

第7章 杉並区の商店街の現状

1 商店街の現状

(1) 商店街の概要

① 商店会数

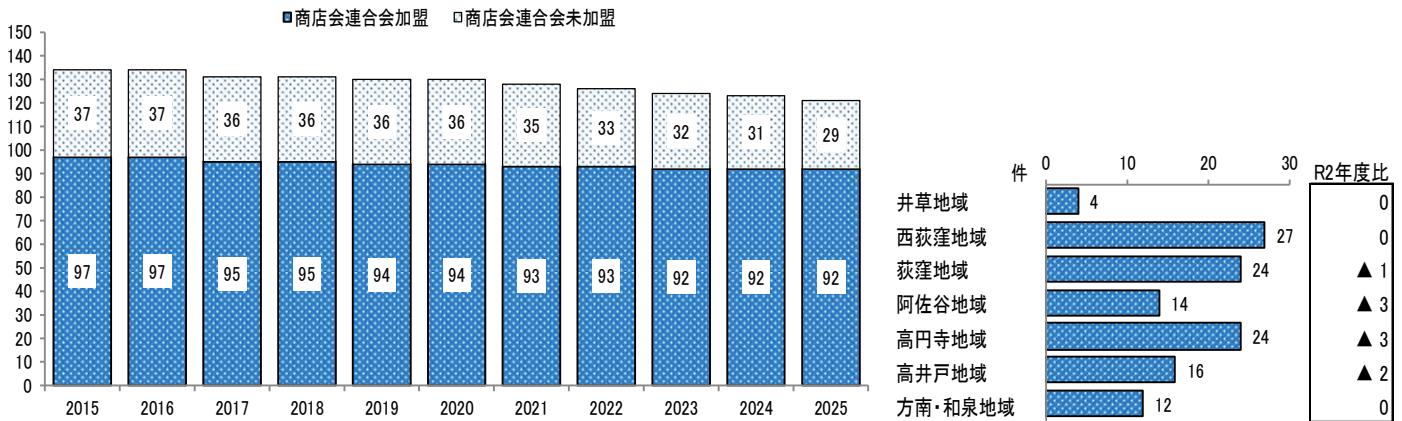
○ 商店会数は横ばいで推移、西荻窪地域が最も多い

商店会数は120前後で推移しており、令和7年度（2025年度）時点で121となっている。

地域別にみると、「西荻窪地域」が27と最も多くなっており、次いで「荻窪地域」「高円寺地域」が24となっている。

図表6-1 商店会数の推移(NA)

図表6-2 地域別商店会数(NA)



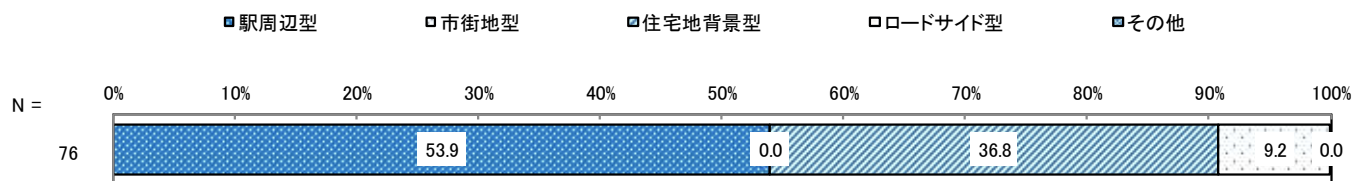
資料：杉並区産業振興センター資料より作成

② 立地環境

○ 杉並区の商店街の立地環境は「駅周辺型」が主流

立地環境の特性は「駅周辺型」が53.9%で最も高く、次いで「住宅地背景型」が36.8%、「ロードサイド型」が9.2%となっている。

図表6-3 立地環境の特性(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

立地環境	定義
駅周辺型	JR や私鉄などの駅周辺に立地する商店会。ただし、原則として地下鉄の駅周辺に立地する地域は除く。
市街地型	都市の中心部（JR や私鉄の駅周辺を除く）にある繁華街等に立地する商店会
住宅地背景型	住宅地を後背地にしている商店会
ロードサイド型	国道・都道の沿線を中心に立地する商店会
その他	上記に特性付けされないもの

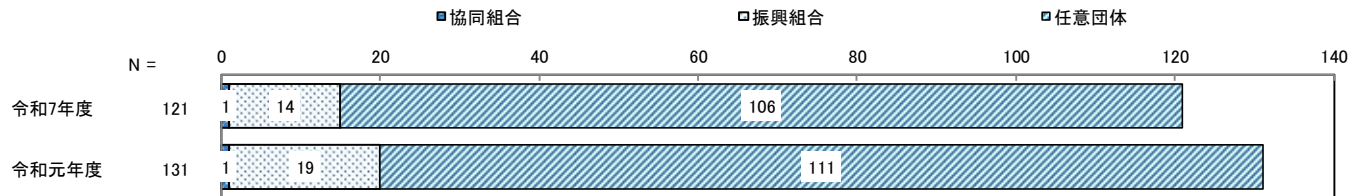
(2) 組織状況

① 組織形態

○ 任意団体が9割弱を占めている

商店会の組織形態は「任意団体」が103件と最も高く、次いで「振興組合」が16件、「協同組合」が1件となっている。

図表6-4 商店会の組織形態の推移(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

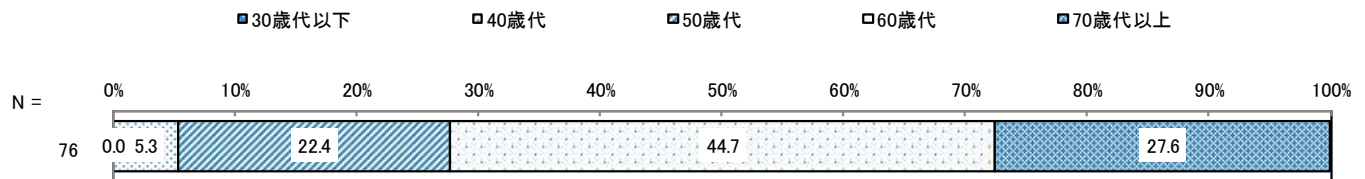
② 商店会役員の平均年齢と平均在職年数

○ 商店会役員の高齢化と担い手不足が深刻化

商店会役員の平均年齢は「60歳代」が44.7%と最も高く、「70歳代以上」(27.6%)と合わせると72.3%となっている。

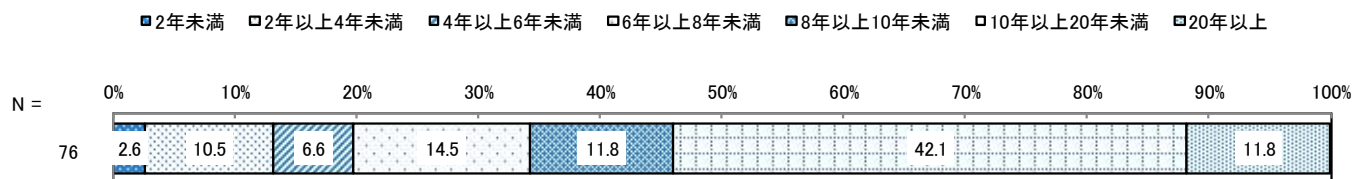
在職年数は「10年以上20年未満」が42.1%と最も高く、「20年以上」(11.8%)と合わせると53.9%であり、半数以上が10年以上在職している。

図表6-5 商店会役員の平均年齢(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-6 商店会役員の平均在職年数(SA)



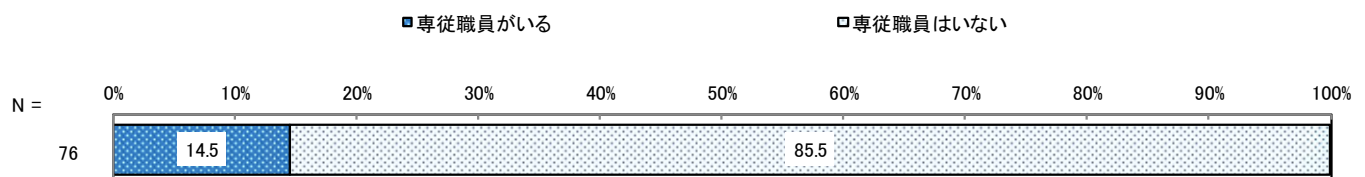
資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

③ 専従職員の状況

○ 9割弱の商店会で専従職員はいない

専従職員の有無は「専従職員がいる」が14.5%、「専従職員はいない」が85.5%となっている。

図表6-7 事務所の専従職員(組合員は除く)の有無(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

④商店会加入状況

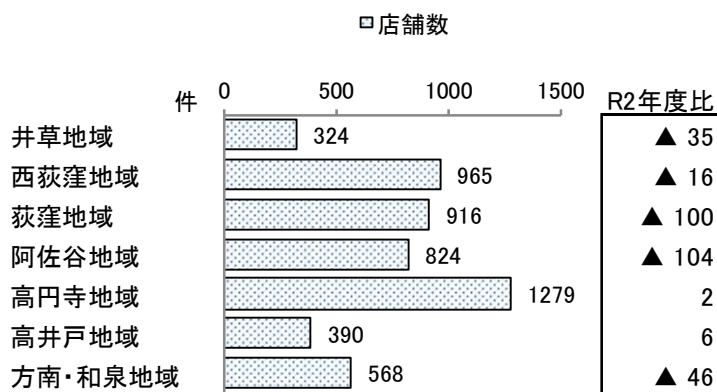
○店舗数は高円寺地域が最多で地域により偏りがある

商店会連合会に加盟している商店会の加入店舗数は、「高円寺地域」が1,279店舗と最も多く、次いで「西荻窪地域」が965店舗、「荻窪地域」が916店舗、「阿佐谷地域」が824店舗となっており、中央線沿線周辺が多くなっている。

店舗が最も多い「高円寺地域」と最も少ない「井草地域」では、4倍近い差があり、地域により偏りがある。

令和2年度と比較すると「阿佐谷地域」「荻窪地域」「井草地域」では10%前後減少している。

図表6-8 地域別店舗数（杉並区商店会連合会加盟）(NA)



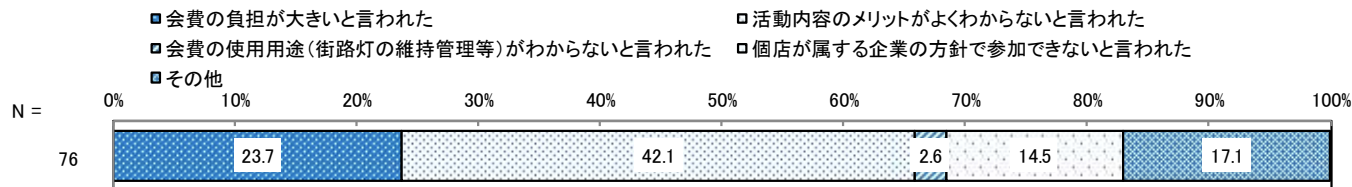
資料：杉並区産業振興センター資料より作成

○個店に対する加入促進を実施している商店会は4割弱

商店会への加入を個店に断られた際の反応は「活動内容のメリットがよくわからないと言われた」が42.1%と最も高く、次いで「会費の負担が大きいと言われた」が23.7%、「個店が属する企業の方針で参加できないと言われた」が14.5%となっている。

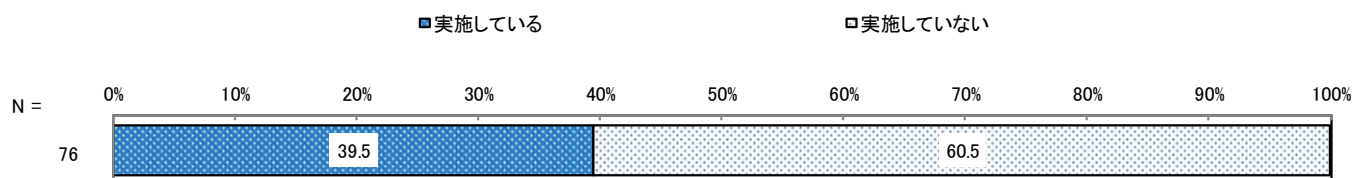
個店に対する加入を促進するための対策について、「実施している」が39.5%、「実施していない」が60.5%となっている。

図表6-9 商店会への加入を個店に断られた際の反応(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-10 個店に対する加入を促進するための対策の実施状況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

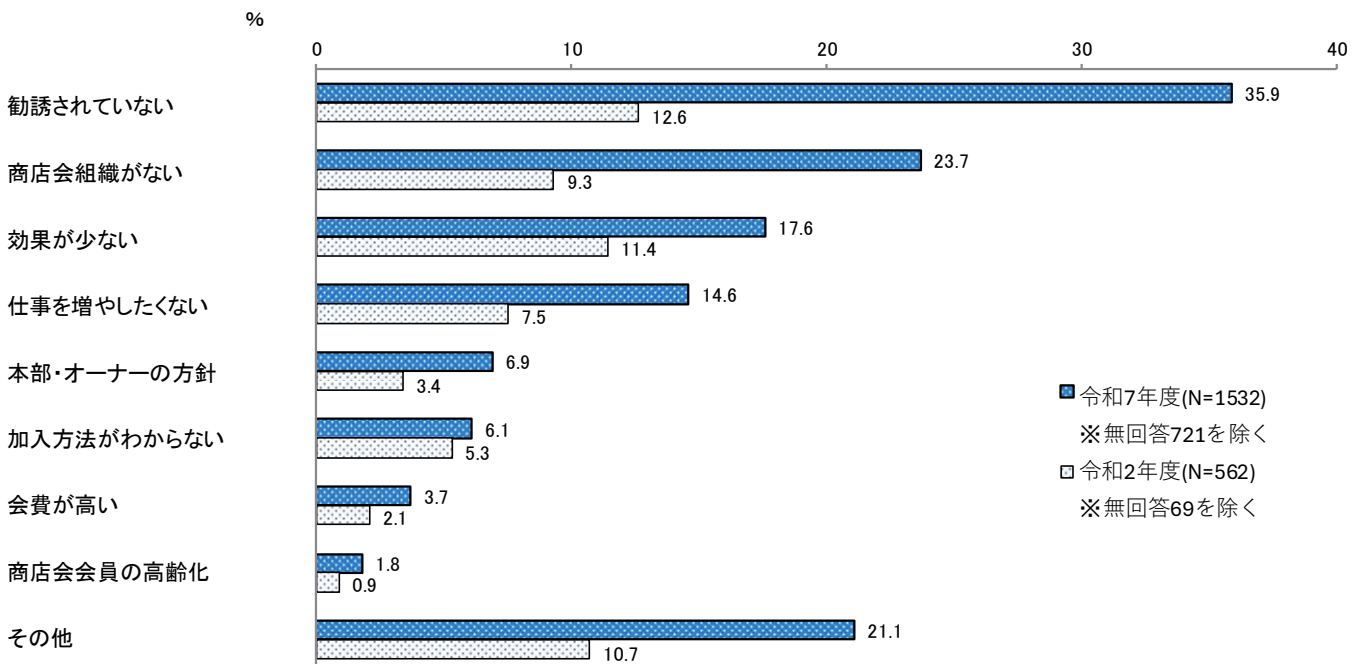
〈加入促進のための対策内容〉

■ 具体的なご意見（一部抜粋）

- ・ 新店舗が開店したら、挨拶に行き、商店会事業の資料を持って行き、入会をおすすめする
- ・ イベントを開催し参加したいと思ってもらえるよう動くこと
- ・ HP での店名、店情報などの告知及び周知
- ・ 加盟店については阿波おどりなどの行事開催の際に出店申請を保健所に一括して申請可能
- ・ 未加盟店も参加可能なイベント企画会議の開催
- ・ 不動産屋さんなどに商店会加入を勧めてもらう
- ・ メリット、デメリットの内容を記載した用紙を持っていき説明している

一方、事業所が商店会に加入していない理由として、「勧誘されていないから」（35.9%）が最も高くなっており、商店会側も加入促進を十分に実施できていない状況がうかがえる。

図表6-11 <再掲> 商店会に加入していない理由(MA)



注：前回調査から変更した選択肢は以下のとおり。

- ・ 「そもそも商店ではない」を削除。

資料：杉並区産業振興センター「事業所実態調査」より作成

(3) 商店会を取り巻く環境

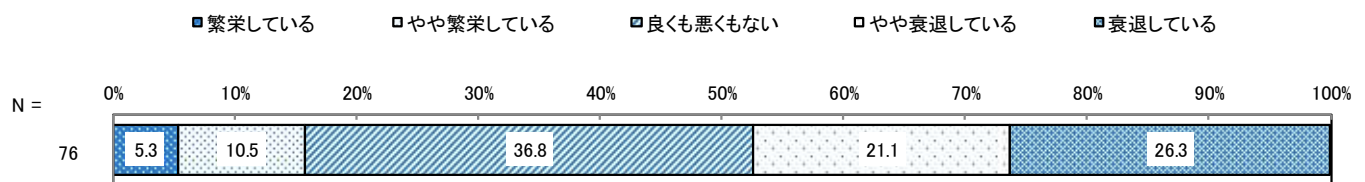
①現在の商店街の景況

○商店街の景況は衰退気味で集客力も弱い

店舗側からみた現在の商店街の景況は、『繁栄している』（『繁栄している』と『やや繁栄している』の合計）が15.8%、『衰退している』（『やや衰退している』と『衰退している』の合計）が47.4%となっている。

