどうか、街づくりに緑をふやしたらどうかと感じています。(知らないことが多いので一部の印象ですが)港区は行政サービスが丁寧で親切で、とても感じが良いと思います。(転入当初の印象)大企業も多いようですし、落ちつきのある住環境を目指せたらと期待します。乱筆乱文をお許し下さい。
高輪地区	60 歳代	まだ、まだ道路でタバコを吸っている人が多い。 ・渋谷区のように、条例で罰金を決める。 ・もっと、道路、電信柱等に「路上タバコ禁止」の表示を多くして欲しい。
高輪地区	60 歳代	多数の店の入っている気軽に行ける大型商業施設が、あったらいいなと思います。
高輪地区	60 歳代	中小企業も多いと思うので区内の中小企業同士のつながりを持てる場があって、それを利用したイベントなどもできたら少し活性化するのでは?産業とは関係ありませんが、タワマンや高層ビルばかりで日かげの街になっている所がたくさんあるし、タワマンの悪影響はかなりあるため、その辺の対策も必要かと。
高輪地区	60 歳代	物価高の影響で日常品の価格高騰が著しい。近々、引越しを検討している。
高輪地区	70 歳代	港区は多様な産業が集積する地域であり、生活者としてもその活発さを日々感じています。今後は区内産業の発展が地域住民の暮らしやすさの向上につながるよう生活と調和した施策が進められることを期待しています。
芝浦港南地区	20 歳代	・物価高いです(特に果物と野菜、他の区より高い) ・バスの本数が少ない(遅延がすごい) ・通勤時間だとすごく混む ・信号の待ち時間が長い

地 区	年 代	内 容
芝浦港南地区	30 歳代	港区に長く住んでいて便利と思う反面区内の主要都市・駅間の公共交通機関のアクセスが良くないと感じている。より周遊しやすくなればもっと買い物できる。アクセスの悪さからつい新宿や渋谷に行ってしまう。
芝浦港南地区	30 歳代	高級店が多く、日常使いできる店舗が極めて少ないと感じています。住む人にとって居心地の良い開発を期待しています！
芝浦港南地区	30 歳代	子供を持つ家が楽しめる遊具が充実した公園を商業施設のとなりやエリア内につくってほしい。 港区は、遊具がたくさんある公園が少なすぎる。有明ガーデンや豊洲ららぽーとは、子持ち世代は大変助かるし、行くたびに食事をしたり買い物をなんだかんだするから経済的にも好影響。港区はオトナ向けのものしかなく、子持ちは長居さえできないからもちろん買い物も食事もできず、お金を落とせない。 子持ち世代がゆっくり楽しめる長居できる環境こそ、経済がまわるのではないか。
芝浦港南地区	30 歳代	台場に居住しています。夏季は特に、海側から下水の異臭がかなりきついです。国や自治体が様々な施策を検討されていることは承知しておりますが（噴水設置など…）生活環境の改善という点では、是非優先順位を検討頂きたい次第です。
芝浦港南地区	30 歳代	物価高や SDGS の観点から公園や広場などでフリーマーケットの開催を増やしてほしいです。
芝浦港南地区	40 歳代	・外国人居住者が多く、マナー（ゴミ出しのルールを守らない、うるさい e t c）が悪い。特に中国人。外国人増やさないでほしい。 ・地域のお祭りのお手伝いに毎年参加していますが、メインの方々が高齢者が多く、今後私達世代を含めどのように次の世代につなげていくのか…お手伝いをしてくれる私達世代はとても少ない。かなり地域のことにに関して関心がうすい。このままではお祭りもできなくなるのではないか。子ども達は楽しみにしているからやり続けたいと思うが、関心がうすい人達に何を言ってもお手伝いなんてしてくれないと思う。ほぼボランティアだし。それでもいいと思ってやっています。私は。 ・一代で金をもうけた成金はマナーが非常に悪い。本当にイヤ。 ・スーパーの値段高いから足りない時に近所で買うだけ。週 1 回大型商業施設に買いに行ってる。うちはフツウの家庭でお金があるわけではない。どうにかできないか。
芝浦港南地区	40 歳代	せっかくスーパーができて駐輪場が止めにくかったり、大変不便。それならネットスーパー利用で良いかとなる。景観を重視するあまり、利用客の不便を考えない設計などはやめてもらいたい。
芝浦港南地区	40 歳代	そもそも区政に触れる機会が皆無に等しい。広報誌を全戸に配布する等、広報活動に取り組んで、少しでも関心を引くべきでは。
芝浦港南地区	40 歳代	区主導で、駅前のビル等を使って農業が出来ないでしょうか。仕事の行き帰り、立ち寄って作物を育てたい。家のベランダで家庭菜園をしている人も多く、公的な取組みとなれば一定の需要はあるのではないかと思います。 もちろん区民にはそれぞれ本業があり、それほど頻繁に立ち寄ることは出来ないかもしれない。ほとんどの世話を結局は区の委託スタッフにお任せし、区民はお金を出すだけになってしまうかも知れない。しかしそうであったとしても、自分が関った作物を収穫し、自宅に持ち帰り食べる体験は区民の心を豊かにするのではないかと思います。フー

地 区	年 代	内 容
		ドロスの意識も高まると思う。 ビルの中に自分名義の畑があるというのは、なかなか面白く話題性もあるのではないかとも思う。
芝浦港南地区	40 歳代	現在みなトク P A Y が使える店舗が少なすぎます。小売りではスーパーや薬局、家電量販店などのチェーン店で使えるようにしてほしい（商店街の個人商店はポイント還元以上にそもそもの価格が高くあまり利用しません）。また子育て支援の一環でポイントが給付された際は、利用可能店舗が少ないゆえに使い道がありませんでした。飲食店は多いようですが、現在の物価高では外食より生活必需品や教育費が優先します。塾や習い事教室等の教育施設で使えるようになると助かる家庭は多く、みなトク P A Y の認知度も高まるかと思います。
芝浦港南地区	40 歳代	港区芝浦地区に住んでいます。街は整備されており、とても子育てがしやすく、出張の多い夫も品川にも成田にもアクセスが良いため、とても満足しています。改善要望を上げるとすれば以下。①田町駅東口の動線が悪いです。工事前の方がスムーズでした。朝の混雑時はとても子供やベビーカーで歩けません。片側にしかエスカレーターがないことが大きな原因だと思っています。なぜあのような構造にされたのでしょうか？あれでは事故も起きます。早急に改善をお願いします。②区に意見することではありませんが、外国籍のマンションの購入は制限してほしいです。私の住まい（タワーマンション）は半分以上中国籍です。親のマナーが悪ければ、当然子供も悪く、マンションのロビーを荒らす、ルールは守らないが散見されます。またたまに中国語でずっとクレームしていて困っている職員さんを見かけます。中国の田舎からきたのでしょうか、日本語か英語も話せないのに彼らに時間をさけば後ろの人がずっと待つことになります。少子化対策はわかりますが、みるみる中国籍だらけになる街に不安しかありません。日本に住むのであれば、日本の文化やルールを研修しなくては住めないルールを作してほしいです。
芝浦港南地区	40 歳代	他の区と比べて子育て支援が豊富なので、大変ありがたいです。
芝浦港南地区	40 歳代	買い物に不便なので大型のショッピングモールができるとうれしい。 子供が多い地区ではあるが、家族連れで楽しめる施設がないと感じる。
芝浦港南地区	50 歳代	・猛暑や豪雨対策の画期的な取組みを展開して、モデル地域となってもらいたい。 ・区民全体の英語力 u p を図るため、地域の公民館などで無料の英会話教室などを行ってほしい。 ・精神疾患を抱える方々のためのケア施設や作業所、雇用対策などの充実を図ってほしい。
芝浦港南地区	50 歳代	港区は高齢者・子育て世代への手当が他の市町村よりも充実していると認識しておりますが、その一方で生活圏に G M S の様な複合商業施設がほとんど存在せず、ワンストップでアイテムを購入するのが困難です。区内に一部の商業施設はあるものの、住民が必要とする食料品、医薬品等の品ぞろえは乏しく、私自身、江東区や中央区で買い物をする機会が大変多いです。 住民の生活圏内へ複数の企業を誘致し、生活実態に沿った産業の発展を望みます。 少子高齢化は港区も例外ではなく、車を利用できないご家庭・ハンディキャップのあるご家庭への更なる支援等も積極的に推進して戴きたい。

地 区	年 代	内 容
芝浦港南地区	50 歳代	台場地区に住んでいるが、商業施設は日常的に利用できるような施設はマルエツと OK ストア位しかなく、日常衣料などを扱う店舗は無い（ブランド衣料品店のみ）。その上ほとんどは観光客向けであり単価も高い。 現時点では台場地区はブランド店舗によるテナント戦略のみといっても良い程、「日常と非日常」がアンバランス状態となっている。観光客はともかく、ここで生活する人々は江東区の有明地域の店舗か、品川区の大井町界隈のイトーヨーカドーのようなところでの消費活動とならざるを得ない。もし現状の環境で集客を増やすには大学などの一層の誘致によって、購買層の拡大を検討することも必要だと思慮する（高等教育機関在籍の年齢層がこうしたブランド店舗における主力な購買層と考えられるため。）。 一方で港区全体で考えるに既に既成している感が強く、新たな発展を目指すにはこの既成感を基礎としつつ、その既成感を塗り替えるような広報戦略が重要ではないだろうか。具体的な戦略はそれぞれの対象によってアプローチが異なると思われるので一概には言えないが、「企業・高等教育機関・歴史的遺産・都市計画（品川駅周辺の再開発レベル）」などのカテゴリー別に広報戦略を強く発信していくことが重要だと思慮する。
芝浦港南地区	50 歳代	地域の連帯感があまりないと思う。職場と自宅の行き来のみであり情報が無い。商店街の活性化を区が応援すると良いと思う。
芝浦港南地区	50 歳代	地元住民の高齢化対策として、地元介護付き住宅やそれに準じた住宅の建設を増やして、地元住民を誘致していただきたいです。新しいマンションが建設される一方で築年数の高いマンションには多くの高齢者が住んでおり、その高齢住民のほとんどが建て替えに消極的もしくは反対です。港区に限ってではありませんが世代を上手く繋いでいけるまちづくりを考えていければと思います。 どうか介護・福祉にも力を入れた産業をうみだして、港区に住み続けたい地元住民の気持ちに配慮したまちづくりをお願いします。 私はこの土地で育ち結婚後もここで生活をしています。私の故郷はここです。どうか住み続けられるまちづくりをお願い致します。
芝浦港南地区	50 歳代	都心にあるので仕方ないのかもしれないが、イオンなど日常必要なものが一か所揃うような大型施設が区内にあるとうれしい。 スマイル商品券の使えるお店をもっと増やしてほしい
芝浦港南地区	60 歳代	・港区は魅力的な街が多いのに区内を回ろうとすると交通の便の悪さがある。（ＪＲやメトロを乗り継がないと行きにくい等） ・ちいばすはとても便利だが、できれば路線や運行数を増やし、さらに区内を移動し易くしてほしい。
芝浦港南地区	60 歳代	安全で子育てのしやすい社会、子供達と高齢者が共存出来る社会を作れば、必ず安定的に人口が増え、社会が健全に発展すると信じています。
芝浦港南地区	60 歳代	縁あって 30 年近く前から住み始めた港区。物価上昇、家賃高騰問題を解決し、これからも不安を感じることなく、安心して暮らせる港区になって欲しい。
芝浦港南地区	60 歳代	区内産業に発展は、事業者の努力により行われるべきで、区が関与しない方が良い。 ただし、許認可や各種証明証は、デジタル化を進め区役所などの訪問を軽減してほしい。

地 区	年 代	内 容
		創業については、高騰化している施設賃貸料などがあり、区の施設利用の容易さや資金的援助を希望します。
芝浦港南地区	60 歳代	港区は賃貸料が高いため品川区で小売店やっています。
芝浦港南地区	60 歳代	行政としては「今以上に発展すること」を考えるのですが、ここで暮らしている者としては、今の発展具合で十分満足です。強いて挙げると、せっかく高輪ゲートウェイの駅前が整備されてきているのに、高輪橋架道橋下区道が通りにくいところでしょうか。
芝浦港南地区	60 歳代	今年5月に白金台地域より港南地域に引っ越しました。同じ港区でも白金台地域は、買物に不便、坂が多いため高齢者には、ちいばす、都バスを利用するサービスが役に立っていると思います。時間にもお金にも余裕のある年代に利用してもらうことが、地域の発展になると思います。また子育て世代にも、利用できる助かる事業も重要だと思います。近年、天候不順で夏がとても暑く、高輪地区にできた室内の公園、大型の遊び場は、とてもよかったと思いました。将来的には、こんな遊び場が増えると助かると思います。港南地域は道路が整備されて、広く、歩くのにはとても便利です。ただ、夜になるとマンションや運河のため、白金台地域に比べて暗い印象です。また品川の構内の通過も通勤ラッシュの時間は危くて、品川駅の集中した混みが分散されることに期待します。再開発のため、駅前の工事が続き、歩道、高輪側は歩きにくいです。まだ数年かかるのですが、不便ですね。そのため港南側にも、ウィングのような、大型施設があると高輪地区に行かずに便利になると思います。食事するところ、100円ショップ、薬屋、花屋（これもなかなか今ありません）子供のちょっとしたもの、そういったものが1ヶ所にかえるような店があると、生活しやすく、住む人も増えるのではないのでしょうか。
芝浦港南地区	60 歳代	商店街が無いので今回のアンケートは回答が難しかった。最寄駅から帰宅までにあるのは飲食街。駅ビルを商店街とするのか迷ったが排除しています。品川駅再開発で居住者が生活する上で必要な物が直接確かめて買える店がより多くあると嬉しいが期待薄。ドンキとかコストコがあれば。
芝浦港南地区	60 歳代	台場地区に住んでおり、多くの港区商店街とのつながりがあまりなく、みなトクPAYなどの利用先も近場になく、区内産業振興について意見すべき事項がない。
芝浦港南地区	60 歳代	大規模再開発ばかりが進み、かつてそこにあった商店や事業所や、歴史のあるビルが畳まれていくのが寂しいです。 それで新たに建てられる大規模商業施設には外見にも個性がなくテナントも似たものが多く、またお仕着せのくつろぎ空間ばかりがあって再訪意欲が沸きません。 このアンケートでは商店街や中小店舗の発展に関する問いがいくつも見られましたが、ここまで大規模開発ばかりが進められるなかでその問いは大変滑稽です。 また多少ずれますが、タワマンが増えることも、区の税収としては嬉しいのかもしれませんが、その周辺のスーパーなどでは近くに十分な倉庫が確保できないためか、かつて東日本の震災時やコロナの初期に、買い占めがあったとしても、当時の戸数ですら食品やその他をまかないきれなかった(在庫切れ状態が続いた)事態もありました。この先の生活インフラ抜きのタワマン増加が防災上可能なのかも気になります。 それよりは、住宅も商業施設も、（区として高級なプレミアのつきそ

