
令和2年度
杉並区産業実態調査報告書

【概要版】

令和3年3月

杉 並 区

目 次

I. 調査の概要.....	1
1 調査の目的.....	1
2 アンケート調査及びヒアリング調査の実施概要.....	1
II. 事業所実態調査の結果.....	2
1 杉並区の産業の現状.....	2
2 アンケート調査結果.....	4
III. 区民意向調査の結果.....	7
IV. 杉並区の商店街の現状.....	11
1 杉並区の商店会について.....	11
2 商店街が抱えている問題.....	12
V. 杉並区の農業の現状.....	14
1 農業の実態について.....	14
2 農業における課題.....	15
VI. 調査結果のまとめ.....	17

I. 調査の概要

1 調査の目的

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 アンケート調査及びヒアリング調査の実施概要

(1) アンケート調査

調査名称	①杉並区事業所実態調査	②杉並区の産業に関する区民意向調査
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、地域・業種の構成比率を反映する形で 4,500 事業所を無作為抽出	令和 2 年 12 月 1 日時点の住民基本台帳より 1,500 人を無作為抽出
調査方法	ダイレクトメールにより配付、郵送により回収 ※インターネットによる回答も可能とした	
調査期間	令和 3 年 1 月 5 日（火）～1 月 18 日（月）	
有効配付数(件) ^{注1)}	3,739	1,461
有効回収数(件)	1,052 ^{注2)}	620 ^{注3)}
有効回収率(%)	28.1	42.4

注 1) 上記①と②の実際の配付数は 4,500 件と 1,500 件だが、宛先不明で不着の分を除いた件数である。

注 2) 上記①のインターネットによる有効回収数は 242 件で、全体の有効回収率 28.1%のうち 6.5%である。

注 3) 上記②のインターネットによる有効回収数は 222 件で、全体の有効回収率 42.4%のうち 15.2%である。

注 4) グラフタイトルにある SA は単数回答、MA は複数回答の設問であることを意味する。

(2) ヒアリング調査

杉並区事業所実態調査（アンケート調査）において、回答があった事業所に協力を依頼し、同意を得た 19 事業所に対してヒアリングを実施した。

調査方法	電話や店舗への訪問により聞き取りを行った。
調査期間	令和 3 年 2 月 22 日（月）～3 月 19 日（金）

Ⅱ. 事業所実態調査の結果

1 杉並区の産業の現状

(1) 区の産業の構成

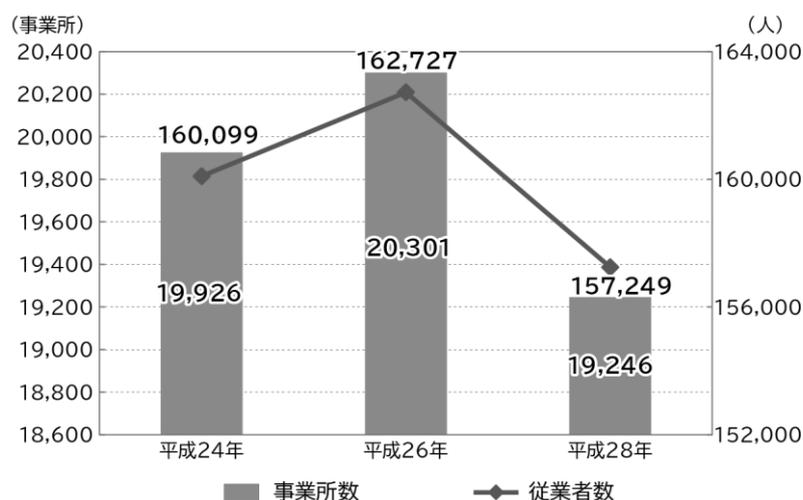
事業所数及び従業者数は減少傾向となっている

杉並区の事業所は平成28年現在、19,246事業所、従業者数は157,249人となっている。(図表1-1)

杉並区の事業所数の増減率は、平成24年から平成26年にかけて1.9%の増、平成26年から平成28年にかけて5.2%の減となっている。また、杉並区の従業者数の増減率は、平成24年から平成26年にかけて1.6%の増、平成26年から平成28年にかけて3.4%の減となっている。

隣接自治体でも、事業所数及び従業者数は減少傾向がみられるが、杉並区の従業者数の減少率は武蔵野市に次いで2番目に高く、3.4%となっている。(図表1-2)

■図表1-1 事業所及び従業者数の推移(NA)



出典「平成24年・28年経済センサス活動調査、平成26年経済センサス基礎調査」
 ※平成26年経済センサス基礎調査の数値は「民営」の値を参照

■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24年	平成26年	平成28年	増減率	平成24年	平成26年	平成28年	増減率
杉並区	19,926	20,301	19,246	-5.2%	160,099	162,727	157,249	-3.4%
中野区	12,752	12,756	12,068	-5.4%	110,322	122,290	121,982	-0.3%
世田谷区	24,536	28,562	27,034	-5.3%	240,038	266,249	262,689	-1.3%
練馬区	20,194	21,060	20,278	-3.7%	167,060	176,247	172,477	-2.1%
武蔵野市	7,560	7,902	7,467	-5.5%	87,590	84,739	81,486	-3.8%
特別区部	498,735	521,270	494,337	-5.2%	7,211,906	7,711,329	7,550,364	-2.1%

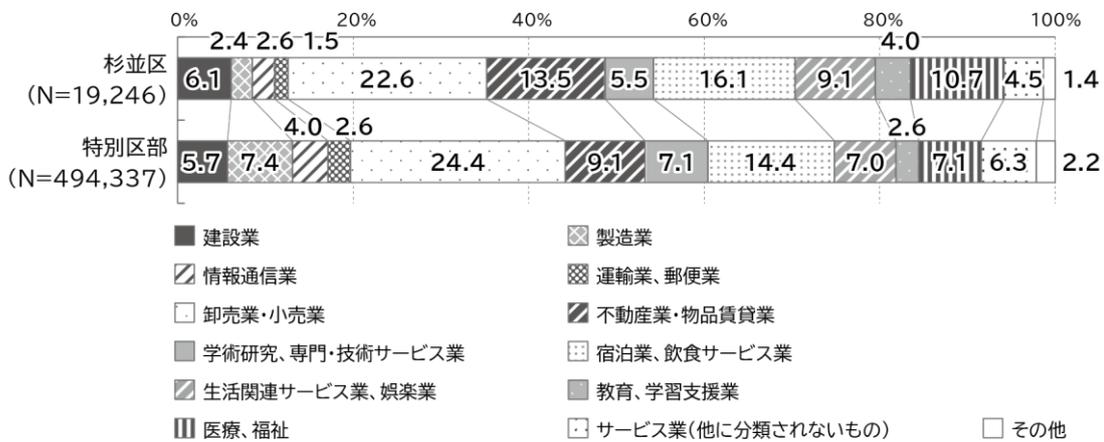
出典「平成24年・28年経済センサス活動調査、平成26年経済センサス基礎調査」
 ※増減率は平成26年から平成28年にかけての値

事業所及び従業者の割合は、いずれも卸売業・小売業が多い

事業所構成では、杉並区は「卸売業・小売業」の割合が22.6%と最も高く、次いで「宿泊業・飲食サービス業」が16.1%となっている。特別区部と比較すると、「製造業」の割合が低くなっている一方で、「不動産業・物品賃貸業」の割合が高くなっていることが特徴といえる。(図表1-3)

