

平成21年度
世田谷区産業経済白書

区民 地域 世田谷を
産業が支えていく

区民 地域 世田谷が
産業を育てていく

平成22年3月

世田谷区

あいさつ

世田谷区は、人口84万人を擁する大都市であり、たくさんの区民の皆さんや事業者の皆さんなどが様々な社会経済活動を活発に行われています。こうした中で、今後さらに進展することが想定される少子高齢化や急激に変動する社会経済環境への対応が大変重要となっております。

こうしたことから、世田谷区においては平成20年3月に世田谷の10年を展望した世田谷区産業ビジョンを策定し、区内の産業が、区民生活を支え、さらには地域社会の発展に寄与するものと位置付けました。

また、産業の健全な発展に裏付けられた自立都市世田谷をめざして、産業の振興を通じた魅力的な地域社会づくりを進めるため、メインテーマを「区民・地域・世田谷を産業が支えていく」と同時に、「区民・地域・世田谷が産業を育てていく」といたしました。

このたび、このメインテーマの実現に向けて、区民生活や区内産業を取り巻く経済環境や、区内産業の実態、それらに対応する区の施策の関連情報などについて、区民や事業者の皆さんに幅広く情報提供を進めるため、産業基礎データ、指定統計、景況調査など区内産業へ影響を及ぼす様々な産業データ情報を体系化するとともに、世田谷の経済・産業の現状を捉え、その課題や今後の方向性について解説した、平成21年度世田谷区産業経済白書を取りまとめました。

区では、この白書を有効に活用して、引き続き、区民生活や地域経済の活性化に全力で取り組んでまいります。

本書が、区民や企業の皆さんの世田谷経済に関するご理解を深めるとともに、活力ある世田谷の産業振興の発展と安定した雇用の実現の一助になれば幸いです。



平成22年3月

世田谷区長 熊本哲之

本文を読む前に

1. 統計資料

- ・ 本白書では、主として、一般に公表されている統計資料を用いると共に、世田谷区で平成 20 年に区民や区内事業所に対して実施した「産業基礎調査」、定期的を実施している「区民意識調査」など区独自で行った調査結果、民間諸機関の調査なども利用している。
- ・ 構成比は、小数点第 2 位以下を四捨五入しているため、個々の数値が総数とは一致しない場合がある。
- ・ 統計表中で用いている記号は、次の通りである。
 - ・「－」：皆無または該当数値なし
 - ・「▲」：負数（減少）
 - ・「x」：秘匿数値

2. 世田谷区の管轄地域

- ・ 世田谷区は、5つの区域に分類されており、管轄は以下の通りである。
- ・ 池尻 4 丁目は、1 から 32 番地が世田谷地域、33 から 39 番地は北沢地域に属するが、地域毎の集計を行う際の統計データの取扱については、集計の都合上、世田谷地域に算入している。

図表 世田谷区の地域区分

世田谷地域	池尻1～3丁目 池尻4丁目(1～32番) 三宿1～2丁目 太子堂1～5丁目 三軒茶屋1丁目 若林1～5丁目 三軒茶屋2丁目 世田谷1～4丁目 桜1～3丁目 弦巻1～5丁目 宮坂1～3丁目 桜丘1～5丁目 経堂1～5丁目 下馬1～6丁目 野沢1～4丁目 上馬1～5丁目 駒沢1～2丁目	北沢地域	代田1～3丁目 梅丘1～3丁目 豪徳寺1～2丁目 代沢1～5丁目 池尻4丁目(33～39番) 代田4～6丁目 羽根木1～2丁目 大原1～2丁目 北沢1～5丁目 松原1～6丁目 赤堤1～5丁目 桜上水1～5丁目	玉川地域	東玉川1～2丁目 奥沢1～3丁目 玉川田園調布1～2丁目 奥沢4～8丁目 玉堤1～2丁目 等々力1～8丁目 尾山台1～3丁目 上野毛1～4丁目 野毛1～3丁目 中町1～5丁目 上用賀1～6丁目 用賀1～4丁目 玉川1～4丁目 瀬田1～5丁目 玉川台1～2丁目 駒沢3～5丁目 駒沢公園 新町1～3丁目 桜新町1～2丁目 深沢1～8丁目	砧地域	祖師谷1～6丁目 千歳台1～2丁目 成城1～9丁目 船橋1～7丁目 千歳台3～6丁目 喜多見1～9丁目 宇奈根1～3丁目 鎌田1～4丁目 岡本1～3丁目 大蔵1～6丁目 砧1～8丁目 砧公園
	烏山地域		上北沢1～5丁目 八幡山1～3丁目 上祖師谷1～7丁目 粕谷1～4丁目 給田1～5丁目 南烏山1～6丁目 北烏山1～9丁目				

目 次

序章 世田谷区で産業経済白書を作成するにあたって	1
1. 世田谷産業を取り巻く環境	1
2. 白書作成の背景と目的	2
3. 世田谷区産業ビジョン・世田谷区産業振興計画	3
第1章 世田谷産業を知る	6
第1節 世田谷産業の全体像	6
1. 人口特性 ～都内最大の人口を抱える住宅都市～	6
2. 立地特性 ～都心に近く、交通や公園など都市機能のバランスが取れた街～	11
3. 業況特性 ～平成19年から平成20年へ急激に悪化した業況等～	14
4. 事業所特性 ～商業・サービス業中心に、小規模事業所が多く集積～	17
5. 就業者特性 ～商業・サービス業中心、区外で働く人も多い～	24
6. 区民生活 ～商業・サービス業が支える区民生活～	28
第2節 世田谷区の商業・サービス業	29
1. 場所 ～大きなマーケットの中で広がる世田谷の商業力～	29
2. ヒト ～厳しい雇用情勢の中、積極的な採用・労働環境づくりも進む～	33
3. モノ・ビジネス ～厳しい経済環境の中でも、新たな展開を模索～	36
4. マネー ～業績や事業展開との関係が強い資金調達～	42
第3節 世田谷のものづくり（商業・サービス業以外）	44
1. 場所 ～区民生活に身近な、住宅都市におけるものづくり～	44
2. ヒト ～専門技術人材の採用・育成に注力する世田谷のものづくり～	47
3. モノ・ビジネス ～住宅都市で進行する都市型ものづくりビジネス～	50
4. マネー ～世田谷ものづくりの資金繰りと地域内循環～	56
第4節 世田谷の農業・農地	58
1. 場所 ～大都市の中の農業～	58
2. ヒト ～都市農業を担う人財～	60
3. モノ・ビジネス ～区民の食卓と生活に潤いを提供～	61

4. マネー ～都市型の農業経営～	63
第2章 世田谷の区民生活を知る	64
1. 場所 ～せたがや生活、街、商店街への高い愛着～	64
2. ショッピング ～生活スタイルにマッチした買物行動～	67
3. 働く ～やりがいや利便性を重視した働き方の選択～	69
第3章 地域別産業特性	72
第1節 世田谷地域 ～業務・商業機能が集積する、産業活動の活発な街～	73
1. 地域概況	73
2. 人口特性	73
3. 産業特性	75
4. 地域の活性化状況	76
5. 区民の消費行動	77
第2節 北沢地域 ～交通利便性を背景にした人口・事業所の集積度が高い街～	78
1. 地域概況	78
2. 人口特性	78
3. 産業特性	80
4. 地域の活性化状況	81
5. 区民の消費行動	82
第3節 玉川地域 ～二子玉川を中心核に、区小売業で大きな役割を担う街～	85
1. 地域概況	85
2. 人口特性	85
3. 産業特性	87
4. 地域の活性化状況	88
5. 区民の消費行動	89
第4節 砧地域 ～人口や従業者数が増加しつつも、農地や自然が豊かな街～	92
1. 地域概況	92
2. 人口特性	92

3. 産業特性	94
4. 地域の活性化状況	95
5. 区民の消費行動	96
第5節 烏山地域 ～産業が減退傾向にある中、情報通信業が発達する街～	97
1. 地域概況	97
2. 人口特性	97
3. 産業特性	99
4. 地域の活性化状況	100
5. 区民の消費行動	101
第4章 世田谷の産業政策と今後を知る	102
第1節 商業・サービス業	102
1. 区民生活や地域社会と共生する商業の振興	102
2. 地域の区民生活・ビジネスを支える高品質なサービス産業の展開	111
第2節 ものづくり	112
1. 世田谷の特色を活かした新たな産業の展開	112
2. 地域に展開しているものづくりなどの活性化	113
第3節 農業	118
1. 世田谷農業の今後の指針となる「世田谷区農業振興計画」	118
2. 世田谷区が取り組む農業施策	121
2-1 世田谷農業を担う多様な農業者の育成・支援	121
2-2 「せたがやそだち」の区内流通の拡大	123
2-3 区民に信頼される都市農業経営の推進	126
2-4 多くの区民が参加できる多様な農業の展開	129
3. 都市農業の振興のための推進体制	131
4. 区の農地保全の取組み「世田谷区農地保全方針」	131
5. 都市農地保全に向けた他自治体等との連携の取組み	133

序章 世田谷区で産業経済白書を作成するにあたって

1. 世田谷産業を取り巻く環境

いま、日本経済は未曾有の厳しい状況に直面しています。世界レベルでは、米国のサブプライムローン問題に端を発した世界的な金融不安、原油をはじめとする資源・食糧品価格の不安定傾向、中国、インドなどの新興国等の急速な発展による世界経済の多極化、世界規模での環境問題の深刻化などがあります。そして、国内の経済に目を移すと、少子化や高齢化の進展、商店街を構成する地域の小規模小売店や中小零細の製造業などの衰退、雇用環境の悪化など、生活者の将来への不安はますます高まりつつある状況にあります。

本区の人口は約 84 万人（平成 22（2010）年 1 月現在）で、また年々微増傾向にあり、現在は国内で最も閑静かつ高級感あふれる住宅都市の一つとなっています。しかし、区内産業やまちの状況に目を向けると、商業・サービス業を中心に、小規模の事業者が多くを占める産業構造となっており、近年の厳しい景気低迷の中で、多くの事業者は、これまで以上に厳しい状況を強いられています。

そのような状況下で、有効求人倍率も低迷が続いており、また雇用のミスマッチ、非正規雇用の増加など労働・雇用環境はやや厳しくなっています。

こうした状況が今後も続くと、区の経済や区民生活、地域社会が、徐々に衰退してしまう可能性があるだけでなく、商店街をはじめとした地域産業の低迷・衰退を加速させ、これまでに長い期間を経て築き上げられてきた有形・無形の「せたがやの特性や価値」等も、徐々に消失してしまう恐れもあります。

2. 白書作成の背景と目的

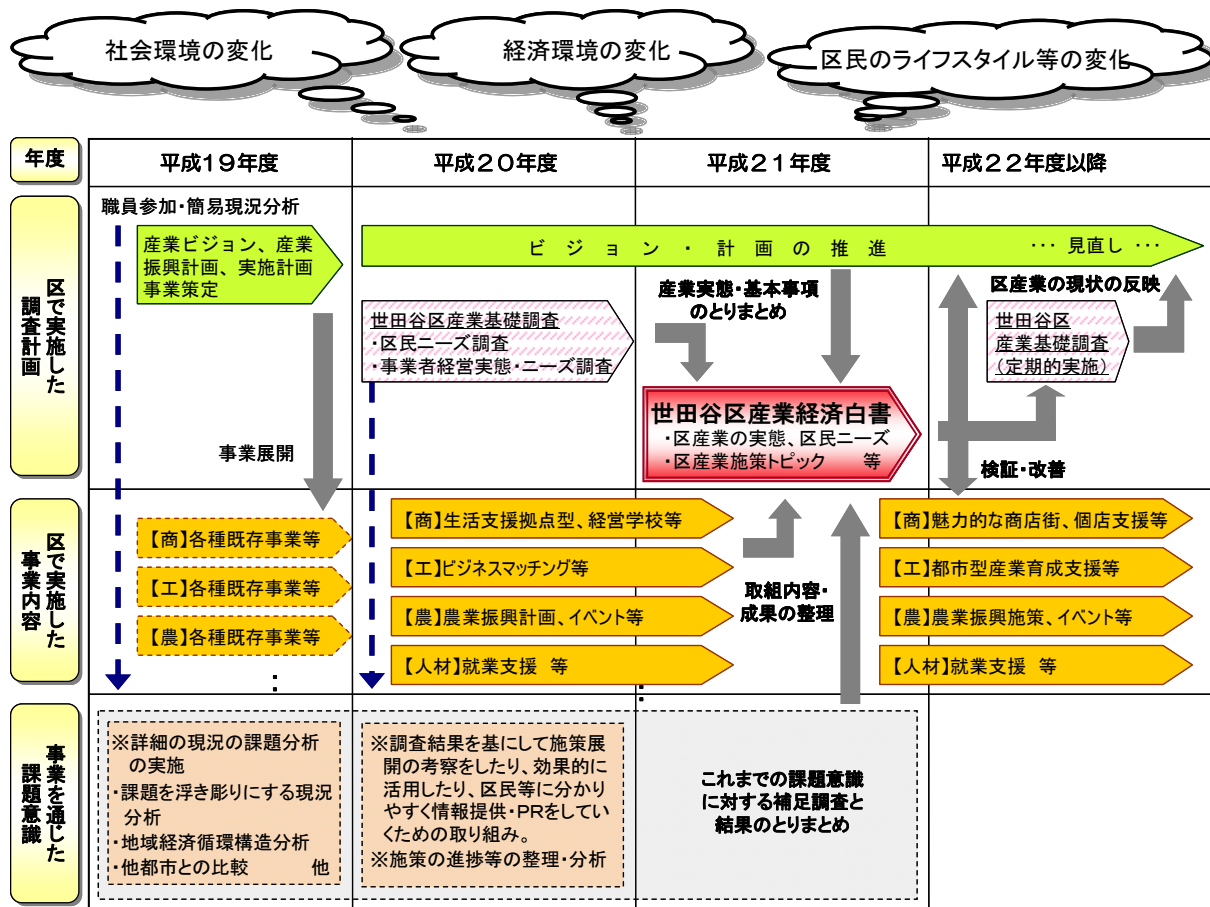
〔白書作成の目的〕

本白書は、区民生活や区内産業の経営実態、取引活動等や区民の購買行動の分析を通じて、区内産業へ影響を及ぼす様々な産業データ情報を掲載・分析し、世田谷の産業の現状に関する認識を深めるなど、本区産業経済の状況等の情報提供・PRのための実効的な手段として活用していくことを目的としています。

〔白書の位置付けと進め方〕

本白書は、「世田谷区産業ビジョン」（平成19年度）や「世田谷区産業振興計画」（平成19年度）、「世田谷区産業基礎調査」（平成20年度）や「世田谷区農業振興計画」（平成20年度）の内容やそれに基づき実施している各種施策・事業等の実施状況等を踏まえて作成するとともに、各計画を支えるデータとしてまとめています。

図表 世田谷区産業経済白書の位置づけ



3. 世田谷区産業ビジョン・世田谷区産業振興計画

本区では、将来にわたって本区産業の振興を図っていくための基本的な指針として、平成19年度に「世田谷区産業ビジョン」と「世田谷区産業振興計画」を策定し、それらに基づいて産業振興施策や事業を検討・実施しています。ビジョンや計画に則って進めるとともに、本区産業や社会経済動向の変化等にあわせ、適宜、見直しを加えながら進めていきます。

- ・産業ビジョンは、世田谷区の産業活性化、魅力的な地域社会づくりへ各団体等が連携して取り組む指針となるもので、区が産業振興基本条例に基づき、策定する指針の役割も担います。
- ・産業振興計画は、世田谷区が産業ビジョンを具体化するために取り組む施策事業をとりまとめた計画です。
- ・計画期間は、平成20年度（2008年度）から概ね10年間です。振興計画のうち、平成20年度からの4年間を前期振興計画とします。

◆メインテーマ

区民・地域・世田谷を産業が支えていく 区民・地域・世田谷が産業を育てていく

◆各産業の役割

■商業・サービス…商店街は、地域の区民の日常生活を支える公共的な役割を担う

【キーワード】生活支援拠点づくり、魅力ある個店づくり、福祉型サービス産業の推進

■工業・ものづくり…ものづくりが都市の基盤として重要な役割を担う

【キーワード】環境適応型・保全型産業の育成、コンテンツ産業等の集積、住工共生型ものづくり地域の創設

■農業・農地…農業・農地は区民生活を支え、環境保全に大きく貢献する

【キーワード】地域内流通ネットワークの構築、農地保全、第二次・第三次産業的都市農業の推進

◆世田谷産業の将来像(10年後の姿)

①歩いて暮らせる生活エリアで 安全・安心な生活を送り続けることができる まち

②魅力と個性に溢れ、子どもから高齢者までさまざまな世代の区民が快適で充実した生活を楽しむことができる まち

③さまざまなひと・もの・情報の交流が生み出すにぎわいと活気に満ち、新たな交流を生み出す まち

④世田谷を魅力的にするためのさまざまな能力を有した人材の集う まち

⑤仕事と調和した潤いのある生活が営める まち

⑥事業者が新たなビジネスに取り組んだり、安定した経営が可能な活気ある まち

⑦世田谷の資源・特性に見合った産業やビジネスがある まち

⑧ものづくりが地域に貢献し、活躍する魅力的な まち

⑨世田谷の自然環境や生活環境と産業が共生した まち

⑩産業の健全な発展に裏付けられた自立都市：世田谷

◆将来像の実現に向けた施策

< 全般 >

産業を発展させるにあたって、基本的な要素を示す

世田谷産業の基礎づくり

【産業の高度化・安定化・組織化】

新たな産業・事業者育成に向けた取組み促進、繋げること・組み合わせることによるイノベーションの誘発、長年蓄積された技術等を活用した事業再生等

【政策実現の基盤】

区民の多様なニーズを的確に受け止め、産業に反映できる仕組みづくり、情報交換、共有の場づくり、推進基盤づくり、効果的な融資斡旋制度等の確立、実効的な情報提供・PR等

世田谷人財の充実と活用

【労働・雇用の充実】

女性や若者など誰もが自分の生活にあった働き方を選択できる仕組みづくり、ワークライフバランスの実現に向けた雇用環境の整備、働く人たちが元気になる能力開発、職場環境と勤労者福祉の向上等

【人材育成・活用】

人材育成・後継者養成のしくみ、NPO・地域ビジネス活動推進と人材活用、団塊の世代の技術・技能を活用・承継するシステムづくり、子どもの健全な成長に寄与するものづくり体験の充実

< 展開の手法の観点から >

都市像実現にあたっての新たな横断的仕組みを示す

魅力的な世田谷づくり

【区民が創り楽しむ世田谷の魅力アップ】

区内(観光)資源の発掘・再評価・新たな活用、世田谷ブランドづくりと区内への発信、誰もが楽しんで参加できる魅力アップ事業の推進

【多様な交流がもたらす世田谷観光の展開】

地域のブランドイメージを高める産業観光の推進、交流がもたらすビジネスチャンスと賑わいを活かした産業活動の進展、世田谷観光を担う人材・組織の育成と推進母体づくり

地域内資源の循環促進

【地域内での循環促進】

区内でもの・サービスを買う風土づくり、地域内で人・モノ・情報等が循環し、効果的に活用される仕組みづくり、地域内での人材育成・活用・マッチングの推進

【循環を促す基盤整備】

産業の情報交流、区内物流システムの構築、区内循環を支える道路・交通網の整備

< 分野別の観点から >

分野別の取組みを示す

商業・サービス

【区民生活や地域社会と共生する商業の振興】

地域特性にマッチした個性的かつ魅力的な地域型商店街づくり、区民の日々の生活を支える災害に強く、安全安心な生活支援拠点としての商店街等づくり、商店街マネジメントの推進等

【区民生活・ビジネスを支える高品質なサービス産業の展開】

地域の課題解決を目指す新たなサービス産業やビジネスの推進、高い水準を目指して、区民と事業者がともに創り出すサービスの実現、ビジネス展開を支援するビジネスへの対応

工業・ものづくり

【世田谷の特色を活かした新たな産業の展開】

新たな都市型産業、創造的産業の振興、誘致、環境適応型・保全型産業の育成及び環境に配慮した産業への支援、多様な高度な要求水準から生みだされる製品づくりと新産業の推進

【地域に展開しているものづくりなどの活性化】

住工共生型ものづくり地域の創出、区民生活の質の向上に貢献するものづくり産業、技術の推進等

農業・農地

【世田谷らしい都市農業の推進】

区民に評価され続ける安全・安心・高品質な農産物づくり、新たな地域内流通ネットワークの構築・充実、農地保全とその活用、世田谷農業の担い手育成

【区民とともに育む世田谷農業】

生産者の顔の見える農業の推進、第二次・第三次産業的都市農業の推進、食育の推進、区民への情報発信の推進

< 自立に向けて >

将来の自立に向けた道筋・しくみを示す

都市の自立に向けて

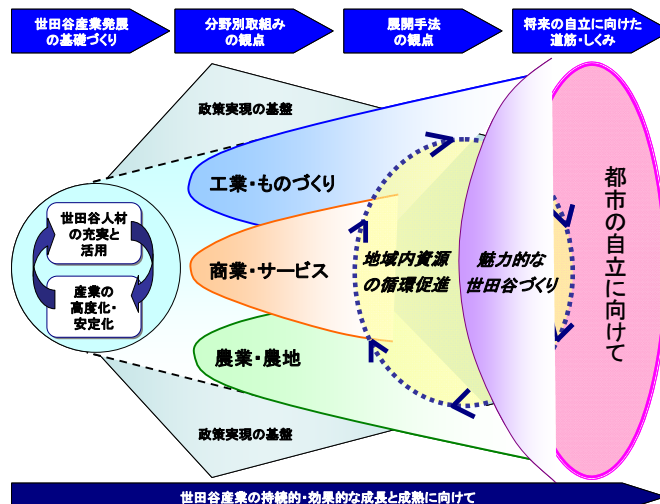
【自立に向けた地域経営の推進】

世田谷資源を活かす地域産業の推進、情報公開の推進、創造的・戦略的な事業再構築

【産業活動を発展させる都市基盤づくり】

安定的な都市資源を有する都市基盤づくり、賑わいの拠点・ネットワークづくり、災害時における復興支援

◆施策の取組み概念図

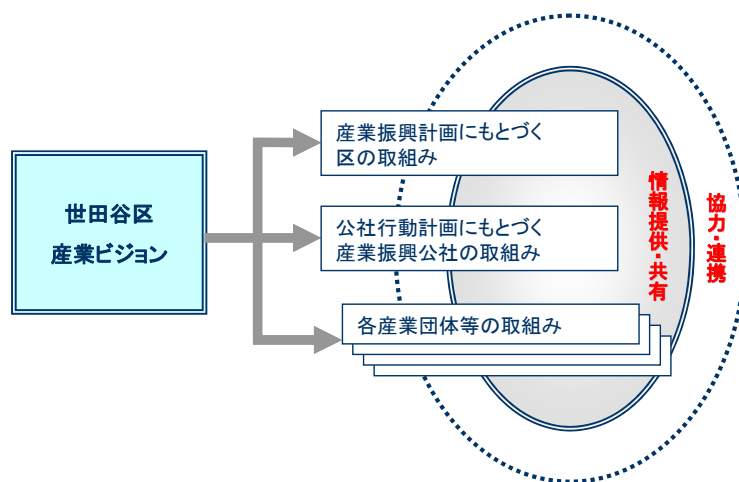


◆将来像の実現に向けた施策

本区には、財団法人世田谷区産業振興公社をはじめ、商業関連や工業関連など様々な産業関連団体があり、産業振興事業を展開しています。そのうち、財団法人世田谷区産業振興公社や世田谷区商店街連合会などは、区が平成 19 年に策定した「世田谷区産業ビジョン」を踏まえ、それぞれにアクションプランを策定しており、ビジョンで目指す本区産業の振興と成熟へ向けて、施策・事業を体系的に整理し取り組んでいます。

また、区産業政策部をはじめとして、財団法人世田谷区産業振興公社、世田谷区商店街連合会、東京商工会議所世田谷支部など多くの産業関連団体が、「世田谷区産業プラザ」に集結しており、産業の振興へ向けて、協力・連携しながら様々な産業振興施策・事業を展開しています。

図表 「世田谷区産業ビジョン」に基づいた産業振興へ向けた推進体制



第1章 世田谷産業を知る

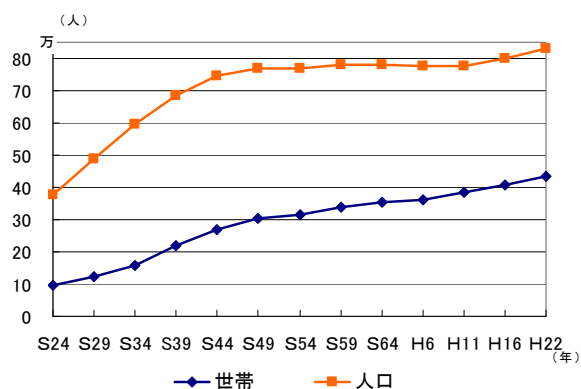
第1節 世田谷産業の全体像

1. 人口特性 ～都内最大の人口を抱える住宅都市～

視点① 今後も増加が見込まれる、人口 84 万人の都内最大の住宅都市

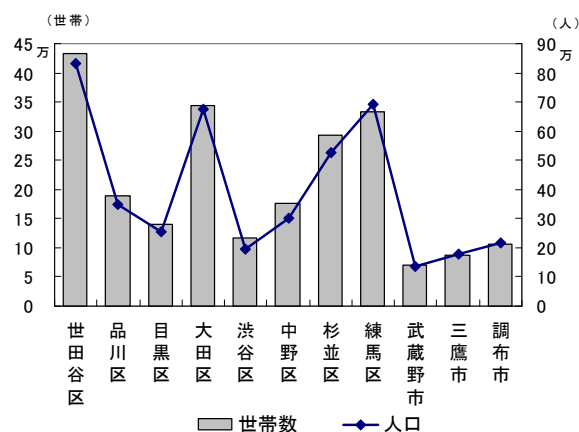
◆ 本区は、明治期の軍施設の立地や大正から明治にかけての鉄道整備などに伴い、古くから宅地化が進んできましたが、大正12年の関東大震災の影響を受け人口が著しく増加してきました。その後、私鉄鉄道網の拡充や「農地転用許可基準¹」制定等を背景にした住宅団地開発、東京オリンピック（昭和39年）に合わせた道路整備等により、昭和40年代には人口70万人を突破しました。一時、増加は緩やかになりましたが、平成22年1月1日現在、432,941世帯、831,654人で、東京都内で最も多くの住民が暮らす自治体となっています。第2位の練馬区よりも10万世帯、15万人多くなっているように、他都市を大きく上回っています。わが国全体では人口減少傾向にある中、本区は今後も増加が予測されており、国立社会保障・人口問題研究所の将来人口推計によると、平成37年には897,684人まで増えることが見込まれています。

図表 1.1.1 世田谷区の世界帯・人口の推移



[資料]世田谷区統計

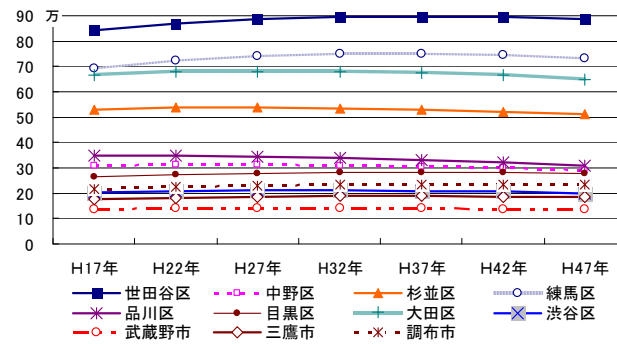
図表 1.1.2 世帯数・人口
(都市比較 平成22年1月1日)



[資料]東京都統計

¹ 農地法に基づく制度であり、優良農地の確保と計画的土地利用の推進を図るため、農地を農地以外のものとする場合又は農地を農地以外のものにするため所有権等の権利設定・移転を行う場合、農地法上原則として都道府県知事等の許可が必要となる。ただし、国、都道府県が転用する場合等は許可不要である。なお、市街化区域内農地の転用については、農業委員会への届出制となっている。

図表 1.1.3 世田谷区と周辺都市の人口の推移

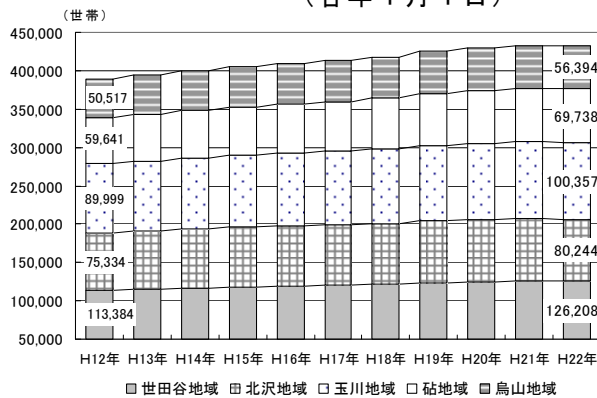


[資料] 国立社会保障・人口問題研究所

『日本の市区町村別将来推計人口』（平成20年12月推計）について

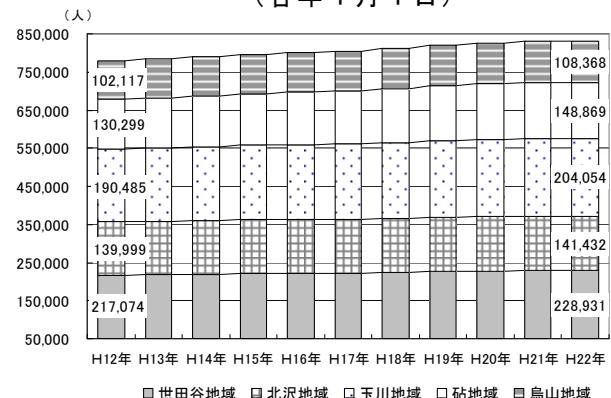
- ◆ 地域別にみると、世田谷地域が世帯・人口共に最も多く、烏山地域が最も少なく、人口は約12万人も世田谷地域が上回っています。一方、この10年の増加率をみると、砧地域が最も大きく世帯で約20%、人口で約15%と他地域を上回っています。
- ◆ 一方、日中・夜間の人の動きを示す昼夜間人口をみると全体では89.7%で都平均の120.6%を下回っており、多くの区民が通勤・通学で区外に出て行っている状況がうかがえます。これは、15年程前と比較してもほぼ同じであり、以前から、本区が住宅都市として発展してきたことがうかがえます。

図表 1.1.4 各地域の世帯数の推移
(各年1月1日)



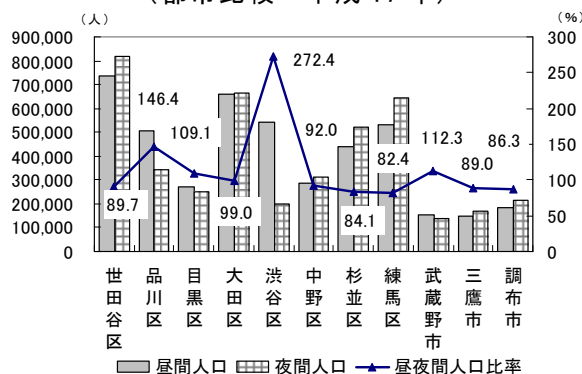
[資料] 世田谷区統計

図表 1.1.5 各地域の人口の推移
(各年1月1日)



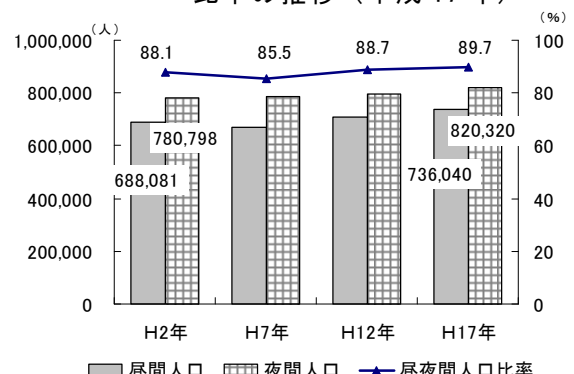
[資料] 世田谷区統計

図表 1.1.6 昼夜間人口・昼夜間人口比率
(都市比較 平成17年)



[資料] 東京都統計

図表 1.1.7 昼夜間人口・昼夜間人口比率の推移
(平成17年)

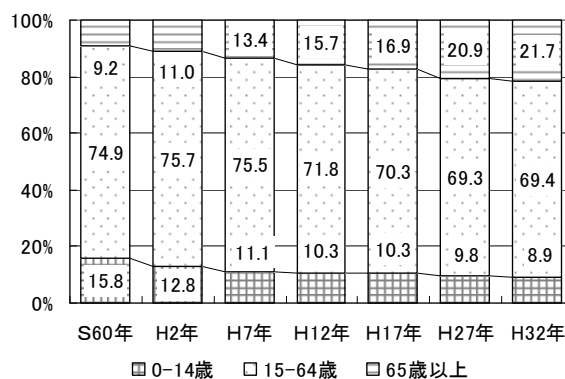


[資料] 東京都統計

視点② 働き世代の緩やかな減少と少子化・高齢化の進展

◆平成22年1月1日現在の年齢3区分人口の構成比をみると、0～14歳（年少人口）は11.2%（都平均11.8%）、15～64歳（生産年齢人口）は70.3%（同67.9%）、65歳以上（老年人口）は18.5%（同20.3%）となっており、働き世代が多くなっていることが分かります。しかし、今後、全国的な傾向と同じく、本区でも少子化や高齢化の進展が想定されています。平成27年には、年少人口が9.8%になり昭和60年と比較し6ポイントの減少、老年人口が20.9%になり同11ポイントの増加が見込まれています。このような年齢構成や家族構成などの変化が、消費者ニーズや購買行動、労働力や行政サービスのあり方など様々な面に影響を及ぼすことが想定されます。

図表 1.1.8 年齢別人口の推移



（注）平成27年以降は、国立社会保障・人口問題研究所による推計値。

〔資料〕世田谷区統計

国立社会保障・人口問題研究所

『日本の市区町村別将来推計人口』（平成20年12月推計）について

視点③ 核家族化の進行と単身世帯の増加

- ◆ 本区でも全国的な傾向と同じくライフスタイルの変化等に伴い、家族のあり方が変化してきている状況がうかがえます。平成17年国勢調査において、単身世帯が約半数を占めるようになってきているのに加え、夫婦のみ世帯も増加しており、1世帯あたりの人員が減少しています。
- ◆ 高齢者のいる世帯の状況をみると、高齢者夫婦世帯は、27,618世帯で、高齢単身世帯数は33,767世帯となっています。一般世帯に占める高齢単身世帯の割合は、8.3%で東京都平均や他都市と比較しても少なくなっていますが、全体の世帯数が多い為、実数でみると他都市を大きく上回っています。
- ◆ 少子化や高齢化は今後も進行していくことが想定されており、それに伴って子育てや介護のあり方をはじめ、家族形態が今後も変化していくことが見込まれます。
- ◆ 子どものいる世帯の状況をみると、6歳未満の子どもがいる世帯の割合は砧地域で最も多く、北沢地域で最も低くなっていますが、実数では、玉川地域が最も多く、最も少ない北沢地域とは4,000世帯程度の差があります。

図表 1.1.9 一般世帯の構成（都市比較 平成17年）

（単位：世帯、％）

都市	一般世帯数	核家族世帯数	単身世帯数		65歳以上の親族のいる核家族世帯数	高齢夫婦世帯数	高齢単身世帯数	
			一般世帯に占める単身世帯の割合	一般世帯に占める高齢単身世帯の割合				
東京都	5,747,460	2,931,367	2,444,145	42.5	879,270	432,031	498,443	8.7
世田谷区	409,193	189,253	197,162	48.2	54,790	27,618	33,767	8.3
品川区	177,280	77,563	88,811	50.1	23,467	10,855	15,672	8.8
目黒区	125,452	57,548	59,269	47.2	17,383	8,710	11,526	9.2
大田区	314,224	156,370	137,503	43.8	47,265	22,285	27,676	8.8
渋谷区	111,826	41,777	63,789	57.0	13,041	6,411	10,885	9.7
中野区	172,507	63,837	98,617	57.2	20,822	10,047	14,903	8.6
杉並区	277,946	112,741	150,308	54.1	36,193	18,458	25,896	9.3
練馬区	278,380	163,429	98,493	35.4	51,918	26,630	28,418	10.2
武蔵野市	69,365	31,162	34,538	49.8	9,235	4,925	5,679	8.2
三鷹市	76,049	40,259	31,301	41.2	12,247	6,513	7,056	9.3
調布市	101,620	51,536	44,381	43.7	14,539	7,486	7,143	7.0

[資料]東京都統計

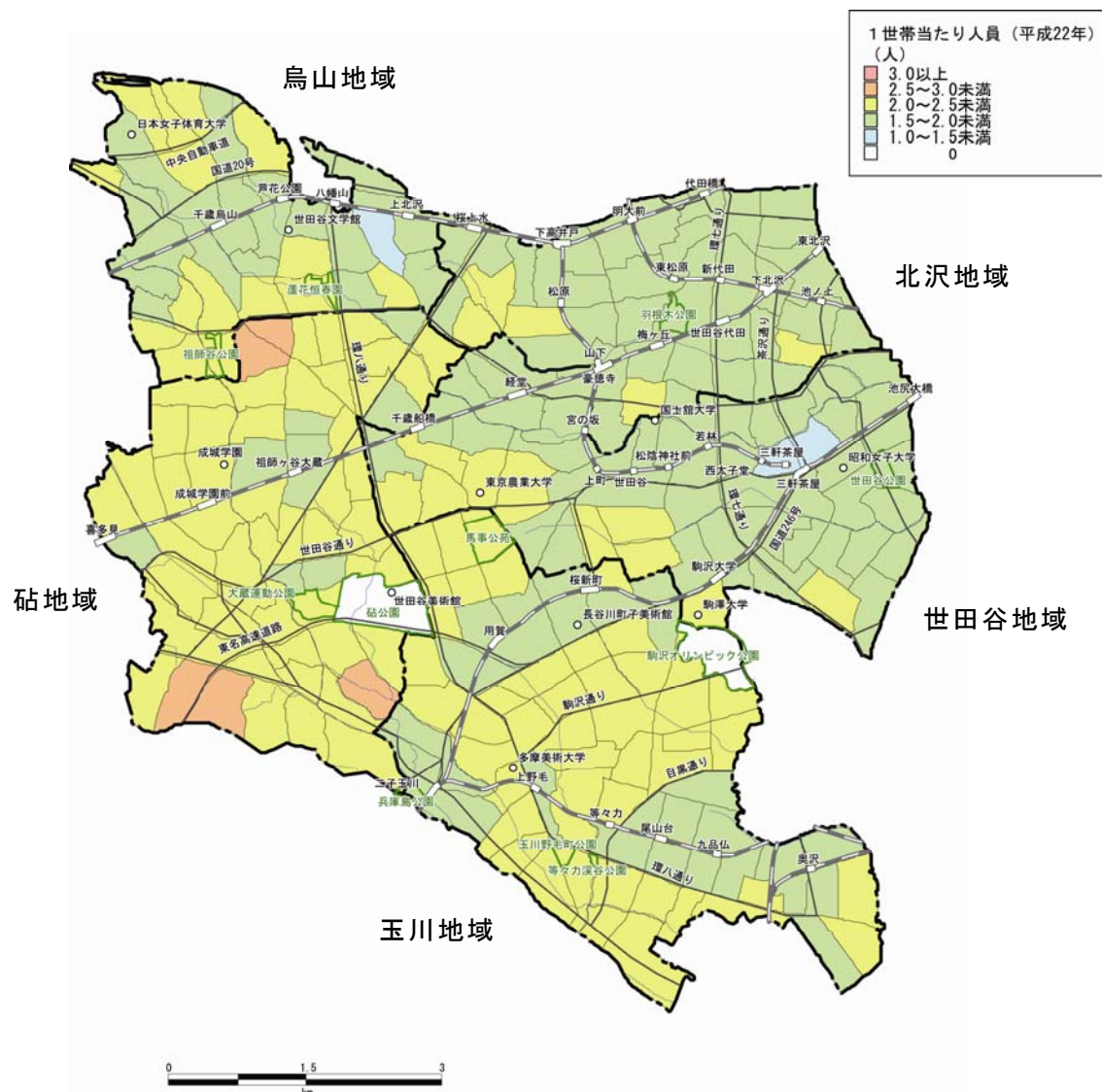
図表 1.1.10 一般世帯における6歳未満のいる世帯（平成17年）

（単位：世帯、％）

地域	一般世帯数	6歳未満の親族のいる一般世帯	
世田谷地域	119,637	7,152	6.0
北沢地域	78,063	3,624	4.6
玉川地域	95,284	7,808	8.2
砧地域	63,758	6,099	9.6
烏山地域	52,451	3,686	7.0

[資料]世田谷区統計

図表 1.1.11 丁目別1世帯あたり人員（平成22年1月1日）



[資料] 世田谷区統計

2. 立地特性 ～都心に近く、交通や公園など都市機能のバランスが取れた街～

視点① 都心からのアクセス良好な立地環境

- ◆ 本区は、渋谷区、新宿区や都心3区へも鉄道やバス等のネットワークが繋がっているため、地域による差はあるものの、通勤・通学、買い物、事業活動等において、非常に利便性が高い街となっており、住んでみたい街、生活しやすい街として上位にランキングされる街も少なくありません。
- ◆ また、本区は23区では大田区に次いで面積が大きく、5つの地域に分かれています。交通の便がよく、三軒茶屋駅周辺や下北沢駅周辺などに多くの事業所や商店等が立地し、多くの人で賑わっている世田谷地域や北沢地域、大型商業施設を中心とした賑わいある商業エリアと多摩川や等々力溪谷などの豊かな自然との両方を抱える玉川地域、農地や砦公園等の緑と住宅が混在し住宅地としてのイメージが強い砦地域、郊外住宅地として日々の暮らしを支える商店街が発達しているとともに烏山寺町など歴史・文化を感じられる場も多い烏山地域など、商業や事業活動、住宅、自然、歴史・文化など様々な魅力がそれぞれの地域にあり、全体として都会的な魅力と自然の魅力を兼ね備えた街となっています。

図表 1.1.12 世田谷区全図



視点② 充実した区内移動ネットワーク環境

- ◆ 明治時代の玉川電車開通以降、大正から昭和初期にかけて東西を中心に鉄道整備が進み、現在、大井町線、田園都市線、世田谷線、目黒線、小田急線、京王線、井の頭線が通っています。また、南北の流れを補うように大正末以降にバス路線が発達し、現在は70路線以上が運行されています。利用状況をみると、鉄道は、大学のある明大前駅や大型ショッピングセンター等のある二子玉川駅、劇場や店舗が多く立地する下北沢駅、事業所等が多く立地する三軒茶屋駅等の利用が多く、バスは、三軒茶屋駅や成城学園前駅、二子玉川駅、渋谷駅などの主要な駅を結ぶ路線で乗降客数が多くなっています。
- ◆ 道路は、戦後の高度成長や東京オリンピックにあわせた開発ラッシュ、自家用車の普及とともに建設が大きく進み、国道246号や世田谷通り、環状線等が整備されてきました。その後も首都高速道路などの道路網が整備されており、区内外の移動や物流を支えています。

図表 1.1.13 主な駅の乗降客数（平成19年度）

（単位：人）

駅名	路線	1日平均乗降客数	総数
明大前	京王線	219,452	421,908
	井の頭線	202,456	
二子玉川	田園都市線	209,434	381,846
	大井町線	172,412	
下北沢	小田急線	135,339	267,799
	井の頭線	132,460	
三軒茶屋	田園都市線	121,299	121,299
駒沢大学	田園都市線	68,722	68,722
桜新町	田園都市線	62,871	62,871
成城学園前	小田急線	83,805	83,805
千歳烏山	京王線	74,715	74,715
経堂	小田急線	68,703	68,703
自由が丘	東横線	227,391	416,296
	大井町線	188,905	

（注）明大前、二子玉川、下北沢、自由が丘の各駅には、他線への乗換人員を含む。

[資料]世田谷区統計

図表 1.1.14 主なバス路線の乗降客数（平成19年度）

（単位：人）

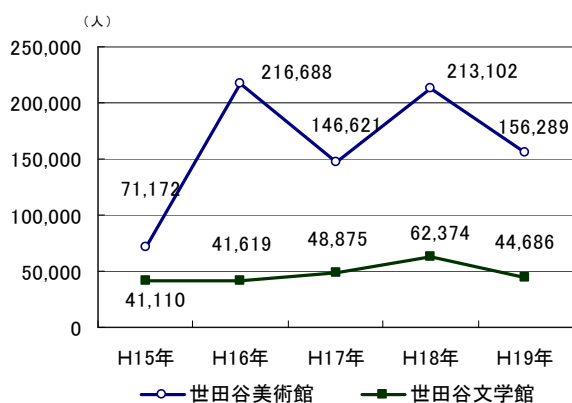
系統番号・路線名(起点-終点)	1日平均輸送人員
歳20・成城北口線(千歳船橋駅-成城警察署前-榎-上祖師谷四丁目-成城学園前駅西口)等	10,553
渋21・松陰線(渋谷駅-三軒茶屋-世田谷区役所入口-上町駅)等	10,107
渋51・若林線(渋谷駅-駒場-淡島-若林折返所)等	9,021
渋24・成城線(渋谷駅-三軒茶屋-農大前-成城学園前駅西口)(東急バス)	7,691
吉02・烏山線(吉祥寺駅-下本宿-新川-下連雀-千歳烏山駅)	6,973
黒06・三軒茶屋線(目黒駅前-祐天寺駅-三軒茶屋)	6,623
黒02・清水線(目黒駅前-清水-都立大学駅北口-二子玉川駅)	6,559
渋11・グランド線(渋谷駅-三軒茶屋-八雲-田園調布駅)	6,436
自01 02・コーチ自由が丘線(自由が丘駅-駒大深沢キャンパス前-自由が丘駅)	6,307
渋24・成城線(渋谷駅-三軒茶屋-上町-農大前-大蔵病院-成城学園前駅南口)(小田急バス)	6,247

[資料]世田谷区統計

視点③ 都市の魅力特徴づける都市機能(公園、学校、文化施設等)の集積

- ◆ 世田谷美術館や世田谷文学館などの文化施設、砧公園などの公園や駒沢オリンピック公園などのスポーツ施設が多く立地しており、憩いやレクリエーション等の場として、区民をはじめ多くの人に利用されています。平成19年度の世田谷美術館と世田谷文学館入館者数は、それぞれ156,289人、44,686人となっており、多くの人が訪れています。また、三軒茶屋のパブリックシアターや下北沢駅周辺の小劇場などホールも点在しており、多くの人が訪れています。
- ◆ 区内には大学が9校あり、都内でも千代田区や新宿区、文京区に次いで多くなっています。学生は約7万5,000人で、学生が商店街において来街者調査を実施したりイベントを開催したりするなどの活動を行っているなど、地域とのつながりを持つ大学もあります。また、民間の学術研究機関は21機関あるなど、都市の魅力向上や産業振興に繋がる集積がみられます。

図表 1.1.15 美術館・文学館の来場者数の推移



[資料]世田谷区統計

図表 1.1.16 大学・学生数(平成20年度)

(単位:校、人)

No.	地域	学校数	学生数
1	総数	136	697,627
2	千代田区	15	100,985
3	新宿区	10	68,674
3	文京区	10	66,963
5	八王子市	9	85,075
5	世田谷区	9	75,312
7	渋谷区	8	26,832
7	港区	8	23,919
9	品川区	7	15,589
10	豊島区	6	35,124

[資料]文部科学省「学校基本調査速報」

図表 1.1.17 民間研究機関数(平成18年)

(単位:人)

産業分類	東京都		世田谷区	
	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
学術・開発研究機関	812	44,177	21	1,321
自然科学研究所	629	40,542	20	1,320
人文・社会科学研究所	183	3,635	1	1

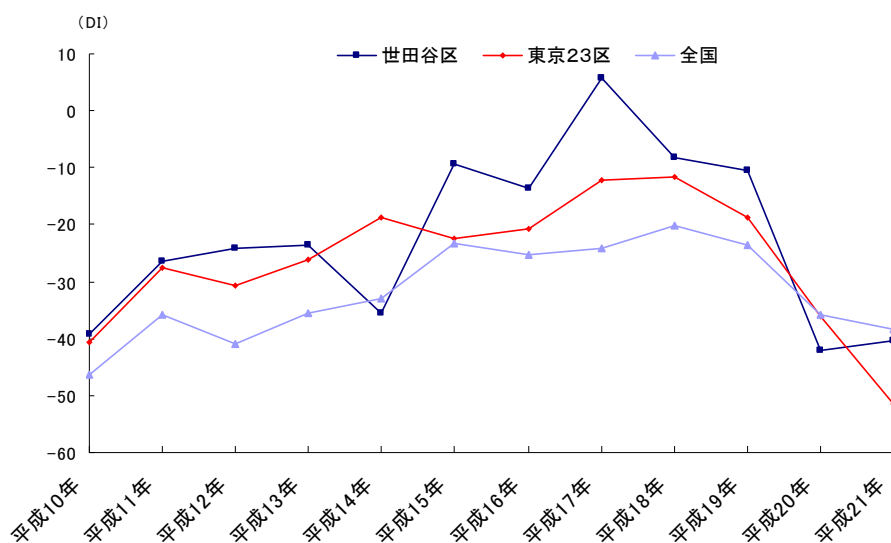
[資料]総務省「事業所・企業統計調査」

3. 業況特性 ～平成19年から平成20年へ急激に悪化した業況等～

視点① 原材料等価格の高騰、世界的な景気の急降下による甚大な影響

- ◆ 国内の景気が、平成12年の初旬を景気の谷として、以後6～7年間景気拡張していく中、消費者の実質消費支出が次第に増加し、業況、売上、資金繰りなど、いずれのD I指標も上昇していきました。業況判断D I²の全体的傾向については、全国平均と比べて東京23区が高くなっており、世田谷区は平成14年を除いてほとんどの年で東京23区を上回っています。しかし、平成19年頃から原油・原材料価格の高騰が進んだことにより、業況、売上などの指標が低下する中、商品（仕入）単価が急激に上昇し、事業所の収益が圧迫されていきました。
- ◆ そうした中、米国発のサブプライム住宅ローン等の問題が金融市場全体に波及し、平成20年9月に米国の大手投資銀行リーマン・ブラザーズの破綻へとつながりました。それを受け、世界経済、国内経済、そして区内産業は低迷し、全国、東京23区、世田谷区の中小企業の業況判断D Iは、いずれも平成19年から平成20年にかけて急激に悪化しました。しかし、平成21年の後半頃から、様々な景気対策の効果もあり、業況判断D Iをはじめとして、いずれのD Iも徐々に回復傾向にあります。

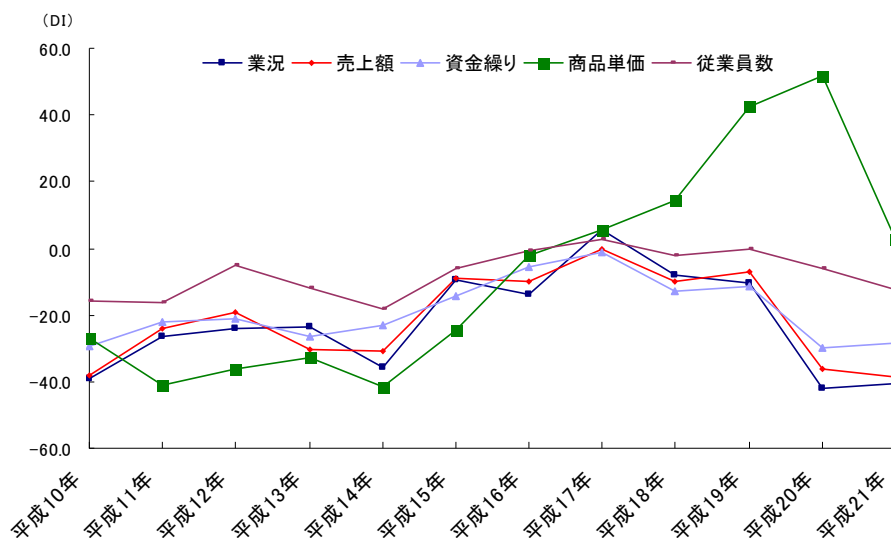
図表 1.1.18 全国、東京23区、世田谷区内中小企業の業況判断D Iの推移（各年7-9月）



[資料] 世田谷区「せたがやエコノミクス（各年7-9月）」
東京23区「中小企業景況調査」東京商工会議所
全国「中小企業景況調査」中小企業庁・中小企業基盤整備機構

²D Iとは、「ディフュージョン・インデックス」（景気動向指数）の略で、各調査項目について「増加」（上昇、好転）した企業割合から、「減少」（低下、悪化）した企業割合を差し引いた値である。

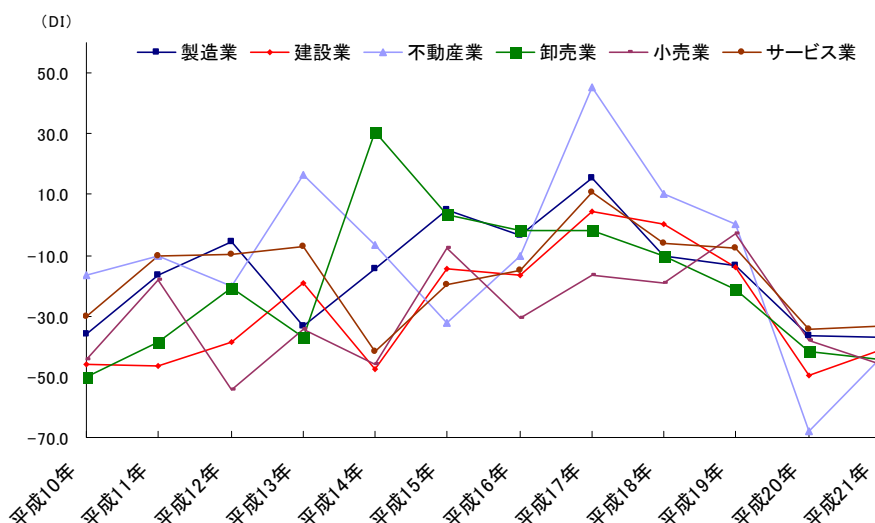
図表 1.1.19 区内中小企業の主なD I別の傾向（各年7-9月）



[資料]世田谷区「せたがやエコノミクス（各年 7-9月）」

- ◆ バブル崩壊後の長い景気低迷から、平成13年頃より徐々に景気拡張期となり、製造業の業況が良くなるのに比例して卸売業が飛躍的に伸びています（平成14年）。また、不動産業では、平成11年頃からはじまったオフィスビル需要の上昇などもあり、平成13年に業況判断D Iは上昇しており、また平成16年頃からの不動産投資・需要の拡大などの影響もあり、平成17年の業況判断D Iは非常に高くなっていました。しかし、世界的な金融市場の混乱により、平成19年から国内外の景気が急激に下降し、いずれの業種でも大きく落ち込みましたが、特に不動産業の落ち込みが大きくなりました。

