

## 10 伝統工芸調査結果

### (1) 事業者の特性

#### ① 主な取扱品

主な取扱品は下表のとおりとなっている。

主な取扱品

1	江戸指物
2	江戸すだれ
3	家具、仏具、神具
4	飾り棚、鏡台
5	掛軸修復
6	硝子工芸品
7	かんざし、ネックレス、ピアスなどのアクセサリー
8	貴金属宝飾品の製造及び販売
9	桐タンス、鏡台、引出箱等
10	銀を主材とした金工品
11	組紐、和雑貨
12	三味線入れ立箱、及び三味線タンス、譜面見台、一本・二本足見台、合吏(座椅子)、桐箱類、他多数
13	提灯、提灯付属品
14	提灯文字書、その他の文字
15	つり竿製造小売

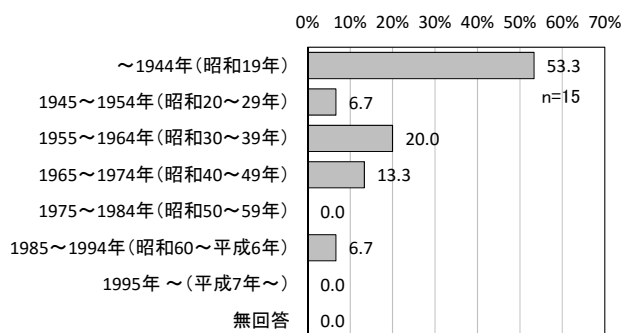
#### ② 設立時期・台東区での事業開始年

設立時期は1944年前が53.3%(8者)と半数を超えており、江戸時代末期が1者、明治時代が2者、大正時代が3者と歴史ある老舗が多く、そのうち、2者は150年の歴史を持っている。近年は、平成5年に1者設立した以降、新たに設立した事業者はみられない。

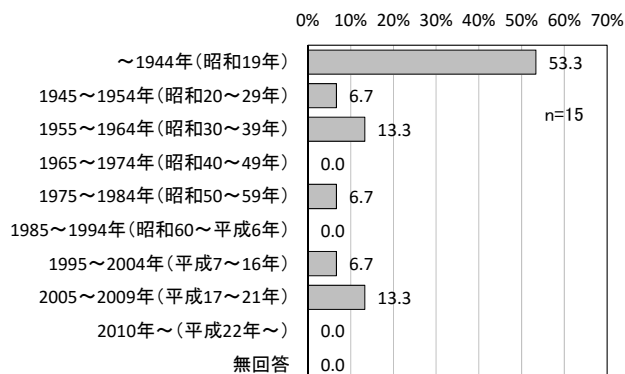
台東区での事業開始年をみると、同様に1944年前が53.3%(8者)と半数を超えている。

大半の事業者が台東区で設立し、同じ場所で事業を継続していることがうかがえる。区外からの移転は4者となっている。平成7年以降の3者のうち、1者が区外からの転入、2者は支店としての立地と推察される。

設立時期

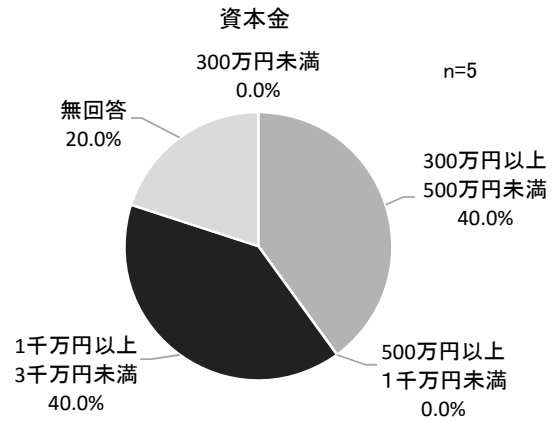
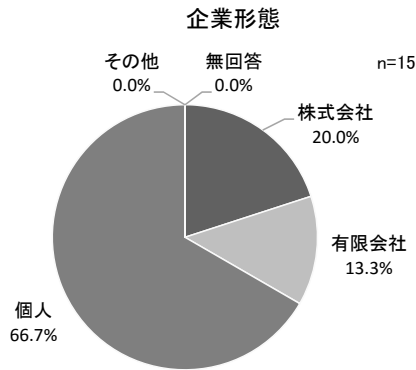


