

# 港区における クリエイティブ産業 実態調査報告書

概要版

平成31年(2019年)3月

港区政策創造研究所  
(企画経営部)

## 港区平和都市宣言

かけがえのない美しい地球を守り、世界の恒久平和を願う人びとの心は一つであり、いつまでも変わることはありません。

私たちも真の平和を望みながら、文化や伝統を守り、生きがいに満ちたまちづくりに努めています。

このふれあいのある郷土、美しい大地をこれから生まれ育つ子どもたちに伝えることは私たちの務めです。

私たちは、我が国が『非核三原則』を堅持することを求めるとともに、ここに広く核兵器の廃絶を訴え、心から平和の願いをこめて港区が平和都市であることを宣言します。

昭和60年8月15日

港 区

## 目次

### I 調査の概要

1 調査の概要 .....	2
(1) 調査の背景と目的	
(2) 調査対象と調査方法	
2 港区の地域概況 .....	3
(1) 港区の位置	
(2) 港区の人口	
(3) 港区の事業所	
(4) 港区の産業構成	
(5) 港区におけるクリエイティブ産業の概況	

### II 「港区におけるクリエイティブ産業実態調査」の結果について

1 事業所 .....	5
(1) 所在地	
(2) 開業時期	
(3) 従業者数	
(4) 主な事業・主なサービス	
2 経営者【一般】 .....	7
(1) 年齢	
(2) 性別	
3 経営状況【一般】 .....	9
(1) 経営形態	
(2) 採算状況	
(3) 重要視している課題	
(4) 人材に関する状況	
4 クリエイティブ活動【一般】 .....	12
(1) クリエイティブ度	
(2) 港区での事業環境と行政への期待	

### III 港区施策の方向性について

.....	15
-------	----

※詳細は、「港区におけるクリエイティブ産業実態調査報告書」(本編)を御覧ください。

# I 調査の概要

## 1 調査の概要

### (1) 調査の背景と目的

東京の中心に位置する港区は、多くの企業や団体、学校、大使館、美術館、観光施設等が集積し、多くの人が訪れ、情報と知識が集中する地域です。一方、地価は高く、区内に立地する企業は高付加価値を求められています。知識・情報の集積を活かし、高付加価値の製品やサービスを供給するためには、働く人の知識と能力を活かし、企業活動の創造性（クリエイティビティ）を高めることが必要になります。

企業の獨創性や創造性と密接に関係する産業分野はクリエイティブ産業と呼ばれ、近年国内外で注目を集めています。しかしながら、「経済センサス」等の既存の統計では、「クリエイティブ産業」という産業分類が設けられていないため、「クリエイティブ産業」の実態を深く知ることはできません。

そこで、港区政策創造研究所<sup>1</sup>では、港区におけるクリエイティブ産業の現状と課題を明らかにすることを目的として、「港区におけるクリエイティブ産業実態調査」（以下「港区クリエイティブ産業調査」という。）を実施しました。

### (2) 調査対象と調査方法

港区政策創造研究所では、クリエイティブ産業を12の項目から捉えています（図表1）。この定義を基にして、「港区クリエイティブ産業調査」では、平成30年（2018年）4月1日現在のタウンページデータベースに掲載されている港区の事業所から、クリエイティブ産業に該当する事業所7,672件を調査対象としました。その上で、調査対象事業所を、一般業種（飲食業以外）と飲食業種の2つに分け、それぞれ調査票を作成、送付しました。記入していただいた調査票は、郵送で回収しました（図表2）。

回収した調査票を、一般業種と飲食業種に分け、それぞれについて分析を行いました。報告書本編では、それらの結果の詳細を掲載しています。概要版では、一般業種の分析結果を中心に紹介します。

図表1 クリエイティブ産業の定義

項目	業種の例
1 文化・芸術・音楽	著述・芸術家業、音声情報制作業
2 映像・コンテンツ制作	映像情報制作・配給業、アニメーション制作業
3 出版・印刷	出版業、印刷業
4 広告・イベント	広告業、広告制作業
5 テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	民間放送業、新聞業
6 IT・情報通信・ソフトウェア制作	ソフトウェア業、情報提供サービス業
7 建築設計	建築設計業
8 デザイン	デザイン業
9 ファッション	美容業、衣服裁縫修理業
10 製造・加工	家具製造業、金属彫刻業
11 観光・旅行・宿泊	旅行業、旅館、ホテル
12 飲食業	専門料理店、喫茶店

（注）本調査では、1～11を一般業種、12を飲食業種と区分している。

図表2 「港区クリエイティブ産業調査」の概要

調査方法	郵送による調査票調査			
調査時点	平成30年（2018年）5月1日現在			
調査期間	平成30年（2018年）5月25日から6月15日			
種別	送付数	有効送付数 (A)	有効回収数 (B)	有効配布数を基準とした回収率 (B/A)
全体	7,672件	7,283件	1,506件	20.7%
一般業種	4,602件	4,338件	1,047件	24.1%
飲食業種	3,070件	2,945件	459件	15.6%

<sup>1</sup> 平成23年2月1日付で港区企画経営部内に設置した研究所で、各総合支所及び各支援部を政策形成面から支援することを目的としています。なお、調査の設計は、港区産業・地域振興支援部産業振興課の協力を得ながら港区政策創造研究所が主体となって行いました。

## 2 港区の地域概況

### (1) 港区の位置

港区は、東京都のほぼ東南部に位置して、東は東京港に面し、その北端でわずかに中央区に接し、北は千代田区と新宿区に、西は渋谷区、南は品川区、東は江東区にそれぞれ隣接しています（図表3）。