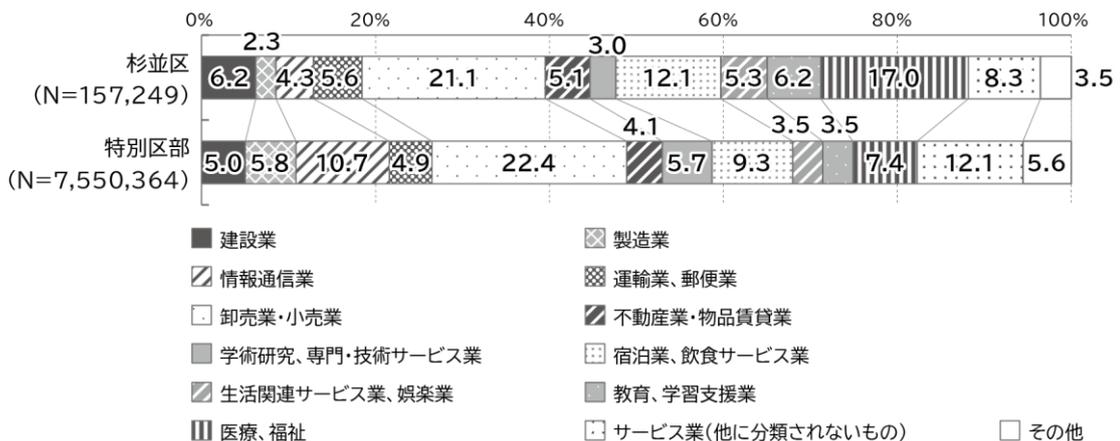
従業員構成では、杉並区は「卸売業・小売業」の割合が最も高く、21.1%となっている。特別区部と比較すると、「情報通信業」の割合が低くなっている一方で、「医療・福祉」の割合が高くなっていることが特徴といえる。(図表1-4)

■図表 1-3 杉並区及び特別区部の産業分類別事業所の割合 (SA)



出典「平成28年経済センサス活動調査」

■図表 1-4 杉並区及び特別区部の産業分類別従業者数の割合 (SA)



出典「平成28年経済センサス活動調査」

2 アンケート調査結果

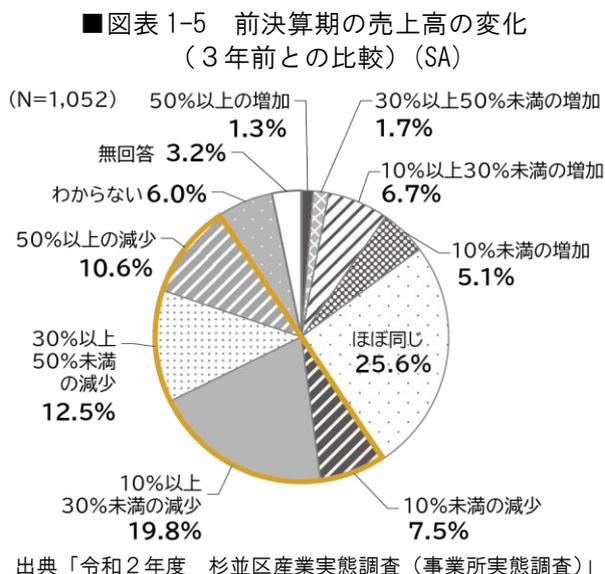
(1) 売上高の推移

半数以上の事業所で売上高が減少しており、今後も減少することが見込まれる

【3年前と比較した売上高の変化】

売上高が増加した事業所は14.8%に留まっているが、減少した事業所は50.4%に上る。(図表1-5)

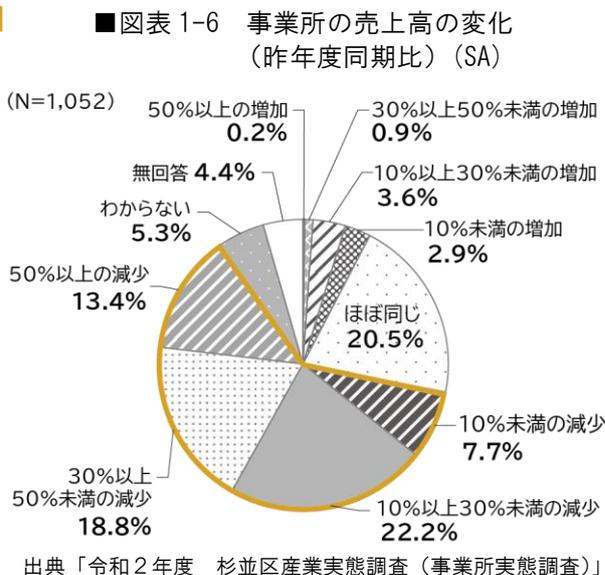
業種別では、「情報通信業」が36.4%増加、27.3%がほぼ同じと回答しているが、ほとんどの業種で減少傾向にあり、特に「製造業」「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」では6割以上の事業所が減少していると回答している。



【新型コロナウイルス感染症による売上高の変化】

昨年度の4～9月期と比較した売上高の変化について、増加した事業所は7.6%に留まっているが、減少した事業所は62.1%に上る。(図表1-6)

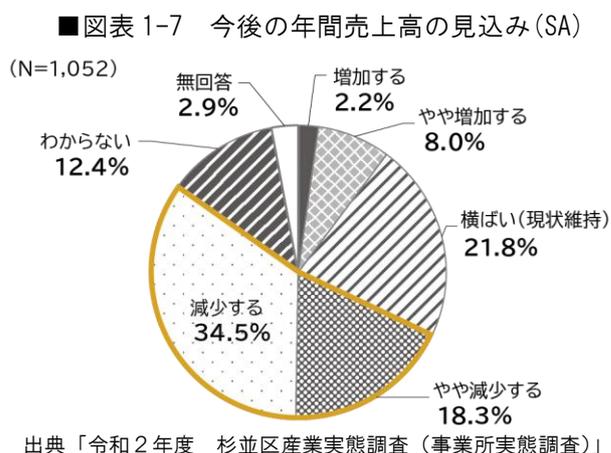
業種別では、「宿泊業・飲食サービス業」や「生活関連サービス業・娯楽業」で8割以上の事業所が減少していると回答している。



【今後の年間売上高の見込み】

増加を見込んでいる事業所は10.2%に留まるが、減少を見込んでいる事業所は52.8%に上る。(図表1-7)

業種別では、「情報通信業」と「金融・保険業」以外は減少を見込んでいる事業所の方が割合が高い。



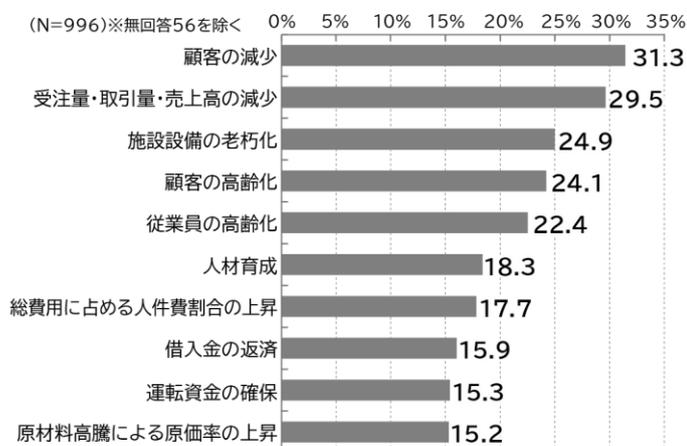
(2) 経営上抱えている課題

顧客の減少を課題としている事業所が最も多い

杉並区の実業所のうち 31.3%の事業所が、経営上抱えている課題として、「顧客の減少」をあげている。また、「受注量・取引量・売上高の減少」を 29.5%、「施設設備の老朽化」を 24.9%の事業所が課題としてあげている。(図表 1-8)

