

# 地域ブランドの発掘・活用による 地域活性化に関する調査研究

平成 22 年 3 月

板 橋 区

財団法人 地方自治研究機構

## はじめに

近年、急速な少子高齢化など社会経済環境の構造的変化が一層進行していくなかで、変化に対応した地域づくりを地方公共団体が自主的・主体的に進めていくことが極めて重要となってきた。しかし、地域経済の停滞、雇用情勢の悪化、地域コミュニティの弱体化、社会的格差の拡大等、地方公共団体が直面する課題も複雑化・多様化してきている。

このため、当機構では、地方公共団体が直面している諸課題を多角的・総合的に解決するため、地方公共団体と共同して課題を取り上げ、全国的な視点と個々の地方公共団体の地域の実情に即した視点の双方から問題を分析し、その解決方策の研究を実施している。

本年度は4つのテーマを具体的に設定しており、本報告書は、このうちの一つの成果を取りまとめたものである。

近年、地域ブランドを活用したまちづくりや地域活性化に取り組む自治体が増加してきている。地域ブランドは、特産品や観光資源などに限らず、地域の景観、伝統文化、産業技術など、固有の地域資源から創出することが可能であり、こうした地域資源のブランド化を通じて、魅力や個性、競争力ある地域社会を形成することが可能といわれている。

本調査研究の対象地である東京都板橋区は、近隣商店街を中心とする商業、埼玉県境に近い赤塚地域における都市農業、荒川沿岸部などの工業が併存しており、多様な地域性を有している。こうした地域性のなかから、魅力的・個性的な地域資源を豊富に内包しており、今後のまちづくりのなかで、これらの資源を地域ブランドとして活用していくことが求められている。

本調査研究では、区内の地域資源の把握を通じて、既存の地域ブランドに加え、今後、ブランドとして活用できるもの、ブランドに発展可能なもの等の評価を行い、今後のブランド活用に向けて方策について検討したものである。

本研究の企画及び実施にあたっては、研究委員会の委員長及び委員をはじめ、関係者の方々から多くのご指導とご協力をいただいた。

また、本研究は、地域社会振興財団の助成金を受けて、板橋区と当機構が共同で行ったものである。ここに謝意を表する次第である。

本報告書が広く地方公共団体及び国の施策展開の一助となれば幸いである。

平成22年3月

財団法人 地方自治研究機構  
理事長 佐野 徹治



## 目次

第1章	本事業の背景および目的	
1-1	背景	3
1-2	本事業の目的	3
1-3	本事業の位置づけ	3
1-4	調査フロー	4
1-5	委員会実施内容	4
1-6	委員ヒアリング実施内容	5
第2章	板橋区の概況	
2-1	位置・地勢	9
2-2	人口・世帯数	10
2-3	産業特性	12
2-4	観光特性	18
2-5	生活・文化特性	21
2-6	地域ブランドへの取り組み	23
2-7	板橋区の外部評価	28
第3章	板橋区内の地域資源とテーマの抽出	
3-1	板橋区の地域資源の移り変わり	35
3-2	事業者アンケートによる地域資源の抽出	36
第4章	資源の絞込みとテーマの仮定	
4-1	板橋ブランドのグランドデザイン	43
4-2	アクションプランの検討	44
第5章	先進事例視察調査	
5-1	先進事例視察調査概要	53
5-2	先進事例視察調査結果	53
5-3	先進事例視察調査考察	57
第6章	市場調査	
6-1	ヒアリングした専門家	61
6-2	ヒアリング結果	62
6-3	ヒアリング結果まとめ	73

第7章 消費者調査	
7-1 調査概要	77
7-2 回答者属性	77
7-3 調査結果	78
第8章 地域ブランド戦略と今後の課題	
8-1 地域ブランド戦略	85
8-2 今後の課題	100
参考資料	
参-1 消費者アンケート調査結果	105
参-2 事業所アンケート調査結果	159
委員会名簿	235

## 第 1 章 本事業の背景および目的



## 第1章 本事業の背景および目的

### 1-1 背景

近年、地域ブランドを活用したまちづくり、地域活性化に取り組む地域が増加してきている。地域ブランドは、特産品や観光資源などに限らず、地域の景観、伝統文化、産業技術など、固有の地域資源から創出することが可能であり、こうした地域資源のブランド化を通じて、魅力や個性、そして競争力ある地域社会を形成することが可能といわれている。

本調査研究の対象地である東京都板橋区は、面積 32.17km<sup>2</sup>、人口 535,952 人（住民基本台帳・平成 22 年 3 月 1 日現在）で、近隣商店街を中心とする商業や埼玉県境に近い赤塚地域における都市農業、また区内全域に大小様々な工業等の複数の産業が並存しているなど、多様な地域性を有している。こうした地域性の中から、今後のまちづくりの中で、魅力的・個性的な地域資源を洗い出し、これらの資源を地域ブランドとして活用していくことが求められている。

### 1-2 本事業の目的

本調査研究の中では、アンケート調査やヒアリング調査等から区内の地域資源を把握、分析・評価を行い、地域の魅力と課題を抽出する。こうした魅力や課題から方向性やテーマを定め、その検証についても調査を行う。さらに、板橋区のブランド戦略の立案にあたっては、10～20 年先を見据えたグランドデザインと、実践的で短期的な計画となるアクションプラン等の二つの時間軸から、検討を行うものである。

### 1-3 本事業の位置づけ

調査研究の実施にあたっては、下記の 3 点を重要なポイント（視点）として挙げた。

#### ○板橋区におけるブランド戦略構築のための地域資源等の発掘

- ・地域や地域資源の抱える魅力と課題（強みと弱み）を明確化。
- ・板橋区内で生活する人だけでなく「ヨソ者」の目線から地域を調査し、新たな地域資源を発掘。

#### ○板橋区におけるブランド戦略の方向性の検討

- ・板橋区としての明確な方向性を定め、この方向性に基づいてブランド戦略を構築する。さらには、その戦略の具現化・具体化に向けた取り組みを実施。

#### ○グランドデザインとアクションプランの二つの時間軸に分けたブランド戦略の立案

- ・10～20 年先を見据えたグランドデザイン
- ・実践的で短期的な計画となるアクションプラン

今年度検討を行ったブランド戦略に基づき、地域経済の活性化、地域雇用の拡大、地域のイメージアップを図ることを目的として、次年度以降、啓発活動の展開や推進計画の検討等の具体的な事業を開始する。



## 1-4 調査フロー



## 1-5 委員会実施内容

委員会の検討内容についての概要は以下の通りである。

委員会日時・場所	検討事項	出席委員
平成21年 7月28日(火) 10:00～12:00 場所：板橋区役所 11階 第一委員会室	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 企画書検討</li> <li>■ 事業者アンケートの調査票・調査方法等の検討</li> <li>■ 地域ブランドについて</li> </ul>	望月照彦 委員長 高沢修一 委員 吉村健正 委員 齊藤得弥 委員 安藤由美 委員 日野勝弘 委員 荻野耕一 委員 橋本一裕 委員 中島次男 委員
平成21年 10月20日(火) 15:00～17:00 場所：板橋区役所 11階 第四委員会室	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 調査結果等の中間報告(事業者アンケート調査等)</li> <li>■ 中間報告の分析等               <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者アンケートの結果等について</li> <li>・分野別および施策別の今後の方向性案について</li> </ul> </li> </ul>	望月照彦 委員長 高沢修一 委員 吉村健正 委員 齊藤得弥 委員 安藤由美 委員 日野勝弘 委員 橋本一裕 委員 中島次男 委員

<p>平成22年 1月28日(木) 10:00~12:00 場所: 板橋区役所 11階 第四委員会室</p>	<p>■ 最終報告書案検討</p>	<p>望月照彦 委員長 高沢修一 委員 吉村健正 委員 齊藤得弥 委員 安藤由美 委員 日野勝弘 委員 橋本一裕 委員 中島次男 委員</p>
--	-------------------	---

### 1-6 委員ヒアリング実施内容

第1回委員会終了後、事務局スタッフが各委員を訪問し、下記の内容についてヒアリングを行った。

- ① 板橋の地域資源等について
- ② 板橋のブランド戦略の方向性について
- ③ その他

各委員ヒアリングの結果概要は、以下の通りである。

委員ヒアリング日時・場所	ヒアリング結果内容
<p>○高沢修一委員 平成21年 8月17日(月)11:00~12:52 場所: 大東文化大学 3号館 407号室</p>	<p>■大学での取り組みー地域密着の人材育成 ■板橋のブランド戦略について (提案) ■その他・・・大学のブランド化について</p>
<p>○安藤由美委員 平成21年 8月17日(月)14:00~15:15 場所: 安藤製菓 5階事務室</p>	<p>■板橋いっぴん会について ■自社 (安藤製菓) について ■板橋区について</p>
<p>○齊藤得弥委員 平成21年 8月17日(月)16:30~17:30 場所: 板橋区役所 4階産業振興課内</p>	<p>■板橋区の地域資源について ■商店街活性化について</p>
<p>○吉村健正委員 平成21年 8月20日(木)9:45~10:50 場所: 株式会社ルケオ 2階応接室</p>	<p>■自社 (ルケオ) について ■板橋区の工業について ■その他</p>
<p>○日野勝弘委員 平成21年 8月27日(木)13:00~14:10 場所: いたばし観光センター</p>	<p>■赤塚地区について ■板橋宿について ■イベントや商品について ■企業や商店について ■板橋区のブランド戦略にあたって</p>

※上記ヒアリングに加え、第2回、第3回委員会後に、アンケート調査を行った。



## 第2章 板橋区の概況



## 第2章 板橋区の概況

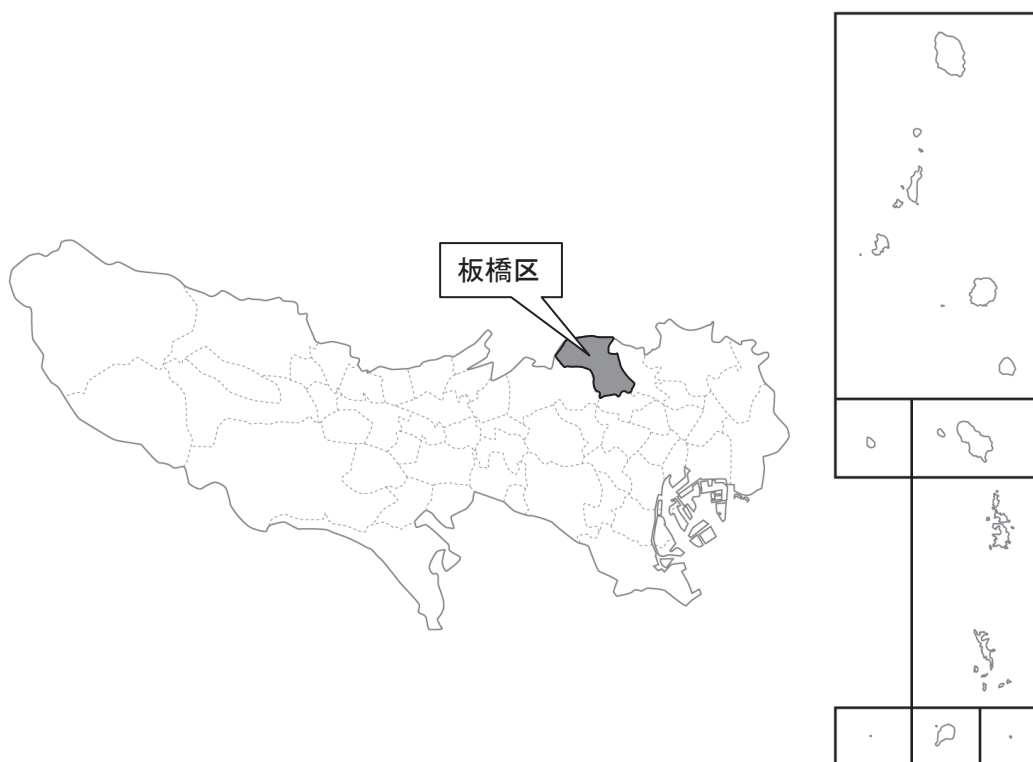
### 2-1 位置・地勢

板橋区は、東京23区の北西部に位置し、東は北区、南から西にかけては豊島区・練馬区と隣接し、西から北にかけては白子川・荒川をはさみ、埼玉県和光市・戸田市と接している。

地形的には、平均海拔30m前後の武蔵野台地と、荒川の沖積低地で形成されており、おおむね北部が低地、南部が高台となっている。また、東西は北部で約7.1km、南部で約4.5km、南北は東部で約6.7km、西部で約3.4kmあり、南東から北西に長い形をしており、面積は、32.17km<sup>2</sup>と23区のなかで9番目の広さとなっている。

区内の交通網としては、東武東上線、都営三田線、JR埼京線、東京メトロ有楽町線・副都心線の4本の鉄道路線が走り、主要幹線道路としては中山道、川越街道、環状7号線、環状8号線、首都高速5号線などが通っている。

図表 2-1 板橋区位置図



この地図の作成に当たっては、国土地理院長の承認を得て、同院発行の数値地図200000（地図画像）を使用したものである。（承認番号 平19総使、第82号）

## 2-2 人口・世帯数

### 2-2-1 人口・世帯数の推移

板橋区の人口の推移をみると、国勢調査では昭和 60 年以降増加傾向にあり、平成 17 年の人口は 523,083 人で、昭和 60 年（505,556 人）と比べると 1.04 倍に増加している。また、住民基本台帳（各年 1 月 1 日）では平成 16 年から 17 年にかけて微減したものの、平成 21 年の人口は 515,791 人で、平成 12 年（497,336 人）に比べて 1.04 倍に増加している。

世帯数も同様に増加傾向にある。国勢調査における平成 17 年の世帯数は 252,609 世帯で、昭和 60 年（194,558 世帯）と比べると 1.30 倍に増加している。住民基本台帳では平成 21 年の 263,356 世帯を平成 12 年（235,916 世帯）と比べると 1.12 倍に増加している。

図表 2-2 人口・世帯数の推移

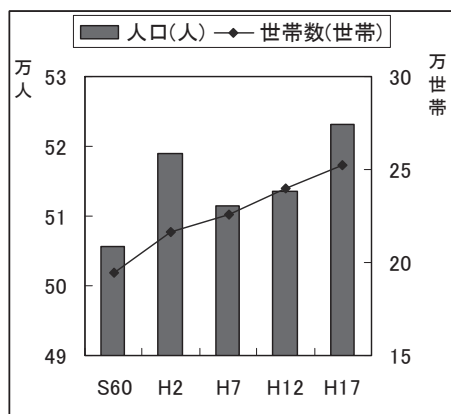
	S60 年	H2 年	H7 年	H12 年	H17 年
人口(人)	505,556	518,943	511,415	513,575	523,083
世帯数(世帯)	194,558	216,649	225,655	240,092	252,609

(資料：板橋区の統計 2008)

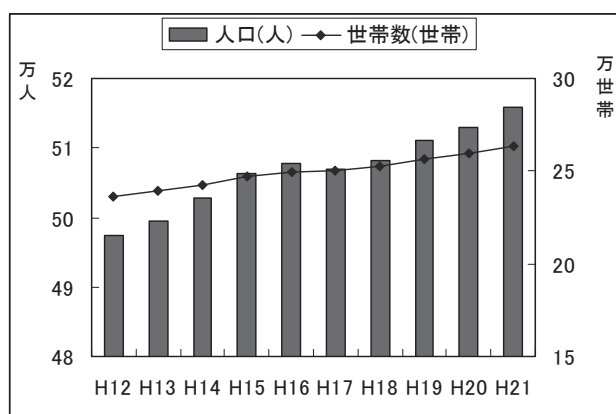
	H12 年	H13 年	H14 年	H15 年	H16 年
人口(人)	497,336	499,422	502,739	506,364	507,845
世帯数(世帯)	235,916	239,073	242,855	247,141	249,204
	H17 年	H18 年	H19 年	H20 年	H21 年
人口(人)	506,993	508,240	511,160	512,873	515,791
世帯数(世帯)	250,418	252,809	256,330	259,745	263,356

(各年 1 月 1 日)

(資料：板橋区の統計 2008)



(資料：板橋区の統計 2008)



(資料：板橋区の統計 2008)

## 2-2-2 人口構成

板橋区の人口構成をみる。男女別で見ると、男女共に平成 17 年以降増加傾向にある。構成割合としては、平成 17 年では男性が 253,175 人、女性が 253,818 人とほぼ同数であり、平成 21 年でも男性が 257,776 人、女性が 258,015 人とほぼ同数である。

また年齢別で見ると、幼年人口は平成 17 年以降増減を繰り返しており、生産人口は平成 17 年以降減少傾向である。また、老年人口は平成 17 年以降増加傾向にある。構成割合としては、平成 17 年では幼年人口が 11.4%、生産人口が 70.6%、老年人口が 18.0%であるのに対し、平成 21 年では幼年人口が 11.3%、生産人口が 68.6%、老年人口が 20.1%と、生産人口が減少し、老年人口が増加していることが伺える。

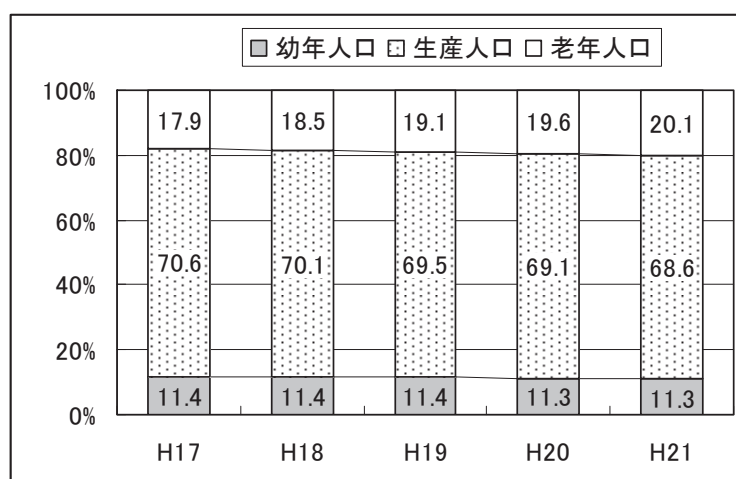
図表 2-3 人口構成の推移

(単位：人)

		H17 年	H18 年	H19 年	H20 年	H21 年
男女別	男性	253,175	253,749	255,164	256,061	257,776
	女性	253,818	254,451	255,996	256,792	258,015
年齢別	幼年人口 (0~14 歳)	58,007	57,916	58,246	57,891	58,299
	生産人口 (15~64 歳)	358,024	356,416	355,448	354,303	353,725
	老年人口 (65 歳以上)	90,962	93,908	97,466	100,679	103,767
人口総数		506,993	508,240	511,160	512,873	515,791

(資料：板橋区の統計 2008)

図表 2-4 年齢別の割合推移





## 2-2-3 人口動態

板橋区の人口動態をみると、社会動態の平成 16 年において、転入 31,099 人に対し転出が 32,851 人と、転出が転入を上回り 1,752 人減少したほかは、全ての年度・項目において増加している。

図表 2-5 自然動態の推移

	H16 年	H17 年	H18 年	H19 年
出生(人)	4,246	4,078	4,301	4,179
死亡(人)	3,864	3,917	3,995	4,094
増減(人)	382	161	306	85

(資料：板橋区の統計 2008)

図表 2-6 社会動態の推移

	H16 年	H17 年	H18 年	H19 年
転入(人)	31,099	31,982	32,355	32,221
転出(人)	32,851	31,382	30,247	30,964
増減(人)	△1,752	600	2,108	1,257

(資料：板橋区の統計 2008)

## 2-3 産業特性

### 2-3-1 就業人口の推移

板橋区の実業人口をみると、第三次産業人口が最も多く、平成 18 年現在全体の 75.1%を占めている。各就業人口の推移を見ると、第一次産業は、平成 13 年調査時には就業者がいなくなったが、平成 18 年調査時には就業人口が 10 人となっている。第二次産業は、平成 3 年以降減少傾向にあり、平成 3 年で 85,239 人（全体就業人口に対する割合 36.2%）に対して平成 18 年には 50,549 人（同割合 24.9%）と人口ならびに割合ともに減少している。第三次産業は、平成 8 年の 159,634 人をピークとしているが、概ね 15 万人前後を推移している。

就業人口の合計は、平成 3 年以降減少傾向にあり、第二次産業人口の減少が合計に影響していることが伺える。

図表 2-7 就業人口の推移

(単位：人)

	H3 年	H8 年	H13 年	H18 年
第一次産業人口	7	21	—	10
第二次産業人口	85,239	71,466	55,808	50,549
第三次産業人口	150,448	159,634	152,046	152,536
就業人口計	235,687	231,100	207,854	203,085

(資料：板橋区の統計 2008)

### 2-3-2 工業の推移

板橋区は、明治9年、加賀前田家の下屋敷跡に石神井川の水の落差を動力とする板橋属廠火薬製造所が設置され、その後も官営工場の機能拡張が続いた。また明治38年には、鉄砲製造所が小石川構内から十条に移転している。昭和15年に陸軍兵器本部が設置された際、王子側の工場群（東京工廠）は東京第一陸軍造兵廠（通称「一造」）となり、板橋火薬製造所は東京第二陸軍造兵廠（通称「二造」）の管下となった。このため周辺工場はほとんど軍管理の下請けにまわり、一造、二造に関連する化学工場、伸銅工場、金属加工業、精密機械工業、メッキ業、レンズ関連工業が発展して、板橋・北地域は一大軍需工場地帯となった。

戦後、板橋・北地域は精密機械（光学機器、医療機器、理化学機器）の集積で特徴づけられ、造兵廠の下請けで軍に納めた双眼鏡用レンズの製作・研磨から職人が育ち、特に、志村地区を中心とした工業地域で全国の双眼鏡の7割を製造していた時期もあった。また、都心と近く、本郷、お茶の水、神田の大学、研究所、病院、薬問屋と密接な関係を保てたことも医薬品、医療機器、理化学機器、測定器等の集積を促している。

また、出版・印刷関連業も発展を遂げ、現在の板橋区・北区は出版・印刷関連業、精密機械工業を中心とした日本でも有数の工業集積地帯となっている。

本区は、製造業の集積が高い地域であり、製造業全体の事業所数は23区中6位、従業者数は2位、製造品出荷額は2位であり、多様な業種による比較的規模の大きい企業が集まっている。特に精密機器は23区で事業所数・従業員数・製造品出荷額とも1位、化学工業は事業所数で1位、従業者数では4位、製造品出荷額では3位となっており、新製品開発や新技術を導入できる基盤があるといえる。

図表 2-8 東京都地域別事業所数、従業者数及び製造品出荷額等  
 (従業者 4 人以上の事業所) (単位：金額万円)

地 域	事業所数	う	ち	従業者数	製 造 品 出 荷 額 等
		従 業 者	30人以上 の事業所		
<b>区 部</b>	<b>15 321</b>	<b>1 048</b>		<b>220 031</b>	<b>470 435 890</b>
千代田区	207	20		3 027	5 099 569
中央区	300	24		4 501	9 136 700
港区	257	23		3 643	7 404 367
新宿区	517	52		13 322	33 347 219
文京区	520	50		8 758	15 440 171
台東区	722	20		6 504	11 520 138
墨田区	1 324	53		17 160	32 805 238
江東区	924	74		13 397	32 156 059
品川区	684	40		8 974	17 371 759
目黒区	222	17		3 366	6 129 180
大田区	2 162	150		31 522	72 128 563
世田谷区	268	19		3 422	5 914 027
渋谷区	117	8		1 751	2 754 140
中野区	120	6		1 335	2 025 949
杉並区	140	8		2 245	5 325 691
豊島区	271	18		4 056	7 904 845
北区	497	61		10 073	28 482 164
荒川区	922	37		10 120	15 734 090
<b>板橋区</b>	<b>1 140</b>	<b>138</b>		<b>23 732</b>	<b>68 280 443</b>
練馬区	323	32		4 893	9 328 571
足立区	1 194	82		15 804	34 824 638
葛飾区	1 273	58		14 396	22 960 214
江戸川区	1 217	58		14 030	24 362 155

(資料：板橋区の統計 2008)

従業者数別（1～3人、4～29人、30人以上）の事業所数の推移をみると、従業者が4～29人の事業所は、平成16年から17年にかけて増加しているが、17年から18年にかけては100社以上も減少している。従業者30人以上の事業所は、平成16年以降減少傾向にある。

なお、従業者1～3人の事業所は、下一ケタが0、3、5、8の年が調査対象年のため、平成16年と18年は調査非対象となっている。

図表 2-9 従業者数別の事業所数の推移

	H16年	H17年	H18年
従業者1～3人事業所	—	1,001	—
従業者4～29人事業所	1,113	1,126	1,002
従業者30人以上事業所	147	141	138
合計（参考）	(1,260)	2,268	(1,140)

（資料：板橋区の統計2008）

※平成16、18年の調査については、従業者1～3人の事業所は調査非対象  
 ※平成16、18年の合計値は、従業者1～3人の事業所は含まないため、参考値として掲載

従業者数別（1～3人、4～29人、30人以上）の従業者数の推移をみると、従業者が4～29人の事業所は、平成16年以降減少し、平成18年には9,937人と、2カ年で1千人近くも減少している。従業者30人以上の事業所も同様に、平成16年以降減少傾向にあり、こちらも2カ年で1,300人以上も減少し、これは当該事業規模事業所の従業者のうちの1割近くに相当する人数である。

なお、従業者1～3人の事業所は、隔年調査のため、平成16年と18年は調査非対象となっている。

図表 2-10 従業者数の推移 (単位：人)

	H16年	H17年	H18年
従業者1～3人事業所	—	2,056	—
従業者4～29人事業所	10,968	10,728	9,937
従業者30人以上事業所	15,164	14,408	13,795
合計（参考値）	(26,132)	27,192	(23,732)

（資料：板橋区の統計2008）

※平成16、18年の調査については、従業者1～3人の事業所は調査非対象  
 ※平成16、18年の合計値は、従業者1～3人の事業所は含まないため参考値として掲載

従業者数別（1～3人、4～29人、30人以上）の製造品出荷額の推移をみると、従業者が4～29人の事業所は、平成16年以降減少傾向にある。一方、従業者30人以上の事業所は、平成16年から17年にかけて3百億円近い大幅減となったが、平成17年から18年にかけては持ち直して増加に転じた。

なお、従業者1～3人の事業所は、隔年調査のため、平成16年と18年は調査非対

象となっている。

図表 2-11 製造品出荷額の推移 (単位：万円)

	H16年	H17年	H18年
従業者1～3人事業所	—	1,318,357	—
従業者4～29人事業所	16,135,669	15,821,305	15,540,008
従業者30人以上事業所	53,279,312	50,037,716	52,740,435
合計(参考値)	69,414,981	67,177,378	68,280,443

(資料：板橋区の統計 2008)

※平成 16、18 年の調査については、従業者 1～3 人の事業所は調査非対象

※平成 16、18 年の合計値は、従業者 1～3 人の事業所は含まず

### 2-3-3 商業の推移

板橋区の商業は、小売業に特徴がある。従業員規模が 4 人以下の小規模商店が多く、これらの商店が約 100 もの商店街を形成し、様々な事業を実施している。中でも、「板橋縁宿事業」「交流都市のアンテナショップ運営事業」「東京家政大学と商店街の協働によるコミュニティ・レストラン茶の間の開設」は、都内商店街の優れた取り組みを紹介する“東京商店街グランプリ”で 3 年連続表彰された。



商業のうち、商店数、従業者数、年間販売額の推移をみると、商店数および従業者数は年々減少傾向にあるが、年間販売額は平成 14 年から 16 年にかけて増加しており、平成 19 年にかけては減少している。

図表 2-12 商業の推移

	H14年	H16年	H19年
商店数(店)	5,256	4,996	4,580
従業者数(人)	38,301	38,203	35,621
年間販売額(百万円)	1,299,280	1,543,837	1,410,442

(資料：板橋区の統計 2008)

### 2-3-4 農業の推移

板橋区の農業は、豊富な湧水に恵まれて、高島平地区にはかつては見渡す限り水田が広がり、「東京屈指の米どころ」と言われていた。また、畑作も武蔵野台地の肥沃な土の上に陸稲(おかぼ)、ひえや粟などの雑穀をはじめ、大根・ごぼう・にんじん・さといも等の根菜類が栽培され、米と同様に生産量を増やして、市場に出荷していた。しかし、その後都市化の影響を受け、田畑は工場や宅地へと姿を変え減少した。

現在は、野菜栽培主体の畑作で、果樹や花き、植木なども栽培されている。これら

の地元で採れた新鮮野菜は共同直売所や庭先などで販売されている。新鮮で安全な農産物を届け、近隣の人々との触れ合いの場を提供することを目的としている「板橋ふれあい農園会」や、年1回開催される「板橋農業まつり」は特徴的なものである。

農業のうち、過去5年間の農家数、農地面積、農業従事者数をみると、農家数は年々減少し、平成20年は188戸となっている。また、実際に耕作を行っている農家数も年々減少しており、平成20年は163戸となっている。農地面積及び農業従事者数も同様で、それぞれ平成20年は28ha、369人と、いずれも低下傾向にある。

図表 2-13 農業の推移

	H16年	H17年	H18年	H19年	H20年
農家数(戸)	203	201	199	190	188
耕作農家数(戸)	184	181	179	170	163
農地面積(ha)	33	32	31	30	28
農業従事者数(人)	410	408	396	379	369

(資料：板橋区の統計 2008)

また、平成20年度板橋区農業経営実態調査報告書によると、平成20年8月時点での耕作農地作付・生産状況をみると、下記の表のように作付延面積、生産量ともに野菜類が最も多い。

図表 2-14 区内耕作農地作付・生産状況

	作付延面積	生産量
野菜類	1,326.70a	242.26t
植木類	439.45a	29,113本
果樹類	225.08a	8.47t
花卉類	35.11a	61,360鉢
穀物類	1.00a	0.03t
その他	18.00a	—
合計	2,045.34a	

(資料：平成20年板橋区農業経営実態調査報告書)

板橋区内で最も作付延面積が広い野菜類について、その内訳をみると、作付延面積はじゃがいもが190.40aと最も大きく、次いで大根177.20a、さつまいも152.20aと続いている。生産量は大根が56,177kgと最も多く、次いでじゃがいも31,211kg、キャベツ29,804kgと続いている。

図表 2-15 区内耕作農地作付・生産状況

種類	作付延面積	生産量	種類	作付延面積	生産量
じゃがいも	190.40a	31,211kg	人参	42.30a	12,533kg
大根	177.20a	56,177kg	白菜	41.10a	14,634kg
さつまいも	152.20a	19,625kg	里芋	35.95a	3,460kg
キャベツ	123.40a	29,804kg	なす	31.00a	4,624kg
ねぎ	82.73a	12,349kg	その他葉物	29.20a	2,570kg
ブロッコリー	77.22a	11,095kg	トマト	28.20a	7,004kg
小松菜	74.10a	12,553kg	きゅうり	24.80a	4,510kg
枝豆	56.50a	1,780kg	かぶ	23.80a	5,415kg
ほうれん草	51.00a	4,730kg	カリフラワー	22.00a	3,188kg
とうもろこし	44.30a	3,860kg	その他	19.30a	1,136kg
			計	1,326.70a	242,258kg

(資料：平成 20 年板橋区農業経営実態調査報告書)

## 2-4 観光特性

### 2-4-1 主な観光資源・施設

板橋区の主な観光資源・施設としては、区制施行 70 周年を記念して、平成 15 年 2 月に板橋ならではの自然景観や都市景観、名所・旧跡、イベントなど 10 箇所を「板橋十景」として選定したものが代表的である。十景は下記の通り。

#### ① 赤塚溜池公園周辺

赤塚溜池公園には樹齢 30～40 年の梅が約 200 本植栽されており、開花時の景観は見事。また、周辺には、区立郷土資料館、区立美術館、赤塚城跡公園があり、ゆったりとくつろげる。



#### ② 板橋

旧中山道が石神井川を渡る地点にかけられた橋で、板橋の地名の由来となったとも言われている。江戸時代は、橋の周辺が宿場の中心で、旅籠屋や商店、民家が建ち並び、にぎわっていました。



### ③ いたばし花火大会

荒川の夏の風物詩。対岸の戸田市とあわせて1万発を超える花火が打ち上がり、都内では珍しく尺玉が打ち上げられるのも特徴である。打ち上げ場所から観客席が近いことから、お腹に響く尺玉の音も醍醐味の一つとなっている。



### ④ 志村一里塚

江戸日本橋から数えて三番目の一里塚であり、国の史跡に指定されている。徳川家康の時代に主要街道の整備が行われた際に築造され、主に里程の目安となった他、旅人の休み場としての役目も果たしていた。



### ⑤ 石神井川の桜並木

花見の頃になると、川の上流（桜川地区）から下流（加賀地区）まであわせて1,000本を超えるソメイヨシノ・ヤマザクラ・サトザクラが咲き誇り、区内を代表する桜の名所となっている。



### ⑥ 松月院

赤塚城に居城した千葉自胤が開基と伝えられ、徳川家康より朱印地40石を寄進された寺院。また、高島秋帆が徳丸ヶ原で日本最初の洋式砲術訓練を行ったときの本陣だった。院内にある宝物館には、千葉氏寄進状・徳川朱印状など多数の由緒ある文化財が保存されている。



### ⑦ 田遊び

水田耕作に関わる行事で、年の始めにあたってその年の五穀豊穰と子孫繁栄を祈願し神に奉納する行事で、国重要無形民俗文化財に指定されている。稲作の作業内容を唱える言葉と所作によって田の神にみせ、現在、徳丸北野神社は2月11日の夜、赤塚諏訪神社は2月13日の夜、それぞれ神社の境内で行われている。





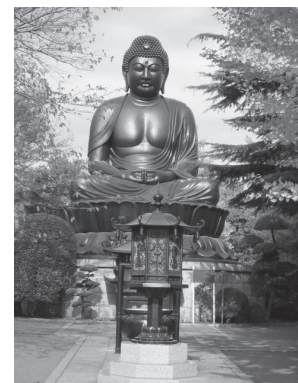
## ⑧ 高島平団地とけやき並木

昭和 40 年代に相次いでマンモス団地が建設され、この付近は急速に発展した。現在、街も 30 年の歳月を経て、周囲の樹々と融合した落ち着いた独自の顔を持つようになってきた。特に団地内を通るけやき並木は、都立赤塚公園前から高島平駅前まで南北に 600m 程続き、新緑や紅葉の時期には、道歩く人もその光景を見上げるほど見事な眺めである。



## ⑨ 東京大仏

乗蓮寺は、昭和 48 年に板橋区仲宿から現在の赤塚に移転された寺院で、徳川家康から 10 石の朱印地を寄進された寺院。八代将軍吉宗のとき、鷹狩の際の休憩所となっていたため、様々な文化財を所有している。そして境内にある東京大仏は、東京大空襲、関東大震災などの悲惨な戦災・震災が起きないように願いを込めて、昭和 52 年に建立された。高さ 13 メートルの青銅製で重さが 32 トンあり、新東京百景にも選ばれている。



## ⑩ 南蔵院のしだれ桜

南蔵院は、八代将軍吉宗のときに鷹狩りの際の休憩所となった寺院。ここのしだれ桜は、境内の不動堂・庚申地藏尊・地藏堂を背景として花の季節には見事な眺めで、区内の桜の名所の一つとなっている。



### 2-4-2 いたばし観光センター入館者数

板橋区内の観光資源・施設のうち、観光案内や観光ガイド受付など板橋観光の拠点となっている「いたばし観光センター」の入館者数の推移をみると、次頁の表およびグラフの通りである。入館者数の合計は、平成 22 年 1 月末現在、44,456 人に達している。

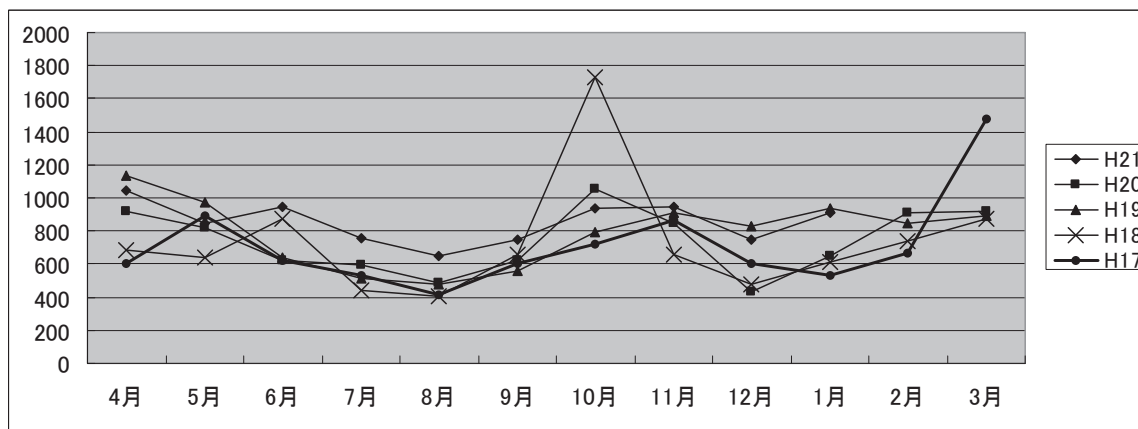
なお、平成 17 年度 3 月と平成 18 年度 10 月は、それぞれイベント実施のため入館者数も増加している。

図表 2-16 いたばし観光センター入館者数の推移 (単位：人)

年度	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
H21	1049	850	943	758	647	746	938	949	749	911			
H20	921	822	626	596	488	619	1058	850	436	648	908	916	9108
H19	1131	974	636	513	478	562	789	911	829	940	847	888	9494
H18	681	639	877	444	406	661	1734	660	474	610	736	877	8799
H17	602	892	621	531	413	601	721	864	601	536	663	1473	8518

(資料：板橋区)

図表 2-17 いたばし観光センター入館者数の推移



## 2-5 生活・文化特性

### 2-5-1 生活施設

#### ●区民施設

- ・文化会館
- ・グリーンホール
- ・赤塚公会堂
- ・高島平区民館
- ・地域センター

#### ●体育施設

- ・小豆沢体育館，屋外施設
- ・高島平温水プール
- ・赤塚体育館
- ・東板橋体育館
- ・上板橋体育館

#### ●公園施設

- ・子ども動物園：動物と身近に親しめる小さな動物園
- ・板橋交通公園：信号機のある交差点など、交通施設を模して作られた公園
- ・城北交通公園：鉄道資料館があり、本物の蒸気機関車がある
- ・水車公園、茶室・徳水亭：園内には水車が回り、水田では田植えから稲刈りまでの稲の育成状況や農業の風景を観察することができる。
- ・昆虫公園昆虫舎：人が中に入れる虫かごのような昆虫舎3つと、世界の昆虫標本が展示された標本室
- ・赤塚植物園：武蔵野の影を色濃く残す、赤塚の丘陵地を活用した植物園
- ・見次公園舟遊場：自然の湧き水をたたえた公園

### ●教育文化施設

- ・図書館
- ・美術館
- ・郷土資料館
- ・教育科学館
- ・社会教育会館

### ●その他施設

- ・板橋区ホテル飼育施設
- ・熱帯環境植物館
- ・植村冒険館
- ・郷土芸能伝承館

- ・赤塚溜池公園：昔の農業用水を溜めていた公園
- ・氷川つり堀公園：石神井川の旧河道を利用した釣堀
- ・こどもの池：地域の協力者の手によって運営されるこどもの水遊び場
- ・舟渡水辺公園：新河岸川沿いに作られた水辺の風景を楽しめる公園。健康器具設置
- ・荒川戸田橋緑地草地広場：荒川の河川敷に作られた広々とした草地の公園

### ●公園施設

- ・浮間公園：都立公園
- ・赤塚公園：都立公園
- ・城北中央公園：都立公園
- ・光が丘公園：都立公園

## 2-5-2. 歴史文化

板橋区の歴史は、小茂根・西台・成増地区で人々が生活したこん跡が見つかった約3万年前にさかのぼる。その後、慶長6年（1601）江戸幕府が江戸を中心に五街道を整備し、そのうちの中山道の第一の宿場として板橋宿が設けられ、商人や諸大名の往来によって大いに繁栄した。また、川越街道は、古くから栄えた川越と江戸を結ぶ重要な糧道として、志村・徳丸・赤塚地区等で栽培された大根など多くの農作物が運ばれるなど、両街道によって、板橋地区は大いに発展した。

明治11年（1878）になると北豊島郡の誕生と同時に郡役所が設置されて行政の中心となり、昭和7年（1932）には東京市に編入され、東京市35区の一つとして「板橋区」が誕生した。戦後の昭和22年（1947）、地方制度の改革により特別区の一つになり、同年8月には区の南西部を練馬区として分離し、現在の板橋区となった。



### 2-5-3 住宅事情

人口の増加とともに、生活環境が大きく変化した。都内でも有数の高層住宅団地が高島平に建設され、都営地下鉄三田線の開通や首都高速道路などの整備が進み、人口 50 万の都市となった。その後も民間による大規模共同住宅の開発や、さらなる交通網の発達により、現在では 53 万の人口を擁し、首都東京の住宅地としての役割を果たしている。



しかし近年は、高島平団地建設から 30 年以上が経過し、建設当時に入居した住民の高齢化などが問題となっている。

## 2-6 地域ブランドへの取り組み

### 2-6-1 「板橋のいっぴん」

「板橋のいっぴん」は、区民から募集した食料品の中から、専門家の委員 5 名と公募委員 5 名の合計 10 名で構成された「区民が選ぶ板橋のいっぴん選定委員会」が、厳正かつ公正な審査によって認定した地元・板橋で愛され親しまれているお惣菜や麺・ご飯、パン、お菓子、お酒などである。平成 15 年から認定を実施し、現在 76 品が認定されている。



これらの認定された商品の PR や販売を行うために、「春の板橋のいっぴん PR フェア」（毎年 5 月）、「板橋のいっぴんスタンプラリー」（毎年 8～11 月）、「板橋のいっぴんフェア」（毎年 11 月）などのイベントを開催したり、区内にキャンパスを有す東京家政大学と連携して「板橋のいっぴんカタログ」を作成するなどの取り組みを行っている。

## 2-6-2 「板橋製品技術大賞」

「板橋製品技術大賞」とは、板橋区内の中小企業による優れた新製品・新技術を表彰することにより、区内企業の開発力、技術力を広く内外にアピールして板橋区の産業振興を図ることを目的としており、平成15年度から実施している。

対象新製品・新技術は、原則として市場発表または販売してから3年以内の新製品・新技術で、中小企業または中小企業グループが自ら開発したもの。対象企業は、板橋区に本社または事業所を有し、引き続き1年以上製造業を営んでいる個人もしくは中小企業またはこれらで構成する中小企業グループ（中小企業グループの場合、2分の1以上が板橋区に本社または事業所を持ち、代表者が板橋区で事業を営んでいること）が対象である。

### 板橋製品技術大賞

発掘!! いたばしの新製品・新技術!!



**募集期間**  
平成21年6月1日(月)～7月31日(金)

**◎ 対象企業**

- ① 板橋区に本社または事業所を有し1年以上製造業を営んでいる個人、中小企業者
- ② ①で構成されている中小企業グループ

**◎ 対象新製品・新技術**

- ① 原則として市場発表または販売してから3年以内の新製品・新技術
- ② 中小企業または中小企業グループが自ら開発したもの

表 彰 ● 最優秀賞20万円(1社) ● 優秀賞5万円(4社) ● 奨励賞3万円(3社)  
● 環境賞10万円(1社) ● 審査委員長賞 ● 審査委員賞

表 彰 式 平成21年11月19日(木) いたばし産業見本市会場

フォローアップ事業 セミナーの開催等(予定)

主催：東京都板橋区  
協力：(公)首都大学東京・(財)東京都中小企業振興公社・(独)東京都立産業技術研究センター  
後援：(独)中小企業基盤整備機構東京支部 (独)産業技術総合研究所・みずほ銀行・りそね総合研究所・西京信用金庫・城北信用金庫・東横信用金庫・東京信用金庫・(社)日本技術士会・(社)板橋産業連合会・東京商工会議所板橋支部・日刊工業新聞社

※受賞された新製品・新技術の複製等は、企業名も含めて公表しますので、あらかじめご了承下さい。



ITABASHI 21

ご応募・お問い合わせ  
板橋区産業経済部産業活性化推進室(区役所4階②窓口) 〒173-8501 板橋区板橋2-66-1 ☎03(3579)2191  
E-mail ▶ sksushin@city.itabashi.tokyo.jp URL ▶ [http://www.city.itabashi.tokyo.jp/c\\_kurashi/010/010835.html](http://www.city.itabashi.tokyo.jp/c_kurashi/010/010835.html)

平成21年度最優秀賞  
「人物撮影照明装置」



(出典：[http://www.city.itabashi.tokyo.jp/c\\_kurashi/022/022776.html](http://www.city.itabashi.tokyo.jp/c_kurashi/022/022776.html))

### 2-6-3 全国ふる里ふれあいショップ「とれたて村」

板橋区の交流都市が集まった複合的なアンテナショップで、各地の美味しいものや、とっておきの情報を発信する拠点を設置。各自治体が入れ替わりで「ふる里イベント」を実施し、PR活動を行っている。当該拠点は、ハッピーロード大山商店街と上板南口銀座商店街で運営している。



また、とれたて村のにぎわいを他の商店街にも広げる「商店街ふるさとまつり」を実施し、交流自治体の物産展やイベントを同時開催している。(平成21年度商店街グランプリ優秀賞受賞)

### 2-6-4 板橋縁宿

「板橋縁宿」とは、旧中山道の「縁切榎」と「むすびのけやき」まで、9商店街におみくじ処を設け、おみくじを楽しみながら旧板橋宿を散策できるもの。平成14年に中山道制400周年を期に、中山道「板橋宿」の歴史資産を活用して町おこしをする共同イベントを実施するなかで、商店街と地域の活性化を図ることを目的に始まった。これ以降、「板橋縁宿ブランド」の商品の開発や板橋縁宿まつりを開催している。



## 2-6-5 「KICC プロジェクト」

城北の産業集積地域である板橋区から北区にかけては、健康・医療・福祉関連施設や光学機器、製薬など高度な技術を持った研究開発型企業・研究機関、あるいは人材など、多様な地域資源が存在している。「KICC プロジェクト」は、これらの地域資源を総合的かつ最大限に活用して、健康・医療・福祉関連産業など地域産業の活性化を推進する両区にまたがる共同プロジェクトである。



[K I C C (きっく) プロジェクト]



K = 北区

I = 板橋区

C = クラスター：集団、集積

C = コミュニティ：地域、共同体

北区と板橋区において、企業、研究機関、人材などの地域資源を有機的に結合させ、地域課題の解決に向けたプロジェクトに取り組むという意味から名づけられた。

「きっく」には、キックオフ、きっかけづくり、走り出すという意味も込められている。

## 2-6-6 板橋 Fine Works 事業

「板橋 Fine Works 事業」とは、板橋区内で製造されている製品等のうち、「技術・技能に革新性・独自性がある」、あるいは「高度な技術を駆使している」、などの特徴を持つ「もの」を、「板橋 Fine Works」として認定するもので、東京商工会議所板橋支部が主催、板橋区が後援、そして東京都立産業技術研究センターが協力し実施している。



《板橋 Fine Works  
事業ロゴマーク》

認定を受けた製品等には、認定の証として東京商工会議所板橋支部のオリジナルロゴマークを付与し、認定企業の製品本体あるいはパッケージにロゴマークを添付することができる。

当該事業ならびに本ロゴマークの添付の目的は、

- ① 既に市場から高い評価を得ている製品・商品が板橋区内で製造されている点を地域企業は勿論、全国、牽いては世界に PR することにより、地域企業間連携の

一助を図る。

- ② 高度な技術力等を保有している証となることから、製造業に携わる人達に元気と自信を与える。
- ③ 市場（消費者等）にその企業の存在を認知させること。

などである。また、認定を受けたメリット（特典）としては、

- ① 認定を受けた製品等は、「板橋 Fine Works」のロゴマークの使用が許可され、認定製品等のパッケージや宣伝 PR に「板橋 Fine Works 認定製品」と記載し、製品等の販売促進活動に対し自由に使用することができる。
  - ② 認定企業名等を東京商工会議所板橋支部のホームページほか、次回の本事業募集要綱やポスターに記載するなど、製品等の PR を積極的に支援する。
- などである。



## 2-7 板橋区の外部評価

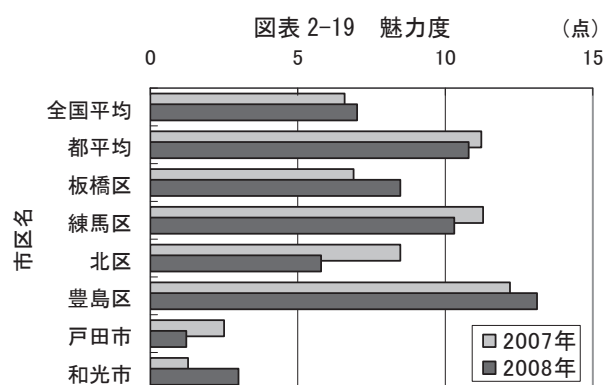
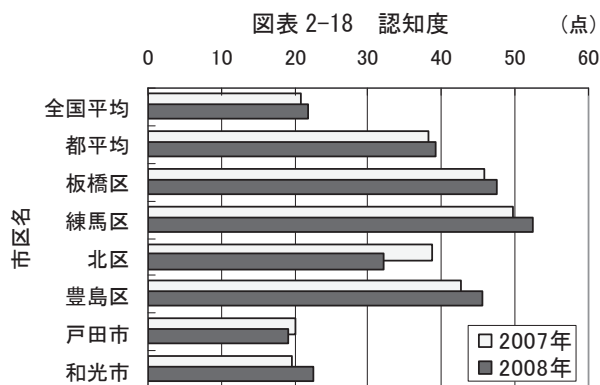
地域ブランド調査 2008 の板橋区結果要旨を下記に説明する。

### 2-7-1 調査概要

・調査方法	インターネット調査
・回答者	20代～60代の消費者を男女別、各年代別、地域別にほぼ同数ずつ回収し、日本の縮図になるように、年齢や地域人口の分布にあわせて再集計した。
・有効回収数	35,309人（一人の回答者は20の市区町村について回答。したがって、市区町村ごとの回答者数は平均で706人）
・調査対象	全国1000の市区町村（全783市+東京23区+194町村）
・調査時期	平成20年8月1日～8月7日
・調査項目	認知、魅力、情報接触、観光意欲、居住意欲、情報接触経路（「旅やグルメに関する番組」など15項目）訪問経験（「観光のため」など11項目および訪問率）、地域資源評価（「街並みや魅力的な建造物がある」など15項目）まちのイメージ（「歴史・文化のまち」など13項目およびイメージ想起率）、商品購入意欲（食品、非食品で自由記述） …計63項目

### 2-7-2 結果概要

板橋区として認知度は比較的高く、東京都の平均や周辺市区町村と比べても練馬区に次ぐ認知度があるものの、魅力度は東京都の平均よりも低く、周辺区に比べると低い結果となっている。



また、区内では「板橋のいっぴん」等が積極的に展開されているが、「購入意欲度（食品）」が低いことから外部に向けた認知が不足していることが明らかとなった。特に「商品購入意欲度（食品以外）」では、商品がほとんど想起されない実態が明らかとなった。

図表 2-20 「地域ブランド調査 2008」における板橋区の結果概要

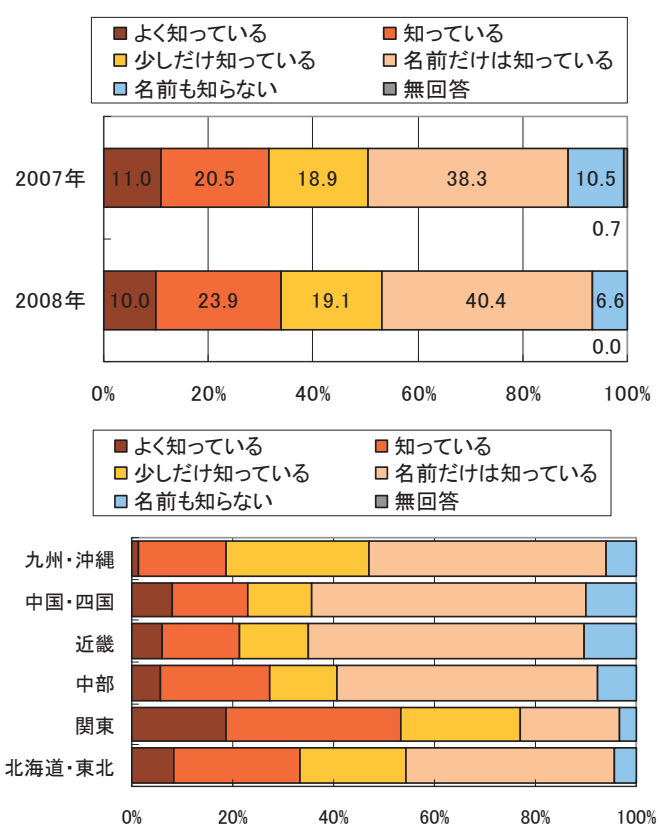
主要指標	全国順位		スコア	
	2008年	2007年	2008年	2007年
認知度	59	74	47.6	45.8
魅力度	277	292	8.5	6.9
情報接触度	100	125	31.9	26.6
観光意欲度	539	449	12.1	10.7
居住意欲度	132	144	5.9	5.4
商品購入意欲度(食品)	672	608	1.6	1.0
商品購入意欲度(食品以外)	955	788	0.0	0.0

### 2-7-3 認知度

板橋区について知っているかどうかを「よく知っている」から「知らない」の五段階評価で回答してもらった結果、サンプル全体(n=738)の結果では、板橋区を、程度を問わず「知っている」と回答した割合は93.4%おり、内、「名前だけは知っている」割合を除くと53.0%となった。点数化すると47.6点で、これは全国1,000位中59位という結果となった。全国的に見て、認知度は高いと言える。

また、居住地属性でクロス分析を行った結果では、関東居住者(n=243)の認知度が高く、「知っている」と回答した割合は96.6%で内、「名前だけは知っている」割合を除くと77.1%となった。点数化すると、61.5点で、他の地域居住者においても平均的に40点程度となっている。

図表 2-21 認知度

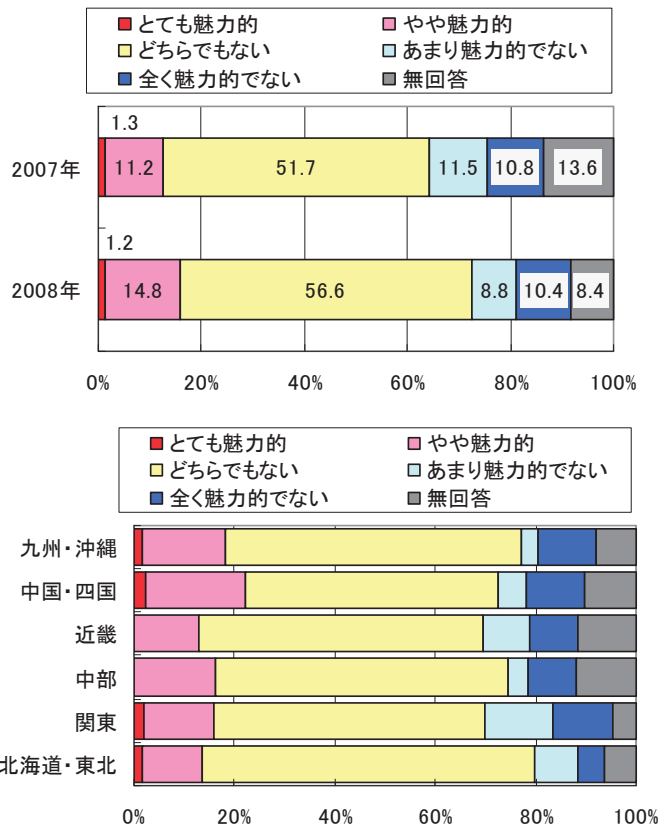


## 2-7-4 魅力度

板橋区について魅力的かどうかを「非常に魅力的」から「魅力的でない」の五段階評価で回答してもらった結果、サンプル全体（n=738）では、板橋区を「魅力的」と回答した割合は 8.5%。一方、板橋区を「魅力的でない」と回答した割合は 19.2%で、点数化すると 8.5 点(全国 1,000 位中 277 位)という結果となった。

また、先の「認知度」同様、居住地属性でクロス分析を行った結果では、関東在住者（n=243）が、板橋区を「魅力的」と回答した割合は 16.0%で、板橋区を「魅力的でない」と回答した割合は 25.4%となり、点数化すると 9.0 点となった。

図表 2-22 魅力度

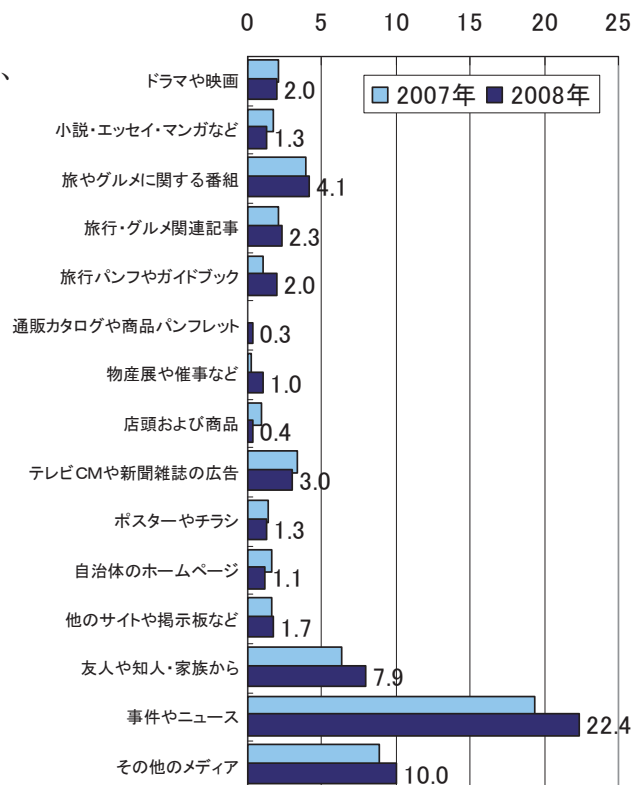


図表 2-23 情報接触度・情報接触経路

## 2-7-5 情報接触度・情報接触経路

板橋区の情報を、人々がどの程度、どの経路から接触しているかを表したのが右記の図である。図中の数字は割合で、事件やニュースにより板橋区の情報を入手している割合が最も高いことがわかった。

通販カタログや商品パンフレット、物産展や催事など、店頭および商品などといった商品系の情報経路による情報接触割合が少ない。

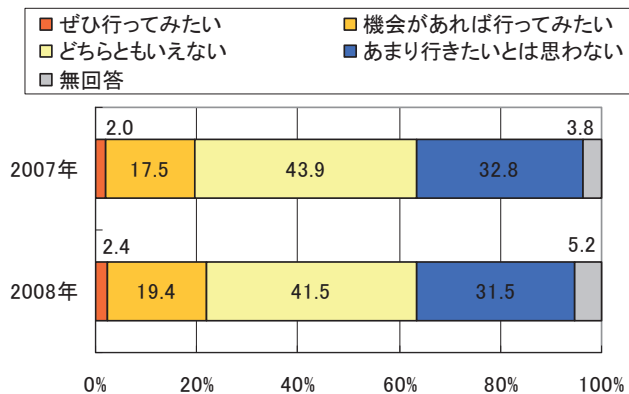


### 2-7-6 観光意欲、居留意欲

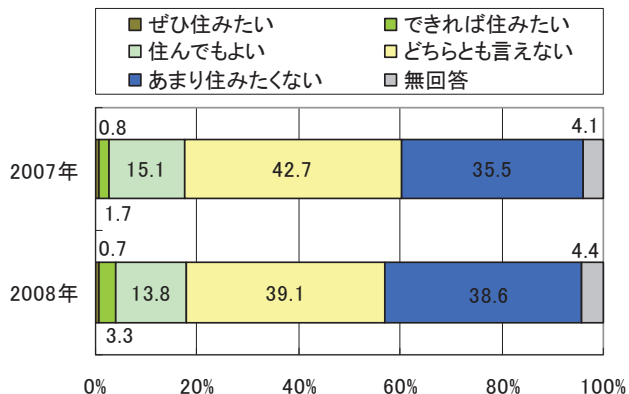
板橋区への観光意欲は、全国1,000市区町村中539位と、それほど高くない結果となっている。「ぜひ行ってみたい」と回答した人は2.4%。「機会があれば行ってみたい」19.4%で合わせても21.8%。逆に「あまり行きたいとは思わない」と回答した人は31.5%となっている。

また、板橋区への居留意欲については、全国1,000市区町村中132位と、他の指標と比較すると高くなっている。「ぜひ住みたい」「できれば住みたい」「住んでもよい」を合算した居留意向のある人は17.8%となっている。

図表 2-24 観光意欲

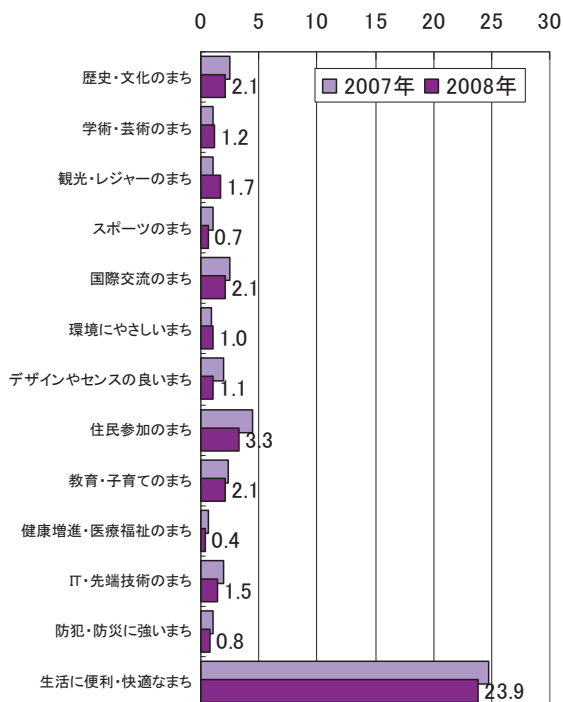


図表 2-25 居留意欲

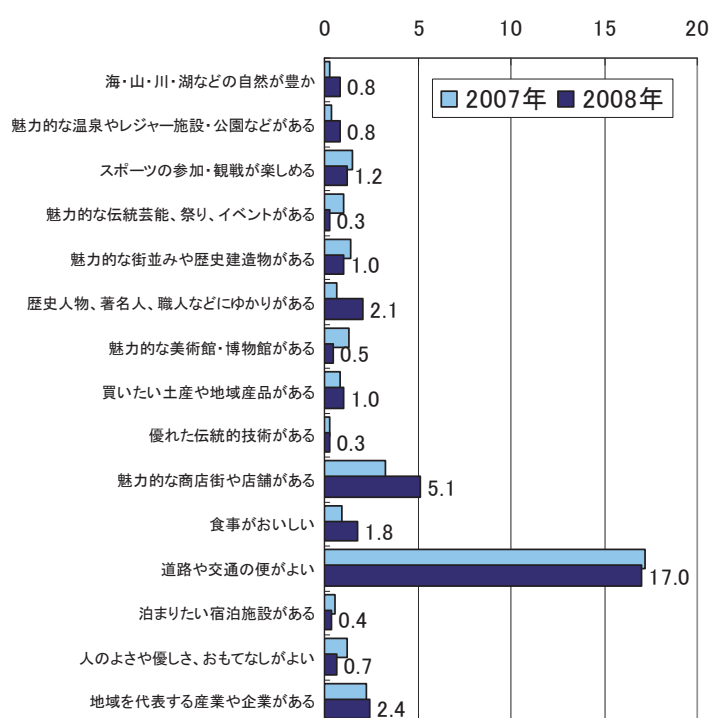


### 2-7-7 まちのイメージ、地域資源評価

図表 2-26 まちのイメージ



図表 2-27 地域資源評価



まちのイメージについては、「生活に便利・快適なまち」と回答した人が23.9%で最も高く、次いで「住民参加のまち」3.3%と続く。

地域資源評価については、サンプル全体で見ると、板橋区で最も評価された項目は「道路や交通の便がよい」(17.0%)。次いで、「魅力的な商店街や店舗がある」(5.1%)、「地域を代表する産業や企業がある」(2.4%)という結果となった。

板橋区の特徴として道路や交通の便がよく、生活に便利で快適といったイメージはあるものの、サービス資源や歴史資源が弱みとなっている。

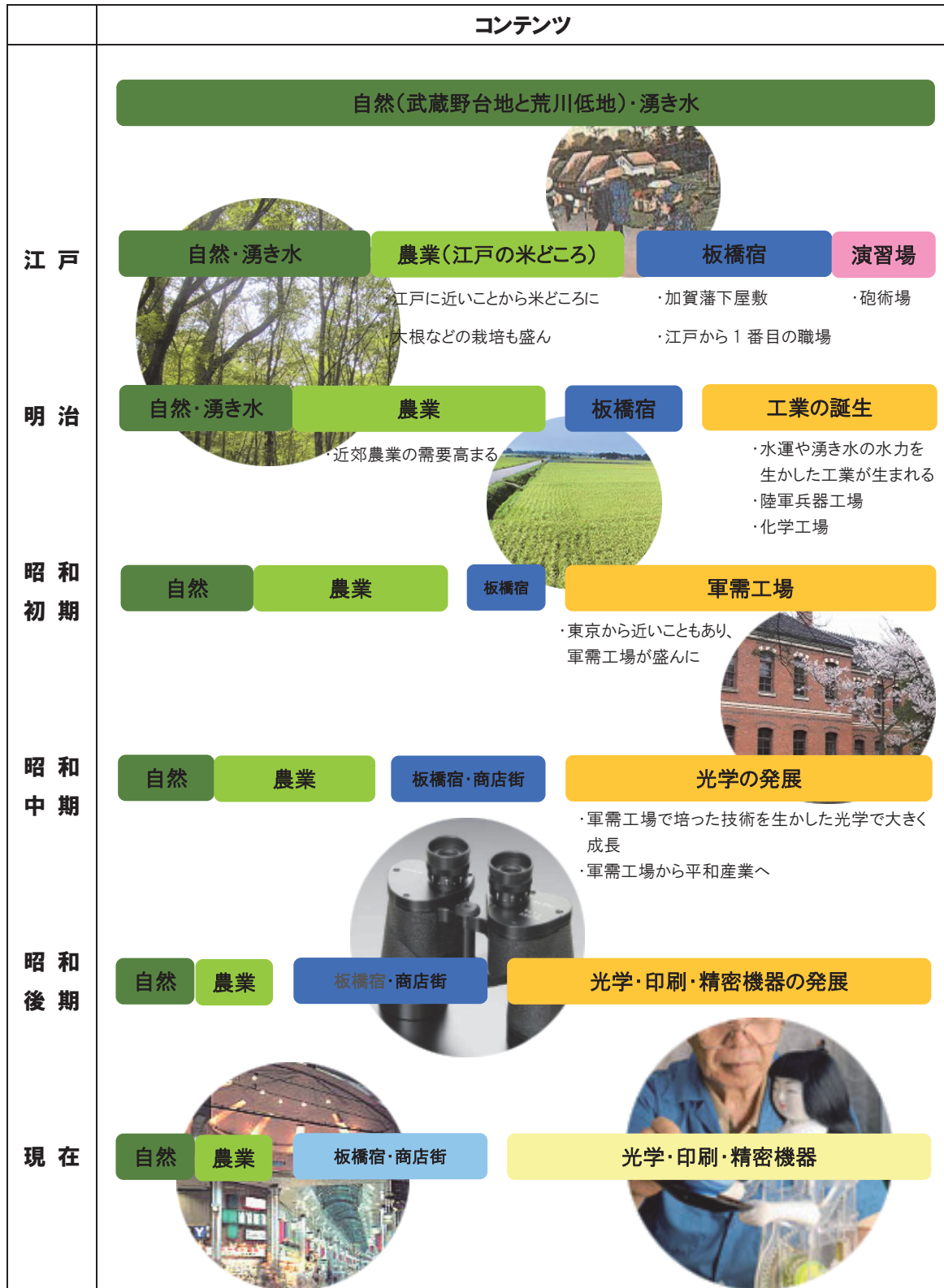
### 第3章 板橋区内の地域資源とテーマの抽出



### 第3章 板橋区内の地域資源とテーマの抽出

#### 3-1 板橋区の地域資源の移り変わり

板橋区の代表的な地域資源の移り変わりをみると以下のようにになっている。





### 3-2 事業者アンケートによる地域資源の抽出

板橋区内で生活（就業）する事業者からみて、板橋区内の「磨けば光るモノ」や「自慢できるモノ」等を抽出することを目的に、事業者アンケートを実施した。

板橋区に所在する事業所 2,211 社。うち、30 社が宛先不明のため、3 社が区外移転・廃業のため、回答不可となった。

・調査方法	郵送配布回収
・回答者	区内にて就業している事業所が対象
・有効回収数	2,211 社配布（うち 30 社が宛先不明、3 社が区外移転のため回答不可） 711 社回収（回収率：32.2%）
・調査対象	製造業等の工業関係、商店街などの商店関係、農業従事者、学校等
・調査時期	平成 21 年 8 月 17 日～9 月 11 日
・調査項目	事業所所在地・形態、板橋区に対する意識（誇れるか、住み続けたいか等）、板橋区内の地域資源、板橋区内における事業活動、板橋区の地域活性化施策（認知度と評価）、板橋区の地域ブランド戦略、事業所・回答者属性（合計 17 問）

図表 3-1 事業者アンケート配布先

分類	送付先	送付部数
企業関係	製造業関係	1,726
	大企業	19
	企業活性化センター入居企業	29
商業関係	商店街・商店会会長	100
	商店	96
	板橋のいっぴん認定店	77
	公衆浴場	43
	金融機関	62
	旅行代理店	15
	旅館・ホテル	8
農業		20
学校	私立大学・高校、都立工業高校	13
産業団体		3
合計		2,211

#### 3-2-1 概要

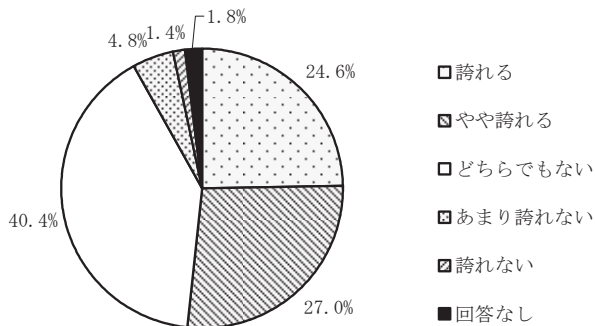
板橋区に対する評価は「誇れる」と「やや誇れる」を合算した合計が 51.6%で半数以上であるものの、「どちらでもない」が 40.4%を占めている。

板橋区内での事業継続意向は、「続けたい」と「出来れば続けたい」を合算した合計が 86.3%と 8 割以上を占めており、板橋区における事業者の継続意向は高いことが伺えた。

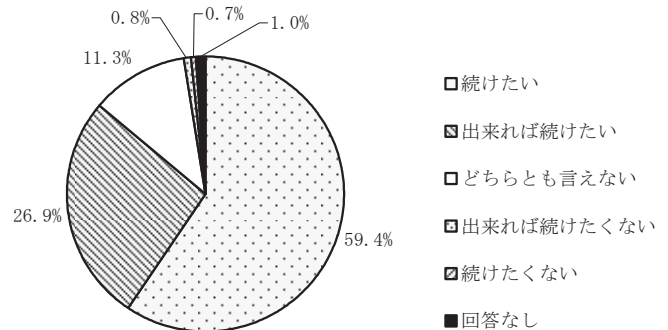
板橋区内の居住環境では、「住みやすい」と「やや住みやすい」を合算した合計が

78.9%と約8割を占めており、板橋区内で事業を行っている人の居住環境に対する評価は高い。

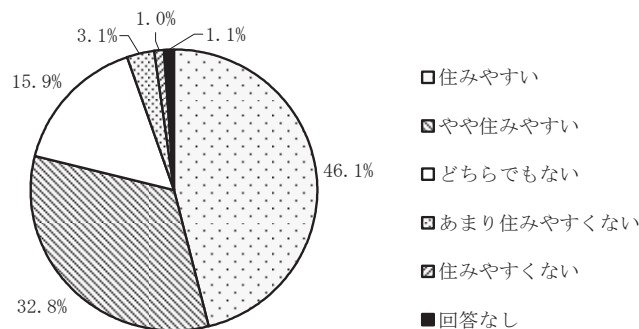
図表 3-2 区に対する評価



図表 3-3 区内での事業継続意向



図表 3-4 区内での居住継続意向



図表 3-5 より、板橋区のイメージとして最も高いのは、「安心できる」で 56.2%。次いで「安定している」47.3%、「伝統的である」46.5%、「人情的である」42.5%が続いている。

北区のイメージとして最も高いのは「人情的である」で 36.9%。次いで「伝統的である」26.5%、「安定している」25.7%、「活気がある」19.7%が続いている。

練馬区のイメージとして最も高いのは「安定している」で 39.0%。次いで「安心できる」28.5%、「成長している」25.4%、「豊かである」22.3%が続いている。

豊島区のイメージとして最も高いのは「活気がある」で 71.1%。次いで「先進的である」39.9%、「豊かである」28.4%、「成長している」27.8%が続いている。

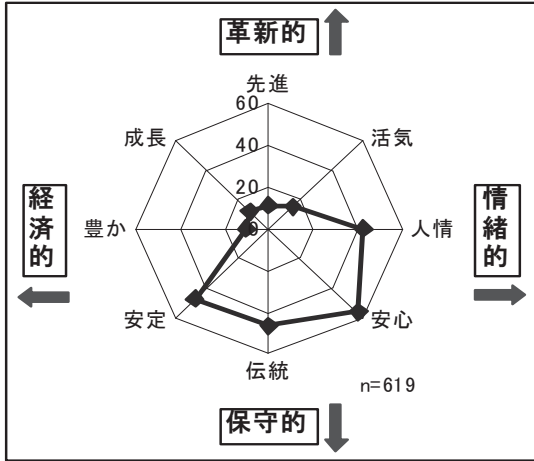
和光市のイメージとして最も高いのは「成長している」が 61.7%で、本イメージが多数を占めている。次いで「安定している」16.4%、「活気がある」15.8%、「先進的である」12.8%が続いている。

戸田市のイメージとして最も高いのは「成長している」49.3%で本イメージが大きい。次いで「安定している」20.5%、「活気がある」16.9%、「豊かである」16.6%が続いている。

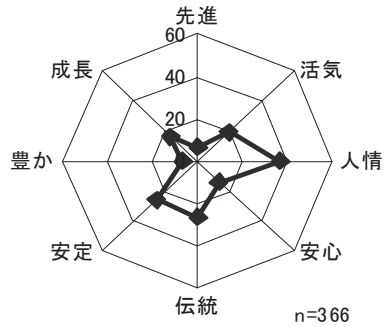
図表 3-5 各区のイメージ

問 板橋区と、その周辺市・区のイメージとして、それぞれの市・区ごと、あてはまると感じる項目を選んでもらった。

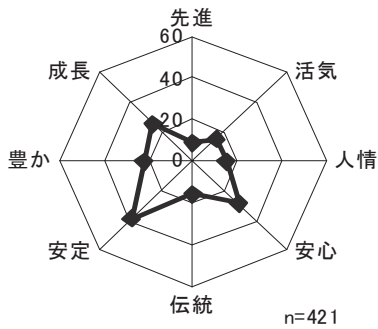
・板橋区



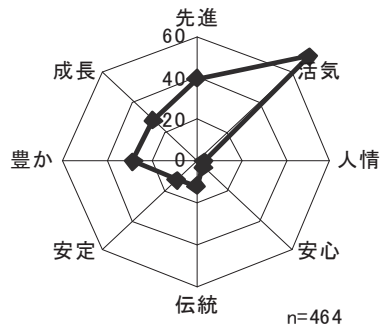
・北区



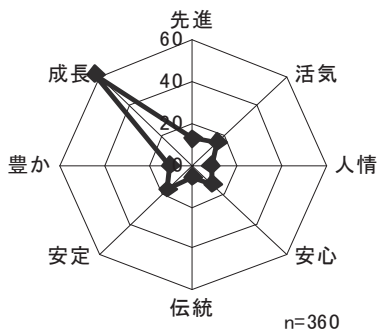
・練馬区



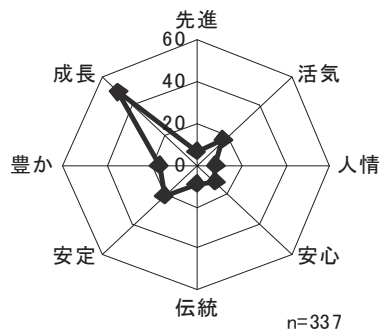
・豊島区



・和光市



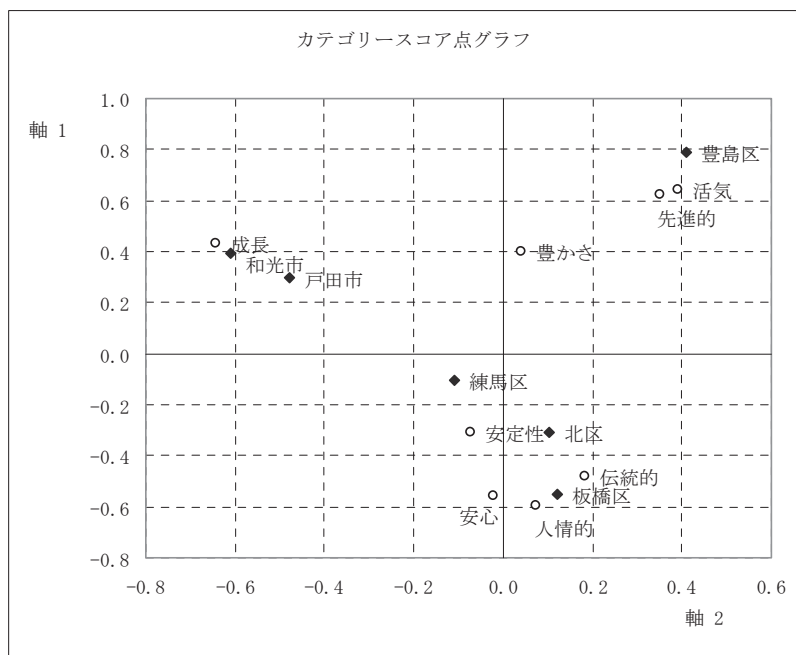
・戸田市



※こちらの図は認知者ベースの母数で作成しています。

図表 3-5 より板橋区は他の区と比べると、「伝統的」「人情的」「安心」「安定的」といったイメージが強く、その傾向は「北区」に近いことがわかった。

図表 3-6 各区のイメージの関係



本調査では、板橋区内の地域資源について、「技術など」、「伝統や文化など」、「店・まちなど」、「食、農など」、「人（組織）など」、「その他」の6つの分野に分けて各項目で「注目しているもの」「磨けば光りそうなもの」を自由記述の形で回答してもらった。

技術に関しては、「光学機器・精密機器」に関する意見が最も多く23件、次いで「印刷・製本技術」関連が11件、体重計などの製品を製造する「株式会社タニタ」関連が5件と続いている。

伝統・文化に関しては、「板橋花火大会」に関する意見が最も多く15件、次いで「東京大仏」が11件、「北野神社の田遊び」「板橋宿」が4件と続いている。

店・まちなどに関しては「ハッピーロード大山」に関する意見が最も多く19件。次いで「仲宿商店街」が6件、「石神井川沿い」「中板橋商店街」が4件と続いている。

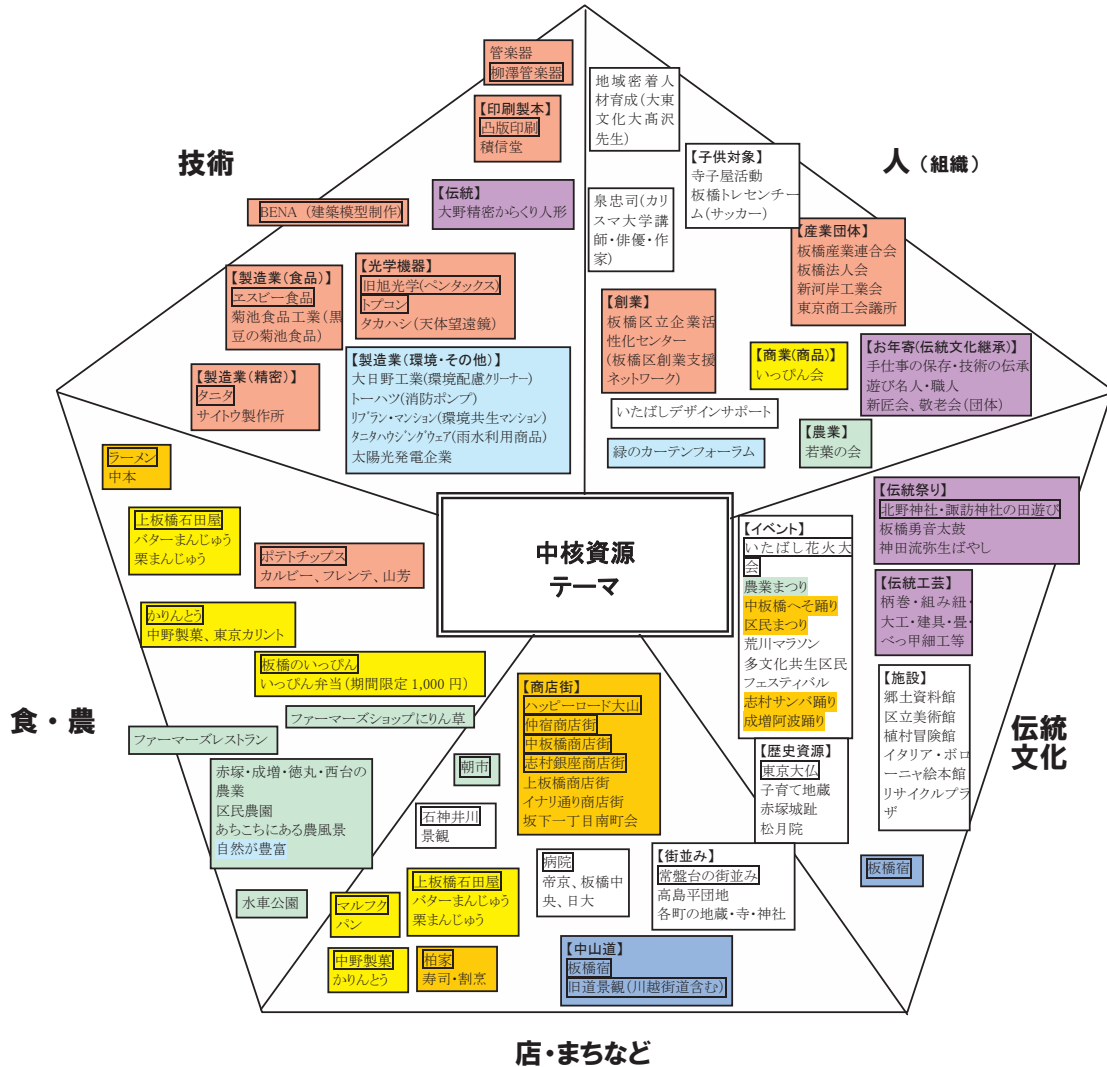
食・農などに関しては「板橋のいっぴん」に関する意見が9件、区民農園や家庭菜園、体験農園に関する意見が8件と続いている。

人（組織）などに関しては、「人情味がある」といった板橋区の人柄に関する意見や、「板橋いっぴん会」、「板橋産業連合会」、「板橋法人会」などの組織に関する意見も寄せられた。

