

青梅市商・工業振興プラン  
策定支援業務委託  
アンケート分析結果報告

令和8年5月

## 内容

<b>1. アンケート調査の実施概要</b> .....	<b>1</b>
(1) 調査目的.....	1
(2) 調査対象.....	1
(3) 実施方法.....	1
<b>2. 事業者アンケートの集計結果</b> .....	<b>2</b>
(1) 主要事項の集計結果（各アンケート共通項目）.....	2
(2) 小売業・サービス業事業者アンケート.....	9
(3) 製造業事業者アンケート.....	31
(4) 卸売業・倉庫業・道路運送業事業者アンケート.....	44
<b>3. 商店街（商店会）アンケートの集計結果</b> .....	<b>56</b>
<b>4. 市民アンケートの集計結果</b> .....	<b>69</b>

## 1. アンケート調査の実施概要

次期「商・工業振興プラン」の策定にあたり、事業者及び市民の現状や意向等を把握するため、以下のアンケート調査を実施した。

### (1) 調査目的

次期『青梅市商・工業振興プラン』の策定に当たり、市内事業所や市民の現況や課題及び今後の商工業振興に向けた意見等を把握するため。

### (2) 調査対象

区分	名称	調査対象の抽出方法	対象数 【有効配布数(※)】	回収数 【回収率】
事業者アンケート	小売業・サービス業アンケート	小売業、宿泊・飲食業、生活関連サービス業の市内全事業所 ※R5 事業所母集団データベースシステムより抽出	1,563 件 【1,416 件】	281 件 【19.8%】
	製造業アンケート	製造業の市内全事業所 ※R5 事業所母集団データベースシステムより抽出	498 件 【464 件】	126 件 【27.2%】
	卸売業・倉庫業・道路貨物運送業アンケート	卸売業、倉庫業、道路貨物運送業の市内全事業所 ※R5 事業所母集団データベースシステムより抽出	256 件 【238 件】	46 件 【19.83%】
商店街(商店会)アンケート	全商店会組織		14 件 【14 件】	14 件 【100%】
市民アンケート		18歳以上の市民を、性別、年齢階層別、地区別で層化・無作為抽出	2,000 件 【1,986 件】	575 件 【29.0%】

※有効配布数…対象数から、宛先不明や回答辞退を除いたもの

### (3) 実施方法

実施時期：(全アンケート共通) 令和8年2月～令和8年3月

配布方法：(全アンケート共通) 郵送

回収方法：(事業者アンケート) 郵送、WEBフォーム、電子メール(ファイル添付)

(商店街アンケート) 訪問

(市民アンケート) 郵送、WEBフォーム

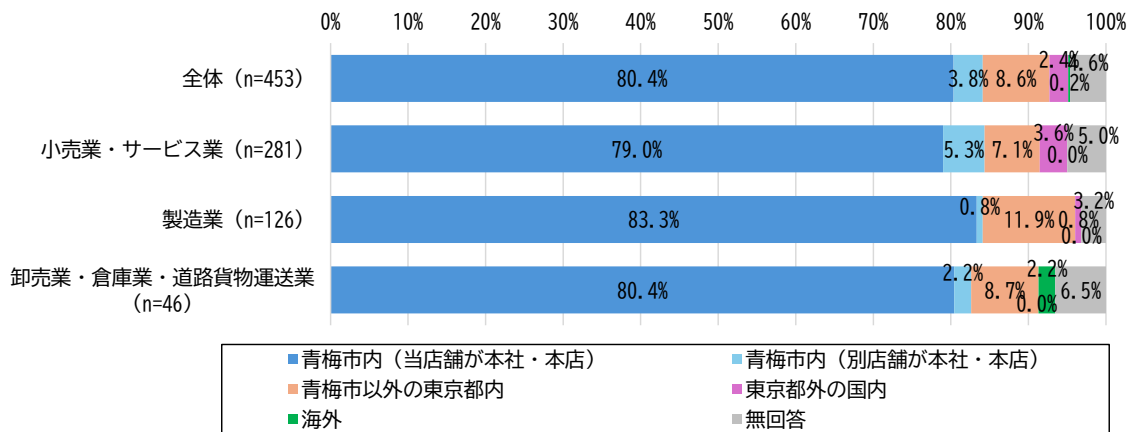
## 2. 事業者アンケートの集計結果

### (1) 主要事項の集計結果 (各アンケート共通項目)

#### 1) 事業所の状況

##### ① 本社・本店の所在地

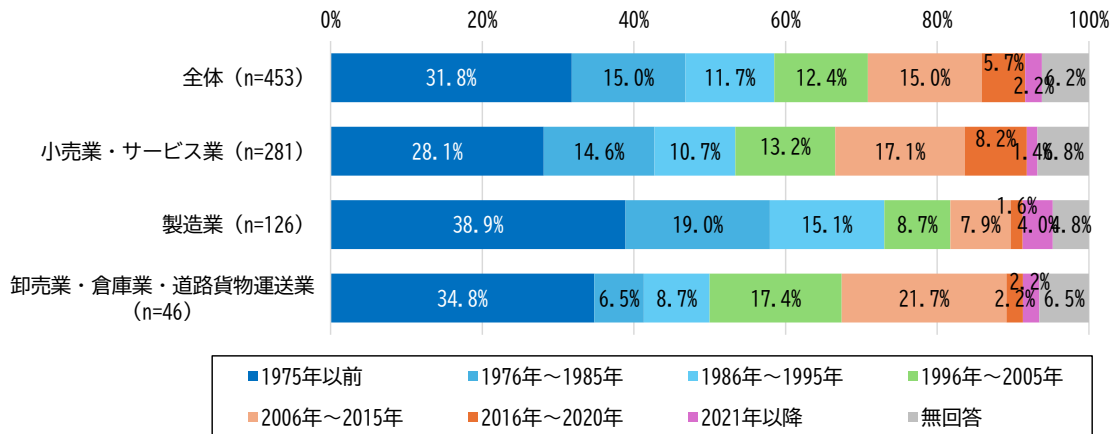
8割以上が、青梅市内に本社・本店を有している。



##### ② 青梅市内での事業開始時期

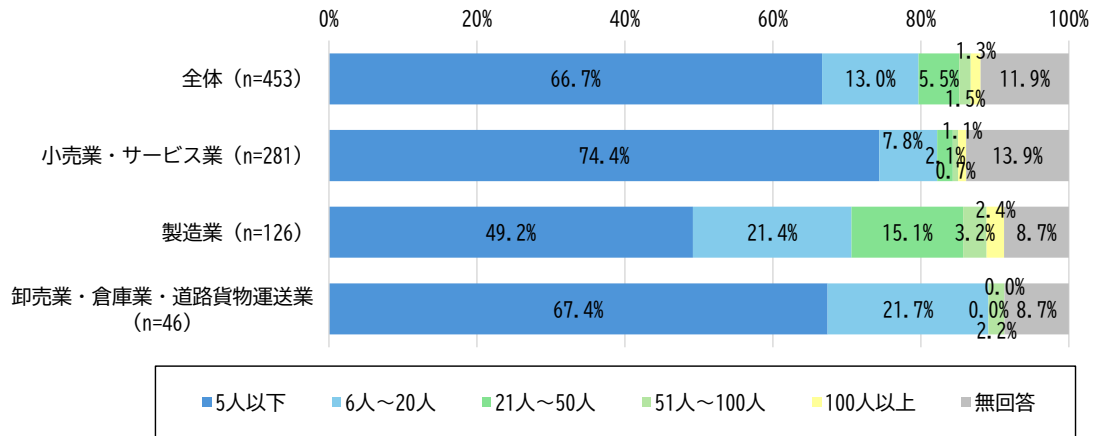
事業開始が1975年以前 (事業開始から50年以上) が全体の31.8%となっている。

製造業は、1975年以前が38.9%であり、1995年以前 (事業開始から30年以上) が7割を超えている。



### ③正規雇用者数

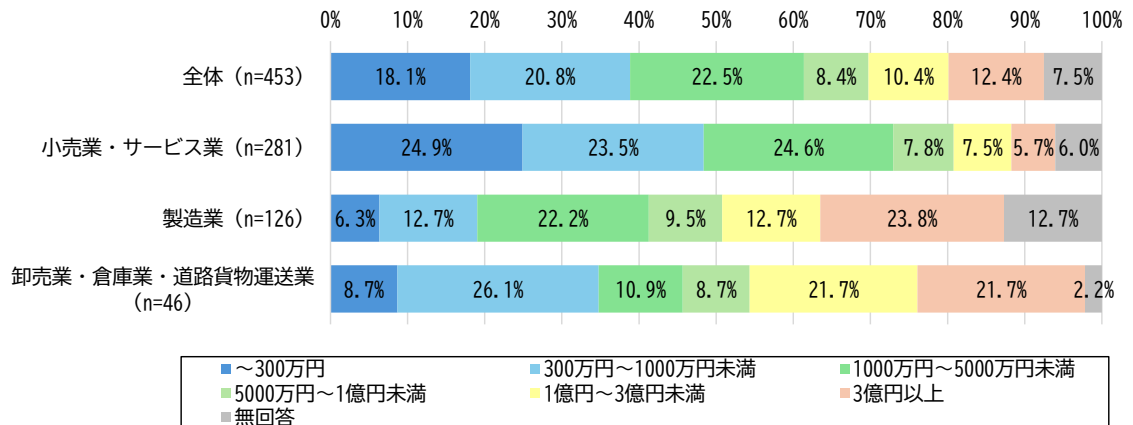
正規雇用者数 5 人以下の事業者が、全体で 66.7%となっている。小売業・サービス業では、74.4%であり、他の産業と比べて 5 人以下の事業者の割合がやや高い。



### ④売上規模

1,000 万円未満が、全体の 38.9%となっている。

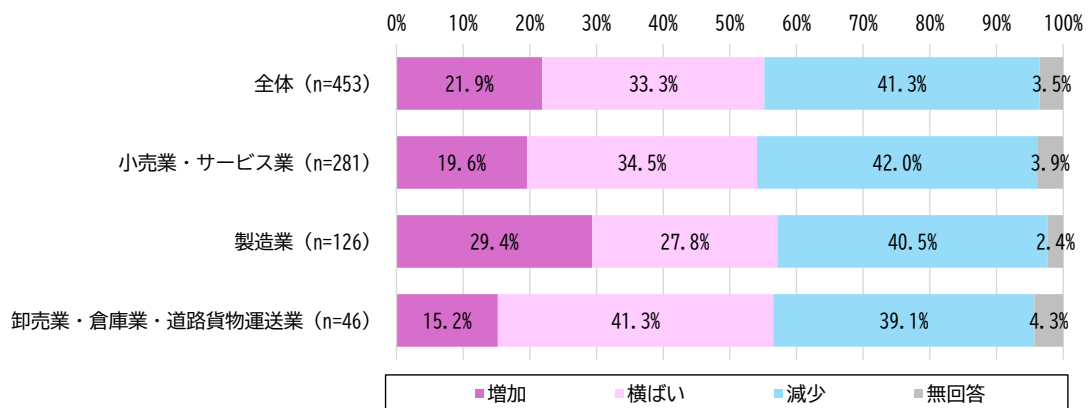
小売業・サービス業は、製造業、卸売・倉庫業・道路貨物運送業と比べて、売上規模が比較的小さい事業者が多い。卸売・倉庫業・道路貨物運送業は、売上規模が 1000 万円未満が約 3 割であるが、1 億円以上の事業者も約 4 割となっている。



### ⑤概ね3年前(2022年頃)と比べての売上の変化

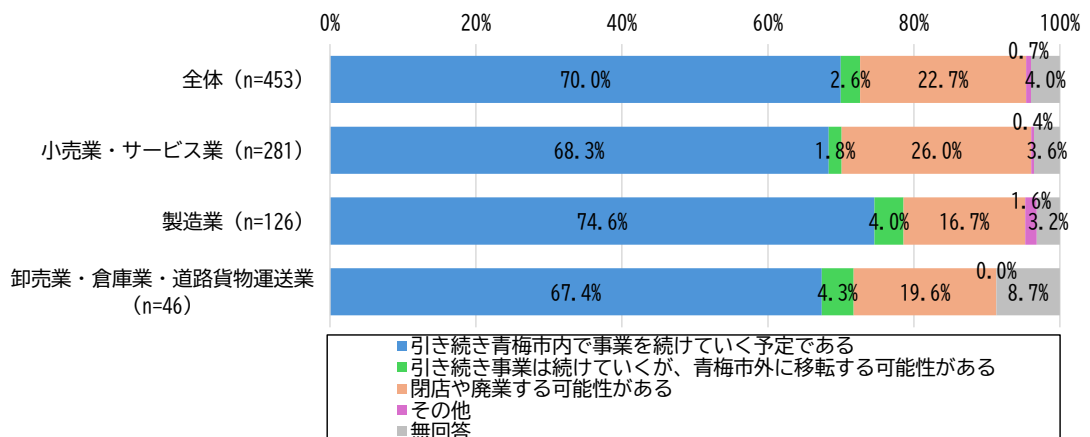
概ね3年前(2022年頃)と比べての売上の変化は、全体では「減少」が41.3%、「増加」が21.9%となっている。

「減少」は各産業とも4割程度であるが、「増加」は製造業では3割程度であるのに対し、小売業・サービス業、卸売業・倉庫業・動労貨物運送業では2割を下回っている。



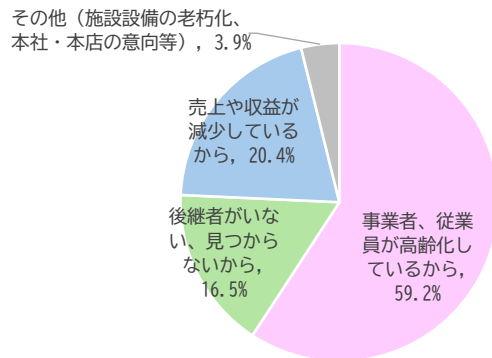
### ⑥今後5年程度を見据えた場合、事業の継続等についての予定や見通し

事業継続の予定や見直しは、全体では「引き続き市内で事業を続けていく予定である」が70.0%であるが、「閉店や廃業する可能性がある」が22.7%であり、小売業・サービス業では26.0%他の産業と比べて割合がやや高い。



## i) (閉店や廃業の可能性がある場合)その理由

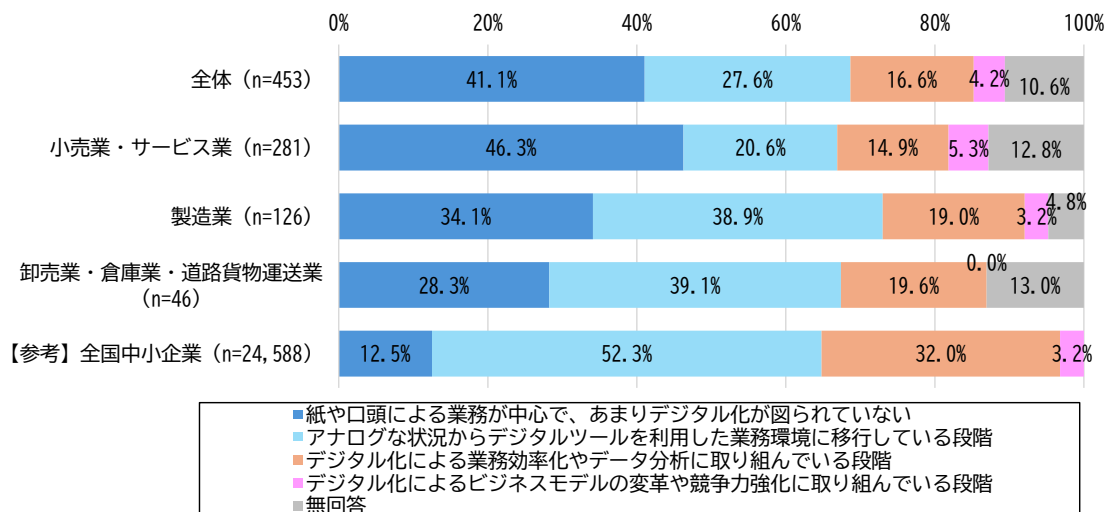
閉店や廃業の可能性がある場合の理由としては、「事業者、従業員が高齢化しているから」が59.2%と、過半数が理由として挙げている。



単回答：n=103

## 2) デジタル化の状況

デジタル化の状況は、全体では、「紙や口頭による業務が中珍で、あまりデジタル化が図られていない」段階が41.1%となっており、産業別では、小売業・サービス業でその割合が特に高い。全国の状況と比べると、デジタル化が図られていない事業者の割合が高い。



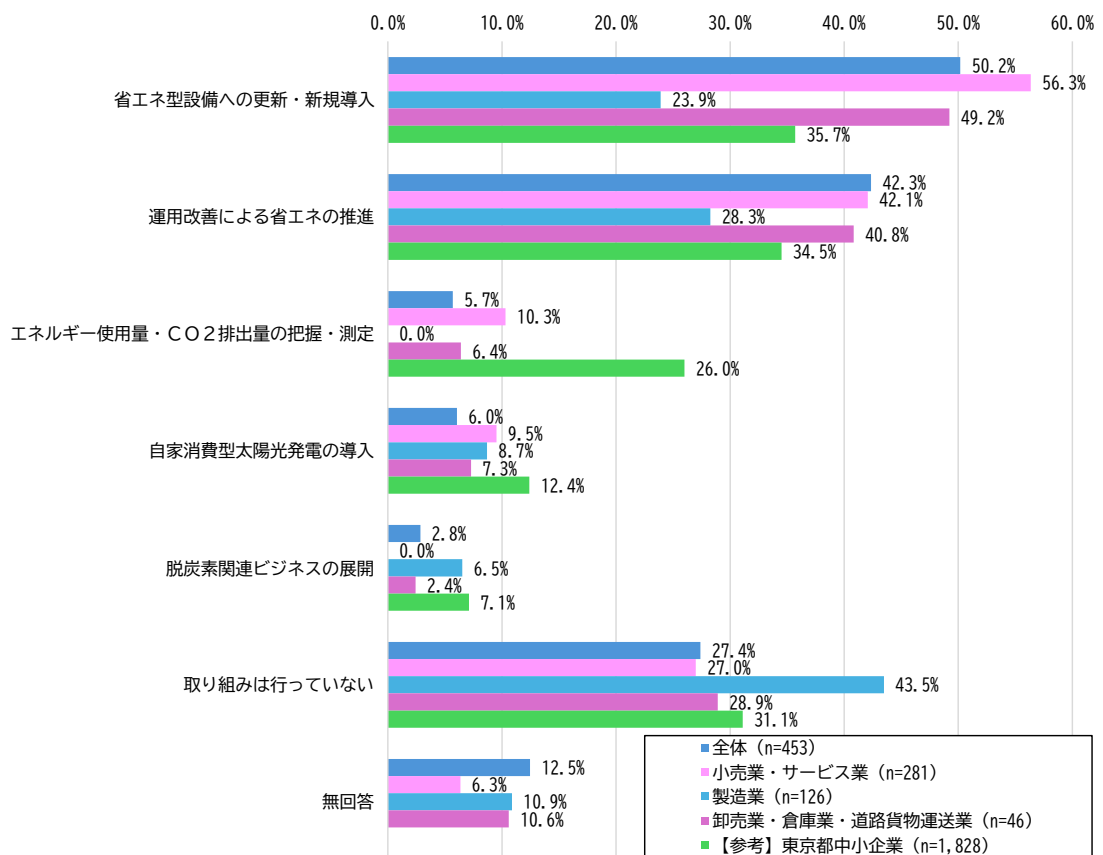
※全国中小企業の出典：(株) 帝国データバンク「令和6年度中小企業の経営課題と事業活動に関する調査」

### 3) ゼロカーボンシティ実現に向けた取組状況

脱炭素、省エネ等の取組は、全体では、取り組んでいる割合が高い順に、「省エネ型設備への更新・新設導入」「運用改善による省エネの推進」となっている。

これらは全体では、東京都調査と比較しても取組割合が高いが、製造業は、「他の産業と比べて取組は行っていない」の割合が高い。

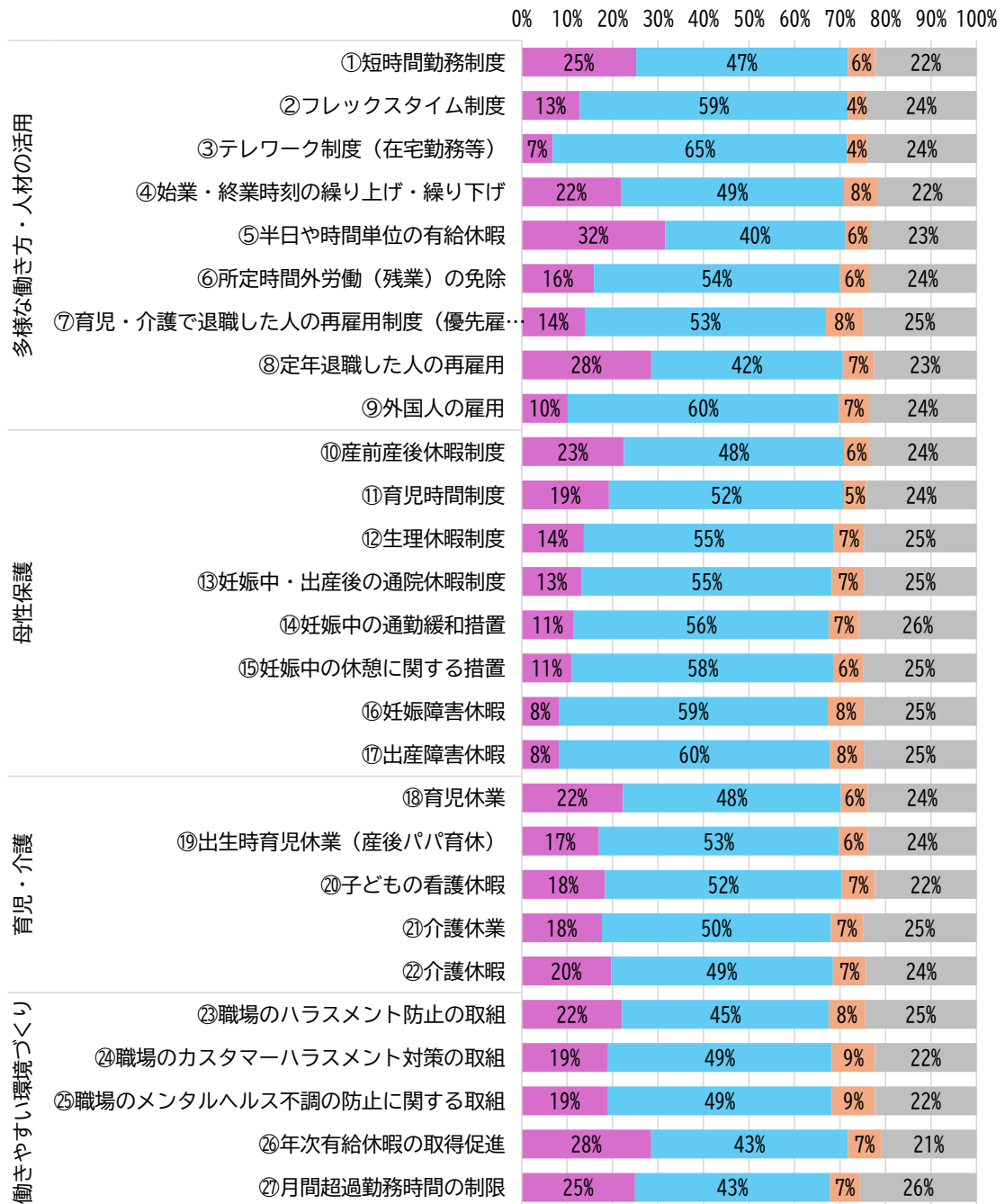
また、「エネルギー使用量、CO2 排出量等の把握・策定」は、東京都調査と比較して、取り組んでいる事業者の割合が特に低い。



※東京都中小企業の出典：日本商工会議所・東京商工会議所「2025年度中小企業の省エネ・脱炭素に関する実態調査」

#### 4) 働きやすい環境づくりの取組状況（制度等の導入状況）

各制度とも、導入割合は高いものでも2割～3割程度となっている。



■ 導入している（制度・規定あり）  
 ■ 導入していない（制度・規定なし）  
 ■ （今は制度・規定はないが）今後導入予定あり  
 ■ 無回答

各単回答：

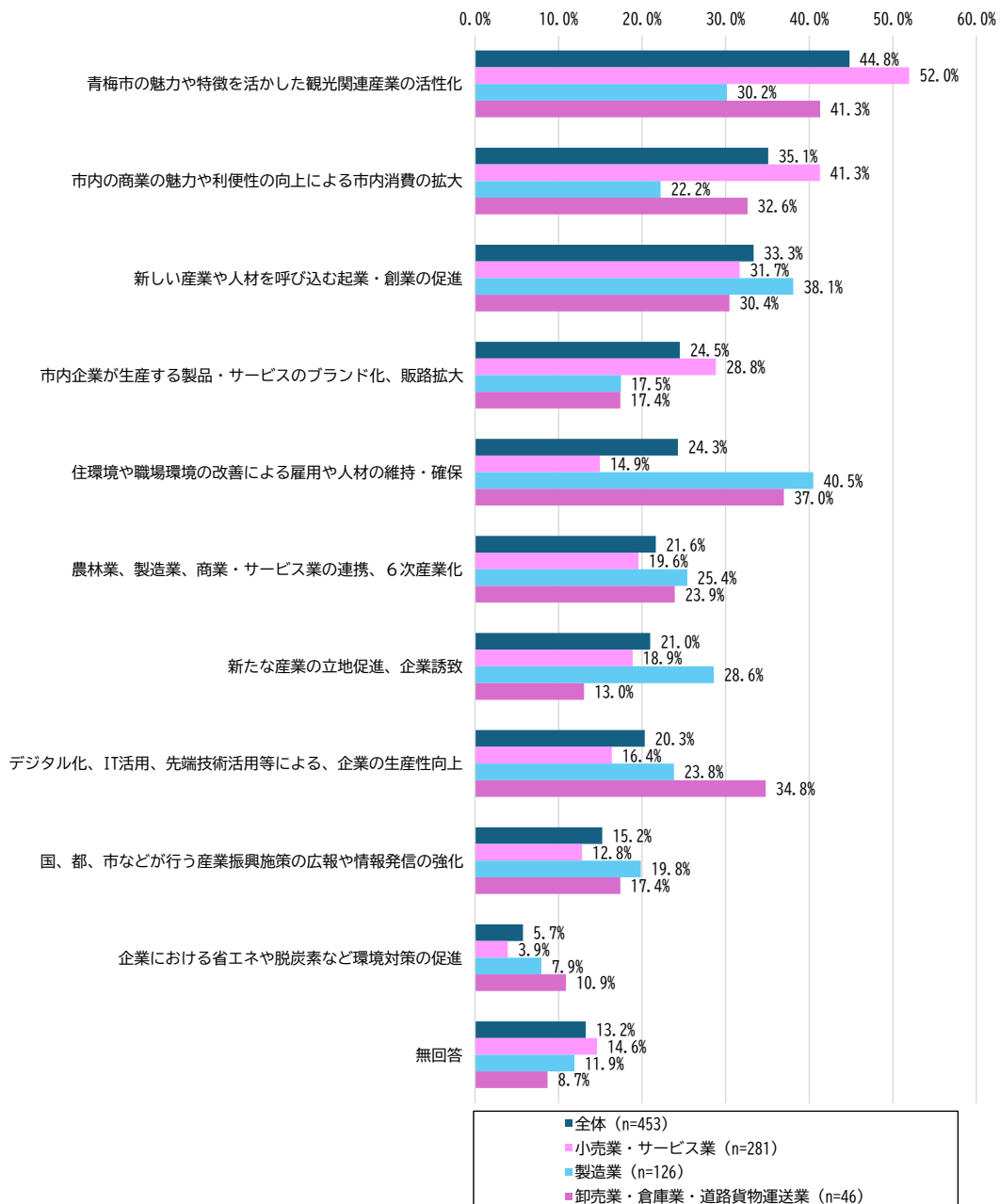
n=453

## 5) 今後 10 年を見据えた、本市の産業振興において重要だと考えること

今後の産業振興において重要だと考えることについては、全体では「青梅市の魅力や特徴を活かした観光関連産業の活性化」が最も多く、次いで「市内の商業の魅力や利便性の向上による市内消費の拡大」「新しい産業や人材を呼び込む起業・創業の促進」の順となっている。

なお、産業によって傾向の違いも見られ、製造業では、「住環境や職場環境の改善による雇用や人材の維持・確保」が最も多く、次いで「新しい産業や人材を呼び込む起業・創業の促進」となっており、人材の維持・確保を重視していることが窺える。

また、卸売業・倉庫業・道路貨物運送業でえあ、「デジタル化、IT活用、先端技術活用等による企業の生産性向上」の割合が他の産業と比べて多くなっている。



## (2) 小売業・サービス業事業者アンケート

### 1) 回答者属性

#### ①所在地

地域	地区	単回答	
		回答数	割合
東部地域	青梅地区	43	15.3%
	長淵地区	23	8.2%
	大門地区	24	8.5%
	東青梅地区	30	10.7%
	新町地区	32	11.4%
	河辺地区	50	17.8%
	今井地区	16	5.7%
西部地域	梅郷地区	18	6.4%
	沢井地区	25	8.9%
北部地域	小曾木地区	4	1.4%
	成木地区	6	2.1%
無回答		10	3.6%
計		281	100.0%

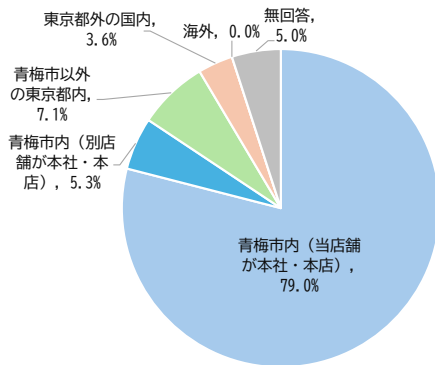
#### ②業種

小売業 業種	単回答	
	回答数	割合
百貨店・総合スーパー	3	1.1%
コンビニ・ディスカウントストア	5	1.8%
ホームセンター	1	0.4%
飲食品小売	36	12.8%
自動車・自転車小売	20	7.1%
機械器具小売	7	2.5%
家具・建具・什器・金物・雑貨小売	9	3.2%
医薬品・化粧品小売	14	5.0%
農耕用品小売	2	0.7%
燃料小売	9	3.2%
書籍・文房具小売	1	0.4%
スポーツ用品・玩具・娯楽用品・楽器小売	4	1.4%
カメラ・時計・眼鏡小売	2	0.7%
その他の小売	16	5.7%
小売業 計	129	45.9%

サービス業 業種	単回答	
	回答数	割合
旅館・ホテル	8	2.8%
食堂、レストラン	50	17.8%
酒場・ビヤホール、キャバレー	16	5.7%
喫茶店	9	3.2%
ファストフード店	3	1.1%
クリーニング店	7	2.5%
理容・美容室、美容サロン	48	17.1%
旅行業・旅行代理店	0	0.0%
家事サービス業	0	0.0%
冠婚葬祭業	2	0.7%
その他のサービス	5	1.8%
サービス業 計	148	52.7%
無回答	4	1.4%
計（小売、サービス計）	281	100.0%

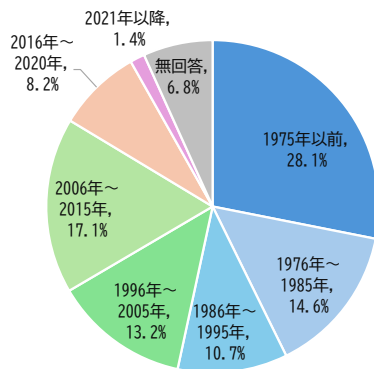
## 2) 事業所の状況

### ① 本社・本店の所在地



単回答：n=281

### ② 青梅市内での事業開始時期



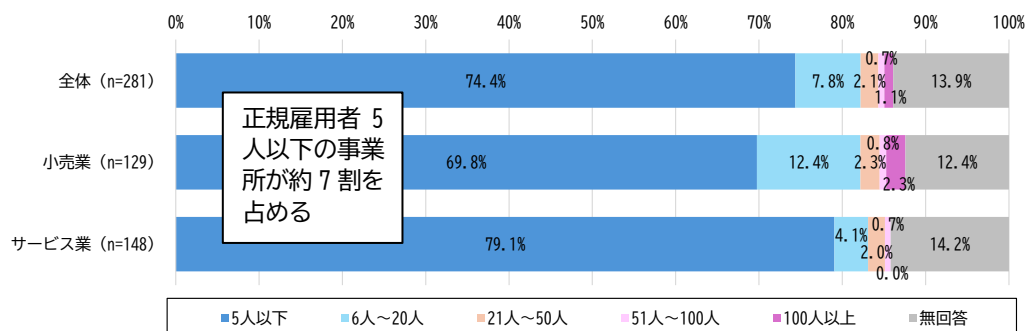
1995年以前の事業開始（30年以上）が約5割を占める。

単回答：n=281

### ③ 雇用者数

#### i) 正規雇用者

人数	回答数	割合	市内居住者		外国人材	
			回答数	割合	回答数	割合
5人以下	209	74.4%	50	23.7%	206	97.2%
6人～20人	22	7.8%	2	0.9%	4	1.9%
21人～50人	6	2.1%	14	6.6%	2	0.9%
51人～100人	2	0.7%	24	11.4%	0	0.0%
100人以上	3	1.1%	9	4.3%	0	0.0%
無回答	39	13.9%	112	53.1%	0	0.0%
計	281	100.0%	211	100.0%	212	100.0%

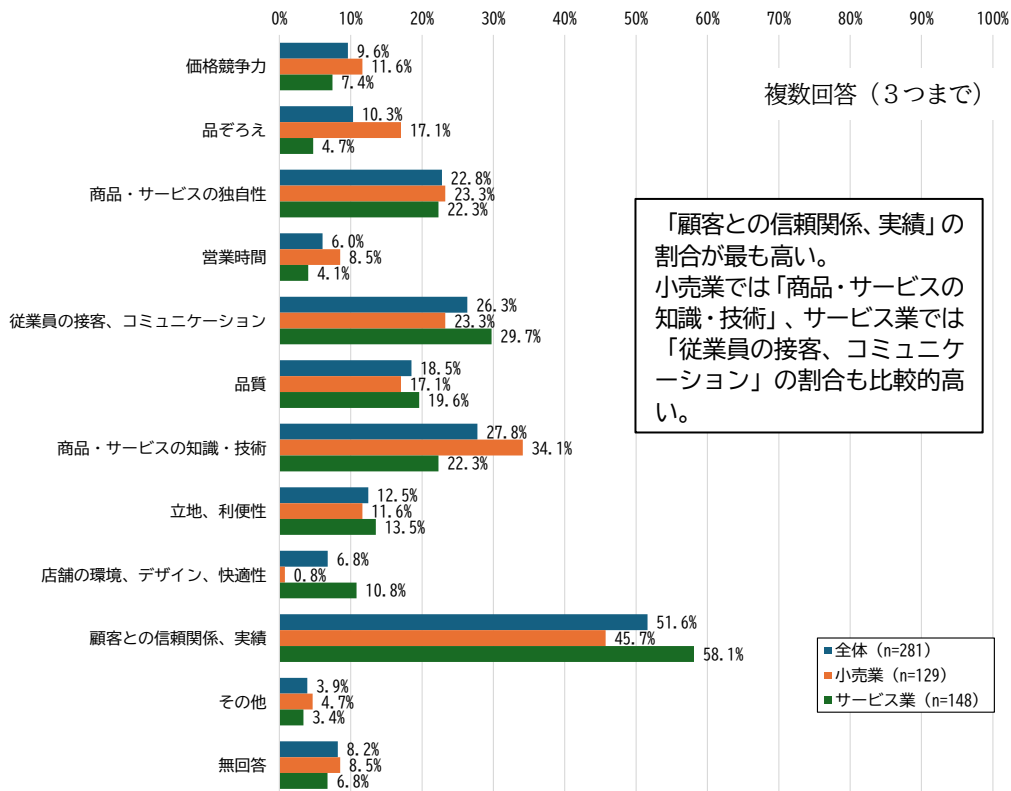


## ii)非正規雇用者

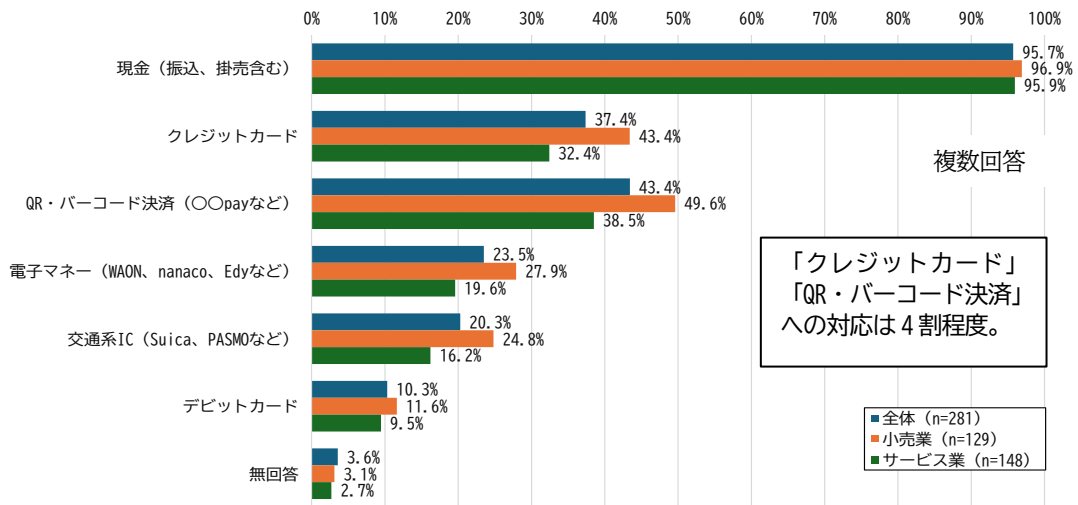
人数	回答数	割合
0人	118	42.0%
1~5人	84	29.9%
6人~20人	27	9.6%
21人~50人	7	2.5%
51人~100人	1	0.4%
100人以上	5	1.8%
無回答	39	13.9%
計	281	100.0%