図表 1.1.20 区内中小企業の業種別D I動向（各年7-9月）



[資料]世田谷区「せたがやエコノミクス（各年 7-9月）」

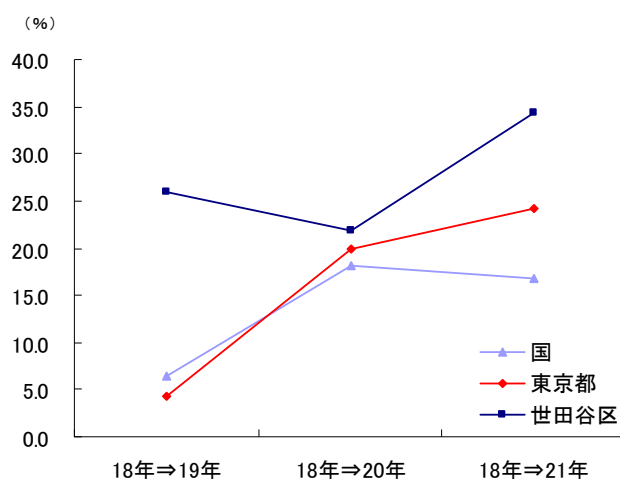
視点② 景気低迷に伴い増加する倒産件数

◆平成19年からの急激な景気下降の影響により、全国的に中小企業の売上が減少、資金繰りが悪化している中、倒産件数が増加しています。平成21年計では、国が15,480件、東京都3,005件、世田谷区が98件で、区では特に決算期が多く集中する3月の倒産件数が、他の月より多くなっています。

図表 1.1.21 国、都、区の倒産件数

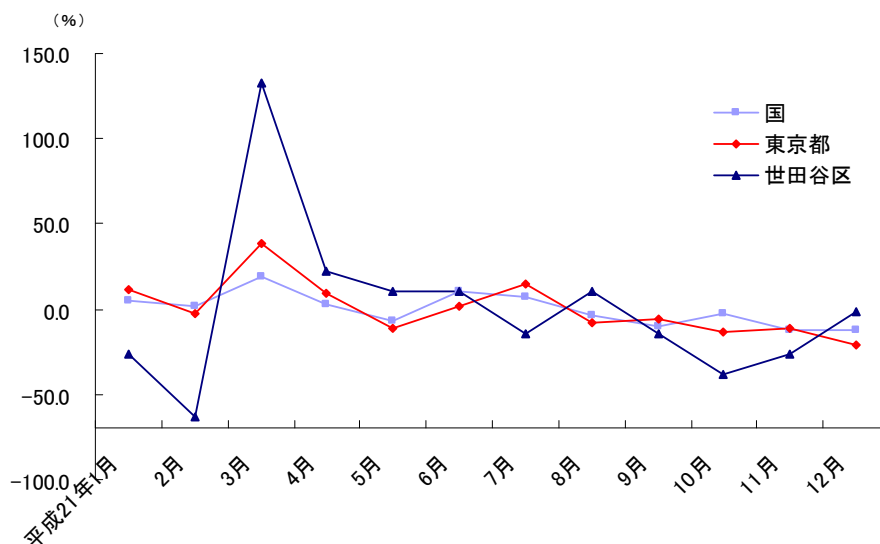
(件)			
年	国	都	世田谷区
平成18年計	13,245	2,418	73
平成19年計	14,091	2,523	92
平成20年計	15,646	2,900	89
平成21年計	15,480	3,005	98
1月	1,360	278	6
2月	1,318	243	3
3月	1,537	346	19
4月	1,329	273	10
5月	1,203	221	9
6月	1,422	256	9
7月	1,386	287	7
8月	1,241	230	9
9月	1,155	235	7
10月	1,261	217	5
11月	1,132	222	6
12月	1,136	197	8

図表 1.1.22 倒産件数の増減割合(対平成18年)



(注) 負債総額1,000万円以上の倒産。[資料]東京商工リサーチ調べ。

図表 1.1.23 倒産件数の増減割合(平成21年月別 対年間平均)



(注) 負債総額1,000万円以上の倒産。[資料]東京商工リサーチ調べ。

4. 事業所特性 ～商業・サービス業中心に、小規模事業所が多く集積～

視点① 主要駅を中心に多くの事業所が集積

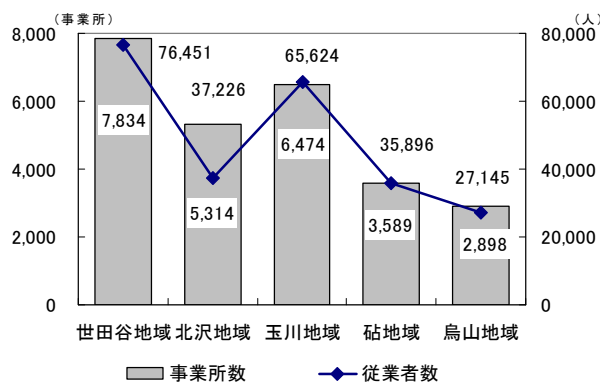
- ◆ 区内には、平成18年現在、事業所が26,109あり、従業者数は242,342人となっています。東京都全体でみると、事業所数、従業者数それぞれ3.8%、2.8%を占めており、8位、10位と比較的高い位置にあります。
- ◆ 地域別にみると、世田谷地域に事業所数が最も多く、次いで玉川地域が多くなっています。世田谷地域は、最も少ない烏山地域より約5,000事業所多くなっています。

図表 1.1.24 事業所数・従業者数（都市比較 平成18年）

No.	都市	事業所数(%)		都市	従業者数(人、%)	
		H18年	構成比		H18年	構成比
-	東京都	690,556	-	東京都	8,704,870	-
1	港区	44,916	6.5	港区	901,544	10.4
2	中央区	44,094	6.4	千代田区	876,172	10.1
3	千代田区	34,768	5.0	中央区	723,882	8.3
4	新宿区	34,297	5.0	新宿区	606,026	7.0
5	渋谷区	32,226	4.7	渋谷区	488,038	5.6
6	大田区	31,950	4.6	大田区	324,517	3.7
7	足立区	28,608	4.1	品川区	321,085	3.7
8	世田谷区	26,109	3.8	江東区	288,925	3.3
9	台東区	25,189	3.6	豊島区	245,569	2.8
10	江戸川区	22,984	3.3	世田谷区	242,342	2.8
11	品川区	21,638	3.1	台東区	230,850	2.7
12	練馬区	21,554	3.1	足立区	226,230	2.6
13	板橋区	21,138	3.1	八王子市	218,565	2.5
14	杉並区	20,990	3.0	文京区	210,285	2.4
15	葛飾区	19,690	2.9	板橋区	203,085	2.3

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

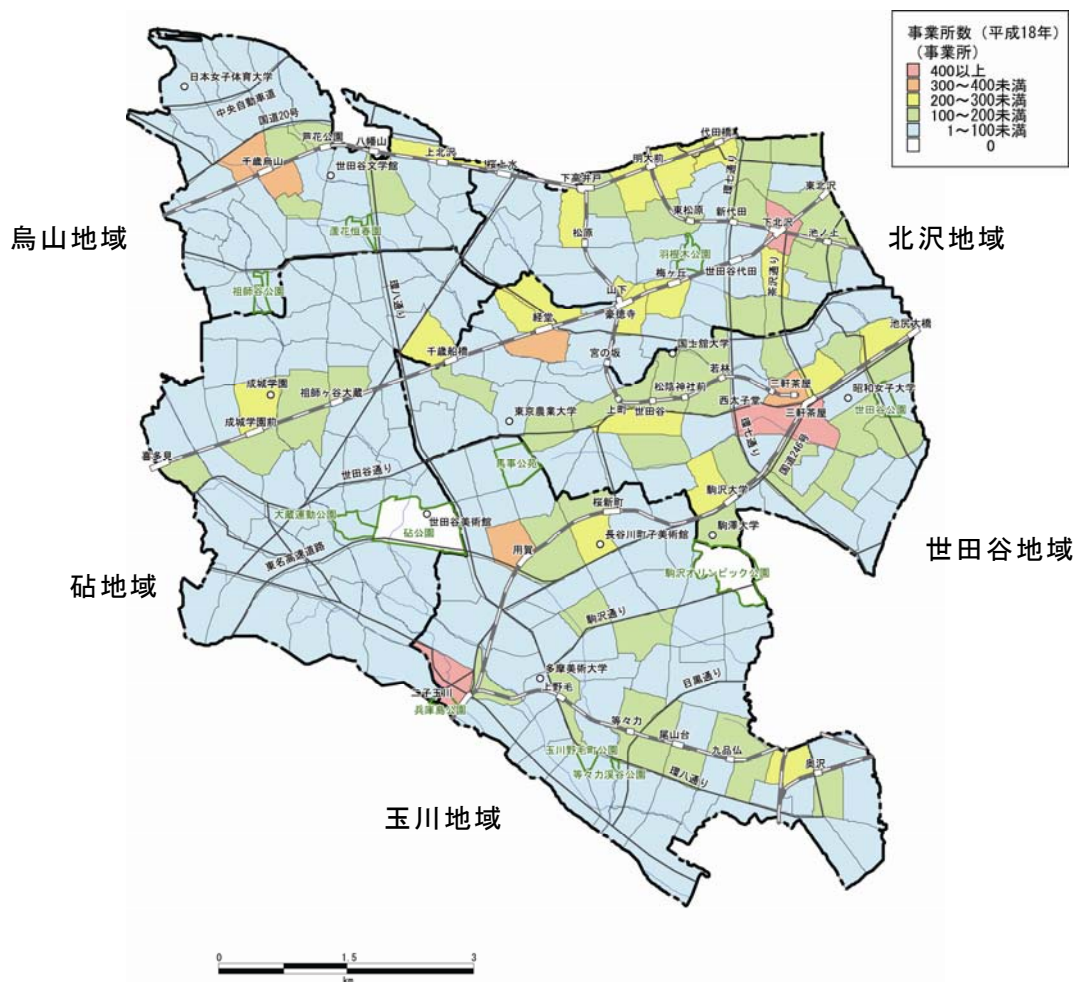
図表 1.1.25 地域別事業所数・従業者数（平成18年）



[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

◆ より細かく地域をみてみると、下北沢駅や二子玉川駅、三軒茶屋駅などの主要な駅周辺に多くの事業所が集積しており、下北沢駅や三軒茶屋駅周辺には1,000を超える事業所が立地しています。

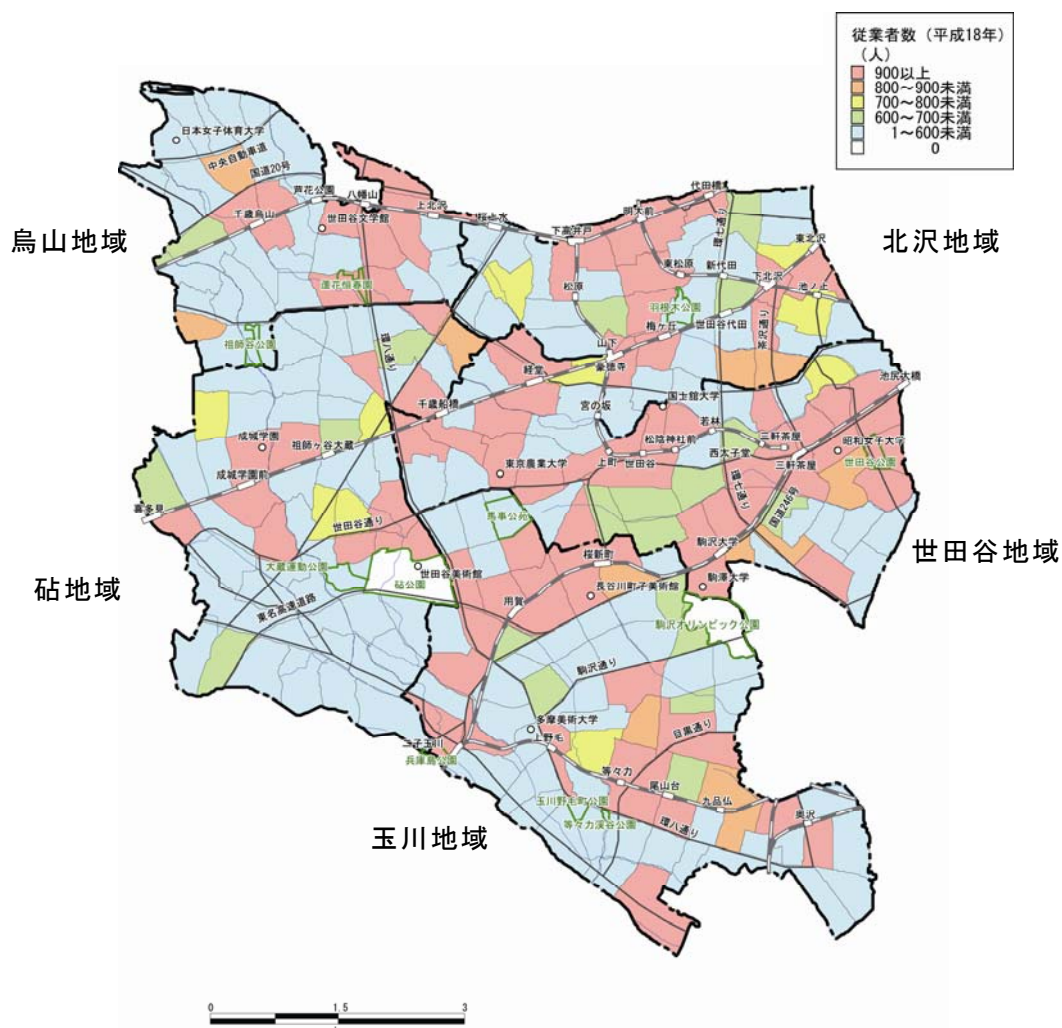
図表 1.1.26 丁目別事業所の立地状況（平成18年）



[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

◆また、従業者については、事業所の集積が大きい下北沢駅や二子玉川駅、三軒茶屋駅等の主要駅周辺をはじめ、用賀駅や経堂駅など、駅周辺に多くなっています。

図表 1.1.27 丁目別従業者数の状況（平成18年）

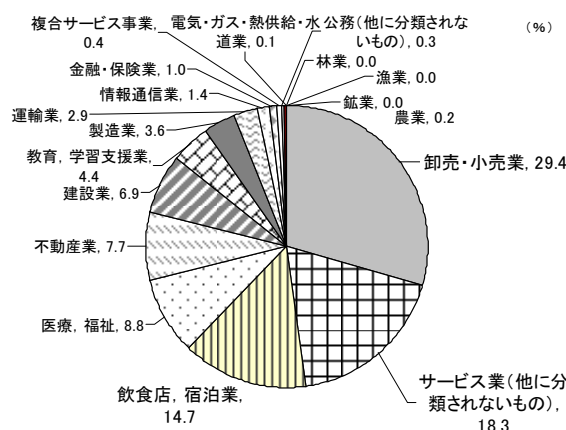


[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

視点② 小規模の商業・サービス業が多くを占める産業構造

- ◆ 事業所の業種をみると、商業やサービス業など、第3次産業に位置づけられる業種が多く、中でも「卸売・小売業」が事業所全体の3割を占め最も多くなっています。その他、「サービス（他に分類されないもの）」や「医療、福祉」、「飲食店、宿泊業」など、区民の日々の生活を支える業種が多くなっています。
- ◆ 農業や製造業、建設業など、第1次産業や第2次産業に位置づけられる業種は少なくなっています。しかし、農業をみると、耕地面積や農家数などが、特別区において練馬区に次ぐ規模を誇っているのに加え、都市部の貴重な緑地やオープンスペースとして、農地が重要な役割を果たしています。また、製造業や建設業などものづくり関連産業も、産業全体に占める割合は少なくなっているものの、約84万人が暮らす住宅都市という都市の特性を踏まえた住工共生型のものづくりなど、世田谷の特性を活かしたものが展開されています。
- ◆ 全体に占める割合の大きい商業やサービス業の業種をみると、「卸売・小売業」は、「飲食料品小売業」や「その他の小売業」の割合が大きく、「サービス業（他に分類されないもの）」は「洗濯・理容・美容・浴場業」の割合が大きくなっています。

図表 1.1.28 区内に立地する事業所数の構成比（平成18年）



[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

図表 1.1.29 区内の卸売・小売業の事業所数の小分類別構成比

卸売・小売業の小分類	構成比 (%)
その他の小売業	27.8
飲食料品小売業	27.1
織物・衣服・身の回り品小売業	16.2
家具・じゅう器・機械器具小売業	7.5
自動車・自転車小売業	4.9
機械器具卸売業	4.3
その他の卸売業	4.1
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	3.1
飲食料品卸売業	3.0
繊維・衣服等卸売業	1.6
各種商品小売業	0.3
各種商品卸売業	0.1

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

図表 1.1.30 区内のサービス業（他に分類されないもの）の事業所数の小分類別構成比

サービス業(他に分類されないもの)	構成比 (%)
洗濯・理容・美容・浴場業	44.0
専門サービス業(他に分類されないもの)	18.7
娯楽業	6.8
その他の生活関連サービス業	6.4
その他の事業サービス業	5.7
宗教	5.6
自動車整備業	3.1
機械等修理業(別掲を除く)	2.7
物品賃貸業	2.2
政治・経済・文化団体	1.7
広告業	1.4
その他のサービス業	0.8
廃棄物処理業	0.5
学術・開発研究機関	0.4

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

- ◆また、1社当たりの従業者数をみると、東京都全体では12.6人となっていますが、本区は9.3人と少なくなっています。ただし、業種別にみると、「教育、学習支援業」や「情報通信業」等は20人を超えています。また、「卸売・小売業」や「サービス（他に分類されないもの）」、「飲食店、宿泊業」など、区内産業で大きな位置づけにある産業では、それぞれ8.0人、6.9人、6.8人で10人以下となっており、区内の産業において、小規模な事業所が大きな位置づけにあることがうかがえます。

図表 1.1.31 1社あたりの従業者数（東京都との比較 平成18年）

地域	総数(人)		
	事業所数	従業者数	1社あたり従業者数
東京都	690,556	8,704,870	12.6
世田谷区	26,109	242,342	9.3

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

図表 1.1.32 世田谷区の事業所の産業大分類別1社あたりの従業者数（平成18年）

(単位:人)

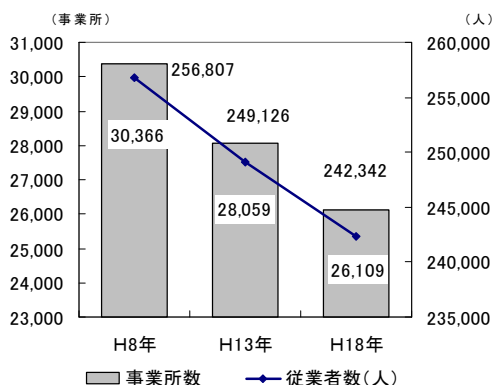
産業大分類	1社あたり従業者数
総数	9.3
農林漁業	8.5
鉱業	-
建設業	7.9
製造業	10.3
電気・ガス・熱供給・水道業	71.0
情報通信業	21.2
運輸業	14.3
卸売・小売業	8.0
金融・保険業	21.2
不動産業	4.1
飲食店・宿泊業	6.8
医療・福祉	13.1
教育・学習支援業	21.7
複合サービス事業	24.7
サービス業(他に分類されないもの)	6.9
公務(他に分類されないもの)	72.0

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

視点③ 減少が続く事業所の中で、増加する医療・福祉、教育・学習支援業

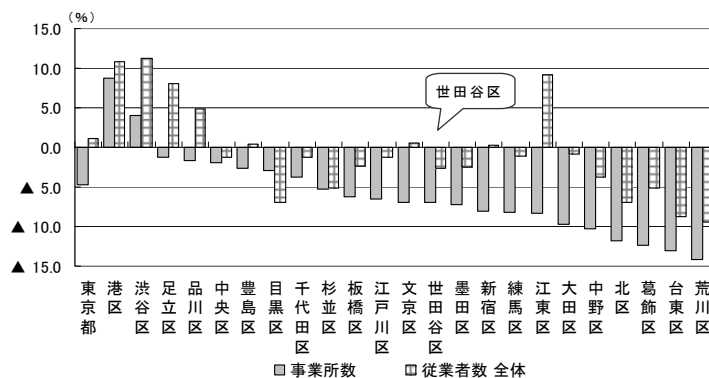
- ◆ 本区の事業所は、全国的な傾向と同様に、事業所、従業者ともに減少傾向にあります。平成13年から平成18年の5年間に、事業所数が6.9%減、従業者数が2.7%減となっており、東京都全体よりも減少傾向が強くなっています。
- ◆ 業種別にみると、事業所数は、運輸業が28.1%減少で最も減少幅が大きく、他に、製造業が24.1%減少、金融・保険業が14.2%減少と減少幅が大きくなっています。従業者数は、製造業が28.4%減少で最も減少幅が大きく、他に、電気・ガス・熱供給・水道業が23.2%減少、建設業が16.3%減少と減少幅が大きくなっています。一方、医療・福祉は、事業所数は10.7%の増加ですが、従業者数は34.1%と大きく増加しています。他に教育・学習支援業や複合サービス事業でも増加が見受けられ、業種によって、停滞や発展の動向が顕著になっています。

図表 1.1.33 世田谷区の実業所数の推移



[資料]総務省「事業所・企業統計調査」

図表 1.1.34 事業所数・従業者数の増加率 (都市比較 平成18年)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査 (平成18年)」

図表 1.1.35 世田谷区の実業所数・従業者数の増減 (対平成13年比)

産業大分類	事業所数(%)					従業者数(人、%)				
	H18年		H13年		対H13年の増加率	H18年		H13年		対H13年の増加率
	実数	構成比	実数	構成比		実数	構成比	実数	構成比	
総数	26,109	100.00	28,059	100.00	▲ 6.9	242,342	100.00	249,126	100.00	▲ 2.7
農林漁業	49	0.2	53	0.2	▲ 7.5	416	0.2	483	0.2	▲ 13.9
鉱業	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
建設業	1,812	6.9	2,014	7.2	▲ 10.0	14,271	5.9	17,047	6.8	▲ 16.3
製造業	931	3.6	1,227	4.4	▲ 24.1	9,571	3.9	13,369	5.4	▲ 28.4
電気・ガス・熱供給・水道業	14	0.1	13	0.0	7.7	994	0.4	1,295	0.5	▲ 23.2
情報通信業	363	1.4	391	1.4	▲ 7.2	7,711	3.2	8,262	3.3	▲ 6.7
運輸業	751	2.9	1,045	3.7	▲ 28.1	10,735	4.4	12,386	5.0	▲ 13.3
卸売・小売業	7,665	29.4	8,586	30.6	▲ 10.7	61,550	25.4	65,730	26.4	▲ 6.4
金融・保険業	259	1.0	302	1.1	▲ 14.2	5,503	2.3	5,852	2.3	▲ 6.0
不動産業	2,014	7.7	1,974	7.0	2.0	8,324	3.4	7,925	3.2	5.0
飲食店・宿泊業	3,827	14.7	4,122	14.7	▲ 7.2	26,099	10.8	27,818	11.2	▲ 6.2
医療・福祉	2,298	8.8	2,076	7.4	10.7	30,122	12.4	22,458	9.0	34.1
教育・学習支援業	1,156	4.4	1,146	4.1	0.9	25,070	10.3	23,835	9.6	5.2
複合サービス事業	103	0.4	108	0.4	▲ 4.6	2,546	1.1	2,507	1.0	1.6
サービス業(他に分類されないもの)	4,780	18.3	4,920	17.5	▲ 2.8	33,167	13.7	34,119	13.7	▲ 2.8
公務(他に分類されないもの)	87	0.3	82	0.3	6.1	6,263	2.6	6,040	2.4	3.7

[資料]総務省「事業所・企業統計調査」

5. 就業者特性 ～商業・サービス業中心、区外で働く人も多い～

視点① 豊富な労働力が商業・サービスを中心に区内外で就労

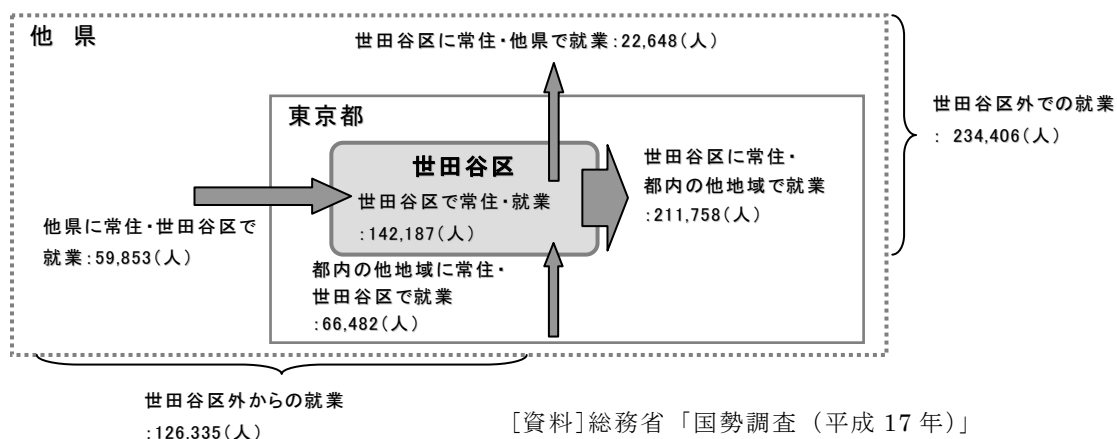
- ◆平成17年国勢調査において、本区の労働力人口は393,696人、就業者は376,593人で、人口が多い分、周辺都市よりも多くなっています。労働力率は、63.8%で東京都平均と同様になっています。完全失業者は17,103人で、人口規模に比例して、近隣の都市よりも実数は多くなっています。
- ◆本区の就業者数の流出入を見ると、本区に常住し区内で従業する就業者は約14.2万人、区外で従業する就業者は約23.4万人、一方で、本区外に常住し、区内で従業する就業者は約12.6万人となっています。これらを、常住地ベースで見ると、区内で従業する就業者は約4割で、区外で従業する就業者が約6割となっており、一方、従業地ベースで見ると、自区で従業する就業者は約5割、区外から流入する就業者は約5割ですが、自区で従業する就業者がやや上回っています。

図表 1.1.38 労働力人口・非労働力人口・労働力率（周辺都市比較 平成17年）

都市	15歳以上人口総数 (労働力状態「不詳」含む)	労働力人口			非労働力人口			労働力率(%)
		総数	就業者	完全失業者(人)	家事	通学	その他	
東京都計	10,991,119	6,269,592	5,915,533	354,059	1,723,047	689,884	1,240,412	63.18
世田谷区	733,780	393,696	376,593	17,103	121,140	48,036	53,593	63.86
品川区	312,616	184,031	174,963	9,068	41,912	15,414	30,620	67.66
目黒区	224,757	125,704	120,194	5,510	36,088	12,628	20,181	64.60
大田区	589,905	359,548	342,925	16,623	87,529	30,804	63,733	66.38
渋谷区	183,269	94,994	90,257	4,737	25,823	9,000	15,350	65.44
中野区	284,556	141,123	131,513	9,610	39,243	16,572	33,286	61.30
杉並区	475,617	258,214	245,281	12,933	71,676	29,663	43,231	64.11
練馬区	563,681	288,895	274,192	14,703	103,787	33,406	61,747	59.22
武蔵野市	123,464	68,631	65,374	3,257	19,702	9,400	12,883	62.04
三鷹市	147,540	80,961	77,153	3,808	25,037	11,118	14,669	61.43
調布市	190,118	106,973	100,964	6,009	29,630	13,509	22,209	62.08
狛江市	69,706	39,349	37,117	2,232	11,814	4,442	7,642	62.21

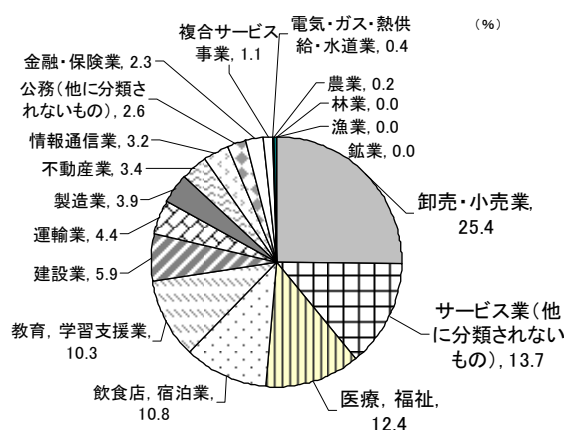
[資料]総務省「国勢調査（平成17年）」

図表 1.1.39 就業者の流出入の構造



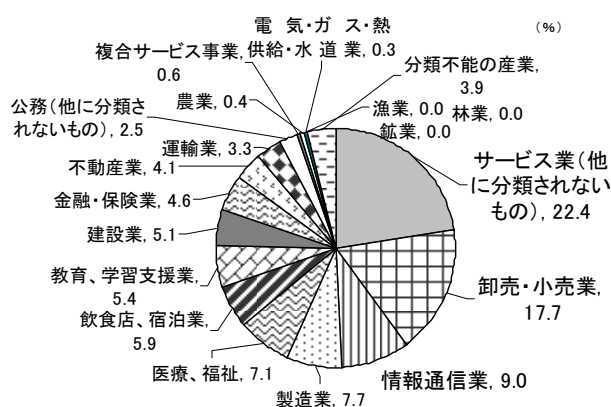
- ◆ 区内に立地している事業所の従業者は、「卸売・小売業」を筆頭に、「サービス（他に分類されないもの）」や「医療、福祉」、「飲食店、宿泊業」などが多く、区民の就業状況を国勢調査からみても、同様に「サービス（他に分類されないもの）」や「卸売・小売業」などが多くなっています。「情報通信業」は、区内に立地する事業所の従業者数全体に占める割合は3.2%なのに対し、区民の就業割合は9.0%と3番目に多くなっていることから、区外の事業所で従事していることが推察されます。

図表 1.1.40 区内に立地する事業所の従業者数の構成比（平成18年）



[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成18年）」

図表 1.1.41 15歳以上就業者（区民）の産業別割合従業者数の構成比（平成17年）

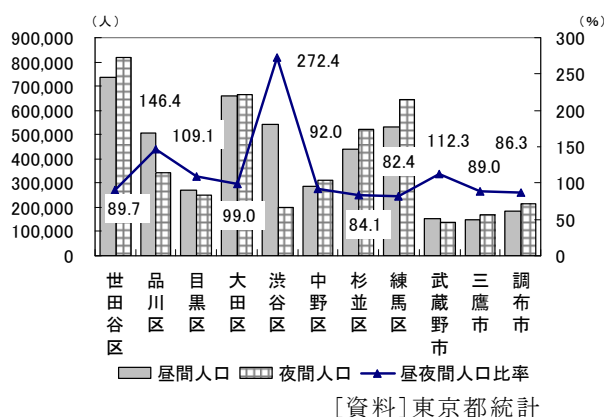


[資料]総務省「国勢調査（平成17年）」

視点② 区外で働く区民と厳しい雇用状況

- ◆ 人口特性でみたように、本区には、働き世代が多く生活していますが、昼夜間人口比率は、区全体では 89.7%で、近隣の渋谷区や品川区と比較して大きく下回っており、多くの区民が通勤・通学で区外に出て行っている状況がうかがえます。昼夜間人口比率は、15 年程前からほぼ変化はなく、住宅都市となっていることが分かります。
- ◆ 年代別にみると、特に 20 歳代後半～40 歳代の若い世代で区外に出ている傾向が顕著となっており、就業者比率でみると 50～60%台と全体の昼夜間人口比率よりさらに低く、働く場を区外に求めている状況がうかがえます。
- ◆ 本区以外で、どの自治体へ通勤・通学しているかをみると、港区や千代田区、渋谷区、新宿区等の都心部が多く、神奈川県や目黒区、杉並区など隣接している自治体も多くなっています。

図表 1.1.42 昼夜間人口・昼夜間人口比率
(都市比較 平成 17 年)



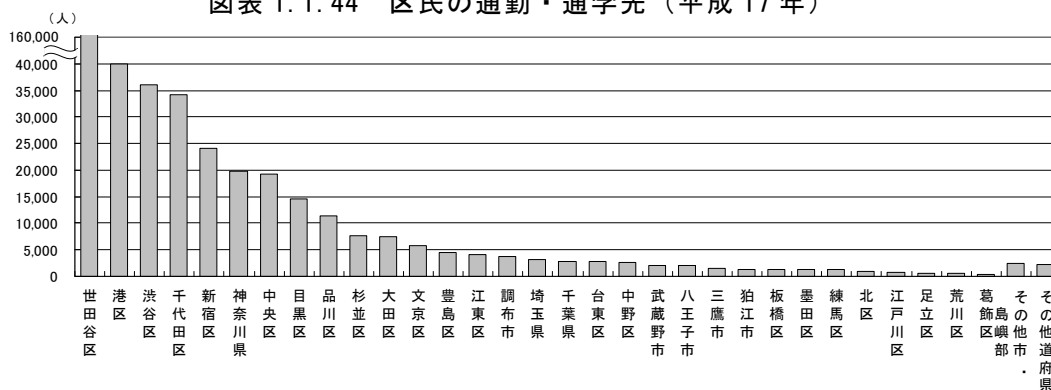
図表 1.1.43 昼夜間就業者比率
(平成 17 年)

(単位: %)

年齢	男性	女性
15-19歳	107.8	104.1
20-24歳	86.6	73.2
25-29歳	66.2	54.8
30-34歳	67.1	55.4
35-39歳	62.9	60.6
40-44歳	61.3	68.1
45-49歳	63.9	75.1
50-54歳	73.8	82.7
55-59歳	77.5	85.6
60-64歳	85.6	90.6
65歳以上	81.5	89.2

[資料] 世田谷区統計

図表 1.1.44 区民の通勤・通学先 (平成 17 年)



- ◆全国的に雇用情勢は厳しさを増しており、本区を含む渋谷ハローワークや東京都の有効求人数も厳しい状況が続いています。それとあわせて、完全失業率も平成14年から下がりつつあったものが、平成19年以降、再び増加傾向にあります。

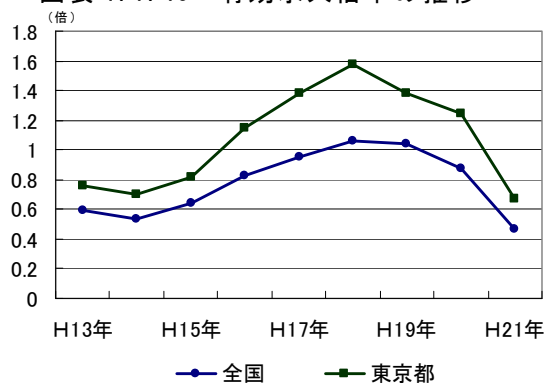
図表 1.1.45 有効求人数と有効求人倍率（平成21年12月）

(単位:人、倍)

有効求人数	職種	有効求職者数	求人倍率(渋谷)	求人倍率(東京)
11,899	職業計	19,057	0.62	0.46
4,007	専門的・技術的職業	3,691	1.09	0.84
82	管理的職業	169	0.49	0.26
1,525	事務的職業	7,712	0.20	0.15
2,717	販売の職業	2,522	1.08	0.70
1,867	サービスの職業	919	2.03	1.17
428	保安の職業	76	5.63	2.47
18	農林漁業の職業	29	0.62	0.41
438	運輸・通信の職業	239	1.83	1.44
817	生産工程・労務の職業	1,424	0.57	0.25
0	分類不能の職業	2,276	0.00	-
2,512	IT関連の職業	1,185	2.12	0.67
3,010	福祉関連の職業	291	10.34	2.16

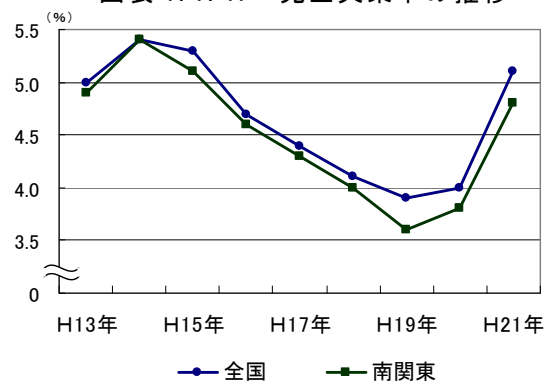
[資料]東京ハローワーク

図表 1.1.46 有効求人倍率の推移



[資料]東京都労働局

図表 1.1.47 完全失業率の推移



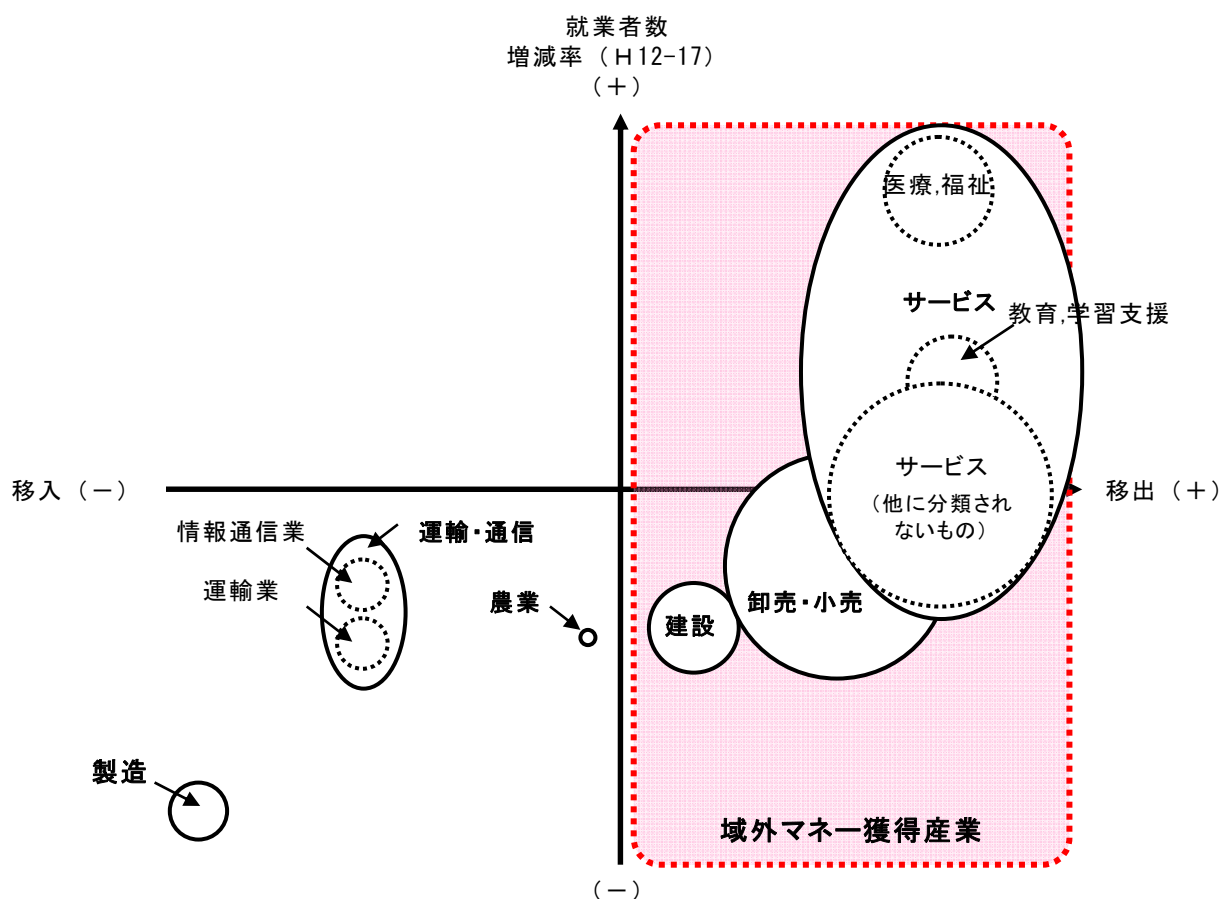
[資料]東京都労働局

6. 区民生活 ～商業・サービス業が支える区民生活～

視点① 商業・サービス業が区民生活を支える一方で、低下する小売吸引力

- ◆ 本区は、約 84 万人の人口を抱え、かつ比較的高い住民所得や雇用所得をベースとした消費によって、商業・サービス業が成立しているものと考えられます。しかし現状を見ると、小売吸引力は低下しており、その要因の一つとして新宿区や渋谷区等の周辺区への消費の流出等が考えられます。
- ◆ 今後もこのような地域間競争の激化が進むことにより、ますます消費の流出が起こりうる可能性があり、これによって区内の小売業等の衰退、雇用吸引力の低下を招くことが懸念されます。

図表 1.1.48 世田谷区の産業のイメージ



※各産業の丸の大きさは、就業者数の構成比の大きさを示し、これらが区民の生活を直接的に支えている産業である。

※移出とは世田谷区で生産された財・サービスの区外における販売であり、区外からお金を獲得していることを示す。一方、移入とは区外で生産された財・サービスの区内での購入を表す。

(注)「地域経済構造分析の手引き (経済産業省)」をもとに作成。

第2節 世田谷区の商業・サービス業

1. 場所 ～大きなマーケットの中で広がる世田谷の商業力～

視点① 84万人が生活する大規模マーケットとしての魅力

- ◆ 本区は、明治期以降、都心郊外の住宅地として鉄道沿線を中心に開発が進んできました。利便性と自然環境とを兼ね備えていることなどから、生活街としての人気は高く、平成22年1月1日現在、831,654人（内 外国人登録者 16,026人）という都内最大規模の都市へと発展してきました。
- ◆ 区内の商業・サービス系事業者が評価している本区の環境や立地するメリットは、「交通の便が良く地理的にも便利」が51.4%で最も多くなっており、続いて「自宅等が近いため」が24.0%、「街並みが整備されていて魅力的」が12.5%などとなっております。業種別にみても業種による大きな違いは見受けられません。
- ◆ そこで、立地時期による特徴等の有無を把握するために、区内立地のメリットを区内創業時期別にみると、昭和30年代以前では鉄道や道路網などの整備が進んだことと比例して「交通の便」が圧倒的に多く、昭和50年代以降になると、民間デベロッパー等による宅地開発、大規模な公営住宅の建設等と相まって「自宅等の近さ」が目立ってきています。そこから、以前は、広い意味での立地環境の利点が理由で本区に立地していたものが、次第に交通環境の便利な住宅都市的な評価、そして、商業・サービス事業者にとって大規模マーケットとしての利点が高いことにより立地が進んできていることが理解されます。

図表 1.2.1 商業・サービス業事業者の区内立地のメリット（区内創業時期別）

	TOTAL	交通の便が良く地理的にも便利	自宅等が近いため	街並みが整備されていて魅力的	世田谷区立地による企業イメージアップ	ある市場構造多様性のある可能性	模範市場が至近	企業や人口密集等大規模市場	取引先から近い	実行している行政機関の支援等が充実	刺激が多く活力がある	事業所が集積し他社との連携等がしやすい	優秀な人材が確保しやすい	重要な情報が入手しやすい	人件費や地代等が安い	資金調達に有利	先端的な技術や情報に接する機会が多い	グローバルな事業展開が可能	その他	特になし	不明
TOTAL	4124	51.4	24.0	12.5	12.0	6.4	6.2	5.4	3.0	2.6	2.3	1.9	1.3	1.1	1.0	0.9	0.8	3.8	12.7	10.5	
昭和30年代以前	941	57.3	18.0	12.1	11.2	5.2	5.7	6.0	4.0	2.2	2.4	1.4	1.7	0.3	1.2	1.0	0.5	3.3	16.6	7.1	
昭和40年代	604	54.6	20.7	10.4	11.6	4.3	4.8	6.6	3.1	2.5	3.3	1.0	2.0	0.3	1.7	1.0	0.5	3.1	15.4	9.3	
昭和50・60年代	694	50.7	32.6	13.7	11.5	6.2	3.2	4.3	2.2	2.9	2.3	2.3	1.6	0.7	0.6	1.3	1.2	4.6	15.3	5.0	
平成元年～9年	533	55.2	34.1	12.6	11.6	7.3	8.4	5.4	2.4	3.0	1.5	2.4	0.4	2.1	1.1	0.9	0.8	3.8	9.4	4.1	
平成10年以降	451	51.0	37.0	15.7	11.8	8.2	10.4	4.0	3.8	4.2	2.2	2.2	1.1	2.0	0.9	0.9	0.4	5.5	9.3	1.8	

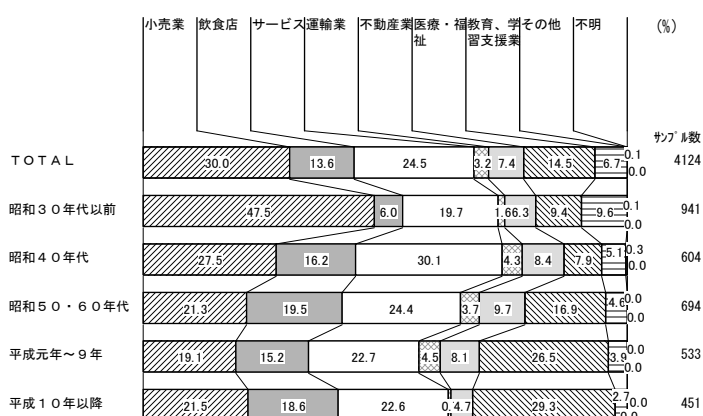
（注）全体平均（TOTAL）の値と比べて4ポイント以上のものに網掛け。

【資料】世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）

視点② 3つの広域商圈（下北沢、三茶、二子）と140の商店街の形成

- ◆ 沿線を中心に住宅地等の開発が進んだことに加え面積の広さなどから、各駅を中心に商店等が集積し、商店街等が形成されているところが多くなっています。特に、二子玉川駅や三軒茶屋駅、下北沢駅などの複数路線が交わる駅では、広域から集客を図るような商業集積が発達しています。現在、区内には、駅周辺を中心に140の商店街が形成されています。また、環状線や世田谷通りなどの大きな通り沿いに、小売店や飲食店など郊外型のロードサイド店舗の立地も見受けられます。
- ◆ 本区の小売業は、平成19年現在、事業所が5,470事業所、従業員が38,062人で、都内で最も多くなっています。しかし、1事業所あたりの就業者数や年間商品販売額は東京都平均より少なく、小規模な事業所が多くなっています。駅の周辺など、区民生活に近いところに比較的小規模な店舗・事業所の立地が進み、区内全域に渡って商業集積が発達してきたことが伺えます。
- ◆ 世田谷区産業基礎調査（商業・サービス業編）によると、区内創業の時期は、小売業については、創業時期が「昭和30年代以前」が5割近くを占め、昭和40年代から飲食店が約2割弱、サービス業が2～3割程度で推移しており、昭和50・60年代から医療・福祉の創業件数が徐々に増加してきています。そこから、以前は、消費者は日ごろの買物を身近な商店や商店街で行っていたため、それに必要な小売の店舗が多く創業し、また、都市のインフラが整い住宅が増えるにつれて飲食・サービス業が一定量増えてきたものと考えられます。しかし、大型店やコンビニエンスストアの進出など流通構造の変化とともに、小売店の創業は減少し、一方、区民生活を直接的に支える医療・福祉関連の事業所が増加してきたと推察されます。

図表 1.2.2 業種（区内創業時期別）



図表 1.2.3 小売業の1事業所当たり就業者数等（平成19年）

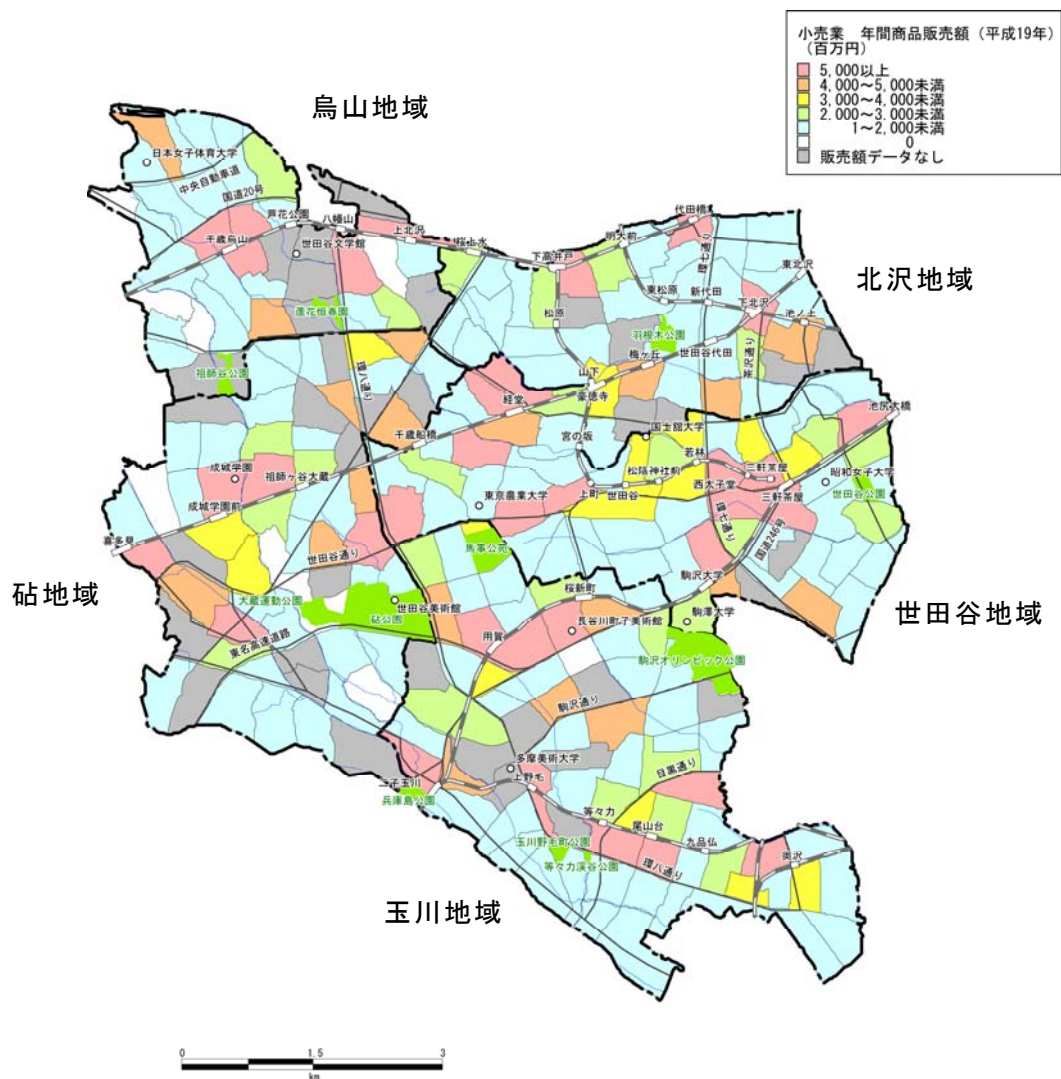
	東京都	世田谷区
事業所数	102,695	5,470
従業者数(人)	778,118	38,062
1事業所当たり就業者数(人)	8.6	7.5
1事業所当たり年間商品販売額(万円)	16,825	10,876
1就業者当たり年間商品販売額(万円)	195,652	180,600
1㎡当たり年間商品販売額(万円)	118	124

[資料] 経済産業省「商業統計（平成19年）」

(注) 表側の「不明」は除く。

[資料] 世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）

図表 1.2.4 丁目別小売業の年間商品販売額（平成19年）

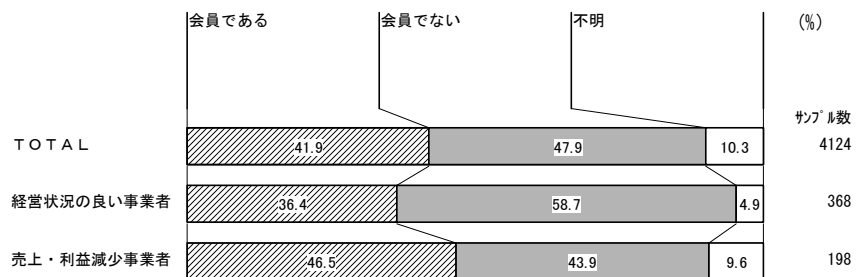


[資料]経済産業省「商業統計（平成19年）」

視点③ 業績の良い事業者の商店街活動への関わりと商店街への問題意識

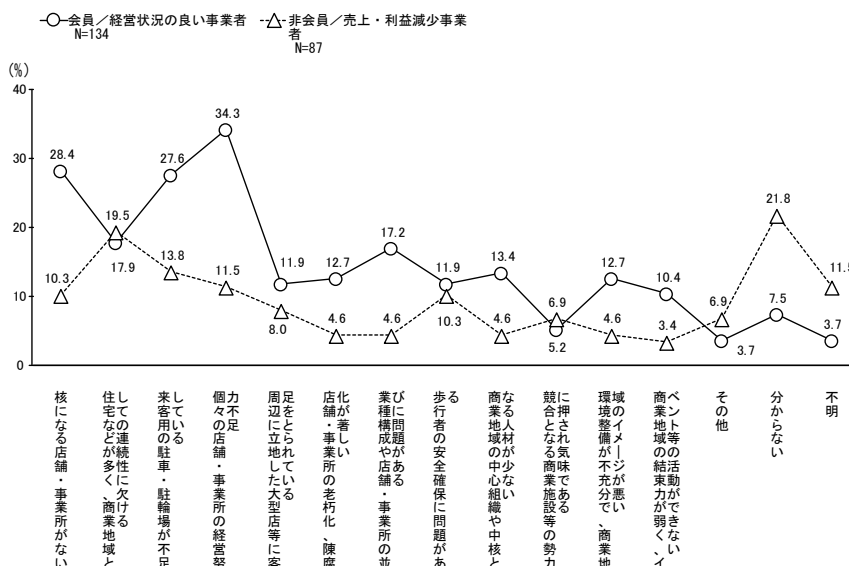
- ◆ 3年前比の売上と営業利益ともに増加した事業者を「経営状況の良い事業者」とすると、経営状況の良い事業者は、商店街会員比率が全体平均より低く、商店街活動の活発度への評価も低くなっています。一方、3年前比の売上と営業利益ともに減少した事業者（「売上・利益減少事業者」）は、商店街会員比率が全体平均より高く、商店街活動の活発度への評価も高くなっています。多くの商店街で問題になっている商店街活動の担い手について、非会員で経営状況の良い事業者の活動への取り込みにより、経営状況の厳しい事業者の活動負担の軽減が求められます。
- ◆ 商店街の問題点について、会員かつ経営状況の良い事業者と非会員で経営状況の良い事業者とを比較すると、前者は「個々の店舗・事業所の経営努力不足」が最も多く、「核になる店舗・事業所がない」、「来客用の駐車・駐輪場が不足している」等が続いていますが、後者は「分からない」が最も多く、それ以外は全体的に低くなっています。こうしたことから、業績が良くかつ商店街会員となっている事業者は、商店街にかかわりの無い事業者より業績が良いだけでなく、街の問題点等についても問題意識を持って事業や各種取り組みを行っていることがうかがえます。

図表 1.2.5 商店街会員の有無（経営状況タイプ比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）をもとに作成。

図表 1.2.6 周辺商業地域または商店街全体の問題点
（商店街活動タイプ比較）



※参考：

「世田谷区産業振興基本条例」に基づく商店街活動の活性化

世田谷区では、商店会への加入が減少し商店街が地域の核として、にぎわいや交流の場としての役割を果たすことが難しくなっている状況を受け、平成16年4月、小売店等に対し、商店会へ加入し相互協力すること等を事業者の責務とすることを条例に追加し、商店街活性化へ向けた商店会の取り組み支援を強化しています。

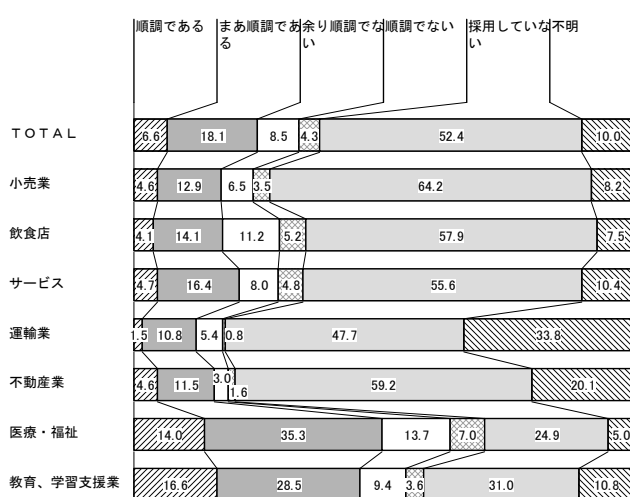
[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）をもとに作成。

