

世田谷区経済産業の動向
(世田谷区経済産業白書)

平成31年(2019年)3月

世田谷区

目次

第1章 白書の趣旨	1
1. 白書作成の目的	1
2. 位置づけ及び関係性	1
第2章 世田谷区を取り巻く社会経済環境の変化	2
1. 考え方の整理～世界情勢、国内動向、首都圏の状況、世田谷へ～	2
2. 国際情勢の整理・分析	3
3. 日本国内の状況の整理・分析	19
4. 東京首都圏の状況の整理・分析	30
第3章 世田谷区の現況の把握	43
1. 人口・世帯数について	43
2. 立地環境	50
3. 事業所・労働者	54
4. 区民生活	68
第4章 世田谷区の産業の把握	73
1. 商業・サービス	73
2. 工業・ものづくり・建設	85
3. 農業・農地	96
4. まちなか観光	100
5. 消費生活	105
第5章 世田谷区の経済産業政策	109
1. 地域と共に生活価値の創造を促す機能づくり	110
2. コンパクトで多様な都市型ライフスタイルを支える産業の育成	115
3. 「3（×2）×1型農業」の推進と多面性の強化	122
4. せたがや産業創造プラットフォームの設置とネットワークの形成	125
5. 世田谷人材マッチングの仕組み	127
6. 世田谷区内から活躍する事業者（ヒアリングコラム）	130
【図表索引等】	138
1. 図目次	138
2. 表目次	142
3. 出典概要	144

第1章 白書の趣旨

1. 白書作成の目的

平成30年3月に策定した「世田谷区産業ビジョン」は、従来の商業・工業・農業の枠組みを越えて、福祉、環境、建設といった様々な産業分野を横断的に捉え、区民生活を支える観点から、区内の全ての産業が時代の変化に合わせた新たな視点より活性化を図ることを目的として策定しました。

世田谷区経済産業白書は、産業ビジョンで示した、世田谷区のありたい姿やせたがや価値創造プロジェクトの実現に向け、世田谷区を取り巻く社会経済環境の変化、区内産業の動きや区民の経済活動（就労、消費生活、創業・起業等）の状況等を把握し、その動向をまとめるため作成するものです。

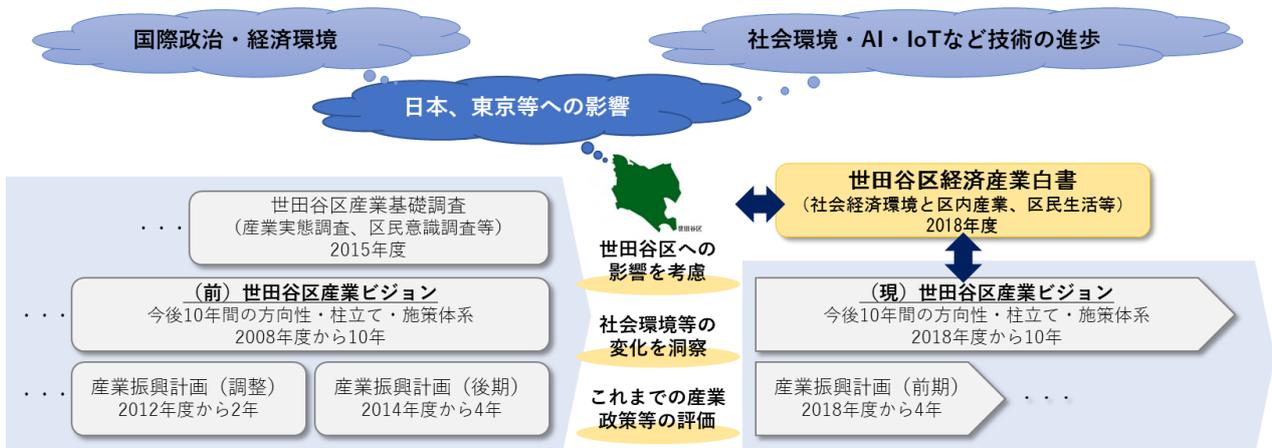
現在、経済だけでなく多くの分野でグローバル化が進み、また、インターネットの普及等により商圈やサプライチェーンが拡大する傾向がある中、世田谷区の産業や区民生活は、国の枠を越えた国際情勢の影響を大きく受けるものとなっております。一方、コミュニティビジネスや地域を支える商店街の活性化といった地域や地区を舞台にした生活に密着した経済活動の重要性も増しています。

このような状況を踏まえ、白書では、第2章以降で世田谷区に影響を及ぼす国際情勢や国の経済動向から書き起こし、東京都、世田谷区の状況を順に整理していきます。

世田谷区では、産業ビジョンの実現をはじめとした経済産業政策の充実に、今回作成する経済産業白書を生かして取り組んでまいります。

2. 位置づけ及び関係性

本白書は、社会経済等の環境変化と、これまでに世田谷区で行ってきた産業政策の評価等を踏まえて、区民生活、区内産業や仕事等についての状況や課題を整理し、それらに対して平成29年度に策定した産業ビジョン等によりどのように対応していくのかを明確にする目的で、下図のように位置づけや関係性を整理します。



第2章 世田谷区を取り巻く社会経済環境の変化

1. 考え方の整理～世界情勢、国内動向、首都圏の状況、世田谷へ～

■世界情勢は日本、東京、世田谷に直接、間接の影響を与えうる

平成21年度に「世田谷区産業経済白書」を作成してから、約10年が経過しようとしています。当時は、平成20年9月に米国でリーマンショックが起き、世界経済は100年に一度の同時不況の時期でした。世界的に金融市場が混乱する中、日本経済においても急激な円高の影響も加わり、マイナス成長を経験する等、厳しい状況に直面し、輸出数量も約4割減少しました。

その後、世界経済は新興国の経済成長や世界的な自由貿易の拡大に支えられる形で、緩やかに回復しつつあり、昨今の情報技術等の進展により世界各国との結びつきを強めながら、産業活動を行っています。

そのような中、近年保護主義の台頭や、地政学リスクをはじめ、国際情勢が目まぐるしく変化しており、国際的な結びつきが強く、多国間にわたり、サプライチェーンを構築している昨今、世界における動向や影響は、容易に日本にも波及します。

特に日本の主要輸出先であり、かつ貿易額世界第1位の米国と第2位の中国における貿易戦争が激化しており、日本企業においても関税引き上げによる収益悪化を防ぐため、海外における生産拠点の移転、調達先の見直し等の検討が余儀なくされつつあります。

また、中東情勢が目まぐるしく変わる現在、原油価格が高騰しており、ガソリン価格にも価格転嫁が及んでいます。ガソリン価格の高騰により、消費者心理の冷え込みによる消費の下押し、原油と関わりが深い業種の収益悪化にもつながる可能性があります。

これらの状況が深刻化すると、企業採算の悪化や個人消費の減少等の経済面への影響に加え、グローバルで生産・販売を手掛ける企業を中心とした世界的なサプライチェーンの再構築が求められる可能性があります。

このように世界経済との結びつきが、ますます強くなりつつある現在、世界情勢の変化は日本全体に限らず、世田谷区に立地している企業や、生活している消費者にも及ぼすようになりました。現在どのような世界情勢になっており、世界経済が日本へどのような影響を与えうるのか、また国内や東京、そして区民の生活や産業へ与える影響としてどのようなことが考えられるのかをしっかりと把握しておくことが重要になります。

そこで、これから世界経済の情勢や、世界産業・技術等の主な潮流等の現状、それらが日本等へもたらす影響、日本国内や東京の状況等を中心に検討します。

2.国際情勢の整理・分析

2-1.世界経済

2-1-1.世界経済の動向

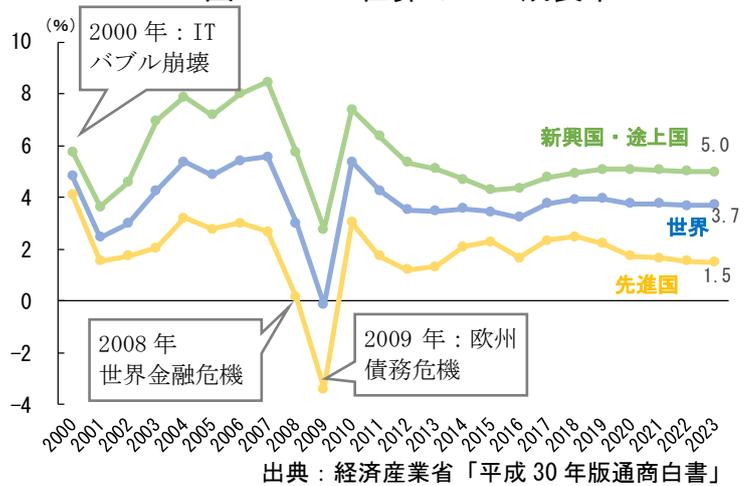
■世界経済は緩やかに回復

世界金融危機後の世界経済は、新興国や途上国を中心とする経済発展に支えられる形で緩やかに回復しています。国際通貨基金(IMF、平成30年4月時点)によると、平成29年の世界の実質GDP成長率は、世界貿易の回復が大きく寄与し、平成23年以来最も高い3.8%となっています。地域別にみると、先進国の成長率は2.3%(平成28年:1.7%)、新興国・途上国の成長率も4.8%(平成28年:4.4%)とどちらも上昇しており、世界の成長率は中期的には3.7%程度に落ち着くと推計されています。世界金融危機後、世界の貿易量の伸びが経済成長率を下回るいわゆる「スロー・トレード」の状態に陥っていましたが、平成28年秋以降、貿易量の伸びが急回復しました。この貿易拡大の流れは、生産や設備投資の拡大にも波及し、世界経済の成長率が予測を上回るペースで回復しており、特に中国を含む新興アジアの伸びが顕著となっています。

しかしながら、米国の保護主義的な政策に端を発した貿易摩擦の激化に加え、中国の景気減速が世界的に波及することにより、産油国や欧州等の成長率も鈍化する見方が強まり、平成31年1月におけるIMFの経済見通しでは、平成31年の世界成長率予測を3.5%へ下方修正しています。世界的に経済成長が急速に減速するリスクが増したとの認識を示し、警鐘を鳴らしています。

しかしながら、米国の保護主義的な政策に端を発した貿易摩擦の激化に加え、中国の景気減速が世界的に波及することにより、産油国や欧州等の成長率も鈍化する見方が強まり、平成31年1月におけるIMFの経済見通しでは、平成31年の世界成長率予測を3.5%へ下方修正しています。世界的に経済成長が急速に減速するリスクが増したとの認識を示し、警鐘を鳴らしています。

図2-2-1 世界のGDP成長率



出典：経済産業省「平成30年版通商白書」

表2-2-1 IMFによる経済見通し(平成31年1月)

	2018年 (前年比、%)	見通し(前年比、%)	
		2019年	2020年
世界	3.7	3.5	3.6
先進国	2.3	2.0	1.7
日本	0.9	1.1	0.5
米国	2.9	2.5	1.8
ユーロ圏	1.8	1.6	1.7
ドイツ	1.5	1.3	1.6
フランス	1.5	1.5	1.6
英国	1.4	1.5	1.6
カナダ	2.1	1.9	1.9
新興国	4.6	4.5	4.9
中国	6.6	6.2	6.2
インド	7.3	7.5	7.7
ASEAN5	5.2	5.1	5.2
ブラジル	1.3	2.5	2.2
ロシア	1.7	1.6	1.7

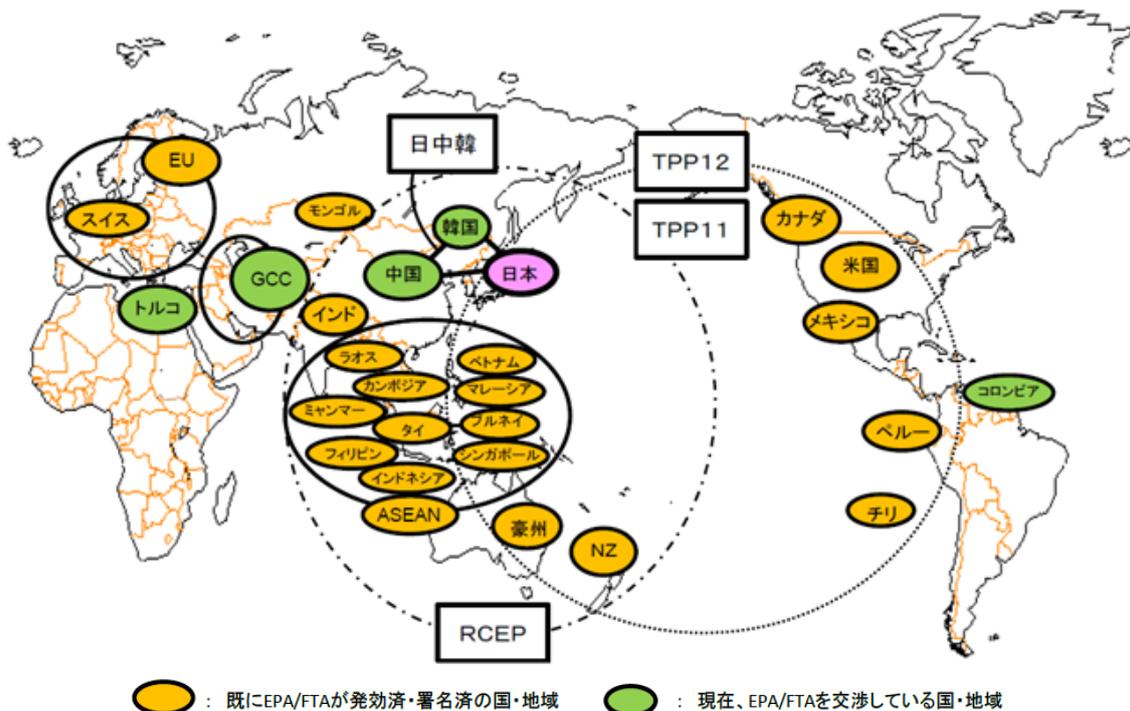
(備考) 1. IMF“World Economic Outlook Database, January 2019”より作成。2018年は推計値、2019年、2020年は予測値。

出典：IMF「世界経済見通し改訂見通し2019年1月」

■自由貿易協定が拡大

世界的に自由貿易協定(FTA)締結が加速してきましたが、平成28年以降、米国を中心に保護主義的な動きがみられ、世界の貿易自由化の流れに変化が現れつつあります。その一方で、急速な技術革新等の背景もあり、貿易に関連する国際ルールの整備が必要とされつつあり、日本をはじめとした世界各国で環太平洋経済連携協定(TPP11)や日欧経済連携協定(日EU EPA)、東アジア地域包括的経済連携(RCEP)等、自由貿易を重要視する動きもあります。TPP11の規模は人口が約5億人(世界に占める割合約6%)、GDPが約1,100兆円(同約13%)、RCEPの規模は人口が約34億人(同約50%)、GDPが2,200兆円(同約26%)、日EU EPAの規模は人口が約6億人(同約7.2%)、GDPが約2,370兆円(同約28%)となっており、大規模な経済連携協定であり、自由貿易を柱とした成長戦略につなげようとする動きがあります。

図2-2-2 自由貿易連携協定の動向



出典：外務省「我が国の経済連携協定(EPA)の取組」(2018年11月現在)

【日本に与える影響】

■TPP11 協定により農林水産業や工業製品を中心に影響あり

自由貿易により関税の撤廃等がなされると、日本の輸出企業、輸入企業をはじめ、消費者生活にも直接的・間接的な影響が出てきます。ここでは平成 30 年 12 月に発効された TPP11 協定を例に、日本にどのような影響を及ぼす可能性があるか整理をします。

TPP は、アジア太平洋地域において、モノの関税だけでなく、サービス、投資の自由化を進め、さらには知的財産、金融サービス、電子商取引、国有企業の規律等、幅広い分野で 21 世紀型のルールを構築する経済連携協定であり、日本からの輸出では工業品の 99.9%、農林水産物の 98.5%で最終的に関税が撤廃されます。日本政府は、世界の GDP のうち 13% を占める TPP 協定を締結し、国内産業の保護を図りながら、自動車等の工業製品に加え、農林水産物の輸出等を推進し、日本の成長率を持続的に高めていくことを目指しています。政府は TPP11 協定締結により、貿易や投資の拡大等に伴い、新たに約 46 万人の雇用が生まれ、GDP を約 7.8 兆円、率にして 1.49%押し上げる効果があると試算しています。TPP11 協定は主に農林水産業や工業製品を中心に下記の取り決めがなされており、それぞれ影響が及ぼされる可能性が高いです。

表 2-2-2 TPP11 による関税、日本に与える影響

	関税について	日本への影響
農林水産業	<p>【日本への輸入】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コメの関税維持(オーストラリアに対して新たに 8,400t の輸入枠設置) ・ 牛肉：38.5%の関税を段階的に引き下げ、協定発効から 16 年目に 9%へ ・ 豚肉：価格の安い肉への最大 482 円/kg の関税を段階的に引き下げ、10 年目に 50 円へ ・ 小麦、大麦：事実上の関税を段階的に引き下げ、9 年目までに 45%削減 ・ 水産物：ベトナムがブリやサバ、サンマにかけている 18%の関税を即時撤廃 ・ バター、脱脂粉乳：TPP 参加国を対象にした新たな輸入枠を設定 ・ チーズ：「粉チーズ」と「チェダー」「ゴーダチーズ」等の関税を 16 年目に撤廃 <p>【日本からの輸出】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本酒：カナダがかけている 13 セント/l の関税を即時撤廃 ・ しょうゆ：ニュージーランドがかけている 5%の関税を 5 年目に撤廃 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農林水産業の主要 33 品目の生産額が最大で約 1,500 億円減少 ・ 消費者にとっては、安い輸入肉や小麦類、水産物、乳製品等が手に入りやすくなる
工業製品	<p>日本が TPP に参加する 10 か国に輸出する工業製品の関税：協定の発効後、即時撤廃されるものと、段階的に引き下げられるものを合わせて最終的に全品目の 99.9%を撤廃</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ カナダ：乗用車にかかる 6.1%関税が 5 年目に撤廃されるほか、エンジン等の自動車部品は 95.4%の品目で関税を即時撤廃 ・ ニュージーランド：乗用車にかかる 10%の関税のほか、エアコンや土木機械等工業製品の 93.9%の関税を即時撤廃 ・ オーストラリア：バスやトラックの新車にかかる関税を即時撤廃 ・ ベトナム：乗用車にかかる最大 70%の関税のうち、排気量が 3,000cc 以下の車は 13 年目に、3,000cc を超える車は 10 年目にいずれも関税を撤廃 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 輸送用機器メーカーを中心に輸出が拡大しやすくなる

出典：内閣官房「TPP等政府対策本部TPPにおける関税交渉の結果」等を元に作成

2-1-2.世界経済のリスク要因

■国際的な結びつきが深まる中、他地域でのリスク要因は容易に日本にも波及する

世界経済は、グローバル化やイノベーションの進展と共に、相互依存がこれまで以上に強まっています。世界的にサプライチェーンが構築され、国境を越えた貿易が拡大しつつあり、これらは更なる成長の機会を生み出す一方、各国の景気や商品相場の変動等の要素が、国境を越えて他地域又は世界経済全体に対して影響を及ぼしやすくなっています。

ここでは、今後の世界経済のリスク要因を、(1)保護主義の台頭(米中貿易摩擦、英国のEU離脱)、(2)原油価格動向の2つの観点で整理します。

(1)保護主義の台頭

①米中貿易摩擦について

■米中貿易戦争が激化しており、世界各国への影響が懸念

平成30年3月に米国政府が鉄鋼・アルミニウムへの追加関税を発動して以降、特に米国と中国との間で制裁措置の応酬が激しくなっており、平成31年1月より一時休戦状態になっているものの、今後も予断を許さない状況です。

企業がグローバルバリューチェーンを構築する世界経済において、二国間での貿易制限措置の影響は容易に他国にも波及します。経済協力開発機構(OECD)は、平成28年11月のEconomic Outlookの中で、仮に米国、中国、EUが全ての貿易相手国に対して全ての財の貿易コストを10%引き上げた場合、中期的に世界の貿易量は約6%減少し、世界のGDPは約1.4%減少する可能性があるとして試算しています。また、IMFは、米中等で実施済みの追加関税措置に加え、すでに公表済みで未実施の措置等も実施に移され(平成30年7月18日現在)、その影響が最も深刻な場合、世界のGDPを1年目に約-0.4%、2年目に約-0.5%押し下げる可能性があるとして試算しています。

経済・貿易規模が大きい米中間や、米中間にとどまらず世界において貿易制限措置が拡大した場合には、貿易に支えられてきた世界経済の回復に大きな影響が及ぶ可能性が高くなります。

表2-2-3 平成30年 貿易制限措置について

日時	米国		中国
	制裁関税内容	対象	対抗措置内容
2018.3	輸入関税引き上げ措置発動	鉄鋼・アルミニウム	30億ドル 豚肉・ワイン等に25%上乗せ
2018.7	中国による技術移転の強要、知的財産権の侵害を理由に制裁関税の第一弾を発動(追加関税25%)	340億ドル(818品目) 自動車、航空・宇宙関連、原子炉、産業用ロボット等	340億ドル(545品目) 大豆など農産品、自動車等に25%上乗せ
2018.8	制裁関税の第二弾発動(追加関税25%)	160億ドル(279品目) 半導体、プラスチック等	160億ドル(333品目) 自動車関連・鉄鋼製品、古紙等に25%上乗せ
2018.9	制裁関税の第三弾発動 10%上乗せ(2019年より25%)	2,000億ドル(5,745品目) 家具・家電、衣類等	600億ドル(5,207品目) 液化天然ガス・中型航空機、木材等に5~10%上乗せ
2018.12	中国の構造改革実施を条件に、米国が中国への関税の引き上げについて最大90日間の猶予を設ける ※構造改革内容は、(1)技術移転の強要、(2)知的財産権保護、(3)非関税障壁、(4)サイバー攻撃、 (5)サービスや農業分野の市場開放の5つ		
2019.3	米国が3月2日に予定していた2,000億ドル分の中国製品に対する制裁関税の引き上げを延期		

出典：経済産業省「平成30年版通商白書」等を元に作成

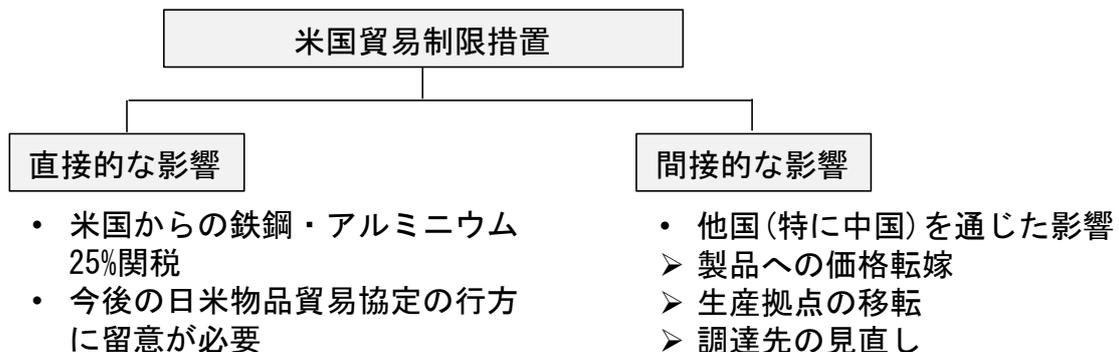
【日本に与える影響】

■日本にも影響が及びはじめ、国内企業は検討を迫られている

米国の貿易制限措置が、日本にどのような影響を及ぼす可能性があるかについて整理します。日本においても、既に米国から、鉄鋼・アルミニウムに関して25%の関税が課せられていることに加え、平成30年9月に行われた日米首脳会議において、2国間で農産品や工業品等の関税引き下げを約束する日米物品貿易協定(TAG)の交渉が開始されることが決まりました。TAG交渉中は、日本に対して自動車への追加関税は発動しないことで一致しましたが、米国側は、今後、投資・サービス分野が含まれる自由貿易協定(FTA)の締結を目指しています。米国は日本にとって主要な輸出相手国であり、主に自動車を中心とした製造業製品の輸出先となっていることから、今後の交渉において自動車・同部品に対する追加関税が実際に発動された場合、日本にも相当の悪影響を及ぼす可能性が高く、注意が必要です。

また、日本へ直接的に貿易制限措置が発動されない場合でも、米中貿易戦争の影響は日本にも波及します。例えば中国の製品の中には、日本から部品を調達し、中国で製品を組み立て、最終製品を米国等の世界各国に輸出をしています。中国から米国への輸出製品に制限が下されると、日本の中間材輸出にも打撃が生じます。また、米国、中国には日系企業も多数立地しており、関税が課せられると、日本企業も対応策として、製品への価格転嫁や生産拠点・調達拠点等のシフト等を検討せざるを得ない状況になりつつあります。

図2-2-3 米国貿易制限措置による日本への影響



②英国の EU 離脱について

■英国の EU 離脱により、円滑な生産活動の阻害、英国経済、EU 経済の減速につながる ことが懸念

平成 28 年 6 月、英国の EU 離脱の是非を問う国民投票が行われ、移民・難民受け入れによる国民税負担の増加、失業リスクの高まり、治安の悪化等の懸念から、離脱支持が 51.9%、残留支持が 48.1%となり、EU 離脱が決定しました。

この結果を受け、英国は平成 29 年 3 月より原則 2 年間の EU 離脱交渉のプロセスを開始しました。EU との実質の交渉期限が迫る中、アイルランド国境問題やモノの自由貿易圏創設等の交渉が難航しており、英国と EU 首脳との意見の隔たりは大きくなっています。

EU 域内では、人・モノ・資本・サービスの 4 つの移動が自由となっており、英国と EU は多くの分野において、互いにサプライチェーンの一部を構成しながら、生産活動を行ってきました。実際、英国の貿易においても、EU は輸出の 48.8%、輸入の 54.8%と大きなシェアを占めていることから、これまで関税同盟による無税の恩恵を受けていました。

EU でドイツに次ぐ経済規模を誇る英国が離脱することにより、円滑な生産活動が阻害されるおそれがあり、また英国経済、EU 経済の減速につながる懸念されているほか、英国通貨ポンドやユーロの下落が予想されています。

【日本に与える影響】

■英国に立地の金融機関、製造業等を中心に事業戦略の見直しが必要になる可能性大

英国が EU を離脱することで、日本企業や金融機関をはじめ、様々なところに影響が及ぼされることが想定されます。

外務省の外国在留邦人数調査統計によると、平成 29 年時点で 986 社の日系企業が英国に拠点を置いており、国別では 13 番目、ヨーロッパではドイツに次いで 2 番目に多くなっています。

英国で生産を行い、EU に生産物を輸出している日系企業にとっては、英国の EU 離脱により、これまで無関税で貿易を行っていたものの、関税や事務手続き等コストや手間を要することになります。

また、日本の大手金融機関はロンドンに拠点を設け、ヨーロッパ内で広く事業を行っています。多くの大手金融機関は、EU に所属している 1 つの国で許可を得れば、他の加盟国でも金融サービスを提供できる単一パスポート制度を利用していますが、脱退後は免許制度が適応されないため、英国拠点のビジネス機会の喪失や人材流出の懸念があり、拠点の移転や人員体制の見直し等事業戦略の見直しが必要となる可能性が高くなっています。

(2)原油価格動向

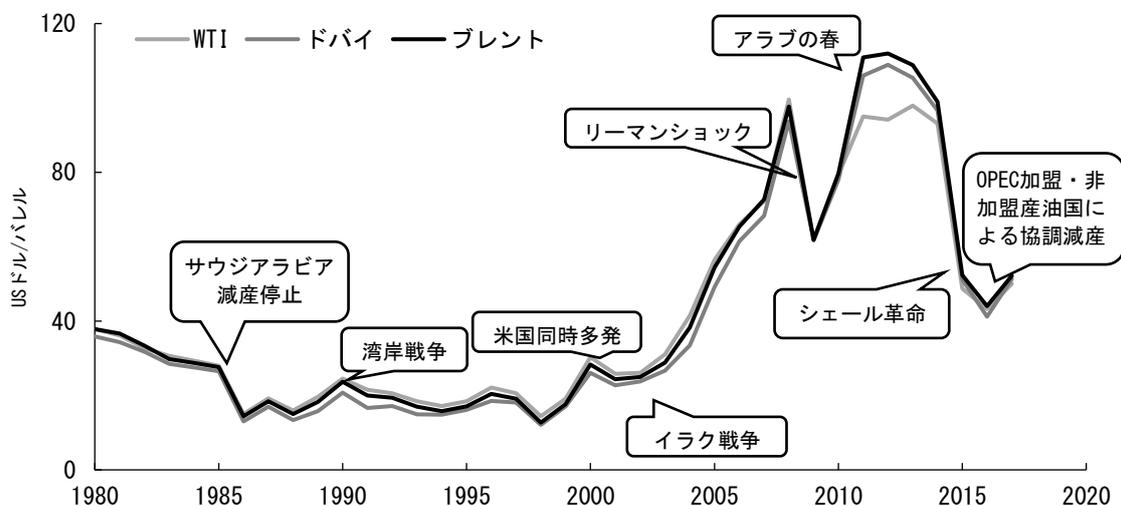
■中東の地政学リスクにより、原油価格が高騰

原油価格は、需要と供給の中長期的な要因に加え、原油国の地政学リスクや投機資金の流入といった短期的要因により変化します。特に原油の埋蔵量の3分の2、生産量の3分の1は中東が占めていることから、中東諸国情勢の悪化により、原油高になりやすく、これまで国際情勢の影響を受けながら原油価格は大きく変化してきました。例えば近年では、平成13年の米国同時多発テロや平成15年のイラク戦争勃発等が挙げられます。また、平成20年以降の中国をはじめとした新興国の経済発展に伴う需要拡大及び金融緩和における投機資金流入等の影響を受け、原油価格が一気に高騰しました。その後、リーマンショックにより、投機資金が引き上げられ、原油価格が下落するとともに、平成23年頃のアラブの春以降、中東・北アフリカ地域の地政学的リスク等により原油価格は100ドル前後で推移し、需要の伸び悩み、米国のシェールオイルの堅調な生産等により供給過剰となり、原油価格が下落しました。

平成28年になると、石油輸出国機構（OPEC）本部でOPECとロシア等の非加盟の主要産油国が、閣僚会合を開き、15年ぶりに協調減産することで合意されました。加盟国全体で日量60万バレル弱を減産する方針で、OPECと合わせて世界生産の2%近くを削減し、原油市場の需給改善を後押ししています。また、平成30年米国は一方的にイラン核合意から脱退し、イランへの経済制裁を開始し、世界各国に対してイランからの輸入停止を求めており、イラン産原油の供給が細るとの懸念から原油価格も高騰しています。

原油価格の高騰は、企業収益や消費等様々な面で、世界経済に大きな影響を与えます。例えば原油と関わりが深い化学、自動車、運輸等を中心とした幅広い業種で、原材料費の高騰が起き、製品への価格転嫁が生じます。価格転嫁が不十分の場合、企業収益の悪化につながるとともに、製品価格が上昇すると家計を圧迫し、消費者心理に悪影響を与えることとなり、消費の下押し要因となります。中東情勢が不安定となる中、今後の動向に留意が必要です。

図2-2-4 原油価格の主要な変動要因原油価格推移



※年間の平均価格

※数値は1月～最新月の平均価格

出典：IMF「Primary Commodity Prices」、資源エネルギー庁「エネルギー白書2017」より作成

【日本へ与える影響】

■原油価格高騰により、原油と関わりが深い製造業を中心に収益悪化の可能性大

日本は国内資源に乏しく、平成 28 年におけるエネルギー自給率は 8.4%となっており、生活や経済活動に必要なエネルギーのほとんどを海外からの輸入に依存しています。特に石油に関しては、情勢が不安定な中東からの輸入を 80%以上占めており、国際情勢の変化や、資源価格の高騰等により、日本国内の経済情勢にも影響を及ぼす可能性が高くなります。

実際に平成 12～21 年頃における原油価格の上昇により、石油精製、電力・ガス、自動車、運輸、化学、製紙、漁業においては、業種ごとに下記の対応を施したものの、収益悪化等につながりました。

表 2-2-4 各業種における対応及び影響

業種	影響	対応
石油精製	石油製品の価格高騰が需要減少の一因 原料調達コストを製品価格に反映するタイムラグ等のために収益が悪化	輸出能力の強化 需要減少に対応した減産
電力・ガス	原燃料価格を料金に反映するタイムラグのために収益が悪化	原燃料費調整制度の見直し
自動車	燃料価格高騰が販売減の一因 低燃費車志向の高まり	低燃費車、次世代自動車の開発に注力
運輸	軽油等の値上がりによる収益悪化	荷主に対する運賃値上げ交渉、サーチャージ制度の導入
化学	価格転嫁が進まず、収益を圧迫	価格決定方針の変更を検討
製紙	燃料の高騰による経営難	重油使用量を削減する計画の推進
漁業	燃料の高騰による経営難	平成 20 年 6～7 月の一斉休漁近距離漁業への変更、経済スピードでの航行、集魚灯の方針変更

出典：資源エネルギー庁「平成 20 年度エネルギーに関する年次報告(エネルギー白書 2009)解説版」

企業収益が悪くなると、企業側が採用を控えて雇用環境の悪化につながる可能性や、従業員の給与が上昇しない等の影響も挙げられ、また物価上昇に伴い、消費者心理の下押し等にもつながる可能性があります。さらには、米国の経済制裁でイラン産原油の輸出が減るとの懸念に加え、国内の石油元売り会社の再編も影響し、消費者に身近なガソリン価格が急騰することで、家計の負担が増しつづけます。

2-2.世界産業・技術等の主な潮流

2-2-1.データを巡る動向

①近年の産業構造の変化

■IT企業の台頭～特に米国、中国が顕著～

平成元年における世界の時価総額ランキング Top10のうち、7企業が日本企業でしたが、それから30年経過した現在、日本企業最上位は32位のトヨタとなっており(平成30年8月時点)、世界トップを占めている企業は米国の巨大IT企業であるGAFAG(「Google」「Apple」「Facebook」「Amazon」の頭文字)や、中国のインターネット企業である「Alibaba」や「Tencent」等が占めています。このように、平成7年にwindows95が発売され、インターネットの急速な普及とともに、IT企業が台頭しはじめ、GAFAGは膨大な個人データを集約し活用するプラットフォームとして、それぞれの分野で成長を遂げています。

表2-2-5 平成元年 世界時価総額ランキング

順位	企業名	時価総額(億ドル)	国名
1	NTT	1,638.6	日本
2	日本興行銀行	715.9	日本
3	住友銀行	695.9	日本
4	富士銀行	670.8	日本
5	第一勧業銀行	660.9	日本
6	IBM	646.5	米国
7	三菱銀行	592.7	日本
8	エクソン	549.2	米国
9	東京電力	544.6	日本
10	ロイヤル・ダッチ・シェル	543.6	英国

出典：米ビジネスウィーク誌(1989年7月17日号)「THE BUSINESS WEEK GLOBAL 1000」

表2-2-6 平成30年 世界時価総額ランキング

順位	企業名	時価総額(億ドル)	国名
1	アップル	9,409.5	米国
2	アマゾン・ドット・コム	8,800.6	米国
3	アルファベット	8,336.6	米国
4	マイクロソフト	8,158.4	米国
5	フェイスブック	6,092.5	米国
6	バークシャー・ハサウェイ	4,925.0	米国
7	アリババ・グループ・ホールディングス	4,795.8	中国
8	テンセント・ホールディングス	4,557.3	中国
9	JPモルガン・チェース	3,740.0	米国
10	エクソン・モービル	3,446.5	米国

出典：「週刊ダイヤモンド」2018年8月25日号

②データ覇権を巡る動向

【EUにおける一般データ保護規則(GDPR)、英国におけるデジタル課税導入】

■EUを中心にデータ規制に向けた動きが活発化

急速に IT 技術革新とグローバル化が進展する昨今、経営資源であるヒト、モノ、カネに、近年データの概念も新たに加わり、そのデータは活用次第で新産業やイノベーションを創出し、国の経済力を高める重要な資源となっています。

そのような中、米国の GAF A 等が世界中の膨大な個人データを集約し活用していることも踏まえ、平成 30 年 5 月、EU は一般データ保護規則(GDPR)を導入しました。GDPR の導入により、世界各国は、EU 域内で取得した個人情報適切に管理し、EU 域外に個人情報を持ち出すことが原則禁止され、違反した場合は巨額な課税金が課せられる規制となっています。現地従業員情報や日本から派遣されている駐在員の情報も対象となっており、企業規模に関わらず、中小・零細企業も対象となっています。日本企業においても適切な対応が必要となっています。

また、英国政府は平成 32 年(2020 年)4 月から、他国に先駆けて、IT 大手に対して新たなデジタル課税の導入に踏み切ることを発表しました。これまで IT 企業に対して適切な課税が課せられていないことが国際的な議題になっており、20 カ国・地域(G20)や欧州連合(EU)等の場でも、デジタル課税は主要テーマになっていました。しかしながら、米国や中国の反対により、デジタル課税に向けた議論は難航しており、今回英国独自で課税導入に踏み切った形になりました。新税制案は、世界の売上高が年間 5 億ポンド(約 720 億円)以上の黒字事業部門を対象に、IT 企業が英国で稼いだ売上高に 2%課税する方針となっています。英国のデジタル課税導入を皮切りに他国でもデジタル課税の導入が進むことが想定され、データを巡る攻防が繰り広げることが予想されます。

日本においても、GAF A 等の IT 大手が、個人の購買履歴等の大量データを顧客獲得や技術革新で優位に立つ傾向が強まっており、政府はデータを囲い込む IT 大手を規制する独占禁止法上の新たなルールを整備することを決定しました。

【対中国に向けたデータ攻防戦、データ版 TPP の枠組へ】

■データ争いを巡り中国をけん制する動きあり

中国では産業政策である「中国製造 2025」に基づき、次世代の IT やハイテク産業を重点分野に指定し、国を挙げて産業育成に取り組んでおり、目覚ましいスピードで成長しています。中国政府は、米国の Facebook、Google 等をはじめとした IT 企業を排除し、中国でのアクセスを遮断しています。それらの影響もあり、中国においては「Alibaba」や「Tencent」、「百度」等をはじめとした IT 企業がデータを保持し、著しく成長しています。中国は、世界のデータ通信の 99% が通る海底ケーブルを東南アジアからインド洋、アフリカまでケーブル網を広げようとしており、それに対して米国やオーストラリア政府は、機器を通じた情報の漏洩を恐れ、中国の通信企業大手企業を締め出しています。

また、中国包囲網として、データ版 TPP とも言えるデジタル貿易に係る枠組みを日米で主導しようとする動きもあります。データ覇権争いを巡って、国家同士のグローバル競争が激化していくことが想定されます。

【第 5 世代移動通信システム (5 G) を巡る動向】

■次世代の通信技術を巡り、争いが激化

5 G とは、現在規格の標準化が進められている次世代の通信技術のことです。5 G の通信速度は 4 G の約 100 倍と言われており、現在 1 本の映画をダウンロードする時間が 5 分のところ、5 G ではわずか 3 秒で完了します。また、自動車への応用が期待されており、5 G 回線が車に使用されることにより、より安全な自動運転の実現が可能になります。さらには、同時に接続可能な端末が数台から一部屋あたり約 100 台接続可能となることから、IoT が更に進化を遂げ、工場の完全自動化の実現が可能になると言われています。米国や欧州、中国や日本をはじめとしたデータ先進国において、5 G 商用化に向けた争いが激化しています。

【日印デジタル協定】

■日印で連携し、デジタル分野での競争力向上へ

平成 30 年 10 月、日本とインドはデジタル協定を締結しました。デジタル分野では、世界各国が激しい競争を繰り広げており、IoT の拡大に向け、ハードウェアが強い日本、ソフトウェアが強いインドが連携し、競争力を高めることを目指しています。

今後は、インドと共に人工知能 (AI) 技術の共同研究に取り組むほか、スタートアップ企業や人材の相互進出を促していきます。経済産業省は日本では平成 32 年 (2020 年) に AI やビッグデータ等を担う高度な IT 人材が約 4 万 8 千人不足すると予想しており、日本にはインド出身の高度な人材を国内に呼び込もうという狙いもあります。

2-2-2.シェアリングエコノミー

■シェアリングエコノミーの台頭、既存産業にも影響あり

ICTの進展により、商品の利用状況を把握し続けることが可能になり、ICTプラットフォームによる需要と供給の見える化が進むことにより、商品やサービスを保有する個人と利用したい個人をマッチングすることが可能になりました。そのような中、個人の意識が「所有」から「利用」に変化しつつあり、個人の資産やスキル等を共有するシェアリングエコノミーが広がっています。

表 2-2-7 シェアリングエコノミーの5類型

シェアの対象	概要	サービス例
空間	空き家や別荘、駐車場等の空間をシェアする。	Airbnb、SPACEMARKET、akippa
移動	自家用車の相乗りや貸自転車サービス等、移動手段をシェアする。	UBER、notteco、Anyca、Lift、滴滴出行
モノ	不用品や今は使っていないものをシェアする。	Mercari、ジモティー、air Closet
スキル	空いている時間やタスクをシェアし、解決できるスキルを持つ人が解決する。	Crowd Works、アズママ、TIME TICKET
お金	サービス参加者が他の人々や組織、あるプロジェクトに金銭を貸し出す。	Makuake、READY FOR、STEERS、Crowd Realty

出典：総務省「ICTによるイノベーションと新たなエコノミー形成に関する調査研究」（平成30年）

その一方で、シェアリングエコノミーの進展による新市場の拡大に伴い、既存産業に負の影響が及ぼされる可能性もあります。例えば、既存タクシー業界におけるUber(車のシェアビジネス)の存在、ホテルや旅館におけるAirbnb(民泊のシェアビジネス)の存在、小売業や物流業におけるAmazon(インターネット販売)の存在等が一例として挙げられます。

このように新しいテクノロジーを活用し、新たなビジネスモデルを用いて商品・サービスを提供することで、既存産業や業界に創造的破壊を起こす現象が現れています。それに対し既存産業は、新しいサービスに淘汰されないよう、戦略の見直しや適切な企業との連携等の対策が迫られています。

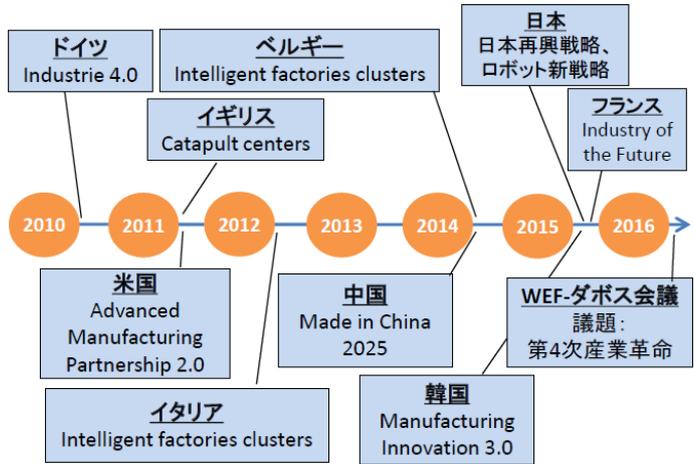
2-2-3.第4次産業革命に係る主要国の取組み

■世界各国で第4次産業革命の取組みが推進

第4次産業革命とは、18世紀末以降の水力や蒸気機関による工場の機械化である第1次産業革命、20世紀初頭の分業に基づく電力を用いた大量生産である第2次産業革命、昭和45年頃からの電子工学や情報技術を用いた一層のオートメーション化である第3次産業革命に続く、AIやIoT等をはじめとした複数のコアとなる技術革新を指します。第4次産業革命により、生産、販売、消費といった経済活動に加え、健康、医療、公共サービス等の幅広い分野や、人々の働き方、ライフスタイルにも影響を与えられています。

欧州や米国をはじめとした世界各国が戦略を打ち出し、取組みを推進しています。

図2-2-5 第4次産業革命に係る主要国の取組み



出典：総務省「第4次産業革命における産業構造分析とIoT・AI等の進展に関わる現状及び課題に関する調査研究(H29)」

表2-2-8 主要な各国の取組み

国名	概要
米国	IoTの高度化を目指すコンソーシアムを立ち上げる等業界を挙げた取組みを加速。ICTやハイテク企業の積極的な活動はみられるが、労働生産性等マクロ経済における顕著な向上はみられていない。
ドイツ	製造業のIoT化を通じて、産業機械・設備や生産プロセス自体をネットワーク化し、注文から出荷までをリアルタイムで管理することでバリューチェーンを結ぶ社会実装を目指している。「生産のためのエネルギーや資源の効率性」、「製品の市場導入時間の短縮」、「フレキシビリティ」の3つを解決すべきものとして挙げている。
イギリス	スマートシティやスマートグリッド等、生活関連・エネルギー関連を中心とした、コンシューマー向けの産業分野に注力。製造業は国家イノベーション政策として「ハイ・バリュー・マニユファクチャリング(高価値製造)」が推進されている。
中国	工業化と情報化の結合、IT技術と製造業の融合促進をはじめ、工業基礎能力の強化、品質とブランドの強化、環境に配慮したものづくりの推進、製造業の構造調整、サービス型製造業と生産性サービス業の発展、製造業の国際化水準の向上等が協調されており、「イノベーションによる駆動」、「品質優先」、「グリーン発展」、「構造の最適化」、「人材が中心」といった5つの方針が掲げられ、中国製造業の主要な問題点を強く意識し、その改善を喚起している。
日本	IoT、ビッグデータ、人工知能(AI)、ロボット、シェアリングエコノミー等のイノベーションを、あらゆる産業や社会生活に取り入れ、生産・流通・販売、交通、健康医療、金融、公共サービス等、あらゆる場面で快適で豊かに生活できる社会の実現を目指す。

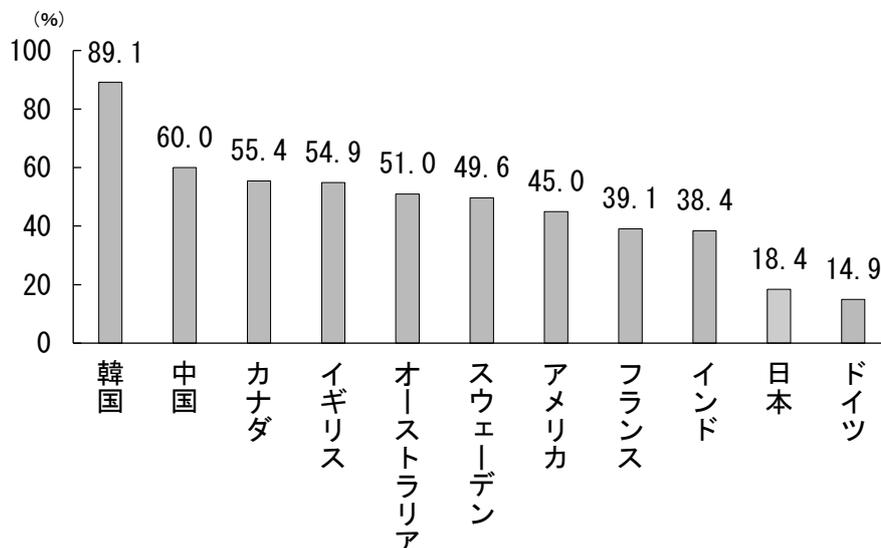
出典：総務省「平成29年版 情報通信白書」より作成

2-2-4. キャッシュレス化

■アジアや欧米を中心にキャッシュレス化が進展

世界各国で、生産性向上やデータ利用、犯罪対策等を背景にキャッシュレス化が進展しており、キャッシュレス決済比率を比較すると、韓国の89.1%をはじめ、キャッシュレスが浸透している国では軒並み40%～60%台となっています。デジタル手段で支払うことで、データが利活用でき、国全体の生産性向上、実店舗、消費者、支払いサービス事業者がそれぞれ付加価値を享受できる社会の実現が求められています。既に諸外国において、キャッシュレスはインバウンド、アウトバウンド、越境取引へと範囲が拡大しており、今後ますますキャッシュレス化が浸透していくことが想定されます。

図 2-2-6 各国のキャッシュレス決済比率の状況(平成 27 年)



出典：世界銀行「Household final consumption expenditure(2015 年)」及び BIS「Redbook Statistics(2015 年)」の非現金手段による年間決済金額から算出
 ※中国に関しては、Better Than cash Alliance のレポートより参考値として記載

表 2-2-9 各国のキャッシュレス推進事例

国名	背景	取組みと実績
スウェーデン	金融機関を中心に国家を挙げた生産性向上、冬季期間の現金輸送の困難さや慢性的な人手不足、犯罪対策としてキャッシュレス推進。	小切手からデビットカードへの移行、犯罪対策による現金取扱の廃止、個人間送金・支払いサービスの登場、実店舗における「現金拒否」。
韓国	平成 9 年の東南アジア通貨危機の打開策として、実店舗等の脱税防止や消費活性化を目的として政府主導によるキャッシュレス推進。	政府によるクレジットカード利用促進策(クレジットカード利用分の所得控除、宝くじ権利付与、店舗でのクレジットカード取扱義務付け)、硬貨発行の削減に向けた電子マネーの活用。
中国	現金の安全性(偽札問題)、透明性(脱税問題)、コスト(印刷・流通コスト)にかかる課題の存在、決済システムやルールの統一に向けた刷新。	金融機関間の決済システムやルールの標準化、決済オンラインネットワークの整備、低廉な加盟店手数料、アリペイの登場(1つのアプリで様々なサービスにつながる生活アプリ)等。

出典：経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」より作成

2-2-5. 地球環境への配慮

■環境に配慮した産業の在り方が模索されている

世界的に地球温暖化が急速に進みつつあり、気温の上昇のみならず、異常気象や災害等を引き起こし、その影響は生態系への影響、水資源や農作物への影響等、深刻な影響が表れています。

そのような中、平成 27 年には平成 32 年(2020 年)以降の温室効果ガス排出削減等のための新たな国際枠組みである「パリ協定」が採択されました。化石燃料の燃焼に伴う CO₂排出量の 1/4 は運輸部門が占めるため、各国は運輸部門からの排出削減を重要視しており、特に自動車部門でガソリン車やディーゼル車の販売を禁止する等の動きが明確化されています。そこでは、中国をはじめ EV 車や PHV 車の導入を開始する等、EV 化へ向けた開発が活発化しており、各国で EV 化に向けた開発がますます加速化していくことが想定されます。

表 2-2-10 各国の自動車に係る動向

各国	動向
フランス	2040 年までに国内のガソリン車とディーゼル車の販売を禁止する方針。
イギリス	2040 年までに石油を燃料とするガソリン車とディーゼル車の販売を禁止する方針。
中国	手厚い補助金やナンバー発行の優遇措置等により EV や PHV の導入を推進。 2019 年より自動車会社に対し、一定割合の EV 販売を義務化。
日本	自動車新時代戦略にて、2030 年までに乗用車の新車販売に占める「次世代自動車」の割合を 50~70% に増やすことを目標として設定。

出典：経済産業省「自動車新時代戦略会議中間整理(平成 30 年 8 月 31 日)」等を元に作成

同年、地球規模の環境の危機を反映し、国連総会で持続可能な開発目標を掲げる「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択され、先進国を中心とした世界各国で国際合意に関して、様々な取組みを推進しています。例えば、目標 12「持続可能な生産消費形態を確保する」に関しては、平成 42 年(2030 年)までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失等の生産・サプライチェーンにおける食品の損失を減少させることが明記され、日本においても、商慣習の見直しの促進や最新の技術を活用した需要予測サービスの普及等をはじめ、製造から流通、消費までの各段階における食品ロス削減の取組みを加速化させていく方針です。

図 2-2-7 SDGs17 のゴール



出典：外務省「持続可能な開発目標」(SDGs)について

近年、海洋プラスチックごみが地球環境問題として注目されつつあります。ポリ袋やペットボトル、プラスチックストロー等が海洋汚染の要因となっており、海洋生物への影響や、魚等を介して人体への影響も与えうるとして国際的な問題となっています。

このような中、EUをはじめとした世界各国ではプラスチックごみ削減に向けた取組みがなされており、今後プラスチック材料の代替品開発等の動きが活発化していくことが想定されます。

表 2-2-1 1 各国における動向

各国	動向
EU	2030年までに、使い捨てプラスチックの製品の使用を禁じる方針。
イギリス	2019年からプラスチック製ストロー、マドラー及び芯がプラスチックの綿棒の販売を禁止する方針を発表。2022年4月より、レジ袋等プラスチック包装への課税を導入予定。再生プラスチックの割合が30%未満のプラスチック容器を製造・輸入した事業者に課税。
フランス	2016年からプラスチック製レジ袋の使用を禁止、2020年以降は使い捨てプラスチック容器の使用を原則禁止する法律が成立。
インド	2022年までに使い捨てプラスチック製品の全廃を掲げる。
台湾	2030年までに使い捨てプラスチック製ストローや容器等の段階的な使用の禁止を掲げる。

出典：環境省「プラスチックを取り巻く国内外の状況(平成30年8月)」等を元に作成

3.日本国内の状況の整理・分析

3-1.世界の中の日本の位置づけ

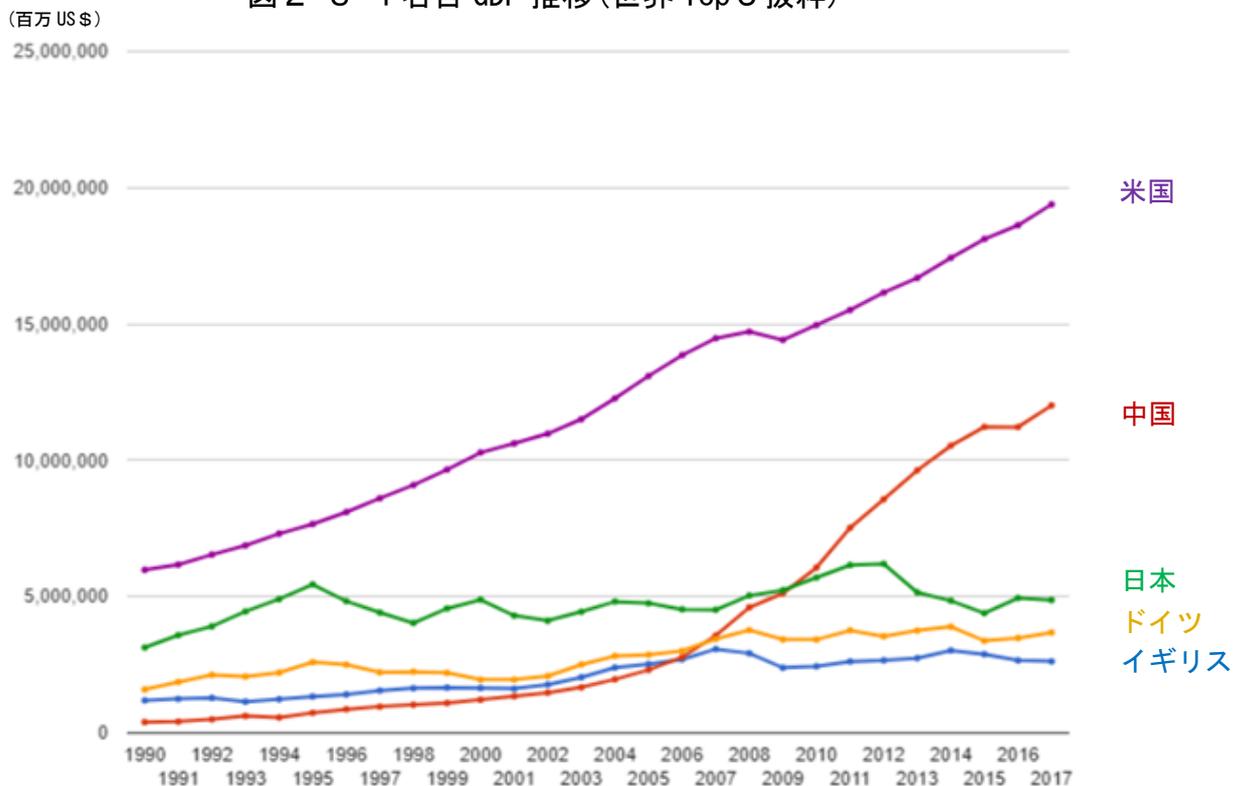
■日本は世界第3位の経済大国

日本の GDP は、高度経済成長に伴い拡大し、昭和 43 年には GDP 規模が米国に次ぐ第 2 位まで成長し、経済大国へ成長しました。しかしながら、高度経済成長は昭和 48 年の石油ショックをきっかけに終焉を迎え、平成 3 年以降のバブル崩壊後、不況期に突入しました。平成 20 年、平成 21 年は、米国のサブプライム住宅ローン危機をきっかけとする世界的な不況の影響でマイナス成長に陥り、平成 22 年には中国が日本の名目 GDP を初めて上回り、日本は世界第 2 位の座を明け渡しました。平成 29 年における日本の国内総生産は 4 兆 8,721 億円ドルであり、米国、中国に次ぐ世界 3 位となっています。

世界の GDP に占める日本の割合の推移をみると、平成 6 年には 17.7% を占めていたものの、長期の景気低迷や中国をはじめ巨大な新興国の台頭等の影響により、平成 29 年には 6.1% まで縮小しています。平成 26 年における IMF の予測によると、現在のまま推移する場合、平成 32 年(2020 年)には 5.3%、平成 52 年(2040 年)には 3.8%、平成 72 年(2060 年)には 3.2% まで低下するとされており、このような予測を変えていく必要があります。

また、平成 29 年時点で各国の国民一人あたりの名目 GDP を算出すると、ルクセンブルクやスイス、ノルウェー、アイルランド等のヨーロッパ勢が上位 5 位を占め、日本は 25 位で 38,440 ドルとなっています。中国の約 4.4 倍の水準であるものの、経済協力開発機構(OECD)加盟国の中では 93 年の 2 位から 25 位にまで低下しており、今後生産性を高めていく必要があります。

図 2-3-1 名目 GDP 推移(世界 Top 5 抜粋)



出典：IMF (International Monetary Fund)

3-2.国内の人口動向と少子高齢化社会

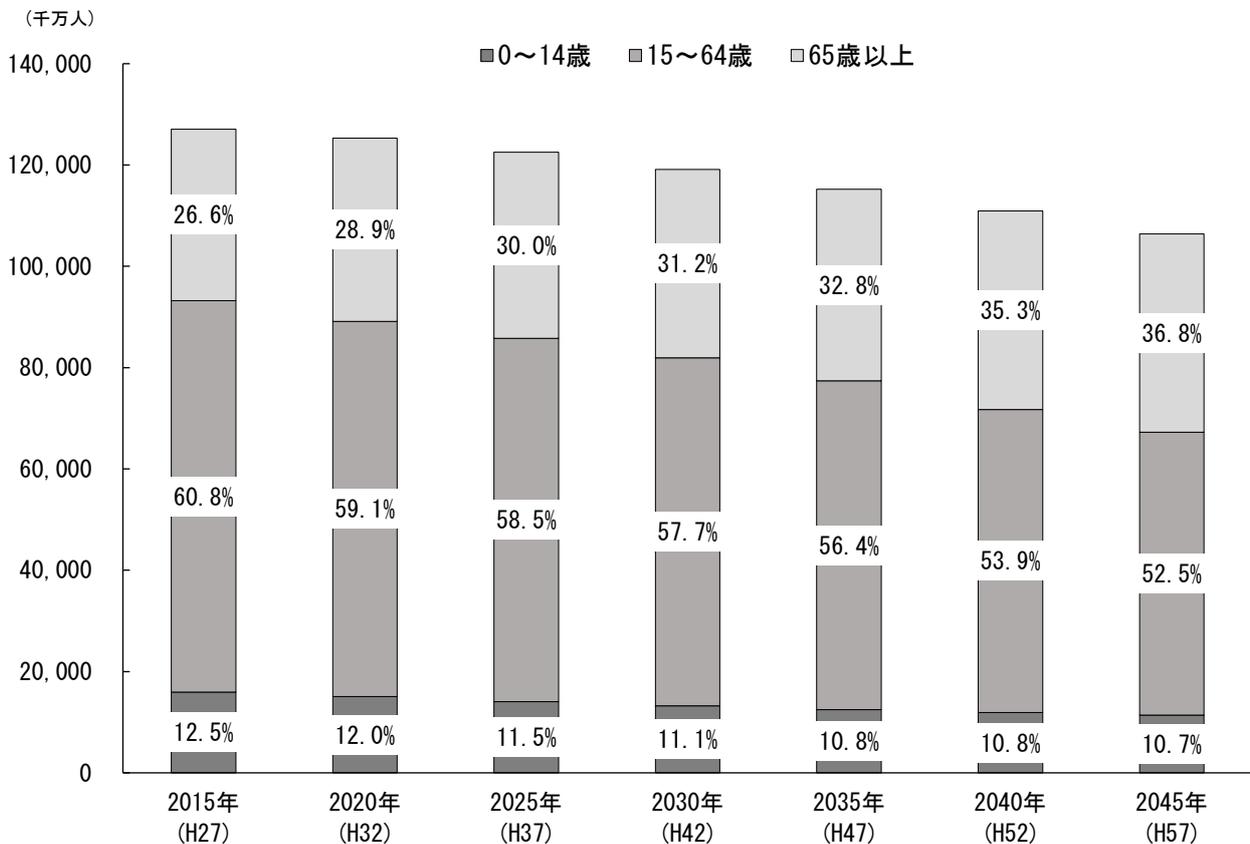
■人口減少が進む中、少子高齢化が急速に進展

日本の総人口は、平成 27 年 10 月時点での国勢調査において、1 億 2,709 万 4,745 人であり、同調査開始以来、初めての人口減少(前回平成 22 年調査の 0.8%減)となりました。地方では人口減少が進む中、若者等の都心回帰の傾向があり、特に都心 3 区を中心とした特別区における人口増が顕著となっています。

また、15 歳未満人口の割合は、12.5%と調査開始以来最低であり、逆に 65 歳以上の人口の割合は、26.6%と調査開始以来最高となっています。総人口の減少が進む中で、少子高齢化が急速に進展しており、社会保障制度と財政の持続可能性、地域社会の衰退等が大きな社会問題となっています。

家族の形態にも変化があらわれており、核家族世帯が減少している一方、晩婚化や未婚化の影響もあり、単独世帯が急速に増加しています。国立社会保障・人口問題研究所によると、平成 27 年に 34.5%だった単独世帯は、平成 52 年(2040 年)には全世帯の 39.3%に達すると推計されています。平成 52 年(2040 年)の単独世帯の内訳として、全単独世帯の 44.9%が 65 歳以上、25.7%が 75 歳以上となっており、高齢化と単独世帯増加が同時に進んでいくことが予測され、今後はますます社会的孤立のリスクや空き家問題等の社会問題が顕在化されることが想定されます。

