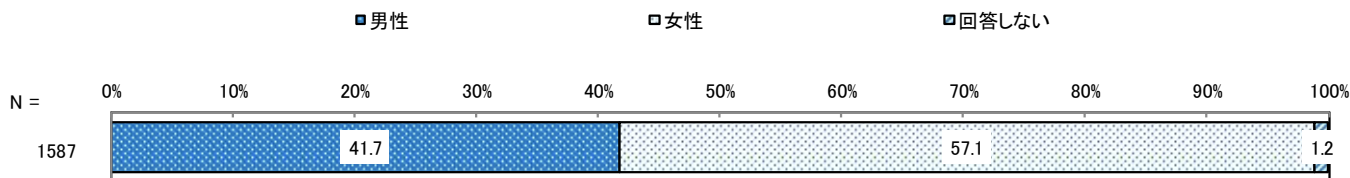


第4章 区民意識調査

1 回答者情報

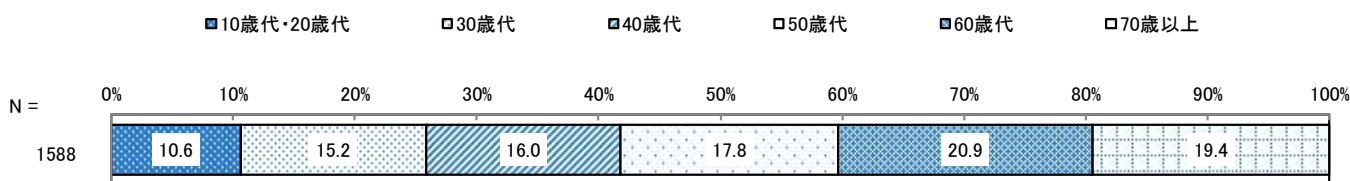
(1) 性別

図表3-1 性別(SA)



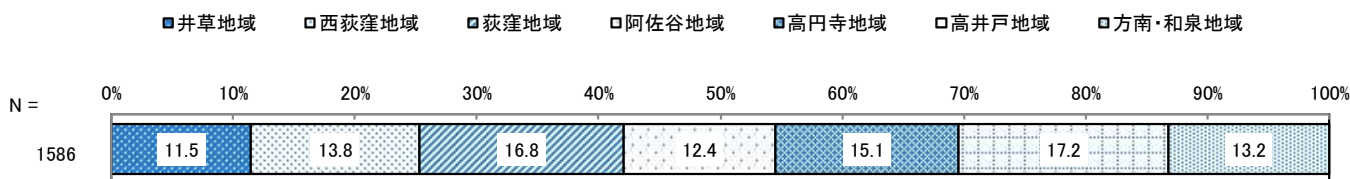
(2) 年齢

図表3-2 年齢(SA)



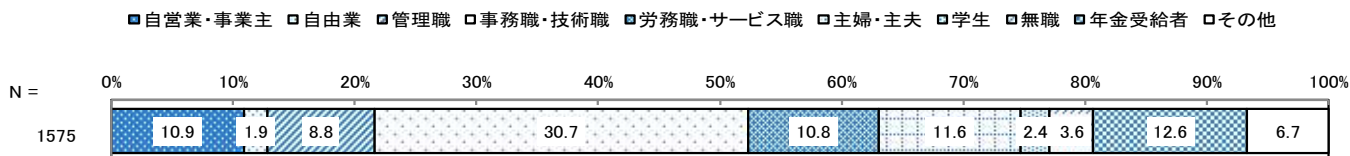
(3) 居住地域

図表3-3 居住地域(SA)



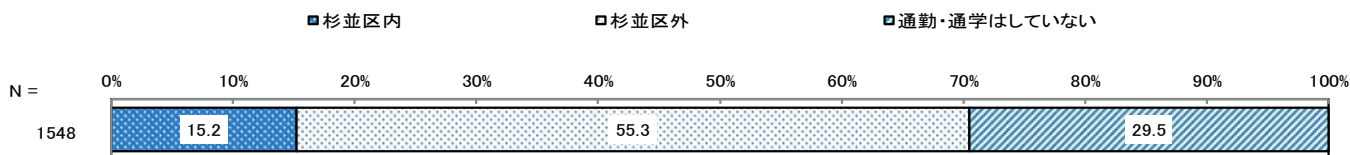
(4) 職業

図表3-4 職業(SA)



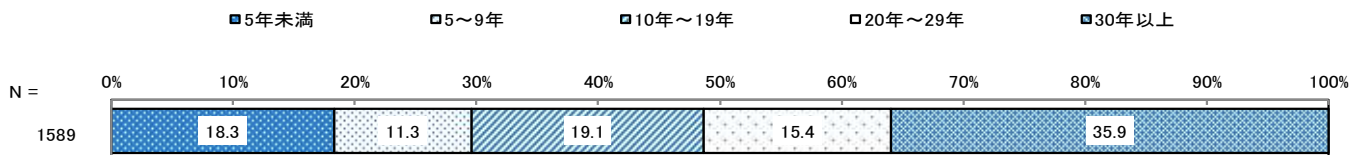
(5) 通勤・通学先の所在地

図表3-5 通勤・通学先の所在地(SA)



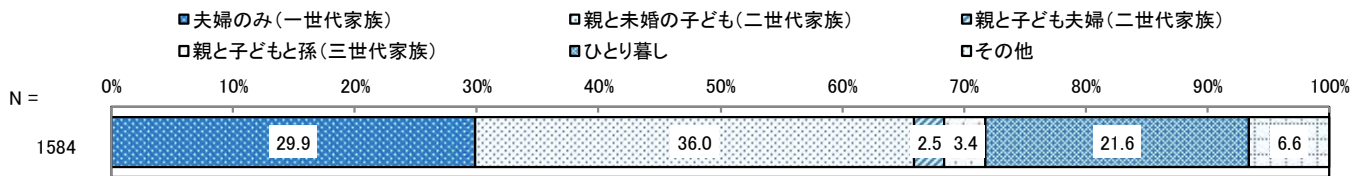
(6) 杉並区での居住年数

図表3-6 杉並区での居住年数(SA)



(7) 家族構成

図表3-7 家族構成(SA)



2 日常生活の意識

(1) 住んでいる地域の現在のイメージと今後定着してほしいイメージ

問8 あなたがお住まいの地域について、①現在抱いているイメージと、②今後定着してほしいイメージをお伺いします。【地域特性の選択肢】の中からお選びください。(番号はいくつでも記入)

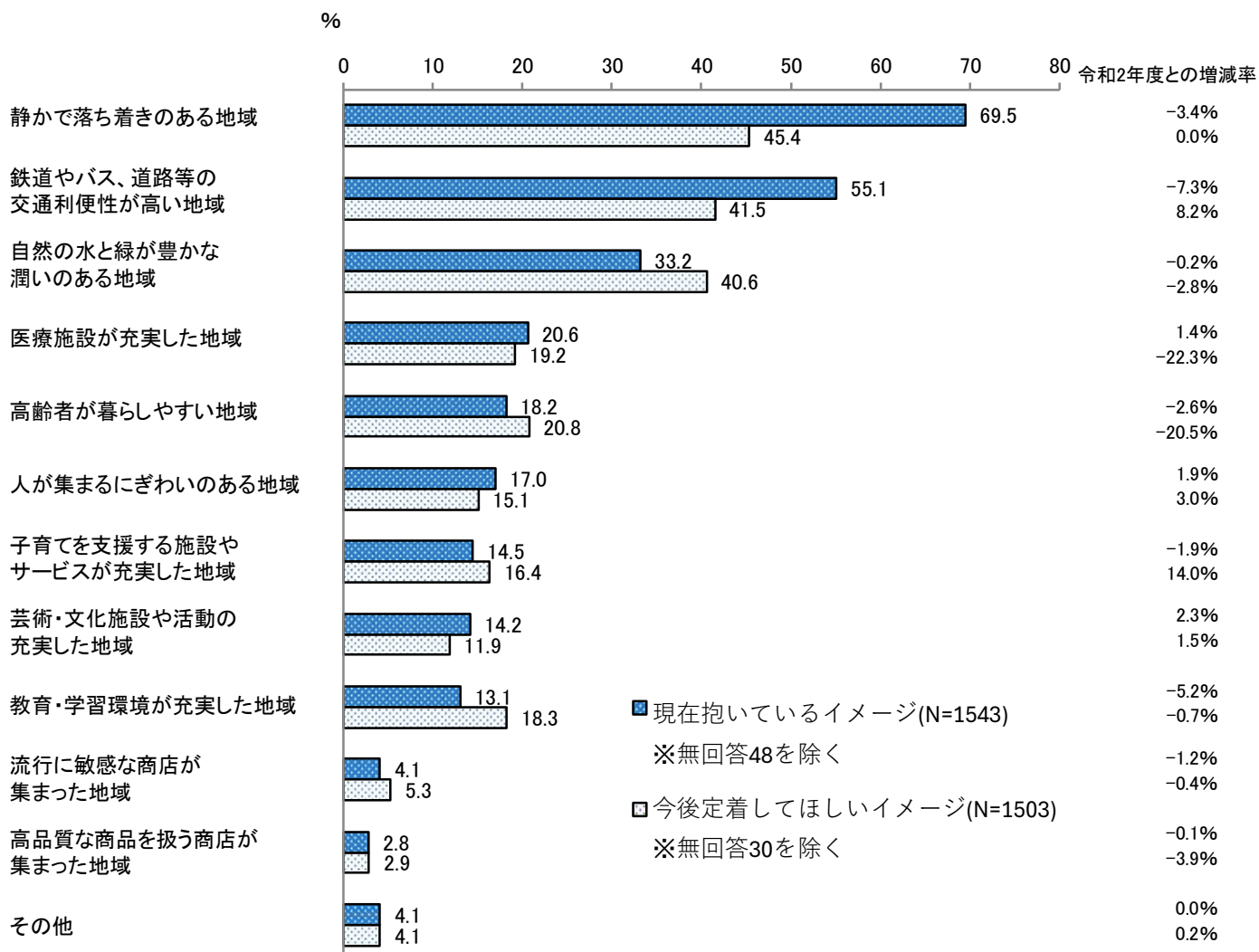
○現在のイメージと今後定着してほしいイメージともに「静かで落ち着いた地域」が最も高い

住んでいる地域の現在のイメージと今後定着してほしいイメージについて、現在抱いているイメージでは、「静かで落ち着いた地域」が69.5%と最も高く、次いで「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が55.1%、「自然の水と緑が豊かな潤いのある地域」が33.2%となっている。

今後定着してほしいイメージでは、「静かで落ち着いた地域」が45.4%と最も高く、次いで「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が41.5%となっている。

令和2年度と比較すると、現在抱いているイメージでは「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が7.3ポイント減少、「教育・学習環境が充実した地域」が5.2ポイント減少している。一方で、大幅に増加した項目はみられない。また、今後定着してほしいイメージでは「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が8.2%増加している。一方で、「医療施設が充実した地域」が22.3%減少している。

図表3-8 住んでいる地域の現在のイメージと今後定着してほしいイメージ(MA)



地域別にみると住んでいる地域の現在のイメージについて、「静かで落ち着いた地域」は、井草地域が84.8%と最も高く、一方で高円寺地域は42.9%と極めて低い。「人が集まるにぎわいのある地域」については、高円寺地域が39.8%と突出して高い一方、井草地域（6.7%）、高井戸地域（4.5%）、方南・和泉地域（7.3%）はいずれも1割未満にとどまり、他の地域に比べて低い水準となっている。「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」は、荻窪地域が67.2%と最も高く、井草地域は43.3%と低くなっている。なお、「芸術・文化施設や活動の充実した地域」では方南・和泉地域が2.9%と極めて低くなっている。

図表3-9 住んでいる地域の現在のイメージ(地域別)(MA)

	回答者数(N)	静かで落ち着いた地域	自然の水と緑が豊かな潤いのある地域	芸術・文化施設や活動の充実した地域	流行に敏感な商店が集まった地域	高品質な商品を扱う商店が集まった地域	人が集まるにぎわいのある地域	鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域	医療施設が充実した地域	教育・学習環境が充実した地域	子育てを支援する施設やサービスが充実した地域	高齢者が暮らしやすい地域	その他
全体	1543	69.5	33.2	14.2	4.1	2.8	17.0	55.1	20.6	13.1	14.5	18.2	4.1
井草地域	178	84.8	32.0	10.1	2.2	1.1	6.7	43.3	23.0	14.0	18.5	16.9	3.4
西荻窪地域	212	74.5	32.1	17.5	7.1	9.9	21.2	54.2	17.9	8.5	11.8	18.4	2.8
荻窪地域	259	68.0	28.2	19.7	2.7	2.7	15.1	67.2	21.6	13.1	16.6	18.5	4.6
阿佐谷地域	189	77.2	39.2	20.6	3.2	0.0	25.4	55.6	21.7	11.1	13.8	19.0	2.6
高円寺地域	231	42.9	23.8	20.8	12.1	2.2	39.8	59.3	17.3	10.4	14.7	15.2	3.0
高井戸地域	265	75.1	40.0	7.5	1.5	3.0	4.5	46.8	24.2	21.5	14.3	22.6	7.2
方南・和泉地域	205	69.3	38.5	2.9	0.0	0.0	7.3	57.1	18.5	10.7	11.2	16.1	3.4

また、住んでいる地域の今後定着してほしいイメージについては、「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」について、井草地域が51.2%と突出して高くなっている。その他項目については、地域差は特段みられない。

図表3-10 住んでいる地域の今後定着してほしいイメージ(地域別)(MA)

	回答者数(N)	静かで落ち着いた地域	自然の水と緑が豊かな潤いのある地域	芸術・文化施設や活動の充実した地域	流行に敏感な商店が集まった地域	高品質な商品を扱う商店が集まった地域	人が集まるにぎわいのある地域	鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域	医療施設が充実した地域	教育・学習環境が充実した地域	子育てを支援する施設やサービスが充実した地域	高齢者が暮らしやすい地域	その他
全体	1503	50.4	40.6	28.6	12.0	10.8	15.0	40.6	42.6	27.1	30.4	39.9	4.1
井草地域	172	55.2	39.5	26.7	9.9	10.5	9.3	51.2	43.6	28.5	30.2	45.9	2.9
西荻窪地域	207	52.2	38.2	35.7	11.1	11.6	15.0	36.2	45.4	27.5	30.4	39.6	3.4
荻窪地域	250	52.4	38.8	33.2	14.0	13.2	14.8	43.2	43.6	28.4	32.0	40.8	6.0
阿佐谷地域	181	55.2	48.1	33.7	12.2	8.8	17.7	34.8	45.3	25.4	23.8	35.4	3.9
高円寺地域	226	43.4	35.8	25.7	13.3	12.8	20.8	35.4	38.5	26.1	31.0	38.9	3.5
高井戸地域	262	50.8	45.4	26.0	11.1	9.9	10.7	43.1	40.8	26.0	29.0	42.0	5.0
方南・和泉地域	202	45.0	38.6	19.3	11.9	8.4	16.8	40.1	42.1	28.2	35.6	36.6	3.5

(2) 区民が望む杉並区の産業の将来像

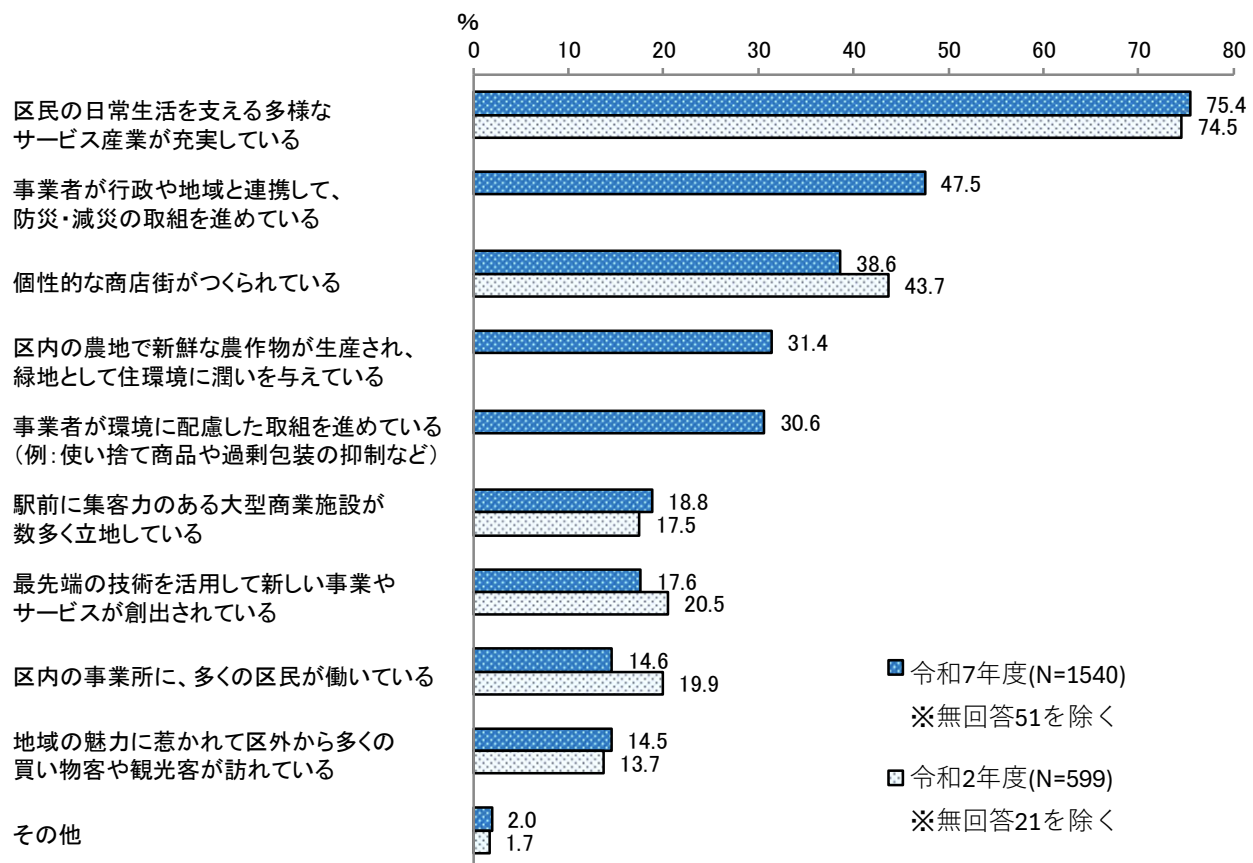
問9 杉並区が目指す産業の姿として、どのような将来像が望ましいとお考えですか。(〇はいくつでも)

〇日常生活と密接にかかわるBtoC産業の充実が求められている

区民が望む杉並区の産業の将来像について、「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が75.4%と最も高く、次いで「事業者が行政や地域と連携して、防災・減災の取組を進めている」が47.5%、「個性的な商店街がつけられている」が38.6%と続いている。

令和2年度と比較すると、「区内の事業所に、多くの区民が働いている」が5.3ポイント減少、「個性的な商店街がつけられている」が5.1ポイント減少となった。一方、大きく増加した項目はなかった。

図表3-11 区民が望む杉並区の産業の将来像(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている」、「区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている」を統合。
- ・「環境に配慮した最先端の工場でものづくりが行われている」を削除。
- ・「事業者が環境に配慮した取組を進めている(例:使い捨て商品や過剰包装の抑制など)」、「事業者が行政や地域と連携して、防災・減災の取組を進めている」を追加。
- ・「地域資源を活かした個性的な商店街がつけられている」から「個性的な商店街がつけられている」に変更。

年代別にみると、全ての年代において、「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が最も多くなっている。「事業者が行政や地域と連携して、防災・減災の取組を進めている」についても、全ての年代で40%以上と高くなっている。また、70歳以上では「個性的な商店街がつけられている」が、全体より10ポイント以上低くなっている。

また、地域別にみると、全ての地域において、構成比の高い項目は共通しており、「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が最も多く、次いで「事業者が行政や地域と連携して、防災・減災の取組を進めている」「個性的な商店街がつけられている」と続いている。

図表3-12 区民が望む杉並区の産業の将来像（年代別・地域別）(MA)

		(%)										
		回答者数(N)	区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している	個性的な商店街がつけられている	駅前集客力のある大型商業施設が数多く立地している	最先端の技術を活用して新しい事業やサービスが創出されている	区内の事業所に、多くの区民が働いている	区内の農地で新鮮な農作物が生産され、緑地として住環境に潤いを与えている	地域の魅力が惹かれて区外から多くの買い物客や観光客が訪れている	事業者が環境に配慮した取組を進めている(例：使い捨て商品や過剰包装の抑制など)	事業者が行政や地域と連携して、防災・減災の取組を進めている	その他
全体		1540	75.4	38.6	18.8	17.6	14.6	31.4	14.5	30.6	47.5	2.0
年代別	10歳代・20歳代	168	68.5	45.2	20.2	17.9	10.1	25.0	17.9	25.6	44.0	0.6
	30歳代	239	74.5	40.6	17.6	16.3	13.0	29.3	20.9	25.5	48.1	2.9
	40歳代	252	75.0	42.5	16.7	18.7	15.5	30.6	13.1	24.6	44.4	1.6
	50歳代	274	76.3	43.1	18.6	18.2	18.6	36.5	14.2	29.2	43.4	2.9
	60歳代	322	81.7	36.3	19.3	19.6	11.2	32.6	13.7	36.3	49.1	2.2
	70歳以上	282	73.0	28.0	20.9	14.5	18.1	31.9	9.9	37.9	53.9	1.1
地域別	井草地域	178	75.8	33.1	20.8	14.0	12.9	35.4	15.2	29.2	45.5	2.2
	西荻窪地域	211	73.9	40.3	18.0	14.7	15.6	36.0	14.2	32.7	46.9	2.4
	荻窪地域	260	76.9	38.8	16.2	18.5	11.9	30.0	11.5	30.0	43.5	3.1
	阿佐谷地域	187	77.5	42.2	17.6	18.2	15.5	29.4	11.8	31.6	48.7	1.6
	高円寺地域	231	77.9	38.1	20.3	16.5	15.6	26.0	20.3	30.3	49.4	0.9
	高井戸地域	265	77.4	35.8	17.7	18.9	14.0	33.2	14.0	31.7	48.3	1.5
	方南・和泉地域	203	67.5	42.9	22.2	22.2	17.2	31.0	15.3	28.6	50.7	1.5

(3) 商品・サービスに関する情報の入手方法

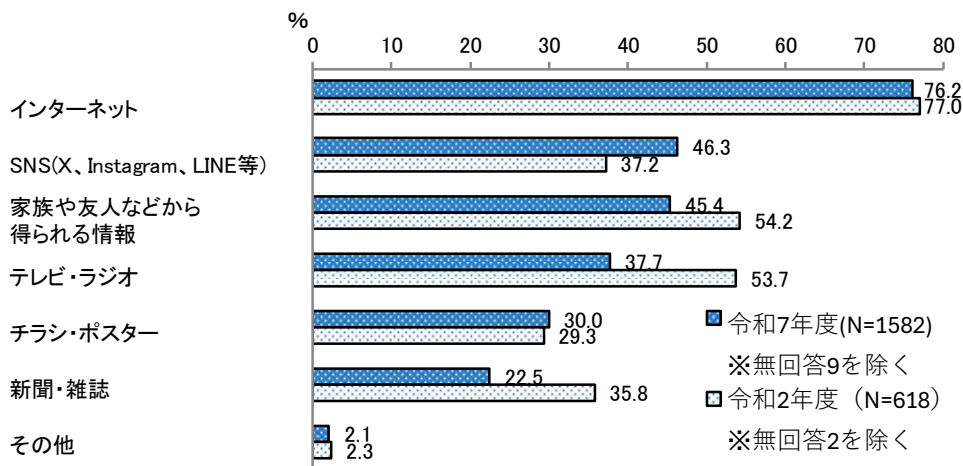
問 10 商品の購入やサービスの提供を受ける際に、どのような手段で情報を得ていますか。
(○はいくつでも)