地 区	年 代	内 容
		うなものを狙うのではなく)大規模ではない、低層な住宅なども交えながら、家から出てきて街にいられるような街づくり、人のつながりづくり、通勤時に通り過ぎられない商店街を目指してほしいです。
芝浦港南地区	60 歳代	田町駅近辺にはユニクロ等魅力的なお店がなく、サラリーマン相手の飲食店が多い。 地域活性化のため、マクロ的な視点よりも住民が求めるミクロの視点で魅力的なお店を誘致して欲しい
芝浦港南地区	60 歳代	土地高騰に伴う、店舗等の家賃高騰への施策が必要かと考えます。

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5次港区産業振興プランの策定に向け、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、来街者の増減、来街者の層、インバウンドの状況、環境の変化など

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など

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、区への要望など

(3) 調査対象や方法等

① 調査対象

- ・ 区内産業関連団体7団体、区内商店会9団体、中小企業家同友会港支部(計17団体)

② 抽出方法

- ・ 港区の指示による

③ 調査方法

- ・ 直接訪問又はオンラインによるインタビュー方式

④ 調査期間

- ・ 令和7年12月

表5-1 対象団体一覧【産業団体等（実施順）】

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

表5-2 対象団体一覧【商店会（実施順）】

1	白金北里通り商店会	6	白金商店会
2	芝浦商店会	7	田町センタービルピアタ会
3	六本木商店街振興組合	8	赤坂通り商店会
4	青山表参道商店会	9	ニュー新橋ビル1階商店会
5	三田商店街振興組合		

表5-3 対象団体一覧【中小企業家同友会】

1	中小企業家同友会港支部
---	-------------

2. 調査結果の概要

(1) 産業団体

1) 高輪工業会

☐ 団体の概要
☐ 団体の概要 - 令和7年4月時点の会員数は37(法人36、個人1)。一番多い時期は約120の会員がいたが、近年、会員数は減少傾向にある。減少の主な要因は会員企業の移転(所在地の再開発に伴う移転が多いが、主な顧客が移転したことに伴う移転もある)のほか、事業者の廃業によるもの。廃業は後継者不足も一因だが、顧客の移転に伴い、自分たちも工場の移転を検討したが、従業員が移転先で勤務することが難しい等の理由で廃業した事業者もいる。 - 加入の流れについて、これまで会員は個別にお声がけする一本釣り方式で加入いただいていた。しかしながら今は増やすのではなく、これ以上減らないように努力している状況。 - 構成員について、元々は製造業が多かったが、会員数の減少に伴い、他業種の加入も受け付けており、珍しいところでは香料製造、保険業などを営んでいる会員もいる。 - 製造拠点を高輪から区外(川崎市・大田区・埼玉県・兵庫県等)へ移し、事務所機能のみ区内に残す事例もある。 - 団体の性格としては「中小製造業の福利厚生支援」が中心であり、その一環として行う従業員・家族向け行事が活動の主軸となる。 ☐ 景況感 - 従業員、特に職人の高齢化や、人材確保の難しさが製造業継続の課題となっている。 - また、顧客企業が区外に移転したことに伴う、取引先の流出が生じていることも課題である。 - 港区内はコスト面で他地域の工場との競争にデメリットがある。人件費等、港区で製造した場合にかかる費用を自然体で販売価格に転嫁した製品と、人件費が安い地域で製造した製品が価格競争したら選ばれないと思う。また、地価や固定資産税等の問題から新規製造業の参入は困難である。今の会員も昔から港区で工場を営んでいた事業者となっている。 - 一方で、港区は交通利便性が良いため、他事業者が製造した部品を加工するには適している面もある。 - また、人材が豊富なので、研究開発機能を有する事業者は港区に機能を残している場合もあり、当会員でいうと香料会社がそれにあたる。
☐ 貴団体の取組について
☐ 取組内容 - 新年会、忘年会、バーベキュー大会、ボウリング大会、研修旅行等を実施している。 - また、港区の援助も受けながら、経営セミナーを年1回開催しており、最近ではAIや中小企業経営に関する講演を行うなど、時宜を得たテーマを扱っている。参加者からは好評を得ているようで、金曜日の夜間に開催する等、参加しやすい時間帯に配慮している面もあるが、多い時には50名ほど出席される。 - 地域との交流としては、かつては芝法人会と連携して工場見学をしていたが、最近は芝法人会と都合がつかず実施できていない。 - 経営セミナーの会員以外の参加や、工場見学の復活、あるいは海から工業地帯を見学する等のイベントをしたい思いは個人的にあるが、会としての動きには至っていない。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 - 会員数の減少に加え、高齢化が一番の課題。役員も高齢化が進んでおり、世代交代が進んでいない。 - 資金面では十分とは言えない面があり、財政基盤を強化する必要があるものの、会費の増額を行うことは難しいと考えている。 ☐ 区への要望 - 区には日ごろからよく相談に乗っていただいております。また、月ごとの集まりにも顔を出していただき、感謝している。これからもこれまでどおり、繋がりを継続していきたい。 - コロナ禍では団体維持のための支援金を活用させていただいた。

- ・区にどういうことをしてもらうかではなく、我々が区にどんなアイデアを提示できるかだと考えている。
区のためになるようなアイデアを提示すれば支援していただけるのではと思っている。

2) 東京都製本工業組合港支部

☐ 団体の概要
☐ 団体の概要 - 令和7年4月時点の会員数は9社 11 名であり、減少が続いている(令和4年4月時点:14 社 16 名、平成9年5月時点:51 社 55 名(知る範囲で最も多い時))。減少理由は廃業が中心で、他支部への移転ではない。 - 廃業理由は、コロナ禍前は後継者難による廃業が主たる要因であったが、コロナ禍後は業績不振による廃業が増加している。 - 構成員の主な業種は商業印刷関連(パンフレット、DM、伝票、会社案内等)であり、書籍や雑誌等の製本は縮小している。 - 会員の年齢層は 50～70 歳代が中心であり、比較的高齢化が進んでいる。 ☐ 景況感 - 令和4年度と比較すると、売上は概ね8割程度まで回復している事業者が多いが、酷いところでは6割程度にとどまる事業者もあるので、その場合、コロナ前と比較すると、深刻な事業者では売上が半減していることになる。なお、規模の大きい事業者ほど下落率が大きい傾向がみられる。 - そもそも印刷業界全体の市場規模が長期的に縮小しており、平成期の約8兆円規模から現在は約4兆円台まで減少している。 - コロナ禍を契機にデジタル化が急速に進み、「紙でなくてもよい」という意識が広がったことが需要減少の一因となっている。 - 為替の直接的な影響は限定的だが、原材料費、電気代等の上昇により経費負担は増加している。コスト上昇分の価格転嫁は十分に進んでおらず、上流の印刷会社の業績不振もあり単価交渉が難航している。
☐ 貴団体の取組について
☐ 取組内容 - 毎月1回の支部会、忘新年会、みなと区民まつりへの出展、産業団体連合会行事や組合本部行事(総会、新年会、ボウリング大会)への参加等を実施しており、平均すると月に2回程度は交流活動がある。 - 出席状況は行事により差があり、ボウリング大会は毎年8社程度の出席がある一方で、少ない行事では2～3社ほどの出席に留まる場合もある。 - 会員数減少のため、ほぼすべての会員が何らかの役職を担っており、負担となっている。 - 地域との交流として、かつては工場見学を行っていたが、今後も要請があれば応じていきたい。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 - 業界全体の需要縮小により売上回復が十分でなく、業績改善が課題である。 - デジタル化の進展に対する有効な対応策が見出しにくく、自社商品の開発や新規提案等を模索している。 - 後継者不足が深刻であり、親族承継が進まないケースや承継候補者自体がいないケースがある。 - また、従業員の人手不足も顕著であり、求人を出しても応募が少ない。若年層の確保が難しく、外国人技能実習生の活用も検討段階にある。 ☐ 区への要望 - 設備投資の補助に加え、低利・長期の運転資金支援を求めている。特に一時的な資金繰り悪化に対応できる柔軟な融資制度への期待がある。本来は金融機関に対応してもらいたい話なのだろうが、一時的なキャッシュさえあれば経営できるがそれすら危ないという場合は、様々なチャネルがあった方がよい。 - 港区独自の支援策について、より積極的な情報提供(プッシュ型の周知)を希望している。

3) 港南振興会

☐ 団体の概要
☐団体の概要 ・昭和 30 年代以降の臨海部開発を背景に形成された企業団体であり、人工島・埋立地を基盤とする「開発とともに歩んできた地域」である。 ・令和7年 12 月時点の会員数は 36 者。令和4年時点は 41 者であり、移転に加え会員の統合等により緩やかに減少している。会員数が最も多かった時期は 1990 年頃で当時は 68 者あった。バブル崩壊やリーマンショックを契機に金融機関等が会員でなくなり、減少傾向となった。 ・会員は原則、法人企業で構成されており、場所柄、製造業・物流業・倉庫業が多かったが、近年は工場や倉庫を畳みビルを建て、不動産賃貸業に業種転換した会員も多い。 ・また、場所柄、品川駅周辺との結びつきが強く、品川区側との交流も活発。警察・消防等の管轄の関係から高輪地区との交流もある。 ・元々が江戸時代以降、埋め立てでできた土地なので、これまでも、そしてこれからも「開発が前提のまち」であり、再開発・用途転換が継続する構造的特性を有すると考えている。 ☐景況感 ・令和4年度と比較すると人流は増加している。要因は、「大型ビル内イベントの増加」、「高輪口再開発による飲食需要の流入」、「天王洲エリアの定期的フェス開催(年4回程度)」、「観光バス・工場棟への就労者バスの増加」が考えられる。特に秋～年末はイベント・イルミネーション等により人出が多い。 ・インバウンドはコロナ禍収束後、明確に増加している。周囲には外資系のホテルも多く、そうしたところは英語での対応にも慣れているが、飲食店では英語メニューの対応等を進める必要があるという話もしている。一方で、上記の流れを受けて、夜間営業をする飲食店も増えてきており、治安や環境面での影響を気にする声もあるが、今のところは上手くコミュニケーションをとれている。 ・増加した人流は必ずしも地元住民中心ではなく、就業者・来街者が中心である。 ・今後も高輪ゲートウェイのペDESTリアンデッキの開通や、JRの羽田空港アクセス線の開業、環状4号線の開通といった開発や、高層マンションの建設による人口の増加といった環境変化が予想されており、当地区も影響を受けることが予想される。 ・上記の変化が良い影響になるか、悪い影響になるかは何とも言えない。良い影響としては機会の増大ということになるし、悪い影響としては治安・景観の悪化や混雑面が予想されるが、冒頭申し上げたとおり、この地区は「開発が前提のまち」なので、どう対応するかが重要となる。
☐ 貴団体の取組について
☐取組内容 ・定期的なイベントとしては、理事会、総会、勉強会、新年の賀詞交歓会等を定期開催しており、平均すると、月に1回は交流活動がある。会によって参加数は異なるが、大体 20 者程度は参加している。 ・賀詞交歓会なら行きます、という方もいれば、勉強会なら行きます、という方もいるので、様々な種類の集まりを企画することが重要。特に勉強会は様々な趣向を凝らしており、消防博物館や SONY の施設を訪れることもあるし、警察を招いてサイバーセキュリティの講習を行ったこともある。 ・今回、会の創設 60 周年にあわせて様々なイベントを開催しており、例として食肉市場祭りとの連携、企業 PR 企画、抽選企画、ウルトラクイズ、イルミネーション、ボウリング大会等を実施した。来年度はウルトラクイズを更に拡充させたい。 ・こうしたイベントを行ううえで、一番注意していることとしては、発案者がやりたいことをやるのではなく、周囲の理解を得ながら進めていくこと。例えば食肉市場との連携も、この地域の特色として食肉市場があるので、それを上手く活用できればということを理解してもらえよう努めている。他のイベントについても、関わってくれる企業のPRに繋がる等、目的を周囲に理解してもらいながら進めている。
☐ 課題・区への要望など
☐課題 ・地域でみると、会員企業(物流倉庫等)の設備老朽化のほか、コロナ禍によりリモートワークが広がった結果、オフィスの空洞化が生じつつあるが、出社回帰の流れも生じつつあるので、今後の推移を見たい。 ☐区への要望 ・強いて言うのであれば、会員企業が植樹をしたいという希望を持っているが、区のどこに相談をすれば良いか分からず困っているようである。我々は産業振興課とやり取りをさせていただいているが、例えば支所にそうした相談を受けていただけるような一次窓口があればと思う。