総数に占める割合	市内居住者		外国人人材	
	回答数	割合	回答数	割合
0%	19	15.3%	117	95.1%
0%超~10%未満	0	0.0%	5	4.1%
10~50%未満	12	9.7%	1	0.8%
50%~80%未満	26	21.0%	0	0.0%
80%~100%未満	9	7.3%	0	0.0%
100%	58	46.8%	0	0.0%
計	124	100.0%	123	100.0%

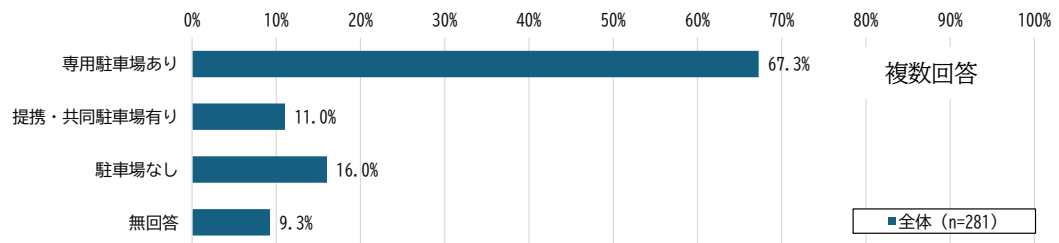
## ④店舗の強み



## ⑤対応している決済方法

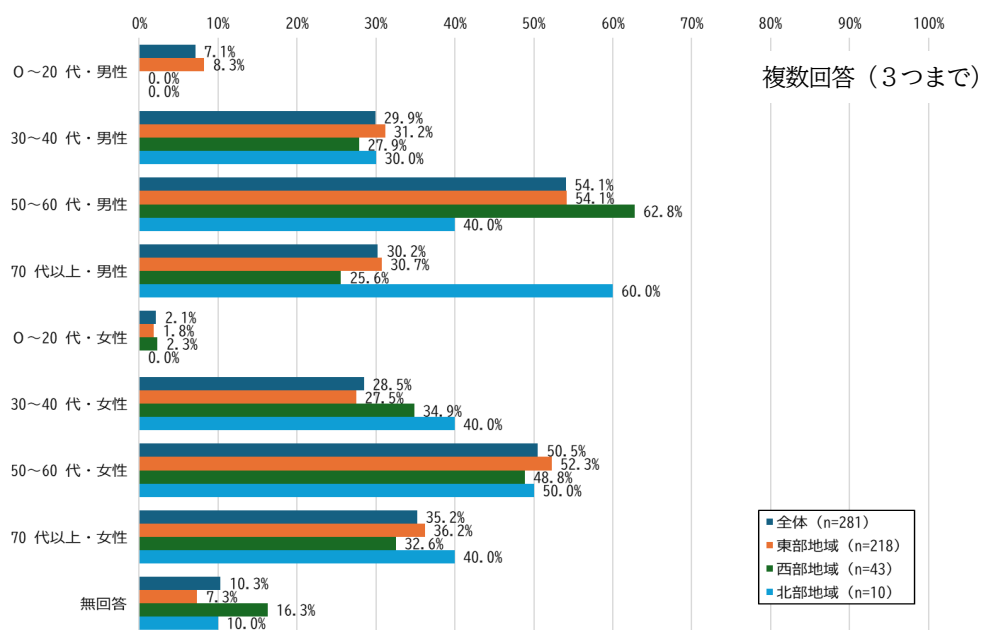


## ⑥来店者用駐車場の有無

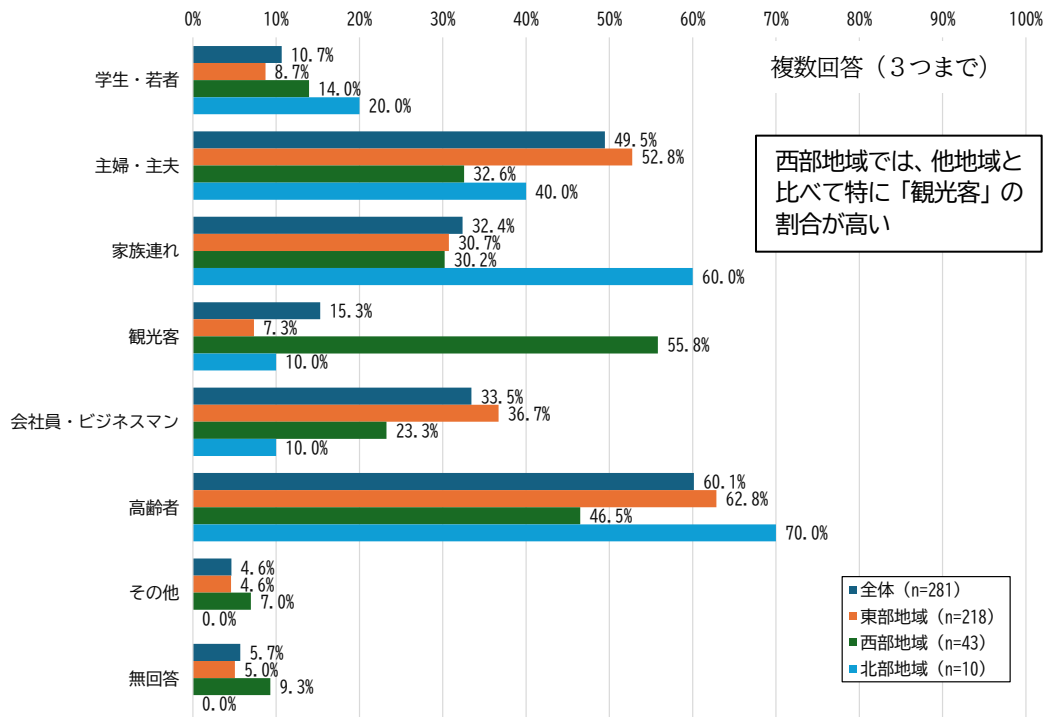


## ⑦主な顧客層

### i)年代・性別



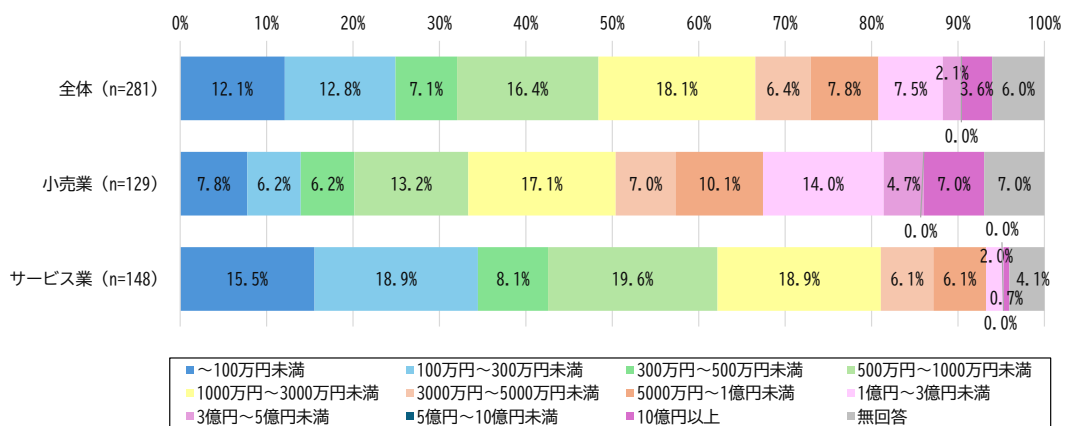
## ii)顧客層



## 3) 経営状況

### ①売上規模

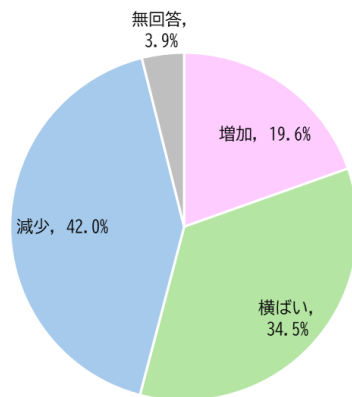
1000万円未満が約5割。小売業よりもサービス業のほうが売上規模が小さい店舗の割合が高い。



単回答 (n=281)

## ②概ね3年前(2022年頃)と比べての売上、営業利益の変化

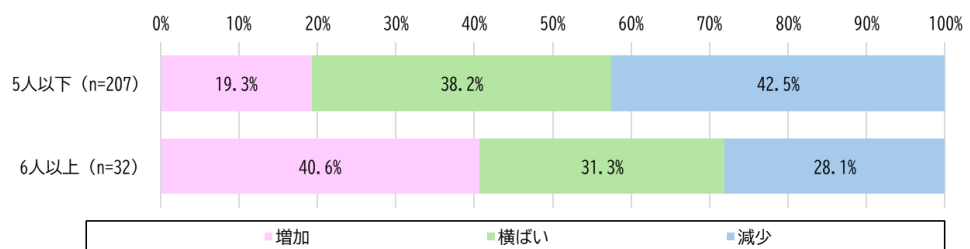
### i)売上高の変化



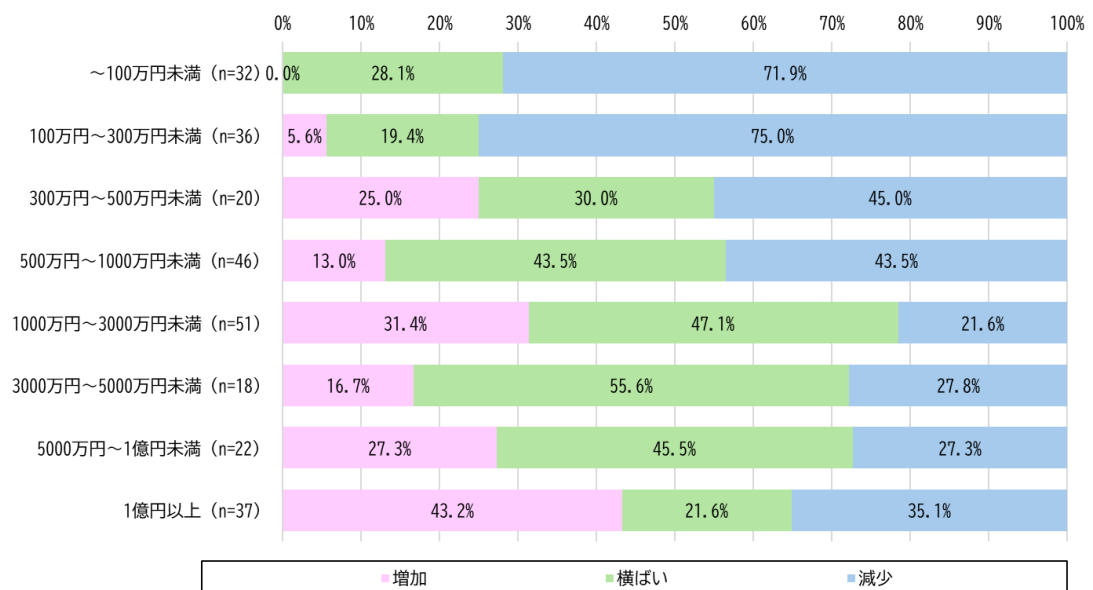
「増加」が約2割、「減少」が約4割。  
 正規雇用者6人以上の場合は、「増加」の割合が4割程度に上る。  
 売上規模が大きいほど、「増加」の割合が高くなる傾向。

単回答：n=281

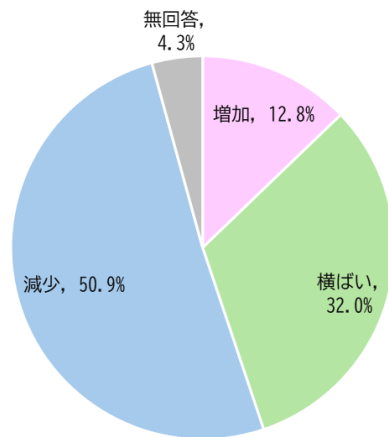
### 【従業員（正規雇用者）規模別】



### 【売上規模別】



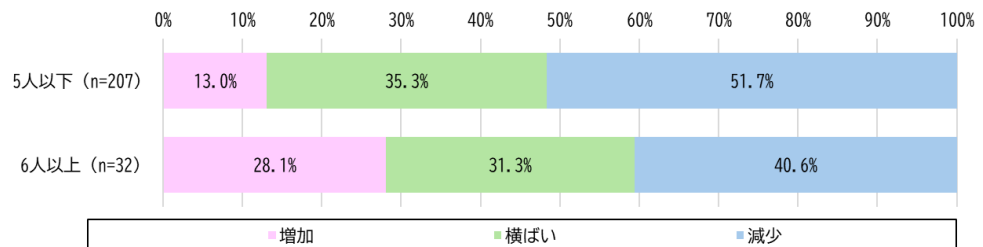
## ii) 営業利益の変化



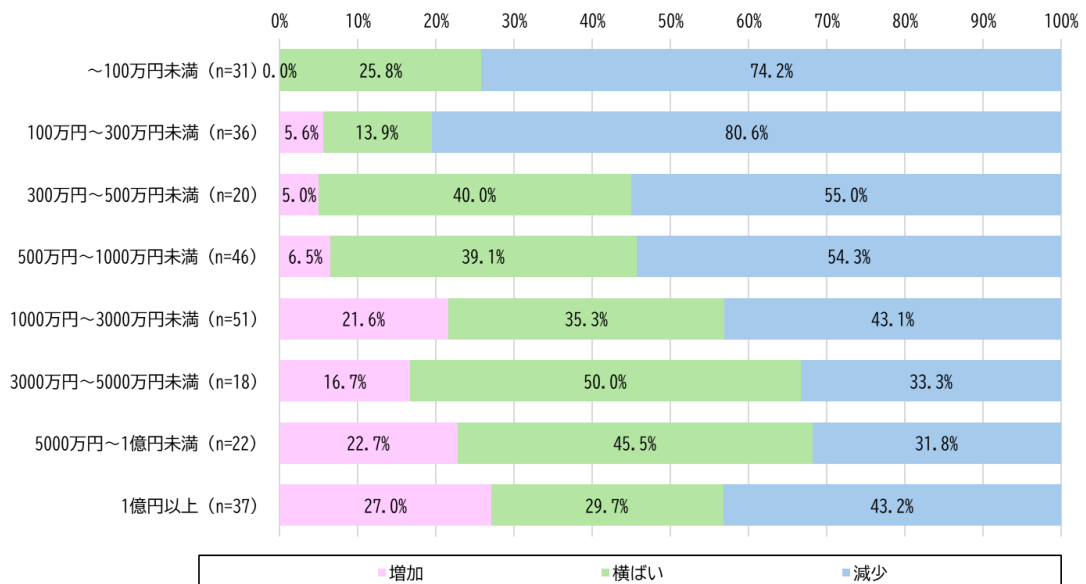
「増加」が約1割、「減少」が約5割。  
 正規雇用者6人以上の場合は、「増加」の割合が3割程度に上る。  
 売上規模が大きいほど、「増加」の割合が高くなる傾向。

単回答：n=281

### 【従業員（正規雇用者）規模別】



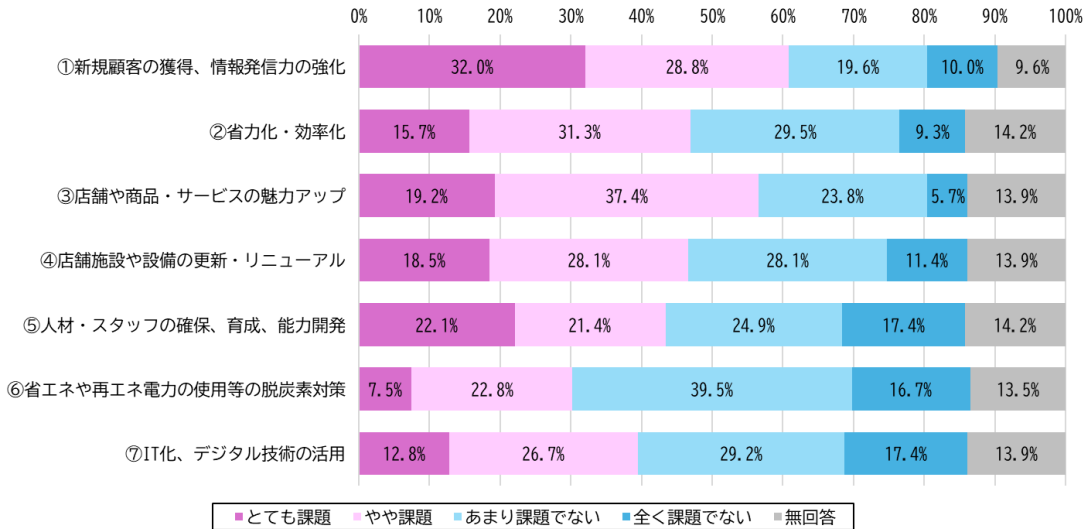
### 【売上規模別】



## 4) 事業を進める上での課題や見通し

### ①現在、事業を進めるうえでの課題

「新規顧客の獲得、情報発信力の強化」「店舗や商品・サービスの魅力アップ」は半数以上が課題（とても課題+やや課題）としている。

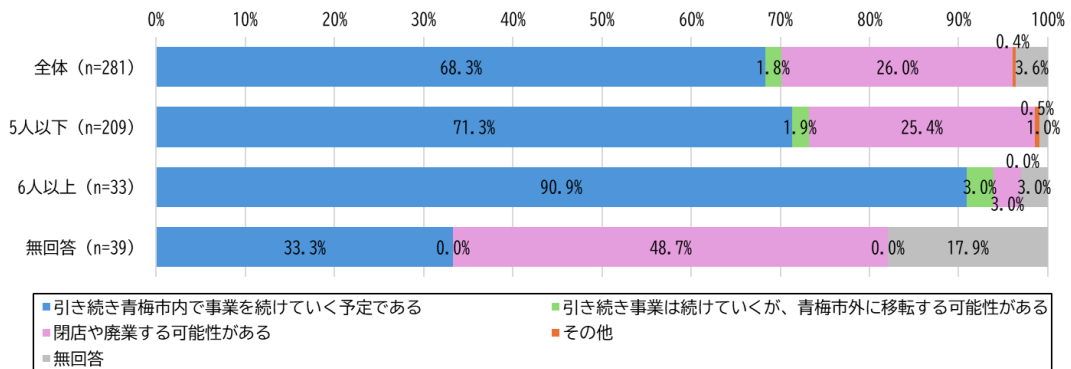


各単回答：n=281

### ②今後5年程度を見据えた場合、事業の継続等についての予定や見通し

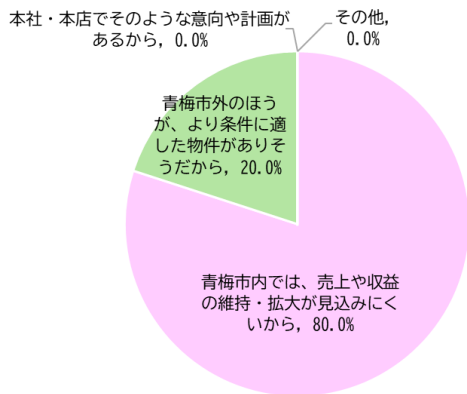
#### i)事業継続の予定や見通し

「引き続き青梅市内で事業を続けていく予定である」が7割。正規雇用者5人以下の場合、「閉店や廃業する可能性がある」の割合が高い。（無回答は既に営業実態がほとんどない事業者である可能性）



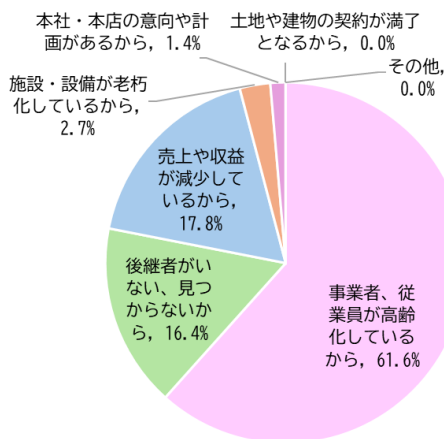
単回答：n=281

## ii)(移転の可能性がある場合)その理由



単回答：n=5

## iii)(閉店や廃業の可能性がある場合)その理由

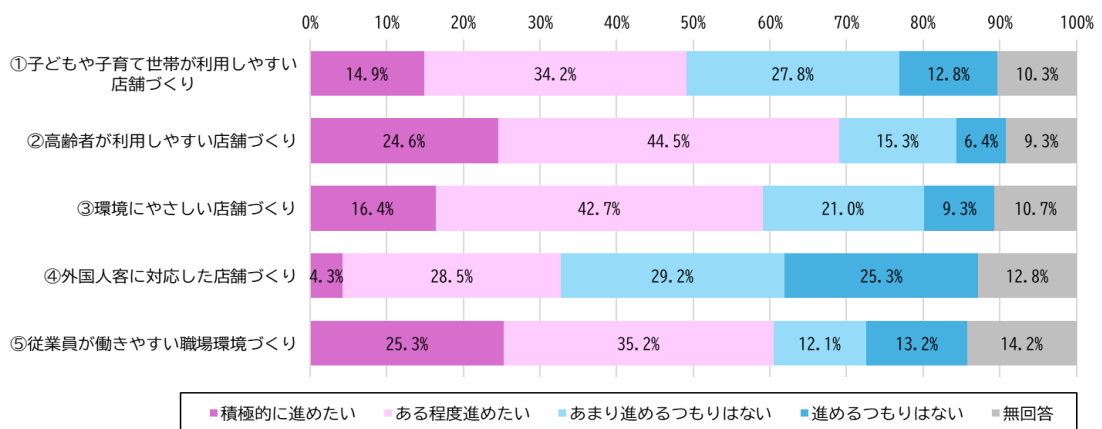


単回答：n=73

## 5) 社会情勢への対応や地域活性化に関する現状や意向

### ①社会情勢の変化に対応した店舗づくりや職場環境づくりの取組意向

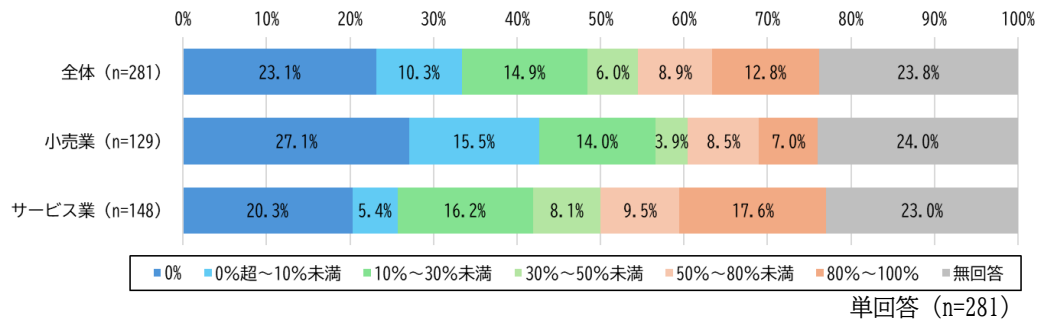
「高齢者が利用しやすい店舗づくり」「従業員が働きやすい職場環境づくり」「環境にやさしい店舗づくり」は半数以上が進めたい(積極的に進めたい+ある程度進めたい)との意向を持っている。



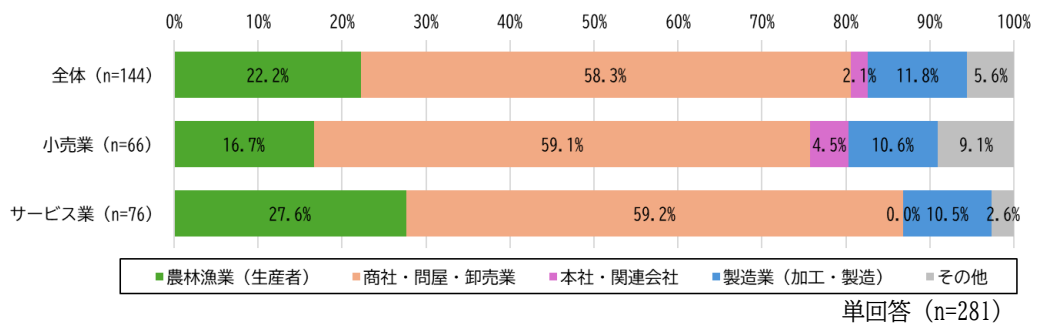
各単回答：n=281

## ②直近期における市内の生産者・事業者からの仕入額割合

### i)直近期の商材・資材等の仕入額(発注額)のうち、青梅市内の生産者・事業者への発注額の割合

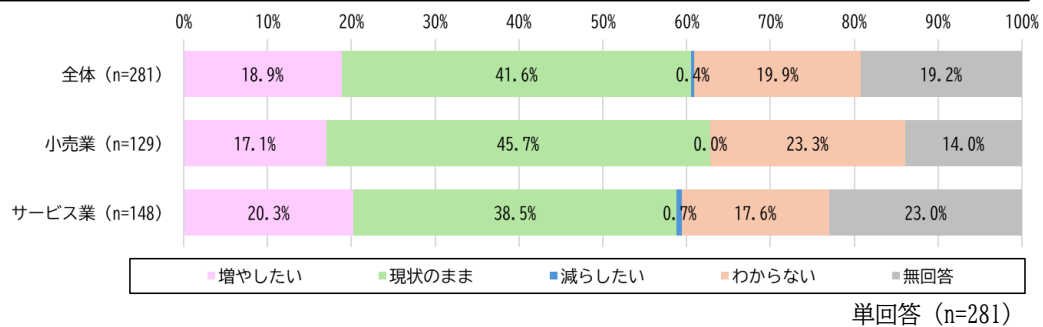


### ii)市内からの仕入れが多い業種(主な市内仕入先の業種)

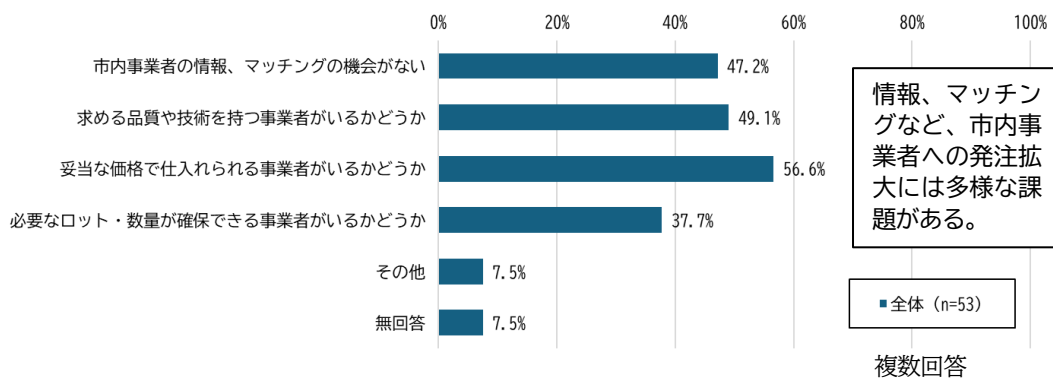


### iii)今後の、青梅市内の生産者・事業者等への発注(仕入)の意向

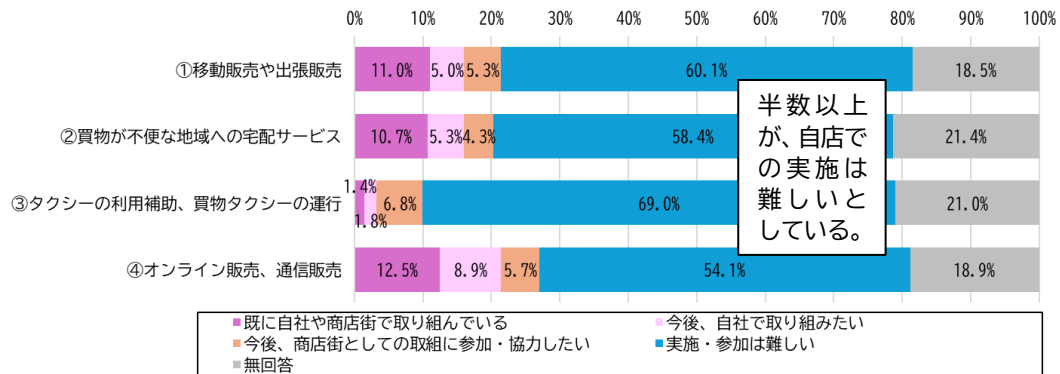
市内からの仕入について約2割が増やしたいとの意向を持っている。



### iv)(市内事業者への発注を「増やしたい」と回答の場合)発注増加の課題



## 6) 普段の買物に行きにくい方々（買物弱者）への取組状況と取組意向

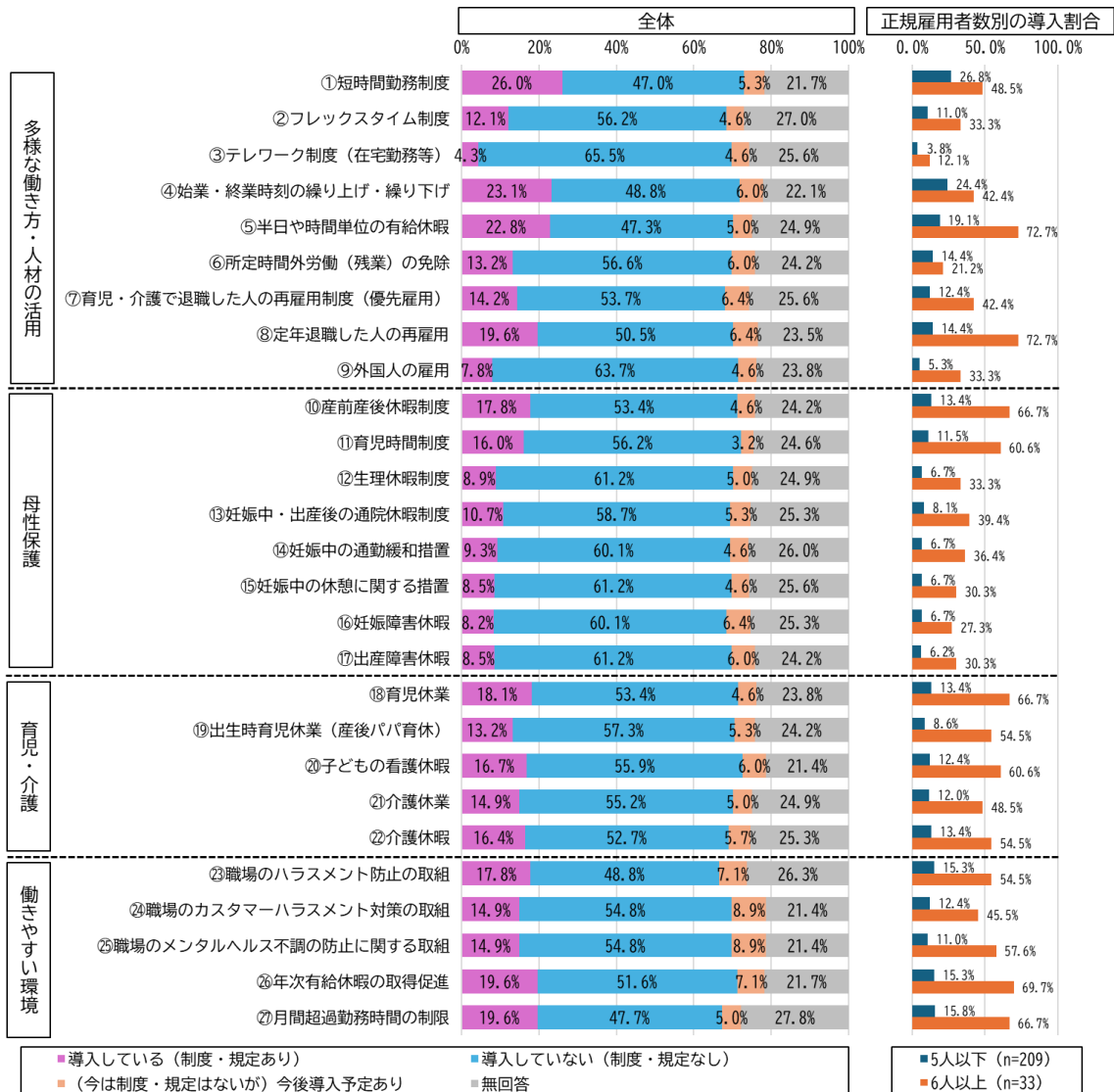


半数以上が、自店での実施は難しいとしている。

各単回答 (n=281)

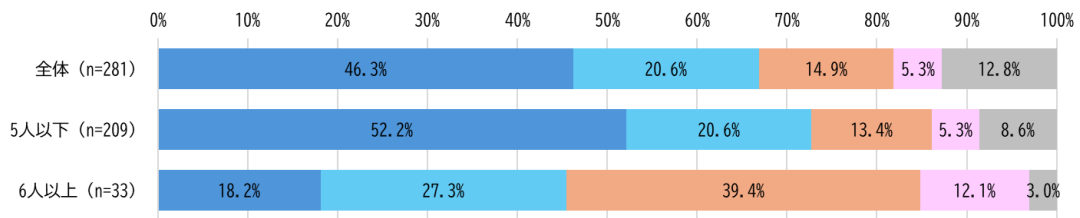
## 7) 働きやすい環境づくりの取組状況（制度等の導入状況）

5人以下の事業所は、各制度とも導入割合が低い。



## 8) デジタル化の状況と意向

### ① デジタル化の取組状況

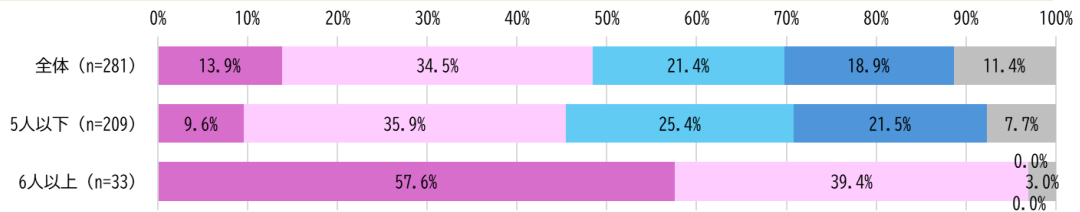


5人以下の事業所は、あまりデジタル化が図られていない割合が半数を超える。

■ 紙や口頭による業務が中心で、あまりデジタル化が図られていない  
 ■ アナログな状況からデジタルツールを利用した業務環境に移行している段階  
 ■ デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる段階  
 ■ デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる段階  
 ■ 無回答

各単回答 (n=281)

### ② 今後のデジタル化の取組意向

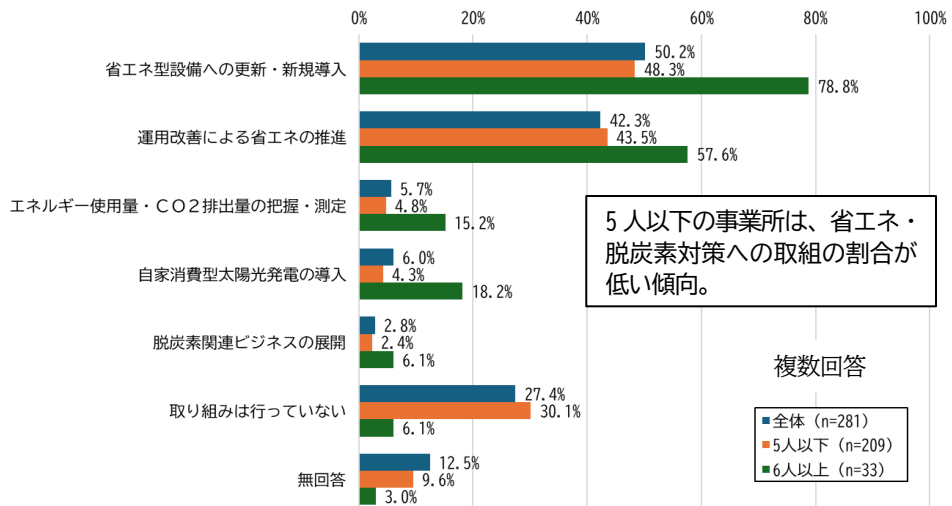


■ 積極的に進めていきたい ■ ある程度進めていきたい ■ あまり進めたいとは思わない ■ 進めたいとは思わない ■ 無回答

各単回答 (n=281)

