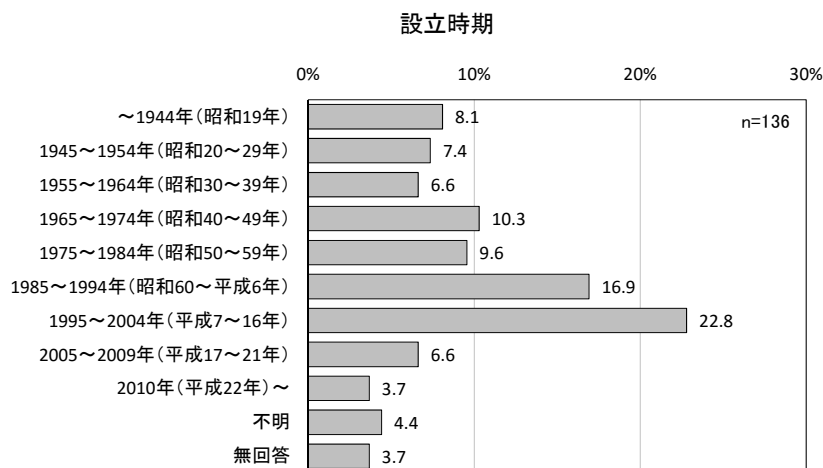


## 6 サービス業調査結果

### (1) 事業所の特性

#### ① 設立時期

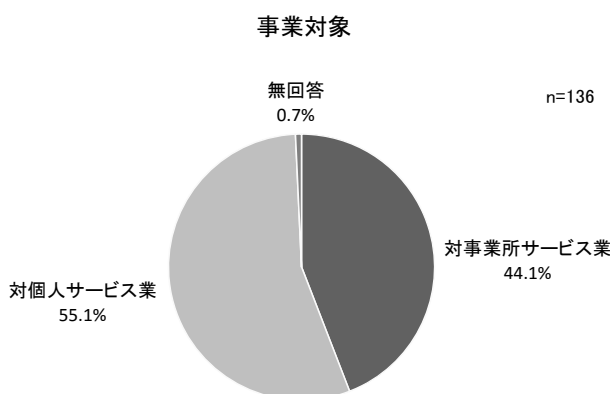
設立時期は、「1995～2004年（平成7～16年）」が22.8%、「1985～1994年（昭和60～平成6年）」が16.9%と約4割が昭和60～平成16年に設立している。一方で、「2005～2009年（平成17～平成21年）」が6.6%、「2010年（平成22年）～」が3.7%と、ここ10年間の設立が10.3%を占めている。



#### ② 業種

事業所を事業対象別に分類したところ、対事業所サービス業が44.1%、対個人サービス業が55.1%となっている。

事業対象別に主なサービスをみたところ、対事業所サービス業では専門・技術サービスが主となり、「情報通信業」が38.3%と最も多く、次いで「土木建築サービス業」が23.3%と続いている。一方、対個人サービス業は生活に係るサービスが主となり、「洗濯・理容・美容・浴場業」が65.3%を占めており、次いで「その他」が12.0%、「娯楽業」及び「旅行業」が8.0%と続いている。



事業対象別業種

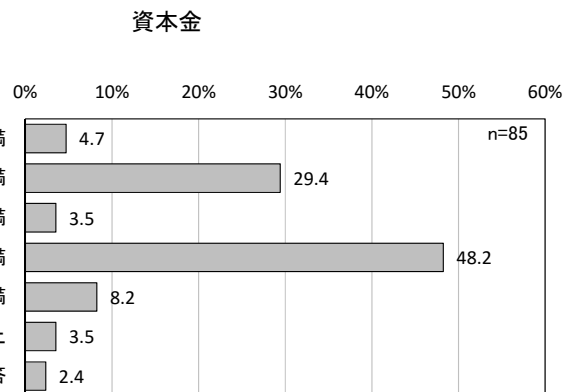
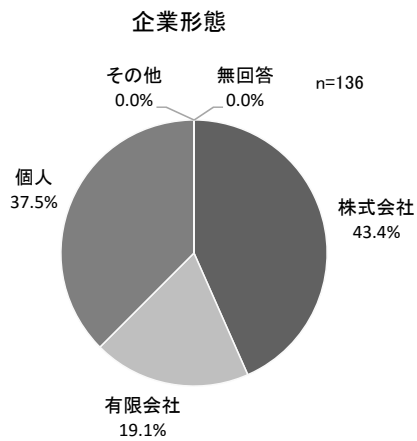
(上段:件数、下段:%)

業種(提供する 主なサービス)	浴 場 業	洗 濯 ・ 理 容 ・ 美 容 ・	娛 楽 業	旅 行 業	生 活 関 連 サ ー ビ ス 業	情 報 通 信 業	デ ザ イ ン 業	広 告 業	土 木 建 築 サ ー ビ ス 業	そ の 他	合 計
事業の対象											
対事業所サービス業	0	1	3	0	23	7	3	14	9	60	
	0.0%	1.7%	5.0%	0.0%	38.3%	11.7%	5.0%	23.3%	15.0%	100.0%	
対個人サービス業	49	6	6	3	1	0	0	1	9	75	
	65.3%	8.0%	8.0%	4.0%	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%	12.0%	100.0%	
無回答	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	
合計	49	7	9	3	24	8	3	15	18	136	
	36.0%	5.1%	6.6%	2.2%	17.6%	5.9%	2.2%	11.0%	13.2%	100.0%	

