

# 世田谷区産業振興計画

(2018年度(平成30年度))

~2021年度(平成33年度))

2018年(平成30年)3月

世田谷区



## 目 次

産業振興計画策定の経緯と趣旨	1
1. 計画策定の経緯	1
2. 計画の位置づけと期間	1
前計画の進捗状況	2
1. 現行産業振興計画の総括	2
2. 世田谷産業振興計画の事業体系ごとの振り返り	2
産業を取り巻く環境について	6
1. 社会環境の変化	6
2. 世田谷区の人口と世帯数、昼夜間人口等	9
3. 世田谷区の産業の概況	12
アンケート調査結果にみる産業の実態	19
1. 「世田谷区産業基礎調査」の概要	19
2. 事業者アンケート調査【商業・サービス関連事業者】	20
3. 事業者アンケート調査【建設・製造・その他事業者】	27
4. 区民アンケート調査	32
5. 「世田谷区建設業実態・意向調査」の結果	36
区産業の課題整理	39
振興計画のコンセプトと方向性	41
施策体系	42
各施策の概要	49
1 世田谷産業の基盤づくり	50
産業創造基盤	50
1 起業・創業支援	50
2 経営の安定化・活性化	51
3 産学金公検討・連携体制の構築と推進	53
4 地元金融機関等との連携	54
5 産業情報の効果的な発信と連携	56
2 世田谷人材の育成と活躍	57
雇用・労働環境の充実	57
6 ライフスタイルに応じた働き方ができる環境づくり	57
7 ワーク・ライフ・バランスの推進	58
8 世田谷の特性を活かした産業への就労機会拡大	59
9 女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大に向けた支援	61
10 勤労者福祉機能等の向上	65
世田谷人材の育成と活躍促進	66
11 産業に係る専門力・技術力の向上	66
12 産業を支える若手・中堅人材・後継者の育成	67
13 地域人材・NPOの育成と活動機会の創出	68
3 豊か・安心・快適な区民生活創造	70
区民生活や地域環境を支え高める商店街振興	70

1 4	商店街が担う公共的役割への支援	70
1 5	「まちの力」の参加促進	72
1 6	地域特性を活かした魅力を生み出す商店街の形成	73
1 7	商店街のマネジメント機能の育成	74
	地域や生活に身近なものづくりの産業	75
1 8	住工共生まちづくりの推進	75
1 9	環境・エネルギーに係る取組み推進	76
2 0	準工業地域の維持・保全	77
2 1	住宅・建築産業などの支援による住生活の価値向上	78
	区民とともにつくる世田谷農業	79
2 2	顔の見える農業の推進	79
2 3	地産地消の推進	80
2 4	みんなで育てる「せたがやそだち」	81
	区民がを見つけ楽しむ世田谷観光	82
2 5	魅力発見・活用等の促進	82
2 6	まちなか観光の魅力を高める取組み推進	84
2 7	多様なまちなか観光情報の受発信環境の整備	86
	安全・安心な消費環境づくり	88
2 8	消費生活の安全・安心の確保	88
2 9	消費者被害の救済対応	89
3 0	効果的な啓発活動	90
4	活力ある産業の育成と創造	91
	世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成	91
3 1	区民生活を支えるサービス産業の振興	91
3 2	地域課題解決に向けた取組みの推進	93
3 3	多様な産業主体と連携の促進	94
	ものづくり技術を活かした産業の推進	95
3 4	環境に配慮したものづくりの充実	95
3 5	生活の身近にある安全で快適な産業・技術の推進	96
	世田谷の特性を活かした農業力の強化	97
3 6	多様な担い手の育成	97
3 7	区民に信頼される農業経営の推進	98
3 8	経済活力を創出する都市型農業のモデルづくり	100
	まちなか観光が生み出す産業の活性化	102
3 9	世田谷の魅力を堪能できる観光事業の推進	102
4 0	観光関連産業の取組み活性化と協働促進	104
4 1	さらなる誘客に向けた観光プロモーションの強化	107
4 2	外国人をはじめとする観光客に対する受入環境の向上	109
	事業者と消費者がつくる豊かな消費生活	110
4 3	見守りネットワークの形成	110

4 4	危害等の防止	111
4 5	取引等の適正化	112
4 6	商品表示の適正化	113
5	人と事業所とまちが創る成熟都市せたがや	114
	潤いと活力に満ちた地域づくり	114
4 7	区民の利便性向上に資する都市型コンパクトライフの実現に向けた産業支援	114
4 8	広域生活・文化拠点を中心とした交流促進による産業の活性化の推進	116
4 9	都市開発に伴う新たなまちづくりと一体となった商店街振興の推進	117
5 0	タウンマネジメント機能の育成による地域内連携と商業機能の充実	118
	建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展	119
5 1	建設・建築関連産業の振興	119
5 2	都市インフラ高度化に向けた整備、推進	120
	農のある都市環境の維持・形成	121
5 3	農地・緑地の保全推進と活用促進	121
5 4	区民の農園等の利活用促進	123
	世田谷観光プロモーションの強化	124
5 5	世田谷独自の多様な魅力を高めるための観光プロモーションの推進	124
5 6	世田谷型 MICE の推進によるまちの賑わいの創出	126
5 7	自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み	127
5 8	世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進	128
	消費者市民社会の実現	129
5 9	消費者の自立支援	129
	価値創造プロジェクト	130
	振興計画の推進に向けて	140
( 1 )	振興計画の進捗管理	140
( 2 )	振興計画の推進体制	141



# 産業振興計画策定の経緯と趣旨

## 1. 計画策定の経緯

世田谷区では、2008年度（平成20年度）から2017年度（平成29年度）を期間とする「世田谷区産業ビジョン」を策定しました。「世田谷区産業ビジョン」は、区民生活の質を支え、高めるものとして、さらに、地域社会の発展に寄与するものとして、地域産業の新たな役割と展開の方向性について、長期的視点から戦略的に取組みを示すものとなっております。このビジョンを具体化するものとして「世田谷区産業振興計画」を位置付けています。

そして、東日本大震災といった未曾有の災害や、グローバル経済状況の変化等、大きな社会経済環境の変化を踏まえ、世田谷区は2012年（平成24年）に「世田谷区産業振興計画（調整計画）」を策定し、その後、2014年度（平成26年度）から2017年度（平成29年度）を計画期間とした「世田谷区産業振興計画」を策定しました。

今後、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下、「東京2020大会」という。）に向けて国内外からの人の流れが活発化することが想定されるなか、ポストオリンピック・パラリンピックも視野に入れ、継続的な産業振興を図るとともに、地域社会の発展に寄与するものとして、新たに2018年度（平成30年度）から10か年を見通した産業のあり方を明らかにする世田谷区産業ビジョンを具体化する計画が必要となっております。

そこで、この度、新たな「世田谷区産業ビジョン」を具体化する、「世田谷区産業振興計画（以下「振興計画」という。）」を策定します。

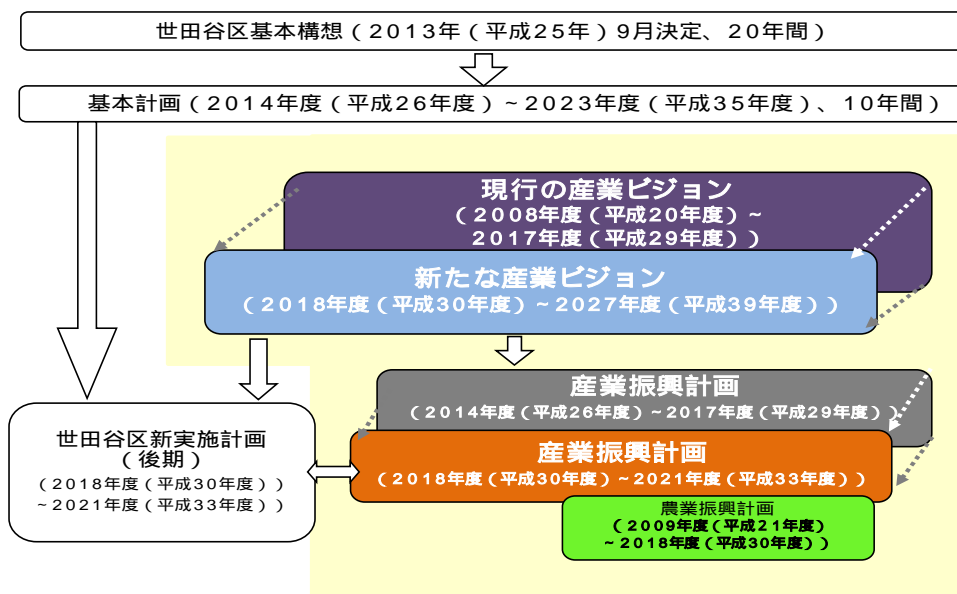
## 2. 計画の位置づけと期間

本産業振興計画は、新たな「世田谷区産業ビジョン」（2018年（平成30年）4月）を上位計画とします。振興計画は、新たな「世田谷区産業ビジョン」に基づき、「世田谷区新実施計画（後期）」や「世田谷区農業振興計画」などとの整合を図ります。

振興計画の計画期間は、2018年度（平成30年度）から概ね4年間とします。

ただし、急激な社会情勢の変化が生じた場合は、施策の効果及び国や都などの新たな施策の展開等の情勢変化を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

振興計画は、産業ビジョン体系の区分にしたがって、区が実施する事業より構成します。



## 前計画の進捗状況

### 1. 現行産業振興計画の総括

現行計画では、世田谷区産業ビジョン（2008年度（平成20年度）～2017年度（平成29年））に基づき、「つなぐ」をキーワードとして、産業や事業者間、NPOや区民との連携などを目的とし、企業（事業者）、大学、区民などの相互調整・連携促進、場の提供、場の創造、情報収集、情報発信、環境整備、産業の高度化の4つの側面から横断的な取組みを促進・支援してきました。

その中で、地元金融機関との包括協定を締結し、それぞれの強みを生かした連携による起業・創業支援の促進、世田谷ナンバーの導入と普及による新たなブランド力の創造・発信、観光アプリの開発・運用ホームページの充実などによる世田谷の魅力の効果的な発信といった新たな取組みも生まれました。

このように現行の産業振興計画においては、4つの異なる視点から産業連携に取り組み、起業・創業支援の仕組みの形成やソーシャルビジネス活動支援などによる新たな産業の創出・育成を進めるとともに、観光アプリの開発・運用やホームページの充実などによる世田谷の魅力の効果的な発信に取り組むことができたかと捉えています。

もっとも、この間、大規模災害への対応や老朽化した公共インフラの整備、ラグビーワールドカップ2019や東京2020大会といった大型スポーツイベントの開催に向けた気運醸成の取組み、AIやIoTなど新たな産業技術の進化とそれに伴う新たな働き方の提唱など、様々な社会経済状況の変化が生じており、区の産業政策の長期的な指針である産業ビジョンとそれに基づく事業の体系である産業振興計画を見直す必要も生じています。

今後は、商業、工業、農業の枠組みにとらわれず、福祉、環境、建設なども含め、地域を支える多様な産業を育成・支援していくとともに、産学金公連携をはじめとするさらなる産業横断的な連携の取組みや世田谷区の魅力を発信する観光プロモーションの取組みなどを通じて、区内産業の振興と地域経済の活性化を推進していくことが重要であると認識しています。

### 2. 世田谷産業振興計画の事業体系ごとの振り返り

#### (1) 世田谷産業の基礎づくり

##### 産業の高度化・安定化・組織化の促進

産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画を策定し、国の認定を受けるとともに、地元金融機関等の創業支援事業者との連携などにより、創業支援や経営支援等に取り組むことにより、創業相談の件数が2013年度（平成25年度）から2016年度（平成28年度）にかけて、451件から538件に増加しました。

また、2014年度（平成26年度）から実施している創業セミナーについて、2016年度（平成28年度）には延べ68人が参加するなど起業・創業支援を推進しました。同じく2014年度（平成26年度）から創設した経営支援コーディネーターによる支援は2016年度（平成28年度）の実績が16社にのぼるなど各事業者の課題に対応した支援実績をあげることができました。

さらに、2015年度（平成27年度）から、区内中小事業者における新製品や技術の開



発促進のために、新たに知的財産権取得費用の補助制度を創設し、2015年度（平成27年度）は6件、2016年度（平成28年度）は10件の実績をあげました。

#### 政策実現の基盤づくり

同業種団体等との意見交換会の開催、産業基礎調査や建設業実態・意向調査の実施などを通じて、区内事業者の実態・課題や区民の区内産業に対するニーズなどの把握に取り組みました。

また、2015年度（平成27年度）からビジネスマッチング支援事業補助金を創設し、2015年度（平成27年度）に5件、2016年度（平成28年度）に8件の補助を行うことにより、区内産業のPRとそれを通じた産業活性化につなげました。

さらに、ソーシャルビジネスイベントの開催など事業者、区民、NPOなどの交流促進の場を設けるとともに、2015年度（平成27年度）に地元金融機関との包括協定を締結し経営支援や創業支援に係る連携事業を行うことで、区内の産業関係者の協力・連携を強化して、新たなビジネスの創出・育成に取り組みました。

### （2） 世田谷人材の充実と活用

#### 労働・雇用の充実

三軒茶屋就労支援センターを中心とした女性・高齢者等への就労支援に取り組み、結果として、同センターの利用者数は、2013年度（平成25年度）の8,000人から2016年度（平成28年度）は41,300人に増加しました。また、年間6回の障害者雇用支援プログラムの実施、せたがや若者サポートステーション等を通じた若者就労支援の実施などにより、女性、高齢者、障害者、若者が多様な形で働くことができる機会を発掘・創出しました。

#### 人材育成・活用

商店街への産業活性化アドバイザーの派遣事業を強化したことにより、派遣件数が2013年度（平成25年度）の26件から2016年度（平成28年度）には40件に増加しました。

また、「福祉のおしごと 就職・面接相談会」等のハローワークとの連携事業や小学生の農業体験事業や子供向けのものづくり出前講座の実施、中学生の職場体験事業との連携の定期的な実施などにより、区内事業者における人材育成や後継者養成の支援を進めました。

さらに、高齢者向け就職面接会を年1回実施するとともに、シルバー人材センターを活用した高齢者の就業機会の拡充に取り組むなど幅広い人材の活用に取り組みました。

### （3） 商業・サービス業の振興

#### 区民生活や地域社会と共生する商業の振興

各種補助金の活用により、2014年度（平成26年度）から2016年度（平成28年度）の間に、商店街における防犯カメラの設置台数が246台、スタンドパイプの設置台数が18台増えるなど整備が着実に進んでおり、安全・安心まちづくりの推進という意味で、区民の日常生活を支える商店街の公共的役割がますます重要度を増しています。

また、産業活性化アドバイザーの派遣件数を 2013 年度（平成 25 年度）の 26 件から平成 28 年度には 40 件に増加するなど商店街の経営力の強化に取り組むとともに、新たにまちバル・まちゼミへの補助制度を設け、2016 年度（平成 28 年度）には、区内においてまちバル 10 事業・まちゼミ 3 事業が実施されるなど商店街の魅力や特色を発信する事業への支援を拡大することにより、商店街の活性化を図りました。

#### 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

各商店街に設置されている商店街のまちのステーションを地域に開かれたコミュニティ施設として運営するとともに、世田谷ものづくり学校において夏休みに子供向けのワークショップを開催するなどコミュニティサービス・地域サービスの育成・支援に取り組んでいます。

また、同業種団体の意見交換会や産業基礎調査の実施、産業ビジョン懇話会の定期的な開催などにより、様々な視点から意見を聴取し、効果的な産業振興施策の策定につなげています。

### （４） 工業・ものづくりの振興

#### 世田谷の特色を活かした産業の展開

冊子「もの つくる ひと」の発行や環境セミナーの開催などを通じて、区内のものづくり産業の特色の P R や事業者等に向けた再生可能エネルギー及び省エネルギーの活用に関する普及啓発に取り組みました。

#### 地域に展開しているものづくりなどの活性化

住工共生まちづくりワーキングを年 5 回程度、住工共生交流イベントを年 1 回程度実施するとともに、冊子「もの つくる ひと」の発行・配布などにより、住民・団体・事業者の住工共生まちづくりに関する意識醸成を進めました。

### （５） 都市農業の振興

#### 世田谷らしい都市農業の推進・振興

区民農園（2016 年度（平成 28 年度）は、21 園・961 区画）などの各種の農業体験事業を通じて区民の都市農業に対する理解が進んでいます。また、隣接区・地区農協との啓発イベントを実施するとともに、平成 25 年度の 69 経営体から平成 28 年度には 94 経営体に増加した認定・認証農業者制度の運用などにより、都市農地の振興に関する取組みも進んでいます。また、せたがや農業塾には每期 10～20 人が参加するとともに、農業サポーター登録者数が 2016 年度（平成 28 年度）には 90 人を計上するなど、将来的な農業の担い手の育成も順次進めています。

#### 区民とともに育む世田谷農業の推進・振興

農業体験農園（2016 年度（平成 28 年度）は 4 園・97 区画で実施）やふれあい農園の支援（2016 年度（平成 28 年度）は 65 園を支援）、直売所マップの配布などを通じて、区民が農業に触れる場や機会の提供と世田谷農業の P R に取り組み、農業を通じたコミュニティの活性化を進めています。また、農家・J A、保健所との連携により、

「せたがやそだち」を活用した食育事業を推進し、食育・食農意識の普及啓発を図っています。

#### (6) まちなか観光の推進(観光アクションプラン)

##### 世田谷の魅力を高める資源の「発見」

区のホームページ「世田谷の魅力」を運用するとともに、2014年(平成26年)11月からまち歩きコース、観光スポットなどを紹介している観光アプリ「世田谷ぷらっと」の運用を開始し、2016年度(平成28年度)末の時点で累計ダウンロード数が10,000件を超えるなど、世田谷の観光の魅力の発信に効果を発揮しました。

その他、風景づくり普及啓発事業の実施、商店街スタンプラリーの実施、レンタサイクルマップの配布などにより世田谷の魅力を高める観光資源の発掘と魅力の発信に取り組みました。

##### 資源を活用した新たな魅力の「創造」

世田谷まちなか観光交流協会への活動支援やまちなか観光メッセ等の民間事業者の連携による事業の実施などにより、まちなか観光を軸とした世田谷のまちの魅力の発信に取り組みました。また、世田谷ふるさと区民まつり、東京ラーメンショー、世田谷246ハーフマラソンといった大型イベントに「世田谷みやげ」のブースを出展したり、世田谷ナンバー特典リーフレットの作成・配布(2014年度(平成26年度)10,000部・6自治体が参加、2015年度(平成27年度)15,000部・8自治体が参加)を行うことなどにより、自治体間交流の促進や世田谷の観光の魅力の発信にも取り組みました。

##### 様々な媒体を活用した効果的な魅力の「発信」

区ホームページ「世田谷の魅力」について、区内観光スポットの紹介数を増やすとともに、観光関連イベント情報を新設するなど情報発信の手法や内容を工夫した結果、当該ページの閲覧数が2013年度(平成25年度)の月平均約4,700件から2017年度(平成29年度)には月平均約7,100件に増加しました。

また、観光マップの発行・配布(2016年度(平成28年度)40,000部発行)、観光アプリ「世田谷ぷらっと」の開発と機能拡充など様々な手法により、世田谷の魅力の効果的な発信を図りました。

## 産業を取り巻く環境について

### 1. 社会環境の変化

2016年（平成28年）10月、「平成27年国勢調査」の確定値が公表され、外国人を含む日本の総人口は1億2,709万4,745人で、前回の同調査から0.8%減という数値となりました。こうした人口減少に代表されるように、我が国は、いよいよ低成長過程に突入する状況となっています。そして人口減少に起因する若年層を中心とした人材不足、少子高齢化のさらなる進展、消費市場の縮小、財政収入の減少等、各所で様々な課題が出てきています。

加えて、トランプ政権の台頭や英国のEU離脱、北朝鮮問題等、不安定な国際政治も相まって、今後はこれまで以上に不安定な状況の下でグローバル経済が進展することが予想されます。

しかし一方、こうした社会経済情勢の課題に取り組むための産業や技術など、新たな社会経済動向も生まれており、今後はこれらの課題に対して、地域の資源や産業力等を活かすことで、解決を図っていくことが望まれます。

そこで、まずは社会環境の変化として全国的な人口のトレンド、国内の経済状況、国内雇用の状況、新たな技術の進展、といった順で、広い視野から区民生活や区内産業等への影響を意識しつつ、整理を行います。

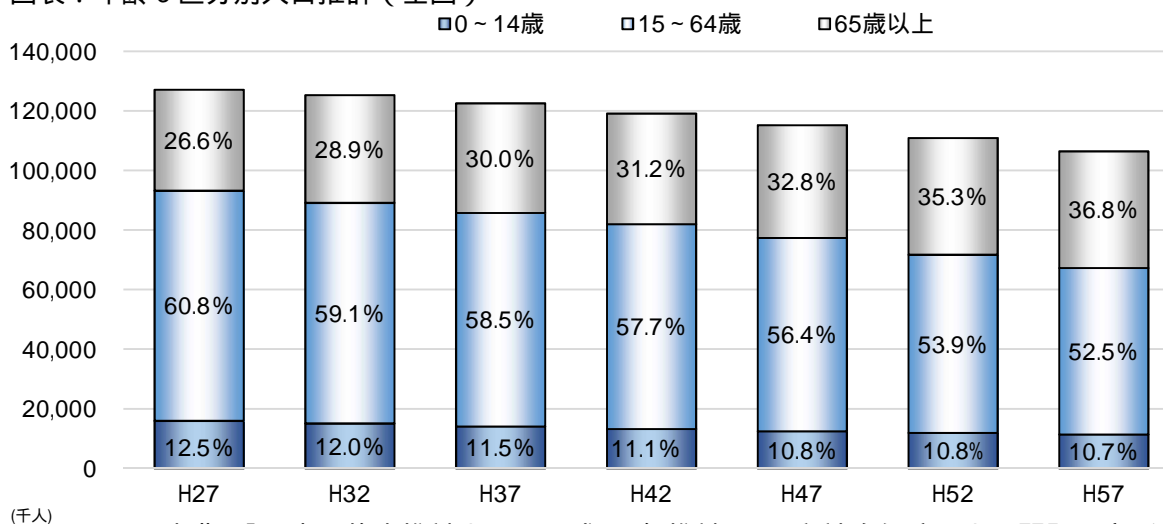
#### 全国的な人口のトレンド

日本の総人口は2008年（平成20年）がピークで、平成27年国勢調査からも把握できる通り、既に人口減少過程に入っています。また、国立社会保障・人口問題研究所による最新の推計（平成29年推計、出生中位・死亡中位）によれば、2045年（平成57年）には総人口が1億642万人にまで減少する見込みで、今後は既存の出生率が改善されない限り、人口増加に転じることはあり得ないと言えます。

また、高齢化率についても、2015年（平成27年）で26.8%と推計されていましたが、実績値は26.6%となっており、着実に高齢化が進んでいることが伺えます。

他方、こうした少子高齢化が進むなか、特に地方都市では人口減少が顕著に進んでいる反面、若者を中心とした都心回帰等の傾向も見られます。

図表：年齢3区分別人口推計（全国）



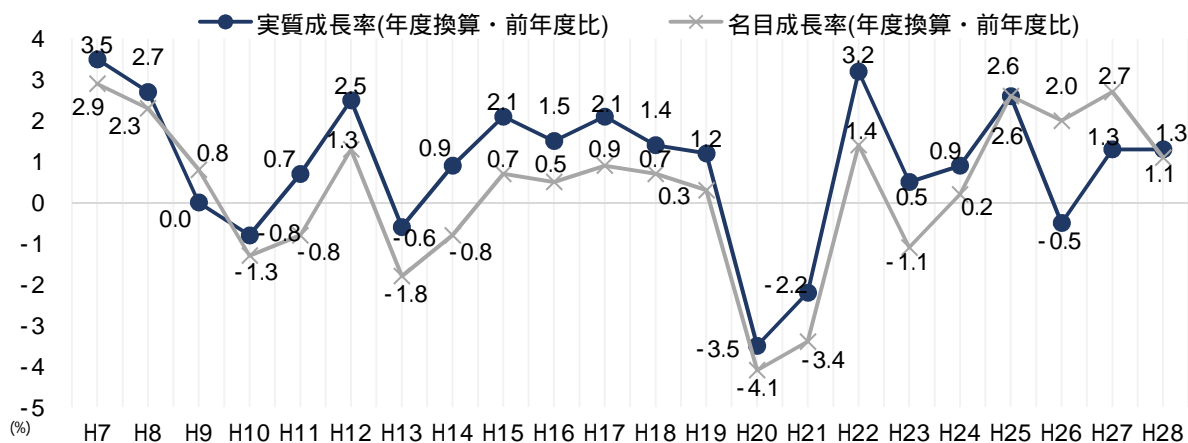
出典：「日本の将来推計人口（平成29年推計）」国立社会保障・人口問題研究所より作成

## 国内の経済状況

日本経済は、バブル経済崩壊以降、失われた20年と呼ばれるデフレ経済下で、成長率の低迷を経験してきました。その一方、近年では2012年（平成24年）の安倍政権による財政支出の拡大等、アベノミクス政策による景気の押し上げによって、2012年（平成24年）12月以降52か月続けて緩やかに回復基調が見られています。

そして、この期間は戦後2位のいざなぎ景気（57か月）の長さを超える等、経済状況の回復が期待されています。しかし、GDPの伸び率等はやや緩慢であることに加え、賃金の上昇率も緩やかに留まっていることから、消費者の実感はまだ薄い状況が伺えます。

図表：国内年次GDP成長率（2017年11月時点）



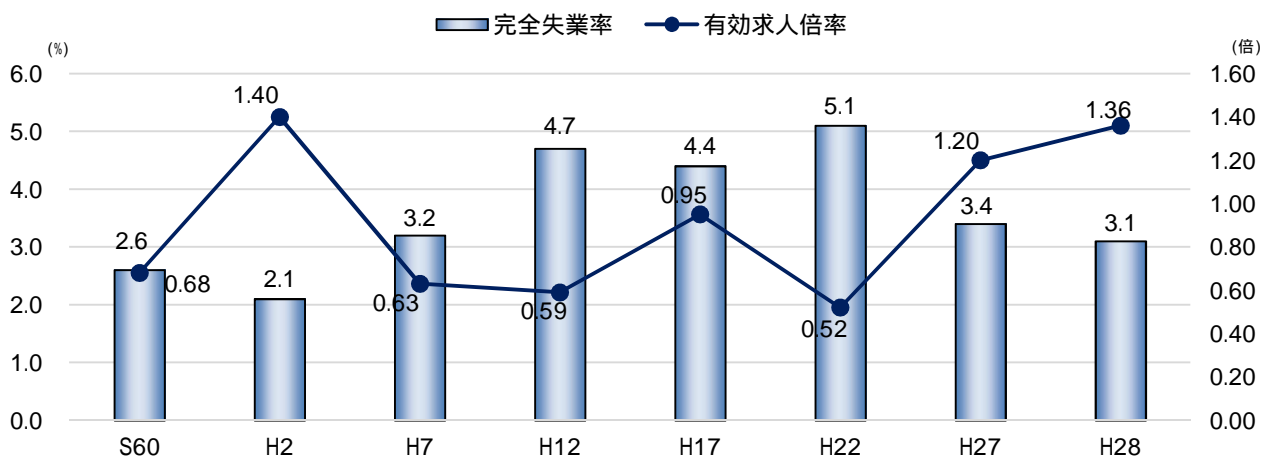
出典：「国民経済計算(GDP統計)」内閣府より作成

## 国内の雇用状況

一方、国内の有効求人倍率は、2017年（平成29年）時点では1.50、完全失業率も2.8%となっており、徐々に雇用分野においても、回復の兆しが見られます。そして2018年（平成29年）1月時点では、1.59まで回復し、44年ぶりの高水準を記録しました。そのうち、正社員のみ有効求人倍率においても1.01と1を上回る状況となっています。

しかし、業種別に見ると、製造業や運輸業、建設業等で特に求人数が多く、業種によって人材不足にも歪みが見られます。そして今後、オリンピック・パラリンピック開催に向けては、サービス業等でも、人材不足が懸念されます。

図表：有効求人倍率及び完全失業率の推移（全国・年平均）



出典：「労働力調査」総務省、「職業安定業務統計」厚生労働省より作成

## 新たな技術の展開

昨今、新たな技術として、I o T (Internet of Things) 、ビッグデータ、A I (Artificial Intelligence) 等が急速に普及しつつあります。

総務省「ビッグデータ時代における情報量の計測に係る調査研究」におけるビッグデータの流通量では、2013年(平成25年)に、2005年(平成17年)の約6倍になったとの報告もあります。そして、I o T市場規模に関しても、各所で今後大きな拡大が見込まれており、I o T適用範囲も多種多様な産業分野で、既に実現しつつあります。

例えば、代表的なものとして、製造業におけるサプライチェーン最適化、製品ストックや在庫データ収集、運輸業におけるルート最適化等を中心とした活用に期待が集まっています。しかし、こうした技術活用が可能なのは一部の大手・中堅企業に限定されると想定され、大手企業の優位性が今まで以上に高まり、既存のサプライチェーンのなかでは逆に中小・小規模事業者が不利な状況に置かれることも懸念されます。

図表：I o Tの適用分野例

分野	適用イメージ例
施設	・施設内設備管理の高度化(自動監視・制御等)
エネルギー	・需給関係設備の管理を通じた電力供給管理 ・資源採掘や運搬等に係る管理高度化
家庭・個人	・宅内基盤設備管理の高度化 ・宅内向け安心・安全等サービスの高度化
ヘルスケア・生命科学	・医療機関/診察管理の高度化 ・患者や高齢者のバイタル管理 ・治療オプションの最適化 ・創薬や診断支援等の研究活動の高度化
産業	・工場プロセスの広範囲に適用可能な産業用設備の管理・追跡の高度化 ・鉱業、灌漑、農林漁業等における資源の自動化
運輸・物流	・車両テレマティクス・追跡システムや非車両を対象とした輸送管理の高度化 ・交通システム管理の高度化
小売	・サプライチェーンに係る高度な可視化 ・顧客・製品情報の収集 ・在庫管理の改善 ・エネルギー消費の低減
セキュリティ・公衆安全	・緊急機関、公共インフラ(環境モニタリング等)、追跡・監視システム等の高度化
IT・ネットワーク	・オフィス関連機器の監視・管理の高度化 ・通信インフラの監視・管理の高度化

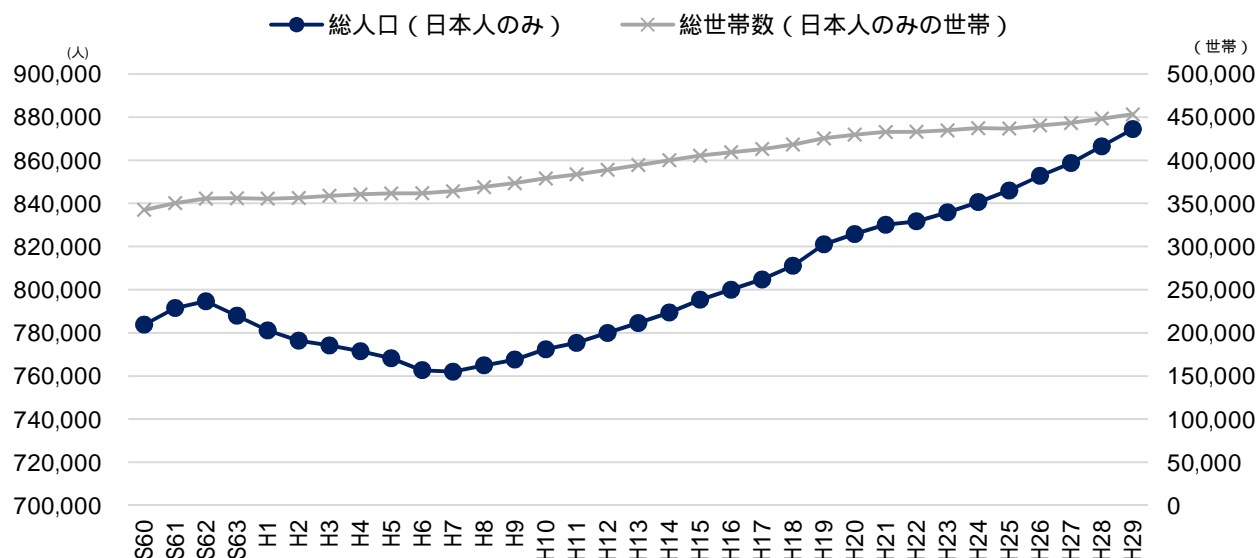
出典：「平成27年版 情報通信白書」総務省から引用

## 2. 世田谷区の人口と世帯数、昼夜間人口等

世田谷区における人口は、900,107人、世帯数は473,163世帯（2018年（平成30年）1月現在、住民基本台帳）と、それぞれ特別区において最も多くなっています。長期的に人口推移を見ると、1988年（昭和63年）以降の数年間で、一時的な減少傾向が見られましたが、1996年（平成8年）以降には再度増加に転じ、以降、2017年（平成29年）現在まで継続して増加し続け、過去最高値を記録しています。

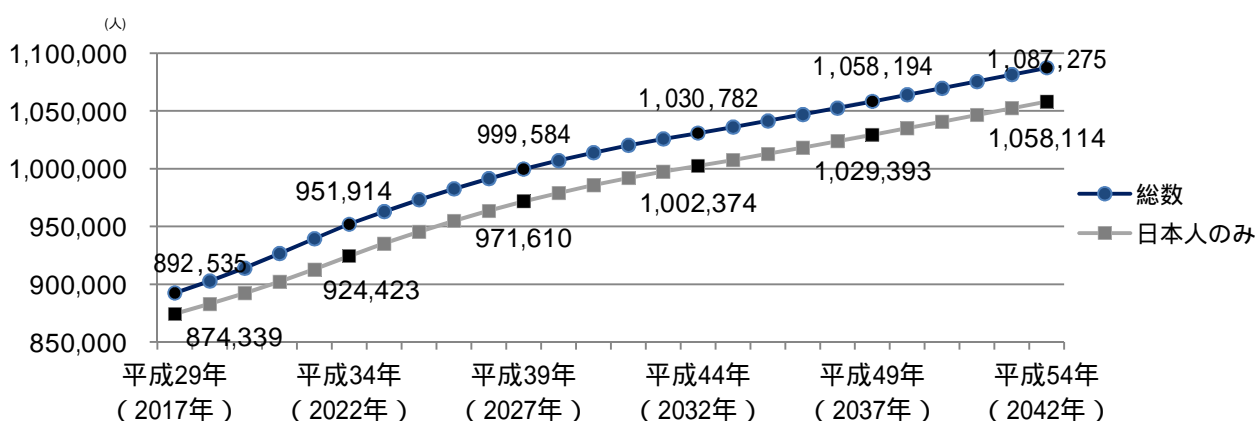
また、住民基本台帳人口を用いた「世田谷区将来人口の推計（平成26年9月）」によると、2038年（平成50年）時点の見込み人口は883,009人となっていました。しかし、「世田谷区将来人口の推計（平成29年7月）」では、2017年（平成29年）時点で、892,535人となり、既にこれらの数値を上回る実数値となっており、予想をはるかに上回るスピードで区内人口の増加が進んでいます。

図表：世田谷区の人口及び世帯数の推移



出典：住民基本台帳より作成（「住民基本台帳による東京都の世帯と人口」東京都）

図表：世田谷区における総人口の推計



総人口は外国人を含む。

	平成 29 年 (2017 年)	平成 34 年 (2022 年)	平成 39 年 (2027 年)	平成 44 年 (2032 年)	平成 49 年 (2037 年)	平成 54 年 (2042 年)
総人口	892,535	951,914	999,584	1,030,782	1,058,194	1,087,275

出典：「世田谷区将来人口の推計（平成29年7月）」（世田谷区）より引用

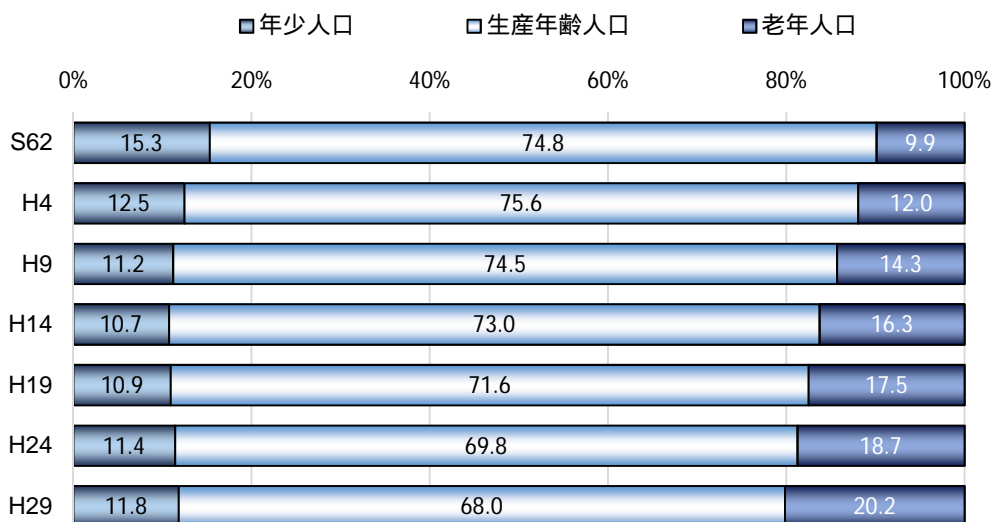
このように区内人口が増加傾向にあるなか、年齢3区分による人口構造にも変化が見られます。

1987年(昭和62年)以降、5年スパンで時系列比較を行うと、年少人口(0歳~14歳)の割合が最も低かったのは2002年(平成14年)となっていますが、それ以降、2017年(平成29年)まではやや割合増加の傾向にあることが分かります。なお、実数でも増加が確認でき、あまり少子化の傾向は見られません。

ただし、生産年齢人口(15歳~64歳)の割合は継続的に減少しており、既に70%を下回っています。実数としては、2012年(平成24年)と比較すると増加が見られますが、持続的な傾向とは判断できない状況です。

そして既に老年人口(65歳以上)の割合は、20%を超えています。2012年(平成24年)と比較すると、2017年(平成29年)では、約2万人の増加となっており、本区においても急速に高齢化が進んでいると考えられます。

図表：年齢三区分別 構成比の推移(世田谷区)



出典：住民基本台帳より作成(「住民基本台帳による東京都の世帯と人口」東京都)

図表：年齢三区分別 実数・構成比の推移(世田谷区)

	年少人口		生産年齢人口		老年人口		総数
	実数(人)	割合	実数(人)	割合	実数(人)	割合	
S62	121,646	15.3%	594,566	74.8%	78,426	9.9%	794,638
H4	96,167	12.5%	583,105	75.6%	92,197	12.0%	771,469
H9	85,888	11.2%	571,894	74.5%	109,790	14.3%	767,572
H14	84,688	10.7%	576,274	73.0%	128,433	16.3%	789,395
H19	89,647	10.9%	587,605	71.6%	143,668	17.5%	820,920
H24	96,071	11.4%	586,911	69.8%	157,540	18.7%	840,522
H29	105,587	11.8%	606,939	68.0%	180,009	20.2%	892,535

