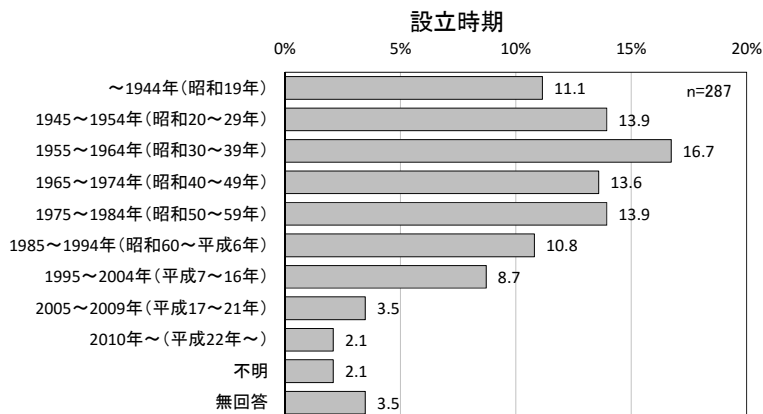


### 3 製造業調査結果

#### (1) 事業所の特性

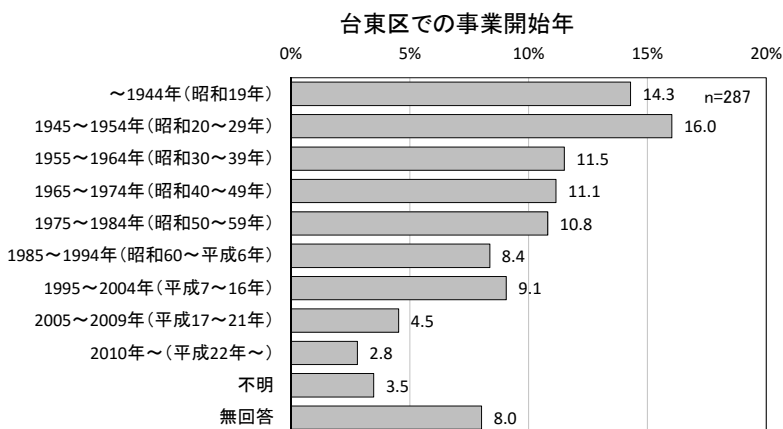
##### ① 設立時期

設立時期は、高度経済成長期から安定期に当たる1945年から1984年に設立した事業所が58.1%を占めている。その後は年々減少している。



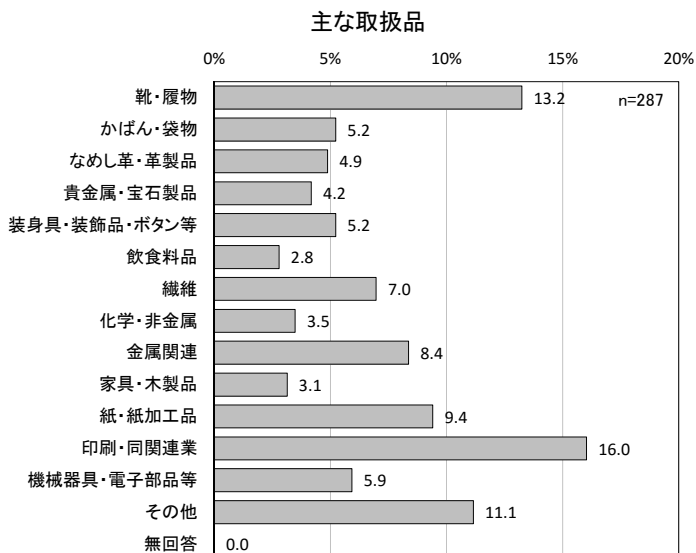
##### ② 台東区での事業開始年

台東区での事業開始年は、「1945～1954年(昭和20～29年)」が16.0%と最も多く、その後減少傾向が続いている。



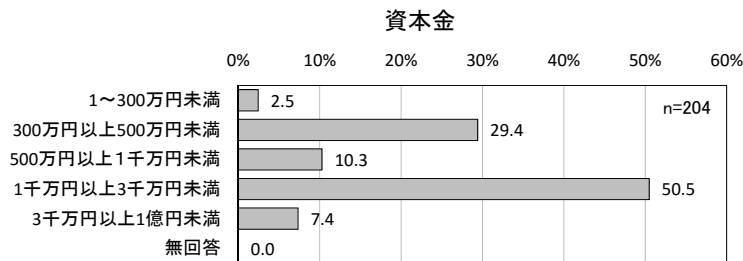
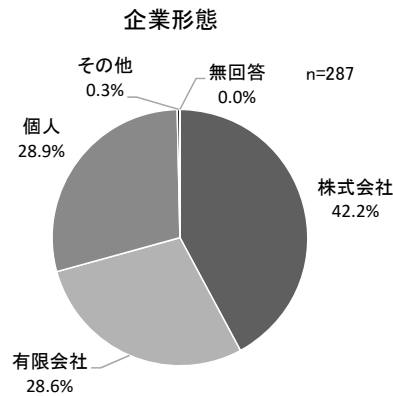
##### ③ 主な取扱品

主な取扱品は、「印刷・同関連業」が16.0%と最も多く、次いで「靴・履物」が13.2%、「紙・紙加工品」が9.4%と続いている。



④企業形態・資本金

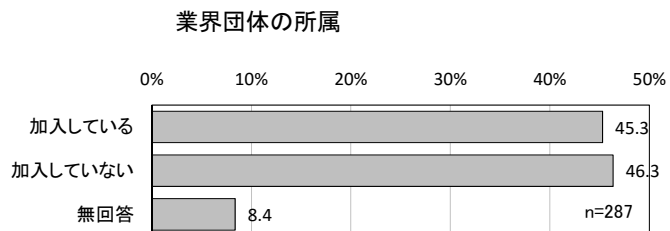
企業形態は、「株式会社」が42.2%、「有限会社」が28.6%、個人事業者が28.9%となっている。資本金は「1千万円以上3千万円未満」が50.5%を占め、次いで「300万円以上500万円未満」が29.4%と続いている。