2. ヒト ～厳しい雇用情勢の中、積極的な採用・労働環境づくりも進む～

視点① 医療・福祉、生活支援サービス等が雇用の受け皿として成長

- ◆ 区内商業・サービス系事業所の採用状況は、「順調（「順調である」＋「まあ順調である）」が24.7%で、「採用していない」が52.4%で半数を超えています。また、過去5年の間の若年者（35歳未満）の採用状況をみると、「採用した」が32.9%、「採用していない」が40.5%となっており、全体的に採用を手控えている状況がうかがえます。一方、医療・福祉や教育・学習支援業では採用割合が半数以上と多くなっています。
- ◆ 医療・福祉を含む商業・サービス業の求人を全体的にみると、全体の求人倍率は東京都が0.46倍、本区が含まれる渋谷管轄0.62倍と1倍を下回り厳しい状況となっています。一方、「医師、薬剤師等」や「保健師、助産師等」等の医療関係や「福祉関連の職業」、「家庭生活支援サービス」、「保安の職業」や、「IT関連の職業」は、有効求人倍率が1を大きく上回り他の職種と比べて高く、事業者側の求人ニーズが高く、地域雇用の受け皿として機能していることがうかがえます。
- ◆ 高齢者や障害者の雇用に向けた施策等整備状況は、全体的に「特に整備していない」が5割前後と非常に多くなっています。ただし、従業員規模や売上高の大きな事業所は、「再雇用制度を導入している」や「業務内容への配慮」等の施策に取り組んでいる割合が多く、小規模な事業所等と取り組み状況に開きが出ています。

図表 1.2.7 業種別採用状況



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」
(平成21年3月)

図表 1.2.8 有効求人数と有効求職数、求人倍率(平成21年12月)

(単位:人、倍)

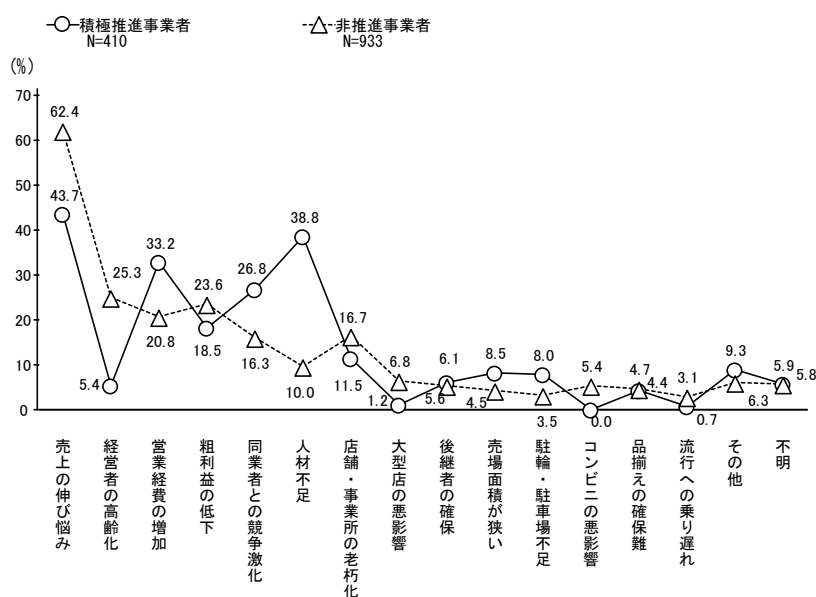
有効求人数	職種	有効求職者数	求人倍率(渋谷)	求人倍率(東京)
11,899	職業計	19,057	0.62	0.46
4,007	専門的・技術的職業	3,691	1.09	0.84
164	機械・電気技術者	154	1.06	0.51
0	鉱工業技術者	17	0.00	0.3
307	建築・土木技術者等	285	1.08	1.17
848	情報処理技術者	697	1.22	0.85
57	その他の技術者	46	1.24	0.27
54	医師、薬剤師等	29	1.86	5.31
716	保健師、助産師等	103	6.95	4.26
83	医療技術者	49	1.69	1.47
310	その他の保健医療	149	2.08	0.96
1,008	社会福祉専門的職業	200	5.04	1.85
209	美術家、デザイナー等	1,047	0.20	0.14
251	その他の専門的職業	915	0.27	0.23
82	管理的職業	189	0.49	0.26
1,525	事務的職業	7,712	0.20	0.15
2,717	販売的職業	2,522	1.08	0.70
2,450	商品販売的職業	2,315	1.06	0.67
267	販売類似的職業	207	1.29	1.03
1,867	サービスの職業	919	2.03	1.17
332	家庭生活支援サービス	61	5.44	1.05
445	生活衛生サービス職	196	2.27	2.11
628	飲食物調理的職業	356	1.76	0.97
324	接客・給仕的職業	183	1.77	2.12
88	居住施設・ビルの管理	85	1.04	0.33
50	その他のサービス職	38	1.32	0.33
428	保安的職業	76	5.63	2.47
18	農林漁業的職業	29	0.62	0.41
438	運輸・通信的職業	239	1.83	1.44
817	生産・工程・労務的職業	1,424	0.57	0.25
0	分類不能的職業	2,276	0.00	-
2,512	IT関連的職業	1,185	2.12	0.67
3,010	福祉関連的職業	291	10.34	2.16
1,484	介護関連	159	9.33	1.64
1,526	その他の福祉	132	11.56	3.28

[資料]ハローワーク東京(平成21年12月)

視点② 医療・福祉、サービス業で進む若手人材、中堅社員の人材の育成

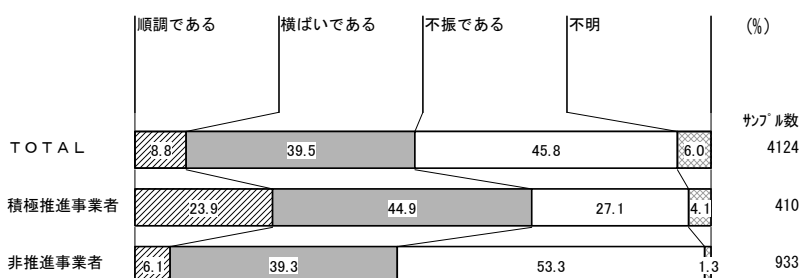
- ◆ 産業基礎調査の結果をさらに分析してみると、区内企業で、今後も若手や中堅社員の人材育成に取り組む意思のある事業者（「積極推進事業者」）は、1割弱で、「無回答」が多くなっていますが、医療・福祉や教育、学習支援業では「積極推進事業者」が多くなっています。若手や中堅社員の人材育成について積極的に推進する事業者（積極推進事業者）とあまり積極的ではない事業者（非推進事業者）とで現在困っていることに違いがあるかをみたところ、いずれも「売上の伸び悩み」が最も多くなっていますが、「積極推進事業者」では「人材不足」も同様に多く、人材に関する意識が高くなっています。
- ◆ また、若手や中堅社員の人材育成の「積極推進事業者」と「非推進事業者」に最近の業績を聞いたところ、「積極推進事業者」は「順調である」という事業者が多い一方、「非推進事業者」では「不振である」という事業者が多くなっています。「積極推進事業者」の方が採用状況を「順調である」と感じる事業者が多いことから、良い人材を採用・育成し、業績を向上させていこうという意向が高いことが推察されます。

図表 1.2.9 現在困っていること（若手人材育成取組みタイプ比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）をもとに作成。

図表 1.2.10 最近の業績（若手人材育成取組みタイプ比較）

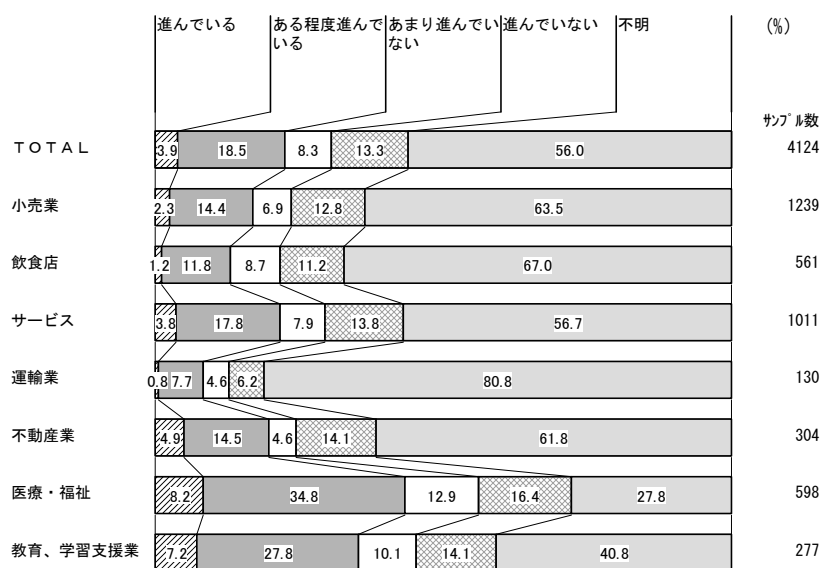


[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）をもとに作成。

視点③ 医療・福祉等で進むワーク・ライフ・バランスと業績との関わり

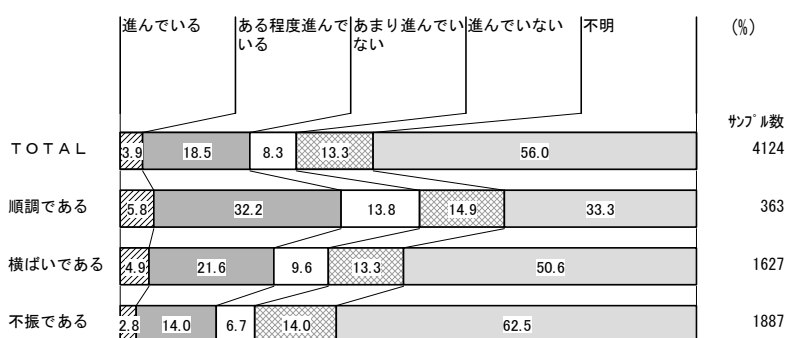
- ◆ 区内の商業・サービス系事業者にはワーク・ライフ・バランス³の進捗について聞くと、比較的女性が多い職場である医療・福祉や教育・学習支援業等の業種で進んでいる状況がうかがえます。
- ◆ ワーク・ライフ・バランスの推進と業績の関係性をみると、最近の業績が「順調である」事業者の方が「不振である」事業者を大きく上回っており、ワーク・ライフ・バランスの取り組みが進んでいます。

図表 1.2.11 ワーク・ライフ・バランスの進捗（業種別）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

図表 1.2.12 ワーク・ライフ・バランスの進捗（最近の業績別）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

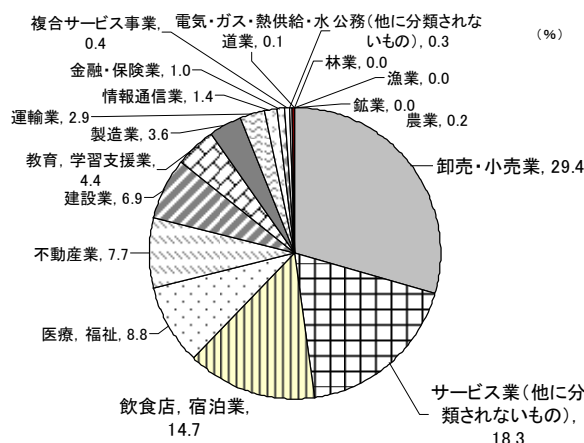
³ 国民一人ひとりがやりがいや充実感を感じながら働き、仕事上の責任を果たすとともに、家庭や地域生活などにおいても、子育て期、中高年期といった人生の各段階に応じて多様な生き方が選択・実現できる社会を目指し、多様な働き方・生き方を選べる「仕事と生活の調和（ワーク・ライフ・バランス）」の実現に向け、官民一体の取り組みが進められている（内閣府HPより）。

3. モノ・ビジネス ～厳しい経済環境の中でも、新たな展開を模索～

視点① 区民の日々の生活を支える小規模な事業所が多く集積

◆ 区内の事業所をみると、平成18年現在、事業所が26,109ありますが、うち卸売・小売業が約3割を占めています。また、サービス業(他に分類されないもの)が18.3%、飲食店、宿泊業が14.7%と続いており、本区の産業において商業やサービス業の占める割合が大きくなっています。小売業は、事業所と従業者数ともに都内で最も多くなっていますが、百貨店等の大規模店舗がなく小規模な事業所が多いことなどから、年間商品販売額は6位で事業所や従業者の順位よりは低くなっています。それにより1事業所当たりの年間商品販売額も低くなっており、小規模な事業規模の小売事業所が多く集積している状況がうかがえます。

図表 1.2.13 区内に立地する事業所数の構成比 (平成18年)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査 (平成18年)」

図表 1.2.14 小売業の事業所数・従業者数・年間商品販売額 (平成19年)

No.	都市	事業所数(%)			都市	従業者数(人、%)			都市	年間商品販売額(百万円、%)		
		実数	構成比	H14年からの増減率		実数	構成比	H14年からの増減率		実数	構成比	H14年からの増減率
1	世田谷区	5,470	5.3	▲ 20.4	世田谷区	38,062	4.9	▲ 13.2	中央区	1,473,042	8.5	24.5
2	大田区	5,044	4.9	▲ 18.0	新宿区	37,476	4.8	▲ 11.8	新宿区	1,349,297	7.8	▲ 0.9
3	足立区	4,769	4.6	▲ 14.4	渋谷区	36,555	4.7	▲ 5.3	渋谷区	1,145,343	6.6	10.7
4	渋谷区	3,989	3.9	▲ 17.5	大田区	31,971	4.1	▲ 11.6	千代田区	890,130	5.2	▲ 4.3
5	杉並区	3,967	3.9	▲ 15.2	足立区	31,907	4.1	1.3	豊島区	772,762	4.5	▲ 10.3
6	江戸川区	3,775	3.7	▲ 13.2	中央区	31,188	4.0	8.8	世田谷区	736,143	4.3	▲ 1.3
7	新宿区	3,735	3.6	▲ 17.3	港区	30,957	4.0	9.6	港区	720,730	4.2	3.7
8	台東区	3,652	3.6	▲ 12.2	八王子市	30,556	3.9	▲ 5.3	足立区	599,776	3.5	16.6
9	練馬区	3,633	3.5	▲ 21.3	練馬区	27,244	3.5	▲ 11.8	大田区	590,658	3.4	1.1
10	港区	3,593	3.5	▲ 9.3	江戸川区	27,050	3.5	▲ 3.6	八王子市	568,574	3.3	▲ 6.7
11	葛飾区	3,503	3.4	▲ 15.9	千代田区	25,785	3.3	▲ 5.2	江東区	515,381	3.0	36.8
12	板橋区	3,436	3.3	▲ 13.2	豊島区	25,572	3.3	▲ 7.7	台東区	509,379	2.9	▲ 5.0
13	八王子市	3,344	3.3	▲ 8.8	江東区	25,265	3.2	12.8	町田市	504,840	2.9	▲ 3.0
14	中央区	3,059	3.0	▲ 1.2	杉並区	23,888	3.1	▲ 14.1	江戸川区	484,462	2.8	3.3
15	千代田区	3,057	3.0	▲ 9.3	町田市	23,626	3.0	▲ 3.5	練馬区	484,278	2.8	0.5

[資料]経済産業省「商業統計調査 (平成19年)」

- ◆ 小売業全体は減少傾向にあるものの、医薬品・化粧品小売業や他に分類されない小売業は、比較的減少率が小さく、小売業の中での位置づけが高まっています。医薬品・化粧品は、事業所数は減少していますが、従業者数や売場面積、年間商品販売額も1～2割程度増加していることなどから、医薬品や日用品等を取り扱う比較的規模の大きなドラッグストアが増えていることが推測されます。
- ◆ 事業所の規模をみると、1～4人の事業所が65.2%と半数以上を占め、10人未満の事業所で約8割を占めており、小規模な事業所が中心となっています。一方、年間商品販売額をみると、1～4人の事業所は構成比が13.4%で、事業所数の構成比に対して小さくなっています。一方、50～99人や100人以上の事業所は、事業所数では構成比が1%未満なのに年間商品販売額は1～2割を占めています。1就業者当たり年間商品販売額も大きな差が出ており、区内事業所の多くを占める小規模な事業所の方が、売上の面では厳しい状況にあることがうかがえます。

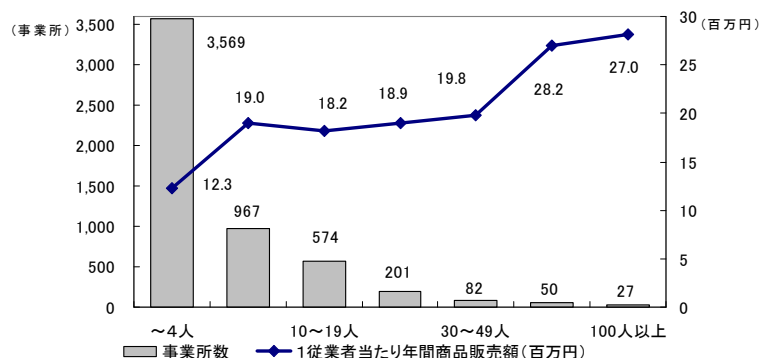
図表 1.2.15 小売業の産業中（小）分類別 事業所数・従業者数等

	事業所数			従業者数(人)			年間商品販売額(百万円)			売場面積(m ²)		
	H14	H19	増減率(%)	H14	H19	増減率(%)	H14	H19	増減率(%)	H14	H19	増減率(%)
各種商品小売業	13	10	▲ 30.0	1,717	1,357	▲ 26.5	70,194	59,402	▲ 18.2	52,725	41,776	▲ 26.2
織物・衣服・身の回り品小売業	1,363	1,119	▲ 21.8	5,229	4,765	▲ 9.7	73,986	84,035	▲ 12.0	81,053	70,246	▲ 15.4
飲食品小売業	2,290	1,778	▲ 28.8	18,907	17,498	▲ 8.1	253,679	259,482	▲ 2.2	157,631	159,241	▲ 1.0
自動車・自転車小売業	351	302	▲ 16.2	2,640	2,213	▲ 19.3	114,396	107,882	▲ 6.0	14,785	13,763	▲ 7.4
家具・じゅう器・機械器具小売業	638	425	▲ 50.1	2,908	2,058	▲ 41.3	62,669	50,302	▲ 24.6	48,235	40,290	▲ 19.7
その他の小売業	2,215	1,836	▲ 20.6	11,687	10,171	▲ 14.9	170,637	175,040	▲ 2.5	113,948	105,377	▲ 8.1
医薬品・化粧品小売業	465	445	▲ 4.5	2,448	2,779	▲ 11.9	39,681	51,596	▲ 23.1	23,610	28,434	▲ 17.0
農耕用品小売業	13	6	▲ 116.7	50	15	▲ 233.3	495	119	▲ 316.0	1,078	520	▲ 107.3
燃料小売業	154	110	▲ 40.0	1,237	869	▲ 42.3	27,396	36,057	▲ 24.0	1,258	1,022	▲ 23.1
書籍・文房具小売業	391	283	▲ 38.2	3,614	2,579	▲ 40.1	32,179	27,876	▲ 15.4	22,793	21,288	▲ 7.1
スポーツ用品・かん具・娯楽用品・楽器小売業	215	118	▲ 82.2	878	459	▲ 91.3	15,815	8,462	▲ 86.9	17,983	8,883	▲ 102.4
写真機・写真材料小売業	41	19	▲ 115.8	182	147	▲ 23.8	1,374	591	▲ 132.5	1,302	673	▲ 93.5
時計・眼鏡・光学機械小売業	104	92	▲ 13.0	407	373	▲ 9.1	5,337	5,030	▲ 6.1	5,925	5,458	▲ 8.6
他に分類されない小売業	832	763	▲ 9.0	2,871	2,950	▲ 2.7	48,360	45,309	▲ 6.7	39,999	39,099	▲ 2.3

[資料] 経済産業省「商業統計調査」

図表 1.2.16 小売業の従業員規模別事業所数・従業者数等（平成19年）

従業者規模	事業所数		従業者数		年間商品販売額		1事業所当たり年間商品販売額(百万円)	1従業者当たり年間商品販売額(百万円)
	実数	構成比(%)	実数(人)	構成比(%)	実数(百万円)	構成比(%)		
～4人	3,569	65.2	8,022	21.1	98,661	13.4	27.6	12.3
5～9人	967	17.7	6,222	16.3	118,092	16.0	122.1	19.0
10～19人	574	10.5	7,932	20.8	144,047	19.6	251.0	18.2
20～29人	201	3.7	4,658	12.2	88,267	12.0	439.1	18.9
30～49人	82	1.5	3,025	7.9	59,960	8.1	731.2	19.8
50～99人	50	0.9	3,467	9.1	93,655	12.7	1,873.1	27.0
100人以上	27	0.5	4,736	12.4	133,462	18.1	4,943.0	28.2

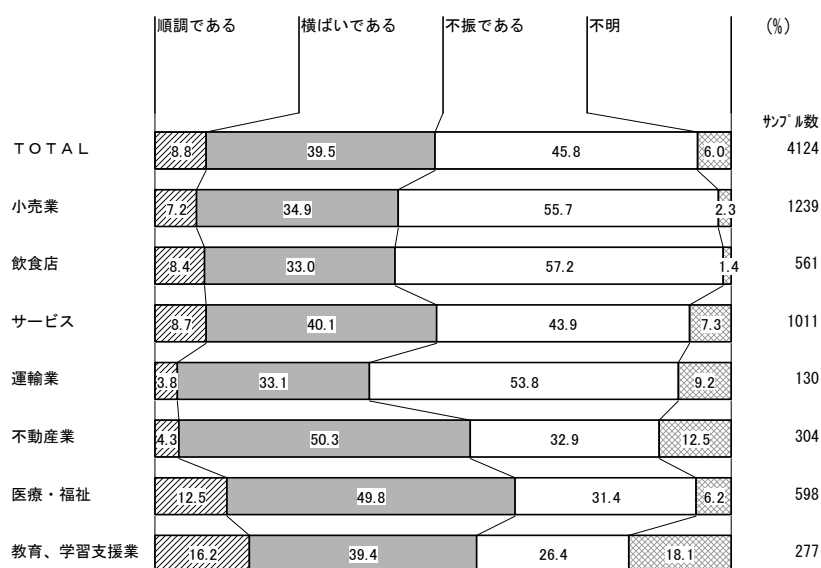


[資料] 経済産業省「商業統計調査（平成19年）」

視点② 業績の良い事業者は「良い商品・サービスをお客様に」をモットー

◆ 区内の商業・サービス業事業者の業績を聞くと、「不振である」、「横ばいである」の占める割合が大きく、事業所数等で大きな割合を占める小売業や飲食店、特に、小規模な店舗ほど不振の傾向が強くなっています。そのため、現在困っていることについて聞くと、「売上の伸び悩み」が54.2%で最も多く他の項目を大きく上回っており、やはり小売業や飲食店でその傾向が強くなっています。

図表 1.2.17 最近の業績（業種別）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

図表 1.2.18 現在困っていること（業種別）

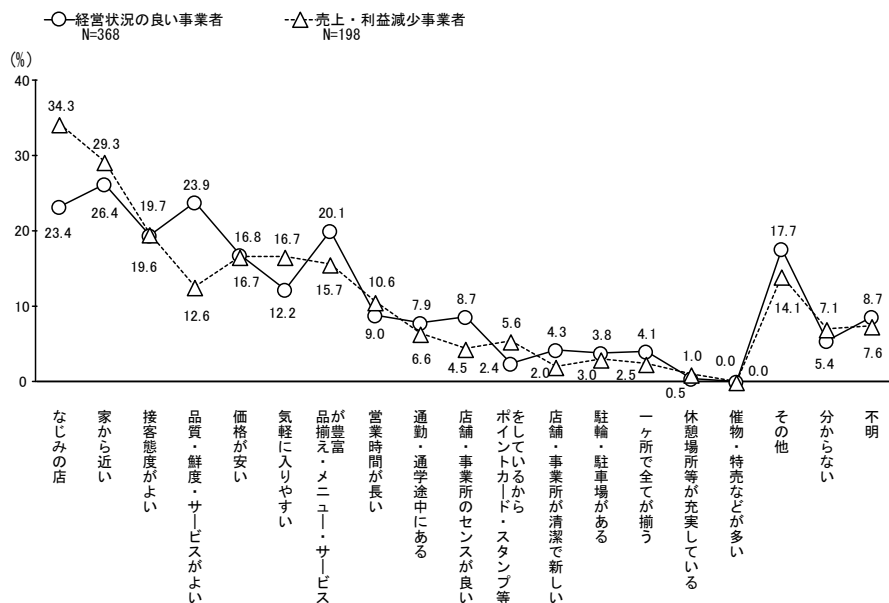
	TOTAL	売上の伸び悩み	経営者の高齢化	営業経費の増加	粗利益の低下	同業者との競争激化	人材不足	店舗・事業所の老朽化	大型店の悪影響	後継者の確保	売場面積が狭い	駐輪・駐車場不足	コンビニの悪影響	品揃えの確保難	流行への乗り遅れ	その他	不明
TOTAL	4124	54.2	22.3	22.2	19.9	17.9	16.8	13.7	6.9	5.4	5.1	4.1	3.9	3.5	2.4	6.5	10.6
小売業	1239	66.7	24.1	18.6	27.6	11.2	13.0	15.1	16.1	4.2	8.7	3.5	9.4	8.1	1.9	5.7	3.7
飲食店	561	65.6	26.7	38.1	31.7	8.9	17.1	18.4	5.9	4.1	3.9	5.2	7.1	2.7	3.6	4.1	3.2
サービス	1011	51.4	26.3	19.6	14.0	20.3	18.6	11.7	2.4	7.4	2.9	3.9	0.2	0.7	2.7	7.3	14.6
運輸業	130	61.5	20.0	43.1	23.1	34.6	11.5	1.5	1.5	1.5	1.5	3.1	0.0	0.0	0.0	5.4	11.5
不動産業	304	38.2	18.4	15.8	10.5	27.0	4.6	16.8	2.3	4.3	1.3	2.0	0.3	3.3	6.3	4.3	24.7
医療・福祉	598	38.8	14.2	21.1	11.5	27.4	27.9	12.7	0.7	5.9	5.9	5.4	0.0	1.0	0.8	7.2	12.0
教育、学習支援業	277	33.2	12.6	15.2	10.5	19.1	18.4	9.0	5.8	7.2	4.0	5.1	0.0	1.8	1.1	12.3	23.1

(注) 表側の「不明」は除く。値が20%以上のものに網掛け。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

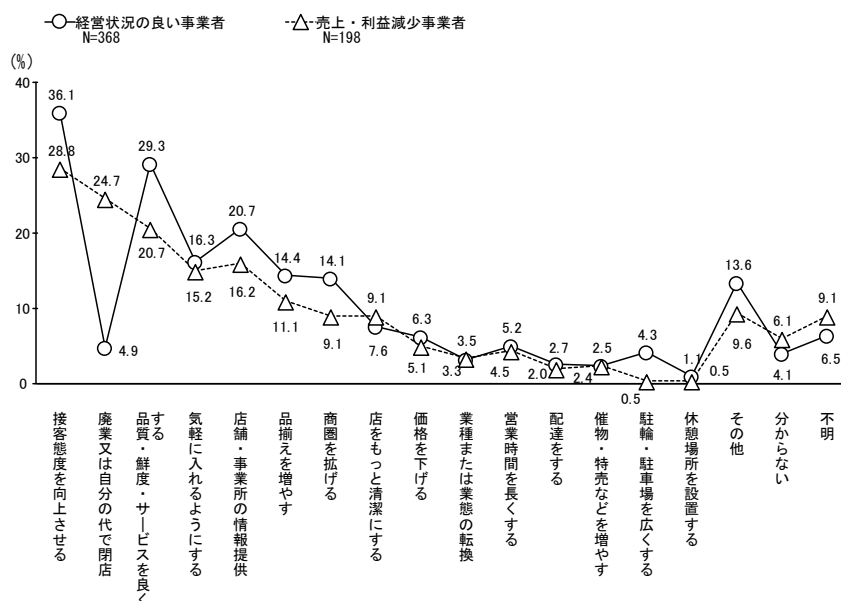
- ◆ 経営状況の良い事業者と良くない事業者とで、顧客が自社を利用する理由についての自己認識の違いをみると、売上・利益ともに減少している事業者は、「なじみの店」、「家から近い」が多くなっていますが、経営状況の良い事業者では、「家から近い」も多いものの、「品質・鮮度・サービスが良い」や「品揃え・メニュー・サービスが豊富」等が多く、顧客のニーズに応じていこうという姿勢がみて取れます。
- ◆ そのため、これからの経営方針についても、経営状況の良い事業者は、「接客態度の向上」とともに、「品質・鮮度・サービスを良くする」等が経営状況の良くない事業者を大きく上回っており、顧客対応力のさらなる強化へ向けた意識の高さを感じられます。

図表 1.2.19 顧客が自社を利用する理由（景況評価比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

図表 1.2.20 これからの経営方針（景況評価比較）

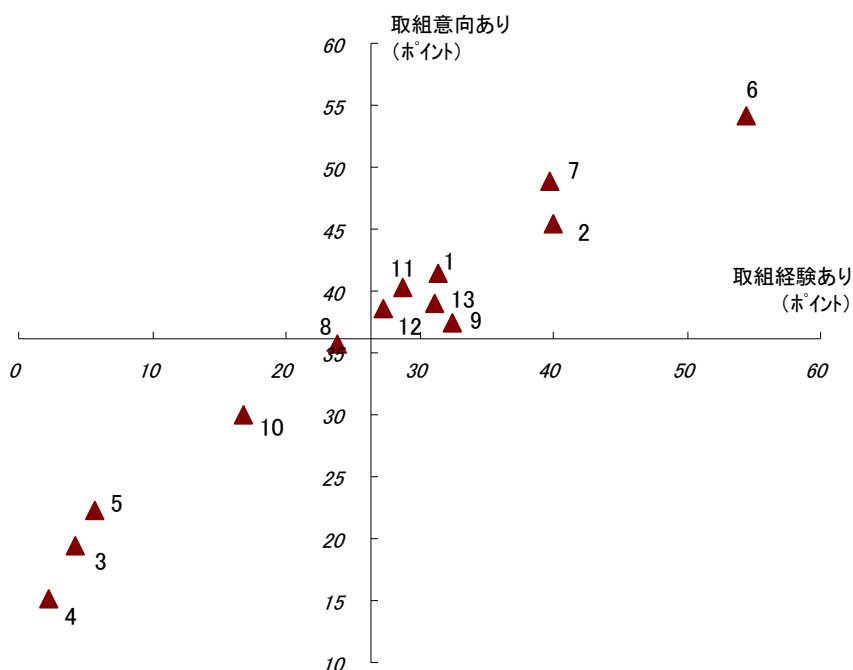


[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

視点③ 環境などのテーマ分野での新たなビジネス展開の可能性

- ◆ 区内の商業・サービス業事業者に対して、地域産業振興等の関連で最近重要になっている個別事業課題について、これまでの取り組み状況を聞いたところ、「リサイクル等地球環境への配慮」と「ITの活用」、「新商品・サービスの開発」等については比較的取り組まれており、今後の取り組み意向を聞いたところ、これまでの取り組み状況と同様「リサイクル等地球環境への配慮」と「新商品・サービスの開発」、「ITの活用」については比較的取り組み意向が高くなっています。

図表 1.2.21 取組み経験と取組み意向のある個別事業



(注) 交点：取組み経験あり・取組み意向あり各項目の平均ポイント (26.3、36.2)

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

図表 1.2.22 今後取り組む意向のある事業 (業種別)

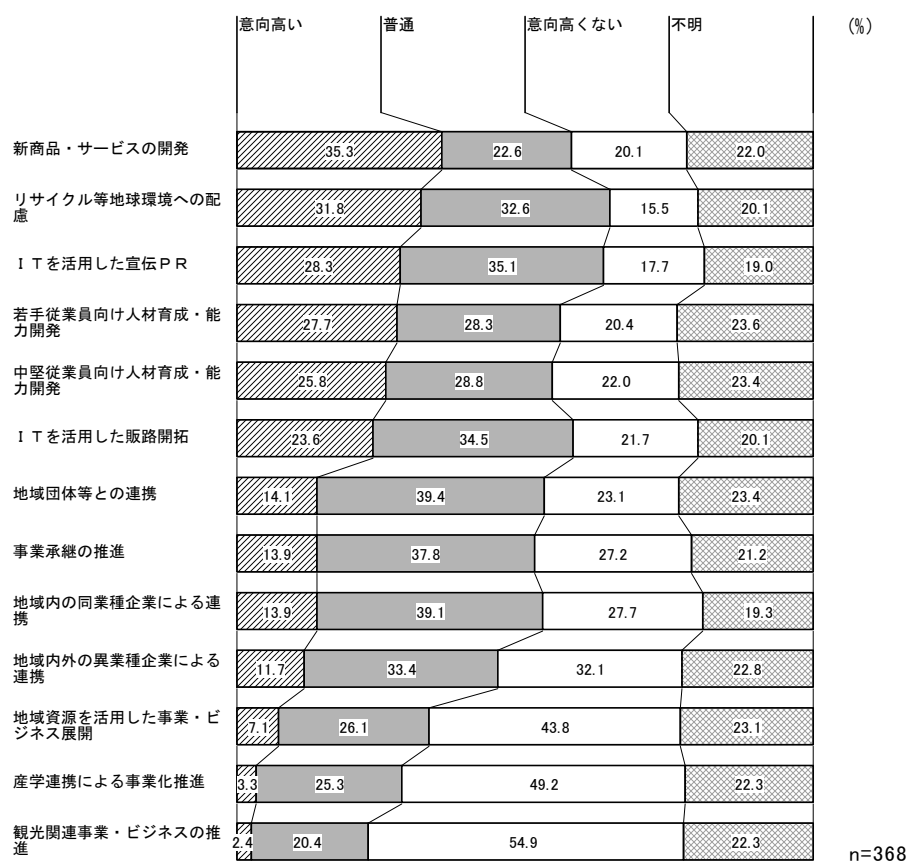
今後取組み意向のある個別事業課題 (項目の末の番号は図表 1.2.21 と対応)	(%)						
	小売業	飲食店	サービス	運輸業	不動産業	医療・福祉	支援育、学習
リサイクル等地球環境への配慮・・・⑥	19.2	19.6	17.9	13.8	11.2	21.2	22.4
新商品・サービスの開発・・・⑦	19.5	22.5	17.0	3.1	8.2	15.6	17.3
ITを活用した宣伝PR・・・②	13.2	9.6	15.1	6.2	18.1	20.6	20.6
若手従業員向け人材育成・能力開発・・・⑪	8.6	8.2	14.6	6.2	8.9	20.1	19.1
ITを活用した販路開拓・・・①	12.8	7.8	11.4	6.9	16.8	12.5	15.2
中堅従業員向け人材育成・能力開発・・・⑫	7.8	6.1	12.7	6.2	8.9	18.1	17.7
地域内の同業種企業による連携・・・⑨	5.3	4.6	7.7	8.5	8.9	22.4	12.3
事業承継の推進・・・⑧	8.2	7.1	9.3	6.2	8.9	10.0	11.9
地域団体等との連携・・・⑬	6.1	5.9	6.8	3.8	6.9	18.6	10.5
地域内外の異業種企業による連携・・・⑩	4.4	3.4	6.9	6.9	3.9	9.2	5.1
地域資源を活用した事業・ビジネス展開・・・⑤	2.7	3.6	3.5	1.5	3.0	5.9	5.1
産学連携による事業化推進・・・③	1.8	0.5	3.0	1.5	1.0	4.0	5.8
観光関連事業・ビジネスの推進・・・④	1.1	1.4	1.8	4.6	1.6	1.3	1.4

(注) 20%以上のものに網掛け。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

- ◆そこで、重要性の高い個別事業課題について、業種別に今後の取り組み意向を聞いたところ、医療・福祉、教育、学習支援業については「地球環境への配慮」や「ITの活用」などについての取り組み意向が高く、飲食店では「新商品・サービスの開発」の取り組み意向が高くなっています。なお、経営状況の良い事業者についても同様の傾向を示しています。
- ◆以上のことから、区内で取り組まれやすい新たなビジネスは、今日的課題であり、区が重点的に取り組んでいる「環境」をテーマとして、経営状況の良い事業者中心に顧客特性等に応じて、必要に応じてITを利活用しながら様々な取り組みを展開していくことが想定されます。

図表 1.2.23 取組み意向のある個別事業課題（経営状況の良い事業者）



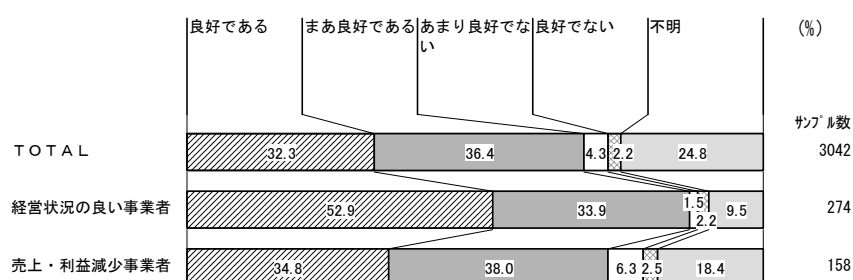
[資料] 世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

4. マネー ～業績や事業展開との関係が強い資金調達～

視点① 金融機関と比較的良好な関係を構築

- ◆ 区内の商業・サービス業事業者の資金調達の状況をみると、主な資金調達先との関係について、いずれの業種でも「まあ良好である」、「良好である」の回答が多く、良好でない（「あまり良好でない」＋「良好でない」）割合は 6.5%となっており、世田谷区産業基礎調査の調査時点（平成 21 年 10 月時点）においては、比較的良好な関係を築いている事業者が多く、貸し渋り等の問題が深刻では無かったことが推測されます。
- ◆ 経営状況の良い事業者と良くない事業者とで、主な資金調達先との関係について比較すると、売上・利益ともに減少している事業者は、経営状況の良い事業者と比べて「良好でない」割合がやや大きくなっており、業績の低迷と資金繰りの問題との相関関係がうかがえます。

図表 1.2.24 主な資金調達先との関係（景況評価比較）

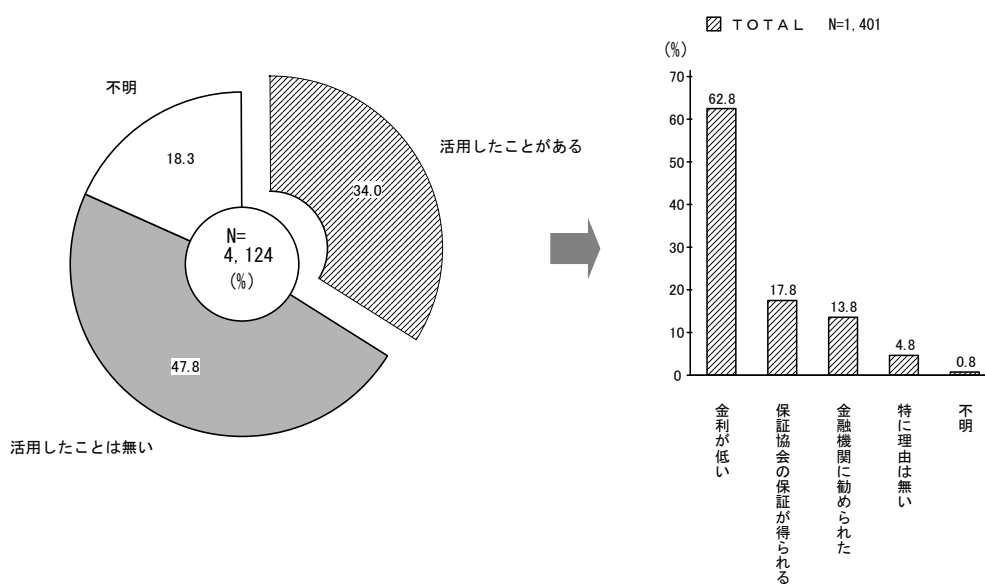


[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成 21 年 3 月）をもとに作成。

視点② 資金調達制度を活用した積極的な事業展開

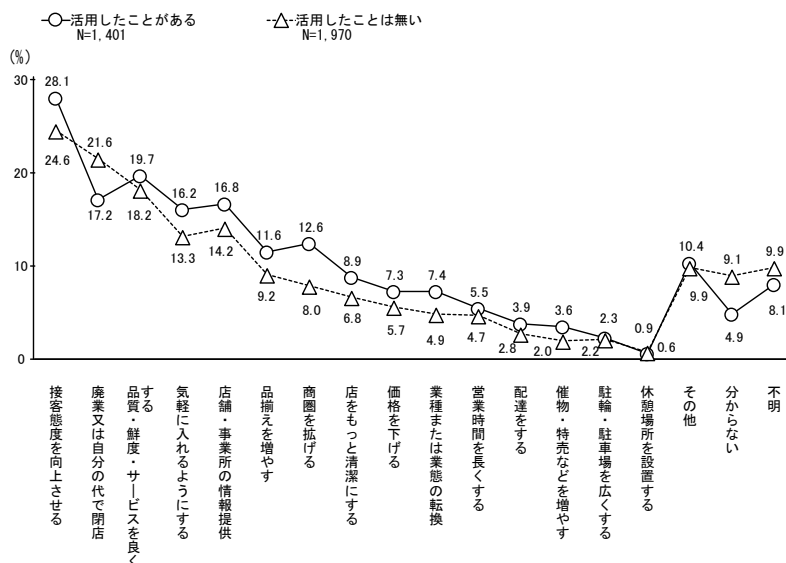
- ◆ 区内の商業・サービス業事業者の公的機関提供の資金調達支援制度の活用経験は、「活用したことがある」と回答した事業者は 34.0%で、「活用したことは無い」の方が 47.8%で多くなっています。主な活用した理由は「金利が低い」が最も多く、他の項目を大きく上回っています。
- ◆ また、公的機関提供の資金調達支援制度の活用経験がある事業者と無い事業者とで、これからの経営方針等の違いをみてみると、「活用したことが無い」事業者に比べて「活用したことがある事業者」の方が、様々な取り組みについて前向きであり、事業発展へ向けた意識が高いことがうかがえます。

図表 1.2.25 公的機関提供の資金調達支援制度活用経験と活用理由



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

図表 1.2.26 これからの経営方針 (公的機関提供の資金調達支援制度活用経験別)



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

第3節 世田谷のものづくり（商業・サービス業以外）

1. 場所 ～区民生活に身近な、住宅都市におけるものづくり～

視点① 区民の暮らしと共存する（住宅地に囲まれた）ものづくり

- ◆ 本区の土地用途をみると、宅地のうち工業地区に位置づけられているところはなく、都市計画用途割合は、住居専用地域が多くを占め、準工業地域は約 1.0%と少なくなっています。準工業地域の場所をみると、桜新町2丁目、船橋5丁目、経堂5丁目などに点在しています。かつては工場だったところから、マンション等へ建て替わっているところもあり、住宅をはじめ、商店など区民の生活と共存する事業所が多くなっています。
- ◆ 区内のものづくり系事業者（商業・サービス業以外の事業者）で、土地・建物のいずれか、または両方を所有している事業者に建替え意向を聞いたところ、多くの事業者は建替え意向はありませんでしたが、いくつかの事業者は「老朽化」や「耐震性」、「手狭」等の理由により建替・売却したいと回答しています。
- ◆ このようなことから、住宅都市でのものづくりの事業展開の難しさが理解されるとともに、今後も住・工が共存していくことへの知恵や努力等が求められます。

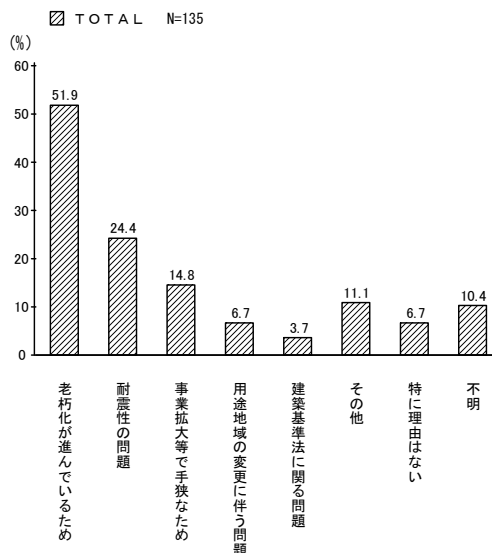
図表 1.3.1 23区ごとの土地用途と区内の都市計画用途割合（平成20年）

	総数(ヘクタール)	宅地(ヘクタール)			田・畑・山林等	
		総数	商業地区	工業地区		住宅地区
千代田区	399.90	358.34	310.66	-	47.68	41.56
中央区	392.80	392.02	243.09	23.29	125.64	0.78
港区	990.20	920.45	285.72	26.91	607.82	69.75
新宿区	1,012.61	985.03	109.39	34.57	841.07	27.58
文京区	597.73	589.76	92.32	17.94	479.50	7.97
台東区	476.44	450.12	251.95	-	198.17	26.32
墨田区	712.17	684.90	44.20	118.17	522.53	27.27
江東区	1,537.35	1,469.26	29.91	428.33	1,011.02	68.09
品川区	1,449.17	1,236.88	76.62	231.17	929.09	212.29
目黒区	920.28	903.07	34.10	-	868.97	17.21
大田区	2,582.70	2,504.98	48.52	229.51	2,226.95	77.72
世田谷区	3,691.68	3,443.07	18.03	-	3,425.04	248.61
渋谷区	843.38	809.76	118.89	-	690.87	33.62
中野区	1,028.20	997.13	14.67	-	1,918.91	31.07
杉並区	2,265.20	2,157.12	28.80	-	2,128.32	108.08
豊島区	823.89	788.75	92.34	-	696.41	35.14
北区	1,045.58	953.61	25.99	67.00	860.62	91.97
荒川区	590.49	540.06	16.18	77.38	446.50	50.43
板橋区	1,844.93	1,791.79	16.06	130.62	1,645.11	53.14
練馬区	3,129.27	2,798.41	4.36	-	2,794.05	330.86
足立区	2,884.04	2,713.95	36.12	214.14	2,463.69	170.09
葛飾区	1,762.29	1,667.18	64.24	89.99	1,512.95	95.11
江戸川区	2,425.25	2,331.00	55.82	115.49	2,159.69	94.25

[資料]東京都統計（平成20年）

種類	面積(ha)	割合(%)
総数	5,680.6	100.0
第一種低層住居専用地域	2878.2	50.7
第二種低層住居専用地域	85.6	1.5
第一種中高層住居専用地域	1356.3	23.9
第二種中高層住居専用地域	138.5	2.4
第一種住居地域	546.9	9.6
第二種住居地域	108.1	1.9
準住居地域	67.5	1.2
近隣商業地域	349.4	6.2
商業地域	91.4	1.6
準工業地域	58.7	1.0

図表 1.3.2 建替・売却したい理由



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」
(平成21年3月)

視点② ものづくり系事業者が世田谷区でビジネスするメリット

- ◆ 区内のものづくり系事業者が評価する世田谷区の環境や立地メリットは、「交通の便が良く地理的にも便利」が 56.5%で最も多く、続いて「自宅等が近いため」が 29.3%、「取引先から近い」が 22.9%などで続いています。業種別に見ると、いずれの業種でも「交通の便が良く地理的にも便利」や「自宅等が近いため」が多く、アクセス面での利点が多いことが分かります。
- ◆ 区内へ立地した時期による特徴等の有無を把握するために、区内立地のメリットを区内創業時期別に見ると、昭和 30 年代以前に創業した事業者は、鉄道や道路網等の整備に関連した「交通の便の良さ」とともに、「取引先からの近さ」が特に多くなっています。昭和 50 年代以降では、大規模な宅地開発、公営住宅の建設等と相まって「自宅等の近さ」や「世田谷区立地のイメージ」が目立ってきていることから、以前は事業・ビジネス環境として本区に立地しており、次第に交通利便性の高さ、良好な住宅都市的な評価により、立地が進んできていることが理解されます。
- ◆ 業種別に創業時期をみると、昭和 40 年代以降、宅地化等による公害問題等に伴い工場移転などが進んだように、製造業の創業の割合が減少傾向にあります。一方、平成に入って以降、情報通信業の創業の割合が大きく増えてきています。

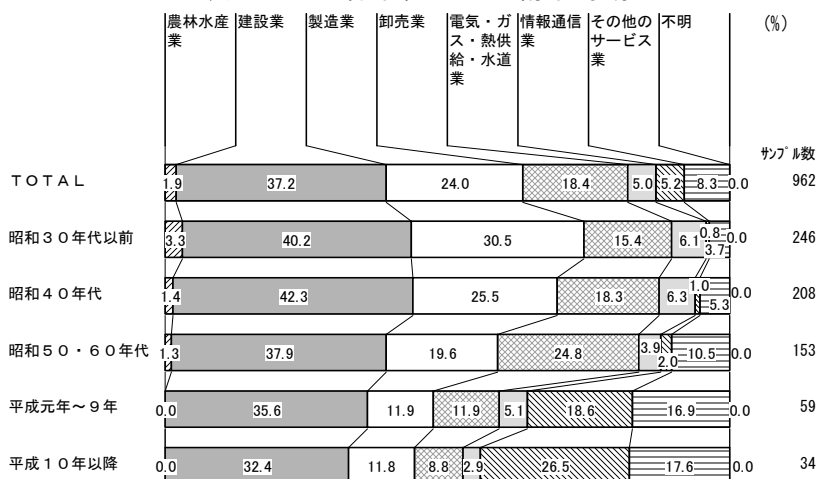
図表 1.3.3 ものづくり関連事業者の区内立地のメリット（区内創業時期別）

	TOTAL	交通の便が良く地理的にも便利	自宅等が近いため	取引先から近い	世田谷区立地によるイメージアップ	世田谷区立地による魅力的な整備されている	街並みが整えられている	様々な可能性のある市場構造	模範市場が至近	企業や人口密集等大規模市場が至近	事業所が集積し他社との連携等がしやすい	実行政機関の支援等が充実している	資金調達に有利	人件費や地代等が安い	優秀な人材が確保しやすい	が可能な事業展開	重要な情報が入手しやすい	刺激が多く活力がある	接する機会が多い	先端的な技術や情報に	その他	特にな	不明
TOTAL	962	56.5	29.3	22.9	15.9	6.2	5.1	4.9	3.3	3.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.2	0.9	0.8	0.6	2.2	12.6	3.7		
昭和30年代以前	246	60.2	26.0	28.0	13.0	5.3	6.5	6.9	3.7	2.8	2.0	0.8	2.4	0.8	0.8	1.2	0.8	1.6	13.0	3.3			
昭和40年代	208	52.4	27.9	19.7	14.4	8.2	4.3	3.4	4.8	4.8	1.9	1.0	1.4	1.0	0.5	1.0	1.4	1.4	13.9	4.8			
昭和50・60年代	153	52.9	36.6	22.9	20.3	9.2	3.9	2.6	2.6	2.0	3.9	1.3	0.7	2.0	0.7	1.3	0.0	2.6	13.7	2.6			
平成元年～9年	59	61.0	42.4	23.7	11.9	1.7	1.7	3.4	5.1	1.7	0.0	6.8	1.7	1.7	0.0	1.7	0.0	1.7	5.1	1.7			
平成10年以降	34	55.9	35.3	17.6	20.6	2.9	2.9	5.9	2.9	0.0	2.9	2.9	0.0	2.9	0.0	2.9	0.0	2.9	8.8	0.0			

(注) 全体平均 (TOTAL) の値と比べて 4 ポイント以上のものに網掛け。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成 21 年 3 月)

図表 1.3.4 各業種の区内創業時期

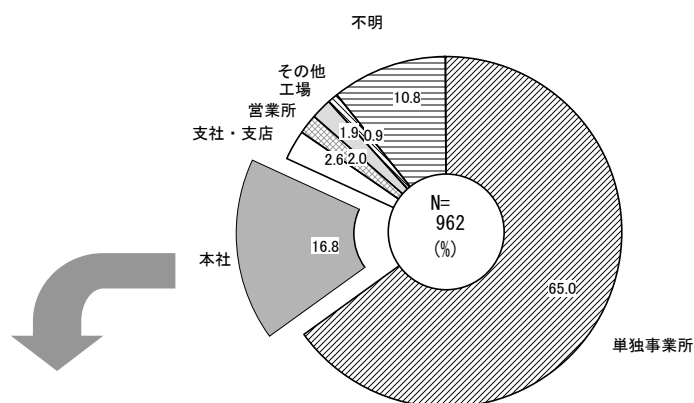


[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成 21 年 3 月)

視点③ 小規模の単独事業所と本社機能等のみの事業所が多い

- ◆ 世田谷区をはじめとして、都心部のものづくり産業は、昭和 40 年代からの土地高騰や宅地化の進展により、公害問題などで工場の移転が進み、さらなる大規模宅地開発の進行、そして、産業構造の変化や人件費等のコストの問題などで、海外や他都市への製造部門の移転などが進みました。
- ◆ 工業統計によると、製造業の事業所を従業者規模別では、平成 19 年現在、従業員数が 1～4 人の事業所が 61.9%と過半数を占め、30 人未満の事業所で 93.5%を占めています。東京都全体の平均は 90.9%であり、東京都平均よりも小規模な事業所が多くなっており、1 事業所当たりの従業員数は、全体では 12.1 人で、区の全事業所の平均 9.3 人よりは多くなっています。
- ◆ 経営組織形態については、多くの事業所は小規模の単独事業所として事業を展開しており、また、以前は区内でものづくりを行っていた事業者は、人事や事務部門等のみの本社機能だけを区内に残し、製造部門等の海外や他都市への移転を進めており、ものづくりの現場や機能が、世田谷から徐々に消えつつあることが想定できます。

図表 1.3.5 区内事業所の経営組織形態



[支社等の数と場所]

組織形態	支社等の数	支社等の場所
支社・支店	平均 1.1	区内、八王子市、武蔵野市、横浜市、大阪、埼玉等
営業所	平均 1.8	区内、神奈川、福岡、大阪、静岡等
工場	平均 0.9	区内、神奈川、福島、埼玉、静岡等
その他	平均 1.4	区内、千葉、上海等

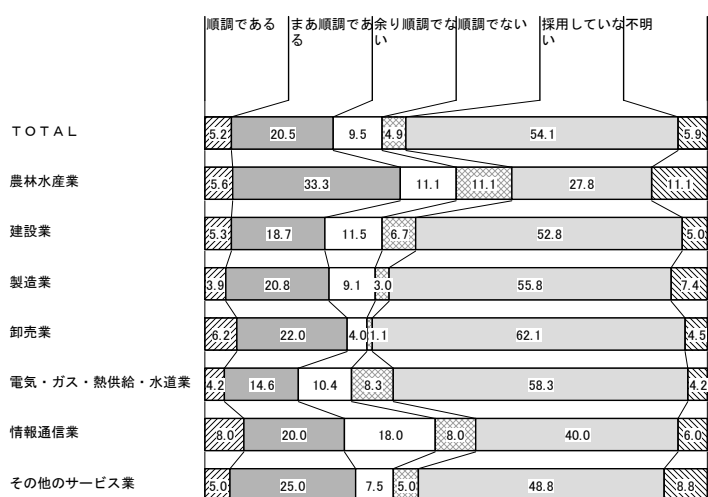
[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成 21 年 3 月)より作成。