4) 東京都グラフィックサービス工業会港支部

☐ 団体の概要
☐ 団体の概要 - 令和7年4月時点の会員数は31者。令和4年度は24者だったが、支部長の方針のもと、積極的な声掛けにより会員数は増加傾向にある。新規加入会員は、従来の印刷業に加え、関連業種や他業種の事業者の参加もみられる。 - 団体の構成員について、主な業種は元々が軽印刷工業会として発足したため、印刷業となっているが、上述のとおり、支部長による会員数増の方針のもと、印刷業を主に行っておらず、兼業として印刷業を行っている者にも加入してもらっていることや、既存の事業者の多角化により、印刷業以外の業種も会員になっており、具体例としては、デザイン、デジタル関連、教育支援、監査法人、人材派遣、水産業、クラフトビール製造、カードゲーム関連など多様化している。 - 会員の約3分の1は区外に本社を構えているが、従前からの繋がりや、主要顧客が港区にいる等の事情により、現在も港支部に所属している。 ☐ 景況感 - コロナ禍以降、印刷業界全体としては緩やかな縮小傾向にある。また、小規模事業者の廃業が進み、業界のプレイヤー数は減少している。一方で、M&Aにより事業を統合・拡大する企業もみられる。 - 仕事量は一定程度あるものの、利益率の低下が課題となっている。要因としては、資材価格の高騰や人件費の上昇が経営を圧迫していることに加え、インターネット印刷の普及により価格の透明化が進んだため。特殊加工や付加価値の高い分野では一定の利益が確保できる場合もあるが、一般印刷では利益確保が難しくなっている。 - 社会環境の変化としては、コロナ禍を契機にペーパーレスが進んだのは事実だが、当時も紙媒体が残ったものはあるし、コロナ禍収束後、紙媒体に戻ったものもある。例えばカタログなどは紙媒体が維持されているし、学校教育の分野では教材のデジタル化が進展した一方で、紙での印刷も残っており、デジタルとの併存が続いている。 - 印刷の上流(企画・制作)への進出や、他業種展開により事業の幅を広げる動きがみられる。
☐ 貴団体の取組について
☐ 取組内容 - 年1回の総会、忘年会、毎月の幹事会、隔月の定例会を実施しているほか、東京都の親会主催のセミナーや勉強会、他団体との交流(例:東京印刷工業会城南支部)も不定期で実施している。平均すると月に2回程度は交流活動がある。 - 参加数について、忘年会等には半数程度の会員が参加しているが、参加会員は固定化している。 - 多くの会員が複数の団体に所属していることや、本業もあるので、皆で日程を合わせて参加する、ということは中々難しい。 - そのほか、区民まつりへ継続して参加をしているが、上述のとおり、約3分の1が区外の事業者のため、積極的に参加できる状況ではない。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 - 業界としては、従業員不足が深刻であり、機械オペレーターなどの確保が困難である。場合によっては、外国人技能実習生の活用を検討する事業者もいるが、団体に加盟している必要があることから、今後はそれを契機に会員数が増える可能性もある。 - また、特に中小零細企業における後継者の不在や役員等の適任者の不足が大きな課題となっている。例えば従業員は監査役になってはいけませんが、小規模企業では適任を見つけるのに苦労する場合もあるようである。 - 本業の多忙により、団体の活動に充てる時間が限られている。専従の事務局があれば制度の活用等、団体として区と連携をとることが増える可能性もあるが、現状、内部でそういった声もなく、運営は持ち回りでやっている。 ☐ 区への要望 - 他業種団体との交流や連携の場を設けることにより、新たな気づきやビジネス機会創出が期待されるため、そうした企画の実施を希望する。例えば、テーマを設定した団体横断型の交流イベントの実施があるとよいのではないかな。

5) 港区管工事防災協力会

☐ 団体の概要
☐ 団体の概要 - 令和7年4月時点の会員数は30社であり、最も多かった時期の40社、令和4年度の32社と比較すると減少している。会員数減少の主たる要因は、特に大手企業による社内方針（各種団体への不参加を指示されているとのこと）や区外への移転に伴う退会である。一方で、中小規模事業者の新規加入もあり、構成の変化はみられるものの、会としての活動は継続している。 - 団体の構成員は建設業（管工事業）で、具体的には、空調や水道、電気工事等となり、区の入札工事に携わる事業者で構成される。 - 会員のうち、大手企業は営業部長が出席し、中小企業は代表者が参加する場合が多い。出席者の年齢は50～60歳代が中心という印象。 ☐ 景況感 - 令和6年度は大規模な発注が多い。なお、為替や物価高騰の影響について、官公庁相手の工事の場合で短工期であれば、その時の価格が反映されるので、悪影響はない。他方で、年度を跨ぐような工事の場合、資材価格の高騰に関する内容を記載した書類を提出する必要があるが、事務負担が大きいく提出しない事業者も多く、そうなると安い時の資材価格に基づいた売上となってしまう。
☐ 貴団体の取組について
☐ 取組内容 - 定時総会（年1回）、役員会（2か月に1回）、賀詞交歓会、研修会、納涼会、ボウリング大会、ゴルフ会、防災訓練（年2回）等を実施している。 - 出席率について、会によりばらつきがあるが、総会や役員会の出席率は9割程度である。 - 当会は大手企業から小規模事業者まで、幅広い層で構成されているためか、催しをするにあたって様々な意見が出され、幹事は取りまとめに苦労している印象がある。 - 役員は2年ごとに改選され、会長1名、副会長2名、会計2名、監査2名、監事若干名で構成されている。 - 地域活動としてはクリーンキャンペーンに年4回参加している。これは、会の中から何者参加という形で割り当て、会員に参加してもらっている。 - そのほか、区と防災協定を結んでおり、災害発生時には応急復旧等に協力する体制を整えている。関連して会員事業者の保有資材や事業者名等のリストを防災課や産業振興課等に提供をしている。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 - 会を継続していくうえでの課題について、内部で特にあがったことはない。 - 個々の事業者の課題としては、業界全体の傾向として従業員の人手不足が最大の課題となっている。ラジオ等を使って業界の魅力を宣伝しているが、若い方に敬遠されがちな業種のため苦慮している。後継者については、建設業でも他の団体では話題になるところもあるようだが、当会の構成員のなかからは今のところ問題を聞いていない。 - 従業員の人手不足は作業員だけでなく、事務員においても問題となっている。可能な業務はDX化し、書類作成等の事務作業を省力化することを考えている。 ☐ 区への要望 - 上述のとおり、年度をまたぐ工事で工期中に資材価格が高騰した場合、追加で書類の提出を求められるが事業者によっては負担が大きく対応していない場合もある。簡素化できるのであれば簡素化していただけるとありがたい。 - 働き方改革により、労働時間に上限が設けられたが、このことによる影響として、分かりやすい例だと、学校施設の空調設備の工事は、夏期休暇の期間に集中しており、対応に苦慮する場合がある。他の区市町村では区域を分けて行い、工期を延長してくれるところもあるが、港区も同様の対応を検討していただけるとありがたい。 - 契約の手続きに関しては、細かい部分では意見もあるが、不調が続いた場合に、理由を尋ねてくれるなど、改善に動いてくれている部分もある。今後も担当課と意見交換を続けながら可能な範囲で改善できればと思っている。

6) 東京都印刷工業組合城南支部港地区

☐ 団体の概要
☒ 団体の概要 ・2年ほど前に従来 23 支部制だった東京都印刷工業組合を組織改編し、城南支部(品川区・大田区の事業者から構成)、山手支部(渋谷区・世田谷区等の事業者から構成)と統合し、城南支部として再編された。現在は、城南支部の下に港地区がある形。 ・組合員の中には現在は港区外に工場を構えているが、仕事の付き合い等で引き続き港地区に加入している組合員もいる。 ・令和 7 年度時点の構成員数は 30 者。令和4年度は 39 者だったので減少傾向にある。組合員の減少の要因は廃業もあれば脱退もある。脱退の理由としては、会費負担に見合うメリットがない等があげられる。 ・印刷工業組合という名が示すとおり、元々は印刷事業者から構成される組合だったが、組合員数の減少の過程で、厳密には印刷業でない事業者も加入を認めており、現在では印刷事業者は会員の 7 ～8 割程度。他業種は製本のほか、工場を畳んでビルを建て、不動産賃貸業に転換した者もいる。 ・本部は会員数増の方針を立てているため、加入した場合は一定期間会費無料や保険料を割引く等のキャンペーンを行っている。加入のメリットは、港支部として存在していた頃は親睦等もあったが、今では情報交換や仕事のやり取り、Adobe のソフトの割引購入となっている。実際にデザイン会社がソフトの割引購入を魅力に感じて加入した事例もあった。 ☒ 景況感 ・個々の事業者により異なるものの、コロナ禍時よりは回復しているが、最盛期と比較すると半分以下に減少している。紙需要が減ったことにより、印刷市場自体が縮小傾向にある。コロナ禍より回復しているのは、小ロットでの注文が増え、版数・色数が増えたことが要因で、紙需要が戻ったわけではないと感じている。 ・原材料費が大幅に上昇しているため、売上が上がっても利益が増えるわけではない。印刷業は製本業から注文を受けて仕事をする流れだが、製本業も苦しい状況にあるので、原材料費の高騰を価格に転嫁できない。 ・製本業は事業者の廃業スピードが早く、残存者利益に与るところもあるようだが、印刷事業者は営業が存続できているところも多く、そうした局面にない。
☐ 貴団体の取組について
☒ 取組内容 ・例年1月に八芳園で区長も出席する新年会を開催しているほか、夏季には屋形船での納涼会を行っている。 ・そのほか、毎月の例会や役員会および本部理事会を実施している。 ・各催しの参加率は 3 ～4 割で、出席者は基本的に固定されている。 ・役員は3支部の役員がそのまま就任しているため、現在は多く、支部長1名、副支部長6名、監事2名のほか、各地区の地区長が1名ずつおり、任期は2年となっている。港地区においてはこれまで結果的に同じ者が長く役員を務めてきたが、今回は合併後初の改選のため、入れ替わる可能性がある。
☐ 課題・区への要望など
☒ 課題 ・景況感と重複する部分もあるが、デジタル化の影響は大きく、紙離れが進んでいる。また、原材料の高騰を販売価格に転嫁できない。 ・印刷業は繁閑の波が大きく、元々は年度末に官公庁の業務が集中するほか、年末年始の年賀状や折り込みチラシの印刷需要があったが、今は年賀状や折り込みチラシの業務は減っている。 ・また、後継者不足も課題となっている。第三者への継承は少なく、親族内継承が主だが、引き継いだあとに利益が出ないということで廃業した事例もあった。 ☒ 区への要望 ・事業者の立場ということであれば、組合員の中には現在、港区外で営業している者もいるため、所管違いの部分もあるが、大企業目線の施策ではなく、中小企業に寄り添った施策をしてほしい。 ・過去には、港区の業務を優先して受注できていた記憶があるが、改めてそうした施策を検討してほしい。

7) 三田工業会

☐ 団体の概要
☒ 団体の概要 - 令和7年4月時点の会員数は 84 名であり、近年は減少傾向にある。要因としては高輪工業会との合流はあったものの、新規加入があるわけではないため、廃業や引退による自然減が続いている。 - 主な業種は製造業が中心であり、印刷業や紙関連業なども含まれる。なお、業種構成はここ 10 年程度で大きな変化はみられない。 - 基本的には、社労士による労務支援を受けられる点をメリットに感じ会員が加入している団体であり、積極的に交流活動を行う団体ではない。 ☒ 景況感 - 上述のとおり、積極的な交流活動を行っていないため、個々の事業者の状況は分からないが、港区全体の傾向としては減少傾向と認識している。というのも、三田工業会は中小零細企業が多く、原価高騰の影響を受けやすい構造にあり、原材料費や部品価格の上昇が収益を圧迫しているものと思われる。
☐ 貴団体の取組について
☒ 取組内容 - 定期的な交流は新年会および総会(年2回)を実施しているが、参加者は固定化しており、出席は約 10 名程度にとどまる。 - 役員は4～5名程度おり、規則上は総会で承認し、決定する形となっているが、実態は同じ会員が承認され続けている。 - 地域イベント(区民まつり等)への参加について、三田工業会としては行っていない。 - 上述のとおり、社労士による労務手続きの代行および、労務関連情報の発信が主な取組なので、上記のような交流活動はあまり行っていない。
☐ 課題・区への要望など
☒ 課題 - 会としての課題は役員の固定化および高齢化が進んでいること。役員は会長・副会長等、合わせて4～5名体制で、中心は 70 歳代となっているが、世代交代が進んでいない。 - また、高齢化が進むと、会員として籍はあっても、積極的な参加が難しくなってしまう方も出てくる。 - 会員企業の中には港区外へ移転している企業も多いが、そうした地域内に事業拠点を持たない会員が増え、地域団体としての一体感が弱まる懸念がある。 - 会員個々の事業者の問題としては、後継者問題が顕在化している。 ☒ 区への要望 - 港区の支援策は充実していると認識しているが、そうした支援策が個々の事業者十分に認知されていない可能性があり、制度や支援策があっても、活用層と非活用層の二極化が進む懸念がある。 - 具体的には、今の時代、高齢の方でもデジタル機器の使用が進んでいるが、使わない方は一切使わない。そうした方に対して、デジタル媒体中心の情報発信では、十分に届いていない可能性があるため、FAX や紙媒体などアナログ手法も含めた多様な周知が必要である。

