

---

令和2年度  
杉並区産業実態調査報告書

---

令和3年3月  
杉 並 区



# 目次

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第1章 調査の概要             | 1   |
| 1 調査の目的               | 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        | 2   |
| 4 本書で活用した各種既存資料の概要    | 3   |
| 5 報告書のまとめ方            | 4   |
| 第2章 事業所実態調査           | 6   |
| 1 杉並区の産業の現状           | 6   |
| 2 回答者の属性              | 11  |
| 3 組織への加入状況等について       | 16  |
| 4 顧客について              | 21  |
| 5 経営状況について            | 37  |
| 6 資金調達等について           | 64  |
| 7 採用状況や雇用環境について       | 69  |
| 8 事業所の立地場所について        | 84  |
| 9 新型コロナウイルス感染症の影響について | 88  |
| 10 最後に                | 97  |
| 第3章 区民意向調査            | 99  |
| 1 回答者の基本属性            | 99  |
| 2 日常生活の意識について         | 101 |
| 3 日頃の買い物について          | 111 |
| 4 杉並区の商店街について         | 128 |
| 5 杉並区の観光事業・アニメ事業について  | 136 |
| 6 杉並区の農業について          | 142 |
| 7 杉並区の就労支援について        | 145 |
| 8 杉並区の創業支援について        | 146 |
| 9 最後に                 | 147 |
| 第4章 杉並区の商店街の現状        | 149 |
| 1 商店街の実態について          | 149 |
| 2 商店街の特徴              | 152 |
| 3 商店街が抱えている問題点        | 159 |
| 4 商店街の取組について          | 167 |
| 第5章 杉並区の農業の現状         | 172 |
| 1 農業の実態について           | 172 |
| 2 農業における課題            | 178 |
| 第6章 調査結果の考察           | 184 |
| 1 事業所実態調査について         | 184 |
| 2 区民意向調査について          | 184 |
| 3 商店街の現状について          | 185 |
| 4 農業の現状について           | 186 |
| 参考資料                  | 187 |
| 1 事業所実態調査の調査票         | 187 |
| 2 区民意向調査の調査票          | 199 |



# 第1章 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 アンケート調査の実施概要

| 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<br>※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) <sup>注1)</sup> | 3,739  | 1,461  |
| 有効回収数(件)                | 1,052 <sup>注2)</sup>   | 620 <sup>注3)</sup>   |
| 有効回収率(%)                | 28.1   | 42.4   |
| 調査内容                    | 1 事業所について<br>2 組織への加入状況等について<br>3 顧客について<br>4 経営状況について<br>5 資金調達等について<br>6 採用状況や雇用環境について<br>7 事業所の立地場所について<br>8 新型コロナウイルス感染症の影響について<br>9 その他 | 1 調査対象の基本属性について<br>2 日常生活の意識について<br>3 日頃の買い物について<br>4 杉並区の商店街について<br>5 杉並区の観光事業・アニメ事業について<br>6 杉並区の農業について<br>7 杉並区の就労支援について<br>8 杉並区の創業支援について<br>9 その他 |

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。

### 3 ヒアリング調査の実施概要

#### (1) 調査対象の選定方法

杉並区事業所実態調査（アンケート調査）において、以下のような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。

- 過去3年以内に商品やサービスに対する顧客のニーズを把握する取組を行っている。
- 過去3年間で、商品やサービスに対して新たに取り組んだものがある。
- 3年前と比べて売上高が増加している。
- 過去3年間で、売上を伸ばすために取り組んだものがある。
- キャッシュレス決済システムを導入しており、その効果も回答している。
- 公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用したことがあり、その活用した制度と理由を記入している。
- ワーク・ライフ・バランスにすでに取り組んでおり、その取組内容を記入している。
- 商店会に加入しており、加入している理由と活性化に向けて必要な取組を回答している。
- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、売上を維持・向上させるために講じた対策があり、区の支援事業である「新型コロナウイルス感染症対策特例資金」を活用している。
- 新型コロナウイルス感染症の影響を受けているが、昨年度の4～9月と今年度の同時期を比べて売上高が増加している。

#### (2) 調査方法と調査期間

|      |                       |
|------|-----------------------|
| 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） |

#### (3) 調査内容

| 主な調査内容 |                        |
|--------|------------------------|
| 1      | 事業所の基礎情報               |
| 2      | 売上を伸ばすための取組について        |
| 3      | キャッシュレス決済の導入状況について     |
| 4      | 資金調達の支援制度について          |
| 5      | ワーク・ライフ・バランスについて       |
| 6      | 商店会について                |
| 7      | 新型コロナウイルス感染症の影響と対策について |

## 4 本書で活用した各種既存資料の概要

本書では、前述したアンケート調査及びヒアリング調査以外に、区が主体となって収集した既存資料と、国や東京都が主体となって収集した既存資料を整理・分析している。これらの資料の概要は以下の通りである。

### (1) 区が主体となって収集した既存資料

|      |                     |
|------|---------------------|
| 資料名称 | 街の「にぎわい」に関するアンケート調査 |
| 調査対象 | 杉並区内の商店街に所属する店舗     |
| 調査期間 | 令和2年1月23日～3月23日     |

|      |                  |
|------|------------------|
| 資料名称 | 杉並区農業経営実態調査      |
| 調査対象 | 杉並区内において農業を営む農家  |
| 調査期間 | 令和2年8月26日～10月22日 |

### (2) 国や東京都が主体となって収集した既存資料

|      |  |
|------|--|
| 資料名称 | 農林業センサス（農林業経営体調査）  |
| 調査対象 | 農林産物の生産を行うか又は委託を受けて農林業作業を行い、生産又は作業に係る面積・頭数が一定規模以上の「農林業生産活動」を行う者（組織の場合は代表者） |
| 調査期日 | 令和2年2月1日現在で実施  |

|      |                               |
|------|-------------------------------|
| 資料名称 | 東京都商店街実態調査                    |
| 調査対象 | 東京都内の全商店街（2,447商店街、令和元年10月現在） |
| 調査期間 | 令和元年10月～令和2年3月                |

|      |                 |
|------|-----------------|
| 資料名称 | 東京都農作物生産状況調査報告書 |
| 調査対象 | 都内の耕地面積10a以上の農家 |
| 調査期間 | 令和元年度           |

## 5 報告書のまとめ方

---

### (1) 本書を読む際の留意事項

本書を読む際の留意事項は以下の通りである。

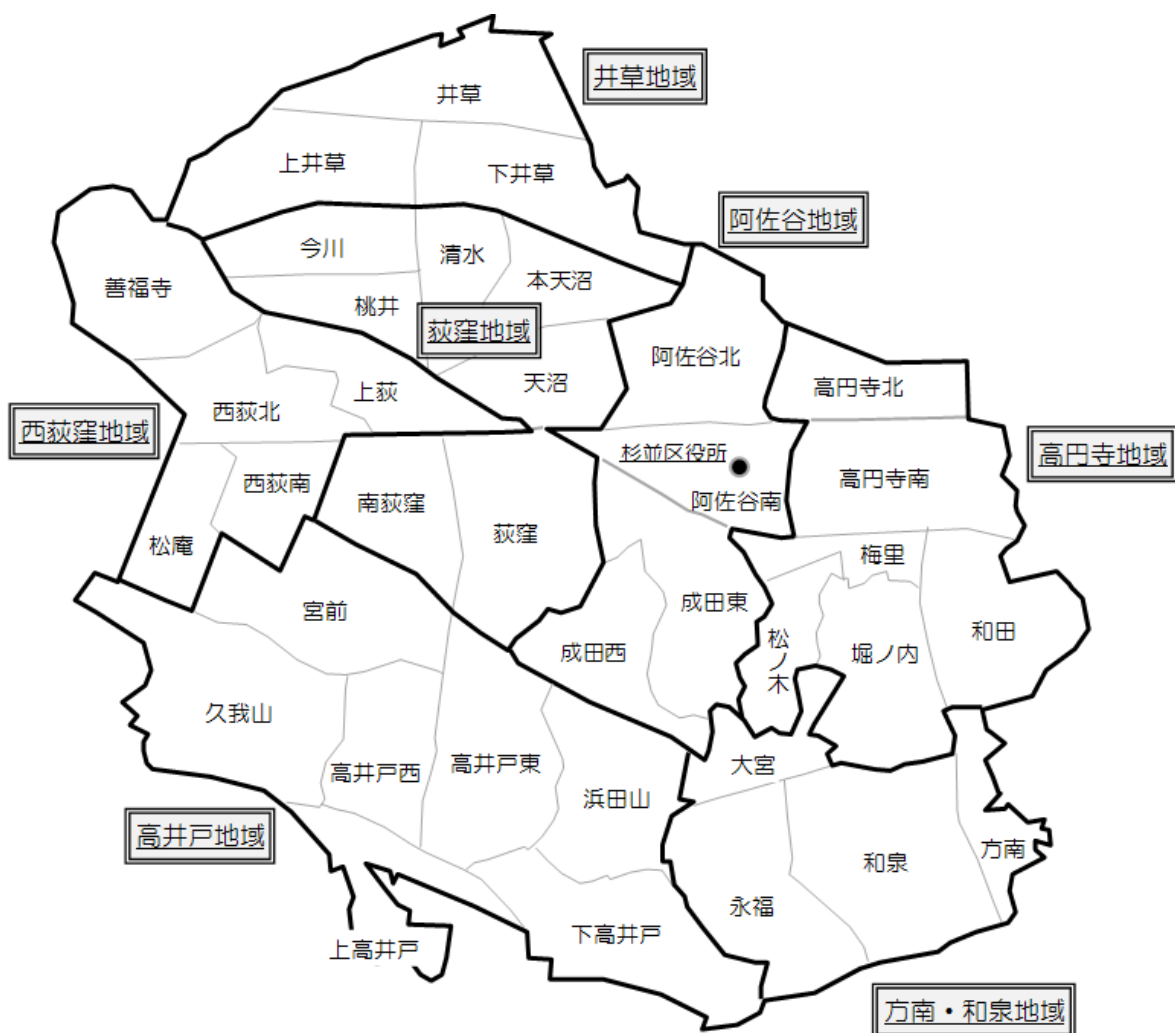
- ア 図表内の「N」は、設問に対する回答の合計数である。
- イ 集計は、小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示しているため、単一回答の設問であっても、割合の合計が100.0%とならない場合がある。
- ウ 複数回答を求めた設問では、設問に対する回答者数を分母として選択肢ごとの割合を算出しているため、回答比率の合計が100.0%を上回る場合がある。
- エ 単一回答の単純集計のみ無回答者を含めて割合を算出している。複数回答の単純集計や単一回答及び複数回答のクロス集計では無回答を除いて割合を算出している。そのため、クロス集計表において、各属性の件数の全体と全体件数と一致しないことがある。
- オ 業種別クロス集計では、10件未満である「電気・ガス・熱供給・水道業」(6件)「農林水産業」(2件)及び「その他」(78件)を除いているため、各属性の件数の合計と全体件数は一致しない。
- カ 複数の項目を回答する形式の設問のうち、複数回答の設問の図表については、N値は各項目の最大値となっている。
- キ 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) 地域区分

以下のように地域区分を定める。

| 地域名       | 住居表示の町名                        |
|-----------|--------------------------------|
| 1 井草地域    | 井草、上井草、下井草                     |
| 2 西荻窪地域   | 上荻、松庵、善福寺、西荻北、西荻南              |
| 3 荻窪地域    | 天沼、今川、荻窪、清水、本天沼、南荻窪、桃井         |
| 4 阿佐谷地域   | 阿佐谷北、阿佐谷南、成田西、成田東              |
| 5 高円寺地域   | 梅里、高円寺北、高円寺南、堀ノ内、松ノ木、和田        |
| 6 高井戸地域   | 上高井戸、久我山、下高井戸、高井戸西、高井戸東、浜田山、宮前 |
| 7 方南・和泉地域 | 和泉、永福、大宮、方南                    |



# 第2章 事業所実態調査

## 1 杉並区の産業の現状

### (1) 区の産業の構成

#### ①事業所数・従業者数の推移

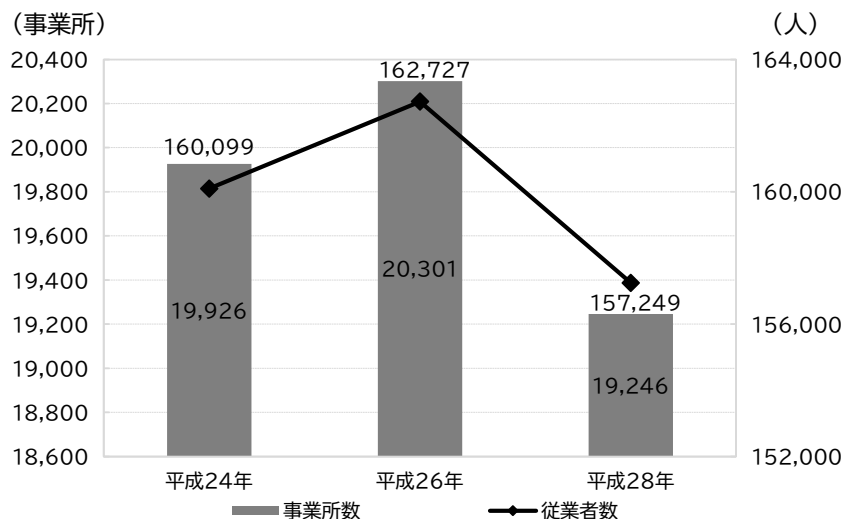
#### ○事業所数及び従業者数は減少傾向となっている

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。

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 1-1 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

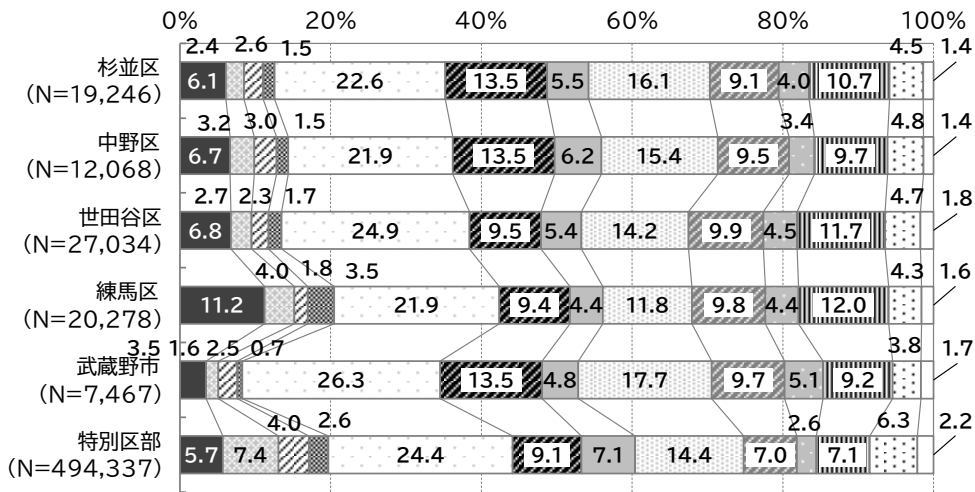
②産業分類別の事業所数・従業者数の割合

○杉並区の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。

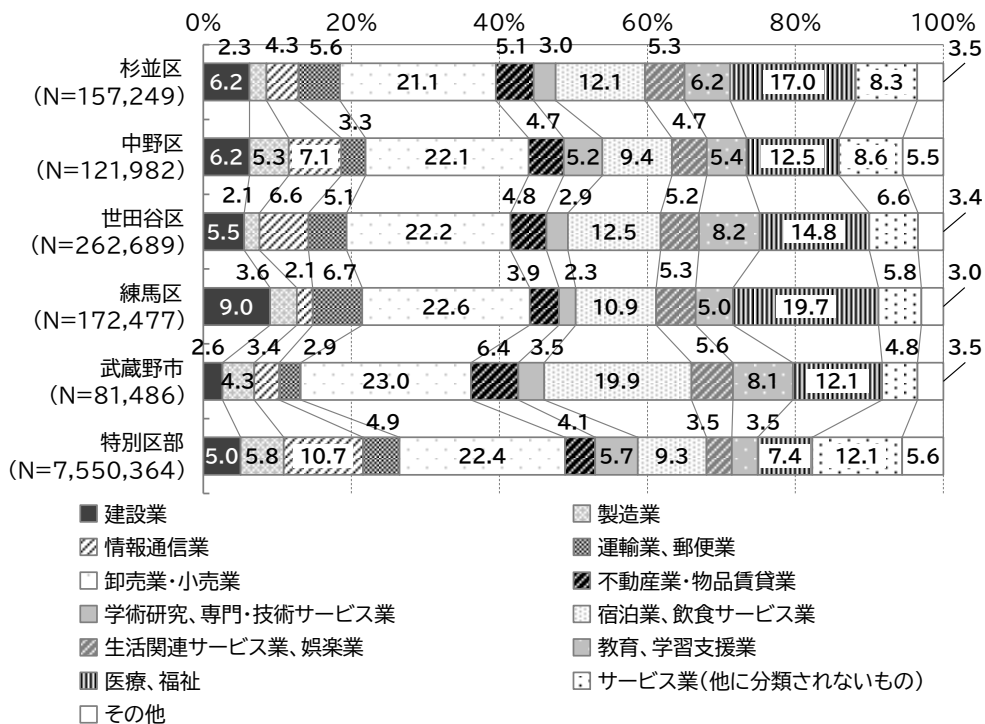
従業員構成では、杉並区は「卸売業・小売業」の割合が最も高く、21.1%となっている。特別区部と比較すると、「情報通信業」の割合が低くなっている一方で、「医療・福祉」の割合が高くなっていることが特徴といえる。

■図表 1-3 杉並区及び隣接自治体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 杉並区及び隣接自治体の産業分類別従業者数の割合 (SA)

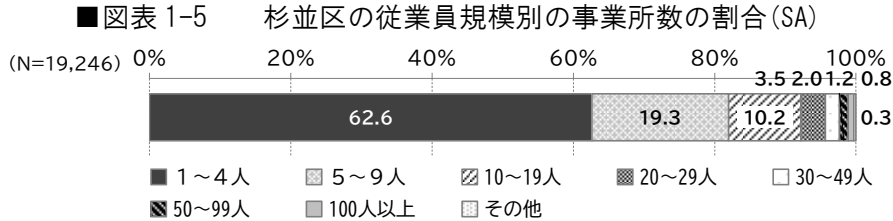


出典「平成 28 年経済センサス活動調査」

③従業員規模別の事業所数の割合

**〇区全体で「10人未満」の事業所が8割を超えている**

「1～4人」が62.6%と最も高く、次いで「5～9人」が19.3%、「10～19人」が10.2%となっている。



出典「平成28年経済センサス活動調査」

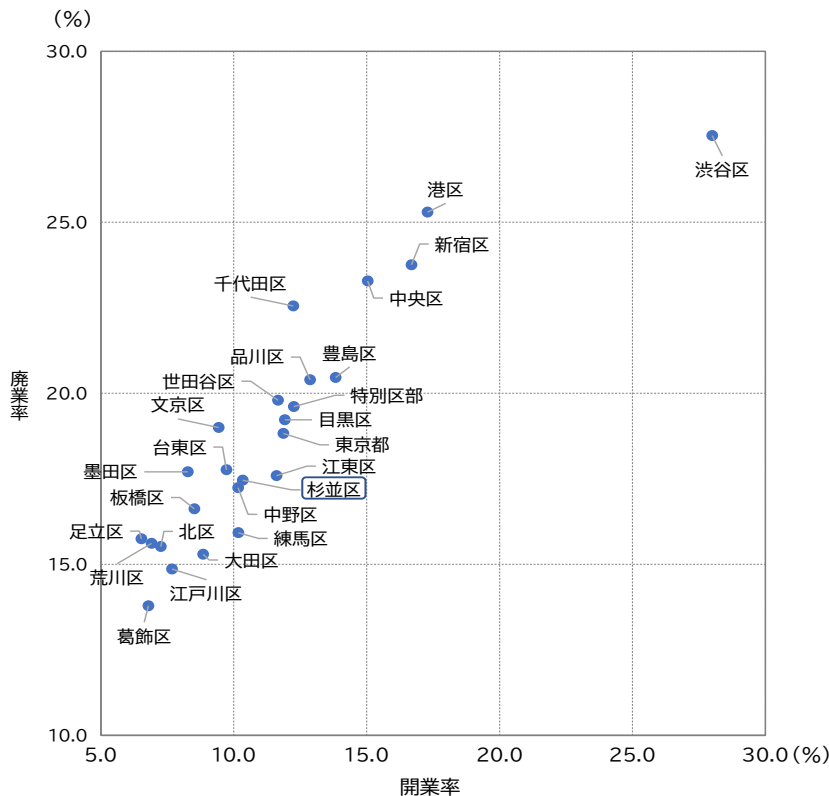
(2) 事業所の開業・廃業

**〇区事業所の開業率・廃業率は、いずれも1割台となっており、業種ではサービス業（他に分類されないもの）の開業・廃業が多い**

杉並区事業所の開業率は10.3%、廃業率は17.5%となっている。

東京都が開業率11.9%、廃業率18.8%、特別区部が開業率12.3%、廃業率19.6%となっており、開業率・廃業率ともに東京都や特別区部の割合を下回っている。隣接する自治体（世田谷区、中野区、練馬区）と比較すると、開業率・廃業率ともに世田谷区の次に多く、中野区と同程度となっている。

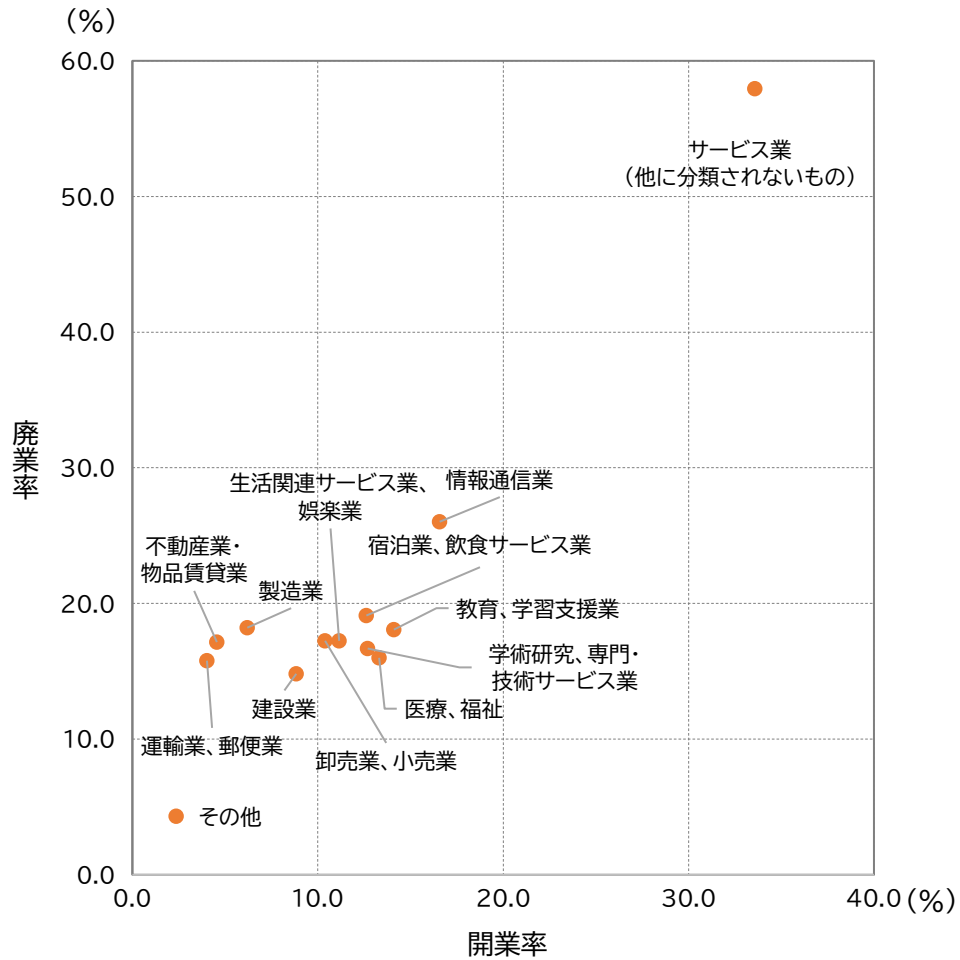
■ 図表 1-6 開業率及び廃業率 (SA)



出典「平成28年経済センサス活動調査」

業種別にみると、「サービス業(他に分類されないもの)」が開業率(33.6%)・廃業率(58.0%)ともに高くなっている。事業所の割合の多い卸売業・小売業は、開業率10.4%、廃業率17.2%となっている。

■ 図表 1-7 区内業種別開業率及び廃業率(SA)



出典「平成28年経済センサス活動調査」

### (3) 近年の動向

卸売業・小売業の事業所数は、平成24年から28年にかけて6.4%の減、従業者数は5.8%の減となっている。このうち減少が顕著な業種は、事業所数においては「建築材料、鉱物・金属材料等卸売業」で11.2%の減、従業者数においては「機械器具卸売業」で18.1%の減となっている。一方、増加が顕著な業種は、事業所数においては「無店舗小売業」で26.0%の増、従業者数においては「飲食料品卸売業」で20.1%の増となっている。

■図表1-8 卸売業・小売業の事業所数・従業者数の推移(NA)

|                  | 事業所数(所) |       |        | 従業者数(人) |        |        |
|------------------|---------|-------|--------|---------|--------|--------|
|                  | 平成24年   | 平成28年 | 増減率    | 平成24年   | 平成28年  | 増減率    |
| 卸売業・小売業計         | 4,655   | 4,356 | -6.4%  | 35,162  | 33,124 | -5.8%  |
| 卸売業計             | 963     | 930   | -3.4%  | 8,923   | 8,569  | -4.0%  |
| 各種商品卸売業          | 1       | 3     | 200.0% | 2       | 11     | 450.0% |
| 繊維・衣服等卸売業        | 77      | 76    | -1.3%  | 519     | 475    | -8.5%  |
| 飲食料品卸売業          | 165     | 165   | 0.0%   | 1,850   | 2,221  | 20.1%  |
| 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業 | 196     | 174   | -11.2% | 1,332   | 1,376  | 3.3%   |
| 機械器具卸売業          | 246     | 233   | -5.3%  | 2,719   | 2,227  | -18.1% |
| その他の卸売業          | 278     | 279   | 0.4%   | 2,501   | 2,259  | -9.7%  |
| 小売業計             | 3,651   | 3,420 | -6.3%  | 25,651  | 24,501 | -4.5%  |
| 各種商品小売業          | 3       | 7     | 133.3% | 96      | 433    | 351.0% |
| 織物・衣服・身の回り品小売業   | 574     | 528   | -8.0%  | 2,272   | 2,102  | -7.5%  |
| 飲食料品小売業          | 1,199   | 1,091 | -9.0%  | 12,893  | 12,152 | -5.7%  |
| 機械器具小売業          | 349     | 340   | -2.6%  | 2,240   | 2,210  | -1.3%  |
| その他の小売業          | 1,422   | 1,323 | -7.0%  | 7,126   | 6,582  | -7.6%  |
| 無店舗小売業           | 104     | 131   | 26.0%  | 1,024   | 1,022  | -0.2%  |

※格付不能の事業所・従業者数を除くため、合計値が経済センサスと一致していない。  
出典「平成24年・28年経済センサス活動調査」

平成24年から平成28年にかけて、事業所の増加が顕著であった「無店舗小売業」についてみると、事業所数では、「その他の無店舗小売業」が108.3%の増、「通信販売・訪問販売小売業」が21.5%の増となっている。従業者数では、「その他の無店舗小売業」が102.5%の増、「自動販売機による小売業」が12.3%の増となっている。

■図表1-9 無店舗小売業の事業所数・従業者数の推移(NA)

|                  | 事業所数(所) |       |        | 従業者数(人) |       |        |
|------------------|---------|-------|--------|---------|-------|--------|
|                  | 平成24年   | 平成28年 | 増減率    | 平成24年   | 平成28年 | 増減率    |
| 無店舗小売業           | 104     | 131   | 26.0%  | 1,024   | 1,022 | -0.2%  |
| 管理、補助的経済活動を行う事業所 | 0       | 1     | -      | 0       | 4     | -      |
| 通信販売・訪問販売小売業     | 79      | 96    | 21.5%  | 823     | 721   | -12.4% |
| 自動販売機による小売業      | 13      | 9     | -30.8% | 122     | 137   | 12.3%  |
| その他の無店舗小売業       | 12      | 25    | 108.3% | 79      | 160   | 102.5% |

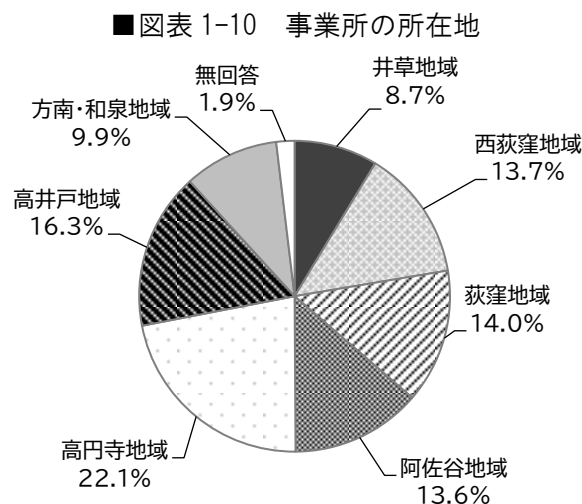
※無店舗小売業とは、店舗を持たずに商品の販売を行う小売業のこと。  
出典「平成24年・28年経済センサス活動調査」

## 2 回答者の属性

問1～問2

【所在地】

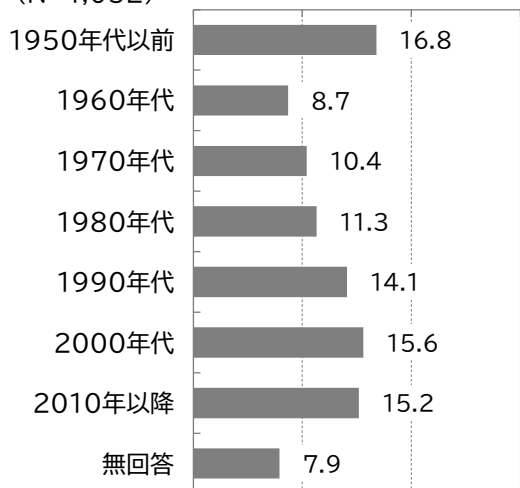
(N=1,052)



【創業年】

■ 図表 1-11 事業所の創業年

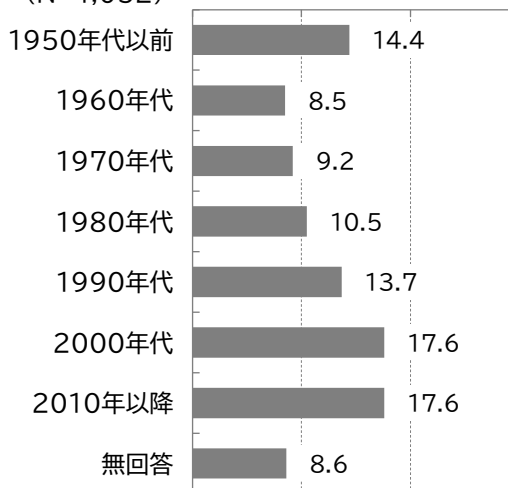
(N=1,052) 0% 10% 20% 30%



【杉並区での事業開始年】

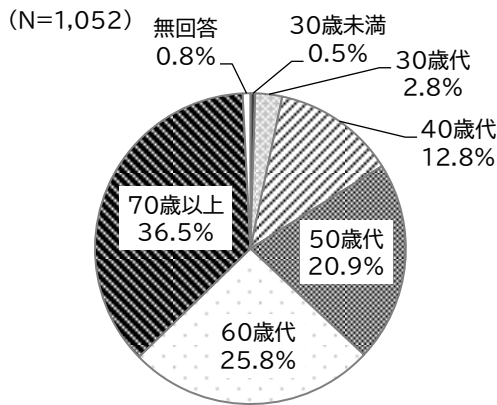
■ 図表 1-12 事業所の杉並区での事業開始年

(N=1,052) 0% 10% 20% 30%



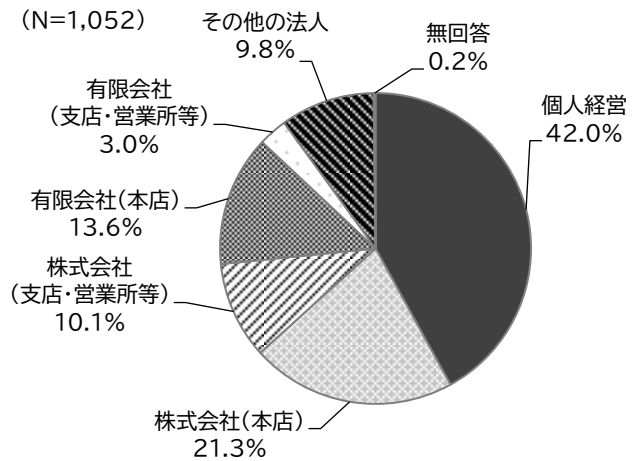
【代表者の年齢】

■ 図表 1-13 事業所の代表者の年齢



【経営形態】

■ 図表 1-14 事業所の経営形態



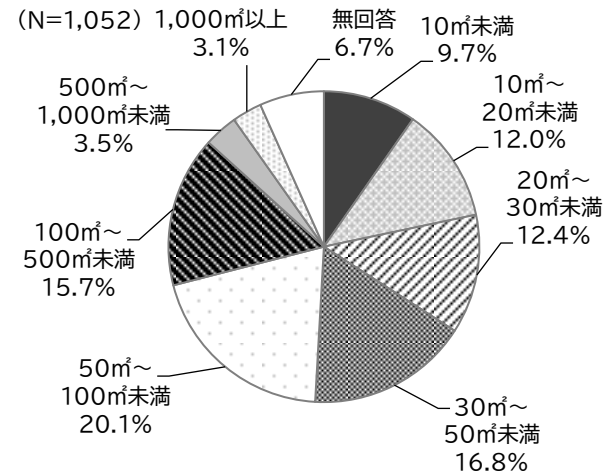
【業種】

■ 図表 1-15 事業所の業種



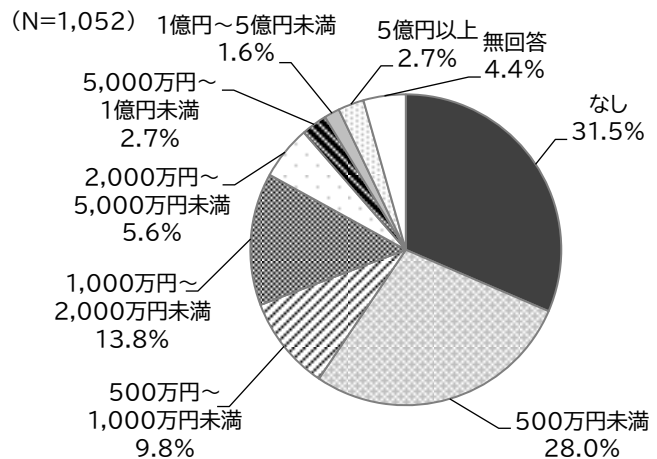
【事業所面積】

■ 図表 1-16 事業所の面積



【資本金額】

■ 図表 1-17 事業所の資本金額

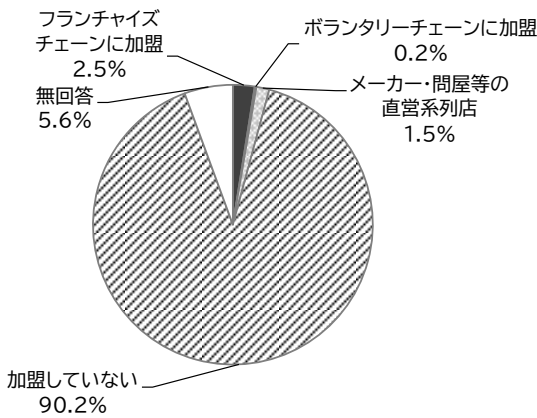




【チェーンへの加盟】

■ 図表 1-18 チェーンへの加盟状況

(N=1,052)

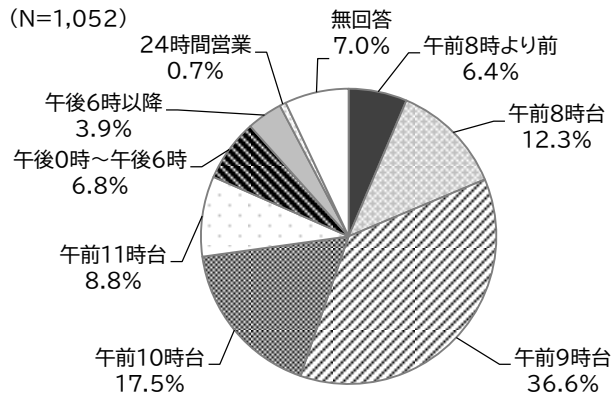


【営業時間】

■ 図表 1-19 事業所の営業時間

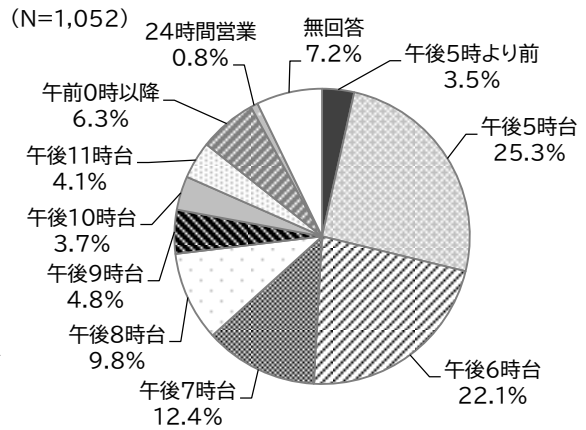
《 始業時間 》

(N=1,052)



《 終業時間 》

(N=1,052)

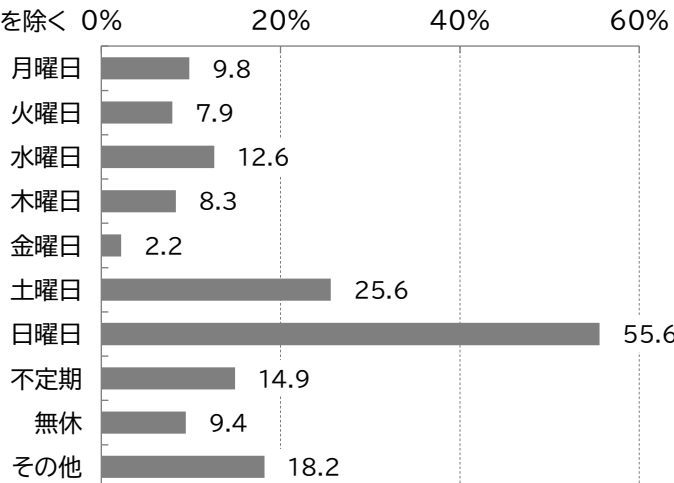


【休業日】

■ 図表 1-20 事業所の休業日 (MA)

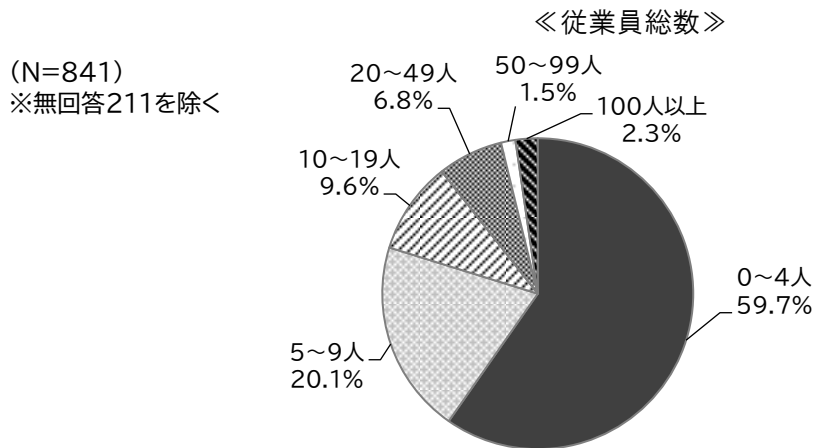
(N=1,026)

※無回答26を除く



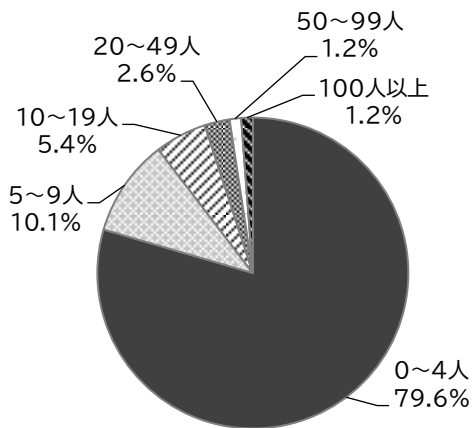
【従業員数】

■ 図表 1-21 事業所の従業員数



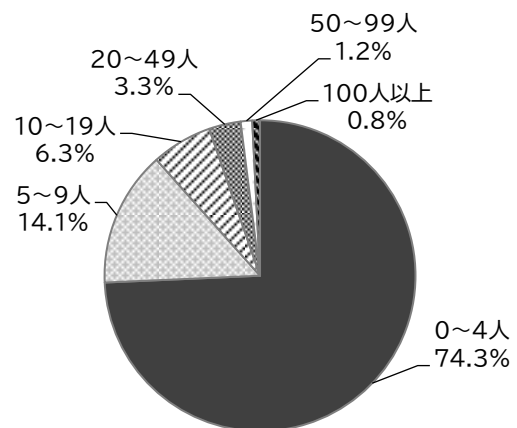
《総数（男性）》

(N=763)※無回答289を除く



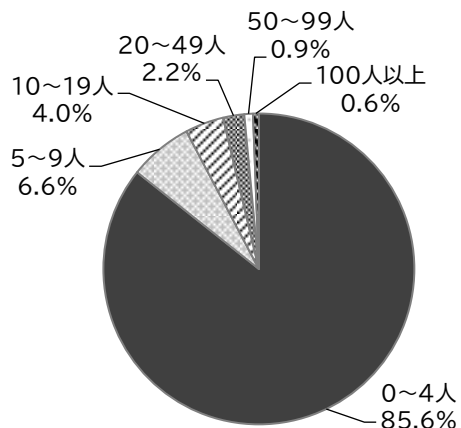
《総数（女性）》

(N=760)※無回答292を除く



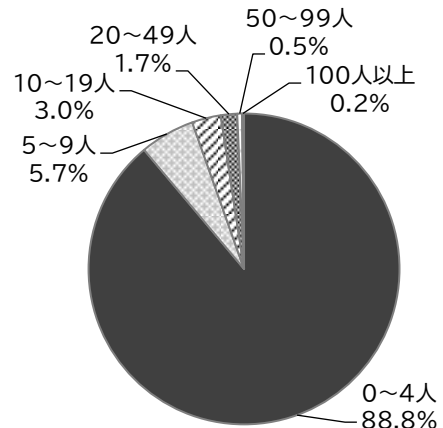
《正規の職員・従業員（男性）》

(N=848)※無回答204を除く



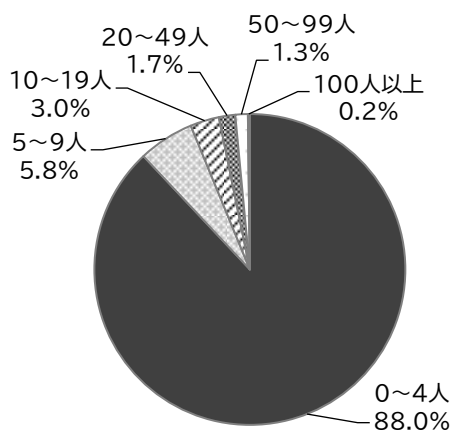
《正規の職員・従業員（女性）》

(N=801)※無回答251を除く



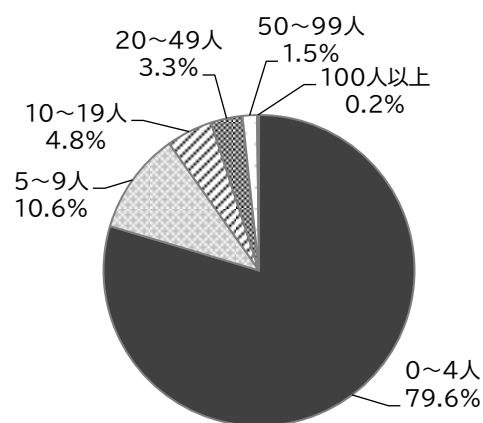
《非正規の職員・従業員（男性）》

(N=466)※無回答586を除く



《非正規の職員・従業員（女性）》

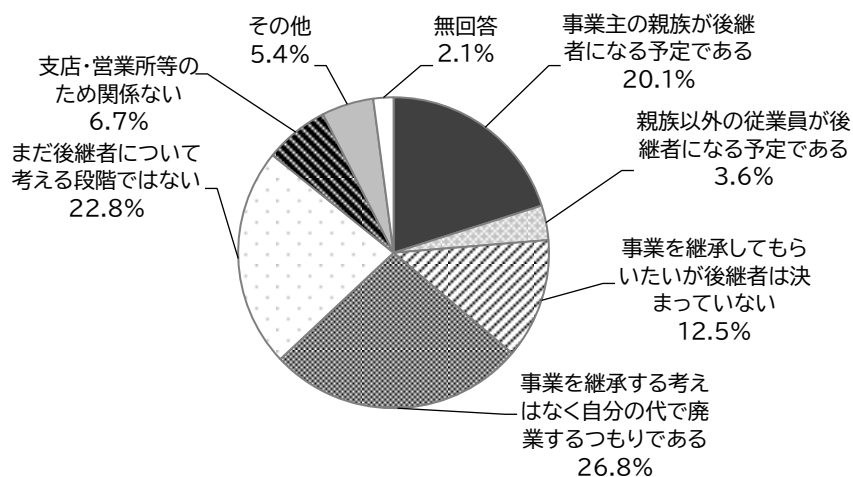
(N=545)※無回答507を除く



【事業後継者の有無】

■ 図表 1-22 事業所の事業後継者の有無

(N=1,052)



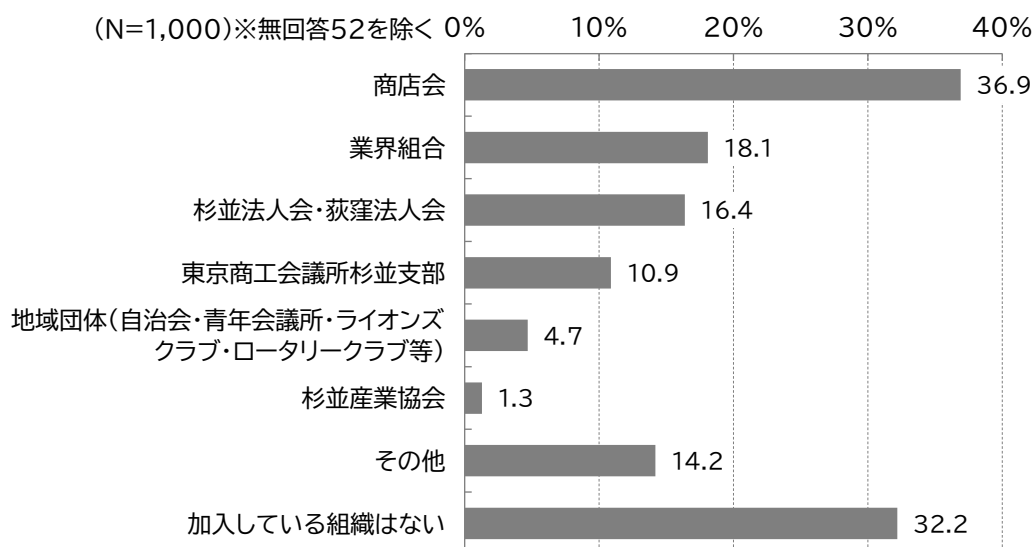
### 3 組織への加入状況等について

問3 貴事業所が加入している組織はありますか。(〇はいくつでも)

#### ○商店会への加入率は3割半ばとなっている

何らかの組織に加入している事業所は67.8%、組織に加入していない事業所は32.2%となっている。何らかの組織に加入している事業所のうち、「商店会」が36.9%と最も高く、次いで「業界組合」が18.1%、「杉並法人会・荻窪法人会」が16.4%となっている。

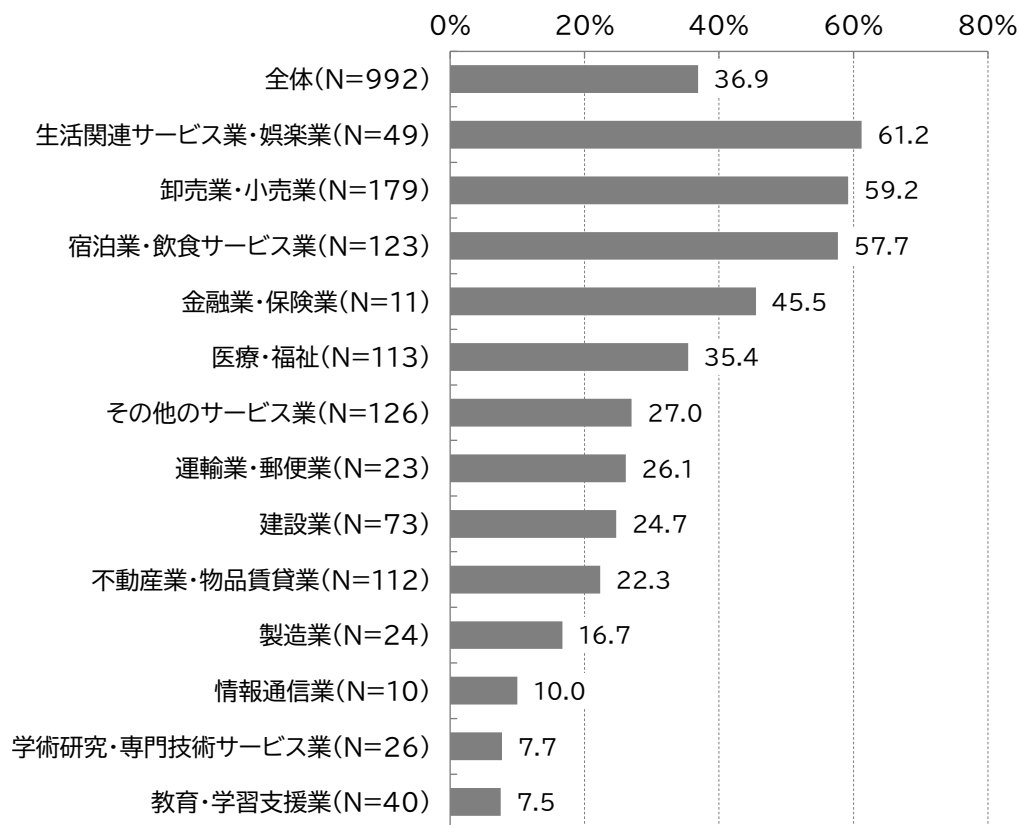
■図表 1-23 組織への加入状況



〈業種別にみる商店会への加入状況〉

業種別にみると、商店会への加入率は「生活関連サービス業・娯楽業」が61.2%と最も高く、次いで「卸売業・小売業」が59.2%、「宿泊業・飲食サービス業」が57.7%となっている。

■ 図表 1-24 商店会への加入状況（業種別）

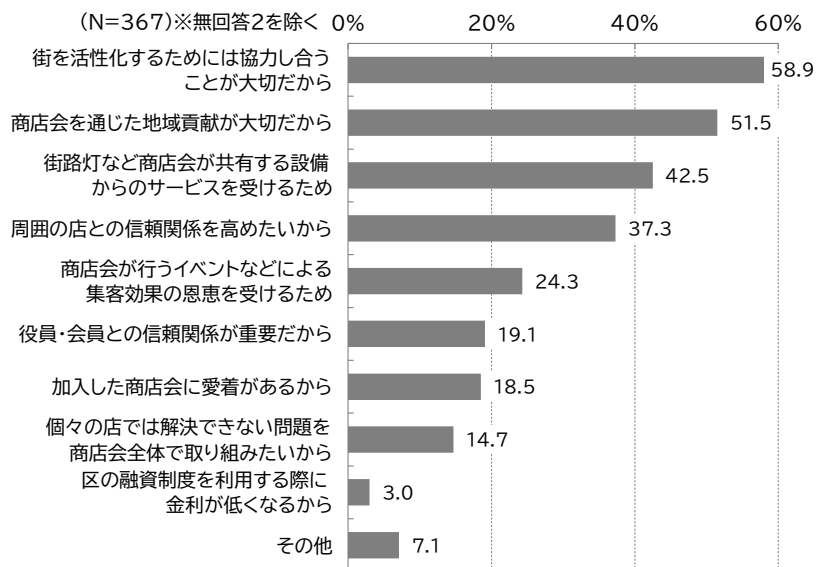


問4 商店会に加入している理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

**〇街の活性化や地域への貢献などを理由に商店会に加入している事業所が多い**

「街を活性化するためには協力し合うことが大切だから」が58.9%と最も高く、次いで「商店会を通じた地域貢献が大切だから」が51.5%、「街路灯など商店会が共有する設備からのサービスを受けるため」が42.5%となっている。

■ 図表 1-25 商店会に加入している理由

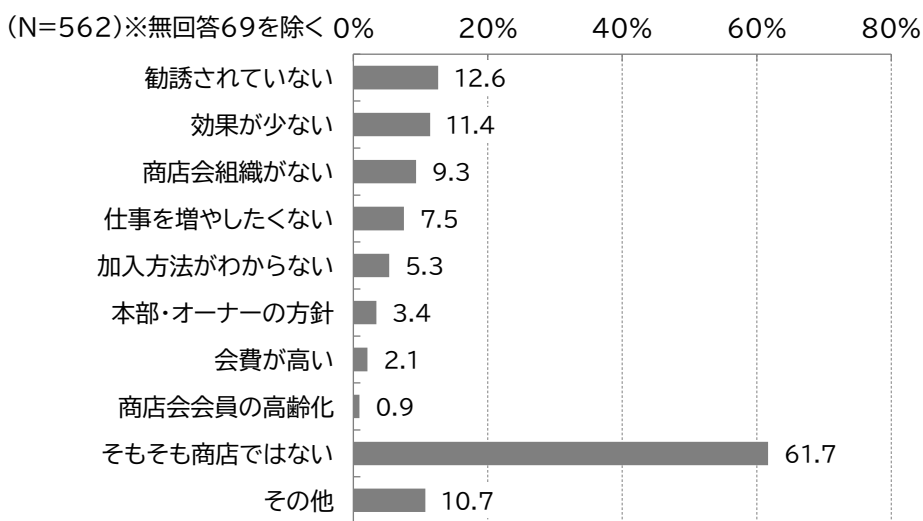


問5 商店会に加入していない理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

**〇商店が商店会に加入していない理由は、「勧誘されていない」が最も多い**

商店が商店会に加入していない理由は、「勧誘されていない」が12.6%と最も高く、次いで「効果が少ない」が11.4%となっている。

■ 図表 1-26 商店会に加入していない理由

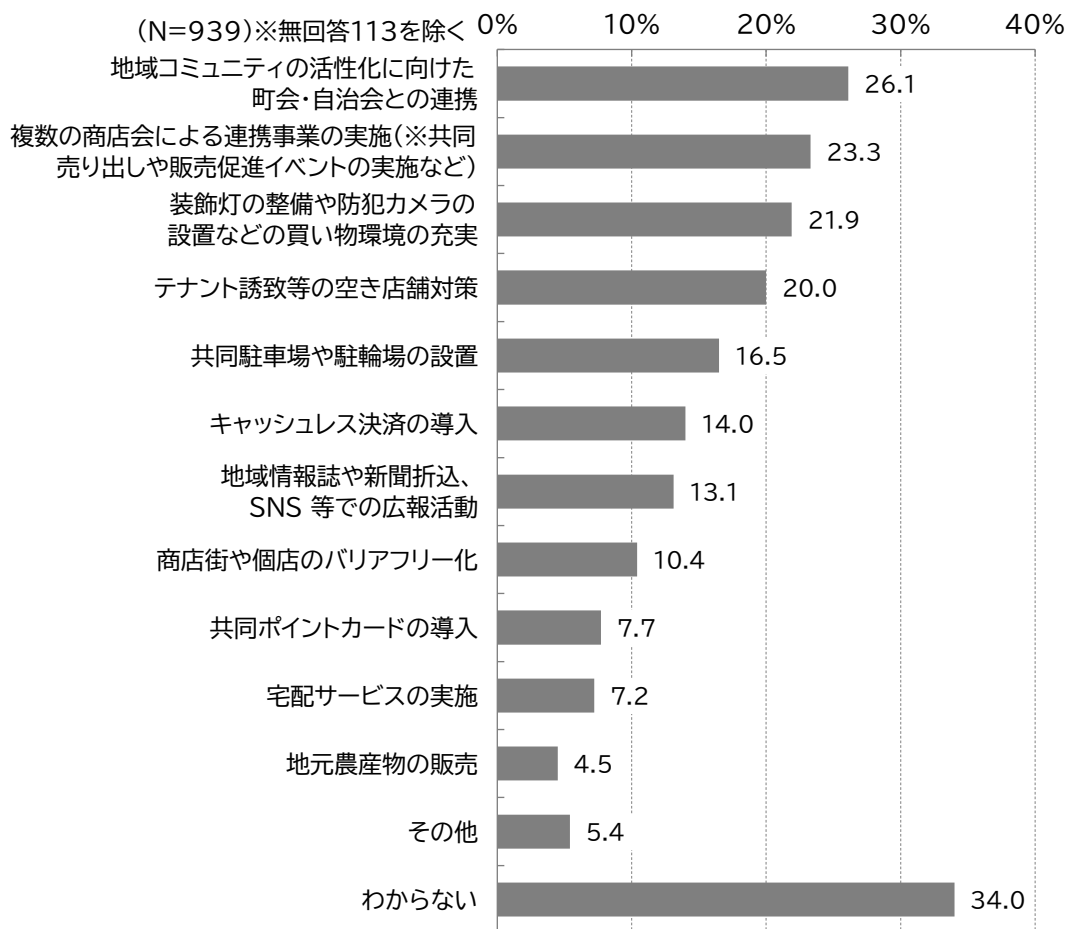


問6 商店街を活性化していくために、今後、どのような取組が必要と考えますか。  
 (〇はいくつでも)

**○商店街の活性化に向けて町会・自治会や複数の商店会の連携が必要と考えている事業所が多い**

「わからない」が34.0%と最も高く、次いで「地域コミュニティの活性化に向けた町会・自治会との連携」が26.1%、「複数の商店会による連携事業の実施（※共同売り出しや販売促進イベントの実施など）」が23.3%となっている。

■ 図表 1-27 商店街を活性化していくために必要だと思う取組



<商店会への加入状況別にみる商店街を活性化していくために必要だと思う取組>

商店会に加入している場合では、「装飾灯の整備や防犯カメラの設置などの買い物環境の充実」や「地域コミュニティの活性化に向けた町会・自治会との連携」といった具体的な回答が多くなっているのに対して、商店会に加入していない場合は「わからない」が4割以上と最も高くなっている。

■図表 1-28 商店街を活性化していくために必要だと思う取組（商店会への加入状況別）

(%)

|             | 回答者数(N) | 治地<br>会域<br>との<br>連<br>携 | 売複<br>り数<br>出の<br>しや<br>販店<br>売会<br>促進<br>による<br>連<br>携<br>事<br>業<br>の<br>実<br>施<br>等<br>(※共<br>同) | 物装<br>環飾<br>境灯<br>のの<br>充整<br>実備<br>や<br>防<br>犯<br>カ<br>メ<br>ラ<br>の<br>設<br>置<br>な<br>ど<br>の<br>買<br>い | テナ<br>ント<br>誘<br>致<br>等<br>の<br>空<br>き<br>店<br>舗<br>対<br>策 | 共<br>同<br>駐<br>車<br>場<br>や<br>駐<br>輪<br>場<br>の<br>設<br>置 | キ<br>ャ<br>ッ<br>シ<br>ユ<br>レ<br>ス<br>決<br>済<br>の<br>導<br>入 | 活地<br>動域<br>情<br>報<br>誌<br>や<br>新<br>聞<br>折<br>込<br>、<br>S<br>N<br>S<br>等<br>で<br>の<br>広<br>報 | 商<br>店<br>街<br>や<br>個<br>店<br>の<br>バ<br>リ<br>ア<br>フ<br>リ<br>ー<br>化 | 共<br>同<br>ポ<br>イ<br>ン<br>ト<br>カ<br>ー<br>ド<br>の<br>導<br>入 | 宅<br>配<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス<br>の<br>実<br>施 | 地<br>元<br>農<br>産<br>物<br>の<br>販<br>売 | そ<br>の<br>他 | わ<br>か<br>ら<br>な<br>い |
|-------------|---------|--------------------------|--|--|--|--|--|---|--|--|---|--------------------------------------|-------------|-----------------------|
| 全体          | 912     | 26.4                     | 23.8   | 22.3   | 20.1   | 16.9   | 14.4   | 13.4  | 10.6   | 7.6  | 7.2                                       | 4.6                                  | 5.2         | 33.6                  |
| 商店会に加入している  | 357     | 37.5                     | 33.1   | 37.8   | 21.6   | 21.6   | 13.7   | 16.5  | 15.4   | 7.8  | 6.2                                       | 2.8                                  | 4.5         | 14.0                  |
| 商店会に加入していない | 555     | 19.3                     | 17.8   | 12.3   | 19.1   | 13.9   | 14.8   | 11.4  | 7.6  | 7.4  | 7.9                                       | 5.8                                  | 5.6         | 46.1                  |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

■商店会に関するヒアリング調査結果

- ・ 構成員の高齢化や後継者がいないことが商店会の課題である。(不動産業・物品賃貸業)
- ・ 地域の活性化のために商店同士で協力すべきとは思いますが、若い店主も少なくなり、厳しい状況である。地域コミュニティの活性化に向けた町会・自治会との連携が必要である。(建設業)
- ・ 車通りの多い立地の影響もあり、人の滞留が少なく、商店街に活気がない。空き店舗も増えてきているため、魅力的なテナントの誘致を優先的にできると良い。(卸売業・小売業)
- ・ 建物の建て替え時に1階を店舗にするように条例で定めたり、融資の優遇を行ったり、商店街の活性化に資する政策を進めて欲しい。(不動産業・物品賃貸業)
- ・ 商店街のお店の配置図の作成やポイント制度の導入など、直接商売につながるような取組を行っていないため、そうした取組をもっと実施していかなければならないと思う。(宿泊業・飲食サービス業)



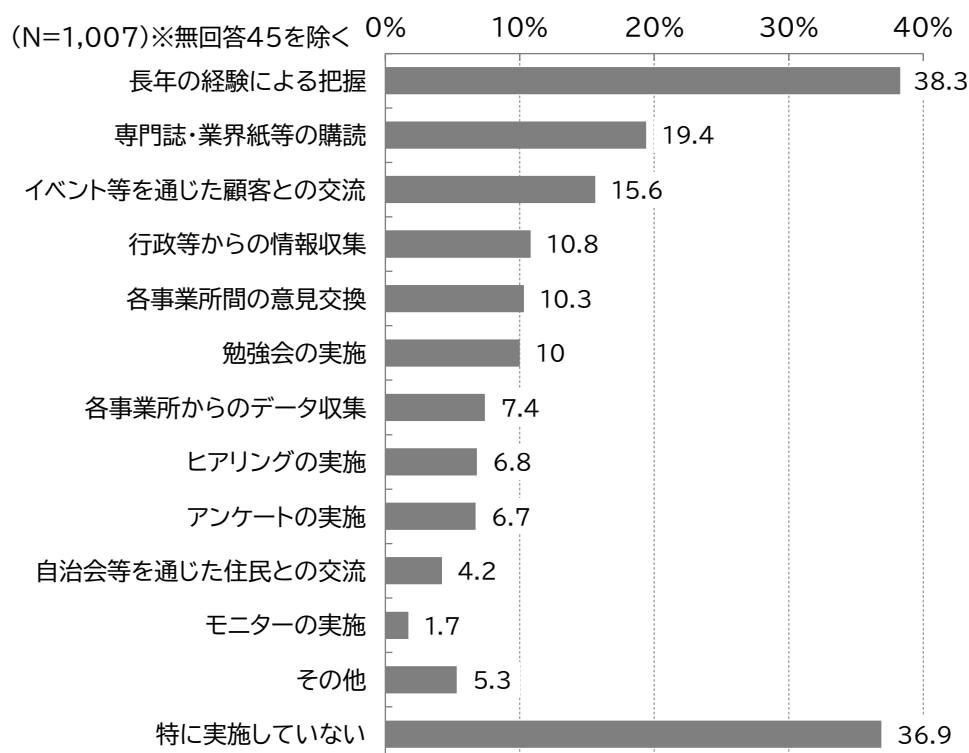
## 4 顧客について

問7 商店やサービスに対する顧客のニーズを把握するため、過去3年以内にどのようなことを実施してきましたか。(〇はいくつでも)

### ○業種にかかわらず、長年の経験によって顧客のニーズを把握している事業所が多い

過去3年間に顧客のニーズを把握するために何らかの取組を実施している事業所は63.1%、特に取組を実施していない事業所は36.9%となっている。具体的な取組内容としては「長年の経験による把握」が38.3%と最も高く、次いで「専門誌・業界紙等の購読」が19.4%、「イベント等を通じた顧客との交流」が15.6%となっている。

■図表 1-29 過去3年以内における顧客のニーズを把握するための取組



<業種別にみる過去3年以内における顧客のニーズを把握するための取組>

取組を実施している場合では、「製造業」「卸売業・小売業」「宿泊業・飲食サービス業」など多くの業種で「長年の経験による把握」が最も多くなっている。

「イベント等を通じた顧客との交流」は「金融業・保険業」など主に一般消費者を顧客としている業種で割合が高い傾向にあり、「学術研究・専門技術サービス業」や「製造業」など主に企業・組織を顧客としている業種では、「専門誌・業界誌等の購読」の割合が高くなっている。

■図表 1-30 過去3年以内における顧客のニーズを把握するための取組（業種別）

(%)

|                | 回答者数(N) | 長年の経験による把握 | 専門誌・業界紙等の購読 | イベント等を通じた顧客との交流 | 行政等からの情報収集 | 各事業所間の意見交換 | 勉強会の実施 | 各事業所からのデータ収集 | アンケートの実施 | ヒアリングの実施 | 自治会等を通じた住民との交流 | モニターの実施 | その他  | 特に実施していない |
|----------------|---------|------------|-------------|-----------------|------------|------------|--------|--------------|----------|----------|----------------|---------|------|-----------|
| 全体             | 999     | 38.3       | 19.4        | 15.6            | 10.8       | 10.1       | 10.0   | 7.4          | 6.7      | 6.6      | 4.1            | 1.6     | 5.2  | 37.0      |
| 建設業            | 75      | 30.7       | 21.3        | 13.3            | 12.0       | 12.0       | 8.0    | 8.0          | 2.7      | 0.0      | 1.3            | 0.0     | 2.7  | 45.3      |
| 製造業            | 25      | 44.0       | 24.0        | 16.0            | 8.0        | 16.0       | 8.0    | 4.0          | 8.0      | 16.0     | 0.0            | 4.0     | 0.0  | 44.0      |
| 情報通信業          | 11      | 18.2       | 18.2        | 0.0             | 0.0        | 0.0        | 9.1    | 9.1          | 9.1      | 0.0      | 0.0            | 0.0     | 0.0  | 54.5      |
| 運輸業・郵便業        | 22      | 22.7       | 18.2        | 4.5             | 18.2       | 18.2       | 9.1    | 13.6         | 9.1      | 9.1      | 4.5            | 4.5     | 0.0  | 40.9      |
| 卸売業・小売業        | 176     | 51.7       | 18.2        | 21.6            | 4.5        | 10.8       | 9.7    | 9.1          | 4.5      | 6.3      | 6.3            | 0.6     | 6.3  | 28.4      |
| 金融業・保険業        | 10      | 40.0       | 60.0        | 30.0            | 30.0       | 40.0       | 30.0   | 20.0         | 30.0     | 20.0     | 20.0           | 10.0    | 10.0 | 20.0      |
| 不動産業・物品賃貸業     | 114     | 30.7       | 17.5        | 7.0             | 13.2       | 5.3        | 1.8    | 4.4          | 3.5      | 6.1      | 1.8            | 0.0     | 7.0  | 49.1      |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 26      | 26.9       | 38.5        | 23.1            | 11.5       | 11.5       | 15.4   | 3.8          | 7.7      | 7.7      | 3.8            | 0.0     | 7.7  | 38.5      |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 126     | 57.9       | 19.0        | 20.6            | 5.6        | 7.1        | 6.3    | 9.5          | 4.8      | 7.1      | 5.6            | 0.8     | 6.3  | 22.2      |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 49      | 36.7       | 32.7        | 20.4            | 6.1        | 10.2       | 14.3   | 8.2          | 12.2     | 8.2      | 4.1            | 2.0     | 4.1  | 30.6      |
| 教育・学習支援業       | 43      | 39.5       | 18.6        | 20.9            | 7.0        | 9.3        | 16.3   | 7.0          | 25.6     | 16.3     | 2.3            | 2.3     | 2.3  | 32.6      |
| 医療・福祉          | 111     | 24.3       | 19.8        | 13.5            | 24.3       | 18.9       | 20.7   | 9.0          | 6.3      | 7.2      | 4.5            | 3.6     | 3.6  | 36.0      |
| その他のサービス業      | 133     | 38.3       | 15.0        | 11.3            | 12.0       | 7.5        | 9.8    | 6.0          | 6.0      | 5.3      | 4.5            | 2.3     | 5.3  | 41.4      |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

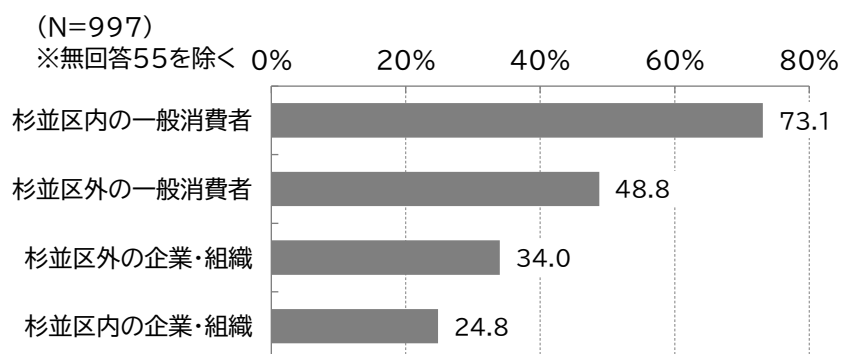
問8 貴事業所の顧客についてお答えください。(〇はいくつでも)

### 〇およそ7割の事業所が区内の一般消費者を顧客としている

「杉並区内の一般消費者」が73.1%と最も高く、次いで「杉並区外の一般消費者」が48.8%、「杉並区外の企業・組織」が34.0%となっている。

業種別にみると、「建設業」「製造業」「情報通信業」及び「学術研究・専門技術サービス業」を除く業種では、半数以上の事業所が「杉並区内の一般消費者」を対象としている。また、「建設業」「製造業」「学術研究・専門技術サービス業」など一部の業種では、「杉並区外の企業・組織」が7割以上と非常に高くなっている。

■図表 1-31 対象となる顧客



■図表 1-32 対象となる顧客（業種別）

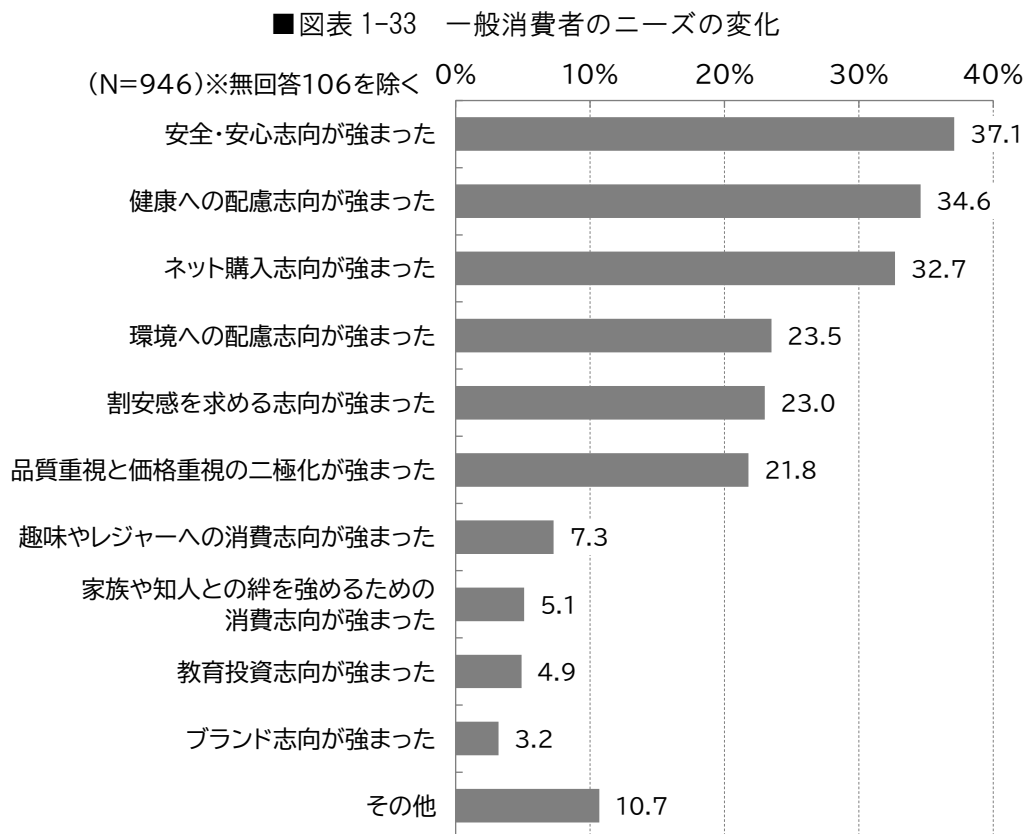
|                | 回答者数 (N) | 費杉並区内の一般消費者 (%) | 費杉並区外の一般消費者 (%) | 組杉並区外の企業・組織 (%) | 組杉並区内の企業・組織 (%) |
|----------------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 全体             | 989      | 73.1            | 48.6            | 34.1            | 24.7            |
| 建設業            | 75       | 44.0            | 44.0            | 76.0            | 49.3            |
| 製造業            | 26       | 38.5            | 42.3            | 92.3            | 26.9            |
| 情報通信業          | 11       | 9.1             | 9.1             | 100.0           | 18.2            |
| 運輸業・郵便業        | 22       | 59.1            | 59.1            | 50.0            | 45.5            |
| 卸売業・小売業        | 175      | 77.1            | 50.3            | 35.4            | 22.9            |
| 金融業・保険業        | 11       | 81.8            | 36.4            | 45.5            | 90.9            |
| 不動産業・物品賃貸業     | 108      | 72.2            | 59.3            | 36.1            | 28.7            |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 27       | 48.1            | 44.4            | 74.1            | 37.0            |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 128      | 94.5            | 45.3            | 10.9            | 20.3            |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 48       | 95.8            | 52.1            | 10.4            | 10.4            |
| 教育・学習支援業       | 40       | 85.0            | 45.0            | 2.5             | 0.0             |
| 医療・福祉          | 113      | 94.7            | 58.4            | 8.0             | 9.7             |
| その他のサービス業      | 129      | 59.7            | 45.0            | 39.5            | 28.7            |

※割合が50%以上の選択肢を網掛けしている。

問9 3年前（2017年）と比べて、杉並区内の一般消費者の商品・サービスに対するニーズはどのように変化したと思いますか。（〇はいくつでも）

**○消費者の安全・安心志向が強まったと考えている事業所が3割半ばとなっている**

「安全・安心志向が強まった」が37.1%と最も高く、次いで「健康への配慮志向が強まった」が34.6%、「ネット購入志向が強まった」が32.7%となっている。



問10 過去3年間で、商品・サービスに対して、新たに取り組まれたことについてお答えください。(〇はいくつでも) また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】にご記入ください。(自由に記入)

### ○約3割の事業所が安全性・安心感を重視した商品・サービスの提供を行っている

過去3年間で商品・サービスに対して、新たに取り組んだことがある事業所は62.6%、新たに取り組んだことがない事業所は37.4%となっている。具体的な取組内容としては「安全性・安心感を重視した商品・サービスの提供」が30.7%と最も高く、次いで「健康に配慮した商品・サービスの提供」が17.3%、「高齢者に配慮したサービス等の実施」が15.9%となっている。

一般消費者のニーズについては「ネット購入志向が強まった」と認識しているが(図表1-33)、新たに「ネット販売の強化・宅配サービスの活用」に取り組んだ事業所は6.2%となっており、把握しているニーズと取組状況に差がみられる。

■図表1-34 過去3年間における商品・サービスに対する新たな取組



<具体的な取組内容>

| 分類                       | 件数  | 主な回答  |
|--------------------------|-----|---|
| 情報発信                     | 10件 | ・Instagram<br>・Twitter<br>・YouTuberなどの活用                      |
| 価格競争力のある商品・サービスの提供       | 8件  | ・新たな戸建て賃貸を開始<br>・産地直送   |
| 環境に配慮した商品・サービスの提供        | 7件  | ・古民家の再生、建築古材のメンテナンス・リユース<br>・商品パッケージをプラから紙に変更                 |
| 安全性・安心感を重視した商品・サービスの提供   | 7件  | ・電話での治療受付を実施<br>・化学調味料等の使用制限                                  |
| ネット販売の強化・宅配サービスの活用       | 7件  | ・通販サイトの充実<br>・ネット通販を開始  |
| こだわりの逸品・ギフトの開発・提供        | 6件  | ・独自性のある出版・印刷物の制作<br>・障害者の方と和紙のコットンを使用したバッグを製作し、クラウドファンด์を実施   |
| 高齢者に配慮したサービス等の実施         | 6件  | ・バリアフリーの提案<br>・月一回高齢者誕生日会の実施                                  |
| 子ども（子育て世代）に配慮したサービス等の実施  | 6件  | ・子供が食べやすい食事の提供<br>・区が発行する子育て応援券を利用可能とするプログラムの実施               |
| 安全安心な買い物環境の整備            | 6件  | ・防犯カメラの設置<br>・感染防止対策の実施                                       |
| 健康に配慮した商品・サービスの提供        | 5件  | ・ヘルシーメニューの提供<br>・国産の食材、有機野菜など体に良いものを使用                        |
| 外国人に配慮したサービス等の実施         | 5件  | ・英語メニューや英語接客の充実化<br>・中国人向けの決済を導入                              |
| システムの開発・展開               | 5件  | ・キャッシュレス化<br>・独自アプリ開発   |
| 絆づくりのためのサービスの提供やイベント等の開催 | 3件  | ・消費者との相談機会を増やす<br>・新規移住者に対し街の優良店を紹介<br>・生活案内などを行い、街への定着を促している |
| 女性に配慮したサービス等の実施          | 3件  | ・半個室への案内（希望制）<br>・お酒が飲めない女性たちに対するノンアルコールの提供                   |
| ファミリー向け商品・サービスの提供        | 2件  | ・家族割引、兄弟割引等<br>・ファミリー向けのメニューの提供                               |
| ブランドの強化                  | 2件  | ・他社（同業者）と競合しない<br>・ブランド化を強化する為、投資家からの資金調達を受ける為の勉強会に参加         |

| 分類                          | 件数 | 主な回答                              |
|-----------------------------|----|-----------------------------------|
| 趣味やレジャー活動を充実するための商品・サービスの提供 | 1件 | ・趣味のスポーツやダンスに役立つ身体の柔軟性を上げるメニューの作成 |
| 学習活動を支援する商品・サービスの提供         | 1件 | ・教育プログラム（英語、体操）の提供                |
| 障害者に配慮したサービス等の実施            | 1件 | ・認知症の受け入れ強化                       |
| その他                         | 7件 | ・従業員教育の強化<br>・店舗の改修工事             |



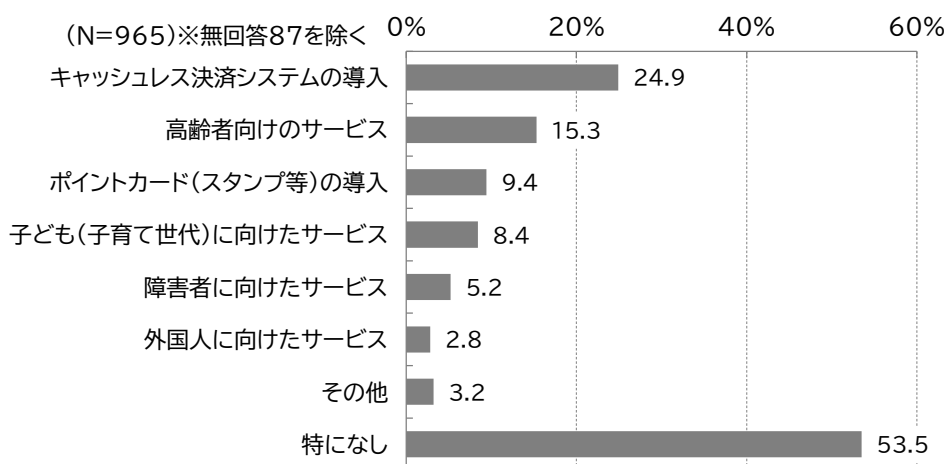


問11 導入している顧客サービスについてお答えください。(○はいくつでも) また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】にご記入ください。(自由に記入)

### ○キャッシュレス決済システムの導入が最も多い

何らかの顧客サービスを導入している事業所は 46.5%、導入していない事業所は 53.5%となっている。具体的な顧客サービスとしては、「キャッシュレス決済システムの導入」が 24.9%と最も高く、次いで「高齢者向けのサービス」が 15.3%、「ポイントカード(スタンプ等)の導入」が 9.4%となっている。

■図表 1-37 導入している顧客サービス



#### <具体的な取組内容>

| 分類                 | 件数  | 主な回答  |
|--------------------|-----|---|
| 高齢者向けのサービス         | 19件 | ・出張理容<br>・バリアフリー                                  |
| ポイントカード(スタンプ等)の導入  | 8件  | ・ポイントカード<br>・来店の際にスタンプを押して10個たまると景品をプレゼントしている     |
| 子ども(子育て世代)に向けたサービス | 5件  | ・お子様用に簡単な粗品を用意                                    |
| 外国人に向けたサービス        | 5件  | ・英語メニューや英語での接客<br>・花札や箸等のお土産を無料配布<br>・翻訳システムの活用   |
| 障害者に向けたサービス        | 3件  | ・認知症を有する方のためのデイサービス運営<br>・設計に配慮                   |
| キャッシュレス決済システムの導入   | 3件  | ・Pay Pay・クレジットカード・auペイ・メルペイ                       |
| その他                | 14件 | ・お客様の好みに合わせ、メニュー以外の商品を提供<br>・選挙の投票済み証による割引サービスを実施 |

<業種別にみる導入している顧客サービス>

「キャッシュレス決済システムの導入」について、「運輸業・郵便業」が70.8%と最も高くなっている一方で、「建設業」や「不動産業・物品賃貸業」では1割未満となっている。

その他の導入している顧客サービスをみると、全体では「高齢者向けのサービス」が15.2%と高くなっており、特に「金融業・保険業」「医療・福祉」で3割以上と特に高くなっている。

■ 図表 1-38 導入している顧客サービス（業種別）

(%)

|                | 回答者数(N) | キャッシュレス決済システムの導入 | 高齢者向けのサービス | ポイントカード（レストラン等）の導入 | 子ども（子育て世代）に向けたサービス | 障害者に向けたサービス | 外国人に向けたサービス | その他  | 特になし |
|----------------|---------|------------------|------------|--------------------|--------------------|-------------|-------------|------|------|
| 全体             | 958     | 24.9             | 15.2       | 9.5                | 8.4                | 5.1         | 2.7         | 3.1  | 53.5 |
| 建設業            | 71      | 2.8              | 14.1       | 0.0                | 2.8                | 7.0         | 0.0         | 2.8  | 77.5 |
| 製造業            | 26      | 15.4             | 0.0        | 3.8                | 3.8                | 0.0         | 0.0         | 0.0  | 80.8 |
| 情報通信業          | 10      | 10.0             | 10.0       | 10.0               | 10.0               | 10.0        | 0.0         | 10.0 | 80.0 |
| 運輸業・郵便業        | 24      | 70.8             | 16.7       | 4.2                | 0.0                | 8.3         | 0.0         | 0.0  | 20.8 |
| 卸売業・小売業        | 172     | 45.9             | 15.1       | 18.0               | 7.0                | 1.7         | 3.5         | 2.3  | 37.8 |
| 金融業・保険業        | 11      | 45.5             | 45.5       | 9.1                | 9.1                | 0.0         | 0.0         | 9.1  | 27.3 |
| 不動産業・物品賃貸業     | 101     | 9.9              | 8.9        | 1.0                | 4.0                | 1.0         | 1.0         | 6.9  | 75.2 |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 26      | 11.5             | 15.4       | 3.8                | 7.7                | 7.7         | 3.8         | 11.5 | 61.5 |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 123     | 38.2             | 7.3        | 10.6               | 5.7                | 3.3         | 7.3         | 2.4  | 46.3 |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 48      | 43.8             | 18.8       | 52.1               | 12.5               | 8.3         | 0.0         | 2.1  | 18.8 |
| 教育・学習支援業       | 38      | 21.1             | 10.5       | 0.0                | 31.6               | 2.6         | 2.6         | 0.0  | 57.9 |
| 医療・福祉          | 110     | 17.3             | 35.5       | 1.8                | 20.0               | 13.6        | 3.6         | 2.7  | 38.2 |
| その他のサービス業      | 123     | 14.6             | 13.8       | 9.8                | 4.1                | 7.3         | 1.6         | 2.4  | 62.6 |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

<代表者の年齢別にみる導入している顧客サービス>

代表者の年齢が若いほど「キャッシュレス決済システムの導入」の割合が高い傾向にある一方で、代表者の年齢が上がるにつれて「特になし」が多くなっている。

■図表 1-39 導入している顧客サービス（代表者の年齢別）

|       |         | キャッシュレス決済システムの導入 | 高齢者向けのサービス | ポイントカード（スタンプ等）の導入 | 子ども（子育て世代）に向けたサービス | 障害者に向けたサービス | 外国人に向けたサービス | その他 | 特になし |
|-------|---------|------------------|------------|-------------------|--------------------|-------------|-------------|-----|------|
|       | 回答者数(N) |                  |            |                   |                    |             |             |     | (%)  |
| 全体    | 960     | 24.7             | 15.3       | 9.3               | 8.4                | 5.2         | 2.8         | 3.2 | 53.6 |
| 30歳未満 | 4       | 50.0             | 25.0       | 50.0              | 25.0               | 0.0         | 0.0         | 0.0 | 25.0 |
| 30歳代  | 28      | 53.6             | 14.3       | 28.6              | 7.1                | 3.6         | 7.1         | 7.1 | 21.4 |
| 40歳代  | 129     | 44.2             | 17.1       | 7.8               | 18.6               | 7.0         | 3.9         | 2.3 | 36.4 |
| 50歳代  | 207     | 33.3             | 16.9       | 11.1              | 9.7                | 7.7         | 3.9         | 3.9 | 42.0 |
| 60歳代  | 253     | 17.8             | 13.4       | 8.7               | 5.9                | 4.3         | 2.8         | 4.0 | 60.9 |
| 70歳以上 | 339     | 14.5             | 15.0       | 7.1               | 5.6                | 3.8         | 1.5         | 2.4 | 64.9 |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