③企業形態・資本金

企業形態は、「株式会社」が43.4%、「個人」が37.5%、「有限会社」が19.1%となっている。

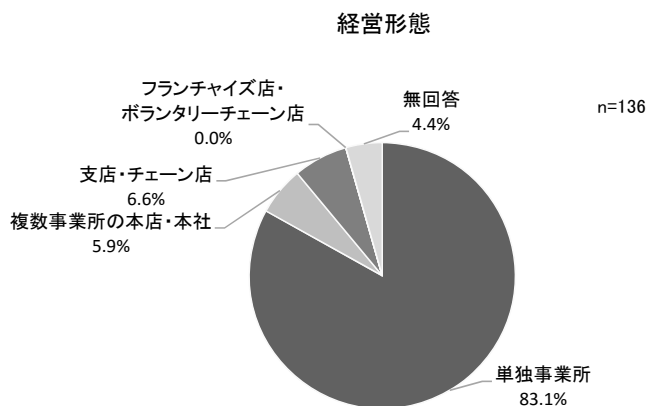
資本金は「1千万円以上3千万円未満」が48.2%、「300万円以上500万円未満」が29.4%、一方、「1億円以上」は3.5%となっている。



※企業形態「個人」を除く

④経営形態

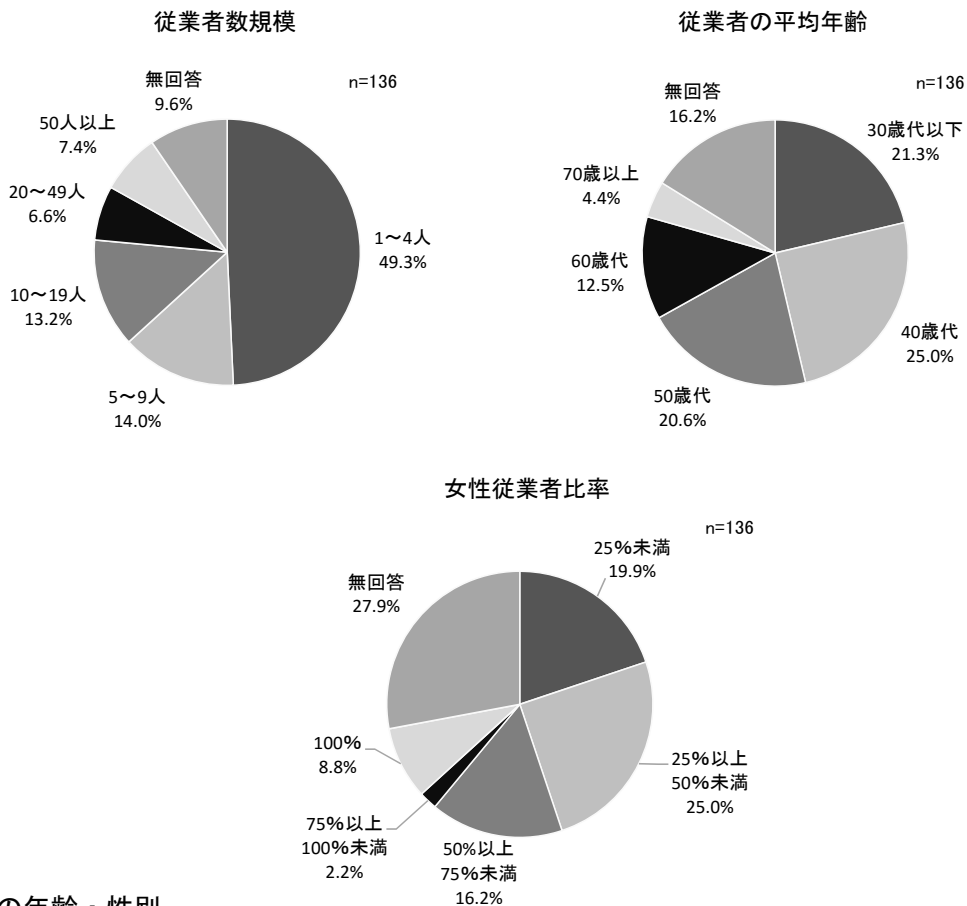
経営形態は、「単独事業所」が83.1%を占め、一方、「支店・チェーン店」は6.6%、「複数事業所の本店・本社」は5.9%となっている。



⑤従業者の現況

従業者数規模は、「1人～4人」が49.3%を占め、次いで「5人～9人」が14.0%と、<9人以下>が6割強を占めている。従業者の平均年齢は、「40歳代」が25.0%と最も多く、次いで、「30歳代以下」が21.3%と続いており、他業種と比較して若年化している。