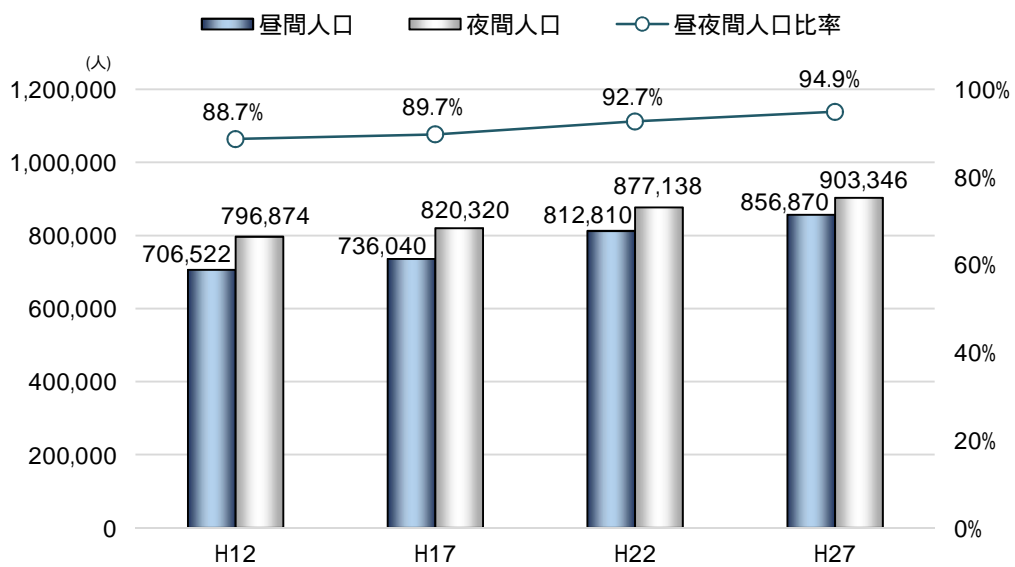
出典：住民基本台帳より作成(「住民基本台帳による東京都の世帯と人口」東京都)



一方、世田谷区における昼夜間人口比率（国勢調査）を見ると、2015年（平成27年）では94.9%といった値になっており、相対的に夜間人口が多いといった特徴が見られます。そして、2010年（平成22年）からの推移では、徐々に同比率が増加する傾向が見られ、昼間人口と夜間人口の差が狭まってきていることが確認できます。

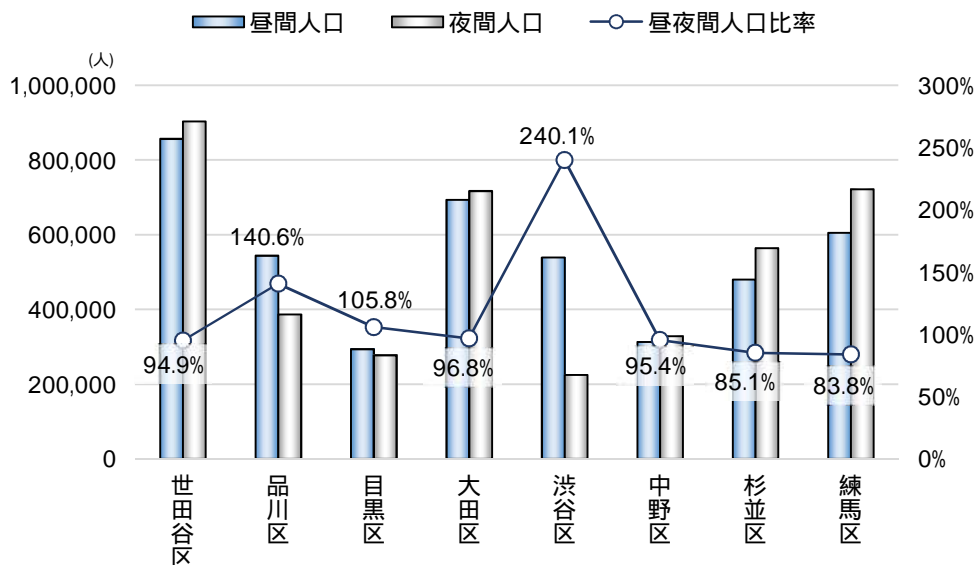
ただし、周辺区と比較すると、品川区で140.6%、目黒区で105.8%、渋谷区で240.1%とそれぞれ100%を超えており、本区の昼夜間人口比率は増加傾向にあるものの、住宅都市としての性格が強く、区外への通勤・通学者が多いといった特徴が見られます。

図表：昼夜間人口比率の推移（世田谷区）



出典：「国勢調査」総務省より作成

図表：他区との昼夜間人口比率の比較



出典：「国勢調査」総務省より作成

### 3. 世田谷区の産業の概況

#### 区内産業全体の傾向と業種別構成

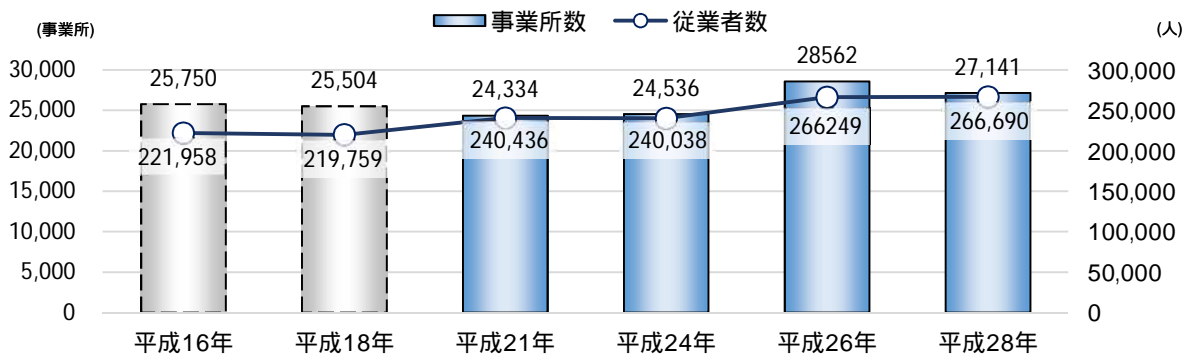
世田谷区全体の産業を見ると、区内の民営事業所数は27,141事業所、従業者数は266,690人（平成28年経済センサス - 活動調査（速報値））となっています。現行調査が開始された、平成21年経済センサス - 基礎調査と最新の平成28年経済センサス - 活動調査（速報値）を比較すると、事業所数、従業者数ともにやや増加していることが分かります。

これら事業所の集積を業種別に見ると、「卸売業、小売業」が全体の25.0%と最も高く、次いで「宿泊業、飲食サービス業」が高くなっています。都平均と比較すると、「生活関連サービス業、娯楽業」や「医療、福祉」でも事業所が相対的に多いといった特徴が見られます。

また業種別事業所の推移では、「農林漁業」等を除き、「情報通信業」、「学术研究、専門・技術サービス業」、「教育、学習支援業」等が新たに増加しています。同じく従業者数では、「情報通信業」、「複合サービス事業」、「医療、福祉」が大きく増加しています。「情報通信業」の従業者数の増加は、大手通信事業者の区内への移転による影響が大きいことが想定され、こういった先進的な技術を有する企業の立地も、産業振興の際に視野に入れておく必要があります。

一方、2009年（平成21年）から2016年（平成28年）にかけて、「製造業」では従業者数が約3千人減少しており、一部業種では減少も見られ、産業構造の変化が見られます。

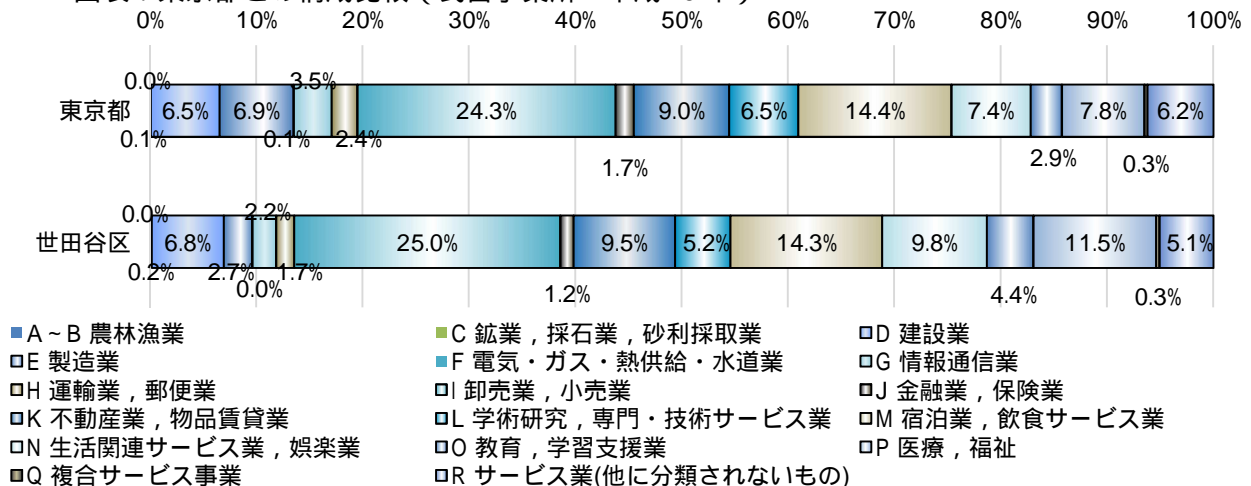
図表：民営事業所数及び従業者数の推移



出典：「事業所・企業統計調査」「経済センサス - 基礎調査、活動調査」総務省より作成

平成16年、平成18年データは事業所・企業統計調査のため、参考値とする。また平成28年データは経済センサス - 活動調査速報値であるため、値が変わることがある。

図表：東京都との構成比較（民営事業所・平成28年）



出典：「経済センサス - 活動調査」総務省より作成

平成28年経済センサス活動調査の事業所数・従業者数は速報値を使用しているため、確定値でない。

図表：民営事業所数の推移

	事業所数			
	H21	H26	H28	増減率 (H21-28)
A～R 全産業(S公務を除く)	24,334	28,562	27,141	11.5%
A～B 農林漁業	25	53	47	88.0%
C 鉱業、採石業、砂利採取業	1	1	2	100.0%
D 建設業	1,764	1,926	1,837	4.1%
E 製造業	809	872	720	11.0%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	10	8	10	0.0%
G 情報通信業	393	637	604	53.7%
H 運輸業、郵便業	633	541	462	27.0%
I 卸売業、小売業	6,912	7,253	6,791	1.8%
J 金融業、保険業	270	333	337	24.8%
K 不動産業、物品賃貸業	1,991	2,934	2,590	30.1%
L 学術研究、専門・技術サービス業	903	1,486	1,415	56.7%
M 宿泊業、飲食サービス業	3,740	4,028	3,870	3.5%
N 生活関連サービス業、娯楽業	2,582	2,807	2,672	3.5%
O 教育、学習支援業	997	1,218	1,191	19.5%
P 医療、福祉	2,211	3,032	3,129	41.5%
Q 複合サービス事業	101	93	89	11.9%
R サービス業(他に分類されないもの)	992	1,340	1,375	38.6%

出典：「経済センサス - 基礎調査、活動調査」総務省より作成

1 平成 28 年経済センサス活動調査の事業所数・従業者数は速報値を使用しているため、確定値でない。

図表：民営事業所数における従業者数の推移

	従業者数			
	H21	H26	H28	増減率 (H21-28)
A～R 全産業(S公務を除く)	240,436	266,249	266,690	10.9%
A～B 農林漁業	191	291	341	78.5%
C 鉱業、採石業、砂利採取業	27	1	30	11.1%
D 建設業	14,433	14,712	14,591	1.1%
E 製造業	8,399	6,866	5,394	35.8%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	706	498	476	32.6%
G 情報通信業	7,569	9,324	17,031	125.0%
H 運輸業、郵便業	13,544	13,946	13,607	0.5%
I 卸売業、小売業	63,245	59,223	61,534	2.7%
J 金融業、保険業	6,243	5,518	6,988	11.9%
K 不動産業、物品賃貸業	10,764	12,835	12,853	19.4%
L 学術研究、専門・技術サービス業	6,218	7,902	7,962	28.0%
M 宿泊業、飲食サービス業	30,617	39,236	32,366	5.7%
N 生活関連サービス業、娯楽業	13,342	14,894	13,495	1.1%
O 教育、学習支援業	21,621	21,963	21,569	0.2%
P 医療、福祉	26,223	39,809	39,113	49.2%
Q 複合サービス事業	989	1,654	1,624	64.2%
R サービス業(他に分類されないもの)	16,305	17,577	17,716	8.7%

出典：「経済センサス - 基礎調査、活動調査」総務省より作成

1 平成 28 年経済センサス活動調査の事業所数・従業者数は速報値を使用しているため、確定値でない。

全国平均と比較すると、本区の特徴は「卸売業、小売業」の比率がやや高いことに加え、「医療、福祉」や「教育、学習支援」等に従事する従業者数比率が高いことが分かります。特に、「医療、福祉」に関しては、東京都と比べると、約6ポイント高くなっており、他にも「宿泊業、飲食サービス業」で2.4ポイント、「生活関連サービス、娯楽業」で1.5ポイント高い等、区内雇用を支えている業種であると考えられます。

今後さらに高齢化が進展するなか、「医療、福祉」に対するニーズの高まりが予測されますが、こうした事業所の集積を活かすことも視野に入れておくことが必要になると考えられます。

図表：全国・特別区との構成比較 民営事業所数における従業者数(平成28年)

	全国		東京都		世田谷区	
	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)	実数	構成比(%)
A～R 全産業(S公務を除く)	57,439,652	100.0%	9,146,493	100.0%	266,690	100.0%
A～B 農林漁業	366,949	0.6%	3,752	0.0%	341	0.1%
C 鉱業、採石業、砂利採取業	21,269	0.0%	1,978	0.0%	30	0.0%
D 建設業	3,728,873	6.5%	465,732	5.1%	14,591	5.5%
E 製造業	8,925,749	15.5%	567,683	6.2%	5,394	2.0%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	194,036	0.3%	23,487	0.3%	476	0.2%
G 情報通信業	1,663,836	2.9%	853,673	9.3%	17,031	6.4%
H 運輸業、郵便業	3,235,442	5.6%	471,561	5.2%	13,607	5.1%
I 卸売業、小売業	12,012,080	20.9%	2,032,134	22.2%	61,534	23.1%
J 金融業、保険業	1,530,071	2.7%	409,619	4.5%	6,988	2.6%
K 不動産業、物品賃貸業	1,479,307	2.6%	360,322	3.9%	12,853	4.8%
L 学術研究、専門・技術サービス業	1,815,209	3.2%	483,113	5.3%	7,962	3.0%
M 宿泊業、飲食サービス業	5,460,685	9.5%	888,004	9.7%	32,366	12.1%
N 生活関連サービス業、娯楽業	2,419,128	4.2%	331,360	3.6%	13,495	5.1%
O 教育、学習支援業	1,824,961	3.2%	357,139	3.9%	21,569	8.1%
P 医療、福祉	7,419,831	12.9%	806,625	8.8%	39,113	14.7%
Q 複合サービス事業	480,172	0.8%	36,889	0.4%	1,624	0.6%
R サービス業(他に分類されないもの)	4,862,054	8.5%	1,053,422	11.5%	17,716	6.6%

出典：「経済センサス - 活動調査」総務省より作成

1 平成28年経済センサス活動調査の事業所数・従業者数は速報値を使用しているため、確定値でない。

### 各産業における特性

本区の事業所数・従業者数は2009年(平成21年)時点と比較すると、緩やかに増加が見られますが、一部の業種では減少傾向が現れる等、産業構造に変化が見られます。

そこでまず、平成26年経済センサス - 基礎調査から、商業・サービス業に関して、最新データを見ると、卸売業の事業所数は、2014年(平成26年)時点で1,459事業所となっており、うち「その他の卸売業」が434事業所と最も多く、2009年(平成21年)から2014年(平成26年)では、全ての業種で増加が見られます。しかし、従業者数は全体で6.4%減少し、なかでも特に「その他の卸売業」で45.7%の大幅な減少が見られます。

小売業では、2014年(平成26年)時点で5,794事業所、2009年(平成21年)から2014年(平成26年)の推移は1.7%の増加が見られ、従業者数についても3.3%の増加が見られました。ただし、従業者数の内訳を見ると、「無店舗小売業」で大幅な増加が見られる一方、「各種商品小売業」、「織物・衣服・身のまわり品小売業」等で減少が見られます。

図表：卸売業及び小売業の事業所数、従業者数の推移

	事業所数			従業者数		
	H21	H26	増減率	H21	H26	増減率
卸売業・小売業 総数	6,912	7,253	4.9%	63,245	59,223	6.4%
卸売業	1,215	1,459	20.1%	18,665	13,157	29.5%
各種商品卸売業	3	8	166.7%	21	38	81.0%
繊維・衣服等卸売業	120	153	27.5%	1,110	1,364	22.9%
飲食料品卸売業	195	228	16.9%	3,222	2,010	37.6%
建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	211	242	14.7%	2,030	1,540	24.1%
機械器具卸売業	360	394	9.4%	5,076	4,290	15.5%
その他の卸売業	326	434	33.1%	7,206	3,915	45.7%
小売業	5,697	5,794	1.7%	44,580	46,066	3.3%
各種商品小売業	12	13	8.3%	1,364	1,029	24.6%
繊維・衣服・身のまわり品小売業	1,066	1,151	8.0%	6,649	5,888	11.4%
飲食料品小売業	1,796	1,784	0.7%	19,131	21,293	11.3%
機械器具小売業	590	591	0.2%	3,708	3,948	6.5%
その他の小売業	2,200	2,049	6.9%	13,107	11,761	10.3%
無店舗小売業	33	206	524.2%	621	2,147	245.7%

出典：「経済センサス - 基礎調査」総務省より作成

そして、区民の日々の生活を支える主な業種のうち、「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「医療、福祉」といった、特に世田谷区を特徴付ける産業について見ると、「宿泊業、飲食サービス業」では「飲食店」が最も多く、「生活関連サービス業、娯楽業」では「洗濯・理容・美容・浴場業」、「医療、福祉」では「医療業」の事業所集積が見られます。

2009年（平成21年）と2014年（平成26年）の増減では、「社会保険・社会福祉・介護事業」で約400事業所の増加が見られ、いわゆる福祉施設等が増加していると想定されます。また、従業者でも同じく「社会保険・社会福祉・介護事業」で50%を超える増加が見られます。

図表：宿泊業、飲食サービス業等事業所数、従業者数の推移

	事業所数			従業者数		
	H21	H26	増減率	H21	H26	増減率
M 宿泊業、飲食サービス業	3,740	4,028	7.7%	30,617	39,236	28.2%
75 宿泊業	74	64	13.5%	376	396	5.3%
76 飲食店	3,453	3,710	7.4%	27,400	34,091	24.4%
77 持ち帰り・配達飲食サービス業	213	254	19.2%	2,841	4,749	67.2%
N 生活関連サービス業、娯楽業	2,582	2,807	8.7%	13,342	14,894	11.6%
78 洗濯・理容・美容・浴場業	2,005	2,108	5.1%	7,875	8,448	7.3%
79 その他の生活関連サービス業	261	281	7.7%	1,406	2,270	61.5%
80 娯楽業	316	418	37.1%	4,061	4,176	2.8%
P 医療、福祉	2,211	3,032	23.4%	26,223	39,809	51.8%
83 医療業	1,813	2,238	23.4%	15,203	21,890	44.0%
84 保健衛生	7	9	28.6%	218	138	36.7%
85 社会保険・社会福祉・介護事業	391	785	100.8%	10,802	17,781	64.6%

次いで製造業について見ると、事業所数では「印刷・同関連業」が11.5%と最も構成比が多く、従業者数では「食料品製造業」が16.2%となっています。

そして、年間の製造品出荷額（総額）においては、約4百億円前後で推移しており、特に「食料品製造業」、「印刷・同関連業」が順に高く、区の主なものづくり産業となっています。

とはいえ、区内には多種多様な製造業が立地しており、これら以外にも住宅と共存しながら操業を続けるものづくり事業者も多くいます。区内製造業の従業者が減少するなか、こうしたものづくり産業の維持・発展が望まれています。

図表：製造業中分類 事業所数・従業者数・製造品出荷額等総額(平成26年)

	事業所数	構成比(%)	従業者数	構成比(%)	製造品出荷額等総額(万円)
総数	872	100.0%	6,866	100.0%	3,963,337
食料品製造業	85	9.7%	1,115	16.2%	689,482
飲料・たばこ・飼料製造業	6	0.7%	29	0.4%	
繊維工業	75	8.6%	463	6.7%	35,763
木材・木製品製造業(家具を除く)	4	0.5%	16	0.2%	
家具・装備品製造業	34	3.9%	142	2.1%	92,886
パルプ・紙・紙加工品製造業	16	1.8%	92	1.3%	14,084
印刷・同関連業	100	11.5%	684	10.0%	659,847
化学工業	34	3.9%	465	6.8%	345,054
石油製品・石炭製品製造業	1	0.1%	4	0.1%	
プラスチック製品製造業(別掲を除く)	33	3.8%	185	2.7%	40,779
ゴム製品製造業	9	1.0%	46	0.7%	
なめし革・同製品・毛皮製造業	12	1.4%	52	0.8%	
窯業・土石製品製造業	22	2.5%	179	2.6%	
鉄鋼業	4	0.5%	13	0.2%	
非鉄金属製造業	10	1.1%	103	1.5%	
金属製品製造業	69	7.9%	358	5.2%	169,500
はん用機械器具製造業	33	3.8%	131	1.9%	36,964
生産用機械器具製造業	36	4.1%	298	4.3%	138,123
業務用機械器具製造業	63	7.2%	546	8.0%	
電子部品・デバイス・電子回路製造業	28	3.2%	621	9.0%	
電気機械器具製造業	65	7.5%	405	5.9%	328,645
情報通信機械器具製造業	21	2.4%	389	5.7%	87,300
輸送用機械器具製造業	16	1.8%	92	1.3%	
その他の製造業	96	11.0%	438	6.4%	

出典：「経済センサス - 基礎調査」総務省、「工業統計調査」経済産業省より作成

事業所数、従業者数については経済センサス - 基礎調査、製造品出荷額等総額については工業統計調査より作成している。そのため製造品出荷額等総額については、従業者4名以上の事業所のみの参考値である。

図表：製造品出荷額等総額の推移

	H22	H23	H24	H25	H26
年間製造品出荷額等総額(万円)	3,916,903	3,927,091	4,067,633	3,774,557	3,963,337

出典：「工業統計」経済産業省より作成

現在、世田谷の経営耕地面積は 97.8ha となっており、総農家戸数は 342 戸となっています。そして農地、総農家戸数それぞれに減少が見られ、農業規模は縮小傾向にあると考えられますが、周辺区と比較すると、農業全体の規模は、隣接する杉並区や目黒区と比較しても大きいと言えます。

しかし、農家 1 戸当たりの耕地面積を見ると、世田谷区は 29.2a/戸と、他区や区部平均と比較するとやや小規模な農業経営が多くなっていると考えられます。生産・販売状況でも、農家 1 戸当たりの販売額は 100 万円未満の戸数が半数以上を占めております。

また、本区では、大都市近郊の有利性を活かした農業が展開されており、現在は小松菜、大根等の露地野菜、栗・柿等の果樹、パンジー・ビオラ等の花き栽培が行われています。

植木類では、さつきが 9,145 本、ツツジ類が 5,687 本、シャラが 1,165 本の収穫量があります。

図表：農家戸数・世帯員・経営耕地面積の推移

	H7	H12	H17	H22	H27
農家数(戸)	529	478	449	418	342
農家の世帯員(人)	2,482	2,217	1,082	952	781
経営耕地面積(a)	18,447	15,909	13,805	12,583	9,778

出典：「1995 年農業センサス」「2000、2010 年世界農林業センサス」「2005、2015 年農林業センサス」農林水産省より作成 2005 年以降の世帯員は販売農家のみの数値

図表：平成 27 年時点における周辺区との農家戸数等比較

	総農家(戸)	経営耕地面積(a)	農家 1 戸当たりの耕地面積(a)
総数(東京 23 区)	11,222	491,809	43.8
区部	1,455	56,101	38.6
目黒区	12	278	23.2
大田区	10	368	36.8
世田谷区	342	9,987	29.2
渋谷区	1	X	X
杉並区	108	3,830	35.5

出典：「2015 年農林業センサス」農林水産省より作成

図表：農産物の年間販売額

(単位：戸)

年次/区分	15万未満	50万未満	100万未満	150万未満	
平成27年	30	71	68	36	
平成28年	27	70	69	35	
前年比	-3	-1	1	-1	
年次/区分	200万未満	300万未満	400万未満	400万以上	合計
平成27年	33	33	10	23	304
平成28年	35	30	12	23	301
前年比	2	-3	2	0	-3

出典：「平成 28 年 世田谷区 農家基本調査」世田谷区より抜粋

図表：主な作物別作付け面積及び収穫量

作目	作付面積(a)	収穫量(t)	作目	作付面積(a)	収穫量(t)
(野菜類)			(穀物類)		
小松菜	631	79	まめ類	22	0.3
キャベツ	410	58	その他の穀物	15	1.0
大根	523	118	合計	37	1.3
ジャガイモ	664	83	(果樹類)		
トマト	354	64	くり	379	5
きゅうり	277	50	うめ	276	5
ブロッコリー	453	31	ぶどう	181	15
サトイモ	347	40	みかん	225	13
ねぎ	356	35	かき	285	5
なす	270	35	ブルーベリー	119	2
白菜	197	35	その他の果樹	808	26
ほうれんそう	254	29	合計	2,273	72
枝豆	449	30	(花き類) (単位:千)		
サツマイモ	256	26	花鉢物(個)	20	10
タケノコ	222	11	花壇苗(個)	110	203
にんじん	121	15	観葉植物(個)	1	0.1
カリフラワー	109	10	切り花(束)	134	24
とうもろこし	212	19	その他の花き(本)	365	147
たまねぎ	118	12	合計	630	384
ピーマン	71	5	(植木類) (単位:本)		
かぶ	73	7	さつき	73	9,145
レタス	32	3	ツツジ類	50	5,687
いちご	19	2	シャラ	20	1,165
カボチャ	23	1	ツバキ類	28	65
その他の野菜	3,065	207	はなみずき	21	72
合計	9,506	1,005	その他の植木	1,969	61,246
			合計	2,161	77,380

出典：「平成 28 年 世田谷区 農家基本調査」世田谷区より作成



## アンケート調査結果にみる産業の実態

世田谷区では、2017年（平成28年）3月に「世田谷区産業基礎調査」を実施しました。そこで、以下では、施策検討の基礎情報となり得る主な項目について、整理を行います。

なお、2008年（平成20年）に実施した同調査と時系列比較を行う等の理由により、グラフや表の表現方法を変更しています。

### 1. 「世田谷区産業基礎調査」の概要

#### 事業者アンケート調査【商業・サービス関連事業者】

- 1) 調査対象 世田谷区内の商業・サービス関連事業者
- 2) 標本数 7,311 サンプル
- 3) 抽出方法 NTTタウンページ(株)のタウンページデータベースより無作為抽出
- 4) 調査方法 郵送配布・郵送回収
- 5) 調査期間 2015年（平成27年）9月8日～10月23日
- 6) 有効回収数 1,481 サンプル（有効回収率 20.3%）

#### 事業者アンケート調査【建設・製造・その他事業者】

- 1) 調査対象 世田谷区内の建設・製造・その他事業者
- 2) 標本数 2,429 サンプル
- 3) 抽出方法 NTTタウンページ(株)のタウンページデータベースより無作為抽出
- 4) 調査方法 郵送配布・郵送回収
- 5) 調査期間 2015年（平成27年）9月8日～10月23日
- 6) 有効回収数 528 サンプル（有効回収率 21.7%）

#### 区民アンケート

- 1) 調査対象 世田谷区に居住する18歳以上の男女
- 2) 標本数 4,977 サンプル
- 3) 抽出方法 住民基本台帳より無作為抽出
- 4) 調査方法 郵送配布・郵送回収
- 5) 調査期間 2015年（平成27年）9月8日～10月23日
- 6) 有効回収数 1,470 サンプル（有効回収率 29.5%）

## 2. 事業者アンケート調査【商業・サービス関連事業者】

### 顧客の種類

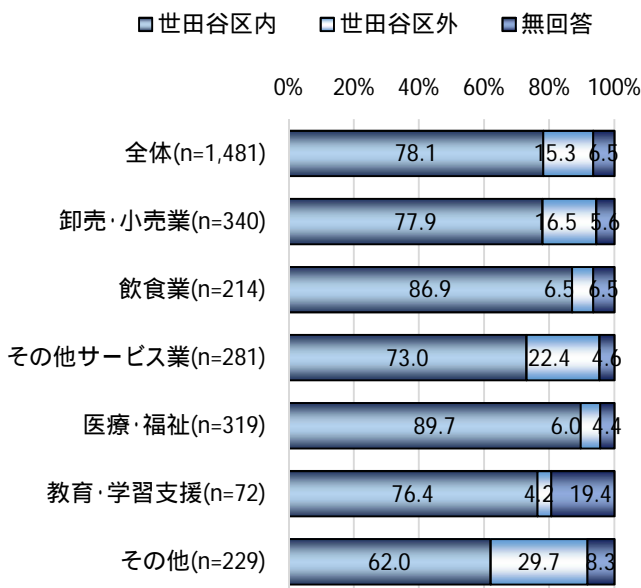
主要顧客の8割弱は「世田谷区内」、固定客比率も約8割と地元区民による店舗利用が顕著。業種によって差は見られるものの、メイン顧客は「専業主婦」や「成人男性」、「お年寄り」等、比較的中高年層以上の利用が目立つ。

主要顧客の所在地について聞いたところ、「世田谷区内」が78.1%「世田谷区外」が15.3%と主に区内の顧客が多く、特に飲食業や医療・福祉で8割を超えています。固定客：フリー客比率では、概ね8：2の比率となっています。

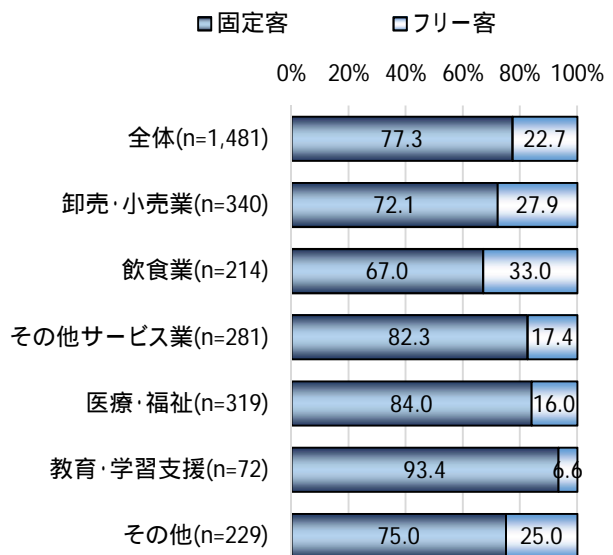
顧客タイプ別では、卸売・小売業で「専業主婦」、飲食業で「成人男性」、医療・福祉で「お年寄り」が多く、年代別では「教育・学習支援」を除き、40歳代以上のやや中高年層の利用が多くなっています。

世田谷区の商業・サービス関連事業者の多くは、区民、特に中高年層以上の利用によって支えられている傾向が見られます。

主要顧客の所在地(業種別)



固定客の比率 平均(業種別)



顧客タイプ(業種別)

業種	n	お年寄り (%)	成人男性 (%)	専業主婦 (%)	女性仕事を 持った (%)	学生 (%)	その他 (%)	無回答 (%)
全体	1,481	47.4	44.6	39.5	34.4	10.3	12.4	8.6
卸売・小売業	340	49.1	42.4	54.7	35.6	9.4	3.5	7.6
飲食業	214	41.6	77.1	30.8	47.2	14.0	11.2	1.9
その他サービス業	281	40.9	46.6	46.6	38.4	8.5	10.7	8.9
医療・福祉	319	69.9	32.3	35.7	28.5	7.5	15.4	6.3
教育・学習支援	72	8.3	5.6	26.4	20.8	29.2	29.2	25.0
その他	229	41.0	45.0	24.9	27.1	8.7	20.1	13.1

(注)網掛けは20%以上。

顧客年代(業種別)

業種	n	20歳未満 (%)	20歳代 (%)	30歳代 (%)	40歳代 (%)	50歳代 (%)	60歳代 (%)	70歳代以上 (%)	無回答 (%)
全体	1,481	9.9	10.2	31.5	40.8	47.1	43.6	29.4	9.7
卸売・小売業	340	3.8	8.8	32.9	47.6	56.2	50.0	25.3	7.6
飲食業	214	2.8	19.2	47.2	62.1	59.3	38.8	10.3	5.6
その他サービス業	281	5.0	8.2	34.5	45.9	57.7	47.0	25.6	8.9
医療・福祉	319	20.1	6.3	19.7	23.2	28.2	42.6	56.1	7.2
教育・学習支援	72	55.6	6.9	19.4	11.1	11.1	6.9	5.6	26.4
その他	229	4.4	12.7	31.4	36.7	46.7	46.7	29.3	14.8

(注)網掛けは20%以上。

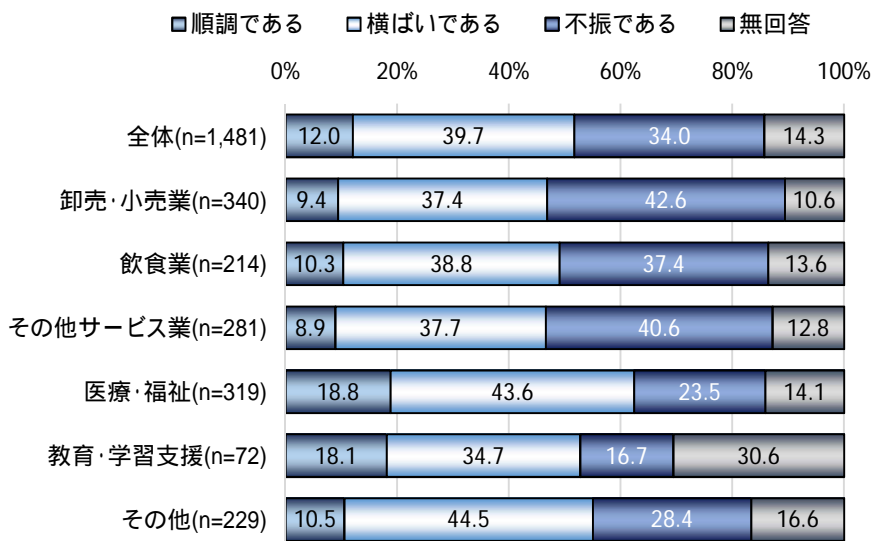
## 最近の業績

業績が「横ばいである」とした事業者は4割程度となっているが、「不振である」も34.0%と「順調である」を大きく上回る。業種によって偏りがあり、卸売・小売業で特に厳しい景況となっていることが想定される。

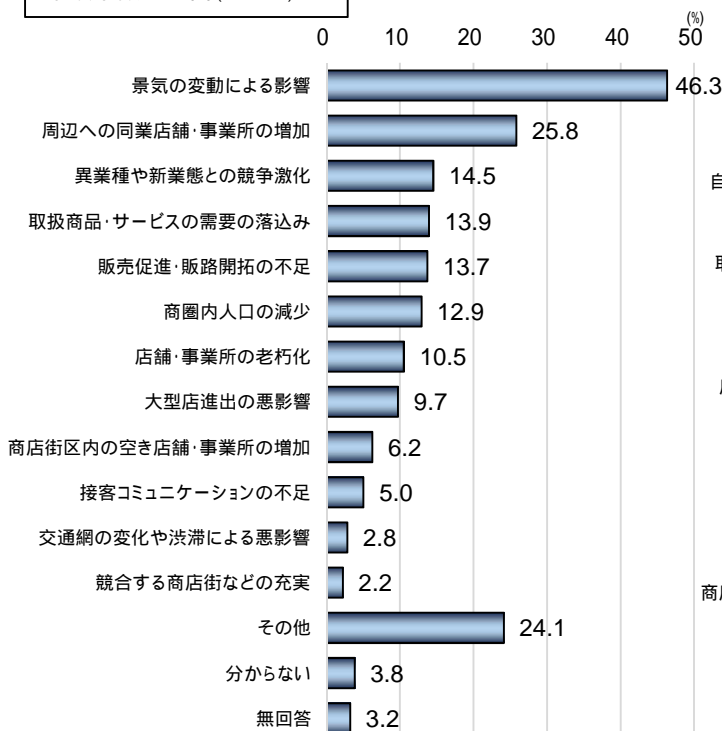
最近の業績を聞いたところ、全体では「横ばいである」が39.7%と最も多く、「不振である」が34.0%、「順調である」が12.0%となっています。業種別では医療・福祉や教育・学習支援で「順調である」の割合が相対的に高くなっています。逆に卸売・小売業で「不振である」が最も高くなっており、やや厳しい景況感が伺えます。

順調の理由では、「接客サービスの良さ」が高く、不振の理由では「景気の変動による影響」が高くなっています。

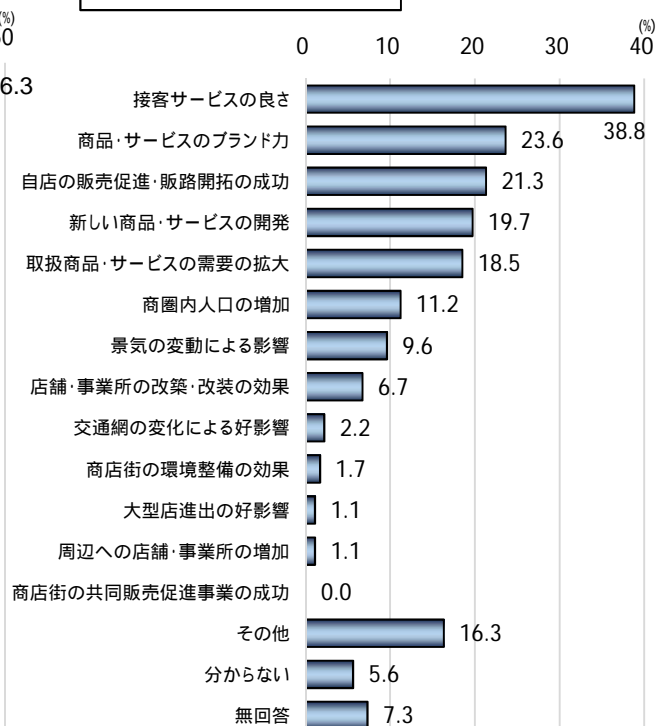
最近の業績(業種別)



業績不振の理由(n=503)



業績順調の理由(n=178)



## 現在の困りごと

「売上の伸び悩み」、「人材不足」、「経営者の高齢化」の順に困りごとが多くなっているが、時系列ではどの業種においても「人材不足」が最も増加。特に10名以上の事業所における人手不足の状況が想定される。

現在の困りごとを見ると、「売上の伸び悩み」が41.1%、次いで「人材不足」、「経営者の高齢化」が続き、前回調査（2008年（平成20年）実施）と比較すると、「人材不足」の項目が約10ポイント増加しました。業種別に見ると、医療・福祉で「人材不足」が最も多い傾向は変わりませんが、時系列比較可能なすべての業種で、同項目のポイントの増加が見られます。

そして、従業員数別では、9名以下では「売上の伸び悩み」、10名以上では「人材不足」が困りごととして明確に分かれる結果となりました。

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

(注)網掛けは20%以上。

	n	売上の伸び悩み	人材不足	経営者の高齢化	営業経費の増加	同業者との競争激化	店舗・事業所の老朽化	粗利益の低下	後継者の確保	売場面積が狭い	大型店の悪影響	駐輪・駐車場不足	品揃えの確保難	コンビニの悪影響	流行への乗り遅れ	その他	無回答
全体	1,481	41.1	26.7	19.6	18.4	17.6	15.7	15.1	6.5	6.0	4.5	4.4	3.1	2.0	1.6	8.0	11.3
0～4名	785	48.4	13.2	28.0	16.7	17.8	16.3	14.6	5.5	4.8	6.0	2.2	3.8	2.7	2.5	9.3	9.4
5～9名	299	41.5	34.1	12.7	22.1	19.4	15.7	15.7	10.0	6.7	2.7	6.7	2.7	2.0	0.3	8.4	6.7
10～19名	169	32.5	50.9	8.9	21.3	17.2	13.0	16.6	5.9	5.3	4.7	7.1	1.8	1.2	0.6	4.1	12.4
20～49名	116	19.0	55.2	6.0	19.8	16.4	17.2	17.2	6.9	11.2	0.0	7.8	0.9	0.9	0.0	6.9	19.8
50～99名	27	29.6	59.3	7.4	14.8	14.8	7.4	25.9	7.4	0.0	0.0	3.7	3.7	0.0	0.0	3.7	14.8
100名以上	36	13.9	47.2	2.8	19.4	22.2	16.7	8.3	8.3	5.6	2.8	5.6	5.6	0.0	2.8	0.0	19.4