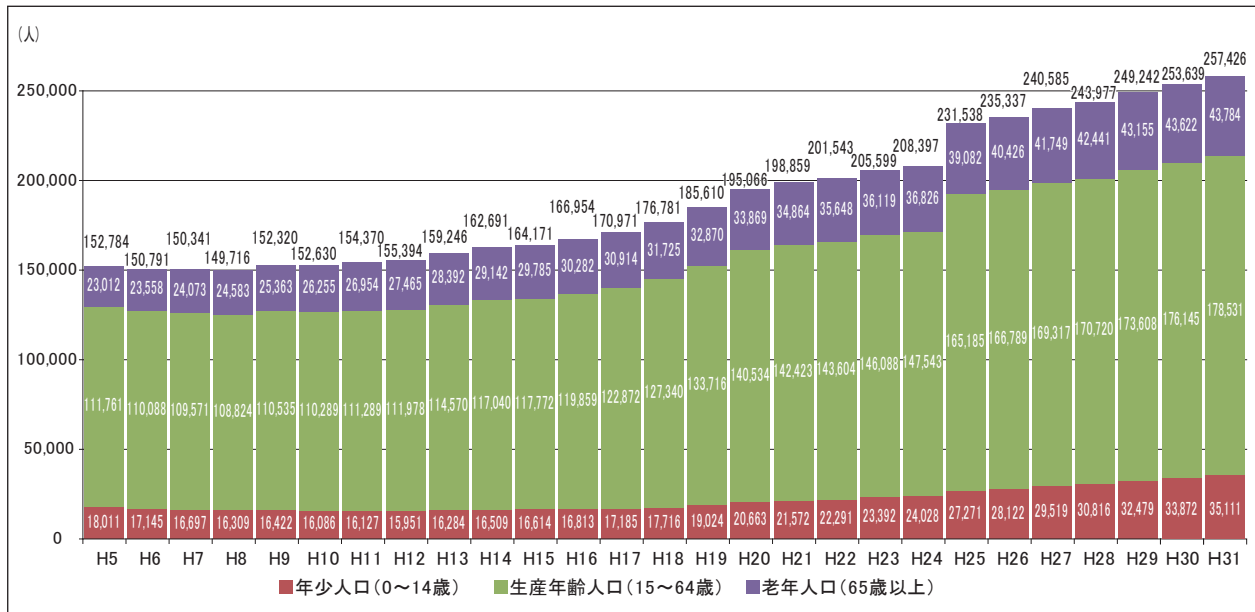
### (2) 港区の人口

平成31年（2019年）1月1日現在の住民基本台帳によると、港区の人口は257,426人（男121,326人、女136,100人）、世帯数は131,799世帯（世帯数は日本人のみの世帯の数）となっています（図表4）。人口は、昭和59年（1984年）から長期的な減少傾向に転じて、平成7年（1995年）4月には15万人を割り込みましたが、近年の芝浦港南地域での人口増加に伴い、平成29年（2017年）2月15日に昭和38年（1963年）以来、54年ぶりに25万人を突破しました。

図表3 港区の位置



図表4 港区の人口動向



※各年1月1日現在

※平成25年（2013年）以降は、外国人人口を含む。

（資料）住民基本台帳から作成

### (3) 港区の事業所

総務省「平成28年経済センサスー活動調査（速報値）」では、港区の事業所数は37,021件、従業者数は1,009,058人です<sup>2</sup>。港区は、23区の中で事業所数、従業者数ともに最多です。

### (4) 港区の産業構成

総務省「平成28年経済センサスー活動調査（速報値）」によると、港区内の産業別事業所数は、「卸売業、小売業」が最も多く（8,022件）、「宿泊業、飲食サービス業」（5,910件）、「学術研究、専門・技術サービス業」（4,582件）と続きます。産業別従業者数は、「卸売業・小売業」（237,077人）、「情報通信業」（181,323人）、「サービス業（他に分類されないもの）」（115,577人）と続きます。

港区と全国の産業構成を比べると、「情報通信

業」及び「学術研究、専門・技術サービス業」が相対的に高くなっています。一方で、「生活関連サービス業、娯楽業」や「医療、福祉」など、住民生活に直接関連する産業の割合については、港区は全国よりも相対的に低くなっています。

### (5) 港区におけるクリエイティブ産業の概況

事業所全体に占めるクリエイティブ産業の割合を、東京都、23区、港区で比べると、事業所数ベース、従業者数ベースともに、港区は東京都全体や23区の数値を上回ることがわかります（図表5）。特に、「映像・コンテンツ制作」、「広告・イベント」、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」の事業所が相対的に多くなっています。

図表5 東京都・23区・港区におけるクリエイティブ産業の概況

	東京都			23区			港区			港区／東京都		
	事業所数		従業者数	事業所数		従業者数	事業所数		従業者数	事業所数	従業者数	
	実数	構成比率		実数	構成比率		実数	構成比率				
事業所全体 (①)	662,360	-	9,657,306	521,270	-	7,711,329	39,198	-	1,002,027	5.9%	10.4%	
クリエイティブ産業	1. 文化・芸術・音楽	4,112	2.4%	83,484	3,195	2.3%	56,562	540	4.3%	9,001	13.1%	10.8%
	2. 映像・コンテンツ制作	3,719	2.2%	49,269	3,229	2.3%	45,462	636	5.0%	13,320	17.1%	27.0%
	3. 出版・印刷	10,530	6.2%	139,384	9,809	7.0%	128,804	519	4.1%	8,404	4.9%	6.0%
	4. 広告・イベント	4,191	2.5%	76,828	3,946	2.8%	75,077	702	5.5%	25,979	16.8%	33.8%
	5. テレビ・ラジオ・新聞・他メディア	2,132	1.2%	54,338	1,947	1.4%	52,668	286	2.3%	16,700	13.4%	30.7%
	6. IT・情報通信・ソフトウェア制作	13,258	7.8%	596,840	11,832	8.4%	563,399	1,798	14.2%	121,138	13.6%	20.3%
	7. 建築設計	6,164	3.6%	61,742	4,953	3.5%	53,950	418	3.3%	4,764	6.8%	7.7%
	8. デザイン	3,236	1.9%	18,337	3,014	2.1%	17,633	453	3.6%	3,590	14.0%	19.6%
	9. ファッション	23,859	14.0%	112,124	18,669	13.3%	92,519	803	6.3%	7,418	3.4%	6.6%
	10. 製造・加工	5,674	3.3%	43,805	4,919	3.5%	36,326	91	0.7%	912	1.6%	2.1%
	11. 観光・旅行・宿泊	3,819	2.2%	88,230	3,046	2.2%	80,639	405	3.2%	16,290	10.6%	18.5%
	12. 飲食業	90,028	52.7%	784,644	72,238	51.3%	632,616	6,002	47.4%	65,259	6.7%	8.3%
小計 (②)	170,722	100.0%	2,109,025	140,797	100.0%	1,835,655	12,653	100.0%	292,775	7.4%	13.9%	
その他の産業	491,638	-	7,548,281	380,473	-	5,875,674	26,545	-	709,252	5.4%	9.4%	
クリエイティブ産業の割合 (②／①)	25.8%	-	21.8%	27.0%	-	23.8%	32.3%	-	29.2%	-	-	