この自由記述に加えて、現地調査、委員からのヒアリング等から板橋区内の地域資

源等を抽出し、5つの分野ごとに整理した結果、下図のようになった。

図表 3-7 板橋区内の地域資源



《 凡 例 》

■ : 産業・技術	■ : 商店街
■ : 板橋宿	■ : 板橋のいっぴん
■ : 伝統・文化・工芸	■ : 農業関係
■ : 環境	

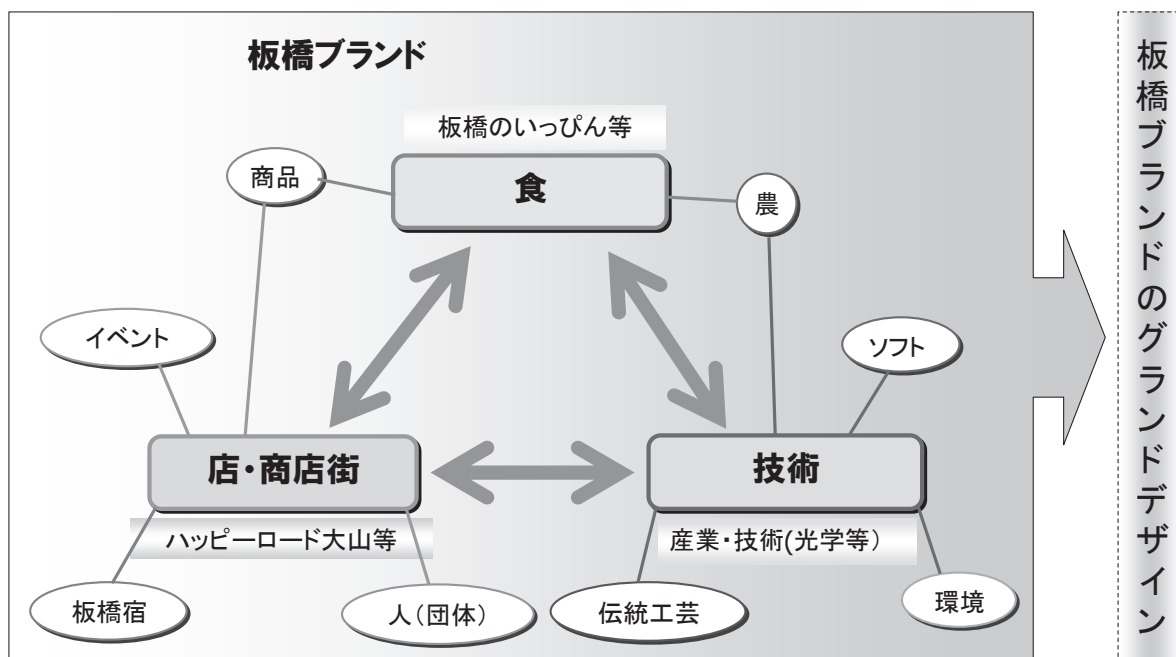
## 第4章 資源の絞込みとテーマの仮定



## 第4章 資源の絞込みとテーマの仮定

### 4-1 板橋ブランドのグランドデザイン

事業者アンケートや板橋区内の事業者や学識経験者等から構成された「地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究委員会」の各委員への個別ヒアリング、現地視察等の結果から、「食」「店・商店街」「技術」の3本柱を立てた。



各柱の中核資源として「食」は「板橋のいっぴん」、「店・商店街」は「ハッピーロード大山」、「技術」は「光学等の産業・技術」をそれぞれ位置づけ、この中核資源を活用した取り組み等の施策をアクションプランとして検討する。また、「食」「店・商店街」「技術」の3本柱の相互連携等やその他資源等との組み合わせにより、中長期的なビジョンとしての、板橋ブランドのグランドデザインの構築を、今後検討していく。

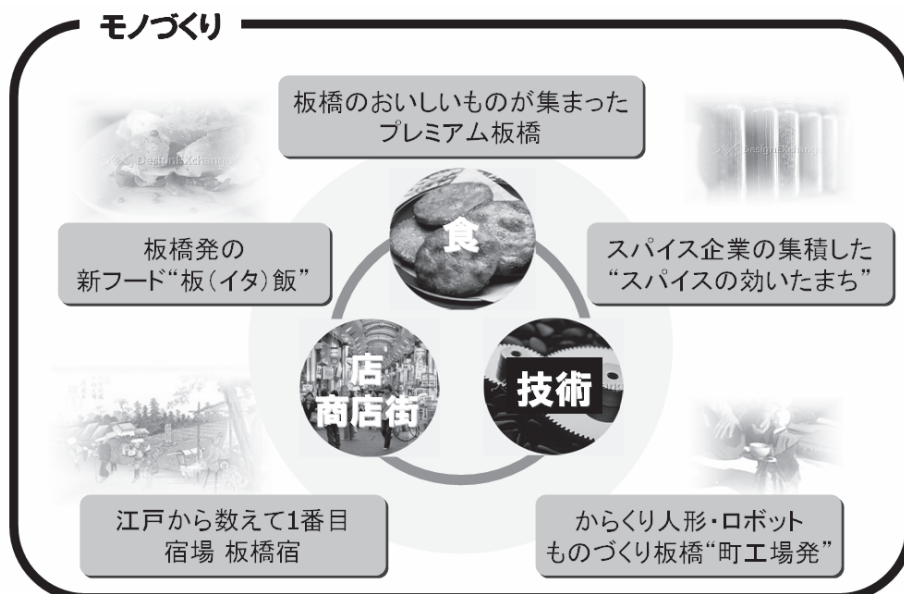


## 4-2 アクションプランの検討

委員会による論議や事業者アンケート、各委員ヒアリング等をもとに、板橋ブランド戦略を構築するにあたってのブランドコンセプトを導き出し、以下のような過程からアクションプランを導いた。

分野	施策	強み	弱み	方向性(たたき台)
技術など	<ul style="list-style-type: none"> <li>板橋製品技術大賞</li> <li>板橋経営品質賞</li> <li>板橋Fine Works事業(東商)</li> <li>KICC</li> <li>コミュニティビジネスコンテスト</li> <li>板橋のいっぴん</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>光学機器、精密機器、印刷に関する技術</li> <li>町工場の技術</li> <li>製品技術大賞の評価が高い(区外居住者からも)</li> <li>板橋区立企業活性化センター(板橋区創業支援ネットワーク)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業間交流・連携不足</li> <li>少子高齢化による人材(後継者)不足</li> <li>販売力の不足</li> <li>区内企業の認知度イメージが低い</li> <li>工業地と住宅地の混在</li> <li>事業者に対する優遇制度がない</li> </ul>	<p>★産業・技術 「見える化した産業・モノづくりの街」 情報提供、経済不況下にオンリー1・ナンバー1の技術を持つ産業に光を当てる。社会見学訪問率No.1を目指す。町工場の体験型社会見学や農業・商業を合わせて提供。(小中学生向け)</p>
伝統や文化など	<ul style="list-style-type: none"> <li>板橋十景</li> <li>板橋縁宿事業</li> <li>板橋のいっぴん</li> <li>花火大会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>いたばし花火大会、農業まつり、区民まつり、荒川マラソン等の各種イベント</li> <li>北野神社・諏訪神社の田遊び(伝統芸能)</li> <li>柄巻、組紐、べっ甲細工等の伝統工芸</li> <li>板橋宿(江戸から1番目)</li> <li>東京大仏等の歴史資源</li> <li>国際絵本原画展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PRの不足</li> <li>後継者不足</li> </ul>	<p>★伝統文化・工芸 「伝統文化・工芸への警鐘から継承へ」 伝統文化・工芸への警鐘を鳴らし、空き店舗を活用した匠の宿を設け、継承者を育成する。</p> <p>★イタリア・ポローニャ 「ポローニャに学ぶ伝統と食」 「友好都市交流協定」の締結や絵本原画展などから、ポローニャをモチーフにまちおこし。</p>
店・まちなど	<ul style="list-style-type: none"> <li>板橋十景</li> <li>とれたて村</li> <li>板橋のいっぴん</li> <li>板橋縁宿事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハッピーロード大山、仲宿商店街、中板橋商店街、志村銀座商店街等の商店街</li> <li>朝市</li> <li>石田屋(栗まんじゅう)</li> <li>中野製菓(かりんとう)</li> <li>マルフク(パン)</li> <li>板橋宿および中山道沿い旧道景観</li> <li>石神井川沿いの景観(桜等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>シャッター通りが多い</li> <li>団地(住民)の高齢化による販売力低下</li> <li>活気がない</li> <li>後継者不足</li> </ul>	<p>★ハッピーロード大山 「ハッピーロード大山幸せの道づくり」 ハッピーロード大山を舞台として活力ある商店街づくりを実践・PRし、他商店街のモデルとする</p> <p>★板橋宿 「江戸四宿内板橋宿の賑わいづくり」 中山道第一の宿場・板橋宿にスポットを当てて、商店街等と連携しつつ賑わいを目指す。</p>
食・農など	<ul style="list-style-type: none"> <li>板橋のいっぴん</li> <li>とれたて村</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>板橋区民農園</li> <li>ファーマーズショップ、ファーマーズレストラン</li> <li>板橋のいっぴん</li> <li>エスビー食品(カレー)、湖池屋(ポテトチップス)などの食品関係企業が集積</li> <li>かりんとう(中野製菓、東京カリント)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>名物がない</li> <li>農業の後継者不足</li> </ul>	<p>★板橋のいっぴん 「プレミアム価値のある板橋のいっぴん」 既存の板橋のいっぴんの中からプレミアム価値を持つ板橋のいっぴんを選定</p> <p>★農商工連携 「農商工連携による地産地消商品の開発」 地場野菜を活用した地元企業による商品開発</p> <p>★カレー 「カレーなまちおこし」 スパイスの先駆者・エスビー食品の立地や板橋三大カレーと呼ばれるカレー屋の集積等からカレーなまちおこしを実施。</p> <p>★イタリアポローニャとの繋がり・板橋のいっぴん 「板(イタ)飯」 板橋のいっぴんとして挙げた食品や地元の食材を使った料理(イタ飯)を発信。</p>
人など		<ul style="list-style-type: none"> <li>泉忠司氏(カリスマ講師)</li> <li>いっぴん会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>学生の学習機会なし</li> <li>労働者不足</li> <li>後継者問題</li> </ul>	
その他		<ul style="list-style-type: none"> <li>帝京、板橋中央、日大等病院多し</li> <li>りんりんちゃん(キャラクター)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>区のイメージが不明確</li> <li>交通が不便</li> </ul>	

ブランドコンセプト	内容
からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”	板橋区は戦前からモノづくりの町として発展し、今日でも古くから蓄積された技術が溢れている。そのような中で、江戸の最先端技術を集めた「江戸からくり人形」を現代に蘇らせようと努力している企業が注目を浴びている。板橋の特徴である技術や伝統を融合させた現代版「からくり人形」(ロボットなど)で、「モノづくり」「伝統・文化」の分野から板橋ブランドの構築を検討していく。
板橋発の新フード 板(イタ)飯	板橋区には地域に密着した商店街が数多く残っている。また、古くからイタリアボローニャとの交流も盛んである。地域に密着した商店街の飲食店等で板橋産のイタリア野菜を使った「板(イタ)飯」を提供する「板橋版“パール(イタリア風カフェバー)”」の展開を図る。
板橋の美味しいものが 集まった プレミアム 板橋	板橋区には地元で愛されるお菓子や惣菜、酒を集めた「板橋のいっぴん」(76品認定)がある。区民だけではなく訪れた来訪者にも愛され、購入してもらえるような商品を集めた「プレミアム板橋」をつくり、商品全体の底上げやプレミアムないっぴんを創りあげていく。
江戸から数えて1番目 の宿場町 板橋宿	中山道沿いで最大級の規模を誇った「板橋宿」をコンセプトとして、「歴史」と「商業」の両面から、板橋区内の商店街の活性化に向けたモデルとして、ブランドの構築を検討していく。
スパイス企業の集積した スパイスの効いた まち	板橋区にはエスビー食品をはじめとした食品企業が集まっている。板橋で培ったスパイス技術を生かして、「板橋オンリーワンのスパイス」等を開発し、そのスパイスを活用した商品展開で板橋ブランドの構築を検討していく。



■モノづくり、伝統や文化【技術】

ブランドコンセプト		からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”
背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)	<p>○中山道の宿場町であった板橋は、江戸から数えて第一の宿場町ということもあり、古くから人の往来が盛んな所だった。また、荒川の水運や豊富な湧き水などの水利に恵まれており、それらを活用した工業が集積してきた。</p> <p>○板橋に工業が発祥して150年あまり。現在は東京都内で第2位の工業出荷額を誇り、特に印刷や精密機器、光学のまちとして多くの町工場が現在も立ち並んでいる。</p> <p>○板橋の町工場に蓄積されてきた技術を使った新たな取り組みの一つとして、「からくり人形」がある。区内の精密機器の技術者が歯車の加工技術を使い、約15年をかけてからくり人形をよみがえらせた。</p> <p>○当時は木で作られていた歯車もアクリル樹脂に替え、透明なカバーで覆うことでからくりの仕組みを見ることができるよう工夫をこらした。</p>	
目的	今日では最先端の技術が溢れる板橋で、「人形」と「技術」を融合させた「からくり人形」で、「モノづくり」「伝統」の分野から板橋ブランドの構築を検討していく。	
アクションプラン(案)		
タイトル①	<b>まち工場職人の技術を集結させた現代の「江戸からくり人形」の開発</b>	
内容	板橋を代表するまち工場の「技術」や「伝統」を応用した「江戸からくり人形」を開発する。	
タイトル②	<b>「江戸からくり人形組み立てキット」で小中学生の興味を創出</b>	
内容	まち工場職人が小中学生向けの組み立てキットを製作し、それを区内小中学校で活用。「江戸からくり人形」に対する興味を創出する。	
タイトル③	<b>全国のからくり人形を集めた「からくり人形サミット」の開催</b>	
内容	「からくり人形」(ロボット等)そして板橋の技術の発信・PRを目的とした、全国のからくり人形を集めた「からくり人形サミット」を開催する。	
タイトル④	<b>技術とアイデアの発掘「からくり人形コンテスト」の開催</b>	
内容	からくり人形について中学や高校、一般向けにはセミナー等で学ぶ機会をつくり、それを基礎にしてオリジナルからくり人形の創作を行い、そのアイデアやデザイン等を競う「からくり人形技術グランプリ」を開催する。グランプリは中学の部、高校の部、一般の部、技術者の部の4部構成。	
タイトル⑤	<b>小中学生を対象とした「ロボットコンテスト」の開催</b>	
内容	区内の小中学生を対象に「ロボット」キットを使ったロボットコンテストを開催していく。	

■食・農【食】

ブランドコンセプト	板橋発の新フード板(イタ)飯
<p>背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)</p>	<p>○約 50 年前からボローニャでは世界最大の絵本の国際見本市である「ボローニャチルドレンズブックフェア」が開催されている。</p> <p>○昭和 56 年に板橋区立美術館にて「第一回ボローニャ絵本原画展」を開催したのがきっかけで、板橋区とボローニャの交流がはじまった。平成 5 年からはボローニャチルドレンズブックフェアの事務局から絵本の寄贈を受け、それを受けて「ボローニャ・ブックフェア in いたばし」が開催されている。平成 16 年には世界 80 カ国 2 万冊を集めた「いたばしボローニャ子ども絵本館」が開館。イタリアのボローニャと板橋区の関係は 17 年以上にもわたる。</p> <p>○イタリアには「バール」と呼ばれる各々の生活のリズムに合わせて気軽に立ち寄れるバー(イタリア風カフェバー)が多い。</p> <p>※昨今、レトロブームやアンテナショップの人気も相まって、立ち飲み屋人気が高まりつつある。</p> <p>※板橋区では小規模ながら近郊農業があり、幅広い野菜づくりが行われており、地産地消ショップは大きな賑わいを見せている。</p>
<p>目的</p>	<p>○板橋には、かつて近隣の人が集まった地域に密着した商店街が数多く残っている。これら商店街の飲食店等で板橋版バールの展開を図る。また、そのバールで提供する食材は板橋区で採れた野菜を活用し、イタリア野菜を使った「イタ飯」を展開する。</p> <p>○ボローニャとの関係をより深め、文化だけでなく食の交流を進める。</p>
<p>アクションプラン(案)</p>	
<p>タイトル①</p>	<p><b>板橋の食材(イタリア野菜等)を活用したイタ飯の開発</b></p>
<p>内容</p>	<p>板橋で栽培・収穫された農産物等を活用した板橋オリジナルの板(イタ)飯の開発を行う。地産地消の推進。</p>
<p>タイトル②</p>	<p><b>板(イタ)飯メニューのある飲食店を「板橋版“バール(イタリア風カフェバー)”」として認定</b></p>
<p>内容</p>	<p>区内の飲食店で板(イタ)飯を提供している事業者や板橋らしい店を板橋版“バール”として認定し、これら認定飲食店の促進と活性化を図る。認定にあたっては、地元住民や大学等との連携も視野に入れる。</p>
<p>タイトル③</p>	<p><b>商店街の空き店舗を活用した「板橋版バール」の設置</b></p>
<p>内容</p>	<p>空き店舗を活用した、気軽に立ち寄れる板橋版バールの設置。設置にあたっては、地元住民や大学等との連携も視野に入れる。</p>
<p>タイトル④</p>	<p><b>農業事業者へのイタリア野菜栽培の促進</b></p>
<p>内容</p>	<p>区内の農業従事者によるイタリア野菜栽培の推進。企業とのコラボレーションによる新たな加工品開発なども実施。</p>

■モノづくり、店・まち、食・農【食、店・商店街】

ブランドコンセプト	板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋
背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)	<p>○板橋区では区内商業の活性化を目的として平成 15 年より、地域の人々に親しまれている食品を区民から公募し、選定する「板橋のいっぴん」事業が行われており、現在 76 商品が認定されている。</p> <p>○本事業で認定された商品は、和菓子、洋菓子、パン、惣菜等多岐にわたり、区民からの認知度ならびに評価も高い(認知度 50%以上、評価しているとする人も 40%以上)。</p> <p>○一方で、現在、「板橋のいっぴん」自体に明確な選定基準が無いことや、出展者の全体の底上げなどが課題となっている。</p>
目的	<p>前述の課題の克服や、区民だけでなく訪れた来訪者にも喜んでもらい購入してもらえるような地元商品を目指すべく、究極の板橋発の商品を選定し、商品全体の底上げを目指す。</p>
アクションプラン(案)	
タイトル①	<b>「プレミアム板橋」選定基準の設定</b>
内容	<p>板橋の地元商品の中でも特に全国に発信していきたい「プレミアム板橋」づくりに向けた、選定基準を設定する。商品全体の底上げを図る。</p>
タイトル②	<b>プレミアム板橋を活用した「板橋セレクション」の作成</b>
内容	<p>「プレミアム板橋」を集めたセット商品「板橋セレクション」をつくる。お土産やお中元・お歳暮等に活用してもらい、板橋のいっぴん等地元商品のPRを図る。</p>
タイトル③	<b>プレミアム板橋グランプリ(仮称)の開催</b>
内容	<p>消費者による板橋の地元商品のコンテストを開催。優劣を競うのではなく、イベント開催により、板橋のいっぴん等地元商品のPRを行う。併せて、消費者の反応により商品全体の底上げを狙いとする。</p>

■ 伝統や文化、店・まち【店・商店街】

ブランドコンセプト	江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿
<p>背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)</p>	<p>○板橋宿は中山道の江戸から数えて第一の宿場町であり、川越街道への起点でもあったことから、交通の要衝として多くの人物・物が往来し、大いに繁栄した。</p> <p>○板橋宿は、それぞれに名主が置かれた3つの宿場の総称であり、上宿(かみ-しゆく。現在の本町)、仲宿(なか-しゆく。現在の仲宿)、平尾宿(ひらお-しゆく。現在の板橋)があった。</p> <p>○明治以降、鉄道等の交通網の発達や交通インフラの多様化等により、従来の中山道としての役割が薄れていったことから、宿場としての機能は低下していった。</p> <p>○明治17年の大火や関東大震災等により当時の木造物は残っておらず、「中山道」の宿場町としての面影は、ほとんど見られない。本陣跡や脇本陣跡の石碑が建てられているのみである。</p> <p>○かつての宿場町には、現在、商店街が続いているが、消費者ニーズの多様化や後継者問題、郊外への大型店舗の進出等により、大変厳しい状況下に置かれている。さらに、商店街間の連携も行われていない。</p> <p>○一方、再開発事業により中山道に特化した公園整備や電線類の地中化など、「中山道」を一つの起爆剤とした活性化の動きが出てきている。</p>
<p>目的</p>	<p>中山道沿いで最大級の規模を誇った「板橋宿」をコンセプトとして、「歴史」と「商業」の両面から、板橋区内の商店街の活性化に向けたモデルとして、ブランド構築を検討していく。</p>
<p>アクションプラン(案)</p>	
<p>タイトル①</p>	<p><b>「中山道69次<sup>+2</sup> アンテナショップ(仮称)」の設置</b></p>
<p>内容</p>	<p>中山道色を出すため、空き店舗等を活用して、中山道全宿場(69<sup>+2</sup>)の特産品等の展示・販売を行うアンテナショップを設置。(手法は、ハッピーロード大山商店街の「全国ふる里 ふれあいショップ『とれたて村』」等を踏襲)</p>
<p>タイトル②</p>	<p><b>板橋ウォーキング大会等、板橋宿に関するイベントの実施</b></p>
<p>内容</p>	<p>各商店街等とのコラボによるウォーキング大会を実施する。 ex) 巣鴨～板橋、蕨～板橋(共に中山道)、川越～板橋(川越街道)</p>
<p>タイトル③</p>	<p><b>「中山道板橋宿オリジナル商品」の開発</b></p>
<p>内容</p>	<p>板橋宿または旧板橋宿を構成する商店街の中山道色を強めるため、各商店ごとに板橋宿をPRするようなオリジナル商品の開発を実施する。</p>

■店・まち、食・農【食、店・商店街】

ブランドコンセプト	スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち
背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)	<p>○板橋には食品関係の工場が多い。</p> <p>○区内にはエスビー食品のスパイスセンターがあり、「エスビー通り」呼ばれる通りもある。かつては通りにカレーの匂いが広がっていたと言う。</p> <p>○エスビー食品のスパイスセンター内にはスパイス博物館やスパイス神社(青森県弘前市:旧鬼沢村より分祀)がある。</p> <p>○また、区内にはソースメーカーや香辛料(スパイス)加工メーカーなども多数存在している。</p> <p>○一方、板橋区内にはカレー屋が多く、大根カレーを古くから提供するお店や板橋 3 大カレーと呼ばれる個性的なカレー屋(バングラデシュ人やネパール人が経営)も存在している。</p>
目的	エスビー食品をはじめとした食品企業が板橋で培ったスパイス技術を生かした板橋オンリー1 のスパイス等を開発し、そのスパイスを活用した商品展開で板橋ブランドの構築を検討していく。
アクションプラン(案)	
タイトル①	<b>各商店ごとのオリジナルスパイス商品の開発</b>
内容	板橋区全体で「スパイスの効いたまち」をPR・浸透させるため、各商店(または商店街)ごとに、オリジナルスパイスを活用した商品を開発する。
タイトル②	<b>板橋スパイスコンテスト(仮称)の実施</b>
内容	各商店や区内外の住民からオリジナルなスパイスを募集する「板橋スパイスコンテスト(仮称)」を実施。最優秀スパイスに選ばれたものは、商品化のチャンス!?
タイトル③	<b>スパイスメーカーによる板橋オンリーワンのスパイスの開発</b>
内容	地元食品企業間等とのコラボレーションによるスパイスの開発
タイトル④	<b>開発スパイスを活用したコラボ商品(地元農産品、地元企業等)</b>
内容	板橋オンリー1 のスパイスを活用した各種加工品の開発・製造・販売の実施。地元食材のみで構成された商品の開発(地産地消の推進)。

## 第 5 章 先進事例視察調査





## 第5章 先進事例視察調査

板橋区のブランド戦略構築にあたり、先進的な取り組みを行っている地域を視察し、かつ関係者にヒアリングをすることにより、板橋区のブランド戦略の方向性について検討することを目的に、栃木県宇都宮市を視察訪問した。

### 5-1 先進事例視察調査概要

日 時：平成21年12月21日（月）11：00～17：00

場 所：栃木県宇都宮市

参加者：板橋区役所産業経済部産業振興課

財団法人地方自治研究機構

株式会社ブランド総合研究所

概 要：餃子のまち、カクテル・JAZZのまちなどの取り組みに加え、市としての「宇都宮ブランド」の構築に向けた取り組みを行っていることから、行政等の担当者に取り組みについてヒアリングするとともに、現地視察を行った。

### 5-2 先進事例視察調査結果

日 時：平成21年12月21日（月）13：30～15：00

場 所：宇都宮市役所7階 農業委員会室

出席者：宇都宮市総合政策部政策審議室都市ブランド戦略室

宇都宮市経済部観光交流課

宇都宮観光コンベンション協会

— \* —

#### ① 宇都宮ブランドについて

##### ○宇都宮ブランドの取り組み

- ・市としての「宇都宮ブランド」は、市長からのトップダウン戦略。
- ・(検討し始めた時点で) ある程度の知名度があった「餃子のまち」だけで売っていけると思っていたが、餃子以外にも自然や産業などの個別資源を有しており、一方で少子高齢化などの社会情勢に対応した活力を維持するため、シティセールスを行っていこう、というのが発端。
- ・平成20年度、庁内に「宇都宮ブランド戦略統括本部」を設置。「宇都宮ブランド戦略指針」を平成21年3月に策定。



- ・こうした取り組みにあたっては、プロポーザルでコンサルティング会社を選定した（博報堂）。
- ・8つ出てきた候補のうち、「住めば 愉快だ 宇都宮」をキャッチコピーとして選定。
- ・体制について。「都市ブランド戦略室」（3人）と「観光交流課」、「広報広聴課」の3者で構成。
- ・宇都宮市民自身が、宇都宮を外にPRしようという意識を持つ必要がある。そこに、市長として危機感を抱いている。もっと、自分の町を自信を持ってアピールできるように、まずは市民に対してシティセールスを行っている。

#### ○地元での取り組み

- ・地元アンテナショップ「宮カフェ」を設置。

#### ○課題など

- ・スタンスとして、対市民、対市外とそれぞれターゲットとして取り組んでいるが、メッセージ性がぼやけてしまうことが危惧される。

### ② 餃子のまちについて

#### ○餃子のまちの取り組み

- ・庁内の中堅職員研修制度の中で、東京に出て初めて宇都宮の「餃子」について気づいたこと（東京には餃子専門店がない、餃子の値段が高い、餃子消費量全国一等）から、餃子を使ったまちおこしが企画立案され、取り組み始めたのが発端。
- ・しかし、取り組みの中心は餃子業界。職員研修で出たアイデアを行政（当時の商業観光課）から業界に提供し、それを受けて業界として取り組み始めたため、最初から民間主導の取り組みであった。

#### ○他都市の動きと宇都宮市としてのスタンス

- ・浜松市からの挑戦状。
- ・1世帯あたりの年間支出金額は、一度だけ静岡市が1位になったことがあるが、基本的に宇都宮市が1位を独占しているため、他都市の動きはあまり考えず、粛々と取り組んでいく。

### ③ カクテル・JAZZのまちについて

#### ○カクテルのまちの取り組み

- ・「餃子」の次に何かないかと考えて始めたのが「カクテル」。
- ・下地として、カクテルコンテストで優秀賞などを獲得した人が14～15人いたことがあった。
- ・平成11年に「宇都宮カクテル倶楽部」が結成される。

- ・昼間にカクテルを知ってもらうために、イベントを実施している。
- ・カクテルゼリーやカクテル瓶詰めなどを農商工連携の取り組みで実施（監修として、10%マージンを収入源とする）

#### ○JAZZのまちの取り組み

- ・教育普及の観点から「軽音楽文化」の振興を図るため、本市出身の世界的なジャズプレーヤー「渡辺貞夫氏」の顕彰を通じ、「ジャズのまち うつのみや」の推進に取り組み始める。
- ・官民でジャズを中心とした音楽のまちづくりを推進するため、平成13年に「うつのみやジャズのまち委員会」を設立。
- ・平成14年に市内ジャズライブ店が集結し「宇都宮ジャズ協会」を設立。
- ・平成18年に「ミヤ・ジャズ・イン」の開催を担う「ミヤジャズ推進協議会」が設立される。

#### ○問題・課題など

- ・「カクテル」や「JAZZ」は、まだ市民の間には十分浸透していないのではないかと。「餃子」の知名度や認知度に比べると、「カクテル」や「JAZZ」はまだまだである。
- ・特に、カクテルは客層に限られるため拡大が難しい。
- ・また、JAZZに関しては、資金面（収入面）で課題を抱える。
- ・資金面の確保を考えつつ、今後も取り組みは行っていく予定。

#### ④ その他

##### ○大谷石観光について

- ・大谷石産業全盛期には、住民も多く賑わいがあり、貴重な文化財（社寺等）も点在していることから、宇都宮唯一の観光地であった。
- ・産業の衰退と並行し、約20年前に発生した大規模な陥没事故をきっかけに、地域の過疎化・高齢化が進み、観光振興の機運もなかなか高まらない。
- ・大谷地域には、文化財をはじめ多くの観光資源が存在していることから、市としては観光地として再生・活性化させたいという思いはある。

<宇都宮市現地視察写真>



餃子像



餃子老舗みんみん



みんみんの焼餃子



オリオン通り(JAZZ のまち)



オリオンスクエア(市民広場)



宮カフェ(アンテナショップ)



二荒山神社



カトリック松が峰教会

### 5-3 先進事例視察調査考察

- ◎取り組みの主導は「民」。ただし、行政としての全面的なバックアップ(市長からのトップダウン戦略、市としてのブランド戦略体制の構築、予算の確保など)が必要。
- ◎「民主導」と同時に、積極的に取り組んでくれる「リーダー」あるいは「団体」を捕まえること。(今回の宇都宮餃子でいえば、みんなの伊藤さん)
- ◎ブランド戦略の検討・実施にあたっては、地域性や歴史性などを明確にした「ストーリーづくり」が重要である。(成功事例の餃子と、まだ餃子ほどの成功事例とまでは至っていないカクテル・JAZZ との比較より)
- ◎マスメディアの効果的な活用(ただし、「取材をしてもらおうようお願いをする」のではなく「取材させてくれとお願いされる」仕掛けが重要)



## 第6章 市場調査





## 第6章 市場調査

前項において設定したブランドコンセプトおよびアクションプランについて、下記の専門家にヒアリングを実施し、その内容等について意見を伺った。

### 6-1 ヒアリングした専門家

ブランドコンセプト(案)	企業・団体名	名 前
からくり人形・ロボット ものづくり板橋 “町工場 発”	株式会社大野精密 (からくり人形)	代表取締役 大野勇太郎
板橋発の新フード 板 (イタ) 飯	イタリア料理店経営者 ピッツェリア ローロ	店長 平沢ほか3人
	東京家政大学ヒューマンライフ支 援センター	講師 管理栄養士 内野美恵
板橋のおいしいものが集 まった プレミアム板橋	—	—
江戸から数えて1番目の 宿場町 板橋宿	板橋縁宿 板橋宿不動通り商店街振興組合	理事長 榎田時男
	全国ふる里ふれあいショップとれたて村 ハッピーロード大山商店街振興組合	事務局長 水野隆司
スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち	エスビー食品株式会社 (板橋スパ イスセンター)	コミュニケーションデザ インユニット チーフ 福田光夫
総合	板橋区商店街連合会 板橋区商店街振興組合連合会	専務理事 田代成昭
	東京商工会議所板橋支部	事務局長 霜崎敏一
	読売新聞社 (メジャーメディア)	主任 大須賀純
	財団法人都市経済研究所 (まちづくり・板橋に精通)	常務理事 秋山隆史

(順不同・敬称略)

## 6-2 ヒアリング結果

### 6-2-1 板橋宿不動通り商店街振興組合 榎田時男理事長

日 時：平成 22 年 1 月 6 日（水）14：00～14：50

場 所：シモカワ店内

出席者：板橋宿不動通り商店街振興組合榎田時男理事長、板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

#### ① 「江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿」について

##### ○方向性としての意見

- ・自分が今まで考え、取り組んできたことと合致している。
- ・歴史遺産があるのに、これまで区職員は無関心だった。それが、「板橋縁宿」の取り組み以降熱心に取り組むようになってきた。平成 18 年度に中山道宿場会議（第 20 回）を板橋宿で開催したのが良い例。

##### ○取り組みに向けた課題

- ・年月が経つにつれ、各商店街のメンバーが変わってしまい、現在やる気がある人物が 2 人しかいない。→やる気のある人物の確保・育成
- ・単発のイベントだけでは人は来ない。ブランド（商品等）を作ることによって、常時人が来るようになる。→人を惹きつける商品開発と継続的な取り組みの実施
- ・空き店舗対策も含めて、中山道沿いの物産品などを扱うアンテナショップについては、経費がかかることが課題。→施設運営の円滑化（他地区先進事例の調査）

##### ○関連する取り組み

- ・「板橋縁宿」は、平成 15 年に駅前の縁切榎とむすびのけやきを使ってまちおこしをしようというアイデアに、おみくじを絡めて取り組み始めたもの。
- ・平成 26 年に旧中山道沿いの商店街の電線類地中化が完成する。区内の商店街では初めてとなることから、建物の外観の統一など景観的な統一感を進めていきたい。
- ・旧中山道沿いに完成するマンションの一角に公園を整備。この公園内にシンボルとなる木（しだれ桜）を植える。これは、中山道の終着点である京都・醍醐寺から持ってくることにより、中山道によって板橋と京都が繋がっているという「いわく」を設定する。

#### ② 「板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋」について

##### ○方向性としての意見

- ・「板橋のいっぴん」は、当初に比べて中身がずれてきている。門戸を広げすぎ

の感がある。

- ・「いっぴん」も良いが、地元の企業商品が一堂に会するような取り組み、およびメーカーの発掘が必要であろう。

## 6-2-2 東京商工会議所板橋支部 霜崎敏一事務局長

日 時：平成 22 年 1 月 6 日（水） 15：00～15：45

場 所：東京商工会議所板橋支部 板橋センタービル 8F

出席者：東京商工会議所板橋支部霜崎敏一事務局長、板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

### ① 「からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”」について

#### ○方向性としての意見

- ・「からくり人形」については、それほど多くの企業が携わっているわけではない。
- ・「板橋の工業のもと」といえば、「精密」であろう。
- ・よって、例えば「からくり人形から精密機械、そしてロボットへ」としてはどうか。
- ・また、ハイテクつながりとして、「ミクロの世界」もキーワードになる。

#### ○関連する取り組み

- ・板橋ブランドとしての「ファインワークス」について、受賞企業の地図作成を検討している。

### ② 「板橋発の新フード 板（イタ）飯」について

#### ○方向性としての意見

- ・非常にネーミングが面白い。インパクトもあるしとても良い。
- ・隣の練馬 JA では、「練馬大根を使った地域ブランド商品の開発」が行われている。板橋でも、こうした農産物を見つけ、取り組みを進めると面白い。

### ③ 「板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋」について

#### ○方向性としての意見

- ・聞いた話によると、「板橋のいっぴん」は、「出せばよい。味は二の次だ」などという業者が増えているという。こうしたことを踏まえ、現在の品揃えについて検討する必要があるのではないかと。

#### ④ 「江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿」について

##### ○方向性としての意見

- ・東京都が観光都市を目指し外国人の誘致を図っている状況下、板橋宿は貴重な歴史資源といえるが、なかなか観光と結びつけるのは難しい。
- ・例えば、石神井川沿いの桜は素晴らしく、こうしたものと組み合わせるかどうか。

#### ⑤ 「スパイス企業の集積したスパイスの効いたまち」について

##### ○方向性としての意見

- ・企業として、ポテトチップ業界の1位カルビー、2位湖池屋、3位ヤマヨシと集中している。こうした企業集積を活かしたらどうか。

### 6-2-3 ハッピーロード大山商店街振興組合 水野隆司事務局長

日 時：平成22年1月6日（水）16：00～16：45

場 所：ハロープラザ2F

出席者：ハッピーロード大山商店街振興組合水野隆司事務局長、板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

#### ① 「板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋」について

##### ○方向性としての意見

- ・「板橋のいっぴん」を持ち寄って、区外に売り込んでいこうという話をしている。

#### ② 「江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿」について

##### ○方向性としての意見

- ・中山道沿いの名産品を集めたアンテナショップは大変面白いと思う。どんどんやるべきだ。
- ・例えば、「とれたて村」の出店地域は、最初区が関係する30地域程度に声をかけて、その30地域に商店街としてプレゼンをした結果、9市町村が賛同していただいていた。

##### ○取り組みに向けた課題

- ・商店街を賑やかにする仕掛けを作っていくのが商店街の仕事。その賑やかさを各商店がどう活かしていくかが課題である。つまり、商店街は専従できる人が必要であり、片手間のできるようなものではない。→積極的に行う専従スタッフ

### フの確保

- ・社会情勢として、少子高齢化している状況を、いかにして打破していくか。→安心・安全、快適な（利便性のある）楽しい商店街の形成
- ・商店街には、生鮮三品が不可欠（野菜、魚、肉）。デパート等との棲み分けを  
考えることが必要→商店街としての品揃えの再検討

### ○関連する取り組み

- ・「とれたて村」は、デパートの物産展をヒントに常設化したもの。
- ・販売だけでは物足りないことから、各地域の観光事業（イベント）を実施している。年間110回ほど開催しているが、この「継続」していることが強み。
- ・一方で、道路を占拠するバラエティ番組による道路占拠やテナント店舗の増加（商店街との連携が希薄化）、自転車来街者の増加（歩行者の安全性の確保）、都市計画道路整備に伴う商店街の将来など、課題も抱えている。

### 6-2-4 株式会社大野精密 大野勇太郎代表取締役

日 時：平成22年1月8日（金）13：30～14：40

場 所：株式会社大野精密

出席者：株式会社大野精密大野勇太郎代表取締役、板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

—\*—

### ① 「からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”」について

#### ○方向性としての意見

- ・大変素晴らしい取り組み。こういったきっかけを機に、多くの人に知ってほしい。
- ・以前、友好都市締結の際に金沢市長にからくり人形を進呈したが、金沢市はからくり人形発明家2代目大野弁吉の出生地として、「石川県金沢港大野からくり記念館」がある。たまたま自分と同じ「姓」だが、血縁はない。
- ・板橋には金沢藩の下屋敷があったことなど、歴史的つながりがあり、ここからくりをうまく絡めても面白いのではないか。
- ・からくり人形の製作者（商売にしている人）は、全国に3～4人程度と聞いている。こうした人達との交流や「からくり人形」のPRなどを視野に、板橋発の「からくり人形」によるサミット開催はなかなか面白い。
- ・課題に掲載しているが「からくり人形」の制作費はどうしても高くなってしまふ。よって、まずは安価に知って体験してもらおうきっかけとして、「指南車」



指南車

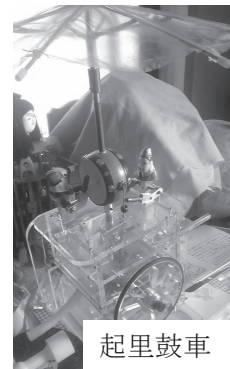
などが面白い。

#### ○取り組みに向けた課題

- ・もっと子供たちに「からくり人形」を知ってもらい、そして体験してもらいたいと思っており、できるだけ安い「からくり人形キット」などの提供は大事。しかし、学研などに協力依頼すると「万単位」の台数が要求されてしまう。50～100程度の台数では相手にしてもらえないためまち工場で作ることになるが、コスト的に高くなってしまふのは否めない。→ただし企業努力によりできるだけコストをおさえる

#### ○関連する取り組み

- ・区立教育科学館にて、春・夏休みに小中学生相手からからくり人形を見て体験してもらおうボランティア活動を実施している（学研主催）。
- ・学研主催の板橋子どもひらめき発明展が平成18年から実施されており、その審査委員長を務めている。昨年は450点の応募があったが、我々が「アッ」と驚くような発明品が出てくる。
- ・東京都立北豊島工業高校で、市民講師として教鞭をとっている（3年生担当）。課題研究として、チーム6～7人で、図面書きから部品加工までからくり人形の製作に取り組んでいる。
- ・からくり人形とは違う「スタリングエンジン」というものがある。これは、熱を加えるとピストンが動いて発電し、ミニ四駆を走らせることができるものだが、大変子供たちに好評。
- ・江戸時代（1790年ごろ）の設計図を解明し、からくり人形を製作している。
- ・「起里鼓車（きりこ）」は、おそらく日本に一つしか存在しないものだ。



起里鼓車

#### 6-2-5 板橋区商店街連合会／板橋区商店街振興組合連合会 田代成昭専務理事兼事務局長

日時：平成22年1月8日（金）15：00～15：50

場所：板橋区情報処理センター6F

出席者：板橋区商店街連合会／板橋区商店街振興組合連合会田代成昭専務理事兼事務局長、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

#### ① 「江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿」について

○方向性としての意見

- ・都商連が行っている、2区にまたがって行う取り組みに対して100%補助する支援があるが、アクションプランとして挙げられている「板橋区（縁宿）」と「豊島区（巣鴨）」の連携などは、実現させたら面白い。

## ② 商店街の立場からトータル的な視点としたご意見

### ○方向性としての意見

- ・それぞれの取り組みはなかなか面白いと思う。
- ・商店街振興は大変難しく、こうした取り組みが寄与するきっかけになれば。
- ・金沢との連携について、相手は加賀100万石、最初は相手にしてもらえなかったが、現在は商店街連合同士の連携が行われている。こうした取り組みをうまく活用したらよい。

### ○取り組みに向けた課題

- ・平成21年度は、定額給付金の関係でプレミアム商品券を当初予算で2億2千万円、補正で8月に5億5千万円発行した。うち1割を連合会として負担したが、結果的に地域経済活性化の一助になったと思う。しかし、これを機に商店街が積極的に取り組んでほしかったが、結局動かなかった。商店街または商店が積極的に動く起爆剤のアイデア出しが必要。

### ○関連する取り組み

- ・新がんばる商店街に選ばれた、静岡県の吉原を視察に行ったことがある。大型店が撤退し、シャッター通りが進んでいる状況にもかかわらず選ばれたのは、地元商業高校によるチャレンジショップだった。しかし、実際にはうまく稼動していなかった。

## 6-2-6 ピッツェリアローロ平沢店長ほか3名

日時：平成22年1月8日（金）16：05～16：50

場所：ピッツェリアローロ

出席者：ピッツェリアローロ平沢店長ほか3名、板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

## ① 「板橋発の新フード 板（イタ）飯」について

### ○方向性としての意見

- ・板橋版バールなど、取り組みとしては面白い。ただし、やるとしたら商店街内または駅前という立地条件の良い場所が不可欠。
- ・板橋産の野菜を使用した料理について、板橋の野菜はイメージが良いとは言えず、安定的な供給に欠けるため使いにくい。



- ・逆に、こだわりを持ってイタリア野菜を栽培しているファームがあれば可能性はないことはない。
- ・下板橋には、日大が移転する予定。ここに新しくイタリアンストリートなどを設け、食や文化の発信をするなど面白い。
- ・板橋区は、モノが集まる「トマリ」であり橋渡しする場所でもある。今後は、モノだけではなく人も集まって欲しい。
- ・実際に取り組む際は、ぜひ協力をしたい。

#### ○取り組みに向けた課題

- ・例えば、ハッピーロード大山等で板橋版パールなどを展開したら大変かっこいいが、ハッピーロードはテナント料が高い。(これでは出店しにくい)

#### ○関連する取り組み

- ・ピッツェリアアローロは平成 21 年 9 月で 4 年目。オーナーは不動産を経営しており、前身はブティックだった。
- ・近くに医療センターがあることから、来客の年齢層は高い。こうした年齢層に合わせて、油や塩分控えめ等の配慮を行っているのが要因でもある。

### 6-2-7 読売新聞東京本社 大須賀純主任ほか 1 名

日 時：平成 22 年 1 月 13 日（水）10：30～11：20

場 所：読売新聞東京本社 6F

出席者：読売新聞東京本社事業局事業開発部大須賀純主任・半田行宏氏、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

#### ① 「からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”」について

##### ○方向性としての意見

- ・「からくり人形」は意外性を感じる。住民でも知らない人が多いのではないかと。
- ・アクションプランに記載の「サミット」が板橋で開催されれば取材に行く価値がある。
- ・例えば、「〇〇商店街に行けば、〇〇からくり人形」を見ることができるといった、既存商店街とのコラボレーションにより、商店街を盛り立てるような仕組みが必要。

#### ② 「板橋発の新フード 板（イタ）飯」について

##### ○方向性としての意見

- ・ネーミングとしては大変惹かれる。
- ・「スパイス企業の集積したスパイスの効いたまち」との連携になるが、オリジ

ナルの板橋のスパイスを使った「板（イタ）飯」をメニューとして提供している店舗を増やすこと、そしてそうした店舗のマップ化とスタンプラリーなどを実践したら集客が図れるのではないか。

- ・提案として、ボローニャの三ツ星レストランのシェフを毎年招へいし、今年の板（イタ）飯としてイベント等でふるまう。このレシピを譲ってもらい、店舗等でメニューの一つとして扱ってもらおう。（目玉がないと、メディアとしては取り上げにくい）

#### ○取り組みに向けた課題

- ・アクションプランとして挙げられているものは、ハードルが高いものが多い。
- ・もっと現実的にできること、例えば「イタリア料理提供の店舗のマップ化」など、アクションを起こし安い取り組みが必要。
- ・東京の野菜は小さく高い。レストランとしては使い勝手が悪いだろう。

### ③ 「板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋」について

#### ○方向性としての意見

- ・「板橋のいっぴん」は、幟が立っているのでも住民はわかるが、区外の人にはわかりづらいのではないか。選定した「いっぴん」を、もっと盛り立てるような取り組みが必要ではないか。

### ④ 「江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿」について

#### ○方向性としての意見

- ・「板橋宿」の中山道は、街道といえば東海道の意味が強い。中山道の魅力を探し発信することが重要。

### ⑤ 「スパイス企業の集積したスパイスの効いたまち」について

#### ○方向性としての意見

- ・（「板橋発の新フード 板（イタ）飯」参照）

### ⑥ メディアの立場からトータル的な視点としたご意見

#### ○方向性としての意見

- ・板橋区は、純粋に考えて行きたいと思わない。人を呼びやすくメディアとして取り上げやすいのは「食」。そういう意味では、「板（イタ）飯」と「スパイス」などは面白い。中長期的なスパンからみると、「からくり人形」もある。

#### ○取り組みに向けた課題

- ・住民に支持されるような計画（内容）が必要。
- ・板橋は、全体的に物価が安いことから、高級なものは売りにくい現状。現在の路線で進めるならば、高級志向を目指すのは難しい。

## 6-2-8 財団法人都市経済研究所 秋山隆史常務理事

日 時：平成 22 年 1 月 13 日（水）14：00～15：00

場 所：読売新聞東京本社 6F

出席者：財団法人都市経済研究所秋山隆史常務理事、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* —

### ① 「からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”」について

#### ○方向性としての意見

- ・板橋のイメージとしては、「工業集積地（特に製造業）」であり、23 区内でも有数である。このイメージの特性をうまく活かし、まちづくりとして取り込んでいくことが必要である。
- ・建設業の副業化などが行われている状況を踏まえ、企業間による異業種連携によるブランド化の取り組みなどは重要ではないか。
- ・隣区の練馬区では昔と今の写真の移り変わりを見比べることができる写真集が売れている。板橋の企業集積の一つに「印刷」があるので、板橋今昔写真集（あるいはカレンダーなど）を作ったら面白いのではないか。

### ② 「江戸から数えて 1 番目の宿場町 板橋宿」について

#### ○方向性としての意見

- ・ハッピーロード大山のとれたて村で扱っている 9 つの自治体の野菜が売れているという。この 9 つの自治体と板橋区内の商店街との都市間交流による新たな商品開発は、新たな板橋ブランドになるのではないか。
- ・そういう意味では、中山道という枠の中における都市間交流は面白い。

### ③ まちづくり専門家の立場からトータル的な視点としたご意見

#### ○方向性としての意見

- ・板橋区は、大和町交差点等の大気汚染などの背景より、環境問題に積極的に取り組んでいる。（緑のカーテンなど）今後のブランド戦略の方向性として、「環境」は入れても良いのではないか。
- ・東京 23 区の中で、学校給食に地域野菜を取り入れるなど、「食育」を熱心に取り組んでいる。帝京大病院や日大病院等の医療施設が豊富であることを踏まえ、「健康」をキーワードに良いイメージを印象付けるのはどうか。
- ・板橋区全体におけるランドデザインを検討する考えのほかに、地域別（赤塚地区、高島平地区等）に地域特性が異なることから、こうした地域別のブランドづくりなども面白い。

## 6-2-9 エスビー食品株式会社 福田光夫チーフ

日時：平成22年2月4日（木）14：00～15：00

場所：エスビー食品板橋スパイスセンター

出席者：エスビー食品株式会社コミュニケーションデザインユニット福田光夫チーフ、  
板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

### ① 「スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち」について

#### ○方向性としての意見

- ・レトルトカレーを作って欲しいという話は良くある。しかし、これは最低ロット2万個。ただし、スパイスならば小ロットでも対応可能である。
- ・区民からアイデアを頂いて開発するシーズニング・スパイスなども面白い。
- ・ラーメン屋あるいはカレー屋等と商業ベースでコラボして、開発した板橋スパイスを活用してもらおう。
- ・取り組みとしては大変面白いが、あまりエスビー色を出すと利益主義と勘違いされてしまうので、そこは留意したい。
- ・住民本位が大事。例えば「板橋カレーとはどんなもの？」とメニューを区のHP上で公募し、ブログ上で公開していくなど。実は、2009年12月にオールスパイスが売れた。どうやら個人ブログでこれを使うとケンタッキーと同じ味になると噂が広まったためのようだ。最近は、こうしたロコミが多い。

#### ○取り組みに向けた課題

- ・社の敷地内にスパイス展示館があるが、消防法および人件の関係で常時開放できない状態。
- ・現在は、企業間連携はほとんどない。

#### ○関連する取り組み

- ・エスビー本社は、日本橋に移転。板橋に残っているのは、営業と開発。
- ・子どもを対象としたわくわくチャレンジ（板橋区のイベント）では、スパイスを混ぜたりして学習してもらおう取り組みを実施。費用は原材料のみ。
- ・全社的プロジェクト「Wa」を、かれこれ2年半実施。スパイスの良さを広めていくもの。スパイスキットがあり、社員へ貸し出しが行われている。
- ・バンダイとコラボして、ガチャガチャでスパイスを模したストラップを開発。

## 6-2-10 東京家政大学ヒューマンライフ支援センター 内野美恵講師

日 時：平成 22 年 2 月 5 日（金）10：00～11：00

場 所：東京家政大学

出席者：東京家政大学ヒューマンライフ支援センター内野美恵講師、板橋区産業振興課、株式会社ブランド総合研究所（文責）

— \* —

### ① 「からくり人形・ロボットものづくり板橋“町工場発”」について

#### ○方向性としての意見

- ・隣の北区に、ナショナルトレーニングセンターがあり、選手の動作解析などをロボットを使って行っている。家政大学も介護用ロボットを企業と共同開発しており、こうした「スポーツのつながり」も面白いのではないかな。

### ② 「板橋発の新フード 板（イタ）飯」について

#### ○方向性としての意見

- ・イタリア料理は、家庭の味。イタリアは家族単位を大事にしているため。素材を大切にするため、経費もかからず失敗も少ない。スローフード発祥の地でもあり、「食育」はやりやすい。
- ・板（イタ）飯とスパイス、デザートにいったんを取り入れるなど面白い。
- ・「茶の間」で学んだのは「基本ベース味」の確立（シェフ一人では限界があり、2～3人いたら味の不統一が起こるため）。そして「手づくり」が大事。簡易性・利便性を求めているはいけない。
- ・板橋には、コロッケが面白いのではないかな。コロッケは、色々な食材を使えるし、庶民的でもある。冷凍でも味が落ちないのも利点。

#### ○関連する取り組み

- ・板橋区遊座大山商店街に、地産地消を取り入れた「茶の間」をオープン。3年間行い、事業としては成功だったが、家賃等の問題で閉鎖。
- ・新しく、北区十条駅前で「ヴィ街なか」がオープンし、ヘルシーメニューの協力を実施（ランチのみ）。「食育」等の実践のために立ち上げたプロジェクトの一環。（ディナーはアルコールが入るためふさわしくないと理事会で受理されず）全国8地区の生産農家と連携。

### ③ 「スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち」について

#### ○関連する取り組み

- ・家政大生が考えるポテトチップスを提案したことがあった。ただし、製品化されなかったが。

## 6-3 ヒアリング結果まとめ

1. 「からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”」について
  - 「からくり人形」をきっかけにするにせよ、板橋の工業の歴史背景を踏まえ「からくり人形から精密機械、そしてロボットへ」といったコンセプトの設定が必要。
  - 板橋で「からくり人形」とは、意外性を感じる。「町工場発」の取り組みと、商店街をうまく連携する。
  - 北区に、ナショナルトレーニングセンターがあり、選手の動作解析などをロボットを使って行っている。「スポーツのつながり」も面白いのではないかと。
2. 「板橋発の新フード 板(イタ)飯」について
  - 「板(イタ)飯」というネーミングは、インパクトがあり面白い。
  - 例えば、日大が移転する下板橋に新しくイタリアンストリートを設けるなど、新フード「板(イタ)飯」に対する理解度および参加意欲度は高い。
  - イタリア料理は、家庭の味。イタリアは家族単位を大事にしているため。素材を大切にするため、経費もかからず失敗も少ない。スローフード発祥の地でもあり、「食育」はやりやすい。
3. 「板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋」について
  - プレミアム化に賛同すると同時に、既存の「板橋のいっぴん」を盛り立てる取り組みも必要。
4. 「江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿」について
  - 旧中山道沿い商店街の電線類地中化や公園整備等のハード整備が行われる。これを目標として、課題となっている「やる気のある中心人物の確保・育成」や「人を惹きつける商品開発と継続的な取り組み(イベント等)の実施」など、具体性のあるアクションプランの検討が必要。
5. 「スパイス企業の集積したスパイスの効いたまち」について
  - 区内には中小のみならず、エスビー食品や湖池屋、ヤマヨシ等の食品関係の大企業が集積している。こうした企業集積を活かした取り組み(連携)が必要。
  - スパイスならば小ロットでも対応可能。
  - 区民からアイデアを頂いて開発するシーズニング・スパイスや、ラーメン屋あるいはカレー屋等と商業ベースでコラボして、開発した板橋スパイスを活用してもらう。

## 6. 総合

- 商店街での販売やイベントなど、常に「継続」して取り組んでいくことが重要。
- 商店街や一企業として取り組んでいくのではなく、企業間や商店街間、都市間として交流・連携による取り組みにより、新たな方向性を見出す。
- 今回挙げられた5つのコンセプトに加え、「環境」「食育」といった、地域背景から取り組んでいるものを推進していくことも考えられる。

## 第 7 章 消費者調査





## 第7章 消費者調査

### 7-1 調査概要

板橋区内で働く人だけでなく、板橋区内で生活をしている人をはじめ、周辺市区（練馬区、北区、豊島区、和光市、戸田市）に居住する人、その他関東、全国からみた板橋区のイメージやブランドコンセプト案に対する興味を知ることがを目的に、消費者アンケート（Web 調査）を実施した。

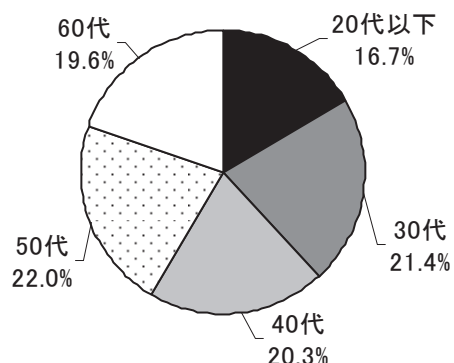
・調査方法	インターネット調査
・回答者	全国のインターネットユーザー（モニター約 200 万人）のうち 板橋区居住者 周辺市区居住者 上記以外の関東居住者 関東以外の全国居住者 を約 250 サンプルずつ抽出
・有効回収数	板橋区居住者 300 人 周辺市区居住者 296 人 上記以外、関東居住者 295 人 関東以外、全国居住者 287 人
・調査時期	平成 21 年 12 月 7 日～12 月 9 日
・調査項目	板橋区および周辺市区の認知度、板橋区への来訪経験、居住地、訪問目的、訪問場所、利用交通手段、来訪意向、イメージ、訪問実態と意欲。 板橋区のブランドコンセプト（案）やアクションプラン（案）に対する興味、施策後の来訪意向、回答者属性（合計 17 問）

### 7-2 回答者属性

#### 7-2-1 年代

図表 7-1 年代

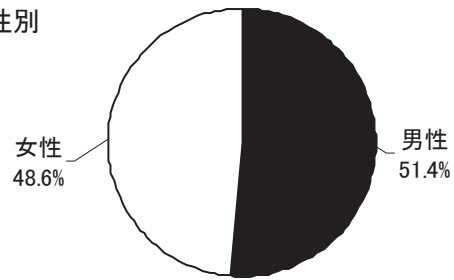
N=1178	人数	%
20代以下	197	16.7
30代	252	21.4
40代	239	20.3
50代	259	22.0
60代	231	19.6
合計	1178	100.0



## 7-2-2 性別

図表 7-2 性別

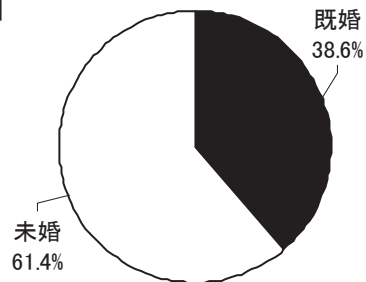
N=1178	人数	%
男性	605	51.4
女性	573	48.6
合計	1178	100.0



## 7-2-3 婚姻

図表 7-3 婚姻

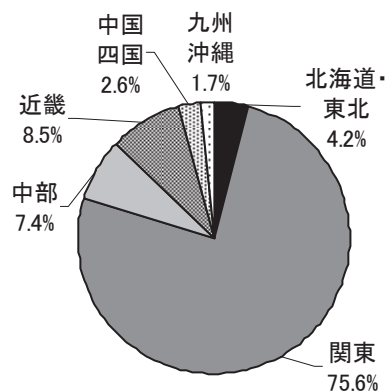
N=1178	人数	%
既婚	455	38.6
未婚	723	61.4
合計	1178	100.0



## 7-2-4 居住地

図表 7-4 居住地

	人数	%
北海道・東北	49	4.2
関東	891	75.6
中部	87	7.4
近畿	100	8.5
中国・四国	31	2.6
九州・沖縄	20	1.7
合計サンプル数	515	100

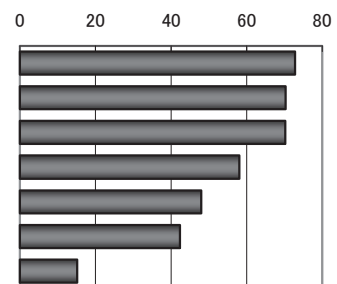


## 7-3 調査結果

### 7-3-1 認知度

図表 7-5 認知度

市区名	人口(人)	面積(km2)	人口密度(人/km2)	人数	%
板橋区	536,768	32.2	16,685	858	72.8
練馬区	713,769	48.2	14,821	828	70.3
豊島区	261,986	13.0	20,137	827	70.2
北区	334,649	20.6	16,253	685	58.1
和光市	80,208	11.0	7,265	566	48.0
戸田市	122,039	18.2	6,717	500	42.4
どこも知らない	-	-	-	179	15.2

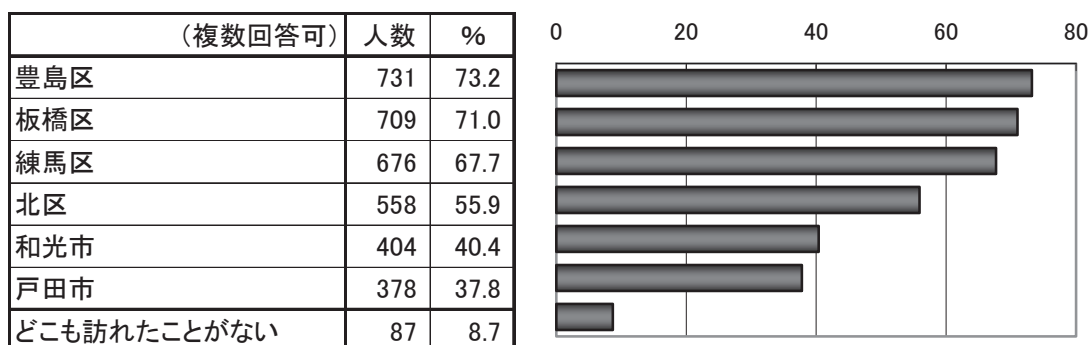


※2009.11 推計人口

板橋区は、30代から50代の認知度が高く、関東居住者の8割以上が認知している。関東以外の居住地においても認知度は3割以上あり、周辺の市区に比べると板橋区の認知度は高いことがわかる。

### 7-3-2 来訪経験

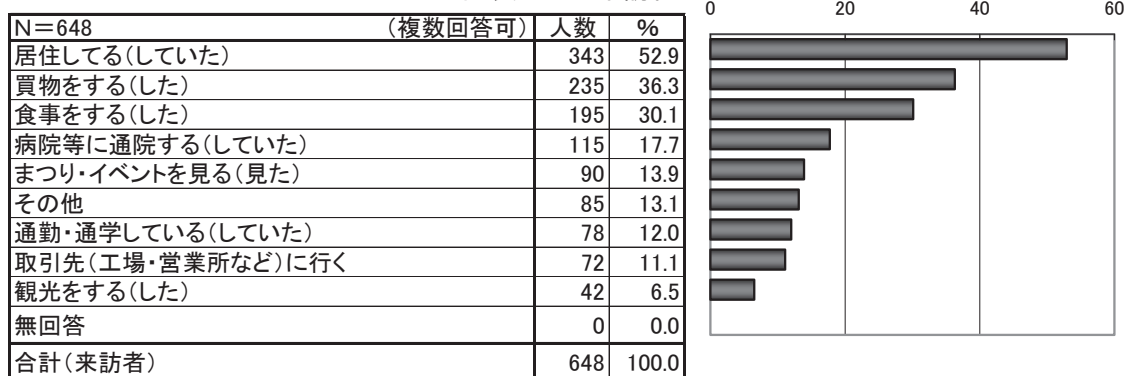
図表 7-6 来訪経験



板橋区に訪れたことがあるとした人の割合は、年齢を追うごとに高まっていき、50代では8割近くの人が来訪している。来訪割合が最も高い豊島区と板橋区の人を比較すると、20代以下や30代、学生や専業主婦などの来訪割合が豊島区よりも低い。

### 7-3-3 来訪目的

図表 7-7 来訪目的



買物は40代が最も多く、食事は60代を除くほぼ全年代で訪問割合が高い傾向となっている。

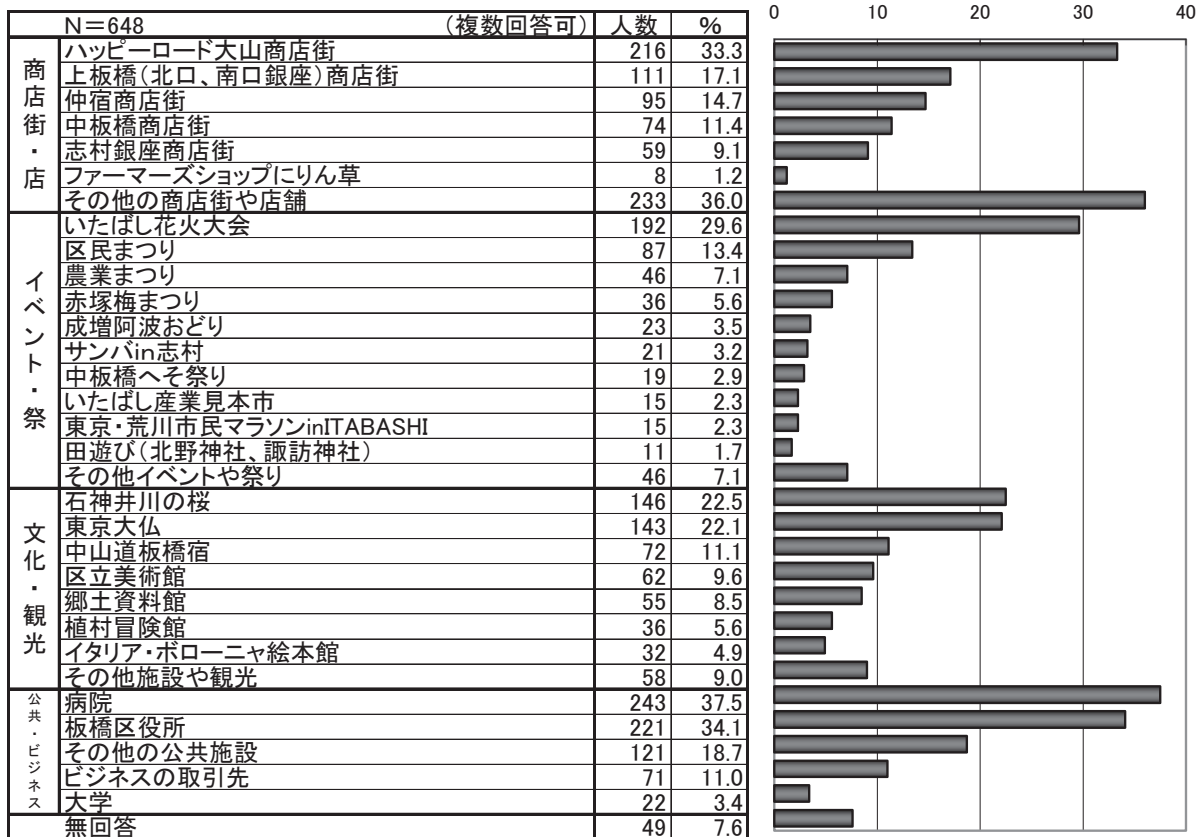
観光やまつり、イベント目的で板橋区に訪れたことのある人の割合は低く、買物や食事、通院などの日常的な活動で板橋区内を訪れている可能性が高い。

対象を関東地域居住者に広げると、「取引先に行く」が最も高くなり、日常生活の目的だけでなく、まつりやイベントによる来訪も少なくなっている。

⇒板橋区へ訪問する人の多くは周辺地区居住者の日常生活にかかわる目的とその他地域からの取引先への訪問目的が多い。

### 7-3-4 来訪場所

図表 7-8 来訪場所

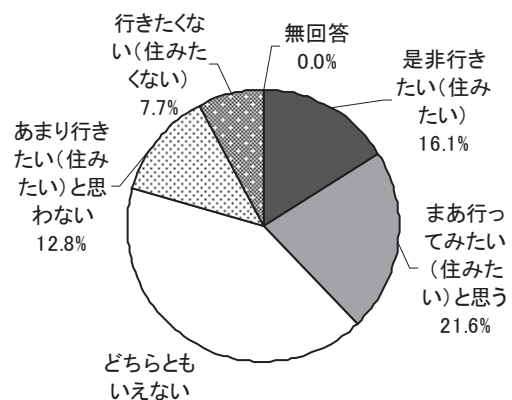


「商店街・店」については、板橋区内の居住者が多く、商店街によって、訪問する年代に特徴がみられる。「イベント・祭」では、花火大会が最も高く、年代が若いほど訪問割合が高い。一方で、区民まつりは年代が高いほど訪問割合が高い。「文化・観光」については、石神井川の桜が区外居住者からの訪問割合が高い。東京大仏は、板橋区および周辺市区の年代が高い人の訪問率が高い。

### 7-3-5 来訪意向

訪問頻度より、少しでも板橋区内を訪れたことのある人は、肯定的な意見が多いものの、訪れたことのない人は、否定的な意見が多い。(よくいく人：「行ってみたい」65.9%、「行きたくない」14.6%、行ったことがない人：「行ってみたい」11.5%、「行きたくない」33.1%)

図表 7-9 来訪意向



### 7-3-6 板橋区のイメージ

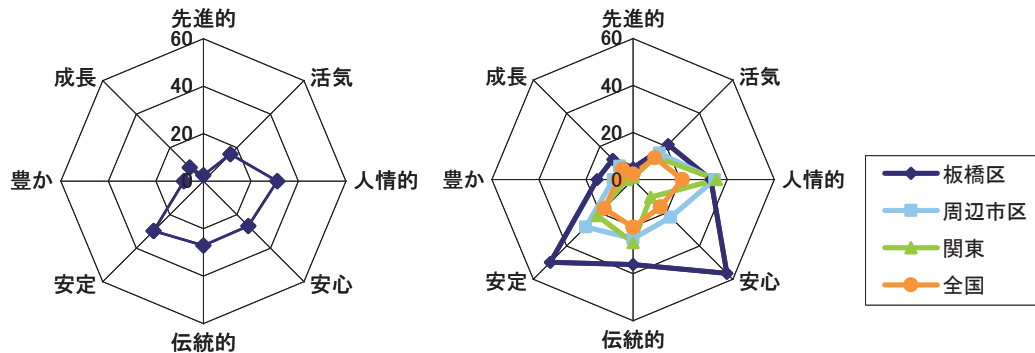
板橋区のイメージとして、区内居住者は「安定」「安心」のイメージが強いものの、

区外の居住者は、「人情的」のイメージが強い。また、50代の4割が板橋区に対して「人情的」と感じている。

訪問頻度が高いほど「安定」「安心」イメージが強く、板橋区に対する認知が深まると、これらイメージが高まる可能性を示している。

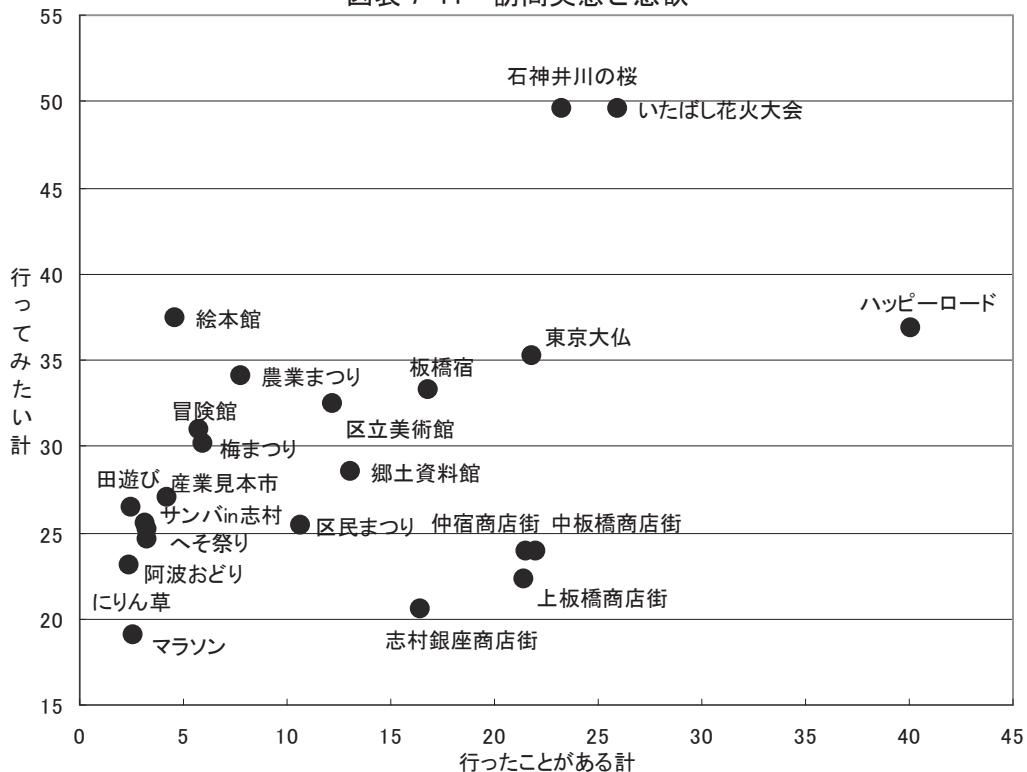
目的別では、居住、通勤・通学、病院では「安心」が最も高く、取引先では「人情的」が最も高い。買物や食事では「安心」以外に「安定」も高い結果となっている。

図表 7-10 板橋区のイメージ



### 7-3-7 訪問実態と意欲

図表 7-11 訪問実態と意欲



「行ったことがあるし、また行きたいと思う」 + 「行ったことがある」を「行ったことがある計」とし、「行ったことがあるし、また行きたいと思う」 + 「行ってみたい」を「行ってみたい計」として算出した。

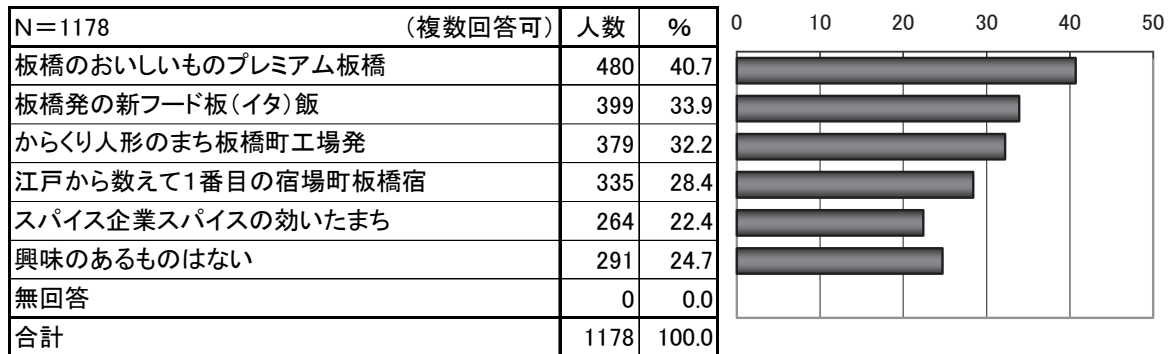
「ハッピーロード大山商店街」を除く項目で「行ってみたい計」が「行ったことが

ある計」を上回っており、訪問率拡大の可能性がある。

※プロット位置が左上にあるほど（絵本館、石神井川の桜、いたばし花火大会、農業まつり）、今後の訪問率拡大の可能性が高いことを示している。

### 7-3-8 ブランドコンセプトに対する興味

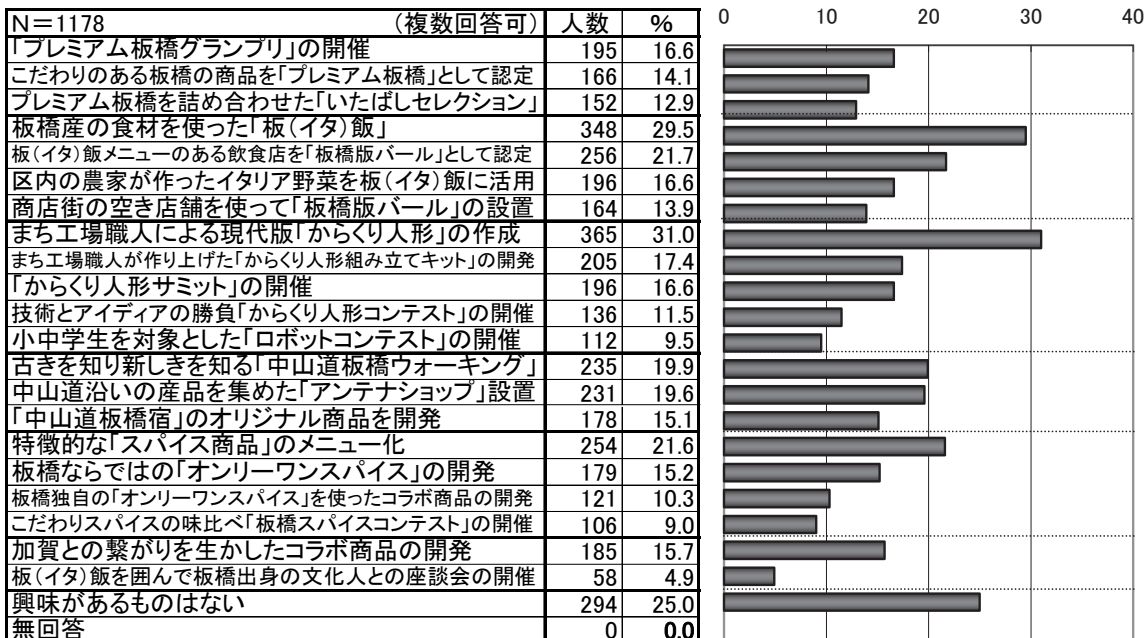
図表 7-12 ブランドコンセプトに対する興味



板橋区内の美味しいものを集める「プレミアム板橋」に対する興味が最も高く40.7%、次いで「板(イタ)飯」33.9%、「からくり人形のまち」32.2%、「板橋宿」28.4%、「スパイスの効いたまち」22.4%が続く。食に対する興味が強いことが伺える。

### 7-3-9 アクションプランに対する興味

図表 7-13 アクションプランに対する興味



現代版「からくり人形」の作成が最も多く31.0%、次いで板橋産の食材を使った「板(イタ)飯」29.5%、「板橋版パールの認定」21.7%、「スパイス商品のメニュー化」21.6%、「中山道板橋ウォーキング」19.9%と続いている。

## 第8章 地域ブランド戦略と今後の課題





## 第8章 地域ブランド戦略と今後の課題

### 8-1 地域ブランド戦略

本項では、「第4章 資源の絞込みとテーマの仮定」において設定した「板橋ブランド」のコンセプト（案）とアクションプラン（案）について、宇都宮市を視察した「第5章 先進事例視察調査」や専門家や板橋で従事する事業者・関係者へのヒアリング「第6章 市場調査」、さらに板橋区内外の住民を対象とした「第7章 消費者調査」等の結果を、それぞれ該当箇所に盛り込んだ。

また、今後板橋区としてブランド戦略の検討ならびに取り組んでいくにあたって、各ブランドコンセプトの目指す「目標」と、「取り組みにあたっての注意点等」を追記した。

■モノづくり、伝統や文化【技術】

ブランドコンセプト からくり人形・ロボットものづくり板橋 “町工場発”	
【→ヒアリング】	◇「板橋の工業の元」といえば「精密」。コンセプトタイトルとして「からくり人形から精密機械、そしてロボットへ」を提案。
背景（地域資源、歴史、これまでの取り組み等）	<p>○中山道の宿場町であった板橋は、江戸から数えて第一の宿場町ということもあり、古くから人の往来が盛んな所だった。また、荒川の水運や豊富な湧き水などの水利に恵まれており、それらを活用した工業が集積してきた。</p> <p>○板橋に工業が発祥して150年あまり。現在は東京都内で第2位の工業出荷額を誇り、特に印刷や精密機器、光学のまちとして多くの町工場が現在も立ち並んでいる。</p> <p>○板橋の町工場に蓄積されてきた技術を使った新たな取り組みの一つとして、「からくり人形」がある。区内の精密機器の技術者が歯車の加工技術を使い、約15年をかけてからくり人形をよみがえらせた。</p> <p>○当時は木で作られていた歯車もアクリル樹脂に替え、透明なカバーで覆うことでからくりの仕組みを見ることができるよう工夫をこらした。</p>
概要	今日では最先端の技術が溢れる板橋で、「人形」と「技術」を融合させた「からくり人形」で、「モノづくり」「伝統」の分野から板橋ブランドの構築を検討していく。
【→ヒアリング】	<p>◇「ロボット」等との「ハイテク」つながりとして、「ミクロの世界」もキーワードになる。</p> <p>◇友好都市締結の金沢市は、からくり人形発明家の出生地として記念館などがある。板橋には金沢藩の下屋敷があったことなど歴史的つながりがあり、からくり人形をうまく絡められたら面白い。</p> <p>◇「からくり人形」は、メディア目線から意外性を感じる。</p> <p>◇「〇〇商店街に行けば、〇〇からくり人形をみることができる」といった、既存商店街とのコラボレーションにより、商店街を盛り立てる取り組みが必要。</p> <p>◇板橋のイメージは「工業集積地（特に製造業）」であり、23区内でも有数。このイメージ特性を活かしたまちづくりが必要。</p> <p>◇建設業の副業化などが行われている状況を踏まえ、企業間による異業種連携によるブランド化の取り組みが重要。</p> <p>◇隣区の練馬区では昔と今の写真の移り変わりを見比べることができる写真集が売れている。板橋の企業集積の一つに「印刷」があるので、板橋今昔写真集（あるいはカレンダーなど）を作ったら面白い。</p> <p>◇隣の北区に、ナショナルトレーニングセンターがあり、選手の動作解析などをロボットを使って行っている。こうした「スポーツのつながり」も面白い</p>

	のではないか。
【→消費者調査】	◇32.2%の人が興味を持っている ◇50代(40.5%)、60代(43.3%)の興味が高く、女性(34.6%)や主婦層(42.5%)の興味も高い。
目 標	◎「モノづくり」の歴史背景を活かしたPRと産業振興 ◎「モノづくり」を通じた子どもの学習・教育の促進 ◎キャッチフレーズ「子供のときからモノづくり」
アクションプラン(案)	
タイトル①	<b>まち工場職人の技術を集結させた現代の「江戸からくり人形」の開発</b>
内 容	板橋を代表するまち工場の「技術」や「伝統」を応用した「江戸からくり人形」を開発する。
体 制	技術者、行政
【→消費者調査】	◇31.0%の人が興味を持っている。 ◇60代以上の興味が最も高く、43.3%。 ◇板橋区内だけでなく、関東(33.2%)、全国(27.2%)でも興味が高いことを示している。
タイトル②	<b>「江戸からくり人形組み立てキット」で小中学生の興味を創出</b>
内 容	まち工場職人が小中学生向けの組み立てキットを製作し、それを区内小中学校で活用。「江戸からくり人形」に対する興味を創出する。
体 制	技術者(からくり人形、ロボット等のキット製作者)、行政、教育関連
【→ヒアリング】	◇「からくり人形体験キット」の製作は、コスト高が否めない。大手に依頼すると万単位台数が必要となるため、少数分製作では、企業努力が必要。 ◇区内の小学校全校において「からくり人形 組み立てキット」を1台ずつ購入する。これにより、板橋区の小学校を卒業した生徒は、必ず「ものづくり」の体験者であるという実績ができ、それが長い目で見た「ものづくりの区」となる。
【→消費者調査】	◇17.3%の人が興味を持っている。 ◇年代が高まるほど興味が高まり、60代以上では24.2%。 ◇区内居住者(23.7%)や対象が小中学生といったこともあり、既婚者(20.5%)の興味も比較的高い。
タイトル③	<b>全国のからくり人形を集めた「からくり人形サミット」の開催</b>
内 容	「からくり人形」(ロボット等)そして板橋の技術の発信・PRを目的とした、全国のからくり人形を集めた「からくり人形サミット」を開催する。
体 制	技術者(からくり人形、ロボット製作者)、行政、区民
【→ヒアリング】	◇メディアとして、実際に板橋で開催された場合、取材に行く価値がある。

