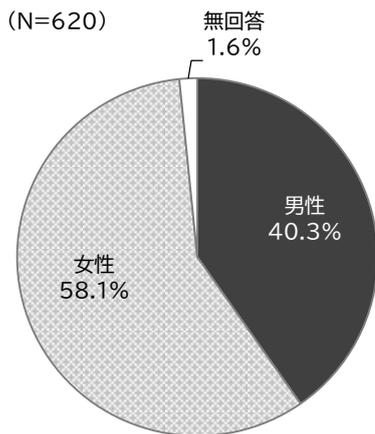


第3章 区民意向調査

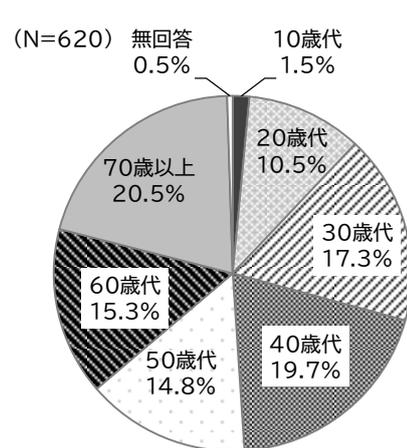
1 回答者の基本属性

(問1～問7)

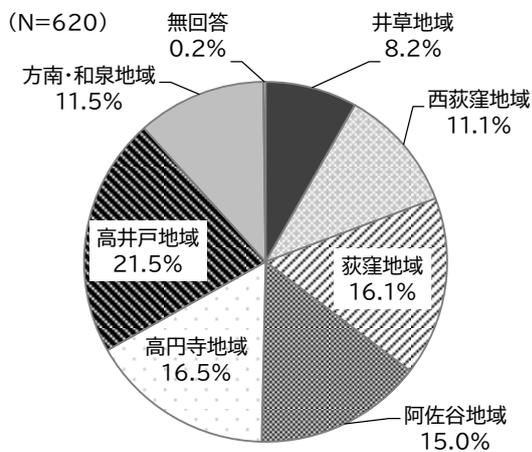
■ 図表 2-1 性別



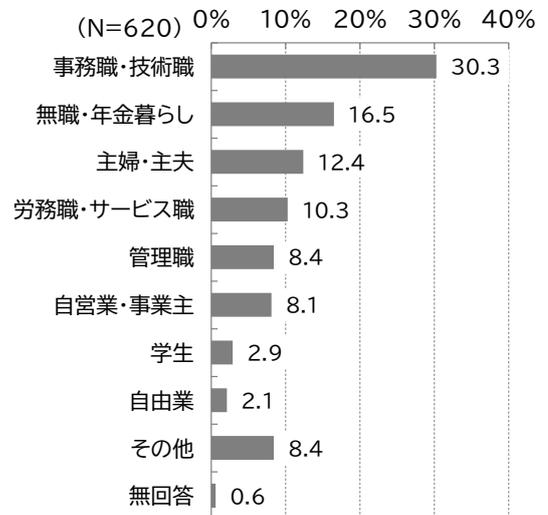
■ 図表 2-2 年齢



■ 図表 2-3 居住地域

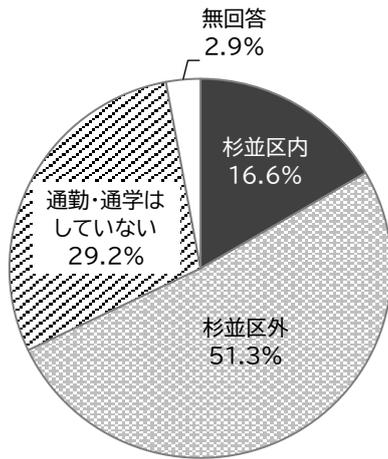


■ 図表 2-4 職業



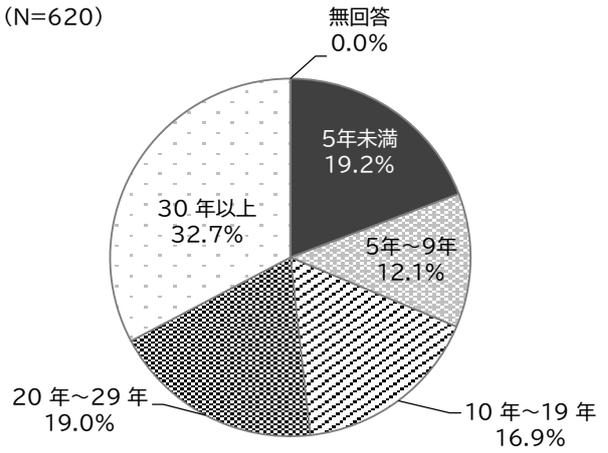
■ 図表 2-5 通勤・通学先の所在地

(N=620)



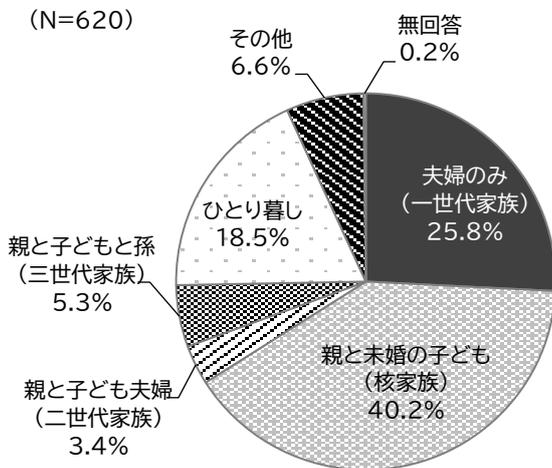
■ 図表 2-6 杉並区での居住年数

(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

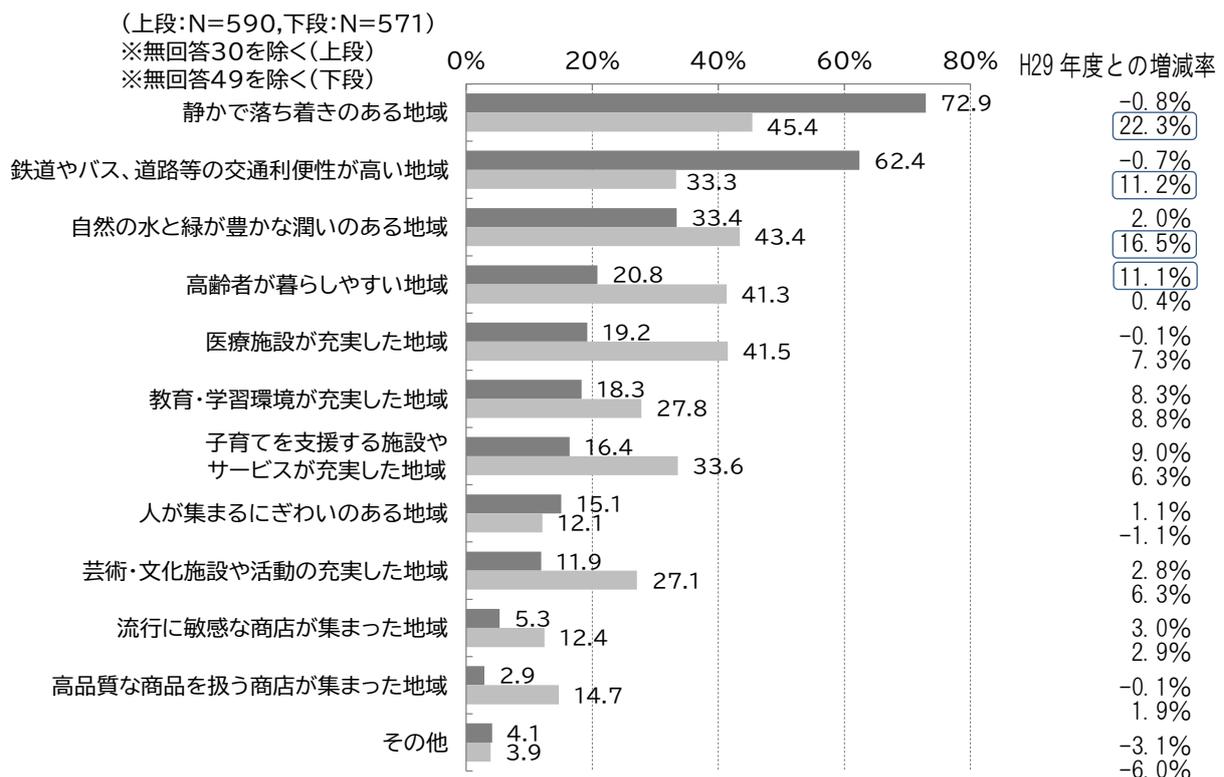
現在抱いているイメージでは、「静かで落ち着いたある地域」が72.9%と最も高く、次いで「鉄道やバス、道路等の交通利便性が高い地域」が62.4%、「自然の水と緑が豊かな潤いのある地域」が33.4%となっている。

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)

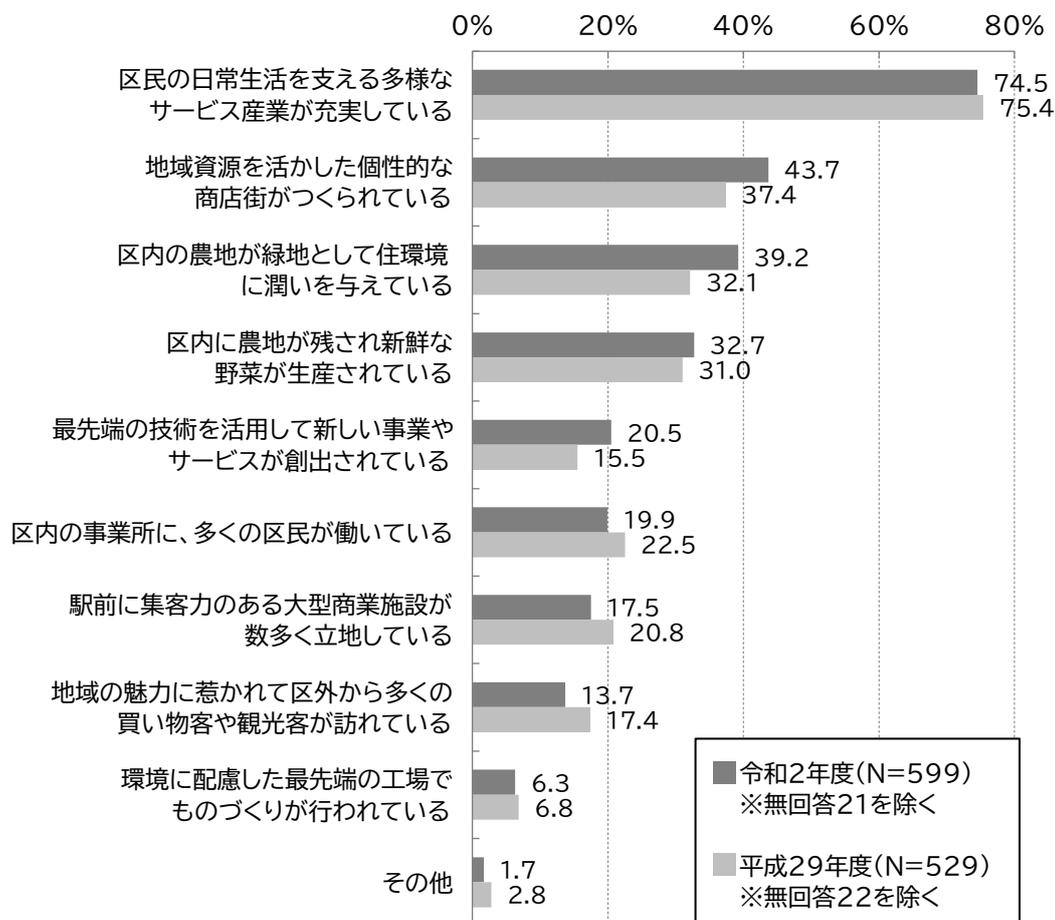
○日常生活を支える多様なサービス産業の充実が求められている

「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。

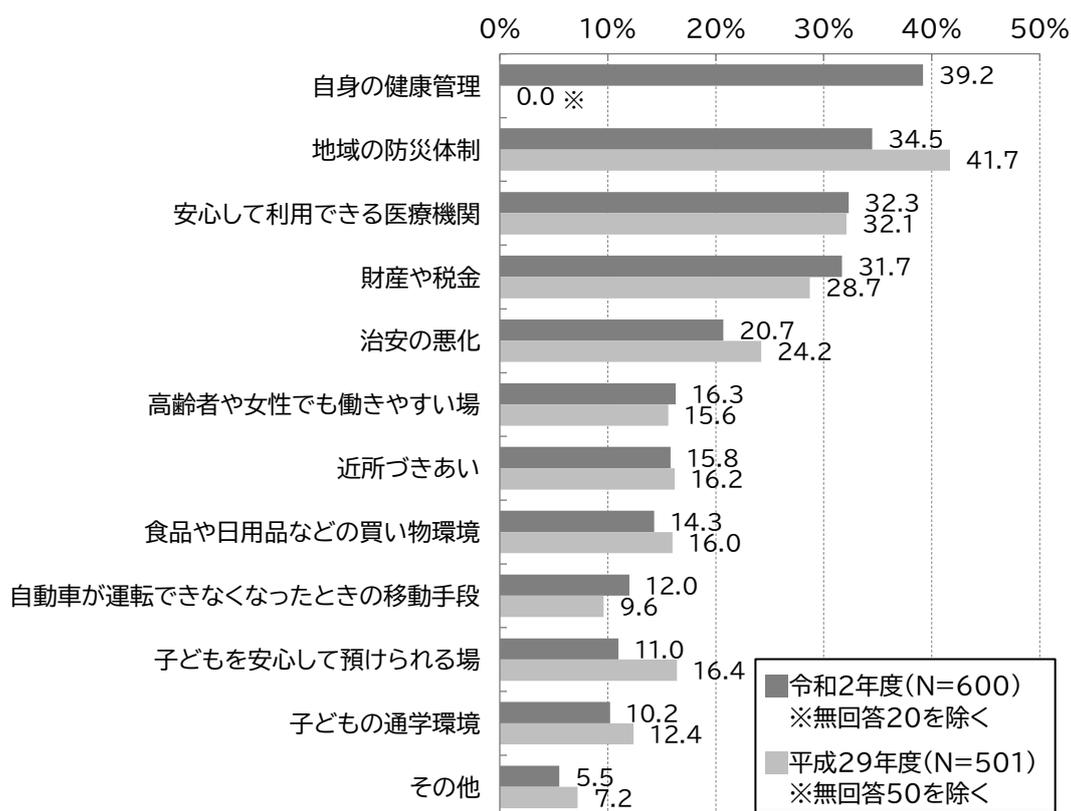
問 10 現在の生活環境の中で、不安に感じていることはありますか。(〇はいくつでも)

