

令和7年度
杉並区産業実態調査報告書
【概要版】

令和8年3月
杉 並 区

目次

【1】調査の概要	1
1 調査目的	1
2 アンケート調査の実施概要	1
3 ヒアリング調査の実施概要	1
4 モニター調査の実施概要	1
5 街頭調査の実施概要	2
6 文献調査の実施概要	2
7 報告書の見方	2
【2】杉並区の事業所の現状	3
1 区民が望む産業の将来像	3
2 区の産業の構成	3
3 業種別の産業構成	4
4 事業所実態調査からみる区内事業所の現状	7
【3】杉並区の観光	11
1 杉並区についての意識	11
2 杉並区への来街者	12
3 杉並区の観光資源	13
4 アニメに関する事業について	14
【4】杉並区の商店街の現状	15
1 杉並区の商店会	15
2 商店街が抱えている課題	16
3 商店街が担う役割	17
【5】杉並区の農業の現状	18
1 農業の現状と課題	18
2 多面的機能の発揮	19
【6】調査結果のまとめ	21
1 事業所について	21
2 観光について	21
3 商店街について	22
4 農業について	22

【1】調査の概要

1 調査目的

本調査は、今回実施したアンケート調査及びヒアリング調査に各種既存資料を加え、整理・分析することにより、杉並区内の産業実態を把握し、杉並区産業振興計画の改定及び今後の産業振興施策の検討に向けた基礎資料を作成することを目的に実施した。

2 アンケート調査の実施概要

調査名称	杉並区事業所実態調査	杉並区の産業に関する区民意識調査
調査対象	区内で営業する事業所	満 18 歳以上の区民
抽出条件	総務省統計局のデータから、杉並区の業種別構成比率を反映する形で事業所を無作為抽出	住民基本台帳のデータから性別×地域別×年齢別で等配分し、不足分を前回調査で回答が少なかった区分で案分
調査方法	郵送配付、郵送回収および WEB 回収	
調査期間	令和 7 年 10 月 27 日（月）～11 月 18 日（火）	
配布数（件）	7,000	4,000
有効配布数※ ¹ （件）	6,174	3,986
有効回答数※ ² （件）	2,253（うち WEB による回答 1,245）	1,591（うち WEB による回答 976）
有効回答率※ ³ （%）	36.5	39.9

※ 1 有効配布数は配布数から宛先不明で不着の分を除いた件数である。

※ 2 有効回答数は実際に回収した調査票のうち、白票や重複を除いた件数である。

※ 3 有効回答率は有効回答数を有効配布数で割り、百分率で表した割合である。

3 ヒアリング調査の実施概要

調査名称	杉並区事業所ヒアリング調査	杉並区商店街ヒアリング調査
調査対象	・ 杉並区事業所実態調査において回答があった事業所 5 事業所 ・ 区内アニメ制作会社 8 事業所 ・ 区内農家 5 戸	・ 区内の地域ごとに 1～2 商店会 計 11 商店会
調査方法	電話や訪問等による聞き取り調査	訪問による聞き取り調査
調査期間	令和 7 年 12 月 1 日（月）～ 令和 8 年 2 月 27 日（金）	令和 7 年 9 月 7 日（日）～ 11 月 25 日（火）

4 モニター調査の実施概要

調査名称	杉並区来街者アンケート調査
調査対象	杉並区外居住者かつ 1 年以内に杉並区へ「通勤・通学・通院・仕事」以外で訪れた来街者
抽出条件	モニター調査会社の WEB モニターを対象にスクリーニング調査を行い、性別×年齢別で均等割付。杉並区外居住者かつ 1 年以内に杉並区に通勤・通学・通院・仕事以外で来訪した方を抽出。
調査方法	WEB モニター調査
調査期間	令和 7 年 10 月 10 日（金）～10 月 14 日（火）
有効回答数（件）	1,000

5 街頭調査の実施概要

調査名称	杉並区来街者ヒアリング調査
調査対象	区内のイベントや主要駅に訪れた来街者
調査方法	現地での街頭調査
調査期間	令和7年9月7日（日）～11月16日（日）
有効回答数（件）	2,244

6 文献調査の実施概要

（1）区が収集した資料

調査名称	令和7年度「杉並区の商店街の現状」アンケート調査	令和7年度 農業経営実態調査
調査対象	区内商店会	区内農業者
調査期間	令和7年8月6日（水）～ 9月12日（金）	令和7年9月24日（水）～ 10月29日（水）
配布数	121	119
有効回答数	76	87
有効回答率	62.8	73.1

（2）国や東京都が収集した既存資料

調査名称	経済産業省「経済センサス活動調査、基礎調査」（平成26,28年、令和3年） 農林水産省「農林業センサス」（2015,2020年） 東京都産業労働局「東京都観光客数等実態調査」（平成27,28,29,30,31、令和2,4,5,6年） 東京都産業労働局「東京都商店街実態調査」（令和元年度） 東京都「東京都農作物生産状況調査結果報告書」（平成26,27,28,29,30、令和元,2,3,4,5年産）
------	---

7 報告書の見方

本書を読む際の留意事項

- 報告書本文中の比率はすべて百分率（％）で表し、小数点第2位を四捨五入している。そのため単一回答であっても構成比の合計が100％にならない場合がある。
- 複数回答の設問は、回答が2つ以上あり得るため、構成比の合計が100％を上回る場合がある。
- 図表中の「n」（Number of casesの略）とは設問に対する回答件数の総数を示しており、回答者の構成比（％）を算出するための基数である。
- 回答数が10件未満の属性についてはコメントしていない。
- 設問の選択肢が長文である場合、一部内容を割愛している場合がある。
- 単一回答は「SA」、複数回答は「MA」、数量回答は「NA」と表記している。

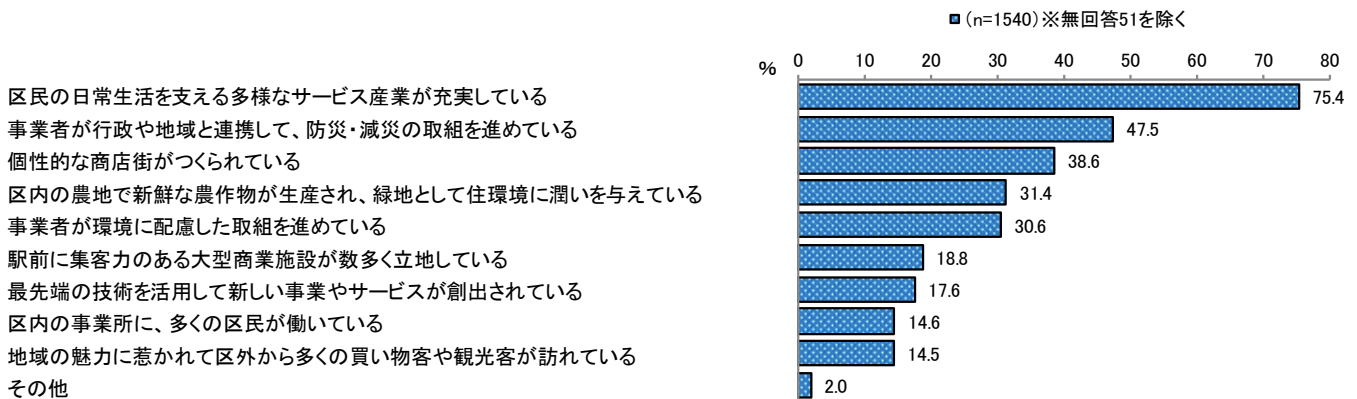
【2】杉並区の事業所の現状

1 区民が望む産業の将来像

日常生活と密接にかかわる多様なサービス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。

図表1-1 区民が望む杉並区の産業の将来像(MA)



資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

2 区の産業の構成

従業者数が隣接自治体と比較して唯一減少傾向となっている

杉並区の事業所は令和3年時点で、19,274事業所、従業者数は155,138人となっている。

杉並区の事業所数の増減率は、平成26年から平成28年にかけて5.2%の減、平成28年から令和3年にかけて0.1%の増となっている。また、杉並区の従業者数の増減率は、平成26年から平成28年にかけて3.4%の減、平成28年から令和3年にかけて1.3%の減となっている。

隣接自治体と比較すると、杉並区は唯一従業者数が減少傾向にある。

図表1-2 事業所数・従業者数の推移（隣接自治体との比較）(NA)

	事業所数（所）				従業者数（人）			
	平成26年	平成28年	令和3年	増減率	平成26年	平成28年	令和3年	増減率
杉並区	20,542	19,246	19,274	0.1%	169,734	157,249	155,138	-1.3%
中野区	12,886	12,068	11,962	-0.9%	125,354	121,982	122,974	0.8%
世田谷区	28,906	27,034	27,500	1.7%	282,049	262,689	269,751	2.7%
練馬区	21,370	20,278	20,343	0.3%	185,804	172,477	175,956	2.0%
武蔵野市	7,969	7,467	7,717	3.3%	86,269	81,486	83,709	2.7%
三鷹市	5,389	5,040	4,957	-1.6%	59,654	56,139	57,347	2.2%
特別区部	525,404	494,337	503,699	1.9%	7,854,417	7,550,364	8,114,913	7.5%

