

4. 杉並区の農業の現状と課題

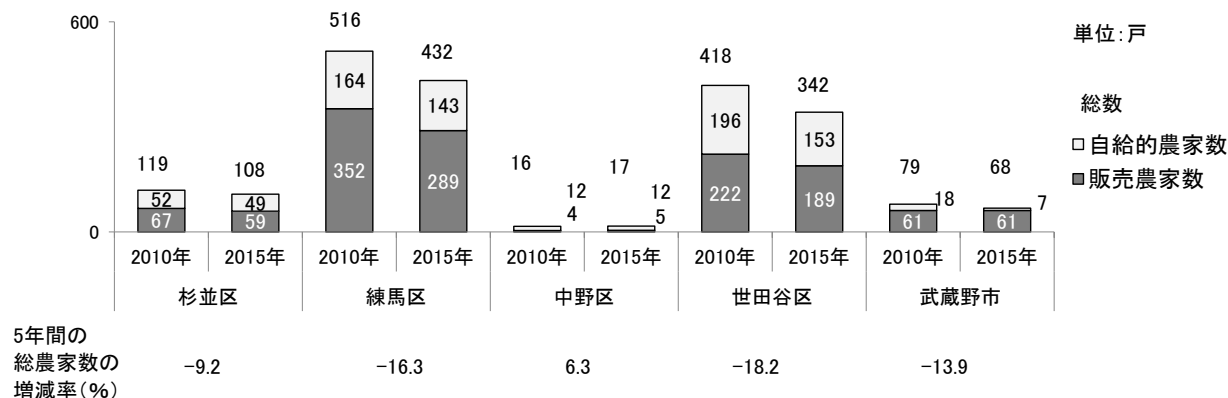
(1) 杉並区の農業の現状

1) 総農家数・経営耕地面積の推移

○杉並区の総農家数・経営耕地面積は減少、しかし、隣接自治体の減少率よりは小さい

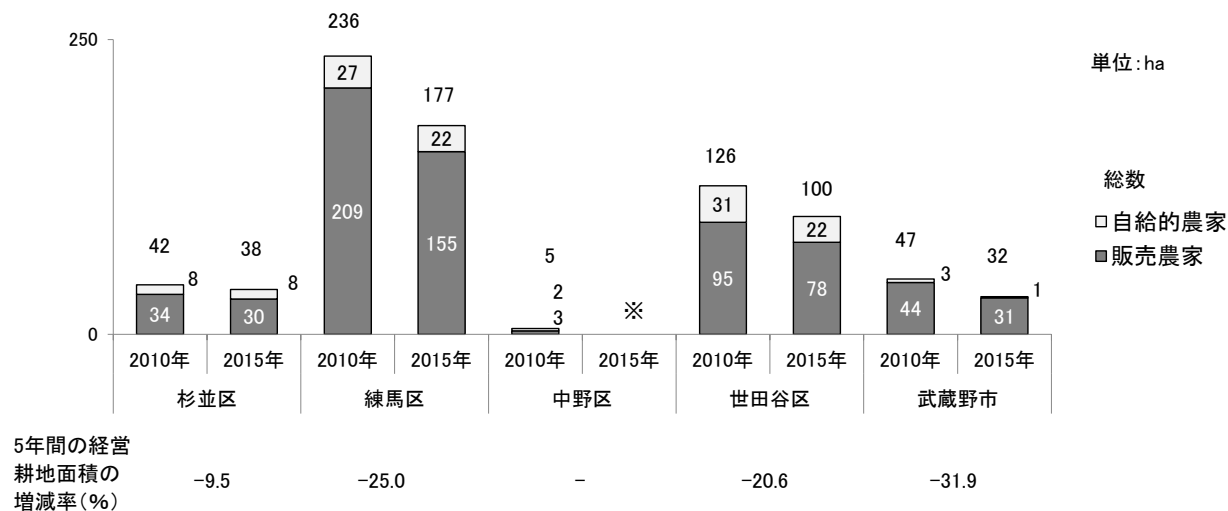
- ・杉並区の総農家数は、2010年から2015年の5年間で、119戸から108戸に減少(9.2%減)。世田谷区(18.2%減)、練馬区(16.3%減)など隣接自治体と比較して、減少率は小さい。
- ・杉並区の経営耕地面積は42haから38haに減少(9.5%減)。世田谷区(20.6%減)、練馬区(25.0%減)など総農家数同様に隣接自治体と比較しても減少率は小さい。

■図表 4-1 総農家数 (隣接自治体との比較)



出典：2010年農林業センサス (IV総農家等 1 総農家数及び土地持ち非農家数)
2015年農林業センサス (V総農家等 1 総農家数及び土地持ち非農家数)

■図表 4-2 経営耕地面積 (隣接自治体との比較)



※2015年の中野区の自給的農家の経営耕地面積は2haだが、販売農家の経営耕地面積は、秘密保護のため統計数値の公表なし

出典：2010年農林業センサス (IV総農家等 2 耕地 (1) 経営耕地のある農家数と経営耕地面積)
2015年農林業センサス (V総農家等 2 耕地 (1) 経営耕地のある農家数と経営耕地面積)

2) 主な栽培品目

○杉並区は様々な野菜を栽培している

- ・杉並区には、練馬区のキャベツのような、際立って大きな収穫量のものはない。他の自治体でも様々な野菜を栽培している。杉並区は、トマト、ダイコン、ナス、キャベツの順に収穫量が多い。果樹では、カキの収穫量が多い。

■図表 4-3 主な栽培品目

単位：t

杉並区		練馬区		中野区		世田谷区		武蔵野市	
品目（野菜）	収穫量	品目（野菜）	収穫量	品目（野菜）	収穫量	品目（野菜）	収穫量	品目（野菜）	収穫量
トマト	90	キャベツ	1873	カリフラワー	24	ダイコン	122	ダイコン	97
ダイコン	84	ダイコン	620	ダイコン	9	コマツナ	84	キャベツ	51
ナス	79	トマト	318	ナス	9	パレイシヨ	82	ニンジン	48
キャベツ	54	ナス	261	トマト	9	トマト	64	トマト	44
パレイシヨ	38	パレイシヨ	209	パレイシヨ	6	キャベツ	60	ナス	42
ハクサイ	31	ニンジン	205	キャベツ	5	キュウリ	50	コマツナ	41
コマツナ	26	ハクサイ	188	キュウリ	3	ネギ	37	パレイシヨ	37
キュウリ	25	ブロッコリー	153	ネギ	3	ブロッコリー	36	ハクサイ	30
ネギ	24	ネギ	142	カンシヨ	3	ナス	36	ネギ	23
ブロッコリー	19	コマツナ	120	ハクサイ	3	ハクサイ	35	ブロッコリー	22

品目（果樹）	収穫量	品目（果樹）	収穫量	品目（果樹）	収穫量	品目（果樹）	収穫量	品目（果樹）	収穫量
カキ	11	カキ	77	ブルーベリー	0	ブドウ	16	ニホンナシ	19
クリ	5	ブドウ	40	カキ	0	ウンシュウミカン	10	ブドウ	11
キウイフルーツ	5	ブルーベリー	31	ウメ	0	ウメ	7	カキ	9
柑橘類	3	キウイフルーツ	12	キウイフルーツ	0	カキ	6	ブルーベリー	4
ウメ	2	ウメ	4	—	—	クリ	4	キウイフルーツ	4
ブルーベリー	2	クリ	4	—	—	ブルーベリー	2	クリ	1

※表示単位に満たないものは「0」で表記

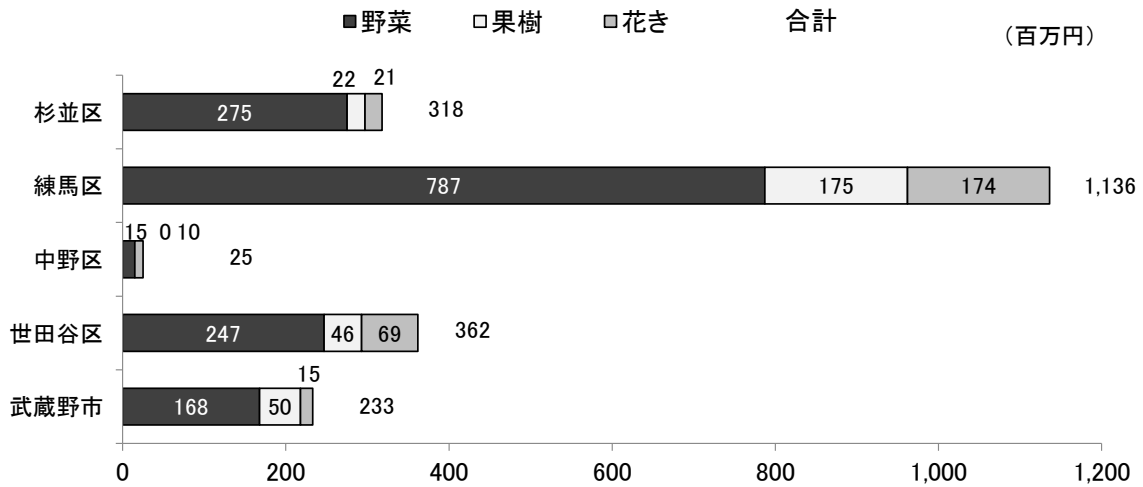
出典：東京都農作物生産状況調査報告書（平成26年産）

3) 農業産出額（野菜・果樹・花き）

○杉並区の農業産出額は、野菜が86.4%を占める

- ・杉並区の野菜、果樹、花きの農業産出額は318百万円で、隣接自治体と比較すると、練馬区(1,136百万円)、世田谷区(362百万円)より少ないが、武蔵野市(233百万円)、中野区(25百万円)より多い。
- ・杉並区の産出額の割合は、野菜が86.5%、果樹が6.9%、花きが6.6%で、特に、野菜の割合は、練馬区(69.3%)中野区(60.0%)世田谷区(68.2%)、武蔵野市(72.1%)と比べても大きいのが特徴といえる。