## 9) ゼロカーボンシティ実現に向けた取組状況と取組意向

### ① 省エネ、脱炭素対策等の取組状況

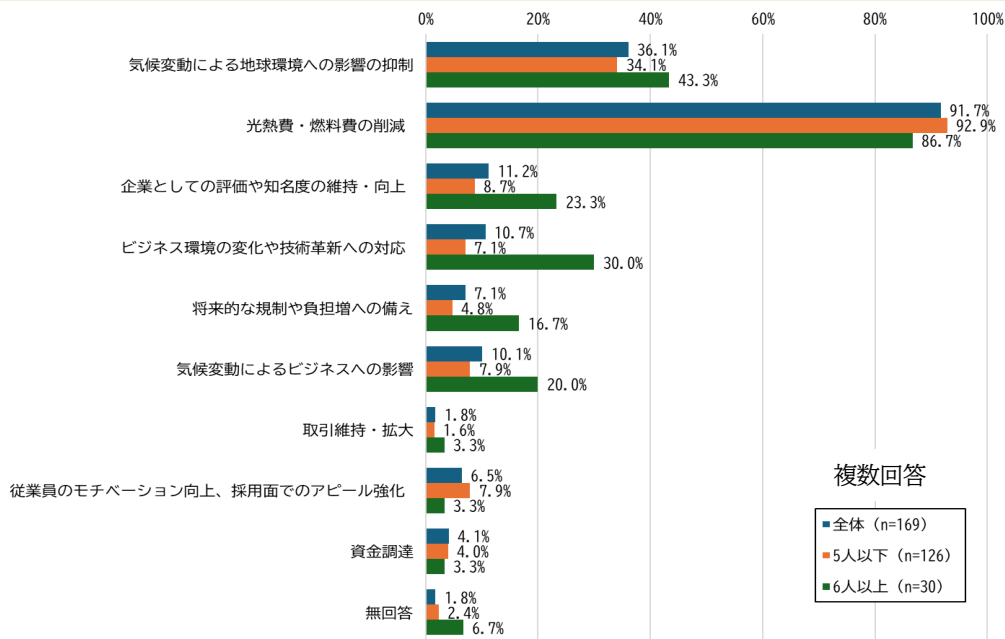


5人以下の事業所は、省エネ・脱炭素対策への取組の割合が低い傾向。

複数回答

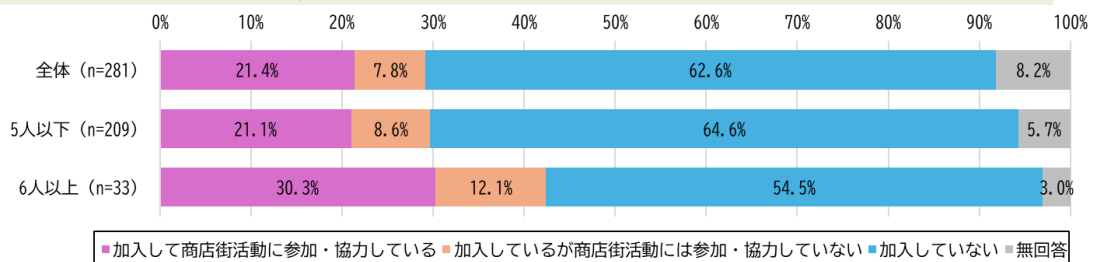
■ 全体 (n=281)  
 ■ 5人以下 (n=209)  
 ■ 6人以上 (n=33)

## ②省エネ、脱炭素対策等に取り組む理由

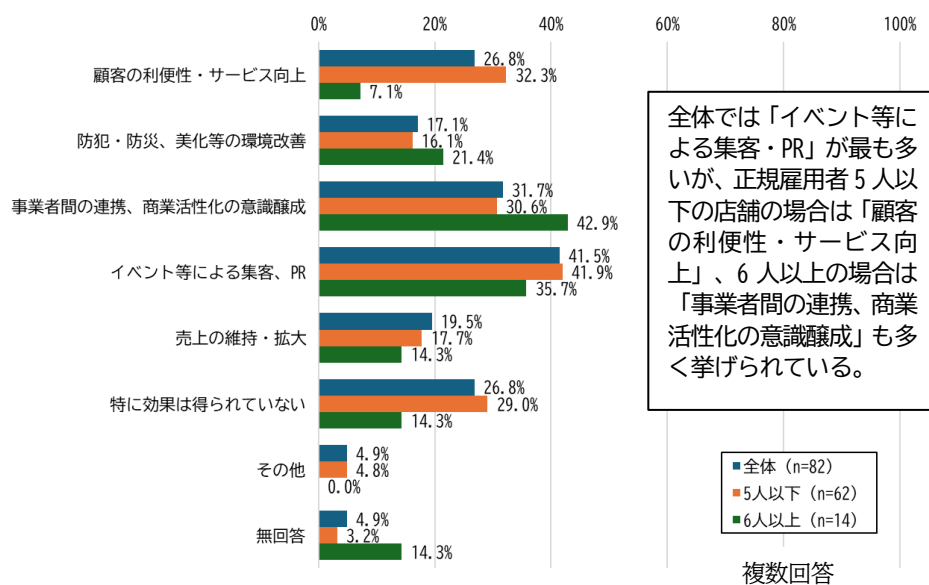


## 10) 商店街(商店会)活動の状況と意向

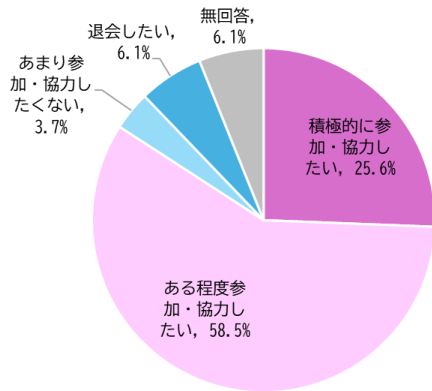
### ①商店街(商店会)活動の参加状況



### ②(商店街(商店会))に加入している場合加入の効果

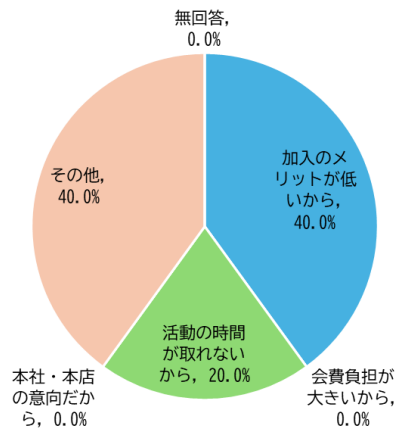


### ③(商店街(商店会)に加入している場合)今後の活動意向



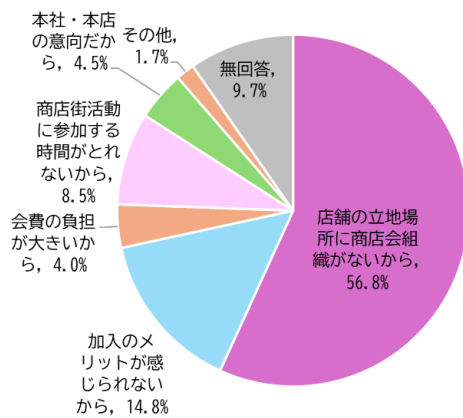
単回答：n=82

### ④(商店街(商店会)に加入していて、退会意向がある場合)退会したい理由



単回答：n=5

### ⑤(商店街(商店会)に加入していない場合)加入していない理由

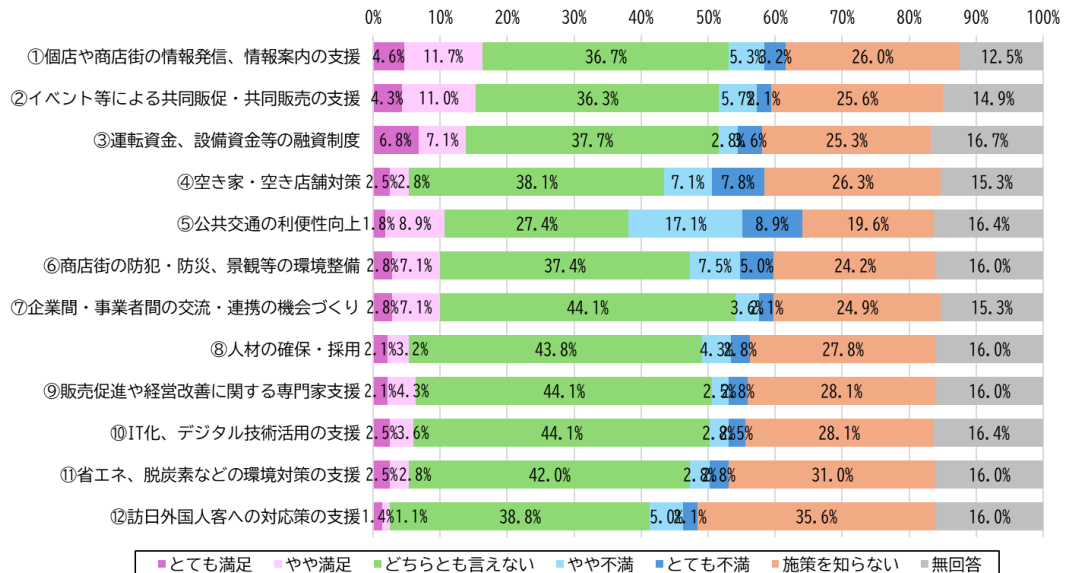


単回答：n=176

## 11) 青梅市が取り組んでいる産業振興や商業振興施策の満足度や重要度

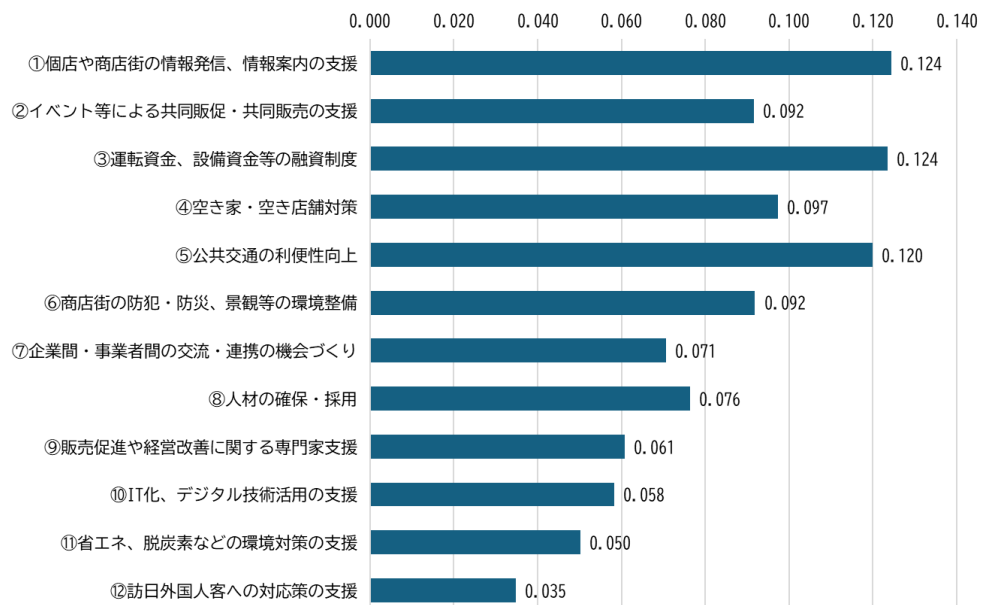
### ①産業振興や商業振興施策の満足度

各施策とも「どちらとも言えない」「施策を知らない」の割合が高いが、「公共交通の利便性向上」は、他の施策と比べて不満の割合がやや高い。



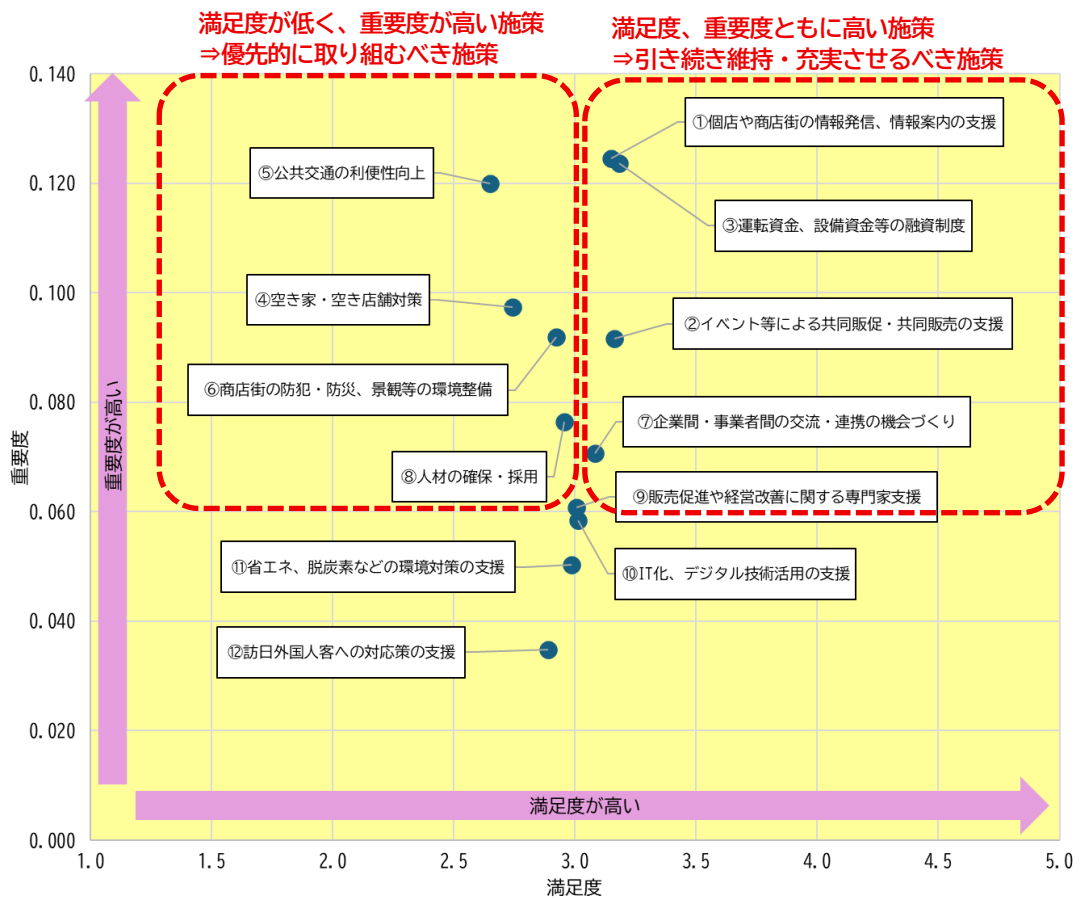
各単回答：n=281

### ②産業振興や商業振興施策の重要度(重みづけ指数)



※上記スコアは、AHP（階層分析法：Analytic Hierarchy Process）により算出したもの。AHPは、各施策を2つずつペアにして、回答者が「どちらがどの程度重要か」を評価（対比較）したデータから、各要素の重要度を計算し、ウェイトを合成して最終的な重みづけ指数を算出している。

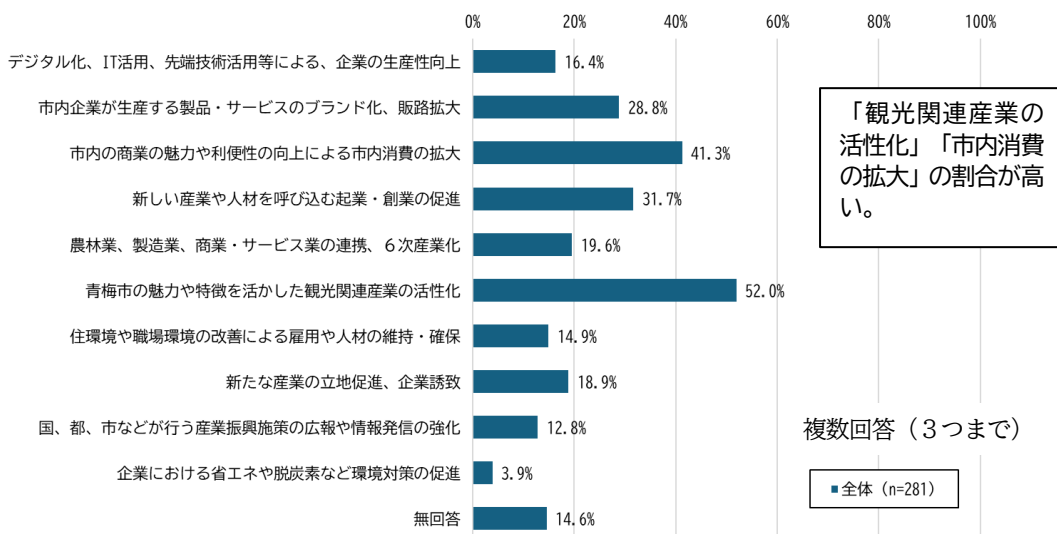
### ③産業振興や商業振興施策の満足度・重要度のポートフォリオ図



満足度は、とても満足=5点、やや満足=4点、どちらでもない=3点、やや不満=2点、とても不満=1点とした場合の、重みづけ平均スコア。重要度は、上記の重みづけスコア

## 12) 今後10年を見据えた、本市の産業振興の方向性、目指すべき姿

### ①重要だと考えること



## ②その他重要となる産業振興の方向性、アイデア、提案等(自由回答)

その他重要となる産業振興の方向性、アイデア、提案等について、37件の回答が得られた。主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
観光振興・PR強化	10件
企業誘致・産業育成	6件
地域活性化・ブランディング	5件
移住促進・人口増加策	4件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

### i)観光振興・PR強化

市外からの観光客誘致を重視する意見が多く、既存の観光資源を活かした「稼ぐ観光」の推進や、効果的なPR・情報発信の必要性が重視されている。また、中途半端ではなく特色を明確にしたブランディングを求める声があった。

#### 【意見の例】

- 「観光資源の有る地域として稼ぐ観光の推進、地域の技術力の有る工場とスタートアップとのマッチングによる産業拡大」
- 「高齢化社会へ進行中の現在、市内の消費拡大は期待できないので、観光産業による外からのお客に期待したい!!」
- 「観光であればレトロを売りにするなら、ふりきってやる。今は中途半端。新しい情報も取り入れ、柔軟に対応する。(例/鬼滅の刃が流行した際に、キャラクターの出身地もあるのにPRしない。鉄道公園にあった自動車も同じのがあるのにPRしない等もったいなさすぎる!!)」
- 「青梅市はブルーベリーの生産が全国1位だと以前にテレビで紹介されていました。でも青梅市に長年住んでいながら知りませんでした。(中略)青梅市もっと宣伝すれば良いのにと思いました。」

### ii)企業誘致・産業育成

製造業の工場誘致や既存の技術力を活かした産業拡大を求める意見があった。また、新しい産業との連携や、持続可能な農業の推進など、多様な産業育成の意見があった。

#### 【意見の例】

- 「製造業の工場誘致が必要です。」
- 「観光資源の有る地域として稼ぐ観光の推進、地域の技術力の有る工場とスタートアップとのマッチングによる産業拡大」
- 「新町地域のデータセンター及び青梅 IC 北側のデータセンター、物流倉庫より上る固定資産税の1/3でいいので、地域の個店へのいろいろな支援に毎年継続してあてていければいいなと思います。」

- 「有機農業の推進、持続可能な農業、SDGS 地産地消の推進、農地を減らさない保護農地がどんどん減っている。」
- 「知的労働者の街を目指すべき。具体的には工業の活性化に力を入る事。流通は増やさない方が良く、知的労働にならないため」

### iii)地域活性化・ブランディング

青梅市の独自性を明確にしたブランディング戦略や、市民への周知徹底、イベント開催による活性化を求める意見があった。

#### 【意見の例】

- 「緑とか歴史とか文化みたいな抽象的で伝わりづらい言葉じゃなくて、ハッキリとわかりやすく青梅市をブランド化すると決めて突破していく方が強いと思います。『700人の村が一つのホテルに』『東京アドベンチャーライン』『ドライブを人生最高のエンタメに』みたいに。」
- 「災害の少ない街だからこそ、全国で発生する災害による被災地に寄り添い続ける活動を続けることで、被災地に寄り添う街というブランディングをしていくことに協力して欲しい」
- 「青梅市内の事業、店舗等々魅力的な物は沢山あると思うのですがまだまだ周知徹底されていないように感じています。青梅大好きな私としてはもっとアピールして青梅に住んでいる人達に青梅を誇れるような環境作りをして頂きたいです」
- 「青梅市内でのイベント。イベントが少なすぎて活性化がないと感じる。市内で頑張っている店などが参加できるようなイベントを考えてほしい。」

### iv)移住促進・人口増加策

若年層や移住者を呼び込むことが産業振興の前提条件として重視されている。

#### 【意見の例】

- 「すべてのことは、若い方々(~40才くらいまで)を市内に呼ぶことなしには始まらないかと、住んでもらう or 来てもらう、そこを進められれば、自ずと事業は活性化すると思います」
- 「青梅市は地震などの災害や気候変動に伴う気象災害に全国でも比較的強い立地に恵まれていると思われます。それをアピールして新住民の流入促進や環境にやさしい企業の誘致などを提案します。」
- 「移住者支援を手厚くし、都内のベッドタウン化するのはどうでしょうか」
- 「後継者不足による廃業が増えており、地域の活力低下を感じています。事業承継のマッチング体制を強化し、若者や移住希望者が既存店を引き継ぎやすい仕組みづくりを進めてほしい。」

### 13) 将来を見据えて取り組んでいること、取り組みたいこと

将来を見据えて取り組んでいること、取り組みたいことについて、49件の回答が得られた。主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
地域貢献・地域活性化	9件
後継者不在・高齢化による事業継続の困難	8件
顧客サービスの向上・新サービス開発	7件
安心・安全な商品提供と品質維持	5件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

#### i) 地域貢献・地域活性化

青梅市や地元地域への貢献、地域の魅力発信、住民交流の場づくりなど、地域に根差した取り組みを志向する意見が多い。特に青梅の食材活用、地域コミュニティ形成、地域の課題解決に向けた意見があった。

##### 【意見の例】

- 「青梅の食材を使い、1次産業から、みなが利益が残る仕組み作り、(生産物のロスを商品にする等)青梅にある魅力あるお店を発信して共に頑張っていきたい。」
- 「青梅(梅郷を元気にしたい)日本一の梅の街にもとしたい。老若男女問わず集まれる地域のコミュニケーションがとれるお店にしたい。」
- 「成木近辺の住民を増やし、往来を増やし、自然と共に過ごし、子育てできるような「まち」を作りたい。」
- 「当店の3つの空スペースを活用して子供支援、ボディケア、イベント(歌、踊り、講演会、祭り)などを通して、明るく元気になるお手伝いをイメージしています。」

#### ii) 後継者不在・高齢化による事業継続の困難

後継者不在や経営者の高齢化により、将来的な事業継続が困難であるとする意見があった。

##### 【意見の例】

- 「後継者不在の為なし」
- 「当方としては後継者が今の所いないために将来の事は考えられない。」
- 「年なので、いつ店をやめるかわからないので将来の取組などありません」
- 「私の体力がもつであろう65~70才までは事業をつづけるつもりですが、その後は、廃業を考えています。」
- 「高齢化のため、存続は困難であるが、飲食業から、体験型店舗を考えている。」

### iii)顧客サービスの向上・新サービス開発

既存サービスの拡充や新規サービスの開発、IT化による業務効率化と接客強化など、顧客満足度向上を目指す取組が見られる。

#### 【意見の例】

- 「配送のサービスを行っていますが、買い物サービスなども出来たらいいなと思っております。」
- 「接客（対応）はアナログで、バックヤードはIT化。表に出ない部分（商品管理、顧客管理、財務など）はIT化を進め、接客に力を入れている。」
- 「葬儀までセットになった身元保障サービス。事前に葬儀費用を預けておける葬儀信託サービス。後見人業務をしている工業の方々との連携」
- 「通信販売メニューの開発」

### iv)安心・安全な商品提供と品質維持

飲食業を中心に、安心・安全な商品提供や品質維持を重視する意見があった。

#### 【意見の例】

- 「飲食業としてお客さまの信頼を確保するためにも提供する料理などの商品が安心・安全であることを第一義に考えています。今後も生産者のみなさんとともにより真摯に取り組んでいきます。」
- 「品質を落とさず、ご満足の笑みを浮かべてお帰りになられるお客様に感謝しながら、永く続けられたらと希望しています。」
- 「健康で長生き、心の(精神)安定に最も身近な食生活、食べる事、野菜をとる事が大切だと思います。旬の野菜・果物等できる限り、安価で提供を心がけています。」

## 14) 産業振興について行政に期待すること

産業振興について行政に期待することについて、55件の回答が得られた。主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
駅前・商店街の活性化	15件
観光振興・観光客誘致	10件
補助金・支援制度の充実	8件
交通・公共交通の整備	5件
空き店舗・空き家対策	4件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

### i) 駅前・商店街の活性化

青梅駅前の衰退や商店街の寂れた状況への懸念が多く、スーパーなどの生活利便施設の不足、景観の統一、駐車場不足などの意見があった。

#### 【意見の例】

- 「青梅駅前の寂れた通りもどうかしてください。よろしく願いいたします。」
- 「青梅駅前に全くお店がありません。もう少し、スーパーなどがあればいい」
- 「青梅駅前にスーパーを是非お願いします。始発駅であり、通勤客も帰って来て買い物が出来れば、安心して、仕事に、帰宅しての買物が出来れば、地元にも、いくらかお金が流れ、にぎやかになるのでは？」
- 「商店街の景観の統一に関する環境整備支援」
- 「青梅市で駅前で商売を行って100年になります。青梅宿で名を売りどの店も頑張ってきましたが、小さな店の生き残りはむずかしいです。親子2代まで商売では生活できず、子供はサラリーマン、親がそのまま店をあきなう。その親の高齢化で店を閉める商店街になりました。」

### ii) 観光振興・観光客誘致

青梅の自然や歴史的資源を活かした観光振興への期待が多い。御岳山へのアクセス改善、インバウンド誘致、観光施設の整備などの意見があった。

#### 【意見の例】

- 「御岳山を観光の中心として、観光客を呼び込む(特にインバウンドを成田空港から直に呼びたい。御岳山へ登るには、歩くか、ケーブルしかない。やはり、バスが通れる道路を御岳神社周囲まで造るべきである。」
- 「10年前と比べ土日祝日の観光車輛の渋滞の減少が著しいと感じる。圏央道の整備により観光客が他方へ取られている。奥多摩、青梅方面への観光客が激減していると感じる。人を呼べる見所の創設が必要。」

- 「都内でありながら自然豊かな点、今後高齢者が増えていく点を考えると、日帰り観光事業に力を入れてはとおもいます。例)いかなだ川下り、イベント。駅前商店街の、日祝のみ、江戸の町イベント。永山公園上に、江戸の村再現+ロケ地として誘致。」
- 「青梅はその名の通り梅の故郷でずっとあって欲しい。地域の高齢化が進み梅の光景がどんどんなくなってしまうのはとても見てられない。梅を守りたくても守り切れない現実を今本当にくやしいと実感しています。」

### iii)補助金・支援制度の充実

既存事業者への支援不足、補助金額の少なさ、制度の使いにくさなどの意見があった。

#### 【意見の例】

- 「空き店舗活用事業補助金制度の改正。職住一体の構造のため貸出できない空き店舗を活用するために、貸出できる店舗に改築するためには額が少なすぎる。例えば飲食店を開業しようとして、店に水回りやトイレを新設しようとしても最大100万円の補助金だけでは不可能。」
- 「創業者応援事業補助金の増額。物価高で現行の20万円では資金的に助かったと言える金額ではない。」
- 「現在、既存する企業に対する支援が薄すぎる!!まだまだコロナからの脱却が難しく、税金だけは赤字企業でもしぼりとられる。行政は税金だからと湯水の如く無駄に使まくる!箱物を大金かけて作るより、既存する企業へ手厚い補助を出して欲しい。」
- 「青梅市は新しく起業する人や、比較的新しい事業者へは支援が多いが、古い事業者へはなかなか支援が少ないイメージ(自分が知らないだけかもしれないが)「新しいモノ好き」な印象がある。」

### iv)交通・公共交通の整備

高齢化に伴う移動手段の確保、コミュニティバスの運行、自動運転バスの導入などの意見があった。

#### 【意見の例】

- 「公共交通の充実。高齢化が進むのであれば、自動運転バス等移動できる手段を増やす必要がある。特に、高齢者が家に閉じこもると、活発になれず病気になり、悪循環になる。医療費を抑える為にも予防に力を入れ、健康寿命をのばす。」
- 「小型バスの運行があればタクシーより使いやすく、高齢者の自家用車離れ、免許返納につながり、運転ミスによる自動車事故も少なくなるのでは、と思います」
- 「青梅の街全体を見た施策を期待します。日常的に車が無ければの不便さを感じているので何ルートかのコミュニティーバスの運行で高齢者でも外に出て買い物等しやすい環境。」

## v) 空き店舗・空き家対策

空き店舗や空き家の増加への懸念と、それらを活用した移住促進や若者世代の誘致などの意見があった。

### 【意見の例】

- 「空き屋、空き店舗対策。店負担のないポイント還元事業。」
- 「空き家、空き店舗の調査。古い家をリノベして、外から人口をふやす。特に若い世帯をターゲットにして。青梅駅から先は「住みやすい」が「住みたくはない」をもっと考え人口増加し若い世帯を全国から落とし込む。」
- 「廃校のリノベーション(賃貸など)、未使用の野球場→競馬場など」

## (3) 製造業事業者アンケート

### 1) 回答者属性

#### ①所在地

地域	地区	単回答	
		回答数	割合
東部地域	青梅地区	10	7.9%
	長淵地区	17	13.5%
	大門地区	10	7.9%
	東青梅地区	8	6.3%
	新町地区	22	17.5%
	河辺地区	4	3.2%
	今井地区	30	23.8%
西部地域	梅郷地区	10	7.9%
	沢井地区	1	0.8%
北部地域	小曾木地区	6	4.8%
	成木地区	7	5.6%
無回答		1	0.8%
計		126	100.0%

#### ②業種

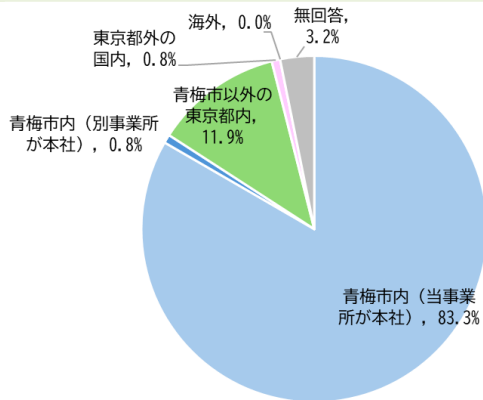
業種	単回答	
	回答数	割合
食料品製造業	9	7.1%
飲料・たばこ・飼料製造業	1	0.8%
繊維工業	3	2.4%
木材・木製品製造業(家具を除く)	6	4.8%
家具・装備品製造業	2	1.6%
パルプ・紙・紙加工品製造業	1	0.8%
印刷・同関連業	5	4.0%
化学工業	2	1.6%
石油製品・石炭製品製造業	3	2.4%
プラスチック製品製造業	11	8.7%
ゴム製品製造業	0	0.0%
なめし革・同製品・毛皮製造業	0	0.0%
窯業・土石製品製造業	8	6.3%

(右表に続く)

業種	単回答	
	回答数	割合
鉄鋼業	5	4.0%
非鉄金属製造業	1	0.8%
金属製品製造業	35	27.8%
はん用機械器具製造業	1	0.8%
生産用機械器具製造業	4	3.2%
業務用機械器具製造業	3	2.4%
電子部品・デバイス・電子回路製造業	4	3.2%
電気機械器具製造業	7	5.6%
情報通信機械器具製造業	1	0.8%
輸送用機械器具製造業	1	0.8%
その他	10	7.9%
無回答	3	2.4%
計	126	100.0%

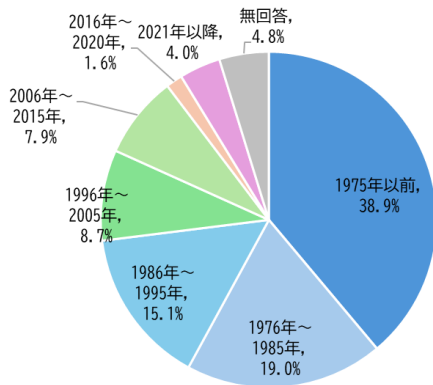
## 2) 事業所の状況

### ① 本社の所在地



単回答：n=126

### ② 青梅市内での事業開始時期

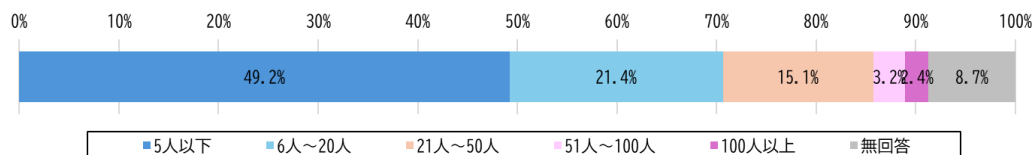


単回答：n=126

### ③ 雇用者数

#### i) 正規雇用者

人数	回答数	割合	市内居住者		外国人人材	
			回答数	割合	回答数	割合
5人以下	62	49.2%	11	10.2%	98	89.9%
6人～20人	27	21.4%	1	0.9%	5	4.6%
21人～50人	19	15.1%	37	34.3%	6	5.5%
51人～100人	4	3.2%	26	24.1%	0	0.0%
100人以上	3	2.4%	6	5.6%	0	0.0%
無回答	11	8.7%	27	25.0%	0	0.0%
計	126	100.0%	108	100.0%	109	100.0%

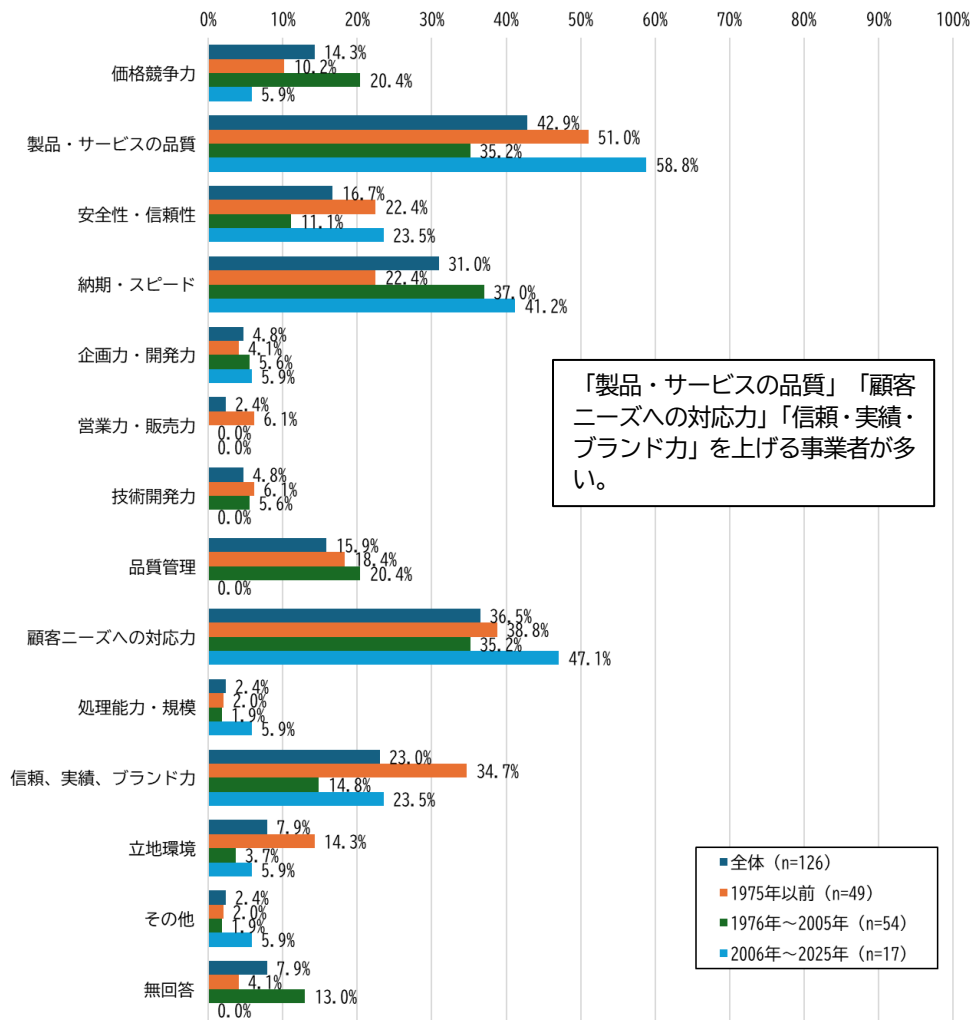


## ii)非正規雇用者

人数	回答数	割合
0人	42	33.3%
1~5人	45	35.7%
6人~20人	18	14.3%
21人~50人	8	6.3%
51人~100人	2	1.6%
100人以上	0	0.0%
無回答	11	8.7%
計	126	100.0%

