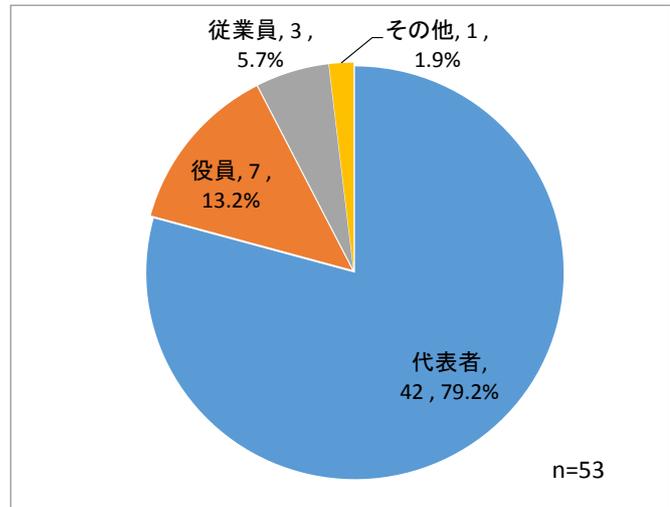


事業者アンケート調査結果

1 回答者の属性

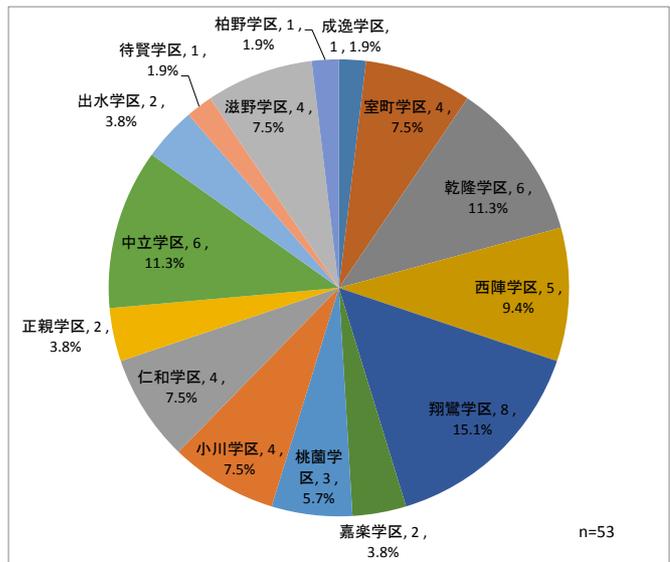
【回答者の役職】（単一回答）

回答者はその事業者の代表者または役員が9割以上を占めている。



【回答事業者の所在学区】（単一回答）

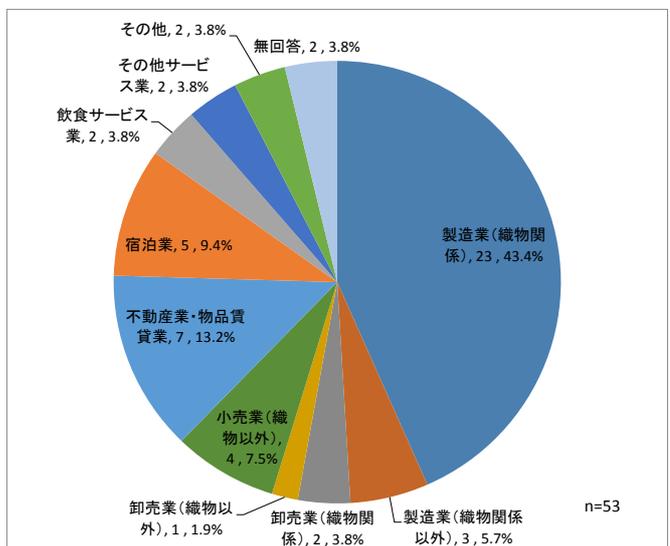
回答事業者の所在学区は乾隆学区、翔鸞学区が多少多くなっているが、聚楽学区、紫野学区の2学区を除いて回答を得ている。



【回答事業者の業種】（単一回答）

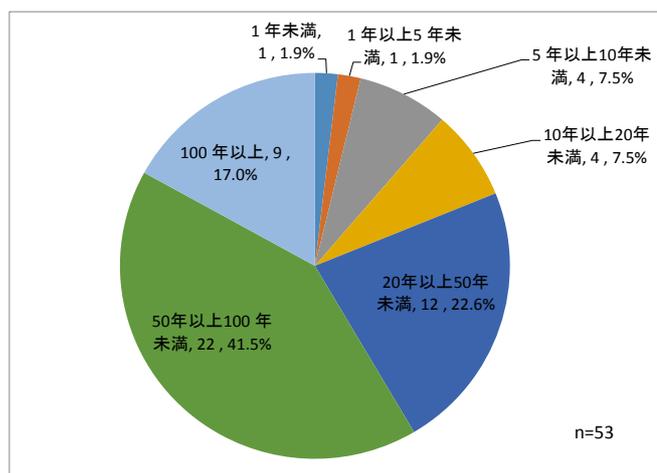
配布先分類及び数に応じて、製造業（織物関係）が約43%、卸売業（織物関係）が約4%と織物関係の事業者が約半数を占めている。次いで「不動産業・物品賃貸業」は約13%となっている。

アンケート分析に当たっては、織物関係事業者が約半数を占めることに留意する必要がある。



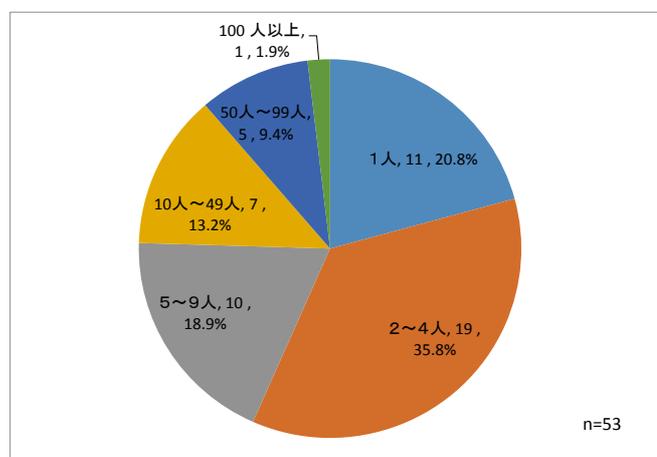
【回答事業者の営業年数】（単一回答）

回答事業者の営業年数は「100年以上」が約17%、50年以上を100年未満が約42%と約6割が50年を超える事業者となっている。10年未満の新規事業者からの回答は少ない。