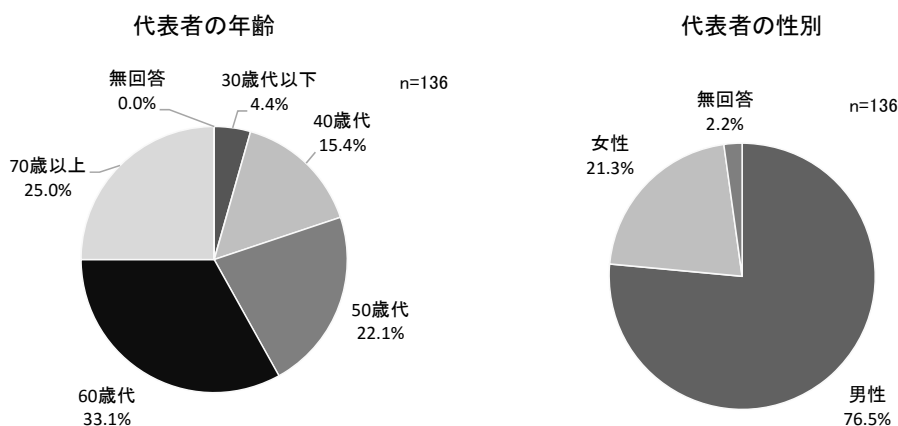
女性の従業者比率は、「25%以上 50%未満」が25.0%と最も高く、次いで「25%未満」が19.9%と<50%未満>が44.9%、<50%以上>が27.2%となっている。



⑥代表者の年齢・性別

代表者の年齢は、「60歳代」が33.1%、「70歳以上」が25.0%を占め、<60歳代以上>が6割弱を占めている。

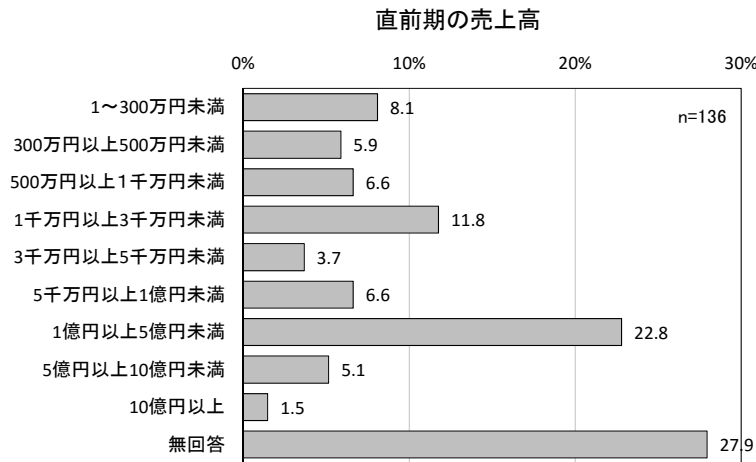
代表者の性別は、「男性」が76.5%、「女性」が21.3%と、他業種と比較すると、女性の従業者比率は高くないが、代表者の女性比率は高くなっている。



(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22.8%と最も高く、次いで「1千万円以上3千万円未満」が11.8%と続いている。