総数に占める割合	市内居住者		外国人人材	
	回答数	割合	回答数	割合
0%	11	15.1%	65	89.0%
0%超~10%未満	0	0.0%	1	1.4%
10~50%未満	8	11.0%	4	5.5%
50%~80%未満	18	24.7%	1	1.4%
80%~100%未満	12	16.4%	0	0.0%
100%	24	32.9%	2	2.7%
計	73	100.0%	73	100.0%

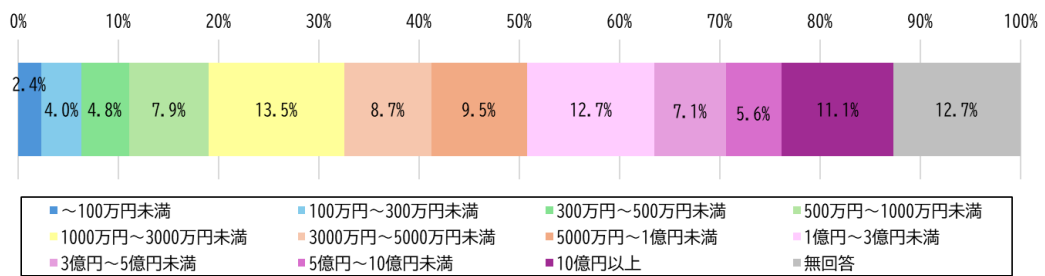
## ④事業所の強み



複数回答（3つまで）

### 3) 経営状況

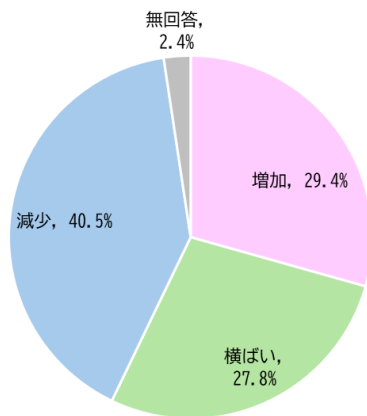
#### ①売上規模



単回答 (n=126)

#### ②概ね3年前(2022年頃)と比べての売上、営業利益の変化

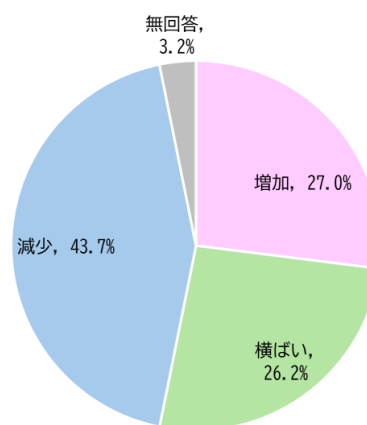
##### i)売上高の変化



「増加」が約3割、「減少」が約4割。

単回答：n=126

##### ii)営業利益



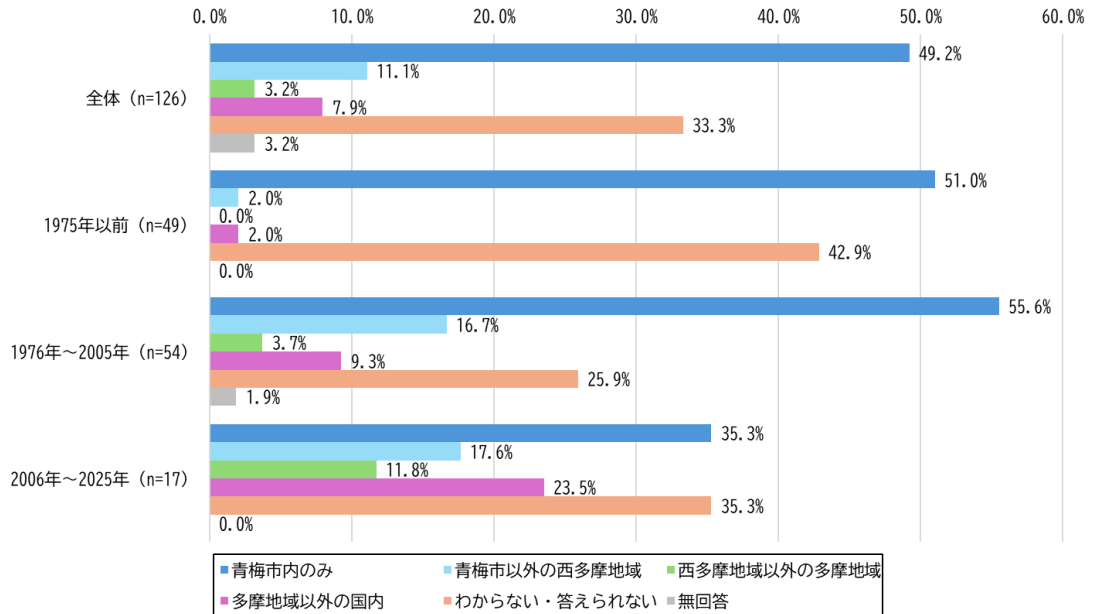
「増加」が約3割、「減少」が約4割。

単回答：n=126

## 4) 青梅市の事業環境

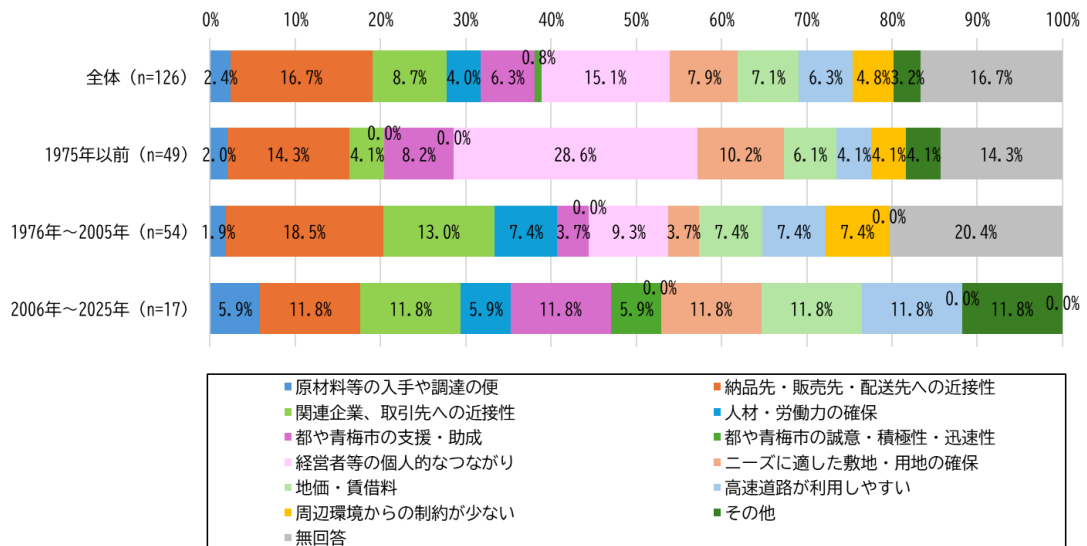
### ①現在の場所に立地する際、青梅市以外に比較・検討した地域

最近操業開始した事業者のほうが、青梅市外を比較・検討した割合が高い。



複数回答

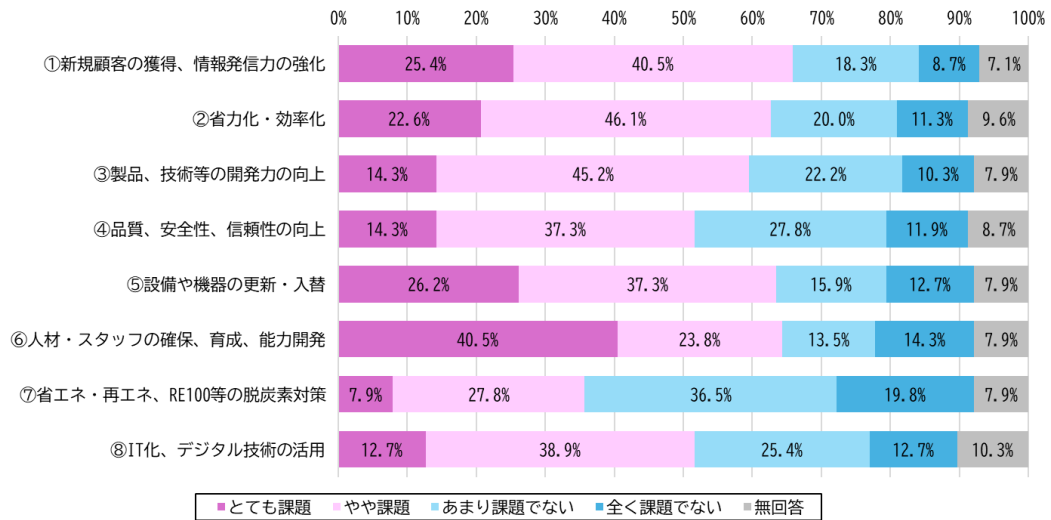
### ②青梅市で事業を行うメリット



単回答 (n=126)

## 5) 事業を進める上での課題や見通し

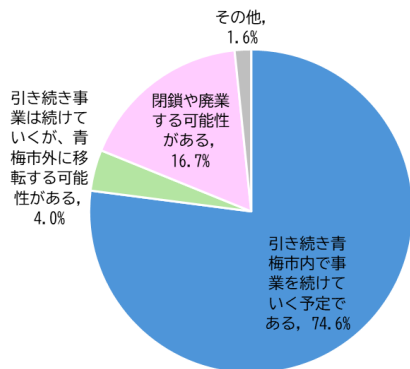
### ①現在、事業を進めるうえでの課題



各単回答：n=126

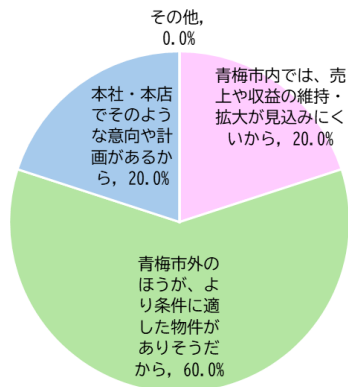
### ②今後5年程度を見据えた場合、事業の継続等についての予定や見通し

#### i)事業継続の予定や見通し



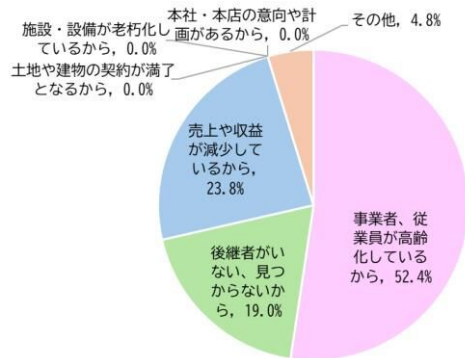
単回答：n=126

#### ii)(移転の可能性がある場合)その理由



単回答：n=5

### iii) (閉鎖や廃業の可能性がある場合)その理由

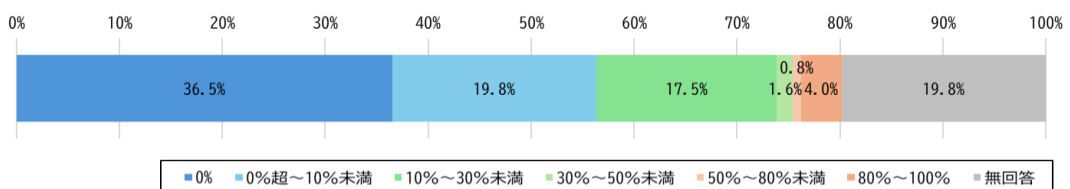


単回答：n=21

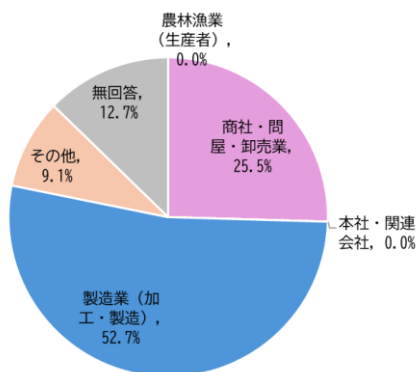
## 6) 社会情勢への対応や地域活性化に関する現状や意向

### ①直近期における市内の生産者・事業者からの仕入額割合

#### i)直近期の商材・資材等の仕入額(発注額)のうち、青梅市内の生産者・事業者への発注額の割合

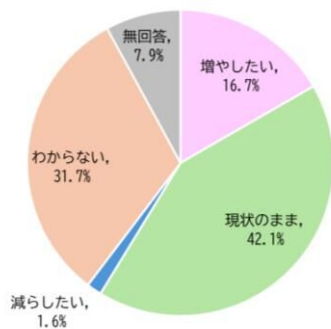


#### ii)市内からの仕入れが多い業種(主な市内仕入先の業種)



単回答：n=55

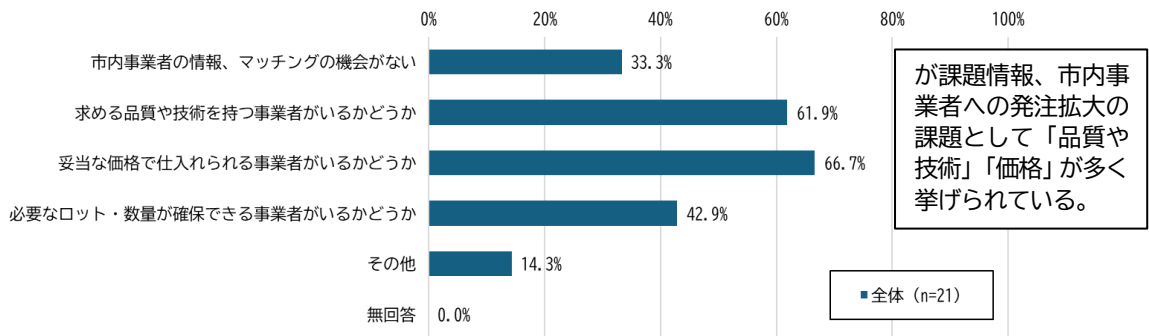
### iii)今後の、青梅市内の生産者・事業者等への発注(仕入)の意向



市内からの仕入について約2割が増やしたいとの意向を持っている。

単回答：n=126

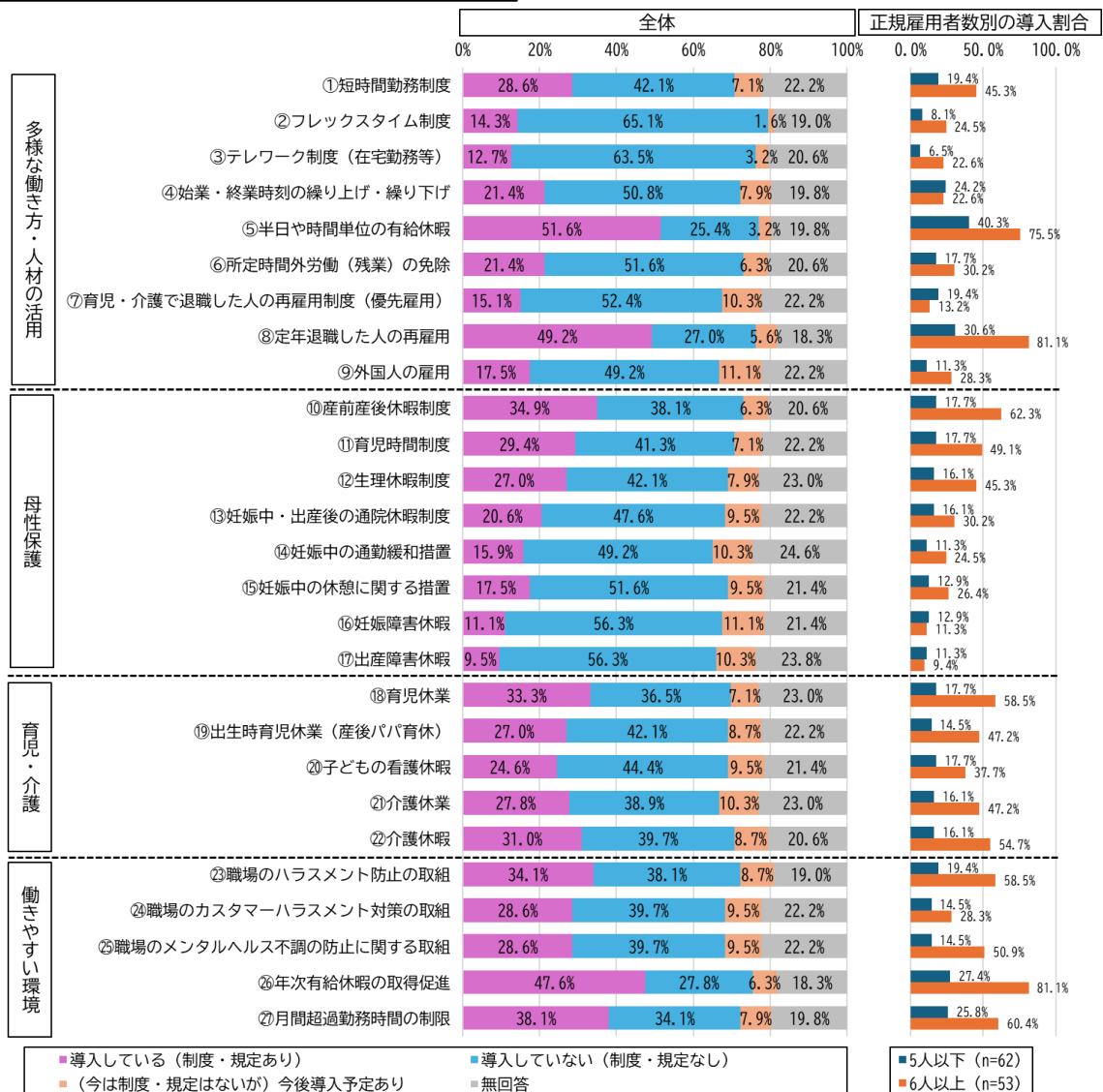
#### iv)(市内事業者への発注を「増やしたい」と回答の場合)発注増加の課題



複数回答

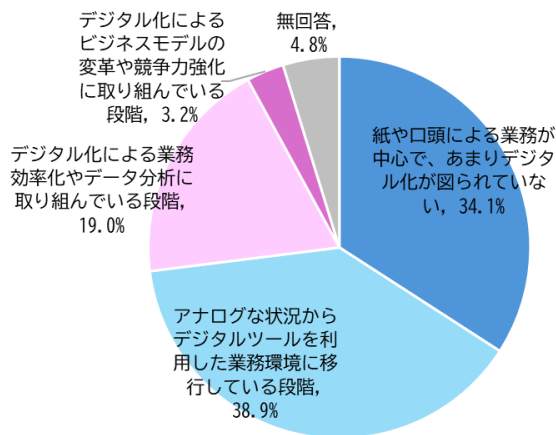
#### 7) 働きやすい環境づくりの取組状況 (制度等の導入状況)

5人以下の事業所は、各制度とも導入割合が低い。



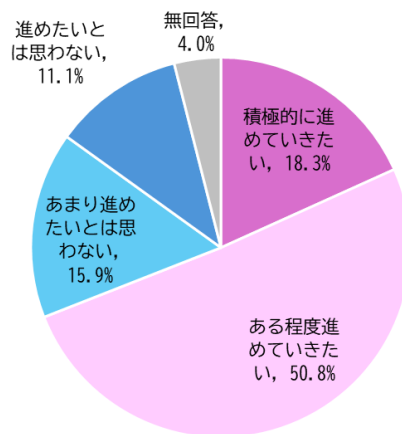
## 8) デジタル化の状況と意向

### ① デジタル化の取組状況



単回答：n=126

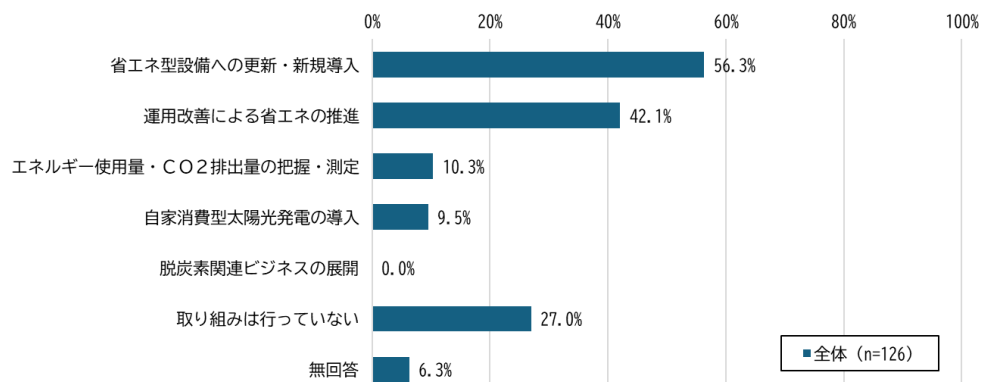
### ② 今後のデジタル化の取組意向



単回答：n=126

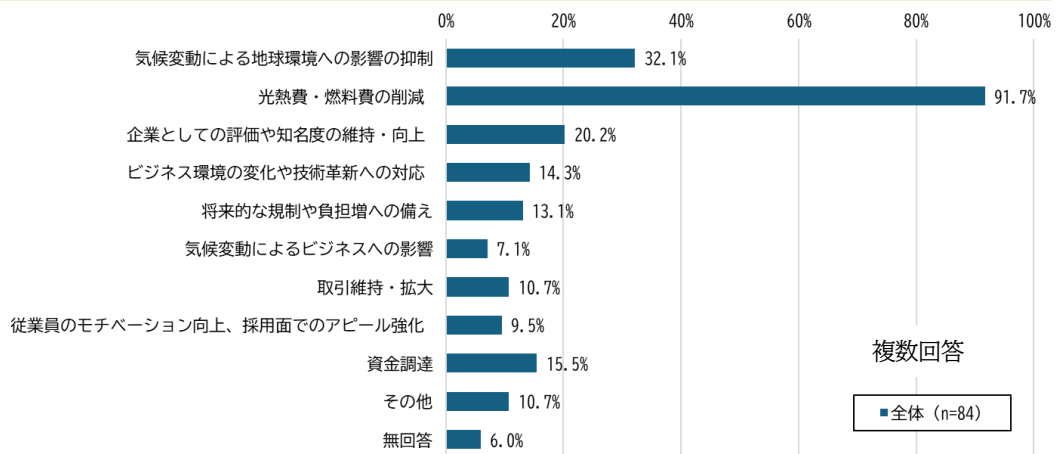
## 9) ゼロカーボンシティ実現に向けた取組状況と取組意向

### ① 省エネ、脱炭素対策等の取組状況



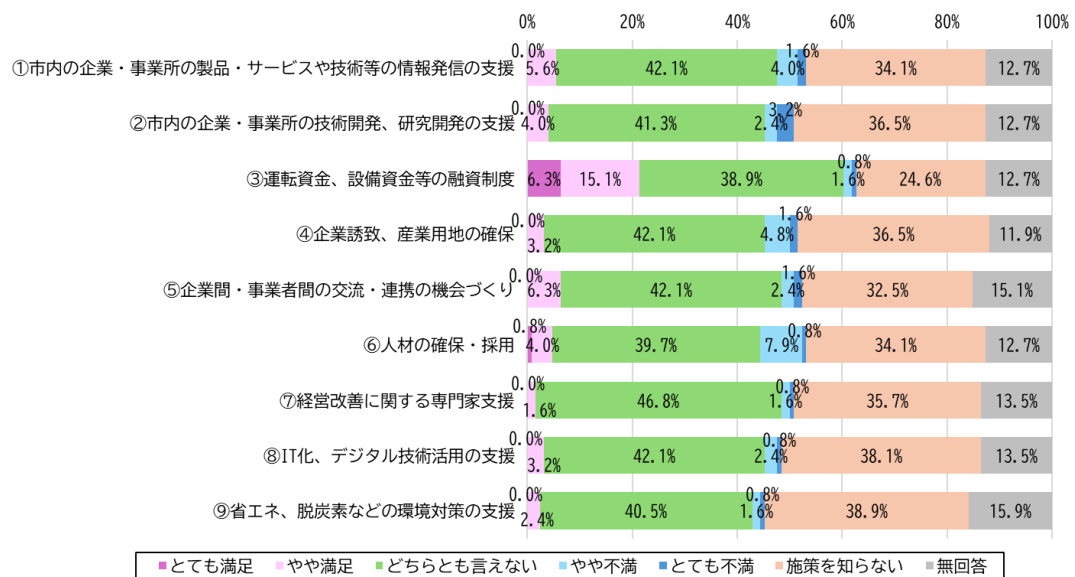
■全体 (n=126)  
複数回答

## ②省エネ、脱炭素対策等の取組意向



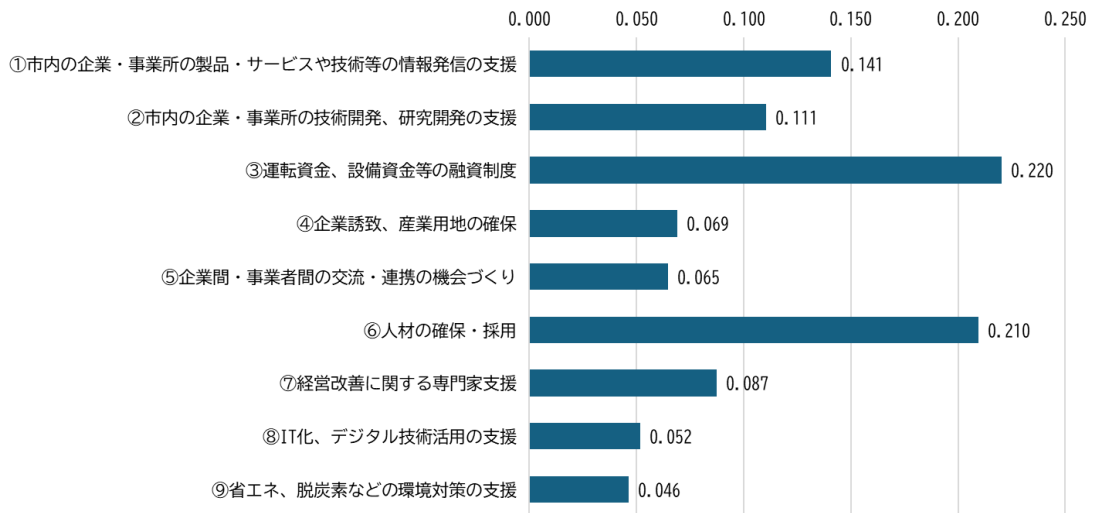
## 10) 青梅市が取組んでいる産業振興や工業振興施策の満足度や重要度

### ①産業振興や工業振興施策の満足度



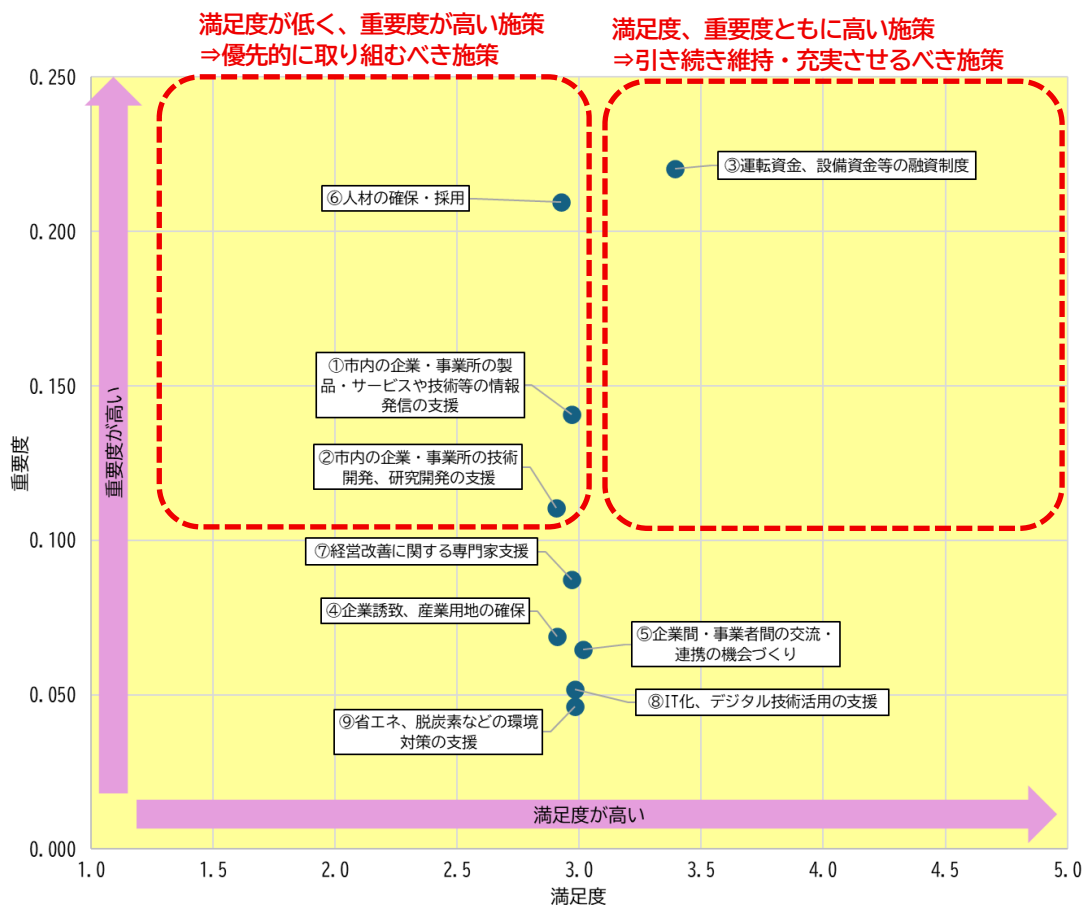
各単回答：n=126

## ②産業振興や工業振興施策の重要度(重みづけ指数)



※上記スコアは、AHP（階層分析法：Analytic Hierarchy Process）により算出したもの。AHPは、各施策を2つずつペアにして、回答者が「どちらがどの程度重要か」を評価（一対比較）したデータから、各要素の重要度を計算し、ウェイトを合成して最終的な重みづけ指数を算出している。

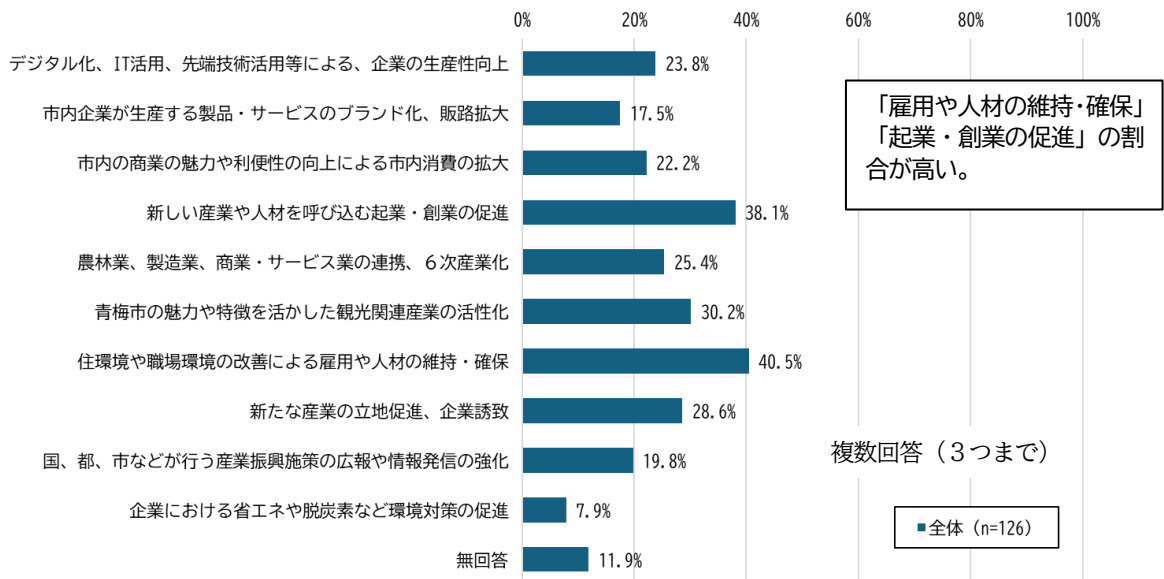
## ③産業振興や工業振興施策の満足度・重要度のポートフォリオ図



満足度は、とても満足=5点、やや満足=4点、どちらでもない=3点、やや不満=2点、とても不満=1点とした場合の、重みづけ平均スコア。重要度は、上記の重みづけスコア

## 11) 今後10年を見据えた、本市の産業振興の方向性、目指すべき姿

### ①重要だと考えること



### ②その他重要となる産業振興の方向性、アイデア、提案等(自由回答)

その他重要となる産業振興の方向性、アイデア、提案等について、9件の回答が得られた。

#### 【意見の例】

- 「大手企業(東芝、日立、ドナルドソン)の過去市外転出に対し反省を踏まえた対策をするべきである。二度とこの様な企業が青梅に来るとは考えられない。日本ケミコンは青梅発祥の唯一一部上場の企業でした。残念です。」
- 「高齢単身者用の共同住宅仕様を増やし、入居者には、移動スーパー・移動風呂・移動理容・訪問医者・娯楽等を提供し、ポイント制のボランティア(農業支援等)活動を推める。」
- 「立地条件を活かしたインフラ、住環境の整備が、活気のある町づくりに貢献し、人材の維持・確保や産業の活性化を支えると思います」
- 「企業の本社や官公庁の誘致のため都市基盤を整備。職住接近の魅力ある都市づくり。第2首都を目指す。まず空港をつくることから。」
- 「国や都との連携を深化させて予算の拡大を期待する。スピード感を持って進めてほしい。」

## 1 2) 将来を見据えて取り組んでいること、取り組みたいこと

将来を見据えて取り組んでいること、取り組みたいことについて、19 件の回答が得られた。IT やロボット等の活用や人材の確保育成に関する意見があった。

### 【意見の例】

- ホームページ開設
- 次世代の人員の確保及び製造技術の継承
- 生産自動化（ロボット化）
- 省力化
- 人材育成
- 海外販路の開拓。有機農業の推進。
- 多様化したニーズに対応できるよう、人材の若返り化、社員の意識改革、スキルアップ、労働環境の整備、老朽化した機材の入れ替え、福利厚生の実施、生産性向上、効率化(システム変更等)
- 事務処理の完全デジタル化。最新設備の導入。

## 1 3) 産業振興について行政に期待すること

産業振興について行政に期待することについて、15 件の回答が得られた。

### 【意見の例】

- 土木関連の企業ですので、土木事業の予算の拡大と、地元業者に優先的に仕事が流れるようにしていただきたい。
- 企業の誘致が必要
- 成生 AI だけでなくフィジカル AI (物理 AI) について、工業系において、勉強会をひらいてほしい。
- 4, 5 年前に現所在地の近くに移転できるような敷地がないか探索したことがありましたが、製造業に適した用地が青梅市にはほとんど無かったよう記憶しています。自然豊かな土地柄、観光及び住宅地として繁栄するような施策が一番ではと考えます。

## (4) 卸売業・倉庫業・道路運送業事業者アンケート

### 1) 回答者属性

#### ①所在地

地域	地区	単回答	
		回答数	割合
東部地域	青梅地区	3	6.5%
	長淵地区	6	13.0%
	大門地区	5	10.9%
	東青梅地区	3	6.5%
	新町地区	5	10.9%
	河辺地区	6	13.0%
	今井地区	7	15.2%
西部地域	梅郷地区	4	8.7%
	沢井地区	2	4.3%
北部地域	小曾木地区	2	4.3%
	成木地区	1	2.2%
無回答		2	4.3%
計		46	100.0%

#### ②業種

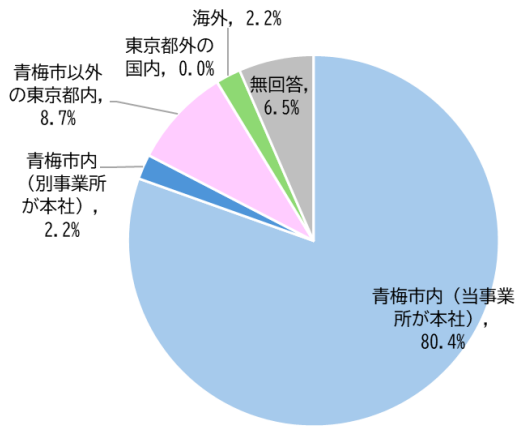
業種	単回答	
	回答数	割合
道路貨物運送業	6	13.0%
倉庫業	3	6.5%
卸売業	32	69.6%
その他	3	6.5%
無回答	2	4.3%
計	46	100.0%