(注)網掛けは20%以上。

## これからの経営方針で重要だと思うこと

これからの経営方針では「接客態度を向上させる」「品質・鮮度・サービスを良くする」が高くなっている反面、小規模事業者では「廃業又は自分の代で閉店」が高く、経営状況の悪化や、事業承継に課題があることが懸念される。

これからの経営方針で重要と思うことでは、「接客態度を向上させる」「品質・鮮度・サービスを良くする」という順で高くなっています。

業種別に見ると、卸売・小売業では「品揃えを増やす」が多く、飲食店で「品質・鮮度・サービスを良くする」なども比較的高くなっています。一方、従業員数別に見ると、0～4名以下の事業所で「廃業又は自分の代で閉店」が高くなっており、いわゆる小規模事業者の経営状況の悪化や、事業承継に課題があることが想定されます。

これからの経営方針で重要と思うこと(業種別)

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

(注)網掛けは20%以上。

これからの経営方針で重要と思うこと(従業員数別)

	n	接客態度を向上させる	品質・鮮度を良くする	廃業又は自分の代で閉店	店舗・事業所の情報提供	気軽にに入れるようにする	品揃えを増やす	商圈を拡げる	店をもっと清潔にする	業種または業態の転換	価格を下げる	配達をする	営業時間を長くする	催物・特売などを増やす	駐輪・駐車場を広くする	休憩場所を設置する	その他	分からない	無回答
全体	1,481	26.3	19.3	18.3	16.1	14.2	9.4	8.4	7.0	6.1	4.3	3.2	2.8	2.2	1.9	0.9	9.2	8.5	10.1
0～4名	785	17.5	13.5	28.7	14.5	16.6	8.8	7.6	6.5	6.2	3.9	3.2	2.7	1.8	1.1	0.9	9.3	9.7	7.9
5～9名	299	34.8	22.4	8.4	21.4	13.7	10.4	10.4	5.7	7.0	4.3	2.7	5.4	2.3	4.0	0.3	11.0	9.0	5.4
10～19名	169	40.8	30.2	5.9	16.0	13.0	10.1	8.3	10.1	5.9	1.8	4.7	12	2.4	2.4	2.4	6.5	6.5	13.6
20～49名	116	32.8	26.7	1.7	12.1	6.9	7.8	12.1	11.2	5.2	6.9	4.3	0.9	3.4	0.9	0.0	12.1	6.9	18.1
50～99名	27	51.9	40.7	0.0	11.1	11.1	11.1	11.1	0.0	11.1	3.7	0.0	0.0	3.7	0.0	0.0	7.4	0.0	14.8
100名以上	36	50.0	30.6	0.0	19.4	11.1	13.9	2.8	11.1	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	19.4

(注)網掛けは20%以上。

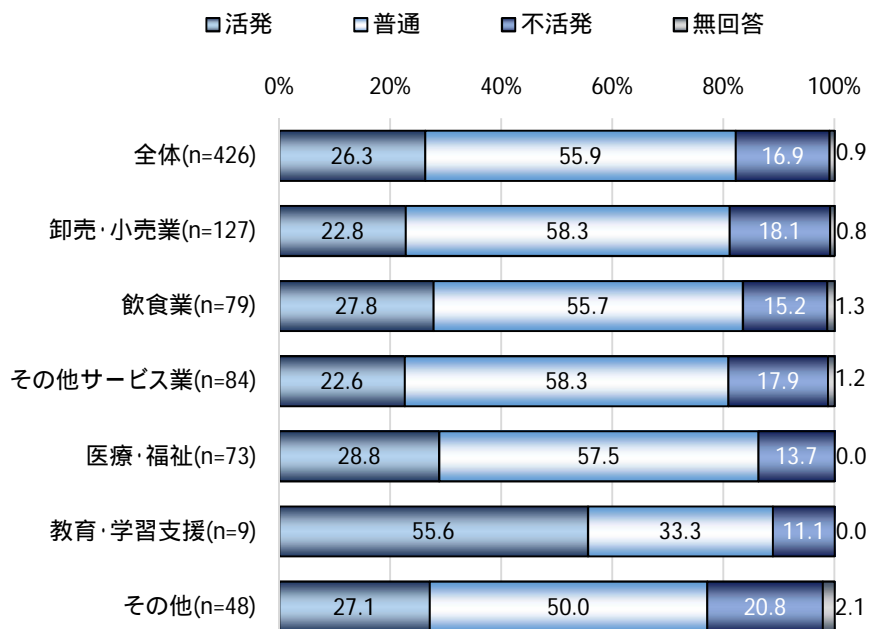
## 商店街等について

商店街活動の活発度では、「普通」が55.9%と最も多いが、「活発」も26.3%と「不活発」の16.9%を10ポイント程度上回る状況。砧地域で「活発」の割合が高くなる等の変化も見られる。

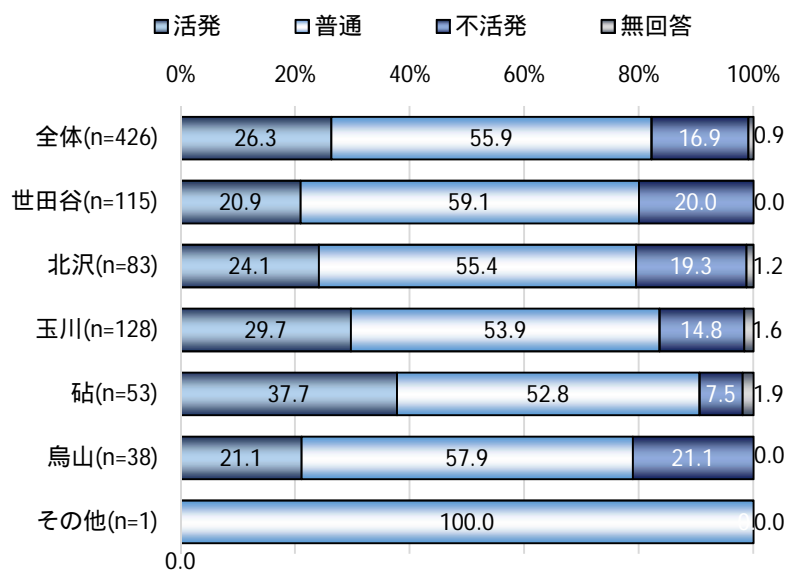
商店街活動の活発度を聞いたところ、「普通」が55.9%と最も多く、次いで「活発」が26.3%という結果になりました。業種別では、サンプルの少ない教育・学習支援を除くと、飲食業や医療・福祉で「活発」と回答した割合がやや多くなっています。一方、地域別に見ると、最も「活発」の割合が高かったのは、砧地域、次いで烏山地域となりました。

前回調査（2008年（平成20年）実施）と比較すると、砧地域で活発度の割合が多くなりました。

商店街活動の活発度(業種別)



商店街活動の活発度(地域別)



## 周辺商業地域の問題点と必要なこと

周辺商業地域の問題点では、「核になる店舗・事業所がない」「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」の順に多く、前回調査時（2008年（平成20年））と大きな変化は見られないものの、住宅都市として商業の連続性といった特徴的な課題が挙げられている。

問題点では「核になる店舗・事業所がない」が17.8%、「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」が17.7%となっています。業種別では卸売・小売業で「核になる店舗・事業所がない」が高く、飲食業では「住宅などが多く、商業地域としての連続性に欠ける」といった問題点をやや多く挙げています。地域別では、北沢地域・玉川地域・烏山地域で「核になる店舗・事業所がない」が多くなっています。

前回調査（2008年（平成20年）実施）と比較すると、上位3項目に変動はなく、事業者の問題に対する認識に大きな変化は見られません。

商店街または周辺商業地域の問題点（業種別）

	n	核になる店舗・事業所がない	住宅などが多く、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	個々の店舗・事業所の経営努力不足	店舗・事業所の老朽化が著しい	歩行者の安全確保に問題がある	商業地域の周辺に立地した大型店等に客足をとられている	業種構成や店舗・事業所の並びに問題がある	競合する商業施設等の勢力に押され気味である	商業地域の中心組織や中核となる人材が少ない	商業地域の環境整備が不十分で、商業地域のイメージが悪い	商業地域の結束力が弱く、イベント等の活動ができない	その他	分からない	無回答
全体	1,481	17.8	17.7	15.9	14.0	10.7	8.9	8.2	8.0	7.3	6.9	5.7	3.8	5.6	20.1	12.9
卸売・小売業	340	24.4	19.1	13.2	22.6	8.8	6.2	13.8	11.8	10.9	9.1	4.7	6.8	4.7	14.7	10.0
飲食業	214	16.8	24.8	21.0	16.4	13.1	10.3	8.4	10.3	5.1	9.8	8.4	6.1	6.1	16.8	6.5
その他サービス業	281	21.0	14.9	15.7	13.9	12.8	6.4	6.4	7.5	7.8	7.5	6.0	3.2	6.8	20.3	13.5
医療・福祉	319	14.7	17.2	19.1	8.2	10.0	13.2	4.7	7.5	5.3	1.9	6.0	0.6	3.8	26.3	12.9
教育・学習支援	72	5.6	6.9	15.3	4.2	11.1	15.3	2.8	5.6	2.8	4.2	1.4	1.4	6.9	25.0	27.8
その他	229	14.0	16.6	12.2	11.8	9.6	7.0	7.4	2.2	7.9	7.0	4.8	3.1	7.4	21.4	16.2

(注)網掛けは20%以上。

商店街または周辺商業地域の問題点（地域別）

	n	核になる店舗・事業所がない	住宅などが多く、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	個々の店舗・事業所の経営努力不足	店舗・事業所の老朽化が著しい	歩行者の安全確保に問題がある	商業地域の周辺に立地した大型店等に客足をとられている	業種構成や店舗・事業所の並びに問題がある	競合する商業施設等の勢力に押され気味である	商業地域の中心組織や中核となる人材が少ない	商業地域の環境整備が不十分で、商業地域のイメージが悪い	商業地域の結束力が弱く、イベント等の活動ができない	その他	分からない	無回答
全体	1,481	17.8	17.7	15.9	14.0	10.7	8.9	8.2	8.0	7.3	6.9	5.7	3.8	5.6	20.1	12.9
世田谷地域	421	16.6	16.9	15.2	12.6	11.4	7.4	10.0	7.8	8.6	7.8	4.8	6.4	2.9	22.3	12.4
北沢地域	277	17.7	17.3	15.2	16.6	11.6	9.0	4.7	7.6	7.2	5.4	8.7	5.1	10.1	19.5	10.8
玉川地域	408	19.4	17.9	18.1	15.0	8.1	7.6	11.0	8.3	8.6	6.4	4.9	2.0	4.4	20.8	13.2
砧地域	201	14.4	20.9	12.9	11.4	9.0	11.4	5.5	7.5	5.0	8.5	3.0	2.0	5.5	21.4	14.9
烏山地域	145	20.7	16.6	20.0	14.5	17.2	13.8	5.5	8.3	4.8	4.8	9.0	1.4	8.3	12.4	12.4
その他	5	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	40.0

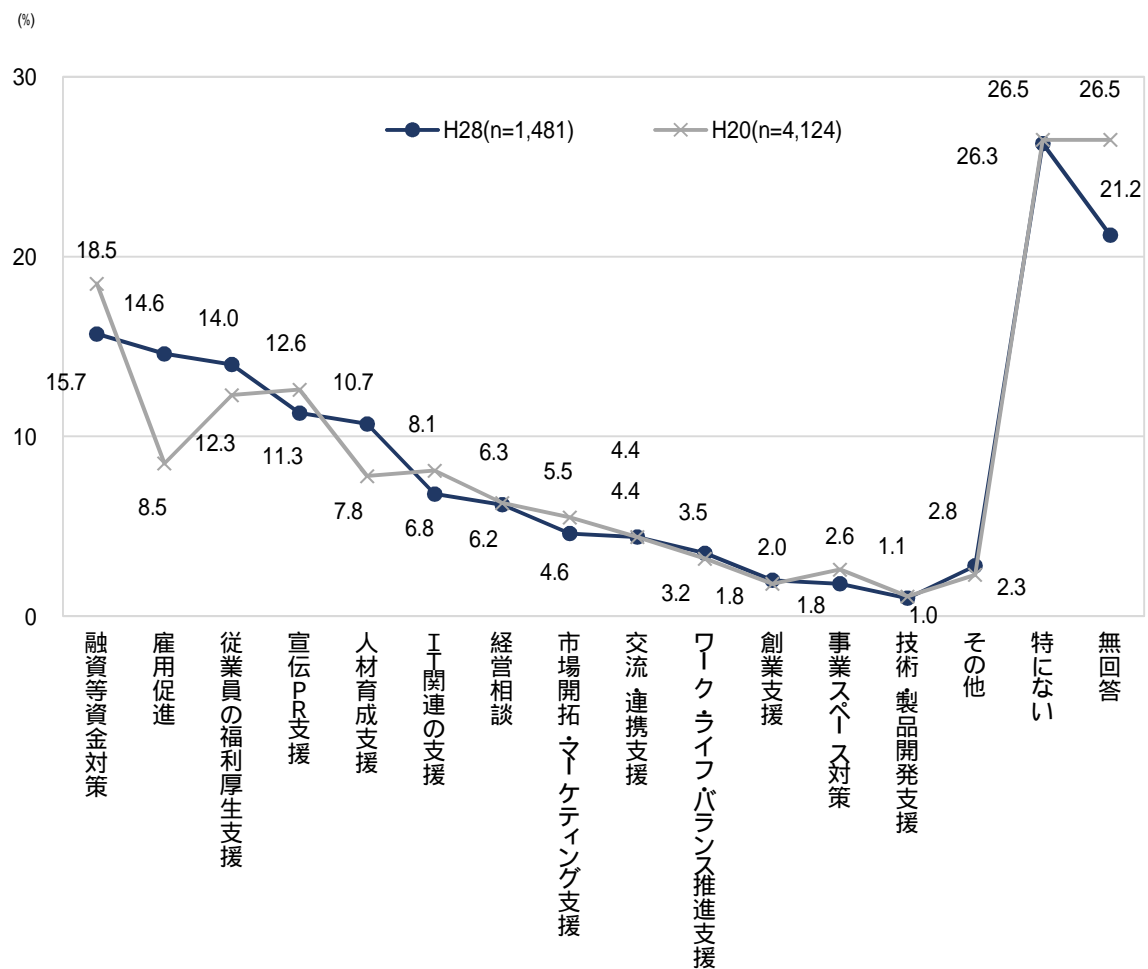
(注)網掛けは20%以上。サンプル数10未満は参考値とする。

## 行政への支援要望

資金面、雇用面に関する行政ニーズがやや高く、特に雇用促進に関する支援ニーズの上昇が想定される。

行政への支援要望では「特にない」が26.3%、「融資等資金対策」が15.7%、「雇用促進」が14.6%となっています。前回調査（2008年（平成20年）実施）と比較すると、「雇用促進」が約6ポイント増加しており、雇用に係るニーズが上昇していることが伺えます。

今後、区や都に対して望む支援





### 3. 事業者アンケート調査【建設・製造・その他事業者】

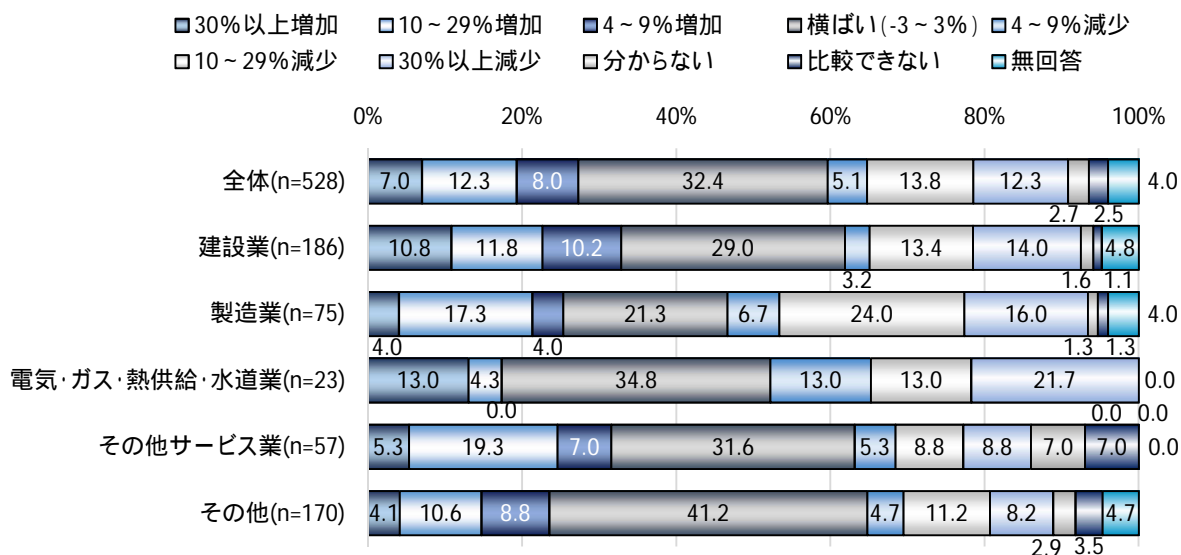
#### 経営状況等

3年前と比較した売上高、今後3年の業況予測ともに「変わらない」とする割合が多いものの、業種により差が大きく、製造業で相対的に厳しい経営状況が予想される一方、建設業等で将来的に業況が良くなると予測されている。

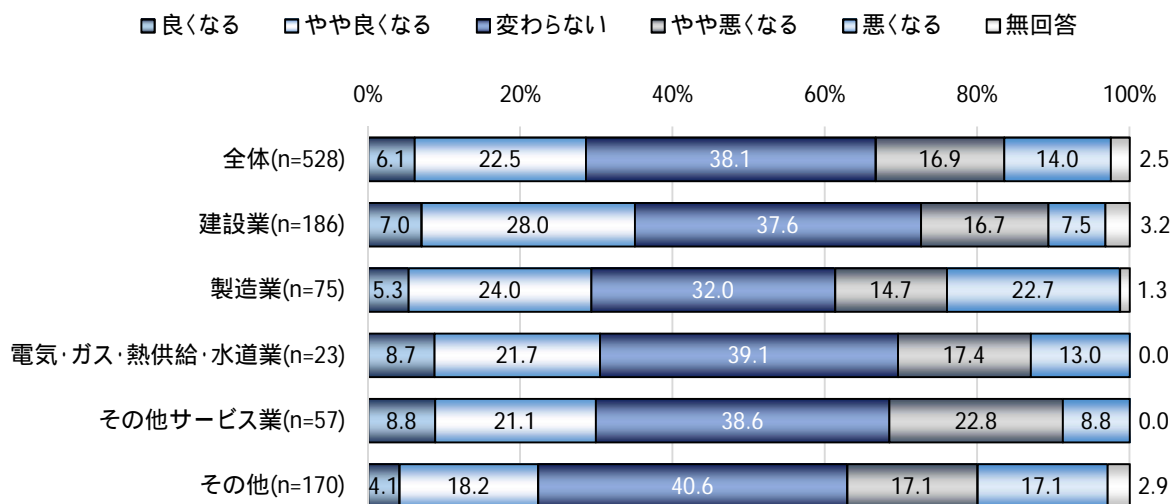
3年前と比較した売上高では、「横ばい」であったとする事業者が最も多い結果となっています。ただし業種別では製造業で「10%～29%減少」「30%以上減少」の合計割合が他業種と比較して多くなっており、相対的に厳しい経営状況が想定されます。

今後3年間の業況では「変わらない」が38.1%と最も多く、「良くなる」「やや良くなる」と「やや悪くなる」「悪くなる」でそれぞれ3割程度となっています。業種では建設業、電気・ガス・熱供給・水道業で好況予測の割合が高くなっています。

3年前比の売上高増減(業種別)



今後3年間の業況予測(業種別)



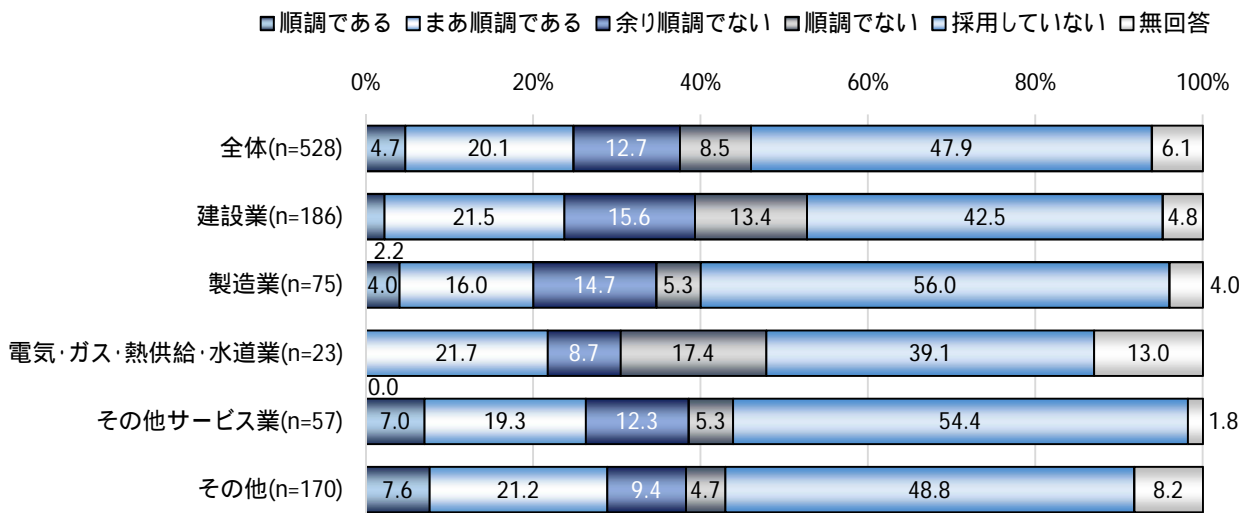
## 採用状況等

採用が「順調である」「まあ順調である」とする事業所は3割を下回り、若者の採用では「採用ニーズはあるが計画レベルの人材確保が難しい」状況。特に建設業で採用活動が困難になっている状況が伺える。

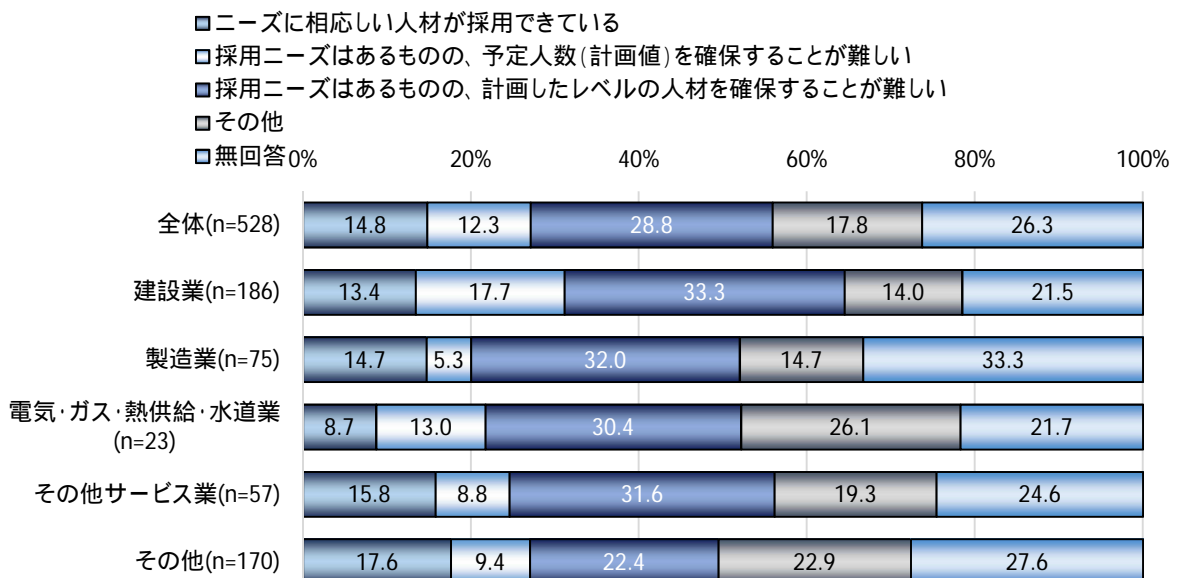
採用状況では、「採用していない」が47.9%と約5割の事業者が採用活動を行っていないことが分かります。しかし、次いで「まあ順調である」が20.1%となっており、業種別で見ると、電気・ガス・熱供給・水道業や建設業で相対的に高くなっています。一方、「余り順調でない」「順調でない」の合計割合でも建設業が最も高くなっており、業種内において差が見られます。

若者採用状況では、「採用ニーズはあるものの、計画したレベルの人材を確保することが難しい」が最も多くなっています。

採用状況(業種別)



若年採用状況(業種別)



## 事業活動における課題

3割を超える事業者が「従業員の高齢化」を課題として捉え、4割弱で「従業員の確保・育成」が今後5年間で重点的に取り組みたいこととなっており、総じて高齢化による人材確保が大きな課題になっていると想定される。

経営上の課題では「従業員の高齢化」「受注量・取引量・売上高の減少」「特定専門技術を有する人材不足」の順で高く、人材に関する項目が多く挙げられています。また業種別に見ると、建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業で相対的に割合が高くなっています。

今後5年間で重点的に取り組みたいことでは、「従業員の確保・育成」「専門人材の確保・育成」「販路開拓・拡大」の順で多く、特に建設業で「従業員の確保・育成」や「専門人材の確保・育成」が高くなっています。

経営上の課題(業種別・上位12項目)

(%)

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

(注)網掛けは20%以上。

今後5年間で重点的に取り組みたいこと(業種別・上位9項目)

(%)

	n	従業員の 確保・ 育成	専門 人材の 確保・ 育 成	販路開 拓・ 拡大	取引先 企業と の協 力	後継者 の育 成	整備 従業員 の雇 用環 境の	経営 幹部 人材 の確 保	品質 ・ 接客 技術 等の	現 状 維 持
全体	528	37.9	26.5	24.4	24.2	21.2	15.9	15.2	11.2	10.4
建設業	186	48.4	41.9	18.8	29.6	21.5	22.0	16.7	16.1	11.8
製造業	75	28.0	28.0	28.0	18.7	20.0	9.3	12.0	12.0	13.3
電気・ガス・熱供給・水道業	23	26.1	26.1	13.0	34.8	17.4	17.4	21.7	8.7	0.0
その他サービス業	57	29.8	22.8	26.3	17.5	15.8	14.0	21.1	5.3	7.0
その他	170	35.9	12.4	28.2	22.4	22.4	13.5	12.9	8.2	8.8

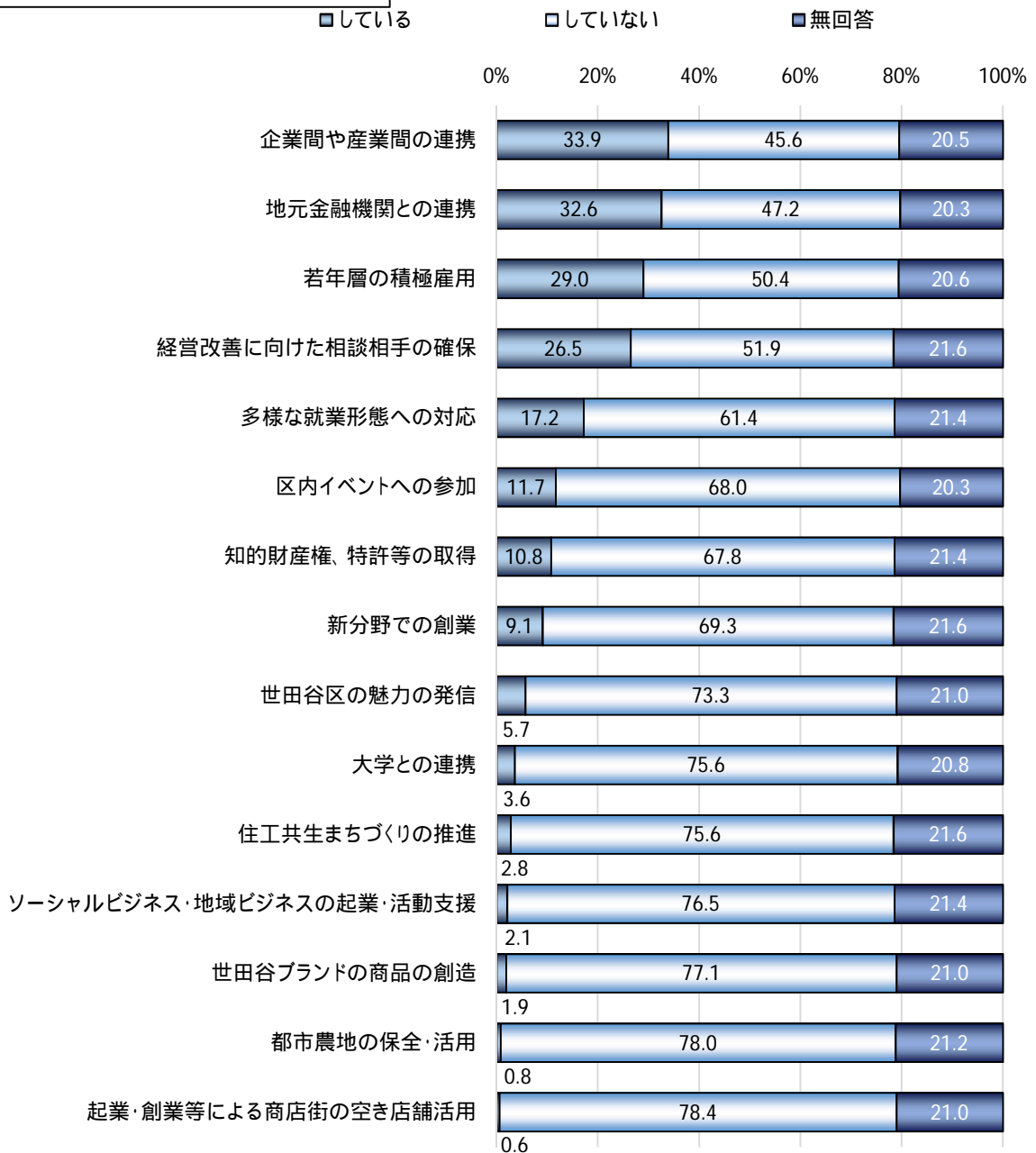
(注)網掛けは20%以上。

## 個別事業課題

3割を超える事業者によって「企業間や産業間の連携」や「地元金融機関との連携」に関する取組みが進められており、今後の取組意向では「若年層の積極採用」が最も高く、若年層の採用を進める予定の事業者が多くいる。

個別の事業課題に対する取組状況では、「企業間や産業間の連携」が最も多く、次いで「地元金融機関との連携」が続いています。同じく今後の取組意向でも、「企業間や産業間の連携」「地元金融機関との連携」がやや高くなっていますが、「若年層の積極採用」が最も高くなっており、人材採用に関する取組意向が見られます。

個別の事業課題への現在取組状況 (n = 528)



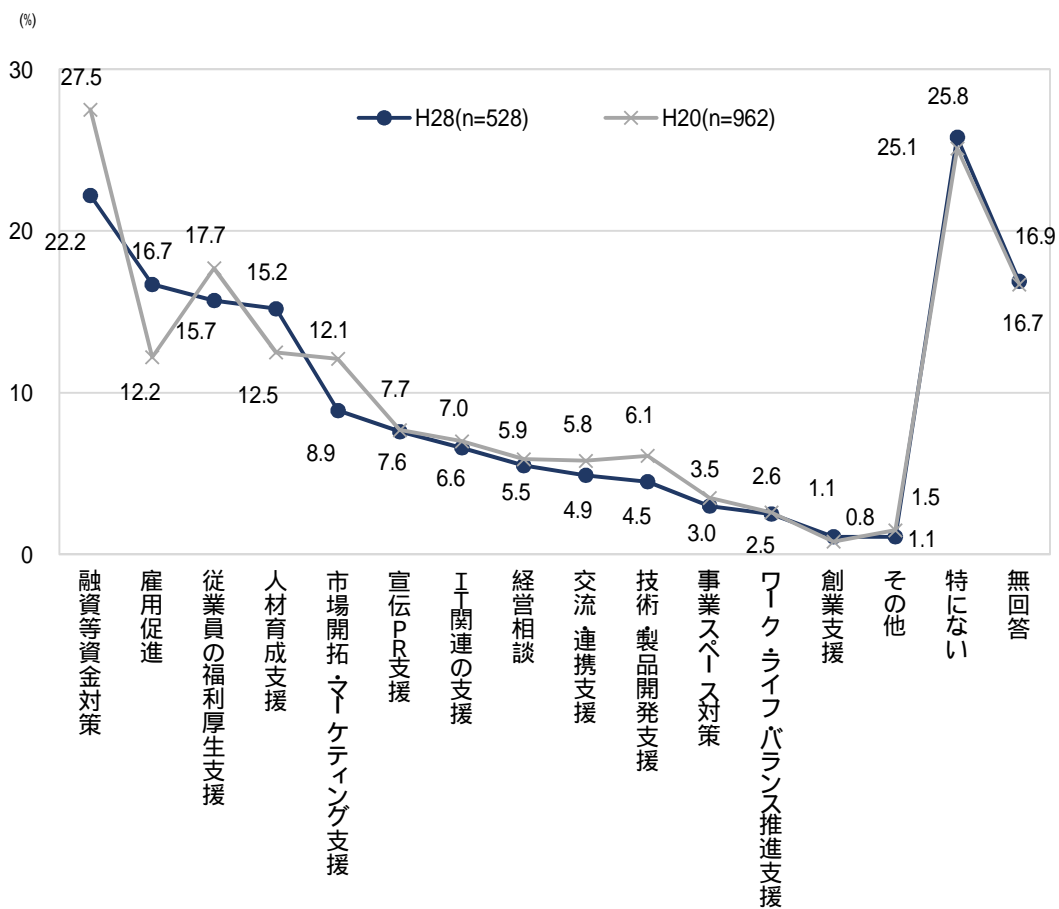
## 行政への支援要望

行政への支援ニーズが最も高いのは融資等資金に関する事柄となっている反面、人手不足から雇用促進、スキル・能力等の面などから人材育成支援に対するニーズが高まってきていると考えられる。

行政への支援要望で最も高いのは「特にない」で25.8%、「融資等資金対策」で22.2%、次いで「雇用促進」で16.7%となっています。

前回調査時（2008年（平成20年）実施）と比較すると、「融資等資金対策支援」で約5ポイント減となっている一方、「雇用促進」で4.5ポイント増、「人材育成支援」で2.7ポイント増と人材に関するニーズが高まっていることが想定されます。

今後、区や都に対して望む支援



#### 4. 区民アンケート調査

##### 区民の買物場所について

「青果・精肉・鮮魚」等は自宅周辺のスーパー、「普段着・寝具」等は新宿・渋谷の商業施設、「理美容」等は自宅周辺の一般商店（小規模商店）等、品目によって買物場所が大きく違うが、時系列で比較すると、自宅周辺の一般商店（小規模商店）の利用が大幅に減少。

区民の買物場所について、「青果・精肉・鮮魚」をはじめとした最寄品は、自宅周辺のスーパー、「普段着・寝具」「高級衣料」等は新宿・渋谷の商業施設、「理美容」「クリーニング」等は自宅周辺の一般商店（小規模商店）が多くなっています。

前回調査時（2008年（平成20年）実施）と比較すると、大きく傾向に変化は見られないものの、全ての品目に関して自宅周辺の一般商店（小規模商店）での買物が減少しています。

日頃利用する場所(全体 品目別)

	n	規 模 自 宅 周 辺 の 一 般 商 店 （ 小	自 宅 周 辺 の ス ー パ ー	自 宅 周 辺 以 外 の ス ー パ ー	ス ト ア 自 宅 周 辺 の コ ン ビ ニ エ ン	施 設 区 内 の 駅 周 辺 の 大 型 商 業	新 宿 ・ 渋 谷 の 商 業 施 設	東 京 ・ 有 楽 町 ・ 銀 座 周 辺 の 商 業 施 設	グ セ ン タ ー 等 5 〜 7 以 外 の シ ョ ッ ピ ン	生 協 等 の 宅 配 サ ー ビ ス	ネ ッ ト シ ョ ッ プ	そ の 他	無 回 答
青果・精肉・鮮魚	1,470	15.6	80.7	11.8	5.3	6.7	4.6	0.1	1.7	12.9	1.5	2.4	9.6
弁当・惣菜	1,470	13.1	58.7	6.9	29.0	6.7	8.6	1.6	1.1	2.5	0.2	4.1	13.5
酒類・飲料	1,470	9.0	68.8	9.6	21.9	3.9	1.8	0.3	1.8	7.0	7.8	3.0	11.2
その他の食料品	1,470	9.0	67.7	11.3	12.9	6.7	5.7	0.9	2.4	9.2	4.0	2.3	15.0
日用雑貨	1,470	19.0	47.7	9.2	4.2	11.8	9.2	1.2	7.2	4.2	11.4	5.4	15.2
普段着・寝具	1,470	8.0	13.0	5.2	0.6	23.9	28.0	5.7	15.4	2.9	17.7	6.8	14.4
高級衣料	1,470	1.9	1.6	0.5	0.1	18.0	47.2	19.2	10.8	0.1	6.7	9.5	17.1
薬・化粧品	1,470	40.6	27.3	5.0	2.7	10.3	11.2	2.3	3.5	1.1	10.7	12.6	12.4
趣味・本・スポーツ用品	1,470	22.7	4.1	1.4	1.9	21.8	25.7	4.1	9.4	0.3	22.3	8.0	15.8
眼鏡・宝飾品	1,470	15.5	2.3	0.7	0.2	18.1	32.1	11.4	9.0	0.1	3.5	13.9	18.2
家電・家具等	1,470	6.7	2.9	1.2	0.5	21.6	34.6	6.2	16.7	0.5	19.9	12.0	13.9
カバン・鞆	1,470	7.1	3.3	1.4	0.5	19.9	41.2	13.5	14.1	0.3	12.1	9.7	15.2
理・美容	1,470	51.6	1.8	0.4	0.2	4.0	10.5	2.9	1.8	0.1	0.4	22.3	12.1
クリーニング	1,470	71.3	6.3	0.7	0.3	1.8	0.3	0.1	0.6	0.4	0.9	10.5	12.6
写真の現像	1,470	34.4	5.2	0.7	3.3	4.8	3.3	0.5	1.3	0.1	5.0	21.5	27.0
外食・飲食	1,470	39.1	2.0	0.6	0.7	18.5	29.5	11.3	6.4	0.4	0.3	19.0	15.0
贈答品	1,470	6.1	2.6	0.8	0.3	20.1	45.2	16.2	5.9	0.4	12.2	9.5	14.0