<経営形態別にみる導入している顧客サービス>

「キャッシュレス決済システムの導入」について、「株式会社（支店・営業所等）」が51.0%と最も高く、次いで「有限会社（本店）」が25.8%、「個人経営」が24.4%となっている。

「株式会社（支店・営業所等）」では、「キャッシュレス決済システムの導入」（51.0%）が2番目に多い「有限会社（本店）」（25.8%）のおよそ2倍となっているほか、「ポイントカード（スタンプ等）の導入」（24.5%）は、他の経営形態よりも10ポイント程度多い。また、「特になし」が27.5%と少なくなっていることから、他の経営形態と比べて顧客サービスを導入している事業所が多いことがわかる。

■図表 1-40 導入している顧客サービス（経営形態別）

|               |         | キャッシュレス決済システムの導入 | 高齢者向けのサービス | ポイントカード（スタンプ等）の導入 | 子ども（子育て世代）に向けたサービス | 障害者に向けたサービス | 外国人に向けたサービス | その他 | 特になし |
|---------------|---------|------------------|------------|-------------------|--------------------|-------------|-------------|-----|------|
|               | 回答者数(N) |                  |            |                   |                    |             |             |     | (%)  |
| 全体            | 965     | 24.9             | 15.3       | 9.4               | 8.4                | 5.2         | 2.8         | 3.2 | 53.5 |
| 個人経営          | 405     | 24.4             | 13.3       | 6.7               | 7.4                | 4.4         | 2.7         | 3.0 | 54.8 |
| 株式会社(本店)      | 209     | 17.2             | 11.5       | 8.1               | 5.3                | 3.8         | 2.4         | 2.9 | 65.1 |
| 株式会社(支店・営業所等) | 102     | 51.0             | 19.6       | 24.5              | 13.7               | 6.9         | 2.0         | 4.9 | 27.5 |
| 有限会社(本店)      | 128     | 25.8             | 16.4       | 14.8              | 6.3                | 2.3         | 1.6         | 2.3 | 54.7 |
| 有限会社(支店・営業所等) | 32      | 18.8             | 21.9       | 9.4               | 0.0                | 9.4         | 12.5        | 3.1 | 56.3 |
| その他の法人        | 89      | 15.7             | 24.7       | 0.0               | 20.2               | 12.4        | 3.4         | 4.5 | 47.2 |

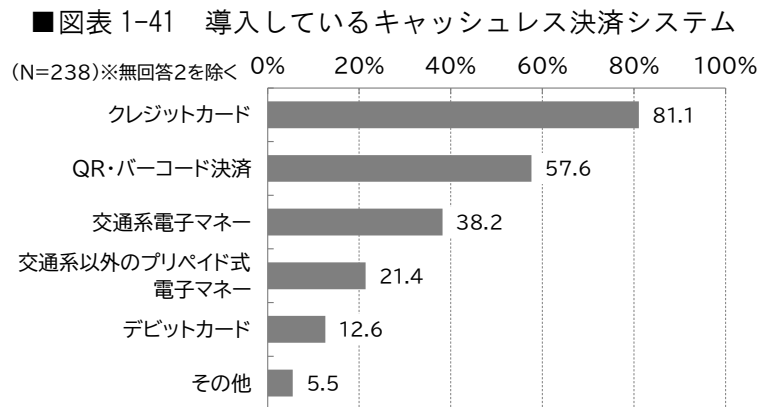
※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

問 12 導入しているキャッシュレス決済システムについてお答えください。(○はいくつでも)

### ○クレジットカードを導入している事業所がおよそ8割となっている

「クレジットカード」が 81.1%と最も高く、次いで「QR・バーコード決済※<sup>1</sup>」が 57.6%、「交通系電子マネー※<sup>2</sup>」が 38.2%となっている。

業種別にみると、全体的に「クレジットカード」を導入している業種が多くなっているが、「生活関連サービス業・娯楽業」では、「QR・バーコード決済」も 81.0%と高くなっている。



■図表 1-42 導入しているキャッシュレス決済システム (業種別) (%)

|                | 回答者数 (N) | クレジットカード | QR・バーコード決済 | 交通系電子マネー | 交通系以外のプリペイド式電子マネー※ <sup>3</sup> | デビットカード | その他  |
|----------------|----------|----------|------------|----------|---------------------------------|---------|------|
| 全体             | 237      | 81.4     | 57.4       | 38.4     | 21.5                            | 12.7    | 5.5  |
| 建設業            | 2        | 50.0     | 0.0        | 0.0      | 0.0                             | 0.0     | 50.0 |
| 製造業            | 4        | 100.0    | 50.0       | 25.0     | 0.0                             | 0.0     | 0.0  |
| 情報通信業          | 1        | 100.0    | 100.0      | 0.0      | 0.0                             | 0.0     | 0.0  |
| 運輸業・郵便業        | 17       | 88.2     | 35.3       | 82.4     | 35.3                            | 35.3    | 0.0  |
| 卸売業・小売業        | 78       | 91.0     | 61.5       | 41.0     | 24.4                            | 15.4    | 1.3  |
| 金融業・保険業        | 5        | 60.0     | 60.0       | 40.0     | 40.0                            | 40.0    | 20.0 |
| 不動産業・物品賃貸業     | 10       | 20.0     | 10.0       | 20.0     | 0.0                             | 0.0     | 50.0 |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 3        | 33.3     | 66.7       | 0.0      | 0.0                             | 33.3    | 0.0  |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 46       | 78.3     | 73.9       | 21.7     | 15.2                            | 6.5     | 0.0  |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 21       | 90.5     | 81.0       | 52.4     | 19.0                            | 9.5     | 0.0  |
| 教育・学習支援業       | 8        | 62.5     | 12.5       | 0.0      | 0.0                             | 0.0     | 37.5 |
| 医療・福祉          | 19       | 89.5     | 42.1       | 42.1     | 31.6                            | 21.1    | 5.3  |
| その他のサービス業      | 18       | 77.8     | 72.2       | 44.4     | 38.9                            | 0.0     | 5.6  |

※割合が 30%以上の選択肢を網掛けしている。

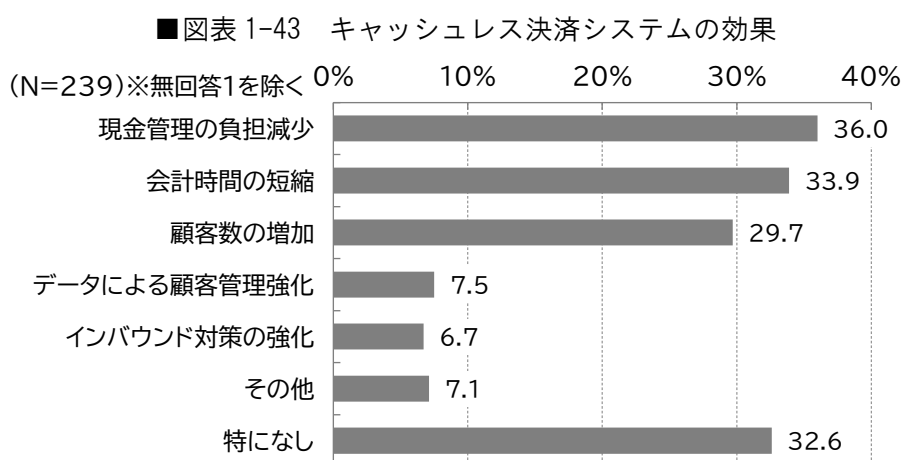
- ※1) QR・バーコード決済：Pay Pay、LINE Pay 等  
 ※2) 交通系電子マネー：Suica、Pasmo 等  
 ※3) 交通系以外のプリペイド式電子マネー：nanaco、Edy 等

問 13 キャッシュレス決済システムを導入した効果についてお答えください。(○はいくつでも)

**○キャッシュレス決済システムの導入により、現金管理の負担軽減や会計時間の短縮に効果があった事業所が3割半ばとなっている**

キャッシュレス決済システムの導入について、何らかの効果を実感している事業所は67.4%、効果を実感していない事業所は32.6%となっている。具体的な効果としては「現金管理の負担減少」が36.0%と最も高く、次いで「会計時間の短縮」が33.9%、「顧客数の増加」が29.7%となっている。

業種別にみると、「建設業」「製造業」「金融業・保険業」「不動産業・物品賃貸業」「学術研究・専門技術サービス業」「教育・学習支援業」「その他のサービス業」では、半数以上の事業所が「現金管理の負担軽減」をあげている。



■ 図表 1-44 キャッシュレス決済システムの効果（業種別）

(%)

|                | 回答者数 (N) | 少現金管理の負担減少 | 会計時間の短縮 | 顧客数の増加 | 管理強化による顧客 | インバウンド対策 | その他  | 特になし |
|----------------|----------|------------|---------|--------|-----------|----------|------|------|
| 全体             | 238      | 36.1       | 34.0    | 29.8   | 7.6       | 6.7      | 7.1  | 32.4 |
| 建設業            | 2        | 100.0      | 100.0   | 50.0   | 0.0       | 0.0      | 0.0  | 0.0  |
| 製造業            | 4        | 50.0       | 25.0    | 25.0   | 25.0      | 0.0      | 25.0 | 50.0 |
| 情報通信業          | 1        | 0.0        | 0.0     | 100.0  | 0.0       | 0.0      | 0.0  | 0.0  |
| 運輸業・郵便業        | 17       | 35.3       | 11.8    | 29.4   | 0.0       | 0.0      | 0.0  | 35.3 |
| 卸売業・小売業        | 79       | 38.0       | 34.2    | 31.6   | 7.6       | 11.4     | 6.3  | 36.7 |
| 金融業・保険業        | 5        | 60.0       | 0.0     | 0.0    | 20.0      | 0.0      | 20.0 | 20.0 |
| 不動産業・物品賃貸業     | 10       | 50.0       | 40.0    | 10.0   | 0.0       | 0.0      | 10.0 | 20.0 |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 2        | 50.0       | 50.0    | 0.0    | 0.0       | 0.0      | 50.0 | 0.0  |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 47       | 17.0       | 34.0    | 40.4   | 8.5       | 8.5      | 10.6 | 29.8 |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 21       | 28.6       | 42.9    | 23.8   | 14.3      | 0.0      | 4.8  | 42.9 |
| 教育・学習支援業       | 8        | 62.5       | 50.0    | 0.0    | 25.0      | 0.0      | 0.0  | 37.5 |
| 医療・福祉          | 19       | 31.6       | 47.4    | 21.1   | 0.0       | 5.3      | 0.0  | 31.6 |
| その他のサービス業      | 18       | 55.6       | 33.3    | 44.4   | 5.6       | 11.1     | 0.0  | 22.2 |

※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

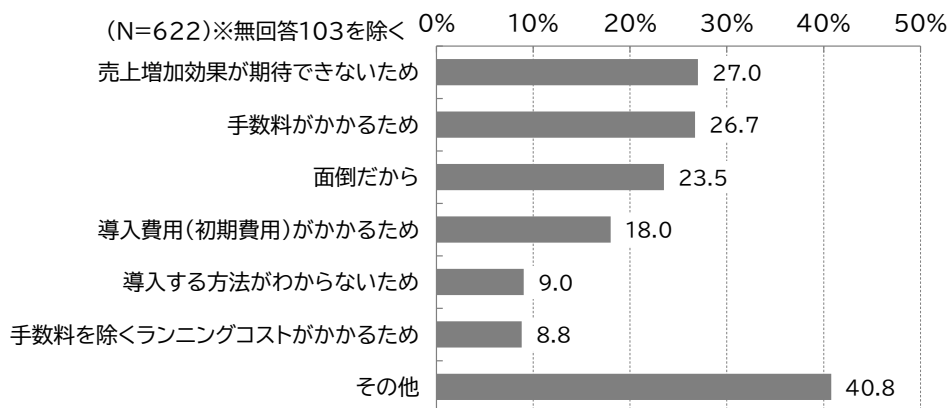
問 14 キャッシュレス決済システムを導入しない理由をお答えください。(○はいくつでも)

**○売上増加効果が期待できないことや、手数料がかかること、面倒であることを理由にキャッシュレス決済システムを導入しない事業所が多い**

「売上増加効果が期待できないため」が27.0%と最も高く、次いで「手数料がかかるため」が26.7%、「面倒だから」が23.5%となっている。

業種別にみると、「卸売業・小売業」「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」では「手数料がかかるため」が4割を超えて最も高くなっている。

■図表 1-45 キャッシュレス決済システムを導入しない理由



■図表 1-46 キャッシュレス決済システムを導入しない理由（業種別）

|                | 回答者数 (N) | 売上増加効果が期待できないため | 手数料がかかるため | 面倒だから | 導入費用(初期費用)がかかるため | 導入する方法がわからないため | 手数料を除くランニングコストがかかるため | その他  |
|----------------|----------|-----------------|-----------|-------|------------------|----------------|----------------------|------|
| 全体             | 617      | 27.1            | 26.4      | 23.7  | 17.8             | 9.1            | 8.6                  | 40.7 |
| 建設業            | 55       | 27.3            | 10.9      | 20.0  | 5.5              | 14.5           | 1.8                  | 47.3 |
| 製造業            | 18       | 38.9            | 16.7      | 11.1  | 16.7             | 5.6            | 5.6                  | 44.4 |
| 情報通信業          | 8        | 0.0             | 0.0       | 25.0  | 0.0              | 0.0            | 0.0                  | 87.5 |
| 運輸業・郵便業        | 7        | 28.6            | 28.6      | 14.3  | 14.3             | 0.0            | 14.3                 | 57.1 |
| 卸売業・小売業        | 71       | 28.2            | 42.3      | 29.6  | 21.1             | 9.9            | 14.1                 | 31.0 |
| 金融業・保険業        | 6        | 33.3            | 16.7      | 33.3  | 16.7             | 0.0            | 16.7                 | 33.3 |
| 不動産業・物品賃貸業     | 78       | 28.2            | 16.7      | 14.1  | 7.7              | 2.6            | 2.6                  | 51.3 |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 21       | 14.3            | 0.0       | 19.0  | 4.8              | 9.5            | 0.0                  | 61.9 |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 72       | 38.9            | 51.4      | 36.1  | 33.3             | 9.7            | 18.1                 | 18.1 |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 25       | 32.0            | 48.0      | 40.0  | 40.0             | 8.0            | 8.0                  | 24.0 |
| 教育・学習支援業       | 25       | 16.0            | 24.0      | 20.0  | 8.0              | 20.0           | 0.0                  | 44.0 |
| 医療・福祉          | 85       | 16.5            | 30.6      | 20.0  | 22.4             | 7.1            | 12.9                 | 42.4 |
| その他のサービス業      | 93       | 34.4            | 20.4      | 25.8  | 18.3             | 10.8           | 9.7                  | 39.8 |

【その他】

- ・ 必要性を感じない。
- ・ 商売の形態に不向き。
- ・ お金が動く頻度が少ない。
- ・ 年齢的に面倒で無理。
- ・ 顧客に高齢者が多く、ニーズが少ない。
- ・ 悪用の危険。
- ・ 会計のスピードは必要無しと判断。
- ・ 対話を大切にしたい。
- ・ 端末の操作が困難。
- ・ 今後検討中。

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

<代表者の年齢別にみるキャッシュレス決済システムを導入しない理由>

「40歳代」「70歳以上」では「売上増加効果が期待できないため」が最も多くなっており、その他の年齢では「手数料がかかるため」が最も多くなっている。また、「面倒だから」について、年代が上がるにつれて割合が増加する傾向がみられる。

■図表 1-47 キャッシュレス決済システムを導入しない理由（代表者の年齢別）

(%)

|       | 回答者数 (N) | 売上増加効果が期待できないため | 手数料がかかるため | 面倒だから | 導入費用（初期費用）がかかるため | 手数料を除くランニングコストがかかるため | 導入する方法がわからないため | その他   |
|-------|----------|-----------------|-----------|-------|------------------|----------------------|----------------|-------|
| 全体    | 620      | 27.1            | 26.8      | 23.4  | 18.1             | 8.9                  | 8.9            | 40.8  |
| 30歳未満 | 2        | 0.0             | 0.0       | 0.0   | 0.0              | 0.0                  | 0.0            | 100.0 |
| 30歳代  | 12       | 16.7            | 41.7      | 8.3   | 8.3              | 8.3                  | 0.0            | 41.7  |
| 40歳代  | 65       | 30.8            | 29.2      | 6.2   | 18.5             | 10.8                 | 12.3           | 44.6  |
| 50歳代  | 125      | 19.2            | 30.4      | 19.2  | 16.8             | 8.0                  | 7.2            | 52.0  |
| 60歳代  | 179      | 27.9            | 29.6      | 26.3  | 19.0             | 8.4                  | 8.4            | 38.5  |
| 70歳以上 | 237      | 30.4            | 21.5      | 29.1  | 18.6             | 9.3                  | 9.7            | 35.0  |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

■キャッシュレス決済に関するヒアリング調査結果

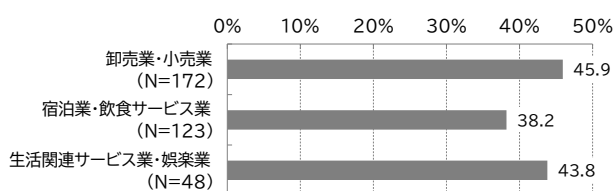
- ・クレジットカードを利用したいという要望が増えてきたため、様々な支払い方法のプラットフォームとなるキャッシュレス決済システムを2年前に導入した。現在は、キャッシュレス決済をする人が増えてきており、現金の人は少なくなっている。（宿泊業・飲食サービス業）
- ・キャッシュレス決済システムの情報が確定申告用のクラウドソフトと連動できるため、その処理も効率的に行えている。（宿泊業・飲食サービス業）
- ・QR・バーコード決済の利用は全体的にみて多くはないが、その中でよく利用されているサービスはPay Payであるため、その1種類のみ対応している状態である。他の様々なサービスもいつでも運用できるよう準備は整えているが、実際には活用していない。（宿泊業・飲食サービス業）
- ・キャッシュレス決済の方が、現金管理がしやすいが、利用率は上がっていない。若い人たちは、キャッシュレス決済の割合も高いが、年配の方はまだ現金での支払いが多い。（卸売業・小売業）
- ・若い従業員はキャッシュレス決済の導入について肯定的に捉えているが、高齢の従業員は受け入れられていないようである。（卸売業・小売業）

<区民の生活に直接かかわる業種におけるキャッシュレス決済システムの導入状況>

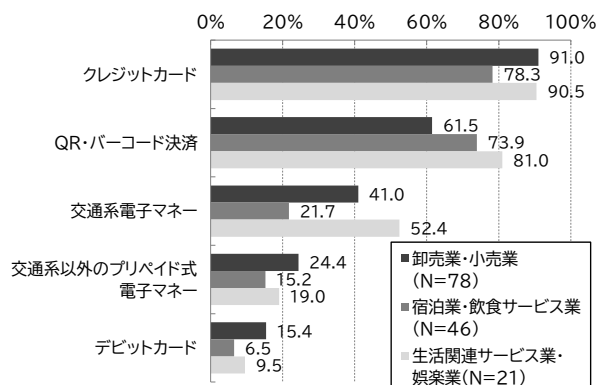
**○区民の生活に直接かかわる事業所の約4割がキャッシュレス決済システムを導入している**

「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。いずれの業種も「クレジットカード」が7割以上と最も高くなっているが、「QR・バーコード決済」についても「生活関連サービス業・娯楽業」では8割を超えており、高い普及率となっていることがわかる。

■図表 1-48 キャッシュレス決済システムの導入状況



■図表 1-49 導入しているキャッシュレス決済システム

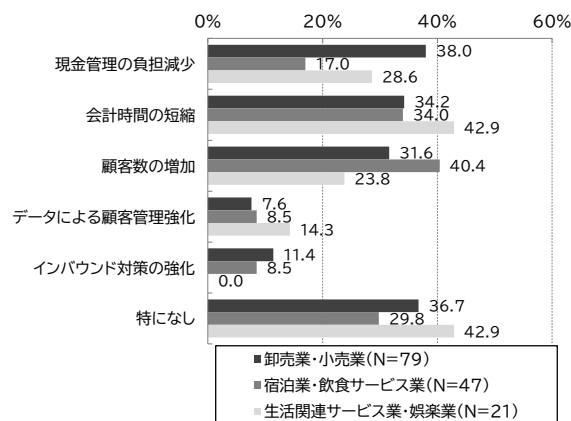


**○業種によって導入の効果には差がみられるが、導入しない理由はいずれの業種も手数料がかかるための最も多い**

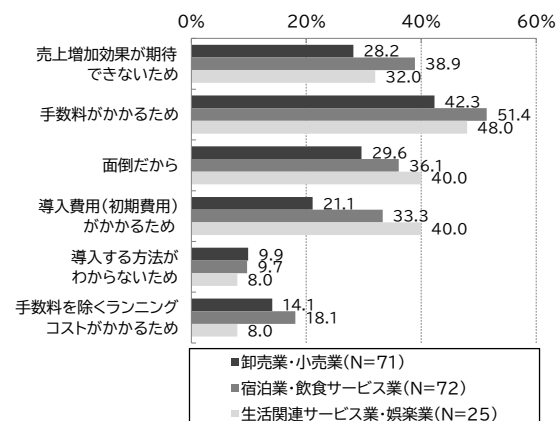
「卸売業・小売業」では「現金管理の負担減少」、「宿泊業・飲食サービス業」では「顧客数の増加」、「生活関連サービス業・娯楽業」では「会計時間の短縮」がそれぞれ最も多くなっており、業種によってキャッシュレス決済システムの導入の効果に差がみられる。

キャッシュレス決済システムを導入していない理由としては、いずれの業種も「手数料がかかるため」が4割以上と最も高くなっている。

■図表 1-50 キャッシュレス決済システムの導入の効果



■図表 1-51 キャッシュレス決済システムを導入しない理由





## 5 経営状況について

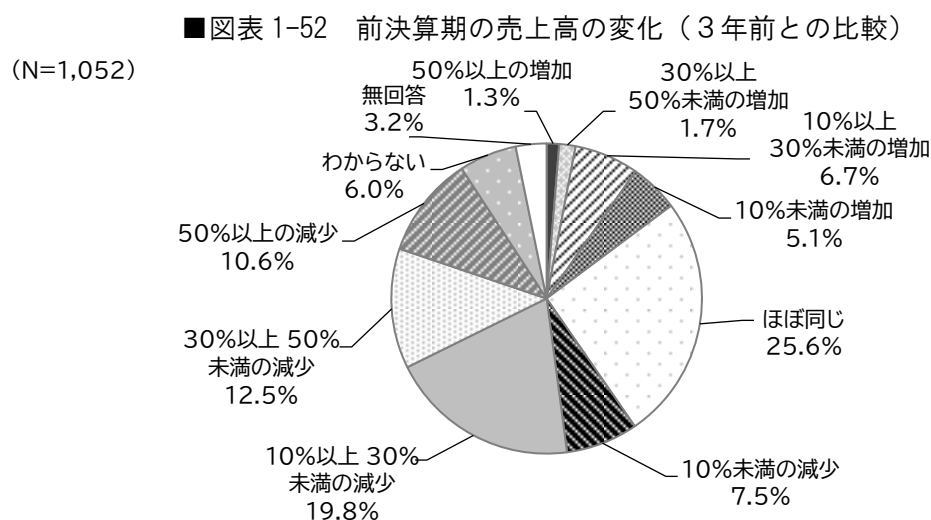
問 15 3年前（2017年）と比べて、前決算期の事業所の「売上高」はどのように変化しましたか。（○は1つ）

### ○約5割の事業所で売上高が減少しているが、「学術研究・専門技術サービス業」「情報通信業」「金融業・保険業」などの産業は堅調である

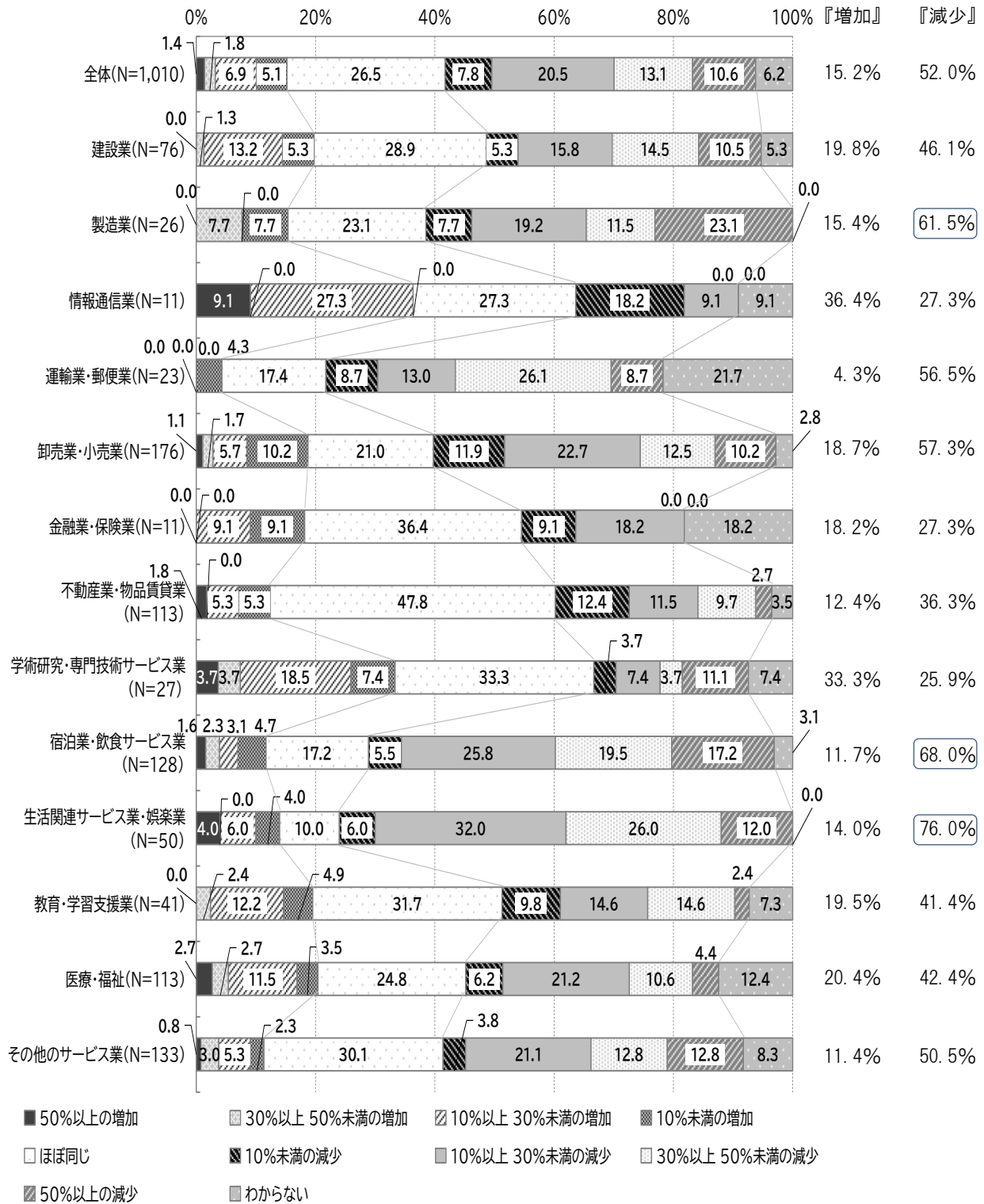
事業所の最近3年間の売上高は、『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上50%未満の増加」「10%以上30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）とする事業所が14.8%、「ほぼ同じ」が25.6%、『減少した』（「10%未満の減少」「10%以上30%未満の減少」「30%以上50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）とする事業所は50.4%となっている。

業種別にみると、『減少した』について、「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」ではいずれも6割以上と高くなっている。

業績が好調といえる業種は見当たらないが、『減少した』の割合が比較的低い「学術研究・専門技術サービス業」「情報通信業」「金融業・保険業」は、他の業種に比べると堅調であるといえる。



■ 図表 1-53 3年前と比較した前決算期の売上高の変化（業種別）

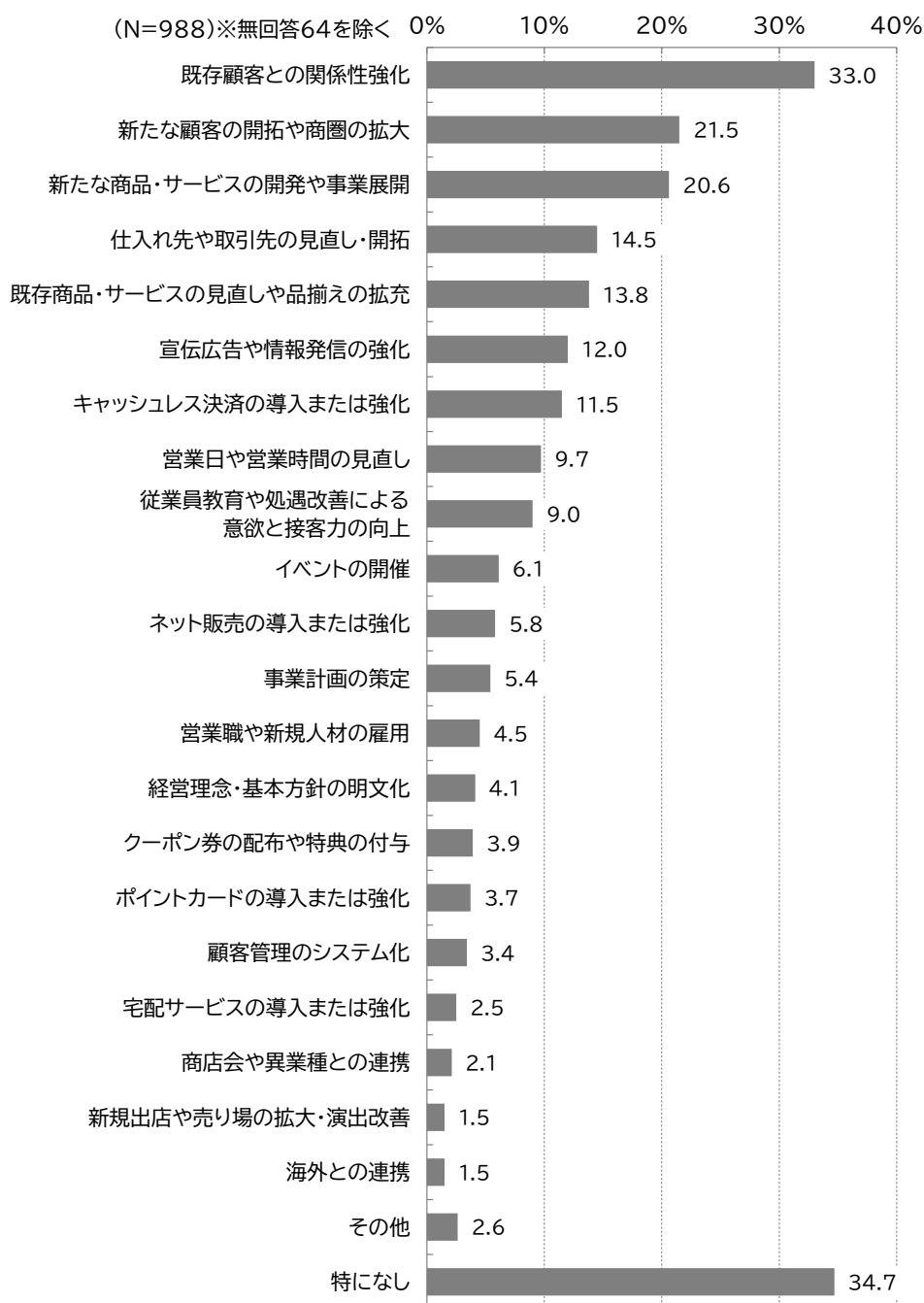


問 16 過去3年間で、売上を伸ばすためにどのような取組をしてきましたか。(○はいくつでも)  
また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】にご記入ください。(自由に記入)

### ○売上を伸ばすための取組として、既存顧客との関係性強化が特に多い

過去3年間で売上を伸ばすための取組を行っている事業所は65.3%、取組を行っていない事業所は34.7%となっている。具体的な取組としては「既存顧客との関係性強化」が33.0%と最も高く、次いで「新たな顧客の開拓や商圈の拡大」が21.5%、「新たな商品・サービスの開発や事業展開」が20.6%となっている。

■図表 1-54 過去3年間における売上を伸ばすための取組



<業種別にみる過去3年間における売上を伸ばすための取組>

「不動産業・物品賃貸業」「教育・学習支援」を除く業種では、「既存顧客との関係性強化」が多くなっており、特に「製造業」「金融業・保険業」では5割を超えている。

「キャッシュレス決済の導入または強化」について、全体では11.6%と多くはないが、「運輸業・郵便業」(42.9%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(26.5%)、「卸売業・小売業」(23.4%)は他の業種に比べ多くなっている。同様に「ネット販売の導入または強化」についても、この3業種が他の業種に比べ多くなっている。

■ 図表 1-55 過去3年間における売上を伸ばすための取組（業種別）

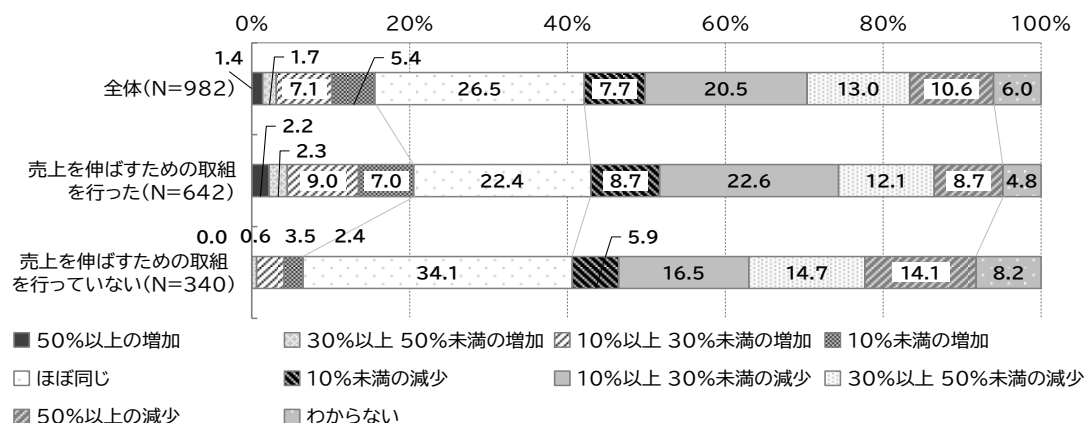
|                | 回答者数(N) | 既存顧客との関係性強化 | 新たな顧客の開拓や商圏の拡大 | 新たな商品・サービスの開発や事業展開 | 仕入れ先や取引先の見直し・開拓 | 既存商品・サービスの見直しや品揃えの拡充 | 宣伝広告や情報発信の強化 | 強化   | キャッシュレス決済の導入または強化 | 営業日や営業時間の見直し | 従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上 | イベントの開催 | ネット販売の導入または強化 | 事業計画の策定 | 特になし |
|----------------|---------|-------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------------|--------------|------|-------------------|--------------|------------------------|---------|---------------|---------|------|
| 全体             | 981     | 32.9        | 21.5           | 20.6               | 14.5            | 13.7                 | 12.0         | 11.6 | 9.7               | 9.0          | 5.9                    | 5.8     | 5.4           | 34.9    |      |
| 建設業            | 72      | 36.1        | 33.3           | 12.5               | 20.8            | 0.0                  | 11.1         | 0.0  | 1.4               | 8.3          | 1.4                    | 0.0     | 4.2           | 40.3    |      |
| 製造業            | 26      | 50.0        | 30.8           | 46.2               | 23.1            | 15.4                 | 19.2         | 7.7  | 7.7               | 15.4         | 7.7                    | 7.7     | 7.7           | 30.8    |      |
| 情報通信業          | 11      | 45.5        | 18.2           | 27.3               | 9.1             | 18.2                 | 0.0          | 9.1  | 0.0               | 9.1          | 0.0                    | 0.0     | 18.2          | 45.5    |      |
| 運輸業・郵便業        | 21      | 38.1        | 33.3           | 14.3               | 9.5             | 0.0                  | 14.3         | 42.9 | 9.5               | 14.3         | 4.8                    | 14.3    | 9.5           | 33.3    |      |
| 卸売業・小売業        | 175     | 39.4        | 28.0           | 30.3               | 22.9            | 28.0                 | 13.7         | 23.4 | 8.6               | 9.1          | 10.3                   | 14.9    | 2.9           | 25.1    |      |
| 金融業・保険業        | 11      | 63.6        | 45.5           | 36.4               | 9.1             | 45.5                 | 18.2         | 9.1  | 0.0               | 18.2         | 18.2                   | 9.1     | 54.5          | 18.2    |      |
| 不動産業・物品賃貸業     | 110     | 17.3        | 11.8           | 9.1                | 5.5             | 5.5                  | 6.4          | 2.7  | 0.9               | 0.9          | 1.8                    | 4.5     | 8.2           | 55.5    |      |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 27      | 25.9        | 25.9           | 29.6               | 11.1            | 7.4                  | 3.7          | 0.0  | 7.4               | 7.4          | 0.0                    | 7.4     | 3.7           | 40.7    |      |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 124     | 42.7        | 16.9           | 32.3               | 31.5            | 28.2                 | 12.1         | 18.5 | 30.6              | 5.6          | 8.1                    | 3.2     | 1.6           | 21.0    |      |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 49      | 44.9        | 32.7           | 22.4               | 14.3            | 22.4                 | 20.4         | 26.5 | 16.3              | 18.4         | 10.2                   | 12.2    | 6.1           | 12.2    |      |
| 教育・学習支援業       | 37      | 18.9        | 16.2           | 5.4                | 0.0             | 10.8                 | 35.1         | 10.8 | 2.7               | 8.1          | 16.2                   | 2.7     | 2.7           | 37.8    |      |
| 医療・福祉          | 111     | 29.7        | 22.5           | 13.5               | 4.5             | 2.7                  | 13.5         | 6.3  | 7.2               | 19.8         | 2.7                    | 0.9     | 8.1           | 29.7    |      |
| その他のサービス業      | 129     | 32.6        | 16.3           | 21.7               | 7.0             | 9.3                  | 7.0          | 6.2  | 11.6              | 7.0          | 4.7                    | 2.3     | 5.4           | 37.2    |      |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

<売上を伸ばす取組の有無別にみる前決算期の事業所の売上高の変化（3年前との比較）>

「売上を伸ばすための取組を行った」事業所では、『売上高が増加した』（「50%以上の増加」「30%以上 50%未満の増加」「10%以上 30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）が 20.5% となっている。一方で「売上を伸ばすための取組を行っていない」事業所では『売上高が増加した』事業所は 6.5%に留まっており、14ポイントの差がみられる。

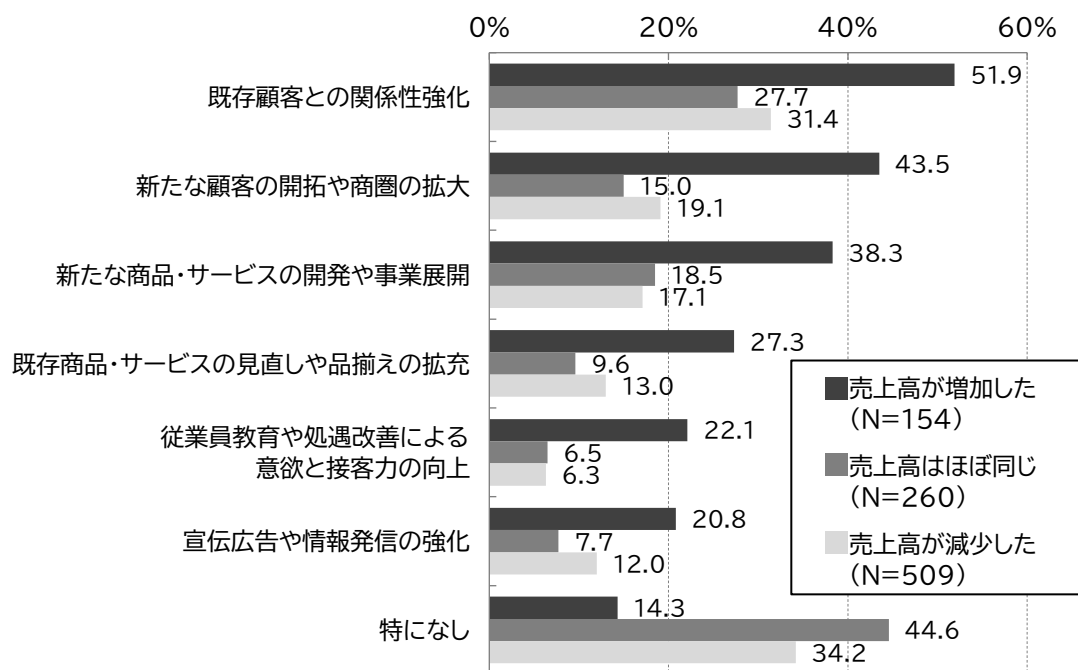
■ 図表 1-56 3年前と比較した前決算期の売上高の変化（売上を伸ばす取組の有無別）



<売上高別にみる過去3年間における売上を伸ばすための取組>

売上を伸ばすための取組を行っている割合について、『売上高が増加した』事業所は 85.7%、『売上高はほぼ同じ』事業所は 55.4%、『売上高が減少した』事業所は 65.8%となっている。具体的な取組について、『売上高が増加した』事業所では「既存顧客との関係性強化」が半数以上の 51.9%と最も高くなっており、次いで「新たな顧客の開拓や商圏の拡大」が 43.5%、「新たな商品・サービスの開発や事業展開」が 38.3%と高くなっている。

■ 図表 1-57 過去3年間における売上を伸ばすための取組（売上高別）



※売上高が増加した事業所の上位7項目を抜粋

<具体的な取組内容（自由意見）>

| 分類                     | 件数  | 主な回答                                     |
|------------------------|-----|--|
| 宣伝広告や情報発信の強化           | 13件 | ・twitter や Google の活用<br>・チラシ配り          |
| 新たな商品・サービスの開発や事業展開     | 7件  | ・外国製の商品を日本向けに作成<br>・毎月講座の開催、大学生と共同でマップ制作 |
| 既存商品・サービスの見直しや品揃えの拡充   | 5件  | ・現状に合わせて発表会の規模や実施方法を工夫<br>・変わらぬ味の提供      |
| 従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上 | 4件  | ・どのような認知症症状にも対応できる職員育成<br>・従業員のモチベーション向上 |
| 既存顧客との関係性強化            | 3件  | ・レッスン時間や内容を生徒と相談しながら調整                   |
| ネット販売の導入または強化          | 3件  | ・公式LINE アカウントの活用<br>・通販商品数の増加            |
| キャッシュレス決済の導入または強化      | 3件  | ・エアペイの導入                                 |
| 新たな顧客の開拓や商圏の拡大         | 2件  | ・人脈を通じた紹介<br>・顧客対象の拡大                    |
| 仕入れ先や取引先の見直し・開拓        | 1件  | ・客のニーズに合わせ、出来るだけ安い物を仕入れ、安く提供             |
| 営業日や営業時間の見直し           | 1件  | ・24時間診療の開始                               |
| 顧客管理のシステム化             | 1件  | ・ネット予約システムの導入                            |
| ポイントカードの導入または強化        | 1件  | ・ポイントカードの導入                              |
| 経営理念・基本方針の明文化          | 1件  | ・ホームページに操業に対する姿勢、取組みを表示                  |
| 事業計画の策定                | 1件  | ・情報収集をして、何が必要か無駄かなどの方針をその後たてる予定          |
| その他                    | 11件 | ・廃業するつもりで考えていない<br>・人件費の削減               |

#### ■売上高を伸ばすための取組に関するヒアリング調査結果

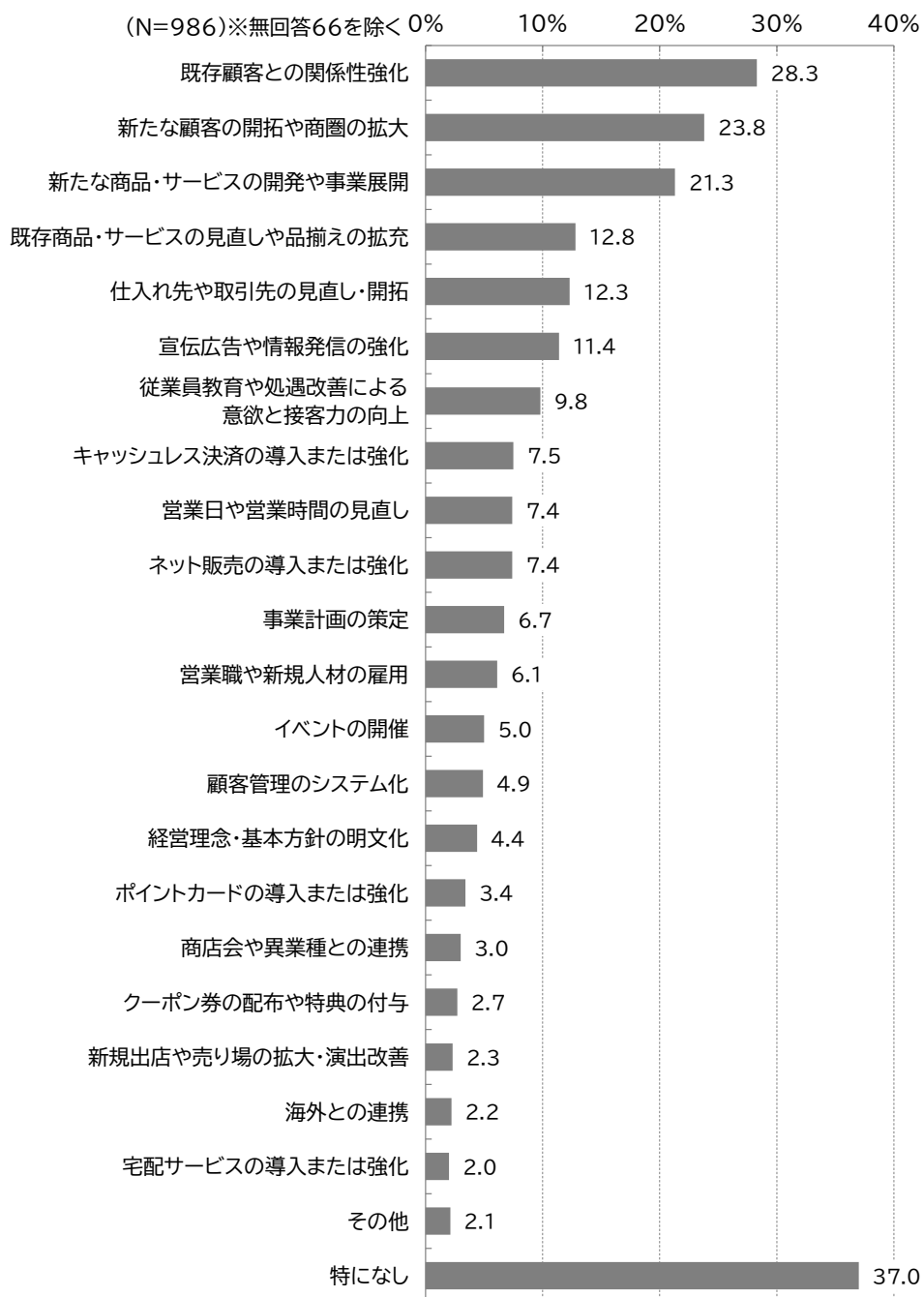
- ・新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、従来の販売先である小売店が休業したため、オンラインショップを通じて、直接小売店の顧客に販売するよう努めた。（卸売業・小売業）
- ・売上が下がった際には、日本や世界の景気やトレンドなどを調査し、売上高の減少の原因を分析し、生かすようにしている。（その他のサービス業）
- ・月に1度、手書きの情報紙を作成し、近隣地域へのポスティングや顧客への郵送を行っている。（建設業）

問 17 今後計画している取組（現在行っており、今後も継続する取組を含む）についてお答えください。（〇はいくつでも）

**〇これまで行ってきた既存顧客との関係性強化を継続的に実施していく事業所が多い**

今後、何らかの取組を計画している事業所は 63.0%、特に計画していない事業所は 37.0% となっている。今後計画している取組の内容は「既存顧客との関係性強化」が 28.3%と最も高く、次いで「新たな顧客の開拓や商圏の拡大」が 23.8%、「新たな商品・サービスの開発や事業展開」が 21.3%となっている。

■図表 1-58 今後計画している取組





<業種別にみる今後計画している取組>

「不動産業・物品賃貸業」を除き、いずれの業種でも「既存顧客との関係性強化」を計画している割合が2割以上となっている。今後新たに計画している取組について、「製造業」では「ネット販売の導入または強化」、「運輸業・郵便業」では「営業日や営業時間の見直し」の割合が高い。

■図表 1-59 今後計画している取組（業種別）

|                | 回答者数 (N) | (%)         |                |                 |               |              |              |               |              |         |              |
|----------------|----------|-------------|----------------|-----------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------|--------------|
|                |          | 既存顧客との関係性強化 | 新たな顧客の開拓や商圏の拡大 | 新たな事業展開・サービスの開拓 | 既存商品・サービスの見直し | 仕入れ先や取引先の見直し | 宣伝広告や情報発信の強化 | 従業員の教育や接客力の向上 | 従業員教育や接客力の改善 | 入ままたは強化 | 営業日や営業時間の見直し |
| 全体             | 979      | 28.2        | 23.8           | 21.2            | 12.8          | 12.3         | 11.3         | 9.8           | 7.5          | 7.4     | 7.4          |
|                |          | -4.7        | 2.3            | 0.6             | -0.9          | -2.2         | -0.7         | 0.8           | -4.1         | -2.3    | 1.6          |
| 建設業            | 73       | 32.9        | 27.4           | 13.7            | 4.1           | 19.2         | 9.6          | 16.4          | 0.0          | 1.4     | 0.0          |
|                |          | -3.2        | -5.9           | 1.2             | 4.1           | -1.6         | -1.5         | 8.1           | 0.0          | 0.0     | 0.0          |
| 製造業            | 26       | 42.3        | 26.9           | 38.5            | 19.2          | 38.5         | 19.2         | 11.5          | 7.7          | 3.8     | 26.9         |
|                |          | -7.7        | -3.9           | -7.7            | 3.8           | 15.4         | 0.0          | -3.9          | 0.0          | -3.9    | 19.2         |
| 情報通信業          | 11       | 27.3        | 18.2           | 36.4            | 18.2          | 0.0          | 9.1          | 9.1           | 9.1          | 0.0     | 0.0          |
|                |          | -18.2       | 0.0            | 9.1             | 0.0           | -9.1         | 9.1          | 0.0           | 0.0          | 0.0     | 0.0          |
| 運輸業・郵便業        | 21       | 28.6        | 28.6           | 14.3            | 14.3          | 9.5          | 14.3         | 9.5           | 14.3         | 28.6    | 14.3         |
|                |          | -9.5        | -4.7           | 0.0             | 14.3          | 0.0          | 0.0          | -4.8          | -28.6        | 19.1    | 0.0          |
| 卸売業・小売業        | 173      | 34.7        | 28.9           | 28.9            | 20.8          | 18.5         | 13.9         | 8.1           | 14.5         | 5.8     | 14.5         |
|                |          | -4.7        | 0.9            | -1.4            | -7.2          | -4.4         | 0.2          | -1.0          | -8.9         | -2.8    | -0.4         |
| 金融業・保険業        | 11       | 63.6        | 54.5           | 36.4            | 45.5          | 9.1          | 9.1          | 36.4          | 9.1          | 0.0     | 9.1          |
|                |          | 0.0         | 9.0            | 0.0             | 0.0           | 0.0          | -9.1         | 18.2          | 0.0          | 0.0     | 0.0          |
| 不動産業・物品賃貸業     | 109      | 13.8        | 14.7           | 11.9            | 7.3           | 7.3          | 8.3          | 0.0           | 0.0          | 4.6     | 4.6          |
|                |          | -3.5        | 2.9            | 2.8             | 1.8           | 1.8          | 1.9          | -0.9          | -2.7         | 3.7     | 0.1          |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 27       | 44.4        | 44.4           | 33.3            | 7.4           | 7.4          | 22.2         | 14.8          | 3.7          | 7.4     | 14.8         |
|                |          | 18.5        | 18.5           | 3.7             | 0.0           | -3.7         | 18.5         | 7.4           | 3.7          | 0.0     | 7.4          |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 125      | 36.0        | 23.2           | 34.4            | 21.6          | 22.4         | 10.4         | 8.0           | 12.0         | 16.0    | 5.6          |
|                |          | -6.7        | 6.3            | 2.1             | -6.6          | -9.1         | -1.7         | 2.4           | -6.5         | -14.6   | 2.4          |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 48       | 31.3        | 27.1           | 31.3            | 20.8          | 10.4         | 16.7         | 20.8          | 16.7         | 8.3     | 18.8         |
|                |          | -13.6       | -5.6           | 8.9             | -1.6          | -3.9         | -3.7         | 2.4           | -9.8         | -8.0    | 6.6          |
| 教育・学習支援業       | 40       | 35.0        | 17.5           | 7.5             | 12.5          | 0.0          | 20.0         | 5.0           | 5.0          | 2.5     | 0.0          |
|                |          | 16.1        | 1.3            | 2.1             | 1.7           | 0.0          | -15.1        | -3.1          | -5.8         | -0.2    | -2.7         |
| 医療・福祉          | 109      | 21.1        | 22.9           | 13.8            | 3.7           | 4.6          | 11.0         | 21.1          | 7.3          | 9.2     | 0.9          |
|                |          | -8.6        | 0.4            | 0.3             | 1.0           | 0.1          | -2.5         | 1.3           | 1.0          | 2.0     | 0.0          |
| その他のサービス業      | 129      | 24.0        | 24.0           | 17.8            | 9.3           | 6.2          | 6.2          | 6.2           | 5.4          | 7.8     | 4.7          |
|                |          | -8.6        | 7.7            | -3.9            | 0.0           | -0.8         | -0.8         | -0.8          | -0.8         | -3.8    | 2.4          |

注) 表の上段は今後計画している取組の割合、下段は過去3年間における取組の割合との増減差を示している。  
 ※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

<従業員数別にみる今後計画している取組>

「既存顧客との関係性強化」「新たな顧客の開拓や商圈の拡大」「新たな商品・サービスの開発や事業展開」は、従業員数にかかわらず多くなっているが、その割合は従業員数が多いほど高い傾向がみられる。

従業員数が10人以上の場合、「従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上」が2割以上となっているのに対して、10人未満の場合はその割合が2割未満となっている。

■図表 1-60 今後計画している取組（従業員数別）

|        |         | (%)         |                |             |   |                       |   |   |  |  |        |   |  |   |
|--------|---------|-------------|----------------|-------------|---|-----------------------|---|---|--|--|--------|---|--|---|
|        | 回答者数(N) | 既存顧客との関係性強化 | 新たな顧客の開拓や商圈の拡大 | 業<br>展<br>開 | 新<br>た<br>な<br>商<br>品<br>・<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス<br>の<br>開<br>発<br>や<br>事 | 揃<br>え<br>の<br>拡<br>充 | 既<br>存<br>商<br>品<br>・<br>サ<br>ー<br>ビ<br>ス<br>の<br>見<br>直<br>し<br>や<br>品 | 仕<br>入<br>れ<br>先<br>や<br>取<br>引<br>先<br>の<br>見<br>直<br>し<br>・<br>開<br>拓 | 宣<br>伝<br>広<br>告<br>や<br>情<br>報<br>発<br>信<br>の<br>強<br>化 | と<br>従<br>業<br>員<br>教<br>育<br>や<br>処<br>遇<br>改<br>善<br>に<br>よ<br>る<br>意<br>欲 | 強<br>化 | キ<br>ャ<br>ッ<br>シ<br>ュ<br>レ<br>ス<br>決<br>済<br>の<br>導<br>入<br>ま<br>た<br>は | 営<br>業<br>日<br>や<br>営<br>業<br>時<br>間<br>の<br>見<br>直<br>し | ネ<br>ッ<br>ト<br>販<br>売<br>の<br>導<br>入<br>ま<br>た<br>は<br>強<br>化 |
| 全体     | 805     | 30.3        | 26.8           | 23.9        | 13.8  | 13.7                  | 12.3  | 11.6  | 8.2  | 7.5  | 8.6    |   |  |   |
| 0~4人   | 479     | 27.1        | 19.2           | 19.8        | 10.6  | 10.9                  | 10.4  | 3.5   | 6.1  | 7.7  | 7.1    |   |  |   |
| 5~9人   | 164     | 30.5        | 32.9           | 25.0        | 15.2  | 18.3                  | 16.5  | 17.7  | 8.5  | 8.5  | 9.1    |   |  |   |
| 10~19人 | 77      | 40.3        | 35.1           | 31.2        | 23.4  | 19.5                  | 14.3  | 26.0  | 14.3   | 3.9  | 10.4   |   |  |   |
| 20~49人 | 55      | 34.5        | 47.3           | 32.7        | 18.2  | 12.7                  | 10.9  | 27.3  | 10.9   | 5.5  | 16.4   |   |  |   |
| 50~99人 | 13      | 46.2        | 46.2           | 46.2        | 30.8  | 23.1                  | 15.4  | 53.8  | 15.4   | 15.4   | 15.4   |   |  |   |
| 100人以上 | 17      | 47.1        | 64.7           | 47.1        | 17.6  | 17.6                  | 17.6  | 29.4  | 23.5   | 5.9  | 5.9    |   |  |   |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

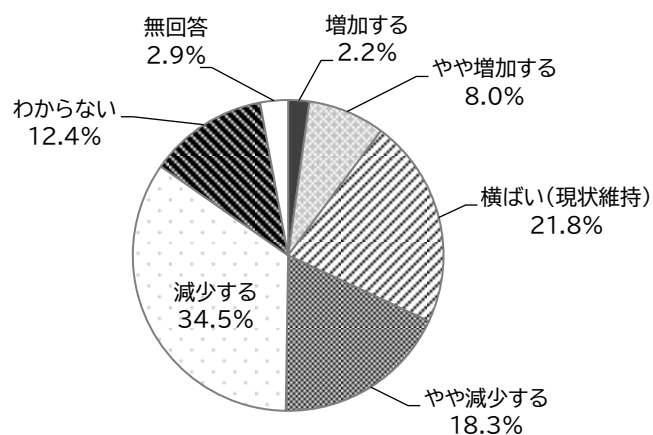
問 18 年間売上高は、今後どのように推移するとお考えですか。(○は1つ)

**○「情報通信業」「学研究・専門技術サービス業」「医療・福祉」などの業種は、今後成長の期待できる産業となっている**

今後の売上高について、『増加する』（「増加する」「やや増加する」の合計）と見込んでいる事業所は10.2%に留まるが、『減少する』（「やや減少する」「減少する」の合計）と見込んでいる事業所は52.8%に上る。

■ 図表 1-61 今後の年間売上高の見込み

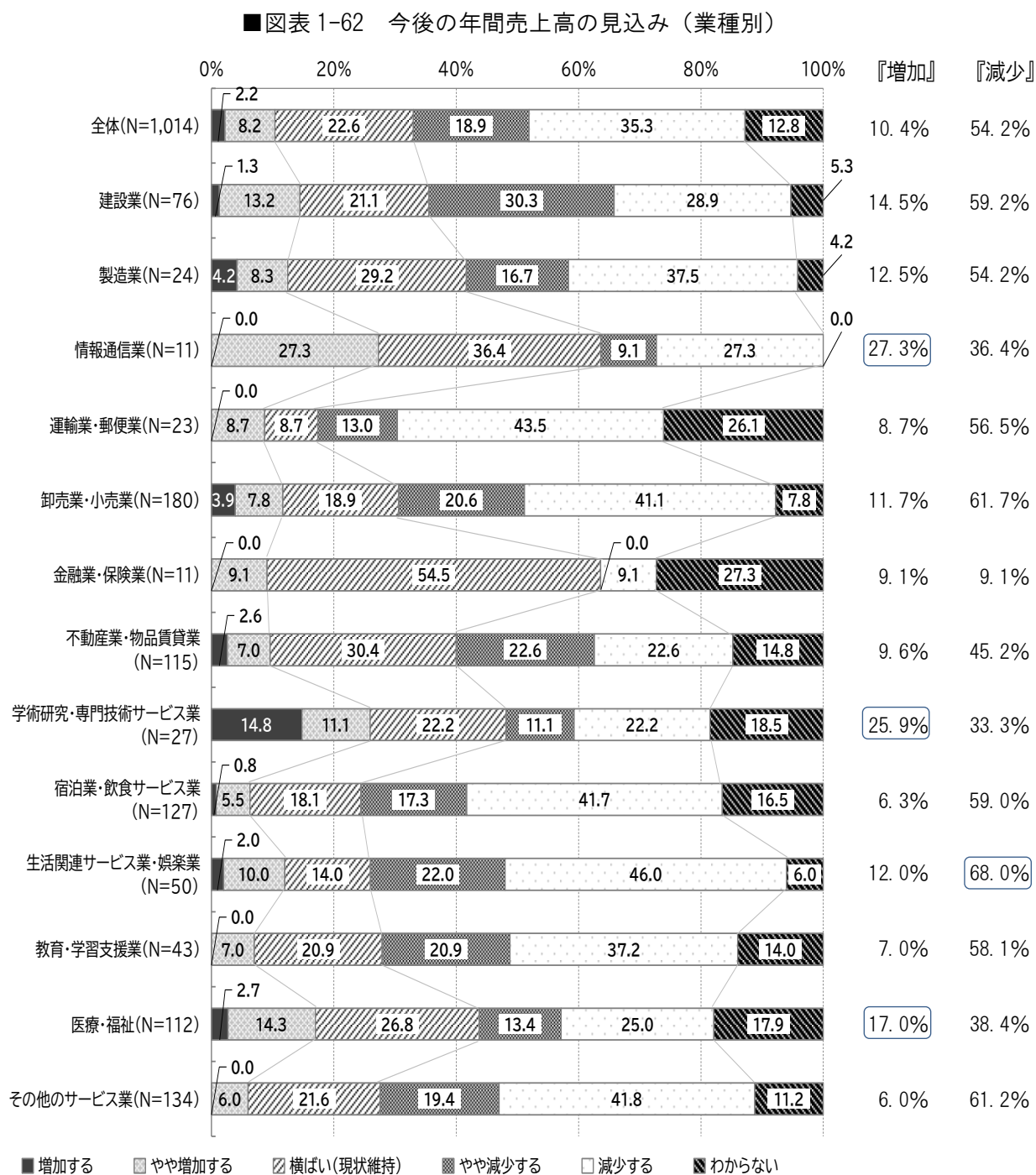
(N=1,052)



<業種別にみる今後の年間売上高の見込み>

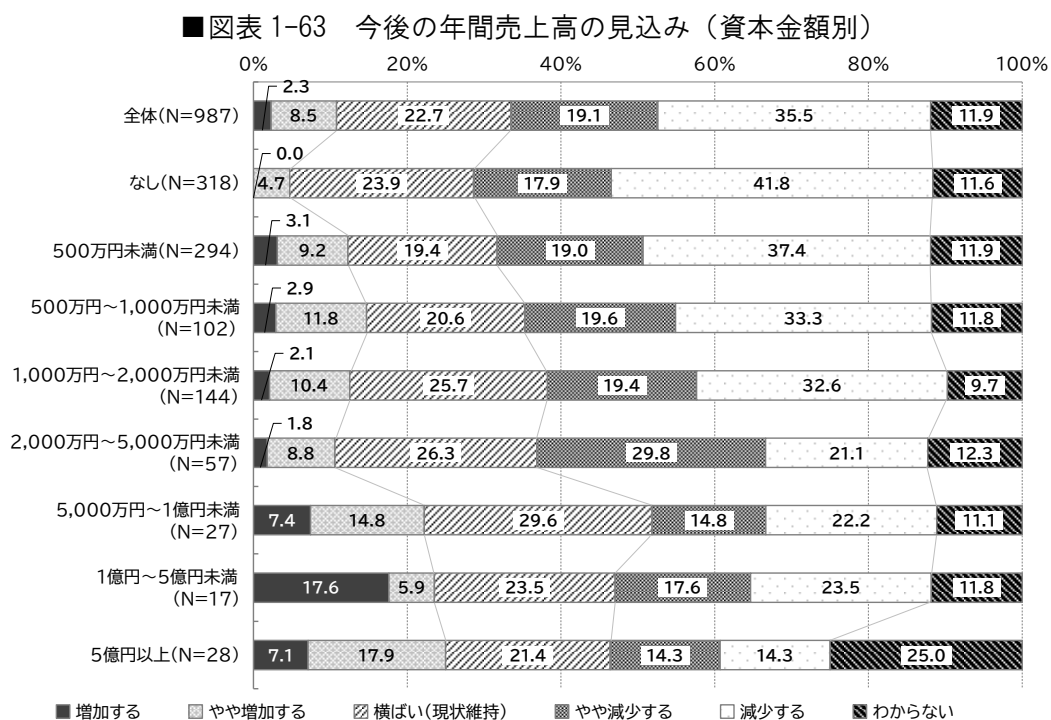
業種別にみると、『増加する』（「増加する」「やや増加する」の合計）と見込んでいる事業所の割合が高い業種は、「情報通信業」の27.3%、「学術研究・専門技術サービス業」の25.9%、「医療・福祉」の17.0%が挙げられる。この3業種は、他の業種よりも『増加する』割合が高くなっており、今後の杉並区において成長の期待できる産業である。

「生活関連サービス業・娯楽業」は、『減少する』（「やや減少する」「減少する」の合計）と見込んでいる割合が68.0%と最も高く、『増加する』とする事業所が12.0%と低いことから、見通しが厳しい業種であると考えられる。



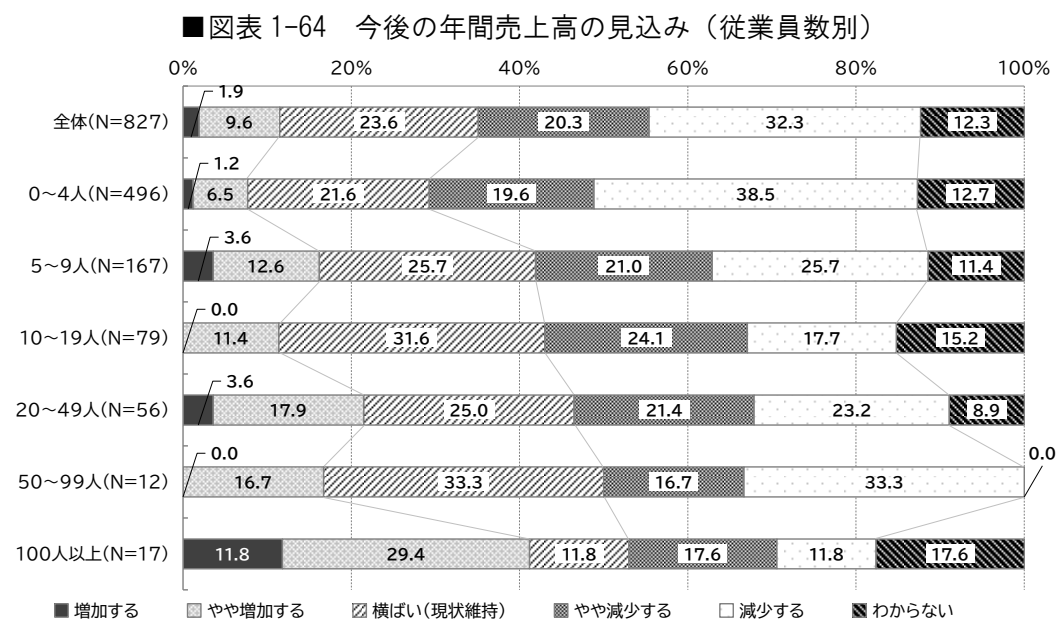
<資本金別にみる今後の年間売上高の見込み>

資本金額が5,000万円以上の事業所は、『増加する』（「増加する」「やや増加する」の合計）と見込んでいる割合が2割を超えている。一方で、資本金額が5,000万円未満の事業所は『減少する』（「やや減少する」「減少する」の合計）と見込んでいる割合が5割を超えており、特に資本金がない事業所では59.7%と最も高い。



<従業員数別にみる今後の年間売上高の見込み>

従業員数が「100人以上」の事業所では、『増加する』と見込んでいる割合が41.2%となり、他よりも特に高くなっている。一方で、従業員数が「100人未満」の事業所では、いずれも4割以上が『減少する』と見込んでいる。

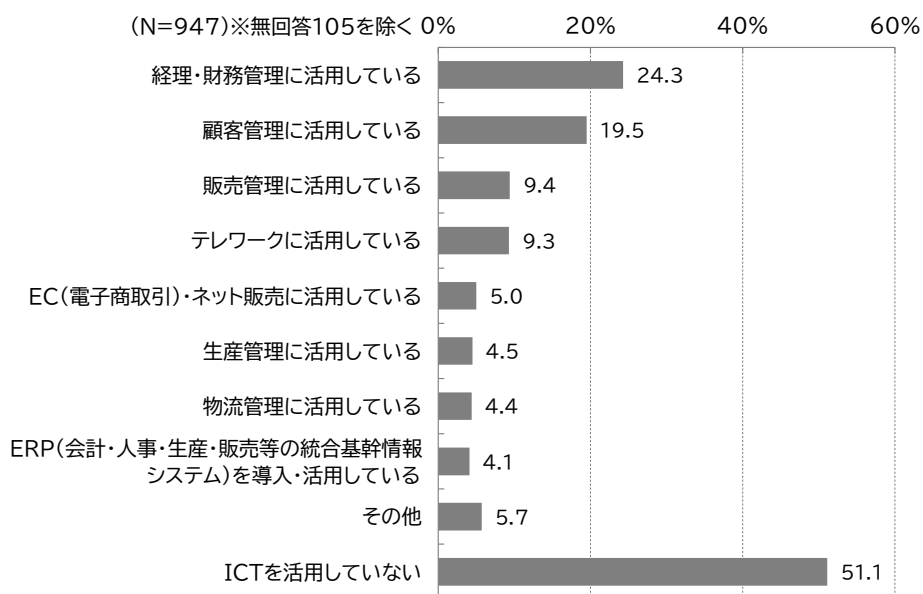


問 19 ICT（情報通信技術）の活用状況についてお答えください。（○はいくつでも）

**ICTを活用している事業所の方が、売上高が増加している割合が高い**

ICTを活用している事業所は48.9%、ICTを活用していない事業所は51.1%となっている。具体的な活用方法としては、「経理・財務管理に活用している」が24.3%と最も高く、次いで「顧客管理に活用している」が19.5%、「販売管理に活用している」が9.4%となっている。

■ 図表 1-65 ICTの活用状況

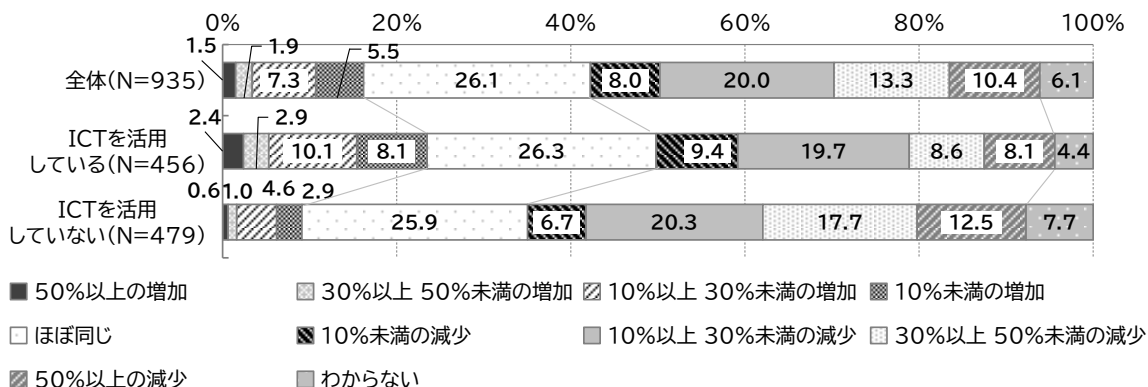


< ICT活用の有無別にみる前決算期の売上高の変化（3年前との比較） >

「ICTを活用している」事業所では、『売上高が増加した』（「50%以上の増加」「30%以上50%未満の増加」「10%以上30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）が23.5%となっている。一方で「ICTを活用していない」事業所では『売上高が増加した』事業所は9.1%に留まっており、10ポイント以上の差がみられる。

また、『減少している』（「10%未満の減少」「10%以上30%未満の減少」「30%以上50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）についても、「ICTを活用している」事業所では45.8%、「ICTを活用していない」事業所では57.2%となっており、およそ10ポイントの差がみられる。

■ 図表 1-66 3年前と比較した前決算期の売上高の変化（ICT活用の有無別）

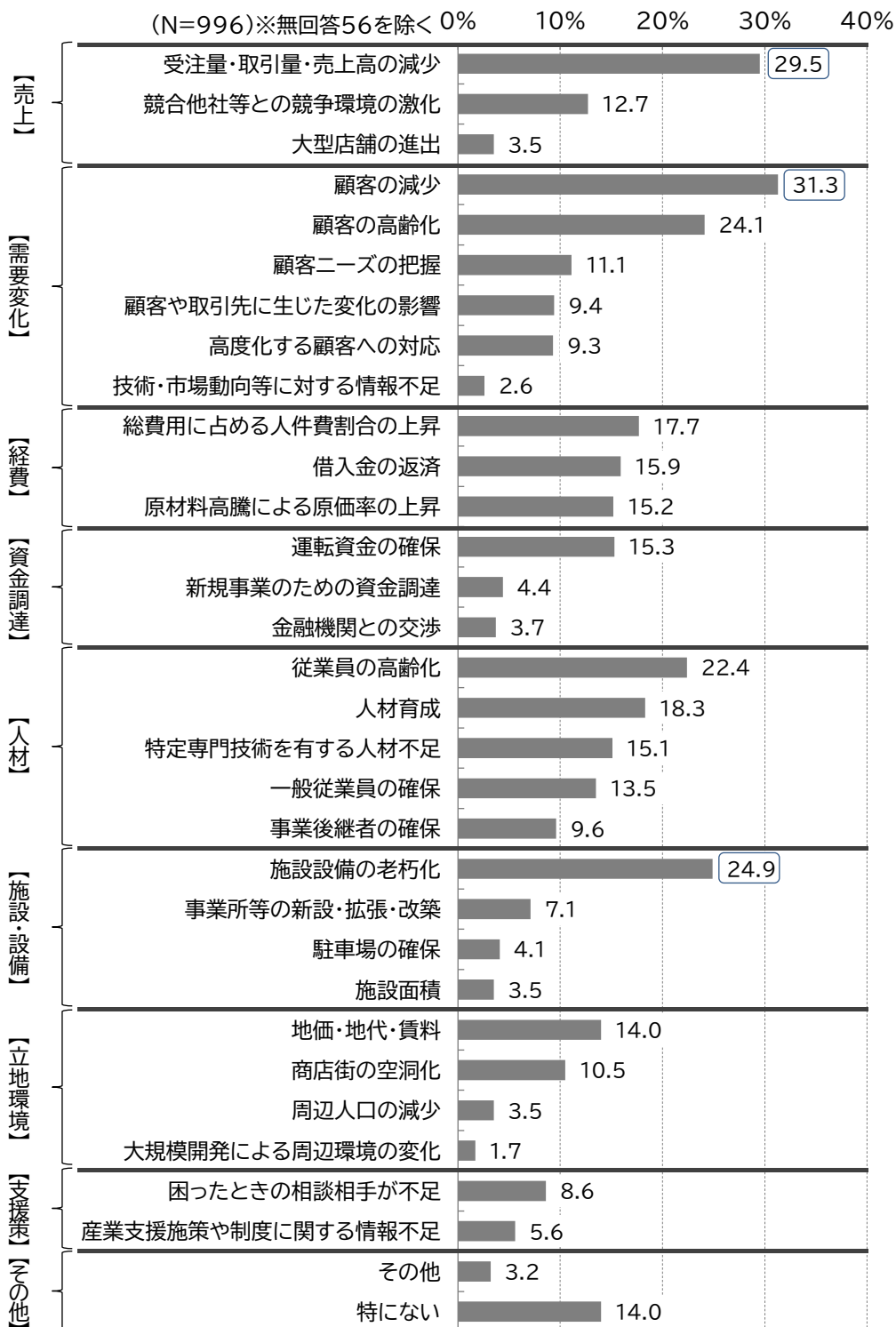


問 20 現在、経営上抱えている課題についてお答えください。(〇はいくつでも)

**〇区内事業所の抱える課題は需要変化、売上、施設・設備など多岐にわたる**

「顧客の減少」が31.3%と最も高く、次いで「受注量・取引量・売上高の減少」が29.5%、「施設設備の老朽化」が24.9%となっている。

■図表 1-67 経営上抱えている課題



## 【市場（売上・需要変化）に関する経営課題】

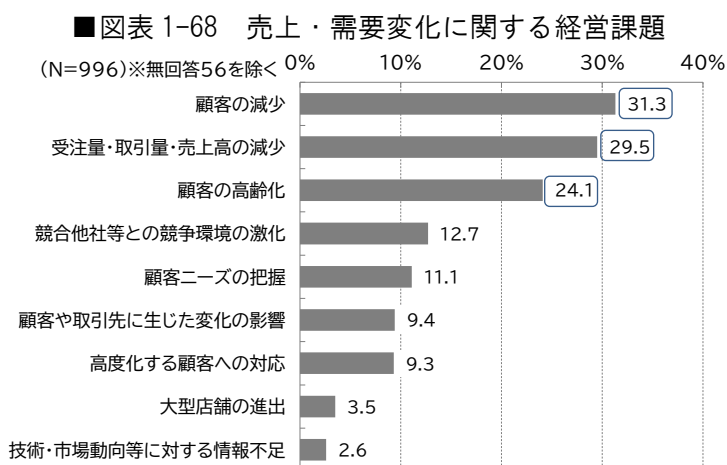
### ○「顧客の減少」や「受注量・取引量・売上高の減少」などが課題

「顧客の減少」が31.3%と最も高く、次いで「受注量・取引量・売上高の減少」が29.5%、「顧客の高齢化」が24.1%となっている。

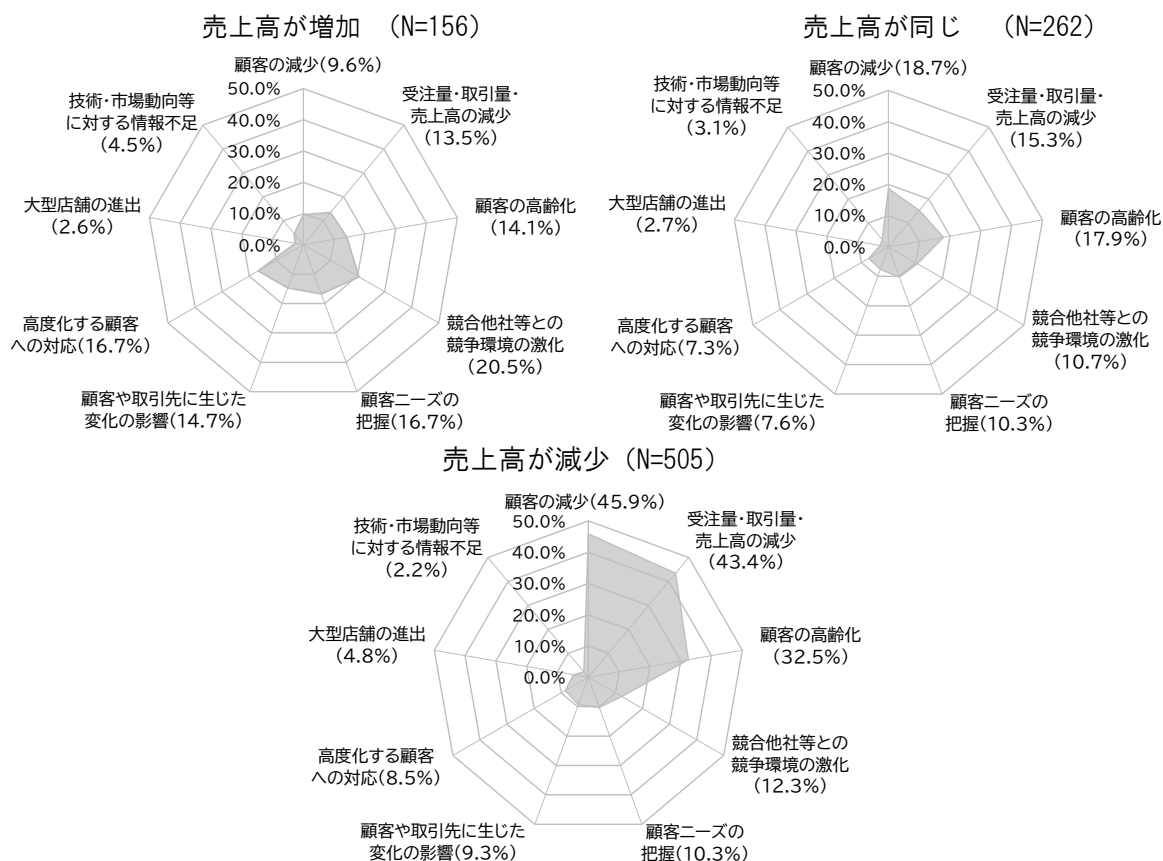
売上高別にみると、売上高が減少した事業所では「顧客の減少」「受注量・取引量・売上高の減少」が4割以上となっており、売上高が増加、または同じ事業所よりも多くの事業所が課題としている。

業種別にみると、「運輸業・郵便業」「生活関連サービス業・娯楽業」では、それぞれ5割以上の事業所が「顧客の減少」を課題としている。

また、「製造業」「運輸業・郵便業」「卸売業・小売業」「宿泊業・飲食サービス業」では、それぞれ4割以上の事業所が「受注量・取引量・売上高の減少」を課題としている。

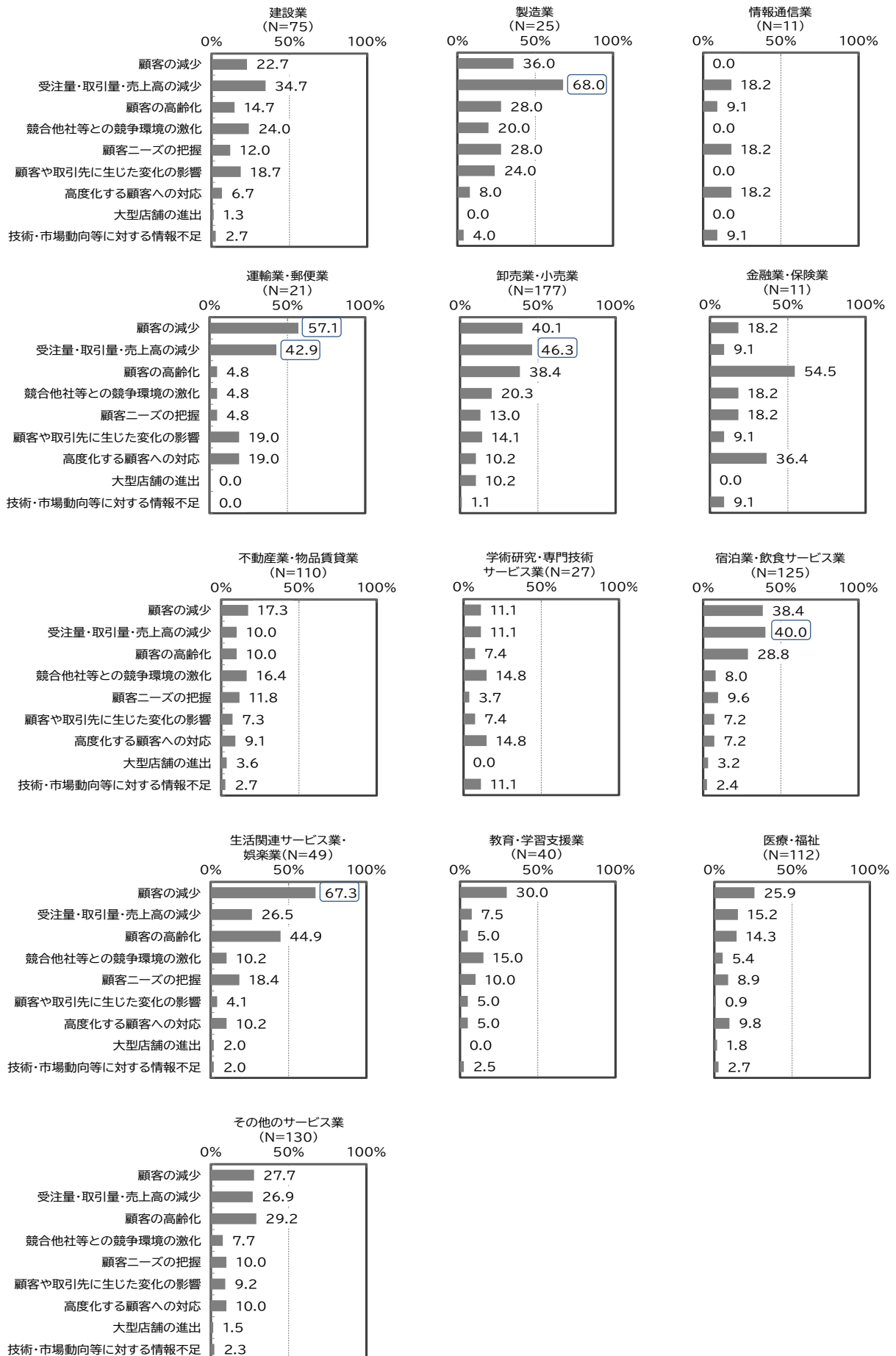


### ■ 図表 1-69 売上・需要変化に関する経営課題（売上高別）





■図表 1-70 売上・需要変化に関する経営課題（業種別）



【収支（経費・資金調達）に関する経営課題】

○「人件費割合の上昇」や「借入金の返済」「運転資金の確保」「原材料高騰による原価率の上昇」が主な課題となっている

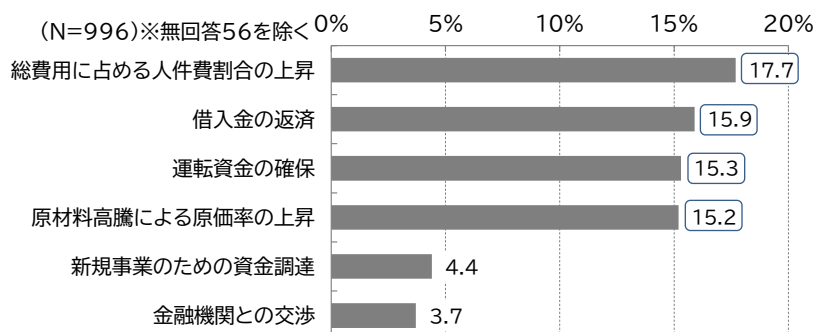
「総費用に占める人件費割合の上昇」が17.7%と最も高く、次いで「借入金の返済」が15.9%、「運転資金の確保」が15.3%、「原材料高騰による原価率の上昇」が15.2%となっている。

