

4) 池上通り沿い地区

	分析項目	分析結果のポイント
消費者の 現状分析	住民に関する統計 データ分析	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都と比較して、高齢者（60歳以上）の人口の割合が高い。 ・東京都と同様の世帯割合となっている。 ・中卒・高卒の割合が高い。 ・外国人の割合は東京都と比べると低い。 ・30㎡未満の狭小住宅の住民の割合が高い。
	消費者として感じて いる不足業種	<ul style="list-style-type: none"> ・「あったらよいと思う店はない」という回答は区内平均を若干上回る。 ・不足業種として割合が高いのは「家電店」「茶・海苔店」「総合スーパー」「理容店・美容店」等である。区内平均とは異なり、大型店、専門店に対するニーズのあることが窺われる。
	区内外の商業地の 利用頻度	<ul style="list-style-type: none"> ・「東京都心」「大田区内で、大森駅・蒲田駅以外の近隣」の利用頻度が最も高く、8割近い人々が月に1回以上の頻度で利用している。 ・次いで、「大森駅周辺」と続いている。
	近隣の商店街に 対する評価	<ul style="list-style-type: none"> ・「自宅や職場に近い」と評価する人が約8割以上となっている。 ・また、「買物に時間がかからない」「店主・店員の接客サービスがよい」「品質・鮮度がよい」「店主・店員に商品知識がある」「価格が安い」という点で評価されている。 ・一方で「ベンチなど休憩する場所がない」「駐車場設備が充実していない」「駐輪場設備が充実していない」「商品の宅配サービスがない」という点で評価されていない。
	あなたにとっての商 店街	<ul style="list-style-type: none"> ・「買物をする場所」と全体の約7割が回答、次いで「各種サービスを利用する場所」が約2割となっている。 ・他の地区に比べて、「飲食をする場所」「まちのにぎわいを楽しむ場所」という回答が相対的に少なく、近隣型の商業地区としての性格を示している。
	大田区で紹介した い観光資源	<ul style="list-style-type: none"> ・区内で推薦したい観光資源としては、「羽田空港」「池上本門寺」「大田市場」が高い割合となったが、いずれも区内平均よりは割合が低い。 ・一方で、「大森ふるさとの浜辺公園（海苔の博物館）」については、区内平均よりも高い割合となった。
供給者の 現状分析	業況感	<ul style="list-style-type: none"> ・区内平均と同様であるが、「やや下降している」「下降している」の割合がやや高い。
	供給者として感じて いる不足業種	<ul style="list-style-type: none"> ・区内平均と比較して、不足業種として割合が高いのは「家電店」であり、消費者調査と同様の傾向を示している。 ・消費者調査と比較すると、「鮮魚店」「精肉店」等についても不足業種として捉えられていること、「クリーニング店」があげられていること等で差が示されている。
	良い影響を与える 店舗等	<ul style="list-style-type: none"> ・区内平均とほぼ同様の傾向を示している。 ・「良い影響を与える店舗等」としては、池上本門寺の他、池上総合病院・大森赤十字病院、大田文化の森等が挙げられた。
	脅威を与える 店舗等	<ul style="list-style-type: none"> ・「脅威を与える店舗がある」と回答した割合は区内平均よりも低い。 ・「脅威を与える店舗等」としては、サミット、オオゼキ、イオン等のスーパーやコンビニエンスストアが挙げられる。
供給者の 現状分析	商店街活動の 活発度	<ul style="list-style-type: none"> ・「あまり活発ではない」「ほとんど活動がない」という回答が区内平均より高く、「かなり活発」「活発」と回答した商店街の割合は、区内平均よりも低なっている。
	まちづくりへの 関心	<ul style="list-style-type: none"> ・ほぼ区内平均と同様である。

分析項目	分析結果のポイント
コミュニティビジネスへのニーズ	・区内平均と比べ、「高齢者支援」が相対的に低く、「まちづくり・地域活性化の支援」「地域情報の発信」「環境・資源の保全」が、相対的に高い。
店舗経営上の悩み	・区内平均と比べ、「店舗が老朽化してきている」「他店舗との差別化を図るものがない」という悩みの割合が相対的に高く、「後継者がいない」「思うように人材確保ができない」という悩みの割合が相対的に低い。
後継者の有無と今後の事業継続	・区内平均に比べて「事業規模の拡大を予定」と回答した割合が高く、「事業規模の縮小を予定」と回答した割合が低い。 ・また後継者がいる店舗が区内平均に比べて多いが、5割弱は自分の代で店舗を閉める意向である。 ・自分の代で店舗を閉める店について、今後のことは「わからない」「店舗を売却する」の割合が区内平均よりも若干高い。
地域としての特徴・強み	・池上本門寺があることから、地域の特徴・強みとして「名所・旧跡（神社仏閣、街道、発祥の地、由緒あるもの等）」「文化・歴史（祭り、神輿、神楽、踊り、太鼓等）」を挙げる割合が高い。

③池上通沿いの対象の町丁目



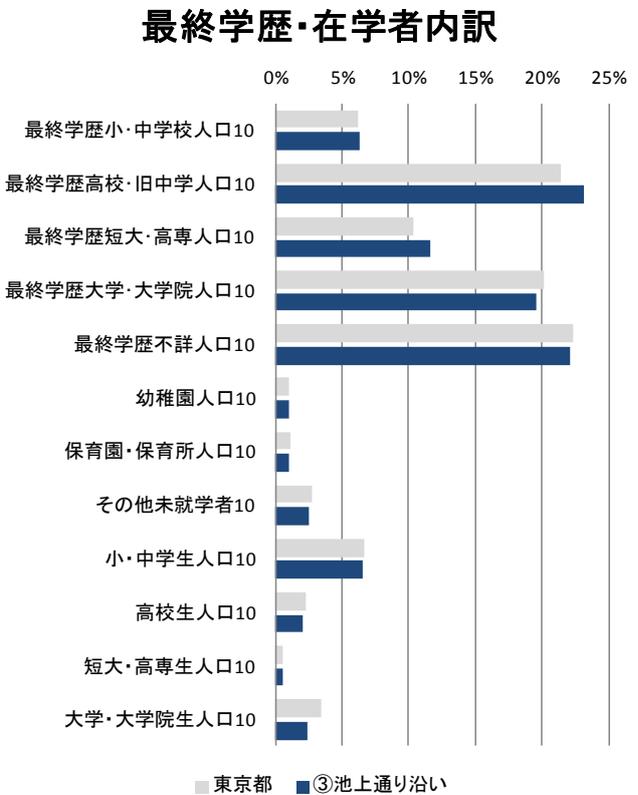
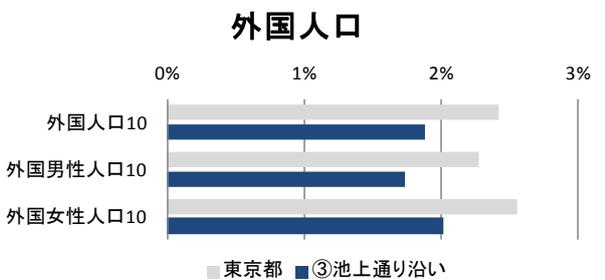
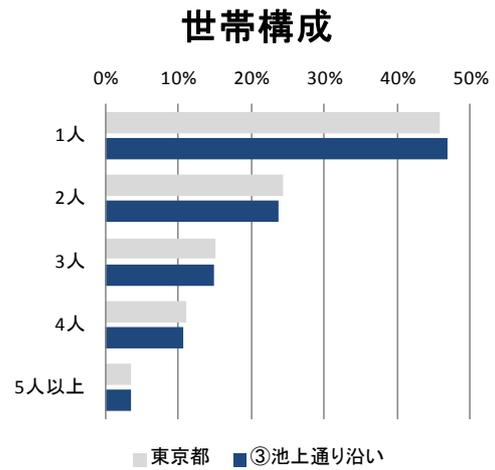
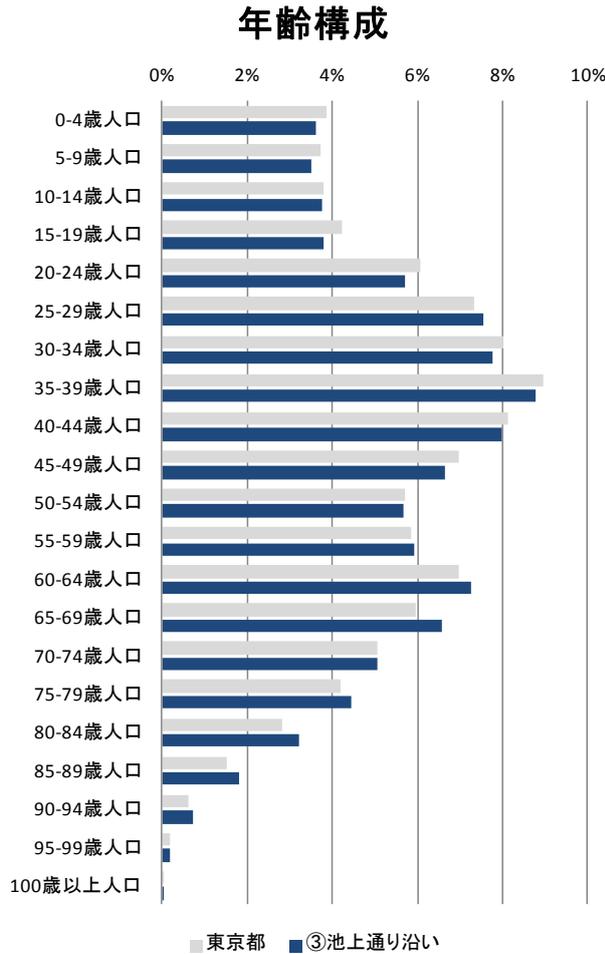
- ・中央1丁目～8丁目
- ・池上1丁目～8丁目