取扱品目	複数回答	
業種	回答数	割合
生鮮食品・農水産品	4	8.7%
加工食品	7	15.2%
飲料	4	8.7%
書籍・印刷物	1	2.2%
繊維・衣服・寝具・履物・鞆等	3	6.5%
建築・建設資材	10	21.7%
化学製品	1	2.2%
医薬品・化粧品	2	4.3%
石油・鉱物	1	2.2%
鉄鋼・金属	4	8.7%
再生資源	3	6.5%
機械・電気電子部品	5	10.9%
機械等製品	10	21.7%
雑貨	1	2.2%
集配・宅配	1	2.2%
引っ越し	0	0.0%
その他	14	30.4%
無回答	3	6.5%
回答者計	46	100.0%

最も取扱金額が多い品目	単回答	
業種	回答数	割合
生鮮食品・農水産品	0	0.0%
加工食品	3	6.5%
飲料	2	4.3%
書籍・印刷物	0	0.0%
繊維・衣服・寝具・履物・鞆等	1	2.2%
建築・建設資材	7	15.2%
化学製品	1	2.2%
医薬品・化粧品	0	0.0%
石油・鉱物	0	0.0%
鉄鋼・金属	2	4.3%
再生資源	3	6.5%
機械・電気電子部品	1	2.2%
機械等製品	6	13.0%
雑貨	0	0.0%
集配・宅配	0	0.0%
引っ越し	0	0.0%
その他	10	21.7%
無回答	10	21.7%
計	46	100.0%

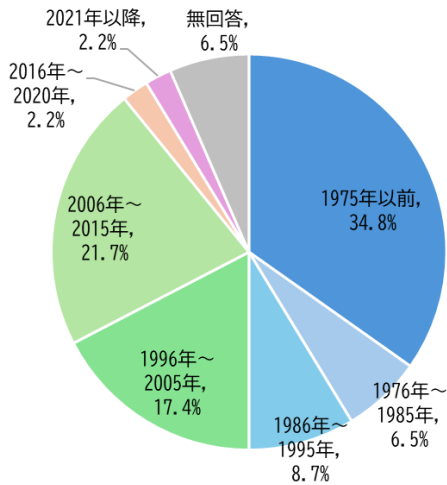
## 2) 事業所の状況

### ① 本社の所在地



単回答：n=46

### ② 青梅市内での事業開始時期

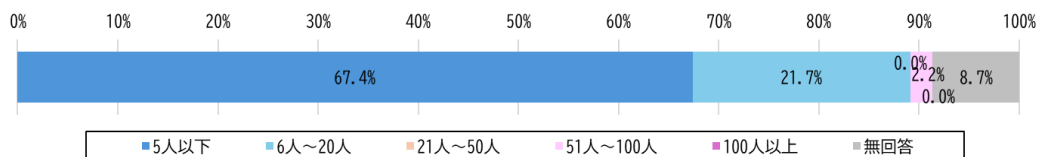


単回答：n=46

### ③ 雇用者数

#### i) 正規雇用者

人数	回答数	割合	市内居住者		外国人人材	
			回答数	割合	回答数	割合
5人以下	31	67.4%	2	5.4%	21	77.8%
6人～20人	10	21.7%	2	5.4%	1	3.7%
21人～50人	0	0.0%	4	10.8%	1	3.7%
51人～100人	1	2.2%	5	13.5%	0	0.0%
100人以上	0	0.0%	3	8.1%	0	0.0%
無回答	4	8.7%	21	56.8%	4	14.8%
計	46	100.0%	37	100.0%	27	100.0%

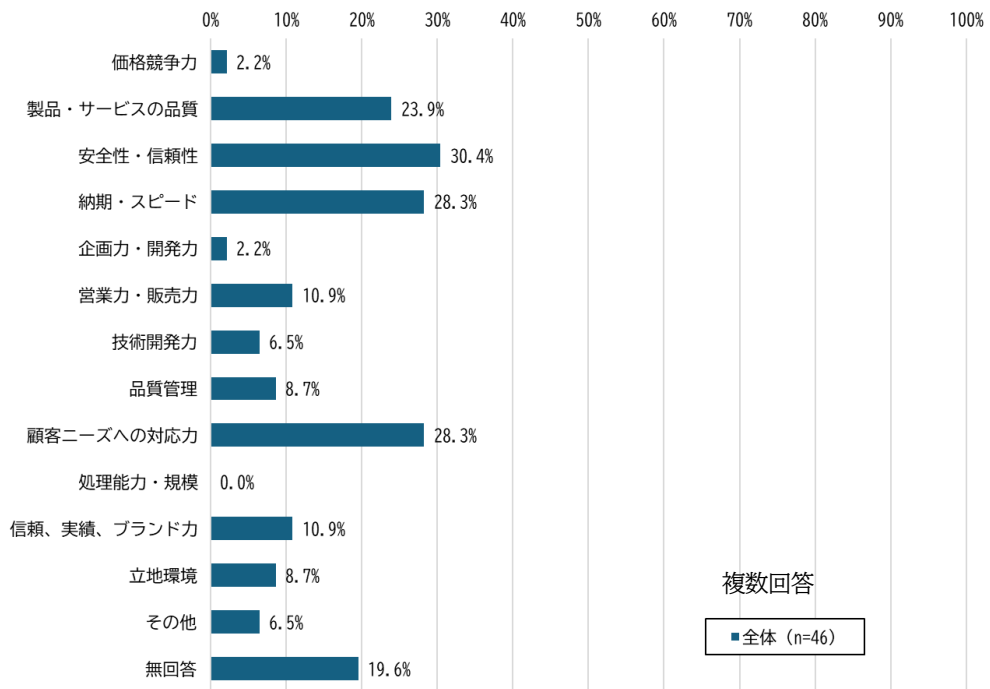


## ii)非正規雇用者

人数	回答数	割合
0人	16	34.8%
1~5人	16	34.8%
6人~20人	4	8.7%
21人~50人	0	0.0%
51人~100人	1	2.2%
100人以上	0	0.0%
無回答	9	19.6%
計	46	100.0%

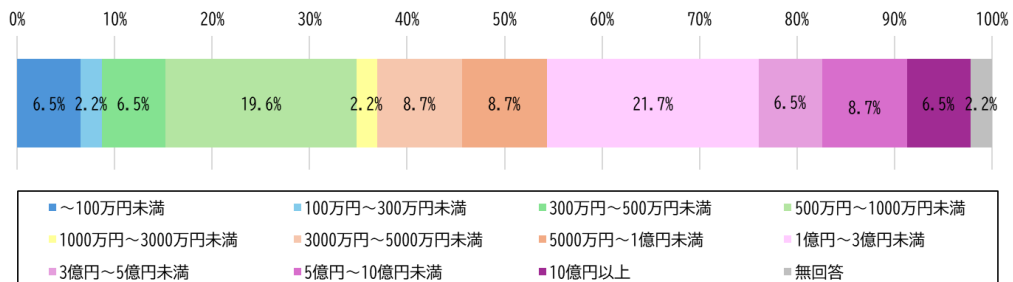
総数に占める割合	市内居住者		外国人人材	
	回答数	割合	回答数	割合
0%	0	0.0%	6	40.0%
0%超~10%未満	0	0.0%	0	0.0%
10~50%未満	3	12.5%	0	0.0%
50%~80%未満	3	12.5%	1	6.7%
80%~100%未満	1	4.2%	0	0.0%
100%	17	70.8%	8	53.3%
計	24	100.0%	15	100.0%

## ④事業所の強み



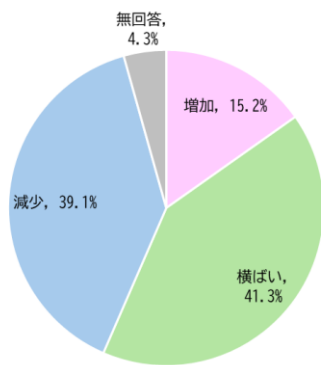
## 3) 経営状況

### ①売上規模



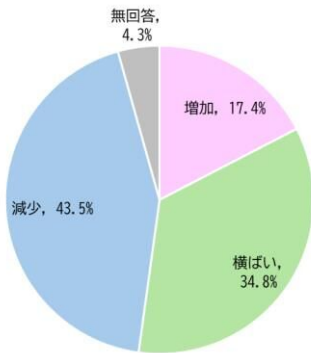
## ②概ね3年前(2022年頃)と比べての売上、営業利益の変化

### i)売上高の変化



単回答：n=46

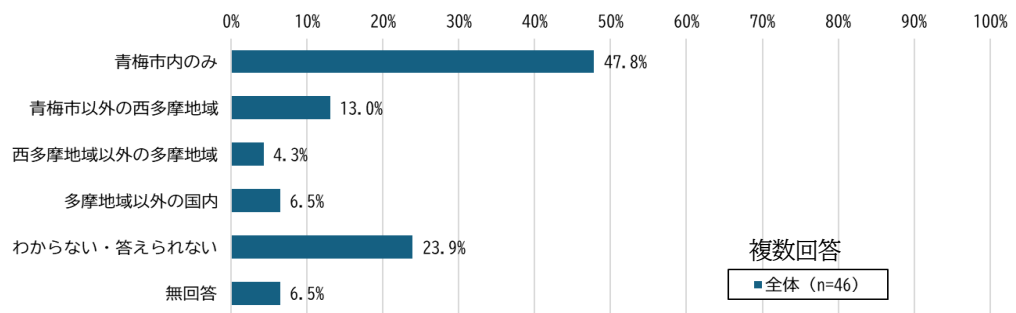
### ii)営業利益



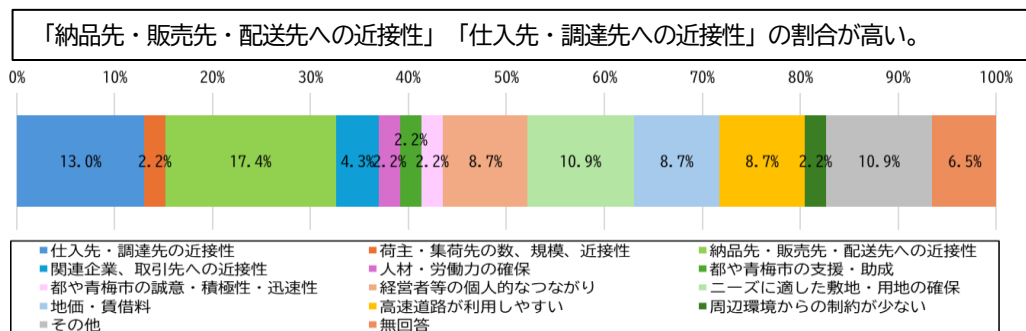
単回答：n=46

## 4) 青梅市の事業環境

### ①現在の場所に立地する際、青梅市以外に比較・検討した地域



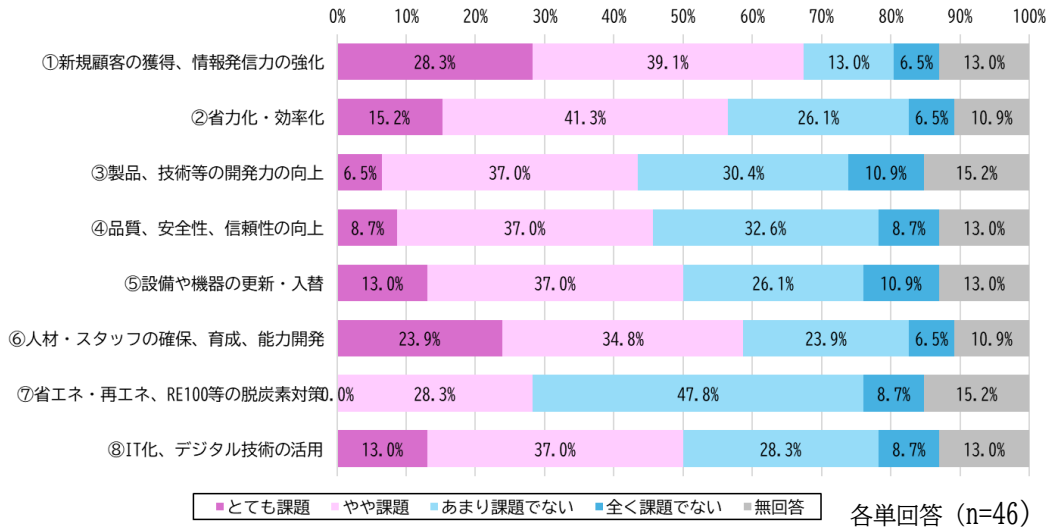
### ②青梅市で事業を行うメリット



複数回答 (n=46)

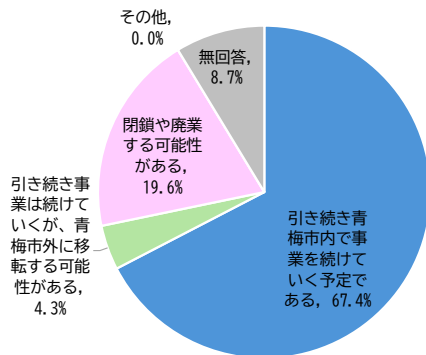
## 5) 事業を進める上での課題や見通し

### ①現在、事業を進めるうえでの課題



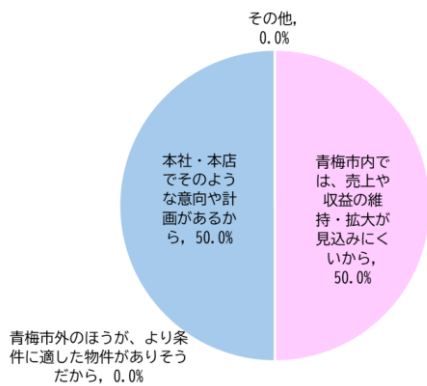
### ②今後5年程度を見据えた場合、事業の継続等についての予定や見通し

#### i)事業継続の予定や見通し



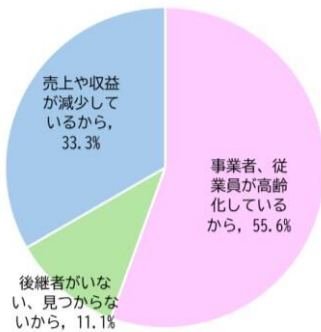
単回答：n=46

#### ii)(移転の可能性がある場合)その理由



単回答：n=2

### iii) (閉鎖や廃業の可能性がある場合)その理由

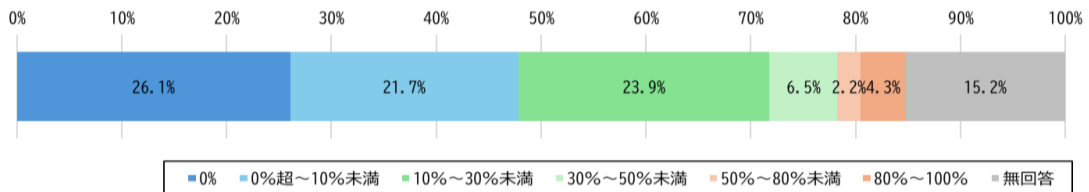


単回答：n=9

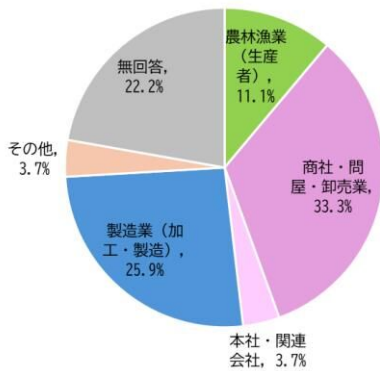
## 6) 社会情勢への対応や地域活性化に関する現状や意向

### ①直近期における市内の生産者・事業者からの仕入額割合

#### i)直近期の商材・資材等の仕入額(発注額)のうち、青梅市内の生産者・事業者への発注額の割合

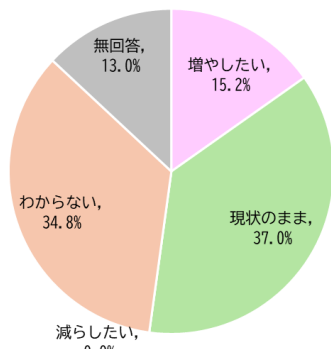


#### ii)市内からの仕入れが多い業種(主な市内仕入先の業種)



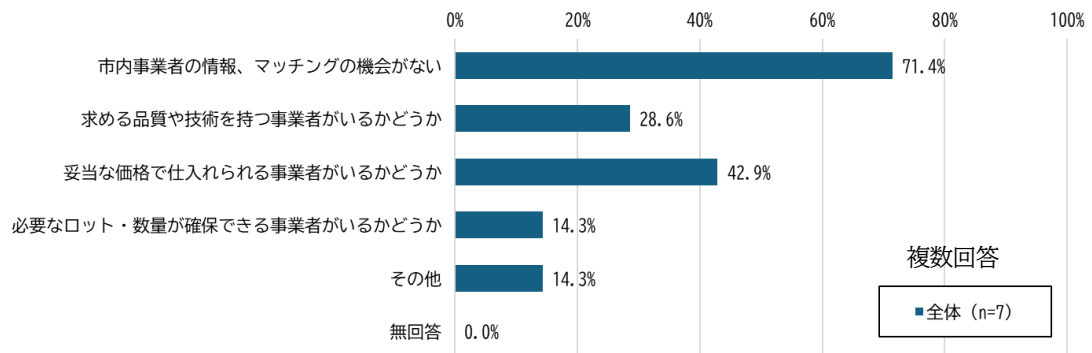
単回答：n=27

#### iii)今後の、青梅市内の生産者・事業者等への発注(仕入)の意向

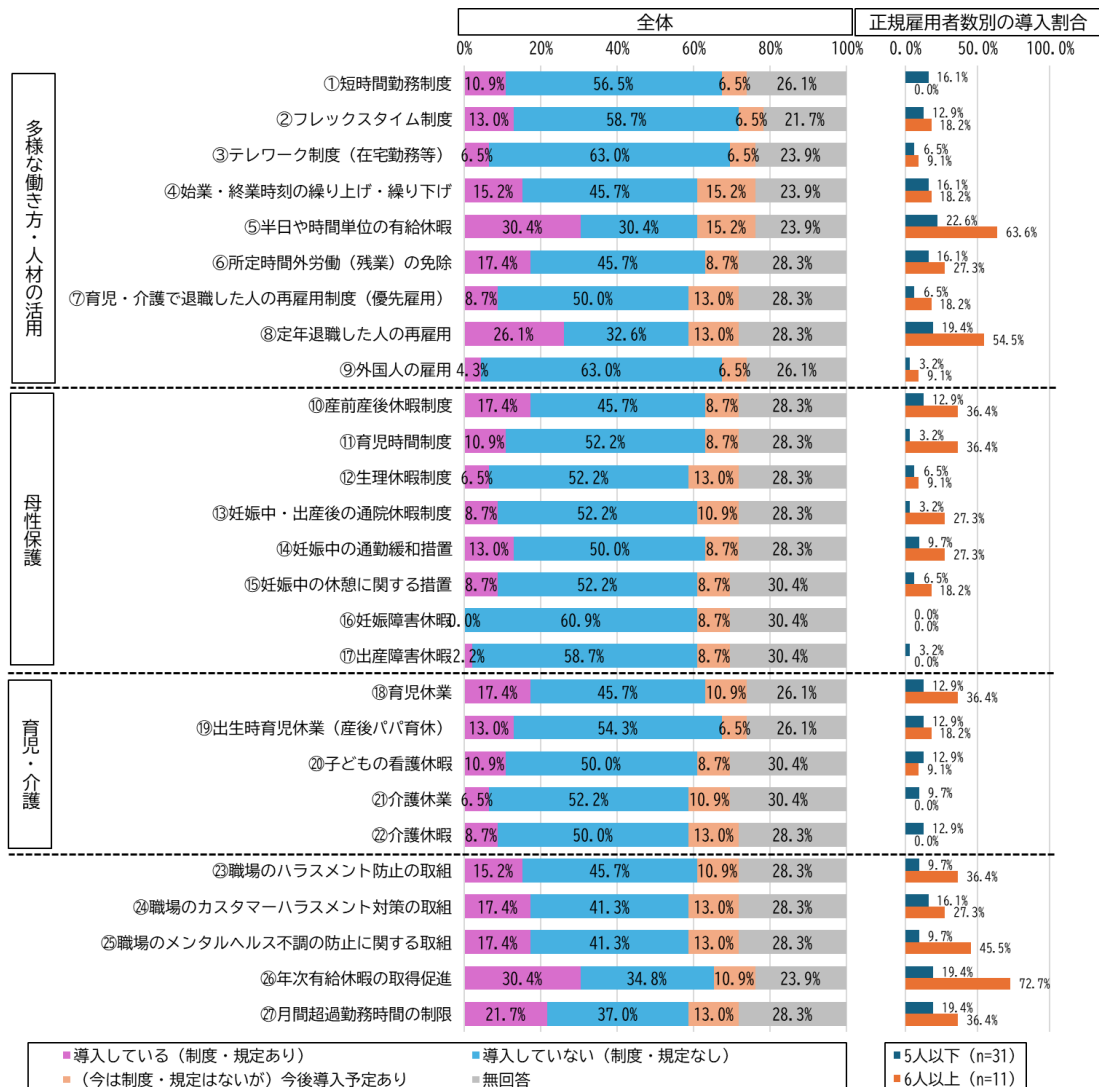


単回答：n=46

#### iv) (市内事業者への発注を「増やしたい」と回答の場合)発注増加の課題



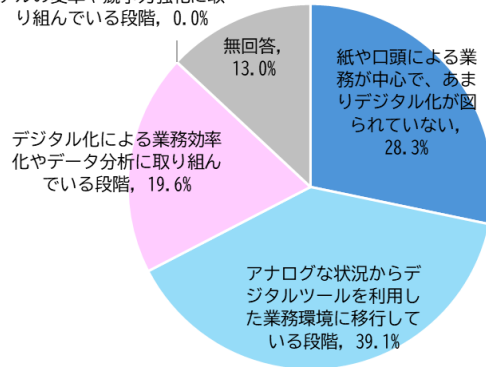
#### 7) 働きやすい環境づくりの取組状況 (制度等の導入状況)



## 8) デジタル化の状況と意向

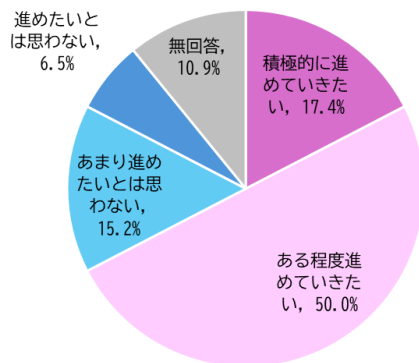
### ① デジタル化の取組状況

デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる段階, 0.0%



単回答：n=46

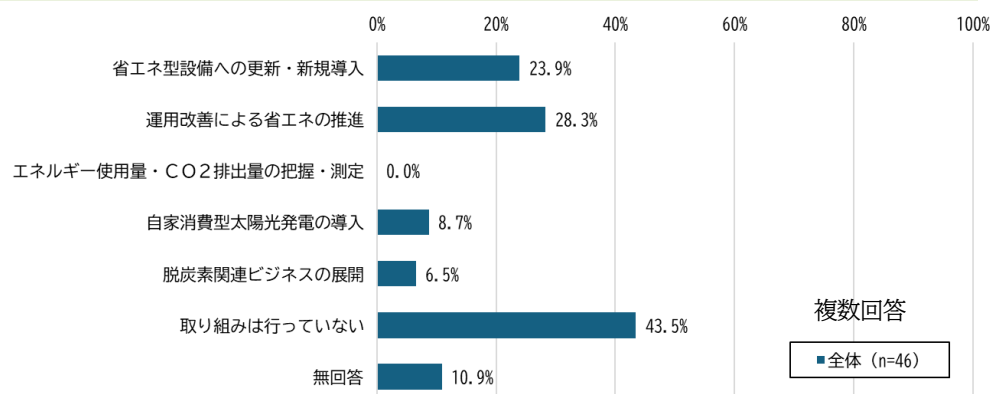
### ② 今後のデジタル化の取組意向



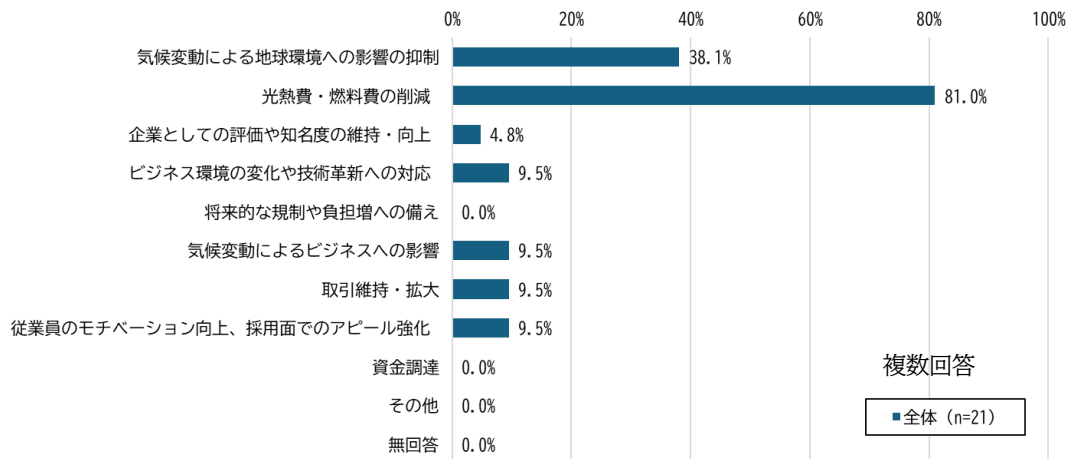
単回答：n=46

## 9) ゼロカーボンシティ実現に向けた取組状況と取組意向

### ① 省エネ、脱炭素対策等の取組状況

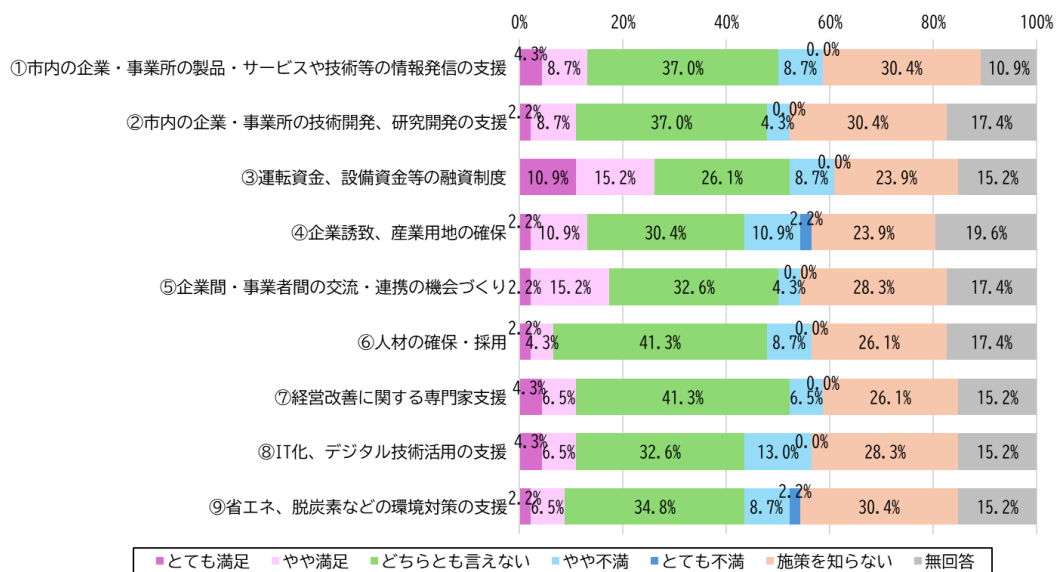


## ②省エネ、脱炭素対策等に取り組む理由

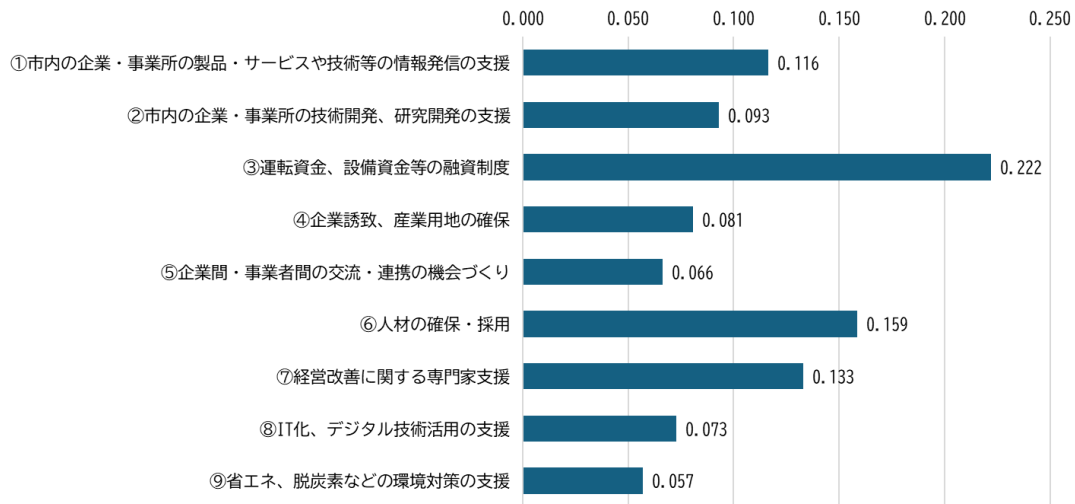


## 10) 青梅市が取組んでいる産業振興施策の満足度や重要度

### ①産業振興施策の満足度

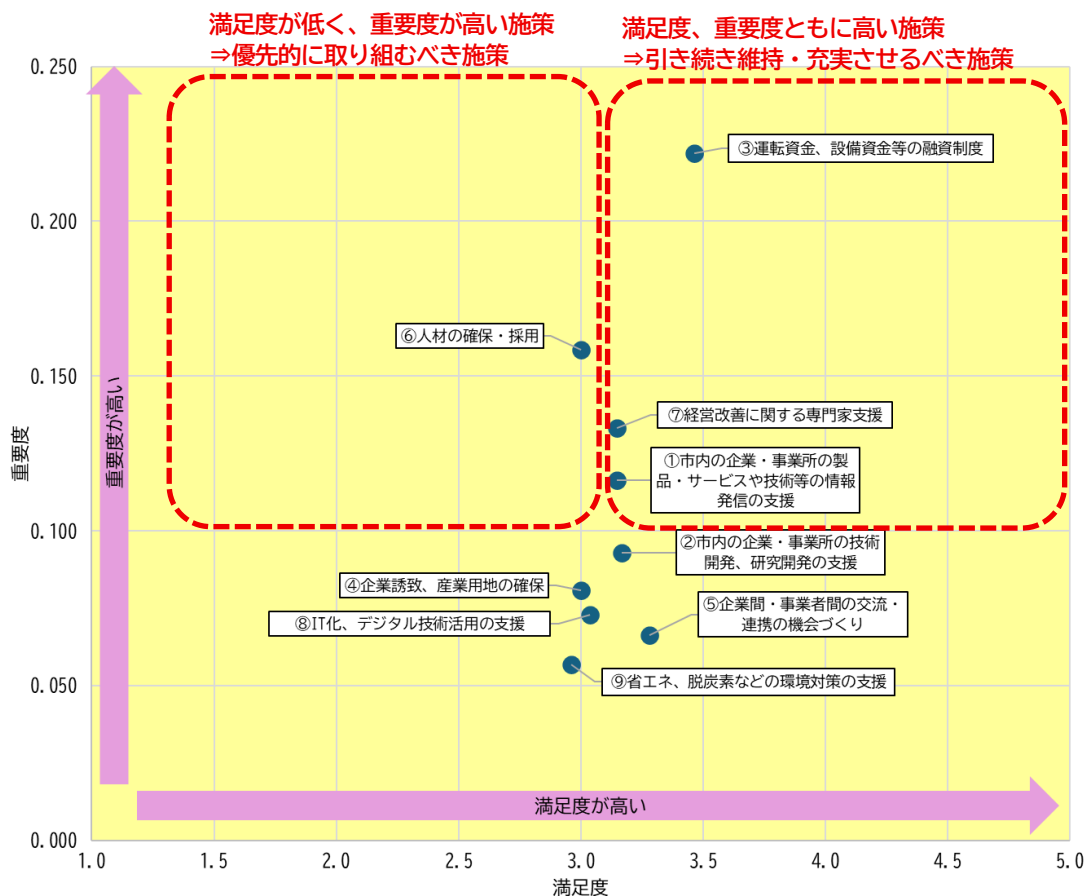


## ②産業振興施策の重要度(重みづけ指数)



※上記スコアは、AHP（階層分析法：Analytic Hierarchy Process）により算出したもの。AHPは、各施策を2つずつペアにして、回答者が「どちらがどの程度重要か」を評価（一対比較）したデータから、各要素の重要度を計算し、ウェイトを合成して最終的な重みづけ指数を算出している。

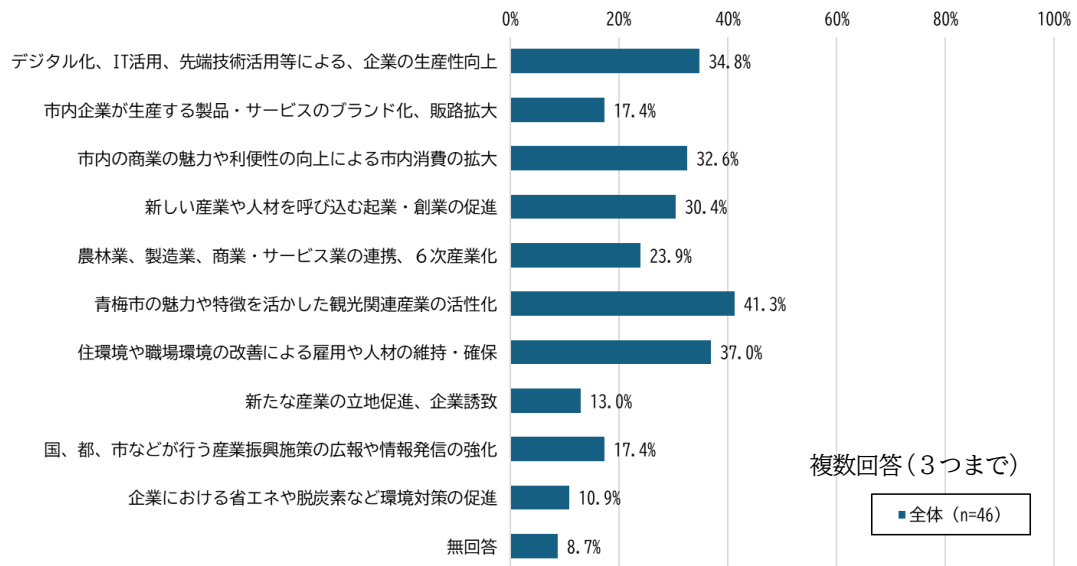
## ③産業振興の満足度・重要度のポートフォリオ図



満足度は、とても満足=5点、やや満足=4点、どちらでもない=3点、やや不満=2点、とても不満=1点とした場合の、重みづけ平均スコア。重要度は、上記の重みづけスコア

## 11) 今後10年を見据えた、本市の産業振興の方向性、目指すべき姿

### ①重要だと考えること



### ②その他重要となる産業振興の方向性、アイデア、提案等(自由回答)

その他重要となる産業振興の方向性、アイデア、提案等について、6件の回答が得られた。

#### 【意見の例】

- 工業団地や準工業地などの不動産情報や、貸倉庫、貸工場などの情報にまったく触れられないし、わからない。非常に不満を感じる
- 電力の地産地消に取り組みつつその電力でケミカルリサイクル。エネルギー産業はまだまだ過渡期なので。
- 青梅市内、JR 青梅線沿線にビジネスホテル→出張者滞在、登山客滞在増える
- 日々現場で営業する中で、まずは駐車場整備や空家活用など、受入環境の整備を優先すべきだと思う
- 市内の企業が地域のイベント等会社を知ってもらう機会がもっとあれば青梅市の企業イメージも変わってくるのでは(三ツ原工業会まつりは地域内企業と自治会等入ってお祭りをしています)