台東区での事業開始年



③企業形態・資本金

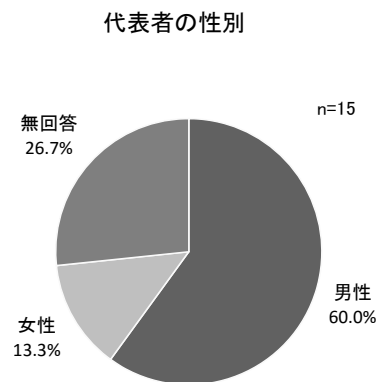
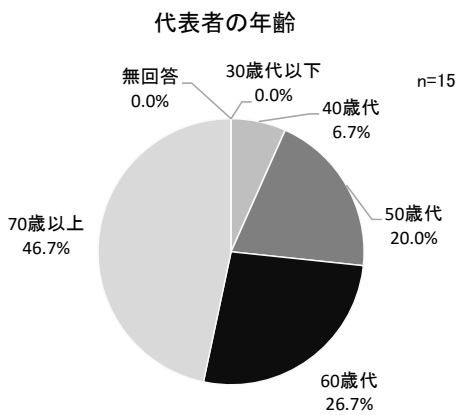
企業形態は、個人事業者が 66.7%(10 者)を占めており、法人化している事業所は 33.3%(5 者)となっている。法人化している事業所における資本金は、「300 万円以上 500 万円未満」が 40.0% (2 者)、「1 千万円以上 3 千万円未満」が 40.0%(2 者)となっている。



(2) 経営者の年齢・従業員の現況

①代表者の年齢・性別

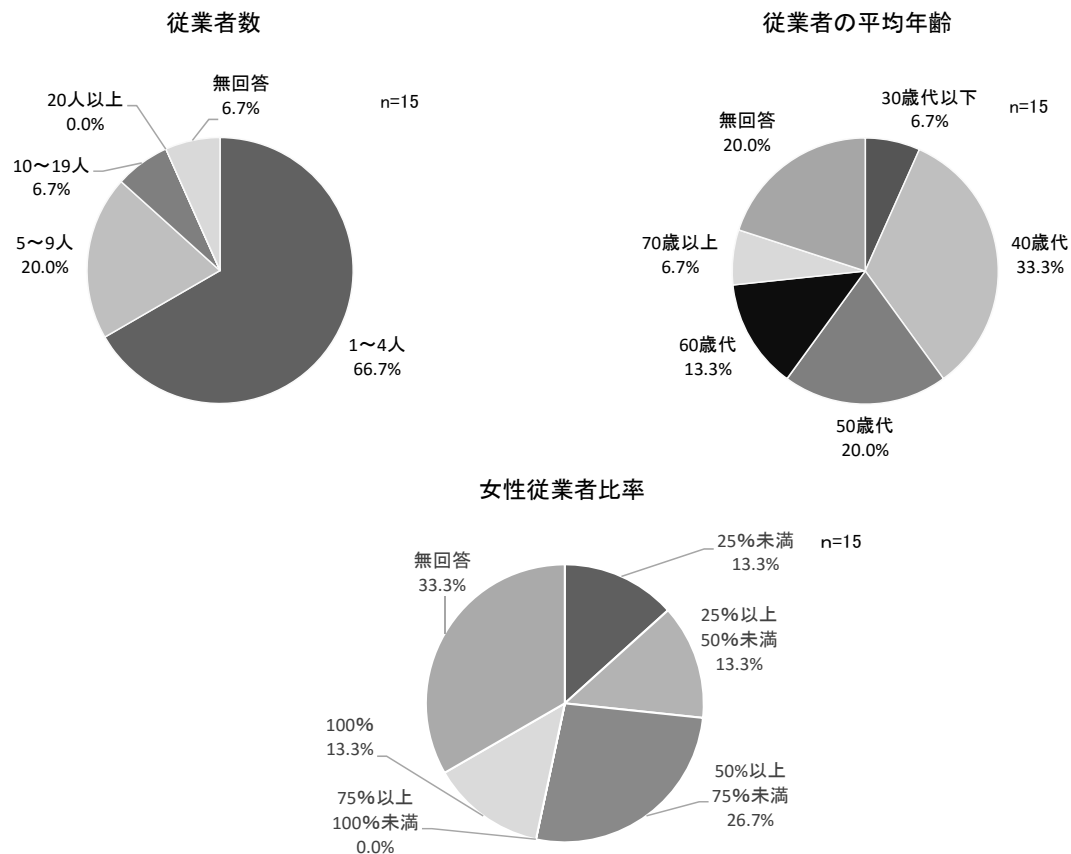
代表者の年齢は、「70 歳以上」が 46.7%(7 者)と半数弱を占めており、高齢化しているといえる。性別は、男性が 60.0%(9 者)で女性は 13.3%(2 者)となっている。