図 2-3-2 国内年齢 3 区分別将来人口推計（死亡中位・出生中位）



出典：国立社会保障人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成 29 年推計)」より作成

3-3.景気状況

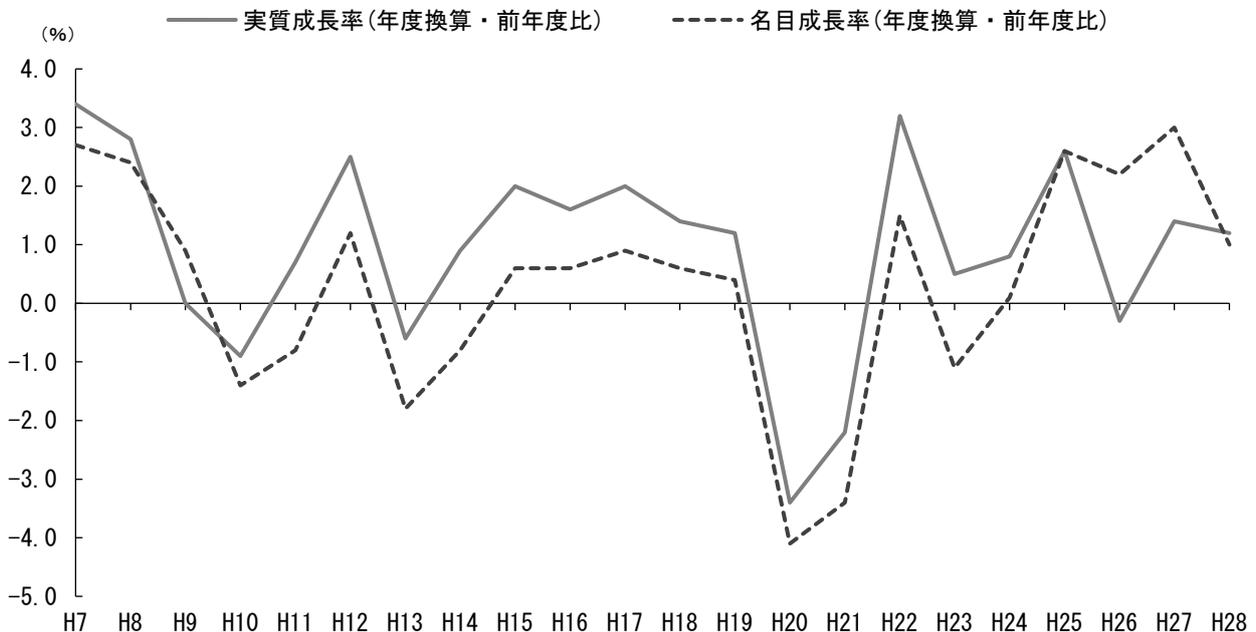
■穏やかな景気回復が継続

日本経済全体は平成24年を底に、穏やかな景気回復が続き、戦後最長に迫る景気回復期となっています。景気回復の背景としては、堅調な世界経済による輸出・生産の回復に加え、日本銀行による異次元の金融緩和が円安につながり、企業収益を支えていること等が挙げられます。特に平成28年半ば以降の景気回復の堅調さは、「世界経済の同時回復」、「雇用・所得改善の改善と個人消費の持ち直し」、「技術革新、人手不足等を背景とした民間設備投資の拡大」等が背景として挙げられます。大企業を中心に企業の稼ぐ力が高まり、企業収益が過去最高となる中で、雇用・所得環境が改善し、所得の増加が消費や投資の拡大につながるという「経済の好循環」が着実に回りつつあります。経済の好循環は着実に中小企業にも浸透しつつあり、中小企業の経常利益も過去最高水準にあります。依然として大企業との経常利益や生産性格差は広がっています。

また、国全体のGDPの伸び率が緩慢であることに加え、賃金の上昇率も緩やかにとどまっております。国民にとっては回復の実感が得られない状況が続いています。

併せて、急速なスピードで進む高齢化や生産年齢人口の減少等が課題となり、中長期的な成長という観点から、人材の質を高める「人づくり革命」や成長戦略の核となる「生産性革命」等の推進等により、潜在成長率をさらに引き上げていくことが重要です。

図2-3-3 各 GDP 成長率の推移



出典：内閣府「国民経済計算」（2018年5月時点）

■平成 31 年(2019 年)10 月消費税 10%へ、政府は各種対策により経済への影響の緩和を図る。事業者は軽減税率対策が求められる

平成 31 年(2019 年)10 月 1 日以降、消費税率の 8 %から 10%への引き上げに伴い、駆け込み需要とその反動、及び実質所得の減少効果の 2 つの経路を通じて成長率に影響を及ぼすと予測されています。日本銀行によると、消費税引き上げに伴い、家計負担額は 2.2 兆円となる見通しであり、消費税が 3 %から 5 %になった平成 9 年や、現行の 8 %となった平成 26 年の家計負担額が 8 兆円程度だったことと比較すると、軽減税率制度や教育無償化等が予定されていることもあり、家計負担額は小さい見通しになっています。

軽減税率制度は、低所得者対策として、「酒類及び外食を除く飲食料品」と「定期購読契約が締結された週 2 回以上発行される新聞」を対象に税率を 8 %のまま据え置かれることとなっています。軽減税率の導入により、小売業、卸売業、飲食業等を中心に複数税率に対応したレジの導入、受発注システム、消費税対応に係る従業員の教育等の対応が必要になります。中小企業を対象にレジやシステム改修・入替に係る補助制度等も存在するため、それらを活用しながら、適切な対策を施すことが求められます。

また、消費税増税に備えた主な対策として、プレミアム商品券の発行、住宅購入支援、キャッシュレスのポイント還元、公共事業の需要創出等の対策も施すことで、経済への影響を和らげようとしています。

表 2 - 3 - 1 消費税増税に備えた主な対策(平成 30 年 12 月時点)

対策	概要
プレミアム商品券	2 歳以下の子どもがいる世帯、住民税非課税世帯、低年金の世帯を対象に、最大 2 万 5,000 円分の買い物が可能なプレミアム商品券を 2 万円で購入可能。発行自治体内のすべての小売店で利用が可能。
自動車、住宅購入者への税・予算措置	個人消費が落ち込む可能性が高い大型購入の自動車、住宅購入に際し、給付金の拡充や減税等を施す。
キャッシュレスのポイント還元	キャッシュレス化を進展させるため、中小の小売店等でのキャッシュレス決済に際し、ポイントを 2 %還元する施策を検討中。東京五輪までの 9 カ月間、還元率を 5 %に引き上げることも検討中。
防災・減災、国土強靱対策	新規着工の土木工事の減少が見込まれることより、大規模災害等により被害を受けた重要インフラの改良工事等を実施予定。

出典：経済財政諮問会議「消費税引上げに伴う対応」(平成 30 年 12 月 20 日)等を元に作成

3-4.雇用・働き方

①雇用

■雇用情勢が回復基調の中、人手不足が顕著

昨今の雇用トレンドをみると、前記の景気状況と連動し、雇用情勢にも回復基調がみられます。労働市場では、平成30年8月時点で、有効求人倍率（季節調整値）が1.63倍となり、昭和49年1月以来の高水準が続いています。

また、総務省の労働力調査（季節調整値）によると、8月の完全失業率は2.4%となっており、平成5年以来、25年ぶりの低水準となっています。

このような中、平成29年における厚生労働省の労働経済動向調査において、業種別に常用労働者の不足感をみると、運輸・輸送業、医療・福祉、宿泊・飲食等のサービス業、建設業等の非製造業での不足感の高まりが顕著となっています。人手不足の状態が長期化すると企業収益にも悪影響を及ぼす恐れがあり、中長期的な成長のためにも労働市場のマッチング機能を高める等の諸対策が今後重要になってきます。

図2-3-4 雇用人員判断DI（日銀短観）

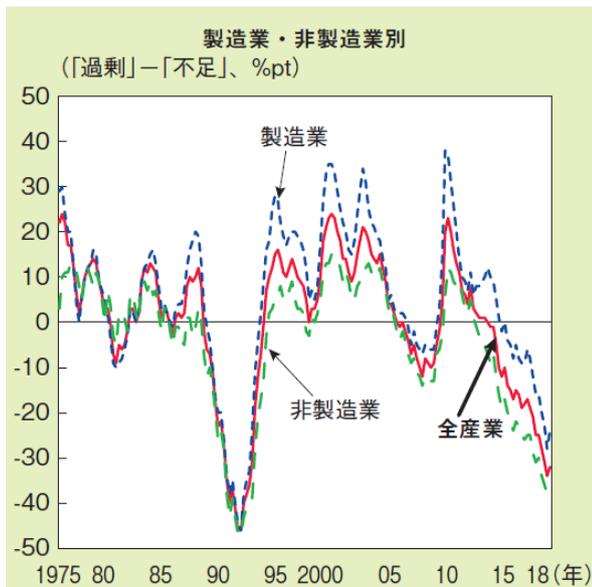
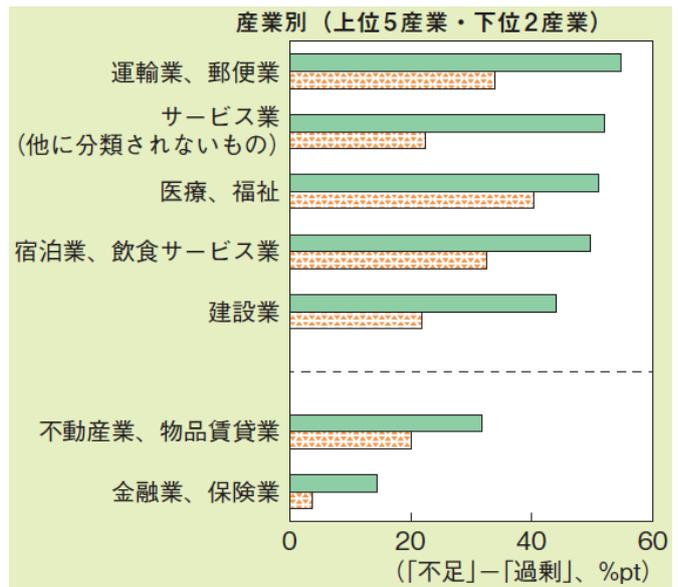


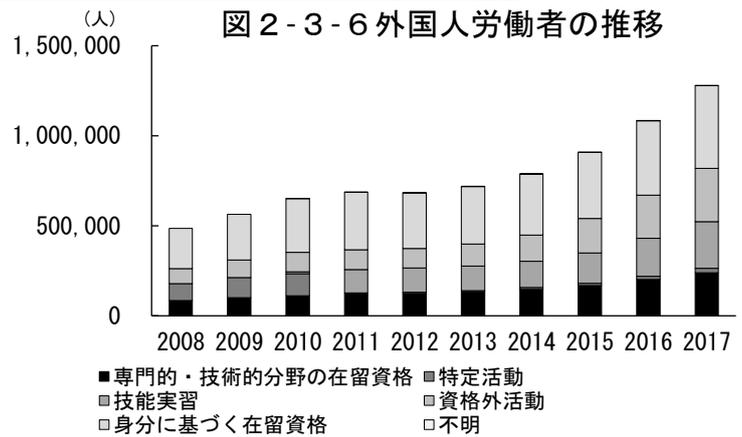
図2-3-5 常用労働者過不足判断DI



出典：内閣府「平成30年度 年次経済財政報告」

■外国人労働者の受け入れ拡大、外国人が働きやすい環境整備が求められる

外国人労働者は技能実習生を中心に右肩上がりに伸びており、平成 29 年 10 月において約 128 万人まで増加し、平成 20 年の約 3 倍となっています。外国人労働者の出身国は、中国が約 37 万人と約 3 割を占め最も高く、次いで、技能実習生が多いベトナムが約 24 万人、フィリピンが約 15 万人、ブラジルが約 12 万人となっています。働いている業種は製造業が約 3 割と最も高く、次いでサービス業(他に分類されないもの)が約 15%、卸売業、小売業が約 13%、宿泊業、飲食サービス業が 12.3%となっています。



出典：厚生労働省「外国人雇用状況」の届出状況表一覧 (H29 年 10 月)

表 2-3-2 外国人労働者の在留資格とその概要 (平成 30 年 12 月時点)

在留資格	概要
専門的・技術的分野の在留資格	就労目的で在留が認められるものであり、経営者、技術者、研究者、外国料理の調理士等が該当する。
身分に基づく在留資格	我が国において有する身分又は地位に基づくものであり、永住者、日本人の配偶者等が該当する。
特定活動	法務大臣が個々の外国人について特に指定する活動を行うもので、外交官等の家事使用人、卒業後就職活動を行う留学生、ワーキングホリデー、アマチュアスポーツ選手、EPA 協定に基づく看護師・介護福祉士候補生等が該当する。
資格外活動※	本来の在留目的である活動以外に就労活動を行うもの(原則週 28 時間以内)であり、留学生のアルバイト等が該当する。
技能実習	国際貢献のため、開発途上国等の外国人を日本で一定期間(最長 5 年間)に限り受け入れ、OJT を通じて技能を移転する制度で、農業、漁業、建設、食品製造、繊維・衣服、機械・金属等、全体で 80 職種 144 作業が該当する。(平成 30 年 12 月 28 日時点)

出典：厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況まとめ(平成 29 年 10 月末現在)」、法務省「技能実習法による新しい技能実習制度について(平成 30 年 12 月 28 日時点)」により作成

※「資格外活動」とは、外国人が現に有する在留資格による活動のほかに、あらかじめ入国管理局から資格外活動の許可を受け、収入を伴う活動を行うこと。(許可は本来の在留資格に属する活動を阻害しない範囲で付与)
 主な資格外活動許可の在留資格には、「留学」「家族滞在」「特定活動」「文化活動」「短期滞在」等がある。
 「留学」「家族滞在」については、就労先を特定せず、包括的に申請することができ、継続就職活動若しくは内定後就職までの在留を目的とする「特定活動」の在留資格をもって在留する又はこれらの者に係る家族滞在活動としての「特定活動」を有している場合にも、包括的に申請することができる。

このような中、少子高齢化で生産年齢人口が減少し、労働力不足が深刻になっており、政府は単純労働を含む外国人労働者の受け入れを拡大し、外国人労働者と共生する社会づくりを目指しています。平成 31 年(2019 年)度から 5 年間で約 26 万～約 34 万人の受け入れを想定し、新たな在留資格として「特定技能」を 2 段階で設けています。

対象業種は、農業や介護、建設、造船、宿泊等 14 業種を想定しており、今後、現行制度の技能実習を修了し、特定技能 1 号に移行する外国人が多くなることが想定されます。

表 2-3-3 新たな在留資格について

	特定技能 1 号	特定技能 2 号
技能	一定の技能	熟練
家族の帯同	不可能	可能
在留期間	5 年	更新可能
取得要件	最長 5 年の技能実習を修了か、技能と日本語能力の試験に合格により取得可能。	試験に合格すれば得られる。今後試験の制度設計を行う予定。

出典：法務省「新たな外国人材の受入れに関する在留資格「特定技能」の創設について」（平成 30 年 10 月 12 日）

一方で、外国人労働者の受け入れに際しては、違法残業や賃金未払い等の法令違反等の問題や、平成 29 年には 7 千人の技能実習生の失踪等も報告されており、労働環境の改善と共に、外国人が働きやすい環境の整備が急務となっています。

政府は、労働者の権利保護等を目的とした 2 国間協定をベトナム、中国、フィリピン、インドネシア、タイ等をはじめとしたアジアの 9 カ国と締結するとともに、外国人労働者の銀行口座の開設の簡便化や住宅の確保支援、公共機関の窓口への翻訳システムの導入等の支援策を図っていく予定です。

今後、受け入れ先企業に加え、公共機関や、金融機関、不動産会社等をはじめ、外国人が安心して暮らし、働ける環境を構築していく必要があります。

②働き方

■働き方改革の推進により労働生産性の向上や柔軟な働き方が期待

少子高齢化の進展に伴い、日本の生産年齢人口は今後も減少が見込まれており、政府は「働き方改革」として、長時間労働の是正、多様で柔軟な働き方の実現、雇用形態にかかわらず公正な待遇の確保等の取組みを推進し、労働生産性向上等を図っています。

表 2-3-4 日本の労働制度と働き方にある課題、今後の方向性

働き方にある課題	方向性
長時間労働 健康の確保だけでなく、仕事と家庭生活との両立を困難にし、少子化の原因や、女性のキャリアアップ形成を阻む原因、男性の家庭参加を阻む原因。	長時間労働を是正すれば、ワーク・ライフ・バランスを改善し、女性や高齢者も仕事に就きやすくなり、労働参加率の向上に結び付く。経営者は、どのように働いてもらうかに関心を高め、単位時間当たりの労働生産性向上につながる。
日本のキャリアパス ライフステージに合った仕事の仕方を選択しにくい。	柔軟な労働市場や企業慣行を確立すれば、自分に合った働き方を選択して自らキャリアを設計可能に。付加価値の高い産業への転職・再就職を通じて国全体の生産性向上にも寄与。
正規、非正規の不合理な処遇の差 正当な処遇がなされていないという気持ちを非正規労働者に起こさせ、頑張ろうという意欲をなくす。	正規と非正規の理由なき格差を埋めていけば、自分の能力を評価されている納得感を醸成。納得感は労働者が働くモチベーションを誘引するインセンティブとして重要、それにより労働生産性が向上していく。

出典：首相官邸 HP「働き方改革実行計画」

実際に、労働時間法制の見直しや、非正規社員と正規社員の格差解消に努めるとともに、女性や高齢者の労働人口を増加に努めています。例えば、産休・育休制度の整備や保育所の増設等に努めることで、女性就業率を向上させつつあり、また、今後の少子高齢化や人生100年時代を見据え、65歳以上の継続雇用の年齢の引き上げに向けた環境整備を図る等、高齢者雇用の促進も掲げています。

また政府は、ワーク・ライフ・バランスの推進、業務の効率化、生産性向上、地方創生等の観点から、テレワークを推進しており、官公庁や大企業を中心に、在宅勤務やサテライトオフィス勤務が普及しつつあります。今後は、子育て世代やシニア世代、障害のある方も含め、国民一人一人のライフステージに応じて生活スタイルに合った柔軟な働き方ができる手段として定着していくことが望まれます。

人口減少の局面を迎えつつある日本にとって、ますます女性や高齢者が活躍できる環境の整備が期待されるとともに、多様で自分らしい働き方が求められていくことが想定されます。

3-5.第4次産業革命の進展

■技術革新により、社会問題の解決が期待

近年、IoT(モノのインターネット)の進展、ビッグデータの活用、AI(人工知能)やロボットの登場・普及等に伴う「第4次産業革命」が到来し、製造業におけるサプライチェーンや製品ストックや在庫データ収集、運輸業におけるルート最適化等を中心とした活用に期待が集まっています。

第4次産業革命による技術革新が進む中、民間企業も新製品開発や情報化投資等を中心に設備投資を進めており、これらの技術活用は、近年の労働不足の深刻化、生産性向上等産業課題解決の糸口になることも期待されています。

表2-3-5 第4次産業革命が各産業へ与える影響

業種	第4次産業革命により実現が期待されること
小売業	売上データ等のビッグデータ分析による需要予測、在庫最適化等。
製造業	IoTを駆使したサプライチェーンの自動化・効率化、IoT、ロボット等による省人化・無人化工場化、自社製品の稼働状況データを活用した保守・点検の提供。
運輸業	AIを活用したルートの最適化。
金融業	AIを活用した資産運用、取引データの見える化、融資審査・与信審査の自動化。
医療業	AIによる画像認識技術等による病気の自動診断、ウェアラブル機器による健康管理、医療分野でのオーダーメイド治療。
介護業	ロボットを活用した介護補助アシスト、センサー等の活用による見守りサービス。
建設業	IoTやロボットの導入により、業務の自動化、効率化。
教育業	動画や音声、データの蓄積等ICTの特性を生かした効果的な教育の実現。

出典：経済産業省「第4次産業革命への対応の方向性」、内閣府「日本経済2016-2017」等を元に作成

3-6.Society 5.0 の実現に向けた動向

■先端技術の活用により、経済発展と社会課題の解決ができる社会が期待

近年、IoT や AI 等、多種多様な大量のデータを収集・活用する技術が進化しつつあり、第4次産業革命を加速させ、社会実装を進め、その成果を経済成長や国民生活の豊かさにつなげる「Society5.0」の実現が期待されています。

Society5.0 とは、「必要なもの・サービスを、必要な人に必要な時に、必要なだけ提供し、社会の様々なニーズにきめ細かに対応でき、あらゆる人が質の高いサービスを受けられ、年齢、性別、地域、言語といった様々な違いを乗り越え、生き活きと快適に暮らすことのできる社会」のことです。

IoT、ロボット、人工知能(AI)、ビッグデータ等の先端技術を活用することで、「交通」、「医療・介護」、「ものづくり」、「農業」、「食品」、「防災」等をはじめとする、あらゆる分野で新たな価値が創出され、経済発展と社会的課題の解決を両立させることを目指しています。

図 2 - 3 - 7 Soceity5.0 で実現する社会



出典：内閣府「Society5.0 科学技術イノベーションが拓く新たな社会説明資料」

3-7. 訪日外国人旅行者の増加

■訪日外国人が増加し、インバウンド効果が全国に波及

平成 29 年の訪日外客数は、前年比 19.3%の 2,869 万人であり、日本政府観光局が統計を取りはじめた昭和 39 年以降、最多となりました。訪日外国人旅行者数の内訳は、アジア全体で 2,434 万人(全体の 84.8%)となり、北米は 168 万人、欧州主要 5 カ国(英・仏・独・伊・西)で初めて 100 万人を突破しています。

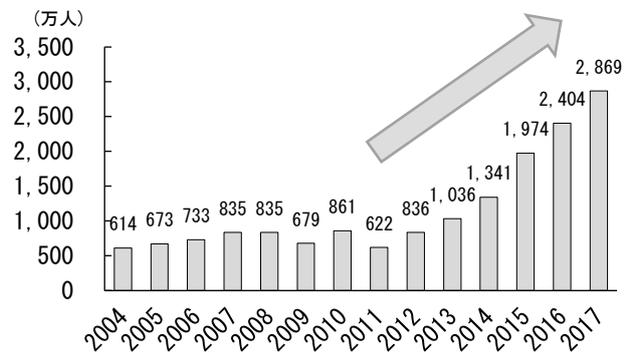
平成 29 年の訪日外国人旅行消費額は、前年比 17.8%増の 4 兆 4,162 億円となっており、この 5 年間で訪日外国人旅行者数は 3.4 倍、旅行消費額は 4.1 倍に拡大しています。

インバウンドの効果は、旅行消費に限らず、中国を中心に訪日観光をきっかけとした越境電子商取引による日本製品購買の動きが広まっています。また、平成 29 年には宿泊業において 1 兆円弱程度の建設投資が創出され、素材、機械、飲料、製菓、交通事業者、外食産業等幅広い業種、かつ全国各地においてもインバウンド対応投資が誘発されており、今後さらに幅広い地域、業種において投資が活発化されていくことが期待されます。

また、訪日外国人のうち 4 割が、現金しか使用できないことに不満を抱えており、現状のカード払いのインフラを改善しないと、平成 32 年(2020 年)に訪日インバウンド旅行者が 4,000 万人となった場合、約 1.2 兆円の機会損失が発生するとの試算もなされています(Visa 社委託調査：BLACKBOX 社「外国人旅行者に関する調査」)。

政府は平成 32 年(2020 年)までに主要な商業施設や観光スポット等における「100%のクレジットカード対応化」や「100%の決済端末の IC 対応」を取組みとして掲げており、今後キャッシュレス化の導入に向けた動きが活発化していくことが想定されています。

図 2-3-8 訪日外国人旅行者数の推移



出典：日本政府観光局「年別 訪日外客数、出国日本人数の推移」より作成

表 2-3-6 訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移

	2012 年	2017 年	増加幅 (2012-2017)	増加率 (2012-2017)
訪日外国人旅行者数	836 万人	2,869 万人	2,033 万人	3.4
訪日外国人旅行消費額	10,846 億円	44,162 億円	33,316 億円	4.1
宿泊費	3,713 億円	12,451 億円	8,738 億円	3.4
飲食費	2,229 億円	8,857 億円	6,628 億円	4.0
交通費	1,179 億円	4,870 億円	3,691 億円	4.1
娯楽サービス費	293 億円	1,439 億円	1,146 億円	4.9
買い物代	3,406 億円	16,398 億円	12,992 億円	4.8

出典：観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2012 年、2017 年実績)を元に作成

4.東京首都圏の状況の整理・分析

4-1.日本の中の東京

■東京都の総生産は世界 16 位に相当

世界 3 位の国内総生産を誇る日本の首都である東京都は、その総生産はメキシコ（11.5 千億ドル）に次ぐ 16 位に相当し、8.7 千億ドルにも上ります。

国内の他の道府県と比較すると、総生産（名目）全国 2 位の大阪府と比較して約 2.5 倍、1 人当たり県民所得は、全国 2 位の愛知県と比較して約 1.3 倍になっています。

この都内総生産は、その対前年度増加率でみると平成 20～21 年度はリーマンショックの影響等により落ち込みましたが、以降は多少の落ち込み時期はあるもののプラスで推移しています。

4-2.東京の概況

(1)人口

■都内人口は外国人を含め社会増で増加

平成 27 年における東京の常住人口は、約 1,352 万人となっており、全国の約 1 割を占めています。

東京都の人口の約 70%は区部に集中しており、近年区部を中心に社会増が増えており、平成 7 年以降人口が増加し続けています。また、東京都の在留外国人も増加傾向になっており、全国の約 2 割を占める約 54 万人となっています。

一方で、平成 37 年(2025 年)をピークにして、それ以降は減少に転じるとの推測もされています。平成 62 年(2050 年)には、「15 歳未満」の人口が全体の約 1 割に、「65 歳以上」の人口が全体の 3 割強を占めると推計されており、少子高齢化にますます拍車がかかっていくことが想定されています。

東京における家族類型別の一般世帯数の推移をみると、単独世帯が平成 7 年の 1.7 倍に増加しており、65 歳以上の単独世帯は約 3 倍に増加し、2050 年には約 119 万世帯になると推計されています。

図 2-4-1 東京都人口推移

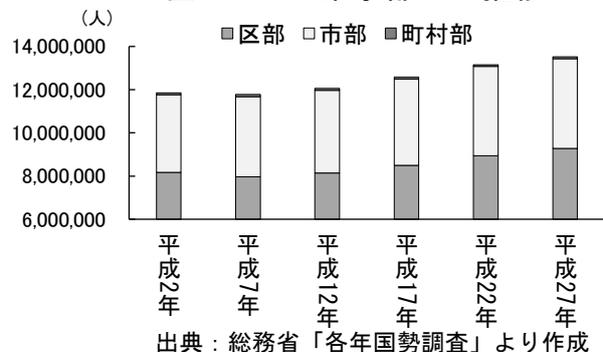
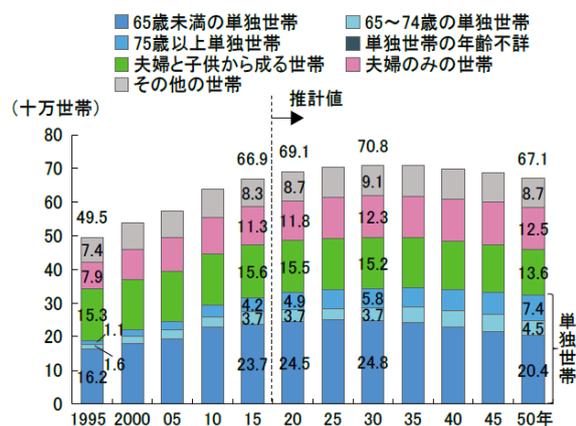


図 2-4-2 家族類型別一般世帯数の推移(東京)



注) 2005 年以前は「国勢調査」に基づく実績値。2010 年と 2015 年は国勢調査の結果をもとに世帯不詳を按分した基準世帯数。2020 年以降は東京都政策企画局による推計値。

出典：総務省「各年国勢調査」、東京都「2020 年に向けた実行プラン」

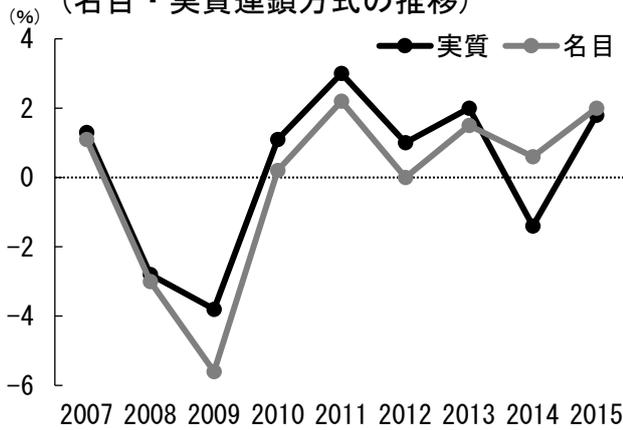
(2) 経済情勢

■景気は改善傾向、都内総生産額は国内の約20%を占める

平成28年度の都内総生産額は105兆5千億円となっており、国内総生産の約20%を占めています。東京の都内総生産の対前年度増加率の推移は、リーマンショックの影響等により落ち込んだ後、全体としてプラスで推移しています。

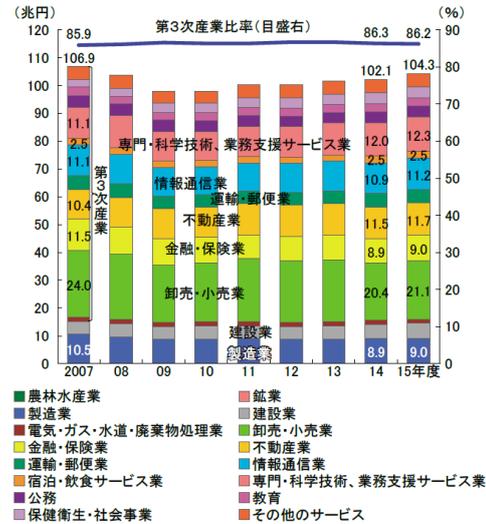
都内総生産額の内訳の経年変化をみると、「金融・保険業」、「卸売・小売業」等は減少している一方、「不動産業」等では増加がみられます。なお、総生産額の約9割が第3次産業となっており、東京の産業の特徴として第3次産業比率が非常に高いことが挙げられます。

図2-4-3 都内総生産の対前年度増加率 (名目・実質連鎖方式の推移)



注) 2011年基準 2011暦年連鎖価格
出典：東京都「都民経済計算平成27年年報」

図2-4-4 経済活動別都内総生産 (名目) ・第3次産業比率の推移 (東京)

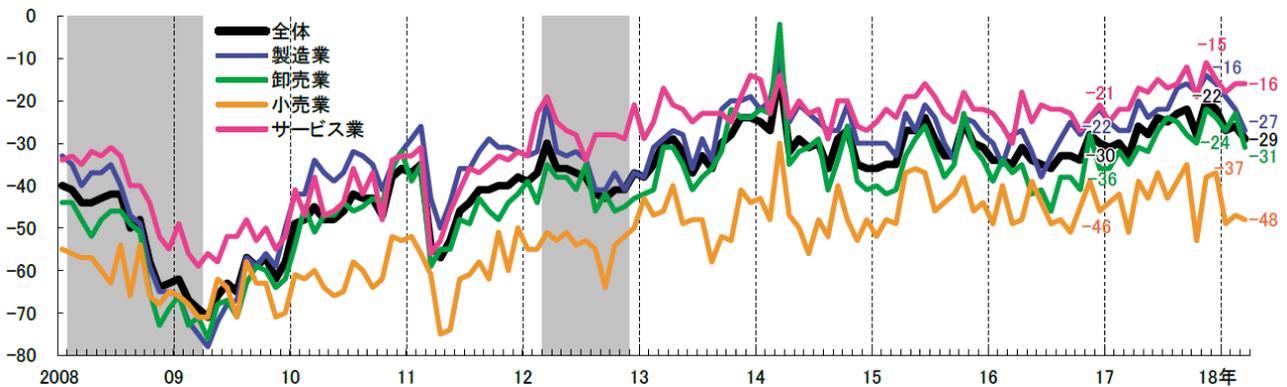


注) 輸入品に課せられる税・関税、総資本形成に係る消費税の控除を除く。
出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

■都内企業のうち約99%が中小企業、地域経済を支える基盤として役割を果たしている

都内企業のうち、約99%が中小企業となっており、様々な中小企業が事業活動を展開し、地域経済を活性化させています。近年の中小企業の業況DI及び、資金繰りDIは緩やかに上昇傾向となっていますが、業種により差がみられ、「卸売業」や「サービス業」を中心に改善している一方で、「小売業」は全体の水準を下回って推移しています。

図2-4-5 中小企業の業種別業況DIの推移 (東京)



注) 業況DI = 業況が「良い」とした企業割合 - 「悪い」企業割合。シャドーは、内閣府が公表した景気後退期。
出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

(3)雇用・働き方

①雇用

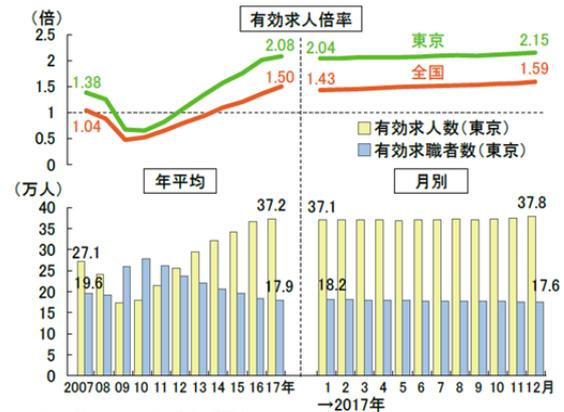
■雇用情勢は改善傾向

東京都の労働力人口は約 790 万人であり、全国の約 12%を占めています。リーマンショック後に悪化していた雇用情勢は近年改善傾向にあり、平成 29 年における東京の完全失業率は 2.9%で、7年連続で改善しています。また、東京の有効求人、求職者数の推移も、平成 23 年以降は、有効求職者数が減少傾向にある一方、有効求人数は増加傾向にあり、平成 29 年の有効求人倍率は 2.08 倍となっています。

産業別の新規求人数の推移をみると、「医療、福祉」が最も高いほか、「宿泊業、飲食サービス業」の伸び率も平成 23 年の約 3 倍になっており、サービス業を中心に求人が高くなっています。

中小企業における雇用人員 DI でも、年々「不足」感が高まっており、「サービス業」、「卸売業」等を中心 4 業種すべてにおいて「不足」となっていることから、中小企業における人材需要の高まりがみてとれます。

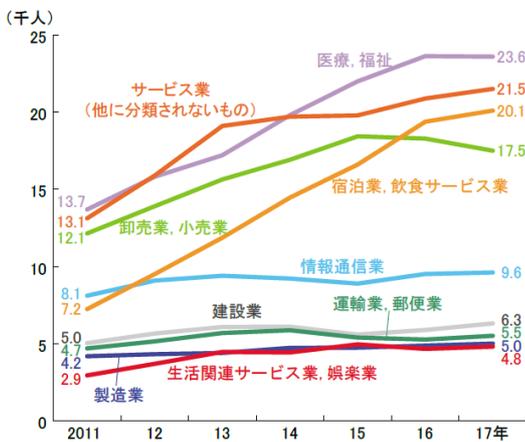
図 2-4-6 有効求人数(東京)、有効求職者数(東京)・有効求人倍率(東京・全国)の推移



注)月の値は季節調節値

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

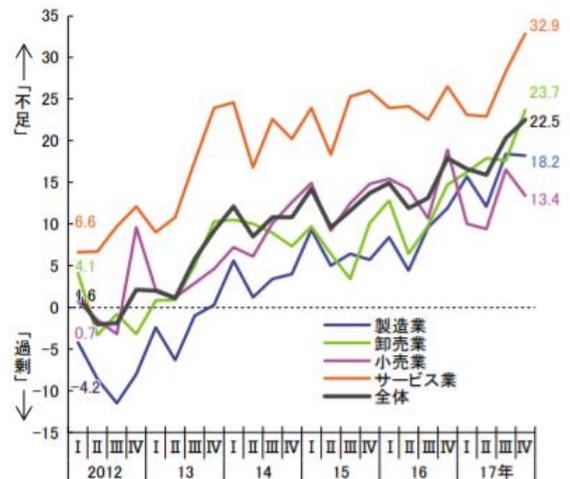
図 2-4-7 産業別新規求人数



注)新規学卒者を除き、パートタイムを含む

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

図 2-4-8 中小企業の雇用人員 DI



注)DI=「不足」とする企業の割合-「過剰」とする企業の割合。「全体」は 4 業種全体。

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

■外国人労働者が増加、「卸売業、小売業」や「宿泊業、飲食サービス業」で雇用が進む

平成 29 年 10 月末時点における東京都の外国人雇用事業所数は、全国の 27.8% を占める 54,020 事業所、外国人労働者数は、全国の 30.9% を占める 394,834 人となっており、届け出が義務化された平成 19 年以降、過去最高の数値を更新しています。

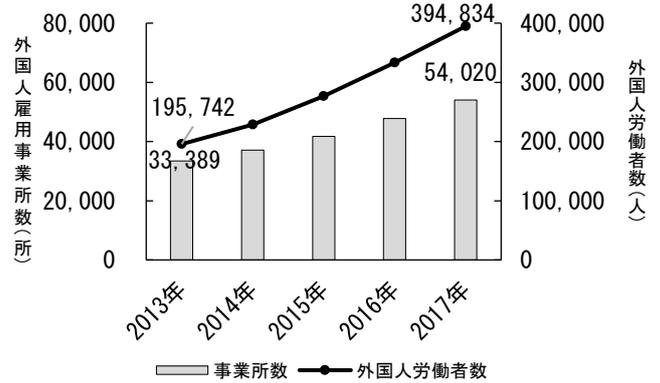
外国人労働者の国籍内訳は、中国が最も多く 145,004 人で 36.7% を占め、次いでベトナムが 29,126 人(同 7.4%)、韓国が 32,014 人(8.1%)、フィリピン 24,858 人(同 6.3%)となっています。

外国人労働者の状況は、資格外活動(主として留学生アルバイト)が最も多く 37.0% を占めています。在留資格別では、専門的・技術的分野の在留資格が 31.0%、身分に基づく在留資格が 26.9% となっており、国籍別・在留資格別にみると、中国は「専門的・技術的分野の在留資格」が 37.1%、「資格外活動(留学)」が 28.1%、「身分に基づく在留資格」が 26.3% と多く、フィリピン、ブラジル、ペルーは「身分に基づく在留資格」が多く、ベトナム及びネパールは「資格外活動」が多くなっています。

産業別外国人雇用事業所割合は「卸売業、小売業」が 22.8% と最も高く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」が 20.2%、「情報通信業」が 12.5% となっています。国籍別・産業別では、中国、韓国は「卸売業、小売業」がそれぞれ 25.4%、22.2%、ベトナム、ネパールは「宿泊業、飲食サービス業」がそれぞれ 33.0%、41.1% を占め、高くなっています。

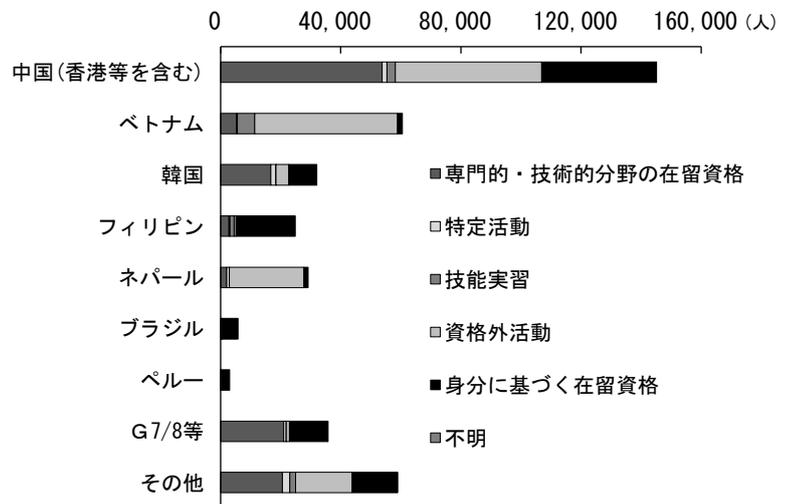
今後、改正入管法が、平成 31 年 4 月から施行され、特定技能制度が新たに設置され、対象 14 業種で外国人労働者の受け入れが進むと、全国の外国人労働者の約 3 割を占める東京へ更に集中してくる可能性が高く、特に人手不足が顕著となっている宿泊、外食、介護等のサービス業で受け入れが進むことが想定されます。

図 2-4-9 外国人労働状況推移



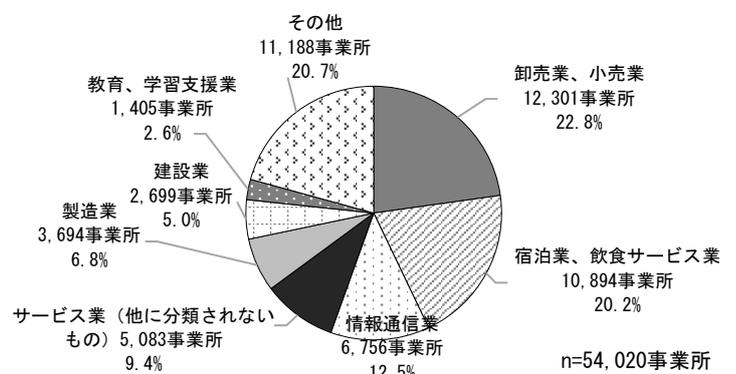
出典：東京労働局「H29 外国人雇用状況の届出状況」

図 2-4-10 国籍別外国人労働者の割合



出典：東京労働局「H29 外国人雇用状況の届出状況」

図 2-4-11 産業別外国人雇用事業所の割合



出典：東京労働局「H29 外国人雇用状況の届出状況」

②働き方

■都が中心に働き方改革を推進、民間企業へ広がりを見せる

政府が働き方改革を進めている中、東京都は東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会の円滑な運営も見据え、また生活と仕事の調和のとれた働き方を実現するとともに生産性の向上を図るため働き方改革を積極的に推進しています。

都が実施している働き方改革宣言は「管理職の意識改革」、「制度の整備・活用推進」、「能率的なワークスタイル・働きやすい職場環境」の3つの柱があり、フレックスタイム制の導入や、テレワークの推進等を実施しています。都の組織が率先して行うことで、民間企業に対しても働き方改革を促したい意図があり、「働き方改革宣言企業制度」を導入し、働き方改革宣言をした企業に対して様々な支援を行っています。企業が受けられる支援としては、フレックスタイム制、テレワーク制度、週休3日制度等の制度を利用した際の助成金支給、専門家による巡回・助言、専門家によるコンサルティングの支援等が挙げられます。

また、働き方改革の1つとして、通勤ラッシュ回避のために通勤時間をずらす「時差Biz」を推進しています。時差 Biz を行うことで、満員電車を回避でき、通勤時のストレス軽減により生産性の向上も期待されており、鉄道各社や企業と協力のもと、広がりを見せています。

大手企業を中心に働き方改革に取り組みつつあり、また長時間労働が問題視されている昨今、働き方改革を行い適切な労働環境を整備していくことが今後ますます期待されます。

図 2-4-1 2 TOKYO 働き方改革宣言企業になるまでの流れとその後の支援

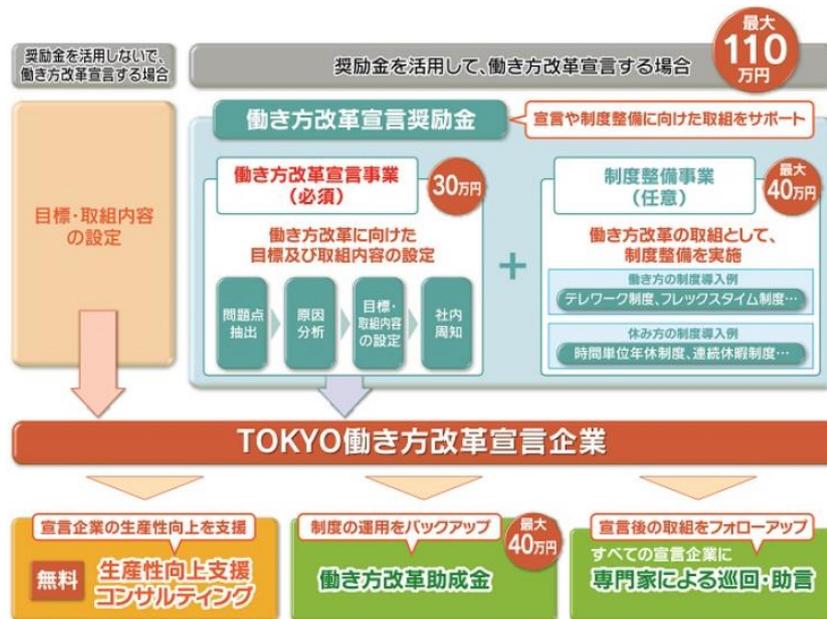


図 2-4-1 3 時差 BiZ 普及ポスター



出典：東京都 HP

(4)消費動向

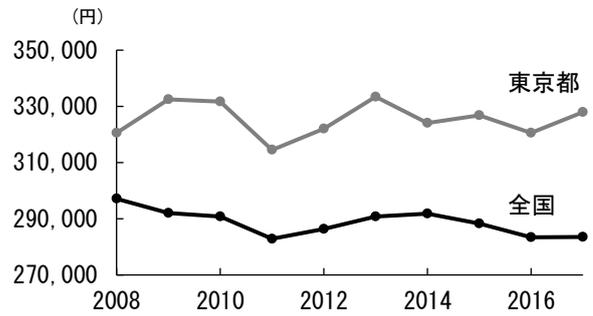
■全国の水準を上回って推移、教育、住居の比率が高い

東京都の家計消費支出の推移はいずれの年も、全国の水準を上回って推移しており、平成29年における東京都の全世帯の全世帯の消費支出は327,903円で、全国の283,499円に対し1.16倍となっています。

消費支出で最も高い費目は食料が85,446円(26.1%)、次いで教養娯楽が37,292円(11.4%)、交通・通信が36,746円(11.2%)となっています。

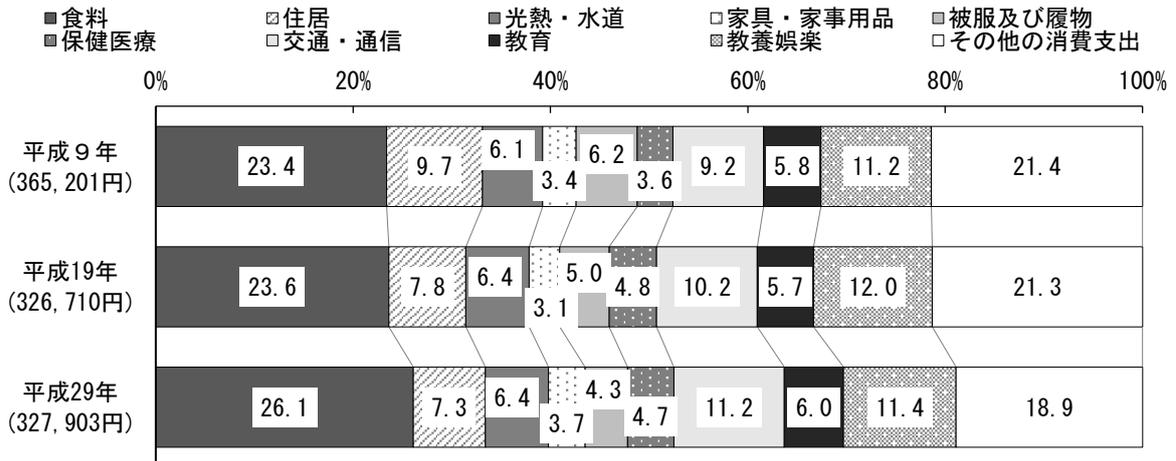
平成9年、平成19年、平成29年と消費支出の10大費目別構成比推移をみると、食料、交通・通信の2費目では増加し、住居、被服及び履物、その他の消費支出の3費目は減少しています。

図2-4-14 家計消費支出の推移



出典：東京都「都民のくらしむき 平成29年東京都生計分析調査報告(年報)」

図2-4-15 消費支出の10大費目別構成比の推移(全世帯)

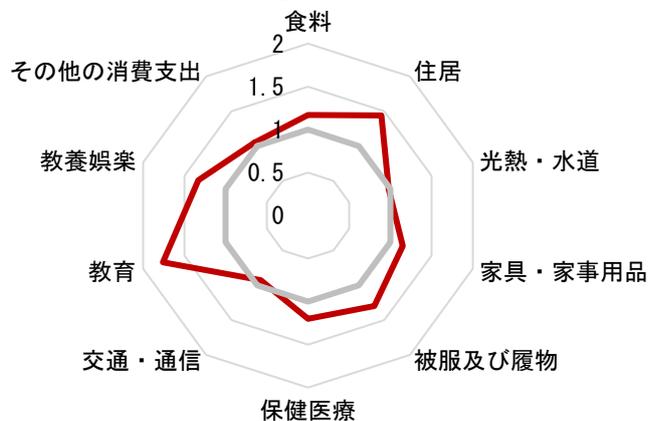


出典：東京都「都民のくらしむき 平成29年東京都生計分析調査報告(年報)」

消費支出の費目別の対全国倍率をみると、教育(1.76倍)、住居(1.44倍)、教養娯楽(1.33倍)、被服及び履物(1.30倍)、保健医療(1.20倍)、食料(1.17倍)、家具・家事用品(1.15倍)、その他の消費支出(1.05倍)の8費目で全国を上回りました。

一方で、光熱・水道(0.98倍)、交通・通信(0.93倍)の2費目は全国を下回っています。

図2-4-16 消費支出の10大費目別の対全国倍率(全世帯 東京都・全国 全国=1.0)



出典：東京都「都民のくらしむき 平成29年東京都生計分析調査報告(年報)」

4-3.産業活動

(1)産業のトレンド

■事業所数、従業者数ともに減少傾向、第3次産業化が進む

東京都の平成 28 年の民営事業所数は、621,671 事業所、民営事業所の従業者数は、9,005,511 人となっており、平成 21 年と比較すると、民営事業所数は 9.2%減少(国：▲9.3%)、従業者数は 0.5%減少(国：▲2.7%)と、事業所、従業者数共に減少しています。

平成 28 年時点において、東京都に集積する産業は、「卸売業、小売業」(24.2%)が最も多く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」(14.3%)、「不動産業、物品賃貸業」(9.0%)となっているものの、これらの業種の事業所数は平成 21 年と比較すると減少しています。産業分類別に、事業所数の平成 21～28 年にかけての増減をみると、事業所ベースでは「鉱業、採石業、砂利採取業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」以外の全ての産業分類で減少しています。従業者数ベースでは、「農業」、「漁業」、「鉱業、採石業、砂利採取業」、「建設業」、「製造業」等の第一次産業、第二次産業で減少傾向がみられる一方、「医療、福祉」、「複合サービス事業」、「サービス業」を中心としたサービス業を中心に増加傾向がみられ、サービス産業化がみられます。

東京の事業所数は、「製造業」、「運輸業、郵便業」では大田区が、「生活関連サービス業、娯楽業」、「教育、学習支援業」、「医療、福祉」では世田谷区が 1 位となっています。

図 2-4-17 東京都の民営事業所数推移(平成 21～28 年)

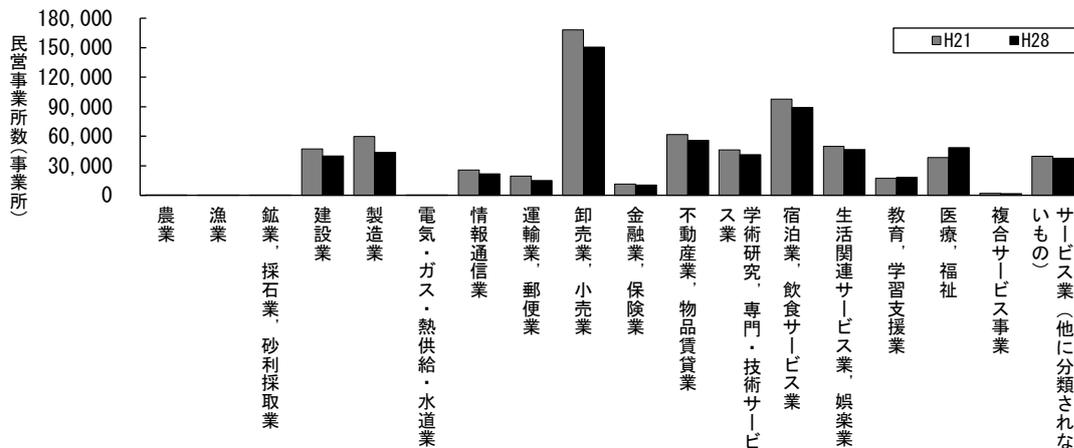
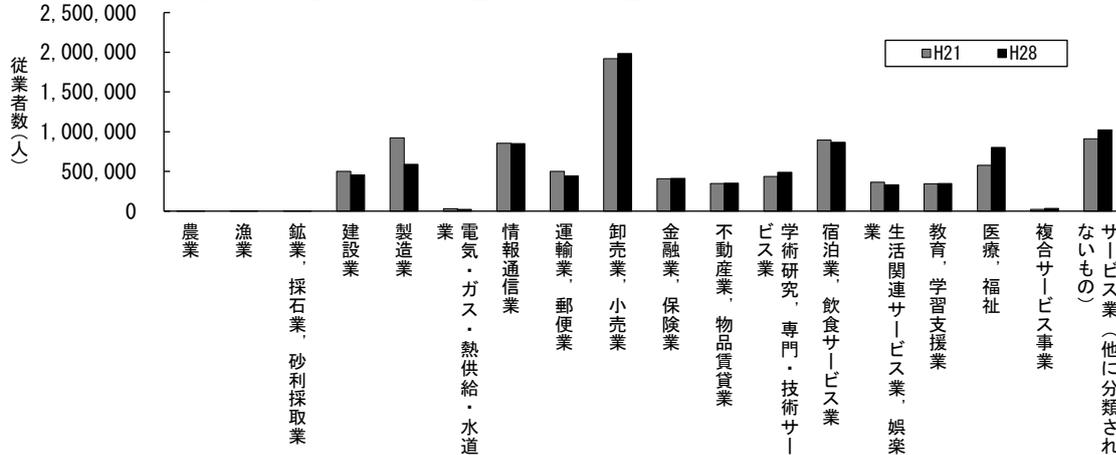


図 2-4-18 東京都の従業者数(民営事業所)推移(平成 21～28 年)



出典：総務省「平成 21 年経済センサス基礎調査、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

(2)商業

①卸売業

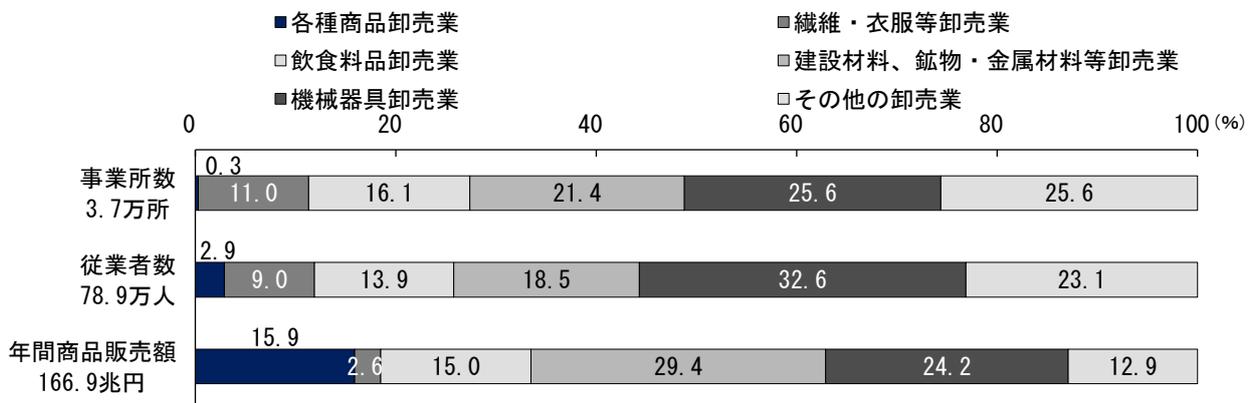
■近年増加傾向、特に機械器具や建築材料等で顕著に増加

卸売業の事業所、従業者数、年間販売額は近年増加傾向にあります。東京における平成27年度の卸売業都内総生産は、約16.7兆円であり、都内総生産の約16%を占めており、従業者数は全国の4分の1、年間商品販売額は全国の4割超を占め、日本の流通に大きな役割を果たしています。

業種中分類をみると、機械器具卸売業や建築材料、その他の卸売業、鉱物・金属材料等卸売業等の産業資材卸売業の占める割合が多くなっており、年間商品販売額に関しては、総合商社等を含む各種商品卸売業が高くなっています。

平成24～28年までの推移をみると、事業所数は「機械器具卸業」で事業所数、従業者数、販売額が顕著に伸びており、これらは、自動車や電気機械器具の需要が伸びていることが起因しています。また、「建築材料、鉱物・金属材料等卸売業」の伸びも顕著となっており、これは東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた再開発が各地で進められていることに起因していると推察されます。

図2-4-19 平成28年 卸売業 中分類別事業所数・従業者数・年間商品販売額構成比



出典：経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

②小売業

■近年増加傾向、通信販売等を含む無店舗小売業等で顕著に増加

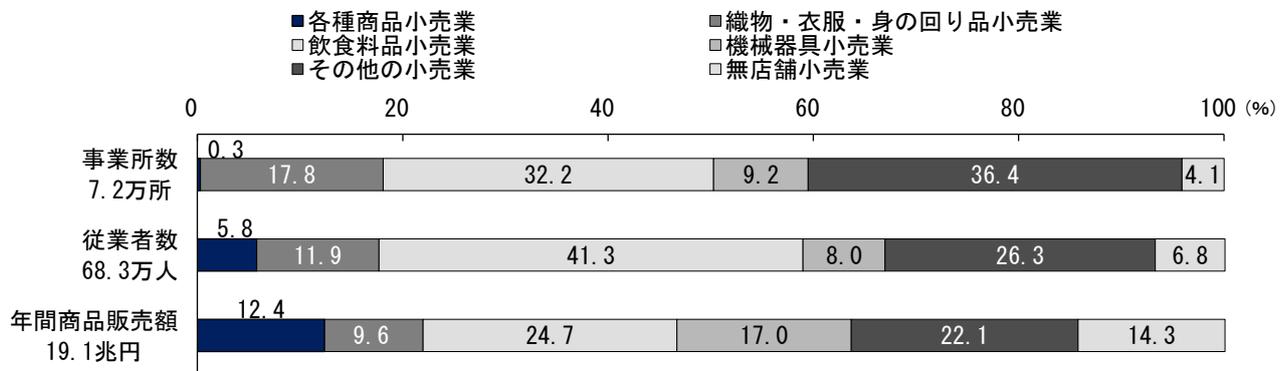
小売業の事業所、従業者数、年間販売額は近年増加傾向にあり、いずれも全国の約1割を占めています。東京における平成27年度の小売業都内総生産は約4.4兆円であり都内総生産の約4%を占めています。

業種中分類でみると、事業所数、従業者数はコンビニエンスストア等を含む「飲食料品小売業」や、ホームセンターやドラッグストア等を含む「その他の小売業」等が多くなっています。年間商品販売額は、「飲食料品小売業」や「その他の小売業」に加えて、百貨店や総合スーパーを含む「各種商品小売業」等が多くなっています。

平成24～28年までの推移をみると、「その他の小売業」において販売額が急激に伸びており、特にドラッグストアでの伸びが顕著となっています。要因として訪日外国人等の爆買いや身近な食品を扱うことで、食品スーパー等からの顧客を取り込んでいることが挙げられます。

また、近年通信販売・訪問販売小売業を含む「無店舗小売業」が事業所数、従業者数、年間商品販売額ともに顕著に増加しており、ITの進展に伴い、インターネット販売が伸びていることがみてとれます。

図2-4-20平成28年 小売業 中分類別事業所数・従業者数・年間商品販売額構成比



出典：経済産業省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

(3)ものづくり・建設

①ものづくり

■製造業は減少傾向、小規模事業所が多い

製造業を取り巻く環境は、グローバル化の進展による海外への製造拠点の移転、デジタル化・IT化の進展、少子高齢化による技能人材不足等大きく変化しています。また都内製造業は、地価、物価、人件費等の事業コストの高さや、住工混在や事業スペースの狭さといった立地面の課題等を抱えています。そのような中、東京における製造業の事業所数、従業者数、出荷額等・付加価値額の推移をみると、いずれも減少傾向になり、平成27年の事業所数、従業者数はそれぞれ平成12年の約5割となっています。

平成27年における都内製造業の事業所数は、13,459事業所となっており、全国の6.2%にあたります。従業者数は269,197人で全国の3.6%、製造品出荷額等は8兆3,742億円で全国の2.7%、付加価値額は3兆2,912億円で全国3.4%を占めています。全国における東京都の製造業の順位をみると、事業所数は3位、従業者数が7位、製造品出荷額等が12位、付加価値額が9位でいずれも全国で上位に位置しています。

業種中分類をみると、事業所数は「印刷・同関連業」が15.7%と最も多く、次いで「金属製品」が14.4%、「生産用機械」が8.6%となっています。

出荷額等をみると、「輸送用機械」が18.8%と最も多く、次いで「印刷・同関連業」が11.6%、「電気機械」が9.6%となっています。

図2-4-21ものづくり事業所数・従業者数・出荷額等・付加価値額の推移(東京)



注) 2011年及び2015年の数値は、「経済センサス-活動調査」を基に集計している。2015年の出荷額等、付加価値額については、個人経営調査票による調査分を含まない。2008年、2011年及び2015年の数値は、消費税の取扱いや調査時点が異なること等の違いがあるため、比較には注意を要する。

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業2018」

表2-4-1 都内製造業の概要

	東京都	全国	全国シェア	順位
事業所数	13,459 所	217,601 所	6.2%	3 位
従業者数	269,197 人	7,497,792 人	3.6%	7 位
製造品出荷額等	8 兆 3,742 億円	313 兆 1,286 億円	2.7%	12 位
付加価値額	3 兆 2,912 億円	98 兆 280 億円	3.4%	9 位

出典：総務省「平成28年経済センサス-活動調査 製造業(産業編)」

②建設業

■インフラの維持管理、マンションの大規模修繕等の工事が増加する見込み、機械化が進展

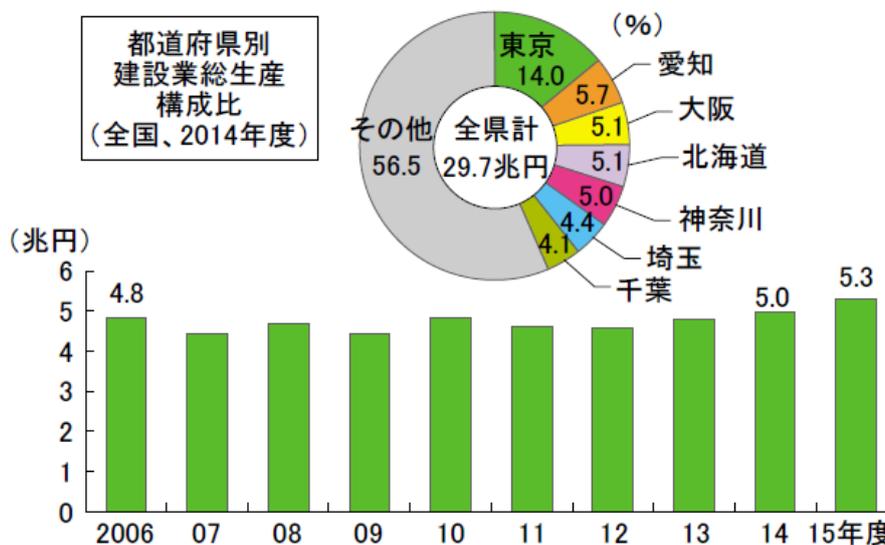
近年、震災復興や東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会等の大型工事の影響で、建設業界の受注量は高水準が続いています。東京における建設業総生産は、約 4 兆円から 5 兆円前後で推移しており、平成 27 年度は約 5.3 兆円となり、全国の約 14%を占めています。