1)消費者の現状分析

■住民に関する統計データ分析

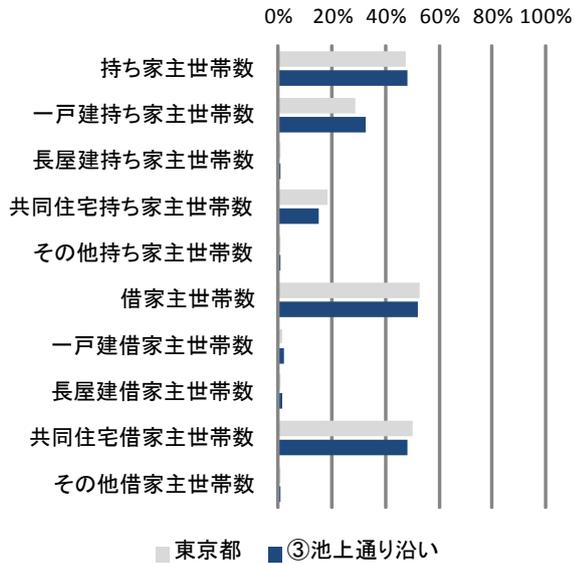
- ・東京都と比較して、高齢者（60歳以上）の人口の割合が高い。
- ・東京都と同様の世帯割合となっている。
- ・中卒・高卒の割合が高い。
- ・外国人の割合は東京都と比べると低い。
- ・30㎡未満の狭小住宅の住民の割合が高い。