売上高別にみると、売上高が増加した事業所では、2割以上の事業所が「総費用に占める人件費割合の上昇」を課題としており、売上高が同じ、または減少した事業所よりも多くなっている。

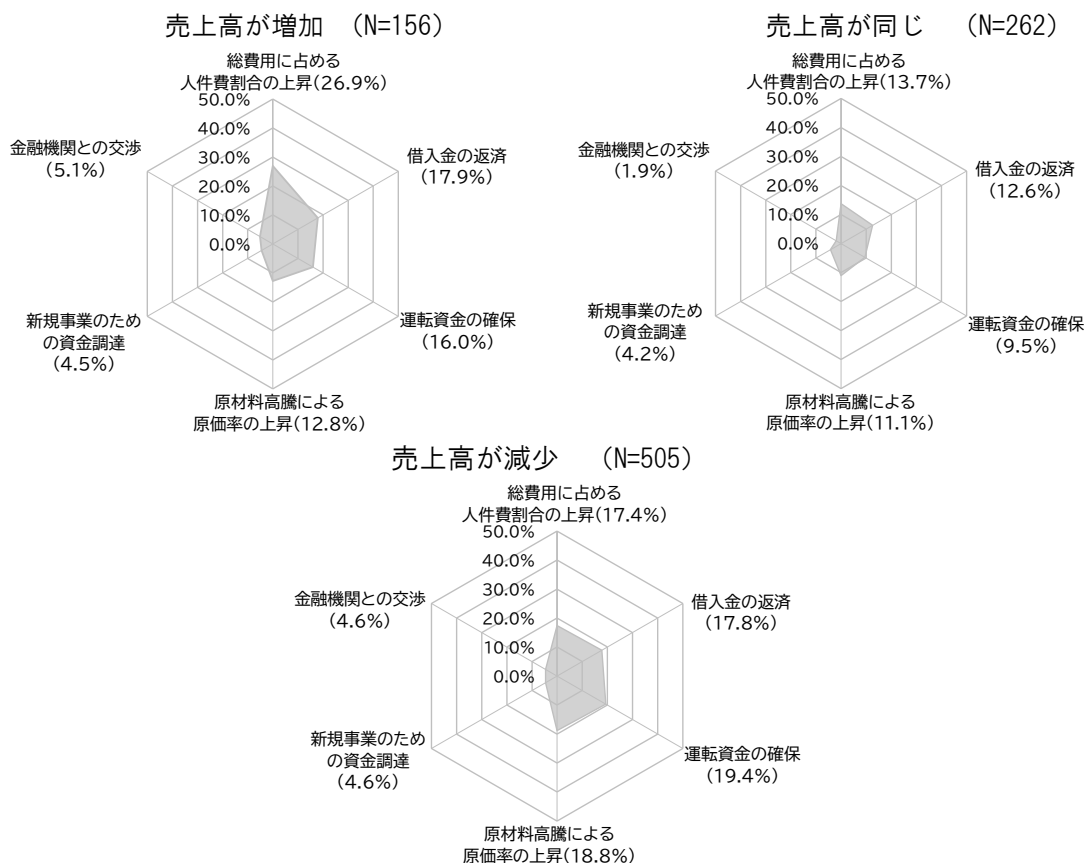
業種別にみると、「総費用に占める人件費割合の上昇」について、「生活関連サービス業・娯楽業」が32.7%と最も高く、次いで「医療・福祉」の25.0%、「建設業」の24.0%となっている。

また、「製造業」「宿泊業・飲食サービス業」では、それぞれ3割以上の事業所が「原材料高騰による原価率の上昇」を課題としている。

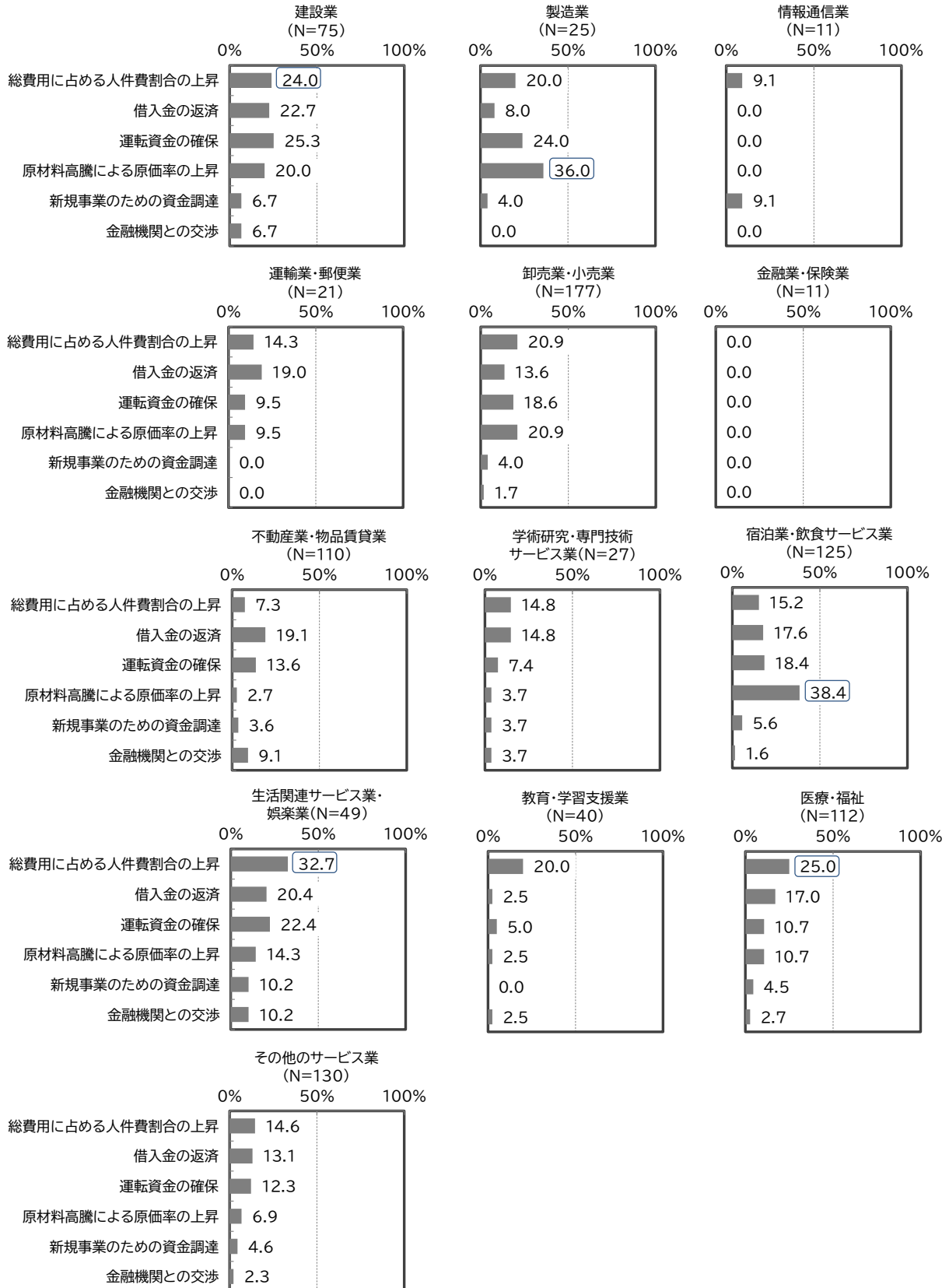
■図表 1-71 経費・資金調達に関する経営課題



■図表 1-72 経費・資金調達に関する経営課題（売上高別）



■図表 1-73 経費・資金調達に関する経営課題（業種別）



## 【人材に関する経営課題】

### ○「従業員の高齢化」や「人材育成」が主な課題となっている

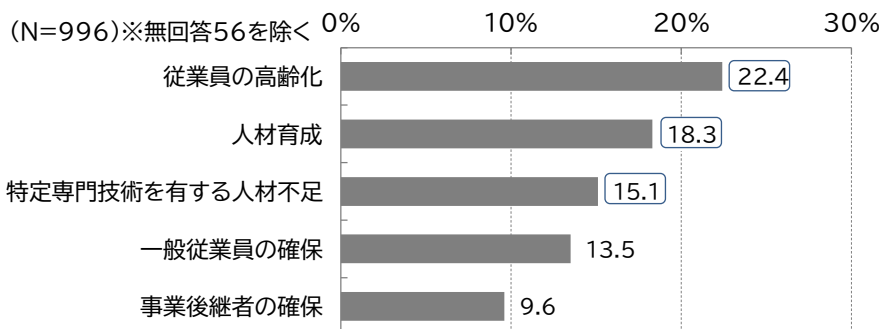
「従業員の高齢化」が22.4%と最も高く、次いで「人材育成」が18.3%、「特定専門技術を有する人材不足」が15.1%となっている。

売上高別にみると、売上高が増加した事業所は、売上高が同じ、または減少した事業所に比べて人材に関する課題を抱えている事業所が多い。特に「人材育成」「特定専門技術を有する人材不足」が3割以上と高くなっている。

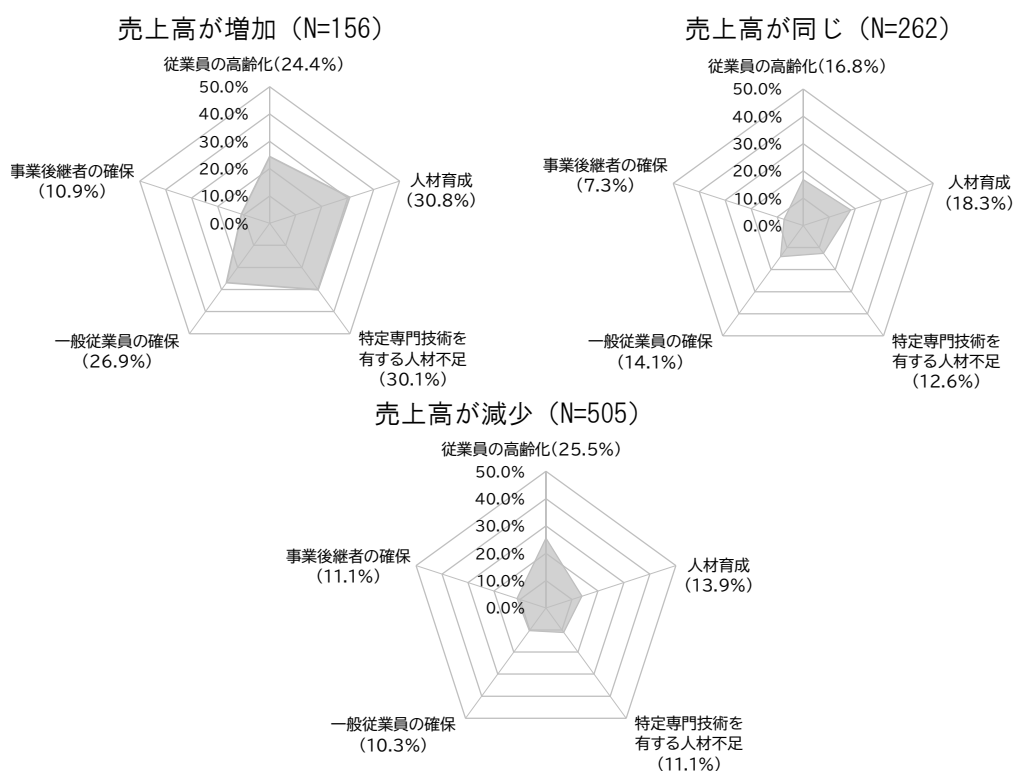
業種別にみると、「建設業」では、「特定専門技術を有する人材不足」を課題と考えている事業所が41.3%と最も高くなっているが、「従業員の高齢化」「人材育成」「一般従業員の確保」もそれぞれ3割前後の事業所が課題としていることから、人材に関する幅広い課題を抱えていることがわかる。

また、「製造業」では「従業員の高齢化」、「学術研究・専門技術サービス業」では「特定専門技術を有する人材不足」が4割以上と高くなっている。

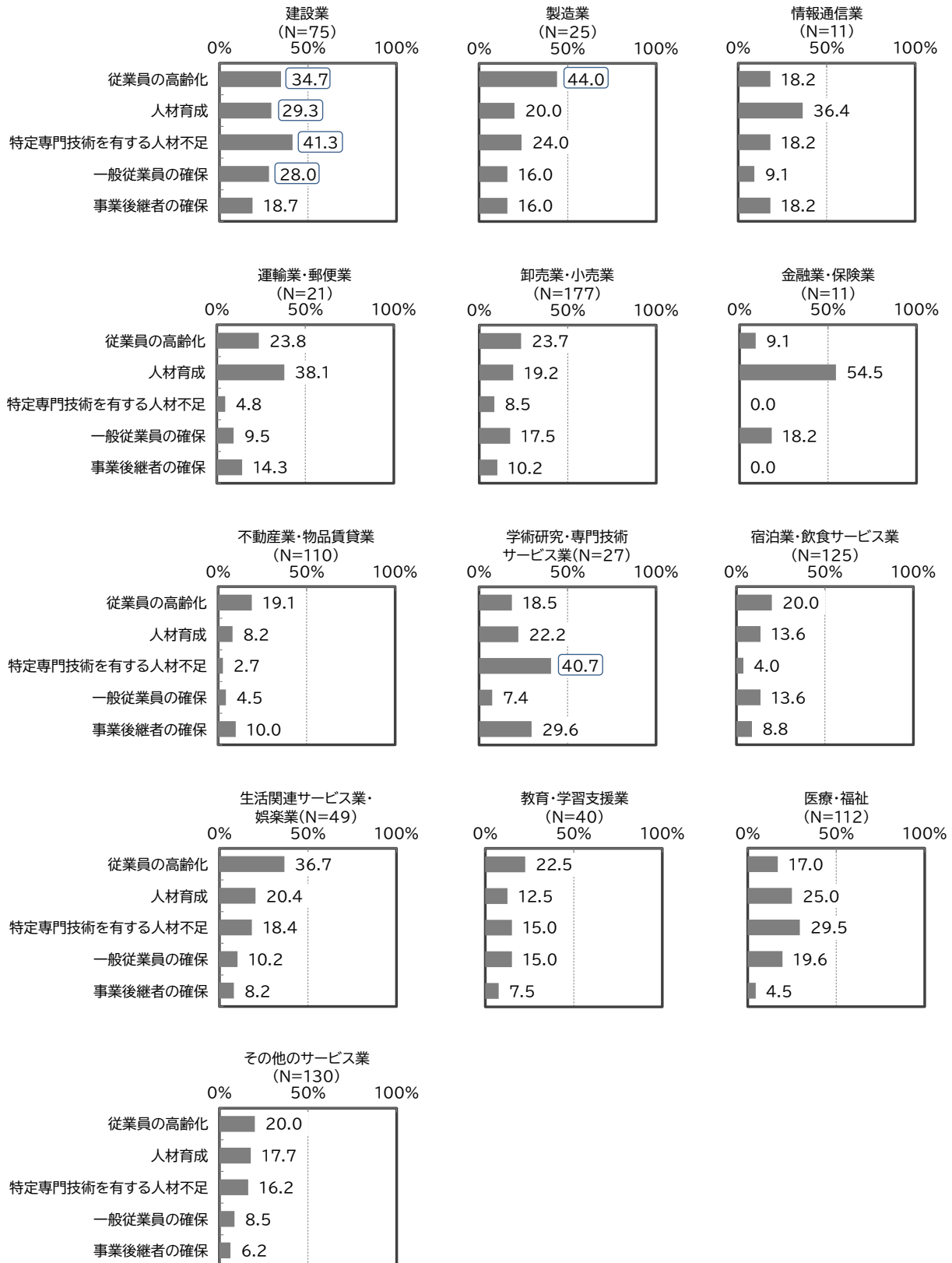
■図表 1-74 人材に関する経営課題



■図表 1-75 人材に関する経営課題（売上高別）



■ 図表 1-76 人材に関する経営課題（業種別）



## 【立地（施設・設備、立地環境）に関する経営課題】

### ○「施設設備の老朽化」が課題として多くあげられている

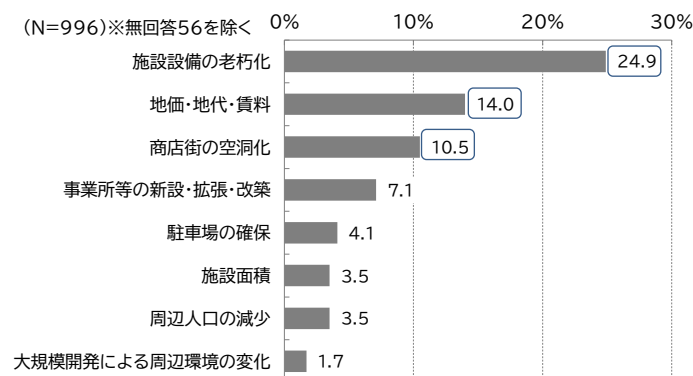
「施設設備の老朽化」が24.9%と最も高く、次いで「地価・地代・賃料」が14.0%、「商店街の空洞化」が10.5%となっている。

売上高別にみると、売上高が減少した事業所では、およそ3割が「施設設備の老朽化」を課題としており、その割合は売上高が増加、または同じ事業所よりも高くなっている。

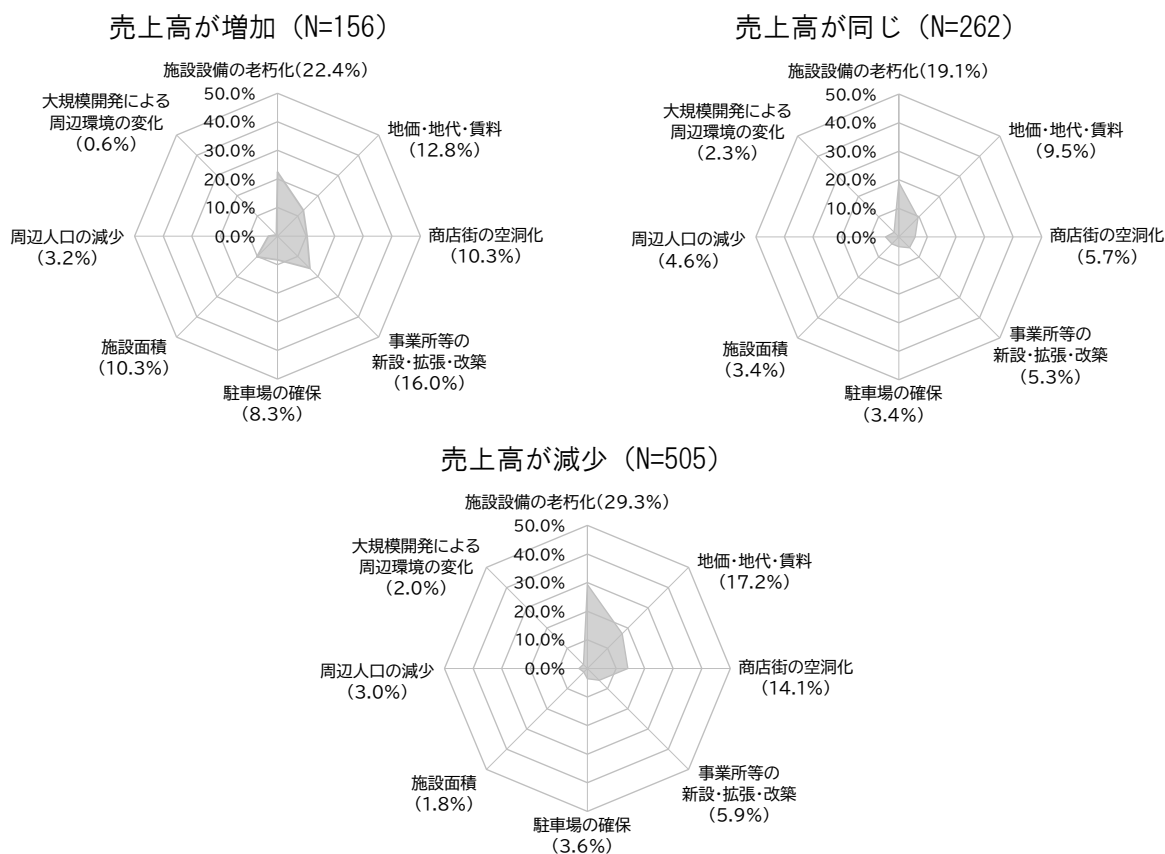
「施設設備の老朽化」は「製造業」「不動産業・物品賃貸業」「生活関連サービス業・娯楽業」で課題としてあげられている割合が高くなっている。

「周辺人口の減少」を課題としている事業所は、いずれの業種においても非常に少なくなっているが、「教育・学習支援」では15.0%と他の業種と比較すると、やや高い割合となっている。

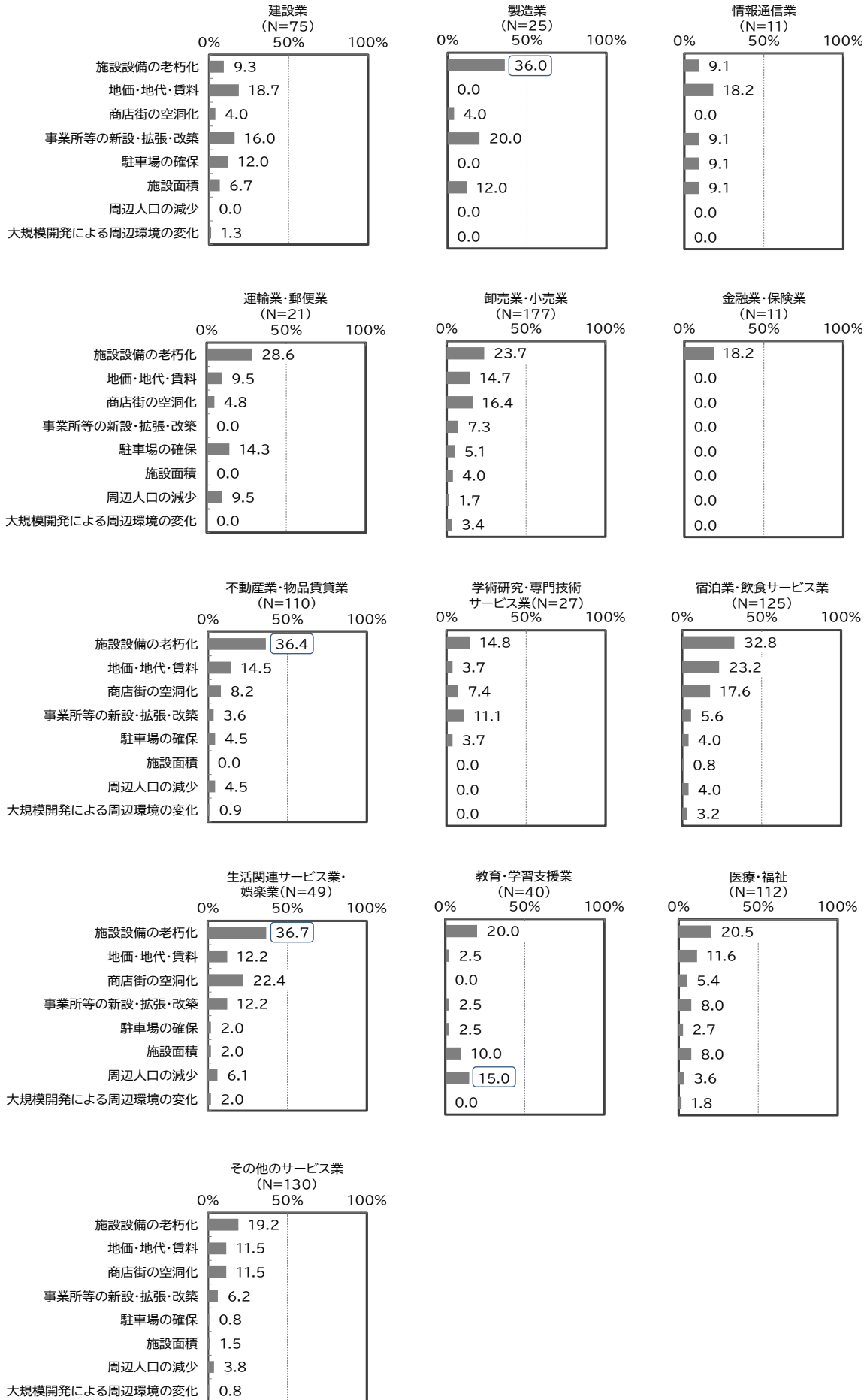
■図表 1-77 施設・設備、立地環境に関する経営課題



■図表 1-78 施設・設備、立地環境に関する経営課題（売上高別）



■ 図表 1-79 施設・設備、立地環境に関する経営課題（業種別）



## ■経営課題に関するヒアリング調査結果

- ・ 運転資金の確保が課題。コロナの影響もあり手を出しにくい。（医療・福祉）
- ・ 人材の確保が課題。従業員を増やしたいと考えているが、小規模経営であるため、採用は非常に難しい。（宿泊・飲食サービス業）
- ・ 家賃が高いため、継続的な運営が困難。（卸売業・小売業）
- ・ 後継者の確保と人材育成が課題。自分の考えを理解して経営と一緒に考えられる若い人材や後継者となる人材、秘書的な人材を雇用したいが、信頼できる人材を確保する必要があり、簡単には見つからない。また、人材育成をしてもすぐにやめてしまい、育成することがかえって負担になってしまうので、外注を使うようになってしまった。（その他のサービス業）
- ・ 顧客や取引先に生じた変化の影響が課題。オンラインショップからの購入も増えつつあるが、どうしても価格重視の傾向があるため、利益圧縮につながり、売上の伸びが期待できない。（卸売業・小売業）
- ・ 一般従業員の確保が課題。従業員数が少なく、個別受注生産という特徴により分野が多岐にわたる。そのため、求人媒体の募集欄に記載する内容が複雑であり、そもそも集まりにくい、またはマッチした人材を確保できない状態である。（製造業）



問 21 今後、経営課題の解決や改善のために、区に求める支援をお答えください。(〇はいくつでも)

### ○資金繰りや人材の育成・確保、設備投資の支援を求める声が多い

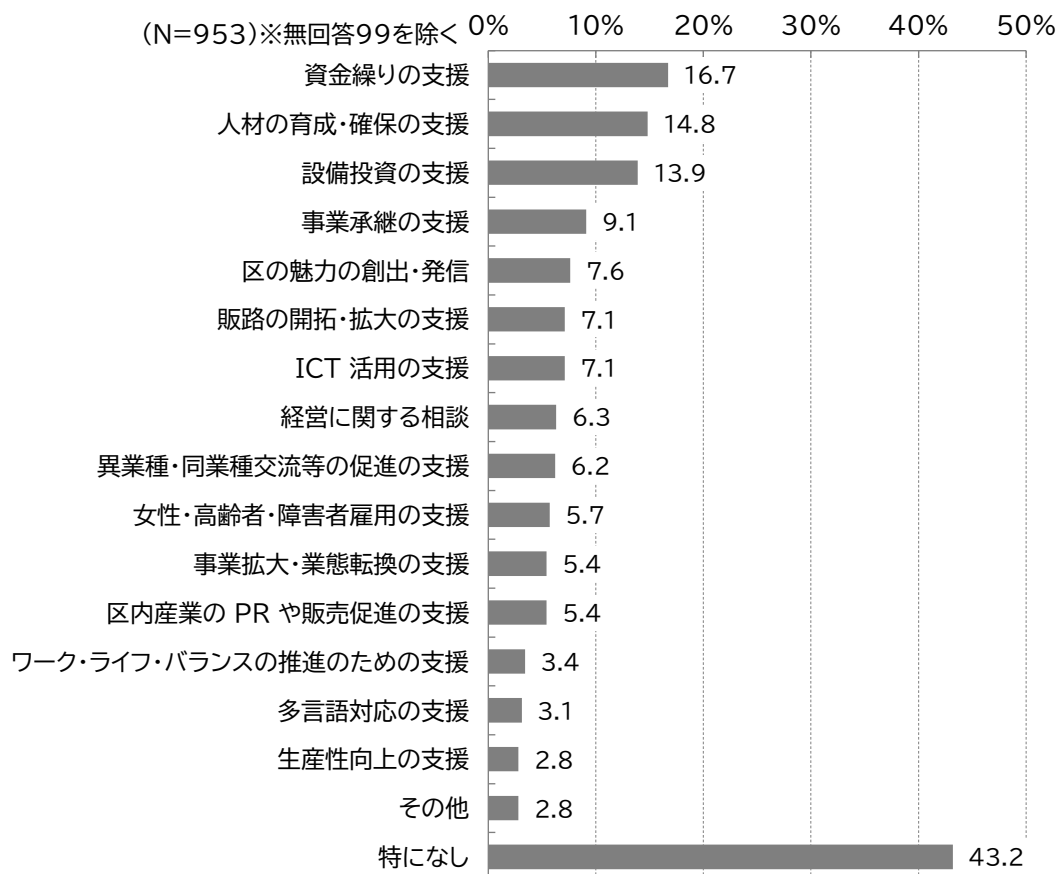
区に何らかの支援を求める事業所は 56.8%、特に求める支援がない事業所は 43.2%となっている。区に求める支援の具体的な内容としては、「資金繰りの支援」が 16.7%と最も高く、次いで「人材の育成・確保の支援」が 14.8%、「設備投資の支援」が 13.9%となっている。

業種別にみると、「医療・福祉」では「人材の育成・確保の支援」が 32.7%、「生活関連サービス業・娯楽業」では「資金繰りの支援」が 30.4%とそれぞれ最も高い。

現在抱えている課題として、「顧客の減少」や「受注量・取引量・売上高の減少」をあげている事業所が多く(図表 1-68)、区に求める支援でも「資金繰りの支援」が最も多くなっていることから、顧客や売上高の減少により財務状況が適正でなく資金繰りに苦慮していることが推察される。

また、人材に関する幅広い課題を抱えていた建設業(図表 1-76)では、区に求める支援についても「人材の育成・確保の支援」が 28.4%と、「医療・福祉」に次いで 2 番目に多くなっている。

■ 図表 1-80 経営課題の解決や改善のために区に求める支援



■ 図表 1-81 経営課題の解決や改善のために区に求める支援（業種別）

(%)

|                | 回答者数(N) | 資金繰りの支援 | 人材の育成・確保の支援 | 設備投資の支援 | 事業承継の支援 | 区の魅力の創出・発信 | 販路の開拓・拡大の支援 | I C T 活用の支援 | 経営に関する相談 | 異業種・同業種交流等の促進の支援 | 女性・高齢者・障害者雇用の支援 | 事業拡大・業態転換の支援 | 区内産業の P R や販売促進の支援 | ワーク・ライフ・バランスの推進 | 多言語対応の支援 | 生産性向上の支援 | その他  | 特になし |
|----------------|---------|---------|-------------|---------|---------|------------|-------------|-------------|----------|------------------|-----------------|--------------|--------------------|-----------------|----------|----------|------|------|
| 全体             | 947     | 16.6    | 14.7        | 13.6    | 9.2     | 7.6        | 7.2         | 7.1         | 6.3      | 6.2              | 5.6             | 5.4          | 5.4                | 3.4             | 3.2      | 2.9      | 2.9  | 43.4 |
| 建設業            | 74      | 21.6    | 28.4        | 12.2    | 10.8    | 8.1        | 4.1         | 6.8         | 8.1      | 9.5              | 8.1             | 9.5          | 12.2               | 2.7             | 1.4      | 6.8      | 1.4  | 33.8 |
| 製造業            | 25      | 8.0     | 24.0        | 16.0    | 20.0    | 0.0        | 20.0        | 4.0         | 4.0      | 8.0              | 4.0             | 8.0          | 4.0                | 4.0             | 0.0      | 24.0     | 4.0  | 44.0 |
| 情報通信業          | 11      | 18.2    | 27.3        | 27.3    | 18.2    | 9.1        | 0.0         | 27.3        | 9.1      | 9.1              | 9.1             | 0.0          | 0.0                | 0.0             | 9.1      | 9.1      | 0.0  | 36.4 |
| 運輸業・郵便業        | 20      | 5.0     | 15.0        | 10.0    | 15.0    | 5.0        | 10.0        | 10.0        | 0.0      | 5.0              | 5.0             | 5.0          | 0.0                | 0.0             | 0.0      | 5.0      | 10.0 | 45.0 |
| 卸売業・小売業        | 166     | 19.9    | 10.8        | 11.4    | 9.6     | 7.2        | 13.3        | 8.4         | 6.0      | 4.2              | 5.4             | 5.4          | 8.4                | 3.0             | 3.0      | 3.6      | 1.8  | 41.0 |
| 金融業・保険業        | 11      | 9.1     | 18.2        | 0.0     | 9.1     | 18.2       | 9.1         | 9.1         | 9.1      | 27.3             | 0.0             | 9.1          | 27.3               | 0.0             | 0.0      | 0.0      | 0.0  | 45.5 |
| 不動産業・物品賃貸業     | 107     | 12.1    | 5.6         | 14.0    | 4.7     | 9.3        | 4.7         | 6.5         | 7.5      | 2.8              | 5.6             | 4.7          | 0.9                | 1.9             | 0.0      | 0.9      | 0.9  | 50.5 |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 27      | 11.1    | 7.4         | 0.0     | 0.0     | 11.1       | 18.5        | 3.7         | 3.7      | 18.5             | 0.0             | 3.7          | 14.8               | 7.4             | 0.0      | 0.0      | 3.7  | 51.9 |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 120     | 20.8    | 10.8        | 20.0    | 14.2    | 10.8       | 5.8         | 4.2         | 5.8      | 5.0              | 3.3             | 5.8          | 5.8                | 2.5             | 5.0      | 3.3      | 5.0  | 40.8 |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 46      | 30.4    | 13.0        | 23.9    | 13.0    | 13.0       | 2.2         | 4.3         | 15.2     | 8.7              | 2.2             | 4.3          | 8.7                | 6.5             | 4.3      | 2.2      | 2.2  | 39.1 |
| 教育・学習支援業       | 36      | 8.3     | 13.9        | 16.7    | 5.6     | 11.1       | 5.6         | 25.0        | 11.1     | 8.3              | 5.6             | 2.8          | 2.8                | 5.6             | 5.6      | 2.8      | 5.6  | 41.7 |
| 医療・福祉          | 110     | 11.8    | 32.7        | 17.3    | 6.4     | 2.7        | 3.6         | 9.1         | 4.5      | 5.5              | 8.2             | 0.9          | 2.7                | 3.6             | 6.4      | 0.9      | 3.6  | 33.6 |
| その他のサービス業      | 123     | 16.3    | 12.2        | 9.8     | 6.5     | 8.1        | 5.7         | 4.1         | 4.1      | 7.3              | 10.6            | 7.3          | 2.4                | 5.7             | 4.1      | 0.0      | 2.4  | 47.2 |

※割合が10%以上の選択肢を網掛けしている。

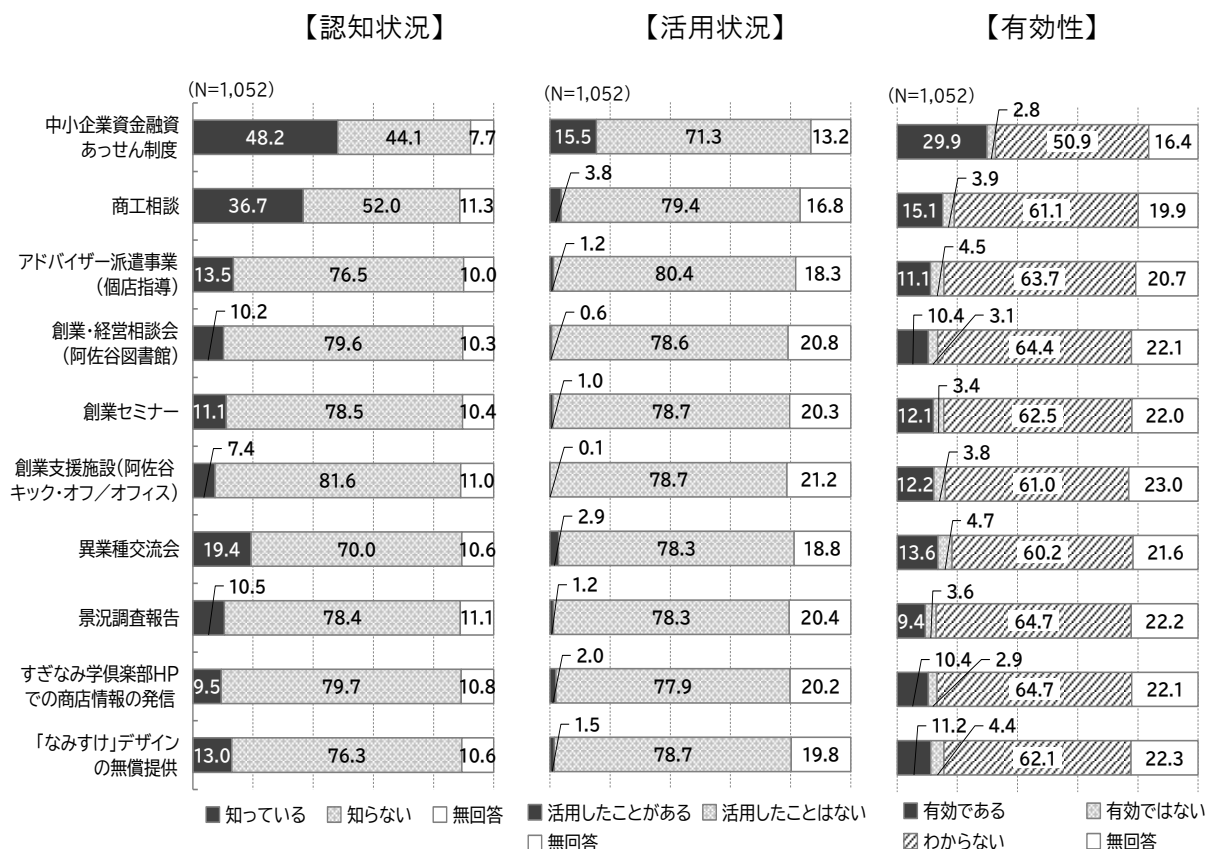
問 22 区では、経営支援に関する事業を展開しています。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」「有効性」をお答えください。（それぞれ○は1つ）

**○中小企業資金融資あっせん制度や商工相談以外の事業の認知度は低い**

区の経営支援事業の中で、「中小企業資金融資あっせん制度」は、認知度（48.2%）、活用状況（15.5%）、有効性（29.9%）ともに最も高い。

次いで「商工相談」は、認知度 36.7%、活用状況 3.8%、有効性 15.1%、「異業種交流会」は認知度 19.4%、活用状況 2.9%、有効性 13.6%となっている。

■ 図表 1-82 区の経営支援事業の認知状況・活用状況・有効性



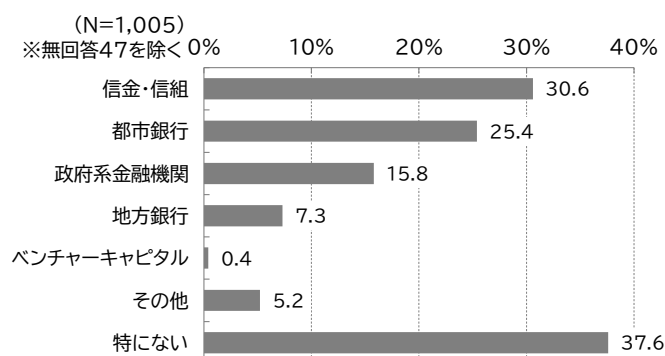
## 6 資金調達等について

問 23 資金調達の際の調達先についてお答えください。(○はいくつでも)

### ○資本金額により資金調達先が異なる傾向がみられ、2,000万円未満では信用金庫・信用組合、2,000万円以上では都市銀行が多い

資金調達先がある事業所は 62.4%、資金調達先が特にない事業所は 37.6%となっている。具体的な資金調達先については、「信金・信組」が 30.6%と最も高く、次いで「都市銀行」が 25.4%となっている。

■図表 1-83 資金調達先



#### <業種別にみる資金調達先>

業種別にみると、「建設業」、「生活関連サービス業・娯楽業」などでは「信金・信組」が最も多く、「不動産業・物品賃貸業」などでは「都市銀行」が最も多くなっている。

また、「建設業」において、「特にない」が 17.8%であることから、8割以上の事業所が資金調達を行っていることがわかる。一方、「学術研究・専門技術サービス業」「教育・学習支援業」などでは、資金調達先として「都市銀行」が最も多くなっているが、その割合は2割未満にとどまっている。

■図表 1-84 資金調達先（業種別） (%)

|                | 回答者数 (N) | 信金・信組 | 都市銀行 | 政府系金融機関 | 地方銀行 | ベンチャーキャピタル | その他  | 特にない |
|----------------|----------|-------|------|---------|------|------------|------|------|
| 全体             | 998      | 30.5  | 25.4 | 15.8    | 7.3  | 0.4        | 5.1  | 37.7 |
| 建設業            | 73       | 53.4  | 34.2 | 24.7    | 16.4 | 0.0        | 2.7  | 17.8 |
| 製造業            | 25       | 24.0  | 36.0 | 20.0    | 20.0 | 0.0        | 4.0  | 36.0 |
| 情報通信業          | 11       | 45.5  | 18.2 | 18.2    | 27.3 | 0.0        | 0.0  | 36.4 |
| 運輸業・郵便業        | 24       | 20.8  | 8.3  | 16.7    | 8.3  | 0.0        | 4.2  | 45.8 |
| 卸売業・小売業        | 177      | 28.8  | 28.2 | 16.9    | 9.0  | 0.6        | 5.1  | 35.0 |
| 金融業・保険業        | 10       | 0.0   | 10.0 | 0.0     | 0.0  | 0.0        | 30.0 | 60.0 |
| 不動産業・物品賃貸業     | 114      | 28.1  | 42.1 | 6.1     | 8.8  | 0.0        | 6.1  | 27.2 |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 27       | 14.8  | 18.5 | 14.8    | 0.0  | 0.0        | 0.0  | 59.3 |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 126      | 36.5  | 15.1 | 22.2    | 0.8  | 0.8        | 3.2  | 38.1 |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 49       | 53.1  | 20.4 | 26.5    | 2.0  | 0.0        | 2.0  | 28.6 |
| 教育・学習支援業       | 40       | 12.5  | 17.5 | 0.0     | 0.0  | 0.0        | 12.5 | 65.0 |
| 医療・福祉          | 113      | 15.9  | 27.4 | 18.6    | 10.6 | 0.9        | 8.0  | 40.7 |
| その他のサービス業      | 134      | 29.9  | 23.1 | 14.2    | 4.5  | 0.7        | 3.7  | 42.5 |

※割合が上位1位の選択肢を網掛けしている。「特にない」を除く)

<資本金額別にみる資金調達先>

資金調達先がある事業所のうち、資本金額が『2,000万円未満』（「なし」「500万円未満」「500万円～1,000万円未満」「1,000万円～2,000万円未満」の合計）の事業所では、「信金・信組」が多くなっており、『2,000万円以上』（「2,000万円～5,000万円未満」「5,000万円～1億円未満」「1億円～5億円未満」「5億円以上」の合計）では、「都市銀行」が多くなっている。

■図表 1-85 資金調達先（資本金額別）

(%)

|                   | 回答者数(N) | 信金・信組 | 都市銀行 | 政府系金融機関 | 地方銀行 | ベンチャー・キャピタル | その他  | 特になし |
|-------------------|---------|-------|------|---------|------|-------------|------|------|
| 全体                | 974     | 30.5  | 25.9 | 15.8    | 7.3  | 0.4         | 5.1  | 37.5 |
| なし                | 314     | 26.4  | 13.7 | 10.5    | 3.8  | 0.3         | 6.1  | 50.3 |
| 500万円未満           | 288     | 33.0  | 24.0 | 16.7    | 5.6  | 0.0         | 2.8  | 35.8 |
| 500万円～1,000万円未満   | 101     | 33.7  | 28.7 | 14.9    | 6.9  | 0.0         | 6.9  | 33.7 |
| 1,000万円～2,000万円未満 | 142     | 43.0  | 36.6 | 23.9    | 12.0 | 1.4         | 4.9  | 21.1 |
| 2,000万円～5,000万円未満 | 58      | 32.8  | 51.7 | 29.3    | 19.0 | 0.0         | 1.7  | 20.7 |
| 5,000万円～1億円未満     | 27      | 7.4   | 51.9 | 22.2    | 25.9 | 3.7         | 7.4  | 25.9 |
| 1億円～5億円未満         | 17      | 11.8  | 41.2 | 5.9     | 5.9  | 0.0         | 5.9  | 41.2 |
| 5億円以上             | 27      | 3.7   | 29.6 | 0.0     | 0.0  | 0.0         | 18.5 | 51.9 |

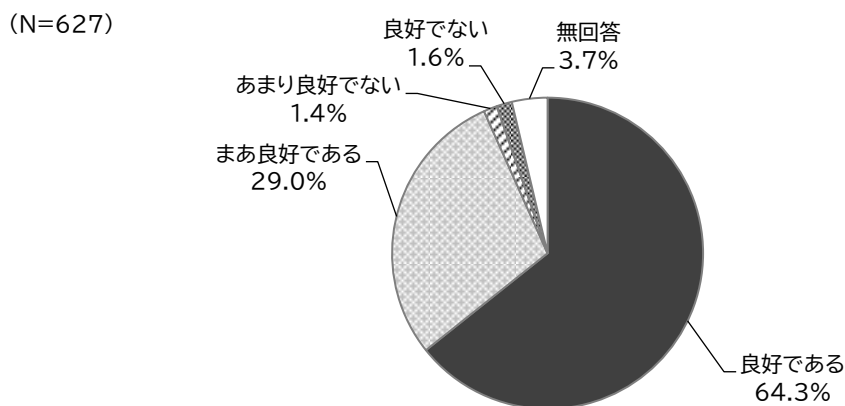
※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

問 24 主な資金調達先との関係は良好ですか。(○は1つ)

### ○6割半ばの事業所が資金調達先との関係が良好である

資金調達先との関係が「良好である」事業所が64.3%と最も高く、次いで「まあ良好である」が29.0%となっている。「良好である」「まあ良好である」の合計は93.3%となっている。

■図表 1-86 資金調達先との関係性

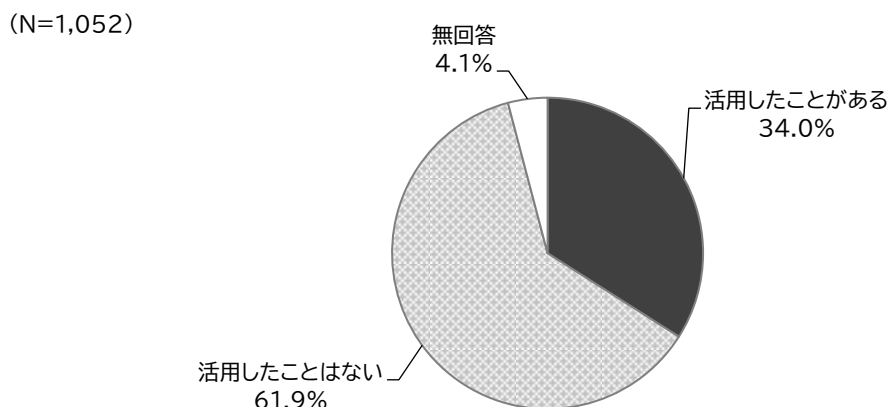


問 25 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか。(○は1つ)

### ○3割半ばの事業所が公的機関提供の資金調達支援制度を利用したことがある

公的機関提供の資金調達支援制度を「活用したことがある」事業所は34.0%、「活用したことはない」事業所は61.9%となっている。

■図表 1-87 公的機関提供の資金調達支援制度の活用状況



問 26 具体的に活用した制度をお答えください。(自由に記入)

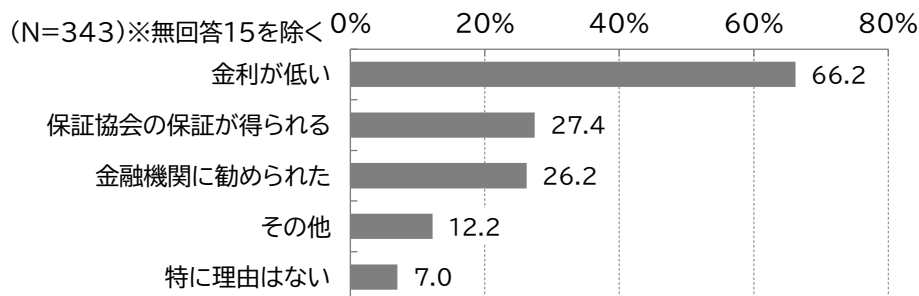
- ・ 持続化給付金・雇用調整助成金
- ・ 東京都家賃等支援給付金・セーフティネット保証・感染症対応融資(全国制度)
- ・ 中小企業資金融資あっせん制度・新型コロナウイルス感染症対策特別資金
- ・ 新規開業資金・新型コロナウイルス感染症特別貸付
- ・ マル経融資(小規模事業者経営改善資金)
- ・ 新型コロナウイルス感染症対応従事者慰労金 など

問 27 制度を活用した理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

### 〇制度を利用した理由として、金利が低いことが突出して多い

「金利が低い」が66.2%と最も高く、次いで「保証協会の保証が得られる」が27.4%、「金融機関に勧められた」が26.2%となっている。

■ 図表 1-88 制度を活用した理由

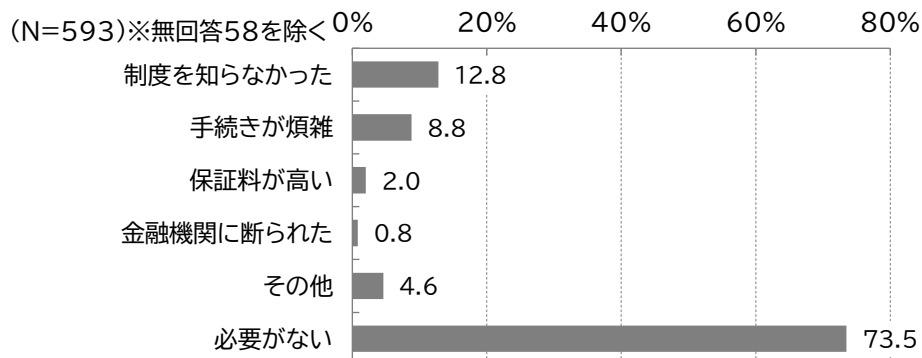


問 28 制度を活用していない理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

### 〇制度を活用していない理由として、必要がないことが突出して多い

「必要がない」が73.5%と最も高く、次いで「制度を知らなかった」が12.8%、「手続きが煩雑」が8.8%となっている。

■ 図表 1-89 制度を活用していない理由



問 29 資金調達にあたっての課題や行政に求める支援策があればご記入ください。(自由に記入)

| 分類          | 件数   | 主な回答   |
|-------------|------|--|
| 金利や資金調達について | 29 件 | ・現時点で資金調達の必要はないが、コロナ禍で今後どうなるのか心配<br>・低い金利や補助が助かる       |
| 手続きについて     | 18 件 | ・手続きを簡単にしたい<br>・手続きがスムーズでスピードのある融資が望ましい                |
| 情報について      | 3 件  | ・どうやって利用すればいいかわからない<br>・わかりやすい説明（メリット、デメリット、始め方など）がほしい |
| その他         | 11 件 | ・本店、支店がそれぞれ独立採算であることが課題                                |

#### ■資金調達制度の活用に関するヒアリング調査結果

- ・店内の換気設備を新しくするため、国の「大規模感染リスクを低減するための高機能換気設備等の導入支援事業」による補助金の申請を行ったが、申請が通らなかった。設備に対する補助金があると助かる。(宿泊業・飲食サービス業)
- ・業歴が浅く発展途上ということもあり、当初想定していた売上の伸び率を達成しておらず、不安を抱えている。融資を受けたいが、なかなか難しいと感じている。(医療・福祉)
- ・過去に創業融資を受けたのだが、手続きも煩雑ではなく円滑に融資を受け取ることができた。(卸売業・小売業)
- ・地域建設経営強化融資制度は非常に効果が高かった。一方で、決算時期から半年以上経過すると、その時点の仮決算書の提出が求められ、その手続きが煩雑であった。ただ、お金を受け取る以上、書類提出が生じるのは仕方ないとも思う。(製造業)
- ・融資だけで事業を拡大させるのは難しいため、売り込みを積極的に行い、投資を呼び込むことが重要だと考えている。そのために勉強会に参加するなど、準備を進めている。(その他のサービス業)
- ・融資や借入れで事業を拡大するのはリスクがあるため、利用しない方が良いと考えている。(その他のサービス業)
- ・4年前に若い人を数名雇用し、職場に業務管理のためのアプリケーションを導入した。その際、国のIT補助金を活用した。そのことが業務の効率化につながっている。(建設業)
- ・新型コロナウイルス感染症に関連する助成金や給付金を受給している。申請書類の作成は、従来からの資金調達先である都市銀行の協力により、円滑に資料を提出することができた。(卸売業・小売業)



## 7 採用状況や雇用環境について

問 30 過去3年間（平成29年4月1日から令和2年3月31日まで）の採用状況と今後の採用意向をお答えください。（それぞれ○は1つ）

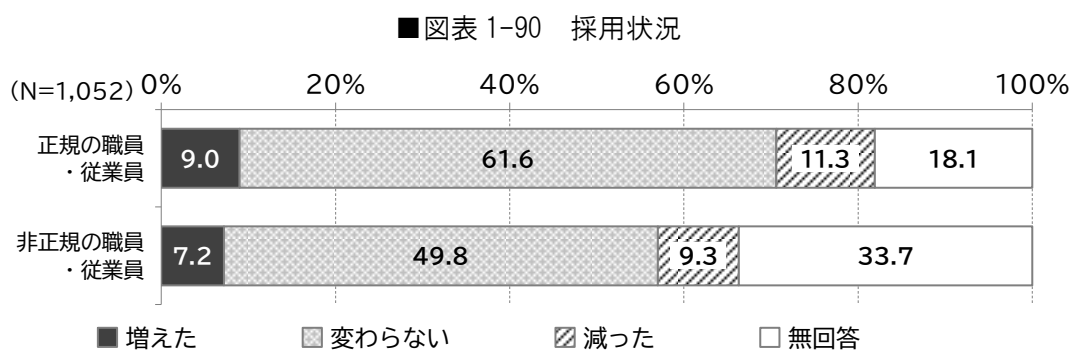
### ①採用状況

#### ○全ての業種において、採用状況は変わらない事業所が最も多い

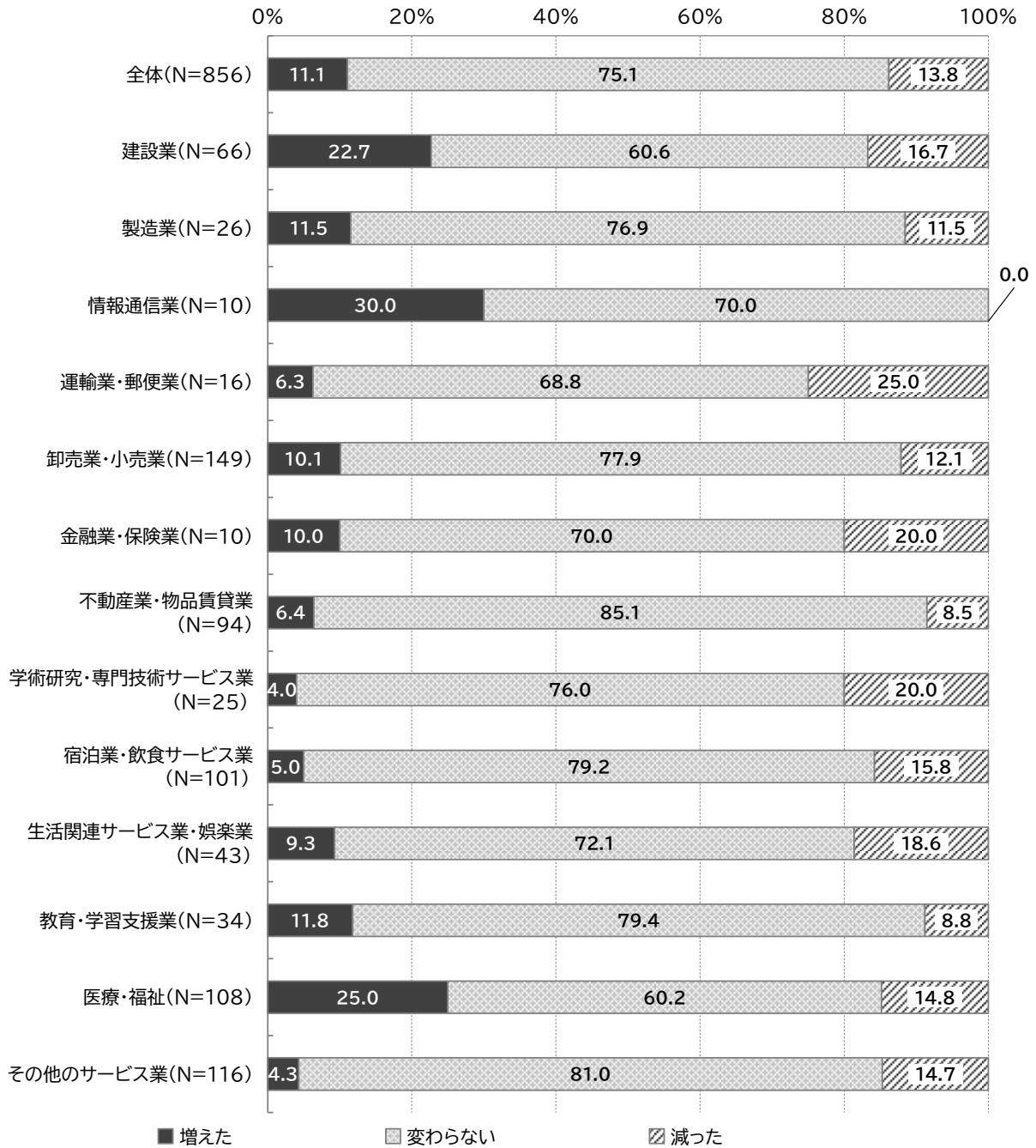
正規の職員・従業員では「変わらない」が61.6%と最も高く、次いで「減った」が11.3%、「増えた」が9.0%となっている。

非正規の職員・従業員では「変わらない」が49.8%と最も高く、次いで「減った」が9.3%、「増えた」が7.2%となっている。

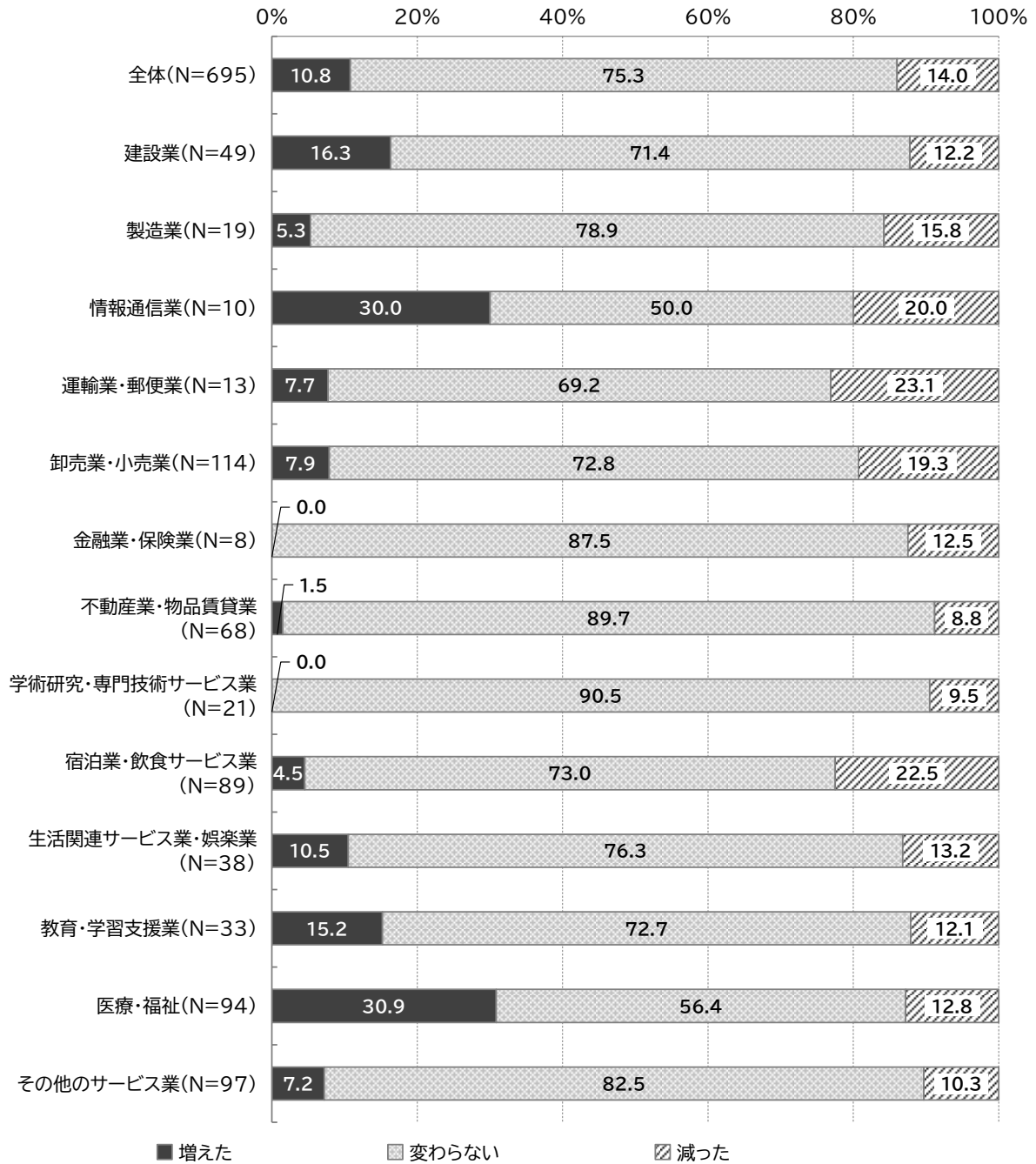
業種別にみると、いずれの業種においても、「変わらない」が最も多くなっている。一方、「増えた」について、正規・非正規いずれも「情報通信業」「医療・福祉」の割合が比較的高く、2割を超えている。また、「学術研究・専門技術サービス業」についてみると、正規の職員・従業員は「減った」が20.0%であるのに対して、非正規の職員・従業員は「減った」が9.5%となっており、雇用形態によって採用状況に差がみられる。



■ 図表 1-91 正規の職員・従業員の採用状況（業種別）



■ 図表 1-92 非正規の職員・従業員の採用状況（業種別）

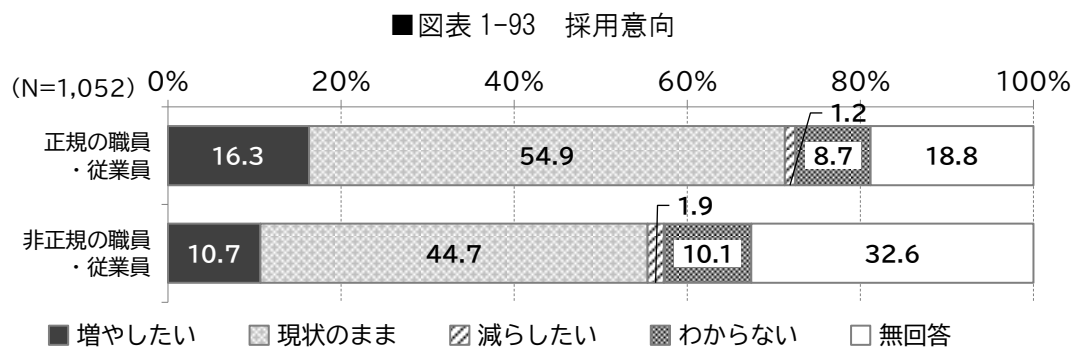


## ②採用意向

### ○採用意向は現状維持が最も多いが、「建設業」では正規職員の採用意欲が高い

正規の職員・従業員では「現状のまま」が54.9%と最も高く、次いで「増やしたい」が16.3%、「わからない」が8.7%となっている。

非正規の職員・従業員では「現状のまま」が44.7%と最も高く、次いで「増やしたい」が10.7%、「わからない」が10.1%となっている。

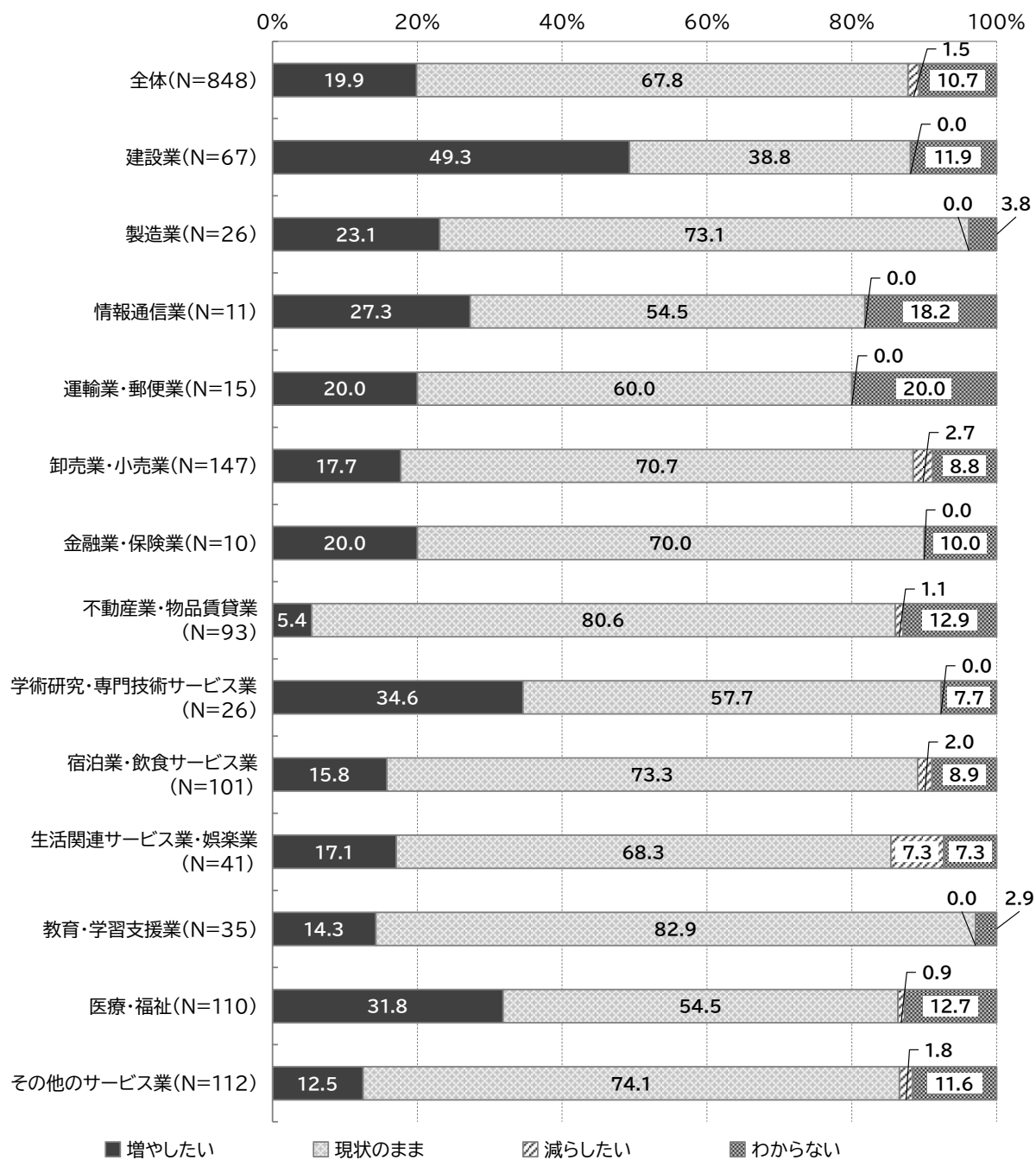


<業種別にみる採用意向（正規の職員・従業員）>

「建設業」以外の業種では「現状のまま」が最も多くなっている。一方で「建設業」では「増やしたい」が49.3%と最も高くなっている。また、「学術研究・専門技術サービス業」や「医療・福祉」でも「増やしたい」が3割以上となっている。

採用を増やしたい「建設業」「学術研究・専門技術サービス業」「医療・福祉」は、今後の売上高の増加を見込んでいる事業所が比較的多い業種となっている。（図表 1-62 参照）

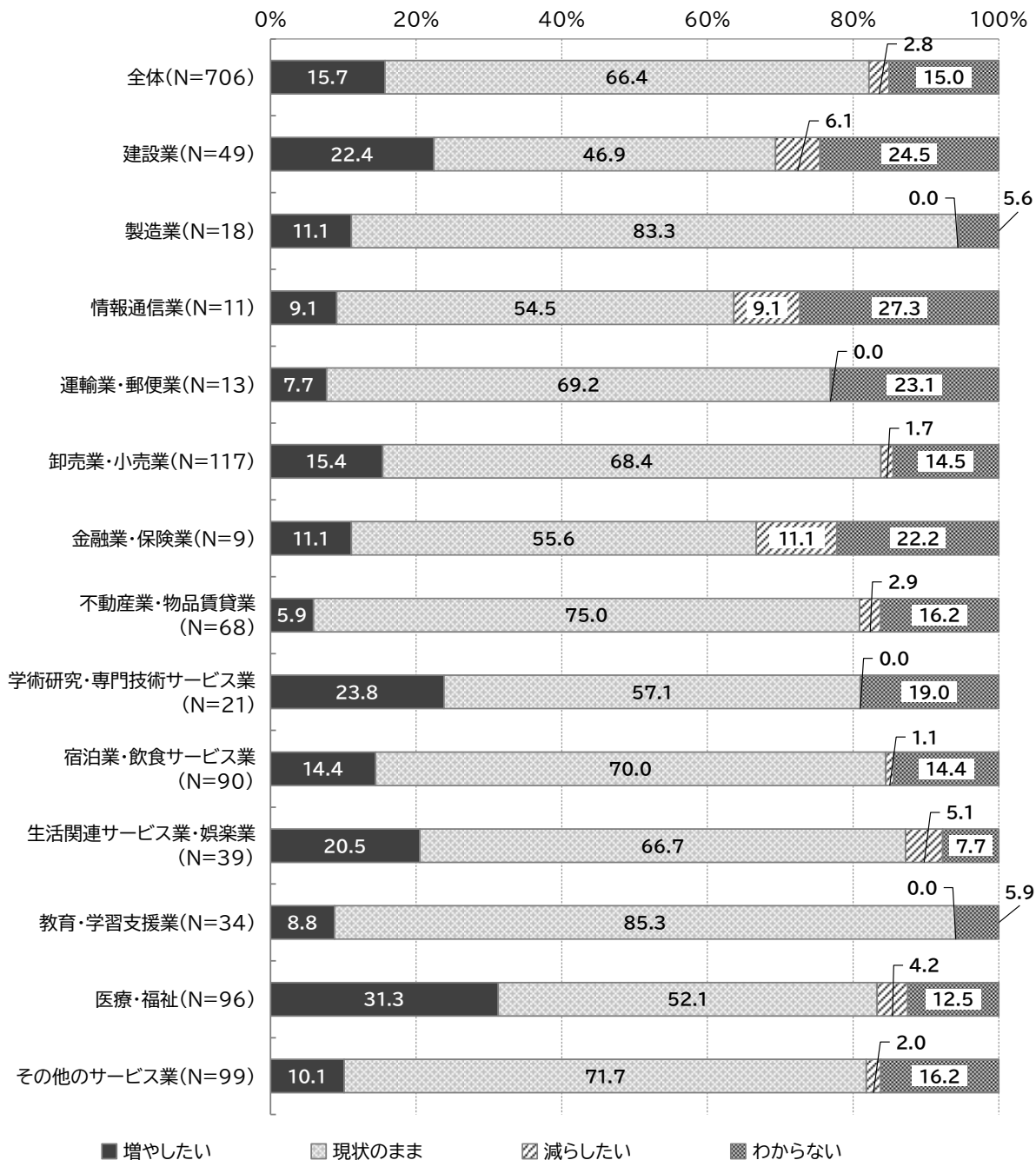
■図表 1-94 正規の職員・従業員の採用意向（業種別）



<業種別にみる採用意向（非正規の職員・従業員）>

「現状のまま」としている業種が多くなっているが、「医療・福祉」では「増やしたい」が31.3%となっており、他の業種に比べその割合が高くなっている。

■図表 1-95 非正規の職員・従業員の採用意向（業種別）

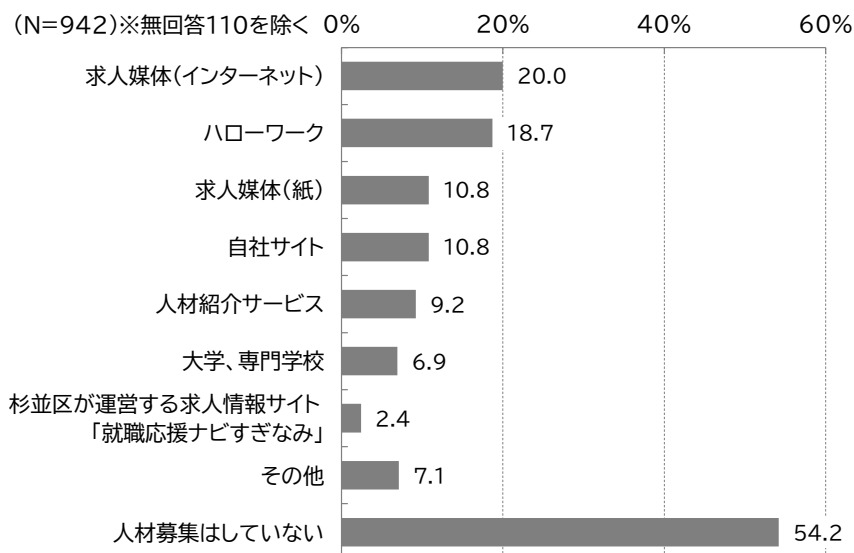


問 31 人材募集の際に利用している媒体をお答えください。(〇はいくつでも)

### ○求人媒体（インターネット）とハローワークが多く利用されている

人材募集をしている事業所は 45.8%、人材募集をしていない事業所は 54.2%となっている。人材募集をしている事業所について、具体的な方法としては「求人媒体（インターネット）」が 20.0%、「ハローワーク」が 18.7%となっている。

■図表 1-96 人材募集の際に利用している媒体



### <業種別にみる人材募集の際に利用している媒体>

業種別でみると、「医療・福祉」では 76.5%の事業所が人材募集をしており、「求人媒体（インターネット）」と「ハローワーク」の利用が4割以上と高い。

■図表 1-97 人材募集の際に利用している媒体（業種別）

|                | 回答者数 (N) | 求人媒体（インターネット） | ハローワーク | 自社サイト | 求人媒体（紙） | 人材紹介サービス | 大学、専門学校 | 杉並区が運営する求人情報サイト「就職応援ナビすぎなみ」 | その他  | 人材募集はしていない |
|----------------|----------|---------------|--------|-------|---------|----------|---------|-----------------------------|------|------------|
| 全体             | 937      | 20.0          | 18.6   | 10.9  | 10.7    | 9.2      | 6.9     | 2.5                         | 7.2  | 54.2       |
| 建設業            | 73       | 20.5          | 32.9   | 12.3  | 9.6     | 8.2      | 11.0    | 2.7                         | 8.2  | 42.5       |
| 製造業            | 26       | 11.5          | 34.6   | 11.5  | 3.8     | 15.4     | 7.7     | 7.7                         | 3.8  | 50.0       |
| 情報通信業          | 10       | 30.0          | 20.0   | 10.0  | 20.0    | 10.0     | 20.0    | 10.0                        | 10.0 | 40.0       |
| 運輸業・郵便業        | 19       | 26.3          | 36.8   | 15.8  | 15.8    | 10.5     | 10.5    | 5.3                         | 5.3  | 42.1       |
| 卸売業・小売業        | 162      | 21.0          | 17.3   | 14.2  | 14.2    | 6.2      | 5.6     | 0.6                         | 4.9  | 53.1       |
| 金融業・保険業        | 11       | 27.3          | 18.2   | 36.4  | 18.2    | 18.2     | 9.1     | 0.0                         | 18.2 | 27.3       |
| 不動産業・物品賃貸業     | 102      | 5.9           | 5.9    | 2.9   | 2.9     | 2.0      | 0.0     | 0.0                         | 7.8  | 81.4       |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 25       | 8.0           | 24.0   | 12.0  | 4.0     | 16.0     | 4.0     | 8.0                         | 4.0  | 64.0       |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 120      | 20.0          | 6.7    | 6.7   | 11.7    | 2.5      | 3.3     | 0.8                         | 10.0 | 61.7       |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 47       | 27.7          | 10.6   | 14.9  | 8.5     | 6.4      | 8.5     | 4.3                         | 6.4  | 55.3       |
| 教育・学習支援業       | 38       | 26.3          | 5.3    | 5.3   | 10.5    | 5.3      | 23.7    | 0.0                         | 7.9  | 47.4       |
| 医療・福祉          | 115      | 44.3          | 40.9   | 20.9  | 20.9    | 28.7     | 12.2    | 7.0                         | 5.2  | 23.5       |
| その他のサービス業      | 121      | 13.2          | 18.2   | 7.4   | 6.6     | 9.1      | 5.0     | 0.8                         | 5.0  | 59.5       |

※割合が 20%以上の選択肢を網掛けしている。

<従業員数別にみる人材募集の際に利用している媒体>

『5人以上、20人未満』（「5～9人」「10～19人」の合計）では、「求人媒体（インターネット）」、「20～49人」では「ハローワーク」が最も多くなっている。また、『50人以上』（「50～99人」「100人以上」の合計）の従業員数が多い事業所では、「求人媒体（インターネット）」「ハローワーク」に加え、「自社サイト」「人材紹介サービス」「大学・専門学校」など多様な媒体で募集を行っていることがわかる。

一方で「0～4人」では、「人材募集はしていない」が8割弱と高くなっている。

■図表 1-98 人材募集の際に利用している媒体（従業員数別）

(%)

|        | 回答者数(N) | 求人媒体（インターネット） | ハローワーク | 自社サイト | 求人媒体（紙） | 人材紹介サービス | 大学、専門学校 | 「杉並区が運営する求人情報サイト」<br>「就職応援ナビすぎなみ」 | 人材募集はしていない | その他  |
|--------|---------|---------------|--------|-------|---------|----------|---------|-----------------------------------|------------|------|
| 全体     | 786     | 21.8          | 20.1   | 11.8  | 11.1    | 10.2     | 7.6     | 2.7                               | 51.9       | 7.1  |
| 0～4人   | 456     | 5.5           | 7.0    | 3.7   | 3.9     | 2.9      | 2.6     | 0.2                               | 78.1       | 5.5  |
| 5～9人   | 165     | 32.7          | 29.1   | 15.2  | 18.8    | 7.9      | 9.7     | 1.8                               | 27.3       | 10.9 |
| 10～19人 | 79      | 55.7          | 38.0   | 24.1  | 25.3    | 21.5     | 11.4    | 6.3                               | 6.3        | 7.6  |
| 20～49人 | 55      | 49.1          | 54.5   | 34.5  | 21.8    | 45.5     | 14.5    | 16.4                              | 1.8        | 10.9 |
| 50～99人 | 13      | 61.5          | 61.5   | 53.8  | 23.1    | 46.2     | 30.8    | 15.4                              | 0.0        | 7.7  |
| 100人以上 | 18      | 72.2          | 55.6   | 33.3  | 16.7    | 33.3     | 61.1    | 5.6                               | 5.6        | 0.0  |

※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

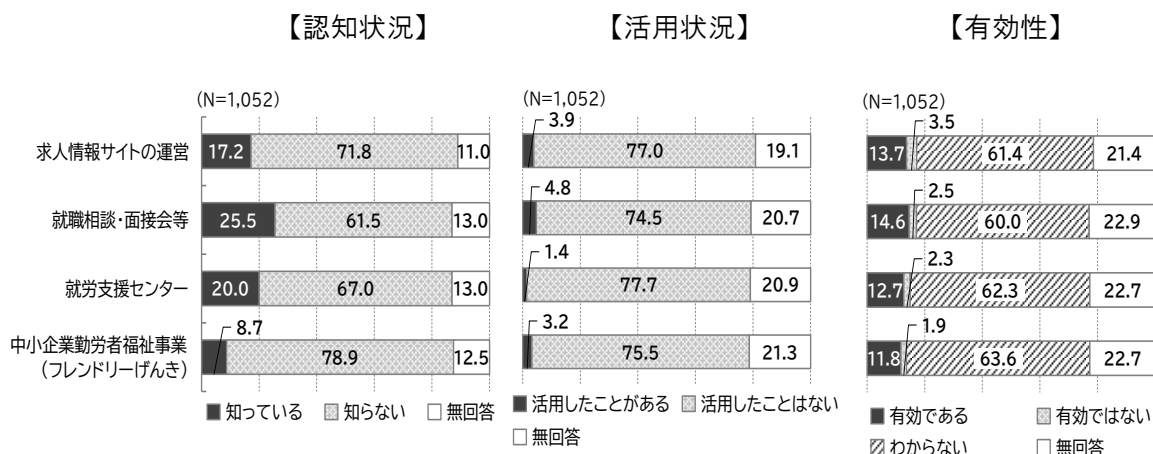


問 32 区では、求職者と事業者を結び付けるための事業や就労支援に関する事業を展開しています。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」「有効性」をお答えください。  
(それぞれ○は1つ)

**○区の就労支援等に関する事業について、1～2割半ばの事業所が認知しているが、実際にそれらの事業を活用しているのは、5%以下となっている**

区の就労支援事業の中で、「就職相談・面接会等」は、認知度(25.5%)、活用状況(4.8%)、有効性(14.6%)ともに最も高い。

■図表 1-99 区の就労支援等に関する事業の認知状況・活用状況・有効性

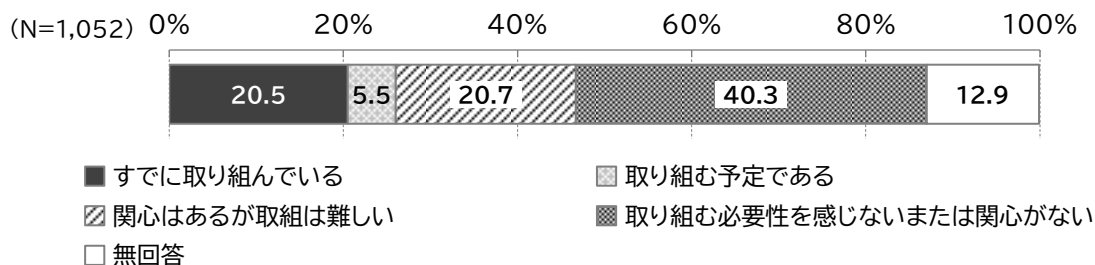


問 33 出産・育児・介護をしやすい職場環境を整えたり、就労時間を削除するなど「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況についてお答えください。(○は1つ)

**○ワーク・ライフ・バランスに取り組んでいる事業所は約2割となっている**

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。一方で、「取り組む必要性を感じないまたは関心がない」が40.3%と最も高く、次いで「関心はあるが取組は難しい」が20.7%となっている。

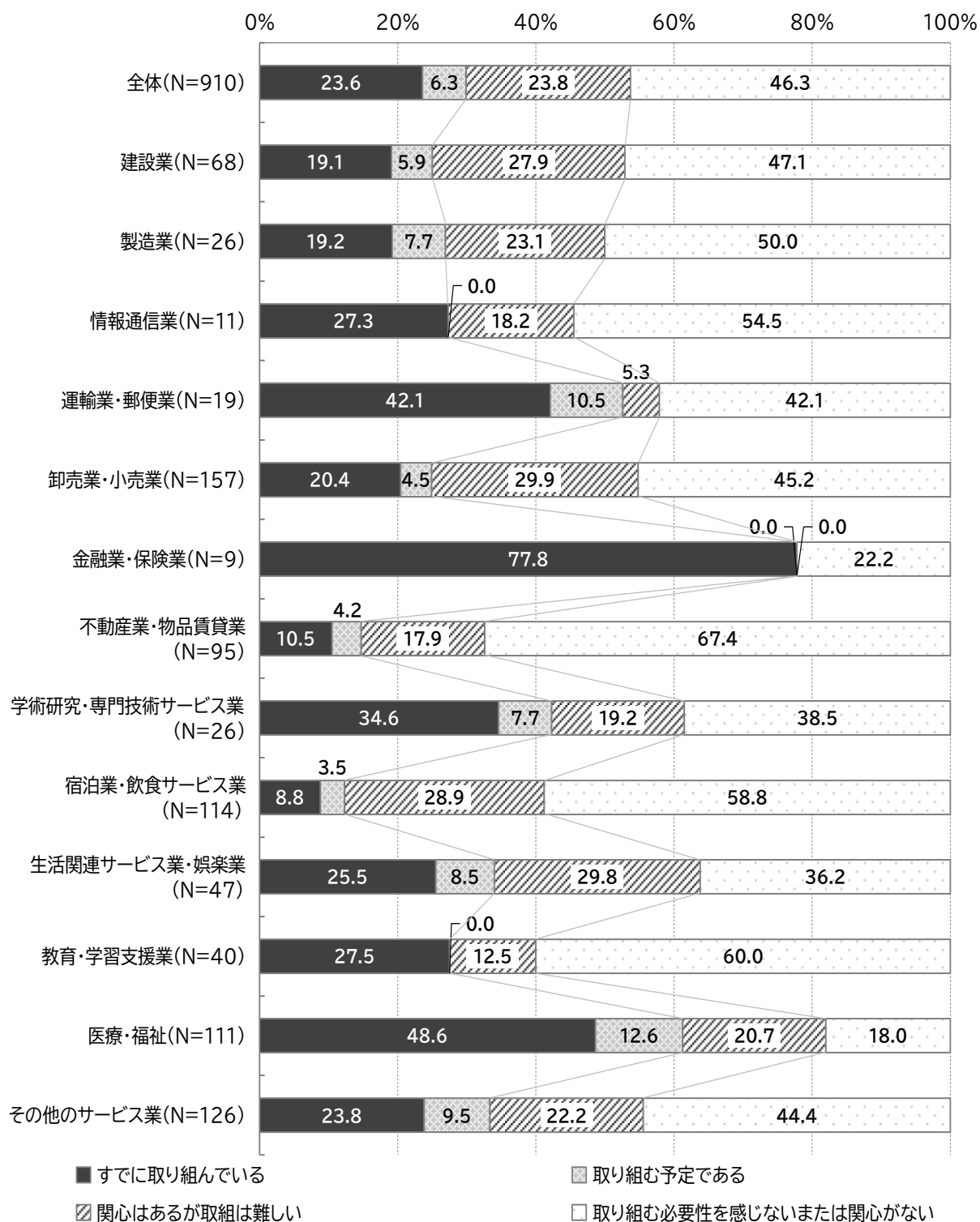
■図表 1-100 「ワーク・ライフ・バランス」の取組状況



<業種別にみる「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況>

業種別にみると、「すでに取り組んでいる」は、「金融業・保険業」(77.8%)、「医療・福祉」(48.6%)、「運輸業・郵便業」(42.1%)で高くなっている。一方で「取り組む必要性を感じないまたは関心がない」は、「不動産業・物品賃貸業」(67.4%)、「教育・学習支援業」(60.0%)、「宿泊業・飲食サービス業」(58.8%)で高くなっている。