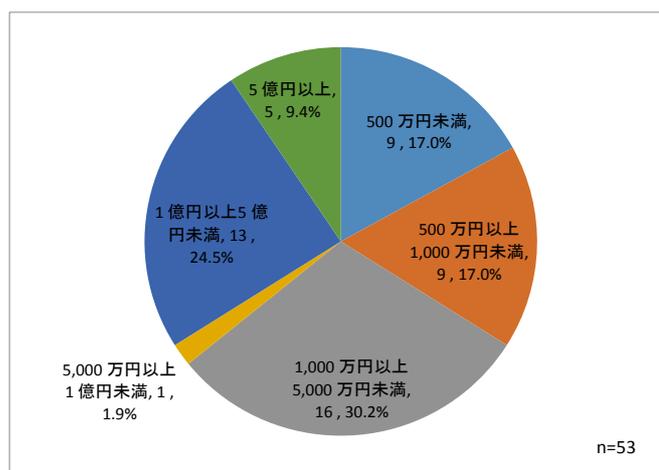
【回答事業者の従業員数】（単一回答）

回答事業者の従業員数は、10人未満の小規模な事業者が8割弱を占めている。



【回答事業者の事業規模】（単一回答）

回答事業者の事業規模（売上高）は、1000万円以上5000万円未満が約30%、次いで1億円以上5億円未満が約25%となっている。500万円未満の小規模事業者から5億円以上の事業者までそれぞれ一定数回答を得られている。

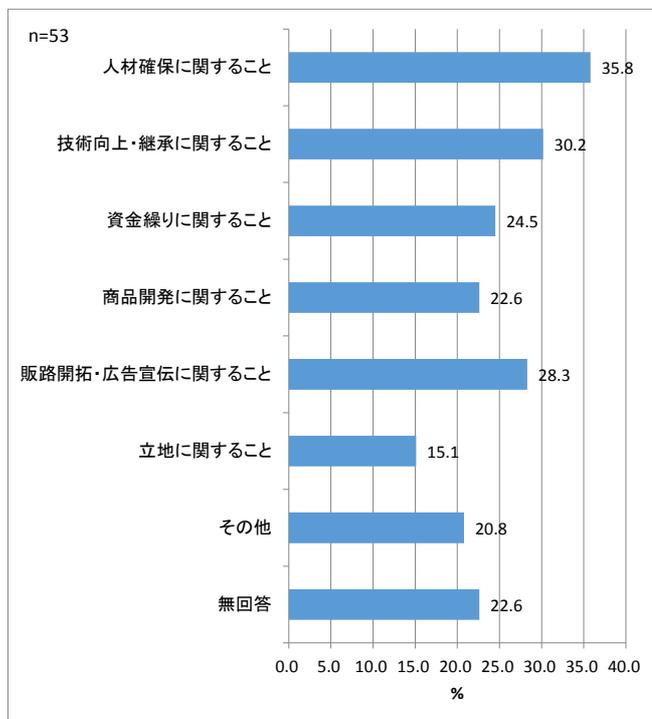


2 西陣地域における経営について

【経営上の課題】（複数回答）

Q2：経営上の課題は何でしょうか。あてはまるもの全てに○をつけそれぞれ具体的にご記入ください。

経営上の課題は「人材確保に関すること」が最も多く約36%を占め、次いで「技術向上・継承に関すること」が約30%となっており、人材に関する課題が多く挙げられている。



「人材確保に関する」課題	一般的な「求人難」に関する内容や若い人材を雇用する余裕がないこと、人材育成ができず、人材の高齢化が進む中で、後継者の確保が困難になっていることが挙げられている。
「技術向上・継承に関する」課題	技術向上・継承には時間がかかること、後継者を育てること、そのための人材の確保が必要だが、すぐに離職するなどの課題が挙げられている。
「資金繰りに関する」課題	月ごとの売り上げの変動が大きいこと、西陣のPRが少なく集客に苦労していることなどの課題が挙げられている。
「商品開発に関する」課題	オリジナルの新規商品開発に取り組む必要があること、特に西陣織関係事業者については、染色や箔の色種類の減少、図案家や紋屋の減少・高齢化など技術継承と人材不足に関連し商品開発が難しくなっているなどの課題が挙げられている。
「販路開拓・広告宣伝に関する」課題	インターネットでの広告にシフトしていること、新たな販路開拓・得意先確保に取り組んでいるが困難であることなどが挙げられている。
「立地に関する」課題	公共交通機関がバスしかないことが課題として挙げられている。
「その他」の課題	高齢化や設備老朽化、原材料の値上がり、将来の不安が挙げられている。

●業種別での経営課題

業種別での経営課題をみると、製造業（織物関係）では、特に「立地に関すること」（8.7%）は経営課題とはなっていない。

* サンプル数が極めて少ない業種については統計的な視点では分析できないことから省いた。

業種別での経営課題	製造業(織物関係) n=23	製造業(織物関係以外) n=3	卸売業(織物関係) n=2	卸売業(織物以外) n=1	小売業(織物以外) n=4	不動産業・物品賃貸業 n=7	宿泊業 n=5	飲食サービス業 n=2	その他サービス業 n=2	その他 n=2	無回答 n=2
人材確保に関すること	39.1%	66.7%	0.0%	0.0%	50.0%	14.3%	40.0%	0.0%	50.0%	50.0%	50.0%
技術向上・継承に関すること	34.8%	33.3%	50.0%	0.0%	50.0%	14.3%	20.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
資金繰りに関すること	26.1%	33.3%	0.0%	100.0%	25.0%	14.3%	40.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
商品開発に関すること	30.4%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	14.3%	20.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
販路開拓・広告宣伝に関すること	34.8%	66.7%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
立地に関すること	8.7%	33.3%	0.0%	0.0%	25.0%	28.6%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	26.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	20.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%

●営業年数別での経営課題

営業年数別で経営課題をみると、「50年以上100年未満」の回答者では、「販路開拓・広告宣伝に関すること」（45.5%）、また「100年以上」の回答者では、「人材確保に関すること」（55.6%）を課題として挙げる割合が高い。

* サンプル数が極めて少ない営業年数については統計的な視点では分析できないことから省いた。

営業年数別での経営課題	1年未満 n=1	1年以上5年未満 n=1	5年以上10年未満 n=4	10年以上20年未満 n=4	20年以上50年未満 n=12	50年以上100年未満 n=22	100年以上 n=9
人材確保に関すること	100.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	36.4%	55.6%
技術向上・継承に関すること	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	36.4%	33.3%
資金繰りに関すること	100.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	27.3%	22.2%
商品開発に関すること	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	27.3%	22.2%
販路開拓・広告宣伝に関すること	100.0%	0.0%	0.0%	25.0%	8.3%	45.5%	22.2%
立地に関すること	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	16.7%	9.1%	22.2%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	13.6%	11.1%