○「インターネット」が最多ながら、「SNS(X、Instagram、LINE等)」が伸長している。

商品・サービスに関する情報の入手方法は、「インターネット」が76.2%と最も高く、次いで「SNS(X、Instagram、LINE等)」が46.3%、「家族や友人などから得られる情報」が45.4%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「SNS(X、Instagram、LINE等)」が9.1ポイント増加した一方で、「テレビ、ラジオ」は16.0%減少、「新聞・雑誌」は13.3%減少、「家族や友人などから得られる情報」は8.8%減少した。

図表3-13 商品・サービスに関する情報の入手方法(MA)



※前回調査から変更した選択肢は以下のとおりである。

・SNSの名称変更に伴い、「SNS(Twitter、Instagram、LINE等)」を「SNS(X、Instagram、LINE等)」に変更した。

年代別にみると、「テレビ・ラジオ」は60歳代、70歳以上で50%以上と高い一方、40歳代以下では20%台にとどまっている。また、「SNS(X、Instagram、LINE等)」は30歳代以下で、「新聞・雑誌」は70歳以上で、全体と比べて20ポイント以上高くなっている。

図表3-14 商品・サービスに関する情報の入手方法(年代別)(MA)

	回答者数(N)	(%)						
		テレビ・ラジオ	新聞・雑誌	インターネット	SNS(X、Instagram、LINE等)	家族や友人などから得られる情報	チラシ・ポスター	その他
全体	1582	37.7	22.5	76.2	46.3	45.4	30.0	2.1
10歳代・20歳代	168	20.2	4.8	79.8	85.7	37.5	13.1	0.0
30歳代	241	28.6	6.2	88.0	83.4	41.5	22.4	1.2
40歳代	254	21.7	9.8	85.4	59.1	47.6	24.8	1.6
50歳代	283	36.7	19.4	87.3	45.2	49.5	23.7	0.7
60歳代	331	50.5	32.0	77.6	29.6	49.8	31.4	2.4
70歳以上	302	55.6	48.3	45.7	4.0	42.7	54.0	4.6

(4) 環境への配慮で意識していること

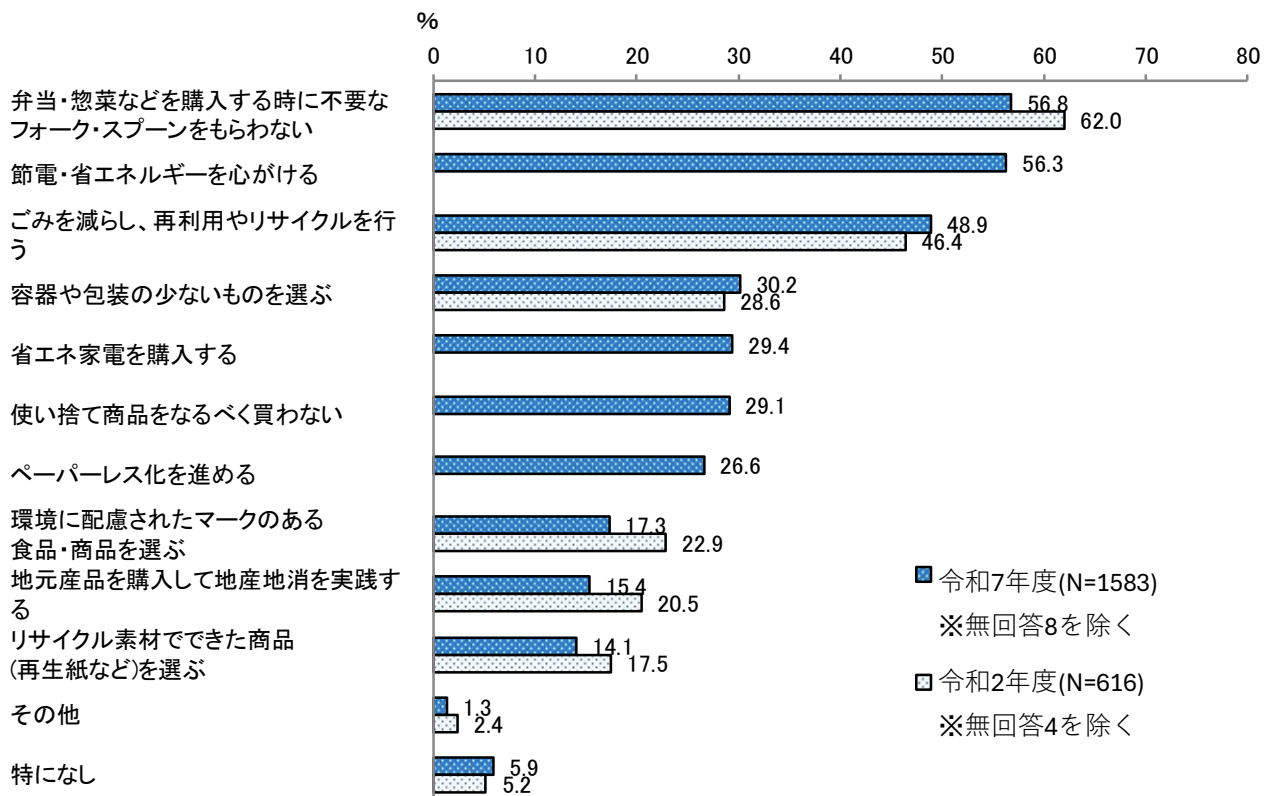
問 11 環境への配慮で意識していることをお答えください。(〇はいくつでも)

○区民の90%以上が環境への配慮を意識した生活を送っている

環境への配慮で意識していることについて、「弁当・惣菜などを購入する時に不要なフォーク・スプーンをもらわない」が56.8%と最も高く、次いで「節電・省エネルギーを心がける」が56.3%、「ごみを減らし、再利用やリサイクルを行う」が48.9%と続いている。

令和2年度と比較すると、「環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶ」が5.6ポイント減少、「弁当・惣菜などを購入する時に不要なフォーク・スプーンをもらわない」が5.2ポイント減少、「地元産品を購入して地産地消を実践する」が5.1ポイント減少した。

図表3-15 環境への配慮で意識していること(MA)



※前回調査から変更した選択肢は以下のとおりである。

- ・「レジ袋をもらわない」を削除。
- ・「節電・省エネルギーを心がける」「省エネ家電を購入する」「使い捨て商品をなるべく買わない」「ペーパーレス化を進める」を追加。

3 日頃の買い物

(1) 区内店舗の利用状況とよく利用する理由

①区内店舗の利用状況

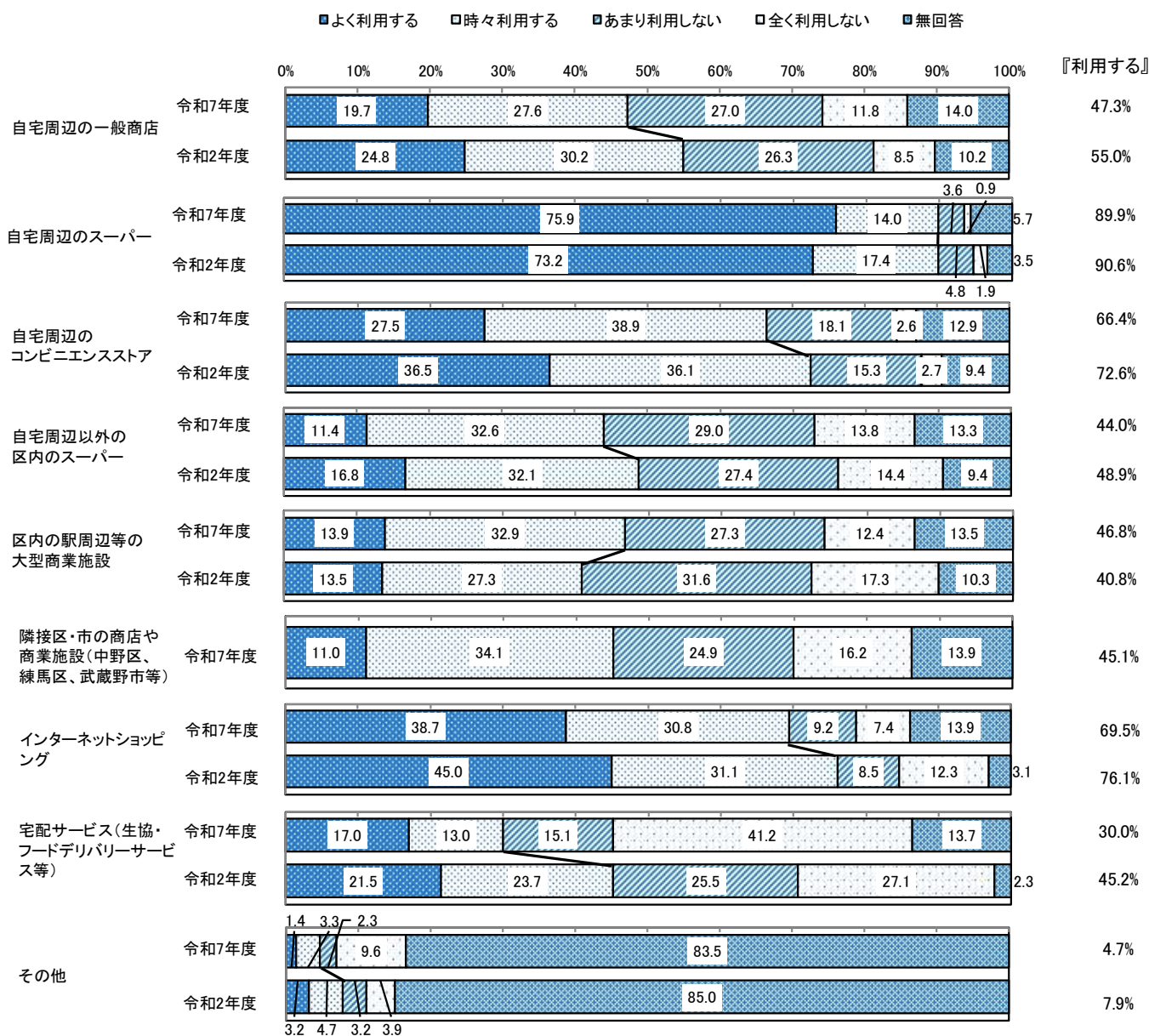
問 12 日頃の買い物で利用する店舗等について、【利用頻度の選択肢】の中から1つだけ番号をお選びください。
 また、「1 よく利用する」と回答した店舗については、その理由を【よく利用する理由の選択肢】の中からお選びください。

○自宅周辺のスーパー、コンビニエンスストアおよびインターネットショッピングの利用率が高い

区内店舗の利用状況について、『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）の割合は「自宅周辺のスーパー」が89.9%と最も高く、次いで「インターネットショッピング」が69.5%、「自宅周辺のコンビニエンスストア」が66.4%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「区内の駅周辺等の大型商業施設」が6.0ポイント増加した一方、「自宅周辺の一般商店」は7.7ポイント減少した。

図表3-16 区内店舗の利用状況(SA)



※令和7年度 (N=1591)、令和2年度 (N=620)

地域別にみると、自宅周辺の一般商店の利用頻度については、無回答を除いて計算した結果、阿佐谷地域が「よく利用する」割合が34.7%と突出して高く、同地域の『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）の割合は68.2%に及ぶ。なお、荻窪地域、高井戸地域を除く各地域において、『利用する』割合が過半数を占めている。

図表3-17 自宅周辺の一般商店の利用状況（地域別）(SA)

		(%)				
	回答者数 (N)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	無回答
全体	1591	19.7	27.6	27.0	11.8	14.0
井草地域	182	18.1	26.9	28.6	11.0	15.4
西荻窪地域	219	19.2	34.2	22.8	10.0	13.7
荻窪地域	266	15.8	25.2	33.5	12.8	12.8
阿佐谷地域	197	29.4	28.4	18.3	8.6	15.2
高円寺地域	240	22.5	30.0	25.0	9.2	13.3
高井戸地域	272	17.6	22.8	32.4	14.0	13.2
方南・和泉地域	210	16.2	27.1	26.2	16.2	14.3

②よく利用する理由

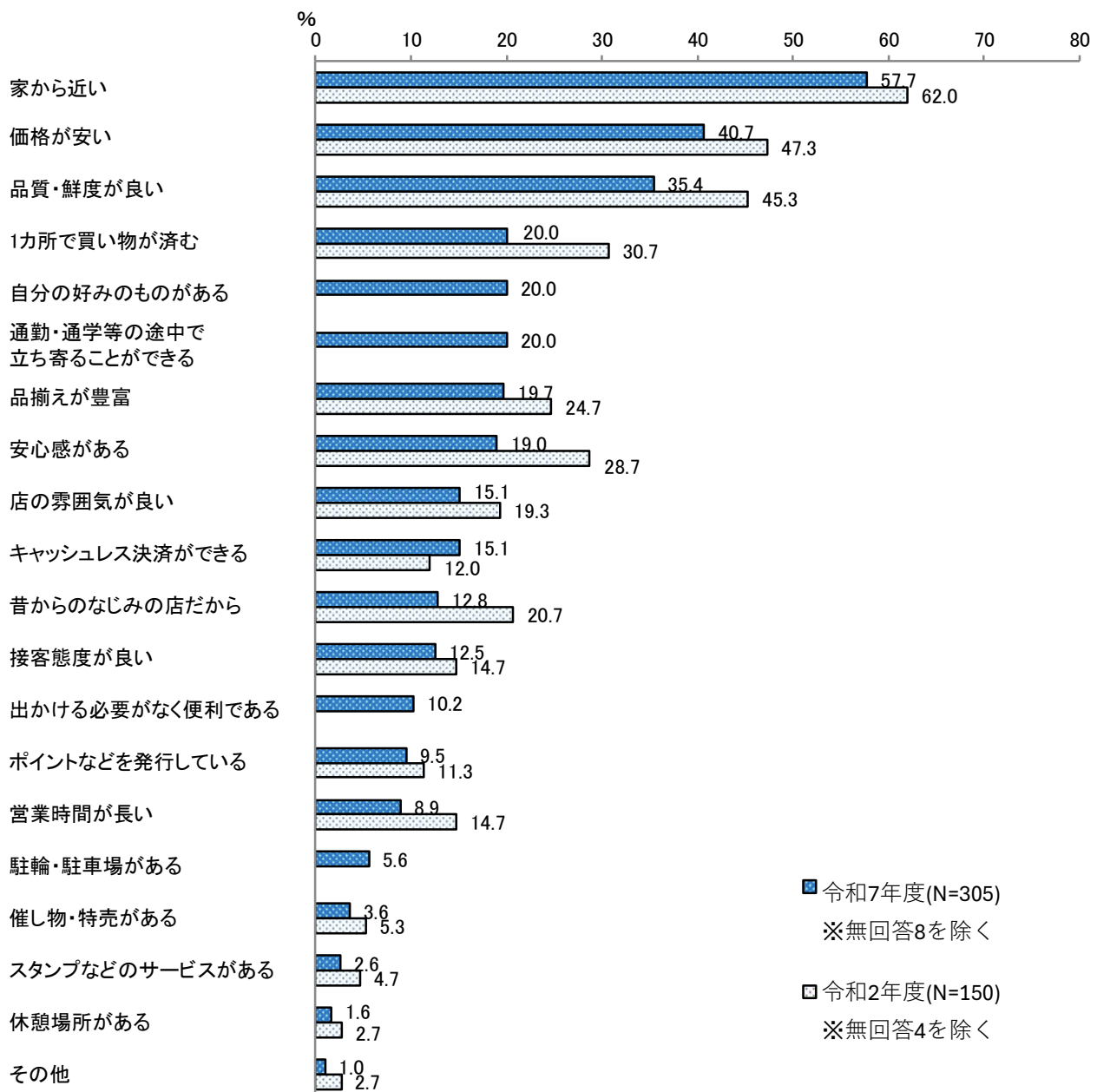
(ア) 自宅周辺の一般商店

○よく利用する理由は、「家から近い」が約60%と最も高い

自宅周辺の一般商店をよく利用する理由は、「家から近い」が57.7%と最も高く、次いで「価格が安い」が40.7%、「品質・鮮度が良い」が35.4%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「1カ所で買い物が済む」が10.7ポイント減少、「品質・鮮度が良い」が9.9ポイント減少、「安心感がある」は9.7ポイント減少、「昔からのなじみの店だから」は7.9ポイント減少、それぞれ減少している。

図表3-18 自宅周辺の一般商店をよく利用する理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「自分の好みのものがある」「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」「出かける必要がなく便利である」「駐輪・駐車場がある」を追加

(イ) 自宅周辺のスーパー

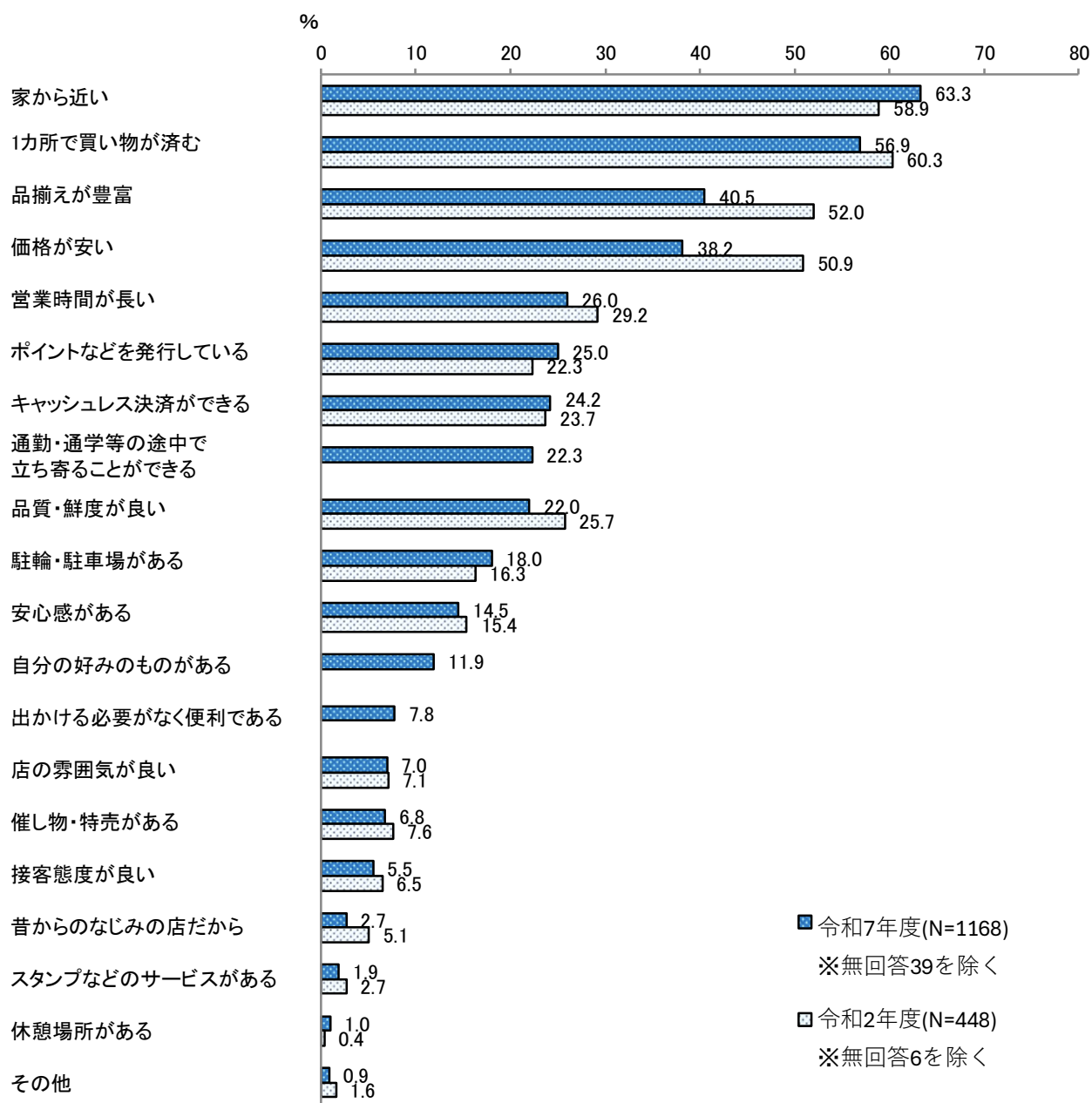
○よく利用する理由は、「家から近い」「1カ所で買い物が済む」が過半数を占めている

自宅周辺のスーパーをよく利用する理由は、「家から近い」が63.3%と最も高く、次いで「1カ所で買い物が済む」が56.9%、「品揃えが豊富」が40.5%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「価格が安い」が12.7ポイント減少、「品揃えが豊富」が11.5ポイント減少した。一方、大きく増加した項目はなかった。

自宅周辺の一般商店と比較すると、「1カ所で買い物が済む」「品揃えが豊富」が20ポイント以上高くなっている一方、「品質・鮮度が良い」「昔からのなじみの店だから」が10ポイント以上低くなっている。

図表3-19 自宅周辺のスーパーをよく利用する理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「自分の好みのもがある」「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」「出かける必要がなく便利である」「駐輪・駐車場がある」を追加

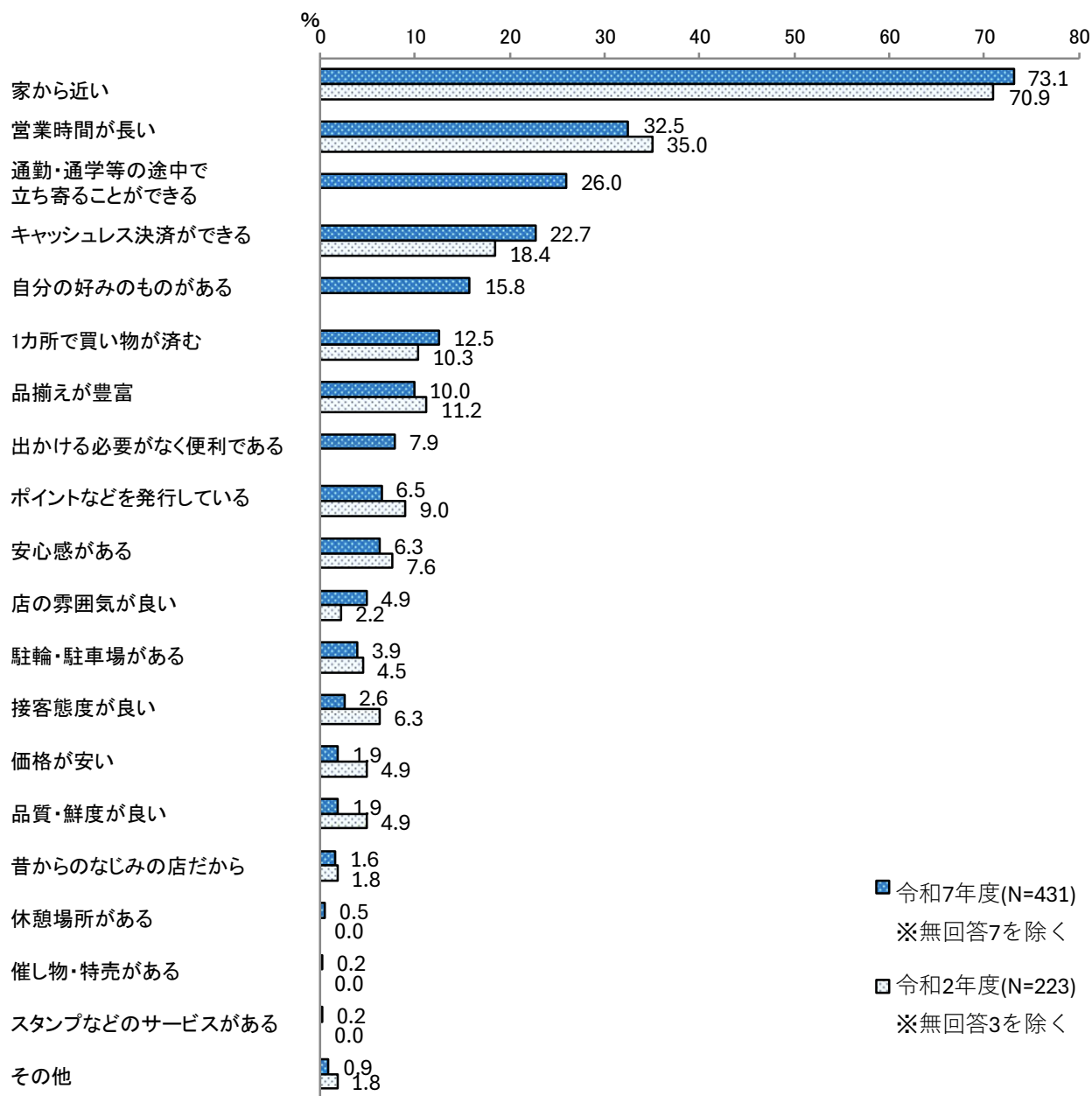
(ウ) 自宅周辺のコンビニエンスストア

○よく利用する理由は、「家から近い」が突出している

自宅周辺のコンビニエンスストアをよく利用する理由は、「家から近い」が73.1%と突出しており、次いで「営業時間が長い」が32.5%、「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」が26.0%の順となっている。