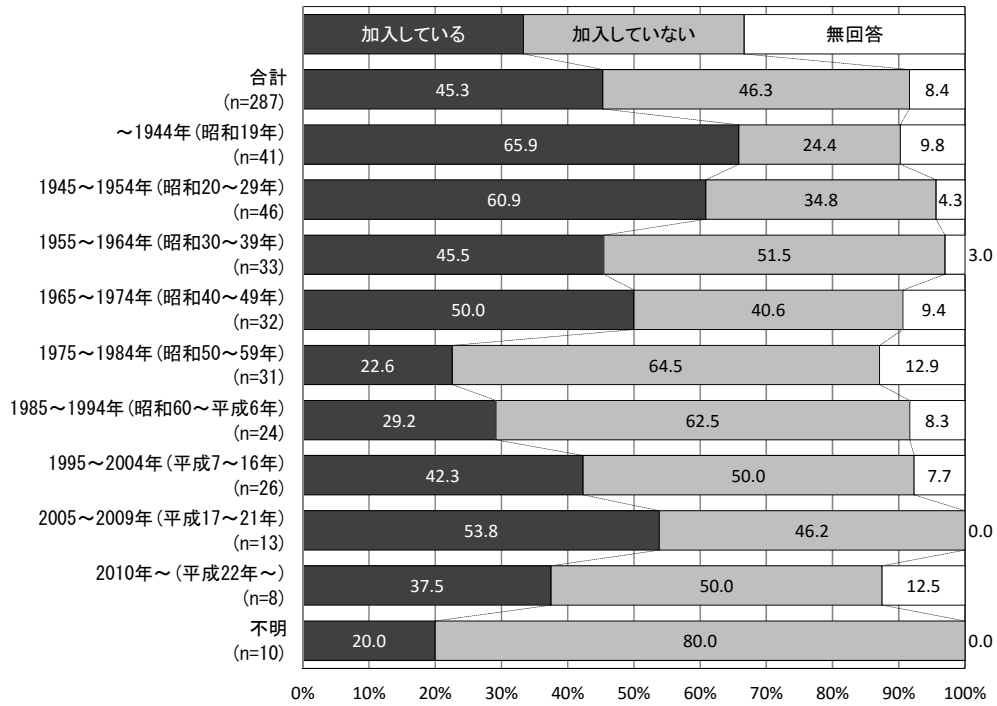
※企業形態「個人」は除く

⑤業界団体の所属

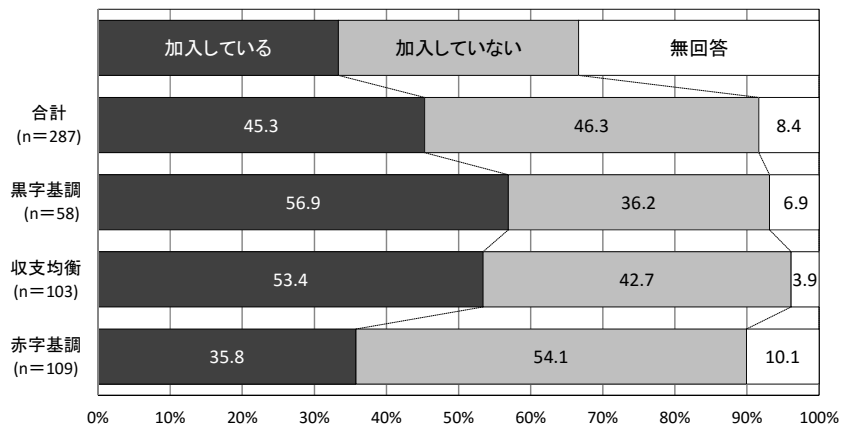
業界団体への所属は、「加入している」が45.3%、「加入していない」が46.3%と二分している。設立年代別にみると、昭和30年代以前は「加入している」が半数を超えているが、昭和40年代を境に、昭和50年代以降は半数を切っている。収益状況別にみると、「黒字基調」では「加入している」が56.9%を占めている。また、従業員数規模別にみると、規模が大きくなるほど、加入率が高くなっている。「1~4人」の小規模事業所の加入率は34.2%で、その収支状況をみると、加入している事業所では「黒字基調」が23.5%と加入していない事業所よりも高くなっている。



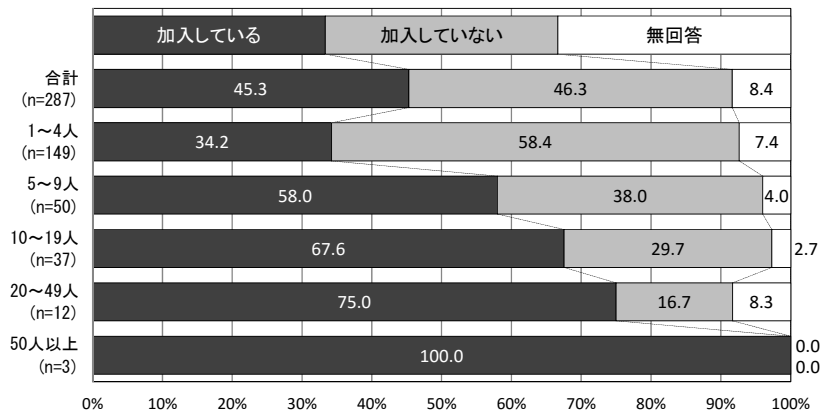
設立年代別業界団体の所属状況



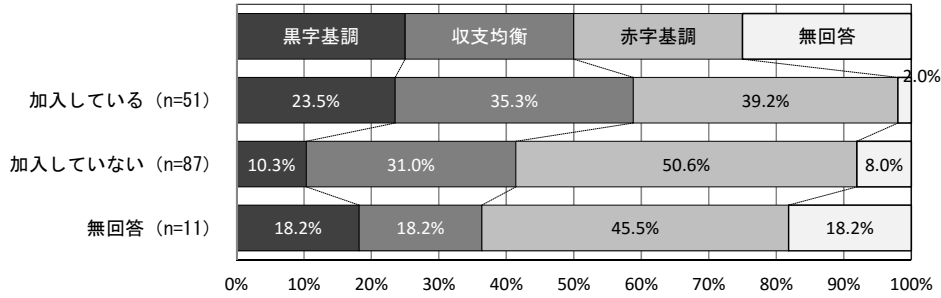
収支状況別業界団体の所属状況



従業員数規模別業界団体の所属状況



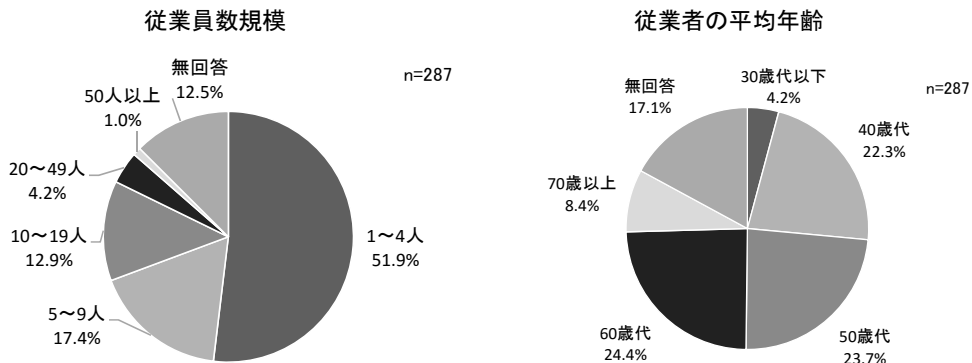
業界団体の所属(従業員数1~4人の事業所(n=149))



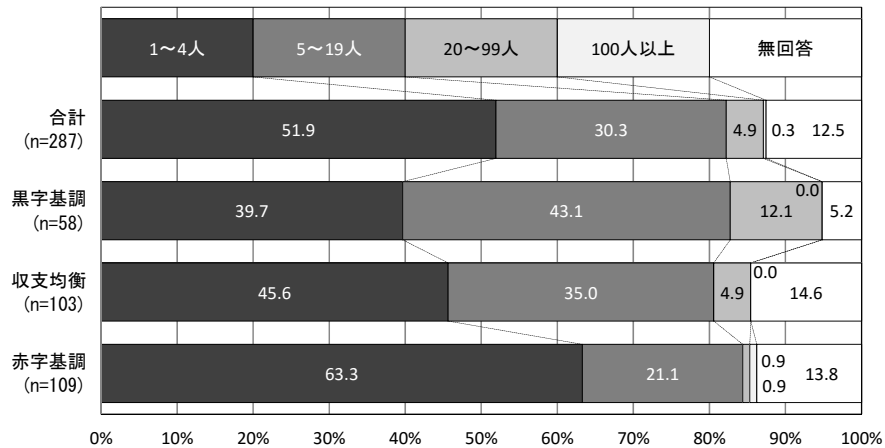
⑥従業員の現況

従業員数規模は、「1人~4人」が51.9%を占め、次いで「5人~9人」が17.4%となっている。従業員の平均年齢は、60歳代が24.4%と最も多く、次いで「50歳代」が23.7%と続いている。収支状況別にみると、「赤字基調」では小規模事業所の比率が高く、「1~4人」が63.3%を占めている。

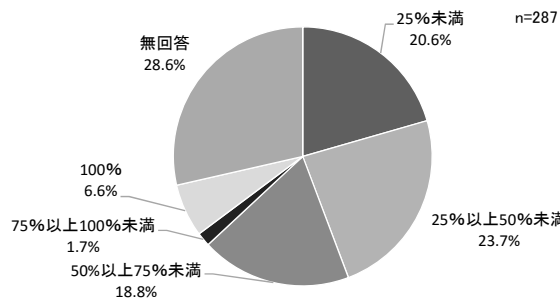
女性の従業員比率は、「25%以上50%未満」が23.7%と最も高く、<50%未満>が44.3%を占めている。



収支状況別従業員数規模

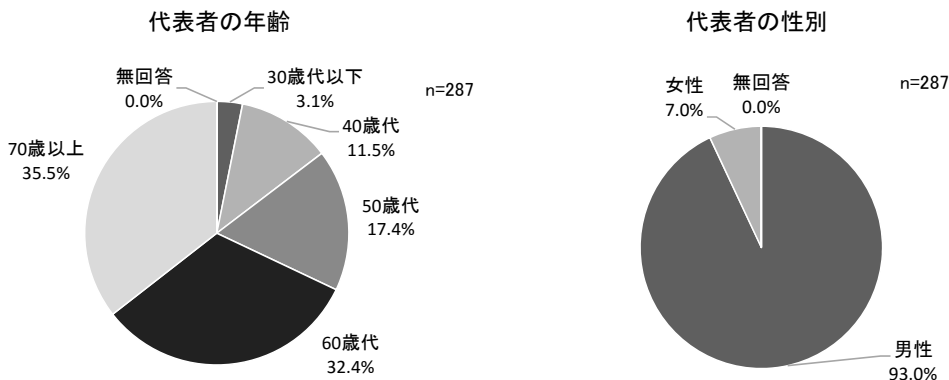


女性従業員比率



⑦代表者の年齢・性別

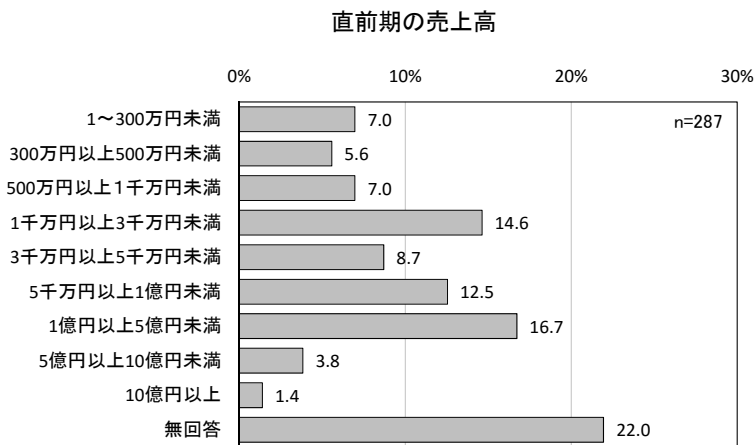
代表者の年齢は、「70歳以上」が35.5%を占め、<60歳代以上>が67.9%を占めている。前回調査では、「60歳代」が37.0%、「70歳以上」が25.7%と合わせると62.7%となり、今回調査結果と差異は小さいが、「70歳以上」が今回では高くなっていることから、高齢化が進んでいることがうかがえる。代表者の性別は、「男性」が93.0%で、「女性」は7.0%にすぎない。