【→消費者調査】	◇16.6%の人が興味を持っている。 ◇年代が高くなるほど興味が高まり、50代(19.3%)、60代以上(27.3%)。 ◇区内だけでなく区外居住者(特に関東:18.6%)の人からの興味も高い。
タイトル④	<b>技術とアイデアの発掘「からくり人形コンテスト」の開催</b>
内容	からくり人形について中学や高校、一般向けにはセミナー等で学ぶ機会をつくり、それを基礎にしてオリジナルからくり人形の創作を行い、そのアイデアやデザイン等を競う「からくり人形技術グランプリ」を開催する。グランプリは中学の部、高校の部、一般の部、技術者の部の4部構成。
体制	技術者、教育関係者、行政、区民
【→ヒアリング】	◇区立教育科学館にて春・夏休みに小中学生を対象としたからくり人形体験イベントを実施、東京都立北豊島工業高校では市民講師として教鞭をとっている。さらに、平成18年から「板橋子どもひらめき発明展」が学研主催で実施されており、「アッ」と驚く発明品が出てくる。
【→消費者調査】	◇11.5%の人が興味を持っている。 ◇特に50代(14.7%)や60代以上(14.7%)からの興味が高い。
タイトル⑤	<b>小中学生を対象とした「ロボットコンテスト」の開催</b>
内容	区内の小中学生を対象に「ロボット」キットを使ったロボットコンテストを開催していく。
体制	行政、教育関連
【→消費者調査】	◇9.5%の人が興味を持っている。 ◇20代以下(11.2%)や学生(12.5%)の興味が高く、板橋区に住んでいる(いた)人や行ったことがある人の興味が高い。
取り組みにあたっての課題等	△「モノづくり」の振興にあたっての取っ掛かりとして「からくり人形」あるいは「ロボット」を取り上げるものである。これのみを振興させるわけではないことを、業界関係者等に周知させる必要がある。 △教育機関と事前に意見交換等を行い、取り組み体制の確立を目指す。 △「江戸からくり人形組み立てキット」製造費用の調達。 △子ども達が興味を示し、自主的に取り組めるようなプログラム(仕組み)を作成する。

■食・農【食】

ブランドコンセプト	板橋発の新フード板(イタ)飯
【→ヒアリング】	<p>◇インパクトがあるネーミング。</p> <p>◇ネーミングとしては大変惹かれる。</p>
背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)	<p>○約 50 年前からポローニャでは世界最大の絵本の国際見本市である「ポローニャチルドレンズブックフェア」が開催されている。</p> <p>○昭和 56 年に板橋区立美術館にて「第一回ポローニャ絵本原画展」を開催したのがきっかけで、板橋区とポローニャの交流がはじまった。平成 5 年からはポローニャチルドレンズブックフェアの事務局から絵本の寄贈を受け、それを受けて「ポローニャ・ブックフェア in いたばし」が開催されている。平成 16 年には世界 80 カ国 2 万冊を集めた「いたばしポローニャ子ども絵本館」が開館。イタリアのポローニャと板橋区の関係は 17 年以上にもわたる。</p> <p>○イタリアには「バール」と呼ばれる各々の生活のリズムに合わせて気軽に立ち寄れるバー(イタリア風カフェバー)が多い。</p> <p>※昨今、レトロブームやアンテナショップの人気も相まって、立ち飲み屋人気が高まりつつある。</p> <p>※板橋区では小規模ながら近郊農業があり、幅広い野菜づくりが行われており、地産地消ショップは大きな賑わいを見せている。</p>
概要	<p>○板橋には、かつて近隣の人が集まった地域に密着した商店街が数多く残っている。これら商店街の飲食店等で板橋版バールの展開を図る。特に、イタリアのバールと同様に、「板橋版バール」も、地域特性に即した「人情」が感じられる、あるいは「安心」して気軽に立ち寄れるコンセプトを目指す。また、そのバールで提供する食材は板橋区で採れた野菜を活用し、イタリア野菜を使った「イタ飯」を展開する。</p> <p>○ポローニャとの関係をより深め、文化だけでなく食の交流を進める。</p>
【→ヒアリング】	<p>◇日大が移転する下板橋において、新たなまちづくりとして「イタリアンストリート」を設け、食や文化の発信をしていく提案。</p> <p>◇ポローニャの三ツ星レストランのシェフを毎年招へいし、その年の板(イタ)飯としてイベント等でふるまい、そのレシピを区内の店舗等で取り扱う。(こうした目玉があるとメディアとしては取り上げやすい)</p> <p>◇イタリア料理は、家庭の味。イタリアは家族単位を大事にしているため。素材を大切にするため、経費もかからず失敗も少ない。スローフード発祥の地でもあり、「食育」はやりやすい。</p> <p>◇板(イタ)飯とスパイス、デザートにいったんを取り入れるなど面白い。</p> <p>◇「茶の間」で学んだのは「基本ベース味」の確立(シェフ一人では限界があり、2~3 人いたら味の不統一が起こるため)。そして「手づくり」が大</p>

	<p>事。簡易性・利便性を求めてはいけない。</p> <p>◇板橋には、コロッケが面白いのではないか。コロッケは、色々な食材を使えるし、庶民的でもある。冷凍でも味が落ちないのも利点。</p>
【→消費者調査】	<p>◇33.9%の人が興味を持っている。</p> <p>◇30代(40.1%)をはじめとする比較的若い世代(20代から40代)の興味が高く、女性(39.8%)や学生(40.0%)の興味も高い。</p>
目 標	<p>◎板橋オリジナルの板(イタ)飯を提供する「板橋版バール」の、区内商店街への設置・認定。</p> <p>◎ポーロニャとの連携によるグローバル戦略の検討・実施。(既存の絵本だけでなく、「食」などの都市間による連携の具体化)</p>
アクションプラン(案)	
タイトル①	<b>板橋の食材(イタリア野菜等)を活用したイタ飯の開発</b>
内 容	板橋で栽培・収穫された農産物等を活用した板橋オリジナルの板(イタ)飯の開発を行う。地産地消の推進。
体 制	農業従事者、飲食店、企業
【→ヒアリング】	<p>◇現時点では、板橋産の農産物は、イメージは良いとはいえず、安定的な供給に欠けるため、使いにくい。</p> <p>◇東京の野菜は小さく高い。レストランとしては、使い勝手が悪いだらう。</p>
【→消費者調査】	<p>◇29.5%の人が興味を持っている。</p> <p>◇年齢が若いほど興味が高く、20代以下が33.5%、30代が33.3%となっている。</p> <p>◇女性の興味も高く、34.7%。</p>
タイトル②	<b>板(イタ)飯メニューのある飲食店を「板橋版“バール(イタリア風カフェバー)”」として認定</b>
内 容	区内の飲食店で板(イタ)飯を提供している事業者や板橋らしい店を板橋版“バール”として認定し、これら認定飲食店の促進と活性化を図る。認定にあたっては、地元住民や大学等との連携も視野に入れる。
体 制	飲食店、行政
【→消費者調査】	<p>◇21.7%の人が興味を持っている。</p> <p>◇30代(26.6%)や女性(24.3%)の興味が高く、板橋区居住者(34.3%)の興味が高い。</p>
タイトル③	<b>商店街の空き店舗を活用した「板橋版バール」の設置</b>
内 容	空き店舗を活用した、気軽に立ち寄れる板橋版バールの設置。設置にあたっては、地元住民や大学等との連携も視野に入れる。
体 制	イタリア料理店、商店街、行政、大学等
【→ヒアリング】	◇取り組みとして面白いが、商店街内や駅前といった好立地条件が必要。

【→消費者調査】	◇13.9%の人が興味を持っている。 ◇年代が若いほど興味が高く、20代以下では17.8%の人が興味を持っている。 ◇女性の興味も高く、16.4%。
タイトル④	<b>農業事業者へのイタリア野菜栽培の促進と区内利用</b>
内 容	区内の農業従事者によるイタリア野菜栽培の推進。企業とのコラボレーションによる新たな加工品開発なども実施。
体 制	農業従事者、飲食店、企業
【→ヒアリング】	◇こだわりをもってイタリア野菜を栽培してくれるファームがあれば、ぜひ活用してみたい。
【→消費者調査】	◇16.6%の人が興味を持っている。 ◇女性(20.9%)や主婦(20.6%)の興味が高く、どの年代の人も16%前後の人は興味を持っている。
【→ヒアリング】	◇アクションプランは、全てハードルが高いものが多い。もっと現実的にできること、例えば「イタリア料理提供の店舗のマッピング」など、アクションを起こしやすい取り組みが必要。
取り組みにあたっての課題等	△既存のイタリア料理店あるいは商店街等と事前に意見交換等を行い、取り組み体制の確立を目指す。(特に高級志向を目指すイタリア料理店との協議・調整) △空き店舗への出店起業者への支援策の検討。 △ターゲットの明確化と協力体制の確立(大学等との連携など)



■モノづくり、店・まち、食・農【食、店・商店街】

ブランドコンセプト		板橋の美味しいものが集まった プレミアム板橋
背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)	<p>○板橋区では区内商業の活性化を目的として平成 15 年より、地域の人々に親しまれている食品を区民から公募し、選定する「板橋のいっぴん」事業が行われており、現在 76 商品が認定されている。</p> <p>○本事業で認定された商品は、和菓子、洋菓子、パン、惣菜等多岐にわたり、区民からの認知度ならびに評価も高い(認知度 50%以上、評価しているとする人も 40%以上)。</p> <p>○一方で、現在、「板橋のいっぴん」自体に明確な選定基準が無いことや、出展者の全体の底上げなどが課題となっている。</p>	
概要	<p>前述の課題の克服や、区民だけでなく訪れた来訪者にも喜んでもらい購入してもらえるような地元商品を目指すべく、究極の板橋発の商品を選定し、商品全体の底上げを目指す。</p>	
【→ヒアリング】	<p>◇既存の「いっぴん」のみならず、地元企業が一堂に会するような取り組み、およびメーカーの発掘が必要。</p> <p>◇「板橋のいっぴん」は、区外の人にわかりにくい。選定した「いっぴん」を、もっと盛り立てるような取り組みも必要ではないか。</p>	
【→消費者調査】	<p>◇40.7%の人が興味を持っている。</p> <p>◇年齢が高まるにつれて興味が高まる傾向を示しており、60 代以上では 42.9%の人が興味を持っている。</p> <p>◇これまで板橋区にはそれほど行ったことのない人(38.9%)の興味も高い。</p>	
目標	<p>◎区内外の住民から支持される、板橋発の商品の確立(知名度、販売額等の向上)</p>	
アクションプラン(案)		
タイトル①	「プレミアム板橋」認定基準の設定	
内容	板橋の地元商品の中でも特に全国に発信していきたい「プレミアム板橋」づくりに向けた、選定基準を設定する。商品全体の底上げを図る。	
体制	板橋いっぴん会、各商店、第三者委員会	
【→ヒアリング】	◇「板橋のいっぴん」の品質を高めるために、現在の品揃えについて検討する必要がある。	
【→消費者調査】	<p>◇14.1%の人が興味を持っている。</p> <p>◇ほぼ全ての年代で 14%程度の興味を持っており、板橋区内居住者(24.0%)の興味が非常に高い。</p>	
タイトル②	プレミアム板橋を活用した「板橋セレクション」の作成	
内容	「プレミアム板橋」を集めたセット商品「板橋セレクション」をつくる。お土産やお中元・お歳暮等に活用してもらい、板橋のいっぴん等地元商品のPRを	

	図る。
体制	板橋いっぴん会、各商店
【→消費者調査】	◇12.9%の人が興味を持っている。 ◇40代(15.9%)の興味が高く、主に板橋区に居住をしている(いた)人(24.6%)の興味が高い。
タイトル③	<b>プレミアムグランプリ(仮称)の開催</b>
内容	消費者による板橋の地元商品のコンテストを開催。優劣を競うのではなく、イベント開催により、板橋のいっぴん等地元商品のPRを行う。併せて、消費者の反応により商品全体の底上げを狙いとする。
体制	板橋いっぴん会、各商店、消費者、行政
【→消費者調査】	◇16.6%の人が興味を持っている。 ◇30代の興味が高く21.4%、訪問頻度が高いほど興味が高い傾向となっている。
取り組みにあたっての課題等	△地域の人々に親しまれている食品を認定し、地元商店の、区内商業活性化の取り組みへの参入機会拡大に貢献している「板橋のいっぴん」を、板橋いっぴん会の合意のもと、重点的に全国に発信し売り出しているという方法論、市場に浸透させていくというマーケティングの形としての「プレミアム板橋」の位置づけの明確化(板橋いっぴん会との綿密な協議・調整が必要)

■ 伝統や文化、店・まち【店・商店街】

ブランドコンセプト	江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿
<p>背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)</p>	<p>○板橋宿は中山道の江戸から数えて第一の宿場町であり、川越街道への起点でもあったことから、交通の要衝として多くの人物・物が往来し、大いに繁栄した。</p> <p>○板橋宿は、それぞれに名主が置かれた3つの宿場の総称であり、上宿(かみ-しゆく。現在の本町)、仲宿(なか-しゆく。現在の仲宿)、平尾宿(ひらお-しゆく。現在の板橋)があった。</p> <p>○明治以降、鉄道等の交通網の発達や交通インフラの多様化等により、従来の中山道としての役割が薄れていったことから、宿場としての機能は低下していった。</p> <p>○明治17年の大火や関東大震災等により当時の木造物は残っておらず、「中山道」の宿場町としての面影は、ほとんど見られない。本陣跡や脇本陣跡の石碑が建てられているのみである。</p> <p>○かつての宿場町には、現在、商店街が続いているが、消費者ニーズの多様化や後継者問題、郊外への大型店舗の進出等により、大変厳しい状況下に置かれている。さらに、商店街間の連携も行われていない。</p> <p>○一方、再開発事業により中山道に特化した公園整備や電線類の地中化など、「中山道」を一つの起爆とした活性化の動きが出てきている。</p>
<p>【→ヒアリング】</p>	<p>◇平成13年の「板橋縁宿」の取り組み以降、区としても積極的な取り組みが行われるようになってきた。</p> <p>◇再開発事業で整備される公園内には、シンボルとなる木(しだれ桜)を植える。中山道終着点の京都・醍醐寺から持ってくる。</p>
<p>概要</p>	<p>中山道沿いで最大級の規模を誇った「板橋宿」をコンセプトとして、「歴史」と「商業」の両面から、板橋区内の商店街の活性化に向けたモデルとして、ブランド構築を検討していく。</p>
<p>【→ヒアリング】</p>	<p>◇やる気のある人物の確保と育成が必要。</p> <p>◇板橋宿は貴重な歴史資源だが、観光と結びつけるのは難しい。石神井川等他の資源との組み合わせを提案。</p> <p>◇商店街の賑やかにする仕掛けは、積極的に行う専従スタッフの確保が不可欠。片手間でできるものではない。</p> <p>◇社会情勢である「少子高齢化」に対応した取り組みが必要。</p> <p>◇商店街には生鮮三品が不可欠(野菜、魚、肉)。デパートとの棲み分けが必要。</p> <p>◇街道といえば、「東海道」の方が強い。中山道の魅力を探し、発信することが重要。</p>
<p>【→消費者調査】</p>	<p>◇28.4%の人が興味を持っている。</p>

	<p>◇60 代以上の興味が他のコンセプトと比べて最も高く 49.4%となっており、60 代以上の約半数が本コンセプトに興味を持っている。</p> <p>◇板橋区に住んでいる人はもちろん、板橋区に行くことがある人(「よく行く」:39.0%、「行ったことがある」:39.4%)の興味が高いことが特徴的でもある。</p>
目 標	<p>◎板橋宿としての歴史背景を活かした商店街の形成(空き店舗の減少、来街者の増加等)</p> <p>◎板橋宿あるいは商店街振興に向けた中心人物の確保・育成</p>
アクションプラン(案)	
タイトル①	<b>「中山道 69 次<sup>+2</sup> アンテナショップ(仮称)」の設置</b>
内 容	中山道色を出すため、空き店舗等を活用して、中山道全宿場(69 <sup>+2</sup> )の特産品等の展示・販売を行うアンテナショップを設置。(手法は、ハッピーロード大山商店街の「全国ふる里 ふれあいショップ『とれたて村』」等を踏襲)
体 制	商店街、各宿場(行政、商工会議所・商工会等)、行政
【→ヒアリング】	<p>◇空き店舗対策として、施設運営の円滑化に向けた検討が必要。</p> <p>◇ハッピーロード大山商店街の「とれたて村」の場合、区からの呼びかけに応じた 30 地域に対して商店街としてプレゼンをした結果、9 市町村に賛同していただいて始まった。</p> <p>◇ハッピーロード大山のとれたて村で扱っている 9 つの自治体の野菜が売れているという。この 9 つの自治体と板橋区内の商店街との都市間交流による新たな商品開発は、新たな板橋ブランドになるのではないかな。</p> <p>◇そういう意味では、中山道という枠の中における都市間交流は面白い。</p>
【→消費者調査】	<p>◇19.6%の人が興味を持っている。</p> <p>◇60 代以上の興味が非常に高く、35.1%。</p> <p>◇住んでいたり、住んでいた人よりも、板橋区内に行くことがある人の興味が高く、31.8%となっている。</p>
タイトル②	<b>板橋ウォーキング大会等、板橋宿に関するイベントの実施</b>
内 容	各商店街等とのコラボによるウォーキング大会を実施する。 ex) 巣鴨～板橋、蕨～板橋(共に中山道)、川越～板橋(川越街道)
体 制	観光ボランティア、商店街、行政
【→ヒアリング】	<p>◇単発イベントではなく、継続的なイベントの検討・実施。</p> <p>◇ハッピーロード大山商店街では、年間 110 回ほど観光事業(イベント)を開催している。この「継続」が強みであり、大事である。</p> <p>◇都商連が行っている、2 区にまたがった取り組みに対する 100%補助の支援の活用(豊島区・巣鴨と板橋区・板橋宿)。</p>
【→消費者調査】	<p>◇19.9%の人が興味を持っている。</p> <p>◇50 代以上の興味が高く、60 代以上では 35.1%の人が興味を持って</p>

	<p>る。</p> <p>◇これまで訪問したことのない人に対しても興味を持ちやすい可能性がある(「通過したことがある」:21.0%)。</p>
タイトル③	「中山道板橋宿オリジナル商品」の開発
内容	板橋宿または旧板橋宿を構成する商店街の中山道色を強めるため、各商店ごとに板橋宿をPRするようなオリジナル商品の開発を実施する。
体制	商店街、各商店、行政
【→消費者調査】	<p>◇15.1%の人が興味を持っている。</p> <p>◇特に 60 代以上の興味が高く 25.1%、訪問頻度として「よく行く」が 24.4%の高い興味を持っている。</p>
取り組みにあたっての課題等	<p>△取り組みを引っ張っていくリーダーの確保および未来のリーダー候補の育成</p> <p>△再開発事業により中山道に特化した公園整備や電線類の地中化など、「中山道」を一つの起爆とした活性化の動きを視野に入れた事業スケジュールの検討と実行。</p> <p>△他都市(中山道沿いの市区町村、周辺区等)との連携に向けた協議・調整</p>

■ 店・まち、食・農【店・商店街、食】

ブランドコンセプト	スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち
背景(地域資源、歴史、これまでの取り組み等)	<p>○板橋には食品関係の工場が多い。</p> <p>○区内にはエスビー食品のスパイスセンターがあり、「エスビー通り」呼ばれる通りもある。かつては通りにカレーの匂いが広がっていたと言う。</p> <p>○エスビー食品のスパイスセンター内にはスパイス博物館やスパイス神社(青森県弘前市:旧鬼沢村より分祀)がある。</p> <p>○また、区内にはソースメーカーや香辛料(スパイス)加工メーカーなども多数存在している。</p> <p>○一方、板橋区内にはカレー屋が多く、大根カレーを古くから提供するお店や板橋 3 大カレーと呼ばれる個性的なカレー屋(バングラデシュ人やネパール人が経営)も存在している。</p>
概要	エスビー食品をはじめとした食品企業が板橋で培ったスパイス技術を生かした板橋オンリー1 のスパイス等を開発し、そのスパイスを活用した商品展開で板橋ブランドの構築を検討していく。
【→ヒアリング】	<p>◇レトルトカレーを作って欲しいという話は良くある。しかし、これは最低ロット 2 万個。ただし、スパイスならば小ロットでも対応可能である。</p> <p>◇区民からアイデアを頂いて開発するシーズニング・スパイスなども面白い。</p> <p>◇ラーメン屋あるいはカレー屋等と商業ベースでコラボして、開発した板橋スパイスを活用してもらおう。</p> <p>◇取り組みとしては大変面白いが、あまりエスビー色を出すと利益主義と勘違いされてしまうので、そこは留意したい。</p> <p>◇住民本位が大事。例えば「板橋カレーとはどんなもの?」とメニューを区のHP上で公募し、ブログ上で公開していくなど。</p>
【→消費者調査】	<p>◇22.4%の人が興味を持っている。</p> <p>◇どの年代も 20%前後の人が興味を持っているものの、特に 30 代(25.4%)の興味が高い。</p>
目 標	<p>◎企業間コラボレーションによる、板橋オリジナルのスパイスの製造・販売</p> <p>◎区内の各業界の産業振興</p>
アクションプラン(案)	
タイトル①	<b>各商店ごとのオリジナルスパイス商品の開発</b>
内 容	板橋区全体で「スパイスの効いたまち」をPR・浸透させるため、各商店(または商店街)ごとに、オリジナルスパイスを活用した商品を開発する。
体 制	地元企業、飲食店、商店街、行政
【→消費者調査】	<p>◇21.6%の人が興味を持っている。</p> <p>◇30 代(25.8%)の興味が高く、来訪頻度が少ない人も興味を持って</p>

	いる(「行くことがある」:24.2%、「行ったことがある」:25.3%)
タイトル②	<b>板橋スパイスコンテスト(仮称)の実施</b>
内 容	各商店や区内外の住民からオリジナルなスパイスを募集する「板橋スパイスコンテスト(仮称)」を実施。最優秀スパイスに選ばれたものは、商品化のチャンス!?
体 制	地元食品企業(エスピー食品等)、商店街、飲食店、行政
【→消費者調査】	◇9.0%の人が興味を持っている。 ◇特に 30 代(11.5%)の興味が高い。
タイトル③	<b>スパイスメーカーによる板橋オンリーワンのスパイスの開発</b>
内 容	地元食品企業間等とのコラボレーションによるスパイスの開発
体 制	地元食品企業(エスピー食品、その他食品企業ほか)、行政
【→消費者調査】	◇15.2%の人が興味を持っている。 ◇年代が若いほど興味が高い傾向を示しており、20 代以下の興味は 16.8%。住んでいる人だけでなく、来訪頻度の少ない人も興味を示している(「行ったことがある」:17.9%、「行くことがある」:16.7%)。
タイトル④	<b>開発スパイスを活用したコラボ商品(地元農産品、地元企業等)</b>
内 容	板橋オンリー1 のスパイスを活用した各種加工品の開発・製造・販売の実施。地元食材のみで構成された商品の開発(地産地消の推進)。
体 制	地元食品企業(エスピー食品ほか食品加工企業)、農業従事者、飲食店、商店街等
【→ヒアリング】	◇「板橋発の新フード 板(イタ)飯」との連携になるが、オリジナルの板橋のスパイスを使った「板(イタ)飯」をメニューとして提供している店舗を増やすことおよび店舗のマップ化・スタンプラリーの実践など提案。
【→消費者調査】	◇10.3%の人が興味を持っている。 ◇特に 40 代(13.4%)の興味が高い。
取り組みにあたっての課題等	△地元企業との協力体制(板橋企業コンソーシアム)の確立(特に、核企業となるエスピー食品との協議・検討)。

その他	
【→ヒアリング】	<p>◇住民に支持されるような計画(内容)が必要。</p> <p>◇板橋は、全体的に物価が安いことから、高級なものは売りにくい現状。</p> <p>◇板橋区は、大和町交差点等の大気汚染などの背景より、環境問題に積極的に取り組んでいる。(緑のカーテンなど)今後のブランド戦略の方向性として、「環境」は入れても良いのではないかという提案。</p> <p>◇東京 23 区の中で、学校給食に地域野菜を取り入れるなど、「食育」を熱心に取り組んでいる。帝京大病院や日大病院等の医療施設が豊富であることを踏まえ、「健康」をキーワードに良いイメージを印象付けるのはどうか。</p> <p>◇板橋区全体におけるグランドデザインを検討する考えのほかに、地域別(赤塚地区、高島平地区等)に地域特性が異なることから、こうした地域別のブランドづくりなども面白い。</p>
【→コメント】	<p>◇JR 板橋駅前の再開発「プラウドシティ池袋本町」。全 785 戸のマンション。コンセプトは「ターミナル」、「芸術」、「文教」。このプロジェクトにより、板橋区のイメージは大きく転換する可能性もあり、これにあわせたブランド戦略も必要ではないか。</p>



## 8-2 今後の課題

前項において板橋区における地域ブランド戦略についてブランドコンセプト（案）およびアクションプラン（案）を導き出したが、次年度以降板橋区として、より具体的な地域ブランド戦略を推進していくにあたっては、以下のような課題が挙げられる。

### ◎板橋ブランド戦略の方向性の明確化

今回示した複数の方向性を受けて、今後これらを評価する区内外の「住民」に支持されるような方向性を明確にする必要がある。

つまりこうした取り組みを進めていくにあたっては、行政だけが先行するのではなく、企業、各種団体、教育機関、行政、そして区民等による一体的な取り組みが必要であり、こうした団体等で構成された「ブランド推進協議会（仮称）」を立ち上げ、様々な意見や考えをブランド推進に活かさなければならない。

また将来的な目標として、「板橋区」が持つ都市イメージを高め、ひいては交流・定住人口の増加などに結びつくような、さらには「板橋」と聞いて「〇〇〇」と浮かぶような、「板橋のブランド化」が明確になるような方向性を示す。

### ◎民主導の体制づくりと人材の確保

現在は行政主導で取り組みは始めている地域ブランド戦略であるが、行政の手元から離れて民間主導で取り組み、行政は側面からバックアップするスタンスが望ましい。体制としては、民間と行政による「板橋企業コンソーシアム」の確立などが考えられる。

さらに、積極的に取り組む「リーダー」を確保するあるいは育成することが必要である。こうした「民間と行政の協働体制」や「リーダー等の人材確保・育成」については、取り組み初期の段階では、行政が場を提供するなどのきっかけづくりを行い、その後は民主導による取り組みが望ましい。

### ◎できるところから実施

検討した結果について、実行前に「できる・できない」という可能性を議論するだけでなく、まずは「とにかくできるところからやっ払いこう」という強い気持ちで実施していくことも必要である。

実行過程において様々な課題が惹起されることもあるが、試行錯誤を重ねながら一歩ずつ前に進んでいくことも重要である。

### ◎継続的な取り組みの実施

今回、本共同調査研究では、「磨けば光るモノ」や「自慢できるモノ」などを抽出することを目的に、区内の事業者へのアンケートを実施したが、このような調査やヒアリング等を今後も継続して行うなどの地道な努力も必要である。

特に、ブランドの創設・推進は、一朝一夕にはできないものであり、試行錯誤しつつ、時には失敗をすることもある。つまり、これまでの行政主導による一般的な計画とは一線を画して、年次計画等を記載するのではなく、PDCAサイクルの中でブランドを弾力的に構築していけるような、地道であるが継続的な取り組みが必要である。

### ◎マスメディアの活用

こちらからマスメディアに仕掛けることも重要だが、逆にマスメディアから飛びついてくるような方向性とコンテンツを検討することが必要である。

### ◎異業種連携、地域間連携による取り組みの継続化

行政単独や一地域のみといった単体での取り組みは限界があることから、異業種あるいは地域間の連携による取り組みを検討すると同時に、その取り組みの継続化がやがてブランドとして認知されることを念頭に置く必要がある。

板橋区では、金沢市など先進都市との交流もある。昨年誕生した板橋ブランドいも焼酎「いたばし八丈百万石」のように交流都市のブランドイメージを板橋に活用することも取り組みのひとつである。

また、現在の交流の有無に係わらず、ブランド先進地域の自治体や団体の取り組みを学んでいくことが大切である。

### ◎板橋区庁内の一体的な体制づくり

本調査研究は、本区の産業振興の側面から、地域資源の掘り起こし・評価・活用等のブランド戦略を検討したものであるが、現在、本区では文化・芸術振興ビジョンの策定等、新たな振興施策についても検討が進められており、今後は庁内関係各課の連携・調整を図りながら、本区全体のブランド戦略を視野に入れ、一体的な体制による取り組みを進めることが重要である。

### ◎さらなるブランド戦略の検討の方向性

板橋区は全国でも有数のモノづくりのまちであり歴史も有している。その中にはナンバーワン企業やオンリーワン企業など、世界に誇れる企業が多く、まさに「産業区」と言える。本調査研究では、「モノづくりのまち」の観点から板橋区としてのブランド戦略を検討したが、一方で「生活しやすいまち」や「環境のまち」「福祉のまち」としての顔があり、またアンケートやヒアリング結果の中にもあったように、医療施設の充実等、安心して生活できる環境を備えた、リソースフルシティ（資源豊かな都市）と呼ぶに相応しい地域特性を有している。

今後は前述の「板橋区庁内の一体的な体制づくり」に記載したように、庁内関係各課との連携・調整を図りながら、例えば「環境」や「健康」といった面からのブランド戦略についても検討していくことが必要である。



## 參考資料



参-1

消費者アンケート調査結果  
「板橋ブランドに関するイメージ調査」



## 目次

調査概要	108
<hr/>	
回答者属性	
F1 年代	109
F2 性別	109
F3 婚姻	110
F4 居住地	111
<hr/>	
調査結果	
Q1	112
Q2	113
Q3	114
Q4	115
Q5	116
<hr/>	
Q6	117
Q7	119
Q9	121
Q10	122
<hr/>	
Q11	127
Q12	132
Q13	134
Q14	135
Q15	137
<hr/>	
自由意見	138
<hr/>	
調査票	152
<hr/>	



## 調査概要

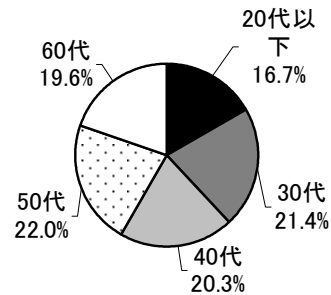
調査名	板橋ブランドに関するイメージ調査	
調査手法	インターネット調査	
調査対象者	全国のインターネットユーザー(登録数約200万人) 20代以下、30代、40代、50代、60代以上にほぼ同数ずつ配信 (20代以下には、18歳～19歳を含む) 板橋区居住者 周辺市区居住者(北区・練馬区・豊島区・和光市・戸田市) 上記以外、関東居住者 関東以外、全国 を250サンプルずつ抽出	
有効回収数	合計	1,178 人
	板橋区居住者	300 人
	周辺市区居住者	296 人
	上記以外、関東居住者	295 人
	関東以外、全国	287 人
設問数	本調査17問	
日程	12月4日 調査票確定 12月7日 調査開始 12月9日 調査終了 12月18日 調査結果納品	
調査実施	ブランド総合研究所	

回答者属性

F1 年代

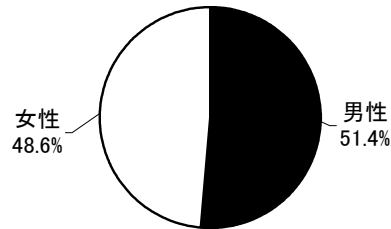
N=1178	人数	%
20代以下	197	16.7
30代	252	21.4
40代	239	20.3
50代	259	22.0
60代	231	19.6
合計	1178	100.0

平均年齢 45.4歳



F2 性別

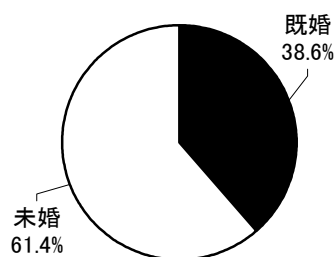
N=1178	人数	%
男性	605	51.4
女性	573	48.6
合計	1178	100.0



N=1178	サンプル数	年代						(平均年齢)	性別	
		20代以下	30代	40代	50代	60代以上	男性		女性	
全体	1178	16.7	21.4	20.3	22.0	19.6	45.4	51.4	48.6	
年代	20代以下	197	100.0	0.0	0.0	0.0	25.5	47.2	52.8	
	30代	252	0.0	100.0	0.0	0.0	35.0	52.8	47.2	
	40代	239	0.0	0.0	100.0	0.0	43.9	49.8	50.2	
	50代	259	0.0	0.0	0.0	100.0	54.0	50.2	49.8	
	60代	231	0.0	0.0	0.0	0.0	65.9	56.3	43.7	
性別	男性	605	15.4	22.0	19.7	21.5	21.5	46.2	100.0	0.0
	女性	573	18.2	20.8	20.9	22.5	17.6	44.6	0.0	100.0
居住地	北海道・東北	49	26.5	24.5	18.4	20.4	10.2	40.7	44.9	55.1
	関東	891	14.8	21.7	20.9	22.8	19.9	46.1	50.6	49.4
	中部	87	26.4	17.2	20.7	26.4	9.2	41.9	59.8	40.2
	近畿	100	18.0	22.0	17.0	13.0	30.0	45.8	49.0	51.0
	中国・四国	31	29.0	19.4	9.7	22.6	19.4	42.5	61.3	38.7
	九州・沖縄	20	10.0	20.0	30.0	15.0	25.0	46.9	60.0	40.0
結婚	既婚	455	34.3	27.0	18.2	13.2	7.3	37.8	54.3	45.7
	未婚	723	5.7	17.8	21.6	27.5	27.4	50.2	49.5	50.5
職業	会社員・会社役員	421	15.2	31.4	23.8	23.3	6.4	42.1	68.9	31.1
	公務員・団体役員・職員	53	17.0	28.3	24.5	24.5	5.7	42.4	64.2	35.8
	自営業・自由業	149	4.7	17.4	22.8	30.9	24.2	50.1	71.1	28.9
	専業主婦	214	10.3	20.6	22.4	24.8	22.0	47.2	0.9	99.1
	学生	40	92.5	5.0	0.0	0.0	2.5	23.5	52.5	47.5
	パート・アルバイトなど	154	25.3	15.6	18.8	23.4	16.9	43.6	29.2	70.8
	無職	128	12.5	6.3	9.4	7.8	64.1	57.3	75.8	24.2
	その他	19	15.8	5.3	15.8	15.8	47.4	53.4	52.6	47.4

F3 婚姻

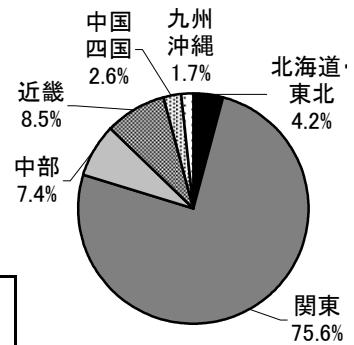
N=1178	人数	%
既婚	455	38.6
未婚	723	61.4
合計	1178	100.0



N=1178		サンプル数	既婚	未婚
全体		1178	38.6	61.4
年代	20代以下	197	79.2	20.8
	30代	252	48.8	51.2
	40代	239	34.7	65.3
	50代	259	23.2	76.8
	60代	231	14.3	85.7
性別	男性	605	40.8	59.2
	女性	573	36.3	63.7
居住地	北海道・東北	49	40.8	59.2
	関東	891	38.4	61.6
	中部	87	43.7	56.3
	近畿	100	36.0	64.0
	中国・四国	31	38.7	61.3
	九州・沖縄	20	35.0	65.0
結婚	既婚	455	100.0	0.0
	未婚	723	0.0	100.0
職業	会社員・会社役員	421	48.0	52.0
	公務員・団体役員・職員	53	34.0	66.0
	自営業・自由業	149	37.6	62.4
	専業主婦	214	4.7	95.3
	学生	40	97.5	2.5
	パート・アルバイトなど	154	41.6	58.4
	無職	128	43.8	56.3
	その他	19	52.6	47.4

F4 居住地

	人数	%
北海道・東北	49	4.2
関東	891	75.6
中部	87	7.4
近畿	100	8.5
中国・四国	31	2.6
九州・沖縄	20	1.7
合計サンプル数	515	100

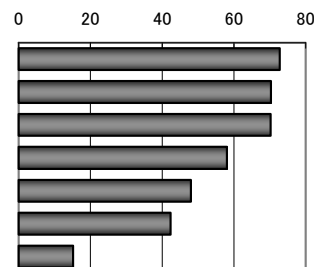


N=1178		サンプル数	北海道・東北	関東	中部	近畿	中国・四国	九州・沖縄
全体		1178	16.7	21.4	20.3	22.0	19.6	45.4
年代	20代以下	197	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.5
	30代	252	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	35.0
	40代	239	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	43.9
	50代	259	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	54.0
	60代	231	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	65.9
性別	男性	605	15.4	22.0	19.7	21.5	21.5	46.2
	女性	573	18.2	20.8	20.9	22.5	17.6	44.6
居住地	北海道・東北	49	26.5	24.5	18.4	20.4	10.2	40.7
	関東	891	14.8	21.7	20.9	22.8	19.9	46.1
	中部	87	26.4	17.2	20.7	26.4	9.2	41.9
	近畿	100	18.0	22.0	17.0	13.0	30.0	45.8
	中国・四国	31	29.0	19.4	9.7	22.6	19.4	42.5
	九州・沖縄	20	10.0	20.0	30.0	15.0	25.0	46.9
結婚	既婚	455	34.3	27.0	18.2	13.2	7.3	37.8
	未婚	723	5.7	17.8	21.6	27.5	27.4	50.2
職業	会社員・会社役員	421	15.2	31.4	23.8	23.3	6.4	42.1
	公務員・団体役員・職員	53	17.0	28.3	24.5	24.5	5.7	42.4
	自営業・自由業	149	4.7	17.4	22.8	30.9	24.2	50.1
	専業主婦	214	10.3	20.6	22.4	24.8	22.0	47.2
	学生	40	92.5	5.0	0.0	0.0	2.5	23.5
	パート・アルバイトなど	154	25.3	15.6	18.8	23.4	16.9	43.6
	無職	128	12.5	6.3	9.4	7.8	64.1	57.3
その他	19	15.8	5.3	15.8	15.8	47.4	53.4	

板橋区および周辺市区の認知度

Q1 あなたは東京都および埼玉県の以下の区や市を知っていますか。  
知っている区や市をいくつでもお選びください。

市区名	人口(人)	面積(km2)	人口密度(人/km2)	人数	%
板橋区	536,768	32.2	16,685	858	72.8
練馬区	713,769	48.2	14,821	828	70.3
豊島区	261,986	13.0	20,137	827	70.2
北区	334,649	20.6	16,253	685	58.1
和光市	80,208	11.0	7,265	566	48.0
戸田市	122,039	18.2	6,717	500	42.4
どこも知らない	-	-	-	179	15.2



※2009.11 推計人口

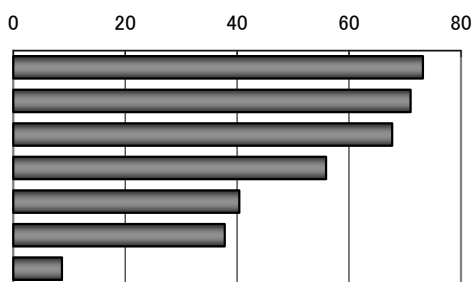
N=1178		サンプル数	板橋区	豊島区	北区	練馬区	戸田市	和光市	どこも知らない
全体		1178	72.8	70.2	58.1	70.3	42.4	48.0	15.2
年代	20代以下	197	70.1	65.5	54.8	71.1	33.0	45.7	17.8
	30代	252	77.4	75.0	64.7	76.6	48.4	57.1	10.7
	40代	239	77.8	73.6	60.7	69.0	49.8	51.5	13.0
	50代	259	74.5	73.7	61.8	71.4	45.6	47.5	15.4
	60代	231	63.2	61.5	47.2	62.8	32.9	37.2	19.9
性別	男性	605	73.4	70.1	61.0	71.9	45.8	50.7	14.5
	女性	573	72.3	70.3	55.1	68.6	38.9	45.2	15.9
居住地	北海道・東北	49	44.9	38.8	36.7	46.9	10.2	16.3	46.9
	関東	891	82.4	80.7	68.5	77.9	53.2	59.1	5.2
	中部	87	50.6	43.7	28.7	48.3	12.6	18.4	42.5
	近畿	100	37.0	29.0	19.0	49.0	7.0	10.0	46.0
	中国・四国	31	48.4	45.2	29.0	41.9	3.2	9.7	48.4
	九州・沖縄	20	30.0	40.0	20.0	35.0	10.0	10.0	60.0
結婚	既婚	455	73.6	72.7	59.8	73.2	41.3	49.9	13.4
	未婚	723	72.3	68.6	57.1	68.5	43.2	46.9	16.3
職業	会社員・会社役員	421	78.6	75.3	66.0	77.0	52.5	56.1	11.6
	公務員・団体役員・職員	53	79.2	71.7	64.2	69.8	45.3	60.4	11.3
	自営業・自由業	149	81.2	80.5	67.1	77.9	54.4	59.7	8.7
	専業主婦	214	65.0	65.4	48.1	62.6	33.6	36.9	21.5
	学生	40	67.5	57.5	47.5	62.5	15.0	37.5	15.0
	パート・アルバイトなど	154	67.5	64.9	52.6	63.6	33.8	43.5	19.5
	無職	128	63.3	59.4	47.7	63.3	29.7	31.3	21.1
	その他	19	68.4	68.4	47.4	68.4	31.6	42.1	10.5

・板橋区の認知度が72.8%で最も高い。次いで練馬区(70.3%)、豊島区(70.2%)が7割程度の認知度で続き、北区(58.1%)が約6割であった。埼玉県の和光市(48.0%)と戸田市(42.4%)は都内の23区に比べると認知度は低い。  
・板橋区は、30代から50代の認知度が高く、関東居住者の8割以上が認知している。関東以外の居住地においても認知度は3割以上あり、周辺の市区に比べると板橋区の認知度は高いことがわかる。

板橋区および周辺市区の来訪経験

Q2 あなたは東京都および埼玉県の以下の区や市を訪れたことがありますか。  
訪れたことのある(住んでいるを含む)区や市をいくつでもお選びください。

(複数回答可)	人数	%
豊島区	731	73.2
板橋区	709	71.0
練馬区	676	67.7
北区	558	55.9
和光市	404	40.4
戸田市	378	37.8
どこも訪れたことがない	87	8.7



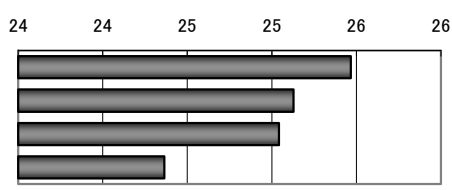
N=999		サンプル数	板橋区	豊島区	北区	練馬区	戸田市	和光市	どこも知らない
全体		999	71.0	73.2	55.9	67.7	37.8	40.4	8.7
年代	20代以下	162	61.1	69.1	47.5	59.3	25.9	35.8	16.0
	30代	225	68.9	72.9	55.1	68.0	43.6	43.1	8.4
	40代	208	73.1	75.0	56.7	66.3	42.3	40.9	8.7
	50代	219	79.0	79.0	64.4	74.9	43.8	43.8	4.6
	60代	185	70.3	68.1	53.0	67.6	29.2	36.8	7.6
性別	男性	517	72.3	73.9	60.2	70.8	43.3	45.6	8.3
	女性	482	69.5	72.4	51.2	64.3	32.0	34.9	9.1
居住地	北海道・東北	26	38.5	34.6	23.1	38.5	7.7	11.5	38.5
	関東	845	78.9	80.7	62.8	74.1	43.3	46.3	2.2
	中部	50	28.0	40.0	16.0	32.0	10.0	8.0	38.0
	近畿	54	24.1	20.4	13.0	31.5	7.4	5.6	53.7
	中国・四国	16	18.8	18.8	18.8	18.8	0.0	12.5	50.0
九州・沖縄	8	25.0	75.0	37.5	50.0	12.5	12.5	25.0	
結婚	既婚	394	68.3	73.4	53.6	65.7	35.0	40.9	9.9
	未婚	605	72.7	73.1	57.4	68.9	39.7	40.2	7.9
職業	会社員・会社役員	372	74.7	75.3	61.0	73.7	46.2	44.4	7.8
	公務員・団体役員・職員	47	74.5	72.3	59.6	66.0	31.9	53.2	8.5
	自営業・自由業	136	81.6	83.8	66.2	75.0	51.5	55.9	3.7
	専業主婦	168	62.5	70.8	44.0	61.9	26.8	27.4	10.1
	学生	34	52.9	64.7	38.2	44.1	11.8	29.4	14.7
	パート・アルバイトなど	124	67.7	70.2	54.0	59.7	31.5	38.7	12.1
	無職	101	67.3	62.4	51.5	65.3	28.7	27.7	9.9
	その他	17	58.8	70.6	41.2	58.8	23.5	35.3	11.8

・板橋区を認知している人のうち、約7割(71.0%)が板橋区に行ったことがあると回答している。  
 ・周辺市区では、豊島区に訪れたことがあるとした人が73.2%で最も多く、次いで板橋区、練馬区(67.7%)、北区(55.9%)、和光市(40.4%)、戸田市(37.8%)が続く。  
 ・板橋区に訪れたことがあるとした人の割合は、年齢を追うごとに高まっていき、50代では8割近くの人が来訪している。  
 ・来訪割合が最も高い豊島区と板橋区の来訪者を比較すると、20代以下や30代、学生や専業主婦などの来訪割合が豊島区よりも低い。

現在の居住地

Q3 あなたのお住まいはどこですか。あてはまる場所をお選びください。

(複数回答可)	人数	%
板橋区	300	25.5
周辺市区(豊島区、北区、練馬区、戸田市、和光市)	296	25.1
上記以外関東	295	25.0
上記以外全国	287	24.4



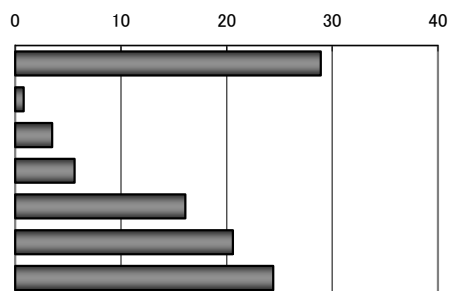
N=1178		サンプル数	【東京都内】板橋区	【東京都内】豊島区	【東京都内】北区	【東京都内】練馬区	【東京都内】上記以外の区	【東京都内】23区外	【埼玉県】戸田市	【埼玉県】和光市	【埼玉県】上記以外の市町村	【関東】左記以外市町村	【全国】左記以外市町村
全体		1178	25.5	4.6	6.3	12.2	5.2	3.1	1.1	0.9	4.6	12.3	24.4
年代	20代以下	197	25.4	4.1	7.6	8.1	4.6	0.5	0.5	1.0	4.1	11.2	33.0
	30代	252	27.4	5.6	6.3	11.9	4.0	2.0	2.4	1.6	2.0	13.5	23.5
	40代	239	27.2	2.9	5.9	14.2	5.0	4.2	0.8	0.4	5.0	12.0	22.2
	50代	259	26.6	3.9	6.6	14.7	5.4	3.1	1.2	1.2	5.0	10.9	21.6
	60代	231	20.3	6.5	5.2	11.3	6.9	5.2	0.4	0.4	6.9	13.4	23.4
性別	男性	605	26.1	4.5	6.6	12.7	5.0	2.1	0.8	0.8	4.5	11.4	25.4
	女性	573	24.8	4.7	5.9	11.7	5.4	4.0	1.4	1.0	4.7	13.0	23.2
居住地	北海道・東北	49	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	関東	891	33.7	6.1	8.3	16.2	6.8	4.0	1.5	1.2	6.1	16.2	0.0
	中部	87	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	近畿	100	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
	中国・四国	31	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
九州・沖縄	20	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	
結婚	既婚	455	27.3	5.7	7.0	12.1	4.8	2.2	0.7	0.9	4.4	10.2	24.8
	未婚	723	24.3	3.9	5.8	12.3	5.4	3.6	1.4	1.0	4.7	13.5	24.1
職業	会社員・会社役員	421	31.1	4.5	6.4	11.2	4.8	2.1	1.9	0.7	3.1	11.1	23.1
	公務員・団体役員・職員	53	30.2	7.5	5.7	13.2	1.9	0.0	0.0	3.8	1.9	9.5	26.4
	自営業・自由業	149	26.2	7.4	6.7	16.8	7.4	2.7	0.0	0.7	5.4	10.2	16.8
	専業主婦	214	17.3	3.7	5.6	9.8	6.5	5.1	1.4	0.5	6.1	18.2	25.6
	学生	40	32.5	5.0	2.5	5.0	5.0	2.5	0.0	0.0	2.5	7.5	37.5
	パート・アルバイトなど	154	20.1	2.6	5.8	16.9	3.2	4.5	0.6	1.9	5.8	12.9	25.1
	無職	128	23.4	2.3	8.6	11.7	4.7	2.3	0.8	0.8	6.3	9.4	29.6
その他	19	15.8	15.8	5.3	5.3	10.5	5.3	0.0	0.0	5.3	15.9	21.1	

・板橋区、周辺市区(北区、練馬区、豊島区、戸田市、和光市)、左記以外の関東、関東を除く全国でほぼ均等になるようにサンプルを回収した。

板橋区への来訪経験

Q4 あなたは板橋区に行くことがありますか(住んでいますか)。  
以下から当てはまるものをひとつだけお選びください。

(複数回答可)	人数	%
板橋区内に住んでいる(住んでいた)	341	28.9
板橋区内に通勤・通学している	10	0.8
板橋区内によく行く	41	3.5
板橋区内に行くことがある	66	5.6
板橋区内に行ったことがある	190	16.1
板橋区内を通過したことがある	243	20.6
板橋区内に行ったことがない	287	24.4



N=1178		サンプル数	住んでいる(住んでいた)	通勤・通学している	よく行く(1回/1週間)	行くことがある(1回/1ヶ月)	行ったことがある(過去1年以内)	通過したことがある	行ったことがない
全体		1178	28.9	0.8	3.5	5.6	16.1	20.6	24.4
年代	20代以下	197	27.9	0.5	3.6	4.6	11.7	14.7	37.1
	30代	252	31.7	1.2	1.2	5.2	16.3	21.0	23.4
	40代	239	31.8	0.8	5.0	5.4	14.6	16.7	25.5
	50代	259	28.6	0.8	3.9	6.6	19.7	23.2	17.4
	60代	231	24.2	0.9	3.9	6.1	17.3	26.4	21.2
性別	男性	605	29.6	0.7	3.5	6.0	18.3	21.0	21.0
	女性	573	28.3	1.0	3.5	5.2	13.8	20.2	27.9
居住地	板橋区	300	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	周辺市区	296	8.1	2.7	13.5	19.6	31.4	20.6	4.1
	その他関東	295	4.7	0.7	0.3	2.4	24.7	40.0	27.1
	その他全国	287	1.0	0.0	0.0	0.3	8.4	22.3	67.9
結婚	既婚	455	29.9	0.4	3.3	5.5	16.7	18.5	25.7
	未婚	723	28.4	1.1	3.6	5.7	15.8	22.0	23.5
職業	会社員・会社役員	421	33.7	1.0	3.3	5.5	18.5	18.3	19.7
	公務員・団体役員・職員	53	34.0	1.9	1.9	3.8	20.8	24.5	13.2
	自営業・自由業	149	31.5	0.7	6.0	10.1	22.1	16.8	12.8
	専業主婦	214	20.6	0.9	2.8	5.6	10.3	25.7	34.1
	学生	40	32.5	0.0	2.5	2.5	0.0	17.5	45.0
	パート・アルバイトなど	154	24.7	1.3	2.6	3.2	14.3	22.7	31.2
	無職	128	28.1	0.0	3.9	3.9	16.4	20.3	27.3
その他	19	15.8	0.0	5.3	15.8	15.8	26.3	21.1	

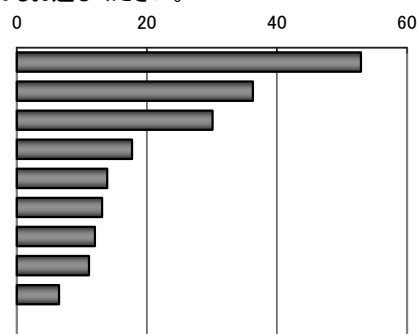
・周辺区の住民が定期的に板橋区内を訪れる割合(通勤・通学している、よく行くを合算した割合)は、16.2%で周辺区から板橋区を訪れる割合はそれほど高くない。  
・現在、周辺市区に居住している人のうち、約8%が以前、板橋区に居住していたとしている。



板橋区への訪問目的

Q5 板橋区に行く目的は何ですか。以下の中から該当するものをいっつでもお選びください。

N=648 (複数回答可)		人数	%
居住してる(していた)		343	52.9
買物をする(した)		235	36.3
食事をする(した)		195	30.1
病院等に通院する(していた)		115	17.7
まつり・イベントを見る(見た)		90	13.9
その他		85	13.1
通勤・通学している(していた)		78	12.0
取引先(工場・営業所など)に行く		72	11.1
観光をする(した)		42	6.5
無回答		0	0.0
合計(来訪者)		648	100.0



N=1178		サンプル数	居住してる(していた)	通勤・通学している(していた)	取引先(工場・営業所など)に行く	病院等に通院する(していた)	買物をする(した)	食事をする(した)	まつり・イベントを見る(見た)	観光をする(した)	その他
全体		648	52.9	12.0	11.1	17.7	36.3	30.1	13.9	6.5	13.1
年代	20代以下	95	57.9	21.1	2.1	18.9	38.9	32.6	15.8	8.4	10.5
	30代	140	56.4	12.1	17.1	18.6	36.4	32.1	17.9	7.1	15.0
	40代	138	55.1	13.8	8.7	18.8	44.2	31.2	16.7	4.3	13.0
	50代	154	50.0	9.7	13.0	17.5	37.0	33.1	11.0	3.9	10.4
	60代	121	46.3	5.8	11.6	14.9	24.0	20.7	8.3	9.9	16.5
性別	男性	351	51.3	11.1	16.8	15.1	35.0	29.3	14.0	7.7	11.1
	女性	297	54.9	13.1	4.4	20.9	37.7	31.0	13.8	5.1	15.5
居住地	板橋区	300	100.0	15.7	3.0	23.7	39.7	35.0	20.3	5.7	0.0
	周辺市区	296	11.2	12.1	13.0	16.1	43.9	30.9	10.3	4.0	24.7
	その他関東	295	16.5	4.1	26.8	7.2	15.5	16.5	5.2	9.3	24.7
	その他全国	287	7.1	0.0	28.6	3.6	10.7	17.9	3.6	25.0	21.4
結婚	既婚	254	53.9	15.7	8.7	18.9	40.6	31.9	13.4	5.5	11.8
	未婚	394	52.3	9.6	12.7	17.0	33.5	28.9	14.2	7.1	14.0
職業	会社員・会社役員	261	55.2	13.4	15.3	16.9	38.3	31.0	17.6	8.0	11.5
	公務員・団体役員・職員	33	51.5	18.2	9.1	27.3	36.4	30.3	9.1	6.1	15.2
	自営業・自由業	105	45.7	10.5	21.9	15.2	31.4	29.5	7.6	3.8	13.3
	専業主婦	86	51.2	5.8	0.0	23.3	43.0	37.2	22.1	7.0	17.4
	学生	15	86.7	13.3	0.0	13.3	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	パート・アルバイトなど	71	53.5	18.3	2.8	12.7	36.6	29.6	9.9	7.0	19.7
	無職	67	52.2	7.5	3.0	19.4	28.4	20.9	10.4	6.0	10.4
	その他	10	40.0	10.0	20.0	20.0	50.0	30.0	0.0	0.0	0.0

・板橋区内に訪れたことのある周辺市区居住者の主な目的は、買物が最も多く43.9%、次いで食事(30.5%)、通院(16.1%)、取引先(13.0%)が続く。

・買物は40代が最も多く、食事は60代を除くほぼ全年代で訪問割合が高い傾向となっている。

・観光やまつり、イベント目的で板橋区に訪れたことのある人の割合は低く、買物や食事、通院などの日常的な活動で板橋区内を訪れている可能性が高い。

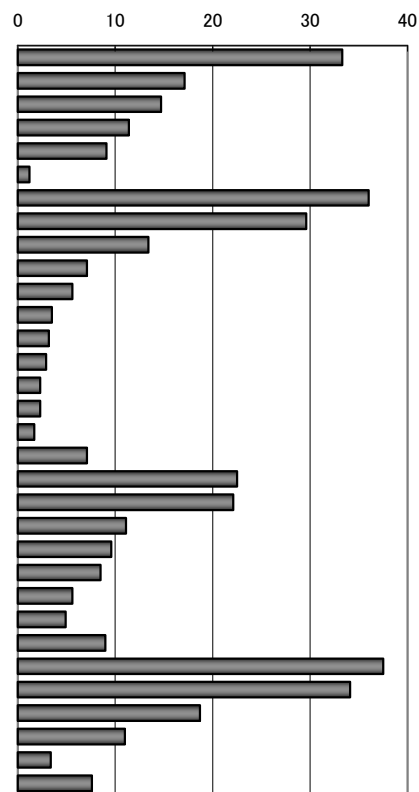
・対象を関東地域居住者に広げると、「取引先に行く」が最も高くなり、日常生活の目的だけでなく、まつりやイベントによる来訪も少なくなっている。

⇒板橋区へ訪問する人の多くは周辺地区居住者の日常生活にかかわる目的とその他地域からの取引先への訪問目的が多い。

板橋区への訪問場所

Q6 板橋区で主に行くところはどこですか。以下より該当するものをいくつでもお選びください。

N=648 (複数回答可)		人数	%
商店街・店	ハッピーロード大山商店街	216	33.3
	上板橋(北口、南口銀座)商店街	111	17.1
	仲宿商店街	95	14.7
	中板橋商店街	74	11.4
	志村銀座商店街	59	9.1
	ファーマーズショップにりん草 その他の商店街や店舗	8 233	1.2 36.0
イベント・祭	いたばし花火大会	192	29.6
	区民まつり	87	13.4
	農業まつり	46	7.1
	赤塚梅まつり	36	5.6
	成増阿波おどり	23	3.5
	サンパin志村	21	3.2
	中板橋へそ祭り	19	2.9
	いたばし産業見本市	15	2.3
	東京・荒川市民マラソンinTABASHI	15	2.3
	田遊び(北野神社、諏訪神社) その他イベントや祭り	11 46	1.7 7.1
文化・観光	石神井川の桜	146	22.5
	東京大仏	143	22.1
	中山道板橋宿	72	11.1
	区立美術館	62	9.6
	郷土資料館	55	8.5
	植村冒険館	36	5.6
	イタリア・ポローニャ絵本館 その他施設や観光	32 58	4.9 9.0
公共・ビジネス	病院	243	37.5
	板橋区役所	221	34.1
	その他の公共施設	121	18.7
	ビジネスの取引先	71	11.0
	大学	22	3.4
	無回答	49	7.6
	合計(来訪者)	648	100.0



N=1178		サンプル数	ハッピーロード大山商店街	仲宿商店街	中板橋商店街	志村銀座商店街	上板橋(北口、南口銀座)商店街	ファーマーズショップにりん草	その他の商店街や店舗	いたばし花火大会	農業まつり	いたばし産業見本市	区民まつり	東京・荒川市民マラソン
全体		648	33.3	14.7	11.4	9.1	17.1	1.2	36.0	29.6	7.1	2.3	13.4	2.3
年代	20代以下	95	28.4	18.9	7.4	8.4	16.8	1.1	41.1	37.9	6.3	3.2	6.3	2.1
	30代	140	30.7	12.1	12.9	6.4	13.6	1.4	35.7	35.0	3.6	0.7	9.3	2.1
	40代	138	35.5	15.2	18.1	10.1	18.8	0.7	38.4	29.7	8.7	4.3	15.2	2.9
	50代	154	31.2	16.2	7.1	7.1	13.6	0.6	34.4	25.3	5.8	0.6	13.6	3.2
	60代	121	40.5	11.6	10.7	14.0	24.0	2.5	31.4	22.3	11.6	3.3	21.5	0.8
性別	男性	351	32.5	16.0	12.8	11.1	18.8	1.1	34.5	26.8	6.6	1.7	13.4	2.3
	女性	297	34.3	13.1	9.8	6.7	15.2	1.3	37.7	33.0	7.7	3.0	13.5	2.4
居住地	板橋区	300	44.0	22.7	18.3	15.0	23.7	2.0	42.7	48.3	13.0	4.7	26.0	4.3
	周辺市区	223	28.7	10.8	5.4	2.7	12.6	0.9	35.4	17.5	2.2	0.4	3.1	0.9
	その他関東	97	16.5	3.1	5.2	7.2	10.3	0.0	21.6	5.2	0.0	0.0	1.0	0.0
	その他全国	28	14.3	0.0	7.1	3.6	7.1	0.0	17.9	10.7	7.1	0.0	3.6	0.0
結婚	既婚	254	33.9	16.5	12.2	7.9	19.3	0.4	35.8	26.0	3.9	0.8	8.3	1.2
	未婚	394	33.0	13.5	10.9	9.9	15.7	1.8	36.0	32.0	9.1	3.3	16.8	3.0
職業	会社員・会社役員	261	33.7	16.1	13.8	10.0	18.0	0.8	37.2	34.9	6.5	2.7	14.9	3.1
	公務員・団体役員・職員	33	27.3	18.2	9.1	0.0	18.2	0.0	33.3	24.2	3.0	0.0	6.1	0.0
	自営業・自由業	105	31.4	13.3	8.6	14.3	19.0	2.9	31.4	17.1	2.9	0.0	10.5	2.9
	専業主婦	86	33.7	10.5	8.1	5.8	11.6	3.5	37.2	39.5	11.6	5.8	15.1	2.3
	学生	15	53.3	33.3	20.0	20.0	13.3	0.0	33.3	26.7	13.3	0.0	13.3	0.0
	パート・アルバイトなど	71	32.4	12.7	8.5	2.8	11.3	0.0	43.7	28.2	7.0	1.4	15.5	1.4
	無職	67	37.3	14.9	13.4	10.4	26.9	0.0	26.9	23.9	11.9	3.0	11.9	1.5
その他	10	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	60.0	10.0	0.0	0.0	10.0	0.0	

N=1178		サンプル数	中板橋へそ祭り	サンバイン志村	成増阿波おどり	赤塚梅まつり	田遊び(北野神社、諏訪神社)	その他イベントや祭り	中山道板橋宿	東京大仏	郷土資料館	区立美術館	植村冒険館	ロイヤリア・ボローニヤ絵本館
全体		648	2.9	3.2	3.5	5.6	1.7	7.1	11.1	22.1	8.5	9.6	5.6	4.9
年代	20代以下	95	1.1	7.4	3.2	5.3	3.2	5.3	5.3	8.4	7.4	5.3	4.2	8.4
	30代	140	4.3	2.1	1.4	2.1	0.0	5.7	8.6	15.0	4.3	6.4	2.1	5.7
	40代	138	4.3	2.2	3.6	4.3	0.7	7.2	9.4	26.1	12.3	12.3	7.2	2.9
	50代	154	2.6	3.2	3.2	5.2	1.3	7.1	9.7	25.3	7.8	11.0	5.2	3.2
	60代	121	1.7	2.5	6.6	11.6	4.1	9.9	22.3	32.2	10.7	11.6	9.1	5.8
性別	男性	351	2.6	3.4	3.1	6.0	2.3	8.0	13.7	21.1	10.0	9.4	7.7	3.4
	女性	297	3.4	3.0	4.0	5.1	1.0	6.1	8.1	23.2	6.7	9.8	3.0	6.7
居住地	板橋区	300	5.7	6.3	4.3	8.7	3.3	9.7	17.3	36.7	15.7	18.0	10.3	8.7
	周辺市区	223	0.4	0.9	3.6	3.1	0.0	5.4	4.9	13.9	2.7	3.6	0.9	0.9
	その他関東	97	1.0	0.0	1.0	1.0	0.0	5.2	7.2	1.0	0.0	0.0	3.1	2.1
	その他全国	28	0.0	0.0	3.6	7.1	3.6	0.0	7.1	3.6	7.1	0.0	0.0	7.1
結婚	既婚	254	1.2	2.0	3.1	2.4	1.2	7.1	8.3	15.4	7.1	4.7	3.5	2.8
	未婚	394	4.1	4.1	3.8	7.6	2.0	7.1	12.9	26.4	9.4	12.7	6.9	6.3
職業	会社員・会社役員	261	5.4	4.2	4.2	5.4	1.1	6.9	12.3	20.7	8.8	8.8	5.4	5.4
	公務員・団体役員・職員	33	0.0	0.0	3.0	3.0	0.0	6.1	0.0	18.2	9.1	9.1	3.0	3.0
	自営業・自由業	105	1.0	1.9	1.9	4.8	1.0	7.6	12.4	24.8	9.5	11.4	7.6	1.9
	専業主婦	86	2.3	3.5	3.5	9.3	1.2	7.0	10.5	26.7	8.1	15.1	3.5	7.0
	学生	15	0.0	6.7	0.0	0.0	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0	13.3	0.0	13.3
	パート・アルバイトなど	71	2.8	4.2	4.2	1.4	0.0	4.2	5.6	16.9	2.8	5.6	4.2	4.2
	無職	67	0.0	0.0	4.5	10.4	7.5	7.5	17.9	26.9	13.4	7.5	10.4	4.5
	その他	10	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	20.0	10.0	30.0	10.0	0.0	0.0	10.0

N=1178		サンプル数	石神井川の桜	その他観光施設	大学	病院	板橋区役所	その他の公共施設	ビジネスの取引先	その他
全体		648	22.5	9.0	3.4	37.5	34.1	18.7	11.0	7.6
年代	20代以下	95	16.8	9.5	3.2	29.5	31.6	16.8	3.2	4.2
	30代	140	12.1	3.6	3.6	35.0	32.1	17.1	16.4	8.6
	40代	138	22.5	7.2	3.6	40.6	31.9	19.6	8.0	8.0
	50代	154	22.7	13.0	3.2	40.9	35.7	16.2	13.0	6.5
	60代	121	38.8	11.6	3.3	38.8	38.8	24.0	11.6	9.9
性別	男性	351	24.8	7.7	2.8	31.1	31.9	17.1	16.2	7.1
	女性	297	19.9	10.4	4.0	45.1	36.7	20.5	4.7	8.1
居住地	板橋区	300	29.7	12.3	5.0	57.3	63.0	27.7	4.7	0.7
	周辺市区	223	17.5	6.7	1.8	24.7	10.8	13.0	11.2	12.1
	その他関東	97	12.4	4.1	2.1	13.4	7.2	8.2	25.8	15.5
	その他全国	28	21.4	7.1	3.6	10.7	3.6	3.6	25.0	17.9
結婚	既婚	254	20.9	7.5	2.4	31.1	29.1	18.1	8.3	7.1
	未婚	394	23.6	9.9	4.1	41.6	37.3	19.0	12.7	7.9
職業	会社員・会社役員	261	23.4	9.2	4.6	37.2	34.9	15.7	16.5	6.9
	公務員・団体役員・職員	33	21.2	3.0	3.0	33.3	39.4	27.3	6.1	12.1
	自営業・自由業	105	21.9	7.6	1.9	29.5	29.5	20.0	19.0	10.5
	専業主婦	86	20.9	16.3	2.3	48.8	37.2	22.1	1.2	8.1
	学生	15	26.7	13.3	13.3	26.7	26.7	13.3	0.0	0.0
	パート・アルバイトなど	71	16.9	5.6	0.0	43.7	36.6	14.1	1.4	5.6
	無職	67	28.4	6.0	4.5	35.8	32.8	26.9	4.5	6.0
	その他	10	20.0	10.0	0.0	30.0	20.0	10.0	10.0	10.0

・「商店街・店」の項目では、ハッピーロード大山商店街への来訪割合が最も高く33.3%、次いで上板橋商店街(17.1%)、仲宿商店街(14.7%)、中板橋商店街(11.4%)が続く。

・「イベント・祭」の項目では、いたばし花火大会が最も高く29.6%、次いで区民まつり(13.4%)、農業まつり(7.1%)が続く。

・「文化・観光」の項目では、石神井川の桜が最も高く22.5%、次いで東京大仏(22.1%)、中山道板橋宿(11.1%)、区立美術館(9.6%)が続く。

・「公共・ビジネス」の項目では、病院が最も高く37.5%、次いで板橋区役所が34.1%が続く。

・「商店街・店」については、板橋区内の居住者が多く、商店街によって、訪問する年代に特徴がみられる。

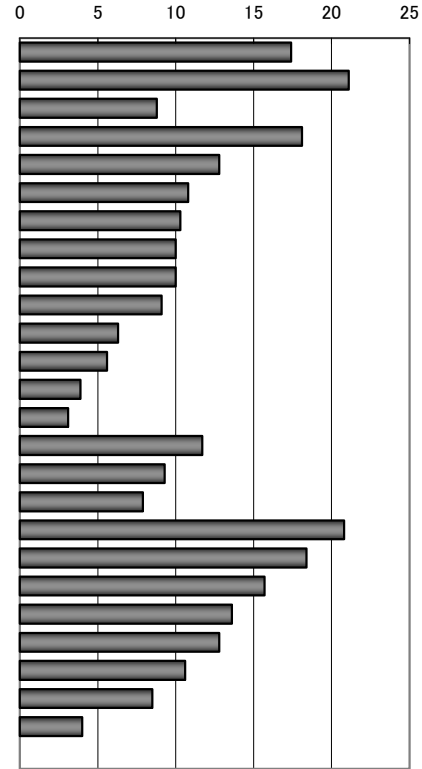
・「イベント・祭」では、花火大会が最も高く、年代が若いほど訪問割合が高い。一方で、区民まつりは年代が高いほど訪問割合が高い。

・「文化・観光」については、石神井川の桜が区外居住者からの訪問割合が高い。東京大仏は、板橋区および周辺市区の年代が高い人の訪問率が高い。

利用交通手段(利用する鉄道駅)

Q7 板橋区内を訪れた際に利用された駅(日ごろ利用されている駅)はどこですか。  
以下より該当するものをいくつかでもお選びください。

N=648		(複数回答可)	人数	%
鉄道を使っていない			113	17.4
J R	板橋駅		137	21.1
	浮間舟渡駅		57	8.8
都 営 地 下 鉄	板橋区役所前駅		117	18.1
	高島平駅		83	12.8
	西台駅		70	10.8
	新板橋駅		67	10.3
	板橋本町駅		65	10.0
	志村三丁目駅		65	10.0
	志村坂上駅		59	9.1
	蓮根駅		41	6.3
	本蓮沼駅		36	5.6
	新高島平駅		25	3.9
西高島平駅		20	3.1	
東 京 メ ト ロ	地下鉄成増駅		76	11.7
	小竹向原駅		60	9.3
	地下鉄赤塚駅		51	7.9
東 武 鉄 道	大山駅		135	20.8
	東武練馬駅		119	18.4
	成増駅		102	15.7
	ときわ台駅		88	13.6
	上板橋駅		83	12.8
	中板橋駅		69	10.6
	下赤塚駅		55	8.5
覚えていない			26	4.0
無回答			0	0.0
合計(来訪者)			648	100.0



N=648		サン プル 数	鉄 道 を 使 っ て い な い	板 橋 駅	浮 間 舟 渡 駅	新 板 橋 駅	板 橋 区 役 所 前 駅	板 橋 本 町 駅	本 蓮 沼 駅	志 村 坂 上 駅	志 村 三 丁 目 駅	蓮 根 駅	西 台 駅	高 島 平 駅
全体		648	17.4	21.1	8.8	10.3	18.1	10.0	5.6	9.1	10.0	6.3	10.8	12.8
年 代	20代以下	95	10.5	26.3	7.4	14.7	18.9	10.5	7.4	9.5	5.3	3.2	8.4	11.6
	30代	140	15.7	23.6	11.4	8.6	18.6	10.7	5.7	8.6	7.9	5.7	11.4	12.9
	40代	138	23.2	22.5	12.3	12.3	21.0	11.6	5.8	10.9	15.9	9.4	18.1	15.9
	50代	154	18.2	18.2	6.5	11.0	16.2	7.8	3.9	6.5	11.0	6.5	7.1	9.1
	60代	121	17.4	16.5	5.8	5.8	15.7	9.9	5.8	10.7	8.3	5.8	8.3	14.9
性 別	男性	351	19.9	21.7	10.3	11.1	19.9	10.5	6.6	10.8	11.1	6.8	10.5	13.4
	女性	297	14.5	20.5	7.1	9.4	15.8	9.4	4.4	7.1	8.8	5.7	11.1	12.1
居 住 地	板橋区	300	9.7	19.3	11.0	17.0	28.3	15.3	9.7	16.0	17.3	11.0	19.7	19.7
	周辺市区	223	29.1	20.6	6.3	5.4	8.5	5.4	2.7	2.7	3.1	3.1	2.2	5.4
	その他関東	97	17.5	21.6	8.2	3.1	9.3	6.2	1.0	3.1	6.2	1.0	6.2	7.2
	その他全国	28	7.1	42.9	7.1	3.6	14.3	3.6	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	17.9
結 婚	既婚	254	14.6	24.0	8.7	13.4	20.9	13.0	5.5	7.9	9.4	6.7	10.2	14.2
	未婚	394	19.3	19.3	8.9	8.4	16.2	8.1	5.6	9.9	10.4	6.1	11.2	11.9
職 業	会社員・会社役員	261	13.0	24.9	10.0	12.3	22.2	14.6	7.3	11.1	12.3	6.9	11.5	13.8
	公務員・団体役員・職員	33	12.1	27.3	9.1	9.1	27.3	9.1	6.1	0.0	3.0	3.0	3.0	3.0
	自営業・自由業	105	24.8	21.9	10.5	7.6	14.3	7.6	7.6	10.5	10.5	7.6	11.4	12.4
	専業主婦	86	23.3	17.4	7.0	8.1	12.8	4.7	0.0	8.1	9.3	3.5	10.5	11.6
	学生	15	13.3	6.7	0.0	6.7	20.0	6.7	13.3	0.0	0.0	6.7	0.0	13.3
	パート・アルバイトなど	71	15.5	11.3	5.6	7.0	11.3	4.2	1.4	4.2	5.6	4.2	12.7	4.2
	無職	67	20.9	20.9	9.0	13.4	17.9	10.4	4.5	10.4	11.9	7.5	11.9	23.9
その他	10	20.0	20.0	10.0	20.0	10.0	10.0	10.0	10.0	20.0	10.0	20.0	10.0	20.0

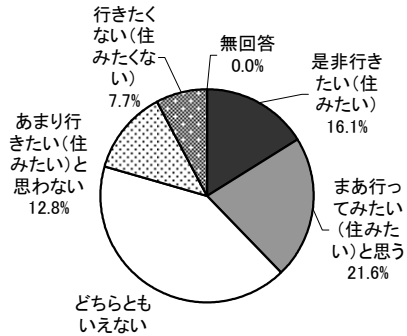
N=648		サンプル数	新高島平駅	西高島平駅	小竹向原駅	地下鉄赤塚駅	地下鉄成増駅	大山駅	中板橋駅	ときわ台駅	上板橋駅	東武練馬駅	下赤塚駅	成増駅
全体		648	3.9	3.1	9.3	7.9	11.7	20.8	10.6	13.6	12.8	18.4	8.5	15.7
年代	20代以下	95	2.1	2.1	13.7	6.3	8.4	22.1	10.5	14.7	10.5	17.9	8.4	11.6
	30代	140	4.3	3.6	9.3	7.9	15.7	17.9	12.1	15.0	15.0	25.0	9.3	17.9
	40代	138	6.5	5.1	10.1	9.4	12.3	19.6	11.6	15.9	13.0	21.0	10.9	17.4
	50代	154	2.6	1.3	7.8	5.8	9.1	17.5	9.1	9.1	10.4	11.0	5.8	16.2
	60代	121	3.3	3.3	6.6	9.9	12.4	28.9	9.9	14.0	14.9	17.4	8.3	14.0
性別	男性	351	4.8	4.0	10.0	9.1	11.4	21.7	11.7	15.4	13.4	15.7	9.7	15.4
	女性	297	2.7	2.0	8.4	6.4	12.1	19.9	9.4	11.4	12.1	21.5	7.1	16.2
居住地	板橋区	300	7.0	5.0	10.3	11.0	11.7	27.7	15.7	23.0	19.7	26.3	13.3	19.0
	周辺市区	223	1.3	1.8	10.8	7.6	14.3	16.6	8.1	6.3	8.5	15.7	6.7	17.5
	その他関東	97	0.0	1.0	5.2	1.0	5.2	12.4	4.1	2.1	3.1	5.2	0.0	3.1
	その他全国	28	3.6	0.0	0.0	0.0	14.3	10.7	0.0	10.7	7.1	0.0	0.0	10.7
結婚	既婚	254	3.5	3.1	9.8	5.5	9.8	22.4	12.6	18.5	14.2	20.1	8.3	16.5
	未婚	394	4.1	3.0	8.9	9.4	12.9	19.8	9.4	10.4	11.9	17.3	8.6	15.2
職業	会社員・会社役員	261	5.0	3.4	10.7	10.7	13.0	23.8	13.8	18.0	14.9	19.5	11.9	19.5
	公務員・団体役員・職員	33	6.1	0.0	15.2	6.1	21.2	27.3	3.0	15.2	18.2	18.2	0.0	9.1
	自営業・自由業	105	1.0	2.9	6.7	3.8	6.7	18.1	6.7	10.5	7.6	16.2	1.9	12.4
	専業主婦	86	2.3	2.3	7.0	7.0	12.8	18.6	5.8	5.8	9.3	18.6	10.5	15.1
	学生	15	0.0	0.0	6.7	6.7	0.0	26.7	20.0	20.0	6.7	40.0	13.3	6.7
	パート・アルバイトなど	71	1.4	2.8	12.7	4.2	8.5	12.7	9.9	8.5	9.9	16.9	4.2	14.1
	無職	67	7.5	4.5	6.0	10.4	13.4	20.9	10.4	13.4	19.4	11.9	10.4	14.9
その他	10	10.0	10.0	0.0	0.0	20.0	20.0	30.0	20.0	10.0	30.0	10.0	10.0	

- ・「JR」では、板橋駅が21.1%で最も高く、浮間舟渡駅(8.8%)が続く。
- ・「都営地下鉄」では、板橋区役所前が最も高く18.1%、次いで高島平駅(12.8%)、西台駅(10.8%)が続く。
- ・「東京メトロ」では、地下鉄成増駅が最も高く11.7%、次いで小竹向原駅(9.3%)、地下鉄赤塚駅(7.9%)が続く。
- ・「東武鉄道」では、大山駅が最も高く20.8%、東武練馬駅(18.4%)、成増駅(15.7%)、ときわ台駅(13.6%)が続く。
- ・利用割合が最も高い板橋駅は、年齢が若いほど利用割合が高く、板橋区外居住者の利用割合が高い。
- ・東武鉄道は、板橋区およびその周辺市区の居住者による利用が多数を占め、大山駅を除くとその他関東居住者の利用率は5%にも満たない駅が多い。

板橋区への来訪意向

Q9 あなたはもう一度、板橋区に行きたいもしくは住み続けたいと思いますか。また、訪れたいと思いますか。  
以下から当てはまるものをひとつだけお選びください。

(複数回答可)	人数	%
是非行きたい(住みたい)	190	16.1
まあ行ってみたい(住みたい)と思う	254	21.6
どちらともいえない	492	41.8
あまり行きたい(住みたい)と思わない	151	12.8
行きたくない(住みたくない)	91	7.7
無回答	0	0.0



N=1178		サンプル数	是非行きたい(住みたい)	まあ行ってみたい(住みたい)と思う	どちらともいえない	あまり行きたい(住みたい)と思わない	行きたくない(住みたくない)
全体		1178	16.1	21.6	41.8	12.8	7.7
年代	20代以下	197	14.7	23.4	42.1	10.7	9.1
	30代	252	14.7	21.0	46.8	11.1	6.3
	40代	239	19.7	20.5	39.3	10.9	9.6
	50代	259	15.8	22.8	41.3	14.7	5.4
	60代	231	15.6	20.3	39.0	16.5	8.7
性別	男性	605	18.0	21.5	40.3	11.9	8.3
	女性	573	14.1	21.6	43.3	13.8	7.2
居住地	板橋区	300	51.0	31.0	13.3	2.7	2.0
	周辺市区	296	9.8	29.1	44.9	12.5	3.7
	その他関東	295	1.4	11.5	55.9	23.1	8.1
	その他全国	287	1.4	14.3	53.7	13.2	17.4
結婚	既婚	455	15.6	22.0	40.4	12.5	9.5
	未婚	723	16.5	21.3	42.6	13.0	6.6
職業	会社員・会社役員	421	21.6	21.1	40.4	9.5	7.4
	公務員・団体役員・職員	53	13.2	26.4	35.8	15.1	9.4
	自営業・自由業	149	20.1	26.8	32.9	12.8	7.4
	専業主婦	214	12.1	18.7	47.7	15.0	6.5
	学生	40	17.5	22.5	42.5	10.0	7.5
	パート・アルバイトなど	154	8.4	16.9	50.0	18.2	6.5
	無職	128	12.5	23.4	37.5	14.8	11.7
	その他	19	0.0	31.6	52.6	5.3	10.5
訪問頻度	住んでいる(いた)	341	46.6	30.5	16.4	3.5	2.9
	通勤・通学している	10	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	よく行く	41	29.3	36.6	19.5	12.2	2.4
	行くことがある	66	13.6	47.0	30.3	7.6	1.5
	行ったことがある	190	3.7	26.8	51.6	14.7	3.2
	通過したことがある	243	0.4	7.0	60.1	24.3	8.2
板橋区内に行っていない	287	0.7	10.8	55.4	14.6	18.5	
訪問目的	居住	343	46.1	31.2	16.3	3.5	2.9
	通勤・通学	78	33.3	41.0	21.8	3.8	0.0
	取引先(工場・営業所など)	72	15.3	31.9	33.3	18.1	1.4
	病院	115	40.0	31.3	20.9	5.2	2.6
	買物	235	36.2	31.5	26.4	5.5	0.4
	食事	195	40.5	32.8	19.5	6.7	0.5
	まつり・イベント	90	47.8	35.6	15.6	1.1	0.0
	観光	42	38.1	38.1	21.4	2.4	0.0
その他	85	7.1	28.2	43.5	16.5	4.7	

・板橋区への来訪意向としては、「是非行きたい」と「まあ行ってみたいと思う」を合算した37.7%が肯定的な意見である一方、「あまり行きたい(住みたい)と思わない」と「行きたくない」を合算した否定的な意見は、20.5%であった。

・「是非行きたい」と「行ってみたい」を合算した「行きたい」とする人は、40代で最も高く40.2%。居住地別では、板橋区居住者の82.0%が「住み続けたい」と回答しているものの、その他関東の居住者の割合は、12.9%にとどまり、31.2%が「あまり行きたい」「行きたくない」と回答している。

・訪問頻度より、少しでも板橋区内を訪れたことのある人は、肯定的な意見が多いものの、訪れたことのない人は、否定的な意見が多い。(よくいく人:「行ってみたい」65.9%、「行きたくない」14.6%、行ったことがない人:「行ってみたい」11.5%、「行きたくない」33.1%)

板橋区のイメージ

Q10 板橋区およびその周辺の区・市のイメージとして当てはまると感じる項目はありますか。  
以下から当てはまるものをいくつでもお選びください。

(複数回答可)	サンプル数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	無回答	認知度
板橋区	1178	2.5	27.1	16.0	26.7	8.2	29.5	8.2	31.0	18.6	81.4
北区	1178	4.0	17.2	11.9	14.0	9.3	19.2	5.3	19.9	31.5	68.5
練馬区	1178	6.5	18.4	14.3	21.1	13.0	24.8	13.2	15.2	23.8	76.2
豊島区	1178	25.5	13.1	41.5	10.4	23.1	16.0	17.5	6.7	19.2	80.8
和光市	1178	3.5	9.5	5.5	12.5	23.3	16.2	6.1	10.2	33.7	66.3
戸田市	1178	1.9	8.8	5.3	11.8	17.3	16.9	5.9	11.5	37.1	62.9