経営上の課題に対して、解決や改善のために区に求める支援として、「資金繰りの支援」や「人材の育成・確保の支援」、「設備投資の支援」を求める声が多くなっている。一方で、43.2%の事業所が、区に求める支援は「特にない」と回答している。

■図表 1-8 経営上抱えている課題（上位 10 項目）(MA)



出典「令和 2 年度 杉並区産業実態調査（事業所実態調査）」

(3) 採用状況・採用意向

採用状況、採用意向はいずれも現状維持が最も多くなっている

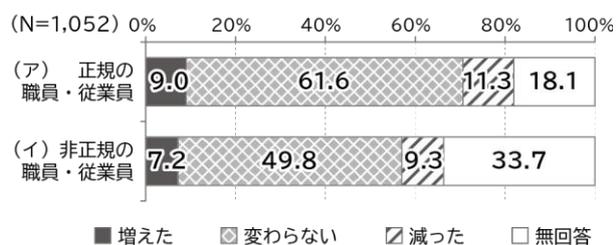
過去 3 年間における採用状況をみると、正規・非正規にかかわらず、「変わらない」とした事業所が最も多くなり、増減があった事業所は 2 割程度となっている。(図表 1-9)

業種別では、「情報通信業」や「医療・福祉」で正規・非正規のいずれも、採用が「増えた」事業所が 2 割以上となり、他の業種よりも高くなっている。

今後の採用意向をみると、正規・非正規にかかわらず、「現状のまま」としている事業所が最も多くなっている。また、採用を「増やしたい」意向を持っている事業所は、正規・非正規のいずれも 1 割を超えている。(図表 1-10)

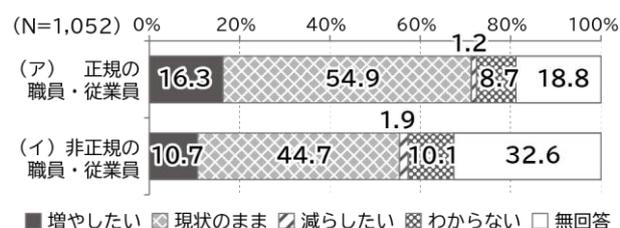
業種別では、「建設業」、「学術研究・専門技術サービス業」、「医療・福祉」で採用意欲が高くなっている。

■図表 1-9 採用状況 (SA)



出典「令和 2 年度 杉並区産業実態調査（事業所実態調査）」

■図表 1-10 採用意向 (SA)



出典「令和 2 年度 杉並区産業実態調査（事業所実態調査）」

(4) キャッシュレス決済システムの導入状況

区民の生活に直接かかわる事業所の約4割がキャッシュレス決済システムを導入している

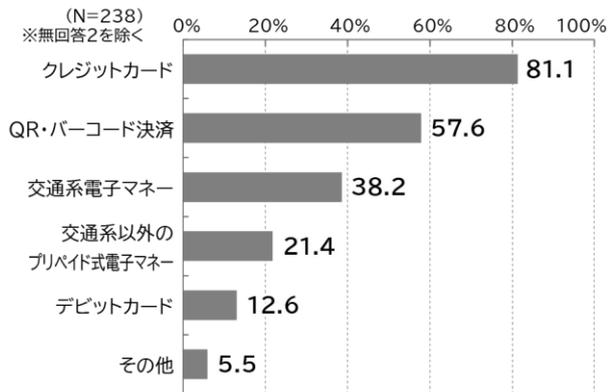
「卸売業・小売業」、「宿泊業・飲食サービス業」や「生活関連サービス業・娯楽業」など区民の生活に直接かかわる事業所では、4割前後の事業所がキャッシュレス決済システムを導入している。

杉並区の事業所のうち、「クレジットカード」を導入している事業所は81.1%、「QR・バーコード決済」を導入している事業所は57.6%となっている。(図表1-11)

キャッシュレス決済システムの導入の効果として、36.0%が「現金管理の負担が減少」をあげているほか、33.9%が「会計時間の短縮」をあげている。一方で、キャッシュレス決済システムを導入した効果は、「特にない」としている事業所も32.6%ある。

キャッシュレス決済システムを導入していない事業所では、「売上増加効果が期待できない」や「手数料がかかる」、「面倒である」などをその理由としてあげている。

■図表 1-11 導入しているキャッシュレス決済システム(MA)



※交通系電子マネー：Suica、Pasmo 等

※交通系以外のプリペイド式電子マネー：nanaco、Edy 等

※QR・バーコード決済：Pay Pay、LINE Pay 等

出典「令和2年度 杉並区産業実態調査（事業所実態調査）」

(5) 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している事業所は約2割となっている

杉並区の事業所のうち、ワーク・ライフ・バランスに「すでに取り組んでいる」事業所は20.5%、「取り組む予定である」事業所は5.5%となっている。(図表1-12)

具体的な取組内容を見ると、ワーク・ライフ・バランスに「すでに取り組んでいる」又は「取り組む予定」の事業所のうち、半数以上が「育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり」や「育児や出産後も勤務しやすい環境づくり」のほか、「長時間労働の制限」をあげている。

一方で、ワーク・ライフ・バランスの「関心はあるが取組は難しい」と回答した事業所では、「人力的な余裕がない」を理由にあげているところが最も多い。また、現在の取組状況にかかわらず、今後ワーク・ライフ・バランスを推進するために必要な支援として、「同じ業界の先進事例の紹介」を求める回答が最も多くなっている。

■図表 1-12 ワーク・ライフ・バランスの取組状況(SA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査（事業所実態調査）」

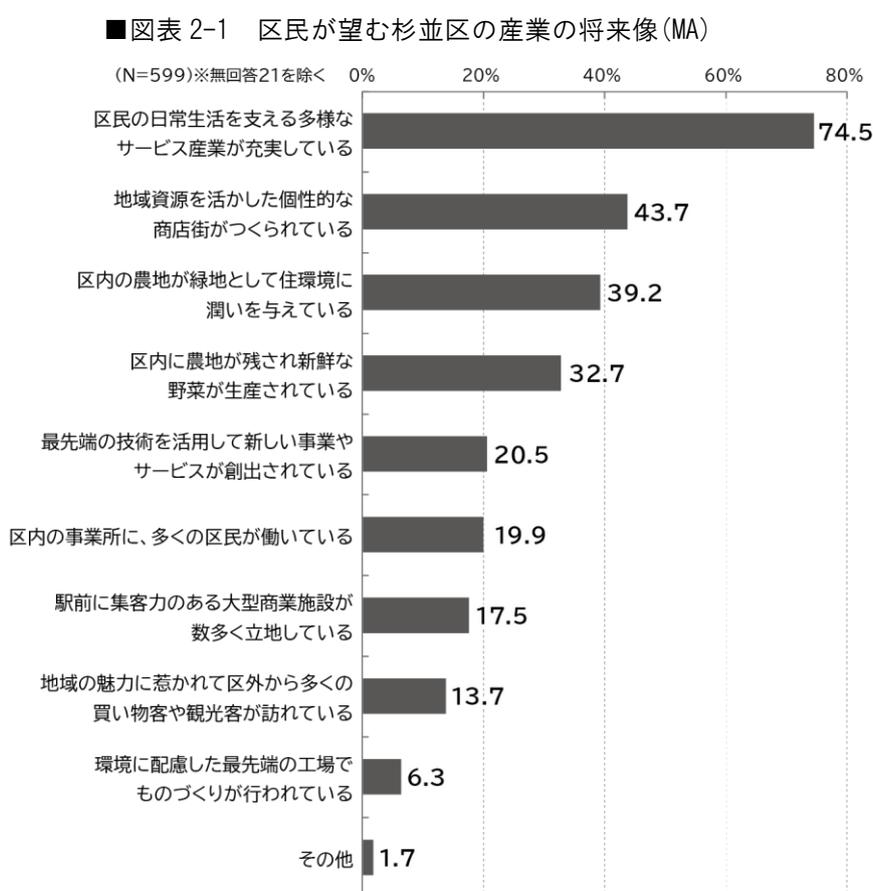
Ⅲ. 区民意向調査の結果

(1) 区民が望む杉並区の産業の姿

日常生活を支える多様なサービス産業の充実が求められている

杉並区が目指す産業の姿として区民が望む将来像は、「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7割以上と高く、次いで「地域資源を活かした個性的な商店街がつけられている」が43.7%となっている。