(2) 経営状況

①直前期の売上高

直前期の売上高は、「1億円以上5億円未満」が16.7%と最も高く、次いで「1千万円以上3千万円未満」が14.6%と続いている。収支状況別にみると、「黒字基調」では「1億円以上5億円未満」が36.2%を占めている。



収支状況別直前期の売上高

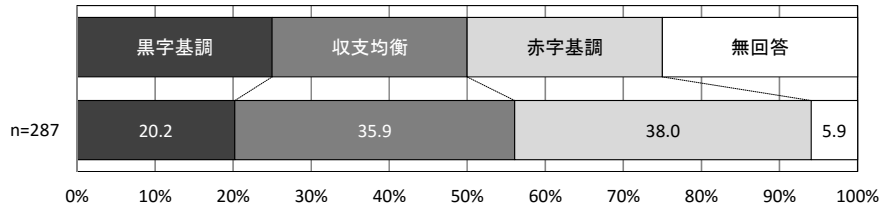
(%)

	1万円未満	1万~300万円未満	300万~500万円未満	500万~1千万円未満	1千万~3千万円未満	3千万~5千万円未満	5千万~1億円未満	1億~5億円未満	5億~10億円未満	10億円以上	無回答
合計(n=287)	0.7	7.0	5.6	7.0	14.6	8.7	12.5	16.7	3.8	1.4	22.0
黒字基調(n=58)	0.0	0.0	5.2	10.3	8.6	6.9	10.3	36.2	8.6	1.7	12.1
収支均衡(n=103)	0.0	5.8	6.8	3.9	8.7	10.7	14.6	18.4	3.9	1.0	26.2
赤字基調(n=109)	1.8	10.1	5.5	9.2	24.8	9.2	13.8	5.5	0.9	1.8	17.4
無回答(n=17)	0.0	17.6	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	11.8	5.9	0.0	58.8

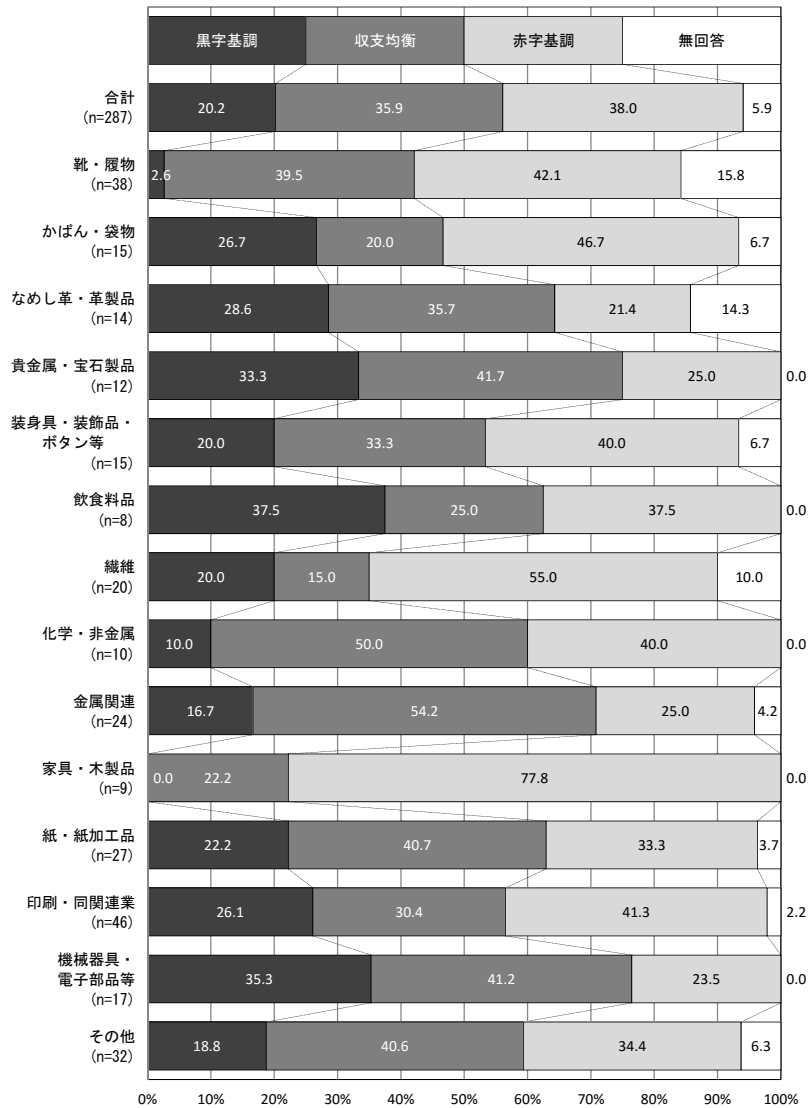
②収支状況

現在の収支状況は、「赤字基調」が38.0%と最も高く、「収支均衡」が35.9%、「黒字基調」は20.2%となっている。主な取扱品別に、収支状況をみると、「黒字基調」は「飲食料品」が37.5%と最も高く、次いで「機械器具・電子部品等」(35.3%)、「貴金属・宝石製品」(33.3%)が続いている。一方、「家具・木製品」では0.0%、「靴・履物」が2.6%と低くなっている。

現在の収支状況



主な取扱品別現在の収支状況

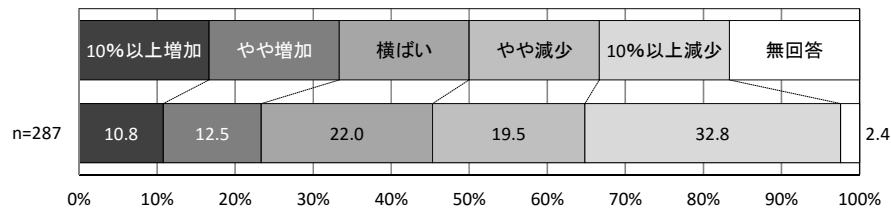


③直近5年前と比較した経営状況の変化

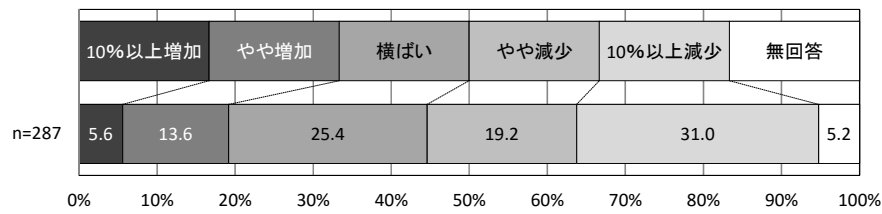
直近5年前と比較した経営状況の変化をみると、売上高及び利益（営業利益）では、「10%以上減少」が3割を超えており、「やや減少」と「10%以上減少」を合わせた『減少』が5割程度、「やや増加」と「10%以上増加」を合わせた『増加』が2割程度となっている。

従業員数は「横ばい」が54.4%を占め、「やや減少」が10.8%と続いている。「やや減少」と「10%以上減少」を合わせた『減少』が20.6%、「やや増加」と「10%以上増加」をあわせた『増加』が10.1%となっている。