②従業員数

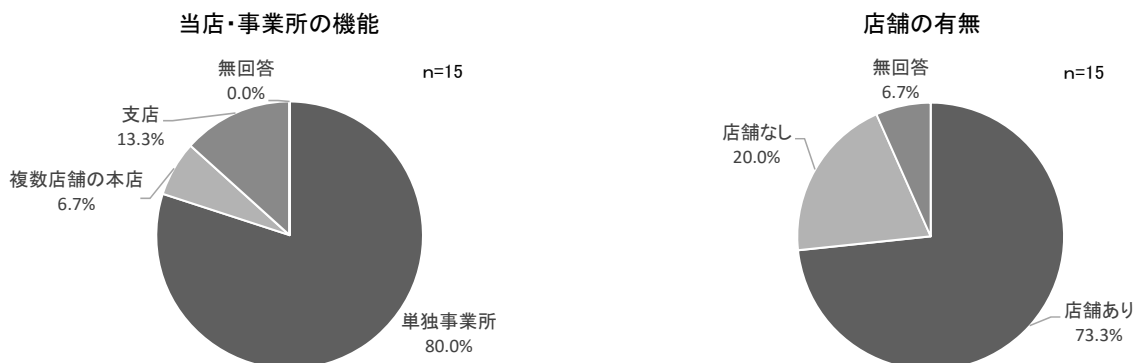
従業員数は、「1~4人」が66.7%(10者)で最も多く、そのうち4者が1人となっている。次いで、「5~9人」が20.0%(3者)と続いており、9人以下が13者を占め、全事業所が19人以下と小規模な事業所が大半を占めている。従業員の平均年齢は、「40歳代」が33.3%(5者)と最も多く、次いで「50歳代」が20.0%(3者)と続いており、40歳代・50歳代が中心となっていることがうかがえる。

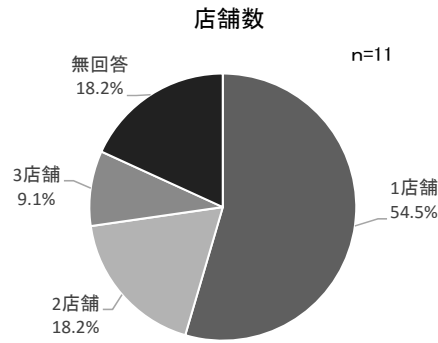
女性従業員比率は、「50%以上75%未満」が26.7%(4者)と最も多く、50%以上が4割を占めている。また、100%は2者で1者は従業員3名全員女性、もう1者は女性の個人事業者となっている。女性の従業員比率が高いのに比べて、前述のとおり代表者は男性の比率が高くなっている。



(3) 事業所の機能

単独事業所が80.0%(12者)を占めており、「複数店舗の本店」が6.7%(1者)、「支店」が(13.3%)2者となっている。店舗は、「店舗あり」が73.3%(11者)、「店舗なし」が20.0%(3者)で、「店舗あり」の店舗数は、1店舗が54.5%(6者)、2店舗が18.2%(2者)、3店舗が9.1%(1者)となっている。

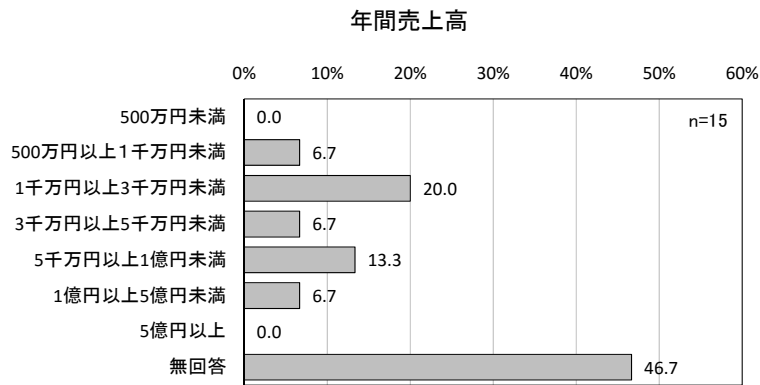




(4) 経営状況

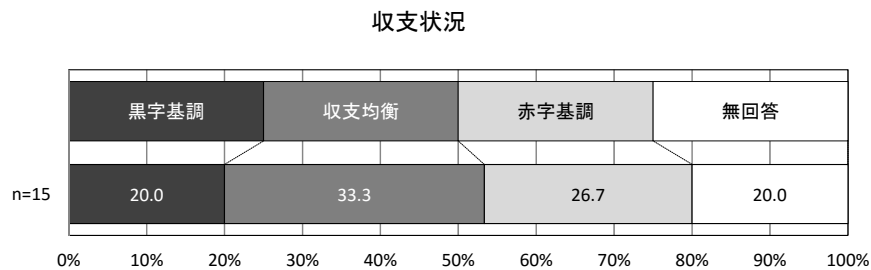
①年間売上高

年間売上高は、「1千万円以上3千万円未満」が20.0%（3者）、「5千万円以上1億円未満」が13.3%（2者）となっている。下は500万円未満、上は5億円以上の事業者はなかった。