また、「区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている」や「区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている」など農地の活用を望む声も3割を超えている。(図表 2-1)



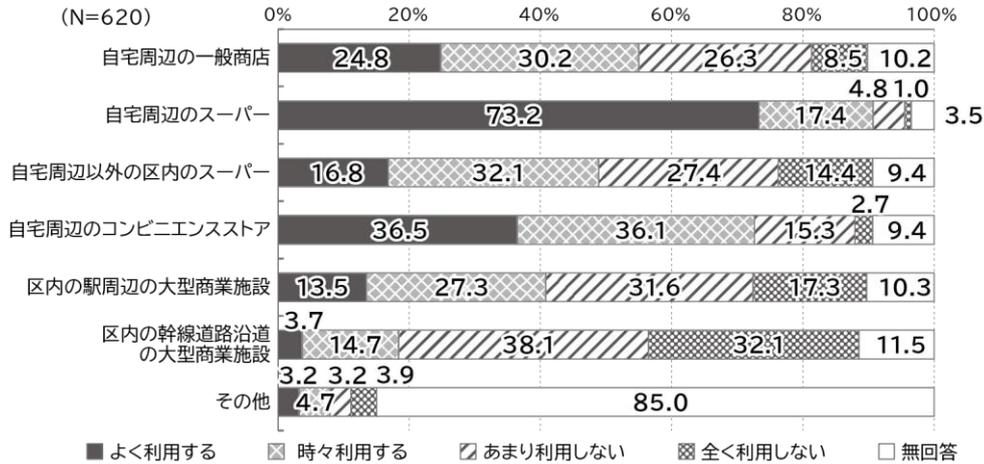
出典「令和2年度 杉並区産業実態調査(区民意向調査)」

(2) 日頃の買い物の状況

よく利用する区内の店舗として、自宅周辺のスーパーが最も多くなっている

「よく利用する」店舗について、73.2%の区民が「自宅周辺のスーパー」をあげており(図表2-2)、その理由としては「1カ所で買い物が済む」や「家から近い」、「品揃えが豊富」が多くあげられている。

■図表 2-2 区内店舗の利用状況 (SA)



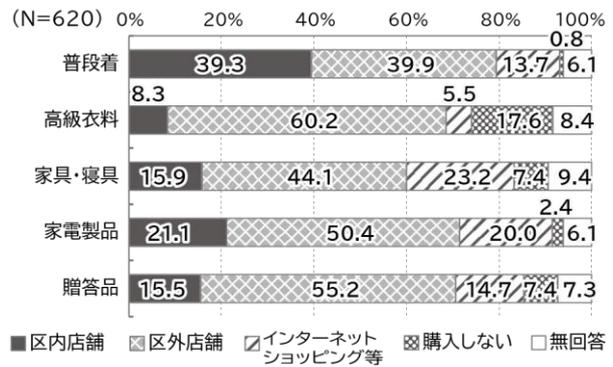
出典「令和2年度 杉並区産業実態調査(区民意向調査)」

買回り品は区外店舗での購入が多くなっている

「高級衣料」、「贈答品」、「家電製品」などは新宿の商業施設など「区外店舗を利用する」が半数を超えている。また、「家具・寝具」、「家電製品」は「インターネットショッピング等」の利用も2割を超えており、「普段着」を除く買回り品で、「区内店舗」を利用するのは概ね2割以下となっている。(図表2-3)

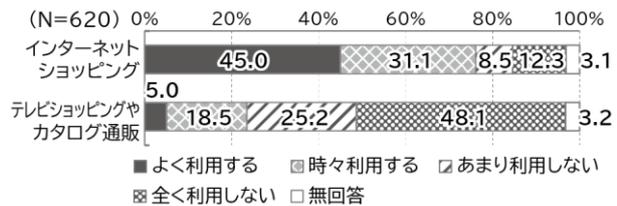
「インターネットショッピング」を『利用する』(「よく利用する」と「時々利用する」の合計)は76.1%、「テレビショッピング等」を『利用する』は23.5%となっており、「インターネットショッピング」が普及しているといえる。(図表2-4)

■図表 2-3 商品・サービスの購入場所 (SA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査(区民意向調査)」

■図表 2-4 通販やインターネットショッピングの利用頻度 (SA)

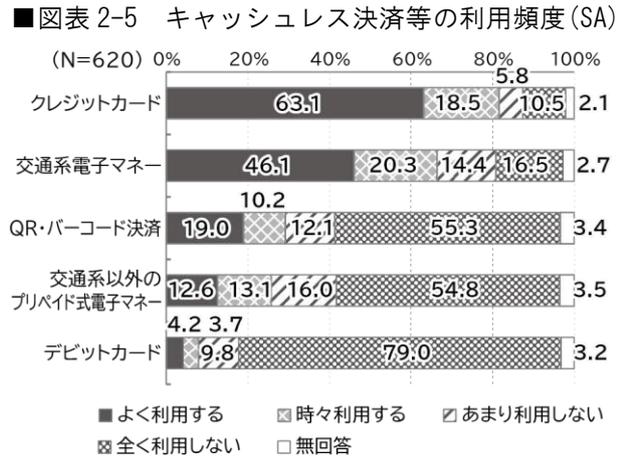


出典「令和2年度 杉並区産業実態調査(区民意向調査)」

※ 買回り品：消費者が価格や品質などを考慮し、いくつかの製品を比較検討した上で購入する商品。

キャッシュレス決済の利用はクレジットカード・交通系電子マネーが普及している

キャッシュレス決済を『利用する』（「よく利用する」と「時々利用する」の合計）について、「クレジットカード」が81.6%と最も高く、次いで「交通系電子マネー」が66.4%となっている。「QR・バーコード決済」は29.2%、「交通系以外のプリペイド式電子マネー」は25.7%が『利用する』ものの、半数以上が「全く利用しない」と回答している。（図表 2-5）



※交通系電子マネー：Suica、Pasmo 等
 ※QR・バーコード決済：Pay Pay、LINE Pay 等
 ※交通系以外のプリペイド式電子マネー：nanaco、Edy 等
 出典「令和2年度 杉並区産業実態調査（区民意向調査）」