池上通り沿い地区の住民に関する統計データ（1）

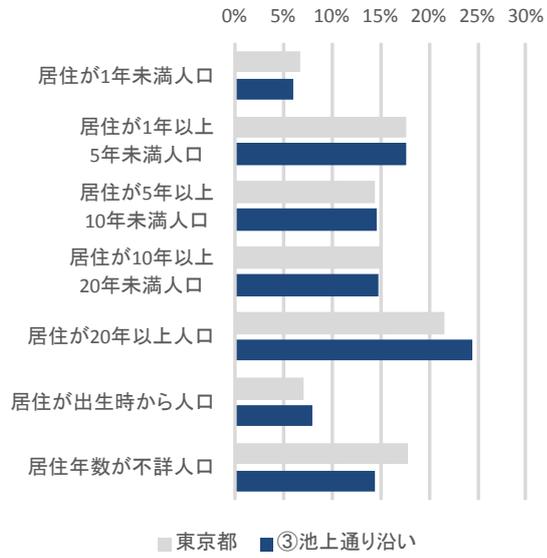


池上通り沿い地区の住民に関する統計データ（2）

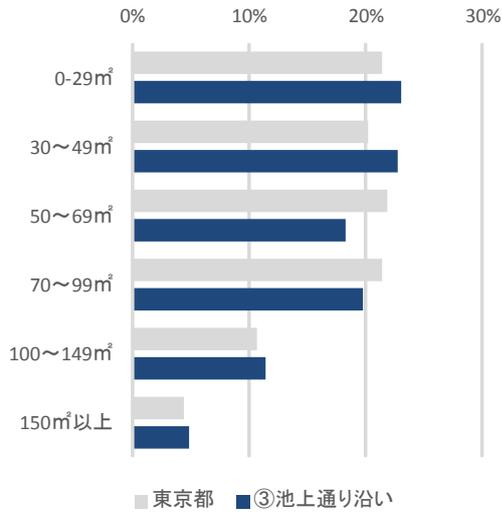
住宅の所有形態



居住年数



住宅面積

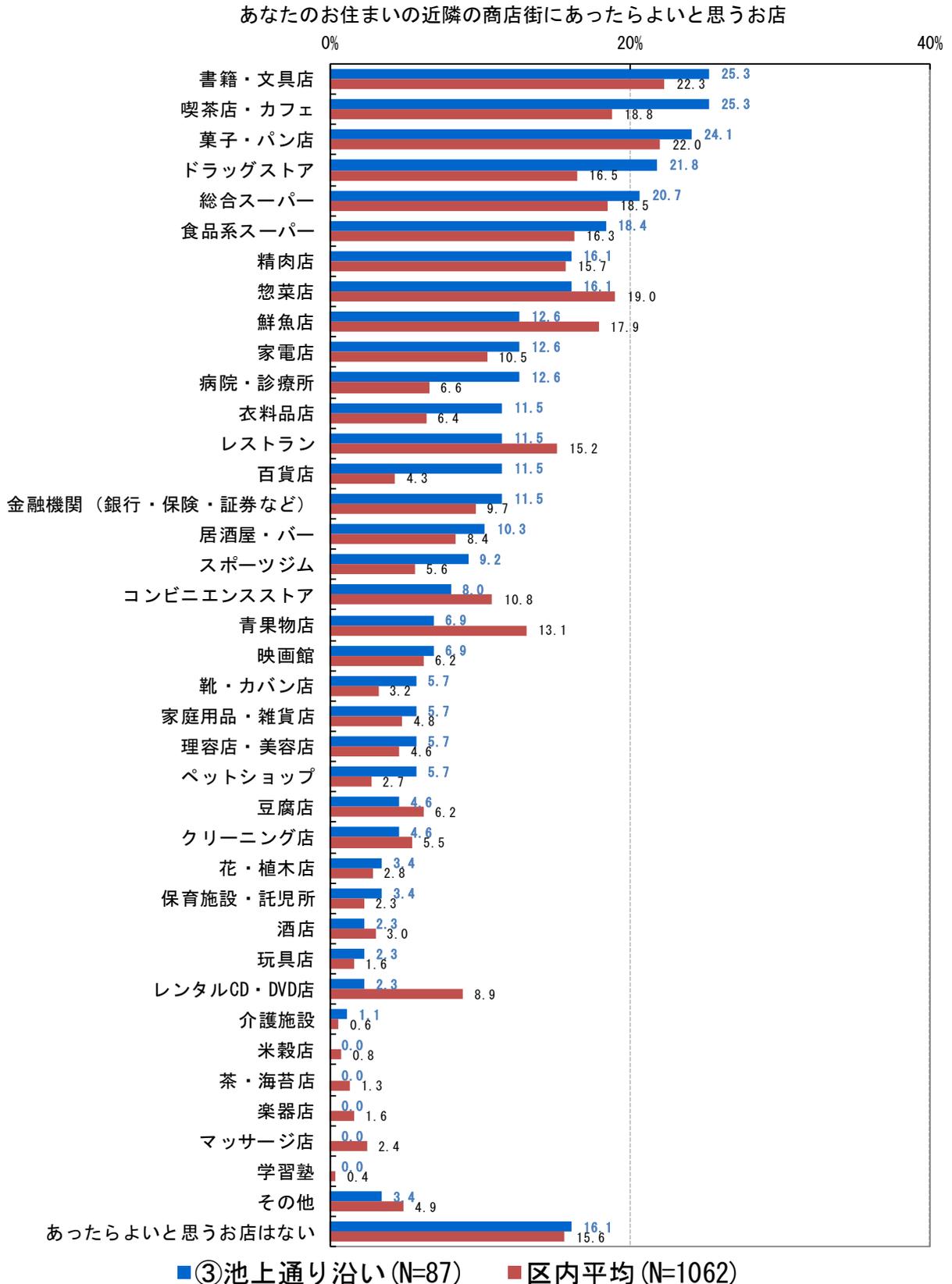


■商圏の基礎指標 ③池上通り沿い

人口総数10	54,816
世帯数10	27,096
昼間人口総数10S	41,582
昼夜人口比率	76%
全産業事業所数10S	2,353
小売業事業所数10S	389
飲食店事業所数10S	249

■消費者として感じている不足業種（区民 Web アンケート 問 7-2 の地区別集計）

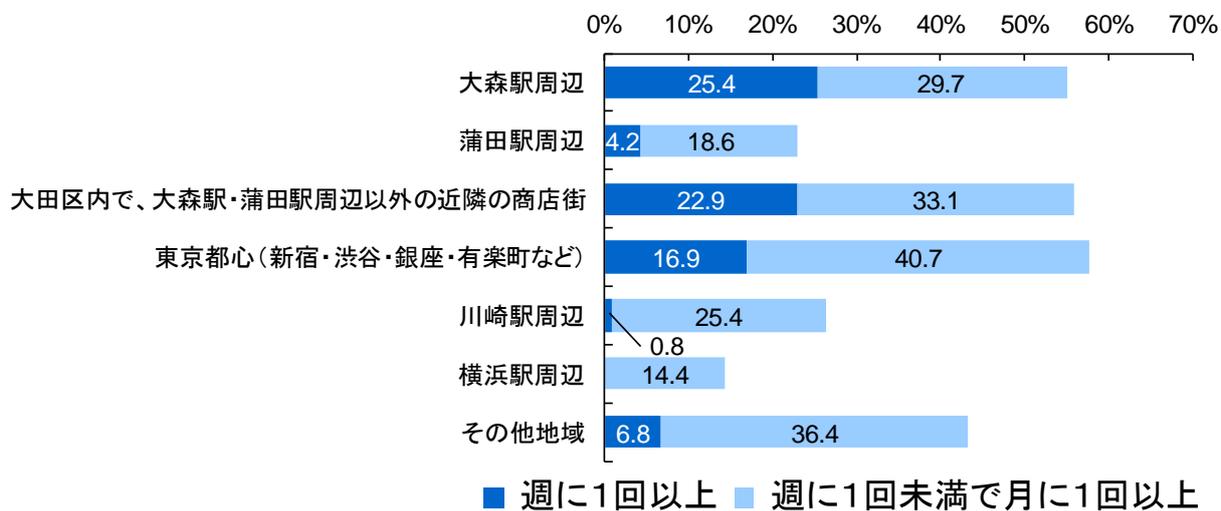
- ・「あったらよいと思う店はない」という回答は区内平均を若干上回る。
- ・不足業種として割合が高いのは「書籍・文具店」「喫茶店・カフェ」「菓子・パン店」「ドラッグストア」「総合スーパー」等である。



■区内外の商業地の利用頻度（区民 Web アンケート 問 5 の地区別集計）

- ・「大田区内で、大森駅・蒲田駅以外の近隣」の利用頻度が最も高く、6割近い人々が月に1回以上の頻度で利用している。
- ・次いで、「蒲田駅周辺」「東京都心」「大森駅周辺」と続いている。