また、既存の社会資本の老朽化を背景に、新設工事高に占める維持・修繕工事割合は増加傾向で推移しており、老朽化インフラの維持補修が平成 32 年(2020 年)から平成 37 年(2025 年)度は年平均 2.3%増えると政府は試算しています。公共土木構造物、民間建設物ともに老朽化が進行しており、今後はインフラや維持管理、マンションの大規模修繕といった建設工事が増加することが見込まれます。

近年特に、東日本大震災や、熊本地震、北海道胆振東部地震等をはじめとした自然災害が多くなっており、首都直下地震等の巨大地震発生のおそれがある中、東京都においても耐震性不足の老朽化マンションの建替え等が喫緊の課題となっています。高度経済成長期に建設された建築物が更新時期を迎えており、災害に強い都市づくりを目的として、耐震性のない建築物の更新、木造密集地域の解消が急がれます。

一方で、人手不足や、労働者の高齢化等の課題を抱えており、一般社団法人日本建設業連合会によると、平成 26～37 年(2025 年)にかけて建設技能労働者が全国で約 128 万人程度減少すると推測されています。平成 28 年 9 月における未来投資会議において、建設現場の生産性を平成 37 年(2025 年)度までに 20%向上させる目標が掲げられ、建設業界でも若手中心に 90 万人の雇用確保と、IT 化による 10%の生産性向上を掲げています。既に建設各社は、ロボット開発に力を入れ、工事現場での活用もはじめており、今後ますますロボット投入及び、生産性の向上が進んでいくことが期待されます。

図 2-4-2 2 建設業総生産の推移(東京), 都道府県別建設業総生産構成比(全国、2014 年度)



注) 名目値。構成比は上位 7 位まで掲載。

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業2018」

(4)観光

■訪都外国人は増加傾向、外国語対応や両替、案内標識等が課題

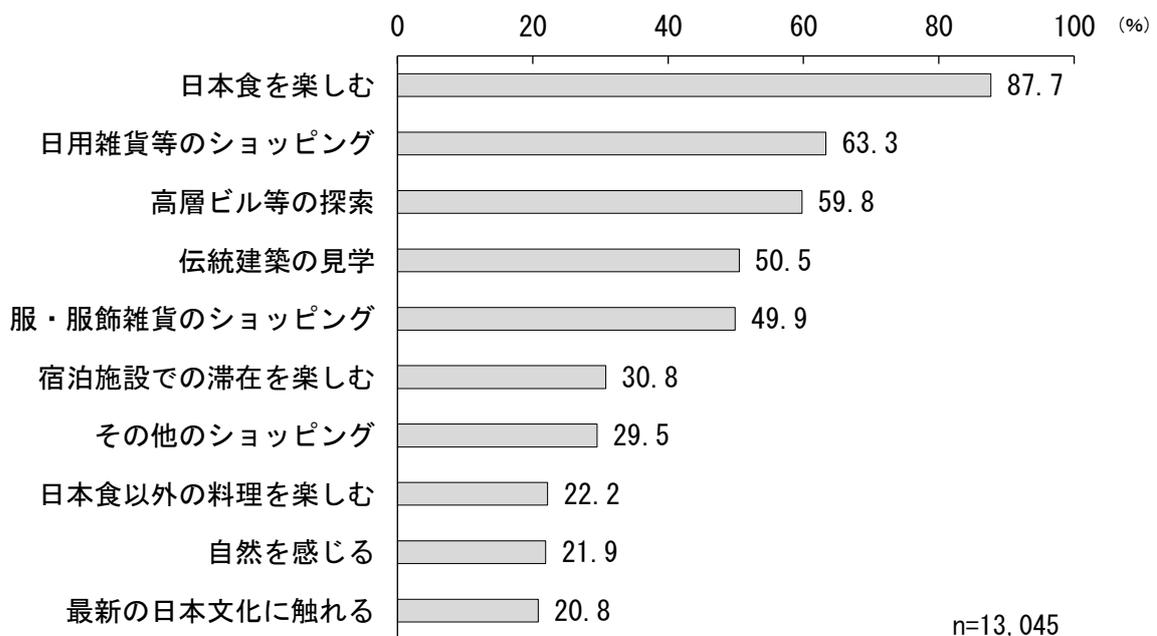
東京の観光PRや旅行者の受入環境整備等の官民を挙げた取り組みのほか、中国やロシア等における査証発給要件の緩和措置により、平成29年の訪都外国人旅行者数は、1,377万人で過去最多となりました。

訪都目的は「観光・レジャー」が70.5%で最も多く、次いで「ビジネス」が20.8%となっています。訪都中に行った行動は、「日本食を楽しむ」が87.7%で最も高く、次いで「日用雑貨等のショッピング」が63.3%、「高層ビル等の探索」が59.8%となっています。訪都外国人が考える東京の魅力としては、「衛生的」が64.4%で最も多く、次いで「人が親切」が61.9%、「治安がよい」が55.0%となっており、安心かつ、快適な旅行に対して魅力を感じていることが分かります。

訪都外国人旅行者が都内で消費した金額（観光消費額）は約1兆1,358億円（同4.4%増）及び1人当たりの都内での旅行中支出額（推計値）は133,731円（前年比2.5%増）と増加傾向にあります。最も支出額が多い費目は「土産買物費」であり、64,183円（同0.9%減）となっています。

訪都の満足度は95.2%と高く、なかでも、「おもてなし」88.4%、「食事施設」85.3%、「観光施設」83.2%がそれぞれ80%以上の高い満足度となっています。一方で、「外国語対応能力」43.2%、「両替の利便性」63.9%、「案内標識のわかりやすさ」67.4%は低い満足度となっており、対策が急務となっています。

図2-4-23 訪都中に行った活動 Top10(複数回答)



出典：東京都「平成29年 国別外国人旅行者行動特性調査 結果概要」

(5) 農業

■都市化の影響や農家の相続等を契機に、耕作面積、農家数等減少傾向

東京は大消費地に近い立地条件を活かし、多種多様な作物が生産されています。特に市街化が進んだ区部では、世田谷区、練馬区、江戸川区、葛飾区等で農業が営まれており、「コマツナ」や「ホウレンソウ」等の葉物野菜や「エダマメ」、「トマト」等の野菜の他、「切り葉」、「生乳」等が多く生産されています。

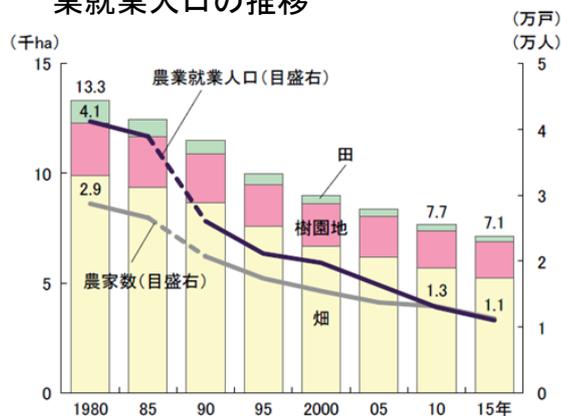
東京では、都市化の影響や農家の相続等を契機に、耕地面積、農家数、農業就業人口のいずれも長期的に減少しています。農家数の内訳をみると、兼業農家を中心に販売農家が減少しており、平成 27 年には約半数が自給的農家となっています。その一方で、意欲的に経営改善に取り組む認定農業者数は、増加傾向にあり、平成 27 年現在、平成 20 年の約 1.5 倍まで増加しています。

また、特別区や市部等の市街化区域の農地は、計画的な宅地化を促進する「宅地化農地」と都市計画上保全すべき農地として指定を受ける「生産緑地」に区分けされています。平成 4 年に制定された生産緑地法により、生産緑地で農業を継続することを条件に、固定資産税・相続税等の税務上のメリットを平成 34 年(2022 年)まで受けられます。そのような背景があり、宅地化農地は減少傾向ですが、平成 28 年における生産緑地は平成 8 年の約 8 割を維持しています。平成 34 年(2022 年)が間近に迫る中、都市緑地法が改正され、期限が平成 44 年(2032 年)まで延長されるとともに、自治体の条例により面積容積の引き下げや、生産緑地区内で直販所、農家レストラン等の設置を可能にする等の改正がなされました。

近年、公園や緑地等のオープンスペースは、良好な景観や環境、賑わいの創出等の効果が見出されつつあり、また災害時の避難地としての役割も担う等、評価が高まっています。

しかしながら、農林水産省の「都市農業に関する実態調査(2011 年)」によると、都市農業の抱える問題点として「営農者の高齢化」、「収益性が悪く、儲からない」、「後継者の不足」の主に 3 点が挙げられており、生産緑地緩和に向けた動きと同時に、これら課題に対する対策も今後必要になってきます。

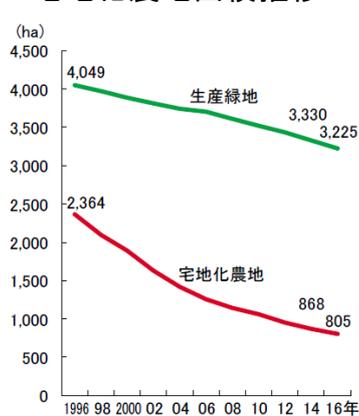
図 2-4-24 耕地面積・農家数・農業就業人口の推移



注)畑は「普通畑」と「牧草地」の計。農業就業人口は 1990 年以降、販売農家のみ集計。農家数は 1990 年以降も販売農家の他自給的農家も含めた総農家数。

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

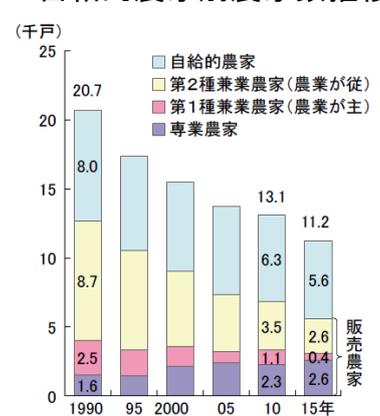
図 2-4-25 生産緑地・宅地化農地面積推移



注) 2 年ごとに掲載。

出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

図 2-4-26 販売農家・自給的農家別農家数推移



出典：東京都「東京都の産業と雇用就業 2018」

第3章 世田谷区の現況の把握

1.人口・世帯数について

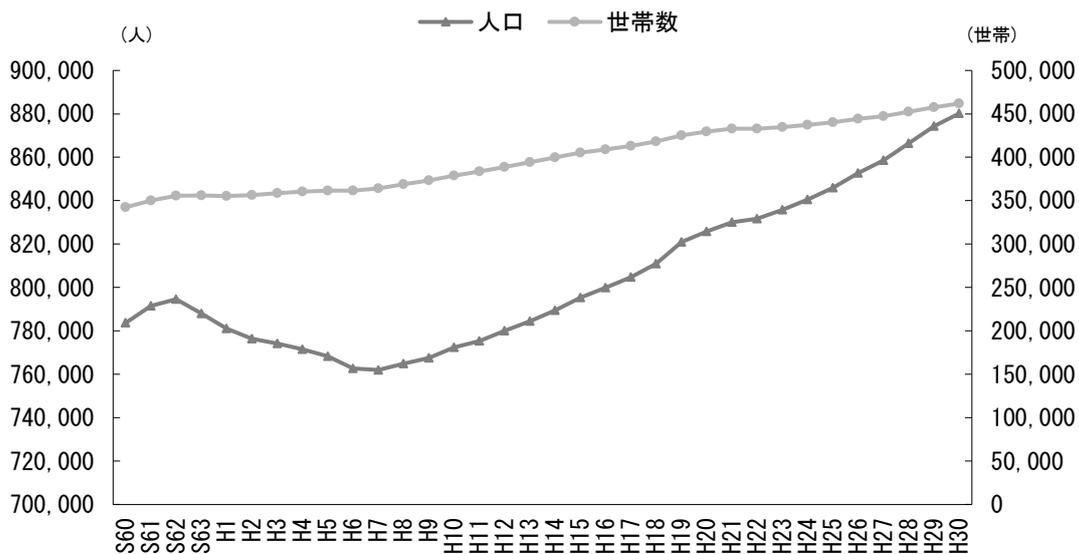
■区内人口規模は近年大きく拡大、約10年後には100万人の人口規模となる見通し

世田谷区の人口は、外国人人口を含めると、909,196人、世帯数は479,899世帯（各値は平成31年2月1日現在）となっています。90万人を超える人口を有する世田谷区は、23区内で最も人口の多い区となっています。

長期的な人口推移をみると、昭和63年以降の数年間で一時的にはあるものの、微減傾向にあったことが分かります。しかし、平成8年以降には再度増加傾向に転じ、現在まで継続的に増加していることが把握できます。

全国的に人口減少が進む一方で、人口動態の実態に即した平成29年将来人口推計では、平成39年（2027年）頃を境目に人口が100万人を突破する見込みとなっており、平成26年に行われた推計や、国立社会保障人口問題研究所の推計値以上の、顕著な人口増が見込まれています。

図3-1-1 世田谷区の人口及び世帯数の推移



出典：世田谷区「住民基本台帳(各年1月1日)」より作成

表3-1-1 平成29年における将来人口推計

	2017年	2022年	2027年	2032年	2037年	2042年
総人口(人) (外国人人口を含む)	892,535	951,914	999,584	1,030,782	1,058,194	1,087,275

※世田谷区では過去、平成26年(2014年)に一度将来人口推計を実施している。この平成26年(2014年)推計では、出生変動に係る将来値を国立社会保障人口問題研究所の値と同値としていたが、平成29年(2017年)推計では過去10年の推移を基に設定している。このため平成29年(2017年)推計は、前回推計より、直近の世田谷区の傾向や実態に即した推計となっている。

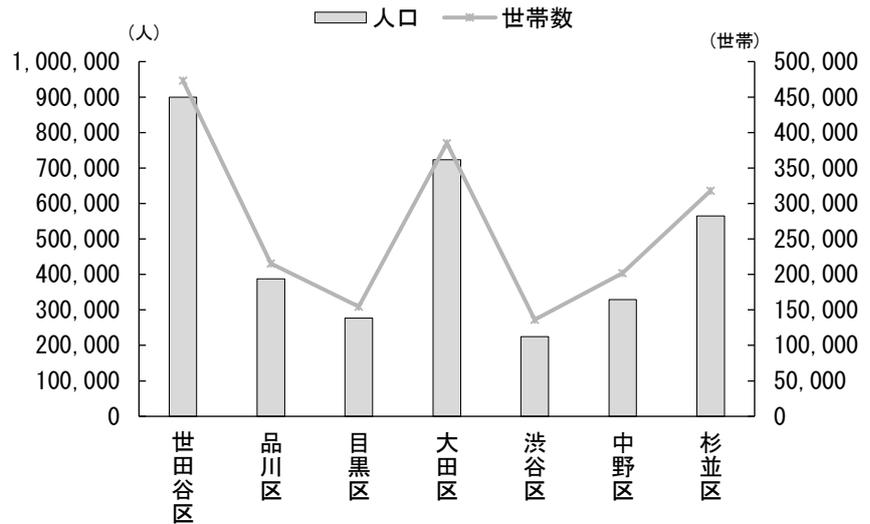
出典：世田谷区「平成29年将来人口推計」より作成

世田谷区の人口・世帯数について、周辺区と比較すると、大田区や杉並区等の23区内でも比較的大きな面積規模を有する区をそれぞれ大きく上回っています。

(※参考)

平成 29 年に国立社会保障人口問題研究所の推計によれば、平成 47 年(2035 年)前後を境に緩やかな人口減少が見込まれるものの、世田谷区は長期的に 90 万人前後の人口を維持する見込みとなっており、100 万人を超える人口規模は見込まれていません。また今後、その他周辺区においても大幅な人口増は推計されていません。

図 3-1-2 平成 30 年 周辺区との人口比較 (1 月時点)



出典：東京都「平成 30 年住民基本台帳による東京都の世帯と人口」より作成

■世田谷区における年齢 3 区分別人口の構造

年齢 3 区分別の人口構成割合について、昭和 60 年以降の推移をみると、年少人口 (0～14 歳) 割合は徐々に減少傾向がみられるものの、実数では増加しており、平成 22～27 年の間で微増傾向がみられ、現状では極端な少子化現象はみられません。こうしたこともあり、世田谷区では少子化の影響は緩やかに進むことが想定される一方、合計特殊出生率は 1.10 と全国平均値の 1.44 や、都平均の 1.24 等の値と比較しても低い水準となっています。

将来人口推計では、年少人口・老年人口割合がそれぞれ増加していき、生産年齢人口割合が減少していくと想定されています。

表 3-1-2 年齢 3 区分人口における将来人口推計割合 (日本人のみ)

	2017 年	2022 年	2027 年	2032 年	2037 年	2042 年
年少人口 (%)	11.9	12.2	12.1	12.1	12.7	13.4
生産年齢人口 (%)	67.6	67.4	67.4	66.6	64.4	62.4
老年人口 (%)	20.5	20.4	20.5	21.3	22.9	24.2

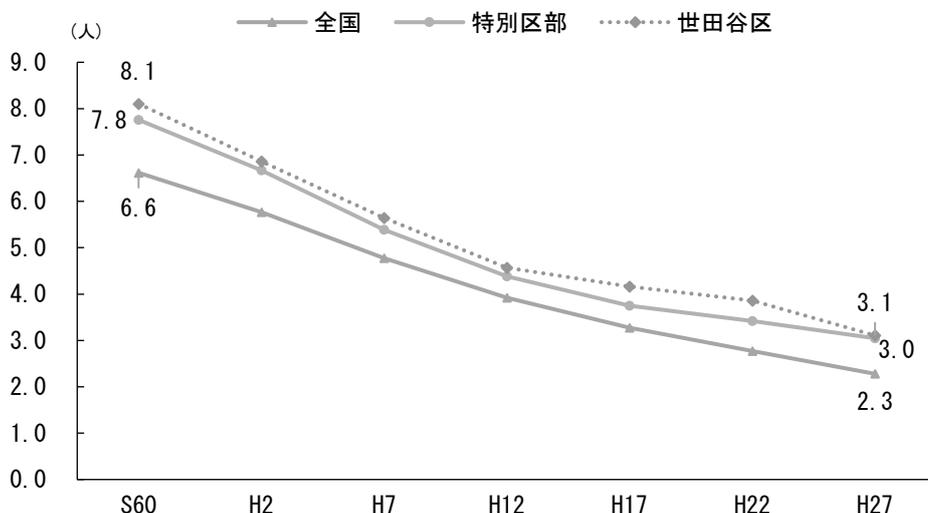
出典：世田谷区「平成 29 年将来人口推計」より作成

老年人口 1 人あたりを支える生産年齢人口 (生産年齢人口/老年人口による人口構成) をみると、昭和 60 年では老年人口 1 人に対し生産年齢人口は 6.6 人～8.1 人となっているものの、平成 27 年は、高齢者を支える現役世代が大幅に減少してきています。世田谷区では、老年人口 1 人あたり、現役世代は 3.1 人と全国値と比べてやや大きくなっているものの、今後、徐々に減少してくることが懸念されます。

また、年少人口指数 (年少人口/生産年齢人口)、老年人口指数 (老年人口/生産年齢人口) では、世田谷区は 16.9、32.2 となっており、23 区内で比較を行うと、23 区平均の 16.5 及び 32.8 と比べ、年年少人口が多く、老年人口がやや少ないことが分かります。

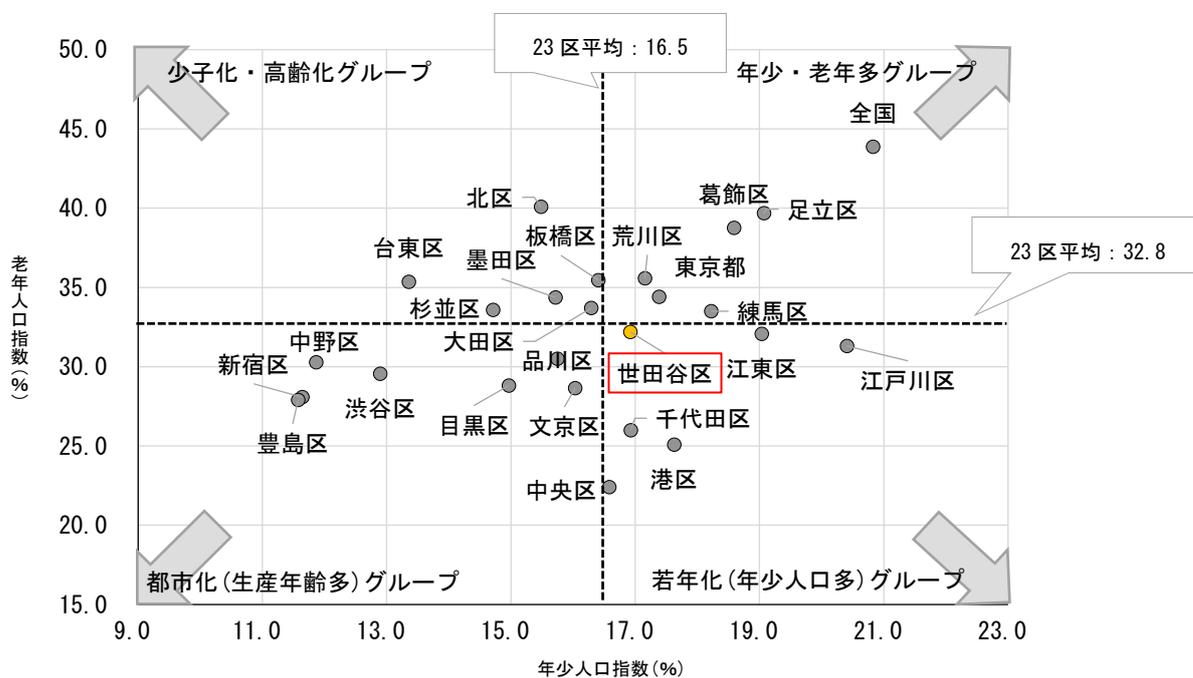
世田谷区の人口構造は、徐々に高齢化が進んでいるものの、他区と比較して生産年齢人口に対し年少人口が相対的に多いという特徴があります。

図3-1-3 老年人口1人あたりを支える生産年齢人口



出典：総務省「各年 国勢調査」より作成

図3-1-4 平成27年 年少人口指数及び老年人口指数に基づく23区分布



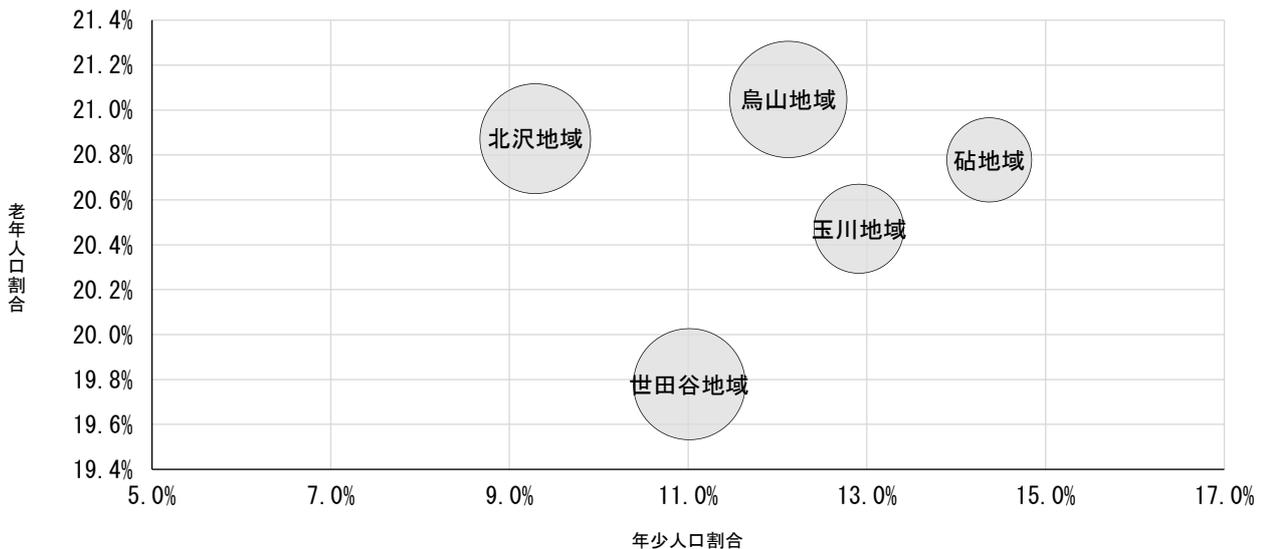
出典：総務省「平成27年国勢調査」より作成

■烏山地域に次いで、世田谷・北沢地域で人口増加が顕著

住民基本台帳を用いた5地域別の人口では、世田谷地域で約25万人と最も多く、次いで玉川地域が22万人となっています。平成25～30年の5年間において、どの地域でも5%前後の人口増加がみられますが、なかでも烏山地域における増加率が最も高くなっています。世帯数においても、世田谷地域が14万弱と最も多い世帯数となっており、次いで、玉川地域で約11万世帯となっています。また人口と同様に烏山地域での増減率が高く、7%程度の増加がみられます。

将来人口推計では、区内のどの地域においても人口増が見込まれています。これらの推計を参考に、5地域別の年少人口・老年人口割合をそれぞれ軸に設定し、平成29～54年（2042年）における将来・長期的な人口増加率を円の大きさとして、視覚的にバブルチャート化すると、年少人口が多い砧地域や玉川地域における人口増加を表す円は、相対的に小さくなっており、既に老年人口が比較的多い北沢地域や烏山地域で円が大きくなっています。

図3-1-5 地域別年少・老年人口率・人口増加率バブルチャート図



出典：世田谷区「平成29年住民基本台帳」、世田谷区「平成29年将来人口推計」より作成

表3-1-3 地域別年少・老年人口率・人口増加率値

	年少人口割合 (2017)	老年人口割合 (2017)	人口増加率 (2017→2042)
世田谷地域	11.0%	19.8%	24.9%
北沢地域	9.3%	20.9%	24.3%
玉川地域	12.9%	20.5%	16.1%
砧地域	14.4%	20.8%	14.4%
烏山地域	12.1%	21.0%	27.3%

出典：世田谷区「平成29年住民基本台帳」、世田谷区「平成29年将来人口推計」より作成

■単独世帯が一般世帯総数の約半数を占める

東京都では、平成27年国勢調査において一般世帯1世帯あたりの人員が初めて2人を下回ることとなりました。全国における同年の単独世帯割合は34.6%である一方、東京都では10%以上も高い47.4%となっており、単独世帯の占める割合が顕著に高くなっています。

世田谷区の世帯類型をみると、単独世帯数割合は都平均よりも2%程度高く、49.9%とほぼ半数となっていることが分かります。なかでも、高齢単独世帯数が約4万世帯となっており、一般世帯総数に対する割合は8.6%となっています。周辺区と比較すると、高齢単独世帯割合は10%を下回り、低い値となっていますが、実数では大田区、杉並区に次いで多くなっています。

表3-1-4 平成27年 都及び周辺区における世帯類型の比較

	一般世帯 総数 (不詳除く)	核家族 世帯数	単独世帯数		高齢単独世帯数	
				総数に対す る割合		総数に対す る割合
東京都	6,678,124	3,200,889	3,164,675	47.4%	739,511	11.1%
世田谷区	463,068	217,568	231,289	49.9%	39,999	8.6%
品川区	212,118	86,957	116,560	55.0%	22,548	10.6%
目黒区	145,924	62,731	74,518	51.1%	14,537	10.0%
大田区	370,710	165,015	189,143	51.0%	41,901	11.3%
渋谷区	134,754	44,212	84,941	63.0%	15,218	11.3%
中野区	196,031	66,468	121,396	61.9%	21,915	11.2%
杉並区	311,449	125,219	175,475	56.3%	40,797	13.1%
練馬区	337,166	181,366	139,563	41.4%	34,912	10.4%

出典：総務省「平成27年国勢調査」より作成

地域別では、世田谷地域で最も世帯数が多く135,480世帯となっており、うち単独世帯割合は54.8%と区平均より5%程度多くなっています。北沢地域でも単独世帯割合が58.3%と高く、核家族世帯は38.7%と区内で最も低くなっており、若年者層の転入による影響が考えられます。一方、核家族世帯割合が多いのは砧地域で56.4%となっています。

一般世帯1世帯あたりの人員では、砧地域で2.15人と最も多く、北沢地域では1.75人と少なくなっています。

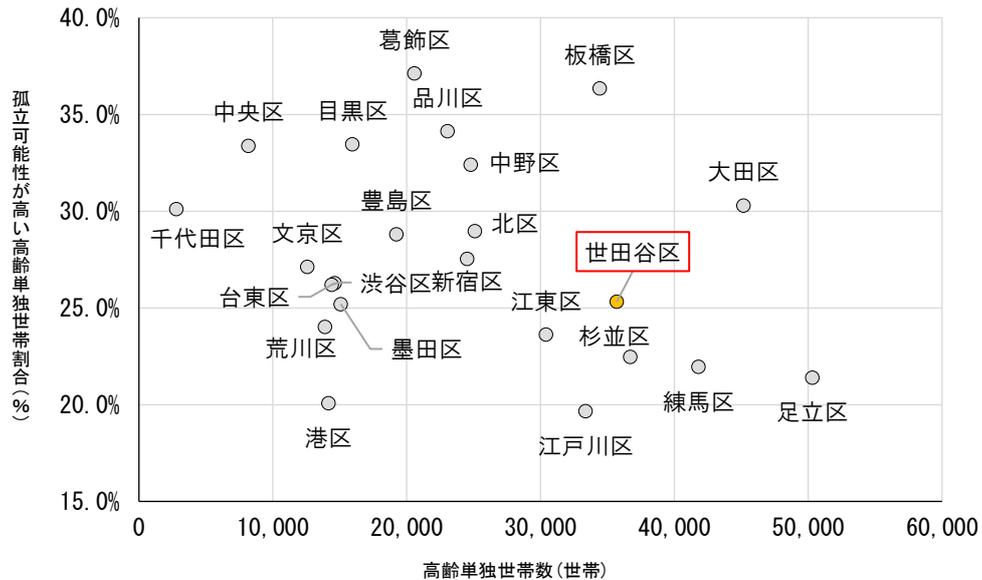
表3-1-5 平成27年 地域別世帯類型

	一般世帯総数 (不詳除く)	核家族世帯		単独世帯		一般世帯1世帯 あたりの人員
			核家族世帯割合		単独世帯割合	
計	463,068	217,568	47.0%	231,289	49.9%	1.92
世田谷地域	135,480	57,374	42.3%	74,223	54.8%	1.82
北沢地域	85,982	33,280	38.7%	50,089	58.3%	1.75
玉川地域	108,100	56,539	52.3%	48,126	44.5%	2.03
砧地域	74,099	41,813	56.4%	29,867	40.3%	2.15
烏山地域	59,407	28,562	48.1%	28,984	48.8%	1.94

高齢単独世帯における子の有無をみると、総数は 35,700 世帯※、そのうち「子がいない」及び片道 1 時間以上の場所に「子がいる」世帯は、それぞれ 3,320 世帯、5,720 世帯となっています。

世田谷区は、足立区、大田区等に次いで高齢単独世帯の実数は多いものの、孤立可能性の高い高齢単独世帯（上記「子がいない」及び片道 1 時間以上の場所に「子がいる」世帯と仮定）割合は 25.3%にとどまっており、子どもが近居している世帯が比較的多いことがうかがえます。

図 3-1-6 平成 25 年 高齢単独世帯数と孤立可能性が高い高齢単独世帯割合



出典：総務省「平成 25 年住宅・土地統計調査」より作成
 (※国勢調査と高齢単独世帯の総数が異なる)

一般世帯のうち、6 歳未満世帯員のいる核家族世帯は、船橋、砧、北烏山で 1 千世帯を超えて多く、特にファミリー層が多いことが分かります。

一方、高齢単独世帯では、船橋、北烏山、松原、奥沢、南烏山が上位 5 町となっています。また、丁目別に分布を確認すると、松原を含む北沢地域や奥沢を含む玉川地域の一部等を中心に、区東部において高齢単独世帯が比較的多くなっていることが分かります。

表 3-1-6 平成 27 年 6 歳未満世帯員のいる核家族、高齢単独世帯数上位 5 町

6 歳未満世帯員のいる核家族世帯数			高齢単独世帯数		
上位 5 町名	実数	割合	上位 5 町名	実数	割合
船橋	1,237	3.9%	船橋	1,552	3.9%
砧	1,079	3.4%	北烏山	1,414	3.5%
北烏山	1,050	3.3%	松原	1,412	3.5%
等々力	961	3.0%	奥沢	1,365	3.4%
千歳台	921	2.9%	南烏山	1,351	3.4%

出典：総務省「平成 27 年国勢調査」より作成

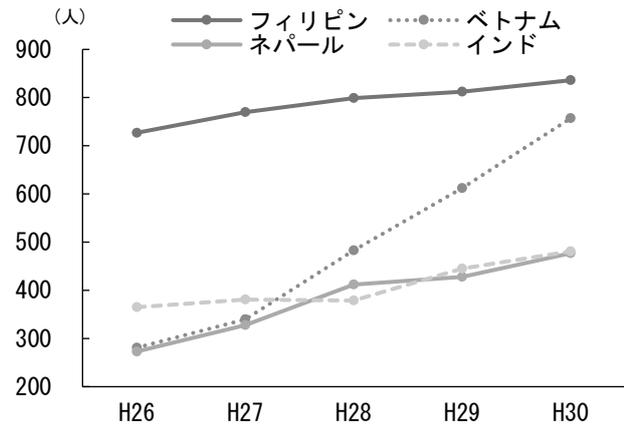
■23区内で最も外国人人口比率が低い

区内外国人居住者割合では、東京都や23区部と比較し、中国人等の割合が低く、韓国、米国における居住者割合が相対的に高くなっています。

一方、総人口に対する外国人人口の比率をみると、世田谷区は23区で最も外国人居住者の割合が少なく、総人口の2.2%を占める程度となっています。

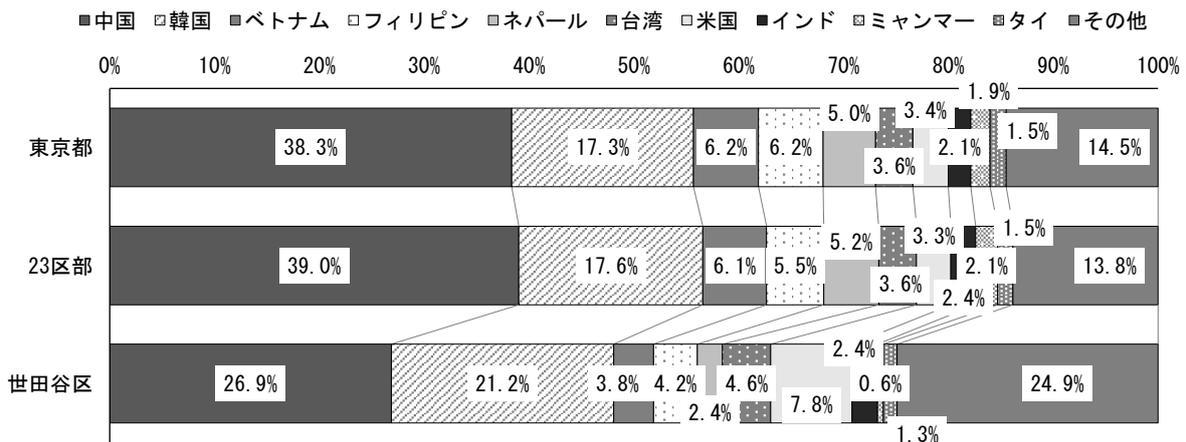
しかし、直近10年間における増減率では30%を超えており、中国等を除くアジア諸国においては、ベトナム人の増加が顕著となっています。在留資格別では、特別永住者を除き、どの区分においても増加が見られ、今後区内でも身近に外国人が増加していくことが想定されます。

図3-1-7 アジア諸国の外国人推移 (中・韓除く)



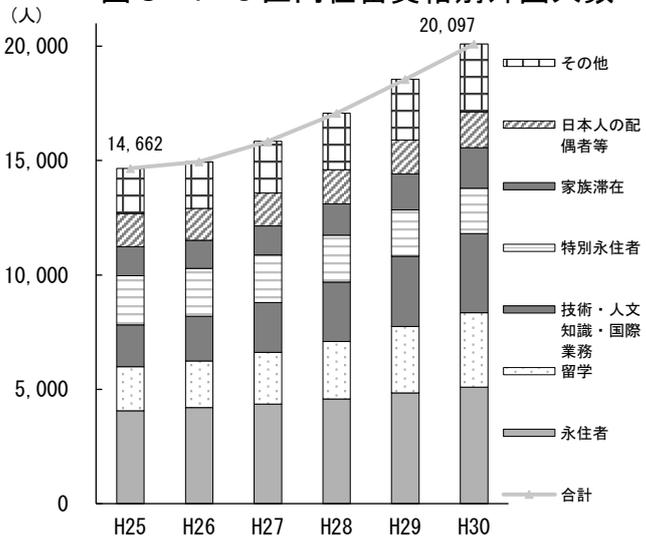
出典：東京都「外国人人口(東京都の統計, 各年1月1日)」より作成

図3-1-8 平成30年 国籍別外国人人口(平成30年1月1日現在・上位10位)



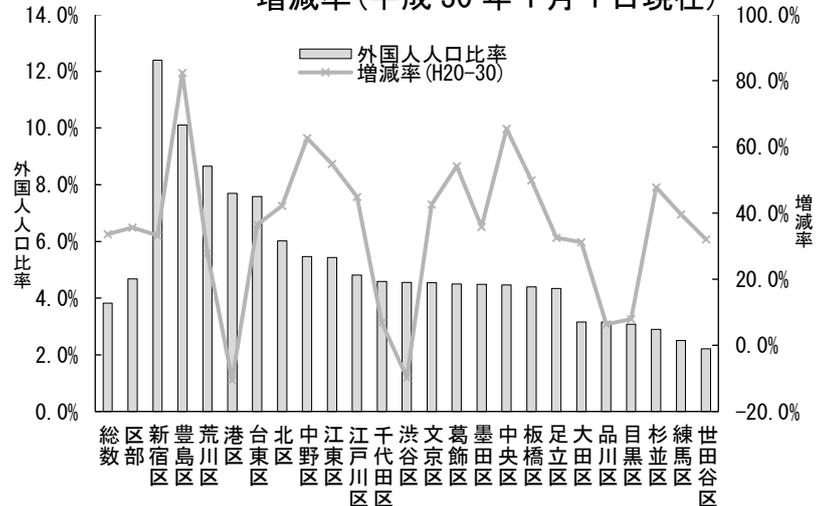
出典：東京都「平成30年外国人人口(東京都の統計)」より作成

図3-1-9 区内在留資格別外国人人数



出典：世田谷区「住民基本台帳」より作成
※各年4月1日時点

図3-1-10 平成30年 外国人人口比率と増減率(平成30年1月1日現在)



出典：東京都「平成30年外国人人口(東京都の統計)」より作成
49

2.立地環境

■さまざまな顔を持つ都市

世田谷区は、東京都区部の南西部に位置しており、区内には、京王線、小田急線、京王井の頭線、東急田園都市線、東急東横線、東急大井町線、東急目黒線、東急世田谷線の8つの鉄道路線が走っています。新宿区や渋谷区といった都内のターミナル駅が位置する場所へのアクセス性に優れています。道路網では、東西方向に国道246号、南北方向には環状7号線及び環状8号線が走っています。

面積は、23区内で大田区に次ぐ規模を有しており、成城や田園調布、代沢等は閑静な住宅街、下北沢や三軒茶屋、二子玉川はさまざまな個店や商業施設を有する商業地、豊かな自然も残っている等、さまざまな都市機能を有し、地域によって違った顔を持っていることが大きな特徴です。

世田谷区における鉄道は、東西方向に発達しており、南北方向はバス交通によって補完されているのが現状です。しかし「世田谷区交通まちづくり基本計画」によると、公共交通不便地域は区内のうち19.6%となっており、区西部を中心に交通利便性が低くなっていることがうかがえます。

図3-2-1 公共交通不便地域の状況



出典：世田谷区「平成27年交通まちづくり基本計画」より抜粋

■全土地面積のうち7割弱が宅地、5割が住宅用地として利用されている

区内の土地利用をみると、全土地面積 5,804.9ha のうち、66.9%が宅地として利用されています。またこれら宅地のうち、住宅用地は 2,906.5ha となっており、全土地面積でも 50.1%と概ね半分の面積が住宅用地として利用されています。住宅用地のうち、約6割が独立住宅用地、残り4割が集合住宅用地となっています。

平成 18～23 年の土地利用構成の推移では、専用住宅は 0.2 ポイント減、集合住宅は 1.7 ポイント増となっており、集合住宅用地の増加がみられ、宅地化が進行していることがうかがえます。なお、区部における宅地利用の内訳を比較すると、杉並区、練馬区、中野区に次いで住宅用地が多くなっており、世田谷区が住宅都市としての側面を有していることがうかがえます。

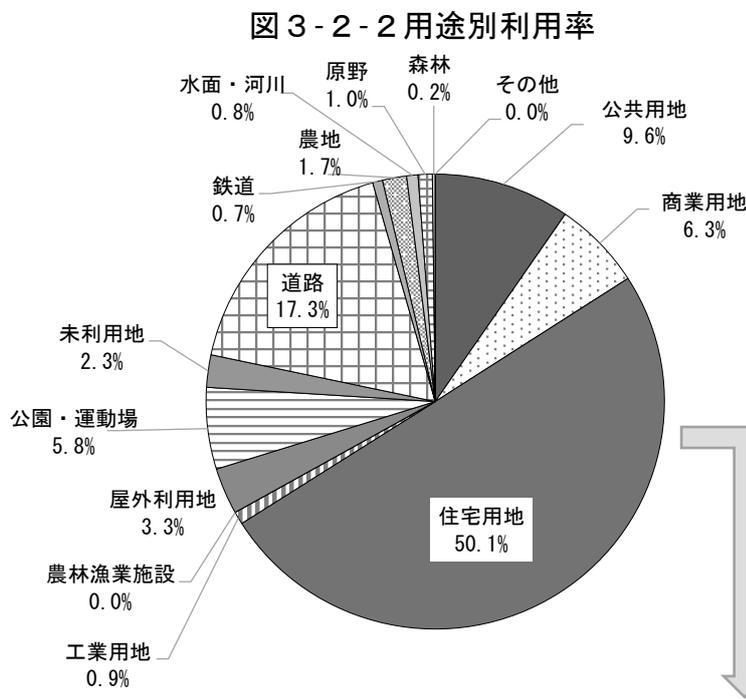
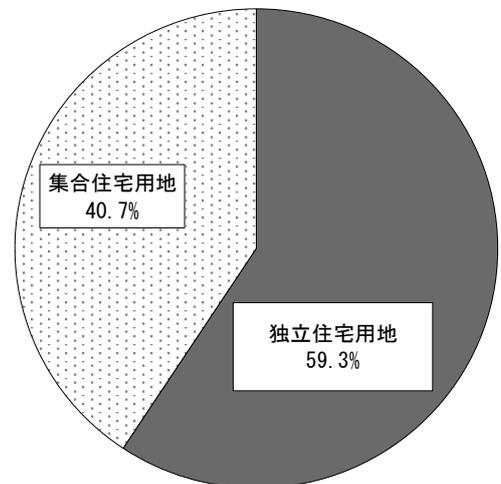


図 3-2-3 住宅用地における割合

表 3-2-1 土地利用構成割合の推移（宅地のみ・%）

	H18	H23	H28	
公共系	9.3	9.5	9.6	
住居系	専用住宅	29.8	29.9	29.7
	集合住宅	18.7	19.5	20.4
商業系	6.7	6.4	6.3	
工業系	1.4	1.1	0.9	
農業系	0.0	0.0	0.0	

出典：世田谷区「土地利用現況 2016」より作成



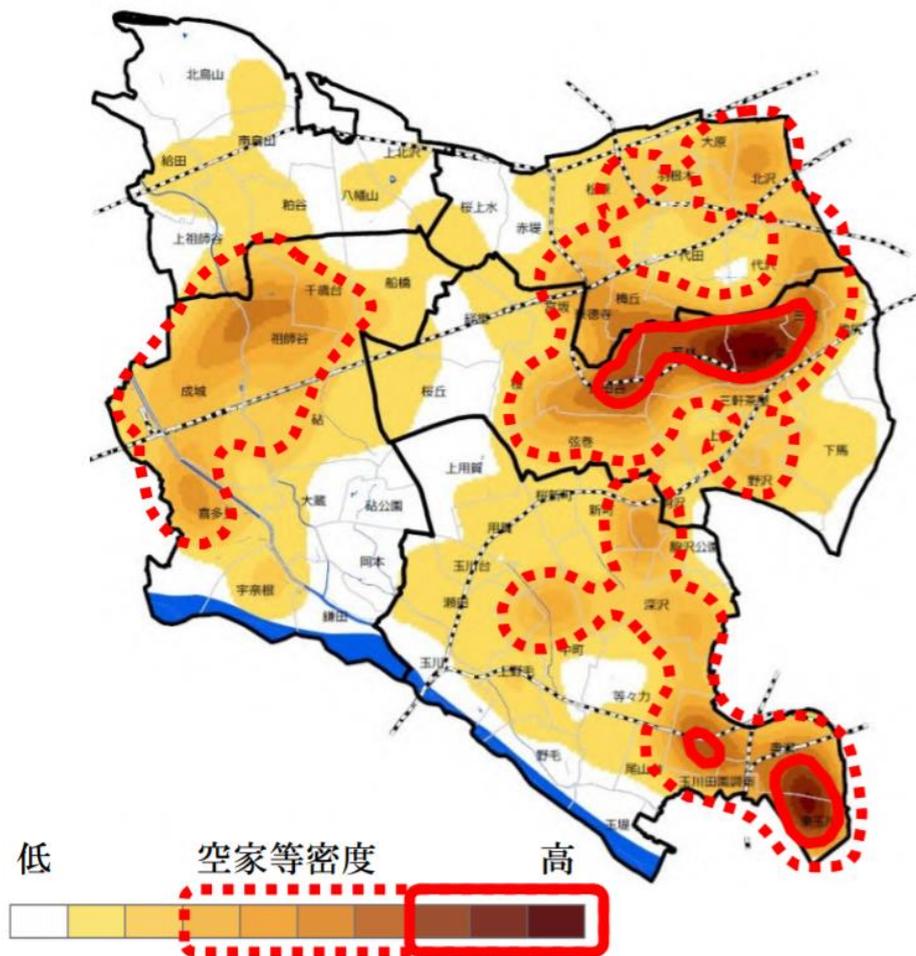
出典：世田谷区「土地利用現況 2016」より作成

■ 「世田谷、若林、太子堂」「東玉川、奥沢」「成城、祖師谷」付近で空家等密度が高い

平成 25 年時点、全国の空き家率平均値は 13.5% となっており、都の平均では 11.1% となっています。その一方、世田谷区は 10.4% とやや低い値となっていますが、世田谷区では平成 28 年度以降、「空家等現地調査」を行い、世田谷区内の空家件数を把握したところ、平成 23 年度には 277 棟だったものが、平成 29 年度には、966 棟となり、区内全域での空家等の増加が懸念されます。

空家等は区内全域に分布していますが、特に「世田谷・若林・太子堂」「東玉川・奥沢」「成城・祖師谷」の付近で多い傾向がみられます。

図 3-2-4 空家等の密度分布

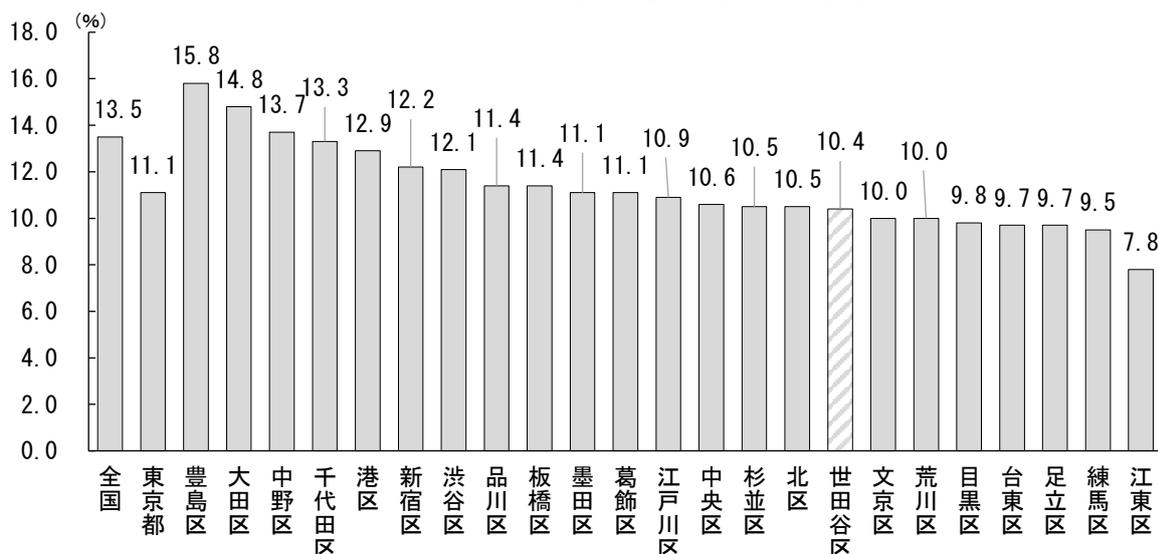


出典：世田谷区「平成 30 年空家等対策計画」より抜粋

世田谷区内の空き家総戸数は、総務省による「平成 25 年住宅・土地統計調査」では、約 52,600 戸となっており、住宅総戸数に対する割合は微増にとどまっているものの、平成 20～25 年の直近の 5 年間では、約 18,000 戸の増加がみられます。

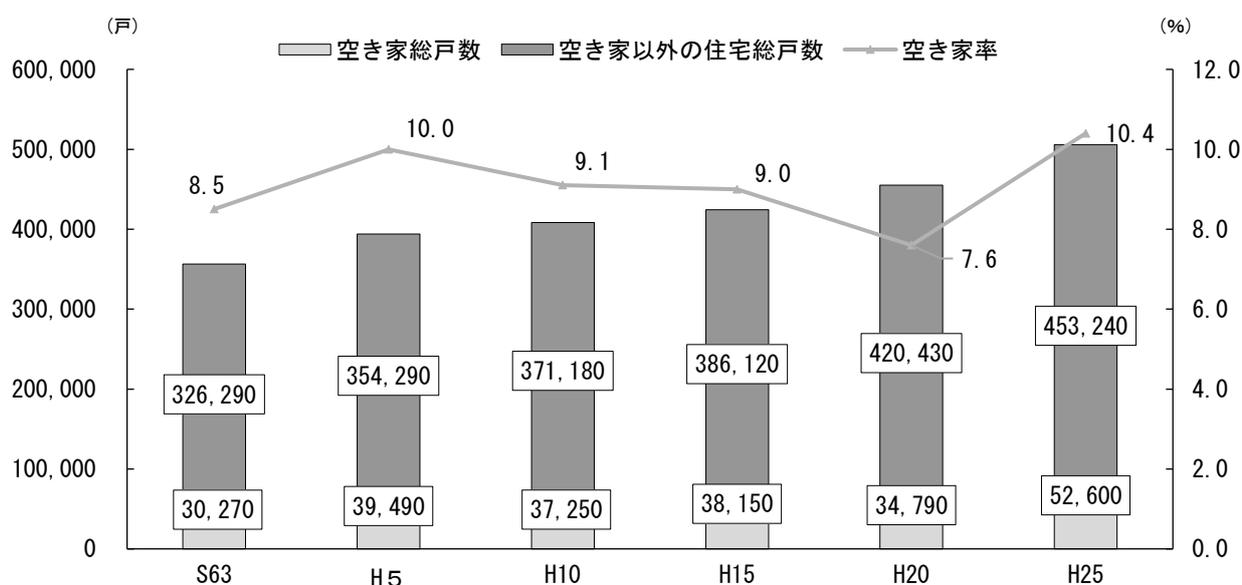
今後、緩やかな人口増が見込まれる世田谷区においても、高齢化が進むにつれて、空き家が増加していくことが懸念されます。

図 3-2-5 平成 25 年 全国及び 23 区の空き家率比較



出典：総務省「平成 25 年住宅・土地統計調査」より作成

図 3-2-6 区内住宅総戸数及び空き家総戸数・空き家率の推移



出典：総務省「各年住宅・土地統計調査」より作成

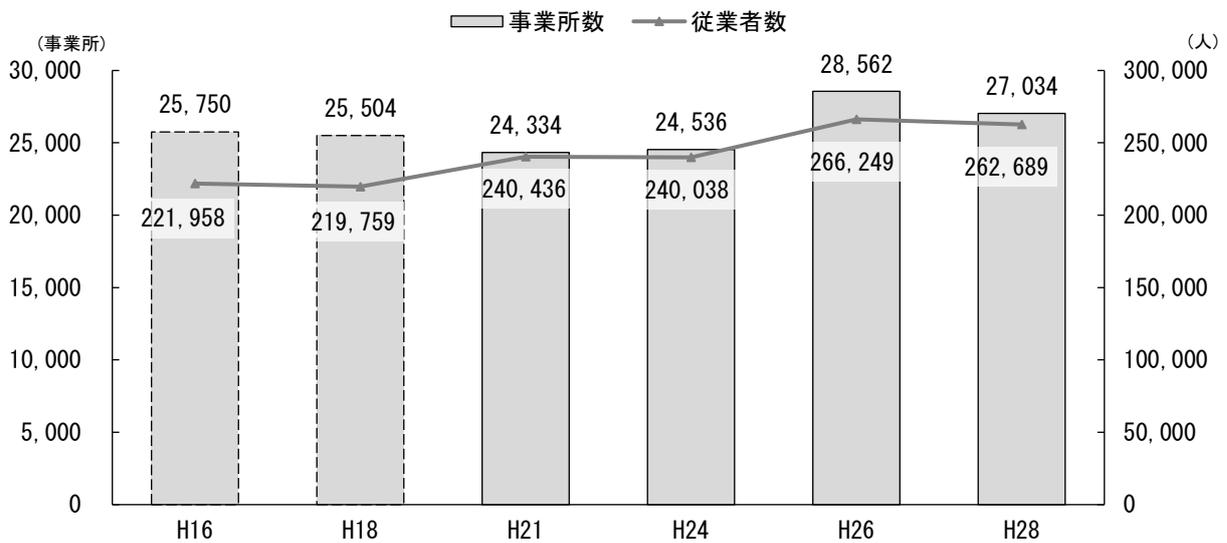
3.事業所・労働者

■区民生活に関わりのある小売業等の構成割合が高い

世田谷区の事業所数は平成 28 年現在 27,034 事業所、従業者数は 262,689 人となっています。平成 26～28 年の 2 年間で比較すると、事業所数・従業者数は共に減少していますが、平成 24 年以降では増加しています。

事業所構成では、世田谷区は卸売業、小売業の割合が最も多く、都平均と比較しても、0.7%高くなっています。その他、都平均と比較すると、生活関連サービス業や教育、学習支援業、医療、福祉といった産業割合が高く、世田谷区の特徴となっています。

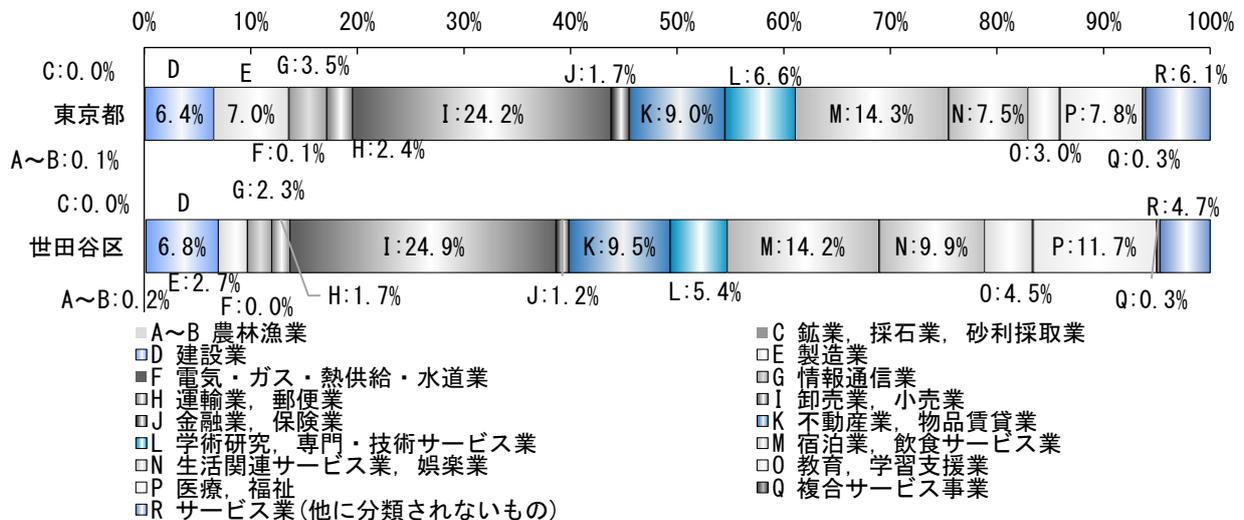
図 3-3-1 事業所及び従業者数の推移



出典：総務省「平成 16 年、平成 18 年事業所・企業統計調査」

総務省「平成 21 年、平成 26 年経済センサス基礎調査、平成 24 年、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

図 3-3-2 平成 28 年 都及び世田谷区の実業所業種構成比較



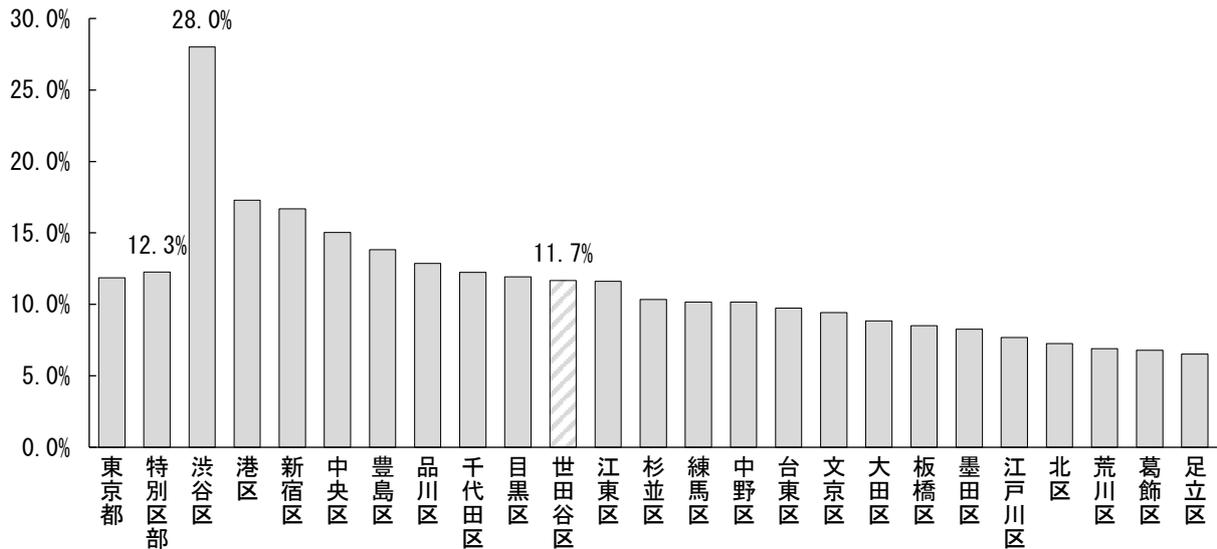
出典：総務省「平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

■都平均と近い開廃業率、廃業率が開業率を上回る

経済センサスを基に、23区における事業所の開廃業率※を比較すると、世田谷区は開業率が11.7%、廃業率が19.8%となっており、特別区部（23区平均）とほぼ類似した数値となっています。

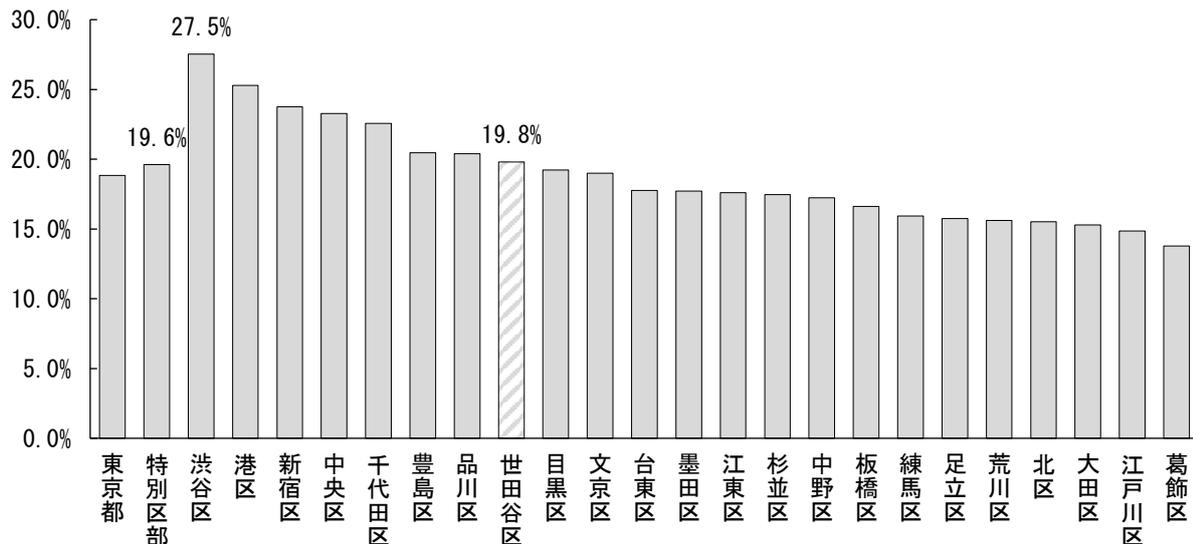
世田谷区に隣接する渋谷区では、開業率が28.0%、廃業率が27.5%とともに群を抜いて高く、事業所の新陳代謝が進んでいることがうかがえます。