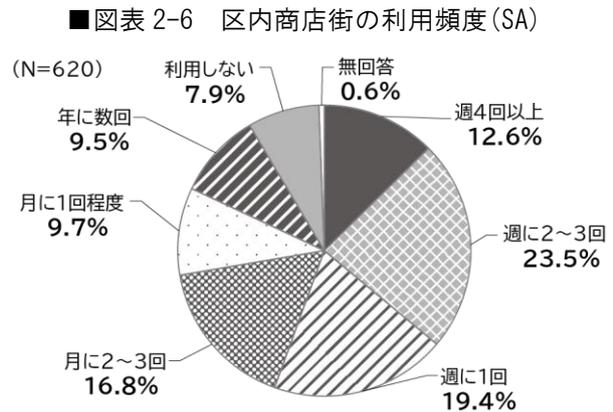
（3）商店街の利用状況

区内商店街を週に1回以上利用する区民は5割半ばとなっている

55.5%の区民が杉並区の商店街を週に1回以上利用し（図表 2-6）、利用する理由として、約8割の区民が「自宅近くで便利」であることをあげている。一方で、商店街を週に1回未満しか利用しない区民は、その理由として、「1カ所で買い物が済まない」や「いきつけの店がない」、「欲しい商品・サービスが十分でない」をあげている。

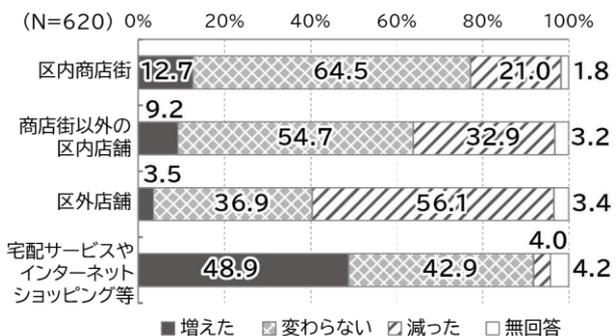
新型コロナウイルス感染症が区民の商店街の利用に与えた影響をみると、「区内商店街」の利用が減ったとした区民が2割強いるものの、利用が増えた区民も1割強いる。また、「商店街以外の区内店舗」では利用が減ったとした区民は3割強、「区外店舗」では利用が減ったとした区民が5割強となっている。

一方で、「宅配サービスやインターネットショッピング等」は半数近い48.9%の区民が利用が増えたと回答している。（図表 2-7）



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査（区民意向調査）」

■ 図表 2-7 新型コロナウイルス感染症の影響による店舗等の利用頻度の変化 (SA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査（区民意向調査）」

(4) 杉並区の観光事業・アニメ事業に対する意識

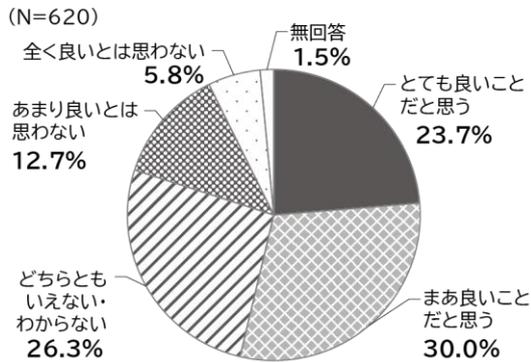
来街者の誘致を図るにぎわい創出に半数以上の区民は肯定的である

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、53.7%の区民が肯定的に捉えている。(図表 2-8)

杉並区の観光資源として、「自然・緑・公園・川」や「アニメ」、「文化芸術」をあげた区民が多い。

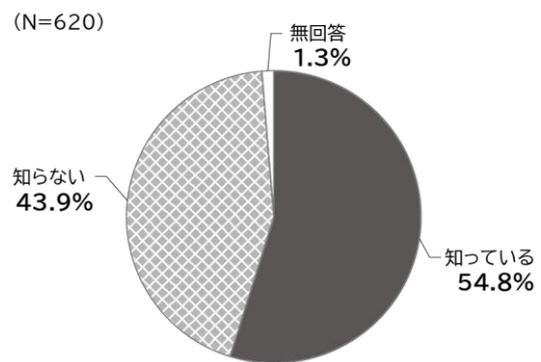
アニメについては、杉並区が日本一のアニメ制作会社の集積地であることを知っている区民は半数以上の54.8%となっている。(図表 2-9)

■図表 2-8 来街者の誘致によるにぎわい創出に対する意見 (SA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査 (区民意向調査)」

■図表 2-9 区内にアニメ制作会社が集積していることの認知度 (SA)



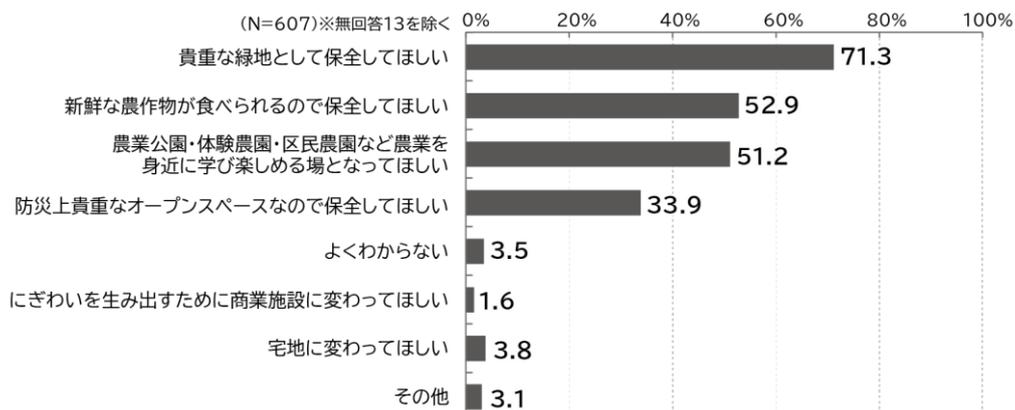
出典「令和2年度 杉並区産業実態調査 (区民意向調査)」

(5) 杉並区の農業に対する意識

区民の約7割が、貴重な緑地として農地保全を希望している

農地については、「貴重な緑地として保全してほしい」が71.3%と最も高く、「新鮮な農作物が食べられるので保全してほしい」、「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ってほしい」が5割を超えている。一方で、「宅地に変わってほしい」や「にぎわいを生み出すために商業施設に変わってほしい」との回答は数%と極めて低い。(図表 2-10)

■図表 2-10 区内の農地面積の減少についての意見 (MA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査 (区民意向調査)」

IV. 杉並区の商店街の現状

※本章では「東京都商店街実態調査」をもとに杉並区の商店街の現状を分析した。

1 杉並区の商店会について

商店会数は横ばいで推移、商店会数は西荻窪・高円寺が、店舗数は高円寺が最も多い

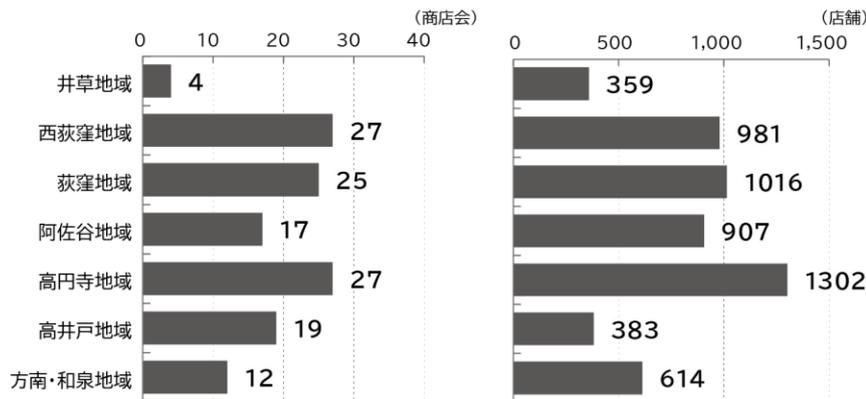
商店会数は130前後で推移しており、令和元年度（2019年度）時点で131となっている。（図表3-1）