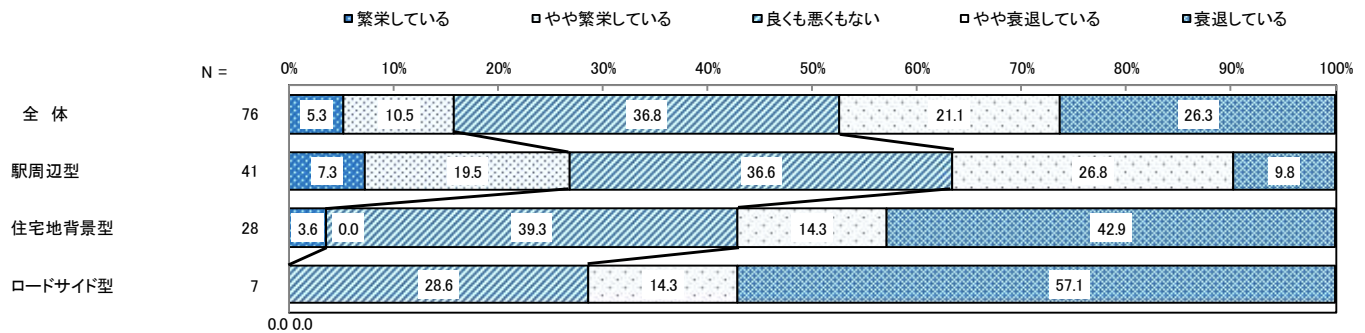
立地環境の特性別にみると、「駅周辺型」は『繁栄している』（26.8%）が全体に比べて10ポイント以上高く、『衰退している』（36.6%）が全体に比べて10ポイント以上低くなっている。「住宅地背景型」「ロードサイド型」においては、『繁栄している』がいずれも5%に満たず、『衰退している』がそれぞれ約6割、約7割と高いことから、衰退が進行している状況がうかがえる。

図表6-12 現在の商店街の景況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-13 立地環境の特性別にみる現在の商店街の景況(SA)



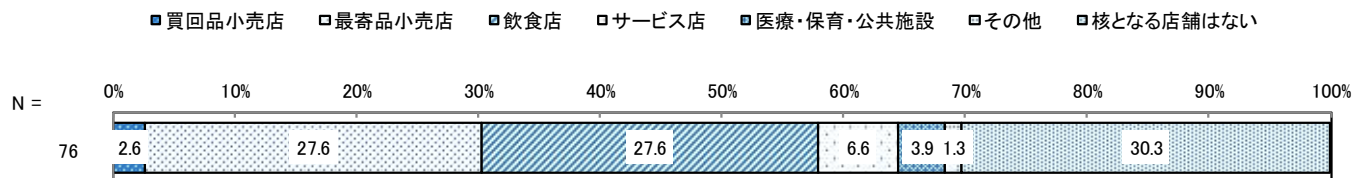
資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

②商店街の集客力に寄与している店舗

○約3割の商店街は「核となる店舗はない」

商店街の集客力に寄与していると考えられる店舗は、「最寄品小売店」「飲食店」（27.6%）となっている一方で、「核となる店舗はない」としている商店街が30.3%と最も高くなっている。

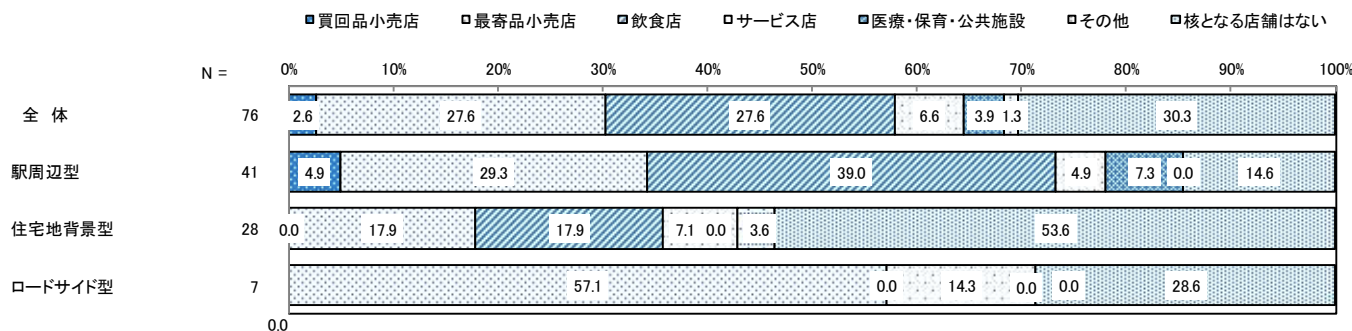
図表6-14 商店街の集客力に寄与している店舗(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

業種別店舗	例示
買回品小売店	大型ディスカウント店等、衣料品、書店、家電店等
最寄品小売店	生鮮食品・日配食品店、コンビニエンスストア、スーパーマーケット、ドラッグストア等
飲食店	飲食店（持ち帰り店を含む）
サービス店	クリーニング店、パチンコ店、美容院、宿泊業等
医療・保育・公共施設	医療・介護施設、保育園、図書館、役所・官庁等
その他	公園、金融機関、郵便局、観光名所等

図表6-15 立地環境の特性格商店街の集客力に寄与している店舗(SA)



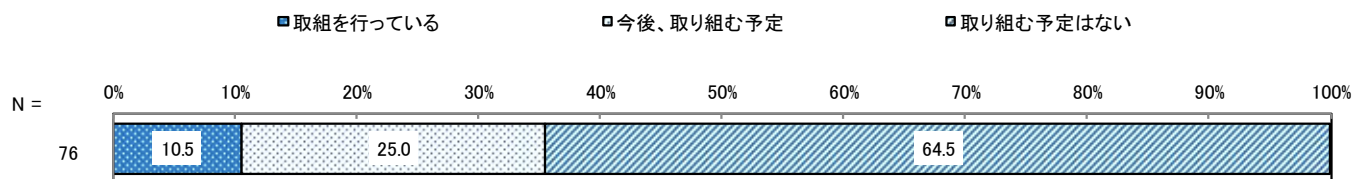
資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

③区外からの来街者（外国人観光客含む）の集客

○来街者の集客を行っている商店街は約1割

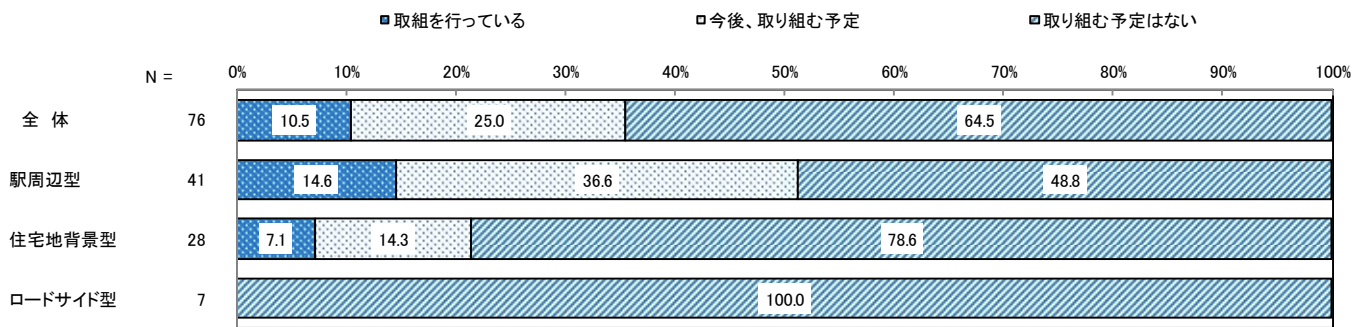
区外からの来街者（外国人観光客含む）の集客に繋がる取組の実施状況は、「取り組む予定はない」が64.5%と最も高く、次いで「今後取り組む予定」が25.0%、「取組を行っている」が10.5%となっている。

図表6-16 区外からの来街者（外国人観光客含む）の集客に繋がる取組の実施状況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-17 立地環境の特性格区外からの来街者（外国人観光客含む）の集客に繋がる取組の実施状況(SA)

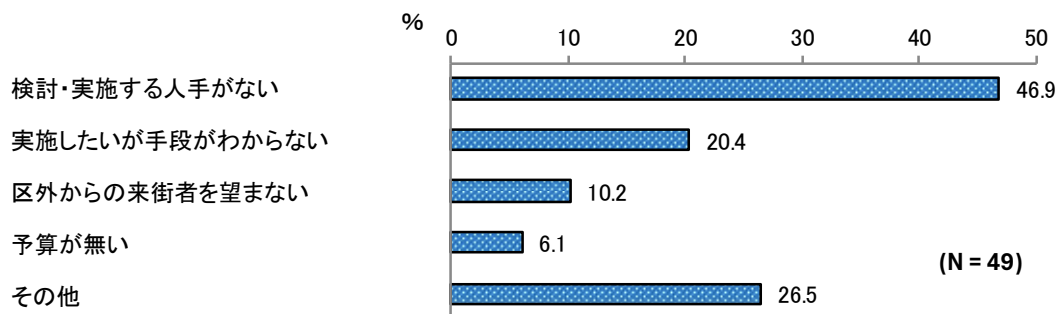


資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

○来街者の集客において人手不足が大きな課題となっている

取り組む予定がない理由は、「検討・実施する人手がない」が46.9%と最も高く、次いで「実施したいが手段がわからない」が20.4%、「区外からの来街者を望まない」が10.2%となっている。

図表6-18 取り組む予定がない理由(MA)



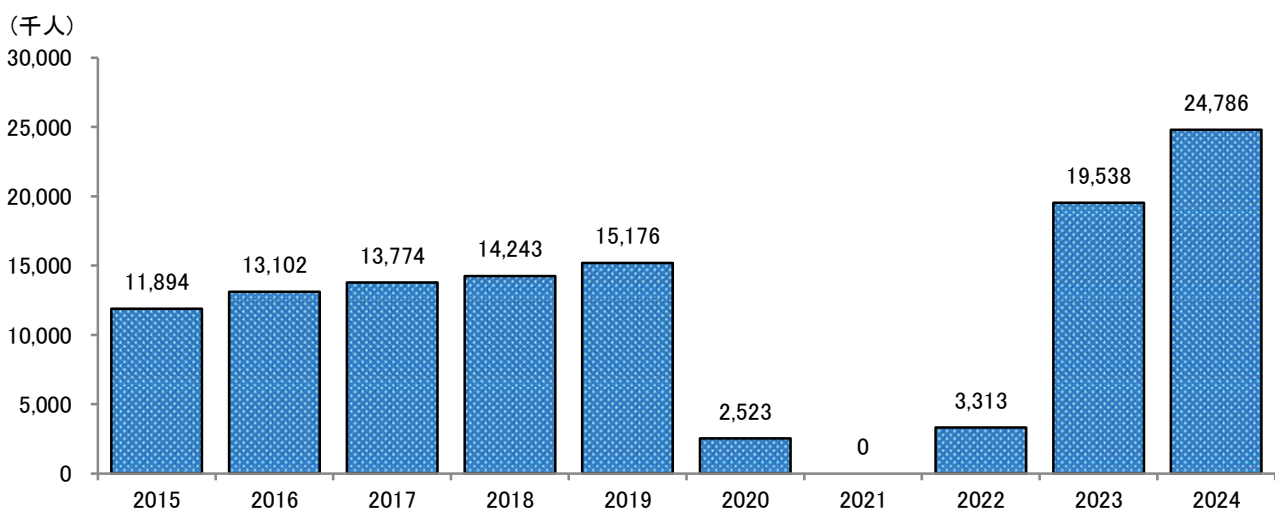
資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

④外国人観光客の受入れ

○訪都外国人旅行者数はコロナ後から急速に回復

東京都を訪れる外国人旅行者数は、令和元年（2019年）の15,176千人をピークとして、コロナ禍で落ち込んだものの令和6年（2024年）には24,786千人と、ピーク時から9,600千人以上増えている。

図表6-19 訪都外国人旅行者数の推移(NA)

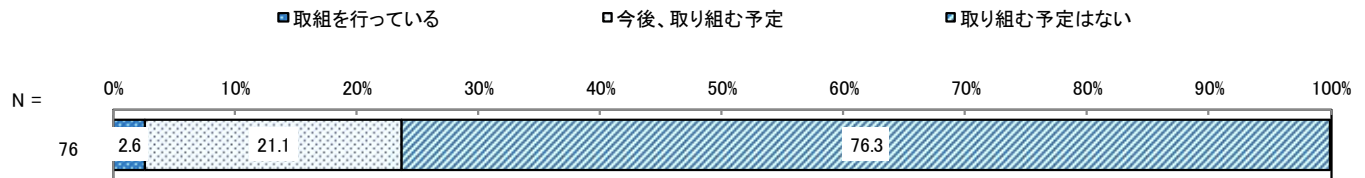


資料：東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」より作成

○外国人観光客の受入れのための工夫を行っている商店街は2.6%

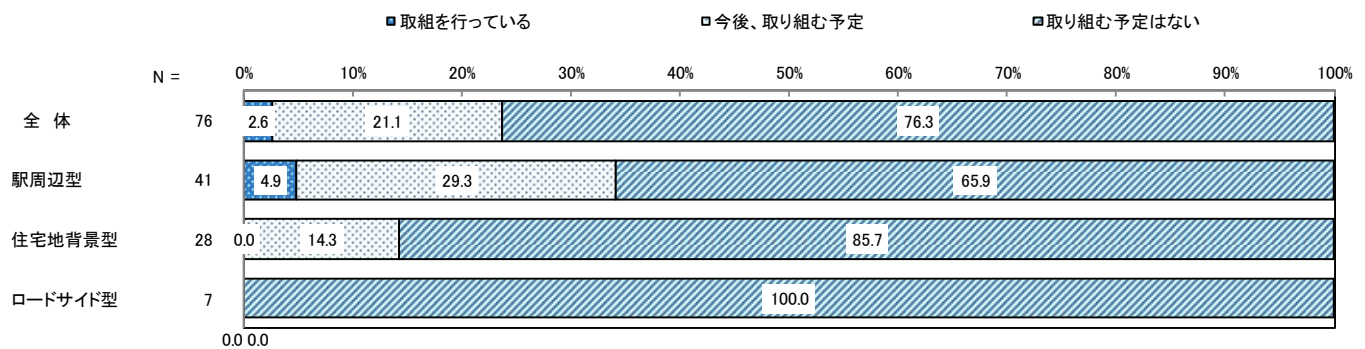
外国人観光客を受け入れるための工夫の実施状況は、「取り組む予定はない」が76.3%と最も高く、次いで「今後、取り組む予定」が21.1%、「取組を行っている」が2.6%となっている。

図表6-20 外国人観光客を受け入れるための工夫の実施状況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-21 立地環境の特性別にみる外国人観光客を受け入れるための工夫の実施状況(SA)

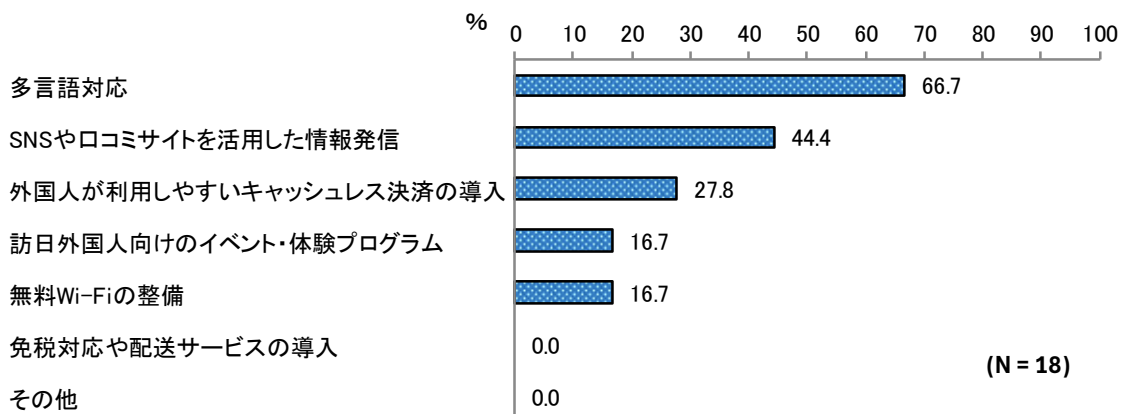


資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

○取組内容として「多言語対応」が7割弱

外国人観光客を受け入れるための具体的な取組、今後取り組む予定の内容は、「多言語対応」が66.7%と最も高く、次いで「SNSや口コミサイトを活用した情報発信」が44.4%、「外国人が利用しやすいキャッシュレス決済の導入」が27.8%となっている。

図表6-22 外国人観光客を受け入れるための具体的な取組、今後取り組む予定の内容(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

2 商店街が抱えている問題点と対策

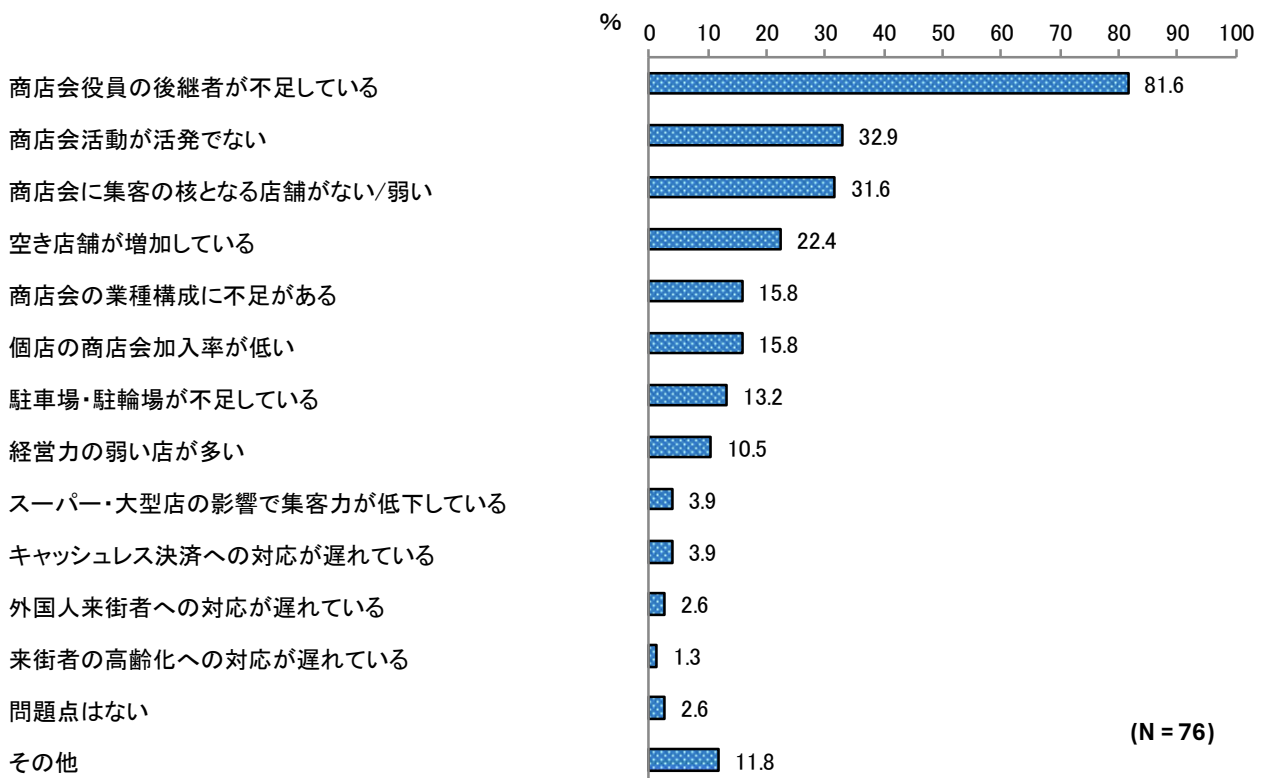
(1) 商店街が抱えている主な問題点

○約8割の商店街が後継者不足の問題を抱えている

商店街が抱えている主な問題点は、「商店会役員の後継者が不足している」が81.6%と最も高く、次いで「商店会活動が活発でない」が32.9%、「商店街に集客の核となる店舗がない/弱い」が31.6%となっている。