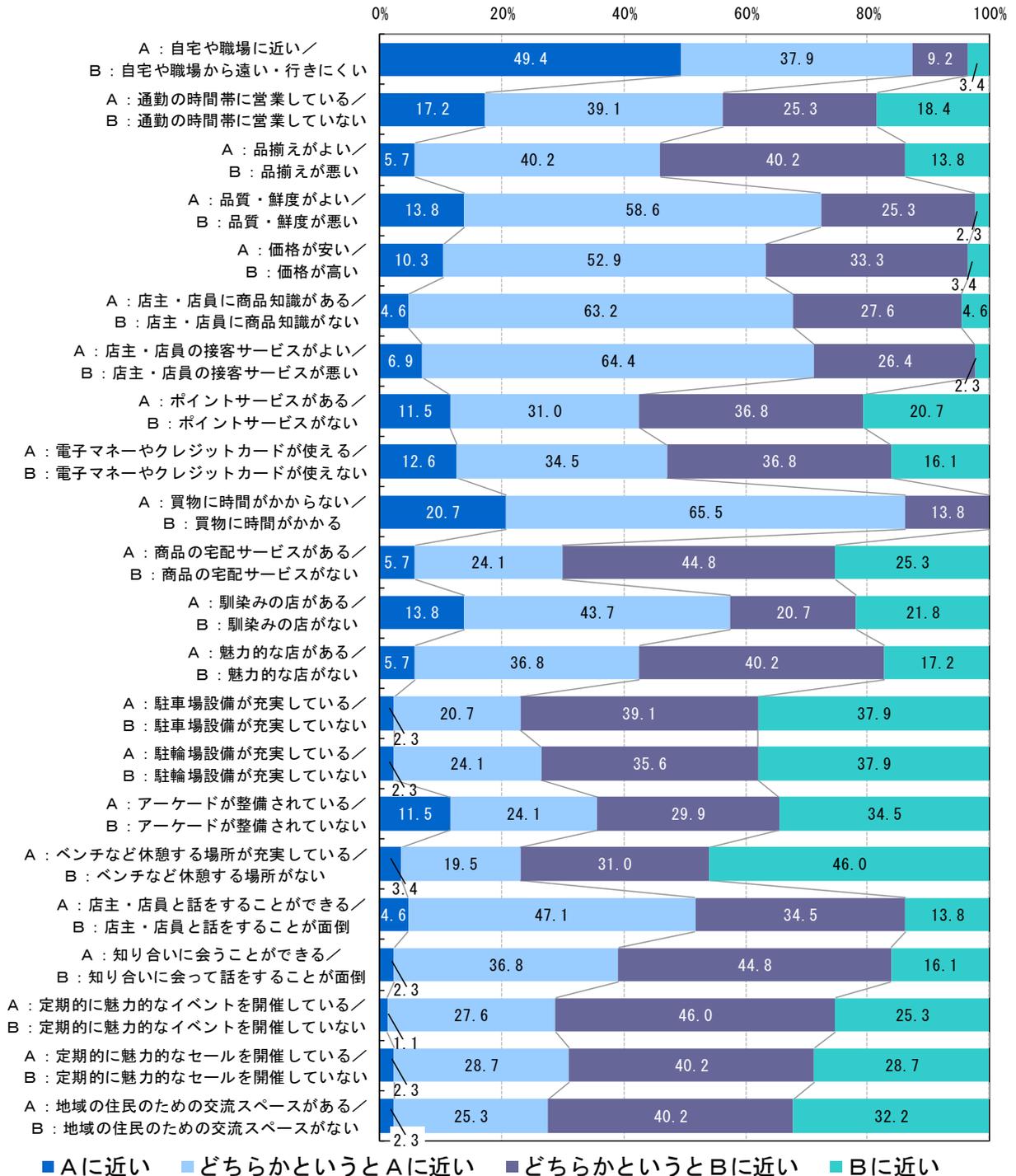
区内外の商業地の利用頻度



■近隣の商店街に対する評価（区民 Web アンケート 問7の地区別集計）

- ・「自宅や職場に近い」と評価する人が約8割以上となっている。
- ・また、「買物に時間がかからない」「店主・店員の接客サービスがよい」「品質・鮮度がよい」「店主・店員に商品知識がある」「価格が安い」という点で評価されている。
- ・一方で「ベンチなど休憩する場所がない」「駐車場設備が充実していない」「駐輪場設備が充実していない」「商品の宅配サービスがない」という点で評価されていない。

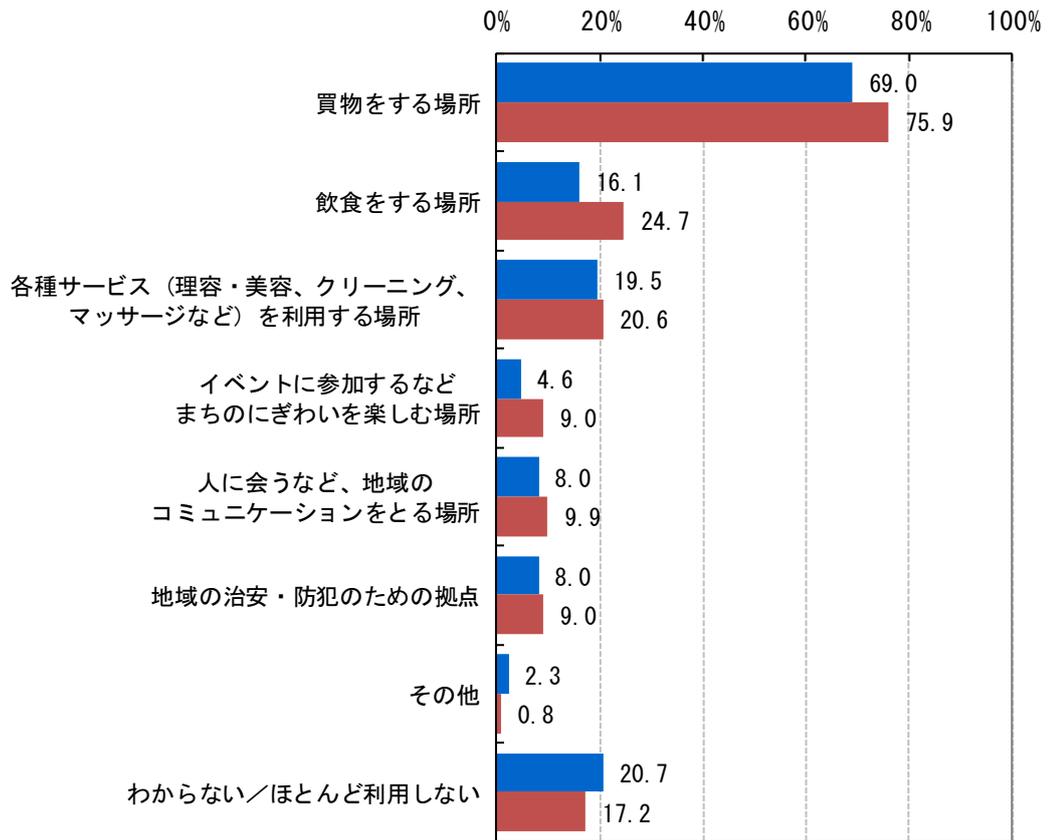
大田区内であなたがよく利用する、またはあなたのお住まいの近隣の商店街について、
あなたのお考えに近い方をお知らせください（③池上通り沿い地区）



■あなたにとっての商店街（区民 Web アンケート 問 8 の地区別集計）

- ・「買物をする場所」と全体の約 7 割が回答、次いで「各種サービスを利用する場所」が約 2 割となっている。
- ・他の地区に比べて、「飲食をする場所」「まちなぎわいを楽しむ場所」という回答が相対的に少なく、近隣型の商業地区としての性格を示している。

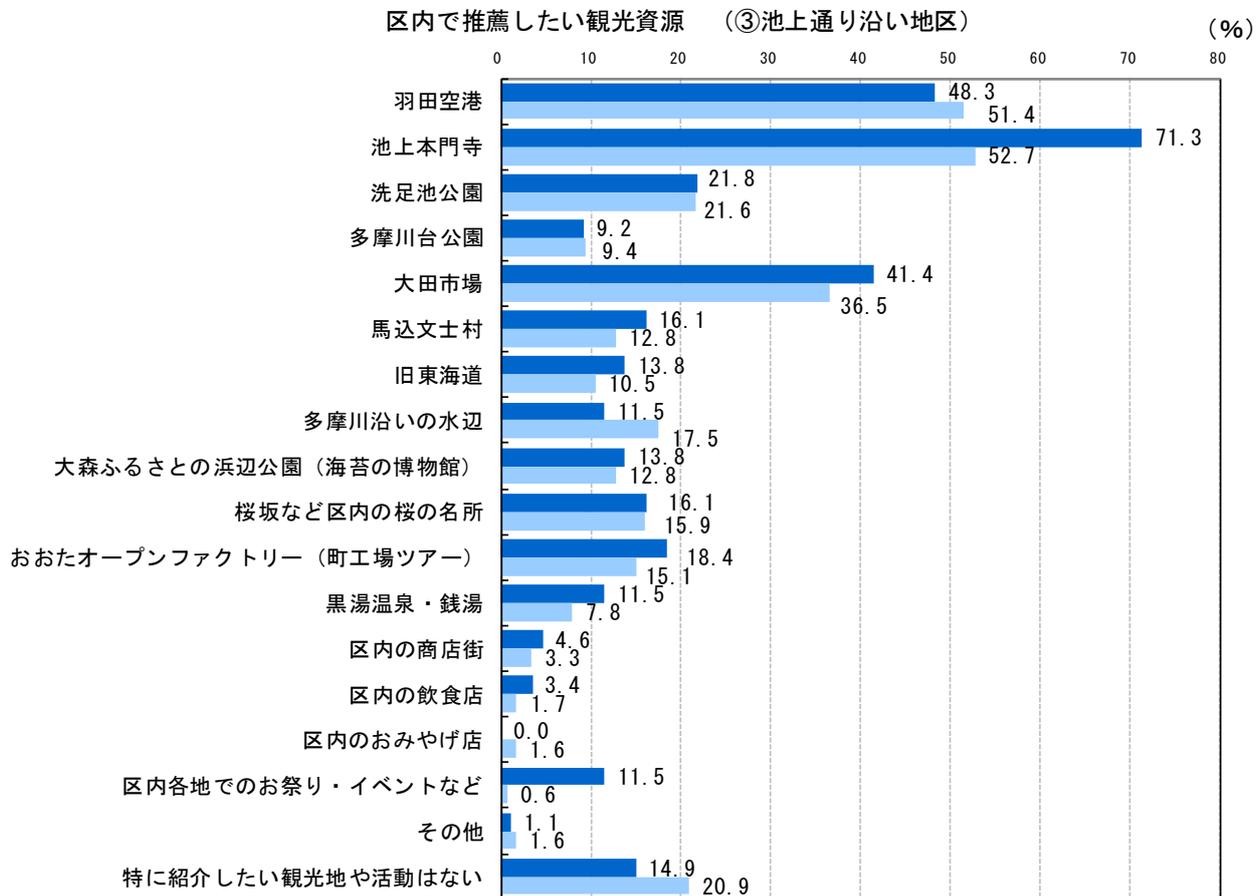
あなたにとって、商店街はどのような場所か？
 (③池上通り沿い地区)