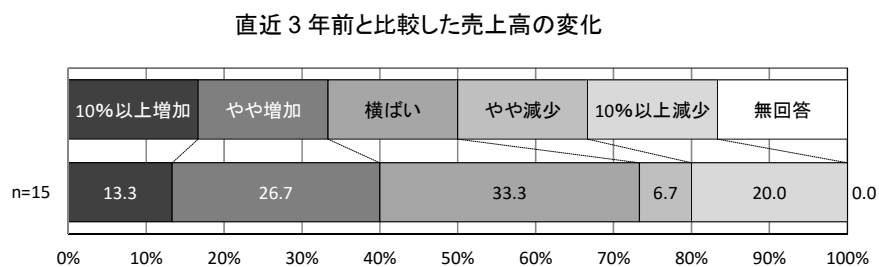
②収支状況

収支状況は、「黒字基調」が20.0%（3者）、収支均衡が33.3%（5者）と半数強は収支を維持している。一方で、「赤字基調」は26.7%（4者）となっている。



③直近3年前と比較した売上高の変化

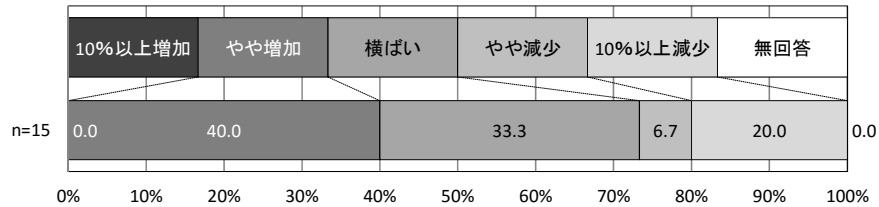
直近3年前と比較した売上高の変化は、『増加』が40%（6者）、と『減少』の26.7%（4者）を上回り、「横ばい」は33.3%（5者）と分散している。



④直近3年前と比較した利益（営業利益）の変化

利益（営業利益）の変化は、「やや増加」が40.0%（6者）を占め、「横ばい」が33.3%（5者）である。一方「10%以上減少」は20.0%（3者）となっている。

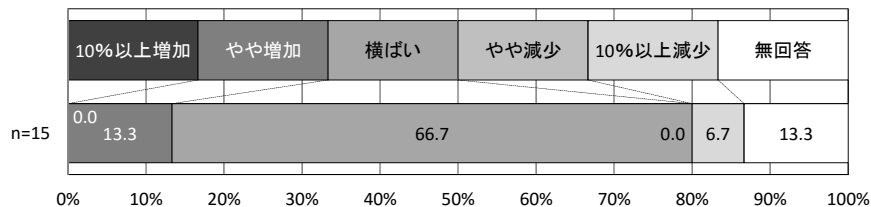
直近3年前と比較した利益（営業利益）の変化



⑤従業員数の変化

従業員数の変化は、「横ばい」が66.7%（10者）を占め、「やや増加」が13.3%（2者）となっている。

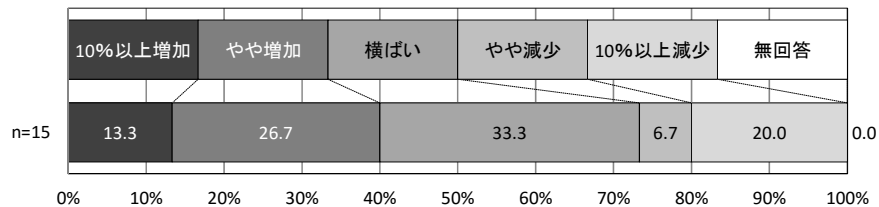
直近3年前と比較した従業員数の変化



⑥販売先数（発注数）（顧客数）の変化

販売先数（発注数）（顧客数）の変化は、『増加』が40%（6者）、と『減少』の26.7%（4者）を上回り、「横ばい」は33.3%（5者）となっており、売上高の変化と連動した回答となっている。

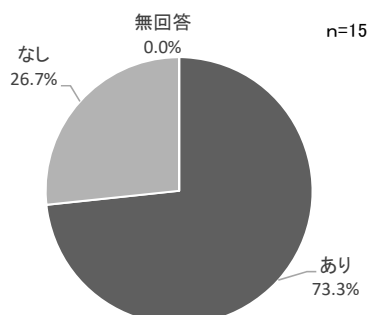
直近3年前と比較した販売先数（発注数）（顧客数）の変化



⑦ホームページ

ホームページは、「あり」が73.3%（11者）を占め、「なし」が26.7%（4者）となっている。ネット販売に取り組んでいる事業所もあり、ヒアリングをした事業所にもネット販売の要望があるが、運営人材がないことが課題となっている。