令和2年度と比較すると、大きく増減した項目はなかった。

図表3-20 自宅周辺のコンビニエンスストアをよく利用する理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「自分の好みのあるものがある」「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」「出かける必要がなく便利である」「駐輪・駐車場がある」を追加

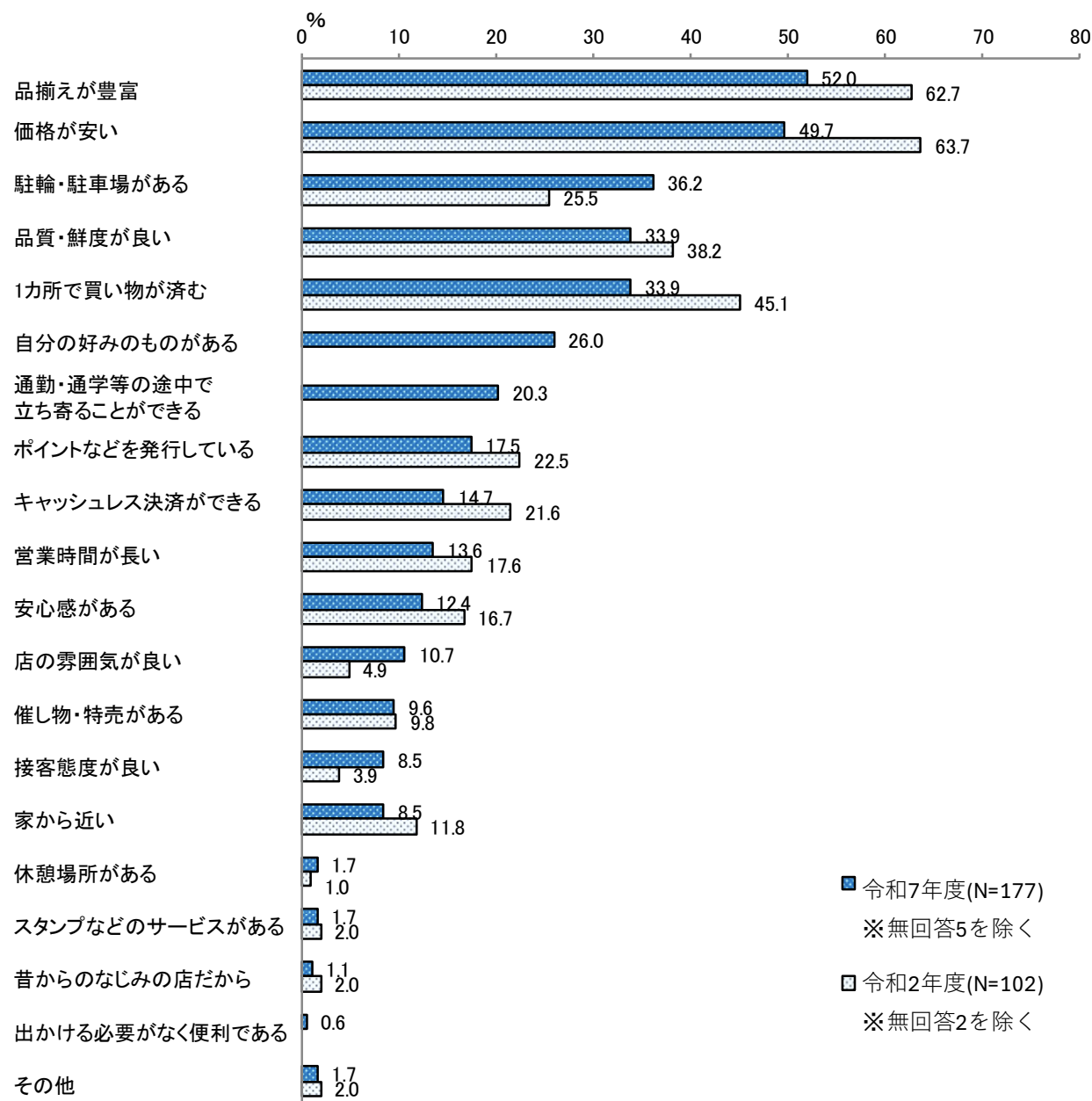
(工) 自宅周辺以外の区内のスーパー

○よく利用する理由は、「品揃えが豊富」「価格が安い」が約50%に及ぶ

自宅周辺以外の区内のスーパーをよく利用する理由は、「品揃えが豊富」が52.0%と最も高く、次いで「価格が安い」が49.7%、「駐輪・駐車場がある」が36.2%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「駐輪・駐車場がある」が10.7ポイント、「店の雰囲気が良い」が5.8ポイント、それぞれ増加した一方、「価格が安い」が14.0ポイント、「1カ所で買い物が済む」が11.2ポイント、「品揃えが豊富」が10.7ポイント、「キャッシュレス決済ができる」が6.9ポイント、「ポイントなどを発行している」が5.0ポイント、それぞれ減少した。

図表3-21 自宅周辺以外の区内のスーパーをよく利用する理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「自分の好みのあるものがある」「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」「出かける必要がなく便利である」「駐輪・駐車場がある」を追加

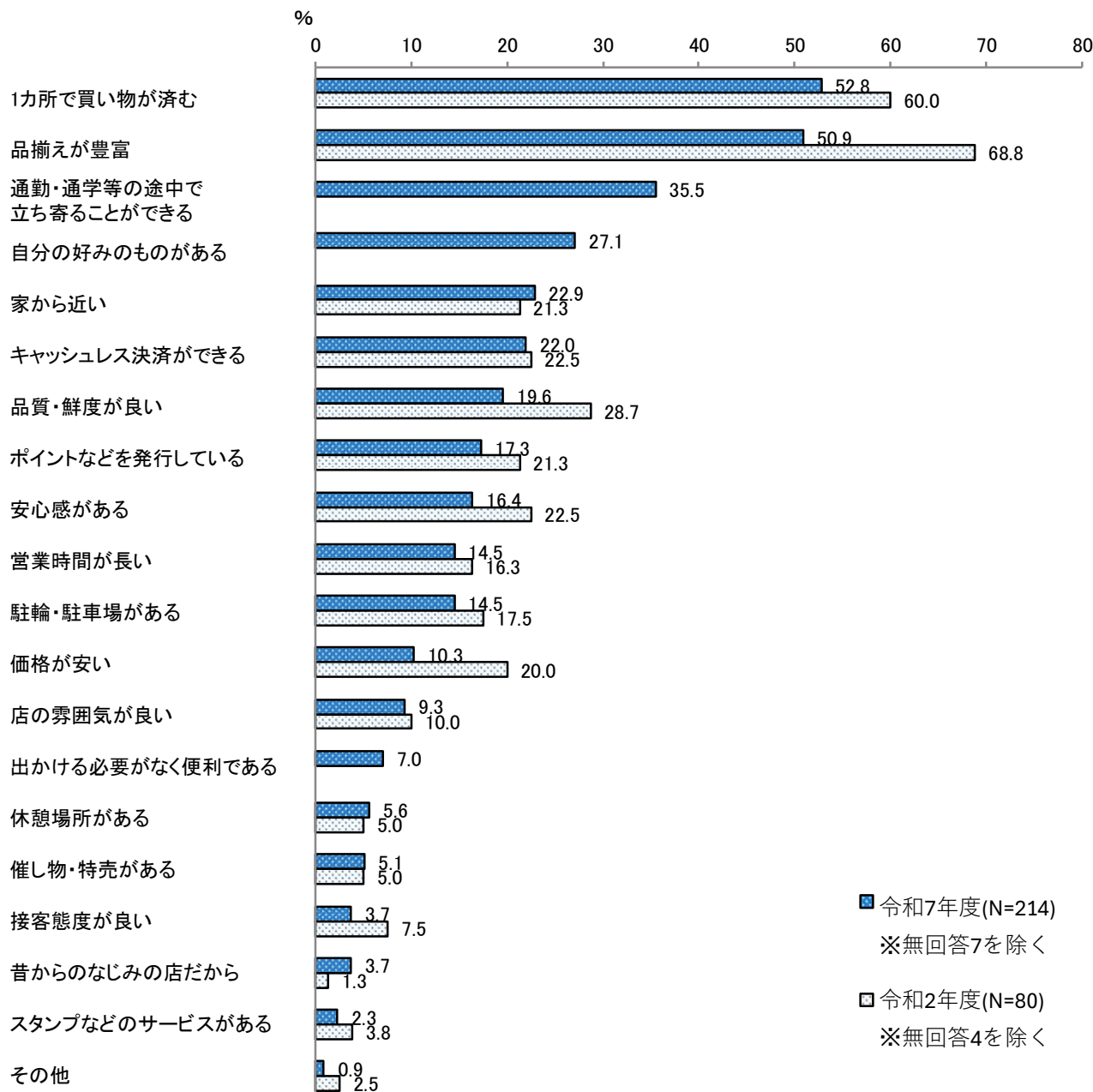
(オ) 区内の駅周辺等の大型商業施設

○よく利用する理由は、「1カ所で買い物が済む」「品揃えが豊富」が過半数をしめている

区内の駅周辺等の大型商業施設をよく利用する理由は、「1カ所で買い物が済む」が52.8%と最も高く、次いで「品揃えが豊富」が50.9%、「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」が35.5%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「品揃えが豊富」が17.9ポイント、「価格が安い」が9.7ポイント、「品質・鮮度が良い」が9.1ポイント、それぞれ減少している。一方、大きく増加した項目はなかった。

図表3-22 区内の駅周辺等の大型商業施設をよく利用する理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

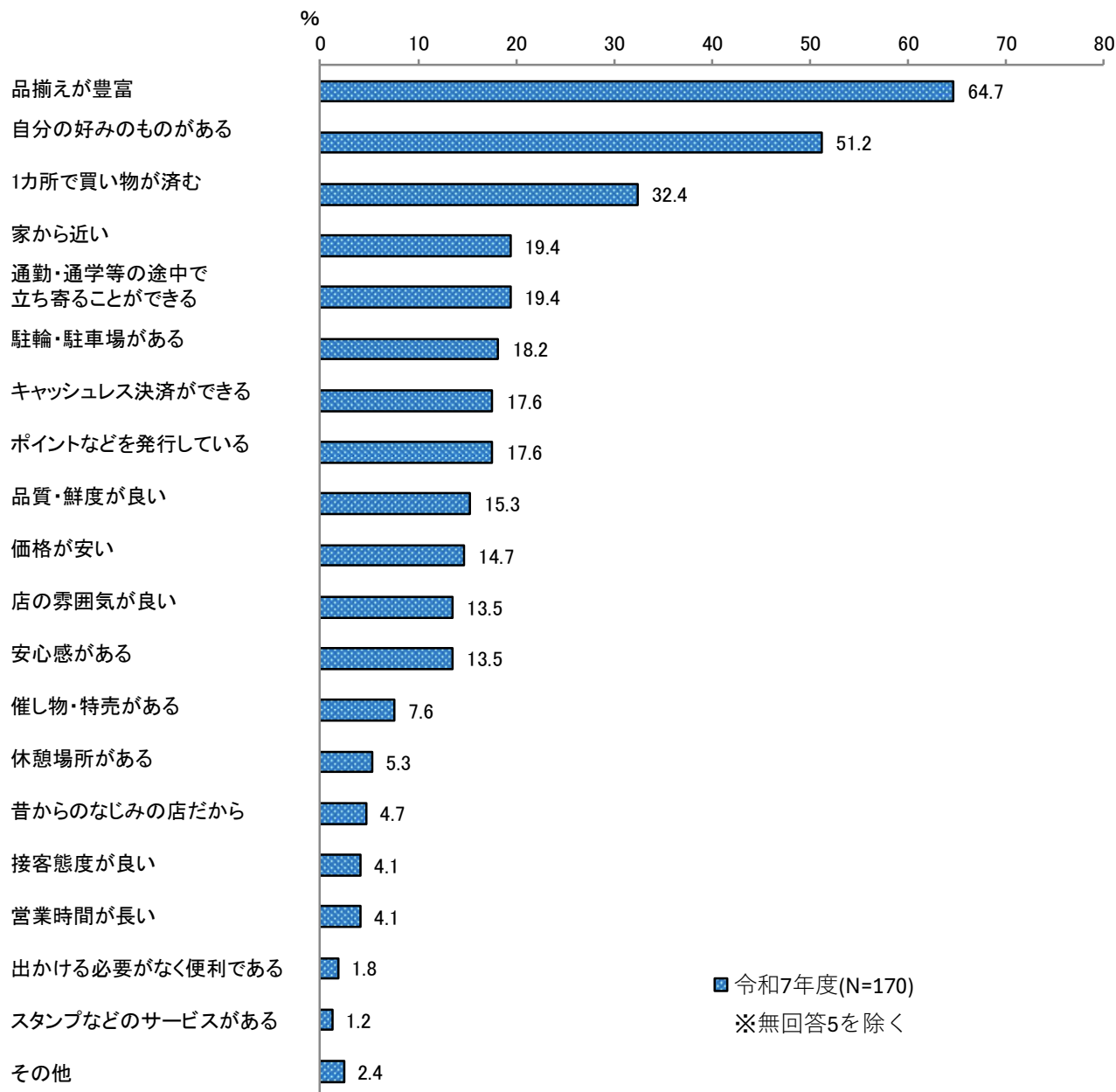
- ・「自分の好みのものがある」「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」「出かける必要がなく便利である」「駐輪・駐車場がある」を追加

(カ) 隣接区・市の商店や商業施設（中野区、練馬区、武蔵野市等）

○よく利用する理由は、「品揃えが豊富」「自分の好みのものがある」が過半数をしめている

隣接区・市の商店や商業施設をよく利用する理由は、「品揃えが豊富」が64.7%と最も高く、次いで「自分の好みのものがある」が51.2%、「1カ所で買い物が済む」が32.4%の順となっている。

図表3-23 隣接区・市の商店や商業施設をよく利用する理由(MA)

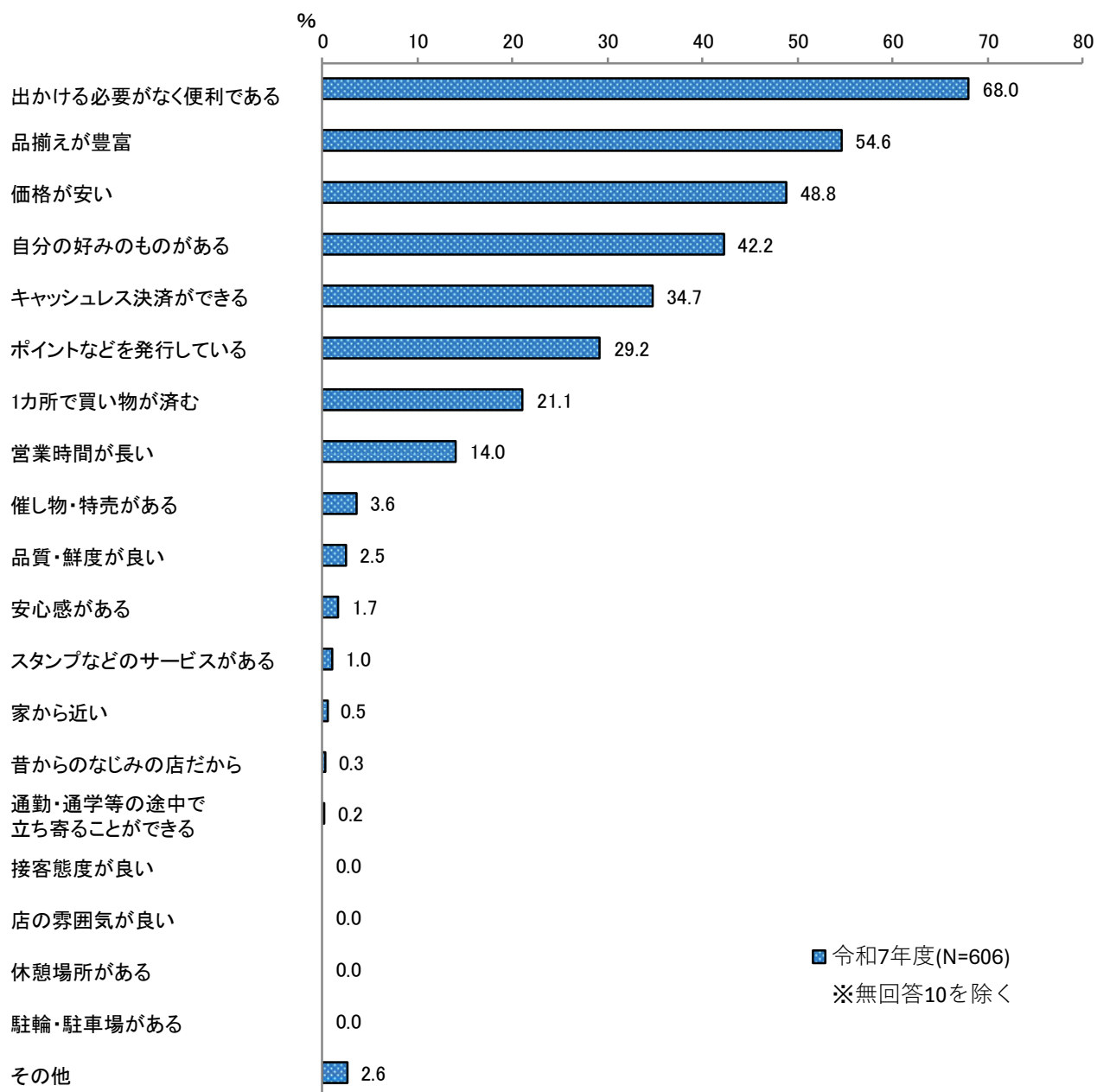


(キ) インターネットショッピング

○よく利用する理由は、「出かける必要がなく便利である」が約70%と最も高い

インターネットショッピングをよく利用する理由は、「出かける必要がなく便利である」が68.0%と最も高く、次いで「品揃えが豊富」が54.6%、「価格が安い」が48.8%の順となっている。

図表3-24 インターネットショッピングをよく利用する理由(MA)

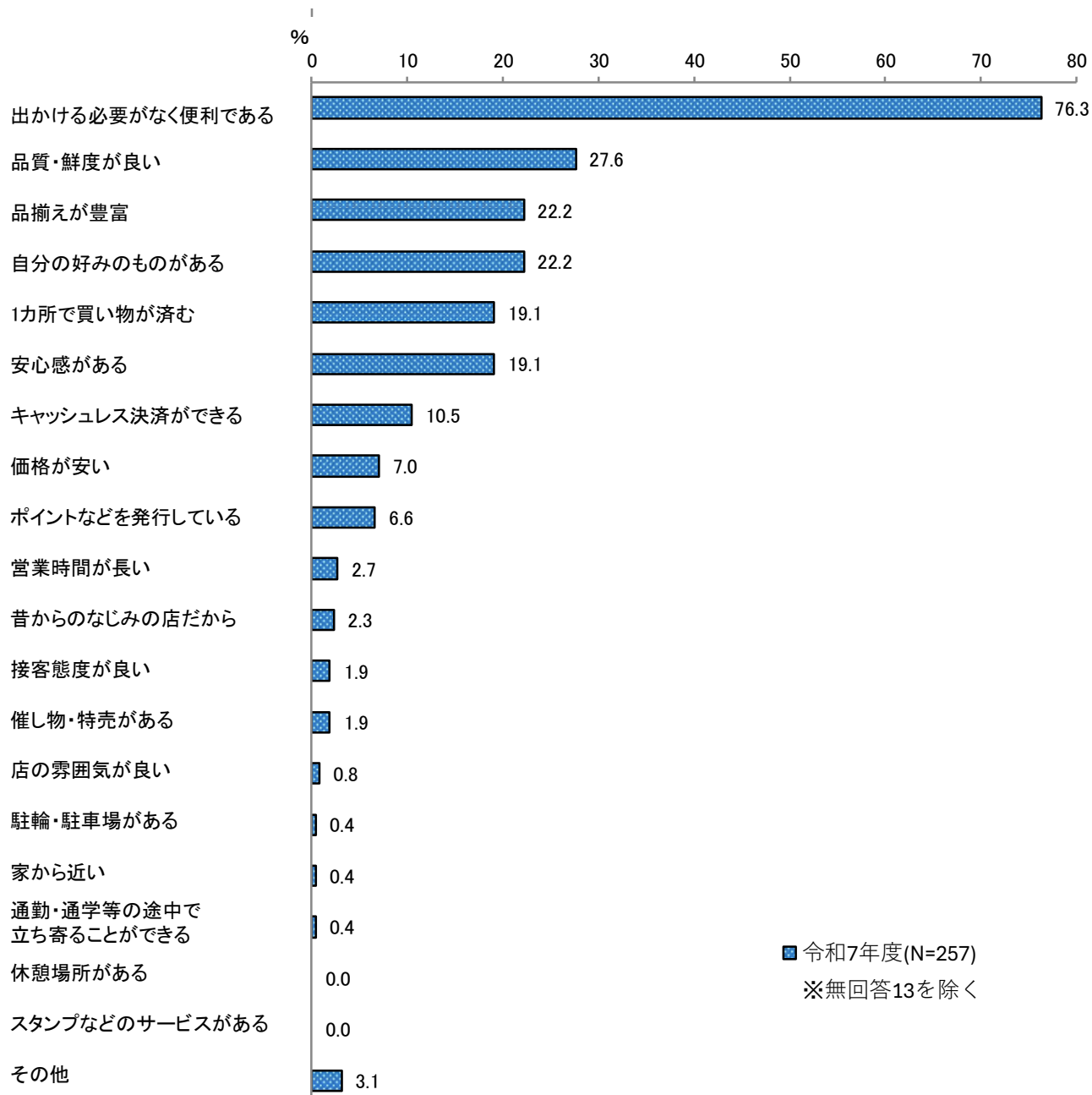


(ク) 宅配サービス (生協・フードデリバリーサービス等)

○よく利用する理由は、「出かける必要がなく便利である」が突出している

宅配サービスをよく利用する理由は、「出かける必要がなく便利である」が76.3%と突出して高くなっている。

図表3-25 宅配サービスをよく利用する理由(MA)