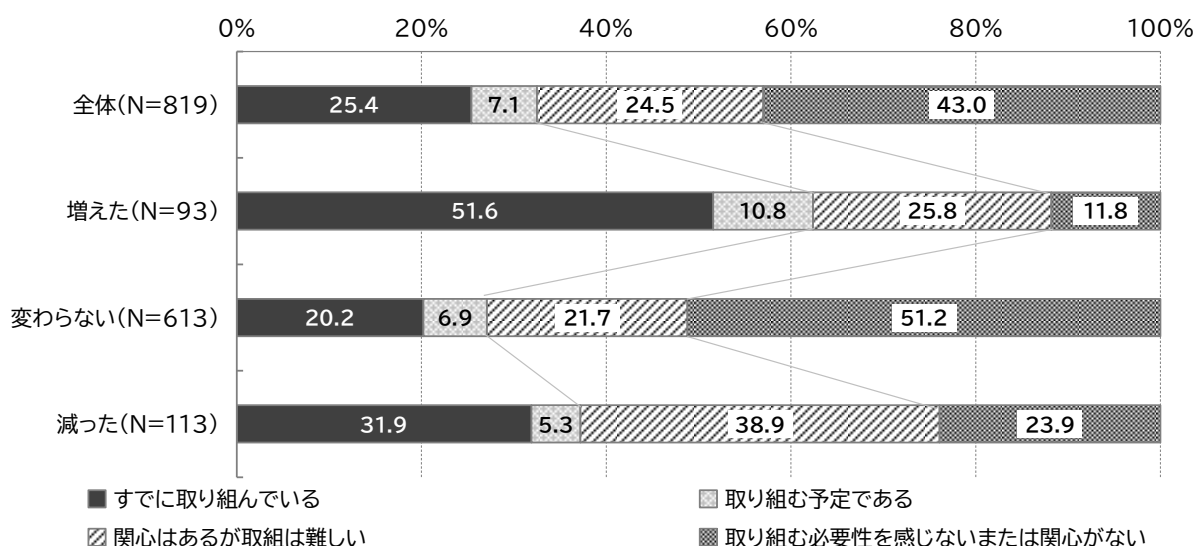
■ 図表 1-101 「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況（業種別）



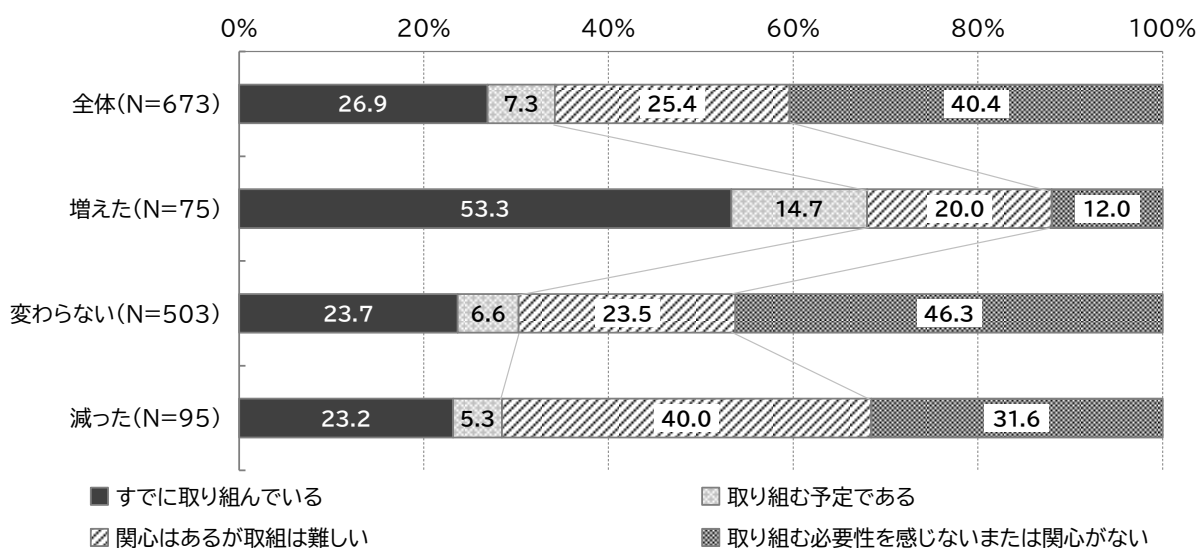
<採用状況別にみる「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況>

正規の職員・従業員の採用が増えた事業所では、およそ半数の事業所がワーク・ライフ・バランスの取組をすでに行っている。また、正規の職員・従業員の採用が減った事業所では、半数以上の事業所がワーク・ライフ・バランスの取組をすることが難しい、必要性を感じないなどの理由から、取組を行っていない。非正規の職員・従業員の採用状況別にみても同様のことがいえる。

■図表 1-102 「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況（正規の職員・従業員の採用状況別）



■図表 1-103 「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況（非正規の職員・従業員の採用状況別）



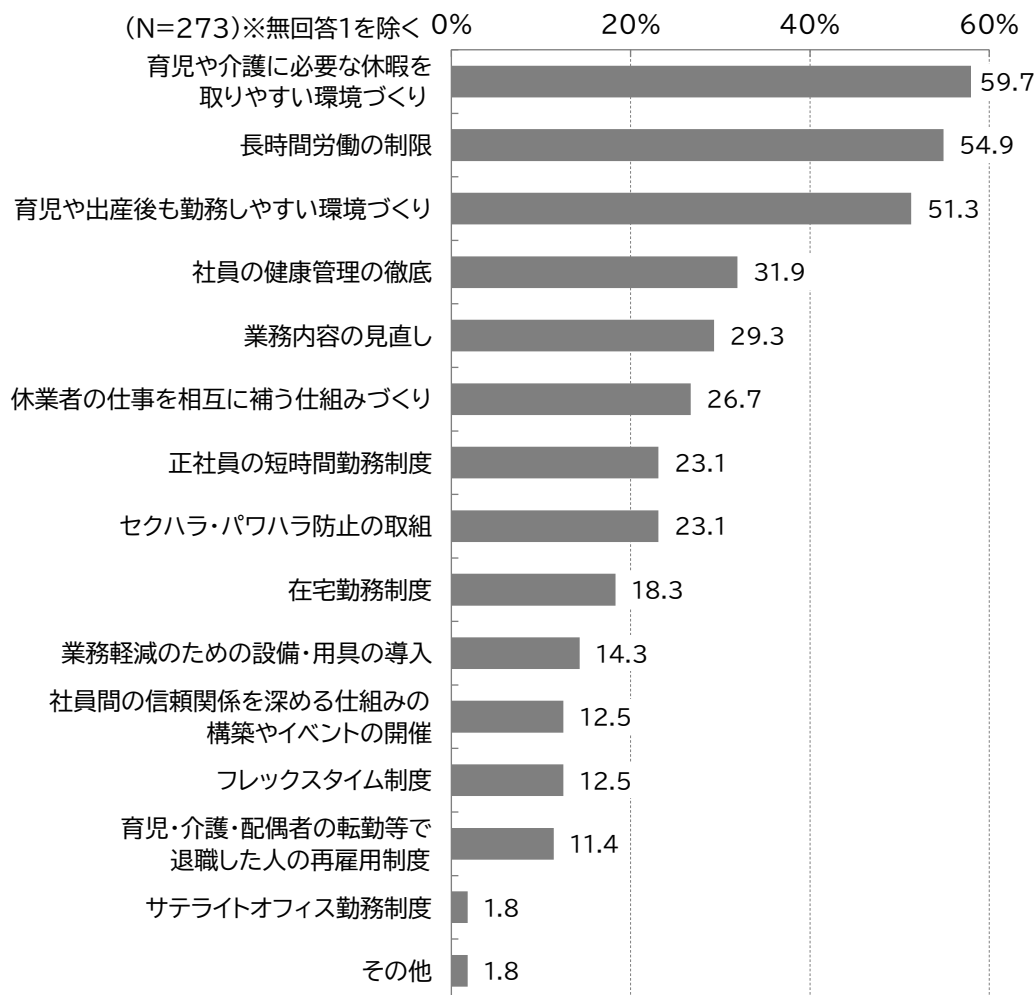
問 34 どのような取組を行っていますか、または、どのような取組を行う予定ですか。  
 (〇はいくつでも)

**○「育児や介護に関する環境づくり」や「長時間労働の制限」を行っている、または行う予定の事業所が多い**

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」の事業所における取組内容は、「育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり」が 59.7%と最も高く、次いで「長時間労働の制限」が 54.9%、「育児や出産後も勤務しやすい環境づくり」が 51.3%となっている。

従業員数別でみると、従業員数に関わらず「長時間労働の制限」が5割以上と高くなっている。また、5人以上の事業所では「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」など、育児や介護に関する環境づくりが高くなっている。

■ 図表 1-104 「ワーク・ライフ・バランス」の取組内容または取組予定



■図表 1-105 「ワーク・ライフ・バランス」の取組内容または取組予定（従業員数別）

(%)

|        | 回答者数<br>(N) | 育児や介護に<br>必要な休暇を<br>取りやすい環境<br>づくり | 長時間労働の<br>制限 | 育児や出産後<br>も勤務しやすい<br>環境づくり | 社員の健康管理<br>の徹底 | 業務内容の見<br>直し | 休業者の仕事<br>を相互に補う<br>仕組みづくり | 正社員の短時<br>間勤務制度 | セクハラ・パ<br>ワハラ防止の<br>取組 | 在宅勤務制<br>度 | 入業務軽減<br>のための設備<br>・用具の導<br>入 | フレックス<br>タイム制度 | 社員の信頼<br>関係を深める<br>仕組みの構<br>築やイベント<br>の開催 | 職した人の<br>再雇用制度<br>・配偶者の<br>転勤等で退<br>職 | サテライト<br>オフィス勤務<br>制度 | その他 |
|--------|-------------|------------------------------------|--------------|----------------------------|----------------|--------------|----------------------------|-----------------|------------------------|------------|-------------------------------|----------------|---|---------------------------------------|-----------------------|-----|
| 全体     | 246         | 61.8                               | 55.7         | 53.3                       | 32.5           | 29.7         | 26.0                       | 23.6            | 23.2                   | 18.7       | 14.2                          | 12.6           | 12.2                                      | 11.4                                  | 2.0                   | 1.2 |
| 0~4人   | 73          | 37.0                               | 57.5         | 23.3                       | 21.9           | 26.0         | 16.4                       | 13.7            | 4.1                    | 24.7       | 2.7                           | 16.4           | 4.1                                       | 2.7                                   | 5.5                   | 2.7 |
| 5~9人   | 68          | 64.7                               | 50.0         | 58.8                       | 29.4           | 32.4         | 29.4                       | 14.7            | 16.2                   | 11.8       | 13.2                          | 16.2           | 16.2                                      | 11.8                                  | 0.0                   | 1.5 |
| 10~19人 | 41          | 78.0                               | 56.1         | 61.0                       | 39.0           | 22.0         | 36.6                       | 24.4            | 36.6                   | 17.1       | 24.4                          | 7.3            | 19.5                                      | 12.2                                  | 0.0                   | 0.0 |
| 20~49人 | 38          | 76.3                               | 52.6         | 78.9                       | 42.1           | 34.2         | 31.6                       | 39.5            | 42.1                   | 21.1       | 21.1                          | 7.9            | 15.8                                      | 23.7                                  | 2.6                   | 0.0 |
| 50~99人 | 8           | 75.0                               | 75.0         | 100.0                      | 37.5           | 37.5         | 25.0                       | 50.0            | 62.5                   | 12.5       | 37.5                          | 0.0            | 12.5                                      | 37.5                                  | 0.0                   | 0.0 |
| 100人以上 | 18          | 77.8                               | 66.7         | 61.1                       | 50.0           | 38.9         | 16.7                       | 50.0            | 38.9                   | 22.2       | 16.7                          | 11.1           | 5.6                                       | 5.6                                   | 0.0                   | 0.0 |

※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

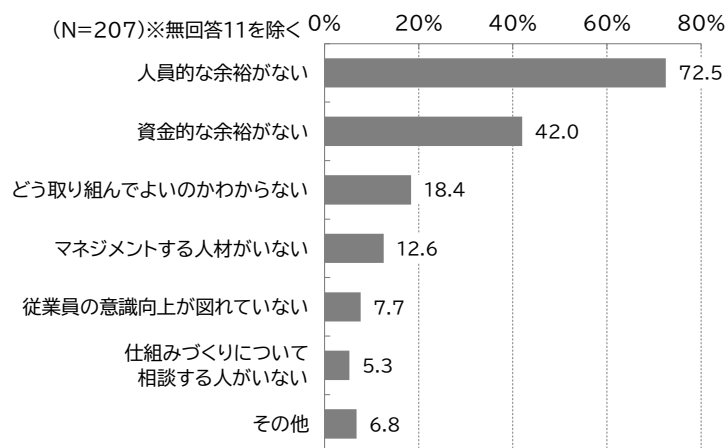
問 35 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因についてお答えください。(〇はいくつでも)

**〇7割以上の事業所が、人力的な余裕がないことでワーク・ライフ・バランスの取組が実施できていない**

ワーク・ライフ・バランスについて「関心はあるが取組は難しい」と回答した事業所における取組の阻害要因は、「人力的な余裕がない」が72.5%と最も高く、次いで「資金的な余裕がない」が42.0%、「どう取り組んでよいかわからない」が18.4%となっている。

従業員数別にみると、従業員数に関わらず、人力的または資金的な余裕がないことを理由として、ワーク・ライフ・バランスの取組が進んでいないことがわかる。

■ 図表 1-106 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因



■ 図表 1-107 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因（従業員数別）

|        | 回答者数 (N) | 阻害要因 (%)  |           |              |                |                |                |     |
|--------|----------|-----------|-----------|--------------|----------------|----------------|----------------|-----|
|        |          | 人力的な余裕がない | 資金的な余裕がない | かどう取り組んでよいかわ | ないマネジメントする人材がい | ない従業員の意識向上が図れて | する組人がいなくについて相談 | その他 |
| 全体     | 183      | 73.8      | 41.5      | 19.7         | 13.7           | 8.2            | 6.0            | 6.0 |
| 0~4人   | 97       | 71.1      | 38.1      | 21.6         | 9.3            | 2.1            | 5.2            | 8.2 |
| 5~9人   | 43       | 76.7      | 39.5      | 16.3         | 14.0           | 11.6           | 9.3            | 2.3 |
| 10~19人 | 24       | 75.0      | 54.2      | 16.7         | 12.5           | 12.5           | 8.3            | 4.2 |
| 20~49人 | 14       | 71.4      | 35.7      | 21.4         | 21.4           | 14.3           | 0.0            | 7.1 |
| 50~99人 | 5        | 100.0     | 80.0      | 20.0         | 80.0           | 60.0           | 0.0            | 0.0 |
| 100人以上 | 0        | 0.0       | 0.0       | 0.0          | 0.0            | 0.0            | 0.0            | 0.0 |

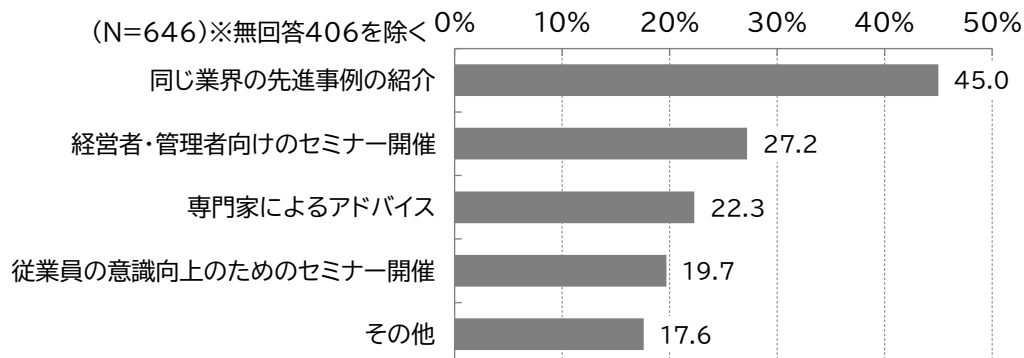
※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

問 36 「ワーク・ライフ・バランス」を進めるために、どのような支援が必要ですか。  
(〇はいくつでも)

**〇ワーク・ライフ・バランス推進に向けた支援として、同じ業界の先進事例の紹介を求める事業所が最も多い**

「同じ業界の先進事例の紹介」が45.0%と最も高く、次いで「経営者・管理者向けのセミナー開催」が27.2%、「専門家によるアドバイス」が22.3%となっている。

■ 図表 1-108 「ワーク・ライフ・バランス」を進めるために必要な支援



■ ワーク・ライフ・バランスに関するヒアリング調査結果

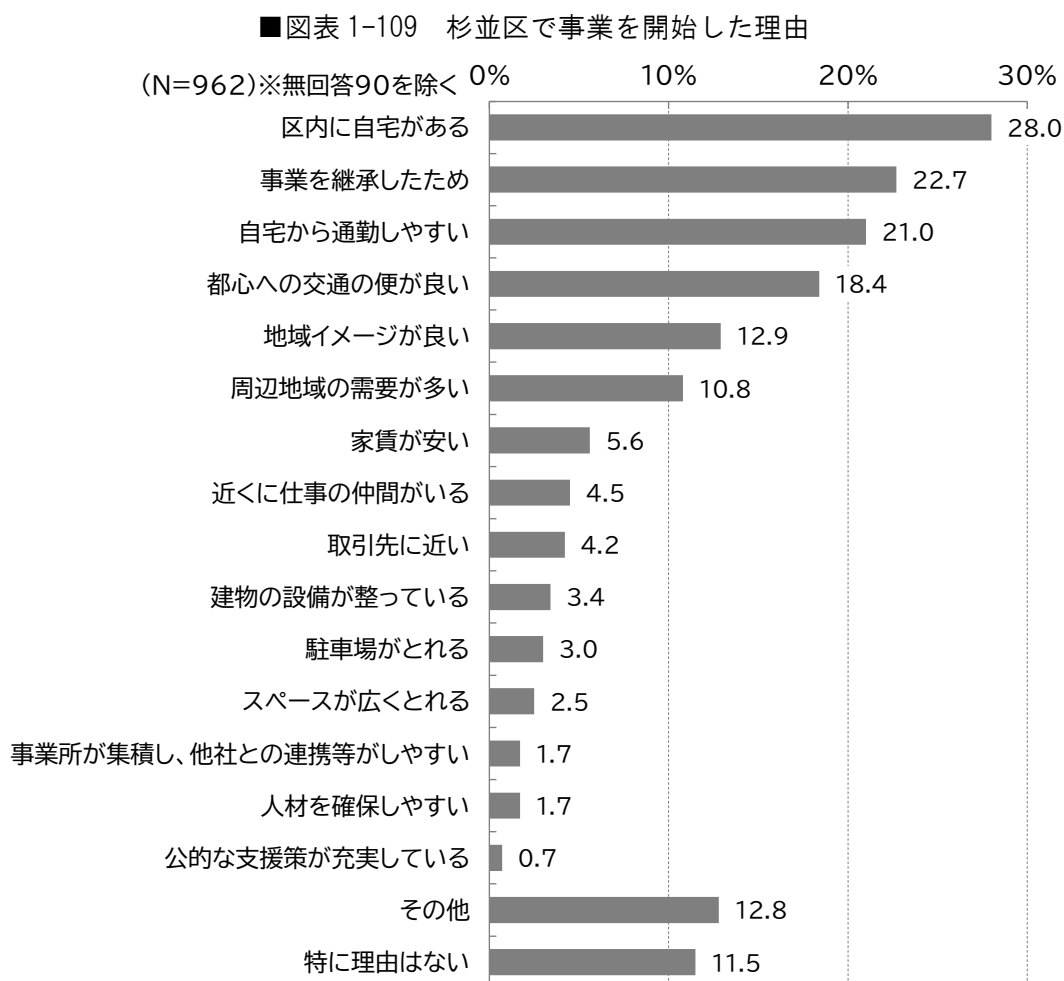
- ・従業員が1人であるため、大規模な制度はないが、時々仕事の様子や忙しさの程度について聞き取りを行うなど、従業員の健康やワーク・ライフ・バランスには気を遣っている。(宿泊業・飲食サービス業)
- ・休業者の仕事を相互に補う仕組みとして、できるだけ仕事を従業員間で共有し、作業が属人化することを防いでいる。(卸売業・小売業)
- ・ファミリー企業であるため、経営層はほとんど休みがない状況である。しかし、雇っているアルバイトの中には、自身の働きやすい曜日、時間帯を決めてもらっている人もいる。(建設業)
- ・育休・産休制度を導入している。従業員の9割近くが女性であり、育休・産休制度を取りにくいということはない。また、産休前後の時短勤務や、子どもの事情による時短勤務なども積極的に活用されている状況にある。(教育・学習支援業)
- ・ワーク・ライフ・バランスに関するニーズが従業員から上がってきたことはない。しかし、仕事で過度に従業員に負担がかからないように配慮している。(情報通信業)
- ・運営スタッフは在宅勤務も認められている。また、ワークシェアを行い、1人で行う仕事を3~4人でシェアしている。こうした取組は5年くらい前から行っている。(不動産業・物品賃貸業)
- ・保育士の有資格者のほとんどが育児中であり、3歳までの子どもがいる人が多い。一般に自分に子どもができると仕事を辞める保育士が多いため、自分の子どもと同伴出勤できるようにした。運営スタッフも子どもと同伴出勤が可能である。(不動産業・物品賃貸業)

## 8 事業所の立地場所について

問 37 杉並区で事業を開始した理由についてお答えください。(○はいくつでも) また、理由が複数の場合は【最大の理由】を1つお答えください。(番号を記入)

### ○区内に自宅があることが事業を開始した理由として最も多い

「区内に自宅がある」が28.0%と最も高く、次いで「事業を継承したため」が22.7%、「自宅から通勤しやすい」が21.0%となっている。



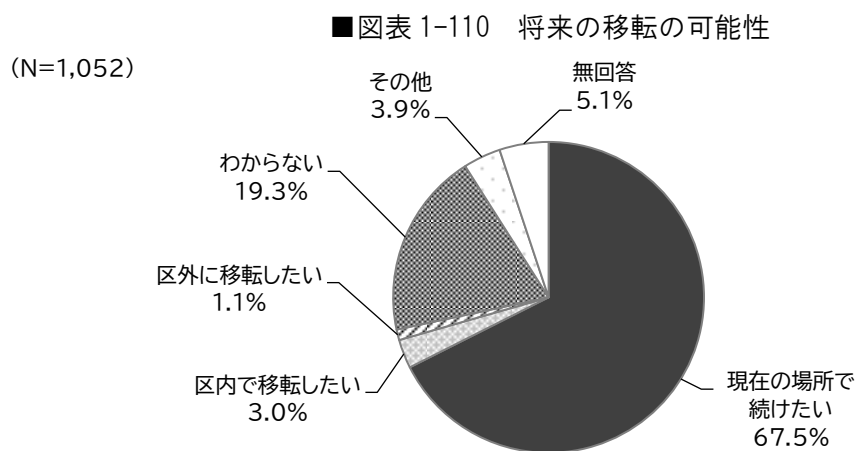


問 38 現在の事業所について、将来移転する考えはありますか。(○は1つ)

**○区外へ移転を希望している事業所はおよそ1%と極めて低く、多くの事業所が現在の場  
所で続ける意向がある**

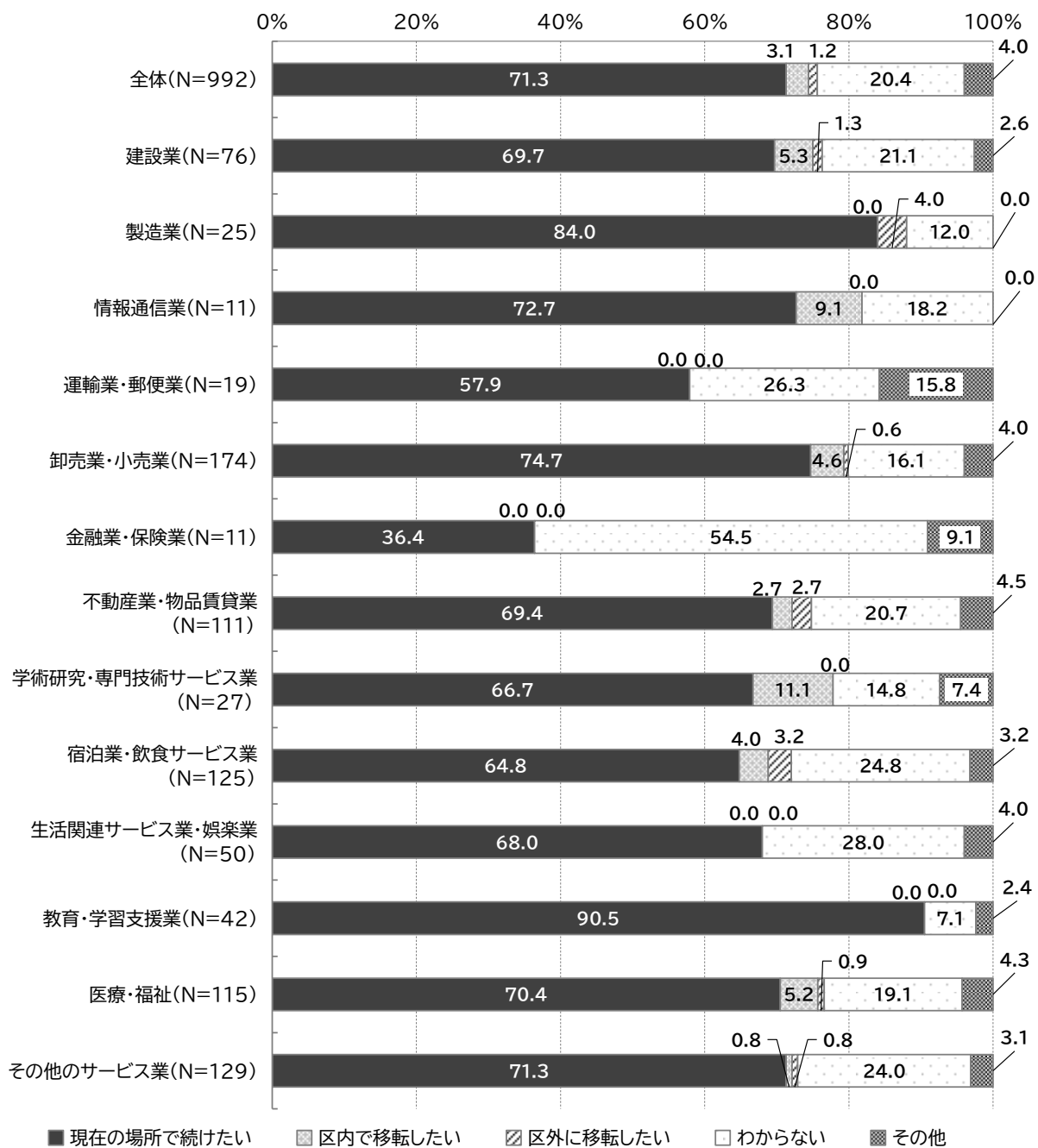
「現在の場所で続けたい」が67.5%と最も高く、次いで「わからない」が19.3%、「区内で移転したい」が3.0%となっている。一方で、「区外に移転したい」事業所は1.1%と極めて低い。

業種別にみると、「現在の場所で続けたい」は「教育・学習支援業」「製造業」「卸売業・小売業」などで7割以上と高くなっている。また、「区内で移転したい」は「学術研究・専門技術サービス業」「情報通信業」で1割程度となっている。「区外に移転したい」は「製造業」「宿泊業・飲食サービス業」「不動産業・物品賃貸業」などにみられるが、いずれも5%に満たない。



<業種別にみる将来の移転の可能性>

■ 図表 1-111 将来の移転の可能性（業種別）



問 39 区外に移転したい理由についてお答えください。(〇はいくつでも)

**〇区外に移転したい理由は、施設・設備や立地環境など多岐にわたる**

「区外に移転したい」とした12事業所のうち、「家賃が高い」「スペースが狭い」「競合他社が多く、競争が激しい」「新規顧客の開拓が困難」がそれぞれ2件となっている。

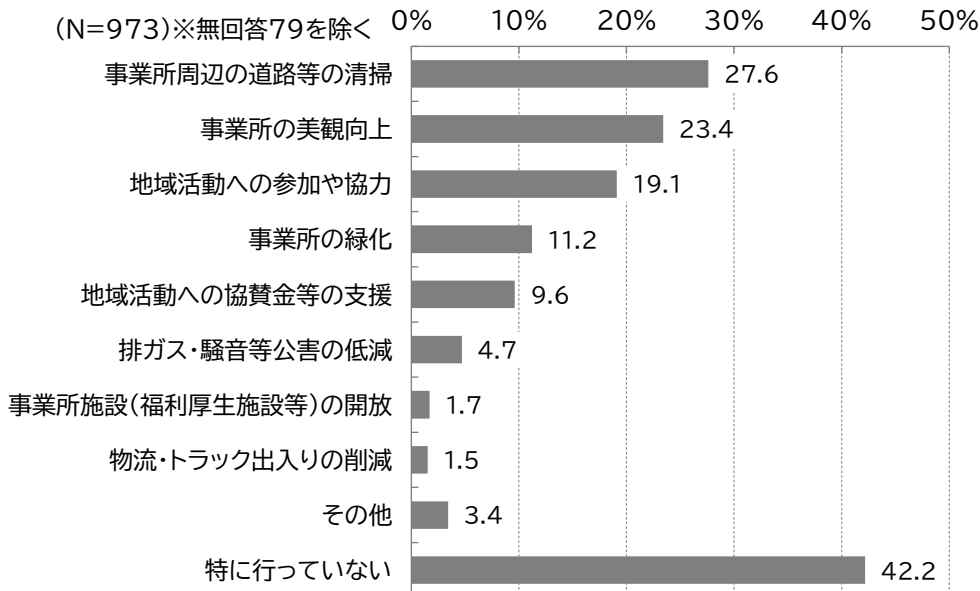
- ・家賃が高い(2件)
- ・スペースが狭い(2件)
- ・競合他社が多く、競争が激しい(2件)
- ・新規顧客の開拓が困難(2件)
- ・駐車場がない(1件)
- ・建物の設備が整っていない(1件)
- ・周辺に需要がない(1件)
- ・住宅地に囲まれて操業しにくい(1件)
- ・公的な支援策が整っていない(1件)
- ・企業間の連携等がしづらい(1件)
- ・その他(3件)

問 40 杉並区には住宅が多く立地していますが、周辺地域の住民や住環境に配慮した取組として、どのようなことを行っていますか。(〇はいくつでも)

**〇約6割の事業所で周辺地域の住民や住環境に配慮した取組を行っている**

周辺地域の住民や住環境に配慮した取組を行っている事業所は57.8%、「特に行っていない」事業所は42.2%となっている。具体的な取組としては「事業所周辺の道路等の清掃」が27.6%と最も高く、次いで「事業所の美観向上」が23.4%となっている。

■ 図表 1-112 周辺地域の住民や住環境に配慮した取組の状況



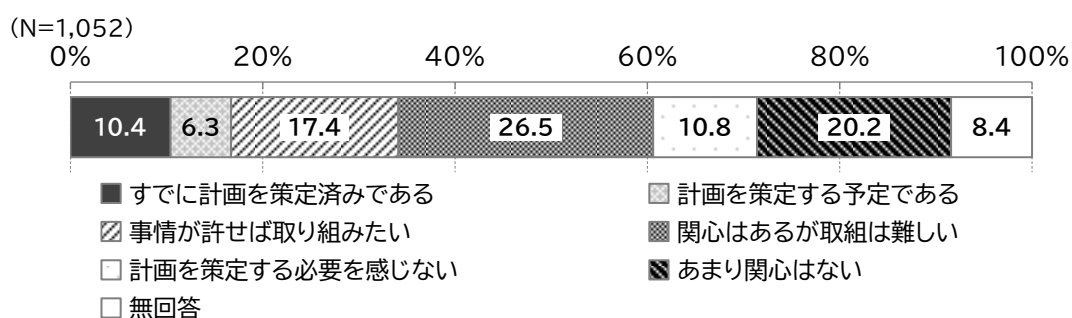
## 9 新型コロナウイルス感染症の影響について

問 41 災害等に直面したときも事業継続を可能にする計画「BCP（事業継続計画）」の取組についてお答えください。（○は1つ）

### ○BCP（事業継続計画）を策定済みの事業所は1割に留まる

「すでに計画を策定済みである」事業所は10.4%、「計画を策定する予定である」事業所は6.3%、「事情が許せば取り組みたい」事業所が17.4%となっている。一方で、『取組予定がない』（「関心はあるが取組は難しい」「計画を策定する必要を感じない」「あまり関心はない」の合計）事業所は57.5%となっている。

■図表 1-113 「BCP（事業継続計画）」の取組状況

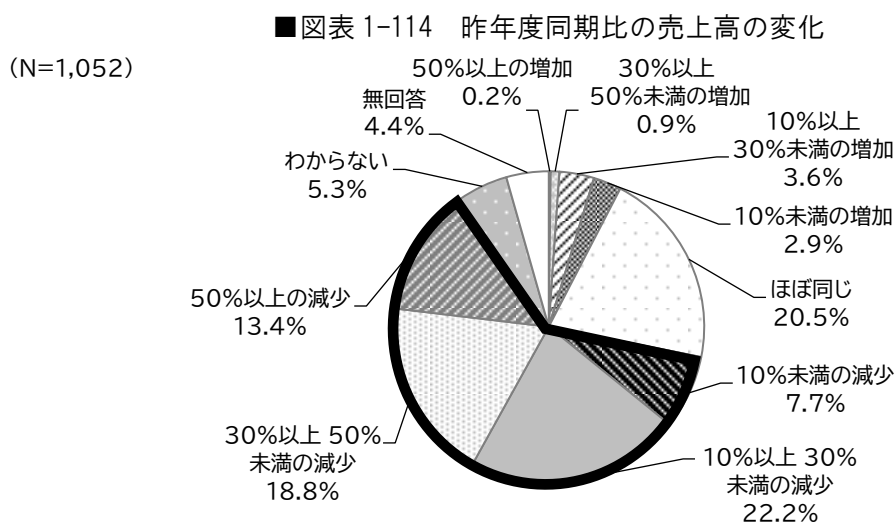


問 42 昨年度の4～9月と今年度の同時期を比べて、売上高はどのように変化しましたか。  
(○は1つ)

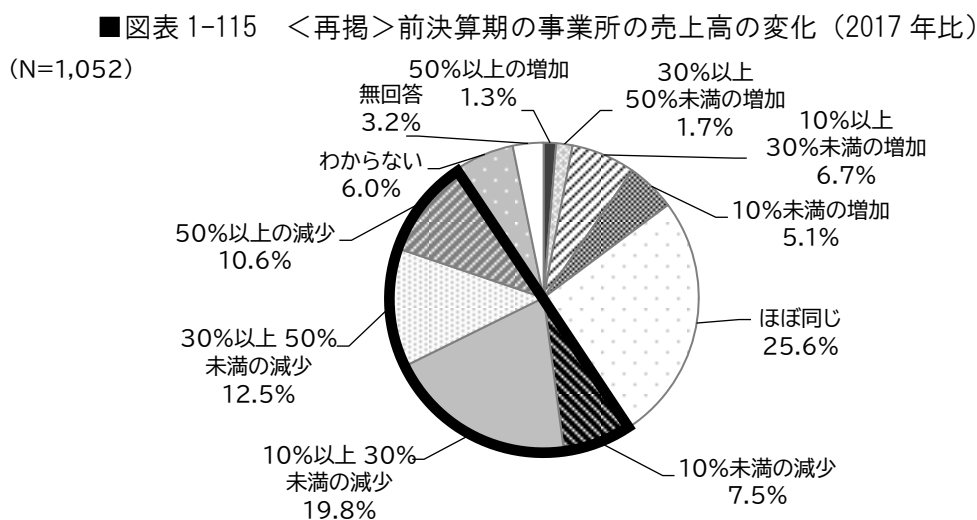
**○約6割の事業所で売上高が減少しているが、特に「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」において顕著である**

昨年度の4～9月と今年度の同時期を比較した売上高の変化は、『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上50%未満の増加」「10%以上30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）とする事業所が7.6%、「ほぼ同じ」とする事業所が20.5%、『減少した』（「10%未満の減少」「10%以上30%未満の減少」「30%以上50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）とする事業所が62.1%となっている。

3年前と比較した前決算期の売上高の変化（図表1-52）と比べると、『増加した』事業所の割合は7.2ポイントの減、『減少した』事業所の割合は11.7ポイントの増となっている。



【3年前との売上高の比較】

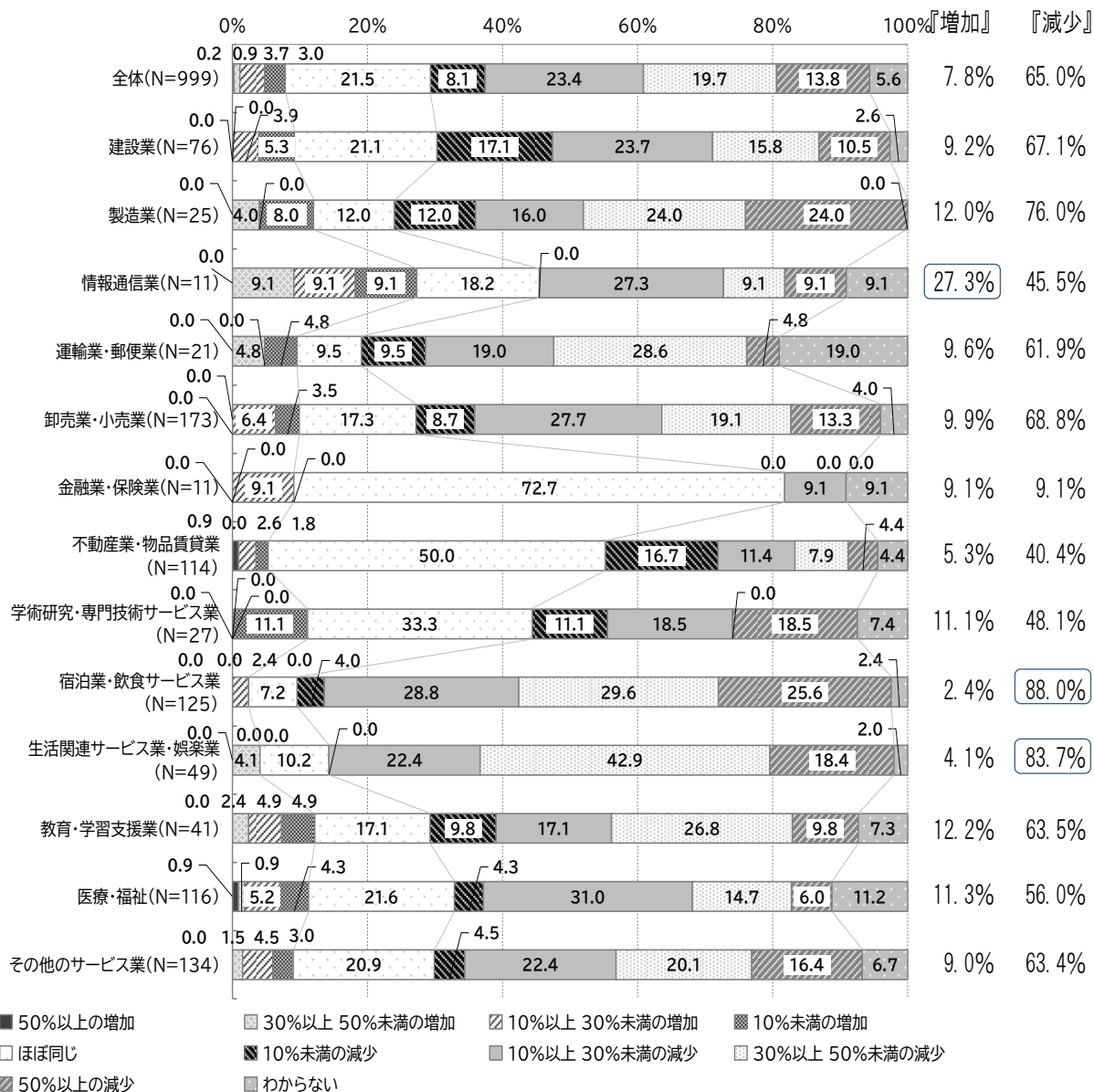


<業種別にみる昨年度同期比の売上高の変化>

『減少した』（「10%未満の減少」「10%以上 30%未満の減少」「30%以上 50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）業種が多くなっているが、「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」では8割以上と特に多くなっている。

『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上 50%未満の増加」「10%以上 30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）が最も多い業種は、「情報通信業」で27.3%となっている。

■ 図表 1-116 昨年度同期比の売上高の変化（業種別）



「3年前と前決算期を比較した売上高の変化」と「昨年度4～9月と今年度同時期を比較した売上高の変化」の増減率をみると、3年前との比較で売上高が堅調であった「学術研究・専門技術サービス業」では、『売上高が増加した』事業所が約2割減少、『売上高が減少した』事業所が約1割増加しており、新型コロナウイルス感染症による影響が一定程度みられる。

また、3年前との比較で『売上高が減少した』事業所が6割強であった「宿泊業・飲食サービス業」においては、昨年度同時期との比較でも『売上高が減少した』事業所が8割以上となっており、業績悪化が深刻であることがわかる。

一方、「運輸業・郵便業」は『売上高が増加した』事業所の割合が唯一増えているほか（増減率5.3%）、「金融業」は『売上高が減少した』事業所の割合が唯一減っている（増減率-18.2%）。

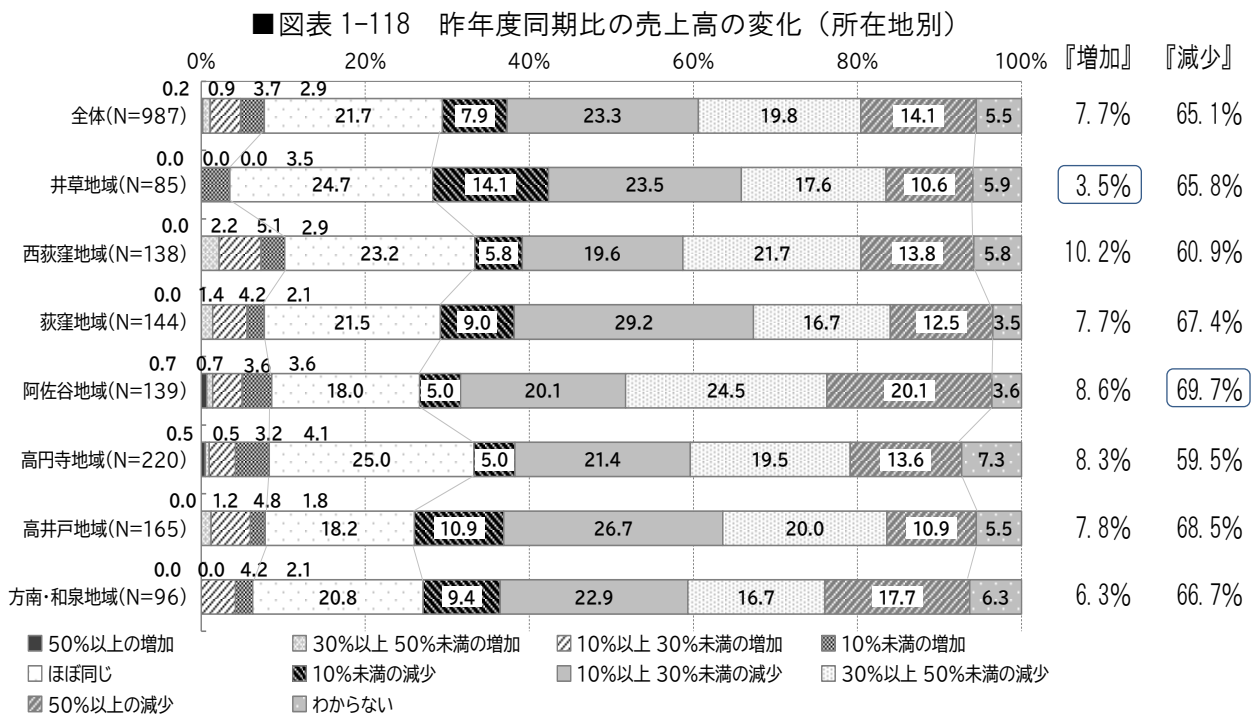
■図表 1-117 売上高の変化（業種別）

|                | 売上高が増加した     |                    |        | 売上高が減少した     |                    |        |
|----------------|--------------|--------------------|--------|--------------|--------------------|--------|
|                | 3年前と前決算期との比較 | 昨年度4～9月と今年度同時期との比較 | 増減率    | 3年前と前決算期との比較 | 昨年度4～9月と今年度同時期との比較 | 増減率    |
| 建設業            | 19.8%        | 9.2%               | -10.6% | 46.1%        | 67.1%              | 21.0%  |
| 製造業            | 15.4%        | 12.0%              | -3.4%  | 61.5%        | 76.0%              | 14.5%  |
| 情報通信業          | 36.4%        | 27.3%              | -9.1%  | 27.3%        | 45.5%              | 18.2%  |
| 運輸業・郵便業        | 4.3%         | 9.6%               | 5.3%   | 56.5%        | 61.9%              | 5.4%   |
| 卸売業・小売業        | 18.7%        | 9.9%               | -8.8%  | 57.3%        | 68.8%              | 11.5%  |
| 金融業・保険業        | 18.2%        | 9.1%               | -9.1%  | 27.3%        | 9.1%               | -18.2% |
| 不動産業・物品賃貸業     | 12.4%        | 5.3%               | -7.1%  | 36.3%        | 40.4%              | 4.1%   |
| 学術研究・専門技術サービス業 | 33.3%        | 11.1%              | -22.2% | 25.9%        | 48.1%              | 12.2%  |
| 宿泊業・飲食サービス業    | 11.7%        | 2.4%               | -9.3%  | 68.0%        | 88.0%              | 20.0%  |
| 生活関連サービス業・娯楽業  | 14.0%        | 4.1%               | -9.9%  | 76.0%        | 83.7%              | 7.7%   |
| 教育・学習支援業       | 19.5%        | 12.2%              | -7.3%  | 41.4%        | 63.5%              | 22.1%  |
| 医療・福祉          | 20.4%        | 11.3%              | -9.1%  | 42.4%        | 56.0%              | 13.6%  |
| その他のサービス業      | 11.4%        | 9.0%               | -2.4%  | 50.5%        | 63.4%              | 12.9%  |

<所在地別にみる昨年度同期比の売上高の変化>

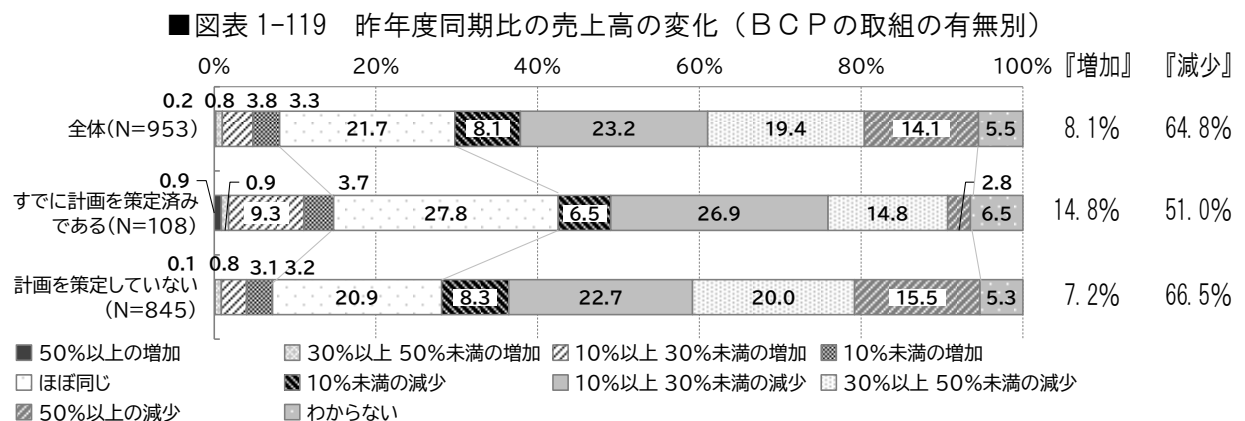
いずれの地域においても『減少した』（「10%未満の減少」「10%以上 30%未満の減少」「30%以上 50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）事業所が半数以上と多くっており、特に阿佐谷地域では 69.7%と最も多くなっている。

また、井草地域では『増加した』（「50%以上の増加」「30%以上 50%未満の増加」「10%以上 30%未満の増加」「10%未満の増加」の合計）事業所が 3.5%と、他の地域と比べて低くなっている。



<BCPの取組の有無別にみる昨年度同期比の売上高の変化>

BCPの取組の有無にかかわらず、『減少した』（「10%未満の減少」「10%以上 30%未満の減少」「30%以上 50%未満の減少」「50%以上の減少」の合計）事業所が半数以上となっている。ただし、「すでに計画を策定済みである」事業所では、『減少した』が 51.0%であるのに対して、「計画を策定していない」では 66.5%となっており、計画を策定している場合としていない場合で、およそ 15 ポイントの差がみられる。



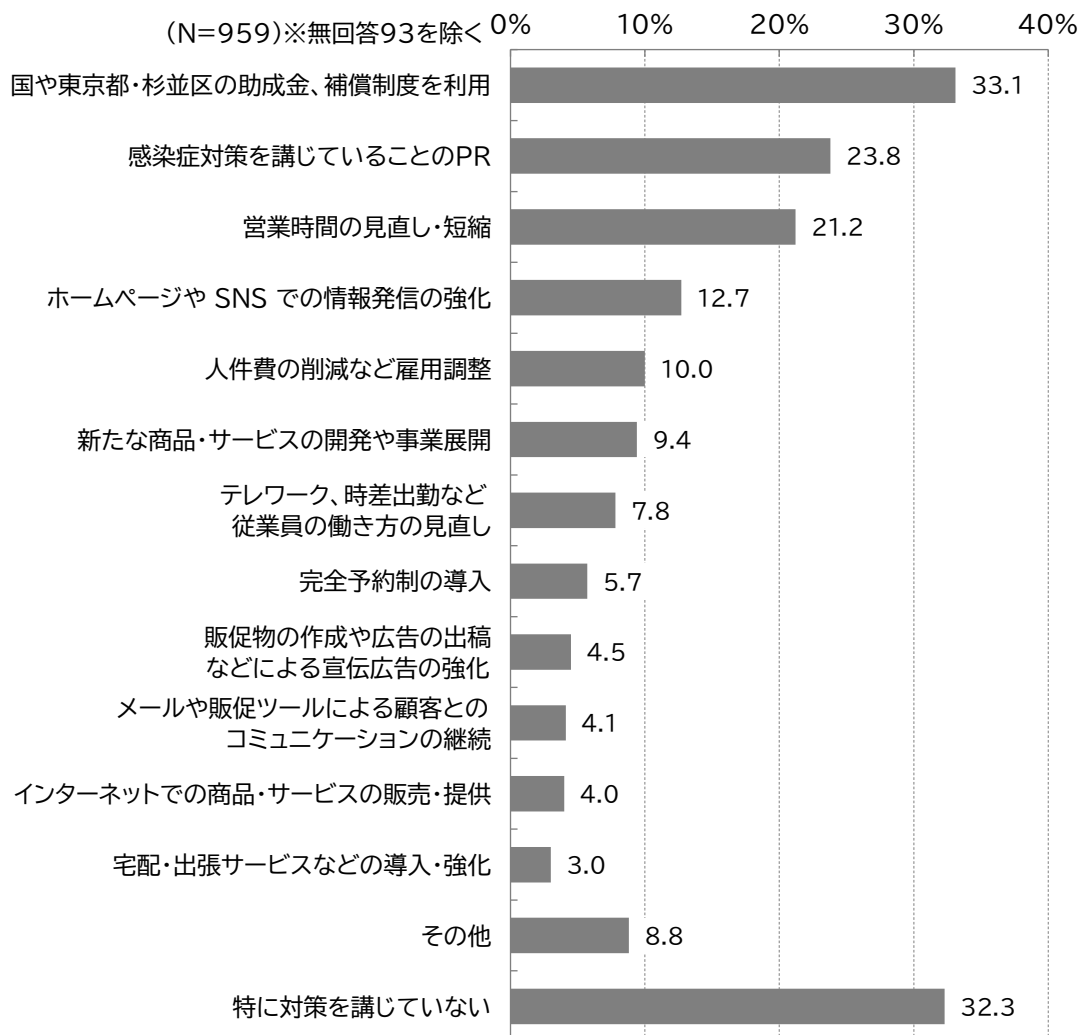


問 43 売上を維持・向上させるためにどのような対策を講じましたか。(○はいくつでも) また、講じた対策のうち、【最も効果があった対策】を1つお答えください。(番号を記入)

**〇6割強の事業所が何らかの対策を講じており、特に公的な助成金・補償制度を利用している事業所が3割以上と高い**

売上を維持・向上させるため、何らかの対策を講じた事業所は67.7%、「特に対策を講じていない」事業所は32.3%となっている。具体的な対策としては、「国や東京都・杉並区の助成金、補償制度を利用」が33.1%と最も高く、次いで「感染症対策を講じていることのPR」が23.8%、「営業時間の見直し・短縮」が21.2%となっている。

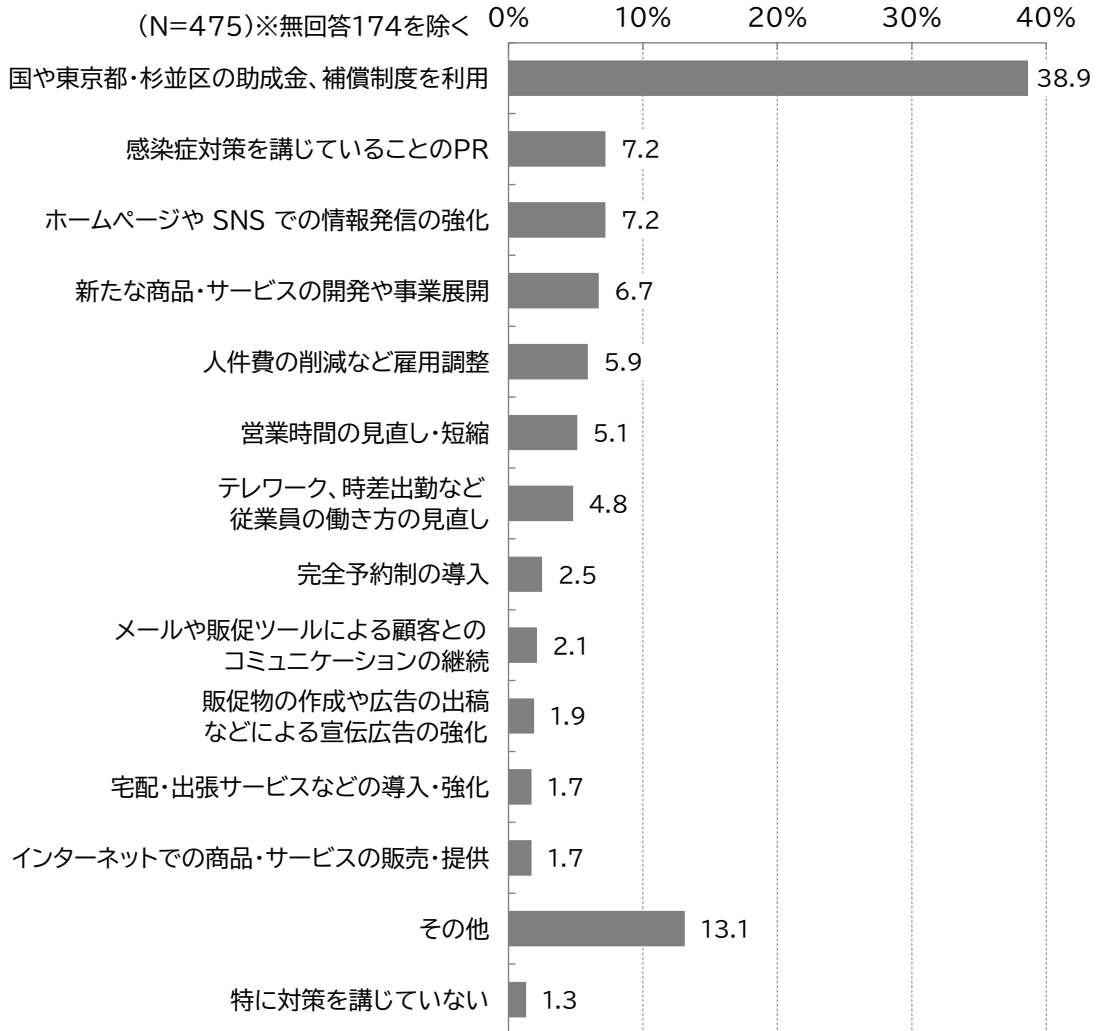
■図表 1-120 売上を維持・向上させる対策



【最も効果があった対策】

「国や東京都・杉並区の助成金、補償制度を利用」が38.9%と突出して高く、次いで「感染症対策を講じていることのPR」「ホームページやSNSでの情報発信の強化」が7.2%となっている。

■ 図表 1-121 売上を維持・向上させる対策（最も効果があった対策）



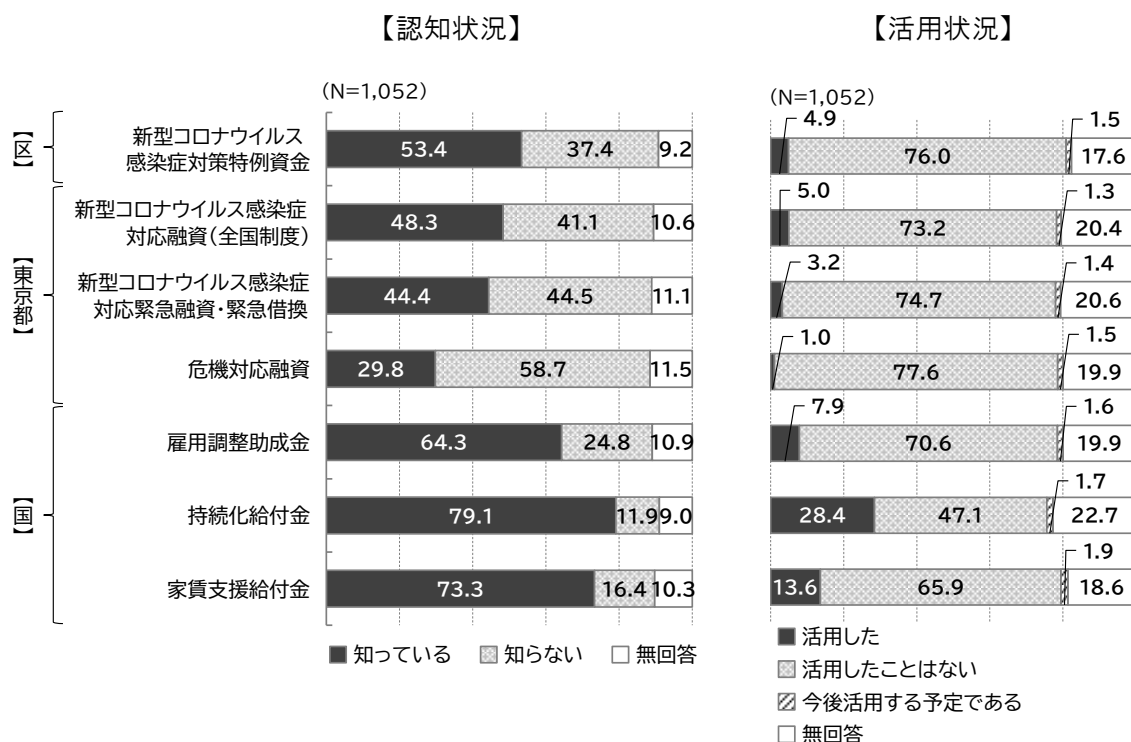
問 44 国・東京都・杉並区では、新型コロナウイルス感染症の影響に対する支援事業を行ってきました。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」をお答えください。  
(○はそれぞれ1つ)

### ○約3割の事業所が持続化給付金を活用したことがある

新型コロナウイルス感染症の影響に対する支援事業の中で「持続化給付金」は認知度(79.1%)、活用状況(28.4%)ともに最も高い。

次いで「家賃支援給付金」は認知度73.3%、活用状況13.6%、「雇用調整助成金」は認知度64.3%、活用状況7.9%となっている。

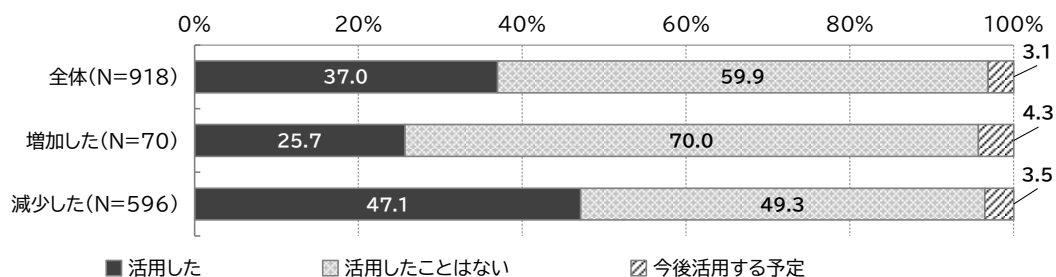
■ 図表 1-122 新型コロナウイルス感染症に関する支援事業の認知状況・活用状況



### <昨年度同期比の売上高の変化別にみる支援事業の活用状況>

売上高が増加した事業所のうち、支援事業を活用した事業所は25.7%となっている。一方で売上高が減少した事業所のうち、支援事業を活用した事業所は47.1%となっており、売上高の増減によって活用状況に差がみられる。

■ 図表 1-123 昨年度同期比の売上高の変化(支援事業の活用の有無別)



## ■新型コロナウイルス感染症の影響に関するヒアリング調査結果

- ・新型コロナウイルス感染症対策特例資金の給付を受けた。ただし、面接を受けるまでに1か月程度時間が空いてしまったので、その期間は先行きが不透明で不安であった。（卸売業・小売業）
- ・新型コロナウイルス感染症の影響で、気軽に来店する人は少なく、必要性の高い人のみ来店するようになってきているため、売上が減少している。また、今後非接触型の営業に対応しているのか不安がある。（不動産業・物品賃貸業）
- ・貸切でのイベント等を行ってきたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、人が集められない状況となっている。国や東京都の給付金の制度も活用したが、杉並区の方でも独自の支援を行ってほしい。（不動産業・物品賃貸業）
- ・事業の見直しを進めており、お客様目線で店内のレイアウトを変更したり、店の外からコンセプトがわかるようにしたことで、お客様から高い評価を受けている。（その他のサービス業）
- ・全社的にみると売上高にばらつきがあったため、運営方法を工夫することにより売上を維持・向上するように努めた。また、新型コロナウイルス感染症の影響により、オンラインを活用した事業も展開し始めた。さらに、本社勤務のスタッフの多くはテレワークを行っている。（教育・学習支援業）

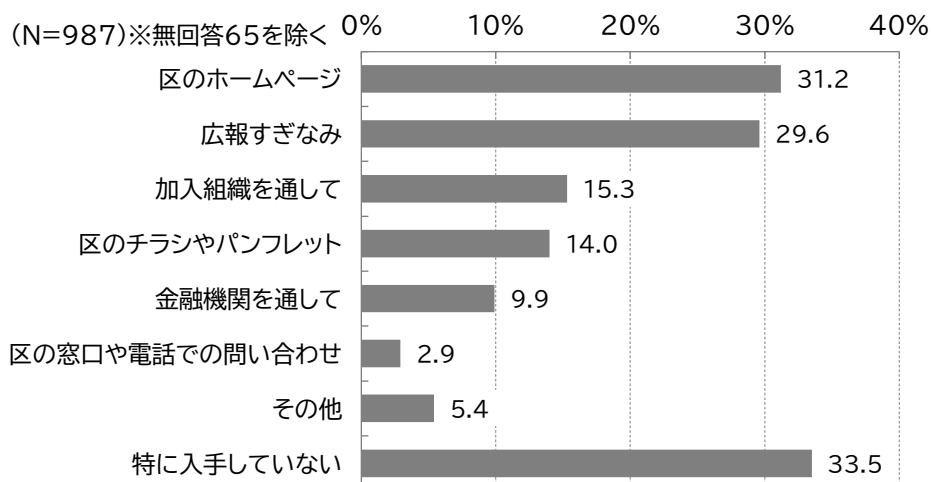
## 10 最後に

問 45 事業所に対する区の支援制度についての情報をどのようにして入手していますか。  
(○はいくつでも)

### ○支援制度情報の入手方法は区のホームページと広報すぎなみが多い

区の支援制度について、情報を入手している事業所は66.5%、「特に入手していない」事業所は33.5%となっている。具体的な入手方法としては、「区のホームページ」が31.2%と最も高く、次いで「広報すぎなみ」が29.6%となっている。

■図表 1-124 区の支援制度に関する情報の入手方法



問 46 杉並区の事業所に対する支援策について、ご意見があればご記入ください。

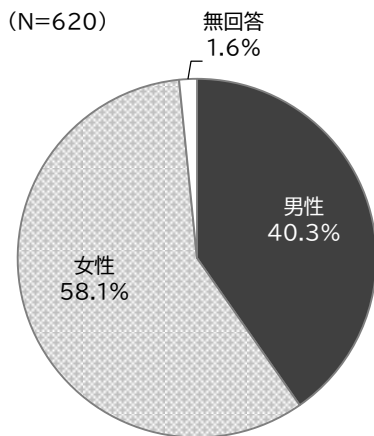
| 分類       | 件数   | 主な回答  |
|----------|------|---|
| 支援施策について | 25 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本当に経営が厳しい事業所の支援をお願いしたい</li> <li>・ コロナの影響、人材不足などで極めて厳しい経営状況である</li> <li>・ 事業所の実状を調査し、経済的、人的支援策をきめ細かく講じてほしい</li> </ul>                 |
| 助成金について  | 21 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 売上が落ちた全事業者に給付金を用意してほしい</li> <li>・ 家賃の支援を手厚くしてほしい</li> </ul>  |
| 情報発信について | 18 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ ネットやホームページなどで情報を入手しているが、分かりやすい情報をまとめて郵送してほしい</li> <li>・ 情報が入りにくいので工夫してほしい</li> </ul>   |
| 資金調達について | 6 件  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 資金の貸し付けを受けても、返済が可能かどうか不安</li> <li>・ 先行きが不安で返済の目途がたらず融資を利用する事が出来ない</li> </ul>   |
| 人材について   | 5 件  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 人材（求人）や人材育成を積極的に行ってほしい</li> <li>・ プロのアドバイザーを店舗及び商店会に派遣してほしい</li> </ul>   |
| 経費について   | 5 件  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 商店会も頑張っているが、もっと「根本的な対策」が必要（街灯の強化や空き店舗対策、防犯カメラの設置など）</li> <li>・ 小さいイベントはあまり効果が無いので、大きく資金を使ってほしい</li> <li>・ 社会保険労務士の方に相談したい</li> </ul> |
| 売上について   | 1 件  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ コロナに関して無申告（申し込み）者に対しても売上カバーをしてほしい</li> </ul>   |
| その他      | 22 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 様々な支援等を使いながら事業継続していきたい</li> <li>・ 杉並区に対して不満はない</li> <li>・ 今後とも今の状態を継続していただきたい</li> </ul>   |

# 第3章 区民意向調査

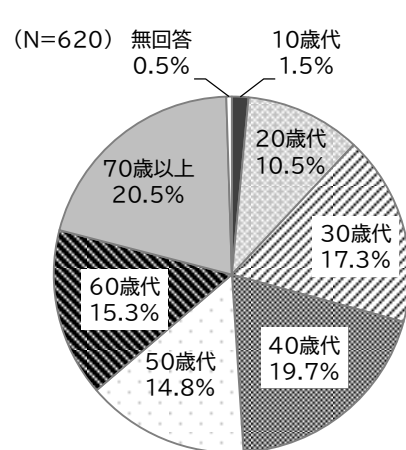
## 1 回答者の基本属性

(問1～問7)

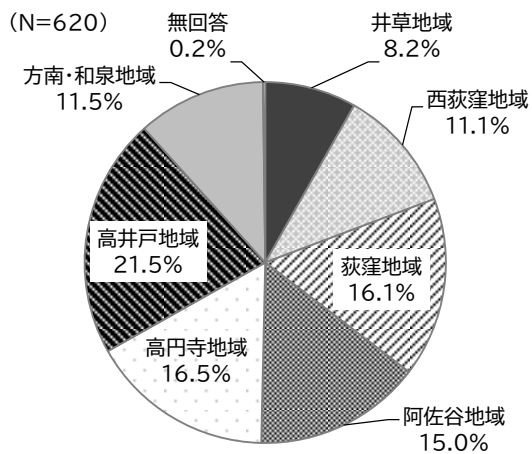
■ 図表 2-1 性別



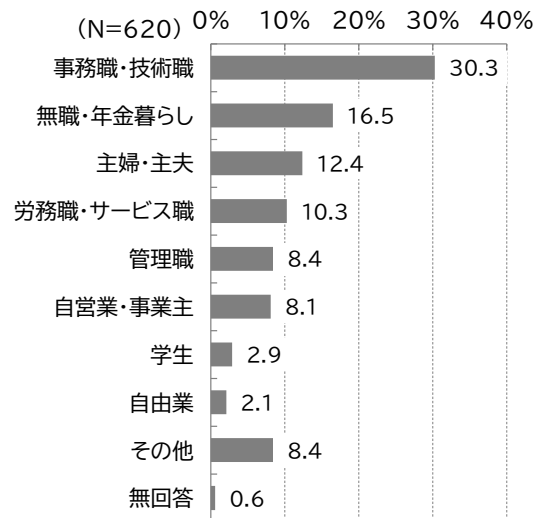
■ 図表 2-2 年齢



■ 図表 2-3 居住地

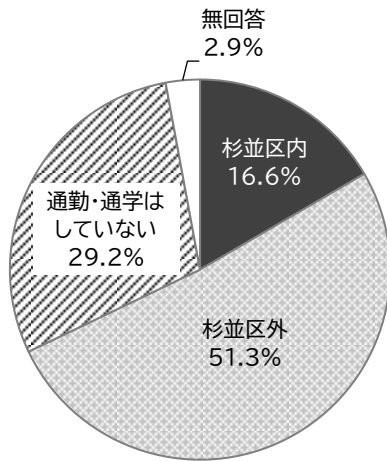


■ 図表 2-4 職業



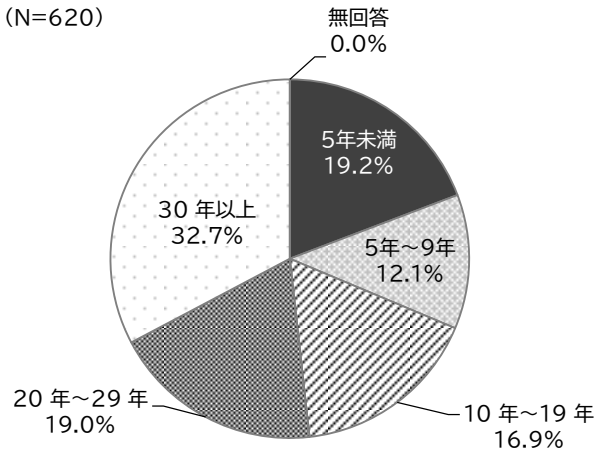
■ 図表 2-5 通勤・通学先の所在地

(N=620)



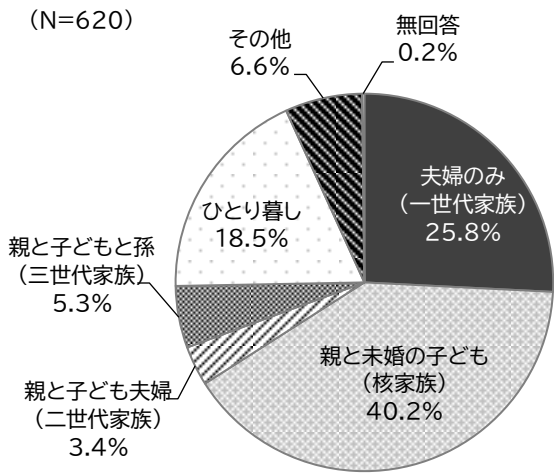
■ 図表 2-6 杉並区での居住年数

(N=620)



■ 図表 2-7 家族構成

(N=620)





## 2 日常生活の意識について

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

### ○今後「静かで落ち着いたきのある地域」のイメージが定着することを望んでいる区民が増加した

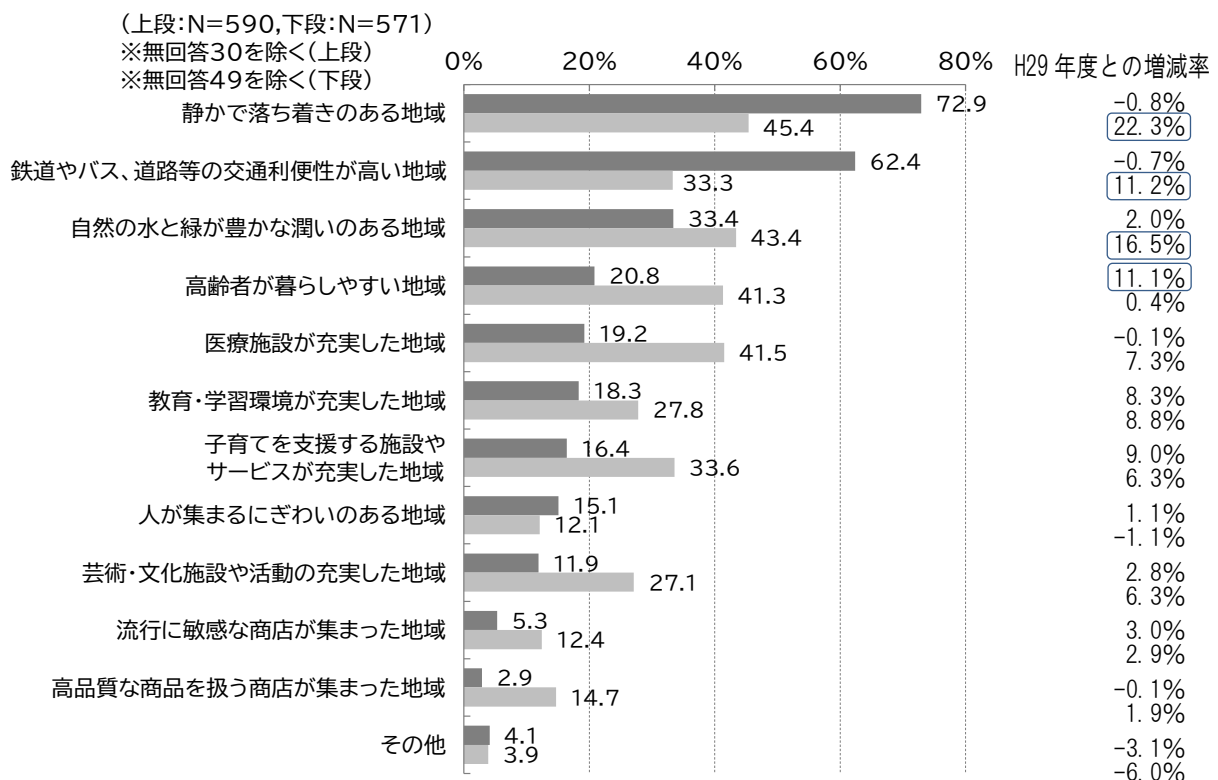
現在抱いているイメージでは、「静かで落ち着いたきのある地域」が72.9%と最も高く、次いで「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が62.4%、「自然の水と緑が豊かな潤いのある地域」が33.4%となっている。

今後定着してほしいイメージでは、「静かで落ち着いたきのある地域」が45.4%と最も高く、次いで「自然の水と緑が豊かな潤いのある地域」が43.4%、「医療施設が充実した地域」が41.5%となっている。

平成29年度と比較すると、現在抱いているイメージでは「高齢者が暮らしやすい地域」が9.7%から20.8%と11.1ポイント増加している。また、今後定着してほしいイメージでは「静かで落ち着いたきのある地域」が23.1%から45.4%、「自然の水と緑が豊かな潤いのある地域」が26.9%から43.4%、「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が22.1%から33.3%と、それぞれ10ポイント以上増加している。なお、平成29年度から大きく減少した項目はみられない。

■図表2-8 住んでいる地域の現在のイメージと今後定着してほしいイメージ

上段：現在抱いているイメージ、下段：今後定着してほしいイメージ



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

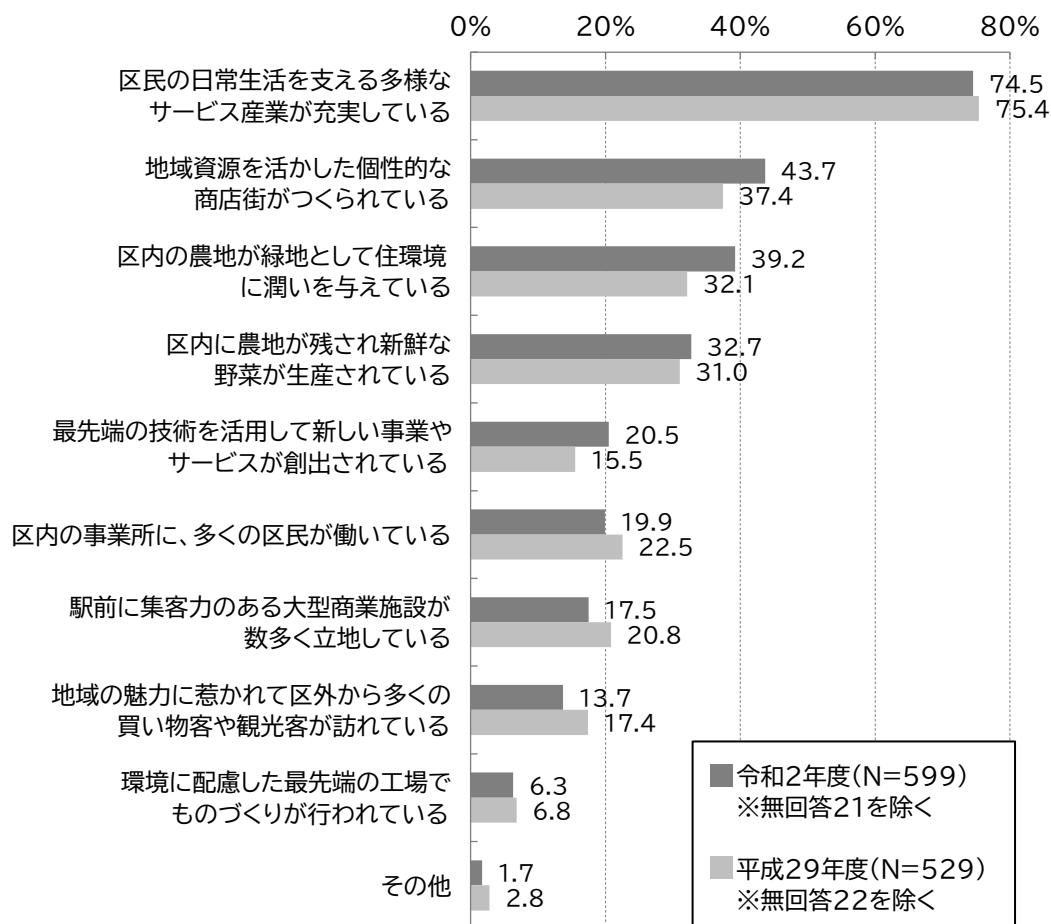
**○日常生活を支える多様なサービス産業の充実が求められている**

「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。

平成29年度と比較すると、大きな順位変動はないものの、商店街や農地、最先端技術の活用などを望む声がやや増加している。

■図表 2-9 区民が望む杉並区の産業の将来像



<年代別にみる望ましい区の産業の将来像>

いずれの年代においても、「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が最も多くなっている。「地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている」は、60歳代以下で4割以上と高くなっている。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」も、50歳代・60歳代で4割を超えている。

■図表 2-10 区民が望む杉並区の産業の将来像（年代別）

|        |          | （%）                         |                          |                         |                        |                               |                     |                           |                                 |                           |     |
|--------|----------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----|
|        | 回答者数 (N) | 区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している | 地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている | 区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている | 区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている | 最先端の技術を活用して新しい事業やサービスが創出されている | 区内の事業所に、多くの区民が働いている | 駅前に集客力のある大型商業施設が数多く立地している | 地域の魅力に惹かれて区外から多くの買い物客や観光客が訪れている | 環境に配慮した最先端の工場でのづくりが行われている | その他 |
| 全体     | 596      | 74.5                        | 43.8                     | 39.1                    | 32.6                   | 20.5                          | 19.6                | 17.6                      | 13.6                            | 6.2                       | 1.7 |
| 20歳代以下 | 73       | 74.0                        | 41.1                     | 31.5                    | 20.5                   | 16.4                          | 9.6                 | 20.5                      | 13.7                            | 6.8                       | 2.7 |
| 30歳代   | 105      | 70.5                        | 44.8                     | 34.3                    | 31.4                   | 16.2                          | 15.2                | 25.7                      | 15.2                            | 5.7                       | 0.0 |
| 40歳代   | 120      | 75.8                        | 50.0                     | 38.3                    | 40.8                   | 23.3                          | 22.5                | 15.0                      | 15.8                            | 9.2                       | 2.5 |
| 50歳代   | 90       | 71.1                        | 50.0                     | 44.4                    | 34.4                   | 23.3                          | 20.0                | 8.9                       | 13.3                            | 5.6                       | 1.1 |
| 60歳代   | 92       | 78.3                        | 40.2                     | 47.8                    | 32.6                   | 16.3                          | 22.8                | 12.0                      | 12.0                            | 3.3                       | 2.2 |
| 70歳以上  | 116      | 76.7                        | 36.2                     | 37.9                    | 31.0                   | 25.0                          | 24.1                | 22.4                      | 11.2                            | 6.0                       | 1.7 |

※割合が40%以上の選択肢を網掛けしている。

<地域別にみる望ましい区の産業の将来像>

いずれの地域においても、「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が最も多くなっており、特に阿佐谷地域では84.8%と高い。西荻窪地域、荻窪地域、阿佐谷地域、高円寺地域では、「地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている」が4割以上と高くなっている。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」については、井草地域、荻窪地域、高井戸地域で多くなっており、特に農地が多く残っている井草地域では56.9%と高い。一方で、農地の少ない高円寺地域では22.4%と低くなっている。

■図表 2-11 区民が望む杉並区の産業の将来像（地域別）

|         |          | （%）                         |                          |                         |                        |                               |                     |                           |                                 |                           |     |
|---------|----------|-----------------------------|--------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------------------|-----|
|         | 回答者数 (N) | 区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している | 地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている | 区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている | 区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている | 最先端の技術を活用して新しい事業やサービスが創出されている | 区内の事業所に、多くの区民が働いている | 駅前に集客力のある大型商業施設が数多く立地している | 地域の魅力に惹かれて区外から多くの買い物客や観光客が訪れている | 環境に配慮した最先端の工場でのづくりが行われている | その他 |
| 全体      | 598      | 74.4                        | 43.6                     | 39.1                    | 32.6                   | 20.6                          | 19.7                | 17.6                      | 13.7                            | 6.4                       | 1.7 |
| 井草地域    | 51       | 72.5                        | 37.3                     | 56.9                    | 45.1                   | 15.7                          | 17.6                | 17.6                      | 7.8                             | 2.0                       | 0.0 |
| 西荻窪地域   | 67       | 82.1                        | 47.8                     | 35.8                    | 28.4                   | 16.4                          | 13.4                | 17.9                      | 13.4                            | 6.0                       | 0.0 |
| 荻窪地域    | 96       | 70.8                        | 46.9                     | 47.9                    | 45.8                   | 21.9                          | 22.9                | 26.0                      | 16.7                            | 6.3                       | 6.3 |
| 阿佐谷地域   | 92       | 84.8                        | 50.0                     | 38.0                    | 31.5                   | 30.4                          | 19.6                | 13.0                      | 16.3                            | 6.5                       | 0.0 |
| 高円寺地域   | 98       | 71.4                        | 43.9                     | 22.4                    | 17.3                   | 21.4                          | 18.4                | 16.3                      | 16.3                            | 5.1                       | 1.0 |
| 高井戸地域   | 128      | 68.0                        | 39.8                     | 43.0                    | 32.8                   | 18.0                          | 20.3                | 18.0                      | 11.7                            | 7.0                       | 1.6 |
| 方南・和泉地域 | 66       | 75.8                        | 37.9                     | 34.8                    | 31.8                   | 16.7                          | 24.2                | 12.1                      | 10.6                            | 10.6                      | 1.5 |

※割合が40%以上の選択肢を網掛けしている。

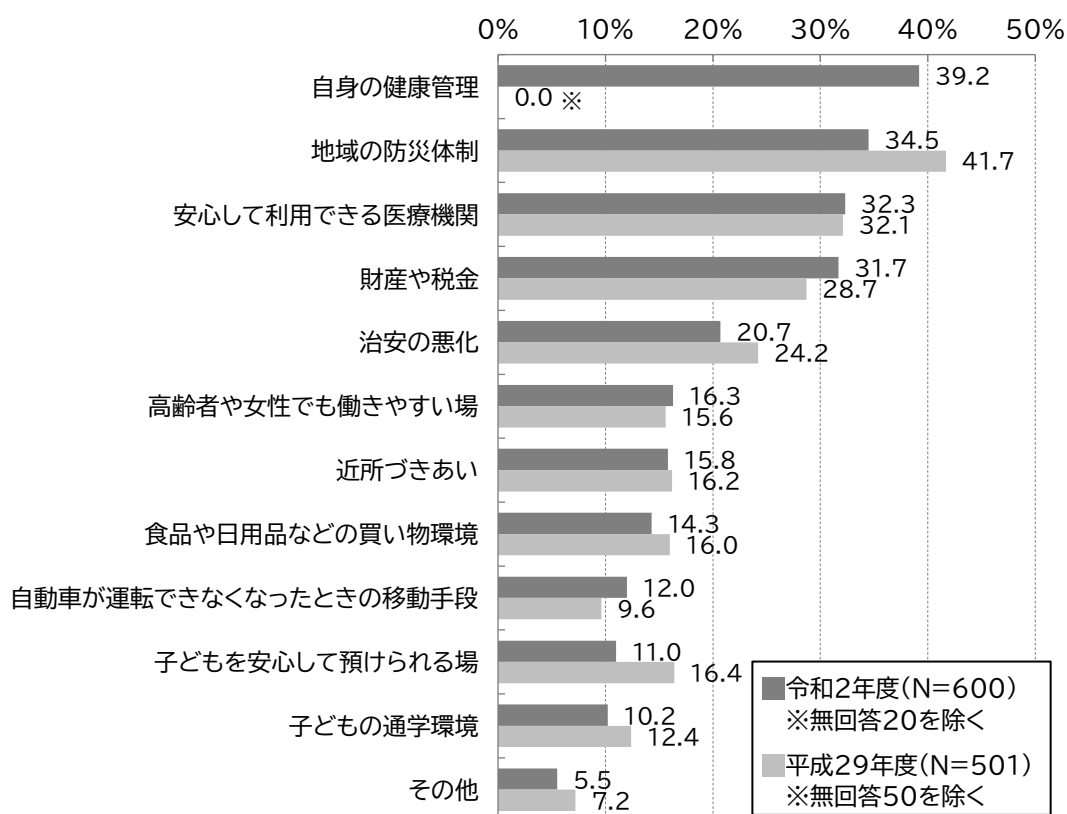
問10 現在の生活環境の中で、不安に感じていることはありますか。(〇はいくつでも)