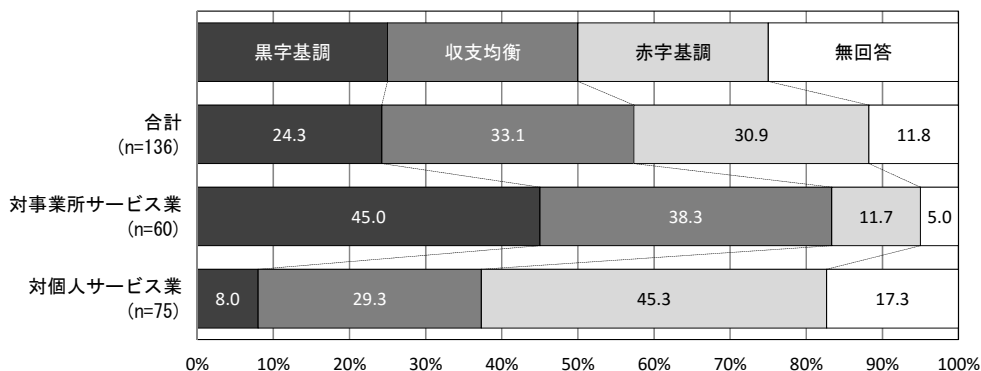
②収支状況・直近5年前と比較した経営状況の変化

現在の収支状況は、「収支均衡」が33.1%と最も高く、「赤字基調」が30.9%と「黒字基調」の24.3%を上回っている。

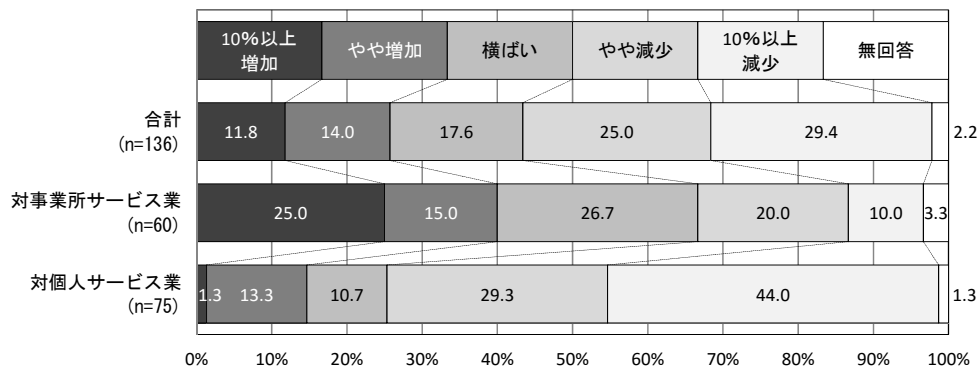
事業対象別に見ると、対事業所サービス業では、「黒字基調」が45.0%、「収支均衡」が38.3%、「赤字基調」は11.7%と好況である。一方、対個人サービス業は、「赤字基調」が45.3%を占め、「収支均衡」が29.3%、「黒字基調」は8.0%と厳しい状況となっている。

直近5年間の売上高、利益（営業利益）の変化をみると、双方ともに「10%以上減少」が最も多く3割弱を占め、「やや減少」と「10%以上減少」を合わせた『減少』が半数を超えている。事業対象別にみると、対事業所サービス業では、『増加』が売上高で40.0%、利益（営業利益）で38.3%と双方ともに4割前後を占めている。一方、対個人サービス業では、『減少』が売上高で73.3%、利益（営業利益）で70.7%を占め、厳しい状況がうかがえる。

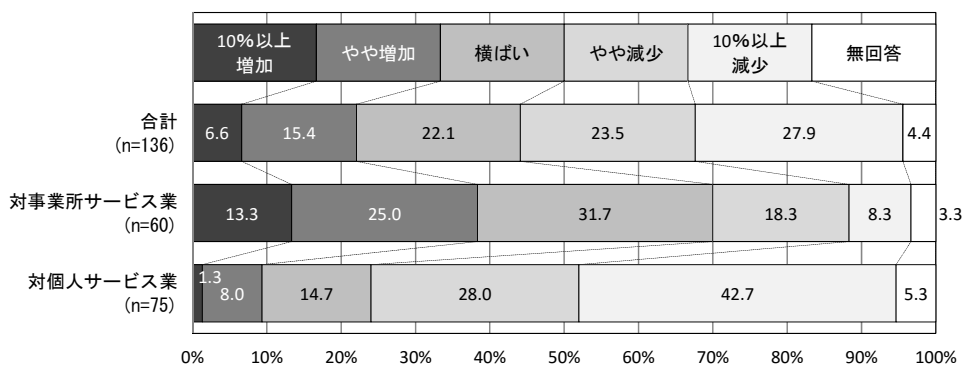
事業対象別収支状況



事業対象別直近5年前と比較した売上高の変化



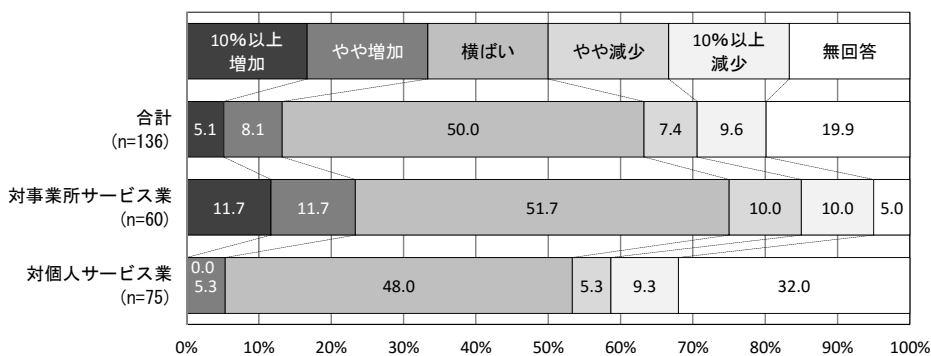
事業対象別直近5年前と比較した利益(営業利益)の変化



③直近5年前と比較した従業員数の変化

従業員数は、「横ばい」が50.0%を占めている。『減少』が17.0%と『増加』の13.2%を上回っている。事業対象別にみると、対事業所サービス業では、『増加』が23.4%、対個人サービス業では経営状況が厳しいなか、『増加』している事業所は5.3%であった。