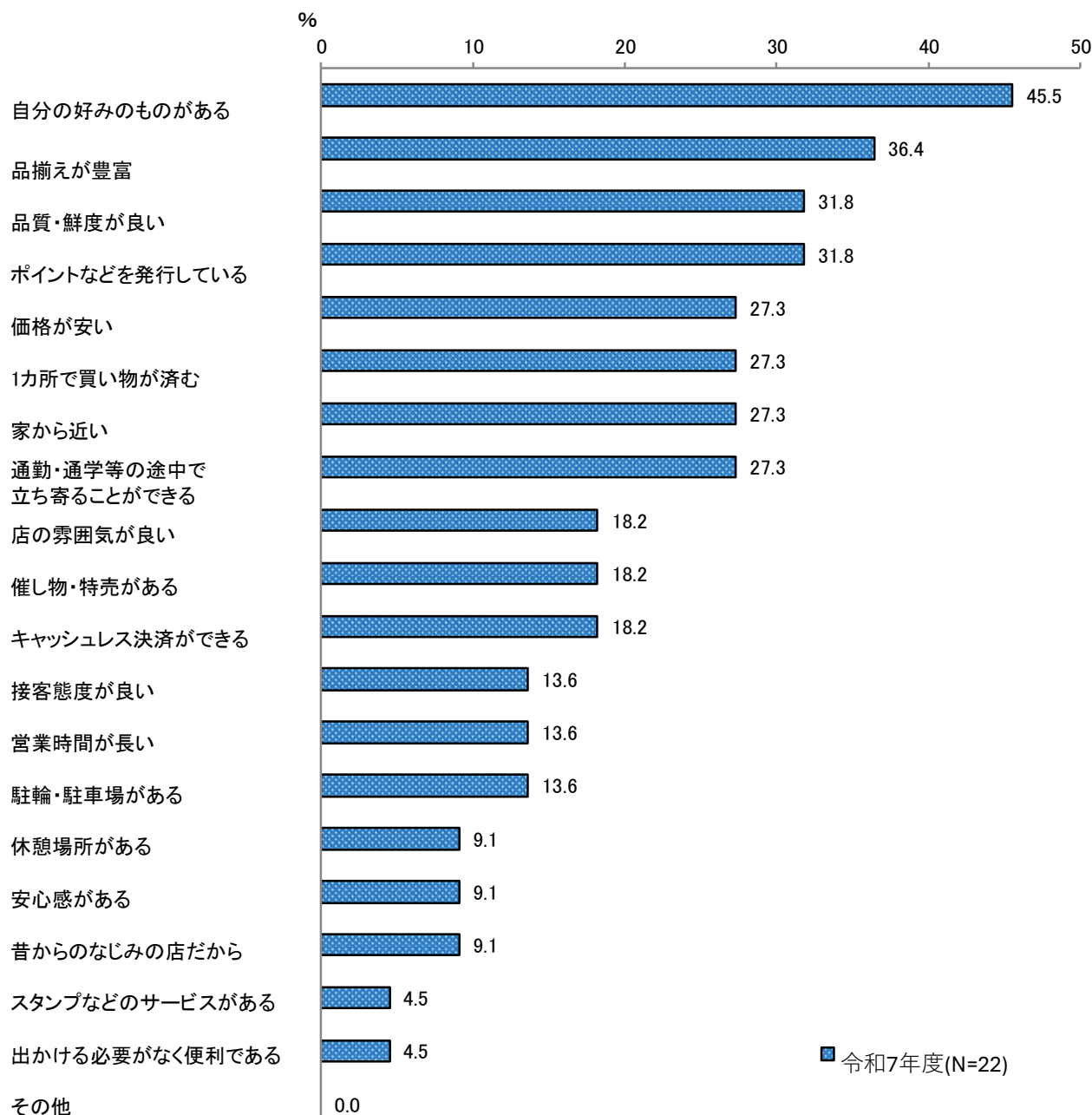


(ケ) その他

○よく利用する理由は、「自分の好みのものがある」が約50%と最も高い

その他をよく利用する理由は、「自分の好みのものがある」が45.5%と最も高く、次いで「品揃えが豊富」が36.4%となっている。

図表3-26 その他をよく利用する理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「自分の好みのものがある」「通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる」「出かける必要がなく便利である」「駐輪・駐車場がある」を追加

③店舗を利用する理由（上位5つ）

自宅周辺の店舗を利用する理由は、いずれも「家から近い」が1位を占めている。自宅周辺以外の店舗や区内の駅周辺等の大型商業施設を利用する理由は、「品揃えが豊富」「駐輪・駐車場がある」「1カ所で買い物が済む」などが挙げられる。インターネットショッピング、宅配サービス（生協・フードデリバリーサービス等）を利用する理由は、ともに「出かける必要がなく便利である」が1位を占めている。

図表3-27 店舗を利用する理由（上位5つ）(MA)

店舗の業態	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺のコンビニエンスストア	自宅周辺以外の区内のスーパー	区内の駅周辺等の大型商業施設	隣接区・市の商店や商業施設（中野区、練馬区、武蔵野市等）	インターネットショッピング	宅配サービス（生協・フードデリバリーサービス等）
1位	家から近い (-4.3%)	家から近い (+4.4%)	家から近い (+2.2%)	品揃えが豊富 (-10.7%)	1カ所で買い物が済む (-7.2%)	品揃えが豊富	出かける必要がなく便利である	出かける必要がなく便利である
2位	価格が安い (-6.6%)	1カ所で買い物が済む (-3.4%)	営業時間が長い (-2.5%)	価格が安い (-14.0%)	品揃えが豊富 (-17.9%)	自分の好みものがある	品揃えが豊富	品質・鮮度が良い
3位	品質・鮮度が良い (-9.9%)	品揃えが豊富 (+4.4%)	通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる	駐輪・駐車場がある (+10.7%)	通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる	1カ所で買い物が済む	価格が安い	品揃えが豊富 自分の好みものがある
4位	1カ所で買い物が済む (-10.7%) 自分の好みものがある 通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる	価格が安い (-12.7%)	キャッシュレス決済ができる (+4.3%)	品質・鮮度が良い (-4.3%) 1カ所で買い物が済む (-11.2%)	自分の好みものがある	家から近い 通勤・通学等の途中で立ち寄ることができる	自分の好みものがある	1カ所で買い物が済む 安心感がある
5位	品揃えが豊富 (-5.0%)	営業時間が長い (-3.2%)	自分の好みものがある	自分の好みものがある	家から近い (+1.6%)	駐輪・駐車場がある	キャッシュレス決済ができる	キャッシュレス決済ができる

※（ ）内は令和2年度調査と比較した増減

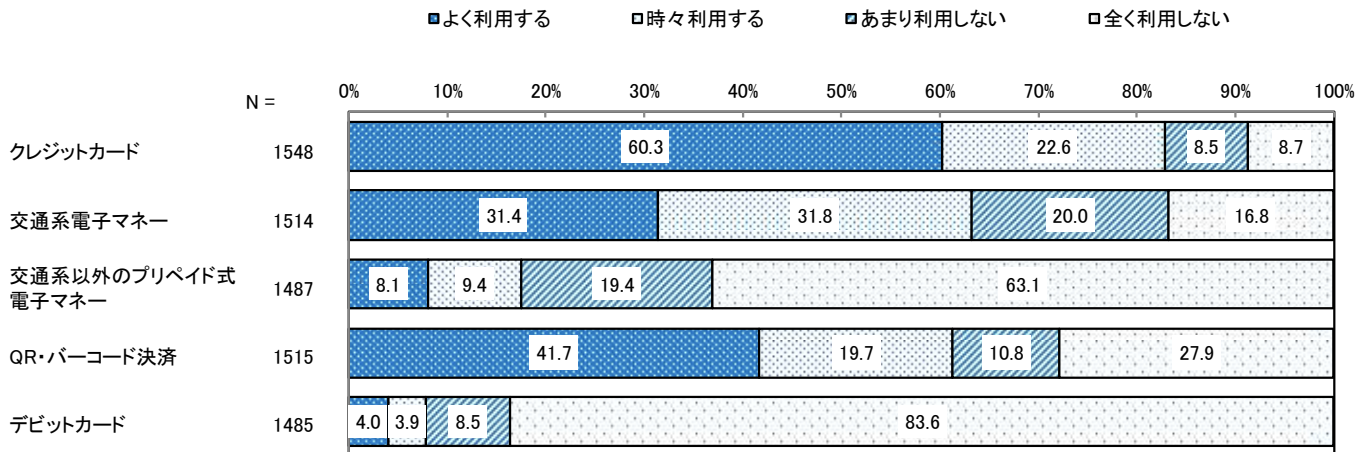
(2) 支払方法の利用状況

問 13 商品等を購入する際の支払い方法についてお伺いします。
以下の項目について、利用頻度をお答えください。(それぞれ○は1つ)

○クレジットカードを利用する割合は80%超に及ぶ

支払方法の利用状況について、『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）の割合は「クレジットカード」が82.9%と最も高く、次いで「交通系電子マネー」が63.2%、「QR・バーコード決済」が61.4%の順となっている。

図表3-28 支払方法の利用状況(SA)



支払方法の利用状況を年代別にみると、いずれの年代においても、「クレジットカード」の割合が最も高くなっている。「QR・バーコード決済」については、30歳代以下では80%前後と極めて高い水準に達している。40歳代以上においても年代が上がるにつれて割合が減少する傾向にあるものの、70歳以上を除くいずれの年代で過半数を超えている。また、「デビットカード」は全体として利用率は低いものの、10歳代・20歳代では25.1%に達している。

図表3-29 支払方法の利用状況『利用する』割合（年代別）(SA)

	回答者数 (N)	クレジットカード	交通系電子マネー	交通系以外のプリペイド式電子マネー	QR・バーコード決済	デビットカード
全体	1591	82.9	63.2	17.5	61.4	7.9
10歳代・20歳代	169	87.0	66.7	18.5	83.9	25.1
30歳代	242	89.6	71.0	15.0	79.3	10.8
40歳代	254	87.3	69.3	14.8	68.0	5.2
50歳代	283	84.3	62.9	16.7	60.8	5.1
60歳代	332	84.7	62.1	22.5	53.3	4.8
70歳以上	308	67.1	49.6	16.7	33.9	3.0

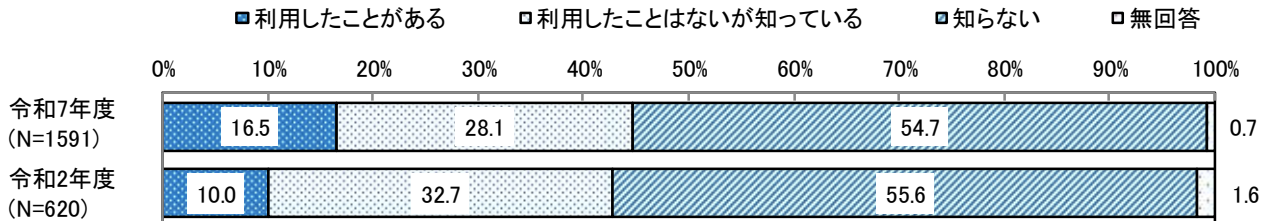
(3) 「すぎなみギフトカード」の利用状況

問 14 区内共通商品券である「すぎなみギフトカード」を利用したことがありますか。(○は1つ)

○「すぎなみギフトカード」を知っている区民の割合は40%超を維持した

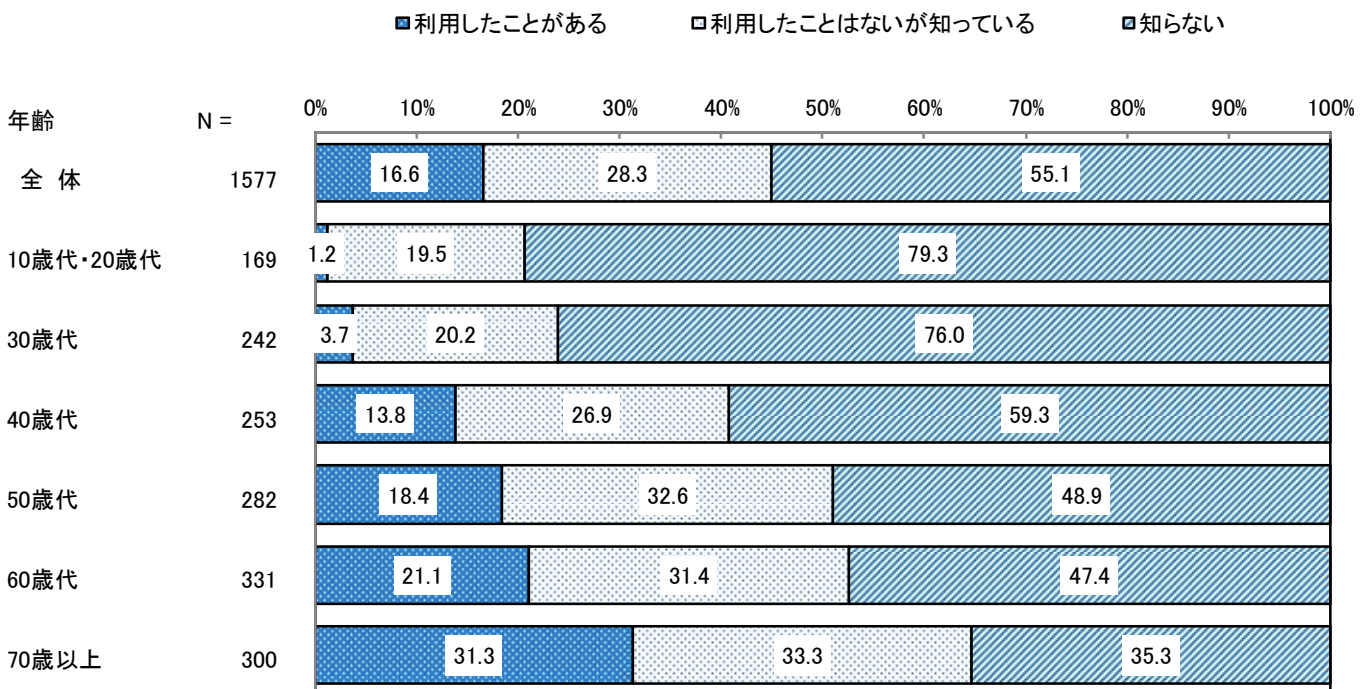
「すぎなみギフトカード」について、『知っている』（「利用したことがある」「利用したことはないが知っている」の合計）が44.6%、「知らない」が54.7%となっている。活用状況について、「利用したことがある」が16.5%となり、令和2年度と比較して6.5ポイント増加した。

図表3-30 「すぎなみギフトカード」の利用状況(SA)



「すぎなみギフトカード」の利用状況を年代別にみると、利用状況、認知状況ともに年齢が上がるにつれて漸増している。なお、50歳代以下の認知状況は50%を下回っている。

図表3-31 「すぎなみギフトカード」の利用状況（年代別）(SA)



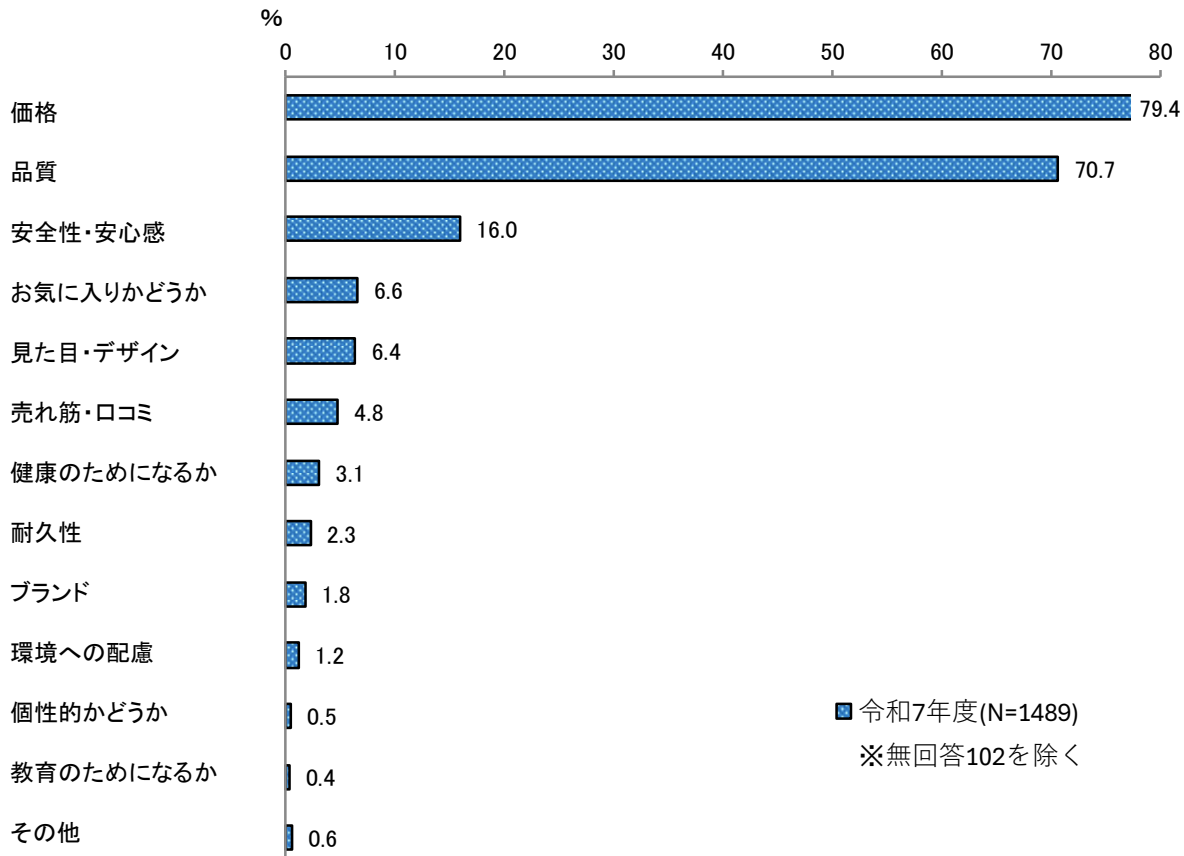
(4) 商品等を購入する際に重視すること

問 15 商品・サービスを購入する時に重視することは何ですか。(○は2つまで)

○価格や品質を重視して商品等を購入する区民が多い

商品等を購入する際に重視することについて、「価格」が79.4%、「品質」が70.7%とともに70%を超えて突出している。次いで「安全性・安心感」が16.0%となり、その他項目は10%以下にとどまっている。

図表3-32 商品等を購入する際に重視すること(MA)



商品等を購入する際に重視することについて、年代別にみると、全ての年代において、「価格」の割合が最も高く、次いで「品質」となっている。また、10歳代・20歳代では「品質」の割合が全体に比べて10ポイント以上低くなっている。

図表3-33 商品等を購入する際に重視すること（年代別）(MA)

	回答者数 (N)	価格	品質	ブランド	環境への配慮	安全性・安心感	耐久性	見た目・デザイン	売れ筋・口コミ	お気に入りかどうか	健康のためになるか	教育のためになるか	个性的かどうか	その他
全体	1489	79.4	70.7	1.8	1.2	16.0	2.3	6.4	4.8	6.6	3.1	0.4	0.5	0.6
10歳代・20歳代	164	87.8	59.8	3.0	1.2	7.9	2.4	13.4	6.7	6.1	1.2	0.0	1.2	0.6
30歳代	233	80.3	74.7	2.1	0.9	12.0	2.1	8.6	5.2	2.6	2.6	1.3	0.4	0.4
40歳代	241	80.5	72.6	1.7	0.4	13.7	3.3	6.2	6.6	6.6	2.5	1.2	0.0	0.8
50歳代	266	79.3	71.4	0.8	0.0	15.8	3.0	7.5	4.1	7.1	3.4	0.0	0.4	0.0
60歳代	298	78.9	72.8	1.7	1.7	17.8	2.3	3.7	6.4	6.4	2.3	0.0	1.0	0.3
70歳以上	284	73.2	69.4	2.1	2.8	23.9	0.7	2.8	0.7	9.9	5.3	0.0	0.0	1.4

また、地域別にみると、全ての地域において、「価格」の割合が最も高く、次いで「品質」「安全性・安心感」の順となっており、地域差はみられない。

図表3-34 商品等を購入する際に重視すること（地域別）(MA)

	回答者数 (N)	価格	品質	ブランド	環境への配慮	安全性・安心感	耐久性	見た目・デザイン	売れ筋・口コミ	お気に入りかどうか	健康のためになるか	教育のためになるか	个性的かどうか	その他
全体	1489	79.4	70.7	1.8	1.2	16.0	2.3	6.4	4.8	6.6	3.1	0.4	0.5	0.6
井草地域	172	81.4	68.0	1.2	0.0	16.3	4.1	3.5	5.2	9.3	4.1	1.7	0.0	1.2
西荻窪地域	210	73.3	72.9	1.9	1.4	16.2	4.3	6.2	4.8	5.7	3.3	0.0	1.0	0.5
荻窪地域	250	79.2	74.4	2.4	0.8	14.0	1.2	6.0	3.6	7.2	2.0	0.4	0.8	0.8
阿佐谷地域	184	82.1	69.0	2.2	0.5	15.8	2.2	8.7	3.3	5.4	4.9	0.0	0.0	1.1
高円寺地域	226	81.0	67.3	1.8	2.2	15.5	0.9	8.8	5.8	5.3	3.1	0.9	0.4	0.9
高井戸地域	252	78.2	72.2	2.0	1.6	14.7	2.4	5.2	5.6	7.1	3.2	0.0	0.8	0.0
方南・和泉地域	191	81.7	69.6	1.0	1.6	19.4	1.6	6.8	5.2	6.3	1.6	0.0	0.0	0.0

4 杉並区の商店街

(1) 区内商店街の利用頻度

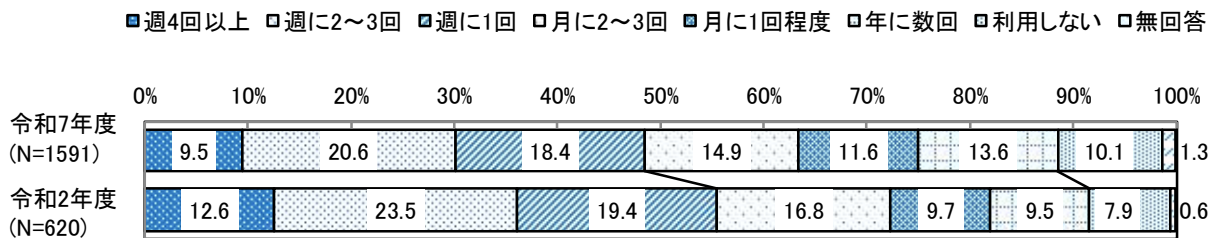
問 16 区内の商店街の利用頻度をお答えください。(○は1つ)

