

令和4年6月14日  
地域振興部経済課

## 江東区産業実態調査の結果について

### 1 調査の目的

本実態調査は、区内事業所及び商店会等の昨今の景況感や区内事業環境の課題等を把握、また区民の生活状況やニーズ等を把握し、区内地域経済の活性化に向けた施策検討のため実施した。

### 2 アンケート調査実施概要

(調査期間：令和3年7月16日から①～③は7月30日、④は10月22日まで)

調査対象	有効回収数 (回収率)	調査項目
①企業を主たる取引先とする企業	1,394 (23.2%)	経営状況と取引先、立地環境、資金調達、新型コロナウイルス感染症の影響、事業活動における課題と方向性等
②一般消費者を主たる取引先とする企業	1,268 (21.1%)	
③区民	1,569 (31.4%)	住まいの地域、地域とのかかわり、買物の状況、商店街等
④商店会	52 (98.1%)	商店会の概要・状況、現状と問題点、空き店舗、商店会の取組状況等

発送数：①、②は6,000（事業所を業種別に無作為抽出）

③は5,000（18歳以上の男女を地域が均等になるよう無作為抽出）

④は53（全ての商店会）

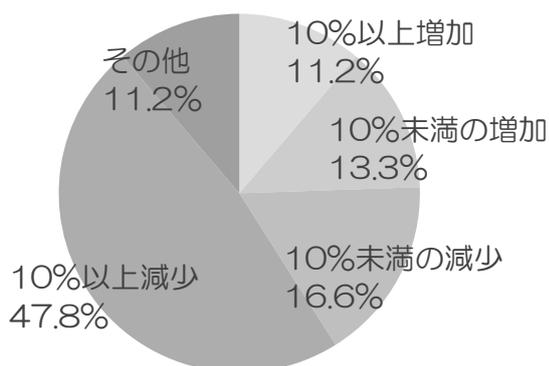
### 3 ヒアリング調査実施概要（調査期間：令和3年8月から4年1月まで）

調査対象	調査数	調査項目
区内事業所	74	1 近年の景況感等について 2 江東区の立地メリットやデメリット 3 課題意識 4 行政等への要望
関連団体	6	1 団体概要 2 区内事業所の景況感 3 江東区内の特徴等
商店会	52	1 商店会の運営状況等 2 店舗数・構成に関する変化 3 課題・活動の方向性 4 行政等への要望

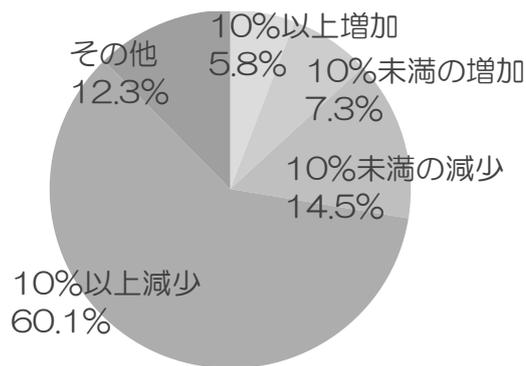
## 4 主な調査結果

### (1) 3年前と比較した売上高（企業向けアンケート）

企業を主たる取引先とする企業

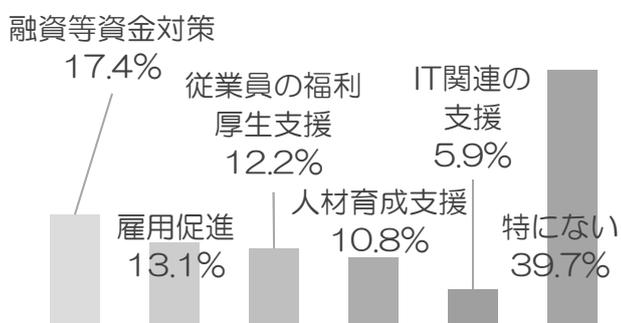


一般消費者を主たる取引先とする企業

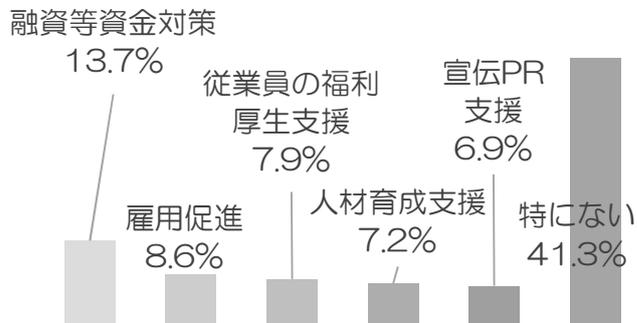


### (2) 区等に望む支援（企業向けアンケート）

企業を主たる取引先とする企業



一般消費者を主たる取引先とする企業



### (3) 日頃の買い物について（区民向けアンケート）

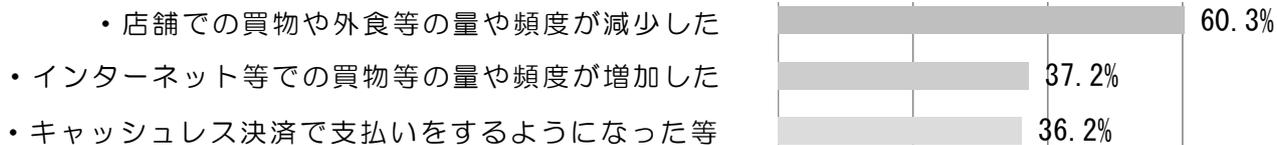
飲食料品や日用雑貨、医薬品の主な利用場所

⇒区内のスーパー・コンビニ・ドラッグストア・ファミレス

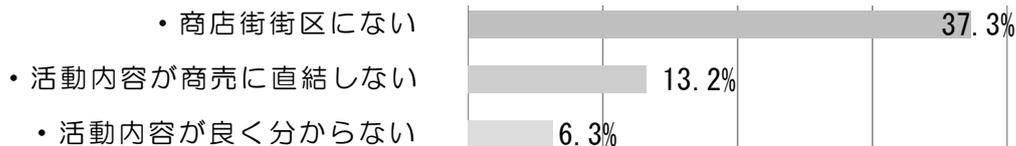
普段着、高級衣料、家電製品・家具、外食の主な利用場所

⇒区外のショッピングセンター・デパート等商業施設

### (4) 新型コロナウイルスの流行に伴う購買行動の変化（区民向けアンケート）



### (5) 商店会に参加していない理由（一般消費者を取引先とする企業向けアンケート）



### (6) キャッシュレス決済の導入が進んでいない理由（商店会向けアンケート）