(資料) 総務省統計局「平成26年経済センサスー基礎調査」より作成

(注1) 「事業所全体」は、民営事業所のうち事業内容等不詳の事業所を除いた数値である。

(注2) 「港区／東京都」では、10.0%を超える数値を薄い網掛け、20.0%を超える数値を濃い網掛けとして示す。

<sup>2</sup> 農林漁業を除く民営の事業所数と従業者数です。従業者数は、性別不詳を含みます。

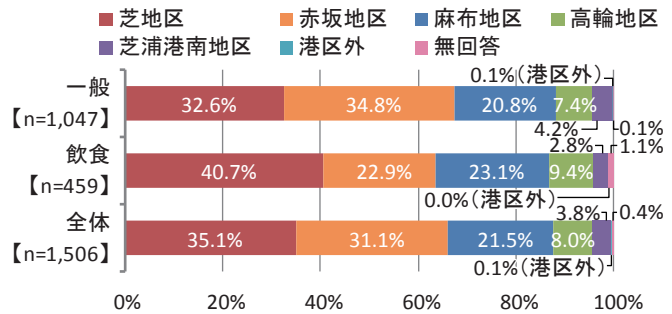
## Ⅱ 「港区におけるクリエイティブ産業実態調査」の結果について

### 1 事業所

#### (1) 所在地

事業所全体の所在地を見ると、「芝地区」が最も多く、「赤坂地区」、「麻布地区」と続きます（図表6）。「一般」では「赤坂地区」の割合が相対的に高く、「飲食」では「芝地区」の割合が相対的に高くなっています。

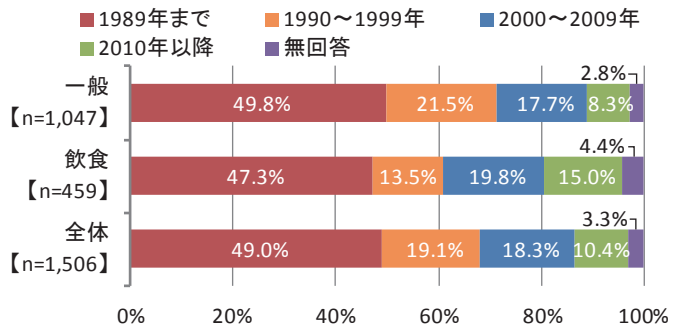
図表6 所在地【全体】



#### (2) 開業時期

調査事業所のおよそ半数が、1989年以前に開業していました（図表7）。「一般」では「1990～1999年」、「飲食」では「2000～2009年」及び「2010年以降」の割合が相対的に高くなっています。

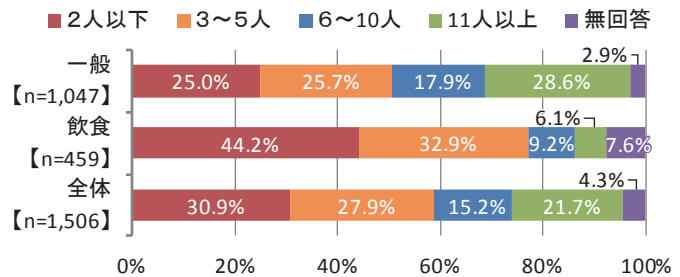
図表7 開業時期【全体】



#### (3) 従業者数

正規従業者数については、全体の約3割の事業所が「2人以下」と回答していません（図表8）。また、「2人以下」及び「3～5人」の割合を見ると、「飲食」の方が「一般」より高く、「6～10人」及び「11人以上」の割合を見ると、「飲食」の方が「一般」より低くなっています。「飲食」の方が「一般」よりも正規従業者数が少ない傾向があることを確認できます。

図表8 正規従業者数【全体】



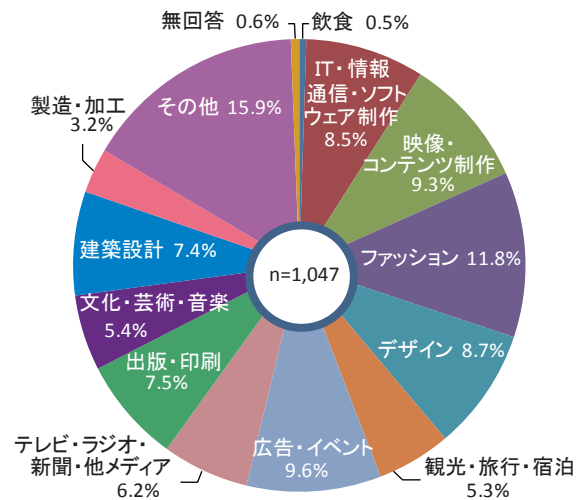
**(4) 主な事業・主なサービス**

一般業種の主な事業内容は、多岐に渡っていません(図表9)。「その他」の割合が相対的に高いことから、「ファッション」や「広告・イベント」等の既存の事業分野の枠組みでクリエイティブ産業を捉えることの難しさが読み取れます。

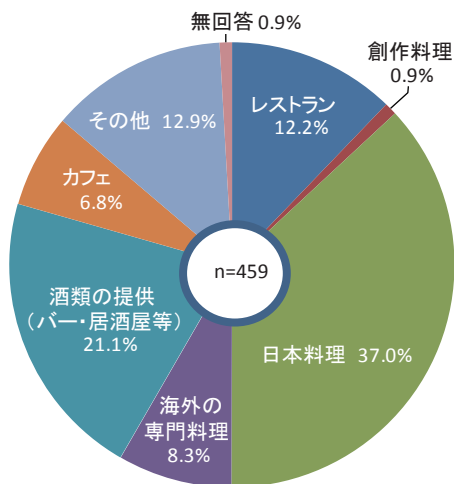
飲食業種では、「日本料理」の割合が比較的高く、「酒類の提供(バー・居酒屋等)」、「その他」、「レストラン」と続きます(図表9-2)。

業界の特徴について見ると、一般業種では、「5. 企画・提案力が問われている」や「6. 専門知識が問われている」と選択する割合が高く、飲食業種では、「7. 人材の確保が難しい」や「10. 周辺地域との関係が重要である」等を挙げる割合が高い傾向があります(図表10)。