■図表 4-4 農業産出額（隣接自治体との比較）



出典：東京都農作物生産状況調査報告書（平成 26 年産）

4) 農産物出荷先

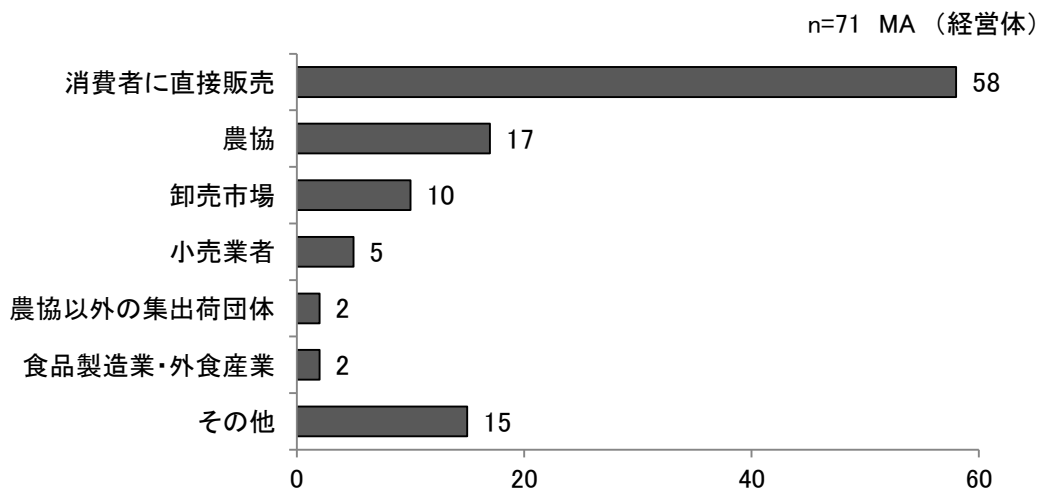
○杉並区の農産物出荷先は、「消費者に直接販売」が非常に多い

- ・2015 年農林業センサスによると、杉並区では、販売のあった 71 経営体の中で、58 経営体 (81.7%) が「消費者に直接販売」し、うち 46 経営体が「自営の農産物販売所」で販売した。
- ・農家ヒアリング調査を行った 30 戸においても、花き農家の 5 戸は、市場への出荷が主力だが、野菜、果樹農家は 25 戸のうち、20 戸が区の即売会を含めて直売を主力としている。

注) 「消費者に直接販売」(58 経営体) の内訳は、「自営の農産物販売所」(46)、「その他の農産物販売所」(11)、「インターネットによる販売」(2)、「その他の方法」(13) である。

複数回答 (2015 年農林業センサス)

■図表 4-5 農産物出荷先（農業経営体）



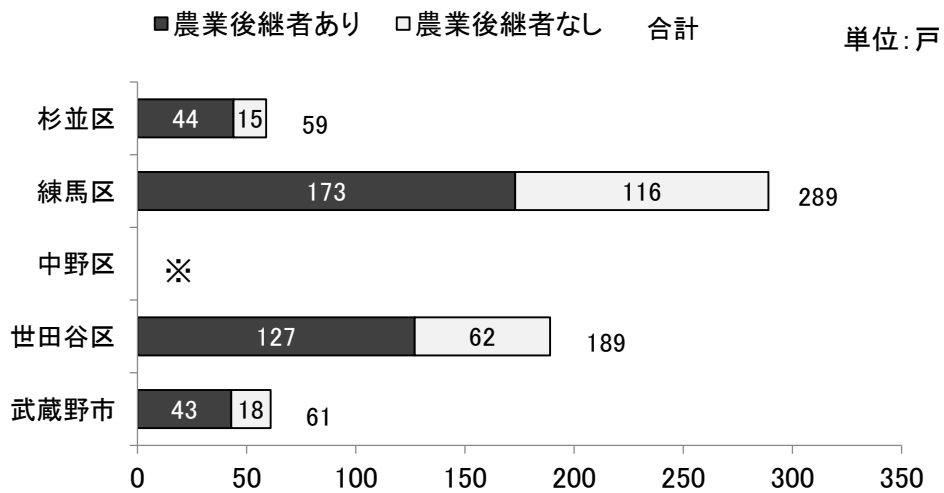
出典：2015 年農林業センサス（Ⅱ農業経営体 21 農産物出荷先別経営体数）

5) 農業後継者

○杉並区の農家では74.6%に農業後継者がいる

- ・2015年農林業センサスによると、杉並区の販売農家59戸のうち、74.6%の44戸に農業後継者がいる。これは、世田谷区(67.2%)、練馬区(59.9%)、武蔵野市(70.5%)より割合が高い。
- ・農家ヒアリング調査(販売農家・自給的農家含む)においては、30戸のうち、18戸に後継者があり(うち既に後継者が農業に従事している農家12戸)、3戸が相談中、4戸が未定、後継者なしの回答は5戸であった。

■図表 4-6 農業後継者(販売農家)



※中野区の販売農家は5戸だが、秘密保護のため、統計数値の公表なし

出典：2015年農林業センサス(Ⅲ販売農家 7 農業後継者の有無別農家数)

(2) 農家の現状と区民の農業に関する認知度・評価

1) 農家の現状と取組（農家ヒアリング調査より：対象 30 戸）

①生産品目等

- ・杉並区の農家は野菜生産の比率が高く、多くの種類の野菜を年間を通して栽培している。なかには、クリ、トマトなどを集中して栽培している農家もみられる。

②農業の経営

- ・農業収入が全収入の 50%を超えている農家も少数あるが、約 7 割の農家は、農業収入が全収入の 10～25%程度である。
- ・農業以外の収入の多くがアパート・駐車場経営、貸地などの不動産収入である。

③出荷先

- ・出荷割合について、直売が最も多い農家（野菜・花き）が農家ヒアリング調査の 30 戸のうち 20 戸を占める上、その中で直売の割合が 70%以上を占める農家が 13 戸ある。
- ・花き農家は出荷への出荷が多い。市場への出荷が主力の野菜農家では、バジル、アメリカンブルーなど、直売の多い農家とは異なる品目の生産をしている。
- ・区の即売会には、8 割ほどの農家が参加している。区の即売会での売上が大きい農家も見られるが、一方で、少数ではあるが、販売する農産物が不足気味でこれ以上即売会に農産物を供給できないとの声もあった。

④農業の継続

- ・自分の代で農業をやめる予定の農家はないが、後継者の代になったら、継続するかどうかは未定と話す農家も数戸あった。
- ・継続が困難になる理由としては、第一に自分の健康問題、他に相続時の税金、後継者の確保が挙げられた。
- ・既に後継者が決まっている、あるいは既に後継者が農業に従事している農家が 18 戸あるほか、相談中との農家もあり、「後継者なし」と答えた農家は 30 戸中 5 戸であった。

⑤今後の方針

- ・比較的、農業経営に積極的な農家が多く、主なものは次の通り（複数回答）
ハウス新設 (6)、経営面積の拡大 (4)、手間のかからない農法への転換 (3)、供給ルート拡大、体験農園への参加、品目拡大、新作物の栽培、高級野菜の栽培、果樹への転換、6 次産業進出
- ・現状維持と答えた農家でも、既に 6 次産業進出、新しい栽培法、品目を広げる、などの取組を行っている。

⑥生産緑地

- ・全て生産緑地という農家が多いが、税金を支払うために切り売りできる農地、及び相続対策として宅地化農地を保持している農家も見られた。

⑦地域との交流

- ・地域との交流については、多くの農家が地域貢献を意識して積極的に対応している。地域との交流を行っていない農家は少数であった。
- ・多くの農家が、地域との交流として行っているのは、以下のとおり。【()内は農家数】
 小中学生を中心に社会見学、農業・収穫体験の受け入れ (20)
 即売会、直売会にて対面で地域の人への作物を供給 (14)
 その他、多くはないが、農業ボランティアの受け入れ、近所への野菜のおすそ分けなどの回答があった。