○「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

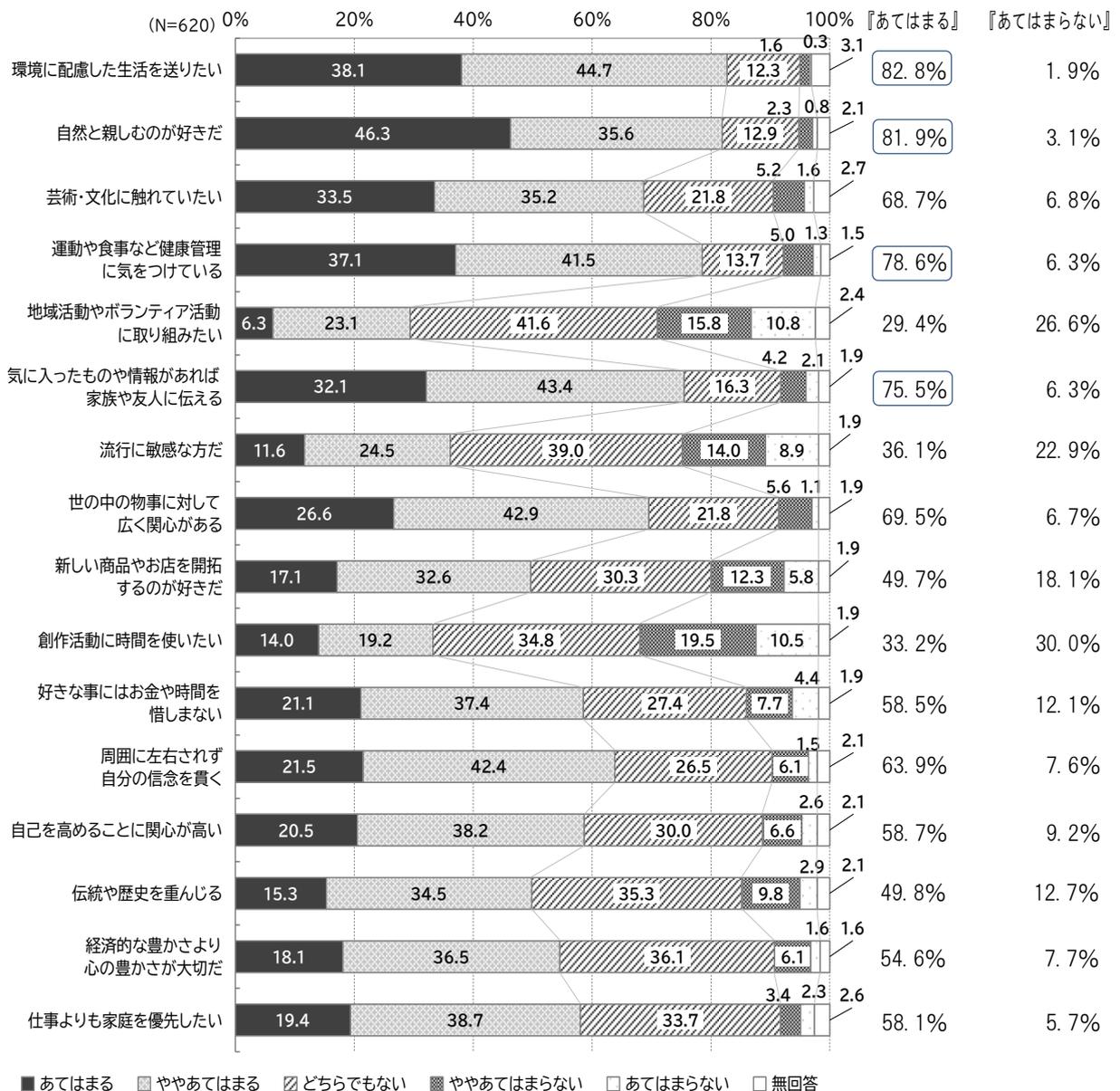
※割合が20%以上の選択肢を網掛けしている。

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

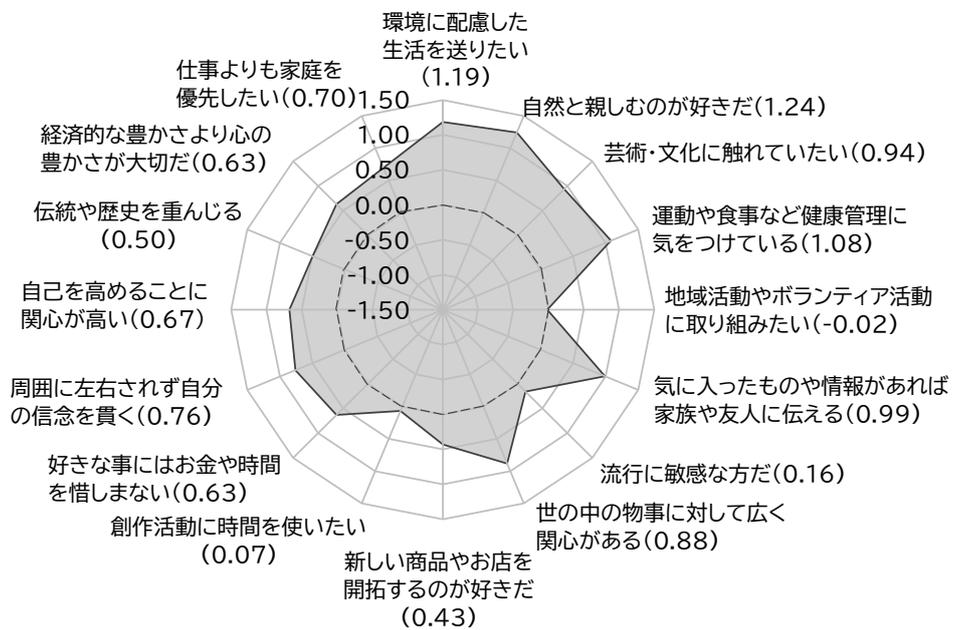


日常生活で意識していること（全 16 項目）について、回答を点数化し、下記の計算式で各項目の評価点を求めた。

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

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、評価点が低いのは、「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。

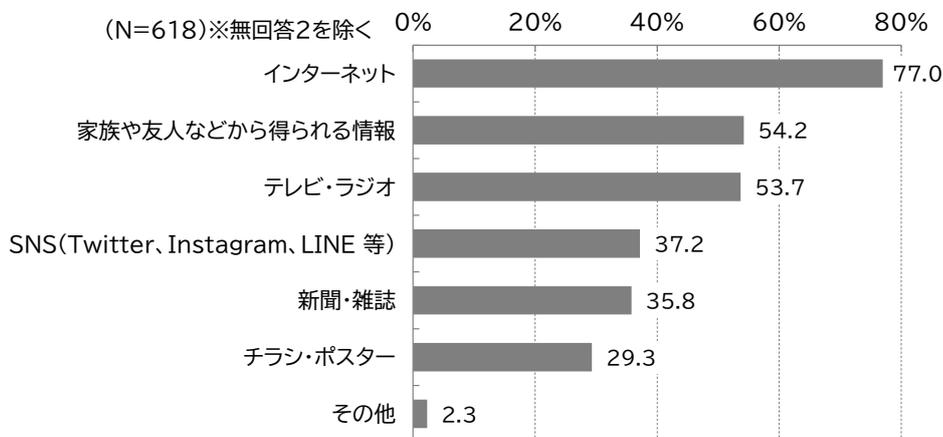
問 12 商品の購入やサービスの提供を受ける際に、どのような手段で情報を得ていますか。
(〇はいくつでも)