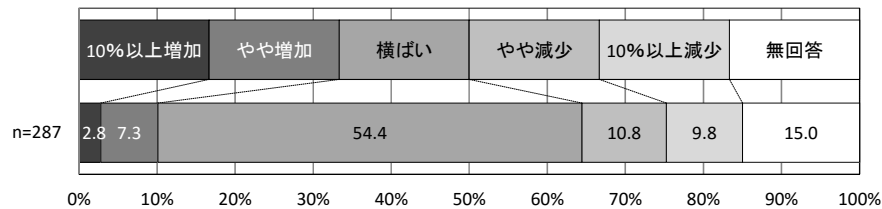
直近5年前と比較した売上高の変化



直近5年前と比較した利益(営業利益)の変化



従業員数の変化

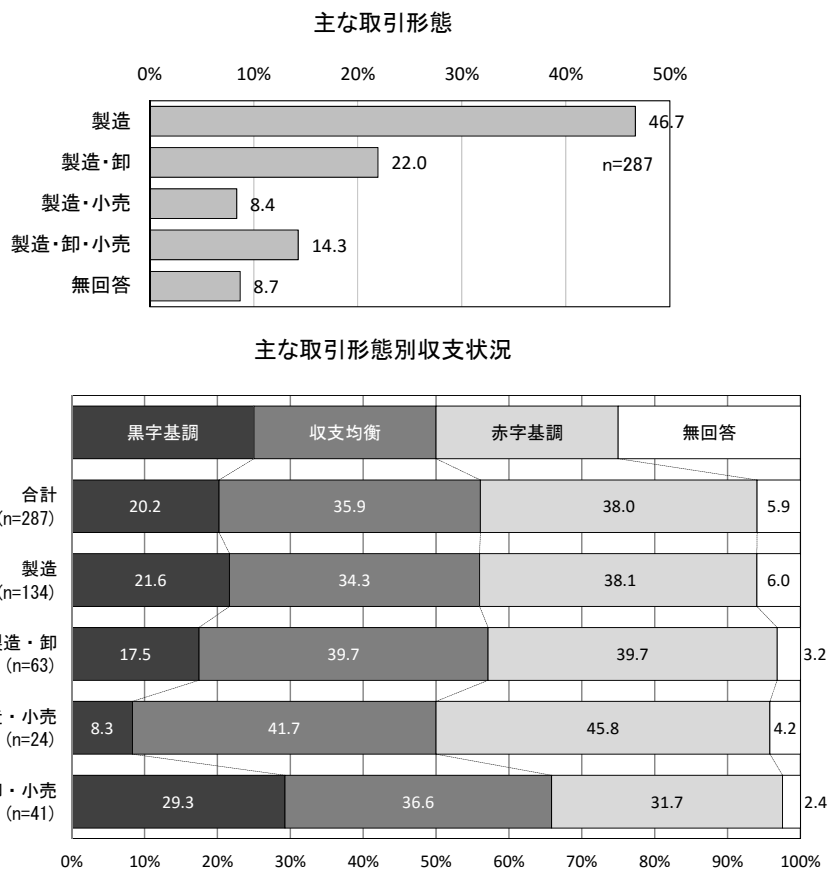


(3) 生産・取引状況

① 主な取引形態

主な取引形態は、「製造」が46.7%を占め、「製造・卸」が22.0%、「製造・卸・小売」が14.3%と続いている。取引形態別の収支状況をみると、「製造・卸・小売」が「黒字基調」が29.3%と比較的良好な状況である。

5年前の取引形態との変化をみると、「製造」では95.5%、「製造・卸」は85.7%、「製造・小売」は87.5%、「製造・卸・小売」は87.8%で取引形態の変化はみられない。変化があったのは、「製造・卸」から「製造・卸・小売」が2件、「製造・卸・小売」から「製造・卸」が4件と小売機能の増減があった事業所が6件となっている。



5年前の取引形態からの変化

(上段: 件数、下段: %)

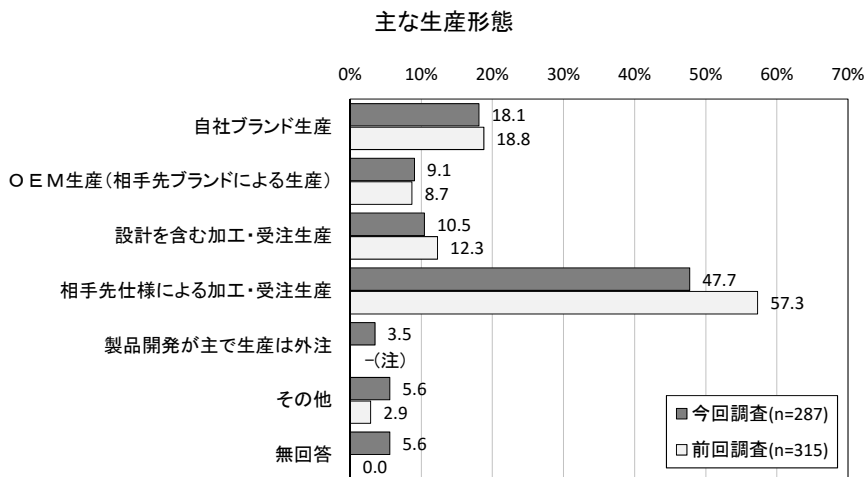
取引形態-現在	取引形態-5年前					合計
	製造	製造・卸	製造・小売	製造・卸・小売	無回答	
製造	128	0	0	0	6	134
	95.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	100.0%
製造・卸	1	54	0	4	4	63
	1.6%	85.7%	0.0%	6.3%	6.3%	100.0%
製造・小売	0	0	21	0	3	24
	0.0%	0.0%	87.5%	0.0%	12.5%	100.0%
製造・卸・小売	0	2	0	36	3	41
	0.0%	4.9%	0.0%	87.8%	7.3%	100.0%
無回答	2	0	0	0	23	25
	8.0%	0.0%	0.0%	0.0%	92.0%	100.0%
合計	131	56	21	40	39	287
	45.6%	19.5%	7.3%	13.9%	13.6%	100.0%



②主な生産形態

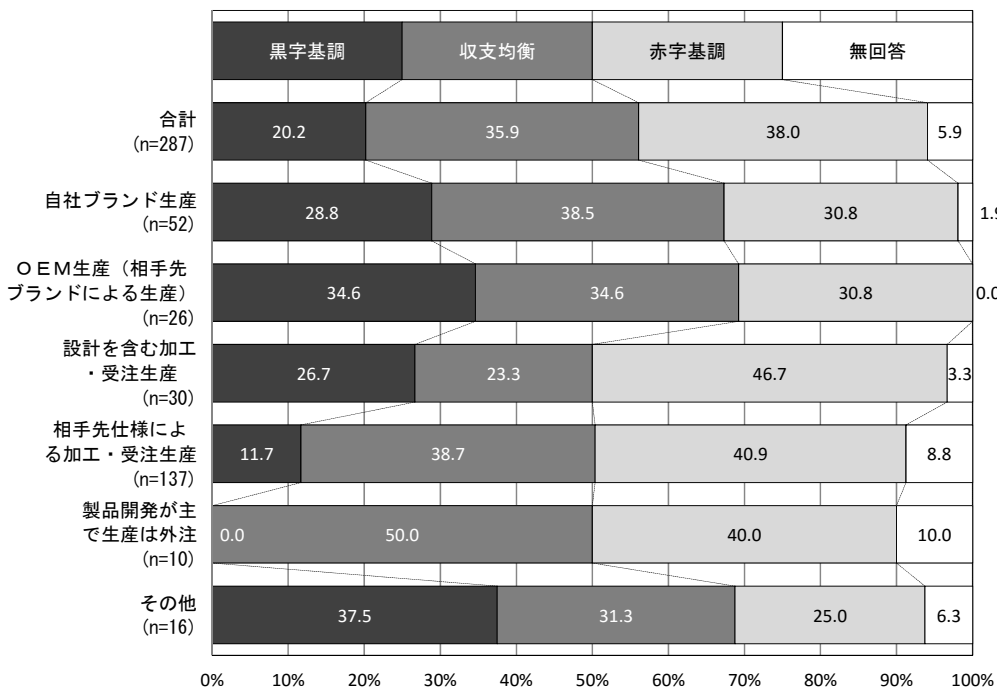
主な生産形態は、「相手先仕様による加工・受注生産」が47.7%、「自社ブランド生産」が18.1%と続いている。前回調査と比較すると、「相手先仕様による加工・受注生産」のポイントが若干低下している。