(注)網掛けは20%以上。

## 自宅周辺の商店街について

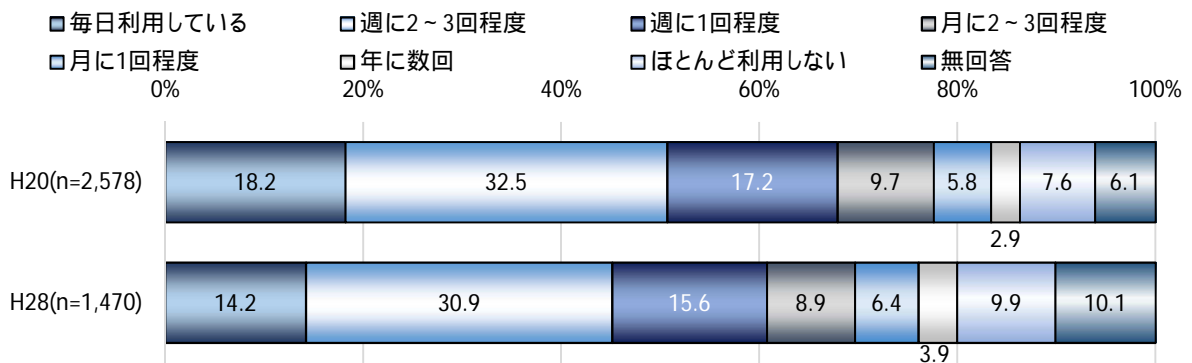
商店街を頻繁に利用する区民割合は減少、特に「毎日利用している」における減少が想定される。また、利用の中心は「食料品を購入」や「日用雑貨を購入」が多いものの、「品揃えが少ない」といった不満も多い。

自宅周辺の商店街の利用頻度では、「毎日利用している」「週に2～3回程度」「週に1回程度」の合計割合は60.7%となっています。

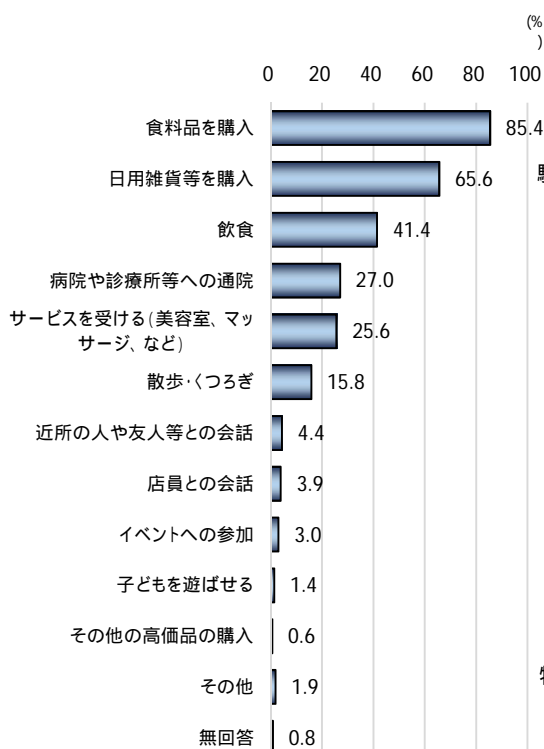
ただし前回調査時（2008年（平成20年）実施）と比較すると、同割合は67.9%となっており、「毎日利用している」で4.0ポイント減、「週に2～3回程度利用」で1.6ポイント減、「週に1回程度」で1.6ポイント減と、今回の調査では、特に「毎日利用している」とする区民の減少が目立ちます。

また利用目的では「食料品を購入」「日用雑貨等を購入」等が高く、商店街への不満では「品揃えが少ない」「駐輪・駐車場が少ない・狭い」が挙げられています。

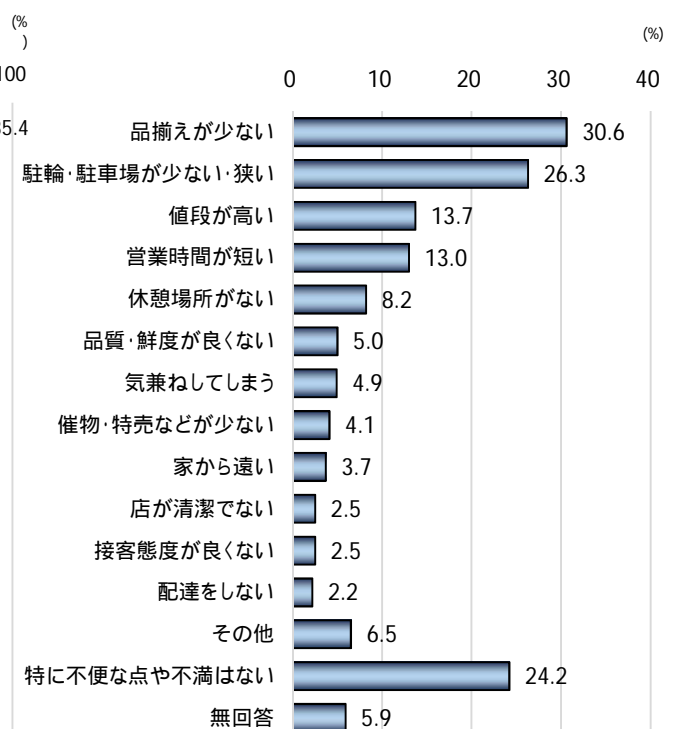
自宅周辺商店街の利用頻度



自宅周辺商店街利用目的 (n=1,023)



自宅周辺商店街への不満 (n=1,023)



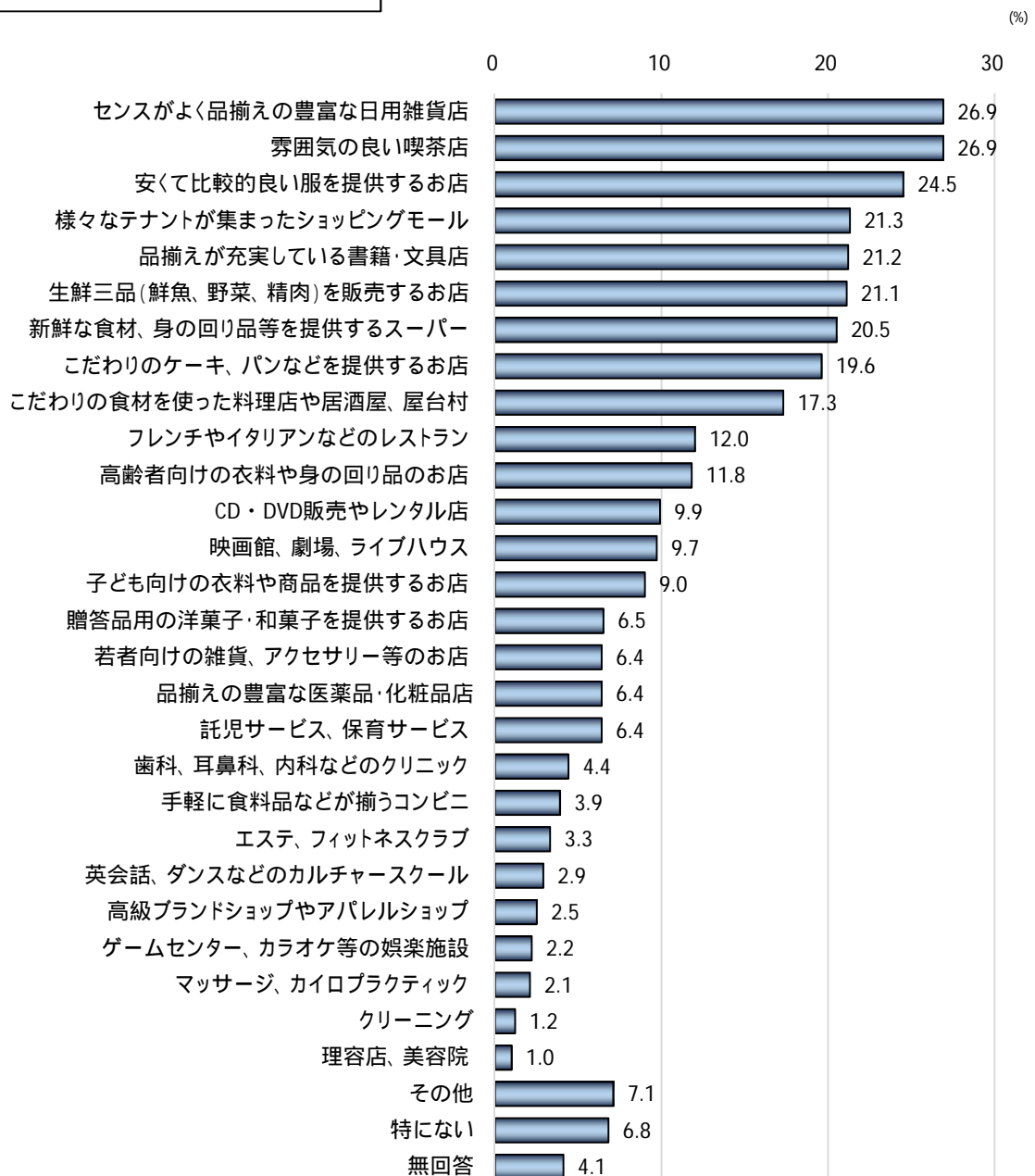
## 自宅周辺商店街にあったら良い店について

「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」「雰囲気の良い喫茶店」における区民ニーズがやや高く、チェーン店等ではなく個別店舗に対するニーズが高いと想定されている。

自宅周辺商店街にあったら良い店では、「センスがよく品揃えの豊富な日用雑貨店」「雰囲気の良い喫茶店」がそれぞれ 26.9%と高く、次いで「安くて比較的良い服を提供するお店」が高くなっています。

前回調査時（2008年（平成20年）実施）と比較すると、「安くて比較的良い服を提供するお店」が5ポイント程度少なくなっています。

自宅周辺商店街にあったら良い店 (n=1,470)





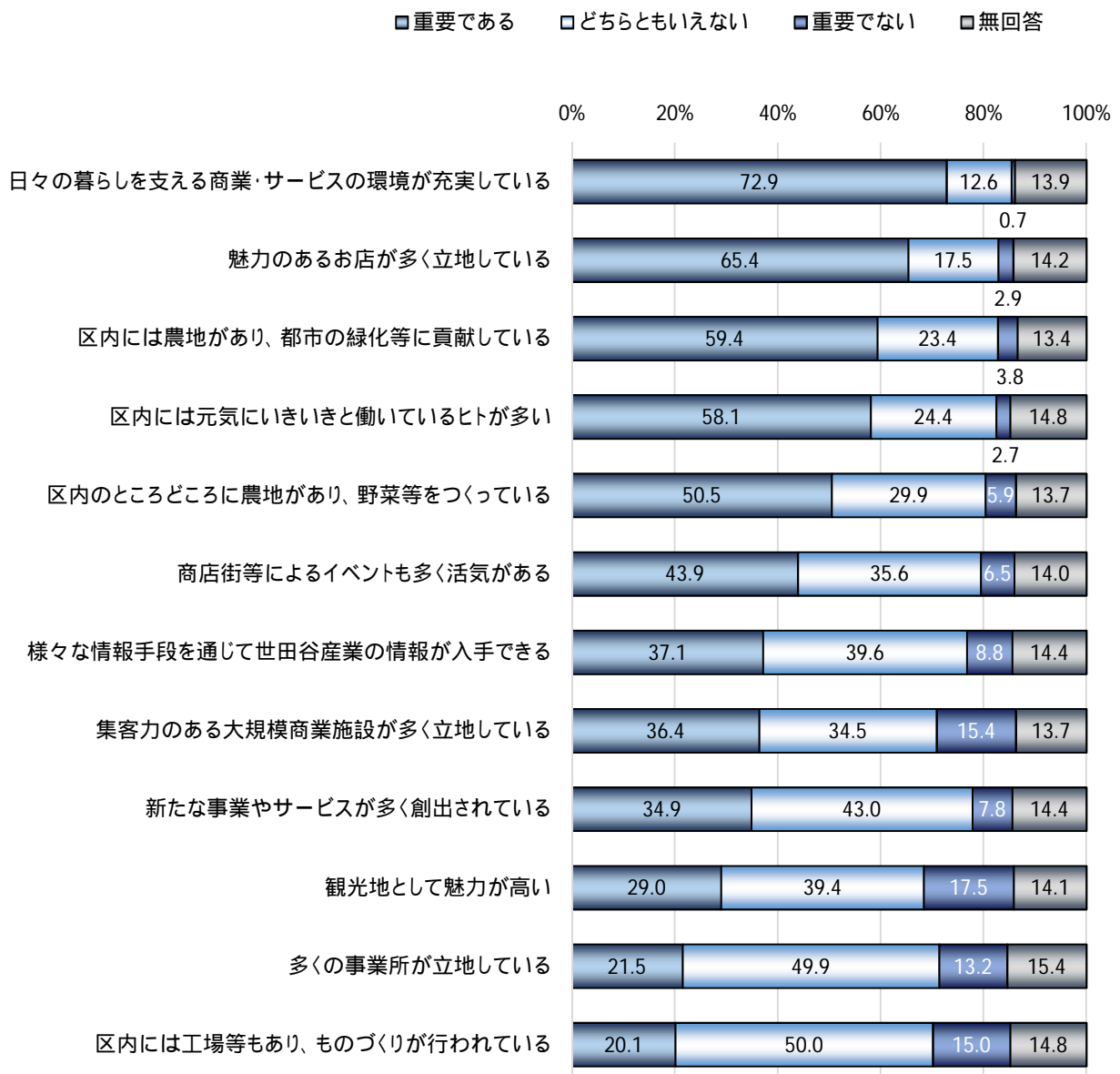
## 世田谷区産業の重要度について

区民の産業重要度では、「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」が最も高く、生活を支える産業への期待が高いことが伺える。

産業の重要度について見ると、重要であるとする割合が最も高い項目は、「日々の暮らしを支える商業・サービスの環境が充実している」が72.9%、次いで「魅力のあるお店が多く立地している」が65.4%となっています。

前回調査（2008年（平成20年）実施）と比較すると、上位3項目の順位に変化は見られませんでした。

世田谷区産業の重要度 (n=1,470)

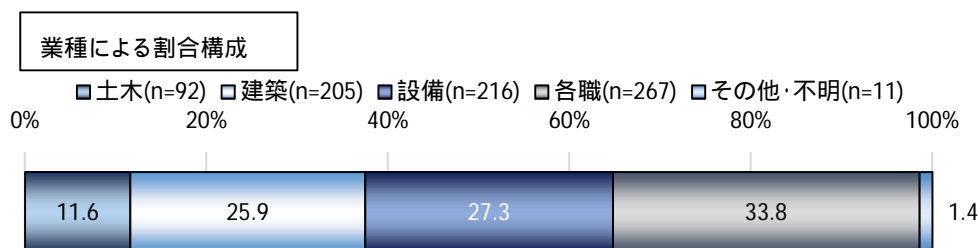


## 5. 「世田谷区建設業実態・意向調査」の結果

- 1) 調査対象 世田谷区内の建設業事業者
- 2) 標本数 1,871 サンプル
- 3) 抽出方法 平成 26 年経済センサス - 基礎調査に基づく事業所、世田谷区内建設業団体より提供を受けた事業所
- 4) 調査方法 郵送配布・郵送回収
- 5) 調査期間 2016 年（平成 28 年）9 月 13 日～9 月 30 日
- 6) 有効回収数 791 サンプル（有効回収率 42.5%）

### 業種による構成割合

建設業の業種では、「各職（型枠大工、とび、鉄骨など）」が 33.8%と最も多く、次いで、「設備」、「建築」、「土木」といった順で多くなっています。



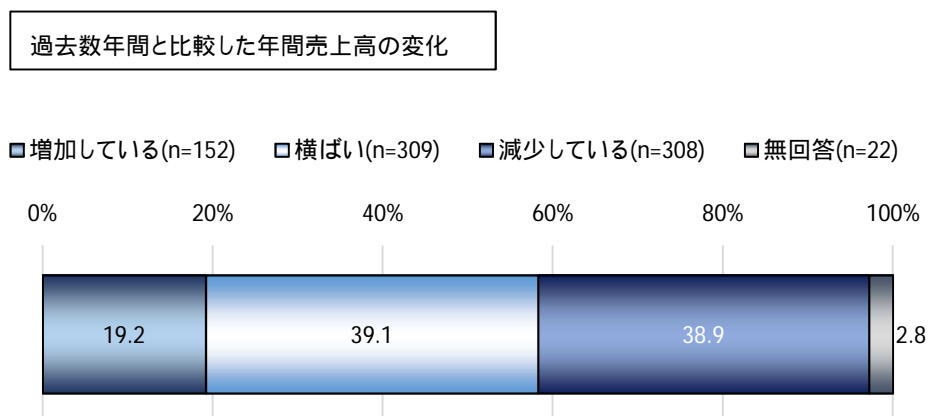
#### 参考 業種分類

業種	主な業務内容
土木	土木、舗装、土工、コンクリート、しゅんせつ、造園、基礎、鉄道、区画線など
建築	建築、木造建築、大工、建築リフォームなど
設備	一般電気・電気配線、電気通信・信号装置、冷暖房設備、熱絶縁、給排水、衛生、機械器具設置など
各職	型枠大工、とび、鉄骨、鉄筋、石工、れんが・タイル、コンクリートブロック、エクステリア、左官、防水、屋根、板金、建築金物、塗装、ガラス、建具、床、内装、表具、畳、解体など
その他	上記に分類されない工事業

### 景況感について

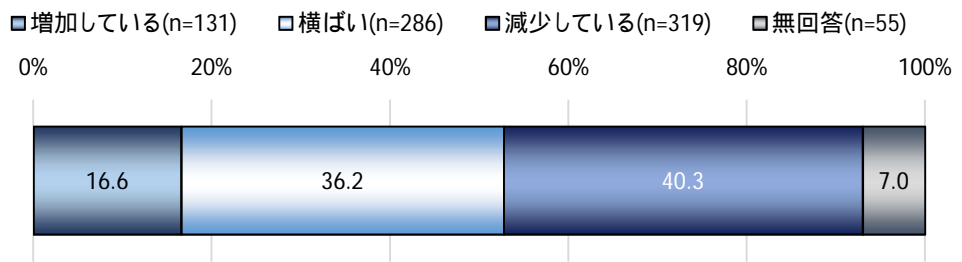
過去と比較した区内建設業の景況感は、売上高では横ばいが最も多くなっているものの、営業利益では減少していると回答する事業者が多く、やや厳しい経営状況が想定される。

過去数年間と比較した売上高では、「増加している」が 19.2%、「横ばい」が 39.1%、「減少している」が 38.9%と「横ばい」・「減少している」がほぼ同じ割合で多くなっています。



営業利益の変化では、「増加している」が16.6%、「横ばい」が36.2%、「減少している」が40.3%と、減少したと回答した事業者が多くなっています。

過去数年間と比較した営業利益の変化



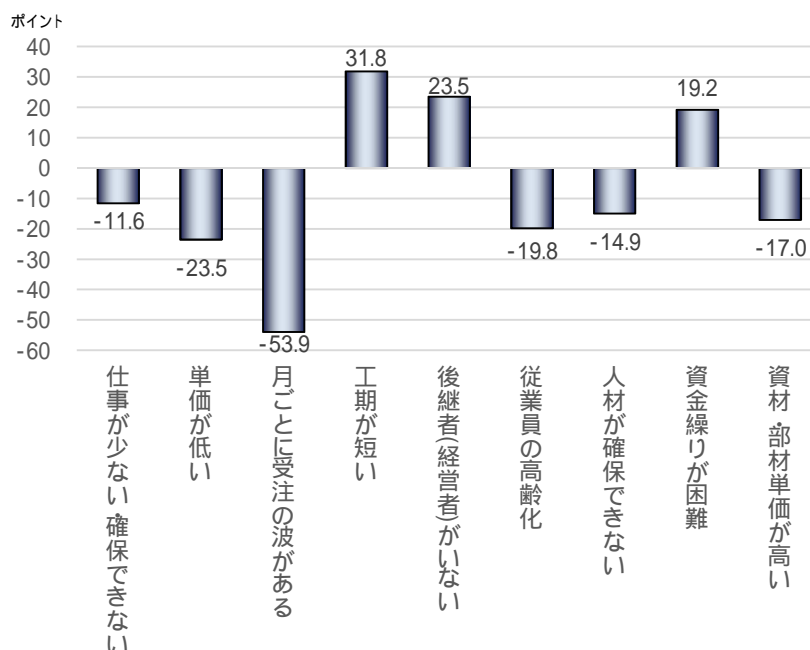
### 経営課題等について

区内建設業の最も大きな課題は、受注が安定しないことである反面、今後の重点取組では受注の確保や、営業力強化等といった積極的な取組みも見られる。またそれ以外にも、主に従業員の高齢化等を中心とした人材に関することが大きな経営課題となっている。

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

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

経営課題について(DI値)

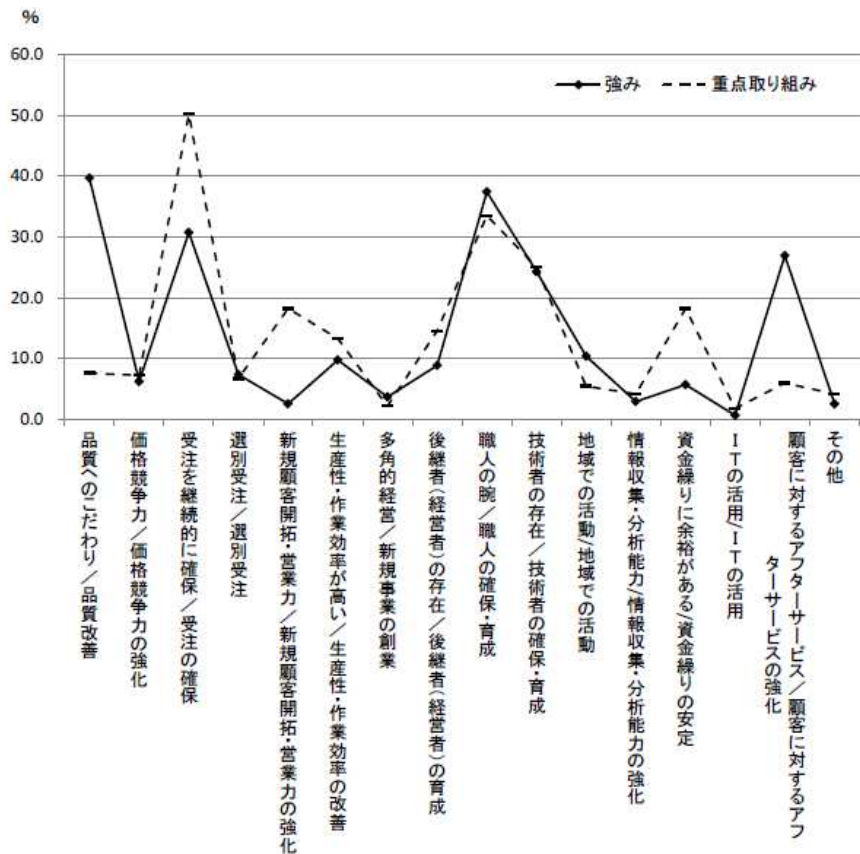


事業所の強みとしては、「品質へのこだわり」、「職人の腕」、「受注を継続的に確保」の回答が多くなっています。

逆に今後の重点取組としては、「受注の確保」、「職人の確保・育成」、「技術者の確保・育成」などの回答が多く、なかでも受注の継続確保に対する取組意向が強くなっています。

また、取組意向が大きいことでギャップが見られる項目では、「新規顧客開拓・営業力の強化」や、「資金繰りの安定」等となっています。

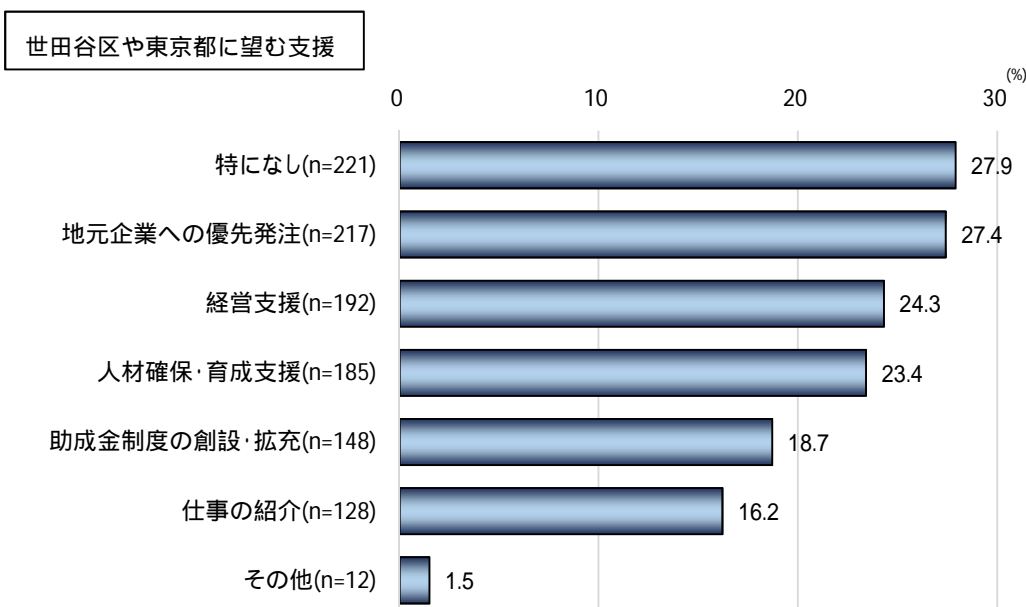
事業所の強みと今後の重点取組



### 行政への支援要望

行政への支援ニーズが最も高いのは、地元企業への優先発注となっている反面、経営支援や人材確保・育成支援等も2割を超えて高く、多様なニーズを持っていると考えられる。

世田谷区や東京都に望む支援策では、「特になし」が27.9%と最も多くなっていますが、「地元企業への優先発注」や「経営支援」、「人材確保・育成支援」などへの要望もやや高くなっています。



## 区産業の課題整理

世田谷区を取り巻く社会経済環境の変化における動向や、区民生活や産業の現況を踏まえ課題を整理すると、概ね以下の6つに整理することができます。

### 課題：世田谷区の特性と基本的な産業区分を踏まえた整理

世田谷区は、緑が多く生活環境の良い住宅都市としての特性があり、洗練された都市としてのブランド力を有しています。こうした特性を今後も維持・向上させていくために、従来型の産業政策において踏襲されてきた業種ごとの課題の整理と解決のための施策づくりを着実に進めて行くだけでなく、社会経済環境の変化とともに徐々に移り変わっていく区民生活や産業活動、そして都市としての世田谷のあり方といった地域経済や社会等の課題を複合的に考え整理することが必要と考えます。

### 課題1：産業力強化を目的とした世田谷産業の基盤づくり

区内の民営事業者数が増加傾向にある中、製造業をはじめとして、取引環境の変化や後継者不足等により廃業する事業所も少なくありません。廃業した事業所の中には、優れた技術を活かして優れた事業経営を行っていた事例もあります。そのような優良事業者を含めた事業承継の実効的な推進や、技術・ノウハウの様々な分野への活用促進など、区内産業力の維持・強化を図るための有効な施策の展開とそれを支える産業基盤の強化のための仕組みづくりが重要な課題であると捉えています。

製造業では、2009年（平成21年）から2016年（平成28年）にかけて、区内従業者数が約3千人も減少しており、住宅都市「世田谷」におけるものづくり産業のあり方が問われています。区民のものづくりに対する認知度も高いとはいええない状況で、今後は区民の生活を豊かにするという視点からものづくり産業の維持・発展に取り組むことが必要です。

また、農業については、農家戸数・農家の世帯員数がともに減少傾向にあり、区内全体の農業規模が縮小しています。今後は農業の担い手の高齢化が進み、2022年に生産緑地の宅地化の問題が生じるなど、相続に伴う用途転換を起因とする農地の減少や後継者不足などに関する問題が懸念されます。

### 課題2：区内産業を支える世田谷人材の育成と活躍支援

近年、アベノミクスの影響などにより、全国的に有効求人倍率、完全失業率などの雇用指数は改善しており、世田谷区の管轄である渋谷公共職業安定所の有効求人倍率も3倍を超えています。特に、製造業や運輸業、建設業等で求人数が多く、業種によって人材不足の問題に差異が見られ、東京2020大会の開催に向け、区内でも建設業やサービス業を中心に人材不足が想定される状況となっています。

このような中、国では「働き方改革」として、個々人のライフスタイルの多様化や、ワーク・ライフ・バランスの重要性を考慮したうえで、労働制度を抜本的に改革していき、生産性向上を目指す方向性を打ち出しています。

そこで、区内事業者の状況を見ると、人材確保や育成が大きな課題の一つとなっており、雇用促進や人材育成支援等へのニーズが以前にも増して高まっています。

国等の働き方改革に向けた取組みなどの新たな潮流を踏まえつつ、区内産業を支える人

材の確保と育成を進めていくことが今後の大きな課題と認識しています。

### 課題3：産業を通じた豊か・安心・快適な区民生活の創造とさらなる生活価値の向上

区民の居住満足度は8割を超え、落ち着きのある静かで生活環境の良いまちに対するニーズが非常に高いといえます。その区民ニーズを支える産業として、区内には「卸売業、小売業」や「生活関連サービス業、娯楽業」、「医療、福祉」といった事業所が多く立地しており、区民生活を支える商業・サービス業が駅周辺地域を中心として集積しています。

しかし、商業・サービス業が集積する地域としての商店街では、区民の利用率は低下傾向にあり、特に毎日商店街を利用する区民の割合が減少傾向にあります。

今後、インターネット取引の拡大や大手チェーン店のさらなる台頭の動きを見定めつつ、区民からの要望が高い安全・安心な生活の維持と快適な生活環境の実現に向けて、商業やサービス業の利点を活かした施策の展開が重要となると捉えています。

### 課題4：社会経済環境の変化にマッチした活力ある産業の育成と創造

高齢化社会の進展による医療・福祉へのニーズの増加に伴い、区内においても今後、さらに関連事業所の増加が見込まれます。その際、人手不足を中心とした課題を解決すること等に加え、新たな区民向けサービスの開発・展開により、産業の芽を育てていくことや、サービス自体の価値を高めていくことも期待されます。

昨今の社会経済全体の動向を見ると、AI（人工知能）やロボット、IoT（モノのインターネット）など最新の産業技術の発達が目覚ましく、生産性の向上などを目的として様々な産業分野（エネルギーやヘルスケア、運輸・物流、小売業等）において徐々に新たな産業技術の導入が進み始めています。大手情報通信事業者の区内移転などが行われたこともあり、こうした最新の産業技術を区内事業者が新規ビジネスの開発や運用などに積極的に利活用していくことにより、新たな産業の創出や未開拓の産業分野の成長などにつなげていくことも今後の区内産業の発展のためには必要な要素となります。

このように、社会経済環境が大きく変わる中で、その変化を的確に捉えたうえで、区民のニーズに即応した新たな産業の育成や支援を多面的に行っていくことが、今後ますます重要性を増していくと考えています。

### 課題5：せたがやのまちとしての魅力の発展と、区内外へのプロモーションの強化

閑静な住宅都市としてのイメージが強い世田谷区には、三軒茶屋や下北沢、二子玉川といった拠点駅及びその周辺地区のような多くの人で賑わう生活・文化の拠点地域はあるものの、観光客が多く訪れるような有名な観光資源は存在せず、90万人の区民を抱える住宅都市としての色合いが非常に強くなっています。

外国人観光客の日本への来訪者数は、東京2020大会の開催に向けてますます増加傾向にあり、世田谷区においてもシティプロモーションやまちなか観光といった、区外からの来訪者に向けた積極的な取組みを進めてきました。今後、区民が魅力に感じている本区の自然や風景、そして商店街などについて、その魅力の磨き上げを進めつつ、お祭・イベント、寺社・仏閣、街並みそして農地や農作物など、様々な魅力を発見し、賑わいをもたらす取組みに繋げていくことが重要です。そして、その魅力を区内外に強力かつ効果的にプロモーションし、広く浸透させていくことが必要です。

## 振興計画のコンセプトと方向性

振興計画におけるコンセプト（基本的な考え方）

振興計画では、「世田谷区産業ビジョン」におけるテーマである「区民・産業がつくる 世田谷の新たな価値と豊かさ」及び同テーマを受けた施策体系を踏襲し、それぞれの施策や具体的な事業に落とし込んでいきます。

このテーマは、世田谷産業の将来像を表現するものであり、区民と産業が一体となることで、世田谷独自の新たな共通価値の創造、区民生活の充実、産業の活性化、成熟したまちづくりなどの豊かな地域社会づくりに繋げるための指針となっています。

### 新たな産業ビジョンのテーマ

## 「区民・産業がつくる 世田谷の新たな価値と豊かさ」

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

## せたがや価値創造プロジェクト

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

# 施策体系

世田谷区産業ビジョン		世田谷区産業振興計画（2018年度（平成30年度）～2021年度（平成33年度））		
大分類	施策中分類	基本施策	事業名	重点
1 世田谷産業の基盤づくり	産業創造基盤	1 起業・創業支援	[1] 起業・創業支援の推進	
		2 経営の安定化・活性化	[2] 経営支援コーディネーターによる支援	
			[3] 産業のBCP・区民生活の維持継続の推進	
			[4] ビジネスモデルの研究開発支援	
		3 産学金公検討・連携体制の構築と推進	[5] 産学金公連携による事業の促進	
4 地元金融機関等との連携	[6] 地元金融機関等との連携 [7] 融資あっせん			
	5 産業情報の効果的な発信と連携	[8] 産業情報の効果的な情報発信と連携		
2 世田谷人材の育成と活躍	雇用・労働環境の充実	6 ライフスタイルに応じた働き方ができる環境づくり	[9] 三茶おしごとカフェ（三軒茶屋就労支援センター）の運営～区内事業者の雇用環境の整備～	
			[10] 多様な働き方の推進	
		7 ワーク・ライフ・バランスの推進	[10] 多様な働き方の推進（再）	再
		8 世田谷の特性を活かした産業への就労機会拡大	[9] 三茶おしごとカフェ（三軒茶屋就労支援センター）の運営（再）～勤労希望者への支援～	再
			[11] 建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業	
	9 女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大に向けた支援	[9] 三茶おしごとカフェ（三軒茶屋就労支援センター）の運営（再）～女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大～	再	
		[12] ユニバーサル就労等新たな働き方の創出		
		[13] 地域若者サポートステーション事業		
	10 勤労者福祉機能等の向上	[14] 障害者の雇用拡大		
		[11] 建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業（再）	再	
[15] 勤労者福祉機能等の向上				
世田谷人材の育成と活躍促進	11 産業に係る専門力・技術力の向上	[16] 区内中小企業等定着支援事業～専門力・技術力向上に向けた支援～		
		[13] 地域若者サポートステーション事業（再）		
		[16] 区内中小企業等定着支援事業（再）～若手・中堅人材・後継者の育成・確保～	再	
		[17] ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス活動支援		
13 地域人材・NPOの育成と活動機会の創出	[18] シルバー人材センターを活用した就業機会の確保			
3 豊か・安心・快適な区民生活創造	区民生活や地域環境を支え高める商店街振興	14 商店街が担う公共的役割への支援	[19] 商店街が担う公共的役割への支援	
		15 「まちの力」の参加促進	[20] 地域連携の推進	
		16 地域特性を活かした魅力を生み出す商店街の形成	[21] 商店街の魅力の発信	
		17 商店街のマネジメント機能の育成	[22] 商店街のマネジメント機能の育成	
	地域や生活に身近なもののづくりの産業	18 住工共生まちづくりの推進	[23] 住工共生まちづくりの推進	
		19 環境・エネルギーに係る取組み推進	[24] 環境・エネルギーに係る取組みの推進	
		20 準工業地域の維持・保全	[25] 準工業地域の維持・保全	
		21 住宅・建築産業などの支援による住生活の価値向上	[26] 住宅関連産業の健全な発展への支援	
	区民とともに作る世田谷農業	22 顔の見える農業の推進	[27] ふれあい農業の推進による農業・農地の多面的機能の理解促進	
		23 地産地消の推進	[28] 学校給食への供給促進	
		24 みんなで育てる「せたがやそだち」	[29] 「せたがやそだち」のブランド化推進	
	区民が見つけ楽しむ世田谷観光	25 魅力発見・活用等の促進	[30] 観光資源の再発見・発掘等の促進	
			[31] 観光資源の魅力アップ	
		26 まちなか観光の魅力を高める取組み促進	[32] 区民によるまち歩きの推進	
			[33] 多彩な観光イベントの開催	
		27 多様なまちなか観光情報の受発信環境の整備	[34] 様々な媒体を活用した情報発信 [35] 観光情報の受発信環境の整備	
	安全・安心な消費環境づくり	28 消費生活の安全・安心の確保	[36] 消費生活の安全・安心の確保	
		29 消費者被害の救済対応	[37] 消費者被害の救済対応	
		30 効果的な啓発活動	[38] 効果的な啓発活動	



4 活力ある産業の育成と創造	世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成	31 区民生活を支えるサービス産業の振興	[39] 生活関連産業の誘致・育成	
			[40] 新たな産業技術等の活用促進	
		32 地域課題解決に向けた取組みの推進	[17] ソーシャルビジネス・コミュニティビジネスの活動支援（再）	再
		33 多様な産業主体との連携促進	[41] 多様な産業主体間の意見交換・交流による産業連携促進	
	ものづくり技術を活かした産業の推進	34 環境に配慮したものづくりの充実	[42] 地球温暖化対策・再生可能エネルギーの利用促進	
		35 生活の身近にある安全で快適な産業・技術の推進	[43] ものづくりを中心とした新たな産業技術等の活用促進	
	世田谷の特性を活かした農業力の強化	36 多様な担い手の育成	[44] 担い手育成のための取組み推進	
		37 区民に信頼される農業経営の推進	[45] 農業経営力の強化	
			[46] 認定・認証農業者の育成と支援	
		38 経済活力を創出する都市型農業のモデルづくり	[47] 高付加価値化の促進 [48] 魅力ある農業経営の展開支援	
	まちなか観光が生み出す産業の活性化	39 世田谷の魅力を堪能できる観光事業の推進	[49] 様々な交流や体験を生み出す観光事業の展開 [50] 観光マーケティング調査の実施	
		40 観光関連産業の取組み活性化と協働促進	[51] 民間事業者等と連携した観光事業の展開	
			[52] おもてなし機運の醸成	
			[53] 観光ボランティアガイドの取組み推進	
		41 さらなる誘客に向けた観光プロモーションの強化	[54] 誘客の促進に向けた情報発信力の強化	
			[55] 自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み	
	42 外国人をはじめとする観光客に対する受入環境の向上	[56] 外国人をはじめとする観光客に対する受入環境整備		
	事業者と消費者がつくる豊かな消費生活	43 見守りネットワークの形成	[57] 見守りネットワークの形成	
44 危害等の防止		[58] 危害等の防止		
45 取引等の適正化		[59] 取引等の適正化		
46 商品表示の適正化		[60] 商品表示の適正化		
5 人と事業所とまちが創る成熟都市せたがや	潤いと活力に満ちた地域づくり	47 区民の利便性向上に資する都市型コンパクトライフの実現に向けた産業支援	[61] 駅や各総合支所などの地域の拠点周辺を中心とした区民生活の利便性を支える産業の振興	
		48 広域生活・文化拠点を中心とした交流促進による産業活性化の推進	[62] 広域生活・文化拠点における観光情報コーナー、公衆無線LAN、案内サイン等の整備	
		49 都市開発に伴う新たなまちづくりと一体となった商店街振興の推進	[63] 都市開発にあわせた商店街振興などに向けた取組みの推進	
		50 タウンマネジメント機能の育成による地域内連携と商業機能の充実	[64] 各エリアの取組みとの連携した商店街振興・地域振興	
	建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展	51 建設・建築関連産業の振興	[65] 建設・建築関連産業の振興	
52 都市インフラ高度化に向けた整備、推進		[66] 建設業人材確保・定着支援事業（都市インフラ高度化に向けた整備、推進）		
農のある都市環境の維持・形成	53 農地・緑地の保全推進と活用促進	[67] 農地・緑地の保全推進		
		[68] 都市農業の理解促進		
54 区民農園等の利活用促進	[69] 体験型農園の利活用促進			
世田谷観光プロモーションの強化	55 世田谷独自の多様な魅力を高めるための観光プロモーションの推進	[70] 世田谷ブランドのPR強化		
	56 世田谷型MICEの推進によるまちの賑わいの創出	[71] 世田谷型MICEの推進によるまちの賑わいの創出		
	57 自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み	[72] 観光イベントや共通の産業イベント等を通じた自治体間交流等の推進		
	58 世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進	[73] 世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進		
消費者市民社会の実現	59 消費者の自立支援	[74] 消費者の自立支援		