立地環境の特性別にみると、いずれの立地環境においても「商店会役員の後継者が不足している」が8割前後と最も高くなっている。また、〈住宅地背景型〉では、「商店街に集客の核となる店舗がない/弱い」の割合が全体と比較して10ポイント以上高くなっている。

図表6-23 商店街が抱えている主な問題点(MA)



	回答者数 (N)	商店会役員の後継者が不足している	スーパー・大型店の影響で集客力が低下している	空き店舗が増加している	商店街に集客の核となる店舗がない/弱い	経営力の弱い店が多い	商店会活動が活発でない	駐車場・駐輪場が不足している	商店会の業種構成に不足がある	来街者の高齢化への対応が遅れている	個店の商店会加入率が低い	外国人来街者への対応が遅れている	キャッシュレス決済への対応が遅れている	問題点はない	その他
全体	76	81.6	3.9	22.4	31.6	10.5	32.9	13.2	15.8	1.3	15.8	2.6	3.9	2.6	11.8
駅周辺型	41	85.4	2.4	17.1	26.8	12.2	26.8	14.6	14.6	-	17.1	2.4	4.9	-	12.2
住宅地背景型	28	78.6	3.6	21.4	42.9	10.7	32.1	14.3	21.4	3.6	14.3	3.6	3.6	3.6	14.3
ロードサイド型	7	71.4	14.3	57.1	14.3	-	71.4	-	-	-	14.3	-	-	14.3	-

資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

(2) 後継者不足対策

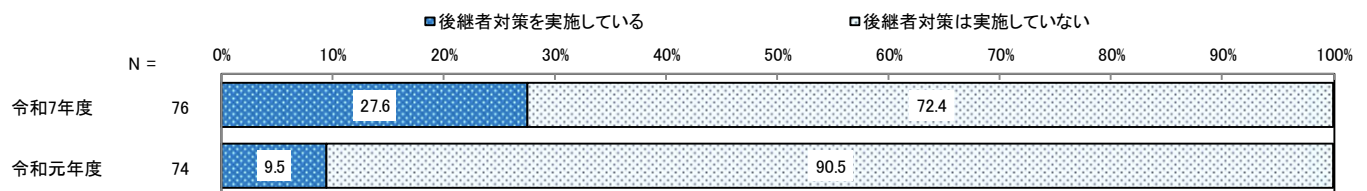
○後継者不足対策の実施が進んでいる一方、対策を実施したいが後継者候補のいない商店会が多い

後継者不足対策の実施の有無は、「後継者対策を実施している」が27.6%、「後継者対策は実施していない」が72.4%となっている。

別調査との比較であるため、あくまで参考値であるが、経年でみると令和元年度と比較して「後継者対策を実施している」割合は20ポイント弱高くなっている。

実施している後継者不足対策は、「イベント活動等への人材の誘い込み」が66.7%と最も高く、次いで「若手経営者による商店会活動の強化」が38.1%、「青年部の育成、活用」が33.3%となっており、既存活動への参加促進を起点として進められていることがわかる。一方、後継者不足対策を実施していない理由は、「実施したいが後継者候補がいない」が58.2%と最も高く、次いで「対策を検討・実施する人手がない」が25.5%「若手を巻き込むきっかけが見つからない」が14.5%となっている。

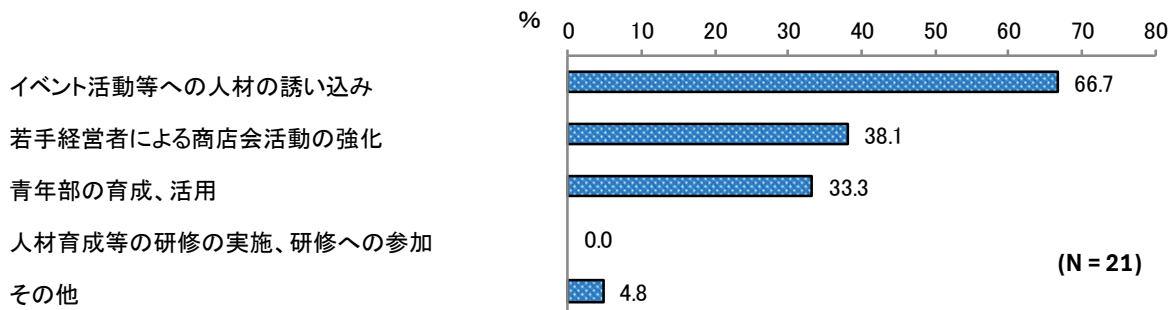
図表6-24 後継者不足対策の実施の有無(SA)



資料：「令和元年度 東京都商店街実態調査」、

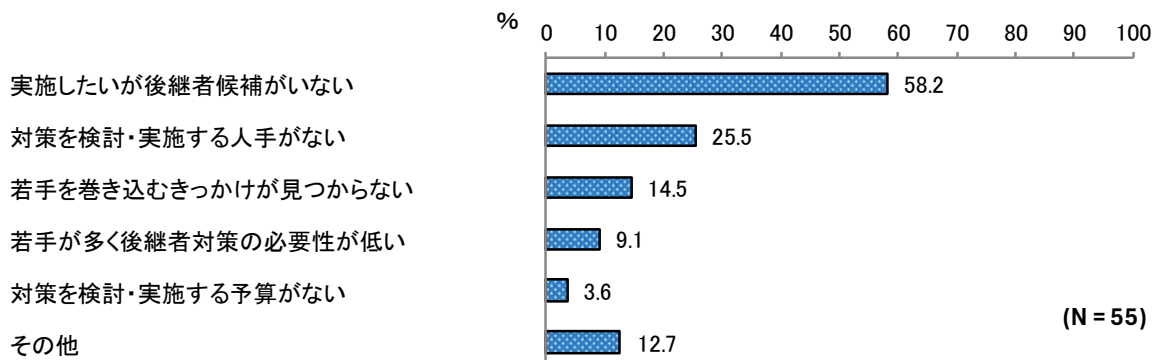
杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-25 実施している後継者不足対策(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-26 後継者不足対策を実施していない理由(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

《商店会へのヒアリングからみる後継者や担い手不足の現状》

①商店街運営・活動の担い手不足

○運営人材の不足

- ・商店街の運営力不足、人材不足と高齢化（高円寺）
- ・組合の行事における担い手不足と高齢化（阿佐谷）
- ・商店会事業を担い手が固定化している（西荻窪）
- ・商店会活動の担い手、特に若手の不足が年々顕著（井草）
- ・活動する人が固定化し、負担がある（高井戸）

○人員体制の不足

- ・役員が6人と少なく、商店会関係者以外の人にも協力してもらっている（荻窪）
- ・班長の担い手がいない（荻窪）

②店主の高齢化

- ・店主の高齢化が進んでいる。七夕まつり準備の参加者30名のうち半数が高齢者（阿佐谷）
- ・役員の高齢化（最も若い人でも還暦）（荻窪）
- ・理事の高齢化（方南・和泉）
- ・高齢の店主が多く、若い店主はほぼいない（西荻窪）

③後継者不足・事業承継の問題

- ・店舗の2世代目が街の外へ出てしまい、商店会運営を引き継ぐ後継者が不足（高円寺）
- ・後継者不足の課題がある。飲食店は事業承継の可能性があるが、物販はインターネット販売の影響で難しい。（荻窪）

④若手参加の不足（若手店主の関与の弱さ）

- ・若い店主はなかなか加盟しない。若い店主が増えても活動には参加できていない（西荻窪）
- ・若い担い手が少ない（西荻窪）
- ・若手に活動してもらおう機会を作りたい（阿佐谷）

⑤背景要因（担い手不足につながる構造）

○地域との関係の希薄化

- ・職住分離が増え、地元意識が低くなり活動参加が難しい（西荻窪）
- ・地域との関わりがない人は商店会加入のメリットを感じない（荻窪）

○業務多忙

- ・飲食店は営業時間の関係で会議・イベント準備に参加できない（高井戸）
- ・本業が忙しく商店会活動に手が回らない（西荻窪）

(3) デジタル化

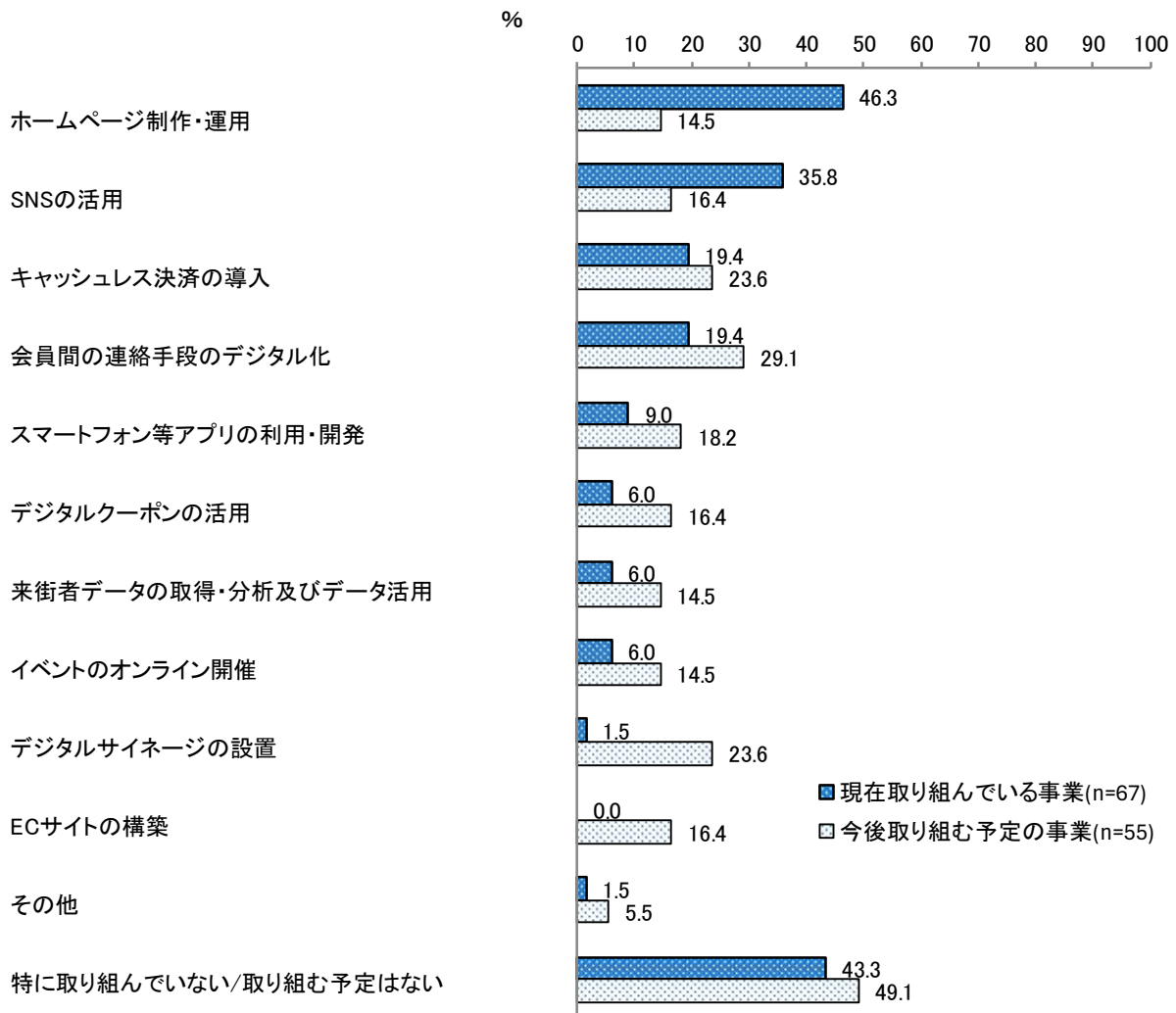
①商店会のデジタル化の推進に向けた取組

○デジタル化に取り組む商店街と取り組まない商店街で二極化

商店会のデジタル化の推進に向けた取組として、現在何らかの取組を実施している割合は56.7%となっている。具体的な事業としては、「ホームページ制作・運用」が46.3%と最も高く、次いで「SNSの活用」が35.8%、「キャッシュレス決済の導入」「会員間の連絡手段のデジタル化」がともに19.4%となっている。一方で「特に取り組んでいない」は43.3%となっている。

また、今後取り組む予定の事業と比較すると、「デジタルサイネージの設置」は今後取り組む予定の事業が現在取り組んでいる事業より20ポイント以上高く、特に関心が高くなっている。

図表6-27 商店会のデジタル化の推進に向けた取組(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

立地環境の特性別にみると、「駅周辺型」では、現在実施している取組として「ホームページ制作・運用」や「SNSの活用」など情報発信に関する取組が進んでおり、今後は「キャッシュレス決済の導入」や「デジタルサイネージの設置」など、さらなるデジタル化への取組意欲も高い。

一方、「住宅地背景型」「ロードサイド型」では、「取り組んでいない」または「取り組む予定はない」とする割合が高く、立地環境の特性によって取組状況や今後の取組意欲に大きな差がみられる。

図表6-28 立地環境の特性別にみる商店会のデジタル化の推進に向けた取組(MA)

		(%)													
	回答者数(N)	ホームページ制作・運用	SNSの活用	デジタルクーポンの活用	入キャッシュレス決済の導入	ECサイトの構築	スマートフォンの利用・開発	スマートフォンの連絡手段のデジタル化	会員のデジタル化	デジタルサイネージの設置	デジタルサイネージの活用	来街者データの取得・分析	催イベントのオンライン開催	その他	特に取り組む予定はない / 取り組んでいない
A現在	67	46.3	35.8	6.0	19.4	-	9.0	19.4	1.5	6.0	6.0	1.5	43.3		
駅周辺型	37	64.9	48.6	8.1	27.0	-	16.2	18.9	2.7	10.8	10.8	2.7	24.3		
住宅地背景型	24	29.2	25.0	4.2	12.5	-	-	25.0	-	-	-	-	58.3		
ロードサイド型	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0		
B今後	55	14.5	16.4	16.4	23.6	16.4	18.2	29.1	23.6	14.5	14.5	5.5	49.1		
駅周辺型	31	19.4	22.6	25.8	35.5	25.8	22.6	38.7	38.7	22.6	22.6	9.7	25.8		
住宅地背景型	18	11.1	11.1	5.6	11.1	5.6	16.7	22.2	5.6	5.6	5.6	-	72.2		
ロードサイド型	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100.0		

資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

②活用しているSNSと頻度

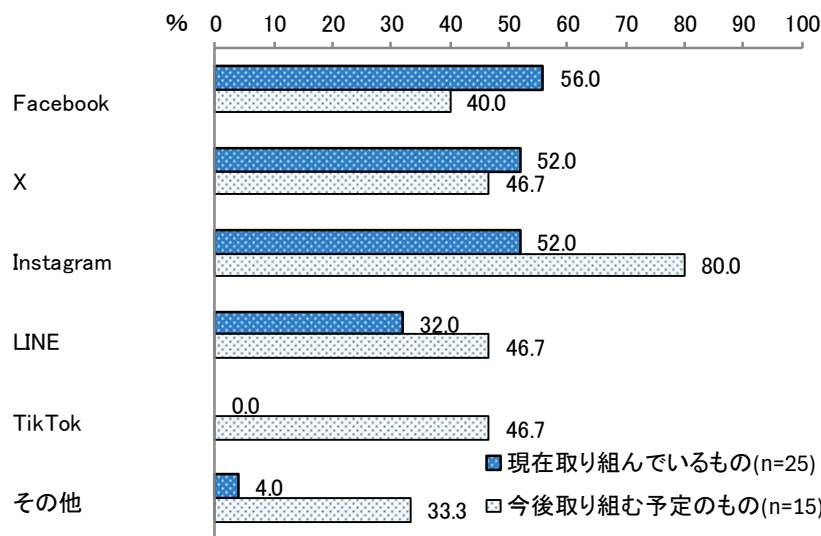
○「Facebook」「X」「Instagram」を半数以上の商店街が活用

活用しているSNSとして、現在取り組んでいるものは、「Facebook」が56.0%と最も高く、次いで「X」「Instagram」がともに52.0%となっている。

また、今後取り組む予定の媒体についてみると、「Instagram」や「TikTok」は、現在取り組んでいる割合に比べて今後取り組む予定の割合が大きく上回っており、関心の高まりがうかがえる。

区民意識調査によると、30歳代以下を中心に「SNS(X、Instagram、LINE等)」からの情報入手が主流となりつつあることから、SNSを活用した情報発信の強化や取組の推進が求められる。

図表6-29 活用しているSNS(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

図表6-30 <再掲> 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	1579	37.8	22.5	76.3	46.4	45.5	30.0	2.0
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