図3-3-3 23区における開業率比較（平成26～28年における約2カ年分実績）



出典：総務省「平成26年経済センサス基礎調査、平成28年経済センサス活動調査」より作成

図3-3-4 23区における廃業率比較（平成26～28年における約2カ年分実績）



出典：総務省「平成26年経済センサス基礎調査、平成28年経済センサス活動調査」より作成

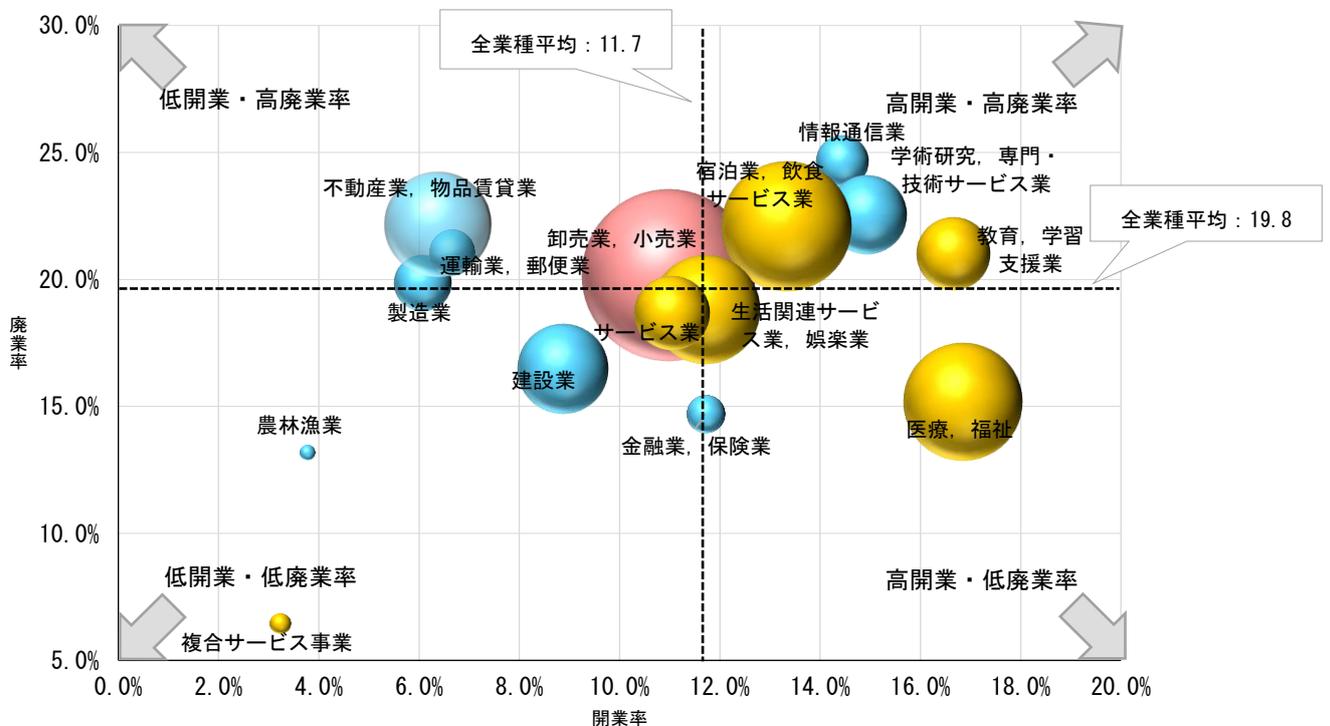
(※参考) 開廃業率は平成28年経済センサス活動調査、平成26年経済センサス基礎調査の期間中の開廃業から算出している。新設・廃業事業所数/平成26年事業所数×100(%)。なお次ページにおける業種別開廃業率のうち、元々の事業所数が少ない業種やデータ値がないものについては省略している。

区内民営事業所の業種別で開業率・廃業率をみると、情報通信業や学術研究, 専門・技術サービス業や宿泊業, 飲食サービス業、教育, 学習支援業等が高開業・高廃業率グループに位置しており、特に事業所の入れ替わりが相対的に速いことが分かります。

建設業は、低開業・低廃業率グループに位置しており、入れ替わりが比較的少ないことが分かります。また、医療, 福祉は高開業・低廃業率グループに位置しており、廃業する事業所割合が相対的に少ないとともに、開業率が高く需要の高い業種であることが確認できます。不動産業, 物品賃貸業や製造業, 卸売業, 小売業等の業種は低開業・高廃業率グループに位置・近接しており、これらの業種が区内廃業率を高めていると考えられます。

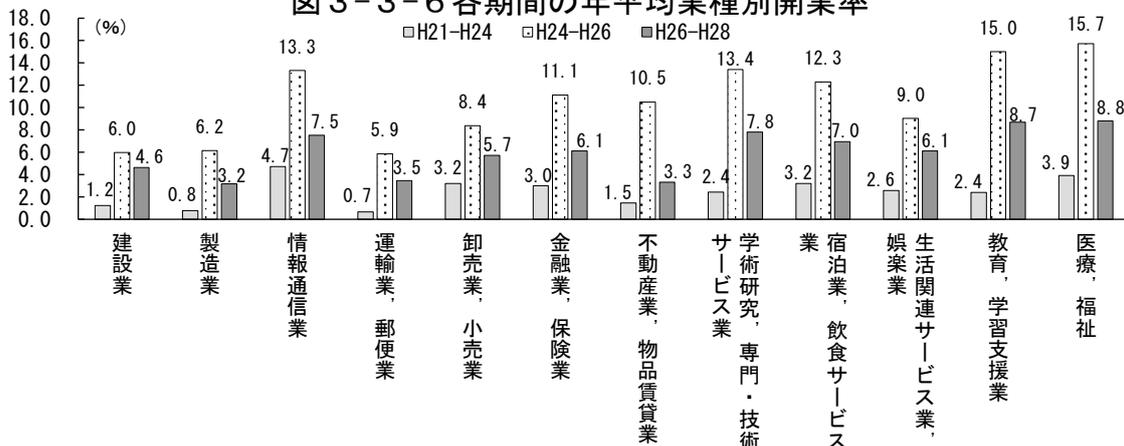
また、経済センサス各調査期間中の業種別開業率を時系列でみると、特に教育, 学習支援業、医療, 福祉等の業種では平成 24～26 年間の開業率が極めて高く、平成 26～28 年の間に関しても高い水準を維持していることがうかがえます。

図 3-3-5 区内業種別・開業率及び廃業率（平成 26～28 年における約 2 カ年分実績）



出典：総務省「平成 26 年経済センサス基礎調査、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

図 3-3-6 各期間の年平均業種別開業率

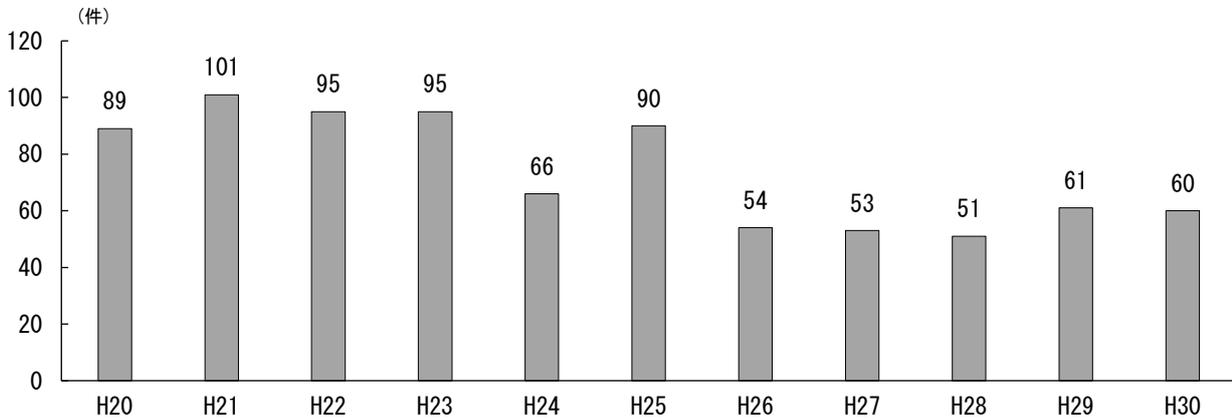


出典：総務省「平成 21 年経済センサス基礎調査、平成 24 年経済センサス活動調査、平成 26 年経済センサス基礎調査、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

■世田谷区内倒産件数の推移は、近年低止まり傾向にある

平成 20～30 年の世田谷区内企業の倒産件数※の推移を見てみると、平成 20～23 年までは、倒産件数は 90 件以上ありましたが、平成 26 年以降は、60 件ほどで推移しており、近年、倒産件数は減少傾向にあることがうかがえます。（※負債額 1,000 万円以上の倒産を対象として集計。）

図 3-3-7 世田谷区内企業倒産件数 年次推移（各年 1-12 月）



出典：(株)東商エリサーチ調査による
(負債額 1,000 万円以上の倒産が対象)

■倒産企業の業種別では、卸売業、小売業の割合が高い

平成 20～30 年の世田谷区内企業の倒産件数の産業分類別の内訳を見ると、「卸売業、小売業」が全体の 30%を占め、最も高い割合になっています。現に活動している世田谷区内の事業所の業種においても、「卸売業、小売業」が最も高い割合であることから、事業者の市場競争が活発的なことがうかがえます。

表 3-3-1 世田谷区内企業倒産件数 産業分類別構成（平成 20～30 年合計）

業種	企業数(件)	構成比
A 農業、B 漁業、C 鉱業、採石業、砂利採取業、F 電気・ガス・熱供給・水道業、Q 複合サービス業、R サービス業(他に分類されない)	41	5.0%
D 建設業	118	14.5%
E 製造業	57	7.0%
G 情報通信業	81	9.9%
H 運輸業、郵便業	9	1.1%
I 卸売業、小売業	251	30.8%
J 金融業、保険業	4	0.5%
K 不動産業、物品賃貸業	52	6.4%
L 学術研究、専門・技術サービス業	81	9.9%
M 宿泊業、飲食サービス業	56	6.9%
N 生活関連サービス業、娯楽業	42	5.2%
O 教育、学習支援	8	1.0%
P 医療、福祉	15	1.8%
合計	815	100.0%

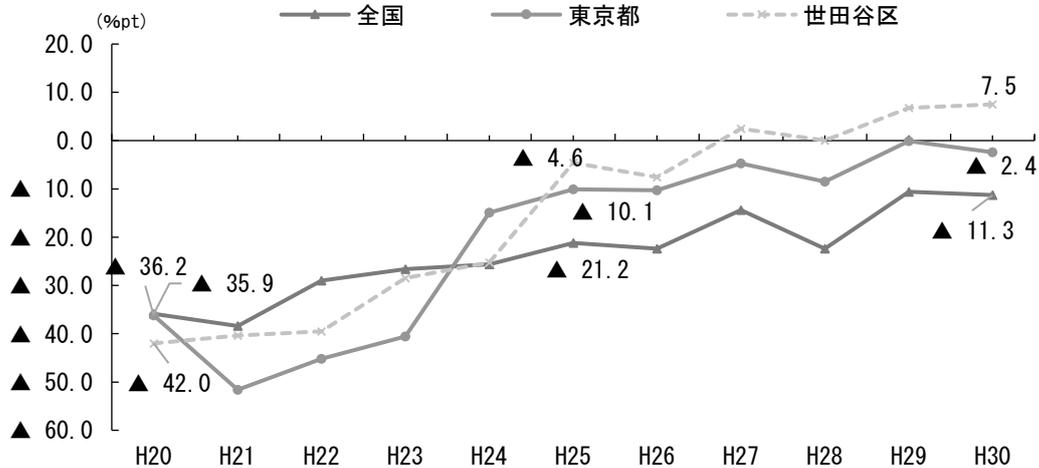
出典：(株)東商エリサーチ調査による
(負債額 1,000 万円以上の倒産が対象)

■中小企業の景況感は回復しつつある半面、人材確保が新たな課題として浮上

全国、東京都、世田谷区の中小企業におけるDIをみると、平成30年度期首（4～6月期）では、全国は▲11.3ポイント、東京都も▲2.4ポイントといずれもマイナス値となっている反面、世田谷区は7.5ポイントとプラスの値に転じており、区内中小事業者の景況感には回復の兆しがみられます。

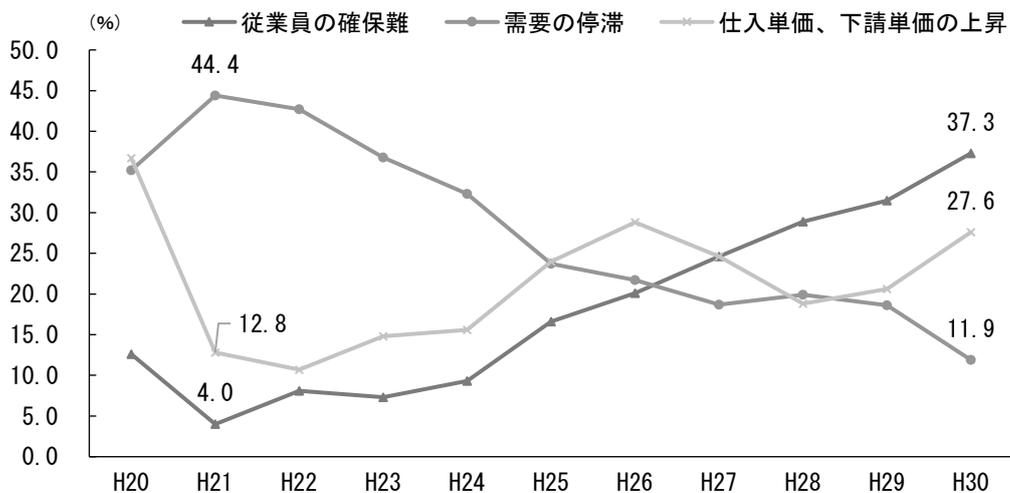
主な課題項目の推移をみると、平成21年では「需要の停滞」が44.4%と突出していたものの、その後次第に減少していき、平成30年では11.9%となっています。その一方で、平成21年より「従業員の確保難」の割合が徐々に増加し、平成30年には37.3%と4割弱の事業者で大きな課題となっています。「需要の停滞」や「仕入単価、下請単価の上昇」を上回るといった逆転現象が生じており、全国的なトレンドと同様に、「ひと」に関する課題が区内で大きくなりつつあることがうかがえます。

図3-3-8 全国・東京都・世田谷区のDI推移（7～9月期）



出典：世田谷区産業振興公社「せたがやエコノミックス」より作成

図3-3-9 区内事業者の主要課題推移（7～9月期）



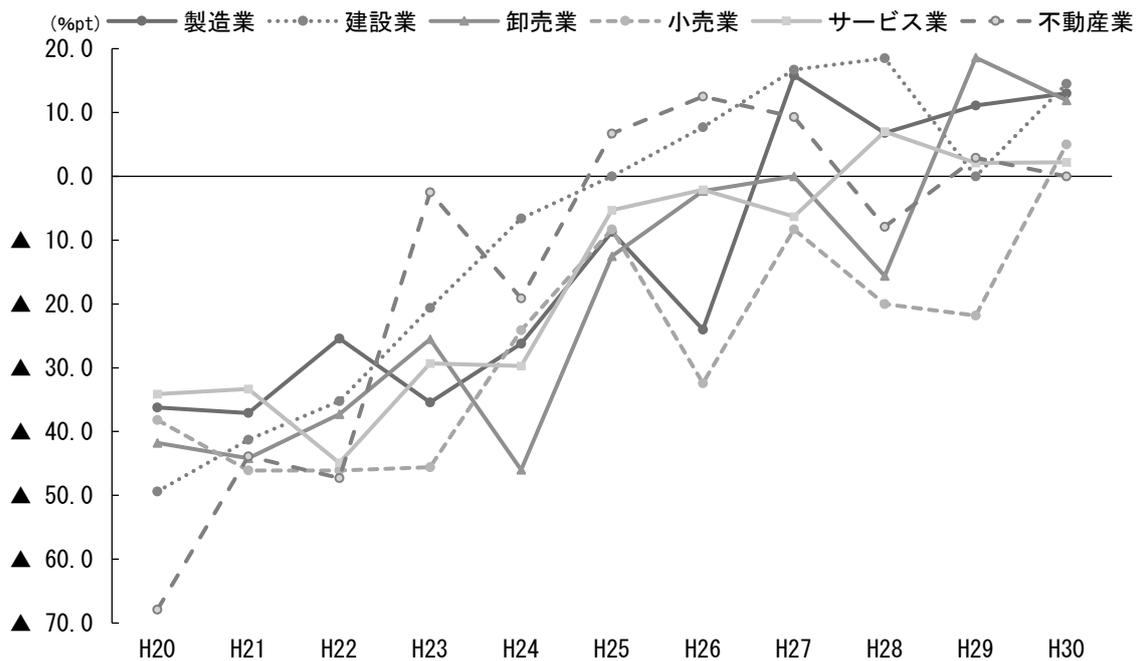
出典：世田谷区産業振興公社「せたがやエコノミックス」より作成

「DI」とは、Diffusion Index（ディフュージョン・インデックス）の略で、企業の業況感や設備、雇用人員の過不足等の各種判断について、増加・好転したとする企業割合から、減少・悪化したとする企業割合を差し引いた値。なお、平成30年の数値のみ、見直し値である。

業種別の傾向をみると、いずれの業種においても右肩上がりとなっており、回復傾向がみられます。また建設業では、他業種と比較すると大きな変動が少なくなっている半面、小売業では、平成 25～29 年にかけてマイナス値が大きく、他業種よりもやや厳しい業況であることがうかがえます。

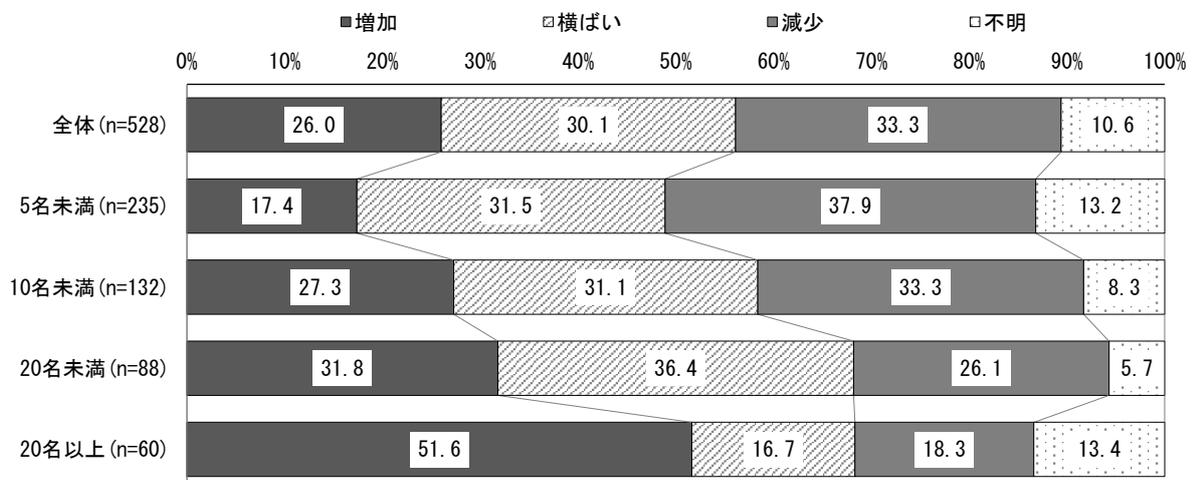
一方、業況が良い建設業や製造業を含むものづくり業について、従業員規模別の状況を見ると、規模が小さくなるにつれ、3年前と比較した営業利益が減少している事業者が多く、区内小規模事業者を中心に景況感は厳しいものとなっていることが想定されます。

図 3-3-10 業種別業況 DI 推移（7～9 月期）



出典：世田谷区産業振興公社「せたがやエコノミックス」より作成

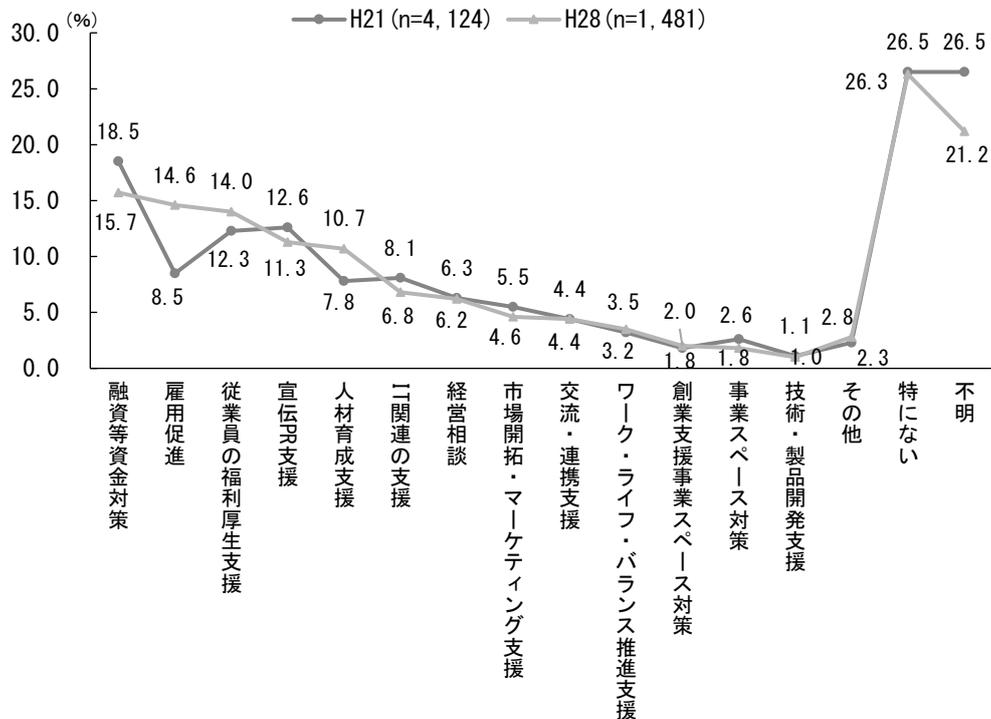
図 3-3-11 過去 3 年前と比較した営業利益増減（従業員規模別・ものづくり業）



出典：世田谷区「平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

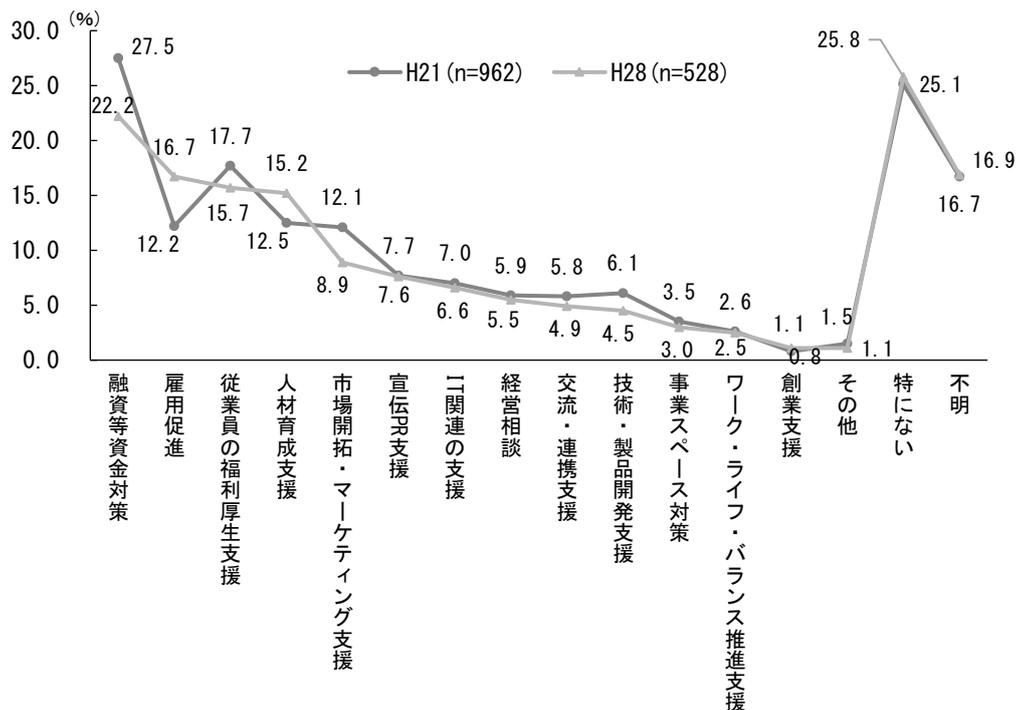
行政に対する支援要望について、平成 20 年と平成 28 年で比較すると、ものづくり系事業者、商業・サービス業事業者に関わりなく、いずれも「雇用促進」「人材育成支援」の割合が上昇していることが分かります。人材不足や人材育成等、DI の状況と同じく、さまざまな業種において、「ひと」に関わる領域で課題を抱える事業者が多くなりつつあります。

図 3-3-1 2 商業・サービス業事業者の区や都に対して望む支援(平成 21~28 年)



出典：世田谷区「平成 21 年、平成 28 年 世田谷区産業基礎調査」より作成

図 3-3-1 3 ものづくり系事業者の区や都に対して望む支援(平成 21~28 年)



出典：世田谷区「平成 21 年、平成 28 年 世田谷区産業基礎調査」より作成

■区内の労働力人口は多い反面、労働力率は都平均を下回る

平成 27 年国勢調査では、区内労働力人口の総数は、362,123 人となっており、世田谷区は周辺区と比較して、最も多くの労働力を有しています。ただし、労働力率では、63.1%と都平均をやや下回っており、周辺区と比較しても練馬区に次いで低い値となっています。また完全失業者数は 11,991 人となっており、大田区に次いで多くなっています。

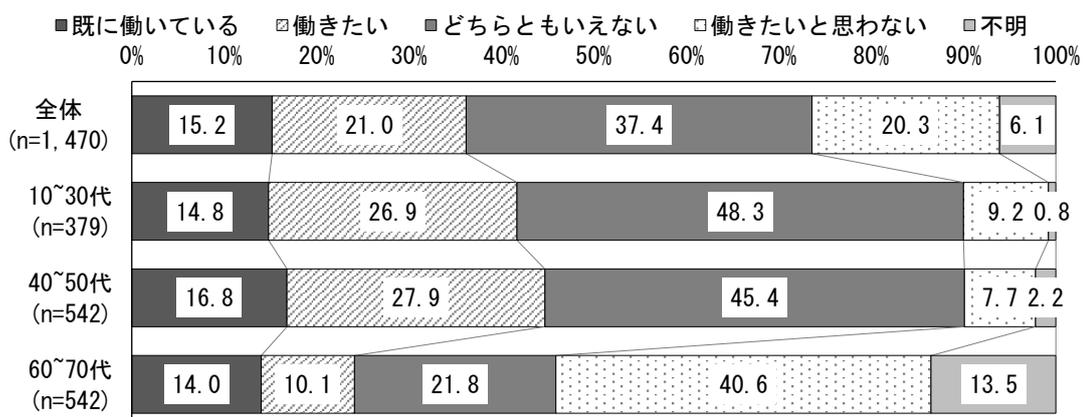
区民の区内就労意向では、全体では 21.0%、10～30 代で 26.9%、40～50 代で 27.9%と相対的に中年層で就労意向が高くなっています。また、60 歳以上のシニア層においては他年代と比べ少ないものの、10%前後の区民が区内就労意向を持っています。

表 3-3-2 平成 27 年 23 区部における労働力人口比較

	総数 (人) (労働力状態)	労働力人口 (人)			非労働力人口 (人)			労働力率 (%) ※不詳除く
		総数	就業者数	完全失業者数	家事	通学	その他	
東京都	11,739,671	6,094,436	5,858,959	235,477	1,391,795	611,617	1,494,179	63.5%
世田谷区	757,829	362,123	350,132	11,991	90,672	41,701	79,478	63.1%
品川区	334,866	188,996	182,766	6,230	35,838	13,188	35,714	69.0%
目黒区	246,808	123,429	119,587	3,842	27,383	11,046	23,624	66.5%
大田区	627,639	353,477	340,829	12,648	73,473	28,769	75,828	66.5%
渋谷区	192,480	96,066	92,718	3,348	18,508	7,379	17,890	68.7%
中野区	291,295	146,611	140,129	6,482	29,598	12,686	32,274	66.3%
杉並区	495,109	257,542	248,373	9,169	59,046	24,620	53,576	65.2%
練馬区	630,803	295,158	284,146	11,012	72,132	32,188	83,636	61.1%

出典：総務省「平成 27 年国勢調査」より作成

図 3-3-1 4 平成 28 年 区民の区内就労意向（年代別）

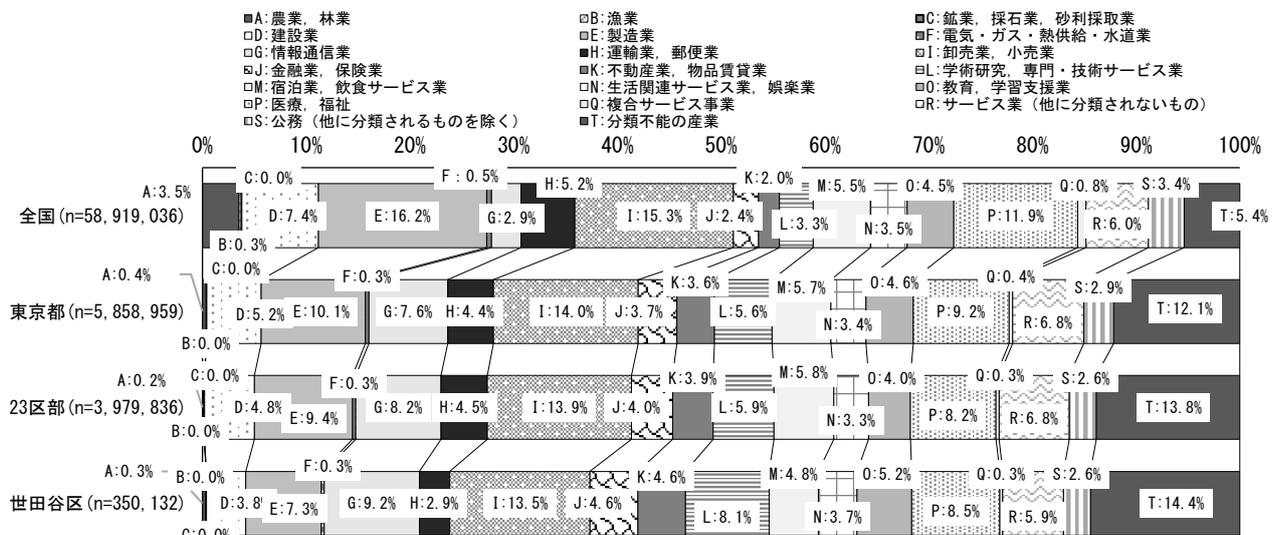


出典：世田谷区「平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

区内就労者の従事する業種は、全国・東京都・23区部と比較して、世田谷区は製造業に従事する就労者数が相対的に少なくなっているものの、金融業、保険業や不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門技術サービス業において、23区部を上回る就労者割合となっています。

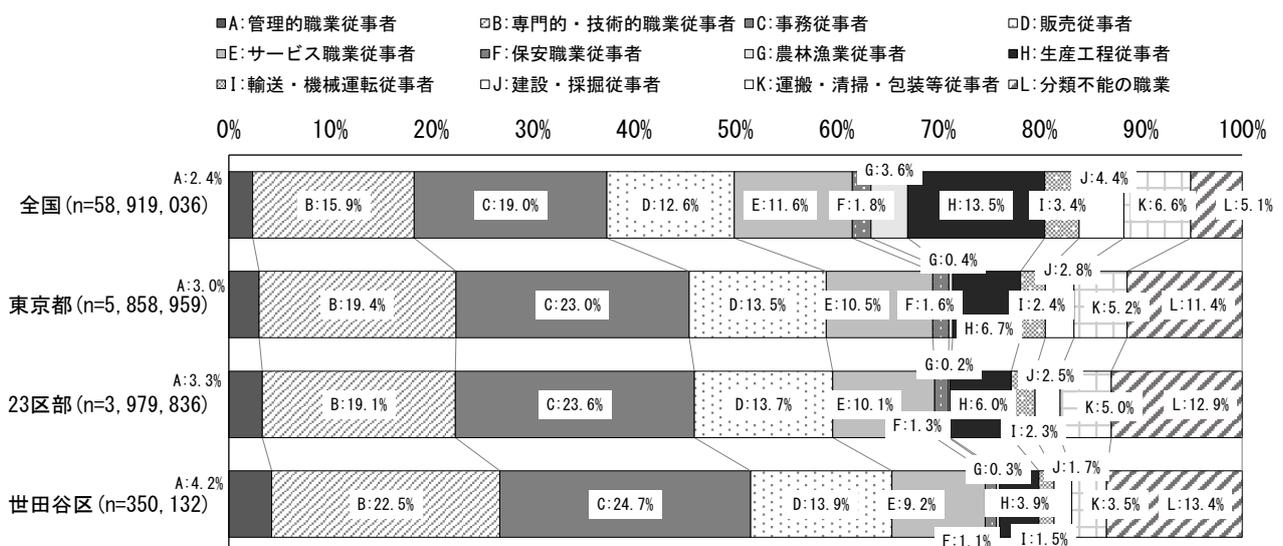
職業別にみると、管理的職業従事者、専門的・技術的職業従事者等といった職業に従事する居住者が多いといった特徴があります。

図3-3-15 平成27年 居住者の従事業種比較



出典：総務省「平成27年国勢調査」より作成

図3-3-16 平成27年 居住者の従事職業比較



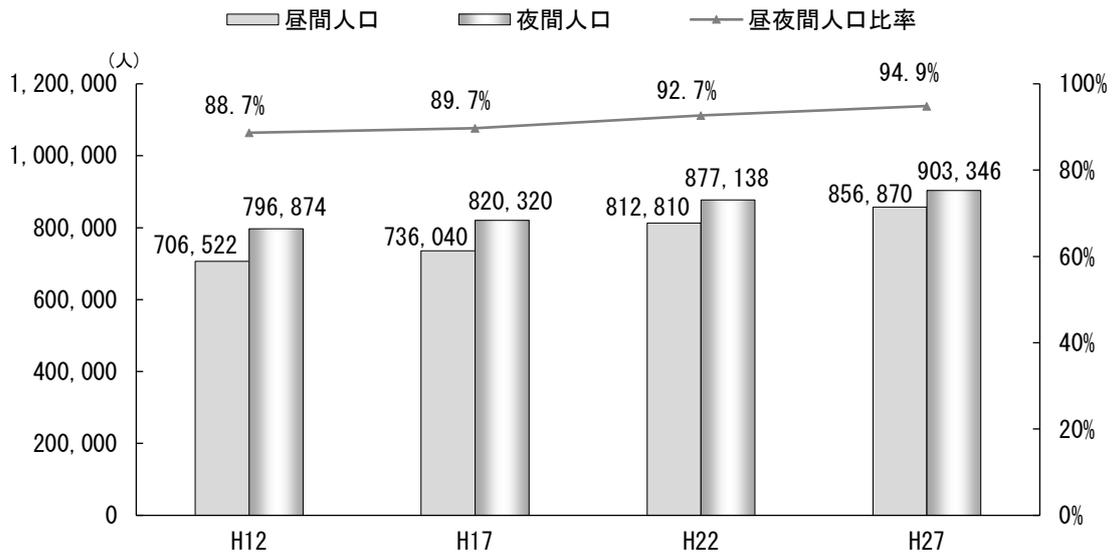
出典：総務省「平成27年国勢調査」より作成

■昼夜間人口比率が100%に近づくが、区外へ通勤・通学する区民が多い

昼夜間人口比率は、平成12年には88.7%となっていました。平成27年には94.9%と徐々に100%に近づきつつあります。これは、世田谷区が住宅都市という性格を有しながらも区内で働く場所が増加し、区内外から働きに来る人々が増加しつつある傾向がうかがえます。

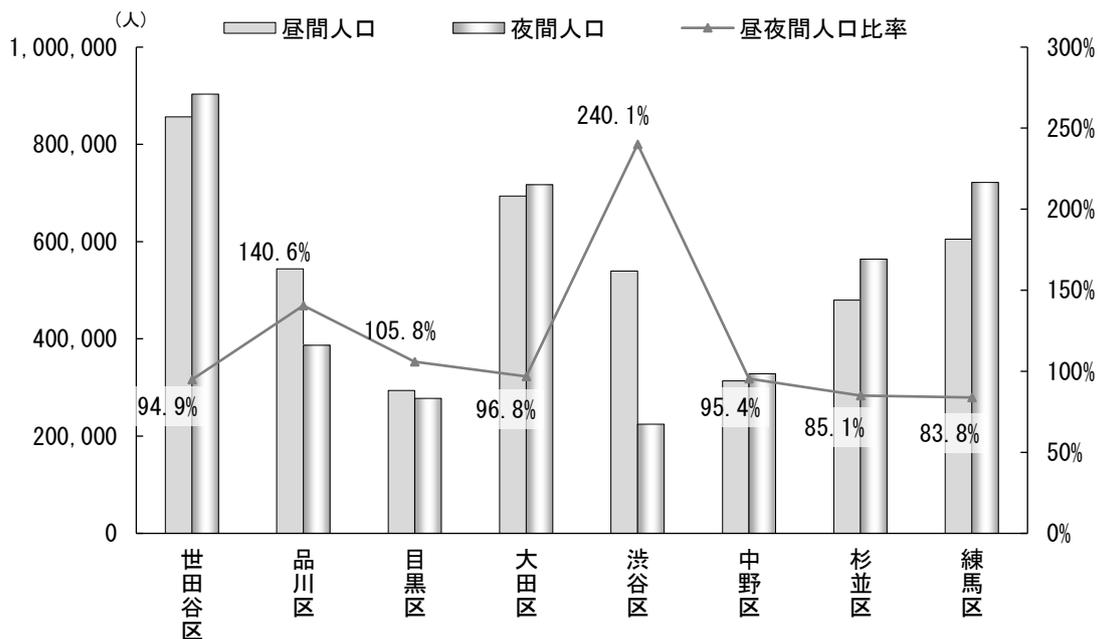
一方で、周辺区と比較すると、渋谷区(240.1%)、品川区(140.6%)、目黒区(105.8%)等が世田谷区の昼夜間人口比率を超えています。

図3-3-17 通勤・通学に伴う区外流出状況



出典：総務省「各年国勢調査」より作成

図3-3-18 平成27年 昼夜間人口及び比率の比較

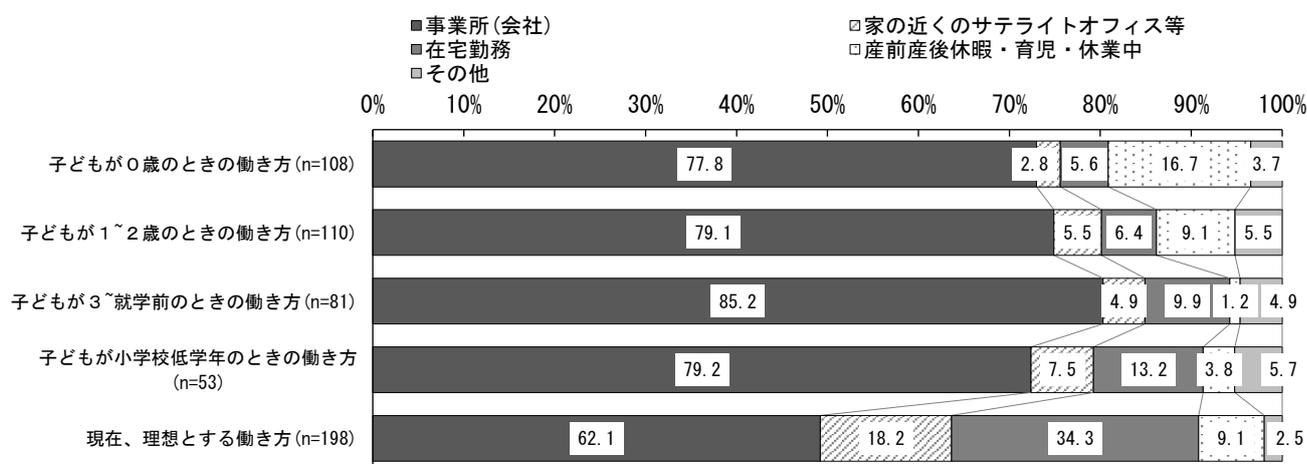


出典：総務省「平成27年国勢調査」より作成

子育て中の区民に対し、望ましい勤務場所について聞いたところ、子どもの年齢等に左右されず、理想とする働き方は、「在宅勤務」が34.3%、「家の近くのサテライトオフィス等」が18.2%となっています。これは、必ずしも事業所（会社）で働くのではなく、在宅勤務やサテライトオフィス等の利用を通じた、多様な働き方を望む区民が一定層存在することを示しています。

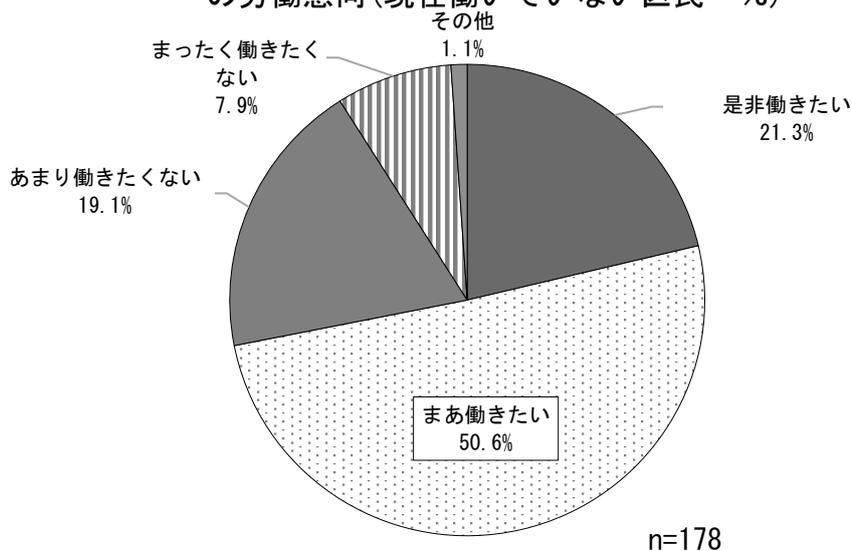
そこで、実際に希望する環境や条件（テレワーク等）が整っている場合、「是非働きたい」「まあ働きたい」と考える区民は全体で7割を超え、今後環境が整っていくことで、多様な働き方をとする区民が多くなることが想定されます。

図3-3-1 平成29年 区民の勤務場所（子どもの年齢別）



出典：世田谷区「平成29年働き方改革の推進と子育て・介護と仕事の両立に向けた多様な働き方に関する調査」より作成

図3-3-2 平成29年 希望する環境や条件が整っている場合の労働意向（現在働いていない区民・%）



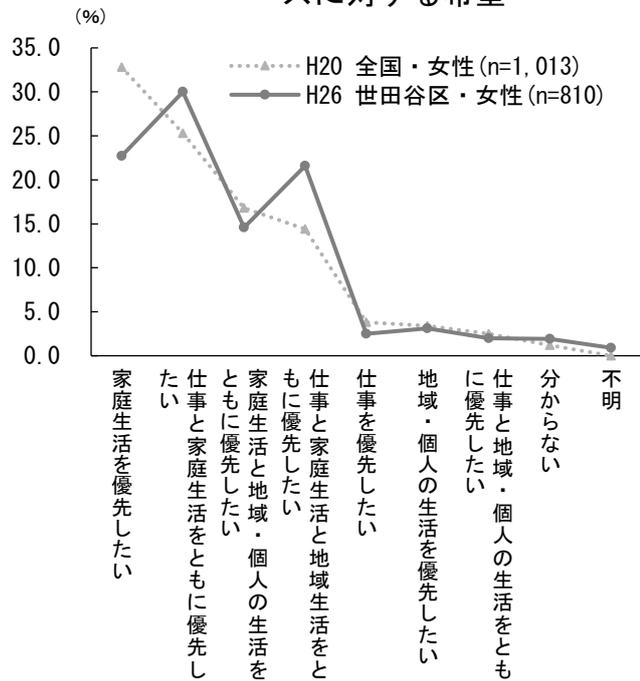
出典：世田谷区「働き方改革の推進と子育て・介護と仕事の両立に向けた多様な働き方に関する調査」より作成

■区内有配偶女性の就業率等は低いものの、仕事に対する意欲は高い

世田谷区の合計特殊出生率及び20～49歳有配偶女性の就業率(15歳以上の人口に占める「就業者」の割合)は、それぞれ23区内ではやや低い象限に位置付けられています。これは、女性の出生割合が低く、かつ有配偶女性の就業率が低いということであり、子育て、仕事を両立するというライフスタイルがあまり浸透していないということが想定されます。

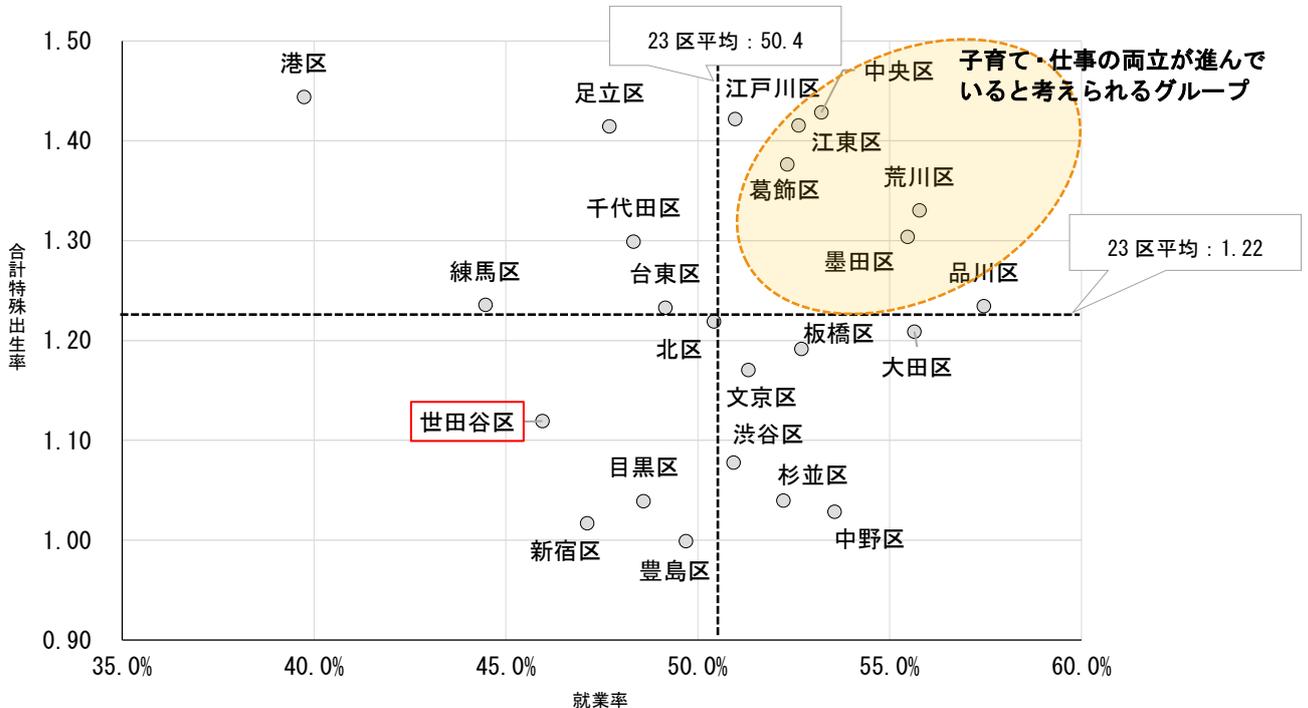
しかしその一方、区内女性のワーク・ライフ・バランスに対する希望について、家庭のみを優先するよりもむしろ、仕事や地域社会との両立意向が高くなっています。

図3-3-2 1女性のワーク・ライフ・バランスに対する希望



出典：世田谷区「平成26年男女共同参画に関する区民意識・実態調査」、
内閣府「平成20年仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）に関する特別世論調査」より作成

図3-3-2 2 平成27年 合計特殊出生率・20～49歳有配偶女性の就業率

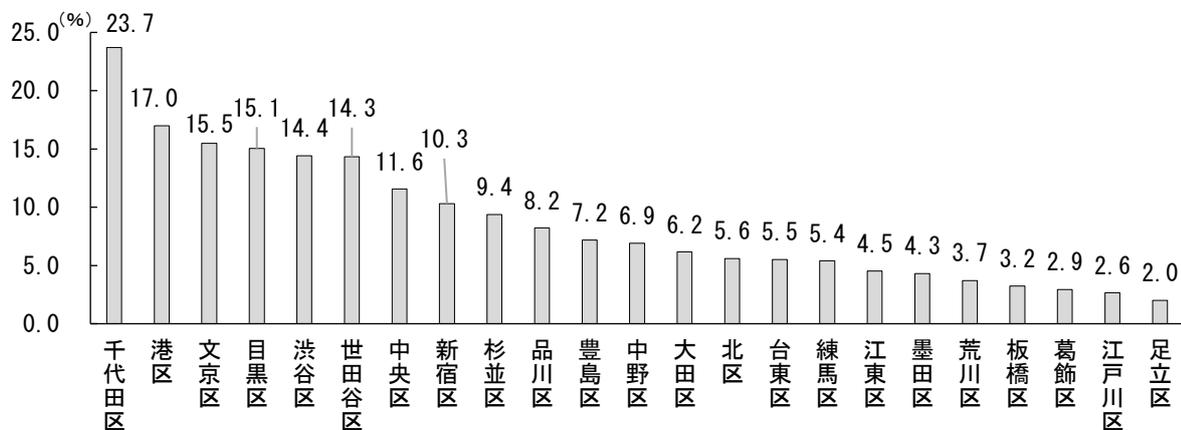


出典：総務省「平成27年国勢調査」、東京都「東京都福祉保健局資料」より作成

夫婦と子どもからなる世帯のうち、1,500万円以上の世帯年間収入階級割合を23区で比較すると、世田谷区は14.3%と高く、暮らしに余裕がある世帯が多く居住しており、子育て・仕事の両立が浸透しない原因の一つになっていると推察されます。

しかし現在就労しておらず、就労を希望している区内女性の理由をみると、「ゆとりのある生活を望むから」が最も高くなっている反面、「社会との関わりを持続したいから」といった理由も5割弱と高く、社会との接点を持ち続けるために就労を希望する子育て女性も多いことが分かります。また、希望があるにもかかわらず働いていない理由では、「子どもが小さい間は働かずにいたい」が5割を超えて高くなっているものの、「希望する教育・保育事業が利用できない」や「働きながら子育て出来る適当な仕事がない」等も高くなっています。

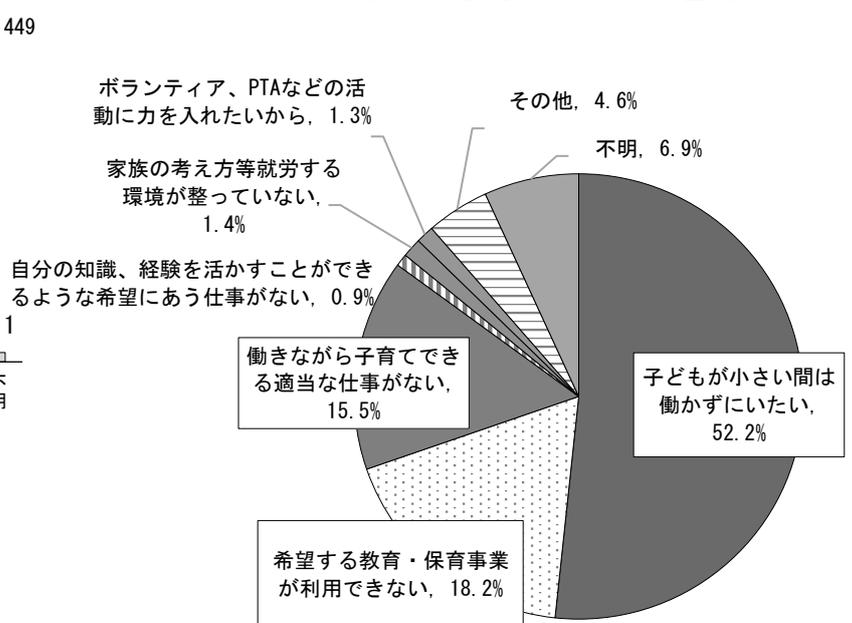
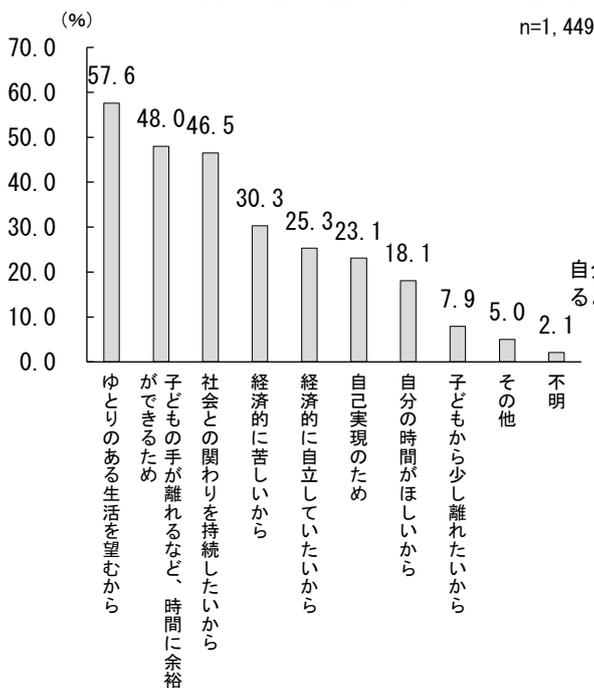
図3-3-2 3 平成25年 1,500万円以上の夫婦と子どもからなる世帯収入階級割合



出典：総務省「平成25年住宅・土地統計調査」より作成

図3-3-2 4 平成25年 現在就労していないが、就労を希望する母親の理由

図3-3-2 5 平成25年 就労希望があっても働いていない理由



n=1,449

出典：世田谷区「平成25年子ども・子育て支援事業計画ニーズ調査（就学前児童）」より作成

出典：世田谷区「平成25年子ども・子育て支援事業計画ニーズ調査（就学前児童）」より作成

■世田谷区を含む周辺の雇用状況は回復の兆し

渋谷区・世田谷区・目黒区を含む渋谷ハローワークの有効求人倍率は、東京都全体の数値よりもやや高くなっており、平成28年では東京都が2.04倍、渋谷区・世田谷区・目黒区では2.95倍と非常に高い値となっています。

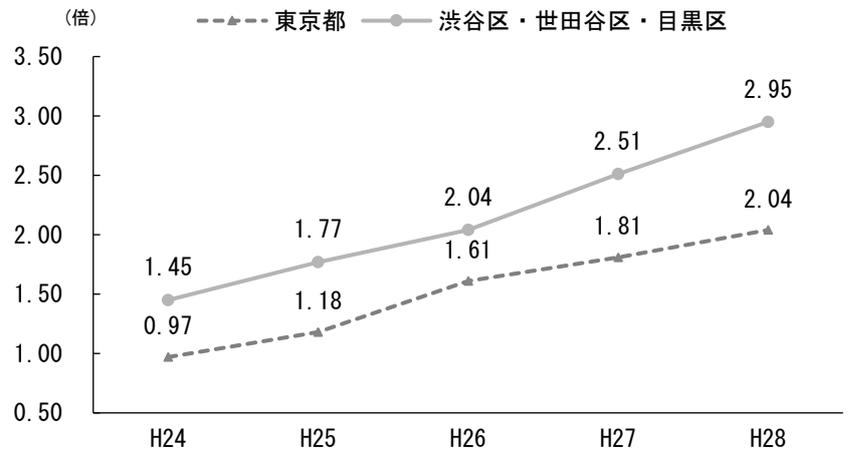
完全失業率をみると、世田谷区を含む南関東の値は、全国値とほぼ同様となっており、平成29年では2.9%程度になっています。

今後は、景気の持ち直しに加え、人口動態等の影響を受けることで、さらに企業の労働需要が高まることも予測されます。

業種別に求人数をみると、最も求人数が多いのは、卸売、小売業となっており、次いでサービス業、医療、福祉、宿泊業・飲食サービス業で多くなっています。

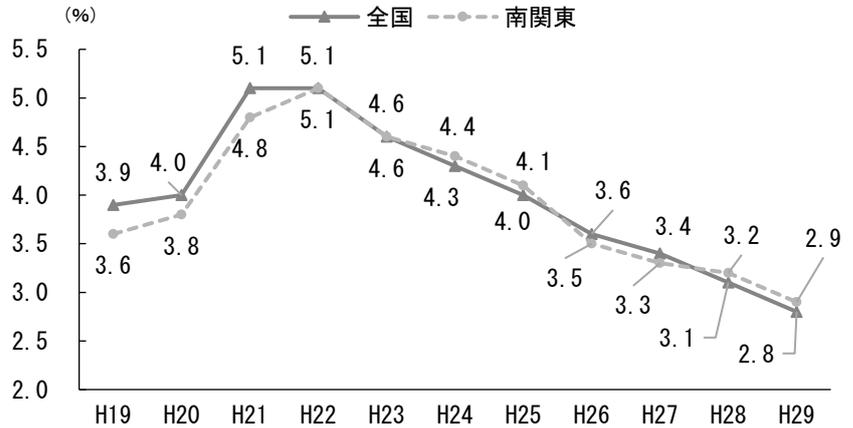
平成22年からの推移では、宿泊業・飲食サービス業やサービス業で特に求人数の増加がみられ、今後、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に向け、さらなる労働需要が予測されます。一方、情報通信業や製造業といったサービス業以外の業種においても堅調に求人数が増加しています。

図3-3-26 有効求人倍率の推移



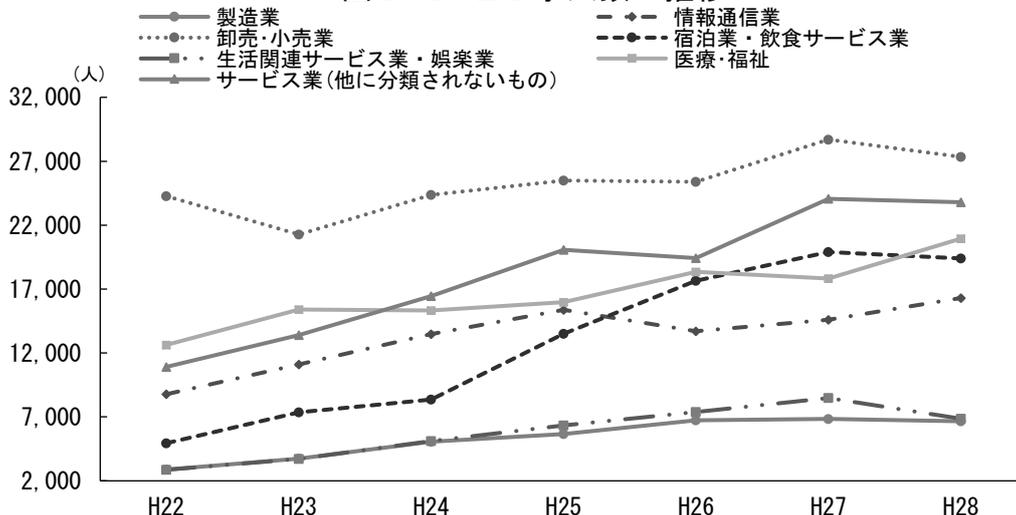
出典：東京労働局「渋谷公共職業安定所」より作成

図3-3-27 完全失業率の推移



出典：東京都「各年東京都の統計（労働力調査）」より作成

図3-3-28 求人数の推移



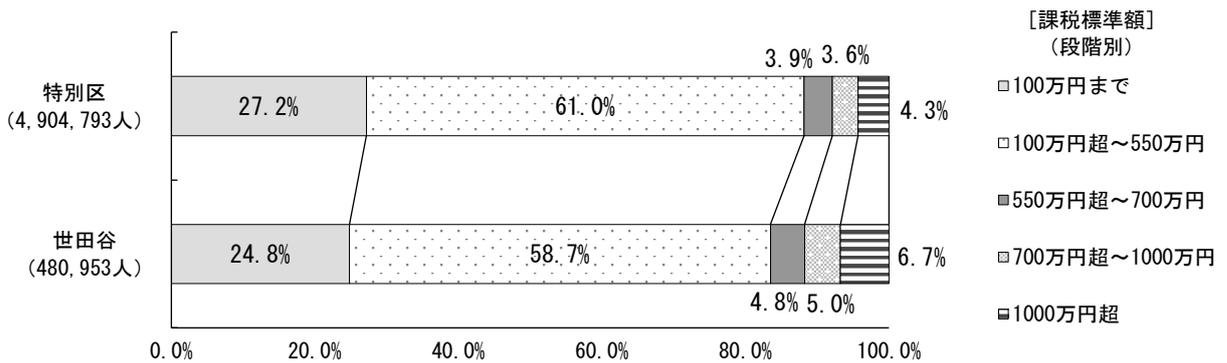
67 出典：東京労働局「渋谷公共職業安定所」より作成

4.区民生活

■納税義務者について、特別区に比べ、課税標準額 550 万円超の割合が大きい

世田谷区民の「納税義務者」人数の構成割合について、課税標準額※により、特別区（東京 23 区）と比較してみると、特別区と同様に、550 万円以下の納税義務者が大部分（8 割以上）を占めていますが、550 万円以上が占める割合は、特別区よりも多いことがうかがえます。（※税額算出のために税率を乗ずるべき額。概ね、所得金額（収入金額から必要経費を差し引いた額）から所得控除を差し引いた後の金額。）

図 3-4-1 平成 29 年 世田谷区民税納税義務者の割合（課税標準額段階別）

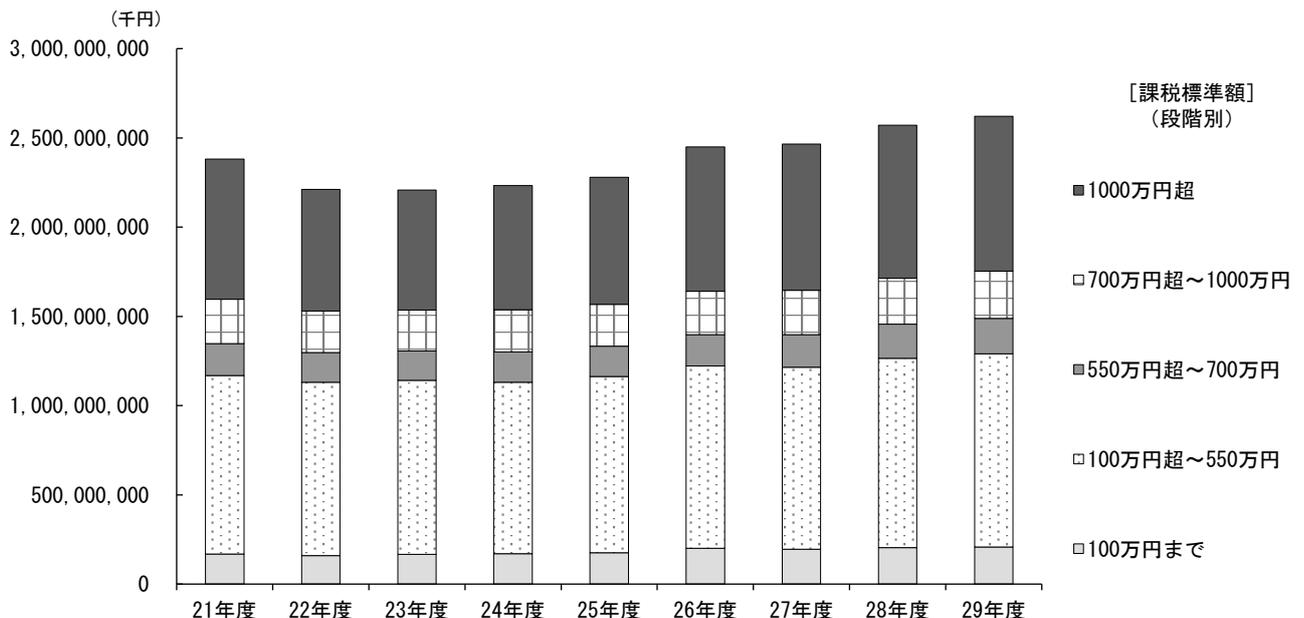


出典：東京都総務局行政部政課「平成 29 年度の市町村税課税状況等の調（特別区関係）」より作成

■総所得金額等は上昇傾向にある

総所得金額等※については、平成 22 年度から一時期落ち込みましたが、その後は緩やかに上昇しています。（※合計所得金額（住民税の課税対象となる各種所得金額の合計額）から、繰り越すことが認められている損失額を差し引いた金額）