○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。

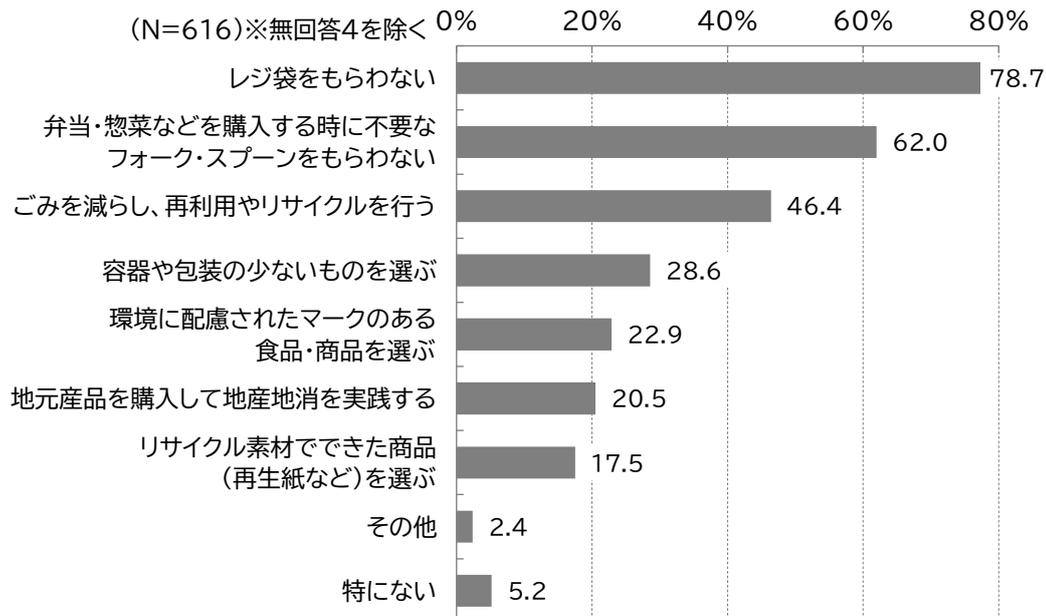
※) SNS : Twitter、Instagram、LINE 等

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



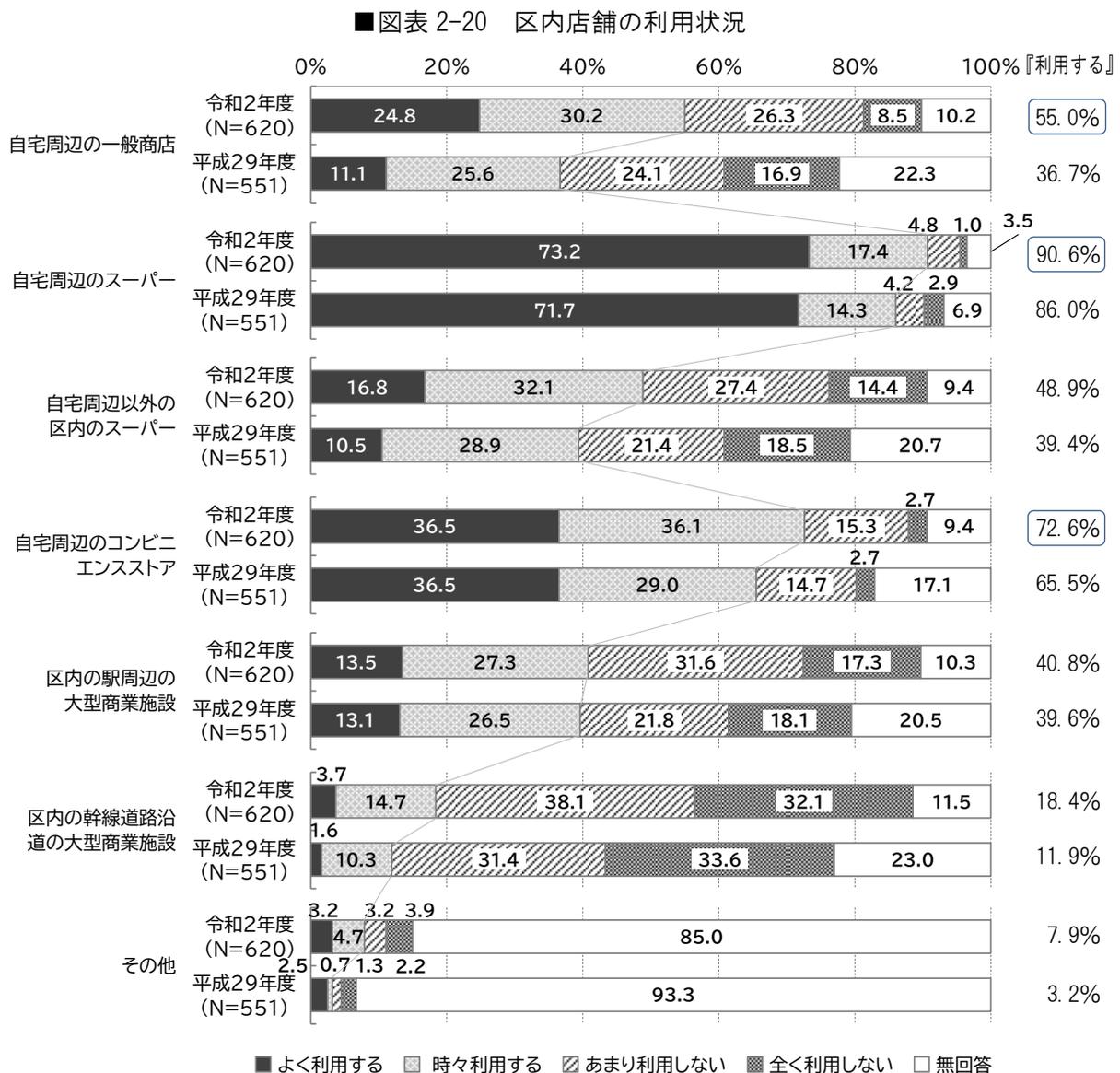
3 日頃の買い物について

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

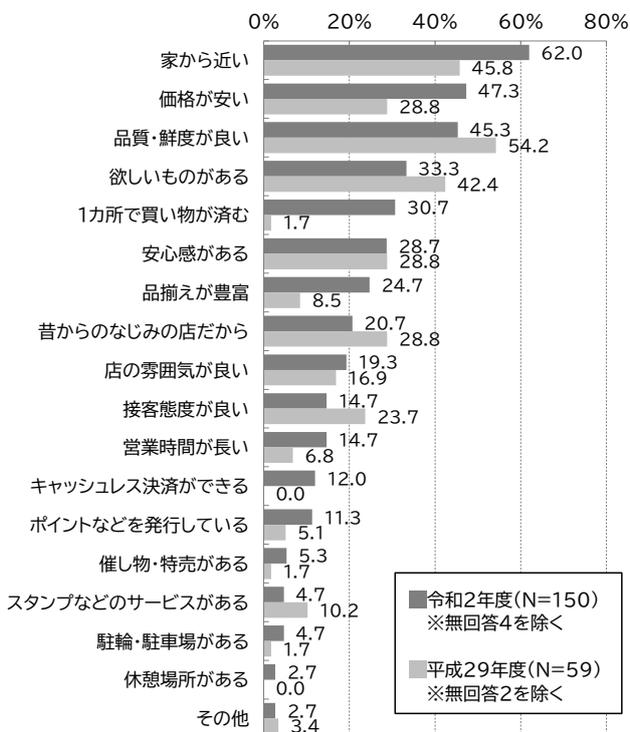
○よく利用する理由は、「家から近い」が約6割と最も高い

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

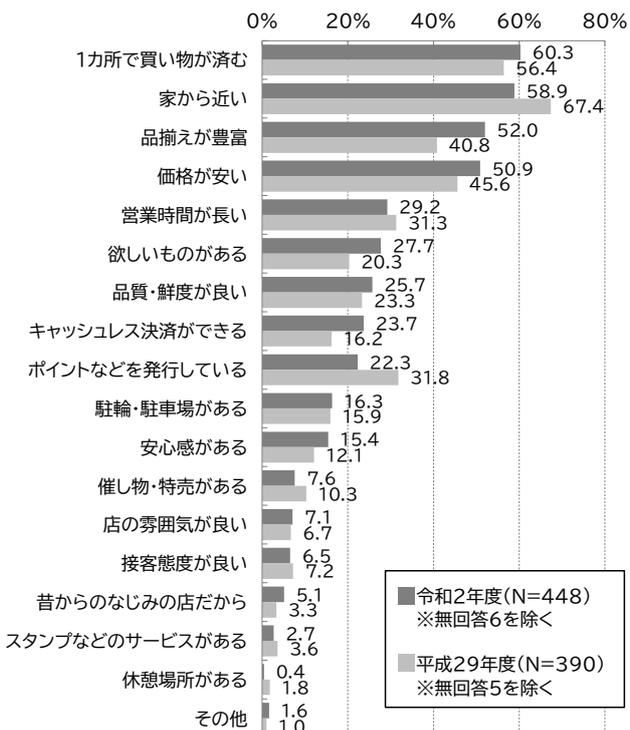
○よく利用する理由は、「1カ所で買い物が済む」「家から近い」が多い

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

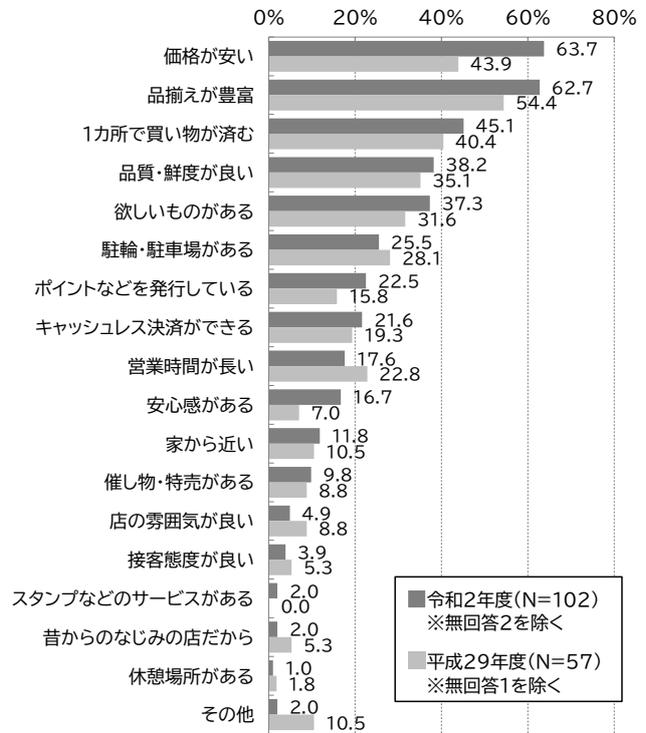
○よく利用する理由は、「価格が安い」「品揃えが豊富」が多い

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

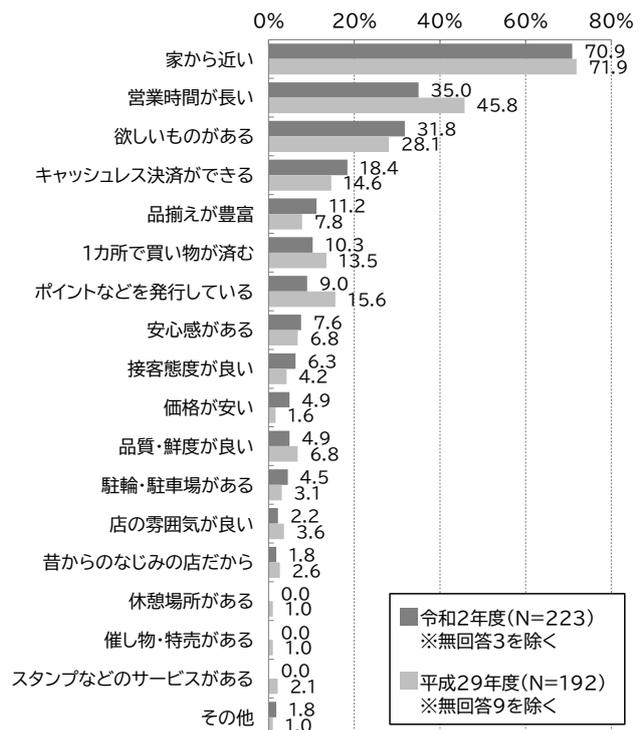
○よく利用する理由は、「家から近い」が突出して多い

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

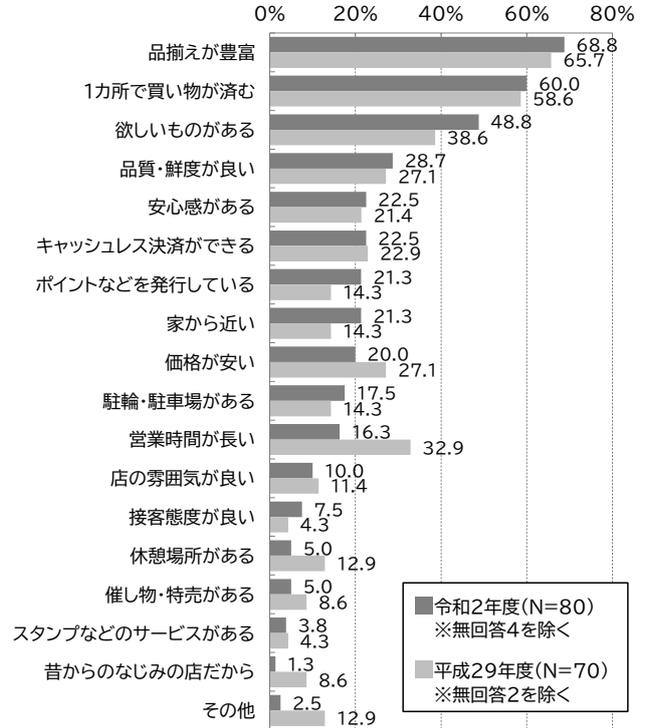
○よく利用する理由は、「品揃えが豊富」である

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

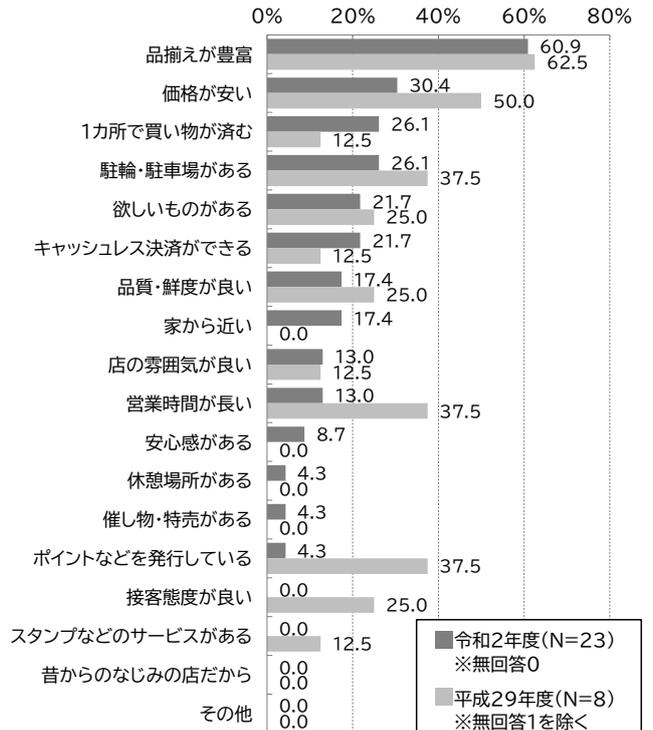
○よく利用する理由は、「品揃えが豊富」が突出して多い

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 (+16.2%)	1カ所で買い物が済む (+3.9%)	家から近い (-1.0%)	価格が安い (+19.8%)	品揃えが豊富 (+3.1%)	品揃えが豊富 (-1.6%)
2位	価格が安い (+18.5%)	家から近い (-8.5%)	営業時間が長い (-10.8%)	品揃えが豊富 (+8.3%)	1カ所で買い物が済む (+1.4%)	価格が安い (-19.6%)
3位	品質・鮮度が良い (-8.9%)	品揃えが豊富 (+11.2%)	欲しいものがある (+3.7%)	1カ所で買い物が済む (+4.7%)	欲しいものがある (+10.2%)	1カ所で買い物が済む (+13.6%)
4位	欲しいものがある (-9.1%)	価格が安い (+5.3%)	キャッシュレス決済ができる (+3.8%)	品質・鮮度が良い (+3.1%)	品質・鮮度が良い (+1.6%)	駐輪・駐車場がある (-11.4%)
5位	1カ所で買い物が済む (+29.0%)	営業時間が長い (-2.1%)	品揃えが豊富 (+3.4%)	欲しいものがある (+5.7%)	安心感がある (+1.1%)	欲しいものがある (-3.3%)

※（ ）内は平成29年度調査と比較した増減

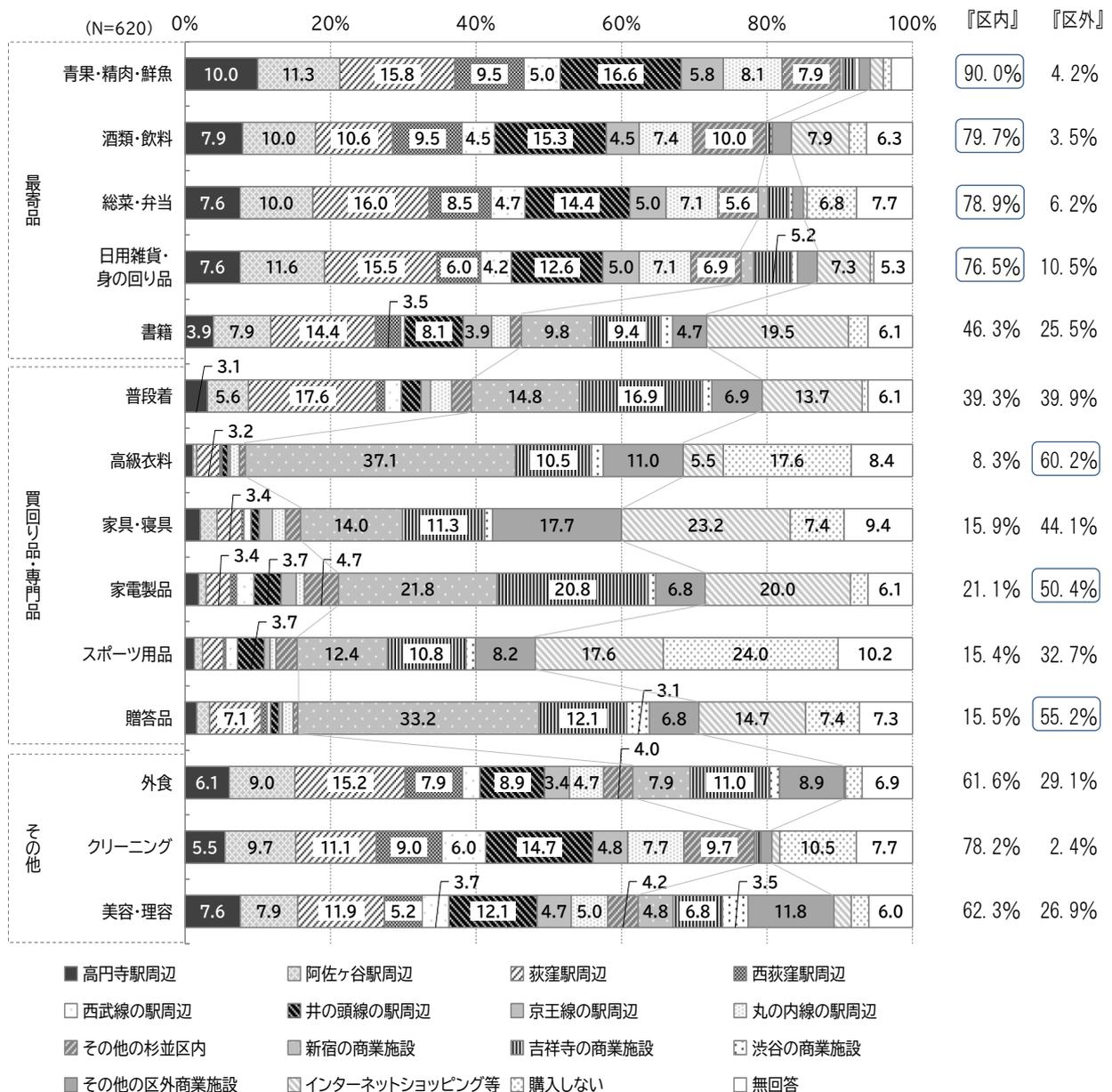
問 15 商品・サービスの購入について、よく利用する地域を【地域等の選択肢】の中から、利用する順に3つまでお選びください。(番号を記入)