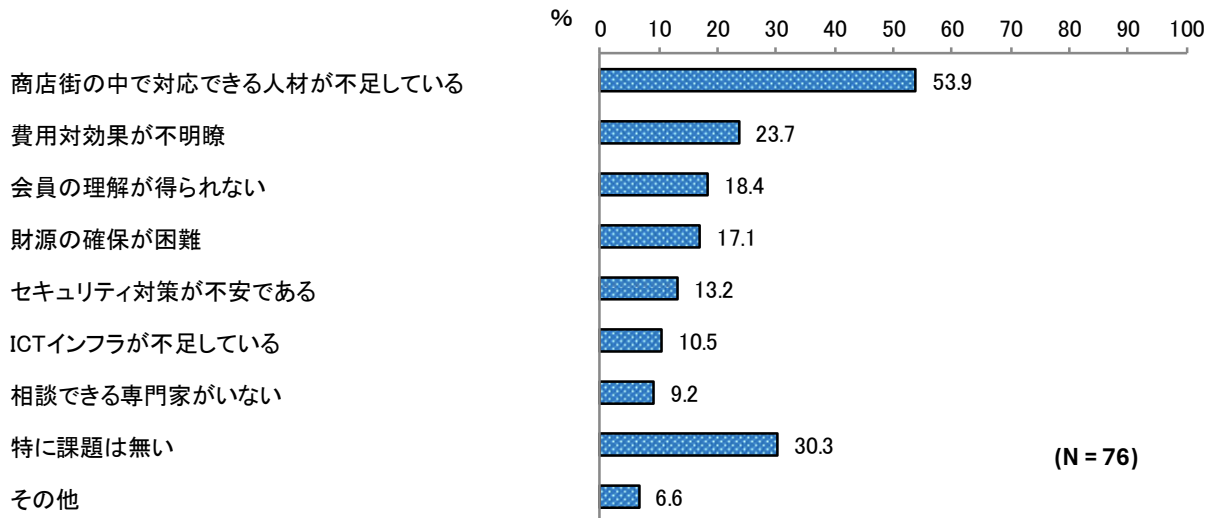
資料：杉並区産業振興センター「区民意識調査」より作成

③デジタル化を推進していく際の課題

○デジタル化推進における課題の主要因は人手不足

デジタル化を推進していく際の課題は、「商店街の中で対応できる人材が不足している」が53.9%と最も高く、次いで「費用対効果が不明瞭」が23.7%、「会員の理解が得られない」が18.4%となっている。一方、「特に課題は無い」は30.3%となっている。

図表6-31 デジタル化を推進していく際の課題(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

(4) 空き店舗

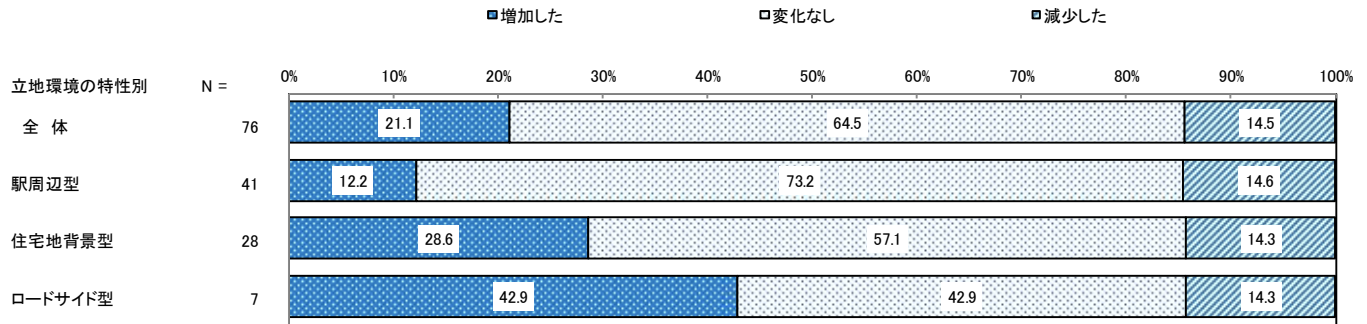
① 空き店舗数の3年前と比べた増減

○ 住宅地背景型の商店街の3割弱で空き店舗が「増加した」

空き店舗数の3年前と比べた増減は、「変化なし」が64.5%と最も高く、次いで「増加した」が21.1%、「減少した」が14.5%となっている。

立地環境の特性にみると、駅周辺型では空き店舗が「増加した」割合が全体と比べて低い一方、住宅地背景型では相対的に高く、空き店舗の増加が進行していることがうかがえる。

図表6-32 空き店舗数の3年前と比べた増減(SA)



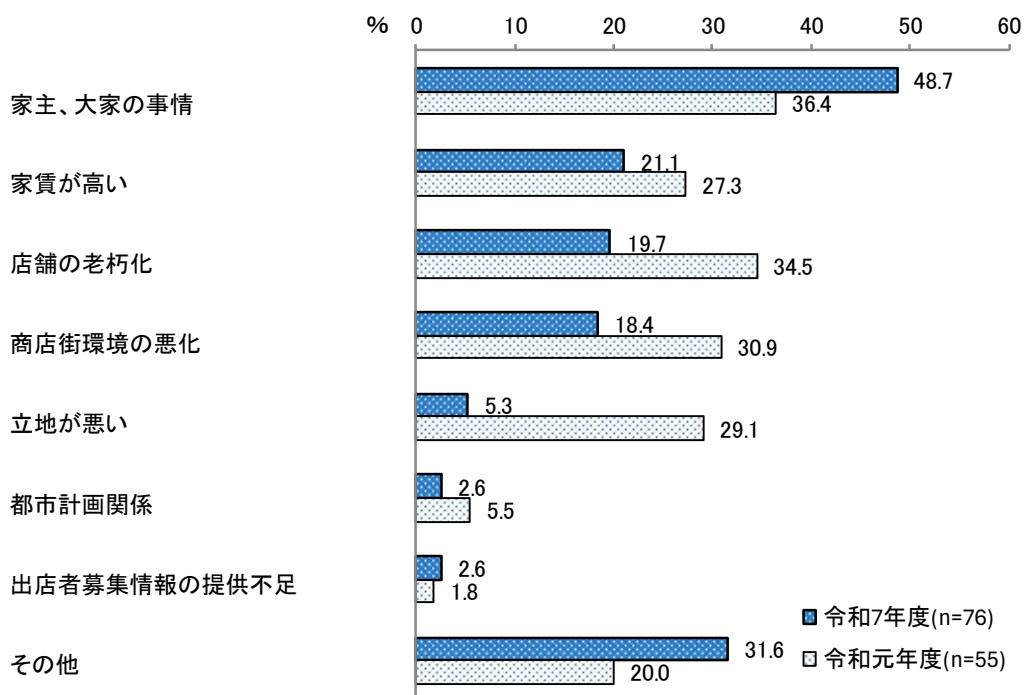
資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

② 空き店舗が埋まらない理由

○ 空き店舗が埋まらない主要因は「家主、大家の事情」

空き店舗が埋まらない理由は、「家主、大家の事情」が48.7%と最も高く、次いで「家賃が高い」が21.1%、「店舗の老朽化」が19.7%となっている。

図表6-33 空き店舗が埋まらない理由(MA)



資料：「令和元年度 東京都商店街実態調査」、杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

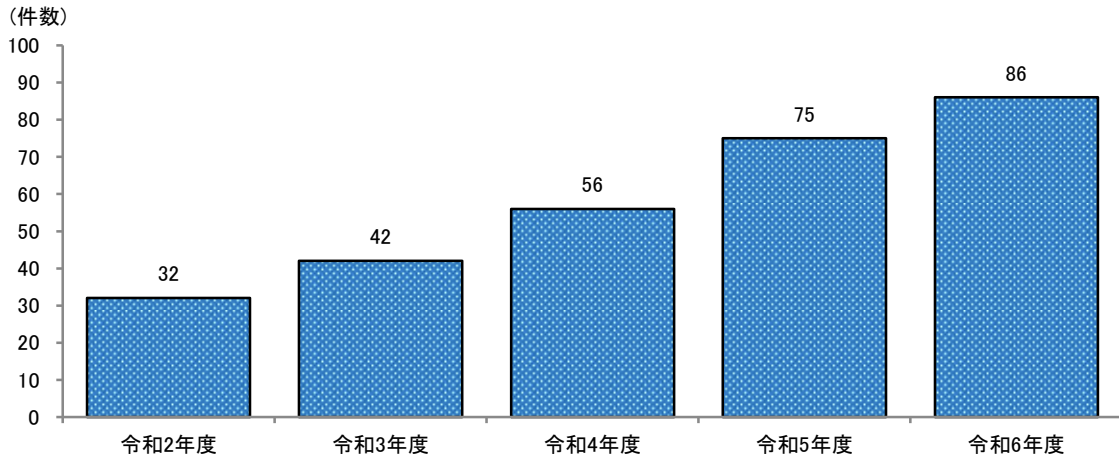
3 商店街の取組

(1) イベント事業

○イベント事業は増加しており、街のにぎわいを底支えているが、効果はばらつきがある

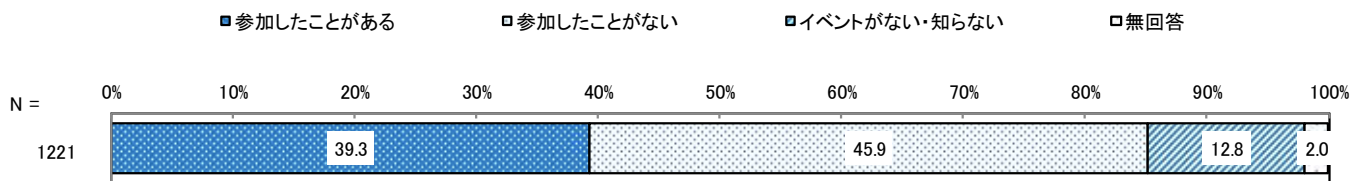
商店街が実施するイベント事業は、令和2年度以降増加し、令和6年度は86件となっているのに対し、商店街のイベントに参加したことがある区民の割合は、約4割となっている。

図表6-34 商店街チャレンジ戦略支援事業（イベント事業）の件数(NA)



資料：杉並区産業振興センター資料より作成

図表6-35 商店街のイベントに参加したことがある区民の割合(SA)

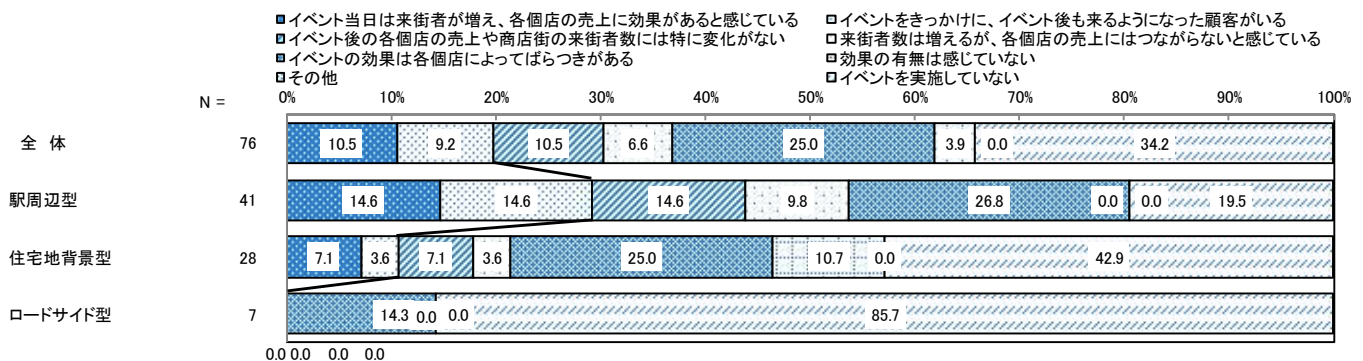


資料：「第57回区民意向調査」より作成

商店街におけるイベント事業の効果については、「イベントの効果は各個店によってばらつきがある」が25.0%で最も高く、次いで「イベント当日は来街者が増え、各個店の売上に効果があると感じている」「イベント後の各個店の売上や商店街の来街者数には特に変化がない」がともに10.5%となっている。一方で「イベントを実施していない」は34.2%となっている。

立地環境の特性別にみると、〈駅周辺型〉ではイベントを実施している割合が全体と比較して15ポイント強高く、また『効果がある』（「イベント当日は来街者が増え、各個店の売上に効果があると感じている」「イベントをきっかけに、イベント後も来るようになった顧客がいる」）とする割合も3割弱と相対的に高くなっている。

図表6-36 商店街におけるイベント事業の効果(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

(2) 商店街活性化のための取組

①商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業と内容

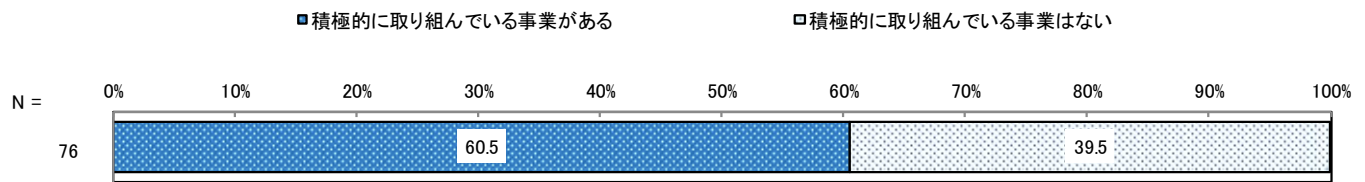
○約6割の商店会が活性化のための事業を実施している。

中でも「地域住民との交流イベントの開催」は約6割の商店会が取り組んでいる

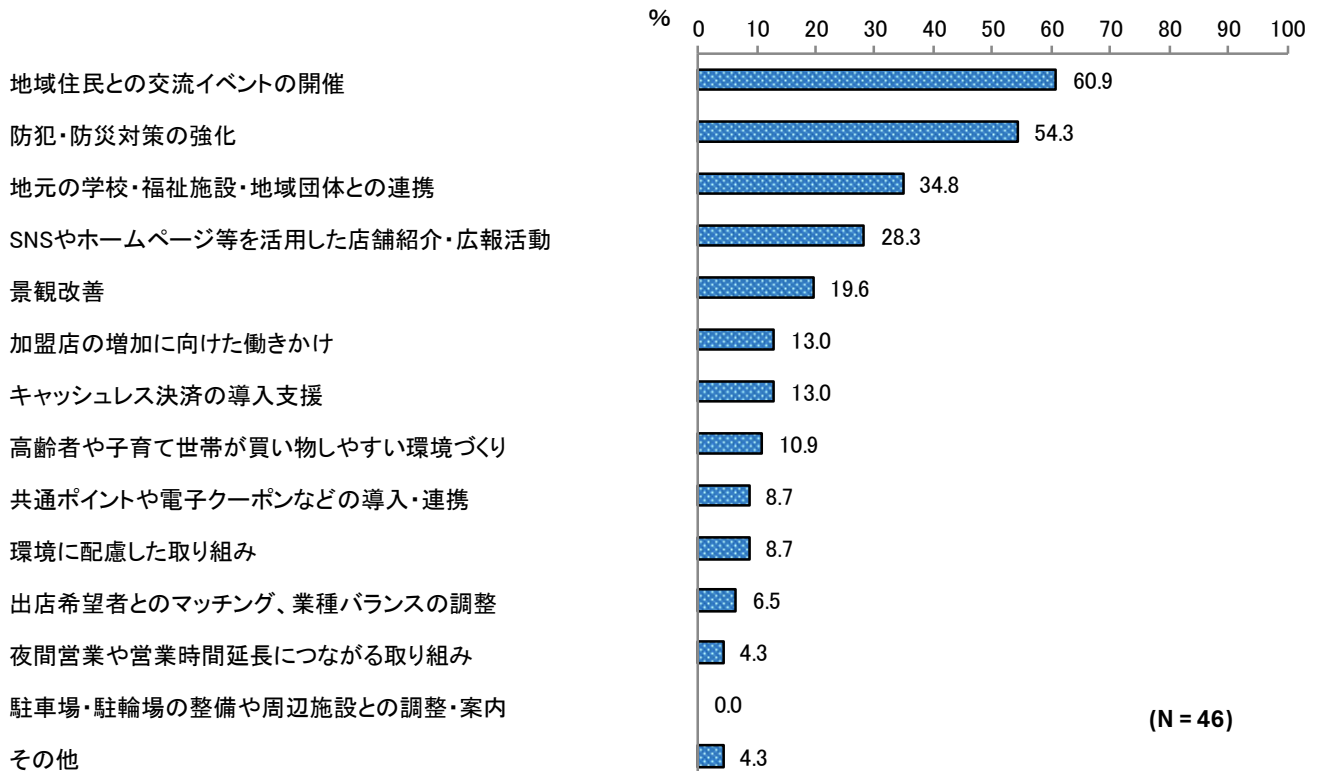
商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業の実施状況は、「積極的に取り組んでいる事業がある」が60.5%、「積極的に取り組んでいる事業はない」が39.5%となっている。

また、事業の内容をみると、「地域住民との交流イベントの開催」が60.9%と最も高く、次いで「防犯・防災対策の強化」が54.3%、「地元の学校・福祉施設・地域団体との連携」が34.8%となっており、地域との連携を通じた商店街活性化の取組が重視されていることがうかがえる。

図表6-37 商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業の実施状況(SA)



図表6-38 商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業の内容(MA)