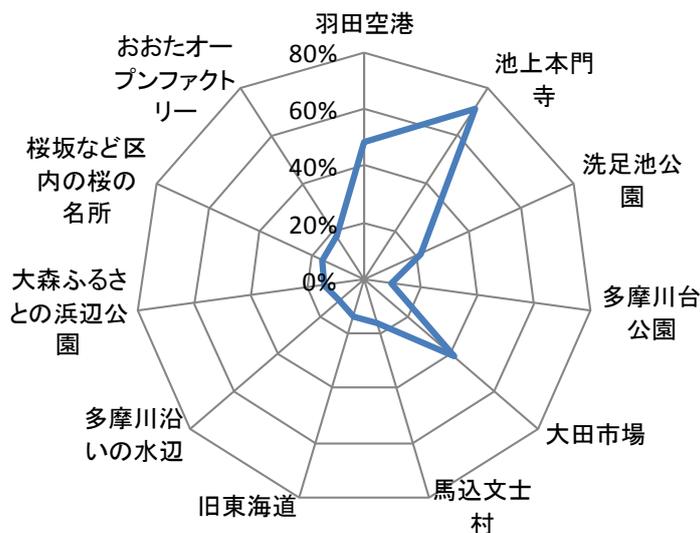
■③池上通り沿い地区 (N=87) ■区内平均 (N=1062)

■区内で推薦したい観光資源（区民 Web アンケート 問 10 の地区別集計）

- ・区内で推薦したい観光資源としては、「羽田空港」「池上本門寺」「大田市場」が高い割合となったが、いずれも区内平均よりは割合が低い。
- ・一方で、「大森ふるさとの浜辺公園（海苔の博物館）」については、区内平均よりも高い割合となった。



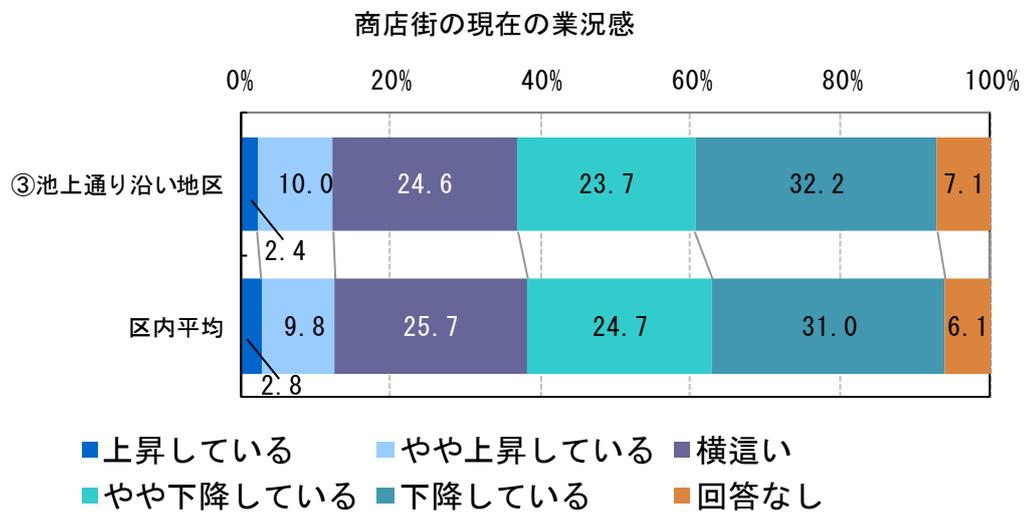
■ ③池上通り沿い地区 (N=87) ■ 区内平均 (N=1062)



2)供給者の現状分析

■業況感（個店調査アンケート 問3の地域別集計）

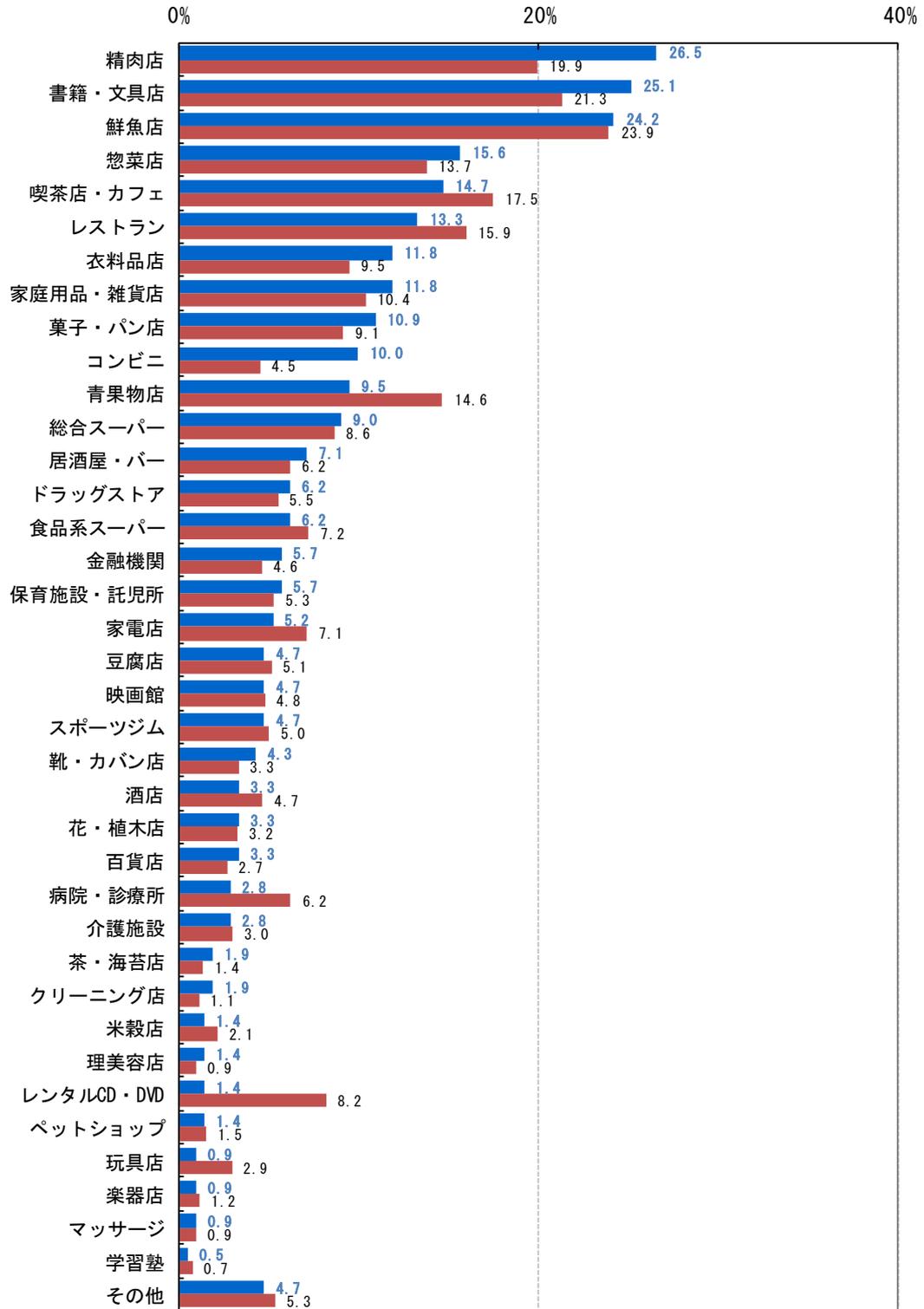
・区内平均と同様であるが、「やや下降している」「下降している」の割合がやや高い。