## 1 2) 将来を見据えて取り組んでいること、取り組みたいこと

将来を見据えて取り組んでいること、取り組みたいことについて、3件の回答が得られた。

### 【意見の例】

- 廃プラスチックを何とかしたい
- 外国人の採用（運転手として）

## 1 3) 産業振興について行政に期待すること

産業振興について行政に期待することについて、7件の回答が得られた。

### 【意見の例】

- 農業、工業、商業、住環境のバランスのよいまちづくり
- 資金繰りのため低利の融資・保証制度の拡充
- 地域には、大工・工務店がまだまだ多く生活しています。大手ハウスメーカーやリフォーム業者ではなく、地域の大工を中心としたリフォーム(新築)関連グループできれば大手ホームセンター・ガス供給業社・家電販売会社等の外資に元請機能を奪われず、地域大工・工務店がもっているノウハウを生かして、地域の売上にできる事だと思います。当然私共流通業にも売上が上がります。行政には、地域の業者へ仕事がまわるようシステムをぜひ考えてほしいと思います。
- 青梅市はエリアが広い。各支会でイベントがあり、伝統行事もありますが自治会に加入されていない方も多いです。人口13万人切って市施設や学校の統廃合の話も出ています。働く場所と人口が比例して産業振興につながる。それには市商工会議所各団体が青梅市の良さ魅力でできる。職員も含めて動く。地域のイベントやボランティアに参加し理解し市民が住んで働いて良かったと思う街になると思う。良い意味でムダなことをすることで子供たちにも青梅市の楽しさを知って大人になっても戻れる場所を作れば違った青梅の魅力が発信できる。立地も悪くなく道路や鉄道バス等つなげてインフラ整備で産業や人口増につなげられる。隣の入間市は市長40代、各地区団体が一緒になっているから企業も来ている。消防団員減対策で小学校運動会等で水出しなどのお披露目し地域参加をしている。みんなで本気で取り組めば産業振興を前に進められる。デメリットもカバーできると思います

### 3. 商店街（商店会）アンケートの集計結果

#### 1) 組織の概要

##### ①組織形態

選択肢	回答数	単回答
		割合
事業協同組合	1	7.1%
商店街振興組合	2	14.3%
その他の商店街	9	64.3%
無回答	2	14.3%
計	14	100.0%

##### ②会員数

商店街名	設立年月	正会員	準会員	商店街 区内の 未加入 店
A商店街	—	50	0	0
B商店街	平成18年	16	0	0
C商店街	昭和21年	8	1	0
D商店街	昭和	21	0	1
E商店街	昭和30年	20	0	2
F商店街	平成元年3月	29	7	0
G商店街	昭和30年	56	0	0
H商店街	昭和50年	23	0	10
I商店街	平成23年4月	50	0	0
J商店街	平成12年4月	30	4	0
K商店街	平成14年10月	18	0	0
L商店街	平成20年7月	35	0	10
M商店街	昭和30年代頃	12	0	0
N商店街	—	11	0	0

##### ③個店の加入率

選択肢	回答数	単回答
		割合
20%未満	0	0.0%
20～40%未満	0	0.0%
40～60%未満	2	14.3%
60～80%未満	10	71.4%
80%以上	0	0.0%
無回答	2	14.3%
計	14	100.0%

##### ④役員の平均年齢

選択肢	回答数	単回答
		割合
30歳代以下	0	0.0%
40歳代	1	7.1%
50歳代	4	28.6%
60歳代	3	21.4%
70歳代以上	6	42.9%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

### ⑤商店主の年齢構成

商店街名	30歳代以下	40歳代・50歳代	60歳代	70歳代以上
A商店街	5	5	30	10
B商店街	0	1	5	10
C商店街	0	2	0	5
D商店街	0	3	4	14
E商店街	0	2	0	7
F商店街	1	19	4	5
G商店街	0	6	4	6
H商店街	0	13	5	4
I商店街	3	19	12	16
J商店街	0	34	0	0
K商店街	0	5	7	6
L商店街	2	24	4	5
M商店街	0	4	4	4
N商店街	0	3	1	4

### ⑥代表者(会長)の任期

選択肢	単回答	
	回答数	割合
任期通りに交代している	4	28.6%
任期通りに交代していない	4	28.6%
決まっていない	6	42.9%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

### ⑦ウェブサイトの有無

選択肢	単回答	
	回答数	割合
あり	2	14.3%
なし	12	85.7%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

### ⑧商店街の定休日

選択肢	単回答	
	回答数	割合
決まっている	0	0.0%
決まっていない	13	92.9%
無回答	1	7.1%
計	14	100.0%

### ⑨来街者(顧客)の居住地

選択肢	単回答	
	回答数	割合
市内	8	57.1%
市外	1	7.1%
市内と市外が同程度	5	35.7%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

## ⑩おおよその観光客の割合

選択肢	単回答	
	回答数	割合
20%未満	7	50.0%
20～40%未満	2	14.3%
40～60%未満	0	0.0%
60～80%未満	3	21.4%
80%以上	1	7.1%
無回答	1	7.1%
計	14	100.0%

## 2) 組織の運営

### ①令和6年度の総会の開催回数

14の商店会組織のうち4組織は、総会等を開催しておらず、うち2組織は役員会、専門部会等の会議も開催していない。

商店街名	総会	役員会	専門部会等
A商店街	1	2	2
B商店街	0	0	0
C商店街	1	4	0
D商店街	1	6	0
E商店街	0	0	6
F商店街	1	4	6
G商店街	1	4	0
H商店街	1	3	0
I商店街	0	3	0
J商店街	1	5	0
K商店街	1	0	0
L商店街	1	3	0
M商店街	0	0	0
N商店街	1	0	0

### ②部会活動の実施の有無

14の商店会組織のうち部会活動を行っているのは1組織となっている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
部会活動あり	1	7.1%
部会活動なし	12	85.7%
無回答	1	7.1%
計	14	100.0%

### ③令和6年度の事業額・会費

事業額は、支出なしから 780 万円まで幅がある。会費は 0 円～月あたり 2000 円程度となっている。

商店街名	事業額	1正会員あたり会費
A商店街	0万円	0円
B商店街	—	0円
C商店街	10万円	月1000円
D商店街	300万円	月2000円
E商店街	5万円	0円
F商店街	510万円	月1500円
G商店街	120万円	年約9480円
H商店街	6万円	月500円
I商店街	5万円	年1000円
J商店街	450万円	—
K商店街	19万円	年3000円
L商店街	780万円	年5000円
M商店街	—	—
N商店街	17万円	月1000円

### ④事務所の有無

事務所があるのは 1 組織のみとなっている。

選択肢	回答数	割合
あり	1	7.1%
なし	13	92.9%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

### ⑤事務所の専従職員

いずれの組織も、専従職員はいない。

選択肢	回答数	割合
いる	0	0.0%
いない	12	85.7%
無回答	2	14.3%
計	14	100.0%

### ⑥代表の後継者

14 組織のうち 6 組織で、後継者が決まっておらず、候補者もない状況となっている。

選択肢	回答数	割合
概ね決まっている	2	14.3%
決まっていないが、候補者はある	6	42.9%
決まっておらず、候補者もない	6	42.9%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

## ⑦加入促進に向けた取組の有無

14 組織のうち 5 組織で、加入促進に向けた取組を行っている。

取組を実施していない場合の理由としては、「新たな開店や出店者がいないから」が最も多い。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
実施している	5	35.7%
特に実施していない	9	64.3%
無回答	0	0.0%
計	14	100.0%

### 【取組内容】

加入のお願いのために店を訪れ話をしている 商店街エリアへの新規出店者への声かけ及び説明 新店舗が出店した時に、おさそいする 新規開店者への声かけ 新規出店者には会の事業内容を説明して入会をお願いする
---

### 【実施していない場合の理由】

選択肢	単回答	
	回答数	割合
新たな開店や出店者がいないから	4	44.4%
加入促進の取組を行う人材やスタッフがないから	2	22.2%
加入のメリットを説明しにくいから	1	11.1%
その他	2	22.2%
無回答	0	0.0%
計	9	100.0%

## ⑧加入に向けた取組の実施予定

14 組織のうち 7 組織では、今後加入促進の取組を実施する予定としている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
今後（も）、加入促進の取組を実施する予定	7	50.0%
今後（も）、加入促進の取組は特に行わない予定	5	35.7%
無回答	2	14.3%
計	14	100.0%

## ⑨商店街を取り巻く環境の変化と今後の予測

### i) 2～3年前との比較

2～3年前と比較して、売上が増加したとする商店街は無いが、店舗数は1商店街、加入率は3商店街、来街者数は5商店街で増加している。

2～3年前との比較

商店街名	①来街者の住んでいる地域	②店舗数	③会員加入率	④来街者数	⑤商店街の売り上げ
A商店街		⇒	⇒	↓	
B商店街	⇒	↓	↓	⇒	⇒
C商店街	⇒	↓	↓	⇒	⇒
D商店街	⇒	⇒	⇒	↑	⇒
E商店街	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
F商店街	⇒	↓	↑	⇒	↓
G商店街	⇒	↓	⇒	↓	⇒
H商店街	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
I商店街	↑	⇒	⇒	↑	⇒
J商店街	⇒	⇒	⇒	↑	⇒
K商店街	↓	↓	⇒	↓	↓
L商店街	↑	↑	↑	↑	⇒
M商店街	↓	↓	↓	↓	↓
N商店街	↑	↓	↑	↑	↓

凡例

- ↑ 増加した ※①については「広がった」
- ⇒ 変化なし
- ↓ 減少した ※①については「狭まった」

### ii) 2～3年後の予測

2～3年後の予測では、2つの商店街が、店舗数、加入率、来街者数、売上ともに増加すると予測している。

2～3年後の予測

商店街名	①来街者の住んでいる地域	②店舗数	③会員加入率	④来街者数	⑤商店街の売り上げ
A商店街		↑	↑	↑	↑
B商店街	↓	↓	↓	↓	↓
C商店街	⇒	↓	↓	⇒	⇒
D商店街	⇒	↓	⇒	⇒	↓
E商店街	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
F商店街	⇒	↓	⇒	⇒	↓
G商店街	⇒	↓	⇒	↓	↓
H商店街	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
I商店街	⇒	↓	↓	⇒	↓
J商店街	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
K商店街	↓	↓	↓	↓	↓
L商店街	↑	↑	↑	↑	↑
M商店街	↓	↓	↓	↓	↓
N商店街	⇒	⇒	↑	⇒	↑

凡例

- ↑ 増加すると予測 ※①については「広がる」と予測
- ⇒ 変化しないと予測
- ↓ 減少すると予測 ※①については「狭まる」と予測

### 3) 商店街の施設・設備

商店街の施設・設備については、装飾等、装飾等のLED化は半数以上の商店街が「あり」としている。

装飾等の点検、休憩所・ベンチについては、4つの商店街が「今後必要」としている。

単回答

区分	回答数				計	割合			
	あり	なし・今後不要	なし・今後必要	無回答		あり	なし・今後不要	なし・今後必要	無回答
装飾灯	10	4	0	0	14	71.4%	28.6%	0.0%	0.0%
装飾灯のLED化	9	3	1	1	14	64.3%	21.4%	7.1%	7.1%
装飾灯の点検	3	5	4	2	14	21.4%	35.7%	28.6%	14.3%
顧客専用駐車場	3	9	1	1	14	21.4%	64.3%	7.1%	7.1%
駐車場・バイク置き場	2	10	2	0	14	14.3%	71.4%	14.3%	0.0%
防犯カメラの設置	6	5	3	0	14	42.9%	35.7%	21.4%	0.0%
共同店舗	2	10	2	0	14	14.3%	71.4%	14.3%	0.0%
商店街でデザインを統一している看板やのぼり旗	3	8	2	1	14	21.4%	57.1%	14.3%	7.1%
休憩所・ベンチ	4	6	4	0	14	28.6%	42.9%	28.6%	0.0%
その他	3	7	3	1	14	21.4%	50.0%	21.4%	7.1%

### 4) 商店街活動

#### ①実施している商店街活動

イベント、防犯・防災は、6つの商店街で実施している。

複数回答

選択肢	回答数	割合
①イベント	6	42.9%
②防犯・防災	6	42.9%
③スタンプ・ポイントカード・共通商品券	2	14.3%
④デジタル技術、ITの活用	3	21.4%
⑤多様な決済手段への対応	5	35.7%
⑥清掃推進活動	5	35.7%
⑦エコ・省エネ・温暖化対策等	1	7.1%
⑧高齢者向けサービス	1	7.1%
⑨子育て世代向けサービス	1	7.1%
⑩観光客に向けた取組	3	21.4%
⑪販売促進活動	1	7.1%
⑫その他	0	0.0%
計	14	100.0%

#### 【独自の商店街活動】

ネコのブランドを広めつつある 集客施設として昭和レトロ商品博物館の運営 協同売出し事業、イベント 観光地であり観光客に向けたイベントを重視
--

## ②個店の連携による活動

個店の連携による活動は、「ある」は1商店街のみで、10商店街が「ない」としている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
ある	1	7.1%
ない	10	71.4%
知らない	0	0.0%
無回答	3	21.4%
計	14	100.0%

## ③他の団体と連携した取組

他の団体と連携した取組は、5つの商店街が「ある」としている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
ある	5	35.7%
現在はないが、今後取り組みたい	1	7.1%
なし、今後考えていない	7	50.0%
無回答	1	7.1%
計	14	100.0%

【連携した取組がある、もしくは今後取り組みたい場合の連携先】

選択肢	複数回答	
	回答数	割合
周辺住民、地元自治会等	1	16.7%
他の商店街	5	83.3%
大学、大学生	0	0.0%
幼稚園、保育園	0	0.0%
小学校、中学校、高校	0	0.0%
子ども会・婦人会・老人クラブ	0	0.0%
NPO	2	33.3%
地域ボランティア組織	0	0.0%
地域の企業	1	16.7%
商工会議所	2	33.3%
消防署・警察	0	0.0%
青梅市	2	33.3%
その他	1	16.7%
計	6	100.0%

【連携した取組がある場合の、今後の予定】

選択肢	単回答	
	回答数	割合
連携活動を充実したい	3	21.4%
現状維持	2	14.3%
連携活動を縮小・停止	0	0.0%
無回答	0	0.0%
計	5	100.0%

#### ④経営向上に向けた取組

経営向上に向けた取組は、「実施していないし今後も予定していない」が8 商店街となっている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
実施している	0	0.0%
実施していないが、今後実施を検討したい	2	14.3%
実施していないし今後も予定していない	8	57.1%
無回答	4	28.6%
計	14	100.0%

【今後実施を検討した場合、実施したい内容】

勉強会等  
来街者のデータ等は欲しい

### 5) 商店街の店舗

#### ①商店街の集客力に大きく寄与している店舗・施設

集客力に大きく寄与している店舗・施設は、4 商店街が「ある」としている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
ある	4	28.6%
ない	8	57.1%
無回答	2	14.3%
計	14	100.0%

【具体的な店舗・施設】

昭和レトロ商品博物館  
信金、映画館  
a-yard  
診療所

#### ②商店街に不足している業種

不足している業種は、8 商店街が「ある」としている。具体的な店舗・業種としては、食料品関連の店舗が挙げられている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
ある	8	57.1%
ない	3	21.4%
無回答	3	21.4%
計	14	100.0%

【具体的な店舗・業種】

食料品店  
飲食店  
生鮮食品、野菜  
コンビニエンスストア  
食料品店  
飲食、食料品

### ③商店街における店舗数(推移)

商店街の店舗数について、前回調査（H27年度）と今回調査（R7）の双方で店舗数の回答があった9商店街について、増減を見たところ、9商店街全体の店舗数は約3割減少している。

業種別に見ると、各種商品小売店（スーパー等）は増加、家庭用サービス業は横這いとなっているが、その他の業種は減少している。

区分	H27	%	R7	%	H27→R7増減率
各種商品小売店（スーパー等）	11	4.2%	16	8.8%	45%
織物、衣類、身の回り品小売業	11	4.2%	6	3.3%	-45%
靴、履物小売業	3	1.1%	0	0.0%	-100%
飲食料品小売業（コンビニ等含む）	37	14.1%	31	17.0%	-16%
自動車、自転車小売業	4	1.5%	2	1.1%	-50%
家具、什器、家庭用機械器具小売業	9	3.4%	2	1.1%	-78%
その他小売業	38	14.5%	15	8.2%	-61%
飲食店	52	19.8%	45	24.7%	-13%
家庭用サービス業（理美容、洗濯等）	18	6.9%	18	9.9%	0%
娯楽業	7	2.7%	5	2.7%	-29%
その他サービス業	38	14.5%	13	7.1%	-66%
その他	12	4.6%	2	1.1%	-83%
空き店舗	29	11.1%	17	9.3%	-41%
事務所・オフィス	21	8.0%	10	5.5%	-52%
合計	262	100.0%	182	100.0%	-31%

※H27、R7 調査双方で店舗数の回答があった9商店街での集計

### ④空き店舗対策

空き店舗対策については、「取り組んでいる」が3商店街、「取組を検討したい」が2商店街となっている。

選択肢	単回答	
	回答数	割合
取り組んでいる	3	21.4%
取り組んでいないが取組を検討したい	2	14.3%
取り組んでいないし、今後も取り組む予定はない	7	50.0%
無回答	2	14.3%
計	14	100.0%

#### 【（取り組んでいる）取組内容】

一般社団法人こーよ青梅と一緒に情報提供 こーよ青梅に依頼 店舗の大家さんの説得
---

#### 【（取組を検討したい）検討している取組内容】

空き店舗を休憩所として利用出来ないか？ 空き店舗の誘致
--------------------------------

## ⑤空き店舗対策に取り組む上での課題

空き店舗対策に取り組んでいる、或いは取組を検討した場合の課題は、各商店街で異なっているが、「所有者の合意が得られない」は2つの商店街が課題として挙げている。

選択肢	回答数	単回答	
		割合	
取り組む人材不足	1	20.0%	
取り組むための財源の確保	1	20.0%	
行政や不動産事業者等との連携	1	20.0%	
取り組みのノウハウがない	0	0.0%	
空き店舗を活用したい事業者や人が見つからない	0	0.0%	
所有者の合意が得られない	2	40.0%	
その他	0	0.0%	
無回答	0	0.0%	
計	5	100.0%	

## 6) 商店街の課題と今後の展望

### ①商店街の課題

商店街の課題としては、「個店の後継者の不在・不足」は14の商店街のうち13商店街が挙げている。また、「廃業種住宅化する店舗の増加」も7商店街が挙げている。

選択肢	回答数	複数回答	
		割合	
1.売上・来街者の減少	5	35.7%	
2. 個店の後継者の不在・不足	13	92.9%	
3. 空き店舗の増加	1	7.1%	
4. 廃業し住宅化する店舗の増加	7	50.0%	
5.スーパー・大型店の影響	2	14.3%	
6.商店街に集客の核となる店舗がない	3	21.4%	
7.魅力ある店舗が少ない	3	21.4%	
8.商店街の業種構成の不足・偏り	2	14.3%	
9.観光客の購買促進	2	14.3%	
10.商店街活動を担う人材の不足	3	21.4%	
11.商店街活動の資金不足	0	0.0%	
12.未加入店の増加・商店街活動への参加意識の低下	0	0.0%	
13.情報発信が弱い	2	14.3%	
14.デジタル活用・IT化の対応の遅れ	1	7.1%	
15.駐車場・駐輪場の不足	2	14.3%	
16.店舗の老朽化・陳腐化	4	28.6%	
17.多様化する顧客ニーズの把握	1	7.1%	
18.商店街(会)の役員のなりての不在・不足	2	14.3%	
19.装飾灯等の共同施設の老朽化	1	7.1%	
20.その他	0	0.0%	
計	14	100.0%	

## ②今後取り組みたいこと

今後取り組みたいことは、各項目に回答がわかれており、商店街によって取組ニーズが多様であることが窺える。その中で、「個々の店の魅力向上」は4商店街、「イベント等による集客力の向上」「後継者対策」「居住者の来外機会を増やす取組」はそれぞれ3商店街が挙げている。

選択肢	複数回答	
	回答数	割合
1.個々の店の魅力向上	4	28.6%
2. イベント等による集客力の向上(売り出し等)	3	21.4%
3. イベント以外の集客(まちゼミの開催等)	0	0.0%
4. ネット販売・ホームページの作成等	2	14.3%
5.顧客サービス(ポイントカードの発行等)	0	0.0%
6.空き店舗対策(空き店舗での共同店舗開設等)	2	14.3%
7.後継者対策	3	21.4%
8.個店の意識改革、学習・研修会	0	0.0%
9.情報発信・PR	1	7.1%
10.集客力のある店舗・不足業種店舗の誘致	1	7.1%
11.観光客の購買促進	1	7.1%
12.特産品や名物の開発・PR	2	14.3%
13.他商店街や地域団体との連携	2	14.3%
14.顧客ニーズの調査・把握	0	0.0%
15.居住者の来街機会を増やす取組(買い物弱者・子育てママ・高齢者向けの取組み等)	3	21.4%
16.地域活動(防犯・防災、美化活動等)	1	7.1%
17.商店街設備の改善(街路灯のLED化等)	0	0.0%
18.駐車場・駐輪場の整備	1	7.1%
19.キャッシュレス決済の導入拡大	0	0.0%
20.その他の商店街施設等の整備(防犯カメラの設置、休憩スペース・小公園の整備等)	1	7.1%
21.その他	0	0.0%
計	14	100.0%

## 7) 令和6年度に活用した青梅市の商業振興施策と評価

各商業振興施策とも「未活用」が半数以上となっており、また活用した場合も「効果が無かった」との評価が複数みられている。

選択肢	評価	単回答	
		回答数	割合
商店街イベント補助事業(抽選会やスタンプラリー等)	非常に効果があった	2	14.3%
	やや効果があった	2	14.3%
	あまり効果がなかった	1	7.1%
	まったく効果がなかった	2	14.3%
	未活用	7	50.0%
商店街活性化補助事業(案内看板の設置等)	非常に効果があった	1	7.1%
	やや効果があった	0	0.0%
	あまり効果がなかった	2	14.3%
	まったく効果がなかった	0	0.0%
	未活用	11	78.6%
商店街空き店舗活用助成事業	非常に効果があった	1	7.1%
	やや効果があった	1	7.1%
	あまり効果がなかった	1	7.1%
	まったく効果がなかった	0	0.0%
	未活用	11	78.6%
商店街装飾灯維持費補助事業(装飾灯の電気料や修繕料)	非常に効果があった	1	7.1%
	やや効果があった	3	21.4%
	あまり効果がなかった	0	0.0%
	まったく効果がなかった	2	14.3%
	未活用	8	57.1%

## 8) 商店街へのヒアリング調査

全商店会（14件）に対して、アンケートの回答内容に関する補足等を、ヒアリングにて聴取した。

ヒアリングでは、以下のような意見が得られた。

- 商店街の店が減ったこともあり、装飾灯の管理以外、特に活動は行っていない
- 新しい店が出来たら挨拶かねて入会を促すために訪問しているが、商店会の活動は装飾灯の管理と植栽がメインであり、正直、入会のメリットがないと思っている。個人的には、商店街を解散したいと考えている。
- 昭和レトロを感じさせる建物は減っていつている。行政が手を差し延ばしてほしかった。
- お得意さんがいるので客はそれほど減っていない。また新しい店も出来たりしている。課題は各店舗の後継者とマンパワー。跡継ぎがない。以前商店街に大きな事業者があったが閉業した。大きいところがなくなると商店街全体としても困る。
- 観光客は増えている。空き店舗になると次の店が入る。一方で、コンビニがなくなったこともあり、日常の買い物場がない。スーパーでもできればと考えている。
- 梅の植樹10年目で人も店も増えている。近年は飲食店が増えている。青梅の西の方は観光客が増えているのではないか。商店街も西と東で状況は異なると考えている。
- 近年は、民泊事業者や耳鼻科、たまぐーができたことで人が増えている。一方で課題は、各店舗も商店会も後継者不足。

## 4. 市民アンケートの集計結果

### 1) 回答者の属性

#### ① 居住地区

地域	地区	単回答	
		回答数	割合
東部地域	青梅地区	66	11.5%
	長淵地区	73	12.7%
	大門地区	87	15.1%
	東青梅地区	60	10.4%
	新町地区	86	15.0%
	河辺地区	73	12.7%
	今井地区	47	8.2%
西部地域	梅郷地区	43	7.5%
	沢井地区	9	1.6%
北部地域	小曾木地区	17	3.0%
	成木地区	9	1.6%
無回答		5	0.9%
計		575	100.0%

#### ② 性別・年齢(年代)

性別	単回答	
	回答数	割合
男性	243	42.3%
女性	323	56.2%
答えたくない	4	0.7%
無回答	5	0.9%
計	575	100.0%

年齢	単回答	
	回答数	割合
18歳～29歳	39	6.8%
30歳～49歳	101	17.6%
50歳～64歳	134	23.3%
65歳以上	237	41.2%
無回答	64	11.1%
計	575	100.0%

#### ③ 職業

選択肢	単回答	
	回答数	割合
会社員・会社役員	153	26.6%
自営業・自由業	30	5.2%
公務員・団体職員	26	4.5%
派遣社員・パート・アルバイト	112	19.5%
学生	7	1.2%
家事専業	65	11.3%
無職	155	27.0%
その他	17	3.0%
無回答	10	1.7%
計	575	100.0%

#### ④ 通勤・通学先

選択肢	単回答	
	回答数	割合
自宅	54	9.4%
自宅以外	303	52.7%
青梅市内	119	20.7%
近隣市町村(注)	62	10.8%
近隣市町村以外の多摩エリア	70	12.2%
都内23区	33	5.7%
飯能市、入間市以外の埼玉県	7	1.2%
その他(東京都、埼玉県以外)	12	2.1%
勤めていない・通学していない	190	33.0%
無回答	28	4.9%
計	575	100.0%

(通勤先が自宅以外の場合)

選択肢	単回答	
	回答数	割合
1週間当たりの在宅勤務日数		
0日(在宅勤務はしない)	189	62.4%
1～2日	25	8.3%
3～4日	56	18.5%
5日以上(ほぼ在宅勤務)	17	5.6%
無回答	16	5.3%
計	303	100.0%

(注) 近隣市町村…福生市、羽村市、あきる野市、瑞穂町、日の出町、奥多摩町、檜原村、飯能市、入間市

## ⑤ 居住状況

居住状況	単回答	
	回答数	割合
生まれた時からずっと青梅市に居住	143	24.9%
市外から青梅市に転入	348	60.5%
Uターン（注）	65	11.3%
無回答	19	3.3%
計	575	100.0%

（注）青梅市に居住後、一旦市外に居住して再度青梅市に居住

青梅市の居住年数	単回答	
	回答数	割合
3年未満	18	3.1%
3年～5年未満	15	2.6%
5年～10年未満	34	5.9%
10年～19年	47	8.2%
20年以上	429	74.6%
無回答	32	5.6%
計	575	100.0%

※市外への居住歴がある場合その期間を除いた年数

## ⑥ 住居形態

選択肢	単回答	
	回答数	割合
持ち家（一戸建）	401	69.7%
持ち家（マンションなど）	85	14.8%
公営の賃貸住宅	16	2.8%
借家（一戸建）	5	0.9%
借家（アパート・マンション）	53	9.2%
社宅・寮・公務員住宅	2	0.3%
その他（間借り含む）	5	0.9%
無回答	8	1.4%
計	575	100.0%

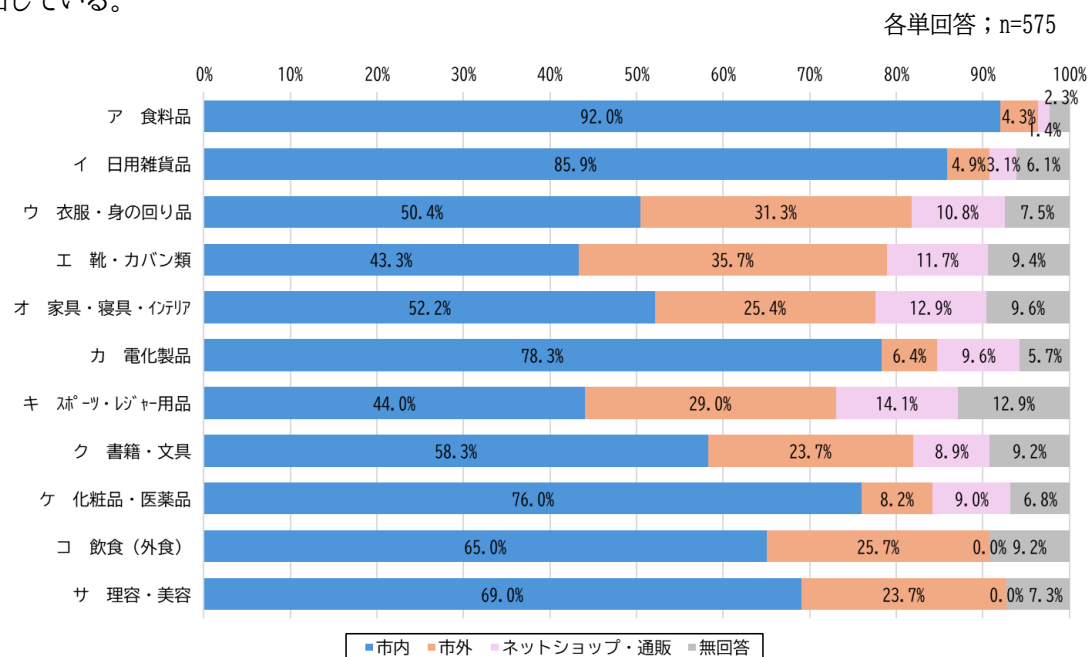
## 2) 普段の買物

### ① 普段、最も利用する買物先(お店)

食料品、日用雑貨品は、市内が約9割を占めている。

靴・カバン類、スポーツ・レジャー商品は、市内は5割以下となっている。

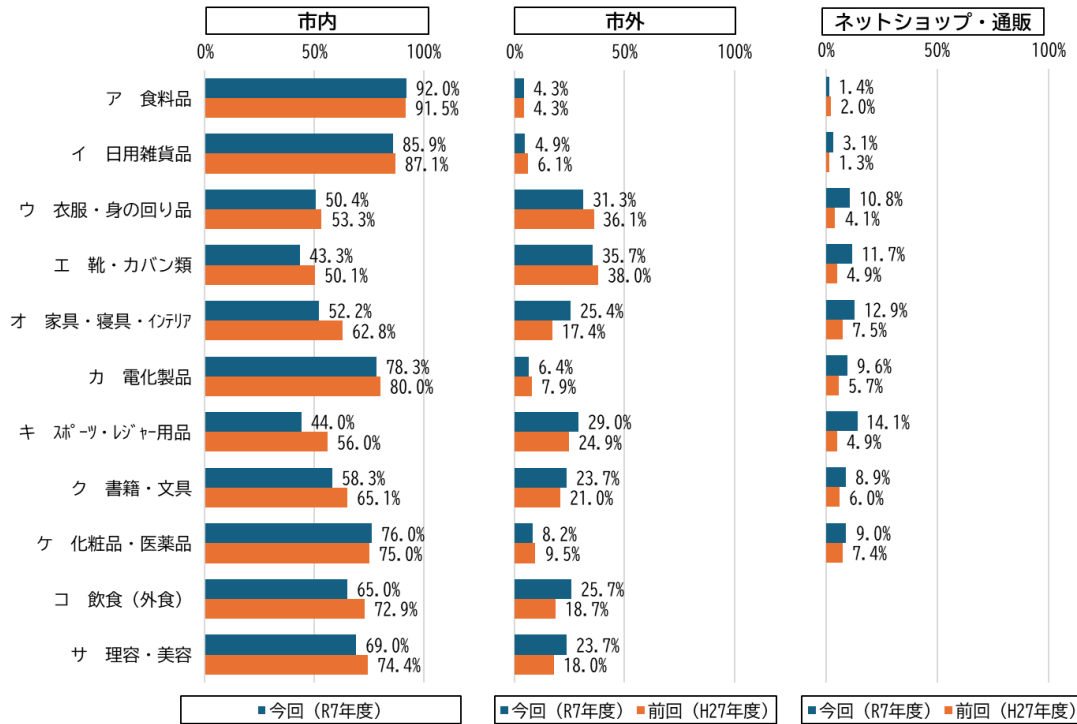
前回調査（平成27年度）と比較すると、食料品以外は、ネットショップ・通販の割合が増加している。



【店舗区分別】

	青梅市内							市内計	市外	ネット	無回答	合計
	大型総合店	大型専門店	総合スーパー、ドラッグストア	コンビニエンスストア	個人商店、商店街	その他の市内の店舗						
ア 食料品	13.6%	1.0%	73.4%	2.1%	1.0%	0.9%	92.0%	4.3%	1.4%	2.3%	100.0%	
イ 日用雑貨品	13.9%	21.4%	47.3%	0.9%	1.2%	1.2%	85.9%	4.9%	3.1%	6.1%	100.0%	
ウ 衣服・身の回り品	17.9%	13.0%	6.4%	0.2%	1.9%	11.0%	50.4%	31.3%	10.8%	7.5%	100.0%	
エ 靴・カバン類	15.3%	12.3%	3.1%	0.0%	1.2%	11.3%	43.3%	35.7%	11.7%	9.4%	100.0%	
オ 家具・寝具・インテリア	10.1%	32.5%	1.7%	0.0%	1.0%	6.8%	52.2%	25.4%	12.9%	9.6%	100.0%	
カ 電化製品	3.8%	67.7%	1.4%	0.0%	2.3%	3.1%	78.3%	6.4%	9.6%	5.7%	100.0%	
キ スポーツ・レジャー用品	11.3%	23.1%	1.4%	0.0%	1.9%	6.3%	44.0%	29.0%	14.1%	12.9%	100.0%	
ク 書籍・文具	31.7%	11.8%	4.3%	1.2%	2.8%	6.4%	58.3%	23.7%	8.9%	9.2%	100.0%	
ケ 化粧品・医薬品	6.1%	5.9%	59.0%	0.2%	1.7%	3.1%	76.0%	8.2%	9.0%	6.8%	100.0%	
コ 飲食(外食)	5.0%	2.6%	3.0%	2.1%	12.5%	39.8%	65.0%	25.7%	0.0%	9.2%	100.0%	
サ 理容・美容	3.1%	1.9%	2.4%	0.3%	29.9%	31.3%	69.0%	23.7%	0.0%	7.3%	100.0%	