2. ヒト ～専門技術人材の採用・育成に注力する世田谷のものづくり～

視点① 専門技術人材への事業者側の求人ニーズは高い

- ◆ 工業統計によると、平成20年時点、本区の業種別にみたものづくり系事業所の従業者数は、「印刷・同関連業」が最も多く、「食料品製造業」、「業務用機械器具製造業」、「金属製品製造業」などが続いています。また、従業者の雇用形態をみると、従業員全体に占める正社員の割合は、全体的には約7割と高くなっていますが、「食料品製造業」や「パルプ・紙・紙加工品製造業」、「電子部品・デバイス製造業」では、パート・アルバイト等の占める割合が他の業種よりも多く、「印刷・同関連業」は出向・派遣の受け入れが他業種と比較して多くなっています。
- ◆ ものづくり系事業所の採用状況については、「順調（「順調である」＋「まあ順調である）」と回答する事業所は25.7%、「採用していない」が54.1%で半数を超えています。また、過去5年間の若年者（35歳未満）の採用状況では、「採用した」が37.8%、「採用していない」が47.4%となっています。中でも、「情報通信業」では採用割合が60.0%と高くなっています。なお、高齢者雇用、障害者雇用のための施策等の整備については、「特に整備していない」の回答が多くなっています。
- ◆ そこで、製造業に関連した業種の求人状況についてみると、全体の求人倍率は東京都0.46倍、世田谷区が含まれる渋谷管轄0.62倍と1倍を下回り厳しい状況になっています。しかし、「電気作業員」や「定置・建設機械運転」、「IT製造関連」等の比較的専門的な技術を必要とする職種では、特に、渋谷管轄での有効求人倍率が7倍を超えて高くなっており、専門技術人材への事業者側の求人ニーズは高いことが分かります。

図表 1.3.6 業種別採用状況



[資料] 世田谷区「世田谷区産業基礎調査」
(平成21年3月)

図表 1.3.7 有効求人数と有効求職数、求人倍率

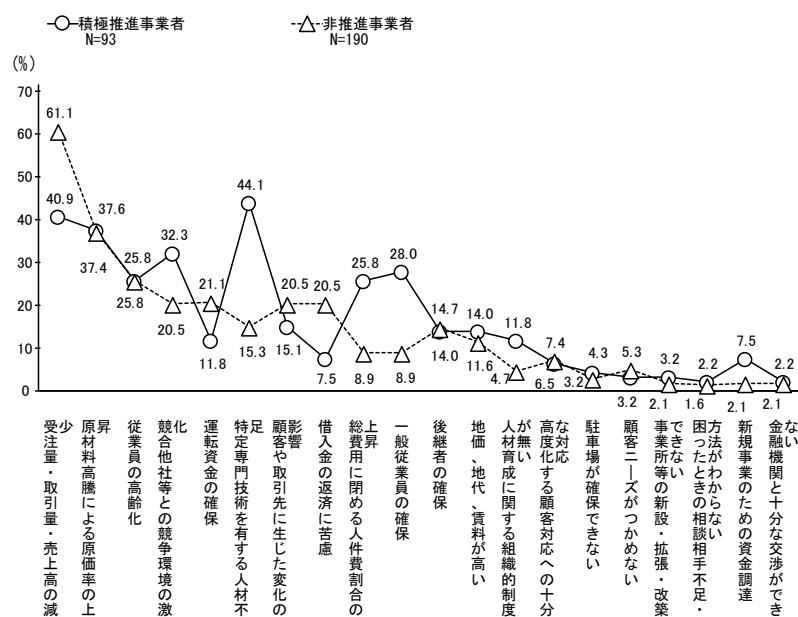
		(単位:人、倍)			
カテゴリー	有効求人数	職種	有効求職数	求人倍率(渋谷)	求人倍率(東京)
	11,899	職業計	19,057	0.62	0.46
	4,007	専門的・技術的職業	3,691	1.09	0.84
962	848	情報処理技術者	697	1.22	0.85
	307	建築・土木技術者等	285	1.08	1.17
18	164	機械・電気技術者	154	1.06	0.51
	57	その他の技術者	46	1.24	0.27
358	82	管理的職業	169	0.49	0.26
	1,525	事務的職業	7,712	0.20	0.15
	2,717	販売の職業	2,522	1.08	0.70
231	1,867	サービスの職業	919	2.03	1.17
	428	保安の職業	76	5.63	2.47
177	18	農林漁業の職業	29	0.62	0.41
	438	運輸・通信の職業	239	1.83	1.44
48	817	生産工程・労務の職業	1,424	0.57	0.25
	238	その他の労務の職業	539	0.44	0.05
50	233	運搬労務の職業	157	1.48	0.33
	207	電気作業員	21	9.86	1.30
80	196	建設の職業	56	3.50	0.88
	113	定置・建設機械運転	14	8.07	1.10
	99	建設躯体工事の職業	18	5.50	1.39
	94	その他の製造制作	114	0.82	0.19
	83	土木の職業	20	4.15	1.12
	80	衣服・繊維製品製造	114	0.70	0.29
	36	一般機械器具組立修	48	0.75	0.32
	0	分類不能の職業	2,276	0.00	-
	2,512	IT関連の職業	1,185	2.12	0.67
	2,262	IT技術関連	753	3.00	0.83
	182	IT操作関連	423	0.43	0.19
	68	IT製造関連	9	7.56	0.52
	3,010	福祉関連の職業	291	10.34	2.16

(注) 個別の職種については求人数が30以上を掲載。
[資料] ハローワーク東京 (平成21年12月)

視点② 専門技術人材の育成に向けた若手人材、中堅社員の人材育成

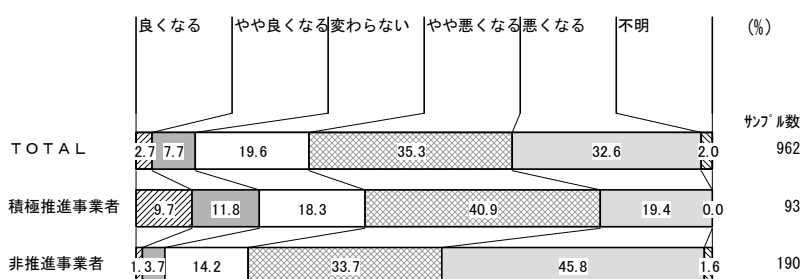
- ◆ 若手や中堅社員の人材育成を、現在取り組んでおり、今後も取り組む意思のある事業者（「積極推進事業者」）は、全事業者の中で「若手社員」が1割、「中堅社員」が2割ほどとなっています。そこで、若手や中堅社員の人材育成の積極推進事業者と非推進事業者（現在取り組んでなく、今後も取り組む意思のない事業者）とで経営上の問題点に違いがあるかについて見たところ、いずれも「受注量・取引量・売上高の減少」が多くなっていますが、「積極推進事業者」では「特定専門技術を有する人材不足」の回答が最も多くなっています。
- ◆ 若手や中堅社員の人材育成の「積極推進事業者」と「非推進事業者」について、今後3年間の業況予測について聞いたところ、「積極推進事業者」では「良くなる」、「非推進事業者」では「悪くなる」という事業者が多くなっています。
- ◆ 以上のことから、「積極推進事業者」を中心に、ものづくり系事業者では技術力等のある必要な専門人材を採用・育成して、業績を向上させていく意向が高いことが推察されます。

図表 1.3.8 経営上の問題点 上位20項目（人材育成取組みタイプ比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

図表 1.3.9 今後3年間の業況予測（人材育成取組みタイプ比較）

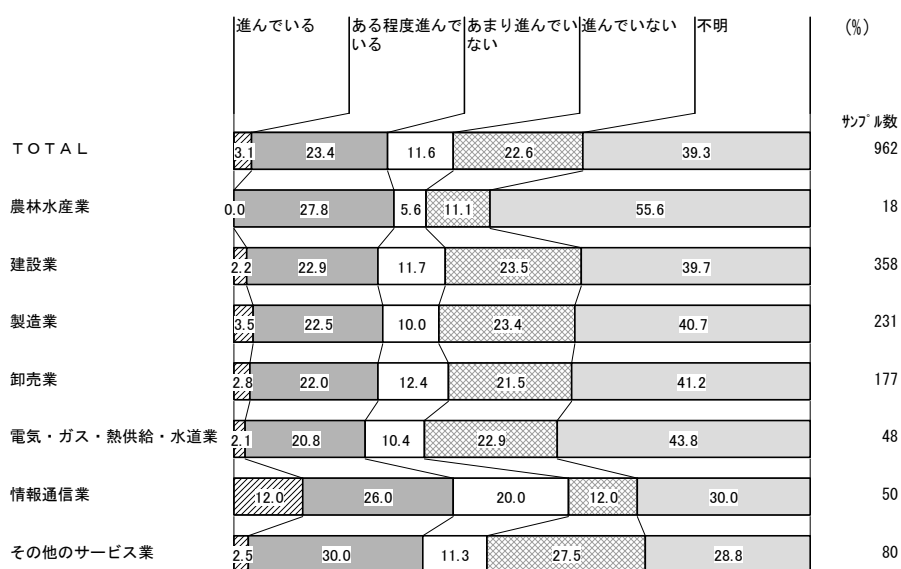


[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

視点③ 情報通信業等で進むワーク・ライフ・バランスと業績との関わり

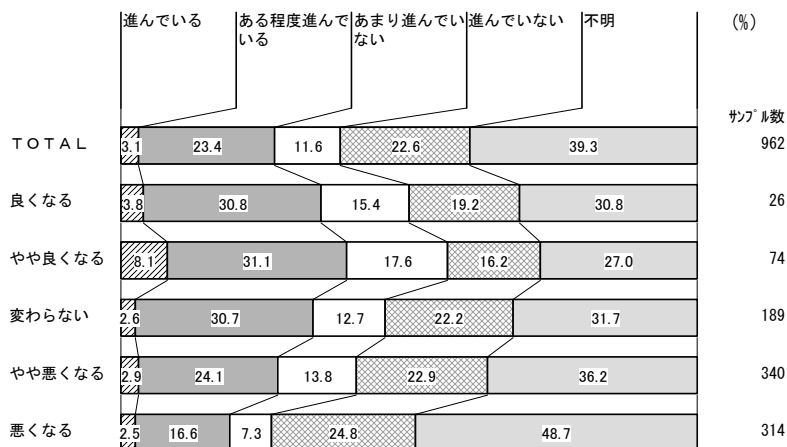
- ◆ 区内のものづくり系事業者にワーク・ライフ・バランスの進捗について聞くと、景況がよく、比較的新しい都市型の産業である情報通信業では比較的進んでいます。
- ◆ ワーク・ライフ・バランスの推進と業績の関係性をみると、ワーク・ライフ・バランスの推進が業績向上に繋がると回答した事業所は、今後3年間の業況予測が明るい事業所が多くなっているなど、業績予測が良い事業所ほどワーク・ライフ・バランスの推進による業績向上を実感しています。

図表 1.3.10 ワーク・ライフ・バランスの進捗（業種別）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

図表 1.3.11 ワーク・ライフ・バランスの進捗（今後3年間の業況予測別）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

- ◆平成18年事業所統計をみると、建設業は1,812事業所、製造業は931事業所で、区内事業所数に占める割合は6.9%、3.9%となっています。また、製造業の減少幅が大きく、本区産業全体におけるものづくり系産業の位置づけが相対的に低くなってきていることがうかがえます。
- ◆しかし、平成20年の製造業1事業所当たりの製造品出荷額は11,115万円で、事業所数が5,000を超え本区事業所の多くの割合を占める小売業の平成19年の1事業所当たり年間商品販売額の10,876万円を大きく上回っており、事業所数は少ないものの本区産業において重要な役割を担っていることが分かります。

図表 1.3.14 世田谷区の産業大分類別事業所数・従業者数 (平成18年)

産業大分類額	事業所数(%)			従業者数(人、%)		
	H18年		対H13年の増加率	H18年		対H13年の増加率
	実数	構成比		実数	構成比	
総数	26,109	100.0	▲ 6.9	242,342	100.0	▲ 2.7
農林漁業	49	0.2	▲ 7.5	416	0.2	▲ 13.9
鉱業	—	—	—	—	—	—
建設業	1,812	6.9	▲ 10.0	14,271	5.9	▲ 16.3
製造業	931	3.6	▲ 24.1	9,571	3.9	▲ 28.4
電気・ガス・熱供給・水道業	14	0.1	7.7	994	0.4	▲ 23.2
情報通信業	363	1.4	▲ 7.2	7,711	3.2	▲ 6.7
運輸業	751	2.9	▲ 28.1	10,735	4.4	▲ 13.3
卸売・小売業	7,665	29.4	▲ 10.7	61,550	25.4	▲ 6.4
金融・保険業	259	1.0	▲ 14.2	5,503	2.3	▲ 6.0
不動産業	2,014	7.7	2.0	8,324	3.4	5.0
飲食店・宿泊業	3,827	14.7	▲ 7.2	26,099	10.8	▲ 6.2
医療・福祉	2,298	8.8	10.7	30,122	12.4	34.1
教育・学習支援業	1,156	4.4	0.9	25,070	10.3	5.2
複合サービス事業	103	0.4	▲ 4.6	2,546	1.1	1.6
サービス業(他に分類されないもの)	4,780	18.3	▲ 2.8	33,167	13.7	▲ 2.8
公務(他に分類されないもの)	87	0.3	6.1	6,263	2.6	3.7

図表 1.3.15 1事業所当たりの製造品出荷額・年間商品販売額

項目	額(万円)
1事業所当たり製造品出荷額等(平成20年)	11,115
1事業所当たり年間商品販売額(平成19年)	10,876

[資料]経済産業省「工業統計調査(平成20年)」
経済産業省「商業統計調査(平成19年)」

[資料]総務省「事業所・企業統計調査」

- ◆本区の製造業の事業所を従業者規模別にみると、平成20年現在、従業者数が1～3人の事業所が約半数を占め、30人未満の事業所で96.1%を占めており、小規模事業所が多くなっています。一方、製造品出荷額等や付加価値額は、30人未満の事業所の占める割合が7割程度で、大規模事業所の占める割合が大きくなっています。

図表 1.3.16 世田谷区の従業者規模別の製造業事業所数・従業者数等(平成20年)

(単位:万円、%)

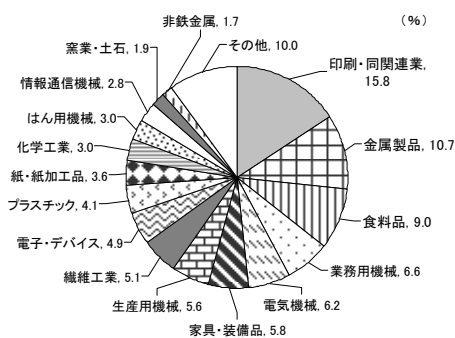
従業者規模	事業所数		従業者数(人)	製造品出荷額等		付加価値額(29人以下は粗付加価値額)	
	総数	構成比		総数	構成比	総数	構成比
総数	467	100.0	3,433	5,320,494	100.0	2,616,121	100.00
1～3人	224	48.0	455	272,274	5.1	154,343	5.9
4～9人	151	32.3	837	1,024,374	19.3	520,138	19.9
10～19人	52	11.1	741	1,459,150	27.4	654,499	25.0
20～29人	22	4.7	526	924,174	17.4	517,466	19.8
30～49人	15	3.2	575	1,105,376	20.8	445,401	17.0
50～99人	2	0.4	182	x	—	x	—
100～199人	1	0.2	117	x	—	x	—

[資料]経済産業省「工業統計調査(平成20年)」

視点② 都市型産業の集積とIT・映像関連産業の発展

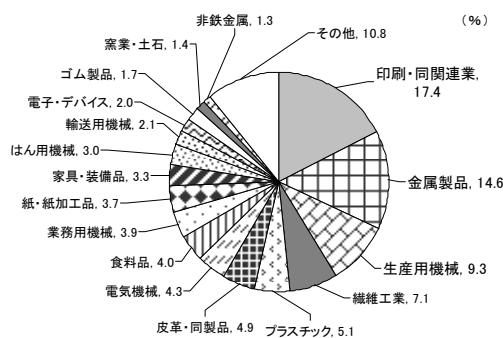
- ◆ 工業統計をもとに、本区の製造業の業種を細かくみると、事業所数は、印刷・同関連業が最も多く、次いで、金属製品、食料品製造業等が続いています。東京都全体と比較すると、事業所や官公庁等が多く集まる東京の特徴である印刷・同関連業が最も多く金属製品が続いているのは同じですが、東京都では8番目に多い食料品製造業が、本区では3番目に多くなっています。
- ◆ 製造品出荷額をみると、こちらも印刷・同関連業が最も多くなっていますが、事業所数では1.9%しか占めていない窯業・土石が13.4%と2番目に多く、次いで食料品、業務用機械等が続いています。東京都も印刷・同関連業が最も多くなっていますが、次いで、輸送用機械、情報通信機械と続いています。

図表 1.3.17 世田谷区の製造業の事業所数の構成比



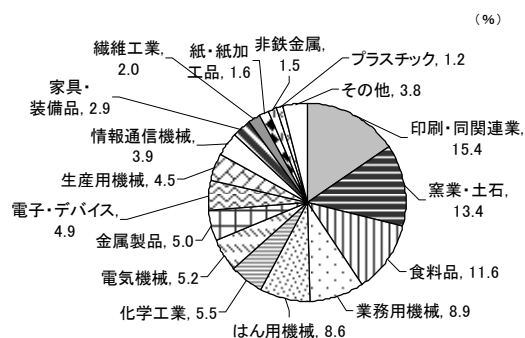
[資料]経済産業省「工業統計調査（平成20年）」

図表 1.3.18 東京都の製造業の事業所数の構成比



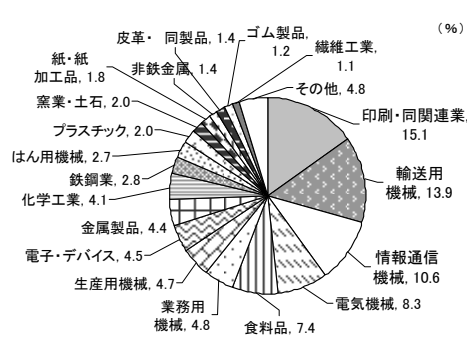
[資料]経済産業省「工業統計調査（平成20年）」

図表 1.3.19 世田谷区の製造業の製造品出荷額の構成比



[資料]経済産業省「工業統計調査（平成20年）」

図表 1.3.20 東京都の製造業の製造品出荷額の構成比



[資料]経済産業省「工業統計調査（平成20年）」

- ◆ 製造業で本区に特徴的な食料品製造業を細かくみると、麺類や豆腐、惣菜等を製造するその他の食料品製造業やパン・菓子製造業が多くなっています。
- ◆ また、近年、情報通信技術の発展やライフスタイルの変化等に伴い、その役割が大きくなりつつある情報通信業を事業所統計から詳しくみると、放送業や情報サービス業は平成13年と比較し減少していますが、インターネット付随サービス業や映像・音声・文字情報制作業は増加しており、特に、インターネット付随サービス業は事業所が約90%の増加、従業者が300%の増加と非常に大きく増加しています。映像・音声・文字情報制作業は、映像情報制作・配給業では事業所が12.5%増、音声情報制作業では事業所が140.0%増、従業者数が125.0%増と増加が大きくなっています。また、情報サービスも、全体では減少していますが、その他の情報処理・提供サービス業は事業所が25.0%、従業者が61.5%と大きく増加しており、その増加幅は東京都よりも大きくなっています。このように、事業所数が全体的に減少傾向にある中、ものづくり系産業において、情報通信業が産業振興に果たす役割が大きくなっており、更なる発展が期待されます。

図表 1.3.21 世田谷区の食料品製造業の小分類別事業所数・従業者数等（平成20年）

	事業所数	従業者数 (人)	製造品出荷 額等(万円)	付加価値額(万円) (29人以下は粗付加価値額)
食料品製造業	42	415	615,166	332,764
野菜缶詰・果実缶詰・農産保 存食料品製造業	3	49	43,157	31,766
調味料製造業	1	8	x	x
精穀・製粉業	2	19	x	x
パン・菓子製造業	12	177	221,241	147,425
その他の食料品製造業	24	162	202,146	116,147

[資料] 経済産業省「工業統計調査（平成20年）」

図表 1.3.22 情報通信業の事業所数・従業者数（対平成13年比較）

(単位：人、%)

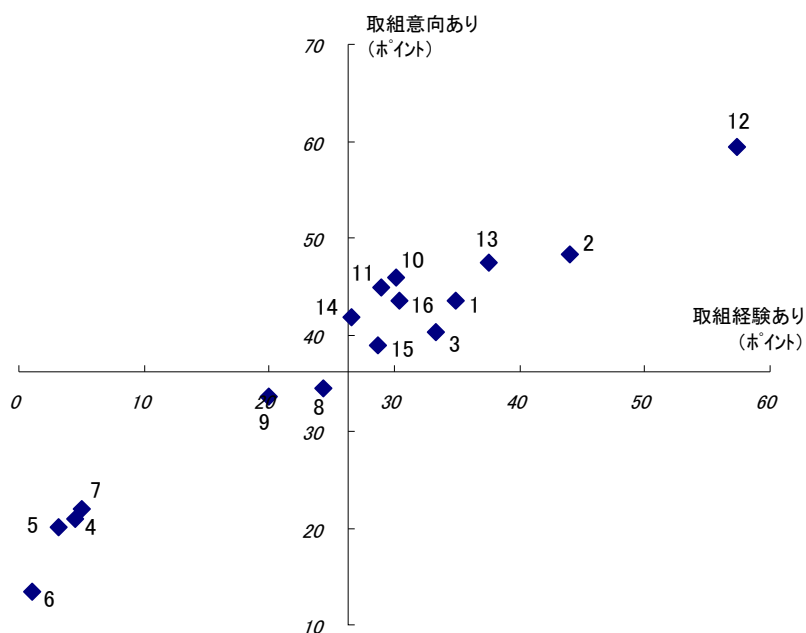
産業分類	世田谷区				東京都			
	平成18年		対H13年比増減率		平成18年		対H13年比増減率	
	事業所数	従業者数	事業所	従業者数	事業所数	従業者数	事業所	従業者数
事業所総数	26,109	242,342	▲ 6.9	▲ 2.7	690,556	8,704,870	▲ 4.7	1.1
情報通信業総数	363	7,711	▲ 7.2	▲ 6.7	21,326	759,290	13.3	23.3
通信業	31	445	▲ 44.6	▲ 5.7	1,127	68,967	▲ 22.9	5.1
信書送達業	-	-	-	-	3	2,956	0.0	3.6
固定電気通信業	3	118	▲ 40.0	▲ 34.4	189	35,455	▲ 32.3	▲ 1.9
移動電気通信業	2	8			69	7,938	38.0	▲ 21.7
電気通信に付帯するサービス業	26	319	▲ 49.0	9.2	866	22,618	▲ 23.3	37.0
放送業	5	23	▲ 16.7	▲ 86.4	209	18,362	▲ 2.3	▲ 3.2
公共放送業(有線放送業を除く)	-	-	-	-	3	5,175	0.0	▲ 2.8
民間放送業(有線放送業を除く)	1	4	▲ 50.0	▲ 84.0	112	9,744	7.7	0.8
有線放送業	4	19	0.0	▲ 86.8	94	3,443	▲ 12.1	▲ 13.5
情報サービス業	149	5,088	▲ 22.0	▲ 15.8	10,984	479,673	7.1	25.8
ソフトウェア業	103	3,529	▲ 21.4	▲ 2.7	7,882	347,236	10.2	31.7
情報処理サービス業	27	1,176	▲ 30.8	▲ 43.1	1,383	75,331	▲ 2.1	4.9
情報提供サービス業	4	152	▲ 55.6	▲ 26.9	641	22,006	▲ 19.1	13.7
その他の情報処理・提供サービス業	15	231	25.0	61.5	1,078	35,100	19.1	33.1
インターネット付随サービス業	17	288	88.9	300.0	1,449	32,960	302.5	502.3
インターネット付随サービス業	17	288	88.9	300.0	1,449	32,960	302.5	502.3
映像・音声・文字情報制作業	161	1,867	24.8	24.0	7,557	159,328	15.6	10.4
映像情報制作・配給業	45	567	12.5	▲ 17.0	2,138	44,547	9.2	17.4
音声情報制作業	12	72	140.0	125.0	259	5,044	175.5	96.2
新聞業	3	33	50.0	371.4	481	24,784	▲ 8.7	▲ 10.4
出版業	48	740	▲ 2.0	48.6	3,263	65,986	2.4	6.3
ニュース供給業	-	-	-	-	355	6,978	▲ 9.0	▲ 13.0
その他の映像・音声・文字情報制作 に付帯するサービス業	53	455	60.6	59.1	1,061	11,989	178.5	98.8

[資料] 総務省「事業所・企業統計調査」

視点③ 環境などのテーマ分野での新たなビジネス展開の可能性

◆ 区内のものづくり系事業者に対して、地域産業振興等の関連で、最近重要になっている個別事業課題について、これまでの取り組み状況を聞いたところ、「リサイクル等地球環境への配慮」と「ITの活用」、「事業承継の推進」等については比較的取り組みまれており、今後の取り組み意向を聞いたところ、これまでの取り組み状況と同様「リサイクル等地球環境への配慮」と「ITの活用」、「若手従業員向け人材育成・能力開発」については比較的取り組み意向が高くなっています。

図表 1.3.23 取組み経験と取組み意向のある個別事業



(注) 交点：取組み経験あり・取組み意向あり各項目の平均ポイント (26.3、36.2)

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

図表 1.3.24 今後取り組む意向のある個別事業 (業種別)

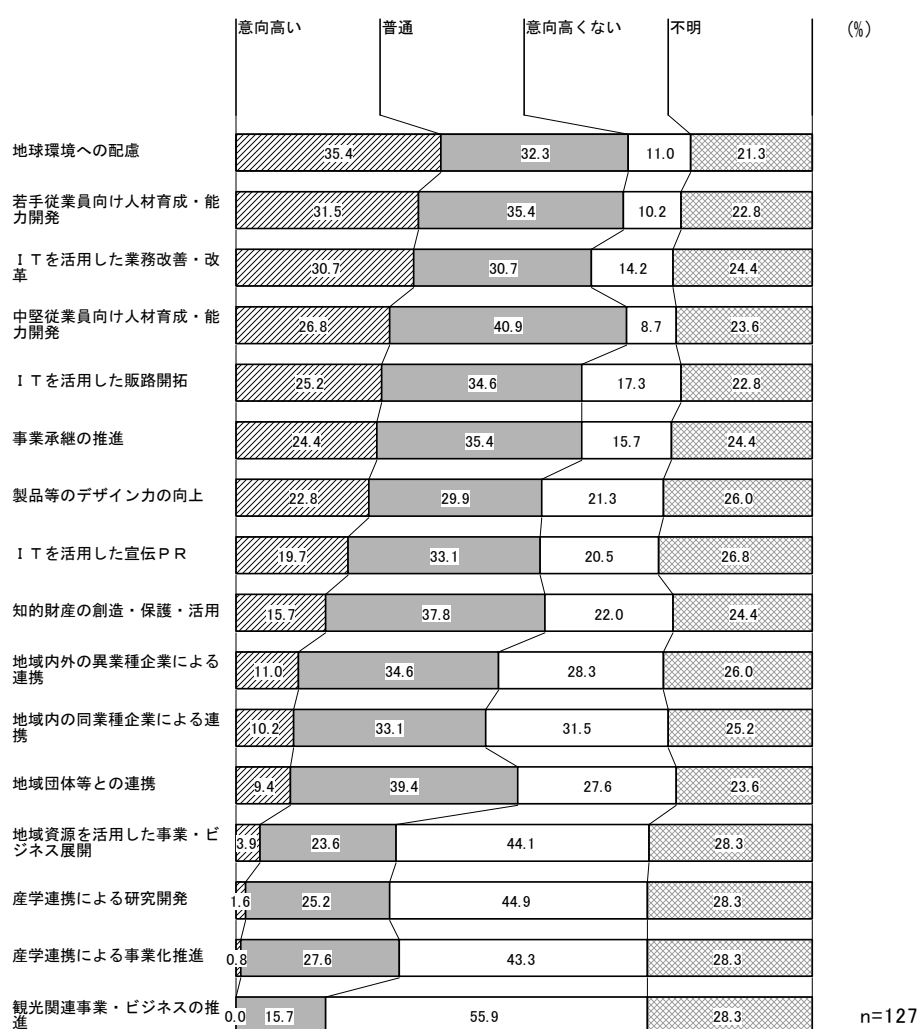
取組み意向のある個別事業 (項目末の番号は図表 1.3.23 と対応)	(%)						
	農林水産業	建設業	製造業	卸売業	給ス電・水熱・道供ガ業	情報通信業	その他の業
リサイクル等地球環境への配慮・⑫	27.8	25.1	19.5	20.3	18.8	32.0	25.0
ITを活用した業務改善・改革・②	11.1	13.1	15.6	15.8	10.4	52.0	28.8
若手従業員向け人材育成・能力開発・⑩	27.8	18.2	8.2	11.3	18.8	40.0	20.0
事業承継の推進・⑬	27.8	14.2	15.2	20.3	8.3	16.0	16.3
製品等のデザイン力の向上・⑯	27.8	10.9	19.0	15.8	4.2	36.0	18.8
中堅従業員向け人材育成・能力開発・⑪	22.2	14.8	8.2	9.6	12.5	38.0	17.5
ITを活用した販路開拓・①	5.6	9.2	9.1	13.6	8.3	52.0	27.5
ITを活用した宣伝PR・③	5.6	8.9	9.5	9.6	10.4	42.0	26.3
知的財産の創造・保護・活用・⑭	5.6	8.7	12.1	11.3	6.3	40.0	16.3
地域内の同業種企業による連携・⑧	16.7	12.8	3.9	5.1	14.6	8.0	15.0
地域団体等との連携・⑮	16.7	10.6	7.4	4.5	10.4	16.0	13.8
地域内外の異業種企業による連携・⑨	5.6	8.1	6.5	5.6	4.2	20.0	15.0
地域資源を活用した事業・ビジネス展開・⑦	0.0	3.6	2.2	2.8	6.3	8.0	8.8
産学連携による研究開発・④	0.0	2.2	3.5	4.5	0.0	16.0	5.0
産学連携による事業化推進・⑤	0.0	2.2	0.9	2.3	0.0	18.0	3.8
観光関連事業・ビジネスの推進・⑥	0.0	0.8	0.9	1.7	0.0	6.0	2.5

(注) 20%以上のものに網掛け。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

- ◆そこで、重要性の高い個別事業課題について、業種別に今後の取り組み意向を聞いたところ、多くの業種で「リサイクル等地球環境への配慮」や「ITの活用」などについての取り組み意向が高く、特に情報通信業については、「人材育成」の他、様々な取り組みについて意向が高くなっています。なお、経営状況の良い事業者についても同様の傾向を示しています。
- ◆以上のことから、区内で取り組まれやすい新たなビジネスは、近年、国内外で注目されている重要課題であり、区が重点的に取り組んでいる「環境」等をテーマとしたものになると思われます。区内の経営状況の良い事業者が中心となって、顧客特性等に応じて、適切な人材育成を推進し、必要に応じてITを利活用しながら様々な取り組みを展開していくことが想定されます。

図表 1.3.25 取組み経験・意向のある個別事業課題（経営状況の良い事業者）



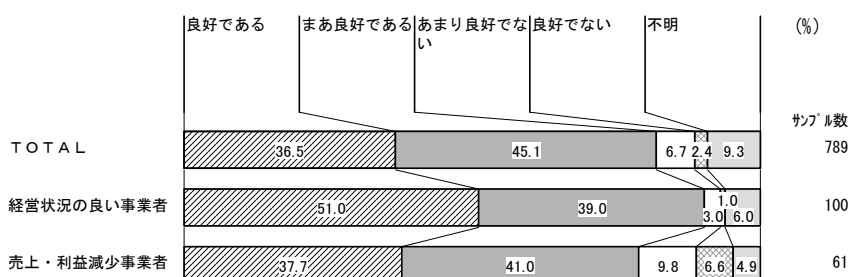
[資料] 世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

4. マネー ～世田谷ものづくりの資金繰りと地域内循環～

視点① 金融機関との関係は基本的に良好の一方、16.4%が苦慮している

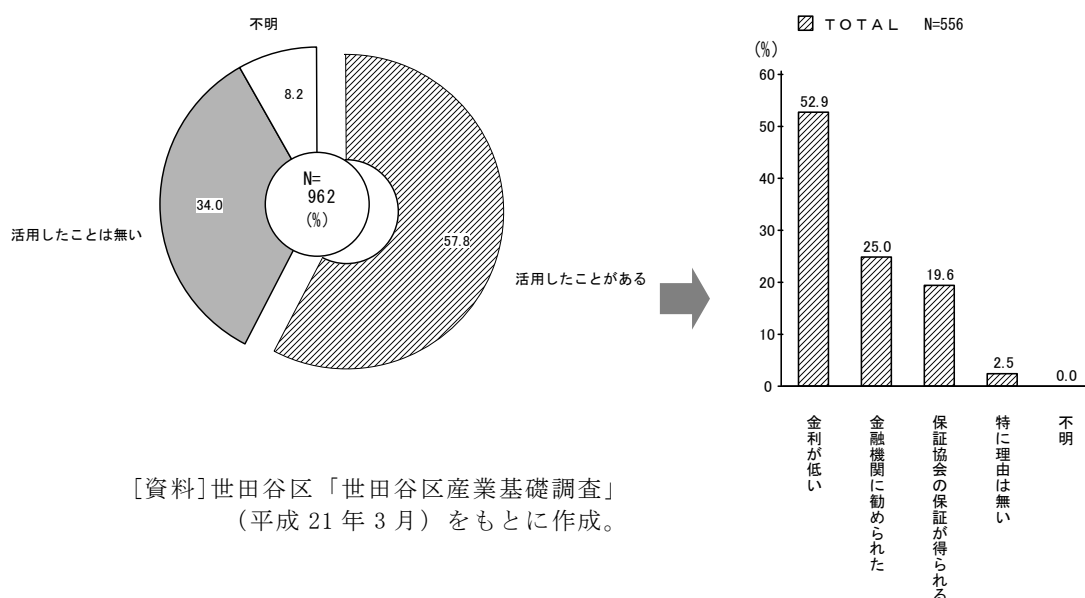
- ◆ 区内のものづくり系事業者の資金調達状況を見ると、主な資金調達先との関係について、いずれの業種でも「まあ良好である」、「良好である」の回答が多く、良好で無い割合は 9.1%となっており、比較的良好な関係であることが分かります。ここから、世田谷区産業基礎調査の調査時点（平成 21 年 10 月時点）では、貸し渋り等の問題は大きくは無かったことが推察されます。
- ◆ そこで、経営状況の良い事業者と良くない事業者とで、主な資金調達先との関係について聞いたところ、売上・利益ともに減少している事業者では、経営状況の良い事業者と比べて「良好でない」割合がやや大きくなっており、業績低迷に伴い、資金繰りに苦慮している事業者が 16.4%あることが分かります。
- ◆ また、区内のものづくり系事業者の公的機関提供の資金調達支援制度の活用経験を見ると、「活用したことがある」と回答した事業者は 57.8%で、その主な理由は「金利が低い」となっています。

図表 1.3.26 主な資金調達先との関係（景況評価比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成 21 年 3 月）をもとに作成。

図表 1.3.27 公的機関提供の資金調達支援制度活用経験と活用理由



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成 21 年 3 月）をもとに作成。

視点② 近隣都市の事業者間で進む地域内循環

- ◆ 区内のものづくり系事業所について、原材料の調達、生産の外注、設備投資（修繕）の発注の3つから区内調達等の状況を見ると、区内発注または外注の状況については、ほとんどの業種で「世田谷区を除く23区内から購入」が高い傾向があります。一方で、設備投資（修繕）については、いずれも区内への発注が高くなっています。
- ◆ こうしたことから、原材料の調達や生産の外注等を通じて、ものづくり系事業者の有するマネーは世田谷区の周辺の区外への流出が多く、修繕等の設備投資では区内の事業者間でマネーが循環していることが多いことが分かります。

図表 1.3.28 区内調達等の状況（業種別）

	全体平均	農林水産業	建設業	製造業	卸売業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業	その他のサービス
【原材料の調達】								
世田谷区内から購入	23.2	28.0	35.9	10.8	7.9	49.9	14.7	16.1
世田谷区を除く23区内から購入	42.5	27.1	40.6	48.8	35.9	38.3	54.6	49.6
23区を除く都内及び横浜市・川崎市から購入	10.0	11.4	11.0	12.7	8.7	3.9	4.8	5.8
上記以外の首都圏内から購入	10.6	22.1	10.0	11.2	12.8	4.6	9.4	7.7
上記以外の国内から購入	10.1	13.6	1.9	14.7	24.1	2.1	4.1	10.9
海外から購入	3.5	0.0	0.4	3.4	10.3	0.0	2.1	9.0
その他	1.4	1.4	0.6	0.8	1.3	0.2	10.3	3.9
【生産の外注】								
世田谷区内に外注	21.0	38.0	31.5	10.9	7.8	46.5	4.0	13.1
世田谷区を除く23区内に外注	34.4	32.0	33.3	34.9	21.2	27.9	54.7	42.7
23区を除く都内及び横浜市・川崎市に外注	15.6	4.0	17.3	15.6	15.1	12.3	13.5	10.7
上記以外の首都圏内に外注	14.8	26.0	13.7	14.9	19.7	14.1	14.6	14.0
上記以外の国内に外注	11.9	0.0	3.8	21.5	25.7	0.0	10.1	12.8
海外に外注	2.0	0.0	0.2	1.9	9.0	0.0	0.9	6.6
その他	0.9	0.0	0.6	0.2	4.0	0.0	2.3	0.5
【設備投資（修繕）を行う際の発注先】								
世田谷区内に発注	44.0	58.2	55.0	25.3	47.1	54.7	23.1	46.4
世田谷区を除く23区内に発注	33.8	26.4	27.2	36.8	35.7	35.8	53.4	38.9
23区を除く都内及び横浜市・川崎市に発注	7.8	0.9	8.3	9.8	7.4	4.1	8.0	4.5
上記以外の首都圏内に発注	7.4	12.7	7.2	12.3	5.1	5.6	3.0	2.2
上記以外の国内に発注	5.4	0.0	1.8	13.6	4.6	0.9	4.5	4.2
海外に発注	0.2	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.5	0.2
その他	1.2	1.8	0.4	1.3	0.0	0.0	7.5	3.6

(注) 30%以上のものに網掛け。

[資料] 世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)をもとに作成。

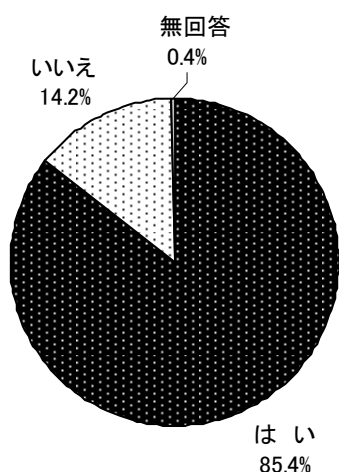
第4節 世田谷の農業・農地

1. 場所 ～大都市の中の農業～

視点① 区民の生活に密接する農業・農地

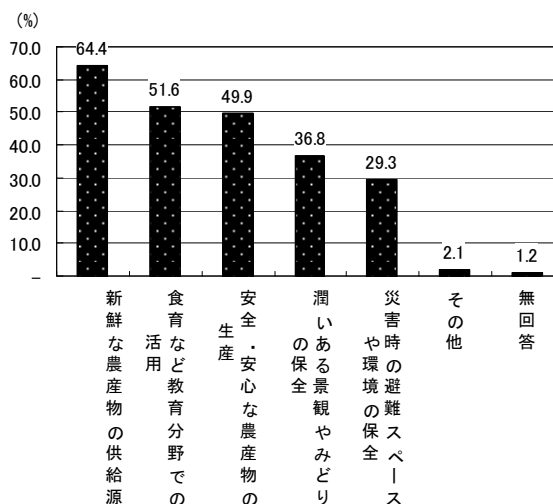
- ◆世田谷区域では、江戸時代から大都市「江戸」近郊の農村地帯として農業が営まれ、明治・大正・昭和期には、大消費地に近い有利性を活かした農業が展開されてきました。現在は、小松菜・大根・ばれいしょ等の露地野菜を中心として、栗・ブドウ等の果樹、パンジー・ビオラ等の花卉などが盛んに栽培されています。
- ◆区の農地面積は116.59ha（平成21年8月現在）あり、特別区においては、練馬区に次いで広い面積となります。これら農地は全て市街化区域にあり、大きく「生産緑地⁴」と、いわゆる「宅地化農地」に区分され、このうち生産緑地面積は104.58haで、農地面積の約89%を占めています。
- ◆世田谷の農業・農地は、農産物直売所や市場、学校給食などを通して区民へ新鮮な農産物を提供していますが、区民が区民農園やふれあい農園などで余暇を楽しんだり、災害時には、一時避難場所などのオープンスペース⁵として提供されることになっていたり、ヒートアイランド現象の緩和に貢献していたりと、それが持つ多面的な機能を果たし、約84万人の区民の生活には欠かせないものとなっています。
- ◆こうしたことから、最近では、多くの区民に農業・農地が再評価されるようになり、また「食の安全」に対する意識の高まりなどから、その必要性とともに、食の供給をはじめとして、あらゆる面から期待が高まっています。

図表 1.4.1 区内で農業が営まれていることをご存知ですか



[資料] 世田谷区「区民意識調査 2008」

図表 1.4.2 区内の農業・農地に対する期待（3つまで）



[資料] 世田谷区「区民意識調査 2008」

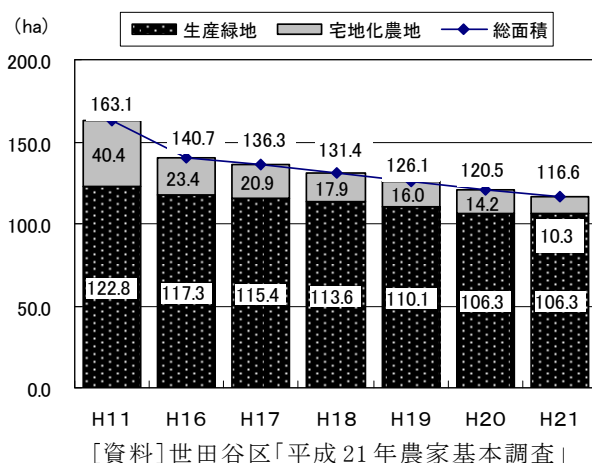
⁴ 生産緑地とは、農地などの持つ緑地機能に着目して計画的な保全を図り、市街化区域を計画的に整備していくために必要となる公共施設などの用地をあらかじめ確保して、良好な都市環境の形成に資するものである。

⁵ 世田谷区では、東京中央農業協同組合、世田谷目黒農業協同組合と、災害時における生産緑地の活用と協力に関し協定を締結しており、区が災害時において、生産緑地をオープンスペースとして活用することやそこで生産された生鮮食料品を購入することなどを定めている。

視点② 安全・安心で効率的な農業を展開

- ◆世田谷区の農地は、昭和の時代になり都市化が進んだため急速に減少し、一戸当たりの平均耕地面積も約31aと小規模になり散在しています。また、農地周辺も宅地となり、農地と住宅が非常に近接しています。
- ◆このように、決して良好でない営農環境の中で、区内の農家は、農地を効率的に利用し、かつ農作業で発生する騒音・土ほこり・臭いなど、様々な面で区民に配慮した農業が営まれています。
- ◆また、「農産物直売所」による販売形態が多い本区の農業は、安全・安心な農産物生産への配慮がなされており、環境保全型農業⁶に取り組んでいる販売農家数を見ても、それに取り組む農家の割合は80.4%と、全国や東京都などと比べて最も高い割合となっています。

図表 1.4.3 農地面積の推移



図表 1.4.4 一戸当たり平均耕地面積 (他区との比較)

	総農家数 (戸)	耕地面積 (ha)	一戸当たり平均耕地面積 (a)
東京都	13,700	8,090	59.1
特別区	1,903	723	38.0
世田谷区	443	139	31.4
練馬区	572	279	48.8
足立区	215	87	40.5
葛飾区	142	51	35.9
江戸川区	260	72	27.7

[資料] 農林水産省「2005年農林業センサス」、「平成19年耕地面積調査」

図表 1.4.5 環境保全型農業に取り組む農家数 (他都市との比較)

	販売農家数 (戸)	取組農家数 (戸)	販売農家数に占める割合 (%)
東京都	7,353	5,042	68.6
特別区	1,190	891	74.9
世田谷区	235	189	80.4
練馬区	372	271	72.8
足立区	140	91	65.0
葛飾区	103	75	72.8
江戸川区	192	151	78.6

[資料] 関東農政局「第55次東京農林水産統計年報 (平成21年3月)」

⁶ 「農業の持つ物質循環機能を生かし、生産性との調和に留意しつつ、土づくりなどを通じて、化学肥料、農薬の使用などによる環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業」と定義され、地域の慣行（地域で従来から行われている方法）に比べて農薬や化学肥料の使用量を減らしたり、堆肥による土づくりを行ったり、環境に配慮した農業をさす。

2. ヒト ～都市農業を担う人財～

視点① 多様な農業者

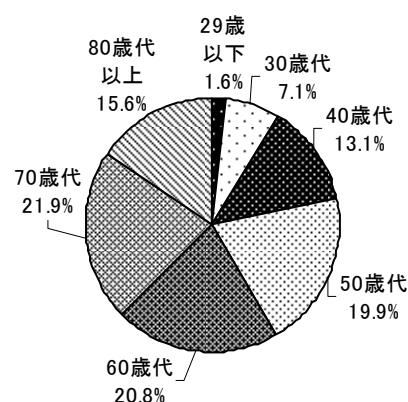
- ◆平成21年現在、世田谷区の農家戸数は397戸、農業従業者数は945人で、東京23区の中では、練馬区に次いで2番目に多い数となっています。
- ◆農業者は、男女、20歳代の若手農業者から80歳以上の高齢農業者、数十年間農業を続けてきたベテラン農業者から、一度企業で働き、農業を継いだUターン農業者まで、その性別、年齢、経歴が多様であり、個々の工夫による多様な農業を展開しています。

図表 1.4.6 農業経営体数（他区と比較）

	(経営体)	
	農業経営体数	家族経営
世田谷区	268	265
練馬区	452	450
足立区	142	140
葛飾区	108	107
江戸川区	206	201

[資料] 関東農政局「第55次東京農林水産統計年報（平成21年3月）」

図表 1.4.7 農業者の年代構成



[資料] 世田谷区「平成21年農家基本調査」

視点② 「農」を中心としたヒトのつながり

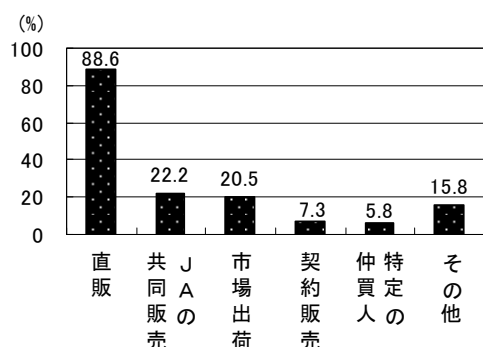
- ◆世田谷区では、農業の技術力の向上、農産物の品質向上等を図るため、生産部会や研究会など農業者が主体的に集まり、独自の研究・活動を行なう輪が広がっています。
- ◆また、近年では、農業者だけにとどまらず、体験農園やふれあい農園を通して農業者と区民の交流が広がったり、JA 東京中央がファーマーズマーケットを開店するにあたり世田谷ものづくり学校との連携を図るなど、「農」を中心とした様々なヒトのつながりが広がっています。

3. モノ・ビジネス ～区民の食卓と生活に潤いを提供～

視点① 地域に密着した農産物販売

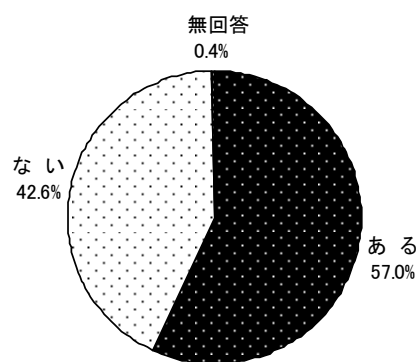
- ◆現在、区内で生産された農作物は、主に区内の個人またはJAによる「直売所」で販売されており、区内には個人直売所が342か所、また、JAの共同直売所が2か所、平成21年度の調査によると、生産・販売している農家のうち、個人直売所で販売している農家は約89%となっています。
- ◆以前は、都市近郊の食糧供給基地として、市場へ出荷していた農業者も多く存在していましたが、都市化の進展による農地の小規模・分散化、また農作物価格の低迷などの影響を受け、市場出荷も次第に減少し、それに変わって20年程前から直売所での販売形式が取られるようになりました。
- ◆販売形式が「直売所」となったことで、農作物の生産方法も少量多品目生産へと変わり、一農家が年間を通して数十品目の農作物を栽培するようになりました。
- ◆「直売所」は、近隣の区民から遠方から車に乗って買いに来る人まで、多くの人が利用しており、多くの直売所では農作物が並べられてから数時間で完売してしまう状況です。また、新鮮な農作物を買うことができるだけでなく、隣接する畑を見てどのように作られているのかを確認できたり、生産者から直接おいしい食べ方などを聞いたりといったことも、直売所の魅力の一つとなり、多くの固定客を抱える直売所も数多くあります。
- ◆このような地域に密着した農産物販売は、区民などの食卓には欠かせないものとなっており、昨今の食の安全・安心に対する意識の高まりから、顔の見える農業が大切にされています。

図表 1.4.8 農業者の主な販売方法
(複数回答)



[資料]世田谷区「平成21年農家基本調査」

図表 1.4.9 区内産農産物の購入経験



[資料]世田谷区「区民意識調査2008」

視点② 区民参加型農業の展開

- ◆世田谷区は、住宅地周辺に農地が近接していることから、大都市ながらも農業を身近に感じることができる環境にあり、昨今では、食の安全・安心に対するニーズの高まりとともに、余暇活動（楽しみ）、健康増進、環境・食育などの様々な観点から、区民の農業に対するニーズも高まっています。
- ◆このような中、区には、区民が余暇活動などで自らが農作物を生産する「区民農園（ファミリー農園、クラインガルテン、学童・ふれあい農園）」や、農業経営の一環として農園主が区民に農業指導などを行いながら農作物を生産する「体験農園」などがあり、多くの区民が利用しています。
- ◆区民農園は19か所・1,037区画ありますが、昨年11月に行なった新規利用者の募集では、応募倍率が約9倍になるほどの人気があります。また体験農園は、現在3農家が開園し、57世帯の区民が参加して農作物の生産とともに生産者との交流を楽しんでおり、この他、季節毎にブドウ、イチゴ、リンゴなどのふれあい農園で収穫などを楽しむこともできます。
- ◆世田谷区では、都市という中にありながら、その立地を活かしたこのような区民参加型農業が活発に行われています。

図表 1.4.10 区民農園等の設置数

農園	箇所数	区画数等
区民農園	19	1,037
体験農園	3農家	57世帯

[資料]世田谷区「都市農業課資料（平成22年1月1日現在）」

図表 1.4.11 体験農園



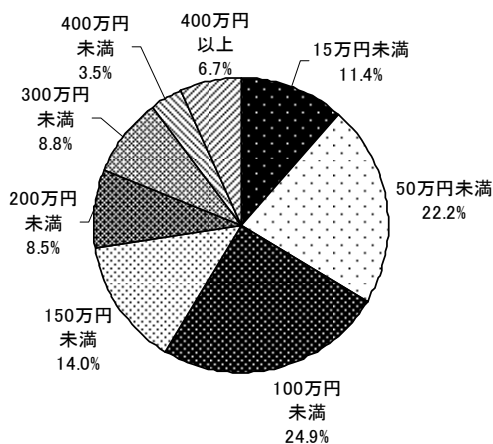
[資料]世田谷区「都市農業課資料」

4. マネー ～都市型の農業経営～

視点 多業による農業経営

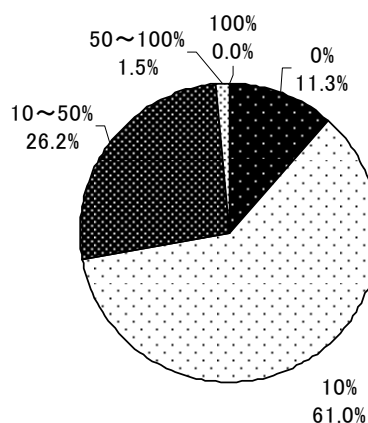
- ◆世田谷区内の農業経営は、少量多品目の農作物を生産し、個人直売所あるいはJAの共同直売所などで販売する形式が主となっていますが、近年、農作物の生産とともに、ふれあい農園や体験農園等を経営することによって、新たなサービスを提供するなど、多くの区民が暮らす都市の利点を活かした農業経営も広がってきました。また、一部の農業者は、家族経営だけでなく、企業的農業経営にも取り組んでいます。
- ◆しかし、現状では、小規模で分散する農地で生産量を増加することにも限界があり、また区内で農地を拡大することも非常に困難であるため、農業だけで他の産業と同じような収入を得て、生計を持続していくことが非常に厳しい状況となっています。
- ◆このため、区内の農業者の多くは様々な工夫をし、農業以外の収入の確保を図っています。

図表 1.4.12 農産物販売金額規模別農家数の構成



[資料]世田谷区「平成21年農家基本調査」

図表 1.4.13 総所得に対する農業所得の占める割合



[資料]世田谷区「平成21年農家基本調査」

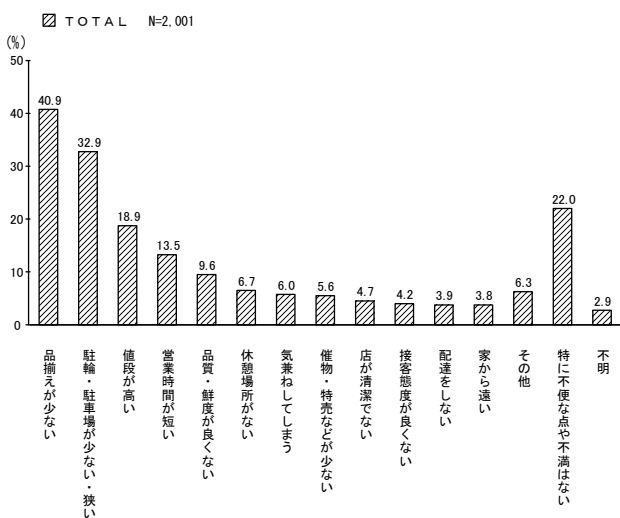
第2章 世田谷の区民生活を知る

1. 場所 ～せたがや生活、街、商店街への高い愛着～

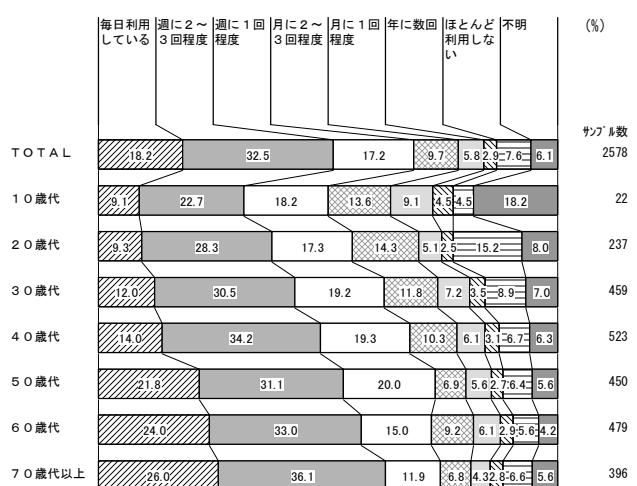
視点① 商店街に対する地域住民等のニーズや期待は高い

- ◆ 区内には、駅周辺をはじめ商店街が数多く点在しています。区民の商店街の利用状況は「毎日利用している」が18.2%で、週1回以上利用している人が7割近くと多くなっています。「ほとんど利用しない」は7.6%と少なく、区民にとって商店街が身近な存在になっていることがうかがえます。また、若い世代は区外に働きに出ている人が多いことなどから、年代が上がるにつれ商店街の利用頻度が高くなっています。
- ◆ 生鮮三品や日用品等の買物で、多くの区民が商店街を利用していますが、商店街に対する不満もあります。商店街を利用する人からは「品揃えが少ない」や「駐輪・駐車場が少ない・狭い」が多くあげられています。一方、商店街を利用しない人からは、商店街を利用しない理由として「全体的に品揃えが少ないから」、「欲しい商品が売っている店がないから」等が多くあげられており、商店街は、品揃えやアクセス面等に関して、地域住民のニーズに十分に対応できていないことがうかがえます。
- ◆ しかし、商店街に対する不満等はあるものの、地域の賑わい創出に活用できるものとして「商店街」が半数を超え他の項目を大きく上回っています。また、これからの世田谷の産業や都市の魅力アップにとって、「暮らしを支える商業・サービス環境が充実している」を「重要である」とする割合が高く、区民の商店街に対する期待は高くなっています。