事業対象別従業員数の変化

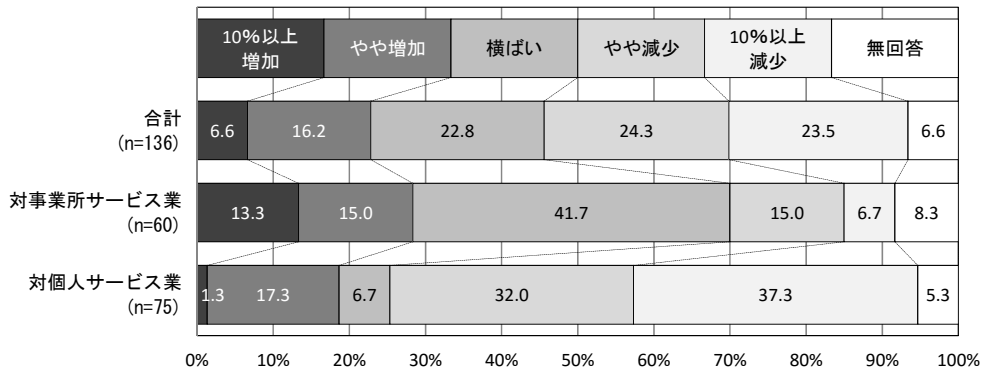


(3) 営業状況

①過去5年間の来店者数・顧客数の変化

過去5年間の来店者数・顧客数の変化は、『減少』が47.8%を占め、『増加』の22.8%を大きく上回っている。「横ばい」は22.8%となっている。事業対象別にみると、対事業所サービス業では、「横ばい」が41.7%を占め、『増加』が28.3%と『減少』の21.7%を上回っている。一方、対個人サービス業では、『減少』が69.3%を占め、『増加』の18.6%を大きく上回っている。

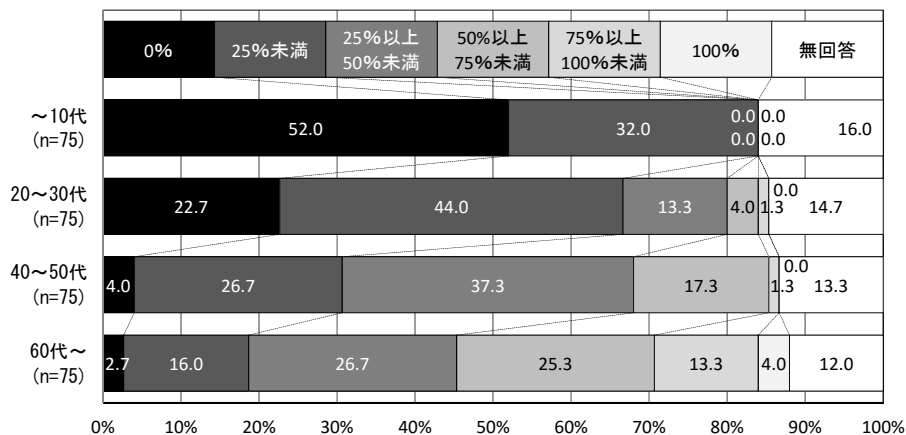
事業対象別過去5年間の来店者数・顧客数の変化



②対個人サービス業における顧客の年代層

対個人サービス業における顧客の年代層をみると、「60代～」が<50%以上>を占める事業所が4割強となっており、60代以上の高齢者が主な顧客層となっている。一方で、「～10代」は半数強の事業所が0%と回答、「20～30代」も「25%未満」が7割弱を占めており、若い顧客の比率が低くなっている。

対個人サービス業における顧客の年代層

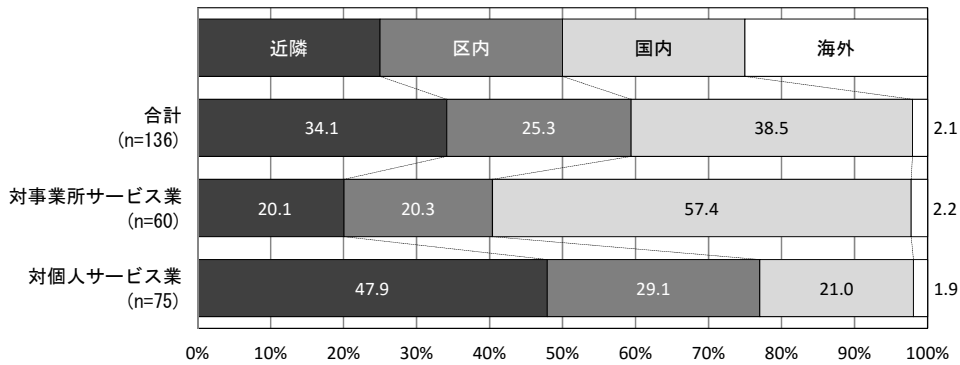


③顧客の居住地

顧客の居住地は、「近隣」が34.1%、「区内」が25.3%、「国内」が38.5%となっている。

事業対象別では、対事業所サービス業は、「国内」が57.4%を占め、「近隣」が20.1%、「区内」が20.3%と区外の顧客の比率が高くなっている。一方、対個人サービス業は、「近隣」が47.9%を占め、「区内」が29.1%、「国内」が21.0%と店舗から近い顧客の比率が高くなっている。