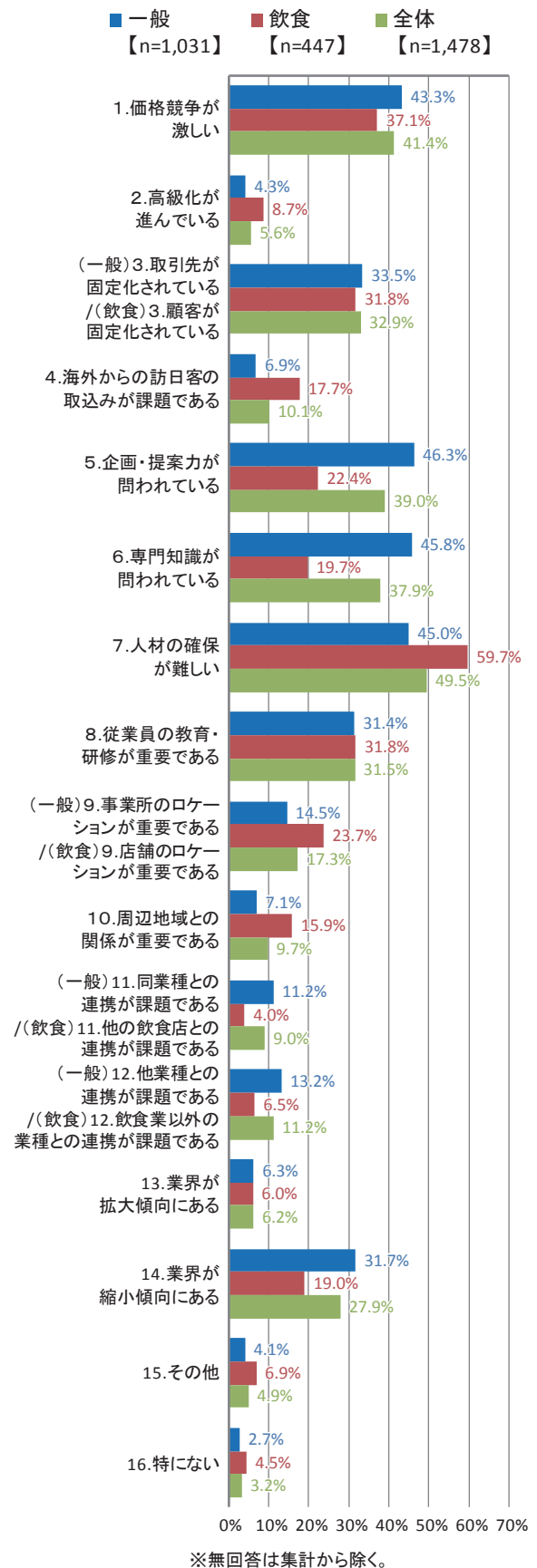
図表9 主な事業【一般】



図表9-2 主な提供するサービス【飲食】



図表10 業界の特徴【全体】





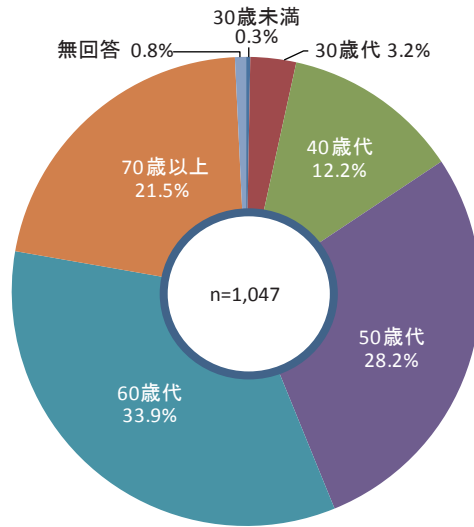
## 2 経営者【一般】

### (1) 年齢

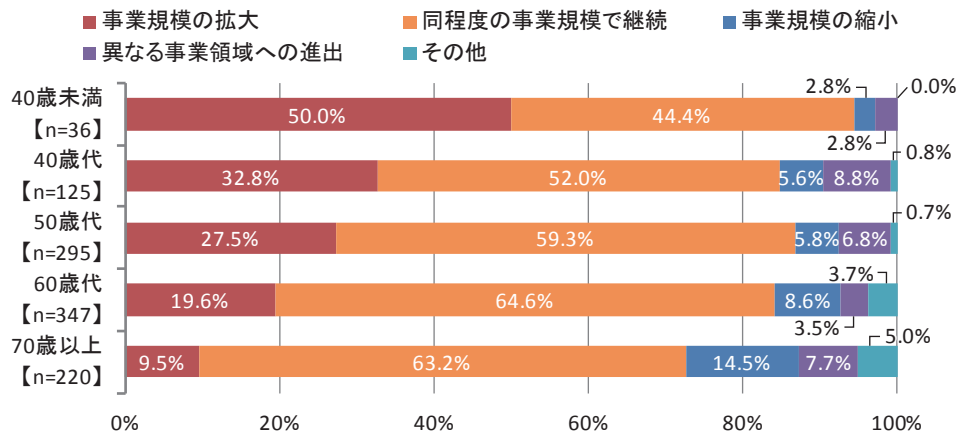
ここからは、一般業種の事業所の分析結果に限定して紹介していきます。

経営者の年齢を尋ねたところ、半数以上が60歳以上でした（図表11）。経営者の年齢が若くなるほど、今後の予定について「事業規模の拡大」の割合が高くなり、「事業規模の縮小」の割合が低くなる傾向があります（図表12）。

図表11 経営者の年齢



図表12 経営者の年齢別の今後の事業予定



※無回答は集計から除く。

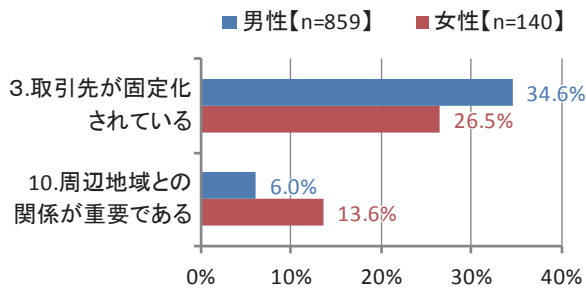


## (2) 性別

一般業種の事業所全体では、経営者の女性比率は15%弱です（図表13）。「ファッション」や「文化・芸術・音楽」では女性比率が比較的高いですが、「出版・印刷」や「建築設計」では低くなっています。