○最寄品^{※1}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^{※2}・専門品^{※3}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 (N)	青果・精肉 ・鮮魚	酒類・飲料	総菜・弁当	日用雑貨・ 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・ 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 ショッピング等	吉祥寺の 商業施設	インターネット ショッピング等	インターネット ショッピング等	インターネット ショッピング等	インターネット ショッピング等	京王線の駅周辺/ インターネット 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 区外商業施設	インターネット ショッピング等	吉祥寺の 商業施設	新宿の 商業施設	高円寺駅 周辺	吉祥寺の 商業施設	新宿の 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 (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/ 西武線の駅周辺	新宿の 商業施設	インターネット ショッピング等	西武線の 駅周辺	インターネット ショッピング等	新宿の 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 商業施設	新宿の 商業施設	吉祥寺の 商業施設	吉祥寺の 商業施設	吉祥寺の 商業施設	吉祥寺の 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 商業施設	その他の 区外商業施設	吉祥寺の 商業施設	インターネット ショッピング等	新宿の 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 商業施設	インターネット ショッピング等	新宿の 商業施設	新宿の 商業施設	新宿の 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 商業施設	新宿の 商業施設	インターネット ショッピング等	新宿の 商業施設	新宿の 商業施設	新宿の 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 商業施設	新宿の商 業施設	インターネット ショッピング等	吉祥寺の 商業施設	インターネット ショッピング等	新宿の 商業施設
		35.5%	32.5%	25.0%	29.6%	22.0%	27.2%
方南・ 和泉地域	67	新宿の 商業施設	新宿の 商業施設	インターネット ショッピング等	新宿の 商業施設	インターネット ショッピング等	新宿の 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 (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・ 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

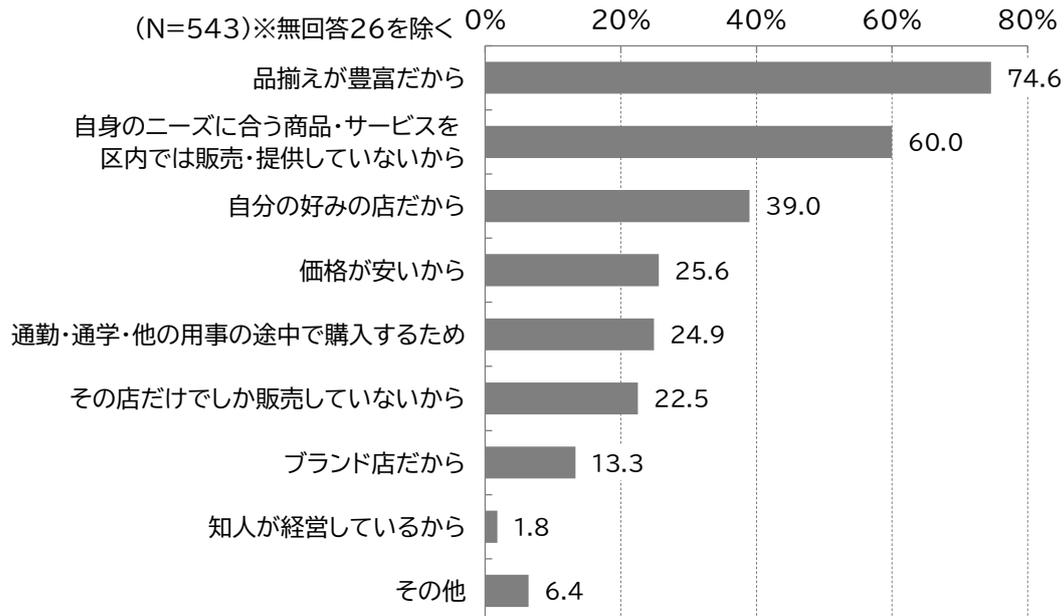
	外食	クリーニング	美容・理容
1位	京王線の駅周辺	井の頭線の駅周辺	井の頭線の駅周辺
	19.4%	30.2%	23.9%
2位	新宿の商業施設	丸の内線の駅周辺	京王線の駅周辺
	17.9%	23.8%	17.9%
3位	丸の内線の駅周辺	京王線の駅周辺/その他の杉並区内	その他の区外商業施設
	16.4%	14.3%	14.9%

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)

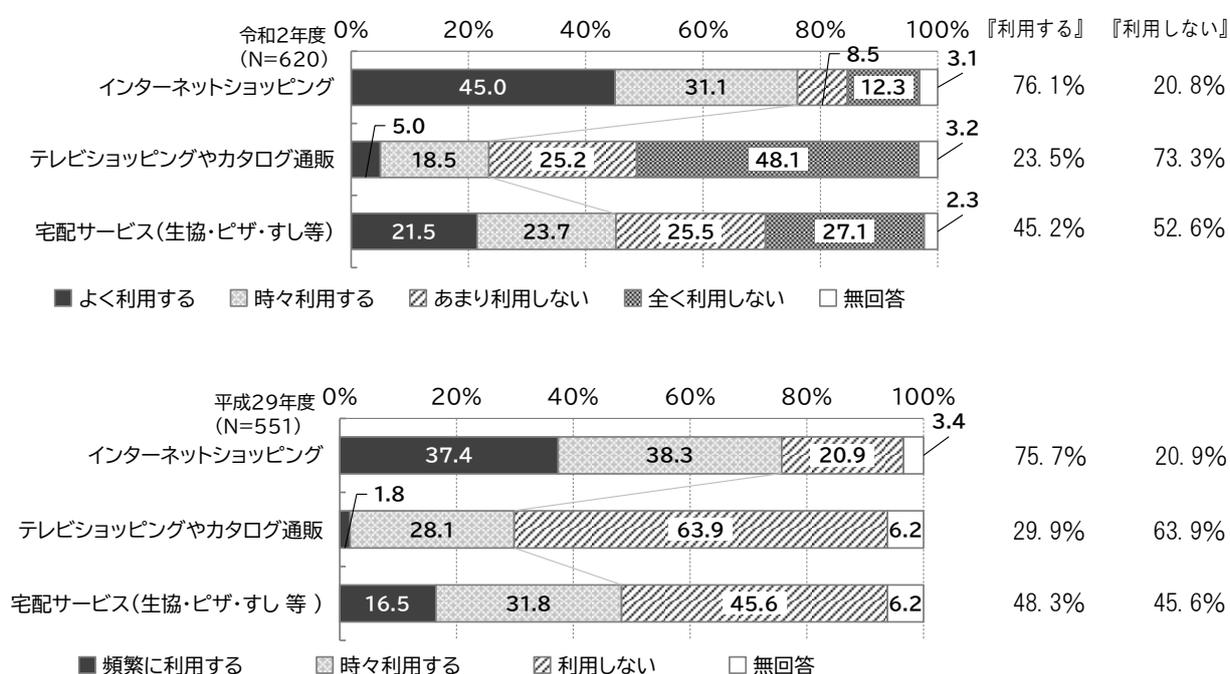
①通販やインターネットショッピング等の利用状況

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

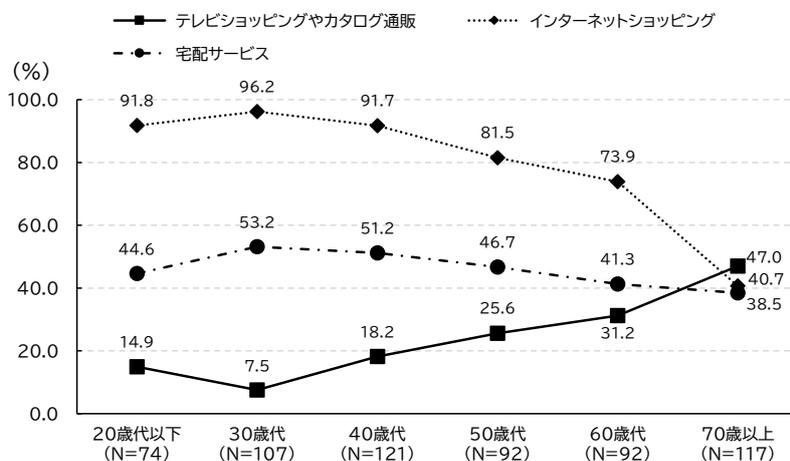
「インターネットショッピング」を『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）は76.1%と高くなっており、平成29年度と同様の結果となっている。

年代別に見ると、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）



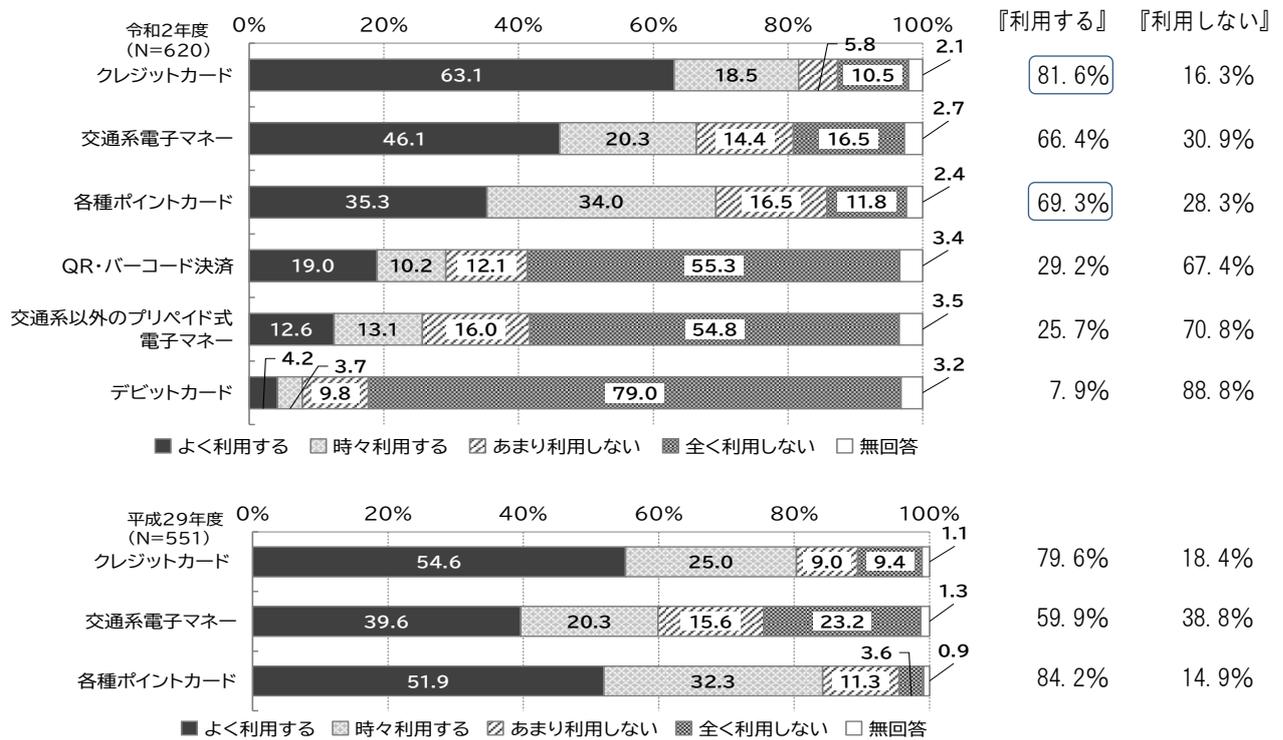
②キャッシュレス決済等の利用頻度

○交通系電子マネー※1の利用頻度が増加している

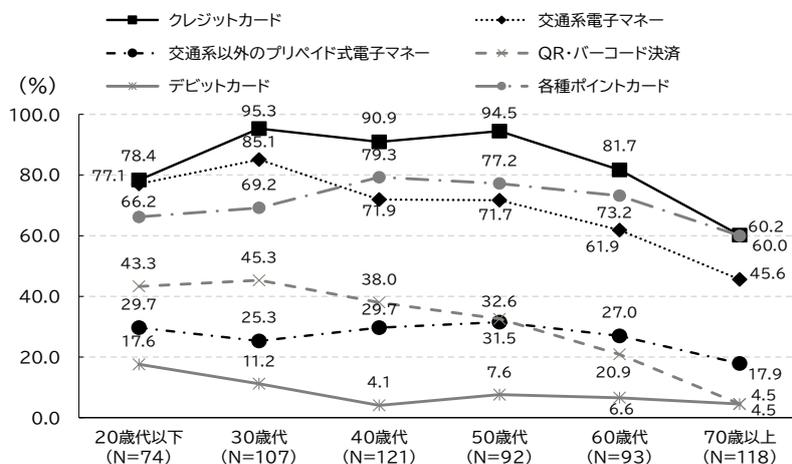
キャッシュレス決済を『利用する』（「よく利用する」「時々利用する」の合計）について、「クレジットカード」が81.6%と最も高く、次いで「各種ポイントカード」の69.3%となっている。「QR・バーコード決済※2」は29.2%、「交通系以外のプリペイド式電子マネー※3」は25.7%が『利用する』ものの、半数以上が「全く利用しない」としている。

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）



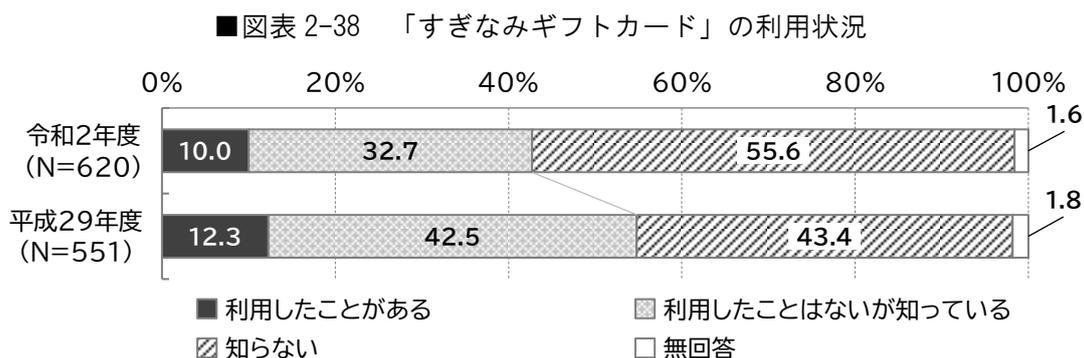
※1) 交通系電子マネー（交通機関での利用は除く）：Suica、Pasmo 等
 ※2) QR・バーコード決済：Pay Pay、LINE Pay 等
 ※3) 交通系以外のプリペイド式電子マネー：nanaco、Edy 等