○区民の半数近くが区内商店街を週に1回以上利用している

区内商店街の利用頻度について、「週に2～3回」が20.6%と最も高く、次いで「週に1回」が18.4%、「月に2～3回」が14.9%の順となっている。

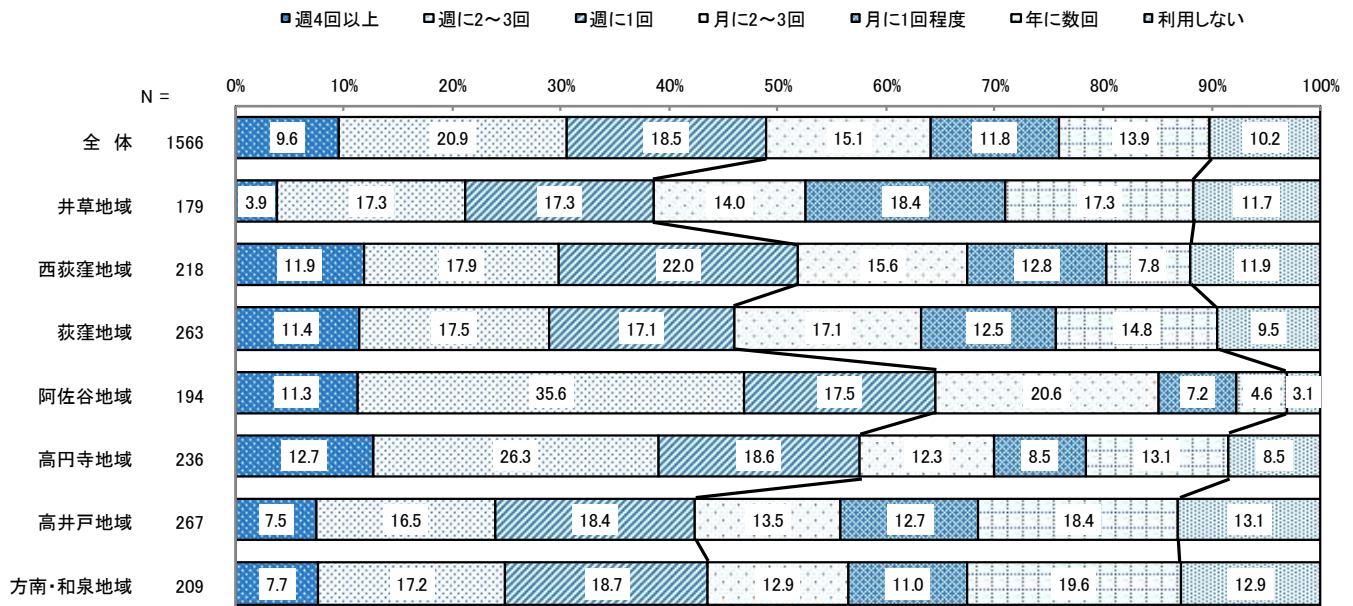
『週に1回以上』（「週4回以上」「週に2～3回」「週に1回」の合計）の割合は48.5%となり、令和2年度と比較すると7ポイント減少となった。

図表3-35 区内商店街の利用頻度(SA)



区内商店街の利用頻度を地域別にみると、『週に1回以上』の割合について、「阿佐谷地域」が61.4%と最も高く、次いで「高円寺地域」が57.6%、「西荻窪地域」が51.8%の順となっている。一方で「利用しない」について、「高井戸地域」が13.1%と最も高くなっている。

図表3-36 区内商店街の利用頻度（地域別）(SA)



また、年代別にみると、『週に1回以上』の割合について、「70歳以上」が61.4%と最も高く、「60歳代」についても57.1%と過半数を占めている。一方で「利用しない」について、10歳代・20歳代および30歳代が10%以上を占めている。

図表3-37 区内商店街の利用頻度（年代別）(SA)

(%)

	回答者数 (N)	週 4 回 以上	週 に 2 〜 3 回	週 に 1 回	月 に 2 〜 3 回	月 に 1 回 程 度	年 に 数 回	利 用 し な い	無 回 答
全 体	1591	9.5	20.6	18.4	14.9	11.6	13.6	10.1	1.3
10歳代・20歳代	169	5.9	17.2	13.6	17.2	11.2	21.3	13.6	-
30歳代	242	4.5	19.8	14.9	14.0	13.6	17.8	14.9	0.4
40歳代	254	7.9	15.0	24.8	15.0	13.8	13.4	9.4	0.8
50歳代	283	7.4	15.9	19.8	17.0	12.4	17.7	9.5	0.4
60歳代	332	12.7	25.6	18.4	14.5	10.2	8.4	9.3	0.9
70歳以上	308	15.3	26.3	17.2	13.0	9.1	8.4	6.5	4.2

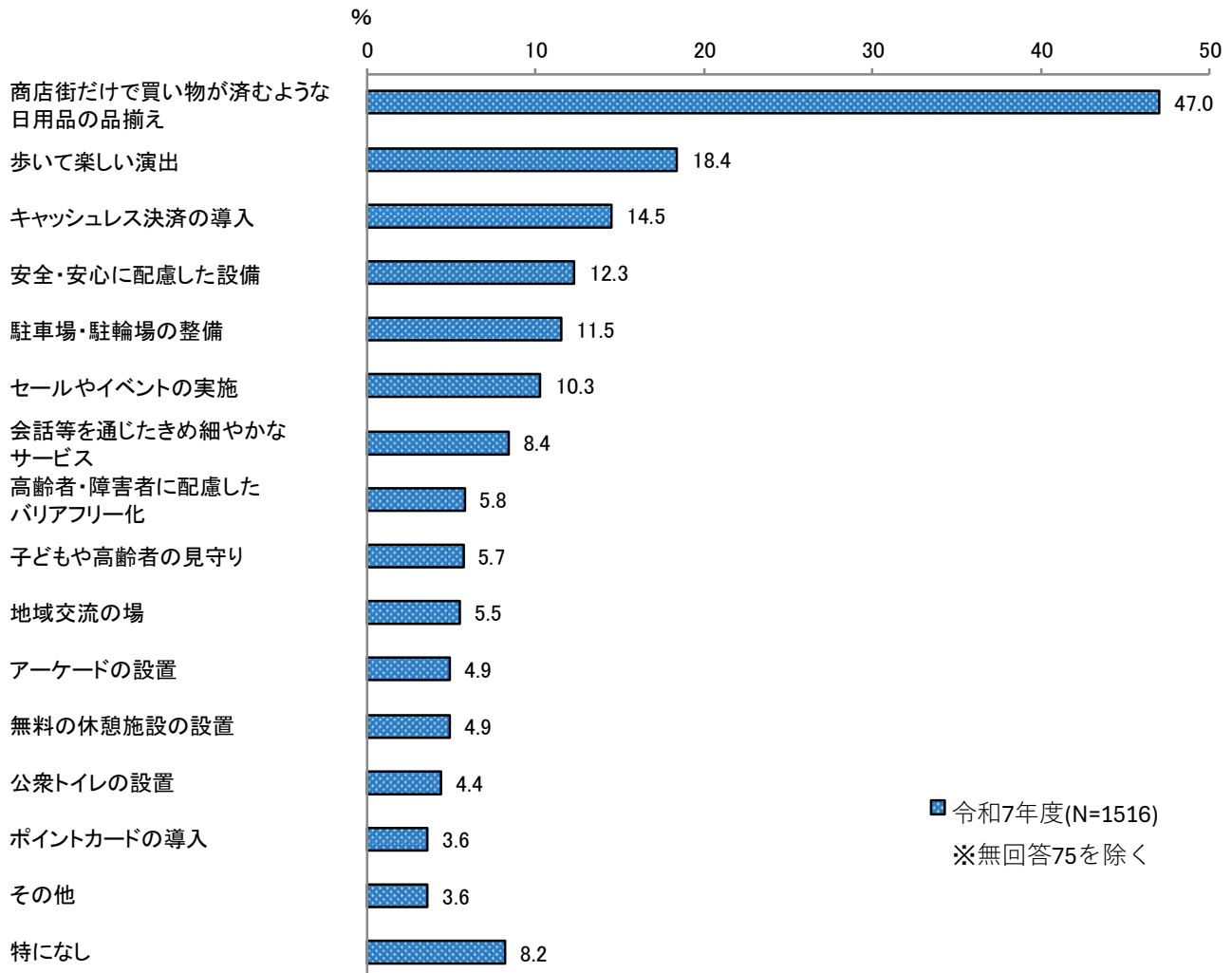
(2) 商店街に望むもの

問 17 商店街に望むものは何ですか。(〇は2つまで)

○区民の半数近くが商店街だけで買い物が済むような品揃えを求めている

商店街に望むものについて、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が47.0%と突出して高く、次いで「歩いて楽しい演出」が18.4%、「キャッシュレス決済の導入」が14.5%の順となっている。

図表3-38 商店街に望むもの(MA)



商店街に望むものについて年代別にみると、全ての年代において、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が最も多くなっている。「歩いて楽しい演出」「キャッシュレス決済の導入」は、70歳以上では10%未満にとどまり、他の年代と比べて低い水準となっている。

図表3-39 商店街に望むもの（年代別）(MA)

	回答者数(N)	商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え	高齢者・障害者に配慮したバリアフリー化	高齢者・障害者に配慮したなサービス	会話等を通じたきめ細やかなサービス	安全・安心に配慮した設備	子どもや高齢者の見守り	歩いて楽しい演出	地域交流の場	セールやイベントの実施	ポイントカードの導入	キャッシュレス決済の導入	駐車場・駐輪場の整備	アーケードの設置	無料の休憩施設の設置	公衆トイレの設置	その他	特になし
全体	1516	47.0	5.8	8.4	12.3	5.7	18.4	5.5	10.3	3.6	14.5	11.5	4.9	4.9	4.4	3.6	8.2	
10歳代・20歳代	161	50.9	3.1	5.6	7.5	5.0	18.6	6.8	13.0	2.5	21.1	4.3	3.1	6.8	4.3	3.1	7.5	
30歳代	238	47.1	1.7	4.2	11.3	10.1	21.0	9.2	13.4	2.5	22.7	7.6	5.0	4.2	0.4	2.5	6.7	
40歳代	245	44.5	3.7	9.4	10.6	8.6	21.2	6.1	10.6	2.9	19.6	11.8	4.9	2.9	4.5	4.9	6.9	
50歳代	273	42.9	7.0	8.1	10.6	4.8	22.7	7.0	11.7	5.5	12.1	13.9	5.9	2.9	5.1	5.5	6.6	
60歳代	311	48.2	5.1	12.2	12.5	3.9	18.6	3.2	9.0	4.8	10.9	17.0	5.1	3.9	3.9	3.2	7.7	
70歳以上	286	50.0	12.2	8.7	18.5	2.8	9.1	2.4	5.9	2.8	5.9	10.1	4.9	9.1	7.3	2.1	13.3	

また、地域別にみると、全ての地域において、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が最も多くなっている。特に「阿佐谷地域」は61.9%と、全体に比べて10ポイント以上高くなっており、地域によって差がみられる。

図表3-40 商店街に望むもの（地域別）(MA)

	回答者数(N)	商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え	高齢者・障害者に配慮したバリアフリー化	高齢者・障害者に配慮したなサービス	会話等を通じたきめ細やかなサービス	安全・安心に配慮した設備	子どもや高齢者の見守り	歩いて楽しい演出	地域交流の場	セールやイベントの実施	ポイントカードの導入	キャッシュレス決済の導入	駐車場・駐輪場の整備	アーケードの設置	無料の休憩施設の設置	公衆トイレの設置	その他	特になし
全体	1516	47.0	5.8	8.4	12.3	5.7	18.4	5.5	10.3	3.6	14.5	11.5	4.9	4.9	4.4	3.6	8.2	
井草地域	174	43.7	4.0	7.5	12.1	6.3	19.5	3.4	11.5	3.4	13.8	13.8	2.3	1.7	2.3	6.3	9.8	
西荻窪地域	212	40.6	5.2	14.2	16.0	4.2	17.0	6.1	10.4	2.8	14.6	10.4	7.1	6.6	4.2	3.3	9.0	
荻窪地域	254	38.2	5.1	7.5	11.4	4.7	23.2	5.5	12.6	3.9	15.4	16.5	5.9	5.9	4.7	2.4	8.3	
阿佐谷地域	189	61.9	5.3	7.9	10.1	3.7	19.0	6.3	8.5	3.2	9.0	13.2	4.8	6.3	6.3	2.6	4.8	
高円寺地域	230	50.0	7.8	7.8	14.3	7.4	18.7	7.0	8.3	4.8	16.5	11.3	7.4	4.3	3.9	2.6	4.3	
高井戸地域	257	47.5	6.6	8.2	11.7	5.8	17.1	4.3	9.3	3.5	10.9	9.3	4.3	5.8	3.1	5.1	10.1	
方南・和泉地域	196	51.0	6.1	5.6	9.7	7.7	13.3	6.1	11.2	3.6	21.9	6.1	2.0	2.6	5.6	3.1	11.2	

5 杉並区の観光事業・アニメ事業

(1) 来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見

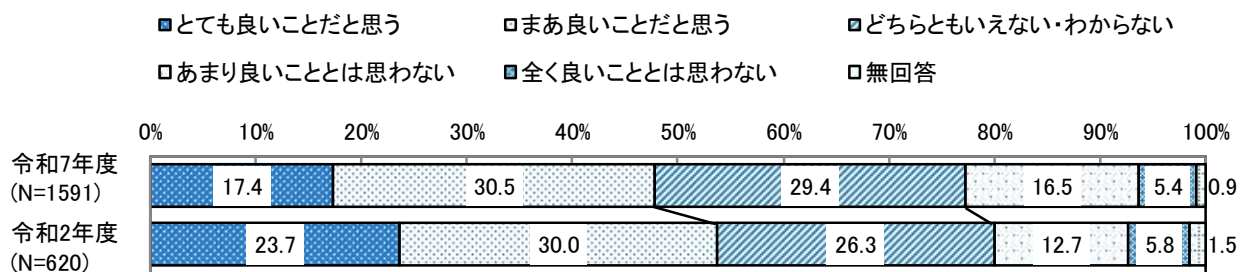
問 18 今後、都内を訪れる来街者数は、増加が見込まれています。杉並区では、外国人観光客を含む来街者の誘致を図ることで、「にぎわい」や「活気」の創出につなげていく計画です。あなたのお住まいの地域で、この取組を行うことについて、どのように思いますか。(〇は1つ)

○区民の半数近くが来街者の誘致を図るにぎわい創出に肯定的である

来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見として、「まあ良いことだと思う」が30.5%と最も高く、次いで「どちらともいえない・わからない」が29.4%、「とても良いことだと思う」が17.4%の順となっている。

『良いことだと思う』（「とても良いことだと思う」「まあ良いことだと思う」の合計）の割合は47.9%となり、令和2年度と比較すると5.8ポイント減少した。

図表3-41 来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見(SA)



来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見について地域別にみると、高円寺地域のみ『良いことだと思う』の割合が5割を超えているが、その他の地域では大きな地域差はみられない。

図表3-42 来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見(地域別)(SA)

	回答者数 (N)	とても良いことだと思う	まあ良いことだと思う	どちらともいえない・わからない	あまり良いこととは思わない	全く良いこととは思わない	無回答
全体	1591	17.4	30.5	29.4	16.5	5.4	0.9
井草地域	182	18.1	29.1	33.5	14.3	3.8	1.1
西荻窪地域	219	18.7	30.6	30.6	16.9	3.2	-
荻窪地域	266	13.5	35.3	25.9	18.4	6.0	0.8
阿佐谷地域	197	18.3	28.9	28.9	17.8	3.6	2.5
高円寺地域	240	21.3	31.3	27.1	14.2	5.8	0.4
高井戸地域	272	15.8	28.3	32.4	13.6	8.8	1.1
方南・和泉地域	210	17.6	29.0	27.1	21.0	4.8	0.5

(2) 観光事業の認知状況

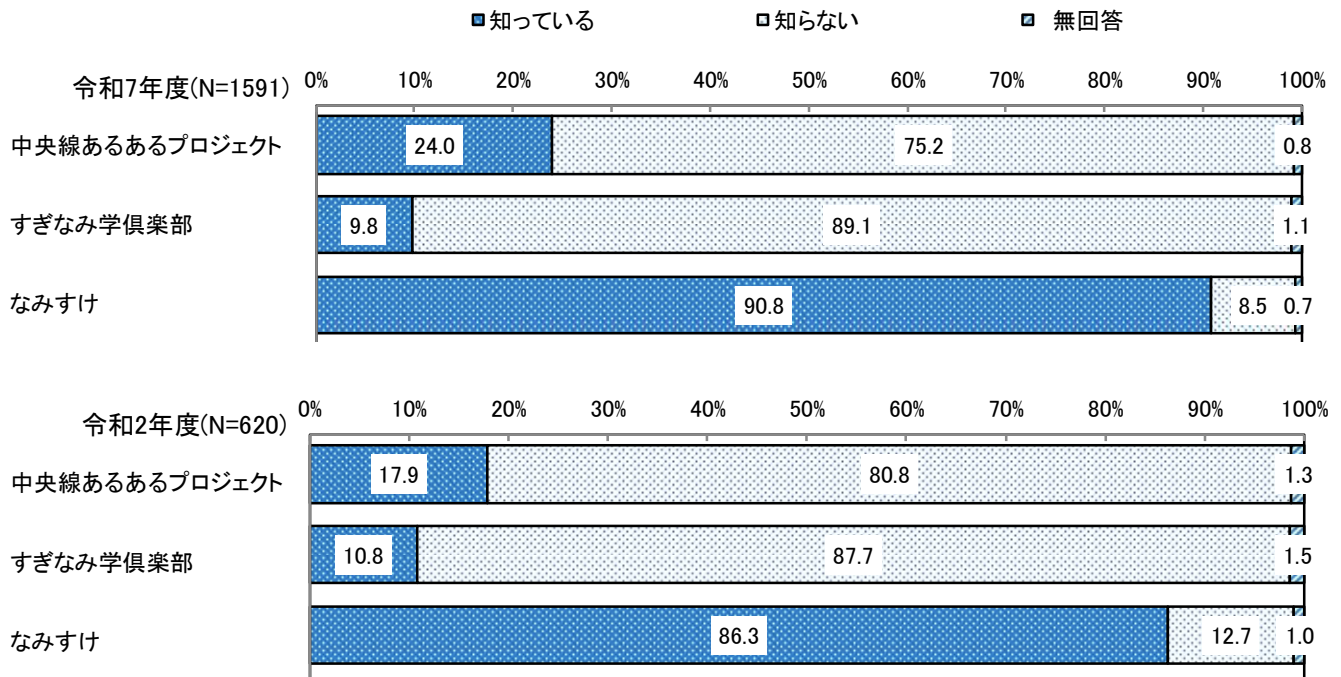
問19 杉並区の以下の観光事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

○なみすけを知っている区民の割合が90%以上に及ぶ

観光事業の認知状況について、「なみすけ」の認知度は90.8%と最も高く、「中央線あるあるプロジェクト」が24.0%、「すぎなみ学倶楽部」が9.8%にとどまった。

令和2年度と比較すると、「中央線あるあるプロジェクト」の認知度は6.1ポイント増加した。

図表3-43 観光事業の認知状況(SA)



観光事業の認知状況を年代別にみると、いずれの項目においても年代による大きな差はみられない。「すぎなみ学倶楽部」の認知度は年代が上がるにつれて高まる傾向にあり、「なみすけ」はいずれの世代においても80%以上と高い認知度を示している。

図表3-44 観光事業の認知状況(年代別)(SA)

	回答者数(N)	(%)								
		中央線あるあるプロジェクト			すぎなみ学倶楽部			なみすけ		
		知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答
全体	1591	24.0	75.2	0.8	9.8	89.1	1.1	90.8	8.5	0.7
10歳代・20歳代	169	25.4	74.6	-	2.4	97.6	-	87.6	12.4	-
30歳代	242	28.5	70.7	0.8	4.1	95.0	0.8	95.0	5.0	-
40歳代	254	29.9	69.7	0.4	8.3	90.9	0.8	94.9	4.7	0.4
50歳代	283	22.3	77.4	0.4	9.9	89.0	1.1	95.1	4.2	0.7
60歳代	332	19.3	80.1	0.6	12.7	87.0	0.3	91.9	7.8	0.3
70歳以上	308	21.4	76.3	2.3	16.6	80.2	3.2	80.8	16.9	2.3

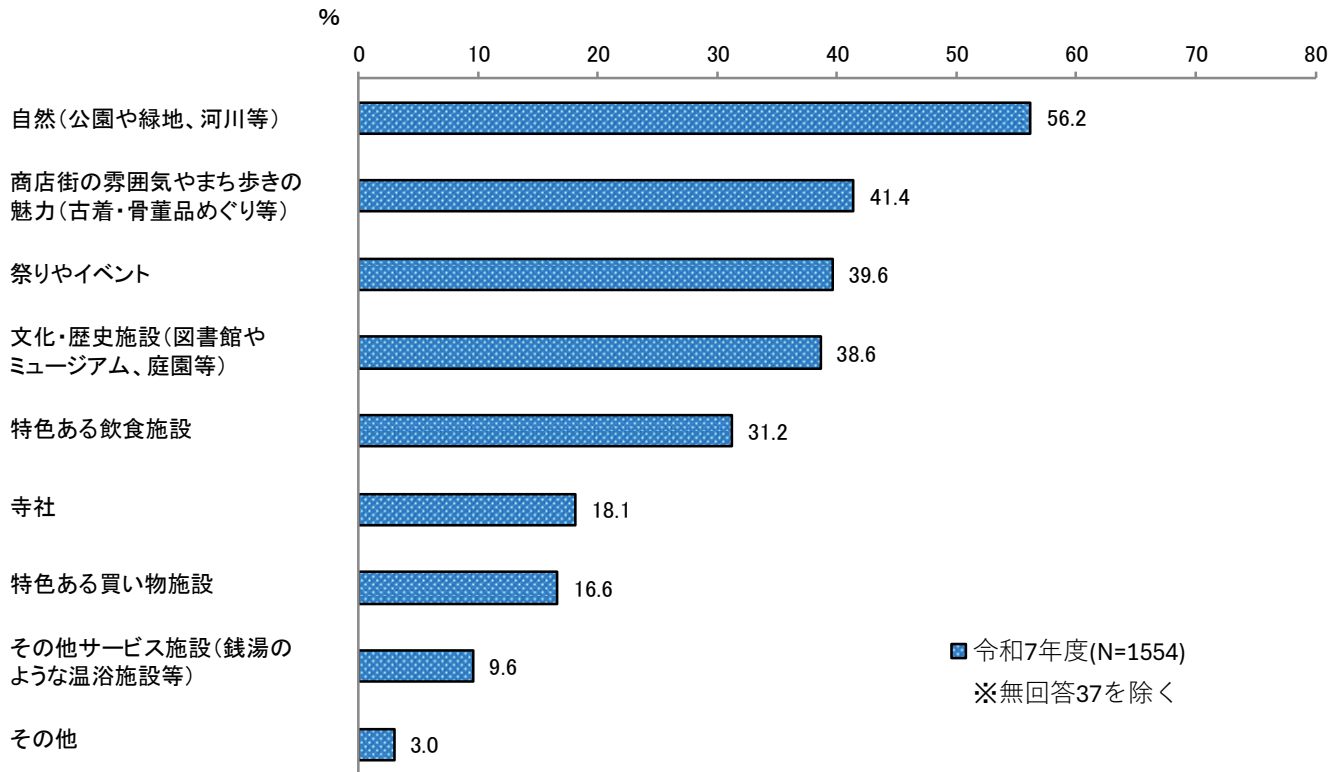
(3) 杉並区の観光資源

問 20 杉並区の観光資源とは何だと思いませんか。該当するものをすべて選んでください。
(○はいくつでも)

○杉並区の観光資源として自然が最も多く認識されている

杉並区の観光資源について、「自然（公園や緑地、河川等）」が56.2%と最も高く、次いで「商店街の雰囲気やまち歩きの魅力（古着・骨董品めぐり等）」が41.4%、「祭りやイベント」が39.6%と続いている。

図表3-45 杉並区の観光資源(MA)



地域別にみると、「商店街の雰囲気やまち歩きの魅力（古着・骨董品めぐり等）」及び「特色ある飲食施設」については、西荻窪地域が全体と比べて突出して高くなっている。

また、「祭りやイベント」については、高円寺地域が67.5%と全体に比べて20%以上高い一方、西荻窪地域（27.7%）及び荻窪地域（26.5%）は比較的低い水準となっている。

図表3-46 杉並区の観光資源(地域別)(MA)

		(%)									
	回答者数 (N)	特色ある 買い物施設	特色ある 飲食施設	温泉施設等	その他サー ビス施設 (銭湯のよ うな)	自然(公園 や緑地、 河川等)	文化・歴史 施設(図書 館やミュー ジ アム、庭園 等)	祭りやイ ベント	商店街の 雰囲気や まち歩き の魅力 (古着・骨 董品めぐ り等)	寺社	その他
全 体	1554	16.6	31.2	9.6	56.2	38.6	39.6	41.4	18.1	3.0	
井草地域	179	8.9	22.9	8.9	58.7	49.7	35.2	34.6	12.8	5.6	
西荻窪地域	213	18.8	52.1	8.9	50.7	37.1	27.7	65.3	12.2	0.9	
荻窪地域	264	17.8	34.8	10.2	55.3	56.8	26.5	35.6	12.1	1.9	
阿佐谷地域	192	18.2	29.2	11.5	62.5	36.5	55.7	41.7	21.4	4.2	
高円寺地域	237	27.8	33.8	14.8	38.8	26.2	67.5	51.1	24.5	1.7	
高井戸地域	263	11.4	22.8	6.8	65.4	34.6	33.5	31.9	16.0	4.9	
方南・和泉地域	201	11.9	22.4	6.0	62.2	28.9	33.3	31.3	28.4	2.0	