板橋区

N=1178		サンプル数	先進的である	活気がある	人情的である	安心できる	伝統的である	安定している	豊かである	成長している	無回答	・板橋区のイメージとして、区内居住者は「安定」「安心」のイメージが強いものの、区外の居住者は、「人情的」のイメージが強い。また、50代の4割が板橋区に対して「人情的」と感じている。 ・訪問頻度が高いほど「安定」「安心」イメージが強く、板橋区に対する認知が深まると、これらイメージが高まる可能性を示している。 ・目的別では、居住、通勤・通学、病院では「安心」が最も高く、取引先では「人情的」が最も高い。買物や食事では「安心」だけでなく「安定」も高い結果となっている。
全体		1178	2.5	16.0	31.0	26.7	27.1	29.5	8.2	8.2	18.6	
年代	20代以下	197	3.6	13.2	23.4	26.4	31.5	25.9	11.2	6.6	23.4	
	30代	252	0.8	13.9	27.4	23.4	27.0	31.0	6.3	6.0	21.0	
	40代	239	1.7	14.6	31.4	26.4	23.8	33.1	7.5	7.5	20.9	
	50代	259	2.7	13.1	40.2	29.7	25.9	32.4	8.9	6.9	14.3	
	60代	231	3.9	25.1	30.7	27.3	28.1	23.8	7.8	14.3	14.3	
性別	男性	605	3.1	15.0	27.8	27.8	30.7	28.8	9.3	6.1	20.5	
	女性	573	1.7	16.9	34.4	25.5	23.2	30.2	7.2	10.5	16.6	
居住地	板橋区	300	5.0	21.0	33.0	56.3	36.0	49.7	15.3	12.3	8.3	
	周辺市区	296	1.4	15.9	34.5	22.6	25.0	28.4	8.4	8.1	17.6	
	その他関東	295	1.0	13.6	35.3	10.5	26.8	21.7	2.7	6.1	20.3	
	その他全国	287	2.4	13.2	20.9	16.4	20.2	17.4	6.3	6.3	28.6	
結婚	既婚	455	2.2	15.8	24.2	27.9	26.2	31.0	7.5	5.9	22.0	
	未婚	723	2.6	16.0	35.3	25.9	27.7	28.5	8.7	9.7	16.5	
職業	会社員・会社役員	421	2.6	15.7	30.9	29.2	28.0	29.7	8.1	5.7	20.2	
	公務員・団体役員・職員	53	3.8	11.3	30.2	24.5	18.9	30.2	7.5	5.7	24.5	
	自営業・自由業	149	4.0	19.5	35.6	36.2	31.5	32.2	12.1	12.1	12.8	
	専業主婦	214	1.9	17.3	36.0	21.5	23.4	29.0	9.3	11.7	14.0	
	学生	40	10.0	15.0	15.0	27.5	22.5	35.0	17.5	2.5	30.0	
	パート・アルバイトなど	154	0.6	11.0	25.3	20.8	27.9	29.2	3.2	6.5	20.1	
無職		128	0.8	19.5	25.8	24.2	28.1	24.2	7.0	10.2	21.1	
	住んでいる(いた)	341	5.0	20.8	32.8	54.0	35.8	47.5	15.2	12.6	9.4	
訪問頻度	通勤・通学している	10	0.0	10.0	50.0	40.0	50.0	30.0	10.0	10.0	10.0	
	よく行く	41	2.4	9.8	36.6	34.1	29.3	34.1	19.5	12.2	9.8	
	行くことがある	66	1.5	24.2	47.0	25.8	30.3	31.8	7.6	9.1	10.6	
	行ったことがある	190	0.5	18.4	33.7	16.8	27.9	22.1	6.8	6.3	16.3	
	通過したことがある	243	0.8	12.8	31.7	9.5	20.2	25.5	2.9	7.0	20.6	
	板橋区内に行っていない	287	2.4	10.5	21.3	13.9	20.2	15.0	3.8	4.5	32.8	
訪問目的	居住	343	5.0	20.7	33.5	53.6	35.6	47.5	15.5	12.8	9.3	
	通勤・通学	78	5.1	17.9	48.7	52.6	42.3	44.9	16.7	14.1	15.4	
	取引先(工場・営業所など)	72	1.4	22.2	54.2	25.0	37.5	31.9	11.1	11.1	8.3	
	病院等	115	6.1	26.1	44.3	46.1	33.0	40.9	16.5	15.7	13.0	
	買物	235	3.4	23.4	37.4	43.4	34.0	43.4	14.0	13.6	11.1	
	食事	195	4.6	24.6	40.0	46.2	36.9	44.1	16.4	15.4	10.3	
	まつり・イベント	90	6.7	28.9	42.2	57.8	44.4	47.8	22.2	21.1	11.1	
観光	42	9.5	33.3	45.2	54.8	42.9	40.5	21.4	19.0	7.1		

北区

N=1178		サンプル数	先進的である	活気がある	人情的である	安心できる	伝統的である	安定している	豊かである	成長している	無回答
全体		1178	4.0	11.9	19.9	14.0	17.2	19.2	5.3	9.3	31.5
年代	20代以下	197	5.1	9.6	13.2	18.3	15.2	19.8	7.1	11.2	36.0
	30代	252	4.0	14.3	17.9	6.7	17.5	16.3	4.8	9.5	33.7
	40代	239	2.5	8.8	20.1	13.0	15.5	26.4	4.6	7.1	33.9
	50代	259	3.1	10.4	29.3	15.8	18.1	15.8	4.6	6.6	28.6
	60代	231	5.6	16.0	16.9	17.3	19.5	18.2	5.6	12.6	26.0
性別	男性	605	3.5	11.6	17.9	14.4	18.8	17.5	5.8	8.9	33.7
	女性	573	4.5	12.2	22.0	13.6	15.5	20.9	4.7	9.6	29.1
居住地	板橋区	300	4.7	18.3	20.0	13.0	20.3	22.0	8.0	11.0	29.0
	周辺市区	296	3.4	10.1	28.4	20.9	22.6	18.2	6.8	11.8	25.7
	その他関東	295	2.0	9.8	23.7	11.5	16.6	19.7	2.4	6.4	30.8
	その他全国	287	5.9	9.1	7.0	10.5	9.1	16.7	3.8	7.7	40.8
結婚	既婚	455	4.0	10.8	15.4	13.0	14.3	20.2	4.2	9.7	36.0
	未婚	723	4.0	12.6	22.7	14.7	19.1	18.5	5.9	9.0	28.6
職業	会社員・会社役員	421	3.8	11.4	20.4	12.1	15.2	16.2	4.8	7.8	34.4
	公務員・団体役員・職員	53	1.9	15.1	20.8	11.3	15.1	13.2	1.9	11.3	34.0
	自営業・自由業	149	2.7	14.8	28.9	16.8	20.1	22.8	8.1	9.4	25.5
	専業主婦	214	4.2	11.2	21.5	12.1	20.1	22.9	6.1	13.1	28.5
	学生	40	7.5	5.0	5.0	15.0	7.5	30.0	5.0	5.0	42.5
	パート・アルバイトなど	154	2.6	9.1	16.9	14.9	16.2	18.8	2.6	9.1	30.5
	無職	128	7.0	14.8	11.7	20.3	18.8	18.8	7.8	7.8	31.3
	その他	19	5.3	15.8	26.3	10.5	31.6	15.8	0.0	10.5	26.3

練馬区

N=1178		サンプル数	先進的である	活気がある	人情的である	安心できる	伝統的である	安定している	豊かである	成長している	無回答
全体		1178	6.5	14.3	15.2	21.1	18.4	24.8	13.2	13.0	23.8
年代	20代以下	197	7.1	15.7	11.2	16.2	14.7	21.8	12.7	8.6	31.5
	30代	252	7.5	15.1	13.1	18.7	17.1	25.0	10.7	11.1	27.8
	40代	239	4.6	13.0	14.6	20.9	17.6	28.0	12.6	12.1	24.7
	50代	259	6.6	10.4	21.6	23.9	21.2	26.6	16.6	13.5	19.7
	60代	231	6.5	17.7	14.3	25.1	20.8	21.6	13.4	19.0	16.5
性別	男性	605	6.0	13.6	13.1	20.7	20.2	24.6	12.4	13.7	26.3
	女性	573	7.0	15.0	17.5	21.6	16.6	25.0	14.1	12.2	21.1
居住地	板橋区	300	7.0	17.3	14.0	20.3	18.7	29.3	16.0	14.0	25.3
	周辺市区	296	6.8	11.5	17.2	36.5	16.2	32.4	15.5	18.9	17.6
	その他関東	295	6.4	12.5	18.0	14.2	17.6	20.0	12.9	11.2	23.4
	その他全国	287	5.6	15.7	11.5	13.2	21.3	17.1	8.4	7.7	28.9
結婚	既婚	455	5.3	12.5	13.4	19.1	13.8	26.2	11.6	10.3	28.6
	未婚	723	7.2	15.4	16.3	22.4	21.3	23.9	14.2	14.7	20.7
職業	会社員・会社役員	421	5.9	11.4	14.5	20.2	19.0	24.5	11.4	12.6	27.6
	公務員・団体役員・職員	53	5.7	15.1	17.0	22.6	20.8	35.8	11.3	7.5	18.9
	自営業・自由業	149	7.4	15.4	17.4	25.5	20.8	26.8	14.8	16.1	19.5
	専業主婦	214	8.4	18.2	16.8	22.4	18.2	24.8	18.7	13.1	17.8
	学生	40	5.0	15.0	7.5	12.5	7.5	22.5	7.5	0.0	42.5
	パート・アルバイトなど	154	4.5	14.9	12.3	22.1	16.9	24.7	10.4	12.3	23.4
	無職	128	7.8	15.6	15.6	18.8	16.4	19.5	14.1	16.4	24.2
	その他	19	0.0	5.3	26.3	15.8	31.6	26.3	15.8	21.1	15.8



## 豊島区

N=1178		サンプル数	先進的である	活気がある	人情的である	安心できる	伝統的である	安定している	豊かである	成長している	無回答
全体		1178	25.5	41.5	6.7	10.4	13.1	16.0	17.5	23.1	19.2
年代	20代以下	197	26.9	39.1	4.1	9.1	7.6	16.2	18.8	22.8	26.4
	30代	252	28.6	42.5	6.3	8.3	11.5	17.5	19.0	21.8	18.7
	40代	239	25.9	42.7	5.0	8.8	12.1	14.2	17.6	25.1	18.8
	50代	259	25.1	44.4	9.3	8.1	15.4	17.8	18.9	24.3	16.6
	60代	231	20.8	38.1	8.2	17.7	17.7	13.9	13.0	21.2	16.9
性別	男性	605	24.5	39.0	5.8	11.7	13.1	15.2	18.2	22.5	22.6
	女性	573	26.5	44.2	7.7	8.9	13.1	16.8	16.8	23.7	15.5
居住地	板橋区	300	40.3	61.0	3.7	8.3	11.7	15.0	26.0	33.3	12.7
	周辺市区	296	37.8	50.3	7.4	11.5	10.8	16.9	22.0	31.1	9.8
	その他関東	295	15.6	35.3	7.8	9.5	17.3	15.9	12.9	18.0	19.7
	その他全国	287	7.3	18.5	8.0	12.2	12.5	16.0	8.7	9.4	35.2
結婚	既婚	455	24.4	42.6	4.6	9.0	10.1	18.9	18.2	24.6	21.5
	未婚	723	26.1	40.8	8.0	11.2	14.9	14.1	17.0	22.1	17.7
職業	会社員・会社役員	421	25.2	38.5	5.9	10.0	12.1	15.4	15.4	21.6	22.3
	公務員・団体役員・職員	53	28.3	60.4	0.0	7.5	7.5	22.6	26.4	26.4	17.0
	自営業・自由業	149	28.2	44.3	10.1	12.1	15.4	21.5	20.8	31.5	13.4
	専業主婦	214	29.0	43.5	8.4	8.9	15.4	15.9	20.1	24.3	13.6
	学生	40	25.0	42.5	0.0	5.0	5.0	12.5	15.0	20.0	35.0
	パート・アルバイトなど	154	24.0	40.3	5.8	13.6	11.0	14.3	18.2	18.8	18.2
	無職	128	18.0	39.1	7.0	9.4	15.6	10.2	12.5	18.8	22.7
	その他	19	26.3	36.8	15.8	21.1	21.1	26.3	15.8	36.8	15.8

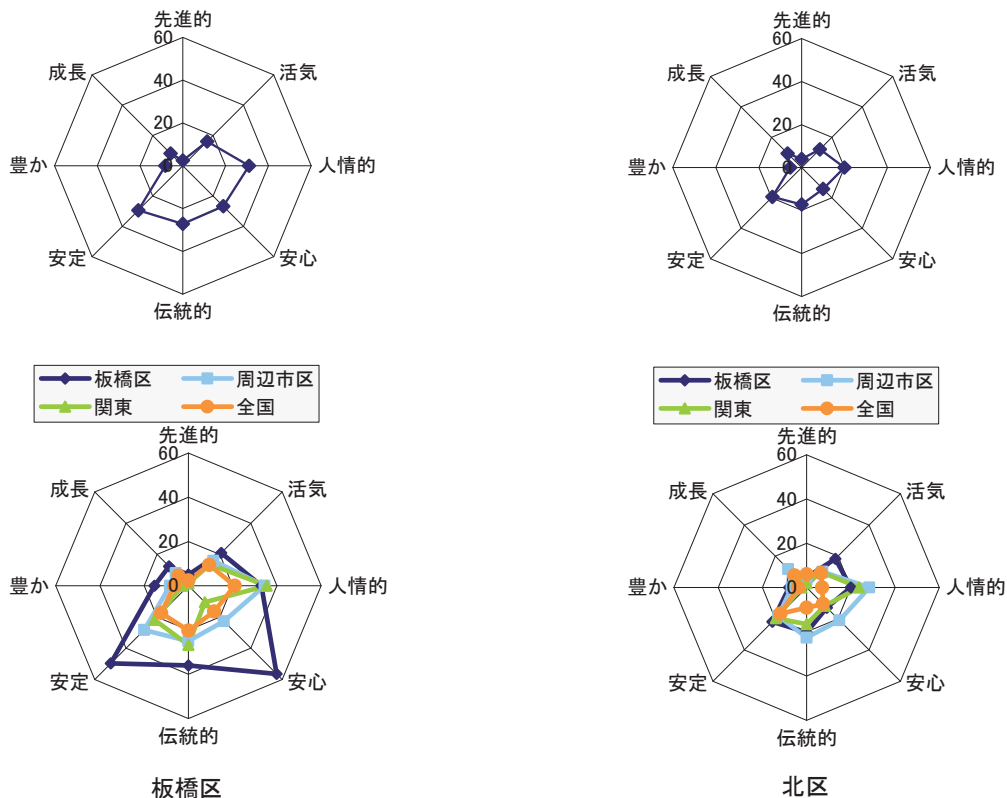
## 和光市

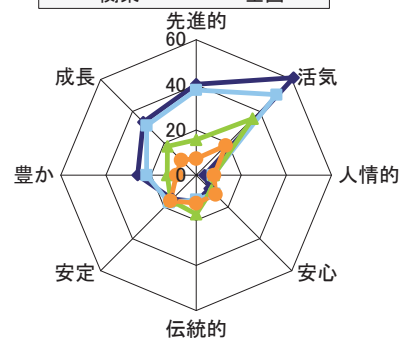
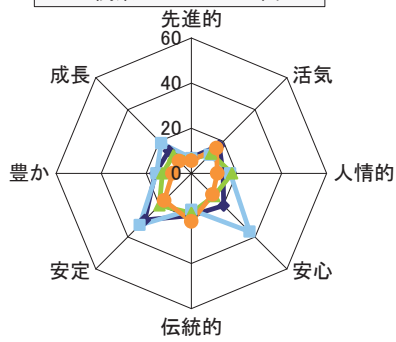
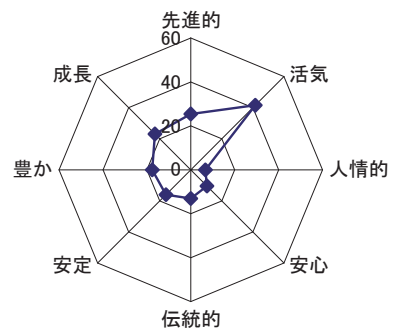
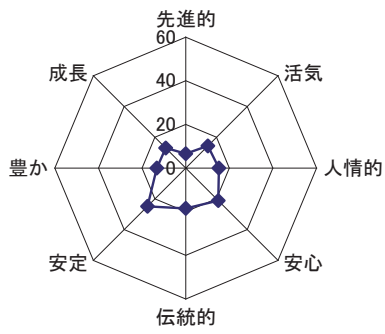
N=1178		サンプル数	先進的である	活気がある	人情的である	安心できる	伝統的である	安定している	豊かである	成長している	無回答
全体		1178	3.5	5.5	10.2	12.5	9.5	16.2	6.1	23.3	33.7
年代	20代以下	197	1.5	5.1	8.1	16.8	15.2	15.7	8.6	6.6	40.1
	30代	252	3.2	3.2	10.3	14.3	9.1	19.4	4.4	17.1	36.1
	40代	239	2.5	4.6	11.7	9.2	9.2	14.6	4.6	27.6	34.3
	50代	259	3.5	3.9	11.6	9.7	7.3	17.8	6.2	30.1	33.2
	60代	231	6.5	11.3	8.7	13.4	7.8	13.0	7.4	32.0	25.5
性別	男性	605	3.6	5.6	8.8	13.4	9.4	15.2	6.1	24.3	35.0
	女性	573	3.3	5.4	11.7	11.5	9.6	17.3	6.1	22.2	32.3
居住地	板橋区	300	4.3	7.3	8.0	11.0	8.7	17.3	4.0	32.3	35.3
	周辺市区	296	4.1	5.4	9.5	15.9	7.4	19.3	8.8	27.4	29.7
	その他関東	295	4.1	6.1	12.5	10.8	13.2	17.3	5.1	19.7	29.2
	その他全国	287	1.4	3.1	10.8	12.2	8.7	10.8	6.6	13.2	40.8
結婚	既婚	455	2.9	4.2	7.5	12.3	9.5	18.5	5.3	18.2	38.0
	未婚	723	3.9	6.4	11.9	12.6	9.5	14.8	6.6	26.4	31.0
職業	会社員・会社役員	421	3.3	4.3	8.6	12.8	8.1	17.3	5.7	22.3	37.3
	公務員・団体役員・職員	53	3.8	7.5	7.5	11.3	5.7	15.1	1.9	24.5	43.4
	自営業・自由業	149	4.7	10.1	11.4	16.1	10.7	15.4	5.4	30.2	26.8
	専業主婦	214	5.1	4.2	13.6	12.1	10.7	17.8	7.9	24.3	31.3
	学生	40	2.5	5.0	7.5	15.0	17.5	17.5	7.5	5.0	45.0
	パート・アルバイトなど	154	0.6	3.9	11.0	9.7	11.7	15.6	7.1	24.0	26.6
	無職	128	3.1	7.0	9.4	12.5	7.0	14.1	6.3	20.3	34.4
	その他	19	5.3	10.5	10.5	0.0	10.5	0.0	0.0	26.3	36.8

戸田市

N=1178		サンプル数	先進的である	活気がある	人情的である	安心できる	伝統的である	安定している	豊かである	成長している	無回答
全体		1178	1.9	5.3	11.5	11.8	8.8	16.9	5.9	17.3	37.1
年代	20代以下	197	0.5	5.6	11.2	14.2	11.7	14.2	4.1	7.1	43.1
	30代	252	2.4	2.0	11.1	12.7	8.3	21.0	7.1	11.9	39.3
	40代	239	1.7	4.2	11.3	11.3	7.9	16.3	5.9	21.3	36.0
	50代	259	1.9	8.9	12.4	6.9	8.1	15.4	6.9	22.0	37.1
	60代	231	2.6	5.6	11.7	14.7	8.7	16.9	5.2	22.5	30.7
性別	男性	605	1.8	6.0	10.6	12.1	8.1	15.0	6.6	18.5	39.2
	女性	573	1.9	4.5	12.6	11.5	9.6	18.8	5.2	16.1	34.9
居住地	板橋区	300	2.3	7.3	7.7	10.3	9.7	18.3	7.3	25.3	37.7
	周辺市区	296	1.7	4.4	11.5	13.9	7.1	17.2	8.8	19.9	33.1
	その他関東	295	1.4	6.1	14.9	10.8	9.8	17.3	4.1	14.2	35.6
	その他全国	287	2.1	3.1	12.2	12.2	8.7	14.6	3.5	9.4	42.2
結婚	既婚	455	1.1	4.6	8.1	10.1	7.9	19.6	4.8	12.7	41.1
	未婚	723	2.4	5.7	13.7	12.9	9.4	15.2	6.6	20.2	34.6
職業	会社員・会社役員	421	1.9	5.2	9.3	12.1	7.8	16.6	6.7	16.4	39.4
	公務員・団体役員・職員	53	0.0	7.5	5.7	9.4	5.7	13.2	3.8	20.8	50.9
	自営業・自由業	149	2.0	10.1	12.8	15.4	10.1	14.8	6.7	24.8	30.9
	専業主婦	214	1.9	3.7	15.4	12.6	10.7	19.6	7.0	18.7	32.2
	学生	40	0.0	0.0	10.0	7.5	12.5	17.5	2.5	5.0	50.0
	パート・アルバイトなど	154	1.3	2.6	13.6	9.7	9.1	16.2	5.8	16.2	33.1
	無職	128	3.1	5.5	11.7	10.9	7.0	18.0	3.9	12.5	39.8
	その他	19	5.3	10.5	10.5	5.3	10.5	15.8	0.0	21.1	36.8

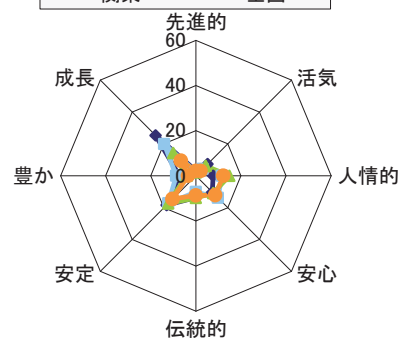
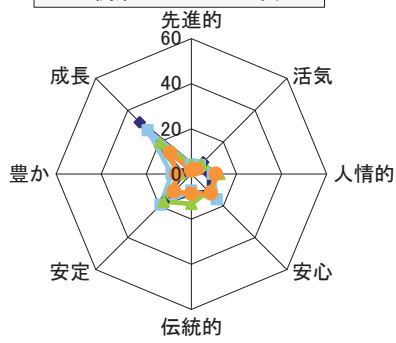
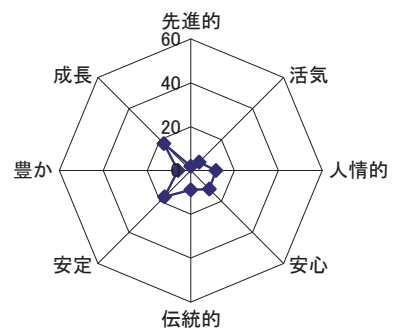
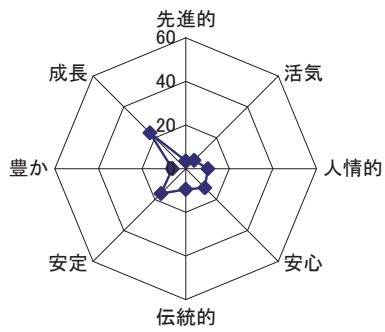
各区および市のイメージ比較





練馬区

豊島区



和光市

戸田市

訪問実態と意欲

Q11 板橋区内にある以下の項目について当てはまるものをひとつずつお選びください。

		A	B	C	D			
N=515		たも 行と きた たい と思 う／ ま	た知 こと てが いる ／ 行っ	て興 み味 たが ある ／ 行っ	／あ 行ま きり た興 味は ない	無 回 答	(行 った こと が あ る	(行 つ て み た い
商店街・店	ハッピーロード大山商店街	22.2	17.9	14.7	39.6	5.5	40.1	36.9
	仲宿商店街	8.7	12.8	15.2	54.8	8.4	21.5	23.9
	中板橋商店街	6.9	14.5	15.4	55.0	8.1	21.4	22.3
	志村銀座商店街	3.9	12.5	16.7	57.1	9.8	16.4	20.6
	上板橋商店街	7.9	14.1	16.0	53.3	8.7	22.0	23.9
	ファーマーズショップにりん草	1.0	1.4	22.1	63.8	11.6	2.4	23.1
イベント・祭	いたばし花火大会	16.7	9.3	32.9	34.1	6.9	26.0	49.6
	農業まつり	3.4	4.4	30.7	51.5	9.9	7.8	34.1
	いたばし産業見本市	1.1	3.1	25.9	60.6	9.3	4.2	27.0
	区民まつり	5.4	5.3	20.0	60.1	9.2	10.7	25.4
	東京・荒川市民マラソン	1.1	1.5	17.9	70.0	9.4	2.6	19.0
	中板橋へそ祭り	0.9	2.4	23.7	63.7	9.3	3.3	24.6
	サンバin志村	1.0	2.2	24.5	63.0	9.3	3.2	25.5
	成増阿波おどり	0.8	2.5	24.4	63.0	9.3	3.3	25.2
	赤塚梅まつり	2.9	3.1	27.2	57.1	9.6	6.0	30.1
	田遊び(北野神社、諏訪神社)	0.5	2.0	25.9	62.6	9.1	2.5	26.4
文化・観光	中山道 板橋宿	5.2	11.6	28.1	47.0	8.1	16.8	33.3
	東京大仏	7.7	14.1	27.5	43.6	7.0	21.8	35.2
	郷土資料館	4.4	8.7	24.1	53.9	8.8	13.1	28.5
	区立美術館	4.6	7.6	27.9	51.4	8.4	12.2	32.5
	植村冒険館	1.3	4.5	29.7	55.2	9.3	5.8	31.0
	イタリア・ポローニャ絵本館	1.7	2.9	35.7	51.2	8.6	4.6	37.4
	石神井川の桜	14.6	8.7	35.0	34.7	7.0	23.3	49.6

・板橋区内の商店・店に対する訪問意向は2割ほど。その中でも「ハッピーロード大山商店街」は40.1%が行った経験があり、36.9%がまた行きたいと回答している。

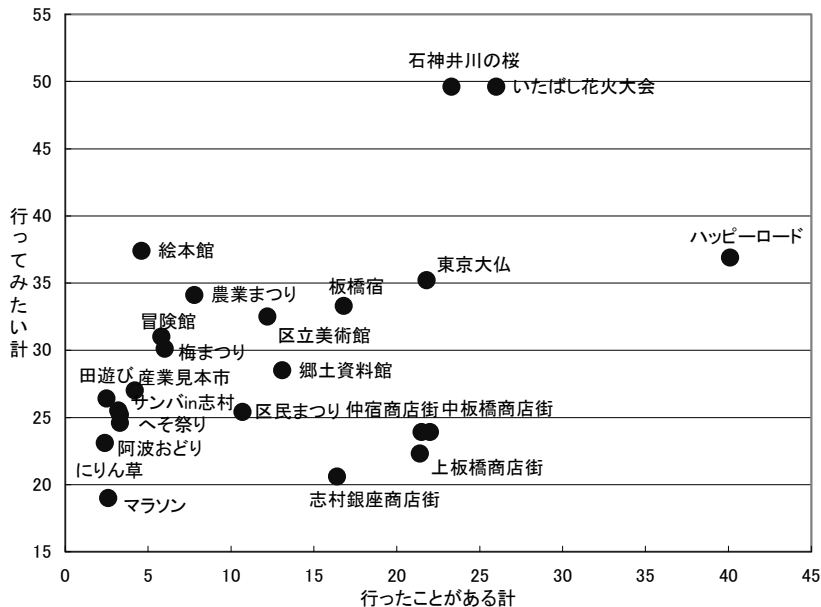
・板橋区内でのイベント・祭に関しては、「いたばし花火大会」と「区民まつり」を除くと訪問率は10%以下。

なお、「行ったことがある」と「行きたい」という2つの項目を「行ったことがある計」とし、「行ったことがある」と「行きたい」という2つの項目を「行ってみたい計」として算出してみた。

・「ハッピーロード大山商店街」を除く項目で「行ってみたい計」が「行ったことがある計」を上回っており、訪問率拡大の可能性はある。

下のグラフは横軸に「行ったことがある」と答えた人の%、縦軸に「行ってみたい」と答えた人の%を取ったグラフにプロットしたもの。

※プロット位置が左上にあるほど(絵本館、石神井川の桜、いたばし花火大会、農業まつり)、今後の市場拡大の可能性が高いことを示している。



		ハッピーロード大山商店街					仲宿商店街						
		サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答	サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答
	全体	1178	22.2	17.9	14.7	39.6	5.5	1178	8.7	12.8	15.2	54.8	8.4
年代	20代以下	197	19.3	11.2	16.8	46.2	6.6	197	8.1	6.1	18.3	57.9	9.6
	30代	252	22.2	18.3	15.1	38.9	5.6	252	8.7	9.5	15.5	57.1	9.1
	40代	239	23.4	16.7	13.4	42.7	3.8	239	10.9	11.3	14.6	56.9	6.3
	50代	259	24.3	18.9	15.8	35.9	5.0	259	10.0	15.1	12.7	54.8	7.3
	60代以上	231	21.2	23.4	12.6	35.9	6.9	231	5.6	21.2	15.6	47.6	10.0
性別	男性	605	21.5	22.3	13.2	37.2	5.8	605	9.6	15.9	14.4	51.2	8.9
	女性	573	23.0	13.3	16.2	42.2	5.2	573	7.9	9.6	16.1	58.6	7.9
居住地	板橋区	300	58.3	26.0	6.0	8.0	1.7	300	27.7	25.0	12.7	28.0	6.7
	周辺市区	296	24.7	27.7	13.5	29.7	4.4	296	5.4	16.9	15.9	54.1	7.8
	その他関東	295	3.4	14.6	18.6	58.0	5.4	295	0.7	5.8	17.3	69.2	7.1
	その他全国	287	1.4	2.8	20.9	64.1	10.8	287	0.7	3.1	15.0	69.0	12.2
婚姻	未婚	455	21.8	18.2	14.5	40.4	5.1	455	8.8	12.3	14.7	55.8	8.4
	既婚	723	22.5	17.7	14.8	39.1	5.8	723	8.7	13.1	15.5	54.2	8.4

		中板橋商店街					志村銀座商店街						
		サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答	サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答
	全体	1178	6.9	14.5	15.4	55.0	8.1	1178	3.9	12.5	16.7	57.1	9.8
年代	20代以下	197	5.1	8.1	17.8	60.4	8.6	197	3.0	5.1	21.8	60.4	9.6
	30代	252	6.3	10.3	16.7	56.7	9.9	252	3.2	8.3	18.3	59.1	11.1
	40代	239	10.5	14.2	12.6	56.1	6.7	239	4.2	14.2	12.6	61.1	7.9
	50代	259	5.8	16.2	14.3	56.0	7.7	259	4.2	13.5	15.8	56.8	9.7
	60代以上	231	6.5	22.9	16.5	46.3	7.8	231	4.8	20.3	16.0	48.5	10.4
性別	男性	605	7.6	19.3	13.9	51.4	7.8	605	4.1	17.0	15.4	53.1	10.4
	女性	573	6.1	9.4	17.1	58.8	8.6	573	3.7	7.7	18.2	61.4	9.1
居住地	板橋区	300	20.7	31.3	13.7	28.3	6.0	300	12.7	27.7	15.3	35.3	9.0
	周辺市区	296	4.1	17.2	14.9	57.8	6.1	296	1.4	14.2	16.9	59.5	8.1
	その他関東	295	1.4	6.1	16.6	67.8	8.1	295	0.7	5.8	18.3	66.1	9.2
	その他全国	287	1.0	2.8	16.7	66.9	12.5	287	0.7	1.7	16.4	68.3	12.9
婚姻	未婚	455	6.2	13.8	15.4	57.1	7.5	455	3.1	11.2	16.7	60.0	9.0
	既婚	723	7.3	14.9	15.5	53.7	8.6	723	4.4	13.3	16.7	55.3	10.2

		上板橋商店街					ファーマーズショップにりん草						
		サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答	サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答
	全体	1178	7.9	14.1	16.0	53.3	8.7	1178	1.0	1.4	22.1	63.8	11.6
年代	20代以下	197	5.1	10.7	17.8	58.4	8.1	197	1.5	2.0	22.8	62.4	11.2
	30代	252	7.1	12.3	15.5	54.4	10.7	252	0.0	1.2	20.2	66.7	11.9
	40代	239	9.2	13.0	16.7	56.1	5.0	239	0.8	1.7	19.2	70.7	7.5
	50代	259	5.8	18.9	14.7	52.1	8.5	259	0.8	0.8	20.5	65.3	12.7
	60代以上	231	12.1	14.7	15.6	46.3	11.3	231	2.2	1.7	28.1	53.2	14.7
性別	男性	605	8.9	16.9	15.4	49.1	9.8	605	0.7	1.3	22.0	62.5	13.6
	女性	573	6.8	11.2	16.6	57.8	7.7	573	1.4	1.6	22.2	65.3	9.6
居住地	板橋区	300	21.3	27.3	16.0	29.0	6.3	300	2.7	3.7	30.7	51.7	11.3
	周辺市区	296	6.8	18.6	13.5	52.7	8.4	296	0.7	0.7	20.6	67.6	10.5
	その他関東	295	1.4	7.8	17.3	65.8	7.8	295	0.0	0.7	18.0	70.8	10.5
	その他全国	287	1.7	2.1	17.1	66.6	12.5	287	0.7	0.7	18.8	65.5	14.3
婚姻	未婚	455	6.8	14.7	16.3	54.7	7.5	455	0.4	1.1	18.0	69.0	11.4
	既婚	723	8.6	13.7	15.8	52.4	9.5	723	1.4	1.7	24.6	60.6	11.8

		いたばし花火大会					農業まつり								
		サンプル数	い／また行きたいと思う	もつと知りたがある	行知ったことがある	行興味がみたくない	あまり興味は	無回答	サンプル数	い／また行きたいと思う	もつと知りたがある	行知ったことがある	行興味がみたくない	あまり興味は	無回答
全体		1178	16.7	9.3	32.9	34.1	6.9	1178	3.4	4.4	30.7	51.5	9.9		
年代	20代以下	197	21.3	6.6	33.0	33.0	6.1	197	2.5	2.0	30.5	54.3	10.7		
	30代	252	19.4	6.7	33.7	32.9	7.1	252	1.6	1.2	31.3	55.6	10.3		
	40代	239	16.7	8.8	31.0	38.1	5.4	239	2.1	4.6	28.5	56.9	7.9		
	50代	259	15.1	14.3	31.3	33.2	6.2	259	3.5	8.1	25.5	52.5	10.4		
	60代以上	231	11.7	9.5	35.9	33.3	9.5	231	7.4	5.6	38.5	38.1	10.4		
性別	男性	605	16.0	10.4	31.2	34.9	7.4	605	3.1	5.0	27.8	53.4	10.7		
	女性	573	17.5	8.2	34.7	33.3	6.3	573	3.7	3.8	33.9	49.6	9.1		
居住地	板橋区	300	45.3	21.7	17.7	11.3	4.0	300	10.3	14.3	31.7	35.7	8.0		
	周辺市区	296	16.2	11.1	37.2	29.4	6.1	296	1.7	2.4	33.1	54.4	8.4		
	その他関東	295	2.7	3.4	36.3	51.5	6.1	295	0.3	0.7	29.2	59.0	10.8		
	その他全国	287	1.7	0.7	41.1	44.9	11.5	287	1.0	0.0	28.9	57.5	12.5		
婚姻	未婚	455	16.7	8.1	31.4	37.4	6.4	455	2.2	2.9	27.7	57.1	10.1		
	既婚	723	16.7	10.1	33.9	32.1	7.2	723	4.1	5.4	32.6	48.0	9.8		

		いたばし産業見本市					区民まつり								
		サンプル数	い／また行きたいと思う	もつと知りたがある	行知ったことがある	行興味がみたくない	あまり興味は	無回答	サンプル数	い／また行きたいと思う	もつと知りたがある	行知ったことがある	行興味がみたくない	あまり興味は	無回答
全体		1178	1.1	3.1	25.9	60.6	9.3	1178	5.4	5.3	20.0	60.1	9.2		
年代	20代以下	197	1.5	1.0	24.4	62.9	10.2	197	4.6	4.1	22.3	60.9	8.1		
	30代	252	0.0	1.2	23.0	66.7	9.1	252	3.2	3.2	21.8	62.7	9.1		
	40代	239	1.3	4.2	22.2	66.1	6.3	239	5.4	7.1	17.2	63.6	6.7		
	50代	259	0.8	4.6	26.6	58.3	9.7	259	7.3	4.6	17.0	61.8	9.3		
	60代以上	231	2.2	3.9	33.3	48.9	11.7	231	6.5	7.4	22.5	51.1	12.6		
性別	男性	605	1.3	3.3	26.1	58.3	10.9	605	5.8	5.6	20.3	57.5	10.7		
	女性	573	0.9	2.8	25.7	63.0	7.7	573	5.1	4.9	19.7	62.8	7.5		
居住地	板橋区	300	3.3	9.3	36.0	42.7	8.7	300	19.3	16.7	26.0	29.7	8.3		
	周辺市区	296	0.7	1.4	24.3	65.9	7.8	296	1.7	2.4	23.0	65.2	7.8		
	その他関東	295	0.0	1.0	20.3	69.8	8.8	295	0.0	1.4	13.9	75.9	8.8		
	その他全国	287	0.3	0.3	22.6	64.5	12.2	287	0.3	0.3	17.1	70.4	11.8		
婚姻	未婚	455	0.4	2.0	24.0	64.4	9.2	455	3.5	5.1	19.3	64.0	8.1		
	既婚	723	1.5	3.7	27.1	58.2	9.4	723	6.6	5.4	20.5	57.7	9.8		

		東京・荒川市民マラソン					中板橋へそ祭り								
		サンプル数	い／また行きたいと思う	もつと知りたがある	行知ったことがある	行興味がみたくない	あまり興味は	無回答	サンプル数	い／また行きたいと思う	もつと知りたがある	行知ったことがある	行興味がみたくない	あまり興味は	無回答
全体		1178	1.1	1.5	17.9	70.0	9.4	1178	0.9	2.4	23.7	63.7	9.3		
年代	20代以下	197	1.0	0.5	21.3	68.0	9.1	197	1.5	0.5	24.4	65.0	8.6		
	30代	252	0.4	1.2	15.9	72.6	9.9	252	1.2	2.4	22.6	64.3	9.5		
	40代	239	1.3	2.1	16.3	73.6	6.7	239	0.8	3.8	20.5	67.8	7.1		
	50代	259	1.5	2.7	15.1	71.4	9.3	259	0.8	2.3	25.1	62.5	9.3		
	60代以上	231	1.3	0.9	22.1	63.6	12.1	231	0.4	2.6	26.0	58.9	12.1		
性別	男性	605	1.2	1.8	18.8	67.1	11.1	605	1.3	2.3	24.6	60.8	10.9		
	女性	573	1.0	1.2	16.9	73.1	7.7	573	0.5	2.4	22.7	66.7	7.7		
居住地	板橋区	300	3.3	4.0	24.0	60.0	8.7	300	3.0	6.3	30.7	51.0	9.0		
	周辺市区	296	0.7	1.4	14.9	74.3	8.8	296	0.7	2.4	22.3	66.6	8.1		
	その他関東	295	0.3	0.3	13.9	76.6	8.8	295	0.0	0.3	19.7	71.9	8.1		
	その他全国	287	0.0	0.3	18.8	69.3	11.5	287	0.0	0.3	22.0	65.5	12.2		
婚姻	未婚	455	0.2	1.1	15.8	74.5	8.4	455	0.4	2.2	20.9	67.9	8.6		
	既婚	723	1.7	1.8	19.2	67.2	10.1	723	1.2	2.5	25.4	61.0	9.8		

		サンバin志村					成増阿波おどり								
		サンプル数	もっと知りた い／また行き たいと思う	知って いるが／ ある	興味 がある ／ みたい	な い ／ 行 き た は く な い	あ ま り 興 味 は	無 回 答	サンプル数	もっと知りた い／また行き たいと思う	知って いるが／ ある	興味 がある ／ みたい	な い ／ 行 き た は く な い	あ ま り 興 味 は	無 回 答
	全体	1178	1.0	2.2	24.5	63.0	9.3	1178	0.8	2.5	24.4	63.0	9.3		
年代	20代以下	197	2.0	3.0	23.4	62.9	8.6	197	1.0	3.0	23.4	62.9	9.6		
	30代	252	0.4	1.6	25.8	63.1	9.1	252	0.0	2.0	27.4	61.5	9.1		
	40代	239	0.4	2.5	20.1	69.0	7.9	239	1.3	1.7	21.8	68.2	7.1		
	50代	259	1.2	1.9	28.2	59.8	8.9	259	0.4	2.3	23.9	64.9	8.5		
	60代以上	231	1.3	2.2	24.7	60.2	11.7	231	1.7	3.5	25.1	57.1	12.6		
性別	男性	605	1.3	2.8	26.0	59.0	10.9	605	1.0	3.0	24.6	60.2	11.2		
	女性	573	0.7	1.6	23.0	67.2	7.5	573	0.7	1.9	24.1	66.0	7.3		
居住地	板橋区	300	3.7	5.7	32.0	49.7	9.0	300	2.3	5.0	32.0	51.7	9.0		
	周辺市区	296	0.0	2.0	20.9	68.6	8.4	296	0.3	3.4	22.6	66.9	6.8		
	その他関東	295	0.0	0.7	21.0	70.5	7.8	295	0.0	0.7	20.0	70.2	9.2		
	その他全国	287	0.3	0.3	24.0	63.4	11.8	287	0.7	0.7	22.6	63.4	12.5		
婚姻	未婚	455	0.4	1.8	22.4	67.3	8.1	455	0.2	2.2	21.8	67.0	8.8		
	既婚	723	1.4	2.5	25.9	60.3	10.0	723	1.2	2.6	26.0	60.4	9.7		

		赤塚梅まつり					田遊び(北野神社、諏訪神社)								
		サンプル数	もっと知りた い／また行き たいと思う	知って いるが／ ある	興味 がある ／ みたい	な い ／ 行 き た は く な い	あ ま り 興 味 は	無 回 答	サンプル数	もっと知りた い／また行き たいと思う	知って いるが／ ある	興味 がある ／ みたい	な い ／ 行 き た は く な い	あ ま り 興 味 は	無 回 答
	全体	1178	2.9	3.1	27.2	57.1	9.6	1178	0.5	2.0	25.9	62.6	9.1		
年代	20代以下	197	2.0	2.0	25.9	60.4	9.6	197	1.0	2.0	27.4	61.4	8.1		
	30代	252	1.2	1.2	27.8	59.9	9.9	252	0.0	0.4	27.8	62.3	9.5		
	40代	239	2.1	2.9	25.1	61.5	8.4	239	0.0	0.8	22.2	69.9	7.1		
	50代	259	3.5	3.9	30.5	54.1	8.1	259	0.0	1.5	25.1	64.9	8.5		
	60代以上	231	5.6	5.6	26.4	50.2	12.1	231	1.7	5.2	27.3	53.7	12.1		
性別	男性	605	2.5	3.8	26.6	56.0	11.1	605	0.7	2.5	25.6	61.2	10.1		
	女性	573	3.3	2.4	27.9	58.3	8.0	573	0.3	1.4	26.2	64.0	8.0		
居住地	板橋区	300	8.7	9.3	36.7	38.0	7.3	300	1.7	4.3	35.0	51.3	7.7		
	周辺市区	296	2.4	2.0	27.0	59.1	9.5	296	0.0	2.0	27.0	63.5	7.4		
	その他関東	295	0.0	0.3	22.0	68.8	8.8	295	0.0	0.7	20.3	70.2	8.8		
	その他全国	287	0.3	0.7	23.0	63.1	12.9	287	0.3	0.7	20.9	65.5	12.5		
婚姻	未婚	455	1.1	1.8	25.9	62.0	9.2	455	0.2	1.1	24.2	66.2	8.4		
	既婚	723	4.0	4.0	28.1	54.1	9.8	723	0.7	2.5	27.0	60.3	9.5		

		中山道 板橋宿					東京大仏								
		サンプル数	もっと知りた い／また行き たいと思う	知って いるが／ ある	興味 がある ／ みたい	な い ／ 行 き た は く な い	あ ま り 興 味 は	無 回 答	サンプル数	もっと知りた い／また行き たいと思う	知って いるが／ ある	興味 がある ／ みたい	な い ／ 行 き た は く な い	あ ま り 興 味 は	無 回 答
	全体	1178	5.2	11.6	28.1	47.0	8.1	1178	7.7	14.1	27.5	43.6	7.0		
年代	20代以下	197	3.0	5.6	24.9	57.9	8.6	197	4.1	8.1	26.9	52.3	8.6		
	30代	252	2.8	7.9	25.0	54.4	9.9	252	4.8	11.9	28.2	45.6	9.5		
	40代	239	4.2	15.9	27.2	48.5	4.2	239	7.1	18.4	28.0	42.3	4.2		
	50代	259	5.8	14.3	30.1	42.9	6.9	259	10.0	16.2	27.4	40.5	5.8		
	60代以上	231	10.0	13.4	32.9	32.9	10.8	231	12.1	14.7	26.8	39.0	7.4		
性別	男性	605	6.0	14.7	26.6	44.1	8.6	605	6.9	16.7	25.8	43.3	7.3		
	女性	573	4.4	8.4	29.7	50.1	7.5	573	8.6	11.3	29.3	44.0	6.8		
居住地	板橋区	300	15.3	28.7	22.3	27.7	6.0	300	22.3	36.3	20.7	16.3	4.3		
	周辺市区	296	2.7	11.5	28.7	49.7	7.4	296	6.8	14.9	29.1	43.9	5.4		
	その他関東	295	1.4	4.4	30.2	56.6	7.5	295	0.7	3.1	30.5	59.0	6.8		
	その他全国	287	1.0	1.4	31.4	54.7	11.5	287	0.7	1.4	30.0	56.1	11.8		
婚姻	未婚	455	3.3	11.2	27.5	50.3	7.7	455	4.6	14.1	28.8	44.6	7.9		
	既婚	723	6.4	11.9	28.5	45.0	8.3	723	9.7	14.1	26.7	43.0	6.5		

		郷土資料館					区立美術館						
		サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答	サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答
全体		1178	4.4	8.7	24.1	53.9	8.8	1178	4.6	7.6	27.9	51.4	8.4
年代	20代以下	197	3.0	5.6	23.4	59.4	8.6	197	3.6	5.6	26.4	55.8	8.6
	30代	252	2.0	6.7	22.6	59.1	9.5	252	2.0	6.0	25.0	57.9	9.1
	40代	239	5.0	8.4	24.7	56.1	5.9	239	5.0	7.9	29.7	50.6	6.7
	50代	259	4.6	12.7	23.6	51.4	7.7	259	5.4	11.2	23.9	52.9	6.6
	60代以上	231	7.4	9.5	26.4	44.2	12.6	231	6.9	6.9	35.1	39.8	11.3
性別	男性	605	4.6	9.9	25.0	51.4	9.1	605	4.0	8.4	26.0	52.9	8.8
	女性	573	4.2	7.5	23.2	56.5	8.6	573	5.2	6.8	30.0	49.9	8.0
居住地	板橋区	300	14.0	25.0	26.3	29.3	5.3	300	14.3	22.3	29.3	27.3	6.7
	周辺市区	296	3.0	6.4	24.7	58.8	7.1	296	3.4	5.7	28.0	55.1	7.8
	その他関東	295	0.0	2.4	22.4	65.8	9.5	295	0.0	1.4	27.8	63.7	7.1
	その他全国	287	0.3	0.7	23.0	62.4	13.6	287	0.3	0.7	26.5	60.3	12.2
婚姻	未婚	455	2.9	7.5	23.5	58.2	7.9	455	2.6	7.0	28.6	54.1	7.7
	既婚	723	5.4	9.5	24.5	51.2	9.4	723	5.8	8.0	27.5	49.8	8.9

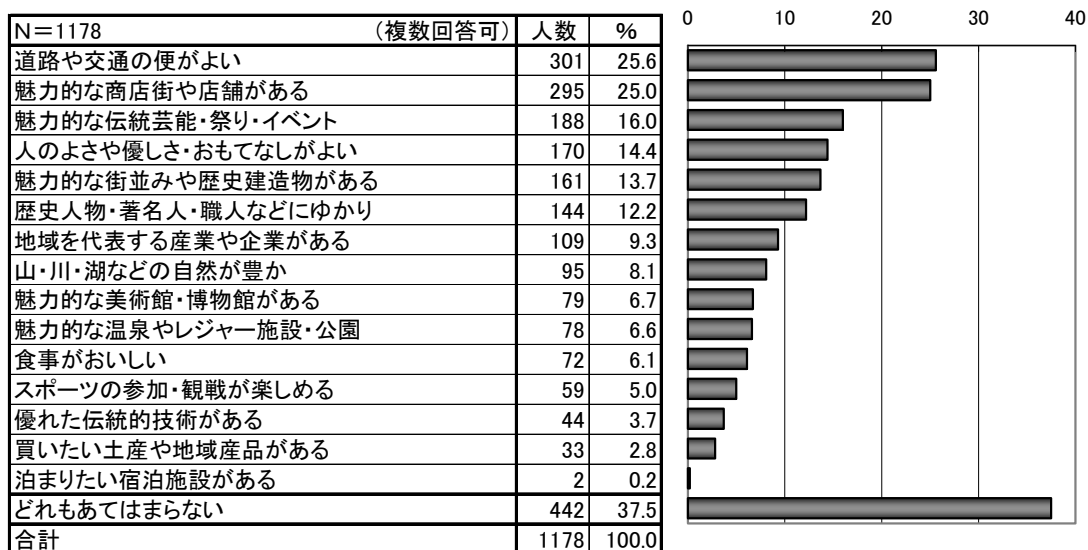
		植村冒険館					イタリア・ボローニヤ絵本館						
		サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答	サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答
全体		1178	1.3	4.5	29.7	55.2	9.3	1178	1.7	2.9	35.7	51.2	8.6
年代	20代以下	197	2.0	4.1	23.9	60.9	9.1	197	1.5	4.1	37.1	49.2	8.1
	30代	252	0.0	2.4	28.6	59.5	9.5	252	0.8	2.0	36.1	52.8	8.3
	40代	239	2.5	5.4	28.9	56.5	6.7	239	2.5	2.1	37.7	51.0	6.7
	50代	259	0.4	5.0	33.6	53.7	7.3	259	1.2	3.1	33.6	54.4	7.7
	60代以上	231	1.7	5.6	32.5	45.9	14.3	231	2.6	3.5	34.2	47.6	12.1
性別	男性	605	2.1	5.3	27.3	54.7	10.6	605	1.2	2.8	28.3	57.7	10.1
	女性	573	0.3	3.7	32.3	55.7	8.0	573	2.3	3.0	43.5	44.3	7.0
居住地	板橋区	300	3.3	15.0	35.7	38.3	7.7	300	5.7	8.7	40.3	38.3	7.0
	周辺市区	296	0.7	0.7	32.8	56.8	9.1	296	0.7	0.7	37.2	54.1	7.4
	その他関東	295	0.0	2.0	24.7	64.7	8.5	295	0.0	0.7	31.9	59.7	7.8
	その他全国	287	1.0	0.0	25.4	61.3	12.2	287	0.3	1.4	33.1	53.0	12.2
婚姻	未婚	455	0.7	4.2	27.3	59.1	8.8	455	0.7	2.2	36.9	52.3	7.9
	既婚	723	1.7	4.7	31.3	52.7	9.7	723	2.4	3.3	34.9	50.5	9.0

		石神井川の桜					
		サンプル数	もっと知りたい／また行きたいと思う	知っている／ある	興味がある／行ってみたい	あまり興味はない／行きたくない	無回答
全体		1178	14.6	8.7	35.0	34.7	7.0
年代	20代以下	197	12.2	4.1	32.0	44.2	7.6
	30代	252	9.9	5.2	34.1	42.5	8.3
	40代	239	15.1	9.6	33.5	36.8	5.0
	50代	259	18.1	10.0	35.5	30.5	5.8
	60代以上	231	17.3	13.9	39.4	20.8	8.7
性別	男性	605	14.7	10.7	30.1	37.2	7.3
	女性	573	14.5	6.5	40.1	32.1	6.8
居住地	板橋区	300	36.7	14.3	25.3	19.0	4.7
	周辺市区	296	17.2	11.1	36.5	30.1	5.1
	その他関東	295	2.4	6.1	41.7	42.4	7.5
	その他全国	287	1.4	2.8	36.6	48.1	11.1
婚姻	未婚	455	13.2	7.3	34.5	38.9	6.2
	既婚	723	15.5	9.5	35.3	32.1	7.6



板橋の資源

Q12 板橋と聞いて思い浮かぶものは何ですか。  
以下より当てはまるものをいくつでもお選びください。



・板橋区の地域資源としては、交通の便といった自然資源や魅力的な商店街や店舗などのモノ資源が強い結果となった。  
・今後の課題としては、魅力的な祭りやイベント、人の良さや優しさなどによるサービス資源や、魅力的な街並みや歴史建造物、歴史人物や著名人、職人などによる歴史・文化資源を高め、相乗的な魅力発信が重要であろう。

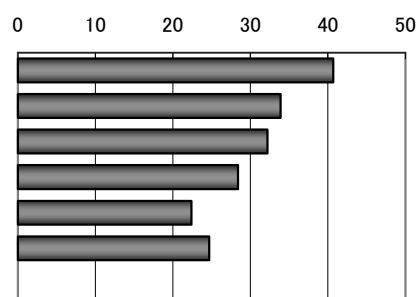
N=1178		道路や交通の便がよい	魅力的な商店街や店舗がある	魅力的な伝統芸能・祭り・イベント	人のよさや優しさ・おもてなしがよい	魅力的な街並みや歴史建造物がある	歴史人物・著名人・職人などにゆかり	地域を代表する産業や企業がある	山・川・湖などの自然が豊か	魅力的な美術館・博物館がある	
全体	1178	25.6	25.0	16.0	14.4	13.7	12.2	9.3	8.1	6.7	
年代	20代以下	197	18.3	21.3	15.2	10.2	9.6	10.7	6.6	11.2	3.0
	30代	252	26.6	18.3	13.5	12.3	10.7	9.1	4.8	5.2	4.4
	40代	239	25.1	22.6	14.2	10.9	7.9	13.0	7.9	7.5	6.7
	50代	259	24.7	30.5	17.4	17.4	16.2	13.1	13.1	6.9	6.6
	60代以上	231	32.0	32.0	19.5	20.8	23.4	15.2	13.4	10.4	12.6
性別	男性	605	24.1	24.8	16.4	12.9	15.9	11.7	8.8	6.6	6.3
	女性	573	27.1	25.3	15.5	16.1	11.3	12.7	9.8	9.6	7.2
居住地	板橋区	300	47.3	38.7	25.7	18.0	18.3	21.7	17.7	10.3	12.7
	周辺市区	296	23.0	28.7	12.2	10.1	14.2	9.8	5.4	8.1	6.8
	その他関東	295	18.6	19.7	14.2	16.3	9.8	9.5	7.1	7.1	3.1
	その他全国	287	12.5	12.5	11.5	13.2	12.2	7.7	6.6	6.6	4.2
婚姻	未婚	455	22.6	23.7	14.3	9.2	10.8	10.3	6.4	7.0	3.7
	既婚	723	27.4	25.9	17.0	17.7	15.5	13.4	11.1	8.7	8.6
職業	会社員・会社役員	421	24.9	21.9	15.7	14.5	12.6	12.8	8.1	7.4	5.0
	公務員・団体役員・職員	53	32.1	22.6	9.4	9.4	9.4	13.2	3.8	0.0	
	自営業・自由業	149	29.5	31.5	17.4	18.1	19.5	13.4	10.7	5.4	8.7
	専業主婦	214	27.1	28.0	15.4	18.2	11.7	9.8	10.7	11.2	8.9
	学生	40	12.5	22.5	20.0	5.0	12.5	10.0	10.0	15.0	5.0
	パート・アルバイトなど	154	20.1	20.1	13.0	14.3	11.0	11.0	5.8	5.8	5.2
	無職	128	26.6	30.5	20.3	10.2	18.0	14.8	10.2	10.9	9.4
その他	19	36.8	26.3	21.1	5.3	21.1	21.1	15.8	5.3	21.1	

N=1178		サンプル数	魅力的な温泉やレジャー施設・公園	食事がおいしい	スポーツの参加・観戦が楽しめる	優れた伝統的技術がある	買いたい土産や地域産品がある	泊まりたい宿泊施設がある	どれもあてはまらない	無回答
全体		1178	6.6	6.1	5.0	3.7	2.8	0.2	37.5	0.0
年代	20代以下	197	6.6	5.6	5.6	2.5	4.1	0.0	46.2	0.0
	30代	252	4.4	3.6	4.4	1.6	2.0	0.0	44.0	0.0
	40代	239	6.7	7.9	4.2	2.1	1.3	0.0	40.2	0.0
	50代	259	7.3	6.2	5.4	2.7	2.7	0.4	32.0	0.0
	60代以上	231	8.2	7.4	5.6	10.0	4.3	0.4	26.4	0.0
性別	男性	605	7.1	6.9	5.3	4.3	3.0	0.2	37.7	0.0
	女性	573	6.1	5.2	4.7	3.1	2.6	0.2	37.3	0.0
居住地	板橋区	300	14.3	10.7	8.3	6.3	5.3	0.3	19.0	0.0
	周辺市区	296	6.1	5.7	4.4	2.7	0.3	0.3	34.5	0.0
	その他関東	295	2.7	2.7	2.4	3.4	2.7	0.0	45.1	0.0
	その他全国	287	3.1	5.2	4.9	2.4	2.8	0.0	52.3	0.0
婚姻	未婚	455	5.9	6.8	4.0	2.2	2.6	0.2	44.0	0.0
	既婚	723	7.1	5.7	5.7	4.7	2.9	0.1	33.5	0.0
職業	会社員・会社役員	421	7.1	7.8	6.4	2.9	2.9	0.5	38.0	0.0
	公務員・団体役員・職員	53	3.8	1.9	0.0	1.9	3.8	0.0	43.4	0.0
	自営業・自由業	149	7.4	8.1	2.7	4.7	3.4	0.0	32.2	0.0
	専業主婦	214	6.5	4.7	4.7	2.8	2.8	0.0	34.1	0.0
	学生	40	7.5	5.0	5.0	5.0	7.5	0.0	45.0	0.0
	パート・アルバイトなど	154	5.8	3.2	5.2	3.2	1.3	0.0	46.8	0.0
	無職	128	6.3	6.3	4.7	8.6	1.6	0.0	33.6	0.0
	その他	19	5.3	5.3	10.5	0.0	5.3	0.0	26.3	0.0

ブランドコンセプトに対する興味

Q13 板橋区内で以下のようなブランドコンセプトでまちづくりが行われた場合、興味がありますか。  
以下より興味があるものをいくつでもお選びください。

N=1178	(複数回答可)	人数	%
板橋の美味しいものプレミアムいたばし		480	40.7
板橋発の新フード板(イタ)飯		399	33.9
からくり人形のまち板橋町工場発		379	32.2
江戸から数えて1番目の宿場町板橋宿		335	28.4
スパイス企業スパイスの効いたまち		264	22.4
興味のあるものはない		291	24.7
無回答		0	0.0
合計		1178	100.0



N=1178		サンプル数	からくり人形のまち板橋町工場発	板橋発の新フード板(イタ)飯	板橋の美味しいものプレミアムいたばし	江戸から数えて1番目の宿場町板橋宿	スパイス企業スパイスの効いたまち	興味のあるものはない	無回答
全体		1178	32.2	33.9	40.7	28.4	22.4	24.7	0.0
年代	20代以下	197	25.9	37.1	36.5	20.3	19.8	30.5	0.0
	30代	252	19.8	40.1	39.7	19.8	25.4	25.4	0.0
	40代	239	30.5	36.0	41.4	22.2	21.3	27.6	0.0
	50代	259	40.5	30.5	42.5	30.1	23.9	23.6	0.0
	60代以上	231	43.3	26.0	42.9	49.4	20.8	17.3	0.0
性別	男性	605	29.9	28.3	35.2	29.9	21.5	27.8	0.0
	女性	573	34.6	39.8	46.6	26.9	23.4	21.5	0.0
居住地	板橋区	300	34.3	47.0	54.3	33.0	31.7	17.7	0.0
	周辺市区	296	27.4	34.1	38.2	27.4	21.6	26.0	0.0
	その他関東	295	32.9	27.8	32.9	27.5	15.6	26.1	0.0
	その他全国	287	34.1	26.1	37.3	25.8	20.6	29.3	0.0
婚姻	未婚	455	25.7	36.0	38.2	23.3	23.1	28.8	0.0
	既婚	723	36.2	32.5	42.3	31.7	22.0	22.1	0.0
職業	会社員・会社役員	421	27.3	34.0	37.3	25.9	25.9	27.3	0.0
	公務員・団体役員・職員	53	22.6	26.4	41.5	18.9	18.9	35.8	0.0
	自営業・自由業	149	33.6	35.6	45.0	30.9	19.5	24.8	0.0
	専業主婦	214	42.5	39.3	47.2	28.0	22.0	15.9	0.0
	学生	40	25.0	40.0	47.5	15.0	17.5	22.5	0.0
	パート・アルバイトなど	154	32.5	33.1	42.2	29.2	22.1	27.3	0.0
	無職	128	35.2	25.8	33.6	39.8	18.8	23.4	0.0
	その他	19	31.6	26.3	31.6	42.1	21.1	26.3	0.0
訪問度	住んでいる(いた)	341	32.6	46.6	54.0	32.3	30.8	19.1	0.0
	通勤・通学している	10	40.0	60.0	70.0	40.0	20.0	10.0	0.0
	よく行く	41	31.7	39.0	46.3	39.0	24.4	19.5	0.0
	行くことがある	66	40.9	36.4	40.9	39.4	25.8	13.6	0.0
	行ったことがある	190	24.2	33.2	38.9	28.9	18.9	24.7	0.0
	通過したことがある	243	33.3	27.6	32.5	26.7	15.2	25.1	0.0
板橋区内に行っていない	287	33.8	22.3	31.4	20.6	19.9	34.8	0.0	

今後、板橋区で左記のようなブランドコンセプトが展開された場合の興味について尋ねた。

・板橋区内の美味しいものを集める「プレミアムいたばし」に対する興味が最も高く40.7%、次いで「板(イタ)飯」33.9%、「からくり人形のまち」32.2%、「板橋宿」28.4%、「スパイスの効いたまち」22.4%が続く。食に対する興味が強いことが伺える。

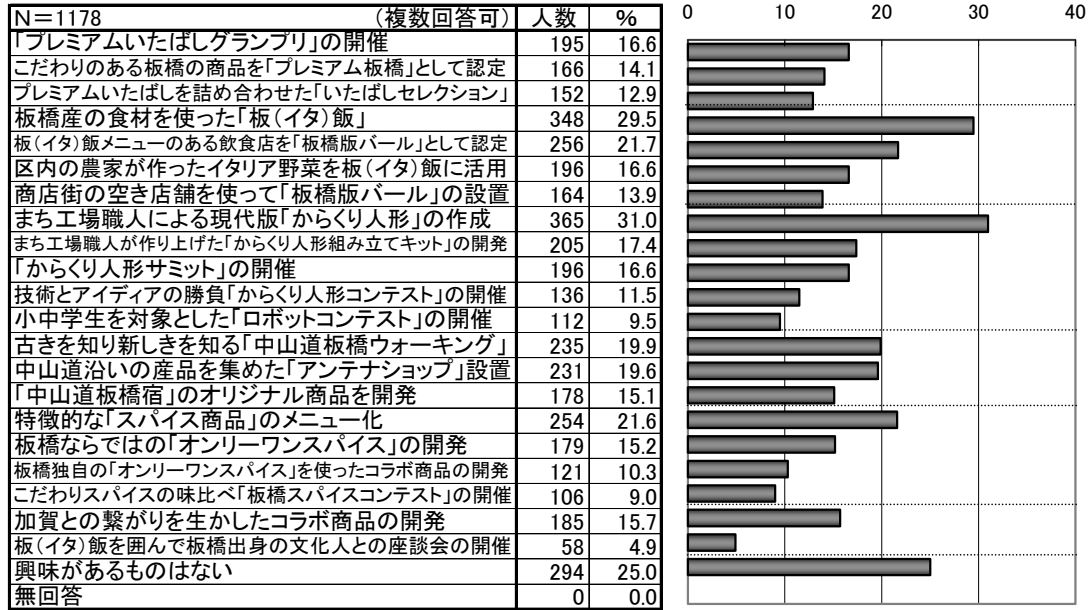
・「プレミアムいたばし」は、年代が高まるほど興味が高まり、板橋を訪れる頻度が高いほど興味も高まる。

・「板(イタ)飯」は、30代前後の興味が最も高く、「プレミアムいたばし」同様に訪れる頻度が高いほど興味も高まる。

・「からくり人形」は、板橋区に訪れたことのない人に対しても興味を持たれやすい傾向を示しており、全国や板橋区を訪れたことのない人の興味も高い。

アクションプラン案に対する興味

Q14 板橋区内で以下のような取り組みが行われた場合、行ってみたい、参加したいと思いませんか。興味があるものをいくつかもお選びください。



N=1178	サンプル数	取り組み														
		「からくり人形サミット」の開催	「プレミアムいたばしグランプリ」の開催	区内の農家が作ったイタリア野菜を板(イタ)飯に活用	加賀との繋がりを生かしたコラボ商品の開発	「からくり人形サミット」の開催	「プレミアムいたばしグランプリ」の開催	「からくり人形サミット」の開催	まち工場職人が作り上げた「からくり人形組み立てキット」の開発	中山道沿いの産品を集めた「アンテナショップ」設置	古きを知り新しきを知る「中山道板橋ウォーキング」	特徴的な「スパイス商品」のメニュー化	板(イタ)飯メニューとして認定	板(イタ)飯を使った	まち工場職人による現代版「からくり人形」の作成	
全体	1178	31.0	29.5	21.7	21.6	19.9	19.6	17.4	16.6	16.6	16.6	15.7	15.2			
年代	20代以下	197	24.9	33.5	23.9	22.3	10.7	11.7	17.3	13.7	17.8	17.8	13.2	16.8		
	30代	252	21.4	33.3	26.6	25.8	11.9	17.1	11.1	8.7	21.4	17.1	11.1	16.3		
	40代	239	26.8	28.9	18.4	20.9	16.7	14.6	15.1	14.2	15.9	15.1	13.4	15.9		
	50代	259	37.8	29.7	21.2	22.4	24.3	18.9	19.7	19.3	15.4	16.6	17.4	12.7		
	60代以上	231	43.3	22.5	18.6	16.0	35.1	35.1	24.2	27.3	12.1	16.9	23.4	14.7		
性別	男性	605	32.9	24.6	19.3	21.0	18.5	22.6	17.7	15.2	15.5	12.6	13.6	14.0		
	女性	573	29.0	34.7	24.3	22.2	21.5	16.4	17.1	18.2	17.6	20.9	18.0	16.4		
居住地	板橋区	300	35.7	43.0	34.3	28.7	28.7	25.3	23.7	18.0	23.7	25.3	26.0	24.7		
	周辺市区	296	27.7	28.4	20.6	21.6	15.9	19.3	13.5	13.2	15.2	19.3	12.8	15.5		
	その他関東	295	33.2	23.1	17.3	19.0	17.6	19.0	14.9	18.6	13.6	11.5	12.9	10.5		
	その他全国	287	27.2	23.3	14.3	16.7	17.4	14.6	17.4	16.7	13.6	10.1	10.8	9.8		
婚姻	未婚	455	25.5	30.1	22.0	23.1	15.4	16.5	12.5	12.5	16.9	17.4	13.2	14.9		
	既婚	723	34.4	29.2	21.6	20.6	22.8	21.6	20.5	19.2	16.3	16.2	17.3	15.4		
職業	会社員・会社役員	421	28.3	29.2	23.8	26.4	19.2	18.3	14.7	13.3	18.5	14.0	13.3	15.2		
	公務員・団体役員・職員	53	24.5	34.0	18.9	18.9	11.3	22.6	11.3	7.5	24.5	22.6	7.5	13.2		
	自営業・自由業	149	37.6	26.8	22.1	20.1	24.8	24.8	24.2	16.8	17.4	17.4	22.1	17.4		
	専業主婦	214	33.2	33.6	20.6	17.3	23.8	19.2	19.6	21.5	16.8	20.6	15.9	14.5		
	学生	40	17.5	30.0	27.5	22.5	10.0	12.5	17.5	5.0	20.0	15.0	10.0	15.0		
	パート・アルバイトなど	154	28.6	32.5	22.1	24.0	14.9	11.7	15.6	19.5	10.4	18.2	18.8	19.5		
	無職	128	35.2	23.4	16.4	13.3	22.7	27.3	18.0	21.9	13.3	13.3	16.4	10.2		
その他	19	52.6	15.8	15.8	15.8	21.1	31.6	26.3	26.3	5.3	21.1	21.1	10.5			
訪問度	住んでいる(いた)	341	34.0	41.9	34.0	27.9	27.3	25.2	23.2	17.3	23.5	24.9	25.5	23.8		
	通勤・通学している	10	50.0	40.0	40.0	20.0	20.0	40.0	10.0	10.0	20.0	40.0	10.0	20.0		
	よく行く	41	31.7	34.1	22.0	17.1	14.6	17.1	19.5	12.2	14.6	19.5	19.5	14.6		
	行くことがある	66	40.9	33.3	22.7	24.2	19.7	31.8	12.1	16.7	21.2	24.2	15.2	16.7		
	行ったことがある	190	28.9	28.4	21.6	25.3	15.3	17.9	15.3	11.6	18.4	14.2	10.5	17.9		
	通過したことがある	243	32.9	23.9	15.6	17.7	21.0	18.9	15.6	20.2	12.8	9.9	9.5	9.5		
板橋区内に行っていない	287	24.0	18.5	11.5	15.0	14.3	11.5	14.6	17.1	9.4	11.1	12.5	7.7			

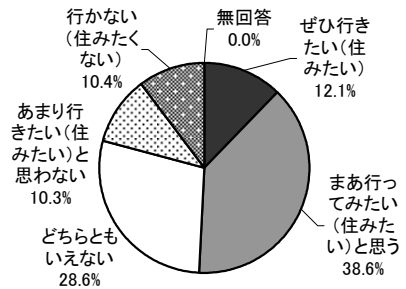
N=1178		サンプル数	「中山道板橋宿」のオリジナル商品を開発	「板橋」の認定	こだわりのある板橋の商品を「プレミアム板橋」として認定	商店街の空き店舗を使って「板橋版パールの設置	プレミアムいたばしを詰め合わせた「いたばしセレクション」	負「からくり人形コンテスト」の開催	技術とアイデアの勝負「からくり人形コンテスト」の開催	板橋独自の「オマリワンスパイス」を使ったコラボ商品の開発	「ロボットコンテスト」の開催	小中学生を対象とした	こだわりのスパイスの味比べ「板橋スパイスコンテスト」の開催	板橋出身の文化人との座談会の開催	興味があるものはない	無回答
全体		1178	15.1	14.1	13.9	12.9	11.5	10.3	9.5	9.0	4.9	25.0	0.0			
年代	20代以下	197	9.6	13.7	17.8	12.7	7.6	13.2	11.2	6.6	5.1	33.0	0.0			
	30代	252	10.7	12.3	14.3	13.5	7.5	9.9	8.7	11.5	5.6	25.8	0.0			
	40代	239	13.0	14.6	12.1	15.9	12.6	13.4	7.1	8.8	4.6	26.8	0.0			
	50代	259	16.6	14.7	13.9	10.8	14.7	8.1	9.7	10.4	3.9	22.8	0.0			
	60代以上	231	25.1	15.2	12.1	11.7	14.7	7.4	11.3	6.9	5.6	17.7	0.0			
性別	男性	605	16.4	14.7	11.6	11.1	11.6	9.3	10.9	9.4	4.8	27.9	0.0			
	女性	573	13.8	13.4	16.4	14.8	11.5	11.3	8.0	8.6	5.1	21.8	0.0			
居住地	板橋区	300	21.3	24.0	27.0	25.3	15.3	19.3	14.7	13.0	9.7	17.3	0.0			
	周辺市区	296	12.5	14.9	12.2	10.1	9.5	9.5	8.8	9.5	5.4	25.0	0.0			
	その他関東	295	13.2	6.4	7.1	7.8	10.5	7.1	7.1	4.4	2.4	26.4	0.0			
	その他全国	287	13.2	10.8	9.1	8.0	10.8	4.9	7.3	9.1	2.1	31.4	0.0			
婚姻	未婚	455	12.7	12.1	15.6	13.2	8.8	11.9	8.1	8.4	5.3	30.8	0.0			
	既婚	723	16.6	15.4	12.9	12.7	13.3	9.3	10.4	9.4	4.7	21.3	0.0			
職業	会社員・会社役員	421	15.4	15.2	16.4	13.5	10.9	11.2	9.0	11.4	6.4	25.9	0.0			
	公務員・団体役員・職員	53	11.3	11.3	13.2	15.1	9.4	9.4	9.4	5.7	0.0	32.1	0.0			
	自営業・自由業	149	15.4	16.1	15.4	10.7	14.1	12.1	12.8	8.7	7.4	22.1	0.0			
	専業主婦	214	14.5	15.4	14.5	13.6	12.1	9.8	10.3	7.5	3.3	17.8	0.0			
	学生	40	7.5	15.0	10.0	20.0	5.0	10.0	12.5	2.5	2.5	27.5	0.0			
	パート・アルバイトなど	154	13.0	11.0	11.0	12.3	12.3	10.4	5.2	9.7	4.5	29.9	0.0			
	無職	128	21.1	10.2	7.8	7.8	11.7	5.5	8.6	6.3	3.1	28.1	0.0			
	その他	19	15.8	15.8	15.8	26.3	10.5	15.8	21.1	10.5	5.3	21.1	0.0			
訪問度	住んでいる(いた)	341	20.5	23.8	25.2	24.6	14.7	19.4	14.4	12.9	9.4	17.9	0.0			
	通勤・通学している	10	20.0	40.0	20.0	30.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0			
	よく行く	41	24.4	17.1	24.4	12.2	2.4	2.4	7.3	7.3	7.3	19.5	0.0			
	行くことがある	66	16.7	15.2	15.2	12.1	13.6	10.6	13.6	7.6	4.5	15.2	0.0			
	行ったことがある	190	12.6	11.6	9.5	8.9	11.1	11.1	7.9	10.5	4.7	23.2	0.0			
	通過したことがある	243	14.0	9.5	7.0	7.0	11.5	4.1	7.4	5.8	2.1	27.2	0.0			
板橋区内に行ったことがない	287	9.4	6.6	7.3	6.3	9.4	5.2	6.3	6.6	2.1	36.2	0.0				

・現在版「からくり人形」の作成が最も多く31.0%、次いで板橋産の食材を使った「板(イタ)飯」29.5%、「板橋版パール」の認定21.7%、「スパイス商品」のメニュー化21.6%、「中山道板橋ウォーキング」19.9%が続く。

来訪意向

Q15 上記のようなブランドコンセプトのもと、板橋区のまちづくりが進められたら、板橋区に行ってみたい、もしくは住みたいと思いますか。あてはまるものをひとつだけお選びください。

	人数	%
ぜひ行きたい(住みたい)	143	12.1
まあ行ってみたい(住みたい)と思う	455	38.6
どちらともいえない	337	28.6
あまり行きたい(住みたい)と思わない	121	10.3
行かない(住みたくない)	122	10.4
無回答	0	0.0
合計	1178	100.0



N=1178		サンプル数	ぜひ行きたい(住みたい)	まあ行ってみたい(住みたい)と思う	どちらともいえない	(住みたい)と あまり行きたいと思わない	(住みたくない)と 行かない
全体		1178	12.1	38.6	28.6	10.3	10.4
年代	20代以下	197	12.7	37.6	31.0	7.6	11.2
	30代	252	8.7	41.3	30.2	11.5	8.3
	40代	239	12.6	37.2	27.2	10.9	12.1
	50代	259	12.7	42.5	26.6	8.5	9.7
	60代以上	231	14.3	33.8	28.6	12.6	10.8
性別	男性	605	13.4	35.4	30.6	8.8	11.9
	女性	573	10.8	42.1	26.5	11.9	8.7
居住地	板橋区	300	30.0	43.0	21.0	2.3	3.7
	周辺市区	296	7.4	44.9	27.7	13.2	6.8
	その他関東	295	5.8	35.6	31.2	15.6	11.9
	その他全国	287	4.9	30.7	34.8	10.1	19.5
婚姻	未婚	455	11.0	36.9	31.0	9.0	12.1
	既婚	723	12.9	39.7	27.1	11.1	9.3
職業	会社員・会社役員	421	14.7	39.4	29.0	6.7	10.2
	公務員・団体役員・職員	53	9.4	37.7	24.5	15.1	13.2
	自営業・自由業	149	15.4	40.3	22.8	12.1	9.4
	専業主婦	214	9.3	41.6	29.4	12.1	7.5
	学生	40	10.0	50.0	27.5	5.0	7.5
	パート・アルバイトなど	154	9.1	35.7	29.2	14.3	11.7
	無職	128	10.9	28.1	34.4	10.9	15.6
	その他	19	5.3	47.4	26.3	15.8	5.3
訪問度	住んでいる(いた)	341	28.7	41.6	22.3	2.9	4.4
	通勤・通学している	10	0.0	60.0	30.0	10.0	0.0
	よく行く	41	12.2	51.2	22.0	9.8	4.9
	行くことがある	66	10.6	63.6	15.2	4.5	6.1
	行ったことがある	190	8.4	41.1	33.7	13.7	3.2
	通過したことがある	243	2.9	37.9	32.9	14.4	11.9
板橋区内に行っていない	287	3.5	25.8	33.1	14.6	23.0	

・「ぜひ行きたい」と「まあ行ってみたいと思う」を合算した「行きたい」とする人が50.7%となり、事前の訪問意向(37.7%)よりも高まっている。

・特に「行ったことがある」「通過したことがある」などのこれまで板橋区に関わりがあるものの、訪れる頻度は多くなかった人の来訪意欲が高まる傾向となっており、板橋区を通過している人の4割が「行ってみたい」と回答している。

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	女性	45	17号と首都高の排気ガスさみしくなっていく商店街
	東京都	女性	74	18年前に1年間だけ住んでいたのですがその頃はまだ緑が多かった記憶があるくらいです。
	東京都	男性	41	20年ほど前に初めて見に行った戸田の花火大会が以外に盛大で驚いた
	東京都	女性	53	20年前は田舎の赴きがあったが、最近はずい分拓けてきた。
	東京都	女性	34	23区にしては適度に緑があり、のどかで良い。
	東京都	男性	29	23区の中では家族・一人暮らしを問わず活用できる商店街が多い。
	東京都	男性	51	23区の中でも、野鳥や昆虫の種類が多いように思う。
	東京都	男性	36	23区内では家賃が比較的安い
	東京都	男性	55	23区内の割には、地方都市的な(一見華やかさの中にも)寂しさと庶民的な部分が入り混じっているように感じる。
	東京都	男性	34	2年くらい住んでいたのですが、ぜんそくが出ました。その後、すぐ近くの道路がすごく空気の悪いことで有名だということが分かりました。
	東京都	男性	65	47年住んでますが良い所ですよ！
	東京都	男性	24	OKストアの安さ
	東京都	女性	44	SATYの大きさ
	東京都	女性	39	TVの撮影が結構ある。お年寄りが多い。中国人が多い。花火大会が近所で見られる。
	東京都	男性	59	あまりすっきりしていない下町。
	東京都	女性	39	アンケートに答えながら、東京大仏や東武練馬(サティ)、高島平の焼きそば屋など、けっこう板橋に行ってるなと思った。特に板橋を訪れての感想はありません。
	東京都	女性	29	イズミヤ板橋店とさやの湯がオープンしたこと
	東京都	女性	47	いたばし音頭は区民の誉れ。高島平団地は昔自殺の名所と言われた。(昼間はいいが夜中のエレベーターは非常に怖い)
	東京都	男性	28	いたばし花火大会
	東京都	男性	26	いたばし花火大会
	東京都	男性	29	いたばし花火大会
	愛知県	男性	28	イタリアの絵本
	東京都	男性	23	いろいろと便利な町である。
	東京都	男性	23	エコポリスセンターのハイテクさ。
	東京都	女性	53	エコ教育に熱心。環境問題に取り組んでいる。
	東京都	女性	44	おしゃれではないが、庶民的で気楽に生活できる。治安も良い。
	兵庫県	男性	49	おとなしい住宅街
	東京都	女性	57	おもっていたより下町だと感じた。
	東京都	女性	43	グリーンドーム熱帯館に時々行きます。公共でこのような施設を安く使えるのは嬉しいです。公共の体育館も結構多くて便利ですし、公衆トイレも綺麗で公園でも必ずトイレペーパーがあるのはすばらしいと思いました。色々な区に住みましたが、公共の施設が身近に使える区は板橋区が始めてです。
	東京都	女性	33	けっこう坂が多い
	東京都	男性	69	ごちゃごちゃしていてまとまりがない。
	東京都	女性	38	ごちゃごちゃしてる。
	東京都	女性	26	このごろ妙にガラの悪い連中がたむろしているのを、あちらこちら(駅前にも)で見る事がとても増えた。志村警察はなめられている？
	東京都	男性	25	ゴミ出しが楽
	東京都	女性	35	コンビニに駐車場がある
	東京都	女性	22	コンビには多いが食料品を売っているところが少ない
	東京都	男性	46	サンパカーニバル
	東京都	男性	73	シルバーパスで交通費が助かっている。
	東京都	男性	76	スーパーの値引き合戦が印象に残った。
	東京都	男性	39	スーパーや小売店が多く生活しやすい
	東京都	女性	33	それほど印象に残る駅や 街ではなかったのですが都会的な雰囲気よりもちょっと「下町っぽい感じがしました。
	岡山県	男性	36	そんなに都会ではないと思いました。
	茨城県	男性	34	ダイエー
	東京都	女性	19	たくさんのお店があり、安くって選びやすい、買い物楽しい
	東京都	男性	32	どことなくひなびっていて、洗練されていない。
	東京都	女性	51	ドッグランのある公園