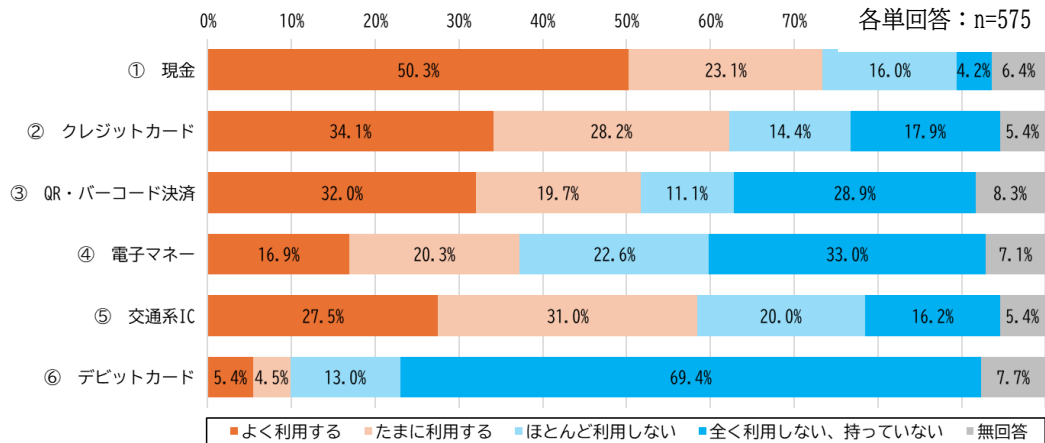
【前回調査との比較】



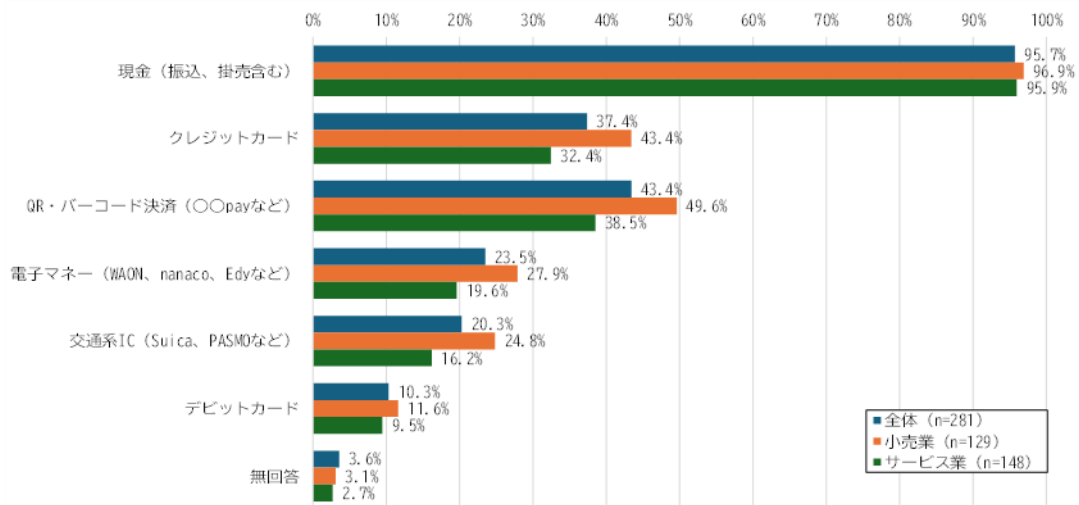
## ② 普段の店舗での買物で利用する決済手段

現金のほか、クレジットカード、QR・バーコード、交通系ICが、「よく利用する」「たまに利用する」を合わせると半数を超えている。

特に交通系ICカードは、市民の利用状況と市内店舗での対応状況にやや乖離がある。

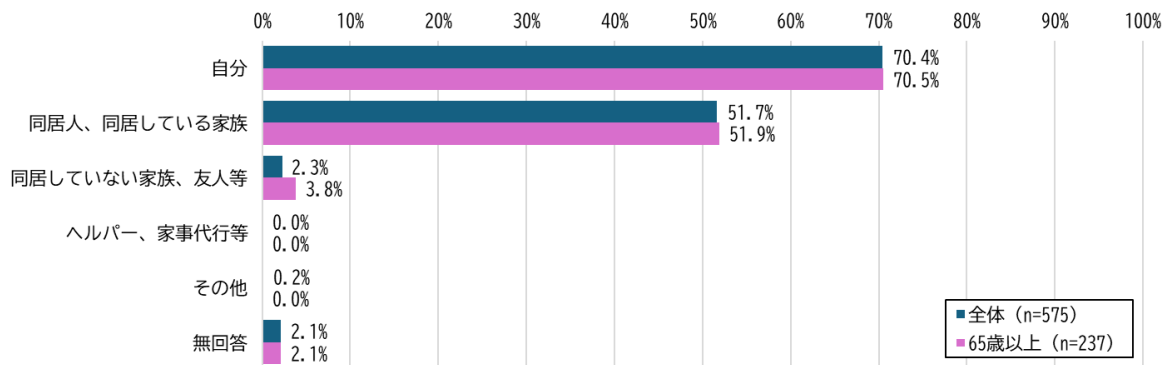


### 【（参考）小売業・サービス業事業者アンケートによる、対応している決済方法】



### ③世帯での日常的な買物者

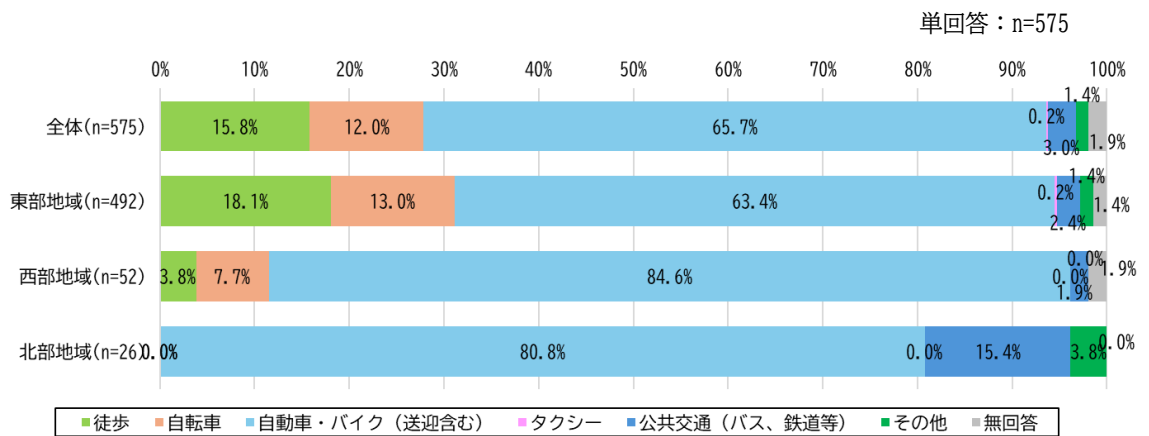
日常的な買物は、自分や同居人・同居家族が多い。



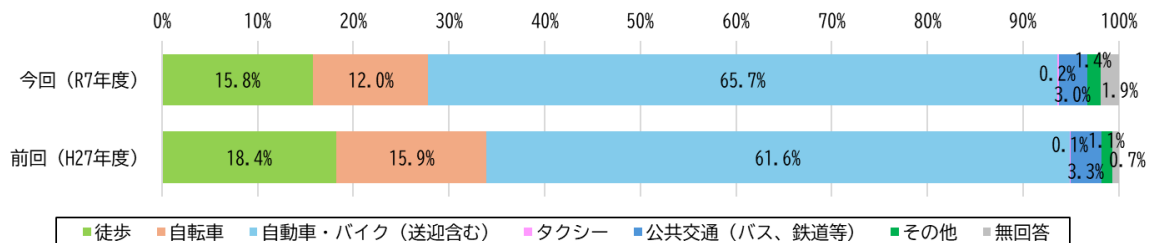
### ④日常的な買物で利用する主な交通手段

日常的な買物で利用する主な交通手段は、自動車・バイクが7割近くを占める。地域別に見ると、東部地域では徒歩の割合がやや高いが、北部地域では自動車・バイクが8割を超えている。

なお、前回調査と比較すると、自動車・バイクの割合がやや高くなっている。

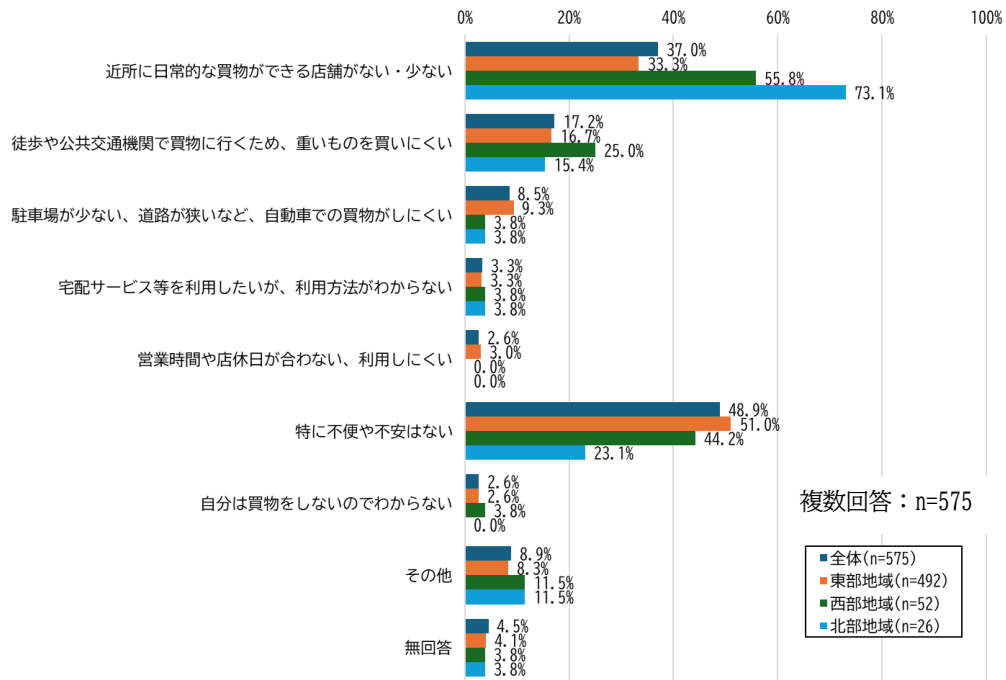


#### 【前回調査との比較】



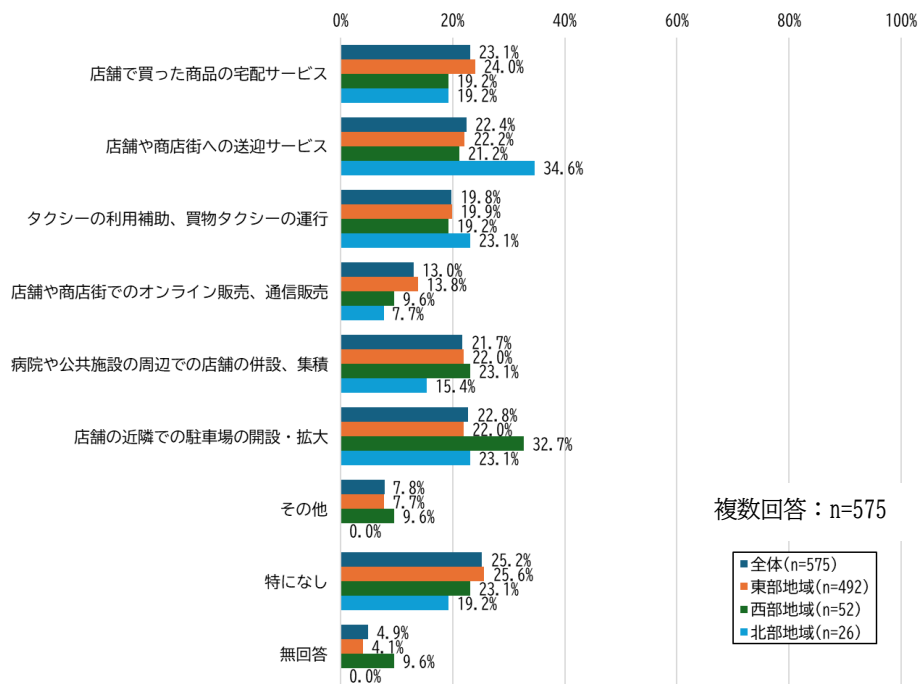
### ⑤ 日常的な買物に行く際の不便や不安(価格以外)

全体では「特に不便や不安はない」が最も多いが、地域によって違いがあり、北部地域では「近所に日常的な買物ができる店舗がない・少ない」が約7割となっている。



### ⑥ 市内での日常の買物をしやすくするためにあるとよいと思うこと

地域によって違いがあり、北部地域では「店舗や商店街への送迎サービス」、西部地域では「店舗の近隣での駐車場の開設・拡大」が最も多い。

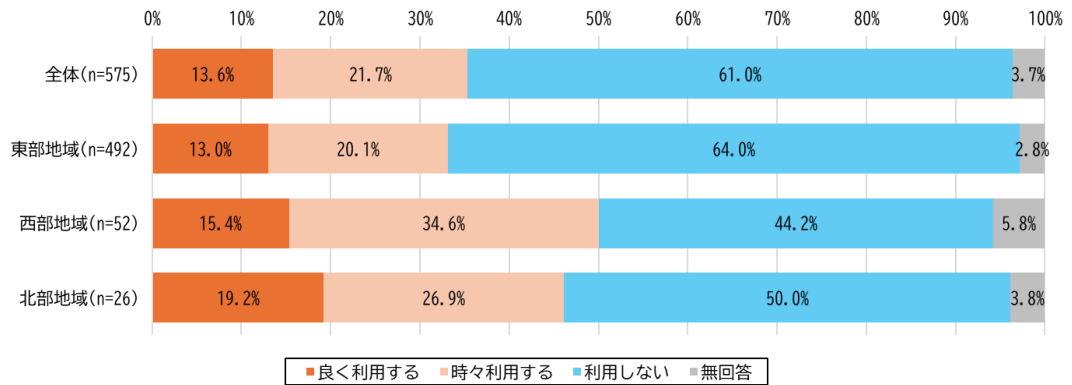


### 3) 商店街（商店会）の利用状況

#### ①商店街(商店会)の利用状況

全体では、商店街（商店会）を利用している（良く利用する+時々利用するの合計）のは45.1%となっている。地域別に見ると、西部地域、北部地域では利用するとする割合がやや高い。

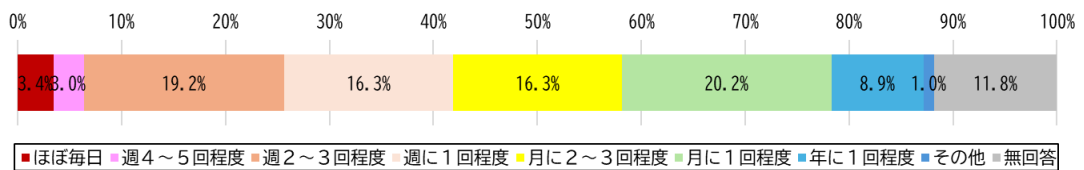
単回答：n=575



#### ②(商店街を利用している場合)商店街(商店会)の利用頻度

商店街の利用頻度は、週に1回程度以上が、全体の約4割となっている。

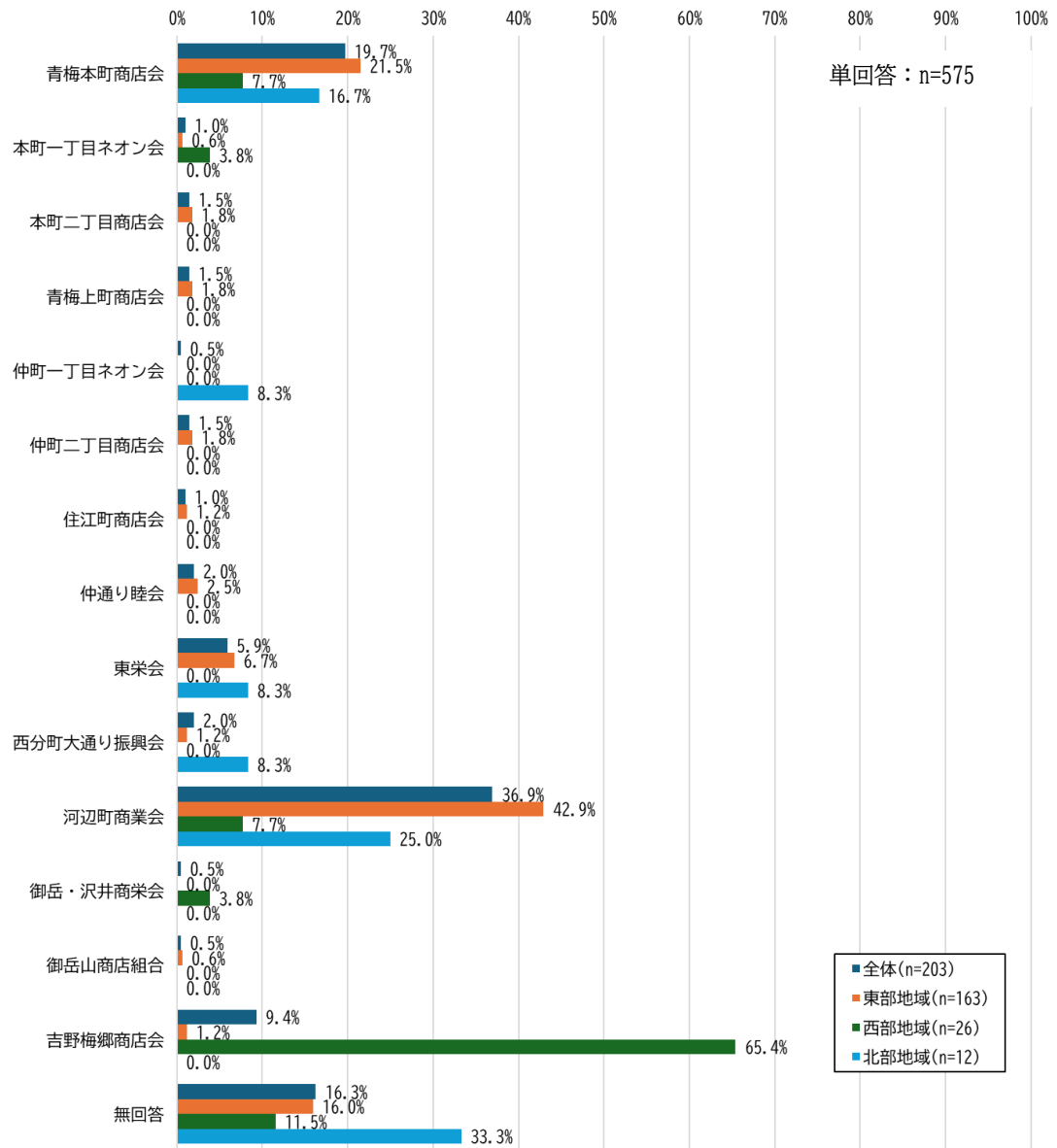
単回答：n=575



### ③(商店街を利用する場合)最もよく利用する商店街

最もよく利用する商店街は、青梅本町商店会、河辺町商業会、吉野梅郷商店会のほかは、利用割合は低いものとなっている。

また、地域によって大きく差があり、居住地近隣の商店街を利用していることが窺える。

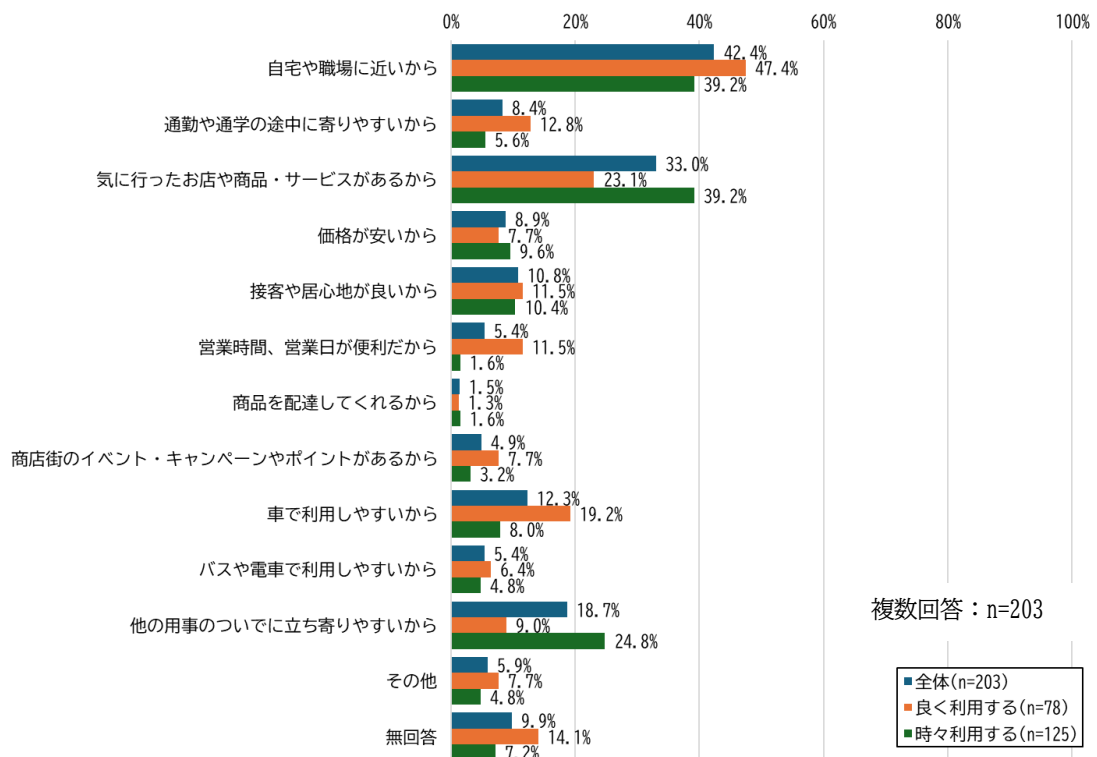


#### ④(商店街を利用する場合)商店街を利用する理由

商店街を利用する理由としては、全体では「自宅や職場に近いから」「気に入ったお店や商品・サービスがあるから」の割合が高い。

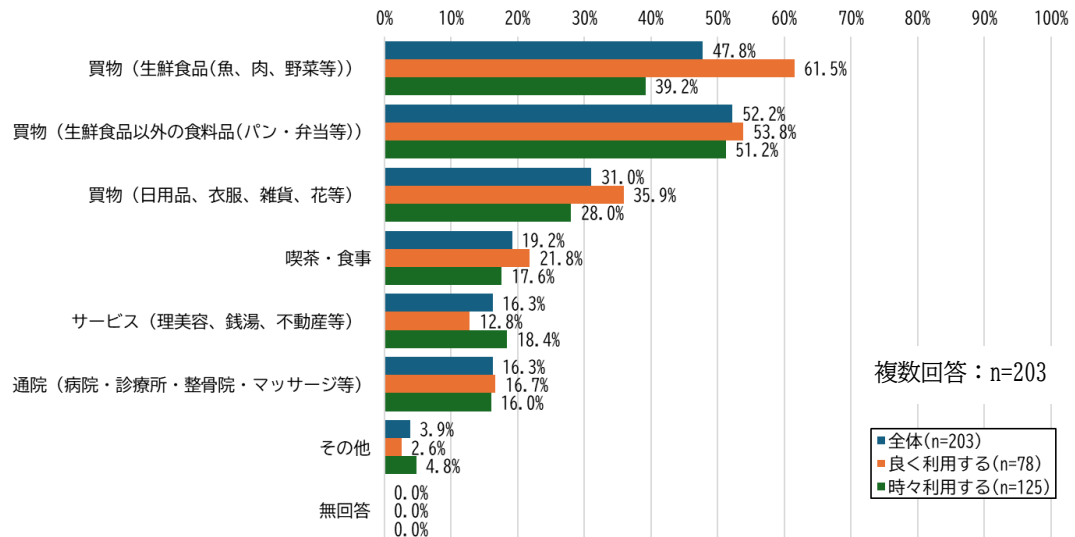
商店街の利用頻度別に見ると、「良く利用する」場合は、「自宅や職場に近いから」「気に入ったお店や商品・サービスがあるから」のほか、「車で利用しやすいから」の割合がやや高い。

一方「時々利用する」の場合は、「自宅や職場に近いから」「気に入ったお店や商品・サービスがあるから」のほか、「ほかの用事のついでに寄りやすいから」の割合がやや高い。



### ⑤(商店街を利用する場合)主な利用目的

商店街の利用目的は、「買物」が生鮮食品、生鮮食品以外ともに多く、「良く利用する」場合は買物のうち生鮮食品が約6割となっている。

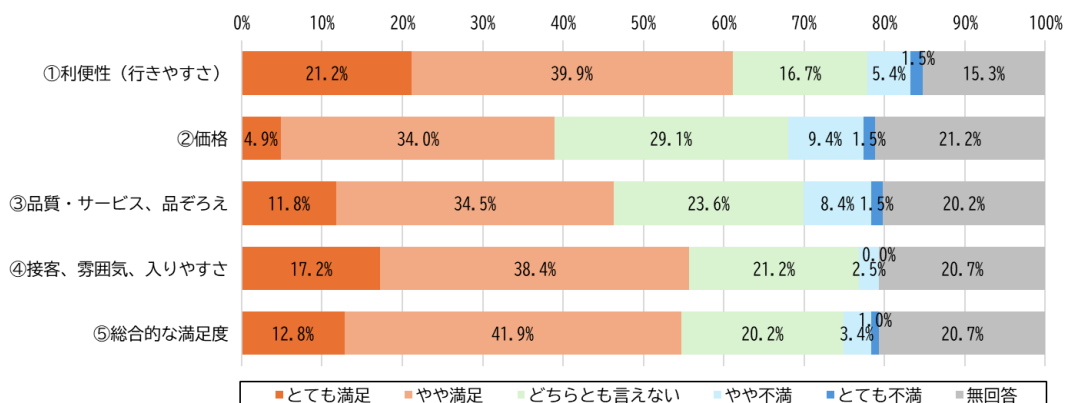


### ⑥(商店街を利用する場合)商店街の満足度

利用する商店街の満足度については、「利便性(行きやすさ)」は満足(とても満足、やや満足の合計)が6割を超え最も多い。一方で、「価格」は、満足が4割程度となっている。

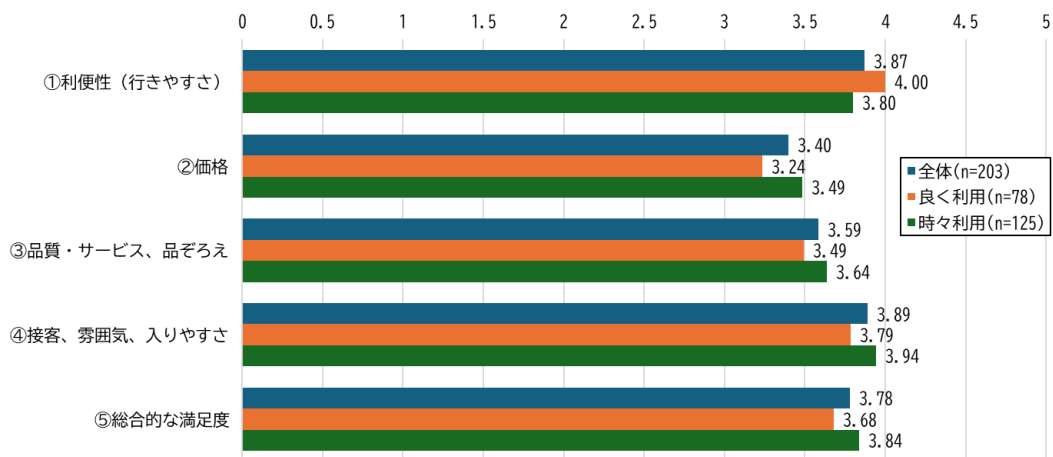
満足度の重みづけ指数(※)を、利用頻度別に見ると、良く利用する場合は「利便性(行きやすさ)」の値が最も高く、他の項目は、時々利用する場合のほうが高い。

各単回答：n=575



※とても満足=5点、やや満足=4点、どちらでもない=3点、やや不満=2点、とても不満=1点とした場合の、重みづけ平均スコア。

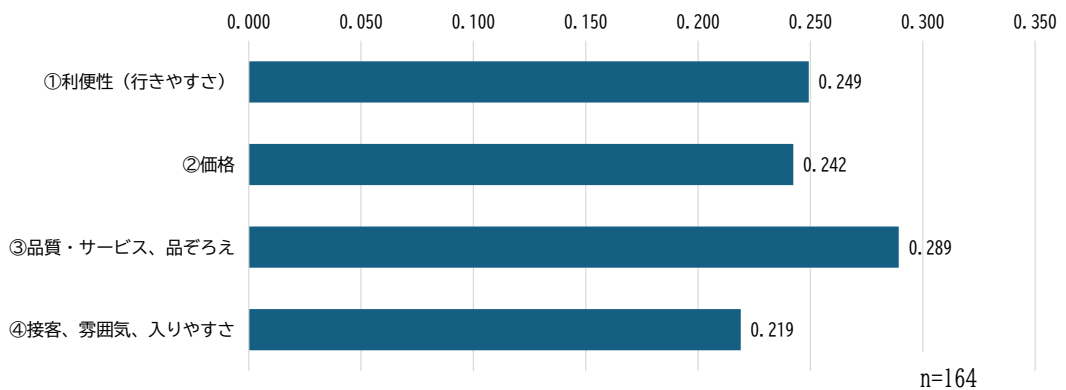
【利用頻度別】



複数回答：n=575

### ⑦(商店街を利用する場合)商店街の重要度(重みづけ指数)

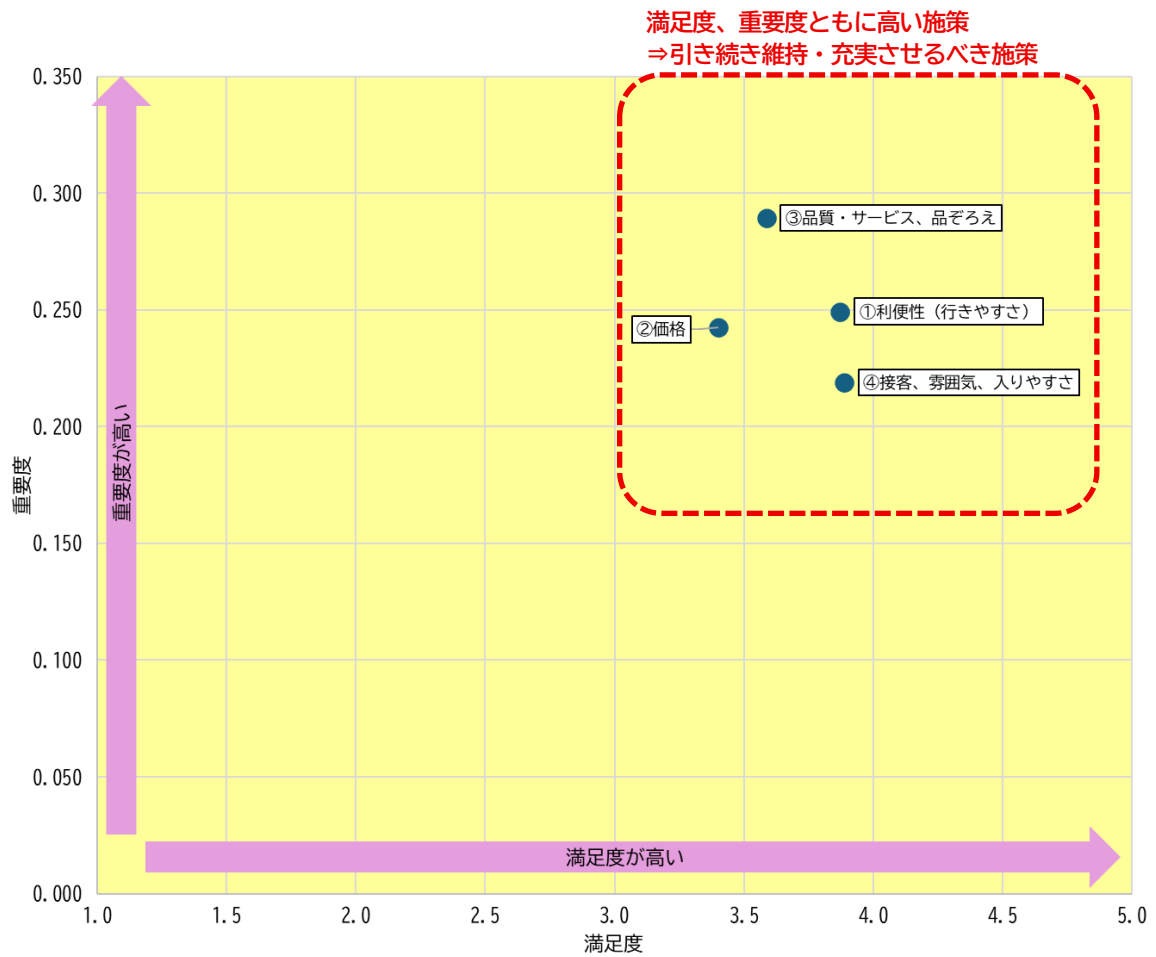
重要度を見ると「品質・サービス、品ぞろえ」のスコアが最も高く、次いで「利便性 (行きやすさ)」となっているが、各項目間に大きな差はない。



※上記スコアは、AHP (階層分析法: Analytic Hierarchy Process) により算出したもの。AHP は、各施策を2つずつペアにして、回答者が「どちらがどの程度重要か」を評価 (一対比較) したデータから、各要素の重要度を計算し、ウェイトを合成して最終的な重みづけ指数を算出している。

### ⑧(商店街を利用している場合)満足度・重要度のポートフォリオ図

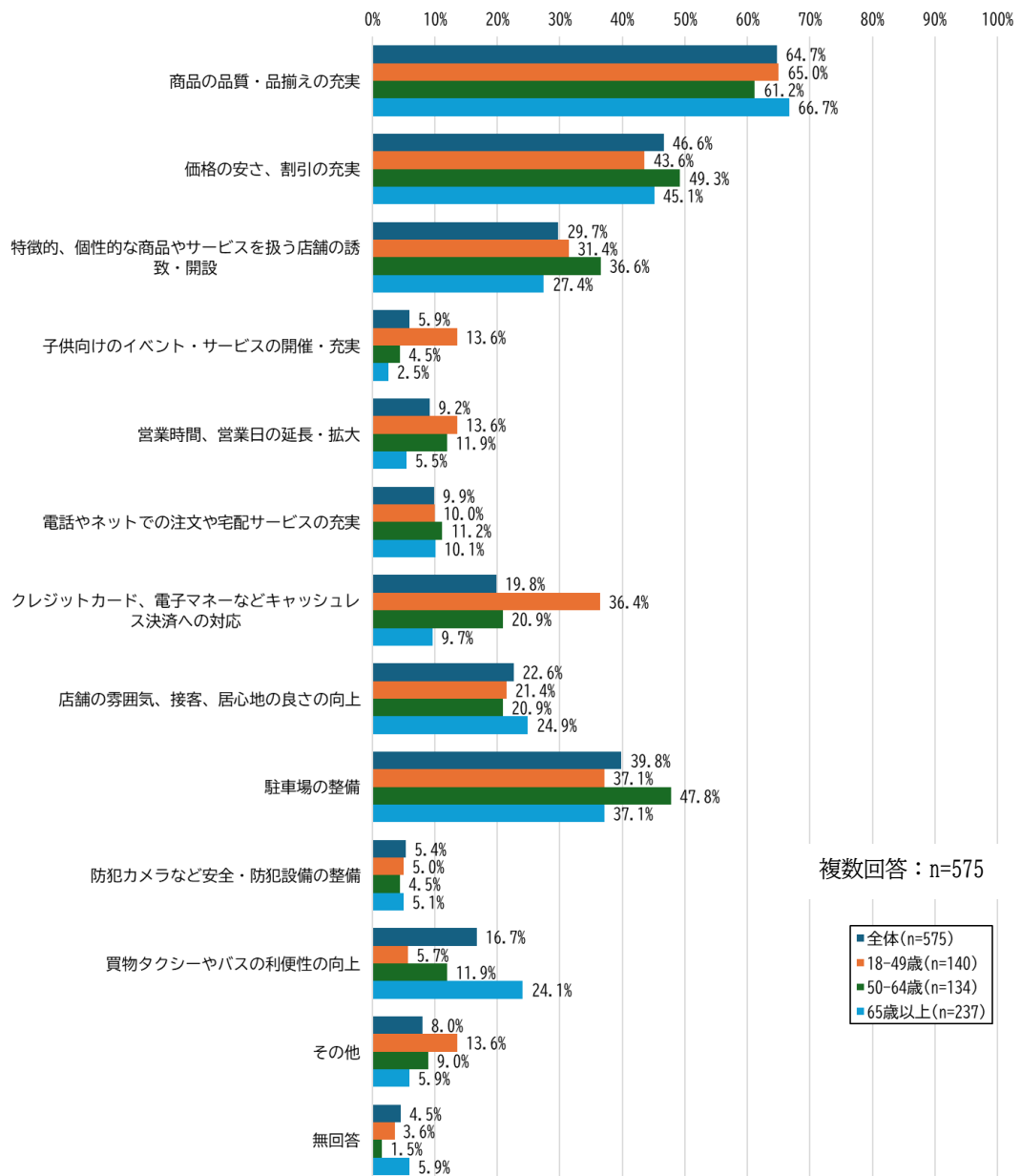
満足度、重要度のスコアをプロットしたところ、4つの項目とも、重要度が近く、満足度も比較的高い状況となっている。



## ⑨今後、市内の商店街をより利用するようになるために望むこと

現在の利用に関わらず、今後、商店街をより利用するために望むことは、「商品の品質、品ぞろえの充実」が最も多く、次いで「価格の安さ、割引の充実」「駐車場の整備」の順となっている。

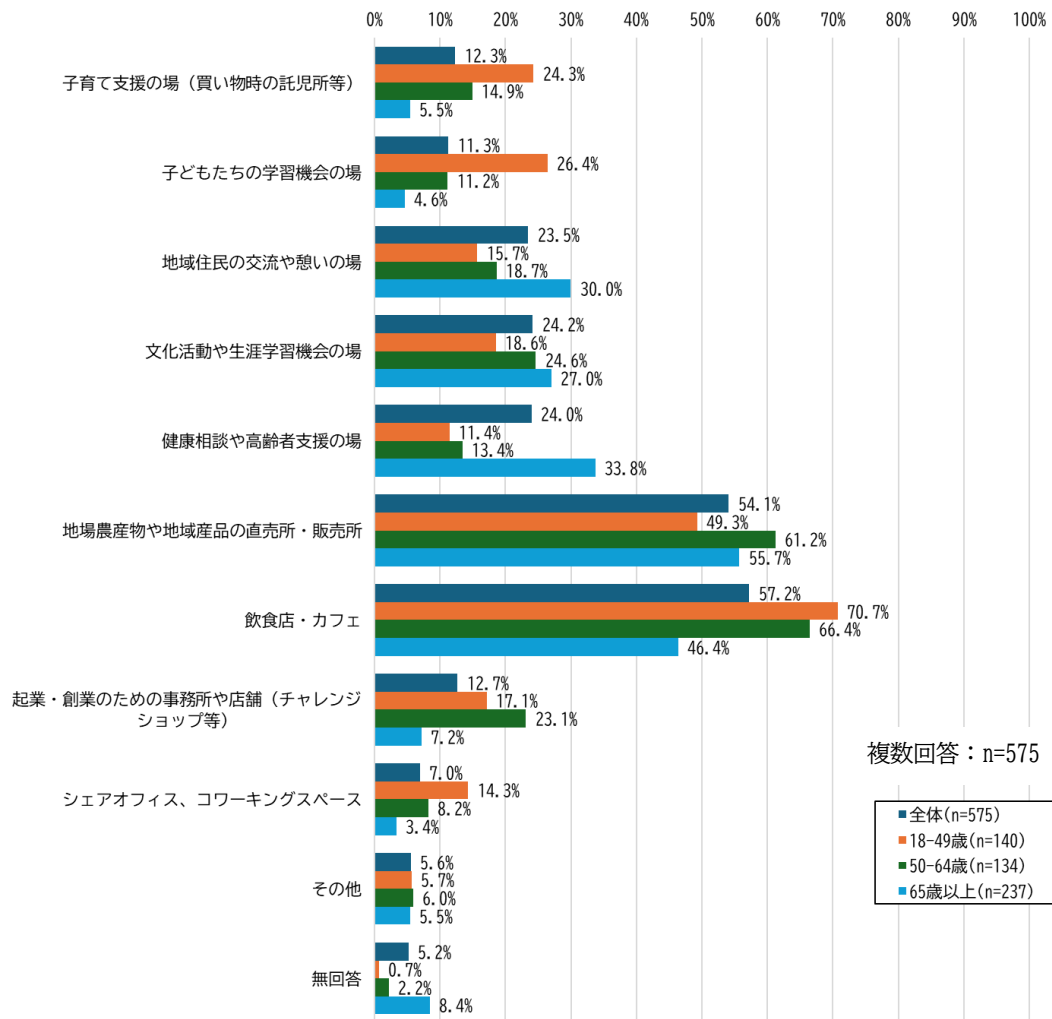
なお、「クレジットカード、電子マネーなどキャッシュレス決済への対応」は、18-49歳で、特に多くなっている。