■供給者として感じている不足業種（個店調査アンケート 問6の地域別集計）

- ・区内平均と比較して、不足業種として割合が高いのは「家電店」であり、消費者調査と同様の傾向を示している。
- ・消費者調査と比較すると、「鮮魚店」「精肉店」等についても不足業種として捉えられていること、「クリーニング店」があげられていること等で差が示されている。

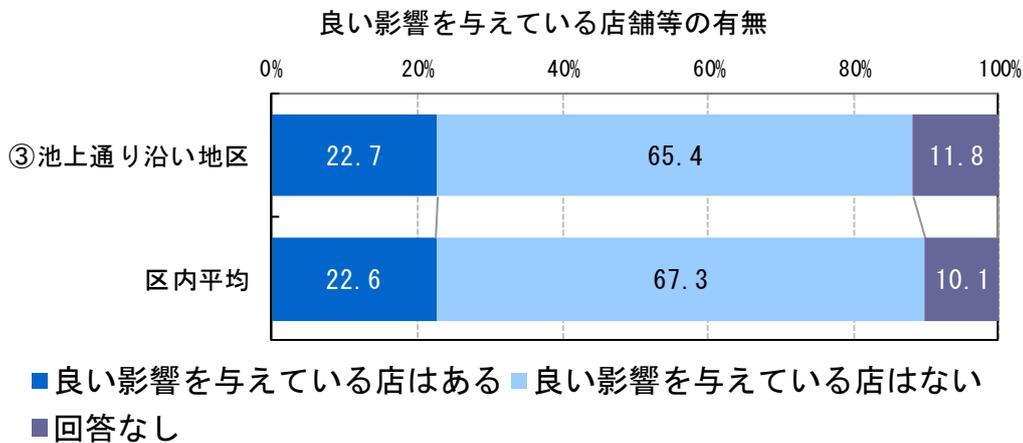
商店街にあつたらよいと思うお店



■③池上通り沿い地区 (N=211) ■ 区内平均 (N=1913)

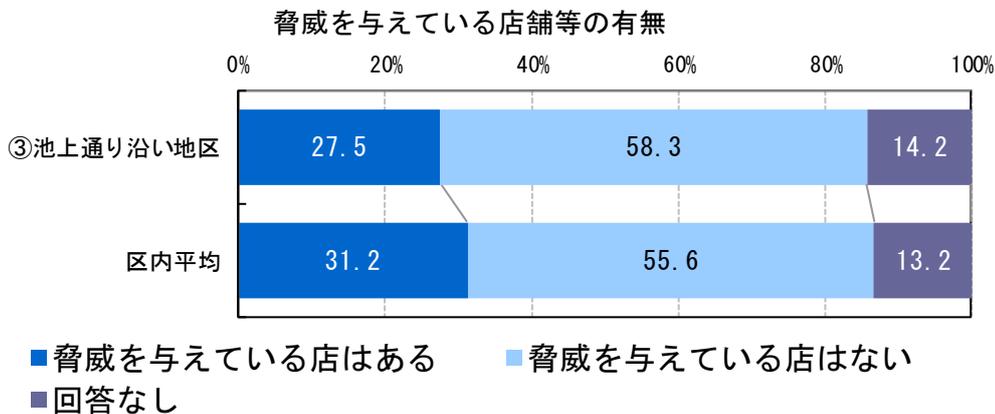
■ 良い影響を与える店舗の有無（個店調査アンケート 問4の地域別集計）

- ・区内平均とほぼ同様の傾向を示している。
- ・「良い影響を与える店舗等」としては、池上本門寺の他、池上総合病院・大森赤十字病院、大田文化の森等が挙げられた。



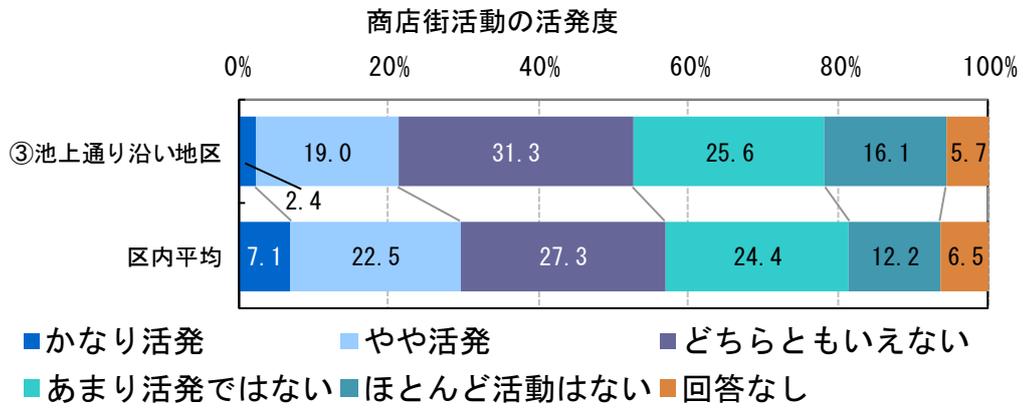
■ 脅威を与える店舗の有無（個店調査アンケート 問5の地域別集計）

- ・「脅威を与える店舗がある」と回答した割合は区内平均よりも低い。
- ・「脅威を与える店舗等」としては、サミット、オオゼキ、イオン等のスーパーやコンビニエンスストアが挙げられる。