### ○「自身の健康管理」を不安に感じている区民が最も多い

「自身の健康管理」が39.2%と最も高く、次いで「地域の防災体制」が34.5%、「安心して利用できる医療機関」が32.3%となっている。

平成29年度に41.7%と最も高かった「地域の防災体制」は、令和2年度では34.5%となっており、不安を感じている区民の割合が減少している。また、「子どもを安心して預けられる場」も平成29年度から令和2年度にかけて減少している。

■図表 2-12 現在の生活環境の中で不安に感じていること



※「自身の健康管理」は令和2年度調査から追加した選択肢である。

<年代別にみる現在の生活環境の中で不安に感じていること>

すべての年代において、「自身の健康管理」と「地域の防災体制」は2割以上となっている。

また、「自身の健康管理」は、年代が上がるにつれて増加傾向となっている。一方で、「財産や税金」は、年代が下がるにつれて増加傾向にある。

■図表 2-13 現在の生活環境の中で不安に感じていること（年代別） (%)

|        | 回答者数 (N) | 自身の健康管理 | 地域の防災体制 | 安心して利用できる医療機関 | 財産や税金 | 治安の悪化 | 高齢者や女性でも働きやすい場 | 近所づきあい | 食品や日用品などの買い物環境 | 自動車や自転車が運転できなくなったときの移動手段 | 子どもを安心して預けられる場 | 子どもの通学環境 | その他 |
|--------|----------|---------|---------|---------------|-------|-------|----------------|--------|----------------|--------------------------|----------------|----------|-----|
| 全体     | 597      | 39.2    | 34.5    | 32.2          | 31.8  | 20.6  | 16.4           | 15.7   | 14.2           | 12.1                     | 11.1           | 10.2     | 5.4 |
| 20歳代以下 | 72       | 27.8    | 25.0    | 18.1          | 47.2  | 19.4  | 12.5           | 9.7    | 11.1           | 6.9                      | 16.7           | 9.7      | 5.6 |
| 30歳代   | 105      | 28.6    | 36.2    | 27.6          | 35.2  | 17.1  | 14.3           | 19.0   | 16.2           | 5.7                      | 21.0           | 21.0     | 6.7 |
| 40歳代   | 119      | 30.3    | 31.9    | 33.6          | 37.0  | 26.1  | 16.8           | 16.0   | 10.1           | 14.3                     | 16.0           | 17.6     | 6.7 |
| 50歳代   | 91       | 41.8    | 37.4    | 40.7          | 36.3  | 20.9  | 20.9           | 12.1   | 6.6            | 8.8                      | 3.3            | 3.3      | 4.4 |
| 60歳代   | 88       | 52.3    | 37.5    | 40.9          | 23.9  | 22.7  | 23.9           | 11.4   | 10.2           | 12.5                     | 4.5            | 3.4      | 6.8 |
| 70歳以上  | 122      | 52.5    | 36.9    | 30.3          | 17.2  | 17.2  | 11.5           | 22.1   | 27.0           | 20.5                     | 4.9            | 4.1      | 2.5 |

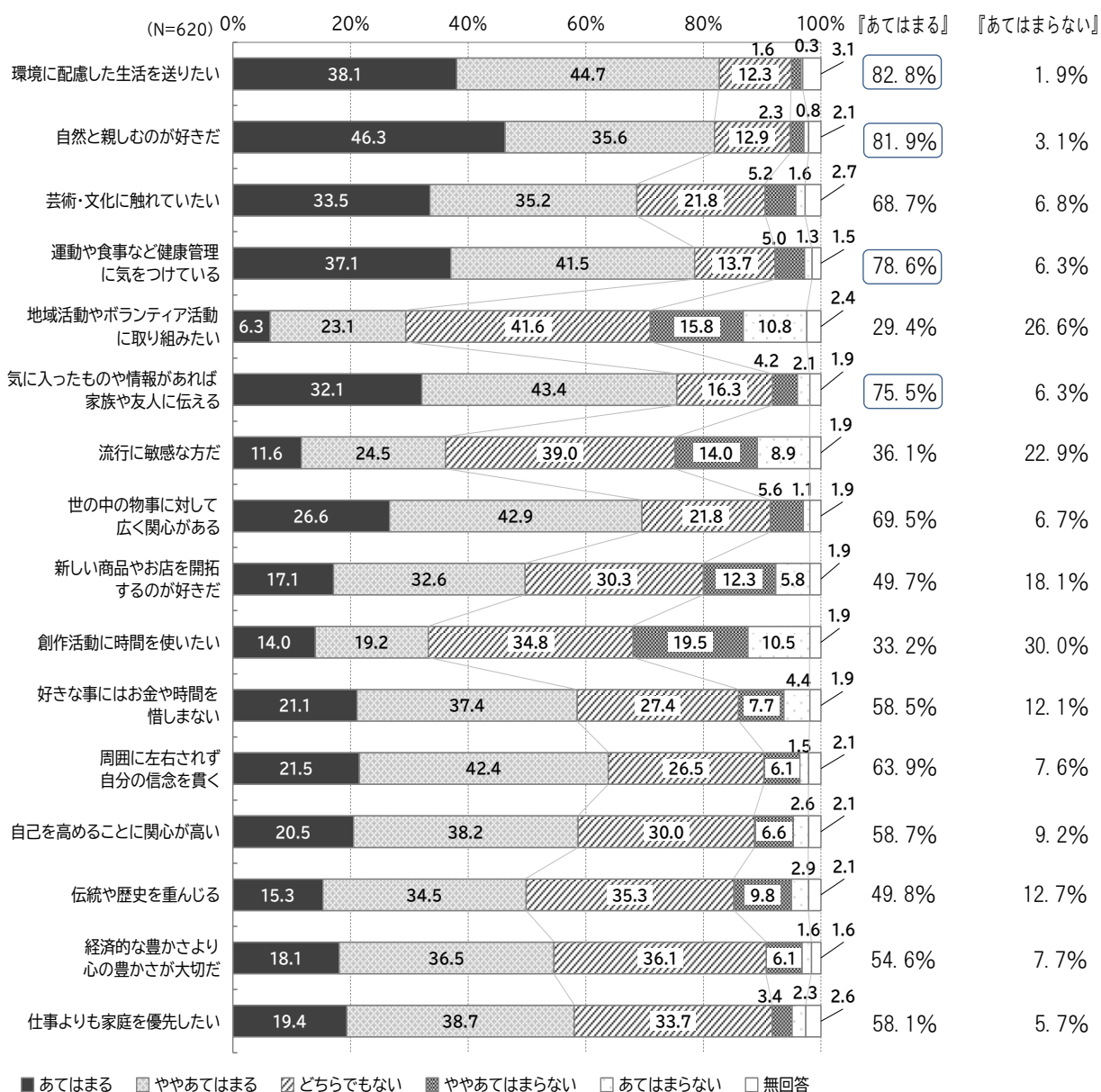
※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

問 11 日常生活で意識していることをお伺いします。以下の項目について、最も近いものをお答えください。（それぞれ○は1つ）

**○環境や自然に関する項目を意識している区民が特に多い**

『あてはまる』（「あてはまる」「ややあてはまる」の合計）について、「環境に配慮した生活を送りたい」が82.8%と最も高くなっている。次いで、「自然と親しむのが好きだ」が81.9%、「運動や食事など健康管理に気をつけている」が78.6%、「気に入ったものや情報があれば家族や友人に伝える」が75.5%となっている。

■ 図表 2-14 日常生活で意識していること

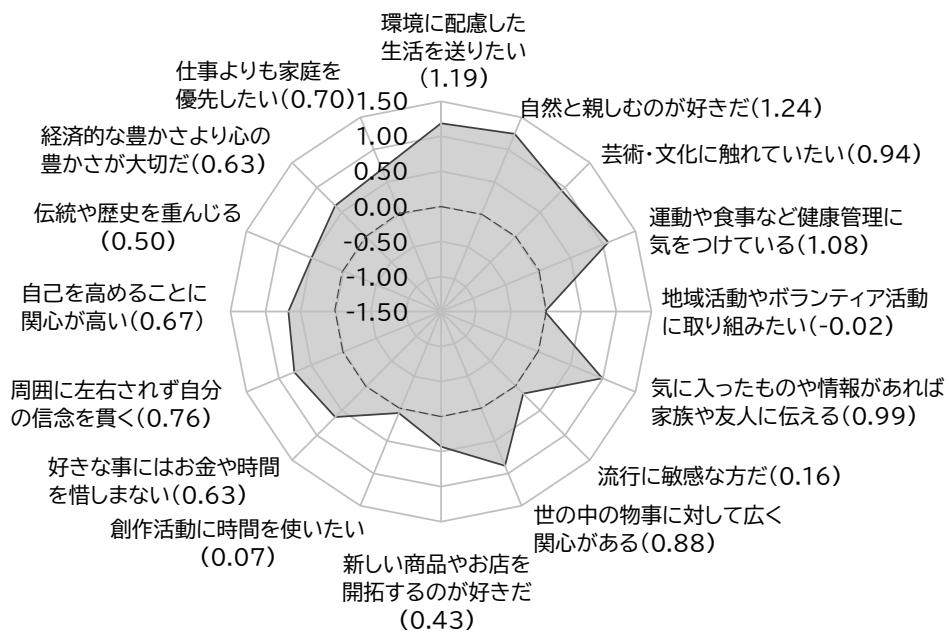


日常生活で意識していること（全 16 項目）について、回答を点数化し、下記の計算式で各項目の評価点を求めた。

$$\text{評価点の算出方法} = \frac{\text{「あてはまる」} \times 2 \text{点} + \text{「ややあてはまる」} \times 1 \text{点} + \text{「どちらでもない」} \times 0 \text{点} + \text{「ややあてはまらない」} \times -1 \text{点} + \text{「あてはまらない」} \times -2 \text{点}}{\text{回答者総数}}$$

評価点が高いのは、「自然と親しむのが好きだ」（1.24）、「環境に配慮した生活を送りたい」（1.19）、「運動や食事など健康管理に気をつけている」（1.08）の順となっており、自然や環境に関する項目が多くなっていることがわかる。一方、評価点が高いのは、「地域活動やボランティア活動に取り組みたい」（-0.02）、「創作活動に時間を使いたい」（0.07）、「流行に敏感な方だ」（0.16）の順となっている。

■図表 2-15 日常生活で意識していること（評価点）



<地域別にみる日常生活で意識していること（『あてはまる』と回答した人の割合）>

「環境に配慮した生活を送りたい」について、地域別では井草地域が90.2%であるのに対して、高円寺地域では79.2%となっており、地域によって差がみられる。また、「自然と親しむのが好きだ」についても、最も多い方南・和泉地域が87.3%であるのに対して、最も少ない高円寺地域では78.2%となっている。

■図表 2-16 日常生活で意識していること（地域別）

(%)

|         | 回答者数 (N) | 環境に配慮した生活を送りたい | 自然と親しむのが好きだ | 運動や食事など健康管理に気をつけている | 家族や友人に伝える | 気に入ったものや情報があれば家族や友人に伝える | 世の中の物事に対して広く関心がある | 芸術・文化に触れていたい | 周囲に左右されず自分の信念を貫く | 自己を高めることに関心が高い | 好きな事にはお金や時間を惜しまない | 仕事よりも家庭を優先したい | 経済的な豊かさよりも心の豊かさ | 伝統や歴史を重んじる | 新しい商品やお店を開拓するのが好きだ | 流行に敏感な方だ | 創作活動に時間を使いたい | 地域活動やボランティア活動に取り組みたい |
|---------|----------|----------------|-------------|---------------------|-----------|-------------------------|-------------------|--------------|------------------|----------------|-------------------|---------------|-----------------|------------|--------------------|----------|--------------|----------------------|
| 全体      | 610      | 85.4           | 83.7        | 79.6                | 76.9      | 71.0                    | 70.6              | 65.1         | 60.1             | 59.7           | 59.5              | 55.3          | 50.8            | 50.8       | 36.9               | 33.9     | 30.0         |                      |
| 井草地域    | 51       | 90.2           | 86.3        | 90.2                | 76.5      | 78.5                    | 62.7              | 62.7         | 62.8             | 52.9           | 54.9              | 49.1          | 54.9            | 52.9       | 31.4               | 37.2     | 38.0         |                      |
| 西荻窪地域   | 69       | 89.8           | 86.7        | 78.3                | 77.9      | 73.1                    | 61.2              | 55.9         | 60.3             | 53.0           | 56.5              | 49.2          | 48.6            | 54.4       | 35.8               | 29.4     | 29.4         |                      |
| 荻窪地域    | 98       | 85.1           | 83.5        | 79.6                | 79.6      | 68.3                    | 73.4              | 74.2         | 62.2             | 63.2           | 66.3              | 64.2          | 51.0            | 52.0       | 43.9               | 35.7     | 35.8         |                      |
| 阿佐谷地域   | 89       | 89.7           | 82.0        | 74.2                | 76.2      | 73.0                    | 79.6              | 65.9         | 61.4             | 57.9           | 57.4              | 56.8          | 51.1            | 48.8       | 29.6               | 34.1     | 31.8         |                      |
| 高円寺地域   | 102      | 79.2           | 78.2        | 71.6                | 72.6      | 59.8                    | 68.4              | 60.8         | 47.1             | 56.8           | 55.9              | 44.1          | 39.3            | 50.0       | 40.2               | 32.3     | 17.8         |                      |
| 高井戸地域   | 130      | 82.8           | 84.5        | 80.8                | 77.6      | 73.7                    | 67.5              | 65.9         | 61.7             | 59.7           | 58.1              | 56.2          | 54.7            | 46.6       | 36.2               | 31.8     | 31.0         |                      |
| 方南・和泉地域 | 71       | 85.7           | 87.3        | 90.2                | 78.9      | 76.0                    | 78.9              | 67.6         | 69.1             | 71.8           | 67.1              | 66.2          | 59.2            | 55.0       | 38.0               | 39.4     | 30.0         |                      |

※割合が70%以上の選択肢を網掛けしている。



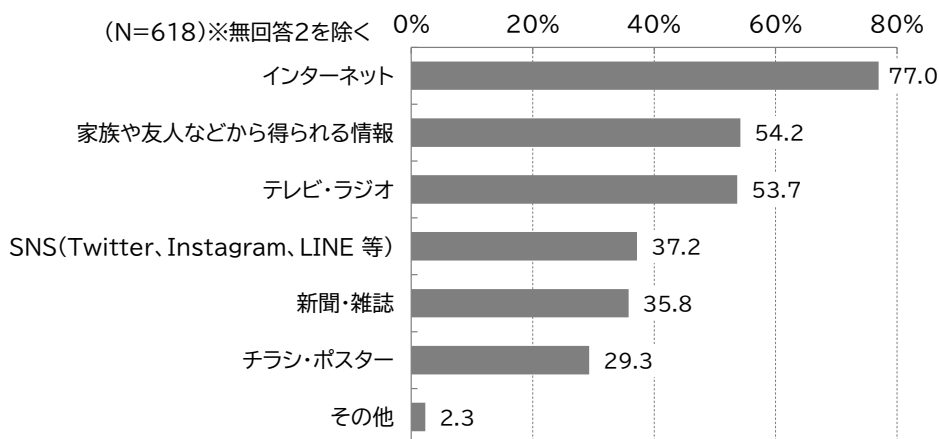
問12 商品の購入やサービスの提供を受ける際に、どのような手段で情報を得ていますか。  
(〇はいくつでも)

### 〇インターネットを利用して情報を入手する区民が突出して多い

「インターネット」が77.0%と最も高く、次いで「家族や友人などから得られる情報」が54.2%、「テレビ・ラジオ」が53.7%となっている。

年代別にみると、70歳以上を除いて「インターネット」が最も多くなっており、30歳代・40歳代は9割以上と極めて高くなっている。また、「SNS※」は、30歳代以下で6割以上と高くなっているが、40歳代以上では半数以下となり、年代が上がるにつれて割合は低下している。一方で70歳以上では「新聞・雑誌」が最も多くなっているが、「新聞・雑誌」は年代が下がるにつれて割合は低下している。

■図表 2-17 商品・サービスに関する情報の入手方法



■図表 2-18 商品・サービスに関する情報の入手方法（年代別）

(%)

|        | 回答者数 (N) | インターネット | 家族や友人などから得られる情報 | テレビ・ラジオ | SNS  | 新聞・雑誌 | チラシ・ポスター | その他 |
|--------|----------|---------|-----------------|---------|------|-------|----------|-----|
| 全体     | 615      | 77.2    | 54.0            | 53.5    | 37.2 | 35.6  | 29.3     | 2.3 |
| 20歳代以下 | 74       | 85.1    | 54.1            | 43.2    | 82.4 | 6.8   | 20.3     | 0.0 |
| 30歳代   | 107      | 97.2    | 50.5            | 40.2    | 65.4 | 13.1  | 16.8     | 3.7 |
| 40歳代   | 121      | 95.0    | 55.4            | 43.0    | 46.3 | 27.3  | 28.1     | 0.8 |
| 50歳代   | 92       | 87.0    | 53.3            | 62.0    | 25.0 | 37.0  | 25.0     | 3.3 |
| 60歳代   | 95       | 72.6    | 62.1            | 62.1    | 15.8 | 47.4  | 27.4     | 2.1 |
| 70歳以上  | 126      | 34.9    | 50.0            | 68.3    | 3.2  | 69.8  | 50.8     | 3.2 |

※割合が50%以上の選択肢を網掛けしている。

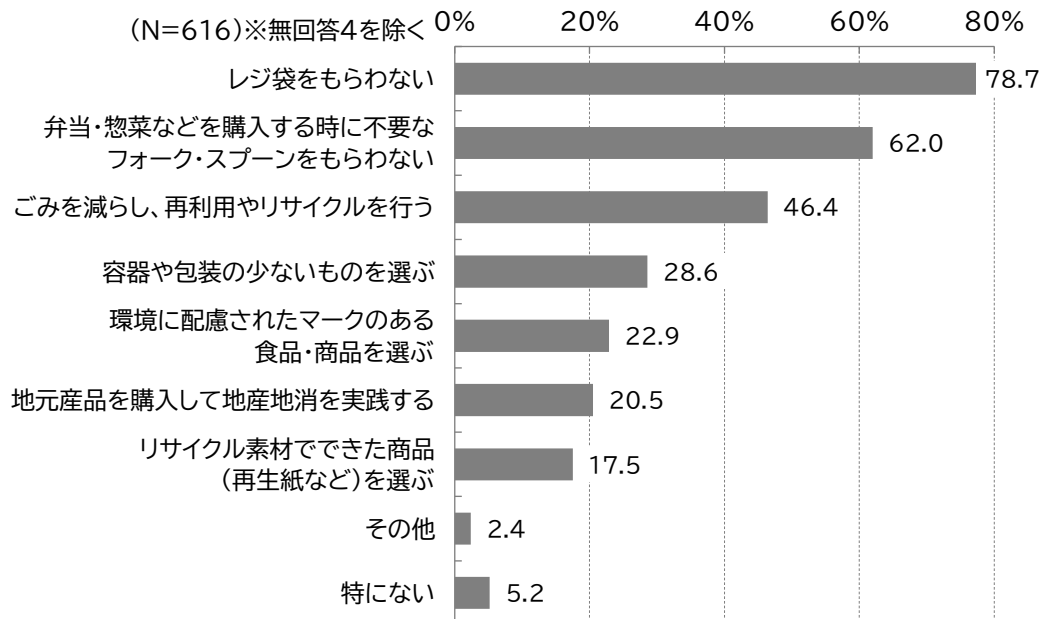
※) SNS: Twitter、Instagram、LINE 等

問13 環境への配慮で意識していることをお答えください。(〇はいくつでも)

### ○区民の9割以上が環境への配慮を意識している

環境への配慮で意識していることがある区民は94.8%、「特にない」区民は5.2%となっている。具体的に意識していることは、「レジ袋をもらわない」が78.7%と最も高く、次いで「弁当・惣菜などを購入する時に不要なフォーク・スプーンをもらわない」が62.0%、「ごみを減らし、再利用やリサイクルを行う」が46.4%となっている。

■図表 2-19 環境への配慮で意識していること



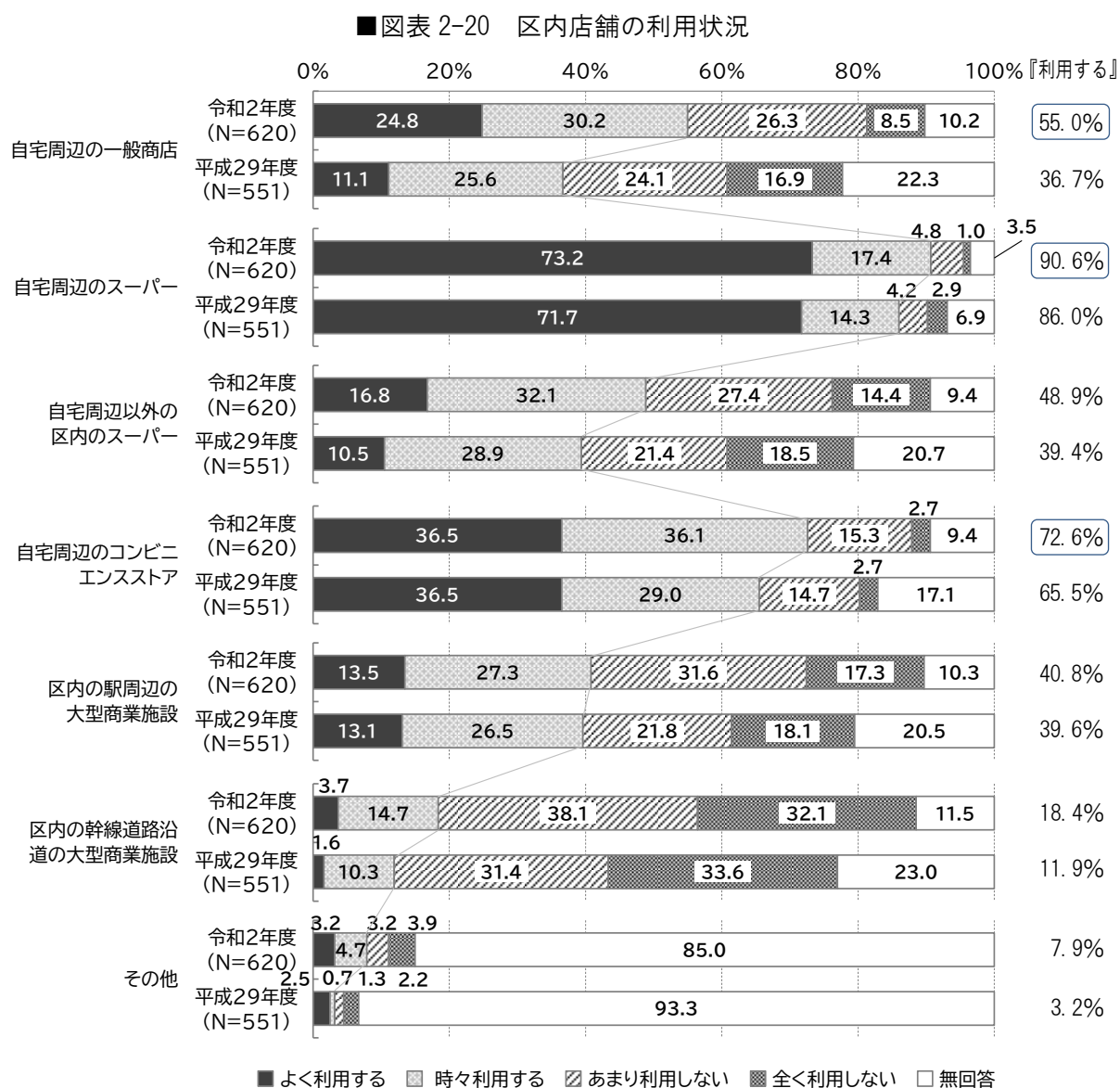
### 3 日頃の買い物について

問 14 杉並区内の以下の店舗について、【利用頻度の選択肢】の中から1つだけ番号をお選びください。また、「1 よく利用する」と回答した店舗については、その理由を【よく利用する理由の選択肢】の中からお選びください。さらに、その理由のうち、最大の理由を1つお答えください。（番号を記入）

#### ○自宅周辺の一般商店の利用は5割半ばとなっている

『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）について、「自宅周辺のスーパー」が90.6%と最も高く、次いで「自宅周辺のコンビニエンスストア」が72.6%、「自宅周辺の一般商店」が55.0%となっている。

平成29年度と比べて、いずれの利用も増加しているが、特に「自宅周辺の一般商店」は18.3ポイント増加している。



## 【店舗を利用する理由】

### ① 自宅周辺の一般商店

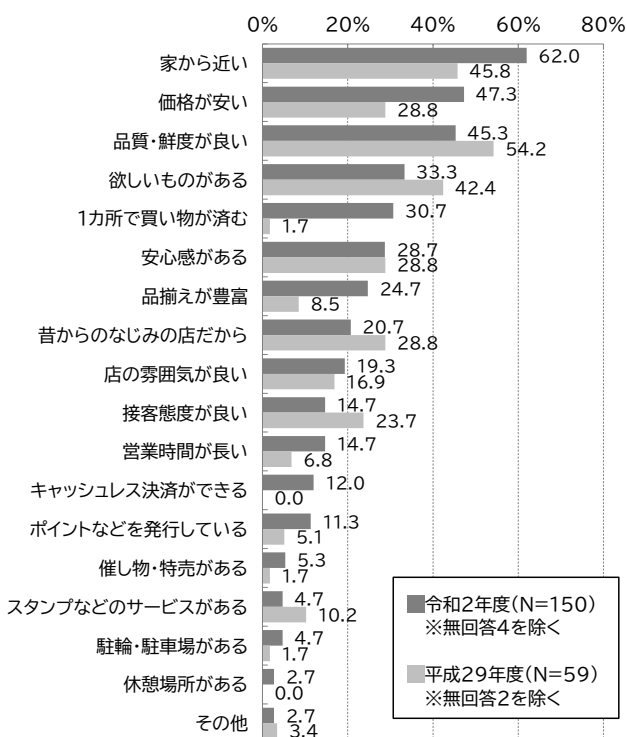
#### ○よく利用する理由は、「家から近い」が約6割と最も高い

自宅周辺の一般商店を「よく利用する」割合は、令和2年度が24.8%と平成29年度の11.1%から13.7ポイント増加している。

よく利用する理由としては、「家から近い」が62.0%と最も高く、次いで「価格が安い」「品質・鮮度が良い」が4割以上となっている。

平成29年度と比べて、「家から近い」は16.2ポイント、「価格が安い」は18.5ポイント増加している。

■図表 2-21 自宅周辺の一般商店を利用する理由



### ② 自宅周辺のスーパー

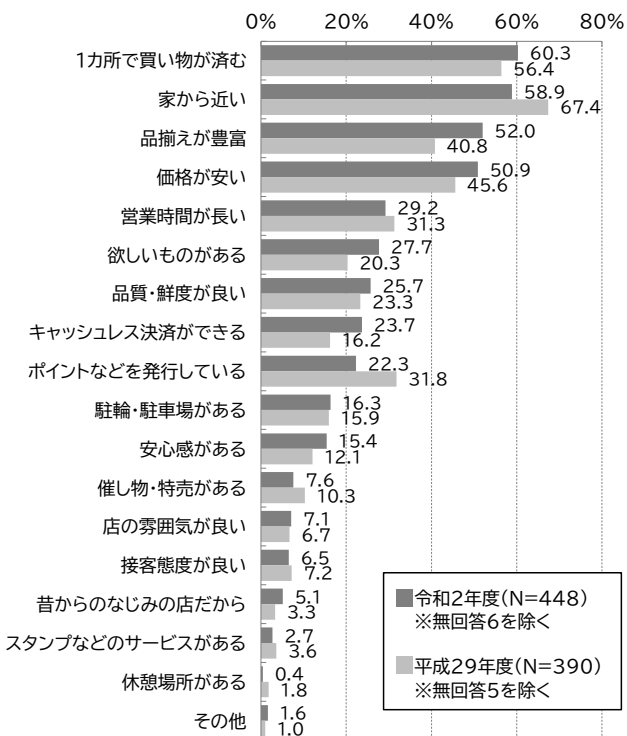
#### ○よく利用する理由は、「1カ所で買い物が済む」「家から近い」が多い

自宅周辺のスーパーを「よく利用する」割合は、令和2年度が73.2%と平成29年度の71.7%から横ばいとなっている。

よく利用する理由としては、「1カ所で買い物が済む」が60.3%と最も高く、「家から近い」(58.9%)、「品揃えが豊富」(52.0%)、「価格が安い」(50.9%)の上位4項目が半数を超えている。

平成29年度と比べて、「品揃えが豊富」は11.2ポイント増加している。一方で「ポイントなどを発行している」は9.5ポイント、「家から近い」は8.5ポイント減少している。

■図表 2-22 自宅周辺のスーパーを利用する理由



### ③ 自宅周辺以外の区内のスーパー

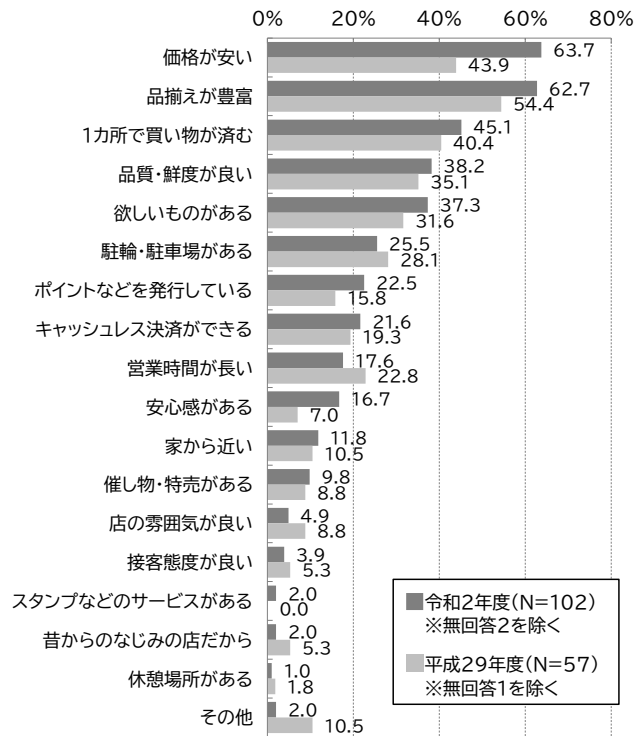
#### ○よく利用する理由は、「価格が安い」「品揃えが豊富」が多い

自宅周辺以外の区内のスーパーを「よく利用する」割合は、令和2年度が16.8%と平成29年度の10.5%から6.3ポイント増加している。

よく利用する理由としては、「価格が安い」「品揃えが豊富」が6割を超え、次いで「1カ所で買い物が済む」が45.1%となっている。

平成29年度と比べて「価格が安い」が19.8ポイント増加している。

■ 図表 2-23 自宅周辺以外の区内のスーパーを利用する理由



### ④ 自宅周辺のコンビニエンスストア

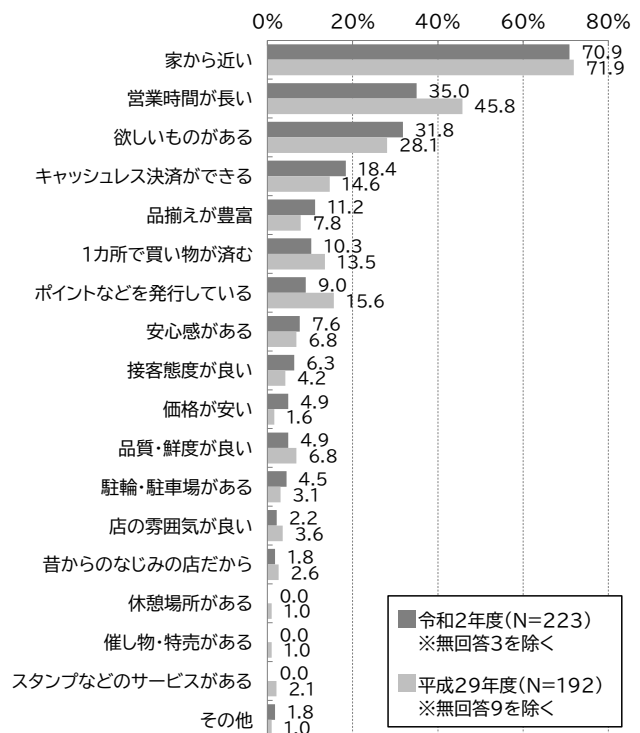
#### ○よく利用する理由は、「家から近い」が突出して多い

自宅周辺のコンビニエンスストアを「よく利用する」割合は、令和2年度が36.5%と平成29年度の36.5%から横ばいとなっている。

よく利用する理由としては、「家から近い」が70.9%と突出して高くなっている。

平成29年度では、「営業時間が長い」が4割を超えていたが、令和2年度は10.8ポイント減少している。

■ 図表 2-24 自宅周辺のコンビニエンスストアを利用する理由



### ⑤区内の駅周辺の大型商業施設

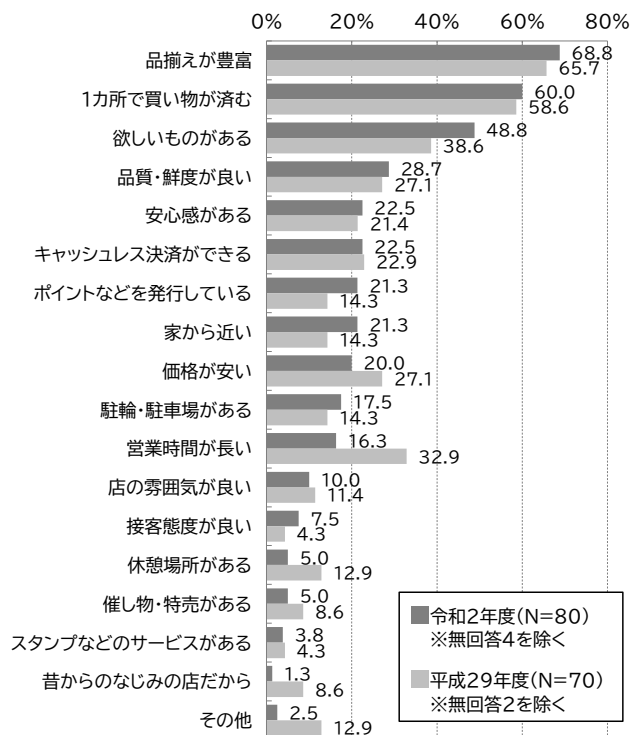
#### ○よく利用する理由は、「品揃えが豊富」である

区内の駅周辺の大型商業施設を「よく利用する」割合は、令和2年度が13.5%と平成29年度の13.1%から横ばいとなっている。

よく利用する理由としては、「品揃えが豊富」が68.8%と最も高く、次いで「1カ所で買い物が済む」(60.0%)、「欲しいものがある」(48.8%)となっている。

平成29年度では、「営業時間が長い」が3割を超えていたが、令和2年度は16.6ポイント減少している。

■ 図表 2-25 区内の駅周辺の大型商業施設を利用する理由



### ⑥区内の幹線道路沿道の大型商業施設

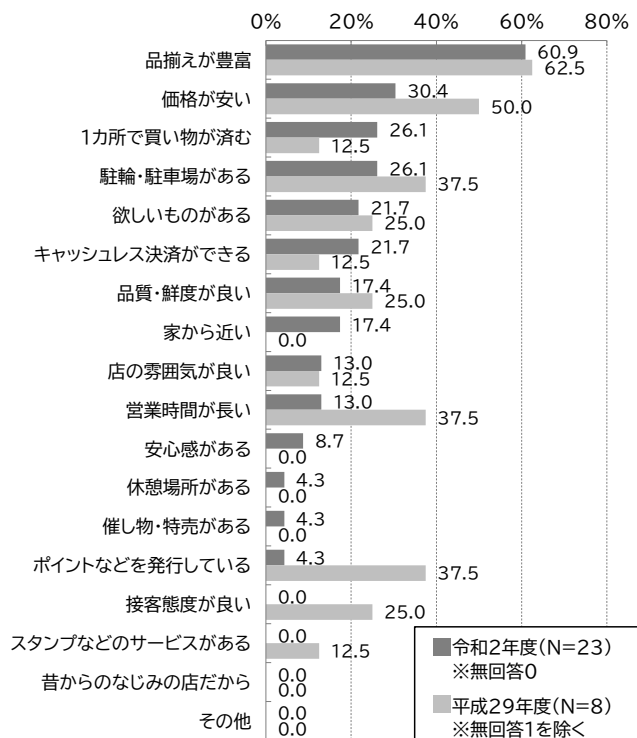
#### ○よく利用する理由は、「品揃えが豊富」が突出して多い

区内の幹線道路沿道の大型商業施設を「よく利用する」割合は、令和2年度が3.7%と平成29年度の1.6%から横ばいとなっている。

よく利用する理由としては、「品揃えが豊富」が60.9%と突出して高くなっている。

平成29年度では「ポイントなどを発行している」が4割弱となっていたが、令和2年度は33.2ポイント減少している。

■ 図表 2-26 区内の幹線道路沿道の大型商業施設を利用する理由



【店舗を利用する理由（上位5つ）】

自宅周辺の一般商店を利用する理由は、利便性、価格、品質などとなっている。自宅周辺のスーパーを利用する理由は、利便性、品揃え、価格などであり、スーパーの利用者が多いことを踏まえると、消費者にはこの条件が重要であるといえる。自宅周辺のコンビニエンスストアにおいては、家から近いや営業時間が長い、キャッシュレス決済ができるなどの利便性が利用する理由に選ばれている。

自宅周辺以外の店舗を利用する理由は、価格、品揃えなどであり、幹線道路沿道の大型商業施設においては、駐輪・駐車場があることも挙げられている。

■図表 2-27 店舗を利用する理由（上位5つ）

| 店舗の業態 | 自宅周辺                   |                       |                          | 自宅周辺以外                |                       |                        |
|-------|------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
|       | 自宅周辺の一般商店              | 自宅周辺のスーパー             | 自宅周辺のコンビニエンスストア          | 自宅周辺以外の区内のスーパー        | 区内の駅周辺の大型商業施設         | 区内の幹線道路沿道の大型商業施設       |
| 1位    | 家から近い<br>(+16.2%)      | 1カ所で買い物が済む<br>(+3.9%) | 家から近い<br>(-1.0%)         | 価格が安い<br>(+19.8%)     | 品揃えが豊富<br>(+3.1%)     | 品揃えが豊富<br>(-1.6%)      |
| 2位    | 価格が安い<br>(+18.5%)      | 家から近い<br>(-8.5%)      | 営業時間が長い<br>(-10.8%)      | 品揃えが豊富<br>(+8.3%)     | 1カ所で買い物が済む<br>(+1.4%) | 価格が安い<br>(-19.6%)      |
| 3位    | 品質・鮮度が良い<br>(-8.9%)    | 品揃えが豊富<br>(+11.2%)    | 欲しいものがある<br>(+3.7%)      | 1カ所で買い物が済む<br>(+4.7%) | 欲しいものがある<br>(+10.2%)  | 1カ所で買い物が済む<br>(+13.6%) |
| 4位    | 欲しいものがある<br>(-9.1%)    | 価格が安い<br>(+5.3%)      | キャッシュレス決済ができる<br>(+3.8%) | 品質・鮮度が良い<br>(+3.1%)   | 品質・鮮度が良い<br>(+1.6%)   | 駐輪・駐車場がある<br>(-11.4%)  |
| 5位    | 1カ所で買い物が済む<br>(+29.0%) | 営業時間が長い<br>(-2.1%)    | 品揃えが豊富<br>(+3.4%)        | 欲しいものがある<br>(+5.7%)   | 安心感がある<br>(+1.1%)     | 欲しいものがある<br>(-3.3%)    |

※（ ）内は平成29年度調査と比較した増減

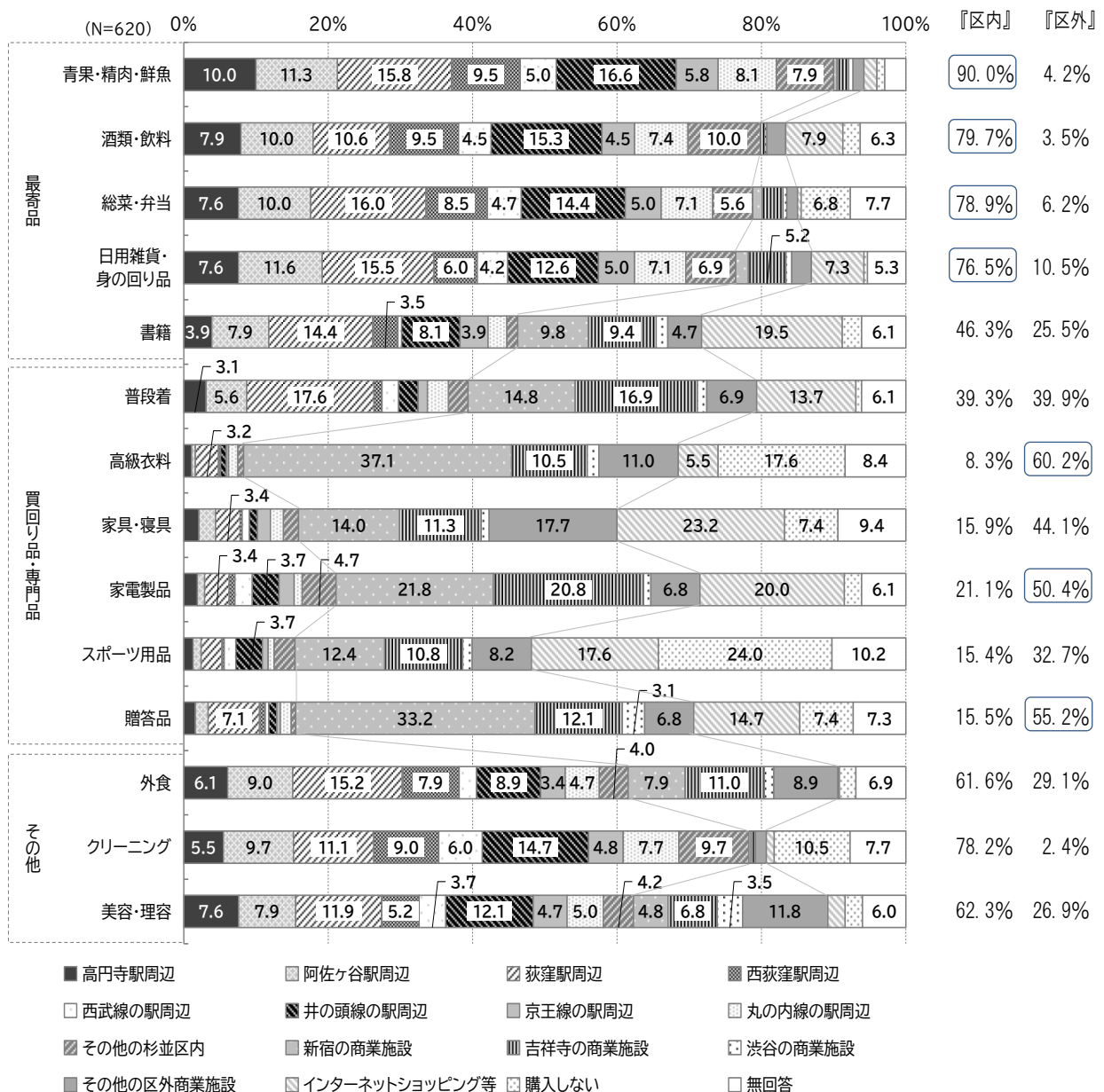
問 15 商品・サービスの購入について、よく利用する地域を【地域等の選択肢】の中から、利用する順に3つまでお選びください。(番号を記入)

○最寄品<sup>※1</sup>は区内店舗を利用する割合が高い

最寄品は「書籍」を除いて「区内店舗」の利用が7割以上と高くなっている。

一方、買回り品<sup>※2</sup>・専門品<sup>※3</sup>は「区外店舗」の利用割合の方が高く、特に「高級衣料」「贈答品」「家電製品」は半数を超えている。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」の利用が2割を超えている。

■図表 2-28 商品等の購入の際に最も利用する地域



※1) 最寄品：消費者がその購入にあたり、特別な努力を払わずに頻繁に購入する商品。  
 ※2) 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。  
 ※3) 専門品：独自性やブランドを有しており、消費者が特別の好意を抱く商品。



■図表 2-29 商品等の購入の際に最も利用する地域一覧

(%)

|          |            | 区内     |         |       |        |         |          |         |          |          | 区外      |          |         |            | インターネットショッピング等 | 購入しない | 無回答  |
|----------|------------|--------|---------|-------|--------|---------|----------|---------|----------|----------|---------|----------|---------|------------|----------------|-------|------|
|          |            | 高円寺駅周辺 | 阿佐ヶ谷駅周辺 | 荻窪駅周辺 | 西荻窪駅周辺 | 西武線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 | 京王線の駅周辺 | 丸の内線の駅周辺 | その他の杉並区内 | 新宿の商業施設 | 吉祥寺の商業施設 | 渋谷の商業施設 | その他の区外商業施設 |                |       |      |
| 最寄品      | 青果・精肉・鮮魚   | 10.0   | 11.3    | 15.8  | 9.5    | 5.0     | 16.6     | 5.8     | 8.1      | 7.9      | 0.5     | 1.6      | 0.6     | 1.5        | 1.8            | 1.1   | 2.9  |
|          | 酒類・飲料      | 7.9    | 10.0    | 10.6  | 9.5    | 4.5     | 15.3     | 4.5     | 7.4      | 10.0     | 0.0     | 0.6      | 0.3     | 2.6        | 7.9            | 2.4   | 6.3  |
|          | 総菜・弁当      | 7.6    | 10.0    | 16.0  | 8.5    | 4.7     | 14.4     | 5.0     | 7.1      | 5.6      | 1.3     | 2.9      | 0.5     | 1.5        | 0.5            | 6.8   | 7.7  |
|          | 日用雑貨・身の回り品 | 7.6    | 11.6    | 15.5  | 6.0    | 4.2     | 12.6     | 5.0     | 7.1      | 6.9      | 1.8     | 5.2      | 0.8     | 2.7        | 7.3            | 0.5   | 5.3  |
|          | 書籍         | 3.9    | 7.9     | 14.4  | 3.5    | 0.5     | 8.1      | 3.9     | 2.6      | 1.5      | 9.8     | 9.4      | 1.6     | 4.7        | 19.5           | 2.7   | 6.1  |
| 買回り品・専門品 | 普段着        | 3.1    | 5.6     | 17.6  | 1.1    | 2.3     | 2.7      | 1.3     | 2.9      | 2.7      | 14.8    | 16.9     | 1.3     | 6.9        | 13.7           | 0.8   | 6.1  |
|          | 高級衣料       | 1.1    | 0.5     | 3.2   | 0.3    | 0.0     | 0.8      | 0.3     | 1.3      | 0.8      | 37.1    | 10.5     | 1.6     | 11.0       | 5.5            | 17.6  | 8.4  |
|          | 家具・寝具      | 2.1    | 2.3     | 3.4   | 0.3    | 1.0     | 1.1      | 1.8     | 1.8      | 2.1      | 14.0    | 11.3     | 1.1     | 17.7       | 23.2           | 7.4   | 9.4  |
|          | 家電製品       | 1.9    | 1.0     | 3.4   | 0.8    | 2.4     | 3.7      | 2.1     | 1.1      | 4.7      | 21.8    | 20.8     | 1.0     | 6.8        | 20.0           | 2.4   | 6.1  |
|          | スポーツ用品     | 1.3    | 1.1     | 2.9   | 0.3    | 1.6     | 3.7      | 0.8     | 0.8      | 2.9      | 12.4    | 10.8     | 1.3     | 8.2        | 17.6           | 24.0  | 10.2 |
|          | 贈答品        | 1.6    | 1.8     | 7.1   | 0.8    | 0.5     | 1.1      | 0.5     | 1.5      | 0.6      | 33.2    | 12.1     | 3.1     | 6.8        | 14.7           | 7.4   | 7.3  |
| その他      | 外食         | 6.1    | 9.0     | 15.2  | 7.9    | 2.4     | 8.9      | 3.4     | 4.7      | 4.0      | 7.9     | 11.0     | 1.3     | 8.9        | 0.2            | 2.3   | 6.9  |
|          | クリーニング     | 5.5    | 9.7     | 11.1  | 9.0    | 6.0     | 14.7     | 4.8     | 7.7      | 9.7      | 0.3     | 0.6      | 0.0     | 1.5        | 1.1            | 10.5  | 7.7  |
|          | 美容・理容      | 7.6    | 7.9     | 11.9  | 5.2    | 3.7     | 12.1     | 4.7     | 5.0      | 4.2      | 4.8     | 6.8      | 3.5     | 11.8       | 2.4            | 2.4   | 6.0  |

<地域別にみる商品等の購入の際に最も利用する地域>

【最寄品】

○最寄品は地域内での購入が多い

最寄品の購入にあたっては、いずれの地域においても地域内で購入している傾向がある。ただし、「書籍」については、インターネットでの購入が2割程度となっている。

なお、方南・和泉地域については、最も利用する地域（井の頭線の駅周辺）の構成割合が他と比べて低くなっているが、これは地域内に複数の路線があるためと考えられる。

■図表 2-30 最寄品の購入の際に最も利用する地域（地域別）

|             | 回答者数<br>(N) | 青果・精肉<br>・鮮魚 | 酒類・飲料    | 総菜・弁当    | 日用雑貨・<br>身の回り品 | 書籍       |
|-------------|-------------|--------------|----------|----------|----------------|----------|
| 井草地域        | 50          | 西武線の駅周辺      | 西武線の駅周辺  | 西武線の駅周辺  | 西武線の駅周辺        | 荻窪駅周辺    |
|             |             | 50.0%        | 52.1%    | 52.1%    | 49.0%          | 31.3%    |
| 西荻窪地域       | 68          | 西荻窪駅周辺       | 西荻窪駅周辺   | 西荻窪駅周辺   | 西荻窪駅周辺         | 西荻窪駅周辺   |
|             |             | 72.1%        | 76.9%    | 68.3%    | 50.7%          | 31.3%    |
| 荻窪地域        | 95          | 荻窪駅周辺        | 荻窪駅周辺    | 荻窪駅周辺    | 荻窪駅周辺          | 荻窪駅周辺    |
|             |             | 73.2%        | 58.5%    | 74.7%    | 79.3%          | 53.7%    |
| 阿佐谷地域       | 89          | 阿佐ヶ谷駅周辺      | 阿佐ヶ谷駅周辺  | 阿佐ヶ谷駅周辺  | 阿佐ヶ谷駅周辺        | 阿佐ヶ谷駅周辺  |
|             |             | 64.0%        | 57.0%    | 61.0%    | 62.5%          | 42.5%    |
| 高円寺地域       | 99          | 高円寺駅周辺       | 高円寺駅周辺   | 高円寺駅周辺   | 高円寺駅周辺         | 新宿の商業施設  |
|             |             | 53.5%        | 45.8%    | 47.4%    | 40.8%          | 26.8%    |
| 高井戸地域       | 128         | 井の頭線の駅周辺     | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺       | 井の頭線の駅周辺 |
|             |             | 57.8%        | 53.6%    | 48.8%    | 43.2%          | 26.6%    |
| 方南・<br>和泉地域 | 70          | 井の頭線の駅周辺     | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺       | 井の頭線の駅周辺 |
|             |             | 28.6%        | 28.8%    | 32.8%    | 26.9%          | 21.2%    |

※下段：各商品・サービスを購入する地域で1位の構成割合

(参考) 書籍を最も購入する地域

|    | 井草地域               | 西荻窪地域              | 荻窪地域               | 阿佐谷地域              | 高円寺地域              | 高井戸地域              | 方南・和泉地域                        |
|----|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------------------|
| 1位 | 荻窪駅周辺              | 西荻窪駅周辺             | 荻窪駅周辺              | 阿佐ヶ谷駅周辺            | 新宿の商業施設            | 井の頭線の駅周辺           | 井の頭線の駅周辺                       |
|    | 31.3%              | 31.3%              | 53.7%              | 42.5%              | 26.8%              | 26.6%              | 21.2%                          |
| 2位 | インターネット<br>ショッピング等 | 吉祥寺の<br>商業施設       | インターネット<br>ショッピング等 | インターネット<br>ショッピング等 | インターネット<br>ショッピング等 | インターネット<br>ショッピング等 | 京王線の駅周辺/<br>インターネット<br>ショッピング等 |
|    | 20.8%              | 29.7%              | 21.1%              | 18.4%              | 22.7%              | 20.2%              | 18.2%                          |
| 3位 | その他の<br>区外商業施設     | インターネット<br>ショッピング等 | 吉祥寺の<br>商業施設       | 新宿の<br>商業施設        | 高円寺駅<br>周辺         | 吉祥寺の<br>商業施設       | 新宿の<br>商業施設                    |
|    | 12.5%              | 25.0%              | 7.4%               | 9.2%               | 21.6%              | 18.5%              | 12.1%                          |

※順位は、【第1位】の中での上位3地域を掲載している。

(参考) 方南・和泉地域

|    | 青果・精肉・鮮魚 | 酒類・飲料    | 総菜・弁当    | 日用雑貨・身の回り品 |
|----|----------|----------|----------|------------|
| 1位 | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺   |
|    | 28.6%    | 28.8%    | 32.8%    | 26.9%      |
| 2位 | 丸の内線の駅周辺 | 丸の内線の駅周辺 | 京王線の駅周辺  | 丸の内線の駅周辺   |
|    | 24.3%    | 25.8%    | 22.4%    | 25.4%      |
| 3位 | 京王線の駅周辺  | その他の杉並区内 | 丸の内線の駅周辺 | 京王線の駅周辺    |
|    | 22.9%    | 19.7%    | 19.4%    | 17.9%      |

【買回り品・専門品】

○買回り品、専門品は区外店舗での購入が多い

「高級衣料」「家電製品」「贈答品」については、新宿や吉祥寺など区外の店舗を利用している地域が多くなっている。一方で、「家具・寝具」については、西荻窪地域及び荻窪地域を除いてインターネットショッピング等を利用している割合が2割以上と最も高くなっている。

■図表 2-31 買回り品・専門品の購入の際に最も利用する地域（地域別）

|             | 回答者数<br>(N) | 普段着               | 高級衣料        | 家具・寝具              | 家電製品         | スポーツ用品             | 贈答品          |
|-------------|-------------|-------------------|-------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
| 井草地域        | 49          | 荻窪駅周辺/<br>西武線の駅周辺 | 新宿の<br>商業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 西武線の<br>駅周辺  | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  |
|             |             | 26.5%             | 41.7%       | 27.1%              | 25.0%        | 20.4%              | 37.5%        |
| 西荻窪地域       | 66          | 吉祥寺の<br>商業施設      | 新宿の<br>商業施設 | 吉祥寺の<br>商業施設       | 吉祥寺の<br>商業施設 | 吉祥寺の<br>商業施設       | 吉祥寺の<br>商業施設 |
|             |             | 48.5%             | 38.7%       | 37.1%              | 53.8%        | 31.7%              | 31.7%        |
| 荻窪地域        | 95          | 荻窪駅周辺             | 新宿の<br>商業施設 | その他の<br>区外商業施設     | 吉祥寺の<br>商業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  |
|             |             | 59.6%             | 37.4%       | 23.6%              | 23.2%        | 18.7%              | 33.0%        |
| 阿佐谷地域       | 86          | 阿佐ヶ谷駅周辺           | 新宿の<br>商業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  | 新宿の<br>商業施設        | 新宿の<br>商業施設  |
|             |             | 32.6%             | 46.4%       | 32.1%              | 22.1%        | 16.3%              | 35.7%        |
| 高円寺地域       | 96          | 新宿の<br>商業施設       | 新宿の<br>商業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  | 新宿の<br>商業施設        | 新宿の<br>商業施設  |
|             |             | 29.2%             | 45.7%       | 28.7%              | 46.3%        | 22.0%              | 50.0%        |
| 高井戸地域       | 125         | 吉祥寺の<br>商業施設      | 新宿の商<br>業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 吉祥寺の<br>商業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  |
|             |             | 35.5%             | 32.5%       | 25.0%              | 29.6%        | 22.0%              | 27.2%        |
| 方南・<br>和泉地域 | 67          | 新宿の<br>商業施設       | 新宿の<br>商業施設 | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  | インターネット<br>ショッピング等 | 新宿の<br>商業施設  |
|             |             | 24.2%             | 44.6%       | 29.7%              | 26.9%        | 18.8%              | 43.9%        |

※下段：各商品・サービスを購入する地域で1位の構成割合

※「購入しない」は除く

【その他の商品・サービス】

**○いずれの商品・サービスとも地域内での利用が最も多い**

「外食」「クリーニング」「美容・理容」について、いずれの地域においても地域内での利用が最も多くなっている。

■図表 2-32 その他の商品・サービスの購入の際に最も利用する地域（地域別）

|             | 回答者数<br>(N) | 外食       | クリーニング   | 美容・理容    |
|-------------|-------------|----------|----------|----------|
| 井草地域        | 48          | 西武線の駅周辺  | 西武線の駅周辺  | 西武線の駅周辺  |
|             |             | 27.1%    | 62.5%    | 40.4%    |
| 西荻窪地域       | 66          | 西荻窪駅周辺   | 西荻窪駅周辺   | 西荻窪駅周辺   |
|             |             | 52.4%    | 70.3%    | 37.9%    |
| 荻窪地域        | 94          | 荻窪駅周辺    | 荻窪駅周辺    | 荻窪駅周辺    |
|             |             | 57.0%    | 62.0%    | 51.1%    |
| 阿佐谷地域       | 88          | 阿佐ヶ谷駅周辺  | 阿佐ヶ谷駅周辺  | 阿佐ヶ谷駅周辺  |
|             |             | 47.1%    | 54.7%    | 44.3%    |
| 高円寺地域       | 96          | 高円寺駅周辺   | 高円寺駅周辺   | 高円寺駅周辺   |
|             |             | 34.4%    | 32.6%    | 37.5%    |
| 高井戸地域       | 124         | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 |
|             |             | 30.6%    | 54.5%    | 37.9%    |
| 方南・<br>和泉地域 | 67          | 京王線の駅周辺  | 井の頭線の駅周辺 | 井の頭線の駅周辺 |
|             |             | 19.4%    | 30.2%    | 23.9%    |

※下段：各商品・サービスを購入する地域で1位の構成割合

(参考) 方南・和泉地域

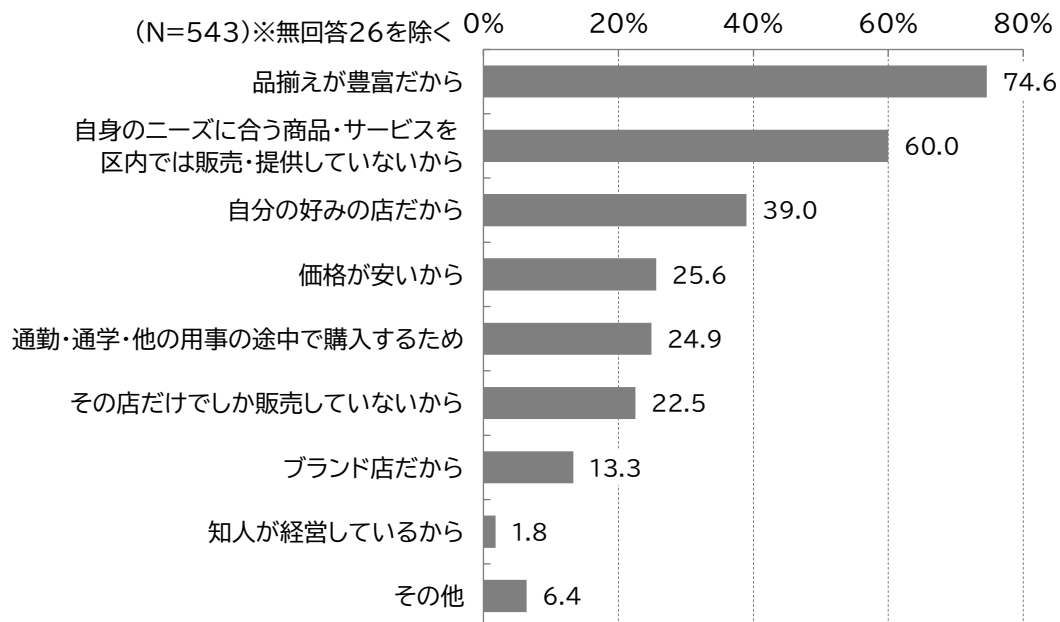
|    | 外食       | クリーニング           | 美容・理容      |
|----|----------|------------------|------------|
| 1位 | 京王線の駅周辺  | 井の頭線の駅周辺         | 井の頭線の駅周辺   |
|    | 19.4%    | 30.2%            | 23.9%      |
| 2位 | 新宿の商業施設  | 丸の内線の駅周辺         | 京王線の駅周辺    |
|    | 17.9%    | 23.8%            | 17.9%      |
| 3位 | 丸の内線の駅周辺 | 京王線の駅周辺/その他の杉並区内 | その他の区外商業施設 |
|    | 16.4%    | 14.3%            | 14.9%      |

問 16 前記の商品・サービスを区外（インターネットショッピング等を含む）で購入する理由をお答えください。（〇はいくつでも）

### ○品揃えの豊富さを理由に区外で商品・サービスを購入する区民が多い

「品揃えが豊富だから」が74.6%と最も高く、次いで「自身のニーズに合う商品・サービスを区内では販売・提供していないから」が60.0%、「自分の好みの店だから」が39.0%となっている。

■ 図表 2-33 商品・サービスを区外で購入する理由



問17 通信販売やインターネットショッピング、キャッシュレス決済などの利用頻度についてお伺いします。以下の項目について、利用頻度をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

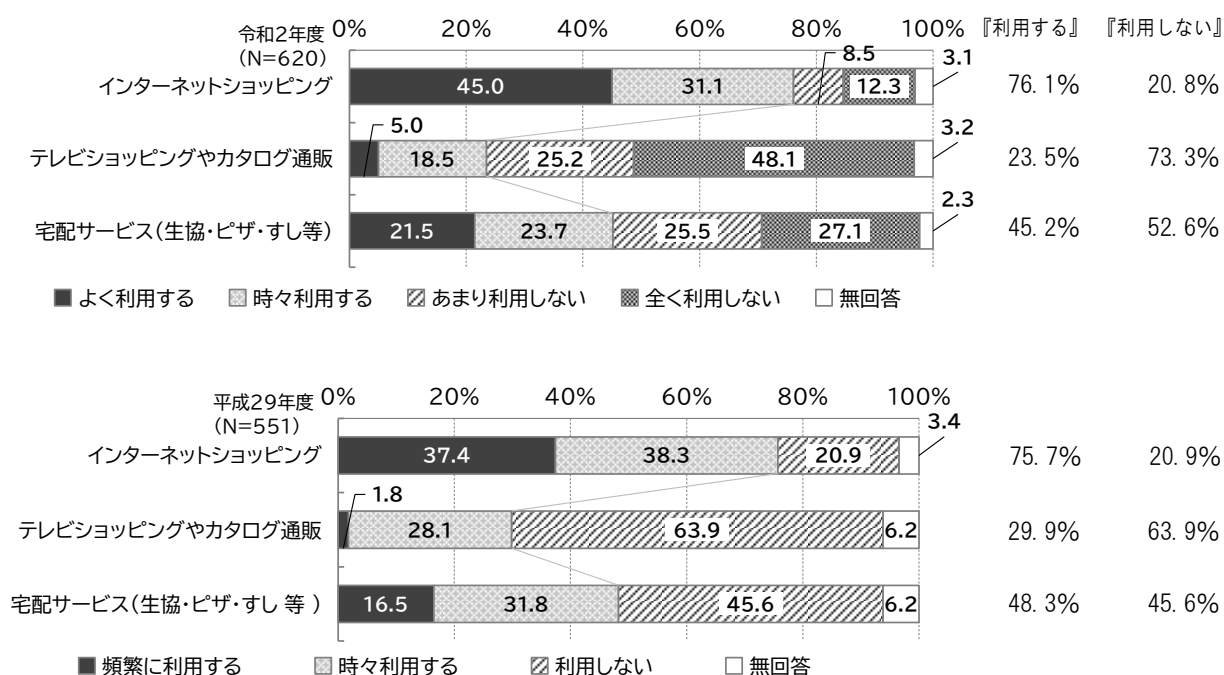
①通販やインターネットショッピング等の利用状況

**〇インターネットショッピングは40歳代以下において9割以上が利用している**

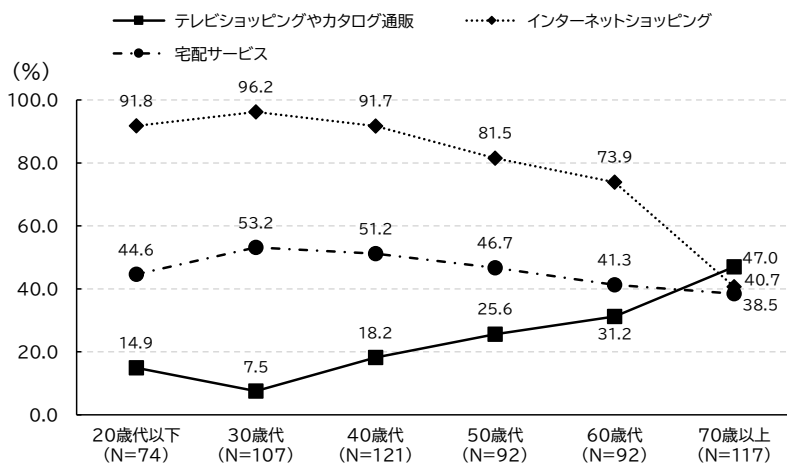
「インターネットショッピング」を『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）は76.1%と高くなっており、平成29年度と同様の結果となっている。

年代別にみると、40歳代以下において「インターネットショッピング」を利用する割合は9割以上となっている。70歳以上では、「テレビショッピングやカタログ通販」の割合が47.0%と、他の年代に比べて高くなっている。

■図表 2-34 通販やインターネットショッピング等の利用頻度



■図表 2-35 通販やインターネットショッピング等を『利用する』割合（年代別）



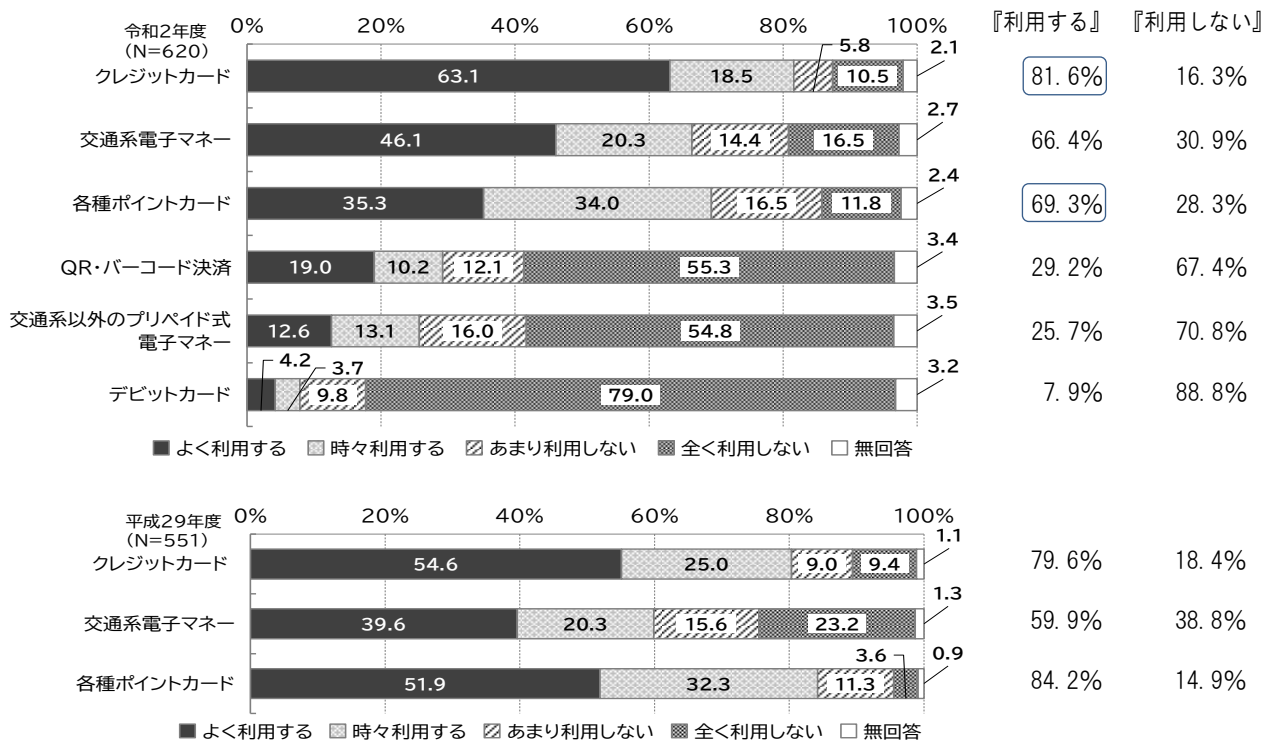
②キャッシュレス決済等の利用頻度

○交通系電子マネー※1の利用頻度が増加している

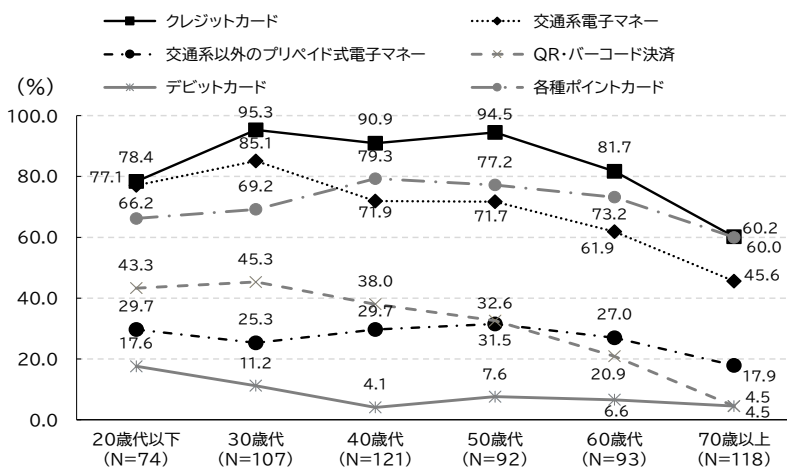
キャッシュレス決済を『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）について、「クレジットカード」が81.6%と最も高く、次いで「各種ポイントカード」の69.3%となっている。「QR・バーコード決済※2」は29.2%、「交通系以外のプリペイド式電子マネー※3」は25.7%が『利用する』ものの、半数以上が「全く利用しない」としている。

年代別にみると、いずれの年代においても、「クレジットカード」の割合が最も高くなっている。「QR・バーコード決済」については、30歳代以下で4割を超えているが、40歳代以上は年代が上がるにつれて、割合が減少している。

■図表 2-36 キャッシュレス決済等の利用頻度



■図表 2-37 キャッシュレス決済等を『利用する』割合（年代別）



※1) 交通系電子マネー（交通機関での利用は除く）：Suica、Pasmo 等  
 ※2) QR・バーコード決済：Pay Pay、LINE Pay 等  
 ※3) 交通系以外のプリペイド式電子マネー：nanaco、Edy 等

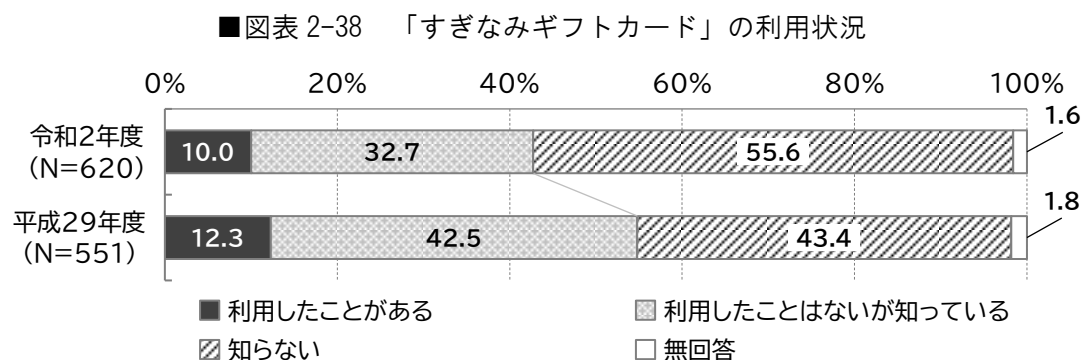


問 18 区内共通商品券である「すぎなみギフトカード」を利用したことがありますか。  
(○は1つ)

**○「すぎなみギフトカード」を知っている区民の割合は約4割となっている**

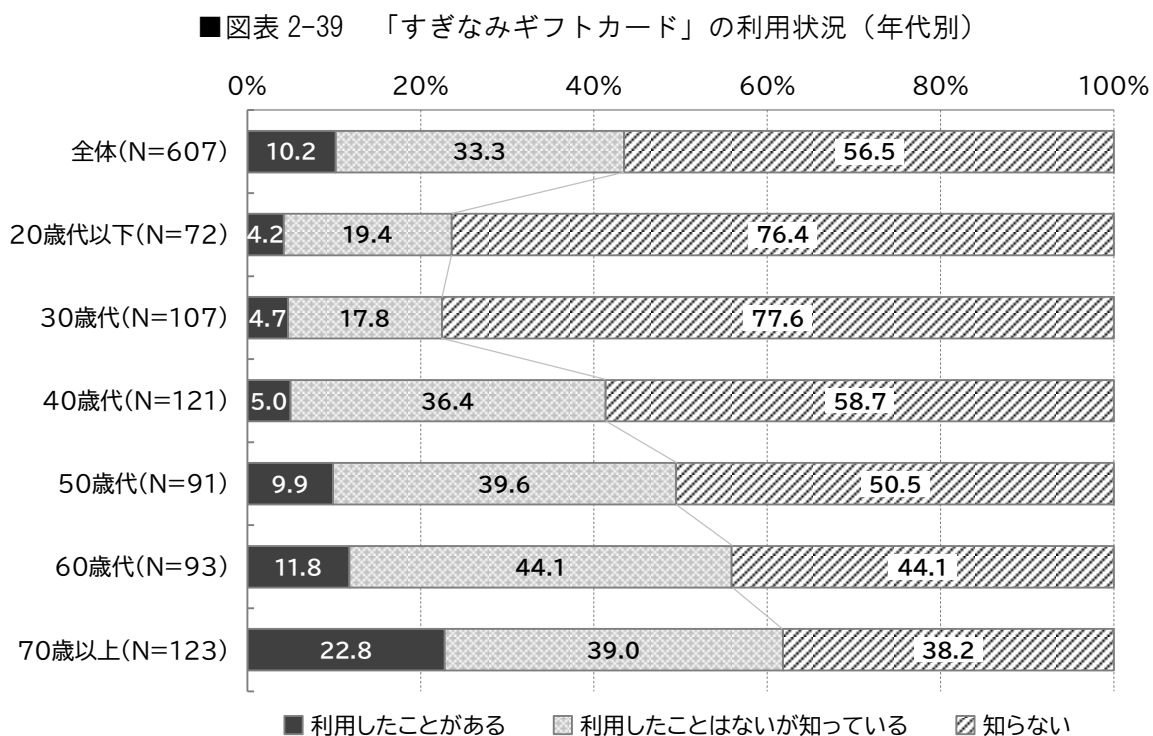
すぎなみギフトカードの認知状況は、『知っている』（「利用したことがある」「利用したことはないが知っている」の合計）が42.7%、「知らない」が55.6%となっている。活用状況は、「利用したことがある」が10.0%であり、平成29年度（12.3%）に比べて2.3ポイント減少した。

また、平成29年度から令和2年度にかけて「知らない」が10ポイント以上増加している。



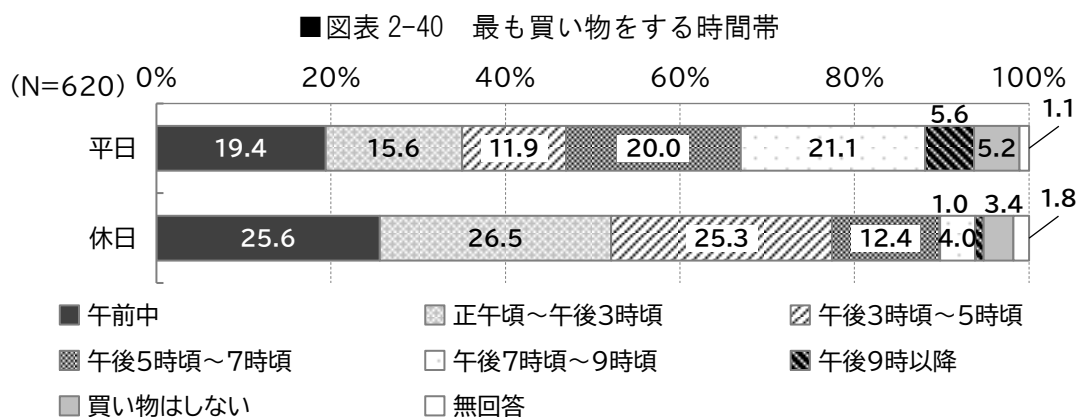
<年代別にみる「すぎなみギフトカード」の利用状況>

利用状況、認知状況ともに年齢が上がるにつれて増加している。認知状況について、50歳代以下で認知度が50%を下回っている。



問 19 食料品・日用品の買い物をする時間帯をお伺いします。平日と休日（土日祝日）について、最も買い物をする時間帯をお答えください。（それぞれ○は1つ）

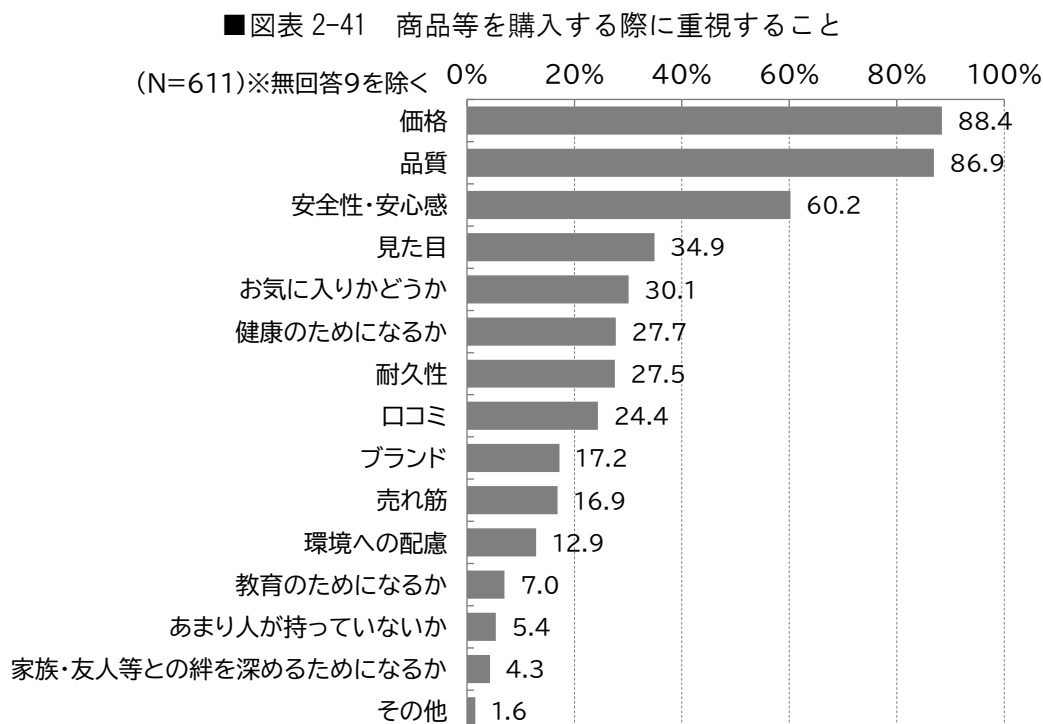
**○平日は午後7時頃から9時頃、休日は正午頃から午後3時頃に買い物をする区民が多い**



問 20 商品・サービスを購入する時に重視することは何ですか。（○はいくつでも）

**○価格や品質を重視する区民が突出して多い**

「価格」が88.4%と最も高く、次いで「品質」が86.9%、「安全性・安心感」が60.2%となっている。



<地域別にみる商品等を購入する際に重視すること>

「価格」や「品質」、「安全性・安心感」は地域にかかわらず上位となっている。ただし、「安全性・安心感」について、井草地域では66.7%であるのに対して、方南・和泉地域では56.5%と地域によって差がみられる。また、「見た目」についても、阿佐谷地域では43.0%であるのに対して、方南・和泉地域では29.0%となるなど、地域によって差がみられる。さらに、「お気に入りかどうか」「口コミ」について、井草地域が他の地域よりも低い傾向がみられる。

■図表 2-42 商品等を購入する際に重視すること（地域別） (%)

|         | 回答者数 (N) | 価格   | 品質   | 安全性・安心感 | 見た目  | お気に入りかどうか | 健康のためになるか | 耐久性  | 口コミ  | ブランド | 売れ筋  | 環境への配慮 | 教育のためになるか | あまり人が持っていないか | 家族・友人等との絆を深めるためになるか | その他 |
|---------|----------|------|------|---------|------|-----------|-----------|------|------|------|------|--------|-----------|--------------|---------------------|-----|
| 全体      | 610      | 88.4 | 86.9 | 60.2    | 34.8 | 30.0      | 27.7      | 27.5 | 24.4 | 17.2 | 16.9 | 13.0   | 7.0       | 5.4          | 4.3                 | 1.6 |
| 井草地域    | 51       | 86.3 | 88.2 | 66.7    | 29.4 | 11.8      | 39.2      | 21.6 | 13.7 | 13.7 | 13.7 | 19.6   | 11.8      | 2.0          | 5.9                 | 0.0 |
| 西荻窪地域   | 69       | 85.5 | 84.1 | 58.0    | 30.4 | 29.0      | 27.5      | 26.1 | 33.3 | 27.5 | 21.7 | 14.5   | 7.2       | 8.7          | 5.8                 | 4.3 |
| 荻窪地域    | 98       | 89.8 | 86.7 | 61.2    | 40.8 | 28.6      | 29.6      | 29.6 | 25.5 | 16.3 | 13.3 | 16.3   | 6.1       | 4.1          | 6.1                 | 1.0 |
| 阿佐谷地域   | 93       | 92.5 | 89.2 | 60.2    | 43.0 | 36.6      | 25.8      | 36.6 | 21.5 | 19.4 | 16.1 | 15.1   | 5.4       | 3.2          | 4.3                 | 0.0 |
| 高円寺地域   | 101      | 87.1 | 85.1 | 60.4    | 32.7 | 30.7      | 23.8      | 20.8 | 27.7 | 11.9 | 24.8 | 7.9    | 6.9       | 2.0          | 3.0                 | 3.0 |
| 高井戸地域   | 129      | 87.6 | 86.0 | 59.7    | 33.3 | 31.8      | 24.0      | 26.4 | 21.7 | 17.1 | 14.0 | 7.8    | 8.5       | 10.1         | 4.7                 | 1.6 |
| 方南・和泉地域 | 69       | 88.4 | 89.9 | 56.5    | 29.0 | 33.3      | 31.9      | 30.4 | 26.1 | 15.9 | 14.5 | 15.9   | 4.3       | 5.8          | 0.0                 | 1.4 |

※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

<年代別にみる商品等を購入する際に重視すること>

40歳代以下は「価格」が最も多くなっているのに対して、50歳代以上になると「品質」が多くなっている。また、30歳代以下では「見た目」の割合も高くなっており、年代によって差がみられる。

■図表 2-43 商品等を購入する際に重視すること（年代別） (%)

|        | 回答者数 (N) | 価格   | 品質   | 安全性・安心感 | 見た目  | お気に入りかどうか | 耐久性  | 健康のためになるか | 口コミ  | ブランド | 売れ筋  | 環境への配慮 | 教育のためになるか | あまり人が持っていないか | 家族・友人等との絆を深めるためになるか | その他 |
|--------|----------|------|------|---------|------|-----------|------|-----------|------|------|------|--------|-----------|--------------|---------------------|-----|
| 全体     | 608      | 88.5 | 86.8 | 60.4    | 34.9 | 30.1      | 27.6 | 27.5      | 24.5 | 16.9 | 16.8 | 12.8   | 7.1       | 5.4          | 4.1                 | 1.6 |
| 20歳代以下 | 73       | 94.5 | 71.2 | 56.2    | 50.7 | 32.9      | 24.7 | 20.5      | 34.2 | 15.1 | 19.2 | 12.3   | 2.7       | 4.1          | 5.5                 | 0.0 |
| 30歳代   | 107      | 93.5 | 86.0 | 58.9    | 47.7 | 25.2      | 21.5 | 27.1      | 38.3 | 24.3 | 17.8 | 8.4    | 15.9      | 7.5          | 9.3                 | 0.9 |
| 40歳代   | 120      | 89.2 | 87.5 | 60.0    | 38.3 | 29.2      | 25.0 | 25.8      | 32.5 | 17.5 | 20.0 | 11.7   | 10.0      | 5.0          | 0.8                 | 1.7 |
| 50歳代   | 92       | 87.0 | 95.7 | 55.4    | 38.0 | 38.0      | 33.7 | 25.0      | 25.0 | 25.0 | 22.8 | 14.1   | 7.6       | 7.6          | 3.3                 | 0.0 |
| 60歳代   | 93       | 84.9 | 87.1 | 63.4    | 12.9 | 34.4      | 25.8 | 29.0      | 12.9 | 12.9 | 9.7  | 16.1   | 2.2       | 3.2          | 5.4                 | 3.2 |
| 70歳以上  | 123      | 83.7 | 89.4 | 65.9    | 25.2 | 24.4      | 34.1 | 34.1      | 7.3  | 8.1  | 12.2 | 14.6   | 2.4       | 4.9          | 1.6                 | 3.3 |

※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

## 4 杉並区の商店街について

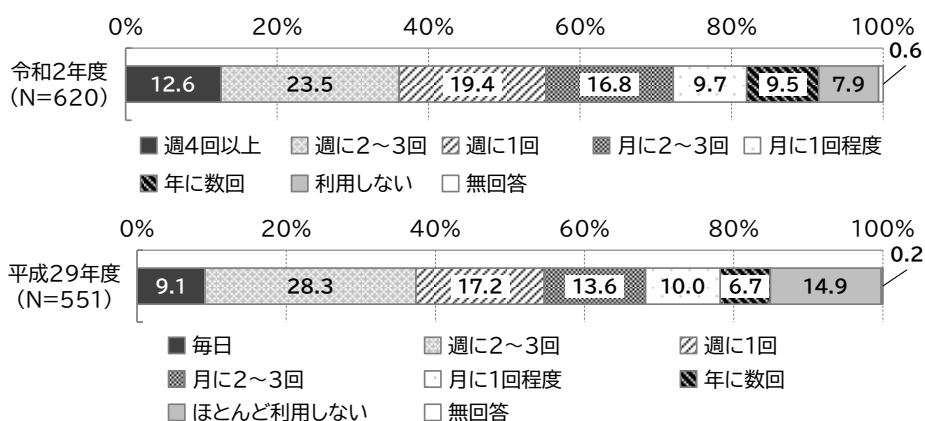
問 21 区内の商店街の利用頻度をお答えください。(○は1つ)