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	42	とても環境の良いところだと思います。私は、高島平近辺に住んでいますが、居住環境もさることながら、生活は公共施設も揃っていますので、都心に出て行くことなく成り立つと思います。老後も充実した生活を実現できるのではないかと考えています。
	東京都	女性	32	なんにもない、不便
	東京都	男性	38	にぎやか
	茨城県	女性	25	ノスタルジック
	東京都	男性	50	のどか
	東京都	男性	51	のどか
	東京都	女性	55	のどかだった
	神奈川県	男性	54	のんびりしたいいい街だと思う。
	東京都	男性	35	のんびりしていい。
	東京都	男性	47	ハッピーロードのにぎやかさ
	東京都	女性	35	ハッピーロード大山
	東京都	男性	47	ハッピーロード大山は、いつも活気が溢れていて「いいなあ～」と思いますね！
	東京都	男性	36	バブリーな区役所を建てるブームの頃にも流されることなく堅実にやっていたので驚きました。
	東京都	男性	62	ビッグなかんこうちがない
	東京都	男性	42	フェスタ(パチンコ店)屋上から見る花火大会！
	東京都	男性	31	へそ祭り
	東京都	女性	52	まだまだ、自然がたくさん残っていて、静かな住環境です。三田線では、大手町や東京駅まで直通で行けますし、交通の便も最高です
	東京都	女性	62	まだ住み始めたばかりで、よく分かりません。
	東京都	男性	36	マンションや商店街、学校・病院、スーパーなど生活に必要な施設がそろっており、都心へのアクセスも悪くなく、非常に住みやすくて良い
	東京都	男性	55	やはり石神井川でしょう。今は川底を深く掘り下げてしまいましたが、以前はちょっと大きな雨が降ると冠水しよく金魚が泳いでいたものです。
	東京都	女性	58	ゆったりしている人が多い。
	東京都	女性	50	よい意味で印象に残ったこと・・・板橋宿であったこと。仲宿商店街あたりの戦前からありそうな？？古い建物を始めて見たとき感動しました。不便という意味で印象に残ったこと・・・JR板橋駅、三田線新板橋駅近辺には100均がないこと。板橋区役所前、巣鴨、池袋サンシャインまで行かなければなりません。おいしいレストランがあつて印象に残ったこと・・・新宿にあったフレンチのレストランの2軒目ができたこと。本場？？四川料理のレストランがあること。夏の東京湾花火大会の花火と富士山が見えること。
	東京都	男性	43	ラブホがない
	東京都	女性	41	案外広いこと。自然が多いこと。
	千葉県	男性	58	以外に緑が多い。よい意味で古い東京の下町のような雰囲気
	神奈川県	女性	56	以外に緑が多かった。都会と言うより、田舎に近かった。
	兵庫県	男性	34	意外と安くて良い店がたくさんある
	静岡県	女性	54	意外と静かなところだった。
	東京都	男性	72	意外に都心に行くのに交通の便がいいこと。
	東京都	女性	62	一度、友人と待ち合わせて食事をしただけなので、良く分からないが商店街が充実していて、生活するには便利だとも思う。ただ、雑多なイメージだっ
	東京都	男性	33	駅が多くて居住には便利だと思う
	東京都	女性	51	駅近に飲食店が少ない
	東京都	女性	30	駅前がばっとしない
	東京都	女性	39	駅前に住んでいるので便利
	東京都	男性	33	駅前の近藤局長の墓
	東京都	女性	61	汚い
	東京都	女性	58	荻窪から結婚と同時に引っ越してきた時は、田舎っぽい雰囲気でも違和感がありました。30年ほど住み着いていますので、今は大きな公園がそばにあり緑が多く環境がよく、庶民的なところが居心地も良いです。子育てにはとてもいい生活環境です。
	神奈川県	男性	44	温かさ
	東京都	女性	41	下町
	埼玉県	女性	35	下町っぽい
	埼玉県	男性	54	下町っぽい、商店街



Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	女性	72	下町っぽい町並
	東京都	女性	40	下町と歴史。中学の出身を何中？と聞く人が多い⇒地元の人
	静岡県	男性	51	下町のイメージがした
	東京都	男性	69	下町の雰囲気
	東京都	女性	62	下町感覚の町だと思った
	東京都	男性	53	下町情緒が残っている
	埼玉県	男性	66	下町的であった
	静岡県	女性	62	何もない。住宅街
	東京都	男性	28	家政大学がるところ。
	東京都	男性	54	花火
	東京都	男性	27	花火が盛大で近くで見られた。
	茨城県	女性	60	花火の思い出。
	東京都	男性	52	花火はいつも行っているが素晴らしく、買い物に便利で都心のアクセスにも不自由しない
	東京都	女性	35	花火大会
	東京都	女性	56	花火大会
	東京都	女性	46	花火大会
	東京都	男性	29	花火大会
	東京都	女性	51	花火大会
	東京都	女性	29	花火大会
	東京都	男性	20	花火大会
	東京都	男性	35	花火大会
	東京都	女性	51	花火大会がいい
	東京都	男性	35	花火大会がきれいだった
	東京都	女性	51	花火大会が充実していて楽しい。毎年欠かさず土手へ行っている。公共の文化施設も、熱帯植物館や区立美術館など、「区」の管轄下でありながら「都、県」レベルの施設と内容的に遜色ないほど(予算の違い、設備の差は明らかではあるが)健闘しており、区民として誇らしく思っている。
	東京都	女性	49	花火大会の人の多さ
	東京都	男性	51	会社に行くのに通勤が楽でした。西台のダイエーによく買い物にいきました
	東京都	男性	44	街並み。
	神奈川県	男性	66	各交通の通過点になっているので環境が余り良くないと思う。
	茨城県	女性	62	学校がある
	岐阜県	男性	32	学校が多いと感じました
	東京都	女性	54	割と緑が多いと思う
	静岡県	男性	68	活気があってうらやましい。
	東京都	女性	66	活気のある商店街
	東京都	男性	66	幹線道路「国道17号線」・「環状八号線」を中心に商工業が盛んな区。
	東京都	女性	67	環七の交通量の多いこと。排気ガスによる空気汚染。
	神奈川県	男性	36	環七通り
	東京都	男性	44	閑静な住宅地が多い
	東京都	女性	76	気さくな感じで楽しい
	埼玉県	男性	60	起伏が多い
	東京都	男性	58	旧中山道など歴史があることを知った。
	東京都	男性	52	旧中仙道の面影
	千葉県	男性	33	居酒屋に入り、おいしい料理を食べたこと。ぜひまた行きたいと思っています。
	神奈川県	男性	49	狭い道路がごちゃごちゃしている。
	東京都	女性	44	近いので買い物等で足を伸ばします。自然が豊かでどことなく田舎っぽいイメージですが、物価は安く住みやすいところだと思います。お花見のころの石神井川沿いの桜並木はとっても美しいです！！
	東京都	女性	37	近くに商店街がない。飲食店が少ない。意外と車が通る。自転車にひかれる。
	東京都	男性	61	近くに茂呂山公園・城北公園があるので散歩や自転車を楽しむことができる。春夏秋冬の移り変わり季節感を感じられる住みやすい場所である。
	東京都	男性	44	近所付き合いが多い
	東京都	女性	40	近藤勇のお墓
	東京都	女性	40	近藤勇の墓があった

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	女性	26	近藤勇墓碑
	東京都	男性	56	区の核がわからない どこに行っても同じ雰囲気
	東京都	女性	44	区界なので買い物(スーパー)などを利用しています。特にこれといって印象に残ることはありませんが、時々入ってくる区報が2色刷り?かなにかで、字やレイアウトも読みやすそうだなと思っています。
	東京都	女性	28	区内のどこへ行くにも割と交通が便利。坂が多い。環境問題対策に力を入れている。
	東京都	女性	42	区民まつりがたのしい
	東京都	女性	56	区民祭りが年々さびれていく
	東京都	女性	62	区民祭りの盛大さ音楽隊や踊りや神輿と楽しいイベントが多いです。
	東京都	女性	21	区民農園。皆さん一生懸命作業をしていて、とても良い事だなと思っています。
	東京都	男性	61	区民優遇がないのか美術館や熱帯植物園等
	東京都	男性	35	区役所が遠い。
	東京都	女性	40	区役所が日曜と夜間に窓口を開けている日があること。
	東京都	男性	40	区役所が立派、区営野球場など公共施設が充実している 活気のある商店街が多い
	東京都	女性	27	区役所の方が親切。
	東京都	女性	34	区立美術館の展示が充実しているので、家族でとても楽しんでます。中でもボローニャ絵本原画展は圧巻でした。
	東京都	女性	34	結構せまい区だなと思った。すぐに隣の区になってしまう。
	埼玉県	女性	64	結構古い家並みで東京都内でもきらびやかでは無い印象時に物はない
	東京都	男性	45	結構田舎っぽい感じがしている。
	東京都	女性	43	見次公園の桜
	千葉県	女性	46	限りなく埼玉に近いという印象
	東京都	女性	48	個人商店の物価が安い
	東京都	男性	58	古い町が多く道が狭いが、にぎやかな商店街ある。
	東京都	男性	45	古き良きものが残っている東部と新たに開発が進む西部が対照的。たまに買い物に出かけたり、銀行に行く程度であるが、やや物価が安い印象がある
	東京都	男性	36	戸田の花火大会が家の窓から見えて、とても綺麗だった。
	埼玉県	女性	57	戸田橋花火大会で戸田からは毎年見てるけど板橋から見るのもなかなか良かった
	東京都	男性	37	交通が便利。
	東京都	女性	39	交通の便もよく、物価も安いので、とても生活しやすいエリアだと思います。また、夏の花火大会は、他区に住んでいる友人を招待するくらい自慢の風物詩だと思います。
	東京都	女性	32	交通マナーが良い
	東京都	男性	65	光が丘公園の近くに住んでいるので、緑が多く最高です
	東京都	男性	55	公園がよく整備されていてきれいで多い
	東京都	女性	64	公園が多い
	東京都	女性	28	公園が多い。子育てしやすい。
	東京都	男性	58	公園が多く、自然も多い交通の便もよい
	福島県	男性	40	公園の多さ
	東京都	女性	47	公園や商店街が多く住みやすい。
	東京都	男性	66	公共の施設が充実、整備されていると思う。
	東京都	男性	64	公共施設がよい・福利厚生がよい・区職員の対応がよい方だと思う
	東京都	男性	39	公共事業は全て作りっぱなしで管理が無い。最近では北区の方が住みやすくなっている。無駄遣いが増えているのはなぜですか?
	埼玉県	男性	27	好きな人がいる
	東京都	女性	65	工業地帯と言われているが自宅の周囲は住宅地で緑も多く、商店街も近い。子供の頃から住んでいるが良くも悪くもおっとりとして生き馬の目を抜く様な熾烈な生活の場ではない。最近ではマンションも沢山増え若い人が移住している。
	愛知県	男性	58	工場地帯。おおきな川。埼玉に近い、東京のはずれ。
	東京都	女性	61	広い

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	37	広い
	東京都	女性	24	広い
	東京都	女性	56	広い。区立動物園
	東京都	男性	58	広く意外と緑がある。
	東京都	男性	56	江戸時代に宿があったこと
	東京都	女性	39	荒川の土手は散歩するのに気持ちいい。
	東京都	男性	54	荒川河川敷
	埼玉県	女性	29	行きやすく買い物しやすい
	東京都	女性	26	高い区民税を毎月毎月払っているのに、自分の世代には何の利点も無い。一生板橋区に居るつもりはないので、無駄に払っているとしか思えない。あと、常盤台や本蓮沼でしか自分は実感していないが、駐輪場に居る何も無いおじいさんはものすごく無駄だと思う。本蓮沼に新しく出来た駐輪場は、朝とめるのに時間が無いから早くしたいという庶民の感情をまったく無視した、いかにもめんどくさそうな、金だけ無駄にかかっている作りで、入り口に機械があるのに無駄なおじいさんは立っているし、意味が分からない。腹立たしいことがいっぱいある区です。
	東京都	男性	73	高校時代の友人が多数いた
	東京都	女性	24	高層ビルは無く、一軒家やマンションが立ち並んでいるのが一番の印象です。観光スポットは有名なものが少ないので、なかなか遊んだりするような場所はないのですが、板橋区にいる方々は皆さん気さくで、今までに、目黒区、渋谷区、世田谷区と引っ越しを重ねていましたが、板橋区が一番住みやすい町でした。
	東京都	女性	29	高島平
	東京都	女性	40	高島平に住んでいるが、区画整理がされていて住みやすい。
	千葉県	男性	52	高島平の住宅
	東京都	男性	71	高島平の大規模団地
	東京都	女性	21	高島平団地
	岩手県	女性	39	高島平団地
	東京都	女性	40	高島平団地が大きいこと。少し寂れた印象。
	東京都	女性	37	高齢者が多くなったと思う。
	東京都	男性	60	国道17号線が通っていて交通量が多いです。
	埼玉県	男性	33	混んでる
	東京都	男性	44	最近ゴミゴミした感じになって昔の良さがなくなった。
	東京都	女性	45	最近商店街に行っていないが、安くて活気がある
	東京都	女性	58	最近新しいマンションが増えている
	東京都	男性	35	最初に東京都内で暮らし始めた時の住んでいた場所
	東京都	男性	58	最初地味な印象があったが、行政的には結構健闘していると思う
	東京都	男性	65	妻の実家が成増だが30年のその変貌振りにはビックリ
	富山県	男性	22	祭り等で活気があり、住みよい町という印象を受けた。
	東京都	女性	40	坂が多い
	東京都	女性	39	坂が多い
	東京都	女性	51	坂が多い
	東京都	女性	40	坂が多い
	東京都	男性	36	坂が多い
	東京都	女性	70	坂が多い。
	東京都	女性	29	坂が多いところ。
	東京都	男性	42	坂が多かった。あと花火大会。
	新潟県	男性	54	坂の多い街。賑やかな街通りが多く、やはり都会。
	東京都	男性	61	埼玉に近い為
	東京都	男性	68	埼玉へのアクセスが不便。
	神奈川県	男性	69	埼玉県に隣接しているが東京都内
	東京都	男性	50	桜
	東京都	女性	33	桜がきれい
	東京都	女性	41	殺風景
	東京都	男性	35	雑然とした感じ

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	54	三田線沿線は、工場跡地などが規模の大きいマンションに変わり住宅地に変わりつつある印象。夏の花火は都内と思えない大きな花火が見れすばらしい！また、荒川の市民マラソンも都内の大きなイベントの一つになっているのでは？ショッピングモールなどの区の中核になるような子供からお年寄りまで楽しめるような施設・場所が出来ればもっと魅力的な町になるのでは？
	東京都	男性	32	三田線新板橋付近を散歩し、周辺商店街など。
	東京都	男性	65	山がなく平坦
	大阪府	男性	30	山手線や、埼京線から見る風景
	東京都	女性	29	子育て支援があつい
	東京都	男性	54	子供を保育園に送り迎えをした後、帰りにハッピーロード大山の商店を利用している。ほとんどの商品がこの一か所で賄えるので有難い。
	東京都	男性	53	思ったより閑静な住宅街だった。
	神奈川県	女性	59	思っていたより活気があった
	東京都	男性	65	私は板橋区に隣接する豊島区長崎4丁目に住んでいるので、散歩やウォーキングでは板橋区内を通ることが多い。後は西武線で池袋に出て東上線で行くことが多い。以前は畑ばかりだったが、有楽町線や副都心線も開通して街の再開発が進んでどんどん市街化が進んでいる。春の石神井川沿いの桜並木は見事で毎年家族と花見を楽しんでいる。東京大仏や板橋区立美術館のあたりも素朴さが残っている。全般に言えることは、豊島区、練馬区、中野区、新宿区などに比べて板橋区の中心がなくやや散文的でまとまりない印象を受ける。
	東京都	男性	79	私は北区住んでますが昔のバス路線を復活してほしいです。例中仙道バス王子-小豆沢行き等昔懐かしいものを復活して見るのも面白いと思います。昔は中仙道乗合自動車といつてた記憶をしています。今は都電、バスながくなつたことが何となく寂しさをかんじます。
	東京都	男性	67	事件が多いこと。
	埼玉県	女性	41	児童館が充実している
	東京都	女性	21	治安があまり良くない家賃は都内にしては安いほう
	東京都	男性	29	治安がいい
	東京都	男性	26	治安が悪い
	東京都	男性	46	治安は良くないが物価は安い。石神井川の桜は見事。特に中板橋から王子の飛鳥山公園までの間。
	東京都	男性	47	自然が結構多い。割と活気がある。マナーの悪い人が意外と目につく
	東京都	女性	33	自然が多い
	東京都	女性	50	自然が多い。
	東京都	女性	47	自宅周辺は緑が多く、まだまだ自然が残っていると感じた
	東京都	女性	26	自転車の止める場所が少ない
	東京都	男性	60	実に住みにくく狭い処だと思います。
	東京都	女性	57	寂しい町、勢いが無い、必要な時必要な物が、あるものだけ行く場所。
	東京都	女性	35	寂れている
	東京都	男性	49	寂れてきている
	東京都	女性	57	主に行くのは成増だが、ゴミゴミした印象もあるけれど比較的物価も安い。気楽に買い物したりするには良いかも・・・。
	東京都	男性	61	住まいとしては、交通の便が良いと思う
	東京都	男性	45	住みやすい
	東京都	男性	49	住みやすい
	東京都	女性	32	住みやすい。東上線は意外とすいている。
	東京都	男性	36	住みやすい町
	東京都	男性	55	住みやすく、生活するのに便利。
	神奈川県	男性	48	住みやすそう
	東京都	女性	38	住みやすそう。
	東京都	男性	71	住み心地はあまりよくない
	東京都	男性	42	住環境がとても良い
	東京都	女性	28	住人のガウが良くないです。

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	61	住宅と工場が混ざった町
	東京都	男性	37	住宅街
	東京都	女性	37	住宅街。池袋へ近いので便利。
	東京都	女性	50	住宅街。東京の中でも広い。東武練馬の練馬区側に住んでいたことがあるが、商店街がとても便利だった。普通に生活するのに意外と便利。東上線が便利だった。池袋に出やすい。けっこう昔からの人もいるが、若者は田舎から出てきた人が多いから、ちょっとごみの捨て方などや挨拶など知らないような感じ。板橋サティがなかなか便利でした。そういえば昔高校が高島平だった。その頃は高島平が、けっこう栄えていたが最近は寂れていてがっかりした。電車が都営地下鉄しかないのが不便。それが原因だと思う。赤塚公園は思ったよりいい感じ。区立美術館はなかなかいいものをやっているが、いまひとつアクセスが悪い。もっとアピールしたり、送迎バスとかあるといい。板橋区内をうまく巡回するバスがいくつかあるとありがたいし、板橋のためになると思う。
	東京都	女性	23	住宅街が多い
	埼玉県	男性	32	住宅街という印象ですが、殺人事件など頻繁に発生していて物騒だと思う。また、公園でアライグマを見かけたことがあるほど以外と自然があるなという印象。どうでもいいことだが、飯屋さんが少ないと思う
	東京都	男性	42	住宅展示場。
	千葉県	女性	56	十条商店街が距離が長くて見て歩くのが楽しい。
	東京都	女性	44	十数年前に引っ越してきたときは、都心に近いのに 緑が多く、町が静かで、行儀が正しい町だったがこのごろは、町もうるさく ニュースで出てくる犯罪者の住所見ている限り板橋区が多くみられる
	東京都	女性	31	渋滞している
	東京都	女性	37	春、桜見物で石神井川を歩きで身に行く
	東京都	男性	52	春、石神井川沿いの桜並木はとてもきれいだ。特に加賀地区から帝京病院までが最高。
	東京都	女性	25	春になると石神井川の桜が綺麗に咲きます。
	東京都	女性	45	庶民的
	東京都	女性	37	庶民的で住みやすいところ。
	神奈川県	男性	52	庶民的な印象
	東京都	女性	61	庶民的な町が沢山
	東京都	男性	48	庶民的な雰囲気
	東京都	女性	21	庶民的な雰囲気
	東京都	女性	54	庶民的な雰囲気でも物価が安い
	東京都	男性	57	商店、スーパーが駅のそばにない
	東京都	女性	49	商店の発展に力を入れている
	東京都	女性	27	商店街
	東京都	男性	22	商店街
	東京都	男性	56	商店街が、点在していて住みやすそう。
	東京都	女性	39	商店街がたくさんあっていいと思った。
	埼玉県	男性	52	商店街がにぎやかで、安い！
	東京都	女性	57	商店街が活気がありものが安かった
	東京都	男性	61	商店街が元気
	東京都	女性	44	商店街が元気！
	東京都	男性	42	商店街が充実している。店によっては大変安い。石神井川の桜がとてもきれいだ。
	東京都	女性	35	商店街が多い。
	東京都	女性	56	商店街が多く住むのに便利
	東京都	男性	46	商店街が沢山あり便利である。住みやすいところである。
	東京都	男性	46	商店街にいろんな店がある
	東京都	女性	29	商店街に人(自転車)が多い
	東京都	女性	26	商店街の賑やかさ。
	東京都	女性	47	商店街は安くてお店も多いのでとても便利
	東京都	女性	74	商店街や病院施設が充実している、若い子連れの家族から年配家族までとても便利で住みやすい町だと思う。
	東京都	女性	65	小学生の頃住んでました。高台にある紅梅小学校の裏は一面の田んぼが荒川までひろがり、菜の花やれんげがきれいでした。50年以上昔です。

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	56	小竹向原の駅が最近とても便利になりました。有楽町線や副都心線が出来ましたので、銀座へも出かけますし、副都心線は将来横浜にまで延長されます。ますます便利になります。
	東京都	男性	25	小竹向原駅周辺には買い物スポットがかなり少ない。静かで住みやすい。
	埼玉県	男性	42	焼き鳥がうまかった
	東京都	男性	20	上京して間もなかったので色々大変でした。
	東京都	男性	54	城北公園・赤塚公園の桜、環七や川越街道などの幹線道路の多さ。
	東京都	女性	29	城北公園が素敵。
	大阪府	男性	67	常盤台に住んでいて都会と田舎がバランスよく取れていて、大都会の池袋が近くて便利であった。東上線の終点は正に田舎であった。1975年頃のこと。
	東京都	男性	26	植物園
	東京都	男性	43	食べ物
	埼玉県	女性	34	心身障害児総合医療療育センター。障害をもつこどもにとって、相談のしてくれる場所。また、首都圏を中心に民族芸能をひろめている荒馬座さんの演技に深く感動しています。
	埼玉県	男性	55	新しさと古さが混在している町
	埼玉県	女性	55	親戚が住んでいるが、車を止めにくい
	東京都	女性	53	人情のある生活のしやすい町
	東京都	女性	50	人々があかるい
	東京都	女性	32	成増 モスバーガー1号店
	東京都	女性	25	成増に住んでいるが、区役所や警察署に行きにくい…
	東京都	女性	37	成増の西友。たまに遊ぶ中板橋や大山の商店街
	東京都	女性	32	成増駅前のモスバーガーが日本第1号店と知って驚いた。近藤勇の処刑場跡がある。
	神奈川県	男性	50	生まれて27年間住んでいました。懐かしい思い出がたくさんあります。今は既に実家もなく、訪れる機会がなくなりました。
	東京都	男性	65	生まれてから、中学1年生迄を、中板橋と、常盤台の中間程に位置する所に住んでいた。現在は当時の面影は全く無くなってしまったが、あの頃の生活を、懐かしく思い出す。
	東京都	女性	74	生まれてから74歳に至るまで(親子三代)板橋区在住なので、両親の最後、結婚、子供の誕生……悲喜交々、全てです。
	東京都	男性	40	生まれ育った場所
	東京都	女性	23	生活に密着したお店が多い。
	東京都	男性	59	生活圏としては便利
	栃木県	女性	60	西台は小高い山に家並みがあった。
	東京都	男性	47	静か
	東京都	男性	76	静かで落ち着いていて住みやすい
	東京都	男性	37	静かで良いところだった。
	東京都	女性	43	静かな住宅街。住みやすそうなイメージ。
	東京都	女性	58	昔、東京家政大学を受験したのでその時に何回か行ったことがありますが、あまりよく覚えていません。
	東京都	男性	59	昔からさくらの名所で有名で毎年見に行きます。
	東京都	男性	60	昔と比べて、道路などがかなり整備されてきた。
	埼玉県	男性	66	昔は上板橋は7丁目ぐらい有って祭りになると神輿が10台以上出て実に楽しかった
	東京都	男性	63	昔は中小企業が多かったが最近はマンションが多くなってきた
	東京都	女性	51	昔板橋区に住んでいて離れて15年以上経ってからまた5年前に板橋区内に戻ってきたが、あまり変わっていないという印象だけ
	東京都	男性	46	石神井川
	東京都	女性	50	石神井川の桜
	東京都	男性	24	石神井川の桜
	東京都	男性	54	石神井川の桜・南蔵院の桜
	東京都	女性	41	石神井川の桜がとてもきれいな。工場外だったところが次々にマンション住宅地になり、人口が増えた(特に児童)大きな病院が多い 福祉・育児に力を
	東京都	男性	37	石神井川の桜が綺麗。商店街が多いような気がする。
	東京都	女性	70	石神井川の桜は 素晴らしい
	東京都	女性	35	石神井川の桜並木。
	東京都	男性	28	石神井川の夜桜がきれい
	東京都	女性	71	石神井川沿いの桜並木が見事で隅から隅まで歩いたことがある。

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	60	石神井川沿線の桜
	東京都	女性	63	赤塚の大仏、植物園に行きました。二輪草が群生している所、土支田のカタクリの花の群生地など山野草が保護されていてとてもいい所です、
	東京都	女性	34	赤塚公園・緑が多くあり、夏は噴水・虫取り・バーベキューと楽しめる事。
	埼玉県	女性	40	赤塚公園が広くて、子供も喜んでた。
	埼玉県	男性	64	赤塚公園の緑と森に癒される
	東京都	男性	39	川
	東京都	女性	44	川越街道が渋滞していて苦労した。
	東京都	男性	46	他の区は知らないが、思いのほか福利厚生がしっかりしている。
	東京都	女性	25	大きい商店街がある。
	東京都	女性	46	大きなスーパーが近くにない。
	東京都	女性	27	大きな公園もあり、あまり都会すぎず、住みやすい。
	東京都	男性	58	大きな大仏さんが以外と知られていないのは残念です。
	東京都	女性	46	大きな道路からひとつ道を入ると静かでのんびりしているところ。
	埼玉県	男性	25	大型ショッピングセンターよりも地元の商店街が頑張っている感じがする
	東京都	男性	38	大型のショッピングモールが無い
	東京都	女性	76	大山にある老人医学研究所の設備(広さも勿論ですが、内容的にも)の立派さが印象に残りました。
	東京都	女性	54	大山のハッピーロードがアーケードになるときに、その中にある店の手伝いをしていました。大山が変わるんだなあと思いました。高校は大山から徒歩で通っていたし、両親は老人医療センターに入院していました。父は板橋区内の小学校の教員でしたし、友人の多くは板橋区に住んでいます。住んでいた期間は家を建て直すときだけですが、色々な意味で板橋区は私にとって
	東京都	男性	32	大山の商店街はすごい
	東京都	女性	55	大山ハッピーロードの商店街が結構にぎわっていること
	東京都	男性	37	大山駅周辺のパチンコ屋の多さ、日本一のアーケード商店街ハッピーロード板橋第一小学校のいちようの木
	東京都	男性	66	大山商店街
	東京都	男性	43	大山商店街がたのしい
	東京都	男性	20	大山商店街のにぎやかさ
	東京都	男性	32	大仏
	東京都	女性	23	大仏がある花火大会
	東京都	女性	69	大仏様
	東京都	男性	45	大仏様があること。
	東京都	女性	58	大仏様が大きいので、驚きました。近くの植物園も良かったです。
	京都府	女性	61	単に訪れただけだから、印象には残らなかった。
	東京都	女性	53	団地、工場が多い
	東京都	女性	44	団地やマンションが多い
	東京都	男性	46	地域に密着した商店街が数多く存在している。
	東京都	女性	45	地下鉄・東上線と交通の便利が良く池袋・新宿・渋谷・有楽町等、都心に移動しやすい。
	東京都	女性	29	地下鉄成増駅の近くに大きなスーパーや商店があって、生活しやすそうと思った。
	東京都	女性	39	地味だけど、人情味があふれることです。
	東京都	男性	47	地味な感じがする
	東京都	男性	58	池袋、新宿に近いが、落ち着いた町
	東京都	男性	23	池袋が近くて便利
	東京都	女性	44	池袋とうの繁華街には近いのですが、東京23区全体から見ると、埼玉の隣で、「端っこ」という印象があります。でも住みやすいところだとは思っています。
	東京都	男性	58	池袋に近いので便利。家の近くに畑や緑(木)が多い。
	東京都	女性	59	池袋に近いのに畑や緑が多い。
	東京都	女性	44	池袋に近いわりに物価が安い。
	東京都	女性	51	池袋に近くて便利なところ。
	東京都	女性	36	池袋まで自転車でいける場所が多くて便利だと思う。

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	50	中山道の宿場町
	東京都	男性	69	中仙道の歴史的な情報。石神井川の桜の季節は良いけど、その後、烏が糞を食べ散らかしての糞害には閉口です。
	東京都	女性	63	中仙道沿いということ
	静岡県	男性	52	町に活気がある
	東京都	男性	30	町の雰囲気。あまり都会の殺伐さは無かった。
	東京都	男性	38	町工場が多い
	東京都	男性	59	町工場が比較的多いこと
	東京都	女性	55	町並みが静かな印象
	東京都	男性	32	程よい田舎感と花火大会。
	東京都	女性	58	適当な田舎でだあと感じた。一般的な住宅地ですね。人が多い感じ・・・
	神奈川県	男性	34	田舎でもなく、都会でもなく中途半端なイメージです。仕事でなければあまり訪れようとは思わなく、埼玉県のイメージがあります。
	東京都	男性	39	田舎の雰囲気(良い意味で)で生活しやすい
	東京都	女性	45	電車が三田線、埼京線、東武東上線というように分かれていて区内部の場所がわかりにくい
	東京都	男性	43	都営三田線の駅ごとの設備格差が大きすぎる。
	東京都	女性	35	都営三田線は高い上に乗り継ぎが不便。
	東京都	男性	63	都下以上に田舎だ
	東京都府	女性	26	都会
	東京都	男性	55	都会に位置するが、暖かみのあるところである。
	東京都	女性	50	都区内では、一番に零細企業との関わり合いが強いと感じました。
	東京都	女性	34	都市銀行がない(浮間舟渡から赤羽にかけて)駅近辺に都市銀行のATMがまったくなく、非常に不便だと思う。
	東京都	男性	69	都心からは離れているがそれなりの良さがある。城北公園等緑地も多いし自衛隊の駐屯地もあり幹線道路の環七・環八・川越街道もある。
	東京都	女性	22	都心から近いけれど落ち着いているところが好きです。
	東京都	女性	34	都心ではないので、喧騒感がなく物価も安いし非常に住みやすいです。
	東京都	女性	36	都心にほど近いのに、自然が残り、近所づきあいも残っており、とても住みやすいところが気に入っています。
	東京都	女性	33	都心に近いのに、住宅街が広がっていて住みやすそうな場所だなと思いました。
	東京都	女性	48	都心に近いのに自然が豊かだし、例えば他の街に出かけなくてもこの中で用事のほとんどが済んでしまう。住みやすい街だと思う。
	東京都	男性	50	都心に近いわりに開発が進んでいなく、不便なこと。地下鉄が割りとすしていること。埼京線は殺人的に込んでいること。
	東京都	女性	28	都心に近い住宅街。都心へのアクセスがよく便利。
	東京都	女性	37	都心に出やすいわりには緑もあり、落ち着ける。
	東京都	男性	70	都心に出るのに便利。物価も安い。
	東京都	男性	33	都心へのアクセスの良さ。
	東京都	男性	49	都心へのアクセス良い
	東京都	男性	48	都心まで30分程度で行くことができる利便性と緑の多さ。
	東京都	男性	61	都心まで意外に近いこと
	埼玉県	女性	29	都内だけど落ち着きがある
	東京都	女性	33	都内とは思えない下町さ
	東京都	女性	58	都内なのに家賃が安い。落ち着いていて、自然も結構多い。物価も安く、赤塚の商店街はとてもよく利用している。のとやがある。
	東京都	男性	51	都内の中でわ静かだ
	東京都	男性	70	都内他区から転居してきて、高齢者に親切的な区と感じた。
	東京都	男性	74	都立、区立公園が多く緑もおおく物価が安い。
	東京都	男性	65	都立赤塚公園や緑の多い公園が多い区です特に赤塚公園は毎日歩いてますでも高速道路が邪魔でそれが無ければ最高郷土資料館はいろんな企画展示で毎回楽しみに一企画に数回行きます美術館内でのイベントも楽しいです
	東京都	男性	27	東京だけど埼玉みたいなのどかな印象
	東京都	女性	21	東京といっても、まだ田舎のほうなのかな、と思った。
	福岡県	男性	75	東京と内にしては、商店街も町並みもローカルな面影を留めており、東京在任中は、そのあたりが懐かしくて、時折、訪ねたことがありました。欲を言えば、これ以上発展しないで、今の雰囲気を保ち付けてほしいものだと思います
	福島県	女性	25	東京なのに商店街が親しみやすい感じだったのに驚いた。(通っただけだが)



Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	39	東京にも大仏があった。
	東京都	男性	24	東京に大仏がある。
	徳島県	男性	36	東京の下町
	埼玉県	男性	63	東京の下町的な街並みがある
	東京都	女性	30	東京大仏
	東京都	男性	47	東京大仏
	東京都	女性	42	東京大仏
	東京都	男性	50	東京大仏
	東京都	男性	63	東京大仏、体育館
	東京都	男性	61	東京大仏、美術館、赤塚植物園、自然が有る、赤塚新町のけやき通りのトンネル
	東京都	男性	41	東京大仏。
	東京都	女性	51	東京大仏がとても印象にある
	埼玉県	女性	54	東京大仏が大きいので、びっくりしました。
	東京都	男性	46	東京大仏と周辺の緑多い景観が好きです。
	東京都	女性	55	東京大仏に初詣に行ったり 赤塚公園でのお花見が楽しかったです。
	東京都	女性	40	東京都内でありながら、のどかで下町情緒にあふれていること。
	東京都	男性	59	東京都内であるが、結構田舎都営地下鉄しか路線がなく不便
	東京都	女性	57	東上線沿線は町が古いイメージがある、また坂が多い
	東京都	男性	26	東上線沿線火災
	東京都	女性	44	東西線沿線に住んでいて、都内なら子供が通えるか、とある中学校に実際に行ってみたが、あまりの遠さに驚いた。板橋区は東西線利用者からは縁遠いです。
	東京都	男性	39	東武線の踏切が迷惑
	東京都	女性	29	東武練馬の駅前は意外と便利。
	東京都	男性	37	東武練馬の変化具合
	東京都	男性	34	踏切が多い
	東京都	女性	55	道が狭い
	神奈川県	男性	58	道路が狭い
	東京都	男性	65	特にはないが、10年以上通っているカレー専門店がある
	東京都	女性	38	特にはない最近環八が通って便利になった
	東京都	男性	29	特には。昭和だな、と。
	千葉県	女性	40	特に印象的なことはなかったのですが、都心に近いのに下町っぽくて住みやすそうだな、という印象があります
	東京都	男性	37	特に練馬区と変わらない。少し便利かも。
	京都府	男性	36	賑やか
	東京都	男性	43	日本で最初のモスバーガーの店舗があったこと。
	東京都	男性	30	日用品の買い物が便利
	東京都	男性	43	買い物が安い
	東京都	女性	32	発展している
	東京都	男性	60	板橋サティ
	東京都	女性	48	板橋サティのみしか行っていないのでそれ以外はわからない映画館があって便利
	東京都	女性	26	板橋に住んでいて良かったと思うときはやはり年に一度の板橋花火大会です！！他のお祭りはいつやってるのかよくわからないという事もあって行かないので・・・花火大会が一番の楽しみです。
	東京都	女性	29	板橋のいっぴんフェア
	東京都	男性	68	板橋の印象は余り良くなさそう、しかし現在の居住地域は立地条件に恵まれ単に駅から近いとかそういった感じではなく真ん中に広い山が存在しておりそれを見れば心が和む。
	東京都	男性	39	板橋の地名がつく駅が多い。住みやすい。

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	埼玉県	男性	23	板橋を訪れていつもかんじることは、ぐちゃぐちゃしているなということです。町に統一感がない。おまり居心地はよくないです。
	東京都	男性	25	板橋駅
	東京都	女性	58	板橋駅が古い。
	東京都	女性	32	板橋花火大会
	東京都	男性	41	板橋花火大会です。今のマンションから土手が近いのですぐ見に行けるので、毎年楽しみにしています。
	東京都	男性	34	板橋花火大会と石神井川の桜と福祉がよいところ。
	東京都	女性	70	板橋区に10年ほど住んでいます。下町の人情がある良い町です。仲宿の商店街が大好きですが、越してきた時からすると随分シャッターが下りてしまったお店がありさびしい限りです。
	東京都	男性	66	板橋区に45年間居住しているが、特別な感慨は無い
	東京都	女性	23	板橋区はすごく広いし、坂がとても多いので、生活しづらい。
	東京都	女性	58	板橋区は広い
	東京都	男性	70	板橋区は大変いい町で住みよいです。
	東京都	女性	38	板橋区は緑が多い区です。また、とても住みやすく物価も比較的安い方ではないかと思えます。近所には徒歩でいけるスーパーやホームセンターそして天然温泉などがあります
	東京都	男性	52	板橋区も広いと感じた。商店街が多く、この不況の中、知恵を出して頑張っている様子が見られる。
	東京都	男性	60	板橋区在住ですが特に印象に残ることは ありません。
	東京都	男性	32	板橋区内の東上線駅近隣には、雰囲気の良い商店街が必ずあり、活気が感じられる。大型ショッピングセンターなどがない、個人の商店の人たちが元気。
	東京都	男性	42	板橋区民祭り
	東京都	男性	64	非常に遅れた地域で、柄が悪く品が無く、教育職員などの公務員が地位を悪用して恣意的に政治家に便宜を図るなど、法や正義が守られず不正が横行していることに大変に驚いた。
	東京都	女性	63	美術館
	埼玉県	女性	54	美容室 パチンコ ラーメン店がすごく多い
	東京都	女性	49	病院が多い
	東京都	女性	58	病院が多い
	群馬県	女性	59	病院の往復のみだったからとくになし
	東京都	女性	32	不便。田舎。子供がいて静かな生活がしたい人には良いかもしれない。文化的な要素はあまりない。
	東京都	男性	41	浮間舟渡の辺りと高島平の辺りしか知らないのであまり答えにはならないかもしれませんが、練馬区と雰囲気が似ているような気がします
	東京都	男性	38	副都心線が開通してから、都心部へのアクセスがよくなった
	東京都	女性	51	副都心線や埼玉につながる鉄道あるので便利になった
	東京都	女性	42	福祉(子供に関する)に関しては、他の市区町村よりも手厚いと感じた。役所関係の職員の対応が親切である。以前住んでいた横浜西区では、福祉に関しての相談を窓口にしても、職員が「日本で一番福祉が遅れている区」ですからと取り合ってくれなかったこともしばしば、雲泥の差である。
	東京都	女性	53	福祉が充実している。
	東京都	男性	56	福祉と広報で潰れそう。
	東京都	女性	66	福祉の充実
	東京都	男性	76	福祉関係に、行政が力を入れているのが、良く分かります。一方、道路整備が遅れていて、狭い歩道を自転車がスピードを出したまま歩行者を追い越していく光景が、多く見られます。実際、大けがをした人もあります。
	東京都	男性	41	福祉施設等の充実
	東京都	男性	45	物が安くて豊富。ただ道を間違えやすい。
	東京都	女性	51	物価が安い
	東京都	女性	43	物価が安い
	東京都	女性	53	物価が安い
	東京都	男性	32	物価が安い
	東京都	女性	40	物価が安い
	東京都	女性	62	物価が安い
	東京都	女性	45	物価が安い
	東京都	男性	50	物価が安い

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	男性	32	物価が安い
	東京都	女性	50	物価が安い、とくに食品、衣料。
	東京都	男性	47	物価が安い、施設が充実している。
	神奈川県	女性	60	物価が安い、自分の住んでいた地域は学校が多い様に感じた。
	東京都	男性	51	物価が安い、商店街が多い
	東京都	男性	55	物価が安い。
	東京都	女性	54	物価が安い。下町気質、きさくでよい。駅前整備、雰囲気がない。余裕のある住宅街というところが少ない。
	東京都	女性	50	物価が安い。庶民的。お年寄りが多い。
	東京都	男性	67	物価が安い。小売店が多い。
	東京都	女性	66	物価が安いような気がします。通るときはついでに良く買い物をして帰ります。また、福祉に熱心だと感じます。
	東京都	女性	26	物価が安い気がする。騒音が多くもなく、かといって人気も少なくないので住みやすい街だと思う
	東京都	男性	55	物価が安く、商店街も沢山あり、池袋や都心にアクセスがよい。
	東京都	女性	59	物価が安く、暮らしやすいのと福祉が充実していると思う
	東京都	男性	66	物価が安くて住みやすい。
	東京都	男性	44	物価が安くて住みやすい。緑も比較的多めなので、なんとなく落ち着ける印象がある。全体的に、ファミリーが住みやすい街といえると思います。
	東京都	男性	50	物価が安くて生活しやすい。
	東京都	男性	41	物価が比較的安く住みやすい
	東京都	女性	24	物価は安い！
	東京都	男性	53	便利が良い
	東京都	男性	35	歩行者用道路の道幅が狭い。最近になってようやく環八が通ったことに驚いた。
	東京都	女性	43	暮らしやすい。比較的物価が安い。
	埼玉県	男性	40	暮らしやすい心のふるさと
	東京都	男性	60	豊島区から比べると、大変ローカルに感じる。
	東京都	女性	34	豊島区に比べて田舎
	東京都	男性	48	北園高校
	東京都	女性	52	北京パラリンピック アーチェリー銀メダルをとった神谷さんとお友達
	東京都	男性	57	北区と物価は変わらないと思った。幹線道路は車が走っているのが多いです。
	東京都	男性	61	北区よりは財政が豊か
	東京都	男性	33	毎年行われているへそ踊りにある奇妙なお祭り。微妙に盛り上がってない。
	東京都	男性	61	密集した、住宅街で、道路が狭くて驚いたが、20年以上住んで見て、交通の便利なことで、満足している。お祭りや、イベントもいろいろあり、楽しいところ
	東京都	男性	32	明治通りが都心から遠い
	東京都	男性	60	野菜
	東京都	男性	42	野暮ったい
	東京都	男性	28	薬屋、パチンコ屋が多い
	東京都	男性	19	友達の家
	東京都	男性	60	余りパツとしないが下町感覚もあり、親しみやすいが道路が狭く住居には向かないと思った。
	東京都	女性	26	洋服や雑貨を買う大きなショッピングセンター的なものがあまりない。
	東京都	女性	43	落ち着いていて住みやすい。板橋花火大会
	東京都	女性	23	落ち着くところだなと感じた
	東京都	女性	29	利便性が悪い
	栃木県	男性	22	緑(公園など)が結構多い。
	東京都	男性	42	緑が多い
	東京都	女性	29	緑が多い
	東京都	男性	44	緑が多い
	東京都	女性	42	緑が多い

Q8	居住地	性別	年齢	板橋区に訪れて(住んでいて)、一番印象に残ったことやモノは何ですか。
	東京都	女性	54	緑が多い。隠れ家的なレストランがある。
	東京都	男性	70	緑が多いが坂道も多い。
	東京都	女性	62	緑が多く、公共施設が充実していて、都心に出るにも交通の便がよく生活に便利。
	東京都	男性	52	緑が多くて良いです。
	埼玉県	女性	34	緑道や自転車も通れる歩道があるところ。東京大仏や郷土資料館など、勉強に役立つような場所が多い。
	東京都	男性	53	隣の豊島区と比較してみると、居住している周りには意外と緑が多く、住み心地が良いです。
	東京都	男性	61	歴史的にゆかりの多い地域が多い
	東京都	女性	48	練馬に住んでおりますので、近い割に行くのは不便。
	東京都	男性	62	練馬区が板橋区から分離して出来た事。練馬の方がなんとなく高級住宅街で板橋は田舎というイメージを持っていた。
	東京都	女性	51	老人が多く、そして元気なことです。
	東京都	女性	36	老人にやさしい区と言われているらしく老人が多い。そして、優遇されている分、板橋区の老人には傲慢な人が多い。と板橋区在住の知人が言っていま

MA Q1 あなたは東京都および埼玉県の以下の区や市を知っていますか(名前だけ知っているを除く知っている区や市をいくつでもお選びください。

- 板橋区
- 豊島区
- 北区
- 練馬区
- 戸田市
- 和光市
- どこも知らない

MA Q2 あなたは東京都および埼玉県の以下の区や市を訪れたことがありますか。訪れたことのある(住んでいる含む)区や市をいくつでもお選びください。

- 板橋区
- 豊島区
- 北区
- 練馬区
- 戸田市
- 和光市
- どこも訪れたことがない

Q3 あなたのお住まいはどこですか。あてはまる場所をお選びください。

【東京都内】

- |                              |   |           |
|------------------------------|---|-----------|
| <input type="radio"/> 板橋区    | A | A:板橋区居住者  |
| <input type="radio"/> 豊島区    | B | B:周辺市区居住者 |
| <input type="radio"/> 北区     | B | C:関東居住者   |
| <input type="radio"/> 練馬区    | B | D:全国      |
| <input type="radio"/> 上記以外の区 | C | 各250ずつ回収  |
| <input type="radio"/> 23区外   | C |           |

【埼玉県】

- |                                |   |
|--------------------------------|---|
| <input type="radio"/> 戸田市      | B |
| <input type="radio"/> 和光市      | B |
| <input type="radio"/> 上記以外の市町村 | C |

【関東】

- |                            |   |
|----------------------------|---|
| <input type="radio"/> 茨城県  | C |
| <input type="radio"/> 栃木県  | C |
| <input type="radio"/> 群馬県  | C |
| <input type="radio"/> 千葉県  | C |
| <input type="radio"/> 神奈川県 | C |

【それ以外の地域】

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| <input type="radio"/> 北海道         | D |
| <input type="radio"/> 東北          | D |
| <input type="radio"/> 中部(北陸・東海含む) | D |
| <input type="radio"/> 近畿          | D |
| <input type="radio"/> 中国・四国       | D |
| <input type="radio"/> 九州・沖縄       | D |

SA Q4 あなたは板橋区に行くことがありますか(住んでいますか)。以下から当てはまるものをひとつだけお選びください。

- 板橋区内に住んでいる(住んでいた)
- 板橋区内に通勤・通学している
- 板橋区内によく行く(1週間に1回以上の頻度)
- 板橋区内に行くことがある(1ヶ月に1回以上の頻度)
- 板橋区内に行ったことがある(過去1年以内に)
- 板橋区内を通過したことがある ⇒ Q9
- 板橋区内に行ったことがない ⇒ Q9

MA Q5 板橋区に行く目的は何ですか。  
以下よりあてはまるものをいくつかもお選びください。

- 居住してる(していた)
- 通勤・通学している(していた)
- 取引先(工場・営業所など)に行く(行った)
- 病院等に通院する(していた)
- 買物をする(した)
- 食事をする(した)
- まつり・イベントを見る(見た)
- 観光をする(した)
- その他

MA Q6 板橋区内で主に行くところはどこですか。  
以下よりあてはまるものをいくつかもお選びください。

- 【商店街・店】  ハッピーロード大山商店街
- 仲宿商店街
- 中板橋商店街
- 志村銀座商店街
- 上板橋(北口、南口銀座)商店街
- ファーマーズショップにりん草
- その他の商店街や店舗
- 【イベント・祭】  いたばし花火大会
- 農業まつり
- いたばし産業見本市
- 区民まつり
- 東京・荒川市民マラソン in ITABASHI
- 中板橋へそ祭り
- サンバ in 志村
- 成増阿波おどり
- 赤塚梅まつり
- 田遊び(北野神社、諏訪神社)
- その他イベントや祭り
- 【文化施設・観光】  中山道 板橋宿
- 東京大仏
- 郷土資料館
- 区立美術館
- 植村冒険館
- イタリア・ポローニヤ絵本館
- 石神井川の桜
- その他施設や観光
- 【公共施設】  大学
- 病院
- 板橋区役所
- その他の公共施設
- 【仕事】  ビジネスの取引先
- その他

MA Q7 板橋区内を訪れた際に利用された駅(日ごろ利用されている駅)はどここの駅ですか。  
以下よりあてはまるものをいくつかもお選びください。

- 鉄道を使っていない
- 【JR東日本】  板橋駅
- 浮間舟渡駅
- 【都営地下鉄】  新板橋駅
- 板橋区役所前駅
- 板橋本町駅
- 本蓮沼駅
- 志村坂上駅
- 志村三丁目駅
- 蓮根駅
- 西台駅
- 高島平駅
- 新高島平駅
- 西高島平駅
- 【東京メトロ】  小竹向原駅
- 地下鉄赤塚駅
- 地下鉄成増駅
- 【東武鉄道】  大山駅
- 中板橋駅
- ときわ台駅
- 上板橋駅
- 東武練馬駅
- 下赤塚駅
- 成増駅
- 覚えていない

TE Q8 板橋区に訪れて(板橋区に住んでいて)、一番印象に残ったことやモノはなんですか。  
ご自由にお書きください。

SA Q9 あなたは板橋にもう一度行きたいもしくは住み続けたいと思いますか。  
また、訪れたことのない人は行きたいと思いますか。  
以下からひとつだけお選びください。

- 是非行きたい(住みたい)
- まあ行ってみたい(住みたい)と思う
- どちらともいえない
- あまり行きたい(住みたい)と思わない
- 行きたくない(住みたくない)

MA Q10 板橋区およびその周辺の区・市のイメージとして当てはまると感じる項目はありますか。  
以下よりあてはまるものをいくつかもお選びください。

	先進的 である	伝統的 である	活気が ある	安心 できる	成長 している	安定 している	豊か である	人情的 である
板橋区	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
北区	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
練馬区	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
豊島区	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
和光市	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
戸田市	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SA Q11 板橋区内にある以下の項目について当てはまるものをひとつずつお選びください。  
 ※あなたが知っていたり、行ったことがあるものについてのみお答えください。

	行ったこと があり、ま た行きたい と思う	行ったこと がある	興味があ り、行って みたいと思 う	あまり興味 はなく、行 きたくない
【商店街・店】				
ハッピーロード大山商店街	○	○	○	○
仲宿商店街	○	○	○	○
中板橋商店街	○	○	○	○
志村銀座商店街	○	○	○	○
上板橋(北口、南口銀座)商店街	○	○	○	○
ファーマーズショップにりん草	○	○	○	○
【イベント・祭】				
いたばし花火大会	○	○	○	○
農業まつり	○	○	○	○
いたばし産業見本市	○	○	○	○
区民まつり	○	○	○	○
東京・荒川市民マラソン in ITABASHI	○	○	○	○
中板橋へそ祭り	○	○	○	○
サンバin志村	○	○	○	○
成増阿波おどり	○	○	○	○
赤塚梅まつり	○	○	○	○
田遊び(北野神社、諏訪神社)	○	○	○	○
【文化施設・観光】				
中山道 板橋宿	○	○	○	○
東京大仏	○	○	○	○
郷土資料館	○	○	○	○
区立美術館	○	○	○	○
植村冒険館	○	○	○	○
イタリア・ポローニャ絵本館	○	○	○	○
石神井川の桜	○	○	○	○

MA Q12 板橋と聞いて思い浮かぶものは何ですか。  
 以下よりあてはまるものをいくつでもお選びください。  
 (全国調査と比較するため設問の一部に板橋区が当てはまらない場合があります)

- 山・川・湖などの自然が豊か
- 魅力的な温泉やレジャー施設・公園などがある
- スポーツの参加・観戦が楽しめる
- 魅力的な伝統芸能、祭り、イベントがある
- 魅力的な街並みや歴史建造物がある
- 歴史人物、著名人、職人などにゆかりがある
- 魅力的な美術館・博物館がある
- 買いたい土産や地域産品がある
- 優れた伝統的技術がある
- 魅力的な商店街や店舗がある
- 食事がおいしい
- 道路や交通の便がよい
- 泊まりたい宿泊施設がある
- 人のよさや優しさ、おもてなしがよい
- 地域を代表する産業や企業がある(モノづくりのまち 精密・印刷など)
- どれもあてはまらない



MA Q13 板橋区内で以下のようなブランドコンセプトでまちづくりが行われていた場合、興味がありますか。  
以下より興味があるものをいくつかもお選びください。

からくり人形のまち板橋 “町工場発”

板橋は戦前からモノづくりの町として発展し、今日でも古くから蓄積された技術が溢れている。そのような中で、江戸の最先端技術を集めた「江戸からくり人形」を現代に蘇らせようと努力している企業が注目を浴びている。板橋の特徴である技術や伝統を融合させた現代版「からくり人形」(ロボットなど)で、「モノづくり」「伝統・文化」の分野から板橋ブランドの構築を検討していく。

板橋発の新フード 板(イタ)飯

板橋には、地域に密着した商店街が数多く残っている。古くからイタリアのポローニャとの交流も盛ん。これら商店街の飲食店等で板橋産のイタリア野菜を使った料理「板(イタ)飯」を提供する「板橋版”パール(イタリア風カフェバー)”」の展開を図る。

板橋のおいしいものが集まった プレミアムいたばし

板橋には、地元で愛されるお菓子や惣菜、酒を集めた「板橋のいっぴん」(76品認定)がある。区民だけでなく訪れた来訪者にも愛されたい、購入してもらえよう商品を集めた「プレミアムいたばし」をつくり、商品全体の底上げやプレミアムないっぴんを創りあげる。

江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿

中山道沿いで最大級の規模を誇った「板橋宿」をコンセプトとして、「歴史」と「商業」の両面から、板橋区内の商店街の活性化に向けたモデルとして、ブランド構築を検討していく。

スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち

板橋には、エスビー食品をはじめとした食品企業が集まっている。板橋で培ったスパイス技術を生かして、「板橋オンリーワンのスパイス」等を開発し、そのスパイスを活用した商品展開で板橋ブランドの構築を検討していく。

- からくり人形のまち板橋 “町工場発”
- 板橋発の新フード 板(イタ)飯
- 板橋のおいしいものが集まった プレミアムいたばし
- 江戸から数えて1番目の宿場町 板橋宿
- スパイス企業の集積した スパイスの効いたまち
- 興味のあるものはない

MA Q14 板橋区内で以下のような取り組みが行われた場合、行ってみたい、参加したいと思いませんか。  
興味があるものをいくつかもお選びください。

- まち工場職人の技術を結集させた現代の「江戸からくり人形」をつくる
- 板橋産の食材(イタリア野菜等)を使った「板橋オリジナルフード”板(イタ)飯”」をつくる
- 「中山道板橋宿」のオリジナル商品を開発する
- スパイスを使っている飲食店を中心に「特徴的なスパイス商品」をメニュー化する
- 食品企業と協力して板橋ならではの「オンリーワンスパイス」をつくる
- プレミアムいたばしを詰め合わせた「いたばしセレクション」をつくる(贈答用)
- 板橋独自の「オンリーワンスパイス」を使った地域食材とのコラボ商品(連携商品)をつくりあ
- まち工場職人が作り上げた「からくり人形組み立てキット」で小中学生に興味をわかせる
- 板(イタ)飯メニューのある飲食店を「板橋版”パール(イタリア風カフェバー)”」として認定する
- こだわりのある板橋の商品(加工食品、酒等)を集めた「プレミアムいたばし」を認定する
- 中山道沿い(東京～群馬～長野～滋賀)の産品を集めた「中山道69次<sup>+</sup>2アンテナショップ」を
- 商店街の空き店舗を使って「板橋版”パール(カフェバー)”」の設置をすすめる
- 全国のからくり人形を集めた「からくり人形サミット」を開催する
- プレミアムいたばしの食べ比べ「プレミアムいたばしグランプリ」を開催する
- 古きを知り新しきを知る「中山道 板橋ウォーキング」を開催する
- こだわりのスパイスの味比べ「板橋スパイスコンテスト」を開催する
- 板(イタ)飯を囲んで板橋出身の文化人と語り合う座談会を開催する
- 技術とアイデアの勝負「からくり人形コンテスト」を開催する
- 小中学生を対象とした「ロボットコンテスト」を開催する
- 区内の農家が作ったイタリア野菜を板(イタ)飯に活用する
- 加賀藩の屋敷があった繋がりを生かして板橋と加賀が連携した商品やイベントを開催する
- 興味のあるものはない

SA Q15 上記のようなブランドコンセプトのもと板橋区のまちづくりが進められたら、板橋区に行ってみたいもしくは住みたいと思いますか。あてはまるものをひとつだけお選びください。

- 是非行きたい(住みたい)
- まあ行ってみたい(住みたい)と思う
- どちらともいえない
- あまり行きたい(住みたい)と思わない
- 行かない(住みたくない)

TE Q16 板橋区のイメージや板橋区について、ご意見やご要望等がございましたら、ご自由にお書きください。

SA Q17 あなたの職業は次のどれですか  
以下からひとつだけお選びください

- 会社員、会社役員
- 公務員、団体役員、団体職員
- 自営業・自由業
- 専業主婦
- 学生
- パート、アルバイト、フリーターなど
- 無職
- その他

居住地  
性別  
年齢  
婚姻



参-2

## 事業所アンケート調査結果



## 目 次

序章 調査の概要.....	162
1 目的.....	162
2 調査対象.....	162
3 調査項目.....	162
4 調査方法.....	163
5 調査の体制.....	163
6 調査に係る作業及び日程.....	163
7 回収状況.....	163
8 利用上の注意.....	163
第1章 事業所の属性および個人属性.....	164
1 所在地.....	165
2 事業形態.....	165
3 事業所の業種.....	166
4 事業年数.....	167
5 事業所規模.....	168
6 回答者の居住地区.....	169
7 回答者の年齢.....	169
第2章 板橋区に対する意識.....	170
1 区に対する評価.....	171
2 区内での事業継続意向.....	173
3 区の居住環境.....	175
4 区及び周辺市区の地域イメージ.....	177
第3章 板橋区内の地域資源.....	190
1 資源リスト.....	191
第4章 板橋区内における事業活動.....	206
1 事業上の課題.....	207
2 事業上の課題の内容.....	210
第5章 板橋区の地域活性化施策.....	214
1 区施策の周知.....	214
2 区施策の評価.....	218
第6章 板橋区の地域ブランド戦略.....	222
1 区ブランド戦略に対する期待.....	222
2 区ブランド戦略に対する意見・要望.....	226
参考資料.....	230
1 調査票.....	230
2 返信用封筒.....	231

# 序章 調査の概要

## 1 目的

板橋区と財団法人地方自治研究機構が共同で実施した「地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究」の基礎データとするため、区内事業所における区イメージ、地域ブランド資源、地域活性化施策等についての評価・意向等について把握することを目的にアンケート調査を実施した。

- ①板橋区内に存する地域資源や地域産品、技術を発掘
- ②板橋ブランドの構築に向けた方向性（テーマ）の引き出し

## 2 調査対象

板橋区に所在する事業所 2,211 社。うち、30 社が宛先不明のため、3 社が区外移転・廃業のため、回答不可となった。

分類	送付先	送付部数
企業関係	製造業関係	1,726
	大企業	19
	企業活性化センター入居企業	29
商業関係	商店街・商店会会長	100
	商店	96
	板橋のいっぴん認定店	77
	公衆浴場	43
	金融機関	62
	旅行代理店	15
	旅館・ホテル	8
農業		20
学校	私立大学・高校、都立工業高校	13
産業団体		3
合計		2,211

## 3 調査項目

○設問数：17 問

○設問内訳

- (1) 事業所所在地・形態
- (2) 板橋区に対する意識
- (3) 板橋区内の地域資源
- (4) 板橋区内における事業活動
- (5) 板橋区の地域活性化施策
- (6) 板橋区の地域ブランド戦略
- (7) 事業所・回答者属性

## 4 調査方法

### (1) 配布方法

区公式封筒による郵送。

### (2) 回収方法

返信用封筒による郵送。(※ 返信先は財団法人地方自治研究機構)

### (3) 配布物

- ・ 調査票、返信用封筒

### (4) 催促はがき

回収締切日に、調査対象者全員に投函。

## 5 調査の体制

学識経験者、区内活動団体、行政関係者で組織する「地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究」委員会において、アンケート調査の設問項目、調査方法等の検討を行った。なお、調査事務局は板橋区産業経済部産業振興課（産業就労係）、財団法人地方自治研究機構調査研究部が担当し、アンケート調査の対象者の抽出、配布、回収、集計、分析等を行った。また、調査の一部を専門調査機関である株式会社ブランド総合研究所に委託して、調査分析等を実施した。

## 6 調査に係る作業及び日程

- 7月末～8月上旬 : アンケート調査票の確定
- 8月17日 : アンケート調査票の発送（郵送）
- 8月31日 : 調査対象者への督促ハガキ送付
- 9月上旬 : アンケート調査票の回収
- 9月上～中旬 : アンケート調査結果の入力作業
- 9月下旬まで : アンケートの集計作業
- 10月上旬まで : アンケート分析作業
- 10月20日 : 第2回委員会にて結果報告

## 7 回収状況

配布票数 2,211 票、回収票数 713 票、有効回収票 711 票、回収率 32.2%（平成 21 年 9 月 7 日時点、有効回収票ベース）。

## 8 利用上の注意

- (1) 図表の n とは回答者の総数、% は全体に占める割合を示す。
- (2) クロス集計においては、表側の項目は回答なしを除いてあるため、累計値は「合計」と一致しないものがある。
- (3) 図表のタイトルにある SA はシングルアンサーの略で、選択肢のなかから 1 つだけ選択する設問、MA はマルチアンサーの略で、選択肢のなかから複数選択する設問、QU は quantity の略で、数量を回答する設問となっている。
- (4) 各設問の回答結果は回答なし（無回答・無効回答等）を除いた数を基数として、全体（票数）、%（割合）を示している。
- (5) クロス集計表の[\*]、[/]の記号は、独立性の検定（ $\chi^2$  乗検定、アンケート調査より得られたクロス集計表から、母集団における 2 変数間の関連を明らかにしたもの）を行い、統計的有意が認められたものには判定マーク付した。判定マークは下記を意味する。
  - ・ [\*\*] ..... 有意で比率が高い（結論が間違える確率は 1 %）
  - ・ [/] ..... 有意で比率が低い（ " " ）
  - ・ [\*] ..... 有意で比率が高い（ " " 5 %）
  - ・ [/] ..... 有意で比率が低い（ " " ）
  - ・ マークなし .. 有意であるとはいえない



## 第1章 事業所の属性および個人属性

本調査は、板橋区内に所在する事業者を対象とした。

事業者（調査対象者）属性として、所在地、事業形態、業種、事業年数、事業所規模を把握し、さらに、個人属性として、居住地域、年齢について把握した。

### 調査結果の要旨

**[所在地]**所在地別の事業者の状況は、「板橋地区」32.2%、「常盤台地区」16.9%、「志村地区」18.1%、「赤塚地区」12.0%、「高島平地区」18.3%となっている。

**[事業形態]**事業形態では、「本社・本店」機能を有する事業所が最も多く66.5%、次いで「工場・研究所」と「個人営業」19.8%、「支社・支店」5.2%、「営業所」3.5%と続く。

**[事業の業種]**事業所の業種で最も多かったのが「製造業」で46.8%、本調査の約半数を占めている。次いで「卸売・小売業」で17.6%、「その他サービス業」6.5%が続く。

**[事業年数]**事業年数で最も多かったのが「30年以上」で64.0%となった。次いで「20年以上30年未満」が14.3%、「10年以上20年未満」が7.7%となっている。

**[事業所規模]**板橋区内の事業所の会社規模としては、「3人以下」が最も多く32.3%、次いで「4～9人」が28.4%、「10～19人」が13.4%、「20～29人」が7.6%と続き、本調査の対象者の約6割は10人未満の事業所であった。

**[回答者居住地]**回答者の居住地では、「板橋地区」が最も多く22.6%、次いで「区外」が19.5%、「志村地区」が13.2%、「常盤台地区」が12.9%となっている。

**[回答者年齢]**回答者の年齢は、「60歳代」が最も多く27.8%、次いで「50歳代」が22.2%、「40歳代」16.2%、「70歳代」15.9%と続く。

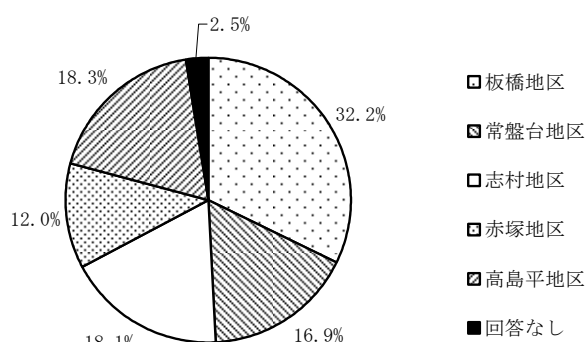
## 1 所在地

問1 貴事業所の所在地について、あてはまるものを下記よりお選びください。(複数ある場合は主となる事業所)【1つだけ】

所在地別の事業者の状況は、「板橋地区」32.2%、「常盤台地区」16.9%、「志村地区」18.1%、「赤塚地区」12.0%、「高島平地区」18.3%となっている。

事業形態別にみると、「志村地区」は、工場・研究所の割合が区内で最も高く 27.7%となっている。また、事業所規模別では、「板橋地区」は、10人未満の事業所が33.1%で最も高い。

図表1-1 事業所の所在地 (SA)



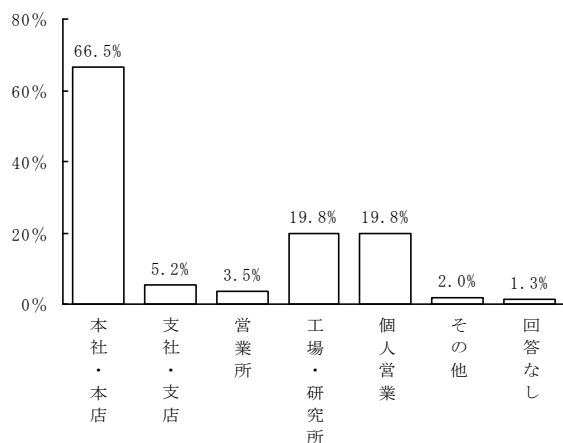
No.	カテゴリー名	n	%
1	板橋地区	229	32.2
2	常盤台地区	120	16.9
3	志村地区	129	18.1
4	赤塚地区	85	12.0
5	高島平地区	130	18.3
	回答なし	18	2.5
	全体	711	100.0

## 2 事業形態

問2 貴事業所の区内での事業形態について、あてはまるものを下記よりお選びください。【いくつでも】

事業所形態では、「本社・本店」機能を有する事業所が最も多く 66.5%、次いで「工場・研究所」と「個人営業」が 19.8%、「支社・支店」5.2%、「営業所」3.5%と続く。

図表1-2 事業所の事業形態 (MA)



No.	カテゴリー名	n	%
1	本社・本店	473	66.5
2	支社・支店	37	5.2
3	営業所	25	3.5
4	工場・研究所	141	19.8
5	個人営業	141	19.8
6	その他	14	2.0
	回答なし	9	1.3
	全体	711	100.0

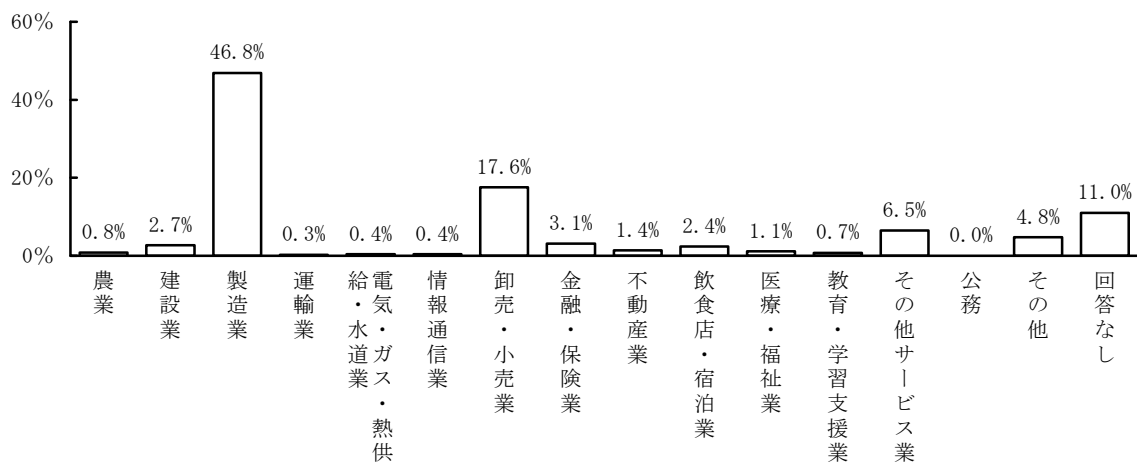
### 3 事業所の業種

問 14 貴事業所の業種について、板橋区内の事業所で最も中心的な業種をお選びください。【1つだけ】

事業所の業種で最も多かったのが「製造業」で46.8%、本調査の約半数を占めている。次いで「卸売・小売業」で17.6%、「その他サービス業」6.5%が続く。

「製造業」の所在地は、常盤台地区や志村地区の回答が多く、「卸売・小売業」の所在地としては、常盤台地区や赤塚地区の回答が多い。

図表 1-3 事業所の業種（SA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	農業	6	0.8
2	建設業	19	2.7
3	製造業	333	46.8
4	運輸業	2	0.3
5	電気・ガス・熱供給・水道業	3	0.4
6	情報通信業	3	0.4
7	卸売・小売業	125	17.6
8	金融・保険業	22	3.1
9	不動産業	10	1.4
10	飲食店・宿泊業	17	2.4
11	医療・福祉業	8	1.1
12	教育・学習支援業	5	0.7
13	その他サービス業	46	6.5
14	公務	0	0.0
15	その他	34	4.8
	回答なし	78	11.0
	全体	711	100.0

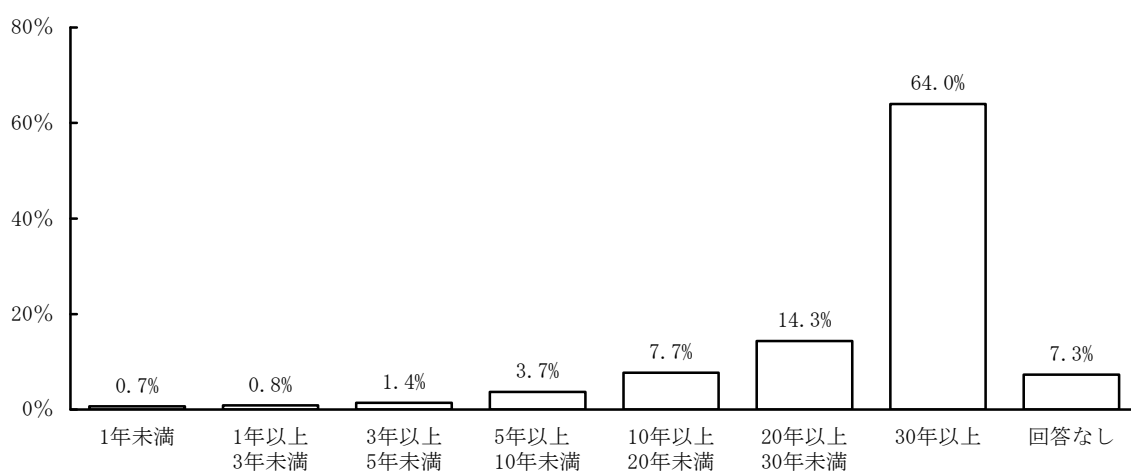
## 4 事業年数

問15 貴事業所は設立して（板橋区内で事業を始めて）何年になりますか。【1つだけ】

事業年数で最も多かったのが「30年以上」で64.0%となった。次いで「20年以上30年未満」が14.3%、「10年以上20年未満」が7.7%となっている。

また、製造業や農業では「30年以上」とする回答が多く、製造業では約7割、農業では約8割にもものぼる。

図表1-4 事業年数（SA）



No.	カテゴリー名	n	%
1	1年未満	5	0.7
2	1年以上3年未満	6	0.8
3	3年以上5年未満	10	1.4
4	5年以上10年未満	26	3.7
5	10年以上20年未満	55	7.7
6	20年以上30年未満	102	14.3
7	30年以上	455	64.0
	回答なし	52	7.3
	全体	711	100.0

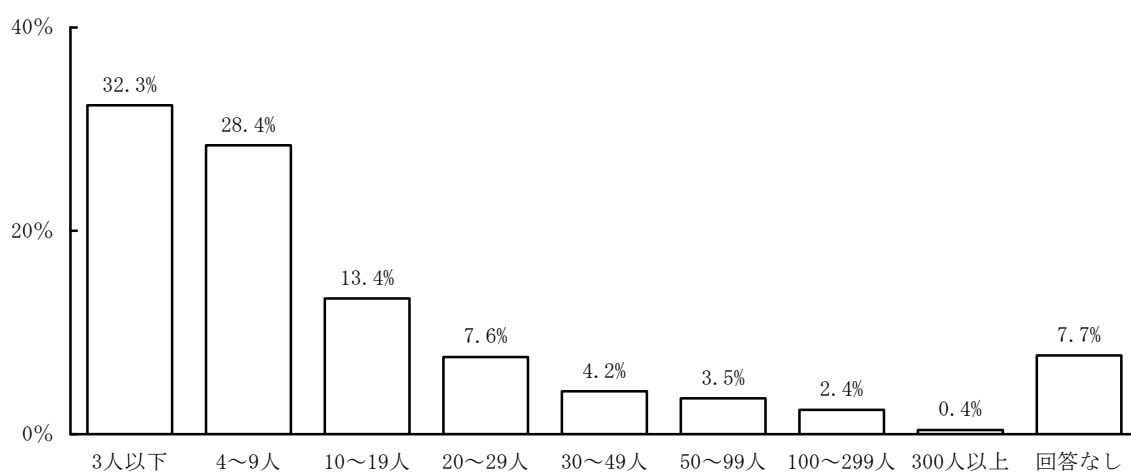
## 5 事業所規模

問 16 貴事業所の板橋区内の会社規模として、あてはまるものをお選びください。【1つだけ】

板橋区内の事業所の会社規模としては、「3人以下」が最も多く 32.3%、次いで「4～9人」が 28.4%、「10～19人」が 13.4%、「20～29人」が 7.6%と続き、本調査の対象者の約6割は10人未満の事業所であった。

小売・飲食店等では「3人以下」の割合が高く、小売・飲食店等の半数以上を占めている。

図表 1-5 事業所規模 (SA)



No.	カテゴリー名	n	%
1	3人以下	230	32.3
2	4～9人	202	28.4
3	10～19人	95	13.4
4	20～29人	54	7.6
5	30～49人	30	4.2
6	50～99人	25	3.5
7	100～299人	17	2.4
8	300人以上	3	0.4
	回答なし	55	7.7
	全体	711	100.0

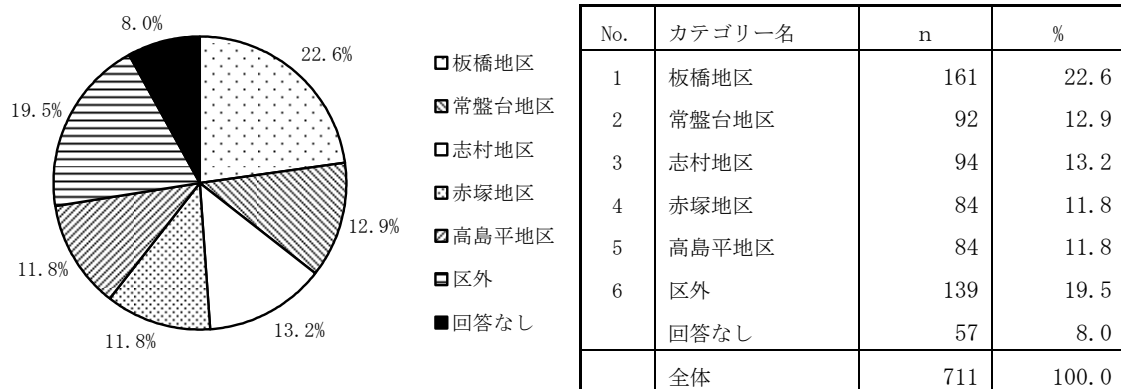
## 6 回答者の居住地区

問17 あなたは現在、どの地域に居住していますか。【1つだけ】

回答者の居住地では、「板橋地区」が最も多く22.6%、次いで「区外」が19.5%、「志村地区」が13.2%、「常盤台地区」が12.9%となっている。

事業所と同じ地区に住居を構える割合が最も高かったのは「志村地区」で64.3%、次いで「板橋地区」の62.4%。逆に「高島平地区」は約半数が別の地区または区外に住居を構えている。

図表1-6 回答者の居住地区（SA）

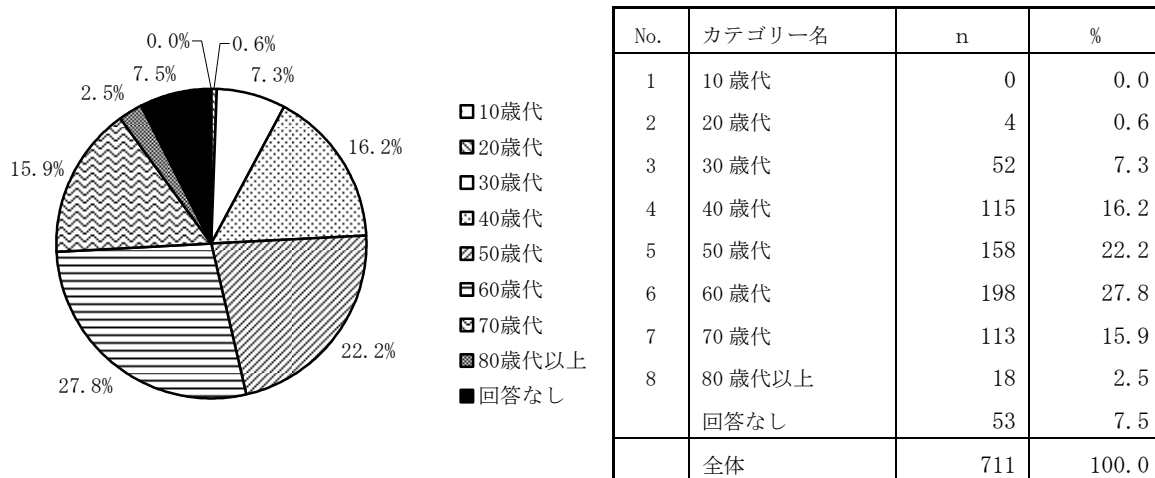


## 7 回答者の年齢

問18 あなたの年齢について、あてはまるものをお選びください。【1つだけ】

回答者の年齢は、「60歳代」が最も多く27.8%、次いで「50歳代」が22.2%、「40歳代」16.2%、「70歳代」15.9%と続く。

図表1-7 回答者の年齢（SA）



## 第2章 板橋区に対する意識

調査では、板橋区内で事業をしている事業者を対象に、板橋区に対する評価（誇れる区か）、事業継続意向（区内で事業を続けたいか）、居住環境（住みやすい区か）、ならびに、板橋区とその周辺区市に対して感じている地域イメージについて把握した。

### 調査結果の要旨

【板橋区に対する評価】板橋区に対する評価は「誇れる」と「やや誇れる」を合算した合計が51.6%で半数以上であるものの、「どちらでもない」が40.4%を占めている。

【板橋区での事業継続意向】板橋区内での事業継続意向は、「続けたい」と「出来れば続けたい」を合算した合計が86.3%と8割以上を占めており、板橋区における事業者の継続意向は高いことが伺えた。

【板橋区内の居住環境】板橋区内の居住環境では、「住みやすい」と「やや住みやすい」を合算した合計が78.9%と約8割を占めており、板橋区内で事業を行っている人の居住環境に対する評価は高い。

【板橋区のイメージ】板橋区のイメージとして最も高いのは、「安心できる」で56.2%。次いで「安定している」47.3%、「伝統的である」46.5%、「人情的である」42.5%が続いている。

【北区のイメージ】北区のイメージとして最も高いのは「人情的である」で36.9%。次いで「伝統的である」26.5%、「安定している」25.7%、「活気がある」19.7%が続いている。

【練馬区のイメージ】練馬区のイメージとして最も高いのは「安定している」で39.0%。次いで「安心できる」28.5%、「成長している」25.4%、「豊かである」22.3%が続いている。

【豊島区のイメージ】豊島区のイメージとして最も高いのは「活気がある」で71.1%。次いで「先進的である」39.9%、「豊かである」28.4%、「成長している」27.8%が続いている。

【和光市のイメージ】和光市のイメージとして最も高いのは「成長している」が61.7%で、本イメージが多数を占めている。次いで「安定している」16.4%、「活気がある」15.8%、「先進的である」12.8%が続いている。

【戸田市のイメージ】戸田市のイメージとして最も高いのは「成長している」49.3%で本イメージが大きい。次いで「安定している」20.5%、「活気がある」16.9%、「豊かである」16.6%が続いている。

【各地域のイメージ評価】板橋区は他の区と比べると、「伝統的」「人情的」「安心」「安定的」といったイメージが強く、その傾向は「北区」に近いことがわかった。

## 1 区に対する評価

## 問3 板橋区を取引先に誇れる（自慢できる）区だと思いませんか。【1つだけ】

板橋区に対する評価は「誇れる」と「やや誇れる」を合算した合計が51.6%で半数以上であるものの、「どちらでもない」が40.4%を占めている。また、年齢が高くなるにつれて「誇れる」と「やや誇れる」を合算した合計の割合は大きくなっており、30代や40代が約46%である一方、50代以降は50%を越えている。

さらに、事業継続意向や居住環境が良いと回答している人ほど、「誇れる」と回答する割合が高く、板橋区に対する評価も高い。

図表2-1 事業所属性別にみた区に対する評価（SA）

区分	調査数	誇れる	やや誇れる	どちらでもない	あまり誇れない	誇れない	回答なし	
合計	711	175	192	287	34	10	13	
	100.0	24.6	27.0	40.4	4.8	1.4	1.8	
所在地	板橋地区	229	67	65	82	12	1	2
		100.0	29.3	28.4	35.8	5.2	0.4	0.9
	常盤台地区	120	29	33	50	4	3	1
		100.0	24.2	27.5	41.7	3.3	2.5	0.8
	志村地区	129	28	36	57	4	2	2
		100.0	21.7	27.9	44.2	3.1	1.6	1.6
事業形態	赤塚地区	85	20	24	35	2	3	1
		100.0	23.5	28.2	41.2	2.4	3.5	1.2
	高島平地区	130	28	29	61	10	1	1
		100.0	21.5	22.3	46.9	7.7	0.8	0.8
	本社・本店	473	99	128	216	19	6	5
	100.0	20.9	27.1	*45.7	4.0	1.3	1.1	
事業規模	支社・支店・営業所	61	27	19	11	3	1	0
		100.0	**44.3	31.1	//18.0	4.9	1.6	0.0
	工場・研究所	141	31	35	65	7	1	2
		100.0	22.0	24.8	46.1	5.0	0.7	1.4
	個人営業	141	42	43	42	11	3	0
		100.0	29.8	30.5	//29.8	7.8	2.1	0.0
その他	14	4	1	8	0	1	0	
	100.0	28.6	7.1	57.1	0.0	7.1	0.0	
事業所	10人未満	432	99	120	180	21	7	5
		100.0	22.9	27.8	41.7	4.9	1.6	1.2
	10人以上30人未満	149	38	38	65	6	0	2
		100.0	25.5	25.5	43.6	4.0	0.0	1.3
	30人以上100人未満	55	15	10	25	2	2	1
	100.0	27.3	18.2	45.5	3.6	3.6	1.8	
事業規模	100人以上300人未満	17	7	4	5	0	1	0
		100.0	41.2	23.5	29.4	0.0	5.9	0.0
	300人以上	3	3	0	0	0	0	0
	100.0	**100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
事業年数	3年未満	11	2	3	6	0	0	0
		100.0	18.2	27.3	54.5	0.0	0.0	0.0
	3年以上10年未満	36	6	9	18	3	0	0
		100.0	16.7	25.0	50.0	8.3	0.0	0.0
事業種	10年以上30年未満	157	31	43	70	8	2	3
		100.0	19.7	27.4	44.6	5.1	1.3	1.9
30年以上	455	123	120	180	20	8	4	
	100.0	27.0	26.4	39.6	4.4	1.8	0.9	
事業種	農業	6	1	2	2	0	0	1
		100.0	16.7	33.3	33.3	0.0	0.0	16.7
	建設業	19	5	6	5	3	0	0
		100.0	26.3	31.6	26.3	*15.8	0.0	0.0
	製造業	333	77	86	145	11	7	7
		100.0	23.1	25.8	43.5	3.3	2.1	2.1
小売店・飲食店等	142	35	41	58	6	1	1	
	100.0	24.6	28.9	40.8	4.2	0.7	0.7	
その他	133	34	35	52	10	2	0	
	100.0	25.6	26.3	39.1	7.5	1.5	0.0	