(2) 商店会

1) 白金北里通り商店会

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 ・ 会員数は概ね 70 店舗であり、少しずつ減少している。業種構成は飲食店が 7～8 割を占め、物販店が約 2 割、その他が若干数である。 ・ かつては物販店が 6～7 割を占めていたが、近年は飲食店の割合が増加している。 ・ 物販店は地元居住者が営む店舗が多かったが、後継者の不在等により減少している。 ・ 飲食店もかつては地元出身者による経営が多かったが近年は減少し、地域外からの出店が増えている。 ・ みなトクPAYをはじめとした港区事業は、商店会に加入しないと利用できないことから、そうした補助制度を目的に加入する会員も最近は増えている。
☐ 会員間の交流について ・ 商店会内の交流は新年会等を実施しているが、参加者は主に役員(会長、副会長 2 名、会計監査 2 名、その他役員数名)等に限られる。 ・ 大勢の会員に参加してもらいたい気持ちはあるが、飲食店と物販店では集まりやすい時間帯が異なること等から、多くの参加を図ることは難しい状況である。
☐ 景況感について
☐ 来街者層 ・ 来街者数は令和 4 年度と比較して概ね横ばいと認識している。 ・ 業種によって客層は異なり、物販店は地元高齢者の利用が中心である。一方で、特に高価格帯の飲食店は地元住民以外の来訪が多いとみられる。 ・ 住宅街のため、インバウンドの来街はほとんど見られない。ウィークリーマンションや民泊等で商店会を通行する層は一定数存在するが、商店街での消費は限定的である。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 ・ 地域向け事業として、例年 7 月頃に阿波踊り、10 月末にハロウィンイベント(白金高輪地域の 7 商店街合同で実施)、12 月に歳末売り出し福引セールを実施している。 ・ そのほか、北里大学北里研究所病院があることから、合同でイベントを実施している。直近では 11 月 5 日の予防医学の日に合わせて講演会を開催し、同病院の関係者が東京ヤクルトスワローズの専属トレーナーを務めている縁により、青木宣親氏を招いた。 ・ 近隣の小学校や私立学校の生徒を対象とした商店体験の受入れを行い、地域との関係づくりに取り組んでいる。また、こうした活動を行うことで、子どもたちとの顔の見える関係づくりを重視し、防犯・見守り機能の一端を担うことを意識している。 ・ こうした取組が商店会の売上に直接繋がるかと問われれば、必ずしもそうとは言い切れない面もあると思う。しかし、売上は利益追求のための取組のみで構成されるものではなく、地域との繋がりが強まる中で生まれる部分もあると考えている。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 ・ 商店会運営を担う人材の確保が最大の課題である。70 店舗が加入をしても、実際に行事を担うのは主に役員約 10 名であるが、その役員も高齢化も進んでおり、年々運営が難しくなっている。 ・ 大型チェーン店等は商店会未加入のケースが多いが、加入促進が難しい。工事段階で本部の社員に話をつけたと思って、開店後に店長に話をすると、何も聞いていないと断られるケースもある。 ・ 古川の南側(北里大学北里研究所病院の付近)では昔ながらの長屋のような建物が多い。こうした区域で建て替えを行う場合には、道路拡張のため 4 メートルのセットバックが必要となるが、それにより商店が立ち退きを迫られ存続が困難となる可能性がある。そのため、道路拡張が完了した場合、商店街の形態が大きく変わる可能性がある。
☐ 区への要望 ・ 現在もハロウィンや福引セール等で港区の補助事業を活用しており、感謝している。 ・ 基本的には「まず商店会が何をするか」が重要と考えており、そうした考えが無い中で区に対して要望をするのは順番が違うと考えている。

- ・ 上記の考え方が大前提ではあるが、将来的に商店会を解散する事態などが生じた場合、街路灯や防犯カメラ等の処分には多額の費用がかかるため、引継ぎについて配慮を求めたい意向がある。

2) 芝浦商店会

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 ・直近の会員数は121店舗であり、前回の令和4年度調査時(約110店舗)から若干増加している。 ・コロナ禍で一時減少したが、その後回復傾向にある。 ・設立は約60年前で、以降長年地域に根差して活動している。 ・会員の主な業種は飲食業だが、そのほか、医療関連やサービス業、不動産業も加入している。新規加入店舗もほぼ飲食店である。 ・商店会の加入は、こちらから勧誘する場合と個々の店舗が加入をする場合と概ね半々である。加入のメリットとして、地域交流、イベント参加、最近でいえばみなトクPAYなどの港区の補助制度の活用等があると認識している。 ☐ 会員間の交流について ・団体内交流として、総会後の懇親会、忘年会、月例会(概ね月1回)を実施している。月例会の参加者は約10名、総会や忘年会は約30名程度で、参加者は一定程度固定化している。
☐ 景況感について
☐ 来街者層 ・芝浦はオフィス街のため、基本的にはビジネスパーソンが多いが、近年の高層マンションの増加に伴い、ファミリー層も増えてきている。 ・コロナ禍明けに伴う出社回帰の流れにより出社が増え、来街者は回復傾向にある。特にランチ需要は増加傾向にあるが、夜間については店舗により状況に差がみられる。 ・コロナ禍明けやホテルの建設の増加に伴い、インバウンドは増加しているが、他の地域で飲食してホテルに戻ってくることが多く、商店会店舗への来店が無いわけではないが限定的。 ・高輪ゲートウェイ駅の影響は、当地域にはあまりない。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 ・地域向け事業として、例年7月末頃に芝浦まつり、9月下旬～10月上旬頃に運河まつり(芝浦一丁目商店会から海岸2,3丁目商店会まで含めた共済で実施)、12月上旬頃に福引セールを実施している。 ・上記のイベントの実施にあたっては、港区の補助金を活用している。加えて、フラッグの掛け替えやマップ作成等にも補助制度を活用している。 ・後述のとおり、商店会活動に取り組む層も限られており、現在行っている取組を更に充実させることにまずは注力をし、新たな取組を行うかは今後考えたい。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 ・団体活動を継続する上での最大の課題は商店会活動に取り組む人材の充実。 ・商店会の会員数自体は増加しているものの、商店会活動に積極的に参加・協力する人材は限られており、中には会に加入だけして活動をしない者もいる。 ・現在、積極的に商店会活動に取り組む層や役員層は50～60歳代が中心のため、当面の活動に不安はないが、30歳代の層が少なく、将来的な担い手不足への懸念がある。 ・コロナ禍以降、メインの通りでも空き店舗がある。昔では考えられなかったが、賃料が高いことで敬遠されているのかもしれない。 ☐ 区への要望 ・各種補助制度については十分活用している。また、手続きも以前と比べるとフォローも手厚くなっていることから事務負担も減っており、区には良くしていただいていると思っている。 ・引き続きイベントの実施や商店会の環境整備に係る支援を期待している。

3) 六本木商店街振興組合

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 - 令和7年4月1日現在の会員数は 201 店舗であり、令和4年度開始時(約 200 店舗)と比較して横ばいで推移している。会員の主な業種は飲食業だが、設計・デザイン等のサービス業も一定数存在する。また、コロナ禍以降は宿泊業(ホテル)の加入も増えているが、一方で、クラブやジャズバー等は減少傾向にある。 - 再開発の進展により、従来の個店が閉店・移転し、会員減少につながる懸念がある。
☐ 会員間の交流について - 新年会や総会を行っている。また、4年前から運動会を実施している。 - 運動会は参加者が年々増えており、直近ではおそらく 20 店舗ほどは参加していると思う。 - 運動会のあとに懇親会を開いており、会員の友人として参加したエリア内の店舗が後日組合に加入を希望することもある。 - 組合の加入はこちらから声をかけることは余りなく、上述のように個々の店舗が加入を希望する場合が多い。こちらから声をかけても入ることは少ないし、入ったとしても、自ら希望して入ってきた店舗と比べて加入後の取り組み方に差があると感じる。一方で、街並みの変化や組合活動の変化、会員の高齢化等の理由により退会するものもある。
☐ 景況感について
☐ 来街者層 - 令和4年度(コロナ禍終盤)と比較すると、来街者は若干増加し、徐々に平常の水準へ戻りつつある。コロナ禍の初期は人流が絶えたが、その後、我慢できない人たちが少しずつ街に出てきたため、その頃と比較すると若干の増加という状況。コロナ禍初期と比べたら増えているが、最盛期と比べると完全回復には至っていない。 - 来街者は 30～40 歳代の女性が多い。 - インバウンドは令和4年度と比較すると増えているが、この 11 月から 12 月にかけて中国人は激減した。 - 前回のヒアリング調査時に、街に外国語対応の案内板が不足しているという意見を述べた。現在の状況は案内板が増えた印象はないが、IT技術の進展により、各自がスマートフォンで確認できるので結果的に解決したように思う。飲食店のメニュー問題も同様で、そうなると、個々の店舗(店員)が実際に外国語でコミュニケーションをとれるかどうかが選ばれるか否かを分けることになると考えている。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 - 小学校と連携して花植えの活動を 15 年近く継続している。 - また、再開発工事の仮囲いを活用したアート装飾の取組や、港区の補助制度も活用し、街路灯のLED化を進めている。街路灯は治安目的でなく、夜の街並み景観の演出の意図も込めて趣向を凝らしている。 - 六本木は飲食店以外にも国立新美術館など、美術館も多いため、アートをコンセプトに街全体を美術館のように演出したいと思っており、仮囲いのアート装飾は港区の協力も得ながら最終的にはデベロッパーへの義務付けを考えている。 - 近隣の麻布十番納涼まつりが好評であり、周囲からも同様のイベントを望む声があるため、大規模集客型のイベントを考えてはいるが、道路の使用許可の問題があり、実現には至っていない。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 - 六本木地区では複数の大規模再開発が計画・進行しているが、一番の課題となっている。 - 再開発に伴い既存店舗が閉店・移転し、一定期間更地化することでにぎわいが低下する傾向がある。また、大規模施設が開業しても既存の商店会にはデベロッパーのみが加入し、施設内の個々の店舗は加入しないため、地域としての連携や一体感の醸成が進まない。 - 再開発は防災性向上やブランド力向上に資する面もあるため、一概に否定するものではないが、従来の地域コミュニティや歴史・文化的要素が失われる懸念がある。 - また、再開発ビルは容積率緩和の条件を満たすため、文化施設や公開空地等、様々な施設を整備するが、結果として代わり映えのない似通ったビルが乱立することになる。デベロッパーは個々の店舗で違いを出そうとするが、街ごとの個性や独自性が薄まる懸念がある。

○ 区への要望

- ・ 現在、区の産業部門は産業部門の観点から六本木のことを考え、再開発部門は再開発部門の観点から六本木のことを考えてくれているが、そのように縦割りで考えるのではなく、もう一段高い観点から総合的な街づくりの視点で調整する立場の人・部署が必要ではないか。

4) 青山表参道商店会

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 ・令和7年度の会員数は195会員(正会員172、賛助会員23)。令和5年度(173件)と比較して約1割強増加している。 ・令和4年度はコロナ禍の終盤頃になるかと思うが当時は廃業による退会も多く、会員数が大きく増加しなかったが、現在はみなトクPAY等の施策の効果もあり増加傾向にある。 ・会員の主な業種としては、高級ブティック、飲食店、小売店、サービス業など。とくにこの業種が目立って多いというのではないと思う。近年はエステ等、美容関連の会員も増加している。法人と個人事業主は概ね半々。 ・設立当初(昭和28年)は55会員であったが、最も多い平成17年頃には200会員を超えていた。 ・入会は、大家や会員同士の紹介を受けて、店舗側から加入を希望してくるケースが多く、団体側からの積極的な勧誘を行わずとも会員数が増加している。 ☐ 会員間の交流について ・会員交流として、新年会、総会、青年部活動、レクリエーションを実施している。 ・会員の参加率について、レクリエーションは春のバス旅行が20～30名、秋の会食は45～55名程度の参加となっている。他方、新年会は新入会員の紹介コーナー等を設けており、会からも参加を呼び掛けているため、前回で言えば約140名、76店舗に参加いただいた。
☐ 景況感について
☐ 来街者層 ・令和4年度と比較すると、来街者数は確実に増加している。 ・コロナ禍が終了したことにより、国内外の観光客が多数来訪しており、特に外国人観光客の増加が顕著である。 ・平日は周辺企業のビジネスパーソンの往来もみられるが、休日は観光客や買物客が中心である。若年層、とりわけ若い女性の来街が多い。 ・インバウンド対応は商店会として特段の対応は行っておらず、各店舗が個別に情報発信等を実施している。一方で、情報発信等が得意でない店舗は厳しい状況にあるとの認識であるが、今のところ会員から問題等の報告を受けたことはない。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 ・地域向け事業として、盆踊り、節分、ハロウィン(青山の複数商店会で共催)等を実施している。 ・イベント運営は各部担当制で企画を行うが、作業は世代を問わず会員全体で協力を行っており、1つのイベントに付き30名くらいの方に作業いただいている。 ・昔は全ての作業を商店会の会員で行っていたが、最近は港区の支援によりテント設営等、可能なものは外部に委託しているが、区から支援が無くなると、イベントの規模や回数の縮小を検討する必要があるかもしれない。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 ・今の時点では、会の存続が危惧されるような課題はない。会員のなかには2世・3世の店主もあり、全体としてみると上手く引継げているように思う。また、会の中での世代交代も今のところは上手くいっていると思う。 ・イベントもそれぞれの会員がモチベーションを高く持って取り組んでくれており、非常に心強く思っている。会としてはこれからも人を大事にしながら運営を進めていきたい。 ・他方で、個々の店舗をみると、事業承継のタイミングで廃業される店舗もいる。廃業は跡継ぎがいなため廃業という場合も多いが、跡継ぎがいるにも関わらず相続税の負担から廃業される店舗もあり、近年は金融機関を招いてセミナーを開くこともある。 ☐ 区への要望 ・盆踊りや節分、ハロウィンの実施にあたっては商店街コミュニティ事業支援を利用しており、今後のホームページの更新にあたっては活性化事業の利用を検討しているが、港区の補助制度は手厚く、満足度は高い。区には非常に感謝している。