図 3-4-2 世田谷区総所得金額等の推移（平成 21～29 年度）



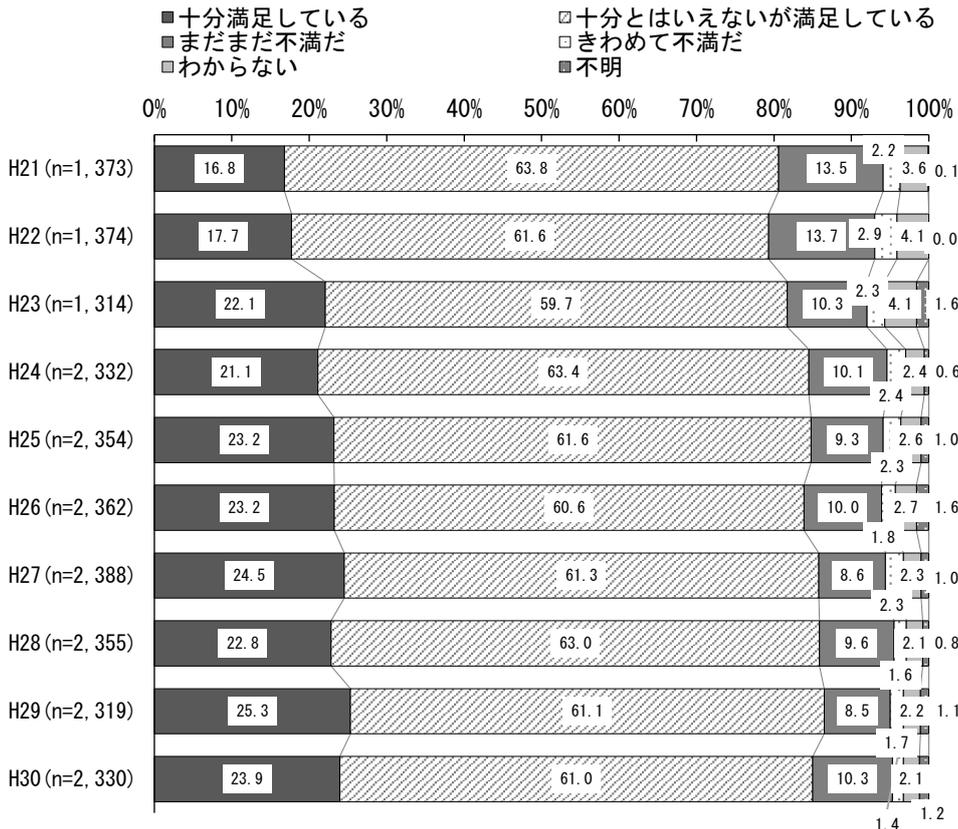
出典：東京都総務局行政部政課「平成 29 年度の市町村税課税状況等の調（特別区関係）」より作成

■区民の居住満足度は8割を超えて高い状況

区民の居住満足度を時系列でみると、「十分満足している」「十分とはいえないが満足している」の割合が8割を超えています。また、大きな変化はみられないものの、平成21年度以降、これらの合計が多数を占める傾向は変わりません。

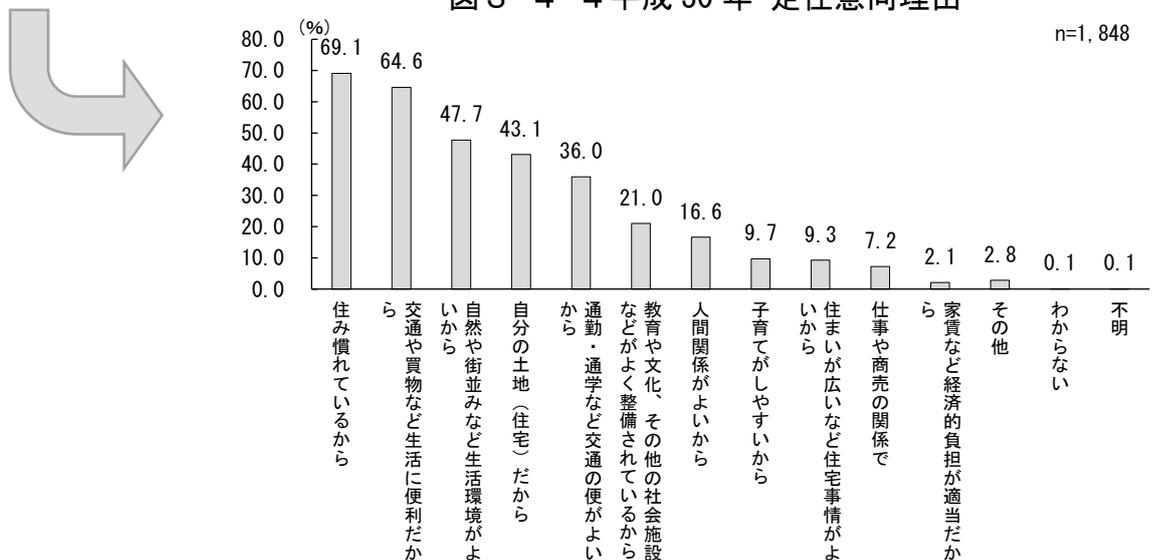
また定住意向のある区民にその理由を聞いたところ、「住み慣れているから」や、「交通や買物など生活に便利だから」の項目が高く、利便性の高いことが評価の要因になっていることが分かります。

図3-4-3 暮らしの満足度の推移



出典：世田谷区「各年区民意識調査」より作成

図3-4-4 平成30年 定住意向理由



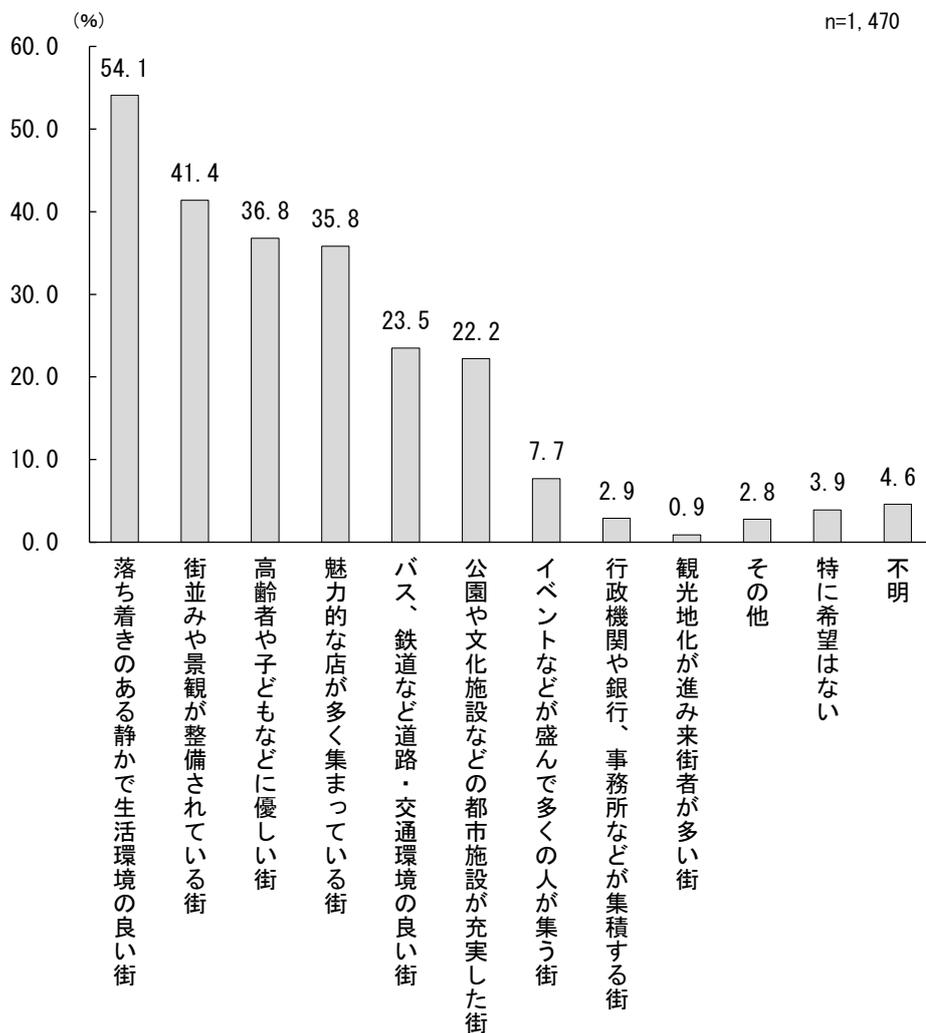
出典：世田谷区「区民意識調査2018」より作成

■日々の暮らしを支える商業・サービス環境へのニーズが高い

区民の居住地における望ましい将来の姿をみると、「落ち着いたある静かで生活環境の良い街」が半数を超えて高くなっていることに加え、「街並みや景観が整備されている街」が41.4%、「高齢者や子どもなどに優しい街」が36.8%、「魅力的な店が多く集まっている街」が35.8%と高くなっています。

今後は商業環境に加え、安全・安心に対するサービス等に対する区民ニーズが高まってくるのが想定されます。

図 3-4-5 平成 28 年 居住地の望ましい将来の姿



出典：世田谷区「平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

■各品目において、日常の消費行動の変化がみられる

区民の買物場所は、「青果・精肉・鮮魚」をはじめとした最寄品は、自宅周辺のスーパー、「普段着・寝具」「高級衣料」等は新宿・渋谷の商業施設、「理美容」「クリーニング」等は自宅周辺の一般商店（小規模商店）が多くなっています。前回調査時（平成20年実施）と時系列で比較すると、全体的な傾向に大きく変化はみられないものの、全ての品目に関して自宅周辺の一般商店（小規模商店）での買物割合が減少しており、商店街等の一般商店で買い物をする区民が少なくなりつつあることがうかがえます。

商店街の利用頻度では、「毎日利用している」で4.0ポイント減、「週に2～3回程度利用」で1.6ポイント減、「週に1回程度」で1.6ポイント減と、平成28年における調査では、特に「毎日利用している」とする区民割合の減少が目立ち、商店街を利用せず、様々な買物先を用いる区民の増加がうかがえます。

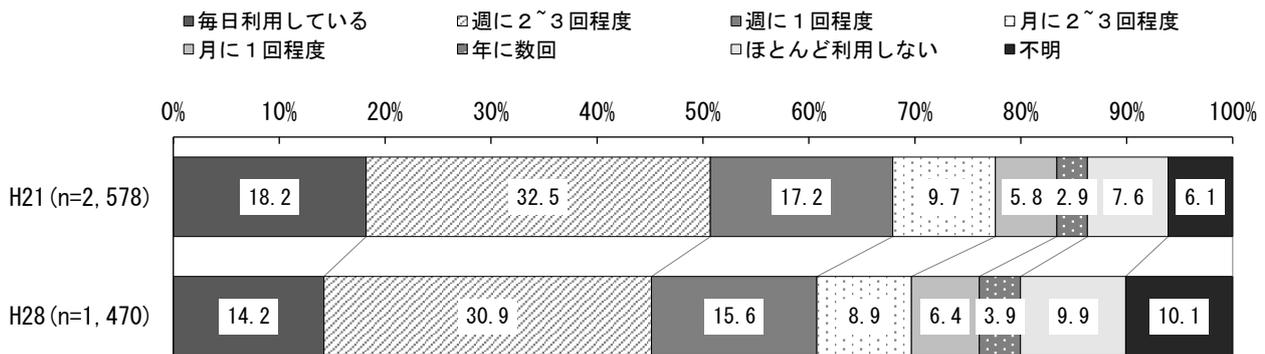
表3-4-1 平成28年 日頃利用する場所

	n	規模 自宅 周辺 の 一般 商店 （小	自宅 周辺 の スー パー	自宅 周辺 以 外 の スー パー	ス ト ア 自 宅 周 辺 の コ ン ビ ニ エ ン	施 設 区 内 の 駅 周 辺 の 大 型 商 業	新 宿 ・ 渋 谷 の 商 業 施 設	東 京 ・ 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	グ セ ン タ ー 等	5 7 以 外 の シ ョ ッ ピ ン	生 協 等 の 宅 配 サ ー ビ ス	ネ ッ ト シ ョ ッ プ	そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	1,470	15.6	80.7	11.8	5.3	6.7	4.6	0.1	1.7	12.9	1.5	2.4	9.6	
弁当・惣菜	1,470	13.1	58.7	6.9	29.0	6.7	8.6	1.6	1.1	2.5	0.2	4.1	13.5	
酒類・飲料	1,470	9.0	68.8	9.6	21.9	3.9	1.8	0.3	1.8	7.0	7.8	3.0	11.2	
その他の食料品	1,470	9.0	67.7	11.3	12.9	6.7	5.7	0.9	2.4	9.2	4.0	2.3	15.0	
日用雑貨	1,470	19.0	47.7	9.2	4.2	11.8	9.2	1.2	7.2	4.2	11.4	5.4	15.2	
普段着・寝具	1,470	8.0	13.0	5.2	0.6	23.9	28.0	5.7	15.4	2.9	17.7	6.8	14.4	
高級衣料	1,470	1.9	1.6	0.5	0.1	18.0	47.2	19.2	10.8	0.1	6.7	9.5	17.1	
薬・化粧品	1,470	40.6	27.3	5.0	2.7	10.3	11.2	2.3	3.5	1.1	10.7	12.6	12.4	
趣味・本・スポーツ用品	1,470	22.7	4.1	1.4	1.9	21.8	25.7	4.1	9.4	0.3	22.3	8.0	15.8	
眼鏡・宝飾品	1,470	15.5	2.3	0.7	0.2	18.1	32.1	11.4	9.0	0.1	3.5	13.9	18.2	
家電・家具等	1,470	6.7	2.9	1.2	0.5	21.6	34.6	6.2	16.7	0.5	19.9	12.0	13.9	
カバン・鞆	1,470	7.1	3.3	1.4	0.5	19.9	41.2	13.5	14.1	0.3	12.1	9.7	15.2	
理・美容	1,470	51.6	1.8	0.4	0.2	4.0	10.5	2.9	1.8	0.1	0.4	22.3	12.1	
クリーニング	1,470	71.3	6.3	0.7	0.3	1.8	0.3	0.1	0.6	0.4	0.9	10.5	12.6	
写真の現像	1,470	34.4	5.2	0.7	3.3	4.8	3.3	0.5	1.3	0.1	5.0	21.5	27.0	
外食・飲食	1,470	39.1	2.0	0.6	0.7	18.5	29.5	11.3	6.4	0.4	0.3	19.0	15.0	
贈答品	1,470	6.1	2.6	0.8	0.3	20.1	45.2	16.2	5.9	0.4	12.2	9.5	14.0	

(注) 網掛けは20%以上。

出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

図3-4-6 自宅周辺商店街の利用頻度



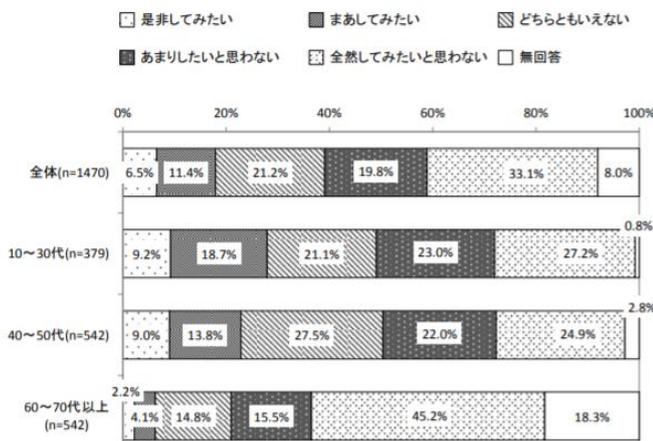
出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より作成

■起業意向を持つ区民は2割弱、ここ10年間で大きく変化はみられない

区民の起業・新分野進出意向では、「全然してみたいと思わない」が33.1%と最も多く、全般的に低い起業意向となっています。年代別では、10～30代で「是非してみたい」「まあしてみたい」の合計割合が最も多く、約3割弱となっています。職業別では、「会社役員」「自営業」「学生」「会社員・公務員」の順で高くなっています。

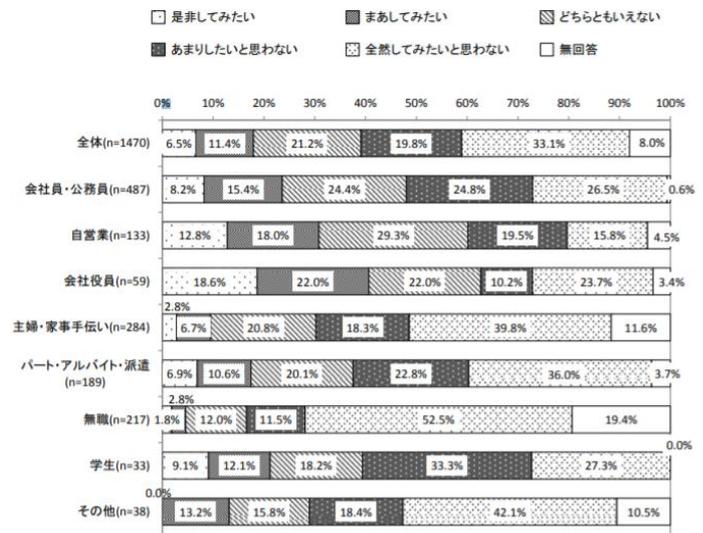
また10～30代の起業意向について、前回調査時と比較すると、「是非してみたい」「まあしてみたい」の合計割合に大きな変化はみられません。

図3-4-7 平成28年 起業・新分野進出意向(年代別・%)



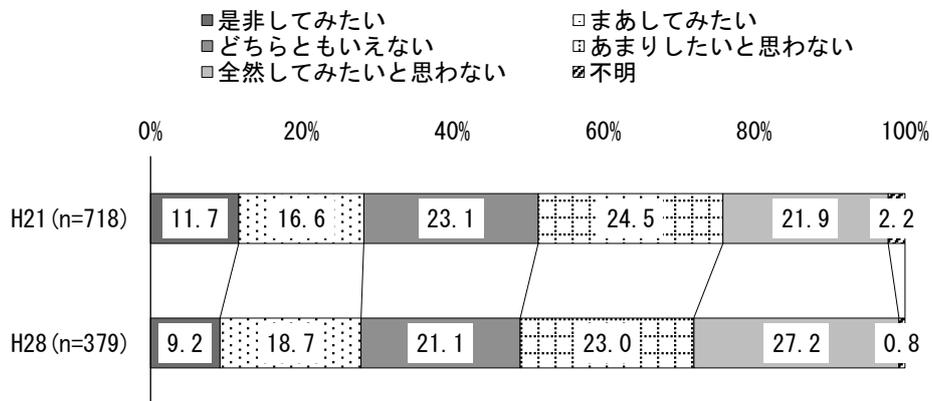
出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

図3-4-8 平成28年 起業・新分野進出意向(職業別・%)



出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

図3-4-9 10～30代の起業意向



出典：世田谷区「平成21年、平成28年 世田谷区産業基礎調査」より作成

第4章 世田谷区の産業の把握

1. 商業・サービス

■事業者にとっては変わらず交通アクセスに優れた街として評価が高い

区内の商業・サービス事業者の立地環境に対する評価では、「交通の便が良く地理的にも便利」が53.7%と最も高く、次いで「自宅等が近い」が25.6%となっています。さらに、平成21年と平成28年における各種調査の時系列分析をみると、顕著な差はみられないものの、「交通の便が良く地理的にも便利」の項目で2.3ポイント増、「自宅等が近い」で1.6ポイント増となっています。

■新たな施設の立地等、区内3つの広域商業拠点で動きが活発化

区内でも著名な3つの商業拠点（下北沢、二子玉川、三軒茶屋）の小売業の動向について、平成19～26年にかけてみると、二子玉川駅周辺で事業所数、年間商品販売額、売場面積ともに増加していることが分かります。これは二子玉川ライズショッピングセンターの開業（第1期）の強い影響が反映されたものだと考えられます。

下北沢駅北口では事業所数が132店舗減、販売額が7,281百万円減等と減少がみられます。南口では事業所数は減少しているものの、販売額は4,044百万円増、売場面積も676㎡と増加がみられ、同駅においても駅出口において違いがみられます。

三軒茶屋では、下北沢駅北口と同様に、事業所数が92減、販売額が10,086百万円減、売り場面積が7,048㎡減と小売業の縮小が顕著にみられます。

二子玉川駅周辺では、平成27年の二子玉川ライズ第2期竣工、ショッピングセンター内の継続的リニューアルや新規店舗の増加等の影響もあり、今後も小売業の事業所が増加し、販売額等も増加傾向が見込まれます。また下北沢駅周辺においても、小田急線複々線化事業が進み、平成31年3月には新駅舎が完成予定となっていることに加え、同年8月には駅舎正面に新たな商業施設として「シモキタフロント」が開業予定となっています。

また成城学園前駅周辺では事業所数が減少しているにもかかわらず年間商品販売額は増加、売場面積も増加しています。千歳烏山駅では、北側・南側ともに事業所数、年間商品販売額、売場面積すべてで減少しています。

表4-1-1 各商業拠点の比較

	事業所数			年間商品販売額(百万円)			売場面積(㎡)		
	H19	H26	増減	H19	H26	増減	H19	H26	増減
下北沢駅(北口)	272	140	▲132	16,686	9,405	▲7,281	17,105	11,502	▲5,603
下北沢駅(南口)	121	70	▲51	10,390	14,434	4,044	9,255	9,931	676
二子玉川駅周辺	71	183	112	6,573	31,611	25,038	3,721	24,947	21,226
三軒茶屋	273	181	▲92	40,142	30,056	▲10,086	32,490	25,442	▲7,048
成城学園前駅周辺	98	86	▲12	10,834	15,664	4,830	7,331	9,170	1,839
千歳烏山駅北側	142	91	▲51	12,437	11,781	▲656	9,491	7,678	▲1,813
千歳烏山駅南側	62	33	▲29	9,671	4,643	▲5,028	6,465	3,509	▲2,956

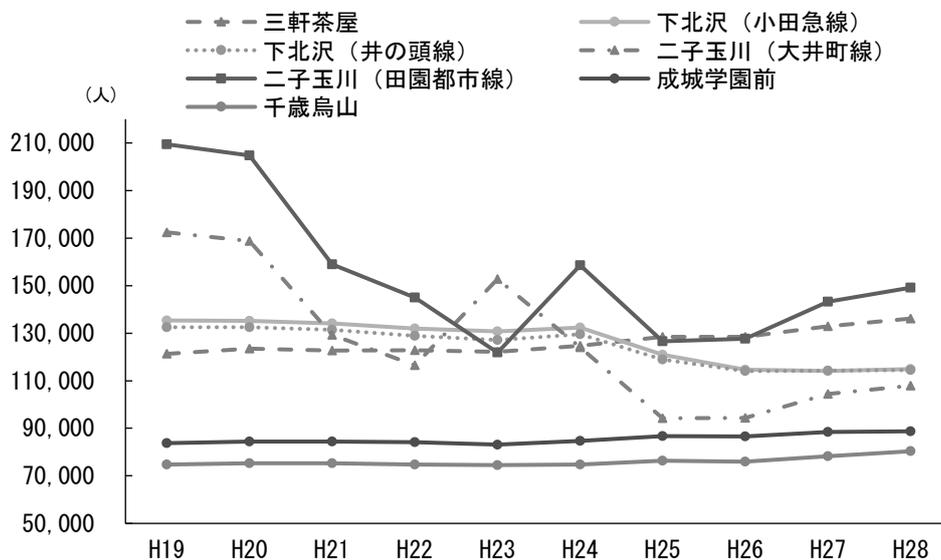
出典：経済産業省「平成19年、平成26年商業統計調査」より作成

平成 19～26 年における各駅の 1 日の乗降客数平均の推移は、大井町線・田園都市線ともに二子玉川駅で大幅な減少がみられますが、平成 19 年より田園都市線準急の運行開始により各駅停車と急行の乗り換えが無くなったことや、平成 21 年大井町線が溝の口駅まで延伸したことにより途中駅となったこと等、乗換駅としての機能がなくなったことによる影響が大きいと考えられます。

一方、三軒茶屋駅に関しては、概ね乗降客数は横ばい・微増で推移しているものの、下北沢駅の各線（小田急線・井の頭線）は、平成 24～26 年の間でともに減少しており、小田急線が地下化された影響も考えられる反面、前述の年間商品販売額の減少と少なからず関係があると考えられます。

その他、成城学園前駅や千歳烏山駅に関しては、10 万人以下の規模となっているものの、年々乗降客数が増加傾向にあります。

図 4-1-1 区内主要駅の乗降客数の推移（1 日平均）

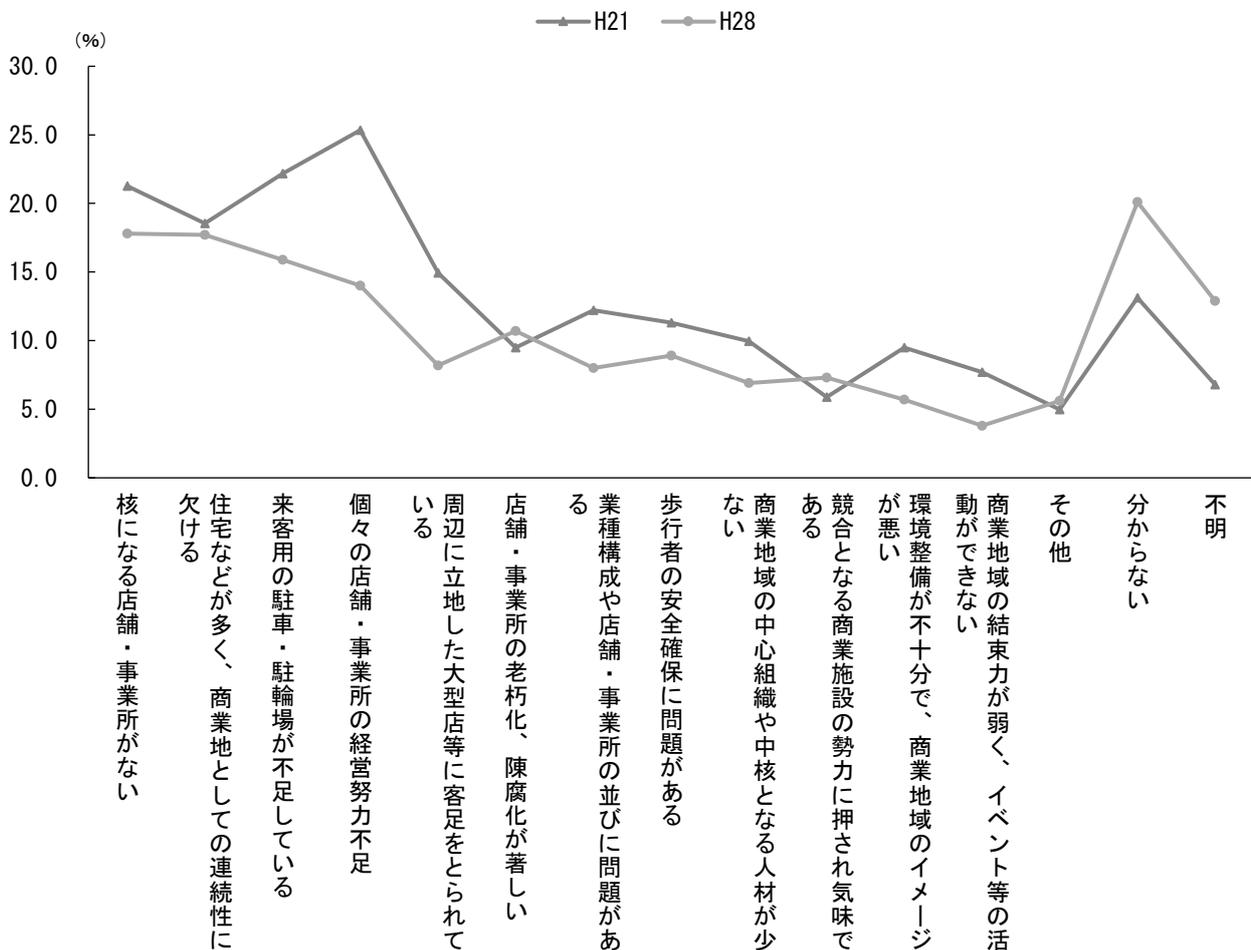


出典：世田谷区「各年世田谷区統計書」より作成

■個々の店舗の経営努力を問題と考える事業者の減少

商店街の問題について事業者の評価をみると、平成 21 年では「個々の店舗・事業所の経営努力不足」が最も多くなっているのに対し、平成 28 年では、「核になる店舗・事業所がない」が最も多くなっています。その他、全般的に回答割合が減少しているものの、「個々の店舗・事業所の経営努力不足」といった項目で最も大きなポイントの減少がみられます。他方で、平成 28 年では「分からない」の項目を選択する事業者が多くなっていることも注目すべき特徴となっています。これまで「個々の店舗・事業所の経営努力不足」と捉えられていたものが、徐々に問題点が「分からない」という状況に変化しつつあることがうかがえます。

図 4-1-2 商業・サービス事業者の周辺商業地域の問題点の時系列分析



出典：世田谷区「平成 21 年、平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

■無店舗小売業で新たに従業者数が大幅に増加

卸売業、小売業の事業所数は、平成 24～28 年にかけて 0.5%増、従業者数は 4.8%減となっています。このうち増加が顕著な業種は無店舗小売業で、事業所は 77.7%、従業者数で 135.5%増となっており、減少が顕著な事業所は、その他の小売業、従業者では建築材料、鉱物・金属材料等卸売業となっています。

表 4-1-2 卸売業、小売業の事業所及び従業者数

	事業所数			従業者数(人)		
	H24	H28	増減率	H24	H28	増減率
卸売業、小売業計	6,712	6,744	0.5%	61,094	58,192	▲4.8%
卸売業計	1,264	1,365	8.0%	15,929	13,526	▲15.1%
各種商品卸売業	3	4	33.3%	9	26	188.9%
繊維・衣服等卸売業	107	137	28.0%	1,700	1,275	▲25.0%
飲食料品卸売業	213	227	6.6%	2,061	2,395	16.2%
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	216	229	6.0%	2,500	1,526	▲39.0%
機械器具卸売業	364	360	▲1.1%	5,311	4,081	▲23.2%
その他の卸売業	361	408	13.0%	4,348	4,223	▲2.9%
小売業計	5,383	5,371	▲0.2%	44,478	44,582	0.2%
各種商品小売業	8	11	37.5%	886	941	6.2%
織物・衣服・身の回り品小売業	1,029	1,001	▲2.7%	5,248	5,329	1.5%
飲食料品小売業	1,647	1,659	0.7%	20,377	20,286	▲0.4%
機械器具小売業	562	574	2.1%	4,109	3,688	▲10.2%
その他の小売業	2,016	1,911	▲5.2%	12,505	11,152	▲10.8%
無店舗小売業	121	215	77.7%	1,353	3,186	135.5%

※格付不能の事業所・従業者数を除くため、合計値が一致しない場合がある。

出典：総務省「平成 24 年、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

事業所数・従業者数ともに増加が顕著な無店舗小売業について詳しくみると、通信販売・訪問販売において、従業者数が約 1,500 人増加しています。このことから、店舗を持たないインターネットを介した EC 等の小売業が拡大していることが想定されます。

表 4-1-3 無店舗小売業における事業所及び従業者数

	事業所数			従業者数(人)		
	H24	H28	増減	H24	H28	増減
無店舗小売業	121	215	94	1,353	3,186	1,833
管理、補助的経済活動を行う事業所	2	5	3	177	425	248
通信販売・訪問販売小売業	94	172	78	824	2,332	1,508
自動販売機による小売業	11	7	▲4	38	57	19
その他の無店舗小売業	14	31	17	314	372	58

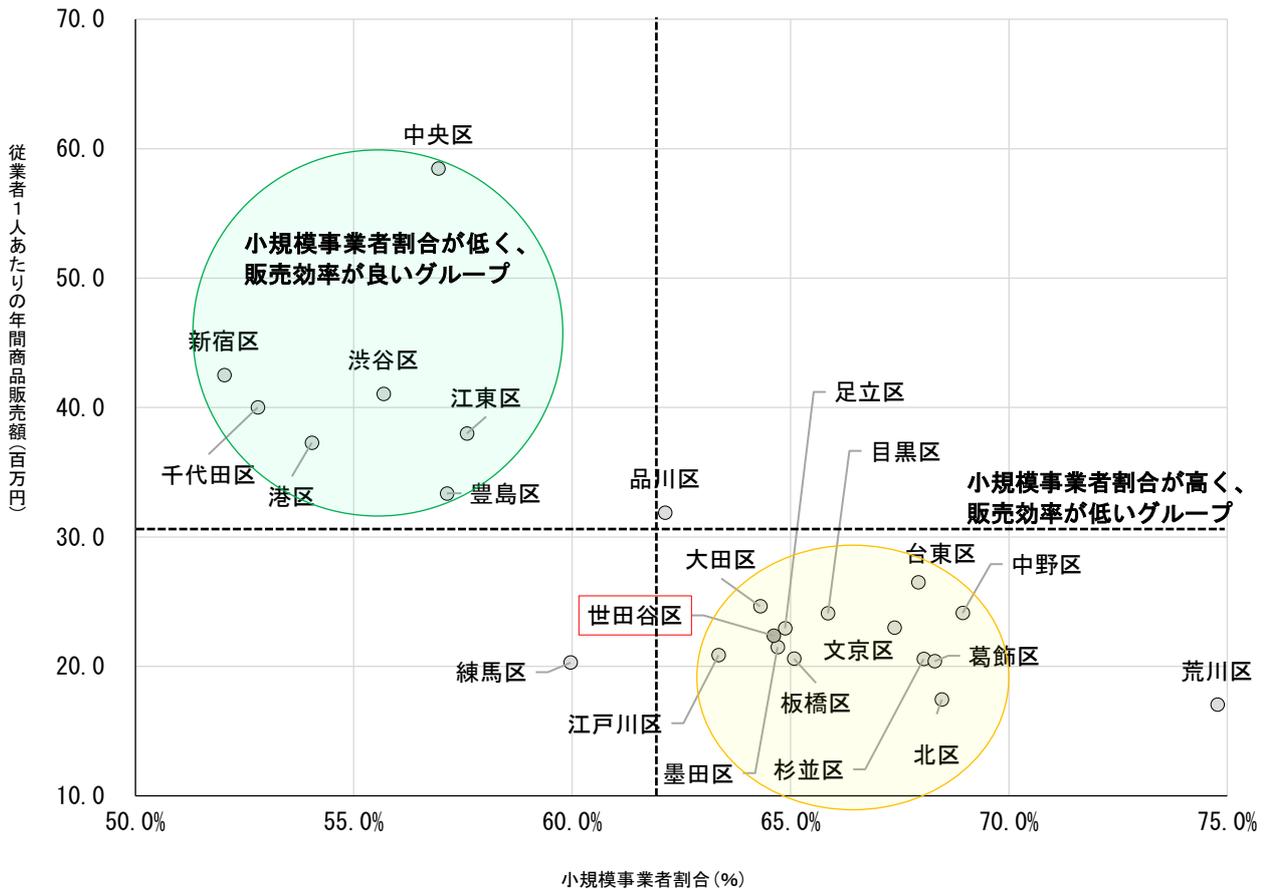
※無店舗小売業とは、店舗を持たず、カタログや新聞・雑誌・テレビジョン・ラジオ・インターネット等で広告を用い、通信手段によって個人からの注文を受け、商品を販売する事業所。通信販売・訪問販売小売業とは、様々なインターネット販売小売業を含む小分類を言う。

出典：総務省「平成 24 年、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

■小売業の特徴

23 区の小売業について、平成 28 年における従業者 1 人あたりの年間商品販売額、小規模事業者割合（従業者数 5 人以下の事業所割合）を比較すると、世田谷区は大田区や墨田区、足立区、板橋区等と比較的類似した傾向を有しています。また、中央区や新宿区、渋谷区等、小規模事業者割合が低く販売効率が良いグループと比べ、世田谷区は小規模事業者割合が高く、販売効率が相対的に低いグループにあることが把握できます。

図 4-1-3 平成 28 年 年間商品販売額及び小売業割合の 23 区比較

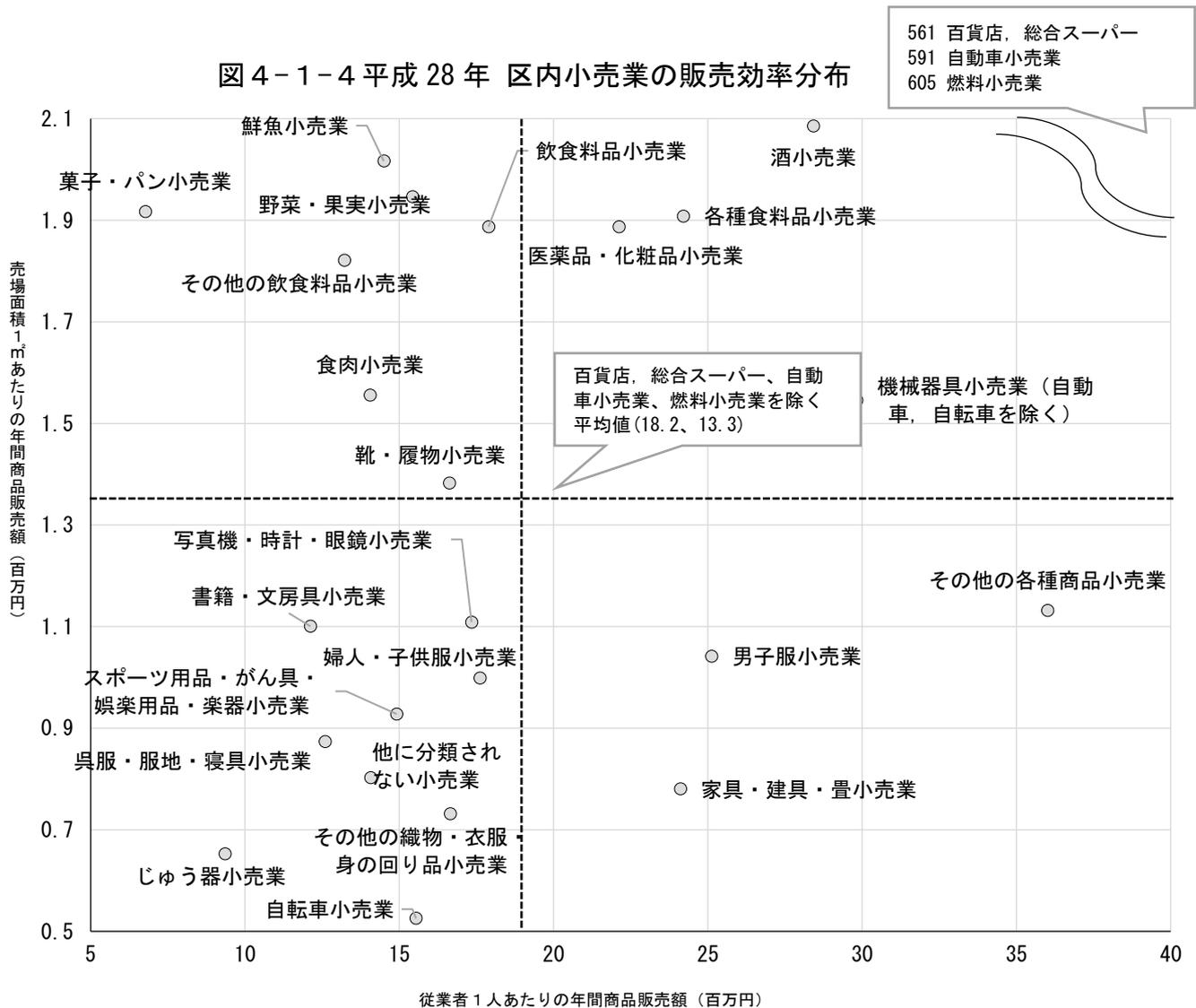


出典：総務省「平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

こうした特性を持つ区内小売事業者について、小分類レベルで売場面積1㎡あたりの年間商品販売額、1人あたりの年間商品販売額を比較すると、百貨店、総合スーパー等の突出した業種を除き、販売効率の良い業種は、酒小売業、各種飲料品小売業、医療・化粧品小売業、機械器具小売業等となっています。

一方、書籍・文房具小売業や自転車小売業等、図表左下に位置する業種は、1㎡あたり・1人あたりの販売額が低い業種であることが分かります。さらに菓子・パン小売業等では売場面積に対する販売効率は高いものの、従業員1人あたりでは販売額が低くなっているといった特徴がみられます。

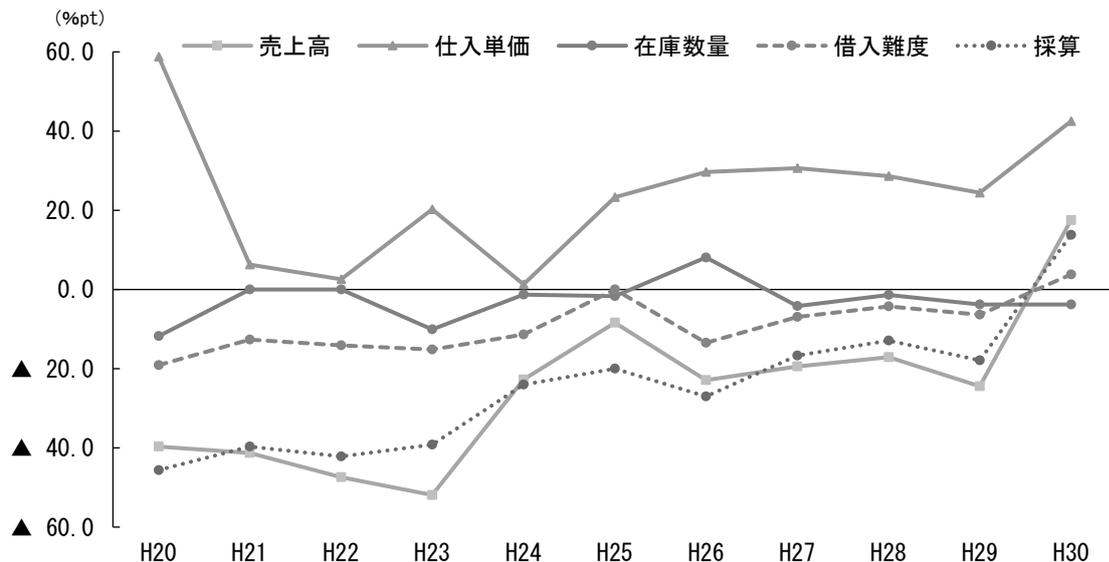
図4-1-4 平成28年 区内小売業の販売効率分布



出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

小売業の業況指数をみると、在庫数量は比較的安定しており、平成30年ではプラス値に転じた指標が多く、売上高・採算が好転している企業が多くなっているものの、仕入単価の増減幅が特に目立つことに加え、平成20年以降では、売上高や採算等の重要な指標に対して厳しい判断がなされています。

図4-1-5 小売業業況指数推移（7～9月期）



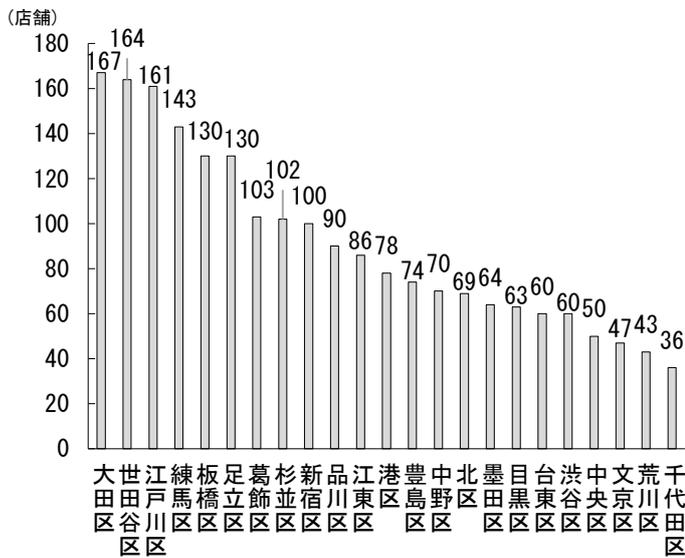
※売上高(増加⇔減少)、仕入単価(上昇⇔低下)、在庫数量(増加⇔減少)、借入難度(容易⇔困難)、採算(好転⇔悪化)

出典：世田谷産業振興公社「せたがやエコノミックス」より作成

小売業の厳しい景況感の理由の一つに、例えば生鮮食品を中心に食品スーパーの利用が一般化しており、いわゆる近隣商店で購入する区民割合が少ない実態があると考えられます。

世田谷区は23区内でも大田区に次いで食品系スーパーの店舗数が多くなっています。また、生鮮食品を主力とする「食品スーパー」の数では、1位の大田区よりも多く、「オオゼキ」、「サミット」が上位2位の店舗数を誇り、世田谷区のスーパーマーケットを象徴する店舗となっています。これらの店舗数を地域別にみると、世田谷地域や烏山地域で特に店舗数が多く、区民消費においても特に利用が多い地域であることが推測されます。

図4-1-6 平成30年 食品系スーパー店舗数 表4-1-4 平成30年 地域別店舗数



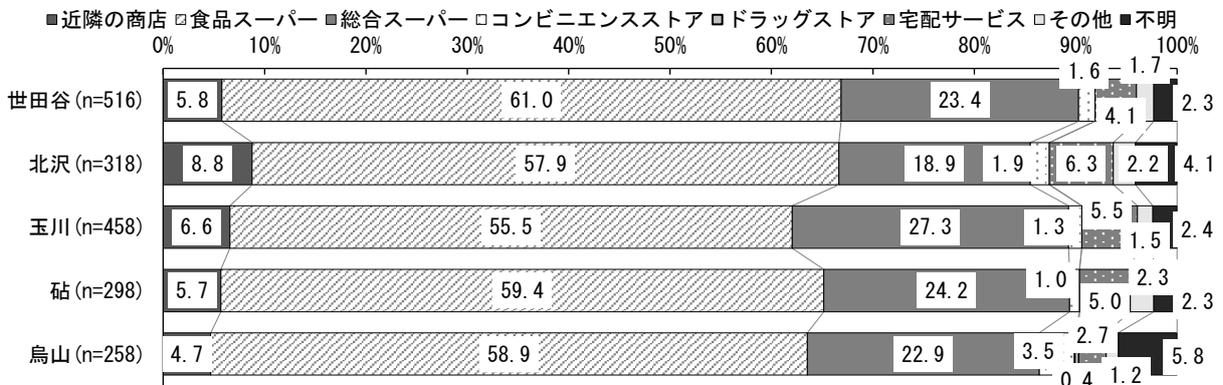
(上位2社(株)オオゼキ、サミット(株))

	合計	世田谷地域	北沢地域	烏山地域	砧地域	玉川地域
合計	30	11	4	8	3	4

出典：各社HPより作成

出典：「日本全国スーパーマーケット情報 (平成30年12月時点)」等より作成

図4-1-7 平成26年 区民の生鮮食品の買物先 (地域別)



出典：世田谷区「平成26年買い物現況調査アンケート結果報告書」より作成

■サービス業では、医療、福祉を中心に事業所規模等が拡大

サービス業に含まれる業種をみると、宿泊業、飲食サービス業、教育、学習支援業、医療、福祉の各業種で事業所及び従業者数ともに増加がみられます。一方、生活関連サービス業、娯楽業では、従業者数で3.3%の減少がみられ、なかでもその他の生活関連サービス業で16.3%と大幅な減少がみられます。

特に事業所数・従業者数の増加が著しい業種は医療、福祉となっており、なかでも社会保険・社会福祉・介護事業では事業所数が91.9%、従業者数が50.5%と大幅な拡大がみられます。業種小分類では、最も従業者数が多い分類は、老人福祉・介護事業となっており、そのなかでも、訪問介護事業で29.5%、有料老人ホームで25.0%と割合が高く、医療・福祉のなかでも、主な雇用の受け皿となっています。今後、さらに高齢化が進むことにより、介護事業者は増加していくと考えられます。

表4-1-5 サービス業等の事業所及び従業者数

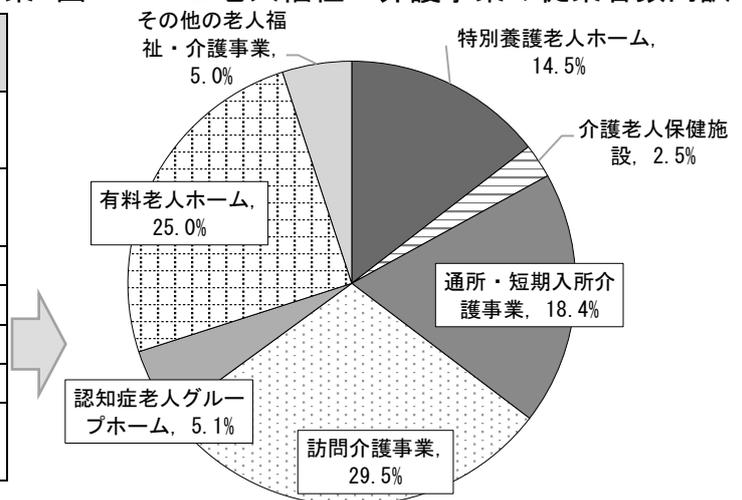
	事業所数			従業者数（人）		
	H24	H28	増減率	H24	H28	増減率
宿泊業、飲食サービス業	3,452	3,843	11.3%	29,498	32,874	11.4%
宿泊業	62	63	1.6%	353	492	39.4%
飲食店	3,156	3,459	9.6%	26,689	29,035	8.8%
持ち帰り・配達飲食サービス業	214	319	49.1%	2,351	3,326	41.5%
生活関連サービス業、娯楽業	2,515	2,682	6.6%	14,081	13,619	▲3.3%
洗濯・理容・美容・浴場業	1,922	2,004	4.3%	8,004	7,700	▲3.8%
その他の生活関連サービス業	242	292	20.7%	2,005	1,678	▲16.3%
娯楽業	339	386	13.9%	4,029	4,241	5.3%
教育、学習支援業	942	1,211	28.6%	20,007	21,517	7.5%
学校教育	163	168	3.1%	13,431	13,819	2.9%
その他の教育、学習支援業	779	1,043	33.9%	6,576	7,698	17.1%
医療、福祉	2,343	3,151	34.5%	29,631	38,919	31.3%
医療業	1,867	2,235	19.7%	17,438	20,656	18.5%
保健衛生	6	12	100.0%	173	144	▲16.8%
社会保険・社会福祉・介護事業	469	900	91.9%	12,006	18,074	50.5%

出典：総務省「平成24年、平成28年経済センサス活動調査」より作成

表4-1-6 平成28年 社会保険・社会福祉・介護事業 図4-1-8 老人福祉・介護事業の従業者数内訳

	事業所数	従業者数（人）
社会保険・社会福祉・介護事業	900	18,074
管理、補助的経済活動を行う事業所	8	70
社会保険事業団体	5	106
児童福祉事業	252	4,781
老人福祉・介護事業	529	11,502
障害者福祉事業	89	1,338
その他の社会保険・社会福祉・介護事業	17	277

出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」より作成



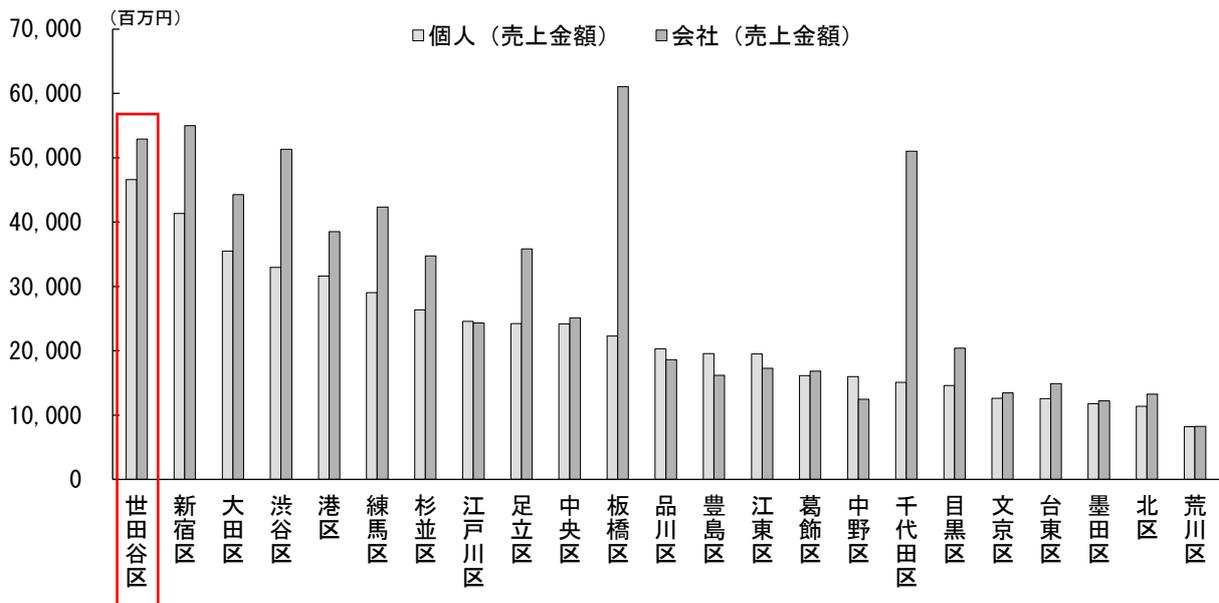
出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

医療、福祉業種の事業所は、区内の他業種と比較すると廃業率は低く、開業率は高くなっています。

医療、福祉における全事業所の売上規模をみると、付加価値額等は高くないものの、個人・会社ともに事業所の総売上高が23区内でも相対的に高いことが分かります。

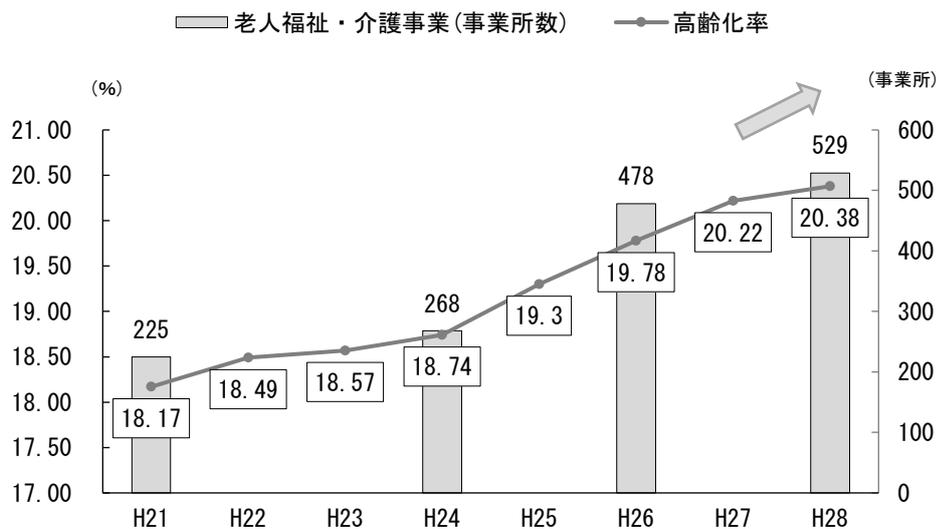
加えて、「老人福祉・介護事業」の事業所数についても、区内高齢化率とともに増加傾向にあり、区民のニーズが高く医療、福祉に係る売上高規模が23区内でも大きいことから、開業率も高まる傾向にあると考えられます。

図4-1-9 平成28年 医療、福祉業種における総売上高比較



出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

図4-1-10 区内高齢化率と老人福祉・介護事業所数の推移



出典：東京都「各年住民基本台帳による東京都の世帯と人口」、
総務省「平成21年、平成26年経済センサス基礎調査、平成24年、
平成28年経済センサス活動調査」より作成

■商業・サービス全体では、「売上の伸び悩み」に続き、「人材不足」が大きな課題

現在困っていることでは、全体として「売上の伸び悩み」が4割を超えて高く、次いで「人材不足」が多くなっています。

業種別にみると、卸売・小売業やその他サービス業で売上の伸び悩みが困りごととして多く挙げられており、医療・福祉や飲食業では、人材不足の課題が相対的に多く、業種によって困りごとに大きな差がみられます。

これからの経営方針で思うことについては、全体では「接客態度を向上させる」が最も多いものの、業種によってばらつきがみられ、卸売・小売業やその他サービス業で「廃業又は自分の代で閉店」が2割を超えて高くなっています。また、これら2業種については、「売上の伸び悩み」が大きな課題となっていることを踏まえると、経営状況の悪化等の影響により、今後、廃業する事業者のさらなる増加が懸念されます。

表4-1-7 平成28年 現在困っていること（業種別）

	n	売上の伸び悩み	人材不足	経営者の高齢化	営業経費の増加	同業者との競争激化	店舗・事業所の老朽化	粗利益の低下	後継者の確保	売場面積が狭い	大型店の悪影響	駐輪・駐車場不足	品揃えの確保難	コンビニの悪影響	流行への乗り遅れ	その他	無回答
全体	1,481	41.1	26.7	19.6	18.4	17.6	15.7	15.1	6.5	6.0	4.5	4.4	3.1	2.0	1.6	8.0	11.3
卸売・小売業	340	52.1	21.2	21.8	18.2	12.9	13.2	22.9	6.5	9.1	10.6	4.7	9.1	4.7	1.5	6.5	7.4
飲食業	214	48.6	29.0	21.5	31.8	5.6	25.7	21.0	4.2	3.3	3.3	3.7	2.8	5.6	2.8	3.3	10.3
その他サービス業	281	52.3	27.4	23.1	18.5	24.6	16.4	13.2	5.0	4.3	2.5	3.2	0.7	0.7	1.8	8.2	8.2
医療・福祉	319	24.1	33.5	16.6	14.7	24.1	14.1	9.1	7.2	7.5	1.6	6.3	0.6	0.0	1.3	9.4	12.9
教育・学習支援	72	13.9	26.4	8.3	9.7	13.9	11.1	4.2	11.1	9.7	0.0	6.9	1.4	0.0	1.4	11.1	33.3
その他	229	35.8	23.6	19.2	14.8	20.1	13.1	12.7	7.4	3.1	3.9	2.6	1.3	0.0	0.9	11.4	10.9

(注)網掛けは20%以上。

出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

表4-1-8 平成28年 これからの経営方針で重要と思うこと（業種別）

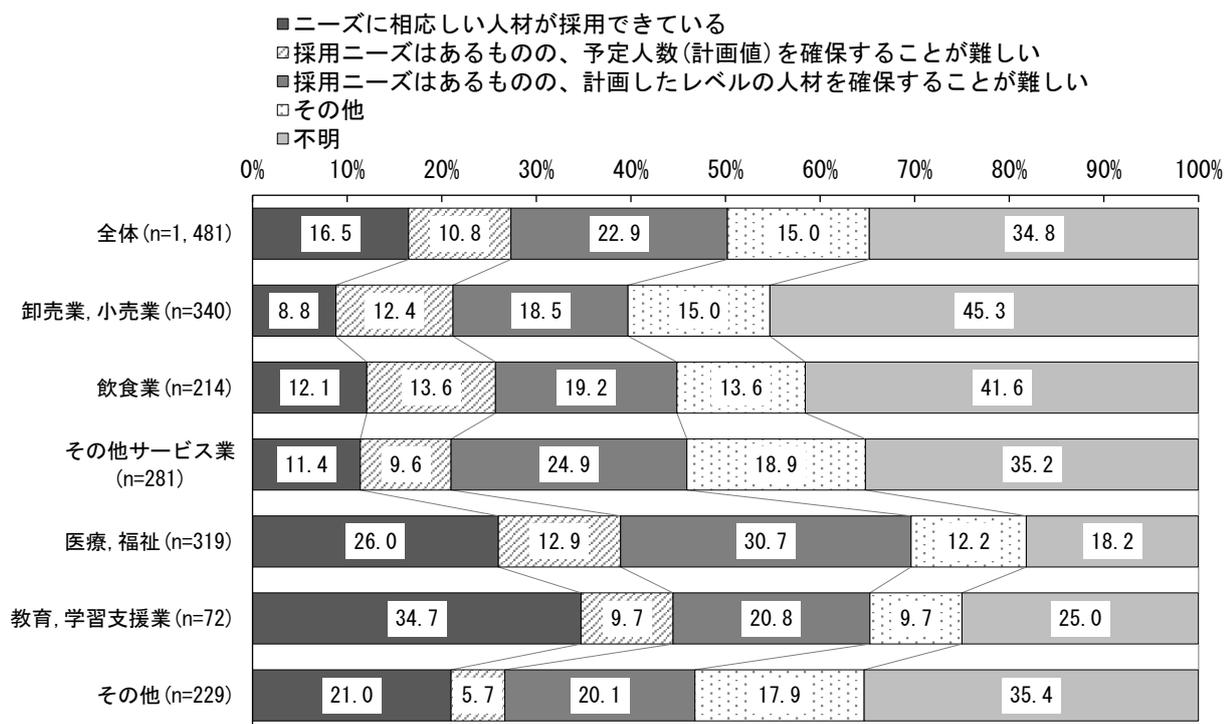
	n	接客態度を向上させる	品質・鮮度・サービスを良くする	廃業又は自分の代で閉店	店舗・事業所の情報提供	気軽にに入れるようにする	品揃えを増やす	商圏を拡げる	店をもっと清潔にする	業種または業態の転換	価格を下げる	配達をする	営業時間を長くする	催物・特売などを増やす	駐輪・駐車場を広くする	休憩場所を設置する	その他	分らない	無回答
全体	1,481	26.3	19.3	18.3	16.1	14.2	9.4	8.4	7.0	6.1	4.3	3.2	2.8	2.2	1.9	0.9	9.2	8.5	10.1
卸売・小売業	340	23.5	19.7	21.8	17.4	14.7	23.8	10.9	7.9	8.5	10.3	6.2	1.8	5.3	2.9	2.6	6.5	5.0	5.3
飲食業	214	31.8	26.6	19.6	15.9	22.9	7.0	7.0	12.1	6.1	4.2	4.2	2.8	2.8	1.4	0.0	3.7	7.5	8.4
その他サービス業	281	29.9	19.9	22.4	14.9	17.1	4.6	10.0	10.7	3.6	3.6	2.1	1.1	0.7	0.4	0.7	10.0	4.6	7.8
医療・福祉	319	31.0	16.9	12.9	19.4	9.7	3.1	5.0	3.4	5.0	1.3	2.5	5.3	0.3	2.8	0.6	11.6	11.6	11.3
教育・学習支援	72	22.2	23.6	4.2	11.1	2.8	8.3	8.3	2.8	1.4	0.0	0.0	1.4	1.4	1.4	0.0	9.7	12.5	30.6
その他	229	17.5	12.7	18.8	12.7	12.7	5.2	9.6	3.1	8.3	0.9	1.3	2.6	1.3	1.3	0.0	14.0	14.0	11.4