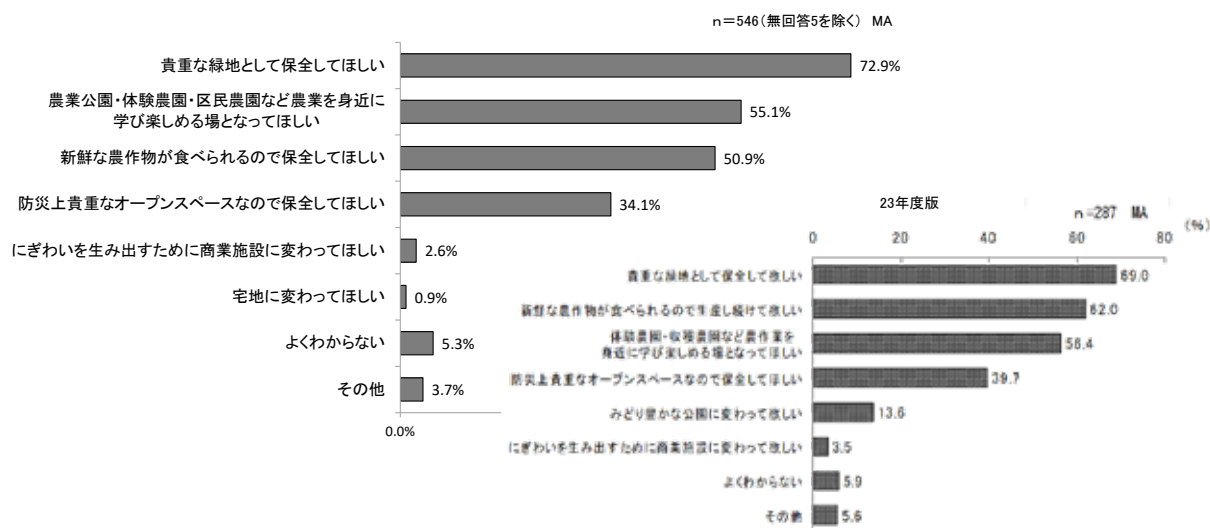
2) 農業に関する区民の認知度・評価

①農地面積の減少に関する区民の意見

○最も多いのは「貴重な緑地として保全してほしい」である

- ・「貴重な緑地として保全してほしい」(72.9%)が最も多く、「農業を身近に学び楽しめる場となしてほしい」(55.1%)、「新鮮な農作物が食べられるので保全してほしい」(50.9%)、「防災上の貴重なオープンスペースなので保全してほしい」(34.1%)と続く。商業施設や宅地にならなしてほしいとの要望は少ない。「その他」では、農家の存続、直売所の告知などのほか、公園でかまわない等の回答もあった。
- ・平成23年度調査においても、「貴重な緑地として保全してほしい」が最も多く、順位の違いはあるが上位は変わらない。

■図表 4-7 農地面積の減少について



【その他】

- ・直売所を増やし、告知してほしい
- ・農家が今後も存続できるようにしてほしい
- ・緑地の面積をできるだけ残してほしい
- ・農業はこれからも大切な産業
- ・区としても保全してほしい
- ・農業は東京以外でやればいい
- ・公園でもかまわない

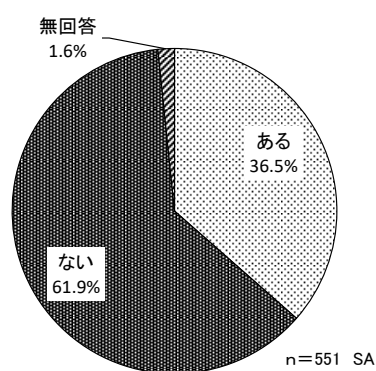
資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 21

②杉並産の野菜や花き、果樹などの購入

○杉並産の農産物を購入したことがない区民の方が多い

- ・杉並産の野菜や花き、果樹などの購入については、36.5%が購入したことがあるが、購入したことがないとの回答が61.9%あった。
- ・購入場所として、「路地販売（農家から直接）」が65.7%と最も多く、次いで「区役所即売会」（23.9%）、「JAグリーンセンター」（21.4%）となっている。その他の購入場所としては、イベントやスーパー等の店頭との回答もあった。
- ・購入しない理由としては、「興味はあるが、販売場所がわからないから」（60.4%）、「杉並産の野菜等があることを知らなかった」（44.6%）が多い。「その他」の回答では、近所に扱っている店がない、関東以外の野菜を取り寄せている、との理由もあった。少数だが、農産品の安全性を懸念する声もあった。

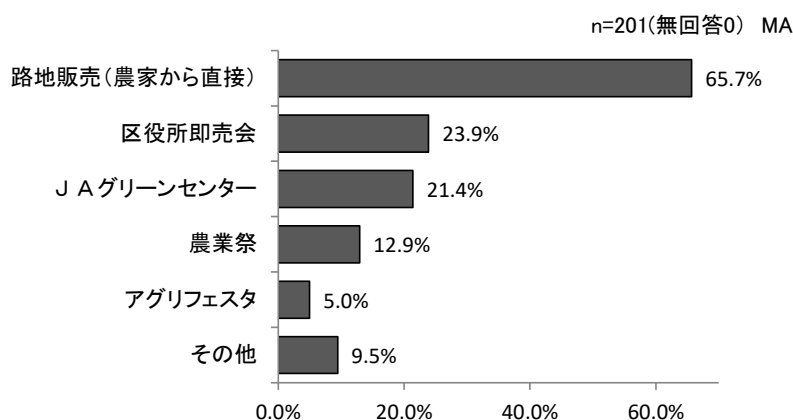
■図表 4-8 杉並産の野菜や花、果樹などの購入の有無



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 22

■図表 4-9 購入した場所

(購入したことがある人のみ回答)



【その他】

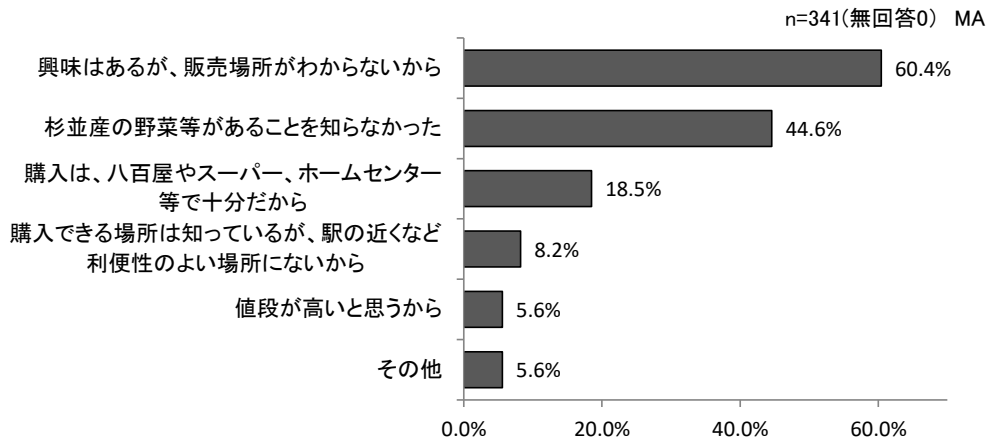
- ・農芸高校の生徒さんが作っている野菜
- ・スーパーの特設コーナー

- ・体験農園
- ・区民センターまつり、すぎなみフェスタ
- ・無人販売所

資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 22-1

■図表 4-10 購入しない理由

(購入したことがない人のみ回答)



【その他】

- ・ 近所に畑がない
- ・ 都会で汚染されていないか心配
- ・ 販売場所を見たことがない
- ・ 近所に扱っている店がない
- ・ 自宅近くにないため
- ・ 関東以外の野菜を取り寄せているため

資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 22-2

【農業に関する区民の意見】

《杉並の農産物の生産・販売》

- ・ 地場農産物を販売する店がほしい
- ・ 地産地消を推奨するためにも、駅での即売会をしたらどうか
- ・ 近所の農家の路面販売を楽しみにしている
- ・ 杉並産の野菜をもっと広げてほしい
- ・ 農地があることを知らなかった。直売所がほしいし、子どもに収穫の機会があると好ましい
- ・ 昔からの営農者が高齢になり、新鮮な野菜を安価で購入できる場所がなくなった。近所の農家と協力してそのような場所を

《その他》

- ・ 農地、緑地の保全は、防災上も重要、農業を柱に活性化してほしい
- ・ 緑を増やしてほしい
- ・ 近くに新鮮な魚・野菜が少なくて、日々の買い物に不満

資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 27

(3) 杉並区の農業の課題（農家ヒアリング調査より）

1) 区の支援策の活用状況

- ・農業祭、即売会、ふれあい農業体験は多くの農家が参加し、定着している感がある。
- ・営農支援補助金は多くの農家が利用、他にどの補助金を受けたか不明だが、農機具などの購入時に補助金をもらったとの回答もあり、少額だが手軽に利用できる点が評価されている。一方で、補助金の少なさを指摘する農家もあった。
- ・都市農地保全支援プロジェクト補助金も、営農支援補助金に次いで利用が多く、井戸の設置に利用されている。
- ・体験農園支援補助金、農業ボランティア制度、企業的農業経営集団支援補助金、区民農園の運営支援、上井草二丁目団体利用農園での農家向け新作物の検討などは、知られており、利用されているものの、少数ではあるが、知らない農家もあった。