- ・若手会員の中にはフラッグ事業を行いたいという声があるが、国交省との調整が必要であり、実現できていない。港区の補助制度の利用も検討したいので、まちづくり課等からの助言・支援を期待している。
- ・みなトクPAYの普及拡大については、会員店舗への導入促進を図っていきたい意向である。

5) 三田商店街振興組合

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 ・令和7年12月時点の正会員は93者。令和4年度の正会員数(約84者)と比較し増加している。 ・三田通り沿いの街路灯56基の維持管理に伴い、沿道ビルのオーナーからの維持費収入がある(議決権を持たない準会員扱い)。 ・会員の主な業種は飲食店が多いが、銀行、郵便局、慶應義塾大学、不動産業等も会員となっている。 ・会員加入のための営業活動を積極的には行っていないが、自然増の傾向にある。増加の要因としては活動内容の認知や実利性の高さによるものと考えている。また、コロナ禍において迅速な補助金活用(店舗あたり約16万円支給)を実施したことが、加入促進の大きな要因となったとも考えている。 ・ビルオーナーである三田興産が一階のテナントの加入を促進したことも会員増加に寄与している。 ☐ 会員間の交流について ・総会や新年会を実施している。 ・新年会は例年、セレスティンホテルで行っているが、新規会員は無料で招待している。また、来賓を招かず会員のみで行っているため、交流の場にもなっており、好評である。
☐ 景況感について
☐ 来街者層 ・来街者数は令和4年度と比較して大きな変化はないと認識している。 ・主な来街者は慶應義塾大学の学生、ビジネスパーソン、周辺居住者だが、学生は来街者数としては多いが、必ずしも購買に直結するとは限らない。また、夜間の往来はコロナ禍以降減少傾向にある。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 ・例年7月実施する三田納涼カーニバルのほか、12月には歳末ビッグプレゼントを実施しており、実施にあたっては、区の補助制度を活用している。 ・歳末ビッグプレゼントは商店会の加盟店限定での優待券方式を採用し、組合費が会員に還元される設計とすることに加え、スタンプラリー方式も採用することで加盟店間の経済循環を図っている。 ・組合の運営にあたっては「平等」と「情報のオープン化」を運営の基本理念としている。そのため、商店会のグループLINEを作り活用することで迅速な情報共有を実施している。一方で、高齢の会員は紙でないと駄目という方もいるので、そういう方には紙資料で情報共有を行っている。 ・事業設計は理事長が骨子を作成し、会議では着地点を明確にした上で短時間で合意形成ができるよう工夫をしている。長時間の会議をしても会員の負担が増えるだけだと考えている。 ・また、将来の世代交代を見据え青年部を設立した。部は若手に裁量を与えるとともに、一定の予算を与えることで、交流機会を創出し、将来の担い手育成を図っている。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 ・事務機能が理事長に集中しており、将来的には専従事務員や事務所の確保が課題となっている。 ・現在、区の補助も活用しながら街路灯を設置しているが、補助金の継続を前提とせずに維持する方法も検討する必要がある。 ・個々の店舗をみると、後継者不足や空き店舗の問題がある所もあるが、会の存続に関わるほどの課題にはなっていないと認識している。 ・商店会の課題とは直結しないが、地域のなかには戸建てや分譲マンションを所有している独居老人もおり、彼らも長年に渡って区の一員として生きてこられた方々であり、そうした層が孤立しないような場を作る取組が必要であると考えている。 ☐ 区への要望 ・三田納涼カーニバルや、歳末ビッグプレゼント、街路灯以外にも区の補助金を活用して商店会活動を行っており、その点については感謝している。一方で、例えば街路灯などの設備を設置した場合、その後の維持管理にも費用を要するが、そこまで考えて制度設計をするか、そうした点を補助対象団体にも理解してもらったうえで補助をする等、ご留意いただきたい。

6) 白金商店会

□団体の概要
○ 商店会への加盟状況 - 令和7年度の会員数について、細かい増減はあるが、概ね 70 前後で推移しており、ここ数年は横ばいから微増の状況にある。商店会への加入は店舗側からの申し出が多いが、日常的な交流やイベントを通じた関係の構築が下地となっていると思われる。 - 最近ではみなトクPAYの利用対象店舗になることを目的に加入する会員も多い。 - 会員の業種としては飲食が最も多く、そのほかサービス、医療、教育、物販等で構成されているが、近年はトレーニングジムやマッサージ等、省人化型のサービス業の開業が増えた印象にあるが、構成割合に大きな変化はない。
○ 会員間の交流について 総会、新年会のほか、毎月の定例会を実施している。後述のイベント参加店舗が増加したことに伴ってか、最近では定例会の参加者も増えている。
□景況感について
○ 来街者層 - 令和4年度と比較して、日常利用としての来街者は大きな増減はない一方で、イベント時の来街者は増加傾向にある。 - 他商店会ではイベントの規模を縮小する例も見られるが、当会の場合はイベントに来られた方がSNS等で積極的な情報発信をすることで更なる来場者の増加が生まれていると考えられる。 - 来街者の主な属性は若いファミリー層で、マンション居住者の増加が背景にあると考えられる。一方で、高齢層は減少傾向にあると思われる。 - インバウンドについては、日本人と同様、日常的な外国人の来訪は限定的だが、イベント時には一定の増加が見られる。 - 商店会としての対応はとっておらず、個々の店舗に対応を任せている。今のところ大きな課題は上がっていないが、災害時の外国語対応等には不安があるとの声もある。
□貴団体の取組について
○ 定期的な取組 - 地域との交流イベントとして、ミートフェスティバル、夏祭り、ハロウィン等の季節イベントを開催。近年ではイベントに参加する店舗も増加傾向にある。普段から使ってもらえる商店会であるためには、商店を営む者の人となりを知ってもらうことが大事だと考えており、イベントがその機会になれば良いと考えている。 - 会の運営にあたっては、若手会員からの意見や提案を積極的に取り入れており、若手からの不満や改善提案を前向きな意見として捉え、企画に反映させている。むしろ若手会員の不満が出てこなくなった時に運営が停滞することを危惧している。間違ったことを言っているのでなければ任せれば良いと考えている。
□課題・区への要望など
○ 課題 - 現在のところ、商店会として大きな懸念事項は特にないと認識している。 - また、個々の店をみても、相続のタイミングで廃業される方も当然いるが、全体的にみると上手く引き継いでおり、商店会として後継者問題や空き店舗に困っていることはない。 - 新規出店についても、結局は大家が貸すか貸さないかの問題であり、商店会として大きな困りごとはないが、底地と上物の所有者が異なる場合は複雑になってくる。
○ 区への要望 - 他の地方公共団体と港区の支援事業を比較した場合、他団体は、手続きが複雑でかつ、条件も厳しい場合があるが、そうすると、補助額自体は多くとも補助を受けるための作業に要する時間当たりで考えると割に合わない場合もある。一方で港区は手続きが簡素で、かつ、スムーズに補助を受けられる印象があり、かなり助かっているのでその辺りは引き続き配慮いただきたい。 - 強い要望ではないが、商店会の近くに自然(緑)を増やしたいと考えている。当商店会の付近では自然教育園くらいしかないが、日常的に足を運べる場所ではない。このエリアを乳母車や年配の方が落ち着いて足を運べる空間にしたいと考えている。

- ・ 近年、周囲で再開発が進んでいるが、開発をするだけなら丸の内や大手町で良いのでは、となるのではないか。白金ならではの違いがないといけないと考えており、そのためにも例えば公園や桜並木など、周囲に緑を増やしたいと思っている。

7) 田町センタービルピアタ会

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 ・田町駅に隣接するビル内部の店舗を対象とした商店会であり、令和7年時点の会員数は27店舗で現在満室となっている。物理的な区画数に上限があるため、大きな増減はない。 ・会員の業種について、珍しいところでは物販やモデルルームの案内所もあるが、開業時から飲食店が中心である。 ・テナントの入居時に会への加入が義務付けられている。 ☐ 会員間の交流について ・年に1回の企画としては、新年賀詞交歓会と役員向けの総会がある。そのほか、店長会を年に数回実施している。 ・参加率は半分以下だが、出席者は固定しておらず、その時に出れる人が出席している印象。我々としてもボリュームゾーンである飲食店に配慮し、ランチ営業後、ディナー開始前の時間帯に店長会を開催しようとしている。
☐ 景況感について
☐ 来館者層 ・ピアタ会のある田町はオフィス街のため、基本的にはビジネスパーソンが多いが、近隣に大学があることから、夕方以降は学生も増える。また、芝浦港南地区に近いので、特に週末はファミリー層も訪れており、時間帯によって来街者層は異なる。 ・令和4年度と比べると人出は爆発的に増えている。コロナ禍の収束による出社回帰の影響が大きい。 ・インバウンドについて、顧客として来店する層は多くないが、駅に隣接したビルのため、来館者は一定数いる。今のところ、各店舗・共用部ともに問題が起きたことはない。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 ・年に数回地域でのイベントを行っている。 ・今年度は新たに、駅前ロータリーを通行止めにして夏祭りを企画した。 ・夏祭りは夏休み終盤の平日に実施し、地域の方を巻き込む形で企画し、子供たちが踊りを披露する等、夏休みの家族連れと在勤者両方が楽しめるよう工夫したが、多くの方が訪れ、また、喜んでいただき、手ごたえを感じている。 ・可能であれば来年度以降も行いたい。狭い場所での開催であるほか、森永ビルの再開発や駅前広場の整備の進捗、バス導線の変更がロータリーの通行止め許可に与える影響等、今後も続けていくうえでは課題もある。ロータリーは区道なので、区とも調整を行っていきたい。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 ・道路沿いに面する商店会ではなく、地域に点在するビル内の店舗を会員とする商店会であるため、物理的拡張が困難であり、会員数も上限があるし、イベントを実施するにも限りがある。商店会活動という観点に捉われるのではなく、エリアマネジメントという意識で近隣ビル内の店舗とも連携ができないか模索している。 ・すぐ横の旧森永製菓乳業本社ビルの建て替えが進んでおり、4年後に竣工予定であるが、地域にどういった影響を及ぼすか気にかかる。地域の人流が増える可能性はある一方で、atreが出店すると聞いており、競合になる可能性がある。 ・現在、土日は営業していない店舗も多いが、芝浦港南地区の住民が増えており、営業をするメリットは一定あると考えているので、商店会として支援ができればと考えている。 ☐ 区への要望 ・ピアタ会としての要望ではないが、現在、三田料飲組合の理事も兼務しており、ピアタ会と組合の連携を進めている。組合員の中には商店会に未加入の店舗もあるが、組合のみの加入だと助成を受けられない。商店会に加入すれば解決する話かもしれないが、彼らとしては、商店会エリアとは離れたところで営業しているため加入するメリットを見出せないということであった。彼らとの連携を進めるうえでも、助成を受けられる良い案がないか考えており、知恵をいただきたい。