図表 2-2 回答者属性別にみた区に対する評価（SA）

区分		調査数	誇れる	やや誇れる	どちらでもない	あまり誇れない	誇れない	回答なし
合計		711 100.0	175 24.6	192 27.0	287 40.4	34 4.8	10 1.4	13 1.8
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	0 0.0	2 50.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	30歳代	52 100.0	15 28.8	9 17.3	27 51.9	1 1.9	0 0.0	0 0.0
	40歳代	115 100.0	25 21.7	28 24.3	54 47.0	4 3.5	3 2.6	1 0.9
	50歳代	158 100.0	38 24.1	41 25.9	65 41.1	10 6.3	2 1.3	2 1.3
	60歳代	198 100.0	46 23.2	56 28.3	82 41.4	11 5.6	2 1.0	1 0.5
	70歳以上	131 100.0	35 26.7	39 29.8	44 33.6	5 3.8	3 2.3	5 3.8
	居住地	板橋地区	161 100.0	42 26.1	48 29.8	57 35.4	10 6.2	1 0.6
常盤台地区		92 100.0	23 25.0	23 25.0	37 40.2	6 6.5	2 2.2	1 1.1
志村地区		94 100.0	22 23.4	30 31.9	36 38.3	1 1.1	3 3.2	2 2.1
赤塚地区		84 100.0	24 28.6	23 27.4	33 39.3	1 1.2	2 2.4	1 1.2
高島平地区		84 100.0	15 17.9	23 27.4	39 46.4	6 7.1	0 0.0	1 1.2
区外		139 100.0	36 25.9	25 18.0	71 51.1	5 3.6	2 1.4	0 0.0

図表 2-3 区の評価別にみた区に対する評価（SA）

区分		調査数	誇れる	やや誇れる	どちらでもない	あまり誇れない	誇れない	回答なし
合計		711 100.0	175 24.6	192 27.0	287 40.4	34 4.8	10 1.4	13 1.8
区評価	誇れる	175 100.0	175 **100.0	0 //0.0	0 //0.0	0 //0.0	0 0.0	0 0.0
	やや誇れる	192 100.0	0 //0.0	192 **100.0	0 //0.0	0 //0.0	0 0.0	0 0.0
	どちらでもない	287 100.0	0 //0.0	0 //0.0	287 **100.0	0 //0.0	0 /0.0	0 0.0
	誇れない	44 100.0	0 //0.0	0 //0.0	0 //0.0	34 **77.3	10 **22.7	0 0.0
	事業継続	422 100.0	161 **38.2	119 28.2	119 //28.2	13 3.1	3 0.7	7 1.7
居住環境	住みやすい	328 100.0	138 **42.1	88 26.8	87 //26.5	6 //1.8	4 1.2	5 1.5
	やや住みやすい	233 100.0	30 //12.9	87 **37.3	103 44.2	11 4.7	1 0.4	1 0.4
	どちらでもない	113 100.0	5 //4.4	14 //12.4	81 **71.7	10 *8.8	2 1.8	1 0.9
住みやすくない	29 100.0	1 //3.4	3 /10.3	16 55.2	6 **20.7	3 **10.3	0 0.0	

## 2 区内での事業継続意向

問4 今後も板橋区内で事業を続けたいと思いますか。【1つだけ】

板橋区内での事業継続意向は、「続けたい」と「出来れば続けたい」を合算した合計が 86.3%と8割以上を占めており、板橋区における事業者の継続意向は高いことが伺えた。

図表2-4 事業所属性別にみた区内での事業継続意向（SA）

区分	調査数	続けたい	出来れば続けたい	どちらとも言えない	出来れば続けたくない	続けたくない	回答なし	
合計	711 100.0	422 59.4	191 26.9	80 11.3	6 0.8	5 0.7	7 1.0	
所在地	板橋地区	229 100.0	156 **68.1	45 //19.7	26 11.4	1 0.4	1 0.4	0 0.0
	常盤台地区	120 100.0	73 60.8	31 25.8	14 11.7	0 0.0	2 1.7	0 0.0
	志村地区	129 100.0	73 56.6	40 31.0	13 10.1	1 0.8	1 0.8	1 0.8
	赤塚地区	85 100.0	44 51.8	28 32.9	10 11.8	2 2.4	0 0.0	1 1.2
	高島平地区	130 100.0	68 52.3	43 33.1	16 12.3	2 1.5	1 0.8	0 0.0
	事業形態	本社・本店	473 100.0	285 60.3	123 26.0	55 11.6	4 0.8	5 1.1
支社・支店・営業所		61 100.0	42 68.9	15 24.6	4 6.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
工場・研究所		141 100.0	78 55.3	46 32.6	14 9.9	0 0.0	2 1.4	1 0.7
個人営業		141 100.0	78 55.3	45 31.9	16 11.3	2 1.4	0 0.0	0 0.0
その他		14 100.0	6 42.9	4 28.6	4 *28.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
事業規模	10人未満	432 100.0	248 57.4	128 29.6	47 10.9	4 0.9	4 0.9	1 0.2
	10人以上30人未満	149 100.0	96 64.4	29 /19.5	22 14.8	1 0.7	0 0.0	1 0.7
	30人以上100人未満	55 100.0	34 61.8	17 30.9	4 7.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	100人以上300人未満	17 100.0	11 64.7	4 23.5	1 5.9	0 0.0	1 *5.9	0 0.0
	300人以上	3 100.0	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	11 100.0	3 /27.3	3 27.3	5 **45.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	3年以上10年未満	36 100.0	20 55.6	9 25.0	7 19.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	10年以上30年未満	157 100.0	85 54.1	50 31.8	20 12.7	1 0.6	1 0.6	0 0.0
	30年以上	455 100.0	286 62.9	116 25.5	43 9.5	4 0.9	4 0.9	2 0.4
中心業種	農業	6 100.0	2 33.3	2 33.3	1 16.7	0 0.0	0 0.0	1 16.7
	建設業	19 100.0	10 52.6	8 42.1	1 5.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	製造業	333 100.0	195 58.6	95 28.5	35 10.5	1 0.3	5 1.5	2 0.6
	小売店・飲食店等	142 100.0	88 62.0	33 23.2	19 13.4	2 1.4	0 0.0	0 0.0
	その他	133 100.0	82 61.7	34 25.6	15 11.3	2 1.5	0 0.0	0 0.0

図表 2-5 回答者属性別にみた区内での事業継続意向（SA）

区分		調査数	続けた たい	出来れば 続けた たい	どちらとも 言えない	出来れば 続けた たくない	続けた たくない	回答なし
合計		711 100.0	422 59.4	191 26.9	80 11.3	6 0.8	5 0.7	7 1.0
年 齢	10歳代・20歳代	4 100.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	30歳代	52 100.0	26 50.0	16 30.8	9 17.3	0 0.0	1 1.9	0 0.0
	40歳代	115 100.0	69 60.0	27 23.5	17 14.8	0 0.0	1 0.9	1 0.9
	50歳代	158 100.0	101 63.9	38 24.1	15 9.5	1 0.6	2 1.3	1 0.6
	60歳代	198 100.0	104 /52.5	69 *34.8	22 11.1	2 1.0	1 0.5	0 0.0
	70歳以上	131 100.0	91 *69.5	26 19.8	11 8.4	2 1.5	0 0.0	1 0.8
居 住 地 区	板橋地区	161 100.0	111 **68.9	33 /20.5	15 9.3	0 0.0	1 0.6	1 0.6
	常盤台地区	92 100.0	57 62.0	21 22.8	12 13.0	0 0.0	2 2.2	0 0.0
	志村地区	94 100.0	54 57.4	29 30.9	8 8.5	1 1.1	2 2.1	0 0.0
	赤塚地区	84 100.0	44 52.4	31 *36.9	5 6.0	2 2.4	0 0.0	2 2.4
	高島平地区	84 100.0	47 56.0	27 32.1	9 10.7	1 1.2	0 0.0	0 0.0
	区外	139 100.0	78 56.1	36 25.9	24 *17.3	1 0.7	0 0.0	0 0.0

図表 2-6 区の評価別にみた区内での事業継続意向（SA）

区分		調査数	続けた たい	出来れば 続けた たい	どちらとも 言えない	出来れば 続けた たくない	続けた たくない	回答なし
合計		711 100.0	422 59.4	191 26.9	80 11.3	6 0.8	5 0.7	7 1.0
区 評 価	誇れる	175 100.0	161 **92.0	14 //8.0	0 //0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	やや誇れる	192 100.0	119 62.0	66 *34.4	3 //1.6	3 1.6	1 0.5	0 0.0
	どちらでもない	287 100.0	119 //41.5	99 **34.5	65 **22.6	1 0.3	2 0.7	1 0.3
	誇れない	44 100.0	16 //36.4	12 27.3	12 **27.3	2 **4.5	2 **4.5	0 0.0
事 業 継 続	続けた たい	422 100.0	422 **100.0	0 //0.0	0 //0.0	0 /0.0	0 0.0	0 0.0
	出来れば 続けた たい	191 100.0	0 //0.0	191 **100.0	0 //0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	どちらとも 言えない	80 100.0	0 //0.0	0 //0.0	80 **100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	続けた たくない	11 100.0	0 //0.0	0 /0.0	0 0.0	6 **54.5	5 **45.5	0 0.0
居 住 環 境	住みやすい	328 100.0	250 **76.2	63 //19.2	9 //2.7	4 1.2	1 0.3	1 0.3
	やや住みやすい	233 100.0	124 /53.2	87 **37.3	22 9.4	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	どちらでもない	113 100.0	37 //32.7	31 27.4	40 **35.4	1 0.9	3 *2.7	1 0.9
	住みやすくない	29 100.0	9 //31.0	10 34.5	8 **27.6	1 3.4	1 3.4	0 0.0

## 3 区の居住環境

問5 板橋区は居住する上で、住みやすい区だと思いますか。【1つだけ】

板橋区内の居住環境では、「住みやすい」と「やや住みやすい」を合算した合計が78.9%と約8割を占めており、板橋区内で事業を行っている人の居住環境に対する評価は高い。

一方、板橋区外居住者の「住みやすい」と「やや住みやすい」を合算した合計は58.3%となっており、大きな差がみられた。

図表2-7 事業所属性別にみた区の居住環境（SA）

区分	調査数	住みやすい	やや住みやすい	どちらでもない	あまり住みやすくない	住みやすくない	回答なし	
合計	711 100.0	328 46.1	233 32.8	113 15.9	22 3.1	7 1.0	8 1.1	
所在地	板橋地区	229 100.0	118 51.5	67 29.3	34 14.8	6 2.6	2 0.9	2 0.9
	常盤台地区	120 100.0	54 45.0	42 35.0	16 13.3	5 4.2	3 2.5	0 0.0
	志村地区	129 100.0	57 44.2	45 34.9	23 17.8	3 2.3	1 0.8	0 0.0
	赤塚地区	85 100.0	39 45.9	29 34.1	16 18.8	1 1.2	0 0.0	0 0.0
	高島平地区	130 100.0	54 41.5	47 36.2	23 17.7	5 3.8	1 0.8	0 0.0
	事業形態	本社・本店	473 100.0	201 42.5	158 33.4	89 18.8	20 4.2	4 0.8
支社・支店・営業所		61 100.0	34 55.7	19 31.1	6 9.8	1 1.6	1 1.6	0 0.0
工場・研究所		141 100.0	57 40.4	53 37.6	26 18.4	3 2.1	2 1.4	0 0.0
個人営業		141 100.0	83 **58.9	44 31.2	11 //7.8	1 0.7	1 0.7	1 0.7
その他		14 100.0	3 21.4	4 28.6	5 *35.7	1 7.1	0 0.0	1 7.1
事業規模		10人未満	432 100.0	215 49.8	142 32.9	58 13.4	11 2.5	4 0.9
	10人以上30人未満	149 100.0	62 41.6	51 34.2	28 18.8	7 4.7	1 0.7	0 0.0
	30人以上100人未満	55 100.0	19 34.5	17 30.9	17 **30.9	1 1.8	0 0.0	1 1.8
	100人以上300人未満	17 100.0	5 29.4	7 41.2	3 17.6	0 0.0	2 **11.8	0 0.0
	300人以上	3 100.0	2 66.7	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	11 100.0	3 27.3	4 36.4	3 27.3	1 9.1	0 0.0	0 0.0
	3年以上10年未満	36 100.0	13 36.1	11 30.6	9 25.0	3 8.3	0 0.0	0 0.0
	10年以上30年未満	157 100.0	73 46.5	48 30.6	32 20.4	1 0.6	3 1.9	0 0.0
	30年以上	455 100.0	215 47.3	157 34.5	62 13.6	14 3.1	4 0.9	3 0.7
中心業種	農業	6 100.0	2 33.3	4 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	19 100.0	8 42.1	6 31.6	4 21.1	1 5.3	0 0.0	0 0.0
	製造業	333 100.0	145 43.5	116 34.8	57 17.1	8 2.4	4 1.2	3 0.9
	小売店・飲食店等	142 100.0	70 49.3	47 33.1	22 15.5	3 2.1	0 0.0	0 0.0
	その他	133 100.0	66 49.6	39 29.3	19 14.3	6 4.5	2 1.5	1 0.8

図表 2-8 回答者属性別にみた区の居住環境 (SA)

区分		調査数	住みやすい	やや住みやすい	どちらでもない	あまり住みやすいくない	住みやすいくない	回答なし
合計		711 100.0	328 46.1	233 32.8	113 15.9	22 3.1	7 1.0	8 1.1
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	3 75.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	30歳代	52 100.0	23 44.2	19 36.5	7 13.5	2 3.8	1 1.9	0 0.0
	40歳代	115 100.0	53 46.1	34 29.6	24 20.9	2 1.7	2 1.7	0 0.0
	50歳代	158 100.0	60 38.0	59 37.3	32 20.3	6 3.8	1 0.6	0 0.0
	60歳代	198 100.0	89 44.9	68 34.3	35 17.7	3 1.5	2 1.0	1 0.5
	70歳以上	131 100.0	75 57.3	38 29.0	8 6.1	6 4.6	1 0.8	3 2.3
	居住地	板橋地区	161 100.0	87 54.0	49 30.4	19 11.8	1 0.6	3 1.9
常盤台地区		92 100.0	46 50.0	32 34.8	11 12.0	2 2.2	1 1.1	0 0.0
志村地区		94 100.0	49 52.1	36 38.3	7 7.4	1 1.1	1 1.1	0 0.0
赤塚地区		84 100.0	46 54.8	26 31.0	11 13.1	0 0.0	1 1.2	0 0.0
高島平地区		84 100.0	37 44.0	32 38.1	10 11.9	4 4.8	0 0.0	1 1.2
区外		139 100.0	39 28.1	42 30.2	49 35.3	8 5.8	1 0.7	0 0.0

図表 2-9 区の評価別にみた区の居住環境 (SA)

区分		調査数	住みやすい	やや住みやすい	どちらでもない	あまり住みやすいくない	住みやすいくない	回答なし
合計		711 100.0	328 46.1	233 32.8	113 15.9	22 3.1	7 1.0	8 1.1
区評価	誇れる	175 100.0	138 78.9	30 17.1	5 2.9	1 0.6	0 0.0	1 0.6
	やや誇れる	192 100.0	88 45.8	87 45.3	14 7.3	3 1.6	0 0.0	0 0.0
	どちらでもない	287 100.0	87 30.3	103 35.9	81 28.2	11 3.8	5 1.7	0 0.0
	誇れない	44 100.0	10 22.7	12 27.3	12 27.3	7 15.9	2 4.5	1 2.3
事業継続	続けたい	422 100.0	250 59.2	124 29.4	37 8.8	7 1.7	2 0.5	2 0.5
	出来れば続けたい	191 100.0	63 33.0	87 45.5	31 16.2	8 4.2	2 1.0	0 0.0
	どちらとも言えない	80 100.0	9 11.3	22 27.5	40 50.0	6 7.5	2 2.5	1 1.3
	続けたくない	11 100.0	5 45.5	0 0.0	4 36.4	1 9.1	1 9.1	0 0.0
居住環境	住みやすい	328 100.0	328 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	やや住みやすい	233 100.0	0 0.0	233 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	どちらでもない	113 100.0	0 0.0	0 0.0	113 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	住みやすいくない	29 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	22 75.9	7 24.1	0 0.0

### 4 区及び周辺市区の地域イメージ

問 6 板橋区と、その周辺市・区のイメージとして、それぞれの市・区ごと、あてはまると感じる項目を選び、数字に○を付してください。あてはまると感じた項目については、いくつ○を付しても構いません。【市・区ごとに、いくつでも】

#### (1) 板橋区

板橋区のイメージとして最も高いのは、「安心できる」で 56.2%。次いで「安定している」47.3%、「伝統的である」46.5%、「人情的である」42.5%が続く。「人情的である」は年齢が若いほどあてはまるとする回答が多く、30代では 50.0%と約半数を占める。しかしながら、70代以上では 27.5%にとどまっている。

図表 2-10 事業所属性別にみた板橋区地域イメージ (MA)

区分	調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	
合計	619	68	288	93	348	75	293	64	263	
	100.0	11.0	46.5	15.0	56.2	12.1	47.3	10.3	42.5	
所在地	板橋地区	207	16	106	43	112	24	104	22	111
		100.0	7.7	51.2	20.8	54.1	11.6	50.2	10.6	*53.6
	常盤台地区	109	15	46	12	69	15	53	9	44
		100.0	13.8	42.2	11.0	63.3	13.8	48.3	8.3	40.4
	志村地区	105	16	44	13	60	10	46	10	38
		100.0	15.2	41.9	12.4	57.1	9.5	43.8	9.5	36.2
事業形態	赤塚地区	77	6	40	8	44	8	35	10	27
		100.0	7.8	51.9	10.4	57.1	10.4	45.5	13.0	35.1
	高島平地区	111	12	47	13	55	16	49	11	37
		100.0	10.8	42.3	11.7	49.5	14.4	44.1	9.9	33.3
	本社・本店	405	46	182	63	219	47	199	42	166
	100.0	11.4	44.9	15.6	54.1	11.6	49.1	10.4	41.0	
事業規模	支社・支店・営業所	59	8	35	9	34	8	26	7	30
		100.0	13.6	59.3	15.3	57.6	13.6	44.1	11.9	50.8
	工場・研究所	118	14	60	24	55	17	55	12	43
		100.0	11.9	50.8	20.3	46.6	14.4	46.6	10.2	36.4
	個人営業	134	14	62	16	88	18	62	14	60
	100.0	10.4	46.3	11.9	65.7	13.4	46.3	10.4	44.8	
その他	11	1	6	3	4	1	6	0	6	
	100.0	9.1	54.5	27.3	36.4	9.1	54.5	0.0	54.5	
事業年数	10人未満	376	39	172	52	236	50	186	43	156
		100.0	10.4	45.7	13.8	62.8	13.3	49.5	11.45	41.5
	10人以上30人未満	129	14	63	21	61	14	56	15	59
		100.0	10.9	48.83	16.3	47.39	10.9	43.4	11.6	45.7
	30人以上100人未満	47	7	24	8	21	5	23	2	20
	100.0	14.9	51.1	17.0	44.7	10.6	48.9	4.3	42.6	
事業年数	100人以上300人未満	17	2	7	2	8	2	8	2	5
		100.0	11.8	41.2	11.8	47.1	11.8	47.1	11.8	29.4
	300人以上	3	1	1	1	0	1	0	0	3
	100.0	33.3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0	100.0	
事業年数	3年未満	10	1	1	2	4	0	3	1	4
		100.0	10.0	10.0	20.02	40.0	0.0	30.0	10.0	40.0
	3年以上10年未満	30	1	10	3	17	7	16	3	15
		100.0	3.3	33.38	10.0	56.7	23.3	53.3	10.0	50.0
事業年数	10年以上30年未満	131	11	56	16	75	15	52	10	47
		100.0	8.4	42.77	12.22	57.3	11.5	39.7	7.6	35.9
	30年以上	404	50	199	63	230	51	203	49	178
	100.0	12.4	49.37	15.68	56.95	12.62	50.2	12.1	44.1	
中心業種	農業	6	0	4	1	2	0	4	2	2
		100.0	0.0	66.7	16.7	33.3	0.0	66.7	33.3	33.3
	建設業	17	4	5	2	11	2	10	3	8
		100.0	23.5	29.43	11.8	64.79	11.85	58.8	17.6	47.1
	製造業	286	37	135	44	150	33	139	28	105
	100.0	12.9	47.2	15.42	52.4	11.5	48.6	9.8	36.7	
中心業種	小売店・飲食店等	126	10	59	21	80	15	58	15	62
		100.0	7.9	46.8	16.7	63.5	11.9	46.0	11.9	49.2
その他	119	9	57	15	72	17	52	13	58	
	100.0	7.6	47.9	12.6	60.5	14.3	43.7	10.9	48.7	

図表 2-11 回答者属性別にみた板橋区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		619 100.0	68 11.0	288 46.5	93 15.0	348 56.2	75 12.1	293 47.3	64 10.3	263 42.5
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0	4 100.0	1 25.0	4 100.0
	30歳代	46 100.0	1 /2.2	25 54.3	5 10.9	30 65.2	7 15.2	24 52.2	4 8.7	26 56.5
	40歳代	103 100.0	7 6.8	58 56.3	18 17.5	55 53.4	11 10.7	54 52.4	19 *18.4	48 46.6
	50歳代	137 100.0	7 /5.1	67 48.9	14 10.2	71 51.8	18 13.1	58 42.3	14 10.2	60 43.8
	60歳代	174 100.0	23 13.2	72 41.4	24 13.8	95 54.6	23 13.2	82 47.1	13 7.5	70 40.2
	70歳以上	111 100.0	23 **20.7	42 37.8	22 19.8	72 64.90	14 12.6	50 45.0	13 11.7	36 32.4
	居住区	板橋地区	139 100.0	13 9.4	68 48.9	26 18.7	85 61.2	17 12.2	76 54.7	15 10.8
常盤台地区		83 100.0	15 18.1	38 45.8	10 12.0	54 65.1	17 20.5	41 49.4	8 9.6	35 42.2
志村地区		81 100.0	12 14.8	33 40.7	7 8.6	48 59.3	10 12.3	35 43.2	10 12.3	30 37.0
赤塚地区		77 100.0	8 10.4	38 49.4	7 9.1	49 63.6	9 11.7	37 48.1	17 **22.1	25 32.5
高島平地区		75 100.0	6 8.0	31 41.3	10 13.3	39 52.0	11 14.7	29 38.7	5 6.7	27 36.0
区外		120 100.0	9 7.5	59 49.2	23 19.2	51 /42.5	9 7.5	55 45.8	9 7.5	58 48.3

図表 2-12 区の評価別にみた板橋区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		619 100.0	68 11.0	288 46.5	93 15.0	348 56.2	75 12.1	293 47.3	64 10.3	263 42.5
区評価	誇れる	169 100.0	32 18.9	89 52.7	42 24.9	114 67.5	30 17.8	83 /49.1	32 *18.9	88 52.1
	やや誇れる	185 100.0	22 11.9	91 49.2	23 12.4	113 61.1	27 14.6	92 49.7	18 9.7	83 44.9
	どちらでもない	226 100.0	14 6.2	93 41.2	28 12.4	104 46.0	11 //4.9	106 *46.9	12 5.3	78 34.5
	誇れない	33 100.0	0 0.0	11 33.3	0 0.0	13 39.4	7 **21.2	10 30.3	1 3.0	12 36.4
事業継続	続けたい	382 100.0	51 13.4	189 49.5	65 17.0	228 59.7	60 15.7	180 47.1	41 10.7	181 47.4
	出来れば続けたい	171 100.0	15 8.8	74 43.3	20 11.7	96 56.1	13 7.6	82 48.0	16 9.4	57 33.3
	どちらとも言えない	56 100.0	2 3.6	21 37.5	7 12.5	20 35.7	2 3.6	26 46.4	6 10.7	21 37.5
	続けたくない	81 100.0	0 0.0	2 25.0	1 12.5	3 37.5	0 0.0	4 50.0	0 0.0	2 25.0
居住環境	住みやすい	309 100.0	52 *16.8	145 /46.9	57 18.4	218 70.6	44 14.2	153 49.5	44 14.2	150 48.5
	やや住みやすい	205 100.0	11 /5.4	101 49.3	23 11.2	103 50.2	25 12.2	92 44.9	16 7.8	80 39.0
	どちらでもない	833 100.0	5 6.0	33 39.8	11 13.3	22 /26.5	6 7.2	38 *45.8	3 3.6	26 31.3
	住みやすくない	20 100.0	0 0.0	7 35.0	2 10.0	4 20.0	0 0.0	8 40.0	1 5.0	5 25.0

(2) 北区

北区のイメージとして最も高いのは「人情的である」で36.9%。次いで「伝統的である」26.5%、「安定している」25.7%、「活気がある」19.7%が続く。

図表2-13 事業所属性別にみた北区の地域イメージ(MA)

区分	調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	
合計	366 100.0	24 6.6	97 26.5	72 19.7	51 13.9	61 16.7	94 25.7	23 6.3	135 36.9	
所在地	板橋地区	119 100.0	5 4.2	34 28.6	22 18.5	22 18.5	22 18.5	34 28.6	6 5.0	51 42.9
	常盤台地区	59 100.0	5 8.5	21 35.6	14 23.7	8 13.6	10 16.9	13 22.0	3 5.1	15 25.4
	志村地区	71 100.0	6 8.5	17 23.9	17 23.9	12 16.9	10 14.1	24 33.8	8 11.3	23 32.4
	赤塚地区	42 100.0	3 7.1	7 16.7	7 16.7	3 7.1	4 9.57	8 19.0	4 9.5	17 40.5
	高島平地区	69 100.0	5 7.2	16 23.2	12 17.4	6 8.7	12 17.4	15 21.7	2 2.9	27 39.1
事業形態	本社・本店	238 100.0	15 6.3	64 26.9	48 20.2	32 13.4	38 16.0	61 25.6	16 6.7	92 38.7
	支社・支店・営業所	36 100.0	1 2.8	10 27.84	7 19.4	5 13.9	8 22.2	6 16.7	2 5.6	15 41.7
	工場・研究所	77 100.0	5 6.5	20 26.0	15 19.5	10 13.0	11 14.3	19 24.7	6 7.8	33 42.9
	個人営業	83 100.0	8 9.6	17 20.5	16 19.3	12 14.5	15 18.1	23 27.7	7 8.4	26 31.3
	その他	8 100.0	1 12.5	3 37.54	2 25.0	0 0.0	2 25.03	2 25.0	0 0.0	4 50.0
事業規模	10人未満	211 100.0	13 6.2	50 23.7	40 19.0	31 14.7	37 17.5	57 27.0	16 7.6	78 37.0
	10人以上30人未満	86 100.0	4 4.7	25 29.1	14 16.3	12 14.0	15 17.4	17 19.8	4 4.7	33 38.4
	30人以上100人未満	36 100.0	3 8.3	13 36.16	6 16.7	6 16.7	5 13.9	11 30.6	1 2.8	11 30.6
	100人以上300人未満	12 100.0	1 8.3	4 33.3	4 33.3	1 8.3	1 8.3	2 16.7	1 8.3	5 41.7
	300人以上	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 **100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	8 100.0	0 0.0	0 0.0	1 12.5	0 0.0	0 0.0	4 *50.0	0 0.0	5 62.5
	3年以上10年未満	20 100.0	2 10.0	3 15.0	5 25.0	6 30.0	3 15.0	9 45.0	1 5.0	7 35.0
	10年以上30年未満	84 100.0	3 3.6	23 27.4	15 17.9	12 14.3	17 20.2	16 19.0	5 6.0	31 36.9
	30年以上	234 100.0	16 6.8	66 28.2	44 18.8	32 13.7	38 16.2	57 24.4	16 6.8	85 36.3
中心業種	農業	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3	2 **66.7	0 0.0
	建設業	11 100.0	1 9.1	3 27.3	4 36.4	2 18.2	3 27.3	3 27.3	1 9.1	1 9.1
	製造業	185 100.0	10 5.4	50 27.0	29 15.7	26 14.1	30 16.2	48 25.9	10 5.4	73 39.5
	小売店・飲食店等	74 100.0	4 5.4	18 24.3	13 17.6	11 14.9	14 18.9	16 21.6	5 6.8	27 36.5
	その他	67 100.0	6 9.0	19 28.4	18 26.9	11 16.4	11 16.4	16 23.9	3 4.5	27 40.3



図表 2-14 回答者属性別にみた北区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		366 100.0	24 6.6	97 26.5	72 19.7	51 13.9	61 16.7	94 25.7	23 6.3	135 36.9
年齢	10歳代・20歳代	3 100.0	0 0.0	0 0.0	3 **100.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0
	30歳代	35 100.0	1 2.9	5 14.3	10 28.6	2 5.7	8 22.9	10 28.6	2 5.7	12 34.3
	40歳代	75 100.0	7 9.3	22 29.3	10 13.3	14 18.7	11 14.7	19 25.3	7 9.3	36 48.0
	50歳代	98 100.0	5 5.1	28 28.6	18 18.4	10 10.2	14 14.3	22 22.4	4 4.1	41 41.8
	60歳代	93 100.0	4 4.3	28 30.1	17 18.3	17 18.3	16 17.2	23 24.7	7 7.5	27 29.0
	70歳以上	42 100.0	4 9.5	9 21.4	7 16.7	7 16.7	9 21.4	11 26.2	2 4.8	12 28.6
	居住地	板橋地区	81 100.0	4 4.9	23 28.4	11 13.6	16 19.8	14 17.3	26 32.1	4 4.9
常盤台地区		44 100.0	5 11.4	13 29.5	8 18.2	6 13.6	11 25.0	8 18.2	2 4.5	15 34.1
志村地区		53 100.0	2 3.8	9 17.0	12 22.6	8 15.1	7 13.2	21 *39.6	7 *13.2	16 30.2
赤塚地区		46 100.0	3 6.5	11 23.9	8 17.4	4 8.7	5 10.9	10 21.7	4 8.7	18 39.1
高島平地区		47 100.0	1 2.1	10 21.3	11 23.4	5 10.6	9 19.1	10 21.3	2 4.3	18 38.3
区外		74 100.0	6 8.1	26 35.1	15 20.3	11 14.9	11 14.9	12 /16.2	3 4.1	35 47.3

図表 2-15 区の評価別にみた北区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		366 100.0	24 6.6	97 26.5	72 19.7	51 13.9	61 16.7	94 25.7	23 6.3	135 36.9
区評価	誇れる	102 100.0	8 7.8	25 24.5	16 15.7	22 *21.6	15 14.7	22 21.6	8 7.8	45 44.1
	やや誇れる	105 100.0	9 8.6	30 28.6	26 24.8	13 12.4	22 21.0	29 27.6	8 7.6	37 35.2
	どちらでもない	134 100.0	5 3.7	37 27.6	26 19.4	13 9.7	17 12.7	37 27.6	4 3.0	43 32.1
	誇れない	22 100.0	2 9.1	5 22.7	4 18.2	2 9.1	7 31.8	6 27.3	3 13.6	8 36.4
事業継続	続けたい	220 100.0	16 7.3	58 26.4	38 17.3	39 17.7	37 16.8	49 22.3	11 5.0	93 42.3
	出来れば続けたい	104 100.0	1 /1.0	28 26.9	21 20.2	10 9.6	14 13.5	33 31.7	11 *10.6	29 27.9
	どちらとも言えない	37 100.0	6 *16.2	9 24.3	11 29.7	1 /2.7	9 24.3	11 29.7	1 2.7	13 35.1
続けたくない	5 100.0	1 20.0	2 40.0	2 40.0	2 20.0	1 20.0	1 20.0	1 0.0	0 0.0	
居住環境	住みやすい	165 100.0	13 7.9	43 26.1	29 17.6	28 17.0	35 21.2	39 23.6	9 5.5	66 40.0
	やや住みやすい	130 100.0	4 3.1	32 24.6	30 23.1	19 14.6	18 13.8	36 27.7	10 7.7	47 36.2
	どちらでもない	57 100.0	6 10.5	16 28.1	11 19.3	4 7.0	6 10.5	17 29.8	3 5.3	16 28.1
	住みやすくない	14 100.0	1 7.1	6 42.9	2 14.3	2 0.0	2 14.3	2 14.3	1 7.1	6 42.9

(3) 練馬区

練馬区のイメージとして最も高いのは「安定している」で39.0%。次いで「安心できる」28.5%、「成長している」25.4%、「豊かである」22.3%が続く。

図表2-16 事業所属性別にみた練馬区の地域イメージ (MA)

区分	調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	
合計	421 100.0	37 8.8	65 15.4	63 15.0	120 28.5	107 25.4	164 39.0	94 22.3	62 14.7	
所在地	板橋地区	139 100.0	15 10.8	25 18.0	16 11.5	43 30.9	37 26.6	51 36.7	36 25.9	20 14.4
	常盤台地区	76 100.0	5 6.6	18 23.7	13 17.1	19 25.0	18 23.7	32 42.1	14 18.4	12 15.8
	志村地区	70 100.0	7 10.0	7 10.0	14 20.0	19 27.1	14 20.0	29 41.4	19 27.1	10 14.3
	赤塚地区	55 100.0	4 7.3	7 12.7	10 18.2	14 25.5	12 21.8	24 43.6	9 16.4	13 23.6
	高島平地区	74 100.0	6 8.1	8 10.8	10 13.5	22 29.7	26 *35.1	25 33.82	14 18.9	5 6.8
事業形態	本社・本店	279 100.0	21 7.5	40 14.3	35 12.5	88 31.5	68 24.4	119 42.7	63 22.6	39 14.0
	支社・支店・営業所	41 100.0	7 17.1	11 26.8	7 17.1	15 36.6	10 24.4	15 36.6	14 34.1	7 17.1
	工場・研究所	86 100.0	6 7.0	14 16.3	11 12.8	26 30.2	16 18.6	38 44.2	26 30.2	6 7.0
	個人営業	90 100.0	9 10.0	12 13.3	18 20.0	18 20.0	28 31.1	33 36.7	14 15.6	14 15.6
	その他	9 100.0	1 11.1	1 11.1	3 33.34	4 44.4	2 22.2	1 11.1	4 44.4	1 11.1
事業規模	10人未満	241 100.0	24 10.0	36 14.9	37 15.4	68 28.2	58 24.1	97 40.2	51 21.2	33 13.7
	10人以上30人未満	100 100.0	8 8.0	17 17.0	15 15.0	31 31.0	29 29.0	37 37.0	26 26.0	21 21.0
	30人以上100人未満	41 100.0	2 4.9	4 9.8	7 17.1	10 54.4	12 29.3	18 43.9	8 19.5	2 4.9
	100人以上300人未満	13 100.0	1 7.7	5 38.5	2 15.4	4 30.8	2 15.4	6 46.2	4 30.8	3 23.1
	300人以上	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 *100.0	0 0.0
事業年数	3年未満	7 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 **57.1	4 14.3	1 *42.9	3 0.0	0 0.0
	3年以上10年未満	23 100.0	3 13.0	2 8.7	2 8.7	10 43.58	4 17.4	12 52.2	7 30.4	3 13.0
	10年以上30年未満	100 100.0	10 10.0	17 17.0	16 16.0	28 28.0	30 30.0	36 36.0	23 23.0	14 14.0
	30年以上	267 100.0	22 8.2	43 16.1	43 16.1	76 28.5	63 23.6	109 40.8	57 21.3	42 15.7
中心業種	農業	4 100.0	0 0.0	0 0.0	2 *50.0	0 0.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0
	建設業	12 100.0	2 16.7	3 25.0	2 16.7	5 41.7	1 8.3	5 41.7	3 25.0	1 8.3
	製造業	203 100.0	13 6.4	30 14.8	29 14.3	64 31.5	44 21.7	92 45.3	43 21.2	26 12.8
	小売店・飲食店等	87 100.0	12 13.8	17 19.5	11 12.6	22 25.3	22 15.3	33 37.9	19 21.8	18 20.7
	その他	79 100.0	7 8.9	11 13.9	13 16.5	21 26.6	27 34.2	25 31.6	22 27.8	13 16.5

図表 2-17 回答者属性別にみた練馬区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		421 100.0	37 8.8	65 15.4	63 15.0	120 28.5	107 25.4	164 39.0	94 22.3	62 14.7
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0	4 100.0	2 50.0	1 25.0
	30歳代	37 100.0	4 10.8	3 8.1	8 21.6	11 29.7	13 35.1	13 35.1	9 24.3	5 13.5
	40歳代	83 100.0	11 13.3	17 20.5	14 16.9	25 30.1	21 25.3	38 45.8	19 22.9	13 15.7
	50歳代	111 100.0	9 8.1	13 11.7	13 11.7	35 31.5	27 24.3	43 38.7	25 22.5	13 11.7
	60歳代	116 100.0	7 6.0	22 19.0	16 13.8	27 23.3	29 25.0	42 36.2	27 23.3	22 19.0
	70歳以上	45 100.0	4 8.9	6 13.3	9 20.0	13 28.9	10 22.2	18 40.0	7 15.6	5 11.1
	居住地区	板橋地区	92 100.0	10 10.9	12 13.0	14 15.2	24 26.1	25 27.2	35 38.0	19 20.7
常盤台地区		57 100.0	4 7.0	12 21.1	10 17.5	17 29.8	12 21.1	24 42.1	11 19.3	12 21.1
志村地区		48 100.0	6 12.5	6 12.5	7 14.6	11 22.9	12 25.0	21 43.8	12 25.0	8 16.7
赤塚地区		54 100.0	5 9.3	10 18.5	7 13.0	11 20.4	12 22.2	21 38.9	10 18.5	12 22.2
高島平地区		50 100.0	5 10.0	4 8.0	8 16.0	12 24.0	17 34.0	19 38.0	11 22.0	1 2.0
区外		94 100.0	5 5.3	18 19.1	15 16.0	38 40.4	23 24.5	38 40.4	26 27.7	17 18.1

図表 2-18 区の評価別にみた練馬区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		421 100.0	37 8.8	65 15.4	63 15.0	120 28.5	107 25.4	164 39.0	94 22.3	62 14.7
区評価	誇れる	110 100.0	13 11.8	23 20.9	16 14.5	33 30.0	32 29.1	36 32.7	25 22.7	18 16.4
	やや誇れる	123 100.0	12 9.8	17 13.8	19 15.4	29 23.6	38 30.9	54 43.9	31 25.2	22 17.9
	どちらでもない	162 100.0	11 6.8	24 14.8	25 15.4	43 26.5	32 19.8	66 40.7	32 19.8	18 11.1
	誇れない	24 100.0	1 4.2	1 4.2	2 8.3	14 **58.3	5 20.8	8 33.3	6 25.0	4 16.7
事業継続	続けたい	253 100.0	27 10.7	40 15.8	40 15.8	79 31.2	66 26.1	96 37.9	57 22.5	42 16.6
	出来れば続けたい	121 100.0	8 6.6	18 14.9	20 16.5	33 27.3	33 27.3	50 41.3	26 21.5	13 10.7
	どちらとも言えない	43 100.0	2 4.7	7 16.3	3 7.0	8 18.6	7 16.3	15 34.9	11 25.6	7 16.3
続	続けたくない	4 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	3 *75.0	0 0.0	0 0.0
居住環境	住みやすい	179 100.0	20 11.2	29 16.2	25 14.0	51 28.5	55 30.7	60 33.5	42 23.5	32 17.9
	やや住みやすい	159 100.0	13 8.2	26 16.4	26 16.4	44 27.7	37 23.3	74 46.5	34 21.4	20 12.6
環境	どちらでもない	67 100.0	4 6.0	8 11.9	9 13.4	18 26.9	12 17.9	27 40.3	15 22.4	8 11.9
	住みやすくない	16 100.0	0 0.0	2 12.5	3 18.8	7 43.8	3 18.8	3 18.8	3 18.8	2 12.5

## (4) 豊島区

豊島区のイメージとして最も高いのは「活気がある」で71.1%。次いで「先進的である」39.9%、「豊かである」28.4%、「成長している」27.8%が続く。

図表2-19 事業所属性別にみた豊島区の地域イメージ(MA)

区分	調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	
合計	464 100.0	185 39.9	55 11.9	330 71.1	19 4.1	129 27.8	60 12.9	132 28.4	15 3.2	
所在地	板橋地区	153 100.0	66 43.1	15 9.8	117 76.5	8 5.2	39 25.5	18 11.8	46 30.1	8 5.2
	常盤台地区	84 100.0	35 41.7	15 17.9	58 69.0	1 1.2	28 33.3	10 11.9	19 22.6	4 4.8
	志村地区	809 100.0	26 32.5	6 7.5	56 70.0	4 5.0	24 30.0	11 13.8	29 36.3	1 1.3
	赤塚地区	57 100.0	27 47.4	4 7.0	42 73.7	0 0.0	16 28.1	7 12.3	18 31.6	0 0.0
	高島平地区	83 100.0	28 33.7	15 18.1	53 63.9	5 6.0	20 24.1	13 15.7	18 21.7	2 2.4
事業形態	本社・本店	306 100.0	129 42.2	36 11.8	215 70.3	14 4.6	91 29.7	38 12.4	91 29.7	10 3.3
	支社・支店・営業所	45 100.0	19 42.2	9 20.0	28 62.2	3 6.7	13 28.9	12 *26.7	18 40.0	2 4.4
	工場・研究所	89 100.0	35 39.3	10 11.2	60 67.4	7 7.9	26 29.2	12 13.5	29 32.6	2 2.2
	個人営業	98 100.0	38 38.8	7 7.1	75 76.5	1 1.0	26 26.5	9 9.2	24 24.5	2 2.0
	その他	10 100.0	3 30.0	4 *40.0	7 70.0	0 0.0	4 40.0	3 30.0	3 30.0	1 10.0
事業規模	10人未満	269 100.0	105 39.0	26 9.7	190 70.6	10 3.7	79 29.4	30 11.2	76 28.3	5 1.9
	10人以上30人未満	110 100.0	44 40.0	20 18.2	75 68.2	5 4.5	28 25.5	15 13.6	32 29.1	7 6.4
	30人以上100人未満	43 100.0	20 46.5	3 7.0	33 76.7	1 2.3	13 30.2	9 20.3	18 41.9	1 2.3
	100人以上300人未満	14 100.0	6 42.9	4 28.6	12 85.7	2 14.3	2 14.3	2 14.3	2 14.3	0 0.0
	300人以上	3 100.0	0 0.0	1 33.3	2 66.7	0 0.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	1 **33.3
事業年数	3年未満	9 100.0	3 33.3	1 11.1	5 55.6	0 0.0	2 22.2	2 22.2	3 33.3	0 0.0
	3年以上10年未満	25 100.0	7 28.0	2 8.0	17 68.0	0 0.0	9 36.0	7 *28.0	8 32.0	0 0.0
	10年以上30年未満	103 100.0	45 43.7	17 16.5	70 68.0	6 5.8	25 24.3	13 12.6	25 24.3	4 3.9
	30年以上	301 100.0	120 39.9	33 11.1	220 73.1	12 4.0	86 28.6	35 11.6	93 30.9	10 3.3
中心業種	農業	3 100.0	1 33.3	0 0.0	3 100.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	1 33.3	0 0.0
	建設業	14 100.0	7 50.0	2 14.3	6 42.9	1 7.1	3 21.4	4 28.6	6 42.9	0 0.0
	製造業	224 100.0	83 37.1	29 12.9	153 68.3	10 4.5	59 26.3	28 12.5	66 29.5	10 4.5
	小売店・飲食店等	99 100.0	45 45.5	8 8.1	73 73.7	2 2.0	29 29.34	10 10.1	27 27.3	1 1.0
	その他	87 100.0	36 41.4	14 16.1	68 78.2	3 3.4	25 28.7	13 14.9	27 31.0	3 3.4

図表 2-20 回答者属性別にみた豊島区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		464 100.0	185 39.9	55 11.9	330 71.1	19 4.1	129 27.8	60 12.9	132 28.4	15 3.2
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	2 50.0	1 25.0	3 75.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	1 *25.0
	30歳代	46 100.0	26 56.5	5 10.9	36 78.3	1 2.2	17 37.0	9 19.6	18 39.1	3 6.5
	40歳代	99 100.0	43 43.4	19 19.2	76 76.8	4 4.0	33 33.3	17 17.2	34 34.3	4 4.0
	50歳代	119 100.0	50 42.0	10 8.4	78 65.5	2 1.7	31 26.1	12 10.1	40 33.6	3 2.5
	60歳代	121 100.0	40 33.1	12 9.9	86 *71.1	5 4.1	27 22.3	11 9.1	24 19.8	2 1.7
	70歳以上	49 100.0	13 26.5	7 14.3	32 65.3	5 *10.2	13 26.5	6 12.2	13 26.5	1 2.0
	居住地区	板橋地区	102 100.0	37 36.3	12 11.8	73 71.6	5 4.9	27 26.5	12 1.8	27 26.5
常盤台地区		64 100.0	28 43.8	7 10.9	48 75.0	2 3.1	23 35.9	5 7.8	14 21.9	2 3.1
志村地区		55 100.0	20 36.4	3 5.5	37 67.3	3 5.5	18 32.7	7 12.7	19 34.5	1 1.8
赤塚地区		58 100.0	25 43.1	6 10.3	41 70.7	1 1.7	15 25.9	7 12.1	20 34.5	2 3.4
高島平地区		56 100.0	20 35.7	6 10.7	38 67.9	2 3.6	14 25.0	7 12.5	12 21.4	0 0.0
区外		103 100.0	44 42.7	20 19.4	74 71.8	5 4.9	25 24.3	19 18.4	36 25.0	5 4.9

図表 2-21 区の評価別にみた豊島区の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		464 100.0	185 39.9	55 11.9	330 71.1	19 4.1	129 27.8	60 12.9	132 28.4	15 3.2
区評価	誇れる	175 100.0	47 39.5	16 13.4	89 74.8	8 6.7	35 29.4	15 12.6	43 36.1	7 5.9
	やや誇れる	128 100.0	51 39.8	11 8.6	87 68.0	6 4.7	46 *35.9	13 10.2	33 25.8	4 3.1
	どちらでもない	186 100.0	74 39.8	25 13.4	132 71.0	5 2.7	39 21.0	28 15.1	41 22.0	4 2.2
	誇れない	27 100.0	12 44.4	2 7.4	19 70.4	0 0.0	9 33.3	4 14.8	13 48.1	0 0.0
事業継続	続けたい	274 100.0	114 41.6	29 10.6	187 68.2	15 5.5	85 31.0	29 10.6	85 31.0	11 4.0
	出来れば続けたい	135 100.0	50 37.0	19 14.4	101 74.8	2 1.5	30 22.2	23 17.0	33 24.4	2 1.5
	どちらとも言えない	50 100.0	19 38.0	7 14.0	37 74.0	2 4.0	11 22.0	8 16.0	11 22.0	2 4.0
	続けたくない	5 100.0	2 40.0	0 0.0	5 100.0	0 0.0	3 60.63	0 0.0	3 60.0	0 0.0
居住環境	住みやすい	203 100.0	91 44.8	27 13.3	149 73.4	12 5.9	61 30.3	24 11.8	69 34.0	10 4.9
	やや住みやすい	166 100.0	64 38.6	16 9.6	117 70.5	5 3.0	44 26.5	26 15.7	45 27.1	4 2.4
	どちらでもない	75 100.0	25 33.3	9 12.0	49 65.3	2 2.7	18 24.0	8 10.7	14 18.7	1 1.3
	住みやすくない	20 100.0	5 25.0	3 15.0	15 75.0	0 0.0	6 30.0	2 10.0	4 20.0	0 0.0

(5) 和光市

和光市のイメージとして最も高いのは「成長している」で61.7%。本イメージが多数を占めている。次いで「安定している」16.4%、「活気がある」15.8%、「先進的である」12.8%が続く。

図表2-22 事業所属性別にみた和光市の地域イメージ(MA)

区分	調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	
合計	360 100.0	46 12.8	21 5.8	57 15.8	45 12.5	222 61.7	59 16.4	36 10.0	30 8.3	
所在地	板橋地区	106 100.0	12 11.3	6 5.7	19 17.9	11 10.4	68 64.2	18 17.0	9 8.5	13 12.3
	常盤台地区	67 100.0	7 10.4	3 4.5	15 22.4	9 13.4	40 59.7	11 16.4	8 11.9	4 6.0
	志村地区	61 100.0	11 18.0	3 4.9	7 11.5	8 13.1	39 63.9	10 16.4	5 8.2	2 3.3
	赤塚地区	50 100.0	9 18.0	3 6.0	11 22.0	5 10.0	36 72.0	4 8.0	6 12.0	2 4.0
	高島平地区	70 100.0	7 10.0	5 7.1	3 /4.3	10 14.3	37 52.9	14 20.2	7 10.0	8 11.4
事業形態	本社・本店	241 100.0	35 14.5	14 5.8	39 16.2	35 14.5	143 59.3	43 17.8	26 10.8	20 8.3
	支社・支店・営業所	37 100.0	2 5.4	3 8.1	3 8.1	5 13.5	21 56.8	6 16.2	7 18.9	4 10.8
	工場・研究所	73 100.0	11 15.1	3 4.1	9 12.3	12 16.4	36 49.3	16 21.9	7 9.6	9 12.3
	個人営業	78 100.0	8 10.3	4 5.1	12 15.4	5 6.4	61 **78.2	7 9.0	6 7.7	5 6.4
	その他	7 100.0	1 14.3	1 14.3	0 0.0	0 0.0	5 71.4	1 14.3	0 0.0	1 14.3
事業規模	10人未満	207 100.0	27 13.0	13 6.3	38 18.4	24 11.6	139 67.1	25 12.1	19 9.2	13 6.3
	10人以上30人未満	83 100.0	9 10.8	6 7.2	9 10.8	13 15.7	42 50.6	16 19.3	10 12.0	9 10.8
	30人以上100人未満	36 100.0	2 5.6	2 5.6	2 5.6	5 13.9	20 55.6	11 *30.6	3 8.3	4 11.1
	100人以上300人未満	13 100.0	3 23.1	0 0.0	2 15.4	1 7.7	10 76.9	2 15.4	3 23.1	2 15.4
	300人以上	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 *100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	6 100.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	2 33.3	1 16.7	0 0.0	2 **33.3
	3年以上10年未満	19 100.0	1 5.3	1 5.3	3 15.8	2 10.5	11 57.9	6 *31.6	1 5.3	0 0.0
	10年以上30年未満	84 100.0	14 16.7	4 4.8	17 20.2	10 11.9	49 58.3	11 13.1	10 11.9	10 11.9
	30年以上	231 100.0	26 11.3	15 6.5	31 13.4	32 13.9	148 64.1	38 16.5	24 10.4	16 6.9
中心業種	農業	4 100.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	3 75.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0
	建設業	14 100.0	0 0.0	0 0.0	4 28.6	5 *35.7	4 /28.6	3 21.4	2 14.3	2 14.3
	製造業	179 100.0	24 13.4	11 6.1	24 13.4	20 11.2	105 58.7	36 20.1	18 10.1	17 9.5
	小売店・飲食店等	67 100.0	13 19.4	6 9.0	11 16.4	8 11.9	46 68.7	8 11.9	8 11.9	4 6.0
	その他	68 100.0	3 4.4	4 5.9	10 14.7	8 11.8	45 66.2	7 10.3	6 8.8	4 5.9

図表 2-23 回答者属性別にみた和光市の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		360 100.0	46 12.8	21 5.8	57 15.8	45 12.5	222 61.7	59 16.4	36 10.0	30 8.3
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0
	30歳代	31 100.0	3 9.7	2 6.5	2 6.5	8 25.8	18 58.1	10 32.3	5 16.1	3 9.7
	40歳代	70 100.0	7 10.0	10 **14.3	7 10.0	12 17.1	36 51.4	12 17.1	6 8.6	9 12.9
	50歳代	93 100.0	8 8.6	3 3.2	9 9.7	9 9.7	66 **71.0	13 14.0	8 8.6	5 5.4
	60歳代	106 100.0	16 15.1	3 2.8	26 **24.5	10 9.4	69 65.1	13 12.3	10 9.4	7 6.6
	70歳以上	35 100.0	6 17.1	2 5.7	7 20.0	4 11.4	18 51.4	7 20.0	3 8.6	3 8.6
	居住地区	板橋地区	73 100.0	4 5.5	4 5.5	13 17.8	8 11.0	46 63.0	10 13.7	5 6.8
常盤台地区		50 100.0	4 8.0	3 6.0	10 20.0	2 4.0	34 68.0	10 20.0	4 8.0	4 8.0
志村地区		43 100.0	9 20.9	2 4.7	7 16.3	5 11.6	29 67.4	4 9.3	4 9.3	2 4.7
赤塚地区		51 100.0	5 9.8	3 5.9	6 11.8	8 15.7	36 70.6	6 11.8	5 9.8	3 5.9
高島平地区		47 100.0	4 8.5	2 4.3	5 10.6	9 19.1	25 53.2	8 17.0	5 10.6	2 4.3
区外		76 100.0	15 19.7	7 9.2	10 13.2	12 15.8	40 /52.6	18 23.7	12 15.8	9 11.8

図表 2-24 区の評価別にみた和光市の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		360 100.0	46 12.8	21 5.8	57 15.8	45 12.5	222 61.7	59 16.4	36 10.0	30 8.3
区評価	誇れる	90 100.0	11 12.2	5 5.6	18 20.0	15 16.7	47 /52.2	17 18.9	11 12.2	12 13.3
	やや誇れる	102 100.0	15 14.7	6 5.9	21 20.6	11 10.8	69 67.6	16 15.7	10 9.8	9 8.8
	どちらでもない	146 100.0	16 11.0	10 6.8	14 9.6	17 11.6	90 61.6	25 17.1	13 8.9	8 5.5
	誇れない	21 100.0	4 19.0	0 0.0	4 19.0	2 9.5	15 71.4	1 4.8	2 9.5	1 4.8
事業継続	続けたい	214 100.0	25 11.7	13 6.1	36 16.8	23 10.7	129 60.3	37 17.3	18 8.4	18 8.4
	出来れば続けたい	105 100.0	13 12.4	4 3.8	15 14.3	18 17.1	70 66.7	13 12.4	14 13.3	9 8.6
	どちらとも言えない	37 100.0	7 18.9	4 10.8	5 13.5	4 10.8	21 56.8	8 21.6	4 10.8	3 8.1
	続けたくない	4 100.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0
居住環境	住みやすい	151 100.0	19 12.6	12 7.9	26 17.2	21 13.9	89 58.9	25 16.6	14 9.3	13 8.6
	やや住みやすい	133 100.0	16 12.0	3 2.3	21 15.8	17 12.8	90 67.7	20 15.0	11 8.3	12 9.0
	どちらでもない	62 100.0	9 14.5	5 8.1	9 14.5	7 11.3	34 54.8	13 21.0	9 14.5	4 6.5
	住みやすくない	14 100.0	2 14.3	1 7.1	1 7.1	0 0.0	9 64.3	1 7.1	2 14.3	1 7.1

(6) 戸田市

戸田市のイメージとして最も高いのは「成長している」49.3%で本イメージが大きい。次いで「安定している」20.5%、「活気がある」16.9%、「豊かである」16.6%が続く。

図表2-25 事業所属性別にみた戸田市の地域イメージ (MA)

区分	調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である	
合計	337 100.0	23 6.8	30 8.9	57 16.9	39 11.6	166 49.3	69 20.5	56 16.6	28 8.3	
所在地	板橋地区	109 100.0	8 8.0	13 13.0	14 14.0	11 11.0	51 51.0	20 20.0	17 17.0	11 11.0
	常盤台地区	59 100.0	3 5.1	4 6.8	13 22.0	3 5.1	30 50.8	13 22.0	8 13.6	4 6.8
	志村地区	65 100.0	5 7.7	2 3.1	10 15.4	12 18.5	32 49.2	14 21.5	12 18.5	2 3.1
	赤塚地区	37 100.0	1 2.7	5 13.5	4 10.8	6 16.2	18 48.6	5 13.5	7 18.9	1 2.7
	高島平地区	72 100.0	5 6.9	6 8.3	14 19.4	7 9.7	33 45.8	16 22.2	12 16.7	10 13.9
事業形態	本社・本店	220 100.0	17 7.7	19 8.6	40 18.2	24 10.9	104 47.3	55 25.0	33 15.0	18 8.2
	支社・支店・営業所	33 100.0	2 6.1	5 15.2	2 6.1	10 **30.3	14 42.4	5 15.2	9 27.3	5 15.2
	工場・研究所	70 100.0	8 11.4	4 5.78	14 20.0	6 8.6	35 50.0	15 21.4	11 15.7	8 11.4
	個人営業	71 100.0	0 /0.0	5 7.0	10 14.1	5 7.0	37 52.1	9 12.7	14 19.7	6 8.5
	その他	6 100.0	0 0.0	1 16.7	2 33.3	0 0.0	4 66.7	1 16.7	1 16.7	1 16.7
事業規模	10人未満	193 100.0	12 6.2	18 9.3	27 14.0	18 9.3	97 50.3	32 16.6	31 16.1	15 7.8
	10人以上30人未満	81 100.0	7 8.6	9 11.1	17 21.0	13 16.0	39 48.1	18 22.2	16 19.8	6 7.4
	30人以上100人未満	33 100.0	1 3.0	1 3.0	6 18.2	2 6.1	15 45.5	13 **39.4	4 12.1	3 9.1
	100人以上300人未満	11 100.0	1 9.1	0 0.0	4 36.4	2 18.2	6 54.5	1 9.1	1 9.1	1 9.1
	300人以上	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 *50.0	0 0.0	1 50.0	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	6 100.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	2 33.3	1 16.7	2 33.3	1 16.7
	3年以上10年未満	18 100.0	1 5.6	2 11.1	4 22.2	1 5.6	9 50.0	5 27.8	2 11.1	1 5.6
	10年以上30年未満	80 100.0	4 5.0	8 10.0	11 13.8	10 12.5	43 53.8	13 16.3	13 16.3	8 10.0
	30年以上	216 100.0	16 7.4	17 7.9	39 18.1	25 11.6	103 47.7	46 21.3	35 16.2	15 6.9
中心業種	農業	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 **66.7	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0
	建設業	14 100.0	0 0.0	3 21.4	0 0.0	4 28.6	4 28.6	4 28.6	4 28.6	2 14.3
	製造業	169 100.0	15 8.9	15 8.9	31 18.3	13 7.7	85 50.3	36 21.3	30 17.8	10 5.9
	小売店・飲食店等	67 100.0	4 6.0	7 10.4	7 10.4	8 11.9	34 50.7	10 14.9	11 16.4	7 10.4
	その他	58 100.0	2 3.4	2 3.4	14 24.1	8 13.8	31 53.4	13 22.4	6 10.3	5 8.6



図表 2-26 回答者属性別にみた戸田市の地域イメージ (MA)

区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		337 100.0	23 6.8	30 8.9	57 16.9	39 11.6	166 49.3	69 20.5	56 16.6	28 8.3
年 齢	10歳代・20歳代	3 100.0	1 33.3	0 0.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0	0 0.0	1 33.3
	30歳代	31 100.0	2 6.5	1 3.2	4 12.9	5 16.1	16 51.6	10 32.3	6 19.4	2 6.5
	40歳代	70 100.0	5 7.1	3 4.3	12 17.1	13 18.6	34 48.6	14 20.0	11 15.7	9 12.9
	50歳代	91 100.0	6 6.6	11 12.1	15 16.5	8 8.8	38 41.8	18 19.8	15 16.5	7 7.7
	60歳代	94 100.0	6 6.4	12 12.8	16 17.0	7 7.4	50 53.2	16 17.0	18 19.1	6 6.4
	70歳以上	31 100.0	1 3.2	1 3.2	6 19.4	2 6.5	18 58.1	7 22.6	2 6.5	0 0.0
	居 住 地 区	板橋地区	70 100.0	5 7.1	6 8.6	11 15.7	4 5.7	37 52.9	12 17.1	12 17.1
常盤台地区		41 100.0	3 7.3	4 9.8	8 19.5	0 /0.0	22 53.7	7 17.1	3 7.3	2 4.9
志村地区		45 100.0	3 6.7	1 2.2	6 13.3	9 *20.0	24 53.3	7 15.6	7 15.6	2 4.4
赤塚地区		45 100.0	2 4.4	9 **20.0	5 11.1	6 13.3	18 40.0	8 17.8	6 13.3	3 6.7
高島平地区		50 100.0	4 8.0	3 6.0	5 10.0	5 10.0	23 46.0	13 26.0	11 22.0	3 6.0
区外		70 100.0	4 5.7	5 7.1	19 27.1	12 17.1	34 48.6	18 25.7	13 18.6	9 12.9

図表 2-27 区の評価別にみた和光市の地域イメージ (MA)

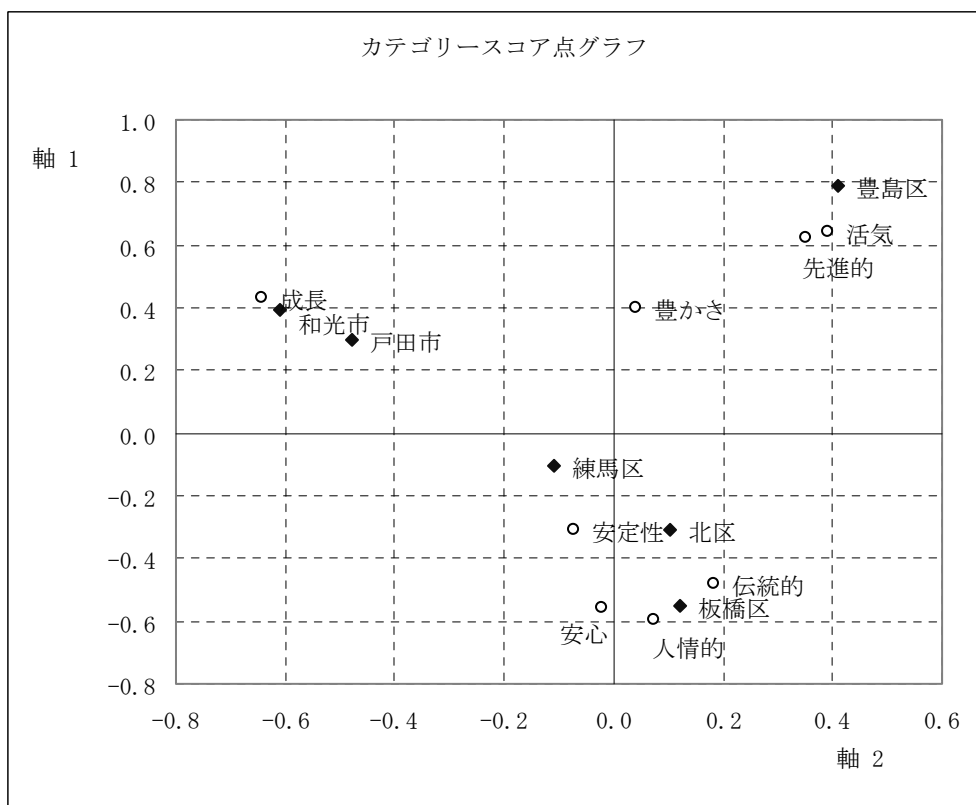
区分		調査数	先進的である	伝統的である	活気がある	安心できる	成長している	安定している	豊かである	人情的である
合計		337 100.0	23 6.8	30 8.9	57 16.9	39 11.6	166 49.3	69 20.5	56 16.6	28 8.3
区 評 価	誇れる	89 100.0	6 6.7	11 12.4	21 23.6	12 13.4	39 43.8	13 14.6	20 22.5	10 11.2
	やや誇れる	98 100.0	9 9.2	8 8.2	11 11.2	14 14.3	52 53.2	22 22.4	16 16.3	6 6.1
	どちらでもない	127 100.0	6 4.7	9 7.1	21 16.5	11 8.7	62 48.8	31 24.4	15 11.8	9 7.1
	誇れない	20 100.0	2 10.0	2 10.0	3 15.0	2 10.0	10 50.0	3 15.0	5 25.0	3 15.0
事 業 継 続	続けたい	201 100.0	14 7.0	19 9.5	38 18.9	25 12.4	96 47.8	42 20.9	34 16.9	17 8.5
	出来れば続けたい	99 100.0	5 5.1	7 7.1	12 12.1	10 10.1	55 *55.6	18 18.2	15 15.2	5 5.1
	どちらとも言えない	32 100.0	4 12.5	4 12.5	6 18.8	4 12.5	11 /34.4	8 25.0	7 21.9	6 18.8
続 け た く な い	4 100.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	3 75.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	
居 住 環 境	住みやすい	143 100.0	9 6.3	14 9.8	28 19.6	20 14.0	78 54.4	23 16.1	23 16.1	13 9.1
	やや住みやすい	122 100.0	10 8.2	10 8.2	16 13.1	14 11.5	57 46.7	23 18.9	24 19.7	10 8.2
	どちらでもない	58 100.0	4 6.9	6 10.3	10 17.2	5 8.6	24 41.4	19 *32.8	8 13.8	5 8.6
	住みやすくない	14 100.0	0 0.0	0 0.0	3 21.4	0 0.0	7 50.01	4 28.6	1 7.1	0 0.0

(7) 各区のイメージ分析

板橋区およびその周辺の区のイメージが、事業者にはどのようにみられているのか、分析した結果を以下に示す。

その結果、板橋区は他の区と比べると、「伝統的」「人情的」「安心」「安定的」といったイメージが強く、その傾向は「北区」に近いことがわかった。また、「先進的」「活気がある」といったイメージが強いのは豊島区。「成長」のイメージが強いのは和光市や戸田市であった。

図表2-28 各市区のイメージ（双対尺度法の結果）



### 第3章 板橋区内の地域資源

本調査では、板橋区内の地域資源について、「技術など」、「伝統や文化など」、「店・まちなど」、「食・農など」、「人（組織）など」、「その他」の6つの分野に分けて各項目で「注目しているもの」「磨けば光りそうなもの」を自由記述の形で回答してもらった。

#### 調査結果の要旨

【技術など】技術に関しては、「光学機器・精密機器」に関する意見が最も多く23件、次いで「印刷・製本技術」関連が11件、体重計などの製品を製造する「株式会社タニタ」関連が5件と続いている。

【伝統や文化など】伝統・文化に関しては、「いたばし花火大会」に関する意見が最も多く15件、次いで「東京大仏」が11件、「北野神社・諏訪神社の田遊び」「板橋宿」が4件と続いている。

【店・まちなど】店・まちなどに関しては「ハッピーロード大山」に関する意見が最も多く19件。次いで「仲宿商店街」が6件、「石神井川沿い」「中板橋商店街」が4件と続いている。

【食・農など】食・農などに関しては「板橋のいっぴん」に関する意見が9件、区画農園や家庭菜園、体験農園に関する意見が8件と続いている。

【人（組織）など】人（組織）などに関しては、「人情味がある」といった板橋区の人柄に関する意見や、「板橋いっぴん会」、「板橋産業連合会」、「板橋法人会」などの組織に関する意見も寄せられた。

## 1 資源リスト

問7 板橋区内で事業をしていて、板橋区内の特徴的な企業、商品や人物、注目しているもの、あるいは磨けば光りそうなものなどがございましたら、どのようなものでも結構ですので、なるべく具体的に以下の5つの視点からお教えください。(例：〇〇製菓の工場直売のできたてかりん糖はホカホカで絶品、空き店舗対策のビジネスプランを構築・実現させたゲーム博物館、など)【自由意見】

## (1) 技術など

技術に関しては、「光学機器・精密機器」に関する意見が最も多く23件、次いで「印刷・製本技術」関連が11件、体重計などの製品を製造する「株式会社タニタ」関連が5件と続く。主に板橋区内事業者の製造技術に関する意見が多く寄せられている。

図表3-1 資源リスト(技術など)

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	光学器械・精密機器の製造を盛んにする
板橋地区	製造業	環境開発技術 例. 2010年4月1日よりVOC(有機合成溶剤)が室内で1ppm以下の規制についての研究を進めております。この対策としてVOCクリーナーを完成し11月の区の産業見本市に出品の予定です。
板橋地区	製造業	健康飲料「黒豆エキス」の製造技術(菊池食品工業(株))
板橋地区	製造業	異業種交流会などで意見交換を積極的に進める
板橋地区	製造業	光学, 印刷, 科学
板橋地区	製造業	凸版印刷や各特殊印刷工場が数多くあり各社新しい技術をもっている
板橋地区	製造業	アサヒボンドのレジアンダー(万能下地調整材) アンダーフィックス(万能防錆材) 2008年FineWorks受賞品!
板橋地区	製造業	タニタ(健康器具)が有名
板橋地区	製造業	ニッチ市場で専門性の高い技術を保有した企業が多い。業種が分散しているので大田区のような加工地区的なイメージはないが、専門店の集積地区としてブランド化できないか。
板橋地区	製造業	鋳物の技術は見事な物。
板橋地区	製造業	先年板橋産業技術展を駆足にて拝見いたしました。板橋区は北区等の連関の上で、工業集積地の面も強いと認識いたしました。
板橋地区	製造業	板橋区の歴史と文化は板の橋から始まります。その象徴である板の橋は宿場会議でリフォームされたが商店街の道すじに当時をしのばせる風情のあるものはありません。本陣・問屋場・高札場などに案内板を設置し、区内外から訪れる人々にわかりやすくしてもらいたい(確実に史跡の方等も年々増加しています)。私もいろいろな場所を観光しているが行政の力を入れている所は充実している。お客様をもてなそうという姿勢が感じられます。
板橋地区	製造業	町工場が多く製造業の根幹を支えている ニッチな企業・技術が多いと思う
板橋地区	製造業	(株)大野精密 からくり人形
板橋地区	製造業	工業は盛んで活気が有る。広い分野の業種が成長してほしい。
板橋地区	製造業	板橋の光学、板橋の印刷といった事業あるいは板橋の食品といった分野の製品や製造工程を展示するようなスペースを設け、板橋の観光と合せ小中学校の見学場所或は高校生の職の選択という観点からの拠点とする。場所は廃中学校を当てる。
板橋地区	製造業	凸版印刷を中心に印刷工場が多い地区であり、地区の魅力を高める為、印刷博物館・展示館の対策。
板橋地区	製造業	航空機部品産業の開発を進めて下さい
板橋地区	製造業	製造と加工
板橋地区	小売業・飲食店等	印刷技術の向上
板橋地区	小売業・飲食店等	エスビー食品の新商品開発技術
板橋地区	小売業・飲食店等	管楽器製造の工場を何軒か区内で見かけたが、板橋区には工都が多いのでしょうか。
板橋地区	小売業・飲食店等	都内においてそうであるように、板橋にも「スパディオ」「さやの湯処」等温泉(スパ)施設が充実
板橋地区	その他	中小・零細企業の中には有力な技術を有している会社が多く存在します。当事者にその意識が不足している部分もあり、さらなる認知・広報活動・意識改革は必要と思います。
板橋地区	その他	ものづくりに関して都内有数と聞いています。町工場が存在しやすいのではと思っています。
板橋地区	その他	昔から光学器械の特にレンズの製造が盛んであると思うので一層の…
板橋地区	その他	板橋区内のものづくり産業企業の経営者及び従業員の勤勉さ研究熱心さは素晴らしいと思います
板橋地区	その他	板橋区は印刷・写真などビジュアル面に特化している
板橋地区	その他	コピー機やプリンターのシャフト製造業。固くてもいいアルミ・ステンレス等にへらしぼり技術を応用。製造過程の短縮、コストダウンに成功。
板橋地区	その他	区内消防署の消防技術

所在地	業種	資源
板橋地区	その他	技術力のある製造工場等が少なく成った為技術力が落ちた
板橋地区	不明	特技のある会社・個人・私人を区が先頭になって発信して日本中に知らせて下さい。
板橋地区	不明	我々商店街の店主にとって技術は無理
板橋地区	不明	城北工業地域として発展してきたが、近頃は埼玉県工業団地に中心が移動 技術的にすぐれた工場は区内より他県に（光学・食品・自動車関連）
板橋地区	不明	伝統・技術はあるが区のバックアップがない
板橋地区	不明	工場や研究所等が板橋区外に流出している。
板橋地区	不明	中小企業の光学や金型・木型の下請け、協力事業所に頑張ってもらいたい
常盤台地区	製造業	印刷技術の発信
常盤台地区	製造業	ガラス製温度計製造技術 国内では東京が一番多く中でも板橋区には多くの技術者がいる
常盤台地区	製造業	小豆沢近辺の光学機器メーカー
常盤台地区	製造業	サミー工業の躍進はめざましい
常盤台地区	製造業	Q&Aを区民になげかける
常盤台地区	製造業	バイクショップ：ライトニングは今年初めに出来たバイクショップですが、スタッフの技術と人柄は一押し！
常盤台地区	製造業	光学関連
常盤台地区	製造業	板橋経営品質賞をもっと広められたらと思います。
常盤台地区	製造業	機械部品加工技術の面で、板橋区内には多数の会社が精度の良い物をつくる時いています
常盤台地区	製造業	光学機械技術
常盤台地区	製造業	凸版印刷（株）の印刷とその他の技術は非常に高品質。
常盤台地区	製造業	打抜機にて本のカバー・封筒・名刺他、紙製品をどんな形でも抜き上げます。
常盤台地区	製造業	TOPPAN印刷等、特殊中工業技術のアピール。昔ながらの技術を生かした現代技法の発展。
常盤台地区	製造業	工業製品で光学機器が有名（カメラ・望遠鏡・医療機器など）
常盤台地区	製造業	光学機器
常盤台地区	製造業	印刷技術
常盤台地区	小売業・飲食店等	物づくりの支援
常盤台地区	小売業・飲食店等	光学 印刷
常盤台地区	小売業・飲食店等	和菓子おでん等手作り人（職人）は同じサイズ同じ目量を同じ味で手作りしています。機械で作るより手仕事職人を育てたらどうですか
常盤台地区	小売業・飲食店等	化学・精密機械・光学機器の中小工場が多いのでその技術を生かす
常盤台地区	小売業・飲食店等	板橋ブランドとして特に意識して見た、又は感じた事は有りませんので、申し訳ないのですが特記する事項が有りません。
常盤台地区	その他	小茂根所在の某企業はその技術の良さから遠く九州地区からも取引の問い合わせがあり活気を呈している
常盤台地区	不明	これと言って思いつきませんが小さい会社の、大企業ではできない手仕事及び横（仲間）連体感はずばらしいのでは。
常盤台地区	不明	タニタ
志村地区	建設業	温泉の施設が各所とも大盛況で温泉事業のノウハウは都内で高いはず。あとは下水処理の技術。こういうものをもっと前面に出せば都で一番技術力あるタウンに進化すると思う
志村地区	製造業	当区へ来てみてわかったのは独自技術が多いこと、又区が支援していること。産業の町をもっとアピールしたい。
志村地区	製造業	柳澤管楽器のサクソフォン
志村地区	製造業	柳澤管楽器のサクソホン等は世界的ブランドである
志村地区	製造業	世界初小型消防ポンプにバッテリーを必要としない電子制御燃料噴射装置を採用した4ストロークエンジンを開発 環境にやさしく、クリーン&エコノミーを謳い超低騒音の消防ポンプを製造しているメーカーである
志村地区	製造業	旧旭光学（ペンタックス）のCCDカメラ等のカメラ先端技術。（株）トプコンの医療機器など。光学製品。天体望遠鏡→「タカハシ」
志村地区	製造業	各社が使用可能な技術センター（試験機）
志村地区	製造業	伝統ある光学製品の実演販売会（例：天体・星観賞、野鳥会）に企画や助成してはどうか。
志村地区	製造業	現在は良いと思う
志村地区	製造業	悲学業界の栄光が戻れば良いと願っています。
志村地区	製造業	弊社は（株）トプコン様の外注として昭和7年の創立以来、木型・モデル等をはじめとする「木の加工」にたずさわって、木製品を製作するノウハウはそれなり
志村地区	製造業	緑のカーテンにからむ環境商品（株）リブラン・マンション（環境共生マンション） 弊社（株）タニタハウジングウェア 雨水利用商品（パソコン・レインバンク・レインジャー） 雨水を家庭で利用し貯水することで、都市型洪水防止につながる（各家庭ど雨水利用するとダムもいらぬ）
志村地区	製造業	ものづくり・技能者を育てる板橋区の姿勢は評価出来ます。下請業者の小さな工場で永年に亘ってコツコツと仕事した人にもスポットを当てて見たいかがですか。
志村地区	製造業	昔からの光学技術は町工場にも引き継がれていて精密部品加工では優秀な企業が多い

所在地	業種	資源
志村地区	小売業・飲食店等	(株) サイトウ製作所の微細ドリルはすばらしいと思う
志村地区	小売業・飲食店等	光学機器などをもっと宣伝したら良いと思います
志村地区	小売業・飲食店等	カメラ・光学など昔から独特のものがあると聞いた。他に真似のできない技術に成長する可能性がある。
志村地区	小売業・飲食店等	世界的に光学技術の定評があるので光学技術を医療器具等に応用して日本国民及び世界人類の為に役立てたい
志村地区	小売業・飲食店等	ペンタックスやトプコンの先進技術
志村地区	小売業・飲食店等	中小工場の技術力は地区にないものとして賞賛します。それらの中には日本一のものもあると思うので取上げられたし。わが商店会にある松本精機さんはその中の一つです。
志村地区	その他	トッパン印刷、三菱化学メディエンスなどは先進的なものがあるのではないかな。
志村地区	その他	光学・印刷等の技術水準の高さ
志村地区	その他	中・小工場の技術を取上げて欲しい。精密・光学・印刷等
志村地区	不明	古い企業（中小企業）が多く、特殊な技術を持った企業が多い。
志村地区	不明	高度な光学技術・微細加工技術を有した企業が多数見受けられます。
志村地区	不明	都内に中小の同業が無くなった●●不明
赤塚地区	製造業	ダイワハイテックスの本を梱包する技術 書店を大事にする経営姿勢
赤塚地区	製造業	弱電部品の組立Assy 自動化装置
赤塚地区	その他	BENA 模型技術がすばらしい
赤塚地区	その他	光学技術 農業
赤塚地区	その他	徳丸の(有)オートジャンクション様は古い車を熟練の手できれいに仕上げる、少々変わった自動車屋さんで店舗の看板も面白い。
赤塚地区	不明	区の開発のアスファルト
赤塚地区	不明	電熱器（電気ヒーター）を製作・販売しておりますが営業がとにかくよわい！これ以上物づくりをヘラサないで下さい。薬品を温ためるテフロンヒーター、チタンヒーター
赤塚地区	不明	光学関係
赤塚地区	不明	手作りの商品を製造しています。中国の安いだけで正確でない品物が最優先されています。
赤塚地区	不明	光学・金型等古くからある技術がなくなりつつある。
高島平地区	建設業	アステラス製薬
高島平地区	製造業	タニタ 荒川市民マラソンのスポンサーとしてTシャツにCMされていていんな所でそのTシャツをきている人を見て、良さをアピール。
高島平地区	製造業	板橋の中小企業の技術の粋を集約出来るような大きなプロジェクトの構築
高島平地区	製造業	先進的な「スガスマ」を代表とする中小企業群とその組織化
高島平地区	製造業	光学器械
高島平地区	製造業	浜松「知的クラスター創成事業」への参加、提携、強化など光学企業・技術の区外発信
高島平地区	製造業	光学系産業を中心としてもものづくりに必要な産業がすべてそろっている メイドイン板橋の製品を開発・生産が可能
高島平地区	製造業	光学・研磨技術
高島平地区	小売業・飲食店等	積信堂さん。印刷製本の技術で賞を受賞されました。
高島平地区	小売業・飲食店等	町工場の技術力は高いと思うが少なくなってきている
高島平地区	小売業・飲食店等	(株) 日進産業“ガイナ”（塗る断熱塗料） 板橋区制品技術大賞
高島平地区	その他	M1モーターサイクルタイヤショップのマフラー トヨタL&Fでフォークリフトのマフラーに採用される。他にも多数の企業から注目される技術がある
高島平地区	その他	エアコンプレッサ設備の省エネのプロです。必ず何らかの省エネが出来ると確信しています（企業さま）ホームページあり。
高島平地区	その他	技術的要望の大手は区内の企業で行なう
高島平地区	その他	太陽光発電事業（住宅が多いから） 産業廃棄物リサイクル事業
高島平地区	不明	板橋区は印刷と製本事業が技術面さかんです
高島平地区	不明	タニタ 小さな商店や店のケーキや惣菜 都会の中でも花や野菜をつくれる技術
不 明	製造業	(株) ベナ様のスチカッターなど素晴らしいと思う
不 明	製造業	製造業
不 明	その他	印刷や製本、紙加工などの高度な技術力

## (2) 伝統や文化など

伝統・文化に関しては、「板橋花火大会」に関する意見が最も多く 15 件、次いで「東京大仏」が 11 件、「北野神社の田遊び」「板橋宿」が 4 件と続く。

図表 3-2 資源リスト (伝統・文化など)

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	板橋十景の宣伝に力を入れるとか、ウォーキングマップ(志村コース・赤塚コース)のコースには歴史的な風景の物、場所が入っているのもっと広く知ってもらって、いっぴん以外のお店等にも立ち寄って欲しい。
板橋地区	製造業	中板橋のへそ踊りに大東文化大の学生さんが入ってくれて活性化されています。とても良いことと思います。他の学生も参加できる事を考えたらよいと思います。
板橋地区	製造業	良くはわかりませんが、弥生町の弥生太鼓は40年ぐらい続いているのでスゴイと思います。中板橋のへそ踊りもマスコミで取りあげられたりしていますが、もっと広められると良いのでは。
板橋地区	製造業	区役所が主導で大々的に宣伝する
板橋地区	製造業	いたばし花火大会
板橋地区	製造業	花火大会(ずっと続けて欲しい) 仲仲仙道(仲宿から本町辺り)
板橋地区	製造業	街の活性化には文化が欠かせない。文化の起点となる設備・広場の整備が必要。既存施設の改築、再整備等でも十分に対応可能と思われる。
板橋地区	製造業	板橋プライス! 保育園・小学校で行われる“ロックソーラン節”をアレンジし、板橋の伝統芸能にしてはどうか。
板橋地区	製造業	当社旧本社地神田神保町(白山通: 仲仲仙道)より当地に移転して1年有余ですが、旧宿場の板橋宿の人々の情に厚い(親切的)気風を毎日感じております。
板橋地区	製造業	人情的で住みやすい(もう少し活性化してると良い)
板橋地区	製造業	そういう思いのある店には江戸風情・宿場風情・歴史を感じる様なものを設置してあれば来訪者の目に付き、何か手助けができるのではないかと。地域の方と来訪者とのコミュニケーション(ふれあいの中で)が活性化につながり町全体が明るく笑顔がたえない。来訪者が遠慮して町を通り過ぎるのではなく気やすく声をかけられる様な親しみのある商店街になったらと考えております。
板橋地区	製造業	古からの祭事や伝統を守っている。大切にしてほしい。
板橋地区	製造業	北野田楽とかの本当の伝統でなくても、北区の「狐の行立」のように例えば「大仏祭り」「板橋宿大名行列」といった催しを創り出す。それには先づ電柱の地中化が発案。
板橋地区	製造業	神社・仏閣と学校(小学生)との連携活動。(朝のラジオ体操あいさつ等、掃除、歴史の講義、自然とのふれあい、課外活動の利用場)
板橋地区	製造業	石神井川の桜並木など東京でも1~2を競うと思うが、地域以上に盛り上っていない。橋などを開放して席を設ければ地域の商店街も盛り上ると思うが。
板橋地区	製造業	歴史と文化がある板橋区をもっと多く広く伝えたい
板橋地区	小売業・飲食店等	仲宿・志村地区との伝承
板橋地区	小売業・飲食店等	まちの歴史の認識
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋在住の嘶家さんを応援する年3回の「板橋落語会」が楽しみ。
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋区の良さを区内の方はもちろん他の地域の方に知ってもらう機会を作る。板橋ツアー、縁むすびツアーetcでしょうか? いっぴん・十景・とりたてetcを結びつけたものができれば。
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋区民祭り 板橋(荒川)マラソン 板橋花火大会 板橋十景
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋には公園が多く、自然が残されている
板橋地区	小売業・飲食店等	仲宿周辺の歴史や史跡の観光化事業は良いと思う。歴史を感じます。新月堂(和菓子)さんの掲示物等。
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋区民祭り、板橋(荒川)マラソン、板橋花火大会、板橋十景
板橋地区	その他	東京大仏、農業祭り
板橋地区	その他	宿場町としての再現の街づくりや観光名所
板橋地区	その他	中仙道、宿場街としての歴史は特徴を生かせると思います。
板橋地区	その他	赤塚の大仏は国内でも有数です。
板橋地区	その他	大和町に住んで居りますが、伝統的行事・芸能はあまり無い様に感じます。氷川神社の緑日位です。
板橋地区	その他	郷土資料館が良い
板橋地区	その他	地元のお祭りやさまざまなイベントに対する情熱や連帯感が高いレベルにあると思います。板橋区の自治体、学校の教育がしっかりしているからだ
板橋地区	その他	へそ祭り
板橋地区	その他	文化的事業は小規模であるがそれなりに成果を上げていると思う
板橋地区	その他	区と交流のある国々との多文化共生区民フェスティバル 板橋花火大会
板橋地区	その他	伝統と文化だけでは豊さはつけれない
板橋地区	不明	区内の子供に歴史を知らせる 学校にて
板橋地区	不明	区の専門部門が担当者を固定し調べるもの
板橋地区	不明	住民の生きるよるこびのため伝統ある板橋の文化・風習・祭り等の接極的な活動
板橋地区	不明	一般的に見えない