図表 2.2 自宅周辺商店街への不満



図表 2.1 自宅周辺商店街の利用頻度（年代別）



(注) 表側の「不明」は除く。

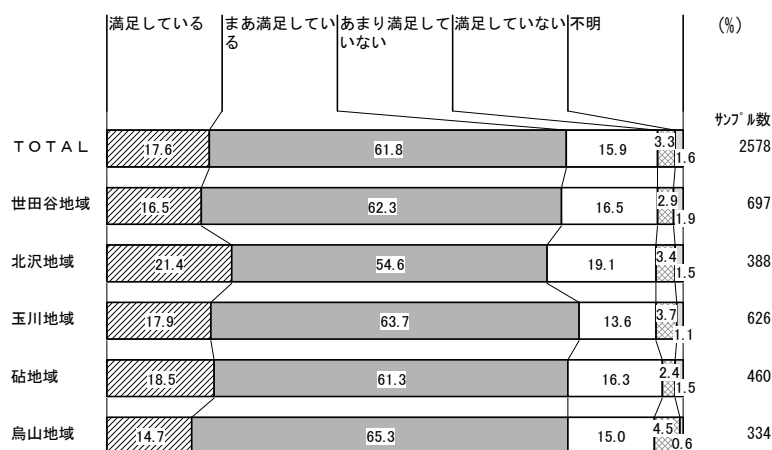
[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」
(平成21年3月)

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

視点② せたがや生活への満足度は高いが、安全・安心への不安は大きい

- ◆ 区民の居住地に対する満足度(「満足している」+「まあ満足している」)は79.4%、定住意向は77.8%で、いずれの地域でも高くなっています。
- ◆ 区民意識調査によると、定住意向のある人の理由として、「住み慣れているから」と「交通や買物など生活に便利だから」が60%を超えて多く、続いて「自然や街並みなど生活環境がよいから」となっていて、自然豊かで、買物に便利な生活しやすい街への愛着と温もりが感じられます。

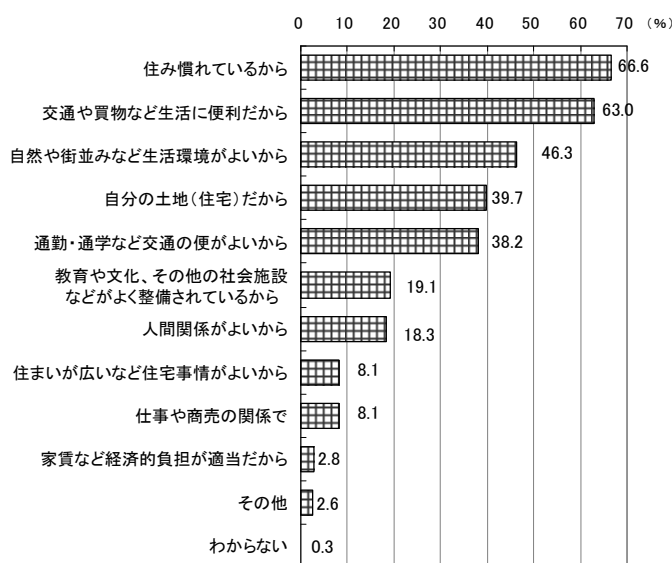
図表 2.3 居住地への満足度



(注) 表側の「不明」は除く。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

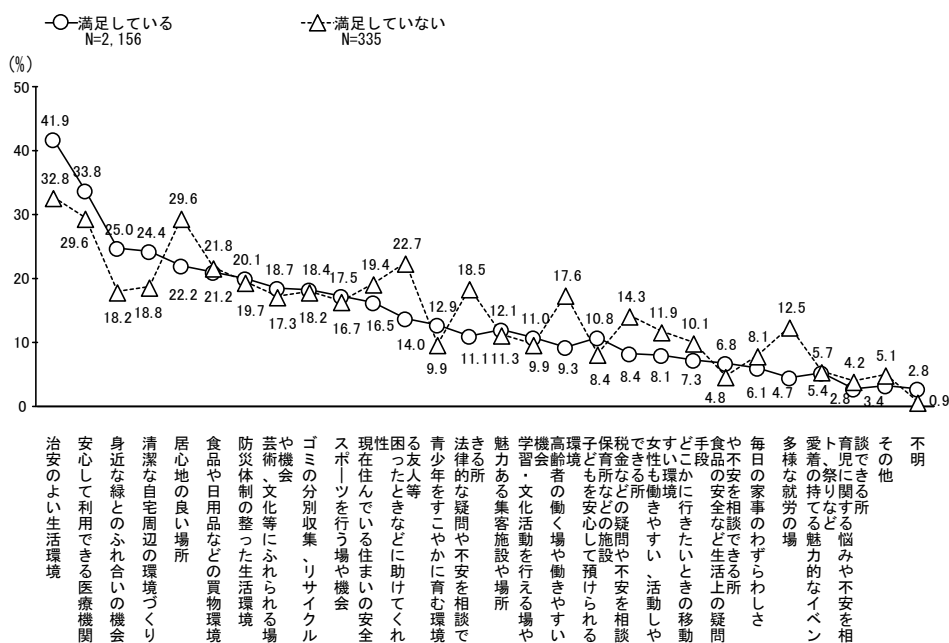
図表 2.4 定住意向の理由



[資料]世田谷区「区民意識調査2009」

- ◆ 一方、区民が日頃の生活で必要と思う困りごととして、全体では「治安のよい生活環境」、「安心して利用できる医療機関」が多く、次いで「身近な緑とのふれ合いの機会」、「清潔な自宅周辺の環境づくり」、「居心地のよい場所」、「食品や日用品などの買物環境」等が続いています。また、日々の生活に満足している人としていない人とを比較すると、「居心地の良い場所」や「困ったときなどに助けてくれる友人等」、「法律的な疑問や不安を相談できる所」、「高齢者の働く場や働きやすい環境」、「多様な就労の場」等については、日頃の生活に満足していない人の方が、満足している人を上回っています。
- ◆ 今後も新しい住民の増加、単身世帯の増加、高齢化の進行などで、地域環境は変化し続け、人間関係、繋がりがさらに希薄になっていく一方、安全・安心に対する不安意識は高まっていくことが想定されます。安全・安心で暮らしやすい、「自分の居場所がある街」の再生が求められており、地域の商店街やコミュニティ等の果たす役割は大きくなっていくと思われます。

図表 2.5 日ごろの生活で必要に思うこと・困りごと



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

2. ショッピング ～生活スタイルにマッチした買物行動～

視点① 品物やライフスタイルによる買物先の使い分け

- ◆ 買い物の場所をみると、生鮮三品等の食料品や薬・化粧品等は自宅周辺の一般商店や自宅周辺のスーパーが多く、理・美容やクリーニングは自宅周辺の一般商店が多くなっています。また、高級衣料や贈答品は新宿・渋谷や東京・有楽町・銀座周辺の商業施設が多くなっています。利用する場を選ぶ理由としては、生鮮三品や理・美容、クリーニングなど日々の生活に直結しているものは、「品揃えが豊富」や「価格が安い」、「家から近い」を重視する傾向が強く、高級衣料やカバン・靴、贈答品など比較的高額なものは、「品揃えが豊富」や「欲しいものがある」、「店のセンスが良い」などを重視する傾向が強くなっています。
- ◆ また、若い世代では、弁当・惣菜や酒類・飲料等の食料品を自宅周辺のコンビニエンスストアで購入する割合が年代の高い人より多く、利用する場所を選ぶ理由として「営業時間が長い」や「通勤・通学途中にある」が年代の高い人より多くなっています。また、衣料やカバン・靴などを都心の商業施設で購入する割合が他の年代より高くなっています。
- ◆ 区内の商業・サービス関連の事業所は、食料品や理・美容、クリーニングなど、日々の生活を支える業種が多いことをはじめ、新宿や渋谷等への交通アクセスの良さや若い世代に区外へ通勤している人が多いことなどから、品物やライフスタイル等によって、区民は買物をする場を使い分けている様子が見えてきます。

図表 2.6 日頃利用するところ（全体 品目別）

	TOTAL	店自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	内自宅周辺のスーパー以外の区	自宅周辺のコンビニエンスストア	区内の駅周辺の大型商業施設	新宿・渋谷の商業施設	東京・有楽町・銀座周辺の商業施設	前記以外のセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショップ	その他	不明
青果・精肉・鮮魚	2578	25.4	82.9	16.4	2.6	6.7	6.6	0.4	2.3	16.8	0.5	2.3	4.4
弁当・惣菜	2578	20.5	54.3	7.8	27.8	8.0	14.9	1.8	1.9	2.6	0.1	4.2	11.3
酒類・飲料	2578	19.5	69.2	14.4	20.4	4.6	1.6	0.3	3.3	8.4	2.7	3.4	6.7
その他の食料品	2578	15.1	68.6	15.3	10.7	7.3	10.6	2.2	3.7	13.1	1.6	2.8	8.4
日用雑貨	2578	26.6	54.2	14.2	4.0	13.0	12.3	1.6	10.0	6.9	3.0	5.4	7.0
普段着・寝具	2578	12.5	18.1	8.2	0.5	22.2	35.1	8.4	17.6	3.2	10.7	7.9	8.4
高級衣料	2578	2.7	2.0	1.2	0.1	17.2	60.5	25.6	11.9	0.2	3.5	7.9	9.8
薬・化粧品	2578	47.7	29.2	7.7	2.5	13.3	15.4	2.4	4.8	1.9	6.8	11.0	6.7
趣味・本・スポーツ用品	2578	36.9	6.5	2.6	2.6	23.7	34.7	5.7	11.9	0.8	11.1	6.8	8.3
眼鏡・宝飾品	2578	20.2	2.2	0.9	0.2	15.7	42.0	17.7	8.6	0.3	2.5	10.6	13.0
家電・家具等	2578	11.5	3.7	2.8	0.7	28.1	36.4	8.0	21.1	0.8	9.7	10.9	8.0
カバン・靴	2578	11.2	4.3	2.5	0.3	18.2	52.6	19.8	14.2	1.2	6.6	8.5	8.3
理・美容	2578	59.9	1.0	0.2	0.2	5.4	10.7	3.1	2.5	0.1	0.1	17.5	8.5
クリーニング	2578	82.0	4.2	0.6	0.4	2.0	0.3	0.0	0.5	0.9	0.1	6.8	7.8
写真の現像	2578	53.3	5.8	1.3	3.5	4.2	3.8	1.0	1.6	0.1	2.8	13.2	19.2
外食・飲食	2578	44.4	1.1	0.5	0.6	18.9	40.8	16.1	8.9	0.4	0.1	15.5	8.5
贈答品	2578	6.2	3.3	1.0	0.3	19.2	58.8	21.4	7.1	0.7	7.0	7.8	8.7

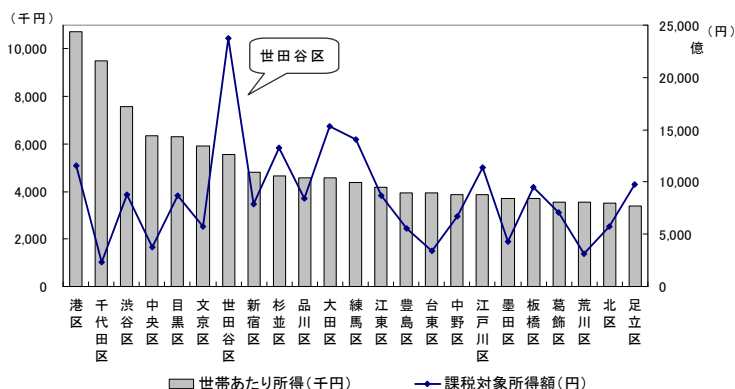
(注) 20%以上のものに網掛け。

[資料] 世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

視点② 消費購買力の高い都市

- ◆ 区民の所得をみると、世帯あたり所得は 5,563 千円で、東京都平均を 100 とすると本区は 130 と高くなっています。また、世帯あたりの所得額は、港区などより低くなっていますが、納税義務者数が多いため、課税対象所得額は 2,373,923,991 千円で、他自治体を大きく上回っています。
- ◆ 本区は、古くから鉄道の整備に合わせて宅地等の開発が進んできましたが、大規模な公園や大学等の教育機関、商店街等も多く、良好な住宅地が多く形成されてきました。それに伴い住宅地としての評価が高まり、住宅地の地価平均価格も平成 21 年現在、都内で 10 番目に高くなっています。また、比較的給与水準の高い都心の事業所に通勤しやすい交通利便性もあり、比較的所得水準の高い世帯が多くなったと推測されます。しかし、区民の所得階級をみると、200 万円未満の人が 3 割強おりばらつきも見受けられます。
- ◆ 平均的には比較的所得水準の高い区民が多いことや普段から多くの来訪者が訪れていることを踏まえると、区内で消費されることが期待される所得が多くあります。しかし、昼夜間人口比率が 89.7% となっているように、多くの区民が日中は都心をはじめ区外に出ていることから、その分の消費が流出していることも推測されます

図表 2.7 世帯あたり所得等 (平成 19 年度)



都市	所得指標(都=100)	世帯あたり所得(千円)	納税義務者数(人)	課税対象所得額(千円)
東京都	100.0	4,526	6,207,803	27,430,139,719
世田谷区	130.2	5,563	437,892	2,373,923,991

[資料] (株) J P S 「2009 年版個人所得指標」

図表 2.8 住宅地の地価平均価格 (平成 21 年)

(単位: 円/㎡)

No.	都市	平均価格
-	区部	496,200
1	千代田区	2,247,500
2	港区	1,278,800
3	渋谷区	951,500
4	文京区	790,300
5	中央区	705,000
6	目黒区	648,700
7	品川区	600,900
8	台東区	600,500
9	新宿区	578,500
10	世田谷区	526,700
11	豊島区	497,000
12	中野区	487,700
13	杉並区	453,600
14	大田区	448,600
15	武蔵野市	414,100

[資料] 国土交通省「平成 21 年都道府県地価調査」

図表 2.9 区民の所得階級別の人数及び所得金額 (平成 19 年)

所得階級	人数		金額	
	実数(人)	構成比(%)	実数(千円)	構成比(%)
合計	491,894	100.0	2,263,318,491	100.0
200万円未満	174,621	35.5	182,033,033	8.0
200~500万円未満	190,039	38.6	607,920,499	26.9
500~800万円未満	63,220	12.9	398,328,800	17.6
800~1,000万円未満	20,501	4.2	183,308,490	8.1
1,000~2,000万円未満	32,710	6.6	438,254,691	19.4
2,000~5,000万円未満	8,832	1.8	254,187,846	11.2
5,000万円以上	1,971	0.4	199,285,132	8.8

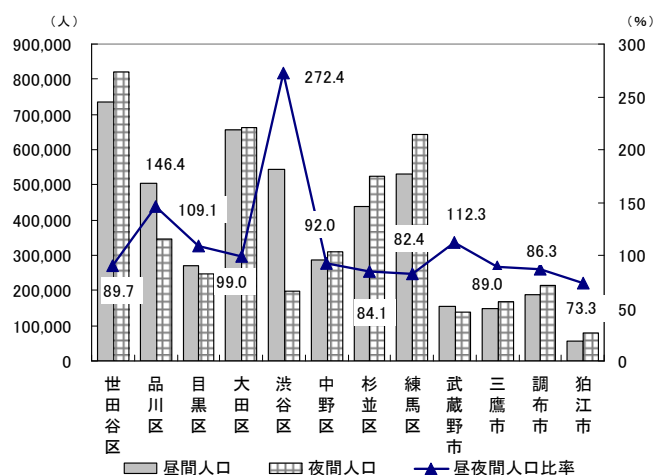
[資料] 世田谷区統計

3. 働く ～やりがいや利便性を重視した働き方の選択～

視点① 区内で働く区民と区外で働く区民の意図

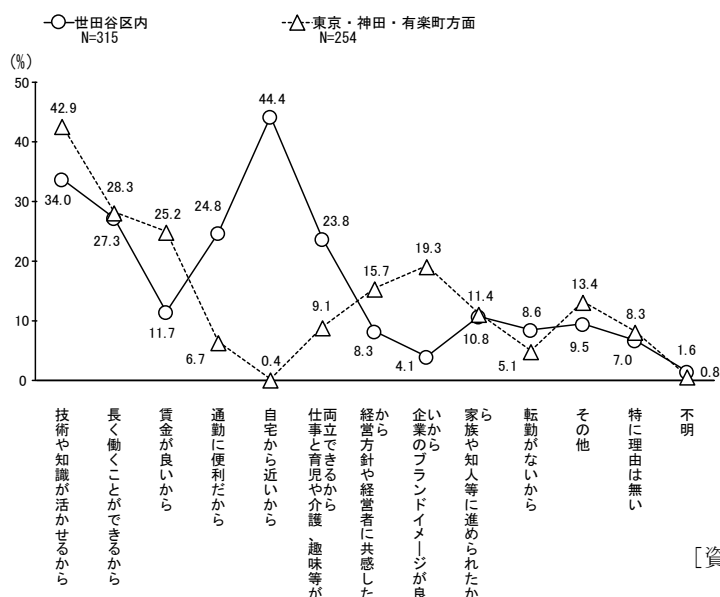
- ◆ 本区の昼夜間人口比率は、区全体では 89.7% で、都心部等への流出が見受けられます。特に 20 歳代後半～40 歳代の若い世代は、区内での就業者の比率が 50～60% 台と非常に低く、多くの若い世代が、事業所が多く交通アクセスも良い港区や千代田区、渋谷区、新宿区等の都心部、神奈川県や目黒区など隣接する自治体へ出ている状況がうかがえます。
- ◆ そこで、区民の「現在の就職先を決めた理由」について聞いてみると、全体的に「技術や知識が活かせるから」、「長く働くことができるから」、「賃金が良いから」等が多くなっています。生活圏別にみると、生活圏が東京・神田・有楽町方面の人に「技術や知識が活かせるから」や「賃金が良いから」が多く、本区内の人で「自宅から近いから」や「仕事と育児や介護・趣味等が両立できるから」が多くなっています。通勤や家庭との両立等に多少の不便さがあっても、やりがいや賃金を求め区外に働きに出ている状況がうかがえます。

図表 2.10 昼夜間人口と昼夜間人口比率（平成 17 年）



[資料]総務省「平成 17 年国勢調査」

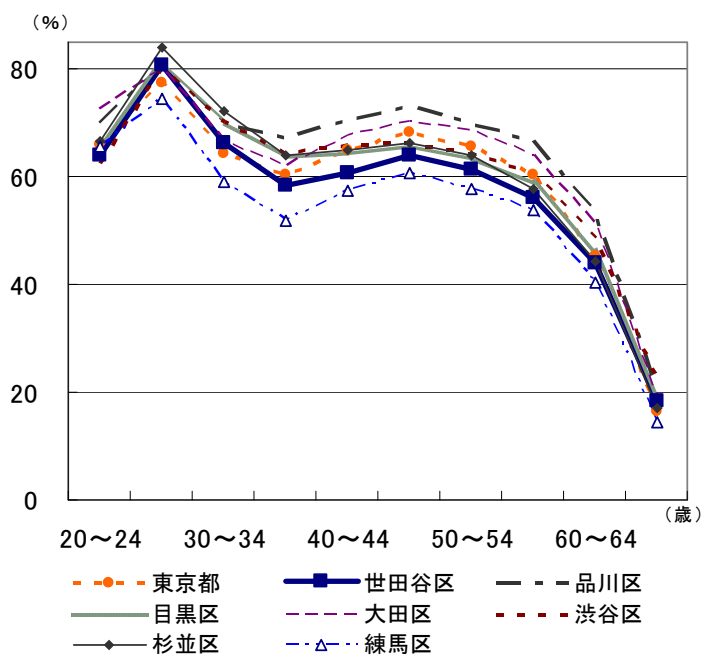
図表 2.11 現在の就職先を選んだ理由（生活圏比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」
(平成 21 年 3 月)

- ◆平成 17 年国勢調査において、本区の就業者は 376,593 人で、周辺都市よりも多くなっていますが、労働力率は東京都平均とほぼ同じ 63.8%で、近隣の目黒区や渋谷区、大田区等よりは低くなっています。
- ◆本区では、家事等により働く意思がない非労働力人口が多く、女性の労働率は、30 歳代半ばから 60 歳代半ばまで東京都平均よりも低くなっており、働きたい意思を持ちながら家事などで仕事に就くことができない区民がいることが想定されます。
- ◆区内産業のイメージとして、「区内には元気にいきいきと働いている人が多い」と感じる人は約半数で、4 割程度の人が「そう思わない（「あまりそう思わない」＋「そう思わない）」と感じています。このような女性をはじめ、今後、増えることが推測される元気な高齢者、また、障害のある区民や介護等をしている区民など、働く意思を持つ人がいきいきと働けるよう、ワーク・ライフ・バランスの推進などの環境づくりが求められています。

図表 2.12 女性の労働力率（都市比較 平成 17 年）

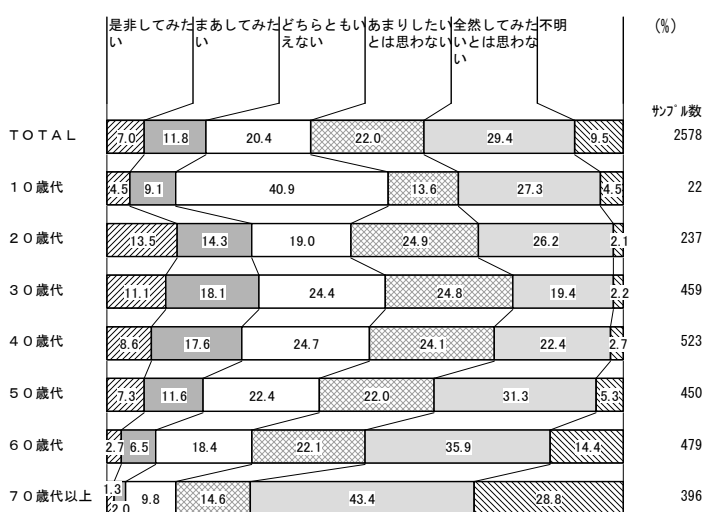


[資料]東京都統計

視点② 区内で起業したい理由～知識・経験を使いたい、自由な時間・・・～

- ◆ 区民による区内での起業意向を聞いたところ、全体では2割弱と低くなっていますが、20歳代から40歳代では起業意識が高くなっています。また、生活圏が東京・神田・有楽町方面の人で起業意識が高くなっています。なお、起業等意向の「ある」と回答した人に、起業してみたい理由を聞いたところ、「自分の知識や経験を生かしたいから」が最も多くなっており、「チャレンジすることが好きだから」や「高収入を得たいから」が続いています。
- ◆ このように、やる気のある区民が区内で起業したり、知識や経験を活かして区内で働くなど、いきいきとチャレンジできる環境を求めていることがうかがえます。

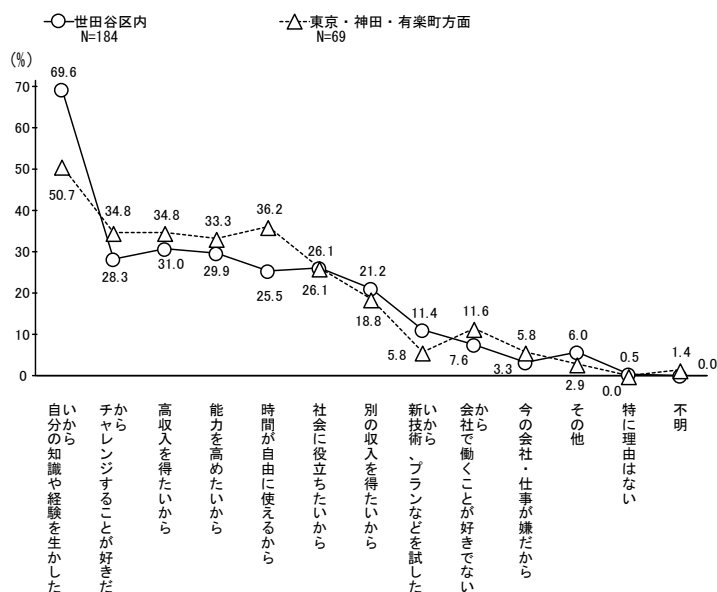
図表 2.13 起業・新分野進出意向（年代別）



(注) 表側の「不明」は除く。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

図表 2.14 起業・新分野進出意向ありの理由（生活圏比較）



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

第3章 地域別産業特性

約 84 万人の人口を抱える都内最大の住宅都市であり、面積も大田区に次いで 2 番目に大きい世田谷区は、地域によって様々な顔を持っています。ここでは、地域ごとに人口や産業等の特性をみていきます。

図表 世田谷区の地域区分

世田谷地域	池尻1～3丁目 池尻4丁目(1～32番) 三宿1～2丁目 太子堂1～5丁目 三軒茶屋1丁目 若林1～5丁目 三軒茶屋2丁目 世田谷1～4丁目 桜1～3丁目 弦巻1～5丁目 宮坂1～3丁目 桜丘1～5丁目 経堂1～5丁目 下馬1～6丁目 野沢1～4丁目 上馬1～5丁目 駒沢1～2丁目	北沢地域	代田1～3丁目 梅丘1～3丁目 豪徳寺1～2丁目 代沢1～5丁目 池尻4丁目(33～39番) 代田4～6丁目 羽根木1～2丁目 大原1～2丁目 北沢1～5丁目 松原1～6丁目 赤堤1～5丁目 桜上水1～5丁目	玉川地域	東玉川1～2丁目 奥沢1～3丁目 玉川田園調布1～2丁目 奥沢4～8丁目 玉堤1～2丁目 等々力1～8丁目 尾山台1～3丁目 上野毛1～4丁目 野毛1～3丁目 中町1～5丁目 上用賀1～6丁目 用賀1～4丁目 玉川1～4丁目 瀬田1～5丁目 玉川台1～2丁目 駒沢3～5丁目 駒沢公園 新町1～3丁目 桜新町1～2丁目 深沢1～8丁目	砧地域	祖師谷1～6丁目 千歳台1～2丁目 成城1～9丁目 船橋1～7丁目 千歳台3～6丁目 喜多見1～9丁目 宇奈根1～3丁目 鎌田1～4丁目 岡本1～3丁目 大蔵1～6丁目 砧1～8丁目 砧公園
	烏山地域		上北沢1～5丁目 八幡山1～3丁目 上祖師谷1～7丁目 粕谷1～4丁目 給田1～5丁目 南烏山1～6丁目 北烏山1～9丁目				

(注) 池尻 4 丁目は、1 から 32 番地が世田谷地域、33 から 39 番地は北沢地域に属するが、統計データの取扱については、集計の都合上、世田谷地域に算入している。



第1節 世田谷地域 ～業務・商業機能が集積する、産業活動の活発な街～

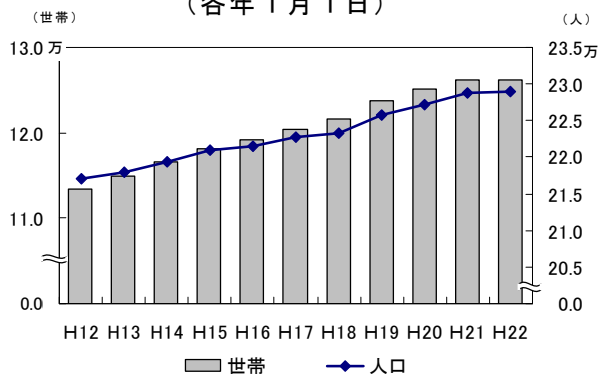
1. 地域概況

- ◆ 世田谷地域は、区の東部に位置し、江戸と小田原を結ぶ交易の地として、大山道沿いに街並みが発展してきました。区役所をはじめ、税務署・登記所・都税事務所等があり、行政上の中心的な施設が多く立地しています。
- ◆ 交通面では、国道 246 号や世田谷通り、茶沢通りなど、区内の主要な道路網をはじめ、東急田園都市線や小田急線、世田谷線が通っており駅も多く立地しています。地域内は、事務所や商店、住宅が混在し、狭い道路が網の目のように連なっており、古くからの住宅が密集する市街地もあります。中でも、三軒茶屋駅や経堂駅周辺には商業・業務機能や文化施設等が多く集積し、地域の生活拠点として賑わいを見せています。
- ◆ 400 年以上の歴史を持つ「世田谷のボロ市」や幕末の思想家である吉田松陰を祀った松陰神社など歴史的な資源をはじめ、昭和女子大学、国士舘大学、駒澤大学、東京農業大学など大学も多く立地しています。

2. 人口特性

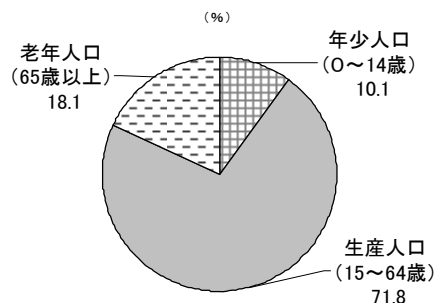
- ◆ 世田谷地域には、平成 22 年 1 月 1 日現在、126,208 世帯、228,931 人が暮らしており、世帯・人口ともに 5 地域の中で最も多くなっています。この 10 年程度の推移をみると、世帯が約 13%、人口が約 6% 増加しています。人口の増加よりも世帯数の増加の方が大きくなっており、1 世帯あたりの人員が少なくなっていることがうかがえます。特に、三軒茶屋駅周辺では 1 世帯あたりの人員が少なくなっています。
- ◆ 年齢構成をみると、平成 22 年 1 月 1 日現在、年少人口（0～14 歳）は 23,154 人で 10.1%、生産年齢人口（15～64 歳）は 165,038 人で 71.8%、老年人口（65 歳以上）は 41,524 人で 18.1%となっています。老年人口の割合は、区全体よりも低くなっていますが、人口が多い分、実数は他の地域よりも多くなっています。
- ◆ 三軒茶屋や太子堂等の業務や商業・飲食店が集積する地域があるのをはじめ、駒沢大学が立地している関係で、昼夜間人口比率は、平成 17 年現在 99.3%で区全体の 89.7%よりも 10 ポイント程度高くなっています。5 地域の中で最も高く、区外からも仕事や学業などで地域を訪れる人が多くいることがうかがえます。

図表 3.1.1 世田谷地域の世帯・人口の推移
(各年1月1日)



[資料]世田谷区統計

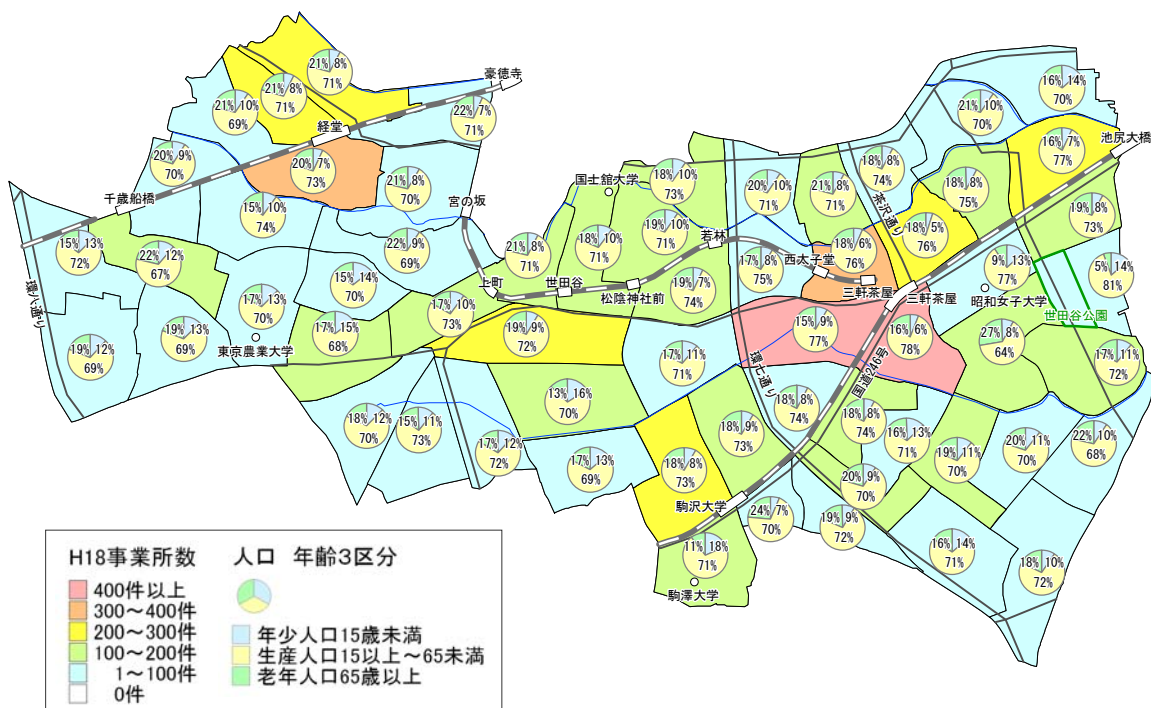
図表 3.1.2 年齢3区分の構成
(平成22年1月1日)



[資料]世田谷区統計

図表 3.1.3 世田谷地域の事業所数と年齢3区分構成比

(事業所：平成18年、人口：平成22年1月1日)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査(平成18年)」
世田谷区統計

3. 産業特性

- ◆ 世田谷地域には、平成 18 年現在、事業所が 7,834 事業所あり、従業者は 76,451 人となっています。それぞれ 5 地域の中で最も多く、区全体の約 3 割が集中しているように、事業活動が活発に行われていることがうかがえます。
- ◆ 丁目でみると、三軒茶屋駅周辺や経堂駅周辺に事業所が多く集積し、それに伴い従業者数も多くなっています。三軒茶屋駅周辺の太子堂や三軒茶屋には、情報通信業が多く立地し、従業員も 2,000 人に近くなっており、区内全体でみても最も集積しているエリアとなっています。また、準工業地域がある池尻では、製造業が多くなっています。
- ◆ しかし、区全体の傾向と同じく、平成 13 年から平成 18 年にかけて、事業所数や従業者数は減少傾向にあり、区全体よりも減少幅が若干大きくなっています。

図表 3.1.4 事業所数・従業者数の増減（対平成 13 年比）

(単位:人、%)

産業分類・業種	事業所数				従業者数			
	H13年	H18		対H13年の増加率	H13年	H18		対H13年の増加率
		実数	構成比			実数	構成比	
区全体	28,059	26,109	-	▲ 6.9	249,126	242,342	-	▲ 2.7
地域総数	8,561	7,834	100.0	▲ 8.5	79,305	76,451	100.0	▲ 3.6
農業・林業・漁業・鉱業	8	7	0.1	▲ 12.5	76	65	0.1	▲ 14.5
建設業	581	515	6.6	▲ 11.4	5,097	4,149	5.4	▲ 18.6
製造業	415	293	3.7	▲ 29.4	3,867	2,259	3.0	▲ 41.6
電気・ガス・熱供給・水道業	2	4	0.1	100.0	273	263	0.3	▲ 3.7
情報通信業	170	148	1.9	▲ 12.9	4,623	4,177	5.5	▲ 9.6
運輸業	233	165	2.1	▲ 29.2	3,189	2,785	3.6	▲ 12.7
卸売・小売業	2,542	2,204	28.1	▲ 13.3	19,075	17,573	23.0	▲ 7.9
金融・保険業	92	72	0.9	▲ 21.7	2,094	2,206	2.9	5.3
不動産業	688	673	8.6	▲ 2.2	2,512	2,556	3.3	1.8
飲食店、宿泊業	1,342	1,278	16.3	▲ 4.8	7,627	7,525	9.8	▲ 1.3
医療、福祉	570	653	8.3	14.6	7,072	8,524	11.1	20.5
教育、学習支援業	303	307	3.9	1.3	7,629	8,733	11.4	14.5
複合サービス事業	28	28	0.4	0.0	1,195	1,184	1.5	▲ 0.9
サービス業(他に分類されないもの)	1,559	1,459	18.6	▲ 6.4	11,937	11,266	14.7	▲ 5.6
公務(他に分類されないもの)	28	28	0.4	0.0	3,039	3,186	4.2	4.8

[資料]総務省「事業所・企業統計調査(平成 18 年)」

- ◆ 事業所全体に占める割合が大きい商業をみると、小売業は、事業所が 1,504 事業所、従業者が 10,923 人、年間商品販売額が 202,800 百万円、売場面積が 118,319 m²で、従業者数は5地域の中で最も多く、それ以外は玉川地域に次いで二番目に多くなっています。それぞれ区全体の3割弱を占めており、区の小売業振興において重要な地域であることがうかがえます。
- ◆ 丁目でみると、三軒茶屋駅周辺や経堂駅周辺など、比較的大規模な商店街が立地し、乗降客数も多い駅の周辺で事業所数が多くなっています。それに伴い、従業者数や年間商品販売額も大きくなっています。「世田谷区産業基礎調査」において、区内に立地するメリットとして「交通の便が良く地理的にも便利」という回答が半数を占めていることや地域には人口も多いことから、本地域に多くの小売業が集積し、また、その集積が更なる集積をもたらしていると考えられます。

図表 3.1.5 世田谷地域の小売業の事業所数等と区全体に占める割合（平成 19 年）

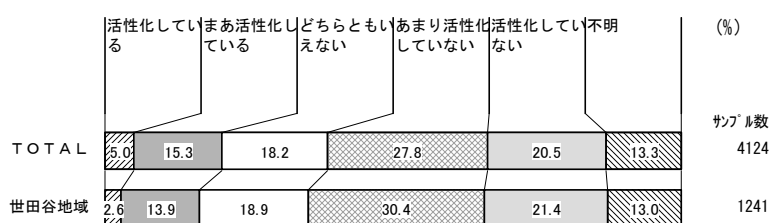
	区全体	地域総数	
		実数	区全体に占める割合(%)
事業所数	5,470	1,504	27.5
従業者数(人)	38,062	10,923	28.7
年間商品販売額(百万円)	736,143	202,800	27.5
売場面積(m ²)	430,693	118,319	27.5

[資料]経済産業省「商業統計調査(平成 19 年)」

4. 地域の活性化状況

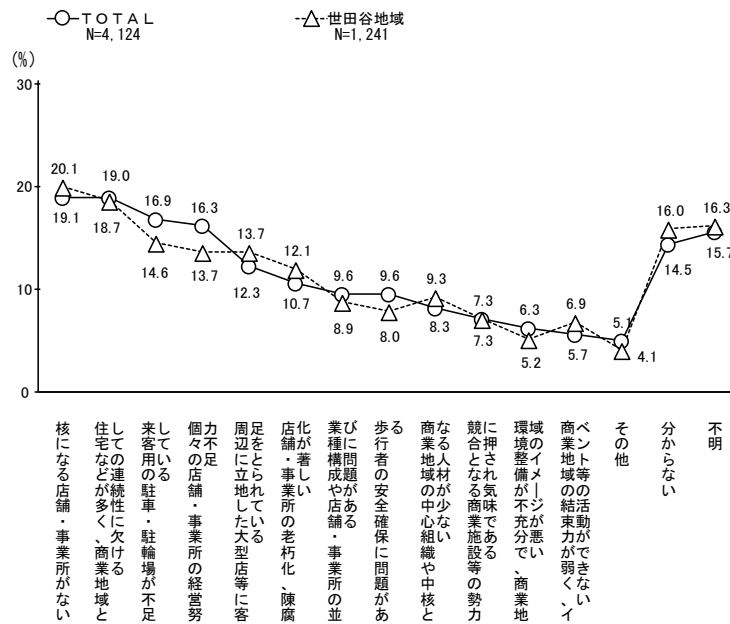
- ◆ 世田谷地域には、三軒茶屋駅周辺を中心に多くの商店街がありますが、裏通りや駅から離れたところなどでは、周辺地域へのスーパー等の出店による顧客流出、後継者不足、店舗老朽化等の影響により、空き店舗などが増加してきています。そのようなことから、世田谷地域で商売等を行っている商業・サービス業では、周辺商業地域または商店街の活性化について、「活性化していない(「あまり活性化していない」+「活性化していない」)」の割合が多くなっています。
- ◆ 世田谷地域で商売等を行っている商業・サービス業に、周辺商業地域または商店街全体の問題点について聞いたところ、全体的には全体平均(TOTAL)と同様に「核になる店舗・事務所がない」や「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」などが高くなっていますが、「来客用の駐車・駐輪場が不足している」や「個々の店舗・事業所の経営努力不足」については低くなっています。

図表 3.1.6 周辺商業地域または商店街の活性化度比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成 21 年 3 月)

図表 3.1.7 周辺商業地域または商店街全体の問題点比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

5. 区民の消費行動

◆ 世田谷地域で生活する居住者に、日ごろの買物行動について聞いたところ、青果・精肉・鮮魚をはじめとした最寄品（消費者が、特別な努力を払わずに頻繁に購入する製品）については主に「自宅周辺のスーパー」が多く、「自宅周辺の一般商店」は一部の利用となっており、高級衣料などの買回品（消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品）や贈答品については「新宿・渋谷の商業施設」、理・美容等については「自宅周辺の一般商店」が多くなっています。

図表 3.1.8 日頃利用するところ（世田谷地域 品目別）

	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺のスーパー以外の区内	エンズストア	商業施設の周辺	区内の駅周辺の大型	新宿・渋谷の商業施設	東京・有楽町・銀座	前記以外のショッピングセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショッピング	その他	不明
青果・精肉・鮮魚	25.0	84.8	13.9	2.9	3.7	8.5	0.6	1.7	13.9	0.6	1.4	5.0	
弁当・惣菜	19.5	54.5	6.3	30.4	4.0	16.1	1.9	1.4	2.7	0.1	4.4	13.2	
酒類・飲料	18.7	71.9	10.9	20.7	2.3	2.2	0.4	2.6	7.7	2.4	3.3	7.9	
その他の食料品	15.5	70.6	11.6	13.1	5.0	13.1	2.9	2.4	12.2	1.6	1.4	7.9	
日用雑貨	24.7	59.4	12.5	4.2	12.6	14.6	1.9	6.0	7.0	2.9	4.0	7.5	
普段着・寝具	15.1	23.2	7.5	0.3	18.1	37.4	10.0	11.0	2.7	10.8	7.3	9.5	
高級衣料	2.3	3.2	1.3	0.1	11.3	63.7	29.0	10.0	0.1	5.2	7.3	10.9	
薬・化粧品	46.1	34.6	6.9	1.6	11.5	18.4	2.9	3.7	1.4	6.0	11.0	7.3	
趣味・本・スポーツ用品	35.4	8.2	2.4	3.3	19.7	37.6	6.6	9.3	0.6	11.0	7.6	9.0	
眼鏡・宝飾品	17.6	2.6	0.7	0.0	12.9	44.0	20.4	5.9	0.4	2.9	9.6	14.5	
家電・家具等	12.3	4.9	3.2	1.0	26.1	37.6	11.5	16.9	0.7	9.8	9.3	8.5	
カバン・靴	10.9	6.7	2.0	0.7	14.5	55.1	22.0	10.3	1.1	7.6	7.3	8.6	
理・美容	55.4	0.9	0.4	0.1	5.7	12.5	3.6	2.2	0.1	0.0	17.5	9.9	
クリーニング	83.1	4.3	0.4	0.1	2.2	0.1	0.0	0.3	0.7	0.1	5.7	8.0	
写真の現像	51.8	7.6	1.0	3.0	3.2	4.3	0.9	1.0	0.0	2.9	11.6	22.2	
外食・飲食	47.3	2.0	0.7	0.7	13.6	40.9	16.8	7.6	0.0	0.0	14.1	9.3	
贈答品	5.7	4.7	0.9	0.1	13.2	63.0	23.1	5.2	0.7	7.3	6.6	9.6	

(注) 30%以上のものに網掛け。

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月)

第2節 北沢地域～交通利便性を背景にした人口・事業所の集積度が高い街～

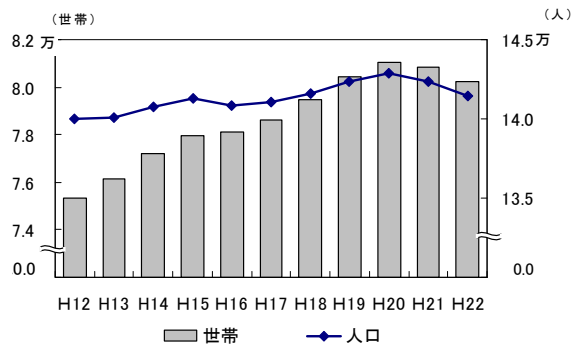
1. 地域概況

- ◆北沢地域は、区の北東部に位置しており、下北沢駅、明大前駅、下高井戸駅、豪徳寺駅等の駅周辺が商業地として栄え、地域全体が市街化しています。交通面は、環状7号線や甲州街道等の道路網に加え、小田急線、京王線、井の頭線が通っており、都心までの交通利便性が比較的良好となっています。
- ◆明治の末までは農村の姿をとどめていましたが、大正期の私鉄開通と関東大震災による都心からの移住を契機に、昭和初期までの約20年間で急速に住宅地が形成されてきました。一方で、狭い通りに住宅や商店が建ち並び密集度が高くなっている地域もあり、一人当たりの公園緑地面積は区内で少なくなっています。
- ◆豪徳寺や世田谷城跡等の寺社が多く立地しているのに加え、日本大学文理学部や明治大学（住所は杉並区）等の大学も立地しています。

2. 人口特性

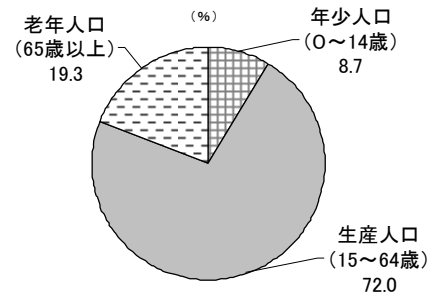
- ◆北沢地域には、平成22年1月1日現在、80,244世帯、141,432人が暮らしており、5地域の中で、世帯数は3番目、人口は4番目の多さとなっています。この10年程度の推移をみると、世帯が約8%、人口が約2%の増加で他地域と比較して増加幅が小さく、この数年、世帯・人口ともに減少しています。1世帯あたりの人員が少なく、区全体でみても、比較的1世帯あたりの人員が少ない地域となっています。また、地域面積が5地域で最も小さいため、人口密度が高くなっています。
- ◆年齢構成をみると、平成22年1月1日現在、年少人口（0～14歳）は12,230人で8.7%、生産年齢人口（15～64歳）は101,288人で72.0%、老年人口（65歳以上）は27,129人で19.3%となっています。生産年齢人口の割合は5地域の中で最も多くなっていますが、年少人口の割合が5地域の中で最も少ない一方で老年人口の割合は烏山地域と並んで最も多く、5地域の中でも特に少子化・高齢化が進行している地域となっています。
- ◆昼夜間人口比率は、平成17年現在83.6%で区全体の89.7%よりも数ポイント低くなっています。高校や大学のある桜上水駅、商店や劇場等が集積する下北沢駅の周辺のみ100%を超えていますが、それ以外は100%を切っており、多くの区民が区外に通勤・通学していることがうかがえます。

図表 3.2.1 北沢地域の世帯・人口の推移
(各年1月1日)



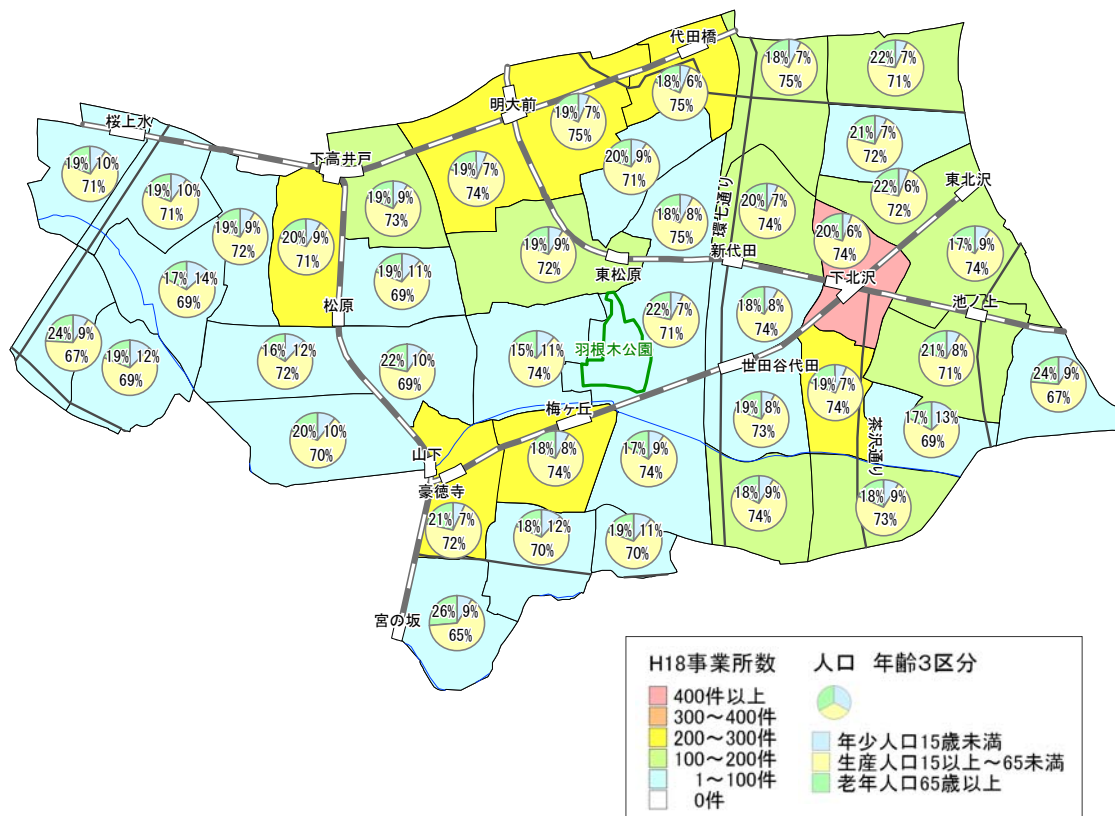
[資料]世田谷区統計

図表 3.2.2 年齢3区分の構成
(平成22年1月1日)



[資料]世田谷区統計

図表 3.2.3 北沢地域の事業所数と年齢3区分構成比
(事業所：平成18年、人口：平成22年1月1日)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査(平成18年)」
世田谷区統計

3. 産業特性

- ◆ 北沢地域には、平成 18 年現在、事業所が 5,314 事業所あり、従業者は 37,226 人となっています。それぞれ 5 地域の中で 3 番目に多く、区全体に占める割合は、それぞれ約 2 割、約 1.5 割となっています。
- ◆ エリアでみると、一日平均 20 万人以上が利用する下北沢駅周辺で事業所の集積が非常に大きく、他に、一日平均乗降客数が区内で最も多い明大前駅周辺でも集積が大きくなっています。下北沢駅周辺の北沢や代沢、代田、明大前駅周辺の松原には卸売・小売業や飲食店、宿泊業、サービス業（他に分類されないもの）が多くなっています。また、松原では、医療・福祉の集積も見受けられます。
- ◆ しかし、区全体の傾向と同じく、平成 13 年から平成 18 年にかけて、事業所数や従業者数は減少傾向にあります。特に、従業者数の減少幅が大きくなっています。一方、医療・福祉は、従業者数が約 4 割増と、増加幅が大きくなっています。

図表 3.2.4 事業所数・従業者数の増減（対平成 13 年比）

（単位：人、％）

産業分類・業種	事業所数				従業者数			
	H13年	H18		対H13年の増加率	H13年	H18		対H13年の増加率
		実数	構成比			実数	構成比	
区全体	28,059	26,109	-	▲ 6.9	249,126	242,342	-	▲ 2.7
総数	5,772	5,314	100.0	▲ 7.9	40,197	37,226	100.0	▲ 7.4
農業・林業・漁業・鉱業	5	6	0.1	20.0	55	62	0.2	12.7
建設業	314	276	5.2	▲ 12.1	2,520	2,093	5.6	▲ 16.9
製造業	179	129	2.4	▲ 27.9	1,481	1,087	2.9	▲ 26.6
電気・ガス・熱供給・水道業	2	1	0.0	▲ 50.0	41	16	0.0	▲ 61.0
情報通信業	91	78	1.5	▲ 14.3	1,157	857	2.3	▲ 25.9
運輸業	85	64	1.2	▲ 24.7	944	812	2.2	▲ 14.0
卸売・小売業	1,838	1,602	30.1	▲ 12.8	11,469	9,645	25.9	▲ 15.9
金融・保険業	58	54	1.0	▲ 6.9	1,048	936	2.5	▲ 10.7
不動産業	426	437	8.2	2.6	1,479	1,524	4.1	3.0
飲食店、宿泊業	1,022	927	17.4	▲ 9.3	6,522	5,627	15.1	▲ 13.7
医療、福祉	466	487	9.2	4.5	3,614	5,106	13.7	41.3
教育、学習支援業	231	237	4.5	2.6	3,343	3,319	8.9	▲ 0.7
複合サービス事業	20	19	0.4	▲ 5.0	144	139	0.4	▲ 3.5
サービス業（他に分類されないもの）	1,023	984	18.5	▲ 3.8	5,625	5,341	14.3	▲ 5.0
公務（他に分類されないもの）	12	13	0.2	8.3	755	662	1.8	▲ 12.3

[資料] 総務省「事業所・企業統計調査（平成 18 年）」

- ◆ 事業所全体に占める割合が大きい商業をみると、小売業は、事業所が 1,203 事業所、従業者が 6,543 人、年間商品販売額が 87,836 百万円、売場面積が 72,938 ㎡となっています。事業所数や従業者数は 3 番目に多く区全体の約 2 割を占めていますが、年間商品販売額は区全体の 1 割程度と他の項目に比べて小さくなっていることから、売上規模が小さい事業所が多いことがうかがえます。
- ◆ エリアでみると、乗降客数の多い下北沢駅周辺や松原駅で、事業所等の集積が大きく、それに伴い、従業者数や年間商品販売額も大きくなっています。下北沢駅周辺の北沢や代沢、代田で北沢地域の年間商品販売額の半数近くを占めており、北沢地域の中心的な核になっていることがうかがえます。

図表 3.2.5 北沢地域の小売業の事業所数等と区全体に占める割合（平成 19 年）

	区全体	地域総数	
		実数	区全体に占める割合(%)
事業所数	5,470	1,203	22.0
従業者数(人)	38,062	6,543	17.2
年間商品販売額(百万円)	736,143	87,836	11.9
売場面積(㎡)	430,693	72,938	16.9