8) 赤坂通り商店会

☐ 団体の概要
☐ 商店会への加盟状況 - 令和7年時点での会員数は95者。コロナ禍の際に減少したが、隣の赤坂第一商店会の会長の退任に伴う統合により会員数が増えた。そのため、前回調査時では73となっているが、単純比較はできない。 - 会の加入はこれまでは会から各店舗に声かけを行っていたが、最近はみなトクPAYの利用店舗になることを目的に加入者が増えており、声掛けをせずとも会員が増えている。 - 業種構成は飲食店が中心だが、かつて店舗を営んでいた事業者がビルを建て不動産賃貸業に転換した者もいる。個人店とチェーン店舗ではチェーン店舗の割合が高く、半数以上を占める。 - 個人商店は減少傾向にあり、例えば物販店はコンビニ等の台頭や消費行動の変化により縮小している。 ☐ 会員間の交流について - 毎年5～6月に総会を開催している。また、新年会を赤坂一ツ木通り振興組合、赤坂みすじ通り会と合同で実施している。単独でやると規模が小さく、参加者も少ないが、合同で行うことで企業関係者や区関係者も参加し、交流の場となっている。
☐ 景況感について
☐ 来街者層 - 令和4年度と比較した来街者数は、主に外国人観光客の増加により増えているものの、再開発工事の影響もあり、商店街を素通りすることが多いと感じる。 - 来街者の中心はビジネスパーソンである。外資系のホテルも増えていることから、外国人観光客も多い。 - そうしたホテルや新しくできた飲食店等は元々外国人もターゲットにしているようであり、多言語対応等もしっかりしているように思う。そのため、ホテルには夏の盆踊りといったイベントの実施にあわせてチラシを配る等、情報提供を行うこともある。 - 赤坂2丁目・6丁目等は再開発により、将来的な商圈拡大への期待はあるが、今は工事中のため、直近では溜池山王の辺りが注目度の高いエリアになるのではないかと。
☐ 貴団体の取組について
☐ 定期的な取組 「赤坂通りまちづくりの会」を設置し、月1回の定例会を実施。商店街関係者に加え、企業関係者や地域住民等も参加するプラットフォームとして機能している。 - そのほか、教育関連イベントや、博報堂との連携事業、鹿島建設との廃油リサイクルプロジェクト等を実施している。 - 毎年の赤坂氷川祭の開催に併せて、赤坂全体でイベントを行っている。 - TBSとの連携による地域イベントへの協力や催事開催等にも取り組んでいる。TBSは商店会の会員でもあり、近年は黒子に徹しつつ、まちづくりやイベントを支援しており、感謝している。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 - 商店会運営の後継者不足が最大の課題である。担い手が限られており、現役世代は多忙で積極的な参画が難しい。 - 店舗を畳んで不動産賃貸業に転じた者が商店会の運営を担っているところもあるが、他に本業がある事業者ばかりの商店会では、同様の対応もできず、対応に苦慮している。 - 商店街イベントの企画・運営を担う人材の確保が特に困難な商店会に対しては、外部委託等の仕組みづくりが必要と考えている。 ☐ 区への要望 - イベント企画・運営の外部委託に対する支援(補助制度の柔軟化等)を検討してほしい。 - 補助制度は多数あるが、個店が十分に活用するには知識・行動力が必要であり、より実効性のある支援の在り方を期待する。 - 現場感覚を理解した行政職員との連携は有意義であり、今後も継続的な対話を希望する。

9) ニュー新橋ビル1階商店会

☐ 団体の概要
☒ 商店会への加盟状況 ・ニュー新橋ビルのフロアごとに商店会があり、1階商店会の会員数は55者。1階フロアについては結果として全店舗が加入している状況。物理的な区画数に上限があるため、大きな増減はない。会の加入は商店会からの声掛けによるもので加入を義務付けてはいない。 ・業種構成は物販が約8割を占め、飲食・サービス業がこれに続く。かつてはフロアごとに業種が一定程度分かれていた(地下:飲食、2階:マッサージ、3階:医療機関、4階:事務所系)が、近年はその区分が徐々に崩れており、例えば1階だと特にSL広場側は飲食店が多く入居している。 ・物販は大型店の影響等により縮小傾向、飲食はチェーン店の台頭により個人店がやや縮小傾向にある。 ☒ 会員間の交流について ・会員向けの親睦行事は新年会を実施しているほか、定例会を年2回開催している。 ・新年会・定例会の出席率は店舗数の約2割(12~13名程度)で、参加者は固定化されており、特に最近加入された会員の参加率は低い傾向にある。
☐ 景況感について
☒ 来館者層 ・コロナ禍以降、リモートワークの縮小及び出社回帰の流れを受け、令和4年度と比較すると来館者は増加している。 ・来館者の属性はサラリーマンが中心である。観光客については、コロナ禍以降、少しずつ増えている。 ・インバウンド需要はコロナ禍前が最も旺盛であり、コロナ禍収束前後の令和4年度と比較すると大きな変化はないと認識している。なお、この11月から12月にかけて中国人が激減した。 ・インバウンドへの課題に関連して、2026年11月に免税制度の変更が予定されており、2025年11月には変更内容の案内がされると聞いたがまだ何も対応がなく、準備に不安がある。
☐ 貴団体の取組について
☒ 定期的な取組 ・地域との交流活動として、SL広場での大盤将棋大会(3月~11月上旬、毎週土曜)、古本市(年4回)、新橋こいち祭(7月、新橋地区12商店会共催)を実施しているほか、今年度からの取組としてSL広場で人間将棋を行った。 ・上記の取組にかかる事務作業は外部委託も活用しながら行っている。また、費用については、3分の1は商店会で負担し、3分の2は港区からの補助を受けて実施しているが、物価高騰の影響により今後同規模の活動ができるか不安がある。 ・そのほか、警察・消防関連の活動としては、防犯パトロール、防災訓練、消防演習等を実施している。消防演習は芝消防署からはしご車を呼んで消火活動をする本格的なものである。 ・人手や予算の問題もあり、基本的にはこれらの活動を着実に実施することを考えているが、可能であれば来年度の事業としてアニソン盆踊りの実施も検討している。
☐ 課題・区への要望など
☒ 課題 ・役員の高齢化が進んでおり(役員7名中、多くが60~70代)、成り手不足が大きな課題である。 ・物価高騰や人件費上昇により、従来の補助率では商店会負担分の捻出が難しくなる可能性があるが、会費の値上げは容易でなく、店舗数の減少傾向も踏まえると運営基盤は厳しさを増す懸念がある。 ・今後、新橋駅西口の再開発が予定されているが、再開発後は現行の商店会組織が存続しない可能性がある。 ・耐震補強や電気設備・エレベーター設備更新等、ビル老朽化への対応に係る費用負担も大きな課題である。 ☒ 区への要望 ・物価の高騰を踏まえた補助率の見直し等、継続的な支援を求めたい。 ・人手不足対策としてDX支援等の充実を期待する。 ・区内に古いビルが増えているため、施設の老朽化対策や設備更新に対する支援の充実を希望する。例えば、キュービクル式高圧受電設備は耐用年数が30年だが、更新にかかる費用が1,500万円ほどするため、費用の捻出に苦慮している事業者は多いのではないか。

(3) 中小企業家同友会

1) 中小企業家同友会港支部

☐ 団体の概要
☐ 団体の概要 ・ 令和7年4月時点の会員数は114 者だが、その後も加入が増えており、ヒアリング実施時にホームページで公表している会員数は117 者(令和7年8月時点)。令和4年度の会員数が107 者、令和2年度の会員数は114 者となっているが、これはコロナ禍でいったん落ち込んだ会員数がコロナ明けとともに増えたものと考えている。 ・ 同友会の性質として、中小企業の団体であり特定の業種の団体ではないことに加え、港支部は1972年に設立されたが、設立以降の各会員の業種の推移をとっていないことから、構成員の業種の移り変わりは不明。 ☐ 景況感 ・ 中小企業の団体であり、特定の業種の団体ではないため、統一的な傾向は言えず、また、港支部としてではなく、東京都中小企業家同友会としての声になるが、会員に2023 年度と2024 年度を比較する形でアンケートをとったところ、「増収増益」が最も高く34%、次いで「売上・利益ともに横ばい」、「減収減益」がいずれも15%、「売上増・利益横ばい」が12%の順となっている。 ・ 港支部のヒアリング出席者からは「景気に左右されない業種のため、影響はない」、「3年前と比較すると増収増益」という声があった。
☐ 貴団体の取組について
☐ 取組内容 ・ 幹事会、毎月の例会、納涼会、忘年会、ゴルフ会、ビジネスランチ会等を実施しており、月に均すと少なくとも1回以上は何かしらの交流活動がある。 ・ 参加率は3～4割で、毎月アクティブに参加される会員もいれば、興味をもった催しにのみ参加される会員など様々である。港支部の考えとしては、例会に来られない方のために、納涼会や忘年会を企画したり、夜に来られない方のために、ビジネスランチ会を企画したりと、様々な交流活動を企画するなかで出席してもらうことを意図している。なお、長期間在籍されている方の中には、籍だけ残しているような会員もいるため、そうした方への掘り起こしを目的とした企画は考えている。 ・ また、都内には27 支部あるが、港支部に加入していれば他支部の催しにも参加できるため、例えば千代田支部や中央支部等、近隣で興味のあるものがあればそちらに出席される方もいる。そのため、他支部と同じ日に同じような催しはしないよう工夫は凝らしている。 ・ 京都府の東山支部や石川県の同友会等、他道府県の同友会との交流も行っている。 ・ 今後は、区内の中高生等を対象に職場への受入やインターンシップの取組ができればと考えている。
☐ 課題・区への要望など
☐ 課題 ・ 業種により様々であるため、一概に言いづらい部分もあるが、中小企業は総じて人手不足が最大の課題になっているのではないかと。採用・育成に課題を抱えている会員は多いと思う。 ・ 大企業の場合は、合同で採用イベントを行っており、そこに人が集まっているが、中小企業の場合は、求人サイトにいかに魅力的な求人票を書いて目に留めてもらうか、という話になる。存在自体が認知されていないが、認知されないことには選択肢に入れてもらえない。 ・ 港区内に限らず、近隣に住んでいる主婦層がパートタイムで勤務することができれば、従業員にとっては職住近接となるし、企業にとっても交通費の負担が少なく、お互いに良いことではと思う。港区と言えば電車で訪れて買い物して帰っていくというイメージかもしれないが、雇用機会の創出ができれば良いと思う。 ・ 生成AIの影響は注視する必要がある、特にIT業は既に生成AIに業務を侵食されている場面もある。 ☐ 区への要望 ・ 要望とは若干異なるが、一般的な港区の産業のイメージというと大企業の街というイメージが強いと思うが、実際は中小企業も多くあり、そうした魅力的な中小企業があるという認知度が高まれば、誘致も進み更に発展すると思うので、港区と一緒に取り組んでいければと思う。 ・ 区に対する要望ではないが、港区や千代田区は放送局が集中しているため、エンタメ特区のようなものがあれば良い。

- ・ 1人親方のような小規模事業者は多いので、そういう方に向けた勉強会、あるいは小規模事業者に限定せず、優良企業づくりに向けた勉強を、同友会の枠を超えて行えると良いと考えているが、そうした際に港区の名前があると、注目度が違ってくると思うので、後援など協力可能な分野があれば協力いただきたい。
- ・ 同友会の活動を行うことで、産業振興課と連携をとる機会も増え、区に様々な支援策があることが分かったが、事業者の中には知らない者も多いと思うので、今後は私たちが連携して、会員企業にも伝えなくてはいけないと感じている。
- ・ 折角の機会なので、大きな話をする、港区、あるいは港区の産業振興課と特定分野でも良いので、連携協定を結べれば良い。いきなり連携協定となると難しい部分もあるかと思うので、まずは、合同企画をもう少しコンスタントに行えるようになると良いと考えている。

参考資料 各種アンケート調査票

貴社のことについて

問1 本社・支社の区分をお答えください。(○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 貴事業所の主な機能をお答えください。(○は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 業種をお答えください。(○は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・経営コンサルなど)

5. 卸売業

6. 不動産業

7. その他()

問4 創業年をご記入ください。

明・大・昭・平・令

年

万円

問5 資本金の額をご記入ください。

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)の年代をお答えください。(○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 後継者の有無についてお答えください。(○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)

港区産業振興プランの策定に向けた
基礎調査の実施について

くものづくり・IT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、為替変動、物価高騰等の影響により、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『港区産業振興プラン(令和9年度～令和16年度)』策定に向け、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、より多くの皆さま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、株式会社日本能率協会総合研究所に委託して実施しています。

2025年(令和7年)11月 港 区

アンケートは、**令和7年12月17日(水)**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又は二次元バーコードからアクセスし、回答を入力してください。
<https://survey.iemq.jp/monodukuri>
※回答は1事業者様1回限りです。

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 亀井
TEL: 03-6435-4601
□調査項目・回答方法に関するお問い合わせ
株式会社日本能率協会総合研究所 地域政策研究部 飯田
TEL: 03-3578-7575(月～金:10:00～18:00) ※土日・祝日は除く

問9 事業所の土地、建物の所有形態をお答えください。(○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. パーチャルオフィス

7. その他 ()

問10 所在はどこですか。(○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、麻布十番、麻布六丁目、麻布丸坂町、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 4年後を考えたとき、貴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 昨今の為替変動、物価高騰等により、貴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。

- 252 -

立地環境について

問 16 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 17 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
-----------	--------------	-----------

問 18 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. 優秀な人材を確保しやすい	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. 特になし	20. その他 ()

問 19 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. 重要な情報を入手しにくい	18. 街並みが整備されておらず魅力に乏しい
19. 都市の将来発展が期待できない	20. 特になし
21. その他 ()	

問 20 貴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 21 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 23 からお答えください
4. 可能性はない	

【問 20 で1 または2のいずれかを回答された方のみお答えください】

問 21 検討している移転先はどちらですか。(○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 22 移転を検討している理由は何か。(○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. レイアウトの進展に伴うオフィススペースの縮小	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が難しい	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. 街並みが整備されてなく魅力に乏しい	20. 都市の将来発展が期待できない
21. 特になし	22. その他 ()

問 23 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 (映画・アニメ・ゲーム等)
3. クリエイティブ関連産業 (デザイン・アート・服飾等)	4. 飲食関連産業
5. 小売・卸売関連産業	6. 余暇・観光関連産業
7. スポーツ・健康関連産業	8. 環境保全・リサイクル関連産業
9. 省エネルギー・新エネルギー関連産業	10. 医療・介護周辺サービス関連産業
11. 危機管理関連産業(防災・セキュリティ等)	12. 専門サービス産業(法律・コンサルティング等)
13. コミュニティ・ビジネス関連産業	14. 特になし
15. その他 ()	