## 重点事業について

平成 30 年度以降の区内産業の振興に向けて整理した 6 つの課題を解決するための産業全体の仕組みを構築するとともに、課題の解決に向けて特に重要度が高く、重点的に取り組むべき計画事業を「重点事業」として位置付け、成果指標を設けて取り組んでいきます。

「課題：世田谷区の特徴と基本的な産業区分を踏まえた整理」



### 区内産業の課題を産業横断的に捉えた課題軸（大分類）の設定

世界経済のグローバル化、第 4 次産業革命を契機とした技術革新の活用などのボーダーレスな社会経済環境の変化と新たな産業の潮流に対応し、区内事業者の生産性の向上や競争力の強化などを実現するためには、商業、工業、農業といった業種ごとに施策を策定し、課題解決に向けて取組みを進めていくという従来型の政策スタイルのみにとどまらず、基本的な産業分野の枠組みを超えた産業分野横断的な取組みを進めていくことが必要です。そのため、「商業・サービス」・「ものづくり・建設」・「農業・農地」・「まちなか観光」・「消費生活」という産業分野ごとのテーマ軸に加えて、区内産業の課題を産業分野横断的な視点から解決するための課題軸を大分類として設定しました。

そして、社会全体及び区内の経済産業動向の特徴や変化を調査・分析し、区内産業全体の実態と課題を的確に把握したうえで、長期的な視野から戦略的かつ効果的な産業政策の立案・遂行に取り組んでいきます。

《 1 》.「課題 1：産業力強化を目的とした世田谷産業の基盤づくり」



### 1 世田谷産業の基盤づくり（計 6 個）

産業創造基盤の重点事業（6 個）

1	起業・創業支援
	[ 1 ] 起業・創業支援の推進
2	経営の安定化・活性化
	[ 2 ] 経営支援コーディネーターによる支援
	[ 4 ] ビジネスモデルの研究開発支援
3	産学公検討・連携体制の構築と推進
	[ 5 ] 産学公連携による事業の促進
4	地元金融機関等との連携
	[ 6 ] 地元金融機関等との連携
5	産業情報の効果的な発信と連携
	[ 8 ] 産業情報の効果的な発信と連携

《 2 》.「課題 2 : 区内産業を支える世田谷人材の育成と活躍支援」



2 世田谷人材の育成と活躍 (計 5 個)

雇用・労働環境の充実 (3 個)

6	ライフスタイルに応じた働き方ができる環境づくり
8	世田谷の特性を活かした産業への就労機会拡大
9	女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大に向けた支援
[ 9 ]	三茶おしごとカフェ (三軒茶屋就労支援センター) の運営 ~ 区内事業者の雇用環境の整備 ~ ~ 就労希望者への支援 ~ ~ 女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大 ~
6	ライフスタイルに応じた働き方ができる環境づくり
7	ワーク・ライフ・バランスの推進
[ 10 ]	多様な働き方の推進
8	世田谷の特性を活かした産業への就労機会拡大
[ 11 ]	建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業

世田谷人材の育成と活躍促進 (2 個)

11	産業に係る専門力・技術力の向上
12	産業を支える若手・中堅人材・後継者の育成
[ 16 ]	区内中小企業等定着支援事業 ~ 専門力・技術力向上に向けた支援 ~ ~ 若手・中堅人材・後継者の育成・確保 ~
13	地域人材・NPO の育成と活動機会の創出
[ 17 ]	ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス活動支援

《3》「課題3：産業を通じた豊か・安心・快適な区民生活の創造とさらなる生活価値の向上」



3 豊か・安心・快適な区民生活創造（計10個）

区民生活や地域環境を支え高める商店街振興（2個）

14 商店街が担う公共的役割への支援
[ 19 ] 商店街が担う公共的役割への支援
16 地域特性を活かした魅力を生み出す商店街の形成
[ 21 ] 商店街の魅力の発信

地域や生活に身近なものづくりの産業（1個）

18 住工共生まちづくりの推進
[ 23 ] 住工共生まちづくりの推進

区民が見つけ楽しむ世田谷観光（6個）

25 魅力発見・活用等の促進
[ 30 ] 観光資源の再発見・発掘等の促進
[ 31 ] 観光資源の魅力アップ
26 まちなか観光の魅力を高める取組み推進
[ 32 ] 区民によるまち歩き推進
[ 33 ] 多彩な観光イベントの開催
27 多様なまちなか観光情報の受発信環境の整備
[ 34 ] 様々な媒体を活用した情報発信
[ 35 ] 観光情報の受信環境の整備

安全・安心な消費環境づくり（1個）

29 消費者被害の救済対応
[ 37 ] 消費者被害の救済対応

《 4 》「課題 4 : 社会経済環境の変化にマッチした活力ある産業の育成と創造」



4 活力ある産業の育成と創造 (計 10 個)

世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成 (2 個) 再掲除く。

31	区民生活を支えるサービス産業の振興
	[ 40 ] 新たな産業技術等の活用促進
32	地域課題解決に向けた取組みの推進
	[ 17 ] ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス活動支援 (再掲)
33	多様な産業主体との連携促進
	[ 41 ] 多様な産業主体間の意見交換・交流による産業連携促進

まちなか観光が生み出す産業の活性化 (8 個)

39	世田谷の魅力を堪能できる観光事業の推進
	[ 49 ] 様々な交流や体験を生み出す観光事業の展開
	[ 50 ] 観光マーケティング調査の実施
40	観光関連産業の取組み活性化と協働促進
	[ 51 ] 民間事業者等と連携した観光事業の展開
	[ 52 ] おもてなし機運の醸成
	[ 53 ] 観光ボランティアガイドの取組み推進
41	さらなる誘客に向けた観光プロモーションの強化
	[ 54 ] 誘客の促進に向けた情報発信力の強化
	[ 55 ] 自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み
42	外国人をはじめとする観光客に対する受入環境の向上
	[ 56 ] 外国人をはじめとする観光客に対する受入環境整備

《5》「課題5：せたがやのまちとしての魅力の発展と、区内外へのプロモーションの強化」



5 人と事業所とまちが創る成熟都市せたがや（計8個）

農のある都市環境の維持・形成（3個）

53 農地・緑地の保全推進と活用促進
[ 67 ] 農地・緑地の保全推進
[ 68 ] 都市農業の理解促進
54 区民農園等の利活用促進
[ 69 ] 体験型農園の利活用促進

世田谷観光プロモーションの強化（4個）

55 世田谷独自の多様な魅力を高めるための観光プロモーションの推進
[ 70 ] 世田谷ブランドのPR強化
56 世田谷型MICEの推進によるまちの賑わいの創出
[ 71 ] 世田谷型MICEの推進によるまちの賑わいの創出
57 自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み
[ 72 ] 観光イベントや共通の産業イベント等を通じた自治体間交流等の推進
58 世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進
[ 73 ] 世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進

消費者市民社会の実現（1個）

59 消費者の自立支援
[ 74 ] 消費者の自立支援

## 各施策の概要

新しい世田谷区産業ビジョンの「7つのありたい姿」の実現や産業ビジョンのメインテーマである「区民・産業がつくる 世田谷の新たな価値と豊かさ」を形成していくために、世田谷区産業ビジョンにおいては、18の施策体系により、産業政策を展開していきます。

その上で、ビジョンの施策体系を、具体的かつ有効的に推進していくため、2018年度(平成30年度)から2021年度(平成33年度)までの世田谷区産業振興計画では、更に74の事業計画に分類しました。

これらの事業計画を基本とし、産業振興に取り組んでいきます。

### 【施策の概要表の掲載について】

**重点事業**：事業名の後ろに【重点】と掲載しています。

**事業内容**：事業を実施するために、取り組む内容を記載しています。

**現況**：2017年度(平成29年度)までの取組みを【背景・課題・成果】の観点から、記載しています。

**目標**：2018年度(平成30年度)から2021年度(平成33年度)までの取組みを【目的のねらい】、【取組み】の観点から、記載しています。

**関連する計画**：事業の実施にあたり、関連する計画(世田谷区)を記載しています。

**計画所管課**：事業の実施をする所管課を記載しています。(2018年(平成30)年4月現在)

**関連所管課**：事業を実施するうえで関連する所管課を記載しています。(2018年(平成30)年4月現在)

**成果指標**：政策の成果を示す指標になります。

**前計画**：2014年度(平成26年度)から2017年度(平成29年度)までの期間の成果指標の値を記載しています。

**目標値**：2018年度(平成30年度)から2021年度(平成33年度)までの期間で目標とする成果指標の値を記載しています。

値については、前計画期間の成果指標の値と2018年度(平成30年度)から2021年度(平成33年度)までに達成目標とする値(新計画値)を足し上げた数値(累計値)になります。

前計画値(達成値) + 新計画値 = 目標値

# 1 世田谷産業の基盤づくり

## 産業創造基盤

### 【課題と背景】

- ・人口減少により国内市場の縮小が進み、地域経済の担い手である中小企業・小規模事業者が新たに生まれにくい状況となっています。
- ・経済のグローバル化により経営環境が大きく変化し、競争が激化する中、区内企業が持つ高い技術・技能を守り、さらに発展させていく必要があります。
- ・金融機関のノウハウと区内大学が有する様々な技術や英知をより一層活用して、区内産業を支える仕組みづくりが必要です。
- ・これまで区内経済を支えてきた企業が、後継者の不足により廃業の危機に直面しています。

### 【課題解決に向けて】

- ・区内産業の持続的な成長のために、支援機関等と連携しながら新たな産業の創出や経営力の強化、付加価値の向上など産業の基盤を支える取組みを推進することが必要です。

## 1 起業・創業支援

事業名	[ 1 ] 起業・創業支援の推進 【重点】		
事業内容	世田谷区産業振興公社、世田谷ものづくり学校や金融機関等の支援機関と緊密に連携しながら、起業・創業希望者に対する起業・創業相談やセミナー等を実施するとともに、国等と連携して起業・創業に係る優遇措置や各種支援メニューのPR強化に取り組むことにより、女性、若者、高齢者や障害者を含め、希望する人々が起業しやすく、多種多様な事業が生まれる環境整備を図ります。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画を策定し、国の認定を受けることにより、金融機関や産業支援機関等との連携をより緊密なものとし、創業のステージごとに連携機関が相互に紹介し合う等、創業支援体制の整備を図っています。今後、創業のさらなる促進に向け、連携を強化しながら支援事業の認知度向上等の取組みを推進していく必要があります。	
	目標	【目的ねらい】 区内における起業・創業を促進することにより、事業活動の活性化や事業者の育成を図るほか、新たな雇用を創出し、区内産業全体の活性化につなげていきます。 【取組み】 世田谷区創業支援事業計画に基づく創業支援事業の実施	
関連する計画	世田谷区新実施計画、世田谷区創業支援事業計画		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、工業・ものづくり・雇用促進課、人権・男女共同参画担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	世田谷区創業支援事業計画に基づく、創業支援事業による起業者数	1,286 名	2,986 名



## 2 経営の安定化・活性化

事業名	[ 2 ] 経営支援コーディネーターによる支援 【重点】		
事業内容	区内中小事業者の資金繰りや、販路拡大、I o Tの活用、事業承継など、事業者の経営を支援するため、大手企業等で習得した様々な技術・ノウハウや専門的な知識・技能を有する経営支援コーディネーターを配置し、豊富な経験・知識等に基づいて、事業者等に対し総合的な経営支援に関わるアドバイスを行います。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区内中小事業者の抱える様々な課題に対してワンストップで総合的な経営支援を行うため、2014年度（平成26年度）に経験豊富な経営支援の専門家により経営支援のコーディネートを行う制度を創設し、区内事業所の経営支援に取り組んでいます。経済環境が厳しさを増す中、第4次産業革命への対応や事業承継など支援の強化に向けた取組みが重要です。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>区内中小事業者の資金繰りや、販路拡大、I o Tの活用、事業承継など、事業者に対する総合的な経営支援アドバイスを行うことにより、区内産業基盤の安定化を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>経営支援コーディネーターによる総合的な経営支援の実施</p>	
関連する計画	世田谷区新実施計画		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、工業・ものづくり・雇用促進課		
	成果指標	前計画	目標値
	経営支援コーディネーターによる総合的な経営支援の実施件数	80社	220社

事業名	[ 3 ] 産業のBCP・区民生活の維持継続の推進	
事業内容	災害時を想定した産業の事業継続、区民生活の維持継続を確保するため、区内中小企業を対象にBCP（事業継続計画）講座開催などの取組みを、産業団体等と連携しながら推進していきます。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>これまで主として小規模事業者や個人事業主向けのBCP講座の実施等を通じてBCP策定の促進に取り組んできましたが、今後更に、受講者の増加に向けた取組みの強化等、BCP策定の必要性を区内事業者に広く浸透していく必要があります。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>災害時においても、区内中小事業者の事業を継続し、区民生活の維持継続を確保する。</p>

	【取組み】 B C P 講座の実施
関連する計画	-
計画所管課	産業連携交流推進課
関連所管課	-

事業名	[ 4 ] ビジネスモデルの研究開発支援 【重点】		
事業内容	<p>区内中小事業者の知的財産権取得やビジネスマッチングイベントへの出展に係る支援を行うことにより、新製品や新たなビジネスモデルの開発につなげていきます。</p> <p>また、都立産業技術研究センターや区内大学との連携並びに経営支援コーディネーターの活用を通じ、専門性が必要な支援を実施し、区内産業の高度化等を促進します。</p>		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区内中小事業者における新製品または技術の開発促進のため、2015年度（平成27年度）に知的財産権取得支援補助金及びビジネスマッチング支援事業補助金を新設し、区内事業所の支援に取り組んでいます。今後さらなる産業の高度化に向け、経営支援コーディネーターによる支援の仕組み等と一層緊密に連携していく必要があります。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>知的財産権取得に係る支援等や経営支援コーディネーターの活用等を通じて、新製品や新たなビジネスモデルの開発など産業の高度化を促進していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>知的財産取得に対する支援          ビジネスマッチングイベントへの出展に対する支援          世田谷ものづくりブースの出展</p>	
関連する計画	世田谷区新実施計画		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、工業・ものづくり・雇用促進課		
	成果指標	前計画	目標値
	知的財産権取得に対する支援 (補助金交付対象数)	24件	68件
	ビジネスマッチングイベント出展に対する支援事業所数(補助金交付対象数)	50件	119件

### 3 産学金公検討・連携体制の構築と推進

事業名		[ 5 ] 産学金公連携による事業の促進 【重点】	
事業内容		区内大学、産業支援団体、金融機関及び区による連携のさらなる促進を図ることにより、大学が有する知的・物的資源と区内事業者との共同事業を推進し、新製品開発や新たなビジネスモデルの創出、産業の新たな担い手の育成につなげるなど、産業活性化の推進体制づくりと各種取組みを行っていきます。	
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> 区内大学や金融機関等と連携した創業支援や産学金公の連携に向けた意見交換などに取り組んできましたが、連携を通じた団体間の情報の共有や体制の構築、新たな取組みの推進などが課題となっています。	
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 区内産業の活性化に向け、産学金公連携による取組みを促進することにより、新製品の開発や新たなビジネスモデルの開発など産業の高度化を図るとともに、区内産業の新たな担い手の育成を推進します。 <b>【取組み】</b> 産学金公の連携による創業等支援事業の実施	
関連する計画		世田谷区新実施計画	
計画所管課		産業連携交流推進課	
関連所管課		商業課、工業・ものづくり・雇用促進課、都市農業課、消費生活課、政策研究・調査課	
成果指標		前計画	目標値
産学金公の連携による創業等支援事業の実施		5件	13件

#### 4 地元金融機関等との連携

事業名	[ 6 ] 地元金融機関等との連携 【重点】		
事業内容	<p>地元金融機関や産業支援団体など地域産業を支える多様な支援機関との連携をさらに強化することにより、各支援機関の強みを生かした支援を促進し、起業・創業支援や経営支援のほか、事業承継やソーシャルビジネスに係る支援など多角的かつ効果的な支援を行っていきます。</p>		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>2015年度(平成27年度)に地元金融機関と「世田谷区の産業の振興及び中小事業者等に対する支援等に係る連携協力に関する協定」を締結し、当該金融機関と連携して区内中小事業者の創業支援や経営支援等に取り組みました。</p> <p>今後、区内産業の基盤強化のためには、金融機関等のノウハウやネットワークを最大限活用していく必要があります。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>金融機関との連携や産学金公の連携による取組みを促進することにより、新製品の開発や新たなビジネスモデルの開発など産業の高度化や経営の健全化等を図るとともに、区内産業の新たな担い手を育成します。</p> <p>【取組み】</p> <p>金融機関との連携による世田谷ものづくりブースの出席 産学金公の連携による創業等支援事業の実施</p>	
関連する計画	世田谷区新実施計画、世田谷区創業支援事業計画		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、工業・ものづくり・雇用促進課、都市農業課、消費生活課		
	成果指標	前計画	目標値
	金融機関等の支援機関と連携した創業支援による起業者数	1,286名	2,986名

事業名	[ 7 ] 融資あっせん	
事業内容	<p>区内中小事業者の事業経営に必要な資金の調達を支援するために、区のでめる範囲で協力金融機関から融資を受けられるように、融資あっせんを行います。</p> <p>また、融資制度の一環として、区から利子の一部を補助します。</p>	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>通常の融資メニューに加えて、区内の経済状況を勘案し、景気対策緊急資金融資あっせん、中小企業緊急特別融資あっせんを実施してきました。また、2015年度(平成27年度)から創業支援資金(商店街空き店舗特例)を創設しました。</p>

	目標	<p>【目的ねらい】  社会・経済情勢の変化に対応したものとなるように、実効的に種類、要件等を設定していく。また、必要に応じて利子の一部を補助していきます。</p> <p>【取組み】  景気対策緊急資金融資あっせんの実施検討  中小企業緊急特別融資あっせんの実施検討</p>
関連する計画	なし	
計画所管課	商業課	
関連所管課	産業連携交流推進課	

## 5 産業情報の効果的な発信と連携

事業名	[ 8 ] 産業情報の効果的な発信と連携 【重点】		
事業内容	<p>区内外に対して区内産業の認知度向上に向け、各種媒体を通じた情報発信、ビジネスマッチングや異業種交流会などの機会を通じたPRの促進を行います。こうした世田谷の産業のPRを推進・支援することにより、区内企業の販路開拓や連携先の開拓等につなげていきます。</p> <p>また、観光事業等と連携して区内産業の魅力を発信することにより、誘客を促進し、地域経済の活性化を図ります。</p>		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>産業間の交流・連携により、新製品や技術の開発や販路拡大を図るため、2015年度（平成27年度）にビジネスマッチング支援事業補助金を創設し区内産業情報の発信に取り組んだほか、観光事業の取組みに関連して区内産業の情報発信を行ってきましたが、既存事業のさらなる推進に加え、東京2020大会を契機に国内外からの観光客の増加が見込まれる中、この機会を捉え、さらに多くの人々に区内産業の魅力を発信していくことが望まれています。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>世田谷の産業をPRする取組みを推進・支援することにより、区内企業の販路開拓や連携先の開拓等につなげていきます。</p> <p>また、観光事業等と連携して区内産業の魅力を発信することにより、誘客を促進し、地域経済の活性化を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>世田谷ものづくりブースの出展          ビジネスマッチングイベント出展に対する支援          観光情報冊子の配布</p>	
関連する計画	世田谷区創業支援事業計画		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、工業・ものづくり・雇用促進課、都市農業課、消費生活課		
	成果指標	前計画	目標値
	世田谷ものづくりブースの出展	4展	8展
	ビジネスマッチングイベント出展に対する支援事業所数 (補助金交付対象数)	50箇所	119箇所
	観光情報冊子の配布部数	31,000部	335,700部

## 2 世田谷人材の育成と活躍

### 雇用・労働環境の充実

#### 【課題と背景】

- ・ 仕事（職種）による有効求人倍率の職種間格差は拡大傾向にあり、求職者が希望する仕事（職種）に偏りが生じていることから、希望通りに働けない人々がいます。
- ・ 働く意欲があるにも関わらず、育児や介護、障害等でフルタイム等既存の労働条件・労働環境では働けない人々がいます。

#### 【課題解決に向けて】

- ・ 働く意欲のある誰もが、自分のライフスタイルにあった働き方で働き、仕事を通して働きがいを見つけていくために、働くこと等に関して事業者と就業希望者とのあらゆるミスマッチを解消していくことが必要です。

### 6 ライフスタイルに応じた働き方ができる環境づくり

事業名	[ 9 ] 三茶おしごとカフェ（三軒茶屋就労支援センター）の運営 ～ 区内事業者の雇用環境の整備～		【重点】
事業内容	三軒茶屋就労支援センターを拠点とし、事業者の環境整備を意識したセミナーや面接会、労働雇用問題の相談等を実施します。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 生産労働人口の減少で将来的に労働力不足が予想される中、これまで働きたくても働くことができなかった人が、ライフステージに応じて様々な働き方ができる職場環境の整備を図る取組みが求められています。	
	目標	【目的ねらい】 三軒茶屋就労支援センターを拠点とし、社員が働き続けられる等の職場環境整備をテーマとしたセミナー等を実施していきます。 【取組み】 区内事業者への理解啓発セミナー・イベントの実施 労働雇用問題の相談	
関連する計画	-		
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課		
関連所管課	-		
	成果指標	前計画	目標値
	企業向けセミナー等の実施	-	16回

## 6 ライフスタイルに応じた働き方ができる環境づくり及び

### 7 ワーク・ライフ・バランスの推進

事業名	[10] 多様な働き方の推進 【重点】		
事業内容	ワーク・ライフ・バランスの推進、とりわけ子育てや介護をしている世代の働き方改革を進めて、中小事業者の雇用環境の整備に向けた取組みを支援します。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>働く意欲があるにも関わらず、子育てや介護等により自分のライフスタイルにあった働き方で働くことができない現状があるため、これまで企業や労働者向けにセミナーを開催することなどにより、ワーク・ライフ・バランスの啓発を進めてきました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>生活している地域で働くことで、地域社会を支える区内産業を担う人材が充実していくとともに、職住近接により新たな時間が生まれ、仕事と生活の調和が可能となり、地域の人々がコミュニティ活動に参加しやすくなります。</p> <p>そのような地域社会を実現するために必要となる、新たな就労形態等の拡大と環境整備を促進していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>子育てや介護をしている世代と企業との就業マッチングを進める施策の実施</p> <p>各種セミナー・イベントの実施</p> <p>雇用環境整備に向けた啓発</p>	
関連する計画	世田谷区第2次男女共同参画プラン		
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課		
関連所管課	人権・男女共同参画担当課、子ども育成推進課		
	成果指標	前計画	目標値
	多様な就労形態等を可能とする環境整備の促進（補助及び検証箇所数）	-	4箇所
	セミナー・イベントの開催数	4回	8回



## 8 世田谷の特性を活かした産業への就労機会拡大

事業名	[ 9 ] 三茶おしごとカフェ（三軒茶屋就労支援センター）の運営（再掲） ～ 就労希望者への支援～ <span style="float: right;">【重点】</span>		
事業内容	三軒茶屋就労支援センターを拠点とし、就職のあっせんや相談をはじめとして、ハローワーク等の関係機関や世田谷若者総合支援センターとの連携による求職者のキャリアチェンジを意識したセミナーや面接会等を実施することで、今後区内における需要の伸びが想定される成長産業への就労機会の拡大を進めていきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>生産労働人口が減少し、将来的に労働力不足が予想される中、これまで働きたくても働くことができなかった人にとって、ライフステージに応じて様々な働き方が可能となる社会が求められています。その中で、子育て中の女性や高齢者、若者が多様な形で働くことができる機会を発掘・創出してきました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>三軒茶屋就労支援センターを拠点とし、就職のあっせんや相談をはじめとして、ハローワーク等の関係機関や世田谷若者総合支援センターと連携をとりながら、求職者のキャリアチェンジや区内事業者の環境整備を意識したセミナーや面接会等を実施し、雇用のミスマッチを解消します。 また、労働雇用問題の相談も実施します。</p> <p>【取組み】</p> <p>就職のあっせんや相談の実施 雇用のミスマッチの解消のためのキャリアチェンジを促すセミナー等の開催 労働雇用問題の相談の実施</p>	
関連する計画	世田谷区第2次男女共同参画プラン、世田谷区子ども計画、世田谷区障害福祉計画、世田谷区高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画		
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課		
関連所管課	人権・男女共同参画担当課、子ども家庭課、若者支援担当課、保育課、障害者地域生活課、高齢福祉課、生活福祉担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	三茶おしごとカフェの就職決定者数	-	4,400名
	三茶おしごとカフェの利用者数	93,000名	261,000名
	三茶おしごとカフェのキャリアカウンセリング件数	-	9,200件

事業名		[ 11 ] 建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業 【重点】	
事業内容		建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業により、40歳までの求職者（新卒者含む）及び子育て世代の求職者を対象に、多様な職種の魅力を発信しキャリアチェンジを促すとともに、企業による多様な人材に対応した職場環境の確立を促進することにより就労機会の拡大を図ります。	
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> 有効求人倍率の高い職種の雇用のミスマッチを解消するため、求職者に対して多様な職種の魅力を発信し、キャリアチェンジを促すとともに、企業による多様な人材に対応した職場環境の確立と社員の定着促進を図りました。	
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 有効求人倍率の高い職種をはじめ雇用のミスマッチを解消するため、求職者に対して多様な職種の魅力を発信し、キャリアチェンジを促すとともに、働く基本的なルールも習得させます。また、区内事業者による多様な人材に対応した職場環境の確立と社員の定着化を図ります。 <b>【取組み】</b> 建設業を始めとした中小企業・若年者マッチングプログラムの実施 子育て中の求職者の区内企業マッチングプログラムの実施 区内事業者への多様な働き方の理解促進と求人開拓 専用ウェブサイト「世田谷で働こう！Web」の開設	
関連する計画		-	
計画所管課		工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課		-	
成果指標		前計画	目標値
建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業における就職決定者数		250名	470名

## 9 女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大に向けた支援

事業名	[ 9 ] 三茶おしごとカフェ（三軒茶屋就労支援センター）の運営（再掲） ～女性・若者・高齢者・障害者の雇用拡大～【重点】		
事業内容	三軒茶屋就労支援センターを拠点とし、就職のあっせんや相談をはじめとして、ハローワーク等の関係機関や世田谷若者総合支援センターとの連携による求職者のキャリアチェンジを意識したセミナーや面接会等を実施することで、今後区内における需要の伸びが想定される成長産業への就労機会の拡大を進めます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>生産労働人口が減少し、将来的に労働力不足が予想される中、これまで働きたくても働くことができなかった人々にとって、ライフステージに応じて様々な働き方が可能となる社会が求められています。そのため、子育て中の女性や高齢者、若者が多様な形で働くことができる機会を発掘・創出してきました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>三軒茶屋就労支援センターを拠点とし、就職のあっせんや相談はもとより、ハローワーク等の関係機関や世田谷若者総合支援センターとも連携をとりながら、求職者のキャリアチェンジや企業の環境整備を意識したセミナーや面接会等を実施し、雇用のミスマッチを解消します。</p> <p>また、労働雇用問題の相談も実施します。</p> <p>【取組み】</p> <p>就職のあっせんや相談の実施 雇用のミスマッチの解消のためのキャリアチェンジを促すセミナー等の開催 労働雇用問題の相談の実施</p>	
関連する計画	世田谷区第2次男女共同参画プラン、世田谷区子ども計画、世田谷区障害福祉計画、世田谷区高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画		
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課		
関連所管課	人権・男女共同参画担当課、子ども家庭課、若者支援担当課、保育課、障害者地域生活課、高齢福祉課、生活福祉担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	三茶おしごとカフェの就職決定者数	-	4,400名
	三茶おしごとカフェの利用者数	93,000名	261,000名
	三茶おしごとカフェのキャリアカウンセリング件数	-	9,200件

事業名	[ 12 ] ユニバーサル就労等新たな働き方の創出
事業内容	様々な理由で働きたくても働くことができない方に対して、本人の個性や意欲等に合わせて、多様な働き方を作り出す「ユニバーサル就労」の導入に向けて、検討会等を実施します。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 区内には様々な就労支援機関があり、就労困難な課題を複合的に有するために複数の支援機関に登録している方々がありますが、支援機関に登録されていない方もおり、情報共有や支援の連携が十分でないため、効果的な支援ができていない現状です。
	<b>【目的ねらい】</b> 就労支援事業を効果的に連携させ、働きたくても様々な理由により働きづらい方を対象に、その人の特性や事情に合った業務内容、雇用形態等を調整して働く「ユニバーサル就労」等の開発に向けた検討を実施します。また、若者、在留外国人等の就労が困難とされている方々について、人材不足が大きな課題となっている産業分野への就職などの研究を行います。 <b>【取組み】</b> 定期的な事例検討会の開催 就労困難者を対象とした合同事業の検討 各施設の情報共有システムの構築 就労困難者の就職に関する研究
関連する計画	世田谷区障害福祉計画
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課
関連所管課	生活福祉担当課、障害者地域生活課

事業名	[ 13 ] 地域若者サポートステーション事業
事業内容	40歳未満の求職者を対象に、集中訓練や若者チャレンジ就労等に向けたメニューの提供などを行い、就労機会を拡大します。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 景気の如何を問わず、卒業後も内定を得られない就職未決定者が一定数存在するとともに、近年は困難度が高い事例が支援の中心となっている状況の中で、長期支援、丁寧なフォローが必要となっています。
	<b>【目的ねらい】</b> 長期支援、丁寧なフォローが必要な要支援者に効果的な就労支援を行い、働く意欲のある若者を就労につなげます。 <b>【取組み】</b> せたがや若者サポートステーションにおける就職支援事業
関連する計画	世田谷区子ども計画
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課
関連所管課	若者支援担当課

事業名	[ 14 ] 障害者の雇用拡大
事業内容	障害者雇用促進法の改定による法定雇用率の引き上げ等により、障害者就労は拡大していますが、就労の難しい障害者の支援の充実と、新たな雇用の場の創出が課題となっています。障害者雇用支援プログラムにより、企業の障害者雇用を進めます。
計画	現況 【背景・課題・成果】 障害者雇用促進法の改定による法定雇用率の引き上げ等により、障害者就労は拡大しています。しかし、その一方で就労の難しい障害者の支援の充実と、新たな雇用の場の創出が課題となっています。
	目標 【目的ねらい】 障害者雇用支援プログラムにより、企業の障害者雇用を進めます。 【取組み】 障害者雇用支援プログラムの実施
関連する計画	世田谷区障害福祉計画
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課
関連所管課	障害者地域生活課

事業名		[ 11 ] 建設業人材確保・区内中小企業就職支援事業（再掲）【重点】	
事業内容		建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業により、40歳までの求職者（新卒者含む）及び子育て世代の求職者を対象に、多様な職種の魅力を発信しキャリアチェンジを促すとともに、企業による多様な人材に対応した職場環境の確立を促し、就労機会を拡大します。	
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> 有効求人倍率の高い職種の雇用のミスマッチを解消するため、求職者に対して多様な職種の魅力を発信し、キャリアチェンジを促すとともに、企業による多様な人材に対応した職場環境の確立と社員の定着促進を図りました。	
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 有効求人倍率の高い職種の雇用のミスマッチを解消するため、求職者に対して多様な職種の魅力を発信し、キャリアチェンジを促すとともに、区内企業による多様な人材に対応した職場環境の確立と社員の定着を促進します。 <b>【取組み】</b> 建設業を始めとした中小企業・若年者マッチングプログラムの実施 子育て中の求職者の区内企業マッチングプログラムの実施 区内企業への多様な働き方の理解促進と求人開拓 専用ウェブサイト「世田谷で働こう！Web」の開設	
関連する計画		-	
計画所管課		工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課		-	
成果指標		前計画	目標値
建設業人材確保・区内中小企業等就職支援事業における就職決定者数		250名	470名

## 10 勤労者福祉機能等の向上

事業名	[ 15 ] 勤労者福祉機能等の向上	
事業内容	区内中小企業の福利厚生事業について、区内の事業所から幅広く集めた会費を基に充実した事業を提供するほか、事業者への健康づくりの取組み、メンタルヘルス対策の拡充、セクハラ・パワハラ防止やテレワーク等の多様な働き方に係る労働相談など、勤労者福祉機能等の向上を図ります。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>事業者への健康づくりの取組みやメンタルヘルス対策の拡充、セクハラ・パワハラ防止や多様な働き方等に係る労働相談などの取組みを実施してきましたが、今後は働きやすい環境づくりに向けさらなる勤労者福祉機能等の向上を図る必要があります。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>中小企業の福利厚生の充実などのほか、事業者への健康づくりの取組みへの支援などにより、事業者の健康経営に対する意識の向上を促します。また、メンタルヘルス対策の拡充、セクハラ・パワハラ防止や多様な働き方等に係る労働相談などの取組みを通じて、勤労者福祉機能等の向上を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>中小企業の福利厚生の充実          事業者への健康づくりの取組みへの支援          メンタルヘルス対策の拡充          セクハラ・パワハラ防止・多様な働き方等に係る労働相談などの取組みを通じた勤労者福祉機能等の向上</p>
関連する計画	-	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	健康企画課	

## 世田谷人材の育成と活躍促進

### 【課題と背景】

- ・人口減少による国内市場の縮小や経済のグローバル化により経営環境が厳しさを増す中、企業には競争力のさらなる向上が求められています。
- ・社会全体として出生率の低下と団塊世代の退職により生産労働人口が減少し続ける影響を受けて、区内事業者の人材確保はますます難しくなっています。
- ・様々な事情により就労に結びついていない女性や若者、高齢者の労働参加が期待されています。
- ・大卒入社後3年以内に約3割が離職するため、区内企業は人材育成に関わる課題を抱えています。
- ・区内には500を超えるNPOなど多くの団体・個人が様々な地域課題の解決に取り組んでおり、こうした取組みに関わる人材を将来に向けて確保していくことが課題となっています。

### 【課題解決に向けて】

- ・区内企業の人材確保のため、求職者に対し区内企業の魅力や区内で働くことの魅力を伝えるとともに、区内企業へ求職者が入社したくなるような魅力のある事業展開を行うための支援を進めます。
- ・区内企業の社員定着のため、入社前から仕事内容をはじめとして、会社等についての理解を高めてもらい、入社後も離職せず活躍するための的確な人材育成に向けた支援を行います。
- ・地域人材の活躍を促進するため、地域課題解決に向けた取組みへの支援や潜在的な労働力の活用に向けた取組みを進めます。

## 1 1 産業に係る専門力・技術力の向上

事業名	[ 16 ] 区内中小企業等定着支援事業 ～専門力・技術力向上に向けた支援～ 【重点】	
事業内容	区内中小企業等社員への研修・カウンセリングにより、社員の定着促進を支援していきます。	
計 画	現況	【背景・課題・成果】 大卒入社後3年以内に約3割が離職するため、区内企業の若手社員の定着促進を図りました。
	目標	【目的ねらい】 区内企業の社員の離職防止のため、若手社員のほか子育て中の社員の定着を含めた定着促進を図ります。  【取組み】 区内企業の社員の定着支援プログラム
関連する計画	-	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	-	
成果指標		前計画
定着促進事業参加企業数	60社	目標値 200社



## 1 2 産業を支える若手・中堅人材・後継者の育成

事業名	[ 13 ] 地域若者サポートステーション事業（再掲）	
事業内容	40 歳未満の求職者を対象に、集中訓練や若者チャレンジ就労等のメニュー提供などを行い、就労機会を拡大していきます。	
計画	現況	【背景・課題・成果】 景気の動向に関わらず卒業後も内定を得られない就職未決定者が一定数存在する状況にあり、特に近年は困難性が高いケースの支援を中心として、長期支援、丁寧なフォローが必要になっております。
	目標	【目的ねらい】 長期支援、丁寧なフォローが必要な要支援者に効果的な就労支援を行い、働く意欲のある若者を就労につなげます。 【取組み】 せたがや若者サポートステーションにおける就職支援事業
関連する計画	世田谷区子ども計画	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	若者支援担当課	

事業名	[ 16 ] 区内中小企業等定着支援事業（再掲） ～若手・中堅人材・後継者の育成・確保～【重点】		
事業内容	区内中小企業等社員への研修・カウンセリングにより、社員の定着促進を支援していきます。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 大卒入社後3年以内に約3割が離職するため、区内企業の若手社員の定着促進を図りました。	
	目標	【目的ねらい】 区内企業の社員の離職防止のため、若手社員のほか子育て中の社員の定着を含めた定着促進を図ります。 【取組み】 区内企業の社員の定着支援プログラム	
関連する計画	-		
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課		
関連所管課	-		
	成果指標	前計画	目標値
	定着促進事業参加企業数	60 社	200 社

### 1 3 地域人材・NPOの育成と活動機会の創出

事業名		[17] ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス活動支援【重点】
事業内容		<p>子育て、環境対策、女性、若者、高齢者、障害者などに関する様々な社会的課題や地域の課題をビジネスの手法を取り入れて解決するソーシャルビジネスやコミュニティビジネスへの支援を、区内の支援機関と連携しながら推進することにより、新たなビジネスの創出を図るほか、NPO等が取り組んでいる活動を持続的なものにしていきます。</p> <p>また、区内において、より多くのソーシャルビジネス、コミュニティビジネスを創出することにより、特に若者や子育てをしている人、障害者、高齢者等に対して、雇用の場を提供します。</p>
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>ソーシャルビジネス支援に取り組む機関で構成する「せたがやソーシャルビジネス支援ネットワーク」が2016年（平成28年度）から開始され、構成メンバーの強みを生かして連携による支援に取り組んできました。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>新たなソーシャルビジネスやコミュニティビジネスを創出することにより、社会的課題や地域課題の解決につなげるとともに、若者や高齢者、障害者等に対して、雇用の場を提供していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス支援事業の実施</p>
関連する計画		世田谷区創業支援事業計画
計画所管課		産業連携交流推進課
関連所管課		商業課、市民活動・生涯現役推進課、人権・男女共同参画担当課、環境計画課
成果指標		前計画
ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス支援事業における支援者数		100名
		目標値
		440名

事業名	[ 18 ] シルバー人材センターを活用した就業機会の確保
事業内容	公益社団法人世田谷区シルバー人材センターと連携して高齢者の就業機会を確保・拡充していきます。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 公益社団法人世田谷区シルバー人材センターと連携して、生きがい推進の観点も含めた高齢者の技術・技能を活用した就業機会を確保してきました。その一方で、近年、会員数が減少するという課題があります。
	<b>【目的ねらい】</b> 公益社団法人世田谷区シルバー人材センターと連携して、高齢者の生きがいとなり、かつ、個々のニーズに対応した就業機会の拡充を推進していきます。 <b>【取組み】</b> 公益社団法人世田谷区シルバー人材センターの活用
関連する計画	世田谷区高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課
関連所管課	高齢福祉課