事業対象別顧客の居住地

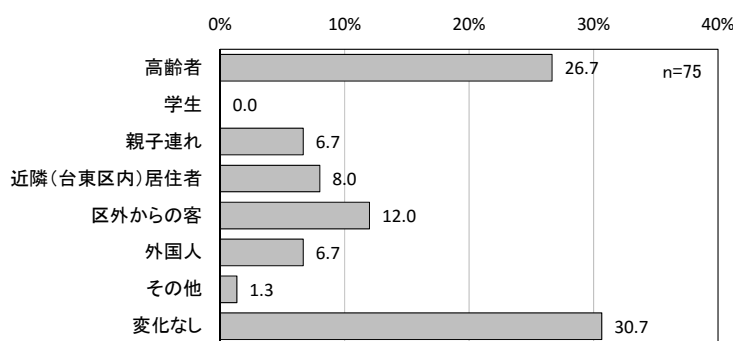


④対個人サービス業における客層の変化

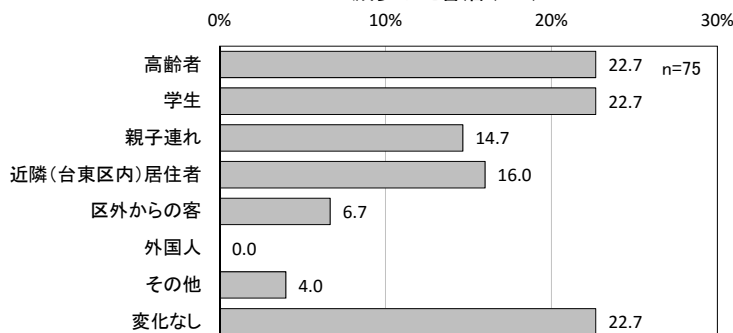
対個人サービス業における客層の変化は、増加した客層は「高齢者」が26.7%と最も多く、次いで、「区外からの客」が12.0%、「近隣（台東区内）居住者」が8.0%と続いている。「親子連れ」「外国人」は6.7%に留まっている。一方で「変化なし」が30.7%を占めている。

反対に、減少した客層は、「高齢者」「学生」が22.7%と最も多く、次いで「近隣（台東区内）居住者」の16.0%が続いている。また、「変化なし」は22.7%となっている。近隣（台東区内）居住者が減少し、区外から客が若干増えている。「学生」は増加した事業所がなく、減少した事業所が22.7%を占めており、そのサービスの種類をみると、「洗濯・理容・美容・浴場業」が13件、ゲームセンター等の娯楽業が3件、旅行業が1件となっている。

増加した客層 (MA)



減少した客層 (MA)



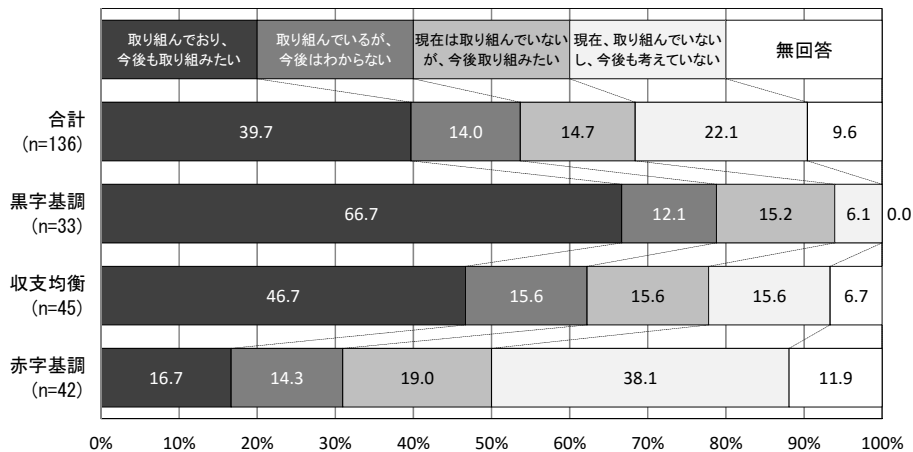
⑤売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組み

売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組みを実施しているか聞いたところ、「取り組んでおり、今後も取り組みたい」(39.7%)、「取り組んでいるが今後はわからない」(14.0%)を合わせた53.7%が取り組んでいる。一方で、「現在、取り組んでいないし、今後も考えていない」が22.1%を占めている。

収支状況別にみると、「黒字基調」では、「取り組んでおり、今後も取り組みたい」が66.7%と、取組みに積極的な事業所が多くなっている。

取組み内容は、商品・サービスの高質化、顧客開拓、事業領域の拡大のほか、人材面では従業員の増員、社員教育、経営面では事業展開の方向性検討、経費削減などの取組みが挙げられた。

収支状況別売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組み



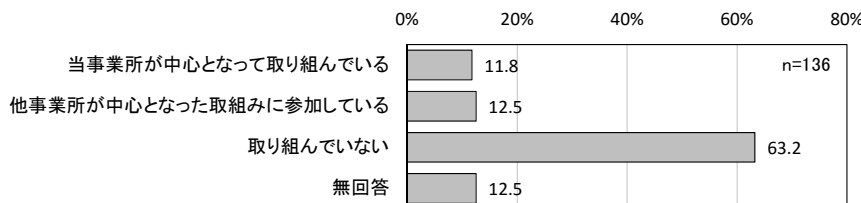
⑥他事業所や地域の団体等と連携した取組み

個店だけでは取り組めないことや、個店だけでは効果が出ないこと等について、事業者間の連携による取組みを聞いたところ、「取り組んでいない」が63.2%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11.8%、「他事業所が中心となった取組みに参加している」が12.5%と合わせて、24.3%が取り組んでいる。