2) 区の支援策への評価・要望

現在の支援策は、以前に比べて、支援項目が増えたこと、支援がきめ細かくなったことが喜ばれている一方で、まだ実態に合っていないとの評価もあり、効果的で、多くの農家が支援策を活用できる、さらに使い勝手のいい幅広い支援策が望まれている。また、販売支援、新産業へのチャレンジなどに対する支援の要望もある。【()内は、要望数】

《補助金、支援項目、使い易さ》

- ・高額事業などへの補助金の増額 (6)
- ・肥料、資材、その他自然災害などへの支援項目の拡充 (6)
- ・用途の柔軟性、申請等の簡素化、実態に合った補助金など支援策の使い易さ (3)

《販路・販売支援、新事業》

- ・即売会の告知、販売会場の充実、売り先開拓 (5)
- ・杉並ブランドの確立 (3)
- ・6次産業進出など新事業へのチャレンジ支援 (2)

《その他》

- ・環境保全、災害時の避難場所としての役割に対する支援
- ・小規模農家支援のための、例えば、世田谷区の認証制度のような制度導入
- ・農家間の生産・販売のノウハウ、新技術が共有できる仕組みづくり

3) 国・都への要望

【() 内は要望数】

《相続及び生産緑地制度に関して》 (14)

- ・後継者への相続が最大の問題であり、現在の生産緑地制度において、納税の猶予は認められているものの、相続時に農地をある程度手放さざるを得ないのではないか、現在の制度も維持されるかどうかとの心配を常にもっている。
- ・現行制度の確実な継続を望むとともに、相続も含めて、安心して今後も農業の継続ができるように、生産緑地を貸した場合でも納税猶予が受けられること、及び買取を望む声がある。同時に、これを含めた相続制度の改善を求めている。

《都市農業の有用性の認知に関して》 (4)

- ・緑を残すなどの環境保全、災害対策など都市農業の公共性、有用性を認知してもらい、都市農業が継続できるための所得補償、農産物の買取などの支援の要望もある。

5. 日常生活における区民の意識

(1) お住まいの地域の生活環境

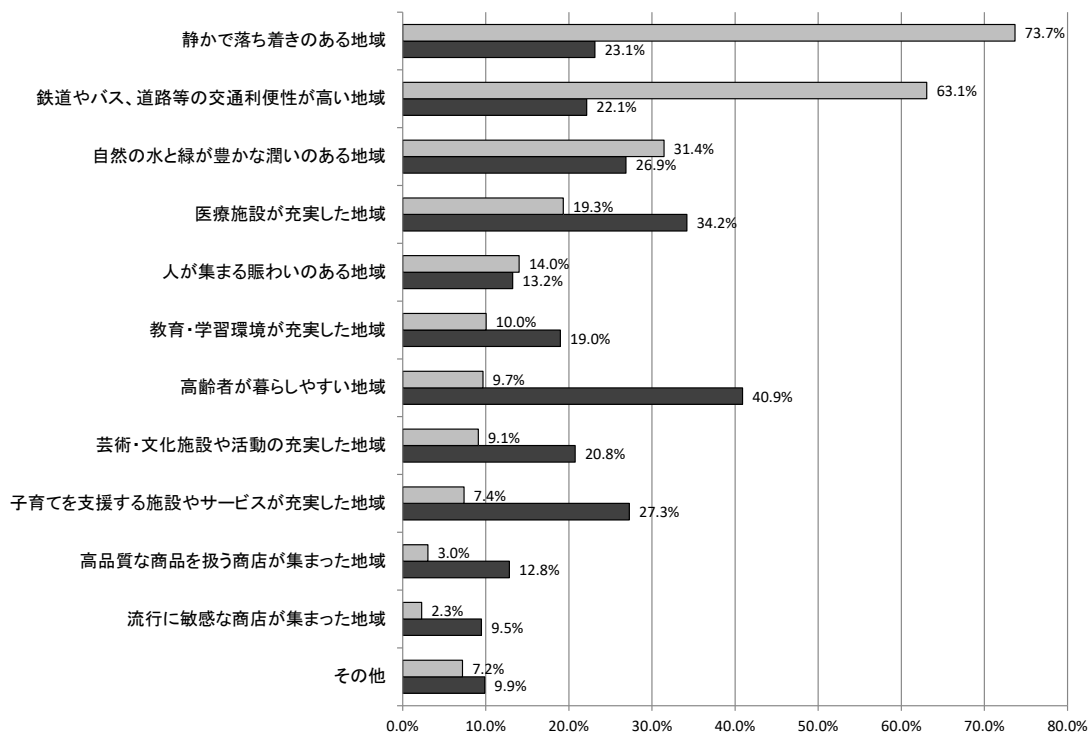
1) 現在の地域の良いところ、今後なってほしい地域の姿

○現在の地域の良いところは、「静かで落ち着いた地域」で、今後なってほしい地域の姿は、「高齢者が暮らしやすい地域」が最も多い

- ・「現在の地域の良いところ」の回答では、「静かで落ち着いた地域」(73.7%)、「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」(63.1%)が非常に高く、「今後なってほしい地域の姿」では「高齢者が暮らしやすい地域」(40.9%)、「医療施設が充実した地域」(34.2%)が高い。
- ・一方で、「静かで落ち着いた地域」は、「今後なってほしい地域の姿」では23.1%であり、「高齢者が暮らしやすい地域」は、「現在の地域の良いところ」では9.7%と非常に低い。
- ・「その他」の回答として、「現在の地域の良いところ」では、「安心・安全な街」、「近所付き合いができる」などがあがっている。また、「今後なってほしい地域の姿」では、「防犯・防災に強い街」のほか、「このままであってほしい」との声も少なくない。

■図表 5-1 現在の地域の良いところ、今後なって欲しい地域の姿

上段：現在の地域の良いところ n=528（無回答 23 を除く） MA 下段：今後なってほしい地域の姿 n=506（無回答 45 を除く） MA



【その他】現在の地域の良いところ

- ・近所の人たちと適度なお付き合いが出来る地域
- ・大きな公園があり商店街がある
- ・治安が良い、深夜に一人で歩いても怖くない
- ・ひと通り何でも揃う
- ・アットホーム感

【その他】今後なってほしい地域の姿

- ・道路をもっと整備してほしい
- ・子どもたちがもっと遊べる公園がほしい
- ・住民どうしの交流がある街
- ・安心安全な街
- ・変わらないでほしい
- ・現在の良いところを維持してほしい
- ・防犯・防災に強い街

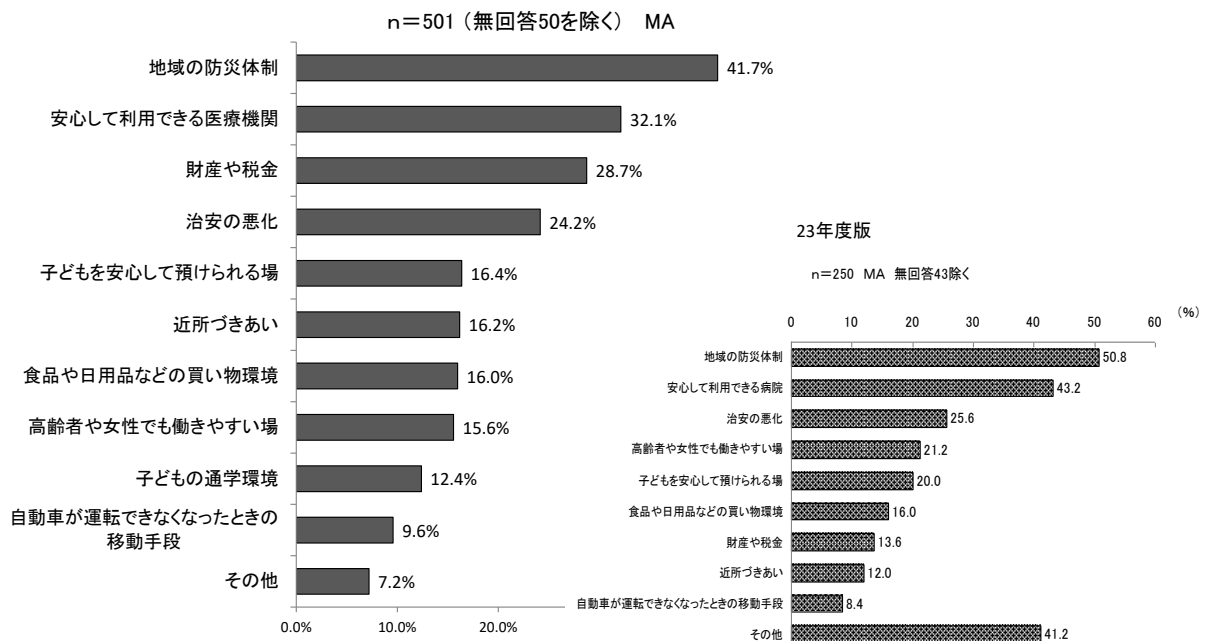
資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 11