[資料]経済産業省「商業統計調査（平成 19 年）」

4. 地域の活性化状況

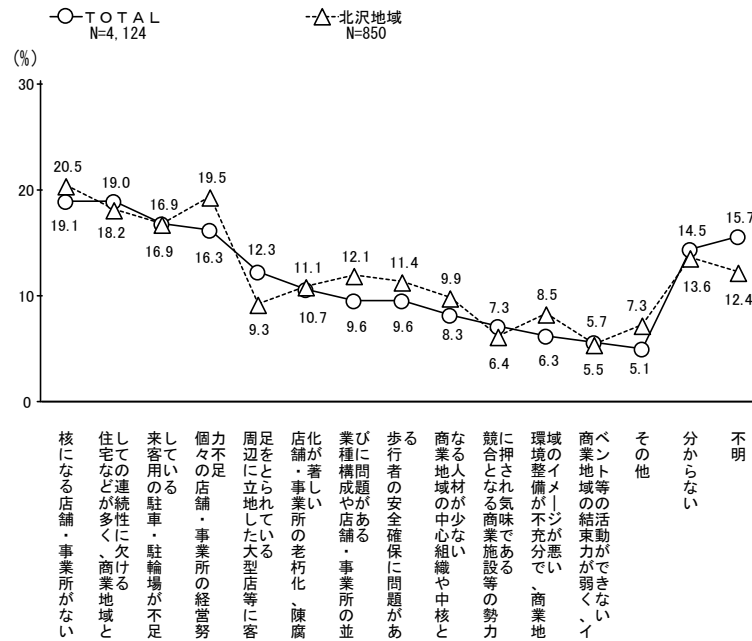
- ◆ 北沢地域には、下北沢駅周辺をはじめ、鉄道沿線中心に多くの商店街がありますが、裏通りや駅から離れたところなどでは、周辺地域へのスーパー等の出店による顧客流出、後継者不足、店舗老朽化等の影響により、空き店舗などが増加してきています。そのようなことから、北沢地域で商売等を行っている商業・サービス業では、周辺商業地域または商店街の活性化については、「活性化していない（「あまり活性化していない」＋「活性化していない」）」の割合が多くなっています。
- ◆ 北沢地域で商売等を行っている商業・サービス業に、周辺商業地域または商店街全体の問題点について聞いたところ、全体的には全体平均（TOTAL）と同様に「核になる店舗・事務所がない」や「住宅が多く、商業地域としての連続性に欠ける」などが高くなっていますが、「個々の店舗・事業所の経営努力不足」については、全体平均よりやや高くなっています。

図表 3.2.6 周辺商業地域または商店街の活性化度比較

	活性化している	まあ活性化している	どちらともいえない	あまり活性化していない	活性化していない	不明	(%)
TOTAL	5.0	15.3	18.2	27.8	20.5	13.3	サンプル数 4124
北沢地域	5.3	15.1	17.3	29.3	22.5	10.6	850

[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成 21 年 3 月）

図表 3.2.7 周辺商業地域または商店街全体の問題点比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月) 下図同じ。

5. 区民の消費行動

- ◆ 北沢地域で生活する居住者に、日ごろの買物行動について聞いたところ、青果・精肉・鮮魚をはじめとした最寄品（消費者が、特別な努力を払わずに頻りに購入する製品）については主に「自宅周辺のスーパー」が多く、「自宅周辺の一般商店」は一部の利用となっており、高級衣料などの買回品（消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品）や贈答品については「新宿・渋谷の商業施設」、理・美容等については「自宅周辺の一般商店」が多くなっています。

図表 3.2.8 日頃利用するところ（北沢地域 品目別）

	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺のスーパー以外の区内	自宅周辺のコンビニ	区内の駅周辺の大型商業施設	新宿・渋谷の商業施設	東京・有楽町・銀座周辺の商業施設	前記以外のショッピングセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショップ	その他	不明
青果・精肉・鮮魚	29.9	81.2	15.5	2.3	3.9	14.2	0.3	1.0	14.9	0.3	0.5	3.9
弁当・惣菜	20.6	57.0	8.2	28.9	1.8	22.4	1.5	0.8	2.6	0.0	2.3	9.0
酒類・飲料	19.8	71.6	14.2	22.4	2.8	1.5	0.3	2.3	7.7	2.1	3.1	6.4
その他の食料品	18.3	69.1	15.7	9.3	4.6	14.4	1.5	2.1	12.1	0.8	1.5	9.3
日用雑貨	30.7	47.9	12.6	4.1	10.1	17.0	1.0	10.6	5.4	3.4	5.7	7.5
普段着・寝具	12.9	13.4	7.5	0.8	19.1	46.9	5.9	15.2	3.1	12.4	7.5	8.0
高級衣料	3.4	1.0	0.5	0.0	7.0	77.3	19.8	7.5	0.5	2.6	8.2	9.3
薬・化粧品	48.5	24.2	7.2	3.6	10.8	21.6	1.5	4.4	2.1	8.5	10.6	5.7
趣味・本・スポーツ用品	34.8	5.4	2.6	2.1	17.5	49.2	4.9	8.8	0.8	13.1	7.5	7.5
眼鏡・宝飾品	17.3	1.0	1.3	0.3	9.0	58.0	15.2	5.9	0.0	1.8	11.1	13.7
家電・家具等	13.4	2.3	1.5	0.8	21.4	51.8	6.4	15.7	1.0	10.6	9.5	6.7
カバン・靴	12.6	1.5	1.5	0.0	9.5	68.6	19.1	10.6	1.5	4.9	10.8	6.7
理・美容	61.9	0.5	0.0	0.5	2.8	14.7	3.1	2.8	0.0	0.0	15.5	7.2
クリーニング	87.1	2.3	0.5	0.8	0.5	0.3	0.0	0.3	1.0	0.0	5.9	6.7
写真の現像	56.7	3.4	1.5	3.9	1.3	6.2	1.3	1.0	0.0	2.3	13.7	16.5
外食・飲食	48.5	0.5	0.5	0.0	11.6	57.0	14.2	3.1	0.8	0.5	14.2	7.7
贈答品	6.7	1.5	0.5	0.5	4.4	78.9	20.4	2.8	0.5	6.7	7.0	7.5

(注) 30%以上のものに網掛け。

例：【北沢地域内の商店街での分析イメージ】 ～豪徳寺商店街振興組合～

「生活支援拠点型商店街」として、商店街活性化に取り組む豪徳寺商店街において、平成20年度、商店街活性化プラン作成時に、以下のように商店街の現状分析を行いました。

1 地元で生活している生活者の意見や消費実態は・・・

(1) 現状 ～各種統計等データの分析から～

人口: 宮坂二丁目の減少もあり人口は減少(H12→H20 で人口 97.8%)。世帯数は増加傾向。一般世帯の約半分が単身世帯。少子高齢化が進行中。

駅利用・居住形態: 豪徳寺駅利用者は微増程度。建築物は周辺都市と比較して低層のものが多い。

地域イメージ: 寺社仏閣や歴史的資源と閑静な住宅街。商業環境への評価は最近の居住者から低い。

地域への愛着: 全世代に渡り愛着は高く88.7%。

活用できる地域資源: 商店街、招き猫、豪徳寺、祭り、イベントなど、商店街を中心に周辺地域資源

買物行動: 生鮮三品等の最寄品はオオゼキ、ライフ、トップス、高級衣料等の買回品は新宿等。要因は品揃えと欲しいものがある、そして家から近いから等。

(2) 商店街に対する意見 ～消費生活者アンケートから～

商店街への不満: 「品揃えが少ない」が49.5%。その他の意見としては、全体的に「活気が無い」等。

イベント等に対する評価: 認知度は高いが参加等経験、評価は「ふつう」が多い

商店街に望むソフト事業: 「売り出し」、「安全安心対応」、「独自商品・ブランドづくり」等

商店街に望むハード事業: 高齢者を中心に「トイレの整備」、「駐輪場」、「防犯カメラ」、安全・安心要望多い

望ましい街の方向性: 「魅力的な店舗が多く集まっている街」

商店街発展のために: 「不足業種を補う」、「空き店舗の解消を図る」、「歩道整備」、「商店街環境整備」等

必要な業種: 「青果店」、「スーパー」、「書籍・文具」、「飲食・喫茶」等

2 商店街会員の意見やニーズは・・・

～商店街会員アンケートから～

商店街タイプと立地環境: 地域型商店街で豪徳寺駅前から連なっている。下北沢、経堂にはさまれ、沿線には大商業集積地の新宿がある。

商店街の店舗: 店舗の老朽化、経営者の高齢化等の進展。坪数平均 16.9 坪で売上の伸び悩みが問題として大きい。

主な顧客: 周辺住民でおよそ半径 500m 圏内。「週1回以上」の商店街利用は 52.8%で、主に地元の高齢者。買物目的。

商店街の問題点: 「品揃えが少ない」が 32.9%。

商店街に必要なソフト事業: 「分からない」が多く、その他として「売出し」、「共同装飾」、「商店街診断」等

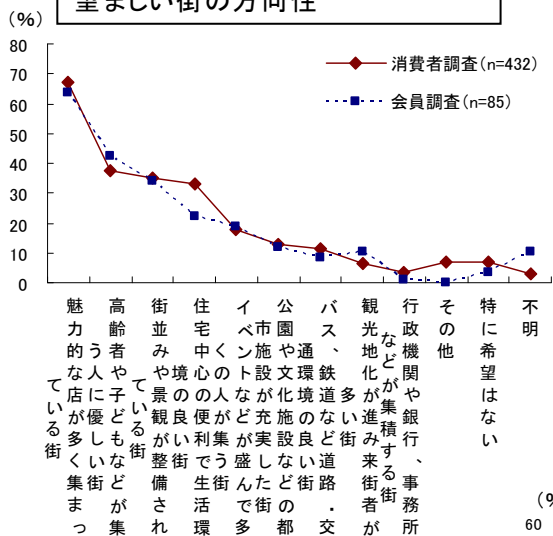
商店街に必要なハード事業: 「カラー舗装のリニューアル」、「トイレ」、「ベンチ」、「駐輪場」等

商店街発展のために: 「不足業種を補う」、「空き店舗の解消」等

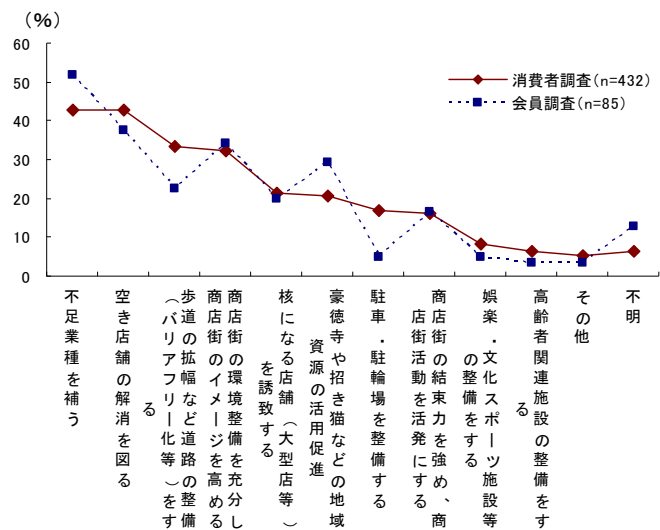
欲しい業種: 「青果店」、「スーパー」、「飲食・喫茶」

地域資源: 「町会」等との関係密接。寺社仏閣とも時々協力している。

望ましい街の方向性



商店街の発展のために必要なこと



- ◎商店街の問題等に対して、消費者と商店街会員の認識は同じです。
- ◎活性化に対する地域住民、消費者と商店街会員が思っている方向性は同じです。
- ◎しかし、課題解決に向けた具体的な方法や内容等には多少の違いが見られます。

- ①商店街の主な顧客を知り、皆で共通認識を持つこと
- ②消費者のニーズを満たす個店力、商店街力の向上
- ③豊かな地域資源を活用した街共通のコンセプトの構築
- ④まとまりと活気のある商店街活動を推進していくこと

第3節 玉川地域 ～二子玉川を中心核に、区小売業で大きな役割を担う街～

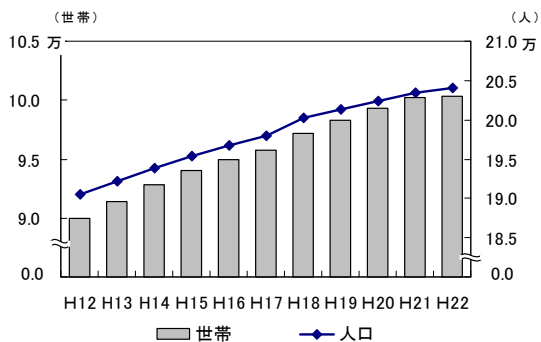
1. 地域概況

- ◆ 玉川地域は、区の南部に位置しており、5地域の中で最も面積が大きくなっています。多摩川や等々力溪谷など自然が多く、閑静な住宅地が広がっています。二子玉川駅や用賀駅などに商業機能や業務機能が多く立地しており、桜新町地区には、準工業地域があります。
- ◆ 早くから民間による宅地開発や玉川全円耕地整理事業が進められてきましたが、東京オリンピックの開催にあわせ、駒沢公園の整備や環状8号線等の道路等の整備が進むなど、計画的なまちづくりがなされてきました。
- ◆ 多摩川沿い台地の石器時代・古墳時代の遺跡、浄真寺などの寺社をはじめ、多摩美術大学や東京都市大学（旧武蔵工業大学）、長谷川町子美術館等の文教・文化施設も立地しています。また、駒沢オリンピック公園や等々力溪谷公園など大規模な公園や馬事公苑も多く立地しています。

2. 人口特性

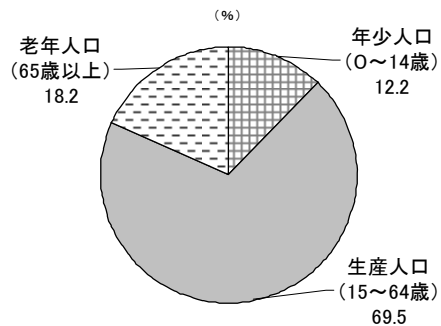
- ◆ 玉川地域には、平成22年1月1日現在、100,357世帯、204,054人が暮らしており、5地域の中で、世帯、人口ともに2番目に多くなっています。この10年程度の推移をみると、世帯が約13%、人口が約8%増加しています。人口よりも世帯数の増加の方が大きくなっており、1世帯あたりの人員が少なくなっていることがうかがえますが、他の地域と比較して、1世帯あたりの人員は多くなっています。
- ◆ 年齢構成をみると、平成22年1月1日現在、年少人口（0～14歳）は24,904人で12.2%、生産年齢人口（15～64歳）は141,919人で69.5%、老年人口（65歳以上）は37,231人で18.2%となっています。年少人口の割合は砧地域に次いで2番目に多くなっていますが、実数では5地域の中で最も多くなっています。老年人口の割合は比較的低くなっています。
- ◆ 昼夜間人口比率は、平成17年現在91.4%で区全体の89.7%よりも若干高くなっています。大型商業施設をはじめとした商業集積のある二子玉川駅周辺、事業所や商店等が集積する用賀駅周辺、大学のある玉堤などで、昼夜間人口比率が高くなっており、区外から通勤・通学してくる人が多いことがうかがえます。

図表 3.3.1 玉川地域の世帯・人口の推移
(各年1月1日)



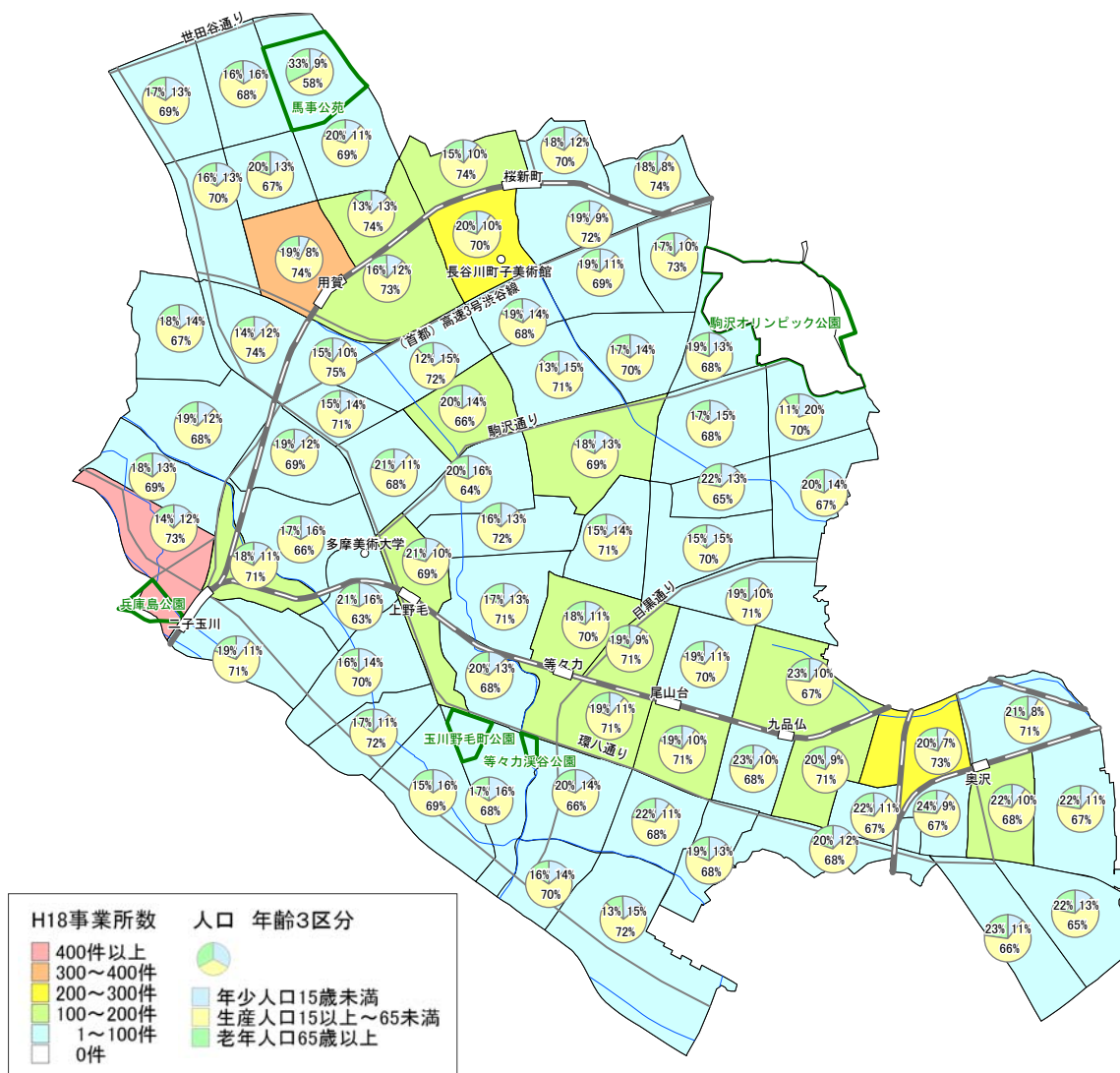
[資料]世田谷区統計

図表 3.3.2 年齢3区分の構成
(平成22年1月1日)



[資料]世田谷区統計

図表 3.3.3 玉川地域の事業所数と年齢3区分構成比
(事業所：平成18年、人口：平成22年1月1日)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査 (平成18年)」
世田谷区統計

3. 産業特性

- ◆ 玉川地域には、平成 18 年現在、事業所が 6,474 事業所あり、従業者は 65,624 人となっています。それぞれ 5 地域の中で 2 番目に多く、区全体に占める割合は、それぞれ約 2.5 割、3 割弱となっています。
- ◆ エリアでみると、一日平均 40 万人近くが利用する自由が丘駅周辺の奥沢や二子玉川駅周辺、世田谷ビジネススクエアのある用賀駅周辺で事業所の集積が非常に大きくなっています。全体的には、卸売・小売業やサービス業（他に分類されないもの）が多くなっていますが、奥沢や等々力では、医療・福祉が多くなっています。また、用賀や等々力では製造業の事業所が多く、玉川台では事業所は多くないものの従業者が多くなっています。
- ◆ しかし、区全体の傾向と同じく、平成 13 年から平成 18 年にかけて、事業所数や従業者数は減少傾向にありありますが、医療・福祉は、従業者数が 4 割増と、大きく増加しています。

図表 3.3.4 事業所数・従業者数の増減（対平成 13 年比）

(単位:人、%)

産業分類・業種	事業所数				従業者数			
	H13年	H18		対H13年の増加率	H13年	H18		対H13年の増加率
		実数	構成比			実数	構成比	
区全体	28,059	26,109	-	▲ 6.9	249,126	242,342	-	▲ 2.7
総数	6,902	6,474	100.0	▲ 6.2	67,853	65,624	100.0	▲ 3.3
農業・林業・漁業・鉱業	13	10	0.2	▲ 23.1	83	75	0.1	▲ 9.6
建設業	502	444	6.9	▲ 11.6	4,393	3,501	5.3	▲ 20.3
製造業	357	277	4.3	▲ 22.4	5,253	3,884	5.9	▲ 26.1
電気・ガス・熱供給・水道業	5	7	0.1	40.0	644	637	1.0	▲ 1.1
情報通信業	80	73	1.1	▲ 8.8	1,118	1,052	1.6	▲ 5.9
運輸業	210	151	2.3	▲ 28.1	3,946	3,270	5.0	▲ 17.1
卸売・小売業	2,291	2,097	32.4	▲ 8.5	19,410	19,520	29.7	0.6
金融・保険業	75	68	1.1	▲ 9.3	1,483	1,023	1.6	▲ 31.0
不動産業	436	449	6.9	3.0	2,593	2,890	4.4	11.5
飲食店、宿泊業	884	811	12.5	▲ 8.3	7,796	7,297	11.1	▲ 6.4
医療、福祉	529	587	9.1	11.0	4,560	6,468	9.9	41.8
教育、学習支援業	319	327	5.1	2.5	6,671	6,603	10.1	▲ 1.0
複合サービス事業	20	20	0.3	0.0	525	552	0.8	5.1
サービス業(他に分類されないもの)	1,161	1,132	17.5	▲ 2.5	8,151	7,566	11.5	▲ 7.2
公務(他に分類されないもの)	20	21	0.3	5.0	1,227	1,286	2.0	4.8

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成 18 年）」

- ◆ 事業所全体に占める割合が大きい商業をみると、小売業は、事業所が 1,522 事業所、従業者が 10,846 人、年間商品販売額が 251,825 百万円、売場面積が 133,970 m² となっています。従業者数は世田谷地域に次いで 2 番目となっているものの、それ以外は 5 地域で最も多く、それぞれ区全体の 3 割程度を占めています。中でも、年間商品販売額は区全体の 3.5 割程度と他の項目に比べて大きく、区内小売業の振興において、重要な役割を担っていることがうかがえます。
- ◆ 丁目でみると、二子玉川駅周辺、自由が丘駅周辺などに事業所の集積が大きくなっています。なかでも、大型のショッピングセンターを中心とした商業集積があり乗降客数も多い二子玉川駅周辺の玉川は、玉川地域の年間商品販売額と売場面積の 3 割強を占めており、地域の中心的な核になっていることがうかがえます。

図表 3.3.5 玉川地域の小売業の事業所数等と区全体に占める割合（平成 19 年）

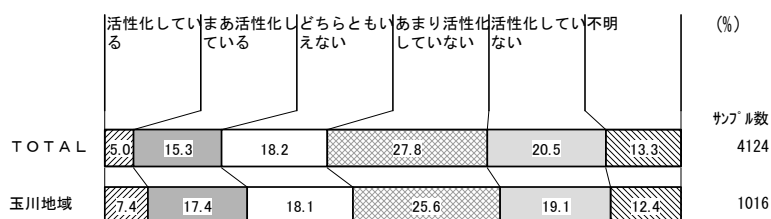
	区全体	地域総数	
		実数	区全体に占める割合(%)
事業所数	5,470	1,522	27.8
従業者数(人)	38,062	10,846	28.5
年間商品販売額(百万円)	736,143	251,825	34.2
売場面積(m ²)	430,693	133,970	31.1

[資料]経済産業省「商業統計調査（平成 19 年）」

4. 地域の活性化状況

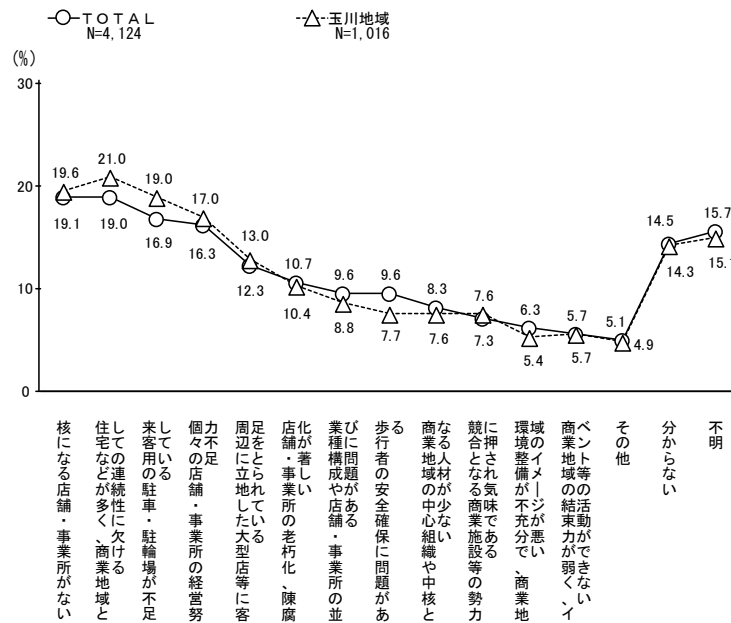
- ◆ 玉川地域には、二子玉川駅周辺をはじめとして、鉄道沿線など、様々なところに商店街があります。しかし、表通りから外れた裏通りにある商店街や、駅から離れた場所にある商店街などでは、周辺地域へのスーパー等の出店による顧客流出、後継者不足等の影響により、老朽化した店舗や廃業による空き店舗などが増加してきています。そのような中、玉川地域で商売等を行っている商業・サービス業では、周辺商業地域または商店街の活性化については、「活性化していない（「あまり活性化していない」＋「活性化していない）」の割合が多くなっていますが、全体平均（TOTAL）よりは高い評価になっています。
- ◆ 玉川地域で商売等を行っている商業・サービス業に、周辺商業地域または商店街全体の問題点について聞いたところ、全体的には全体平均（TOTAL）と同様に「核になる店舗・事務所がない」や「住宅が多く、商業地域としての連続性に欠ける」、「来客用の駐車・駐輪場が不足している」が、全体平均よりやや高くなっています。

図表 3.3.6 周辺商業地域または商店街の活性化度比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成 21 年 3 月）

図表 3.3.7 周辺商業地域または商店街全体の問題点比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月) 下図同じ。

5. 区民の消費行動

◆ 玉川地域で生活する居住者に、日ごろの買物行動について聞いたところ、青果・精肉・鮮魚をはじめとした最寄品（消費者が、特別な努力を払わずに頻繁に購入する製品）については主に「自宅周辺のスーパー」が多く、「自宅周辺の一般商店」は一部の利用となっており、高級衣料などの買回品（消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品）や贈答品については「区内の駅周辺の商業施設」と「新宿・渋谷の商業施設」、理・美容等については「自宅周辺の一般商店」が多くなっています。

図表 3.3.8 日頃利用するところ（玉川地域 品目別）

	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺のスーパー以外の区内	自宅周辺のコンビニ	区内の駅周辺の大型商業施設	新宿・渋谷の商業施設	東京・有楽町・銀座周辺の商業施設	前記以外のショッピングセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショップ	その他	不明
青果・精肉・鮮魚	29.2	78.9	18.7	1.8	11.5	3.2	0.3	4.2	16.3	0.5	3.7	3.5
弁当・惣菜	20.8	46.5	7.8	26.8	14.5	11.2	2.4	3.4	3.0	0.2	5.9	11.5
酒類・飲料	20.4	61.0	16.9	23.0	7.3	1.1	0.2	4.3	7.8	3.7	4.8	5.6
その他の食料品	12.9	63.4	17.9	10.4	12.9	7.8	2.7	6.5	12.5	1.8	4.3	7.5
日用雑貨	25.7	50.6	15.8	3.8	16.9	8.5	1.8	12.1	6.2	2.4	7.2	6.7
普段着・寝具	10.4	12.1	9.1	0.5	33.7	24.0	10.4	23.5	2.9	9.7	9.7	6.9
高級衣料	2.7	0.3	1.3	0.0	34.7	40.9	29.1	16.1	0.3	3.2	8.8	8.3
薬・化粧品	48.2	27.8	7.7	2.1	17.3	8.8	4.0	5.4	2.2	8.1	12.0	6.1
趣味・本・スポーツ用品	32.3	5.3	2.7	1.8	35.9	24.4	6.4	16.3	1.0	10.2	8.1	7.0
眼鏡・宝飾品	15.5	1.4	1.0	0.5	25.6	29.6	20.9	11.3	0.6	2.2	12.8	12.0
家電・家具等	9.1	4.2	2.9	0.6	37.2	24.3	8.9	25.6	0.6	9.1	12.3	6.5
カバン・靴	7.5	3.5	2.7	0.3	32.1	35.6	22.7	16.9	1.1	6.1	11.2	8.0
理・美容	59.4	1.1	0.3	0.2	6.4	9.3	2.6	2.7	0.3	0.2	19.8	7.2
クリーニング	81.6	4.2	0.5	0.5	2.1	0.3	0.0	0.5	1.0	0.2	7.2	7.8
写真の現像	52.2	5.6	0.8	4.2	7.3	3.0	1.1	2.7	0.0	2.9	13.7	17.6
外食・飲食	39.5	0.6	0.8	0.5	28.3	27.5	20.4	12.3	0.2	0.0	19.3	7.0
贈答品	5.6	2.1	1.1	0.5	38.0	36.6	26.0	10.1	0.5	6.5	10.7	7.2

(注) 30%以上のものに網掛け。

【玉川地域内の商店街での分析イメージ】 ～東深沢商店街振興組合～

「生活支援拠点型商店街」として、商店街活性化に取り組む東深沢商店街において、平成20年度、商店街活性化プラン作成時に、以下のように商店街の現状分析を行いました。

1 地元で生活している生活者の意見や消費実態は・・・

(1) 現状 ～各種統計等データの分析から～

人口: 深沢二丁目中心に人口・世帯数ともに増加(H12→H20で人口124.0%、世帯数124.4%)

居住形態: 商店街が立地する深沢三丁目は一戸建が多いが、一次商圈全体では共同住宅増加。

地域イメージ: 自然が豊富、閑静な住宅街。特に都心就業者、ファミリー層からの評価が高い。

地域への愛着: 全世代に渡り愛着は高く87%。

活用できる地域資源: 呑川緑道(桜並木)、商店街がほぼ同率、祭り、イベント等

買物行動: 生鮮三品等の最寄品はサミット、自由が丘周辺、高級衣料等の買回品は自由が丘や渋谷・新宿等。要因は品揃えと欲しいものがある等。

(2) 商店街に対する意見 ～消費生活者アンケートから～

商店街への不満: 「品揃えが少ない」が74.9%。その他の意見として全体的に「入りづらい」雰囲気。

イベント等に対する評価: 認知度は高いが評価は「ふつう」も多い

商店街に望むソフト事業: 「売出」、「イベント」、「独自商品・ブランドづくり」等

商店街に望むハード事業: 「特になし」、高齢者を中心に「公共施設の誘致」、基本的には店舗力不足、商店街としての魅力づくり等に対する要望多い。都心部生活圏の人は「広場・小公園」。

望ましい街の方向性: 「魅力的な店舗が多く集まっている街」

商店街発展のために: 「空き店舗の解消を図る」、「不足業種を補う」、「商店街の環境整備」等

必要な業種: 「書籍・文具」、「弁当・惣菜」、「スーパー」等

2 商店街会員の意見やニーズは・・・

～商店街会員アンケートから～

商店街タイプと立地環境: 近隣型商店街で駅から2km程度。主な交通手段はバスか自転車。商店街内に住宅等が入り不連続化

商店街の店舗: 店舗の老朽化、経営者の高齢化等により廃業意向やや多い。坪数平均12.8坪で売上の伸び悩みが問題として大きい。

主な顧客: 周辺住民でおおよそ半径500m圏内。しかし「週1回以上」の商店街利用は35.8%で、主に地元の高齢者。買物目的。

商店街の問題点: 「品揃えが少ない」が46.9%。

商店街に必要なソフト事業: 「売出」、「スタンプ」、「ホームページ」、「商店街診断」等

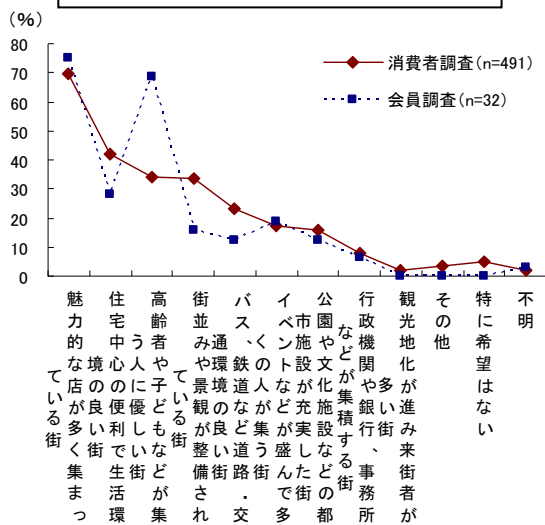
商店街に必要なハード事業: 「公共施設の誘致」、「福祉施設の誘致」、「ベンチ」等

商店街発展のために: 「不足業種を補う」、「空き店舗の解消」等

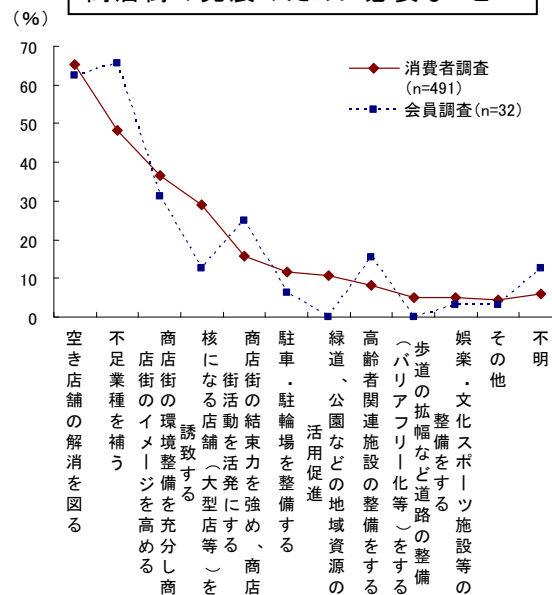
欲しい業種: 「弁当・惣菜」、「書籍・文具」、「鮮魚」

地域資源: 「町会」や地域の学校等との関係密接

望ましい街の方向性



商店街の発展のために必要なこと



- ◎商店街の問題等に対して、消費者と商店街会員の認識は同じです。
- ◎活性化に対する地域住民、消費者と商店街会員が思っている方向性は同じです。
- ◎しかし、課題解決に向けた具体的な方法や内容等には多少の違いが見られます。



- ①消費者ニーズを満たした個店、商店街づくり
- ②地域住民が集う魅力的な場や雰囲気、魅力づくり
- ③まとめりと活気のある商店街活動の推進

第4節 砧地域 ～人口や従業者数が増加しつつも、農地や自然が豊かな街～

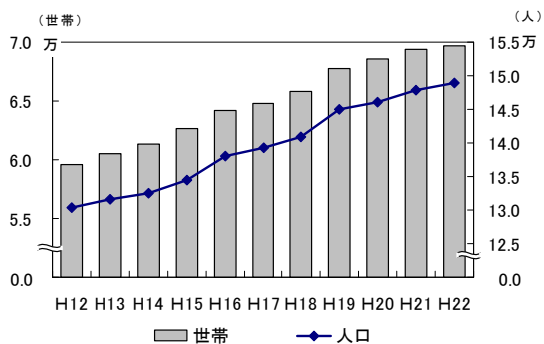
1. 地域概況

- ◆ 砧地域は、区の西部に位置し、農地と住宅地が混在した緑と水が豊かな地域となっています。交通は、道路は南北に環状8号、東西に世田谷通りが走っています。鉄道は東西に小田急線が通り、南北の交通を補うようにバスが運行されています。
- ◆ 成城学園の立地を契機に田園都市の形成を目指した成城の住宅地をはじめ、良好な住宅地が広く分布しています。人口は増加傾向にありますが、人口密度は他地域よりも低くなっています。
- ◆ 映画撮影所や研究所等の集積がみられ、船橋地区には準工業地域があります。成城学園前駅など、各駅中心に地域住民の生活を支える商業機能等の集積がみられます。また、農地が多く残っており、個人直売所のほか共同直売所も運営されています。
- ◆ 成城大学、映画撮影所、世田谷美術館、砧公園などの文教・文化、自然資源に加え、岡本公園民家園など農村文化の名残も多くあります。

2. 人口特性

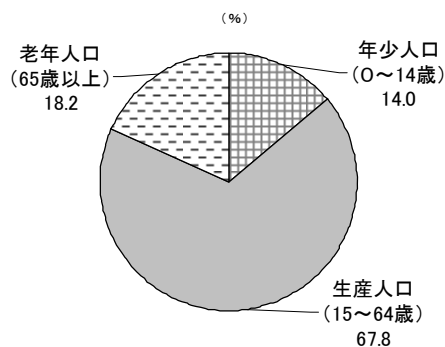
- ◆ 砧地域には、平成22年1月1日現在、69,738世帯、148,869人が暮らしており、5地域の中で、世帯が4番目、人口が3番目に多くなっています。この10年程度の推移をみると、世帯が約18%、人口が約15%増加しています。人口と世帯の増加の差が大きくなり、比較的ファミリー層が増えてきていることがうかがえます。そのため、砧地域では1世帯あたりの人員が他の地域と比較して多くなっています。
- ◆ 年齢構成をみると、平成22年1月1日現在、年少人口（0～14歳）は20,843人で14.0%、生産年齢人口（15～64歳）は100,870人で67.8%、老年人口（65歳以上）は27,156人で18.2%となっています。年少人口の割合は5地域の中で最も多い一方で、生産年齢人口の割合は5地域の中で最も低くなっています。
- ◆ 昼夜間人口比率は、平成17年現在86.6%で区全体の89.7%よりも低くなっています。成城大学のある成城では昼夜間人口比率が高くなっていますが、他の丁目では低く、多くの地域住民が区外へ通勤・通学していることがうかがえます。

図表 3.4.1 砦地域の世帯・人口の推移
(各年1月1日)



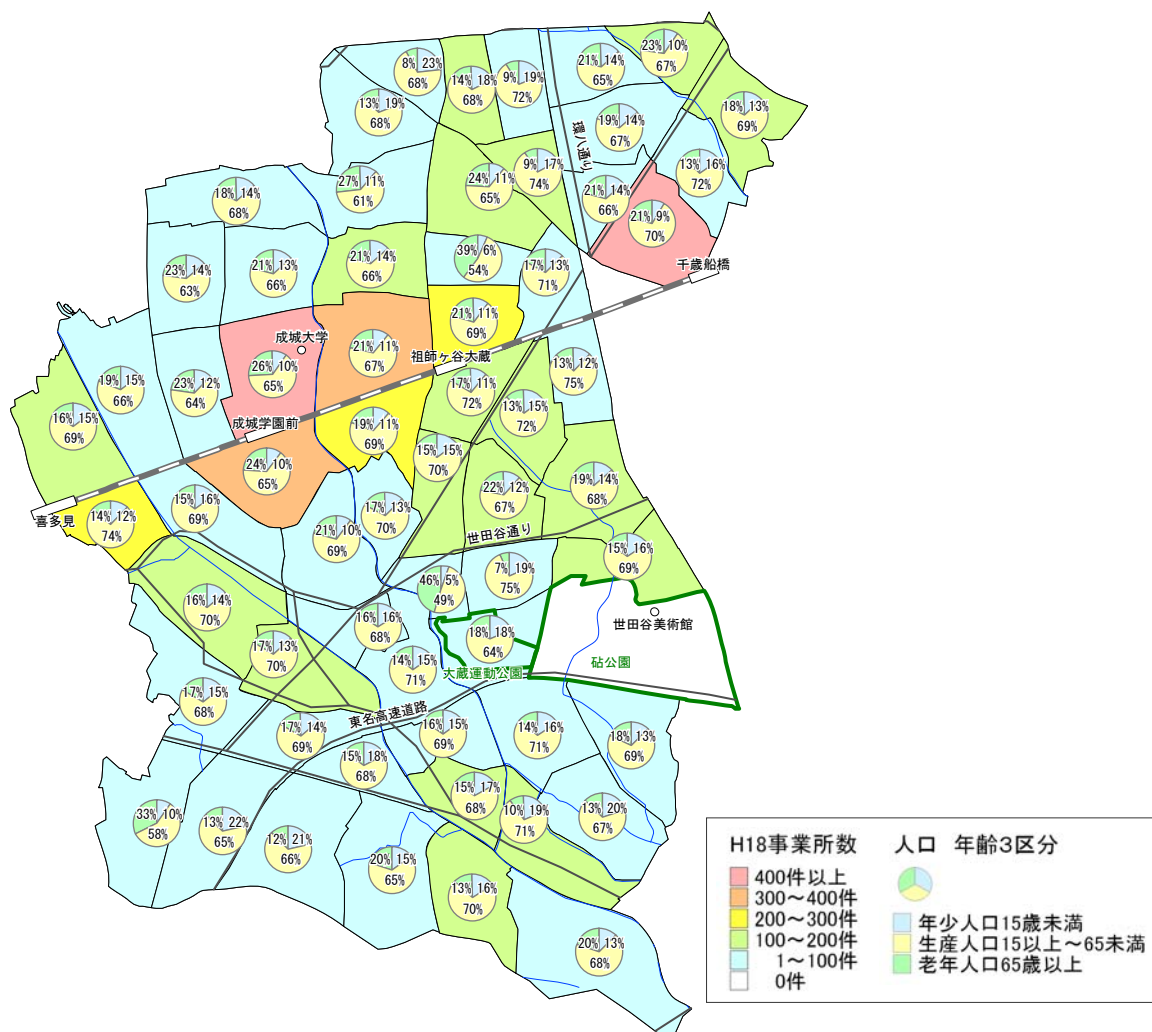
[資料]世田谷区統計

図表 3.4.2 年齢3区分の構成
(平成22年1月1日)



[資料]世田谷区統計

図表 3.4.3 砦地域の事業所数と年齢3区分構成比
(事業所：平成18年、人口：平成22年1月1日)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査 (平成18年)」
世田谷区統計

3. 産業特性

- ◆ 砧地域には、平成 18 年現在、事業所が 3,589 事業所あり、従業者は 35,896 人となっています。それぞれ 5 地域の中で 4 番目に多く、区全体に占める割合は、それぞれ約 1 割、約 1.5 割となっています。
- ◆ 丁目でみると、成城や祖師谷、船橋等で事業所の集積が大きくなっています。全体的には、卸売・小売業やサービス業（他に分類されないもの）が多くなっていますが、建設業は 5 地域の中で最も多く、喜多見等で多くなっています。準工業地域のある船橋では製造業の事業所が多く、成城や船橋では、医療・福祉が多くなっています。
- ◆ 区全体の傾向と同じく、平成 13 年から平成 18 年にかけて、事業所数は減少傾向にあります。従業者数は 7.4% 増加しています。業種でみると、情報通信業の事業所は 4 割増加しており、医療・福祉の従業者数が 6 割増と大きく増加しています。

図表 3.4.4 事業所数・従業者数の増減（対平成 13 年比）

（単位：人、％）

産業分類・業種	事業所数				従業者数			
	H13年	H18		対H13年の増加率	H13年	H18		対H13年の増加率
		実数	構成比			実数	構成比	
区全体	28,059	26,109	-	▲ 6.9	249,126	242,342	-	▲ 2.7
総数	3,675	3,589	100.0	▲ 2.3	33,412	35,896	100.0	7.4
農業・林業・漁業・鉱業	12	13	0.4	8.3	147	128	0.4	▲ 12.9
建設業	324	314	8.7	▲ 3.1	2,468	2,634	7.3	6.7
製造業	152	125	3.5	▲ 17.8	1,468	1,204	3.4	▲ 18.0
電気・ガス・熱供給・水道業	3	2	0.1	▲ 33.3	81	78	0.2	▲ 3.7
情報通信業	20	28	0.8	40.0	362	363	1.0	0.3
運輸業	259	188	5.2	▲ 27.4	1,977	1,971	5.5	▲ 0.3
卸売・小売業	1,064	1,018	28.4	▲ 4.3	8,922	8,689	24.2	▲ 2.6
金融・保険業	45	38	1.1	▲ 15.6	667	810	2.3	21.4
不動産業	229	244	6.8	6.6	710	693	1.9	▲ 2.4
飲食店、宿泊業	466	438	12.2	▲ 6.0	3,319	3,286	9.2	▲ 1.0
医療、福祉	288	332	9.3	15.3	3,027	5,004	13.9	65.3
教育、学習支援業	171	173	4.8	1.2	4,351	4,521	12.6	3.9
複合サービス事業	28	24	0.7	▲ 14.3	554	586	1.6	5.8
サービス業（他に分類されないもの）	602	638	17.8	6.0	4,573	5,203	14.5	13.8
公務（他に分類されないもの）	12	14	0.4	16.7	786	726	2.0	▲ 7.6

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成 18 年）」

- ◆ 事業所全体に占める割合が大きい商業をみると、砧地域の小売業は、事業所が 723 事業所、従業者が 5,944 人、年間商品販売額が 111,679 百万円、売場面積が 66,872 m²となっています。事業所数、従業者数、売場面積は4番目となっているものの、年間商品販売額は3番目に多くなっています。それぞれ区全体の 1.5 割程度を占めています。
- ◆ 丁目でみると、祖師ヶ谷大蔵駅周辺や成城学園前駅周辺の成城や祖師谷、砧等に、事業所が多く、従業者数や年間商品販売額も多くなっています。

図表 3.4.5 砧地域の小売業の事業所数等と区全体に占める割合（平成 19 年）

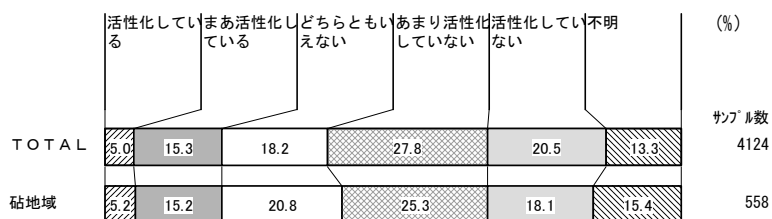
	区全体	地域総数	
		実数	区全体に占める割合(%)
事業所数	5,470	723	13.2
従業者数(人)	38,062	5,944	15.6
年間商品販売額(百万円)	736,143	111,679	15.2
売場面積(m ²)	430,693	66,872	15.5

[資料]経済産業省「商業統計調査(平成 19 年)」

4. 地域の活性化状況

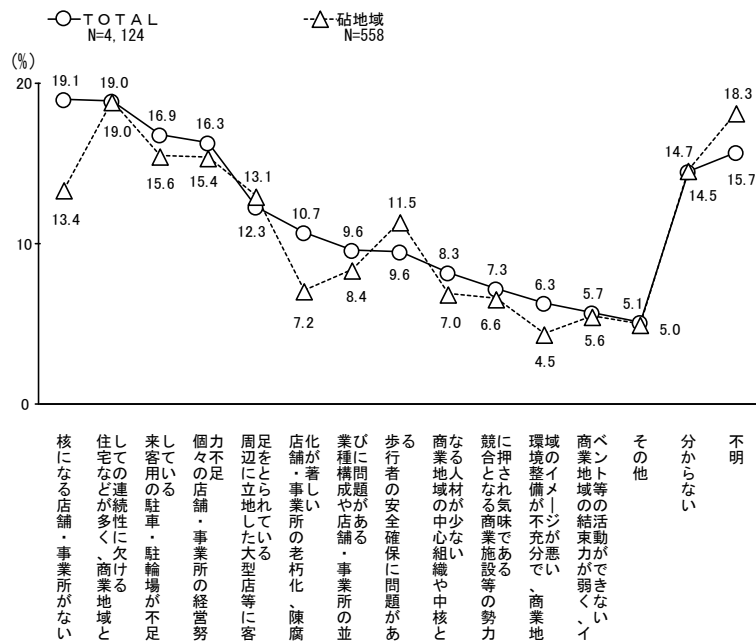
- ◆ 砧地域には、小田急線の沿線中心に商店街がありますが、駅から離れた場所などでは、周辺地域へのスーパー等の出店による顧客流出、後継者不足、店舗老朽化等により、空き店舗などが増加してきています。そのようなことから、砧地域で商売等を行っている商業・サービス業では、周辺商業地域または商店街の活性化については、「活性化していない(「あまり活性化していない」+「活性化していない)」の割合が多くなっています。
- ◆ 砧地域で商売等を行っている商業・サービス業に、周辺商業地域または商店街全体の問題点について聞いたところ、全体的には全体平均(TOTAL)と同様に「住宅が多く、商業地域としての連続性に欠ける」は高くなっていますが、「核になる店舗・事務所がない」については、全体平均と異なりあまり高くなく、一方、「歩行者の安全確保に問題がある」については、全体平均よりやや高くなっています。

図表 3.4.6 周辺商業地域または商店街の活性化度比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成 21 年 3 月)

図表 3.4.7 周辺商業地域または商店街全体の問題点比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月) 下図同じ。

5. 区民の消費行動

- ◆ 砧地域で生活する居住者に、日ごろの買物行動について聞いたところ、青果・精肉・鮮魚をはじめとした最寄品（消費者が、特別な努力を払わずに頻繁に購入する製品）については主に「自宅周辺のスーパー」が多く、「自宅周辺の一般商店」の利用は一部となっており、高級衣料などの買回品（消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品）や贈答品については「新宿・渋谷の商業施設」、理・美容等については「自宅周辺の一般商店」が多くなっています。

図表 3.4.8 日頃利用するところ（砧地域 品目別）

	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺のスーパー以外の区内	自宅周辺のコンビニエンスストア	区内の駅周辺の大型商業施設	新宿・渋谷の商業施設	周辺の商業施設	東京・有楽町・銀座	前記以外のショッピングセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショップ	その他	不明
青果・精肉・鮮魚	17.2	83.9	18.3	3.0	9.3	2.4	0.2	1.7	22.4	0.2	3.3	5.2	
弁当・惣菜	21.7	60.4	9.3	23.0	12.6	9.8	1.1	2.0	2.0	0.0	3.5	10.4	
酒類・飲料	20.9	70.7	16.1	16.5	6.1	1.1	0.2	2.4	8.7	3.0	2.2	6.7	
その他の食料品	16.1	69.3	16.1	9.8	7.4	5.9	0.9	3.7	15.2	2.6	3.5	10.4	
日用雑貨	25.2	57.0	18.0	4.1	12.8	8.9	1.3	10.0	7.6	3.9	4.3	6.7	
普段着・寝具	8.0	19.1	8.5	0.4	20.2	34.1	8.3	20.4	3.9	12.2	7.2	9.8	
高級衣料	1.7	3.0	1.5	0.2	17.0	60.7	24.6	13.5	0.2	3.3	8.0	10.2	
薬・化粧品	43.5	29.3	10.4	3.5	15.0	12.2	1.7	4.6	2.0	7.0	11.1	7.2	
趣味・本・スポーツ用品	39.1	8.5	3.7	3.9	23.5	30.4	3.9	10.0	0.7	10.7	5.7	9.1	
眼鏡・宝飾品	25.4	3.5	1.1	0.0	18.0	41.1	15.2	10.0	0.0	2.0	8.0	13.0	
家電・家具等	12.2	3.3	3.0	0.7	25.0	35.2	5.4	23.9	0.4	9.8	12.8	9.1	
カバン・靴	10.9	6.5	4.1	0.2	17.4	52.4	16.5	17.8	1.3	6.5	6.1	8.7	
理・美容	59.8	1.5	0.2	0.4	7.2	8.9	3.0	2.2	0.0	0.0	18.3	9.1	
クリーニング	76.1	4.8	1.1	0.7	3.5	0.7	0.2	0.7	0.9	0.2	9.8	8.0	
写真の現像	50.2	7.2	2.0	4.6	4.8	2.8	1.1	0.9	0.4	3.7	14.1	18.7	
外食・飲食	43.9	1.7	0.2	0.7	23.7	39.1	12.6	9.8	0.4	0.0	15.0	8.3	
贈答品	6.7	3.3	1.3	0.2	24.8	57.8	18.7	7.6	1.1	7.2	6.7	9.8	

(注) 30%以上のものに網掛け。

第5節 烏山地域 ～産業が減退傾向にある中、情報通信業が発達する街～

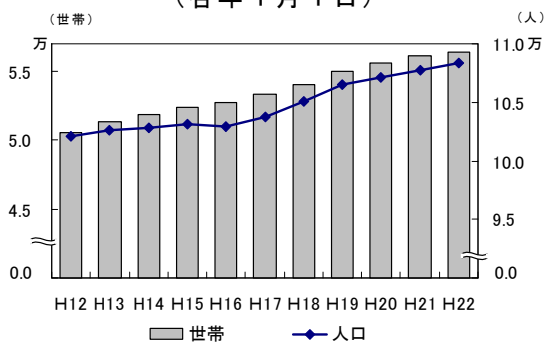
1. 地域概況

- ◆ 烏山地域は、区の北西部に位置し、住宅が多くなっていますが、農地や緑も多く、今なお武蔵野の面影が残る地域となっています。古くは農村地帯でしたが、京王線の開通以降、郊外住宅地として開発が進められてきました。
- ◆ 交通は、道路が南北に環状8号、東西に甲州街道が通っています。また、東西に京王線が通り、南北にバスが運行されていますが、依然、交通の体系的な整備が求められる地域となっています。
- ◆ 千歳烏山駅周辺に商業等の機能が集積し、地域の商業拠点となっています。また、農地が多く残っており、個人直売所のほか共同直売所も運営されています。
- ◆ 関東大震災で罹災した寺が集まった烏山寺町をはじめ、世田谷文学館や蘆花恒春園など、歴史・文化資源が立地しています。

2. 人口特性

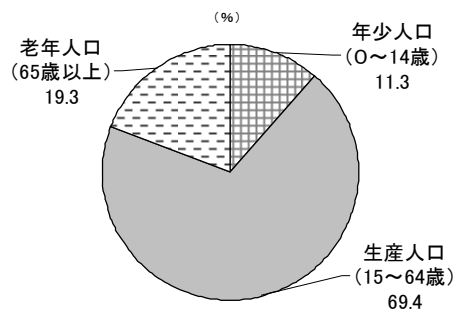
- ◆ 烏山地域には、平成22年1月1日現在、56,394世帯、108,368人が暮らしており、世帯・人口ともに、5地域の中で最も少なくなっています。この10年程度の推移をみると、世帯が約13%、人口が約6%増加しています。人口の増加よりも世帯数の増加の方が大きく、1世帯あたりの人員が少なくなっていることがうかがえます。
- ◆ 年齢構成をみると、平成22年1月1日現在、年少人口（0～14歳）は12,251人で11.3%、生産年齢人口（15～64歳）は75,198人で69.4%、老年人口（65歳以上）は20,919人で19.3%となっています。年少人口や生産年齢人口の割合は区全体の平均とほぼ同じですが、老年人口の割合は、北沢地域と並んで5地域の中で最も高くなっています。
- ◆ 昼夜間人口比率は、平成17年現在78.5%で区全体の89.7%よりも10ポイント程度低く、5地域の中で最も低くなっています。千歳烏山駅周辺の南烏山が最も高くなっていますが、100%を超えている地域はなく、多くの地域住民が区外へ通勤・通学していることがうかがえます。