地域別にみると、商店会数は「西荻窪地域」と「高円寺地域」が27商店会と最も多く、次いで「荻窪地域」が25商店会である。店舗数は「高円寺地域」が1,302店舗と最も多く、次いで「荻窪地域」、「西荻窪地域」、「阿佐谷地域」と続き、中央線沿線周辺が多い。（図表3-2）



出典「杉並区産業振興センター資料」

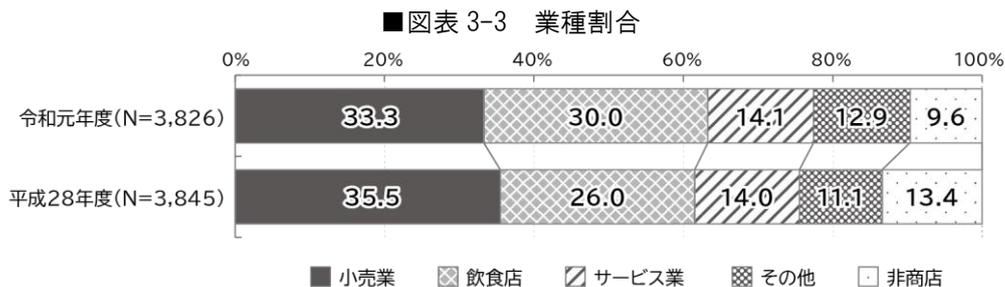
■図表 3-2 地域別商店会数（左図）と店舗数（商店会連合会加盟のみ、右図）



出典「杉並区産業振興センター資料」

業種構成は小売業と飲食店で合わせて6割以上を占めている

商店会に加入している店舗の業種構成をみると、「小売業」が33.3%と最も多く、次いで「飲食店」が30.0%であり、合わせて全体の6割以上を占めている。（図表3-3）

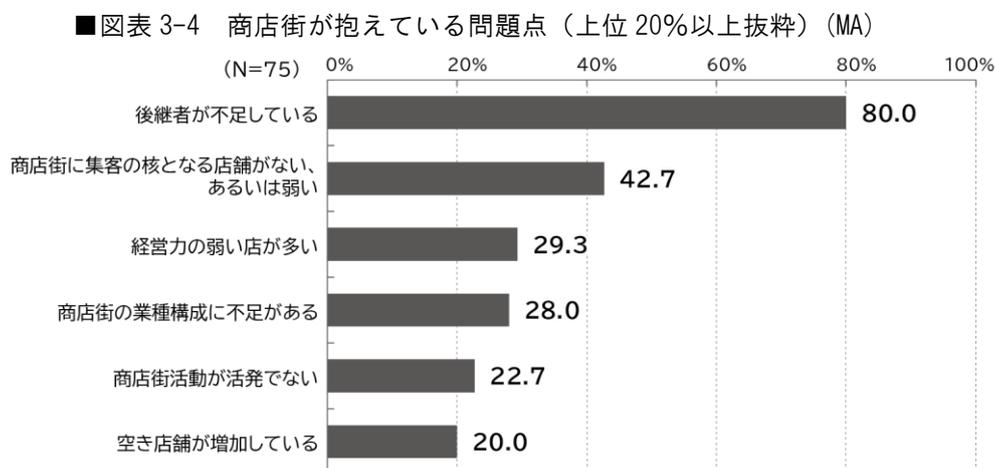


出典「平成28年度・令和元年度東京都商店街実態調査」

2 商店街が抱えている問題

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問題点は、「後継者が不足している」が80.0%と最も高く、次いで「商店街に集客の核となる店舗がない、あるいは弱い」が42.7%となっている。(図表 3-4)



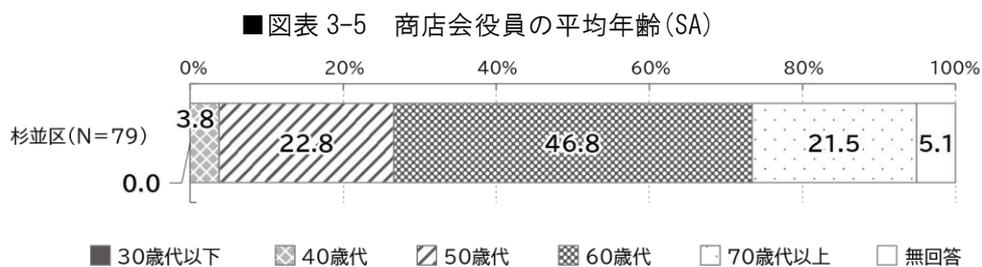
出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

【後継者不足】

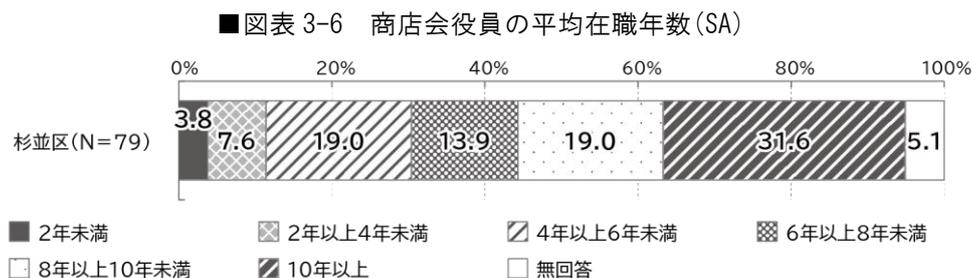
商店会役員の高齢化と担い手不足が深刻化

商店会役員の平均年齢は「60歳代」が46.8%と最も高く、「70歳代以上」(21.5%)と合わせると68.3%であり、およそ3人に2人が60歳以上となっている。(図表 3-5)

在職年数は「10年以上」が31.6%と最も高く、「8年以上10年未満」(19.0%)と合わせると50.6%であり、半数以上が8年以上在職している。(図表 3-6)



出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」



出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

【商店街の集客力】

商店街の集客力が弱い

商店会が不足していると考えている業種は、生鮮食品販売店が上位となっている。(図表 3-7)

また、商店街の集客に寄与していると考えられる店舗は、「スーパー」(29.2%)、「コンビニエンスストア」(23.1%)となっている。集客に寄与している店舗は「なし」としている商店会が4割と最も高いことから、商店街の集客力が弱いといえる。(図表 3-8)

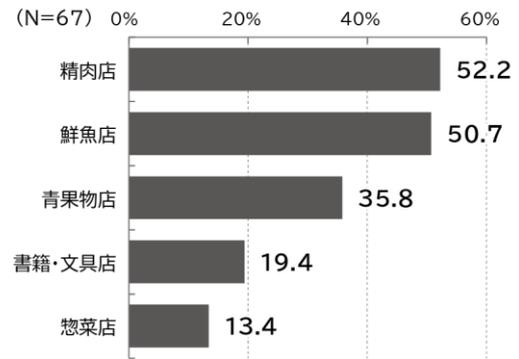
【空き店舗】

7割以上の商店街に空き店舗がある

杉並区で空き店舗がある商店会は 77.8%であり、23区全体(55.4%)と比べて高くなっている。(図表 3-9)

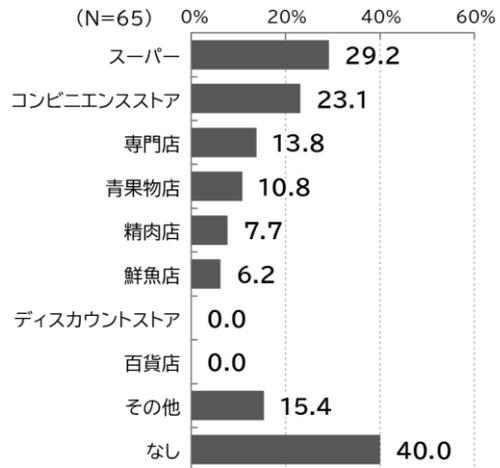
空き店舗の数は「1~2店」が45.7%と最も多く、次いで「3~4店」が32.6%となっている。「7店以上」は6.5%であり、23区全体(15.7%)と比べて低くなっている。(図表 3-10)