(注)網掛けは20%以上。

出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

若年者の採用状況について、教育、学習支援業では「ニーズに相応しい人材が採用できている」が34.7%と最も多く、医療・福祉では「採用ニーズはあるものの計画したレベルの人材を確保することが難しい」が30.7%と多くなっています。

図4-1-1 平成28年若年者の採用状況（業種別）



出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

2.工業・ものづくり・建設

■製造業は規模が縮小傾向、情報通信業では事業者の区内移転も相まって規模拡大

製造業では、平成24～28年にかけて、多くの中分類で事業所及び従業者数が減少しており、従業者数では21.9%と大きく雇用が縮小していることが分かります。最も従業者数の減少割合が多い輸送用機械器具製造業で79.3%となっています。一方、はん用機械器具製造業では200人以上従業者が増加しています。

情報通信業についてみると、インターネット附随サービス業で従業者数が急増しており、楽天株の移転が大きく影響していることがうかがえます。また同業種では、事業所数においても約40社が増加しており、楽天株の移転による影響だけでなく、新たに区内集積の進んでいる業種だと考えられます。

表4-2-1 製造業の業種別事業所数・従業者数の推移

	事業所数			従業者数(人)		
	H24	H28	増減率	H24	H28	増減率
E 製造業	787	734	▲6.7%	6,970	5,446	▲21.9%
09 食料品製造業	79	72	▲8.9%	1,202	725	▲39.7%
10 飲料・たばこ・飼料製造業	5	4	▲20.0%	28	13	▲53.6%
11 繊維工業	62	66	6.5%	543	379	▲30.2%
12 木材・木製品製造業(家具を除く)	5	5	0.0%	18	24	33.3%
13 家具・装備品製造業	36	30	▲16.7%	138	119	▲13.8%
14 パルプ・紙・紙加工品製造業	18	13	▲27.8%	103	171	66.0%
15 印刷・同関連業	100	98	▲2.0%	770	564	▲26.8%
16 化学工業	29	32	10.3%	332	426	28.3%
17 石油製品・石炭製品製造業	-	-	-	-	-	-
18 プラスチック製品製造業	25	21	▲16.0%	155	113	▲27.1%
19 ゴム製品製造業	8	6	▲25.0%	28	34	21.4%
20 なめし革・同製品・毛皮製造業	5	12	140.0%	24	53	120.8%
21 窯業・土石製品製造業	22	14	▲36.4%	160	139	▲13.1%
22 鉄鋼業	3	2	▲33.3%	8	8	0.0%
23 非鉄金属製造業	15	9	▲40.0%	145	48	▲66.9%
24 金属製品製造業	61	55	▲9.8%	280	258	▲7.9%
25 はん用機械器具製造業	24	28	16.7%	186	415	123.1%
26 生産用機械器具製造業	32	31	▲3.1%	276	305	10.5%
27 業務用機械器具製造業	51	49	▲3.9%	538	416	▲22.7%
28 電子部品・デバイス・電子回路製造業	30	25	▲16.7%	348	195	▲44.0%
29 電気機械器具製造業	58	51	▲12.1%	769	371	▲51.8%
30 情報通信機械器具製造業	22	15	▲31.8%	309	198	▲35.9%
31 輸送用機械器具製造業	14	10	▲28.6%	169	35	▲79.3%
32 その他の製造業	77	86	11.7%	420	437	4.0%

出典：総務省「平成24年、平成28年経済センサス活動調査」より作成

表4-2-2 情報通信業 小分類別事業所数・従業者数の推移

	事業所数			従業者数(人)		
	H24	H28	増減率	H24	H28	増減率
G 情報通信業	513	610	18.9%	8,208	17,429	112.3%
37 通信業	25	9	▲64.0%	206	251	21.8%
38 放送業	13	10	▲23.1%	255	475	86.3%
39 情報サービス業	197	228	15.7%	5,334	7,039	32.0%
40 インターネット附随サービス業	22	64	190.9%	195	7,676	3,836.4%
41 映像・音声・文字情報制作業	250	298	19.2%	2,113	1,980	▲6.3%

出典：総務省「平成24年、平成28年経済センサス活動調査」より作成

■規模は大きくないものの、労働集約的なものづくりが行われている

世田谷区の従業者4人以上の製造業事業所数は、143事業所で23区内のうち1.7%、従業者数は2,023人で1.5%を占めています。また製造品出荷額は3,475,468万円で1.6%、付加価値額では1,868,664万円で1.5%となっており、製造業の占める割合は他区と比較すると低位となっています。

また製造品出荷額においても、3,500,000万円前後を推移していますが、平成20年時点と比較すると、規模が縮小していることがうかがえます。

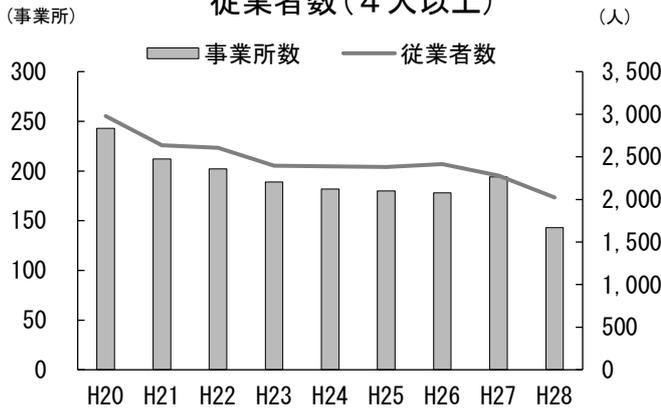
表4-2-3 平成29年 従業者4人以上の製造業事業者 23区比較

	事業所数			従業者数			製造品出荷額総額			付加価値額	
	実数	構成比		実数(人)	構成比		実数(万円)	構成比		実数(万円)	構成比
大田区	1,254	15.2%	大田区	19,752	14.2%	大田区	31,881,774	14.3%	大田区	16,996,650	14.1%
足立区	795	9.6%	板橋区	14,850	10.7%	板橋区	28,829,857	12.9%	板橋区	13,593,013	11.3%
墨田区	731	8.9%	足立区	12,640	9.1%	墨田区	22,184,303	9.9%	墨田区	12,454,978	10.3%
葛飾区	692	8.4%	墨田区	11,946	8.6%	江東区	21,569,124	9.7%	江東区	11,546,445	9.6%
江戸川区	672	8.1%	江東区	9,317	6.7%	足立区	19,446,360	8.7%	足立区	10,104,604	8.4%
板橋区	612	7.4%	葛飾区	9,055	6.5%	江戸川区	15,108,348	6.8%	北区	7,878,616	6.5%
江東区	489	5.9%	江戸川区	8,919	6.4%	北区	14,829,195	6.6%	江戸川区	7,446,618	6.2%
荒川区	455	5.5%	北区	8,237	5.9%	葛飾区	12,791,019	5.7%	葛飾区	6,189,704	5.1%
台東区	393	4.8%	新宿区	5,742	4.1%	新宿区	8,995,855	4.0%	文京区	4,506,632	3.7%
品川区	352	4.3%	品川区	5,678	4.1%	文京区	8,933,424	4.0%	品川区	4,486,604	3.7%
新宿区	259	3.1%	荒川区	5,583	4.0%	品川区	7,869,756	3.5%	新宿区	4,261,477	3.5%
北区	250	3.0%	文京区	5,401	3.9%	荒川区	6,796,574	3.0%	荒川区	3,714,934	3.1%
文京区	236	2.9%	台東区	4,017	2.9%	練馬区	5,866,592	2.6%	台東区	2,838,406	2.3%
練馬区	178	2.2%	練馬区	3,183	2.3%	台東区	5,674,684	2.5%	練馬区	2,615,173	2.2%
世田谷区	143	1.7%	目黒区	2,472	1.8%	目黒区	4,295,598	1.9%	目黒区	2,138,430	1.8%
豊島区	130	1.6%	豊島区	2,368	1.7%	世田谷区	3,475,468	1.6%	豊島区	1,928,505	1.6%
目黒区	129	1.6%	世田谷区	2,023	1.5%	千代田区	3,223,015	1.4%	世田谷区	1,868,664	1.5%
中央区	122	1.5%	中央区	1,988	1.4%	豊島区	3,153,834	1.4%	中央区	1,690,284	1.4%
港区	88	1.1%	千代田区	1,814	1.3%	中央区	3,135,822	1.4%	千代田区	1,601,329	1.3%
千代田区	87	1.1%	杉並区	1,393	1.0%	港区	2,542,433	1.1%	港区	1,211,653	1.0%
杉並区	85	1.0%	港区	1,228	0.9%	渋谷区	1,098,987	0.5%	杉並区	647,756	0.5%
中野区	59	0.7%	渋谷区	866	0.6%	杉並区	1,078,274	0.5%	渋谷区	603,235	0.5%
渋谷区	45	0.5%	中野区	731	0.5%	中野区	713,656	0.3%	中野区	493,718	0.4%

出典：東京都「東京の工業（平成29年工業統計調査報告）」より作成

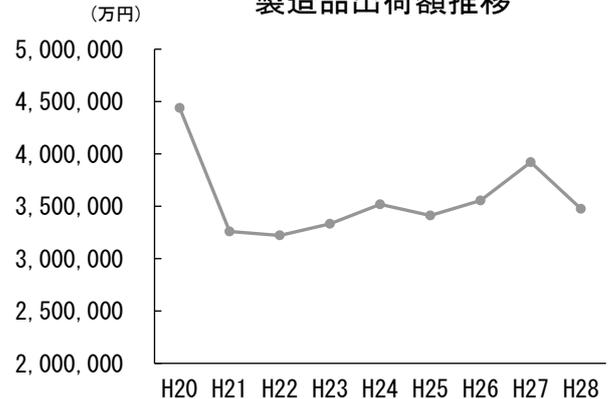
「東京の工業」におけるデータは経済産業省「工業統計調査」が基となっているが、平成29年工業統計調査は、調査時期の変更理由により、事業所数、従業者数は平成29年6月1日現在、現金給与総額、製造品出荷額などの経理事項については平成28年1月～12月の実績となっている。

図4-2-1 世田谷区の製造業の事業所数・従業者数(4人以上)



出典：東京都「各年東京の工業」より作成

図4-2-2 世田谷区の製造業の製造品出荷額推移



出典：東京都「各年東京の工業」より作成

23区における従業者1人あたりの生産性（付加価値額／従業者数）及び付加価値率（付加価値額／製造出荷額）についてみると、江東区や墨田区等で1人あたりの付加価値額が高く、中野区、豊島区、杉並区等で付加価値割合が高くなっています。世田谷区の付加価値額が23区内で占める割合は2%弱と少なかったものの、従業者1人あたりの生産性は上位5位に入っており、効率の良いものづくりが行われていることがうかがえます。

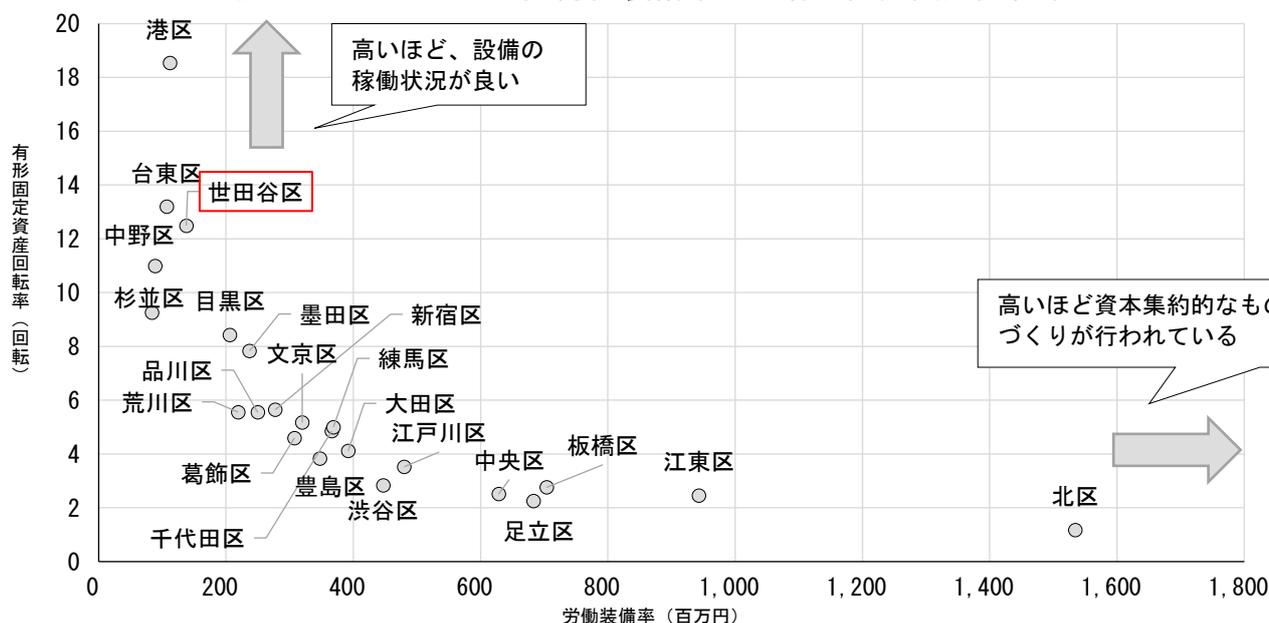
労働装備率（有形固定資産額／従業者数）及び、有形固定資産回転率（製造出荷額／有形固定資産額）では、世田谷区は有形固定資産回転率が高く、労働装備率が低いことから、従業者1人あたりの設備額等は小さく、労働集約的なものづくりが進んでいると考えられます。

図4-2-3 平成29年 従業者数1人あたりの生産性及び付加価値率



出典：東京都「東京の工業（平成29年工業統計調査報告）」より作成

図4-2-4 平成29年 労働装備率及び有形固定資産回転率



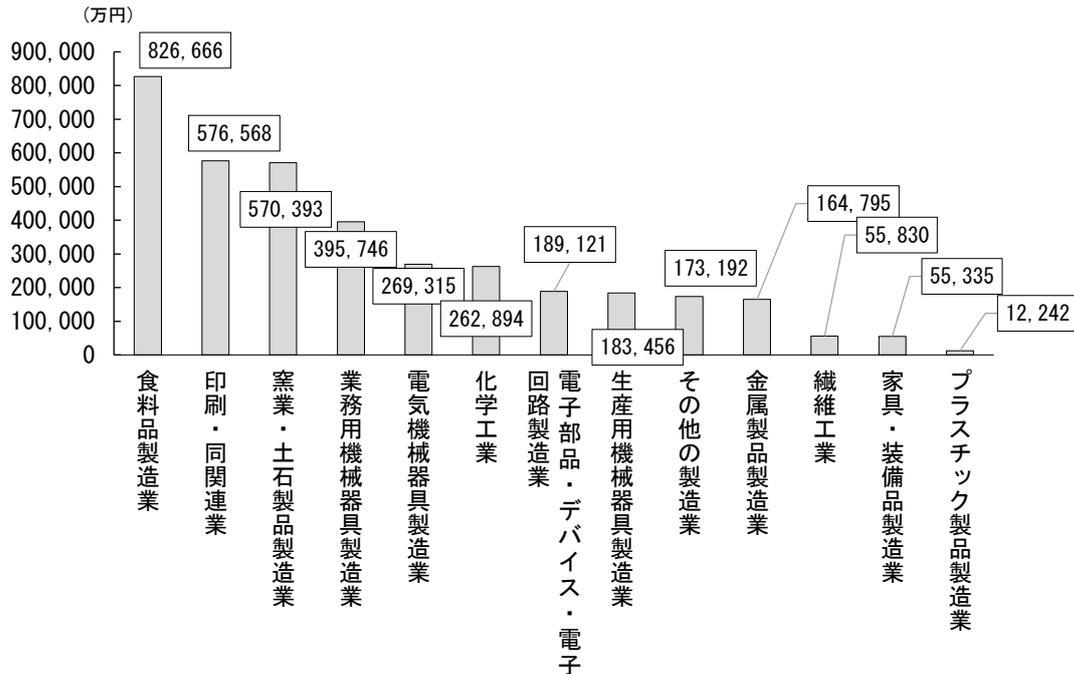
出典：東京都「東京の工業（平成29年工業統計調査報告）」より作成

■出荷額が多い業種は食料品製造業、しかし近年減少傾向が顕著にみられる

製造業のうち、最も製造品出荷額等が大きいのは食料品製造業で 80 億円超となっており、次いで、印刷・同関連業、窯業・土石製品製造業がそれぞれ 60 億円弱となっています。

しかし業種別の粗付加価値額の推移をみると、食料品製造業や印刷・同関連業においては減少しています。しかし、3 番目の製造品出荷額を誇る窯業・土石製品製造業では、10 億円以上粗付加価値額が増加しています。

図 4-2-5 平成 29 年 製造品出荷額等の業種別規模



出典：経済産業省「平成 29 年工業統計調査」より作成

表 4-2-4 粗付加価値額の推移

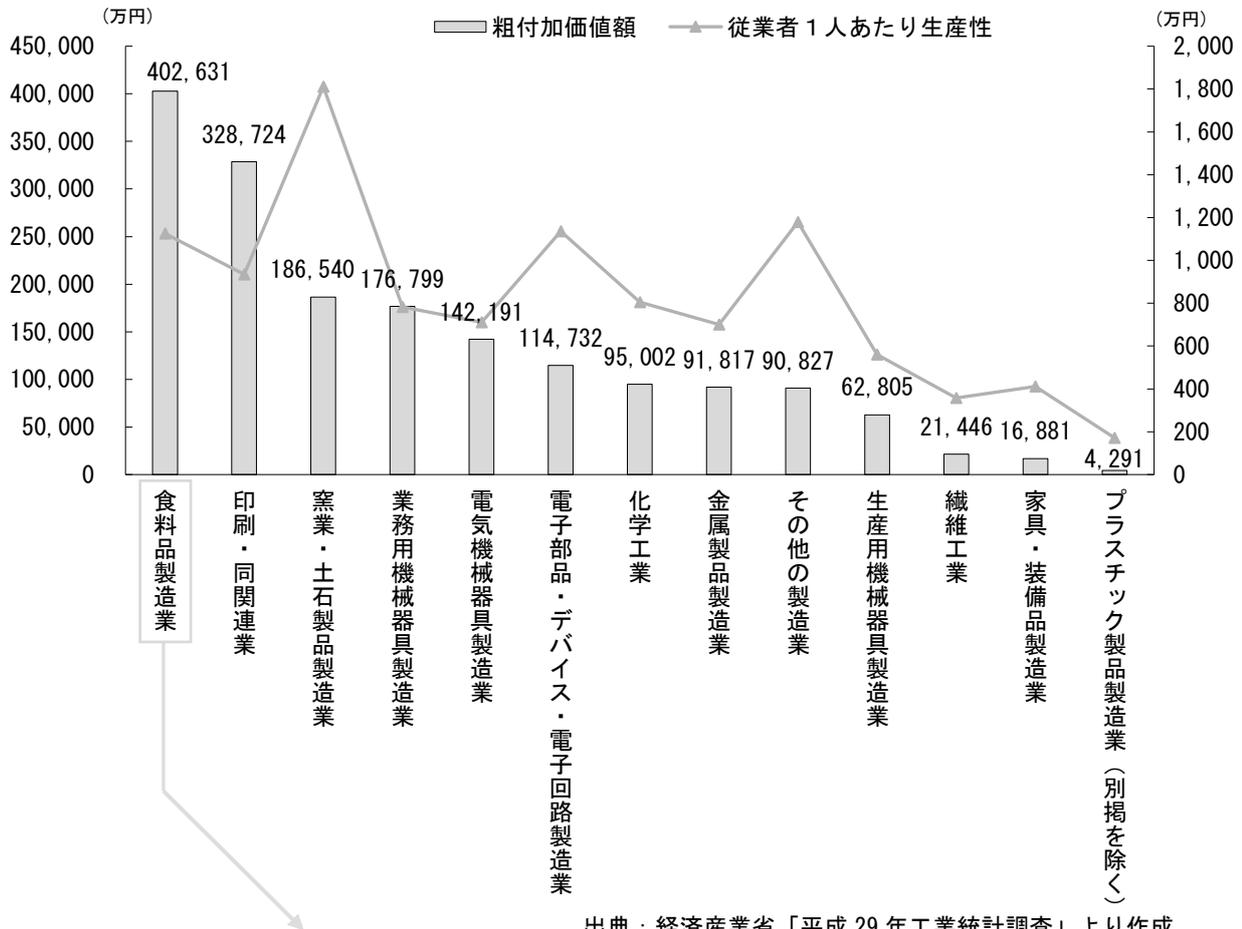
	H24 (万円)	H29 (万円)	増減 (万円)
製造業計	2,135,884	1,899,701	▲ 236,183
食料品製造業	418,280	402,631	▲ 15,649
繊維工業	163,309	21,446	▲ 141,863
家具・装備品製造業	26,327	16,881	▲ 9,446
パルプ・紙・紙加工品製造業	22,981	X	-
印刷・同関連業	341,382	328,724	▲ 12,658
化学工業	175,378	95,002	▲ 80,376
プラスチック製品製造業 (別掲を除く)	62,549	4,291	▲ 58,258
ゴム製品製造業	X	X	-
窯業・土石製品製造業	75,942	186,540	110,598
非鉄金属製造業	X	X	-
金属製品製造業	85,596	91,817	6,221
はん用機械器具製造業	131,872	X	-
生産用機械器具製造業	90,808	62,805	▲ 28,003
業務用機械器具製造業	205,706	176,799	▲ 28,907
電子部品・デバイス・電子回路製造業	60,525	114,732	54,207
電気機械器具製造業	101,582	142,191	40,609
情報通信機械器具製造業	84,506	X	-
輸送用機械器具製造業	X	X	-
その他の製造業	67,849	90,827	22,978

出典：経済産業省「平成 24 年、平成 29 年工業統計調査」より作成

業種別の粗付加価値額と従業者 1 人あたりの生産性を比較すると、窯業・土石製品製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、その他の製造業等を中心に、従業者数が少なく、労働集約的かつ効率的なものづくりが進んでいることがうかがえます。

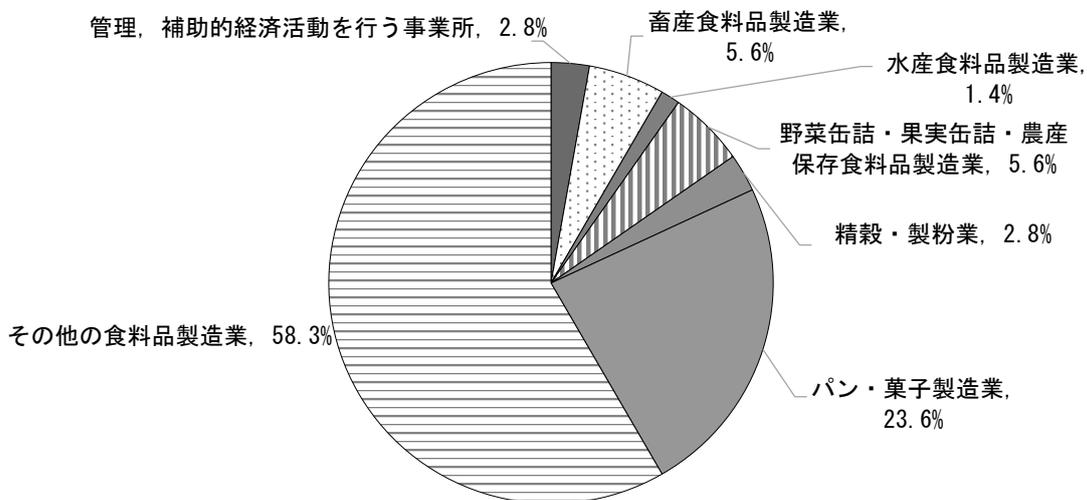
粗付加価値額が高い食料品製造業のうち、事業所割合をみると、その他の食料品製造業が最も多く、次いで、パン・菓子製造業が 2 割程度と多くなっています。

図 4-2-6 平成 29 年 粗付加価値額及び従業者 1 人あたりにおける生産性



出典：経済産業省「平成 29 年工業統計調査」より作成

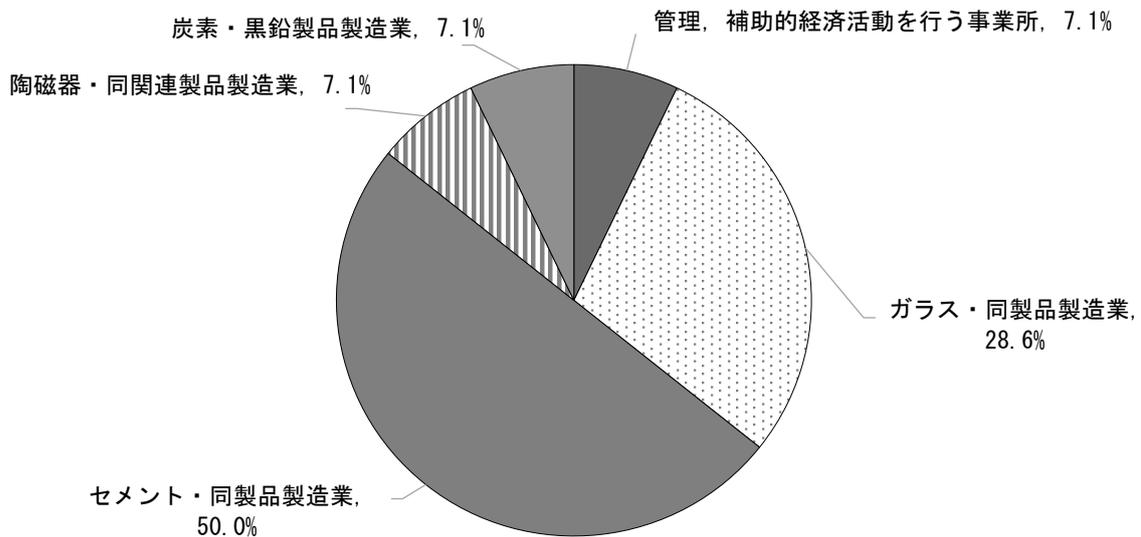
図 4-2-7 平成 28 年 食料品製造業の事業所割合 (%)



出典：総務省「平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

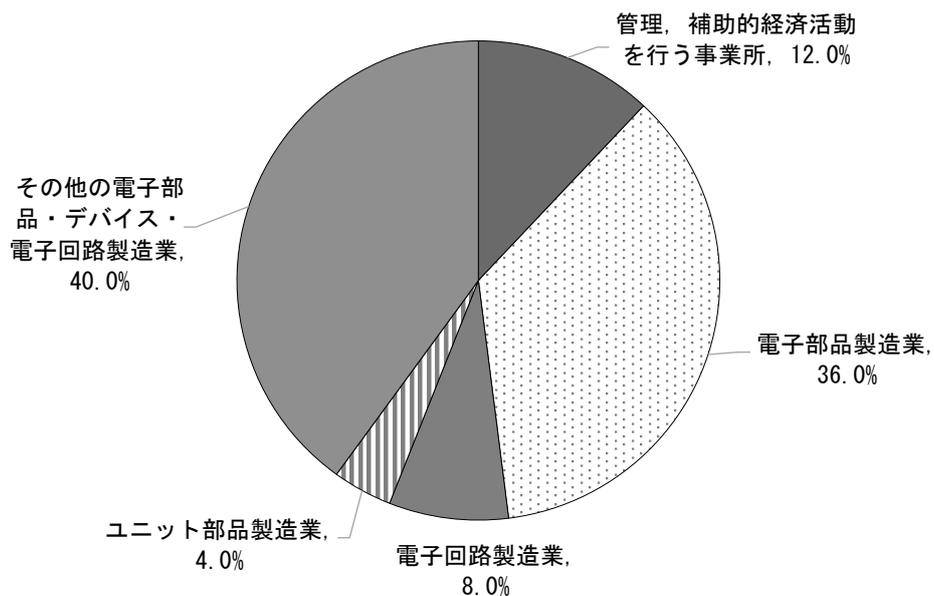
窯業・土石製品製造業の事業者割合では、半数をセメント・同製品製造業が占めており、ガラス・同製品製造業も3割弱となっています。電子部品・デバイス・電子回路製造業では、その他の電子部品・デバイス・電子回路製造業が4割と多く、次いで電子部品製造業となっています。

図4-2-8 平成28年 窯業・土石製品製造業の事業所割合（％）



出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

図4-2-9 平成28年 電子部品・デバイス・電子回路製造業の事業所割合（％）

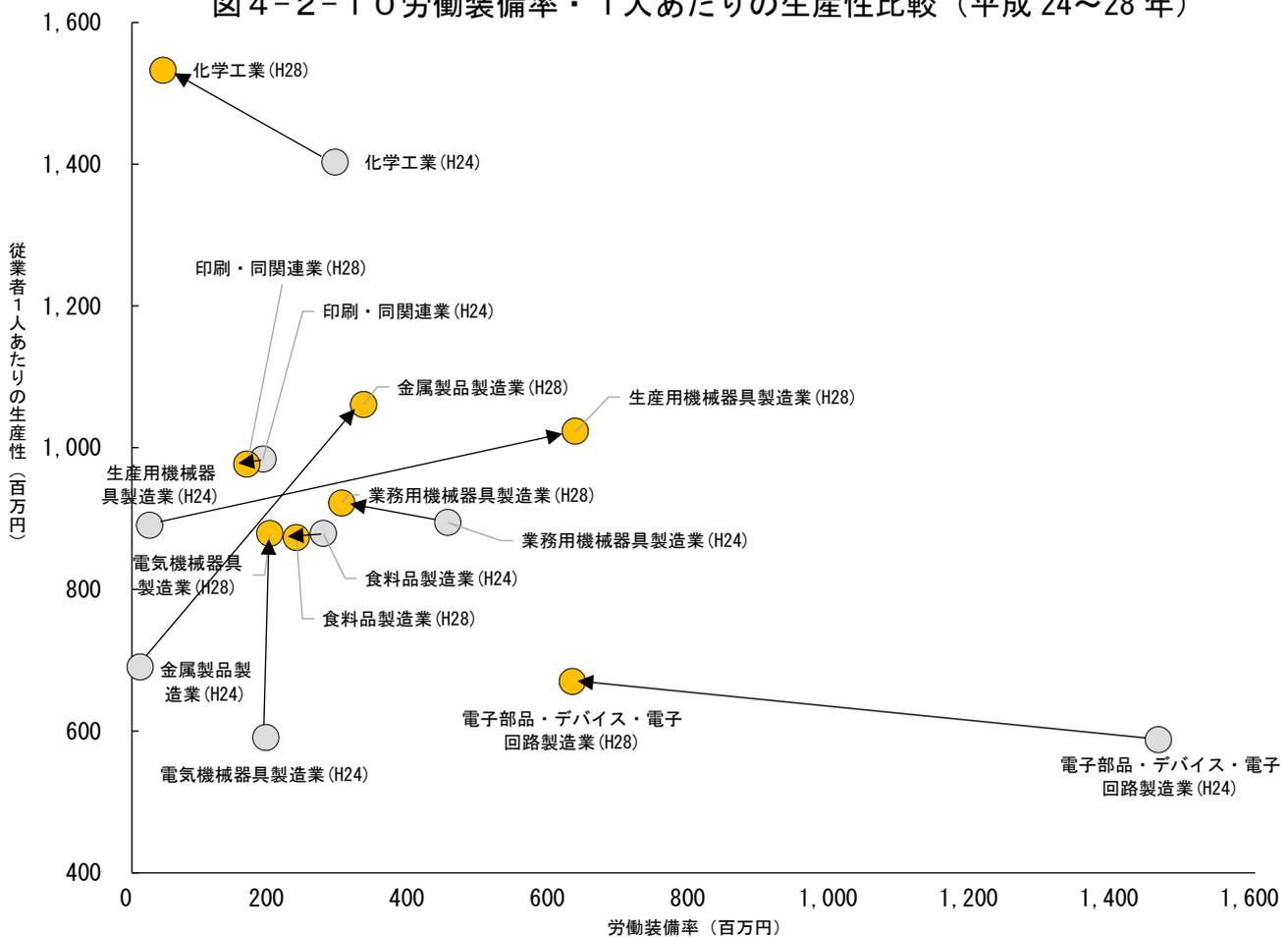


出典：総務省「平成28年経済センサス活動調査」より作成

■特定の業種で生産性が高まる

平成 24～28 年における労働装備率・1人あたりの生産性の変化をみると、化学工業や電子部品・デバイス・電子回路製造業等で装備率が減少しているにも関わらず、1人あたりの生産性は上昇しており、付加価値の高いものづくりが進んでいることがうかがえます。生産用機械器具製造業、金属製品製造業では、労働装備率・1人あたりの生産性がそれぞれ増加しており、効率的なものづくりに向けて、設備投資が進んでいることがうかがえます。微小な減少に収まっているものの、食料品製造業や印刷・同関連業ではそれぞれ労働装備率・1人あたりの生産性がともに減少しています。

図 4-2-10 労働装備率・1人あたりの生産性比較（平成 24～28 年）



出典：総務省「平成 24 年、平成 28 年経済センサス活動調査」より作成

		1人あたりの生産性	
		増加	減少
労働 装 備 率	増加	金属製品製造業、生産用機械器具製造業	なし
	減少	化学工業、電気機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、業務用機械器具製造業	印刷・同関連業、食料品製造業

上段：設備投資が進んでいる業種

今後、特に縮小が懸念される業種

下段：高付加価値なものづくりが進む業種

■建設業を中心に人手不足が顕著

世田谷区内の製造業や建設業等の業種が抱える経営上の課題についてみると、「従業員の高齢化」「受注量・取引量・売上高の減少」「特定専門技術を有する人材不足」「一般従業員の確保」の順に多くなっています。特に、建設業では「従業員の高齢化」や「特定専門技術を有する人材不足」で4割を超え、「一般従業員の確保」も32.3%と高い割合となっており、人材不足が顕著になっていることが分かります。一方、製造業では「受注量・取引量・売上高の減少」が3割を超えて高くなっています。

各種の事業課題への今後の取組意向をみると、「若年層の積極雇用」が最も高く、「企業間や産業間の連携」、「地元金融機関との連携」が高くなっています。

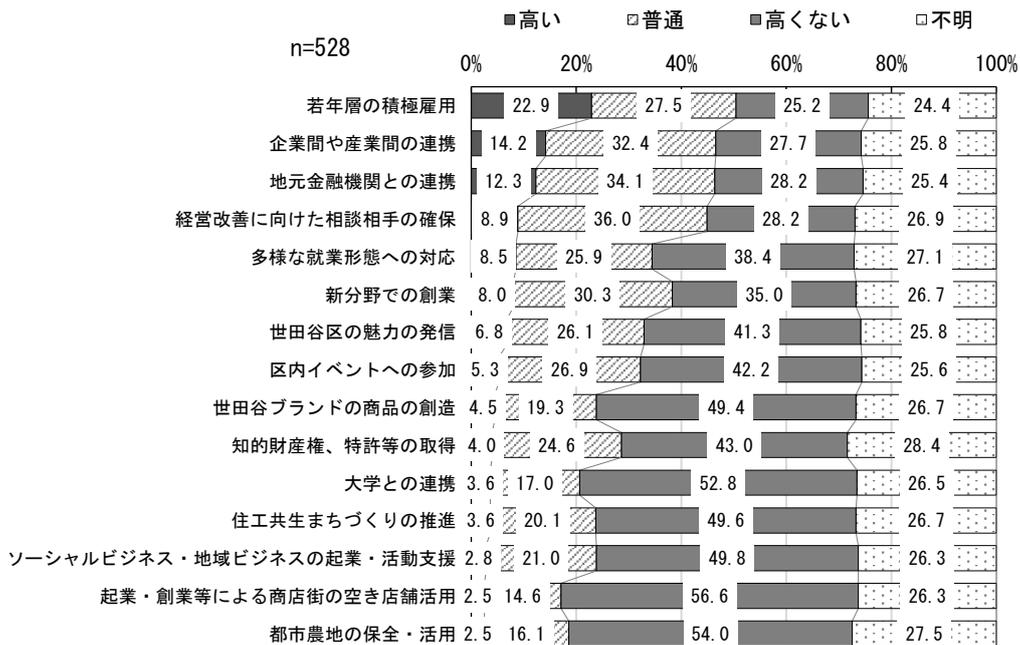
表4-2-5 平成28年 経営上の課題（業種別・上位12項目）

	n	従業員の 高齢化	受注量・ 取引量・ 売上高の 減少	特定専門 技術を有 する人材 不足	一般従業 員の確保	競合他社 等との競 争環境の 激化	原材料高 騰による 原価上昇	運転資金 の確保	借入金 の返済に 苦慮	総費用に 占める人 件費の上 昇	顧客や取 引先に生 じた影響 の変化	地価、地 代、賃料 が高	後継者 の確保
全体	528	33.7	29.4	27.5	24.6	21.4	18.2	15.9	14.2	13.8	13.6	13.4	11.4
建設業	186	44.1	27.4	45.2	32.3	22.0	19.9	15.1	16.1	12.4	11.8	17.2	11.8
製造業	75	36.0	33.3	26.7	20.0	18.7	24.0	16.0	8.0	13.3	16.0	8.0	12.0
電気・ガス・熱供給・水道業	23	39.1	26.1	39.1	21.7	13.0	17.4	8.7	17.4	13.0	4.3	8.7	8.7
その他サービス業	57	14.0	26.3	21.1	15.8	19.3	17.5	26.3	15.8	14.0	5.3	19.3	8.8
その他	170	26.5	28.8	10.6	22.4	22.9	13.5	15.3	13.5	15.3	17.6	10.0	11.8

(注) 網掛けは20%以上。

出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より抜粋

図4-2-1 1 平成28年 各種の事業課題への今後の取組意向



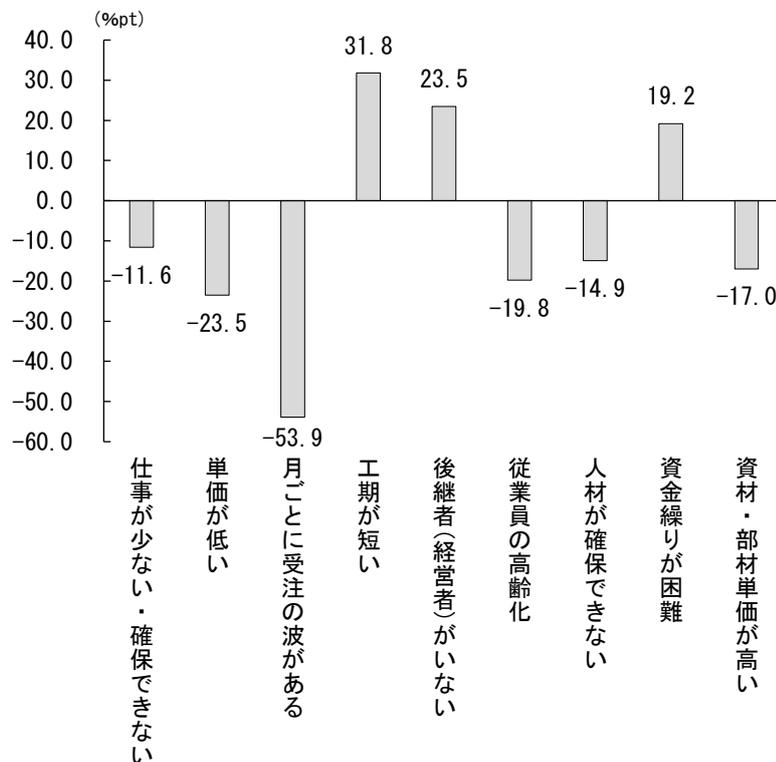
出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より作成

■建設業では受注に波があることや、従業員の高齢化・人材確保等の課題が深刻化

建設業における経営課題に関するDI（「影響はない」と「あまり影響はない」の回答割合合計から「深刻な影響が出ている」と「影響が出ている」の回答割合合計を引いた値。プラスであれば影響が少ないが、マイナスだと影響が大きいということになる）では、「月ごとに受注の波がある」がマイナス 53.9 ポイントと大きくなっており、多くの事業所で受注に係る課題が大きくなっています。

その他、「単価が低い」や「資材・部材単価が高い」、「仕事が少ない・確保できない」に加え、「従業員の高齢化」、「人材が確保できない」等、人材の確保に悩んでいる事業者が多くなっています。

図 4-2-1 2 平成 28 年 建設業における経営課題に関する DI



出典：世田谷区「平成 28 年世田谷区建設業実態・意向調査」より作成

■設備投資を中心に地域経済が循環するも、区内発注割合は減少、業種差がある

原材料調達、生産の外注、設備投資を行う際の発注先について平成 21～28 年の調査を比較すると、原材料調達で世田谷区内から購入が 1.1 ポイント減、23 区内から購入でも 4.7 ポイント減となっており、区等を除く国内からの購入が 3.7 ポイント増となっています。

生産の外注では、横浜市や川崎市への外注比率が 2.7 ポイント減、代わって区等を除く国内への外注が 3.1 ポイント増となっています。設備投資では、世田谷区内への発注が 4.6 ポイント減となっています。

設備投資において区内で事業者間の資金が循環していることが把握できる一方、依然として原材料調達や生産の外注に関しては 2 割程度と低い状況となっており、関東圏を除く国内からの調達や生産の外注が占める割合が多くなってきていることが分かります。

表 4-2-6 ものづくり事業者における区内調達率等に関する時系列比較

	H21 (%)	H28 (%)	増減
【原材料調達】			
世田谷区内から購入	23.2	22.1	▲ 1.1
世田谷区を除く 23 区内から購入	42.5	37.8	▲ 4.7
23 区を除く都内及び横浜市・川崎市から購入	10.1	10.4	0.4
上記以外の首都圏内から購入	10.6	11.1	0.5
上記以外の国内から購入	10.1	13.8	3.7
海外から購入	3.5	2.7	▲ 0.8
その他	1.4	2.0	0.6
【生産の外注】			
世田谷区内に外注	21.0	21.1	0.1
世田谷区を除く 23 区内に外注	34.4	33.8	▲ 0.6
23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	15.6	12.9	▲ 2.7
上記以外の首都圏内に外注	14.8	14.3	▲ 0.5
上記以外の国内に外注	11.9	15.0	3.1
海外に外注	2.0	2.2	0.2
その他	0.9	0.6	▲ 0.3
【設備投資を行う際の発注先】			
世田谷区内に発注	44.1	39.4	▲ 4.6
世田谷区を除く 23 区内に発注	33.8	33.6	▲ 0.2
23 区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	7.8	8.6	0.8
上記以外の首都圏内に発注	7.4	8.2	0.8
上記以外の国内に発注	5.4	6.7	1.3
海外に発注	0.2	0.6	0.4
その他	1.2	3.0	1.8

出典：世田谷区「平成 21 年、平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

建設業、製造業、その他のサービス業の3業種でみると、設備投資に関しては全業種において区内発注割合が2割を上回っています。その反面、原材料調達では製造業で区内購入が8.4%と相対的に少なくなっており、生産の外注に関しても16.2%にとどまっています。またその分、関東圏を除く国内からの調達や外注割合が2割を超えて高くなっています。

表4-2-7 平成28年 業種別の区内調達率等の比較

	建設業 (%)	製造業 (%)	その他のサービス業 (%)
【原材料調達】			
世田谷区内から購入	28.4	8.4	12.4
世田谷区を除く23区内から購入	43.1	38.3	47.3
23区を除く都内及び横浜市・川崎市から購入	10.7	13.4	8.1
上記以外の首都圏内から購入	9.4	14.6	17.3
上記以外の国内から購入	5.4	22.9	11.6
海外から購入	0.0	2.3	0.6
その他	3.0	0.2	2.8
【生産の外注】			
世田谷区内に外注	25.7	16.2	10.1
世田谷区を除く23区内に外注	35.6	23.9	54.6
23区内を除く都内及び横浜市・川崎市内に外注	19.2	10.0	5.5
上記以外の首都圏内に外注	12.1	18.5	12.7
上記以外の国内に外注	6.3	26.2	17.1
海外に外注	0.0	4.6	0.0
その他	1.1	0.6	0.0
【設備投資を行う際の発注先】			
世田谷区内に発注	44.7	20.6	30.3
世田谷区を除く23区内に発注	31.9	35.8	35.5
23区を除く都内及び横浜市・川崎市内に発注	10.7	11.3	8.6
上記以外の首都圏内に発注	7.0	16.7	8.4
上記以外の国内に発注	3.6	13.7	9.1
海外に発注	0.0	0.1	0.0
その他	2.1	1.8	8.1

出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より作成

3.農業・農地

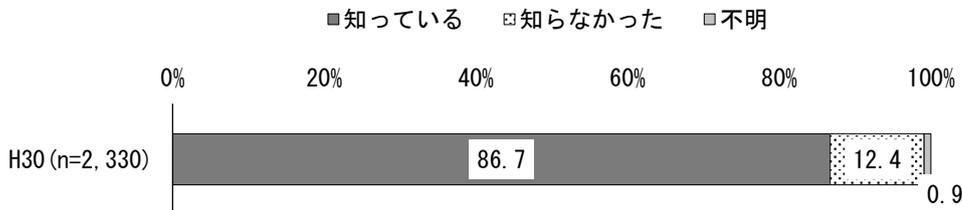
■区民生活に身近な世田谷農業、今後も多面的利用への期待が広がる

世田谷区の農地はその多くが面積 30a 以下となっており、小規模な農業経営が多くなっています。なかでも露地栽培によって多品種の野菜を生産する農家が多く、区民ニーズに応じた多種の野菜を直売所等で販売しています。また大蔵大根、城南小松菜等が地域の農産物として根付いています。

世田谷農業に対し、区内で農業が営まれていることを「知っている」と回答した区民は 86.7%となっており、農業に対する区民の認知度は9割弱と高いことがうかがえます。

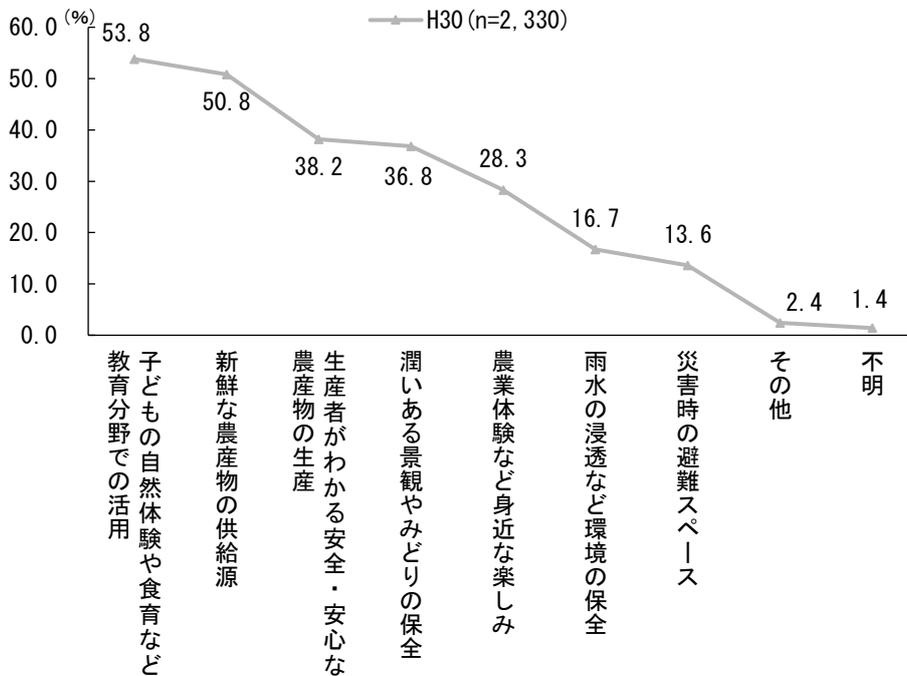
また区内の農業・農地に期待することに関しては、「子どもの自然体験や食育など教育分野での活用」や「新鮮な農産物の供給源」等、農地の多面的機能への期待が高まっています。

図 4-3-1 平成 30 年 区内で農業が行われていることを知る区民



出典：世田谷区「区民意識調査 2018」より作成

図 4-3-2 平成 30 年 区内の農業・農地に期待すること（区民）



出典：世田谷区「区民意識調査 2018」より作成

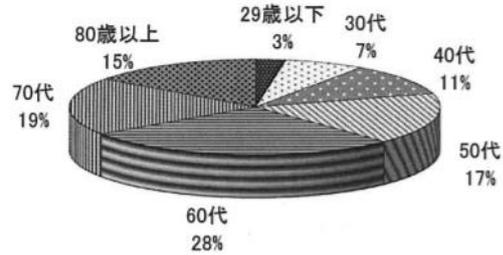
■農地面積は減少し、農業従事者の高齢化が進む

区内の宅地化農地面積は徐々に減少しており、農家1戸当たりの経営耕地面積をみると、東京23区及び区部と比較してもやや面積が少なく、約30a程度と小規模な農地が賦存しています。

農業従事者数は、平成29年に724人、年代別にみると60代以上が6割以上を占め、高齢化が進んでいます。加えて後継者の年代層をみても、50代以上の占める割合が47.0%となっており、業種全体で高齢化が進んでいることがうかがえます。

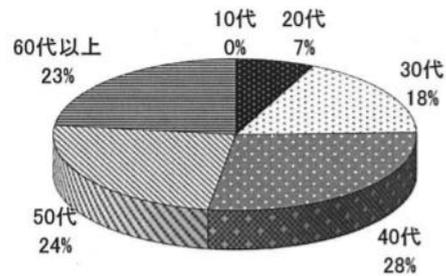
今後、従事者の高齢化がますます進んでいくことで、農業の担い手不足が課題となると考えられます。

図4-3-3 平成29年 農業従事者の年齢構成 n=724



出典：世田谷区「平成29年農家基本調査」より抜粋

図4-3-4 平成29年 後継者の年齢構成 n=135



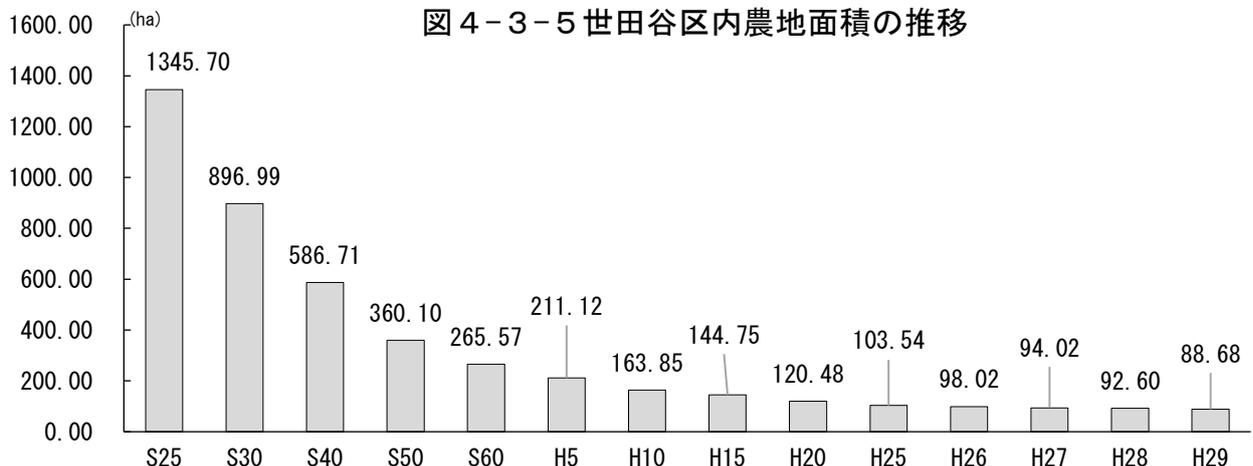
出典：世田谷区「平成29年農家基本調査」より抜粋

表4-3-1 平成27年時点における周辺区との農家戸数等比較

	総農家(戸)	経営耕地面積(a)	農家1戸当たりの耕地面積(a)
総数(東京都)	11,222	491,809	43.8
区部	1,455	56,101	38.6
目黒区	12	278	23.2
大田区	10	368	36.8
世田谷区	342	9,987	29.2
渋谷区	1	χ	χ
杉並区	108	3,830	35.5

出典：農林水産省「2015年農林業センサス」より作成

図4-3-5 世田谷区内農地面積の推移



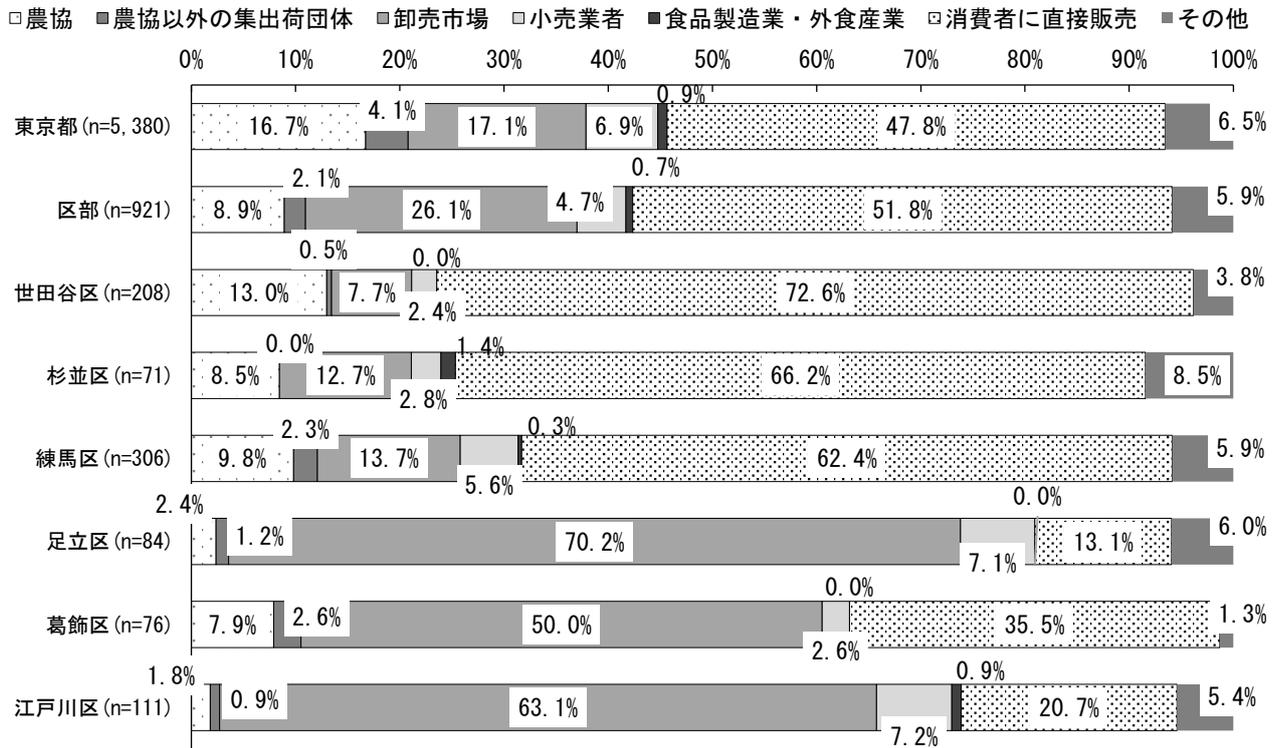
出典：世田谷区「平成29年農家基本調査」より作成

■区民と近い距離を活かした都市農業の進展

区内農業経営を行う農家（農業経営体）の出荷先は、「消費者に直接販売」が7割を超えて最も多くなっています。この数値は、東京都全体及び区部と比較しても高く、農業が盛んな練馬区等と比べても高い値となっており、消費者との距離が非常に近いといった特徴がうかがえます。

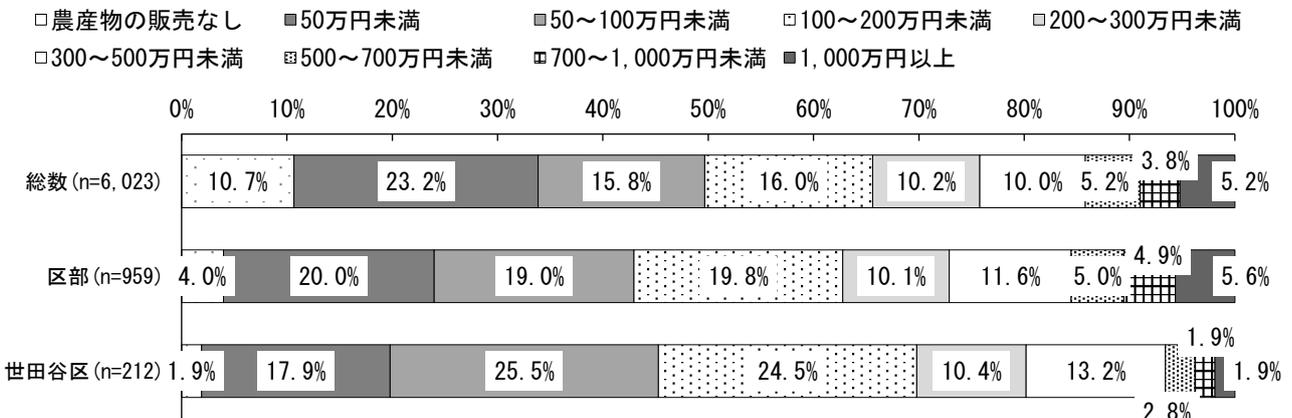
また、販売額規模をみると、東京都や区部と比較し、「50～100万未満」及び「100～200万未満」の占める割合が大きくなっています。

図4-3-6 平成27年 農産物売上1位の出荷先別経営体数割合の比較



出典：農林水産省「2015年農林業センサス」より作成

図4-3-7 平成27年 農産物販売金額規模別経営体数割合の比較



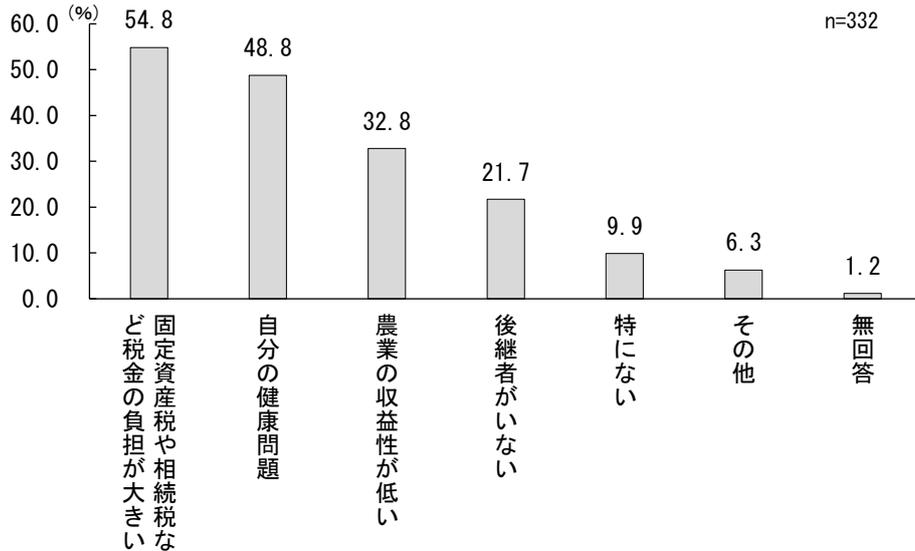
出典：農林水産省「2015年農林業センサス」より作成

■世田谷農業・農産物のPRやイメージアップを望む農家が比較的多い

区内農家が農業を続けていくうえで問題となっていることは、「固定資産税や相続税など税金の負担が大きい」が54.8%と半数を超え、次いで「自分の健康問題」や「農業の収益性が低い」が続いています。

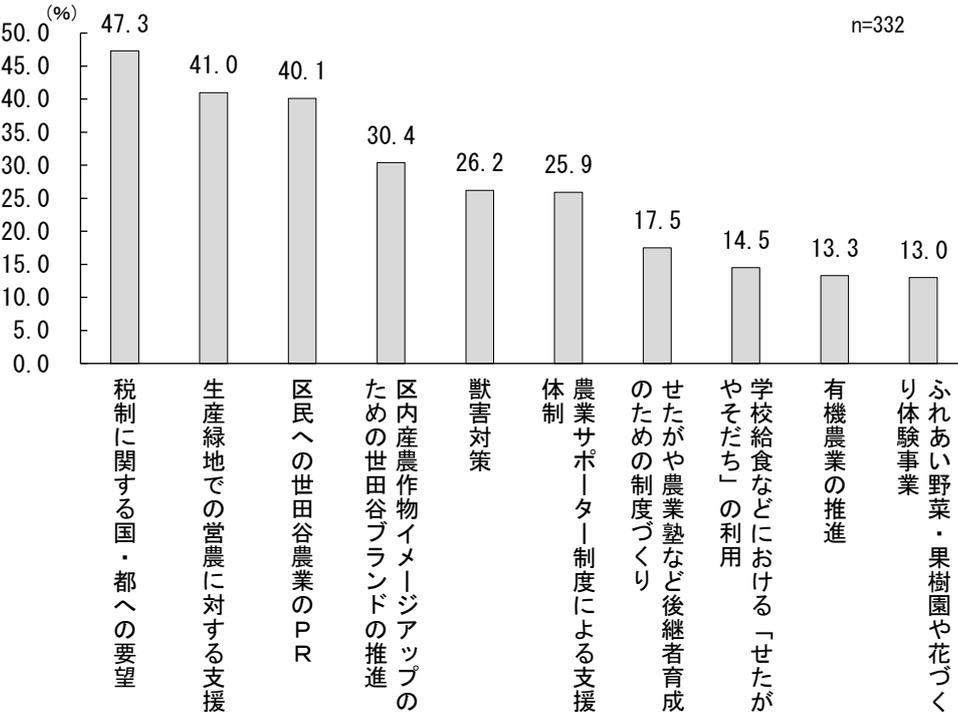
充実してほしい取組みでは、「税制に関する国・都への要望」が最も多いほか、「区民への世田谷農業のPR」や「区内農産物イメージアップのための世田谷ブランドの推進」も高く、PRによる需要創出が強く望まれていることがうかがえます。

図4-3-8 平成29年 農業を続けるうえで妨げになっていること（農家）



出典：世田谷区「世田谷区の都市農業の現状及び世田谷区を取り巻く経済社会環境等の現状について（第1回世田谷区農業振興対策委員会（平成29年11月8日）」より作成

図4-3-9 平成29年 農業振興のための事業で充実してほしいもの上位10（農家）



出典：世田谷区「世田谷区の都市農業の現状及び世田谷区を取り巻く経済社会環境等の現状について（第1回世田谷区農業振興対策委員会（平成29年11月8日）」より作成

4. まちなか観光

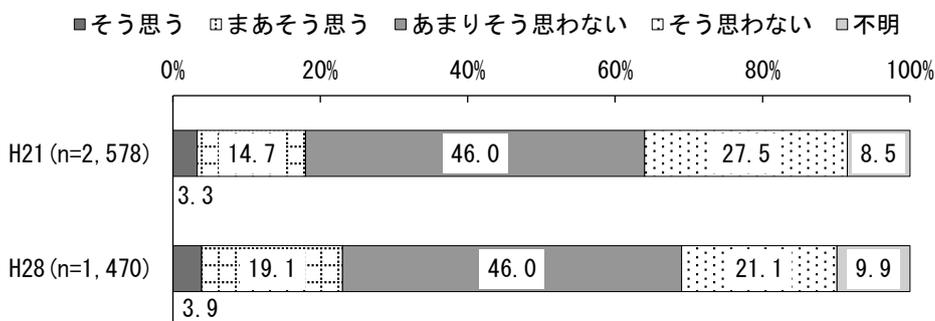
■世田谷区が観光地として魅力があると感じる区民は増加傾向

世田谷区が観光地として魅力があるかどうかについて、区民イメージの推移をみると、平成21年では「そう思う」「まあそう思う」の合計値が18.0%、平成28年では23.0%と5ポイント増となっており、観光地として魅力を感じる区民が増加していることがうかがえます。