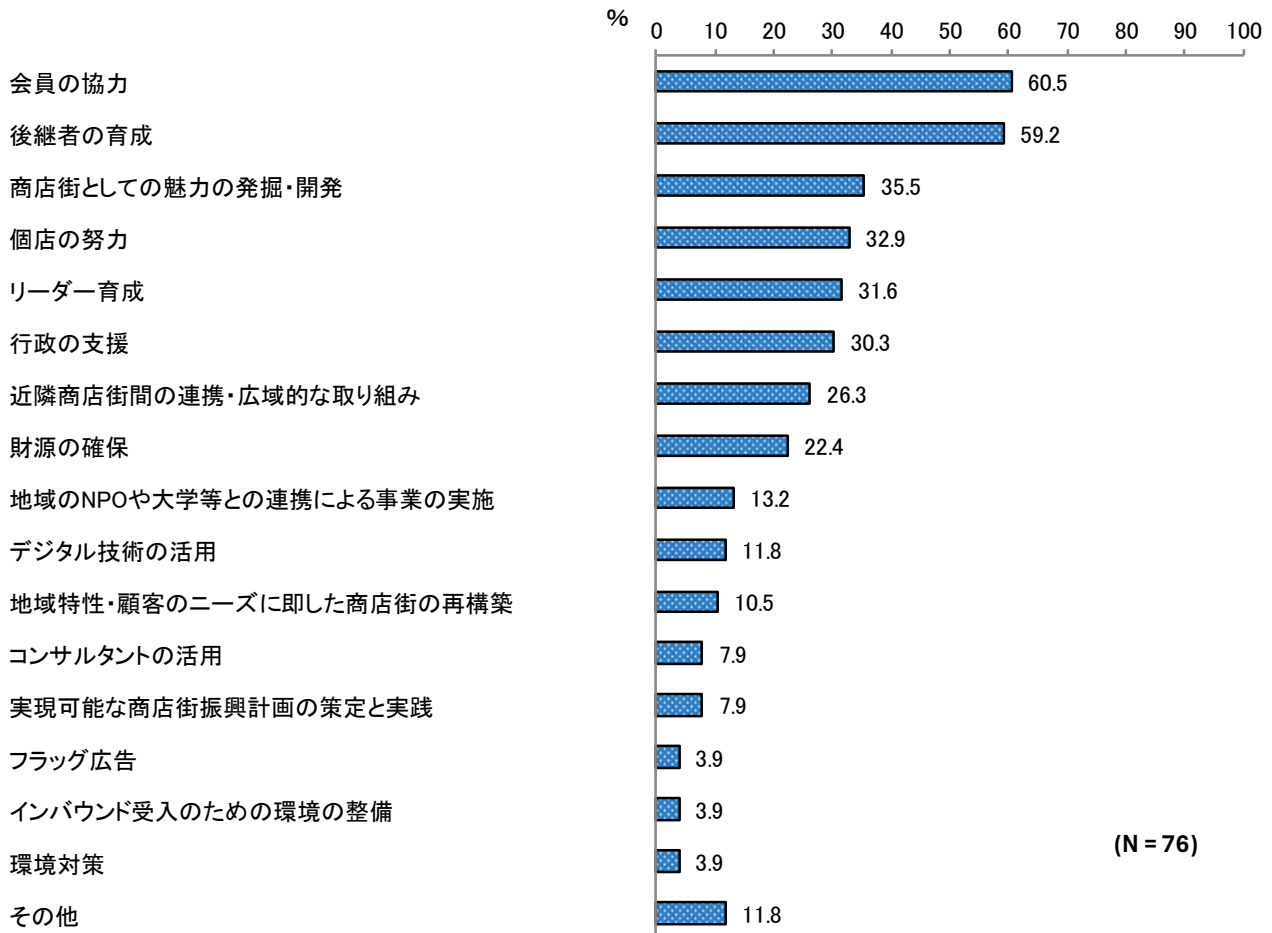


②商店街活性化のために必要だと考えること

○商店会の活性化に必要なこととして「会員の協力」「後継者の育成」が6割前後

商店会を活性化させていくために必要だと考えることは、「会員の協力」（60.5%）及び「後継者の育成」（59.2%）がいずれも6割前後と高い割合を占めている。一方で、「商店街としての魅力の発掘・開発」は35.5%にとどまり、上位2項目とは2割以上の差がみられる。

図表6-39 商店会を活性化させていくために必要だと考えること(MA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

(3) 持続可能な商店会であり続けるための取組

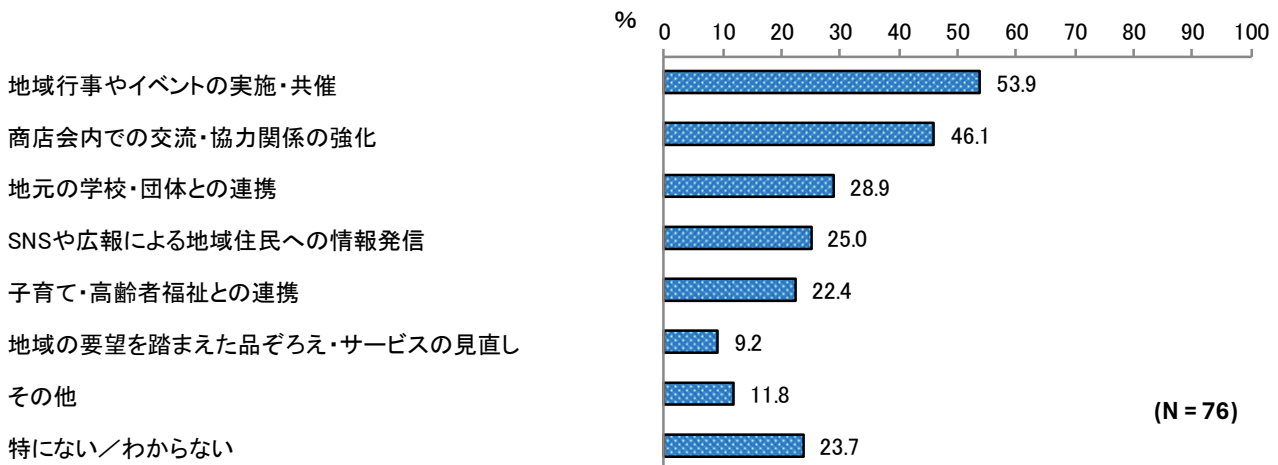
①地域に親しまれ、持続可能な商店会であり続けるために必要だと感じる取組

○イベント事業の実施や地域内での連携強化が必要だと考える商店会の割合が高い

地域に親しまれ、持続可能な商店会であり続けるために必要だと感じる取組は「地域行事やイベントの実施・共催」が53.9%と最も高く、次いで「商店会内での交流・協力関係の強化」が46.1%、「地域の学校・団体との連携」が28.9%となっている。このことから、持続可能な商店会の実現に向けては、地域との交流や連携を軸としつつ、商店会内部の結束を強めていくことが重視されていることがうかがえる。

一方、「特にない/わからない」は23.7%となっており、約4分の1の商店会では、持続可能性に向けた具体的な取組のイメージが十分に整理されていない状況にあり、連携の深化や取組の具体化に向けた支援が求められる。

図表6-40 地域に親しまれ、持続可能な商店会であり続けるために必要だと感じる取組(MA)



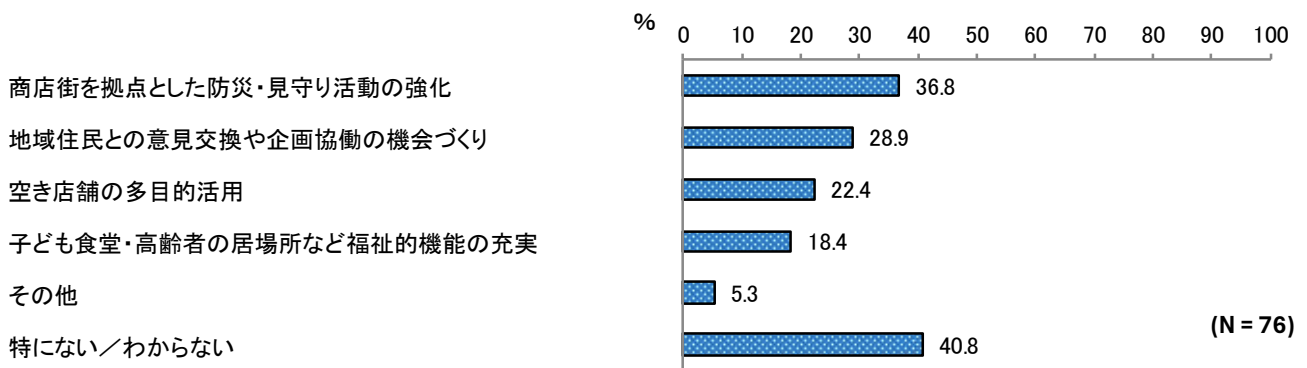
資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

②「地域コミュニティの拠点」としての役割を果たすために、今後力を入れるべきと考えるもの

○**防災・見守り活動に対する商店街の意識が高まる一方、今後力を入れるべき取組が特にない/わからない商店会は約4割**

「地域コミュニティの拠点」としての役割を果たすために今後力を入れるべきと考える取組は、「商店街を拠点とした防災・見守り活動」が36.8%と最も高く、次いで「地域住民との意見交換や企画協働の機会づくり」が28.9%、「空き店舗の多目的活用」が22.4%となっている。一方、「特にない/わからない」は40.8%となっており、課題や取組の方向性が明確になっていない商店会も存在していることがうかがえる。

**図表6-41 「地域コミュニティの拠点」としての役割を果たすために、
今後力を入れるべきと考えるもの(MA)**



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

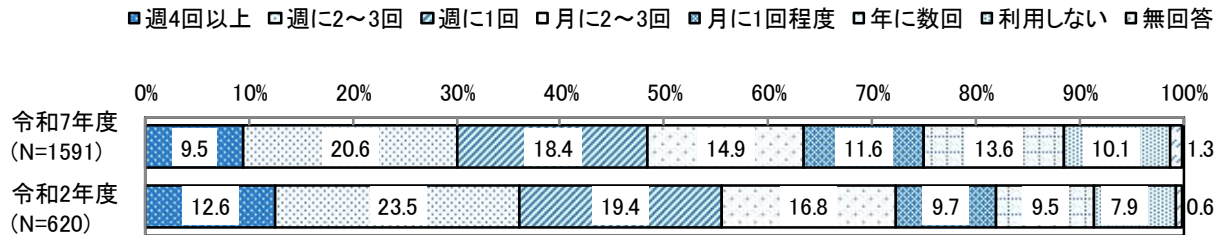
(4) 区民からみた商店街

○半数近くの区民が週に1回以上商店街を利用しており、商店街に買物利便性を望んでいる

区内の商店街の利用頻度は、「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%であり、週に1回以上（「週4回以上」「週に2～3回」「週に1回」の合計）利用している区民は48.5%となっている。

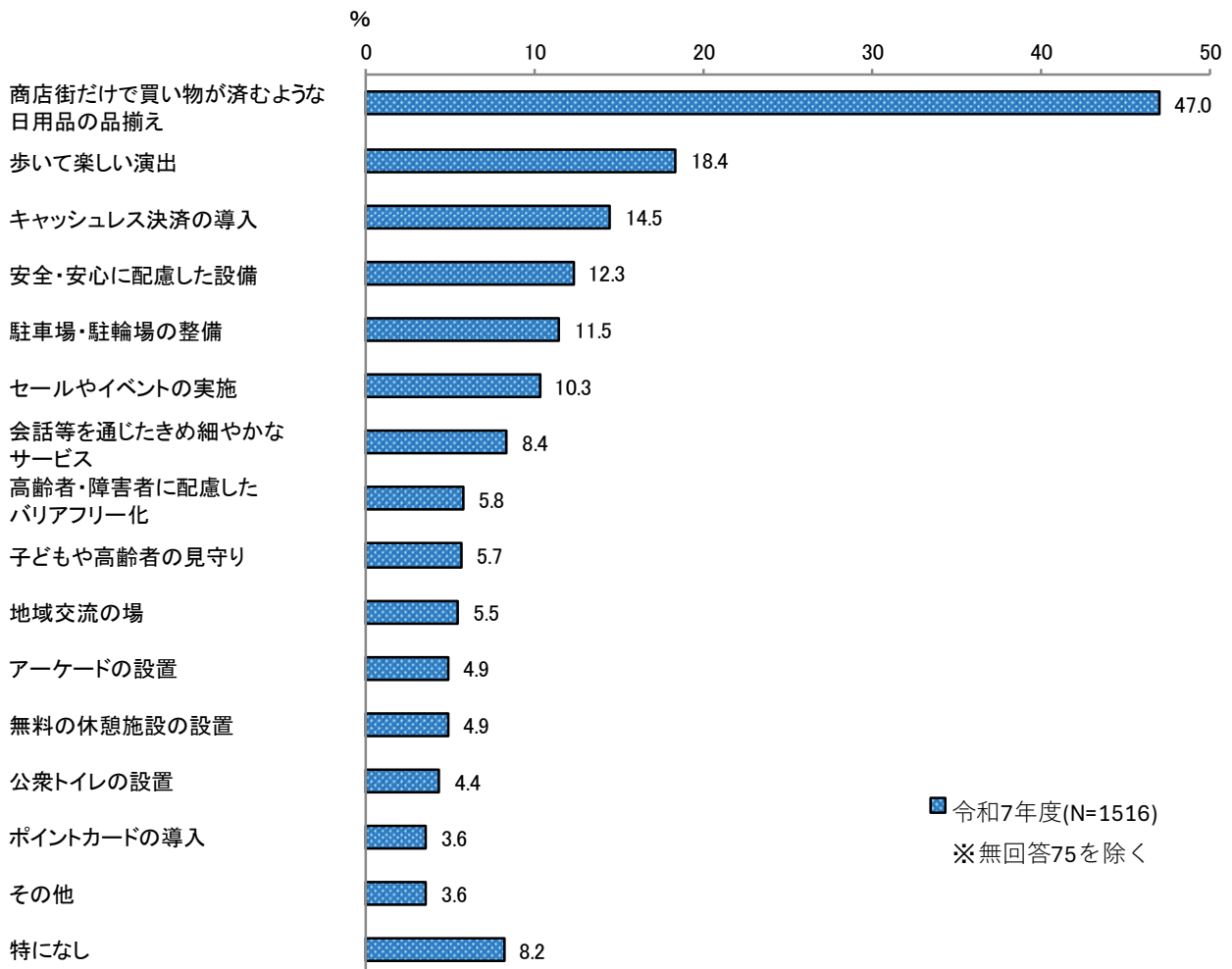
また、商店街に望むものとして、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が47.0%と突出して高くなっている。

図表6-42 <再掲> 区内商店街の利用頻度(MA)



資料：杉並区産業振興センター「区民意識調査」より作成

図表6-43 <再掲> 商店街に望むもの(MA)



資料：杉並区産業振興センター「区民意識調査」より作成

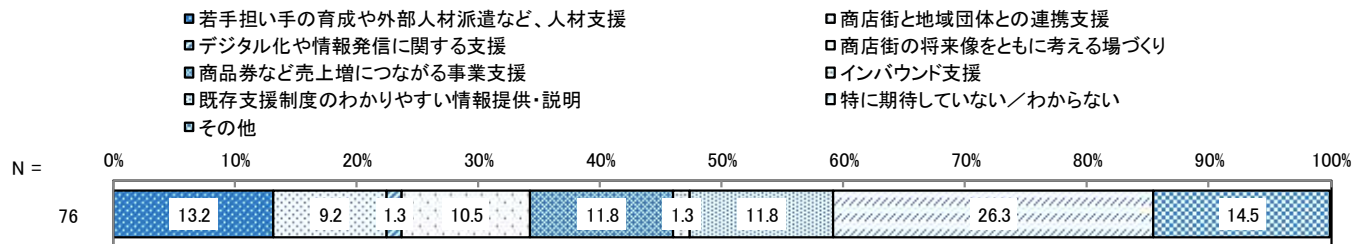
4 行政に期待する支援

(1) 行政に特に期待する支援

○3割弱の商店会は行政に支援を期待していない

行政に特に期待する支援は、「若手担い手の育成や外部人材派遣など、人材支援」が13.2%と最も高く、次いで「商品券など売上増につながる事業支援」「既存支援制度のわかりやすい情報提供・説明」がともに11.8%となっている。一方、「特に期待していない/わからない」は26.3%となっている。

図表6-44 行政に特に期待する支援(SA)



資料：杉並区産業振興センター「商店街の現状アンケート調査」より作成

第8章 杉並区の農業の現状

1 農業の実態

(1) 農家数・経営耕地面積

①農地面積と農家数の推移

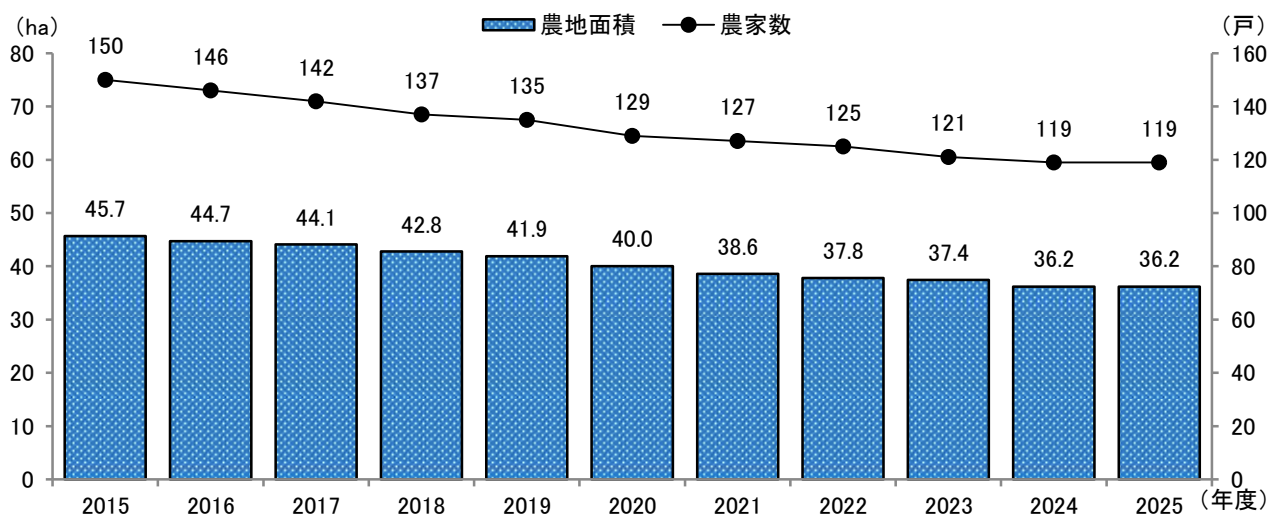
○農地面積・農家数はともに減少している

令和7年度（2025年度）における農地面積は36.2ha、農家数は119戸となっている。

推移をみると、平成27年度（2015年度）から令和7年度（2025年度）の11年間で、農地面積は45.7haから36.2haと20.8%の減となっており、農家数においても150戸から119戸と20.7%の減と、いずれも減少傾向にある。