図表 3.5.1 烏山地域の世帯・人口の推移
(各年1月1日)



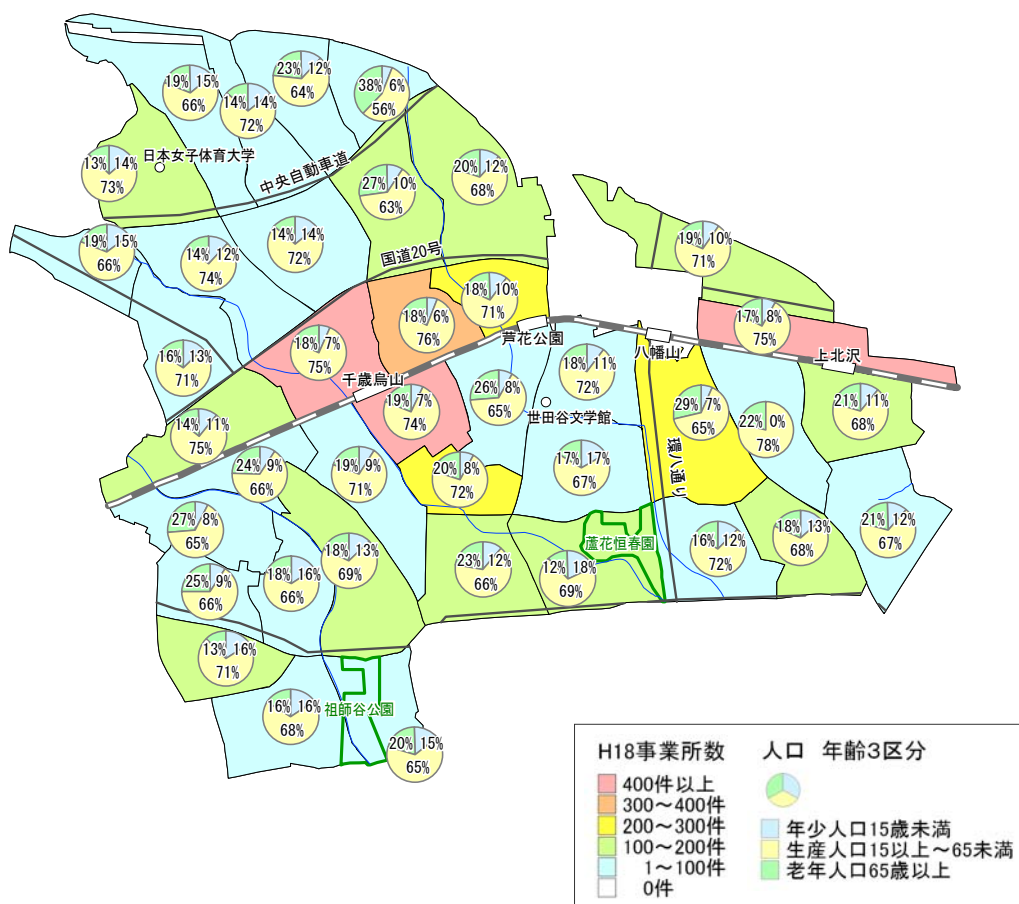
[資料]世田谷区統計

図表 3.5.2 年齢3区分の構成
(平成22年1月1日)



[資料]世田谷区統計

図表 3.5.3 烏山地域の事業所数と年齢3区分構成比
(事業所：平成18年、人口：平成22年1月1日)



[資料]総務省「事業所・企業統計調査 (平成18年)」
世田谷区統計

3. 産業特性

- ◆ 烏山地域には、平成 18 年現在、事業所が 2,898 事業所あり、従業者は 27,145 人となっています。それぞれ 5 地域の中で最も少なく、区全体に占める割合は、それぞれ約 1 割となっています。
- ◆ 丁目でみると、千歳烏山駅周辺の南烏山で事業所の集積が大きく他の丁目を大きく上回っています。全体的には、卸売・小売業やサービス業（他に分類されないもの）が多くなっていますが、医療・福祉の従業者数の全体に占める割合が多く、中でも上北沢や北烏山では 1,000 人を超え多くなっています。
- ◆ 区全体の傾向と同じく、平成 13 年から平成 18 年にかけて、事業所数、従業者数ともに減少しており、区全体よりも減少幅が若干大きくなっています。業種でみると、情報通信業は事業所、従業者ともに約 2 割増加しており、全体的に減少するなか、増加が大きくなっています。また、医療・福祉も従業者数が 2 割増加しています。

図表 3.5.4 事業所数・従業者数の増減（対平成 13 年比）

（単位：人、％）

産業分類・業種	事業所数				従業者数			
	H13年	H18		対H13年の増加率	H13年	H18		対H13年の増加率
		実数	構成比			実数	構成比	
区全体	28,059	26,109	-	▲ 6.9	249,126	242,342	-	▲ 2.7
総数	3,149	2,898	100	▲ 8.0	28,359	27,145		▲ 4.3
農業・林業・漁業・鉱業	15	13	0.4	▲ 13.3	122	86	0.3	▲ 29.5
建設業	293	263	9.1	▲ 10.2	2,569	1,894	7.0	▲ 26.3
製造業	124	107	3.7	▲ 13.7	1,300	1,137	4.2	▲ 12.5
電気・ガス・熱供給・水道業	1	0	0.0	▲ 100.0	256	0	0.0	▲ 100.0
情報通信業	30	36	1.2	20.0	1,002	1,262	4.6	25.9
運輸業	258	183	6.3	▲ 29.1	2,330	1,897	7.0	▲ 18.6
卸売・小売業	851	744	25.7	▲ 12.6	6,854	6,123	22.6	▲ 10.7
金融・保険業	32	27	0.9	▲ 15.6	560	528	1.9	▲ 5.7
不動産業	195	211	7.3	8.2	631	661	2.4	4.8
飲食店、宿泊業	408	373	12.9	▲ 8.6	2,554	2,364	8.7	▲ 7.4
医療、福祉	223	239	8.2	7.2	4,185	5,020	18.5	20.0
教育、学習支援業	122	112	3.9	▲ 8.2	1,841	1,894	7.0	2.9
複合サービス事業	12	12	0.4	0.0	89	85	0.3	▲ 4.5
サービス業(他に分類されないもの)	575	567	19.6	▲ 1.4	3,833	3,791	14.0	▲ 1.1
公務(他に分類されないもの)	10	11	0.4	10.0	233	403	1.5	73.0

[資料]総務省「事業所・企業統計調査（平成 18 年）」

- ◆ 事業所全体に占める割合が大きい商業をみると、烏山地域の小売業は、事業所が 518 事業所、従業者が 3,806 人、年間商品販売額が 82,006 百万円、売場面積が 38,594 m²となっています。全ての項目について5地域の中で最も少なく、それぞれ区全体の1割程度を占めています。
- ◆ 丁目でみると、千歳烏山駅周辺の南烏山で事業所の集積が大きく、地域全体の半数近くを占めています。年間商品販売額も全体の3割程度を占めており、烏山地域の中心的な核になっていることがうかがえます。

図表 3.5.5 烏山地域の小売業の事業所数等と区全体に占める割合（平成19年）

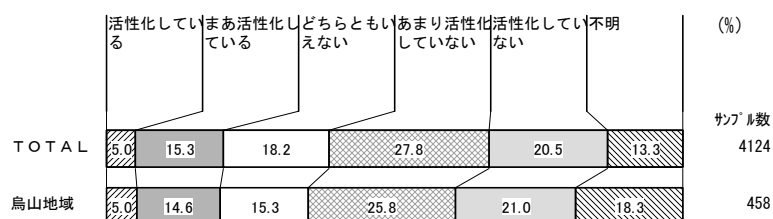
	区全体	地域総数	
		実数	区全体に占める割合(%)
事業所数	5,470	518	9.5
従業者数(人)	38,062	3,806	10.0
年間商品販売額(百万円)	736,143	82,006	11.1
売場面積(m ²)	430,693	38,594	9.0

[資料]経済産業省「商業統計調査（平成19年）」

4. 地域の活性化状況

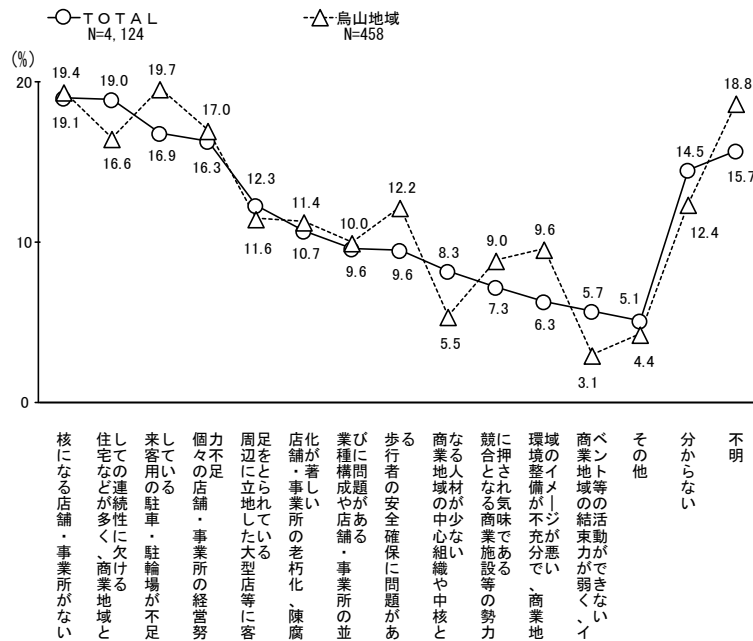
- ◆ 烏山地域には、京王線の沿線中心に商店街がありますが、駅から離れた場所にある商店街などでは、周辺地域へのスーパー等の出店による顧客流出、後継者不足、店舗老朽化等により、空き店舗などが増加してきています。そのようなことから、烏山地域で商売等を行っている商業・サービス業では、周辺商業地域または商店街の活性化については、「活性化していない（「あまり活性化していない」＋「活性化していない」）の割合が多くなっています。
- ◆ 烏山地域で商売等を行っている商業・サービス業に、周辺商業地域または商店街全体の問題点について聞いたところ、全体的には全体平均（TOTAL）と同様に「核になる店舗・事務所がない」は高くなっていますが、「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」については、全体平均と異なりあまり高くなく、一方、「来客用の駐車・駐輪場が不足している」や「歩行者の安全確保に問題がある」などについては、全体平均よりやや高くなっています。

図表 3.5.6 周辺商業地域または商店街の活性化度比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」（平成21年3月）

図表 3.5.7 周辺商業地域または商店街全体の問題点比較



[資料]世田谷区「世田谷区産業基礎調査」(平成21年3月) 下図同じ。

5. 区民の消費行動

- ◆ 烏山地域で生活する居住者に、日ごろの買物行動について聞いたところ、青果・精肉・鮮魚をはじめとした最寄品（消費者が、特別な努力を払わずに頻りに購入する製品）については主に「自宅周辺のスーパー」が多く、「自宅周辺の一般商店」は一部の利用となっており、高級衣料などの買回品（消費者が、いくつかの製品を十分に比較検討した上で購入する製品）や贈答品については「新宿・渋谷の商業施設」、理・美容等については「自宅周辺の一般商店」が多くなっています。

図表 3.5.8 日頃利用するところ（烏山地域 品目別）

	自宅周辺の一般商店	自宅周辺のスーパー	自宅周辺のスーパー以外の区内	自宅周辺のコンビニ	区内の駅周辺の大型商業施設	新宿・渋谷の商業施設	東京・有楽町・銀座周辺の商業施設	前記以外のショッピングセンター等	生協等の宅配サービス	ネットショップ	その他	不明
青果・精肉・鮮魚	25.7	88.3	16.2	3.0	3.3	6.9	0.6	2.7	18.6	0.9	2.7	3.3
弁当・惣菜	20.1	58.1	8.4	28.4	4.8	18.0	1.8	1.5	1.8	0.3	3.3	10.5
酒類・飲料	16.8	75.4	13.2	17.4	3.6	2.7	0.6	5.1	12.0	1.8	3.6	5.4
その他の食料品	13.8	73.7	17.1	9.0	4.2	12.6	2.4	3.3	14.7	1.2	3.3	6.3
日用雑貨	30.5	53.3	13.2	3.6	9.9	13.2	0.3	13.5	8.1	2.7	5.4	6.6
普段着・寝具	15.6	22.8	8.7	0.3	17.1	38.9	4.2	18.6	3.9	10.2	6.9	6.6
高級衣料	4.5	2.4	0.6	0.0	9.9	70.4	21.0	11.7	0.0	2.7	6.9	8.7
薬・化粧品	54.5	25.1	8.1	3.0	10.5	19.2	0.9	6.9	2.4	4.5	9.0	5.4
趣味・本・スポーツ用品	47.9	4.2	1.2	1.8	17.7	37.7	5.1	15.3	1.5	11.7	2.7	7.2
眼鏡・宝飾品	29.9	2.1	0.9	0.0	9.6	44.9	12.0	10.2	0.0	4.2	10.2	9.6
家電・家具等	11.4	3.3	3.3	0.3	27.8	39.8	3.9	26.0	1.2	10.2	9.9	7.8
カバン・靴	18.0	1.8	2.1	0.0	12.9	59.6	14.4	15.9	0.6	8.4	5.7	7.2
理・美容	68.6	0.6	0.0	0.0	3.6	8.4	2.4	3.3	0.0	0.3	15.3	6.9
クリーニング	82.9	5.7	0.9	0.0	1.5	0.0	0.0	0.9	1.2	0.0	5.4	6.9
写真の現像	60.5	3.9	1.5	1.5	3.6	3.0	0.0	2.1	0.0	0.9	12.9	18.6
外食・飲食	44.3	0.0	0.0	0.9	14.1	49.1	13.5	11.7	1.2	0.0	12.9	9.6
贈答品	7.2	4.2	0.9	0.0	6.6	70.4	15.0	9.3	0.9	8.1	7.5	8.4

(注) 30%以上のものに網掛け。

第4章 世田谷の産業政策と今後を知る

第1節 商業・サービス業

1. 区民生活や地域社会と共生する商業の振興

消費者の購買行動の変化、スーパー等の大型店の立地、都心地域での大規模商業開発の進行等により、区内の商店街およびそれを構成する個店は厳しい経営状況にあります。近年、少子化や高齢化の進展をはじめ、ライフスタイルや地域コミュニティのあり方などが変化し、地域の商店街に対して様々な役割が期待されるようになってきています。しかし、商店街は、後継者不足など担い手の減少をはじめ、商店街会員の商店街活動への参加・協力が十分得られない等の状況があり、積極的に商店街活動を展開するのが難しい状況にあり商店街をはじめとした商業機能の減退が懸念されます。

世田谷区は、平成20年3月に策定した「世田谷区産業ビジョン」に区内の商店街を「地域の区民の日常生活を支える公共的役割を担う」と位置づけました。また、平成21年8月に施行された地域商店街活性化法は、商店街を地域コミュニティの核として位置づけ、これらの商店街活動を応援する商店街支援法でもあります。

ますます商店街の役割は大きくなっていく中で、これを担える商店街づくりのため、今後も、区民などの生活を支え、生活を楽しく豊かにする魅力ある商店街や日常生活を支える身近な商店街、更には個店づくりを進めるにあたり、地域特性など商店街の置かれる環境や求められる役割等を踏まえた魅力向上を図っていきます。

図表 4.1.1 区民生活や地域社会と共生する商業の振興施策

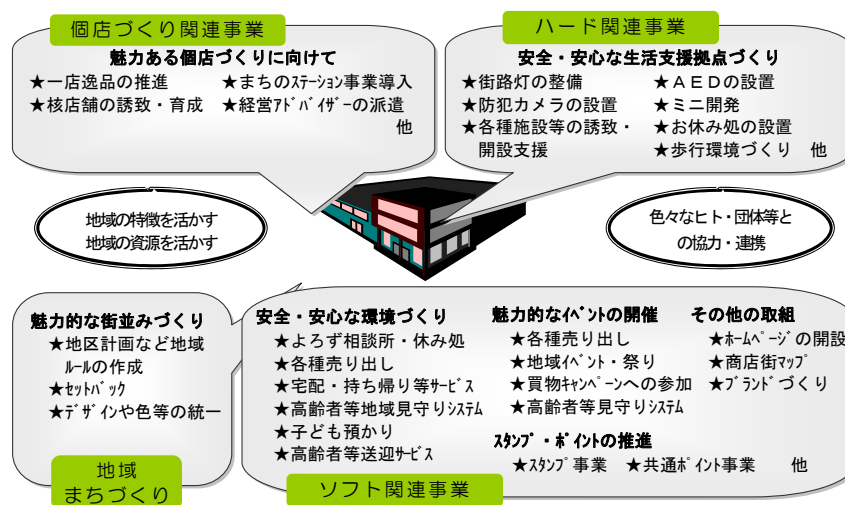
- (1) 全国から多くのひと、もの、情報を惹きつける商店街づくり
- (2) 地域特性にマッチした個性的かつ魅力的な地域型商店街づくり
- (3) 区民の日々の生活を支える、安全安心な生活支援拠点としての商店街づくり
- (4) 商店街マネジメントの推進
- (5) 魅力ある個店づくり
- (6) 地域と共生する大型店

本区では、商店街が担う機能を3つの層で捉え、それぞれにあった商店街振興策を展開しています。平成20年度から、3層機能の「地域生活を支援する機能」と「地域特性を活かした機能」をそれぞれ「生活支援拠点型商店街」、「地域街づくりと協働した商店街」として、商店街振興へ向けた検討・プランの作成等を進めています。

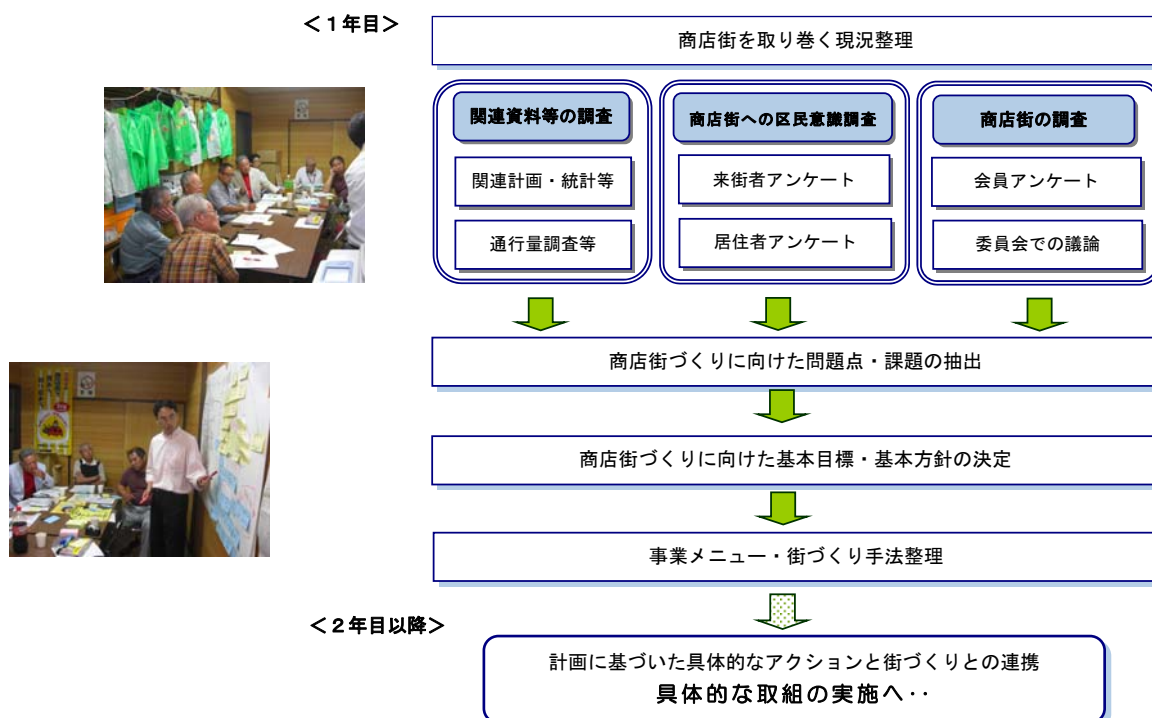
生活支援拠点型商店街として、東深沢商店街、豪徳寺商店街、赤堤商店街の3商店街、地域街づくりと協働した商店街として、用賀商店街、経堂農大通り商店街、尾山台駅周辺商店街、三茶銀座商店街の4商店街が取り組んでいます。

1年目に、商店街関係者や地域団体等で構成する検討委員会を設置し、消費者アンケート調査等の調査や検討を進め、商店街振興プランを作成しています。作成した商店街は、2年目以降、プランに基づいて具体的な事業を展開しています。

図表 4.1.2 商店街活性化へ向けた取組み事業のイメージ



図表 4.1.3 取組みのステップ



【コラム1：「生活支援拠点型商店街プラン」の概要（豪徳寺商店街）】

豪徳寺商店街では、生活支援拠点型商店街として、商店街の役員や商店街活動に関心のある会員をはじめ、地域住民やNPO法人など地域にかかわりのある様々な人が参画した策定委員会を設置しました。消費者アンケートや会員アンケート等の実施、商店街を取り巻く環境の調査・分析等を行い、商店街の抱える問題や目指す方向性等を議論し、商店街プランとしてまとめました。

■委員会の開催概要

回	検討内容	回	検討内容
1	・事業内容・スケジュール等の説明 ・経営者アンケートの調査票、実施方法等について	4	・消費者アンケートの結果について
—	商店街会員アンケートの実施	5	・商店街の課題とこれからの方向性等について
2	・商店街をとりまく環境について ・消費者アンケートの調査票、実施方法等について	6	・商店街の目指す方向性について ・今後取り組むべき事業について
—	消費者アンケートの実施	7	・商店街のコンセプト・方向性について ・事業体系案等について
3	・商店街会員アンケートの結果について ・通行量調査について	8	・商店街のコンセプト・方向性について ・事業概要・重点的に取り組む事業について

■商店街の抱える課題

商店街周辺に住む世帯・人口の推移等の地域の概況、消費者や地域住民に対するアンケート調査、商店街会員に対するアンケート調査結果等から、商店街の抱える課題をまとめました。

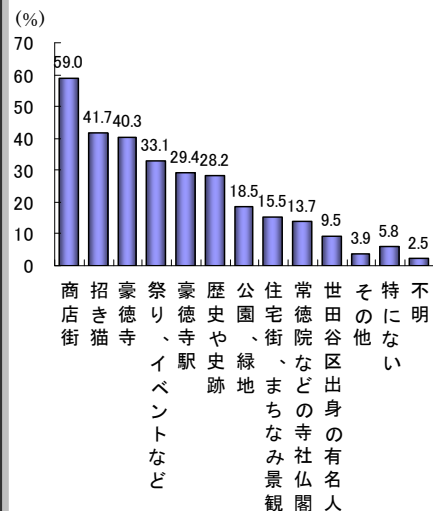
～商店街会員アンケート調査から～

- ・下北沢、経堂にはさまれ、沿線には大商業集積地の新宿がある立地環境で、店舗の老朽化、経営者の高齢化等の進展。坪数平均 16.9 坪で売上の伸び悩みに悩んでいる。
- ・商店街の問題点は「品揃えが少ない」を1番に上げており、商店街に必要なハード事業は「道路環境の解消」、「トイレ」、「ベンチ」、「駐輪場」などで、ソフト事業は「分からない」が多い。
- ・商店街発展のために、「不足業種を補う」、「空き店舗の解消」などが上げられている。

～消費者アンケート調査から～

- ・地域への愛着は全世代に渡り愛着は高く 88.7%あり、商店街発展のために必要なことは「不足業種を補う」、「空き店舗の解消を図る」、「歩道整備」などとなっている。
- ・商店街に望むソフト事業は「売り出し」、「安全安心対応」、「独自商品・ブランドづくり」、ハード事業は高齢者を中心に「トイレの整備」、「駐輪場」、「防犯カメラ」などとなっている。
- ・活用できる地域資源は、商店街、招き猫、豪徳寺、そして祭り、イベントなど、商店街を中心とした周辺地域資源。

活用できそうな地域資源



～地域の現状調査から～

- ・宮坂二丁目の減少もあり人口は多少減少しているが、世帯数は増加傾向。一般世帯の約半分が単身世帯。少子高齢化が進展中。
- ・豪徳寺駅利用者は微増程度。建築物は周辺都市と比較して低層のことが多い。



- ①商店街の主な顧客を知り、皆で共通認識を持つこと
- ②消費者のニーズを満たす個店力、商店街力を向上させていくこと
- ③豊かな地域資源を活用した街共通のコンセプトを構築すること
- ④まとまりのある商店街活動を推進していくこと

■事業体系



■コンセプト

歴史・文化・生活が薫る笑顔がやさしい商店街
～ねこみち こみち まねきみち～



豪徳寺商店街は、小田急線豪徳寺駅を核とした歴史や文化と比較的豊かな自然を有する住宅エリアにある商店街です。沿線には、経堂、下北沢、そして新宿といった大きな商業集積地に挟まれていることから、地域の消費生活者のニーズやライフスタイルにマッチした商店街環境のレベルアップに加え、豪徳寺をはじめとする多くの地域資源も活用した共通のイメージづくりが望まれます。地域のお住まいの高齢者をはじめ、商店街のお客様の生活を支え、質を高める事業を着実に推進し、豪徳寺をはじめとした寺社町の文化が薫るまちで、生活者が集い憩う商店街を目指します。

■取組みの成果(翌年度以降の取組み)

豪徳寺商店街では、プランに基づき、イベントのリニューアルや商店街マップづくり等の事業をNPO法人や地域住民等と連携して進めています。



【コラム2：「商店街振興プラン」の概要（用賀商店街）】

用賀商店街では、商店街の役員や商店街活動に関心のある会員で策定委員会を設置し、消費者アンケートや会員アンケート等の実施、商店街を取り巻く環境の調査・分析などを行い、商店街の抱える問題や目指す方向性等を議論し、商店街振興プランとしてまとめました。

■委員会の開催概要

回	検討内容	回	検討内容
1	・事業内容・スケジュール等の説明 ・経営者アンケートの調査票、実施方法等について	5	・商店街の課題について ・商店街のイメージについて
—	商店街会員アンケートの実施	6	・商店街の目指す方向性について ・今後取り組むべき事業について
2	・商店街をとりまく環境について ・消費者アンケートの調査票、実施方法等について	7	・商店街のコンセプトについて ・今後取り組むべき事業について
—	消費者アンケートの実施	8	・商店街のコンセプトや目指す方向性について ・今後取り組む事業の内容について
3	・商店街会員アンケートの結果について	9	・今後取り組む事業の内容について ・次年度以降の取り組みについて
4	・消費者アンケートの結果について		

■商店街の抱える課題

商店街周辺に住む世帯・人口の推移等の地域の概況、消費者や地域住民に対するアンケート調査、商店街会員に対するアンケート調査結果等から、商店街の抱える課題をまとめました。

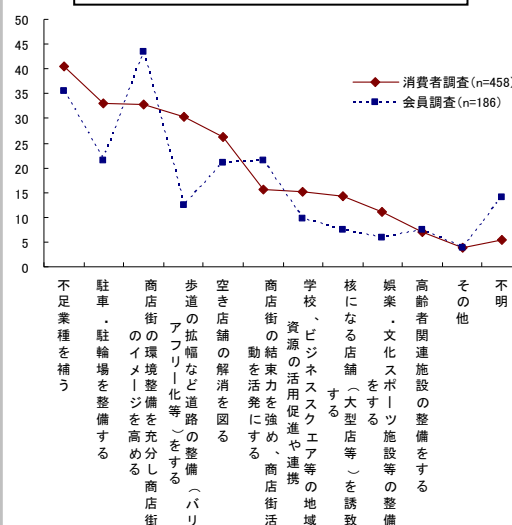
～商店街会員アンケート調査から～

- ・小規模店舗が多く、後継者がいない店舗が多い。
- ・商店街の問題として「品揃え」、「駐輪・駐車場」、「個店の努力不足」等の割合が多い。
- ・必要な事業として「売り出し」、「チラシ」、「防犯カメラ」、「駐輪・駐車場」、「環境整備」、「不足業種を補う」等の割合が多い。
- ・商店街活動を「活発」と考えるのは2割で、6割が「普通」と感じている割合が多い。

～消費者アンケート調査から～

- ・地域に「愛着がある」人が9割を超え、賑わいに活用できる地域資源として「商店街」を挙げる割合が多い。
- ・生鮮三品等は「近隣のスーパー」が多いものの、商店街を週1回以上利用する人が7割と多い。
- ・必要な事業として「イベント」、「安全・安心」、「売り出し」、「不足業種を補う」等の割合が多い。
- ・商店街に必要な業種として「鮮魚」、「書籍・文具」、「飲食」の割合が多い。

商店街の発展のために必要なこと

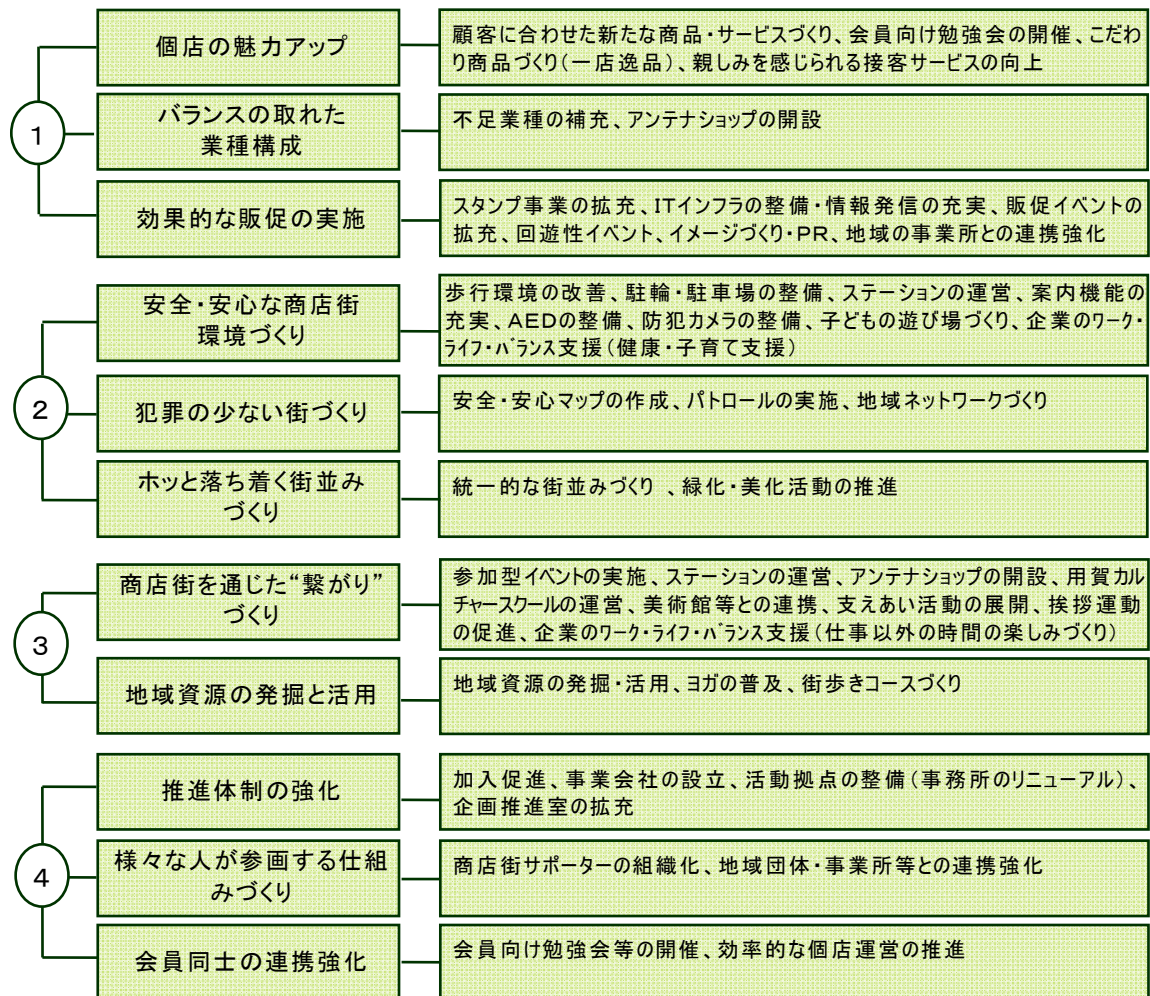


～地域の現状調査から～

- ・全体的に世帯・人口が増加し、単独世帯の増加が大きい。商店街周辺に約4万人が居住している。畑や空き地等がファミリー向けマンションへ転用されてきている。
- ・周辺には、砧公園や世田谷美術館等があり、用賀駅は一日約6万人が利用している。

- ①消費者ニーズやライフスタイルを踏まえた個店力の向上
- ②エリア全体のイメージづくりとそれに合わせた商店街活動の整理
- ③商店街活動を推進する体制づくり

■事業体系



■コンセプト

事業を企画・展開していくにあたって、会員・地域住民などすべての人々で共有する基本的な考え方として、以下のコンセプトを定めました。

笑顔 ふれあい ヨガ 用賀

商店街周辺は、交通環境や商業集積、イベント、公園や美術館など利便性や落ち着き・楽しみをもたらす要素が豊富なバランスの取れた街ですが、より暮らしやすい街を目指し、消費者の家族構成やライフスタイルにあわせた商業環境の向上に加え、地域全体の魅力アップが求められています。

「つながり」という意味を持つ「ヨガ」の考えに立ち、商店街を中心に、地域の人々や歴史・文化、自然など様々なモノがふれあうことができる環境づくりを通じて、地域に係る人達の地域を大切に思う気持ち(やさしさ)を育むと共に、ホッと安心できる場として笑顔がほころぶ商店街を目指します。

■取組みの成果(翌年度以降の取組み)

用賀商店街では、プランに基づき、鮮魚の販売等を行う「まちなか観光物産館(アンテナショップ)」や地域コミュニティの拠点「ハロー*ようが(ステーション)」を整備すると共に、事業推進主体としてまちづくり会社を設立しています。



【コラム3：商店街経営学校（平成20年度から）】

1 背景と目的

(1)背景

今日、地域の商店街は、様々な観点で厳しい状況下に置かれている。特に、価値観の多様化による消費行動の変化、大規模商業施設の開設や車社会の進展、少子高齢化による地域の人口構造の変化などが、個々の店舗（個店）に大きな影響を与え、事業継続を難しいものとし、全国的にも結果として個店がさびれ、商店街が衰退し、身近な地域コミュニティが失われていく状況となっている。一方で、区内ではコミュニティポイントによる地域貢献活動などを積極的に行い、本来ある商店街の機能を活かした事業に取り組むなど、全国を先導する商店街なども出てきている。

上記のような商店街の新たな取り組みなど、商業活性化だけではなく、地域コミュニティとの繋がりづくりなど幅広い効果的な取り組みが求められてきている。

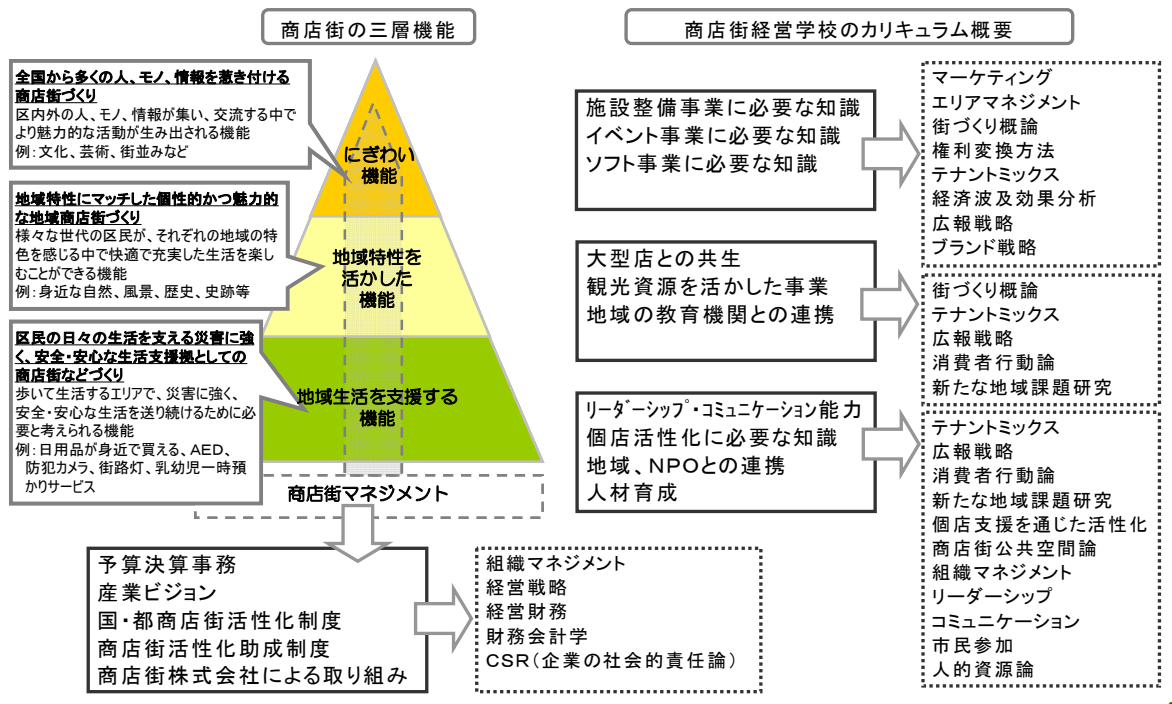
(2)本事業の目的

このような状況の中、区では「世田谷区産業ビジョン」及び「産業振興計画」が策定され、具体的施策として商店街経営学校が開設されることとなった。ここでは、個々の店舗の魅力アップを支援するとともに、地域特性などを踏まえた魅力的な街づくりの視点でハード・ソフト両面から検討し、マネジメントしていくための組織づくりや事業を推進するなど、商店街のマネジメント力向上を図ることを目的としている。

2 事業概要

商店街の後継者育成、経営力強化を目的に、商店街の三層機能とそれを支える商店街マネジメントに対応したカリキュラム骨子を作り、それに基づき通年で講義を組み立てる。具体的には、商店街の役員、事務員や商人塾の卒業生を対象に、専門家や商店街経営者を招いた講義・ワークショップ、視察等を実施し、リーダーに必要な知識、商店街組織の運営、経理・法務、安全・安心や町会等との関わりをはじめとした地域貢献事業の具体的な取組などについて、総合的に学ぶ場を設ける。

商店街振興に向けた三層機能と商店街経営学校の位置付け



3 カリキュラムと参加者（平成20年度）

日程	テーマ	人数	内 容
6/25(水)	開校記念事業	111	「商店街を経営するとは」 パネルディスカッション
8/5(火)	地域社会と商店街	42	「世田谷区産業ビジョンと商店街の役割」(講師:松島茂校長) ワークショップ: 「10年後の姿を実現させるために」
9/3(水)	現場視察	27	足立区東和銀座商店街振興組合/株式会社アモールトワ
10/6(月)	販促・経営	34	「商店街の活性化事例」(講師:西郷真理子氏) ワークショップ: 「まちの「特徴」をどのように商店街活性化に活かしていくか」
10/22(水) ~24(金)	現場視察	26	優良商業地視察(世田谷区商店街連合会事業) 香川県 高松市丸亀町商店街
11/10(月)	商店街組織運営	26	リレー講演「商店街組織運営に必要なスキルアップ」 (講演者:自由が丘商店街理事長 平井泰男氏、下北沢一番街商店街理事長 久保田英文氏、祖師谷商店街副理事長 内海康治氏) ワークショップ「商店街経営にあたって、今後の課題と次の一歩」
11/19(月)	オープンセミナー	74	「商店街に必要なまちづくり」(講師:青山侑氏) 「新たな商店街活性化施策について」 (講師:中小企業庁商業課長 和田純一氏)
1/8(木)	経理・法務事務	22	「商店街振興組合決算等勉強会」 (講師:東京都商店街振興組合連合会 指導課 島田健治氏)
2/13~18	経理事務	129	「平成21年度商店街振興事業説明会」
3/6(金)	現場視察	46	先進商業地視察(世田谷区商店街連合会事業) 板橋区ハッピーロード大山商店街振興組合

平成21年度商店街経営学校受講生募集案内

【コラム4：世田谷区内プレミアム付共通商品券】

1 商品券の概要

世田谷区と世田谷区商店街連合会は、区民の消費を促し、地域経済の活性化を図るため、緊急総合経済対策として、10%のプレミアムがついている「世田谷区内プレミアム付区内共通商品券」を平成21年度に3回、それぞれ3億3,000万円分と3億1,570万円分、5億5,000万円分発行（有効期限は第1回目と2回目は6か月、第3回目は約4か月）しています。小売店や飲食店、サービス業、病院など様々な業種・業態の事業者が取扱店となっており、およそ4,000事業所あります。

また、発行にあわせ、世田谷区商店街連合会報や区のホームページ等を通じた商品券取扱加盟促進をはじめ、区民に対しても区報や新聞折込チラシ等で積極的なPRを展開しています。また、世田谷区商店街のイメージキャラクター「が～やん」を商品券のデザインに活用し「商店街は地域の生活を支えています」というフレーズを掲載するなど、区内での消費増加へ向けたキャンペーンを展開しています。

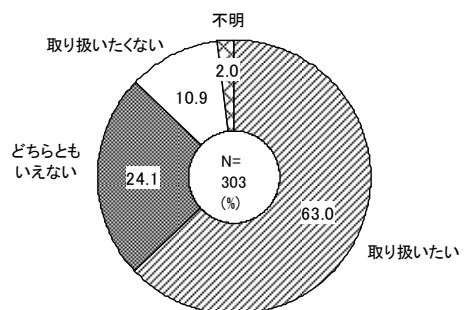


2 商品券の波及効果と事業者の取扱意向

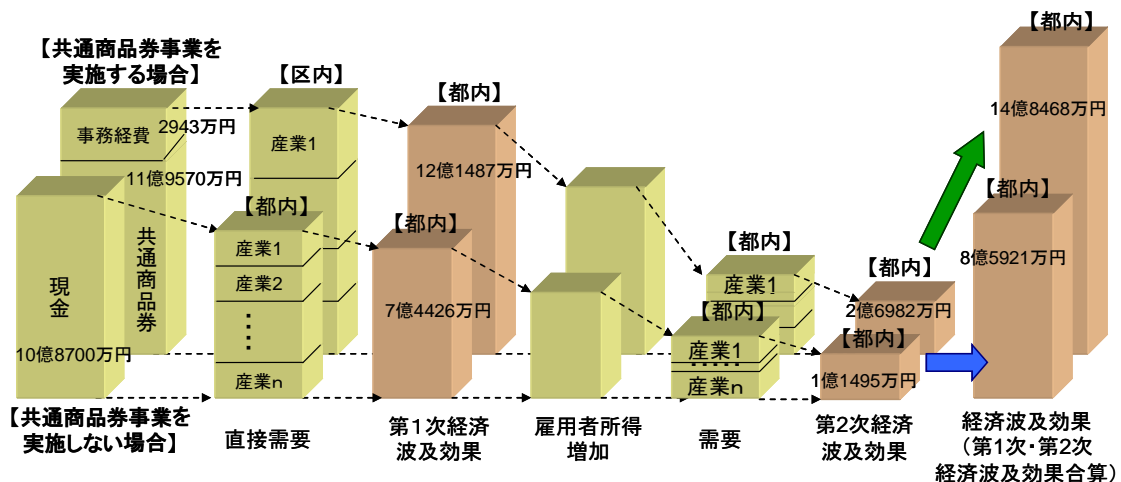
実質的な経済波及効果は、実施した場合としない場合の第1次・第2次経済波及効果の合算である14億8,468万円から8億5,921万円を引いた6億2,547万円となります。

また、取扱事業者に対するアンケート調査において、今後の取扱意向を聞いたところ、63.0%が「取り扱いたい」とし、「取り扱いたくない」は10.9%に留まっています。

共通商品券の今後の取扱意向
(商品券取扱事業者調査)



共通商品券事業を実施する場合としない場合の経済波及効果



2. 地域の区民生活・ビジネスを支える高品質なサービス産業の展開

少子高齢化の進展、社会的貢献意識の浸透、より豊かな生活時間の過ごし方ニーズの向上などを背景に、生活の質の向上に向けたサービスへのニーズの高まりにより、関連するサービス業などが増加しています。医療・福祉をはじめとした生活支援機能やさらなる生活満足度の向上などのニーズが高まる一方で、区内に多数集積している介護関連の事業所などは、厳しい仕事内容や低い賃金などにより人材不足などにより、困難な経営状況となっています。

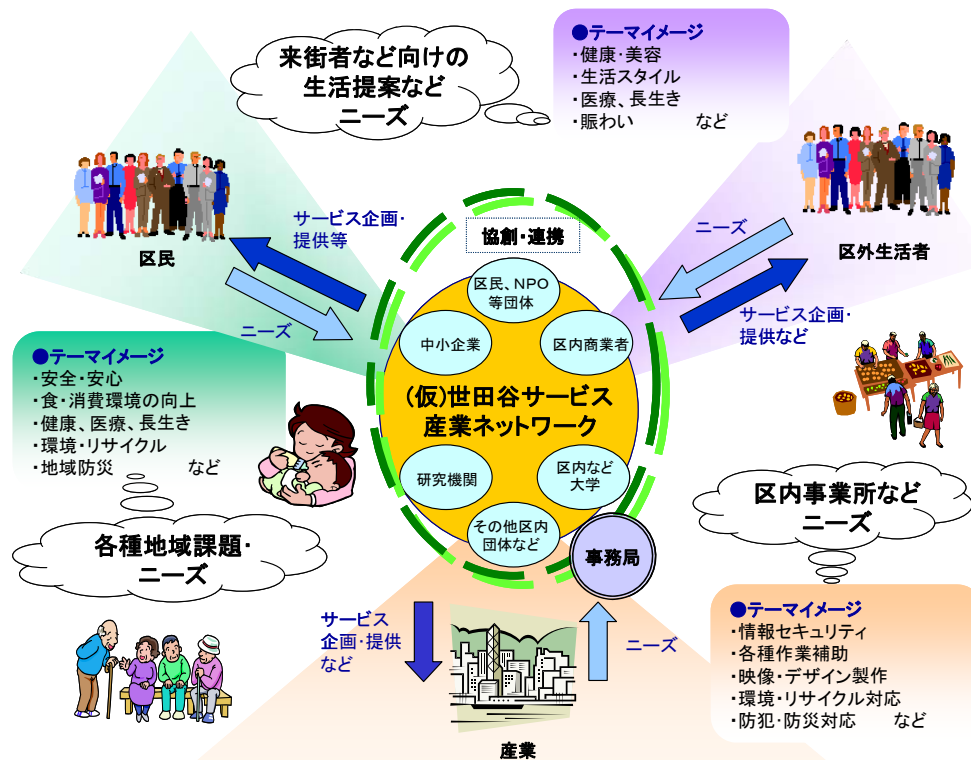
一方、様々な企業等で業務の一部アウトソーシングが進められている中、事務の効率化、経営マネジメントなど、必要とするサービス機能を有するサービス産業ニーズへの高まりがみられます。

区民などの生活を支え、生活を豊かにするサービス機能、区内事業者がさらなる事業展開を推進していくうえで必要とするサービス機能を提供できる産業の育成と、そうした産業を創造していくための仕組みづくりを推進していきます。

図表 4.1.4 地域の区民生活・ビジネスを支える高品質なサービス産業の展開施策

- (1) 地域の課題解決を目指す新たなサービス産業やビジネスの推進
- (2) 高い水準を目指して、区民と事業者がともに創り出すサービスの実現
- (3) ビジネス展開を支援するビジネスへの対応

図表 4.1.5 「(仮)世田谷サービス産業ネットワーク」概念図



第2節 ものづくり

1. 世田谷の特色を活かした新たな産業の展開

緑豊かな住宅都市「世田谷」において、CO₂や排ガス規制など、環境問題やエネルギー需給が危急の問題になりつつある中、全国的にも環境保全・適応する製品などへのニーズが増大しています。

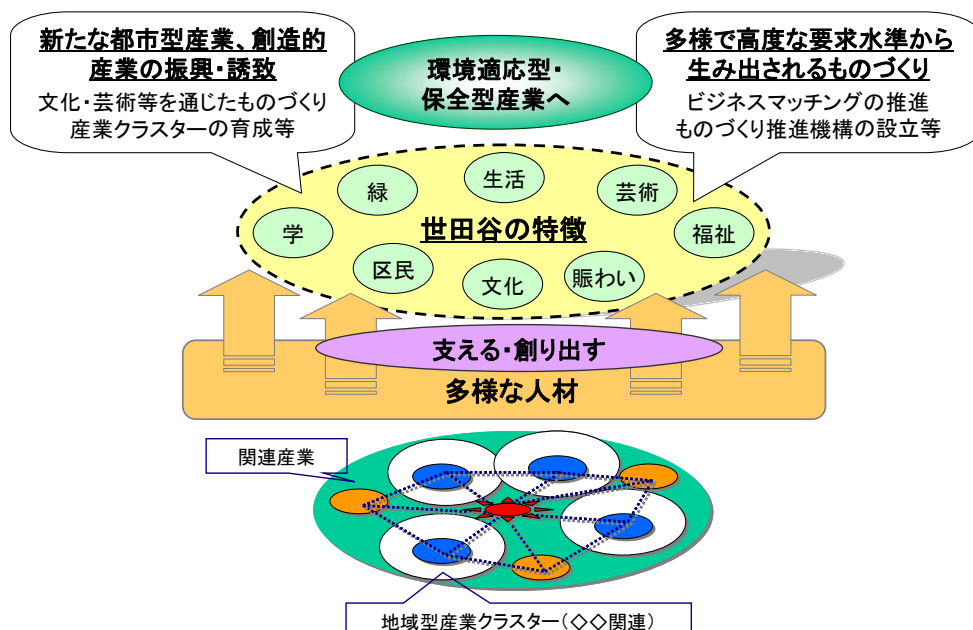
区内に目を移すと、豊かな緑、たくさんの大学の立地、下北沢や三軒茶屋などの芸術・デザイン関係者が多数交流する地域性など、区の特徴や地域資源を活用した取り組みが近年盛んになってきています。

そこで、本区の有する特性や可能性を活かし、生活密着型の産業である介護事業などの福祉関連産業、環境適応・保全型産業、住宅リフォーム産業などの振興に資する取り組みを推進していきます。また情報関連産業、映像コンテンツ産業など、区の地域特性に合致し、区内で事業所が増加している産業について、新たな都市型産業として誘致・集積を進めていきます。

図表 4.2.1 世田谷の特色を活かした新たな産業の展開施策

- (1) 新たな都市型産業、創造的産業の振興、誘致
- (2) 環境適応型・保全型産業の育成及び環境に配慮した産業への支援
- (3) 多様で高度な要求水準から生みだされる製品づくりと新産業の推進

図表 4.2.2 世田谷の特色を活かした新たな産業の展開 概念図



(注) 産業クラスター

クラスターとは、本来のぶどうの房という意味から転じて郡や集積を表し、産業クラスターとは、競争優位を持つ産業が核となって広域的な産業集積が進む状態を意味する。地域の中小企業やベンチャー企業等が大学、研究機関等のシーズを活用して、IT、バイオ、環境、ものづくり等の産業クラスターを形成し、競争力向上を目指す取組が官民一体で進められている(経済産業省HPより)。

2. 地域に展開しているものづくりなどの活性化

本区の工業・ものづくりは、産業構造、事業環境の変化などの問題により、事業所数、従業者数ともに減少の一途を辿っており、世田谷から「ものづくり」の伝統や技術などが消失しつつあります。

一方、近年、産業としての工業だけでなく、教育や技術継承を通じた人材育成、まちの個性形成など、「ものづくり」が有する多面的機能に全国的に注目が集まっています。

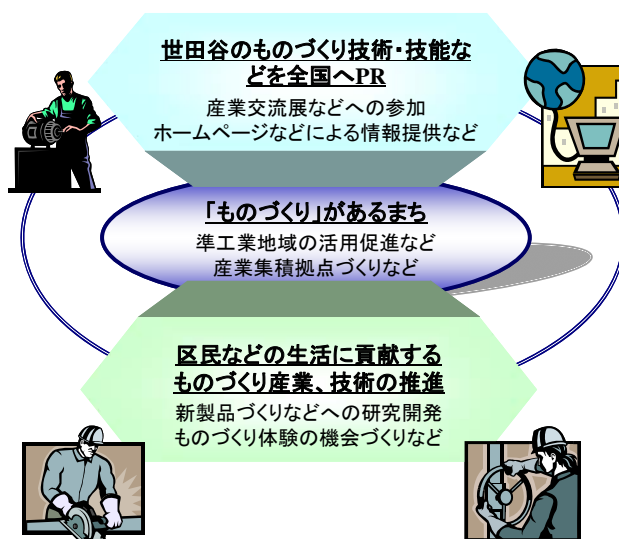
このような流れを受け、住工共生など「ものづくり」が身近にある生活や世田谷の有する技術・技能を、今日的観点、さらには未来志向的観点から評価する必要があります。

そこで、生活しやすい都市「世田谷」を持続的に維持・発展させていくために、将来を見据えた観点から工業・ものづくりを再評価し活性化させていくとともに、伝統技術を活かした新たなビジネスや技術開発、製品開発の推進、世田谷の特性を活かした事業展開を検討していきます。

図表 4.2.3 地域に展開しているものづくりなどの活性化施策

- (1) 住工共生型ものづくり地域の創出
- (2) 区民生活の質の向上に貢献するものづくり産業、技術の推進
- (3) 世田谷のものづくり水準の全国への発信

図表 4.2.4 地域に展開しているものづくりなどの活性化 概念図



【コラム5：事業推進・技術交流・ビジネスマッチング】

1 背景と目的

(1)背景

世界的な経済危機により、全国の製造業をはじめとした国内の産業は、中小企業を中心に低迷してきており、区内ものづくり事業所においても厳しい経営状況が続いています。このような中、新規取引の開拓や事業所間での情報交換、技術交流などの場や機会をつくり、区内のものづくり産業の製品や有する技術等の情報発信を効果的に行うことが求められています。

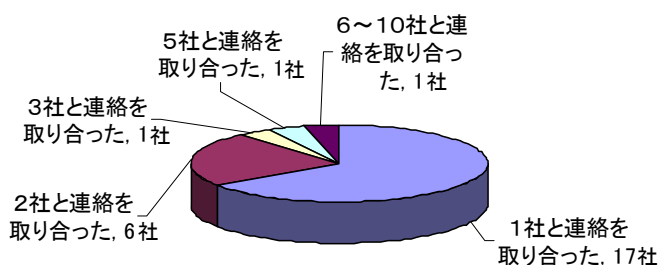
(2)本事業の目的

このような背景のもと、区内で、先端的で競争力のある素材や技術等を有するものづくり事業所と、新製品開発などへのニーズを有する区内外の事業所などとのマッチングを支援し、企業間などの連携による新製品開発や事業化を促進し、区内産業の活性化を図ることを目的としています。