また、性別によって経営者が考える業界の特徴に差があることもわかりました（図表14）。

図表14 経営者の性別と業界の特徴【抜粋】

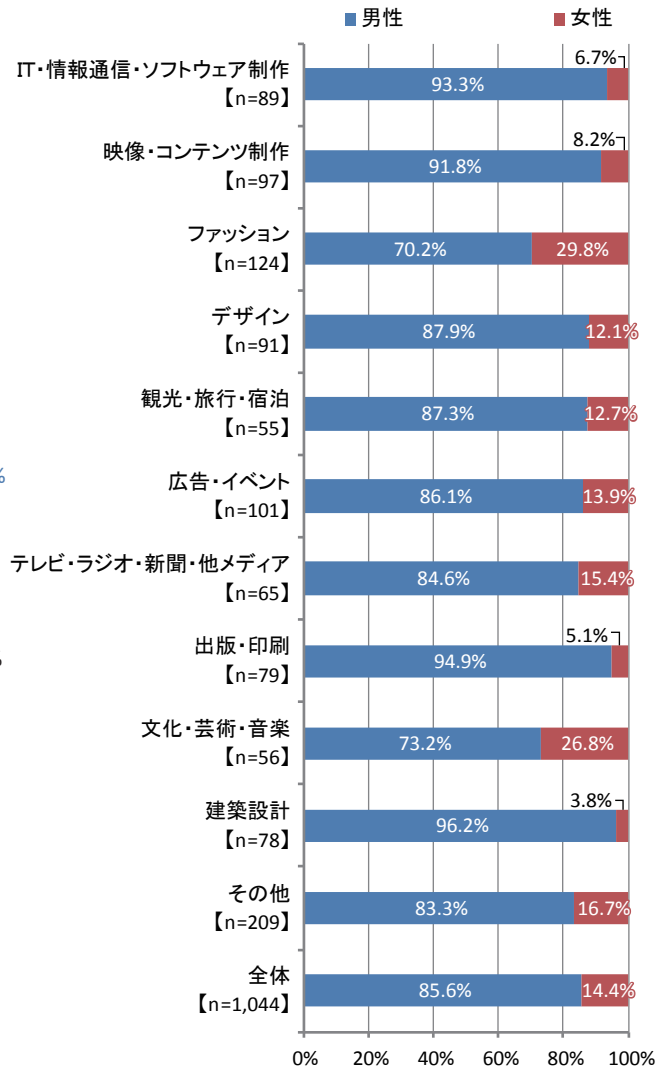


※無回答は集計から除く。

※複数回答であり、選択肢のうち、統計上有意味な結果を得た選択肢を抜粋している。



図表13 主な業務別の経営者の性別



※無回答は集計から除く。

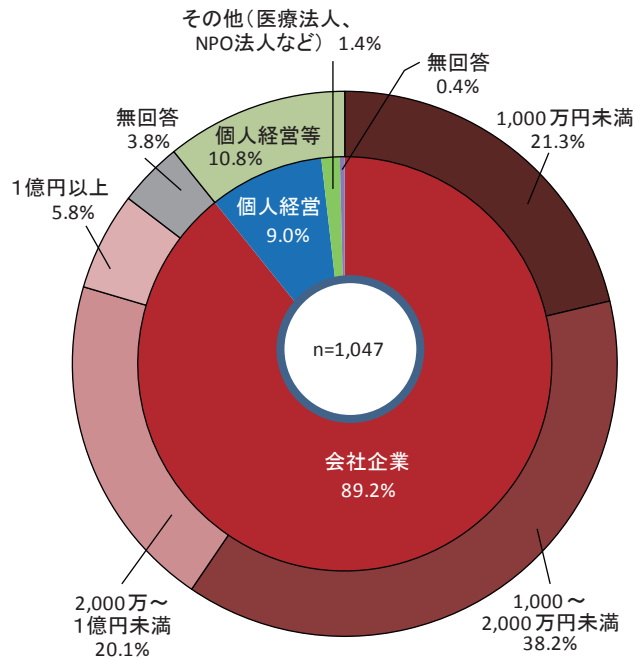
### 3 経営状況【一般】

#### (1) 経営形態

調査事業所の約9割が会社企業です（図表15）。資本金額帯では、「1,000～2,000万円未満」の

割合が最も高く、「1,000万円未満」、「2,000万～1億円未満」と続きます。

図表15 経営形態

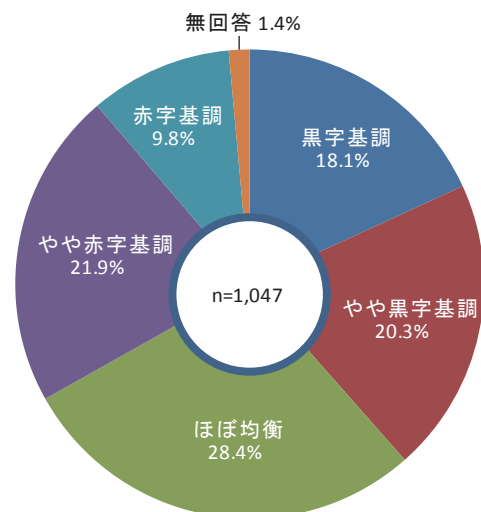


#### (2) 採算状況

調査事業所の4割弱が「黒字基調」又は「やや黒字基調」と回答しています（図表16）。

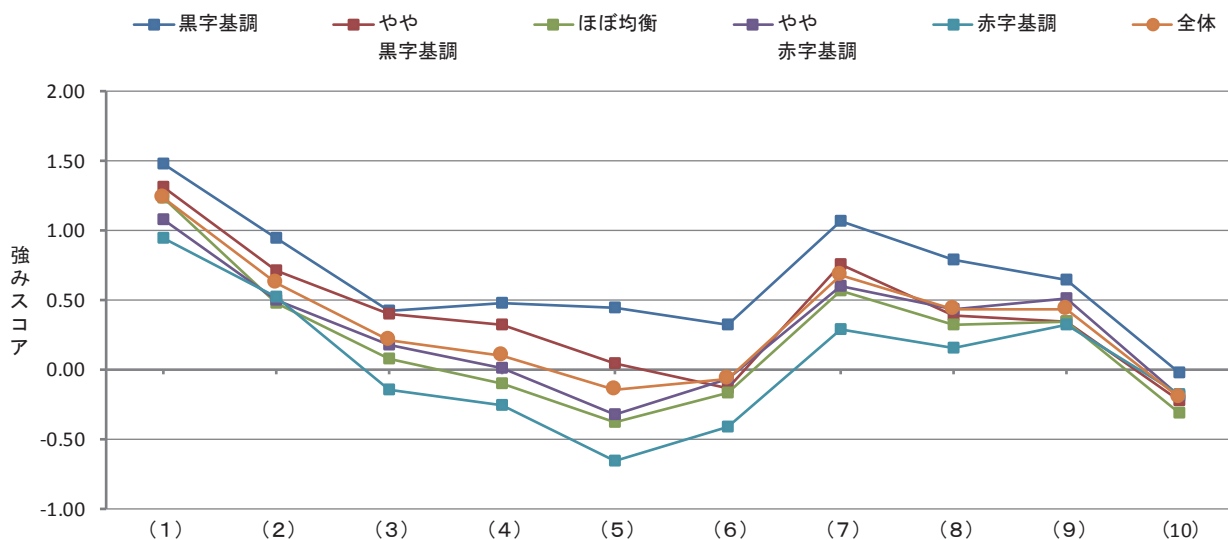
事業所の強みについて尋ねた結果からは、全ての項目において、採算状況が良い事業所ほど「強みスコア」<sup>3</sup>が高い傾向がわかります（図表17）。