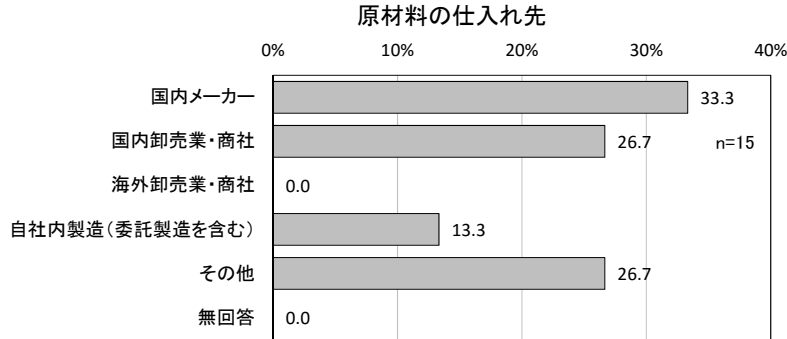
ホームページの有無



(5) 事業状況

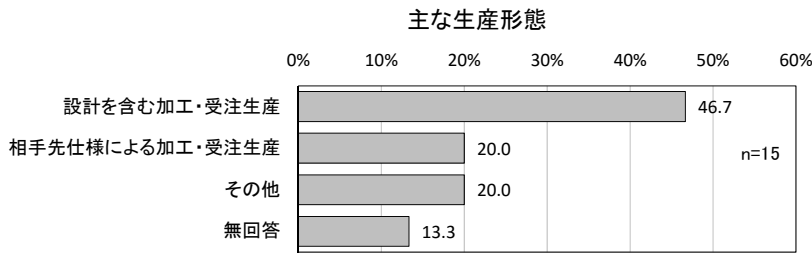
① 主な原材料の仕入れ先

主な原材料の仕入れ先は、「国内メーカー」が33.3%（5者）、「国内卸売業・商社」が26.7%（4者）、一方「海外卸売業・商社」は0.0%となっている。



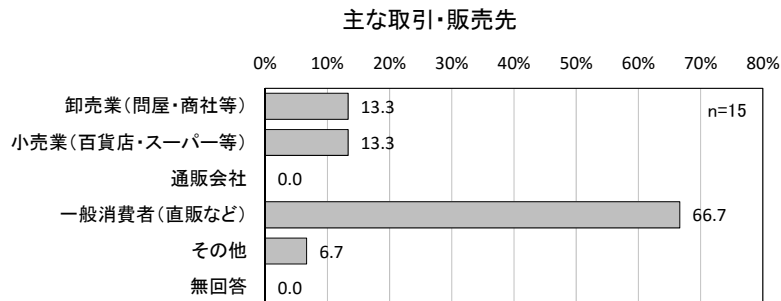
② 主な生産形態

主な生産形態は、「設計を含む加工・受注生産」が46.7%（7者）、「相手先仕様による加工・受注生産」が20.0%（3者）、「その他」が20.0%（3者）となっている。



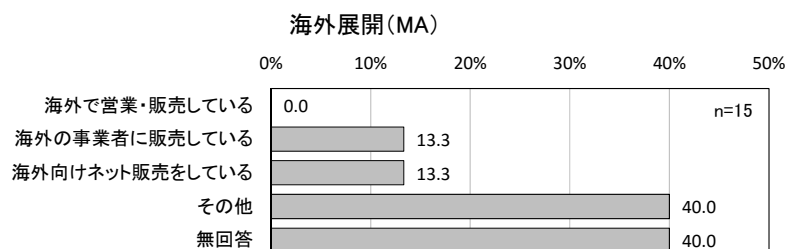
③ 主な取引・販売先

主な取引・販売先は、「一般消費者（直販など）」が66.7%（10者）を占め、「卸売業（問屋・商社等）」「小売業（百貨店・スーパー等）」がそれぞれ13.3%（2者）と、対事業所ではなく、一般消費者への直販が中心となっている。