### 3 豊か・安心・快適な区民生活創造

#### 区民生活や地域環境を支え高める商店街振興

##### 【課題と背景】

- ・商店街はAED・防犯カメラ・街路灯の設置など、商業活動のみでなく公共的な役割を担ってきましたが、今後も様々な地域課題に取り組んでいくことが求められています。
- ・商店街の加入店舗数は減少傾向にあり、商店街活動の担い手や、牽引するリーダーが不足してきています。これからも活動を維持・拡大していくためには、地域団体等と連携・協力を進めていくことが必要です。
- ・商店街の利用者が減少傾向にある中、商店街と個店の魅力を掘り起こし、様々な媒体を活用して情報を発信していくことが必要です。

##### 【課題解決に向けて】

- ・安心・安全の取組みに加えて、少子高齢化などの地域課題に取り組むことで商店街の公共的な役割を深めるための支援をしていきます。
- ・商店街を応援してくれる地域の人材や団体等と連携して、商店街を含めた地域全体を盛り上げるための支援をしていきます。
- ・商店街の活力を維持し、活性化するために、商店街の魅力を効果的に情報発信するための支援をしていきます。

#### 1.4 商店街が担う公共的役割への支援

事業名	[ 19 ] 商店街が担う公共的役割への支援 【重点】
事業内容	AED、防犯カメラ、スタンドパイプ、公衆無線LAN環境の整備等の設置・維持管理補助を継続します。 また、少子高齢化、障害理解等の地域課題への取組みなど、公共的役割を深め、地域の拠点としての取組みを進める商店街を支援します。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 区内の商店街は、地域の安全・安心のための取組みとして、街路灯、AED、防犯カメラ、スタンドパイプ等を設置するなど、これまでも公共的役割を果たしてきました。 一方で、先駆的に少子高齢化や障害理解などの地域課題にも取り組んできた商店街の実例も含め、公衆無線LAN環境の設置など時代の変化に対応した公共的役割を深める必要があります。
	<b>【目的ねらい】</b> 区民等の安全・安心のために商店街が担ってきた公共的役割の取組みを継続的に進めるとともに、地域課題の解決に向けて、先駆的取組みの情報共有と地域ごとの商店街の状況にあった公共的役割を整理し、それに対応した取組みを進める商店街を支援します。 <b>【取組み】</b> AEDの設置促進 スタンドパイプの設置促進

	防犯カメラの設置促進 公衆無線LAN環境の整備促進 公共的役割の検討、支援		
関連する計画	-		
計画所管課	商業課		
関連所管課	-		
	成果指標	前計画	目標値
	AEDの設置台数	82台	86台
	スタンドパイプの設置台数	30台	42台
	防犯カメラの設置台数	710台	890台
	公衆無線LAN設置商店街数	-	8商店街

## 15 「まちの力」の参加促進

事業名	[ 20 ] 地域連携の推進	
事業内容	商店街のイベントなどをサポートする地域人材を掘り起こすとともに、地域の町会・自治会やNPOなどと協働した商店街事業を実施するなど、地域住民の参加を促していきます。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>商店街を中心として地域活性化に向けた様々なイベント等を実施してきましたが、商店街におけるその担い手が徐々に不足している状況です。</p> <p>地域の町会・自治会やNPO、大学や高校を含む地域の学校、社会福祉協議会など、様々な地域の団体との連携が必要となっています。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>商店街の役員や会員だけでなく、その地域で活動する個人や団体と連携したイベント等を企画・実施し、地域全体でその活性化に向けた取組みを行っていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>地域連携型商店街事業の実施・拡充</p>
関連する計画	-	
計画所管課	商業課	
関連所管課	-	

## 1 6 地域特性を活かした魅力を生み出す商店街の形成

事業名	[ 21 ] 商店街の魅力の発信 【重点】		
事業内容	<p>商店街や個店の魅力を発信する「まちゼミ・まちバル」や、個店の魅力を掘り起こす「個店グランプリ」などの開催を通じて、広く商店街の魅力をPRすることにより商店街への来街を促していきます。</p> <p>また「ウルトラマン商店街」や「サザエさんキャラクター・モニュメント」のように、その商店街の地域特性などを活かしたコンセプトを明確にすることや、ホームページの設置・運営とともに、消費者に届き易く更新が容易なSNSを活用した効果的な情報発信を促していきます。</p>		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>「まちゼミ・まちバル」の開催や「個店グランプリ」の実施による情報発信、商店街ごとのホームページの開設、デジタルサイネージの設置などによる情報発信を進めてきました。</p> <p>今後は、スマートフォンなどの情報機器の普及に対応した効果的な情報発信を進めることが必要です。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>「まちゼミ・まちバル支援事業」や「個店グランプリ」などを活用し、各商店街の魅力ある個店を掘り起こし、その魅力の発信による商店街活性化に向けた支援を行います。</p> <p>また、ツイッターやインスタグラムなど、スマートフォンを活用した商店街情報の発信を促します。</p> <p>【取組み】</p> <p>まちゼミ・まちバルの実施・拡充          個店グランプリの実施支援          スマートフォンを活用した簡易で効果的な情報発信の促進</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	商業課		
関連所管課	-		
	成果指標	前計画	目標値
	まちゼミ・まちバルの実施事業数	12 事業者	20 事業者

## 17 商店街のマネジメント機能の育成

事業名	[ 22 ] 商店街のマネジメント機能の育成	
事業内容	<p>産業活性化アドバイザーの活用によって、商店街の維持や活性化に向けた支援を継続します。</p> <p>また、商店街を牽引するリーダーの育成講座、若手や女性の起業を支援する講座や支援事業を商店街に周知徹底し、参加を促します。</p>	
計画	現況	<p><b>【背景・課題・成果】</b></p> <p>商店街の活性化を支援するため、商店街事業に関する助言や技術的支援を行う中小企業診断士を派遣してきました。</p> <p>また、「商人塾」・「商人大学校」・「新・商店街リーダー塾」などのリーダー育成事業や、起業や事業継承に向けた「商店街開業プログラム」・「商店街起業・継承支援事業」・「若手・女性リーダー応援事業」など、都や区の各事業を活用して、中核人材等を育成するため、商店街に対して情報の周知徹底を図り、参加を促してきました。</p>
	目標	<p><b>【目的ねらい】</b></p> <p>活力の低下が懸念される商店街など、その商店街の状況に合わせて産業活性化アドバイザーの活用を促していきます。</p> <p>また「リーダー育成」や「起業・創業」関連の講座・研修会等の情報の周知徹底を図ります。</p> <p><b>【取組み】</b></p> <p>産業活性化アドバイザーの派遣</p> <p>「リーダー育成」や「起業・創業」関連の講座・研修会等の情報の周知徹底</p>
関連する計画	-	
計画所管課	商業課	
関連所管課	-	



## 地域や生活に身近なものづくりの産業

### 【課題と背景】

- ・近年、ものづくり事業者を含めた区内企業を取り巻く環境は、若年者の労働人口減少に伴う人材や後継者不足、国内市場の縮小や準工業地域における住宅化の進展などにより厳しさを増しています。

### 【課題解決に向けて】

- ・区民生活を支える産業の充実と地域と産業の共生や、様々な環境変化に対応していくための取組みに対して各種支援を進めていきます。

## 1 8 住工共生まちづくりの推進

事業名	[ 23 ] 住工共生まちづくりの推進【重点】		
事業内容	区内の準工業地域における居住環境と操業環境が調和した「住工共生まちづくり」について、地域参加型手法のワーキング実施などにより、住民や事業者の意識醸成を図ります。また、ものづくり事業所めぐりイベントを実施し、住工共生のまちづくり推進に取り組むとともに、世田谷のものづくりのPRや住工共生を軸としたまちづくりのあり方を検討していきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>準工業地域における住宅化が進み、製造業を営む事業者は操業環境に配慮しながら事業を継続しています。2011年度（平成23年度）から継続している住工共生まちづくりワーキングやイベントは、毎年参加者も多く、住民や事業者の意識醸成を図ってきました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>桜新町をはじめとして、準工業地域において地域事業者や商店会、町会の方々等とワーキングや交流イベントを実施し、ものづくり事業所の現状や、ものづくりの魅力を区民に伝え、居住環境と操業環境が調和した「住工共生まちづくり」の推進に取り組んでいきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>住工共生まちづくりワーキング 住工共生まちづくり交流イベント</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課		
関連所管課	-		
	成果指標	前計画	目標値
	ワーキングの参加延べ人数	150人	400人
	イベントの参加人数	140人	320人

## 19 環境・エネルギーに係る取組み推進

事業名	[ 24 ] 環境・エネルギーに係る取組みの推進	
事業内容	世田谷区産業振興公社と連携し、企業における環境に配慮した取組みを推進するための支援を行います。また、中小事業者を対象とした再生可能エネルギー、省エネルギー設備導入に係る融資あっせんなどを通じて、事業所における省エネルギー化を普及・啓発します。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>事業所の省エネルギー機器等の設置による省エネルギー化を促進するため、融資あっせんなど、継続的な省エネルギー行動の支援を行い、企業の環境問題に対する理解や意識醸成を図ってきました。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>世田谷区産業振興公社と連携し、中小事業者がISO等の認定を取得する際にかかる経費助成や、環境計画課の指定する省エネルギー化改修工事、太陽光発電設備設置やハイブリッド車の購入を行う事業者への融資などに取り組むことにより、企業における環境に配慮した取組みを推進するための支援を行い、企業の環境問題に対する理解や意識を高めていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>環境認証（ISO等）活用促進事業 事業所の省エネルギー化促進</p>
関連する計画	世田谷区環境基本計画（平成27年度～平成36年度）	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	環境計画課	

## 20 準工業地域の維持・保全

事業名	[25] 準工業地域の維持・保全	
事業内容	区内のものづくり関連の事業者が、良好な居住環境と操業環境を確保できるよう、区内での立地継続を支援するための事業所施設整備の補助を行います。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>良好な居住環境と操業環境を確保するため、工場の操業により生じる騒音・悪臭等への対策として事業所が行う施設整備改修に要する経費の一部を助成してきました。当該助成制度については、毎年申請実績があり、一定の効果を上げています。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>世田谷区内のものづくり企業が、区内に立地する工場の操業により生じる騒音、悪臭及び振動に関して、近隣住民等へ配慮することを目的として工場を改修する場合に、整備に要する経費の一部を助成することで、ものづくり企業の区内での立地継続を支援するとともに、住工共生まちづくりの推進と区内産業の活性化を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>世田谷区ものづくり企業立地継続支援事業 世田谷区準工業地域創業等支援事業</p>
関連する計画	-	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	環境保全課、建築調整課	

## 2 1 住宅・建築産業などの支援による住生活の価値向上

事業名	[ 26 ] 住宅関連産業の健全な発展への支援
事業内容	住宅都市世田谷の魅力の維持・向上を図っていくためには、区民の暮らしを支える産業の一つとして、地域の住宅関連産業の健全な発展が必要です。そのために、区内産業のデータベースを活用して、関連事業者へ情報提供を行っていきます。
計画	<p><b>現況</b></p> <p>【背景・課題・成果】</p> <p>区内ものづくり事業所の実態についての確に把握するとともに、各事業所のデータを区のホームページにより提供することで、受・発注の機会や販路の拡大に繋げてきました。</p> <p>また、希望する区内事業者あてに、補助金や有益な行政情報、産業支援情報などをメールマガジン形式で提供してきました。</p>
	<p><b>目標</b></p> <p>【目的ねらい】</p> <p>区内産業のデータベースを活用し、ビジネスマッチングの支援や区内産業のPR、行政情報等を広く提供していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>メールマガジン等による情報提供</p>
関連する計画	住宅整備方針後期（平成 28 年度～平成 32 年度）
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課
関連所管課	住宅課

## 区民とともにつくる世田谷農業

### 【課題と背景】

- ・「都市農業振興基本法」の制定や「都市農業振興基本計画」の策定に伴い、都市農業の大きな転機が訪れています。
- ・区内の農地は、後継者不足や相続に伴う重い税負担の問題などにより減少に歯止めがかかっていない状況にあります。
- ・その一方で、区内の農地は、区民に新鮮で安全・安心な農産物を供給するとともに、環境保全や防災などの多面的機能を有しており、区民に潤いと安らぎをもたらす貴重な財産となっています。

### 【課題解決に向けて】

- ・農家が今後とも営農を継続できる環境の維持・向上を図ります。
- ・農業・農地が持っている多面的機能への理解を深めていきます。
- ・区民が多様な農作業を体験できる機会の充実を図ります。

## 2 2 顔の見える農業の推進

事業名	[ 27 ] ふれあい農業の推進による農業・農地の多面的機能の理解促進
事業内容	<p>区内の農業は、区民から顔が見えるところで耕作が行われ、新鮮で安心・安全な農産物が、農家の庭先などにある直売所等で直接区民に提供されている特性があります。このような都市農業特有の特性を活かした農業を推進するため、区民が農家の畑で農作業を体験したり、畑で野菜や果樹の収穫を体験するなどの機会を設けます。</p> <p>これらの農家と消費者である区民が直接交流できる事業を実施することにより、区民に都市農業と農地が持っている多面的機能の理解促進を図っていきます。</p>
計画	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区民が農作業を体験できる機会を設けていますが、農地と農家の減少に伴い、その機会の維持・拡大が難しくなっています。</p>
	<p>【目的ねらい】</p> <p>消費者である区民と農家が直接交流することを通じて、区民が都市農業と農地が持っている多面的機能への理解を深める機会づくりを進めていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>ふれあい農園の開園          農業体験農園          農作業体験塾          野菜作り講習会          区立小学校での花栽培の実施</p>
関連する計画	世田谷区農業振興計画
計画所管課	都市農業課
関連所管課	産業連携交流推進課

## 2 3 地産地消の推進

事業名	[ 28 ] 学校給食への供給促進
事業内容	区における農業の活性化と農業経営の確立を図るためには、地産地消の推進が不可欠です。このため、農業団体や学校給食関係者との連携を通じ、学校給食への供給体制を構築していきます。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> これまでも区内の一部の学校には給食の食材として「せたがやそだち」を供給してきましたが、配送方法や生産量などの課題があり、その供給量には限りがあるのが現状です。
	<b>【目的ねらい】</b> 「せたがやそだち」の学校給食への供給を促進し、区内農業の活性化と農業経営の確立を図ります。 <b>【取組み】</b> 区立小中学校への「せたがやそだち」の導入推進
関連する計画	世田谷区農業振興計画
計画所管課	都市農業課
関連所管課	産業連携交流推進課、学校健康推進課

## 2 4 みんなで育てる「せたがやそだち」

事業名	[ 29 ] 「せたがやそだち」のブランド化推進	
事業内容	区内産の農産物を「せたがやそだち」と総称してブランド化を推進し、イメージアップと消費の拡大を図っていきます。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区の東部を中心とした農地の空白地域では、「せたがやそだち」の認知度が低いばかりでなく、区内で農業が営まれていること自体の認知度も低い状況となっています。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>区民が土に親しみ、収穫の喜びを得る機会を提供することで、都市農業への理解を深めるきっかけとします。</p> <p>区内産農産物「せたがやそだち」を広く区民に周知し、地産地消の促進を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>「せたがやそだち」の認知度向上に向けた P R 周知活動の実施 大蔵大根の認知度向上に向けた P R 周知活動の実施</p>
関連する計画	世田谷区農業振興計画	
計画所管課	都市農業課	
関連所管課	産業連携交流推進課	

## 区民が見つけ楽しむ世田谷観光

### 【課題と背景】

- ・区内には豊かな自然、歴史的建造物、文化施設や商店街など観光に活用できる魅力的な地域資源が数多く存在しています。
- ・生活の豊かさ、質の向上に対するニーズが高まる中、多くの区民が区内で楽しめる具体的な取組みが望まれています。
- ・魅力的な地域資源を歩いて巡る「まち歩き」が、観光客をはじめ多くの人々に人気となっており、人々の交流の促進や地域経済への波及効果も期待されています。
- ・国内外から訪れる観光客に世田谷の魅力を伝えるためには、区民自身が区内の魅力を再発見し、世田谷への愛着を深めてもらうことが重要となります。

### 【課題解決に向けて】

- ・区民に世田谷への愛着を深めてもらい、観光客との交流を通じて世田谷の魅力を伝えることができるよう、魅力の再発見や新たな発掘につながる取組み、そして魅力を高める取組みを推進していくことが必要です。

## 2 5 魅力発見・活用等の促進

事業名	[ 30 ] 観光資源の再発見・発掘等の促進 【重点】	
事業内容	世田谷には、区の歴史文化等、区民自身が楽しみ、愛着を深めてもらうことのできる観光資源が数多く点在しています。区内の民間事業者、商店街、大学、NPOなどが中心となり、様々な立場や幅広い世代の人々が連携した観光イベントやフォトコンテスト等の開催や観光アプリ及びSNSの活用を通じて、観光資源の再発見や新たな発掘につなげ、多くの区民が観光資源を共有できる取組みを推進していきます。	
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> 観光イベント「世田谷まちなか観光メッセ」やまち歩きツアーの実施等、区民による区内観光資源の再発見や新たな発掘につながる取組みを行ってきました。
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 観光資源の再発見や新たな発掘を促進するため、観光イベントやフォトコンテストの開催、観光アプリやSNSの活用などの取組みを強化して、多くの区民に区内の魅力を発信します。 <b>【取組み】</b> 民間事業者等と連携した観光イベントの開催 SNS等を活用したフォトコンテストの開催 観光アプリの利用促進
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課、都市デザイン課	



成果指標	前計画	目標値
民間事業者等と連携した観光イベントの開催数	3回	11回
SNS等を活用したフォトコンテストの開催	1回	5回
観光アプリのダウンロード数	4,600件	22,600件

事業名	[ 31 ] 観光資源の魅力アップ 【重点】	
事業内容	区民に世田谷への愛着を一層深めてもらうことができるよう、区内の観光資源をつなぎ合わせたまち歩きツアーの開催や、地域活動に取り組む区民を観光ボランティアとして活用して地域の魅力を発信するなど、観光資源の魅力を高める取組みを促進していきます。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>まち歩きマップや観光アプリ等において、おすすめのまち歩きコースの紹介を行うとともに、まち歩きツアーを実施するなど、観光資源の魅力アップに取り組んでいます。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>観光資源の魅力を一層高めていくことを目的として、まち歩きツアーの実施や地域活動に取り組む区民を観光ボランティアとして活用した地域の魅力の発信などの取組みを促進していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>区内まち歩きイベントの開催  民間事業者等と連携した観光イベントの開催  観光ボランティアの活用</p>
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課、都市デザイン課	
成果指標	前計画	目標値
区内まち歩きイベントの開催数（他団体との連携事業を含む。）	6回	48回
民間事業者等と連携した観光イベントの開催数	3回	11回

## 2 6 まちなか観光の魅力を高める取組み推進

事業名	[ 32 ] 区民によるまち歩きの推進 【重点】		
事業内容	区内の多彩な観光資源をつないで巡る「まち歩き」のさらなる推進に向けて、まち歩きツアーの実施に加えて、観光ホームページや観光情報冊子等の発信ツールを活用したまち歩きコースの紹介などの取組みを組み合わせることにより、区民に対してまち歩きの魅力を発信していきます。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 まち歩きツアーの実施をはじめ、観光情報冊子や観光アプリ等の情報発信ツールの整備に取り組むことにより、区民によるまち歩きの推進を図ってきました。	
	目標	【目的ねらい】 観光ホームページや観光情報冊子等の発信ツールを活用したまち歩きコースの紹介などの取組みを通じて、まち歩きの魅力を多くの区民に伝えることにより、まち歩きを中心としたまちなか観光の促進につなげていきます。 【取組み】 区内まち歩きイベントの開催 観光情報冊子の配布促進 観光ホームページ及び観光アプリの利用促進	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課、都市デザイン課		
	成果指標	前計画	目標値
	区内まち歩きイベントの開催数(他団体との連携事業を含む。)	6回	48回
	観光情報冊子(外国語版を含む。)の配布数	31,000部	335,700部
	観光アプリのダウンロード数	4,600件	22,600件

事業名	[ 33 ] 多彩な観光イベントの開催 【重点】		
事業内容	多くの区民が楽しむことのできるまちなか観光の実現に向け、区内の観光資源の魅力を一堂に集めたイベントや特定のテーマを設定したイベントなど多彩な観光イベントを開催することにより、まちなか観光の魅力を広く発信していきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区内の魅力を集約した「世田谷まちなか観光メッセ」や「まち歩きコースコンテスト」など様々な観光イベントの開催により、まちなか観光の魅力を多くの区民に発信してきました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>様々な観光イベントの開催を通じて、区内の魅力を区民に広く発信していくとともに、観光情報冊子や観光アプリ、観光ホームページなどの情報発信ツールの利用促進に向けたPRを強化し、多くの区民が楽しむことのできるまちなか観光につなげていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>世田谷まちなか観光メッセの開催 その他観光イベントの開催</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課、都市デザイン課		
	成果指標	前計画	目標値
	民間事業者等と連携した観光イベントの開催数	3回	11回
	観光情報冊子の配布数	31,000部	335,700部
	区民を対象とした区内観光の満足度	-	85%

## 2 7 多様なまちなか観光情報の受発信環境の整備

事業名	[ 34 ] 様々な媒体を活用した情報発信【重点】		
事業内容	区民が観光情報を容易に入手し、気軽にまち歩きを楽しむことができるように、多様なニーズに応じた観光情報を様々なツールを活用しながら発信していきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>観光アプリの開発や観光情報冊子の発行、観光ホームページの開設など様々な情報発信ツールの整備を通じて、観光情報の幅広い発信に取り組んできました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>多彩な情報発信ツールが多くの区民に活用されるように、各種イベントや観光ホームページ、SNS等情報発信ツールを活用して観光関連事業のPR促進を図っていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>観光情報冊子の増刷 観光アプリ及び観光ホームページの利用促進 SNSを活用した観光資源の発信</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課、都市デザイン課		
	成果指標	前計画	目標値
	観光情報冊子の配布数	31,000 部	335,700 部
	観光アプリのダウンロード数	4,600 件	22,600 件
	観光ホームページの閲覧数	-	920,000 アクセス

事業名	[ 35 ] 観光情報の受信環境の整備 【重点】		
事業内容	区内各所において、区民が容易に観光情報に触れ、まちなか観光を身近に感じることができるよう、事業者等と連携しながら情報発信の環境整備に取り組み、まちなか観光の魅力を広く発信していきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>公衆無線LAN環境や観光情報コーナーの整備に取り組むとともに、観光案内所の整備に向けた検討を進めてきました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>観光情報を多くの区民に発信することができるよう、情報発信ツールのさらなる利用促進に向け、公衆無線LAN環境や観光情報コーナーの拡充を図るとともに、観光案内所において様々な情報提供を行うなど受信環境の強化を推進していきます。</p> <p>【取り組み】</p> <p>公衆無線LAN環境の整備箇所の拡充  観光情報コーナーの整備箇所の拡充  観光案内所の運営</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課、都市デザイン課		
	成果指標	前計画	目標値
	観光情報冊子の配布数	31,000 部	335,700 部
	観光アプリのダウンロード数	4,600 件	22,600 件
	観光ホームページの閲覧数	-	920,000 アクセス
	公衆無線LAN環境の整備箇所数	39 箇所	51 箇所
	観光情報コーナー等の整備箇所数	15 箇所	20 箇所

## 安全・安心な消費環境づくり

### 【課題と背景】

- ・ ”超” 高齢社会の始まりに伴い、高齢者に関する消費者被害が質・量ともに増加しています。
- ・ インターネット利用の一般化、日常化に伴い、電子商取引など新たな取引手法における消費者トラブルが増加しています。
- ・ 振り込め詐欺や若年層を対象とした詐欺事例など消費者被害が悪質、かつ、複雑・多様化しています。

### 【課題解決に向けて】

- ・ 幅広い年代層に対して、消費者教育を実施するとともに、消費者被害の複雑化・多様化に対応するために、消費生活相談員や専門家による支援体制の強化が必要です。

## 2 8 消費生活の安全・安心の確保

事業名	[ 36 ] 消費生活の安全・安心の確保	
事業内容	<p>消費生活相談員を中心とした相談体制の拡充と相談資質の向上により、全体的な消費者のサポート体制を強化するとともに、商品・サービスにおける事故情報を適宜情報提供し、消費者の選択時の安全・安心を担保します。</p> <p>また、幅広い年代に応じた情報伝達ルートを通じた多面的、効果的啓発活動の推進を図っていきます。</p>	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>相談内容が複雑・多様化し、件数も微増傾向で、高止まりしています。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>消費者からの相談に対し、的確に助言、情報提供、あっせん等を行うことで、区民の消費生活上の安全・安心を確保していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>消費生活相談の受付体制の拡充</p>
関連する計画	-	
計画所管課	消費生活課	
関連所管課	商業課、高齢福祉課、介護予防・地域支援課	

## 2 9 消費者被害の救済対応

事業名	[ 37 ] 消費者被害の救済対応 【重点】		
事業内容	悪質かつ複雑な相談事例等について情報を発信し、消費者被害の予防を図るとともに、実際に発生した消費者被害事例について、弁護士、専門相談機関等と連携した相談体制の構築や福祉担当部署やあんしんすこやかセンターとの連携により、迅速な被害救済と二次被害の防止を図ります。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 区民が気軽に相談できる環境、体制を整備しつつ、消費生活センターの認知度向上に向けて取り組んできました。	
	目標	【目的ねらい】 悪質な相談事例等に対して、弁護士や専門相談機関につなげて被害の救済を図り、併せて、それらの情報提供を行うことで、被害の未然防止を図ります。 【取組み】 専門機関への連携強化 消費生活センターの認知度の向上 消費者への情報提供	
関連する計画	-		
計画所管課	消費生活課		
関連所管課	商業課、高齢福祉課、介護予防・地域支援課		
	成果指標	前計画	目標値
	悪質商法にあった場合の相談先 (消費生活センターの認知度)	-	60%

### 30 効果的な啓発活動

事業名	[ 38 ] 効果的な啓発活動	
事業内容	出前講座・消費生活講座など各種講座の実施や情報誌発行による啓発活動により、消費者問題に関する意識の向上と消費者被害の未然防止を図るとともに、子ども・若者期を含めて年代別にきめ細かい啓発事業を展開し、消費生活関連情報を効果的に提供していきます。	
計画	現況	【背景・課題・成果】 消費者カレッジ講座等の実施、消費生活センターだより等の各種啓発誌・チラシ発行による啓発活動を実施してきました。
	目標	【目的ねらい】 消費者カレッジ各種啓発講座の実施、消費生活センターだよりの発行や、各年代層に向けた啓発冊子やチラシの発行により、効果的な情報提供を図ります。 【取組み】 消費者啓発事業の実施
関連する計画	-	
計画所管課	消費生活課	
関連所管課	商業課、高齢福祉課、介護予防・地域支援課、教育指導課	



## 4 活力ある産業の育成と創造

### 世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成

#### 【課題と背景】

- ・医療・福祉・教育等のサービス事業所数及び従業者数が増加、サービス業全体の従業員数も拡大傾向にあるなど、サービス業が成長しています。
- ・「住宅都市」としての側面が強い世田谷区において、住まいのコンシェルジュなど新しいサービス産業の出現と拡大が想定されます。
- ・少子高齢化の進展、単身者の増大などに伴い、より個々人の生活の向上を支える産業に対するニーズの高まりが認められます。

#### 【課題解決に向けて】

- ・住宅都市としての側面の強い世田谷において、区民の日常生活における満足度向上への欲求の高まりに伴い、世田谷の特性を活かしつつ、人の生活を豊かにする取組みやサービスを生み出す産業を育成することが必要です。

### 3 1 区民生活を支えるサービス産業の振興

事業名	[ 39 ] 生活関連産業の誘致・育成
事業内容	区民ニーズの変化に対応し、それぞれの生活を豊かにするための、区民生活に密接に関連したサービス産業の創出・育成を、商店街にある空き店舗活用等を進めつつ、起業・創業支援に力点を置いて推進します。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 区内産業全体の中で、情報通信業や医療、福祉などの産業が増加傾向にあるが、区としては、これまで特定産業の誘致を行ってこなかったのが現状です。 産業振興公社主催のECセミナーは、年3回程度開催されており、相当数の参加者を集めていますが、セミナー参加後のフォロー制度は十分でないのが現状です。
	<b>【目的ねらい】</b> 人口90万人を超える住宅都市として、医療・福祉関連産業や住宅関連産業などの、区民生活に関わりが深く、生活を安全、快適、そして豊かにする業種・業態について起業・創業支援を進めるとともに、商店街の空き店舗の活用等も視野に入れながら、当該産業の誘致や育成を図っていきます。 <b>【取組み】</b> 商店街などの空き店舗活用による起業・創業支援 経営支援コーディネーターによる支援や創業支援事業計画の推進などを通じた新たな生活関連サービス産業の育成
関連する計画	-
計画所管課	産業連携交流推進課
関連所管課	商業課

事業名		[ 40 ] 新たな産業技術等の活用促進 【重点】	
事業内容		ICTの活用やIoT、AIなどの新たな産業技術の活用などにより、区民生活の向上に寄与する新たなサービス産業を育成します。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>産業振興公社主催のECセミナーは、年3回程度開催されており、相当数の参加者を集めていますが、セミナー参加後のフォローの仕組みや体制は十分とはいえない状況です。</p> <p>経営支援コーディネーターによる支援を年20件程度行うことで、区内中小企業の支援を図っていますが、新たなビジネスモデルの創出に繋がるケースは少ないのが現状です。</p> <p>ビジネスマッチング交流会の参加支援は継続的に行っており、区内事業者の連携や新たな産業技術の導入に向けた契機としての役割を果たしています。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>より生活に密着したサービス産業の育成を図るために、ECセミナー等の実施回数を増やすとともに、ビジネスマッチング交流会の充実などにより、新たな産業技術等の活用を促進し、生活関連サービス産業の振興と区内消費の喚起を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>ECセミナーの実施などインターネット販売の支援</p> <p>経営支援コーディネーターによる新たなビジネスモデルや産業技術の導入の支援</p> <p>ビジネスマッチング交流会への参加支援などを通じた事業者の新しい産業技術活用促進</p>	
関連する計画		-	
計画所管課		産業連携交流推進課	
関連所管課		商業課	
成果指標		前計画	目標値
ECセミナーの実施回数		10回	22回
経営支援コーディネーターによる支援		61回	201回
ビジネスマッチングイベント出展に対する支援事業所数（補助金交付対象数）		50箇所	119箇所

### 3 2 地域課題解決に向けた取組みの推進

事業名	[ 17 ] ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス活動支援（再掲）【重点】		
事業内容	子育て、環境、女性、若者、高齢者、障害者などに関する様々な社会的課題や地域の課題をビジネスの手法を取り入れて解決するソーシャルビジネスやコミュニティビジネスへの支援を、区内の支援機関と連携しながら推進することにより、新たなビジネスの創出を図るほか、NPO等が取り組んでいる活動を持続的なものにしていきます。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 ソーシャルビジネス支援に取り組む機関で構成する「せたがやソーシャルビジネス支援ネットワーク」が2016年度（平成28年度）に開始され、構成メンバーの強みを生かして連携による支援に取り組んできました。	
	目標	【目的ねらい】 新たなソーシャルビジネスやコミュニティビジネスを創出することにより、社会的課題や地域課題の解決につなげていきます。 【取組み】 ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス支援事業の実施	
関連する計画	世田谷区創業支援事業計画		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、市民活動・生涯現役推進課、人権・男女共同参画担当課、環境計画課		
	成果指標	前計画	目標値
	ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス支援事業における支援者数	100名	440名

### 3 3 多様な産業主体との連携の促進

事業名	[ 41 ] 多様な産業主体間の意見交換・交流による産業連携促進 【重点】		
事業内容	区内において、様々な産業分野において取組みを進めている事業者同士の交流や意見交換の場を設定することなどにより、同業種間のみならず、異業種間の連携交流を進め、ビジネス機会の創出や産業技術の高度化につながるよう支援を行います。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区内の産業団体と定期的に会合を開催し、多様な区内産業の振興につなげている。区内産業の抱える課題等について意見交換を行ってきました。また、これまで産業振興計画等においてあまり焦点を当ててこなかった「建設業」団体との同業種団体意見交換会を複数回開催し、人材確保等の課題について意見聴取を行いました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>同業種団体との意見交換会により、それぞれの業界の課題と当該課題の解決につなげていきます。また、異業種間の交流を進めることで、新たなビジネスの機会を作出するなど、区内産業の有機的な結合による多様な産業の振興を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>同業種団体等との意見交換会の開催 産業分野横断的な異業種交流会の実施によるビジネス機会の創出</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、人権・男女共同参画担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	意見交換会の開催回数	3回	23回
	参加事業者アンケートによる満足度の増減	88名	488名

## ものづくり技術を活かした産業の推進

### 【課題と背景】

・区内には優れた技術を有するものづくり事業者が多く存在し、区民の生活を支えるなど、様々な役割を果たしてきました。

しかし、近年においては、ものづくり事業者を含めた区内企業を取り巻く環境は人材や後継者不足、国内市場の縮小や準工業地域の住宅化の進展などにより厳しさを増しています。

### 【課題解決に向けて】

・様々な社会状況の変化により地域経済が厳しさを増す中、区内産業の特徴である「区民の日常生活を支える産業」などの維持・継続の観点から、当該産業の振興を進めていきます。

## 3 4 環境に配慮したものづくりの充実

事業名	[ 42 ] 地球温暖化対策・再生可能エネルギーの利用促進	
事業内容	(公社)世田谷工業振興協会と連携して、区内事業者を対象に省エネルギー化や、再生可能エネルギーの利用の促進など環境に関するセミナー等を実施し、環境に配慮したものづくりの啓発・促進を支援します。	
計画	現況	【背景・課題・成果】 区内事業者を対象に省エネルギー化の促進など環境に関するセミナー等を実施し、環境に配慮したものづくりの啓発・促進を支援してきました。
	目標	【目的ねらい】 区内事業所を対象に、環境に関するセミナー等を実施することで、環境に配慮したものづくりや、事業所の省エネルギー化を促進します。 【取組み】 環境に関するセミナーの実施 環境に関するセミナーによる啓発
関連する計画	世田谷区環境基本計画（平成 27 年度～平成 36 年度）	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	環境計画課	

### 3 5 生活の身近にある安全で快適な産業・技術の推進

事業名	[ 43 ] ものづくりを中心とした新たな産業技術等の活用促進	
事業内容	東京都立産業技術研究センターなどの関連機関とも連携し、新たな技術や製品の開発などものづくり産業への支援を充実していきます。また、世田谷区産業振興公社と連携して、地域住民や区内の小・中学生等がものづくりへの関心を持つきっかけとなるような、ものづくり事業を紹介する「ものつくるひと展」の開催や、ものづくり事業者を紹介する冊子「ものつくるひと」を発行します。その冊子を活用して、区立中学生を対象にした職場体験事業を通じて、商売やものづくり体験による区内産業・産業振興の必要性や理解を促進していきます。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>区内に点在する様々な技術や製品をもつ「ものづくり事業所」を広く紹介し、区民や区内外の事業者に「ものづくり事業所」の存在をアピールするとともに、新たなビジネスチャンスや技術交流を促進してきました。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>関係機関との連携や「ものつくるひと展」の開催、冊子「ものつくるひと」の発行・活用などにより、ものづくり産業への理解・促進を図るとともに、ものづくりの技術や産業をより一層推進します。</p> <p>【取組み】</p> <p>東京都立産業技術研究センターなどを活用した新たな産業技術の導入や製品の開発支援</p> <p>「ものつくるひと展」の開催</p> <p>「ものつくるひと」の発行</p>
関連する計画	-	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	産業連携交流推進課、教育指導課、生涯学習・地域学校連携課	

## 世田谷の特性を活かした農業力の強化

### 【課題と背景】

- ・ 農業者の高齢化が進行するとともに、後継者不足が大きな課題となっています。
- ・ 区内農業者は、少量多品目の野菜や果樹を栽培し、庭先等の直売所で販売するケースが大多数を占めていますが、経営規模が小さく、生産力の向上が課題となっています。
- ・ 「せたがやそだち」として区内産農産物のブランド化を推進していますが、区民に十分に浸透し切れていない状況です。

### 【課題解決に向けて】

- ・ 世田谷農業の担い手・サポート組織の育成・強化と世田谷農業をリードする農業者の育成支援を図る必要があります。
- ・ 農産物増産のための経営改善・強化とともに、「せたがやそだち」の区内流通の拡大とブランド化の推進を図る必要があります。

## 3.6 多様な担い手の育成

事業名	[ 44 ] 担い手育成のための取組み推進
事業内容	区内農業は家族経営により行われており、これまで農家の中で後継者が確保されてきましたが、進展する高齢化や担い手不足に対応するため、後継者はもとより新たな担い手を育成していく必要があります。 特に女性が共同経営者として活躍できるよう支援するほか、ネットワーク作りや能力開発の支援を行います。また、農家をサポートする援農ボランティアの育成・確保も行っていきます。
計画	現況 【背景・課題・成果】 第9期（2014年度（平成26年度）から開催）まで開催してきた「せたがや農業塾」は、農家の後継者の育成に大きな役割を果たし、参加者からも高い評価を得ています。 農業サポーターは、登録者と利用を希望する農家とのマッチングに課題があり、利用が伸び悩んでいます。
	目標 【目的ねらい】 農業塾の実施により農業後継者を育成するほか、援農ボランティアの育成・確保を図ります。 【取組み】 農業塾の開催 農業サポーターの登録者数の増加に向けたPR活動
関連する計画	世田谷区農業振興計画
計画所管課	都市農業課
関連所管課	-

### 3 7 区民に信頼される農業経営の推進

事業名	[ 45 ] 農業経営力の強化
事業内容	認定・認証農業者以外の一般農業者についても、農業者の創意工夫による生産性向上や改善に向けた取組みを支援するとともに、直売を主体とした少量多品目生産という世田谷農業の特徴を踏まえ、経営力の強化に向けた支援を行います。
計画	現況 <p>【背景・課題・成果】</p> <p>生産緑地において農業を営む一般農業者に対し、ハード面を中心とした支援をすることにより、世田谷区の農業振興を図り、区民への農産物の供給を促進するとともに、生産緑地を保全し、さらには良好な都市環境の保持を進めてきています。</p>
	目標 <p>【目的ねらい】</p> <p>一般農業者に対して補助制度を適用させることにより農業経営の近代化を促進し、もって安定的な農業経営を支援するとともに、将来的に認定・認証農業者へ導くことを目的とした取組みを進めていきます。</p> <p>また、生産緑地地区内の農地を営む全農業者に対して農業活動を支援する中で、ビニールハウス等の整備費を補助することによって生産力を拡大させ、ひいては農業振興及び農地の保全を図ります。</p> <p>【取組み】</p> <p>都市農家育成補助制度の実施・運用</p> <p>施設栽培促進補助制度の実施・運用</p>
関連する計画	世田谷区農業振興計画
計画所管課	都市農業課
関連所管課	-



事業名	[ 46 ] 認定・認証農業者の育成と支援
事業内容	自主的に農業経営の改善に向けた目標を持つとともに意欲的に取り組んでおり、区内の農業振興における牽引役となる認定・認証農業者に対し、さらなる農業経営力の強化に向けたハード・ソフト両面の取組みの支援や育成を図っていきます。
計画	現況 <p>【背景・課題・成果】</p> <p>将来にわたる区内農業の牽引役を確保するため、意欲的に企業的農業経営に取り組む農業者を認定・認証する取組みを進めています。また、一般農業者よりも補助率の高い補助制度を適用することにより、農業経営の近代化を促進し、安定的な農業経営に向けた支援を行っています。</p>
	目標 <p>【目的ねらい】</p> <p>認定・認証農業者については、経営体数に頭打ちがある中、地区農協の協力を得ながら新たな対象者の開拓や家族経営締結を推奨すること等により、引き続き経営体数・人数の増加につなげます。</p> <p>また、生産緑地地区内の農地を経営する全農業者に対して、農業活動を支援する中で、引き続きビニールハウス等の整備費を補助することによって生産力の拡大を図るとともに、農業振興及び農地の保全につなげていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>認定・認証農業者への支援  認定・認証農業者補助制度の実施・運用  施設栽培促進補助制度の実施・運用</p>
関連する計画	世田谷区農業振興計画
計画所管課	都市農業課
関連所管課	-