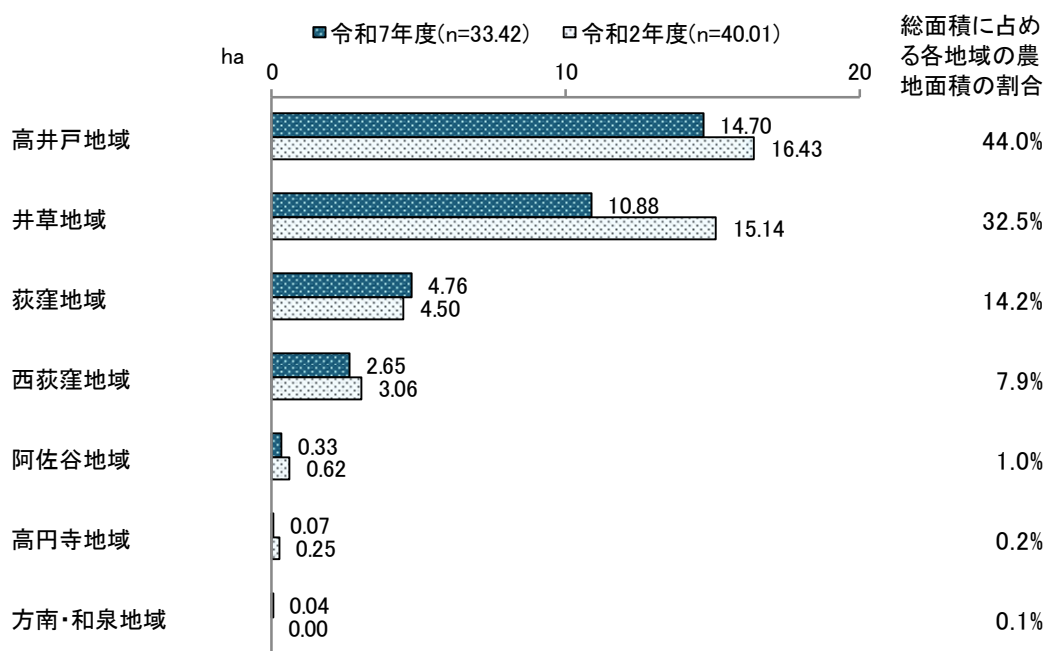
地域別の農地面積は、高井戸地域が14.7haと最も大きく、次いで井草地域が10.9haとなっており、2地域で区内の農地面積の8割弱を占めている。

図表7-1 農地面積と農家数の推移(NA)



資料：杉並区産業振興センター資料より作成

図表7-2 地域別農地面積(NA)



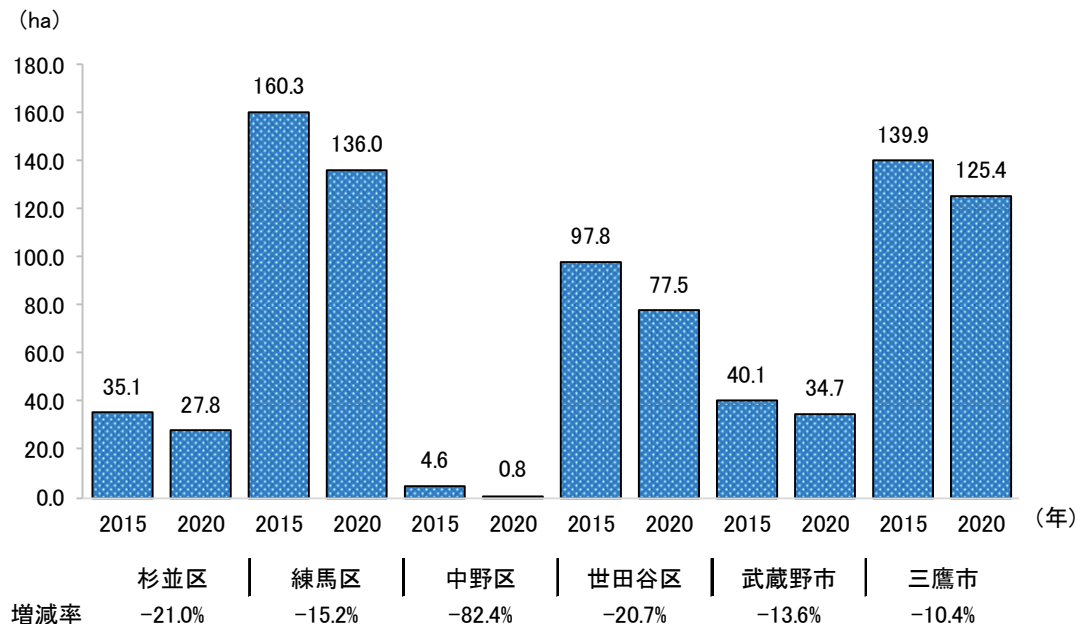
資料：杉並区産業振興センター資料より作成

②経営耕地面積

○経営耕地面積は、近隣自治体の中でも高い減少率となっている

経営耕地面積の減少率を隣接自治体と比較すると、中野区（82.4%減）に次いで2番目に高く、3番目の世田谷区（20.7%減）とほぼ同じとなっている。

図表7-3 経営耕地面積（隣接自治体との比較）(NA)



資料：農林水産省「農林業センサス」より作成

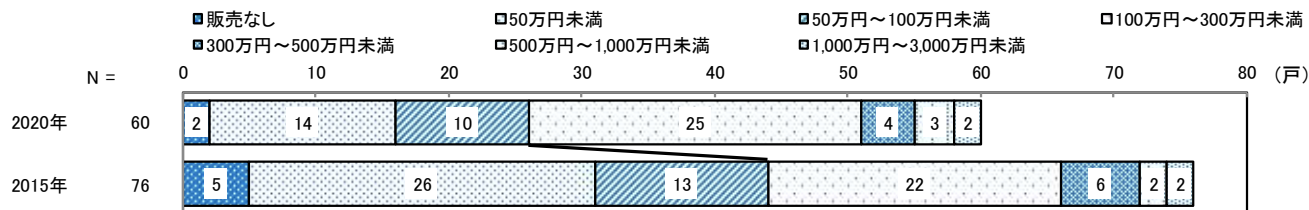
③農産物販売金額規模別経営体数

○農産物販売金額50万円未満の規模の農業者が最も減少している

農産物販売金額規模別経営体数をみると、『100万円未満』（「販売なし」「50万円未満」「50万円～100万円未満」の合計）の経営体数は、平成27年（2015年）の44戸（全体76戸のうち57.9%）から令和2年（2020年）の26戸（全体60戸の43.3%）に減少している。一方、『100万円以上』（「100万円～300万円未満」「300万円～500万円未満」「500万円～1,000万円未満」「1,000万円～3,000万円未満」の合計）の経営体数は、平成27年の32戸（全体76戸の42.1%）から令和2年の34戸（全体60戸の56.7%）に増加している。

なお、特に「50万円未満」の経営体数が12件の減少と大きな変動がみられた。

図表7-4 農産物販売金額規模別経営体数(NA)



資料：農林水産省「農林業センサス」より作成

(2) 農業産出額と主な栽培品目

① 農業産出額の推移

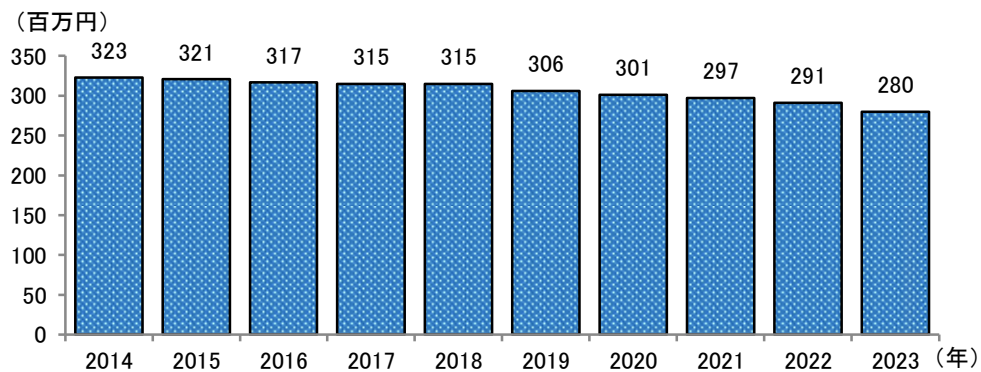
○主に野菜が栽培されているが、農業産出額は減少傾向にある

農業産出額は、緩やかに減少傾向にあり、令和5年（2023年）は2億8,000万円となっている。

農業産出額を隣接自治体と比較すると、練馬区（10億5,600万円）や三鷹市（8億9,000万円）よりも少ないが、武蔵野市（2億200万円）、世田谷区（1億8700万円）、中野区（900万円）よりも多くなっている。

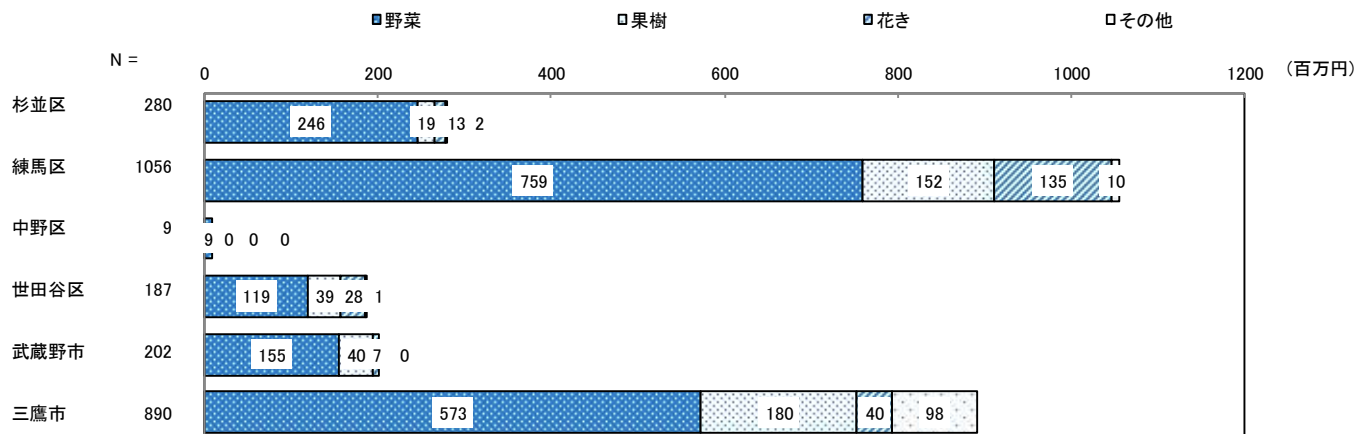
農業産出額の内訳をみると、野菜が9割弱と大半を占めており、近隣自治体と比較して野菜の割合が高い点が特徴となっている。

図表7-5 農業産出額の推移(NA)



資料：東京都「東京都農作物生産状況調査結果報告書」より作成

図表7-6 農業産出額（隣接自治体との比較）(NA)



※各市区町村のデータは「東京都農作物生産状況調査」から集計・算出した収穫量に、「東京都中央卸売市場年報」の「月別・産地別・部類別・品目別取扱高」等に基づく単価を乗じて算出したものを参照している。ただし、世田谷区は市町村で実施した調査によるデータを参照している。

資料：東京都「東京都農作物生産状況調査結果報告書（令和5年産）」より作成

②主な栽培品目

○少量多品目型の生産が行われている

少量多品目型の生産が行われており、主な栽培品目としては、トマト、ダイコン、キャベツ、パレイショの順に収穫量が多い。

図表7-7 主な栽培品目（隣接自治体との比較）(NA)

杉並区		練馬区		中野区		世田谷区		武蔵野市		三鷹市	
品目 (野菜)	収穫 量(t)	品目 (野菜)	収穫 量(t)	品目 (野菜)	収穫 量(t)	品目 (野菜)	収穫 量(t)	品目 (野菜)	収穫 量(t)	品目 (野菜)	収穫 量(t)
トマト	81	キャベツ	1755	カリフラワー	16	ダイコン	75	ダイコン	89	キャベツ	269
ダイコン	75	ダイコン	581	ダイコン	6	トマト	53	キャベツ	47	ナス	243
キャベツ	49	パレイショ	196	トマト	5	パレイショ	52	ニンジン	44	トマト	208
パレイショ	34	ブロッコリー	143	パレイショ	4	キャベツ	37	コマツナ	37	ダイコン	195
コマツナ	24	ネギ	133	カンショ	2	コマツナ	29	パレイショ	33	パレイショ	133
ネギ	22	コマツナ	113	ネギ	2	ネギ	29	ネギ	21	ブロッコリー	78
ブロッコリー	17	エダマメ	109	ブロッコリー	1	サトイモ	28	ブロッコリー	20	カリフラワー	78
エダマメ	11	スイートコーン	95	エダマメ	1	エダマメ	27	スイートコーン	16	エダマメ	45
スイートコーン	10	ホウレンソウ	82	スイートコーン	0	ブロッコリー	21	エダマメ	15	スイートコーン	44
サトイモ	10	サトイモ	58	サトイモ	0	カンショ	21	サトイモ	11	ホウレンソウ	34

品目 (果物)	収穫 量(t)	品目 (果物)	収穫 量(t)	品目 (果物)	収穫 量(t)	品目 (果物)	収穫 量(t)	品目 (果物)	収穫 量(t)	品目 (果物)	収穫 量(t)
カキ	10	カキ	67	カキ	0	ブドウ	16	ニホンナシ	16	キウイフルーツ	69
キウイフルーツ	5	ブドウ	35	ウンシュウミカン	0	ウンシュウミカン	15	ブドウ	9	カキ	56
クリ	4	ブルーベリー	27	柑橘類	0	クリ	4	カキ	8	ブドウ	25
ウメ	2	ウメ	4	レモン	0	ブルーベリー	3	キウイフルーツ	4	ブルーベリー	18
ブルーベリー	2	クリ	3	クリ	0	ウメ	3	ブルーベリー	3	クリ	5
ウンシュウミカン	0	ウンシュウミカン	3	ブルーベリー	0	カキ	3	クリ	1	ギンナン	5

資料：東京都「東京都農作物生産状況調査結果報告書（令和5年産）」より作成

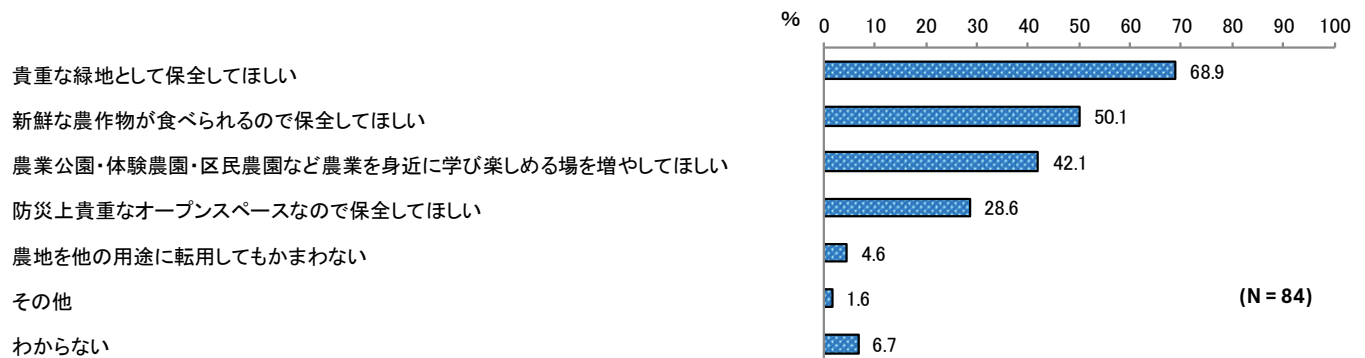
(3) 農業に関する区民の意見

○区民の約9割が農地保全を望んでいる

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7-8 <再掲> 区内の農地面積の減少についての意見(MA)



資料：杉並区産業振興センター「区民意識調査」より作成

2 農業における課題

(1) 農業の継続

① 農業従事者と従事形態

○ 本人や家族を中心とし、少数での従事となっている

農業従事者と従事形態について、「家族の方（ご本人を含む）」が半数以上を占めている。

また、通年での従事形態は平均3.14人、中央値で2人、臨時での従事形態は平均2.01人、中央値で0人となっており、比較的少ない人員体制で運営されている。

図表7-9 農業従事者と従事形態(NA)

(n=87)	家族の方 (ご本人を含む)	無償の お手伝いの方	有償の お手伝いの方	JA営農支援の 利用	その他	計	平均値	中央値
通年	226	25	7	13	2	273	3.14	2
臨時	16	25	33	31	70	175	2.01	0
計	242	50	40	44	72	448	5.15	3

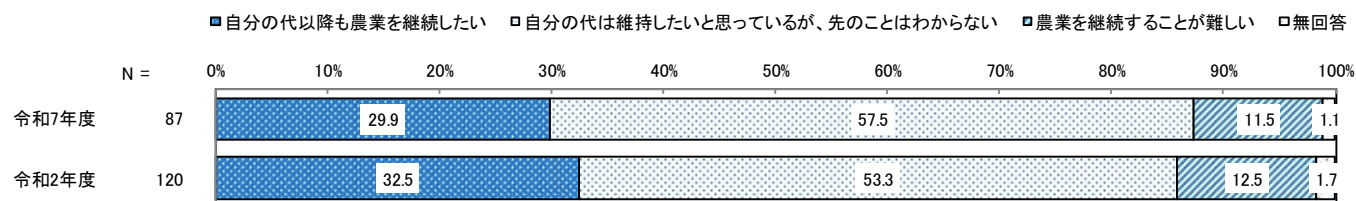
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