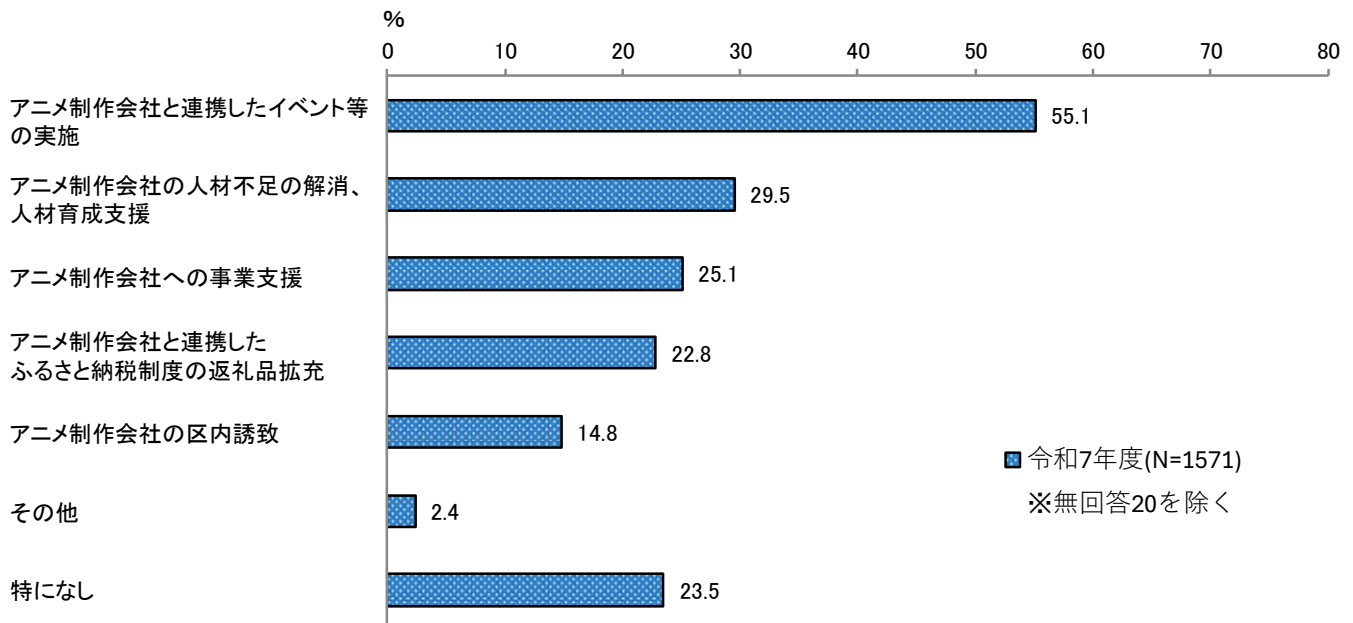
(4) 「アニメのまち杉並」を目指す施策として必要なもの

問 21 杉並区は日本一のアニメ制作会社の集積地になっています。今後、「アニメのまち杉並」を目指す区の施策として必要だと思うものは何ですか。(〇はいくつでも)

○アニメ制作会社と連携したイベント等の実施に対する要望が最も高い

「アニメのまち杉並」を目指す施策として必要なものについて、「アニメ制作会社と連携したイベント等の実施」が55.1%と最も高く、次いで「アニメ制作会社の人材不足の解消、人材育成支援」が29.5%、「アニメ制作会社への事業支援」が25.1%の順となっている。

図表3-47 「アニメのまち杉並」を目指す施策として必要なもの(MA)



年代別にみると、70歳以上では「特になし」の割合が43.0%と高く、多くの項目で回答割合が低水準となっている。60歳代についても、全体として各項目の割合は低い傾向にある。一方、その他の年代では、いずれの項目においても大きな差はみられない。

図表3-48 「アニメのまち杉並」を目指す施策として必要なもの(年代別)(MA)

	回答者数(N)	アニメ制作会社と連携したイベント等の実施	アニメ制作会社と連携したふるさと納税制度の返礼品拡充	アニメ制作会社への事業支援	アニメ制作会社の区内誘致	アニメ制作会社の人材不足の解消、人材育成支援	その他	特になし
全体	1571	55.1	22.8	25.1	14.8	29.5	2.4	23.5
10歳代・20歳代	169	61.5	24.9	30.8	12.4	30.8	2.4	15.4
30歳代	239	61.9	30.1	33.1	16.3	38.1	3.8	11.3
40歳代	252	60.3	29.4	32.1	21.4	36.9	4.4	16.3
50歳代	279	58.8	28.0	26.2	16.5	29.4	1.8	19.0
60歳代	331	51.1	18.1	21.5	11.2	26.9	0.9	27.8
70歳以上	298	43.0	10.4	13.1	11.7	18.5	2.0	43.0

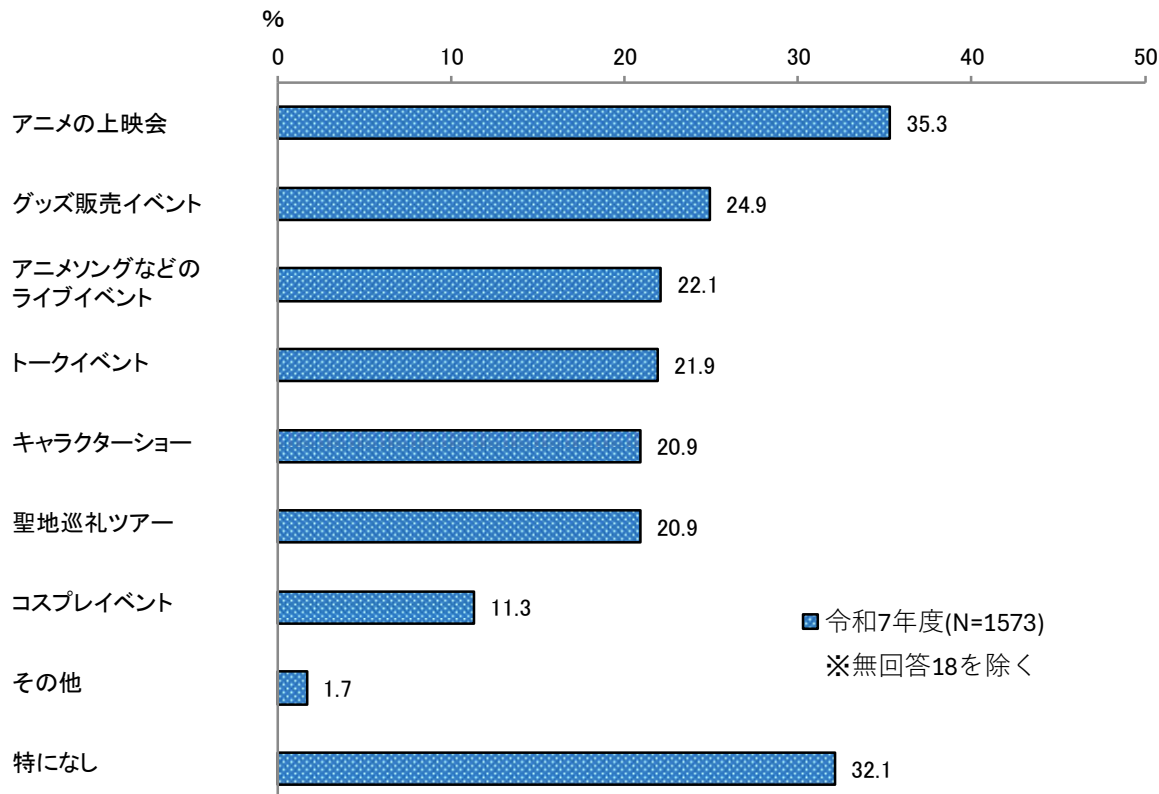
(5) アニメ関連事業で希望する取組

問 22 今後、杉並区で実施されるアニメに関連した事業(イベント)として、どのような取組を希望しますか。該当するものをすべてお選びください。(〇はいくつでも)

○アニメの上映会への期待が最多となる一方、明確な希望を持たない層も多い

アニメ関連事業で希望する取組について、「アニメの上映会」が35.3%と最も高く、次いで「グッズ販売イベント」が24.9%、「アニメソングなどのライブイベント」が22.1%の順となっている。一方で、「特になし」と回答した割合も32.1%と比較的高く、特段の取組を求めている層が一定数存在することがうかがえる。

図表3-49 アニメ関連事業で希望する取組(MA)



(その他)

- ・キャラクターやアニメとコラボした謎解きイベント
- ・声優とのイベント
- ・2.5次元舞台イベント
- ・人気アニメの展覧会やアニメ制作会社、コミック会社と連携して集客できるイベントなど、杉並アニメーションミュージアムの充実
- ・アニメ制作スタジオの見学(区民優先で抽選制)
- ・アニメの制作工程や原画の展示、原画展など
- ・小学生以下の子どもを対象とした、オリジナルキャラクター作成とアニメ会社による品評会。未来の漫画家の発掘とアニメ事業に関心を持ってもらい、業界の発展を図る
- ・なつかしいアニメの上映会
- ・ふるさと納税にアニメの限定フィギュア作成
- ・アニメの舞台として杉並を使ってもらい、聖地巡礼してもらえる場所の創出

- ・アニメ制作者が職住近接で働きやすい環境を整えるべき。観光より働きやすさと暮らしやすさを真剣に追求する時だと思う。アニメ専門学校誘致やアニメ用のシアター設置、アフレコスタジオ拡充などもいいと思う
- ・なみすけのアニメ化など、もっと予算と人をかけて、アニメ会社や広告会社と組んでなみすけを流行らせる
- ・なみすけのコスプレをしてかけっこ大会など、なみすけパレード・フェス
- ・事業者が利用しやすい会場の提供等
- ・アニメだけでなくマンガとのコラボ
- ・他区、民間が行っている様な事ではなく、アニメを文化、芸術へとより価値高める様な事業にしてほしい
- ・行政がアニメ関連に直接手を出すことをやめ、民間側がアニメ関連でやりたいことの支援に徹する。(条例による規制緩和、ルールの整備など)
- ・大きなイベントをするホールが無いのが問題
- ・イベントの集客は望めないなので、何もやらなくてよい
- ・アニメは全ての人が好きなわけではないので区でやる必要はない

年代別にみると、「聖地巡礼ツアー」については、30歳代が31.4%と特に高くなっている。一方、70歳以上では「特になし」が過半数を占めており、その他の項目はいずれも全体に比べて低い水準となっている。

図表3-50 アニメ関連事業で希望する取組(年代別)(MA)

		(%)								
	回答者数(N)	キャラクターショー	アニメの上映会	トークイベント	アニメソングなどのライブイベント	グッズ販売イベント	コスプレイベント	聖地巡礼ツアー	その他	特になし
全体	1573	20.9	35.3	21.9	22.1	24.9	11.3	20.9	1.7	32.1
10歳代・20歳代	169	16.6	36.1	29.0	23.1	24.3	13.0	29.6	0.0	20.7
30歳代	239	28.5	41.0	27.6	25.1	27.6	10.0	31.4	2.9	18.0
40歳代	250	28.4	44.8	27.2	26.8	30.4	14.8	27.6	3.2	21.6
50歳代	282	18.8	41.5	24.5	25.9	27.3	13.8	25.2	1.8	27.3
60歳代	331	17.5	31.7	18.1	19.6	23.6	10.0	12.7	1.5	39.6
70歳以上	299	17.1	21.1	11.0	14.0	18.1	7.4	7.0	0.7	54.5

(6) 「杉並アニメーションミュージアム」の利用状況、来館のきっかけ

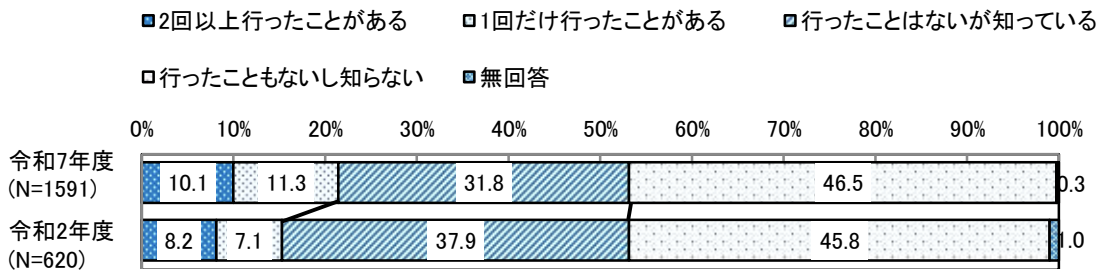
① 「杉並アニメーションミュージアム」の利用状況

問 23 杉並区では、日本のアニメーション全体を体系づけて学び、体験し、理解しながら楽しんでいただけるよう、「杉並アニメーションミュージアム」(杉並区上荻 3-29-5 杉並会館内、入場無料)を運営しています。あなたは、「杉並アニメーションミュージアム」に行ったことがありますか。(○は1つ)

○ 「杉並アニメーションミュージアム」に行ったことがある区民は20%程度にとどまる

「杉並アニメーションミュージアム」について、認知度は半数以上の53.2%となっている。また、『行ったことがある』（「2回以上行ったことがある」「1回だけ行ったことがある」の合計）の割合は21.4%となり、令和2年度と比較すると6.1ポイント増加した。

図表3-51 「杉並アニメーションミュージアム」の利用状況(SA)



「杉並アニメーションミュージアム」の利用状況について地域別にみると、「2回以上行ったことがある」は、西荻窪地域が26.0%と特に高く、阿佐谷地域、高円寺地域、高井戸地域、方南・和泉地域はいずれも10%以下となっている。「行ったこともないし知らない」は、方南・和泉地域が70.5%と突出して高くなっており、一方で施設の立地に近い西荻窪地域（23.3%）、荻窪地域（25.2%）が極めて低くなっていることから、地理的近接性が利用状況に影響している可能性がうかがえる。

図表3-52 「杉並アニメーションミュージアム」の利用状況(地域別) (SA)

	回答者数 (N)	(%)				
		2回以上行ったことがある	1回だけ行ったことがある	行ったことはないが知っている	行ったこともないし知らない	無回答
全体	1591	10.1	11.3	31.8	46.5	0.3
井草地域	182	12.1	15.4	38.5	34.1	-
西荻窪地域	219	26.0	11.4	38.4	23.3	0.9
荻窪地域	266	18.8	18.8	37.2	25.2	-
阿佐谷地域	197	5.1	9.1	30.5	54.8	0.5
高円寺地域	240	2.5	7.9	25.8	63.8	-
高井戸地域	272	4.4	9.9	30.9	54.4	0.4
方南・和泉地域	210	1.0	6.2	21.9	70.5	0.5

家族構成別にみると、「行ったこともないし知らない」は、ひとり暮らしが61.4%と特に高く、一方で、親と未婚の子ども（二世帯家族）は36.1%と低くなっている。その他項目については、家族構成による大きな差はみられない。

図表3-53 「杉並アニメーションミュージアム」の利用状況(家族構成別) (SA)

		(%)				
	回答者数 (N)	2 回 以 上 行 っ た こ と が あ る	1 回 だ け 行 っ た こ と が あ る	行 っ た こ と は な い が 知 っ て い る	行 っ た こ と も な い し 知 ら な い	無 回 答
全 体	1591	10.1	11.3	31.8	46.5	0.3
夫婦のみ(一世代家族)	474	8.9	9.5	31.6	50.0	-
親と未婚の子ども(二世帯家族)	570	14.7	14.9	34.2	36.1	-
親と子ども夫婦(二世帯家族)	39	17.9	12.8	28.2	41.0	-
親と子どもと孫(三世代家族)	54	11.1	16.7	31.5	35.2	5.6
ひとり暮らし	342	4.4	6.4	27.5	61.4	0.3
その他	105	4.8	12.4	36.2	45.7	1.0

②「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機

問 24は、問 23で「3 行ったことはないが知っている」・「4 行ったこともないし知らない」のいずれかを選んだ方がお答えください。

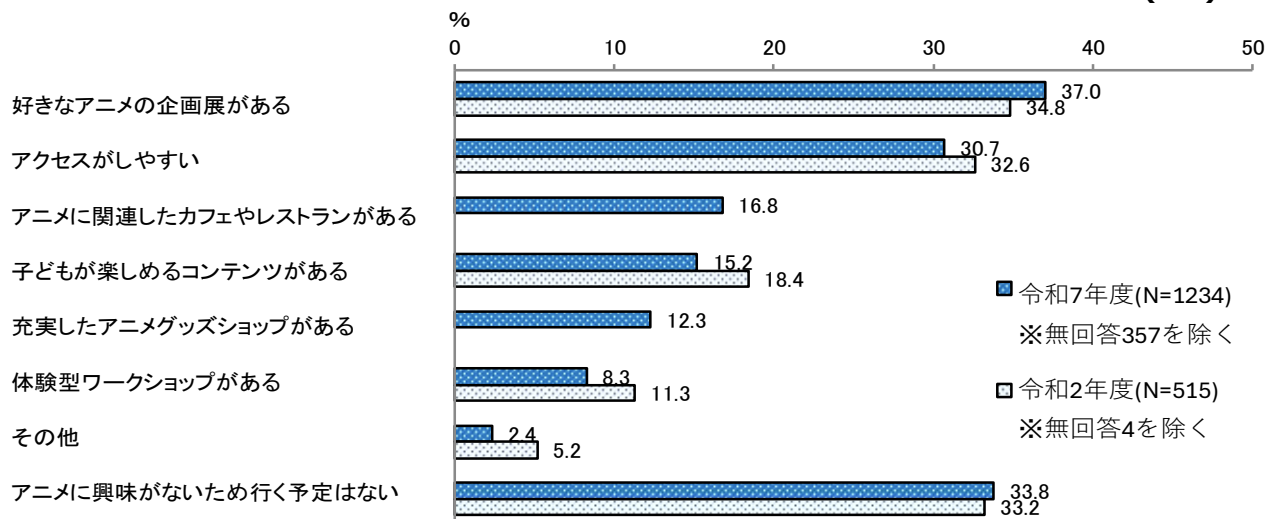
問 24 どのようなきっかけがあれば行ってみたいと思いますか。(〇はいくつでも)

○動機は好きなアニメの企画展が最多だが、アニメに関心を持たない層も一定数存在する

「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機について、「好きなアニメの企画展がある」が37.0%と最も高く、次いで「アクセスがしやすい」が30.7%、「アニメに関連したカフェやレストランがある」が16.8%と続いている。一方で、「アニメに興味がないため行く予定はない」と回答した割合も33.8%と比較的高く、アニメに関心を持たない層が一定数存在することがうかがえる。

なお、令和2年度と比較すると、大きく増減した項目はなかった。

図表3-54 「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「充実したアニメグッズショップがある」「アニメに関連したカフェやレストランがある」を追加。
- ・「アニメに興味がない」から「アニメに興味がないため行く予定はない」に変更。

(その他)

- ・芸術的価値、文化的価値があること
- ・カフェや図書館、児童施設など他の施設との併設、飲食店など周辺の施設の充実
- ・声優の体験や見学会など
- ・好きなアニメ、興味がなくとも行ってみようと思える内容
- ・駐車場がある
- ・アニメの上映会
- ・限定品の販売
- ・子育てが終わった世代でも昔を懐かしんで楽しめる原画展、大人向けのグッズ販売。

家族構成別にみると、全ての家族構成において、「好きなアニメの企画展がある」の割合が最も高く、次いで「アクセスがしやすい」と続いている。なお、「親と子ども夫婦（二世世代家族）」では、「アクセスがしやすい」と、「アニメに関連したカフェやレストランがある」「子どもが楽しめるコンテンツがある」が同率となっている。

また、「親と子どもと孫（三世世代家族）」では、「アニメに関連したカフェやレストランがある」が39.4%と、全体に比べて20ポイント以上高くなっており、家族で楽しめる要素への関心が高い傾向がうかがえる。

図表3-55 「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機（家族構成別）
(MA)

	回答者数 (N)	好きなアニメの企画展がある	体験型ワークショップがある	子どもが楽しめるコンテンツがある	充実したアニメグッズがある	レストランに関連したカフェや	アクセスがしやすい	その他	(%) くアニメには興味がないため行
全体	1234	37.0	8.3	15.2	12.3	16.8	30.7	2.4	33.8
夫婦のみ(一世代家族)	384	28.6	7.3	9.4	9.4	15.4	23.4	2.1	43.5
親と未婚の子ども(二世世代家族)	400	39.0	8.8	27.5	14.8	17.5	37.5	2.3	27.8
親と子ども夫婦(二世世代家族)	25	28.0	16.0	24.0	12.0	24.0	24.0	4.0	32.0
親と子どもと孫(三世世代家族)	33	45.5	21.2	21.2	21.2	39.4	42.4	0.0	18.2
ひとり暮らし	301	43.2	6.3	4.3	11.0	14.6	30.9	2.7	33.6
その他	86	44.2	11.6	17.4	16.3	17.4	30.2	3.5	24.4

6 杉並区の農業

(1) 区内の農地面積の減少についての意見

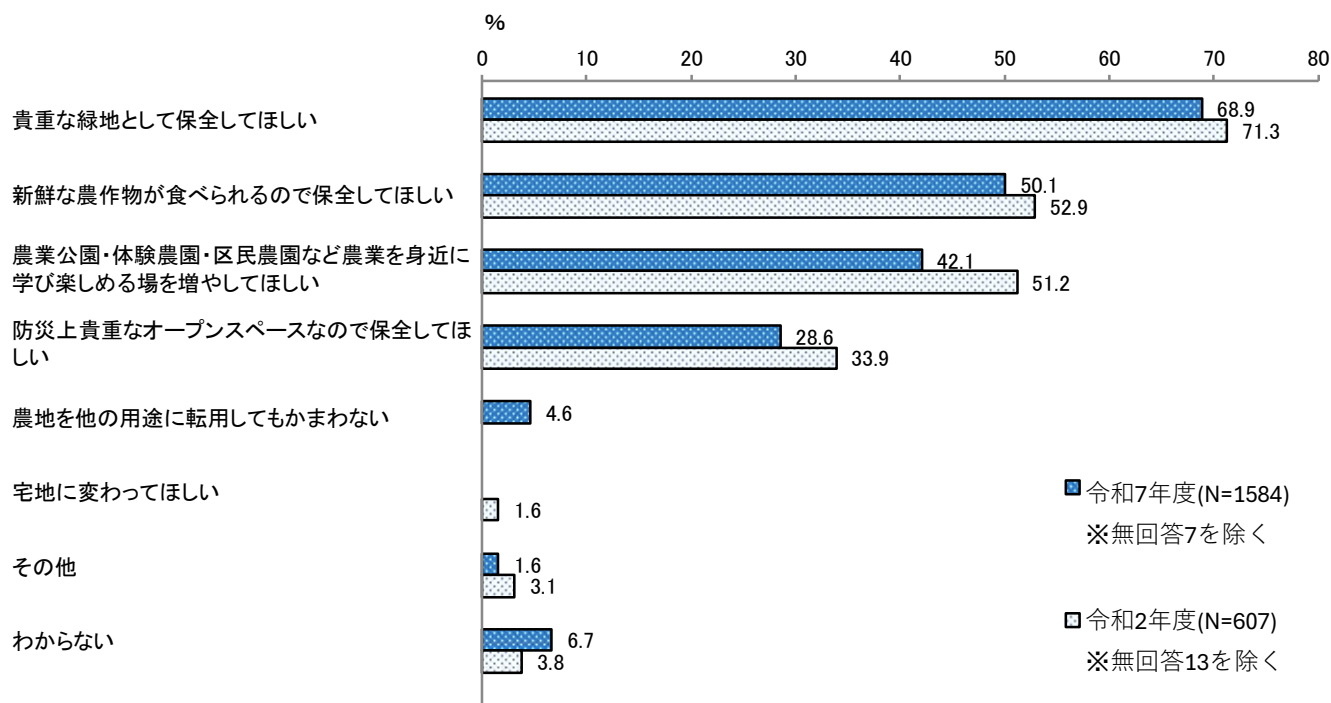
問 25 杉並区は 23 区内で 5 番目に農地面積が大きく、約 110 戸の農家があります。野菜、果物、花、植木などが生産されており、40 力以上の直売所があります。しかし、農地面積は年々減少しているのが現状です。この事についてどう思いますか。(〇はいくつでも)