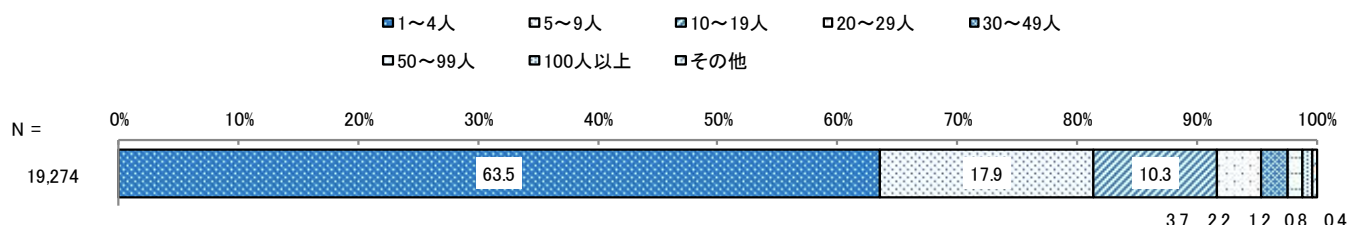
資料：経済産業省「経済センサス活動調査、基礎調査」より作成

小規模事業者を中心とした産業構造であり、区全体で「10人未満」の事業所が8割を超えている

杉並区の事業所を従業員規模別にみると、「1～4人」が63.5%と最も高く、次いで「5～9人」が17.9%、「10～19人」が10.3%となっている。

従業員10人未満の事業所が8割以上を占めており、小規模事業者を中心とした産業構造となっている。

図表1-3 杉並区の従業員規模別の事業所数の割合（SA）



資料：経済産業省「経済センサス活動調査、基礎調査」より作成

3 業種別の産業構成

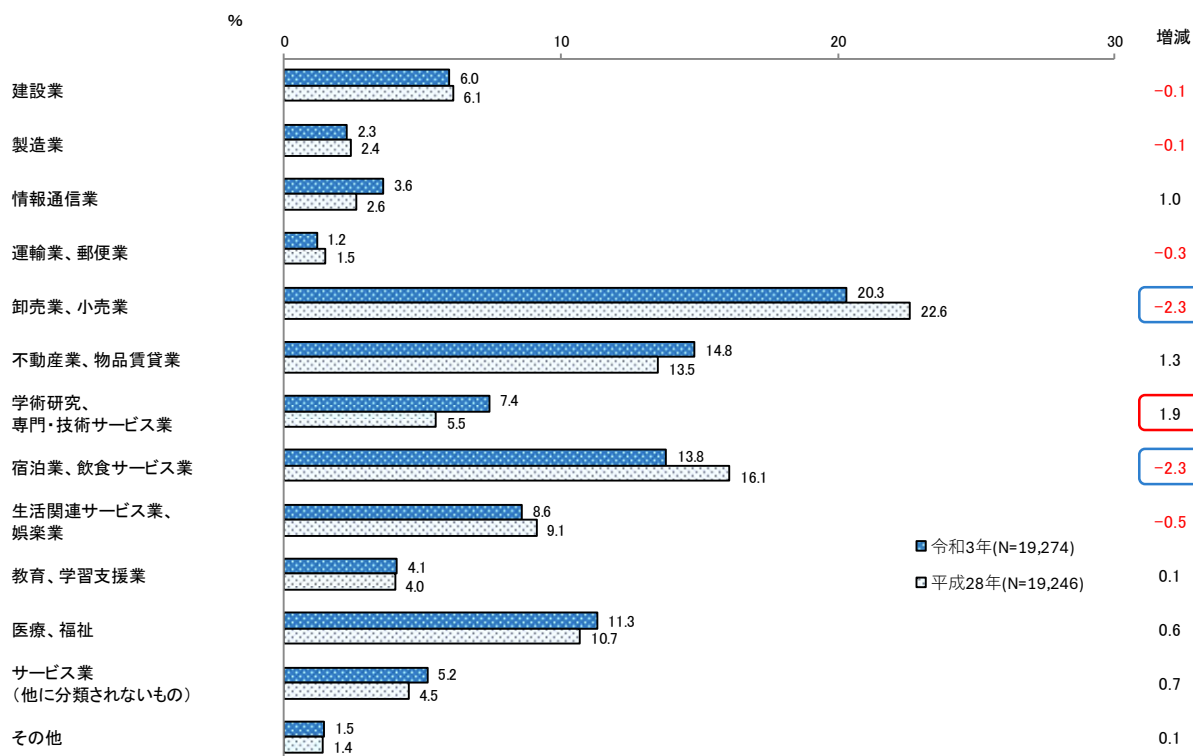
杉並区内事業所の業種は「卸売業、小売業」が最も多い

事業所構成では、「卸売業、小売業」の割合が20.3%と最も高く、次いで「不動産、物品賃借業」が14.8%、「宿泊業、飲食サービス業」が13.8%となっている。

事業所数の推移をみると、「学術研究、専門・技術サービス業」が最も増加しており、1.9ポイントの増となっている。一方、「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」が最も減少しており、ともに2.3ポイントの減となっている。

平成28年度に2番目に高い割合を占めていた「宿泊業、飲食サービス業」が縮小し、3番目であった「不動産、物品賃借業」との順位が逆転するなど、産業構造上の変化が確認された。

図表1-4 杉並区の産業分類別事業所数の割合（SA）



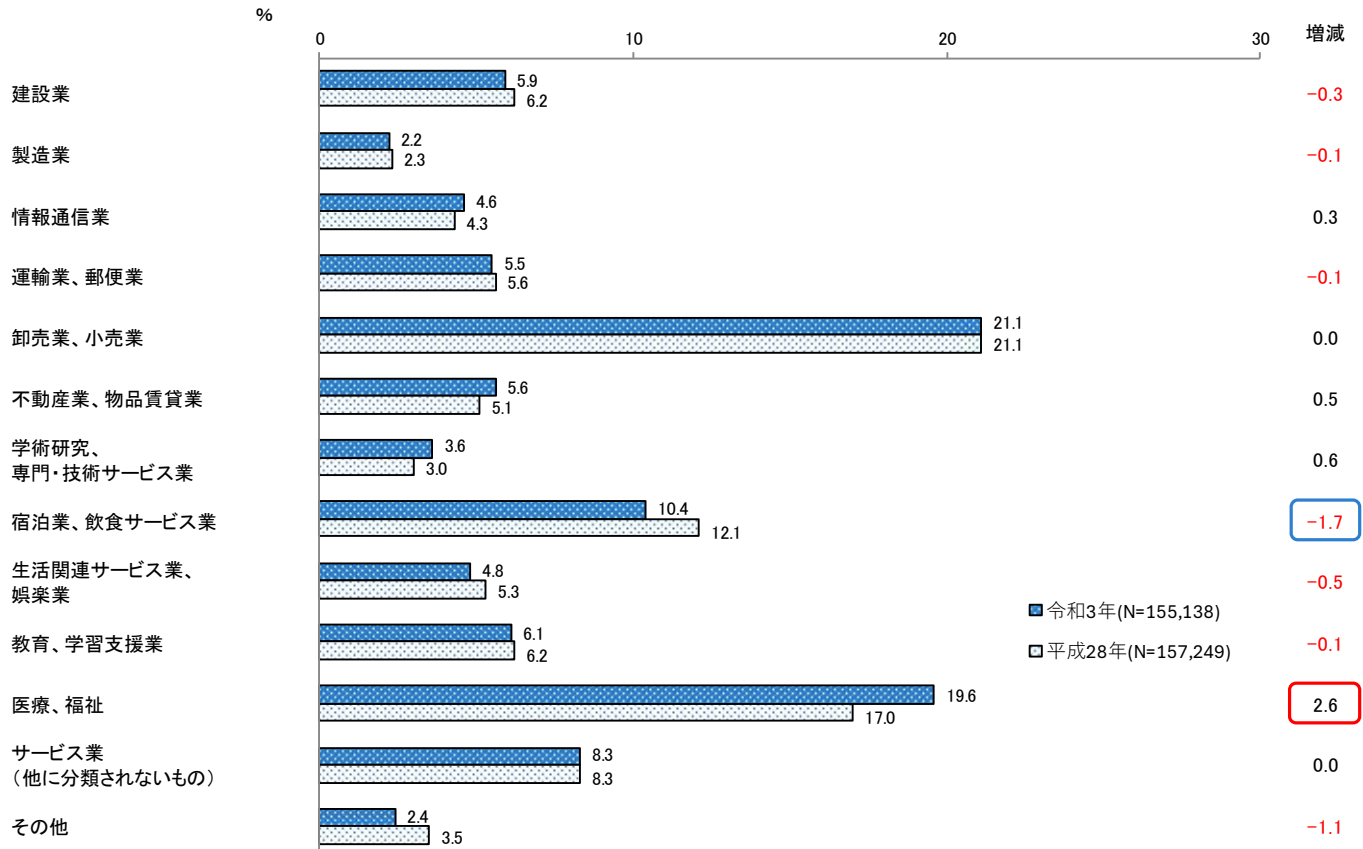
資料：経済産業省「経済センサス活動調査、基礎調査」より作成

杉並区内事業所の従業者数も「卸売業、小売業」が最も多い

従業員構成では、「卸売業、小売業」の割合が21.1%と最も高く、次いで「医療、福祉」が19.6%となっている。

従業者数の推移をみると、「医療、福祉」が最も増加しており、2.6ポイントの増となっている。一方、「宿泊業、飲食サービス業」が最も減少しており、1.7ポイントの減となっている。

図表1-5 杉並区の産業分類別従業者数の割合(SA)



資料：経済産業省「経済センサス活動調査、基礎調査」より作成

事業所数・従業者数ともに「医療、福祉」や「教育、学習支援業」を中心とした生活支援産業の集積度が高い

事業所数の特化係数※をみると、「医療、福祉」及び「教育、学習支援業」がともに1.5と最も集積度が高くなっている。また、従業者数の特化係数をみると、「医療、福祉」（2.5）の集積度が顕著であり、次いで「教育、学習支援業」（1.8）が高い水準となっている。

事業所数、従業者数の両面において、特別区全体と比較して「医療、福祉」や「教育、学習支援業」を中心とした生活支援産業の集積が高いことが特徴となっている。

図表1-6 杉並区の産業分類別事業所数・従業者数の特化係数(特別区部を1.0とした場合)

	事業所数	従業者数
建設業	1.0	1.2
製造業	0.4	0.4
情報通信業	0.7	0.4
運輸業、郵便業	0.5	1.2
卸売業、小売業	0.9	1.0
不動産業、物品賃貸業	1.4	1.3
学術研究、専門・技術サービス業	0.8	0.5
宿泊業、飲食サービス業	1.1	1.4
生活関連サービス業、娯楽業	1.3	1.5
教育、学習支援業	1.5	1.8
医療、福祉	1.5	2.5
サービス業（他に分類されないもの）	0.7	0.6
その他	0.6	0.4

資料：経済産業省「経済センサス活動調査、基礎調査」より作成

※本調査における特化係数は、杉並区の産業構造が特別区部と比べてどの産業に偏っているかを示しており、杉並区内の産業の構成比を特別区部の同産業の構成比で割ることによって算出している。

4 事業所実態調査からみる区内事業所の現状

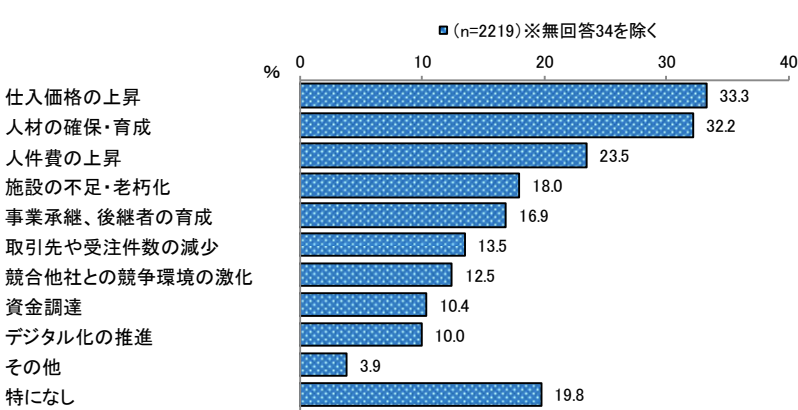
(1) 経営上抱えている課題

人手不足、人材育成、賃金上昇が相互に連鎖し、大きな課題となっている

経営上抱えている課題として、「仕入価格の上昇」が33.3%と最も高く、次いで、「人材の確保・育成」が32.2%、「人件費の上昇」が23.5%と続いている。

経営上の課題に対して区に求める支援として、「人材の確保・育成の支援」が24.1%と最も高くなっている。

図表1-7 経営上抱えている課題(MA)



図表1-8 区に求める支援(MA)