② 今後の農業の継続意向

○ 農業の継続が先行き不透明/困難な従業者が7割弱

今後の農業の継続意向をみると、「自分の代は現状のまま維持したいと思っているが、先のことはわからない」が57.5%、「農業を継続することが難しい」が11.5%で、合わせて7割弱となっており、農業の継続に関して、先行きの不透明さや困難な状況が増しているといえる。

図表7-10 今後の農業の継続意向(SA)



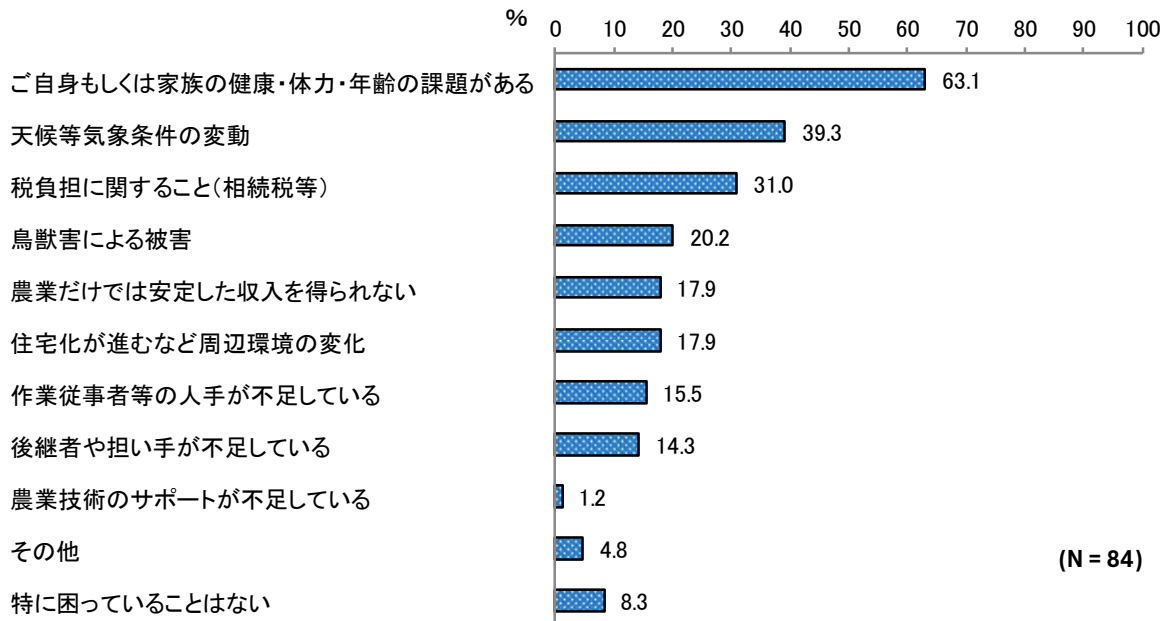
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

③農業経営上、困っていること

○**農業経営上、健康・体力・年齢に課題を抱える従事者が6割強**

農業経営上困っていることは、「ご自身もしくは家族の健康・体力・年齢の課題がある」が63.1%と最も高く、次いで「天候等気象条件の変動」が39.3%、「税負担に関する事（相続税等）」が31.0%となっている。

図表7-11 農業経営上、困っていること(MA)



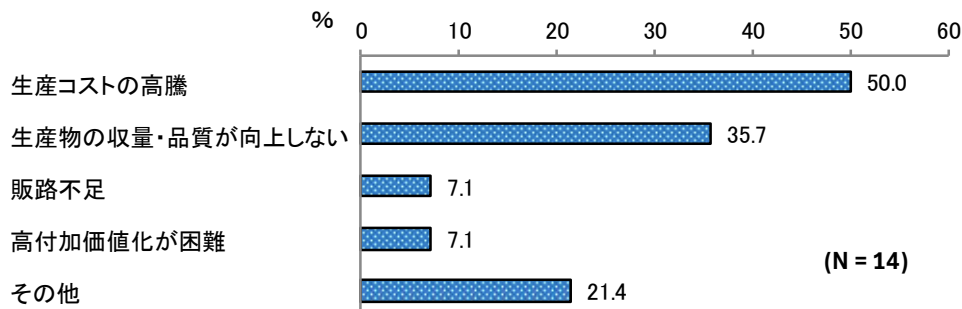
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

④安定した収入が得られない理由

○**「生産コストの高騰」を収入の安定化に向けた課題とする農家が半数**

安定した収入が得られない理由は、「生産コストの高騰」が50.0%と最も高く、次いで「生産物の収量・品質が向上しない」が35.7%、「販路不足」「高付加価値化が困難」がともに7.1%となっている。

図表7-12 安定した収入が得られない理由(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

(2) 農産物の地産地消

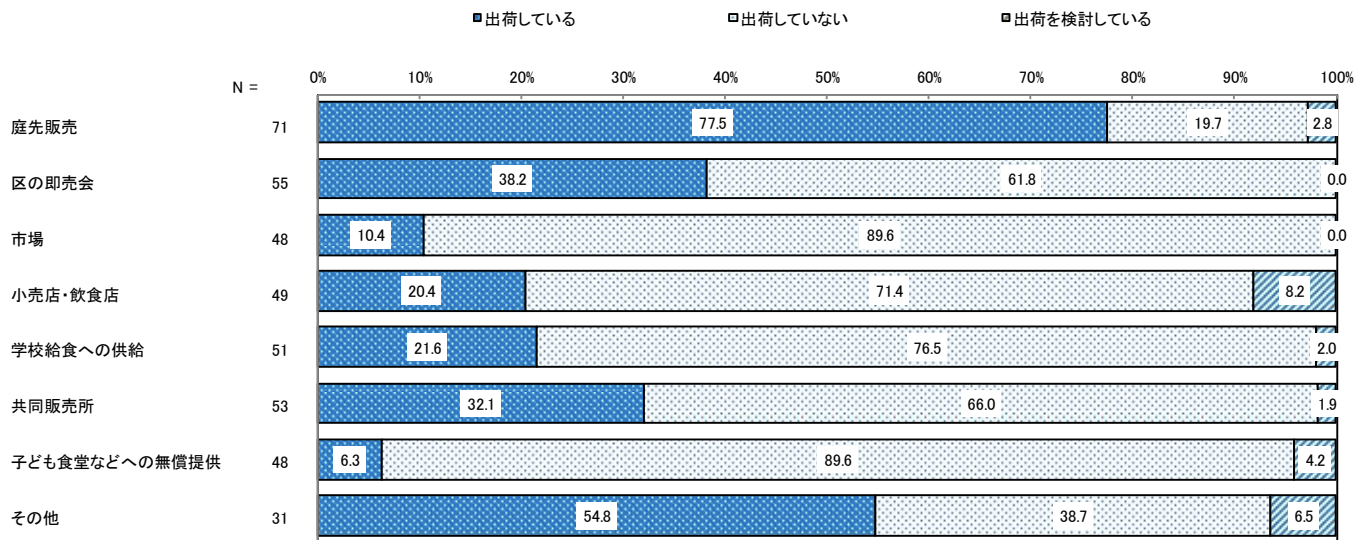
① 杉並産農産物の購入・飲食

○ 農産物の出荷形態は「庭先販売」が8割弱

農産物の出荷形態別の「出荷している」割合について、〈庭先販売〉が77.5%と突出して高く、次いで〈区の即売会〉が38.2%、〈共同販売所〉が32.1%となっている。

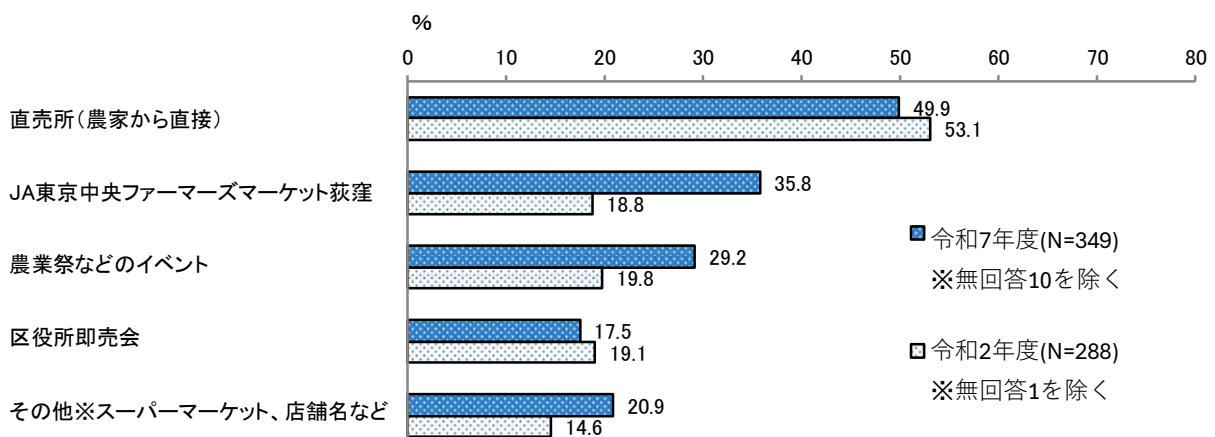
また、区民の杉並産の農産物の主な購入先についても、「直売所（農家から直接）」が49.9%と最も高くなっている。

図表7-13 農産物の出荷形態(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

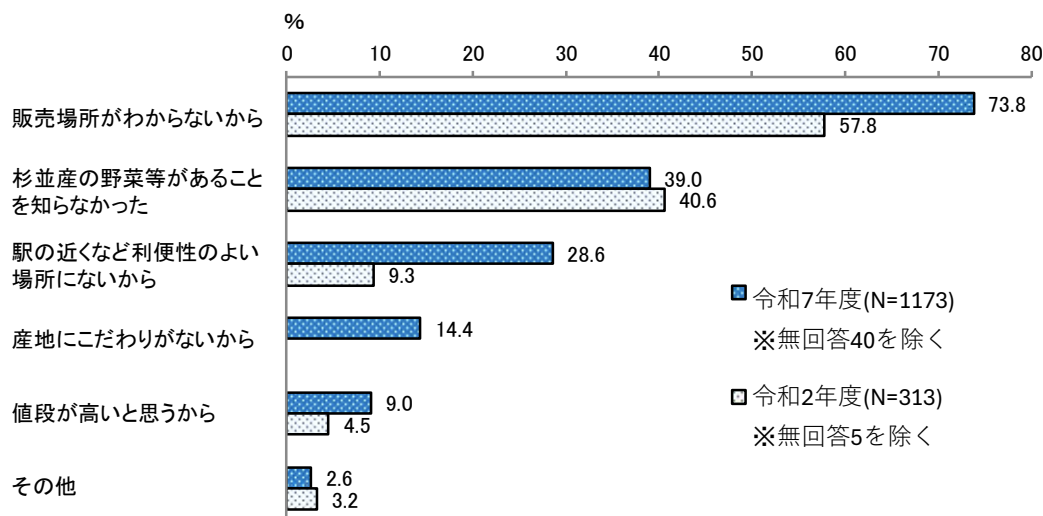
図表7-14 <再掲> 杉並産の農産物の主な購入先(MA)



資料：杉並区産業振興センター「区民意識調査」より作成

一方、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%となっており、農産物の販売場所や存在に関する情報が、区民へ十分に浸透していない様子が確認できる。

図表7-15 <再掲> 杉並産の農産物を購入したことがない理由(MA)



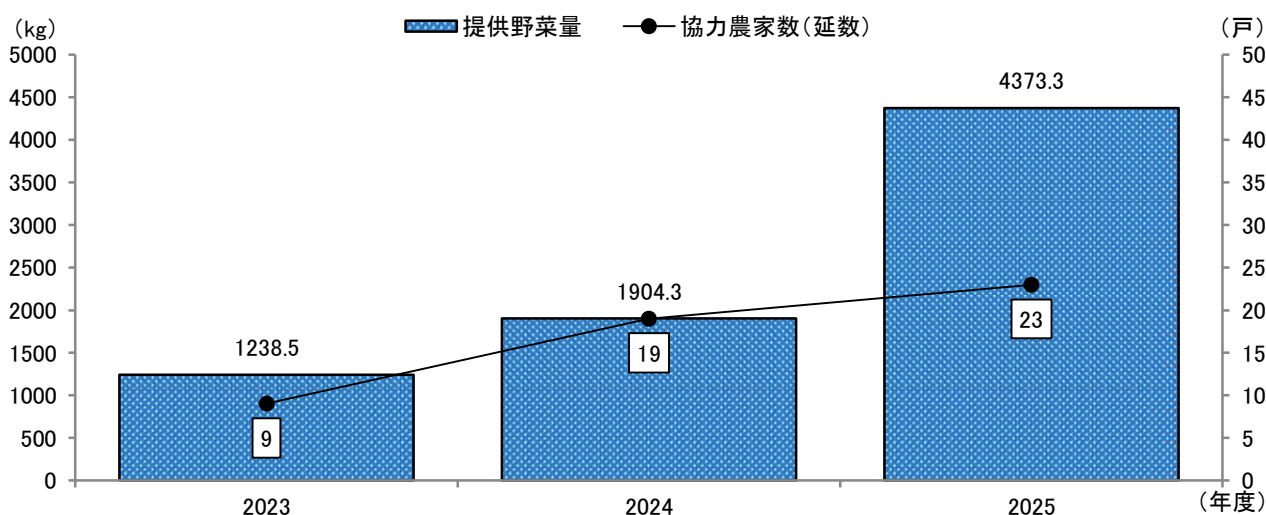
資料：杉並区産業振興センター「区民意識調査」より作成

③杉並産農産物の学校給食への提供

○杉並産農産物の学校給食への提供量は増加しているが、半数以上の農家は消極的

区では、全区立学校の学校給食へ年2回杉並産農産物を提供する「地元野菜デー」を実施しており、提供量及び協力農家数は令和5年度（2023年度）以降増加傾向にある。

図表7-16 「地元野菜デー」への野菜出荷状況(SA)

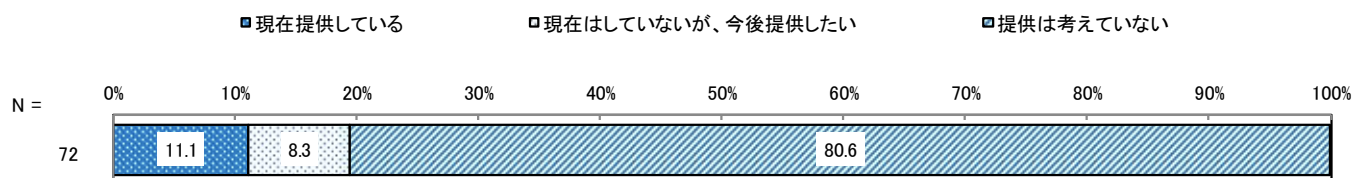


資料：杉並区産業振興センター資料より作成

「地元野菜デー」以外での学校給食への野菜出荷状況をみると、「提供は考えていない」が80.6%と最も高く、農家が自ら学校と調整を行うことには、一定の負担やハードルが存在していることがうかがえる。

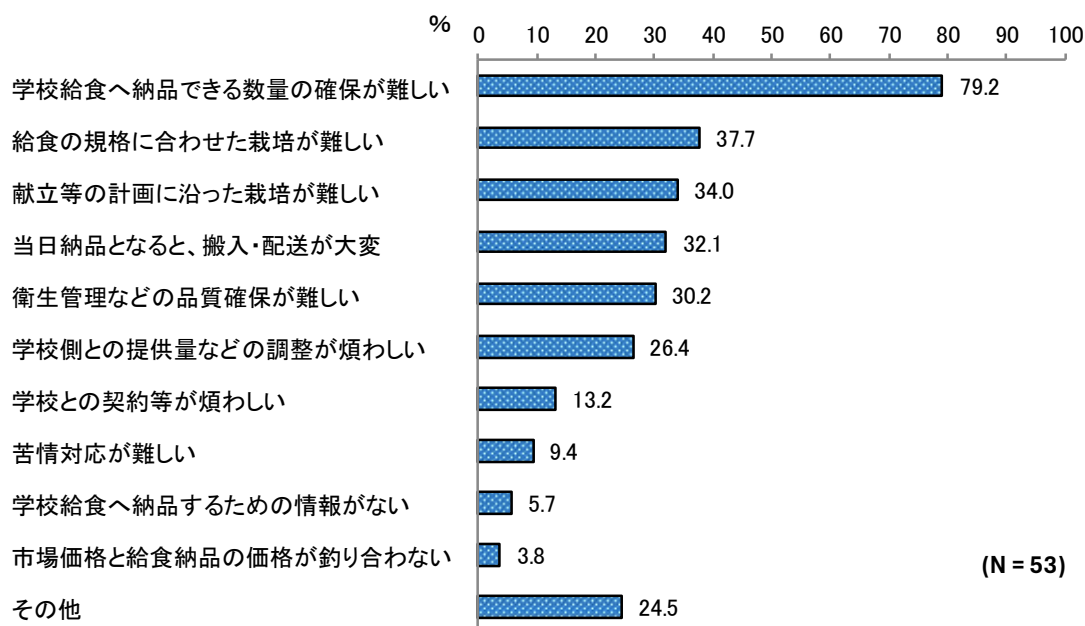
また、学校給食へ農作物を提供するにあたっては、「学校給食へ納品できる数量の確保が難しい」ことを課題と考える農家の割合が79.2%と最も高くなっており、数量確保の難しさから納品の確実性に課題が生じ、学校給食への提供が進みにくい状況にあると考えられる。

図表7-17 「地元野菜デー」以外での学校給食への野菜出荷状況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

図表7-18 農家が学校給食へ食材提供をしない理由(MA)