【西陣地域での 20 年後の事業継続必要条件】（自由記述回答）

Q3：この地域で 20 年後も事業を続けるために必要なことを 1 つあげるとすれば何ですか。自由に記入してください。

信用力や販売力など一般的な経営資源の確保・改善が条件とする一方、地域全体の活力やブランド力、また他事業者との連携など、地域全体での取組の必要性に関する意見も挙げられている。

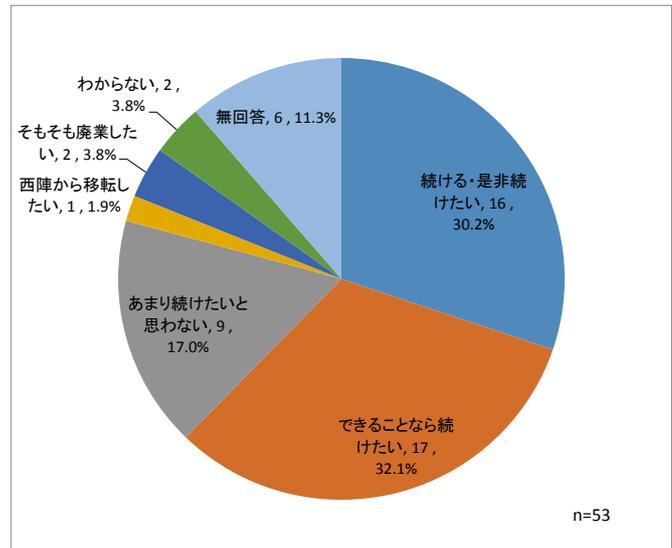
（以下、自由回答内容を分類の上、整理抜粋した）

人材	<ul style="list-style-type: none"> ・物づくりと共に人づくりもしていこうと思う。 ・その企業の中核にいる人の人柄と意欲 ・物事に対して考える力を養うこと。 ・高齢低賃金労働者への規制強化。若者参入ができない。 ・職人の育成 ・後継者をつくること。
ブランド力の確保	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド力の確保、集客 ・安定した味と値段をつづけていくこと。ここでしかないものを生み出す。
信用力	<ul style="list-style-type: none"> ・信用の積み重ね ・信用
地域全体の活力向上	<ul style="list-style-type: none"> ・地域全体の活力のあるまちづくりが必要。 ・西陣地域の再開発、インバウンド含めたショッピングを楽しめるエリアに。
他にないエリアの個性	<ul style="list-style-type: none"> ・織物業が減少する中でも伝統ある西陣地域の街並みだけでも残し、観光客が来るまちにすることで、織物に興味のある人も来る。 ・西陣=着物に頼りすぎている。他のエリアにない個性化が欲しい。
資金	<ul style="list-style-type: none"> ・資金力
販売力	<ul style="list-style-type: none"> ・商品の需要拡大
行政との協力体制	<ul style="list-style-type: none"> ・減税特区を設ける。
他事業者との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・適正な卸売業者と共通した問題意識を持つこと
西陣織産業の活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・西陣織物の隆盛
地域との関係づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・地域との有益な関係を維持すること（騒音問題や交通の事情をできるだけ気にして、隣人の迷惑にならないように気を配る）。
交通機関利便性向上	<ul style="list-style-type: none"> ・交通機関の利便性を高める。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・向上心 ・クールビズの中止 ・観光

【西陣地域での事業継続意向】（単一回答）

Q4：西陣地域で事業を続けたいと思いますか。あてはまるもの1つに○印をつけ、その理由を自由に記入してください。

「続ける・是非続けたい」が約30%、「できることなら続けたい」が約32%と事業継続意向がある事業者が6割を超えている一方で、西陣地域での事業継続意向がない、または弱い回答が2割強となっている。



（その理由：回答内容を分類の上、整理抜粋した）

●続けたい理由

地域や取引先、西陣や土地の伝統への愛着が多く挙げられている。

地域への愛着・関係性	<ul style="list-style-type: none"> ・この地域で生かされてきたから。 ・享保年間からこの地に住み続けてきたから。 ・創業地であるから。 ・先祖の土地だから。 ・愛着がある。 ・この京都が好き。生まれた家で商売を始めてここ以外ではもう考えられない。 ・地縁と開業以来のおつきあいがあるので、できるなら続けたい。
西陣の伝統	<ul style="list-style-type: none"> ・「西陣」織だから ・西陣織を名のる以上、西陣の地域での営業を望む。続けるためには地域との良好な関係や、古くから伝わる技術の伝承などが必要。 ・奥深いものであり、老人達の知恵、技術を後世に伝えるのは宿命である。 ・伝統ある西陣の発祥地の近くで、伝統と文化を継承していきたい。 ・すでに130年営業しており、ブランドもここにあることで維持している。
エリア的な強み	<ul style="list-style-type: none"> ・市中央部にあり、地域的に強み

●続けたくない・続けない理由

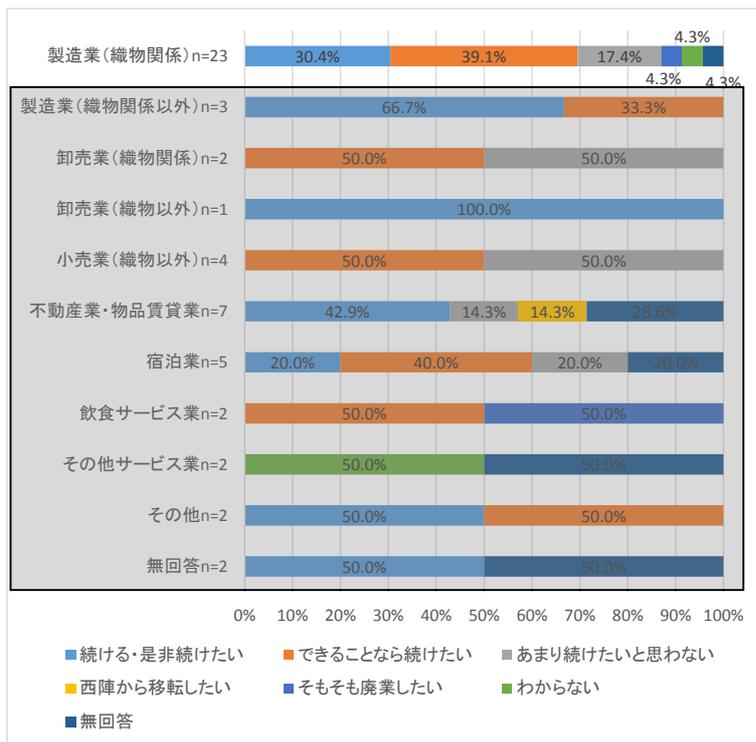
西陣地域に拘らない業績の問題、立地等の条件面での理由が多く挙げられている。

エリアにこだわるメリットがない	<ul style="list-style-type: none"> ・この地域限定の必要性を感じない。物流やネットの発達により適した利便性が高い立地を選ぶ方がいい。 ・BtoB取引の地域メリットの低下 ・西陣とあまり関係がない事業であるため。
業績悪化	<ul style="list-style-type: none"> ・和装業界の状況悪化。 ・辛い期間が長く続いて、今もなお業界の縮小が続いている。 ・クールビズによる売上大幅ダウン。
立地の問題	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客からするとB級の立地。
まちの活気が失われている	<ul style="list-style-type: none"> ・何もかも暗くなり、通りや町が死んでいる。風情・風景が大切なのか、人の命が大切なのか。高齢者が多くなり、まちが死んでいくように思う。