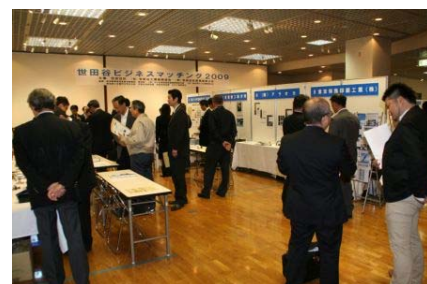
2 開催概要（平成21年度）

名称：世田谷ビジネスマッチング2009
 テーマ：知り合う、分かり合う、協力し合う、世田谷ものづくり工業
 出展対象：区内ものづくり事業所（製造業、情報通信業）、各産業団体
 日時：平成21年10月14日（水）10:00～17:00
 会場：世田谷文化生活情報センター（キャロットタワー4・5F）
 主催：世田谷区（社）世田谷工業振興協会（財）世田谷区産業振興公社
 出展者：ブース出展 30社、カタログ出展 14社、データベース出展 112社
 参加企業：約450社

出展者アンケート(回答 30社)



世田谷ビジネスマッチング2009 当日の様相

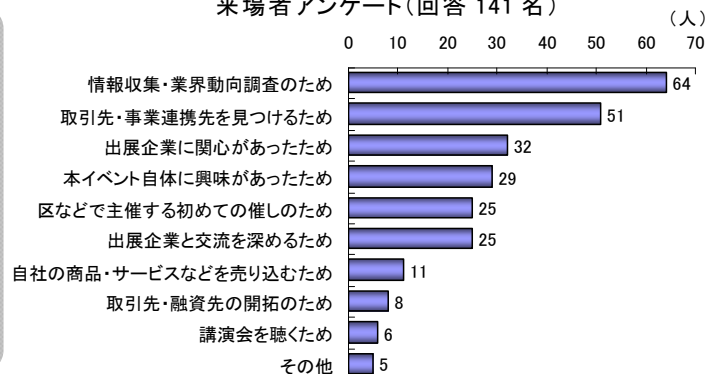


区内のビジネスマッチングの取組み

区内の産業団体や金融機関等では、区内産業のビジネス機会創出等に向けた「ビジネスマッチング」や「交流会」を開催しています。

- 金融機関：世田谷信用金庫、昭和信用金庫
- 産業団体：東京商工会議所世田谷支部、北沢法人会 他

来場者アンケート(回答 141名)



【コラム6：準工業地域まちづくり・住工共生の取組み】

1 取組みの目的

区では、「産業ビジョン」（平成20年3月）において、「区民・地域・世田谷を産業が支えていく、区民・地域・世田谷が産業を育てていく」をメインテーマとし、世田谷産業の10年後を展望した方針を定めています。

工業・ものづくり産業については、「ものづくりが都市の基盤として重要な役割を担う」こととし、「ものづくりが地域に貢献し、活躍する魅力的なまち」を将来像としています。区では、工業・ものづくり産業界とともに、将来像の実現に向けて、良好な住宅都市世田谷においても、工業・ものづくり産業が地域と共生し、健全に発展する中で、地域活性化に資するように様々な取組みを推進しています。

平成21年度に実施したワークショップでは、住工共生まちづくりの推進を図るため、準工業地域である桜新町2丁目周辺地区をモデルとして、工業事業者や地域の方々が、工業・ものづくり事業所の価値の再認識とともに、ローカルルールの理解促進や、活性化プランの検討などを行いました。

準工業地域とは？ 都市計画法による用途地域の一つで、主に環境悪化の恐れのない工場の利便を図る地域です。

ワークショップの様相



- 区内には、約1,700のものづくり系事業所(総延床面積：約40ha)が立地します。(平成18年 土地利用現況調査)、徐々に減少傾向にあります。(工業統計調査および事業所・企業統計調査 各年)
- 区内には、小規模(50㎡～250㎡程度)な工場の立地が多くみられ、業種別では、「建設電気・水道」が最も多く、次いで「自動車修理工場」が多くなっています。
- ものづくり系事業所は、準工業地域(桜新町2丁目、船橋5丁目、池尻3丁目、経堂5丁目など)、上祖師谷2丁目、太子堂1丁目などに多く立地しています。
- 区では、準工業地域における工業用地保全について、工場設置者、共同住宅の建築主及び関係工業団体が事前に適切な協議を行うことによって、各種の紛争を未然に防止し、土地利用の適正化に資するとともに、準工業地域における良好な生産活動及び生活環境を確保するため「世田谷区準工業地域における工業用地保全及び共同住宅の建築に関する指導基準」を制定しています。

【コラム7：若年者等就労対策・支援】

区民が身近な地域で就労するための各種支援、区民ニーズに合った区内産業での求人開拓、地域の産業ニーズにマッチした雇用・就労のマッチングなどを通じて、区内産業に対して側面的支援を行っています。

1 就労支援総合窓口

就労支援から職業紹介、区内事業所とのマッチングをはかり、区内での求人開拓を進めるとともに、求職者のための就職相談を含めた総合的な職業紹介事業を、世田谷区産業振興公社が窓口となって行っています。

求職者のための就職相談を含めた総合的な就職相談事業、ハローワークと連携した合同就職面接会（「せたがやワークフェア」：平成20年、21年度は各5回開催 各年750名程度来場）、出張相談会（烏山区民センターなどで平成20年、21年度は各8回開催 各年150名程度来場）、若年者、女性、中高年などの就労に向けた各種支援セミナーの開催などを行っています。

2 世田谷若者就労支援センター

世田谷若者就労支援センター「せたがや若者サポートステーション」は、引きこもりやニートの若者から、幅広く若年者層を対象に、就労を目的とした各種支援を行っています。区と協働し、厚生労働省の委託を受けたNPO法人が運営しています。

コミュニケーション能力の向上、ビジネスマナー講座や就活セミナー、仕事講話や職場見学、自分発見セミナー、キャリアカウンセリングなど、不安を解消したり、自分の魅力を磨くなど、就労という目標に向けて、若年者自身が一步を踏み出すためのサポートをしています。

また、世田谷若者就労支援センターは、就労支援総合窓口やハローワークなどと連携して、若年者の就労を支援しています。

やりたいことが分からない…

働きたいが自信がない…

人と話すのが苦手…

退職してから時間が経ってしまった…

仕事を探す方法が分からない…

せたがや若者サポートステーションは
あなたのはじめの一步を応援します。



【コラム8：特徴的な起業・創業対策・支援】

区内での起業・創業の機会の拡充を図るために、起業・創業を目指す人を対象に、窓口を設置して「起業・創業相談」を定期的に開催するとともに、中高齢者や女性など、起業を志す人・関心のある人を対象にした相談対応やセミナー開催などによる支援を行っています。以下は、本区の特徴的な起業・創業支援の取り組みです。

1 せたがやかやっく

区内での起業および地域に密着した新しいビジネスモデル構築の支援を行うことを目的に、起業・創業支援施設「せたがやかやっく」という起業・創業支援の場を世田谷区産業振興公社の中に設置・運営しています。

せたがやかやっくでは起業のステージを「エントリー」「イメージ」「トライアル」「デビュー」の4ステージに分けて、各ステージに応じて交流会の開催やイベント出展・開催、広報誌の作成・配布、そしてビジネスコンテンツ（「ビジネスリーグ」）などの支援メニューを提供しています。

また、せたがやかやっくでは、創業塾を開講しており、起業・創業の心構えから事業企画書の作成をはじめとした各種起業・創業準備、財務やマーケティングなどの起業・創業知識、そして事業計画の作成など、「自分の発想を事業にしたい」「地域のニーズに根ざした事業をしたい」「具体的な手順がわからない」といった、起業・創業を考えている様々なニーズに対応したカリキュラムを提供しています。



2 世田谷ものづくり学校

廃校となった世田谷区立池尻中学校の校舎を利用した、都内初の民間による廃校活用プロジェクトで、「世田谷らしい新たな産業と観光の拠点を育てる」「創業に関する支援を行うとともに、創業の場を提供する」「ものづくり体験と交流の場を提供する」という、3つのテーマを主軸にした様々な試みを進めています。

区が施設を貸与し、民間事業者が自主的な運営を行っています。施設は、創業支援や起業支援スペース、ギャラリー（展示室）等から構成され、新たな産業となりうる、デザイン、映像、建築等の業種やテーマの創業者、アーティスト、デザイナー等が入居しています。民間企業のノウハウを活かした創業支援を行い、区内地域産業の活性化の役割のひとつを担う取り組みを行っています。



第3節 農 業

1. 世田谷農業の今後の指針となる「世田谷区農業振興計画」

世田谷区の農業と農地は、区民の食を支える産業としての本来機能を果たすとともに、最近、特に再評価されている農業、農地の持つ潤いある生活空間の形成から環境の保全まで、区民の生活に欠かせない多面的な機能を発揮し続けています。

しかし、一方では、都市化の進展や都市計画法や相続税法等の法制度・税制度の問題などもあり、農地の減少に歯止めをかけることが困難な状況です。

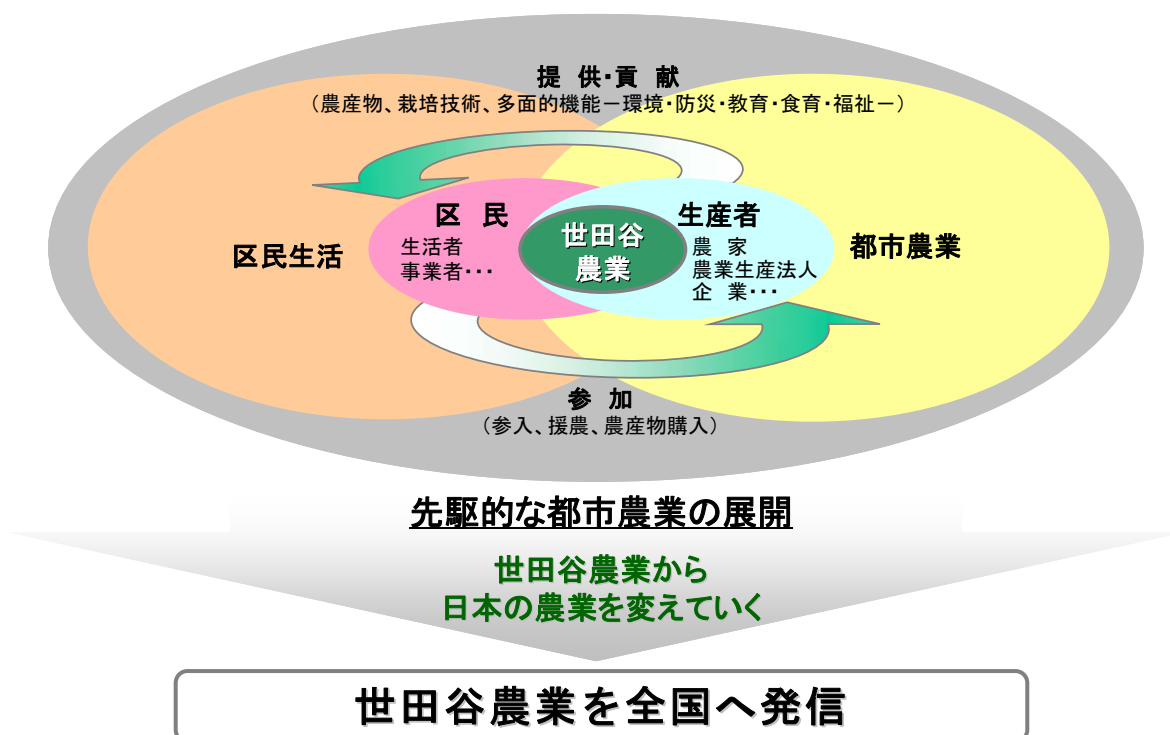
このような状況から、世田谷区は、提言懇話会等の意見を取りまとめた「世田谷農業のあり方への提言」（平成21年2月）を受け、そこで示された「25年後にも世田谷農業が都市の中でしっかり位置づけられている」という基本コンセプトに基づき、世田谷農業のあるべき姿の実現に向けて、「世田谷区農業振興計画」を平成21年3月に策定しました。

以降、この計画に基づく、施策の取り組み状況について示します。

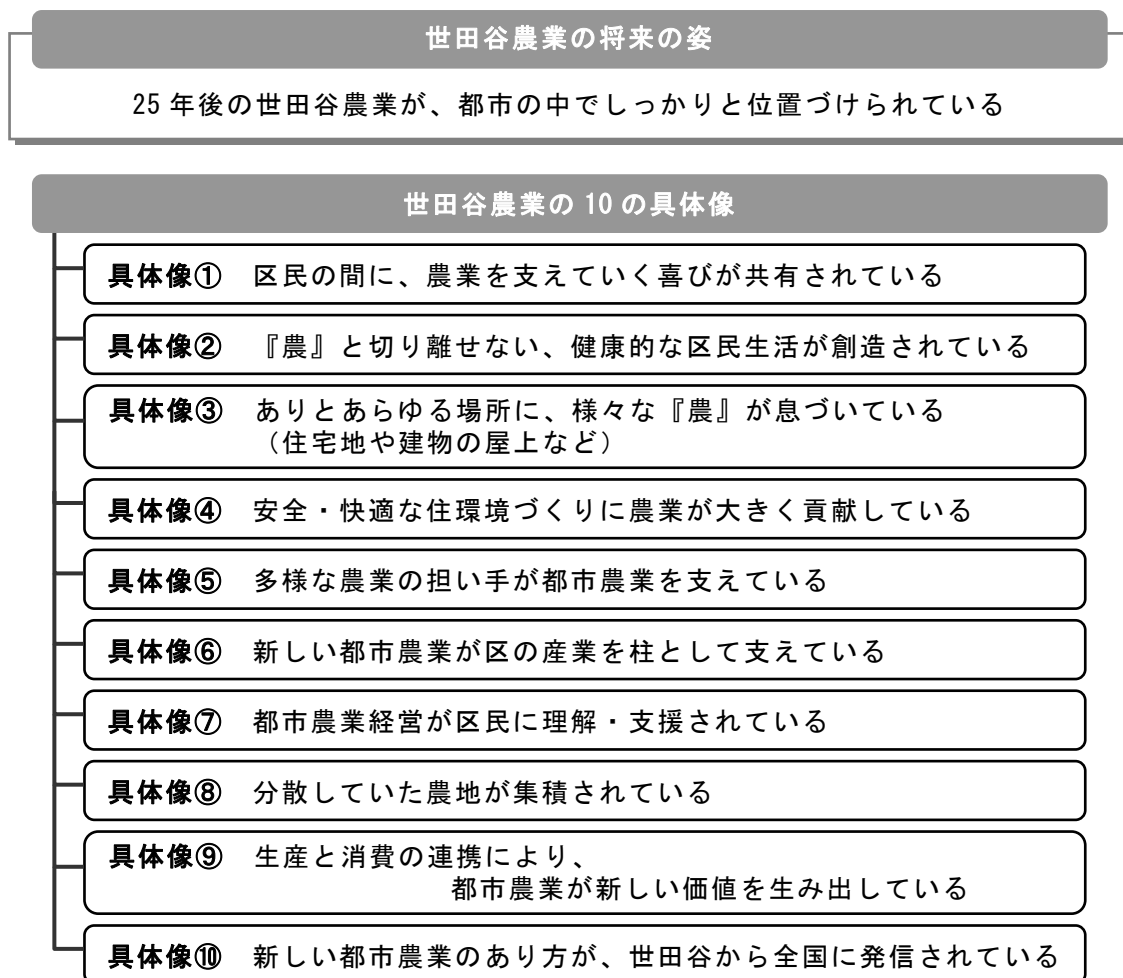
図表 4.3.1 「あり方への提言」に示された世田谷農業の将来の姿イメージ（25年後）

『25年後の世田谷農業が、都市の中でしっかりと位置づけられている』

25年後の世田谷農業は、安全・安心で新鮮な農産物を提供するとともに、安らぎや潤いの創出、食育や農業体験、レクリエーションの場、災害時の貴重なオープンスペース等を提供し続けることによって、魅力的な地域づくりを担う中心的な産業となっており、その先駆的な都市農業の姿は全国へ発信され、日本の農業を変える力となっている。



図表 4.3.2 世田谷農業の将来の姿と10の具体像



図表 4.3.3 世田谷区農業振興計画の概要

1 【計画概要】
<p>(1) 目的：都市農業を取り巻く情勢等を踏まえ、世田谷農業の将来の姿を掲げ、区の農業振興・農地保全に向けた基本方針と具体的施策を示すこと。</p> <p>(2) 計画期間：平成 21 年度（2009 年度）から平成 30 年度（2018 年度）</p> <p>(3) 位置づけ：世田谷区の農業振興・農地保全に向けた基本方針と具体的施策を示す「農業振興計画」とともに、農業経営基盤強化促進法における「農業経営基盤の強化の促進に関する基本的な構想」として位置づけ。</p>
2 【世田谷農業の振興テーマ（10 年間）】
「地産地消、区民参加・協同型農業への展開」
3 【5 つの基本方針と具体的施策】
<p>(1) 世田谷農業を担う多様な農業者の育成・支援</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 世田谷農業をリードする農業者の育成・支援 イ 世田谷農業の担い手・サポート組織の育成・強化 ウ 営農技術指導体制の拡充 エ 多様な農業者のネットワーク連携の推進</p> <p>(2) 「せたがやそだち」の区内流通の拡大</p> <p>① 「せたがやそだち」の区内流通の拡大</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 「せたがやそだち」の地産地消流通システムの構築 イ 農商工連携等による区内流通の拡大支援 ウ 「せたがやそだち」販売拠点の拡大</p> <p>② 消費者視点に基づく農産物販売の推進</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 農産物等に係るマーケティングの実施</p> <p>③ 区内産農産物のブランド管理の強化</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 区内産農産物のブランド管理の推進 イ 「せたがやそだち」の販売の促進</p> <p>(3) 区民に信頼される都市農業経営の推進</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 農産物の生産力の強化 イ 農産物増産のための経営改善・強化 ウ 安全・安心な「食」の供給体制の強化 エ 都市農業を支える農地の保全・集積 オ 都市農業経営の改善・向上に向けた支援</p> <p>(4) 多くの区民が参加できる多様な農業の展開</p> <p>① ライフスタイルに応じた農業体験機会の創出</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 体験農園の整備 イ 区民農園の整備 ウ 教育・リハビリ農園の整備 エ ふれあい農園の整備 オ 区民への農業技術の伝承</p> <p>② 身近に“農”がある都市生活の創出</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 身近な場所で野菜づくり事業推進 イ 小中学校における食農教育の推進 ウ 給食調理残渣・剪定枝等の堆肥化による資源循環 エ 屋上緑化、壁面緑化の推進</p> <p>③ 世田谷農業の魅力の発信</p> <p><u>具体的施策</u>：ア 農業フェア実施 イ 広報活動の拡充</p> <p>(5) 「農」を中心とした潤いあるまちづくりへの貢献</p> <p>・世田谷区は、上記 4 つの基本方針を貫き、農業振興と農地保全に取り組むことによって、農業・農地の持つ「食」、「レクリエーション」、「安全・安心（防災）」、「環境保全」等の機能を発揮し「農」と「住」が調和した潤いあるまちづくりを推進していく。</p>

2. 世田谷区が取り組む農業施策

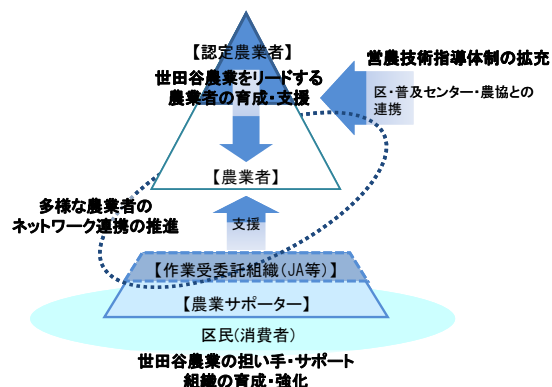
2-1 世田谷農業を担う多様な農業者の育成・支援

世田谷区の農業は、東京 23 区の中でも練馬区に次いで大きい規模を誇り、今後も区民の「食」、「生活」に必要不可欠なものです。

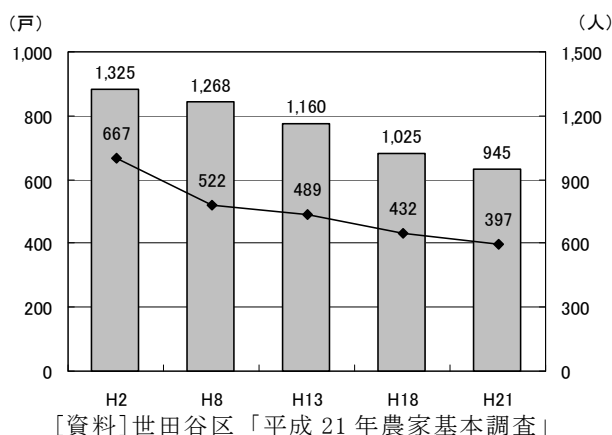
しかし、都市にあるという立地上、農地にかかる重い相続税等の負担、住宅地に隣接し小規模で分散した農地の厳しい営農環境等の要因から、農家戸数、農業従事者数は年々減少しており、農作物の生産だけでなく、農地そのものの維持・保全も困難となりつつあります。

このような状況から、世田谷区では、今後の世田谷農業の中心的な役割を担う意欲ある農業者を積極的に支援するとともに、新たな農業の担い手や支援組織の育成・支援に取り組んでいます。

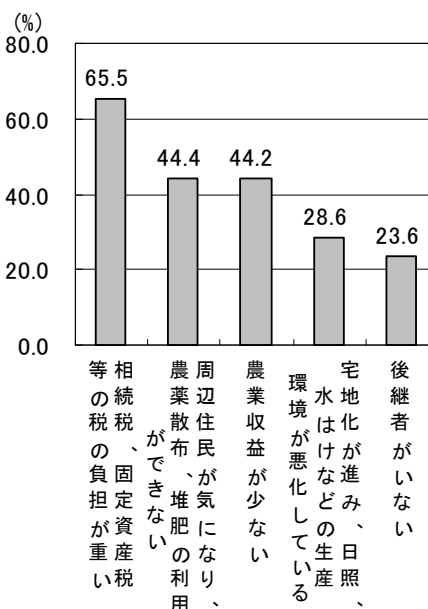
図表 4.3.4 世田谷農業を担う多様な農業者の育成・支援 (イメージ)



図表 4.3.5 農家戸数 (折れ線)、農業従事者数 (縦棒) の推移



図表 4.3.6 農業を継続していく上での問題 (3つ)



[資料] 世田谷区「平成 20 年農家基本調査」

(1) 世田谷農業をリードする農業者の育成・支援

世田谷区では、平成 21 年度から、自らの農業経営改善に向けた経営目標を持ち、意欲的に取り組む農業者を「認定農業者⁷⁾」、または「認証農業者⁸⁾」として区が認定しており、平成 22 年 3 月現在、それら認定者は「認定農業者」が 11 経営体 14 人、「認証農業者」が 20 経営体 20 人です。

今後、世田谷区では、これら認定・認証農業者の農業経営改善を支援するための補助制度や経営相談会、簿記講習会の開催などの支援策を充実し、「認定農業者」と「認証農業者」への支援を行っていきます。また、認定・認証農業者となっていないが、将来の世田谷農業の担い手として中心的な役割を果たすことが期待できる意欲あるすべての農業者に対して、「農業経営改善計画」の作成など申請にかかる負担の軽減などの支援を行い、認定・認証農業者をさらに増やす取り組みをしていきます。

(2) 世田谷農業の担い手・サポート組織の育成・強化

世田谷区では、農業の担い手を育成するため、農業後継者を対象とした「農業塾（1 期 3 年間）」を平成 3 年から開始しており、平成 22 年 3 月現在、その受講生は、延 94 人（現在、第 7 期生 15 名が在籍、卒業生は 79 人）となっています。

近年では、女性の受講も増加しており、新たな農業の担い手として期待されているほか、平成 21 年には、農業塾の卒業生で構成される「たがやせ倶楽部」が立ち上げられるなど、農業者の主体的な連携も進んでいます。

一方、農業者のみならず、区民が具体的な農作業に参加し世田谷農業をサポートしていく「農業サポーター登録制度」にも取り組んでおり、現在 50 名程度が登録しており、実際に農作業の現場で活躍しています。

今後は、農業者がそれぞれの能力を最大限発揮できるような仕組みづくりを進めていくとともに、生産や出荷等において連携を促し、個々の負担の軽減につなげていく仕組みの構築を目指します。

また、農業サポーター等といった区民が具体的な農作業に参加できる機会を増やしていき、区全体で農業を支えていく取り組みを推進していきます。

(3) 農業者の営農技術の向上とネットワーク連携の推進

昨今、「食」に対する消費者ニーズの高まりを受けて、新たな農作物や、高い品質の農作物を生産するため、農業者の技術力向上に対する意欲も高まっています。一方で、女性農業者、高齢農業者、そして農業後継者等の農業者が多様化していく中、技術レベルの差があったり、他の農業者との情報を交換する場が無かったりと、抱える問題に対する相談等もできないことも少なくない状況です。

このため、世田谷区では、意欲ある農業者の取り組みを支援するため、東京都の農業改良普及センター、農業協同組合等との連携のもと、営農技術指導の体制を整えていくとともに、生産技術向上にかかる研究会や情報交流会の開催など農業者のネットワーク連携を推進していきます。

⁷⁾ 認定農業者とは、経営改善を図ろうとする農業者が作成した「農業経営改善計画」(設定した経営モデルによって、農業所得 800・500・300 万円を目指す)を、区が認定する仕組みである。これに認定されることによって、国の支援策を重点的に受けることができる。

⁸⁾ 認証農業者とは、区が独自に認証する農業者で、経営規模が小さくても、設定した農業所得目標（200 万円）の達成に向けて意欲的に取り組む農業者を区が認証するものである。

2-2 「せたがやそだち」の区内流通の拡大

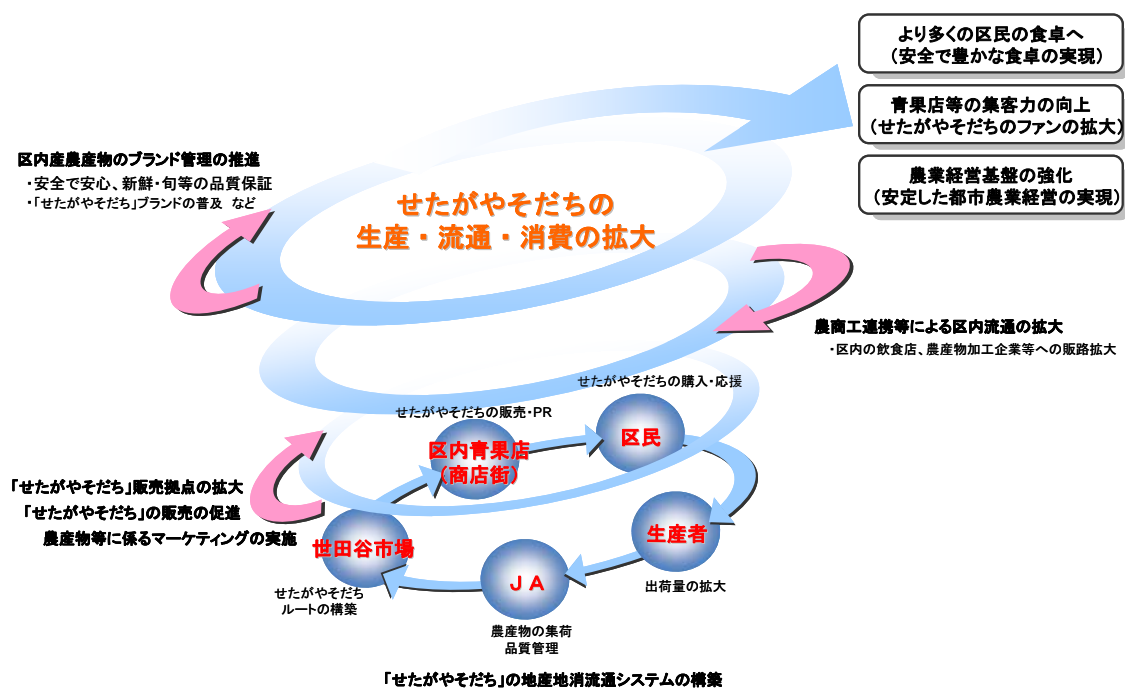
世田谷区で生産された農作物は、「せたがやそだち⁹」という愛称で、生産量の約8割りが個人の直売所や農業協同組合の共同直売所などで販売されています。

このような直売所は、近隣の区民へ新鮮な農産物を提供しているとともに、農業者の収入を確保するための重要な販路の一つとなっています。

しかし一方、世田谷区の農地は、環状8号線の西側、烏山地域から玉川地域にかけて多く分布しており、特に個人の直売所はその周辺に設置されているため、平成20年度区民意識調査の結果を見ても、西側地域と比べて、世田谷地域や北沢地域といった東側の地域ではその購入経験者の割合が低くなっています。

このような状況を踏まえ、世田谷区では、より多くの区民がどこでも「せたがやそだち」を購入できる仕組みの構築、そして大消費地「世田谷」にあるというメリットを最大限に活かした販路・販売機会を創出することによって、農業者の安定的な収入を確保し再生産可能な農業経営の実現を目指して取り組んでいます。

図表 4.3.7 「せたがやそだち」の区内流通の拡大（イメージ）



⁹ 「せたがやそだち」は、世田谷区と区内農家を中心に構成する「せたがやそだち農産物ブランド化検討委員会」が区内産農産物のイメージアップとPRをはかるため、平成11年12月に統一ロゴマーク「せたがやそだち」を作成した。

(1) 「せたがやそだち」の区内流通の拡大

① 「せたがやそだち」の地産地消流通システムの構築

世田谷区では、「せたがやそだち」をより多くの区民の食卓へ供給するため、区内の生産（農業者）と消費（区民）を結ぶ区内流通システムの構築に取り組んでいます。

このシステム構築にあたっては、区民ニーズの高い作物を安定して出荷できる農家の確保、相対取引等による農産物価格の維持、効率的な集荷と配送システムの確立により生産農家の手間やコストの削減を図ることが、重要なポイントとなります。また、「せたがやそだち」の流通拡大に理解のある青果店等を確保することも重要です。

今後は、生産者、農業協同組合、青果店等と「せたがやそだち」流通拡大の意義を相互に確認しつつ連携し、それぞれの役割を担いながら取り組みを進めていきます。

② 農商工連携等による区内流通の拡大

区では、「せたがやそだち」の区内青果店等での販売とともに、区内の飲食店や惣菜店等の食材、あるいは加工食品の原料等として、広く流通させることにも取り組んでいます。

平成 21 年度は、10 月に開催した「せたがや未来博 2009」において、東京商工会議所世田谷支部が中心となり、世田谷農業青壮年連絡協議会等の協力のもと、「農商工連携による“せたがやそだち”ブランドアップ推進事業」として、『“せたがやそだち”を使ったお菓子の試食会』を実施しました。

ここでは、応募いただいた区内の製菓・製パン店（9 社）に「せたがやそだち」の人参を使用した新しいお菓子・パンを開発・提供していただき、来場者の皆様に試食してもらうなど、「せたがやそだち」の PR とともに、農商工連携の促進に取り組みました。

今後もこのような活動を積極的に展開することによって、「せたがやそだち」の流通拡大に取り組んでいきます。

③ 「せたがやそだち」販売拠点の拡大

世田谷区では、より多くの区民が「せたがやそだち」を身近で購入できるよう、直売所や青果店等の区内販売拠点の拡大に取り組んでいます。

この一環として、平成 20 年 4 月に J A 東京中央が開店した「ファーマーズマーケット二子玉川」に続き、平成 22 年 3 月に同じく J A 東京中央が「ファーマーズマーケット千歳烏山」を開店しました。これらのファーマーズマーケットの開設にあたっては、地域の賑わいの創出と産業の活性化のための拠点づくりを目的とした区の「まちのステーション」事業により、整備に対する支援を行いました。

今後は、さらに直売所の少ない地域にも販売拠点を拡大していくため、「せたがやそだち」を取扱う青果店等の販売促進活動等を推進していきます。

また、今後は、一部で実施されている学校給食への食材提供についても、食育活動からめた農産物供給事業として展開していきます。

(2) 消費者視点に基づく農産物販売の推進

～農産物等に関わるマーケティングの実施～

区民の食に対するニーズが多様化する中で、これまでの作れる農産物を売るのではなく、売れる農産物を作るというマーケティング発想が重要となっており、味覚・規格や品種等の志向性、消費を喚起させるための販売・PR手法等の把握が必要となっています。

このため、世田谷区では、区民意識調査や、農業関連イベントと合わせて区民の購買行動等に関する調査を実施しました。

今後は、これらの調査等を活用して「せたがやそだち」のマーケティング戦略立案に結びつけていきます。

(3) 区内農産物のブランド管理の強化

世田谷区内で生産される農作物は、「せたがやそだち」という愛称で、統一ロゴマークなどにより、その普及に取り組んできましたが、農地の無い地域ではその認知度は決して高くない状況です。

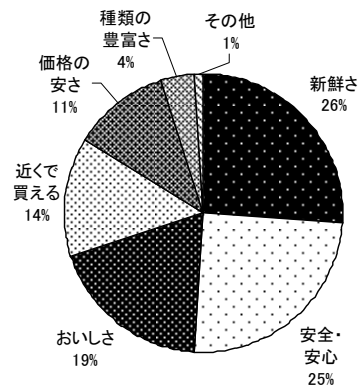
現在、世田谷区では、農産物を販売する際のロゴマーク入り結束テープの提供やイベント会場でのロゴマーク入りエコバック配布等によって、「せたがやそだち」の普及に取り組んできましたが、今後、世田谷区の農業に対するより一層区民に認識を高めてもらうため、普及・PRに努めるとともに、農業者、農業協同組合、市場、青果店等との連携のもと、「せたがやそだち」の安全・安心・新鮮という付加価値を認めるブランド産品への育成に取り組んでいきます。

図表 4.3.10 統一ロゴマークがついたエコバック



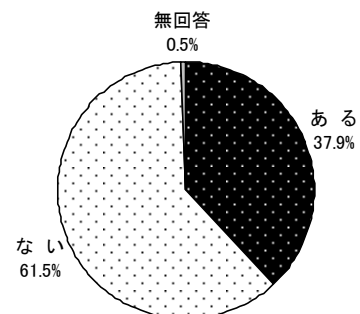
[資料]世田谷区「都市農業課資料」

図表 4.3.8 「せたがやそだち」に期待するもの



[資料]東京商工会議所世田谷支部「「せたがやそだち」を使ったお菓子の試食会 実施報告書」

図表 4.3.9 「せたがやそだち」のマークの認知度



[資料]世田谷区「区民意識調査2008」

図表 4.3.11 「せたがやそだち」の結束テープ



[資料]世田谷区「都市農業課資料」

2-3 区民に信頼される都市農業経営の推進

区民の農業・農地に対する期待や保全の必要性に対する意識は高まりつつありますが、小規模で分散し、かつ住宅に囲まれた農地が多く、農業者の高齢化や労働力の不足といったことも相まって、効率的な農業生産、有効な農地利用が難しい状況です。

また、市街化区域にある農地であるがゆえに、税法上の負担や制約が重くのしかかり、特に、宅地化農地については生産緑地と比べて、固定資産税の負担が重く、その維持も難しい状況です。

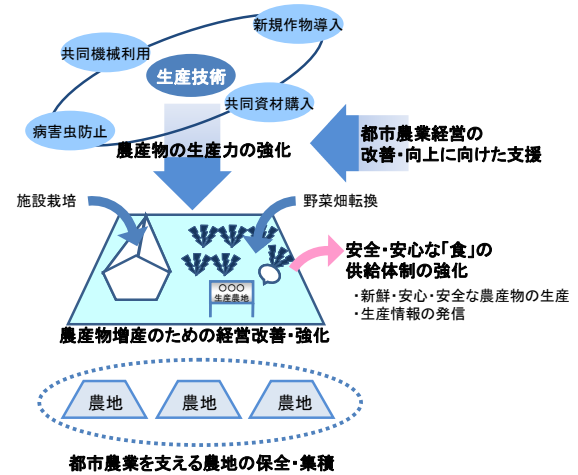
さらに、農業の経営規模拡大に対する意欲があっても区内で農地を購入し規模を拡大することは、地価が高いため現実的には難しく、断念せざるを得ない状況にあります。

しかし、今後、世田谷区で農業を営み、将来にわたって農地を保全していくためには、農地で農作物が生産される姿、安全で安心、新鮮な農産物を区民に提供していくことによって、都市でも健全な農業経営が営まれていることを広く周知し、区民の信頼を得ていく必要があります。

このような状況から、世田谷区では、区民に信頼される都市農業経営を推進していくため、農業者の農産物の生産力の強化、農地の有効活用に取り組んでおり、農産物の増産に向けた農業経営の改善を目指す農業者への支援に取り組んでいきます。

また、支援施策だけでなく、現在の農地法等の法令を踏まえつつ、今後の生産緑地及び宅地化農地等の農地の利用集積方法等についても検討しています。

図表 4.3.12 区民に信頼される都市農業経営の推進（イメージ）



(1) 農産物の生産力の強化

世田谷区では、露地栽培による野菜が主として生産されていましたが、これまで端境期における生産量の低下、品目の不足が問題となっていました。

このような状況を踏まえ、年間を通して継続的な生産・出荷を可能とし、農業者の安定的な収入を確保していくため、平成 21 年度より、この端境期対策として新規作物の試験栽培を区内農業協同組合協議会へ委託し実施しています。

今後は、この試験栽培の結果をもとに、農業者による新規作物栽培の導入を積極的に支援していきます。

(2) 農産物増産のための経営改善・強化

世田谷区では、区内産農産物に対する消費者ニーズが高まっている一方で、重い相続税や固定資産税等の負担から農地の減少が進んでおり、それにしただがって区内産農産物の生産・出荷量が減少傾向にあり、生産・出荷量を増やしていくことが大きな課題となっています。

このため、世田谷区では、植木畑から野菜畑への転換を促したり、生産性の高い施設栽培の導入を促したりするなど、既存の畑などの土地生産性を高めるための事業を展開しています。

平成 21 年度は、植木畑から野菜畑へ転換する際の支援として「農地有効活用補助金」(2 件)、施設栽培に取り組む際の支援として「施設栽培促進補助金」(強化型ハウス 4 件、その他 5 件)を助成しており、農産物増産に向けた取り組みが着々と進んでいます。

(3) 安全・安心な「食」の供給体制の強化

消費者の食の安全に対する意識の高まりとともに、地球温暖化等の課題を前にして、環境への負荷が少ない方法で生産された農産物へのニーズも高まりを見せています。

世田谷区内にはこうした消費者ニーズ等を背景として、環境に配慮した、安全・安心な野菜づくりに取り組む農家も増えてきており、これまで区内では、東京都特別栽培農産物認証制度の認証を受けて、できる限り農薬・化学肥料を使用しない特別栽培¹⁰などが取り組まれていましたが、さらに平成 21 年 4 月、区では初めてのエコファーマー¹¹も 5 名誕生しました。

今後も、世田谷区はエコファーマーを目指す農業者を支援することによって、安全・安心な「食」の供給体制の強化を推進していきます。

¹⁰ 特別栽培農産物とは、農薬や化学肥料について、都が定めた一般的な使用基準（使用回数や使用量など）の半分以下で栽培し、東京都特別栽培農産物認証制度の認証を受けたものである。

¹¹ エコファーマーとは、平成 11 年 7 月に制定された「持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律（持続農業法）」第 4 条に基づき、「持続性の高い農業生産方式の導入に関する計画」を都道府県知事に提出して、当該導入計画が適当である旨の認定を受けた農業者（認定農業者）の愛称名である。

(4) 都市農業を支える農地の保全

この大都市の中において世田谷区の農地は、農産物の生産による「食」の提供だけでなく、潤いある景観やみどりとみずの環境保全、災害時の防災拠点等、多面的かつ公益的機能を発揮する貴重な空間になっています。

しかし一方で、税法上の負担の重さや制約により依然として農地の減少が続き、今後は、政策的な農地保全への対応が求められてきました。

このような状況を受け、世田谷区では、平成21年10月に「世田谷区農地保全方針」を策定し、「世田谷区都市整備方針」、「世田谷区風景づくり計画」、「世田谷区みどりとみずの基本計画」において農地保全の方針が重なっている7地区を「農地保全重点地区」に指定するとともに、必要に応じて区が用地を取得して農業振興等の拠点機能（農業振興拠点）として、生物を育む農的空間として活用する取り組みを進めることとしました。

今後は、従来と同様、農家が末永く営農継続できるよう農業振興策による支援を行うことと併せて、生産緑地制度による農地を保全していくとともに、この方針に沿って、農業振興拠点の選定、整備を進めていき、積極的に農地の保全に取り組んでいきます。

注：「世田谷区農地保全方針」の概要については、P.131を参照。

(5) 都市農業経営の改善・向上に向けた支援

世田谷区では、農業者が現在の経営状況を把握することによって、自己のレベルに応じた農業経営の改善または向上へとステップアップしていくため、意欲ある農業者が「認定農業者」「認証農業者」の認定を受ける際の相談の受付や「農業経営改善計画」の作成を支援しています。

今後も、東京都農業会議所、東京都の農業改良普及センター等との連携のもと継続した支援によって、区内農業者の農業経営改善に取り組んでいきます。

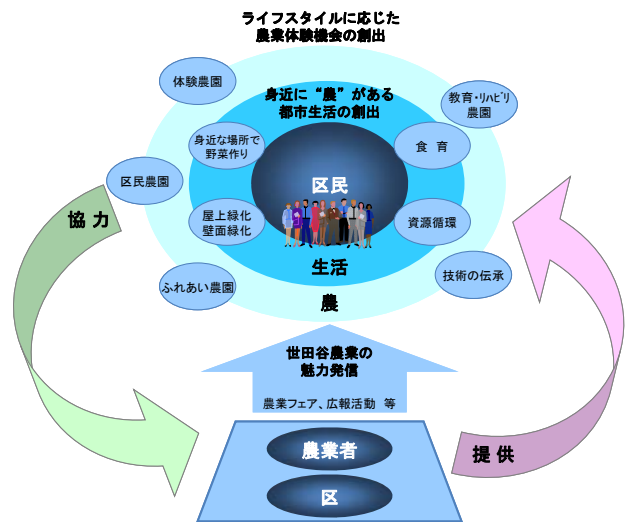
2-4 多くの区民が参加できる多様な農業の展開

世田谷区では、農業に対する区民の「食」・「癒し」・「体験」等といった多様なニーズが高まっており、個人・共同直売所での農産物の購入、区民農園や体験農園等での農作業経験が農業・農地に対する理解をより深め、農地保全に対する意識の向上等にも寄与していると思われます。

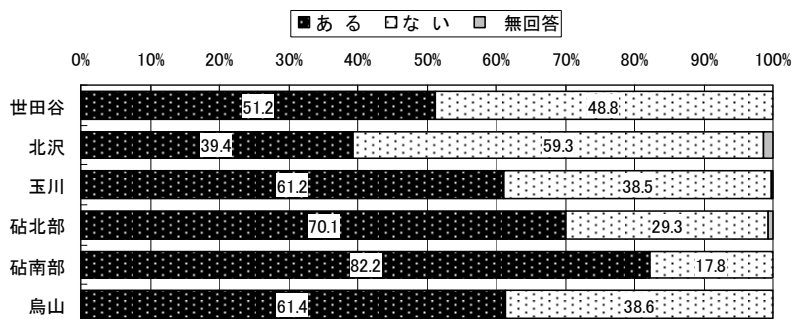
しかし、農地が少ない東部地域では、区内産農産物の購入等、農業・農地に触れる機会が少なく、それら機会は世田谷区西部地域の農地が多く残る地域に偏っている状況があります。

このため、世田谷区では、最も生活に密着した「食」の視点から区民に区内産農産物を提供すると同時に、農業・農地が持つ多面的機能を活かしつつ、子供から大人までがライフスタイルに応じた多様な農業に触れることができる取り組みを展開しています。

図表 4.3.13 多くの区民が参加できる多様な農業の展開（イメージ）

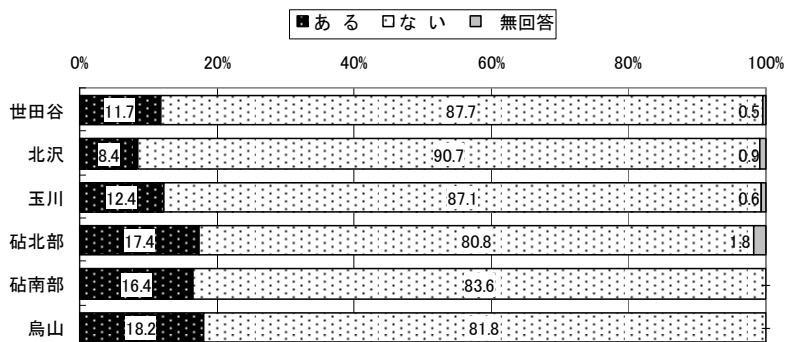


図表 4.3.14 区内産農産物購入経験（地区別）



[資料]世田谷区「区民意識調査 2008」

図表 4.3.15 区内の農業イベント参加経験（地区別）



[資料]世田谷区「区民意識調査 2008」

(1) ライフスタイルに応じた農業体験機会の創出

世田谷区には、区民の生活のすぐそばに、区が開設している区民農園、農業者が開設する体験農園、いちごのつみとり等のふれあい農園といった様々な農業と触れ合える場があり、多くの区民が利用しています。

今後は、これら既存の取り組みとともに、「世田谷区農地保全方針」に基づく農業振興等拠点において区民参加型体験型農園や教育・リハビリ農園の整備等について検討するなど、区民のニーズやライフスタイルに応じた農業体験機会を創出していきます。

(2) 身近に“農”がある都市生活の創出

都市にある「農」は、農地が創造する緑の空間を提供することによる癒し、都市におけるヒートアイランド現象の緩和等の多面的機能を発揮しています。

世田谷区では、農業の産業としての基盤強化を図ることと合わせて、区民の身近に「農」の存在が意識でき、その恩恵が日常生活で受けられる社会の創出も目指しており、近年ではまず、学校給食への区内産農作物の提供により、次代を担う子どもたちの食農教育にも取り組んでいます。

今後は、給食残渣を使用して資源循環の仕組みを作ったり、建物の壁面に農産物による緑化を施したりと、区民が身近に“農”を感じることができる都市生活の創出に取り組んでいきます。

(3) 世田谷農業の魅力の発信

世田谷区では、農業振興とともに農地を保全していくため、多くの区民に都市における農業・農地の役割やその魅力を理解してもらえるよう、「アグリ通信」等のパンフレットの配布、世田谷区農業祭等のイベントによって積極的にその情報を発信しています。

平成 21 年度は、世田谷区農業祭において、区内産農産物を味わうコーナーを設けたり、クッキングカーによる食育講座を実施したりと、新たな取り組みも実施しており、今後もこのような取り組みを継続し、世田谷農業の魅力を発信していきます。

【コラム 9：世田谷区農業祭】

・平成 21 年に実施した農業祭では、毎年実施する農産物即売市（写真右）、宝船の展示（写真下左）等の人気イベントに加え、世田谷産農産物の味わいコーナー（写真下中央）や、クッキングカーによる食育講座（写真下右）を実施し、区内産農産物「せたがやそだち」を PR しました。



大蔵大根の即売市



宝船の展示



世田谷産農産物の味わいコーナー



クッキングカーによる食育講座

[資料]世田谷区「都市農業課資料」

3. 都市農業の振興のための推進体制

世田谷区では、区都市農業課、農業委員会、区関係農業協同組合（JA東京中央及びJA世田谷目黒）、区内の農協関連組織及び農業者団体、個別農業者との連携を強めるとともに、東京都、東京農業会議、東京都農業協同組合中央会等の協力をいただきながら、都市農業の振興に向けた推進体制の構築に取り組んでいます。

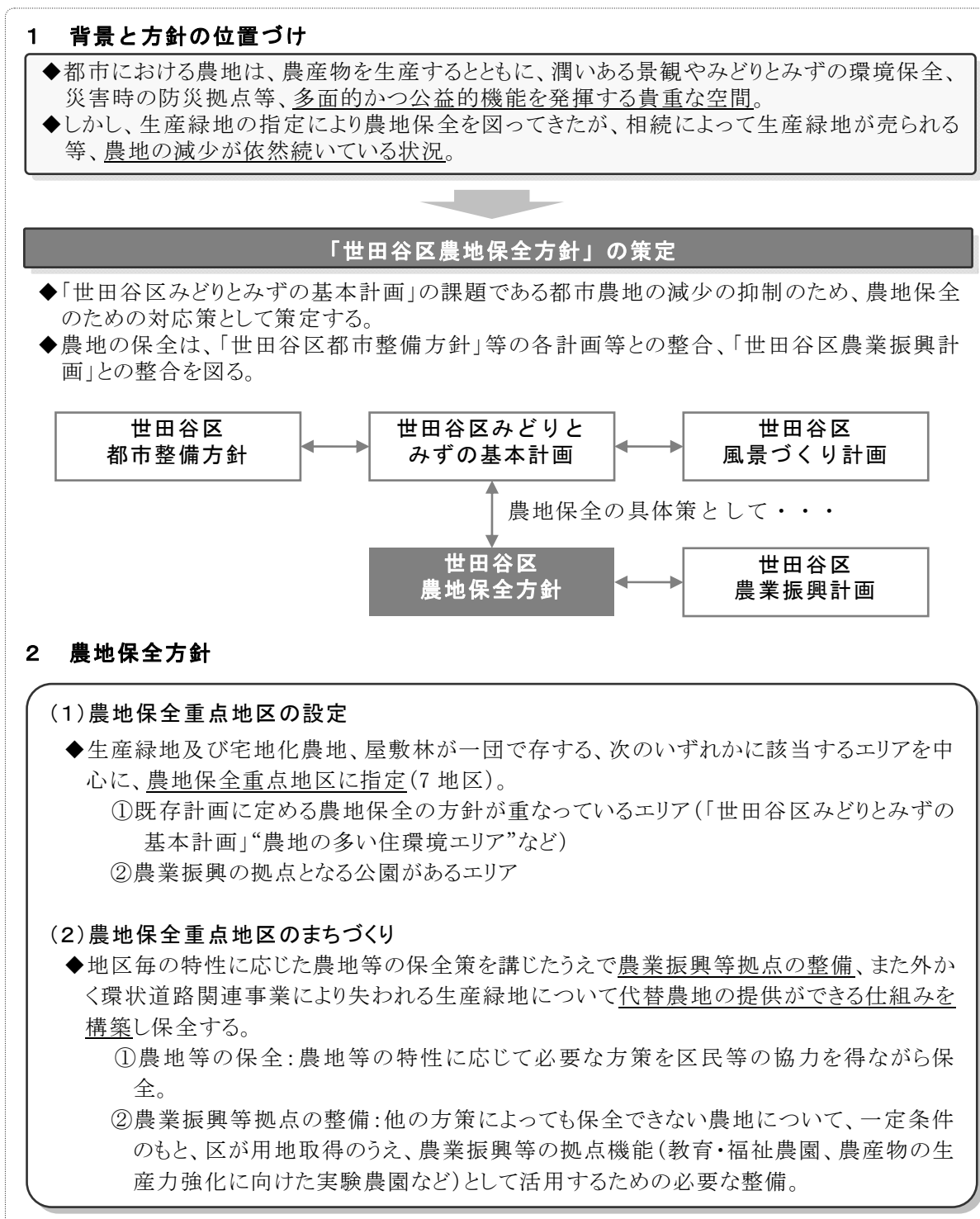
また、世田谷市場、青果店、商店街あるいは、他の産業団体との連携を図ることによって、農商工連携による生産から消費まで一体となった連携体制の構築を図ります。

4. 区の農地保全の取組み「世田谷区農地保全方針」

世田谷区では、区制100周年を迎える2032年（平成44年）に「みどり率」を33%とすることを目指す「世田谷みどり33」を推進しており、区内の農地は、環境保全のための貴重な「みどり」として、その保全・活用が望まれています。

そのような中、「世田谷区農地保全方針」は、産業政策部とみどりとみず政策担当部の共管で策定しており、今後も、農業振興と農地保全の2つの視点から、横断的に取り組んでいきます。

図表 4.3.16 世田谷区農地保全方針の概要



5. 都市農地保全に向けた他自治体等との連携の取組み

(1) 都市農地保全推進自治体協議会

世田谷区は、東京都内の農地を有する 38 自治体で構成される「都市農地保全推進自治体協議会」に参加し、都市農地の保全や都市農業の PR などの様々な取組みや、都・国に対して農地法等の制度改善を提言するなど、都市農業の振興と農地保全に向けた取組みを行なっています。

図表 4.3.17 「都市農地保全推進自治体協議会」の主な取組み

年 月	主な取組み
平成 20 年 10 月	都市農地保全推進自治体協議会 設立
平成 20 年 11 月	農林水産省、国土交通省に対し、都市農地保全を推進するための要望書の提出
平成 21 年 10 月	第 3 回都市農地保全自治体フォーラム 開催*

※都市農地保全自治体フォーラムは、従前より取り組んでおり、第 3 回から「都市農地保全推進自治体協議会」が主催している。

(2) 都市農地懇談会

「都市農地懇談会」は、東京 23 区内に農地を有する 10 区が連携して開催しており、世田谷区はその事務局を担っています。

本会は、前記の「都市農地保全推進自治体協議会」での活動と合わせて、農業振興及び農地保全に関する東京 23 区固有の課題の検討や、東京 23 区内の農業についてもっと多くの区民に理解を深めてもらうための積極的な PR 活動を展開しています。

図表 4.3.18 周辺自治体との主な取組み

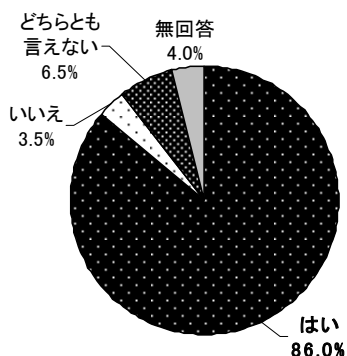
年 月	主な取組み
平成 20 年 5 月	都市農地懇談会（サミット） 開催
平成 21 年 11 月	とうきょう農業新発見フェスタ 開催

【コラム 10：とうきょう農業新発見フェスタ】

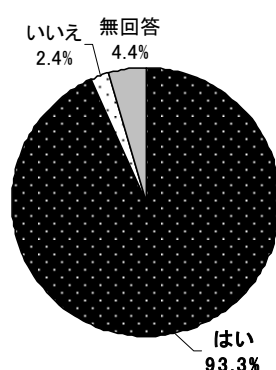
- ・このイベントは、平成 21 年 11 月 29 日（日）、銀座にある数寄屋橋公園にて、農地を持つ特別区 10 区（世田谷区、目黒区、大田区、中野区、杉並区、板橋区、練馬区、足立区、葛飾区、江戸川区）が主催となり開催されました。
- ・当日は、参加した 10 区の農業関連事業・イベント等のパネル展示のほか、都市の農業・農地に関するアンケート調査を実施し、回答をいただいた 1,000 名の方々へ、東京 23 区の新鮮野菜をプレゼントしました。
- ・集まった 10 区では「都市農地懇談会」を開催しており、今後も農業振興・農地保全に取り組んでいくため、このようなイベントを開催していく予定です。



本日のイベントで東京 23 区農業を
”新発見”していただけましたか？



あなたは東京 23 区内に農業・農地
は必要だと思いますか？



[資料] イベント当日実施したアンケート調査結果 (n=1,186)

[資料] 世田谷区「都市農業課資料」

「平成 2 1 年度 世田谷区産業経済白書」

編集・発行 世田谷区産業政策部

発行日 平成 2 2 年 3 月

No. 7 4 1

〒 1 5 4 - 0 0 0 4

東京都世田谷区太子堂 2 - 1 6 - 7

TEL : 0 3 - 3 4 1 1 - 6 6 5 2

FAX : 0 3 - 3 4 1 1 - 6 6 3 5

再生紙を使用しています