図表16 採算状況



<sup>3</sup> 設問の各項目に対する評価「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値です。

図表17 採算状況別の事業所の強み



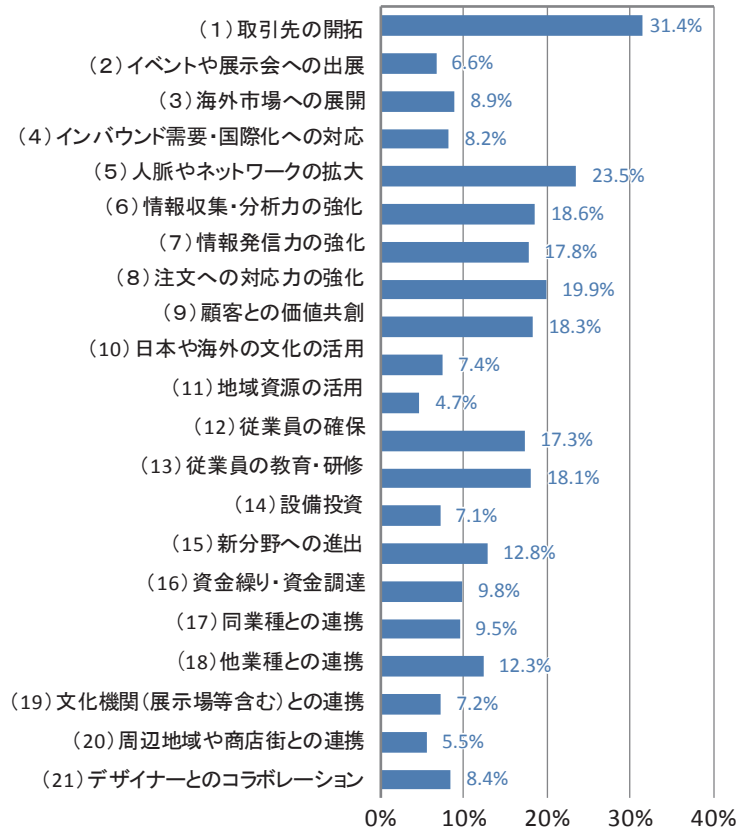
(1) 実績、(2) 企業理念、(3) 知名度・ブランド力、(4) 顧客や取引先へのPR力、(5) ビジネスモデル、(6) 価格競争力、(7) 企画・提案力、(8) 商品・サービス・技術の開発力、(9) デザイン力、(10) 知的財産等の活用



### (3) 重要視している課題

今後（も）取り組んでいく課題のうち、最も多くの事業所の回答を得たのは、「(1) 取引先の開拓」でした。「(5) 人脈やネットワークの拡大」、「(6) 情報収集・分析力の強化」、「(7) 情報発信力の強化」、「(8) 注文への対応力の強化」等、事業所のクリエイティブ活動に強く関連すると考えられる項目でも割合が高くなっています（図表18）。

図表18 今後（も）取り組んでいく課題

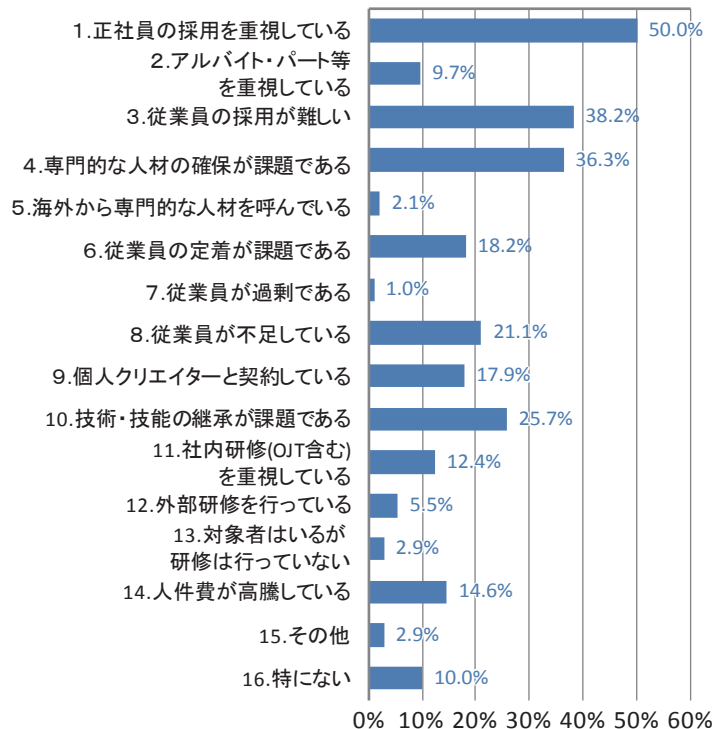


※事業所（一般）1,047件に対する割合。

### (4) 人材に関する状況

全体のおよそ半数の事業所が「1. 正社員の採用を重視している」を選択している一方で、人材の採用について課題（「3. 従業員の採用が難しい」及び「4. 専門的な人材の確保が課題である」）を抱えている事業所が全体の4割にも上っています（図表19）。