事業活動における課題と方向性等について

問 24 現在、経営上抱えている問題点はどれですか。(○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. 仕入れ先の確保・開拓

5. 販売先の確保・開拓

6. 受注量・売上高の低迷

7. P R ・情報発信の不足

8. 資金調達

9. 参入企業増による競争激化

10. 商品やサービスの魅力不足

11. 新規事業のための技術不足

12. 消費者ニーズの多様化

13. D X への対応

14. 一般消費者のネット販売利用の増加

15. 店舗・事業所・設備の老朽化

16. 賃料、地代の高さ

17. 相談相手が不足又は不明

18. 自然環境への対応（猛暑、豪雨など）

19. 価格転嫁

20. ワーク・ライフ・バランスの推進

21. 米国関税

22. 従業員の熱中症対策

23. 原材料・仕入価格等の高騰

24. 人件費の増加

25. 特にない

26. その他（ ）

問 25 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ものはどれですか。(○は3つまで)

1. 人材育成

2. 人材確保

3. 経営力の強化

4. 製品の高付加価値化

5. 新商品の企画・開発

6. 宣伝・広報の強化

7. 新たな市場（取引・販売先）の開拓

8. 海外での販売・生産（現地生産など）

9. 海外からの仕入れ

10. 業態転換（新たな業種への参入）

11. 他社との合併・事業統合

12. 生産性の向上

13. 事業承継

14. インターネットによる販売

15. D X の推進

16. セキュリティシステムの強化

17. シェアオフィスの活用

18. 働きやすい職場づくり（ワーク・ライフ・バランス）の推進

19. 移転を含めた通地の検討

20. 金融機関や行政への相談

21. 特にない

22. その他（ ）

事業活動への支援ニーズ等について

問 26 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	今後の予定
1. 創業支援（計画作成支援・補助金）		
2. 企業間連携支援・交流会等		
3. 新製品・新技術開発支援補助金		
4. 小規模企業事業承継支援補助金		
5. 各種セミナー等		
6. 経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）		
7. 産業見本市出展支援補助金		
8. 広告宣伝活動費支援補助金		
9. I S O 等取得支援補助金		
10. 産業財産権取得支援補助金		
11. D X 導入促進支援補助事業		
12. 人材確保支援事業補助金		
13. 中小企業優良従業員表彰		
14. 中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金		
15. ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業		
16. 港区立産業振興センターの施設利用		
17. その他（ ）		

【問 26 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 27 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. 人材の確保につながった

7. 人材の定着につながった

8. 利用して良かったが、まだ効果は見られない

9. 効果はなく、利用しないほうが良かった

10. その他（ ）

- 254 -

問28 施策について、どのような手段で情報を得ましたか。(○はいくつでも)

1. 広報みなど	2. 港区ホームページ
3. 港区LINE	4. 産業振興センターホームページ
5. 港区X	6. 港区中小企業向けメールマガジン
7. チャシ・リーフレット	8. 商工会議所などの紹介
9. 銀行・信用金庫の紹介	10. 巡回相談員の紹介
11. 同業者などの口コミ	12. その他 ()

問29 今後、区に対してどのような支援の充実を望みますか。(○は3つまで)

1. 人材育成支援	2. 企業間・産学官交流・連携支援
3. 人材確保支援	4. 販路拡大・マーケティング支援
5. 新技術・新製品開発支援	6. 経営相談
7. 融資あっせん等資金繰り支援	8. 創業(スタートアップ)支援
9. SDGs経営対応支援	10. 従業員の福利厚生支援
11. DX・ICT環境整備の支援	12. 事業所確保支援
13. 宣伝PR支援	14. ワーク・ライフ・バランス推進支援
15. 健康経営支援	16. 事業承継への支援
17. 自然災害対策への支援	18. 脱炭素化への取組支援
19. 特にない	20. その他 ()

港区立産業振興センターについて

令和4年4月に、「港区立産業振興センター」が開設されました。港区立産業振興センターは、「企業・人・地域の力」を1つに結びつけ、最新の情報や技術を提供する「未来発展型の産業振興拠点」施設です。

<産業振興センター概要>



<https://minato-sansin.com>

問30 港区立産業振興センターを知っていますか。(○は1つだけ)

1. 知っている	2. 知らない
----------	---------

問31 港区立産業振興センターを利用したことがありますか。(○は1つだけ)

1. 利用したことがある	2. 継続的に利用している	3. 利用したことはない
--------------	---------------	--------------

【問31で1又は2のいずれかを回答された方のお答えください】

問32 利用された制度、施策を選択してください。(○はいくつでも)

1. 出前経営相談の利用(融資、補助金制度等の相談)	2. 企業巡回相談事業
3. 創業計画書の作成支援(創業アドバイザーの活用)	4. 販路拡大支援事業(GO GLOBAL、グローバルビジネスアドバイザーの派遣など)
5. 就労支援事業(就職面接会・相談会など)	6. 中小企業向けセミナー(ビジネスマッチング相談会、DXプランナー育成講座など)
7. 資格取得支援事業(ITパスポート、宅地建物取引士、FP技能士、日商簿記等)	8. スタートアップ支援事業(アクセラレータープログラムなど)
9. 創業セミナー	10. アントレプレナー育成事業(クロスメンターシップログラムなど)
11. 共創パートナー推進事業(JISSA TOKYO Pitch Award & Meetup など)	12. 自治体連携イベント事業(ALL JAPAN CONFERENCE など)
13. アパレル・XR・AI関連の技術講座(GLO講座、ハイレベルAI エンジニア育成講座など)	14. 産業交流展出展支援事業
15. 会員交流イベントへの参加(ヨリミチ部、みな・さんfesなど)	16. ビジネスサポートファクトリー活用(3Dプリンターやレーザー加工機などの機器利用)
17. ビジネス支援ライブラリの閲覧	18. コワーキングスペース活用(登記利用含む)
19. ホール・会議室・研修室の貸出利用(イベント・会議等)	20. 勤労者交流室(囲碁・将棋)の利用
21. 中小企業勤労者福利厚生事業	22. その他 ()

問 33	利用した際の満足度をお答えください。(○は1つだけ)	1. 非常に満足	2. 満足	3. やや不満	4. 不満	5. 評価できない
------	----------------------------	----------	-------	---------	-------	-----------

問 34	産業振興センターに期待する支援内容や事業についてお答えください。(○は3つまで)	1. 区内企業同士のマッチングイベントの開催 2. 事業承継・M&Aに関する相談会の開催 3. 区内の大学等との産学連携プロジェクト支援 4. 区内企業の成功事例の紹介 5. 起業家向けのメンタリング制度の充実 6. 区内企業の展示・販売イベントの支援 7. 就職氷河期世代を対象とした人材採用支援（就職説明会・相談会） 8. 区内企業と高等専門学校や大学等との人材マッチング支援 9. SDGs 経営や環境配慮型事業への支援 10. ワーク・ライフ・バランス推進認定企業への支援 11. 女性・若者・高齢者の起業・就労支援 12. SNS を活用した、積極的な情報発信 13. 全国の自治体と連携した地域課題解決のため 14. その他（ の取組
------	--	---

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う一度ご確認ください。

2. 商業・サービス関連事業者向け

港区産業振興プランの策定に向けた
基礎調査の実施について

< 商業・サービス関連事業者様向け >
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、為替変動、物価高騰等の影響により、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『港区産業振興プラン（令和9年度～令和16年度）』策定に向け、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、より多くの皆さま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、株式会社日本能率協会総合研究所に委託して実施しています。

2025 年（令和7年）11 月 港 区

アンケートは、**令和7年12月17日（水）**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又は二次元バーコードからアクセスし、回答を入力してください。

<https://survey.ieng.jp/syougyou>

※回答は1事業者様1回限りです。

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 亀井

TEL：03-6435-4601

□ 調査項目・回答方法に関するお問い合わせ

株式会社日本能率協会総合研究所 地域政策研究部 飯田

TEL：03-3578-7575（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・支社の区分をお答えください。（○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 貴事業所の主な機能をお答えください。（○は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 業種をお答えください。（○は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 創業年をご記入ください。

明・大・昭・平・令	年	万円
-----------	---	----

問5 資本金の額をご記入ください。

貴社全体	人	うち港区内	人
------	---	-------	---

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

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）の年代をお答えください。（○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 後継者の有無についてお答えください。（○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、建物の所有形態をお答えください。（○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. パーチャルオフィス
7. その他（ ）		

問10 所在はどこですか。(○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、麻布十番、麻布本町、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11 主要顧客の所在地はどちらですか。(○は1つだけ)

1. 港区内	2. 港区外
--------	--------

問12 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13 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14 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 (日本人)
7. 会社員 (外国人)	8. 観光客 (日本人)
9. 観光客 (外国人)	10. その他 ()

問15 お客様があなたの店舗・事業所を利用する理由をどのように捉えていますか。

(○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. 近隣に駐輪・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	18. キャッシュレス対応している
19. 配達等のサービスがある	20. 近隣に店舗が集積しており便利
21. みなトクPAY (区内共通商品券) を利用できる	22. 子供と一緒に利用できる
23. ペットと一緒に利用できる	24. 外国語対応ができる
25. 分からない	26. その他 ()

店舗・事業所の経営状況について

問16 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17 直近の決算年度と3年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18 直近の決算年度と3年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19 4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 20 昨今の為替変動、物価高騰等により、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。

立地環境について

問 21 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 22 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。(○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 23 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. 優秀な人材を確保しやすい	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 24 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. 重要な情報を入手しにくい	18. 街並みが整備されておらず魅力に乏しい
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 25 貴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 26 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 28 からお答えください
4. 可能性はない	

【問 25 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 26 検討している移転先はどちらですか。(○は1つだけ)

1. 港区以外の東京 2 3 区	(具体的にあれば)
2. 2 3 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 27

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. ㈹-㏑㏒の進展に伴う㏑㏑・㏑㏒-㏑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. 重要な情報が入手にくい

19. 街並みが整備されてなく魅力に乏しい

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 28

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
(映画・アニメ・ゲーム等)

3. クリエイティブ関連産業(デザイン・アート・服飾等)

4. 飲食関連産業

5. 小売・卸売関連産業

6. 余暇・観光関連産業

7. スポーツ・健康関連産業

8. 環境保全・リサイクル関連産業

9. 省エネルギー・新エネルギー関連産業

10. 医療・介護周辺サービス関連産業

11. 危機管理関連産業(防災・セキュリティ等)

12. 専門サービス産業(法律・コンサルタント等)

13. コミュニティ・ビジネス関連産業

14. 特にない

15. その他 ()

問 29

現在、経営上抱えている問題点はどれですか。(○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. 仕入れ先の確保・開拓

5. 販売先の確保・開拓

6. 受注量・売上高の低迷

7. PR・情報発信の不足

8. 資金調達

9. キャッシュレスシステムの導入

10. 大型店との競争激化

11. 参入企業増による競争激化

12. 商品やサービスの魅力不足

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. DXへの対応

16. 一般消費者のネット販売利用の増加

17. 店舗・事業所・設備の老朽化

18. 賃料、地代の高さ

19. 相談相手が不足又は不明

20. 自然環境への対応 (猛暑、豪雨など)

21. 価格転嫁

22. ワーク・ライフ・バランスの推進

23. キャッシュレス化に伴う手数料の増加

問 30

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ものはどれですか。(○は3つまで)

24. 外国人観光客など新たな客層の対応

25. 米国税関

26. 原材料・仕入価格等の高騰

27. 従業員の熱中症対策

28. 人件費の増加

29. 特にない

30. その他 ()

問 31

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 32 からお答えください

2. 会員でない

⇒問 33 からお答えください

問 32

商店会活動は活発ですか。(○は1つだけ)

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 33

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つだけ)

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 34

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、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

- 260 -

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. みなトクPAYの取扱店舗の拡大	29. ふるさと納税返礼品の拡充
30. 外貨両替・免税など外国人旅行者対応	
31. その他（ ）	

事業活動への支援ニーズ等について

問 35 区では、下記のような区内産業振興施策を展開しています。これまでに利用した施策、今後の利用に対し関心のある施策について、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. 創業支援（計画作成支援・補助金）		
2. 企業間連携支援・交流会等		
3. 新製品・新技術開発支援補助金		
4. 小規模企業事業承継支援補助金		
5. 各種セミナー等		
6. 経営支援（指導・相談・専門家派遣・情報発信）		
7. 産業見本市出展支援補助金		
8. 広告宣伝活動費支援補助金		
9. ISO等取得支援補助金		
10. 産業財産権取得支援補助金		
11. DX導入促進支援補助事業		
12. 人材確保支援事業補助金		
13. 中小企業優良従業員表彰		

14. 中小企業融資あっせん及び信用保証料補助金	
15. ワーク・ライフ・バランス推進企業認定事業	
16. 商店グランプリ	
17. チャレンジ商店街店舗応援事業補助金	
18. （飲食店向け）クリーンな店舗づくり応援補助金	
19. 商店街店舗持続化支援事業補助金	
20. 港区立産業振興センターの施設利用	
21. みなトクPAY（港区内共通商品券）（加盟している場合、「利用あり」に○）	
22. 商店街店舗浸水対策支援補助金	
23. みな得ポイント還元キャンペーン（PayPayを活用した消費喚起事業）	
24. その他（ ）	

【問 35 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 36 利用した施策はどのような効果がありましたか。（○は1つだけ）