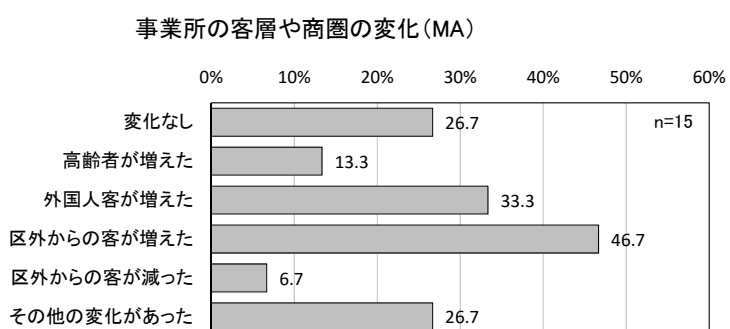
④海外展開

海外展開については、「海外の事業者販売している」、「海外向けネット販売をしている」がそれぞれ13.3%（2者）で、「その他」が40.0%（6者）となっている。その他の内訳は、海外の消費者へ販売が1者、「期待はしているが現在は取り組んでいない」が1者、「取り組んでいない」が3者、無記入が1者となっている。



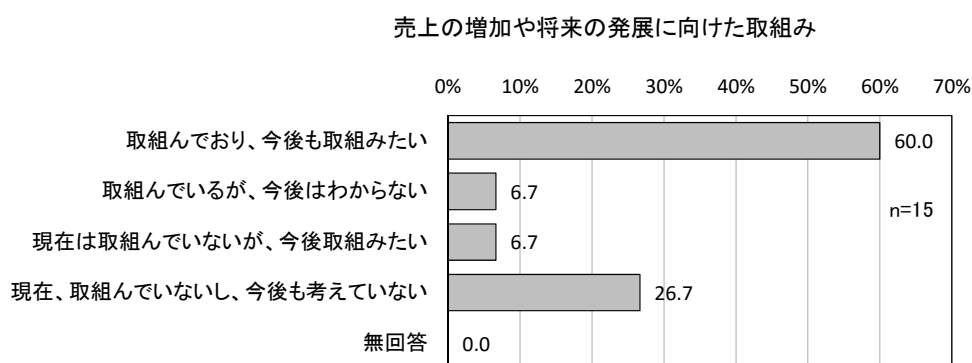
⑤客層や商圈の変化

事業所の客層や商圈における、ここ1～2年目立つ変化については、「区外からの客が増えた」が46.7%（7者）、「外国人客が増えた」が33.3%（5者）、一方「区外からの客が減った」は6.7%（1者）、「変化なし」は26.7%（4者）となっている。その他の変化としては、「観光客が増えた」「50歳代の客が増えた」「若い世代が増えた」などとなっている。



⑥売上の増加や将来の発展に向けた取組み

売上の増加や将来の発展に向けた取組みの実施については、「取り組んでおり、今後も取り組みたい」が60.0%（9者）、一方「現在、取り組んでいないし、今後も考えていない」は26.7%（4者）、「取り組んでいるが、今後はわからない」「現在は取り組んでいないが、今後取り組みたい」がそれぞれ6.7%（1者）となっている。



【取組み内容】

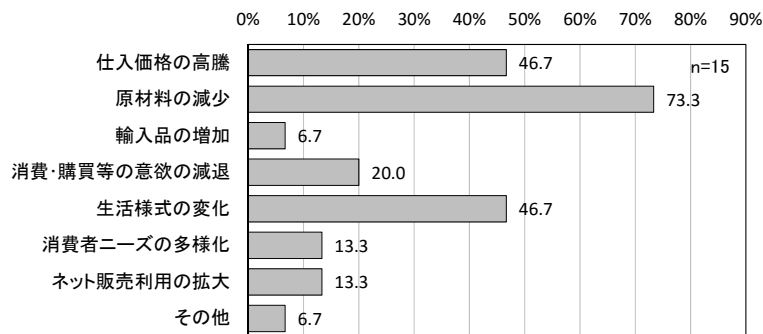
- ・HPなどでも発信している他、依頼があれば実演等にも参加するようにしている。外国への伝統工芸周知のためにアピールできる場を増やすことが必要である。
- ・インターネットによる店の内容の周知を図りお客様の獲得を目指している。
- ・丁寧な説明により、リピーターが多くなっている。
- ・海外客に対応できる品揃え、従業員の教育を心がけている。
- ・産業とは産んで業わうものと考え、常に新しいものの創作に取り組んでいる。
- ・自社で製造したオリジナルシリーズを4年ほど前から展開し、お客様に他との違いをアピールしている
- ・ネット販売、ホームページによる宣伝
- ・木工教室、木工体験などの実施

(6) 経営上の課題

①取り巻く環境

事業所を取り巻く外部環境の中で、影響が大きいと思われる変化については、「原材料の減少」が73.3% (11者)、「仕入価格の高騰」「生活様式の変化」がそれぞれ46.7% (7者)、一方「輸入品の増加」は6.7% (1者)、「消費者ニーズの多様化」「ネット販売利用の拡大」はそれぞれ13.3% (2者)となっている。