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

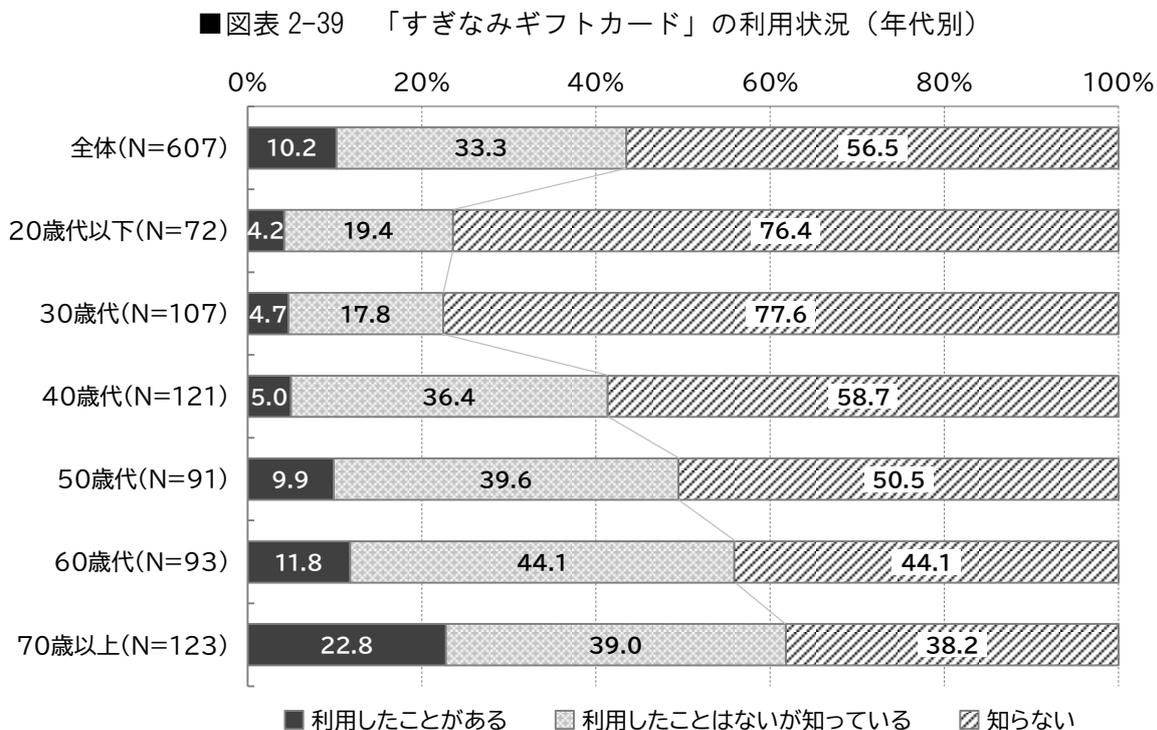
すぎなみギフトカードの認知状況は、『知っている』（「利用したことがある」「利用したことはないが知っている」の合計）が42.7%、「知らない」が55.6%となっている。活用状況は、「利用したことがある」が10.0%であり、平成29年度（12.3%）に比べて2.3ポイント減少した。

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。



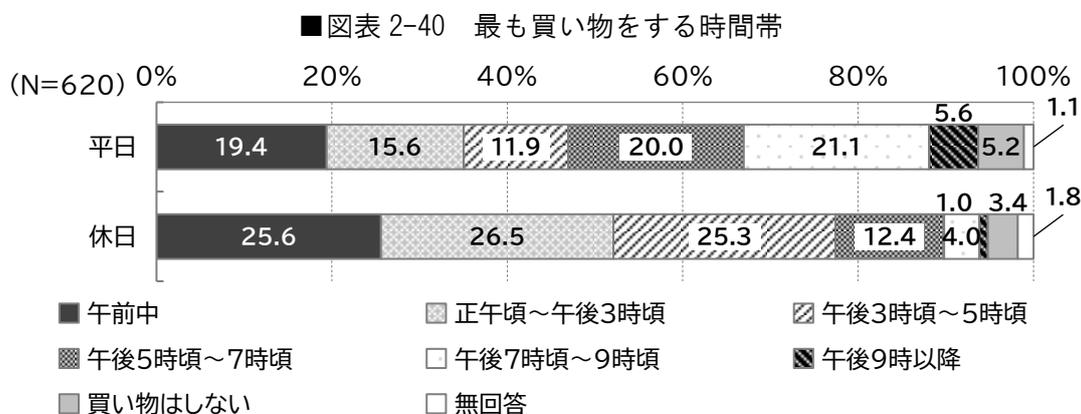
<年代別にみる「すぎなみギフトカード」の利用状況>

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）

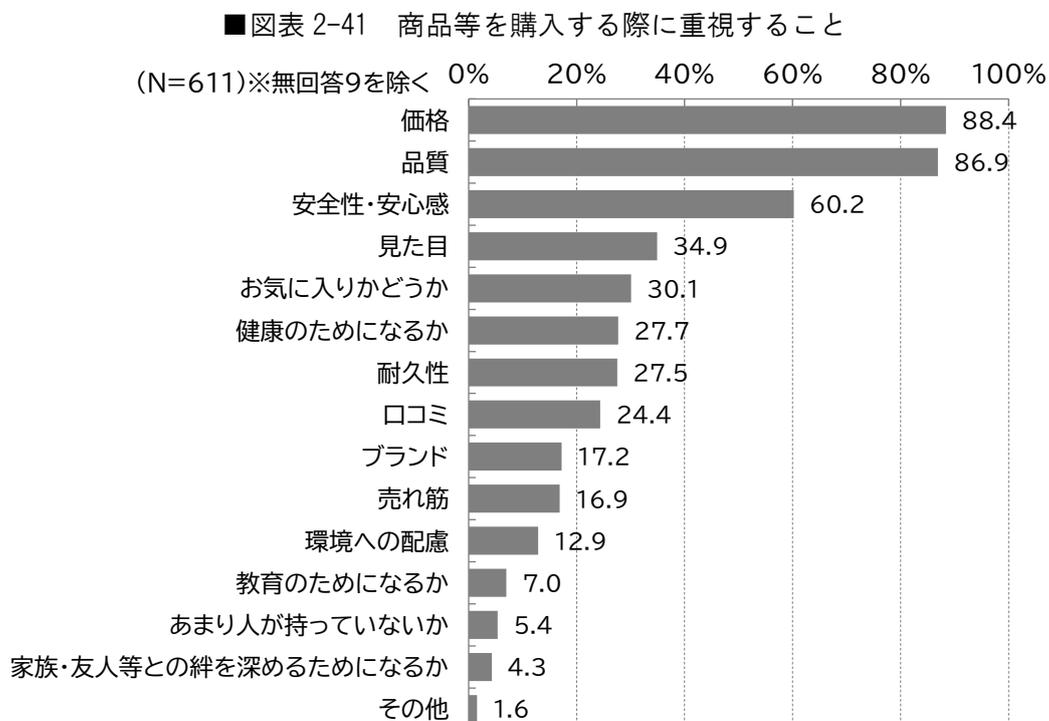
○平日は午後7時頃から9時頃、休日は正午頃から午後3時頃に買い物をする区民が多い



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。

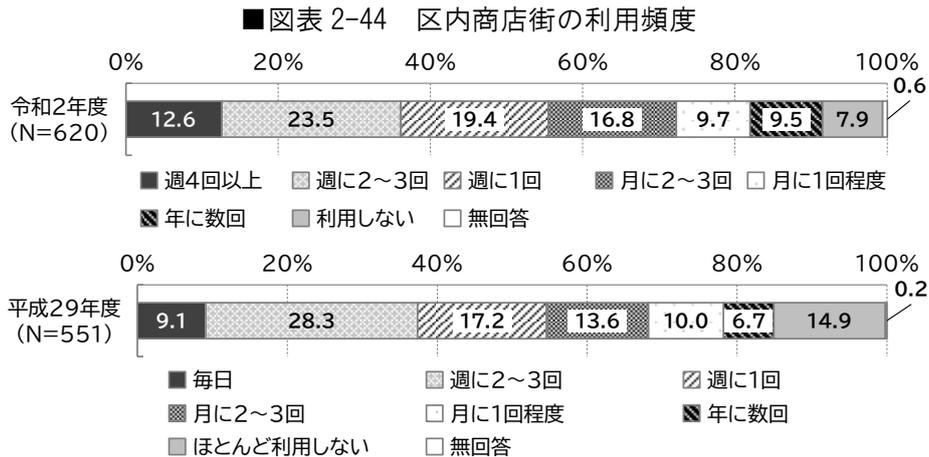
4 杉並区の商店街について

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

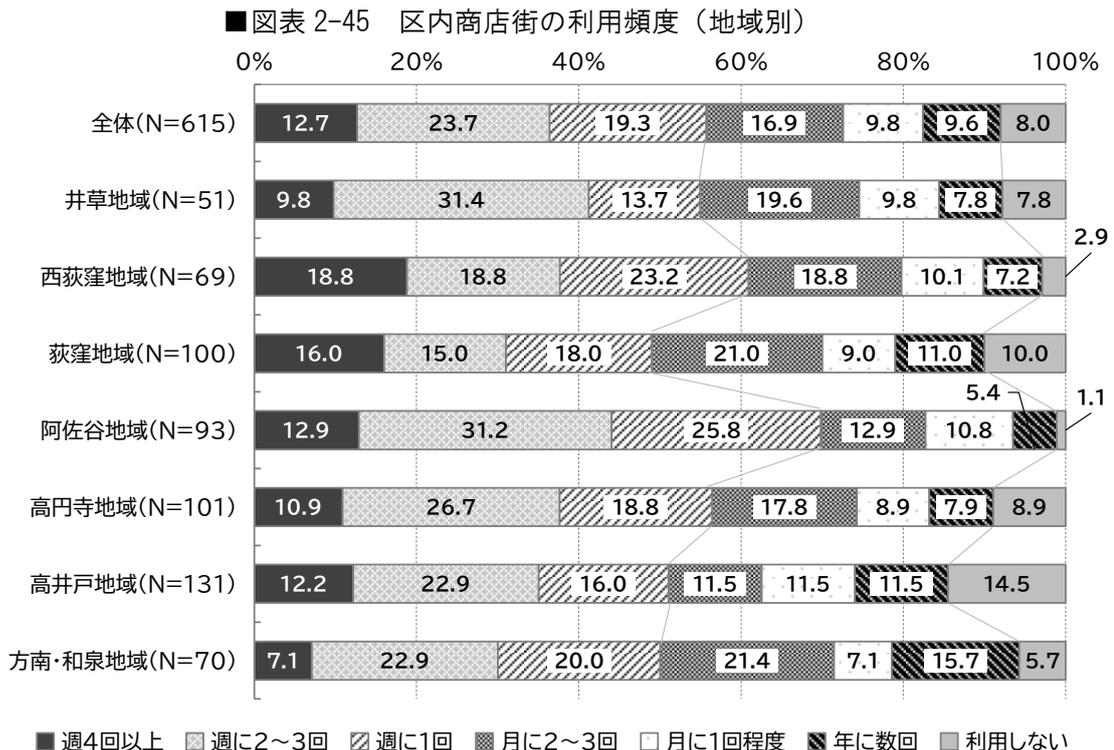
「週に2～3回」が23.5%と最も高く、次いで「週に1回」が19.4%、「月に2～3回」が16.8%となっている。

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。



<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。

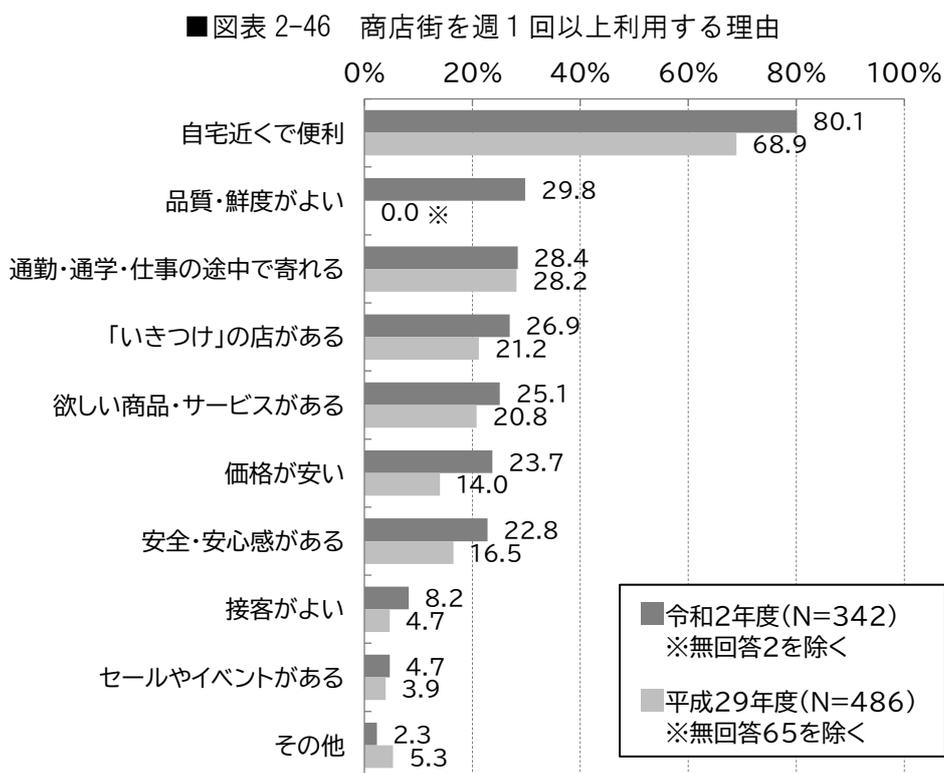


問 22 商店街を週に1回以上利用する理由は何ですか。(〇はいくつでも)

○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)