項目	割合
人材の確保・育成の支援	24.1%
設備投資の支援	19.3%
資金繰りの支援	18.3%
特になし	35.9%

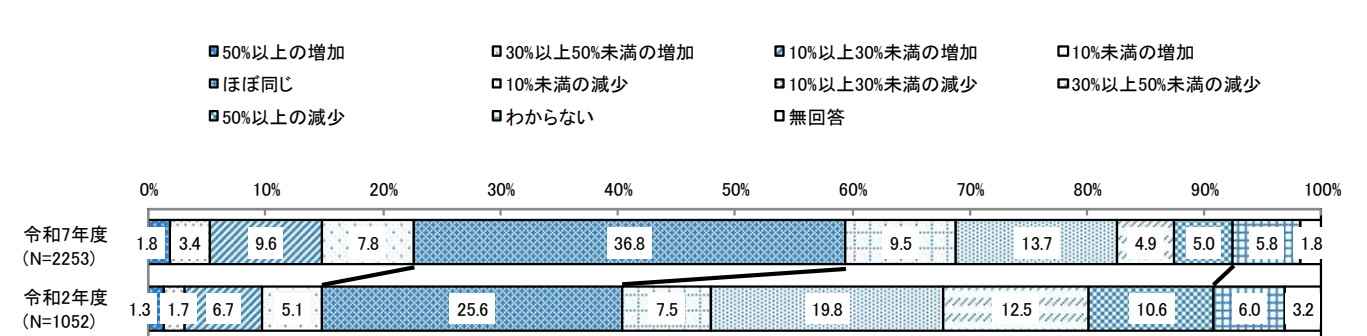
※回答割合が10%以上の項目を抜粋

(2) 売上高の推移

3割超の事業所で売上高が減少している

3年前と比べた「売上高」の変化については、2割強の事業所で増加がみられる一方、3割強の事業所では減少している。令和2年度の調査結果と比較すると、『増加した』と回答した事業所は7.8ポイント増加している一方で、『減少した』と回答した事業所は17.3ポイント低下しており、全体としては売上高が回復している傾向がよみとれる。

図表1-9 3年前と比べた「売上高」の変化(SA)



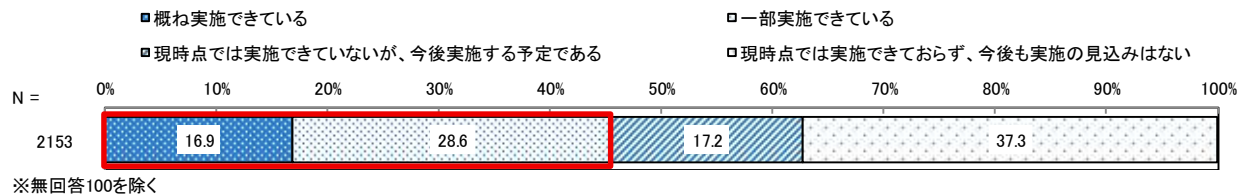
資料：「杉並区事業所実態調査」より作成

過半数の事業所が価格転嫁を『実施できていない』

価格転嫁の実施状況について、「概ね実施できている」は16.9%にすぎず、「一部実施できている」は28.6%となっている。一方、「現時点では実施できておらず、今後も実施の見込みはない」(37.3%)と「現時点では実施できていないが、今後実施する予定である」(17.2%)を合わせると『実施できていない』事業者は54.5%となっている。

業種別にみると、「卸売業・小売業」や「宿泊業・飲食サービス業」では6割以上の事業所が価格転嫁を『実施できている』(「概ね実施できている」「一部実施できている」の合計)と回答している。一方で、「医療・福祉」は公定価格等の影響ため約8割が『実施できていない』と回答している。

図表1-10 価格転嫁の実施状況(SA)

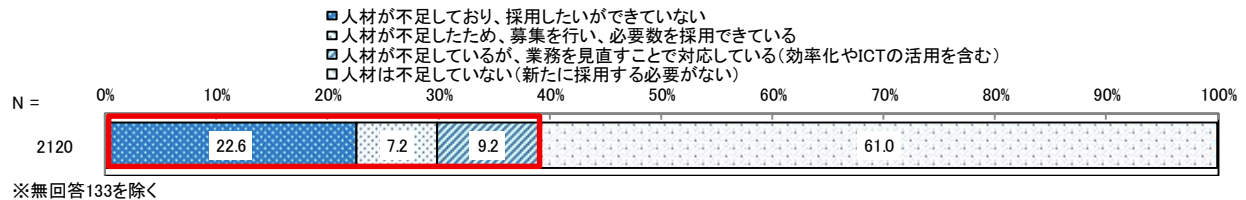


(3) 人材確保、事業承継の状況

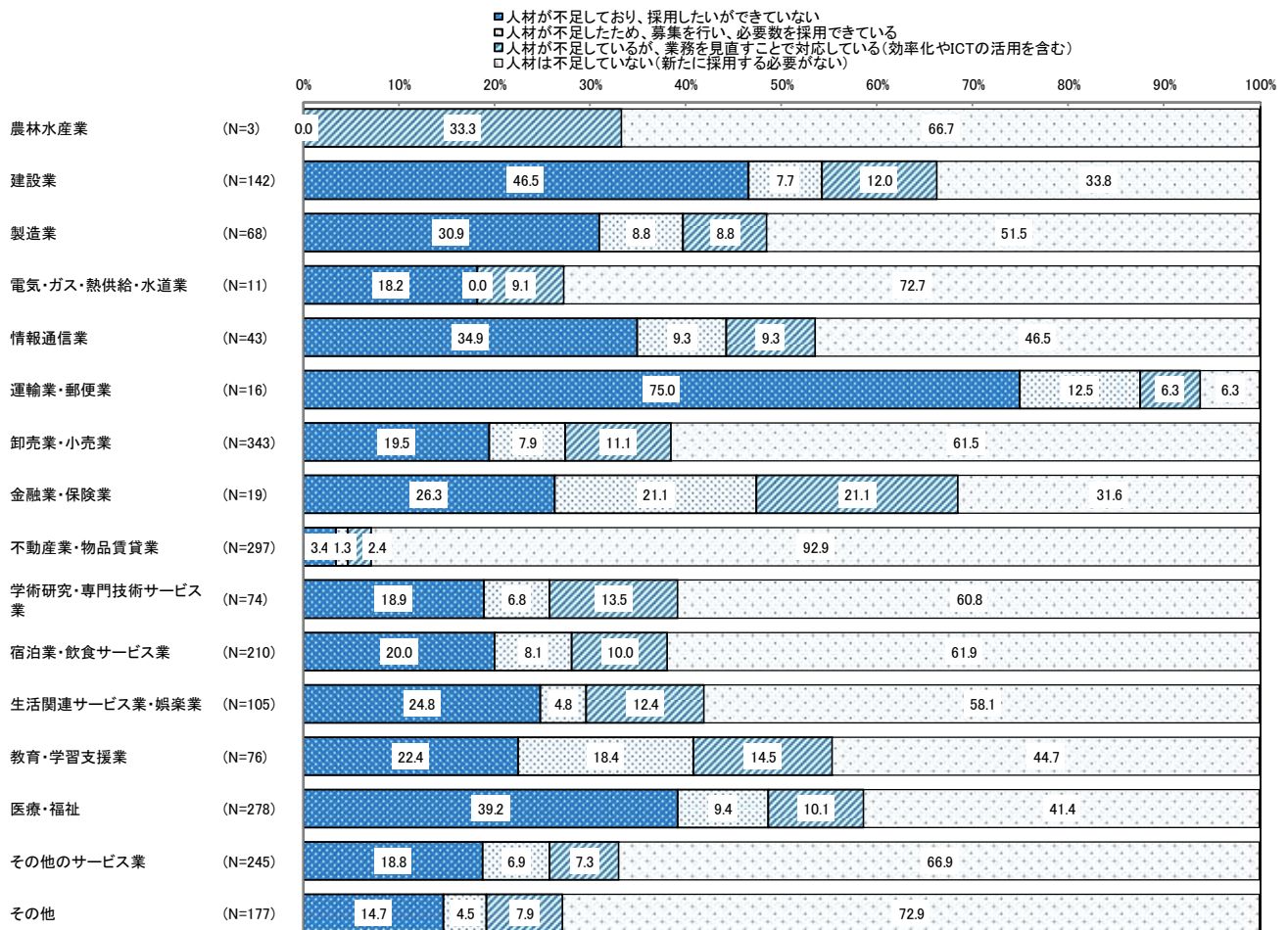
必要な数の人材を確保できていない事業所がみられ、人材不足の状況がうかがえる

人材確保に関しては、3割強の事業所が人材確保について課題を抱えており、22.6%の事業所では必要な採用ができていない状況にある。業種別にみると「運輸業・郵便業」・「建設業」・「医療・福祉」においては、特にその割合が高くなっている。

図表1-11 人材確保の状況(SA)



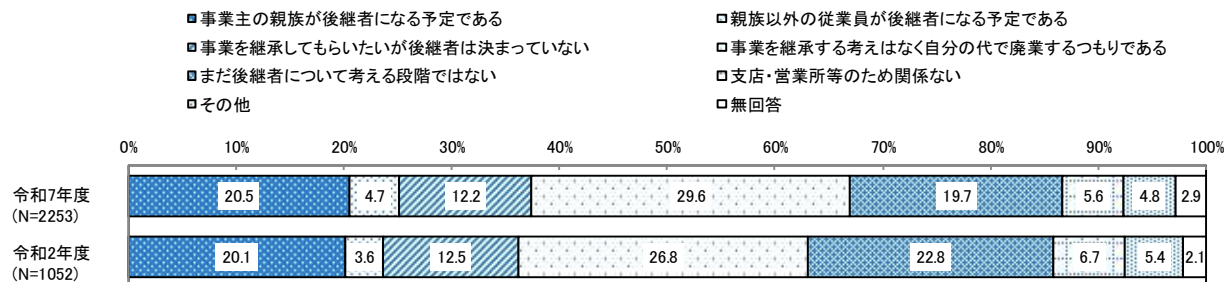
図表1-12 人材確保の状況(業種別)



およそ 3 割の事業所が自分の代での廃業を検討している

事業承継の状況について、「事業を継承する考えはなく自分の代で廃業するつもりである」が29.6%と最も高く、次いで「事業主の親族が後継者になる予定である」が20.5%、「まだ後継者について考える段階ではない」が19.7%となっている。令和2年度の調査結果と比較すると、「事業を継承する考えはなく自分の代で廃業するつもりである」と回答した事業所は2.8ポイント増加している。

図表1-13 事業承継の状況(SA)