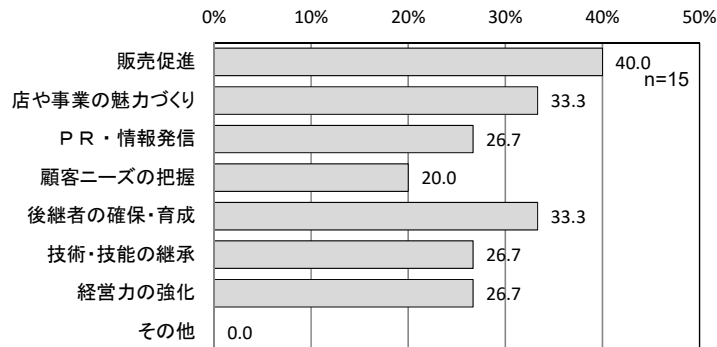
取り巻く外部環境の変化(MA:3)



②経営上の課題

経営上の課題については、「販売促進」が40.0% (6者)、「店や事業の魅力づくり」「後継者の確保・育成」がそれぞれ33.3% (5者)、一方「顧客ニーズの把握」は20.0% (3者)となっている。

経営上の課題(MA)

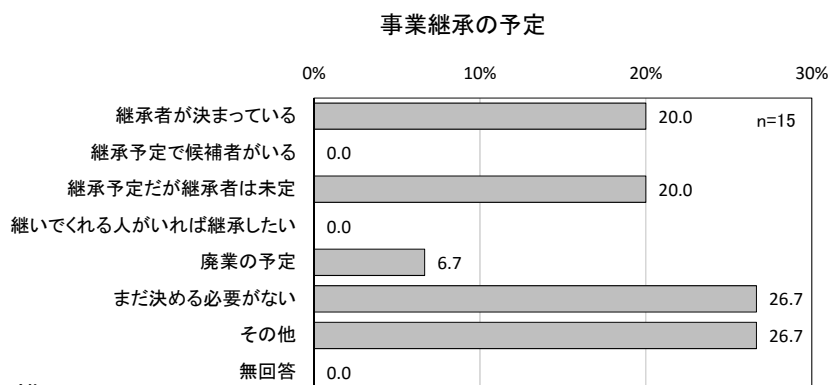




(7) 今後の展開

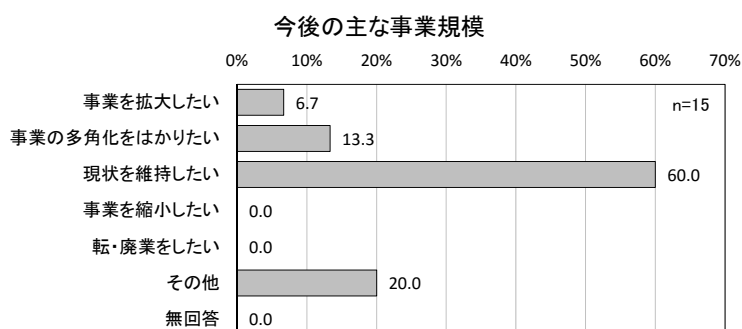
①事業継承の予定

事業継承の予定については、「まだ決める必要がない」が26.7%（4者）と最も多く、次いで「継承者が決まっている」と「継承予定だが継承者は未定」がそれぞれ20.0%（3者）、一方「廃業の予定」は6.7%（1者）となっている。



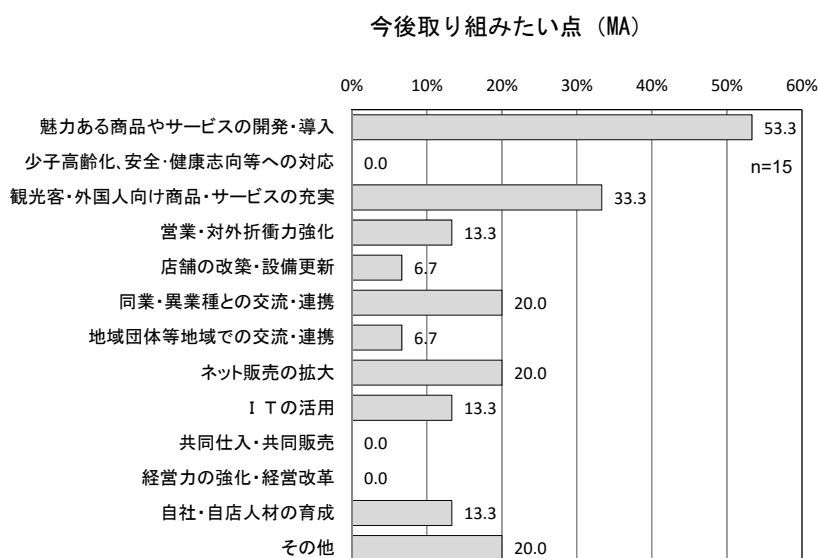
②今後の事業規模

今後の事業規模については、「現状を維持したい」が60.0%（9者）を占める。「事業を拡大したい」（6.7%（1者））と「事業の多角化をはかりたい」（13.3%（2者））を合わせた20.0%（3者）が積極的な事業展開を検討している。一方、「事業を縮小したい」「転・廃業をしたい」はそれぞれ0.0%となっている。