### ○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

「週に2～3回」が23.5%と最も高く、次いで「週に1回」が19.4%、「月に2～3回」が16.8%となっている。

平成29年度は、「週に2～3回」が28.3%と最も高く、次いで「週に1回」が17.2%、「ほとんど利用しない」が14.9%となっている。

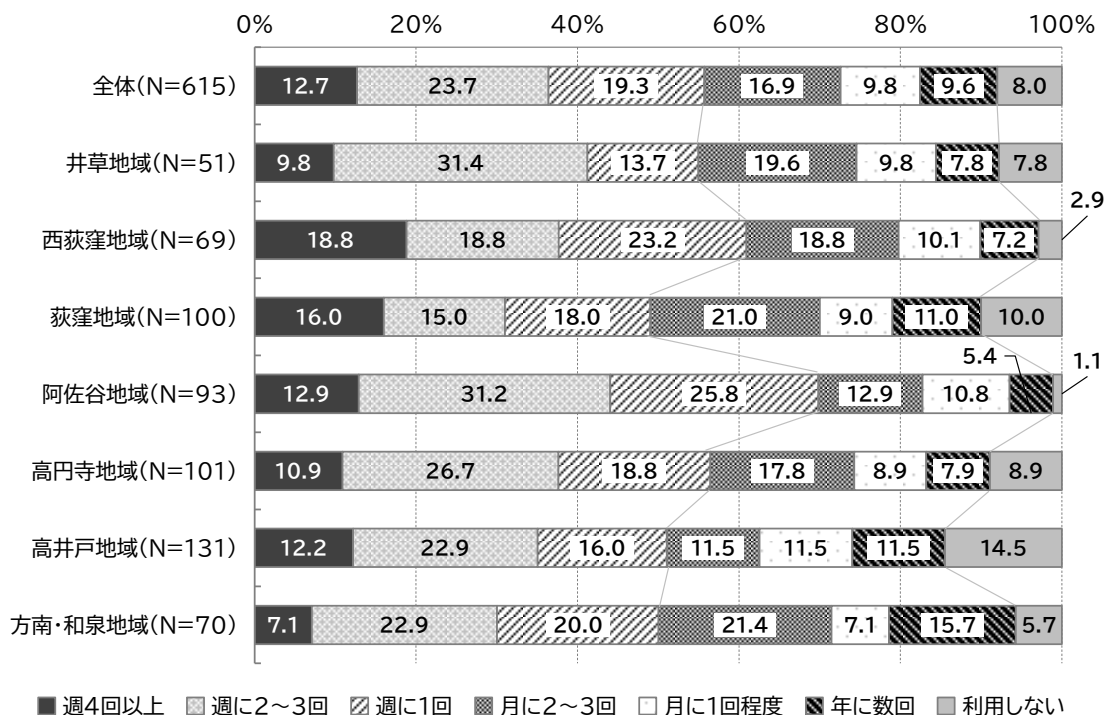
■図表 2-44 区内商店街の利用頻度



### <地域別にみる区内商店街の利用頻度>

『週に1回以上』（「週4回以上」「週に2～3回」「週に1回」の合計）について、「阿佐谷地域」が69.9%と最も高く、次いで「西荻窪地域」が60.8%、「高円寺地域」が56.4%となっている。一方で「利用しない」について、「高井戸地域」が14.5%と最も高くなっている。

■図表 2-45 区内商店街の利用頻度（地域別）

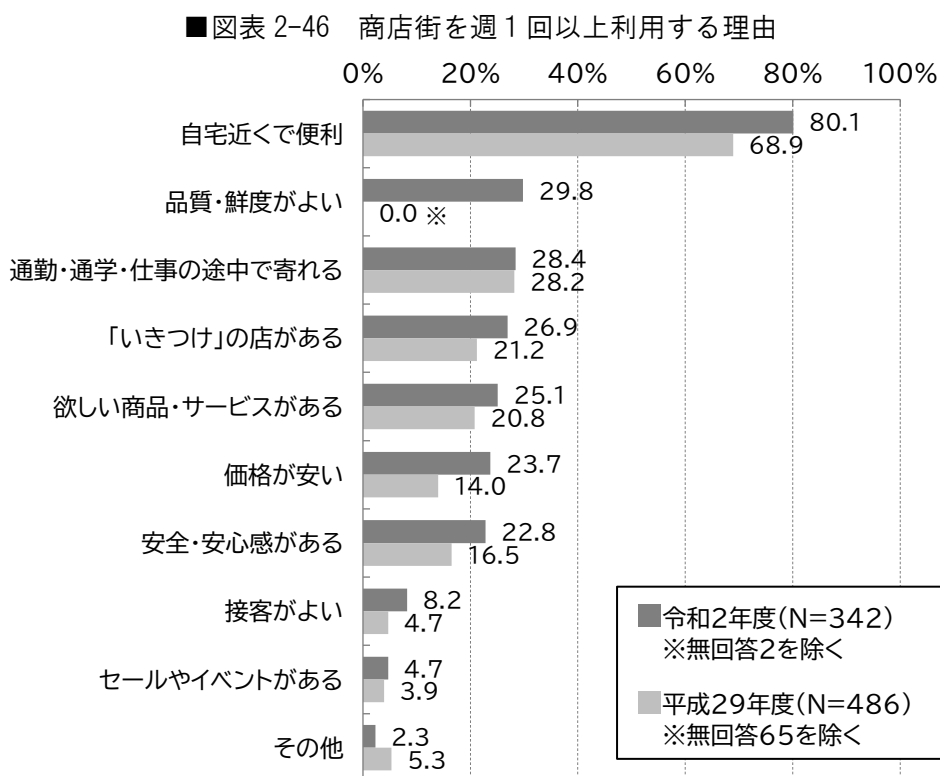


問 22 商店街を週に1回以上利用する理由は何ですか。(〇はいくつでも)

**○商店街を週に1回以上利用する理由は、自宅近くで便利であることが突出して多い**

「自宅近くで便利」が80.1%と最も高く、次いで「品質・鮮度がよい」が29.8%、「通勤・通学・仕事の途中で寄れる」が28.4%となっている。

平成29年度は、「自宅近くで便利」が68.9%と最も高く、次いで「通勤・通学・仕事の途中で寄れる」が28.2%、「いきつけ」の店がある」が21.2%となっている。



※「品質・鮮度がよい」は令和2年度調査から追加した選択肢である。

問 23 商店街を週に1回以上利用しない理由は何ですか。(○はいくつでも)

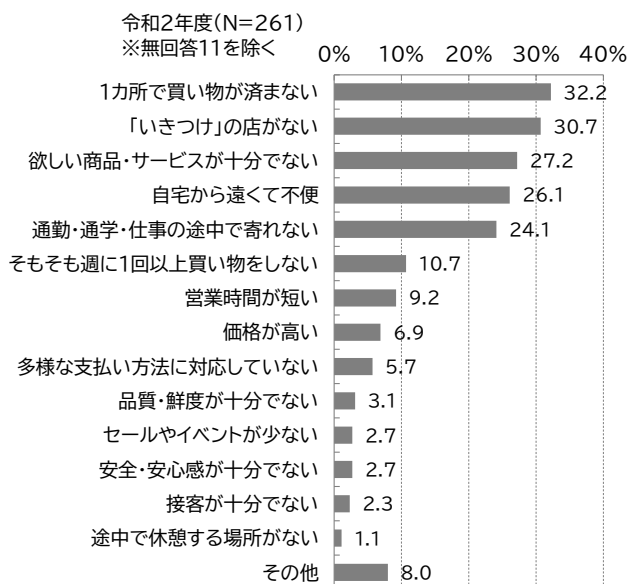
**○商店街を週に1回以上利用しない理由として、品揃えに関することが多い**

「1カ所で買い物が済まない」が32.2%と最も高く、次いで「「いきつけ」の店がない」が30.7%、「欲しい商品・サービスが十分でない」が27.2%となっている。

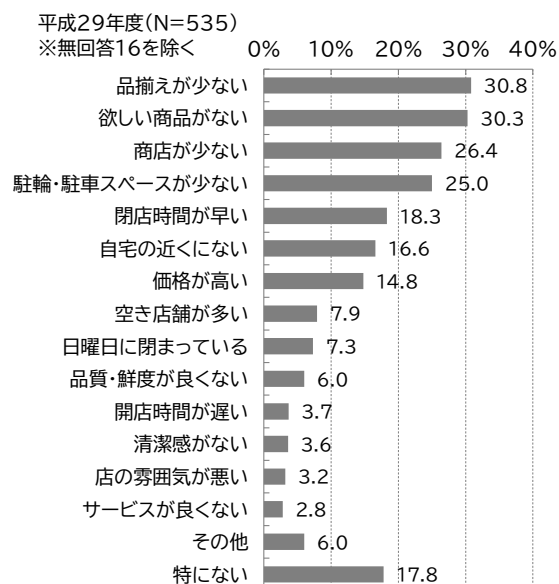
平成29年度は、「品揃えが少ない」が30.8%と最も高く、次いで「欲しい商品がない」が30.3%、「商店が少ない」が26.4%となっている。

平成29年度調査と選択肢が異なるものの、依然として品揃えに関する理由が上位となっている。

■ 図表 2-47 商店街を週1回以上利用しない理由

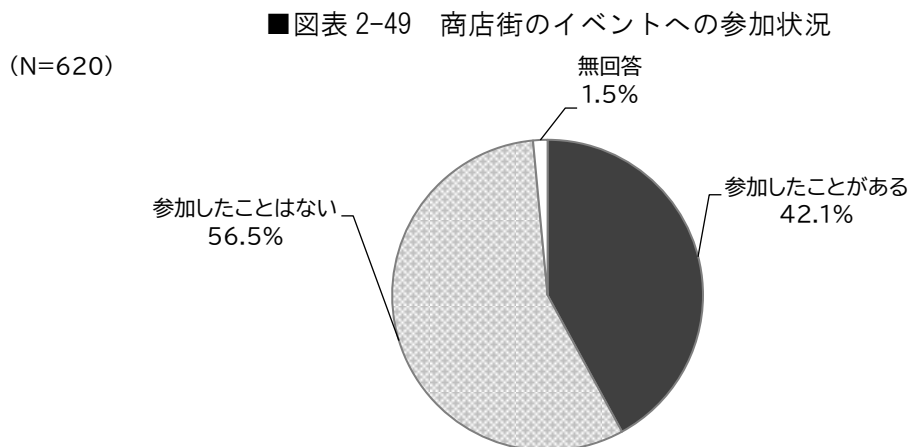


■ 図表 2-48 区内商店街で不便や不満に思うこと



問 24 これまでに商店街のイベント（福引きイベント等）に参加したことがありますか。（○は1つ）

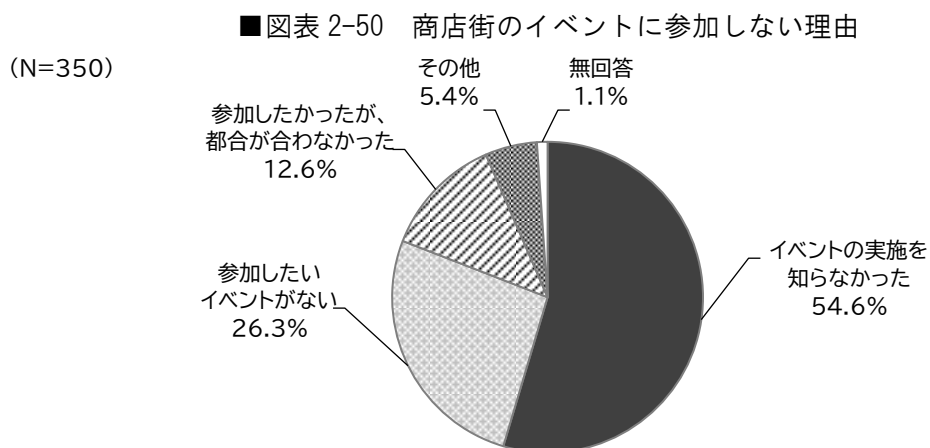
**○これまでに商店街のイベントに参加したことの区民はおよそ4割となっている**



問 25 商店街のイベントに参加しない理由は何ですか。（○は1つ）

**○イベントの実施を知らなかった区民が半数以上となっている**

商店街のイベントに参加したことがない区民において、イベント不参加の理由は「イベントの実施を知らなかった」が54.6%と最も高く、次いで「参加したいイベントがない」が26.3%、「参加したかったが、都合が合わなかった」が12.6%となっている。



問 26 商店街に望むものは何ですか。(〇はいくつでも)

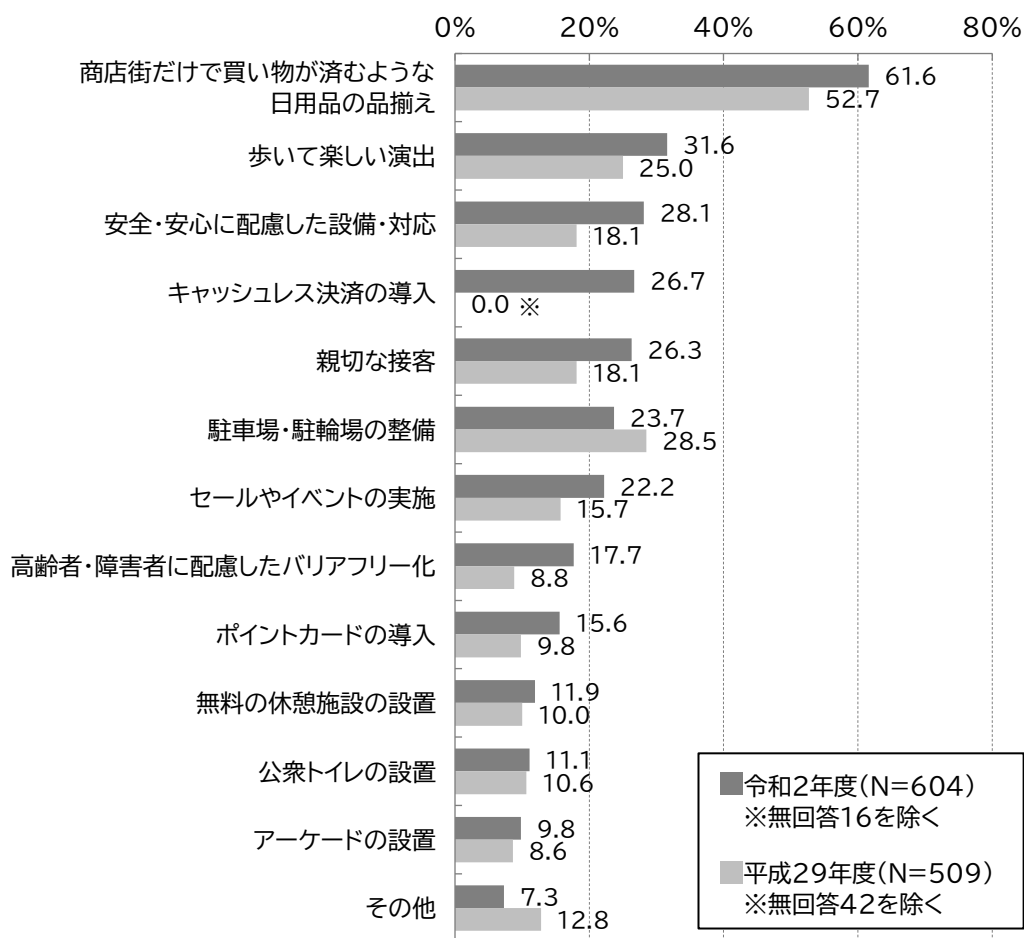
**○商店街だけで買い物が済むような品揃えを求めている区民がおよそ6割となっている**

「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が61.6%と最も高く、次いで「歩いて楽しい演出」が31.6%、「安全・安心に配慮した設備・対応」が28.1%となっている。

平成29年度は、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が52.7%と最も高く、次いで「駐車場・駐輪場の整備」が28.5%、「歩いて楽しい演出」が25.0%となっている。

商店街を利用しない理由においても「1カ所で買い物が済まない」が上位であったことから(図表2-47)、区民が商店街に品揃えの充実を求めていることがわかる。

■図表 2-51 商店街に望むもの



※「キャッシュレス決済の導入」は令和2年度調査から追加した選択肢である。



<年代別にみる商店街に望むもの>

いずれの年代においても、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が最も多くなっている。40歳代以下では「キャッシュレス決済の導入」が50歳代以上と比べ多くなっている。一方で60歳代以上になると「安全・安心に配慮した設備・対応」が3割を超えている。

■図表 2-52 商店街に望むもの（年代別） (%)

|        | 回答者数 (N) | う商店街だけで買い物が済むよう日用品の品揃え | 歩いて楽しい演出 | 安全・安心に配慮した設備・対応 | キャッシュレス決済の導入 | 親切的接客 | 駐車場・駐輪場の整備 | セールやイベントの実施 | 高齢者・障害者に配慮したバリアフリー化 | ポイントカードの導入 | 無料の休憩施設の設置 | 公衆トイレの設置 | アーケードの設置 | その他  |
|--------|----------|------------------------|----------|-----------------|--------------|-------|------------|-------------|---------------------|------------|------------|----------|----------|------|
| 全体     | 601      | 61.7                   | 31.8     | 28.1            | 26.5         | 26.3  | 23.8       | 22.3        | 17.6                | 15.6       | 11.8       | 11.1     | 9.8      | 7.3  |
| 20歳代以下 | 72       | 63.9                   | 36.1     | 25.0            | 36.1         | 22.2  | 11.1       | 25.0        | 8.3                 | 18.1       | 16.7       | 5.6      | 5.6      | 4.2  |
| 30歳代   | 106      | 63.2                   | 36.8     | 25.5            | 40.6         | 26.4  | 27.4       | 34.0        | 10.4                | 18.9       | 12.3       | 10.4     | 17.0     | 9.4  |
| 40歳代   | 120      | 57.5                   | 33.3     | 26.7            | 33.3         | 28.3  | 29.2       | 28.3        | 14.2                | 19.2       | 7.5        | 5.8      | 8.3      | 10.8 |
| 50歳代   | 92       | 57.6                   | 26.1     | 23.9            | 23.9         | 19.6  | 26.1       | 21.7        | 20.7                | 13.0       | 9.8        | 8.7      | 7.6      | 10.9 |
| 60歳代   | 92       | 63.0                   | 29.3     | 32.6            | 17.4         | 27.2  | 27.2       | 14.1        | 22.8                | 9.8        | 15.2       | 14.1     | 6.5      | 3.3  |
| 70歳以上  | 119      | 65.5                   | 29.4     | 33.6            | 10.1         | 31.1  | 18.5       | 10.9        | 26.9                | 14.3       | 11.8       | 20.2     | 11.8     | 4.2  |

※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

<地域別にみる商店街に望むもの>

いずれの地域においても、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」が最も多くなっているが、「西荻窪地域」が51.5%であるのに対して、「阿佐谷地域」は68.1%となっており、地域によって差がみられる。

■図表 2-53 商店街に望むもの（地域別） (%)

|         | 回答者数 (N) | う商店街だけで買い物が済むよう日用品の品揃え | 歩いて楽しい演出 | 安全・安心に配慮した設備・対応 | キャッシュレス決済の導入 | 親切的接客 | 駐車場・駐輪場の整備 | セールやイベントの実施 | 高齢者・障害者に配慮したバリアフリー化 | ポイントカードの導入 | 無料の休憩施設の設置 | 公衆トイレの設置 | アーケードの設置 | その他 |
|---------|----------|------------------------|----------|-----------------|--------------|-------|------------|-------------|---------------------|------------|------------|----------|----------|-----|
| 全体      | 603      | 61.5                   | 31.7     | 28.2            | 26.7         | 26.4  | 23.7       | 22.2        | 17.7                | 15.6       | 11.9       | 11.1     | 9.8      | 7.3 |
| 井草地域    | 50       | 68.0                   | 22.0     | 42.0            | 22.0         | 30.0  | 34.0       | 10.0        | 20.0                | 12.0       | 18.0       | 16.0     | 12.0     | 4.0 |
| 西荻窪地域   | 68       | 51.5                   | 25.0     | 16.2            | 32.4         | 26.5  | 29.4       | 27.9        | 13.2                | 10.3       | 5.9        | 5.9      | 8.8      | 8.8 |
| 荻窪地域    | 98       | 57.1                   | 38.8     | 27.6            | 33.7         | 28.6  | 18.4       | 24.5        | 19.4                | 15.3       | 14.3       | 10.2     | 8.2      | 9.2 |
| 阿佐谷地域   | 91       | 68.1                   | 38.5     | 27.5            | 24.2         | 28.6  | 27.5       | 27.5        | 19.8                | 19.8       | 17.6       | 14.3     | 9.9      | 8.8 |
| 高円寺地域   | 99       | 59.6                   | 28.3     | 28.3            | 26.3         | 20.2  | 16.2       | 20.2        | 20.2                | 17.2       | 9.1        | 16.2     | 8.1      | 7.1 |
| 高井戸地域   | 129      | 62.0                   | 32.6     | 31.0            | 21.7         | 25.6  | 24.0       | 18.6        | 12.4                | 14.0       | 13.2       | 8.5      | 11.6     | 4.7 |
| 方南・和泉地域 | 68       | 66.2                   | 29.4     | 26.5            | 27.9         | 27.9  | 23.5       | 25.0        | 22.1                | 19.1       | 4.4        | 7.4      | 10.3     | 8.8 |

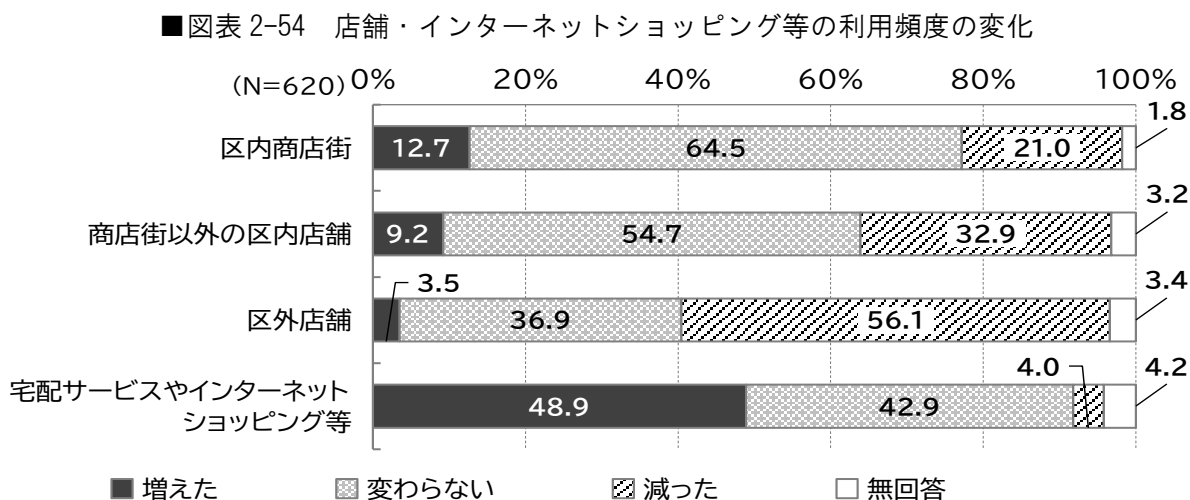
※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

問 27 新型コロナウイルス感染症の影響についてお伺いします。以下の項目について、令和2年4～9月の利用頻度はどのように変化しましたか。(それぞれ○は1つ)

**○区外店舗の利用は大幅に減少した一方で、宅配サービスやインターネットショッピング等の利用は大幅に増加した**

「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。

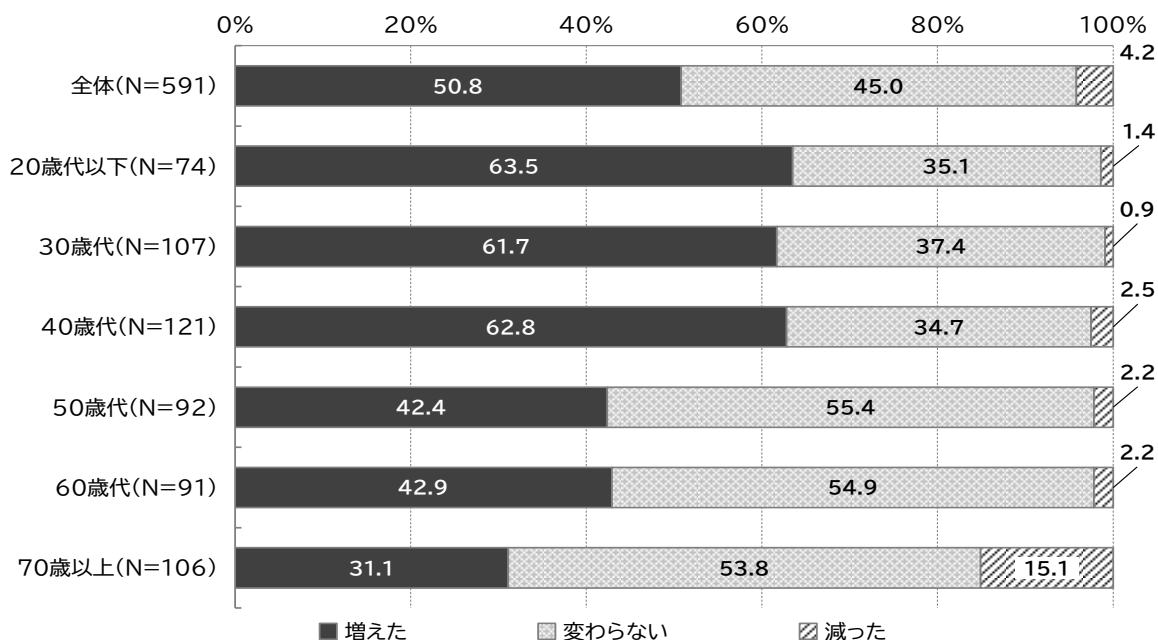
一方で、「宅配サービスやインターネットショッピング等」は半数近い48.9%の区民が利用が増えたとしている。



<年代別にみる宅配サービスやインターネットショッピング等の利用頻度の変化>

宅配サービス等の利用頻度が「増えた」割合は、「20歳代以下」が63.5%と最も高く、次いで「40歳代」が62.8%、「30歳代」が61.7%となっている。40歳代以下は6割以上が「増えた」としているが、50歳代以上は3割から4割程度となっている。

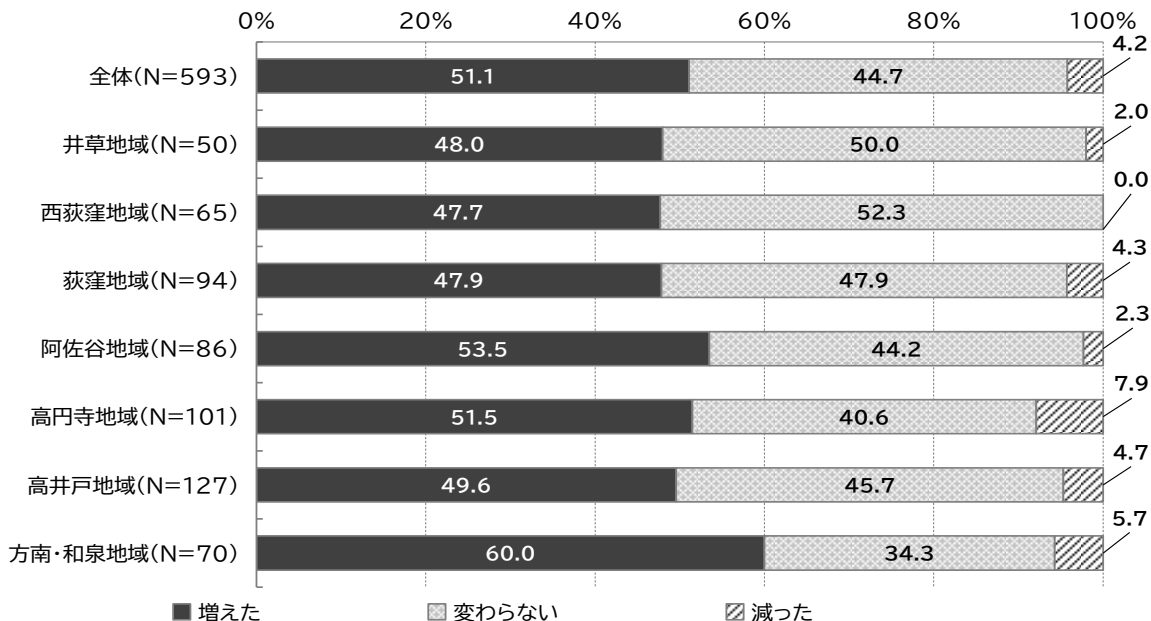
■ 図表 2-55 宅配サービスやインターネットショッピング等の利用頻度の変化（年代別）



<地域別にみる宅配サービスやインターネットショッピング等の利用頻度の変化>

宅配サービス等の利用が「増えた」割合について、「方南・和泉地域」を除く地域では、5割前後となっているのに対して、「方南・和泉地域」においては6割となっており、他の地域よりも高くなっている。

■ 図表 2-56 宅配サービスやインターネットショッピング等の利用頻度の変化（地域別）

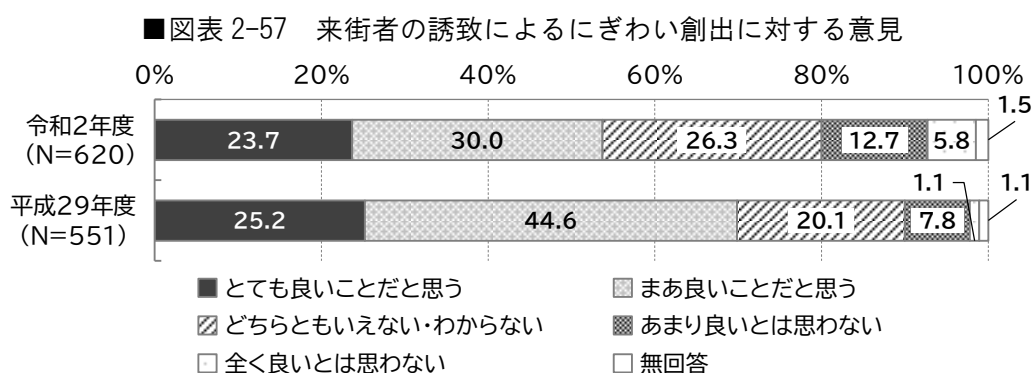


## 5 杉並区の観光事業・アニメ事業について

問 28 今後、都内を訪れる来街者は、新型コロナウイルス感染症の影響による一時的な減少はあるものの、持続的な増加が見込まれています。一方、将来的には区内の人口減少が予測されています。そこで、杉並区では外国人観光客を含む来街者の誘致を図ることで、「にぎわい」や「活気」の創出につなげていく計画です。このことについて、どのように思いますか。(〇は1つ)

### 〇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

『良いことだと思う』(「とても良いことだと思う」「まあ良いことだと思う」の合計)について、平成29年度は69.8%であったのに対して、令和2年度では53.7%となっており、肯定的な意見が16.1ポイント減少している。

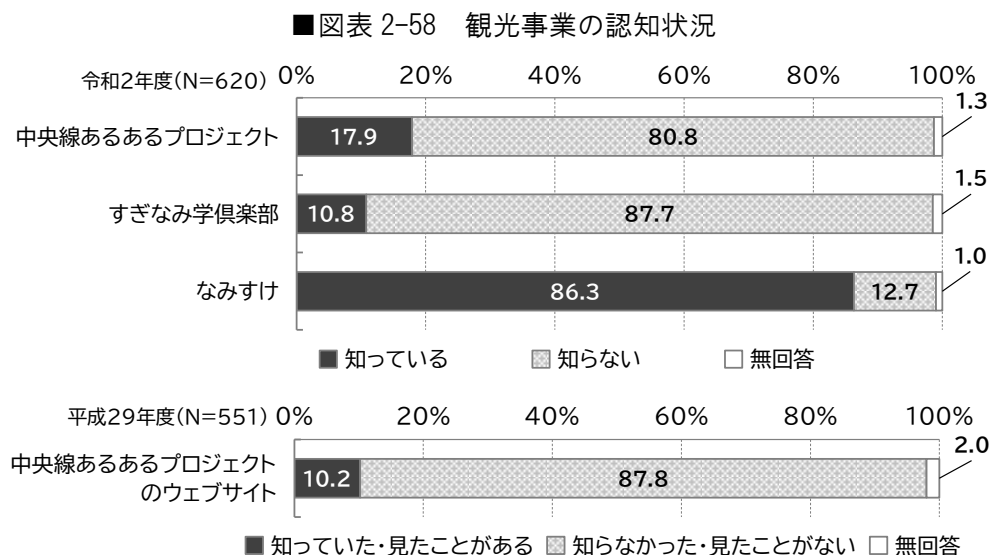


問 29 杉並区の以下の観光事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

### 〇杉並区の観光事業の認知度では、なみすけを知っている区民の割合が突出して高い

観光事業の認知状況について、「なみすけ」を知っている区民が86.3%と最も高く、次いで「中央線あるあるプロジェクト」が17.9%、「すぎなみ学倶楽部」が10.8%となっている。

「中央線あるあるプロジェクト」の認知度は、平成29年度の10.2%から17.9%へと増加している。



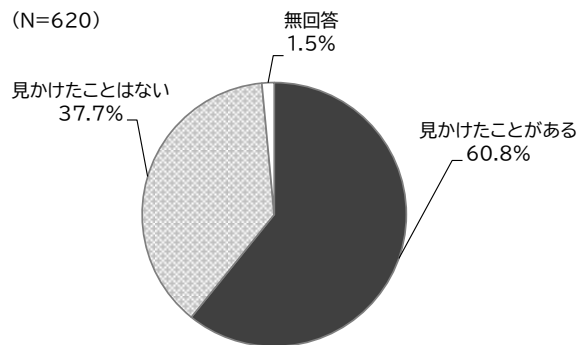
問 30 杉並区の観光資源とは何だと思えますか。(自由に記入)

| 分類        | 件数    | 主な回答   |
|-----------|-------|--|
| 自然・緑・公園・川 | 109 件 | ・善福寺川・神田川周辺の遊歩道・公園の緑の多さ<br>・水辺の広場・野鳥の森・自然豊かな公園             |
| アニメ       | 61 件  | ・アニメ産業・アニメーションに関する展示施設                                     |
| 文化芸術      | 52 件  | ・サブカルチャー・歴史的な遺跡(有名人の旧屋敷跡など)                                |
| 街の雰囲気・街並み | 43 件  | ・起伏があり美しく落ち着いた街並み<br>・静かな街                                 |
| 個人商店      | 29 件  | ・高円寺の古着・アンティーク、古本  |
| 飲食店       | 23 件  | ・杉並区でしか食べられないグルメの豊富さ(飲み屋やカフェなど)<br>・中央線沿線(高円寺～西荻窪)の個性的な飲食店 |
| 神社仏閣      | 23 件  | ・神社仏閣<br>・井草八幡宮、荻窪八幡神社、大宮八幡宮                               |
| イベント・まつり  | 22 件  | ・高円寺阿波踊り・七夕祭りやジャズフェスティバル                                   |
| 商店街       | 22 件  | ・昔ながらの商店街・個性的な商店のある商店街                                     |
| 人         | 10 件  | ・杉並区の間人らしい心性・杉並区民そのもの・人情                                   |
| 農業・農作物    | 6 件   | ・おいしい農作物・新鮮で安くておいしい無人販売野菜                                  |
| なみすけ      | 6 件   | ・なみすけ  |
| その他       | 14 件  | ・地元感・アンネのバラ・保育園・学校・教育・子育てに適した街                             |

問 31 区内の希望する車には、「図柄入り杉並ナンバープレート」を導入しています。このナンバープレートを見かけたことはありますか。(○は1つ)

**○図柄入り杉並ナンバープレートを見たことがある人はおよそ6割となっている**

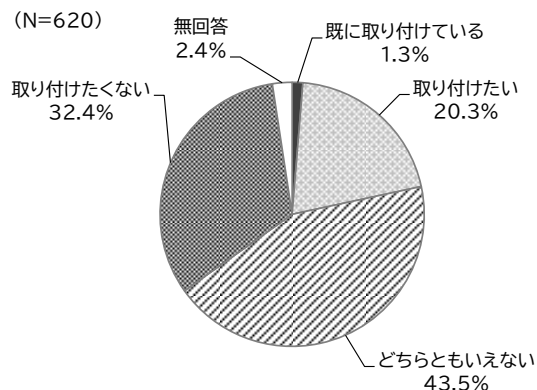
■図表 2-59 図柄入り杉並ナンバープレートを見たことがある人の割合



問 32 「図柄入り杉並ナンバープレート」を取り付けたいと思いますか。(○は1つ)

**○図柄入り杉並ナンバープレートを取り付けたいと思う人はおよそ2割となっている**

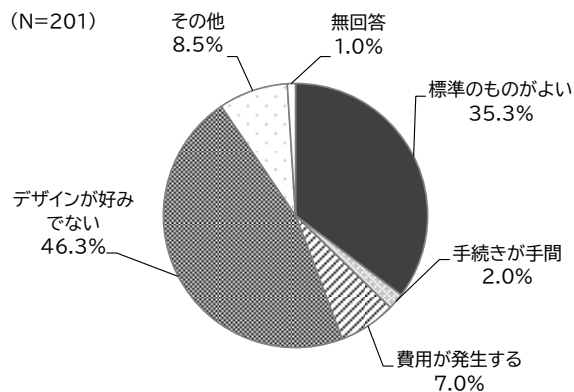
■図表 2-60 図柄入り杉並ナンバープレートを取り付けたいと思う人の割合



問 33 「図柄入り杉並ナンバープレート」を取り付けたくない理由は何ですか。(○は1つ)

**○取り付けたくないと思う人の半数近くはデザインが好みでないことを理由としている**

■図表 2-61 図柄入り杉並ナンバープレートを取り付けたくない理由

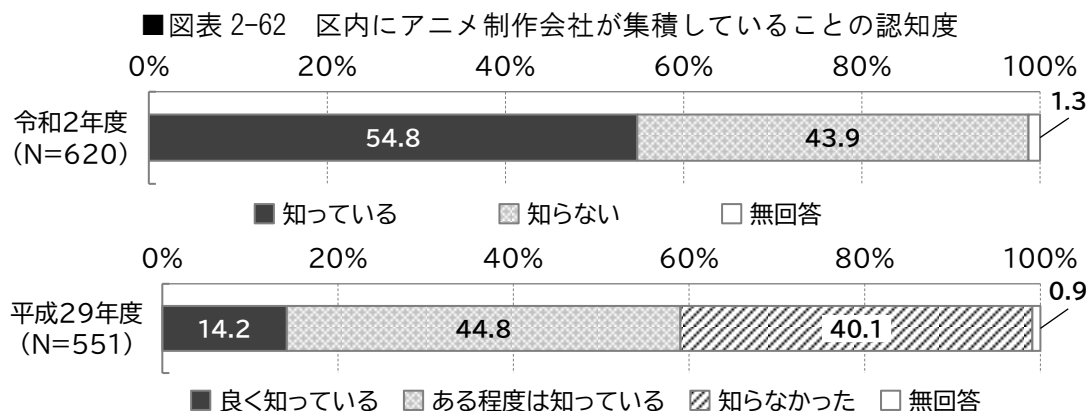


問 34 杉並区は日本一のアニメ制作会社の集積地になっています。区内にアニメ制作会社が集積していることを知っていますか。(〇は1つ)

**〇区内にアニメ制作会社が集積していることを知っている区民の割合は半数以上となっている**

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。

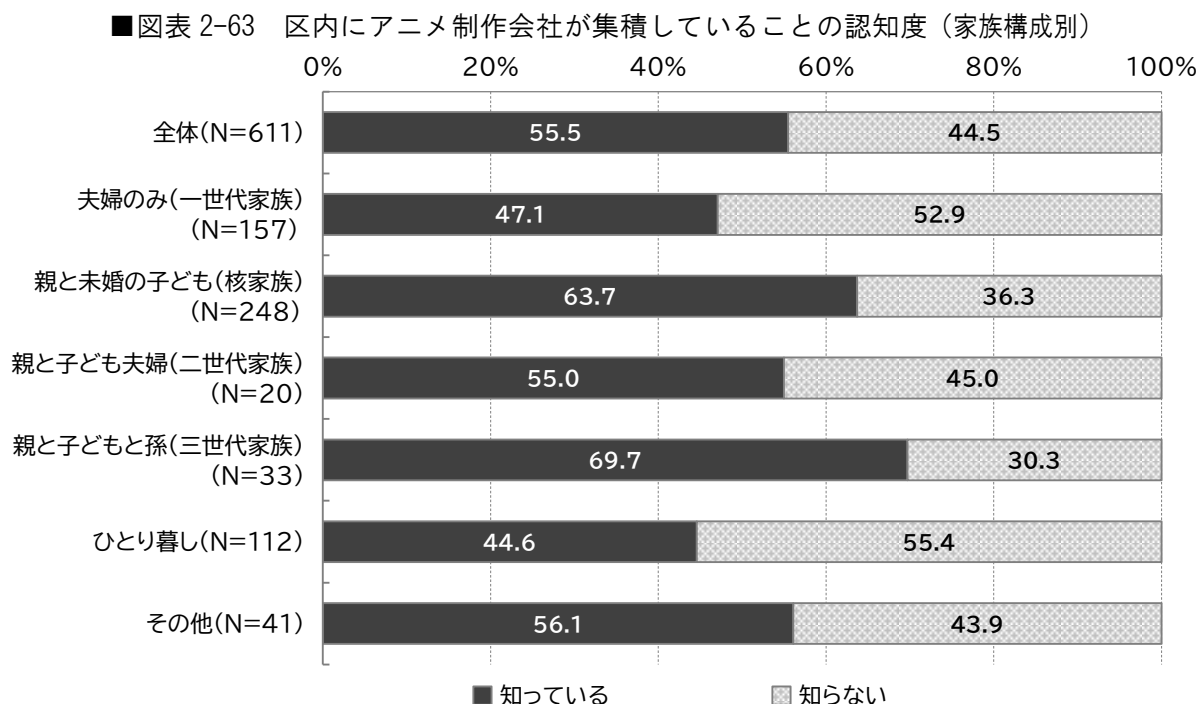
平成29年度では、「良く知っている」が14.2%、「ある程度知っている」が44.8%、「知らなかった」が40.1%となっている。



＜家族構成別にみるアニメ制作会社が集積していることを知っている区民の割合＞

「親と子どもと孫(三世代家族)」では、「知っている」が69.7%と最も高くなっている。最も「知らない」が多いのは、「ひとり暮らし」で55.4%となっている。

また、子どものいる家族では、子どもがいない場合と比べ、「知っている」の割合が高く、いずれも5割を超えている。

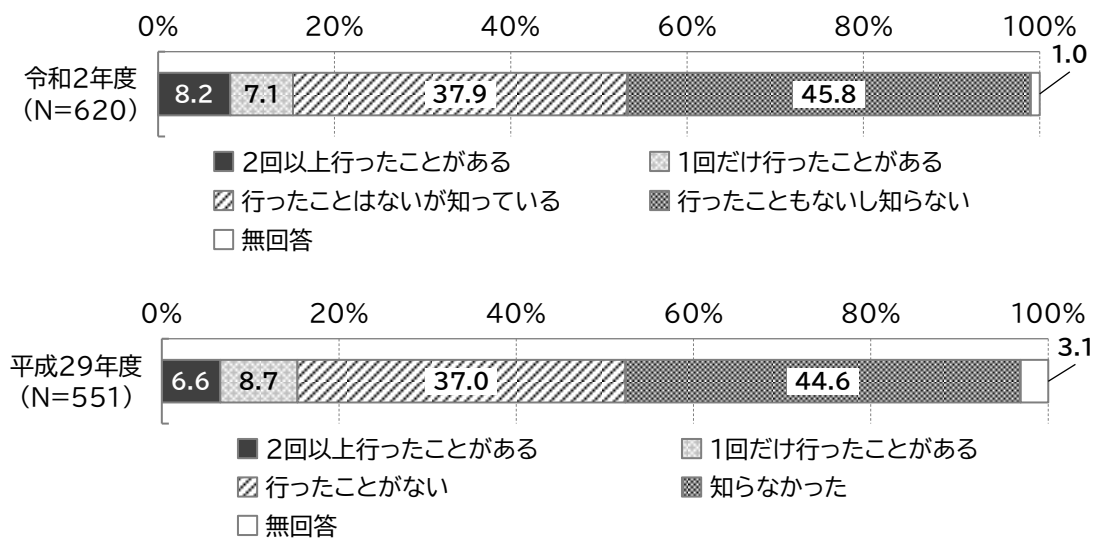


問 35 杉並区では、日本のアニメーション全体を体系づけて学び、体験し、理解しながら楽しんでいただけるよう、「杉並アニメーションミュージアム」(杉並区上荻3-29-5杉並会館内、入場無料)を運営しています。あなたは、「杉並アニメーションミュージアム」に行ったことがありますか。(〇は1つ)

**○杉並アニメーションミュージアムの認知度・来訪状況はともに横ばいである**

認知度について、杉並アニメーションミュージアムを知っている区民は半数以上の53.2%となっている。また、「行ったことがある」は15.3%と、平成29年度調査から認知度・来訪状況ともに横ばいである。

■ 図表 2-64 杉並アニメーションミュージアムの利用状況



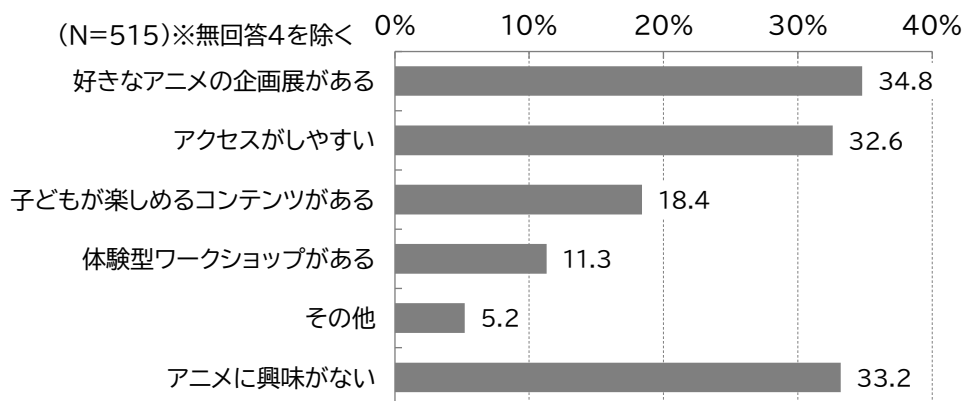


問 36 どのようなきっかけがあれば来館してみたいと思いますか。(〇はいくつでも)

**〇好きなアニメの企画展があれば来館したいとしている区民が3割半ばとなっている**

「好きなアニメの企画展がある」が34.8%と最も高くなっている。一方で、「アニメに興味がない」が33.2%に上る。そのほか、「アクセスがしやすい」が32.6%、「子どもが楽しめるコンテンツがある」が18.4%となっている。

■図表 2-65 「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機



<家族構成別にみる「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機>

「親と未婚の子ども(核家族)」では「子どもが楽しめるコンテンツがある」が34.2%、「親と子ども夫婦(二世世代家族)」「ひとり暮らし」では「好きなアニメの企画展がある」がそれぞれ35.3%、43.6%と最も高い。

■図表 2-66 「杉並アニメーションミュージアム」への来館のきっかけとなる動機(家族構成別) (%)

| 家族構成            | 回答者数(N) | 好きなアニメの企画展がある | アクセスがしやすい | 子どもが楽しめるコンテンツがある | 体験型ワークショップがある | その他  | アニメに興味がない |
|-----------------|---------|---------------|-----------|------------------|---------------|------|-----------|
| 全体              | 514     | 34.6          | 32.7      | 18.3             | 11.1          | 5.3  | 33.3      |
| 夫婦のみ(一世代家族)     | 135     | 30.4          | 31.9      | 11.1             | 9.6           | 6.7  | 34.8      |
| 親と未婚の子ども(核家族)   | 184     | 33.7          | 31.0      | 34.2             | 15.2          | 3.8  | 29.3      |
| 親と子ども夫婦(二世世代家族) | 17      | 35.3          | 23.5      | 11.8             | 5.9           | 11.8 | 23.5      |
| 親と子どもと孫(三世世代家族) | 29      | 27.6          | 34.5      | 24.1             | 6.9           | 0.0  | 37.9      |
| ひとり暮らし          | 110     | 43.6          | 35.5      | 3.6              | 8.2           | 5.5  | 37.3      |
| その他             | 39      | 33.3          | 38.5      | 7.7              | 10.3          | 7.7  | 35.9      |

※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

## 6 杉並区の農業について

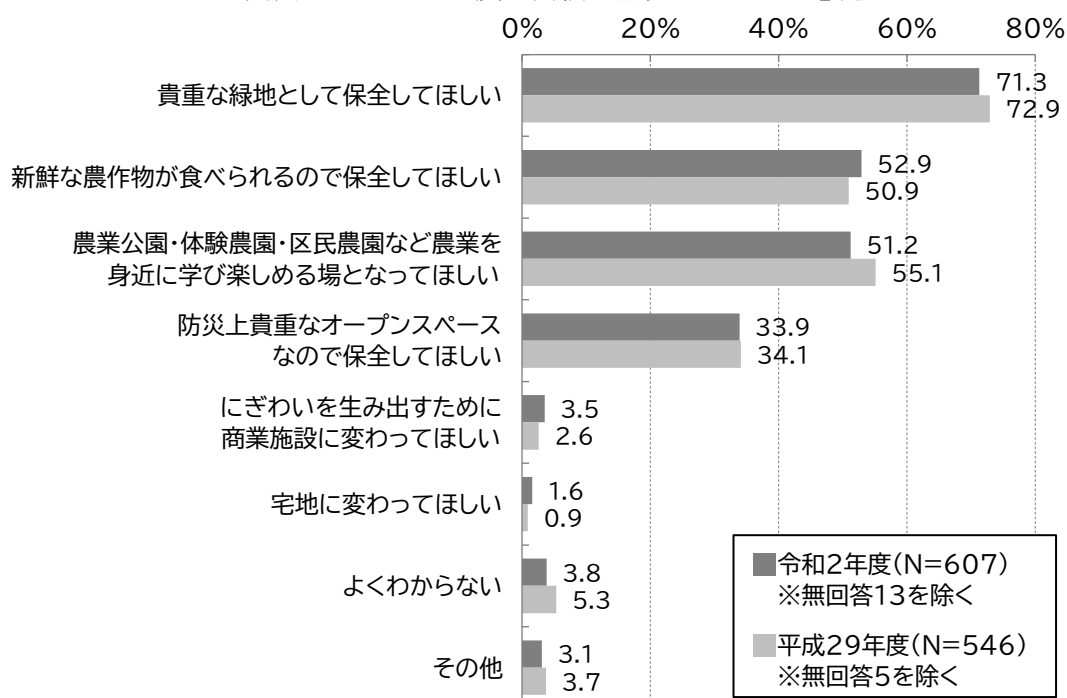
問 37 杉並区では 23 区内で 5 番目に農地面積が大きく、約 100 戸の農家があります。野菜、果物、花、植木などが生産されており、50 カ所以上の直売所があります。しかし、農地面積は年々減少しているのが現状です。この事についてどう思いますか。(〇はいくつでも)

### ○区民の約 7 割が、貴重な緑地として農地保全を希望している

「貴重な緑地として保全してほしい」が 71.3%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 52.9%、「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 51.2%となっている。一方で、「宅地になってほしい」や「にぎわいを生み出すために商業施設になってほしい」との回答は数%と極めて低い。

平成 29 年度と比較して、上位 3 項目に大きな変化は見られず、依然として農地保全を求める声が多くなっている。

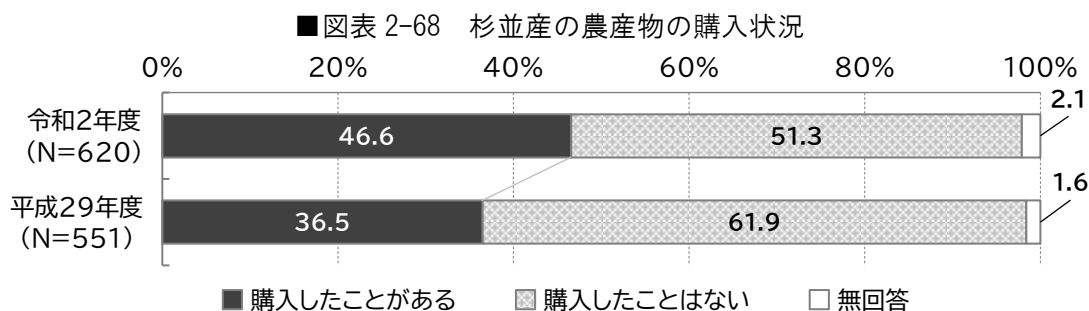
■ 図表 2-67 区内の農地面積の減少についての意見



問 38 杉並産の野菜、果物や花などを購入したことはありますか。(○は1つ)

**○杉並産の野菜、果物や花などを購入したことがある区民は約 10 ポイント増加した**

杉並産の農産物を「購入したことがある」区民は、令和 2 年度では 46.6%、平成 29 年度では 36.5%となっており、平成 29 年度から令和 2 年度にかけておよそ 10 ポイント増加している。



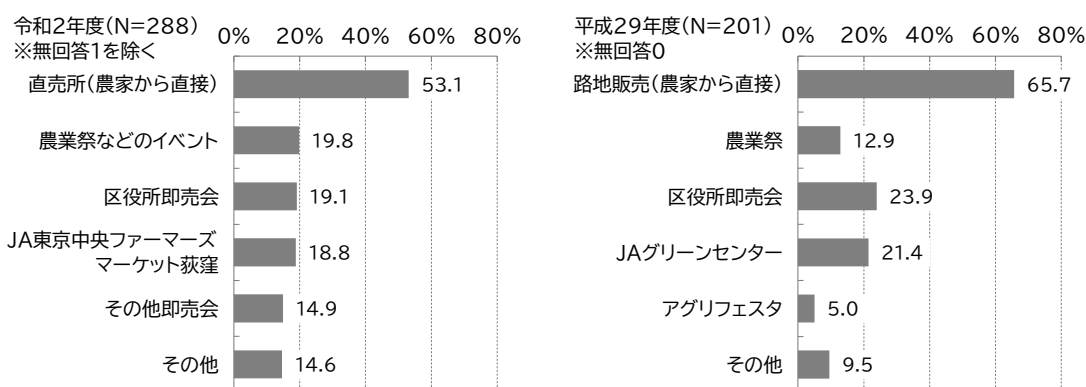
問 39 杉並産の野菜、果物や花などを購入した場所はどこですか。(○はいくつでも)

**○直売所から購入している区民が半数以上である**

令和 2 年度では、「直売所（農家から直接）」が 53.1%、「農業祭などのイベント」が 19.8%、「区役所即売会」が 19.1%となっている。

平成 29 年度では、「路地販売（農家から直接）」が 65.7%、「区役所即売会」が 23.9%、「JA グリーンセンター」が 21.4%となっている。

■ 図表 2-69 杉並産の農産物の主な購入先



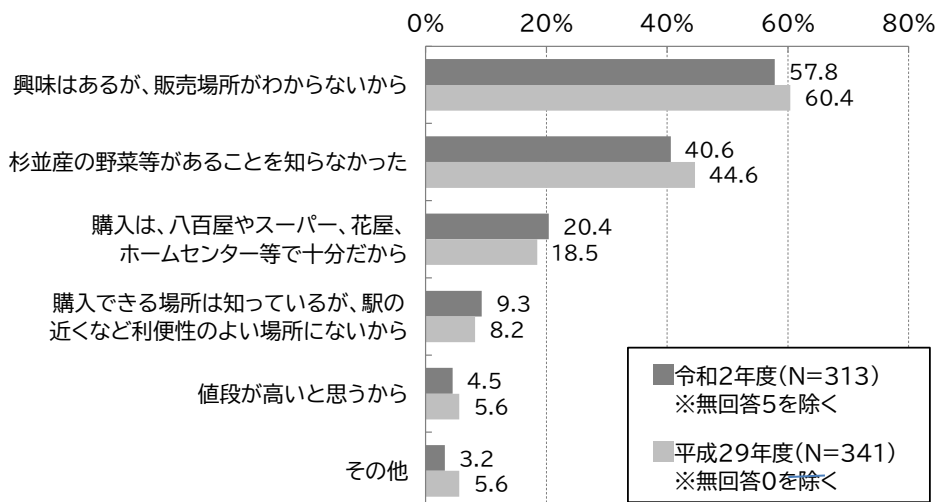
問 40 杉並産の野菜、果物や花などを購入したことがない理由をお答えください。(〇はいくつでも)

**〇杉並産の農産物を購入したことがない理由は、「興味はあるが、販売場所がわからない」が多い**

「興味はあるが、販売場所がわからないから」が57.8%と最も高く、潜在的な購買需要があるといえる。次いで「杉並産の野菜等があることを知らなかった」が40.6%、「購入は、八百屋やスーパー、花屋、ホームセンター等で十分だから」が20.4%となっている。

潜在的な購買需要がある一方、平成29年度調査から順位の変動はなく、杉並産の農産物に関する認知度の低さが課題となっている。

■図表 2-70 杉並産の農産物を購入したことがない理由

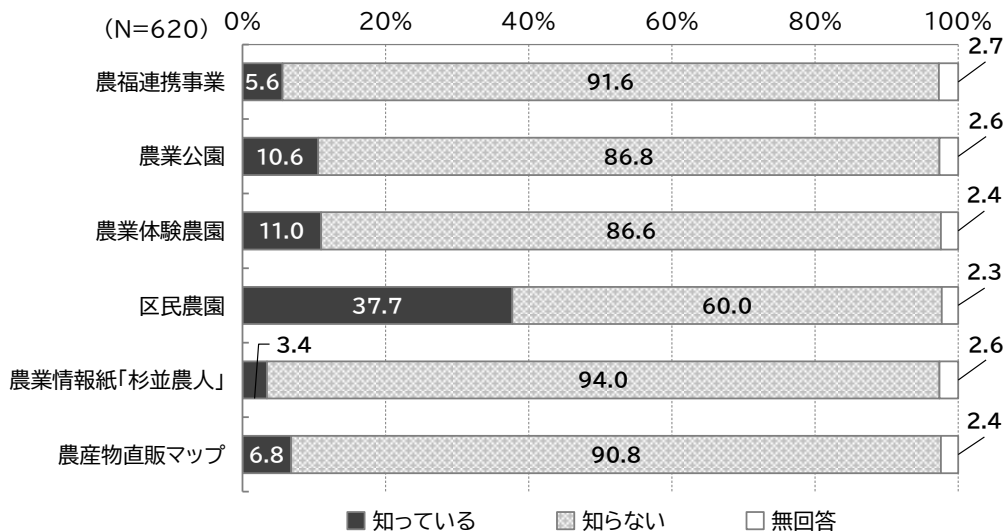


問 41 貴重なみどりである農地を保全し、区内の農業振興を図るためには、区民の方々に農業に対する理解を深めていただくことが重要であると考えています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

**〇区民農園を知っている区民の割合は約4割だが、その他の事業は1割前後と低い**

認知状況について、「区民農園」を知っている区民が37.7%と最も高く、次いで「農業体験農園」が11.0%、「農業公園」が10.6%となっている。

■図表 2-71 農業に関する事業の認知状況

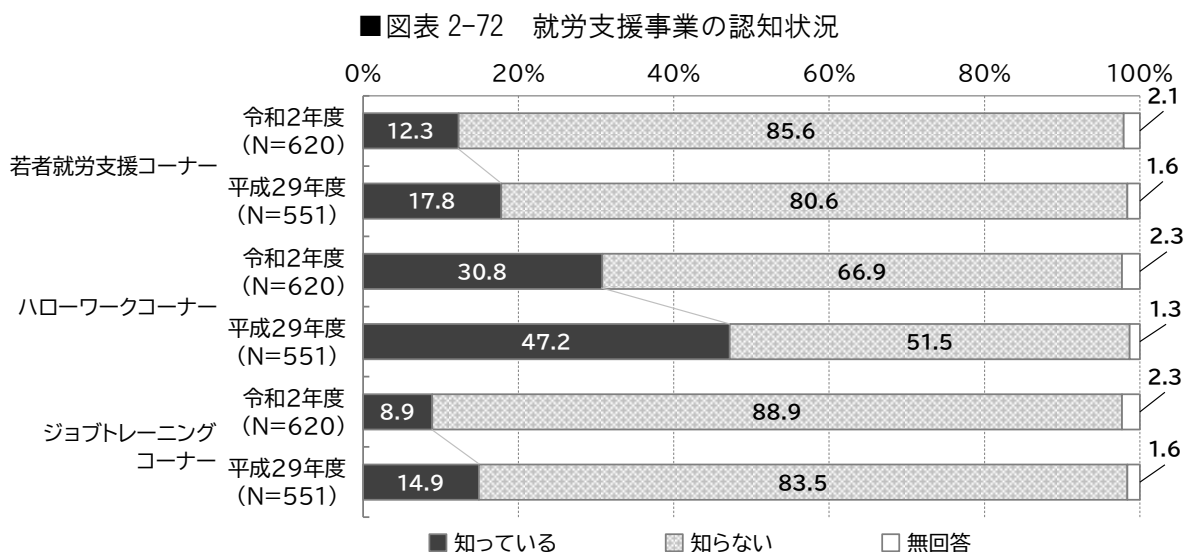


## 7 杉並区就労支援について

問 42 ウェルファーム杉並（杉並区天沼3-19-16）にある杉並区就労支援センターでは、就労支援事業を実施しています。以下の事業について、認知状況をお答えください。（〇はそれぞれ1つ）

### ○杉並区就労支援事業を知っている区民の割合は減少した

平成29年度から令和2年度にかけて、就労支援事業を「知っている」区民は、いずれの項目においても減少しており、特に「ハローワークコーナー」では47.2%から30.8%と15ポイント以上減少している。

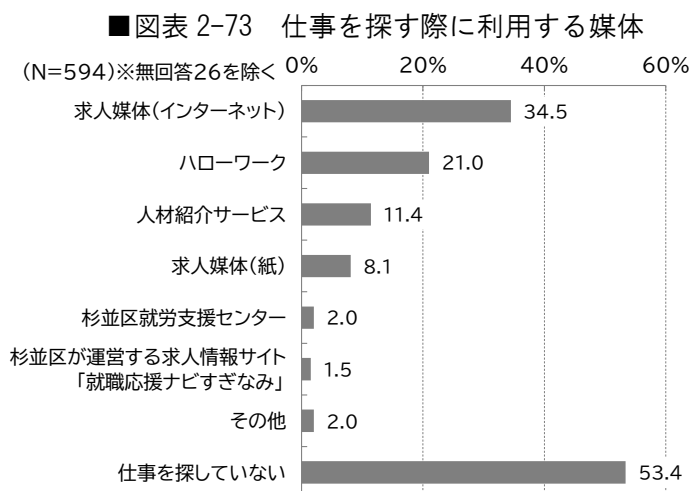


問 43 仕事を探す際に利用しているものをお答えください。（〇はいくつでも）

### ○求人媒体（インターネット）の利用が最も多い

仕事を探す際に利用する媒体は「求人媒体（インターネット）」が34.5%と最も高く、次いで「ハローワーク」が21.0%となっている。

仕事を探したことのある区民（「仕事を探していない」を除く）では、「求人媒体（インターネット）」が74.0%、「ハローワーク」が45.1%となっている。

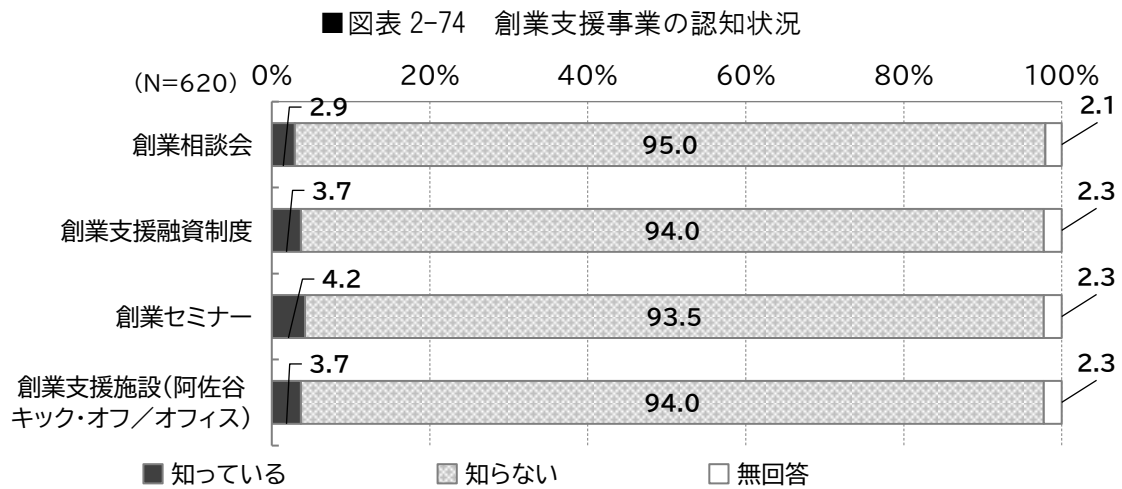


## 8 杉並区の創業支援について

問 44 区では、創業を支援するさまざまな事業を実施しています。以下の事業について、認知状況をお答えください。（それぞれ○は1つ）

### ○区の創業支援の認知状況は、いずれの事業も5%以下となっている

認知状況について、「創業セミナー」を知っている割合が4.2%と最も高く、次いで「創業支援融資制度」「創業支援施設（阿佐谷キック・オフ/オフィス）」が3.7%となっているが、いずれも5%を下回っている。



## 9 最後に

問 45 日頃のお買い物や区の産業振興について、ご意見があればご記入ください。

| 分類         | 件数   | 主な回答   |
|------------|------|--|
| 商店街の活性化    | 62 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・個性ある個人商店がどんどん減少している</li> <li>・コロナで自粛中はなるべく近所の飲食店のテイクアウトを利用した</li> <li>・家の近所で買い物や食事ができるお店が増えると嬉しい</li> </ul>                              |
| 買い物環境      | 49 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・近所の商店街はバスが通り交通量も多く、ただの車道になっている</li> <li>・スーパーやドラッグストアなど食料品や日用品を買うお店が地域によって少ない</li> <li>・選択肢を増やすことで消費者にとってもいい買い物ができると思う</li> </ul>        |
| 産業振興全般     | 30 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・区の産業振興は、何をやるかとしているのか分かりにくい</li> <li>・杉並区は交通の便が良く、閑静な住宅街や文化施設が存在する為、これらの保全を希望する</li> </ul>  |
| PR・イベント    | 29 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・個人経営の商店や、レストランなどについて、調べないと情報がないので、区の広報紙等でも載せてもらえると有難い</li> <li>・区として何を打ち出していきたいのか、全面的に押し出したいものを決め、区民にももっとPRすることが必要</li> </ul>            |
| 交通・アクセス    | 21 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・道をもう少し整備してほしい</li> <li>・駅から少し遠いので買い物が不便</li> </ul>   |
| まちの魅力・ブランド | 18 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・杉並区がアニメ制作会社の日本一の集積地になっているのであればそれが世界規模での最大の魅力になるのではと思う</li> <li>・「こだわりの中央線沿線」の町、井の頭線沿線、西武線沿線、丸の内線沿線など「沿線」ごとにカラーの異なる街を盛り上げていきたい</li> </ul> |
| 安全・安心      | 17 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・真っ直ぐな道が少なく、行き止まりも多く、治安的にも（見晴らしが悪い）災害的にも不安を感じる</li> <li>・大震災の火災リスクが高いので、消失しないように防災対策をしっかり進めていけたらと思う</li> </ul>                            |
| 子ども・子育て    | 12 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・杉並は子育てに優しいと言われているが、そのように感じる事が少ない</li> <li>・買い物や産業振興においても子どもがもっと過ごしやすくなるような優しい環境になるよう目指してほしい</li> </ul>                                   |
| 自転車        | 12 件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商店街・駅周辺の放置自転車の改善</li> <li>・阿佐ヶ谷に自転車で買い物に行くが、駐輪場が無く不便</li> </ul>  |
| 農業・農地      | 9 件  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・農業従事者の高齢化などにより、農地が過剰になっているように思う</li> <li>・スーパーで買い物する時に地元産のお野菜をたまに買っている</li> </ul>  |

| 分類          | 件数  | 主な回答  |
|-------------|-----|---|
| 高齢者・<br>障害者 | 6件  | ・バリアフリー化等住宅街というイメージのある杉並区をさらにつよめてほしい  |
| 景観          | 4件  | ・区内の緑化について、もう少し幅広く実施してほしい<br>・駅前をきれいに整備してほしい  |
| なみすけ        | 4件  | ・もっとなみすけを前面に押し出してほしい<br>・なみすけとアニメーションミュージアムがコラボしてなみすけのアニメを作ればいいと思う                  |
| その他         | 13件 | ・人情やマニュアルにないコミュニケーションによって、行きたい場所、落ち着く安心できる場所になると思う<br>・産業を通じて地域の人と人のつながりが深まるといいなと思う |



# 第4章 杉並区の商店街の現状

## 1 商店街の実態について

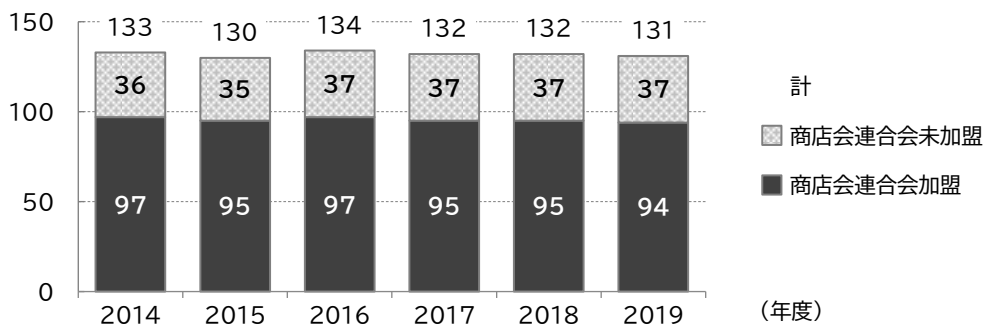
### (1) 商店会数

#### ○商店会数は横ばいで推移、西荻窪地域・高円寺地域が最も多い

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。このうち、商店街振興組合法に基づく「商店街振興組合」は17、中小企業等協同組合法に基づく「事業協同組合」は1、非法人である「任意団体」は113である。また、131の商店会のうち、杉並区商店会連合会（以下「商連」）に加盟しているのは94である。

令和元年度東京都商店街実態調査によると、都内にある全ての商店会数は2,447で、このうち23区全体では1,882となっている。杉並区の商店会数は大田区の142に続き、都内で2番目に多い。地域別にみると、「西荻窪地域」と「高円寺地域」が27と最も多くなっており、次いで「荻窪地域」が25となっている。

■図表 3-1 商店会数の推移



注) 各年3月末日の数値。

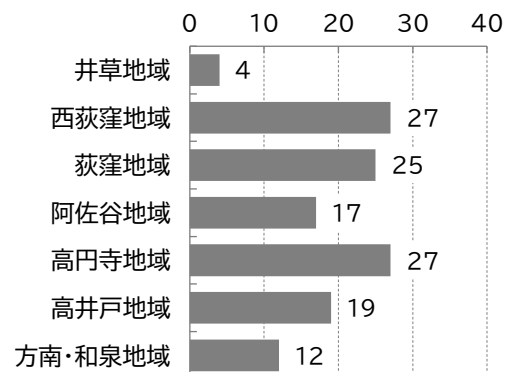
出典「杉並区産業振興センター資料」

■図表 3-2 都内商店会数（上位5位抜粋）

|    | 市区町村 | 商店会数 |
|----|------|------|
| 1位 | 大田区  | 142  |
| 2位 | 杉並区  | 131  |
| 3位 | 世田谷区 | 130  |
| 4位 | 台東区  | 108  |
| 5位 | 新宿区  | 103  |

出典「令和元年度 東京都商店街実態調査」

■図表 3-3 地域別商店会数



出典「杉並区産業振興センター資料（令和元年度）」

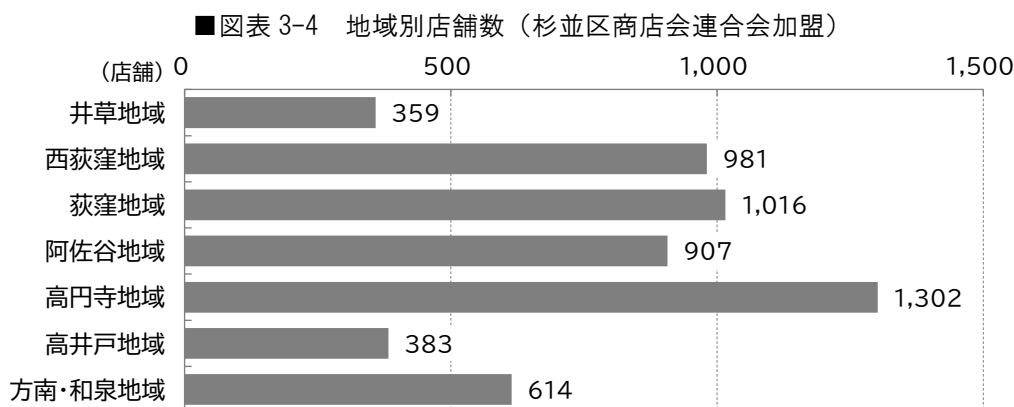
注) 本章では、p5の地域区分に基づき地域別集計を行った。

## (2) 店舗数

### ○店舗数は高円寺地域が最多で地域により偏りがある

商連に加盟している商店会の店舗数は、令和元年度時点で「高円寺地域」が1,302店舗と最も多く、次いで「荻窪地域」が1,016店舗、「西荻窪地域」が981店舗、「阿佐谷地域」が907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、3.5倍以上の差があり、地域により偏りがある。

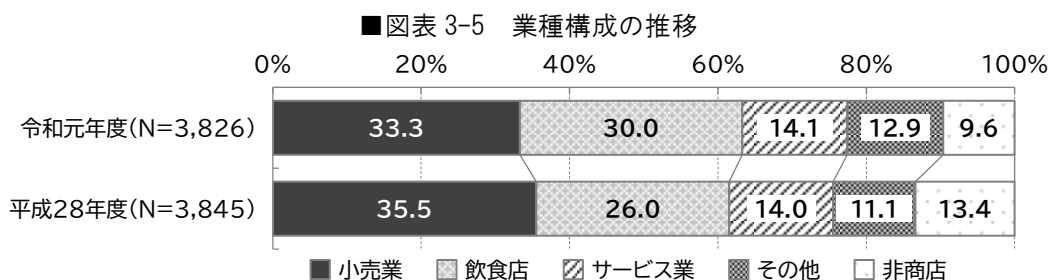


出典「杉並区産業振興センター資料（令和元年度）」

## (3) 業種構成

### ○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%と最も高く、次いで「飲食店」が30.0%となっており、合わせて全体の6割以上を占めている。平成28年度から令和元年度にかけて、「飲食店」が4.0ポイント高くなった一方で、「非商店」が3.8ポイント低くなっている。



| 業種    | 店舗の種類例                                      |
|-------|---|
| 小売業   | 各種商品、飲食料品、織物・衣類・身の回り品、機械器具、その他、無店舗小売業等      |
| 飲食店   | 飲食店、持ち帰り・配達飲食サービス業等                         |
| サービス業 | 洗濯・理容・美容・浴場業、その他の生活関連サービス業、娯楽業等             |
| その他   | 病院、銀行、ホテル、学習塾、不動産業、レンタル業、自動車整備業、福祉・介護サービス業等 |
| 非商店   | 製造業（印刷業含む）、事務所等                             |

出典「平成28年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」

## (4) 商店街の訪日外国人の状況

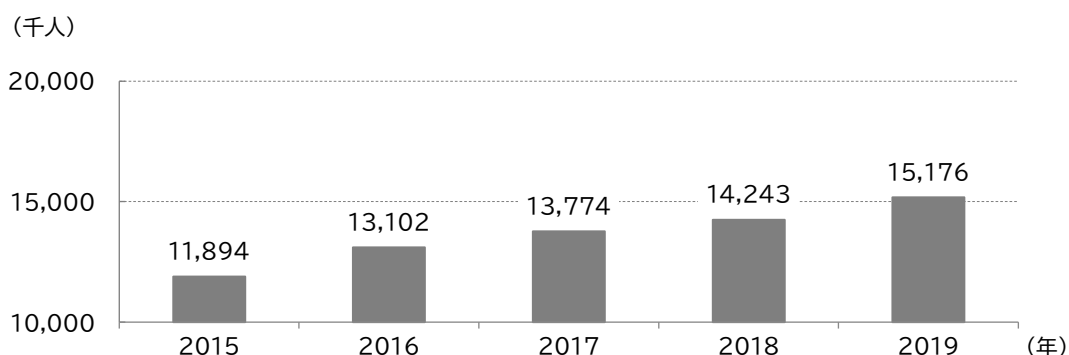
### ○約4割の商店会が外国人客を受け入れるための工夫を実施

東京都を訪れる外国人旅行者数は、平成27年(2015年)の11,894千人から年々増加しており、令和元年(2019年)には15,176千人と、5年間で3,200千人以上増えている。

外国人客を受け入れるための工夫を「取り入れている」店舗は、杉並区全体では24.5%、「今後取り入れる予定」が15.2%となっており、合わせて約4割が外国人客を受け入れることに前向きである。

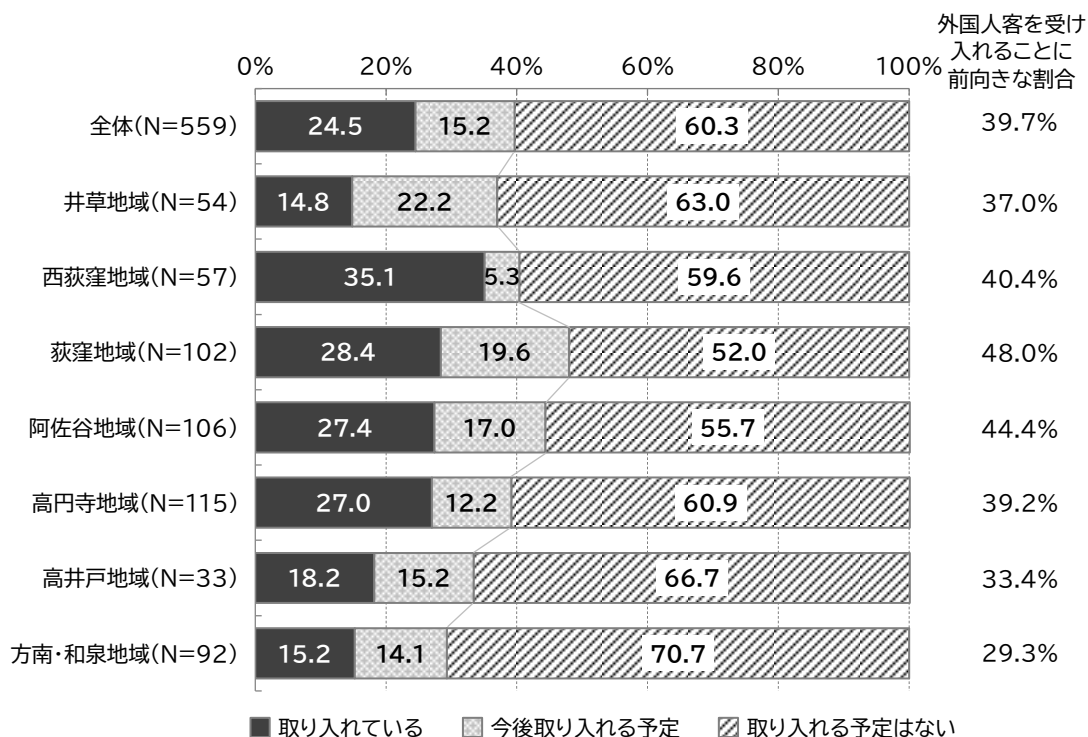
地域別に外国人客を受け入れることに前向きな割合(工夫を「取り入れている」と「今後取り入れる予定」の合計)をみると、「荻窪地域」が48.0%と最も高く、次いで「阿佐谷地域」(44.4%)、「西荻窪地域」(40.4%)となっており、中央線沿線周辺の割合が高くなっている。

■図表 3-6 訪都外国人旅行者数の推移



出典「東京都観光客数等実態調査」

■図表 3-7 外国人客を受け入れるための工夫の実施状況 (SA)



出典：「令和元年度 街の「にぎわい」に関するアンケート調査(杉並区)」

## 2 商店街の特徴

### (1) 井草地域

西武新宿線下井草駅から上井草駅まで広がる井草地域には4商店会があり、店舗数は359と最も少ない。1商店会あたりの平均店舗数は約90店舗と他地域と比べて規模が大きい。令和元年度における店舗の業種構成は「小売業」(32.5%)が最も多く、次いで、「飲食店」(21.6%)、「非商店」(15.7%)、「その他」(15.4%)となっている。平成25年度と比べると、「小売業」の割合は6.7ポイント高くなっている。

駅別乗車人員は、井草地域に位置する3駅の合計人数が12,000千人前後で推移しており、平成30年度(2018年度)は12,266千人となっている。

| 住所(町名) | 井草、上井草、下井草  |             |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
|--------|---|-------------|------------|-------------|-----------|------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|
| 駅      | 西武新宿線下井草駅・井荻駅・上井草駅  |             |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 商店会数   | 4   |             |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 店舗数    | 359(商連加盟)   |             |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 業種構成   | <p>■ 図表 3-8 業種構成</p> <table border="1"> <caption>業種構成 (単位:%)</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>令和元年度(N=4)</th> <th>平成25年度(N=4)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>32.5</td> <td>25.8</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>21.6</td> <td>21.3</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>14.8</td> <td>16.7</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>15.4</td> <td>16.7</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>15.7</td> <td>19.4</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「平成25年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p>  | 業種          | 令和元年度(N=4) | 平成25年度(N=4) | 小売業       | 32.5 | 25.8 | 飲食店   | 21.6  | 21.3  | サービス業  | 14.8 | 16.7  | その他   | 15.4  | 16.7   | 非商店  | 15.7  | 19.4  |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 業種     | 令和元年度(N=4)  | 平成25年度(N=4) |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 小売業    | 32.5  | 25.8        |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 飲食店    | 21.6  | 21.3        |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| サービス業  | 14.8  | 16.7        |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| その他    | 15.4  | 16.7        |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 非商店    | 15.7  | 19.4        |            |             |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 駅別乗車人員 | <p>■ 図表 3-9 駅別乗車人員(年間)</p> <table border="1"> <caption>駅別乗車人員(年間) (単位:千人)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>西武新宿線下井草駅</th> <th>西武新宿線井荻駅</th> <th>西武新宿線上井草駅</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>4,376</td> <td>3,773</td> <td>3,804</td> <td>11,953</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>4,301</td> <td>3,604</td> <td>3,629</td> <td>11,534</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>4,278</td> <td>3,575</td> <td>3,573</td> <td>11,426</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>4,343</td> <td>3,610</td> <td>3,663</td> <td>11,616</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>4,499</td> <td>3,699</td> <td>3,796</td> <td>11,994</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>4,620</td> <td>3,731</td> <td>3,915</td> <td>12,266</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「東京都統計年鑑」</p> | 年度          | 西武新宿線下井草駅  | 西武新宿線井荻駅    | 西武新宿線上井草駅 | 計    | 2008 | 4,376 | 3,773 | 3,804 | 11,953 | 2010 | 4,301 | 3,604 | 3,629 | 11,534 | 2012 | 4,278 | 3,575 | 3,573 | 11,426 | 2014 | 4,343 | 3,610 | 3,663 | 11,616 | 2016 | 4,499 | 3,699 | 3,796 | 11,994 | 2018 | 4,620 | 3,731 | 3,915 | 12,266 |
| 年度     | 西武新宿線下井草駅   | 西武新宿線井荻駅    | 西武新宿線上井草駅  | 計           |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2008   | 4,376   | 3,773       | 3,804      | 11,953      |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2010   | 4,301   | 3,604       | 3,629      | 11,534      |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2012   | 4,278   | 3,575       | 3,573      | 11,426      |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2014   | 4,343   | 3,610       | 3,663      | 11,616      |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2016   | 4,499   | 3,699       | 3,796      | 11,994      |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2018   | 4,620   | 3,731       | 3,915      | 12,266      |           |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |

## (2) 西荻窪地域

JR 中央線西荻窪駅を中心に南北に広がる西荻窪地域は、商店会が 27 と最も多く、店舗数は 981 と 3 番目に多い。令和元年度における店舗の業種構成は、「小売業」(32.6%)と「飲食店」(32.4%)が他の業種と比べて多く、ともに 3 割を超えている。平成 25 年度と比べると「飲食店」の割合は 9.7 ポイント高く、「非商店」の割合は 11.5 ポイント低くなっている。

駅別乗車人員は、平成 22 年度(2010 年度)の 14,736 千人から増加しており、平成 30 年度(2018 年度)は 16,709 千人となっている。

| 住所(町名) | 上荻、松庵、善福寺、西荻北、西荻南   |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
|--------|---|--------------|-------------|--------------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|-----|-----|------|
| 駅      | JR 中央線西荻窪駅  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 商店会数   | 27 (うち商連未加盟 4)  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 店舗数    | 981 (商連加盟)  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 業種構成   | <p>■ 図表 3-10 業種構成</p> <table border="1"> <caption>業種構成 (図表 3-10)</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>令和元年度(N=14)</th> <th>平成25年度(N=16)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>32.6</td> <td>35.7</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>32.4</td> <td>22.7</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>13.6</td> <td>10.6</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>13.3</td> <td>11.4</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>8.1</td> <td>19.6</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「平成 25 年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p> | 業種           | 令和元年度(N=14) | 平成25年度(N=16) | 小売業    | 32.6 | 35.7   | 飲食店  | 32.4   | 22.7 | サービス業  | 13.6 | 10.6   | その他  | 13.3   | 11.4 | 非商店 | 8.1 | 19.6 |
| 業種     | 令和元年度(N=14)   | 平成25年度(N=16) |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 小売業    | 32.6  | 35.7         |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 飲食店    | 32.4  | 22.7         |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| サービス業  | 13.6  | 10.6         |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| その他    | 13.3  | 11.4         |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 非商店    | 8.1   | 19.6         |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 駅別乗車人員 | <p>■ 図表 3-11 駅別乗車人員 (年間)</p> <table border="1"> <caption>駅別乗車人員 (図表 3-11)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>乗車人員 (千人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>15,087</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>14,736</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>15,002</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>15,588</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>16,234</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>16,709</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「東京都統計年鑑」</p>   | 年度           | 乗車人員 (千人)   | 2008         | 15,087 | 2010 | 14,736 | 2012 | 15,002 | 2014 | 15,588 | 2016 | 16,234 | 2018 | 16,709 |      |     |     |      |
| 年度     | 乗車人員 (千人)   |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 2008   | 15,087  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 2010   | 14,736  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 2012   | 15,002  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 2014   | 15,588  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 2016   | 16,234  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |
| 2018   | 16,709  |              |             |              |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |        |      |     |     |      |