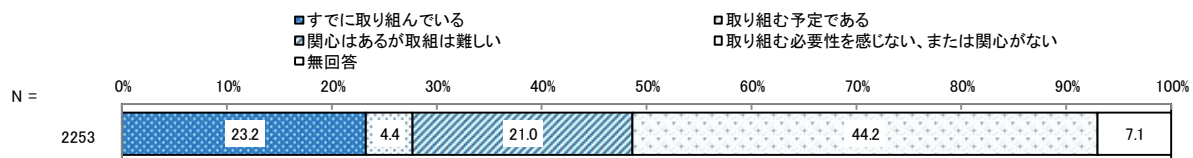


(4) 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況

ワーク・ライフ・バランスの取組を実施または予定している事業所は約3割となっている

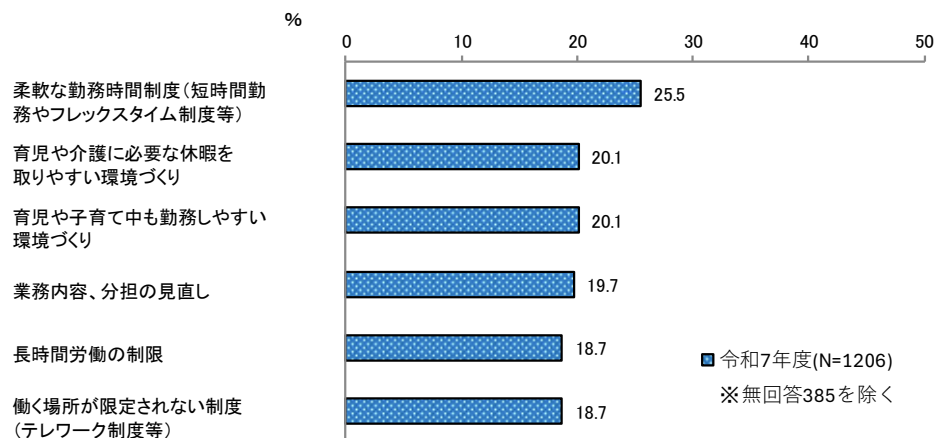
事業所の「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況について、従業員数が少ない家族経営の事業所が多いことが影響してか、「取り組む必要性を感じない、または関心がない」が44.2%と最も高く、次いで「すでに取り組んでいる」が23.2%、「関心はあるが取組は難しい」が21.0%となっている。

図表1-14 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況(SA)



一方、区民が考えるワーク・ライフ・バランスのために希望する取組については、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」等が続いている。

図表1-15 ワーク・ライフ・バランスのために希望する取組(MA)（上位6項目）



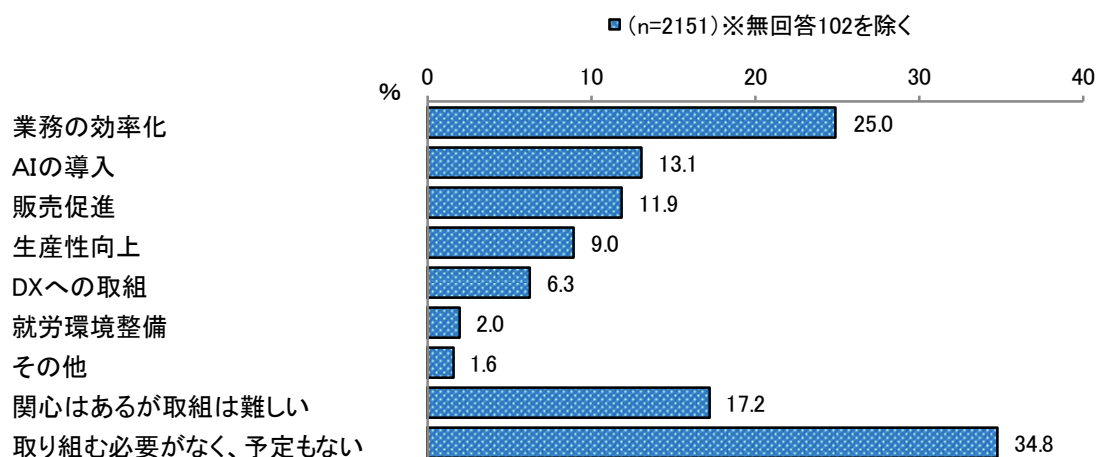
資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

(5) デジタル化の状況

業務のシステム化や AI の導入など、今後もデジタル化の促進が見込まれる

デジタル化についてはおよそ 5 割の事業所が取り組む意向があり、重点的に取り組んでいきたい内容としては「業務の効率化」が25.0%と最も高く、次いで「AIの導入」が13.1%と続いている。一方で、「取り組む必要がなく、予定もない」が34.8%を占めている。

図表1-16 今後取り組みたい業務のデジタル化(MA)

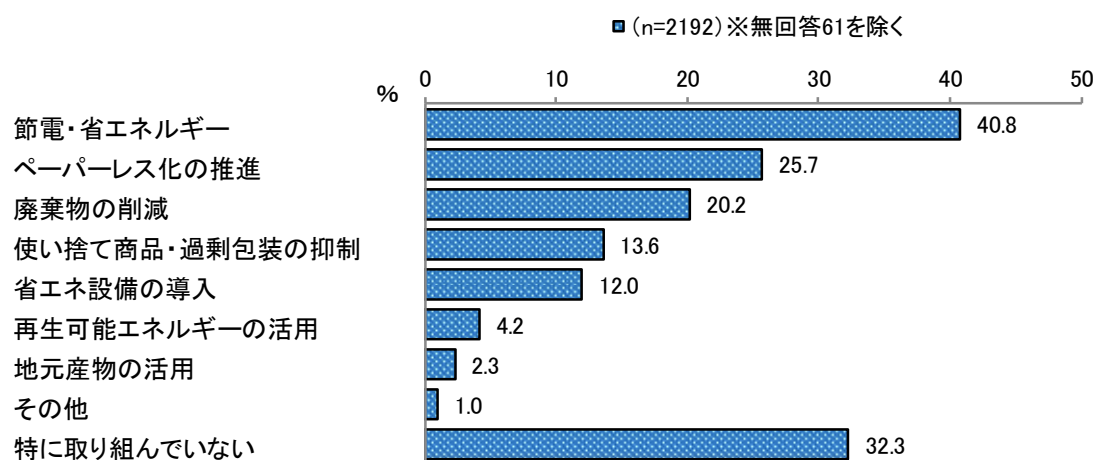


(6) 環境に配慮した取組

7 割弱の事業所が脱炭素に向けた取組を実施している

環境に配慮した取組について、7 割弱の事業所が何らかの取組を実施しており、環境に関する意識が高い状況がうかがえる。一方、脱炭素に取り組んでいない理由としては、「必要性が感じられない」と考える割合が37.4%と最も高くなっており、個々の事業所における環境配慮の取組は進んでいるものの、区が掲げる中長期的な目標や施策の趣旨が十分に認知されていない可能性を示唆している。

図表1-17 脱炭素への取組内容(MA)



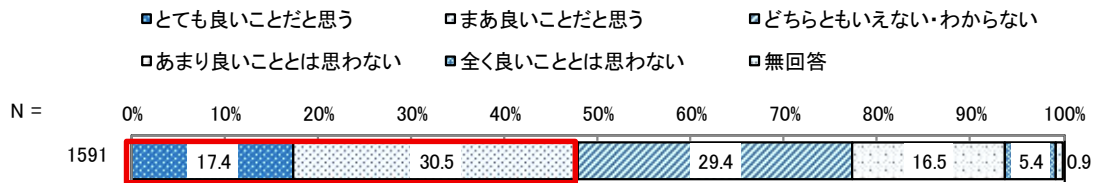
【3】 杉並区の観光

1 杉並区についての意識

半数弱の区民は来街者の誘致を図るにぎわい創出に肯定的である

居住地域において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について、47.9%の区民が肯定的に捉えている。

図表2-1 来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見(SA)

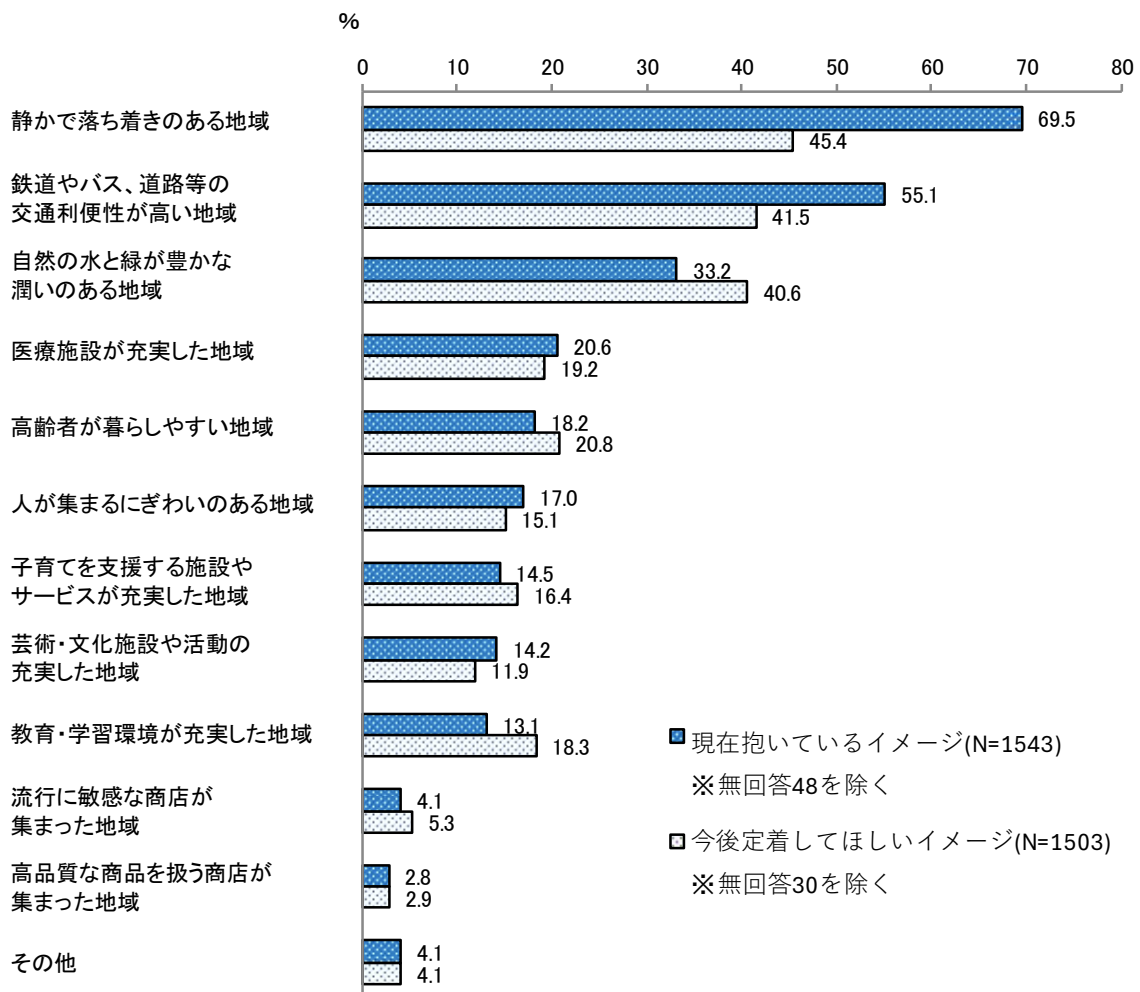


資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

区民がもつ杉並区についてのイメージは「静かで落ち着いた地域」が最も高い

区民がもつ、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、いずれも「静かで落ち着いた地域」、「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」、「自然の水と緑が豊かな潤いのある地域」の順で高くなっている。