○区民の70%弱が、貴重な緑地として農地保全を希望している

区内の農地について、『農地を保全してほしい』と考える区民の割合は、87.1%となっている。

そのうち、「貴重な緑地として保全してほしい」が68.9%と最も高く、次いで「新鮮な農作物が食べられるので保全してほしい」が50.1%、「農業公園・体験農園・区民農園など農業を身近に学び楽しめる場を増やしてほしい」が42.1%となっており、日常生活と結びついた役割を持つ農地の保全や活用を求める意識が高いことがうかがえる。

図表3-56 区内の農地面積の減少についての意見(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・ 前回調査では「宅地になってほしい」として聴取していたが、本調査では「農地を他の用途に転用しても構わない」に表現を変更した。結果の比較には留意が必要である。なお、グラフには参考として前回調査の結果を掲載している。
- ・ 「農業公園・体験農園・区民農園など農業を身近に学び楽しめる場となつてほしい」から「農業公園・体験農園・区民農園など農業を身近に学び楽しめる場を増やしてほしい」に変更。

(2) 農業に関する事業の認知状況

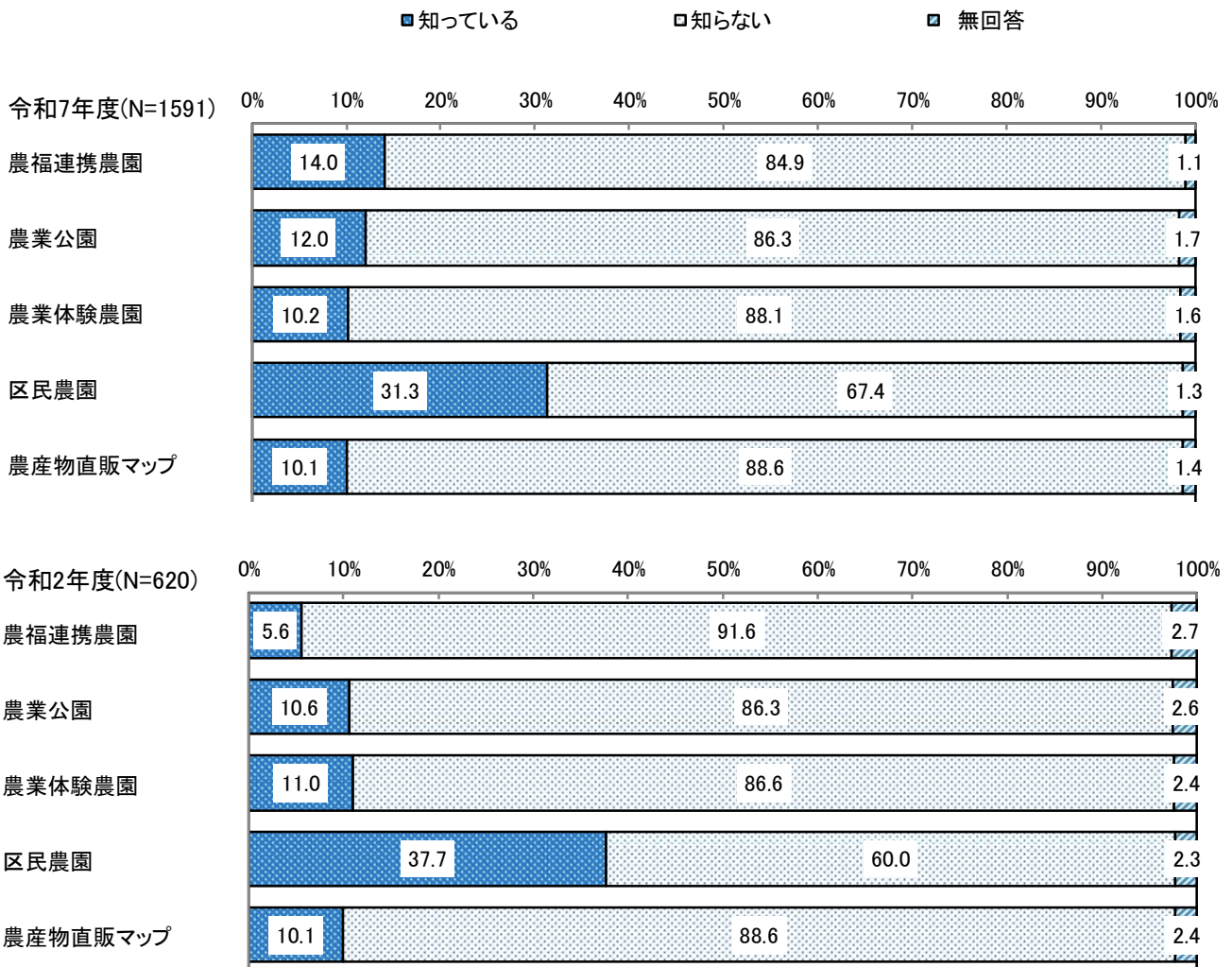
問 26 貴重なみどりである農地を保全し、区内の農業振興を図るためには、区民の方々に農業に対する理解を深めていただくことが重要であると考えています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ○は1つ)

○区民農園の認知度は30%超に及ぶが、その他の事業は10%超にとどまる

区民の農業に関する事業の認知状況について、「区民農園」の認知度は31.3%と最も高く、次いで「農福連携農園」が14.0%、「農業公園」が12.0%となっている。

令和2年度と比較すると、「農福連携農園」が8.4%増加した一方、「区民農園」は6.4%減少した。

図表3-57 農業に関する事業の認知状況(SA)



区民の農業に関する事業の認知状況を年代別にみると、「区民農園」は、年代が上がるにつれて、「知っている」割合が漸増している。10歳代・20歳代では「知っている」割合が10%を下回っている一方、70歳以上は48.7%と5割弱に及んでいる。

図表3-58 農業に関する事業の認知状況(年齢別) (SA)

	回答者数 (N)	農福連携農園			農業公園			農業体験農園			区民農園			農産物直販マップ		
		知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答
		全体	1591	14.0	84.9	1.1	12.0	86.3	1.7	10.2	88.1	1.6	31.3	67.4	1.3	10.1
10歳代・20歳代	169	5.3	94.7	-	4.7	94.7	0.6	5.3	94.7	-	7.1	92.9	-	3.0	95.9	1.2
30歳代	242	8.3	90.1	1.7	7.4	90.5	2.1	5.4	92.6	2.1	12.8	85.1	2.1	4.1	94.2	1.7
40歳代	254	13.8	85.8	0.4	11.4	87.8	0.8	11.0	87.4	1.6	26.4	73.2	0.4	12.6	87.0	0.4
50歳代	283	13.4	86.6	-	12.0	86.2	1.8	10.6	89.0	0.4	32.5	67.1	0.4	9.5	89.8	0.7
60歳代	332	18.4	81.0	0.6	15.1	84.0	0.9	10.2	89.2	0.6	43.7	55.4	0.9	11.4	87.7	0.9
70歳以上	308	19.5	77.3	3.2	16.6	79.9	3.6	15.9	79.5	4.5	48.7	48.1	3.2	15.3	81.5	3.2

また、地域別にみると、井草地域では「農福連携農園」や「区民農園」の認知度が最も高いのに対し、高円寺地域及び方南・和泉地域では「区民農園」の認知度が約20%にとどまり、地域間で差がみられる。

図表3-59 農業に関する事業の認知状況(地域別) (SA)

	回答者数 (N)	農福連携農園			農業公園			農業体験農園			区民農園			農産物直販マップ		
		知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答	知っている	知らない	無回答
		全体	1591	14.0	84.9	1.1	12.0	86.3	1.7	10.2	88.1	1.6	31.3	67.4	1.3	10.1
井草地域	182	35.2	64.3	0.5	6.6	92.9	0.5	19.2	80.2	0.5	46.7	52.7	0.5	13.7	85.7	0.5
西荻窪地域	219	13.2	85.8	0.9	8.7	87.7	3.7	8.2	89.5	2.3	35.6	61.6	2.7	11.4	85.8	2.7
荻窪地域	266	16.2	82.0	1.9	13.2	84.2	2.6	13.5	85.0	1.5	35.7	63.2	1.1	11.3	86.8	1.9
阿佐谷地域	197	11.2	87.3	1.5	21.3	77.7	1.0	9.1	89.3	1.5	30.5	68.0	1.5	11.2	87.8	1.0
高円寺地域	240	9.6	90.4	-	10.0	90.0	-	7.9	91.3	0.8	20.0	80.0	-	7.9	91.3	0.8
高井戸地域	272	9.6	89.0	1.5	14.0	84.6	1.5	8.5	89.0	2.6	34.6	64.0	1.5	9.6	89.3	1.1
方南・和泉地域	210	7.6	91.4	1.0	10.0	87.6	2.4	6.2	91.9	1.9	17.1	81.4	1.4	5.7	92.9	1.4

(3) 農に触れ合う機会

①農に触れ合う機会への参加状況

問 27 杉並区では、農にふれあう機会の提供を行っています。以下の取組について、あなたの参加状況を教えてください。(それぞれ○は1つ)

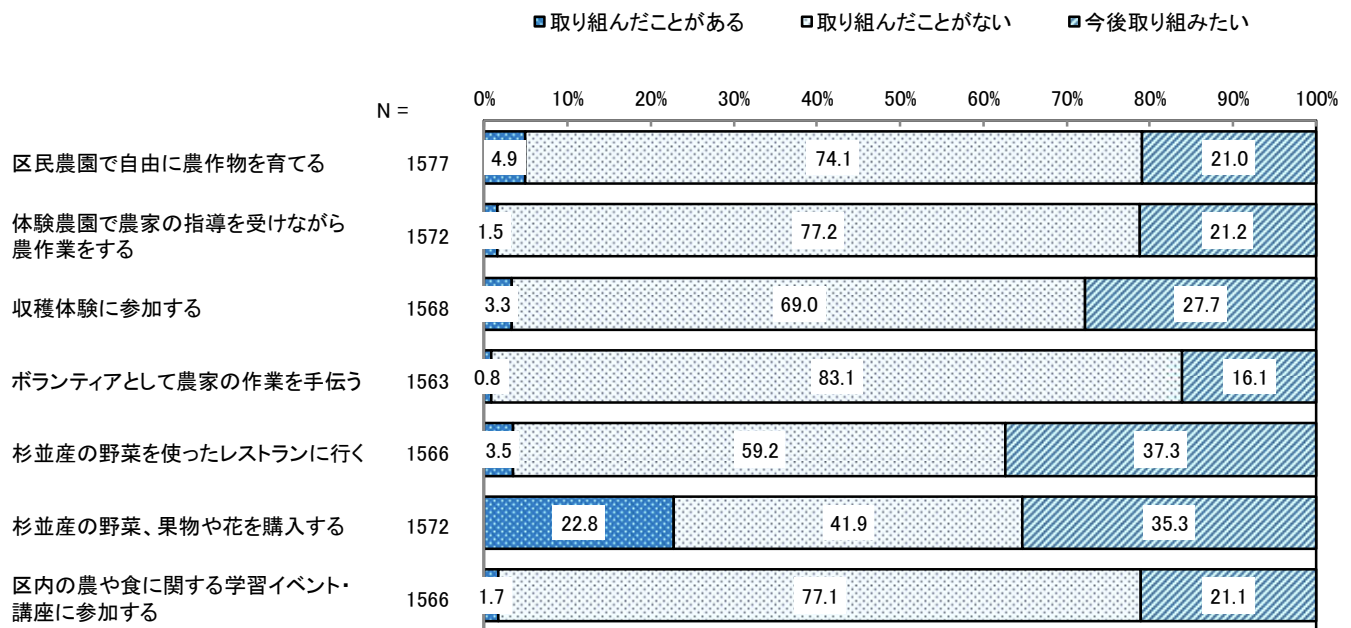
○区民からの潜在的需要に対し、地域交流に取り組む農家の割合は低い

農に触れ合う機会への参加状況について、取り組んだことがある項目として「杉並産の野菜、果物や花を購入する」が22.8%と最も高くなっているが、その他の項目はいずれも5%以下にとどまっている。

また、今後取り組みたい項目については、「杉並産の野菜を使ったレストランに行く」が37.3%、「杉並産の野菜、果物や花を購入する」が35.3%、「収穫体験に参加する」が27.7%となっている。

なお、農と触れ合う何らかの取組に参加したことがある区民の割合は27.3%、今後農と触れ合う何らかの取組への参加意向がある区民は5割超となっており、区民の農に対する潜在的な関心は高い状況にある。

図表3-60 農に触れ合う機会への参加状況(SA)



②杉並産の農産物の主な購入先

問 28は、問 27の(カ)「杉並産の野菜、果物や花を購入する」で「取り組んだことがある」を選んだ方がお答えください。

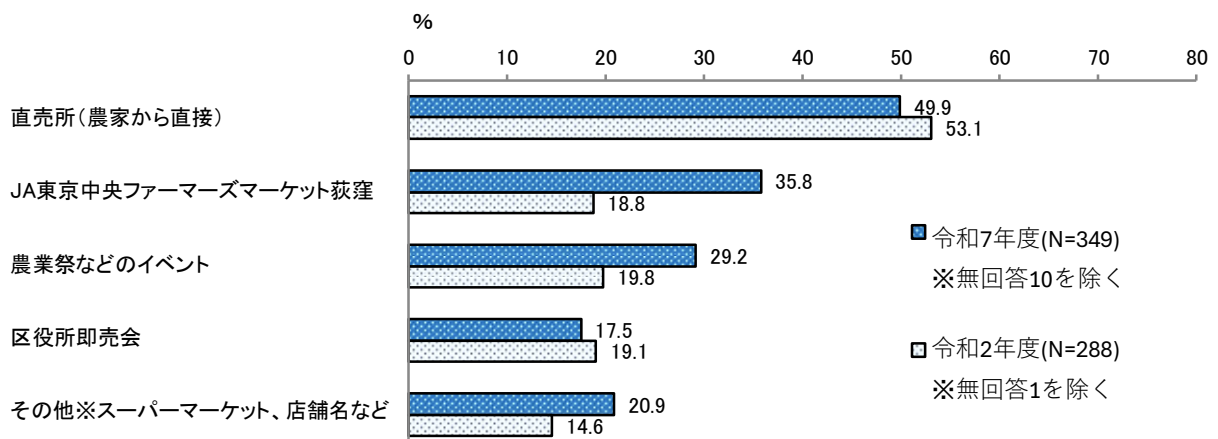
問 28 杉並産の野菜、果物や花などを購入した場所はどこですか。(〇はいくつでも)

○杉並産の農産物の購入先は直売所が約半数を占める

杉並産の農産物の主な購入先について、「直売所（農家から直接）」が49.9%、次いで「JA東京中央ファーマーズマーケット荻窪」が35.8%、「農業祭などのイベント」が29.2%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「JA東京中央ファーマーズマーケット荻窪」が17.0%、「農業祭などのイベント」が9.4%増加した。

図表3-61 杉並産の農産物の主な購入先(MA)



③杉並産の農産物を購入したことがない理由

問29は、問27の(カ)「杉並産の野菜、果物や花を購入する」で「取り組んだことがない」「今後取り組みたい」を選んだ方がお答えください。

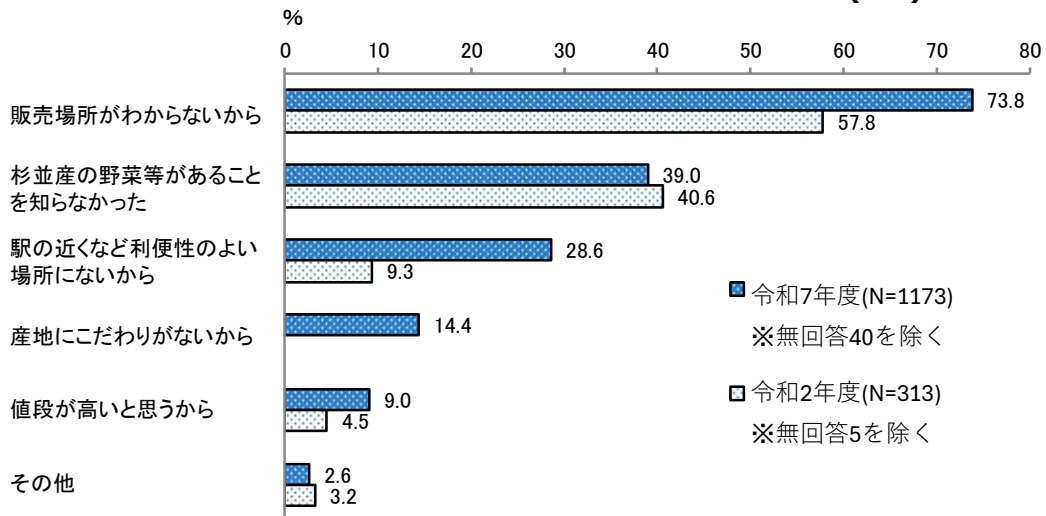
問29 杉並産の野菜、果物や花などを購入したことがない理由をお答えください。(〇はいくつでも)

○杉並産の農産物を購入したことがない理由は、「販売場所がわからない」が最も多い

杉並産の農産物を購入したことがない理由について、「販売場所がわからないから」が73.8%と最も高く、次いで「杉並産の野菜等があることを知らなかった」が39.0%、「駅の近くなど利便性のよい場所がないから」が28.6%となっている。

令和2年度と比較すると、「駅の近くなど利便性のよい場所がないから」が19.3%、「販売場所がわからないから」が16.0%増加した。

図表3-62 杉並産の農産物を購入したことがない理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「興味はあるが、販売場所がわからないから」から「販売場所がわからないから」に、「購入できる場所は知っているが、駅の近くなど利便性のよい場所がないから」から「駅の近くなど利便性のよい場所がないから」にそれぞれ変更。
- ・「購入は、八百屋やスーパー、花屋、ホームセンター等で十分だから」を削除。
- ・「産地にこだわりがないから」を追加。

地域別にみると、「販売場所がわからないから」がいずれの地域も7割程度と最も高くなっている。また、「杉並産の野菜等があることを知らなかった」については、高円寺地域が47.6%、方南・和泉地域が47.5%と比較的高くなっている。

図表3-63 杉並産の農産物を購入したことがない理由 (地域別) (MA)

	回答者数 (N)	(%)					
		販売場所がわからないから	駅に近くないから	値段が高いと思うから	産地にこだわりがないから	杉並産の野菜等があることを知らなかった	その他
全体	1173	73.8	28.6	9.0	14.4	39.0	2.6
井草地域	113	77.0	29.2	8.8	13.3	33.6	3.5
西荻窪地域	157	70.1	29.9	10.2	10.8	33.1	3.2
荻窪地域	179	71.5	32.4	12.3	17.3	40.2	1.1
阿佐谷地域	143	72.0	24.5	11.9	12.6	35.0	4.2
高円寺地域	210	73.8	27.1	8.1	9.0	47.6	1.0
高井戸地域	188	75.0	29.8	5.9	18.6	30.9	3.7
方南・和泉地域	179	78.2	27.4	6.7	19.0	47.5	2.2

7 杉並区の就労支援

(1) 就労支援事業の認知状況

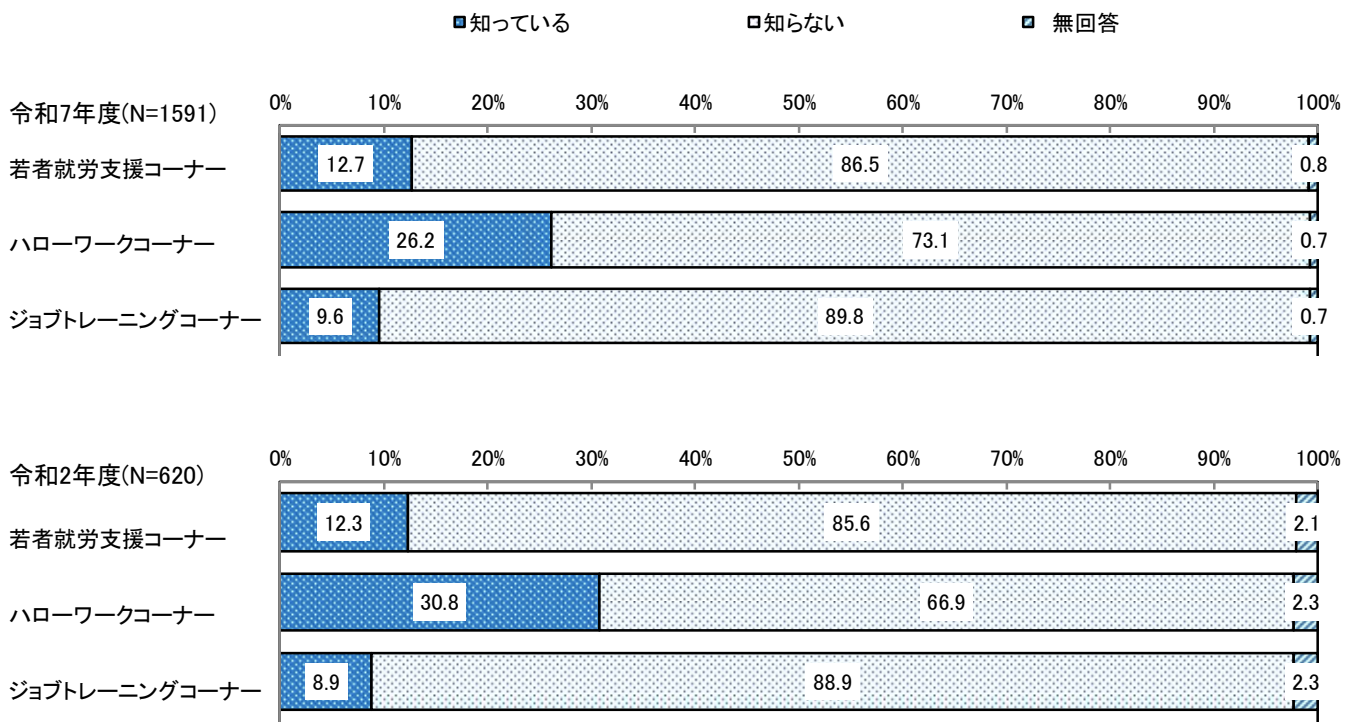
問 30 ウェルファーム杉並(杉並区天沼 3-19-16)にある杉並区就労支援センターでは、就労支援事業を実施しています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ○は1つ)

○杉並区の就労支援事業の知名度は低水準で推移している

就労支援事業の認知状況について、「ハローワークコーナー」を知っていると回答した割合が26.2%と最も高い。一方で、「若者就労支援コーナー」「ジョブトレーニングコーナー」はいずれも10%前後にとどまっている。

また、令和2年度と比較すると、認知状況に大きな変化は見られない。

図表3-64 就労支援事業の認知状況(SA)