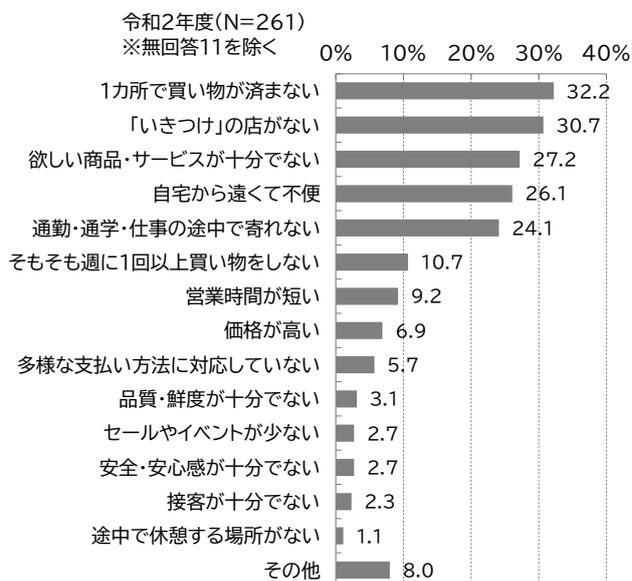
○商店街を週に1回以上利用しない理由として、品揃えに関することが多い

「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。

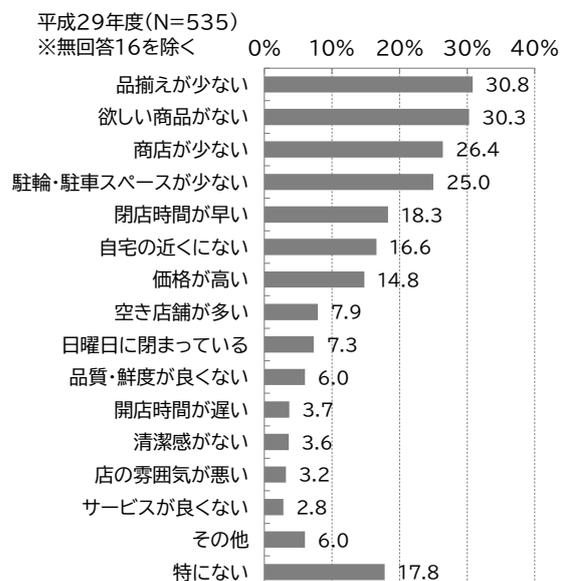
平成29年度は、「品揃えが少ない」が30.8%と最も高く、次いで「欲しい商品がない」が30.3%、「商店が少ない」が26.4%となっている。

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

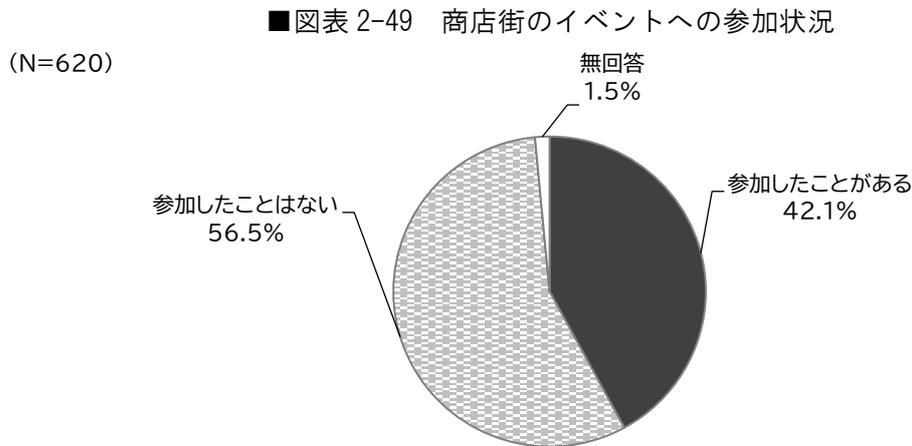


■ 図表 2-48 区内商店街で不便や不満に思うこと



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）

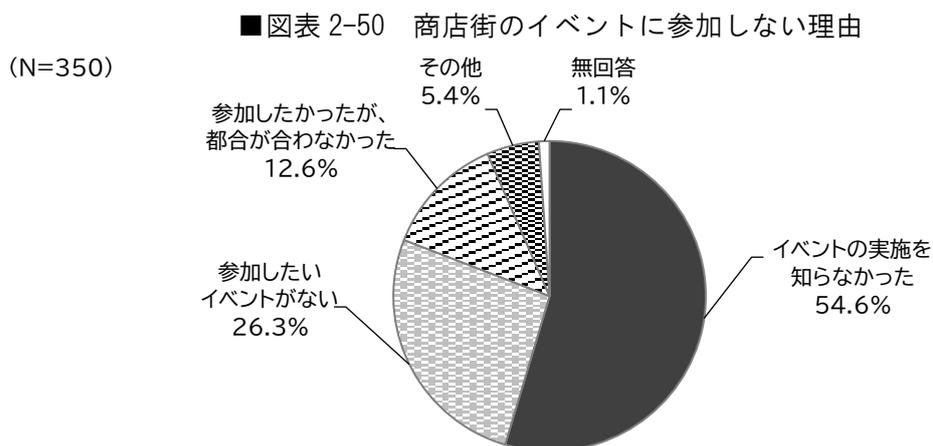
○これまでに商店街のイベントに参加したことの区民はおよそ4割となっている



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)

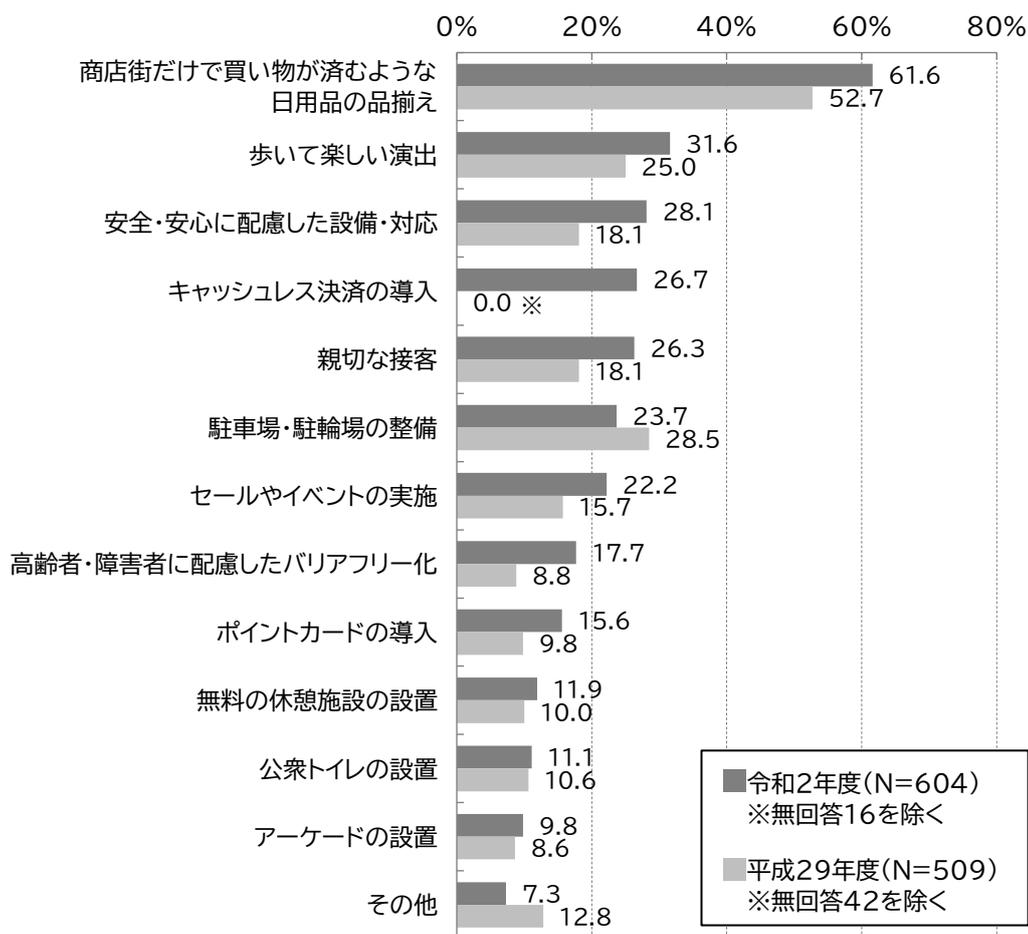
○商店街だけで買い物が済むような品揃えを求めている区民がおよそ6割となっている

「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

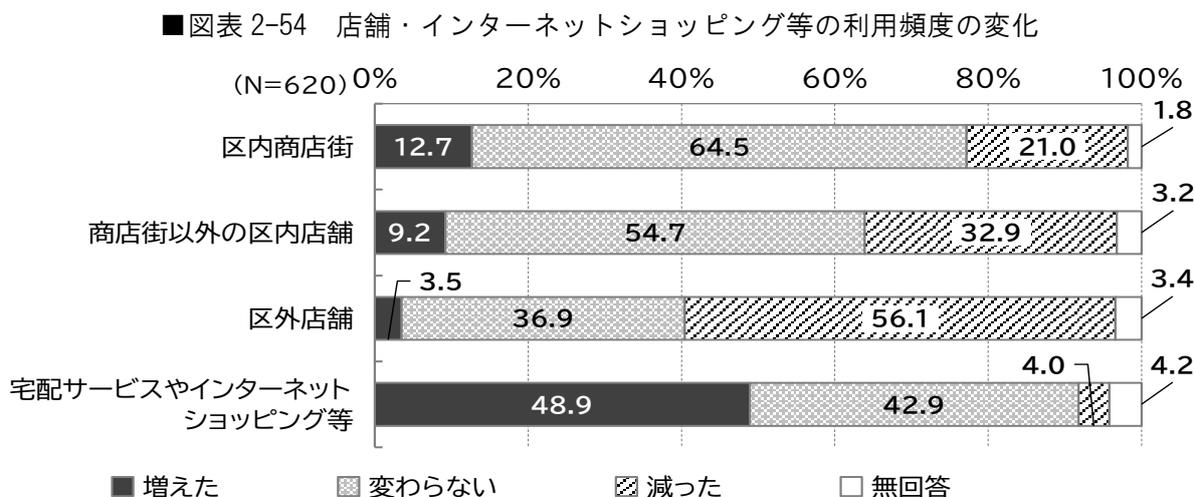
※割合が30%以上の選択肢を網掛けしている。

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。

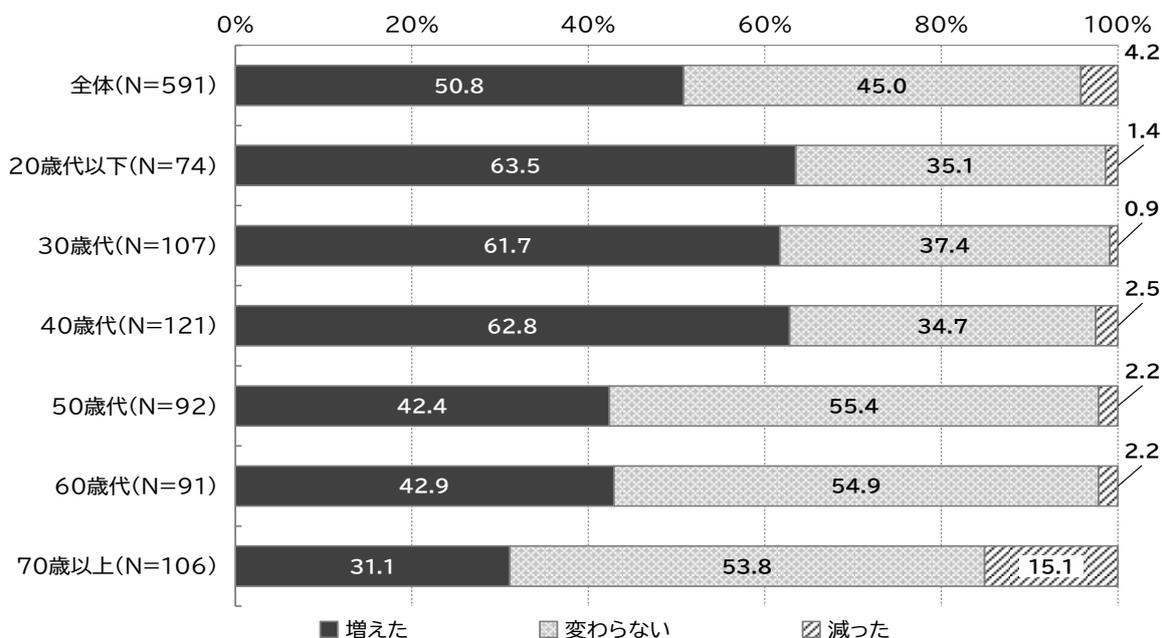
一方で、「宅配サービスやインターネットショッピング等」は半数近い48.9%の区民が利用が増えたとしている。



<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。

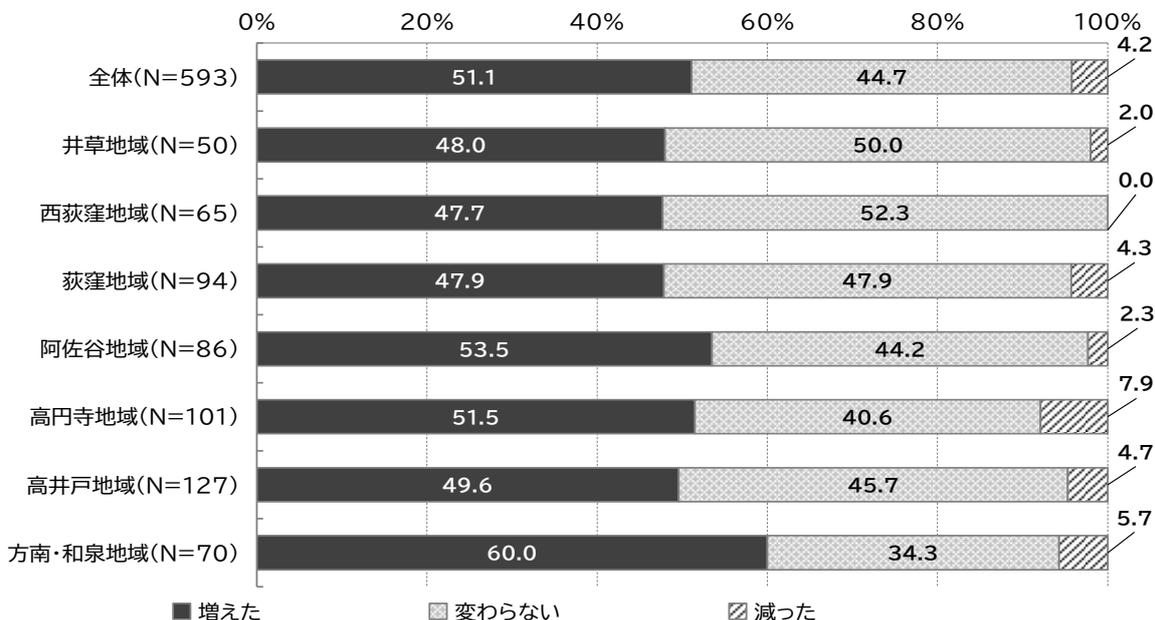
■ 図表 2-55 宅配サービスやインターネットショッピング等の利用頻度の変化（年代別）