図表2-2 杉並区についてのイメージ(MA)



資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

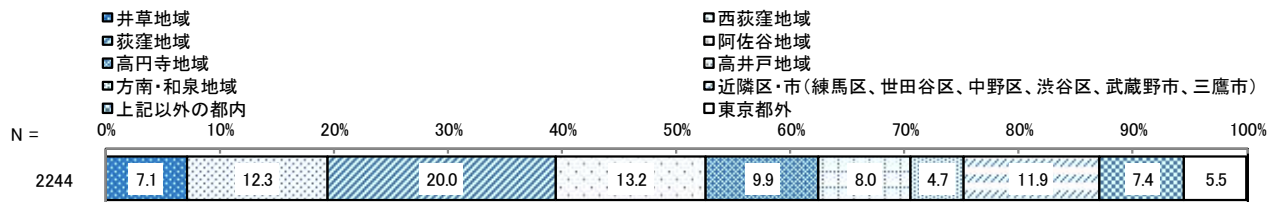
2 杉並区への来街者

街頭調査での来街者の居住地は7割強が区民。区外からは近隣自治体からの来街者が多い

来街者ヒアリング調査（区内での街頭調査）回答者の居住地について、区内が7割強となっており、9割以上が東京都内居住者となっている。

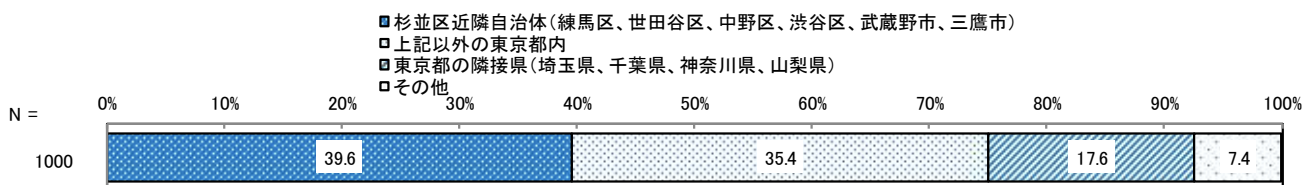
また、区外居住者を対象とした来街者アンケート調査によると、「近隣自治体」からの来街者が最も多く、東京都内が7割以上を占めている。

図表2-3 来街者の居住地(SA)



資料：「杉並区来街者ヒアリング調査」より作成

図表2-4 区外からの来街者の居住地(SA)

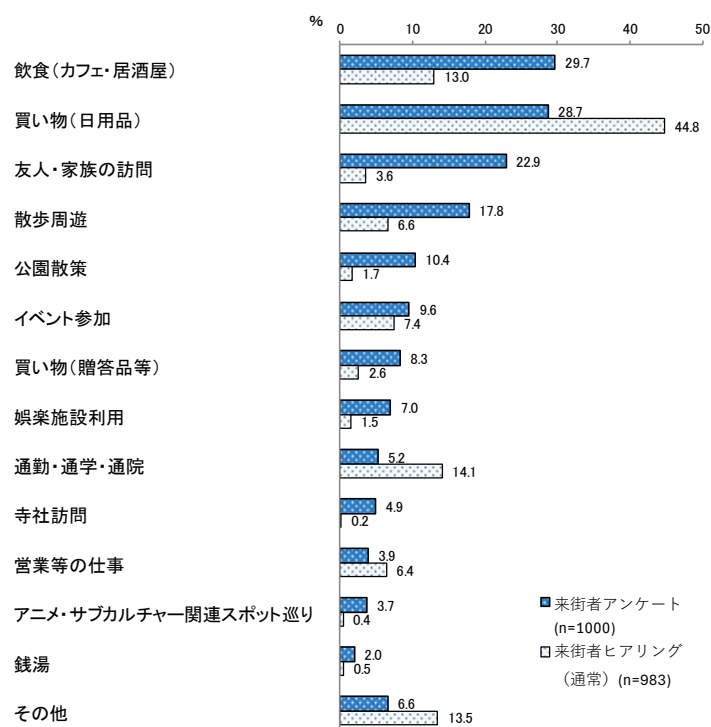


資料：「杉並区来街者アンケート調査」より作成

来訪目的は、主に「買い物(日用品)」や「飲食」などの日常行動となっている

来訪目的については「買い物(日用品)」や「飲食」など日常行動の割合が高く、近距離からの来街者が大半を占めていることから、「マイクロツーリズム」※が中心であることが読み取れる。

図表2-5 来訪目的(MA)



資料：「杉並区来街者アンケート調査」「杉並区来街者ヒアリング調査」より作成

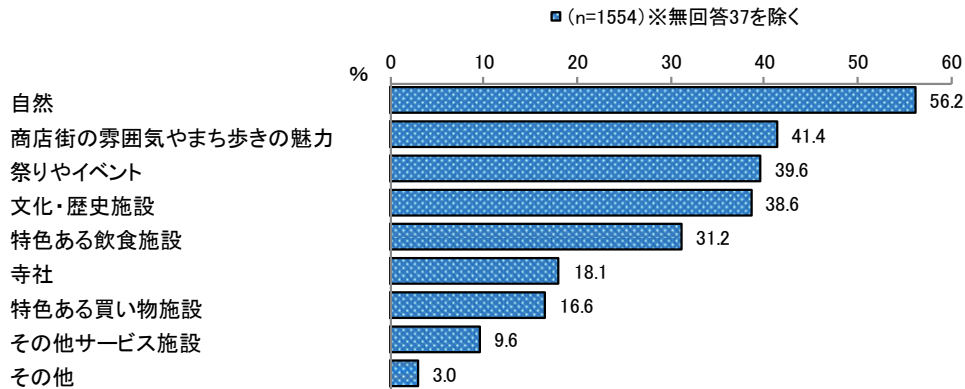
※「マイクロツーリズム」とは、自宅から近い地域で観光や体験を楽しむ旅行スタイルのことで、2020年頃のコロナ禍以降に流行し「身近な魅力を再発見」する観光として定着しつつある。

3 杉並区の観光資源

杉並区の観光資源としては、自然や商店街・まち歩き等を魅力とする声が多くなっている

区民が考える杉並区の観光資源として、「自然」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」が41.4%、「祭りやイベント」が39.6%と続いている。

図表2-6 杉並区の観光資源(MA)

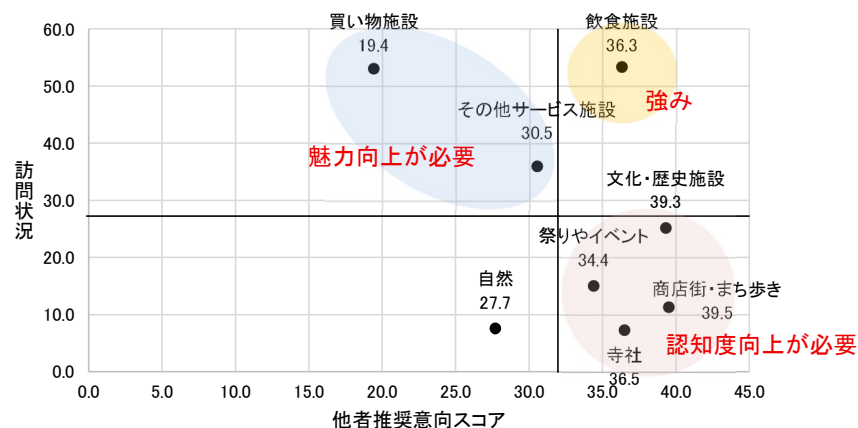


資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

「買い物施設」「その他サービス施設」は魅力向上、「文化・歴史施設」「祭りやイベント」「商店街・まち歩き」「寺社」は認知度向上が必要

杉並区への来街時に訪れた場所等と他者推奨意向スコア※の関連をみると、「飲食施設」については、訪問状況、他者推奨意向スコアともに高く、杉並区の強みであると考えられる。また、「買い物施設」「その他サービス施設」については、訪問状況は平均よりも高いものの他者推奨意向スコアは平均より低く、観光資源としての魅力向上が必要だと考えられる。「文化・歴史施設」「祭りやイベント」「商店街・まち歩き」「寺社」については、訪問状況が平均より低いものの他者推奨意向スコアが平均より高く、認知度向上により有効な観光資源となりうる項目だと考えられる。

図表2-7 区の「施設」や「イベント」で訪れたもの×他者推奨意向スコア(MA×SA)

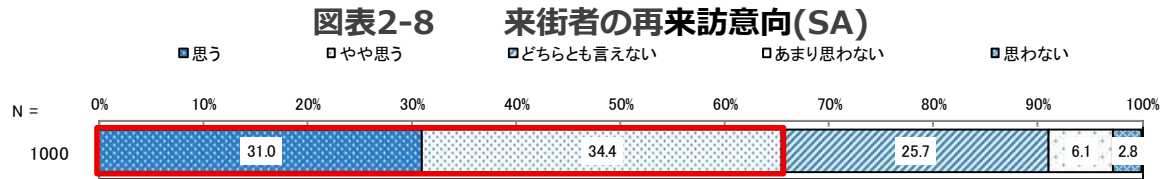


資料：「杉並区来街者アンケート調査」より作成

※他者推奨意向スコアとは、知人や家族にお勧めしたい度合いを11段階で把握、「批判者」「中立者」「推奨者」の3つ（本調査では、0～4点、5～7点、8～10点）で区分し、「推奨者」-「批判者」で算出したもの。

来街者の 6 割半ばが杉並区にまた来たいと思っている

再来訪意向について、『思う』（「思う」と「やや思う」の合計）が65.4%を占めており、『思わない』（「あまり思わない」と「思わない」の合計）が8.9%となっている。



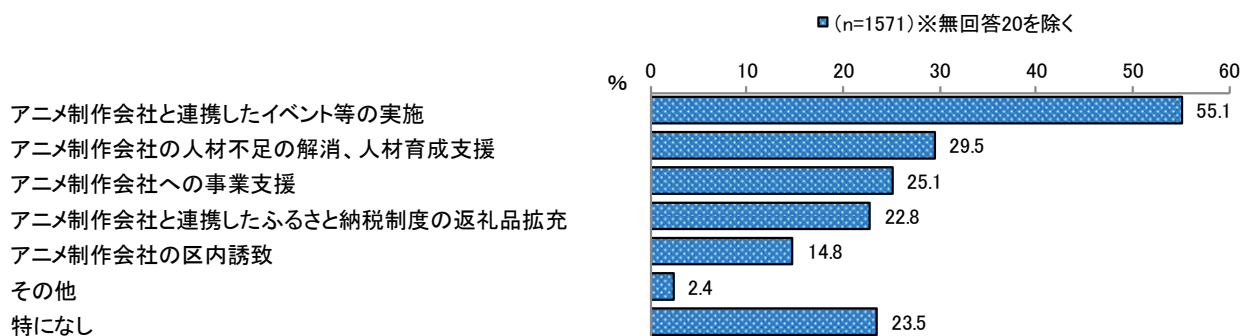
資料：「杉並区来街者アンケート調査」より作成

4 アニメに関する事業について

アニメ会社と連携したイベント等の実施によるアニメ振興への期待が高い

「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%と突出して高くなっている。

図表2-9 「アニメのまち杉並」を目指す施策として必要なもの(MA)