●業種別でのこの地域での事業継続意向

業種別で、この地域での事業継続意向をみてみると、「製造業（織物関係）」では約2割が事業継続の意向が弱い、または、ないことが分かる。

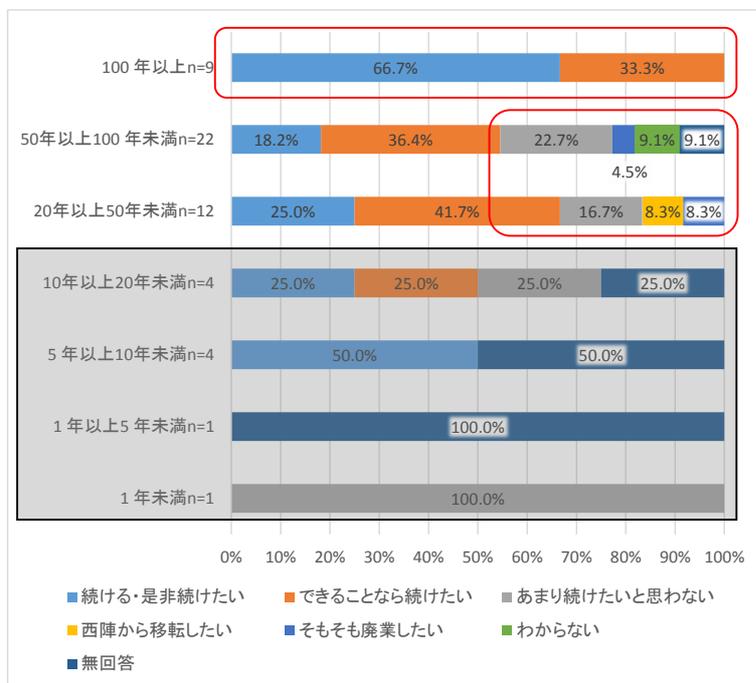
* サンプル数が極めて少ない業種については統計的な視点では分析できないことから省いた。



●営業年数別でのこの地域での事業継続意向

営業年数別で、この地域での事業継続意向をみてみると、「100年以上」では約7割が継続意向を強く持っているが、「50年以上100年未満」、「20年以上50年未満」では無回答を除くと2～3割が事業継続の意向が弱い、または、ないことがわかる。

* サンプル数が極めて少ない営業年数については統計的な視点では分析できないことから省いた

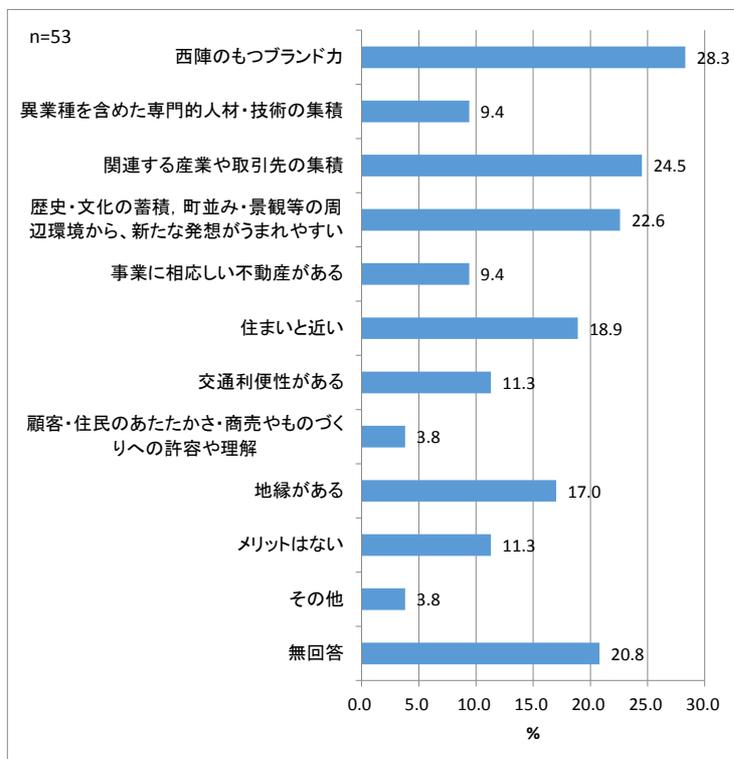


【西陣地域での事業メリット】（複数回答・3つまで）

Q5：この地域で事業をすることのメリットは何だと思いますか。あてはまるもの3つまで○印をつけ、具体的な内容を記入してください。

「西陣のもつブランド力」が約28%と最も多く、次いで、「関連する産業・取引先の集積」が約25%、「歴史・文化の蓄積、町並み・景観等の周辺環境（後略）」が約23%と割合が高くなっている。また、「住まいと近い」が約19%と職住一体・近接への評価も挙げられている。

一方で、「異業種を含めた専門的人材・技術の集積」や、「事業に相応しい不動産がある」、「顧客・住民のあたたかさ・商売やものづくりへの許容や理解」を挙げる割合は低く、新しい事業を起こす場合のポテンシャルと考えられる要素についての評価は低い。



（その内容：回答内容を選択肢に関連する内容ごとに分類，整理した）

西陣のもつブランド力の具体的なメリット	料理屋等，特定の業種について西陣で商売をしていることでの信用力の向上，全国・世界的な認知度があることなどが挙げられている。
業種を含めた専門的人材・技術の集積の具体的なメリット	地域の中に様々な技術を持つ人材・工程ごとの高い技術があること，関連事業者が集まっている，織物に関する頭脳が集まっている，情報と協力が得られることなどが挙げられている。
その他：メリットの考え方	その地域の強みを自ら探し，開発し，利益を生み出すことが事業であり，メリットを創り出すことで人が集まって来る。

●業種別でのこの地域での事業メリット

業種別で、この地域での事業メリットの回答内容を見てみると、「製造業（織物関係）」では「西陣のもつブランド力」（47.8%）, 「関連する産業や取引先の集積」（47.8%）と西陣織の地としてのメリットが改めて確認できる。一方で、「住まいと近い」（17.4%）と回答する割合は低く、職住一体・近接という特徴は弱まっている可能性があることが分かる。