<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）

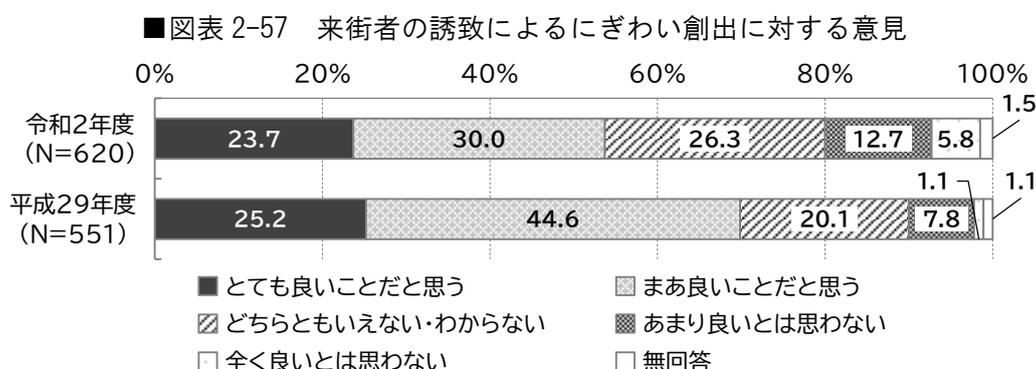


5 杉並区の観光事業・アニメ事業について

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。

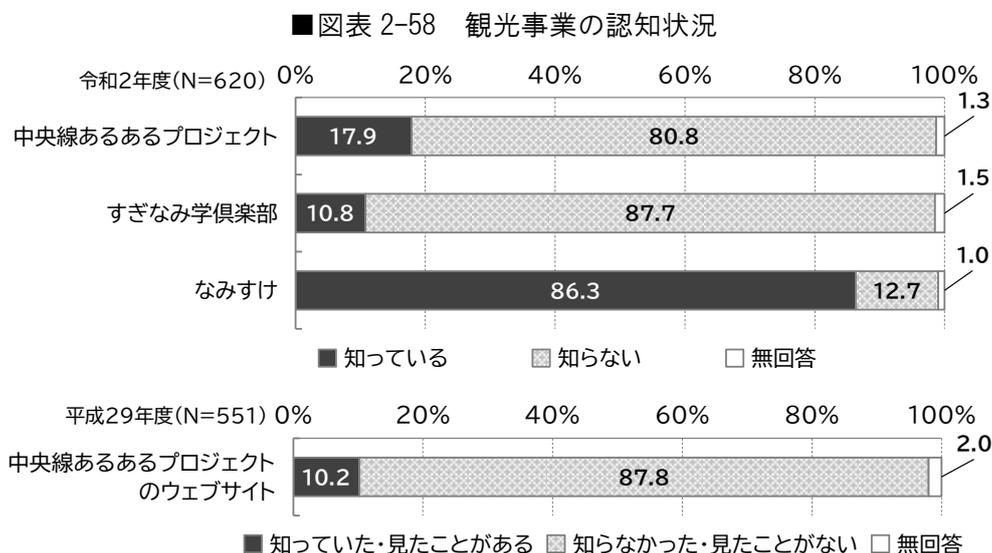


問 29 杉並区の以下の観光事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

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。



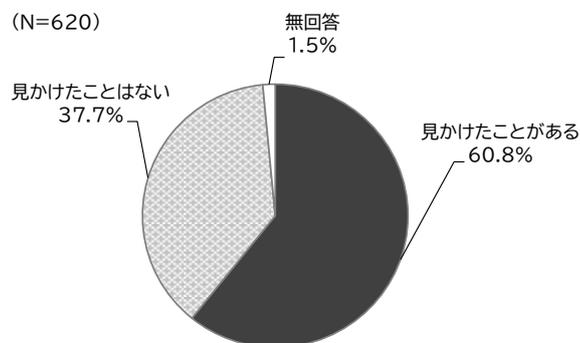
問 30 杉並区の観光資源とは何だと思えますか。(自由に記入)

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 ・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 ・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) ・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 ・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

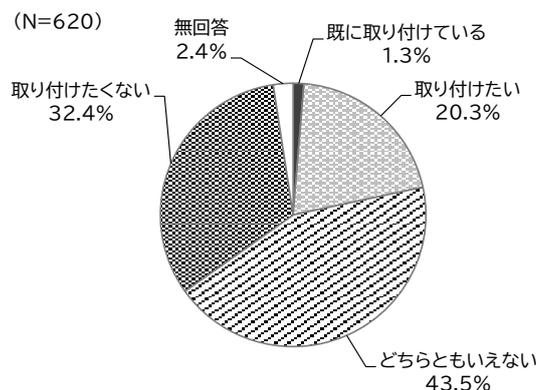
■図表 2-59 図柄入り杉並ナンバープレートを見たことがある人の割合



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

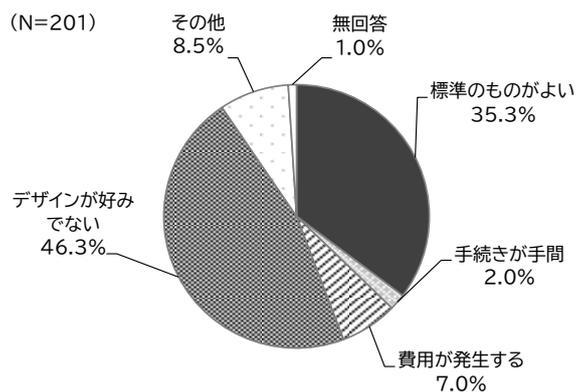
■図表 2-60 図柄入り杉並ナンバープレートを取り付けたいと思う人の割合



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

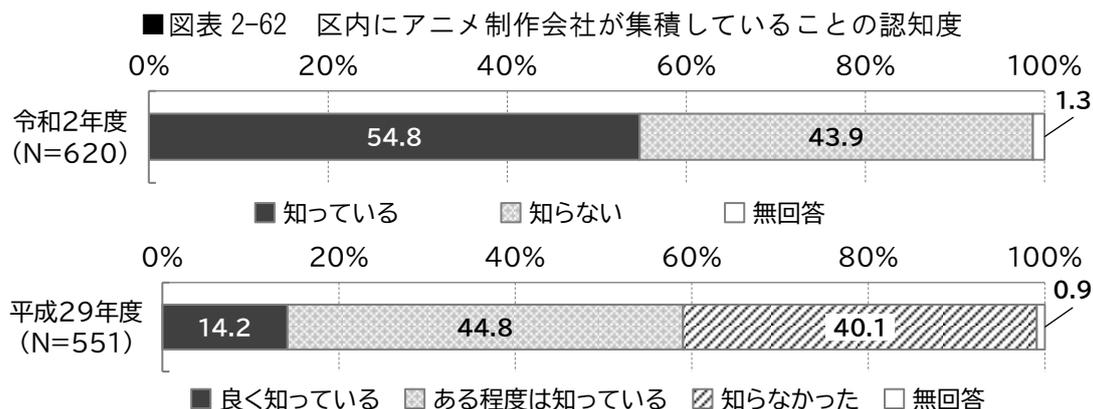


問 34 杉並区は日本一のアニメ制作会社の集積地になっています。区内にアニメ制作会社が集積していることを知っていますか。(○は1つ)

○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。

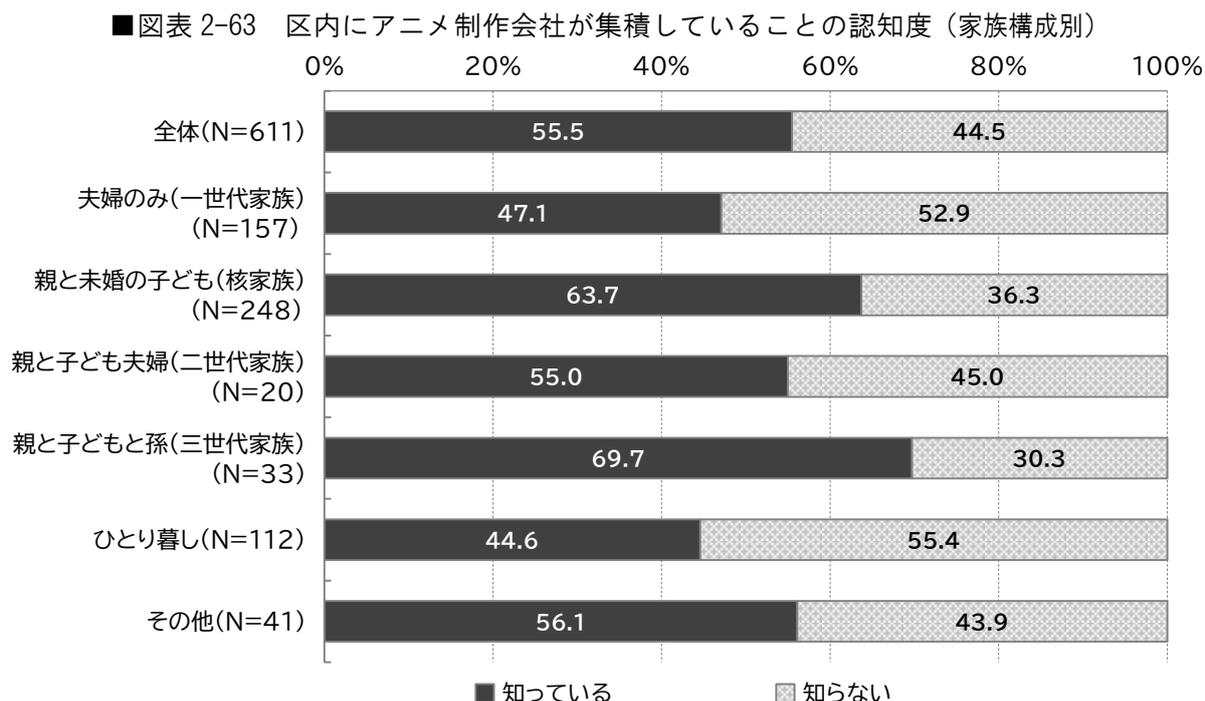
平成29年度では、「良く知っている」が14.2%、「ある程度知っている」が44.8%、「知らなかった」が40.1%となっている。



＜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。

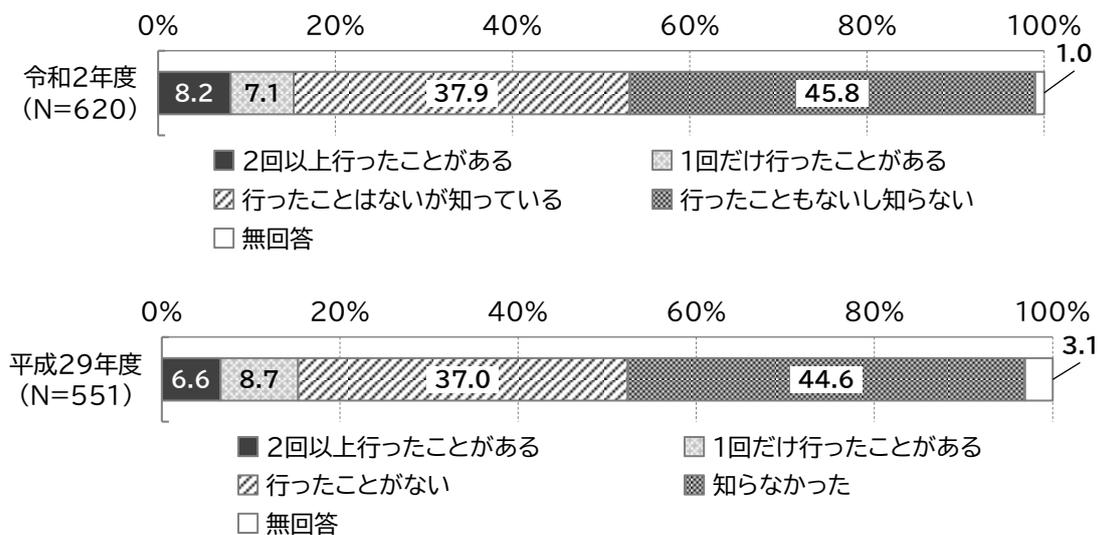


問 35 杉並区では、日本のアニメーション全体を体系づけて学び、体験し、理解しながら楽しんでいただけるよう、「杉並アニメーションミュージアム」(杉並区上荻3-29-5杉並会館内、入場無料)を運営しています。あなたは、「杉並アニメーションミュージアム」に行ったことがありますか。(〇は1つ)

○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

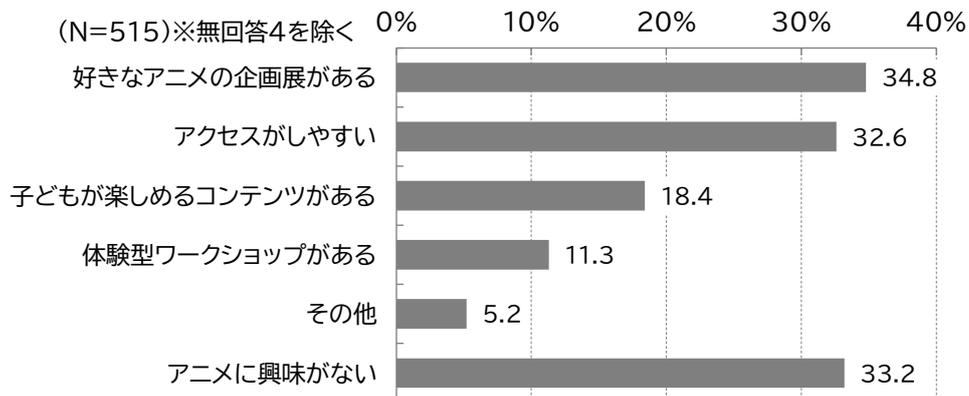


問 36 どのようなきっかけがあれば来館してみたいと思いますか。(〇はいくつでも)