2) 現在の生活環境の中で不安に感じていること

○最も不安に感じていることは「地域の防災体制」である

- ・現在の生活環境の中で不安に感じていることでは、「地域の防災体制」(41.7%)、「安心して利用できる医療機関」(32.1%)が上位だが、平成 23 年度調査で下位にあった「財産や税金」(28.7%)が 3 位に入っている。
- ・「その他」では、交通安全関連が多いほか、「老後の生活」、「介護」などの回答があった。

■ 図表 5-2 不安に感じていること



【その他】

- ・道が狭く、交通事故が怖い
- ・安心して歩道を歩けない
- ・親の介護
- ・子どもを育てるのに家が狭い、地価・建物価格が高い
- ・自転車運転のマナーの悪さ
- ・一人暮らしになったとき
- ・老後の生活

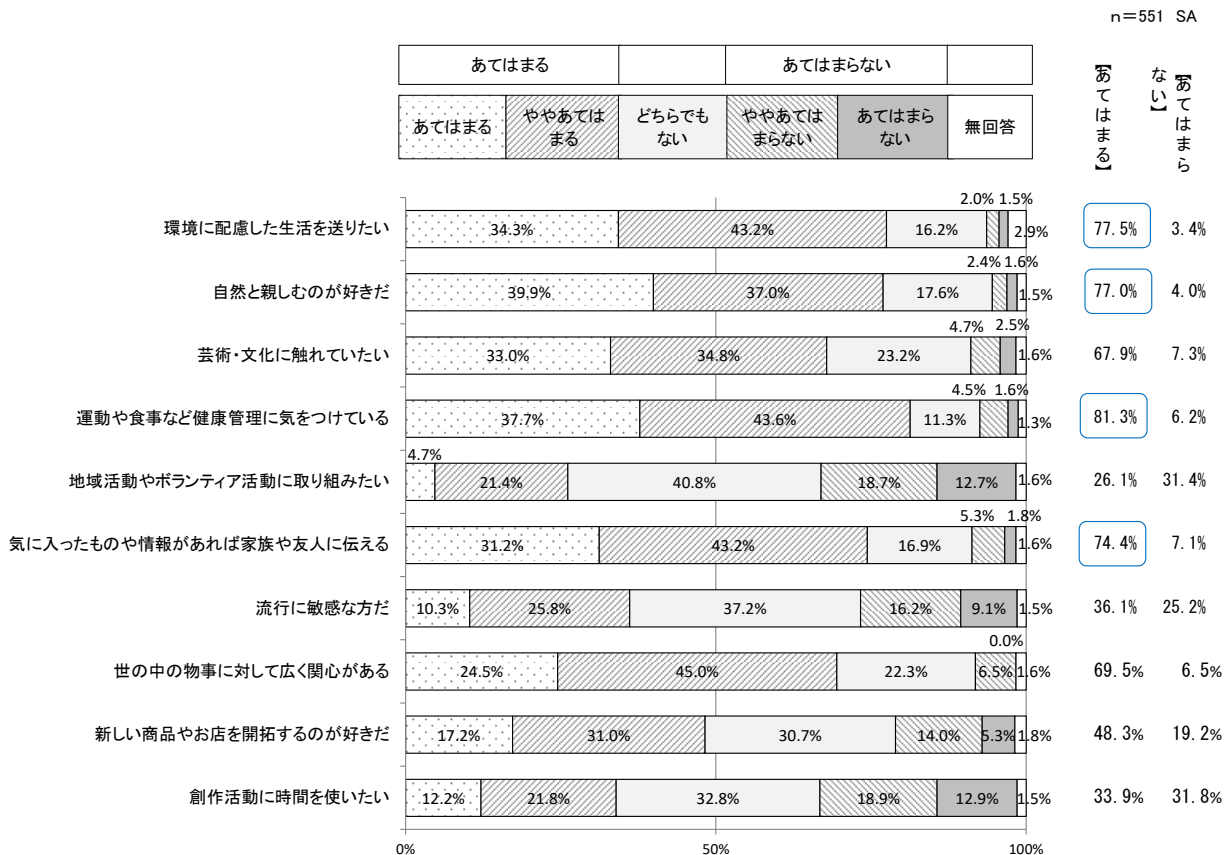
資料：杉並区の産業に関する区民意識調査 問 13

(2) 日常生活で意識していること

○日常生活で、健康、環境、安全性などを意識している人が多い

- ・「あてはまる」、「ややあてはまる」の回答があった上位は「製品・サービスは安全性を重視する」(82.2%)、「運動や食事など健康管理に気をつけている」(81.3%)「多少高くても耐久性の良いものを選ぶ」(77.9%)、「環境に配慮した生活を送りたい」(77.5%)、「多少高くても性能の良いものを選ぶ」(77.0%)、「自然と親しむのが好きだ」(77.0%)であり、健康管理、環境、自然などを意識し、製品・サービスには安全性、耐久性、性能など品質を意識している。
- ・それに次いで、「気に入ったものや情報があれば家族や友人に伝える」(74.4%)、「商品を買う前にいろいろな情報を集める」(70.6%)が70%を超えている。

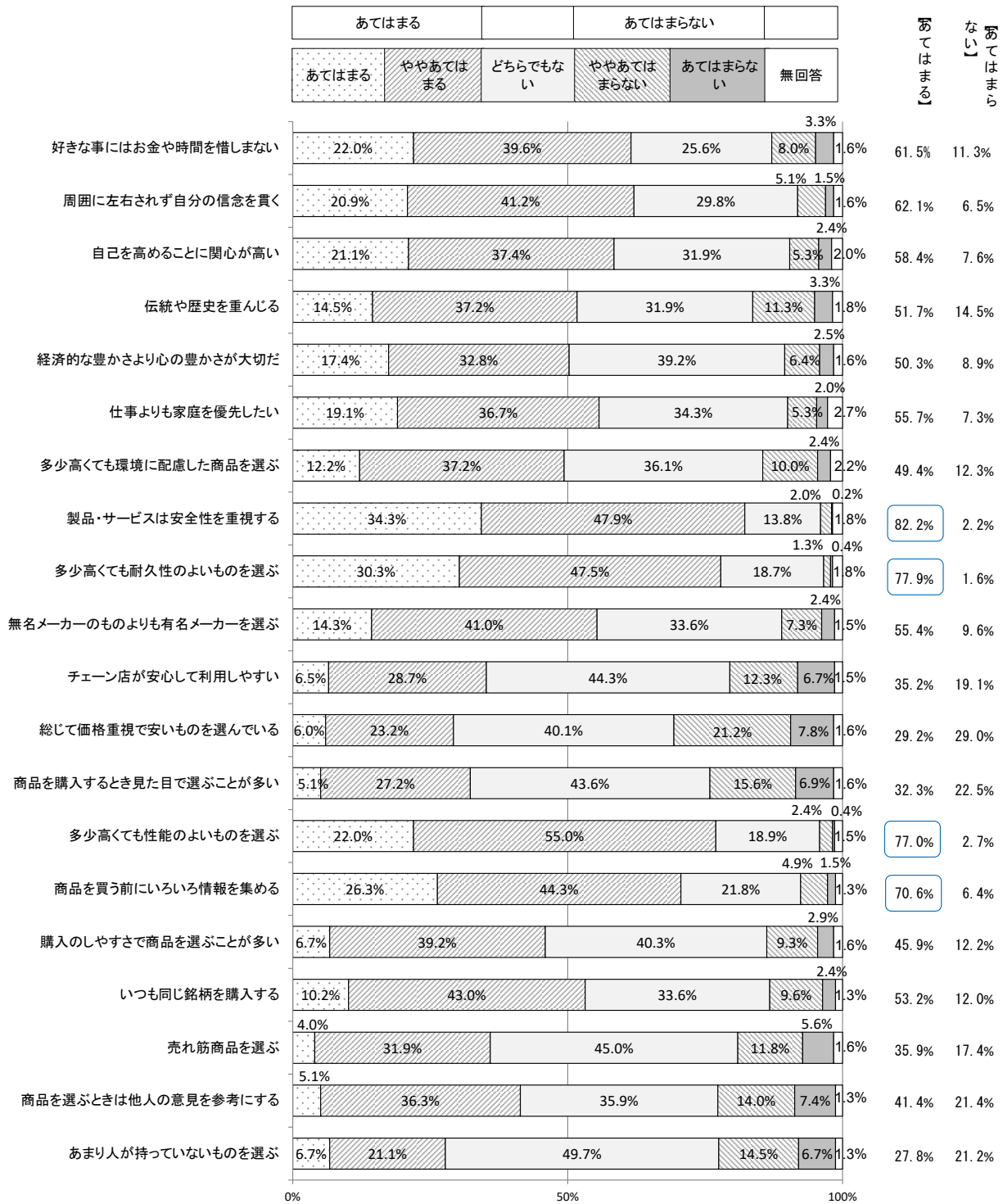
■図表 5-3 日常生活で意識していること (その1)