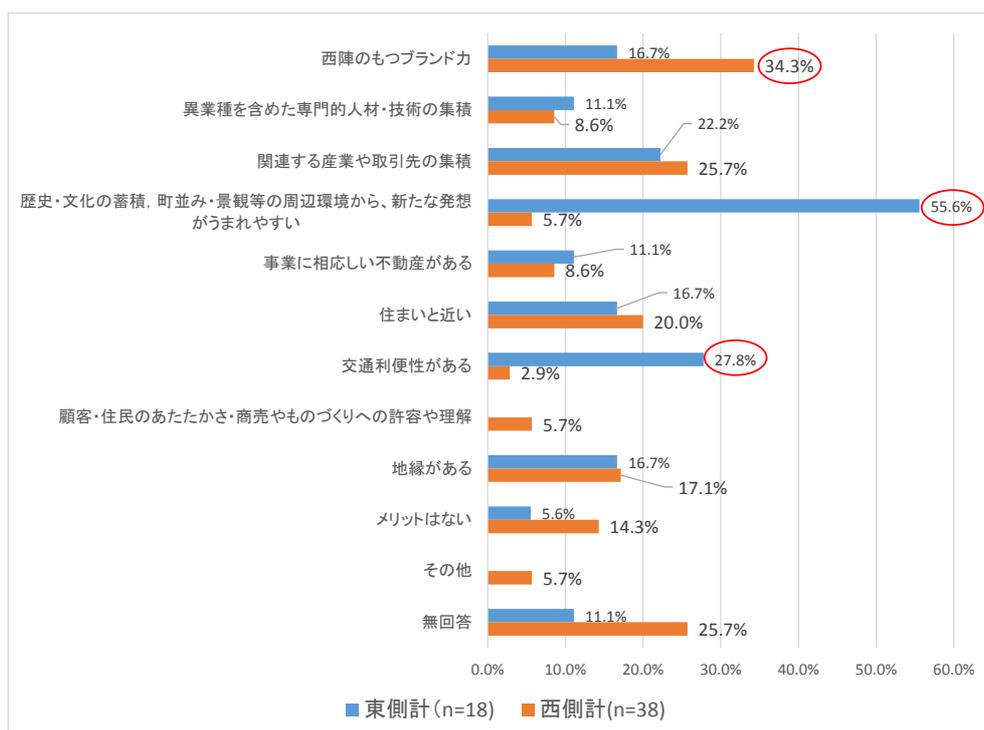
* サンプル数が極めて少ない業種については統計的な視点では分析できないことから省いた

業種別でのこの地域での営業メリット	製造業(織物関係) n=23	製造業(織物関係以外) n=3	卸売業(織物関係) n=2	卸売業(織物以外) n=1	小売業(織物以外) n=4	不動産業・物品賃貸業 n=7	宿泊業 n=5	飲食サービス業 n=2	その他サービス業 n=2	その他 n=2	無回答 n=2
西陣のもつブランド力	47.8%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	14.3%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
異業種を含めた専門的人材・技術の集積	17.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
関連する産業や取引先の集積	47.8%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
歴史・文化の蓄積、町並み・景観等の周辺環境から、新たな発想が生まれやすい	21.7%	33.3%	0.0%	0.0%	25.0%	14.3%	60.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
事業に相応しい不動産がある	8.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
住まいと近い	17.4%	0.0%	50.0%	100.0%	25.0%	28.6%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
交通利便性がある	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%	0.0%	14.3%	40.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
顧客・住民のあたたかさ・商売やものづくりへの許容や理解	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地縁がある	8.7%	33.3%	0.0%	100.0%	25.0%	28.6%	0.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
メリットはない	8.7%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%
その他	8.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	13.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	40.0%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%

●所在地（東西・南北別）別でのこの地域での事業メリット

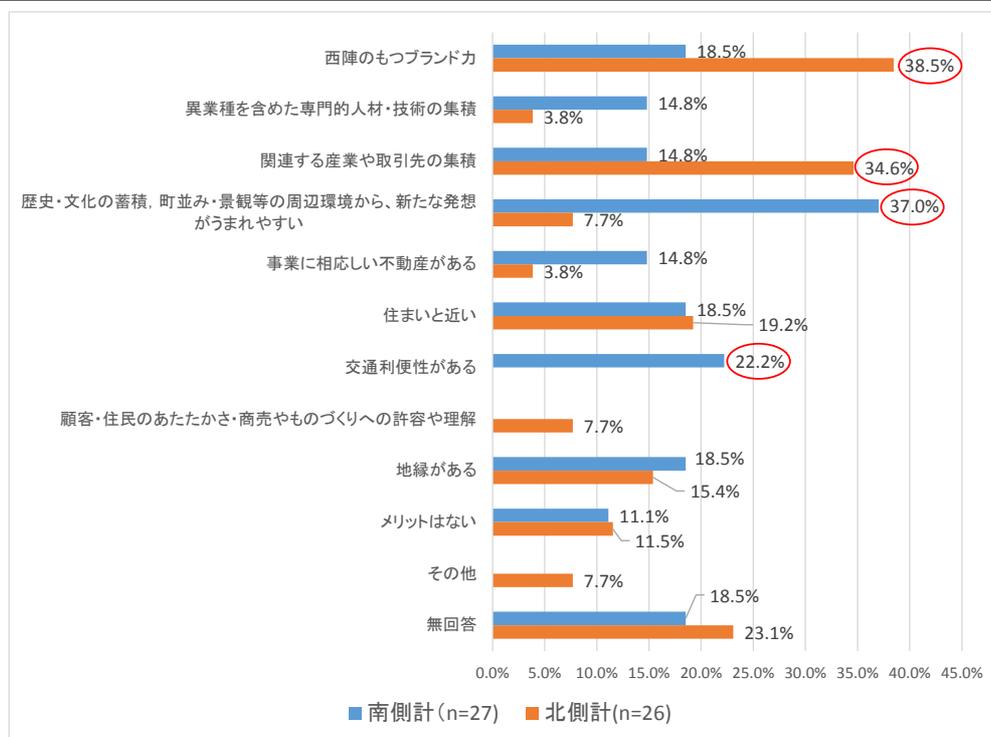
回答事象者の所在地を東西のエリア別で分けた上で、この地域での事業メリットの回答内容を見てみると、西側では「西陣のもつブランド力」（34.3%）が東側に比較して評価されている。一方で、東側では「歴史・文化の蓄積、町並み景観等（後略）」（55.6%）, 「交通利便性がある」（27.8%）という点が西側に比較して評価されている。

- 西側：概ね堀川通以西の元学区（成逸・乾隆・西陣・翔鸞・嘉楽・桃菌・仁和・正親・聚楽・出水・待賢・紫野・柏野）
- 東側：概ね堀川通以東の元学区（室町・小川・中立・滋野）