図表19 人材に関する状況



※無回答を除いた1,002件に対する割合。

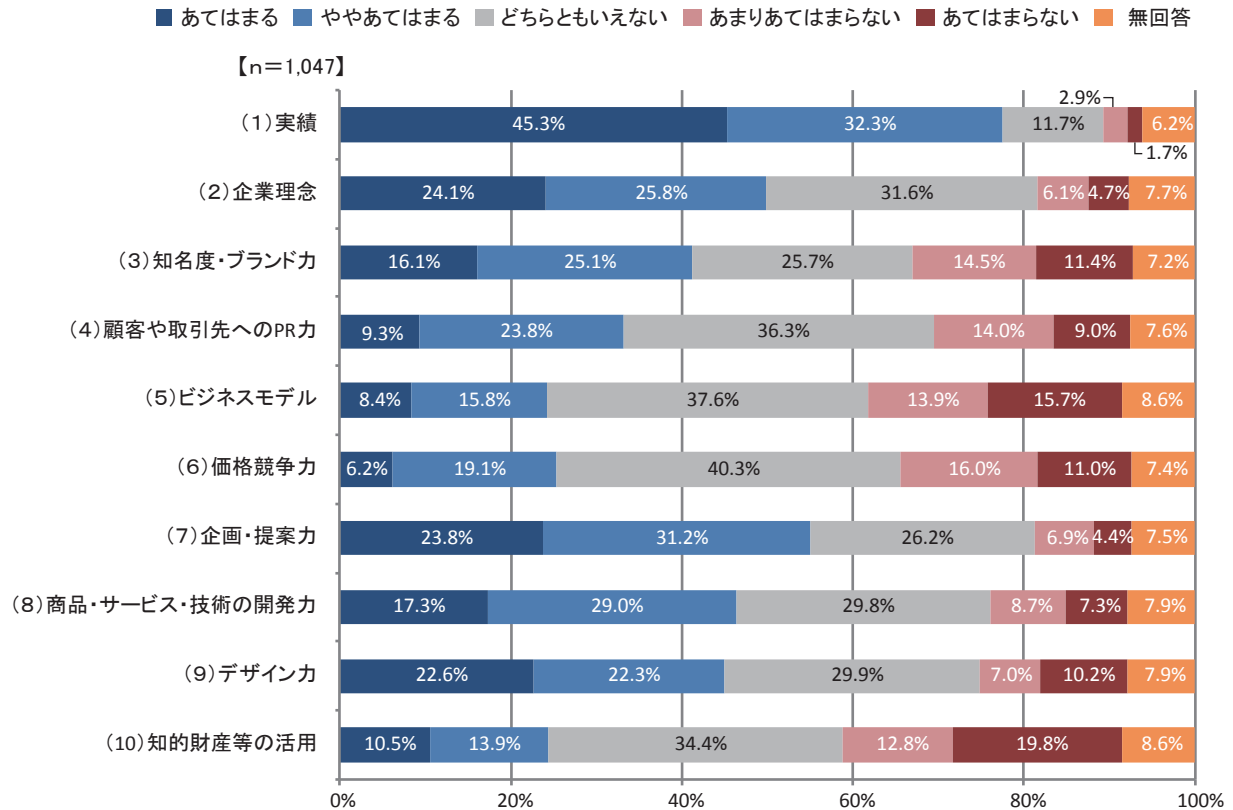
#### 4 クリエイティブ活動【一般】

##### (1) クリエイティブ度

調査事業所では、「(1) 実績」や「(2) 企業理念」と並んで、「(7) 企画・提案力」、「(8)

商品・サービス・技術の開発力」、「(9) デザイン力」を強みと考えている割合が高いことがわかります(図表20)。

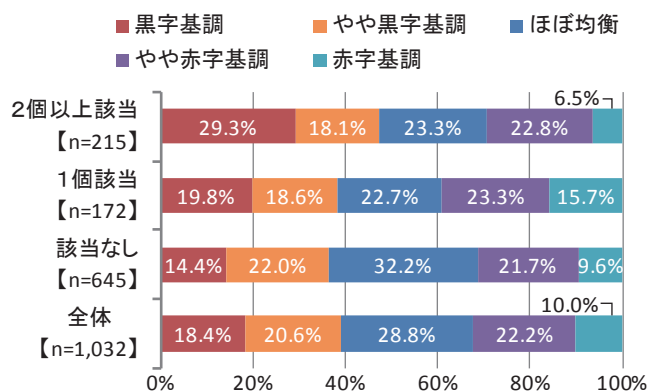
図表20 事業所の強み



「(7) 企画・提案力」、「(8) 商品・サービス・技術の開発力」及び「(9) デザイン力」に「(10) 知的財産等の活用」を加えた4項目は、クリエイティブ企業にとって特に重要な要素と考えられます。そこで、これらの4項目に対する「あてはまる」「ややあてはまる」の該当数を、企業のクリエイティブ度の指標<sup>4</sup>として利用します。