資料：杉並区の産業に関する区民意見調査 問 14

■図表 5-4 日常生活で意識していること（その2）

n=551 SA



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 14

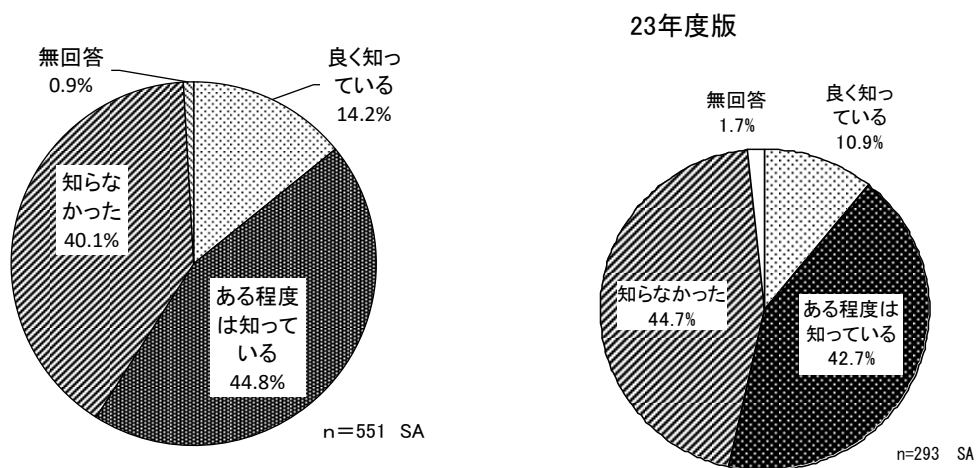
6. 杉並区のアニメ事業及び観光事業

(1) アニメ事業

○杉並アニメーションミュージアムは、区民の半数以上に認知されているが、そのうち約7割は行ったことがない

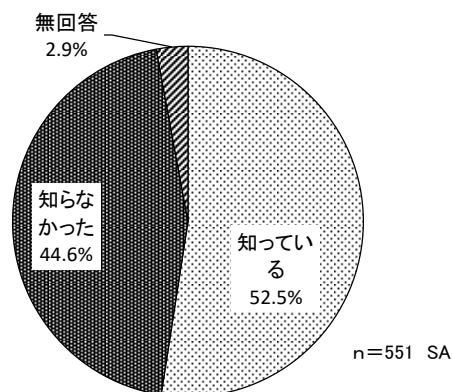
- ・区内にアニメ制作会社が集積していることを「良く知っている」、「ある程度は知っている」と回答した区民は59.0%で、平成23年度調査から5.4ポイント増加した。
- ・杉並アニメーションミュージアムを「知っている」と回答した区民は52.5%で、そのうち、29.1%が実際に「行ったことがある」と回答した。また、「行ったことがない」と回答した理由は、「アニメに興味がない」(40.2%)が最も多く、次いで「立地条件が悪い」(30.9%)となっている。
- ・「その他」と回答した人の具体的な理由は、「行きたいが、機会がない」等であった。

■図表 6-1 杉並区のアニメ制作会社集積の認知度



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 15

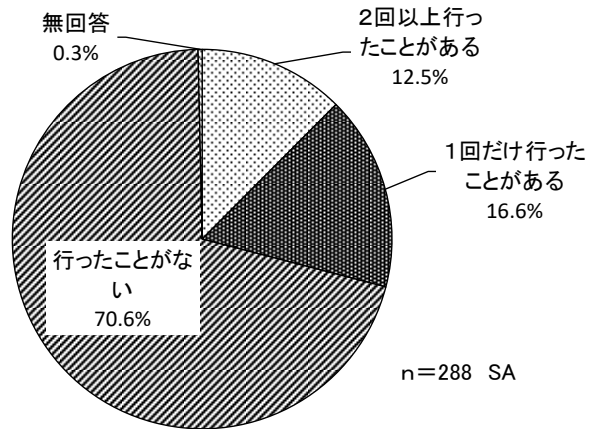
■図表 6-2 杉並アニメーションミュージアムの認知度



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 16

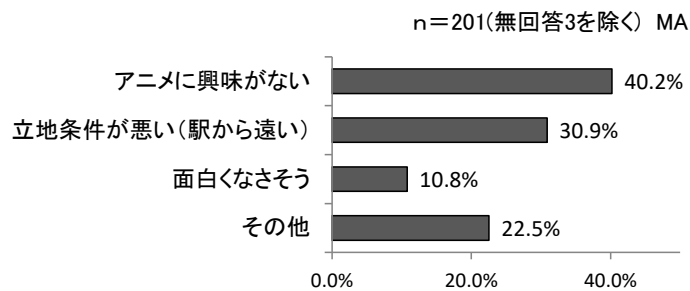
■図表 6-3 杉並アニメーションミュージアムに行った回数

(杉並アニメーションミュージアムを「知っている」と回答した方のみ回答)



■図表 6-4 杉並アニメーションミュージアムに行ったことがない理由

(杉並アニメーションミュージアムに「行ったことがない」と回答した方のみ回答)



【その他】(主な回答)

- ・行きたいが、機会がない
- ・情報が不足している
- ・一緒に行ってくれる人がいない
- ・子どもが大きくなったら行きたい
- ・家から遠い
- ・若い人が多く、入りづらい

資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 16-1・16-2

(2) 観光事業

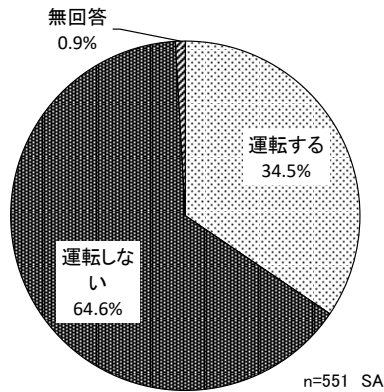
1) 図柄入りナンバープレート

○「杉並ナンバー」の「図柄入りナンバープレート」の導入については、「反対」に比べて、「賛成」は約3.5倍

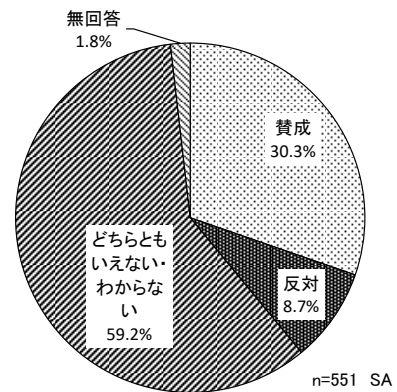
- ・「図柄入りナンバープレート」の導入について、賛成の区民は30.3%で、反対(8.7%)に比べて、約3.5倍となっている。
- ・寄付金の使途については、『「地域交通のサービス改善」を図る事業に活用することがふさわしい』との回答が73.4%と最も多かった。

■図表 6-5 図柄入りナンバープレート

(a) 自動車の運転状況 (週末のみの利用等も含む)

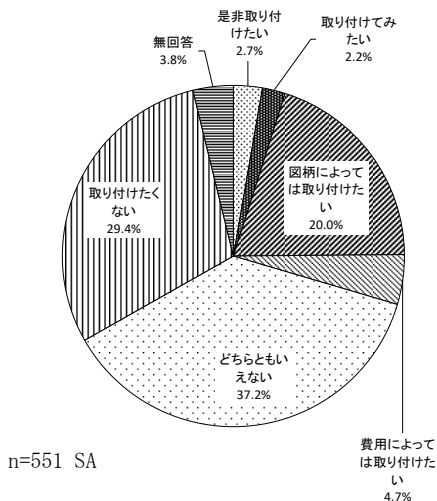


(b) 図柄入りナンバープレートの導入意向



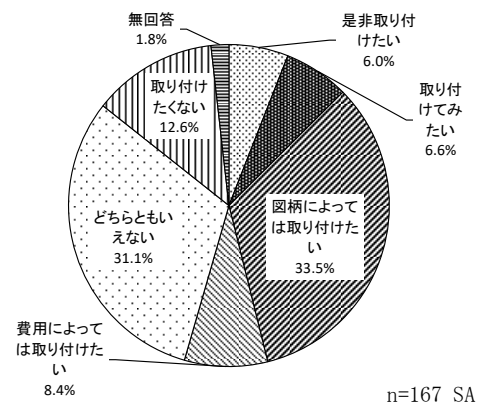
■図表 6-6 寄付金無し (モノトーン) 図柄入りナンバープレートの取付意向

(a) 取り付けについて (全回答)