同じく南北のエリア別で分けた上でみると、北側では「西陣のもつブランド力」(38.5%)、「関連する産業や取引先の集積」(34.6%)が南側と比較しても高く評価されており、西陣織産業やブランドイメージの影響が推察される。一方で、南側では「歴史・文化の蓄積、町並み・景観等(後略)」(37%)が高く評価されており、北側と比較すると「交通利便性がある」(22.2%)という点が評価されている。

- 北側：概ね一条通以北の元学区（成逸・室町・乾隆・西陣・翔鸞・嘉楽・桃薫・小川・紫野・柏野）
- 南側：概ね一条通以南の元学区（仁和・正親・聚楽・中立・出水・待賢・滋野）



●営業年数別でのこの地域での事業メリット

営業年数別でこの地域での事業メリットの回答内容を見てみると、50年以上の事業者では「関連する産業や取引先の集積」への評価が高く、20年以上100年未満の事業者では「西陣のもつブランド力」を評価する割合が高い。

* サンプル数が極めて少ない営業年数については統計的な視点では分析できないことから省いた

営業年数別でのこの地域での営業メリット	1年未満n=1	1年以上5年未満n=1	5年以上10年未満n=4	10年以上20年未満n=4	20年以上50年未満n=12	50年以上100年未満n=22	100年以上n=9
西陣のもつブランド力	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	40.9%	22.2%
異業種を含めた専門的人材・技術の集積	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	18.2%	0.0%
関連する産業や取引先の集積	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	31.8%	44.4%
歴史・文化の蓄積、町並み・景観等の周辺環境から、新たな発想が生まれやすい	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	22.7%	33.3%
事業に相応しい不動産がある	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	9.1%	11.1%
住まいと近い	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	25.0%	13.6%	33.3%
交通利便性がある	0.0%	0.0%	25.0%	50.0%	0.0%	4.5%	22.2%
顧客・住民のあたたかさ・商売やものづくりへの許容や理解	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	4.5%	0.0%
地縁がある	0.0%	100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	33.3%
メリットはない	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	8.3%	13.6%	0.0%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	11.1%
無回答	100.0%	0.0%	50.0%	25.0%	8.3%	22.7%	11.1%

【西陣での起業・事業所開設を勧める際に必要なこと】（自由記述）

Q6：仮に「起業する場所や事業所移転先を探している知人に西陣地域での事業をオススメする」とすればどのようなことがあればオススメできますか？特に必要だと思うことを1つだけご記入ください。

交通利便性や不動産、また静かな環境など、まちのもつ資源・環境整備の必要性が挙げられていると同時に、西陣の知名度や魅力発信、地域の受け入れ姿勢など、ソフト面での対応の必要性も挙げられている。

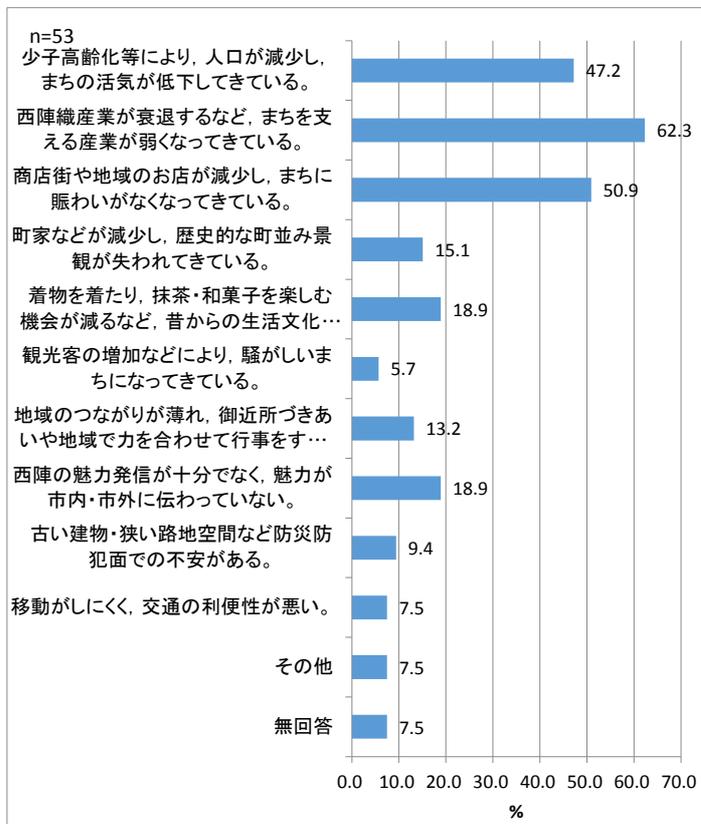
（自由記述内容を分類の上、整理・抜粋した）

交通利便性	<ul style="list-style-type: none"> ・ JR と嵐電に近い ・ 公共交通機関の利便性（私鉄・地下鉄網）
活用可能性のある不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空いている京町家の活用 ・ 貸事務所の家賃が安価
西陣の知名度向上・魅力発信による誘客	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域の名称に関する誘客が可能な業種にはメリットがあるかもしれない（旅館業、一元客向け飲食業、観光客相手） ・ シェアオフィスについて立地条件等で苦戦。西陣という名をもっと広めていく必要がある（魅力発信・知名度が低い） ・ 西陣が地域の名称ではなく、商品ブランドとして活用した方がよい。
静かな環境・落ち着いた環境を生かす	<ul style="list-style-type: none"> ・ 御所近くで静かなおちついた町に合う事業者にはお勧めできる。 ・ 治安の良さ
地域住民との関係性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元住民と折り合えること。 ・ 歴史・文化の蓄積や町並みを理由に勧められそうに思うが、実態は古い慣習が多く残っており地域の閉鎖性が高い。 ・ 他人扱いせず、すぐに溶け込める工夫が必要。
人材・技術の蓄積	<ul style="list-style-type: none"> ・ 長い歴史の中で育まれた様々な技術や経験を持つ人が多くいる。
市からのサポート	<ul style="list-style-type: none"> ・ 観光都市化を進める上で（顧客から）喜ばれる業種（宿泊施設・飲食・観光案内サービス等）について市からのサポートがあればよい（補助金やメディア露出など）
行政施策による影響	<ul style="list-style-type: none"> ・ 環境庁（文化庁の記載間違いか）が移転すれば変わる可能性がある。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 間、間の通りではどんな商店をやっても難しい。空き家は外国人向けの宿屋くらいしか成り立たない。海外の真似をしてもダメ。 ・ 京都人にはこだわり・オリジナル性、地域の人に好まれる自信が必要。