所在地	業種	資源
板橋地区	不明	区内の伝統芸能を若者達に開放する(フェスティバル・パレード等に参加する場を作る)。
板橋地区	不明	当区にどんな伝統文化があるかを知らしめる努力が不足している
常盤台地区	製造業	23区にありながらこれだけ「緑」が多いのはすばらしいと思います(最近減っています)が…。また毎年行なわれる花火大会もとても良い文化だと思います。
常盤台地区	製造業	祭りや縁日等が楽しい
常盤台地区	製造業	柄巻や組ひも等、武道関係の伝統工芸。区立中学校の武道場を開放すれば消費が増えるのでは?
常盤台地区	製造業	東京大仏、戸田橋花火大会
常盤台地区	製造業	いたばし花火大会は自分が子供の頃より楽しんでいます。
常盤台地区	製造業	稲荷商店街に昔のなつかしいゲームをおいてはやっていると書いています
常盤台地区	製造業	60代以上の方による地域の話や青少年に話す。講話会(学校における)
常盤台地区	製造業	祭りや太鼓、踊り等伝統芸能の継承。
常盤台地区	製造業	花火?花火をアレンジしたグッズなどを製造したいです。(うちわ、紙プロクロ他)
常盤台地区	製造業	赤塚にある東京大仏、その周辺には植物園や美術館があるにも関わらず自転車でも行きづらい(気軽に)。街並み、もっと楽しい空間の店を増やす。
常盤台地区	製造業	板橋区の花火大会
常盤台地区	小売業・飲食店等	中仙道の板橋宿
常盤台地区	小売業・飲食店等	神社お寺さん等名のある古いものがあり、ヒモとけば物語りになると思います
常盤台地区	小売業・飲食店等	桜川中学校ブラスバンドの担当教員(移動させない)の永続性のある勤務と地域密着にコミュニケーションの確立等、地元としては不満がある。
常盤台地区	小売業・飲食店等	大工・建具・畳屋・べっこう細工等々の職人文化
常盤台地区	小売業・飲食店等	我が町常盤台三丁目町会・老人会(光寿会)・中央通り商工会役員が連携して行動しています。
常盤台地区	小売業・飲食店等	大仏や寺・神社、さらには城跡や新選組関連史跡など
常盤台地区	小売業・飲食店等	伝統や文化は区民に対してPR不足ではないのでしょうか。
常盤台地区	その他	高島平のホテルの飼育を一般公開しているのは良いと思う。
常盤台地区	不明	下町的な要素を継続しながら新しい物とのコラボもあり、いいと思います。
常盤台地区	不明	上板橋南口旧川越街道に有る子育て地蔵は、地元の人達に愛され、最近では特にお参りする人が多くなった。商店街としてはイメージキャラクター「まもりん●」を商標登録して板橋の中の名物にしようとしている。
志村地区	製造業	板橋勇音太鼓…おまつりやイベントなど青年はじめ小さな子供たちが元気に太鼓演奏をしてくれています 舞い上がれば板橋…ダンスチームががんばってるようですね
志村地区	製造業	江戸時代は江戸の入口の宿として栄える。又野菜などの農作物を供給した。「地産地消」を中心に、都心と違う魅力を訴えたら。
志村地区	製造業	板橋十景の活用が必要
志村地区	製造業	昭和12年よりこの板橋にてエンジン製造を始めている
志村地区	製造業	「板橋」の地名の知名度を向上させるため、例えば江戸時代より継続している文化の再見直しを行う運動を展開する。
志村地区	製造業	各神社(天祖神社)のお祭り。御神ぐら等は近隣常盤台エリアの富裕外国人に人気である。
志村地区	製造業	地区に比べて緑地や公園が多くあるので、もう少し設備を整えたり特徴を活かすなどして魅力ある公園造りをしたらいいかと思っています。
志村地区	製造業	イタリア・ボローニャ国際絵本原画展
志村地区	製造業	精密光学機器や印刷関係は伝統的にすぐれていますが、文化的な工芸はあまり見えません。商工会議所で誌面紹介して見たら面白いと思います。
志村地区	製造業	区史に載っている様な伝統行事などを前面に出していると練馬や杉並等に遅れてしまう。もっと新しい若者文化(マンガ・ファッション・映画etc)を中心に行動してはどうか
志村地区	小売業・飲食店等	事業は銭湯なのでもっと力になってほしいと思います
志村地区	小売業・飲食店等	非常に古い貝塚や遺跡があるので、古くから人の住みやすい、地震などの自然災害に強いことをアピールする。
志村地区	小売業・飲食店等	赤塚地区の伝統行事
志村地区	その他	全くない。感じられないのが板橋区。
志村地区	その他	徳丸地区・赤塚地区の伝統芸術の良さを広めるべきでは。図書館・美術の充実
志村地区	不明	良く知りません 赤塚の植物園に良く展示されている
志村地区	不明	古い伝統・文化が多く、保存に心掛けるとともにPRすると良いと思う。
志村地区	不明	町の印象が薄いのが文化又は特徴だと考えています(有名なランドマークがないからだと思っています)。
志村地区	不明	40年程前に北区から移動して来たので判らない
赤塚地区	製造業	印刷技術 工学技術
赤塚地区	製造業	東京大仏をもっとPRした方が良いのでは?
赤塚地区	小売業・飲食店等	北野神社の田遊び 伝統のあるもの
赤塚地区	小売業・飲食店等	板橋花火大会はよかった。
赤塚地区	小売業・飲食店等	赤塚の自然と歴史



所在地	業種	資源
赤塚地区	その他	祭り 地域によって特徴がある
赤塚地区	その他	東京大仏、板橋花火大会
赤塚地区	不明	板橋区立美術館の企画運営
赤塚地区	不明	ほんとうに良い物を作っている技能はある 販売能力がカケている
赤塚地区	不明	しっかり守っていると思う。
高島平地区	建設業	植村冒険館
高島平地区	製造業	東京大仏や赤塚辺りの資料館等もっと観光にアピールしてもよいと思う。知名度が低い。
高島平地区	製造業	板橋の歴史発掘と資料の編纂
高島平地区	製造業	豊島区は芸術劇場があるせいかイメージが悪くなったように思うので板橋区も芸術面に力を入れイメージアップを計り魅力を高めて欲しい
高島平地区	製造業	東京大仏、板橋区立美術館、赤塚城跡、郷土資料館、溜池公園、地域の観光資源の再活性化
高島平地区	製造業	田おどり等
高島平地区	製造業	東京都産業技術センター( )跡地の再利用を城北産業の次世代になる様にプロジェクトを作る。城北地域の産業文化会館を企画する。
高島平地区	製造業	東京大仏 もっとアピールした方がよい 案外知らない人が多い
高島平地区	製造業	下町のおばちゃん(おせっかい) 花火大会はいいですね
高島平地区	小売業・飲食店等	正直、板橋の伝統や文化に触れる機会がないので、何が伝統で何が文化かわかりません。
高島平地区	小売業・飲食店等	高島平はかつて家一軒もない広大な田園地帯。新しい街になってすでに40年余り。自然豊かな街のイメージづくりもいいのではないかな。
高島平地区	小売業・飲食店等	板橋農業祭など地域主体の取り組みは地区同士のコミュニケーションと後継者の場になっていると思う
高島平地区	小売業・飲食店等	いたばし花火大会 農業祭
高島平地区	不明	剣道、合気、花道、茶道、柔道 和の文化 青少年の精体の向上のため
高島平地区	不明	古くからの伝統文化も回覧板等で見る事が出来るので案内よろしく
高島平地区	不明	中山道沿いにある商店や天仏など、昔ながらの良い物はあるが、新しい物にのみこまれている気がする。
不明	その他	田遊び

### (3) 店・まちなど

店・まちなどに関しては「ハッピーロード大山」に関する意見が最も多く19件。次いで「仲宿商店街」が6件、「石神井川沿い」「中板橋商店街」が4件となっている。

図表3-3 資源リスト(店・まちなど)

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	公園では遊具も少ないですし、キャッチボールや花火も禁止の場所が多く伸び伸びと子供も大人も身体を動かすことができないので空き校庭や広いスペースをあふなくないように(ネットで仕切りをしたりして)じょうずに使っていけるよう検討していただきたい。
板橋地区	製造業	大山のアーケード街は意外な知名度があり驚いたことがあるが、中味は地方都市のややさびれた商店街に近くなってしまっている。
板橋地区	製造業	中山道・川越街道の旧道の景観保持
板橋地区	製造業	活気がない
板橋地区	製造業	板橋のいっぴん等のお店を池袋のデパートの地下の一ヶ所に集めて、板橋区コーナーを作って、板橋をもっとアピールする。(坂井善三商店や中野製●等の競争力のある店の支店も出す)
板橋地区	製造業	板橋のいっぴんをもっとふやして、この店ではこれがおすすめという商品を全商店が出せる位にしたら良いと思います。消費者が一消良く知ってます。たとえば中板江口ストアの干物・アジ・ホッケ・メザシは最高です。
板橋地区	製造業	中板橋のケーキ屋さん「白鳥(シラトリ)」は保存料・添加物が入っていないで、昔のままのマドレーヌがとても美味です。是非たくさんの方に食べて欲しいです。それから同じく中板橋のおせんべい屋さん「安藤」も大好きなお店のひとつです。最近柔いおせんべいばかりなので、ココのパリッと固いおせんべいは絶対おすすめ!
板橋地区	製造業	大山商店街
板橋地区	製造業	大山商店会の中で進めている地域の特産品を紹介していく
板橋地区	製造業	大山商店街や中板橋・中宿商店街とスーパーに負けていない商店街が多い
板橋地区	製造業	大山ハッピーロード 中板の商店街も負けたくないで欲しい!
板橋地区	製造業	ハッピーロード商店街は誇れるが、地元店舗が減りチェーン店が増えている事は悲しい。
板橋地区	製造業	当社地界隈は昔での高度成長期に操業上の環境(公害?)問題の為か、かなりの会社の方々が工場を都外に移転してしまった気配が有り、往事の商店街の隆盛は写真で拝見して理解出来ます。
板橋地区	製造業	空き店舗が多くなり少しさびしく感じる

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	小さな一つ一つの積み重ねにて店側来訪度側両方の立場で考えないといけないと思います。自分たちの商店街への思い入れがあるかどうか、又後継者がある所とないところでは全く考え方が違う様だ。
板橋地区	製造業	中板橋商店街は大東大生等と諸々のイベントを通じて積極的に町おこしを展開している
板橋地区	製造業	仲宿の商店街は活気があって良い
板橋地区	製造業	大山・中板橋等の商店街の活気はすばらしい。
板橋地区	製造業	北区のナショナルトレーニングセンターの了解のもと空店舗にスポーツ選手のキャラクター店及びスポーツの展示・啓蒙店をオープンさせる。
板橋地区	製造業	初詣などを見ると東京大仏の知名度が上がっている一方、関連するイベント・祭は無い。「門前市を成す」と言うが、赤塚地区に関してはどうだろうか。イベントをやるスペースは十分あると思うが…。
板橋地区	小売業・飲食店等	各商店街の活性化と駐輪場等
板橋地区	小売業・飲食店等	商店街がたくさんあり、物価が安く、お店の人と街の人とが繋がっている感じがする。お買い物楽しい。
板橋地区	小売業・飲食店等	当商店街組合で展開している宅配事業について、高齢化の為等で注文はあるものの運営していくにはかなり苦しい。発足当時の様に助成してくれる様な各方面（地域物）での展開で一般化していくなどしていけばと思う。→高齢者助成の一環としてとか。
板橋地区	小売業・飲食店等	大量販店（電化製品販売）に対する街の電器店はキメ細かなサービスとコミュニケーション信頼感をアピール実行し発展の努力をしている
板橋地区	小売業・飲食店等	夏休み親子で参加ツアー、恋人で参加、家族で参加できるもの。
板橋地区	小売業・飲食店等	中板橋商店街の宅配やへそ祭り
板橋地区	小売業・飲食店等	柏家の寿司・割烹 中野製菓のかりんとう
板橋地区	小売業・飲食店等	大山ハッピーロード等商店街の頑張り 安価な価値と安定性
板橋地区	小売業・飲食店等	石神井川周辺は桜はもちろん緑や生き物等自然豊かで住んでいてもとても安らぎを感じます。
板橋地区	小売業・飲食店等	柏家の寿司割烹、中野製菓のかりんとう
板橋地区	その他	春の石神井川沿いの桜は都内でも絶景！
板橋地区	その他	ハッピーロードは全国区の知名度を有しており、核となりえる集客施設。手段の検討は必要と思います。
板橋地区	その他	商店街が多い
板橋地区	その他	浴場業界は都内でも多くのイベントを行っています。
板橋地区	その他	仲宿商店街は賑かでいつも利用していますが、本町は静かです。
板橋地区	その他	大山・仲宿以外不振
板橋地区	その他	各商店会は様々な工夫をしているが、チェーン店が増えてきてしまっており特色がなくなってしまっている
板橋地区	その他	住みやすい（物価が安く、食の安全性等）
板橋地区	その他	商店街の活性化
板橋地区	その他	ハッピーロード商店街「できたて村」
板橋地区	その他	酒類販売業。ワイン販売に特化しソムリエ以上の知識を蓄積。ネット販売にも力を入れ顧客のニーズにあった商品の提供、ワイン選びのアドバイス等を実施し、ファン作り成功。
板橋地区	その他	高島平地区の再生 高度利用計画 団地にこだわらない発想で！
板橋地区	その他	大山等の大規模商店街 板橋3丁目の密集地区開発事業
板橋地区	その他	店や商店街はどんどん衰退している
板橋地区	不明	石神井川沿い、景観、環境、清掃を含めたトータル的なもの どこにも負けないと思う 桜は申すまでもなく 板橋を代表する板橋宿 当商店街 お香の専門店 山中商店
板橋地区	不明	商店街がのきなみさびれている（板橋本町） マンションが増え古き良き町並みが消え人情的な板橋区が失われつつある
板橋地区	不明	インパクトが見えない 目標が見えない
板橋地区	不明	チェーン店ばかりの特色のない街が多くなっている。地元商店にもっと協力を。
板橋地区	不明	スーパー等大型店の影響で街の小店舗が消滅するのがさびしい
常盤台地区	製造業	空店舗の有効活用として企業の開発商品などの展示をさせる
常盤台地区	製造業	常盤台 フレンチパウンドハウス 各種ケーキがおいしいです。
常盤台地区	製造業	常盤台の街並み、高島平団地
常盤台地区	製造業	商店街で取り組んでいる朝一などは良いと思います。
常盤台地区	製造業	板橋区南町近くのかりん糖工場は食べましたがおいしかったです
常盤台地区	製造業	小学高学年～中学3年位迄の少年があそべる空間、兄弟組織などがほしい。親からはなれない少年をうけ入れる。空店舗利用で。学生が相手になってくれるとか…。
常盤台地区	製造業	「板橋宿」をもっと売出す（宣伝する）。（商店街、石神井川散策路等）
常盤台地区	製造業	大山商店街は全国の商店街が衰退している中健闘していると思う。
常盤台地区	製造業	大山アーケード街
常盤台地区	製造業	さやの湯、ピバホーム、イズミヤ、OKなどの大型店がぞくぞくと…
常盤台地区	製造業	大山ハッピーロード。もう昔のエントランスの香りを消し、現代的な表面に。

所在地	業種	資源
常盤台地区	製造業	大山の商店街は活気が有る
常盤台地区	製造業	常盤台の街づくり。
常盤台地区	小売業・飲食店等	大山ハッピーロード
常盤台地区	小売業・飲食店等	昔の街道筋には昔風のお店等あり、商店街の名店にしたいです
常盤台地区	小売業・飲食店等	駅周辺のみで他の商店街はシャッター店が多い
常盤台地区	小売業・飲食店等	パリーントの交流時にはもう少しのPRが必要だと思います。150人来日したが観客が少ない。
常盤台地区	小売業・飲食店等	上板橋の子育て地藏や各町の地藏・寺・神社等
常盤台地区	小売業・飲食店等	我が商店街の中で吉野屋豆腐店の品が良いと人気があります。
常盤台地区	小売業・飲食店等	さら
常盤台地区	小売業・飲食店等	小竹向原付近は出歩きますが、注目・目に付く等のお店は無く、他の地域でのお店、街の雰囲気が目立って気が付いた事は有りません。
常盤台地区	その他	サティーのような大型店舗が高島平のような団地の近くにあればもっとよかったのでは？城北公園になぜサッカーグラウンドがないのか？公園に大きな池があれば人が集まるのでは。
常盤台地区	その他	H宝飾工業様では眼鏡のフレームに宝石を埋め込む技術があり三越本店等で高級眼鏡として販売されている。
常盤台地区	不明	朝市・イベント等色々と考えて実施していると思います。
志村地区	建設業	旧仲仙道を主とした商店街があり巣鴨や大森に次いで活気がある。
志村地区	製造業	前野町に60年間住んでいます。が、淑徳短期大学が出来てから狭い道に大勢の女学生が行列（横に並んで）に歩き車が通るたびにヒヤッとします。
志村地区	製造業	上記、伝統の件などと合わせ、例えば江戸をアピールするなど。
志村地区	製造業	仲宿商店街 大山ハッピーロード
志村地区	製造業	行政と商店とのコミュニケーションを強くし、その中から新しい何かを作り出す事が急務
志村地区	製造業	区が中心がどこになるのかがよく分からないので、一極（二極）集中した都市づくりを推進する。
志村地区	製造業	坂下一丁目南町会は団結力があります。
志村地区	製造業	大山“ハッピーロード”のにぎわい。
志村地区	製造業	昔からの商店街が多数あるのに年々さびしくなっている様な気がします。例えば中野区のサンロードなどは今でも活気にあふれ多くの人が集まっています。その様な商店街を参考にするなどして、板橋区にある商店街も活気あるものに変化させてほしい。
志村地区	製造業	表通りを外れると少し淋しい
志村地区	製造業	旧板橋宿を通る旧中山道の商店街は面白い。高島平の道路に屋台村を誘致してみたら。
志村地区	製造業	上板橋北口商店街と志村スポーツクラブ・プリムラとが手を結んで毎年夏・秋に行事を行っているが、こういった新しい試みにも注目してはどうか？
志村地区	製造業	緑が多く、美しい町並が多く、公園も多い。リンクしながらフェスティバルとかしたら楽しいかも。
志村地区	小売業・飲食店等	小豆沢の商店街はさびれてしまっています
志村地区	小売業・飲食店等	小さな食品工場がまわりの人に分けている商品などがあれば、安くておいしいと思うのでまとめて紹介してほしい。
志村地区	小売業・飲食店等	大山銀座の商店街 志村～高島平地区のスーパーやDIY店
志村地区	小売業・飲食店等	志村坂上商店街のパン「マルフク」とにかく何でも美味しい。
志村地区	小売業・飲食店等	区内にある業界組織を利用して「まち」おこし、「●●」おこしをすべきです。別紙藤沢市の写真業協会加盟写真館が協力して事業をおこなっている。
志村地区	その他	志村銀座・イナリ通り等の商店街
志村地区	その他	板橋ブランドの積極的活用を望む。
志村地区	不明	特色ある店舗、古い街並みを保存してほしい。
志村地区	不明	新しいマンションと古い商店街の調和が取れ、景観を守りながら開発されている。
志村地区	不明	昨今周囲にマンション等が建設されて来たので、スーパー等が出来て便利になった。しかし個人商店は大変だと思う。
志村地区	不明	町が古いイメージなので、商店街をもっと明るくキレイな店へしてもらいたい。
赤塚地区	製造業	大山駅の商店街は歩いていて楽しい
赤塚地区	小売業・飲食店等	経験と地域の顔でコンビニ経営をやりたい
赤塚地区	その他	上板橋「石田屋」
赤塚地区	その他	赤塚3丁目のOkitaHard1はハーレーのメンテナンスにかけては1級品と近所では有名なショップ
赤塚地区	その他	仲仙道
赤塚地区	不明	花火大会 北町の阿波踊り 志村のサンバ 楽しい行事が1年中続くと良い
赤塚地区	不明	子供が少ない
赤塚地区	不明	安くて豊富 住みやすい
赤塚地区	不明	シャッターを閉めている店が多い。

所在地	業種	資源
高島平地区	建設業	商店は活気がない
高島平地区	製造業	古くから残っている店々それぞれに趣があります
高島平地区	製造業	東上線沿線は商店街等きびしいがまだ成りたっているが、他地区はほとんどダメみたいで、今後もきびしいのか…
高島平地区	製造業	高島平地区の活性化推進 団地の高齢化対策
高島平地区	製造業	下赤塚駅前和菓子店『針の木』ふわっとどら焼き
高島平地区	製造業	例：志村坂上商店街（坂上銀座通り） コンビニ・スーパーではなく地域住民の心がかよう安らげる町づくり
高島平地区	製造業	商店街（特に東上線沿線）
高島平地区	小売業・飲食店等	志村通り商店街のサンパ等のお祭りは店と街が一体となって盛り上がって良い行事だと思います。
高島平地区	小売業・飲食店等	5地域共通のイメージやカラー等は。
高島平地区	小売業・飲食店等	シャッター通りの商店街の対策でなんとかしようとする計画性は見られる 大山ハッピーロード・上板橋商店街は知名度がある
高島平地区	その他	蓮根と言う地名にちなんだ名産品の作成等
高島平地区	その他	区内8つの福祉園が集まる「イズミヤ福祉園バザー」
高島平地区	その他	商店街（仲宿）
高島平地区	不明	新河岸工業会
高島平地区	不明	数廣屋豆腐店の商品全撤 その町で製造販売している食品店はこれからはたいせつにしたい 橘屋（ちょうちん屋）むかしからの伝統の技術を守る店
高島平地区	不明	地域のお店の販売品の宣伝で解りやすくなった
高島平地区	不明	商店街など地域にもともとある店に期待しています。これからの街づくりは緑やコミュニティーのつくりかたが大切だと思います。そしてやる気のある人がつくる店、まちは本当にすばらしいと思います。
不 明	製造業	緑が多く住みやすい町だと思う 物価も他区と比べて安い方だと思う 上板橋石田屋の栗まんじゅう・バターまんじゅうは美味しくどこへ土産に持参しても喜ばれる
不 明	その他	中山道の宿場町としての町並の保存、再生

#### (4) 食、農など

食・農などに関しては「板橋のいっぴん」に関する意見が9件、区画農園や家庭菜園、体験農園に関する意見が8件となっている。その他、板橋産の野菜を給食に活用したり、農場直営レストランなどの意見も寄せられた。

図表3-4 資源リスト（食・農など）

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	品物があまり良くない
板橋地区	製造業	安全な食品を一品でも多く作る事
板橋地区	製造業	下赤塚地区有機農業
板橋地区	製造業	やはり良い店は豊島区に多く思う 農では練馬区には負けているのでは
板橋地区	製造業	ときわ食堂の定食 日替り定食（中板・大山）
板橋地区	製造業	大山商店街のアーケードもっと活性化して欲しい
板橋地区	製造業	東京では北の玄関口に近く、埼玉・群馬・栃木・福島等の産地ネットワークを生産者ダイレクトで進めるべきである。その為の研究開発を区内企業で進めたらどうか。
板橋地区	製造業	「区民が選んだ板橋のいっぴん」店舗の活動は区からの補助が少ないなりに頑張っています。板橋区の特産物産物がほしい。
板橋地区	製造業	仲山道の宿場の気風（安くて良い食事を）が残っていると伺えます。古書にては、旧幕の子沢山の将軍様が板橋近傍の生姜を食に愛して免税特権（今の経済特区）を付与したとも一見したことが有ります。
板橋地区	製造業	板橋ブランドの食品の確立→イメージアップにつながると思います（マスコミを利用して全国展開する）。
板橋地区	製造業	物価が安く住みやすい
板橋地区	製造業	農が大切な時代が来る。産業の一分野と位置づけて育成できないでしょうか。
板橋地区	製造業	板橋のポテトチップ「カルビー、フレンチ、山芳」を宣伝
板橋地区	製造業	板橋の地域（位置）のメリットをいかし、河川敷or近県（埼玉県）のエリアを利用した、農業体験エリアを作る。
板橋地区	製造業	上記に書いたようなイベント、あるいは荒川の花火など、地域（区）のバックアップがあれば銘菓・名物は生まれるはずである。そういう意味では板橋は可能性のある区だと信じてる（NHKの朝ドラでも川越にはおかしが出来たとか）。
板橋地区	小売業・飲食店等	赤塚地区等の農の充実
板橋地区	小売業・飲食店等	地産地消の普及
板橋地区	小売業・飲食店等	行政内での各部署との関係の中、有効なシステムを構築して欲しい。

所在地	業種	資源
板橋地区	小売業・飲食店等	地元ブランドの原料を使いたい(米など…)
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋のいっぴん(スタンプ・ラリー)等昔からそして現在愛されている食に対するとりくみ
板橋地区	小売業・飲食店等	子供の出身校金沢小学校は農作物もたくさん収穫できて、色々な体験が出来ています。加賀中学校も取り組みを始めた様です。都会でも田舎でもなくても、自然が体感できる。
板橋地区	その他	板橋の一品で、知らないだけでかなりおいしいものがあると思います。
板橋地区	その他	二輪草(日本酒)のようなオリジナル商品を続々と誕生させてほしい
板橋地区	その他	住みやすい(物価が安く、食の安全性等)
板橋地区	その他	地産地消 各地で成功している「物産直売所」の長所を取り入れて板橋独自の「物産直売所」を…! 他区からも人が来るような魅力的な直売所…!
板橋地区	その他	板橋産野菜の給食での活用
板橋地区	その他	エコで健康・ヘルシーな食品生産が必要と思う
板橋地区	不明	区内のスーパーなどで板橋ブランドを開発
板橋地区	不明	現在どこに行ってもマツキヨ・大手資本の店が出来ているが板橋区は特徴のある店を大切にしてほしい 四つ又商店街:骨董店 手芸専門店:ひつじやなど
板橋地区	不明	あまりおいしい食物屋がないので北区や豊島区に食べに行ってしまう
板橋地区	不明	食は名店が少ない 農はなにが見えない
板橋地区	不明	板橋区内産の板橋ブランドを強めに推める。江戸川区の小松菜、亀井戸大根等々
板橋地区	不明	中野製菓のかりんとうは今まで食べた中で一番おいしく感じた。
常盤台地区	製造業	地元産で名品作り
常盤台地区	製造業	区民農園に一度(年間)参加させて頂きました。土地の問題もあり難しいと思いますが、もっと近所にたくさん農園があればと感じました。
常盤台地区	製造業	震災等にそなえてあると安心できる。土地が広いだけでも安心する。樹木を切らずに残してほしい。航空写真などで緑の少ないのにおどろく。防火の面でも有効だと思う。
常盤台地区	製造業	自然食(有機野菜)作りの奨励
常盤台地区	製造業	おいしいお店 すてきなお店がけっこうまわりにあります。
常盤台地区	製造業	上板橋南口の菓子屋・石田屋、味とボリュームによりリピーターが多い。その周辺に集うライバル店を増やし、菓子の区画を設ける。
常盤台地区	製造業	なめらか“プリン”のパステル
常盤台地区	小売業・飲食店等	都内でも畑・農地が残っている
常盤台地区	小売業・飲食店等	農場付のレストラン等良い事だと思います
常盤台地区	小売業・飲食店等	漬け物等昔から食べていたいまも残っているのは無いですか?
常盤台地区	小売業・飲食店等	いざとなると具体的に申し上げる事が無い事に気が付いたという事です。
常盤台地区	その他	上板橋商店街中程にある石田屋の栗まんじゅう
常盤台地区	その他	城北公園近くにあるラーメン店「ナカモト」(未取引先)は辛味で人気店。人気店、いつも行列をなしている人気店舗。
志村地区	建設業	実は板橋は丸の内のベッドタウンとして人気なのでその家族が住む所なので必然的に要求が高くなる。
志村地区	製造業	農園や果樹園をもっとアピールし区民の憩いの場・季節を感じさせてほしい
志村地区	製造業	区内に所々荒地があるように思う。農地に出来るといい。
志村地区	製造業	徳丸地区にある農園。緑が多く充実している。しのぎをけずる“ラーメン店”、昔ながらの洋食店中板橋の“かめ屋”大原町の“みそ一”
志村地区	製造業	「練馬大根」があるのだから「板橋××」といった野菜を育ててみては…
志村地区	製造業	志村坂上にある「かたやま」のあんみつはおいしい
志村地区	製造業	区民農園は良いですね。区民の方が生き生きと農作業されているのは健康づくり・生きがい・食の安全・コミュニティの面でも貢献していると思います。
志村地区	製造業	前野町に「つくばの野菜」という新鮮な野菜を売っている店があります。魚にしても肉にしても何か情報は有りませんか。
志村地区	製造業	住環境等の面から農の発展は難かしいが、食に関しては相当伸びる余地が有ると思う。新名物を民にまかせるのではなく、区で音頭をとって見たらどうか?
志村地区	小売業・飲食店等	区民農園や区内の農業について、成長途中も楽しみにしながら、とれた物を販売公報などでアピール。
志村地区	小売業・飲食店等	障害者の方々で作っているケーキやクッキー、賞もとられていてとてもおいしいのもっと売り出されるといいですね
志村地区	小売業・飲食店等	板橋区の農産物を特産的に取上げPRする。別紙「ふじさわ市」の広報紙を参照して下さい。果物をあきないの対象にしている。米穀商●会の区の●「二輪草」ブランドで米の販売をしている。
志村地区	その他	農業は食の基本です。板橋農業をもっともっと“地産地消”で取上げる。
志村地区	不明	近隣より新鮮な野菜が入ってきていると考えています。
志村地区	不明	活気ある飲食店をもっと増やして欲しい。
赤塚地区	農業	区内では昔からほとんどの野菜を作っていました。特にブランドとして主に栽培されていた品種はないと思います。これからは何をブランドとして売り出していくか考えていきたいと思っています。
赤塚地区	製造業	農業に就いて小生は能登半島の千枚田の棚田の稲作りに参加して今年で3年目を迎える。この様な事を板橋でも本格的に取り組んで区民農園の貸し出しでなく指導を行ない、たんぼの稲作を復活出来れば良いと思う。もし無理であれば近県との提携でもよい。

所在地	業種	資源
赤塚地区	製造業	上板橋の駅近く線路沿いにあるパン工場
赤塚地区	製造業	上板橋の石田屋のバーまんじゅうがおいしい
赤塚地区	その他	L a 無名狼（むめいろう） おいしいレストラン（和洋ミックス）
赤塚地区	その他	地産地消 板橋ブランドの野菜
赤塚地区	その他	高島平7丁目の剣閣（中華）はランチ1000円以上で本格中華が楽しめるお店
赤塚地区	不明	土（どろ）を温める種を早くはつがさせる電気ヒーター生ゴミをヘラス機械を10年前に作って80%へったが資金力であきらめた。設計をして物を作り実験を一年間した。
赤塚地区	不明	農誇れる
赤塚地区	不明	農業祭等さかんにやっていて良い。
高島平地区	建設業	赤塚農家の新鮮野菜 東京カリンのかりん到
高島平地区	製造業	あちこちに見られる農風景 将来も消されないように
高島平地区	製造業	郷土資料館の拡充，農産物の直売
高島平地区	製造業	近郊農業を活用する
高島平地区	製造業	地産地消
高島平地区	製造業	地域商店・小売店と密着した産直・エコシステムを考える
高島平地区	製造業	「あぺたいと」20年以上区内でガンバリ、支店を出すまでになった
高島平地区	製造業	駐車場やビル屋上などでの商業的農地展開（洗練された区民農園）→安心野菜の販売
高島平地区	小売業・飲食店等	赤塚成増地区の自然を生かし観光客を呼べる様な施設を作ったらどうか。レストラン等も含めて。
高島平地区	小売業・飲食店等	果樹栽培の奨励
高島平地区	小売業・飲食店等	板橋は食育に力を入れているようですが、個人店舗・企業をまきこんでもっともっと大きくすべきだと思います。
高島平地区	小売業・飲食店等	古い昔は蓮（ハス）田の村。又根葉（ねっぱ）生姜はかつて有名。ねっぱ公園があるように蓮根地区では「ねっぱ〇〇」もいいのでは。
高島平地区	小売業・飲食店等	知名度の高い地域ブランドがありません
高島平地区	小売業・飲食店等	食産地の品物を多く作りたい？口こみが戴けたらと思います。
高島平地区	その他	蓮根の地名にちなんだレシピを考察
高島平地区	その他	区民に選ばれた板橋のいっぴん
高島平地区	その他	家庭菜園 屋上菜園事業
高島平地区	不明	食は商店にがんばってもらいたい。そして農業はもっとたくさんの人にアピールしていかなければならないと思います。
不 明	製造業	区内だがJAなどがあり野菜作りなど更なる発展を願う
不 明	その他	ファーマーズレストランなど

### (5) 人（組織）など

人（組織）などに関しては、「人情味がある」といった板橋区の人柄に関する意見や、「板橋いっぴん会」、「板橋産業連合会」、「板橋法人会」などの組織に関する意見も寄せられた。また、若者が少なく、高齢化を危惧する意見もみられた。

図表3-5 資源リスト（人・組織など）

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	板橋のいっぴん！はとても良い板橋ブランドを紹介していると思います。これからも食べ物だけでなく、他の商品でもこうした形で教えてもらえると嬉しいですね。それから板橋付近といえば「桜」石神井川の近辺もおしゃれにしてのんびり散歩しながら桜がみられたらいいなと思います。桜はキレイなのにあまり美しくないのではちょっと残念。ベンチとかももっと増えたらいいかも…。
板橋地区	製造業	官民協力して新しい組織を作って行く事
板橋地区	製造業	若い人が少ないのでは？ 小学校が減っている
板橋地区	製造業	板橋区立企業活性化センター
板橋地区	製造業	職・住が近接しており、生活は若者にとっても魅力ある街と思う。介護に対して独自のプランを研究すべきと思う。若い人～高齢者まで活気がある街であれば、新しいイメージが生まれる。
板橋地区	製造業	板橋区在住、もしくは出身の芸能人の活用（ご当地ブームにのる）。
板橋地区	製造業	業務多端ですが、区の産業連盟の催しには参加して行きたいと思っています。
板橋地区	製造業	大変失礼ですが、区役所の組織は悪いと感じます。
板橋地区	製造業	地域の各団体（町会・商店会・商工会・法人会・学校・PTA会）が連携して目標設定をし、ともに活動することによりほんとうの町おこしにつながると思う。

板橋地区	製造業	考えるに「伝統～」以降の3つの項目は大掛りな予算が新たに発生する訳ではなく、地域の青年と区が話し合いバックアップしていけば出来るような事ではないか？これに対する組織はあるのだろうか。あるいは活性しているのだろうか？
板橋地区	小売業・飲食店等	手仕事の保存、特に老れいに共う技術の伝承
板橋地区	小売業・飲食店等	社会的諸問題に対応したコミュニティの形成 生涯スポーツの普及・実施
板橋地区	小売業・飲食店等	近年大きなマンションが増えており、それへ他区から転入してくる若い世帯の人たちを町のイベントなどにどう巻き込んでいけるか…町会活動などを昔からいる人たちだけのものにしておくのはつまらない。
板橋地区	小売業・飲食店等	街の商店は最少の人員で最大の能率を上げる
板橋地区	小売業・飲食店等	仲宿のマツギン(肉屋さん)のおにいさんはほがらかでとてもお肉屋さんほくて好きです。焼豚もおいしいです。
板橋地区	その他	町内会はどこでも沈滞していますが…回覧板位ですね。
板橋地区	その他	商店等でも後継者問題が益々深刻化しているので明るい期待感を持てるような制度を創設してほしい
板橋地区	その他	板橋区創業支援ネットワーク
板橋地区	その他	本社・本店が区内に少なため優秀な人材とその組織が弱いのではないだろうか
板橋地区	その他	(株)石井電工 石井社長の人格 社内組織の充実
板橋地区	不明	役所地元有志・小売業その他スタッフで立あげ意見を出し合う
板橋地区	不明	「生き生きと生きる」「楽しく生きる」人々の集い 文化的楽しい集いの企業 区民祭の他にも人の活用にて催しもの増やしたらどうか
板橋地区	不明	人が集まりやすい
板橋地区	不明	担当者が1人が組織でしょうか？
板橋地区	不明	役人の意識改革(組織のサビつき)
常盤台地区	製造業	町会の高令化に伴い、いざという時に出勤できる役所の若者にも期待したい。
常盤台地区	製造業	自分からいろいろな事をさがして動ける人材に前向
常盤台地区	小売業・飲食店等	板橋生まれの板橋育ちの方ががんばって欲しい
常盤台地区	小売業・飲食店等	役所関係者が親身になって商店街活動に参加して下さいうれしいです 今後共よろしくお願ひします
常盤台地区	小売業・飲食店等	各町のお年寄りの中にはあそび名人・代り名人・職人等々、まだ財産(宝)がいると思う
常盤台地区	その他	R産業(株)社長(ラオス出身)は平成17年中日新聞に「愛・地球博」のラオス館の政府代表代理として掲載され、大阪万博でも通訳として活躍された。
常盤台地区	不明	都会にはない暖かさ、仲間意識はよろしいのでは。
志村地区	建設業	プロスポーツの所。昔あった北区のFC東京のような存在を作れると活性化できる。
志村地区	製造業	学校単位で行う寺子屋活動
志村地区	製造業	板橋区内の教育だけでも早急に改革して欲しい まず第一に幼・小の教育改革をすべき
志村地区	製造業	「板橋のいっぴん」のいっぴん会は心ざしが高い 板橋区役所産業振興課
志村地区	製造業	意外にいる有名人。特にマニアックですが「ドラゴン桜13刊」に出たカリスマ英語教師泉忠司先生が宮本町に住んでいます。
志村地区	製造業	商工会のつながりが強い。緑のカーテンフォーラム(4/16)の動員力には目をみはるものがありました。もちろん商工会だけでなく人と人とのつながりが強いと思います。
志村地区	製造業	メディアの街の紹介番組がやたらと有ります。その放送に乗って、事前にその情報を流したら？
志村地区	製造業	地域力が低下傾向にあるのはどこでもそうだが、もっと若い人に対し板橋の良さをアピールし、若い夫婦が生活しやすい、楽しめる町になって欲しい。
志村地区	製造業	区役所の企業向けISO支援は産業支援として良い事だと思う。さらに充実すれば産業活性化の一因になると思います。
志村地区	小売業・飲食店等	板橋法人会 会員数も多く各支部活発 事業内容も充実
志村地区	小売業・飲食店等	空缶やペットボトルなどリサイクルに協力しているが、どこでどうなっているのかわかりづらいので、もっと理解できれば新しいアイデアも出るのではないかと。
志村地区	小売業・飲食店等	同封の2009年度敬老会行事は板橋の成人式と同じ事業の敬老番ではありませんか？区でも文化会館が行っていますが、地域を活用すべきではないかと？
志村地区	不明	人情味のある人が多い。
志村地区	不明	今もご近所住人の顔が思い浮かび、人情もあると考えている。
赤塚地区	小売業・飲食店等	松月院のお坊さん 礼儀正しくりりしく
赤塚地区	その他	地域の町会 商店街
赤塚地区	その他	成増5丁目の(株)エス・オーエス様は事故車、不動車を迅速丁寧に搬送して頂ける業社様で、保険ロードサービス等にも対応して頂ける会社
赤塚地区	不明	人を育てる為の資金及び技能ができるようにしてほしい！支援を活性センターより今してもらっている
赤塚地区	不明	公道でボール投げやスケーターで遊び注意すると親に反対にどなられる。教育の問題が多いにあると思う。
赤塚地区	不明	高令化が進んで若い人が少ない。
高島平地区	製造業	少年サッカーで見ると板橋トレセンチームは毎年近辺のトレセンに対して優秀な成績でほかれる部分だと思う
高島平地区	製造業	中小企業、板橋産業連合会、新河岸工業会、新匠会、若手経営者への世代交代
高島平地区	製造業	21世紀の科学技術イノベーションを担うインキュベーターベンチャーの創成、舟渡地域の大手企業跡地

高島平地区	製造業	小・中学生のインターンシップをもっと長く広範にする
高島平地区	小売業・飲食店等	地域の高齢化が進んでいますが、全ての高齢者が体を悪くしている訳ではありません。知識・能力を持て余している方もたくさんいるはずで、育児協力や食文化を伝えたりと、もっと気軽に活躍できる場の提供が必要です。
高島平地区	小売業・飲食店等	活気のある組織が少い
高島平地区	小売業・飲食店等	区役所の職員に感謝致して居ます。
高島平地区	その他	商店会と町会との連合による発展
高島平地区	その他	ものづくり人材の真面目な強さ 心意気の経営者 「安心して働ける会社」「誇れる会社」をもっとPRしていきたい
高島平地区	その他	文化・歴史の構築(例:浅草サンバカーニバル) 板橋区独自の風習作りにより、任人の板橋区に対する誇りなるものをUPさせる
高島平地区	不明	若葉の会 自分自身に期待しています。各地域の青年部や若者の集り。
不 明	製造業	産連、法人会
不 明	製造業	地域内での各団体の連絡協議会が必要と考えます。
不 明	その他	イタプリ いたばしデザインサポート 製本組合(全国・東京とも)の本部は板橋本町になります

## (6) その他(貴事業所の商品や上記にあてはまらないもの)

その他(貴事業所の商品や上記にあてはまらないもの)に関しては「病院や教育機関が多い」といった意見や「東武線、三田線、有楽町線等の鉄道および駅」に関する意見が寄せられた。また、各事業者の技術に関する意見も多数寄せられた。

図表3-6 資源リスト(その他)

所在地	業種	資源
板橋地区	製造業	NEXCO日本高速道路(株)向トンネルFM専放送装置 今年度から全国の高速道に収入予定。防火ドア速度警告装置(ドアに挟まれてケガを防止する装置)
板橋地区	製造業	新型インフルエンザ用にも対応するクイックウォータータオル
板橋地区	製造業	区名の変更
板橋地区	製造業	病院が多い、学校が多い(高校・大学)
板橋地区	製造業	首都高速5号が慢性的に渋滞しているし、区役所前はいつも渋滞しているのを感じます。弊社は少LOT多品種の印刷(特殊)にシフトしていて、医療関係や通信販売関係からラブホテル等の少LOTに力を入れている。
板橋地区	製造業	「区民が選んだ板橋のいっぴん」の説明・板橋区へ移住されていて区役所で手続きをされる際に「板橋のいっぴん」のカタログ配布。・商店街空き店舗を日替りで貸し出す。
板橋地区	製造業	機械部品加工(自動車タイヤ)
板橋地区	製造業	医療関係の充実 帝京・板橋中央・日大等病院がたくさんある。介護サービスは家内の実家の春日部などより受けやすい様な気がします。
板橋地区	製造業	観光事業の進展を図り「i」マークでもっとどこに何があるかわかる様に。観光案内所は旧第1出張所から板橋ハイプラザに移し、スタッフも充実させる。少くとも英語・中国語・韓国語がしゃべれるスタッフは置くべきだと思います。
板橋地区	製造業	釣り具関係の工業会の理事をしていますと埼玉しらこぼと等の釣りイベントの盛り上げなどを聞くのも確かです。そうした物を板橋に当てはめて考えると、荒川の自然があり…。様々に「板橋には土地資源がある」と。ここ数年そんな目で区内を散歩するようになりました。その一方、目につくのは商店街等のさびれ様でもあり…。活気のある区、そのための区政を望みます。我々にも応援できる話が区側から出なければ何も起こらないでしょう
板橋地区	小売業・飲食店等	農業まつり・区民まつり・花火をもっと区別にPRしてほしい。
板橋地区	小売業・飲食店等	区民まつりや農業まつりなどもっとPR(区外に)
板橋地区	小売業・飲食店等	幼児・小中学生の遊び場。特に中学生のエネルギーの発散場所確保し、俗にいう不良という名で呼ばれる人達をなくす。住所不定者や放浪者の救済をして下さい。
板橋地区	小売業・飲食店等	環境保全 健康増進を共にする
板橋地区	小売業・飲食店等	手前みそですが…安藤製菓の「炭火焼せんべい」は製造方法が他では真似のできないオンリーワンであると自負しております。今ドキこんなに大変な思いをして職人さんががんばっている煎餅の会社はめずらしいと思います。米の仕入から生地づくり、焼き・タレ・包装・卸・小売、全部やっています…。
板橋地区	小売業・飲食店等	ちょっと分りませんが豊島区の人に来ていろいろおいしい物があって物価も安いと言ってうらやましがっています。
板橋地区	小売業・飲食店等	当店は自家製クレープとして開店。以来(1979年)30年の歴史があります。現在は約200種類ものクレープを誇り、マスコミ関係から注目されています。
板橋地区	その他	私共の営業品目は「医療器」なので、大部分が本郷(文京区)に集中していて区内の下職さん達も大分減ってしまった様です。メーカーとしてはアタゴさん位のものでしょうか。
板橋地区	その他	しかしビジュアルを育てる又は生み出す子供たちに対する美術・芸術・日常環境は最悪である。博物館や美術館を創るより、学校等の日常の場をビジュアルな空間にしてみたい。(美しい絵は美しい環境から生まれる)
板橋地区	その他	中板橋商店街の買物代行、宅配サービス
板橋地区	その他	浮間公園近隣をキャンプ・ボート・カヌー・ハイキングコース・ランニングコース・サイクリングコース・大アスレチック等、大規模アウトドア地区にしてみたら…!
板橋地区	その他	板橋区の企業展示会等がありましたらお願いします



所在地	業種	資源
板橋地区	その他	商店や商店街の無い地域には活気も活力もないと思われる
板橋地区	その他	医療用ゴム製品、工業用ゴムパッキン等
板橋地区	不明	(株)ワールドは消防用防災機器を全国の防災業社に卸業して居ります。北海道より沖縄までお客があります。(株)エクセル設備 防災に関する設備工事、及保守点検を(主に関東一円)
板橋地区	不明	いっぴんについて:いっぴんなのか?一品なのか?逸品なのか?板橋のいっぴんは一品だと思ふ いくら正●が逆だとしても概当しないものもある様に思われる 板橋区の事業として行っているなら食べものだけでなく逸品も取り上げるべき 唯だ板橋がついたり二●●が名前についても内容が問題 専門家の意見アドバイスも必要でないか
板橋地区	不明	精密ゴム部品・プラスチック部品の供給会社として、その製作、品質管理、物流等につき独自の機能を「売り」としている。
板橋地区	不明	区民サービスの低下が著しい。板橋駅(区内唯一のJR駅)付近に区出張所の機能をもつ施設。郵便局がまったく無い。「板橋区役所前」より「板橋駅」の方が利用者が多いのにもかわからず。
板橋地区	不明	環境汚染、特に騒音が行政の下で野放しになっているのは改善を求めます。毎日17:30頃近隣の小学校から(志一小)発する帰宅を告げるチャイムの音(大音響)アナウンス、大変閉口しています。知人が深夜勤務で17時頃は睡眠中で大音量で十分休息できないともらしています。このようなチャイムアナウンスは必要なのでしょうか。大変疑問に思っています。
常盤台地区	製造業	昨年8月に板橋区に移転しました。一年なのでまだよくわかりません。
常盤台地区	製造業	板橋には大学病院が帝京・日大と2つある。両親も板橋在住なので安心感がある。医療体制のしっかりした町づくりをお願いしたい。近くに大きな病院のない友人からはうらやましいとの意見もききます。
常盤台地区	製造業	P・P、A-PET、塩ビ等の中身の見えるクリアケース製造 抜きかすも種類別・無地物・色物等に区別しリサイクル
常盤台地区	製造業	測量器材器具 流速測定浮子 量水標(目盛板) その他測量器具
常盤台地区	製造業	数年(42年間)事業をやっておりましたが板橋の工場区域が住宅に変わり商売が年々少くなり6月末で続けて行く事が出来なく廃業しました。
常盤台地区	製造業	埼玉県に工場があり、製造業を行って居りますので板橋区の事はあまりよくわかりません。申し訳けないです。
常盤台地区	製造業	上板橋「石田屋」のケーキ 中板橋ソフトクリーム
常盤台地区	小売業・飲食店等	捜せばいろいろあると思う
常盤台地区	小売業・飲食店等	弊社の商品(取り扱い)は病院・クリニック等、専門的商品なので上記目的に合わず申し訳ありません。
常盤台地区	小売業・飲食店等	「いたばしのいっぴん」に選ばれている春巻 国産にこだわり味に自信あり 陳皮辣油は商工会ぎ所のFine worksをいただいております。
常盤台地区	小売業・飲食店等	今まで皆で商店街活動をして盛り上げてにぎやかにして来ましたが、ナショナルチェーンの出店などで安売りをし商店街へは入会しない等不満があります。大店法反対
常盤台地区	小売業・飲食店等	いたばしのいっぴんの取組 いたばしの昔話を題材として区内和菓子8店舗でつくった「お伝え最中」
常盤台地区	その他	弊社でし「コーヒーしぼりカス」を活性炭へリサイクルする事業を飲料会社(コカ・コーラ等)と進めている最中です。スターバックス・ドトール・マクドナルド等、区内の「コーヒーカス」をリサイクルし再利用することも考えているところです。ご協力よろしくお願ひします。
常盤台地区	その他	「緑のカーテン」として夏にゴーヤの苗を配るプランは良いと思う。この夏も色々な家でそれぞれ工夫して育てているのが見受けられた。
常盤台地区	その他	当社の商品であるナチュラルソープは天然素材100%で、環境対応にパーフェクトな洗浄剤です。生分解性が(原液分解14日で91%以上)人身の体も洗えて手荒れ対策にも使える程の素材性があります。他のライバル商品では比べる物がないくらいです。ぜひ一度ご確認下さい。
常盤台地区	その他	(有)S船舶工芸様の船舶模型はととても精巧であり、海上自衛隊の博物館にも納入され技術に定評あり。
常盤台地区	その他	遊技機器です(鉄製品)
常盤台地区	その他	城北公園の緑
常盤台地区	その他	東武東上線のイメージがどうしても西武線と比べたサイと思います。時間はかかると思いますが、まず東武線を何とかオシャレなイメージに変えていくのが近道の様な気がします。
志村地区	製造業	マルフクペーパーの純生クリーム入りミニあんぱんは絶品!研究に研究を重ねてブレンドした濃厚な生クリームと、少し甘さ控え目な自家製あんこはバツグンの相性です。こしあんの他に5~6種類の純生クリーム入りミニあんぱんがあり、季節に応じていろいろ中身のあんこを変えています。
志村地区	製造業	官率先でこんなことをやって欲しくない(税のむだ) 経済は民間にまかせて税を安くすべき!...という気がする。
志村地区	製造業	製造業は日本を代表する企業です。最近中国へ企業が進出していますがこれで良いのかと思います。その為当社は売上減少。
志村地区	製造業	消防ポンプをはじめ船外機(船のエンジン)では、2ストロークではあるが環境を重視したシステムを導入したエンジンTLDIモデルを販売している
志村地区	製造業	小島屋のお惣菜は昔ながらの逸品から新商品まで多才です
志村地区	製造業	平山いくお画伯は若い時中板橋成増に居住していた。もう少し板橋区と関連できるのではないかと。上記の泉先生が板橋新ブランドとして『ダンス・ガール』という脚本を書きましたので興味があれば一報下さい。板橋をダンスを通して活性化するという事です。
志村地区	製造業	工場が移転してから住居が多く、工場の活気が無くなったのが淋しい。規制をゆるくして工場が帰ってくるのが望ましい。
志村地区	製造業	(株)トブコン様を中心とした外注先の会「協力会」での交流で様々な活動をしておりましたが、数年前に解散し、どんどんバラバラになっていっております。大企業は利益を出すため過去のことなど関係無しです。
志村地区	製造業	板橋区で「画材屋」を検索した時ほとんどヒットしなかった。芸術系は弱いのかと思った。大きな書店が無いのも不思議。
志村地区	製造業	私の会社は小さな印刷会社。伝票専門に得意先も印刷関係から流れてくる下請業者。この工場で技術者・技能者・若手人材といったも新しいものづくりと言ってもピンと来るものが無いです。

所在地	業種	資源
志村地区	製造業	当社の製品は全て企業からの依頼に依る物ですが、生み出した製品は他に無い日本初・世界初の物も多く有ります。しかし自社名は表に出ません。こういった企業は数多いと思いますが、光が当たる事無く消えて行く企業も有ると思います。板橋区から光を当ててもらいたいと思います。
志村地区	小売業・飲食店等	弊社の主力商品のハイドロピュアはNASAの宇宙ステーションで採用している「逆浸透膜システム」を使い、インフルエンザ菌や重金属類までを除去する究極の浄水装置です。この商品を月々5000円～レンタルもできます。
志村地区	小売業・飲食店等	板橋区勤労者福利共済(ハイライフいたばし)事業内容が充実 会員数増を図りより一層の充実を期待
志村地区	小売業・飲食店等	板橋のいっぴんに選ばれている“シューマイ”の他、肉ダンゴ・コロケ・メンチ・焼豚など手造りの商品がよく売れている。厳選した牛肉のタタキも人気。月一回第1土曜の特売には行列ができる。
志村地区	小売業・飲食店等	空き店舗対策として家賃補助等するか、入居者募集を大々的に応援して欲しい。現在当商店会では公衆浴場が後継者なくして空いているのは残念です。
志村地区	その他	空店舗、高令化のストップを是非一番にかかかって行政に取り入れる事。入居者の募集、家賃補助など。
志村地区	不明	当社の新しい高性能紫外線防止資材(プラズマ合成粒子)
赤塚地区	農業	緑やのどかな所をいかしてほしい。都心・23区と言われているがいなかっほさがある。そこをいかせなにか。
赤塚地区	製造業	ベンチャー起業しやすい環境の有る区
赤塚地区	製造業	印刷 つくば工場 製造 販売先全国
赤塚地区	製造業	模型製作技術(手作業を機械化することにより技術の均一化)
赤塚地区	製造業	年令的にむり現在70才
赤塚地区	製造業	当社製品のセンチミアールは45年間の経験とノウハウに基づく高い品質と強い競争力のある特殊製品です。世界中の大手鉄鋼会社等で主にステンレス鋼板の圧延に広く使用されており、当社は中小企業でありながら世界的にトップシェアを実現しています。世界に販路を広げられることは中小企業の事業安定に大変役立ちます。中小企業が独自に海外に販路を広げられるよう区のバックアップ体制の充実をお願いします。
赤塚地区	製造業	稼働●金集計(レイテングレコーダー)
赤塚地区	小売業・飲食店等	下赤塚駅前鉢の木製菓のふわっとどらやき 赤塚の評判です
赤塚地区	その他	弊社はあらゆる素材にメッキ加工を出来ないものかと、メッキ加工に取り組んでおります
赤塚地区	不明	再構築に現在実業をしている事業所に支援をして下さい。
赤塚地区	不明	印刷関連企業であり他業種については判らない
高島平地区	建設業	温暖化が進む現在、自然石で少しでもヒートアイランド現象にお役に立ちたい。その部分で保水性の自然石のご紹介をしたいと思います。昨年(西台ダイエー)エコライフフェアにも参加させて頂いております。
高島平地区	製造業	小さい仕上りサイズの中綴本、変則な●丁のある本、他の製本会社の不得意な加工を得意分野としています。
高島平地区	製造業	遺品ビジネス(天国への宅配便) 鉛筆ホルダー(つくしん棒) まだまだ使えるエンピツくん
高島平地区	製造業	工業なので商品を作っていない。技術的なものです。
高島平地区	製造業	りんりんちゃん
高島平地区	小売業・飲食店等	新河岸川をきれいにしてほしい(よごれている)
高島平地区	小売業・飲食店等	工業用ガスの販売事業所です。ガス使用の用途は広範囲になっておりますが、未発見でのガス利用の開発・研究と異業種合同で活動出来ればと思う。
高島平地区	小売業・飲食店等	上記の販売代理店しております。地球温暖化、CO2削減にピッタリの商材です。地元板橋で広めて行きたい。
高島平地区	小売業・飲食店等	莓大福 ポニレイ
高島平地区	小売業・飲食店等	都営三田線と東武東上線(有楽町線)が連結していない為大変不便である。活生のさまたげになっている。
高島平地区	小売業・飲食店等	「ななえやえ 花は咲けども 山吹の みの一つだに なきぞかなしき」の歌は今の長後三軒屋でのことと聞いています。“やまぶき”も1つ地域の何かになるのでは。
高島平地区	その他	「私の大はきな社長(上司)」を発掘し全国にPRしていきたい そのことで板橋に人材が集まり「板橋ブランド」が確立されるのではないのでしょうか
高島平地区	その他	看板・イベント関連の仕事が主ですが、残念ながら地元の作業はほとんどありません。区でも地元の産業を利用しようとする意気ごみを感じられません。
高島平地区	不明	板橋で住んだり生活した事ないのでわかりません。舟渡に会社を借りていて浮間から行っているので、板橋区の事はわかりません。
高島平地区	不明	「あなたが教えてくれたシクラメン」こんな時代に父からうけ継いで農業をやっている人、商店をやっている人は少なくなってしまう。私は本当に大切なのは人から教えてもらったものを後にのこすことだと思います。50年前父がはじめて育てたシクラメンを今も私は育てています。そしてこれからも。
不 明	製造業	リサイクル事業
不 明	製造業	欲を言えば東武東上線板橋駅に急行停車すればもっと便利になるかと思えます(上板橋駅ならホームが上・下2本有るので急行停車が可能) 区のキャラクター「りんりんちゃん」が可愛いのでグッズ販売してほしい
不 明	その他	とうかれ オリジナルカルタ・トランプなど

## 第4章 板橋区内における事業活動

本調査では、板橋区内で事業を行っている中で、悩んでいたり、不足に感じているところを選択方式（複数回答可）および自由記述方式で聞いた。それらを抽出した上で、板橋区内での事業活動における課題について把握した。

### 調査結果の要旨

【板橋区内で事業をしていて不足に感じる点】板橋区内で事業をしていて、悩んだり、不足に思っている点として最も高かったは「働く人材の確保」で32.6%となっている。続いて高かったのが「販売力の不足」で24.6%となっている。

また、自由記述方式で回答してもらった結果、板橋区等による優遇施策や少子高齢化に伴う後継者不足、消費不足に対する意見や、町工場のあった地域が急速に宅地化されていることに対する懸念や不安等が多く寄せられた。

1 事業上の課題

問8 現在、板橋区で事業をしていて悩んだり、不足していると思っていることはありますか。  
【いくつでも】

板橋区内で事業をしていて、悩んだり、不足に思っている点として最も高かったのは「働く人材の確保」で32.6%となっている。本回答は、10人から30人未満の事業所や個人営業の事業所、さらに事業年数が長くなるほど多くなり、小規模な事業所の後継者不足が大きな問題となっている可能性がある。続いて高かったのが「販売力の不足」で24.6%となっている。中でも小売店・飲食店等の割合が高い。

図表4-1 事業所属性別にみた事業上の課題（MA）

区分	調査数	働く人材の確保 (高齢化・後継者不足等)	組織体制の未確立	研究・技術開発力不足	消費者ニーズの把握不足	商品開発の遅れ	販売力の不足	流通ネットワークの整備の遅れ	企業イメージの低さ	企業認知度の低さ	その他	回答なし	
合計	711 100.0	232 32.6	67 9.4	90 12.7	92 12.9	65 9.1	175 24.6	34 4.8	111 15.6	131 18.4	39 5.5	199 28.0	
所在地	板橋地区	229 100.0	81 35.4	15 6.6	22 9.6	27 11.8	18 7.9	62 27.1	9 3.9	36 15.7	45 19.7	9 3.9	66 28.8
	常盤台地区	120 100.0	31 25.8	12 10.0	17 14.2	13 10.8	14 11.7	33 27.5	7 5.8	22 18.3	21 17.5	6 5.0	31 25.8
	志村地区	129 100.0	43 33.3	11 8.5	18 14.0	19 14.7	12 9.3	27 20.9	8 6.2	20 15.5	22 17.1	11 8.5	40 31.0
	赤塚地区	85 100.0	29 34.1	9 10.6	18 21.2	19 22.4	11 12.9	23 27.1	6 7.1	11 12.9	16 18.8	2 2.4	15 17.6
	高島平地区	130 100.0	43 33.1	18 13.8	15 11.5	14 10.8	8 6.2	30 23.1	4 3.1	20 15.4	23 17.7	8 6.2	40 30.8
事業形態	本社・本店	473 100.0	139 29.4	50 10.6	65 13.7	46 9.7	50 10.6	118 24.9	21 4.4	72 15.2	88 18.6	28 5.9	134 28.3
	支社・支店・営業所	61 100.0	22 36.1	6 9.8	5 8.2	8 13.1	3 4.9	14 23.0	5 8.2	12 19.7	11 18.0	4 6.6	14 23.0
	工場・研究所	141 100.0	50 35.5	12 8.5	26 *18.4	7 //5.0	11 7.8	31 22.0	8 5.7	22 15.6	27 19.1	9 6.4	36 25.5
	個人営業	141 100.0	59 41.8	11 7.8	19 13.5	41 **29.1	13 9.2	43 30.5	10 7.1	27 19.1	25 17.7	5 3.5	35 24.8
	その他	14 100.0	6 42.9	2 14.3	2 14.3	4 28.6	2 14.3	2 14.3	1 7.1	2 14.3	2 14.3	3 *21.4	3 21.4
事業規模	10人未満	432 100.0	145 33.6	42 9.7	54 12.5	68 15.7	36 8.3	118 27.3	23 5.3	65 15.0	78 18.1	27 6.3	108 25.0
	10人以上30人未満	149 100.0	61 40.9	17 11.4	25 16.8	16 10.7	17 11.4	36 24.2	6 4.0	32 21.5	35 23.5	7 4.7	29 19.5
	30人以上100人未満	55 100.0	16 29.1	5 9.1	9 16.4	5 9.1	9 16.4	14 25.5	1 1.8	9 16.4	15 27.3	4 7.3	8 14.5
	100人以上300人未満	17 100.0	6 35.3	2 11.8	1 5.9	3 17.6	2 11.8	4 23.5	3 *17.6	3 17.6	2 11.8	1 5.9	3 17.6
	300人以上	3 100.0	2 66.7	1 33.3	1 33.3	0 0.0	1 33.3	1 33.3	1 33.3	2 66.7	1 33.3	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	11 100.0	2 18.2	3 27.3	3 27.3	1 9.1	1 9.1	3 27.3	0 0.0	2 18.2	1 9.1	1 9.1	3 27.3
	3年以上10年未満	36 100.0	9 25.0	2 5.6	8 22.2	6 16.7	6 16.7	11 30.6	1 2.8	7 19.4	10 27.8	4 11.1	8 22.2
	10年以上30年未満	157 100.0	50 31.8	16 10.2	18 11.5	20 12.7	12 7.6	38 24.2	8 5.1	29 18.5	30 19.1	8 5.1	36 22.9
	30年以上	455 100.0	170 37.4	46 10.1	61 13.4	65 14.3	45 9.9	122 26.8	25 5.5	73 16.0	90 19.8	26 5.7	103 22.6
中心業種	農業	6 100.0	4 *66.7	0 0.0	0 0.0	2 33.3	0 0.0	0 0.0	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7
	建設業	19 100.0	8 42.1	5 *26.3	0 0.0	3 15.8	0 0.0	3 15.8	0 0.0	6 31.6	8 *42.1	0 0.0	2 10.5
	製造業	333 100.0	118 35.4	36 10.8	51 15.3	26 //7.8	35 10.5	76 22.8	14 4.2	57 17.1	66 19.8	19 5.7	75 22.5
	小売店・飲食店等	142 100.0	52 36.6	14 9.9	15 10.6	28 19.7	16 11.3	54 *38.0	9 6.3	16 11.3	23 16.2	6 4.2	26 18.3
	その他	133 100.0	38 28.6	7 5.3	17 12.8	26 *19.5	9 6.8	32 24.1	4 3.0	24 18.0	29 21.8	12 9.0	35 26.3

図表 4-2 回答者属性別にみた事業上の課題 (MA)

区分	調査数	働く人材の確保 (高齢化・後継者不足等)	組織体制の未確立	研究・技術開発力不足	消費者ニーズの把握不足	商品開発の遅れ	販売力の不足	流通ネットワークの整備の遅れ	企業イメージの低さ	企業認知度の低さ	その他	回答なし	
合計	711 100.0	232 32.6	67 9.4	90 12.7	92 12.9	65 9.1	175 24.6	34 4.8	111 15.6	131 18.4	39 5.5	199 28.0	
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	0 0.0	2 50.0	0 0.0	1 25.0	
	30歳代	52 100.0	18 34.6	11 21.2	10 19.2	14 26.9	10 19.2	12 23.1	6 11.5	12 26.9	1 23.1	12 23.1	
	40歳代	115 100.0	46 40.0	13 11.3	12 10.4	18 15.7	12 10.4	33 28.7	8 7.0	24 20.9	32 27.8	6 5.2	24 20.9
	50歳代	158 100.0	56 35.4	17 10.8	21 13.3	22 13.9	13 8.2	47 29.7	9 5.7	28 17.7	38 24.1	8 5.1	31 19.6
	60歳代	198 100.0	66 33.3	17 8.6	27 13.6	23 11.6	19 9.6	49 24.7	7 3.5	29 14.6	33 16.7	17 *8.6	42 21.2
	70歳以上	131 100.0	43 32.8	8 6.1	20 15.3	12 9.2	11 8.4	33 25.2	4 3.1	16 12.2	14 10.7	7 5.3	38 29.0
	居住地区	板橋地区	161 100.0	61 37.9	11 6.8	19 11.8	24 14.9	16 9.9	48 29.8	9 5.6	35 21.7	31 19.3	8 5.0
常盤台地区		92 100.0	28 30.4	8 8.7	17 18.5	11 12.0	7 7.6	23 25.0	7 7.6	17 18.5	21 22.8	4 4.3	24 26.1
志村地区		94 100.0	36 38.3	10 10.6	15 16.0	16 17.0	11 11.7	23 24.5	4 4.3	9 9.6	15 16.0	7 7.4	26 27.7
赤塚地区		84 100.0	30 35.7	13 15.5	10 11.9	17 20.2	11 13.1	22 26.2	7 8.3	11 13.1	20 23.8	2 2.4	12 14.3
高島平地区		84 100.0	28 33.3	13 15.5	9 10.7	12 14.3	5 6.0	24 28.6	2 2.4	13 15.5	10 11.9	6 7.1	20 23.8
区外		139 100.0	47 33.8	11 7.9	20 14.4	12 8.6	13 9.4	35 25.2	5 3.6	24 17.3	33 23.7	9 6.5	32 23.0

図表 4-3 区の評価別にみた事業上の課題 (MA)

区分	調査数	働く人材の確保 (高齢化・後継者不足等)	組織体制の未確立	研究・技術開発力不足	消費者ニーズの把握不足	商品開発の遅れ	販売力の不足	流通ネットワークの整備の遅れ	企業イメージの低さ	企業認知度の低さ	その他	回答なし	
合計	711 100.0	232 32.6	67 9.4	90 12.7	92 12.9	65 9.1	175 24.6	34 4.8	111 15.6	131 18.4	39 5.5	199 28.0	
区評価	誇れる	175 100.0	65 37.1	18 10.3	20 11.4	26 14.9	15 8.6	39 22.3	10 5.7	29 16.6	41 23.4	9 5.1	43 24.6
	やや誇れる	192 100.0	63 32.8	19 9.9	28 14.6	30 15.6	18 9.4	50 26.0	12 6.3	27 14.1	36 18.8	12 6.3	56 29.2
	どちらでもない	287 100.0	83 28.9	22 7.7	34 11.8	29 10.1	28 9.8	76 26.5	10 3.5	42 14.6	42 14.6	14 4.9	82 28.6
	誇れない	44 100.0	16 36.4	7 15.9	6 13.6	7 15.9	3 6.8	10 22.7	2 4.5	13 29.5	12 27.3	4 9.1	10 22.7
事業継続	続けたい	422 100.0	129 30.6	41 9.7	54 12.8	51 12.1	37 8.8	113 26.8	27 6.4	72 17.1	83 19.7	19 4.5	121 28.7
	出来れば続けたい	191 100.0	77 40.3	21 11.0	26 13.6	32 16.8	21 11.0	44 23.0	5 2.6	27 14.1	37 19.4	11 5.8	44 23.0
	どちらとも言えない	80 100.0	21 26.3	5 6.3	10 12.5	8 10.0	7 8.8	16 20.0	2 2.5	10 12.5	9 11.3	5 6.3	28 35.0
	続けたくない	11 100.0	3 27.3	0 0.0	0 0.0	1 9.1	0 0.0	2 18.2	0 0.0	2 18.2	2 18.2	3 **27.3	2 18.2
居住環境	住みやすい	328 100.0	111 33.8	33 10.1	43 13.1	49 14.9	33 10.1	83 25.3	16 4.9	51 15.5	54 16.5	20 6.1	93 28.4
	やや住みやすい	233 100.0	79 33.9	24 10.3	33 14.2	31 13.3	16 6.9	61 26.2	13 5.6	37 15.9	49 21.0	5 /2.1	59 25.3
	どちらでもない	113 100.0	27 23.9	6 5.3	12 10.6	11 9.7	12 10.6	22 19.5	2 1.8	14 12.4	24 21.2	10 *8.8	34 30.1
	住みやすくない	29 100.0	13 44.8	4 13.8	2 6.9	1 3.4	4 13.8	8 27.6	3 10.3	9 31.0	4 13.8	4 13.8	8 27.6

図表4-4 事業上の課題の相関(MA)

区分	調査数	働く人材の確保 (高齢化・後継者不足等)	組織体制の未確立	研究・技術開発力不足	消費者ニーズの把握不足	商品開発の遅れ	販売力の不足	流通ネットワークの整備の遅れ	企業イメージの低さ	企業認知度の低さ	その他	回答なし
合計	711	232	67	90	92	65	175	34	111	131	39	199
	100.0	32.6	9.4	12.7	12.9	9.1	24.6	4.8	15.6	18.4	5.5	28.0
働く人材の確保 (高齢化・後継者不足等)	232	232	34	45	43	36	61	16	43	42	7	0
	100.0	**100.0	14.7	19.4	18.5	15.5	//26.3	6.9	//18.5	//18.1	3.0	0.0
組織体制の未確立	67	34	67	22	14	19	32	10	20	25	2	0
	100.0	50.7	**100.0	32.8	/20.9	28.4	47.8	14.9	29.9	37.3	3.0	0.0
研究・技術開発力不足	90	45	22	90	22	31	32	10	25	22	2	0
	100.0	50.0	24.4	**100.0	24.4	34.4	/35.6	11.1	27.8	//24.4	2.2	0.0
消費者ニーズの把握不足	92	43	14	22	92	23	40	12	25	27	1	0
	100.0	46.7	/15.2	23.9	**100.0	25.0	43.5	13.0	27.2	29.3	/1.1	0.0
商品開発の遅れ	65	36	19	31	23	65	33	8	24	16	2	0
	100.0	55.4	29.2	47.7	35.4	**100.0	50.8	12.3	36.9	//24.6	3.1	0.0
販売力の不足	175	61	32	32	40	33	175	13	39	46	2	0
	100.0	//34.9	18.3	/18.3	22.9	18.9	**100.0	7.4	/22.3	26.3	//1.1	0.0
流通ネットワークの整備の遅れ	34	16	10	10	12	8	13	34	14	9	1	0
	100.0	47.1	29.4	29.4	35.3	23.5	38.2	**100.0	41.2	26.5	2.9	0.0
企業イメージの低さ	111	43	20	25	25	24	39	14	111	53	3	0
	100.0	//38.7	18.0	22.5	22.5	21.6	/35.1	12.6	**100.0	47.7	2.7	0.0
企業認知度の低さ	131	42	25	22	27	16	46	9	53	131	2	0
	100.0	//32.1	19.1	//16.8	20.6	//12.2	35.1	6.9	40.5	**100.0	/1.5	0.0
その他	39	7	2	2	1	2	2	1	3	2	39	0
	100.0	17.9	5.1	5.1	/2.6	5.1	//5.1	2.6	7.7	/5.1	**100.0	0.0

## 2 事業上の課題の内容

問 9 上記以外で、板橋区内で事業をしていて悩んだり、不足していると思っていること等がありましたら、下記の空欄に何でもご記入ください。【自由意見】

板橋区内で事業をしていて悩んだり、不足していることについて自由記述方式で回答してもらった結果、板橋区等による優遇施策や少子高齢化に伴う後継者不足、消費不足に対する意見や、町工場のあった地域が急速に宅地化されていることに対する懸念や不安等が多く寄せられた。

図表 4-5 事業上の課題の内容 (F A)

所在地	業種	事業所の課題の内容
板橋地区	建設業	区内事業者に対する優遇制度
板橋地区	製造業	昭和40年から製造業を営んでいますが回りが宅地化して、音など皆さんに迷惑をかけているのではと思いますが、他には移りたくないのです。
板橋地区	製造業	近代的設備のある事務所ビル・工場ビルを低家賃で入居できる様にしたい。
板橋地区	製造業	商店は何を販売しているかある程度想像つくと思うが、工場とかは地元に住んでいても一体何を作っているのかどんな仕事をしているのか想像がつかない事も多いと思うので(会社によっては困るところもあるだろう)、工業高校の生徒さん達は地元の事業を見て肌で感じるのもよいと思う。以前は小学生が社会の授業のいっかんとして見学に来たが最近はずっとありません。
板橋地区	製造業	上記1～9は板橋区内特有の問題ではありえないのだが、区として何か出来ると思っているのでしょうか？何か政策をすとしてもその点から見直すべきではないでしょうか？
板橋地区	製造業	昨年まで公害(音・臭)に対して研究していましたが、本年環境機器を開発しましたのでこの11月の板橋産業見本市に出品する予定です。
板橋地区	製造業	板橋いっぴんも最初は選定しても後継者がいないこととフォローがないため、いっぴんがだんだん無くなっている。
板橋地区	製造業	売上げが半分になり赤字が続いています。あと少ししかもちません。
板橋地区	製造業	事業所の家賃が高いこと
板橋地区	製造業	求人に対して区の積極性が感じられない 区のサービス等が我々に対わない
板橋地区	製造業	銀行・信金 金融機関の貸し渋り対策等
板橋地区	製造業	資金援助 融資関係の対応が少ない 特に中小零細企業への対応をお願いしたい
板橋地区	製造業	回りが住居地域なので工場はこれからけいえんされるのではないかな？
板橋地区	製造業	固定資産税が高い！
板橋地区	製造業	機械部品加工の仕事の供給がなくて困っている
板橋地区	製造業	私が74才と高令で今この不景気と共に後継者がいない為、今後1～2年の内に廃業する予定
板橋地区	製造業	当社は町工場ですが、この所の不景気で縮小、移転も考えています。本当は板橋に工場を残し、子供なんかにも見てもらって将来の仕事として考えてもらえればと思います。あくまでも理想ですが。
板橋地区	製造業	現在製造業ですが、処理(アルマイト・メッキ等)の業者がどんどんへって居ります。公・官・其の他の問題などがありますが、これから先板橋区内だけではなく日本中で少なくなってくると思います
板橋地区	製造業	JRの便が悪いため通勤交通費が高くなり、雇用・人材の確保に支障が有る。安価で利用できる公共の会議室が不足している。
板橋地区	製造業	開発研究に資金不足。開発には資金がかかるので、資金の潤沢な流れを作ってください。銀行に資金を借りに行ったら、開発は自己資金とする物と言われた為、自己資金がないと良いアイデアあっても新研究が出来ない！
板橋地区	製造業	産技研が移転するのが残念である。一部でも残らないものか。
板橋地区	製造業	印刷業界は後継者不足により休業又は廃業する企業が増加している。
板橋地区	小売業・飲食店等	商品を配達時の一瞬の駐車もできないで流通に困ってます。
板橋地区	小売業・飲食店等	主にインターネット販売なので、都心でもなく地方でもないのでもいろいろメリットもあります。ですが拡張しようと思うとさいたまなどに広い場所を求める可能性もあります。
板橋地区	小売業・飲食店等	デフレ傾向の経済といいながら●●業種での格差の進行の歯止め
板橋地区	小売業・飲食店等	区の広報がなく、どのような行政・催事がおこなわれているか解からない。ゴミの収集時間が朝早く又、間に合わないことがある。
板橋地区	小売業・飲食店等	池袋が近い事による販売意欲の低下
板橋地区	小売業・飲食店等	時代の変化について行く為の新商品技術の開発を進める事が必要です。
板橋地区	小売業・飲食店等	中板橋の本店で小売をする場合は「板橋のいっぴん」として「板橋」を強調していますが、区外や全国レベルで販売を増やそうとする時は「板橋」にはあまりふれないようにしています。それだけイメージがぼんやりした区だと思っています。特別悪い訳ではないが、強調しても全くプラスにならないので…
板橋地区	小売業・飲食店等	商店街の会員の減少(高令化と後継者不足、売上減少等にて廃業するケース)による集客力の慢性的低下。
板橋地区	小売業・飲食店等	地元で就職も安心して家族を養う事が出来る経済環境

所在地	業種	事業所の課題の内容
板橋地区	小売業・飲食店等	近年企業倒産がいちぢるしく多くなっている。従ってこれにより失業者の増大、地域の活性化を遅らせている様に見受けられる。国・都区の連けいにより防げないものかな。
板橋地区	小売業・飲食店等	放置自転車対策 歩きタバコ
板橋地区	その他	経営者・事業者の改革、チャンレジする意識を高められていければと考えます。
板橋地区	その他	不景気 消費税の下限が3000万から1000万になり苦しくなりました。
板橋地区	その他	いこいの家センターでの無料入浴はやめてもらいたい
板橋地区	その他	税金が高すぎる。
板橋地区	その他	板橋区は製造業・印刷業等多くの中小企業に支えられてきました。長びく不況の中で新たな販路の拡大や業態転換等、企業努力が業況に反映されず廃業となる法人・事業所も多いです。
板橋地区	その他	板橋区に限ったことではないが、あき地（コインパーキング）や廃屋が目につくようになった。ハッピーロード、パチンコ店が多すぎる。この頃夜キャバクラ等の呼び込みが目立つ（JTB附近）。
板橋地区	その他	道路整備は充実されているが、反面環境面に問題があり、今まで以上に解決策を検討して欲しい。
板橋地区	その他	受注不足
板橋地区	不明	現在では特にありません。生活・事業に満足して居ります。
板橋地区	不明	昔ながらの商店街であるにもかかわらず風俗営業がふえ（たぶん池袋あたりからこちらへの移行だと思いますが）夜の町？になっていきつつある事がお客を遠ざける原因であるとともに残念な事です
常盤台地区	製造業	このアンケートもどこまで生かされるか。役所の人の個人的な能力はすごい、組織としてそれをつづけている気がする。組織をぶっこわす位の思い切った改革、話題を努めて。
常盤台地区	製造業	原材料の確保
常盤台地区	製造業	都市整備不足 具体的には小竹向原駅周辺の道路の整備の悪さ。周辺事業者のモラルの低さ 例えば夜間の騒音・道路上での荷役作業 又そのパレットを夜間に放置したまま フォークリフトも同様に放置したまま
常盤台地区	製造業	準工業地域を宅地にしすぎ。工場はできないと思います。
常盤台地区	製造業	マンションが建ち進み工場が減っている
常盤台地区	製造業	工場街が宅地へと変わり、仕事しづらい環境になっている。
常盤台地区	製造業	17号や川越街道そして環七の内側の道は狭くて使い勝手が悪い。
常盤台地区	製造業	個人的な事で後継者がいない
常盤台地区	製造業	住宅街で工場を行なっている為、周囲の環境や車の出入りに気をつかわなければならないこと。
常盤台地区	製造業	道幅が狭い所が多いのでもう少し整理して広くしてほしい。ただし製造は埼玉県に工場がある為あまり板橋区の事はわかりません。申し訳ないです。
常盤台地区	製造業	その前に人間教育をすべきでは？
常盤台地区	製造業	人材を確保したくても仕事減・利益減で先の見通しがたてられません。このままだといづれ廃業もあり得るかも…。
常盤台地区	製造業	優秀な人材発掘のむづかしさ
常盤台地区	小売業・飲食店等	商店街の弱体化、シャッターがおりてる商店街が多い。区の支援を受けて新規の店が出やすい様にして活性化してほしい。
常盤台地区	小売業・飲食店等	本アンケートは板橋在住の中学生・高校生・大学生に調査して、新しい若い意見も聞いた方が良いと思う。
常盤台地区	小売業・飲食店等	業者として区内の施設に納入しているが他区の業団が納入している区内に業者がなければ？改善の余地あり。
常盤台地区	小売業・飲食店等	現在、事務所・倉庫をお借りして営んでおりますが、区が助成する様な事務所等団地構想はないのでしょうか？
常盤台地区	その他	新規事業に対する支援不足 企業間の交流が少ない
常盤台地区	その他	ストックする倉庫・研究室等のサンプリングを行う学校や研究所が閉鎖した。学校・公共施設の貸し出し等のバックアップを考えてほしい。産業展でのB to Bと、一般の方への広報が出来るしくみなど。
常盤台地区	その他	プレス・金型加工等騒音による迷惑をかけないため埼玉県戸田市に工場移転しており、板橋区内には本社業務のみ実施しております。
常盤台地区	不明	町に建物の工場がなくなり住宅が多くなって来た為事業がやりづらくなってきた。
常盤台地区	不明	高齢化が進み全く活気が感じられない
志村地区	建設業	板橋区にはあまり発展してる駅がないと思います。例えば北区なら赤羽駅とか、もう少し駅の再開発に力を入れてほしいです。ちなみに私は本連沼駅を利用していますが、駅前は何もなく不便です。
志村地区	建設業	住居スペースと事業スペースの区分なくマンション等の乱立を許可している為、事業所が板橋から出て行く事となってしまうと法人税が減る。
志村地区	製造業	現在鶴見方面の加工業者を使っているが区内の加工業者（フライス、旋盤、板金等）の紹介が有ると助かる。基本は加工～メッキ又は塗装までしてくれる業者。
志村地区	製造業	板橋区は産業区と言う事を区民全体に認知させるべき 区としても区の方針を明確にすべきだ
志村地区	製造業	板橋区での事業ではなく世の中の流通、生活社会の変化による事で、先行の不安等日本全体の問題が大きい。
志村地区	製造業	事業用土地を求めています。操業可能な地域が少なく苦労しています。「ものづくり」を標榜していく板橋区として何か対策をしてほしい。準住居地域を増やすとか、企業が創業できる環境をつくってほしい。
志村地区	製造業	・経営判断をするのに手助けとなるか ・業種、業界横断的交流の場 ・技術向上のため公的研究機関（産業技術研究所のようなもの）
志村地区	製造業	担当にアピールしても弊社製品を指定したり薦めてくれたりという事が全くない