主な生産形態別にみると、「OEM生産（相手先ブランドによる生産）」「自社ブランド生産」では、「黒字基調」がそれぞれ34.6%、28.8%を占めている。



(注)「製品開発が主で生産は外注」は前回調査では選択肢の設定がなかったため、前回調査の数値は参考数値である。

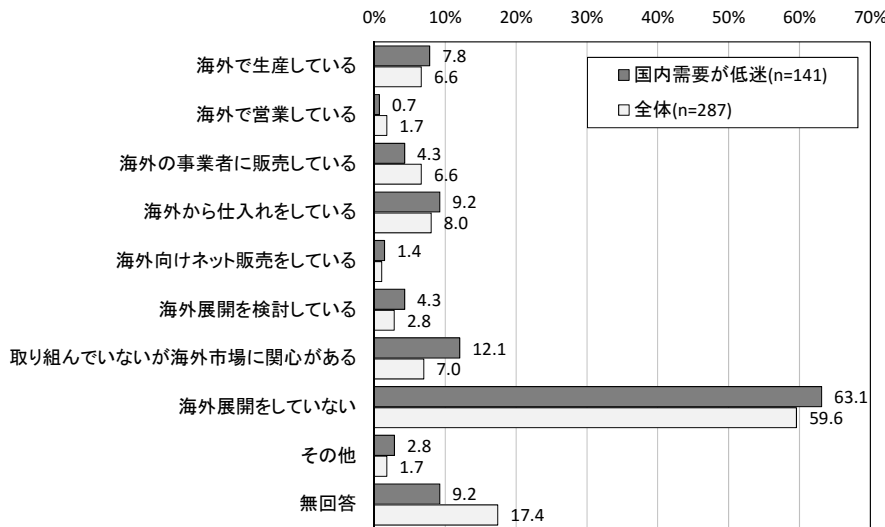
主な生産形態別収支状況



③主な「取引・販売先」

主な「取引・販売先」は、「中堅・中小製造業」が31.4%と最も多く、次いで「卸売業（問屋・商社等）」が27.9%と続いている。前回調査との比較では、「中堅・中小製造業」のポイントが高くなっており、その生産形態をみると大半がメーカーからの受注生産となっている。

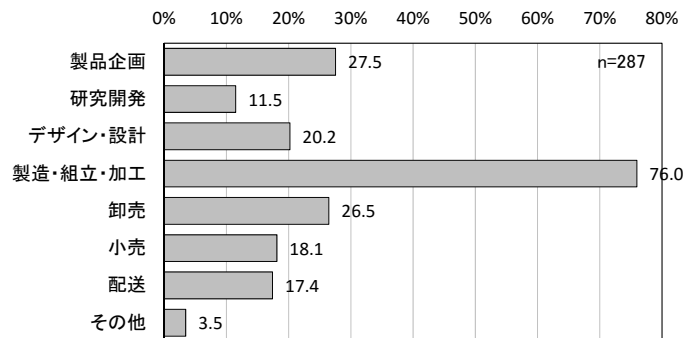
主な「取引・販売先」



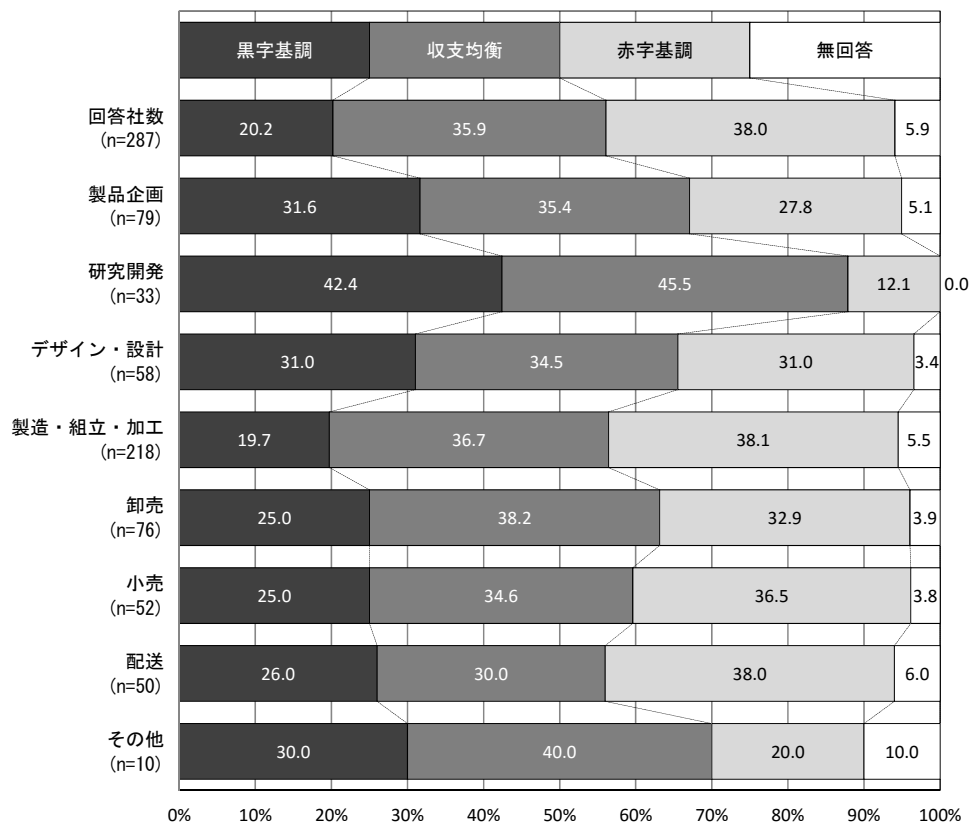
④業務内容

実施している業務内容は、76.0%が「製造・組立・加工」を行っている。「製品企画」が27.5%、「卸売」が26.5%となっている。業務内容別収支状況を見ると、「研究開発」に取り組んでいる事業所では「黒字基調」が42.4%、「製品企画」が31.6%と企画・開発に取り組んでいる事業所の収支状況がよいことがうかがえる。

業務内容(MA)



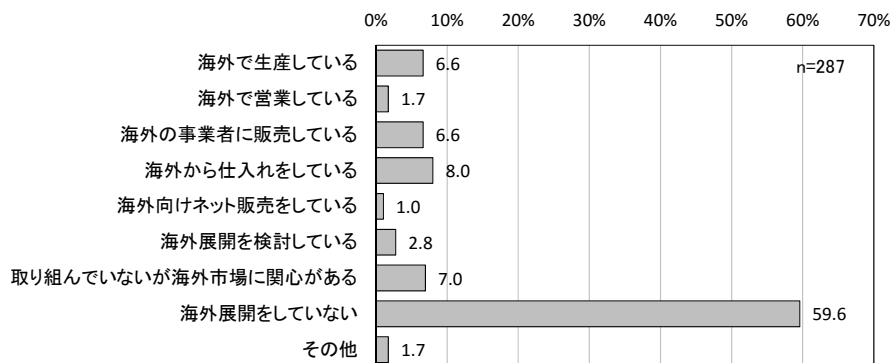
業務内容別収支状況(MA)



⑤海外展開

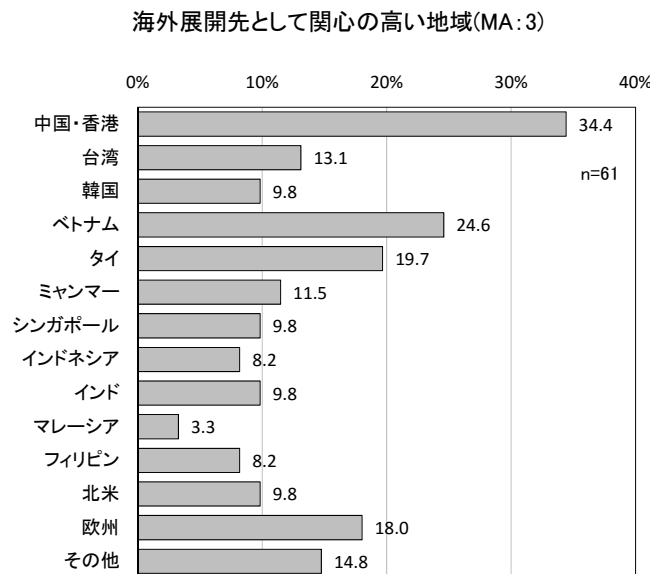
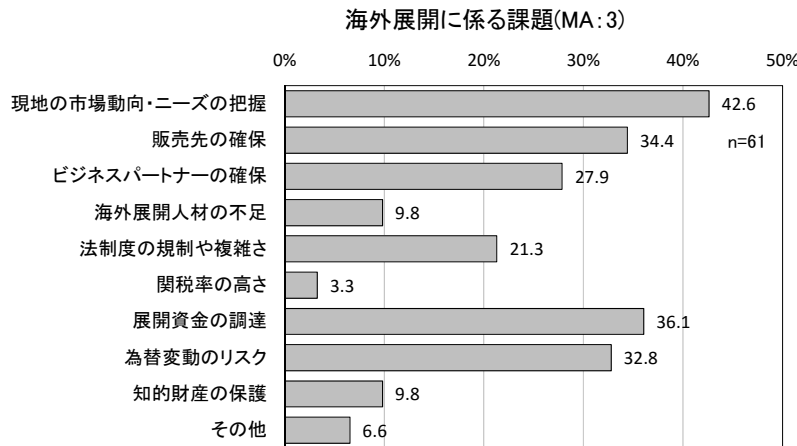
海外展開については、59.6%が海外展開をしていない。取組みでは、「海外から仕入れをしている」が8.0%で最も多いが、1割を切っている。また、「取り組んでいないが海外市場に関心がある」も7.0%と1割を切っている。