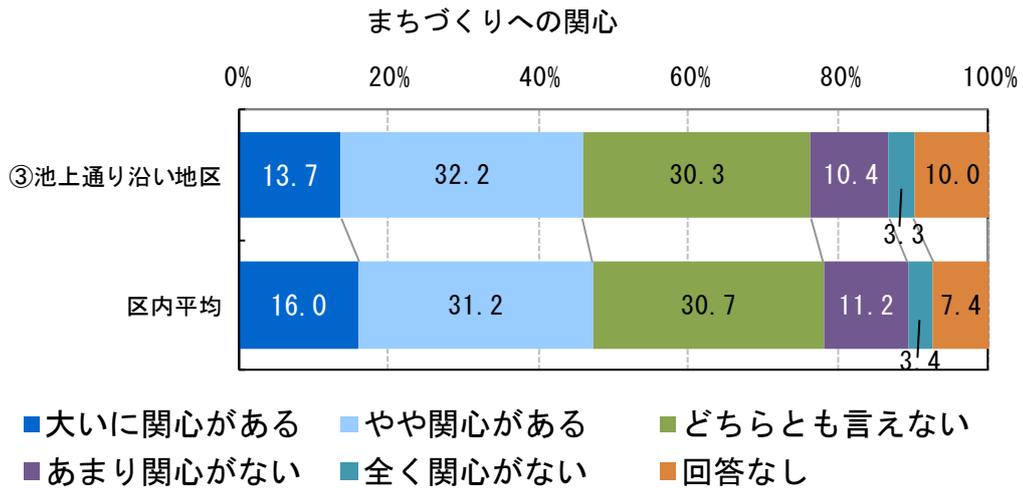
■商店街活動の活発度（個店調査アンケート 問11の地域別集計）

・「あまり活発ではない」「ほとんど活動がない」という回答が区内平均より高く、「かなり活発」「活発」と回答した商店街の割合は、区内平均よりも低くなっている。



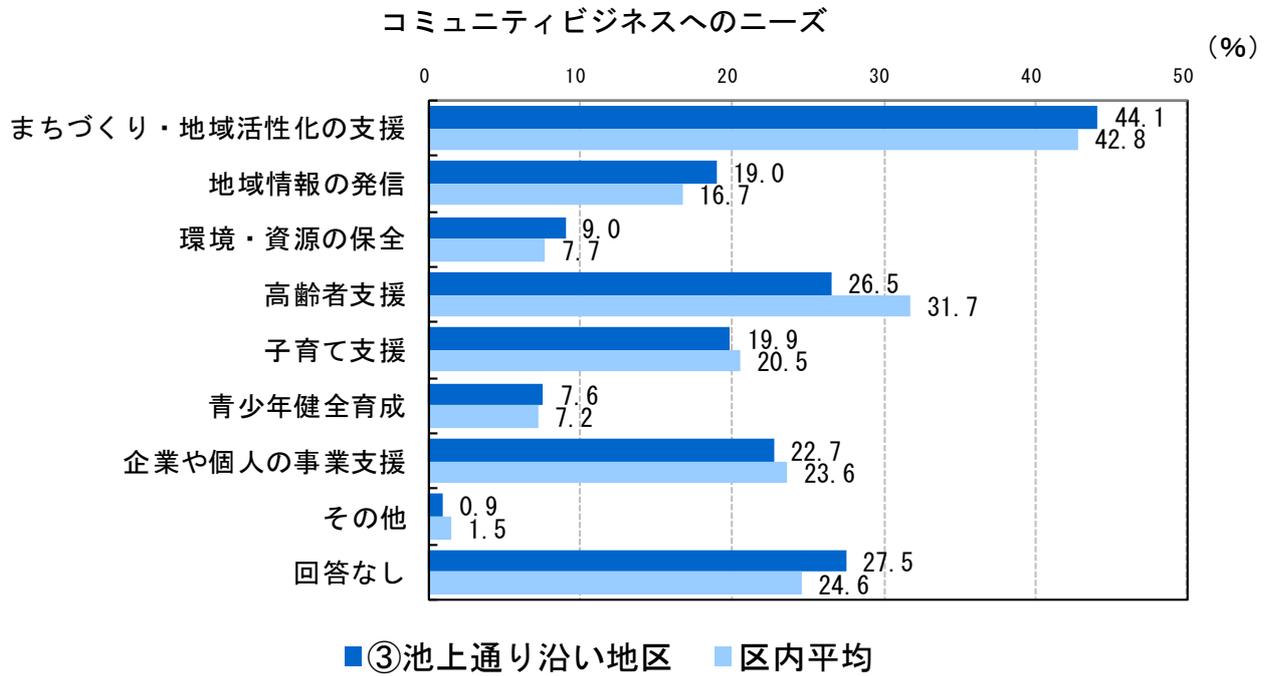
■まちづくりへの関心（個店調査アンケート 問16の地域別集計）

・ほぼ区平均と同様である。



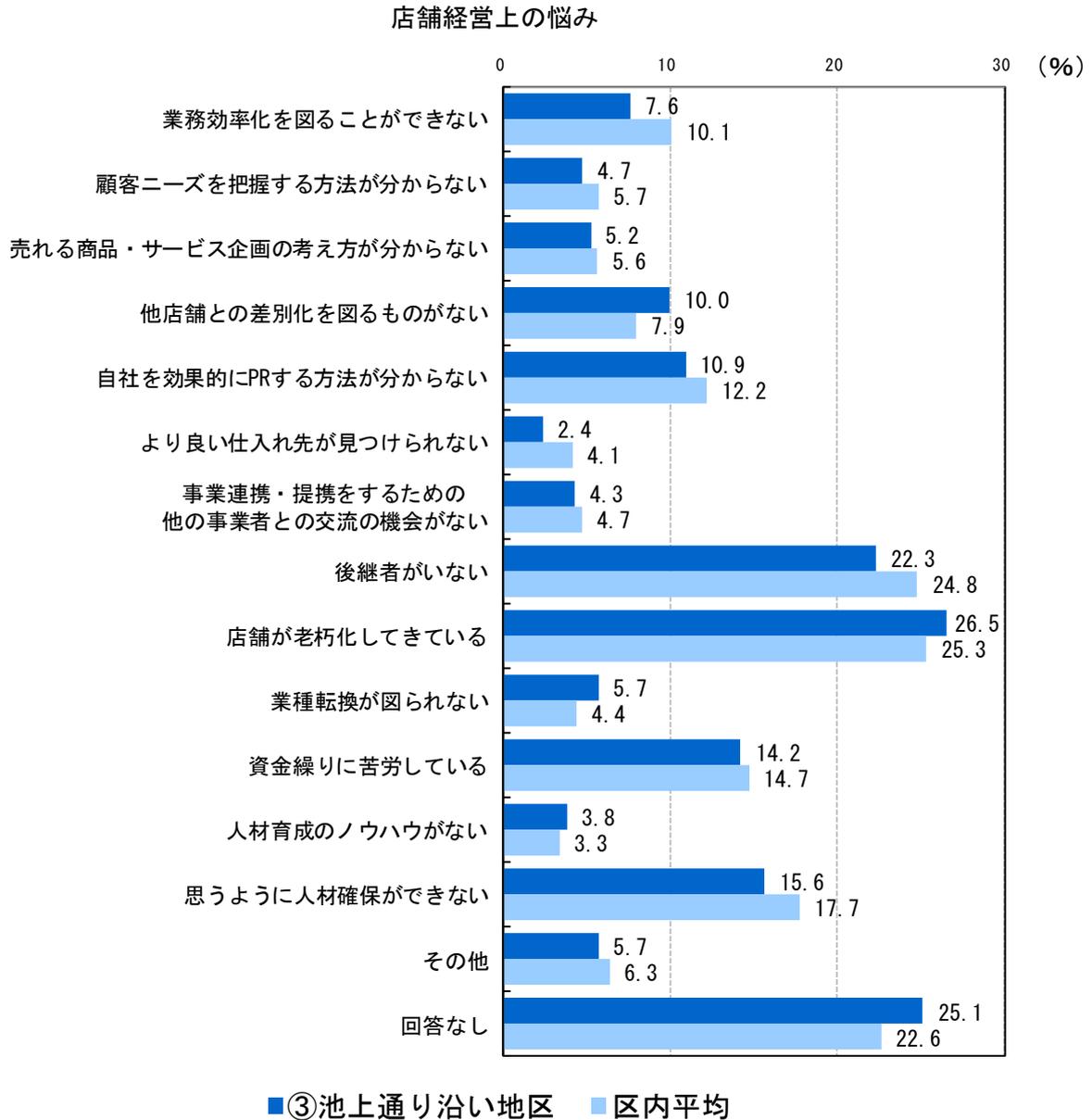
■コミュニティビジネスへのニーズ（個店調査アンケート 問7の地域別集計）

・区内平均と比べ、「高齢者支援」が相対的に低く、「まちづくり・地域活性化の支援」「地域情報の発信」が、相対的に高い。



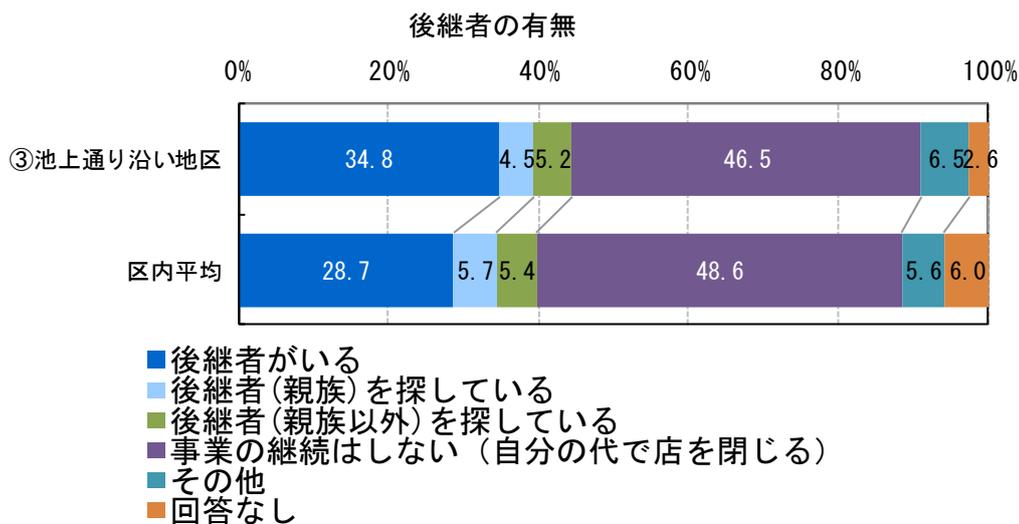
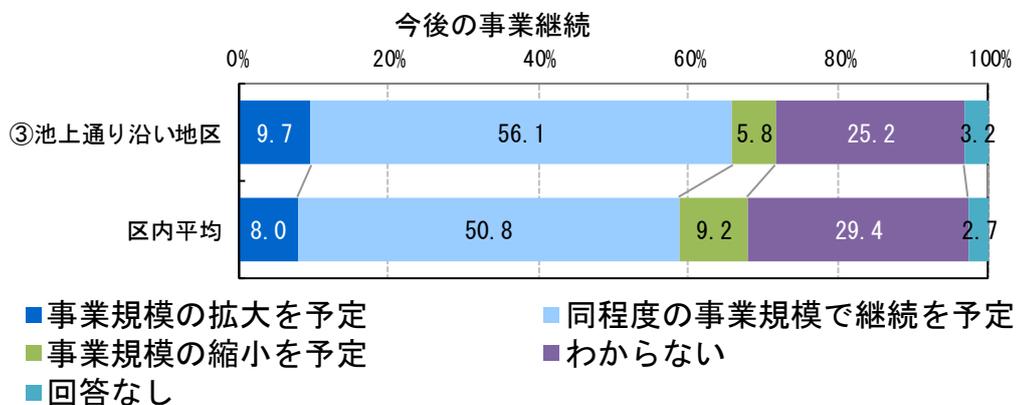
■店舗経営上の悩み（個店調査アンケート 問8の地域別集計）