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。

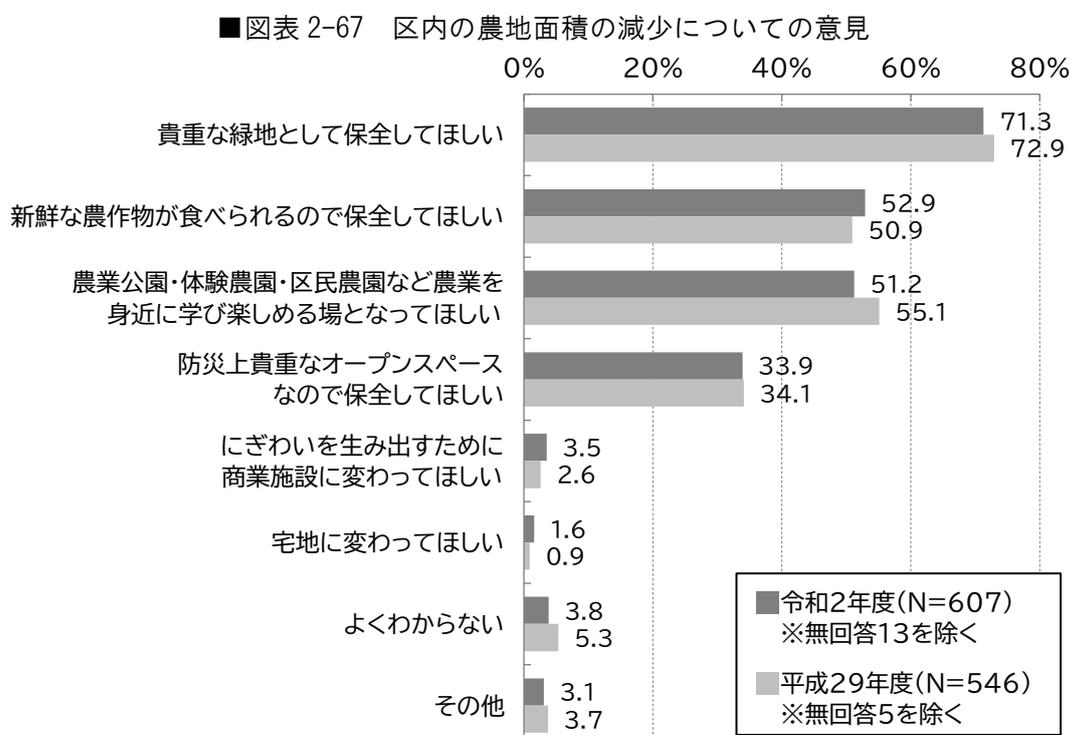
6 杉並区の農業について

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。

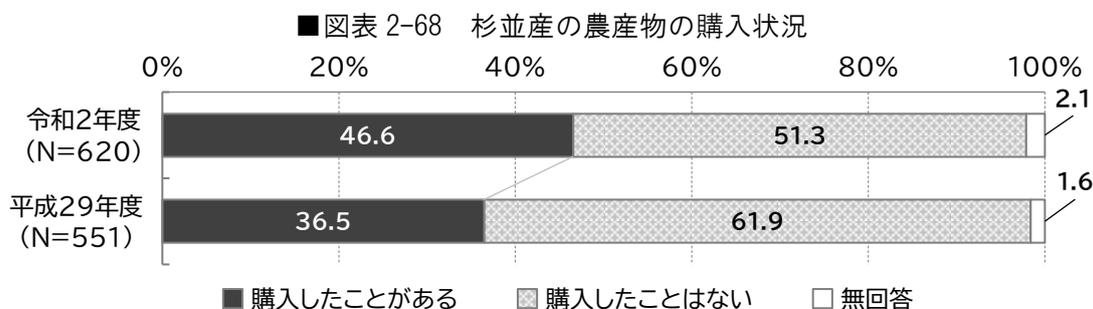
平成 29 年度と比較して、上位 3 項目に大きな変化は見られず、依然として農地保全を求める声が多くなっている。



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。



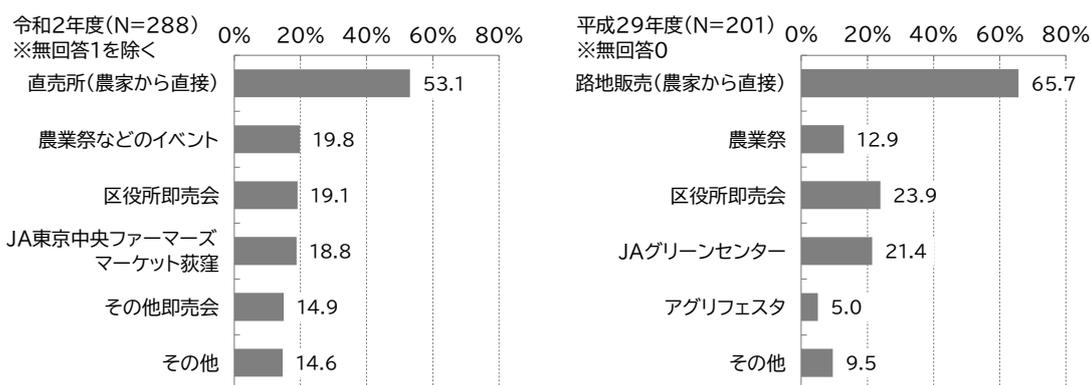
問 39 杉並産の野菜、果物や花などを購入した場所はどこですか。(○はいくつでも)

○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



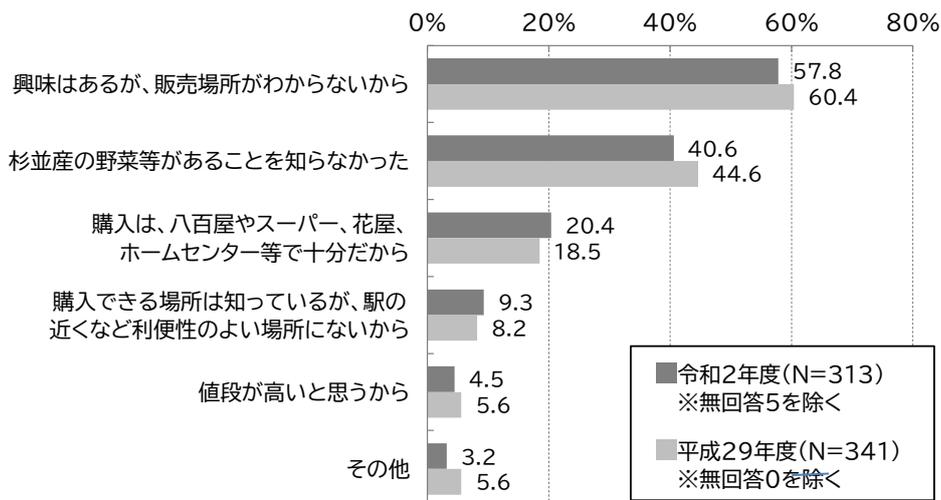
問 40 杉並産の野菜、果物や花などを購入したことがない理由をお答えください。(〇はいくつでも)

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

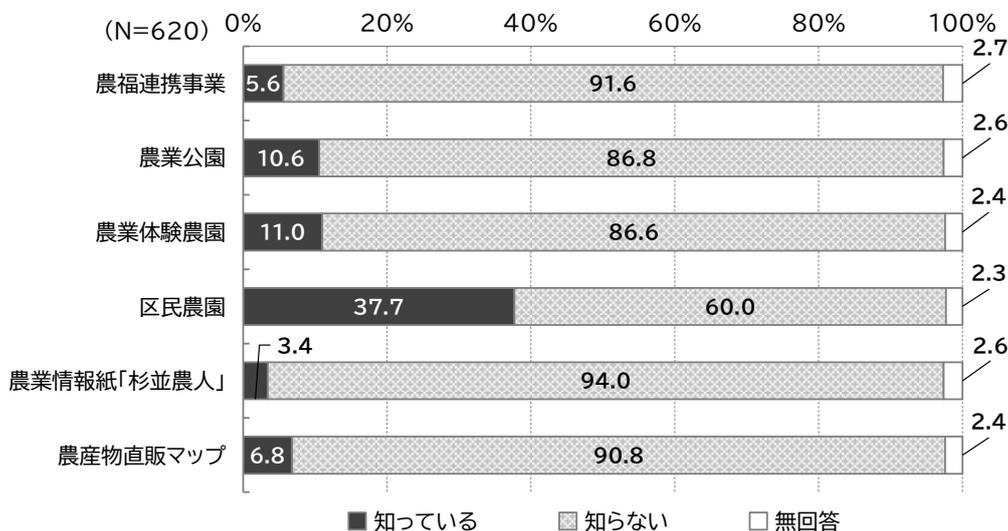


問 41 貴重なみどりである農地を保全し、区内の農業振興を図るためには、区民の方々に農業に対する理解を深めていただくことが重要であると考えています。以下の事業について、認知状況をお答えください。(それぞれ〇は1つ)

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

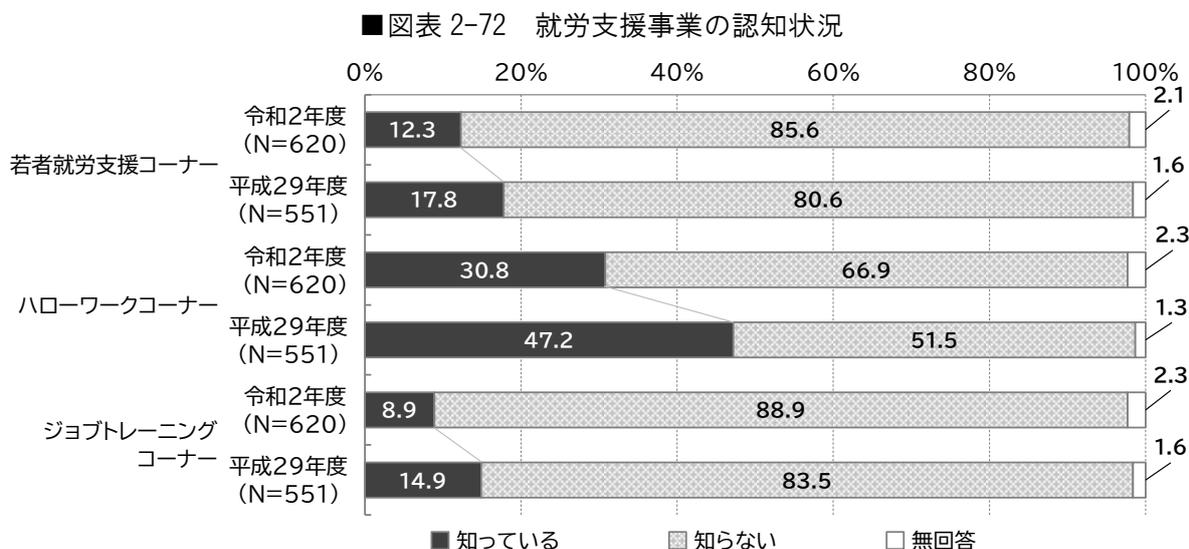


7 杉並区就労支援について

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）

〇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。

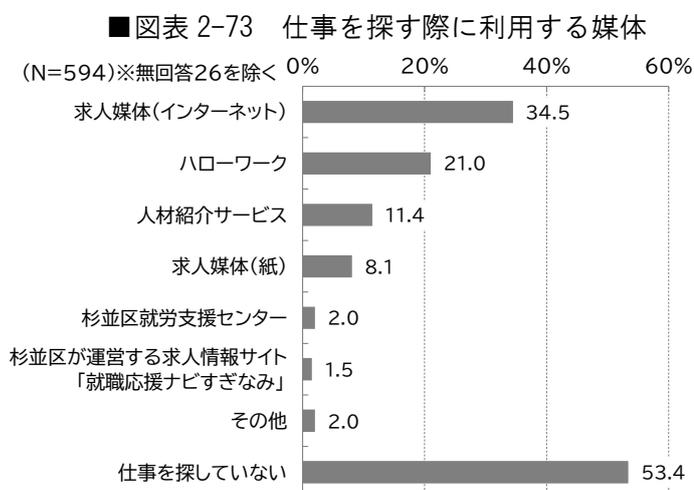


問 43 仕事を探す際に利用しているものをお答えください。（〇はいくつでも）

〇求人媒体（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。

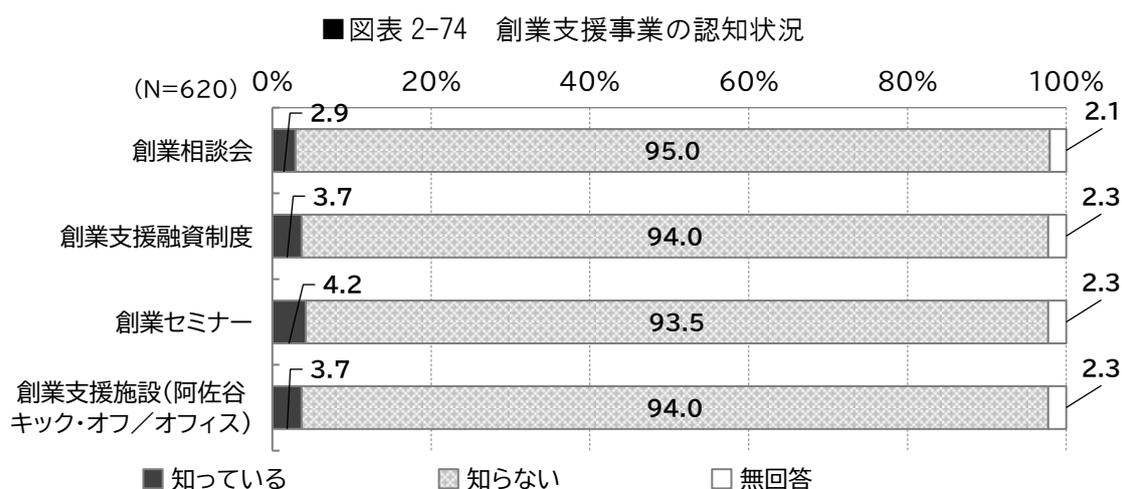


8 杉並区の創業支援について

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"> ・個性ある個人商店がどんどん減少している ・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 ・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
買い物環境	49 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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 ・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
産業振興全般	30 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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
PR・イベント	29 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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
交通・アクセス	21 件	<ul style="list-style-type: none"> ・道をもう少し整備してほしい ・駅から少し遠いので買い物が不便
まちの魅力・ブランド	18 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・「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
安全・安心	17 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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
子ども・子育て	12 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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
自転車	12 件	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街・駅周辺の放置自転車の改善 ・阿佐ヶ谷に自転車で買い物に行くが、駐輪場が無く不便
農業・農地	9 件	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・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

分類	件数	主な回答
高齢者・ 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 ・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 ・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 ・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