海外展開の取組み状況(MA)



次に、海外展開に関する設問で、「海外展開をしている」もしくは「海外展開を検討している」「取り組んでいないが海外市場に関心がある」と回答した事業所に、海外展開に係る課題を聞いたところ、「現地の市場動向・ニーズの把握」が42.6%と最も多く、次いで「展開資金の調達」が36.1%、「販売先の確保」34.4%と販路開拓及び資金調達が課題とされている。

海外展開先として関心の高い地域は、「中国・香港」が34.4%と最も高く、次いで「ベトナム」が24.6%、「タイ」が19.7%とアジア圏が上位に挙がっている。

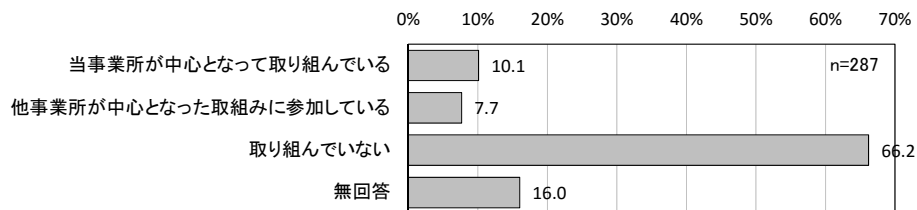


⑥他事業所との連携取組み

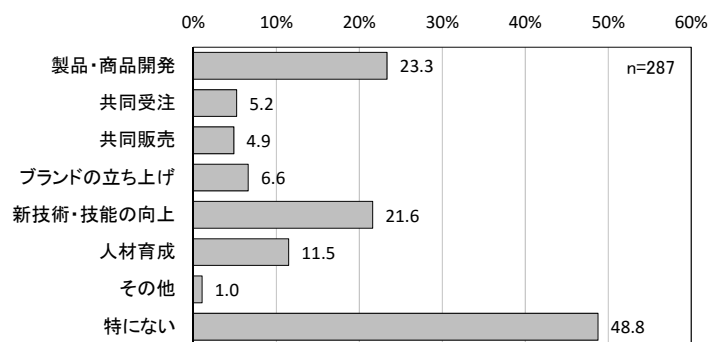
他事業所と連携した取組みは、「取り組んでいない」が66.2%を占めている。一方、取り組んでいる事業所は「当事業所が中心となって取り組んでいる」が10.1%、「他事業所が中心となった取組みに参加している」が7.7%と合わせて、17.8%が取り組んでいる。

今後、他事業所や研究機関と連携して取り組みたいことを聞いたところ、「製品・商品開発」が23.3%、「新技術・技能の向上」が21.6%を占めている。一方で、「特にない」が48.8%と、半数弱は連携に対して強い意向を持っていないことがうかがえる。

他事業所や地域の団体等と連携した取組み



今後、他事業所や研究機関と連携して取組みたいこと(MA)



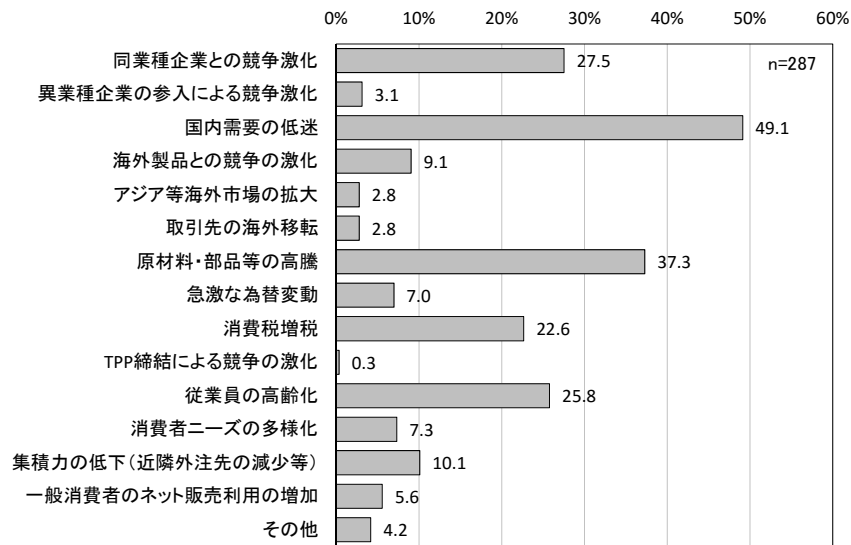
(4) 経営上の課題

①取り巻く環境

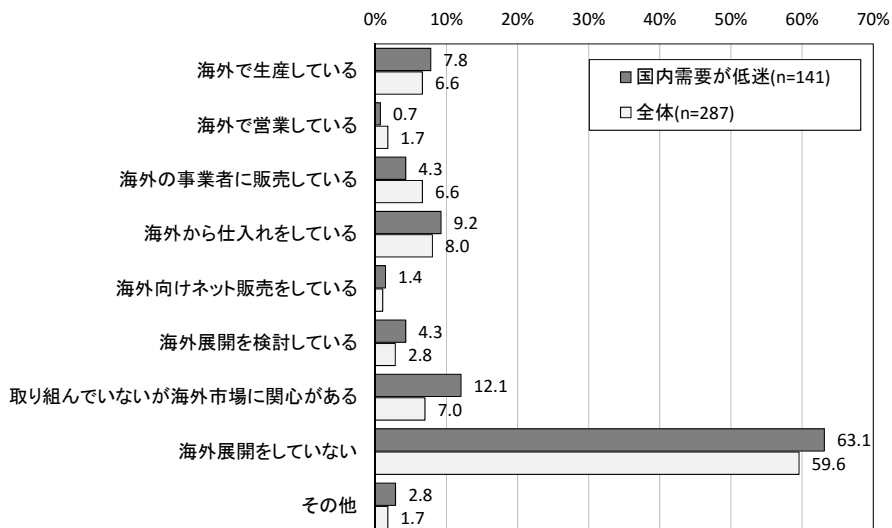
取り巻く外部環境で最も影響が大きいのは、「国内需要の低迷」が49.1%と最も多く、次いで「原材料・部品等の高騰」が37.3%、「同業種企業との競争激化」が27.5%と続いている。

「国内需要の低迷」と回答した事業所の海外展開状況をみると、「海外展開をしていない」が63.1%と全体と変わらない比率を占め、他の取組み状況についても積極的展開の動きが見られない。「取り組んでいないが海外市場に関心がある」は12.1%と全体と比較して若干ポイントが高くなっている。

取り巻く外部環境の影響(MA:3)



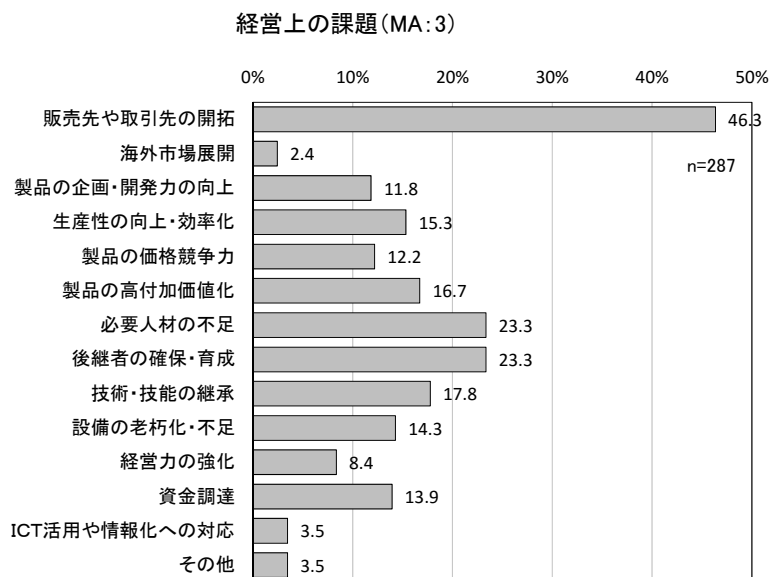
「国内需要の低迷」の回答者における海外展開状況(MA)



②経営上の課題

経営上の課題は、「販売先や取引先の開拓」が46.3%と最も高く、次いで「必要人材の不足」「後継者の確保・育成」がどちらも23.3%と続いている。「海外市場展開」は2.4%と最も低くなっている。

設立時期別にみると、設立時期が古い事業所では、新しい事業所と比較して「必要人材の不足」、「技術技能の継承」等の人材や継承面の項目が高くなっており、設立時期が新しい事業所では、事業を成長させるための「販売先や取引先の開拓」「資金調達」が高くなっている。