### 3 8 経済活力を創出する都市型農業のモデルづくり

事業名	[ 47 ] 高付加価値化の促進	
事業内容	区内産農産物について、地域ブランドとしての「せたがやそだち」を活用した差別化、高付加価値化の取組みを推進します。特に、江戸東京野菜のひとつである大蔵大根の栽培技術と固定種の継承などを通じて生産の拡大を図り、「せたがやそだち」のシンボルとして区内産農産物のイメージアップを図ります。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>農薬や化学肥料を削減して栽培され東京都の認証を受けている「東京都エコ農産物」や伝統野菜の「大蔵大根」の価値がまだ充分には区民に認知されていないため、その価値を広く区民にPRし、消費の拡大を図ることを通じて、付加価値のある農産物の生産を促進する必要があります。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>大消費地における都市農業という強みを活かし、伝統野菜の大蔵大根などを活用しながら「せたがやそだち」のブランド価値を高めることなどを通じて、魅力ある新しい世田谷農業を確立します。</p> <p>【取組み】</p> <p>東京都エコ農産物の普及 大蔵大根栽培農家の拡充 せたがやそだちのイメージアップ戦略</p>
関連する計画	世田谷区農業振興計画	
計画所管課	都市農業課	
関連所管課	-	

事業名	[ 48 ] 魅力ある農業経営の展開支援
事業内容	区内産農産物について、飲食店への販売方法の検討や加工品等の新商品の開発、地域ブランドとしての「せたがやそだち」を活用した差別化、高付加価値化の取組みを推進します。さらに、大都市の強みを活かした魅力ある農業経営の展開に向け、6次産業化による加工品の開発、マルシェへの出店や農家レストランの開設など工夫を凝らした取組みの支援を行います。
計画	<b>現況</b> <b>【背景・課題・成果】</b> 区内の農業は経営規模が小さい農家が多いことから、直売所での販売を主とする経営が中心となっており、これまで飲食店への販売や6次産業化などへの取組みは積極的には行われてこなかったのが現状です。
	<b>目標</b> <b>【目的ねらい】</b> 大消費地における都市農業という強みを活かし、飲食店への販売促進や6次産業化による加工品の開発などを通じて、魅力ある新しい世田谷農業を確立します。 <b>【取組み】</b> 6次産業化による地域ブランドの向上 「せたがやそだち」を活用した事業展開
関連する計画	世田谷区農業振興計画
計画所管課	都市農業課
関連所管課	-

## まちなか観光が生み出す産業の活性化

### 【課題と背景】

- ・人口減少により国内市場が縮小する中、地域経済の活性化を図るためには、海外市場をはじめとする新たな需要を取り込むことが重要です。
- ・訪日外国人旅行者数は右肩上がりであり、2016年（平成28年）には過去最高の約2,404万人に達し、10年間で約3.3倍に増加しています。
- ・ラグビーワールドカップ2019や東京2020大会を契機として、外国人をはじめ多くの観光客の来訪が見込まれる中、観光事業の展開は幅広い産業への経済波及効果をもたらすものとして期待されています。
- ・区内を訪れる多くの観光客に世田谷ならではの「おもてなし」を提供し、世田谷の魅力を堪能していただけるよう、多彩な観光事業を展開していく必要があります。

### 【課題解決に向けて】

- ・事業者等と連携しながら、世田谷の魅力を最大限活用した付加価値の高い観光事業を展開することにより、外国人をはじめとする多くの観光客の区内への誘客を図り、地域の賑わいの創出や消費の拡大につなげていきます。

## 3.9 世田谷の魅力を堪能できる観光事業の推進

事業名	[49] 様々な交流や体験を生み出す観光事業の展開 【重点】	
事業内容	観光客にとって魅力ある観光事業の展開に向け、地域で活動するNPO等と連携しながら、区民との交流や日本文化の体験を取り込んだまち歩きツアーや観光イベントの充実を図り、区内へのさらなる誘客と地域の賑わい創出につなげていきます。	
計画	現況	【背景・課題・成果】 各種まち歩きツアーや「世田谷まちなか観光メッセ」などの開催を通じて、地域の人々との交流や伝統文化の体験を可能とする観光事業を実施しました。
	目標	【目的ねらい】 区民との交流や体験を生み出す観光事業の充実に向け、地域活動団体等との連携を促進する一方、国際交流の要素を取り入れた事業を実施するなど、インバウンドにも対応した事業展開を進め、さらなる誘客に向けた取組みを推進します。 【取組み】 区内まち歩きツアーの開催 多彩な観光イベントの開催 地域活動団体等を活用した観光ボランティアの充実
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、都市デザイン課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課	

成果指標	前計画	目標値
区内まち歩きイベントの開催数（他団体との連携事業を含む。）	6回	48回
民間事業者等と連携した観光イベントの開催数	3回	11回
区内観光の満足度	-	85%

事業名	[50] 観光マーケティング調査の実施 【重点】	
事業内容	外国人をはじめ多くの観光客の来訪が見込まれる中、観光事業の効果的な展開により、地域経済の活性化を図っていくために必要なアンケートや公衆無線LANのアクセスログ等を活用した観光マーケティング調査を実施するとともに、調査結果を基にした事業の効果検証等を行い、観光客にとって魅力ある取組みとなるよう、活用していきます。	
計画	現況	【背景・課題・成果】 観光事業のマーケティングにつながるインターネット調査を実施するとともに、調査結果等を基に観光施策における成果指標と目標値を設定し、効果的な事業展開に向けた取組みを推進してきました。
	目標	【目的ねらい】 各種調査等を活用した観光マーケティング調査を実施し、成果指標に対する達成度を検証するとともに、区内において観光事業に取り組む団体と情報共有を図りながら、経済の活性化につながる効果的な観光事業の展開につなげていきます。 【取組み】 インターネット調査の実施 公衆無線LANのアクセスログの活用 世田谷まちなか観光交流協会内における情報共有と効果的な情報発信手法の検討 成果指標に対する達成度の把握及び事業の効果検証の実施
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、都市デザイン課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、広報広聴課、情報政策課	
	成果指標	目標値
	インターネット調査の実施	5回
	区民を対象とした区内観光の満足度	85%

#### 4 0 観光関連産業の取組み活性化と協働促進

事業名	[ 51 ] 民間事業者等と連携した観光事業の展開【重点】		
事業内容	まちなか観光のさらなる推進に向け、世田谷の観光事業を担う民間事業者、NPO、大学等が相互に連携しながら、各事業者や団体の特徴や強みを最大限生かした魅力ある観光事業を展開していきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>観光イベントの開催や観光情報の発信等において、民間事業者をはじめとして、大学、地域団体等との連携を図りながら、世田谷区の魅力の発信と観光事業の振興に取り組んできました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>民間事業者等と連携した観光イベントやまち歩きツアーのさらなる拡充を図るほか、世田谷の魅力を伝える地域団体等と連携した観光ボランティアガイドによる取組みを推進していくことにより、世田谷観光の魅力向上につなげていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>民間事業者等と連携したまち歩きツアーや観光イベントの実施          世田谷の魅力を伝える地域団体等の人材を活用した観光ボランティアガイドの実施          東京都や産業団体等が作成する外国人観光客向け接客ツールの利用啓発</p>	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、都市デザイン課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、調整担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	区内まち歩きイベントの開催数（他団体との連携事業を含む）	6回	42回
	民間事業者等と連携した観光イベントの開催数	3回	8回
	区内観光の満足度	-	85%

事業名	[ 52 ] おもてなし機運の醸成【重点】		
事業内容	ラグビーワールドカップ 2019 や東京 2020 大会を契機として、観光客の増加が見込まれる中、民間事業者や大学、地域団体等と連携しながら観光による「おもてなし」の取組みをオール世田谷の体制で進めることにより、快適なまちなか観光の実現につなげていくとともに、こうした取組みにより創出された気運などをレガシーとして継承していきます。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 外国人観光客向け接客ツールについて、作成時における支援とともに発行後の利用啓発に取り組んできたほか、観光ボランティアガイドの実施に向けた検討を進めています。	
	目標	【目的ねらい】 民間事業者や地域団体等と連携したおもてなし機運の醸成に向けて、外国人観光客向け接客ツールの利用啓発や観光ボランティアガイドの実施等に取り組む、こうした中から生まれる人々との交流を促進しながら、外国人をはじめとする多くの観光客に快適な区内観光を提供します。 【取組み】 東京都や産業団体等が作成する外国人観光客向け接客ツールの利用啓発 世田谷の魅力を伝える地域団体等の人材を活用した観光ボランティアガイドの実施 商店街街路灯への歓迎フラッグ等の掲出	
関連する計画			
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、都市デザイン課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、オリンピック・パラリンピック担当課、調整担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	民間事業者等と連携した観光イベントの開催数	3 回	11 回
	観光情報冊子（外国語版を含む）の配布数	31,000 部	335,700 部
	区内観光の満足度	-	85%

事業名		[ 53 ] 観光ボランティアガイドの取組み推進【重点】
事業内容		多くの観光客に世田谷の魅力を余すことなく伝えることができるよう、地域団体や大学生等を観光ボランティアとして活用することにより、人々の交流を生み出しながら付加価値の高いまちなか観光につなげていきます。
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> まちなか観光の推進を目的として観光ボランティアガイドの組織化に向けた検討を進めてきました。
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 民間事業者や地域団体等と連携したおもてなし機運の醸成に向けて、外国人観光客向け接客ツールの利用啓発や観光ボランティアガイドの実施等に取り組み、こうした中から生まれる人々との交流を促進しながら、外国人をはじめとする多くの観光客に快適な区内観光を提供していきます。 <b>【取組み】</b> 世田谷の魅力を伝える地域団体等の人材を活用した観光ボランティアガイドの組織運営 観光ボランティアガイドの確保に向けた区内団体等との連携強化 観光案内所や各種イベント等を活用した観光ボランティアの利用促進
関連する計画		-
計画所管課		産業連携交流推進課
関連所管課		商業課、都市デザイン課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、調整担当課
成果指標		前計画
区内観光の満足度		目標値
		-
		85%



#### 4 1 さらなる誘客に向けた観光プロモーションの強化

事業名	[ 54 ] 誘客の促進に向けた情報発信力の強化【重点】		
事業内容	外国人をはじめとして、多くの観光客の増加が見込まれる中、観光客が情報を容易に入手し、快適なまち歩き環境を提供することができるよう、多様なニーズに応じた観光情報を様々なツールを活用しながら発信していきます。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 観光アプリの開発や観光情報冊子の発行、観光ホームページの開設など様々な情報発信ツールの整備を通じて、観光情報の幅広い発信に取り組んできました。	
	目標	【目的ねらい】 多彩な情報発信ツールが外国人をはじめ多くの観光客に活用されるよう、各種イベントや観光ホームページ、SNS等を活用して情報発信ツールの利用促進を図ることにより、効果的な観光情報の発信につなげていきます。 【取組み】 観光情報冊子（外国語版を含む）の増刷 観光アプリ及び観光ホームページの利用促進 SNSを活用した観光資源の発信	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、調整担当課		
	成果指標	前計画	目標値
	観光情報冊子（外国語版を含む）の配布数	31,000 部	335,700 部
	観光ホームページの閲覧数	-	920,000 アクセス

事業名		[ 55 ] 自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み【重点】	
事業内容		自治体間の各種交流を通じ、地方都市における地方創生の支援に取り組むとともに、世田谷の魅力を地方に浸透させることで、当該地方都市等との連携による世田谷型の観光プロモーションの仕組みを構築していきます。この取組みを通じて、地方創生と世田谷の魅力の発信による区内産業の活性化との両立を実現していきます。	
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> 自治体間の交流やイベント等により、地域文化やスポーツの振興、地域経済の活性化、多くの人を知り合うきっかけと場づくりを進めるとともに、世田谷の魅力発信の場としての活用を進めてきました。	
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 区内で開催される様々なイベントの開催や他自治体と共通する事業の実施を通じて、自治体間交流に取り組むことにより、地方創生の実現と世田谷の魅力の発信を通じた区内産業活性化の推進との両立を図っていきます。 <b>【取組み】</b> 商店街イベントや観光イベント等を通じた自治体間交流等の推進、支援 図柄入りナンバープレートなど各自治体共通のテーマを通じた自治体間交流の推進	
関連する計画		-	
計画所管課		産業連携交流推進課	
関連所管課		商業課、経営改革・官民連携担当課	
成果指標		前計画	目標値
自治体間交流が行われている区内イベントの開催数			170 回

## 4 2 外国人をはじめとする観光客に対する受入環境の向上

事業名	[ 56 ] 外国人をはじめとする観光客に対する受入環境整備【重点】		
事業内容	外国人をはじめとする観光客が快適にまち歩きができるよう、多言語によるサインや公衆無線LAN環境などのハード整備を推進します。また、都や産業団体、事業者等と連携して多様な文化や習慣に十分配慮した「おもてなし」に取り組むなど、ユニバーサルデザインの工夫を取り入れ、受入環境の向上を図ります。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 外国語版を含む観光情報冊子の発行や多言語に対応した観光アプリ、観光ホームページなど情報発信ツールの整備のほか、公衆無線LAN環境の整備に取り組んできました。	
	目標	【目的ねらい】 外国人をはじめとする多くの観光客が安心して観光を楽しむことができるよう、公衆無線LAN環境の整備拡充や多言語に対応した案内サインの整備、外国語に対応した観光案内所の運営等に取り組んでいきます。 【取組み】 多言語による案内サインの整備 公衆無線LAN環境の整備拡充 観光ボランティアガイドの実施 外国語に対応した観光案内所の運営 東京都や産業団体等が作成する外国人観光客向け接客ツールの利用啓発	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、都市デザイン課、生涯学習・地域学校連携課、文化・芸術振興課、国際課、政策企画課		
	成果指標	前計画	目標値
	観光情報冊子（外国語版を含む）の配布数	31,000 部	335,700 部
	観光アプリのダウンロード数	4,600 件	22,600 件
	観光ホームページの閲覧数	-	920,000 アクセス

## 事業者と消費者がつくる豊かな消費生活

### 【課題と背景】

- ・消費者問題が発生する要因としては、消費者と事業者との格差（情報力、組織力、交渉力等）の問題が大きいといえます。
- ・消費者問題の解決には、消費者、地域、事業者のつながり、情報交換・共有の場が必要ですが、そのような場があまり設定されていないことが課題です。
- ・高度、かつ、新たな取引手法が普及する中で、消費者団体、事業者団体との連携による健全な商取引（市場）が求められています。

### 【課題解決に向けて】

- ・消費者と事業者との間の様々な格差をカバーするために、消費者、事業者の連携を図るための社会的な仕組みを構築していきます。

## 4 3 見守りネットワークの形成

事業名	[ 57 ] 見守りネットワークの形成	
事業内容	高齢者等が安全・安心に暮らせる社会づくりを目指し、消費者安全確保地域協議会の設置・運用を図ることにより、高齢者等の身近にいる人々への情報提供を充実するとともに、「みまもり安心商店街」事業や、福祉領域の既存の高齢者見守りネットワーク等との連携や情報交換を推進します。	
計画	現況	【背景・課題・成果】 改正消費者安全法及び同地方消費者行政ガイドラインに則り、消費者安全確保地域協議会設立に向けた取組みを進めてきました。
	目標	【目的ねらい】 消費者安全確保地域協議会を安定的・円滑に運営し、消費生活センター等の関係機関へ適切につなぐ体制を構築することで、深刻化する高齢者の消費者被害の未然防止を図ります。 【取組み】 消費者安全確保地域協議会の運営
関連する計画	-	
計画所管課	消費生活課	
関連所管課	商業課、高齢福祉課、介護予防・地域支援課、障害施策推進課、障害者地域生活課	

#### 4 4 危害等の防止

事業名	[ 58 ] 危害等の防止	
事業内容	<p>区民が安全・安心な生活を送ることができるように、関係機関等と連携して商品・サービスに対する監視等を進めます。また、区民からの相談や情報提供を受け付け、消費者が利用可能な各媒体を通じた、消費者トラブルや事故情報の発信や注意喚起とともに、必要に応じた事業者調査、指導により区民の消費生活の安全・安心の確保に努めていきます。</p>	
計画	現況	<p><b>【背景・課題・成果】</b> 消費生活センターに寄せられる個々の悪質商法被害や、商品・サービスの危害情報を適時、適切に発信してきました。</p>
	目標	<p><b>【目的ねらい】</b> 商品・サービス等の事故、危害・危険情報を把握し、いち早く消費者に提供するとともに、関係機関に提供することで、危害の拡大防止及び未然防止を図って、消費生活の安全・安心を確保します。</p> <p><b>【取組み】</b> 危険・危害情報の周知 事業者調査</p>
関連する計画	-	
計画所管課	消費生活課	
関連所管課	商業課、高齢福祉課、介護予防・地域支援課、障害施策推進課、障害者地域生活課	

## 4 5 取引等の適正化

事業名	[ 59 ] 取引等の適正化	
事業内容	<p>区民の日常生活にとって重要度や必要性の高い契約・取引について、消費者の権利と責任についての意識啓発など、事業者と消費者の対等な取引関係の構築に向けた施策を検討します。また、悪質商法・悪質業者排除に向けた関係機関への意見具申などを積極的に行います。</p>	
計画	現況	<p><b>【背景・課題・成果】</b>            契約商品・サービスの複雑化・高度化、ネット上の取引・決裁方法の多様化など、一件ごとの相談対応が複雑化、長期化する傾向にあります。</p>
	目標	<p><b>【目的ねらい】</b>            正しい知識の普及、法改正の理解促進、消費者の権利と責任についての意識啓発など、事業者と消費者の対等な取引関係の構築を目指します。            また、悪質商法・悪質業者排除に向けた関係機関への意見具申などを積極的に行っていきます。</p> <p><b>【取組み】</b>            消費者保護関係事務事業の実施</p>
関連する計画	-	
計画所管課	消費生活課	
関連所管課	商業課、高齢福祉課、介護予防・地域支援課、障害施策推進課、障害者地域生活課	

## 4 6 商品表示の適正化

事業名	[ 60 ] 商品表示の適正化	
事業内容	商業、工業、農業、観光など、各産業部門と連携し、各分野における商品等の適正表示に関する普及啓発を進め、産業界全体として消費者被害を防止するための環境整備を図ることにより、あわせて消費喚起も目指します。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害し、トラブルの発端となる商品、サービスの表示が少なくない状況が生じています。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>正しい知識の普及に加え、産業政策部内及び各関係機関との連携による商品・役務の適正表示など、消費環境の改善と消費トラブルの未然抑止を図るとともに、区内消費の活性化につなげていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>各産業部門との連携事務・事業の検討</p>
関連する計画	-	
計画所管課	消費生活課	
関連所管課	商業課	

## 5 人と事業所とまちが創る成熟都市せたがや

### 潤いと活力に満ちた地域づくり

#### 【課題と背景】

- ・人口が増加傾向にある本区においても、高齢化や生産年齢人口の減少は進んでおり、高齢者が利便性を享受しながら安全・安心に暮らせるまちづくりが、今後ますます求められると想定されます。
- ・区東西を結ぶ交通網は充実していますが、南北を結ぶ公共交通機関が十分に発達していません。その中で、バス路線等が未整備な交通不便地域における高齢者を中心とした区民の利便性の確保が課題となっています。
- ・東京 2020 大会を契機に、区内の各地域毎の拠点を中心とした産業活性化と区民生活の満足度の向上が求められています。

#### 【課題解決に向けて】

- ・区民生活の利便性を高め、高齢者の安全・安心の確保や環境に優しい暮らしを実現するために、広域・生活文化拠点や区内各 5 地域のそれぞれの拠点を中心とした周辺地域の都市機能の充実や産業の振興を進めていきます。

### 4 7 区民の利便性向上に資する都市型コンパクトライフの実現に向けた産業支援

事業名	[ 61 ] 駅や各総合支所などの地域の拠点周辺を中心とした区民生活の利便性を支える産業の振興
事業内容	駅や各総合支所などの区内の各地域の拠点を中心に、各種都市機能やサービス関連事業所などを集積させるとともに、買物不便地域の支援などを行うことにより、区民生活の利便性の向上を図り、産業政策の視点から効率的かつコンパクトな都市生活を実現していきます。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 各総合支所周辺地域では、まちバルなどの新たな商店街振興施策を実施することなどにより、徐々に盛り上がりを見せています。 これに対して、商店街における空き店舗活用については、一部の商店街を除き、あまり広がりを見せていない状況です。 買物弱者支援については、買物現況調査を行い、買物弱者の状況の把握に努めてきました。
	<b>【目的ねらい】</b> 区内の各地域の拠点を中心として、各種機能やサービスを集積させるとともに買物不便地域の支援を組み合わせることにより、地域の拠点周辺と買物不便地域との利便性の向上を両立し、効率的かつコンパクトな区民生活の実現を目指していきます。 <b>【取組み】</b> 各総合支所の周辺地域の商店街を中心とした商業・サービス業振興施策の検討 駅周辺の商店街の空き店舗活用による起業・創業や住宅宿泊事業の支援



		交通や買物の不便な地域における買物弱者等の支援
関連する計画		-
計画所管課		産業連携交流推進課
関連所管課		商業課、市街地整備課、都市デザイン課、各総合支所街づくり課

4 8 広域生活・文化拠点を中心とした交流促進による産業の活性化の推進

事業名	[ 62 ] 広域生活・文化拠点における観光情報コーナー、公衆無線LAN、案内サイン等の整備
事業内容	商業業務機能や文化情報発信機能が集積する広域的な交流の場である広域生活・文化拠点を中心に、観光情報コーナーの充実、公衆無線LAN、案内サイン等を整備することにより、観光振興と区内・区外の垣根を越えた人の交流を促進することを端緒として、区内全体の経済活性化を図ります。
計画	<p><b>【背景・課題・成果】</b></p> <p>広域生活・文化拠点において、観光情報コーナーを徐々に充実させるとともに、まちなか観光メッセなどのイベントの開催などを通じて、周辺地域の誘客に繋げてきましたが、東京 2020 大会の開催やインバウンドの増加などに対応するために、さらなる賑わいの創出を図り、観光客の増加を図っていく必要があります。</p>
	<p><b>【目的ねらい】</b></p> <p>広域生活・文化拠点の特性に応じた産業振興と観光振興を図り、区内における消費喚起と経済波及効果の浸透を図ります。また、東京 2020 大会の開催やインバウンドの増加などに対応するために、さらなる賑わいの創出を図り、観光客の増加を図ります。</p> <p><b>【取組み】</b></p> <p>広域生活・文化拠点周辺における観光情報コーナーの充実          広域生活・文化拠点周辺における公衆無線LANのアクセスポイントの設置          広域生活・文化拠点周辺の観光案内サインの整備</p>
関連する計画	-
計画所管課	産業連携交流推進課
関連所管課	商業課、都市計画課、市街地整備課、各総合支所街づくり課

#### 4 9 都市開発に伴う新たなまちづくりと一体となった商店街振興の推進

事業名	[ 63 ] 都市開発にあわせた商店街振興などに向けた取組みの推進	
事業内容	二子玉川駅周辺など、都市開発に伴い、大型商業施設等の集積が進む中で、大型店等の特性を加味しつつ、商店街とそれを構成する個々の店舗の個性の強化とPRを進めることなどにより、来街者、地域住民の買物等のニーズに応えるべく互いに補完可能な取組みを進めていきます。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>二子玉川駅周辺の再開発に伴い、新たなまちづくりが進み、賑わいのあるまちづくりや集客力の強化が進んでいます。今後、下北沢の再開発や京王線の高架化などに伴うまちづくりの再編にあわせて、各地域における商店街を中心とした産業の活性化を進めていくことが重要となります。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>都市開発の進捗にあわせて、大型店等の特性を活かしつつ、地元に着した商店街とそれを構成する個々の店舗の個性の強化とPRを進めることなどにより、来街者や地域住民の買物等のニーズに対応することで賑わいのあるまちづくりにつなげていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>都市開発関係事業者、地域住民等との協議 都市開発に伴う商店街活性化策の検討</p>
関連する計画	-	
計画所管課	商業課	
関連所管課	産業連携交流推進課、都市計画課、市街地整備課、各総合支所街づくり課	

## 5 0 タウンマネジメント機能の育成による地域内連携と商業機能の充実

事業名	[ 64 ] 各エリアの取組みと連携した商店街振興・地域振興	
事業内容	<p>広域生活・文化拠点を中心とした都市開発の推進と連携して都市の魅力を維持・向上させて行くために、タウンマネジメントの観点から各地域における都市機能や地域内連携の充実等を促していきます。</p>	
計画	現況	<p><b>【背景・課題・成果】</b>                  二子玉川エリアマネジメントなど地域住民主体の地域活性化に向けた取組みは徐々に進んでいますが、産業振興的な視点からの関わりはあまり行っていないのが現状です。商店街振興など産業活性化に向けた連携の強化が課題となっています。</p>
	目標	<p><b>【目的ねらい】</b>                  三軒茶屋、下北沢、二子玉川などの都市開発の推進と連携して、都市の魅力を維持・向上させて行くために、タウンマネジメントの観点から各地域における都市機能や地域内連携の充実等を促していきます。</p> <p><b>【取組み】</b>                  三軒茶屋再開発に伴う関係者会議、下北沢PR戦略会議や二子玉川エリアマネジメント等の取組みとの連携による商店街振興施策・地域振興施策の実施</p>
関連する計画	-	
計画所管課	商業課	
関連所管課	産業連携交流推進課、都市計画課、市街地整備課、各総合支所街づくり課	

## 建設産業などが支える家・まち・都市の充実・発展

### 【課題と背景】

- 区内の用途地域は90%以上が住宅用途に指定されており、昼夜間人口比率が約90%となるなど世田谷区は主として住宅地域としての環境整備が進んでおり、住宅都市として発展し続けています。また、交通環境については区東西を結ぶ鉄道網は充実しているのに対して、バス等の公共交通は交通不便地域を完全にカバーし切れていないなど、南北を行き来するための交通手段・交通環境の整備が課題となっています。

### 【課題解決に向けて】

- 成熟した住宅都市としての特性を持つ世田谷において、区民の居住満足度を増進させるために、地域特性や自然環境と密着した産業の育成を進めていきます。

## 5 1 建設・建築関連産業の振興

事業名	[ 65 ] 建築・建設関連産業の振興	
事業内容	区民一人ひとりが住み慣れた自宅やまちで便利で快適な生活を送るため、住宅関連事業者など区民生活に密接に関わっている関連産業の健全な発展のための支援を行います。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>住宅関連事業者など建築・建設関連産業について、人材不足が課題となっている中で、人材確保事業に取り組んできました。今後労働人口が減少傾向で推移していくことが想定される中で、技術の継承やレベルアップのための支援が課題となっています。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>住宅関連事業者など建築・建設関連産業について、技術の継承やレベルアップを図るため、東京都産業技術研究センターなど関連機関の技術支援や製品開発等有益な情報を提供し支援を行っていきます。また、建設業の魅力を幅広い世代に発信することにより、区民全体の区内建設業に対する認知度や親しみを深めていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>建設・建築関連産業への情報提供          建設産業に係る関係者連絡会の定期的な開催          建設産業の魅力の発信を目的としたPR活動及びものづくり体験や現場見学等の体験型事業の推進</p>
関連する計画	-	
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課	
関連所管課	-	

## 5 2 都市インフラ高度化に向けた整備、推進

事業名	[ 66 ] 建設業人材確保・定着支援事業（都市インフラ高度化に向けた整備、推進）
事業内容	建設業人材確保・区内中小企業等就職及び定着支援事業により、40歳までの求職者（新卒者含む）及び子育て世代の求職者を対象に、多様な職種の魅力を発信し、キャリアチェンジを促すなど、都市インフラ整備を支える人材の確保を図ります。
計画	<b>【背景・課題・成果】</b> 区民生活を支える建設業の人材不足が課題となっており、2015年度（27年度）より建設業の人材確保に取り組んできました。
	<b>【目的ねらい】</b> 区民生活を支える建設業の人材確保と定着支援を行い、区内中小企業の経営の安定化を支援します。 <b>【取組み】</b> 建設業を始めとした中小企業・若年者マッチングプログラム 子育て中の求職者の区内企業マッチングプログラム 区内企業の社員の定着支援プログラム 区内企業への多様な働き方の理解促進と求人開拓 専用ウェブサイト「世田谷で働こう！Web」の開設
関連する計画	-
計画所管課	工業・ものづくり・雇用促進課
関連所管課	-

## 農のある都市環境の維持・形成

### 【課題と背景】

- ・農地にかかる固定資産税や相続時の相続税負担のため、就農意欲が低下し、後継者の確保も難しいことから、農業者の高齢化の進行と農家数や農地面積の減少が進んでいます。
- ・緑豊かな農地は、生活環境に潤いと安らぎを与え、都市に不可欠な防災空間となる等、区民生活において多くの役割を果たしていますが、都市化の影響や相続等により農地が年々減少を続けているため、農地が果たす大切な機能が損なわれることが懸念されます。
- ・生産緑地の買取り申出があっても、財政上の理由で地方公共団体が買い取ることができない実態があり、その後の宅地転用等により農地減少に繋がっています。

### 【課題解決に向けて】

- ・都市農業においては、狭い農地でも少量多品目の作付けや消費者への採れたて野菜の直接販売の推進等により、効率的かつ高収益な農業が行われていますが、減少する農地を保全するために必要な対策を進めていきます。また、都市農地に係る様々な制度改正を早期に実現するよう国等に働きかけを行っていきます。

## 5 3 農地・緑地の保全推進と活用促進

事業名	[ 67 ] 農地・緑地の保全推進 【重点】
事業内容	<p>生産緑地法改正による指定要件緩和及び特定生産緑地制度創設等を踏まえ、関係部署・JA等と連携して様々な農地の保全策を進めます。</p> <p>また、他自治体と連携して、買取り申出が行われた生産緑地の各自治体による買取りへの財政的支援を国に対して引き続き要望していくことなどにより、全体として都市農地と都市のみどりの保全を目指していきます。</p>
計画	<p><b>【背景・課題・成果】</b></p> <p>2015年度(平成27年度)の都市農業振興基本法成立等により、新たに農地保全に向けた方策が打ち出されました。</p> <p>区では、2000年度(平成12年度)以降、引き続き生産緑地地区の追加指定を行っている中で、2017年度(平成29年度)からは指定要件を緩和しました。また、世田谷区農地保全方針を策定している中で、農地保全重点地区を7地区定め、当該地区内の生産緑地の買取り申出が行われた場合は区が取得していく等、さらなる都市農地の保全に取り組んでいるところです。</p>
	<p><b>【目的ねらい】</b></p> <p>2018年度(平成30年度)に翌年度から10年間の新たな世田谷区農業振興計画を策定するとともに、計画に定める農地保全施策を具体化させていきます。</p> <p>また、特定生産緑地制度については、最初の指定から30年を迎える2022年(平成34年)までの間に、農業者の意向を把握し各種対策を講じる方法により指定を進め、引き続き農地保全に努めます。</p> <p><b>【取組み】</b></p> <p>農業団体等を通じた説明会等の開催による、特定生産緑地制度の説明やメリット等についての周知PRの実施</p>

	アンケート等の実施による農業者の意向の把握 都市農地保全推進自治体協議会（都内 38 自治体で組織）を通じた国に対する積極的な財政支援や税制緩和等の要請活動の実施。 都市農地保全自治体フォーラムへの出席と同フォーラムを通じた要請活動の実施		
関連する計画	世田谷区農業振興計画、世田谷区みどりの基本計画、世田谷区新実施計画（後期）		
計画所管課	都市農業課		
関連所管課	都市計画課、みどり政策課		
	成果指標	前計画	目標値
	都市農地保全自治体フォーラム出席回数	4 回	8 回
	農業公園数	2 園	3 園

事業名	[ 68 ] 都市農業の理解促進 【重点】		
事業内容	関係部署・JA等と連携して、都市農地が持つ防災、レクリエーション、食育など多面的機能を安定的かつ効果的に発揮させるためのPR活動を行い、都市住民に対して理解促進を行っていくことにより、全体として都市農地と都市のみどりの保全を図ります。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>多面的機能を有する貴重な都市農地を保全するため、隣接区や地区農協と連携して実施する都市農業の振興・農地保全へのPR事業と合わせて、国等に対する要望事項の検討を行い、具体的な農地の保全策の実施を求めてきました。</p> <p>その成果として、都市農業振興基本法が成立するとともに都市農業振興基本計画が策定されました。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>引き続き農地保全に向けたイベントや活動を行っていくとともに、都市農業振興基本計画に基づく世田谷区農業振興計画改定を行い、農地保全施策を具体化させていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>都市農業振興・農地保全PRイベント開催</p>	
関連する計画	世田谷区農業振興計画		
計画所管課	都市農業課		
関連所管課	都市計画課、みどり政策課		
	成果指標	前計画	目標値
	都市農業振興・農地保全PRイベント開催数	24 回	48 回



## 5 4 区民農園等の利活用促進

事業名	[ 69 ] 体験型農園の利活用促進 【重点】		
事業内容	都市住民が身近に農作業に親しみながら農業についての理解を深めることのできる環境づくりが必要とされる中、区民農園や体験農園、農業公園をはじめとした体験型農園の運営により、区民に野菜づくりを通じて土に親しむ機会を提供するとともに、区内農業への関心と理解を深めて農地の保全と緑地空間の確保につなげていきます。		
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>2015年度（平成27年度）に都市農業振興基本法が成立し、2016年度（平成28年度）に法律に基づく都市農業振興基本計画が策定された中で、区民農園・体験農園をはじめとした体験型農園の必要性が明確に定められました。</p> <p>体験型農園はニーズが高く、区内農業への関心と理解を深めるという意味で一定の効果が上がっています。</p> <p>農園の確保については、農地所有者の協力次第といった課題がありますが、引き続き拡充に向けて努力しているところです。</p>	
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>都市住民が農作業を体験する場として、体験型農園に対するニーズは今後ますます高まってきます。</p> <p>また、区民農園整備の可能性が広がる中、引き続き農地所有者等の協力を得ながら規模拡大に尽力します。</p> <p>さらに、農地所有者の指導の下、貸借関係が発生しない体験農園についても引き続き支援するとともに拡充していきます。合わせて、民間事業者参入による開設や運営等、様々な形態による体験型農園の充実についても検討していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>区民農園の拡充          体験農園の拡充          農業公園の拡充          農業公園におけるイベントや講習会の開催</p>	
関連する計画	世田谷区農業振興計画、世田谷区みどりの基本計画、世田谷区新実施計画（後期）		
計画所管課	都市農業課		
関連所管課	みどり政策課		
	成果指標	前計画	目標値
	区民農園區画数	989 箇所	1,120 箇所
	体験農園區画数	105 箇所	147 箇所
	農業公園数	2 園	3 園
	農業公園におけるイベントや講習会の開催数	70 回	350 回

## 世田谷観光プロモーションの強化

### 【課題と背景】

- ・人口減少社会に突入し地方創生が叫ばれている中で、産業の視点から自治体間連携を推進することで、世田谷の魅力を広く発信するとともに、地方の都市との間で相互の発展を実現しあえる関係の構築による地方創生への貢献が望まれています。
- ・ラグビーワールドカップ 2019 や東京 2020 大会といった大型の国際スポーツイベントを契機として、国内外からの観光客を呼び込み、消費の喚起を通じて区内経済の活性化を図ることが必要となります。
- ・行政所管において通常行われている全区民を対象とした一般的な情報発信手法では、必要な情報が個々の区民に十分に届かなくなっていることから、観光情報等の発信手法の工夫が課題となっています。

### 【課題解決に向けて】

- ・地方都市との連携を深めながら、ラグビーワールドカップ 2019 や東京 2020 大会などの大型イベントを契機に、漸進的かつ継続的な産業振興と地域の活性化を図ることが課題となっています。

## 5 5 世田谷独自の多様な魅力を高めるための観光プロモーションの推進

事業名	[ 70 ] 世田谷ブランドのPR強化 【重点】	
事業内容	産業振興公社や民間事業者、NPO、区民等との連携により、世田谷のブランドイメージの形成と向上を図るとともに、社会の変化や産業のトレンドにあわせて、世田谷区独自の多様な魅力や価値の創出と区内外に向けたPRの強化を図ります。	
計画	現況	<b>【背景・課題・成果】</b> 世田谷まちなか観光交流協会（旧まちなか観光交流協会）における活動などを通じて、民間事業者やNPO、区民等による活動やアイデアを活用することにより、新たな世田谷の魅力、観光資源の創出・顕在化や世田谷のブランドイメージの向上に取り組んできました。
	目標	<b>【目的ねらい】</b> 産業振興公社や民間事業者等の活動との連携により、世田谷のブランドイメージを形作り、それを区内外に効果的にPRすることにより、区内産業の活性化につなげていきます。 <b>【取組み】</b> 世田谷まちなか観光交流協会の活動支援 世田谷区版図柄入りナンバープレートの導入と活用 世田谷みやげ、世田谷そだち等による世田谷ブランドのPR強化 特別住民票の発行やイベントへの参加など商店街等のキャラクターの活用
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、各総合支所地域振興課	

成果指標	前計画	目標値
世田谷まちなか観光交流協会主催のイベントの開催回数	-	32 回
世田谷区版図柄入りナンバープレートの交付件数	-	1,000 件

## 5 6 世田谷型 MICE の推進によるまちの賑わいの創出

事業名	[ 71 ] 世田谷型 M I C E の推進によるまちの賑わいの創出 【重点】	
事業内容	<p>大型の宿泊施設や観光施設が乏しい世田谷区において、住宅都市としてこれまでに築いてきた都市の文化を活かした賑わいづくりを進めていきます。</p> <p>そのために、下北沢、三軒茶屋、二子玉川、成城、烏山など、各地区に根付く都市の文化や特性等を活かして世田谷型の M I C E を創り出し、地域の観光イベントなどをつなぎ合わせて区全体の賑わいづくりに活かしていきます。</p>	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>各地域に存在する公共施設などにおいて、イベントや会議が単発で行われているが、それらを区全体としての連携した取組みとして打ち出し、区全体の賑わいにつなげていくことが十分にできていない状況にあります。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>区内の各地域に根付く都市の文化や特性等を活かしながら、世田谷型の M I C E を創り出し、地域の観光イベントなどをつなぎ合わせて、区全体の賑わいの形成を図っていきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>各地域の公共施設等を活用した各地域の特性を發揮した観光事業イベントの開催</p> <p>民間大規模イベントの積極的な受け入れと、イベントを活用した世田谷の魅力の効果的な発信</p>
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、各総合支所地域振興課、国際課	
	成果指標	目標値
	区内公共施設におけるまちなか観光関連イベントの開催数	8 回