資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

【4】 杉並区の商店街の現状

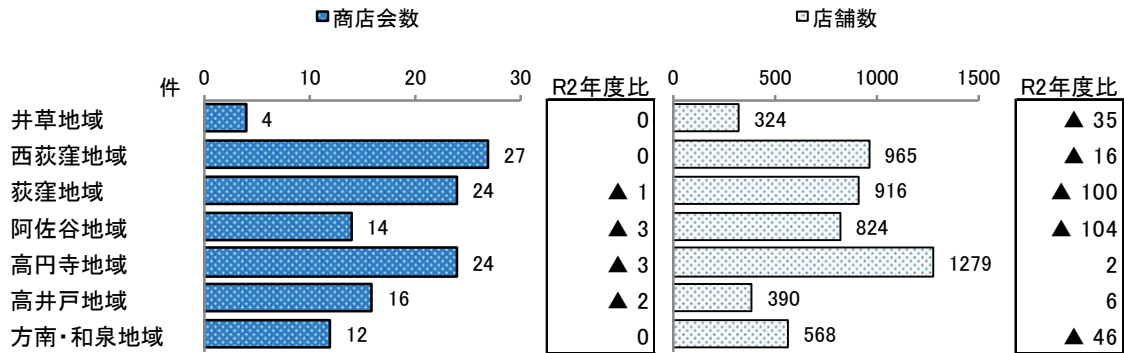
1 杉並区の商店会

商店会数は減少傾向で推移、商店会数は西荻窪・荻窪が、店舗数は高円寺が最も多い

商店会数は年々減少しており、令和7年度時点で121となっている。

地域別にみると、商店会数は「西荻窪地域」が最も多く、次いで「荻窪地域」「高円寺地域」と続いている。店舗数は「高円寺地域」が最も多く、次いで「西荻窪地域」「荻窪地域」と続いている。

図表3-1,2 【左図】 地域別商店会数(NA) 【右図】 地域別店舗数（商店会連合会加盟）(NA)



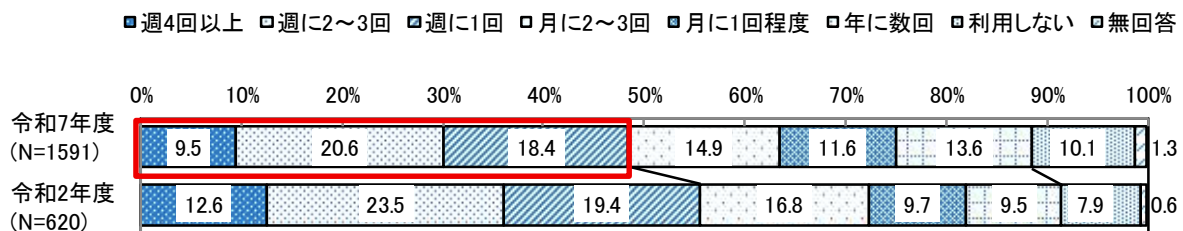
資料：杉並区産業振興センター資料より作成

区内商店街を半数弱の区民が週に1回以上利用する

区内商店街を週に1回以上利用する区民は、令和2年度と比較して7ポイント低下し、48.5%となっている。

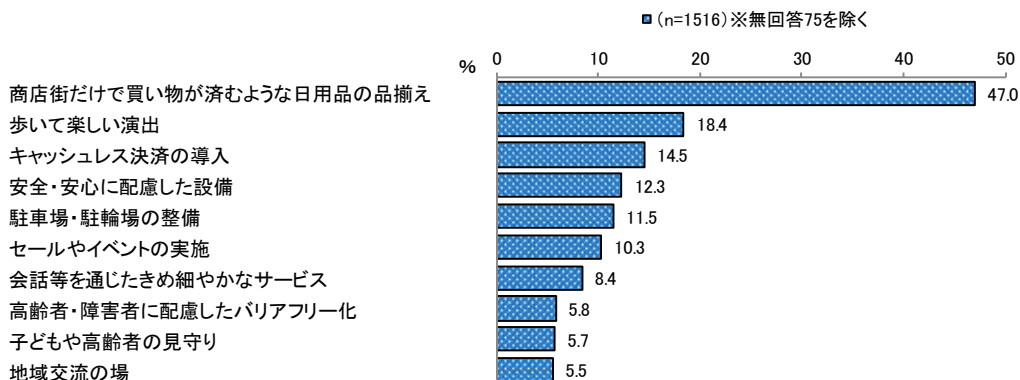
なお、区民が商店街に望むものについて、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が47.0%と突出して高くなっている。

図表3-3 区内商店街の利用頻度(SA)



資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

図表3-4 商店街に望むもの（上位10項目）(MA)



資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

2 商店街が抱えている課題

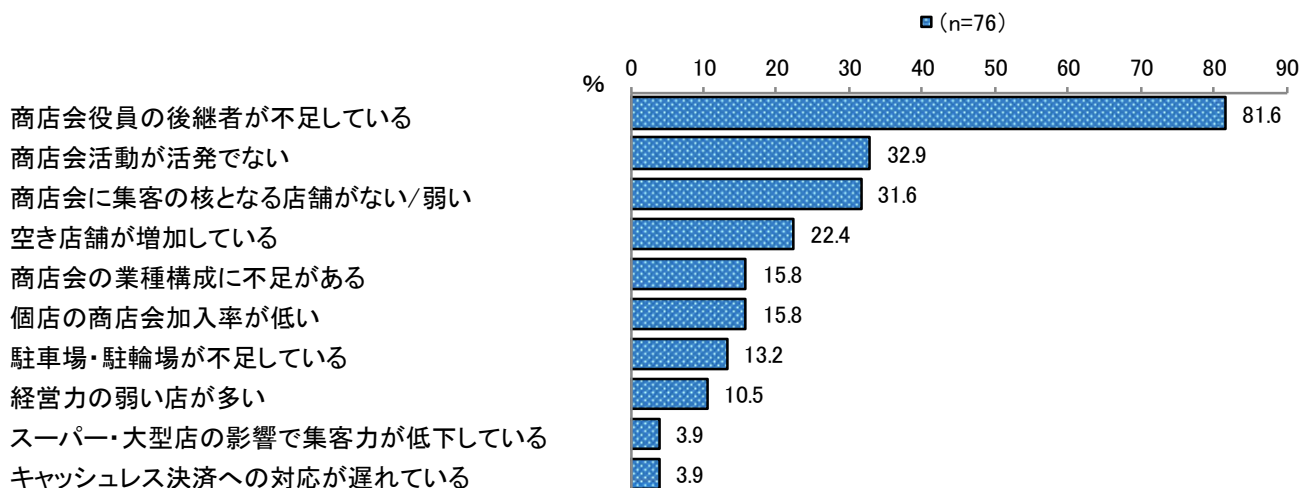
(1) 商店街が抱える問題点

8割超の商店街が商店会役員の後継者不足問題を抱えている

商店街が抱えている課題は、「商店会役員の後継者が不足している」が81.6%と突出して高くなっている。

商店会役員の平均年齢が60歳以上である割合が72.3%、平均在職年数が10年以上である割合が53.9%となっているなど、商店会役員の高齢化と商店会の新陳代謝に課題がみられる。

図表3-5 商店街が抱えている主な問題点（上位10項目）（MA）



資料：「令和7年度『杉並区の商店街の現状』アンケート調査」より作成

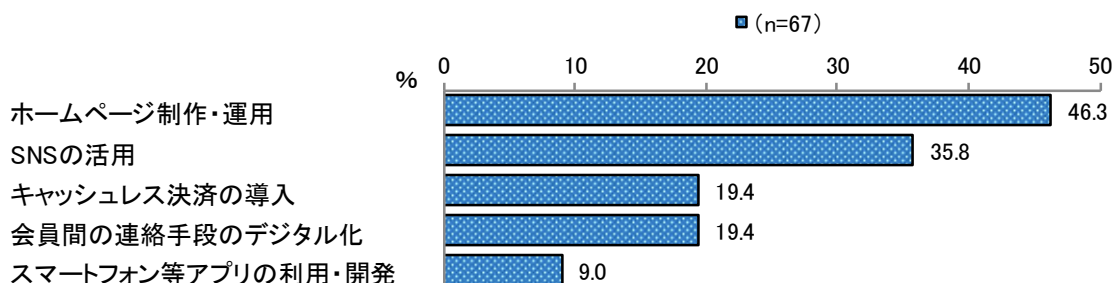
(2) デジタル化

区民の情報入手手段としてはインターネットやSNSが多く、その対応が求められる

商店街が「現在取り組んでいる」デジタル化の推進に向けた取組は、「ホームページ制作・運用」「SNSの活用」が高くなっている。なお、「特に取り組んでいない/取り組む予定はない」についても43.3%と高くなっていることから、対応が進んでいない商店街もみられる。

一方、区民が商品の購入やサービスの提供を受ける際の情報の入手手段としては、インターネットが76.2%と最も高く、次いでSNSが46.3%となっており、商店街のデジタル化への対応が求められる。

図表3-6 商店街のデジタル化推進に向けて現在取り組んでいる事業（上位5項目）（MA）



資料：「令和7年度『杉並区の商店街の現状』アンケート調査」より作成

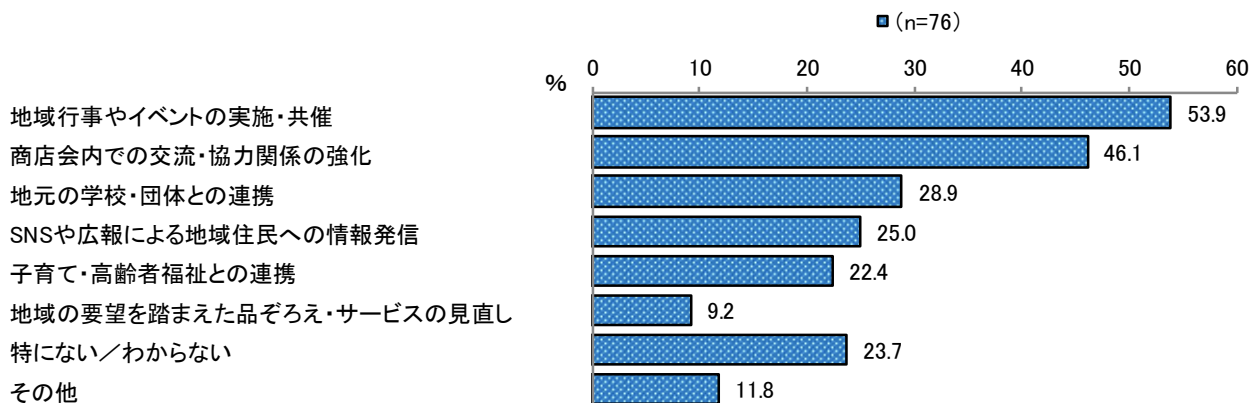
3 商店街が担う役割

(1) 地域活性化の核

地域内での連携を高める取組が必要だと考える商店会の割合が高い

商店会が、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として、「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%、「地元の学校・団体との連携」が28.9%と続いている。