- ・区内平均と比べ、「店舗が老朽化してきている」「他店舗との差別化を図るものがない」という悩みの割合が相対的に高く、「後継者がいない」「思うように人材確保ができない」という悩みの割合が相対的に低い。

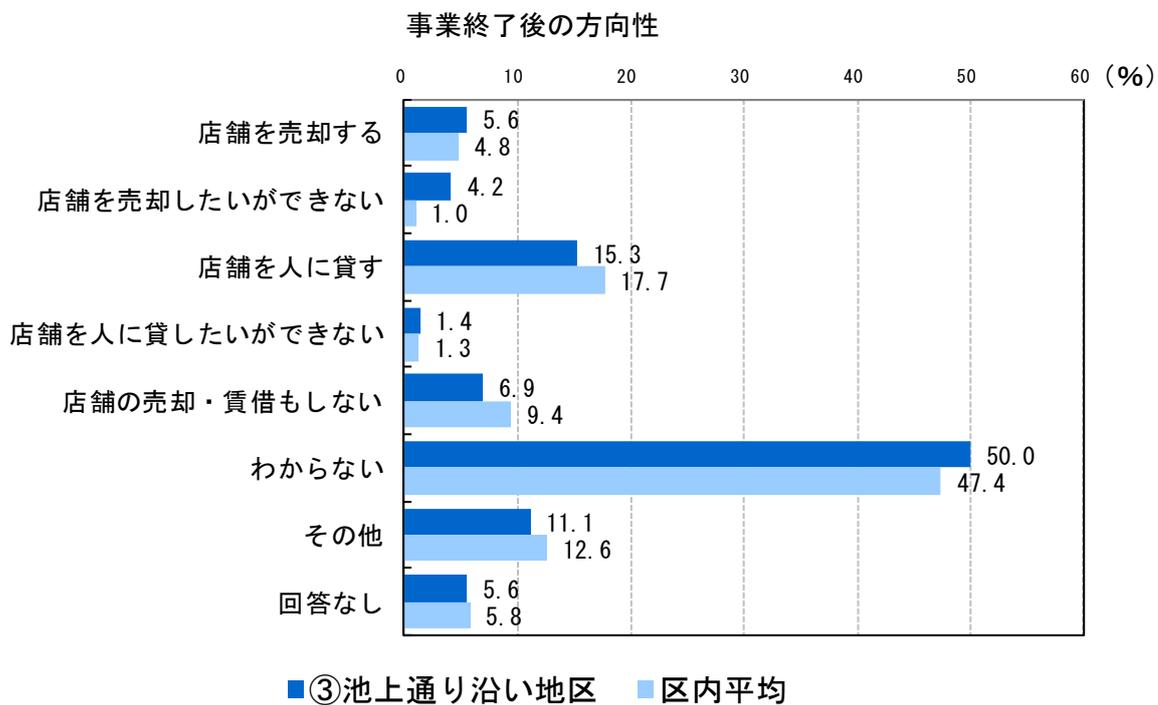


■後継者の有無と今後の事業継続（個店調査アンケート 問15の地域別集計）

- ・区内平均に比べて「事業規模の拡大を予定」と回答した割合が高く、「事業規模の縮小を予定」と回答した割合が低い。
- ・また後継者がいる店舗が区内平均に比べて多いが、5割弱は自分の代で店舗を閉める意向である。



- ・自分の代で店舗を閉める店について、今後のことは「わからない」「店舗を売却する」の割合が区内平均よりも若干高い。



■ 地域の特徴・強み（個店調査アンケート 問18の地域別集計）

・池上本門寺があることから、地域の特徴・強みとして「名所・旧跡（神社仏閣、街道、発祥の地、由緒あるもの等）」「文化・歴史（祭り、神輿、神楽、踊り、太鼓等）」を挙げる割合が高い。