■図表 3-7 商店街内に不足している業種
(上位5項目抜粋) (MA)



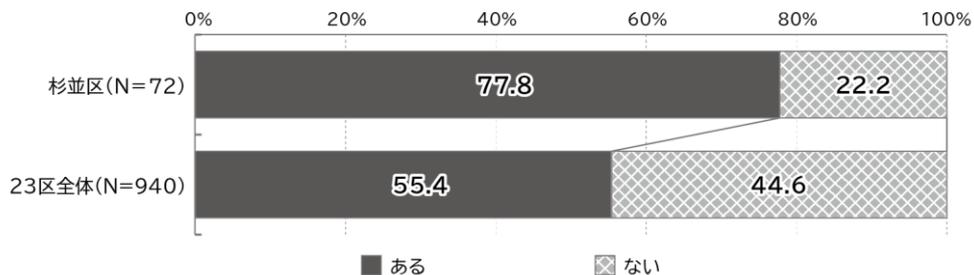
出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

■図表 3-8 商店街の集客に寄与している店舗 (MA)



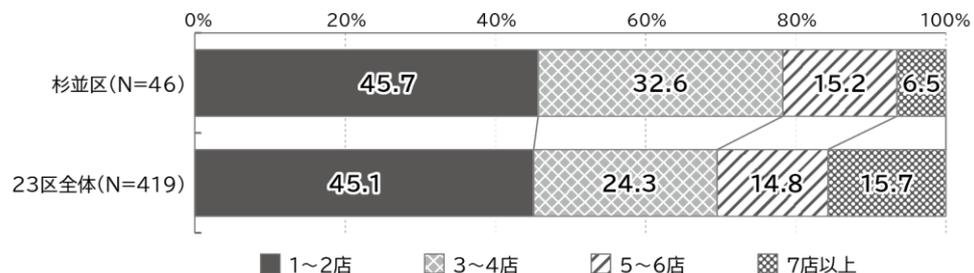
出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

■図表 3-9 空き店舗の有無 (SA)



出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

■図表 3-10 空き店舗の数 (NA)



出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

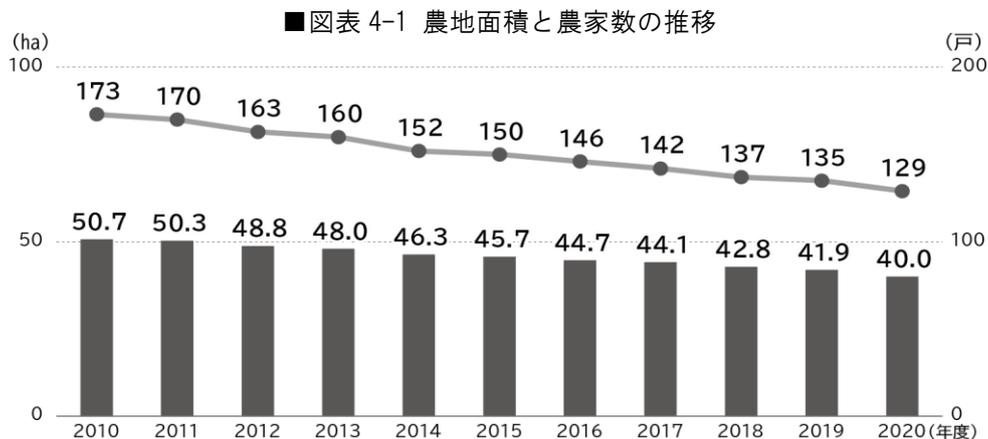
V. 杉並区の農業の現状

※本章では「杉並区農業経営実態調査」を中心に、その他既存資料を活用し、杉並区の農業の現状を分析した。

1 農業の実態について

農地面積・農家数はともに減少している

平成 22 年度（2010 年度）から令和 2 年度（2020 年度）の 10 年間で、農地面積は 50.7ha から 40.0ha と 21.1%の減少、農家数は 173 戸から 129 戸と 25.4%の減少となっている。（図表 4-1）

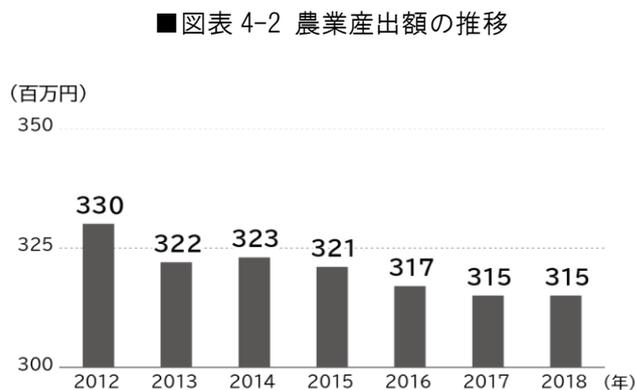


出典「杉並区産業振興センター資料」

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、平成 30 年（2018 年）は 315 百万円となっている。（図表 4-2）

農業産出額の内訳をみると、野菜が 87.0%と大半を占めている。主な栽培品目としては、トマト、ダイコン、キャベツ、バレイシヨの順に収穫量が多い。（図表 4-3）



■図表 4-3 主な栽培品目
（上位 5 品目抜粋）

品目	収穫量(t)
トマト	89
ダイコン	84
キャベツ	54
バレイシヨ	38
コマツナ	26

出典「東京都農作物生産状況調査報告書」

2 農業における課題

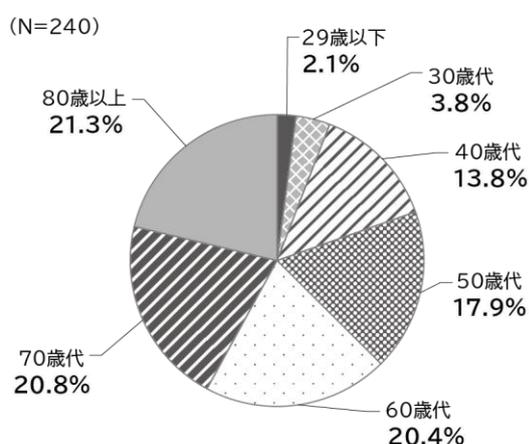
後継者不足により農業経営の継続が先行き不透明または困難になっている

杉並区の農業従事者の年齢構成は、60歳以上が全体の6割以上となっており、高齢化が進んでいる。(図表 4-4)

また、今後の農業の継続意向について、「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53.3%、「農業を継続することが難しい」が12.5%で、合わせて6割強となっている。(図表 4-5)

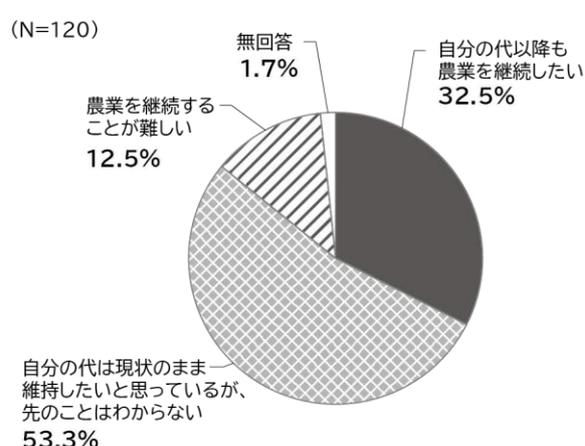
農業の継続を困難にする理由は、「後継者や担い手がいない」が52.6%、「相続等税制などで維持できない」が48.7%と多く、担い手不足と相続税等が大きな要因となっている。(図表 4-6)