資料：杉並区「杉並区学校給食食材利用拡大調査分析及び提案（令和6年度）」より作成

(3) 区民との交流

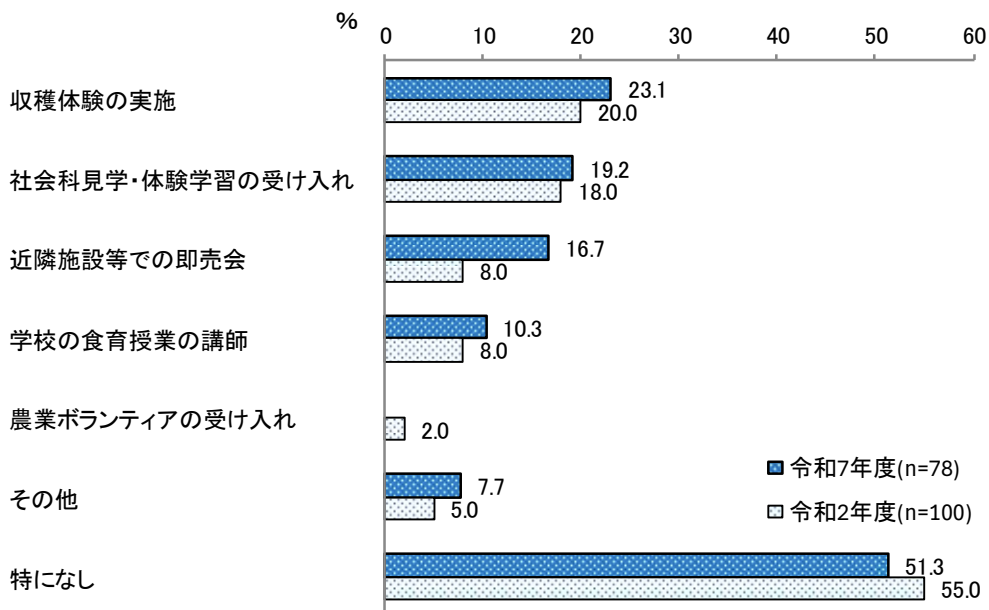
①農家が実施している地域との交流状況

○地域との交流を実施している農家の割合は5割弱

各農家が実施している地域との交流状況を見ると、何らかの取組を実施している割合は48.7%となっている。具体的な取組内容については、「収穫体験の実施」が23.1%と最も高く、次いで「社会見学・体験学習の受け入れ」が19.2%となっている。

また、令和2年度調査と比較すると、「近隣施設等での即売会」が8.7ポイント上昇し、わずかに「特になし」の割合が低下しており、交流が一部で広がりつつあることがうかがえる。

図表7-19 農家が実施している地域との交流状況(MA)



※「農業ボランティアの受け入れ」は令和7年度は選択肢に含まれていない。

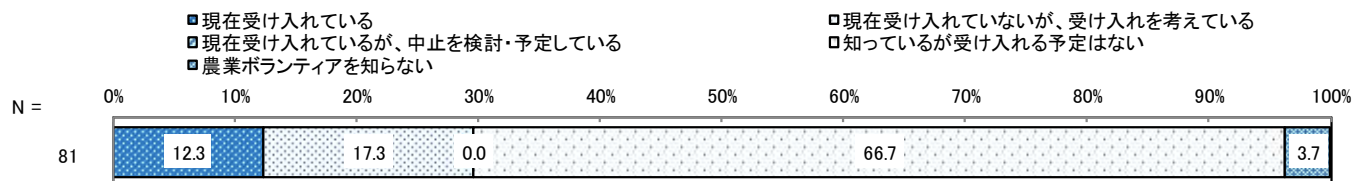
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

②農業ボランティアの受入れ状況

○7割弱の農家が農業ボランティアを受け入れる予定はない

農業ボランティアの受入れ状況を見ると、「知っているが受け入れる予定はない」が66.7%と最も高く、次いで「現在受け入れていないが、受け入れを考えている」が17.3%、「現在受け入れている」が12.3%となっている。

図表7-20 農業ボランティアの受入れ状況(SA)

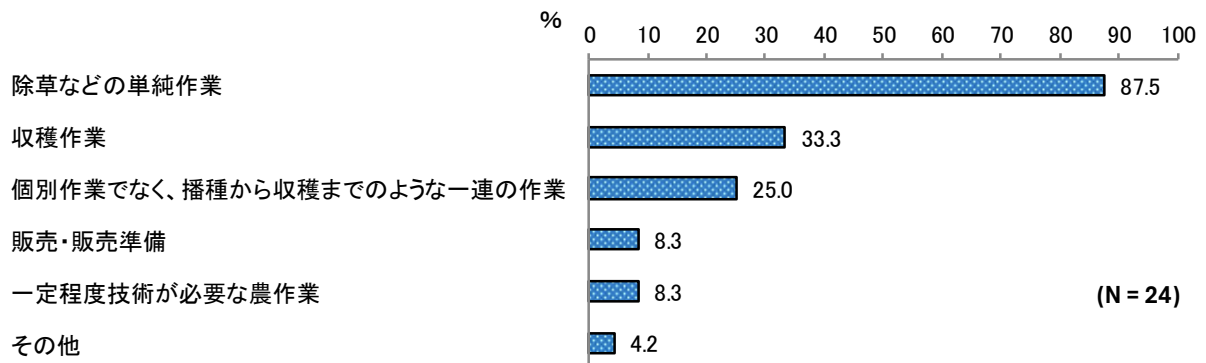


資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

農業ボランティアに依頼したい作業をみると、「除草などの単純作業」が87.5%と突出して高く、次いで「収穫作業」が33.3%、「個別作業でなく、播種から収穫までのような一連の作業」が25.0%となっている。一方、農業ボランティアを中止または受け入れない理由をみると、「人手は足りており、必要性が感じられない」が40.8%と最も高く、次いで「作業を教えるのが負担」が30.6%、「他人に作業を依頼したくない」が24.5%となっている。

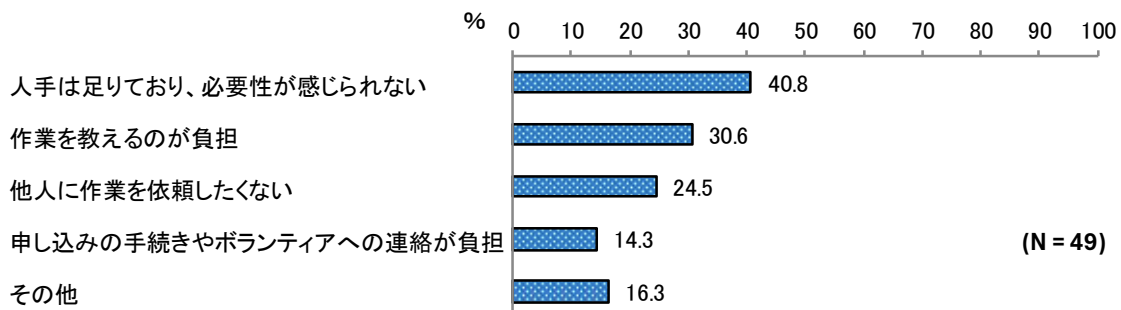
外部人材を必要とする農家は一定程度存在するものの、作業指導の負担感や他人に任せにくい作業特性などが障壁となり、農業ボランティアの受入れが進みにくい状況であることがうかがえる。

図表7-21 農業ボランティアに依頼したい作業(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

図表7-22 農業ボランティアを中止または受け入れない理由(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

(4) 防災・環境対策

①防災兼用農業用井戸

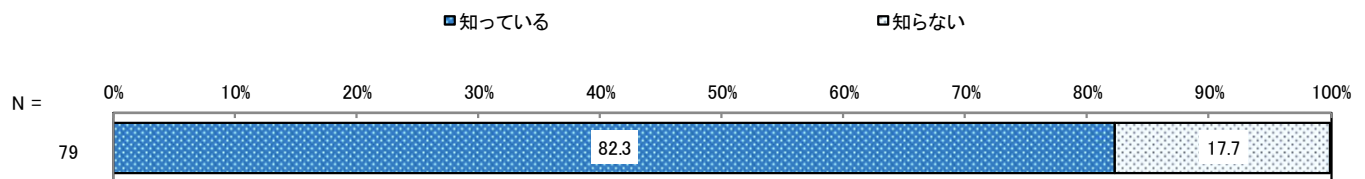
○8割以上の農家が補助事業を認知している

防災兼用農業用井戸について、令和7年度時点で19の井戸が設置されている。

防災兼用農業用井戸の設置補助事業認知状況をみると、「知っている」が82.3%、「知らない」が17.7%となっている。

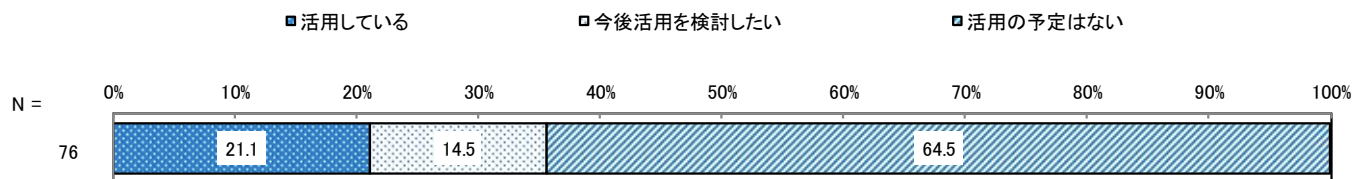
防災兼用農業用井戸の設置補助事業活用状況をみると、「活用の予定はない」が64.5%と最も高くなっているが、「今後活用を検討したい」が14.5%となっており、導入への理解推進が求められる。

図表7-23 防災兼用農業用井戸の設置補助事業認知状況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

図表7-24 防災兼用農業用井戸の設置補助事業活用状況(SA)



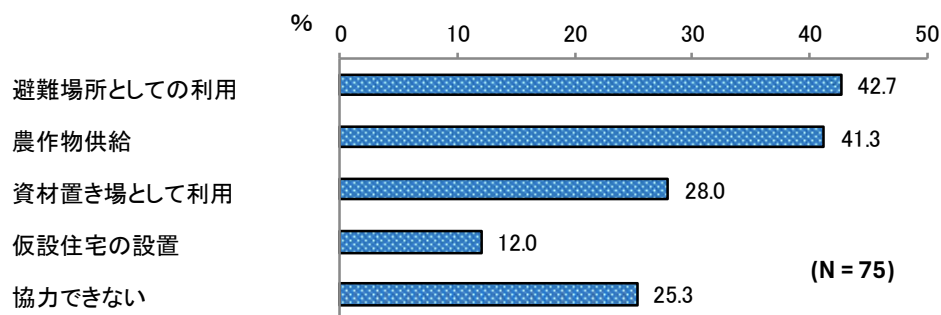
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

②災害発生時の協力要請への対応

○農家の4割以上が避難場所としての利用や農産物の供給に協力する意向

災害発生時における区からの協力要請への対応をみると、協力する意向のある割合は74.7%となっている。そのうち、「避難場所としての利用」が42.7%と最も高く、次いで「農産物供給」が41.3%、「資材置き場として利用」が28.0%となっている。一方で「協力できない」が25.3%となっている。

図表7-25 災害発生時の協力要請への対応(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

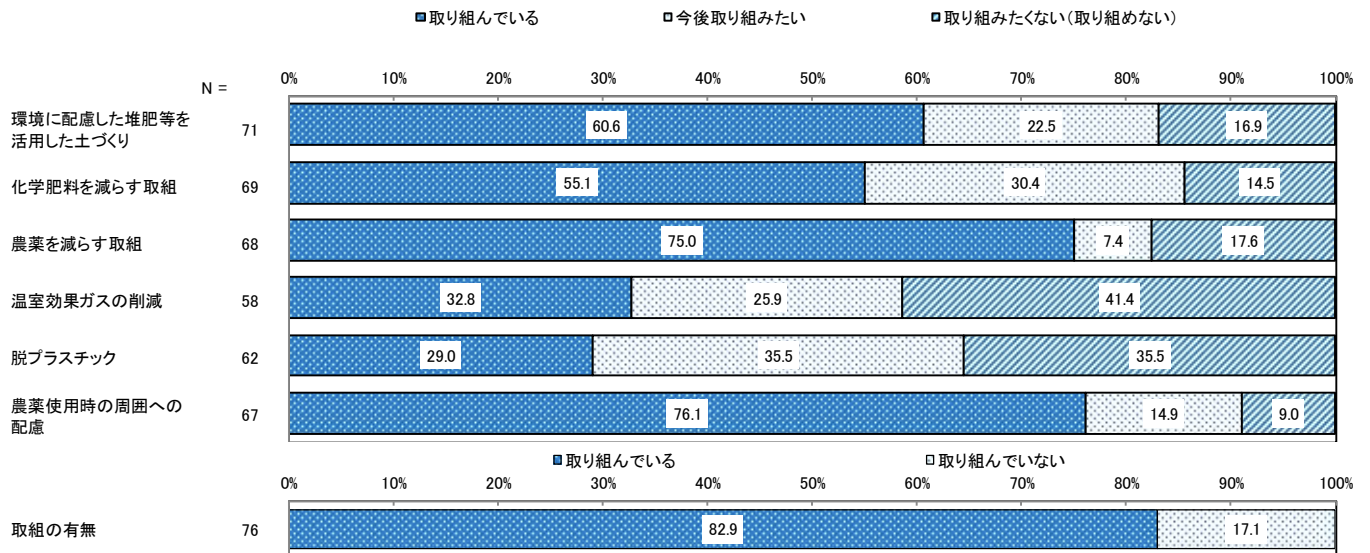
③環境に配慮した農業の取組状況

○全体の8割超の農家が、環境に配慮した取組を行っている。

環境に配慮した農業の取組状況別の「取り組んでいる」割合をみると、〈農薬使用時の周囲への配慮〉が76.1%と最も高く、次いで〈農薬を減らす取組〉が75.0%、〈環境に配慮した堆肥等を活用した土づくり〉が60.6%となっている。

なお、何らかの取組を行っている割合は82.9%となっている。

図表7-26 環境に配慮した農業の取組状況(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

(5) 農業支援

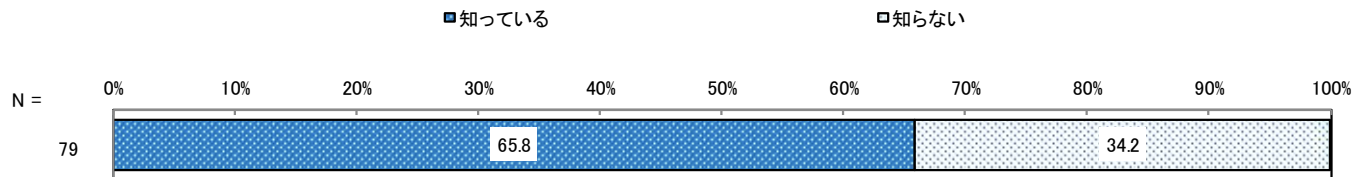
① 農業体験農園の整備・運営助成制度認知状況・活用状況

〇7割弱の農家が助成制度を認知し、1割の農家が活用している

農業体験農園の整備・運営助成制度認知状況をみると、「知っている」が65.8%、「知らない」が34.2%となっている。

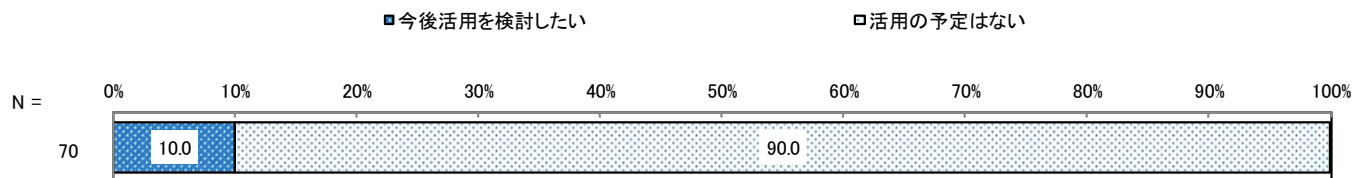
農業体験農園の整備・運営助成制度活用状況をみると、「今後活用を検討したい」が10.0%、「活用の予定はない」が90.0%となっている。

図表7-27 農業体験農園の整備・運営助成制度認知状況(SA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

図表7-28 農業体験農園の整備・運営助成制度活用状況(SA)



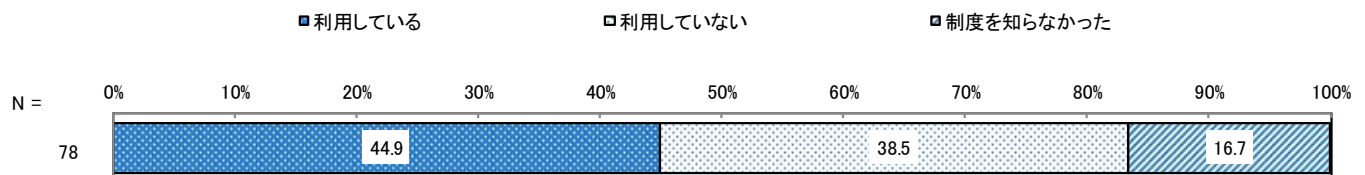
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

② 営農活動支援補助金制度利用状況

〇4割以上の農家が補助金制度を利用している

営農活動支援補助金制度利用状況をみると、「利用している」が44.9%と最も高く、次いで「利用していない」が38.5%、「制度を知らなかった」が16.7%となっている。

図表7-29 営農活動支援補助金制度利用状況(MA)



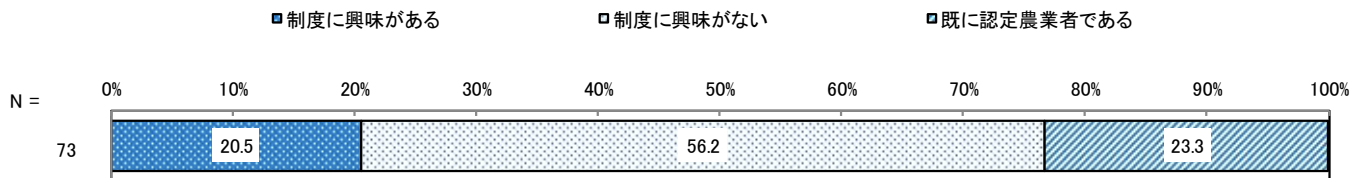
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

③認定農業者制度

〇2割以上の農家が認定農業者

認定農業者制度をみると、「制度に興味がない」が56.2%と最も高く、次いで「既に認定農業者である」が23.3%、「制度に興味がある」が20.5%となっている。

図表7-30 認定農業者制度(MA)



資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成