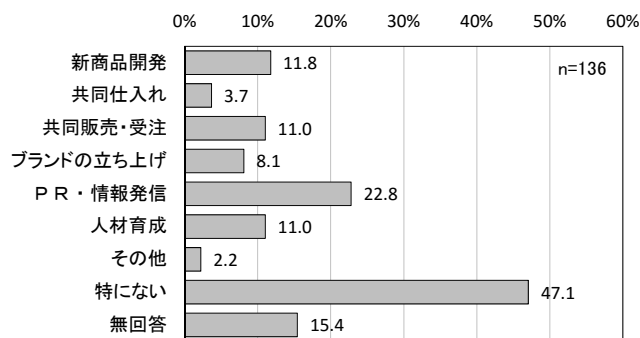
今後の取組み意向を聞いたところ、「PR・情報発信」が22.8%と最も高くなっている。一方で、「特にない」が47.1%と、半数弱は連携に対して強い意向を持っていないことがうかがえる。

他事業所や地域の団体等と連携した取組み





今後、他事業所や地域の団体等と連携して取り組みたいこと(MA)

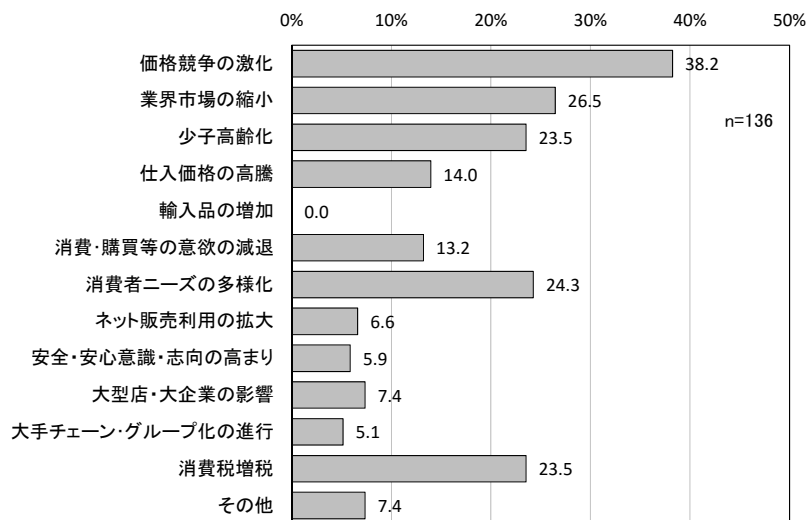


(4) 経営上の課題

①取り巻く環境

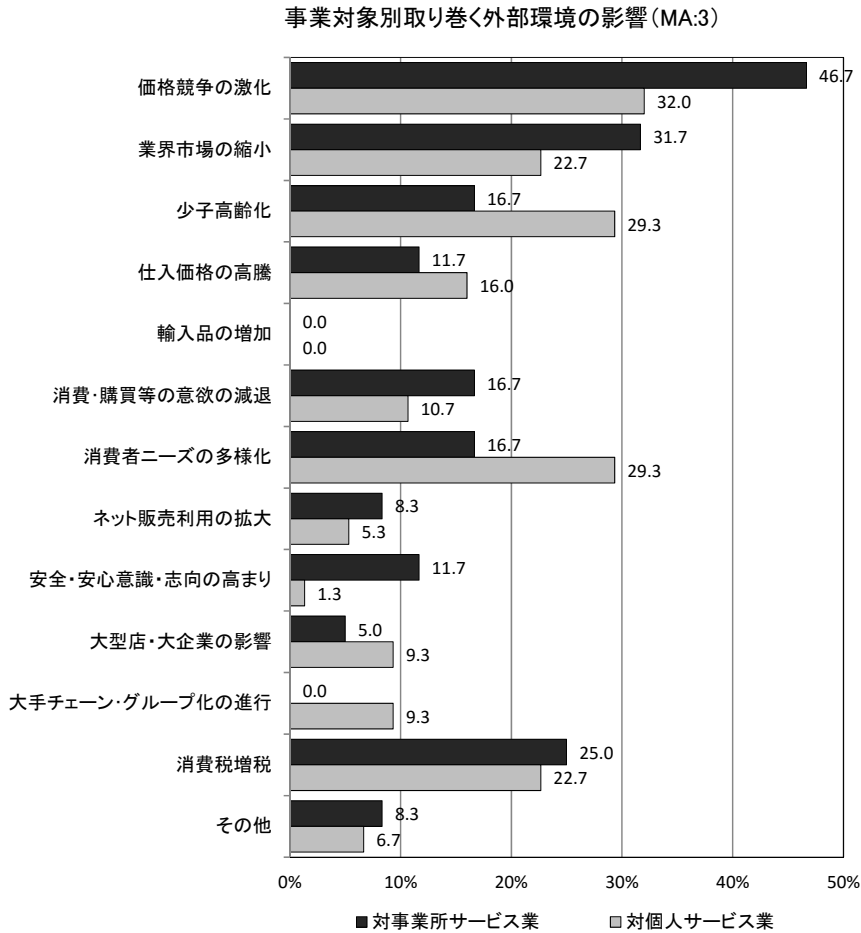
取り巻く外部環境で最も影響が大きいのは、「価格競争の激化」が 38.2%と最も高く、次いで「業界市場の縮小」の 26.5%、「消費者ニーズの多様化」が 24.3%、「少子高齢化」及び「消費税増税」が 23.5%と続いている。