所在地	業種	事業所の課題の内容
志村地区	製造業	後継者不足のため廃業する仲間が大勢います。何とか歯止めができないものかと思えます。工場が廃業し跡地にマンションが立地。但し地域とのコミュニケーションはゼロである。
志村地区	製造業	高令化、不景気の影響で工場がつぶれていくので今はどうにかやっていくが、これからが心配。お得意先がへって行くので。
志村地区	製造業	製造業の減少 対してマンションの増加
志村地区	製造業	少し活気が欲しい。
志村地区	製造業	外注の仕事を出す時やもらう時のネットワークがあれば区内で効率が良く活性化すると思う。
志村地区	製造業	全ての事業の共通点は1 資金繰り 2 注文数の激減 3 販売先の減少 4 利益の減少
志村地区	製造業	板橋区には大企業が沢山ありますが技術力の高い中・小企業が活気が無くなり(仕事不足)廃業していく企業が多いのは残念です。後継者不足と言うよりも後継者が生活苦になるので後継者にしないと言う企業が多くいる事が残念です。
志村地区	製造業	準工場地帯のエリアの整理、住宅と工場がいかに共存出来るか、林立するマンション・スーパー・コンビニの中で荷物の積卸しをする工場。駐車場の確保。今はゴチャゴチャに成立しています。
志村地区	製造業	都内に有った取引先が地方へ移転してしまい、アクセスが悪くなった。
志村地区	小売業・飲食店等	工場が減少するばかりで取引先の確保がむずかしい。
志村地区	小売業・飲食店等	銭湯を営業していますが今一つお客様に来て頂いていませんので板橋区での宣伝などをお願い致します。敬老入浴証を又お願い致します。
志村地区	小売業・飲食店等	来店客に対する駐車場不足
志村地区	小売業・飲食店等	高令化による消費不足 人口減少
志村地区	小売業・飲食店等	少子高令化に伴い高令者の増加で商店会の購売力の減少が売上減となっている。個々の店でも同じ事が言える。大型店のチラシ●●による販売力の低下。
志村地区	その他	各事業所の減退
志村地区	その他	消費者の高令化が益々進み、商店の購売が落ちて各店の売上げ減となっている。商店の後継者不足です。
志村地区	不明	アクセスが不便に感じる事があります。例えば三田線の西高島平駅。終点から先のアクセスを近隣駅までバスでつなぐなどを考えています。
志村地区	不明	活気がない。古いイメージ。
赤塚地区	農業	金融面の力の入れかたがちよっと。ブランドものなどに力を入れるなら違う所に入れてくれ。
赤塚地区	製造業	第2次産業に従事している当社は人材の確保と板橋区内での取引が皆無であり区の活性化に繋がらない。成増で50年程事業を行っているが自分の子供に継承させるのか困難である。
赤塚地区	製造業	産業文化会館がない。展示会場がない。(区として産業発展のための拠点がない)
赤塚地区	製造業	金属加工業及び鉄工関係が今現在不景気で動きがみられない。業種に対して目先を変えないとは思っているが…。
赤塚地区	製造業	工場現場労働者の確保が難しい。
赤塚地区	製造業	警報器(バル)の製造販売をしているが、年々売上に落ち込んでいくのを止められない。
赤塚地区	製造業	東京信用保証協会の保証ではなく、以前のように板橋区独自の保証の制度融資を再開して欲しい。
赤塚地区	製造業	ベンチャー起業の援助
赤塚地区	小売業・飲食店等	区政からもっと個人事業主にいろいろと区政のPRをした方がいい。『板橋区はすばらしい区だと思ふ』ので。やる気はあっても情報がない個人事業主の人が大半だから。
赤塚地区	小売業・飲食店等	食料品(酒店)酒類販売においてあまりにも自由に販売出来る時期にて薬店大型ドラッグストア等が目玉商品として酒類の販売しているため、自由に売っている為昔の酒屋が町から無くなって行く事はさみしい。
赤塚地区	小売業・飲食店等	大型法の攻勢に悩んでいます。
赤塚地区	その他	板橋区は住宅街で製造業は難しくなっている。技術研究をする場合には、研究費の一部補助や助成をいただくとありがたい。
赤塚地区	その他	無担保保障の金銭額のUP
赤塚地区	その他	デジタルサイネージを徹底的に知りつくし度い。
赤塚地区	不明	板橋区は産業にとってアドバンテージは有っても、不利な点は少ない。上記項目は区の問題ではなさそうですね。
赤塚地区	不明	あまりにもたてわりすぎていかな。パソコンをおそろわりたいが毎日まいにち日々におわっている事業を続けることしか考えていない。その為にどうすれば横・たて連絡が進められるか?計画作成できる人がほしい 営業ができる人がほしいが資金がナイ 給与にあっていない現実
高島平地区	建設業	事業者どうしのつながりが無い。特に同業社どうしは最悪です。
高島平地区	建設業	商店街の活気のなさ(二代目又は三代目のやる気のなさ) シャッター店舗を開けさせたい
高島平地区	製造業	土地の空き情報(工場として)
高島平地区	製造業	都心から遠い。
高島平地区	製造業	工場地域に住居が有るのが不満 工場地域を増してほしい
高島平地区	製造業	注文不足
高島平地区	製造業	管理責任者の人材不足。短納の為に製品チェックが万全に出来ているかが心配しながらの毎日です。
高島平地区	製造業	工場と近隣住民のトラブル 新規居住者の増加による操業難
高島平地区	製造業	ここ7~8年前あたりからバートさんの確保が難しくなった。舟渡近辺でもバートさんが必要とする企業がかなり進出してきて、ちょっとした競走になっているような気がする。

所在地	業種	事業所の課題の内容
高島平地区	製造業	“東京都”板橋区のPRがもっと欲しい。大学との連携、大型助成金の活用（開発）サポート
高島平地区	小売業・飲食店等	ものづくり特に製造業において後継人や育てる機関が無く、場所・施設の提供と後押しが必要です。
高島平地区	小売業・飲食店等	法務局・税務署等区の南側に集中している為、北側にも出張所等があれば便利である。
高島平地区	小売業・飲食店等	下請業者の仕事のあっせん
高島平地区	小売業・飲食店等	高島平（地下鉄三田線）駅近くにみずほ銀行（ATMでない）の店がない（銀行が少ない）
高島平地区	小売業・飲食店等	区民税が高過ぎる
高島平地区	小売業・飲食店等	起業時、もしくは事業を行っていて必要な資格や踏まえなければいけない手続き等、何をどのようにすれば良いのか、どこに問い合わせれば良いのかわかりにくい。右も左もわからない状態の人には不親切。
高島平地区	小売業・飲食店等	消費者の高齢化 販売力の低下と地域の差がある
高島平地区	小売業・飲食店等	保育園の卒園式にお赤飯をくばるのをやめた。理由などがわかりません。
高島平地区	その他	特に板橋区の制度を利用活用しておりません。
高島平地区	その他	少子高齢化が極度に進行している地区がある
高島平地区	その他	お客様の減少が気になります 建物の老化が心配
高島平地区	その他	高島平地区では年々高齢化が進み、今後行政・企業・地域住民の方が一体となり新しい担い手や継承を行っていくことが必要だと思います。
高島平地区	その他	地域住民の高齢化による購意欲の減退
高島平地区	その他	区内の仕事が他地区の業者に多く流れており、常々苦い思いをしています。
高島平地区	その他	セミナーを実施する際、参加者のアクセスを考えるとどうしても都心部の方が便利
高島平地区	不明	法人の減少
高島平地区	不明	どこで事業をやっても同じ。逆にうまくいくことで板橋のイメージを少しでも上げられれば良いと思います。
不 明	小売業・飲食店等	英仏のマイスター制の様な物作り、第一次産業に対する政策、安全な食生活が出きる社会や教育 便利で安価な物ばかり求める世の中よりも社会保障充実
不 明	その他	工業地域や準工業地域であるのにどんどん住宅がふえてしまい新たな工場用地が区内に確保できない。
不 明	その他	交通不便 情報不足

## 第5章 板橋区の地域活性化施策

本調査では、板橋区が実施する地域活性化を目的とした施策に対する認知度と施策に対して「良い施策だと思うか」といった評価を把握した。

### 調査結果の要旨

【板橋区の施策に対する認知度】 橋区が現在行っている施策に対して、どの程度認知しているのかを把握した。その結果、「板橋のいっぴん」に対する認知度が 53.2%と最も高く、次いで「板橋製品技術大賞」34.3%、「板橋十景選定」26.9%、「とれたて村」23.6%が続いている。

【板橋区の施策に対する評価】 板橋区が現在行っている施策に対して、どの程度評価しているのかを把握した。その結果、良い施策だと思うものとして「板橋のいっぴん」が40.8%で最も評価が高く、次いで「板橋製品技術大賞」28.8%、「板橋十景選定」18.7%、「とれたて村」17.7%が続いている。

### 1 区施策の周知

問 10 現在、板橋区が行っている施策について、ご存知のものをお選びください。【いくつでも】

板橋区が現在行っている施策に対して、どの程度認知しているのかを把握した。その結果、「板橋のいっぴん」に対する認知度が 53.2%と最も高く、次いで「板橋製品技術大賞」34.3%、「板橋十景選定」26.9%、「とれたて村」23.6%が続く。

「板橋のいっぴん」については、小売店・飲食店等や30代から50代の属性で認知割合が高く、区内居住者の地区別の結果では、どの地区においても認知度は6割以上であった。しかしながら、区外居住者の認知度は約3割程度で、板橋区内で働いているのにも関わらず、認知度は居住者の半分程度であることがわかった。

「板橋製品技術大賞」については、製造業では約45%の回答者が認知しており、認知度が高い。しかしながら、居住地域によって認知割合が異なっており、赤塚地区や高島平地区では認知度が30%に満たない。一方、その他地区では4割程度の認知度があるとともに、区外の居住者であっても認知割合が4割を超えている。

「板橋十景選定」については、板橋地区では約4割の回答者が認知しているものの、赤塚地区では2割程度にとどまっており、地区によって認知度に差がみられた。

「とれたて村」については、本ショップ出店場所に近い板橋地区や常盤台地区の認知度が高く、小売店・飲食店等の回答者の認知割合が高い。

図表5-1 事業所属性別にみた区施策の周知(MA)

区分	調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋緑宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品質賞	板橋Fine Works事業	KICC	コミュニティビジネスコンテスト	その他	回答なし	
合計	711 100.0	378 53.2	191 26.9	168 23.6	95 13.4	244 34.3	116 16.3	32 4.5	19 2.7	34 4.8	24 3.4	181 25.5	
所在地	板橋地区	229 100.0	127 55.5	75 32.8	69 30.1	55 **24.0	87 38.0	40 17.5	12 5.2	7 3.1	12 5.2	8 3.5	49 21.4
	常盤台地区	120 100.0	61 50.8	26 21.7	36 *30.0	11 9.2	38 31.7	12 10.0	4 3.3	1 0.8	4 3.3	1 0.8	31 25.8
	志村地区	129 100.0	70 54.3	35 27.1	20 /15.5	14 10.9	52 40.3	27 20.9	7 5.4	6 4.7	8 6.2	5 3.9	34 26.4
	赤塚地区	85 100.0	49 57.6	25 29.4	22 25.9	6 7.1	24 28.2	10 11.8	2 2.4	1 1.2	3 3.5	4 4.7	19 22.4
	高島平地区	130 100.0	66 50.8	25 19.2	18 13.8	8 6.2	39 30.0	25 19.2	7 5.4	4 3.1	6 4.6	6 4.6	39 30.0
	事業形態	本社・本店	473 100.0	235 49.7	107 22.6	94 19.9	54 11.4	168 35.5	91 *19.2	27 5.7	11 2.3	17 3.6	19 4.0
	支社・支店・営業所	61 100.0	31 50.8	16 26.2	12 19.7	5 8.2	30 49.2	13 21.3	5 8.2	1 1.6	11 **18.0	2 3.3	16 26.2
	工場・研究所	141 100.0	72 51.1	34 24.1	23 /16.3	9 /6.4	67 **47.5	32 22.7	9 6.4	8 *5.7	5 3.5	4 2.8	32 22.7
	個人営業	141 100.0	102 72.3	60 *42.6	62 **44.0	37 **26.2	33 //23.4	14 //9.9	3 2.1	5 3.5	6 4.3	3 2.1	26 18.4
	その他	14 100.0	6 42.9	5 35.7	2 14.3	0 0.0	4 28.6	1 7.1	0 0.0	0 7.1	1 **14.3	2 28.6	4
事業規模	10人未満	432 100.0	271 *62.7	129 29.9	129 *29.9	71 16.4	133 /30.8	54 //12.5	9 //2.1	12 2.8	19 4.4	15 3.5	86 19.9
	10人以上30人未満	149 100.0	72 48.3	40 26.8	20 //13.4	15 10.1	74 **49.7	41 **27.5	15 **10.1	5 3.4	10 6.7	5 3.4	30 20.1
	30人以上100人未満	55 100.0	25 45.5	15 27.3	12 21.8	6 10.9	25 45.5	16 29.1	7 *12.7	1 1.8	2 3.6	2 7.3	12 21.8
	100人以上300人未満	17 100.0	8 47.1	6 35.3	3 17.6	1 5.9	8 47.1	3 17.6	1 5.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 11.8
	300人以上	3 100.0	1 33.3	1 33.3	2 66.7	1 33.3	3 100.0	2 66.7	0 0.0	1 33.3	3 **100.0	0 0.0	0 0.0
	事業年数	3年未満	11 100.0	6 54.5	1 9.1	2 18.2	1 9.1	2 18.2	1 9.1	0 0.0	0 **27.3	3 0.0	0 27.3
3年以上10年未満		36 100.0	18 50.0	12 33.3	8 22.2	5 13.9	12 33.3	6 16.7	1 2.8	2 5.6	3 8.3	4 *11.1	8 22.2
10年以上30年未満		157 100.0	75 47.8	41 26.1	32 20.4	12 7.6	52 33.1	15 9.6	7 4.5	3 1.9	6 3.8	7 4.5	43 27.4
30年以上		455 100.0	277 60.9	136 29.9	123 27.0	77 16.9	178 39.1	94 20.7	24 5.3	14 3.1	22 4.8	13 2.9	78 17.1
中心業種	農業	6 100.0	5 83.3	3 50.0	2 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0
	建設業	19 100.0	10 52.6	4 21.1	4 21.1	2 10.5	7 36.8	4 21.1	1 5.3	0 0.0	1 5.3	0 0.0	4 21.1
	製造業	333 100.0	174 52.3	76 22.8	60 /18.0	30 /9.0	151 **45.3	73 *21.9	23 6.9	12 3.6	13 3.9	13 3.9	72 21.6
	小売店・飲食店等	142 100.0	103 72.5	64 **45.1	57 **40.1	40 **28.2	31 //21.8	13 //9.2	4 2.8	2 1.4	4 2.8	3 2.1	21 14.8
	その他	133 100.0	73 54.9	36 27.1	40 30.1	20 15.0	46 34.6	20 15.0	4 3.0	2 1.5	13 *9.8	7 5.3	25 18.8

図表5-2 回答者属性別にみた区施策の周知（MA）

区分		調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋緑宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし
合計		711 100.0	378 53.2	191 26.9	168 23.6	95 13.4	244 34.3	116 16.3	32 4.5	19 2.7	34 4.8	24 3.4	181 25.5
年 齢	10歳代・20歳代	4 100.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	1 *25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0
	30歳代	52 100.0	34 65.4	19 36.5	15 28.8	7 13.5	16 30.8	8 15.4	3 5.8	2 3.8	2 3.8	2 3.8	12 23.1
	40歳代	115 100.0	67 58.3	39 33.9	30 26.1	16 13.9	42 36.5	26 22.6	4 3.5	4 3.5	9 7.8	6 5.2	19 16.5
	50歳代	158 100.0	102 64.6	41 25.9	44 27.8	21 13.3	61 38.6	28 17.7	11 7.0	6 3.8	9 5.7	4 2.5	26 16.5
	60歳代	198 100.0	107 54.0	50 25.3	51 25.8	28 14.1	76 38.4	35 17.7	8 4.0	7 3.5	9 4.5	7 3.5	37 18.7
	70歳以上	131 100.0	64 48.9	41 31.3	28 21.4	22 16.8	46 35.1	19 14.5	5 3.8	0 0.0	4 3.1	5 3.8	37 28.2
	居 住 地 区	板橋地区	161 100.0	107 66.5	62 38.5	60 37.3	52 **32.3	63 39.1	24 /14.9	10 6.2	5 3.1	6 3.7	5 3.1
常盤台地区		92 100.0	60 65.2	28 30.4	36 *39.1	11 12.0	39 42.4	17 18.5	4 4.3	0 0.0	3 3.3	1 1.1	14 15.2
志村地区		94 100.0	59 62.8	30 31.9	22 23.4	11 11.7	41 43.6	21 22.3	5 5.3	6 6.4	6 6.4	3 3.2	18 19.1
赤塚地区		84 100.0	53 *63.1	18 21.4	22 26.2	8 9.5	23 27.4	11 13.1	3 3.6	1 1.2	3 3.6	4 4.8	13 15.5
高島平地区		84 100.0	52 *61.9	23 27.4	14 16.7	6 7.1	21 25.0	10 11.9	1 1.2	2 2.4	3 3.6	2 2.4	20 23.8
区外		139 100.0	45 //32.4	28 20.1	13 //9.4	6 //4.3	56 **40.3	32 **23.0	9 6.5	5 3.6	13 **9.4	9 **6.5	43 30.9

図表5-3 区の評価別にみた区施策の周知（MA）

区分		調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋緑宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし
合計		711 100.0	378 53.2	191 26.9	168 23.6	95 13.4	244 34.3	116 16.3	32 4.5	19 2.7	34 4.8	24 3.4	181 25.5
区 評 価	誇れる	175 100.0	107 61.1	59 33.7	47 26.9	35 20.0	87 49.7	48 27.4	13 7.4	10 5.7	15 8.6	2 /1.1	33 18.9
	やや誇れる	192 100.0	103 53.6	59 30.7	47 24.5	26 13.5	64 33.3	29 15.1	10 5.2	1 0.5	6 3.1	4 2.1	45 23.4
	どちらでもない	287 100.0	147 51.2	58 20.2	61 21.3	27 9.4	82 28.6	36 12.5	8 2.8	8 2.8	12 4.2	17 **5.9	78 27.2
	誇れない	44 100.0	17 38.6	12 27.3	10 22.7	6 13.6	9 20.5	3 6.8	1 2.3	0 0.0	1 2.3	1 2.3	17 38.6
	事 業 継 続	続けたい	422 100.0	238 56.4	123 29.1	101 23.9	67 15.9	163 38.6	83 19.7	21 5.0	15 3.6	23 5.5	14 3.3
出来れば続けたい		191 100.0	101 52.9	50 26.2	51 26.7	21 11.0	67 35.1	23 12.0	10 5.2	3 1.6	8 4.2	6 3.1	48 25.1
どちらとも言えない		80 100.0	30 37.5	16 20.0	12 15.0	7 8.8	13 16.3	9 11.3	1 1.3	1 1.3	3 3.8	4 5.0	34 42.5
続けたくない		11 100.0	6 54.5	1 9.1	3 27.3	0 0.0	1 9.1	1 9.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 45.5
居 住 環 境	住みやすい	328 100.0	196 59.8	102 31.1	96 29.3	55 16.8	121 36.9	58 17.7	14 4.3	13 4.0	19 5.8	7 2.1	72 22.0
	やや住みやすい	233 100.0	130 55.8	60 25.8	54 23.2	29 12.4	86 36.9	44 18.9	16 6.9	4 1.7	10 4.3	4 1.7	53 22.7
	どちらでもない	113 100.0	40 35.4	19 16.8	15 13.3	7 6.2	30 26.5	12 10.6	2 1.8	2 1.8	5 4.4	13 **11.5	38 33.6
	住みやすくない	29 100.0	10 34.5	9 *31.0	2 6.9	4 13.8	6 20.7	2 6.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	13 44.8

図表5-4 区施策の周知の相関(MA)

区分	調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋縁宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品質賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし
合計	711 100.0	378 53.2	191 26.9	168 23.6	95 13.4	244 34.3	116 16.3	32 4.5	19 2.7	34 4.8	24 3.4	181 25.5
板橋のいっぴん	378 100.0	378 **100.0	164 43.4	149 39.4	80 21.2	155 //41.0	82 //21.7	24 6.3	17 /4.5	22 //5.8	5 /1.3	0 0.0
板橋十景選定	191 100.0	164 85.9	191 **100.0	92 48.2	65 34.0	86 //45.0	47 //24.6	10 //5.2	12 6.3	14 /7.3	2 /1.0	0 0.0
とれたて村	168 100.0	149 88.7	92 54.8	168 **100.0	46 27.4	59 //35.1	29 //17.3	8 /4.8	8 4.8	10 /6.0	2 1.2	0 0.0
板橋縁宿事業	95 100.0	80 84.2	65 68.4	46 48.4	95 **100.0	45 //47.4	25 /26.3	7 7.4	8 8.4	14 14.7	2 2.1	0 0.0
板橋製品技術大賞	244 100.0	155 //63.5	86 //35.2	59 //24.2	45 //18.4	244 **100.0	88 36.1	27 11.1	18 7.4	25 10.2	4 1.6	0 0.0
板橋経営品質賞	116 100.0	82 //70.7	47 //40.5	29 //25.0	25 /21.6	88 75.9	116 **100.0	22 *19.0	16 13.8	15 12.9	2 1.7	0 0.0
板橋 Fine Works 事業	32 100.0	24 75.0	10 //31.3	8 /25.0	7 21.9	27 84.4	22 *68.8	32 **100.0	1 3.1	3 9.4	0 0.0	0 0.0
K I C C	19 100.0	17 /89.5	12 63.2	8 42.1	8 42.1	18 94.7	16 84.2	1 5.3	19 **100.0	9 **47.4	1 5.3	0 0.0
コミュニティビジネス コンテスト	34 100.0	22 //64.7	14 /41.2	10 /29.4	14 41.2	25 73.5	15 44.1	3 8.8	9 **26.5	34 **100.0	1 2.9	0 0.0
その他	24 100.0	5 /20.8	2 /8.3	2 8.3	2 8.3	4 16.7	2 8.3	0 0.0	1 4.2	1 4.2	24 **100.0	0 0.0

## 2 区施策の評価

問 11 現在、板橋区が行っている施策として、良い施策だと思うものをお選びください。【いくつでも】

板橋区が現在行っている施策に対して、どの程度評価しているのかを把握した。その結果、良い施策だと思うものとして「板橋のいっぴん」が40.8%で最も評価が高く、次いで「板橋製品技術大賞」28.8%、「板橋十景選定」18.7%、「とれたて村」17.7%が続いている。図表5-10から分かるように認知度が高い施策は評価が高い結果となり、認知度と評価の相関も強い（R2=0.987）ことから、板橋区で展開されている施策を認知している人は、施策に対する評価が高いことがわかる。

図表5-5 事業所属性別にみた区施策の評価（MA）

区分	調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋縁宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品質賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネスコンテスト	その他	回答なし	
合計	711	290	133	126	66	205	97	36	5	30	17	257	
	100.0	40.8	18.7	17.7	9.3	28.8	13.6	5.1	0.7	4.2	2.4	36.1	
所在地	板橋地区	229	97	51	52	35	69	36	12	11	3	71	
		100.0	42.4	22.3	22.7	*15.3	30.1	15.7	5.2	4.8	1.3	31.0	
	常盤台地区	120	44	19	19	5	36	11	3	4	3	45	
		100.0	36.7	15.8	15.8	4.2	30.0	9.2	2.5	3.3	2.5	37.5	
	志村地区	129	51	24	14	10	44	22	9	5	4	52	
		100.0	39.5	18.6	/10.9	7.8	34.1	17.1	7.0	1.6	3.9	3.1	40.3
赤塚地区	85	38	17	16	6	20	12	2	1	4	2	29	
		100.0	44.7	20.0	18.8	7.1	23.5	14.1	2.4	4.7	2.4	34.1	
	高島平地区	130	56	20	22	10	33	15	9	5	5	49	
	100.0	43.1	15.4	16.9	7.7	25.4	11.5	6.9	0.8	3.8	3.8	37.7	
事業形態	本社・本店	473	172	77	67	38	137	74	29	17	13	183	
		100.0	36.4	16.3	14.2	8.0	29.0	15.6	6.1	3.6	2.7	38.7	
	支社・支店・営業所	61	28	11	8	5	27	10	5	8	2	18	
		100.0	45.9	18.0	13.1	8.2	44.3	16.4	8.2	0.0	**13.1	3.3	29.5
	工場・研究所	141	52	21	16	9	61	25	7	2	3	52	
		100.0	36.9	14.9	11.3	6.4	**43.3	17.7	5.0	1.4	2.1	0.7	36.9
個人営業	141	81	40	45	23	30	16	4	1	7	4	34	
	100.0	57.4	28.4	**31.9	16.3	//21.3	11.3	2.8	0.7	5.0	2.8	24.1	
その他	14	5	3	3	0	3	2	0	0	1	2	4	
	100.0	35.7	21.4	21.4	0.0	21.4	14.3	0.0	0.0	7.1	**14.3	28.6	
事業規模	10人未満	432	215	94	96	51	114	49	10	18	10	130	
		100.0	*49.8	21.8	22.2	11.8	//26.4	//11.3	//2.3	0.9	4.2	2.3	30.1
	10人以上30人未満	149	49	22	17	9	64	32	14	9	2	54	
		100.0	//32.9	14.8	//11.4	6.0	**43.0	*21.5	*9.4	0.7	6.0	1.3	36.2
	30人以上100人未満	55	18	8	8	4	19	11	9	0	1	5	19
		100.0	32.7	14.5	14.5	7.3	34.5	20.0	**16.4	0.0	1.8	**9.1	34.5
100人以上300人未満	17	6	8	2	1	4	4	3	0	0	0	2	
	100.0	35.3	*47.1	11.8	5.9	23.5	23.5	*17.6	0.0	0.0	0.0	11.8	
300人以上	3	1	1	1	1	3	1	0	0	2	0	0	
	100.0	33.3	33.3	33.3	33.3	100.0	33.3	0.0	0.0	**66.7	0.0	0.0	
事業年数	3年未満	11	4	1	2	1	2	0	0	2	0	4	
		100.0	36.4	9.1	18.2	9.1	18.2	0.0	0.0	**18.2	0.0	36.4	
	3年以上10年未満	36	16	9	8	5	8	4	3	2	4	14	
		100.0	44.4	25.0	22.2	13.9	22.2	11.1	8.3	2.8	5.6	**11.1	38.9
	10年以上30年未満	157	63	28	23	7	41	14	6	1	2	4	59
	100.0	40.1	17.8	14.6	4.5	26.1	8.9	3.8	0.6	1.3	2.5	37.6	
30年以上	455	205	95	91	53	154	79	27	3	24	9	130	
	100.0	45.1	20.9	20.0	11.6	33.8	17.4	5.9	0.7	5.3	2.0	28.6	
中心業種	農業	6	4	1	1	0	1	1	0	0	1	1	
		100.0	66.7	16.7	16.7	0.0	16.7	16.7	0.0	0.0	*16.7	16.7	
	建設業	19	8	1	3	2	4	3	1	1	0	7	
		100.0	42.1	5.3	15.8	10.5	21.1	15.8	5.3	0.0	5.3	0.0	36.8
	製造業	333	131	54	40	25	125	56	25	3	11	9	110
	100.0	39.3	16.2	//12.0	7.5	**37.5	16.8	7.5	0.9	3.3	2.7	33.0	
小売店・飲食店等	142	86	40	46	25	26	12	2	0	6	1	36	
	100.0	*60.6	28.2	**32.4	*17.6	//18.3	//8.5	/1.4	0.0	4.2	0.7	25.4	
その他	133	52	31	32	12	41	21	7	1	10	5	43	
	100.0	39.1	23.3	24.1	9.0	30.8	15.8	5.3	0.8	7.5	3.8	32.3	

図表5-6 回答者属性別にみた事業所属性別にみた区施策の評価 (MA)

区分		調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋縁宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし
合計		711 100.0	290 40.8	133 18.7	126 17.7	66 9.3	205 28.8	97 13.6	36 5.1	5 0.7	30 4.2	17 2.4	257 36.1
年 齢	10歳代・20歳代	4 100.0	2 *50.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0
	30歳代	52 100.0	29 55.8	12 23.1	14 26.9	6 11.5	17 32.7	9 17.3	2 3.8	0 0.0	4 7.7	3 5.8	12 23.1
	40歳代	115 100.0	49 42.6	21 18.3	18 15.7	14 12.2	35 30.4	18 15.7	6 5.2	1 0.9	8 7.0	3 2.6	38 33.0
	50歳代	158 100.0	79 50.0	33 20.9	36 22.8	16 10.1	49 31.0	24 15.2	13 8.2	2 1.3	7 4.4	5 3.2	41 25.9
	60歳代	198 100.0	83 41.9	31 15.7	37 18.7	19 9.6	59 29.8	27 13.6	9 4.5	2 1.0	7 3.5	3 1.5	69 34.8
	70歳以上	131 100.0	48 36.6	36 *27.5	21 16.0	11 8.4	43 32.8	19 14.5	6 4.6	0 0.0	3 2.3	3 2.3	44 33.6
	居 住 地 区	板橋地区	161 100.0	81 50.3	42 26.1	45 28.0	31 **19.3	48 29.8	22 13.7	10 6.2	0 0.0	7 4.3	2 1.2
常盤台地区		92 100.0	44 47.8	20 21.7	18 19.6	6 6.5	31 33.7	14 15.2	5 5.4	0 0.0	2 2.2	2 2.2	26 28.3
志村地区		94 100.0	43 45.7	22 23.4	14 14.9	7 7.4	33 35.1	19 20.2	7 7.4	2 2.1	4 4.3	2 2.1	33 35.1
赤塚地区		84 100.0	41 48.8	16 19.0	18 21.4	9 10.7	20 23.8	11 13.1	0 /0.0	1 1.2	5 6.0	2 2.4	25 29.8
高島平地区		84 100.0	42 50.0	16 19.0	18 21.4	6 7.1	19 22.6	8 9.5	2 2.4	0 0.0	3 3.6	2 2.4	27 32.1
区外		139 100.0	38 /27.3	17 12.2	12 /8.6	7 5.0	52 **37.4	23 16.5	12 *8.6	2 1.4	9 6.5	7 *5.0	57 41.0

図表5-7 区の評価別にみた事業所属性別にみた区施策の評価 (MA)

区分		調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋縁宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし
合計		711 100.0	290 40.8	133 18.7	126 17.7	66 9.3	205 28.8	97 13.6	36 5.1	5 0.7	30 4.2	17 2.4	257 36.1
区 評 価	誇れる	175 100.0	81 /46.3	50 28.6	38 21.7	26 14.9	72 41.1	40 22.9	17 9.7	3 1.7	14 8.0	4 2.3	42 24.0
	やや誇れる	192 100.0	88 45.8	36 18.8	35 18.2	19 9.9	56 29.2	30 15.6	12 6.3	0 0.0	8 4.2	2 1.0	66 34.4
	どちらでもない	287 100.0	107 *37.3	37 12.9	43 15.0	14 4.9	66 23.0	23 8.0	5 /1.7	1 0.3	7 2.4	10 *3.5	118 41.1
	誇れない	44 100.0	9 20.5	8 18.2	7 15.9	7 *15.9	9 20.5	4 9.1	2 4.5	1 2.3	1 2.3	1 2.3	23 52.3
事 業 継 続	続けたい	422 100.0	186 44.1	99 23.5	76 18.0	47 11.1	141 33.4	73 17.3	29 6.9	4 0.9	22 5.2	10 2.4	128 30.3
	出来れば続けたい	191 100.0	77 40.3	26 13.6	35 18.3	18 9.4	52 27.2	21 11.0	6 3.1	0 0.0	7 3.7	3 1.6	74 38.7
	どちらとも言えない	80 100.0	20 25.0	5 6.3	12 15.0	1 1.3	12 15.0	3 3.8	1 1.3	1 1.3	1 1.3	4 **5.0	44 55.0
	続けたくない	11 100.0	5 45.5	2 18.2	2 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	6 54.5
居 住 環 境	住みやすい	328 100.0	155 47.3	80 24.4	75 22.9	35 10.7	103 31.4	49 14.9	19 5.8	3 0.9	16 4.9	4 1.2	100 30.5
	やや住みやすい	233 100.0	99 42.5	40 17.2	36 15.5	26 11.2	80 34.3	41 17.6	16 6.9	1 0.4	8 3.4	4 1.7	77 33.0
	どちらでもない	113 100.0	27 23.9	9 8.0	13 11.5	4 3.5	19 16.8	5 4.4	1 0.9	1 0.9	6 5.3	9 **8.0	59 52.2
	住みやしくない	29 100.0	7 24.1	3 10.3	1 3.4	1 3.4	3 10.3	2 6.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	16 55.2



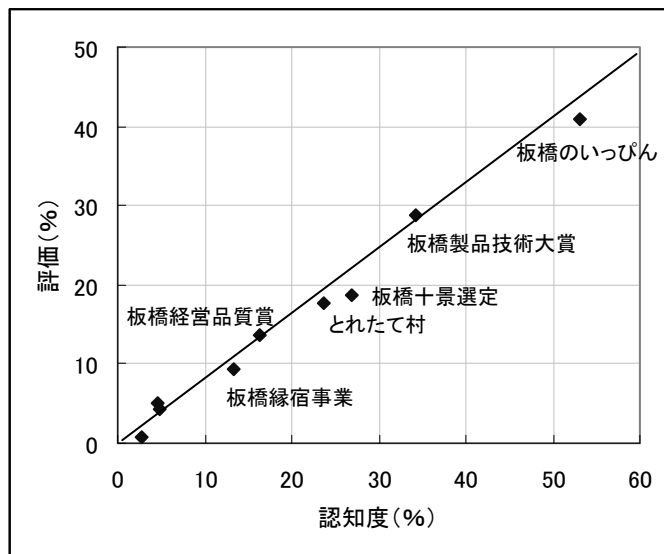
図表 5-8 施策の周知別にみた区施策の評価 (MA)

区分	調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋縁宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品質賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし	
合計	711 100.0	290 40.8	133 18.7	126 17.7	66 9.3	205 28.8	97 13.6	36 5.1	5 0.7	30 4.2	17 2.4	257 36.1	
施策の周知	板橋のいっぴん	378 100.0	280 **74.1	110 29.1	109 28.8	51 13.5	135 /35.7	67 //17.7	24 /6.3	3 0.8	19 /5.0	5 1.3	43 11.4
	板橋十景選定	191 100.0	132 69.1	108 **56.5	62 32.5	40 20.9	74 /38.7	39 /20.4	11 /5.8	2 1.0	10 5.2	4 2.1	19 9.9
	とれたて村	168 100.0	116 69.0	63 37.5	103 **61.3	29 17.3	50 /29.8	33 /19.6	9 /5.4	1 0.6	11 6.5	3 1.8	18 10.7
	板橋縁宿事業	95 100.0	59 62.1	37 38.9	33 34.7	54 **56.8	35 /36.8	20 21.1	8 8.4	1 1.1	10 10.5	2 2.1	6 6.3
	板橋製品技術大賞	244 100.0	124 //50.8	60 /24.6	46 //18.9	33 /13.5	177 **72.5	73 29.9	32 13.1	5 2.0	23 9.4	4 1.6	25 10.2
	板橋経営品質賞	116 100.0	63 //54.3	29 //25.0	23 //19.8	19 16.4	79 *68.1	77 **66.4	24 *20.7	4 3.4	11 9.5	3 2.6	8 6.9
	板橋 Fine Works 事業	32 100.0	15 /46.9	5 /15.6	6 18.8	3 9.4	22 68.8	16 *50.0	23 **71.9	0 0.0	0 0.0	1 3.1	2 6.3
	K I C C	19 100.0	13 68.4	5 26.3	9 47.4	6 31.6	14 73.7	12 63.2	4 21.1	4 **21.1	6 *31.6	1 5.3	1 5.3
	コミュニティビジネス コンテスト	34 100.0	16 /47.1	10 29.4	8 23.5	9 26.5	21 61.8	10 29.4	6 17.6	3 **8.8	22 **64.7	1 2.9	2 5.9
	その他	24 100.0	2 /8.3	2 8.3	1 4.2	1 4.2	5 20.8	2 8.3	1 4.2	0 0.0	0 0.0	13 **54.2	7 29.2

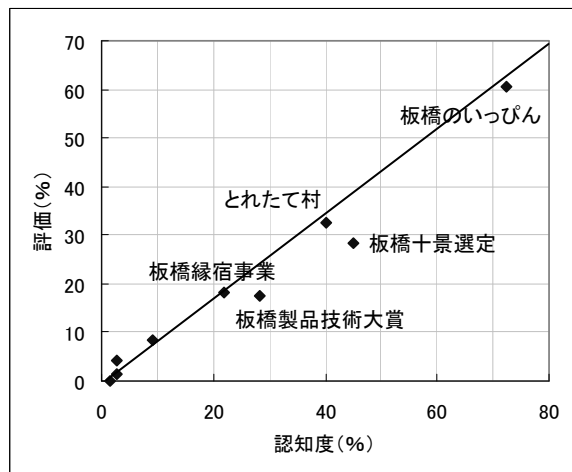
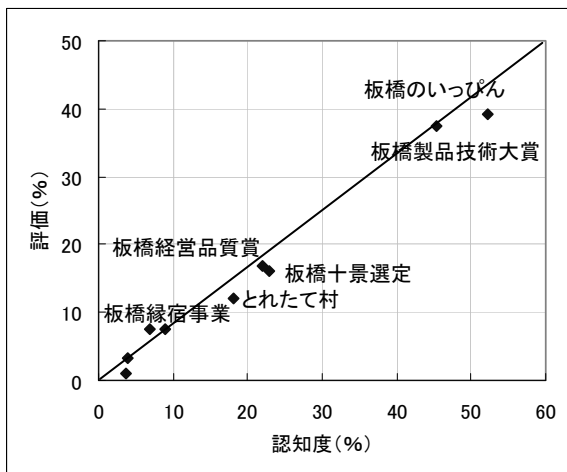
図表 5-9 区施策の評価の相関 (MA)

区分	調査数	板橋のいっぴん	板橋十景選定	とれたて村	板橋縁宿事業	板橋製品技術大賞	板橋経営品質賞	板橋 Fine Works 事業	K I C C	コミュニティビジネス コンテスト	その他	回答なし
合計	711 100.0	290 40.8	133 18.7	126 17.7	66 9.3	205 28.8	97 13.6	36 5.1	5 0.7	30 4.2	17 2.4	257 36.1
板橋のいっぴん	290 100.0	290 **100.0	97 33.4	97 33.4	45 15.5	110 //37.9	55 //19.0	18 //6.2	5 1.7	16 //5.5	2 /0.7	0 0.0
板橋十景選定	133 100.0	97 72.9	133 **100.0	55 41.4	35 26.3	57 //42.9	33 //24.8	8 //6.0	3 2.3	13 9.8	2 1.5	0 0.0
とれたて村	126 100.0	97 77.0	55 43.7	126 **100.0	28 22.2	41 //32.5	24 //19.0	6 //4.8	3 2.4	11 8.7	1 0.8	0 0.0
板橋縁宿事業	66 100.0	45 68.2	35 53.0	28 42.4	66 **100.0	29 //43.9	17 /25.8	5 7.6	2 3.0	9 13.6	0 0.0	0 0.0
板橋製品技術大賞	205 100.0	110 //53.7	57 //27.8	41 //20.0	29 //14.1	205 **100.0	78 38.0	30 14.6	4 2.0	20 9.8	3 1.5	0 0.0
板橋経営品質賞	97 100.0	55 //56.7	33 //34.0	24 //24.7	17 /17.5	78 80.4	97 **100.0	22 22.7	2 2.1	14 14.4	3 3.1	0 0.0
板橋 Fine Works 事業	36 100.0	18 //50.0	8 //22.2	6 //16.7	5 13.9	30 83.3	22 61.1	36 **100.0	2 5.6	3 8.3	2 5.6	0 0.0
K I C C	5 100.0	5 100.0	3 60.0	3 60.0	2 40.0	4 80.0	2 40.0	2 40.0	5 **100.0	3 60.0	0 0.0	0 0.0
コミュニティビジネス コンテスト	30 100.0	16 //53.3	13 43.3	11 36.7	9 30.0	20 66.7	14 46.7	3 10.0	3 10.0	30 **100.0	0 0.0	0 0.0
その他	17 100.0	2 /11.8	2 11.8	1 5.9	0 0.0	3 17.6	3 17.6	2 11.8	0 0.0	0 0.0	17 **100.0	0 0.0

図表5-10 区施策の認知と評価の関係



図表5-11 区施策の認知と評価の関係 (左：製造業 右：小売店・飲食店等)



## 第6章 板橋区の地域ブランド戦略

本調査では、板橋区が進めるブランド戦略に対して期待するものや、区のブランド戦略に対する意見・要望を自由に回答してもらった。

### 調査結果の要旨

〔ブランド戦略に対する期待〕板橋区が行うブランド戦略として期待しているものとして、最も高かったのは「商店街の活性化」で49.8%、次いで高かったのが「産業の活性化」で47.0%となっており、商業系と産業系の活性化への期待が約半数を占める。また、「区のイメージ向上」と回答した割合が41.6%となっており、板橋区自体のイメージ向上に期待する割合も高い。その他「人材育成」22.8%、「地域コミュニティの構築」19.3%などに対する期待が高い結果となった。

### 1 区ブランド戦略に対する期待

問 12 板橋区が行うブランド戦略に対して、期待しているものをお選びください。【いくつでも】

板橋区が行うブランド戦略として期待しているものとして、最も高かったのは「商店街の活性化」で49.8%、次いで高かったのが「産業の活性化」で47.0%となっており、商業系と産業系の活性化への期待が約半数を占める。また、「区のイメージ向上」と回答した割合が41.6%となっており、板橋区自体のイメージ向上に期待する割合も高い。その他「人材育成」22.8%、「地域コミュニティの構築」19.3%などに対する期待が高い結果となった。

「商店街の活性化」については、業種では小売店・飲食店等、年代では30代、居住地区では、多くの商店街が存在している板橋地区、常盤台地区での回答が多い。

「産業の活性化」については、業種では建設業や製造業、年代では40代から60代、居住地では、志村地区、高島平地区での回答が多い。

このように、地域や業種、年代等によって期待するものが異なっていることから、これらをいかに連携させ、相乗効果を出していくかが重要となる。

図表6-1 事業所属性別にみた区ブランド戦略に対する期待 (MA)

区分	調査数	人材育成	区のイメージ向上	産業の活性化	地域コミュニティの構築	産官学連携	農商工連携	農業の促進	産業観光の促進	商店街の活性化	その他	回答なし	
合計	711 100.0	162 22.8	296 41.6	334 47.0	137 19.3	91 12.8	59 8.3	57 8.0	84 11.8	354 49.8	13 1.8	113 15.9	
所在地	板橋地区	229 100.0	57 24.9	102 44.5	109 47.6	43 18.8	27 11.8	25 10.9	19 8.3	37 16.2	134 58.5	6 2.6	27 11.8
	常盤台地区	120 100.0	27 22.5	52 43.3	54 45.0	25 20.8	21 17.5	6 5.0	6 5.0	12 10.0	60 50.0	0 0.0	21 17.5
	志村地区	129 100.0	26 20.2	48 37.2	60 46.5	23 17.8	12 9.3	8 6.2	6 4.7	15 11.6	60 46.5	1 0.8	25 19.4
	赤塚地区	85 100.0	18 21.2	29 34.1	41 48.2	18 21.2	13 15.3	9 10.6	14 **16.5	4 /4.7	39 45.9	4 4.7	8 9.4
	高島平地区	130 100.0	31 23.8	59 45.4	63 48.5	26 20.0	18 13.8	11 8.5	10 7.7	15 11.5	56 43.1	2 1.5	24 18.5
	事業形態	本社・本店	473 100.0	95 20.1	190 40.2	238 50.3	88 18.6	71 15.0	39 8.2	29 6.1	51 10.8	216 45.7	9 1.9
支社・支店・営業所	61 100.0	14 23.0	30 49.2	34 55.7	14 23.0	10 16.4	5 8.2	6 9.8	9 14.8	31 50.8	0 0.0	10 16.4	
工場・研究所	141 100.0	36 25.5	56 39.7	86 *61.0	20 14.2	23 16.3	14 9.9	10 7.1	19 13.5	59 41.8	2 1.4	23 16.3	
個人営業	141 100.0	36 25.5	62 44.0	46 //32.6	32 22.7	13 9.2	13 9.2	17 12.1	19 13.5	97 **68.8	5 3.5	18 12.8	
その他	14 100.0	5 35.7	4 28.6	5 35.7	3 21.4	4 28.6	3 21.4	3 21.4	4 28.6	9 64.3	0 0.0	2 14.3	
事業規模	10人未満	432 100.0	102 23.6	182 42.1	207 47.9	91 21.1	45 /10.4	41 9.5	40 9.3	56 13.0	243 56.3	7 1.6	42 9.7
	10人以上30人未満	149 100.0	40 26.8	78 52.3	87 58.4	29 19.5	31 20.8	11 7.4	15 10.1	16 10.7	68 /45.6	4 2.7	16 10.7
	30人以上100人未満	55 100.0	14 25.5	25 45.5	30 54.5	9 16.4	11 20.0	7 12.7	1 1.8	10 18.2	27 49.1	2 3.6	4 7.3
	100人以上300人未満	17 100.0	3 17.6	6 35.3	7 41.2	7 *41.2	4 23.5	0 0.0	0 0.0	2 11.8	9 52.9	0 0.0	2 11.8
	300人以上	3 100.0	2 66.7	3 100.0	3 100.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 66.7	0 0.0	0 0.0
事業年数	3年未満	11 100.0	6 54.5	6 54.5	7 63.6	4 36.4	4 36.4	1 9.1	1 9.1	0 0.0	3 27.3	0 0.0	2 18.2
	3年以上10年未満	36 100.0	4 11.1	21 58.3	16 44.4	4 11.1	5 13.9	4 11.1	1 2.8	4 11.1	18 50.0	1 2.8	4 11.1
	10年以上30年未満	157 100.0	35 22.3	68 43.3	81 51.6	26 16.6	17 10.8	11 7.0	19 12.1	19 12.1	78 49.7	1 0.6	18 11.5
	30年以上	455 100.0	116 25.5	200 44.0	229 50.3	102 22.4	65 14.3	43 9.5	35 7.7	61 13.4	254 55.8	11 2.4	40 8.8
中心業種	農業	6 100.0	1 16.7	1 16.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 16.7	5 **83.3	0 0.0	3 50.0	1 **16.7	0 0.0
	建設業	19 100.0	4 21.1	11 57.9	11 57.9	6 31.6	5 26.3	4 21.1	3 15.8	2 10.5	9 47.4	0 0.0	2 10.5
	製造業	333 100.0	81 24.3	144 43.2	190 **57.1	53 15.9	47 14.1	23 6.9	24 7.2	38 11.4	153 45.9	6 1.8	38 11.4
	小売店・飲食店等	142 100.0	33 23.2	68 47.9	54 //38.0	38 26.8	17 12.0	16 11.3	15 10.6	28 19.7	103 *72.5	2 1.4	7 4.9
	その他	133 100.0	34 25.6	64 48.1	68 51.1	35 26.3	20 15.0	13 9.8	8 6.0	14 10.5	73 54.9	4 3.0	8 6.0

図表6-2 回答者属性別にみた区ブランド戦略に対する期待（MA）

区分		調査数	人材育成	区のイメージ向上	産業の活性化	地域コミュニティの構築	産官学連携	農商工連携	農業の促進	産業観光の促進	商店街の活性化	その他	回答なし
合計		711 100.0	162 22.8	296 41.6	334 47.0	137 19.3	91 12.8	59 8.3	57 8.0	84 11.8	354 49.8	13 1.8	113 15.9
年齢	10歳代・20歳代	4 100.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0	0 0.0
	30歳代	52 100.0	17 32.7	32 61.5	24 46.2	14 26.9	6 11.5	5 9.6	8 15.4	7 13.5	33 63.5	4 *7.7	3 5.8
	40歳代	115 100.0	37 32.2	56 48.7	64 55.7	28 24.3	18 15.7	10 8.7	11 9.6	17 14.8	61 53.0	3 2.6	8 7.0
	50歳代	158 100.0	33 20.9	74 46.8	87 55.1	30 19.0	23 14.6	16 10.1	13 8.2	18 11.4	79 50.0	2 1.3	11 7.0
	60歳代	198 100.0	48 24.2	74 37.4	108 54.5	44 22.2	26 13.1	16 8.1	17 8.6	29 14.6	108 54.5	1 0.5	16 8.1
	70歳以上	131 100.0	26 19.8	57 43.5	48 36.6	18 13.7	16 12.2	11 8.4	8 6.1	13 9.9	68 51.9	3 2.3	25 19.1
	居住地	板橋地区	161 100.0	48 29.8	80 49.7	77 47.8	38 23.6	20 12.4	20 12.4	16 9.9	30 18.6	99 61.5	5 3.1
常盤台地区		92 100.0	25 27.2	41 44.6	51 55.4	19 20.7	19 20.7	5 5.4	7 7.6	14 15.2	53 57.6	0 0.0	9 9.8
志村地区		94 100.0	19 20.2	35 37.2	45 47.9	22 23.4	9 9.6	7 7.4	5 5.3	12 12.8	52 55.3	0 0.0	13 13.8
赤塚地区		84 100.0	20 23.8	35 41.7	34 40.5	16 19.0	10 11.9	9 10.7	15 **17.9	4 /4.8	45 53.6	3 3.6	8 9.5
高島平地区		84 100.0	19 22.6	38 45.2	45 53.6	18 21.4	8 9.5	7 8.3	7 11.9	10 10.7	41 48.8	1 1.2	9 10.7
区外		139 100.0	31 22.3	64 46.0	80 57.6	23 16.5	25 18.0	11 7.9	4 /2.9	15 10.8	62 44.6	4 2.9	14 10.1

図表6-3 区の評価別にみた区ブランド戦略に対する期待（MA）

区分		調査数	人材育成	区のイメージ向上	産業の活性化	地域コミュニティの構築	産官学連携	農商工連携	農業の促進	産業観光の促進	商店街の活性化	その他	回答なし
合計		711 100.0	162 22.8	296 41.6	334 47.0	137 19.3	91 12.8	59 8.3	57 8.0	84 11.8	354 49.8	13 1.8	113 15.9
区評価	誇れる	175 100.0	50 28.6	69 39.4	94 53.7	39 22.3	28 16.0	20 11.4	16 9.1	32 18.3	98 56.0	3 1.7	22 12.6
	やや誇れる	192 100.0	45 23.4	82 42.7	86 44.8	43 22.4	20 10.4	14 7.3	16 8.3	28 14.6	105 54.7	6 3.1	32 16.7
	どちらでもない	287 100.0	53 18.5	121 42.2	129 44.9	43 15.0	36 12.5	20 7.0	19 6.6	20 /7.0	128 44.6	4 1.4	44 15.3
	誇れない	44 100.0	11 25.0	21 47.7	23 52.3	11 25.0	6 13.6	4 9.1	4 9.1	4 9.1	19 43.2	0 0.0	8 18.2
事業継続	続けたい	422 100.0	95 22.5	182 43.1	204 48.3	92 21.8	55 13.0	40 9.5	36 8.5	54 12.8	223 52.8	9 2.1	56 13.3
	出来れば続けたい	191 100.0	53 27.7	78 40.8	94 49.2	35 18.3	23 12.0	14 7.3	12 6.3	24 12.6	92 48.2	3 1.6	30 15.7
	どちらとも言えない	80 100.0	11 13.8	33 41.3	29 36.3	7 8.8	12 15.0	4 5.0	8 10.0	3 3.8	33 41.3	1 1.3	19 23.8
	続けたくない	11 100.0	1 9.1	2 18.2	6 54.5	3 27.3	1 9.1	1 9.1	0 0.0	3 27.3	4 36.4	0 0.0	3 27.3
居住環境	住みやすい	328 100.0	89 27.1	130 39.6	152 46.3	78 23.8	35 10.7	30 9.1	28 8.5	51 15.5	181 55.2	7 2.1	44 13.4
	やや住みやすい	233 100.0	48 20.6	111 47.6	113 48.5	43 18.5	37 15.9	24 10.3	25 10.7	28 12.0	117 50.2	4 1.7	35 15.0
	どちらでもない	113 100.0	18 15.9	40 35.4	56 **49.6	12 10.6	16 14.2	5 4.4	4 3.5	3 /2.7	40 /35.4	2 1.8	21 18.6
	住みやすいくない	29 100.0	6 20.7	14 48.3	12 41.4	4 13.8	3 10.3	0 0.0	0 0.0	2 6.9	13 44.8	0 0.0	8 27.6

図表6-4 区ブランド戦略に対する期待の相関(MA)

区分	調査数	人材育成	区のイメージ向上	産業の活性化	地域コミュニティの構築	産官学連携	農商工連携	農業の促進	産業観光の促進	商店街の活性化	その他	回答なし
合計	711 100.0	162 22.8	296 41.6	334 47.0	137 19.3	91 12.8	59 8.3	57 8.0	84 11.8	354 49.8	13 1.8	113 15.9
人材育成	162 100.0	162 **100.0	86 /53.1	101 62.3	53 32.7	32 19.8	28 17.3	25 15.4	32 19.8	104 /64.2	4 2.5	0 0.0
区のイメージ向上	296 100.0	86 /29.1	296 **100.0	163 55.1	75 /25.3	46 /15.5	34 //11.5	32 /10.8	48 /16.2	186 62.8	6 2.0	0 0.0
産業の活性化	334 100.0	101 30.2	163 48.8	334 **100.0	77 //23.1	61 18.3	40 /12.0	33 //9.9	49 /14.7	183 /54.8	4 1.2	0 0.0
地域コミュニティの構築	137 100.0	53 38.7	75 /54.7	77 //56.2	137 **100.0	26 19.0	25 18.2	23 16.8	26 19.0	94 68.6	4 2.9	0 0.0
産官学連携	91 100.0	32 35.2	46 /50.5	61 67.0	26 28.6	91 **100.0	19 20.9	11 12.1	18 19.8	48 //52.7	2 2.2	0 0.0
農商工連携	59 100.0	28 47.5	34 //57.6	40 /67.8	25 42.4	19 32.2	59 **100.0	23 **39.0	20 33.9	40 //67.8	3 5.1	0 0.0
農業の促進	57 100.0	25 43.9	32 /56.1	33 //57.9	23 40.4	11 19.3	23 **40.4	57 **100.0	15 26.3	41 71.9	3 5.3	0 0.0
産業観光の促進	84 100.0	32 38.1	48 /57.1	49 /58.3	26 31.0	18 21.4	20 23.8	15 17.9	84 **100.0	63 75.0	4 4.8	0 0.0
商店街の活性化	354 100.0	104 /29.4	186 52.5	183 /51.7	94 26.6	48 //13.6	40 //11.3	41 11.6	63 17.8	354 **100.0	6 1.7	0 0.0
その他	13 100.0	4 30.8	6 46.2	4 30.8	4 30.8	2 15.4	3 23.1	3 23.1	4 30.8	6 46.2	13 **100.0	0 0.0

## 2 区ブランド戦略に対する意見・要望

問 13 板橋区が行うブランド戦略に対して、ご意見やご要望がございましたら、下記の空欄に何でもご記入ください。【自由意見】

板橋区が行うブランド戦略について、意見や要望を自由記述方式で回答してもらった。

図表 6-5 区ブランド戦略に対する意見・要望 (F A)

所在地	業種	意見・要望
板橋地区	製造業	わざわざ人が集まってくるような地域という意味でのブランドが特殊な技術・分野におけるブランドなのか目指す方向性が弱い。現地点の延長ではブランド戦略とは名ばかりの単なる地域の為のお店紹介でしかない。
板橋地区	製造業	板橋区の玄関でもある板橋駅があまりにもみすぼらしいと思う。又駅周辺の開発が必要と思う。又板橋駅周辺の犯罪が日でも一番多発しているのに、交番がないのは…不思議に思っています。又ワンルームマンションが多すぎます→法で規制してほしい。
板橋地区	製造業	ブランドを確立しても大きなターミナル駅がないため、アピールする機会がないと思われる。せめて池袋駅でアピールできる場所があれば良いと思う。
板橋地区	製造業	1. 子供を育てやすい環境が整備されている板橋区 2. 高齢者が住みやすい板橋区
板橋地区	製造業	私は住んでいる所が神奈川なので区の広報及び都の広報をみることはありません。本来そこに書かれているのだと思いますが、板橋区は区民のための活動をきちんとしている方なのではないでしょうか？ただそれが区の中だけのことでたくさん他の地域の人に伝わっていきなくて損をしているように思われます。もっとアピールしてこんなに住みやすい！とわかってもらえれば人も多くなり商店も活気が戻ってくるのではと思います。
板橋地区	製造業	少子化に歯止めをかける区ブランド 大和町の環境をもっともっと日本一汚れている空気から日本一良い環境にしたというブランドを進めて下さい
板橋地区	製造業	“凶悪犯罪ゼロの町・いたばし!”を目標してほしい。先日の放火事件は超遺憾でした。二度とあってはならない。振り込めサギばかり…。人情・絆・豊かさ・安定・成長・向上を目指す町“いたばし”この町を心底愛してみたい。
板橋地区	製造業	地味な内容でもすこしづつ良くなる様な企画 従来のははなやかですが内容が板橋区の実状に合わない？
板橋地区	製造業	まだまだあかぬけしないので若い人をひきつける様な店や施設を作って欲しい
板橋地区	製造業	新エネルギーに対する技術開発、導入、電気自動車充電スタンドの促進を政策的にいち早く進め、エコタウン、スローライフの拠点としてブランド化できないか？
板橋地区	製造業	板橋区民のブランド戦略を徹底的に行ない板橋区民が宣伝マンになってくれるようにする。
板橋地区	製造業	先年は区制60周年とのことで、近隣の神社の掲示板に地域の方々から往事の風物及び写真を上げておられました。現在の住民の方々にも、例として都立北豊島高校の生徒さんが戦前～戦後に実習として旋盤を作り販売していた事なども何かで紹介してほしいと思います。
板橋地区	製造業	他の区と比較などしたりして区内だけでなくもっと宣伝した方がよいと思います。
板橋地区	製造業	ポローニャとのつながりを少々利として「板橋でイタメシ」といったような、地域戦略もありではないでしょうか？
板橋地区	製造業	商店街の活性化は重要である気がします。それぞれの街に大きな特徴を持たせなければ街の活性化にならない。インパクトのある、おもしろく楽しそうなキャッチコピーで、大きな宣伝も必要かと。
板橋地区	製造業	イナリ通りや旧中山道などの商店街はいつも元気ないなあと思います。埼玉の栗橋にある「クリーム」という子供の遊び場には室内のジャングルジム(ボールプール付)の様なものがあります。この様なものが板橋にもあると子育て(特に雨の日)に良いなあと思います。
板橋地区	製造業	民意を取り込む政策が出来る(可能な)ように変化してほしい。一方的施策の時代では無いと思います。また皆に公平では発展は望めません。頑張ってください。
板橋地区	製造業	板橋の「イタメシ」戦略で先づ板橋地区のイタリアンレストランをアピール。姉妹都市のイタリア「ポローニャ」の食との連携や産業との連携でショッパ誘致。10年を目度板橋の「イタリア」で観光？食？客を呼び寄せ定着させる。産業都市板橋から文化都市板橋に変容させる。区長にはお話をした事があります。
板橋地区	製造業	いなかのイメージが非常に強い
板橋地区	製造業	厳しい言い方かもしれませんが、選定だけではなく、区の産業を盛り上げる仕組み作りがあるとは思えない実情ではないでしょうか？
板橋地区	製造業	板橋区の歴史・文化を他区又は地方にも知らせて、観光も含め予算をついやしてもらいたい。
板橋地区	小売業・飲食店等	ブランド化する目的がよくわかりません。
板橋地区	小売業・飲食店等	地産地消の原動力になってほしいです。
板橋地区	小売業・飲食店等	中小企業の多い町です。ここで開発された技術商品ブランド化を進める事と思います。

所在地	業種	意見・要望
板橋地区	小売業・飲食店等	区内の全ての地域や産業などが平等に良くなるように…というのはムリなので、ある程度批判をおそれずに大胆なことをやって、全国的に注目を集めて欲しいです。残念ながら具体的にはうかびませんが…。
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋区のキャラクター「リンリンちゃん」の幅広い活用を。例えばへそ祭りのキャラクターに被せて使用させるとか、板橋のいっぴん案内に登用するとかe t c →キャラクターデザインをその旨に適したデザイン変更をして使用。
板橋地区	小売業・飲食店等	板橋のいっぴんをしりとも良いと思います。
板橋地区	その他	全国各地の自治体・商工・金融関係者と接点を有する機会がありますが、板橋区はブランド戦略はかなり進んでいる方だと評価を伺います。また私共もそのように考えています。さらなる発展の為に投資等期待致します。
板橋地区	その他	ものづくりをしている企業には販売面におけるサポートを更に強化してほしい。商店街の活性化についても、プレミアム商品券のようなインセンティブを継続的に行うような制度を検討して頂きたい。
板橋地区	その他	板橋区は法人事業所地区・商業地区・農業地域・住宅地域、またはそれらが混在している地域がありそれぞれが発展してきた区であると思います。多様な業態が連携して地域ブランドを構築していければ板橋を独自のブランド戦略になる得るのではないのでしょうか。
板橋地区	その他	「古い歴史」というイメージがあるも「歴史」への観光促進を期待します。
板橋地区	不明	そもそもブランドとは？もっと伝統的な古き良い物を大切にすることの方が良いのでは？
常盤台地区	製造業	ブランドって何ですか？条件？
常盤台地区	製造業	板橋は生活するにはとても良いところですが、区内に1ヶ所ぐらい外部の人が訪れたい、あるいは遊びに行きたいと思う街（駅）があっても良いのでは？と思います。例えば「下北沢」や「巣鴨」など。
常盤台地区	製造業	ブランドとして住民に認められるには、まずその事業者や従業員のモラルが問われると思います。互いに共存し合うにはルールを守るといった基本的な姿勢が必要であり、それらを行政側に指導して頂ければと思うことがしばしばあります。
常盤台地区	製造業	区職員ならばどの会社でも担当者が会ってくれるのだから、区内企業の営業員となって仕事を戻してきてはどうか。
常盤台地区	製造業	特にないが、活性化できるような事をどんどんトライしてみれば良い
常盤台地区	製造業	印刷業と製本業が他の区よりも活性化されるようにご支援賜りたい。
常盤台地区	製造業	板橋区ブランドには特にこだわりはありません。もっと大きな視野で内需拡大消費を拡大し景気回復を願っています。
常盤台地区	製造業	伝統工芸・宿場街というコンセプトで、今後の街づくりをすすめたらおもしろい。B a c k t o “江戸”
常盤台地区	小売業・飲食店等	板橋区はかつて光学の町として光学産業にたずさわる企業何100社と言われておりました。戦後以降に栄えた光学産業こそかつて板橋区のブランドであったように思います。
常盤台地区	小売業・飲食店等	小さい路線バスを運行して各地域に行きやすくしてもっと板橋を知ってもらおう。
常盤台地区	小売業・飲食店等	板橋という概念ではなく、全国区の板橋のブランドであって欲しい。「板橋」というイメージがすぐ頭に浮かぶようなもの 光り輝く様な
常盤台地区	小売業・飲食店等	商店街・町会等と呼びかけて若い人等を集め、やる気のある人材を育てて行けば良いと思います
常盤台地区	小売業・飲食店等	板橋区を象徴するイメージをもっと強く発信してほしい。和菓子屋ですが、地区と比較して規模は小さいのだけれど店舗数は23区で一番多いと思います。他業種小売店も似たような状況だと思います。この少規模多店舗の特徴を使ってもっとネットワークをつくり上げられないか？
常盤台地区	小売業・飲食店等	都内の中で板橋区のイメージアップに繋がるイベントを計画する。実践。
常盤台地区	その他	板橋というと製本や工場のイメージが強いので、今後はそれ以外の分野も活性化させてほしい。
常盤台地区	その他	ブランド戦略についての認知度を高めるアクションをよろしくお願いします。
常盤台地区	その他	本当に良い物は何か等キッチンとレベルチェックしてブランド化を行ってほしいし、その上でその業種において国内全国、海外への進出の手助けを行ってほしい。例えば商品コンクールで優勝は区で使用し、都に推奨し、国の評価（各種検査が受けられる）スカラシップを行ってほしい。
常盤台地区	その他	エコブーム・健康ブームなので、遊歩道やサイクリングロードを増やすというのはどうか。
志村地区	建設業	板橋区に住む人のほとんどが地方から移住して来た人と元々住んでいた人とあるが、それ以外に隣の区（北区・練馬区・文京区）からもっと移住して来るような魅力の区にする方向にして頂きたいです。
志村地区	製造業	板橋区って以外とがんばってるなーと来てみて思った。産業支援や活性化などがもっとこの辺の広報してもよいと思う。住民がふえれば注目をあびる。
志村地区	製造業	板橋区は区の観光事業についてもっと力を入れるべき 板橋十景等を大々的にPRして板橋区に人を呼び込む必要有り そうすれば地域の商店も活性化される
志村地区	製造業	昔からある技術を見直しそれを先端技術に結びつけ、国内はもとより外国、特に新興国を中心に売り込む。但し安値の勝負はせず、高付加価値をつける。
志村地区	製造業	区内生産品の常設展示場の開設 区内工場における生産休止設備等の有効活用への助成
志村地区	製造業	すみやすい環境を生かして介護N o 1 を目指して老人がすみやすい街にする。
志村地区	製造業	東京都内でありながら製造企業が多いイメージがある。それぞれの企業は環境に配慮したもののづくりを行っている。製品から製造・廃棄物に至るまで。CSR意識の高い企業の集まっている区。日本のものづくりを都内からリードしている区というアピールもできるのではないか？



所在地	業種	意見・要望
志村地区	製造業	当社ブランドでは製品を出していません。開発依頼や製作依頼を受け設計・製作しています。区内企業のほとんどは独自製品を持っていないと思いますので、こういった企業にも目を向けて欲しいと思います。
志村地区	小売業・飲食店等	区内で製造する商品を地味でもPRを続ける事は良いと思う。食品・工業製品etc.
志村地区	小売業・飲食店等	板橋区内の商業組合が区のイメージを上げるべくブランド商品を販売しているので大いに応援して欲しい。米「二輪草」酒「二輪草」和菓子“いたばし最中”等あります。
志村地区	その他	区のとやっていることが見えません。区のホームページを見ても問10の施策の片鱗もありません。可視化に工夫を！
志村地区	その他	板橋いっぴんは、商品がとても良いがお店側は少々天狗になっている店があった。その商品だけでなく、サービス精神、売る側にも謙虚さがあるならもっと良い品物へつなげると思う。どんなに良い品でも高い目線で物事を言われると…どうかと思う。高級ブランドを売る側も高い品物だけにクオリティも高めているのと同じ。もう少し1年ずつ審査して、店も中身もいっぴんとなるこだわりを再検討して欲しい。
志村地区	その他	板橋にはSB食品などもあり、またカレーの店も多いので「カレーの板橋」としてブランドを開発してはどうでしょうか。例えば「板橋カレーパン」を作るなど。
志村地区	その他	光学の板橋を全国ブランドに
志村地区	不明	企業経営が非営に有利な街と評判になる様な特徴を持った区になる為に、ご協力出来れば幸いです。
赤塚地区	農業	板橋のブランド物を作る前にもっとほかの所に力をいれてほしい。(例:区民祭や農業祭、花火大会などをもう少しメジャーなものにする。前に朝日新聞で高島平団地は貧乏人が住む所と書かれていた)
赤塚地区	製造業	・商店街がさびれすぎ ・野球場を作って欲しい(ちゃんとしたやつ) ・メジャーな大学を誘地してみたら ・電線を地下に埋設する。狭い道路に電線がありすぎ。見苦しい。 ・秋葉原や御徒町のように特定の店を誘地する。〇〇を買うなら板橋区のように。
赤塚地区	製造業	板橋のいっぴん事業について…さまざまな催事に参加が多すぎると思う。お祭りさおぎと賞品等のバラマキで自店のいっぴん品の売り上げはどうなっているんだろうかと思う。板橋のいっぴんに選ばれたらそれなりにその地域の中で一番となれるよう地域で売り上げていけばよいと思う。今の方向ではお祭りやである気がする。足もとを見つめた方がよいと思う。
赤塚地区	小売業・飲食店等	本やパンフレットなど活字媒体にて世間に告知してほしい。なぜなら弊社においては効果的であったから。
赤塚地区	小売業・飲食店等	ブランド同志がコラボレーションすればもっとブランドの価値があがると思う。
赤塚地区	小売業・飲食店等	地域の一番●の紹介。各地域での便利性をPRしたい。
赤塚地区	その他	板橋のいっぴんに発足当日厳しい条件のもと初足しましたがこの頃なんの品も一品となり厳しい品さだめが考へたいと思います
赤塚地区	その他	やっぱり地域コミュニティが大事でしょう
赤塚地区	その他	地元の商店街がさびれている。何か地元商店街を活性化する方法はないか？例えばおいしいスイーツ(和・洋菓子)を10店舗あつめた「スイーツ広場」をつくる。電気屋さん10舗あつめて「出張修理サービス広場」「パソコン使い方サービス広場」をつくる。
赤塚地区	その他	他区にない独自の思考、形にとらわれない感性等を持ち、オリジナリティあるブランド戦略を期待致します。
赤塚地区	不明	成増の商店街の様に一見賑わっている風に見えるものの、コンビニ・ファストフードのチェーン店・パチンコ・ドラッグストアと、本来の商店街とは程遠い、文化と教養の無い町はいかがなものでしょう。情けない限りです。店主の高齢化、後継者育成の失敗が今日の商店街にしまったのでしょ。
赤塚地区	不明	ここ数年前より産業活性化推進室西様阿南様が来社していただき各人にお電話して紹介していただき誠に本当にありがたいと思っております。色々とおそわれること、文章ひとつ書けないけど来社して御指導していただきほんとうにありがとうございました。気力がでてまいりました。
高島平地区	製造業	エコに関する区からの認証や、製造業には品質にこだわっている認証とうの発行
高島平地区	製造業	大学だけでなく小中高校生も参加できる産官学連携が必要では？
高島平地区	製造業	板橋区の地域活性化目的とした様々な施策を更に推進していけば、立派なブランドに育っていくと考えます。
高島平地区	製造業	板橋各地区の特徴を生かしたまち作り 工業・商業・農業、伝統・文化それぞれいいものがたくさんあります
高島平地区	製造業	都内では田舎のイメージがあるようなので、もっと田舎の良さをアピールしてはどうでしょうか(自然を活かした祭り等)
高島平地区	製造業	板橋区が行うブランド戦略は非常に良い企画と思います。板橋産連・商工会議所(板橋)・商店連合会など関係団体会社役員の方の全知能を集めて、立派な実行できる企画を造って下さい。
高島平地区	製造業	区内統一ブランド、認定企業・産業・商品、りんりんちゃんの活用
高島平地区	製造業	板橋区は福祉がすごく他の区にくらべると良さそうな気がする。歴史を生かしてブランド立●地域のすばらしい産業そして荒川区とかの自然を生かしたブランドづくりをお願いしたいです。
高島平地区	製造業	“ブランド”という派手さより、助成金サポートや特許調査、市場調査等の地味な手段が欲しい。
高島平地区	小売業・飲食店等	異業種交流の活発、連払を強化
高島平地区	小売業・飲食店等	板橋の情報を知る場面・機会が少ないので、イマイチ興味がわきにくい。元々のんびり気質の区民なので積極的に情報を集める事はしないと思います。とにかく情報を得る場を多くし、区民をその気にさせるような進め方が好ましいと思います。

所在地	業種	意見・要望
高島平地区	小売業・飲食店等	前述の“ガイナ”は環境・エコ対策の切り札になり得る商材です。板橋ブランド戦略の柱として応援して望しい。
高島平地区	小売業・飲食店等	例：前年同期は板橋いっぴん商連から話が来てお客様よりおいしかったよ今年はどうしてマラソンに出品しないの？と声掛けられうれしかったが今年は抜いの話が来なくて残念です。板橋商連に入っていないと声はかからないでしょうか？
高島平地区	その他	大型ショッピングセンターに対抗できる集客事業を実施したい。具体的に何をどうすれば良いかはわからないが、このままでは地域の地元商店街は衰退する道しか残っていない。
高島平地区	その他	かくれた優良企業（人材）をPRし、区内企業のイメージを向上させたい ex. 「人材育成に熱心な共に育てる企業」「働きがいのある企業」など
高島平地区	不明	ブランド戦略とは何ですか。1 板橋をどんなまちにしたいか。2 どんな人に住んでほしいか。3 その人たちに何をしてほしいのか。
不 明	小売業・飲食店等	器に金をかけるより人の豊かさに支払いを
不 明	その他	外国ではまねのできない、板橋の工業製品の質の高さ、高度な技術力などをもっとアピールして、区自体のイメージを高級なイメージにしてゆきたい。

# 参考資料

## 1 調査票

「地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究」事業者アンケート調査 (表面 問1から 裏面 問18まで ご回答をお願いいたします。)

■ まず始めに、貴事業所の所在地および形態についてお伺いいたします。

問1 貴事業所の所在地について、あてはまるものを下記よりお選びください。(複数ある場合は主となる事業所)【1つだけ】

1. 板橋地区 (新板橋・板橋区役所前・板橋本町・大山・中板橋周辺エリア)
2. 常盤台地区(ときわ台・上板橋・小竹向原周辺エリア)
3. 志村地区 (本郷沼・志村坂上・志村三丁目周辺エリア)
4. 赤塚地区 (東武赤塚・下赤塚・成増・地下鉄赤塚・地下鉄成増周辺エリア)
5. 高島平地区(池袋・西台・高島平・西高島平・浮間舟渡周辺エリア)

問2 貴事業所の区内での事業形態について、あてはまるものを下記よりお選びください。【いくつでも】

1. 本社・本店
2. 支社・支店
3. 営業所
4. 工場・研究所
5. 個人営業
6. その他( )

■ 板橋区に対する思いについてお伺いいたします。

問3 板橋区を取引先に認める(自慢できる)区だと思いますか。【1つだけ】

1. 認める
2. やや認める
3. どちらでもない
4. あまり認めない
5. 認めない

問4 今後板橋区内で事業を続けたいと思いますか。【1つだけ】

1. 続けたい
2. 出来れば続けたい
3. どちらとも言えない
4. 出来れば続けたくない
5. 続けたくない

問5 板橋区は居住する上で、住みやすい区だと思いますか。【1つだけ】

1. 住みやすい
2. やや住みやすい
3. どちらでもない
4. あまり住みやすい
5. 住みやすい

問6 板橋区と、その周辺市・区のイメージとして、それぞれの市・区ごと、あてはまると感じる項目を選び、数字に○を付してください。あてはまると感じた項目については、いくつ○を付しても構いません。【市・区ごとに、いくつでも】

市・区	1.先進的である	2.伝統的である	3.活気がある	4.安心できる	5.成長している	6.安定している	7.豊かである	8.人情的である
(ア)板橋区								
(イ)北区								
(ウ)練馬区								
(エ)豊島区								
(オ)和光市								
(カ)戸田市								

■ 続いて、板橋区内の資源についてお伺いいたします。「板橋ブランド」では、区の魅力を高め、区内の事業所や商品、技術などキラリと輝き、競争力を高める仕組みをつくることを目的としています。

問7 板橋区内で事業をしていて、板橋区内の特徴的な企業、商品や人物、注目しているもの、あるいは思いが光りそうなのなどがございましたら、どのようなものでも結構ですので、なるべく具体的に以下の5つの観点からお答えください。(例:○○製菓の工場直売のできたてかりん糖はホカホカで絶品、空き店舗対策のビジネスプランを構築・実現させたゲーム博物館、など)【自由意見】

○技術など

○伝統や文化など

○店・まちなど

○食、農など

○人(組織)など

○その他(貴事業所の商品や上記にあてはまらないもの)

■ 上記問7の記載内容について、別途お話を伺わせて頂いても差し支えなければ、ご連絡先をご記入ください。

事業所名	ご担当者名
	〒
連絡先	TEL
	E-Mail

「地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究」事業者アンケート調査 (表面 問1から 裏面 問18まで ご回答をお願いいたします。)

■ 続いて、板橋区内で事業をしていて感じることにしてお伺いいたします。

問8 現在、板橋区で事業をしていて悩んだり、不足していると感じていることはありますか。【いくつでも】

1. 人材育成の確保(高齢化・後継者不足等)
2. 組織体制の未確立
3. 研究・技術開発力不足
4. 消費者ニーズの把握不足
5. 商品開発の遅れ
6. 販売力の不足
7. 流通ネットワークの整備の遅れ
8. 企業イメージの低さ
9. 企業認知度の低さ
10. その他( )

問9 上記以外で、板橋区内で事業をしていて悩んだり、不足していると感じていること等がありましたら、下記の空欄に何でもご記入ください。【自由意見】

■ 最後に、貴事業所の概要およびあなた自身についてお伺いいたします。

問10 貴事業所の業種について、板橋区内の事業所で最も中心的な業種をお選びください。【1つだけ】

1. 農業
2. 建設業
3. 製造業
4. 運輸業
5. 電気・ガス・熱供給・水道業
6. 情報通信業
7. 卸売・小売業
8. 金融・保険業
9. 不動産業
10. 飲食店・宿泊業
11. 医療・福祉業
12. 教育・学習支援業
13. その他サービス業
14. 公務
15. その他( )

問11 貴事業所は設立して(板橋区内で事業を始めて)何年になりますか。【1つだけ】

1. 1年未満
2. 1年以上3年未満
3. 3年以上5年未満
4. 5年以上10年未満
5. 10年以上20年未満
6. 20年以上30年未満
7. 30年以上

問12 貴事業所の板橋区内の会社規模として、あてはまるものをお選びください。【1つだけ】

1. 3人以下
2. 4~9人
3. 10~19人
4. 20~29人
5. 30~49人
6. 50~99人
7. 100~299人
8. 300人以上

問13 板橋区が行うブランド戦略に対して、ご意見やご要望がございましたら、下記の空欄に何でもご記入ください。【自由意見】

■ 板橋区では現在、地域活性化を目的とした様々な施策が実施されています。そこで、板橋区内で実施されている施策についてお伺いいたします。

問14 現在、板橋区が行っている施策について、ご存知のものをお選びください。【いくつでも】

1. 板橋のいっぴん
2. 板橋十景選定
3. とれたて村
4. 板橋縁宿事業
5. 板橋区製品技術大賞
6. 板橋経営品質賞
7. 板橋 Fine Works 事業
8. KICC
9. コミュニティビジネスコンテスト
10. その他( )

問15 現在、板橋区が行っている施策として、良い施策だと思えるものをお選びください。【いくつでも】

1. 板橋のいっぴん
2. 板橋十景選定
3. とれたて村
4. 板橋縁宿事業
5. 板橋区製品技術大賞
6. 板橋経営品質賞
7. 板橋 Fine Works 事業
8. KICC
9. コミュニティビジネスコンテスト
10. その他( )

■ 今後、板橋区がブランド戦略(ブランドを活用した地域活性化)を進めることについてお伺いいたします。

問16 板橋区が行うブランド戦略に対して、期待しているものをお選びください。【いくつでも】

1. 人材育成
2. 区のイメージ向上
3. 産業の活性化
4. 地域コミュニティの構築
5. 産官学連携
6. 農商工連携
7. 農業の促進
8. 産業観光の促進
9. 商店街の活性化
10. その他( )

問17 あなたは現在、どの地域に居住していますか。【1つだけ】


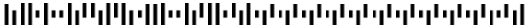
1. 板橋地区(新板橋・板橋区役所前・板橋本町・大山・中板橋周辺エリア)
2. 常盤台地区(ときわ台・上板橋・小竹向原周辺エリア)
3. 志村地区(本郷沼・志村坂上・志村三丁目周辺エリア)
4. 赤塚地区(東武赤塚・下赤塚・成増・地下鉄赤塚・地下鉄成増周辺エリア)
5. 高島平地区(池袋・西台・高島平・西高島平・浮間舟渡周辺エリア)
6. 区外( )市・区・町・村

問18 あなたの年齢について、あてはまるものをお選びください。【1つだけ】

1. 10歳代
2. 20歳代
3. 30歳代
4. 40歳代
5. 50歳代
6. 60歳代
7. 70歳代
8. 80歳代以上

以上です。ご協力ありがとうございました。 板橋区 産業経済部 産業振興課(産業創発係)

2 返信用封筒

 料金受取人払郵便 麴町支店承認 <b>3385</b> 差出有効期間 平成21年 12月31日まで (切手不要)	1 0 2 - 8 7 9 0 2 1 8	東京都千代田区一番町25番地 全国町村議員会館3階	財団法人 地方自治研究機構 調査研究部 アンケート調査担当 行
			
<p>このアンケート調査は、板橋区と財団法人地方自治研究機構の共同調査研究「地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究」の一環として実施するものです。</p> <p>板橋区産業振興課（産業就労係） 電話（03）3579-2172</p>			



## 委員会名簿



地域ブランドの発掘・活用による地域活性化に関する調査研究（東京都板橋区）

委員名簿

委員長	望月 照彦	多摩大学経営情報学部 教授
委員	高沢 修一	大東文化大学 経営学部専任講師
	吉村 健正	東京商工会議所板橋支部 副会長
	齊藤 得弥	板橋区商店街連合会 青年部長
	安藤 由美	板橋いっぴん会
	日野 勝弘	観光ボランティア
	荻野 耕一	若葉の会（若手農業者の会）
	橋本 一裕	板橋区産業経済部長
	中島 次男	(財)地方自治研究機構 事務局長
事務局	寺西 幸雄	板橋区 産業振興課 課長
	町田 賢治	板橋区 産業振興課 産業就労係 係長
	風間 智晴	板橋区 産業振興課 商工振興係 副係長
	飯田 靖雄	板橋区 産業振興課 経営支援係
	徳永 千尋	板橋区 産業活性化推進室 事業第一グループ
	石井 紀晴	板橋区 産業活性化推進室 事業第二グループ
	江原 宏美	板橋区 くらしと観光課 観光振興グループ
	成田 健伸	板橋区 くらしと観光課 事業推進グループ
	豊田 篤郎	板橋区 赤塚支所 都市農業係 副係長
	平林 正子	(財)地方自治研究機構 調査研究部 研究員
	小野瀬 孝之	(財)地方自治研究機構 調査研究部 研究員
	濱野 貴裕	(財)地方自治研究機構 調査研究部 研究員

基礎調査機関

田中 章雄	(株)ブランド総合研究所 代表取締役社長
永野 貴義	(株)ブランド総合研究所 コンサルタント
轟 直希	(株)ブランド総合研究所 アナリスト

(順不同、敬称略)





発行 平成 22 年 3 月

**板橋区産業経済部産業振興課**

〒173-8501 板橋区板橋 2-66-1

TEL 03(3579)2172 FAX 03(3963)6441

**財団法人 地方自治研究機構**

〒102-0082 東京都千代田区一番町 25 番地

全国町村議員会館 3 階

TEL 03(3237)1411(代) FAX 03(3237)1418

印刷 日本印刷株式会社