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. 人材の確保につながった
7. 人材の定着につながった	8. 利用して良かったが、まだ効果は見られない
9. 効果はなく、利用しないほうが良かった	10. その他（ ）

問 37 区内産業振興に向けての施策について、どのような手段で情報を得ましたか。
(○はいくつでも)

1. 広報みなと	2. 港区ホームページ
3. 港区LINE	4. 産業振興センターホームページ
5. 港区X	6. 港区中小企業向けメールマガジン
7. チラシ・リーフレット	8. 商工会議所などの紹介
9. 銀行・信用金庫の紹介	10. 巡回相談員の紹介
11. 同業者などの口コミ	12. 所属団体からの情報提供
13. その他 ()	

問 38 今後、区に対してどのような支援の充実を望みますか。(○は3つまで)

1. 人材育成支援	2. 企業間・産学官交流・連携支援
3. 人材確保支援	4. 販路拡大・マーケティング支援
5. 新技術・新製品開発支援	6. 経営相談
7. 融資あっせん等資金繰り支援	8. 創業 (スタートアップ) 支援
9. SDGs経営対応支援	10. 従業員の福利厚生支援
11. DX・ICT環境整備の支援	12. 事業所確保支援
13. 宣伝PR支援	14. ワーク・ライフ・バランス推進支援
15. 健康経営支援	16. 事業承継への支援
17. 自然災害対策への支援	18. 脱炭素化への取組支援
19. 消費喚起事業の実施	20. 特にない
21. その他 ()	

港区立産業振興センターについて

令和4年4月に、「港区立産業振興センター」が開設されました。港区立産業振興センターは、「企業・人・地域の力」を1つに結びつけ、最新の情報や技術を提供する「未来発展型の産業振興拠点」施設です。

<産業振興センター概要>

<https://minato-sansin.com>



問 39 港区立産業振興センターを知っていますか。(○は1つだけ)

1. 知っている	2. 知らない
----------	---------

問 40 港区立産業振興センターを利用したことがありますか。(○は1つだけ)

1. 利用したことがある	2. 継続的に利用している	3. 利用したことはない
--------------	---------------	--------------

【問 40 で 1 または 2 のいずれかを回答された方のみお答えください】

問 41 利用された制度、施策を選択してください。(○はいくつでも)

1. 出前経営相談の利用 (融資、補助金制度等) の相談	2. 企業巡回相談事業
3. 創業計画書の作成支援 (創業アドバイザーの活用)	4. 販路拡大支援事業 (GO GLOBAL、グローバルビジネスアドバイザーの派遣など)
5. 就労支援事業 (就職面接会・相談会など)	6. 中小企業向けセミナー (ビジネスマッセン グ相談会、DX プランナー育成講座など)
7. 資格取得支援事業 (IT パスポート、宅建 物取引士、FP 技能士、日商簿記等)	8. スタートアップ支援事業 (アクセラレータ ープログラムなど)
9. 創業セミナー	10. アントレプレナー育成事業 (クロスメンタ ーシッププログラムなど)
11. 共創パートナー推進事業 (JISSA TOKYO Pitch Award & Meetup など)	12. 自治体連携イベント事業 (ALL JAPAN CONFERENCE など)
13. アバレル・XR・AI 関連の技術講座 (GLO 講 座、ハイレベルAI エンジニア育成講座など)	14. 産業交流展出展支援事業
15. 会員交流イベントへの参加 (ヨリミチ部、 みな・さん f e s など)	16. ビジネスサポートファクトリー活用 (3D プリンターやレーザー加工機などの機器利用)
17. ビジネス支援ライブラリの間覧	18. コワーキングスペース活用 (登記利用含む)
19. ホール・会議室・研修室の貸出利用 (イベント・会議等)	20. 勤労者交流室 (囲碁・将棋) の利用
21. 中小企業勤労者福利厚生事業	22. その他 ()

問 42 利用した際の満足度をお答えください。(○は1つだけ)

1. 非常に満足	2. 満足	3. やや不満	4. 不満	5. 評価できない
----------	-------	---------	-------	-----------

問43 産業振興センターに期待する支援内容や事業についてお答えください。(〇は3つまで)

1. 区内企業同士のマッチングイベントの開催
2. 事業承継・M&Aに関する相談会の開催
3. 区内の大学等との産学連携プロジェクト支援
4. 区内企業の成功事例の紹介
5. 起業家向けのメンタリング制度の充実
6. 区内企業の展示・販売イベントの支援
7. 就職氷河期世代を対象とした人材採用支援
(就職説明会・相談会)
8. 区内企業と高等専門学校や大学等との人材
マッチング支援
9. SDGs 経営や環境配慮型事業への支援
10. ワーク・ライフ・バランス推進認定企業へ
の支援
11. 女性・若者・高齢者の起業・就労支援
12. SNSを活用した、積極的な情報発信
13. 全国の自治体と連携した地域課題解決のた
め
14. その他（ ）

問44 港区産業振興センターに対するご意見をお聞かせください。

港区の今後の景気動向について

問 45 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、貴社の売上増加につながると思われる事項はどれですか。(〇は3つまで)

1. タワー・マンション建設による人口の増加
2. 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. 大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積
5. 区中小企業のDXの促進
6. 生成AIの活用による業務効率化と生産性の向上
7. 気候変動の影響（猛暑・豪雨など）
8. 高齢者のライフスタイルの多様化
9. どれも影響しない
10. みなとくつPAY（区内共通商品券）事業の拡大
11. その他（

問 46 港区の産業振興施策等に対するご意見をお聞かせください。

Figure 1 consists of nine scatter plots arranged in a 3x3 grid. The rows represent the years 1990, 2000, and 2010, and the columns represent the regions North, South, and East. Each plot shows the relationship between the number of children in the household (x-axis) and the number of children in the school (y-axis). The plots are labeled with the year and region, and the axes are labeled 'Number of children in the household' and 'Number of children in the school'. The plots show a positive correlation, with the number of children in the school generally increasing as the number of children in the household increases. The plots are labeled with the year and region, and the axes are labeled 'Number of children in the household' and 'Number of children in the school'.

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一度ご確認ください。

港区産業振興プランの策定に向けた
基礎調査の実施について

<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

区民の皆様には、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。

インターネットショッピングの台頭や、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いたため、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したこととしました。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。

つきましては、ご多忙のところ誠に恐縮に存じますが、より多くの皆さま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よろしく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、株式会社日本能率協会総合研究所に委託して実施しています。

アンケートは、令和7年12月22日(月)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又は二次元バーコードからアクセスし、回答を入力してください。
https://survey.ieng.jp/kumin

※回答は調査対象者様1回限りです。

※英語・中国語(簡体字)・ハングルでの回答も可能です。

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・日本語以外の調査票の発送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 亀井

TEL:03-6435-4601

□調査項目・回答方法に関するお問い合わせ

株式会社日本能率協会総合研究所 地域政策研究部 飯田

TEL:03-3578-7575(月～金:10:00～18:00)※土日・祝日は除く

【日本語以外による回答を希望する方へ】

下の言語の中から回答を希望する言語に○をつけてください。また、送付先・氏名を記入し、この調査票を返送ください。後日、希望する言語の調査票を郵送いたします。

(送付先:) (お名前:)

☐英語 ☐中国語(簡体字) ☐ハングル

- 264 -

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）をお答えください。

[illegible]

自宅周辺の買い物環境について

問9 お住まいの地域の生活環境についてお答えください。(〇はそれぞれ1つ)

	利用しやすい	まあ利用しやすい	どちらとも言えない	余すくなくない	な利用しやすく
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10 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11 自宅周辺の商店街をどのくらい利用されますか。(〇は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12 自宅周辺の商店街の魅力や利用する理由は何ですか。(〇はいくつでも)

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. みなトクPAY（区内共通商品券）を利用でき
る
22. ほとんど利用しないのでわからない
23. その他（ ）

問13 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。

(〇はいくつでも)

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ない	12. 買い物ににくい
13. 顔なじみの店や店員がいらない	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. ペ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が便利	22. キャッシュレス化に対応していない
23. ほとんど利用しないのでわからない	24. みなトクPAYが使えない
25. その他 ()	

問14 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。

(〇はいくつでも)

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施設	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. みなトクPAY (区内共通商品券)		
14. その他 ()		

問15 お住まいの地域の商店街などの発展のために必要と思うことは、次のうちどれですか。

(〇は5つまで)

【魅力の向上】			
1. 不足業種を補う	2. 核になる店舗 (大型店・有名人店など) 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・街路灯などの耐震性確保	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. みなトクPAY事業の推進
31. 無電柱化	32. 外国人観光客の受け入れ
33. 子どもの商業体験	
【組織力の強化】	
34. 担い手の確保	35. SNS を活用した周知・情報発信
36. その他 ()	

港区の産業について

問16 港区の産業についてのイメージをお答えください。(〇はそれぞれ1つ)

イメージ	思う	思えない	思わない	思わない	思わない
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 ベンチャー企業・新興企業が集積している	1	2	3	4	5
⑤ 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
⑥ 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
⑦ 伝統的産業が盛んである	1	2	3	4	5
⑧ 魅力のあるお店が多く立地している	1	2	3	4	5
⑨ 地域の商店街が活性化している	1	2	3	4	5
⑩ 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
⑪ 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
⑫ 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17 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 点であ る	どちら か一方 が重要 な点	どちら も重要 でない	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
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
③ 起業家支援を行い、事業創出を図る	1	2	3	4
④ 港区の産業のブランドイメージを高める	1	2	3	4
⑤ ITなど先端産業の集積を図る	1	2	3	4
⑥ 伝統的産業の継承・発展を進める	1	2	3	4
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
⑧ 商店街の活性化を進める	1	2	3	4
⑨ 小規模事業所や商店の後継者育成を図る	1	2	3	4
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
⑪ 企業の海外展開を図る	1	2	3	4
⑫ 観光客の誘致・おもてなし向上を図る	1	2	3	4
⑬ 多種多様な店舗の誘致	1	2	3	4

問18 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
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

⇒下記(1)～(3)をお答えください
⇒間19からお答えください

【問18で1. 2. 3のいずれかを回答された方のみお答えください】

(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
3. 事業所が集積しており他社との連携などがしやすい
5. ビジネスパートナー産業(法務、財務、特許など)の集積
7. 先端的な技術や情報に接する機会が多い
9. 港区立地による企業イメージアップ
11. 資金調達に有利

2. 企業や人口密集など大規模市場が至近
4. 優秀な人材が確保しやすい
6. 大学との連携が容易
8. 様々な可能性多様性のある市場構造
10. 刺激が多く活力がある
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

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

21. その他()

問19 港区内の商店会加盟店舗等での買い物や飲食の際に利用でき、マネーをチャージして利用した場合ポイントが還元される地域通貨アプリ「みなトクPAY」を利用していますか。(○は1つ)

1. マネーをチャージし、日常的に利用している

2. 還元率が高くなるキャンペーンを実施している時期のみ利用している

3. プレミアム商品券のみ利用している

4. 利用したことはあるが、積極的にには利用していない

5. ダウンロードはしたが、利用していない

6. 存在は認識しているが、ダウンロードはしていない

7. 全く知らない

問20 みなトクPAYを利用したいですか。(○は1つ)

1. マネーをチャージし、日常的に利用したい

2. 還元率が高くなるキャンペーンの際には利用したい

3. プレミアム商品券機能のみ利用したい

4. 興味はあるが、利用するかはわからない

5. 利用したくない・興味がな

問21 みなトクPAYに期待することはありますか。(○はいくつでも)

1. より多くの店舗で利用できるようになってほしい

2. みなトクPAYポイントの還元率を上げてほしい

3. みなトクPAYポイントの還元上限額を引き上げてほしい

4. お祭りやイベントでみなトクPAYを利用できるようにしてほしい

5. 区の窓口でみなトクPAYを使えるようにしてほしい

6. 還元率が高くなるキャンペーンの実施頻度を増やしてほしい

7. みなトクPAYマネーのチャージ方法を増やしてほしい

8. みなトクPAYの使い勝手をよくしてほしい

9. 特にない

10. その他 ()

問22 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)

港区の今後の景気動向について

1. タワーマンジョン建設による人口の増加

2. 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. 大規模再開発による事業所及びスタートアップ支援施設の集積

5. 区内中小企業のDXの促進

6. 生成AIの活用による業務効率化と生産性の向上

7. 気候変動の影響（猛暑・豪雨など）

8. 高齢者のライフスタイルの多様化

9. どれも影響しない

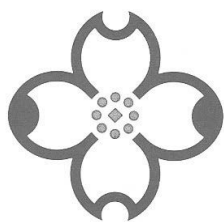
10. みなトクPAY（区内共通商品券）事業の拡大

11. その他 ()

問23 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 2025272-3221

第5次港区産業振興プラン策定に係る
基礎調査業務報告書

令和8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）

港区平和都市宣言

かけがえのない美しい地球を守り、世界の恒久平和を願う人びとの心は一つであり、いつまでも変わることはありません。

私たちも真の平和を望みながら、文化や伝統を守り、生きがいに満ちたまちづくりに努めています。

このふれあいのある郷土、美しい大地をこれから生まれ育つ子どもたちに伝えることは私たちの務めです。

私たちは、我が国が『非核三原則』を堅持することを求めるとともに、ここに広く核兵器の廃絶を訴え、心から平和の願いをこめて港区が平和都市であることを宣言します。

昭和60年8月15日

港 区