(b) 取り付けについて

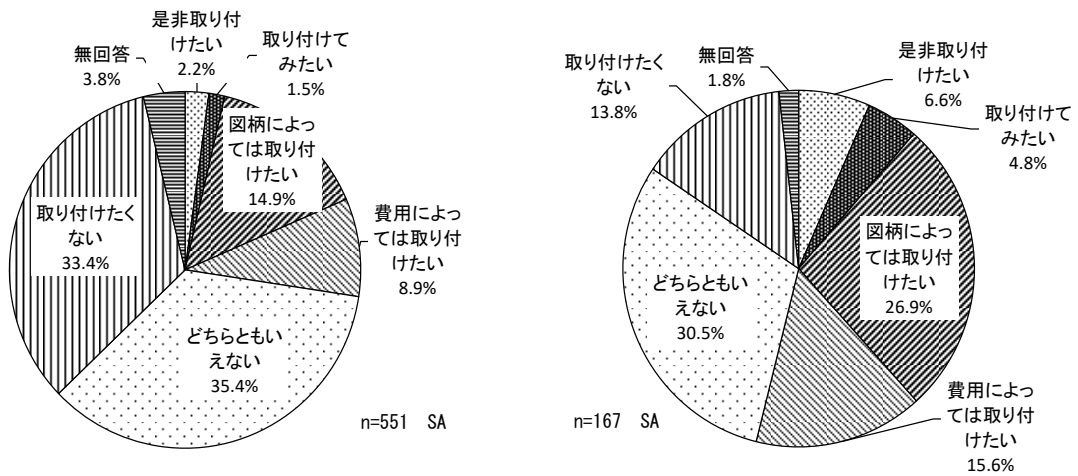
(図柄入りナンバープレート導入賛成者の回答)



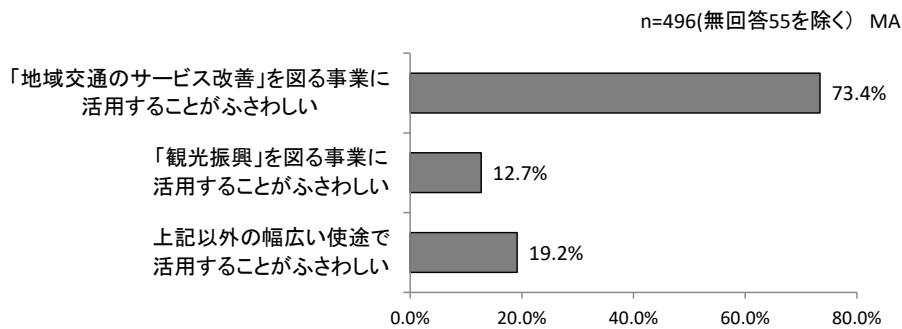
■ 図表 6-7 寄付金付（フルカラー）図柄入りナンバープレートの取付意向

(a) 取り付けについて（全回答）

(b) 取り付けについて（図柄入りナンバープレート導入賛成者の回答）



■ 図表 6-8 図柄入りナンバープレートの寄付金の使途



（図表 6-5～図表 6-8）資料： 杉並区の産業に関する区民意向調査 問 17-1・17-2・17-3・17-4・17-5

2) 杉並の観光資源

○ 「杉並区の観光資源は何だと思えますか」との問いに対し、イベント・自然・アニメ・街など様々な回答があった

（文章での回答であるため、1人が複数の観光資源を回答することもあった。回答があった「観光資源」をグループ化し、回答があった数（記述数）をカウントした）

- ・ 区民の回答で最も多かったのが「イベント・まつり」に関するもので、そのうち「東京高円寺阿波おどり」（47件）、「阿佐谷七夕まつり」（35件）が6割以上を占めた。
- ・ 次の多かった回答は、「自然・緑・公園・川」に関するもので、具体的な名称のほか、「緑」、「自然」などを単独で回答したものや、「緑豊かな公園」、「公園の自然」、「川沿いの緑豊かな環境」など、「自然・緑・公園・川」を組み合わせた回答があった。
- ・ そのほか、「アニメ」、「街」、「芸術文化」、「商店街」、「神社仏閣」などの回答があった。
- ・ 一方、「なし」、「わからない」の回答がそれぞれ、回答者の約1割を占めた。

■図表 6-9 杉並の観光資源

グループ	記述数	主な回答
イベント ・まつり	120	・東京高円寺阿波おどり・阿佐谷七夕まつり・地域のイベント ・阿佐谷ジャズストリート・区内各神社のお祭り
自然・緑・ 公園・川	113	・大きな公園など緑の多いところ・善福寺川・豊かな緑 ・川沿いの緑豊かな環境・善福寺公園・神田川の桜
アニメ	42	・アニメ制作会社・杉並アニメーションミュージアム
街	34	・駅ごとに異なる個性的な街・個性的な個人店がある街 ・緑豊かな街並み・駅周辺の個性的な街の雰囲気・きれいな街並み
芸術文化	34	・高円寺の若者文化・文化施設があること・中央線サブカルチャー ・ライブハウス・戦前の郊外邸宅・JAZZ・マニアックなファッション性
商店街	31	・高円寺、阿佐谷の個性的な商店街・中央線沿線などの特徴ある商店街 ・商店街の多さ・様々な商店街
神社仏閣	28	・史跡・妙法寺・神社仏閣・井草八幡宮
個人商店	25	・個性的な個人店・雑貨屋・昔ながらの個人商店・古着屋・古本店 ・質の高い個人商店・駅前の店舗・豊富な個人商店・アンティーク
飲食店	24	・充実した飲食店・個性的な飲食店・飲み屋街・カフェ・ラーメン ・面白い飲食店・おいしいお店
その他	36	・活気・鉄塔・歴史・人・著名人宅・個性的な人など
なし	30	
わからない	32	

n= 333 (無回答 218 を除く)FA

資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 18

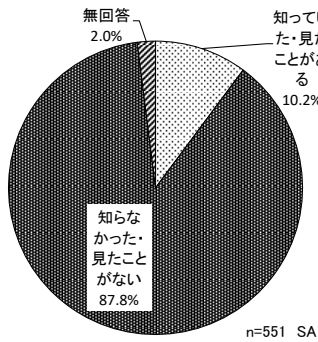
3) 中央線あるあるプロジェクト

○地域性があるため取組によって認知状況が異なるが、認知している区民の半数以上は「有効である」と回答した

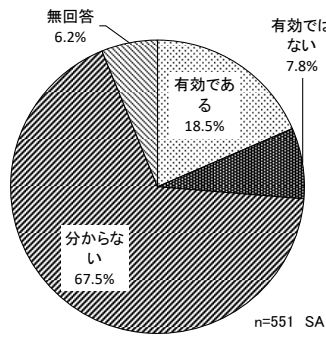
- ・「中央線あるあるプロジェクト」のウェブサイト「知っていた・見たことがある」と回答した区民は 10.2%であるが、中央線沿線（高円寺・阿佐谷・荻窪・西荻地域）では 17.1%となっている。
- ・キャッチコピー「なみじゃない、杉並！」を「知っていた・見たことがある」と回答した区民は、33.6%であるが、中央線沿線（高円寺・阿佐谷・荻窪・西荻地域）では 49.2%となっている。
- ・そのほか、東京新聞による広告、各種イベントのチラシの「なみじゃない、杉並！」ロゴ、商店街フラッグ（「なみじゃない、杉並！」）の各取組については、それぞれの認知状況が異なるが、「知っていた・見たことがある」と回答した区民のうち、50%以上は「有効である」と回答している。

■図表 6-10 中央線あるあるプロジェクトのウェブサイト

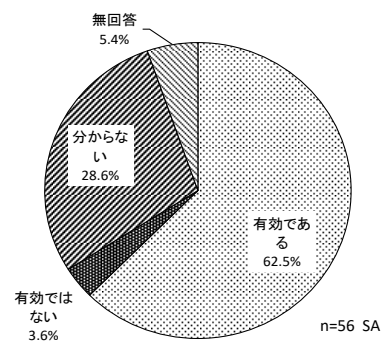
(a) 認知状況



(b) 有効性 (全員の回答)

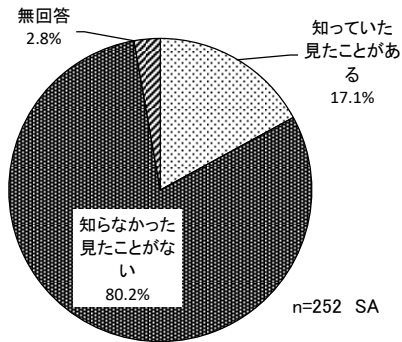


(c) 有効性 (知っている・見たことがある方の回答)

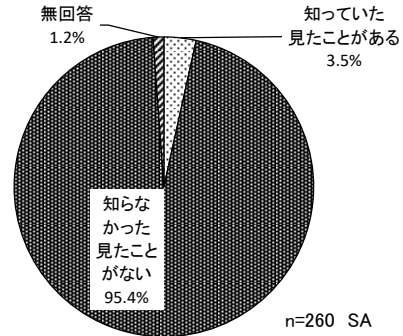


(d) 中央線沿線地域とその他の地域の認知状況 (住所無回答 39 を除く)

中央線沿線 (高円寺・阿佐谷・荻窪・西荻地域)