■図表 4-4 農業従事者の年齢構成



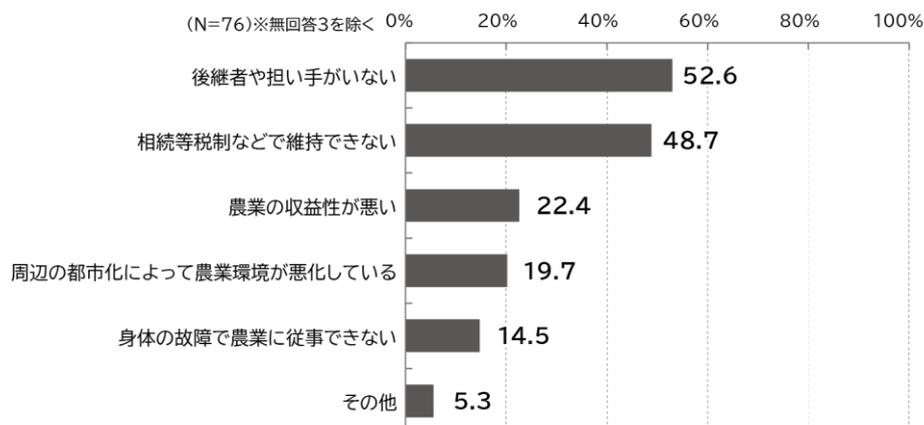
出典「杉並区産業振興センター資料」

■図表 4-5 今後の農業の継続意向 (SA)



出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

■図表 4-6 農業の継続を困難にする理由 (MA)



出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

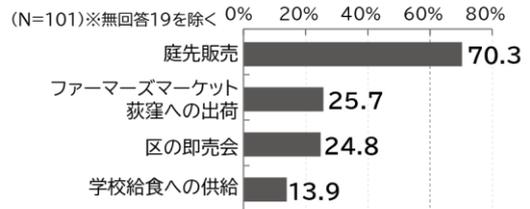
農産物の販売形態は「庭先」が約7割、区民の農産物の購入経験は上昇傾向

農産物の販売形態は、「庭先販売」が70.3%と最も多く、次いで「ファーマーズマーケット荻窪への出荷」が25.7%、「区の販売会」が24.8%となっている。(図表4-7)

杉並産の農産物等の購入状況について、野菜、果物や花などを「購入したことがある」区民の割合は46.6%となっており、平成29年度(36.5%)と比べて10.1ポイント増加している。杉並産の農産物等を購入したことがある区民の53.1%が「直売所(農家から直接)」から購入している。(図表4-8、4-9)

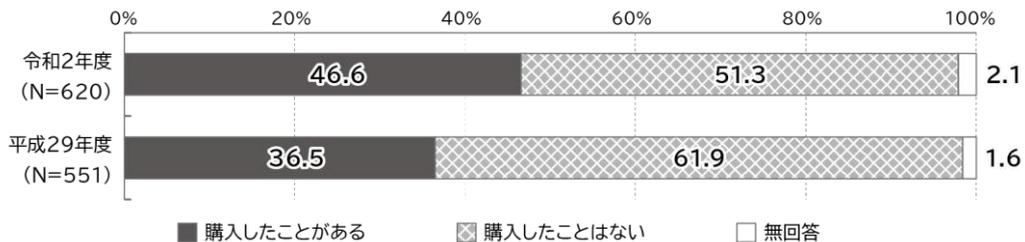
杉並産の野菜、果物や花などを購入したことがない理由としては、「興味はあるが、販売場所がわからない」と回答している区民が57.8%おり、潜在的な購買需要があるといえる。

■図表4-7 農産物の販売形態(MA)



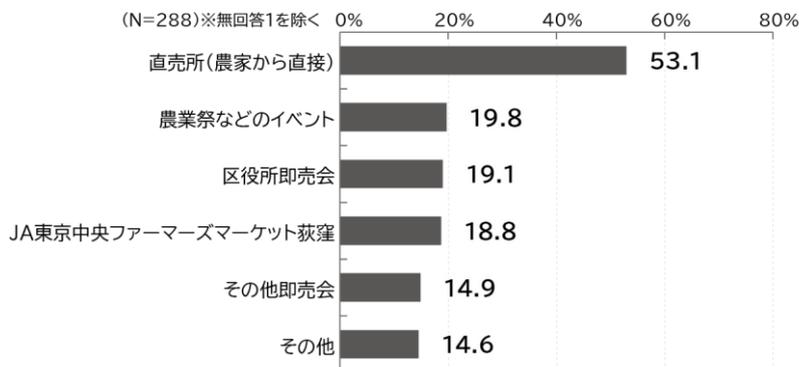
出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

■図表4-8 杉並産の農産物の購入有無(SA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査(区民意向調査)」

■図表4-9 杉並産の農産物の主な購入先(MA)



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査(区民意向調査)」

Ⅵ. 調査結果のまとめ

(1) 事業所実態調査の結果

区内の事業所数及び従業員数、売上高は減少傾向にあり、今後も売上高の減少を見込む事業所が多い。顧客の減少を経営上の課題として抱える事業所が多く、資金繰りや人材育成等の支援を求める声が多い。また、今後の採用意向は現状維持が多いものの、増やしたいという意向を持つ事業所も一定程度ある。

区民の生活に直接かわる事業所のうち、約4割がキャッシュレス決済システムを導入している。また、ワーク・ライフ・バランスの取組を実施している事業所は約2割となっており、普及に向けた取組が求められる。

(2) 区民意向調査の結果

日頃の買い物は自宅周辺のスーパー等を利用している区民が多いが、買回り品の購入は区外店舗・インターネットショッピングの利用が多い。商店街を週1回以上利用している区民は半数以上で、利便性の良さが利用する理由にあげられているが、一方で新型コロナウイルス感染症の影響により宅配サービス等の需要も拡大しており、利便性に代わる理由で商店街を利用してもらう取組が必要である。

来街者の誘致を図るにぎわい創出について、半数以上の区民が肯定的に捉えている。また、自然・緑・公園・川やアニメ、文化芸術を観光資源として捉えている区民が多く、貴重な緑地として農地保全を求める声も多い。そのため、豊かな自然やアニメ制作会社の集積地としての強みを生かした誘客施策が求められる。

(3) 杉並区の商店街の現状

商店会数は横ばいに推移している。商店街の最も大きな問題は後継者不足で、持続可能な商店街に向けて世代交代を図るため、若い世代の参画を促す取組が求められる。

商店街の集客力については、集客に寄与している店舗がないとしている商店会が最も多い。そのため、集客力を高める取組を進め、商店街の魅力向上を目指すことが求められる。

(4) 杉並区の農業の現状

農地面積、農家数及び農業産出額は減少傾向となっている。農業産出品はトマト、大根などの野菜が中心となっている。

農業従事者の高齢化が進んでおり、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ことから、担い手の発掘、農業経営の事業承継に向けた取組が求められる。

農産物の販売形態は庭先販売が多い。また、杉並産の農産物を購入する区民は増えており、潜在的な購買需要もあることから、区民にとって杉並産の農産物が身近になりつつある。

令和2年度杉並区産業実態調査報告書【概要版】

令和3年3月

発行元 杉並区産業振興センター

住 所 〒167-0043

杉並区上荻1-2-1 Daiwa 荻窪タワー2階

電話 03-5347-9134（直通）