経営上の課題（設立時期別）(MA:3)

(上段:件数、下段:%)

創業年	経営上の課題	販売先や取引先の開拓	海外市場展開	製品の企画・開発力の向上	生産性の向上・効率化	製品の価格競争力	製品の高付加価値化	必要人材の不足	後継者の確保・育成
～1944年(昭和19年)		10	0	3	4	4	6	12	7
		31.3%	0.0%	9.4%	12.5%	12.5%	18.8%	37.5%	21.9%
1945～1954年(昭和20～29年)		17	0	4	5	5	7	6	13
		42.5%	0.0%	10.0%	12.5%	12.5%	17.5%	15.0%	32.5%
1955～1964年(昭和30～39年)		24	4	4	8	9	7	9	10
		50.0%	8.3%	8.3%	16.7%	18.8%	14.6%	18.8%	20.8%
1965～1974年(昭和40～49年)		17	0	6	6	3	5	14	9
		43.6%	0.0%	15.4%	15.4%	7.7%	12.8%	35.9%	23.1%
1975～1984年(昭和50～59年)		16	1	2	4	4	6	12	14
		40.0%	2.5%	5.0%	10.0%	10.0%	15.0%	30.0%	35.0%
1985～1994年(昭和60～平成6年)		18	1	4	3	6	6	6	6
		58.1%	3.2%	12.9%	9.7%	19.4%	19.4%	19.4%	19.4%
1995～2004年(平成7～16年)		13	1	5	7	1	7	5	6
		52.0%	4.0%	20.0%	28.0%	4.0%	28.0%	20.0%	24.0%
2005～2009年(平成17～21年)		8	0	1	3	1	1	1	1
		80.0%	0.0%	10.0%	30.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%
2010年～(平成22年～)		4	0	3	2	0	1	0	0
		66.7%	0.0%	50.0%	33.3%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
不明		2	0	2	0	2	0	2	1
		33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	16.7%
無回答		4	0	0	2	0	2	0	0
		40.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
合計		133	7	34	44	35	48	67	67
		46.3%	2.4%	11.8%	15.3%	12.2%	16.7%	23.3%	23.3%

創業年	経営上の課題	技術・技能の継承	設備の老朽化・不足	経営力の強化	資金調達	ICT活用や情報化への対応	その他	無回答	回答社数
～1944年(昭和19年)		11	6	0	3	1	1	6	32
		34.4%	18.8%	0.0%	9.4%	3.1%	3.1%	18.8%	100.0%
1945～1954年(昭和20～29年)		8	8	1	3	3	1	6	40
		20.0%	20.0%	2.5%	7.5%	7.5%	2.5%	15.0%	100.0%
1955～1964年(昭和30～39年)		8	8	5	6	2	2	6	48
		16.7%	16.7%	10.4%	12.5%	4.2%	4.2%	12.5%	100.0%
1965～1974年(昭和40～49年)		6	5	7	3	2	3	4	39
		15.4%	12.8%	17.9%	7.7%	5.1%	7.7%	10.3%	100.0%
1975～1984年(昭和50～59年)		7	7	5	5	0	0	4	40
		17.5%	17.5%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	10.0%	100.0%
1985～1994年(昭和60～平成6年)		6	1	3	8	1	0	3	31
		19.4%	3.2%	9.7%	25.8%	3.2%	0.0%	9.7%	100.0%
1995～2004年(平成7～16年)		2	1	1	7	1	2	0	25
		8.0%	4.0%	4.0%	28.0%	4.0%	8.0%	0.0%	100.0%
2005～2009年(平成17～21年)		1	3	1	2	0	0	0	10
		10.0%	30.0%	10.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
2010年～(平成22年～)		1	0	1	2	0	0	1	6
		16.7%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
不明		0	1	0	1	0	0	1	6
		0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	100.0%
無回答		1	1	0	0	0	1	2	10
		10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	100.0%
合計		51	41	24	40	10	10	33	287
		17.8%	14.3%	8.4%	13.9%	3.5%	3.5%	11.5%	100.0%

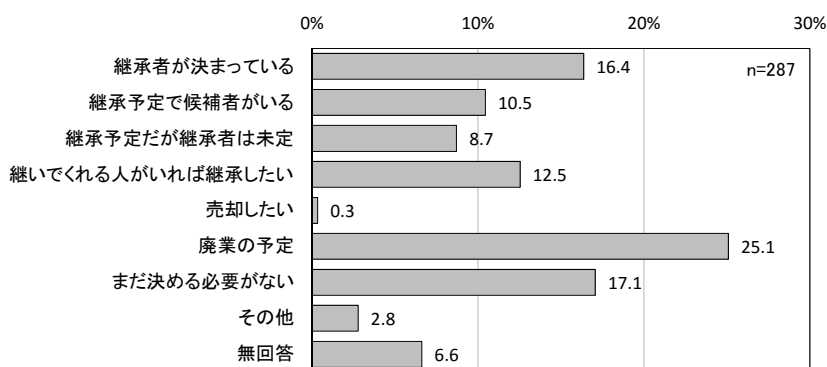


(5) 今後の展開

①事業継承の予定

事業継承の予定は、将来的に「廃業の予定」が25.1%（72件）を占めている。「継承者が決まっている」、「継承予定で候補者がいる」、「継承予定だが継承者は未定」、「継いでくれる人がいれば継承したい」を合わせた、継承意向がある事業所は48.1%となっている。「廃業の予定」事業所を収支状況別にみると、72件のうち、「黒字基調」が8件、「収支均衡」が23件と、合わせた4割強（31件）が収支を合わせられる状態で廃業を検討している。経営者の高齢化や継承者がいないことを理由に、将来的にはやむなく廃業を検討せざるを得ない状況になっていることが推察される。

事業継承予定



収支状況別事業継承予定

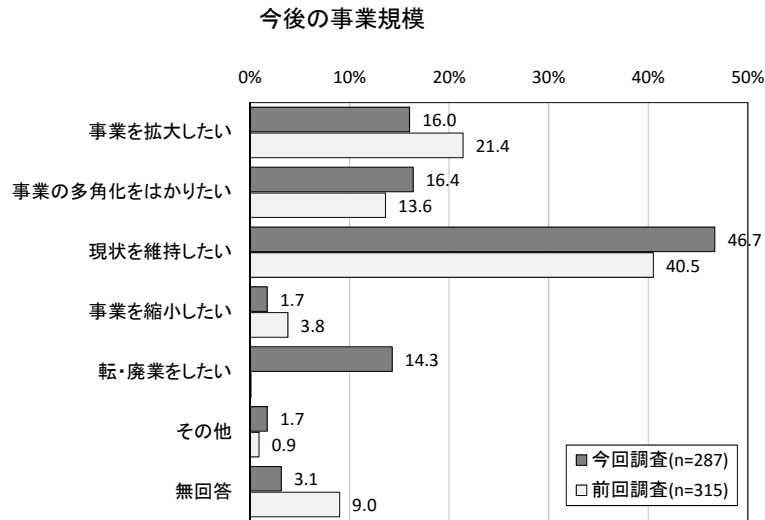
(上段:件数、下段:%)

事業継承の予定	事業継承の予定									合計
	継承者が決まっている	継承予定で候補者がいる	継承予定だが継承者は未定	継いでくれる人がいれば継承したい	売却したい	廃業の予定	まだ決める必要がない	その他	無回答	
黒字基調	13	8	7	6	1	8	11	1	3	58
	22.4%	13.8%	12.1%	10.3%	1.7%	13.8%	19.0%	1.7%	5.2%	100.0%
収支均衡	17	12	10	16	0	23	18	3	4	103
	16.5%	11.7%	9.7%	15.5%	0.0%	22.3%	17.5%	2.9%	3.9%	100.0%
赤字基調	15	9	7	12	0	37	16	4	9	109
	13.8%	8.3%	6.4%	11.0%	0.0%	33.9%	14.7%	3.7%	8.3%	100.0%
無回答	2	1	1	2	0	4	4	0	3	17
	11.8%	5.9%	5.9%	11.8%	0.0%	23.5%	23.5%	0.0%	17.6%	100.0%
合計	47	30	25	36	1	72	49	8	19	287
	16.4%	10.5%	8.7%	12.5%	0.3%	25.1%	17.1%	2.8%	6.6%	100.0%