図表3-7 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)



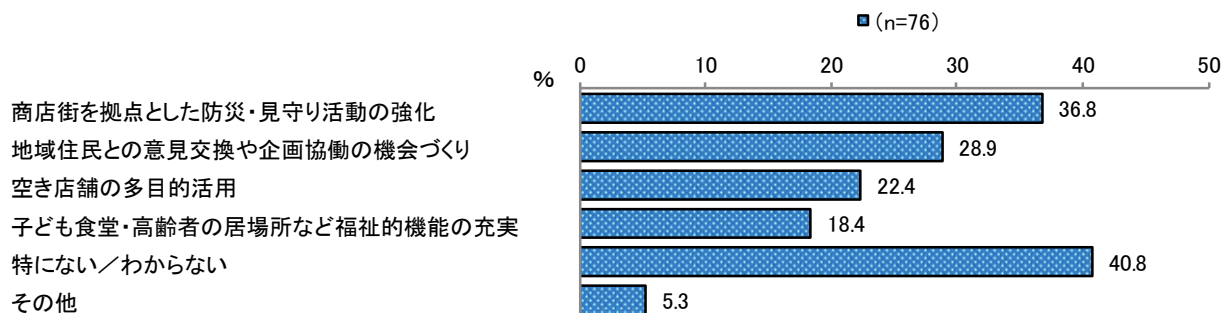
資料：「令和7年度『杉並区の商店街の現状』アンケート調査」より作成

(2) 安全安心な生活拠点

防災・見守り活動に対する商店街の意識が高まっている

「地域コミュニティの拠点」としての役割を果たすために商店街が今後力を入れるべきと考えるものとしては、「商店街を拠点とした防災・見守り活動の強化」(36.8%)が最も高くなっている。一方、「特になし／わからない」についても40.8%と高くなっている。

図表3-8 「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：「令和7年度『杉並区の商店街の現状』アンケート調査」より作成

【5】杉並区の農業の現状

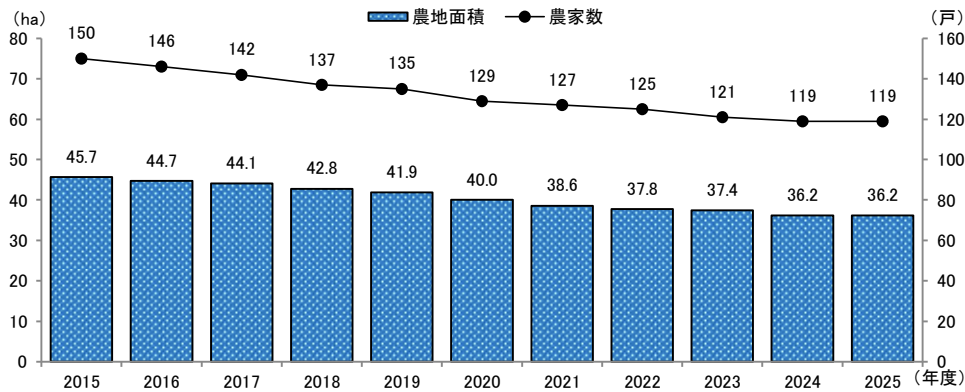
1 農業の現状と課題

農地面積・農家数・農業産出額は減少傾向にある

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%の減少、農家数は150戸から119戸と20.7%の減少となっている。

また、農業産出額は緩やかに減少傾向にあり、2023年は2.8億円となっている。

図表4-1 農地面積と農家数の推移(NA)



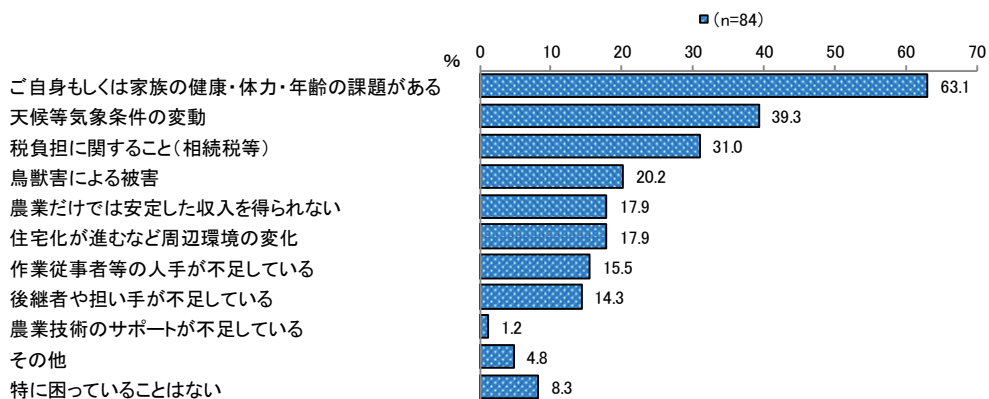
資料：杉並区産業振興センター資料より作成

高齢化により農業経営の継続が先行き不透明または困難になっている

農業従事者の年齢は高齢化が進んでおり、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%と突出して高くなっている。

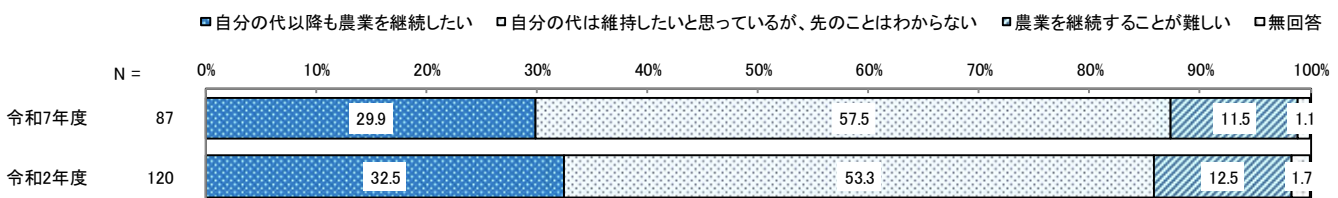
「自分の代は現状のまま維持したいと思っているが、先のことはわからない」が57.5%、「農業を継続することが難しい」が11.5%で、合わせて7割弱となっており、農業の継続に関して、先行きの不透明さや困難な状況が増しているといえる。

図表4-2 農業経営上、困っていること(MA)



資料：「令和7年度 農業経営実態調査」より作成

図表4-3 今後の農業の継続意向(SA)



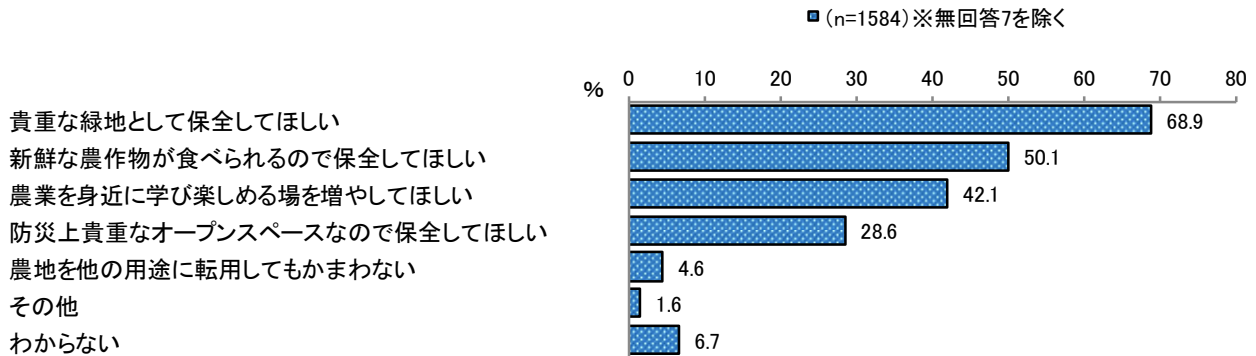
資料：杉並区産業振興センター「農業経営実態調査」より作成

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4-4 区内の農地面積の減少についての意見(MA)



資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

2 多面的機能の発揮

(1) 農に触れ合う機会の提供

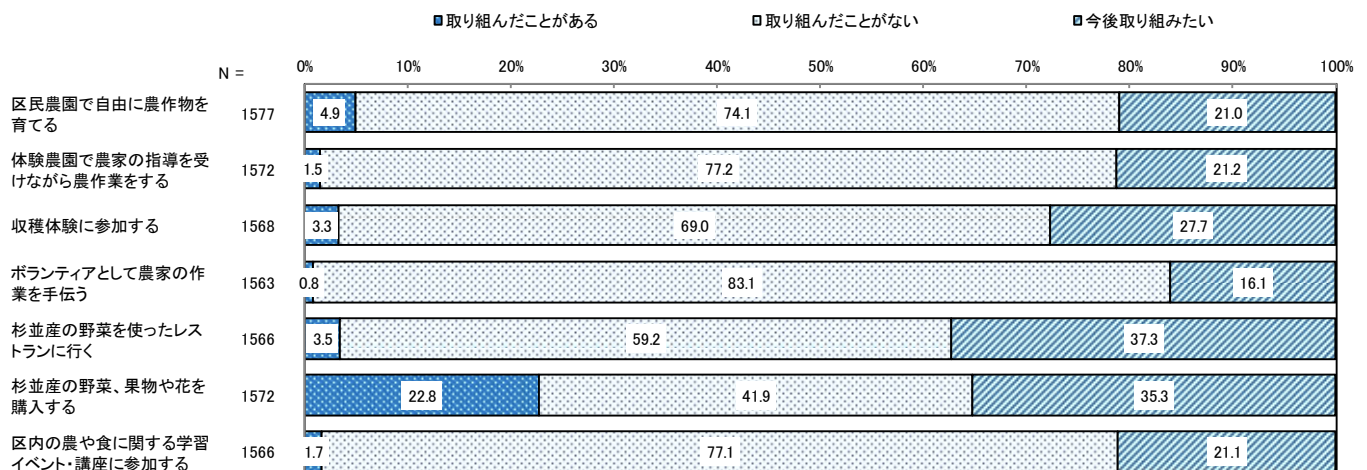
区民からの潜在的需要に対し、地域交流に取り組む農家の割合は低い

区民の農に触れ合う機会への参加状況について、「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、区民が今後取り組みたい農との触れ合いについては、「杉並産の野菜を使ったレストランに行く」(37.3%)、「杉並産の野菜、果物や花を購入する」(35.3%)、「収穫体験に参加する」(27.7%)が約3割前後となっている。