### (3) 荻窪地域

JR 中央線荻窪駅と東京メトロ丸ノ内線荻窪駅が位置する荻窪地域は、区を代表する商業地及び交通結節点である。25 の商店会があり、店舗数は 1,016 と高円寺地域に次いで 2 番目に多い。令和元年度における店舗の業種構成は「小売業」(34.2%) が最も多く、次いで、「飲食店」(22.2%)、「サービス業」(15.7%) となっている。平成 25 年度と比べると「小売業」の割合が 5.0 ポイント高くなっている。

駅別乗車人員は、荻窪地域に位置する 2 駅の合計人数が平成 22 年度 (2010 年度) の 43,914 千人から 5,000 千人以上増加しており、平成 30 年度 (2018 年度) は 49,891 千人となっている。

| 住所(町名) | 天沼、今川、荻窪、清水、本天沼、南荻窪、桃井   |               |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
|--------|--|---------------|-------------------|---------------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|------|--------|--------|--------|------|--------|--------|--------|
| 駅      | JR 中央線荻窪駅、東京メトロ丸ノ内線荻窪駅   |               |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 商店会数   | 25 (うち商連未加盟 5)   |               |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 店舗数    | 1,016 (商連加盟)   |               |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 業種構成   | <p>■ 図表 3-12 業種構成</p> <table border="1"> <caption>業種構成 (図表 3-12)</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>令和元年度 (N=14)</th> <th>平成25年度 (N=18)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>34.2%</td> <td>29.2%</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>22.2%</td> <td>22.3%</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>15.7%</td> <td>15.6%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>13.7%</td> <td>17.1%</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>14.1%</td> <td>15.8%</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「平成 25 年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p>   | 業種            | 令和元年度 (N=14)      | 平成25年度 (N=18) | 小売業    | 34.2% | 29.2%  | 飲食店    | 22.2%  | 22.3% | サービス業  | 15.7%  | 15.6%  | その他  | 13.7%  | 17.1%  | 非商店    | 14.1% | 15.8%  |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 業種     | 令和元年度 (N=14)   | 平成25年度 (N=18) |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 小売業    | 34.2%  | 29.2%         |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 飲食店    | 22.2%  | 22.3%         |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| サービス業  | 15.7%  | 15.6%         |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| その他    | 13.7%  | 17.1%         |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 非商店    | 14.1%  | 15.8%         |                   |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 駅別乗車人員 | <p>■ 図表 3-13 駅別乗車人員 (年間)</p> <table border="1"> <caption>駅別乗車人員 (図表 3-13)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>東京メトロ丸ノ内線荻窪駅 (千人)</th> <th>JR中央線荻窪駅 (千人)</th> <th>計 (千人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>12,843</td> <td>31,696</td> <td>44,539</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>12,855</td> <td>31,059</td> <td>43,914</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>13,443</td> <td>31,086</td> <td>44,529</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>14,556</td> <td>31,368</td> <td>45,924</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>15,598</td> <td>32,225</td> <td>47,823</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>16,780</td> <td>33,111</td> <td>49,891</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「東京都統計年鑑」</p> | 年度            | 東京メトロ丸ノ内線荻窪駅 (千人) | JR中央線荻窪駅 (千人) | 計 (千人) | 2008  | 12,843 | 31,696 | 44,539 | 2010  | 12,855 | 31,059 | 43,914 | 2012 | 13,443 | 31,086 | 44,529 | 2014  | 14,556 | 31,368 | 45,924 | 2016 | 15,598 | 32,225 | 47,823 | 2018 | 16,780 | 33,111 | 49,891 |
| 年度     | 東京メトロ丸ノ内線荻窪駅 (千人)  | JR中央線荻窪駅 (千人) | 計 (千人)            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 2008   | 12,843   | 31,696        | 44,539            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 2010   | 12,855   | 31,059        | 43,914            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 2012   | 13,443   | 31,086        | 44,529            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 2014   | 14,556   | 31,368        | 45,924            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 2016   | 15,598   | 32,225        | 47,823            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |
| 2018   | 16,780   | 33,111        | 49,891            |               |        |       |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |       |        |        |        |      |        |        |        |      |        |        |        |

## (4) 阿佐谷地域

JR 中央線阿佐ヶ谷駅と東京メトロ丸ノ内線南阿佐ヶ谷駅が位置する阿佐谷地域は、17 の商店会があり、店舗数は 907 となっている。令和元年度における店舗の業種構成は、「小売業」(40.7%) と「飲食店」(39.0%) が他の業種と比べて多いのが特徴で、合わせて約 8 割を占める。平成 25 年度と比べると「小売業」の割合は 12.2 ポイント、「飲食店」の割合は 6.4 ポイント高くなっており、「非商店」の割合は 19.9 ポイント低くなっている。

駅別乗車人員は、阿佐谷地域に位置する 2 駅の合計人数が平成 26 年度 (2014 年度) までは 20,000 千人前後で推移し、平成 28 年度 (2016 年度) 以降は 21,000 千人台となっている。

| 住所(町名) | 阿佐谷北、阿佐谷南、成田西、成田東  |                 |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
|--------|--|-----------------|--------------|-----------------|-----|------|--------|-------|--------|------|--------|-------|--------|------|--------|-------|--------|------|--------|-------|--------|------|--------|-------|--------|------|--------|-------|--------|
| 駅      | JR 中央線阿佐ヶ谷駅、東京メトロ丸ノ内線南阿佐ヶ谷駅  |                 |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 商店会数   | 17 (うち商連未加盟 3)   |                 |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 店舗数    | 907 (商連加盟)   |                 |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 業種構成   | <p style="text-align: center;">■ 図表 3-14 業種構成</p> <table border="1"> <caption>業種構成 (単位: %) (推定)</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>平成25年度(N=13)</th> <th>令和元年度(N=11)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>28.5</td> <td>40.7</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>32.6</td> <td>39.0</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>11.8</td> <td>13.8</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>5.3</td> <td>4.6</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>21.8</td> <td>1.9</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">出典「平成 25 年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p>   | 業種              | 平成25年度(N=13) | 令和元年度(N=11)     | 小売業 | 28.5 | 40.7   | 飲食店   | 32.6   | 39.0 | サービス業  | 11.8  | 13.8   | その他  | 5.3    | 4.6   | 非商店    | 21.8 | 1.9    |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 業種     | 平成25年度(N=13)   | 令和元年度(N=11)     |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 小売業    | 28.5   | 40.7            |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 飲食店    | 32.6   | 39.0            |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| サービス業  | 11.8   | 13.8            |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| その他    | 5.3  | 4.6             |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 非商店    | 21.8   | 1.9             |              |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 駅別乗車人員 | <p style="text-align: center;">■ 図表 3-15 駅別乗車人員 (年間)</p> <table border="1"> <caption>駅別乗車人員 (年間) (千人)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>JR中央線阿佐ヶ谷駅</th> <th>東京メトロ丸ノ内線南阿佐ヶ谷駅</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>16,315</td> <td>3,936</td> <td>20,251</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>15,987</td> <td>3,992</td> <td>19,979</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>15,891</td> <td>4,104</td> <td>19,995</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>16,097</td> <td>4,409</td> <td>20,506</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>16,303</td> <td>4,780</td> <td>21,083</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>16,822</td> <td>5,142</td> <td>21,964</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">出典「東京都統計年鑑」</p> | 年度              | JR中央線阿佐ヶ谷駅   | 東京メトロ丸ノ内線南阿佐ヶ谷駅 | 計   | 2008 | 16,315 | 3,936 | 20,251 | 2010 | 15,987 | 3,992 | 19,979 | 2012 | 15,891 | 4,104 | 19,995 | 2014 | 16,097 | 4,409 | 20,506 | 2016 | 16,303 | 4,780 | 21,083 | 2018 | 16,822 | 5,142 | 21,964 |
| 年度     | JR中央線阿佐ヶ谷駅   | 東京メトロ丸ノ内線南阿佐ヶ谷駅 | 計            |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 2008   | 16,315   | 3,936           | 20,251       |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 2010   | 15,987   | 3,992           | 19,979       |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 2012   | 15,891   | 4,104           | 19,995       |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 2014   | 16,097   | 4,409           | 20,506       |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 2016   | 16,303   | 4,780           | 21,083       |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |
| 2018   | 16,822   | 5,142           | 21,964       |                 |     |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |      |        |       |        |

## (5) 高円寺地域

JR 中央線高円寺駅と東京メトロ丸ノ内線東高円寺駅、新高円寺駅が位置し、環状7号線と青梅街道が縦横に走る高円寺地域は、西荻窪地域と同様に商店会が27と最も多く、さらに店舗数も1,302と最も多い。令和元年度における店舗の業種構成は「飲食店」が45.2%と多いのが特徴で、次いで、「小売業」(28.6%)となっている。平成25年度と比べると「飲食店」の割合は10.5ポイント高くなっている。

駅別乗車人員は、高円寺地域に位置する3駅の合計人数が平成22年度(2010年度)の29,508千人から3,000千人以上増加しており、平成30年度(2018年度)は32,581千人となっている。

| 住所(町名) | 梅里、高円寺北、高円寺南、堀ノ内、松ノ木、和田  |                |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
|--------|--|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|------|--------|--------|-------|-------|------|--------|--------|-------|-------|------|--------|--------|-------|-------|------|--------|--------|-------|-------|
| 駅      | JR 中央線高円寺駅、東京メトロ丸ノ内線東高円寺駅・新高円寺駅  |                |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 商店会数   | 27 (うち商連未加盟9)  |                |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 店舗数    | 1,302 (商連加盟)   |                |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 業種構成   | <p>■ 図表 3-16 業種構成</p> <table border="1"> <caption>業種構成 (図表 3-16)</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>平成25年度(N=21)</th> <th>令和元年度(N=17)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>33.4%</td> <td>28.6%</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>34.7%</td> <td>45.2%</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>14.0%</td> <td>8.8%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>7.8%</td> <td>6.9%</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>10.0%</td> <td>10.5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「平成25年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p>  | 業種             | 平成25年度(N=21)        | 令和元年度(N=17)         | 小売業                 | 33.4%               | 28.6% | 飲食店    | 34.7%  | 45.2% | サービス業 | 14.0% | 8.8%   | その他    | 7.8%  | 6.9%  | 非商店  | 10.0%  | 10.5%  |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 業種     | 平成25年度(N=21)   | 令和元年度(N=17)    |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 小売業    | 33.4%  | 28.6%          |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 飲食店    | 34.7%  | 45.2%          |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| サービス業  | 14.0%  | 8.8%           |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| その他    | 7.8%   | 6.9%           |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 非商店    | 10.0%  | 10.5%          |                     |                     |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 駅別乗車人員 | <p>■ 図表 3-17 駅別乗車人員 (年間)</p> <table border="1"> <caption>駅別乗車人員 (図表 3-17)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>計 (千人)</th> <th>JR中央線高円寺駅 (千人)</th> <th>東京メトロ丸ノ内線東高円寺駅 (千人)</th> <th>東京メトロ丸ノ内線新高円寺駅 (千人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>29,920</td> <td>18,014</td> <td>5,769</td> <td>6,137</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>29,508</td> <td>17,752</td> <td>5,691</td> <td>6,065</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>29,661</td> <td>17,645</td> <td>5,880</td> <td>6,136</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>30,441</td> <td>17,885</td> <td>6,170</td> <td>6,386</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>31,620</td> <td>18,374</td> <td>6,512</td> <td>6,734</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>32,581</td> <td>18,893</td> <td>6,699</td> <td>6,989</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「東京都統計年鑑」</p> | 年度             | 計 (千人)              | JR中央線高円寺駅 (千人)      | 東京メトロ丸ノ内線東高円寺駅 (千人) | 東京メトロ丸ノ内線新高円寺駅 (千人) | 2008  | 29,920 | 18,014 | 5,769 | 6,137 | 2010  | 29,508 | 17,752 | 5,691 | 6,065 | 2012 | 29,661 | 17,645 | 5,880 | 6,136 | 2014 | 30,441 | 17,885 | 6,170 | 6,386 | 2016 | 31,620 | 18,374 | 6,512 | 6,734 | 2018 | 32,581 | 18,893 | 6,699 | 6,989 |
| 年度     | 計 (千人)   | JR中央線高円寺駅 (千人) | 東京メトロ丸ノ内線東高円寺駅 (千人) | 東京メトロ丸ノ内線新高円寺駅 (千人) |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 2008   | 29,920   | 18,014         | 5,769               | 6,137               |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 2010   | 29,508   | 17,752         | 5,691               | 6,065               |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 2012   | 29,661   | 17,645         | 5,880               | 6,136               |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 2014   | 30,441   | 17,885         | 6,170               | 6,386               |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 2016   | 31,620   | 18,374         | 6,512               | 6,734               |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |
| 2018   | 32,581   | 18,893         | 6,699               | 6,989               |                     |                     |       |        |        |       |       |       |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |      |        |        |       |       |



## (6) 高井戸地域

京王井の頭線が横切る高井戸地域は、19の商店会があり、店舗数は383となっている。5つの駅が位置しているが、7地域の中で商店会数は4番目、店舗数は6番目と少ない。1商店会あたりの平均店舗数は約20店舗であり、小さな規模の商店会が多い。令和元年度における店舗の業種構成は「小売業」(32.4%)が最も多く、次いで、「飲食店」(24.5%)となっている。平成25年度と比べると「その他」の割合が8.0ポイント高くなっている。

駅別乗車人員は、高井戸地域に位置する5駅の合計人数が平成22年度(2010年度)の29,181千人から2,000千人以上増加しており、平成30年度(2018年度)は31,559千人となっている。

| 住所(町名) | 上高井戸、久我山、下高井戸、高井戸西、高井戸東、浜田山、宮前   |              |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
|--------|--|--------------|-------------|--------------|------------|--------------|------------|------------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 駅      | 京王線八幡山駅、京王井の頭線浜田山駅・高井戸駅・富士見ヶ丘駅・久我山駅  |              |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 商店会数   | 19(うち商連未加盟11)  |              |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 店舗数    | 383(商連加盟)  |              |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 業種構成   | <p>■ 図表 3-18 業種構成</p> <table border="1"> <caption>業種構成 (業種別割合)</caption> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>令和元年度(N=11)</th> <th>平成25年度(N=10)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>32.4%</td> <td>35.6%</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>24.5%</td> <td>25.2%</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>15.3%</td> <td>17.7%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>18.2%</td> <td>10.2%</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>9.6%</td> <td>11.3%</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「平成25年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p>  | 業種           | 令和元年度(N=11) | 平成25年度(N=10) | 小売業        | 32.4%        | 35.6%      | 飲食店        | 24.5% | 25.2%  | サービス業 | 15.3% | 17.7% | その他   | 18.2% | 10.2% | 非商店    | 9.6%  | 11.3% |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 業種     | 令和元年度(N=11)  | 平成25年度(N=10) |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 小売業    | 32.4%  | 35.6%        |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 飲食店    | 24.5%  | 25.2%        |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| サービス業  | 15.3%  | 17.7%        |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| その他    | 18.2%  | 10.2%        |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 非商店    | 9.6%   | 11.3%        |             |              |            |              |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 駅別乗車人員 | <p>■ 図表 3-19 駅別乗車人員(年間)</p> <table border="1"> <caption>駅別乗車人員(年間) (千人)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>計</th> <th>京王線八幡山駅</th> <th>京王井の頭線久我山駅</th> <th>京王井の頭線富士見ヶ丘駅</th> <th>京王井の頭線高井戸駅</th> <th>京王井の頭線浜田山駅</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>29,480</td> <td>7,286</td> <td>6,815</td> <td>2,533</td> <td>7,518</td> <td>5,328</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>29,181</td> <td>7,272</td> <td>6,710</td> <td>2,440</td> <td>7,643</td> <td>5,116</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>29,451</td> <td>7,237</td> <td>6,832</td> <td>2,452</td> <td>7,804</td> <td>5,126</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>30,147</td> <td>7,421</td> <td>6,989</td> <td>2,535</td> <td>7,914</td> <td>5,288</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>30,996</td> <td>7,752</td> <td>7,224</td> <td>2,512</td> <td>8,053</td> <td>5,455</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>31,559</td> <td>7,998</td> <td>7,412</td> <td>2,538</td> <td>8,068</td> <td>5,543</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「東京都統計年鑑」</p> | 年度           | 計           | 京王線八幡山駅      | 京王井の頭線久我山駅 | 京王井の頭線富士見ヶ丘駅 | 京王井の頭線高井戸駅 | 京王井の頭線浜田山駅 | 2008  | 29,480 | 7,286 | 6,815 | 2,533 | 7,518 | 5,328 | 2010  | 29,181 | 7,272 | 6,710 | 2,440 | 7,643 | 5,116 | 2012 | 29,451 | 7,237 | 6,832 | 2,452 | 7,804 | 5,126 | 2014 | 30,147 | 7,421 | 6,989 | 2,535 | 7,914 | 5,288 | 2016 | 30,996 | 7,752 | 7,224 | 2,512 | 8,053 | 5,455 | 2018 | 31,559 | 7,998 | 7,412 | 2,538 | 8,068 | 5,543 |
| 年度     | 計  | 京王線八幡山駅      | 京王井の頭線久我山駅  | 京王井の頭線富士見ヶ丘駅 | 京王井の頭線高井戸駅 | 京王井の頭線浜田山駅   |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 2008   | 29,480   | 7,286        | 6,815       | 2,533        | 7,518      | 5,328        |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 2010   | 29,181   | 7,272        | 6,710       | 2,440        | 7,643      | 5,116        |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 2012   | 29,451   | 7,237        | 6,832       | 2,452        | 7,804      | 5,126        |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 2014   | 30,147   | 7,421        | 6,989       | 2,535        | 7,914      | 5,288        |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 2016   | 30,996   | 7,752        | 7,224       | 2,512        | 8,053      | 5,455        |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |
| 2018   | 31,559   | 7,998        | 7,412       | 2,538        | 8,068      | 5,543        |            |            |       |        |       |       |       |       |       |       |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |      |        |       |       |       |       |       |

## (7) 方南・和泉地域

東京メトロ丸ノ内線方南町駅と京王井の頭線永福町駅、西永福駅が位置する方南・和泉地域は、12の商店会があり、店舗数は614となっている。令和元年度における店舗の業種構成は「小売業」(27.0%)が最も多く、次いで、「その他」(24.0%)、「飲食店」(21.2%)となっている。他の地域と比べ、「サービス業」「その他」「非商店」の割合が比較的高いのが特徴となっている。平成25年度と比べると「その他」の割合は9.6ポイント高く、「非商店」の割合は6.8ポイント低くなっている。

駅別乗車人員は、方南・和泉地域に位置する3駅の合計人数が平成22年度(2010年度)の14,504千人から増加しており、平成30年度(2018年度)は16,492千人となっている。

| 住所(町名) | 和泉、永福、大宮、方南  |             |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
|--------|--|-------------|---------------|-------------|------------|------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|------|-------|-------|-------|--------|
| 駅      | 東京メトロ丸ノ内線方南町駅、京王井の頭線永福町駅・西永福駅  |             |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 商店会数   | 12(うち商連未加盟5)   |             |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 店舗数    | 614(商連加盟)  |             |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 業種構成   | <p>■図表 3-20 業種構成</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>業種</th> <th>令和元年度(N=8)</th> <th>平成25年度(N=8)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>小売業</td> <td>27.0</td> <td>28.0</td> </tr> <tr> <td>飲食店</td> <td>21.2</td> <td>20.6</td> </tr> <tr> <td>サービス業</td> <td>16.6</td> <td>18.9</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>24.0</td> <td>14.4</td> </tr> <tr> <td>非商店</td> <td>11.2</td> <td>18.0</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「平成25年度・令和元年度 東京都商店街実態調査」</p>  | 業種          | 令和元年度(N=8)    | 平成25年度(N=8) | 小売業        | 27.0 | 28.0 | 飲食店   | 21.2  | 20.6  | サービス業  | 16.6 | 18.9  | その他   | 24.0  | 14.4   | 非商店  | 11.2  | 18.0  |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 業種     | 令和元年度(N=8)   | 平成25年度(N=8) |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 小売業    | 27.0   | 28.0        |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 飲食店    | 21.2   | 20.6        |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| サービス業  | 16.6   | 18.9        |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| その他    | 24.0   | 14.4        |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 非商店    | 11.2   | 18.0        |               |             |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 駅別乗車人員 | <p>■図表 3-21 駅別乗車人員(年間)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>東京メトロ丸ノ内線方南町駅</th> <th>京王井の頭線永福町駅</th> <th>京王井の頭線西永福駅</th> <th>計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2008</td> <td>5,725</td> <td>5,381</td> <td>3,444</td> <td>14,550</td> </tr> <tr> <td>2010</td> <td>5,797</td> <td>5,282</td> <td>3,425</td> <td>14,504</td> </tr> <tr> <td>2012</td> <td>5,912</td> <td>5,493</td> <td>3,335</td> <td>14,740</td> </tr> <tr> <td>2014</td> <td>6,229</td> <td>5,627</td> <td>3,307</td> <td>15,163</td> </tr> <tr> <td>2016</td> <td>6,653</td> <td>5,863</td> <td>3,338</td> <td>15,854</td> </tr> <tr> <td>2018</td> <td>6,952</td> <td>6,083</td> <td>3,457</td> <td>16,492</td> </tr> </tbody> </table> <p>出典「東京都統計年鑑」</p> | 年度          | 東京メトロ丸ノ内線方南町駅 | 京王井の頭線永福町駅  | 京王井の頭線西永福駅 | 計    | 2008 | 5,725 | 5,381 | 3,444 | 14,550 | 2010 | 5,797 | 5,282 | 3,425 | 14,504 | 2012 | 5,912 | 5,493 | 3,335 | 14,740 | 2014 | 6,229 | 5,627 | 3,307 | 15,163 | 2016 | 6,653 | 5,863 | 3,338 | 15,854 | 2018 | 6,952 | 6,083 | 3,457 | 16,492 |
| 年度     | 東京メトロ丸ノ内線方南町駅  | 京王井の頭線永福町駅  | 京王井の頭線西永福駅    | 計           |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2008   | 5,725  | 5,381       | 3,444         | 14,550      |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2010   | 5,797  | 5,282       | 3,425         | 14,504      |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2012   | 5,912  | 5,493       | 3,335         | 14,740      |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2014   | 6,229  | 5,627       | 3,307         | 15,163      |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2016   | 6,653  | 5,863       | 3,338         | 15,854      |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |
| 2018   | 6,952  | 6,083       | 3,457         | 16,492      |            |      |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |      |       |       |       |        |

### 3 商店街が抱えている問題点

#### (1) 商店街が抱えている主な問題点

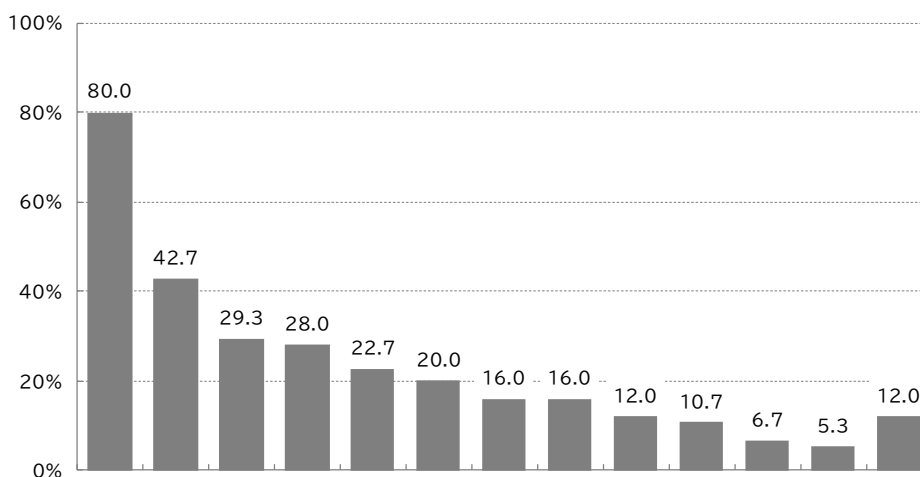
##### ○8割の商店街が後継者不足の問題を抱えている

商店街が抱えている主な問題点は、「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。

「後継者が不足している」の割合は、東京都全体（68.4%）や23区全体（69.6%）と比べて高くなっている。

地域別にみると、「井草地域」と「高井戸地域」で「後継者が不足している」の割合が100.0%となっている。

■図表 3-22 商店街が抱えている主な問題点 (MA)



| 地域別の回答者数に占める割合 (%) | 回答者数 (N) | 後継者が不足している | 商店街に集客の核となる店舗がない、あるいは弱い | 経営力の弱い店が多い | ある商店街の業種構成に不足がある | 商店街活動が活発でない | 空き店舗が増加している | 集客力が低下している | スリッパ・大型店の影響 | 店舗の商店街加入率が低い | 駐車場の不足 | 高齢化への対応が遅れている | 外国人来街者への対応が遅れている | その他  |
|--------------------|----------|------------|-------------------------|------------|------------------|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|--------|---------------|------------------|------|
| 杉並区全体              | 75       | 80.0       | 42.7                    | 29.3       | 28.0             | 22.7        | 20.0        | 16.0       | 16.0        | 12.0         | 10.7   | 6.7           | 5.3              | 12.0 |
| 井草地域               | 4        | 100.0      | 75.0                    | -          | 50.0             | -           | 25.0        | 25.0       | 25.0        | -            | -      | -             | -                | -    |
| 西荻窪地域              | 13       | 84.6       | 38.5                    | 15.4       | 30.8             | 30.8        | 15.4        | -          | -           | 15.4         | 7.7    | 7.7           | -                | 30.8 |
| 荻窪地域               | 14       | 50.0       | 21.4                    | 28.6       | 42.9             | 35.7        | 21.4        | 35.7       | 21.4        | -            | 14.3   | 14.3          | -                | 14.3 |
| 阿佐谷地域              | 10       | 80.0       | 50.0                    | 40.0       | 10.0             | -           | 20.0        | 20.0       | 30.0        | 10.0         | 10.0   | 10.0          | -                | -    |
| 高円寺地域              | 16       | 81.3       | 31.3                    | 31.3       | 18.8             | 18.8        | 12.5        | 12.5       | 6.3         | 31.3         | 6.3    | -             | 18.8             | 12.5 |
| 高井戸地域              | 10       | 100.0      | 60.0                    | 40.0       | 10.0             | 30.0        | 20.0        | 10.0       | 10.0        | -            | 20.0   | -             | -                | -    |
| 方南・和泉地域            | 8        | 87.5       | 62.5                    | 37.5       | 50.0             | 25.0        | 37.5        | 12.5       | 37.5        | 12.5         | 12.5   | 12.5          | 12.5             | 12.5 |
| 東京都全体              | 1,275    | 68.4       | 43.6                    | 21.6       | 32.5             | 16.9        | 18.4        | 23.0       | 10.0        | 9.8          | 13.1   | 7.8           | 5.7              | 8.5  |
| 23区全体              | 961      | 69.6       | 44.1                    | 21.9       | 32.5             | 17.6        | 17.7        | 22.5       | 11.7        | 9.7          | 12.5   | 6.9           | 6.5              | 8.5  |

※上位1位に濃い網掛け、上位2位に薄い網掛けをしている。

出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

## (2) 後継者不足対策

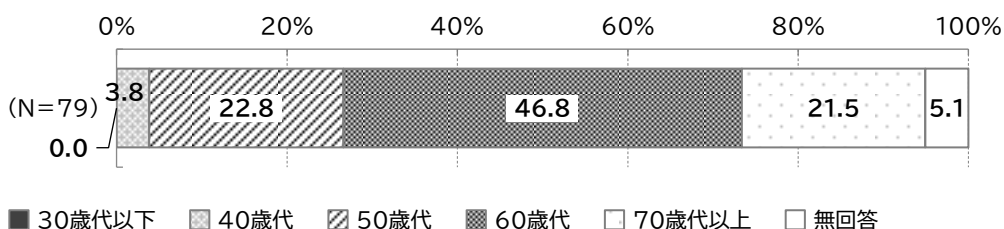
### ○商店会役員の高齢化と担い手不足が深刻化

#### ①商店会役員の平均年齢と平均在職年数

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。

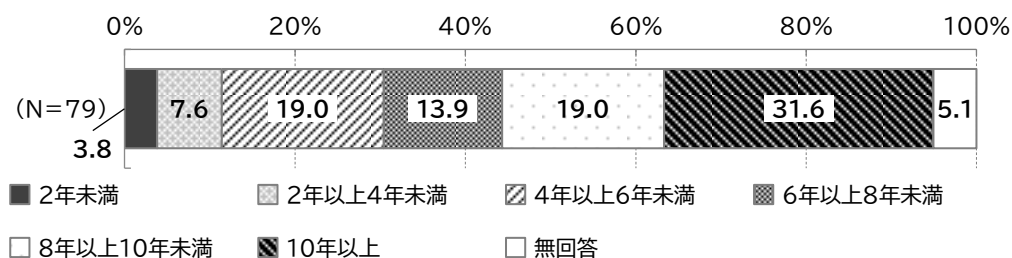
在職年数は「10年以上」が31.6%と最も高く、「8年以上10年未満」(19.0%)と合わせると50.6%であり、半数以上が8年以上在職している。

■ 図表 3-23 商店会役員の平均年齢 (SA)



出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

■ 図表 3-24 商店会役員の平均在職年数 (SA)



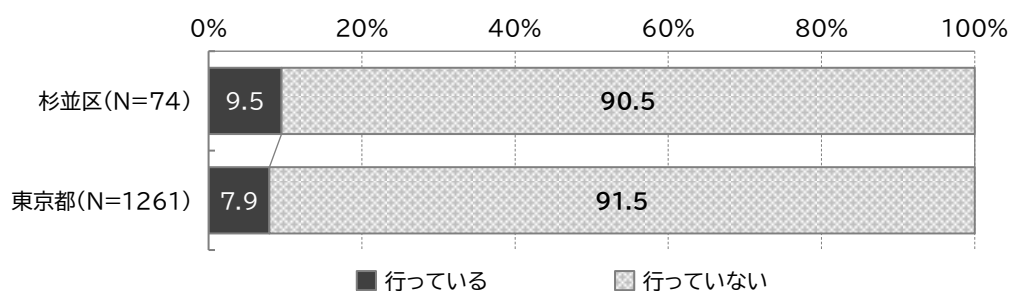
出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

#### ②後継者不足対策の実施状況

後継者不足対策の実施状況は、「行っている」が9.5%となっており、東京都(7.9%)とほぼ同率であるものの、ほとんどの商店会が何も対策を講じていない。

「行っている」とした商店会の具体的な取組内容としては、「イベント活動等への人材の誘い込み」や「青年部の育成、活用」などがあげられる。

■ 図表 3-25 後継者不足対策の実施の有無 (SA)



出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

### (3) 商店街の集客力について

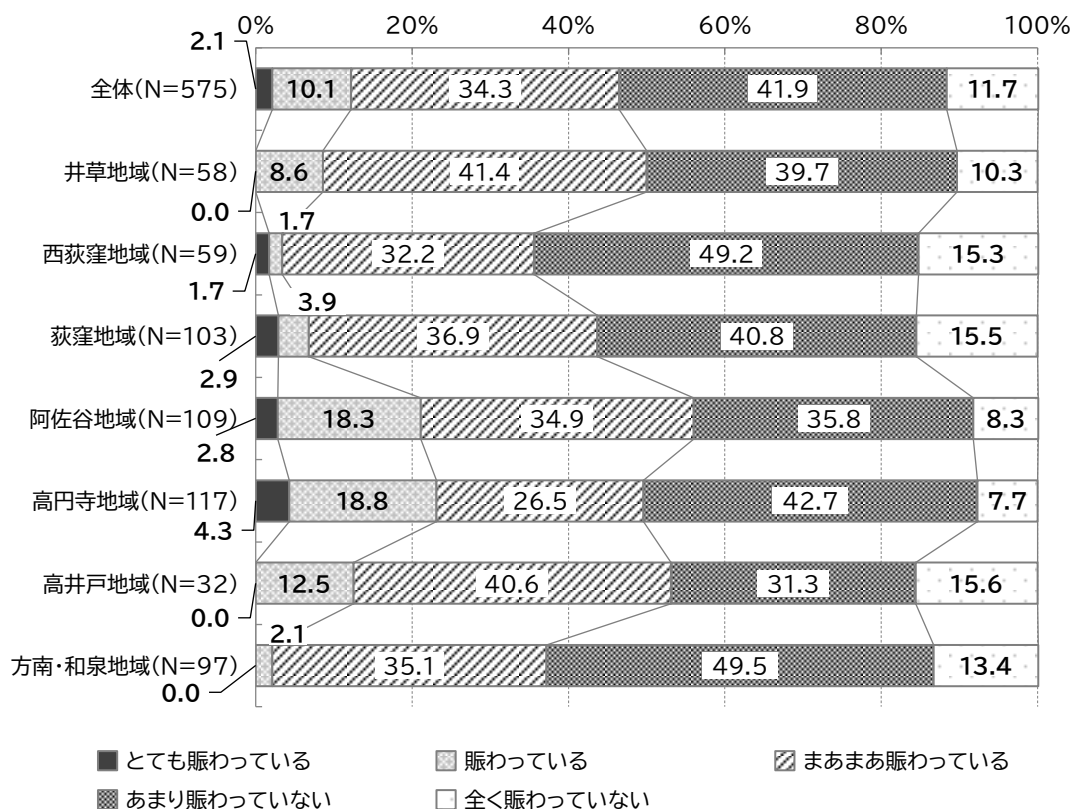
#### ○商店街の景況は衰退気味で集客力も弱い

##### ①現在の商店街の景況

店舗側からみた現在の商店街の景況は、「あまり賑わっていない」が41.9%と最も高く、「あまり賑わっていない」と「全く賑わっていない」を合わせると、53.6%となっている。

地域別に賑わっていない割合（「あまり賑わっていない」「全く賑わっていない」の合計）をみると、「西荻窪地域」（64.5%）と「方南・和泉地域」（62.9%）が6割台と高くなっている。

■ 図表 3-26 現在の商店街の景況 (SA)

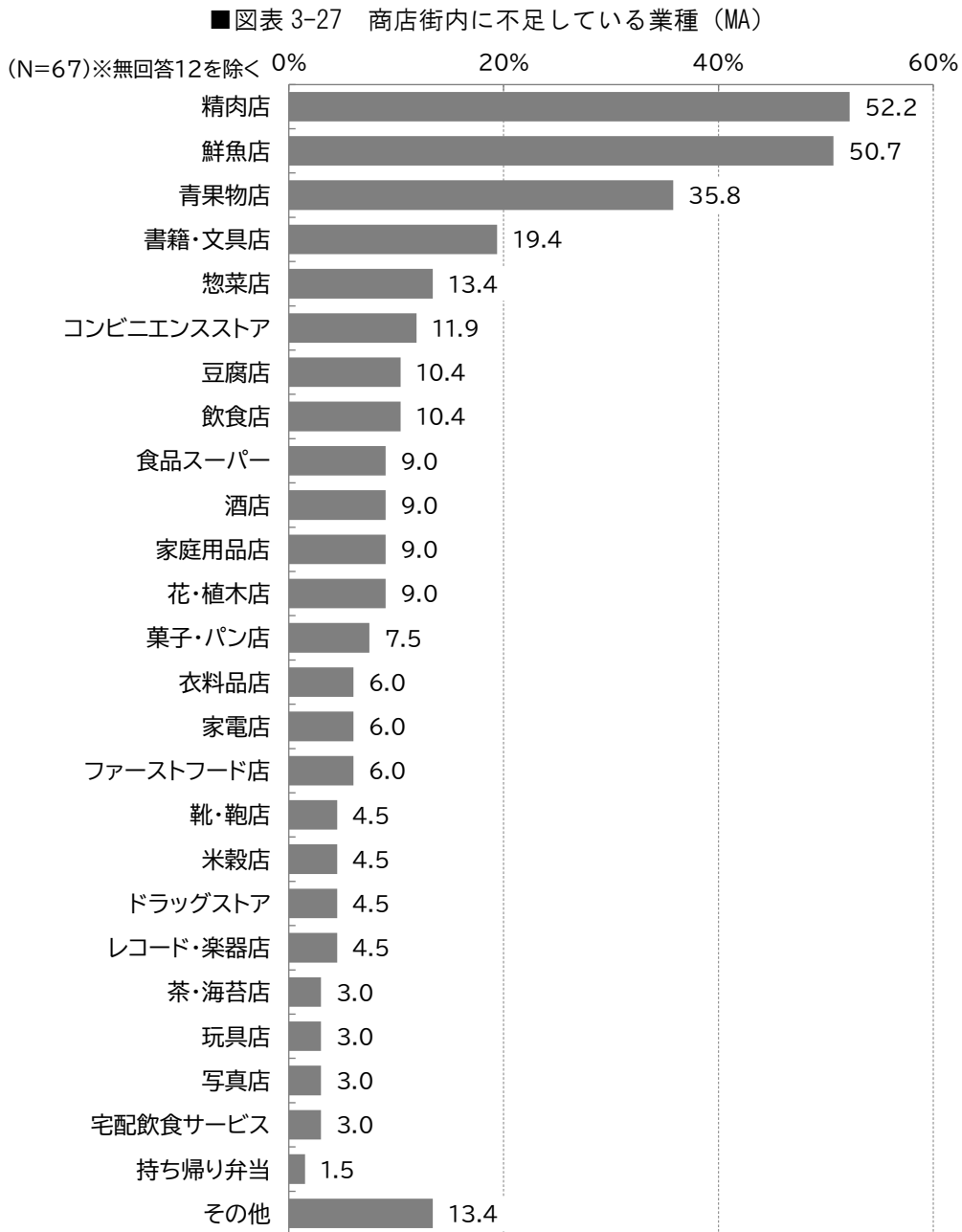


出典：「令和元年度 街の「にぎわい」に関するアンケート調査（杉並区）」

## ②商店街内に不足している業種

商店会が不足していると考えている業種は、「精肉店」が52.2%と最も高く、次いで「鮮魚店」が50.7%、「青果物店」が35.8%、「書籍・文具店」が19.4%となっており、生鮮食品販売店が上位となっている。

一方、区民が商店街を週に1回以上利用しない理由として「1カ所で買い物が済まない」(32.2%)が最も高いこと(図表2-47)や、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」(61.6%)が最も高いこと(図表2-51)を踏まえると、区民も商店街内の業種が十分でないと考えていることがわかる。

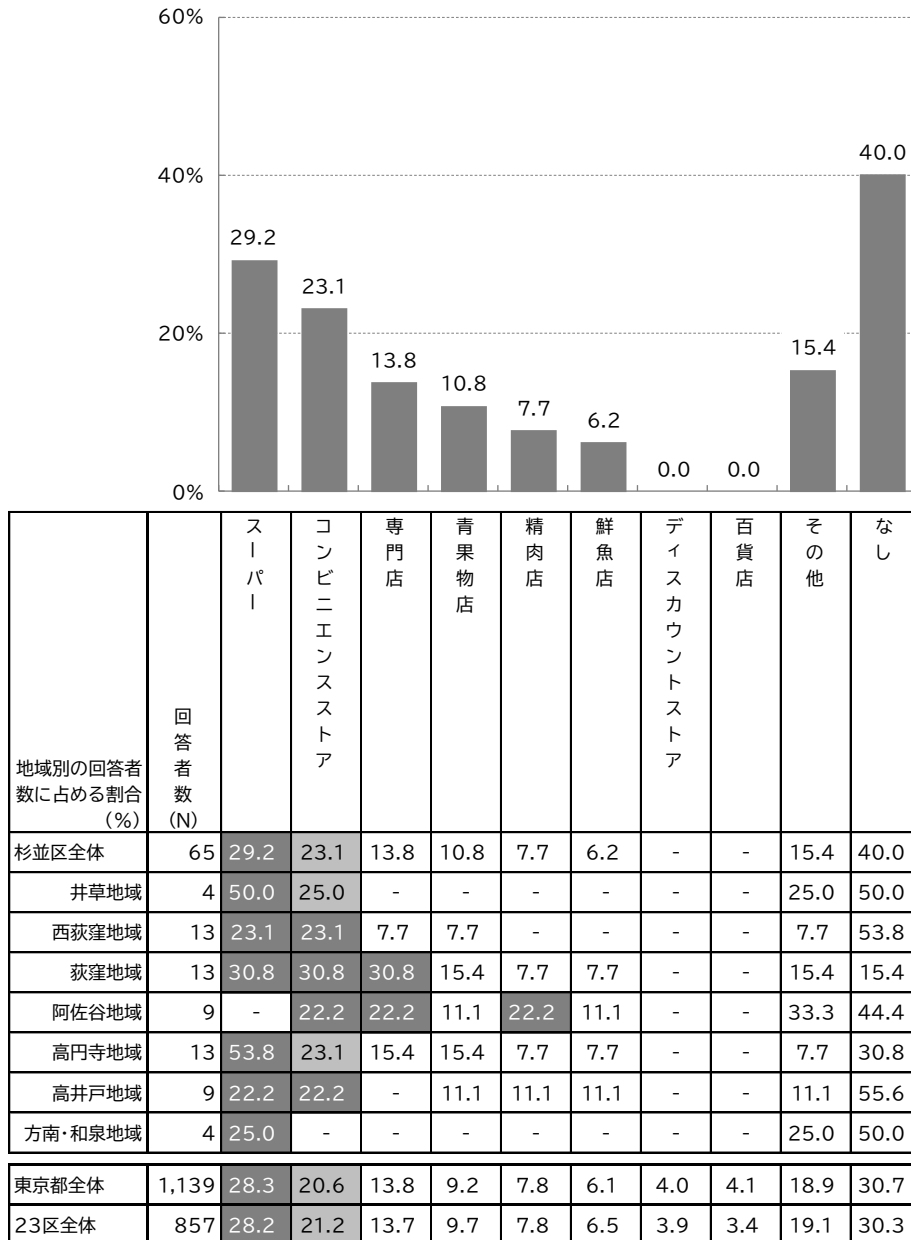


出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

### ③商店街の集客力に寄与している店舗

商店街の集客力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%)となっている一方で、集客に寄与している店舗は「なし」としている商店会が4割と最も高くなっている。特に「井草地域」「西荻窪地域」「高井戸地域」「方南・和泉地域」において半数以上が「なし」としており、東京都全体(30.7%)や23区全体(30.3%)と比べて20ポイント近く高い結果となっている。

■図表 3-28 商店街の集客力に寄与している店舗 (MA)



※上位1位に濃い網掛け、上位2位に薄い網掛けをしている。

出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

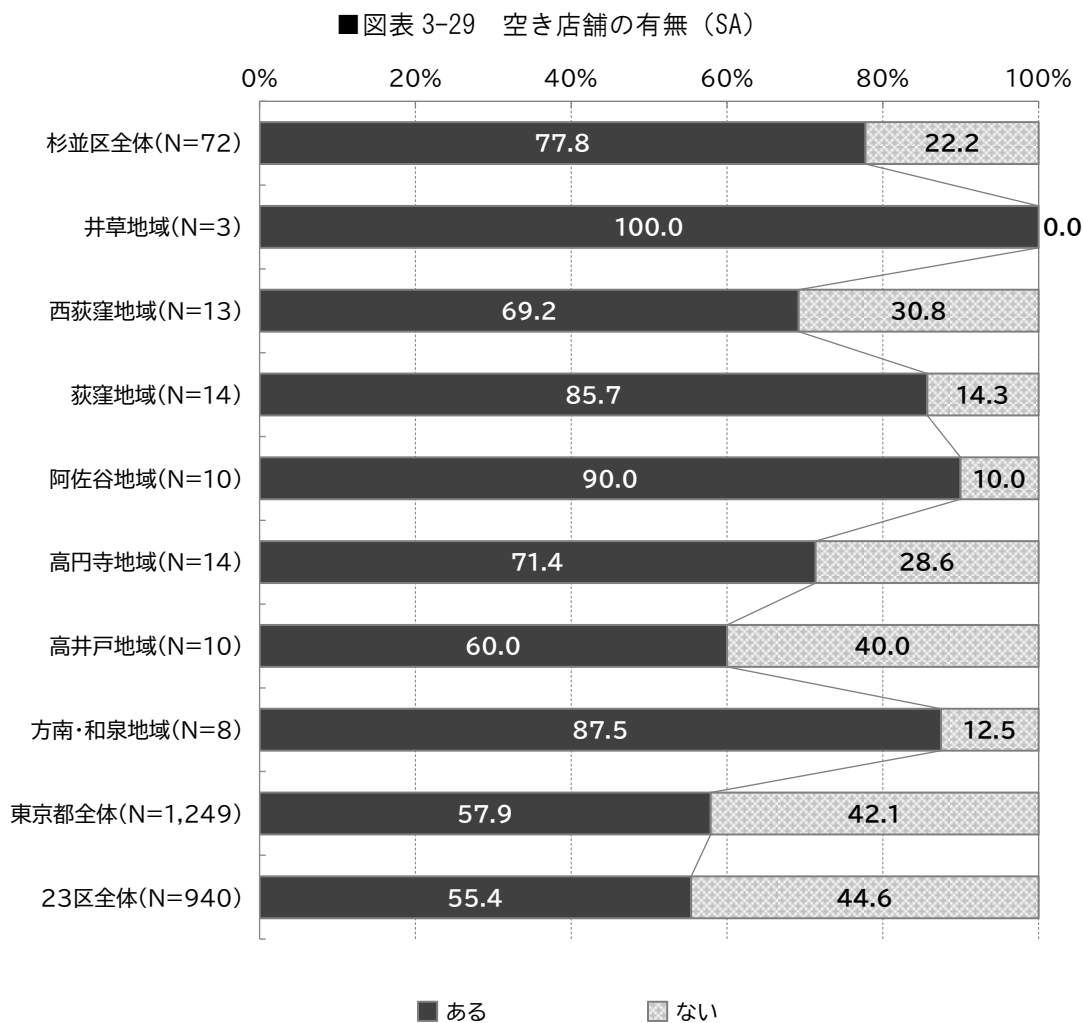
## (4) 空き店舗の実態

### ○空き店舗がある商店街は7割以上で、空き店舗が埋まらない理由は家主、大家の事情や店舗の老朽化など多岐にわたる

#### ① 空き店舗の有無

空き店舗がある商店街は77.8%で、23区全体(55.4%)と比べて高くなっている。

地域別にみると、空き店舗がある商店街の割合は、「井草地域」(100.0%)、「阿佐谷地域」(90.0%)、「方南・和泉地域」(87.5%)、「荻窪地域」(85.7%)で8割を超えている。



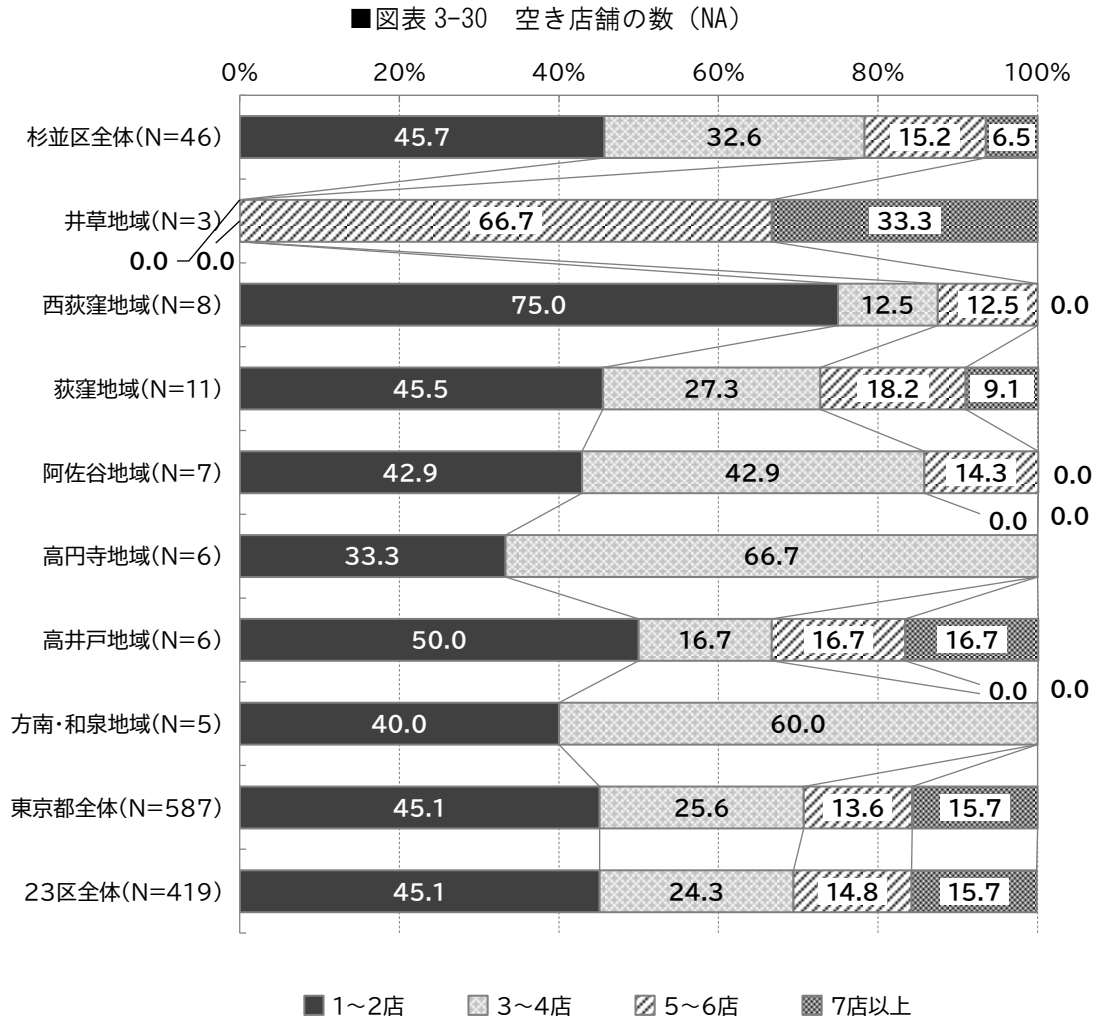
出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」



## ②空き店舗の数

区内の商店街の空き店舗の数は「1～2店」が45.7%と最も高く、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。

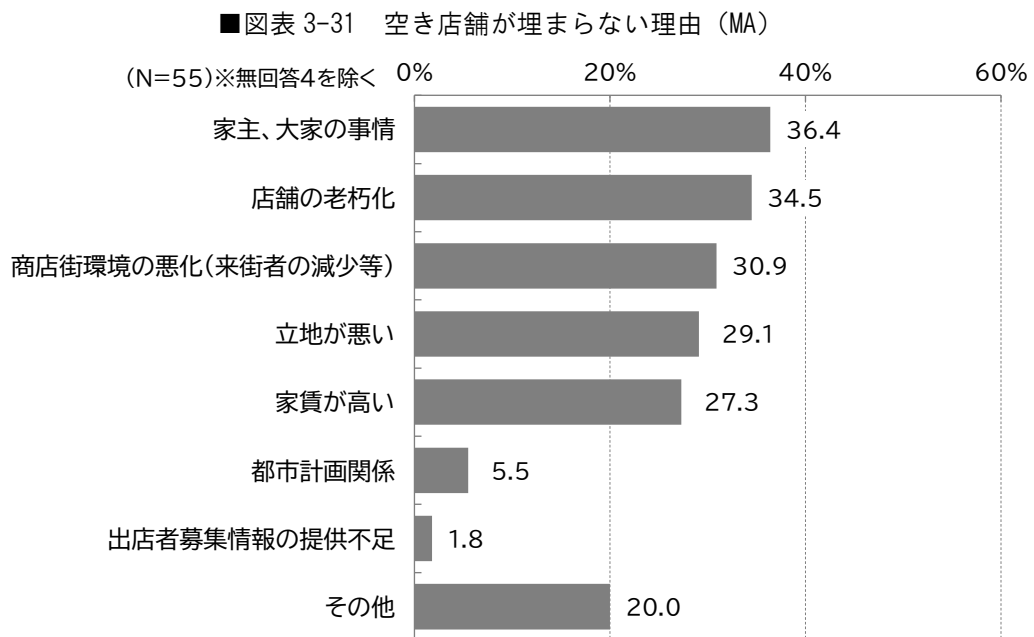
地域別にみると、空き店舗の数が『5店以上』（「5～6店」「7店以上」の合計）の割合は「井草地域」が100%、「荻窪地域」と「高井戸地域」が3割前後となっている。



出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

### ③空き店舗が埋まらない理由

空き店舗が埋まらない理由は、「家主、大家の事情」が36.4%と最も高く、次いで「店舗の老朽化」が34.5%、「商店街環境の悪化（来街者の減少等）」が30.9%となっている。



出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

## 4 商店街の取組について

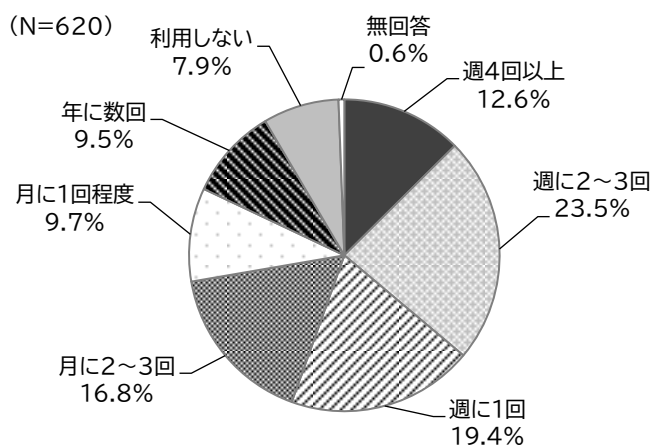
### (1) 区民からみた商店街

#### ○半数以上の区民が週に1回以上商店街を利用しており、賑わい・安全性・買物利便性の点で商店街を必要としている

区内の商店街の利用頻度は、「週に2～3回」が23.5%と最も高く、次いで「週に1回」が19.4%、「月に2～3回」が16.8%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55.5%と半数を超えている。

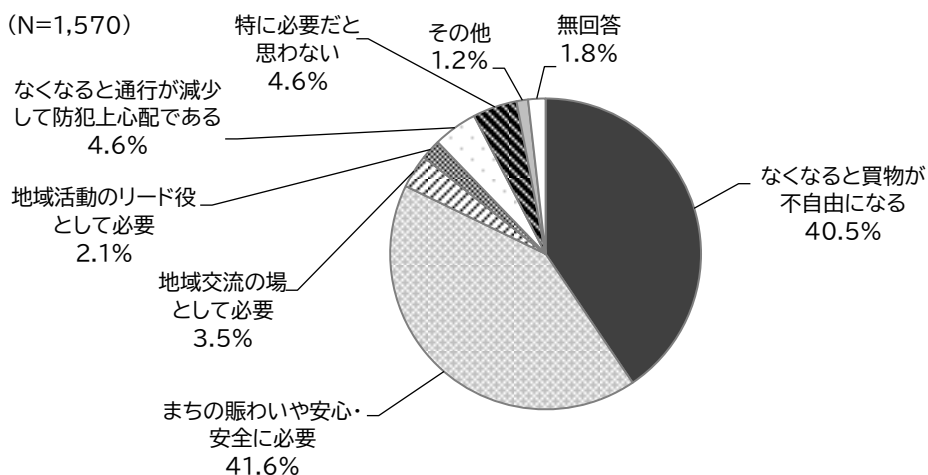
杉並区区民意向調査によると、商店街が必要な理由としては、「まちの賑わいや安心・安全に必要」(41.6%)と「なくなると買物が不自由になる」(40.5%)が4割台で、この2項目が特に高くなっている。

■図表 3-32 商店街の利用頻度 (SA)



出典：「令和2年度 杉並区産業実態調査（区民意向調査）」

■図表 3-33 商店街が必要な理由 (SA)



出典：「第52回杉並区区民意向調査」

## (2) 商店街が実施・検討している事業

### ○約7割の商店会がイベント事業を実施している一方、新たな事業を検討している商店会は非常に少ない

杉並区の商店街が実施している事業をみると、「イベント事業（期間を定めて行う事業）」が73.5%と最も高く、次いで「ホームページの利用」が57.1%、「共同宣伝」が44.9%、「防犯・防災活動（施設整備を除く）」が38.8%、「商店街共通商品券」が34.7%となっている。

また、商店街が実施を検討している事業をみると、いずれも10%※を下回っており、東京都全体と比べて少なくなっている。

※各事業をまとめた項目の割合は除く。

■ 図表 3-35 商店街が実施・検討している事業 (MA)

|                         | 実施している事業 |       | 検討している事業 |       |
|-------------------------|----------|-------|----------|-------|
|                         | 杉並区全体    | 東京都全体 | 杉並区全体    | 東京都全体 |
| 回答者数に占める割合(%)           |          |       |          |       |
| 回答者数(N)                 | 49       | 953   | 49       | 264   |
| イベント事業(期間を定めて行う事業)      | 73.5     | 62.5  | 2.0      | 15.5  |
| 販売促進活動(計)               | 67.3     | 59.9  | 16.3     | 45.1  |
| 共同宣伝                    | 44.9     | 33.4  | 4.1      | 23.1  |
| 音楽、芸術、文化活動              | 14.3     | 10.3  | 6.1      | 21.2  |
| 商店街共通商品券                | 34.7     | 30.6  | 2.0      | 12.1  |
| スタンプ・ポイントカードの発行         | 10.2     | 14.5  | 6.1      | 20.8  |
| 100円商店街                 | 0.0      | 0.8   | 8.2      | 16.3  |
| その他販売促進活動               | 10.2     | 8.1   | 2.0      | 14.0  |
| エコ推進活動(計)               | 36.7     | 40.0  | 12.2     | 34.8  |
| ゴミの減量推進                 | 12.2     | 11.5  | 8.2      | 21.2  |
| リサイクル推進                 | 12.2     | 11.5  | 6.1      | 17.8  |
| 省エネルギー推進                | 10.2     | 7.5   | 6.1      | 17.0  |
| 環境美化                    | 22.4     | 25.2  | 4.1      | 20.5  |
| 緑化                      | 14.3     | 11.1  | 8.2      | 17.0  |
| その他エコ推進活動               | 6.1      | 2.8   | 6.1      | 14.8  |
| キャラクター事業(計)             | 14.3     | 15.8  | 6.1      | 20.8  |
| マスコット・キャラクター            | 8.2      | 9.2   | 4.1      | 17.0  |
| 着ぐるみ                    | 4.1      | 7.3   | 2.0      | 13.6  |
| キャラクターフラッグ              | 8.2      | 6.2   | 4.1      | 15.2  |
| その他キャラクター事業             | 2.0      | 1.5   | 2.0      | 14.0  |
| 地域ブランド(計)               | 16.3     | 15.8  | 8.2      | 38.6  |
| 商店街の愛称・シンボルマーク開発        | 14.3     | 13.1  | 2.0      | 23.9  |
| 商店街の名物開発                | 4.1      | 2.9   | 6.1      | 26.5  |
| その他地域ブランド開発事業           | 0.0      | 1.3   | 6.1      | 20.1  |
| 買い物支援(計)                | 4.1      | 4.8   | 4.1      | 24.6  |
| 商品の宅配、買物代行              | 2.0      | 4.2   | 4.1      | 22.0  |
| 御用聞き                    | 0.0      | 1.0   | 4.1      | 18.9  |
| その他買い物支援                | 2.0      | 0.5   | 4.1      | 16.3  |
| IT利用の推進(計)              | 59.2     | 41.7  | 6.1      | 40.5  |
| ホームページの利用               | 57.1     | 36.0  | 0.0      | 21.2  |
| SNS(ツイッター、Facebook等)の利用 | 20.4     | 15.0  | 2.0      | 19.3  |
| インターネットを利用した会員間の情報共有    | 16.3     | 8.2   | 2.0      | 23.1  |
| その他IT利用の推進              | 6.1      | 1.9   | 2.0      | 20.1  |
| 地域貢献(計)                 | 63.3     | 54.2  | 6.1      | 34.5  |
| 地域の清掃活動                 | 14.3     | 29.4  | 4.1      | 14.8  |
| 高齢者向けサービス               | 6.1      | 4.1   | 4.1      | 20.8  |
| 子育て支援サービス               | 4.1      | 4.1   | 4.1      | 18.6  |
| 花いっぱい運動                 | 16.3     | 12.0  | 6.1      | 17.4  |
| 防犯・防災活動(施設整備を除く)        | 38.8     | 34.6  | 2.0      | 16.3  |
| その他地域貢献活動               | 16.3     | 8.1   | 2.0      | 11.0  |
| その他のソフト事業               | 0.0      | 1.6   | 4.1      | 14.0  |

出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

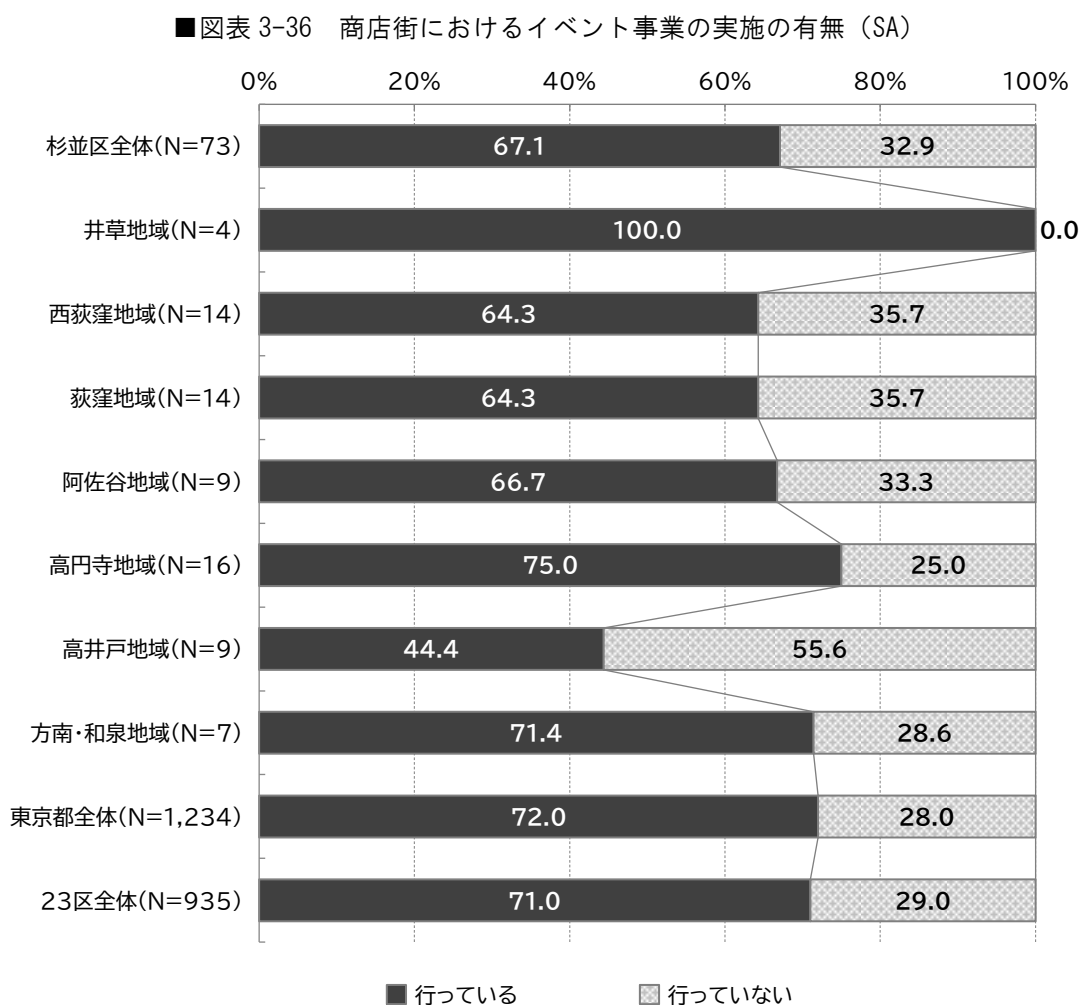
### (3) イベント事業

#### ○イベントの主な内容は売り出し・お祭りが半数以上と多い

##### ①商店街におけるイベント事業の実施の有無

商店街におけるイベント事業の実施の有無は、「行っている」が67.1%、「行っていない」が32.9%となっており、イベント事業を「行っている」割合は、東京都全体（72.0%）や23区全体（71.0%）と比べて低くなっている。

地域別にみると、イベント事業を「行っている」割合は、「井草地域」が100.0%と最も高く、次いで「高円寺地域」の75.0%、最も低いのは「高井戸地域」の44.4%となっている。



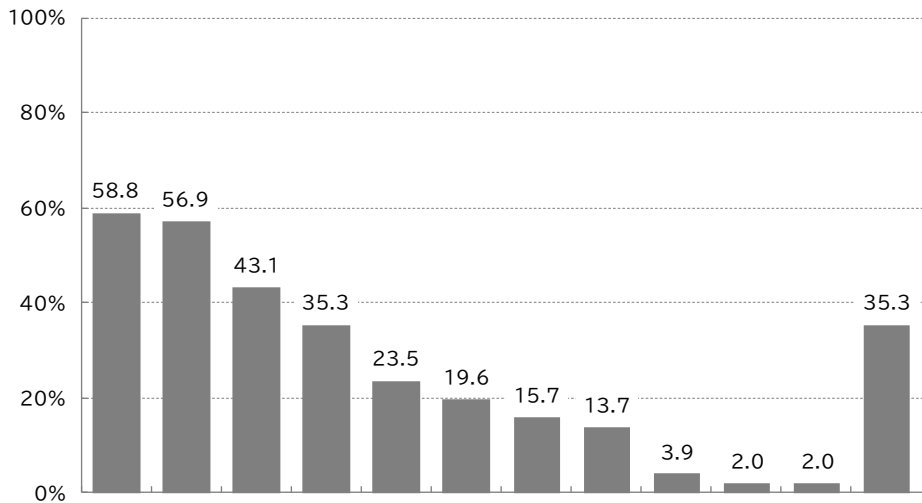
出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

## ②商店街におけるイベントの主な内容

杉並区の商店街におけるイベントの主な内容は、「売り出し（セール等）」が58.8%と最も高く、次いで「お祭り」が56.9%、「装飾（イルミネーション・ライトアップ等）」が43.1%となっている。東京都全体と比べ、「売り出し」や「装飾」が10ポイント以上高い。

地域別に「売り出し（セール等）」の割合をみると、「方南・和泉地域」が100.0%と最も高く、次いで「井草地域」と「高円寺地域」が75.0%となっている。

■図表 3-37 商店街におけるイベントの主な内容（MA）



| 地域別の回答者数に占める割合 (%) | 回答者数 (N) | 売り出し（セール等） | お祭り  | 装飾（イルミネーション・ライトアップ等） | 抽選会  | 音楽、芸術、文化活動 | 市（模擬店、フリーマーケット、朝市等） | スタンプラリー | 商店街商品券の発行 | のスタンプ・ポイントカード発行 | 街バル | まちゼミ | その他  |
|--------------------|----------|------------|------|----------------------|------|------------|---------------------|---------|-----------|-----------------|-----|------|------|
| 杉並区全体              | 51       | 58.8       | 56.9 | 43.1                 | 35.3 | 23.5       | 19.6                | 15.7    | 13.7      | 3.9             | 2.0 | 2.0  | 35.3 |
| 井草地域               | 4        | 75.0       | 75.0 | 25.0                 | -    | 25.0       | 25.0                | -       | -         | -               | -   | -    | 25.0 |
| 西荻窪地域              | 9        | 44.4       | 55.6 | 55.6                 | 22.2 | -          | 11.1                | 33.3    | -         | -               | -   | -    | 33.3 |
| 荻窪地域               | 9        | 55.6       | 55.6 | 55.6                 | 55.6 | 22.2       | 11.1                | 22.2    | 22.2      | -               | -   | -    | 33.3 |
| 阿佐谷地域              | 7        | 28.6       | 71.4 | 71.4                 | 42.9 | 57.1       | 42.9                | 14.3    | 14.3      | -               | -   | -    | -    |
| 高円寺地域              | 12       | 75.0       | 25.0 | 33.3                 | 33.3 | 25.0       | 16.7                | 8.3     | 16.7      | 16.7            | 8.3 | 8.3  | 66.7 |
| 高井戸地域              | 5        | 40.0       | 80.0 | 20.0                 | 40.0 | 20.0       | -                   | 20.0    | -         | -               | -   | -    | 40.0 |
| 方南・和泉地域            | 5        | 100.0      | 80.0 | 20.0                 | 40.0 | 20.0       | 40.0                | -       | 40.0      | -               | -   | -    | 20.0 |
| 東京都全体              | 929      | 40.9       | 52.0 | 26.9                 | 37.0 | 14.9       | 15.3                | 14.1    | 16.6      | 8.5             | 5.0 | 5.7  | 25.0 |

※上位1位に濃い網掛け、上位2位に薄い網掛けをしている。

出典：「令和元年度 東京都商店街実態調査」

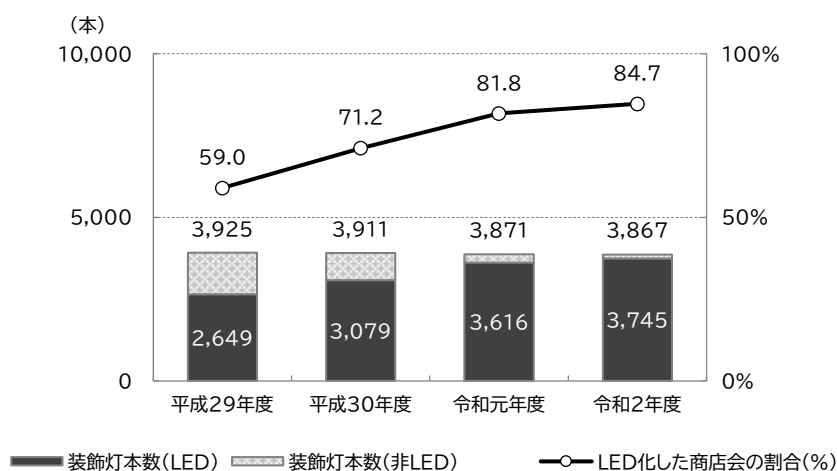
## (4) 商店街装飾灯・防犯カメラの設置状況

### ○安全・安心に買い物ができる商店街環境の整備が進んでいる

商店街装飾灯は、約9割の商店会で設置しており、令和2年度の設置数は3,867本となっている。全ての装飾灯のうち、96.8%のLED化が終了している。

防犯カメラの設置台数は、年々増加しており、令和2年度の既設置台数は630台となっている。設置している商店会の割合も平成29年度の34.3%から令和2年度には48.9%と増加しており、安全・安心に買い物ができる商店街環境の整備が進んでいる。

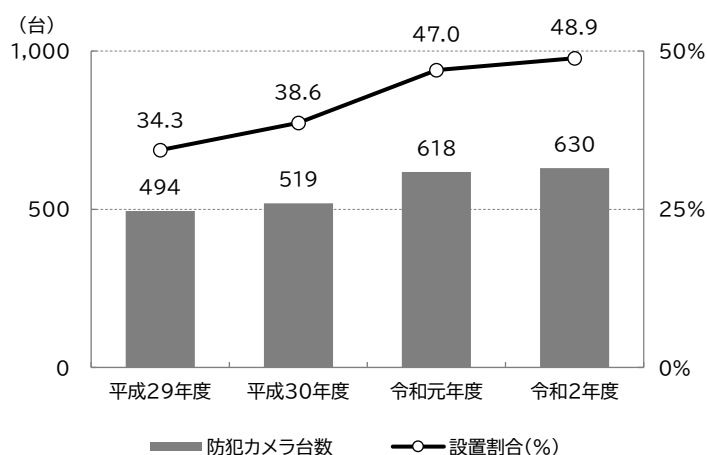
■図表 3-38 装飾灯設置状況



注) 上記棒グラフの上にある数値は「装飾灯本数」の合計である。

出典：「杉並区産業振興センター資料」

■図表 3-39 防犯カメラ設置状況



出典：「杉並区産業振興センター資料」

# 第5章 杉並区の農業の現状

## 1 農業の実態について

### (1) 総農家数・経営耕地面積

#### ○農地面積・農家数はともに減少している

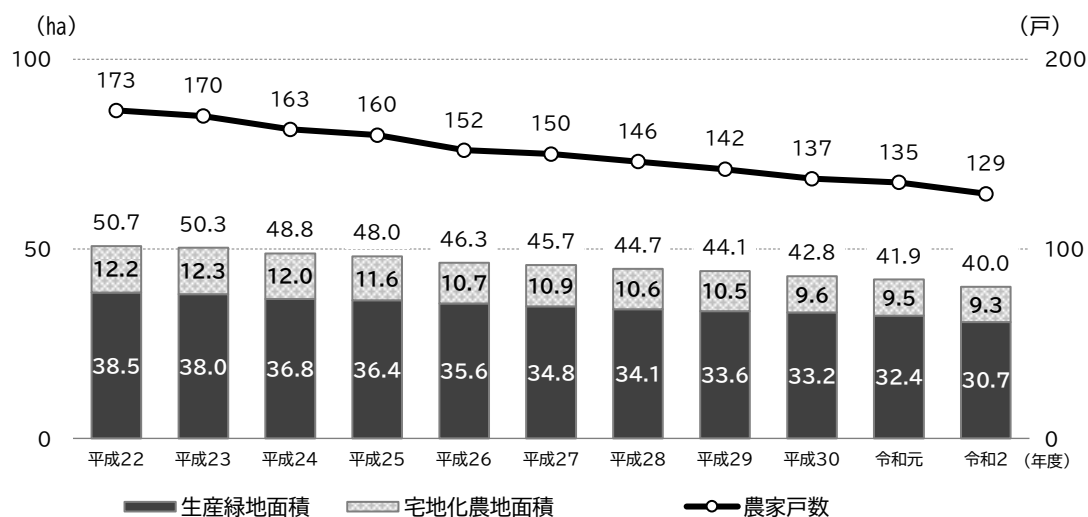
##### ①農地面積と農家数の推移

令和2年度（2020年度）における農地面積は40.0ha、農家数は129戸となっている。農地面積のうち、生産緑地面積<sup>※1</sup>は30.7ha、宅地化農地面積<sup>※2</sup>は9.3haであり、7割以上の農地が生産緑地の指定を受けている。

推移をみると、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%の減となっており、そのうち生産緑地面積は38.5haから30.7haと20.3%の減、宅地化農地面積は12.2haから9.3haと23.8%の減となっている。また、農家数においても173戸から129戸と25.4%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16.4haと最も大きく、次いで井草地域が15.1ha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 4-1 農地面積と農家数の推移



注) 上記棒グラフの上にある数値は「生産緑地面積」と「宅地化農地面積」の合計（農地面積）である。

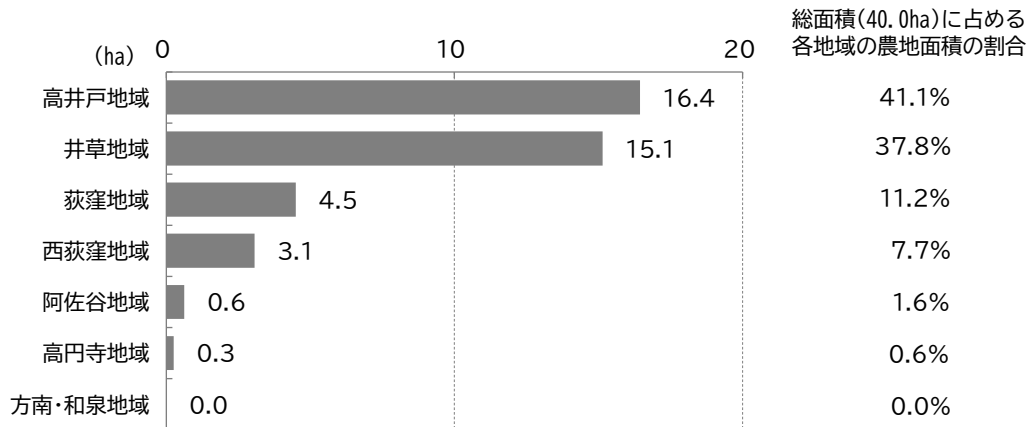
出典「杉並区産業振興センター資料」

※1) 生産緑地は、生産緑地法に基づき、都市計画として農地を長期間（30年）保全する地区。生産緑地の指定を受けると、農地として適正に管理しなければならない一方、税制面で優遇措置が適用される。

※2) 宅地化農地は、経営農地のうち、生産緑地に指定されていない農地。



■ 図表 4-2 地域別農地面積

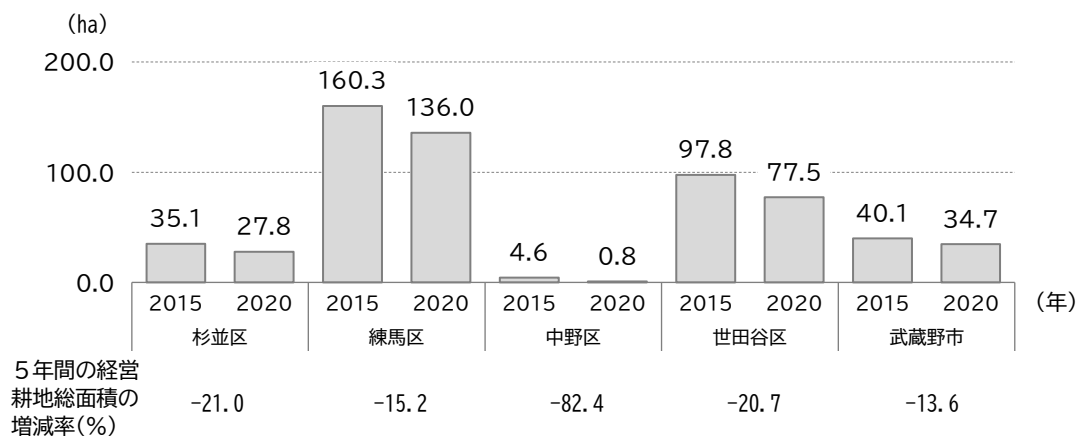


出典「杉並区産業振興センター資料（令和2年度）」

## ② 経営耕地面積

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番目だが、3番目の世田谷区(20.7%減)とほぼ同じとなっている。

■ 図表 4-3 経営耕地面積（隣接自治体との比較）

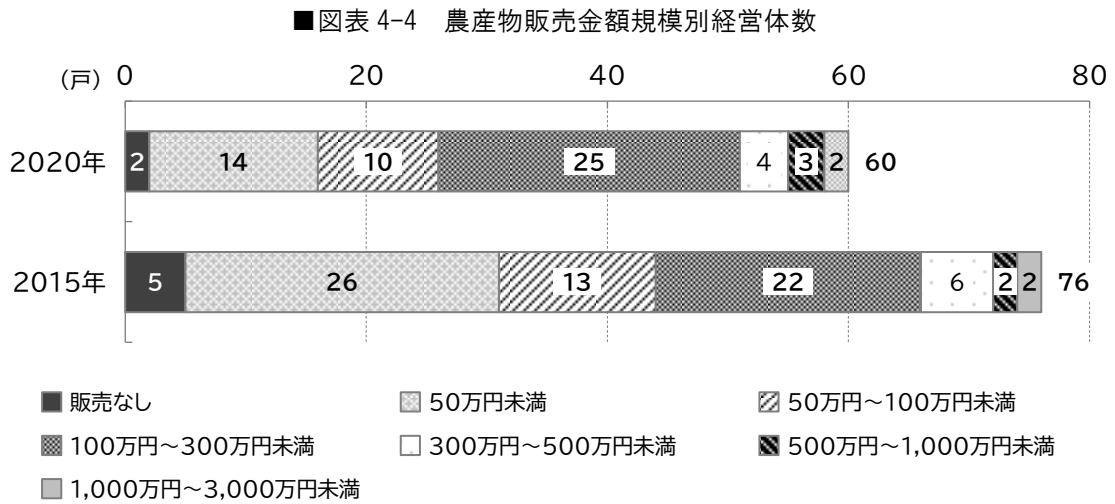


注) 農林業センサスは「経営耕地面積が30a以上」など、一定の規定を満たす農業事業者を対象としているため、「杉並区産業振興センター資料」のデータとは差が生じている。

出典「2015年・2020年農林業センサス」

### ③農産物販売金額規模別経営体数

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。



出典「2015年・2020年農林業センサス」

## (2) 農業産出額と主な栽培品目

### ○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

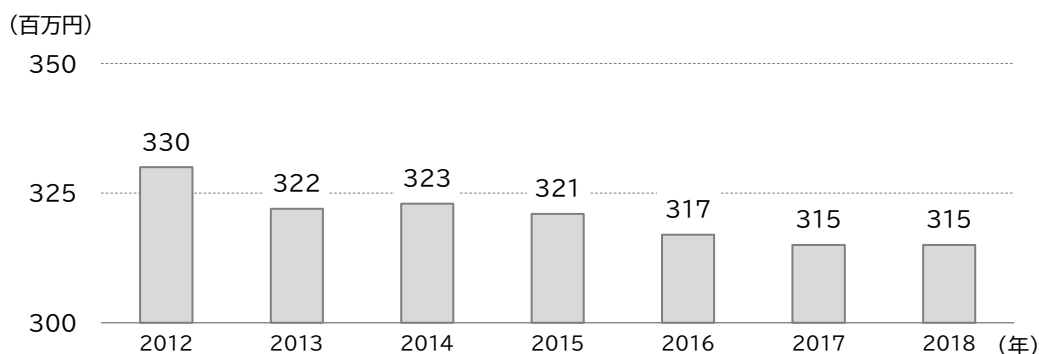
#### ①農業産出額

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。

農業産出額を隣接自治体と比較すると、練馬区(1,135百万円)よりも少ないが、武蔵野市(225百万円)、世田谷区(211百万円)、中野区(24百万円)よりも多くなっている。

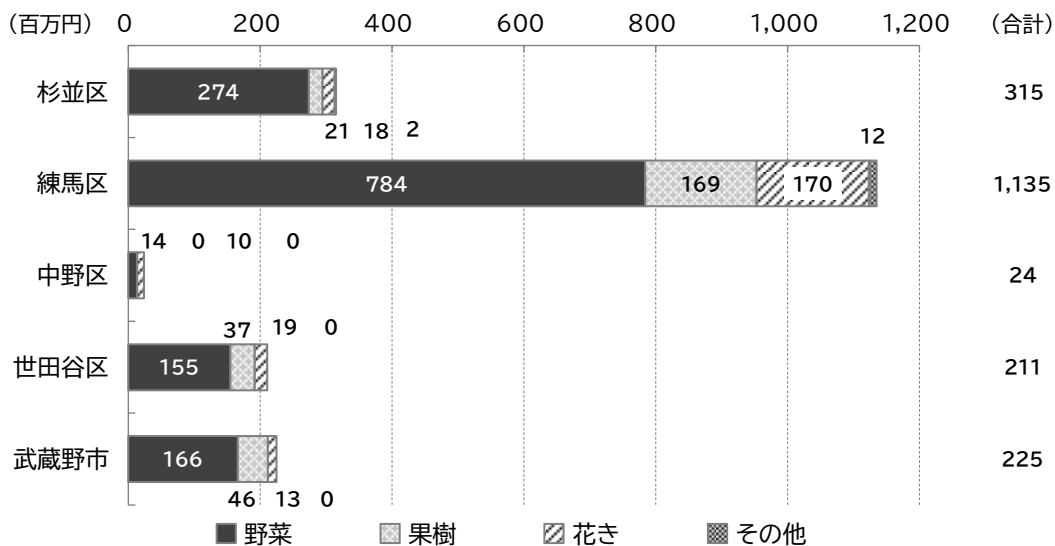
農業産出額の内訳をみると、野菜が87.0%と大半を占めている。

■図表 4-5 農業産出額の推移



出典「東京都農作物生産状況調査報告書」

■図表 4-6 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30年産)」

## ②主な栽培品目

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、パレイシヨの順に収穫量が多い。

■図表 4-7 主な栽培品目（隣接自治体との比較）

| 杉並区     |        | 練馬区     |        | 中野区     |        | 世田谷区   |        | 武蔵野市    |        |
|---------|--------|---------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|--------|
| 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) |
| トマト     | 89     | キャベツ    | 1866   | カリフラワー  | 25     | ダイコン   | 81     | ダイコン    | 96     |
| ダイコン    | 84     | ダイコン    | 617    | ダイコン    | 8      | パレイシヨ  | 68     | キャベツ    | 51     |
| キャベツ    | 54     | パレイシヨ   | 208    | トマト     | 8      | キャベツ   | 66     | ニンジン    | 48     |
| パレイシヨ   | 38     | ブロッコリー  | 152    | パレイシヨ   | 6      | トマト    | 57     | コマツナ    | 41     |
| コマツナ    | 26     | ネギ      | 141    | カンショ    | 3      | ナス     | 35     | パレイシヨ   | 36     |
| ネギ      | 24     | コマツナ    | 120    | ネギ      | 3      | ネギ     | 34     | ブロッコリー  | 22     |
| ブロッコリー  | 19     | エダマメ    | 116    | ブロッコリー  | 2      | コマツナ   | 33     | ネギ      | 22     |
| エダマメ    | 12     | スイートコーン | 101    | エダマメ    | 2      | サトイモ   | 32     | スイートコーン | 17     |
| スイートコーン | 11     | ハウレンソウ  | 87     | スイートコーン | 1      | エダマメ   | 27     | エダマメ    | 17     |
| サトイモ    | 11     | サトイモ    | 62     | サトイモ    | 1      | ブロッコリー | 26     | サトイモ    | 12     |

| 品目(果樹)   | 収穫量(t) | 品目(果樹)   | 収穫量(t) | 品目(果樹)   | 収穫量(t) | 品目(果樹)   | 収穫量(t) | 品目(果樹)  | 収穫量(t) |
|----------|--------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|---------|--------|
| カキ       | 11     | カキ       | 75     | ブルーベリー   | 0      | ウンシュウミカン | 16     | ニホンナシ   | 17     |
| クリ       | 5      | ブドウ      | 39     | カキ       | 0      | ブドウ      | 14     | ブドウ     | 10     |
| キウイフルーツ  | 5      | ブルーベリー   | 30     | ウメ       | 0      | クリ       | 5      | カキ      | 9      |
| ウメ       | 2      | クリ       | 4      | ウンシュウミカン | 0      | ウメ       | 5      | キウイフルーツ | 4      |
| ブルーベリー   | 2      | ウメ       | 4      | キウイフルーツ  | 0      | カキ       | 4      | ブルーベリー  | 3      |
| ウンシュウミカン | 0      | ウンシュウミカン | 3      | —        | —      | ブルーベリー   | 3      | クリ      | 1      |