②今後の事業規模

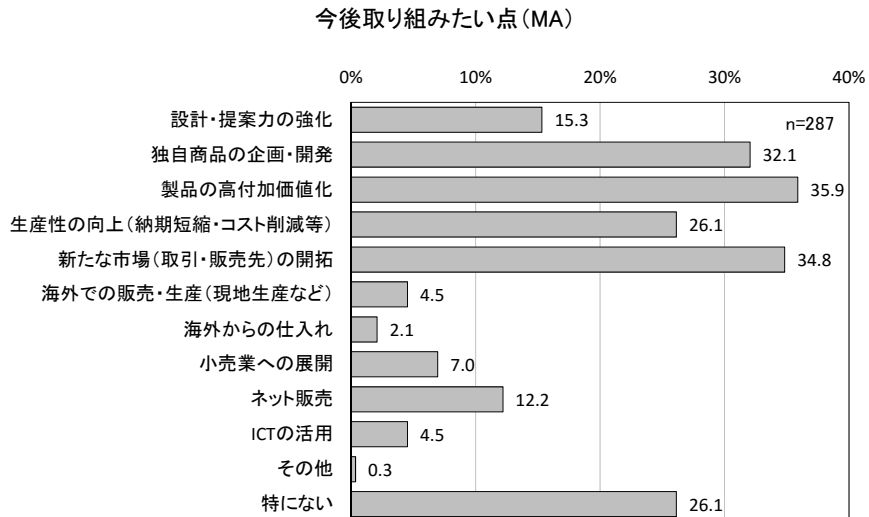
今後の事業規模は、「現状を維持したい」が46.7%を占める。「事業を拡大したい」(16.0%)と「事業の多角化をはかりたい」(16.4%)を合わせた32.4%が、積極的な事業展開を検討している。

前回調査と比較すると、「事業の多角化をはかりたい」、「現状を維持したい」、「転・廃業したい」のポイントが若干高まり、「事業を拡大したい」「事業を縮小したい」のポイントがやや低くなっている。



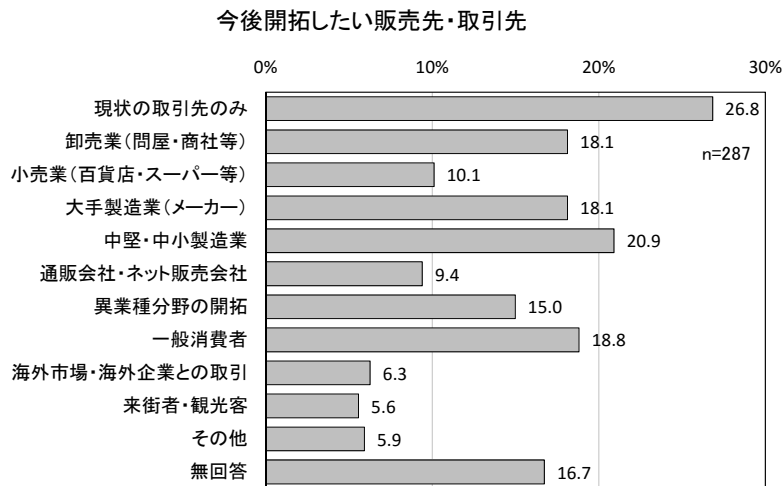
③今後取り組みたい点

今後取り組みたい点は、「製品の高付加価値化」が35.9%と最も高く、次いで「新たな市場（取引・販売先）の開拓」が34.8%、「独自商品の企画・開発」が32.1%と続いている。



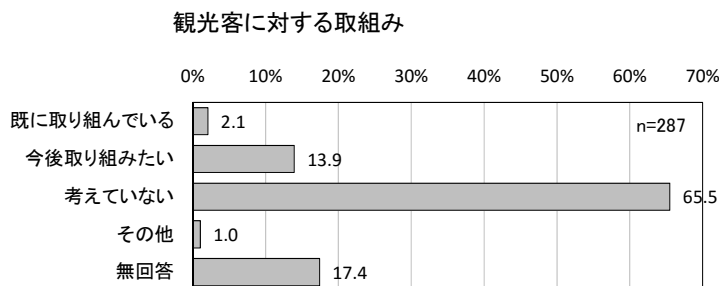
④今後開拓したい販売先・取引先

今後開拓したい販売先・取引先は、「現状の取引先のみ」が26.8%と最も高く、次いで「中堅・中小製造業」が20.9%、「一般消費者」が18.8%、「卸売業（問屋・商社等）」及び「大手製造業（メーカー）」が18.1%と続いている。



⑤観光客に対する取組み

観光客に対する取組みは、「考えていない」が65.5%を占めている。「既に取り組んでいる」は2.1%に過ぎないが、「今後取り組みたい」は13.9%となっている。



【取組み内容】

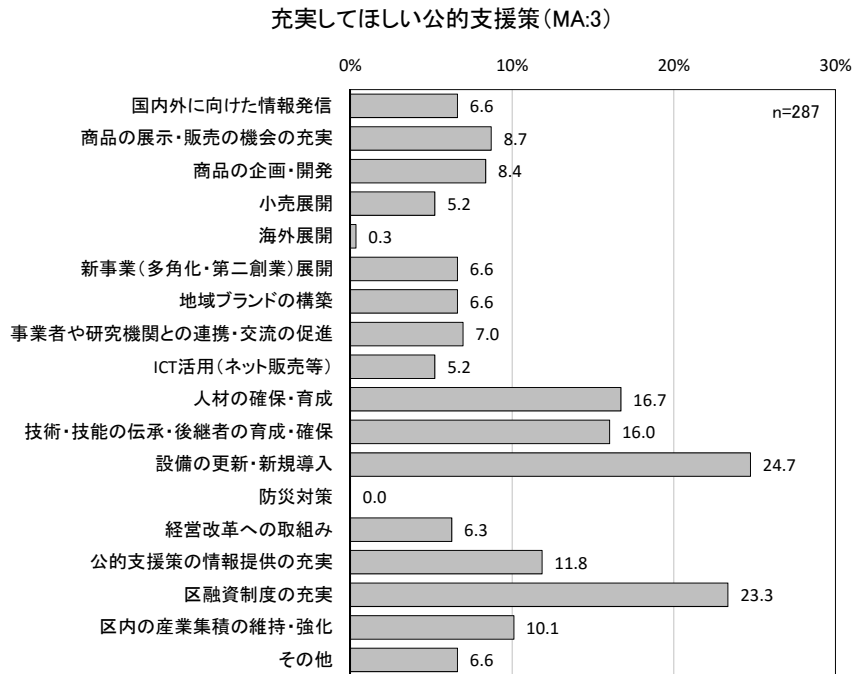
- ・海外で出来ない物を日本で力を入れていきたい。(靴・履物材料加工業)
- ・業界・組合でインバウンドにどう関わり売上を伸ばせるか、新たな市場開拓につなげられるか取り組んでいる。(皮革服装ベルト業)
- ・工房見学・製作体験などを行い、又各種メディアを積極的に活用し、周知をはかっている。(江戸すだれ製造販売)
- ・子会社に DMC 事業者を持ち、MICE 事業に対し提案をしている。(印刷物(年賀印刷、カレンダー他))

※ DMC: Destination Management Company の略記。

目的地・開催地におけるあらゆる種類の業務を取扱う専門的能力を有する企業。コーポレートイベント(表彰式、周年行事、ビジネスミーティング、各種パーティー)や国際会議、国際スポーツイベント等、これらに関連して派生する一切の行事を包括的にマネジメントする。

(6) 行政に期待する支援策

行政に期待する支援策は、「設備の更新・新規導入」が24.7%と最も高く、次いで「区融資制度の充実」が23.3%、「人材の確保・育成」(16.7%)、「技術・技能の伝承・後継者の育成・確保」(16.0%)と続いている。



(7) 区の産業振興に対する意見

区の産業振興に対する主な意見として、ものづくり産業のブランディング支援、製品のPR・展示機能の充実、新商品開発支援、ものづくり人材の育成や経験者と若い人の交流支援などを望む意見が挙げられた。

**【ものづくりのブランディング支援】**

- ・地場の皮革産業の発展につながるブランディング支援

**【製品のPR・展示機能の充実】**

- ・区の木目込人形についてアピールしてほしい
- ・伝統工芸の中には目立たないものもある。そのような工芸も取り上げてアピールしてほしい。
- ・台東区は人が集まりやすいところだ。人の集まる場所でグッズの販売ができるとよい。(江戸台東アイテム→世界へ向けて)
- ・手づくりマップに掲載されている製品を一堂に会して観ることができる(写真ではなく各所の製造品展示ルーム) 場所があるとよい。
- ・展示会等への協賛支援策の充実
- ・当製作所の製品を東京都立産業貿易センター台東館に展示してほしい。

**【新商品開発支援】**

- ・新商品開発に伴う助成金制度の充実

**【ものづくり人材の育成や経験者と若い人の交流支援】**

- ・ものづくりを担う優秀で才能のある若者を区に呼び込みサポートすれば、区の新しい顔になるのではないかと。
- ・廃業予定者の知恵と、若い起業家を結ぶネットワークづくりをしていきたい。