クリエイティブ度が高い事業所ほど採算状況が良い傾向があります(図表21)。また、業種によって、クリエイティブ度の高さには違いが見られます(図表22)。

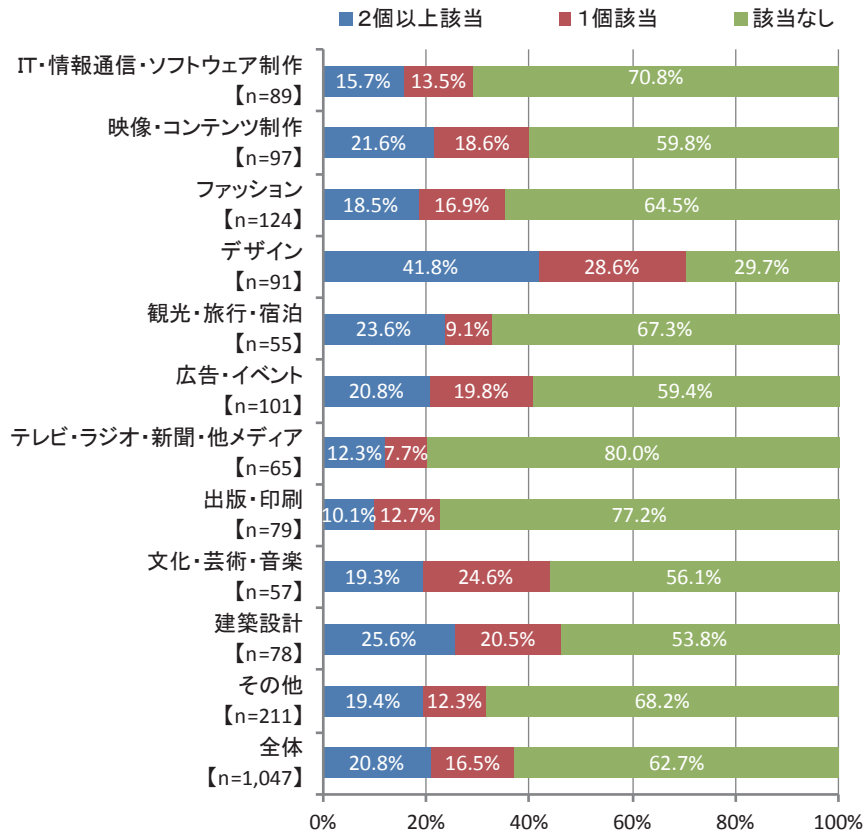
図表21 クリエイティブ度別の採算状況



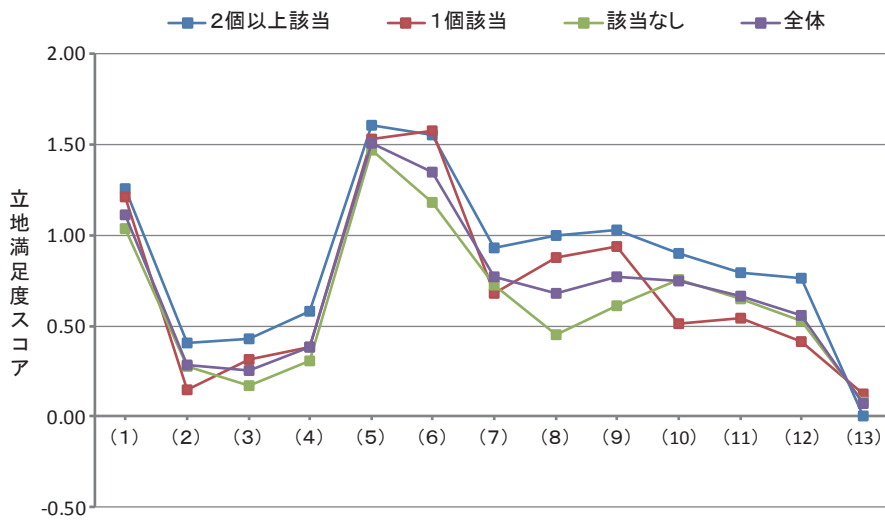
※無回答は集計から除く。

<sup>4</sup> 4つの項目のうち2つ以上の項目を強みとする事業所(2個以上該当事業所)、1つだけを強みとする事業所(1個該当事業所)、該当なしとする事業所(該当なし事業所)と分類しました。

図表22 主な事業別のクリエイティブ度



図表23 クリエイティブ度別の港区での事業環境の評価

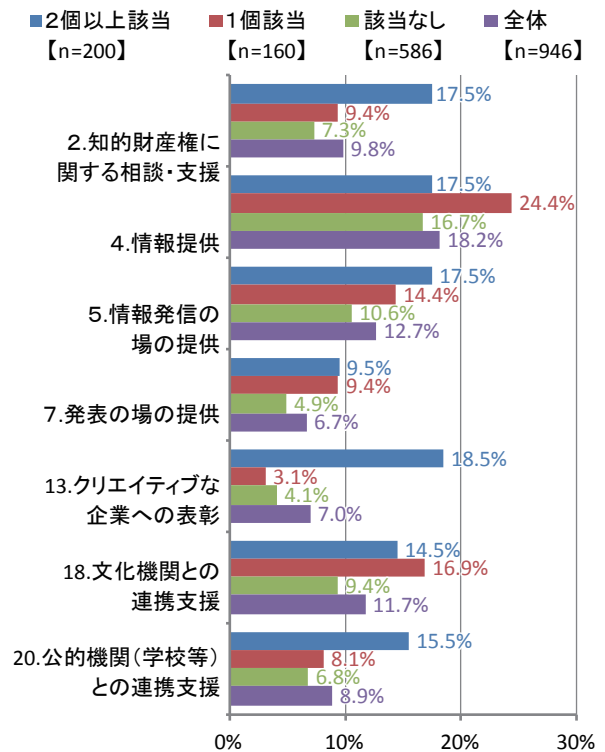


(1)取引先・顧客が多く存在する、(2)在勤者が多い、(3)若い人が多い、(4)外国人が多い、(5)交通の利便性が高い、(6)知名度が高くブランド力がある、(7)他社との連携が容易である、(8)クリエイティブな人材が集まる、(9)情報収集が容易である、(10)展示会等へのアクセスが良い、(11)関連業種が多い、(12)同業者が多い、(13)支援策の充実

## (2) 港区の事業環境と行政への期待

港区は、「(5) 交通の利便性が高い」、「(1) 取引先・顧客が多く存在する」、「(6) 知名度が高くブランド力がある」という3点で「立地満足度スコア」<sup>5</sup>が高く、事業所の立地先として高く評価されていることがわかります(図表23)。「(7) 他社との連携が容易である」、「(8) クリエイティブな人材が集まる」、「(9) 情報収集が容易である」、「(10) 展示会等へのアクセスが良い」等、連携や情報に関する項目では、クリエイティブ度によるスコア差が比較的大きくなっています。また、クリエイティブ度の高い企業は、「13. クリエイティブな企業への表彰」の割合が高いことがわかります(図表24)。

図表24 クリエイティブ度別の今後の行政への期待【抜粋】



※無回答は集計から除く。

※複数回答であり、選択肢のうち、統計上有意な結果を得た選択肢を抜粋している。

<sup>5</sup> 設問の各項目に対する評価「満足」「やや満足」「どちらともいえない」「やや不満」「不満」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値です。



### Ⅲ 港区施策の方向性について

#### ①クリエイティブ産業振興の重要性の認識の共有

クリエイティブ産業についての認知度を上げるために、港区が日本でも有数のクリエイティブシティであることを区内外にPRするとともに、港区の中小企業振興策に企業のクリエイティブ能力の向上を追加し、それを港区の産業振興の柱の一つであることを見える化することも必要です。

#### ②仮称「MINATO クリエイティブ・コミュニティ」の作成

クリエイティブ企業がネットワークや情報へアクセスするとともに、クリエイティブ企業の情報を蓄え、情報発信するための基盤として、バーチャルなプラットフォームを整備することが望まれます。また、必要に応じて、リアルなプラットフォームや場についても設置を検討することが考えられます。

#### ③クリエイティブ企業表彰

クリエイティブ企業を表彰することをおして、港区がクリエイティブ産業を重要視していることをPRするとともに、先進的なクリエイティブ企業の事例を広めることで、港区全体のクリエイティブ度を向上させることができると考えられます。



役職	氏名	所属等
所長	植田 浩史	(慶應義塾大学経済学部教授)
副所長	浦田 幹男	企画経営部長
主任研究員	野上 宏	企画課長
研究員	佐藤 珠実	企画課政策研究担当係長
研究員	大塚 真澄	企画課政策研究担当
研究員	小濱 武	(神奈川大学経済学部非常勤講師)

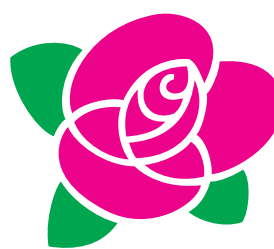
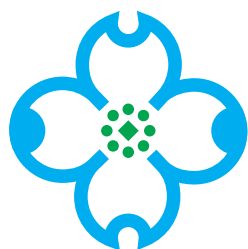


## 港区「区の木・区の花」

区の木 ハナミズキ

区の花 アジサイ

区の花 バラ



刊行物発行番号 30254-5811

港区におけるクリエイティブ産業実態調査報告書

概要版

平成31年(2019年)3月発行

発行 港区政策創造研究所(港区企画経営部)

東京都港区芝公園1-5-25

電話 03-3578-2111(代表)