一方、農家が実施している地域との交流状況をみると、実施していない割合が5割以上となっている。実施している取組内容としては、「収穫体験の実施」が23.1%と最も高く、次いで「社会科見学・体験学習の受け入れ」が19.2%と続いている。

図表4-5 農に触れ合う機会への参加状況(SA)



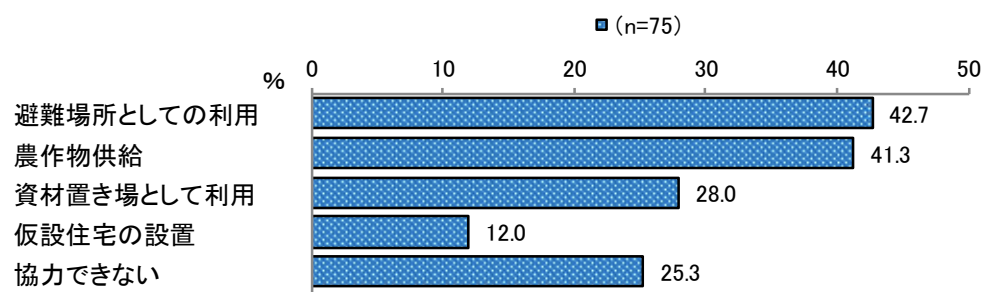
資料：「杉並区の産業に関する区民意識調査」より作成

(2) 防災機能

災害時における区からの協力要請に約 7 割の農家が対応する意向がある

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、対応する意向がある農家は全体の 74.7%となっている。対応の内容としては、「避難場所としての利用」(42.7%)、「農作物供給」(41.3%)が高くなっている。

図表4-6 災害発生時の協力要請への対応 (MA)



資料：「令和 7 年度 農業経営実態調査」より作成

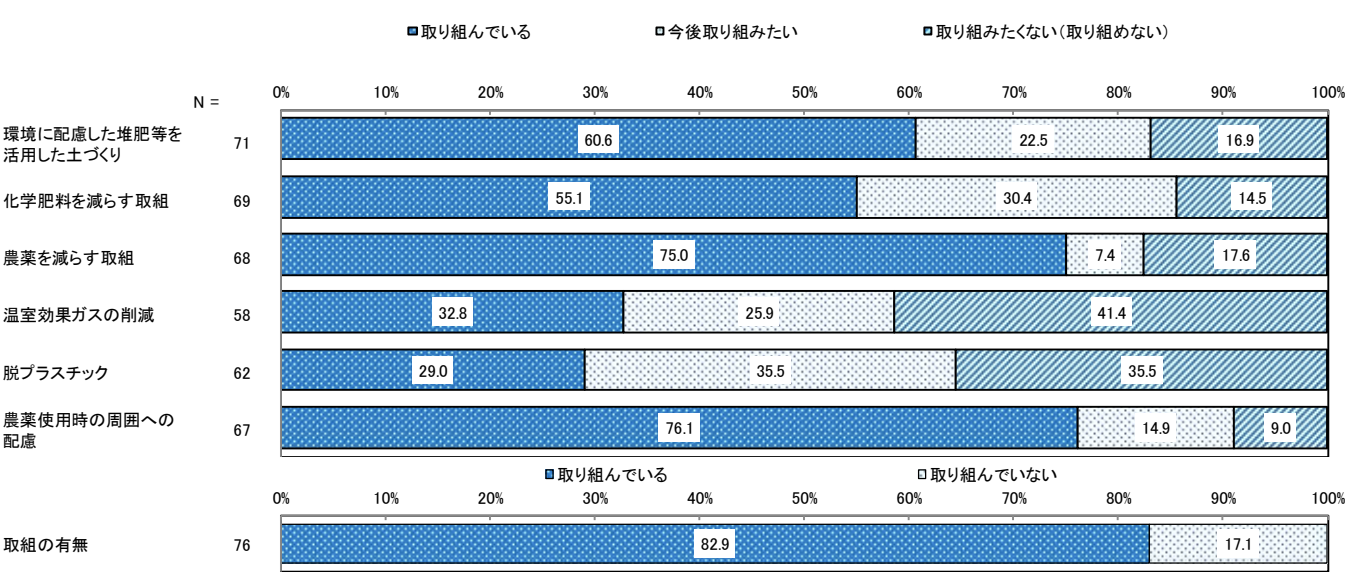
(3) 環境に配慮した取組

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について、現在実施している取組は、「農薬使用時の周囲への配慮」が約76%と最も高く、次いで「農薬を減らす取組」が75%、「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。

また、今後取り組みたい取組は、「脱プラスチック（リサイクル製品の使用等）」(35.5%)、「化学肥料を減らす取組（土壌診断等）」(30.4%)が 3 割を超えている。

図表4-7 環境に配慮した農業の取組状況(SA)



資料：「令和 7 年度 農業経営実態調査」より作成

【6】調査結果のまとめ

1 事業所について

区内の従業者数は近隣自治体と比較して唯一減少傾向にあり、売上高も「減少している事業所」が「増加している事業所」を上回るなど、地域産業を取り巻く環境は厳しさを増している。特に、人材確保を経営課題とする事業所は3割を超え、必要な人材を確保できていない事業所も2割強と人手不足が深刻化している。人材不足は賃金上昇や人材育成負担とも連動し、経営への影響が大きくなっている。

こうした状況の中、持続可能な事業運営に向けては、価格転嫁の実現に向けた取組を進めていく必要がある。原材料費やエネルギー価格、人件費の上昇に対し、過半数の事業所で価格転嫁が『実施できていない』ことから、適正取引に関する啓発や情報提供の充実が求められる。

あわせて人材確保に向けては、求人支援や就労支援センターを活用したマッチング支援の強化に加え、シニア層や子育て世代を含めた多様な人材が働きやすい環境整備が求められる。テレワークや創業支援、事業承継支援などを通じて「職住近接」やワーク・ライフ・バランスを推進し、地域経済の活性化につなげていくことが重要である。

また、業務のデジタル化は、生産性向上や人材不足への対応に有効であり、およそ5割の事業者が前向きな姿勢を示しており、区としては導入効果の発信や費用面での支援を進める必要があるものと考えられる。

環境に配慮した取組については7割弱の事業所が脱炭素に向けた取組を実施しており、関心は高いものの、区の方針や施策の認知は十分でなく、省エネ設備導入補助など具体的なメリットを示しながら取組を促進していくことが重要である。

2 観光について

杉並区は「静かで落ち着いたきのある地域」というイメージが強く、住宅地としての暮らしやすさや穏やかな街並みが大きな魅力となっている。杉並区は、大規模な観光施設は少ない一方で、個性的な飲食店や商店街、自然、文化施設、銭湯などが生活圏の中に点在しており、街歩きや寄り道を楽しみながら自然に回遊できる環境が形成されている特徴をもつ。

観光資源としては「飲食施設」が強みであり、「商店街・まち歩き」「文化・歴史施設」なども、認知度向上によって更なる魅力向上が期待される。また、杉並区にはアニメーション制作会社が集積していることから、区は「アニメのまち杉並」としてアニメを活用した事業を実施しており、アニメは地域の魅力発信において重要な役割を担っている。

こうした特徴を踏まえると、杉並らしい観光とは、有名観光地を巡る非日常型観光ではなく、「何度も通いたくなる日常の延長線上の観光」にあるといえる。来街行動を一過性の消費にとどめず、継続的な来街・回遊を促し、地域の人・文化・暮らしとの接点を重ねていくことによって、関係人口（居住していないが、地域と継続的・多様に関わる人）としての定着につなげることが、杉並区の観光の姿といえる。

また、来街者の約8割を区民が占めており、区民の日常的な回遊そのものが観光の基盤となっている。区民が地域の魅力を再認識し、愛着を深めることで、口コミやSNS等を通じた自然な情報発信につなげていくこと、また、地域ごとに異なる個性や資源を有していることから、それぞれの特色を生かした多様な観光展開を進めていくことが重要である。

3 商店街について

杉並区の商店会数は減少傾向にあり、週に1回以上商店街を利用する区民も半数弱にとどまるなど、商店街を取り巻く環境は厳しさを増している。特に、高齢化による後継者不足が深刻化しており、そのためにデジタル化の推進が困難な商店会も多くなっている。大型店舗との競争等により空き店舗の増加など地域商店街の空洞化が進行しており、若い世代の出店者を呼び込み空き店舗を減らすとともに、個店ならではの魅力を向上させ、効果的に情報発信することで商店街の集客力向上につなげていくことが求められる。

また、商店街は立地環境ごとに役割や課題が異なっており、駅周辺型や住宅地背景型、ロードサイド型など、画一的な支援ではなく、立地環境に応じた多面的な支援が必要である。

具体的には、人材や事務局機能を補完する「伴走型支援」の充実が重要であり、商店街アドバイザー制度の拡充や専門人材による継続支援が求められる。また、商店街が持つにぎわいや交流、防犯などの公益的機能についても評価し、その役割を明確化していく必要がある。

さらに、区による共通の情報発信基盤の整備や、商店街活動の可視化を進めることで、認知度向上や情報発信力の強化が期待される。空き店舗についても、商業利用だけでなく、交流拠点や観光案内など多目的な活用を進めることが重要である。加えて、商店街同士や地域団体との連携を促進し、観光や地域資源と連動した面的な回遊づくりを進めることも求められる。

今後は、商店街を単なる商業施策の対象ではなく、生活・観光・コミュニティを支える「地域インフラ」として位置づけ、「杉並らしさ」を支える基盤として総合的な支援を展開していくことが重要である。

4 農業について

杉並区では、農地面積、農家数、農業産出額が減少傾向にあり、農業従事者の高齢化も進行している。家族経営を中心とした小規模経営が多く、人手不足や後継者不足、収益の不安定さなど複合的な課題を抱える中、「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」と考える農業者も多く、区で農業者を支援する取組みを実施しているものの、農地保全が個々の農業者の努力に依存している構造が読み取れる。

一方で、区民の約9割が農地保全を望んでおり、杉並産農産物の購入や収穫体験、地元野菜を使った飲食など、農と触れ合う機会への関心は高い。また、学校給食への供給や収穫体験などを通じて、農地が食育や交流の場として機能している事例もみられる。しかし、こうした取組は一部にとどまっており、面的な広がりには課題が残る。

さらに、杉並産農産物を購入したいと考えていても、販売場所が分からない区民が多いことから、従来の流通経路に加え、直売や地域店舗との連携など、多様な販売チャネルの構築が求められる。

今後は、農業者支援に加え、地産地消、交流、防災、環境といった都市農地の多面的機能を可視化し、区民と農業者をつなぐ取組を進めることで、農地保全を地域全体で支える仕組みづくりが重要となる。

令和7年度杉並区産業実態調査報告書【概要版】

発行月	令和8年3月
発行元	杉並区産業振興センター
住 所	杉並区上荻1-2-1 Daiwa荻窪タワー2階
電 話	03-5347-9134