【西陣のまちの課題】（複数回答3つまで）

Q7：西陣のまちで課題と思うことはどのようなことですか。あてはまるもの3つまで○をつけてください。

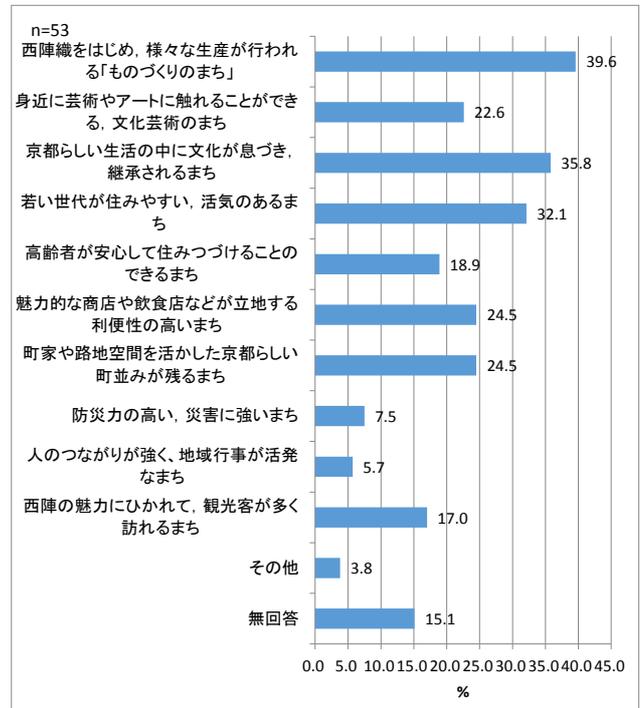
事業者の視点からは「西陣織産業が衰退するなど、まちを支える産業が弱くなってきている」（62.3%）、「商店街や地域のお店が減少し、まちに賑わいがなくなっている」（50.9%）と織物産業を中心としたまちの産業の衰退や商店等の減少・賑わいが失われていることを課題と答える方が最も多くなっている一方、観光客増加などによる騒がしさ（5.7%）、交通利便性（7.5%）、防災防犯面での不安（9.4%）についてはあまり課題として認識されていない。



【西陣の将来ありたいまちの姿】（複数回答3つまで）

Q8：西陣のまちが将来どのようなまちになればよいと考えますか？あてはまるもの3つまでに○をつけてください。

「西陣織をはじめ、様々な生産が行われる「ものづくりのまち」」（39.6%）を期待する回答者が最も多く、次いで「京都らしい生活の中に文化が息づき、継承されるまち」（35.8%）、「若い世代が住みやすい、活気のあるまち」（32.1%）となっている。



●業種別での西陣の将来のありたいまちの姿

業種別で、西陣の将来のありたいまちの姿の回答内容を見てみると、「製造業（織物関係）」では業種と直接関連する「西陣織をはじめ、様々な生産が行なわれる「ものづくりのまち」」（60.9%）を挙げる割合が最も高く、次いで「京都らしい生活の中に文化が息づき、継承されるまち」（47.8%）の割合が高くなっている。

* サンプル数が極めて少ない業種については統計的な視点では分析できないことから省いた

業種別でのありたいまちの姿	製造業(織物関係)n=23	製造業(織物関係以外)n=3	卸売業(織物関係)n=2	卸売業(織物以外)n=1	小売業(織物以外)n=4	不動産業・物品賃貸業n=7	宿泊業n=5	飲食サービス業n=2	その他サービス業n=2	その他n=2	無回答n=2
西陣織をはじめ、様々な生産が行われる「ものづくりのまち」	60.9%	33.3%	100.0%	0.0%	0.0%	14.3%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
身近に芸術やアートに触れることができる、文化芸術のまち	30.4%	33.3%	0.0%	0.0%	50.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
京都らしい生活の中に文化が息づき、継承されるまち	47.8%	66.7%	50.0%	0.0%	0.0%	42.9%	20.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
若い世代が住みやすい、活気のあるまち	26.1%	66.7%	0.0%	100.0%	50.0%	42.9%	40.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
高齢者が安心して住みつづけることのできるまち	21.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	40.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%
魅力的な商店や飲食店などが立地する利便性の高いまち	13.0%	66.7%	50.0%	0.0%	50.0%	28.6%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
町家や路地空間を活かした京都らしい町並みが残るまち	17.4%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	80.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
防災力の高い、災害に強いまち	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
人のつながりが強く、地域行事が活発なまち	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
西陣の魅力にひかれて、観光客が多く訪れるまち	17.4%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%
無回答	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	14.3%	0.0%	50.0%	100.0%	0.0%	0.0%

●この地域での事業継続意向の回答別での西陣の将来のありたいまちの姿

この地域での事業継続意向の回答別で、西陣の将来のありたいまちの姿の回答内容をみると、この地域での事業継続意向がある、または、意向が強い事業者は、「西陣織をはじめ、様々な生産が行なわれるものづくりのまち」（約5割）「京都らしい生活の中に文化が息づき、継承されるまち」（約4割）や「若い世代が住みやすい活気のあるまち」を挙げる割合が高くなっている。

この地域での事業継続意向とありたいまちの姿	続ける・是非続けた ないn=16	できること なら続けた ないn=17	あまり続け たいと思わ ないn=9	西陣から移 転したい n=1	そもそも廃 業したい n=2	わからない n=2	無回答 n=16
西陣織をはじめ、様々な生産が行われる「ものづくりのまち」	50.0%	52.9%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%
身近に芸術やアートに触れることができる、文化芸術のまち	31.3%	29.4%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%
京都らしい生活の中に文化が息づき、継承されるまち	43.8%	35.3%	33.3%	0.0%	50.0%	50.0%	6.3%
若い世代が住みやすい、活気のあるまち	56.3%	17.6%	22.2%	0.0%	50.0%	50.0%	6.3%
高齢者が安心して住みつづけることのできるまち	25.0%	5.9%	33.3%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
魅力的な商店や飲食店などが立地する利便性の高いまち	18.8%	23.5%	11.1%	0.0%	0.0%	50.0%	25.0%
町家や路地空間を活かした京都らしい町並みが残るまち	12.5%	35.3%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	18.8%
防災力の高い、災害に強いまち	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	12.5%
人のつながりが強く、地域行事が活発なまち	0.0%	11.8%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
西陣の魅力にひかれて、観光客が多く訪れるまち	6.3%	23.5%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
その他	0.0%	5.9%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	6.3%	17.6%	22.2%	0.0%	0.0%	50.0%	6.3%

【事業とまち両方が元気になるアイデア】（自由記述）

Q9：あなたの事業とまちの両方が元気になるアイデアなどを含め、西陣のまちの活性化について、自由にお書きください。

特徴として、「町並み」や「堀川」「着物」「大学生」など、今ある西陣のポテンシャル、資源をいかしたアイデア、その西陣の魅力や情報を発信すること、観光による活性化についてのアイデアが寄せられている。