区民が来訪者に紹介したい区のおすすめスポット（観光地）は、「公園や自然の風景」が5割を超えて最も高く、次いで「花火大会などのイベント・お祭り」で28.6%、「美術館・文学館などの文化施設」（25.4%）、「神社仏閣」（25.1%）となっています。

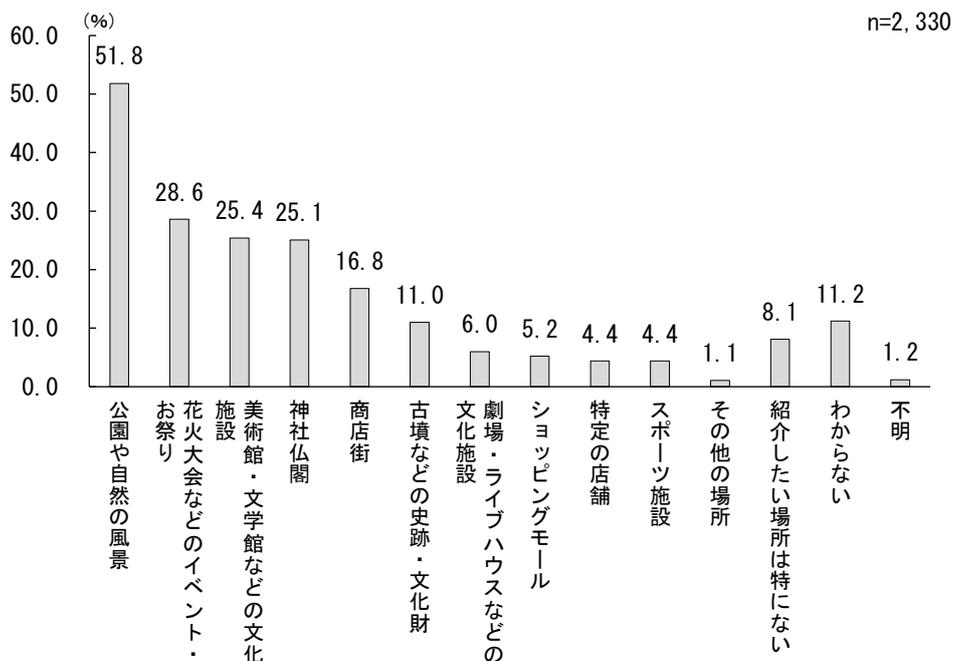
区民は「公園や自然の風景」を中心に、区内のスポットを観光地として魅力的に感じはじめていることがうかがえます。

図4-4-1 観光地として魅力があるかどうか（区民イメージ）



出典：世田谷区「平成21年、平成28年世田谷区産業基礎調査」より作成

図4-4-2 平成30年 来訪者にお勧めするスポット（観光地）

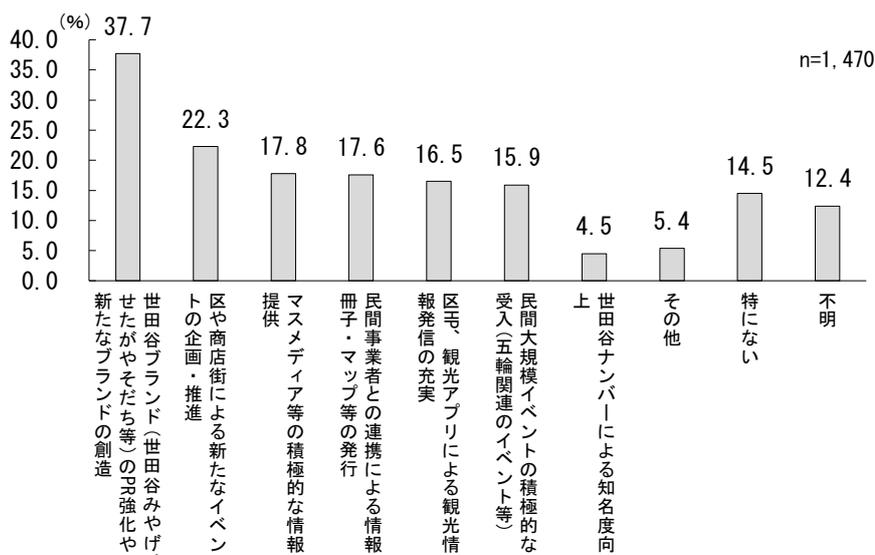


出典：世田谷区「区民意識調査2018」より作成

■世田谷ブランドを意識する区民が多い

世田谷区のPRに向けて必要と思われる取組みは、「世田谷ブランド(世田谷みやげ、せたがやそだち等)のPRの強化や新たなブランドの創造」が最も多く37.7%となっており、次いで「区や商店街による新たなイベントの企画・推進」、「マスメディア等の積極的な情報提供」、「民間事業者との連携による情報冊子・マップ等の発行」の順に高くなっています。

図4-4-3 PR強化に向けた望ましい取組み(区民)



出典：世田谷区「平成28年世田谷区産業基礎調査」より作成

■街を歩いて楽しむ区外居住者が多く、そのニーズも比較的高い

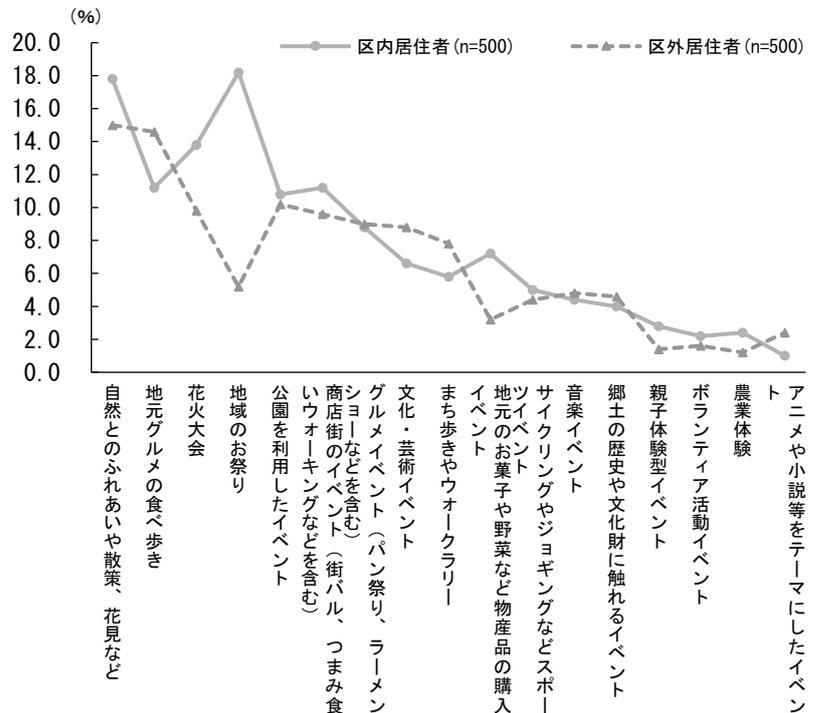
世田谷区を訪れた理由をみると、普段から区内に住む区内居住者は「地域のお祭り」が最も多くなっています。

一方、区外居住者の訪れた理由では、「自然とのふれあいや散策、花見など」も多く、「地元グルメの食べ歩き」等では区民よりもやや多い割合となっており、自然・食べ歩きといった、主に街を散策しながら楽しむことを目的に、来街する区外居住者が多いことがうかがえます。

また、訪れたことのあるイベントで、区内居住者では、「世田谷ボロ市」、「たまがわ花火大会」、「せたがや梅まつり」等が高く、区民に親しまれているイベントであることがうかがえます。

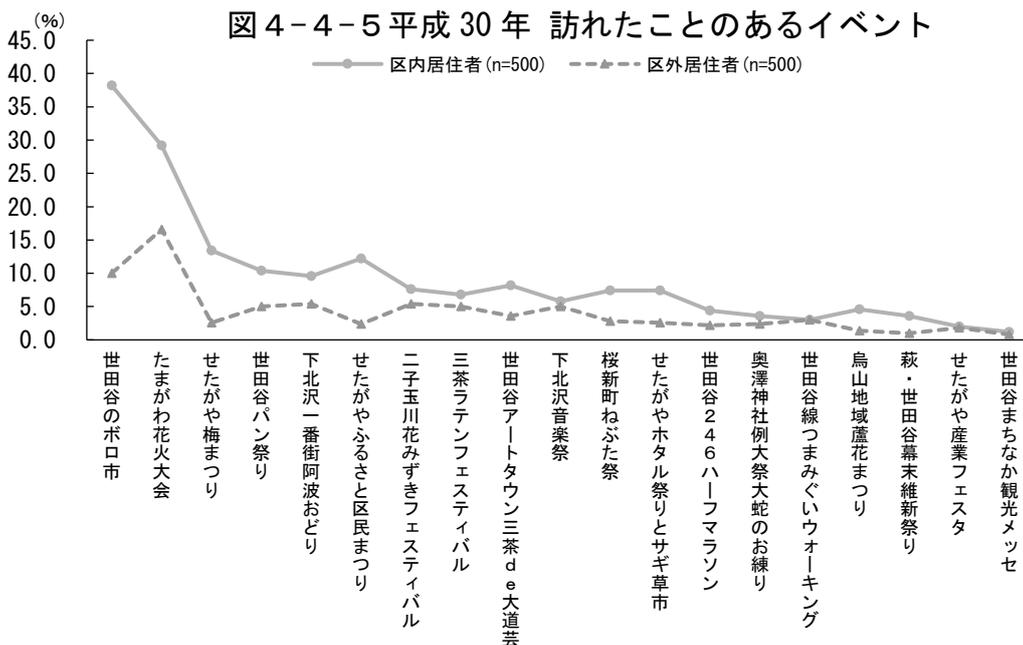
区外居住者では、区民同様に「たまがわ花火大会」が多いものの、「下北沢音楽祭」や「世田谷線つまみぐいウォーキング」等は区民とのギャップが少なく、比較的区外からの来街者の多いイベントであることが分かります。

図 4-4-4 平成 30 年 世田谷区を訪れた理由



出典：世田谷区「平成 30 年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

図 4-4-5 平成 30 年 訪れたことのあるイベント

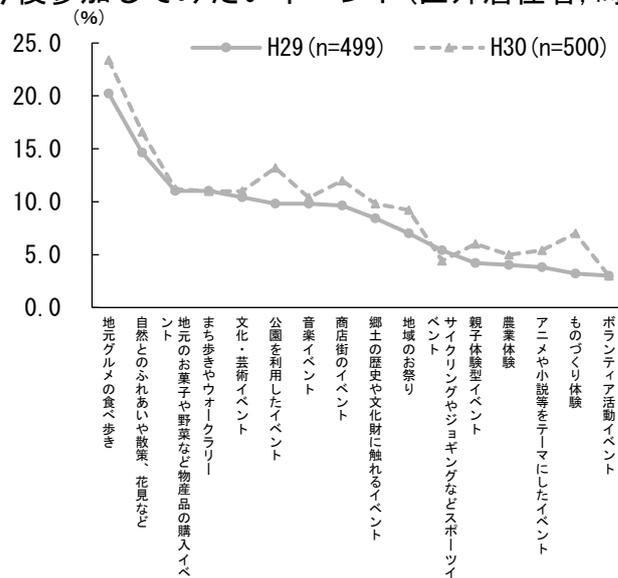


出典：世田谷区「平成 30 年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

区外居住者の今後参加してみたいイベントについて、時系列で比較すると「地元グルメの食べ歩き」「自然とのふれあいや散策、花見など」が変わらず多くなっています。また、「公園を利用したイベント」「商店街イベント」「ものづくり体験」等においても、興味を示す区外居住者が増加しています。

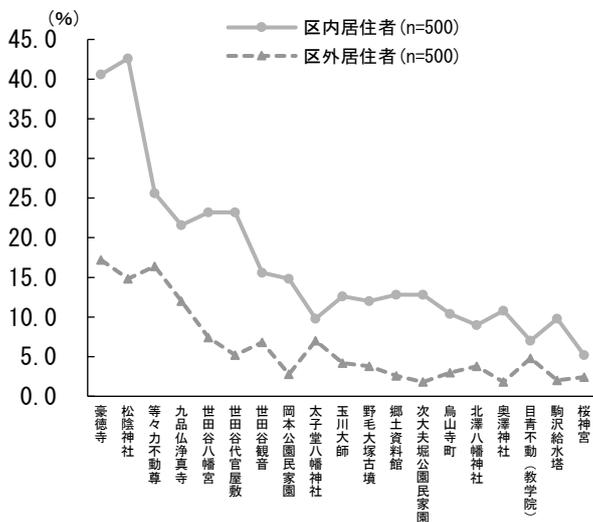
区内外の居住者について、それぞれ区内名所毎の訪問経験をみると、全般的に区内居住者で割合が多くなっている反面、神社・仏閣では「豪徳寺」や「松陰神社」、「等々力不動尊」、繁華街・文化施設では、「三軒茶屋三角地帯」や「世田谷美術館」において、区外居住者の割合が比較的多くなっています。区内居住者と区外居住者の訪問割合ギャップが少ない名所は、神社・仏閣では「太子堂八幡神社」、繁華街・文化施設では、「長谷川町子美術館」や「本多劇場」、「五島美術館」となっています。

図 4-4-6 今後参加してみたいイベント (区外居住者, 時系列比較)



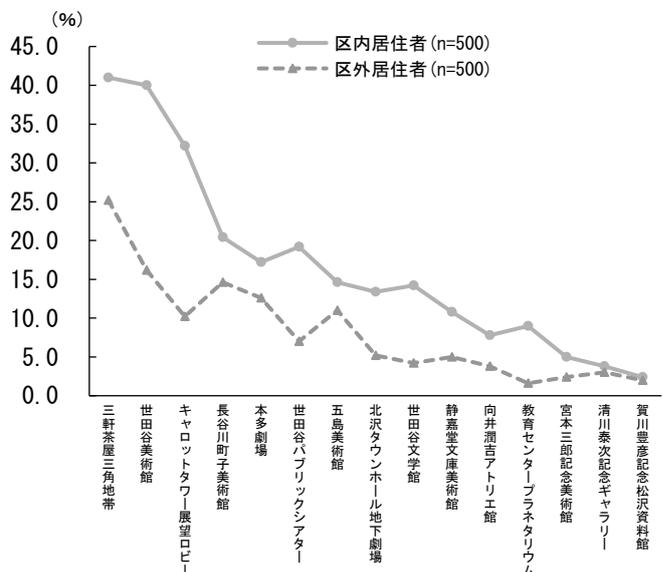
出典：世田谷区「平成 29 年、平成 30 年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

図 4-4-7 平成 30 年 訪れたことのある神社・仏閣等



出典：世田谷区「平成 29 年、平成 30 年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

図 4-4-8 平成 30 年 訪れたことのある繁華街・文化施設

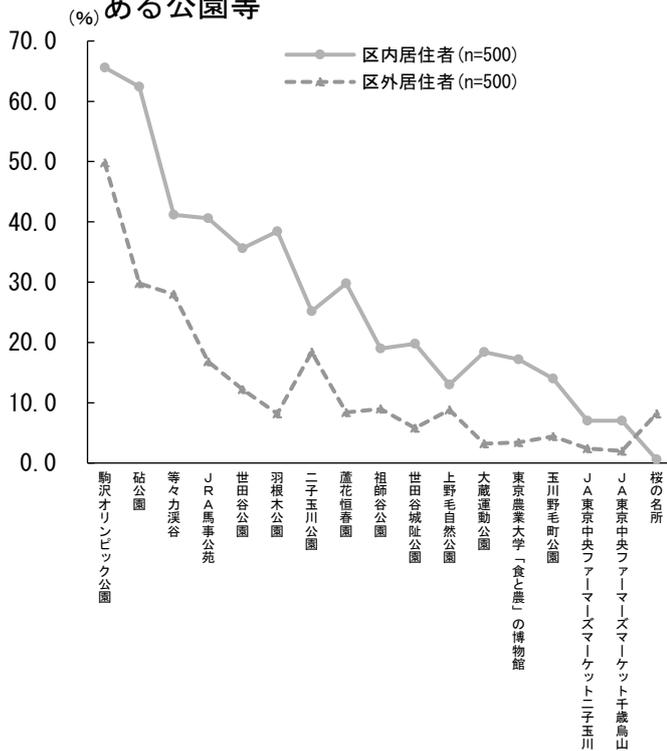


出典：世田谷区「平成 29 年、平成 30 年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

公園等では「駒沢オリンピック公園」や「砧公園」、商店街の最寄駅では、「三軒茶屋駅」、「下北沢駅」等は比較的区外からの来街者が多くなっています。また「二子玉川公園」や「上野毛自然公園」、商店街の最寄駅では、「明大前駅」等で来街者割合が多くなっています。

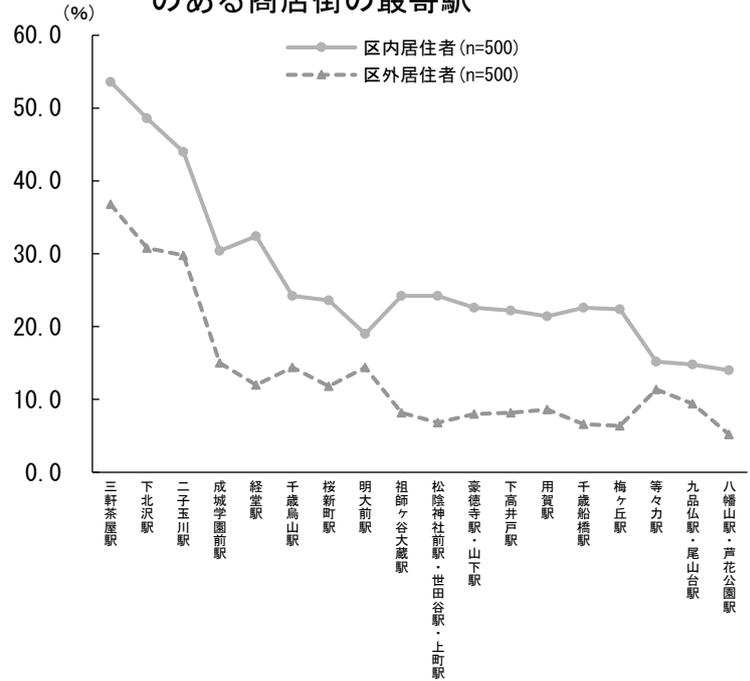
日常生活を除く区内・区外居住者の観光時の1人あたりの観光消費額は、飲食代・お土産代ともに区外居住者が多くなっています。

図4-4-9 平成30年 訪れたことのある公園等



出典：世田谷区「平成30年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

図4-4-10 平成30年 訪れたことのある商店街の最寄駅



出典：世田谷区「平成30年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

表4-4-1 平成30年 1人当たりの観光消費額

	1人当たりの観光消費額
全体	4,352円
区内居住者	3,153円
区外居住者	4,888円

出典：世田谷区「平成30年世田谷区のまちなか観光に関する調査」より作成

5.消費生活

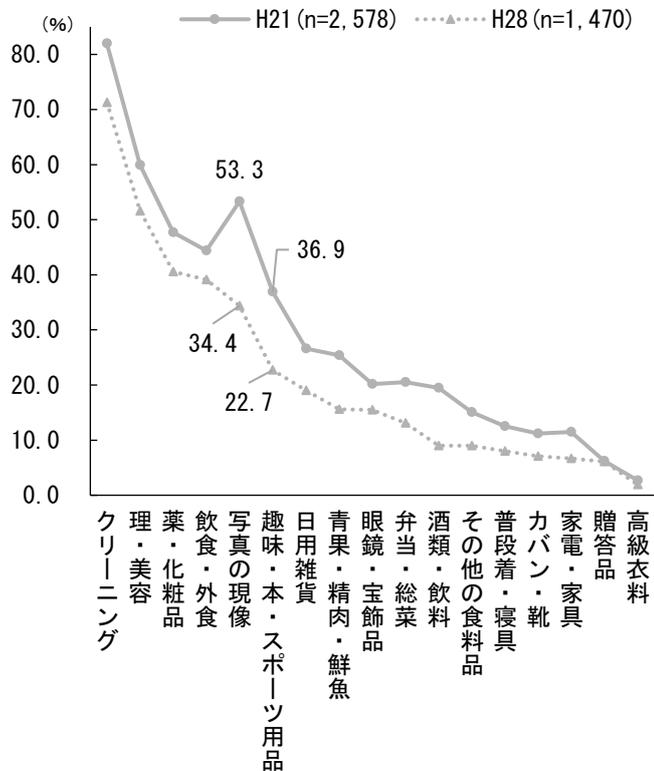
■若年層を中心に買回品等でインターネットを活用した消費行動が広がる

区民消費生活のうち、商店街利用について、品目別に平成 21～28 年の推移をみると、全品目において利用率が低下していることが分かります。なかでも減少幅が大きい品目は、「写真の現像」「趣味・本・スポーツ用品」等でそれぞれ 10 ポイント以上減少しています。

ネットショップの利用についてみると、逆にすべての品目で利用率が上昇しています。なかでも、「趣味・本・スポーツ用品」「家電・家具」等で 10 ポイント以上の増加がみられ、従来商店街等の実店舗で購入されていた買回品を中心とした品目が、インターネットを用いて代替的に購入されるようになっていると考えられます。

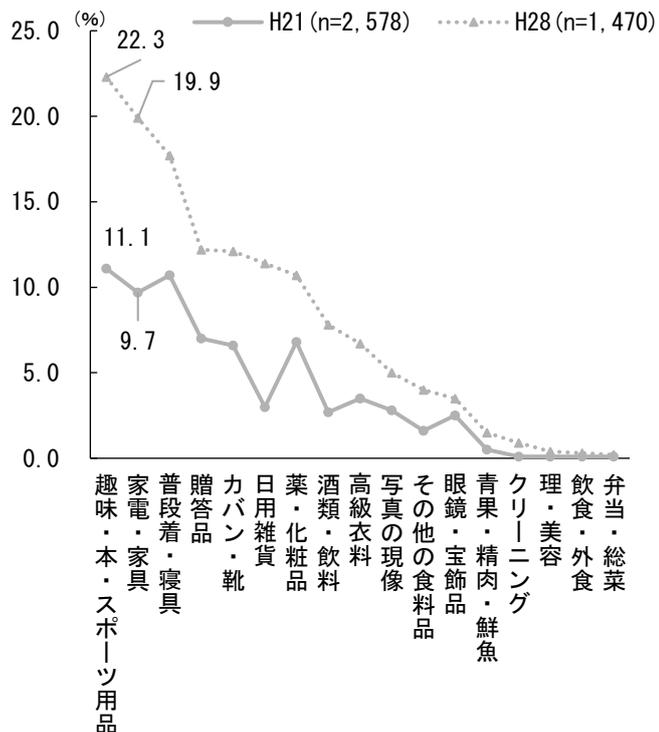
区民の消費手段が、徐々に変化してきており、ネットショップ等のインターネットを介した購買行動がさらに一般的となってきた傾向がうかがえます。

図 4-5-1 品目別買物場所の時系列比較(商店街利用)



出典：世田谷区「平成 21 年、平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

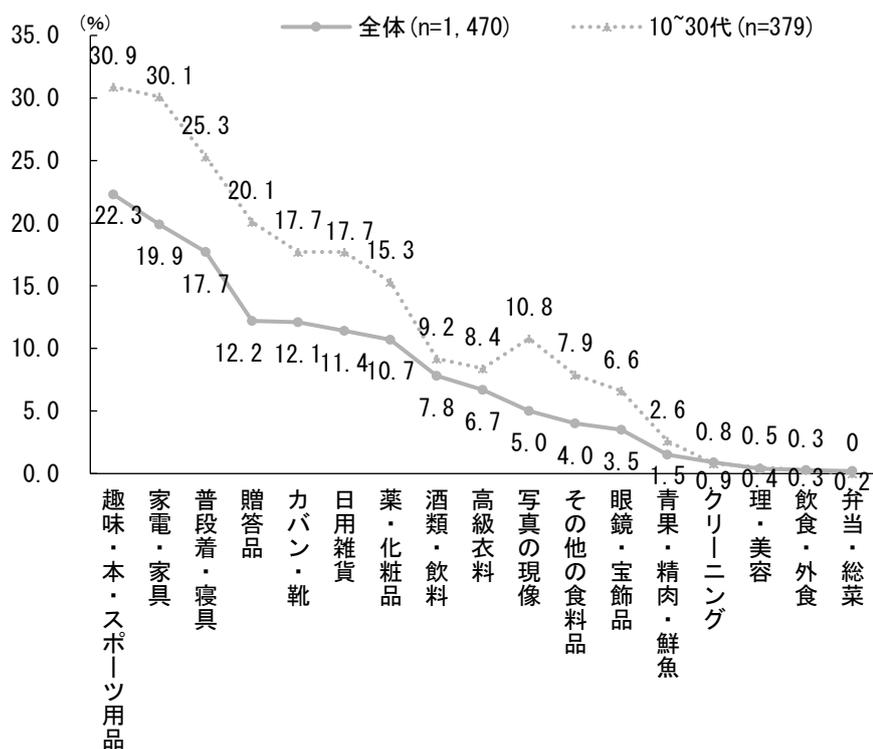
図 4-5-2 品目別買物場所の時系列比較(ネットショップ利用)



出典：世田谷区「平成 21 年、平成 28 年世田谷区産業基礎調査」より作成

区民のネットショップ利用について、全体と10～30代で比較すると、「家電・家具」や「趣味・本・スポーツ用品」の品目で10～30代の利用が特に多くなっています。さらに「普段着・寝具」や「贈答品」等でも利用が多くなっています。

図4-5-3 ネットショップを利用する区民比較（全体・10～30代比較）



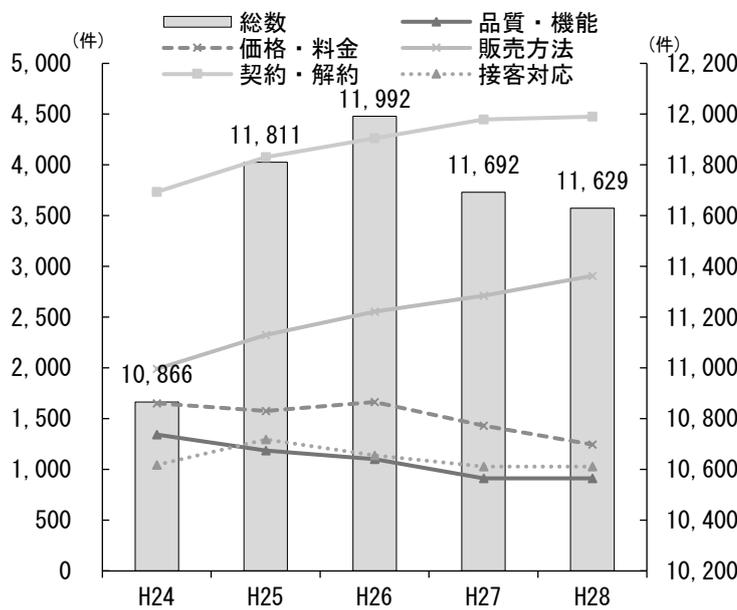
出典：世田谷区「平成21年、平成28年世田谷区産業基礎調査」より作成

■「契約・解約」に関する相談が多く、インターネット消費に関するトラブル件数が多い

平成 24 年以降の消費生活センターにおける相談件数の状況を見ると、各年度ともに概ね 1 万件を超える数となっています。内容でも、「契約・解約」に関する相談事項が最も多く、次いで「販売方法」が多くなっています。5 年間の推移では、平成 26 年が最も多く、約 1 万 2 千件の相談となっています。

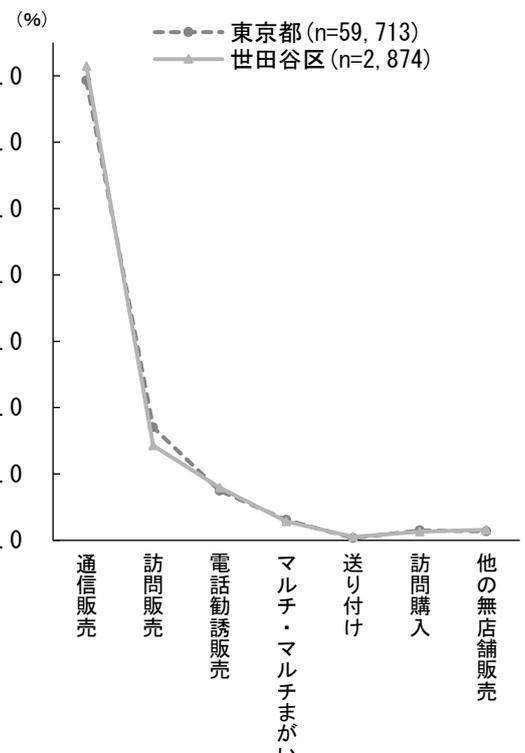
店舗購入を除き、購入形態別の相談割合を都と比較すると、全体としては、大きな差はみられないものの、世田谷区で通信販売割合が数ポイント多く、訪問販売が少ないといった特徴を有しています。そして、年代別に販売・購入形態をみると、40 歳代でスマートフォンやパソコンを用いたインターネット購入を含む通信販売の相談件数が多くなっています。

図 4-5-4 相談件数総数及び内容上位 5 位推移



出典：世田谷区「各年世田谷区統計書」より作成

図 4-5-5 購入形態別相談割合の比較 (店舗購入除く)



出典：東京都「平成 29 年消費生活相談年報」、世田谷区「消費者センターだより 2018 年 9 月号」より作成

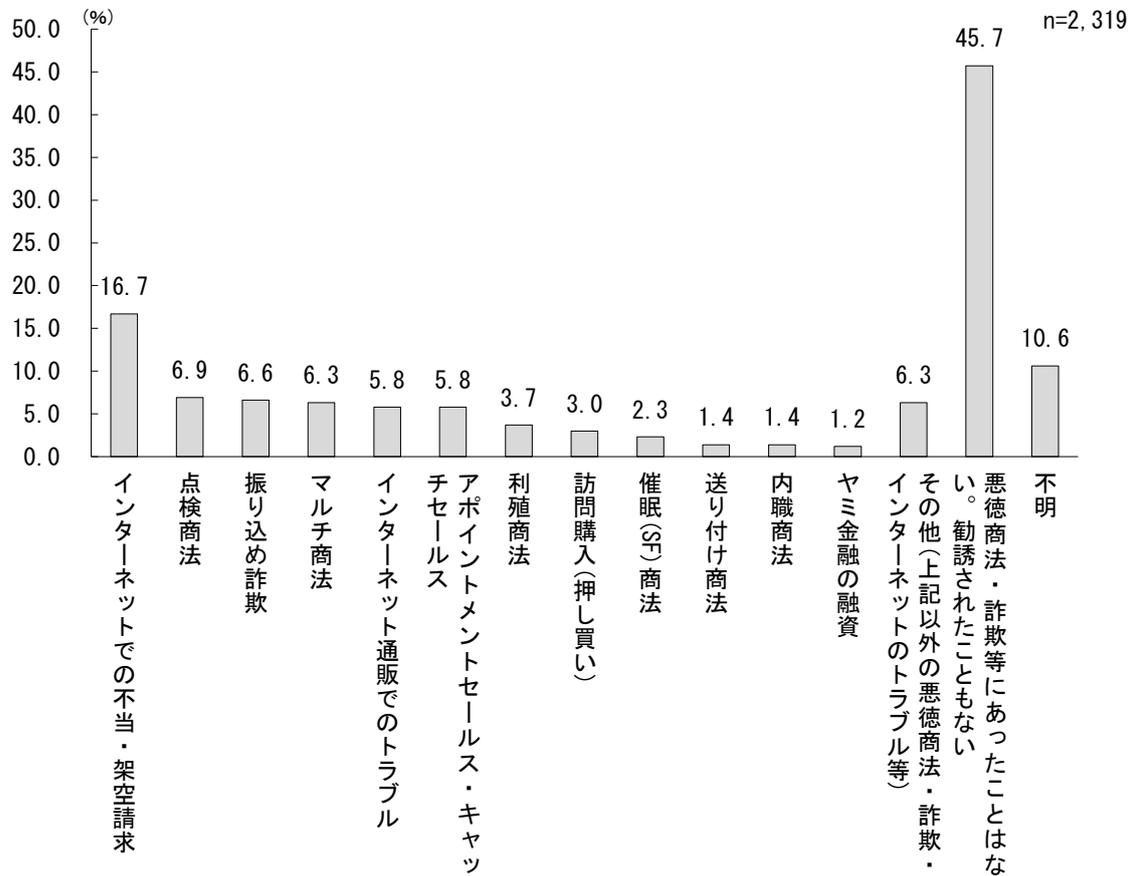
表 4-5-1 平成 29 年 年代・購入形態別相談割合

	n	通信販売	店舗購入	訪問販売	電話勧誘販売	マルチ・マルチまがい	訪問購入	送り付け	その他無店舗	不明・無関係
TOTAL	5,181	39.6	32.5	7.9	4.4	1.6	0.7	0.3	0.9	12.0
19歳以下	110	52.7	24.5	9.1	0.0	6.4	0.0	0.0	0.0	7.3
20歳代	616	38.0	37.2	9.1	1.5	5.8	0.0	0.3	1.3	6.8
30歳代	793	41.9	41.4	3.7	1.8	1.3	0.3	0.3	1.1	8.4
40歳代	946	45.9	34.4	4.1	3.0	0.6	0.2	0.4	1.1	10.4
50歳代	861	44.9	33.8	4.6	2.4	1.3	0.8	0.1	0.7	11.3
60歳代	697	44.3	27.4	5.9	4.7	0.9	1.3	0.1	0.6	14.8
70歳代	643	31.7	29.4	11.5	9.0	0.6	0.8	0.3	0.9	15.7
80歳代以上	515	18.6	20.6	23.7	12.6	0.4	2.5	0.6	0.6	20.4

出典：「消費者センターだより 2018 年 9 月号」より作成

平成 29 年、区民の消費者トラブルの実態に関して、トラブル割合が最も多いのは「インターネットでの不当・架空請求」となっており、16.7%と突出しています。

図 4-5-6 平成 29 年 消費者トラブルについて



出典：世田谷区「区民意識調査 2017」より作成

第5章 世田谷区の経済産業政策

「世田谷区産業ビジョン」では、課題軸・テーマ軸の2軸を設定し、それぞれをクロスした施策体系を構成しています。

これらの施策を進めるとともに、重点的施策や事業を合わせ、複合的に取り組むことで、より世田谷区の都市の価値向上、価値の創造に向けた「せたがや価値創造プロジェクト」を先導的に推進します。

以下では「せたがや価値創造プロジェクト」について、白書で整理した内容を踏まえ、どのように進めていくべきかを整理します。

大分類 〔課題軸〕	中分類(テーマ軸)				
	商業・サービス	ものづくり・建設	農業・農地	まちなか観光	消費生活
1 世田谷産業の基盤づくり	①産業創造基盤				
2 世田谷人材の育成と活躍	②雇用・労働環境の充実 ③世田谷人材の育成と活躍促進				
3 豊か・安心・快適な区民生活創造	④区民生活や地域環境を支え高める商店街振興	⑤地域や生活に身近なものづくりの産業	⑥区民とともにつくる世田谷農業	⑦区民が見つけ楽しむ世田谷観光	⑧安全・安心な消費環境づくり
4 活力ある産業の育成と創造	⑨世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成	⑩ものづくり技術を活かした産業の推進	⑪世田谷の特性を活かした農業力の強化	⑫まちなか観光が生み出す産業の活性化	⑬事業者と消費者がつくる豊かな消費生活
5 人と事業所とまちが創る成熟都市せたがや	⑭潤いと活力に満ちた地域づくり	⑮建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展	⑯農のある都市環境の維持・形成	⑰世田谷観光プロモーションの強化	⑱消費者市民社会の実現

せたがや価値創造プロジェクト

重点施策・事業を合わせてストーリー展開し、都市としての価値創造に寄与する5つのプロジェクト

- プロジェクト1：地域と共に生活価値の創造を促す機能づくり
- プロジェクト2：コンパクトで多様な都市型ライフスタイルを支える産業の育成
- プロジェクト3：「3（×2）×1型農業」の推進と多面性の強化
- プロジェクト4：せたがや産業創造プラットフォームの設置とネットワークの形成
- プロジェクト5：世田谷人材マッチングの仕組み

出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

1.地域と共に生活価値の創造を促す機能づくり

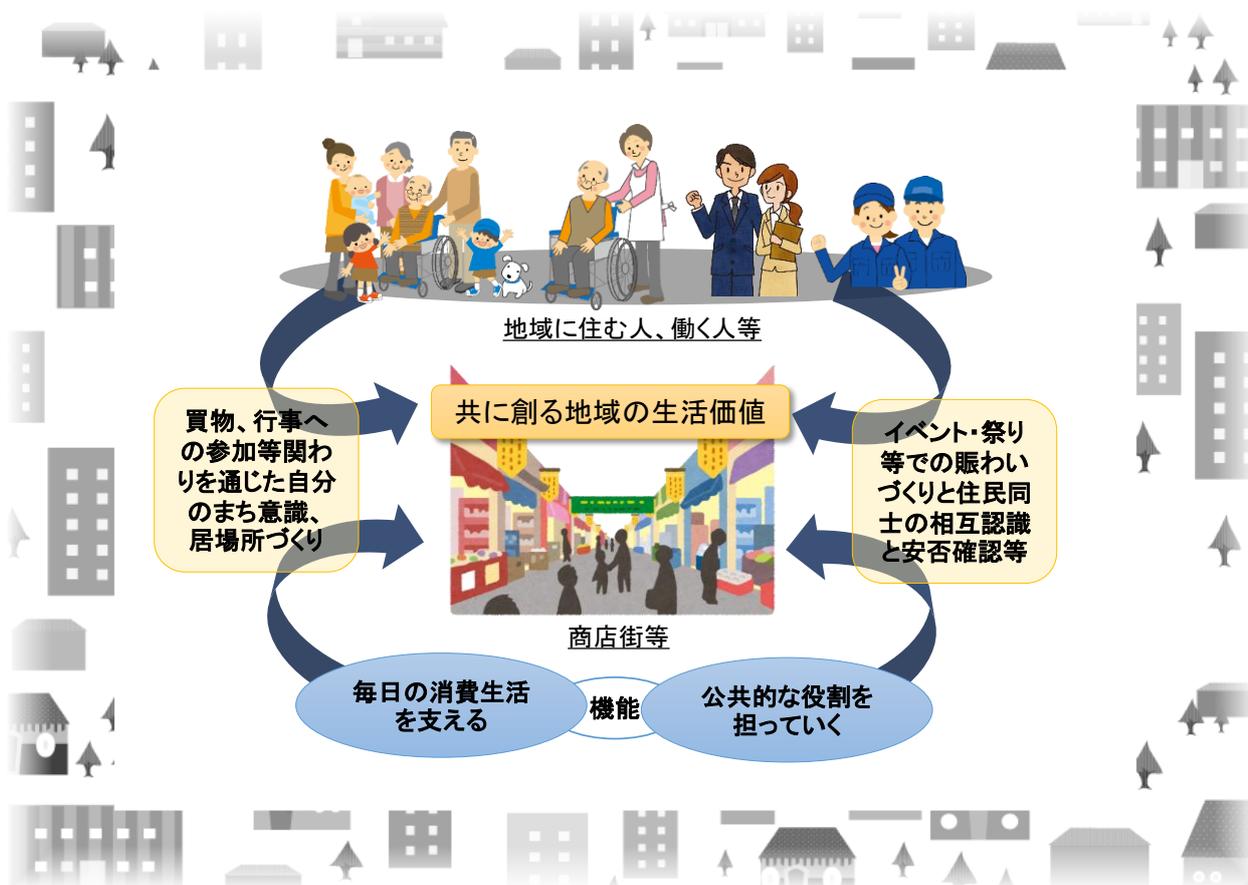
■プロジェクトの背景・趣旨

- ・現在、区民の買物行動は大きく変化しています。買回品を中心としたネットショッピングの利用による実店舗での買物行動の減少、消費の選択肢の拡大、さらにはキャッシュレス化の浸透等、今後も買物・消費行動を中心として、区民のライフスタイルはより利便性の高いものへと日々変化していくと考えられます。
- ・一方、区民のまちに対する愛着を高めることや区外居住者の食べ歩きや散策といった「まちなか観光」に対するニーズの向上を図ることで、今後は「生活するまちを楽しむ」という観点において、区のブランド力を高める必要があります。
- ・そこで、世田谷区の持つ魅力的で居心地の良い地域生活の継続とさらなる向上を図り、世田谷区のまちとしての魅力を高めていくために、生活価値を創造していく取組みを進めていきます。

■プロジェクトの進め方

- ・区内の各地域において、区民が生活しやすい安全・安心、快適な生活を維持・向上できるよう、生活価値の向上を促すとともに、地域一体となった新たな価値を創造する場や機会づくりの支援を行っていきます。
- ・区民生活の変化を踏まえ、商店街をフィールドにしつつ、商店街関係者と顧客や企業、NPO等同じ地域で生活やビジネスに携わる関係者が一体となって、検討の場づくりを行い、生活価値創造を促進するまちづくりを推進していきます。

■プロジェクトイメージ図



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

■該当施策

- ・ 区民生活や地域環境を支え高める商店街振興
- ・ 世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
- ・ まちなか観光が生み出す産業の活性化
- ・ 世田谷人材の育成と活躍促進
- ・ 安全・安心な消費環境づくり

【関連する施策等：区民生活や地域環境を支え高める商店街振興】

区民の消費行動の変化（インターネットを利用した買物割合の増加、キャッシュレス決済の進展等）が多方面で進み、商店街の日常利用割合は徐々に少なくなってきました。その他、大規模商業施設の開発、商業・サービス業に係る人材・後継者不足等、商店街を取り巻く環境は大きく変化しており、各個店の経営は非常に厳しい状況に立たされています。加えて、商店街の加入店舗数は減少傾向にあり、牽引するリーダーが不足してきています。

一方、世田谷区の商店街は、単なる商業活動のみではなく、AED・防犯カメラ・街路灯の設置等、地域社会・区民生活を支える「公共的な役割」を担ってきました。また、人口変動等の要因を背景とした高齢者支援や子育て支援等、区民の生活支援ニーズは今後も高まっていくことが想定され、刻一刻と変化していく地域社会の様々な課題に、生活に身近な商店街が取り組んでいくことが求められています。

これからも商店街が上記の活動を維持・拡大していくため、地域団体等と連携・協力を進めていくとともに、商店街と個店の魅力を掘り起こし、様々な媒体を活用して情報を発信していくことで、区民生活や地域環境を支え高める商店街振興による魅力向上を図っていきます。

図表：展開施策一覧

区民生活や地域環境を支え高める商店街振興
<ul style="list-style-type: none"> ・商店街が担う公共的役割への支援 ・「まちの力」の参加促進 ・地域特性を活かした魅力を生み出す商店街の形成 ・商店街のマネジメント機能の育成



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

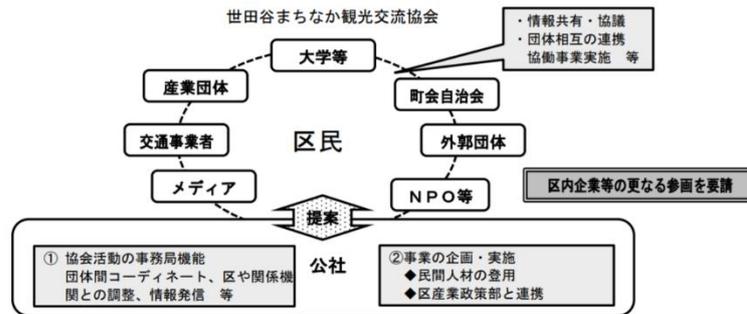
【関連する施策等：世田谷まちなか観光交流協会（産業振興公社）の取組み】

平成 24 年に発足した「世田谷まちなか観光研究会」は、平成 25 年に「世田谷まちなか観光協議会」、平成 28 年には「世田谷まちなか観光交流協会」へ発展しました。現在、世田谷まちなか観光交流協会では、世田谷区が一般的な他の観光地とは異なり、閑静な住宅街等、独自の特性を有すると考え、多数の事業者、団体、個人の参画によって、以下の観光事業に注力した取組みが展開されています。

図表：世田谷まちなか観光交流協会の目的

区内の歴史・文化・自然・人などの様々な資源を活用し、区民・事業者・団体・行政などが連携して観光施策を推進することにより、区民が世田谷に誇りと愛着を持ち、そうした区民の暮らしの魅力を発信することで来訪者を増やすとともに、多様な交流を促進する、世田谷ならではの「住んでよし、訪れてよし」のまちなか観光を推進し、地域の活性化及び産業の振興並びに文化の向上を図ることを目的としています。

図表：世田谷まちなか観光交流協会の体制と施策



＜組織の取組み＞

1 産業振興公社の組織強化

- ① 民間から観光等の分野で実務経験のある「観光課長」を登用
- ② 民間から観光施策に造詣の深い観光アドバイザーを配置

2 「世田谷まちなか観光協議会」を「世田谷まちなか観光交流協会」として組織強化

- ① 別添「趣意書」のとおり
- ② 一般社団法人等ではなく、産業振興公社が事務局を務める現在の形態は維持
- ③ 協会への新規加入を促進し、組織強化

＜事業面の取組み＞

1 多彩な観光事業の実施

- ① まち歩き・体験型観光ツアーのシリーズ実施
- ② 外国人向けのまち歩きツアーの実施
- ③ 区内の魅力を一堂に集めた「まちなか観光メッセ」の定期開催
- ④ 観光案内所の整備・運営等
- ⑤ ボランティアガイドのネットワーク化
- ⑥ 広告協賛、補助金等も積極的に活用し、観光事業を拡充

2 観光情報発信の強化

- ① 日本語版観光情報誌の発行
- ② 外国語版の観光情報誌・観光マップの発行
- ③ 多言語による観光ホームページの開設・情報発信
(無料 Wi-Fi 接続時のリダイレクト先に設定)
- ④ 区・外郭団体・商店街・民間の魅力的なイベント情報をまとめ発信

3 まちなか観光交流協会参加団体が主体として連携し、企画・実施する事業の展開

出典：世田谷区産業振興公社「平成 28 年世田谷区における観光強化策」より抜粋

【関連する施策等：代表的なまちなか観光の取組み】

世田谷まちなか観光交流協会では、まちなか観光を推進する様々な取組みが展開されています。まちなか観光メッセといった催物のほか、平成30年には観光ホームページが開設され、世田谷の魅力を広く発信し、快適なまち歩きを楽しんでもらうための情報発信ツールの充実が図られるとともに、区内5地域でのまち歩きツアーの実施や観光ボランティアガイドの養成及び活用など、来訪者と区民との交流や区の賑わいの創出を図る取組みが進められています。

図表：観光ボランティアガイドの取組み



図表：世田谷ぷらっとのチラシ

図表：観光ホームページのチラシ

出典：世田谷区産業振興公社による提供資料

2.コンパクトで多様な都市型ライフスタイルを支える産業の育成

■プロジェクトの趣旨・背景

- ・医療,福祉や宿泊業,飲食サービス業、教育学習支援業等のサービス業が区内事業者のうちでも高い開業率で、特に医療,福祉は23区内でも事業者の売上高が個人で1位、会社で3位と非常に高い水準となっており、高齢化に伴うニーズの高まりに応じて今後も区民の様々なサービスニーズは高まっていくことが想定されます。
- ・一方、東京23区で2番目に広い面積(58.05km²)を有する世田谷区では、駅や買物先へのアクセス環境が必ずしも良好でない場所もあり、高齢者を中心に移動不安や買物弱者が生じる等、社会的孤立状況が懸念されます。同時に集合住宅割合が増加しているものの空き家戸数は増加傾向にあり、アクセス環境の良好でない地域でこうした空き家等も増加していくことも考えられます。
- ・そこで、様々な都市機能が集約して多様な暮らしが実現可能なまちづくりを進めると同時に、関連の産業活性化につなげていきます。

■プロジェクトの進め方

- ・移動不安や買物弱者、社会的孤立が心配される区民等の困りごとや要望の把握を進め、区内の駅周辺の集合住宅等を中心とした利便性の高い商業・サービス業等の集積と、空き家対策等を視野に入れて自宅の安全管理や有効利用等に向けた総合マネジメントの推進により安全・安心で快適な区民生活を実現します。
- ・海外等の先進的な成熟都市の取組み等を参考にして、世田谷区に見合った安全・快適な暮らしやすいコンパクトな生活創造と、それを支える産業の振興を進めていきます。
- ・それに伴い、都市整備、住宅改修等に関わる産業の活性化と、まちなかでの安全、快適な生活の実現に向けて、区内の大手企業、鉄道事業者等を中心に、建設、IT、各種サービス業、その他事業者によるチームを形成し、各種生活支援サービスを提供します。

■プロジェクトイメージ図



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

■該当施策

- ・ 地域や生活に身近なものづくりの産業
- ・ 世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
- ・ ものづくり技術を活かした産業の推進
- ・ 潤いと活力に満ちた地域づくり
- ・ 建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展

【関連する施策等：潤いと活力に満ちた地域づくり】

現在、世田谷区の人口は90万人を超え、約10年後には100万人を超えるものと推計されています。しかし人口構成上は、老年人口割合の増加、生産年齢人口割合の減少は着実に進んでおり、安全・安心に暮らせるまちづくりが今後ますます求められることが想定されます。

また世田谷区は23区内でも大田区に次ぐ面積規模を有しており、東西を結ぶ鉄道網は充実している反面、南北を結ぶ公共交通機関に乏しく、区の西部を中心に公共交通不便地域が多くなっているのが現状です。こうした地域においては、高齢者を中心とした区民の利便性確保が課題となっており、各地域拠点を中心とした産業活性化、区民生活の満足度の向上が求められています。

区民生活の利便性を高め、安全・安心の確保や環境に優しい暮らしを実現するために、広域・生活文化拠点や区内各5地域のそれぞれの拠点を中心とした周辺地域の都市機能の充実、産業を集積させるとともに、利便性の高い都市型コンパクトライフの実現を目指していきます。

図表：展開施策一覧

潤いと活力に満ちた地域づくり
<ul style="list-style-type: none"> ・ 区民の利便性向上に資する都市型コンパクトライフの実現に向けた産業支援 ・ 広域生活・文化拠点を中心とした交流促進による産業活性化の推進 ・ 都市開発に伴う新たなまちづくりと一体となった商店街振興の推進 ・ タウンマネジメント機能の育成による地域内連携と商業機能の充実



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

【関連する施策等：地域や生活に身近なものづくりの産業】

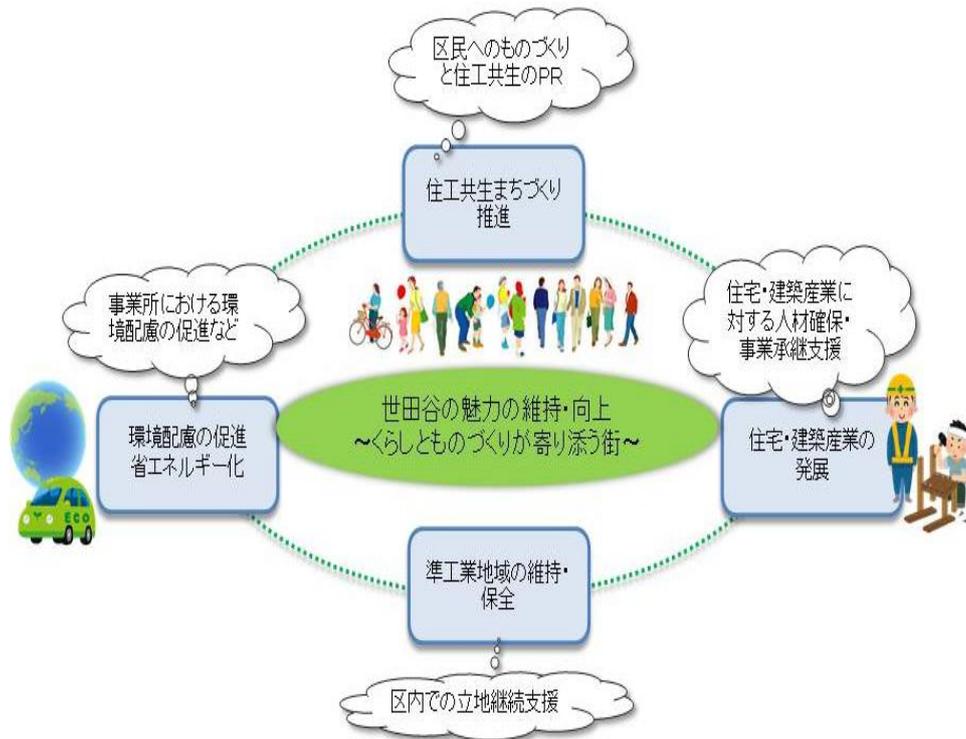
近年、ものづくり事業者を含めた区内事業者を取り巻く環境は、労働人口減少に伴う人材・後継者不足、国内市場の縮小や準工業地域における住宅化の進展等の影響を受け、厳しさが増している状況です。

区内の多くのものづくり業種で事業所数・従業者数の規模縮小がみられ、「従業員の高齢化」、「特性専門技術を有する人材不足」、「一般従業員の確保」等、人材に関する課題が多く挙げられている状況です。

こうした状況を踏まえ、世田谷区では、持続的なものづくりの維持・発展のためには地域や生活に身近なものづくりの推進が重要であると位置づけ、住工共生のまちづくりを進めるとともに、住生活の価値向上をめざした人材確保・事業承継等を支援していきます。

図表：展開施策一覧

地域や生活に身近なものづくりの産業
<ul style="list-style-type: none"> ・住工共生まちづくりの推進 ・環境・エネルギーに係る取組み推進 ・準工業地域の維持・保全 ・住宅・建築産業などの支援による住生活の価値向上



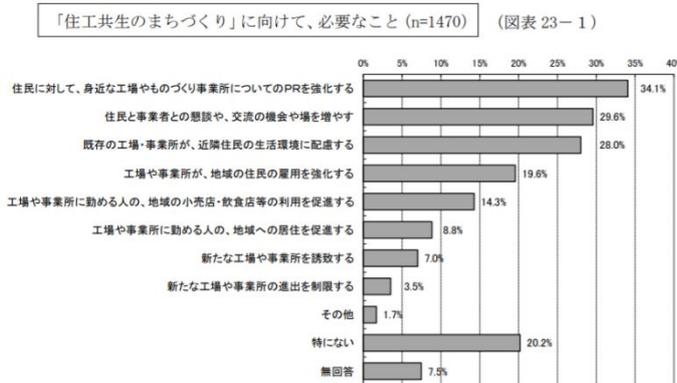
出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

【関連する施策等：住工共生のまちづくり】

区民が住工共生に関して必要だと思うことは、「住民に対して、身近な工場やものづくり事業所についてのPRを強化する」こととなっています。そして、世田谷区では、居住環境と操業環境が調和した住工共生のまちづくりの推進の取組みが進められています。

具体的には、「住工共生まちづくりワーキング」や「住工共生まちづくり交流イベント」の開催等において、区民のものづくりに対する理解促進や学習機会が数多く提供されており、準工業地域の事業所マップの作成等も含め、以下のような取組みが進められています。

図表：住工共生のまちづくりに向けて必要なこと



出典：世田谷区「平成 28 年世田谷区産業基礎調査」

図表：桜新町準工業地域事業所マップ



出典：世田谷区「住工共生まちづくりの取り組み HP」より抜粋

図表：住工共生のまちづくりの取組み例

	概要
桜新町ものづくりの魅力発見ツアー	広くものづくりの魅力を周知することを目的とし、桜新町地区のものづくり事業所（工場）の見学会、ものづくりを体験できるイベントを年に1回実施。
桜新町準工業地域事業所マップ	桜新町地区の準工業地域において、ものづくりを営んでいる事業所を紹介したマップ。「桜新町ものづくりの魅力発見ツアー」の内容も掲載。
船橋準工業地域事業所マップ	船橋地区の準工業地域において、ものづくりを営んでいる事業所を紹介したマップ。防災の観点の踏まえ、災害時支援協力事業所一覧として、事業所概要を掲載。

出典：世田谷区「住工共生まちづくりの取り組み HP」より抜粋

【関連する施策等：世田谷ものづくりのPRの促進】

■ 「ものつくるひと」等の冊子の作成による情報発信

世田谷区は住宅街としての特性を有する一方、区内には高度な技術や製品を扱うものづくり事業者が点在しており、こうしたものづくり産業の魅力を発信し、広く広報するため、世田谷区では産業振興公社と連携することで、「ものつくるひと」冊子の作成や、「ものつくるひと展」等の取組みを積極的に展開しています。

図表：「ものつくるひと」冊子、「ものつくるひと展」



出典：世田谷区産業振興公社 HP より抜粋

■ 産業交流展 2018 への出展（世田谷区産業振興公社）

平成 30 年、東京ビックサイトにおいて開催された「産業交流展 2018」に、「チーム世田谷」として、産業振興公社とともに 9 ブース（区内事業者、団体等）が出展しました。

図表：産業交流展 2018 の取組み



出典：世田谷区産業振興公社 HP より抜粋

【関連する施策等：建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展】

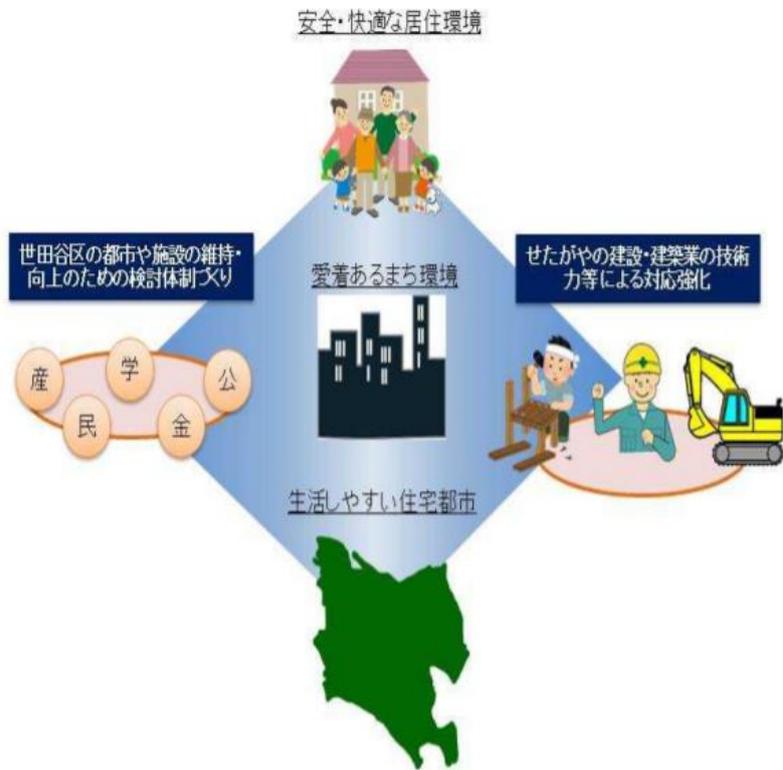
区内の用途地域は90%以上が住宅用途に指定されており、昼夜間人口比率が90%を超える世田谷区は、住宅都市としての環境整備が進んでいます。同時に区内の建設業は、原材料調達、生産の外注、設備投資を行う際の発注先等、他業種と比較すると相対的に区内への発注割合が高いといった特徴を有しています。

その反面、建設業では特定専門技術を有する人材不足が顕著な課題として挙げられており、人材育成等を積極的に行っていくことが必要となっています。

区の都市基盤や生活を支える建設・建築関連産業の振興という視点から、区民の居住満足度を高めていく取組みを進めていきます。

図表：展開施策一覧

建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展
<ul style="list-style-type: none"> ・建設・建築関連産業の振興 ・都市インフラ高度化に向けた整備、推進



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

3. 「3 (×2) × 1 型農業」の推進と多面性の強化

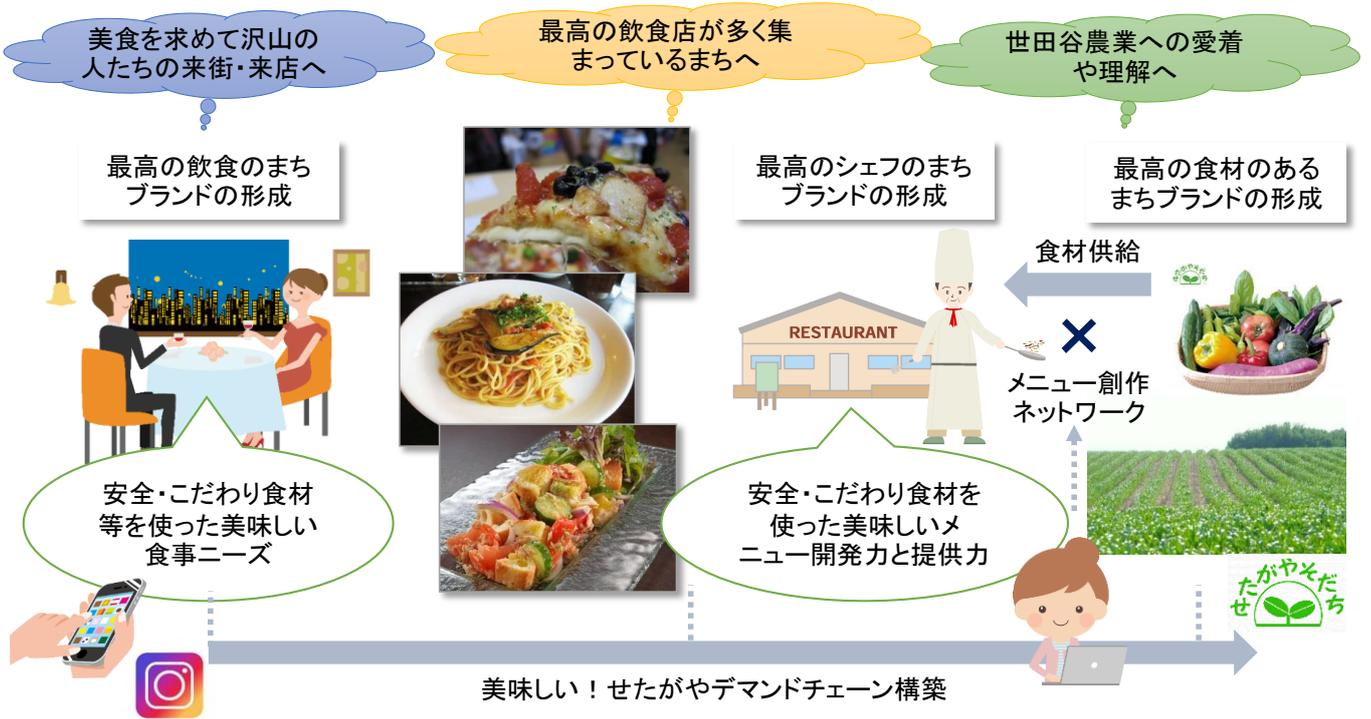
■プロジェクトの趣旨・背景

- ・世田谷区内の農地・農家戸数はそれぞれ減少傾向にある一方、農地等を活用した様々なふれあい事業、「せたがやそだち」のPR等も功を奏し、区内で農業が行われていることを知る区民は9割に近づきつつあります。
- ・世田谷農業の大きな特徴は、区民と距離が近いことであり、他区と比較すると消費者に直接販売する割合が顕著に高くなっています。また、他都市からの集客力が高い飲食店が多い大消費地の中にある世田谷農業は、飲食店を通じた消費者へのアプローチが容易であるという利点を有します。
- ・そこで、集客力が高い世田谷区の商業・サービス業（第3次産業）の利点と、消費者との距離が近いという強みを持つ「せたがやそだち」等の農産物（第1次産業）を結び付け、区内農業を強化していく取組みを進めていきます。