(2) 仕事を探す際に利用する媒体

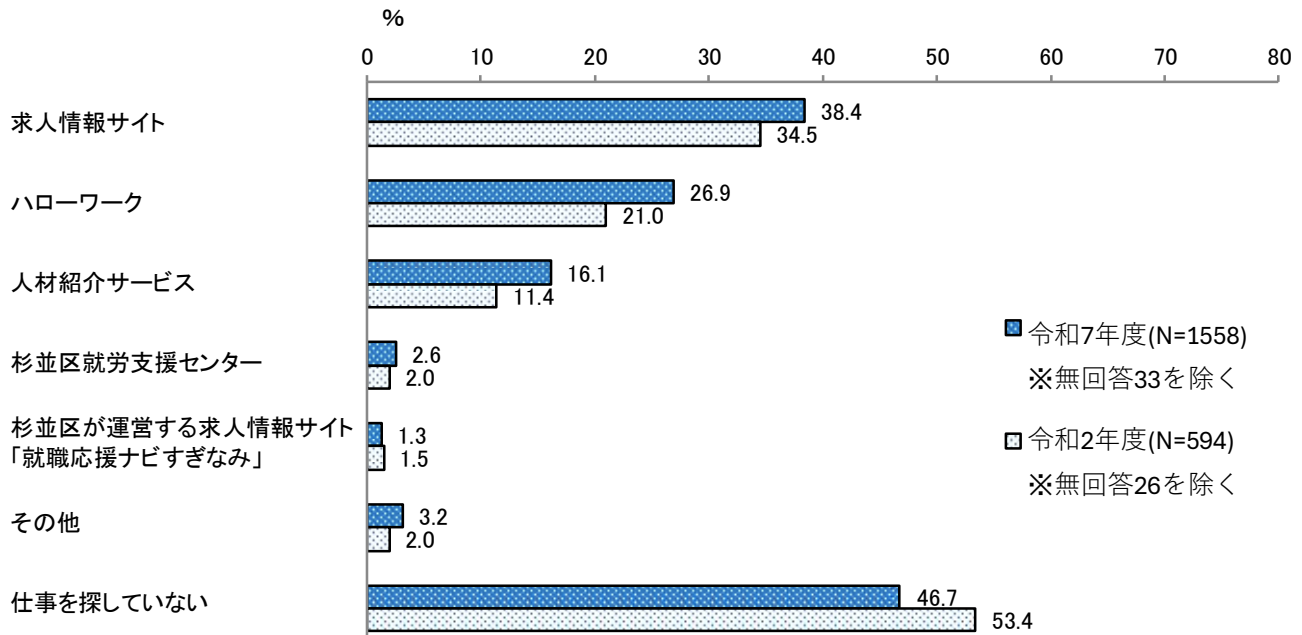
問 31 仕事を探す際に利用している(したことがある)ものをお答えください。(〇はいくつでも)

○仕事を探す際に求人情報サイトを利用する割合が40%弱と最も高い

仕事を探す際に利用する媒体について、「求人情報サイト」が38.4%と最も高く、次いで「ハローワーク」が26.9%、「人材紹介サービス」が16.1%の順となっている。

令和2年度と比較すると、「ハローワーク」を利用する割合が5.9%増加した。

図表3-65 仕事を探す際に利用する媒体(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・「求人媒体（インターネット）」から「求人情報サイト」に変更。
- ・「求人媒体（紙）」を削除。

(3) 仕事に求める条件や満足度

①働くうえで重視する条件

問 32 働く上で重視する条件は何ですか。(〇は2つまで)

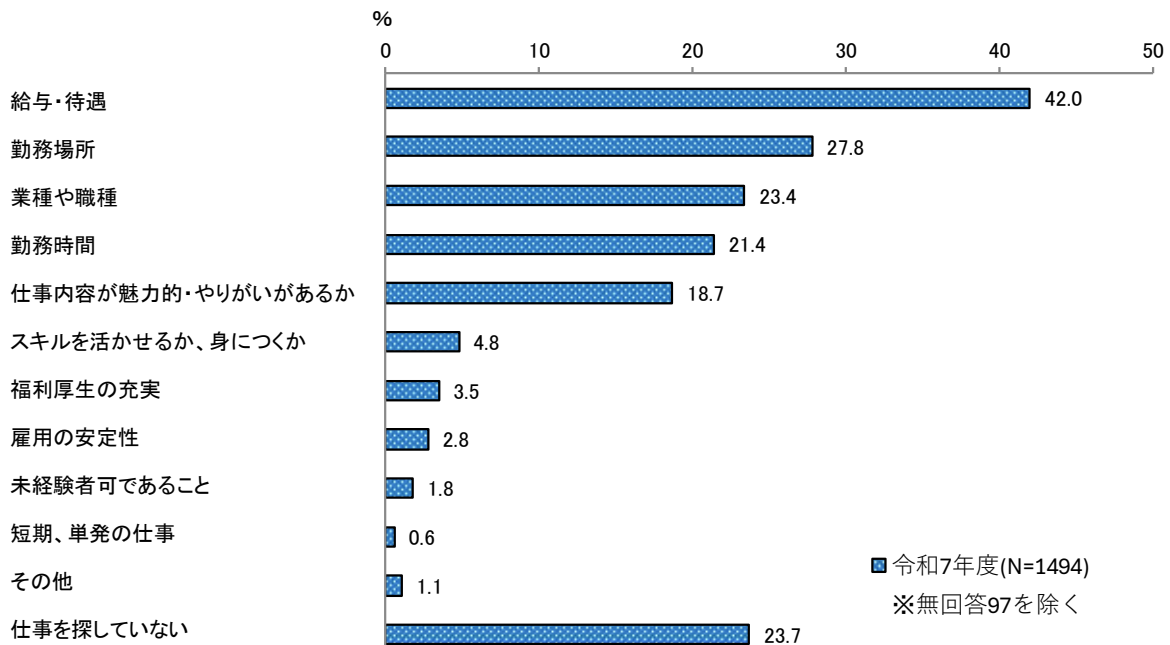
○働く上で重視する条件として「給与・待遇」が最も多い

働く上で重視する条件について、「給与・待遇」が42.0%と最も高く、次いで「勤務場所」が27.8%、「業種や職種」が23.4%となっている。

年代別にみると、40歳代以下については「給与・待遇」を重視する割合が全体に比べて高い水準となっている。さらに、60歳代については、仕事を探している人のうち「給与・待遇」と「勤務場所」を重視する割合がほぼ同程度となっており、70歳代では「勤務場所」を重視する割合が「給与・待遇」を上回っている。

このことから、年代が上がるにつれて、働く上で重視する条件が「給与・待遇」から「勤務場所」へと移行する傾向がうかがえる。

図表3-66 働くうえで重視する条件(MA)



図表3-67 働くうえで重視する条件（年代別）(MA)

	回答者数(N)	勤務時間	勤務場所	業種や職種	給与・待遇	仕事内容が魅力的・やりがいがあるか	未経験者可であること	短期、単発の仕事	スキルを活かせるか、身につくか	福利厚生の充実	雇用の安定性	その他	仕事を探していない
全体	1494	21.4	27.8	23.4	42.0	18.7	1.8	0.6	4.8	3.5	2.8	1.1	23.7
10歳代・20歳代	162	17.3	20.4	27.8	64.2	27.2	3.1	0.0	6.2	11.1	2.5	0.6	7.4
30歳代	237	19.8	34.2	24.9	67.5	21.9	0.0	0.0	1.7	7.2	2.5	1.7	7.2
40歳代	242	28.5	35.5	24.4	57.9	21.9	0.0	0.0	4.5	2.5	2.5	1.2	8.7
50歳代	271	24.7	31.4	29.2	40.2	17.3	3.0	1.5	8.1	1.1	4.4	0.7	15.9
60歳代	307	21.5	26.4	23.1	27.7	18.6	2.6	0.7	4.9	1.6	2.3	0.7	32.9
70歳以上	273	15.4	18.3	13.2	10.6	9.5	2.2	1.1	3.3	1.1	2.6	1.5	57.9

②現在のワーク・ライフ・バランスへの満足度

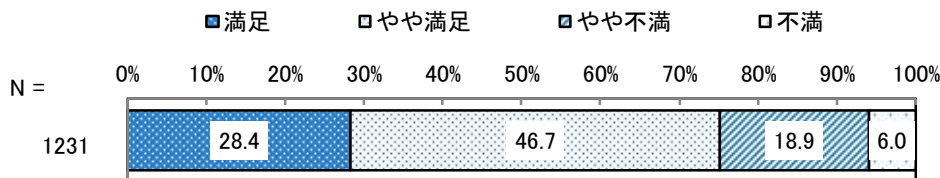
問33、問34、問35は、現在、社員や従業員として働いている方、または働いていた方(アルバイト等含む)がお答えください。

問 33 現在の生活と仕事のバランス(ワーク・ライフ・バランス)について、あなたの満足度に最も近いものを選んでください。(○は1つ)

○現在のワーク・ライフ・バランスに満足している区民の割合は過半数を占める

現在のワーク・ライフ・バランスへの満足度について、『満足』（「満足」「やや満足」の合計）の割合は75.1%と過半数を占め、『不満』（「不満」「やや不満」の合計）の割合は24.9%となった。

図表3-68 現在のワーク・ライフ・バランスへの満足度(SA)



※無回答360件を除く

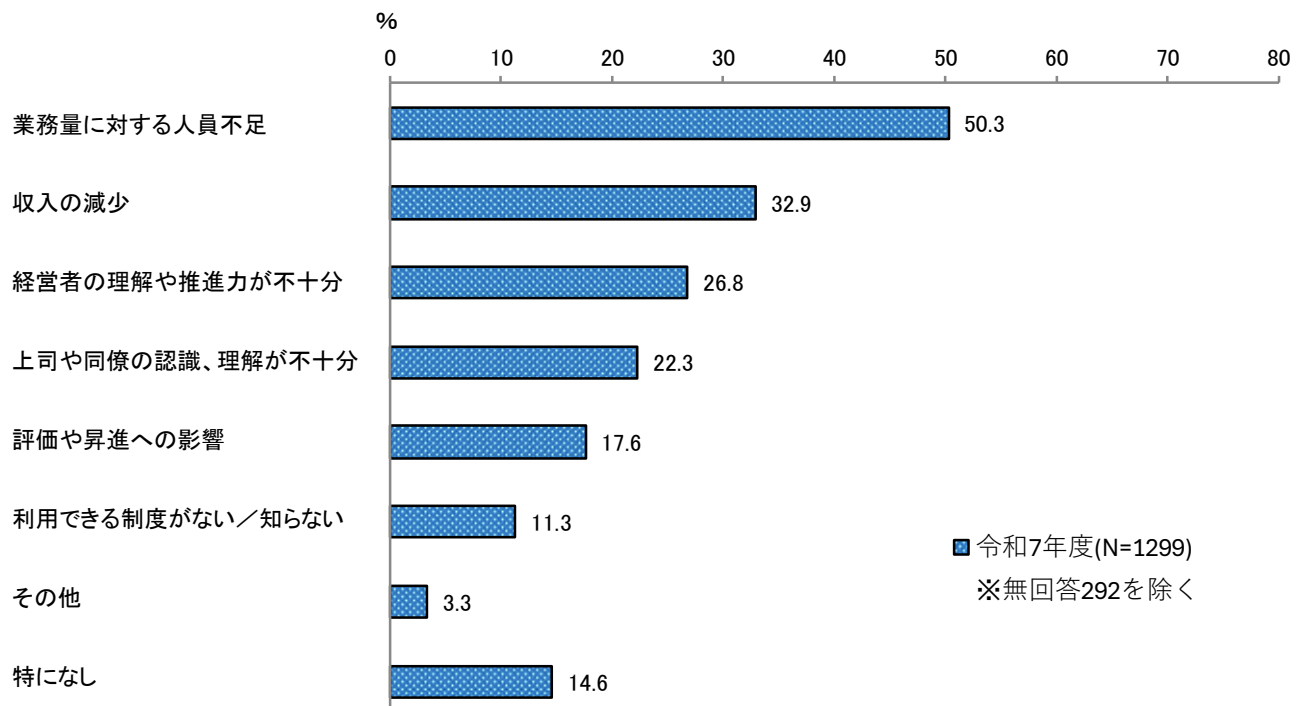
(4) 「多様な働き方」の実現にあたっての課題

問 34 「多様な働き方」の実現にあたり、現在の社会や職場でどのようなことが課題と感じますか。(○はいくつでも)

○「多様な働き方」の実現にあたって「業務量に対する人員不足」を課題と感じる区民が多い

「多様な働き方」の実現にあたっての課題について、「業務量に対する人員不足」が50.3%と最も高く、次いで「収入の減少」が32.9%、「経営者の理解や推進力が不十分」が26.8%の順となっている。

図表3-69 「多様な働き方」の実現にあたっての課題(MA)



■ 令和7年度(N=1299)
※無回答292を除く

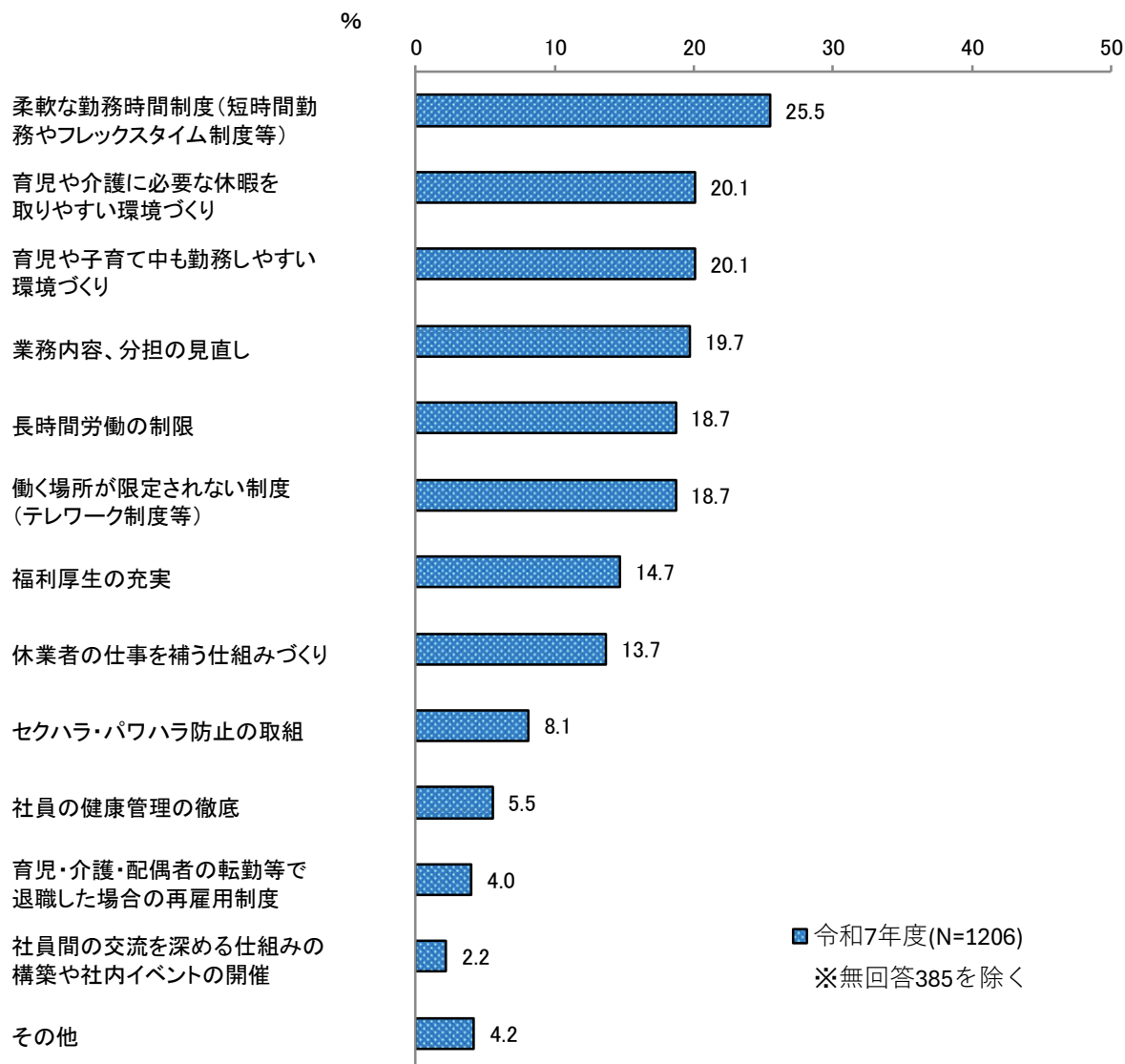
(5) ワーク・ライフ・バランスのために希望する取組

問 35 ワーク・ライフ・バランスのために、職場に対してどのような取組を希望しますか。
(○は2つまで)

○ワーク・ライフ・バランス施策では、柔軟な働き方や育児・介護との両立支援に関する希望が多い

ワーク・ライフ・バランスのために希望する取組について、特定の項目に集中せず、「柔軟な勤務時間制度（短時間勤務やフレックスタイム制度等）」が25.5%と最も高く、「育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり」「育児や子育て中も勤務しやすい環境づくり」「業務内容、分担の見直し」「長時間労働の制限」「働く場所が限定されない制度（テレワーク制度等）」が20%前後となっている。

図表3-70 ワーク・ライフ・バランスのために希望する取組(MA)



図表3-71 ワーク・ライフ・バランスのために希望する取組（年代別）(MA)

															(%)
	回答者数（N）	長時間労働の制限	育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり	育児や子育て中も勤務しやすい環境づくり	休業者の仕事を補う仕組みづくり	社内イベントの開催	社員間の交流を深める仕組みの構築	育児・介護・配偶者の転勤等で退職した場合の再雇用制度	業務内容、分担の見直し	働く場所が限定されない制度（テレワーク制度等）	柔軟な勤務時間制度（短時間勤務やフレックスタイム制度等）	福利厚生の実施	社員の健康管理の徹底	セクハラ・パワハラ防止の取組	その他
全体	1206	18.7	20.1	20.1	13.7	2.2	4.0	19.7	18.7	25.5	14.7	5.5	8.1	4.2	
10歳代・20歳代	153	24.8	15.0	20.3	4.6	2.6	1.3	19.0	19.6	30.7	21.6	2.6	9.8	0.7	
30歳代	223	14.3	27.4	36.3	14.3	1.8	1.8	17.9	25.1	24.7	14.3	2.2	3.1	1.8	
40歳代	231	20.3	19.5	20.8	16.5	2.6	3.9	22.1	24.2	22.5	16.0	3.0	8.2	2.6	
50歳代	229	21.8	16.6	11.4	11.4	2.2	5.2	26.6	14.8	23.1	13.5	6.6	9.2	6.6	
60歳代	242	13.2	20.2	14.0	18.2	1.7	5.4	19.0	14.0	26.4	12.0	7.4	9.9	5.8	
70歳以上	127	21.3	20.5	17.3	14.2	2.4	6.3	7.9	12.6	28.3	11.8	13.4	9.4	8.7	

8 その他

(1) 区の支援策に対するご意見

問 36 日頃のお買い物や区の産業振興について、ご意見があればご記入ください。

■ 具体的なご意見（一部抜粋）

商店街の活性化
<ul style="list-style-type: none">・朝市など、地域住民が楽しめる独自の催しをしている商店街があり、すばらしい（女性/30 歳代）・商店街の商店の減少で不便（女性/70 歳以上）・日本全国どこに行っても同じようなチェーン店にばかり占拠されているが、杉並区はその地域特性を生かした店舗展開を中心に据えた商店街を増やして、若者からお年寄りまで皆が満足するような買い物ができる場所を多く作ってほしい（男性/60 歳代）
買い物環境
<ul style="list-style-type: none">・基本的に杉並区内で買い物することが多いが駅前のスーパーなどは混んでいて子連れでは辛いこともあるので、宅配などを利用することもある（女性/30 歳代）・個人商店が少なくなり、スーパーで買い物するしか無い現状（男性/40 歳代）・近くに徒歩で行けるスーパーマーケットが少ない（男性/60 歳代）・IT 化が進みすぎて高齢者が買い物しづらいと耳にするので、高齢者に優しい区をアピールできるとよいと思う（男性/50 歳代）・買い物途中の狭い歩道などで、自転車が多く走行して危険なので、マナーの周知などを実施して欲しい（男性/10・20 歳代）
まちの魅力・ブランド
<ul style="list-style-type: none">・魅力的な寺社が多くあると思う。そうした日本の伝統的な文化を感じられる場や祭りを大事にし、知名度を上げてほしい（女性/40 歳代）・杉並区は魅力的で、品のある個人商店が多くあると思う（女性/60 歳代）・高円寺の阿波踊り、阿佐ヶ谷の七夕まつりなどは歴史も知名度もあり観光資源になっている（男性/60 歳代）
観光・アニメ
<ul style="list-style-type: none">・コンサートなど、文化的イベントを増やしてほしい（女性/50 歳代）・区のイベントや活動にもっと参加してみたいが、子育てを終えた 40~50 代の働く世代が参加しやすい企画が少ない（女性/40 歳代）・杉並区でも（外国人等問わず）「盛り上げるイベント」を企画・実施してほしい（男性/50 歳代）・歩道の整備が観光客量に見合っていない部分もあり、観光を推し進めるのであれば歩道整備が必要（男性/50 歳代）・なみすけグッズをもっと出してほしい（女性/10・20 歳代）・アニメの街として認知度が低いので、今後どんどん推し進めていくと良いと思う。問 22 のコスプレイベントは最高のアイデアだと思うので、是非実現してほしい（女性/50 歳代）

農業
<ul style="list-style-type: none"> ・販売農家の情報も知りたい。農業公園の収穫体験も楽しく、子供が喜んでいた（女性/60 歳代） ・農業体験に興味があるが、応募しやすい仕組みとなるように周知方法を考えてほしい（女性/50 歳代） ・杉並区に農地がたくさんあることを初めて知った。採れたての野菜は日持ちもよく味も抜群なので多少高くても購入したい。規格外野菜なども含め、定期的に駅前などアクセスしやすい場所で直売会を開いてもらいたい（無回答/40 歳代）
産業振興全般
<ul style="list-style-type: none"> ・区の産業振興に関する情報に触れる機会がとても少ない（男性/40 歳代） ・産業振興策が「みどり豊かな 住まいのみやこ」に沿ったものであるか、常に意識して頂きたい（男性/50 歳代） ・治安が良いことが産業振興につながると思う（女性/70 歳以上） ・高齢化社会と産業振興を結びつけた施策が必要（女性/70 歳以上）
交通アクセス
<ul style="list-style-type: none"> ・南北の移動交通が不便（男性/70 歳以上） ・域内での公共交通をより整備して容易に買い物に出かけられる環境を作してほしい（男性/60 歳代） ・トゥクトゥクのような身近な交通サービスを検討してほしい（女性/60 歳代）
子ども・高齢者・障害者
<ul style="list-style-type: none"> ・今後、より少子高齢化が加速する中で、子育て世代や独身の働き世代にも優しい環境を整えて杉並区の世代バランスが崩壊しないようにしてほしい（女性/10・20 歳代） ・子どもが遊べる施設や一次預かりなど、日曜も含めて対応できる場所が増えると嬉しい（女性/40 歳代） ・子育て応援券の使い道がない（男性/40 歳代） ・高齢者に配慮した施設をお願いしたい（男性/70 歳以上） ・障害者や高齢者にとって利便性がよく安全で穏やかに暮らせること（男性/50 歳代）
景観
<ul style="list-style-type: none"> ・不法投棄やいい加減な分別によるゴミの散乱で、害獣や害鳥の被害が発生し、景観も悪化していることが残念（女性/30 歳代） ・住宅街の自然は多いが、駅周辺、JR 沿線には自然が少なく感じる。主要な駅の近くに四季を感じられる大きな公園や緑地があれば良いと思う（女性/10・20 歳代） ・公園など綺麗に整備されているが、緑自体は大幅に減少（特に樹冠被覆率）している（男性/40 歳代）