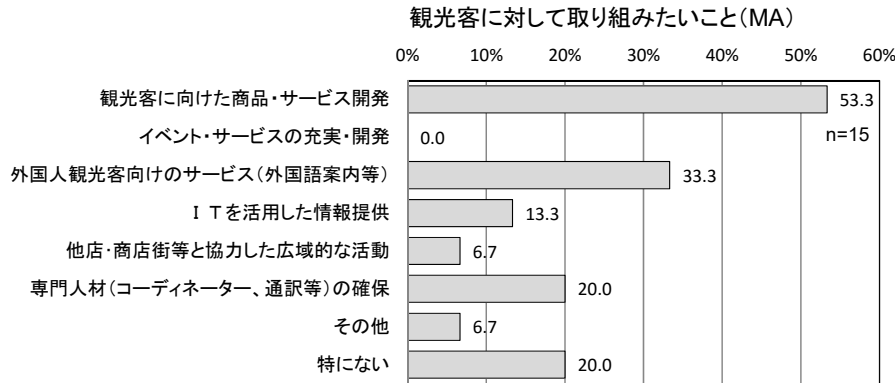
③今後取り組みたい点

今後取り組みたい点については、「魅力ある商品やサービスの開発・導入」が53.3%（8者）と最も多く、次いで「観光客・外国人向け商品・サービスの充実」が33.3%（5者）となっている。一方で、「経営力の強化・経営改革」は0.0%で、経営強化は考えられていない。



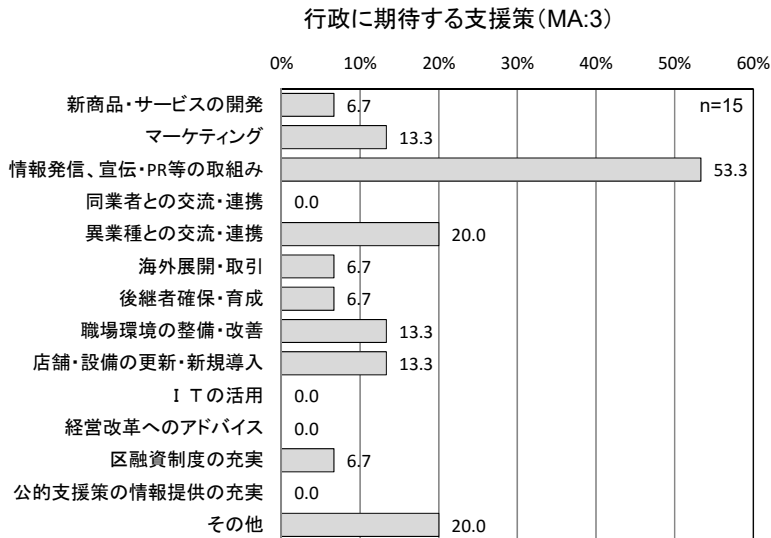
④観光客に対する取り組み

観光客に対して取り組みたいことについては、「観光客に向けた商品・サービス開発」が53.3%（8者）と最も高く、次いで「外国人観光客向けのサービス（外国語案内等）」が33.3%（5者）となっている。一方「イベント・サービスの充実・開発」は0.0%であった。



(8) 行政に期待する支援策

今後、行政に期待する支援策については、「情報発信、宣伝・PR等の取り組み」が53.3%（8者）と最も高く、次いで「異業種との交流・連携」が20.0%（3者）となっている。ヒアリング調査では、「伝統工芸館」は、展示品が変わらないため、リピーターの確保が困難になっている。工夫が必要だが、ニーズにあったものにするため、利用してもらいながら改善点をみつけていくことが必要といった意見があった。



(9) 区の産業振興に対する意見

「区のPRにより、関東はもちろん、国内からの問い合わせが増えている」「伝統工芸職人展として百貨店等でイベントを実施してほしい」といった、情報発信の充実や「希望と熱意ある初心者を採用する際に、初期の3年間期間限定等で人件費を支援してほしい」といった人材面での支援策に関する意見があった。