■プロジェクトの進め方

- ・飲食店での調理やその技術を「ものづくり」に見立て【小文字の×2】として、商業・サービス業（第3次産業）の利点と、農業（第1次産業）を結び付けた、せたがや独自のデマンドチェーンの構築を行うとともに、区民や区外の消費者等の世田谷農業への理解度向上に寄与する仕組みを構築していきます。
- ・農家、飲食店に本取組みについて説明し、理解を求めるとともに、個々のニーズを把握します。そして、各飲食店が区内農作物等の特長を理解して、顧客ニーズに応えるメニュー開発を進めていきます。
- ・関係者が協力して流通の効率化（低炭素化）、イベント等による効果的なPR等を着実に進めていくとともに、商業・サービス業と農業が一体となって様々な広がりを持つ取組みを実行していきます。

■プロジェクトイメージ図



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

■該当施策

- ・区民とともに作る世田谷農業
- ・世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
- ・世田谷の特性を活かした農業力の強化
- ・産業創造基盤
- ・農のある都市環境の維持・形成

【関連する施策等：「世田谷区農業振興計画」における方針・方向性】

世田谷区は23区内でも多くの農地が残り、世田谷独自の認証農業者制度、後継者育成に向けたせたがや農業塾等の先進的な取り組みが行われています。

加えて平成21年度から10年を期間とした、「世田谷区農業振興計画」が策定されており、この間、国においては都市農業振興基本法の成立、都市農業振興基本計画の策定等の動きがみられます。また、東京都でも東京農業振興プランが策定されており、生産緑地法の改正等も含めると、世田谷区を取り巻く都市農業は大きな変化の中にあります。

こうした変化を踏まえ、世田谷区では平成31年度より、新たに10カ年を見通した農業振興計画が策定されました。

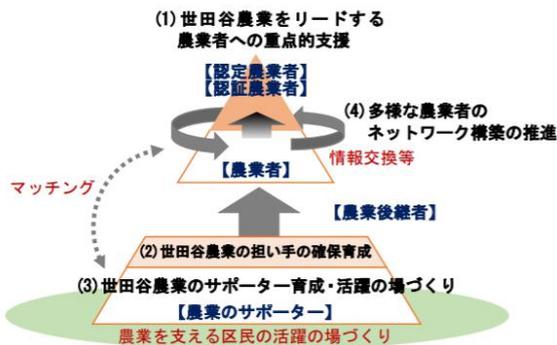
新たな世田谷区農業振興計画の理念のキャッチフレーズ

農と住が調和した魅力あふれる世田谷農業
～未来につなぐ「せたがやそだち」～

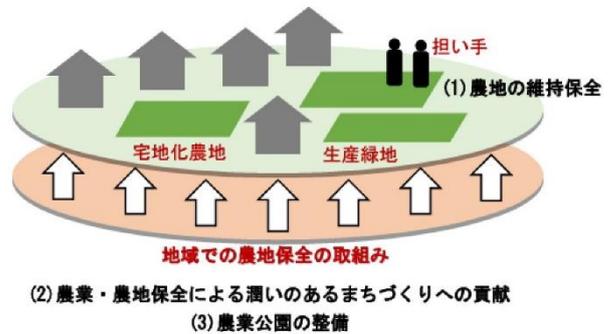
図表：世田谷区農業振興計画の理念の一部

実効性の高い計画について
<p>本計画は、今後10年間の世田谷農業の指針として、実効性の高い内容とすることを基本的な考え方に据えます。①農業の担い手、②農産物の流通、③農業経営、④農のある暮らし、⑤農地保全の5つの論点について、従来からの課題に対しての着実な施策継続および拡充を図るとともに、特に、新たな農業の展開に向け、世田谷区の立地特性を活かした農地利用や農業経営の多様化を推進します。</p> <p>農家の後継者の確保育成に加えて、区民による営農参加、担い手への農地集約などの新たな展開を研究・推進するとともに、農業経営の多様化については、消費者・消費地が身近にある世田谷農業の特性を最大限活かした地産地消の新たな流通構築や、サービス提供として農産物収入以外での経営の展開についても研究・推進を図ります。</p>

図表：例①多様な農業者への支援



図表：例②農地を守るまちづくりの推進



出典：世田谷区「世田谷区農業振興計画」より抜粋

4.せたがや産業創造プラットフォームの設置とネットワークの形成

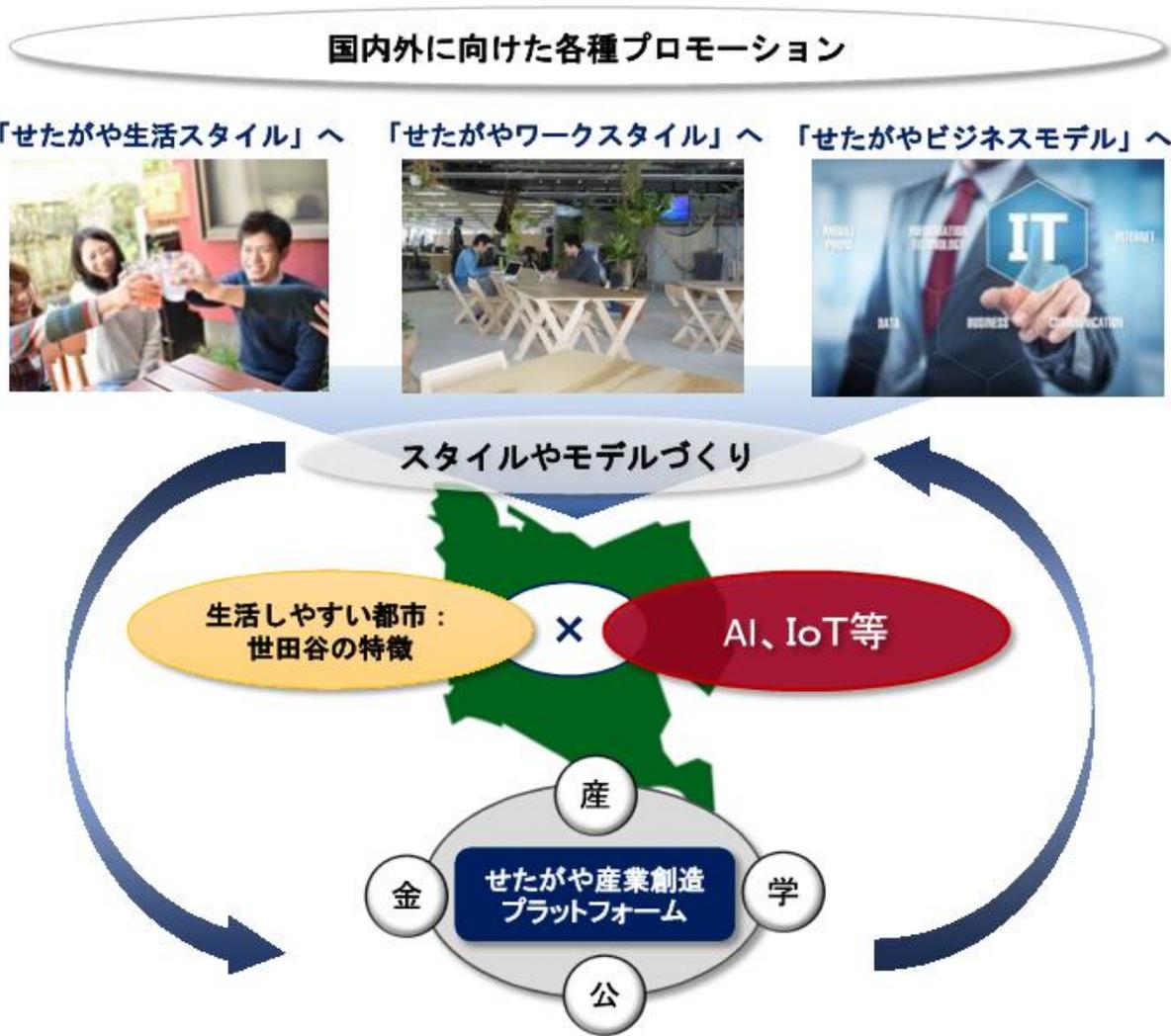
■プロジェクトの趣旨・背景

- ・世田谷区の産業構造は、第3次産業の事業所・従業者割合が多く、長期的視点で見ると、事業者・従業者ともに増加傾向がみられます。これはそれぞれの地域でにぎわいを創出している商店街、それを構成する小売業、飲食、サービス業等の魅力的な個店、さらには様々な技術を有するとともに付加価値の高いものづくりを行う事業者が連携することによって、「生活しやすい住宅都市：世田谷」を構成しています。
- ・今後ますます経済や社会のグローバル化が進展していく中で、こうした「生活しやすい住宅都市：世田谷」においても、都市間競争や企業間の競争が激化するとともに、企業同士の境界線があいまいになり、オープン化が進み、ネットワーク型企業が増加していくことが想定されます。
- ・こうした社会や生活環境の変化を踏まえ、「生活しやすい住宅都市：世田谷」の維持・向上に向けて、「せたがや生活スタイル」、「せたがやワークスタイル」、そして「せたがやビジネスモデル」等を創り出し、安全で快適、賑わいのある都市として成長させていきます。

■プロジェクトの進め方

- ・区内の産学金公等により構成される「(仮称) せたがや産業創造プラットフォーム」(以下「プラットフォーム」という。)を設立します。そこで、IoT、AIを活用したワークスタイル、ビジネス、社会経済トレンドや市場動向の分析・把握を行います。
- ・プラットフォームでは「せたがやワークスタイル」や「せたがやモデル」等の世田谷区らしい特徴と強みの検討を行い、国等との協力・連携のもと、社会経済状況の把握に向けたマーケティングと国内外の都市に向けたプロモーションを強力に推進し、区内関連産業全体の創造と振興を図ります。
- ・上述のような観点から生活スタイルやビジネスモデルづくりを進め、国内外に向けて「世田谷型産業」のプロモーションを進めていきます。

■プロジェクトイメージ図



出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

■該当施策

- ・ 産業創造基盤
- ・ 世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
- ・ ものづくり技術を活かした産業の推進
- ・ 世田谷人材の育成と活躍促進
- ・ 世田谷観光プロモーションの強化

5.世田谷人材マッチングの仕組み

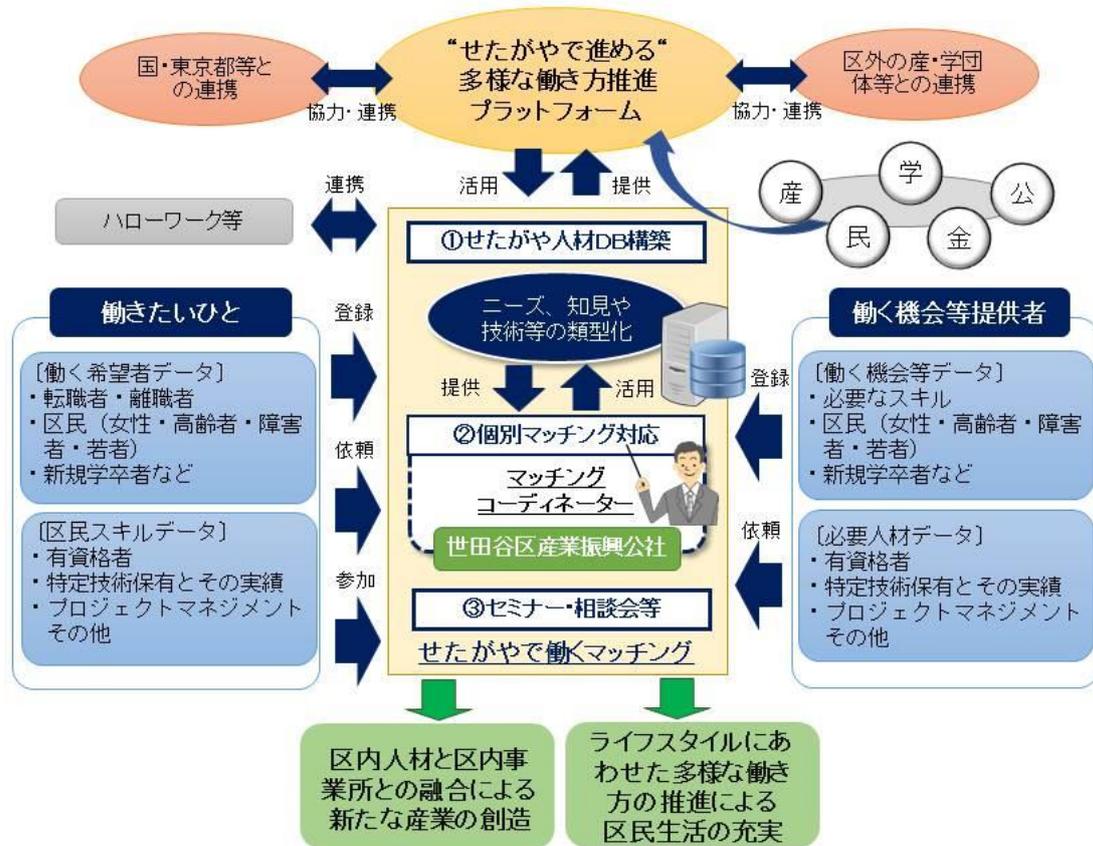
■プロジェクトの趣旨・背景

- ・区外へ通勤する区民は未だに多いものの、昼夜間人口比率は徐々に100%に近づき、区外から働きに来る人、区内で働く居住者が増加しており、住宅都市でありながらも職住近接等、今後は区内で働くことが徐々に一般的になっていくと考えられます。
- ・またAIやIoT等の産業技術の発展により、時間と場所に制約されない働き方が広がると同時に、人が担う仕事は限定され、複数の企業が優れた能力を持つ人材を部分的にシェアリングする等会社と会社員との関係も変化していくことが想定されます。世田谷区には管理的職業や専門的・技術的職業従事者が多く、在宅勤務や家の近くで働くことを希望する区民も多いことから、今後は社会のトレンドに併せて、区民個人にあった働き方が広がっていくと考えられます。
- ・そのような中、新たな働き方とそれに対応できる人材の多様な組み合わせが必要となることが想定されることから、こうした社会環境の変化を念頭に、区民が仕事を通じて幸せになるマッチングの仕組みづくりを進めます。

■プロジェクトの進め方

- ・区内における人材ニーズとそのトレンド等を把握するとともに、仕事をしたい人とその人の有する知見や技術等を類型化したデータの整理を進めます。
- ・また、人材マッチング会社等と連携して、官民連携による仕組みの安全性を担保した人材マッチングの仕組みを検討します。
- ・女性・若者・高齢者・障害者等様々な属性を有する人材の特性とニーズ特性等を適切に組み合わせることにより、就労側・雇用側双方にとって最適な仕事のマッチングを実効的に図っていただける仕組みを構築し、安定的に運用していきます。

■プロジェクトイメージ図



■該当施策

出典：世田谷区「世田谷区産業ビジョン」より抜粋

- ・ 産業創造基盤
- ・ 雇用・労働環境の充実
- ・ 世田谷人材の育成と活躍促進
- ・ 世田谷観光プロモーションの強化

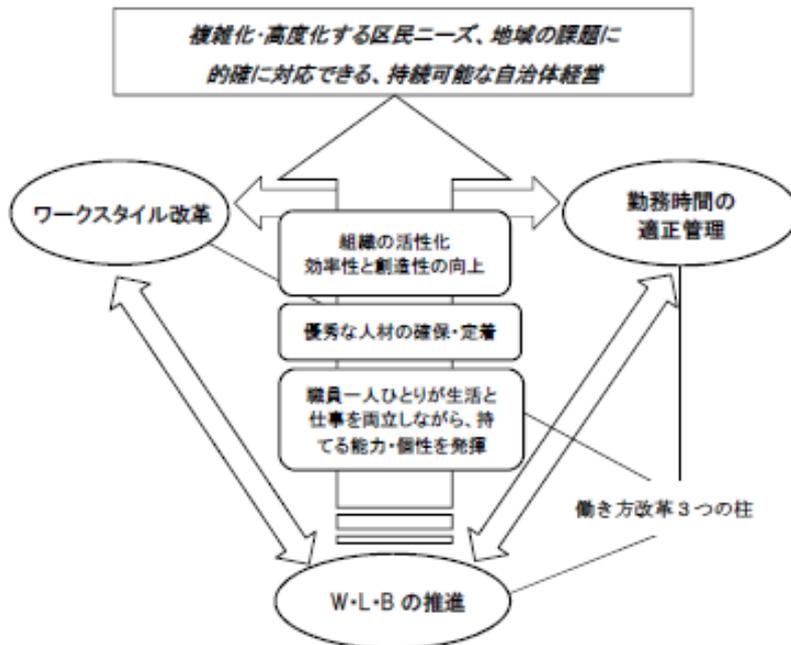
【関連する施策等：世田谷区役所版働き方改革の推進】

区では、平成 19 年度からの男女共同参画プランにおいて、ワーク・ライフ・バランスの推進を掲げ、仕事と家庭生活との両立支援や女性の起業、子育て支援等をはじめ、産業ビジョンや教育ビジョンにおいても、ワーク・ライフ・バランスに関連付いた施策を展開してきました。その一方で、少子高齢化に伴う労働力人口の減少が見込まれることを背景に、長時間労働の是正やワーク・ライフ・バランスの重要性が社会問題として認識されはじめ、基礎的自治体である区は、複雑化・高度化する区民ニーズや地域の課題に的確に対応できる持続可能な自治体経営が求められています。

厚生労働省が平成 29 年 3 月に策定した「働き方改革実行計画」を受け、区では「世田谷区役所版働き方改革」を目指し、基本的な取組み方針「ワーク・ライフ・バランスの推進」「勤務時間の適正管理」「ワークスタイル改革」を 3 つの柱に据え、区政を支える全ての職員を対象に取り組むこととしました。区役所が率先して取組みを行うことにより、区内外の事業者等に対しても、ワーク・ライフ・バランスや子育て、介護等を社会全体で支えていく姿勢をみせることで、区自身が変わることを目指していきます。

また、平成 29 年 8 月に実施した「世田谷区働き方改革の推進と子育て・介護と仕事の両立に向けた多様な働き方に関する調査」の結果からみえた新しい働き方に関する情報誌「せたがや働き方改革プラスワン」を発行しました。情報誌では仕事と子育て等の両立の取組み状況等の紹介、事業所インタビュー等を掲載しており、これら調査を参考にし、区では新しい働き方の先取り、区内に潜在する人材の掘り起こしのきっかけとなれるよう取り組んでいます。

図表：世田谷区役所版働き方改革のイメージ



図表：冊子「せたがや働き方改革プラスワン」



出典：世田谷区HP（平成 29 年 7 月区議会）

6.世田谷区内から活躍する事業者（ヒアリングコラム）

【株式会社メルカード東京農大】

- 1 全国に広がる農のネットワークを活用した農大マルシェの開催とプロモーション

【世田谷区建設団体防災協議会】

- 2 来たる時への備えに ひととまちの頼りになる存在へ

【みんな電力株式会社】

- 3 日々の生活や企業活動の価値観にマッチしたエネルギー利用へ

【株式会社 デジタルステージ】

- 4 社会や生活の変化を踏まえた中小企業の IT 活用支援

【楽天株式会社】

- 5 新しい働き方の推進と社内一丸となるための工夫による複合的効果の創出

【株式会社三恵】

- 6 インターネット販売の特徴を活かした販売力の拡大

【三軒茶屋銀座商店街振興組合】

- 7 まちや店の効果的なPRと賑わいづくりの充実化

【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム①）】

全国に広がる農のネットワークを活用した農大マルシェの開催とプロモーション

【事業者】【株式会社メルカード東京農大（世田谷区桜丘1-1-1）】

東京農業大学（以下、「東京農大」という。）は世田谷区桜丘に所在する農学専門大学の1つで、1891年の創立以来、農学に加え、生命科学、環境科学等をけん引する大学である。これまでの長きにわたる歴史の中で、全国にたくさんの人材を輩出している。区内においても東京農大OBは、ワイン用ブドウの栽培（用賀）等を行っている。また、全国の自治体をはじめとして、様々な企業や団体等と連携して、地域農業の振興をはじめとして、様々な取組みを行っている。

東京農大発の学生ベンチャー企業である「メルカード東京農大」は、こうした東京農大の持つネットワークを活かし、農大市場という名前で「生産者→農大→消費者」という新しい流通チャンネルの開拓を目指し、大学や卒業生等と連携して開発した農産物や加工品を、インターネットを通して販売を行っている。こうした会社運営の体験を通じて、会社は「学内インターシップ」という、教育の場としての側面も併せ持つ。

メルカード東京農大では、全国の生産者（東京農大OB）支援として商品開発や販促支援を行う1986年生まれの東京農大OB「農大ハチロク会」が中心となって、江戸東京野菜、収穫祭の名物であるハチミツ、味噌蔵ばん、枝豆やぶっかけゴボウ等、珍しい浅漬け等を出店する「農大マルシェ」を全国の様々なところで地元自治体等と連携して実施している。その他、全国各地域からの要請に応じてイベントに参加している。

今後の展開としては、「区内には人が集まる場所がたくさんあるが、活用できていない現状がある。関係各所と連携して、農大の農作物をはじめとして、全国のゆかりの様々な品や農大自身を見せていく取組み（農大ブランド力の発信等）を行っていきたい」とのことである。

<農大マルシェの様子>



【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム②）】

来たる時への備えに ひととまちの頼りになる存在へ

【事業者】【世田谷区建設団体防災協議会（世田谷区上馬 5-34-16（東京土建世田谷支部内））】

1995年（平成7年）阪神淡路大震災で地域の建設業が、人命救助に大きく貢献した。その際に、区内の建設に係るメンバーも、全国から参集している同業界の方々とともに、ボランティアに参加していたが、この活動を通じて、地域の建設業が大きな災害等の有事の際に、人命救助、道路のがれき処理、そして防災等、安全・安心に係る役割を担うことが大切という問題意識を持つこととなった。そこで、近い将来起こる可能性が高いとされる首都直下型地震に向けて、建設業に関わる労使がともに共通の課題認識を持ち、関係する団体が一緒になり、世田谷区建設団体防災協議会を1998年（平成10年）3月に設立した。同時に世田谷区と災害協定を締結し、現在においても地道な防災活動を続けている。

一方、社会経済環境が変化していく中で、1997年（平成9年）に680万人いた建設従事者は、2016年（平成28年）には490万人にまでおよそ3割近くも減少しており、近年特に顕著となっている人材不足は深刻化の一途を辿っており、地域防災に寄与する人手という意味でも厳しい状況になっている。

今後、世田谷区の建設産業振興には、AI、IoTを用いた建設ロボットの活用促進等、業界の最新動向を見つつ、地域の建設会社が担うべき機能や働きについて、必要な人材を育成し、現場で学んでいく仕組みが不可欠である。現状、世田谷区内の建設産業事業者の多くは、大型の建設重機や機械を所有していないため、それらを使用する発注業務を数多く請け負うことは難しいが、地域に根ざした建設産業として、社会貢献活動を踏まえ、建設産業関係各所と連携して解決を図っていききたい。

近年、全国的に空き家問題が深刻化している。空き家は所有権の問題もあり、進めていくのは難しい状況である。地主・家主等貸主の不在や行方不明問題に対する法整備等は今後進展していくと思われ、その際に、地元を知り、地元で信頼される建設事業者の存在は重要になる。関係各所と協力して可能な対応をしていき、安全・安心の街づくりをめざしていく。

引き続き、地域の経済を大事にしながら地域建設産業として邁進していくとともに、今後、区民に対して、地域建設産業の重要性もPRしていくことが必要であると考えており、広報活動に力を入れて取り組んでいきたい。

- 「親子木工教室」等を開催し、建設産業を通して、地域コミュニティの形成を図っている。



- 被災地支援等の社会貢献活動にも積極的に取り組む。



【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム③）】

日々の生活や企業活動の価値観にマッチしたエネルギー利用へ

[事業者]

【みんな電力株式会社（世田谷区三軒茶屋2-11-22 サンタワーズセンタービル8階）】

「生産者の顔が見える」電力小売りサービスをコンセプトに、全国各地より調達する再エネ発電所の電力を、独自の電力取引プラットフォームで販売している。電力は、太陽光やバイオマスを中心とした再生可能エネルギーを主な電力供給源として活用し、電力と合わせて「生産者の顔が見える」ことによる安心と安全を提供している。

最近、国際的イニシアチブ「RE100」(Renewable Energy 100%：2014年(平成26年)に発足した事業運営に必要な電力のすべてを再生可能エネルギーで賄うことを目標に掲げる企業が参加する国際的な取組み)等の動きが広がりを見せており、海外企業では、「自社のデータセンター、オフィスを、100%グリーン電力で賄っている」、「次につくるデータセンターの電気は風力発電のファームから買う」等と表明しているように、電気を選んで購入する動きとなっている。このような流れは日本でも広まっており、「電気を選んで買うこと」が「SDGsの1目標として重要な企業責任」になっていくと予想している。

このような流れを踏まえ、みんな電力株式会社では国内で初めて、30分単位で、より精緻に電力のトレーサビリティを行い、かつブロックチェーンを活用し低コストでの電力トレーサビリティの仕組みを実用化予定である。オープンなプラットフォームで、誰もがこのシステムを活用できる環境を整え、低コストで精度の高い電力トレーサビリティを当たり前利用する社会にしていく目論見を持っている。

世田谷区には、是非とも環境や再生可能エネルギー利用の先進都市としてのブランドづくりとさらなるアクションを推進して欲しいと考えている。

<顔の見える電気の仕組み>



出典：みんな電力株式会社HPより掲載

【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム④）】

社会や生活の変化を踏まえた中小企業のIT活用支援

【事業者】【株式会社 デジタルステージ(世田谷区池尻 2-4-5 IID 世田谷ものづくり学校 119)】

現在の主な顧客は中小企業であり、クラウドサービスやWEBサーバーやソフトウェア等のIT活用支援や効果的な情報発信をサポートしている。その中で、多くの中小企業等の経営者の方々と話す、近年では、ITに関してあまり知識や経験はないが、苦手意識があまりない方も多し。そうした意識を持つ企業のホームページ等を、どのようにして魅力的かつ活用性の向上について、顧客マーケティングをしっかりと行うとともに、課題に対して丁寧かつ望ましいサポート内容等を考え、様々なサービス対応を行っている。その結果、現在は20万ユーザー以上となった。

世田谷区内（世田谷ものづくり学校内）に事業所を構えている理由は、区内にはデザイン、ITそしてコンテンツ等を生業にする人が多く、IT企業が多い渋谷等とは違う趣がある。また、生活のまちであり、落ち着きありつつも文化性があり賑わいのある環境、加えて顧客との接点も多く、悩みや課題等を掴みやすい環境であると認識しており、仕事がしやすいと思っている。

今後は、世の中にAIやIoTが浸透すると、一般的には人々に意識されないところで、ますます社会そして我々の生活の裏側で活用が進んでいくと思われる。そこで大切になるのは、様々な意味でのデザインである。どのようなワークスタイル、生活スタイルをしていきたいのかといったものを、ITやテクノロジーを活用してどのようにデザインし、実現していくかを考え、情報発信、プロモーションに取り組んでいきたい。

これからの区の産業施策としては、世田谷の持つ様々な良さを理解し、ベンチャーが集まる機会を作れると良いと思う。ベンチャー向けセミナーをやるにしても、一般的な話を聞くより、儲かる話等生の情報が行きかう機会になると良い。参加者が面白いと思う場や機会を作るとベンチャーをやろうとするような人は特に関心を持って集まってくるのではないかとと思われる。

＜職場の様子＞



＜受賞の数々（各方面で高い評価を受ける）＞



【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム⑤）】

新しい働き方の推進と社内一丸となるための工夫による複合的効果の創出

【事業者】【楽天株式会社（世田谷区玉川1-1 4-1 楽天クリームゾンハウス）】

楽天株式会社（以下、「楽天」という。）は、創業の頃から働く環境を大切にしており、「グループ会社を含め、オフィスを一つに集約することによって、従業員間のさらなる連携や業務効率化を望むことができる」という考えがある。そのため、従業員がより快適で健康的に過ごせるよう、オフィス環境の整備を進めてきた。

2015年6月から9月にかけて、それまでオフィスが分散していた状態から、1万人規模の従業員が一つの場所に集約できるということで、世田谷区二子玉川に本社を移転した。本社「楽天クリームゾンハウス」で働く人は約1万人で、楽天単体でも外国籍社員の割合は2割を超える等、働き方の多様性が進んでいる。このような中、仕切りのない「オープンスペース」や世界中で活躍する社員をつなぐ「ビデオ会議システム」等、働きやすいオフィス環境を実現している。また、社員一人ひとりの日々の生活を豊かにすることが良い仕事へつながる重要性を意識し、福利厚生施設として、カフェテリア（社員食堂）、フィットネスジム、鍼灸、クリーニング、ヘアサロンやネイルサロン、さらに薬局およびクリニックを設置している。子供のいる社員が利用できる、社内託児所や搾乳室等も整備し、プライベートもサポートする環境づくりにも余念がない。

なお、他社と同様にリモートワークの仕組みも取り入れているが、基本的には介護や育児等の状況によって遠隔地で働かざるを得ない場合にのみ、利用するという認識を持っており、同じ環境で働くことへのこだわりは一貫している。

楽天グループのブランドコンセプトに掲げられている「一致団結」という言葉の通り、多様性に富む人材がそれぞれの個性を生かしながらも、一つの目標に向かって進むための工夫も様々だ。

「Rakuten Smile Project」では、従業員間のコミュニケーション促進を目標としているプロジェクトで、ハロウィーン当日には仮装をしたまま勤務ができたり、終業後にパーティーを催したりする「Rakuten Halloween」や社員の家族や友人をオフィスに招待する「Rakuten Family Day」等、様々な社員参加型の行事について年間を通して実施している。

さらに、学校の部活のような同好会やネットワークグループの制度もあり、参加者は趣味等共通する活動やトピックを通じて、部署や会社の枠を超えて交流することができる。社内の職場環境の改善につながる提案もそうしたグループから寄せられ、実際に採用されるケースも少なくないという。このように、従業員が一丸となって、一つの方向へ邁進していく姿勢が、全世界に70以上のサービスを展開する現在の楽天グループの原点となっている。

【福利厚生施設の一部】

<社内託児所>



<カフェテリア（社員食堂）>



<フィットネスジム>



【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム⑥）】

インターネット販売の特徴を活かした販売力の拡大

〔事業者〕【株式会社三恵（世田谷区太子堂2-16-6）】

株式会社三恵（以下、「三恵」という。）では、現代表が以前よりインターネットの世界に興味があり、翌年の2003年（平成15年）から楽天市場への出店する形によりネット販売を開始した。新たな店舗を構えると数億投資が必要だがネットだとそれに比べると僅かであるため、低コストで販路拡大の可能性を感じた。先進事例の研究等、様々に勉強をしながらの船出だった。当初は代表の自宅で、家族だけで、自ら商品の写真を撮影し、ネット上にアップロードしていた。当時の売上は月に数万円程度だった。

そんな折、転機が訪れた。自店の強みは、高齢者層向けの下着の品ぞろえだが、翌年が申年だったこともあり赤い下着のラインナップを充実させていた。そこに、広島県のテレビ放映で、還暦祝いには赤い下着が良いとの特集がされた。インターネット販売で赤い下着が数多く販売していたことで、視聴者のネット検索にヒットしたことが経緯として広島県の消費者から多くの商品を購入されることとなった。

この時に、正直「面白い！エリアはまさに全国で、欲しい人に直接売れる。売り方こそが大切！」と感じた。しかし当時は、社内体制は基本的にアナログだったので、注文が1日に30件もあるとパニックになるような状況だった。

ネット販売は、市場を広範囲に設定し、単品で勝負するスタイルである。徐々に個々の顧客とのコミュニケーション方法、ミスなく効率的な仕組みの導入、楽天担当者との良好な関係づくり等を進め、年間売上16億円（2017年8月期、ネット販売部門）までに成長した。

今後は、社内コミュニケーションツールの充実化を図っており、情報共有と意思疎通の迅速化等を進めていくことや上手く人材のアウトソーシングを活用していくことで、消費者ニーズにあった販売スタイルを構築していく。

<店舗事業、EC事業を中心に、他事業へ展開>



【世田谷区内事業者の取組み（ヒアリングコラム⑦）】

まちや店の効果的なPRと賑わいづくりの充実化

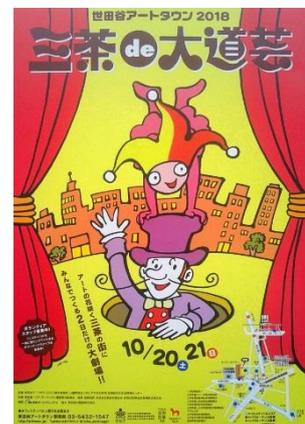
〔団体〕【三軒茶屋銀座商店街振興組合】

商店街にとって今後大切だと思うことは、まちの賑わいや、個性的な店の魅力等について、様々な方法を通じてPRしていくことである。三軒茶屋では、最近ますます手づくりパン屋が増えてきて、新たな賑わいを創っている。制度を活用する等、知恵を働かせて効果的なPRを進めていきたい。

これから2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会等により、外国人を含む来街者はますます増加していくと思われる。三軒茶屋駅周辺での再開発を契機に、メインの通りから、目的のお店へ、そして新たな魅力探しのためのまち回遊へと、楽しみのある特徴づくり等進めていければと思っている。また、ショッピング等の際には、安全かつ効率的な決済手段の導入を促進していきたい。

一方、商店街組織については、活動の担い手が年々減少しており、イベントをはじめとして何をするにしてもギリギリの体制での活動になっている。商店街への加入促進のため、新たな人材の巻き込み等本格的に考えていく必要がある。

＜様々なイベントを実施し、まちの賑わいを創出（下図は一例）＞



＜公式キャラクターによる積極的なPR活動＞



住民票授与

【図表索引等】

1. 図目次

図 2-2-1 世界の GDP 成長率.....	3
図 2-2-2 自由貿易連携協定の動向.....	4
図 2-2-3 米国貿易制限措置による日本への影響.....	7
図 2-2-4 原油価格の主要な変動要因原油価格推移.....	9
図 2-2-5 第 4 次産業革命に係る主要国の取組み.....	15
図 2-2-6 各国のキャッシュレス決済比率の状況(平成 27 年).....	16
図 2-2-7 SDGs17 のゴール.....	17
図 2-3-1 名目 GDP 推移(世界 Top 5 抜粋).....	19
図 2-3-2 国内年齢 3 区分別将来人口推計(死亡中位・出生中位).....	20
図 2-3-3 各 GDP 成長率の推移.....	21
図 2-3-4 雇用人員判断 DI(日銀短観).....	23
図 2-3-5 常用労働者過不足判断 DI.....	23
図 2-3-6 外国人労働者の推移.....	24
図 2-3-7 Soceity5.0 で実現する社会.....	28
図 2-3-8 訪日外国人旅行者数の推移.....	29
図 2-4-1 東京都人口推移.....	30
図 2-4-2 家族類型別一般世帯数の推移(東京).....	30
図 2-4-3 都内総生産の対前年度増加率(名目・実質連鎖方式の推移).....	31
図 2-4-4 経済活動別都内総生産(名目)・第 3 次産業比率の推移(東京).....	31
図 2-4-5 中小企業の業種別業況 DI の推移(東京).....	31
図 2-4-6 有効求人数(東京)、有効求職者数(東京)・有効求人倍率(東京・全国)の推移 ..	32
図 2-4-7 産業別新規求人数.....	32
図 2-4-8 中小企業の雇用人員 DI.....	32
図 2-4-9 外国人労働状況推移.....	33
図 2-4-10 国籍別外国人労働者の割合.....	33
図 2-4-11 産業別外国人雇用事業所の割合.....	33
図 2-4-12 TOKYO 働き方改革宣言企業になるまでの流れとその後の支援.....	34
図 2-4-13 時差 BiZ 普及ポスター.....	34
図 2-4-14 家計消費支出の推移.....	35
図 2-4-15 消費支出の 10 大費目別構成比の推移(全世帯).....	35
図 2-4-16 消費支出の 10 大費目別の対全国倍率(全世帯 東京都・全国 全国=1.0) ..	35
図 2-4-17 東京都の民営事業所数推移(平成 21~28 年).....	36
図 2-4-18 東京都の従業者数(民営事業所)推移(平成 21~28 年).....	36
図 2-4-19 平成 28 年 卸売業 中分類別事業所数・従業者数・年間商品販売額構成比 ...	37
図 2-4-20 平成 28 年 小売業 中分類別事業所数・従業者数・年間商品販売額構成比 ...	38

図 2-4-2 1 ものづくり事業所数・従業者数・出荷額等・付加価値額の推移(東京).....	39
図 2-4-2 2 建設業総生産の推移(東京), 都道府県別建設業総生産構成比(全国、2014 年度) ...	40
図 2-4-2 3 訪都中に行った活動 Top10(複数回答).....	41
図 2-4-2 4 耕地面積・農家数・農業就業人口の推移.....	42
図 2-4-2 5 生産緑地・宅地化農地面積推移.....	42
図 2-4-2 6 販売農家・自給的農家別農家数推移.....	42
図 3-1-1 世田谷区の人口及び世帯数の推移.....	43
図 3-1-2 平成 30 年 周辺区との人口比較 (1 月時点).....	44
図 3-1-3 老年人口 1 人あたりを支える生産年齢人口.....	45
図 3-1-4 平成 27 年 年少人口指数及び老年人口指数に基づく 23 区分布.....	45
図 3-1-5 地域別年少・老年人口率・人口増加率バブルチャート図.....	46
図 3-1-6 平成 25 年 高齢単独世帯数と孤立可能性が高い高齢単独世帯割合.....	48
図 3-1-7 アジア諸国の外国人推移(中・韓除く).....	49
図 3-1-8 平成 30 年 国籍別外国人人口(平成 30 年 1 月 1 日現在・上位 10 位)....	49
図 3-1-9 区内在留資格別外国人数.....	49
図 3-1-10 平成 30 年 外国人人口比率と増減率(平成 30 年 1 月 1 日現在).....	49
図 3-2-1 公共交通不便地域の状況.....	50
図 3-2-2 用途別利用率.....	51
図 3-2-3 住宅用地における割合.....	51
図 3-2-4 空家等の密度分布.....	52
図 3-2-5 平成 25 年 全国及び 23 区の空き家率比較.....	53
図 3-2-6 区内住宅総戸数及び空き家総戸数・空き家率の推移.....	53
図 3-3-1 事業所及び従業者数の推移.....	54
図 3-3-2 平成 28 年 都及び世田谷区の実業所業種構成比較.....	54
図 3-3-3 23 区における開業率比較 (平成 26~28 年における約 2 ヶ年分実績) ..	55
図 3-3-4 23 区における廃業率比較 (平成 26~28 年における約 2 ヶ年分実績) ..	55
図 3-3-5 区内業種別・開業率及び廃業率 (平成 26~28 年における約 2 ヶ年分実績) ...	56
図 3-3-6 各期間の年平均業種別開業率.....	56
図 3-3-7 世田谷区内企業倒産件数 年次推移 (各年 1-12 月).....	57
図 3-3-8 全国・東京都・世田谷区の DI 推移 (7~9 月期).....	58
図 3-3-9 区内事業者の主要課題推移 (7~9 月期).....	58
図 3-3-10 業種別業況 DI 推移 (7~9 月期).....	59
図 3-3-11 過去 3 年前と比較した営業利益増減 (従業員規模別・ものづくり業).....	59
図 3-3-12 商業・サービス業事業者の区や都に対して望む支援 (平成 21~28 年).....	60
図 3-3-13 ものづくり系事業者の区や都に対して望む支援 (平成 21~28 年) ...	60
図 3-3-14 平成 28 年 区民の区内就労意向 (年代別).....	61
図 3-3-15 平成 27 年 居住者の従事業種比較.....	62
図 3-3-16 平成 27 年 居住者の従事職業比較.....	62
図 3-3-17 通勤・通学に伴う区外流出状況.....	63

図 3-3-1 8 平成 27 年 昼夜間人口及び比率の比較.....	63
図 3-3-1 9 平成 29 年 区民の勤務場所（子どもの年齢別）.....	64
図 3-3-2 0 平成 29 年 希望する環境や条件が整っている場合の労働意向（現在働いていない区民・%）...	64
図 3-3-2 1 女性のワーク・ライフ・バランスに対する希望.....	65
図 3-3-2 2 平成 27 年 合計特殊出生率・20～49 歳有配偶女性の就業率.....	65
図 3-3-2 3 平成 25 年 1,500 万円以上の夫婦と子どもからなる世帯収入階級割合.....	66
図 3-3-2 4 平成 25 年 現在就労していないが、就労を希望する母親の理由.....	66
図 3-3-2 5 平成 25 年 就労希望があっても働いていない理由.....	66
図 3-3-2 6 有効求人倍率の推移.....	67
図 3-3-2 7 完全失業率の推移.....	67
図 3-3-2 8 求人数の推移.....	67
図 3-4-1 平成 29 年 世田谷区民税納税義務者の割合（課税標準額段階別）.....	68
図 3-4-2 世田谷区総所得金額等の推移（平成 21～29 年度）.....	68
図 3-4-3 暮らしの満足度の推移.....	69
図 3-4-4 平成 30 年 定住意向理由.....	69
図 3-4-5 平成 28 年 居住地域の望ましい将来の姿.....	70
図 3-4-6 自宅周辺商店街の利用頻度.....	71
図 3-4-7 平成 28 年 起業・新分野進出意向（年代別・%）.....	72
図 3-4-8 平成 28 年 起業・新分野進出意向（職業別・%）.....	72
図 3-4-9 10～30 代の起業意向.....	72
図 4-1-1 区内主要駅の乗降客数の推移（1 日平均）.....	74
図 4-1-2 商業・サービス事業者の周辺商業地域の問題点の時系列分析.....	75
図 4-1-3 平成 28 年 年間商品販売額及び小売業割合の 23 区比較.....	77
図 4-1-4 平成 28 年 区内小売業の販売効率分布.....	78
図 4-1-5 小売業業況指数推移（7～9 月期）.....	79
図 4-1-6 平成 30 年 食品系スーパー店舗数.....	80
図 4-1-7 平成 26 年 区民の生鮮食品の買物先（地域別）.....	80
図 4-1-8 老人福祉・介護事業の従業者数内訳.....	81
図 4-1-9 平成 28 年 医療、福祉業種における総売上高比較.....	82
図 4-1-1 0 区内高齢化率と老人福祉・介護事業所数の推移.....	82
図 4-1-1 1 平成 28 年 若年者の採用状況（業種別）.....	84
図 4-2-1 世田谷区の製造業の事業所数・従業者数（4 人以上）.....	86
図 4-2-2 世田谷区の製造業の製造品出荷額推移.....	86
図 4-2-3 平成 29 年 従業者数 1 人あたりの生産性及び付加価値率.....	87
図 4-2-4 平成 29 年 労働装備率及び有形固定資産回転率.....	87
図 4-2-5 平成 29 年 製造品出荷額等の業種別規模.....	88
図 4-2-6 平成 29 年 粗付加価値額及び従業者 1 人あたりにおける生産性.....	89
図 4-2-7 平成 28 年 食料品製造業の事業所割合（%）.....	89
図 4-2-8 平成 28 年 窯業・土石製品製造業の事業所割合（%）.....	90

図4-2-9 平成28年 電子部品・デバイス・電子回路製造業の事業所割合 (%) ..	90
図4-2-10 労働装備率・1人あたりの生産性比較 (平成24~28年)	91
図4-2-11 平成28年 各種の事業課題への今後の取組意向.....	92
図4-2-12 平成28年 建設業における経営課題に関するDI	93
図4-3-1 平成30年 区内で農業が行われていることを知る区民.....	96
図4-3-2 平成30年 区内の農業・農地に期待すること (区民)	96
図4-3-3 平成29年 農業従事者の年齢構成.....	97
図4-3-4 平成29年 後継者の年齢構成.....	97
図4-3-5 世田谷区内農地面積の推移.....	97
図4-3-6 平成27年 農産物売上1位の出荷先別経営体数割合の比較.....	98
図4-3-7 平成27年 農産物販売金額規模別経営体数割合の比較.....	98
図4-3-8 平成29年 農業を続けるうえで妨げになっていること (農家)	99
図4-3-9 平成29年 農業振興のための事業で充実してほしいもの上位10 (農家)	99
図4-4-1 観光地として魅力があるかどうか (区民イメージ)	100
図4-4-2 平成30年 来訪者にお勧めするスポット (観光地)	100
図4-4-3 PR強化に向けた望ましい取組み(区民)	101
図4-4-4 平成30年 世田谷区を訪れた理由.....	102
図4-4-5 平成30年 訪れたことのあるイベント.....	102
図4-4-6 今後参加してみたいイベント(区外居住者, 時系列比較).....	103
図4-4-7 平成30年 訪れたことのある神社・仏閣等.....	103
図4-4-8 平成30年 訪れたことのある繁華街・文化施設.....	103
図4-4-9 平成30年 訪れたことのある公園等.....	104
図4-4-10 平成30年 訪れたことのある商店街の最寄駅.....	104
図4-5-1 品目別買物場所の時系列比較(商店街利用).....	105
図4-5-2 品目別買物場所の時系列比較(ネットショップ利用).....	105
図4-5-3 ネットショップを利用する区民比較 (全体・10~30代比較)	106
図4-5-4 相談件数総数及び内容上位5位推移.....	107
図4-5-5 購入形態別相談割合の比較(店舗購入除く).....	107
図4-5-6 平成29年 消費者トラブルについて.....	108

2. 表目次

表 2-2-1 IMF による経済見通し(平成 31 年 1 月)	3
表 2-2-2 TPP11 による関税、日本に与える影響	5
表 2-2-3 平成 30 年 貿易制限措置について	6
表 2-2-4 各業種における対応及び影響	10
表 2-2-5 平成元年 世界時価総額ランキング	11
表 2-2-6 平成 30 年 世界時価総額ランキング	11
表 2-2-7 シェアリングエコノミーの 5 類型	14
表 2-2-8 主要な各国の取組み	15
表 2-2-9 各国のキャッシュレス推進事例	16
表 2-2-10 各国の自動車に係る動向	17
表 2-2-11 各国における動向	18
表 2-3-1 消費税増税に備えた主な対策(平成 30 年 12 月時点)	22
表 2-3-2 外国人労働者の在留資格とその概要(平成 30 年 12 月時点)	24
表 2-3-3 新たな在留資格について	25
表 2-3-4 日本の労働制度と働き方にある課題、今後の方向性	26
表 2-3-5 第 4 次産業革命が各産業へ与える影響	27
表 2-3-6 訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移	29
表 2-4-1 都内製造業の概要	39
表 3-1-1 平成 29 年における将来人口推計	43
表 3-1-2 年齢 3 区分人口における将来人口推計割合(日本人のみ)	44
表 3-1-3 地域別年少・老年人口率・人口増加率値	46
表 3-1-4 平成 27 年 都及び周辺区における世帯類型の比較	47
表 3-1-5 平成 27 年 地域別世帯類型	47
表 3-1-6 平成 27 年 6 歳未満世帯員のいる核家族、高齢単独世帯数上位 5 町	48
表 3-2-1 土地利用構成割合の推移(宅地のみ・%)	51
表 3-3-1 世田谷区内企業倒産件数 産業分類別構成(平成 20~30 年合計)	57
表 3-3-2 平成 27 年 23 区部における労働力人口比較	61
表 3-4-1 平成 28 年 日頃利用する場所	71
表 4-1-1 各商業拠点の比較	73
表 4-1-2 卸売業、小売業の事業所及び従業者数	76
表 4-1-3 無店舗小売業における事業所及び従業者数	76
表 4-1-4 平成 30 年 地域別店舗数	80
表 4-1-5 サービス業等の事業所及び従業者数	81
表 4-1-6 平成 28 年 社会保険・社会福祉・介護事業	81
表 4-1-7 平成 28 年 現在困っていること(業種別)	83
表 4-1-8 平成 28 年 これからの経営方針で重要と思うこと(業種別)	83
表 4-2-1 製造業の業種別事業所数・従業者数の推移	85
表 4-2-2 情報通信業 小分類別事業所数・従業者数の推移	85

表 4-2-3 平成 29 年 従業者 4 人以上の製造業事業者 23 区比較	86
表 4-2-4 粗付加価値額の推移.....	88
表 4-2-5 平成 28 年 経営上の課題（業種別・上位 12 項目）	92
表 4-2-6 ものづくり事業者における区内調達率等に関する時系列比較.....	94
表 4-2-7 平成 28 年 業種別の区内調達率等の比較.....	95
表 4-3-1 平成 27 年時点における周辺区との農家戸数等比較.....	97
表 4-4-1 平成 30 年 1 人当たりの観光消費額.....	104
表 4-5-1 平成 29 年 年代・購入形態別相談割合.....	107

3. 出典概要

白書作成にあたり、参考とした主な出典情報について、以下の通り整理を行った。なお、ページ数及び図表番号は、下表の「統計・調査名称」において、白書内で初めて登場したページを記載している。

p	図表番号	統計・調査名称	概要
3	図 2-2-1 世界の GDP 成長率	経済産業省「通商白書」	世界経済及び日本の対外貿易投資の動向、主要国・地域の経済動向や対外経済政策の動き等についてまとめたもの。
9	図 2-2-4 原油価格の主要な変動要因原油価格推移	資源エネルギー庁「エネルギーに関する年次報告(エネルギー白書)」	1年間おこなわれたエネルギーに関する政策や取り組み、また今後の方向性についてまとめられており、エネルギーの状況やエネルギー政策等がわかる資料のこと。
15	表 2-2-8 主要な各国の取組み	総務省「情報通信白書」	我が国の情報通信の現況及び情報通信政策の動向について国民の理解を得ることを目的とした「情報通信に関する現状報告」のこと。
16	表 2-2-9 各国のキャッシュレス推進事例	経済産業省「キャッシュレス・ビジョン」	世界のキャッシュレス動向、日本のキャッシュレスの現状、それらを踏まえた我が国における対応の方向性、さらに方向性を踏まえた具体的な方策(案)を取りまとめたもの。
17	表 2-2-10 各国の自動車に係る動向	経済産業省「自動車新時代戦略会議中間整理」	経済産業大臣主催の「自動車新時代戦略会議」を平成30年4月に設置し、自動車を取り巻く大きな環境変化の中で、我が国自動車産業が世界のイノベーションをリードし、環境問題の解決等に積極的に貢献していくための戦略について検討を進め、中間整理を取りまとめたもの。
18	表 2-2-11 各国における動向	環境省「プラスチックを取り巻く国内外の状況」	プラスチックの資源循環に関する国際的な動向や、海洋プラスチック問題、我が国におけるプラスチックの資源循環、国際展開等について、取りまとめたもの。
20	図 2-3-2 国内年齢3区分別将来人口推計(死亡中位・出生中位)	国立社会保障人口問題研究所「日本の将来推計人口」	全国の将来の出生、死亡、ならびに国際人口移動について仮定を設け、これらに基づいてわが国の将来の人口規模ならびに男女・年齢構成の推移について推計を行ったもの(対象は外国人を含めた日本に在住する総人口)。複数の仮定に基づく複数の推計によって将来の人口推移について一定幅の見通しを与えている。
21	図 2-3-3 各 GDP 成長率の推移	内閣府「国民経済計算」	我が国の経済の全体像を国際比較可能な形で体系的に記録することを目的に、国

p	図表番号	統計・調査名称	概要
			連の定める国際基準(SNA)に準拠しつつ、統計法に基づく基幹統計として、国民経済計算の作成基準及び作成方法に基づき作成されるもの。
23	図 2-3-4 雇用人員判断 DI(日銀短観)、 図 2-3-5 常用労働者過不足判断 DI	内閣府「年次経済財政報告」	日本経済の課題に焦点を当てて、日本経済の現状と課題について分析を行うとともに、技術革新や人生 100 年時代を見据えた人づくりや多様な働き方の実現、第 4 次産業革命が進む中で日本経済が競争力を強化するための課題について論じたもの。
24	表 2-3-2 外国人労働者の在留資格とその概要(平成 30 年 12 月時点)	厚生労働省「外国人雇用状況の届出状況まとめ」	厚生労働省が外国人雇用についての届出状況を取りまとめたもの。外国人雇用状況の届出制度は、雇用対策法に基づき、外国人労働者の雇用管理の改善や再就職支援等を目的とし、すべての事業主に、外国人労働者の雇入れ・離職時に、氏名、在留資格、在留期間等を確認し、厚生労働大臣(ハローワーク)へ届け出ることが義務付けられている。
26	表 2-3-4 日本の労働制度と働き方にある課題、今後の方向性	首相官邸HP「働き方改革実行計画」	労働参加率向上、労働生産性向上、非正規の待遇改善、ワーク・ライフ・バランス実現等を目的に、政府主導の働き方改革実現会議で決定された計画のこと。
27	表 2-3-5 第 4 次産業革命が各産業へ与える影響	内閣府「日本経済 2016-2017」	内閣府経済財政分析担当で公表されている「年次経済財政報告」後の日本経済の現状に関する分析のこと。
29	表 2-3-6 訪日外国人旅行者数及び旅行消費額の推移	観光庁「訪日外国人消費動向調査」	訪日外国人旅行者の消費動向を明らかにし、外国人観光客誘致に関する施策の企画立案、評価等のための基礎資料を得ることを目的とした調査。
30	図 2-4-1 東京都人口推移	総務省「国勢調査」	国内の人口・世帯の実態を把握し、各種行政施策その他の基礎資料を得ることを目的とし、5年に一度行われる調査。
30	図 2-4-2 家族類型別一般世帯数の推移(東京)	東京都「2020年に向けた実行プラン」	東京都が平成 28 年に策定した、今後の都政の具体的な政策展開を示す新たな 4 か年の実施計画。
31	図 2-4-3 都内総生産の対前年度増加率	東京都「都民経済計算」	各種統計の動向を反映することにより、国内総生産(GDP)の都内分である都内総生産を算出し、都内の経済活動の規模や動向等を明らかにしたもの。
31	図 2-4-4 経済活動別都内総生産	東京都「東京都の産業と雇用就業」	東京の経済、産業、雇用就業の実態と特性について、各種統計データや調査結果等から厳選されたデータを取りまとめ、

p	図表番号	統計・調査名称	概要
	(名目)・第3次産業比率の推移(東京)		グラフや図表を活用してわかりやすく解説した資料。
33	図2-4-9 外国人労働状況推移	東京労働局「外国人雇用状況の届出状況」	東京労働局管内の外国人雇用についての届出状況を取りまとめたもの。外国人雇用状況の届出制度は、雇用対策法に基づき、外国人労働者の雇用管理の改善や再就職支援等を目的とし、すべての事業主に、外国人労働者の雇入れ・離職時に、氏名、在留資格、在留期間等を確認し、厚生労働大臣(ハローワーク)へ届け出ることが義務付けられている。
35	図2-4-14 家計消費支出の推移	東京都「都民のくらしむき東京都生計分析調査報告(年報)」	調査世帯に家計簿等を記入していただき、都民のくらしむきの実態を生計収支の面から明らかにする調査。
36	図2-4-17 東京都の民営事業所数推移(平成21~28年)	総務省「経済センサス基礎調査」	全国事業所・企業の基本構造(事業所・企業における事業の種類や従業者数等)の把握・補足に重点を置いた統計調査のこと。平成21年、平成26年に実施されている。
36	図2-4-17 東京都の民営事業所数推移(平成21~28年)	総務省「経済センサス活動調査」	全国事業所・企業の経済活動の状況(事業所・企業における事業の種類や従業者数等の他、売上高や経費等を含む)の把握・補足に重点を置いた統計調査のこと。平成24年、平成28年に実施されている。
41	図2-4-23 訪都中に行った活動Top10(複数回答)	東京都「国別外国人旅行者行動特性調査」	東京都が、観光産業振興に向けた施策を推進するための基礎資料としてまとめた、訪都外国人旅行者の行動特性に関する調査。
43	図3-1-1 世田谷区の人口及び世帯数の推移	各基礎自治体「住民基本台帳」	氏名、生年月日、性別、住所等が記載された住民票を編成したもの。台帳上に記載されている住民数が住民基本台帳人口となる。
43	表3-1-1 平成29年における将来人口推計	世田谷区「将来人口推計」	人口規模や年齢構成等、将来の推移を判断するための基礎資料として、世田谷区によって行われた世田谷区内の将来人口推計に係る分析のこと。
44	図3-1-2 平成30年 周辺区との人口比較(1月時点)	東京都「住民基本台帳による東京都の世帯と人口」	東京都内、各区市町村長から毎年1月1日午前零時現在の世帯数、人口及び年齢構成を毎年1月上旬に報告を受け、集計しているもの。
48	図3-1-6 平成25年 高齢単独世帯数	総務省「住宅・土地統計調査」	住宅と居住する世帯の居住状況、世帯の保有する土地等の実態を把握し、その現

p	図表番号	統計・調査名称	概要
	と孤立可能性が高い高齢単独世帯割合		状と推移を明らかにする調査のこと。調査の結果は、住生活基本法に基づいて作成される住生活基本計画、土地利用計画等の諸施策の企画、立案、評価等の基礎資料として利用されている。
49	図 3-1-7 アジア諸国の外国人推移	東京都「外国人人口」	平成 24 年 7 月までは外国人登録者数が集計されていたが、平成 24 年 10 月からは住民基本台帳上の人口における外国人人口を集計したもの。
50	図 3-2-1 公共交通不便地域の状況	世田谷区「交通まちづくり基本計画」	世田谷区の交通に関わる施策の基本方針として策定された計画のこと。
51	図 3-2-2 用途別利用率	世田谷区「土地利用現況」	世田谷区内全域の土地、建物、道路、みどりの現況等についてくまなく調査し、結果を分析・集計したもの。
52	図 3-2-4 空家等の密度分布	世田谷区「空家等対策計画」	空家等対策を、総合的・計画的に進めるとともに、空家等の適切な管理の重要性等について、広く周知することを目的とした計画のこと。
54	図 3-3-1 事業所及び従業者数の推移	総務省「事業所・企業統計調査」	事業所及び企業の産業、従業者規模等の基本的構造を明らかにし、国や地方公共団体における各種行政施策の計画、立案のために集計された統計調査のこと。なお、当調査は平成 18 年の調査を最後とし、平成 21 年から経済センサスに統合されている。
58	図 3-3-8 全国・東京都・世田谷区のDI推移（7～9月期）	世田谷区「せたがやエコノミックス」	世田谷区の産業（商業、工業、農業、観光等）に関する情報や世田谷区内の景況情報に関する広報紙のこと。
59	図 3-3-1 1 過去 3 年前と比較した営業利益増減（従業員規模別・ものづくり業）	世田谷区「産業基礎調査」	世田谷区産業ビジョンの策定前に基礎資料作成に向けて、区内事業者の経営状況と課題、今後の方向性、区民の消費実態等を把握するために実施された調査のこと。
64	図 3-3-1 9 平成 29 年 区民の勤務場所（子どもの年齢別）	世田谷区「働き方改革の推進と子育て・介護と仕事の両立に向けた多様な働き方に関する調査」	働き方改革の推進と子育て・介護と仕事の両立に関する環境整備について、区内中小企業等の働き方に関する現状及び働き方に関する区民ニーズを調査したものの。
65	図 3-3-2 1 女性のワーク・ライフ・バランスに対する希望	世田谷区「男女共同参画に関する区民意識・実態調査」	男女共同参画に向け、区民の意識や女性のおかれている実態を総合的に把握するために行われた調査のこと。

p	図表番号	統計・調査名称	概要
65	図 3-3-2 1 女性のワーク・ライフ・バランスに対する希望	内閣府「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）に関する特別世論調査」	ワーク・ライフ・バランスをテーマに、その実現状況を点検する目的で行われた特別世論調査のこと。
66	図 3-3-2 4 平成 25年 現在就労していないが、就労を希望する母親の理由	世田谷区「子ども・子育て支援事業計画ニーズ調査」	「世田谷区子ども・子育て支援事業計画」の策定のため、全国自治体で共通項目による調査に、世田谷区子ども条例の推進計画である「世田谷区子ども計画」の策定のための独自の調査項目を加えて、世田谷区の子育て支援策等の検討に資することを目的として行われた調査のこと。
67	図 3-3-2 7 完全失業率の推移	東京都「東京都の統計（労働力調査）」	総務省統計局が実施している「労働力調査」（標本数約 4 万世帯）のうち、提供された東京都分の調査票データ（約 3,700 世帯）の集計結果をまとめたもの。
69	図 3-4-3 暮らしの満足度の推移	世田谷区「区民意識調査」	施策の立案・実施・検証にあたり、区民意見や要望を把握するために、毎年行われている意識調査のこと。
73	表 4-1-1 各商業拠点の比較	経済産業省「商業統計調査」	商業を営む全国の事業所について、産業別、従業者規模別、地域別等に従業者数、商品販売額等を把握することを目的とした統計調査のこと。
86	表 4-2-3 平成 29 年 従業者 4 人以上の製造業事業者 23 区比較	経済産業省「工業統計調査」	日本標準産業分類に掲げる「大分類 E - 製造業」に属する全国の事業所のうち、4 人以上の事業所を対象とした統計調査のこと。
86	表 4-2-3 平成 29 年 従業者 4 人以上の製造業事業者 23 区比較	東京都「東京の工業」	工業統計調査における東京都分の集計結果のこと。
93	図 4-2-1 2 平成 28 年 建設業における経営課題に関する DI	世田谷区「建設業実態・意向調査」	世田谷区内の建設業を営む事業者に対し、業界の実態や課題について、アンケート等により調査したもの。
97	図 4-3-3 平成 29 年 農業従事者の年齢構成	世田谷区「農家基本調査」	経営農地面積 10 アール（一反）以上で、世田谷区内に住所を有する農家を対象に、農業委員会運営の基礎資料とするために実施される調査のこと。
98	図 4-3-6 平成 27 年 農産物売上 1 位の出荷先別経営体数割合の比較	農林水産省「農林業センサス」	農林業・農山村の現状と変化を捉え、農林行政を推進するために、5 年ごとに農林業を営んでいるすべての農家、林家や法人を対象に実施される調査のこと。

p	図表番号	統計・調査名称	概要
102	図 4-4-4 平成 30 年 世田谷区を訪れた理由	世田谷区「まちなか観光に関する調査」	区内居住者・区外居住者に向けて、世田谷区の観光に関する状況等を把握するため実施された WEB アンケート調査のこと。
107	図 4-5-5 購入形態別相談割合の比較(店舗購入除く)	東京都「消費生活相談年報」	国民生活センターや、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報に基づく統計・分析結果を掲載したもの。

世田谷区経済産業の動向（世田谷区経済産業白書）

発行日　　：平成 31 年（2019 年）3 月

編集・発行：世田谷区経済産業部産業連携交流推進課

〒154-0004

世田谷区太子堂 2-16-7　三軒茶屋分庁舎 4 階

電話番号　：03-3411-6644

FAX 番号　：03-3411-6635

（広報印刷物登録番号 No.1731）