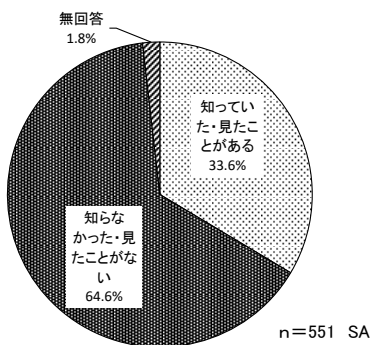


その他 (京王井の頭・北部・南部地域)

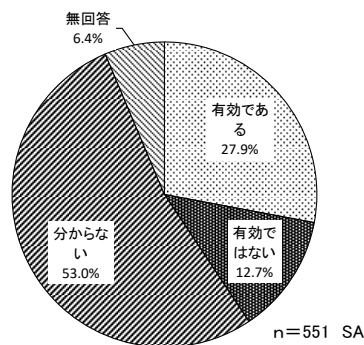


■図表 6-11 キャッチコピー「なみじゃない、杉並！」

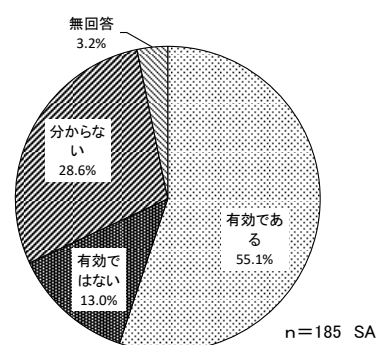
(a) 認知状況



(b) 有効性 (全員の回答)



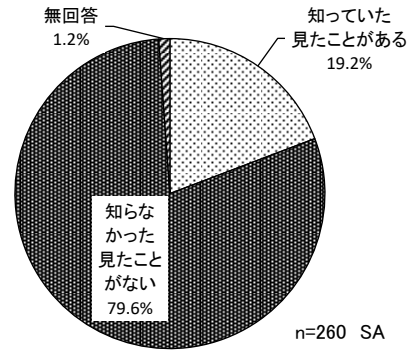
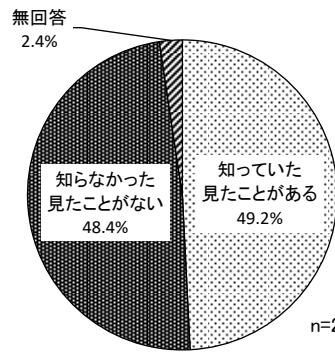
(c) 有効性 (知っている・見たことがある方の回答)



(d) 中央線沿線地域とその他の地域の認知状況（住所無回答 39 を除く）

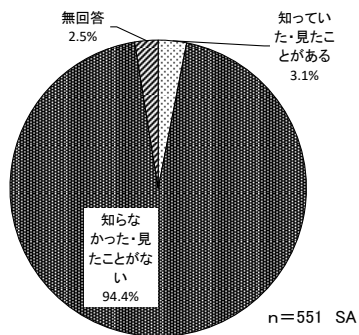
中央線沿線（高円寺・阿佐谷・荻窪・西荻地域）

その他（京王井の頭・北部・南部地域）

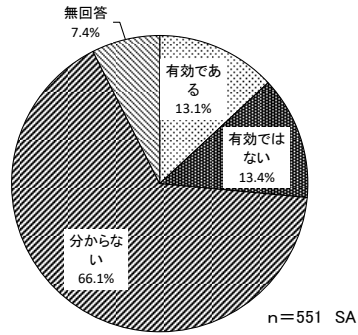


■ 図表 6-12 東京新聞による広告

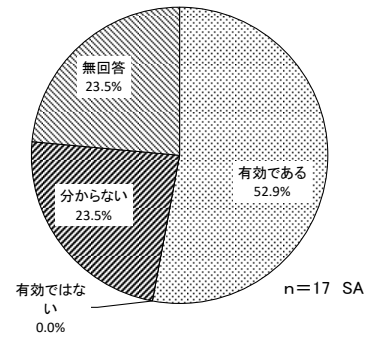
(a) 認知状況



(b) 有効性（全員の回答）

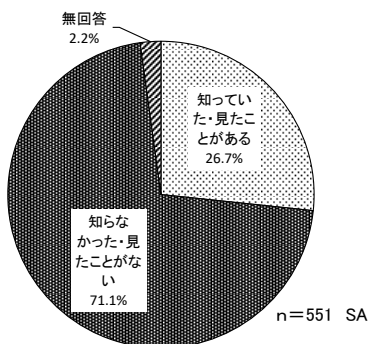


(c) 有効性（知っていた・見たことがある方の回答）

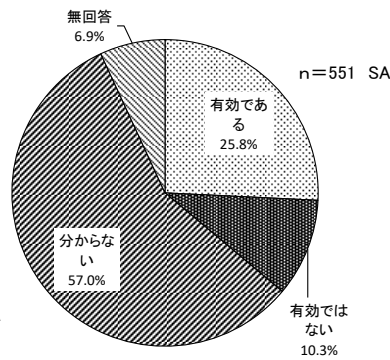


■ 図表 6-13 各種イベントのチラシの「なみじやない、杉並！」ロゴ

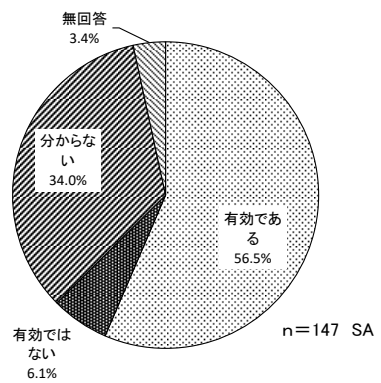
(a) 認知状況



(b) 有効性（全員の回答）

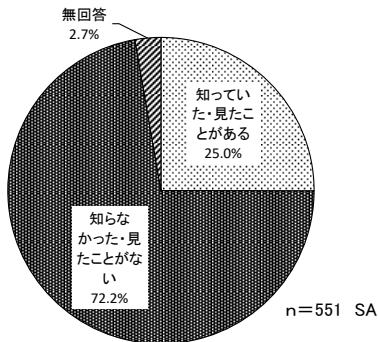


(c) 有効性（知っていた・見たことがある方の回答）

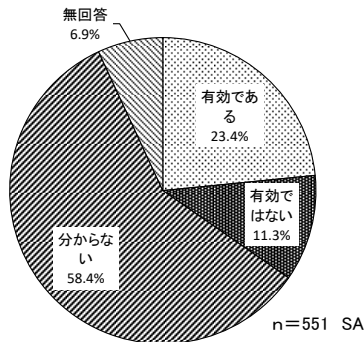


■図表 6-14 商店街フラッグ（「なみじやない、杉並！」）

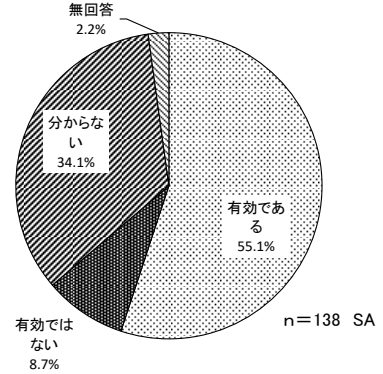
(a) 認知状況



(b) 有効性（全員の回答）



(c) 有効性（知っていた・見たことがある方の回答）

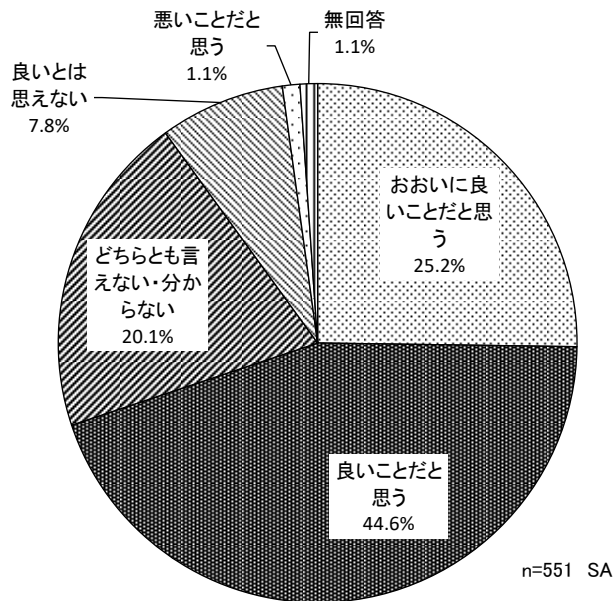


(図表 6-10～図表 6-14) 資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 19

4) 「にぎわい」や「活気」の創出について

○「にぎわい」や「活気」の創出につなげる計画については約7割の区民が好意的に捉えている・区の文化や魅力を発信し、活用し、来街者の誘致を図ることで「にぎわい」や「活気」の創出につなげる計画について、69.8%の区民が「おおいに良いことだと思う」、「良いことだと思う」と回答した。

■図表 6-15 「にぎわい」や「活気」の創出につなげる計画



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 20