## 5 7 自治体間の連携による共同の観光プロモーションの取組み

事業名	[ 72 ] 観光イベントや共通の産業イベント等を通じた自治体間交流等の推進 【重点】	
事業内容	自治体間交流を通じて、地方都市における地方創生の支援に取り組むとともに、世田谷の魅力を地方に浸透させることを目的として当該地方都市等の連携による世田谷型の観光プロモーションを仕掛けることで、地方創生と世田谷の魅力の発信による産業の振興との両立を実現します。	
計画	現況	<p>【背景・課題・成果】</p> <p>自治体間交流やイベント等を通じて、地域文化やスポーツの振興、地域経済の活性化、多くの人々が知り合うきっかけと場づくりを進めるとともに、世田谷の魅力発信の場として活用します。</p>
	目標	<p>【目的ねらい】</p> <p>自治体間交流を通じて、地方都市における地方創生の支援に取り組むとともに、世田谷の魅力を地方に浸透させることを目的として当該地方都市等の連携による世田谷型の観光プロモーションを仕掛けることで、地方創生と世田谷の魅力の発信による産業の振興との両立を実現していきます。</p> <p>【取組み】</p> <p>商店街イベントや観光イベント等を通じた自治体間交流等の推進、支援 図柄入りナンバープレートなど共通の産業振興事業を通じた自治体間交流の推進</p>
関連する計画	-	
計画所管課	産業連携交流推進課	
関連所管課	商業課、経営改革・官民連携担当課	
	成果指標	目標値
	自治体間交流が行われている区内イベントの開催数	170 回

## 5 8 世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進

事業名	[ 73 ] 世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進 【重点】		
事業内容	世田谷の魅力のアップに向けた広報活動やイベント運営等に取り組むとともに、SNSやアプリなど新たな情報発信手法の活用、ターゲットを定めた情報発信方法の工夫等の取組みを通じて、世田谷産業の魅力や観光情報を効果的に発信し、区内外からの誘客と消費喚起による産業活性化につなげていきます。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 民間事業者やNPO、区民等による活動やアイデアを活用し、新たな世田谷の魅力、観光資源を創出・顕在化することで、世田谷のブランドイメージを高めることに努めてきました。	
	目標 (30～33年度)	【目的ねらい】 世田谷区産業振興公社や民間事業者、NPO、区民等との連携により、世田谷のブランドイメージを形作るとともに、社会の変化や産業のトレンドにあわせて、世田谷区独自の多様な魅力や価値の創出を図っていきます。 【取組み】 観光プロモーション戦略に基づく効果的な情報発信 世田谷区の観光プロモーションビデオによる区の魅力の発信 観光ホームページや観光アプリ、SNSの活用による観光情報発信の充実 世田谷まちなか観光交流協会を中心とした区内民間事業者との連携による情報発信の充実	
関連する計画	-		
計画所管課	産業連携交流推進課		
関連所管課	商業課、各総合支所地域振興課、		
	成果指標	前計画	目標値
	世田谷区のプロモーションビデオのYouTube等におけるアクセス数	-	20,000回
	観光アプリのダウンロード数	4,600件	22,600件
	観光ホームページの閲覧数	-	920,000アクセス

## 消費者市民社会の実現

### 【課題と背景】

- ・商品やサービスの選択など消費行動が事業者や社会に大きな影響を及ぼすことについて、自覚ある主体的消費活動が求められています。
- ・持続可能な社会の形成、良好な国際関係の確立に寄与する消費活動のための消費者教育の重要性が増大しています。

### 【課題解決に向けて】

- ・適正な消費活動の維持に向けた消費者各自の自覚と主体的な消費活動を促すための社会全体における消費者意識の啓発活動を進めていきます。

## 5 9 消費者の自立支援

事業名	[ 74 ] 消費者の自立支援 【重点】		
事業内容	産業部門及び福祉部門と連携した消費者啓発活動の促進と、消費者各自のニーズに合わせた消費者教育の推進を進めるとともに、「倫理的消費」(エシカル消費)や「フェアトレード」の普及など、新たな視点に立った啓発活動を組み合わせることにより、適正な消費行動の実現による持続可能な社会を目指します。		
計画	現況	【背景・課題・成果】 消費者市民社会の形成に向け、区民一人ひとりの具体的な参画が必要であり、消費者教育の一層の推進が求められています。	
	目標	【目的ねらい】 啓発誌を通じた普及啓発や区民向け講座を実施していきます。 【取組み】 消費者啓発事業の実施	
関連する計画	-		
計画所管課	消費生活課		
関連所管課	商業課、教育指導課		
	成果指標	前計画	目標値
	SDGs の考え方やエシカル消費などの認知度	-	30%
	SDGs の考え方やエシカル消費に基づく行動の経験	-	40%

## 価値創造プロジェクト

世田谷区産業ビジョンに基づき、せたがや全体に価値創造をもたらすことを意図して創設された5つの価値創造プロジェクトについて、それぞれのプロジェクトの進め方を整理します。

### プロジェクト1：地域と共に生活価値の創造を促す機能づくり

#### 1. 趣旨

人口の増加やさらなる高齢化が予想される世田谷区においては、各地域で、安全・安心、快適な日々の生活を維持することや、今後も、魅力的で居心地の良い地域生活の継続とさらなる向上を図っていくことが世田谷区の魅力を高めていきます。

地域において、区民が生活しやすい安全・安心、快適な生活を維持・向上できるように、同じ地域の住民や会社等と一緒に、生活価値の向上を促すとともに、新たな価値を創造する場や機会づくりの支援を行っていきます。

日頃の消費生活を支えるとともに、引き続き公共的な役割を担っていく観点から、地域の商店街等が中心となって関係各所、そして顧客等と連携して、生活支援や生活価値創造の機能を担っていきます。

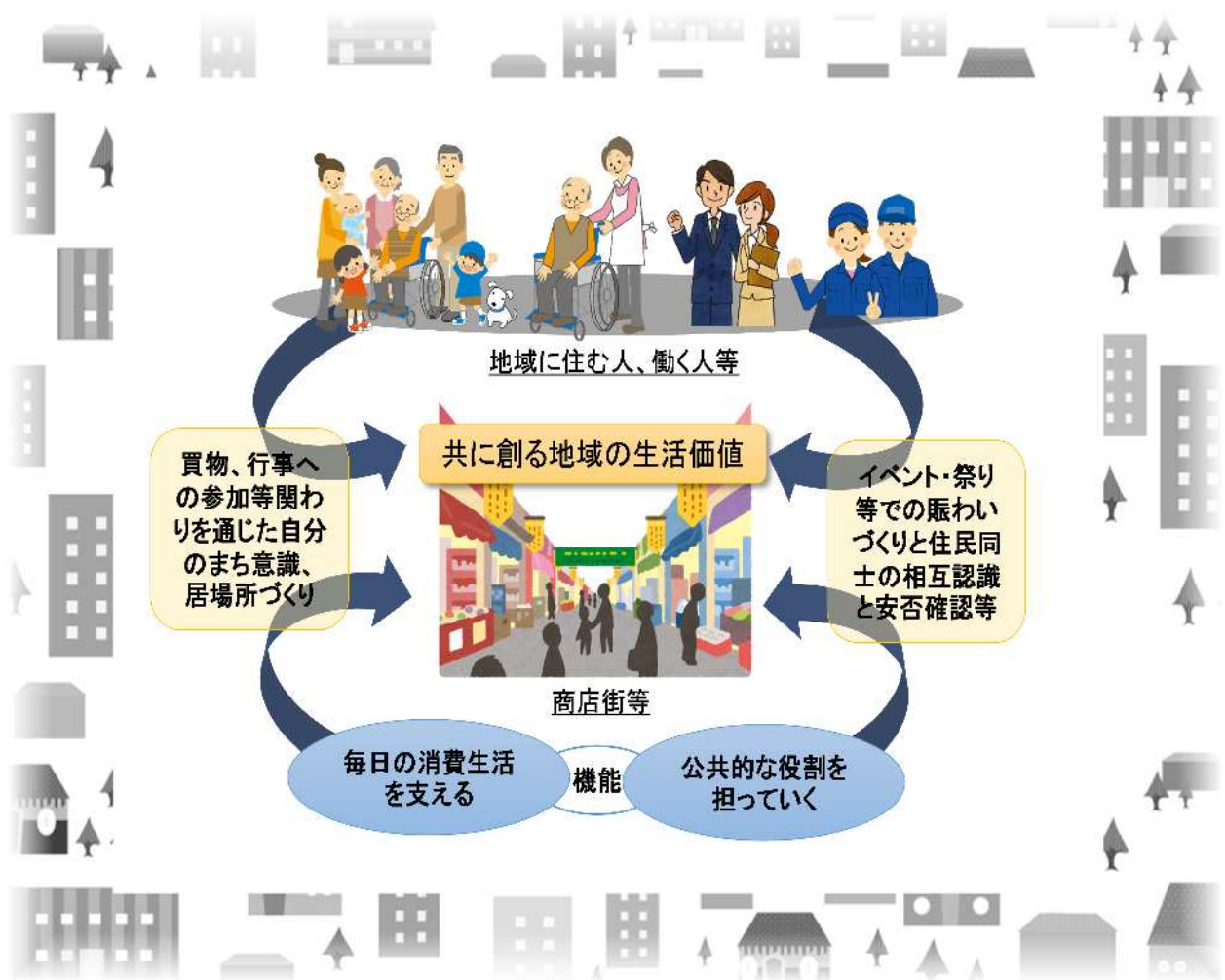
#### 2. 展開手法

商店街をフィールドにして、商店街関係者と顧客や企業、NPOなど同じ地域で生活やビジネスに携わる関係者が一体となって、検討の場づくりを行い、生活価値創造を促進するまちづくりを推進して行きます。

該当施策及び関連事業	
該当施策	区民生活や地域環境を支え高める商店街振興
事業1	[19]商店街が担う公共的役割への支援
事業2	[20]地域連携の推進
事業3	[21]商店街の魅力の発信
事業4	[22]商店街のマネジメント機能の育成
該当施策	世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
事業5	[39]生活関連産業の誘致・育成
該当施策	まちなか観光が生み出す産業の活性化
事業6	[49]様々な交流や体験を生み出す観光事業の展開
事業7	[51]民間事業者等と連携した観光事業の展開
事業8	[54]誘客の促進に向けた情報発信力の強化
該当施策	世田谷人材の育成と活躍促進
事業9	[17]ソーシャルビジネス・コミュニティビジネス活動支援
該当施策	安全・安心な消費環境づくり
事業10	[36]消費生活の安全・安心の確保
事業11	[38]効果的な啓発活動



### 3. イメージ図



## プロジェクト2：コンパクトで多様な都市型ライフスタイルを支える産業の育成

### 1. 趣旨

世田谷区は交通アクセスの良い地域も多く、区民の生活環境への評価は高くなっています。その一方で、東京 23 区で2番目に広い面積(58.05km<sup>2</sup>)を有する世田谷区の中には、駅や買物先へのアクセス環境が必ずしも良くない場所があり、そこでは高齢者を中心に移動不安や買物弱者が生じるなど社会的孤立状況が現出することが懸念されます。また、区内の空き家は5.3万戸、空き家率は10.4%であり、特にマンションの空き家率は12.8%となっています(出典:総務省「平成25年住宅・土地統計調査」)。これは、東京23区で最も多く、今後特に前記の交通アクセスがあまり良くない地域などでは、増加傾向となることが予想されます。

欧米都市の中には、持続可能な歩いて暮らせるコンパクトなまちづくりを産業活性化につなげているところがあります。土地利用の規制、交通インフラの整備をはじめとした様々な都市政策を進めたことに伴い、市民の暮らしやすさが向上するとともに、都市開発に係る雇用創出や関連産業の活性化、そして様々な産業誘致や集積化も進み、高い経済成長率を実現しています。

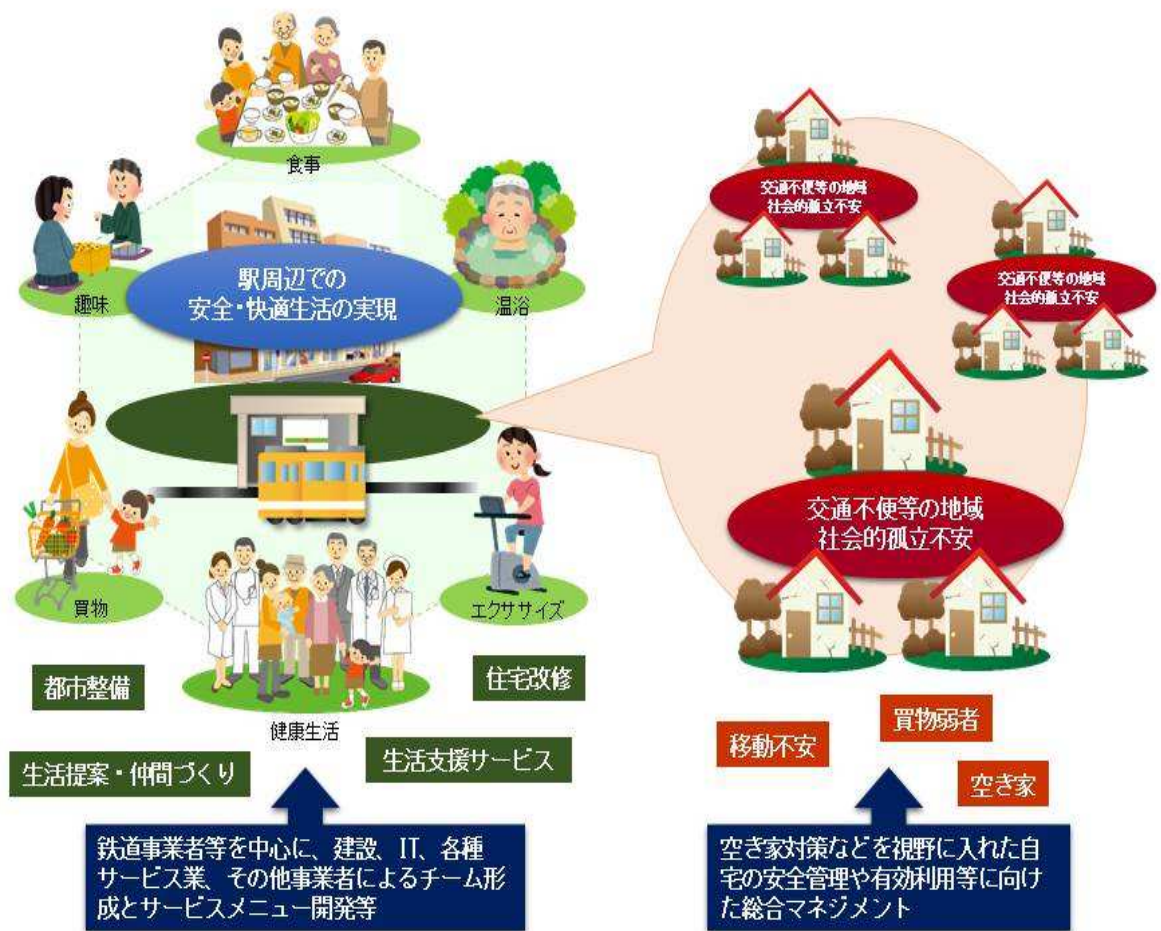
海外等の先進的な成熟都市の取組み等を参考にして、世田谷区に見合った安全・快適な暮らしやすいコンパクトな生活創造と、それを支える産業の振興を進めていきます。

### 2. 展開手法

移動不安や買物弱者、社会的孤立が心配される区民等の困りごとや要望の把握を進め、区内の駅周辺の集合住宅などを中心とした利便性の高い商業・サービス業等の集積と、空き家対策などを視野に入れて自宅の安全管理や有効利用等に向けた総合マネジメントの推進により安全・安心で快適な区民生活を実現します。それに伴い、都市整備、住宅改修等に関わる産業の活性化と、まちなかでの安全、快適な生活の実現に向けて、区内の大手企業、鉄道事業者等を中心に、建設、IT、各種サービス業、その他事業者によるチームを形成し、各種生活支援サービスを提供します。

該当施策及び関連事業	
該当施策	地域や生活に身近なものづくりの産業
事業1	[24]環境・エネルギーに係る取組みの推進
該当施策	世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
事業2	[39]生活関連産業の誘致・育成
事業3	[40]新たな産業技術等の活用促進
事業4	[41]多様な産業主体間の意見交換・交流による産業連携促進
該当施策	ものづくり技術を活かした産業の推進
事業5	[43]ものづくりを中心とした新たな産業技術等の活用促進
該当施策	潤いと活力に満ちた地域づくり
事業6	[61]駅や各総合支所などの地域の拠点周辺を中心とした区民生活の利便性を支える産業の振興
事業7	[62]広域生活・文化拠点における観光情報コーナー、公衆無線LAN環境、案内サイン等の整備
事業8	[63]都市開発にあわせた商店街振興などに向けた取組みの推進
事業9	[64]各エリアの取組みと連携した商店街振興・地域振興
該当施策	建設産業などが支える家・まち・都市の拡充・発展
事業10	[65]建設・建築関連産業の振興
事業11	[66]建設業人材確保・定着支援事業(都市インフラ高度化に向けた整備、推進)

### 3. イメージ図



## プロジェクト3：「3(x2)×1型農業」の推進と多面性の強化

### 1. 趣旨

区内には92.6haの農地がありますが(2016年(平成28年))、農地も農家戸数も減少の一途を辿っています。その一方で、農地等を活用した様々なふれあい事業、そして「せたがやそだち」のPRなども功を奏して、世田谷区産の農作物等の人気は高く、各所で求める声は多く聞こえます。

また、飲食・サービス業をはじめとする第3次産業は世田谷区を代表する産業の1つで、雇用力は最も高く、稼ぐ力も高い特性があり、優れた調理技術等に裏付けられ多くの人を惹きつける人気店も少なくありません。地方都市における農業等と比べると、他都市からも顧客を集める力が高い飲食店が多い大消費地の中にある世田谷農業は、消費者へのアプローチが容易であるという利点を有します。

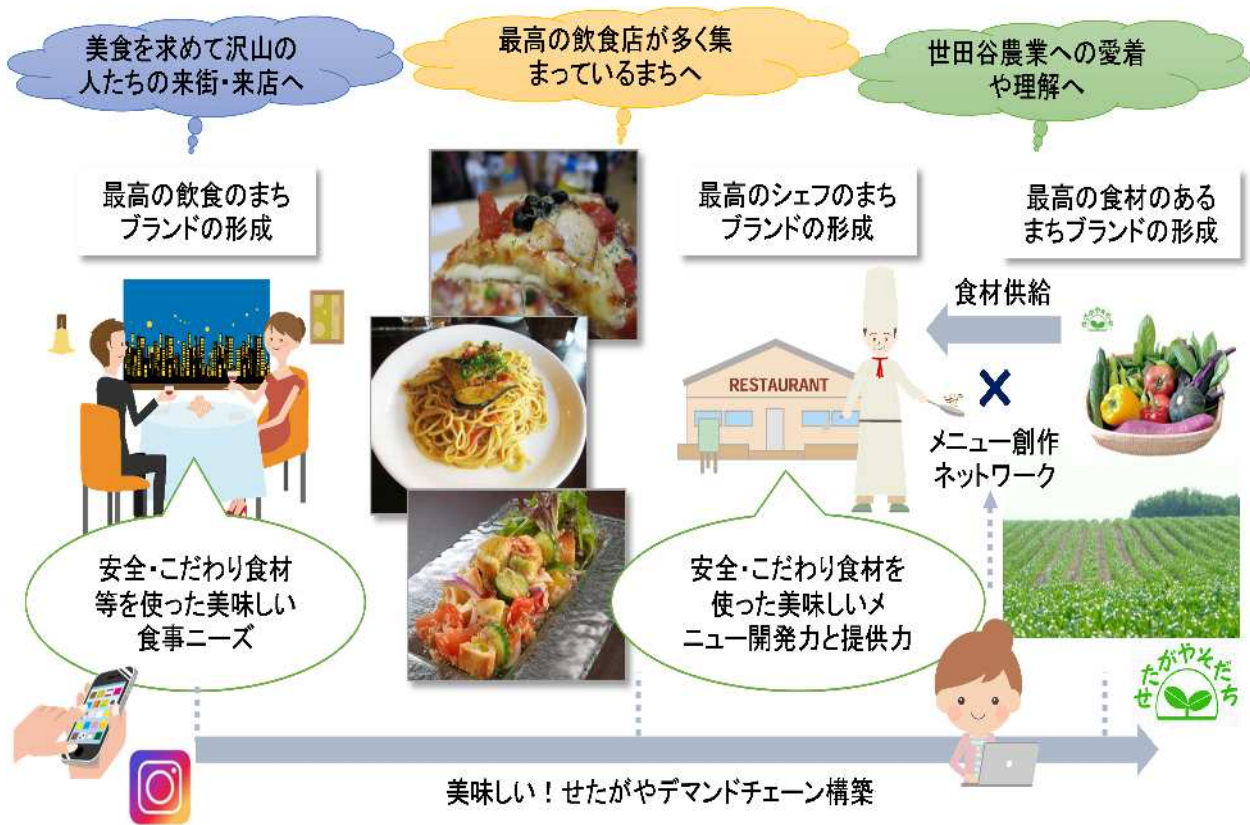
そこで、飲食店での調理やその技術を「ものづくり」に見立て【小文字のx2】として、集客力が高いという世田谷区の商業・サービス業(第3次産業)の利点と、消費者との距離が近いという強みを持つ「せたがやそだち」などの農作物(第1次産業)を結び付けた様々な取組みを進めていきます。そして、せたがや独自のデマンドチェーンの構築を行うとともに、全体として区民や区外の消費者等の世田谷農業への理解度向上に寄与する仕組みを構築して行きます。

### 2. 展開手法

農家、飲食店に本取組みについて説明し、理解を求めるとともに、個々のニーズを把握します。そして、各飲食店が区内農作物等の特長を理解して、顧客ニーズに応えるメニュー開発を進めていきます。その上で、関係者が協力して流通の効率化(低炭素化)、イベント等による効果的なPR等を着実に進めていくとともに、商業・サービス業と農業が一体となって様々な広がりを持つ取組みを実行していきます。

該当施策及び関連事業	
該当施策	区民とともに作る世田谷農業
事業1	[29]「せたがやそだち」のブランド化推進
該当施策	世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
事業2	[39]生活関連産業の誘致・育成
事業3	[40]新たな産業技術等の活用促進
事業4	[41]多様な産業主体間の意見交換・交流による産業連携促進
該当施策	世田谷の特性を活かした農業力の強化
事業5	[47]高付加価値化の促進
事業6	[48]魅力ある農業経営の展開支援
該当施策	産業創造基盤
事業7	[5]産学金公連携による事業の促進
該当施策	農のある都市環境の維持・形成
事業8	[67]農地・緑地の保全推進
事業9	[68]都市農業の理解促進

### 3. イメージ図



## プロジェクト4：せたがや産業創造プラットフォームの設置とネットワークの形成

### 1. 趣旨

世田谷区では、これまで区内産業の抱える課題等について、産学金公の連携による検討会議の開催などを進め、本ビジョン等の検討をはじめとして、様々な施策検討なども行い、事業承継に対する支援窓口の設置、まちなか観光推進に向けた体制づくりなどに繋げてきました。そうした検討の場で議論されてきたことの1つに「せたがやの特性や強みを活かしたブランドの形成」があります。緑が多く生活しやすいなどの理由から、都市としての世田谷の評価は高く、芸能人や高額納税者等も多く居住しています。

このように「生活しやすい住宅都市：世田谷」としての高い評価の要因は、それぞれの街で賑わいを創出している商店街とそれ構成する小売、飲食、サービス業などの魅力的な個店、様々な技術を有するものづくり産業、地産地消のせたがや農業、区内に立地している16大学(学部)とその学生など様々な地域資源によるクリエイティブな連携にあります。

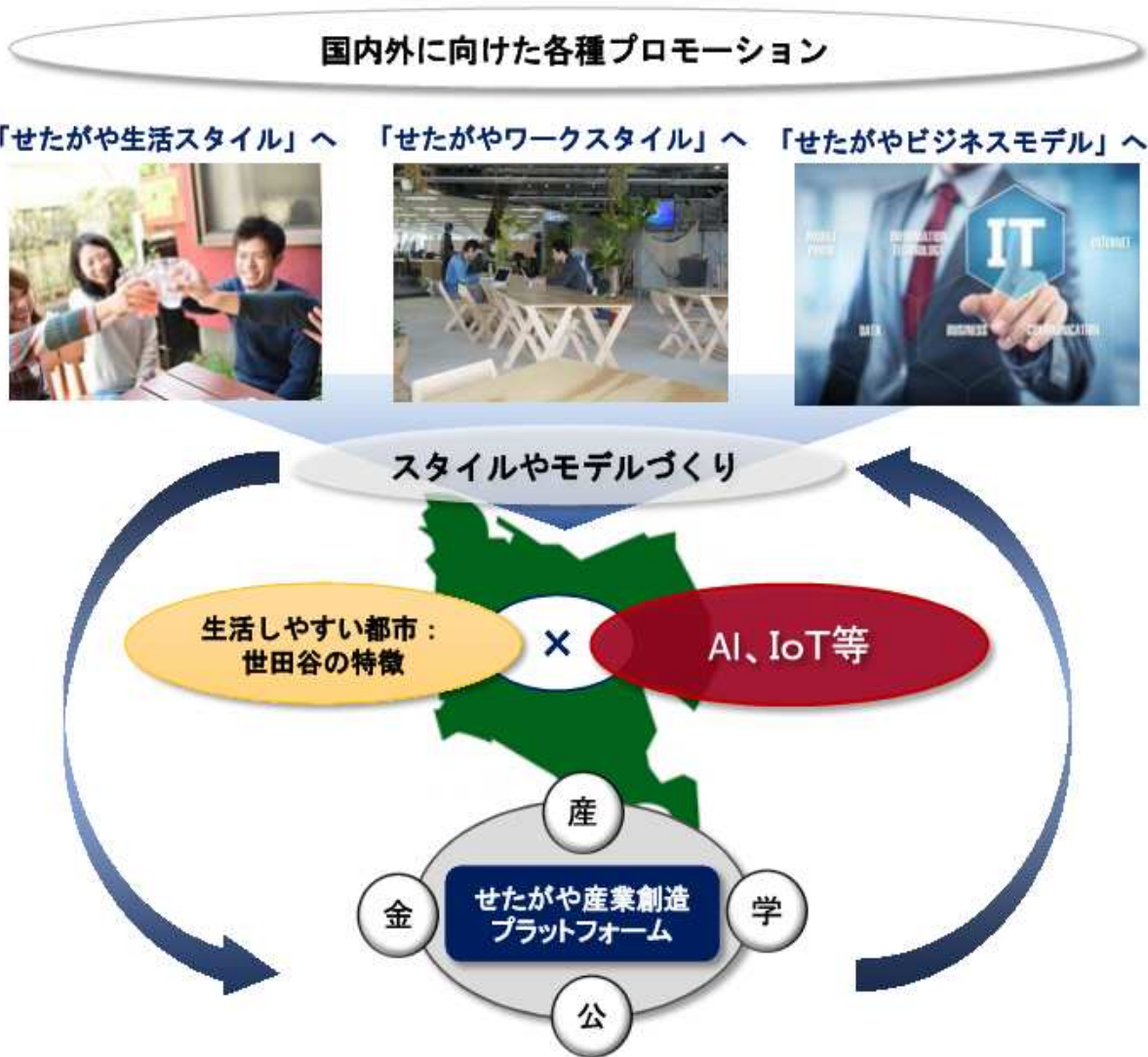
今後ますます経済や社会のグローバル化が進展していく中で、都市間競争や企業間の競争が激化するとともに、企業同士の境界線があいまいになり、オープン化、ネットワーク型企業が増加していくことが想定されます。IoT、AIといった新たな産業技術が進化し、私たちの生活や社会での活用が進んでいく中で、「生活しやすい住宅都市：世田谷」の維持・向上に向けて、「せたがや生活スタイル」、「せたがやワークスタイル」、そして「せたがやビジネスシーンやモデル」をより洗練させていくことが重要です。そこで、区内の産学金公等により構成される「(仮)せたがや産業創造プラットフォーム」を設立し、上述のような観点から生活スタイルやビジネスモデルづくりを進め、国内外に向けて「世田谷型産業」のプロモーションを進めていきます。

### 2. 展開手法

区内の産学金公等により構成される「(仮称)せたがや産業創造プラットフォーム」(以下「プラットフォーム」という。)設立に向けた準備を進めるとともに、IoT、AIを活用したワークスタイル、ビジネス等についての社会経済トレンドや市場動向の分析・把握を行います。そして、プラットフォームでは「せたがやワークスタイル」や「せたがやモデル」等の検討を行い、国等との協力・連携のもと、社会経済状況の把握に向けたマーケティングと国内外の都市に向けたプロモーションを強力に推進し、区内関連産業全体の創造と振興を図ります。

該当施策及び関連事業	
該当施策	産業創造基盤
事業1	[5]産学金公連携による事業の促進
該当施策	世田谷生活に活力を与える生活関連産業の育成
事業2	[39]生活関連産業の誘致・育成
事業3	[40]新たな産業技術等の活用促進
事業4	[41]多様な産業主体間の意見交換・交流による産業連携促進
該当施策	ものづくり技術を活かした産業の推進
事業5	[43]ものづくりを中心とした新たな産業技術等の活用促進
該当施策	雇用・労働環境の充実
事業6	[9]三茶おしごとカフェ(三軒茶屋就労支援センター)の運営
事業7	[10]多様な働き方の推進
事業8	[11]建設業人材確保・区内中小企業就職支援事業
該当施策	世田谷観光プロモーションの強化
事業9	[73]世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進

3. イメージ図



## プロジェクト5：世田谷人材マッチングの仕組み

### 1．趣旨

90万人を超える人口を抱える本区では、様々な知見や技術等を有する区民が相当数居住しています。

人口減少、経済のグローバル化、AI やIoTなど産業技術の発展など、我々の生活する社会が変化して行く中、人が担う仕事に限られたり、複数の企業が優れた能力を持つ人材を部分的にシェアリングするなど会社と社員との関係も変化していくことが想定されます。また、育児・介護等生活スタイルに合わせた働き方やフリーランスの増加など働き方の多様化や人材の流動化など、今後、働き方と生活スタイルが大きく変わって行くことが予想されています。そのような中で、新たな仕事形態とそれに対応できる人材の多様な組み合わせが必要となることが想定されます。

そこで、人材の宝庫である本区では、こうした社会環境の変化を念頭に、区民が仕事を通じて幸せになるマッチングの仕組みづくりを検討・構築して行きます。

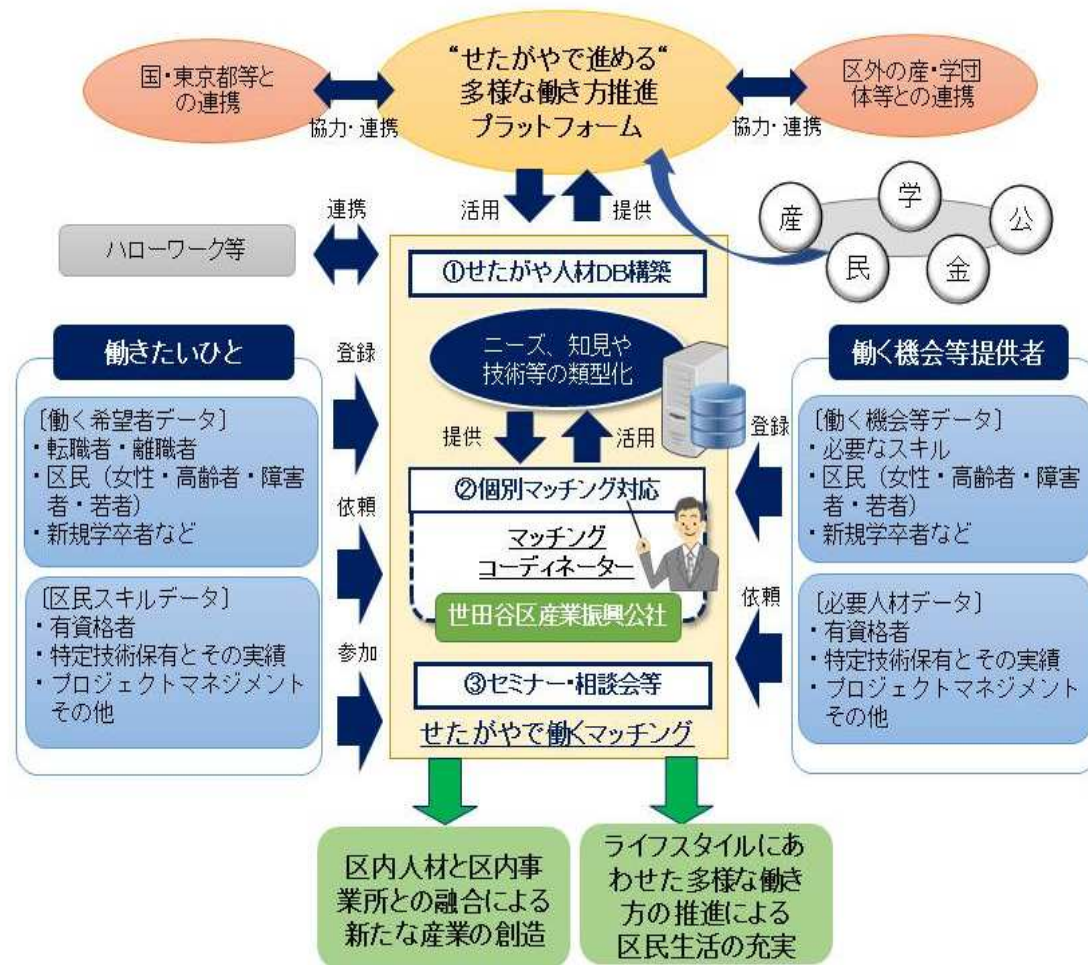
### 2．展開手法

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

該当施策及び関連事業	
該当施策	産業創造基盤
事業1	[5]産学金公連携による事業の促進
該当施策	雇用・労働環境の充実 / 該当施策 世田谷人材の育成と活躍促進
事業2	[9]三茶おしごとカフェ(三軒茶屋就労支援センター)の運営
事業3	[12]ユニバーサル就労等新たな働き方の創出
事業4	[10]多様な働き方の推進
事業5	[11]建設業人材確保・区内中小企業就職支援事業
事業6	[13]地域若者サポートステーション事業
事業7	[14]障害者の雇用拡大
事業8	[18]シルバー人材センターを活用した就業機会の確保
該当施策	世田谷観光プロモーションの強化
事業9	[73]世田谷の地域経済を活性化させるための効果的な広報活動の推進



### 3. イメージ図



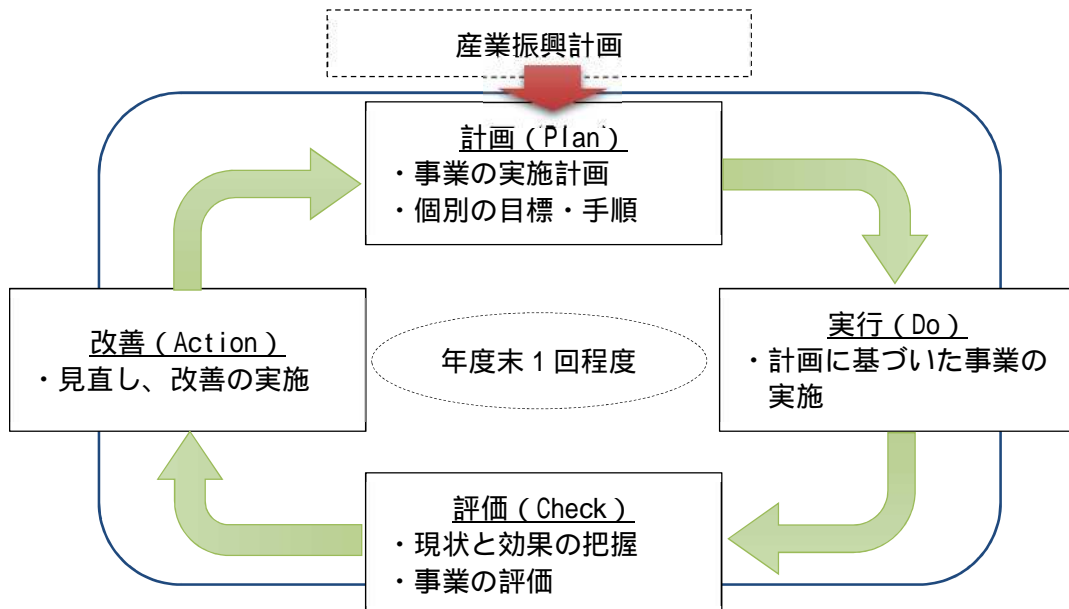
## 振興計画の推進に向けて

### (1) 振興計画の進捗管理

振興計画の具体的な推進に向け、施策と事業の進捗管理が不可欠となってきます。そのためには、事業の計画を立案し(Plan)、実行する(Do)そして評価を行いつつ(Check)、改善を行う(Action)といったPDCAサイクルを意識した事務事業評価を行い、ビジョンの進捗管理を進めることで、事業の費用対効果を高めるために必要な見直しを行っていきます。

具体的には、「世田谷区産業ビジョン懇話会」の学識経験者を中心に、必要な関係主体を適宜追加したメンバー構成によって、「(仮)世田谷区産業ビジョン評価会議」を設置し、PDCAサイクルから見てくる現状から、解決すべき課題を明確にし、事業の優先順位や手段の改善を行っていきます。

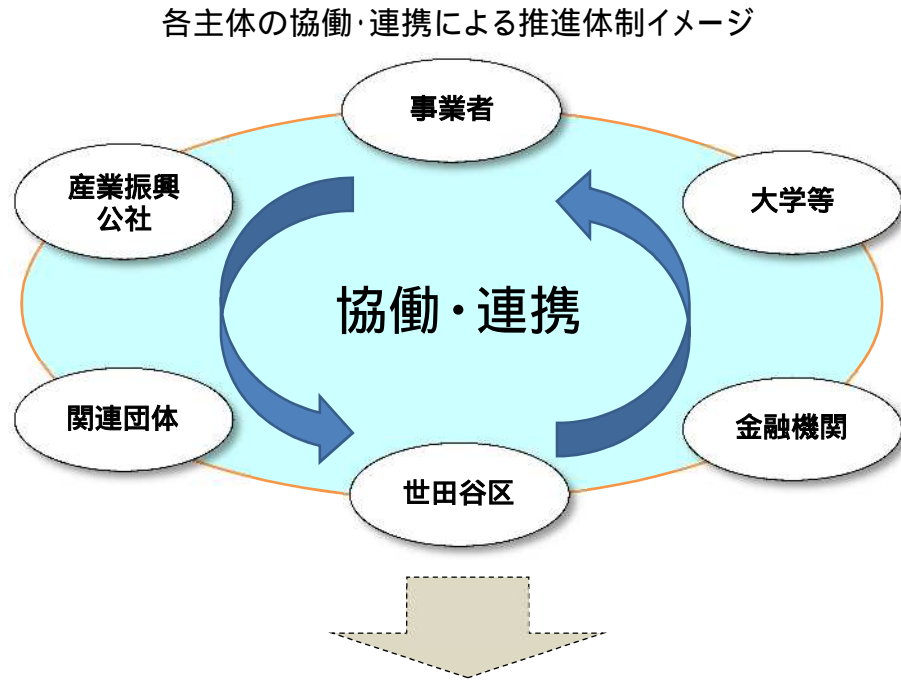
「(仮)世田谷区産業ビジョン評価会議」による進捗管理イメージ



( 2 ) 振興計画の推進体制

産業振興計画を具体的かつ実効的に進めていくために、事務事業評価等による進捗管理と見直しを進めるとともに、各主体の積極的な協働や連携が重要になってきます。

そこで推進にあたり、関係団体、事業者、産業振興公社、金融機関、大学等の研究機関、そして世田谷区が、それぞれの役割を着実に担っていくことが非常に重要となります。



区内産業全体の発展につながる取組みの推進



**世田谷区産業振興計画**  
**(2018年度(平成30年度)**  
**~2021年度(平成33年度))**

発行日 平成30年3月  
編集・発行 世田谷区産業政策部商業課  
〒154-0004  
世田谷区太子堂2-16-7 三軒茶屋分庁舎4階  
電話番号 : 03-3411-6644  
FAX番号 : 03-3411-6635

( 広報印刷物登録番号 1618 )