出典「東京都農作物生産状況調査報告書（平成30年産）」

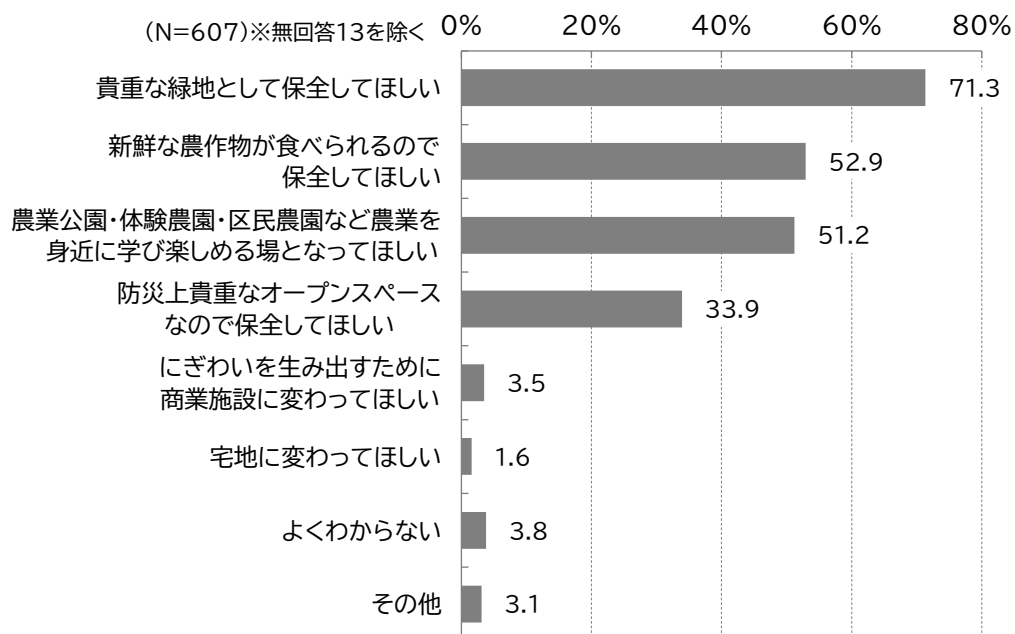
### (3) 農業に関する区民の意見

#### ○区民は農地に対して多面的機能を期待している

「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割を超えており、都市農地が持つ多面的機能への期待が高くなっている。

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 4-8 <再掲>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 (区民意識調査)」

## 2 農業における課題

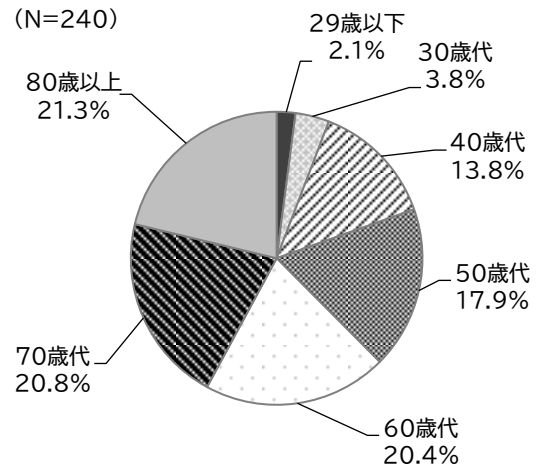
### (1) 農業の継続

#### ○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

##### ①農業従事者の年齢構成

杉並区の農業従事者の年齢構成は、60歳代、70歳代、80歳以上がそれぞれ20%を上回っており、60歳以上が全体の6割以上となっている。これは、農業従事者のおよそ3人に2人が60歳以上ということであり、高齢化が進んでいることがわかる。今後、さらに高齢化が進展すると、担い手不足の課題がより一層深刻になる。

■ 図表 4-9 農業従事者の年齢構成 (SA)

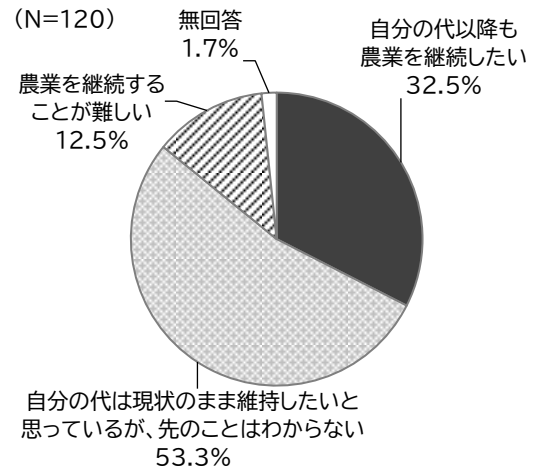


出典「杉並区産業振興センター資料(令和2年度)」

##### ②今後の農業の継続意向

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割強となっており、農業の継続が先行き不透明または困難になっている。

■ 図表 4-10 今後の農業の継続意向 (SA)

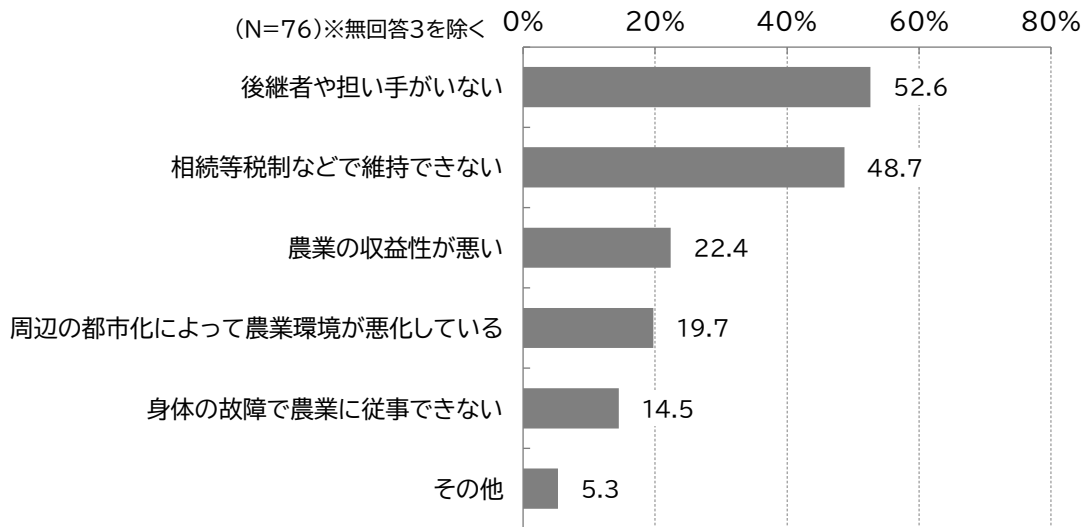


出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

### ③農業の継続を困難にする理由

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

■図表 4-11 農業の継続を困難にする理由 (MA)

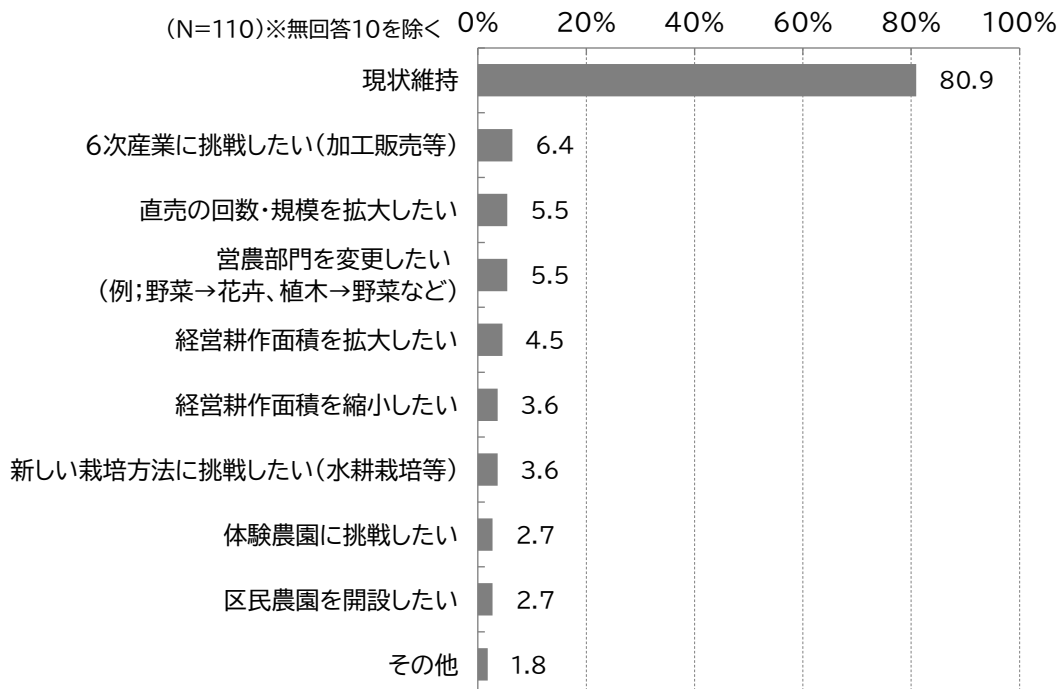


出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

### ④今後の農業経営の方針

今後の農業経営の方針をみると、「現状維持」が80.9%と最も高くなっており、その他の各項目は全て10.0%を下回っている。

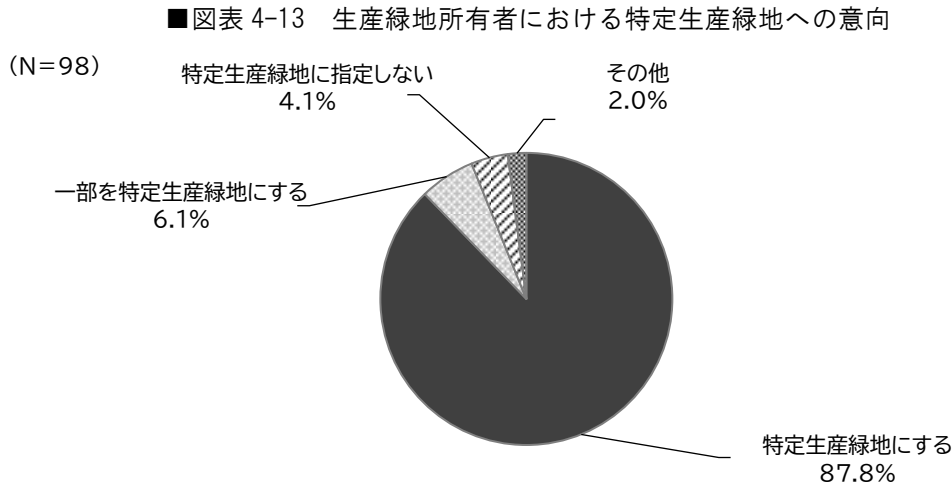
■図表 4-12 今後の農業経営の方針 (MA)



出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

### ⑤生産緑地所有者における特定生産緑地への意向

生産緑地の指定から30年が経過予定の生産緑地所有者のうち、93.9%が『特定生産緑地※にする』（「特定生産緑地にする」「一部を特定生産緑地にする」の合計）としており、引き続き農業経営を継続していく意向となっている。

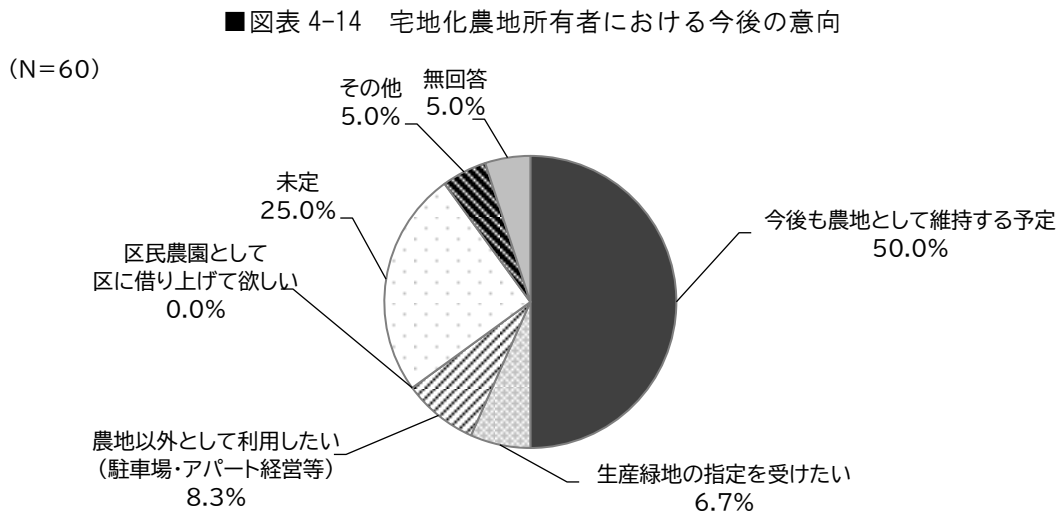


出典「みどり公園課資料（令和2年度）」

### ⑥宅地化農地所有者における今後の意向

宅地化農地所有者におけるこれからの利用法をみると、「今後も農地として維持する予定」が50.0%と最も高く、次いで「未定」が25.0%となっている。

宅地化農地はいつでも転用可能であることもあり、前述した生産緑地所有者の継続意向と比べると、宅地化農地所有者の農業継続意向は低いことがわかる。



出典「みどり公園課資料（令和2年度）」

※特定生産緑地とは、生産緑地の指定から30年を経過する前に特定生産緑地の指定を受けることにより、さらに1年延長し保全する地区。

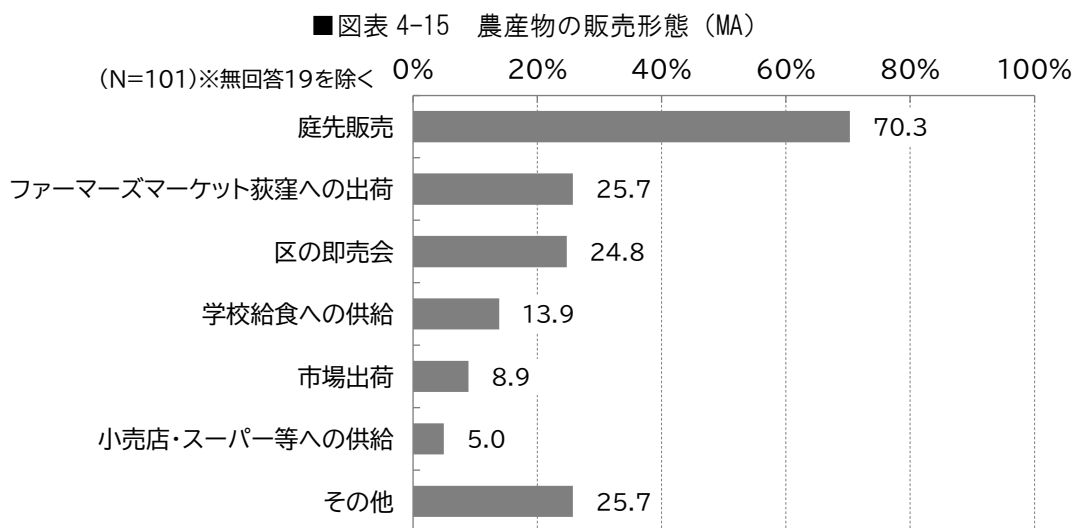


## (2) 農産物の地産地消

### ○農産物の販売形態は「庭先販売」が約7割となっている

#### ①農産物の販売形態

農産物の販売形態は、「庭先販売」が70.3%と最も高く、次いで「ファーマーズマーケット荻窪への出荷」が25.7%、「区の卸売会」が24.8%となっており、消費者との距離が近い販売が行われている。

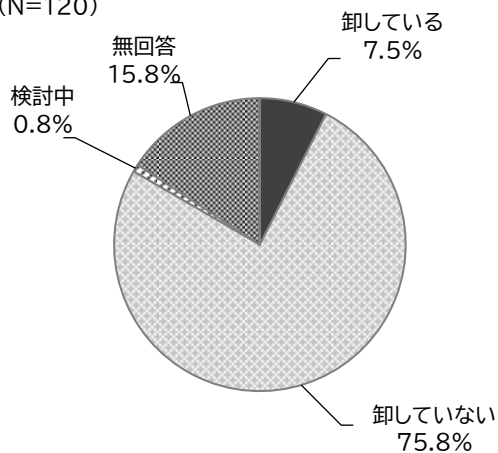


出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

#### ②飲食店・店舗への提供

農産物を飲食店・店舗へ「卸している」農家は7.5%、「卸していない」農家は75.8%となっている。農産物を卸している農家が少ないことから、各農家の生産性の向上に対する支援、新たな地産地消の取組が必要とされている。

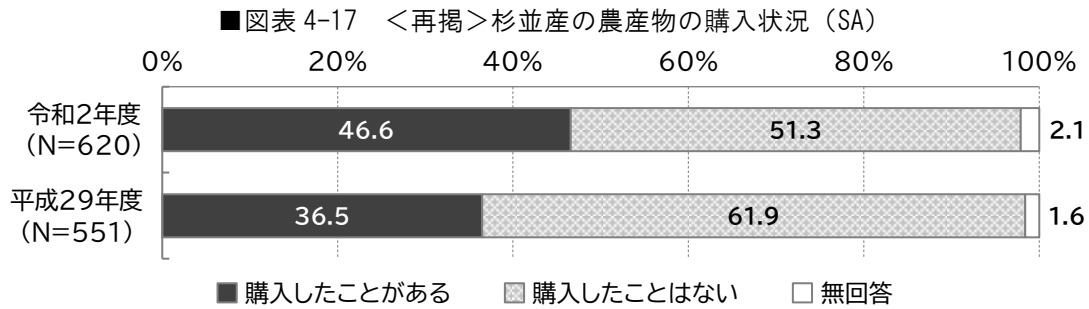
■ 図表 4-16 農産物の飲食店・店舗への提供状況 (SA)  
(N=120)



出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

### ③区民の農産物の購入状況

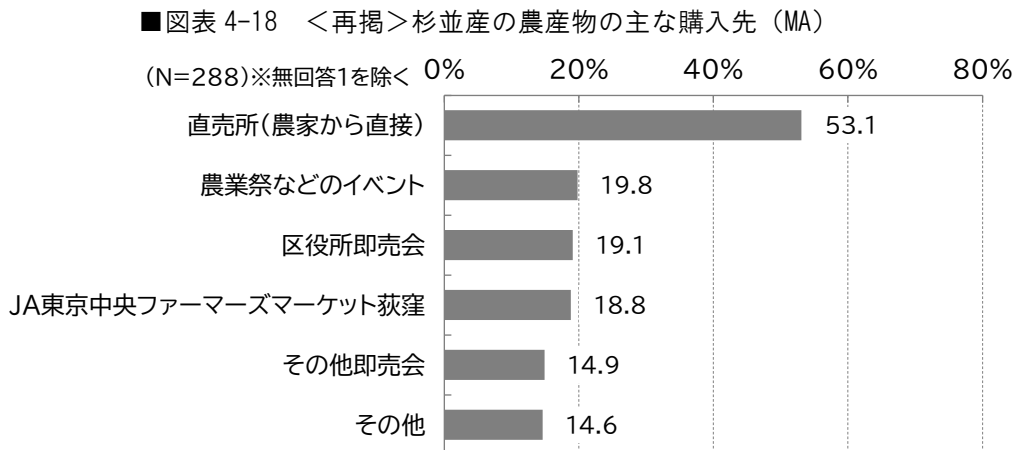
杉並産の農産物を「購入したことがある」区民の割合は46.6%となっており、平成29年度(36.5%)と比べて10.1ポイント増加している。



出典「令和2年度 杉並区産業実態調査 (区民意識調査)」

### ④杉並産の農産物の購入先

杉並産の農産物の購入場所は、「直売所 (農家から直接)」が53.1%と最も高く、次いで「農業祭などのイベント」が19.8%、「区役所即売会」が19.1%、「JA東京中央ファーマーズマーケット荻窪」が18.8%となっており、イベントや即売会などでの購入も多くなっている。



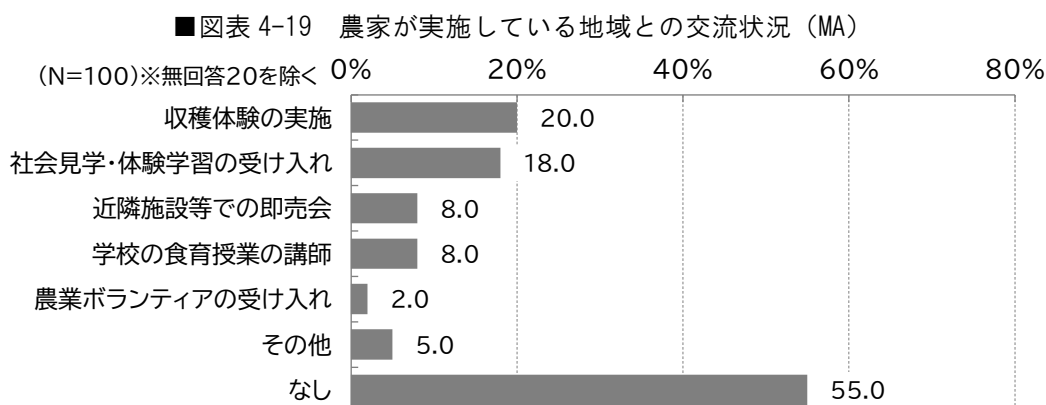
出典「令和2年度 杉並区産業実態調査 (区民意識調査)」

### (3) 区民との交流

#### ○半数以上の農家が地域との交流がない

##### ①農家が実施している地域との交流状況

各農家が実施している地域との交流状況を見ると、「なし」が55.0%と最も高く、次いで「収穫体験の実施」が20.0%、「社会見学・体験学習の受け入れ」が18.0%となっている。区民にとって、杉並産の農産物をより一層身近に感じてもらえるように、地域住民との接点を持つ機会が必要である。

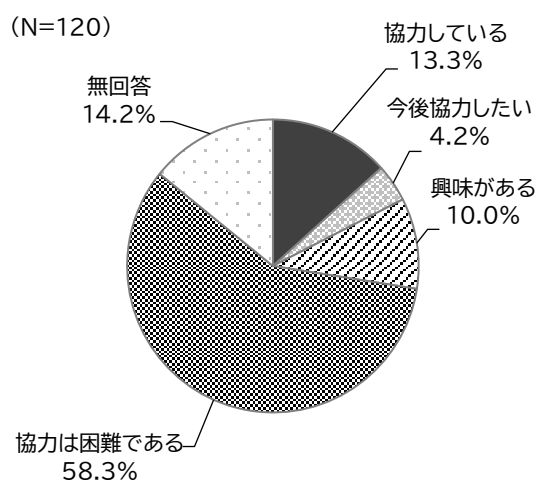


出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

##### ②学校給食への農産物提供（地元野菜デー※）

「地元野菜デー」への野菜出荷状況を見ると、「協力は困難である」が58.3%と最も高く、次いで「協力している」が13.3%、「興味がある」が10.0%となっている。なお、「今後協力したい」は4.2%（5戸）となっている。

■図表 4-20 「地元野菜デー」への野菜出荷状況 (SA)



出典「令和2年度 杉並区農業経営実態調査」

※地元野菜デーとは、地産地消を推進するため、区内生産者、JA、輸送事業者、教育委員会と連携し、学校給食に区内産農産物を活用してもらう取組。農産物の提供に加え、農家自らが講師となり、杉並農業の現状や食育について訪問授業も実施している。

## 第6章 調査結果の考察

### 1 事業所実態調査について

区内の事業所数及び従業員数は減少傾向にある。事業所数、従業者数ともに「卸売業・小売業」が最も多く、近年は無店舗小売業の増加が著しい。

3年前と比較して約5割の事業所で売上高が減少しているが、「学術研究・専門技術サービス業」「情報通信業」「金融業・保険業」などの産業は堅調となっている。また、「情報通信業」や「学術研究・専門技術サービス業」、「医療・福祉」は、他業種と比べ、今後売上高が増加すると見込んでいる事業者が多く、今後の杉並区において成長が期待できる産業と言える。

売上高を伸ばすための取組として、過去3年間で「既存顧客との関係性強化」を行ってきた事業所が多く、特に「金融業・保険業」「製造業」では半数以上の事業所が実施している。今後計画している取組においても、同様に「既存顧客との関係性強化」を掲げている事業所が多く、これまでの取組を継続して実施していく方針と言える。

事業所が抱える課題は、需要変化や売上、施設・設備に関することなど多岐にわたるが、「顧客の減少」が最も多く、次いで「受注量・取引量・売上高の減少」が多くなっている。一方、区に求める支援としては、「資金繰り」や「人材育成・確保」等が多くなっている。

「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のうち、約4割の事業所がキャッシュレス決済システムを導入しており、いずれの業種においても「クレジットカード」の導入率が最も多い。

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。

昨年度の4～9月と今年度の同時期を比較した売上高の変化について、売上高が減少した事業所が約6割となっている。「宿泊業・飲食サービス業」「生活関連サービス業・娯楽業」で8割以上と特に高くなっていることから、新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、業績の悪化が深刻となっていることがわかる。

### 2 区民意向調査について

杉並区の目指す産業の将来像として、「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こと」を求める声が7割以上と高くなっている。一方で、「区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えていること」や「区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されていること」など、農地の活用を望む声も3割を超えている。また、日常生活においても環境に配慮した生活や自然に親しむことを意識している区民が8割以上と高く、実際に環境への配慮を意識している区民が9割以上となっていることなどからも、環境や自然に対する区民の関心の高さがわかる。

区民の日頃の買い物について、自宅周辺の一般商店の利用は5割半ばとなっているほか、9割以上の区民が自宅周辺のスーパーを利用している。商品やサービスごとに、購入してい

る地域をみると、最寄り品の購入に当たっては区内で購入することが多くなっているが、買回り品・専門品の購入の場合は区外店舗を利用していることが多くなっている。区外店舗を利用するのは、「品揃えが豊富」であることが大きな理由となっている。

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。

杉並産の農産物を購入したことがある区民は4割半ばとなっており、平成29年度の調査から増加している。杉並産の農産物を購入したことがある区民では、半数以上が「直売所」から購入している。一方で杉並産の農産物を購入したことがない区民は、「販売場所がわからない」や「杉並産の農産物があることを知らなかった」などを購入したことがない理由にあげており、杉並産の農産物に関する認知度の低さが課題と言える。

杉並区が実施している就労支援事業を知っている区民は、いずれの事業においても平成29年度の調査から減少している。また、創業支援事業についても、事業を知っている区民はいずれも5%以下となっており、認知度に課題があると言える。

### 3 商店街の現状について

---

商店会数は130前後で横ばいに推移しており、西荻窪地域と高円寺地域が最も多い。店舗数は高円寺地域が最も多く、地域により偏りがある。商店会に加入している店舗の業種構成は「小売業」と「飲食店」が中心であり、訪日外国人の増加傾向に伴い、中央線沿線周辺の商店を中心に外国人客を受け入れるための工夫を実施している。

商店街の最も大きな問題は後継者不足で、商店会役員の高齢化がみられる一方で、後継者対策はほとんど講じられておらず、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。また、空き店舗がある商店街は7割以上で、「家主・大家の事情」「店舗の老朽化」が大きな要因となっている。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。

区民の商店街利用について、区内の商店街を週1回以上利用する区民は5割半ばとなっている。区民は商店街に対して、「商店街だけで買い物が済むような日用品の品揃え」を望んでいるほか、「まちの賑わい創出」や「安全性」、「買物の利便性」などの点で商店街が必要であると考えている。これに対し、約7割の商店街が売り出しやお祭りといったイベントを実施しているほか、多くの商店街で装飾灯や防犯カメラの設置などの防犯対策を講じているが、今後は商店街を利用する区民の増加や利用頻度の向上に寄与する更なる取組が求められる。

## 4 農業の現状について

---

平成 22 年度（2010 年度）から令和 2 年度（2020 年度）の 10 年間で、農地面積と農家数は減少傾向にある。また、農産物販売金額規模別経営体数は、100 万円以上の経営体数は増加している一方で、100 万円未満の小規模の経営体数は減少している。

農業産出額は緩やかな減少傾向となっており、隣接自治体と比較すると、練馬区の次に多くなっている。農業産出額の大半が野菜であり、トマト、大根など、少量多品目型の生産が行われている。

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、または困難である農家が多い。農業の継続を困難にする理由としては、後継者不足や相続等税制が多く、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、杉並産の農産物の購入経験のある人は増えており、都市農地が持つ多面的機能への期待から農地保全を希望する区民が多い。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。

一方、地域との交流を実施していない農家は半数近くであり、野菜等を飲食店・店舗へ卸していない農家は 7 割以上とさらに多い。

以上のことから、区民にとって杉並産の農産物は身近になりつつあるが、より一層身近に感じてもらえるような工夫や、各農家の生産性向上に対する支援、新たな地産地消の取組が求められる。

# 参考資料

## 1 事業所実態調査の調査票

### 1 貴事業所について

問1 事業所名、所在地等をご記入ください。

|                  |                       |                  |                   |
|------------------|-----------------------|------------------|-------------------|
| 事業所名<br>商号(屋号)   | ※支社等の場合はその名称をお書きください。 |                  |                   |
| 所在地              | 杉並区.....(町).....丁目    |                  |                   |
| 電話               | -                     | -                |                   |
| メールアドレス          |                       |                  |                   |
| 創業年              | (西暦).....年            | 杉並区での<br>事業開始年   | (西暦).....年        |
| 代表者の年齢<br>(○は1つ) | 1 30歳未満<br>2 30歳代     | 3 40歳代<br>4 50歳代 | 5 60歳代<br>6 70歳以上 |
| 回答者氏名            |                       |                  |                   |
| 主な事業内容           |                       |                  |                   |

問2 以下の項目について、あてはまる番号をお選びいただくか、数字をご記入ください。

|  |  |   |
|--|--|---|
| 経営形態<br>(○は1つ)                         | 1 個人経営<br>2 株式会社(本店)<br>3 株式会社(支店・営業所等)<br>4 有限会社(本店)  | 5 有限会社(支店・営業所等)<br>6 その他の法人<br>( )  |
| 業種<br>(○は1つ)                           | 1 農林水産業<br>2 建設業<br>3 製造業<br>4 電気・ガス・熱供給・水道業<br>5 情報通信業<br>6 運輸業・郵便業<br>7 卸売業・小売業<br>8 金融業・保険業 | 9 不動産業・物品賃貸業<br>10 学術研究・専門技術サービス業<br>11 宿泊業・飲食サービス業<br>12 生活関連サービス業・娯楽業<br>13 教育・学習支援業<br>14 医療・福祉<br>15 その他のサービス業<br>16 その他( ) |
| 事業所面積<br>(○は1つ)                        | 1 10㎡未満<br>2 10㎡～20㎡未満<br>3 20㎡～30㎡未満<br>4 30㎡～50㎡未満   | 5 50㎡～100㎡未満<br>6 100㎡～500㎡未満<br>7 500㎡～1,000㎡未満<br>8 1,000㎡以上  |
| 資本金額<br>(支社等の場合は<br>本社等の資本金)<br>(○は1つ) | 1 なし<br>2 500万円未満<br>3 500万円～1,000万円未満<br>4 1,000万円～2,000万円未満                                  | 5 2,000万円～5,000万円未満<br>6 5,000万円～1億円未満<br>7 1億円～5億円未満<br>8 5億円以上  |
| チェーンへの加盟<br>(○は1つ)                     | 1 フランチャイズチェーンに加盟<br>2 ボランタリーチェーンに加盟  | 3 メーカー・問屋等の直営系列店<br>4 加盟していない   |
| 営業時間<br>(数字を記入)                        | 午前・午後 時 分 ～ 午前・午後 時 分  |   |
| 休業日<br>(○はいくつでも)                       | 1 月曜日 3 水曜日 5 金曜日 7 日曜日 9 無休<br>2 火曜日 4 木曜日 6 土曜日 8 不定期 10 その他                                 |   |

| 従業員数<br>(数字を記入)<br>※代表者も含む | 【正規の職員・従業員】   | 【非正規の職員・従業員】 | 【総数】     |
|----------------------------|---|--------------|----------|
|                            | 男性.....人  | 男性.....人     | 男性.....人 |
|                            | 女性.....人  | 女性.....人     | 女性.....人 |
| 事業後継者の<br>有無<br>(○は1つ)     | 1 事業主の親族が後継者になる予定である<br>2 親族以外の従業員が後継者になる予定である<br>3 事業を継承してもらいたいが後継者は決まっていない<br>4 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<br>5 まだ後継者について考える段階ではない<br>6 支店・営業所等のため関係ない<br>7 その他( ) |              |          |

## 2 組織への加入状況等について

問3 貴事業所が加入している組織はありますか。(○はいくつでも)

- |               |                                      |
|---------------|--------------------------------------|
| 1 商店会         | 6 地域団体(自治会・青年会議所・ライオンズクラブ・ロータリークラブ等) |
| 2 東京商工会議所杉並支部 | 7 加入している組織はない                        |
| 3 杉並産業協会      | 8 その他( )                             |
| 4 業界組合        |                                      |
| 5 杉並法人会・荻窪法人会 |                                      |

問4は、問3で「1」を選んだ方がお答えください。

問4 商店会に加入している理由についてお答えください。(○はいくつでも)

- |                                |                                 |
|--------------------------------|---------------------------------|
| 1 街路灯など商店会が共有する設備からのサービスを受けるため | 6 個々の店では解決できない問題を商店会全体で取り組みたいから |
| 2 商店会が行うイベントなどによる集客効果の恩恵を受けるため | 7 加入した商店会に愛着があるから               |
| 3 街を活性化するためには協力し合うことが大切だから     | 8 周囲の店との信頼関係を高めたいから             |
| 4 商店会を通じた地域貢献が大切だから            | 9 区の融資制度を利用する際に金利が低くなるから        |
| 5 役員・会員との信頼関係が重要だから            | 10 その他( )                       |

問5は、問3で「1」を選ばなかった方がお答えください。

問5 商店会に加入していない理由についてお答えください。(○はいくつでも)

- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1 会費が高い      | 6 仕事を増やしたくない |
| 2 効果が少ない     | 7 商店会組織がない   |
| 3 本部・オーナーの方針 | 8 そもそも商店ではない |
| 4 勧誘されていない   | 9 加入方法がわからない |
| 5 商店会会員の高齢化  | 10 その他( )    |



問6 商店街を活性化していくために、今後、どのような取組が必要と考えますか。(〇はいくつでも)

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1 複数の商店会による連携事業の実施<br>(※共同売り出しや販売促進イベントの実施など) | 6 キャッシュレス決済の導入           |
| 2 地域コミュニティの活性化に向けた町会・自治会との連携                  | 7 宅配サービスの実施              |
| 3 装飾灯の整備や防犯カメラの設置などの買い物環境の充実                  | 8 テナント誘致等の空き店舗対策         |
| 4 共同駐車場や駐輪場の設置                                | 9 地域情報誌や新聞折込、SNS 等での広報活動 |
| 5 商店街や個店のバリアフリー化                              | 10 共同ポイントカードの導入          |
|   | 11 地元農産物の販売              |
|   | 12 その他( )                |
|   | 13 わからない                 |

### 3 顧客について

問7 商品やサービスに対する顧客のニーズを把握するため、過去3年以内にどのようなことを実施してきましたか。(〇はいくつでも)

- |                   |                |
|-------------------|----------------|
| 1 長年の経験による把握      | 8 行政等からの情報収集   |
| 2 アンケートの実施        | 9 各事業所からのデータ収集 |
| 3 ヒアリングの実施        | 10 各事業所間の意見交換  |
| 4 モニターの実施         | 11 専門誌・業界紙等の購読 |
| 5 勉強会の実施          | 12 その他( )      |
| 6 イベント等を通じた顧客との交流 | 13 特に実施していない   |
| 7 自治会等を通じた住民との交流  |                |

問8 貴事業所の顧客についてお答えください。(〇はいくつでも)

- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1 杉並区内の一般消費者 | 3 杉並区外の一般消費者 |
| 2 杉並区内の企業・組織 | 4 杉並区外の企業・組織 |

問9 3年前(2017年)と比べて、杉並区内の一般消費者の商品・サービスに対するニーズはどのように変化したと思いますか。(〇はいくつでも)

- |                            |                      |
|----------------------------|----------------------|
| 1 環境への配慮志向が強まった            | 6 教育投資志向が強まった        |
| 2 安全・安心志向が強まった             | 7 品質重視と価格重視の二極化が強まった |
| 3 健康への配慮志向が強まった            | 8 割安感を求める志向が強まった     |
| 4 家族や知人との絆を強めるための消費志向が強まった | 9 ブランド志向が強まった        |
| 5 趣味やレジャーへの消費志向が強まった       | 10 ネット購入志向が強まった      |
|                            | 11 その他( )            |

問10 過去3年間で、商品・サービスに対して、新たに取り組まれたことについてお答えください。  
(○はいくつでも)

また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】にご記入ください。(自由に記入)

- |                               |                       |
|-------------------------------|-----------------------|
| 1 環境に配慮した商品・サービスの提供           | 10 ブランドの強化            |
| 2 安全性・安心感を重視した商品・サービスの提供      | 11 ネット販売の強化・宅配サービスの活用 |
| 3 健康に配慮した商品・サービスの提供           | 12 高齢者に配慮したサービス等の実施   |
| 4 ファミリー向け商品・サービスの提供           | 13 女性に配慮したサービス等の実施    |
| 5 絆づくりのためのサービスの提供やイベント等の開催    | 14 子育て世代に配慮したサービス等の実施 |
| 6 趣味やレジャー活動を充実するための商品・サービスの提供 | 15 障害者に配慮したサービス等の実施   |
| 7 学習活動を支援する商品・サービスの提供         | 16 外国人に配慮したサービス等の実施   |
| 8 価格競争力のある商品・サービスの提供          | 17 安全安心な買い物環境の整備      |
| 9 こだわりの逸品・ギフトの開発・提供           | 18 システムの開発・展開         |
|                               | 19 その他( )             |
|                               | 20 特になし               |

【取組内容】

問11 導入している顧客サービスについてお答えください。(○はいくつでも)

また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】にご記入ください。(自由に記入)

- |                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| 1 高齢者向けのサービス         | 5 キャッシュレス決済システムの導入  |
| 2 子ども(子育て世代)に向けたサービス | 6 ポイントカード(スタンプ等)の導入 |
| 3 障害者に向けたサービス        | 7 その他( )            |
| 4 外国人に向けたサービス        | 8 特になし              |

【取組内容】

問12・問13は、問11で「5」を選んだ方がお答えください。

問12 導入しているキャッシュレス決済システムについてお答えください。(○はいくつでも)

- |                          |                     |
|--------------------------|---------------------|
| 1 クレジットカード               | 4 QR・バーコード決済        |
| 2 交通系電子マネー(Suica、Pasmo等) | (Pay Pay、LINE Pay等) |
| 3 交通系以外のプリペイド式電子マネー      | 5 デビットカード           |
| (nanaco、Edy等)            | 6 その他( )            |

問13 キャッシュレス決済システムを導入した効果についてお答えください。(○はいくつでも)

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1 顧客数の増加      | 5 データによる顧客管理強化 |
| 2 インバウンド対策の強化 | 6 その他( )       |
| 3 会計時間の短縮     | 7 特になし         |
| 4 現金管理の負担減少   |                |

問14は、問11で「5」を選ばなかった方がお答えください。

問14 キャッシュレス決済システムを導入しない理由をお答えください。(○はいくつでも)

- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| 1 導入費用(初期費用)がかかるため     | 5 導入する方法がわからないため |
| 2 手数料がかかるため            | 6 面倒だから          |
| 3 手数料を除くランニングコストがかかるため | 7 その他( )         |
| 4 売上増加効果が期待できないため      |                  |

## 4 経営状況について

問15 3年前(2017年)と比べて、前決算期の事業所の「売上高」はどのように変化しましたか。  
(○は1つ)

- |   |                |    |                |
|---|----------------|----|----------------|
| 1 | 50%以上の増加       | 6  | 10%未満の減少       |
| 2 | 30%以上 50%未満の増加 | 7  | 10%以上 30%未満の減少 |
| 3 | 10%以上 30%未満の増加 | 8  | 30%以上 50%未満の減少 |
| 4 | 10%未満の増加       | 9  | 50%以上の減少       |
| 5 | ほぼ同じ           | 10 | わからない          |

問16 過去3年間で、売上を伸ばすためにどのような取組をしてきましたか。(○はいくつでも)  
また、よろしければ具体的な取組内容を、【取組内容】にご記入ください。(自由に記入)

- |    |                        |    |                   |
|----|------------------------|----|-------------------|
| 1  | 新たな商品・サービスの開発や事業展開     | 13 | 宅配サービスの導入または強化    |
| 2  | 新たな顧客の開拓や商圏の拡大         | 14 | キャッシュレス決済の導入または強化 |
| 3  | 既存顧客との関係性強化            | 15 | ポイントカードの導入または強化   |
| 4  | 既存商品・サービスの見直しや品揃えの拡充   | 16 | イベントの開催           |
| 5  | 仕入れ先や取引先の見直し・開拓        | 17 | クーポン券の配布や特典の付与    |
| 6  | 新規出店や売り場の拡大・演出改善       | 18 | 商店会や異業種との連携       |
| 7  | 営業日や営業時間の見直し           | 19 | 海外との連携            |
| 8  | 営業職や新規人材の雇用            | 20 | 経営理念・基本方針の明文化     |
| 9  | 従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上 | 21 | 事業計画の策定           |
| 10 | 宣伝広告や情報発信の強化           | 22 | その他( )            |
| 11 | 顧客管理のシステム化             | 23 | 特になし              |
| 12 | ネット販売の導入または強化          |    |                   |

【取組内容】

問17 今後計画している取組(現在行っており、今後も継続する取組を含む)についてお答えください。  
(○はいくつでも)

- |    |                        |    |                   |
|----|------------------------|----|-------------------|
| 1  | 新たな商品・サービスの開発や事業展開     | 13 | 宅配サービスの導入または強化    |
| 2  | 新たな顧客の開拓や商圏の拡大         | 14 | キャッシュレス決済の導入または強化 |
| 3  | 既存顧客との関係性強化            | 15 | ポイントカードの導入または強化   |
| 4  | 既存商品・サービスの見直しや品揃えの拡充   | 16 | イベントの開催           |
| 5  | 仕入れ先や取引先の見直し・開拓        | 17 | クーポン券の配布や特典の付与    |
| 6  | 新規出店や売り場の拡大・演出改善       | 18 | 商店会や異業種との連携       |
| 7  | 営業日や営業時間の見直し           | 19 | 海外との連携            |
| 8  | 営業職や新規人材の雇用            | 20 | 経営理念・基本方針の明文化     |
| 9  | 従業員教育や処遇改善による意欲と接客力の向上 | 21 | 事業計画の策定           |
| 10 | 宣伝広告や情報発信の強化           | 22 | その他( )            |
| 11 | 顧客管理のシステム化             | 23 | 特になし              |
| 12 | ネット販売の導入または強化          |    |                   |

問18 年間売上高は、今後どのように推移するとお考えですか。(○は1つ)

- |             |          |
|-------------|----------|
| 1 増加する      | 4 やや減少する |
| 2 やや増加する    | 5 減少する   |
| 3 横ばい(現状維持) | 6 わからない  |

問19 ICT(情報通信技術)の活用状況についてお答えください。(○はいくつでも)

- |                          |  |
|--------------------------|--|
| 1 生産管理に活用している            | 7 ERP(会計・人事・生産・販売等の統合基幹情報システム)を導入・活用している |
| 2 顧客管理に活用している            | 8 テレワークに活用している                           |
| 3 物流管理に活用している            | 9 その他( )                                 |
| 4 経理・財務管理に活用している         | 10 ICTを活用していない                           |
| 5 販売管理に活用している            |  |
| 6 EC(電子商取引)・ネット販売に活用している |  |

問20 現在、経営上抱えている課題についてお答えください。(○はいくつでも)

- |                     |                      |
|---------------------|----------------------|
| <b>【人材】</b>         | <b>【資金調達】</b>        |
| 1 一般従業員の確保          | 18 新規事業のための資金調達      |
| 2 特定専門技術を有する人材不足    | 19 運転資金の確保           |
| 3 人材育成              | 20 金融機関との交渉          |
| 4 事業後継者の確保          | <b>【施設・設備】</b>       |
| 5 従業員の高齢化           | 21 事業所等の新設・拡張・改築     |
| <b>【経費】</b>         | 22 施設設備の老朽化          |
| 6 総費用に占める人件費割合の上昇   | 23 施設面積              |
| 7 原材料高騰による原価率の上昇    | 24 駐車場の確保            |
| 8 借入金の返済            | <b>【立地環境】</b>        |
| <b>【売上】</b>         | 25 地価・地代・賃料          |
| 9 受注量・取引量・売上高の減少    | 26 大規模開発による周辺環境の変化   |
| 10 競合他社等との競争環境の激化   | 27 周辺人口の減少           |
| 11 大型店舗の進出          | 28 商店街の空洞化           |
| <b>【需要変化】</b>       | <b>【支援策】</b>         |
| 12 高度化する顧客への対応      | 29 産業支援施策や制度に関する情報不足 |
| 13 顧客ニーズの把握         | 30 困ったときの相談相手が不足     |
| 14 顧客や取引先に生じた変化の影響  | <b>【その他】</b>         |
| 15 技術・市場動向等に対する情報不足 | 31 その他( )            |
| 16 顧客の高齢化           | 32 特になし              |
| 17 顧客の減少            |                      |

問21 今後、経営課題の解決や改善のために、区に求める支援をお答えください。(○はいくつでも)

- |                         |                      |
|-------------------------|----------------------|
| 1 人材の育成・確保の支援           | 10 ICT 活用の支援         |
| 2 事業承継の支援               | 11 経営に関する相談          |
| 3 女性・高齢者・障害者雇用の支援       | 12 異業種・同業種交流等の促進の支援  |
| 4 資金繰りの支援               | 13 区内産業の PR や販売促進の支援 |
| 5 販路の開拓・拡大の支援           | 14 多言語対応の支援          |
| 6 生産性向上の支援              | 15 区の魅力の創出・発信        |
| 7 事業拡大・業態転換の支援          | 16 その他( )            |
| 8 ワーク・ライフ・バランスの推進のための支援 | 17 特になし              |
| 9 設備投資の支援               |                      |

問22 区では、経営支援に関する事業を展開しています。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」「有効性」をお答えください。(それぞれ○は1つ)

|   | 認知状況  |      | 活用状況      |           | 有効性   |        |       |
|---|-------|------|-----------|-----------|-------|--------|-------|
|   | 知っている | 知らない | 活用したことがある | 活用したことがない | 有効である | 有効ではない | わからない |
| (ア) 中小企業資金融資あっせん制度<br>利子の一部を補給して、事業者の負担軽減を図る制度                            | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (イ) 商工相談<br>経営の様々な課題に、専門家(中小企業診断士)がきめ細かくアドバイス                             | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (ウ) アドバイザー派遣事業(個店指導)<br>専門家を事業所に派遣し、経営の様々な課題に、きめ細かくアドバイス                  | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (エ) 創業・経営相談会(阿佐谷図書館)<br>創業・経営に関する各種相談に、専門家(中小企業診断士)がきめ細かくアドバイス            | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (オ) 創業セミナー<br>事業計画づくり・開業手続きなど、区内で創業し事業を発展させていくための実践的な講座の開催                | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (カ) 創業支援施設(阿佐谷キック・オフ/オフィス)<br>区内で創業を目指す方、または創業後間もない事業者に低廉な料金で事務室を貸出       | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (キ) 異業種交流会<br>新たなビジネスチャンス、ビジネスマッチングの機会をつくる、区内外の多くの事業者の参加による交流会の開催         | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (ク) 景況調査報告<br>売上高、収益、在庫、資金繰り等の動向について調査・分析し、区内中小企業の景況を把握。区ホームページで四半期ごとに公表  | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (ケ) すぎなみ学倶楽部 HP での商店情報の発信<br>区公式情報サイト「すぎなみ学倶楽部」で区内企業や商店を紹介                | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |
| (コ) 「なみすけ」デザインの無償提供<br>区への使用申請により、区公式アニメキャラクター「なみすけ」等の様々なキャラクターデザインを無償で提供 | 1     | 2    | 1         | 2         | 1     | 2      | 3     |

## 5 資金調達等について

問23 資金調達の際の調達先についてお答えください。(○はいくつでも)

|         |              |          |
|---------|--------------|----------|
| 1 都市銀行  | 4 政府系金融機関    | 6 その他( ) |
| 2 地方銀行  | 5 ベンチャーキャピタル | 7 特になし   |
| 3 信金・信組 |              |          |

問24 主な資金調達先との関係は良好ですか。(○は1つ)

|           |            |
|-----------|------------|
| 1 良好である   | 3 あまり良好でない |
| 2 まあ良好である | 4 良好でない    |

問25 制度融資や補助金など、公的機関が提供する資金調達の支援制度を活用されたことがありますか。  
(○は1つ)

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1 活用したことがある | 2 活用したことはない |
|-------------|-------------|

問26・27は、問25で「1」を選んだ方がお答えください。

問26 具体的に活用した制度をお答えください。(自由に記入)

問27 制度を活用した理由についてお答えください。(○はいくつでも)

- |                |           |
|----------------|-----------|
| 1 金利が低い        | 4 その他     |
| 2 保証協会の保証が得られる | ( )       |
| 3 金融機関に勧められた   | 5 特に理由はない |

問28は、問25で「2」を選んだ方がお答えください。

問28 制度を活用していない理由についてお答えください。(○はいくつでも)

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1 制度を知らなかった | 4 金融機関に断られた |
| 2 手続きが煩雑    | 5 その他( )    |
| 3 保証料が高い    | 6 必要がない     |

問29 資金調達にあたっての課題や行政に求める支援策があればご記入ください。(自由に記入)

## 6 採用状況や雇用環境について

問30 過去3年間(平成29年4月1日から令和2年3月31日まで)の採用状況と今後の採用意向をお答えください。(それぞれ○は1つ)

|                | 採用状況 |       |     | 今後の採用意向 |       |       |       |
|----------------|------|-------|-----|---------|-------|-------|-------|
|                | 増えた  | 変わらない | 減った | 増やしたい   | 現状のまま | 減らしたい | わからない |
| (ア) 正規の職員・従業員  | 1    | 2     | 3   | 1       | 2     | 3     | 4     |
| (イ) 非正規の職員・従業員 | 1    | 2     | 3   | 1       | 2     | 3     | 4     |

問31 人材募集の際に利用している媒体をお答えください。(○はいくつでも)

- |                 |            |                   |
|-----------------|------------|-------------------|
| 1 ハローワーク        | 4 求人媒体(紙)  | 7 杉並区が運営する求人情報サイト |
| 2 大学、専門学校       | 5 人材紹介サービス | 「就職応援ナビすぎなみ」      |
| 3 求人媒体(インターネット) | 6 自社サイト    | 8 その他( )          |
|                 |            | 9 人材募集はしていない      |

問32 区では、求職者と事業者を結び付けるための事業や就労支援に関する事業を展開しています。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」「有効性」をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

|   | 認知状況  |      | 活用状況      |         | 有効性   |        |       |
|---|-------|------|-----------|---------|-------|--------|-------|
|   | 知っている | 知らない | 活用したことがある | 活用しなかった | 有効である | 有効ではない | わからない |
| (ア) 求人情報サイトの運営<br>区求人情報サイト「就職応援ナビすぎなみ」への求人情報掲載  | 1     | 2    | 1         | 2       | 1     | 2      | 3     |
| (イ) 就職相談・面接会等<br>ハローワーク新宿と実施する就職相談・面接会  | 1     | 2    | 1         | 2       | 1     | 2      | 3     |
| (ウ) 就労支援センター<br>仕事を探している方、アルバイトやパートから正社員を目指す方、再就職にチャレンジする方などに対する就労支援や、区内事業所の採用情報コーナーの設置 | 1     | 2    | 1         | 2       | 1     | 2      | 3     |
| (エ) 中小企業勤労者福祉事業(フレンドリーげんき)<br>中小企業の事業主・勤労者とその家族の方に、総合的な福利厚生サービスを提供                      | 1     | 2    | 1         | 2       | 1     | 2      | 3     |

問33 出産・育児・介護をしやすい職場環境を整えたり、労働時間を削減するなど「ワーク・ライフ・バランス」への取組状況についてお答えください。(〇は1つ)

- |   |            |   |                      |
|---|------------|---|----------------------|
| 1 | すでに取り組んでいる | 3 | 関心はあるが取組は難しい         |
| 2 | 取り組む予定である  | 4 | 取り組む必要性を感じないまたは関心がない |

問34は、問33で「1」「2」のいずれかを選んだ方がお答えください。

問34 どのような取組を行っていますか、または、どのような取組を行う予定ですか。  
(〇はいくつでも)

- |   |                            |    |                  |
|---|----------------------------|----|------------------|
| 1 | 長時間労働の制限                   | 7  | 業務内容の見直し         |
| 2 | 育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり     | 8  | 在宅勤務制度           |
| 3 | 育児や出産後も勤務しやすい環境づくり         | 9  | サテライトオフィス勤務制度    |
| 4 | 休業者の仕事を相互に補う仕組みづくり         | 10 | フレックスタイム制度       |
| 5 | 社員間の信頼関係を深める仕組みの構築やイベントの開催 | 11 | 正社員の短時間勤務制度      |
| 6 | 育児・介護・配偶者の転勤等で退職した人の再雇用制度  | 12 | 業務軽減のための設備・用具の導入 |
|   |                            | 13 | 社員の健康管理の徹底       |
|   |                            | 14 | セクハラ・パワハラ防止の取組   |
|   |                            | 15 | その他( )           |

問35は、問33で「3」を選んだ方がお答えください。

問35 「ワーク・ライフ・バランス」の取組の阻害要因についてお答えください。(〇はいくつでも)

- |   |                 |   |                     |
|---|-----------------|---|---------------------|
| 1 | 人力的な余裕がない       | 5 | 仕組みづくりについて相談する人がいない |
| 2 | 資金的な余裕がない       | 6 | どう取り組んでよいかわからない     |
| 3 | マネジメントする人材がいない  | 7 | その他( )              |
| 4 | 従業員の意識向上が図れていない |   |                     |

問36 「ワーク・ライフ・バランス」を進めるために、どのような支援が必要ですか。(○はいくつでも)

- |                     |                       |
|---------------------|-----------------------|
| 1  同じ業界の先進事例の紹介     | 4  従業員の意識向上のためのセミナー開催 |
| 2  専門家によるアドバイス      | 5  その他( )             |
| 3  経営者・管理者向けのセミナー開催 |                       |

## 7 事業所の立地場所について

問37 杉並区で事業を開始した理由についてお答えください。(○はいくつでも)

また、理由が複数の場合は【最大の理由】を1つお答えください。(番号を記入)

- |                |                          |                              |
|----------------|--------------------------|------------------------------|
| 1  都心への交通の便が良い | 8  駐車場がとれる               | 14  公的な支援策が充実している            |
| 2  自宅から通勤しやすい  | 9  建物の設備が整っている           | 15  事業を継承したため                |
| 3  区内に自宅がある    | 10  事業所が集積し、他社との連携等がしやすい | 16  その他 ( )                  |
| 4  近くに仕事の仲間がいる | 11  周辺地域の需要が多い           | 17  特に理由はない                  |
| 5  取引先に近い      | 12  人材を確保しやすい            |                              |
| 6  家賃が安い       | 13  地域イメージが良い            | 【最大の理由】 <input type="text"/> |
| 7  スペースが広くとれる  |                          |                              |

問38 現在の事業所について、将来移転する考えはありますか。(○は1つ)

- |               |             |        |
|---------------|-------------|--------|
| 1  現在の場所で続けたい | 3  区外に移転したい | 5  その他 |
| 2  区内で移転したい   | 4  わからない    | ( )    |

問39は、問38で「3」を選んだ方がお答えください。

問39 区外に移転したい理由についてお答えください。(○はいくつでも)

- |                 |                    |
|-----------------|--------------------|
| 1  交通の便が悪い      | 10  人材を確保しにくい      |
| 2  自宅から通勤しにくい   | 11  地域イメージが良くない    |
| 3  仕事仲間が近くにいない  | 12  住宅地に囲まれて作業しにくい |
| 4  取引先が近くにない    | 13  公的な支援策が整っていない  |
| 5  家賃が高い        | 14  企業間の連携等がしづらい   |
| 6  スペースが狭い      | 15  産業集積が不十分       |
| 7  駐車場がない       | 16  競合他社が多く、競争が激しい |
| 8  建物の設備が整っていない | 17  新規顧客の開拓が困難     |
| 9  周辺に需要がない     | 18  その他( )         |

問40 杉並区には住宅が多く立地していますが、周辺地域の住民や住環境に配慮した取組として、どのようなことを行っていますか。(○はいくつでも)

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| 1  事業所の緑化        | 6  事業所施設(福利厚生施設等)の開放 |
| 2  事業所の美観向上      | 7  排ガス・騒音等公害の低減      |
| 3  事業所周辺の道路等の清掃  | 8  物流・トラック出入りの削減     |
| 4  地域活動への参加や協力   | 9  その他( )            |
| 5  地域活動への協賛金等の支援 | 10  特に行っていない         |



## 8 新型コロナウイルス感染症の影響について

問41 災害等に直面したときも事業継続を可能にする計画「BCP(事業継続計画)」の取組についてお答えください。(○は1つ)

- |   |               |   |                |
|---|---------------|---|----------------|
| 1 | すでに計画を策定済みである | 4 | 関心はあるが取組は難しい   |
| 2 | 計画を策定する予定である  | 5 | 計画を策定する必要を感じない |
| 3 | 事情が許せば取り組みたい  | 6 | あまり関心はない       |

問42 昨年度の4～9月と今年度の同時期を比べて、売上高はどのように変化しましたか。(○は1つ)

- |   |                |    |                |
|---|----------------|----|----------------|
| 1 | 50%以上の増加       | 6  | 10%未満の減少       |
| 2 | 30%以上 50%未満の増加 | 7  | 10%以上 30%未満の減少 |
| 3 | 10%以上 30%未満の増加 | 8  | 30%以上 50%未満の減少 |
| 4 | 10%未満の増加       | 9  | 50%以上の減少       |
| 5 | ほぼ同じ           | 10 | わからない          |

問43 売上を維持・向上させるためにどのような対策を講じましたか。(○はいくつでも)  
また、講じた対策のうち、【最も効果があった対策】を1つお答えください。(番号を記入)

- |   |                             |    |                                  |
|---|-----------------------------|----|----------------------------------|
| 1 | 国や東京都・杉並区の助成金、補償制度を利用       | 9  | 販促物の作成や広告の出稿などによる宣伝<br>広告の強化     |
| 2 | 感染症対策を講じていることのPR            | 10 | 新たな商品・サービスの開発や事業展開               |
| 3 | 営業時間の見直し・短縮                 | 11 | メールや販促ツールによる顧客とのコミュニ<br>ケーションの継続 |
| 4 | 完全予約制の導入                    | 12 | インターネットでの商品・サービスの販売・提供           |
| 5 | 人件費の削減など雇用調整                | 13 | その他( )                           |
| 6 | 宅配・出張サービスなどの導入・強化           | 14 | 特に対策を講じていない                      |
| 7 | テレワーク、時差出勤など従業員の働き方<br>の見直し |    |                                  |
| 8 | ホームページや SNS での情報発信の強化       |    |                                  |

【最も効果があった対策】

問44 国・東京都・杉並区では、新型コロナウイルス感染症の影響に対する支援事業を行ってきました。以下の事業について、「認知状況」「活用状況」をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

| 実施主体 | 制度名   | 認知状況  |      | 活用状況 |           |             |
|------|---|-------|------|------|-----------|-------------|
|      |   | 知っている | 知らない | 活用した | 活用したことはない | 今後活用する予定である |
| 区    | (ア) 新型コロナウイルス感染症対策特例資金<br>新型コロナウイルス感染症の影響により、最近1カ月の売上高が前年の同期と比較して減少し、経営の安定化を行う資金が必要な事業者に対して貸付                 | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |
| 東京都  | (イ) 新型コロナウイルス感染症対応融資(全国制度)<br>セーフティネット保証(4号・5号)又は危機関連保証に係る区市町村の認定を受けている事業所に対して貸付                              | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |
|      | (ウ) 新型コロナウイルス感染症対応緊急融資・緊急借換<br>売上5%以上減少等の要件を満たす事業者に対して貸付  | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |
|      | (エ) 危機対応融資<br>売上15%以上減少等の要件を満たし、危機関連保証の認定を受けている事業者に対して貸付  | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |
| 国    | (オ) 雇用調整助成金<br>事業活動の縮小を余儀なくされた事業主が労働者の雇用の維持を図るための休業手当等に要した費用の一部を助成  | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |
|      | (カ) 持続化給付金<br>営業自粛等により特に大きな影響を受ける事業者に対して、事業継続を支えるための給付金を支給  | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |
|      | (キ) 家賃支援給付金<br>テナント事業者のうち、5～12月において、いずれか1カ月の売上高が前年同月比で50%以上減少、または連続する3カ月の売上高が前年同月比で30%以上減少している中小企業等に対し、給付金を支給 | 1     | 2    | 1    | 2         | 3           |

## 9 最後に

問45 事業所に対する区の支援制度についての情報をどのようにして入手していますか。

(〇はいくつでも)

|                  |             |
|------------------|-------------|
| 1 区のホームページ       | 5 加入組織を通して  |
| 2 広報すぎなみ         | 6 金融機関を通して  |
| 3 区のチラシやパンフレット   | 7 その他( )    |
| 4 区の窓口や電話での問い合わせ | 8 特に入手していない |

問46 杉並区の事業所に対する支援策について、ご意見があればご記入ください。

以上でアンケートは終わりです。  
ご協力いただき、ありがとうございました。

## 2 区民意向調査の調査票

### 1 あなた自身について

問1 性別をお答えください。(○は1つ) ※答えたくない場合は選ばなくても構いません。

|      |      |
|------|------|
| 1 男性 | 2 女性 |
|------|------|

問2 年齢をお答えください。(○は1つ)

|        |        |        |         |
|--------|--------|--------|---------|
| 1 10歳代 | 3 30歳代 | 5 50歳代 | 7 70歳以上 |
| 2 20歳代 | 4 40歳代 | 6 60歳代 |         |

問3 お住まいはどの地域にあたりますか。(○は1つ)

| 地域名       | (参考)住居表示の町名                    |
|-----------|--------------------------------|
| 1 井草地域    | 井草、上井草、下井草                     |
| 2 西荻窪地域   | 上荻、松庵、善福寺、西荻北、西荻南              |
| 3 荻窪地域    | 天沼、今川、荻窪、清水、本天沼、南荻窪、桃井         |
| 4 阿佐谷地域   | 阿佐谷北、阿佐谷南、成田西、成田東              |
| 5 高円寺地域   | 梅里、高円寺北、高円寺南、堀ノ内、松ノ木、和田        |
| 6 高井戸地域   | 上高井戸、久我山、下高井戸、高井戸西、高井戸東、浜田山、宮前 |
| 7 方南・和泉地域 | 和泉、永福、大宮、方南                    |

問4 職業をお答えください。(○は1つ)

|           |             |            |
|-----------|-------------|------------|
| 1 自営業・事業主 | 4 事務職・技術職   | 7 学生       |
| 2 自由業     | 5 労務職・サービス職 | 8 無職・年金暮らし |
| 3 管理職     | 6 主婦・主夫     | 9 その他( )   |

問5 通勤・通学先の所在地をお答えください。(○は1つ)

|        |        |               |
|--------|--------|---------------|
| 1 杉並区内 | 2 杉並区外 | 3 通勤・通学はしていない |
|--------|--------|---------------|

問6 杉並区に住んで何年になりますか。(○は1つ)

|         |           |         |
|---------|-----------|---------|
| 1 5年未満  | 3 10年～19年 | 5 30年以上 |
| 2 5年～9年 | 4 20年～29年 |         |

問7 家族構成をお答えください。(○は1つ)

|                  |                  |
|------------------|------------------|
| 1 夫婦のみ(一世代家族)    | 4 親と子どもと孫(三世代家族) |
| 2 親と未婚の子ども(核家族)  | 5 ひとり暮らし         |
| 3 親と子ども夫婦(二世代家族) | 6 その他( )         |

## 2 日常生活の意識について

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

①現在抱いているイメージ

※12を選んだ方はその他の内容( )

②今後定着してほしいイメージ

※12を選んだ方はその他の内容( )

### 【地域特性の選択肢】

- |                      |                           |
|----------------------|---------------------------|
| 1 静かで落ち着いた地域         | 7 鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域    |
| 2 自然の水と緑が豊かな潤いのある地域  | 8 医療施設が充実した地域             |
| 3 芸術・文化施設や活動の充実した地域  | 9 教育・学習環境が充実した地域          |
| 4 流行に敏感な商店が集まった地域    | 10 子育てを支援する施設やサービスが充実した地域 |
| 5 高品質な商品を扱う商店が集まった地域 | 11 高齢者が暮らしやすい地域           |
| 6 人が集まるにぎわいのある地域     | 12 その他                    |

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

- |                                   |
|-----------------------------------|
| 1 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     |
| 2 地域資源を活かした個性的な商店街がつけられている        |
| 3 駅前に集客力のある大型商業施設が数多く立地している       |
| 4 最先端の技術を活用して新しい事業やサービスが創出されている   |
| 5 区内の事業所に、多くの区民が働いている             |
| 6 区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている          |
| 7 区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている         |
| 8 地域の魅力に惹かれて区外から多くの買い物客や観光客が訪れている |
| 9 環境に配慮した最先端の工場でものづくりが行われている      |
| 10 その他( )                         |

問10 現在の生活環境の中で、不安に感じていることはありますか。(〇はいくつでも)

- |                        |                  |
|------------------------|------------------|
| 1 食品や日用品などの買い物環境       | 7 子どもの通学環境       |
| 2 安心して利用できる医療機関        | 8 近所づきあい         |
| 3 高齢者や女性でも働きやすい場       | 9 子どもを安心して預けられる場 |
| 4 地域の防災体制              | 10 財産や税金         |
| 5 治安の悪化                | 11 自身の健康管理       |
| 6 自動車が運転できなくなったときの移動手段 | 12 その他( )        |

問11 日常生活で意識していることをお伺いします。以下の項目について、最も近いものをお答えください。(それぞれ○は1つ)

|                             | あてはまる | ま | ややあてはまる | どちらでもない | ややあてはまらない | あてはまらない |
|-----------------------------|-------|---|---------|---------|-----------|---------|
| (例) □□は□□な方だ                | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (ア) 環境に配慮した生活を送りたい          | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (イ) 自然と親しむのが好きだ             | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (ウ) 芸術・文化に触れていたい            | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (エ) 運動や食事など健康管理に気をつけている     | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (オ) 地域活動やボランティア活動に取り組みたい    | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (カ) 気に入ったものや情報があれば家族や友人に伝える | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (キ) 流行に敏感な方だ                | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (ク) 世の中の物事に対して広く関心がある       | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (ケ) 新しい商品やお店を開拓するのが好きだ      | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (コ) 創作活動に時間を使いたい            | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (サ)好きな事にはお金や時間を惜しまない        | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (シ) 周囲に左右されず自分の信念を貫く        | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (ス) 自己を高めることに関心が高い          | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (セ) 伝統や歴史を重んじる              | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (ソ) 経済的な豊かさより心の豊かさが大切だ      | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |
| (タ) 仕事よりも家庭を優先したい           | 1     | 2 | 3       | 4       | 5         |         |

問12 商品の購入やサービスの提供を受ける際に、どのような手段で情報を得ていますか。(○はいくつでも)

|                                   |                   |
|-----------------------------------|-------------------|
| 1 テレビ・ラジオ                         | 5 家族や友人などから得られる情報 |
| 2 新聞・雑誌                           | 6 チラシ・ポスター        |
| 3 インターネット                         | 7 その他( )          |
| 4 SNS(Twitter, Instagram, LINE 等) |                   |

問13 環境への配慮で意識していることをお答えください。(○はいくつでも)

|                          |                                    |
|--------------------------|------------------------------------|
| 1 環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶ | 6 弁当・惣菜などを購入する時に不要なフォーク・スプーンをもらわない |
| 2 地元産品を購入して地産地消を実践する     | 7 リサイクル素材でできた商品(再生紙など)を選ぶ          |
| 3 容器や包装の少ないものを選ぶ         | 8 その他( )                           |
| 4 レジ袋をもらわない              | 9 特にない                             |
| 5 ごみを減らし、再利用やリサイクルを行う    |                                    |

### 3 日頃の買い物について

問14 杉並区内の以下の店舗について、【利用頻度の選択肢】の中から1つだけ番号をお選びください。  
また、「1 よく利用する」と回答した店舗については、その理由を【よく利用する理由の選択肢】の中  
からお選びください。さらに、その理由のうち、最大の理由を1つお答えください。(番号を記入)

| ※「利用頻度」で「1」と記入した人のみ回答    |                 |                  |                  |
|--------------------------|-----------------|------------------|------------------|
| 店舗                       | 利用頻度<br>(番号は1つ) | 理由<br>(番号はいくつでも) | 最大の理由<br>(番号は1つ) |
| (例)□□□のスーパー              | → 1             | 1, 3, 5          | → 5              |
| (ア) 自宅周辺の一般商店            | →               |                  | →                |
| (イ) 自宅周辺のスーパー            | →               |                  | →                |
| (ウ) 自宅周辺以外の<br>区内のスーパー   | →               |                  | →                |
| (エ) 自宅周辺の<br>コンビニエンスストア  | →               |                  | →                |
| (オ) 区内の駅周辺の<br>大型商業施設    | →               |                  | →                |
| (カ) 区内の幹線道路沿道の<br>大型商業施設 | →               |                  | →                |
| (キ) その他( )               | →               |                  | →                |

#### 【利用頻度の選択肢】

1 よく利用する    2 時々利用する    3 あまり利用しない    4 全く利用しない

#### 【よく利用する理由の選択肢】

- |              |                   |
|--------------|-------------------|
| 1 価格が安い      | 10 安心感がある         |
| 2 品質・鮮度が良い   | 11 催し物・特売がある      |
| 3 品揃えが豊富     | 12 キャッシュレス決済ができる  |
| 4 1カ所で買い物が済む | 13 ポイントなどを発行している  |
| 5 欲しいものがある   | 14 スタンプなどのサービスがある |
| 6 接客態度が良い    | 15 昔からのなじみの店だから   |
| 7 店の雰囲気が良い   | 16 駐輪・駐車場がある      |
| 8 営業時間が長い    | 17 家から近い          |
| 9 休憩場所がある    | 18 その他            |

問15 商品・サービスの購入について、よく利用する地域を【地域等の選択肢】の中から、利用する順に3つまでお選びください。(番号を記入)

| 商品・サービス        |   | 第1位 | 第2位 | 第3位 |
|----------------|---|-----|-----|-----|
| (例)□□□の商品      | → | 1   | 2   | 6   |
| (ア) 青果・精肉・鮮魚   | → |     |     |     |
| (イ) 酒類・飲料      | → |     |     |     |
| (ウ) 外食         | → |     |     |     |
| (エ) 総菜・弁当      | → |     |     |     |
| (オ) 日用雑貨・身の回り品 | → |     |     |     |
| (カ) 普段着        | → |     |     |     |
| (キ) 高級衣料       | → |     |     |     |
| (ク) 家具・寝具      | → |     |     |     |
| (ケ) 家電製品       | → |     |     |     |
| (コ) 書籍         | → |     |     |     |
| (サ) スポーツ用品     | → |     |     |     |
| (シ) 贈答品        | → |     |     |     |
| (ス) クリーニング     | → |     |     |     |
| (セ) 美容・理容      | → |     |     |     |

【地域等の選択肢】

- |           |            |                   |
|-----------|------------|-------------------|
| 1 高円寺駅周辺  | 6 井の頭線の駅周辺 | 11 吉祥寺の商業施設       |
| 2 阿佐ヶ谷駅周辺 | 7 京王線の駅周辺  | 12 渋谷の商業施設        |
| 3 荻窪駅周辺   | 8 丸の内線の駅周辺 | 13 その他の区外商業施設     |
| 4 西荻窪駅周辺  | 9 その他の杉並区内 | 14 インターネットショッピング等 |
| 5 西武線の駅周辺 | 10 新宿の商業施設 | 15 購入しない          |

問16は、問15で「10」～「14」のいずれかを選んだ方がお答えください。

問16 前記の商品・サービスを区外(インターネットショッピング等を含む)で購入する理由をお答えください。(〇はいくつでも)

- |                                     |               |
|-------------------------------------|---------------|
| 1 自身のニーズに合う商品・サービスを区内では販売・提供していないから | 5 自分の好みの店だから  |
| 2 品揃えが豊富だから                         | 6 知人が経営しているから |
| 3 その店だけでしか販売していないから                 | 7 価格が安いから     |
| 4 通勤・通学・他の用事の途中で購入するため              | 8 ブランド店だから    |
|                                     | 9 その他( )      |

問17 通信販売やインターネットショッピング、キャッシュレス決済などの利用頻度についてお伺いします。  
以下の項目について、利用頻度をお答えください。(それぞれ○は1つ)

|   | 利用頻度       |            |              |             |
|---|------------|------------|--------------|-------------|
|   | 利用よく<br>する | 利用時々<br>する | あまり<br>利用しない | 全く<br>利用しない |
| (ア) テレビショッピングやカタログ通販                                    | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (イ) インターネットショッピング                                       | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (ウ) 宅配サービス(生協・ピザ・すし等)                                   | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (エ) クレジットカード  | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (オ) 交通系電子マネー(Suica、Pasmo 等) <small>*交通機関での利用は除く</small> | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (カ) 交通系以外のプリペイド式電子マネー(nanaco、Edy 等)                     | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (キ) QR・バーコード決済(Pay Pay、LINE Pay 等)                      | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (ク) デビットカード   | 1          | 2          | 3            | 4           |
| (ケ) 各種ポイントカード   | 1          | 2          | 3            | 4           |

問18 区内共通商品券である「すぎなみギフトカード」を利用したことがありますか。(○は1つ)

1 利用したことがある    2 利用したことはないが知っている    3 知らない

問19 食料品・日用品の買い物をする時間帯をお伺いします。平日と休日(土日祝日)について、最も買い物をする時間帯をお答えください。(それぞれ○は1つ)

|        | 午前中 | 正午頃～<br>午後3時頃 | 午後3時頃<br>～5時頃 | 午後5時頃<br>～7時頃 | 午後7時頃<br>～9時頃 | 午後9時頃<br>以降 | 買い物は<br>しない |
|--------|-----|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| (ア) 平日 | 1   | 2             | 3             | 4             | 5             | 6           | 7           |
| (イ) 休日 | 1   | 2             | 3             | 4             | 5             | 6           | 7           |

問20 商品・サービスを購入する時に重視することは何ですか。(○はいくつでも)

|           |                        |                 |
|-----------|------------------------|-----------------|
| 1 価格      | 7 見た目                  | 12 健康のためになるか    |
| 2 品質      | 8 売れ筋                  | 13 教育のためになるか    |
| 3 ブランド    | 9 口コミ                  | 14 あまり人が持っていないか |
| 4 環境への配慮  | 10 お気に入りかどうか           | 15 その他          |
| 5 安全性・安心感 | 11 家族・友人等との絆を深めるためになるか | ( )             |
| 6 耐久性     |                        |                 |



## 4 杉並区の商店街について

問21 区内の商店街の利用頻度をお答えください。(○は1つ)

- |          |          |         |
|----------|----------|---------|
| 1 週4回以上  | 4 月に2~3回 | 6 年に数回  |
| 2 週に2~3回 | 5 月に1回程度 | 7 利用しない |
| 3 週に1回   |          |         |

問22は、問21で「1」~「3」のいずれかを選んだ方がお答えください。

問22 商店街を週に1回以上利用する理由は何ですか。(○はいくつでも)

- |                   |               |
|-------------------|---------------|
| 1 品質・鮮度がよい        | 6 接客がよい       |
| 2 自宅近くで便利         | 7 セールやイベントがある |
| 3 通勤・通学・仕事の途中で寄れる | 8 安全・安心感がある   |
| 4 欲しい商品・サービスがある   | 9 価格が安い       |
| 5 「いきつけ」の店がある     | 10 その他( )     |

問23は、問21で「4」~「7」のいずれかを選んだ方がお答えください。

問23 商店街を週に1回以上利用しない理由は何ですか。(○はいくつでも)

- |                    |                      |
|--------------------|----------------------|
| 1 品質・鮮度が十分でない      | 9 価格が高い              |
| 2 自宅から遠くて不便        | 10 1カ所で買い物が済まない      |
| 3 通勤・通学・仕事の途中で寄れない | 11 営業時間が短い           |
| 4 欲しい商品・サービスが十分でない | 12 多様な支払い方法に対応していない  |
| 5 「いきつけ」の店がない      | 13 途中で休憩する場所がない      |
| 6 接客が十分でない         | 14 そもそも週に1回以上買い物をしない |
| 7 セールやイベントが少ない     | 15 その他( )            |
| 8 安全・安心感が十分でない     |                      |

問24 これまでに商店街のイベント(福引きイベント等)に参加したことがありますか。(○は1つ)

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1 参加したことがある | 2 参加したことはない |
|-------------|-------------|

問25は、問24で「2」を選んだ方がお答えください。

問25 商店街のイベントに参加しない理由は何ですか。(○は1つ)

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| 1 イベントの実施を知らなかった | 3 参加したかったが、都合が合わなかった |
| 2 参加したいイベントがない   | 4 その他( )             |

問26 商店街に望むものは何ですか。(○はいくつでも)

- |                              |                |               |
|------------------------------|----------------|---------------|
| 1 商店街だけで買い物が済む<br>ような日用品の品揃え | 5 歩いて楽しい演出     | 10 アーケードの設置   |
| 2 高齢者・障害者に配慮したバ<br>リアフリー化    | 6 セールやイベントの実施  | 11 無料の休憩施設の設置 |
| 3 親切な接客                      | 7 ポイントカードの導入   | 12 公衆トイレの設置   |
| 4 安全・安心に配慮した設備・対応            | 8 キャッシュレス決済の導入 | 13 その他<br>( ) |
|                              | 9 駐車場・駐輪場の整備   |               |

問27 新型コロナウイルス感染症の影響についてお伺いします。以下の項目について、令和2年4～9月の利用頻度はどのように変化しましたか。(それぞれ○は1つ)

|                           | 利用頻度 |       |     |
|---------------------------|------|-------|-----|
|                           | 増えた  | 変わらない | 減った |
| (ア) 区内商店街                 | 1    | 2     | 3   |
| (イ) 商店街以外の区内店舗            | 1    | 2     | 3   |
| (ウ) 区外店舗                  | 1    | 2     | 3   |
| (エ) 宅配サービスやインターネットショッピング等 | 1    | 2     | 3   |

## 5 杉並区の観光事業・アニメ事業について

問28 今後、都内を訪れる来街者は、新型コロナウイルス感染症の影響による一時的な減少はあるものの、持続的な増加が見込まれています。一方、将来的には区内の人口減少が予測されています。

そこで、杉並区では外国人観光客を含む来街者の誘致を図ることで、「にぎわい」や「活気」の創出につなげていく計画です。このことについて、どのように思いますか。(○は1つ)

- |                   |               |
|-------------------|---------------|
| 1 とても良いことだと思う     | 4 あまり良いとは思わない |
| 2 まあ良いことだと思う      | 5 全く良いとは思わない  |
| 3 どちらともいえない・わからない |               |

問29 杉並区の以下の観光事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ○は1つ)

|   | 知っている | 知らない |
|---|-------|------|
| <p>(ア) 中央線あるあるプロジェクト<br/>区内JR中央線各駅(高円寺・阿佐ヶ谷・荻窪・西荻窪)周辺の魅力を、WEBやSNS、観光ガイドブック、新聞紙面等を用いてPRし、区への持続的な集客を図るプロジェクト。</p> <p>○中央線あるあるプロジェクト WEB サイト<br/><a href="https://www.chuosen-rr.com/">https://www.chuosen-rr.com/</a></p>   | 1     | 2    |
| <p>(イ) すぎなみ学倶楽部<br/>杉並区の様々な魅力を、区民ライターが区民目線で取材・執筆し、都心部の観光スポットとは異なる区の「良さ」「らしさ」をホームページで紹介する公式情報サイト。</p> <p>○すぎなみ学倶楽部 WEB サイト <a href="https://www.suginamigaku.org/">https://www.suginamigaku.org/</a></p>    | 1     | 2    |
| <p>(ウ) なみすけ<br/>「アニメのまちすぎなみ」にふさわしいキャラクターとして公募で選ばれ、区民の皆さまと区をやさしくつなぐキャラクター。区政の様々な場所に登場。</p>    | 1     | 2    |

問30 杉並区の観光資源とは何だと思えますか。(自由に記入)

問31 区内の希望する車には、「図柄入り杉並ナンバープレート」を導入しています。このナンバープレートを見かけたことはありますか。(○は1つ)

- 1 見かけたことがある
- 2 見かけたことはない



【図柄入り杉並ナンバープレート】  
※カラーはフルカラーと  
モノトーン(白黒)があります

問32 「図柄入り杉並ナンバープレート」を取り付けたいと思いますか。(○は1つ)  
※車をお持ちでない方もお答えください。

- 1 既に取り付けている
- 2 取り付けたい
- 3 どちらともいえない
- 4 取り付けたくない

問33は、問32で「4」を選んだ方がお答えください。

問33 「図柄入り杉並ナンバープレート」を取り付けたくない理由は何ですか。(○は1つ)

- 1 標準のものがよい
- 2 手続きが手間
- 3 費用\*が発生する
- 4 デザインが好みでない
- 5 その他 ( )

※費用:7,380円(軽自動車 7,440円)～

問34 杉並区は日本一のアニメ制作会社の集積地になっています。区内にアニメ制作会社が集積していることを知っていますか。(○は1つ)

- 1 知っている
- 2 知らない

問35 杉並区では、日本のアニメーション全体を体系づけて学び、体験し、理解しながら楽しんでいただけるよう、「杉並アニメーションミュージアム」(杉並区上荻 3-29-5 杉並会館内、入場無料)を運営しています。あなたは、「杉並アニメーションミュージアム」に行ったことがありますか。(○は1つ)

- 1 2回以上行ったことがある
- 2 1回だけ行ったことがある
- 3 行ったことはないが知っている
- 4 行ったこともないし知らない

問36は、問35で「3」「4」のいずれかを選んだ方がお答えください。

問36 どのようなきっかけがあれば来館してみたいと思いますか。(○はいくつでも)

- 1 好きなアニメの企画展がある
- 2 体験型ワークショップがある
- 3 子どもが楽しめるコンテンツがある
- 4 アクセスがしやすい
- 5 その他( )
- 6 アニメに興味がない

## 6 杉並区の農業について

問37 杉並区は23区内で5番目に農地面積が大きく、約100戸の農家があります。野菜、果物、花、植木などが生産されており、50カ所以上の直売所があります。しかし、農地面積は年々減少しているのが現状です。この事についてどう思いますか。(〇はいくつでも)

- 1 貴重な緑地として保全してほしい
- 2 新鮮な農作物が食べられるので保全してほしい
- 3 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
- 4 防災上貴重なオープンスペースなので保全してほしい
- 5 宅地になってほしい
- 6 にぎわいを生み出すために商業施設になってほしい
- 7 よくわからない
- 8 その他( )

問38 杉並産の野菜、果物や花などを購入したことはありますか。(〇は1つ)

- 1 購入したことがある
- 2 購入したことはない

問39は、問38で「1」を選んだ方がお答えください。

問39 杉並産の野菜、果物や花などを購入した場所はどこですか。(〇はいくつでも)

- 1 JA東京中央ファーマーズマーケット荻窪
- 2 区役所即売会
- 3 その他即売会
- 4 直売所(農家から直接)
- 5 農業祭などのイベント
- 6 その他 ※スーパーマーケット、店舗名など ( )

問40は、問38で「2」を選んだ方がお答えください。

問40 杉並産の野菜、果物や花などを購入したことがない理由をお答えください。(〇はいくつでも)

- 1 興味はあるが、販売場所がわからないから
- 2 購入できる場所は知っているが、駅の近くなど利便性のよい場所がないから
- 3 値段が高いと思うから
- 4 購入は、八百屋やスーパー、花屋、ホームセンター等で十分だから
- 5 杉並産の野菜等があることを知らなかった
- 6 その他( )

問41 貴重なみどりである農地を保全し、区内の農業振興を図るためには、区民の方々に農業に対する理解を深めていただくことが重要であると考えています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

|   | 知っている | 知らない |
|---|-------|------|
| (ア) 農福連携事業(杉並区井草3-19)<br>生産した農産物を福祉施設等に提供したり、障害者福祉施設等の団体が使用できる区画を用意しています。地域の方の収穫体験も実施しています。 | 1     | 2    |
| (イ) 農業公園(杉並区成田西3-18-9)<br>「杉並区立成田西ふれあい農業公園」として農業教室や収穫体験イベントを実施しています。                        | 1     | 2    |
| (ウ) 農業体験農園<br>農家の方が園主となり、指導を受けながら農業体験できる農園。現在、区内に2カ所整備されています。                               | 1     | 2    |
| (エ) 区民農園<br>3年毎に公募。抽選により約10㎡の区画で農業体験ができます。  | 1     | 2    |
| (オ) 農業情報紙「杉並農人」<br>区内農家にスポットをあて、農業へのこだわりや生産している農産物を紹介しています。                                 | 1     | 2    |
| (カ) 農産物直販マップ<br>杉並区内の農家情報(販売作物・案内図ほか)や杉並区の農業施策、農産物の即売会情報などを紹介した冊子です。                        | 1     | 2    |

## 7 杉並区の就労支援について

問42 ウェルファーム杉並(杉並区天沼 3-19-16)にある杉並区就労支援センターでは、就労支援事業を実施しています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

|  | 知っている | 知らない |
|--|-------|------|
| (ア) 若者就労支援コーナー<br>失業中の方、アルバイトから正社員を目指す方などにキャリアカウンセラーによる就労準備相談や就労支援セミナーを実施しています。                      | 1     | 2    |
| (イ) ハローワークコーナー<br>ハローワークスタッフが求人の紹介やニーズに応じたお仕事探しのサポートを行います。   | 1     | 2    |
| (ウ) ジョブトレーニングコーナー<br>区内事業所での実習など、実践的な体験プログラムに参加し「働く」を練習することで、働くための土台をつくり、就職活動へ踏み出す自信をつけるサポートを行っています。 | 1     | 2    |

問43 仕事を探す際に利用しているものをお答えください。(〇はいくつでも)

|                 |                               |
|-----------------|-------------------------------|
| 1 ハローワーク        | 6 杉並区が運営する求人情報サイト「就職応援ナビすぎなみ」 |
| 2 求人媒体(インターネット) | 7 その他( )                      |
| 3 求人媒体(紙)       | 8 仕事を探していない                   |
| 4 人材紹介サービス      |                               |
| 5 杉並区就労支援センター   |                               |

## 8 杉並区の創業支援について

問44 区では、創業を支援するさまざまな事業を実施しています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ○は1つ)

|  | 知っている | 知らない |
|--|-------|------|
| (ア) 創業相談会<br>創業に関する各種相談に、専門家(中小企業診断士)が阿佐谷図書館できめ細かくアドバイスしています。              | 1     | 2    |
| (イ) 創業支援融資制度<br>金融機関に有利な条件で創業資金をあっせんしてもらえる融資制度です。                          | 1     | 2    |
| (ウ) 創業セミナー<br>事業計画づくり・開業手続きなど、区内で創業し事業を発展させていくための実践的な講座です。                 | 1     | 2    |
| (エ) 創業支援施設(阿佐谷キック・オフ/オフィス)<br>区内で創業を目指す方、または創業後間もない事業者に低廉な料金を事務室を貸し出しています。 | 1     | 2    |

## 9 最後に

問45 日頃のお買い物や区の産業振興について、ご意見があればご記入ください。

以上でアンケートは終わりです。  
ご協力いただき、ありがとうございました。

---

令和2年度杉並区産業実態調査報告書

|         |
|---------|
| 登録印刷物番号 |
|---------|

|         |
|---------|
| 02-0088 |
|---------|

発行月 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

☆杉並区のホームページでご覧になれます。<https://www.city.suginami.tokyo.jp>

---