（自由記述内容を分類の上、整理・抜粋した）

商業活性化	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街等の個人商店の復活 ・今出川通に一大ファッションビル ・余裕がない街の人もすごく考えて買い物する、街のイベント、街のセール、企業に負担なく人がよろこぶイベント、こまめにできれば。 ・お祭りや、イベントなど京都ブランドの一つとして、西陣の製品を見てもらう機会を増やす。
観光による活性化（インバウンド・テーマパーク化）	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人も含め、人の往来は増加している。 ・海外旅行者に地域の行事に参加を勧めることで旅行者と親しくなる。 ・街全体をテーマパークにし、住民をキャスト化する。 ・観光しかない。中国人・韓国人に喜んでもらえるよう、京都らしさ（観光視点での）の演出が必要。
町並みを生かす	<ul style="list-style-type: none"> ・町並みを保存することにより、フォトジェニックな町となり、集客に繋がる。規制が中途半端。
堀川を活用したイベント	<ul style="list-style-type: none"> ・「京の七夕」だけでなく、堀川の親水エリアと、西堀川の商業ゾーンをつなげ、「堀川通りを歩行天」にするなどのイベントを年に数回実施すれば新しい流れもできるのではないか。その区間を地下道路にして上を公園にしてはどうか。
着物を着る文化	<ul style="list-style-type: none"> ・着物を着る機会をできるだけ増やす。
大学生の関心を高める	<ul style="list-style-type: none"> ・大学の多い西陣地域として、学生に興味を持ってもらえるようにする。20年～30年後を見据えたまちにする。
公共交通機関の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・今出川通に路面電車
情報発信・魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> ・西陣エリアで、活躍されている方の海外メディアへの露出を高める。 ・看板等でどこに何の店があるか分かるようにする。西陣には細かい仕事があることを知らせる。
若者に魅力的なまち	<ul style="list-style-type: none"> ・子育てのしやすい町づくり ・若者が増えるようにする。
クリエイターの集まるまち	<ul style="list-style-type: none"> ・若いクリエイターが集まることのできるまちづくり
地道で継続的な活動重視	<ul style="list-style-type: none"> ・カンフル剂的イベントや補助でなく、地道な活動が地域全体に必要。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・西陣のみならず、京都は伝統と格式を有し、また大学が集中する知の宝庫であり、頑固ながらも「新しいもの好き」なかわいい面も備えた「おちゃめな町」でもある。これだけある意味恵まれた都市はない。

【経営課題について】

Q2：経営上の課題は何でしょうか。あてはまるもの全てに○をつけ、それぞれ具体的にご記入ください。

1. 人材確保に関すること 〔具体的に：	〕
2. 技術向上・継承に関すること 〔具体的に：	〕
3. 資金繰りに関すること 〔具体的に：	〕
4. 商品開発に関すること 〔具体的に：	〕
5. 販路開拓・広告宣伝に関すること 〔具体的に：	〕
6. 立地に関すること 〔具体的に：	〕
7. その他 〔具体的に：	〕

Q3：この地域[※]で20年後も事業を続けるために必要なことを1つあげるとすれば何ですか。自由に記入してください。

※この地域：本アンケートを送付している範囲（概ね、東西が烏丸通から西大路通、南北が丸太町通から北大路通の範囲）でお考えください。（以下の設問も同様）

--

【この地域での事業について】

Q4：この地域で事業を続けたいと思いますか。あてはまるもの1つに○をつけ、その理由を自由に記入してください。

1. 続ける・是非続けたい	2. できることなら続けたい	3. あまり続けたいと思わない
4. 西陣から移転したい	5. そもそも廃業したい	6. わからない
(理由)		

Q5：この地域で事業をすることのメリットは何だと思えますか。あてはまるものに3つまで〇をつけ、具体的な内容を記入してください。

1. 西陣のもつブランド力	
〔 そのことによる具体的なメリット *例：企業イメージアップへの貢献 等 〕	
2. 異業種を含めた専門的人材・技術の集積	
〔 そのことによる具体的なメリット *例：他社や異業種とのコラボレーション 等 〕	
3. 関連する産業や取引先の集積	
4. 歴史・文化の蓄積，町並み・景観等の周辺環境から，新たな発想がうまれやすい	
5. 事業に相応しい不動産がある	
6. 住まいと近い	
7. 交通利便性がある	
8. 顧客・住民のあたたかさ，商売やものづくりへの許容や理解	
9. 地縁がある	
10. メリットはない	
11. その他	
〔 具体的に 〕	

Q6：仮に「起業する場所や事業所移転先を探している知人にこの地域をオススメする」とすれば、どのようなことがあればオススメできますか？ 特に必要だと思うことを1つだけご記入ください。

--

【西陣の将来について】

Q7: 西陣のまちで課題と思うことはどのようなことですか。あてはまるものに3つまで○をつけてください。

1. 少子高齢化等により、人口が減少し、まちの活気が低下してきている。
2. 西陣織産業が衰退するなど、まちを支える産業が弱くなってきている。
3. 商店街や地域のお店が減少し、まちに賑わいがなくなってきている。
4. 町家などが減少し、歴史的な町並み景観が失われてきている。
5. 着物を着たり、抹茶・和菓子を楽しむ機会が減るなど、昔からの生活文化がなくなってきている。
6. 観光客の増加などにより、騒がしいまちになってきている。
7. 地域のつながりが薄れ、御近所づきあいや地域で力を合わせて行事をする機会が減っている。
8. 西陣の魅力発信が十分でなく、魅力が市内・市外に伝わっていない。
9. 古い建物・狭い路地空間など防災防犯面での不安がある。
10. 移動がしにくく、交通の利便性が悪い。
11. その他（）

Q8: 西陣のまちが将来どのようなまちになればよいと考えますか？あてはまるものに3つまで○をつけてください。

1. 西陣織をはじめ、様々な生産が行われる「ものづくりのまち」
2. 身近に芸術やアートに触れることができる、文化芸術のまち
3. 京都らしい生活の中に文化が息づき、継承されるまち
4. 若い世代が住みやすい、活気のあるまち
5. 高齢者が安心して住みつづけることのできるまち
6. 魅力的な商店や飲食店などが立地する利便性の高いまち
7. 町家や路地空間を活かした京都らしい町並みが残るまち
8. 防災力の高い、災害に強いまち
9. 人のつながりが強く、地域行事が活発なまち
10. 西陣の魅力にひかれて、観光客が多く訪れるまち
11. その他（）

【自由意見】

Q9: あなたの事業とまちの両方が元気になるアイデアなどを含め、西陣のまちの活性化について、自由にお書きください。

以上でアンケート調査は終了です。ご協力いただき、ありがとうございました。

この用紙を、三つ折りして同封の返信用封筒に入れ、9月13日（水）までにポストへ投函してください（切手は不要です）。