## ⑩市内の商店街で空き店舗を活用しようとした場合、利用してみたい場

市内の商店街で空き店舗を活用しようとした場合、どのような場があれば利用してみたいと思うか尋ねたところ、全体では「飲食店・カフェ」「地場農産物や地域産品の直売所・販売所」が多い。

年代別で見ると、65歳以上は、上記のほか「健康相談や高齢者支援の場」「地域住民の交流や憩いの場」も多い。一方で18-49歳では、「子どもたちの学習機会の場」「子育て支援の場」が多くなっている。

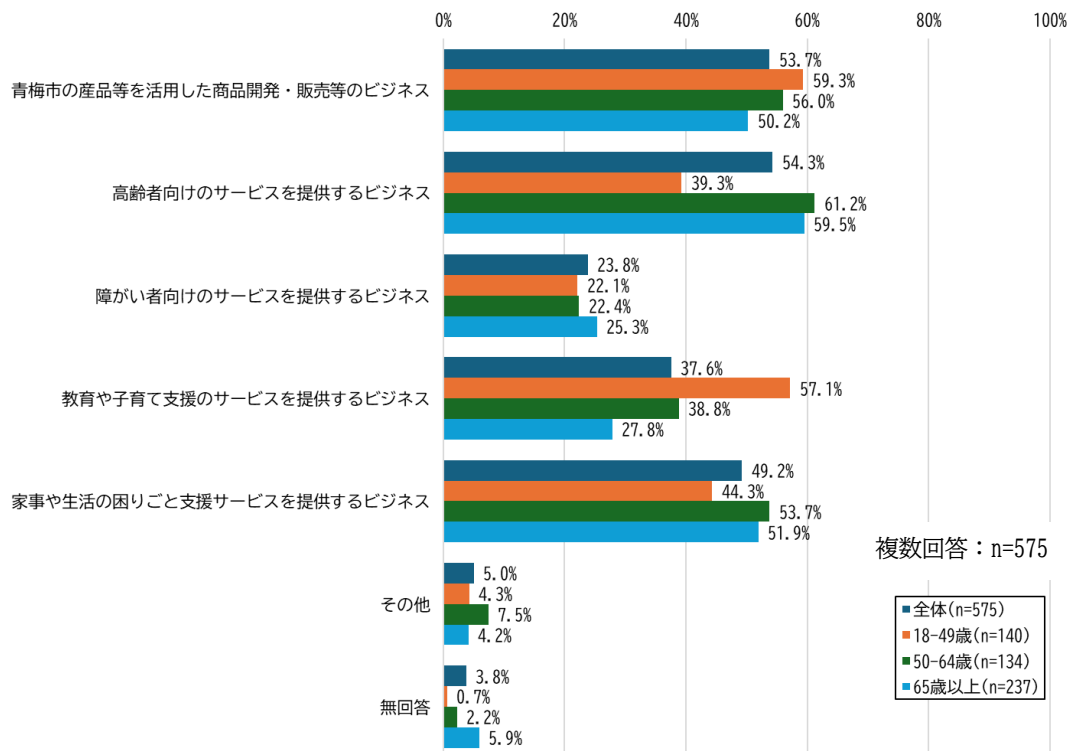


#### 4) これからの青梅市の産業振興について

##### ①青梅市の場合、「コミュニティビジネス」として必要だと思うこと

コミュニティビジネスとして必要だと思うことについては、全体では、「高齢者向けのサービスを提供するビジネス」「青梅市の産品等を活用した商品開発・販売等のビジネス」「家事や生活の困りごと支援サービスを提供するビジネス」がいずれも5割程度と多い。

一方で年代別に違いも見られ、18-49歳では「教育や子育て支援のサービスを提供するビジネス」が6割近くとなっている。

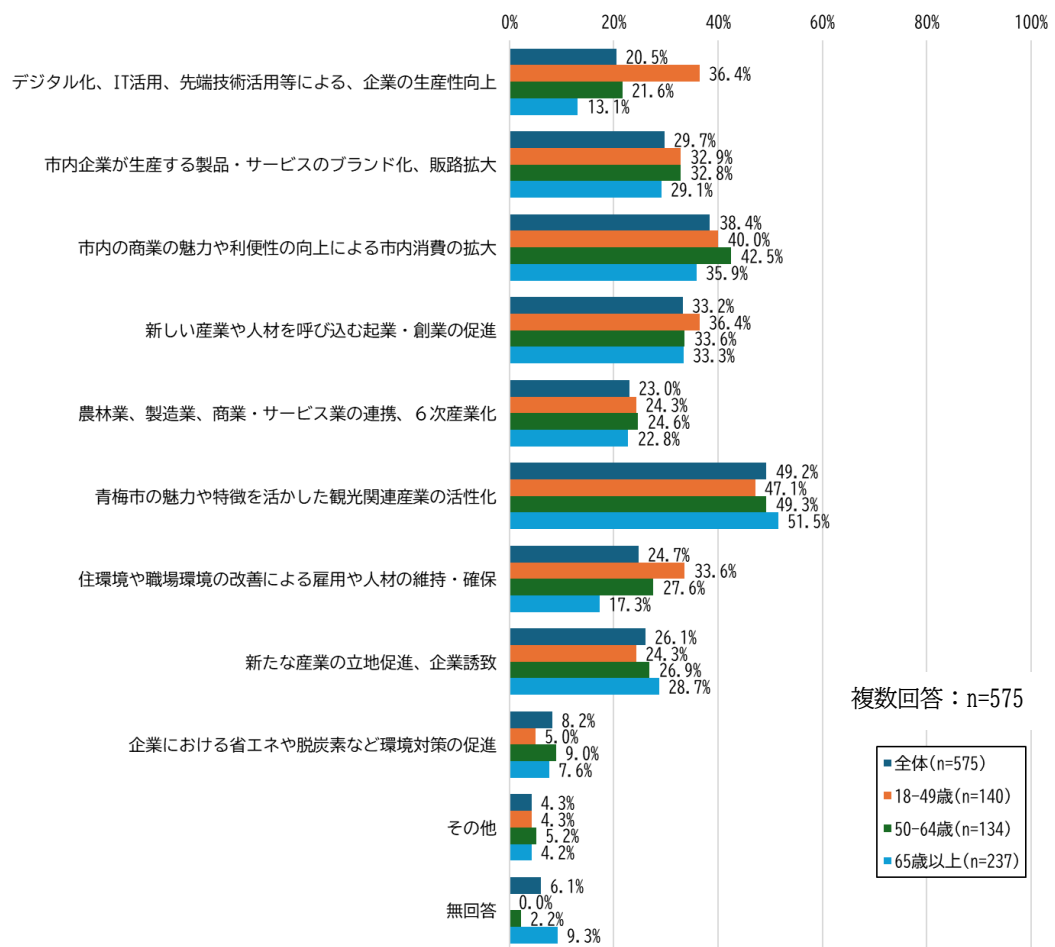


## ②今後、青梅市の産業振興において、重要だと考えること

今後の青梅市の産業振興において重要だと考えることについては、「青梅市の魅力や特徴を活かした観光関連産業の活性化」が最も多く、次いで「市内の商業の魅力や利便性の向上による市内消費の拡大」「新しい産業や人材を呼び込む起業・創業の促進」となっている。

また、「デジタル化、IT活用、先端技術活用等による、企業の生産性向上」は18-49歳で重要とする割合が高い。

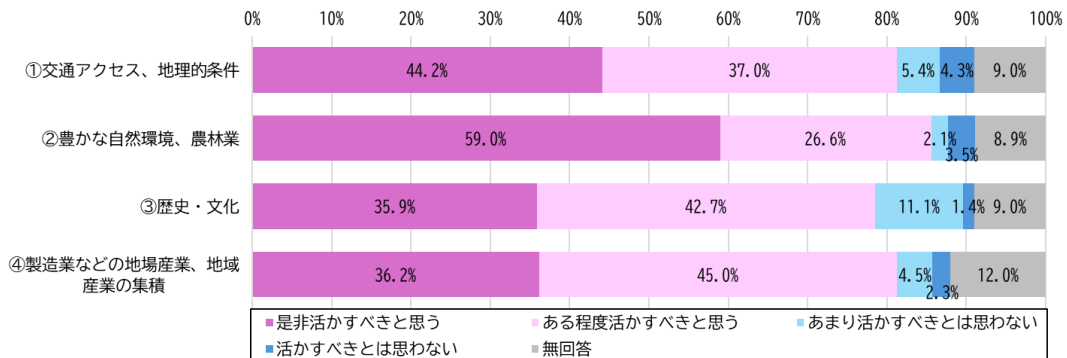
多くの項目が、年代問わず、2割程度の割合となっており、多様な観点からの産業振興を期待していることが窺える。



### ③今後10年の青梅市の産業振興を考えると、活かすべき青梅市の魅力や特徴

各項目とも、「是非活かすべきと思う」「ある程度活かすべきと思う」を合わせて8割程度となっている。このうち、「豊かな自然環境、農林業」については、6割近くが「是非活かすべき」としている。

各単回答：n=575



### ④その他活かすべき青梅市の魅力や特徴(自由回答)

その他活かすべき青梅市の魅力や特徴(自由回答)について、47件の意見が得られた。

主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
観光振興・観光資源の活用	52件
自然環境の活用	48件
交通アクセス・インフラ整備	35件
商店街・駅前の活性化	18件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

#### i)観光振興・観光資源の活用

青梅市の豊かな自然(山・川・渓谷)を活かした観光振興を求める意見が多い。特に御岳山や御岳渓谷などの既存観光資源の活用強化、道の駅の設置、宿泊・飲食施設の充実などのアイデアが挙げられた。

【主要なキーワード】観光、山・渓谷、道の駅、グランピング・キャンプ、インバウンド・外国人観光客、温泉

#### 【意見の例】

- 「渓谷や山などを活かした観光 海外からのインバウンド」
- 「登山やトレイルランニング、マラソンで多くの観光客が青梅市内を訪れるが、ほとんど青梅市内に金を落とさない。駅周辺や車で気軽に立ち寄れる飲食店やスポーツ用品店、宿泊施設が少ない」
- 「奥多摩にグランピング施設設置 梅ジュース等梅料理、スイーツを作る 塩舟観音で集客イベント、出店を出し、観光名所にする」
- 「道の駅の設置、仙と渓谷の自然景観そして歴史文化に恵まれた青梅市内に設置し、と

## ii)自然環境の活用

青梅市の最大の魅力として「豊かな自然環境」を挙げる意見が多数。都心に近いながら自然に恵まれている点を強調し、この環境を守りながら活用すべきという意見がみられる。また、子育て環境や移住促進の観点からも自然環境の価値が評価されている。

【主要なキーワード】 自然、山・川、環境

【意見の例】

- 「東京都であり、中央線から直通の青梅線がある。そのアクセスの良さ。また、自然があり都会とは全く違う環境で非日常を味わえる」
- 「圧倒的な知名度である山、川の自然を活かした振興が重要。これまでの文化と新感覚が共存した産業作りが必要」
- 「青梅市の自然豊かな環境を守りながら、時代に合った新しいことを取り入れつつ、若い世代の方達に住んでみたいと思わせる街づくりを作って欲しい」
- 「都心に電車1本で行けて、通勤に便利。休日には自然に癒されるそこをもっとアピールできると良い」

## iii)交通アクセス・インフラ整備

圏央道青梅インターの活用、市内循環バスの整備要望、青梅線の利便性向上などが挙げられている。特に高齢者の移動手段確保や企業誘致のためのインフラ整備を求める意見があった。

【主要なキーワード】 アクセス、青梅インター、バス・循環バス、電車・青梅線、  
道路整備

【意見の例】

- 「青梅インター周辺に人物・設備、情報の集まる企業や施設が集まることとし、その周りに支える企業集団ができ、先端産業や第2次産業・第3次産業が重層的に囲むようになってくると楽しそうだ」
- 「市内循環バス(小型)で病院、道の駅スーパー等回れるようにしてほしい」
- 「すでに整備が行われているが、圏央道青梅インターと隣接したインター北の用地を最大限に生かすべきであると考えます。広大な用地がこれほどインターに近いところにあるところは他に見当りません」
- 「コミュニティバスの運用をお願いしたいです。免許返納後の交通手段が無いのでJRの電車料金よりも安い方が利用者がふえるとおもいます」

#### iv) 商店街・駅前の活性化

青梅駅前や商店街の衰退を懸念する声が多く、活性化のための具体策として、イベント開催、情報発信の強化、個人商店の支援などのアイデアが挙げられた。

【主要なキーワード】 商店街、駅前、個人商店、イベント

【意見の例】

- 「引越しをしてきてから、特に情報が入らないので、商店街の存在も知りませんでした。私が知らないだけ、という素晴らしい個人商店などはたくさんあると思いますので、商店街で子ども向けのイベントなど打ち出しを広くしていただけると、足を運びやすいのかな、と思いました」
- 「青梅の駅前が昔の様に賑やかになると嬉しいです。街並みや歩道の整備、一年中、集客できるような美味しいお店やココでしか買えないモノのお店が増えるといいな」
- 「青梅には個人でがんばっている飲食店がかなり多いと思います。おめ通からの情報で知る事がとても多く実際足を運んで食事に行く事がとても多いです。そういった個人でがんばれる小規模なお店が、沢山出店出来るサポートが出来るととよいと思います」

#### v) 特産品・地場産業の振興

地元企業のタオルや織物などの伝統産業、梅などの農産物を活かしたブランド化や情報発信の強化を求める意見がある。地場産業の魅力が十分に知られていないことへの指摘も見られる。

【主要なキーワード】 地場産業・特産品、梅、織物・青梅夜具時、ホットマン

【意見の例】

- 「織物の街 だった事を より一層復活させて世界にアピール」
- 「青梅夜具地の展示や夜具地を使った小物販売など、観光客誘致の一つとしてもっと活用できるのでは」
- 「青梅のホットマンのタオルは品質が素晴らしいので、ぜひ青梅にあると広報していくといいと思います」
- 「青梅駅近くにホットマンや沢の井のお酒の店等（わさび漬）集約した建物とかできないでしょうか、市民も行けるような」

## ⑤望ましいと考える青梅市の「商業」の姿

望ましいと考える青梅市の商業の姿（自由回答）について、273 件の意見が得られた。

主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
道の駅・観光施設	52 件
大型商業施設・ショッピングモール	51 件
商店街の活性化	51 件
駐車場・交通アクセス	49 件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

### i)道の駅・観光施設

道の駅等、地元の農産物や特産品を販売する拠点を設置して、市外からの集客を期待する意見が多い。観光と商業を連携させ、青梅ならではの魅力を発信したいという意見があった。

【主要なキーワード】観光、道の駅、農産物、特産品、地産地消

【意見の例】

- 「インター近くに、道の駅や農産物、ここに行かないと買えない物などを作って欲しい（付帯して、食の店など、名物店を入れて欲しい）」
- 「道の駅的な大型の施設があればと思います。地場の特産品の販売および特産品を使った食堂(レストラン)等が必須と考えます」
- 「青梅市ならではの商品やサービス、観光業との連携を更に行っていくべき。ホットマンや小澤酒造、御岳山宿坊などもっと PR するとともに、これら店舗の周辺にもこんなによいお店があるという PR、また企業誘致も必要と考える」

### ii)大型商業施設・ショッピングモール

日の出町や武蔵村山市にあるような大型商業施設を青梅市内に誘致してほしいという意見があった。その背景として、市外に買い物に行かざるを得ない現状への不満と、市内で買い物が完結できる環境を求める意見があった。

【主要なキーワード】大型商業施設、ショッピングモール、総合店

【意見の例】

- 「イオンのような大型なショッピングモールなどを誘致すべき」
- 「買い物に行くにしても武蔵村山または日の出イオンに行ってしまう、今後は八王子にもイオンが開店するためそこに行くことになる、青梅 IC もあるのだから、そういった商業施設があると良い」
- 「駐車場を整備した大型ショッピングモールで若い家族が一日過ごせる設備が出来ると良い」

- 「日の出イオンや入間のアウトレットのように青梅といえばココというような大きな商業施設が欲しい。子供連れで1日中いられるような場所があると良い」

### iii) 商店街の活性化

青梅駅周辺の商店街がシャッター街化している現状への懸念や、空き店舗の活用や商店街の再生を求める意見があった。また、昔ながらの商店街の良さを残しつつ、若者や観光客も訪れたい魅力的な街づくりを望む意見があった。

【主要なキーワード】 商店街、個人商店、シャッター、空き店舗

【意見の例】

- 「平日はシャッターが閉じてない商店街でいつでも買い物ができる 活気溢れる 町であってほしい」
- 「休日に歩きたくなるような商店街があると良い。青梅駅周辺の商店街はほとんどシャッターが降りており、空き店舗の活用が進んでいない」
- 「商店街もすっかり廃れてしまった感がありますので、レトロなカフェや、若者の流行を取り入れたオシャレな店、青梅の農産物を使った B1 グルメ等に力を入れ青梅市全体の街づくりをする」
- 「川越や鎌倉のような「歩いて楽しい街」を目指す」

### iv) 駐車場・交通アクセス

青梅駅周辺の駐車場不足が商店街利用の障壁になっているという意見や、駅前の利便性向上を求める意見があった。また、青梅駅前にスーパーなどの生活必需品を扱う店舗がないことへの不満も見られる。

【主要なキーワード】 青梅駅前、駐車場、アクセス

【意見の例】

- 「駅前に店舗が少ないため、車移動が前提になっている。駅周辺の産業、店舗をまずは増やさないと魅力が上がらない」
- 「商店街に関しては住民以外に働いている人が少ないので発展が難しい、先に述べましたが観光客を取り込む施設、道の駅の設置による集客がこのましい」
- 「青梅駅周辺のお店がどんどん閉店していく姿は悲しい。道路も歩道も狭く昔の面影を残しているのは良いが、出かけてみようと思う気にならない」
- 「青梅駅前にスーパーやドラッグストア等の最低限の生活設備を作ってください。駅にスーパーもドラッグストアも無しに、市内の人口を増やそう等とは無理だと思います」

## v)高齢者向けサービス・移動手段

高齢化社会を見据え、コミュニティバスや移動販売など、高齢者が買い物しやすい環境整備を求める意見があった。また、車を運転できない高齢者の買い物支援や、宅配サービスの充実を望む意見があった。

【主要なキーワード】 高齢者、コミュニティバス、送迎、タクシー、移動販売

【意見の例】

- 「小回りのきくコミュニティバス」
- 「高齢者が増えるため、高齢者向けのサービス」
- 「高齢者が移動はバスだけで済む様に青梅駅近くのスーパー、仲間と会話の機会を増やせるような食事処など、少しでも高齢者が楽しく気軽に外にでかけられるお店があったらと思います」
- 「コミュニティバスをぜひ運行させて欲しいです。コミュニティバスを活用して商業施設や商店街へ行ける様になれば、自ずと、商店街も利用する人が増えるのではないのでしょうか」
- 「スーパーなど行けなくなるので移動スーパー」

## ⑥望ましいと考える青梅市の「工業」の姿

望ましいと考える青梅市の工業の姿（自由回答）について、174 件の意見が得られた。

主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
企業誘致・産業誘致	32 件
既存産業の活用・継承	18 件
情報発信・PR・認知向上	15 件
環境配慮・自然との調和	11 件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

### i) 企業誘致・産業誘致

半導体やデータセンター、IT・AI 関連など先端技術分野の誘致を望む意見がある一方で、物流・倉庫の集積を懸念する意見も見られる。また、圏央道のアクセスの良さを活かした企業誘致を求める意見があった。

【主要なキーワード】半導体・電子部品、データセンター、物流・倉庫、IT・AI、  
工業団地、圏央道

【意見の例】

- 「成長産業である IT、AI、半導体関連企業の誘致を行うべき。元々青梅市は電子部品や機械産業系の企業が多い印象を持っている。成長する土壌はあると考える。」
- 「今後、AI データセンター需要の拡大に伴い、電力不足が懸念されています。そのため、安定的な電力供給を実現する発電施設の建設を強く希望します。」
- 「倉庫やデータセンターだらけにならないようにしてほしい。」
- 「最近物流関連の誘致が活発なように感じます。広大な自然面積の消失や大型車の増加が懸念点です。物流以外が良いかと思います。」
- 「土地の広さと都心からのアクセスの良さを活かしたものが望ましい。物流系工場ではなく、自動車や電子機器等の半導体などを製造している企業を誘致した方が良いと考える。」

### ii) 既存産業の活用・継承

青梅市の強みである電子部品・機械産業を活かした発展や、中小企業・町工場の技術継承を重視する意見があった。また、織物や木工など伝統産業の再興を望む意見もあった。

【主要なキーワード】電子部品・機械産業、中小企業・町工場、伝統工芸・織物、  
木工・林業、技術承継・後継者

【意見の例】

- 「10 年後の青梅市は、電子部品や機械産業などの強みをさらに高め高付加価値な製品

を生み出す工業都市になってほしいです。AI やロボット技術、環境に配慮した産業なども新しい分野にも挑戦し、若者が働きたいと思える魅力ある職場が増えていること願っています。」

- 「青梅市は織物産業が昔盛んでした。が今は衰退しています。色んなブランドとのコラボなど作れるようになると良いですね。高齢者でも技術者がまだまだ働ける場所がほしいです」
- 「大きな会社も青梅市から減っている為、中小企業を大切にしてその会社でしか出来ない事を活かし、伸ばし増して欲しい」
- 「後継者問題。若者が工場で働きたがらない(人手不足)。建物の老朽化。敷地がせまい。PRが弱い。何を作っているかほとんど知られていない。これらが改善されないと衰退しそうです。下請け工場ではなく技術力で稼ぐ工業団地で残っていくべきだと思います。」

### iii)情報発信・PR・認知向上

青梅市の工業について「知らない」「わからない」という声が多く、市民への情報発信不足が示唆されている。情報発信策として、工場見学や体験型イベントの拡充を求める意見があった。

【主要なキーワード】 工場見学・体験、PR、オープンファクトリー

【意見の例】

- 「商工会が行っているオープンファクトリーは魅力ある会社が多くとても良いと思いますが、チラシを見るまで具体的にどんな工場などがあるかほとんど知りませんでした。工場の誘致も必要ですが今ある会社の事業の紹介、市民向けに利用、購入、児童の見学を増やすなども良いかと思います。」
- 「青梅市の工業について、認知が薄いため(私自身含め)もっとアピールしても良いと思われます。」
- 「体験型施設を作り、木工、タオル作り、藍染等、青梅の工業製品作りを観光客や市内外の小中高生に体験してもらおう。製品の販売や将来の人材確保につなげる。」
- 「電子部品・機械産業が沢山あることに、今日始めて知りました。そういったことも道の駅などで紹介できれば、良いのではないかと思います。それを生かしたイベントなど」

### iv)環境配慮・自然との調和

青梅市の自然環境を守りながら工業を発展させることを重視する意見があった。

【主要なキーワード】 自然・環境保護、環境負荷・汚染防止、クリーンエネルギー

【意見の例】

- 「伝統などにとらわれず、新しい技術を取り入れていく。その中のも今まで培ってきたものを残す。工業を発達させるのはいいが、青梅の特徴である自然を壊すのはやってはいけない。」
- 「ケムリや騒音や汚水を出さない工業を発展させて下さい。つまり環境負荷の少ない（電力消費の少ない。原発反対です。）工業の発展なら賛成です。」
- 「東芝・日立など大手の撤退があり、衰退したように見えてましたが、アマゾンのデータセンター等、新しい産業も青梅に来ています。圏央道のインターに近いという地の利を活かし、周りの土地を有効活用して、自然を残した中での（緑に囲まれた工場(サントリーの白州蒸溜所のような...)）工業発展が望ましいと思います。」
- 「青梅市では環境にやさしいエネルギーに関わる産業が大きく育ち、地域の工場や企業が力を合わせて新しい技術づくりに取り組んでいる。木質バイオマスや自然を生かした仕事、デジタル技術を使用したものづくりが進み産学官が協力する実証拠点があり、若い人、女性が働きやすい環境があることが望しいと思う。」

#### v)雇用・人材確保

雇用の創出や若者の人材確保に向けて、地元企業への就職支援や働きやすい環境づくりを重視する意見があった。

【主要なキーワード】雇用創出・確保、若者・人材育成、地元就職・定着

【意見の例】

- 「昨年まで、多摩高校で生徒の就職指導をしていました。市内で就職したいという生徒がとても多く、地元の優良企業がその受け皿になっています。日野自動車など市外の大企業に入る子もいましたが、そういう子は意外に離職率が高い。大きくなくても、先輩が面倒をみてくれ、よくなじんだ地元の企業の方が、生徒にとっては居心地がよいようです。こういった企業が残りつづけ、盛んになってほしいと思っています。」
- 「雇用率の維持・継続、(何かしらの手当がつかると雇用率が上がるのでは...?)他の企業の見学(働き方、電子部品や機械などの見直し)」
- 「このところ倉庫(物流センター)の建設ばかり目立ちますがもっと雇用をうむ産業が必要ではないかと思います。」

## ⑦将来的な市内での勤務や市の経済発展に向けて魅力的な産業・仕事・働く環境

将来的な市内での勤務や市の経済発展に向けて魅力的な産業・仕事・働く環境（自由回答）について、250件の意見が得られた。

主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
企業誘致・大手企業の誘致	42件
IT・デジタル産業の振興	28件
商業施設（大型ショッピングモール等）の誘致	26件
柔軟な働き方・労働環境の整備	24件
観光・自然を活かした産業	23件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

### i)企業誘致・大手企業の誘致

若者が市内で働ける場所を確保するため、大手企業や製造業の誘致が必要という意見があった。その背景として、東芝や日立といった大手企業の撤退に言及する意見もみられる。

【主要なキーワード】大手企業、企業誘致、工場、雇用、製造業

【意見の例】

- 「大手企業の拠点が青梅市にあったり、良い会社の本店とかがあったらもっと若い人たちが集まりやすい。」
- 「青梅市は日立や東芝が撤退し大きな会社がなくなったが市内で働く場所を確保するため企業誘致が必要と考える。」
- 「大手企業の研修機関やショッピングセンターなどあれば働きやすいと思います。」
- 「雇用の増大とその関連会社（協力会社）の成長、発展を期待し『大企業の誘致』」
- 「倉庫（アマゾン等）だけだと、ファミリー層が増えないと思うので、東芝の様な企業の誘致が必要かと思っています。」

### ii)IT・デジタル産業の振興

若者にとって魅力的な産業としてIT関連が多く挙げられている。また、テレワークの普及により、自然豊かな青梅に住みながら都心の仕事ができる環境整備を求める意見があった。

【主要なキーワード】IT、テレワーク・リモートワーク、AI、デジタル

【意見の例】

- 「IT産業がもっと増えて、若者が働きやすい環境を提供していかないと故郷からはなれ都心に皆行ってしまいます。」

- 「IT 関連産業の充実と多くのテレワーク機会の提供」
- 「リアルで安全な話をすればオフィスビルを作り IT 関連などを誘致する。都心よりも家賃の安さを生かし、ネットインフラを上手く利用することで利便性を高め、いわゆるオフィス系の企業を招き入れる。」
- 「LLM を活用したものづくりの自動化を目指す製造業を支援するための環境整備を進めていただきたいと思います。そのような環境を整え、企業誘致を推進することで新たな雇用が創出され、さらに街全体で AI リテラシーの高い子どもたちが育つ好循環が生まれると思います。」
- 「製造業の高度化に加え、IT・デザイン・動画制作などのデジタル分野の仕事が増え、リモートワークできると魅力的」

### iii) 商業施設(大型ショッピングモール等)の誘致

若者のアルバイト先や買い物の場として、大型商業施設の必要性の意見があった。

【主要なキーワード】 ショッピングモール、大型商業施設、駅前・駅周辺、商店街

【意見の例】

- 「大型ショッピングモールのようなものが必要。」
- 「もう少しイオンみたいなところを増やしたらいいと思う」
- 「隣の飯能市にあるような『ムーミンバレーパーク』みたいなテーマパークみたいな物ができれば、若い人達が一集まったり、そこで働いてみたいと思うかもしれません。又、市の東部の方に1店舗ぐらいは『日の出イオンモール』規模のショッピングモールがあれば、そこへ子供達が行ったり、若い人達がそこで働こうと思うかもしれません。」
- 「ららぽーとやイオンがあれば、高校バイトなどするのではないのでしょうか。」
- 「イオンモールの様な大規模商業施設があると活気があっていいと思います。高齢者は中を散歩することで、フレイルの予防につながり雨の日でも気軽に出かけられる。」

### iv) 柔軟な働き方・労働環境の整備

子育てや介護と両立できる柔軟な働き方ができる環境整備についての意見があった。

【主要なキーワード】 働きやすい環境、柔軟な働き方、ワークライフバランス、

子育て支援、短時間勤務

【意見の例】

- 「時間に縛られない自由な働き方で年齢性別を問わない労働環境を整える。」
- 「女性や高齢者が働ける産業、働ける職場環境」
- 「働く環境については、青梅市で生活しながら無理なく働ける選択肢が増えることが重

要だと思えます。通勤に依存しない働き方や、子育て・介護と両立しやすい柔軟な就労環境が整うことで、幅広い世代が安心して働き続けられるまちになると感じます。」

- 「ライフワークバランスが取れていて、一定の給与があれば人は集まると思う」
- 「子どもさんがいる主婦の方達も短時間だけでも働ける仕事。また、まだ働ける方の短時間雇用。(高齢者)」

## v)観光・自然を活かした産業

青梅の豊かな自然環境を活かした観光産業やレジャー施設の開発を求める意見があった。また、アウトドアやスポーツ関連の産業への期待も見られる。

【主要なキーワード】 自然、観光、レジャー施設、多摩川、御岳山

【意見の例】

- 「観光業の活性化や、安定した収入」
- 「沖縄のように、観光業に頼った市にしても良いと思う。自然豊かで、憩いを求めてやってくる市外の人にも評判は良いと思うが、立ち寄れる店などが少ない為、サービス業で現在の若者たちに働き口を提供するのが良いと思う。」
- 「せっかくの自然があるのだから、それを生かした大型レジャー施設（例えば沖縄のジャングリアのような）や、川沿いを利用したキャンプ場の造設をし、地方に行かなくても、都内で自然が楽しめる施設があったら良いと思う。」
- 「スポーツ・観光の振興と企業の研究開発部門の誘致」
- 「レジャー(アウトドア、観光、イベント)を軸に、行くと何か楽しいことありそうな予感のするような、青梅駅～御嶽で一体感のある地域に育てていくのが良いと思う。」

## ⑧市の産業振興の将来像や市が進めるべき産業振興策

市の産業振興の将来像や市が進めるべき産業振興策（自由回答）について、194 件の意見が得られた。

主に、以下のようなテーマの意見が挙げられた。

テーマ	件数
観光振興・自然活用	52 件
企業誘致・雇用創出	38 件
商店街・駅周辺活性化	34 件
道の駅・施設整備	18 件
交通アクセス・インフラ整備	15 件

上記テーマごとの回答の傾向と意見の例は以下の通りである。

### i)観光振興・自然活用

豊かな自然環境を活かした観光産業の育成や体験型観光（農業体験、林業体験、川遊び等）の推進についての意見があった。一方で、観光インフラ（トイレ、駐車場、案内等）の整備不足を指摘する意見もあった。

【主要なキーワード】 観光、自然、御岳山、梅、多摩川、サイクリング、キャンプ、アウトドア

#### 【意見の例】

- 「豊かな環境を体験できるような観光産業(農業体験や林業体験など)」
- 「御岳を第二の高尾山にする。参道を整備し植花等々」
- 「恵まれた自然と都心から近いという点を売るなら環境の整備が必要だと思う。例えばサイクリングに来る人には道路の整備。トレイルランや登山する人にはトイレの増加」
- 「観光・工業・自然(林業など)の三本柱でやっていくのが一番青梅らしいのかなと思います。青梅の山林は他の市町村にはない宝」
- 「青梅市は、スポーツイベント誘致等で有利だと思います、去年の自転車レースは良かったです」

### ii)企業誘致・雇用創出

大手企業・優良企業の誘致による雇用創出や、若者が地元で就職できる環境づくりについての意見があった。

【主要なキーワード】 企業誘致、工場、雇用、働く場所、大企業、若者の就職

#### 【意見の例】

- 「大手企業の誘致」
- 「若者が安定して働ける大会社の誘致（羽村市のように）」

- 「小規模でもよいので、先端技術を持った企業の誘致」
- 「東芝がなくなったのは大きな痛手だったと思うので、同等以上の企業が市内に来てくれたら良いかと思います」
- 「地元の高校や自宅から通学(大学)している大学生などを対象にして市内の職場見学などをもっと頻繁に行うべき」

### iii)商店街・駅周辺活性化

駅周辺等における商業の衰退への危機感についての意見があった。

【主要なキーワード】 駅前・駅周辺、商店街、空き店舗・空き家、昭和レトロ、  
シャッター街

【意見の例】

- 「青梅駅周辺を昭和レトロを売りにしているが中途半端な街並みで期待して行った人はがっかりすると思う」
- 「土地価格の高騰+世代の入れかえによって市内も土地の売却と新築の増加があるように感じている。あたらしい人が入ってくるので活気を出す為にもお店の数を増やせるといいと考える」
- 「空店舗や空家は、市も、もっと力を入れて、チャレンジショップや若い世代の移住先としてちゃんと考えて行ってほしい」
- 「河辺駅の駐輪場が有料になったせいで小作駅を利用するようになった。今では河辺駅南口はすっかりさびれてしまっている」

### iv)道の駅・施設整備

道の駅等の、地場製品の販売拠点を望む意見があった。また、大型商業施設へ期待する意見があった。

【主要なキーワード】 道の駅、地場産品・特産品、温泉、ショッピングモール

【意見の例】

- 「青梅には、道の駅がないので、道の駅を作ってほしい。青梅の特産品を売って、青梅を盛えてほしいです」
- 「道の駅、温泉の複合型施設が良いです。地元名産の出展もできますし観光気分で地元の人もいけます。奥多摩へ行く人達の通過点、素通りを集客できます」
- 「道の駅「青梅」を青梅インターの横に作る。いまから隣の農地を道の駅に出来るはず」
- 「青梅市のシンボルとなるような大きなショッピングモールをつくってください!!子育て中、とっても助かると思います」

- 「おしゃれで素敵な公共施設 図書館、学習室、コミュニティセンター人が集まれば周りの商業施設で勝手に買い物してご飯も食べます」

## v)交通アクセス・インフラ整備

都心へのアクセス改善や、市内の道路・歩道・駐車場の整備による移動の利便性向上、高齢者向け交通手段の確保等の意見があった。

【主要なキーワード】 交通アクセス、道路整備、駐車場、コミュニティバス、青梅インター

### 【意見の例】

- 「東京都内へのアクセス利便性の向上。田舎生活への支援、Wi-Fi等 田舎でも企業活動ができる環境整備」
- 「駐車場の造設。奥多摩へ向かう道路は1本しかなくて不便。新たな道路を作る又は道幅を広げる。車線を増やす」
- 「高齢になって車を手ばなすと交通の不便さがこたえると思います。羽村市にあるはむらんみたいにコミュニティバス等走らせていただくと助かります」
- 「青梅インター出口の渋滞がひどいので、観光客を増やすのであれば、解消策が必要と思います」
- 「各設問で記載させて頂きましたが、生活しづらい自治体と感じています。道路・歩道・歩行者天国・アーケード・自転車専用レーンなどなど、基本インフラ的な面の改善を希望したいと思います」