取り巻く外部環境の影響(MA:3)



【事業対象別取り巻く外部環境の影響】

事業対象別にみると、対事業所サービス業では、「価格競争の激化」が46.7%と最も高く、次いで「業界市場の縮小」が31.7%と続いており、業界での競争環境が厳しくなっていることがうかがえる。一方、対個人サービス業では、「価格競争の激化」(32.0%)に次いで、「少子高齢化」「消費者ニーズの多様化」がそれぞれ29.3%と高くなっており、顧客対象数の減少や消費行動の変化の影響を受けていることがうかがえる。

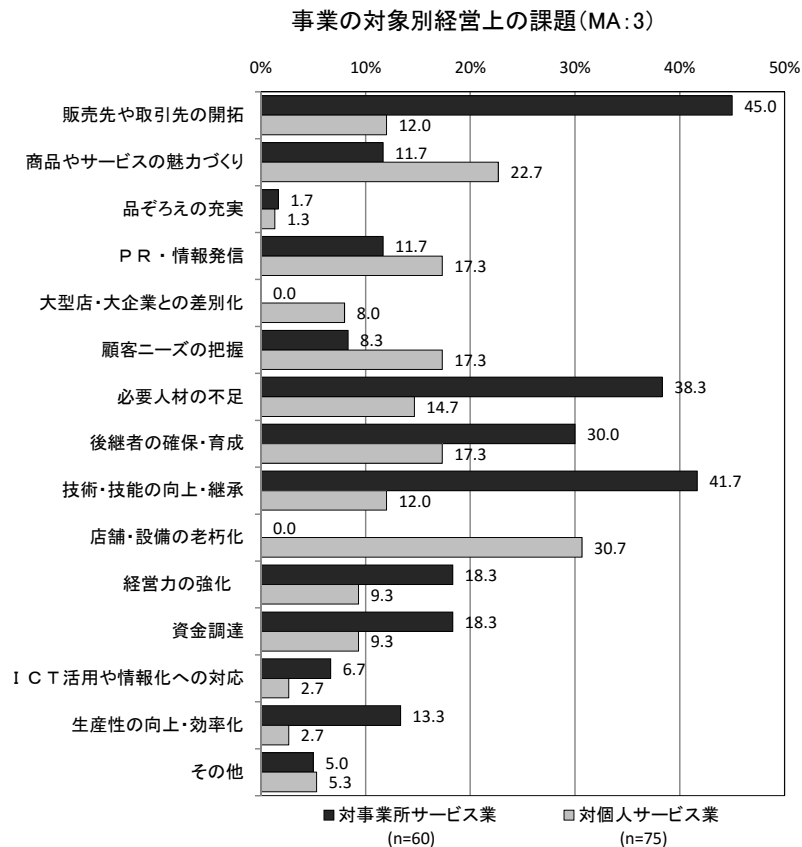
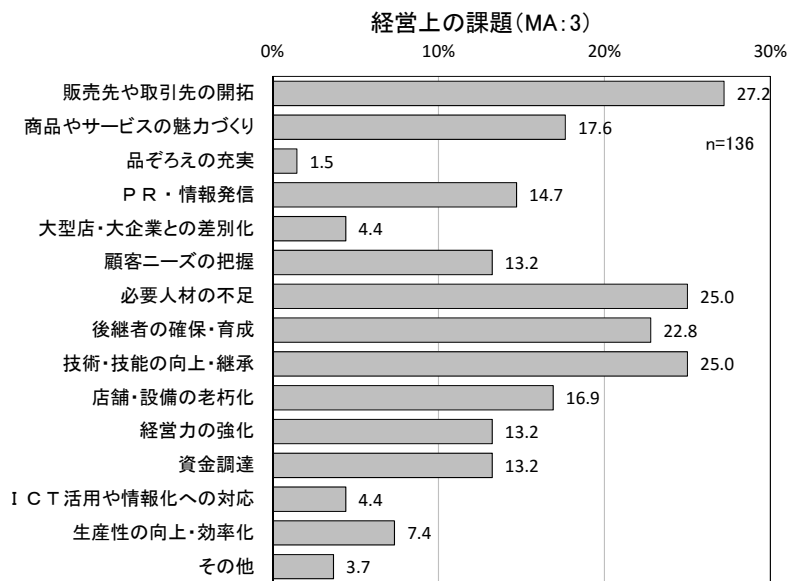


②経営上の課題

経営上の課題は、「販売先や取引先の開拓」が27.2%と最も高く、次いで「必要人材の不足」、「技術・技能の向上・継承」がそれぞれ25.0%、「後継者の確保・育成」の22.8%、「商品やサービスの魅力づくり」の17.6%と続いている。

事業対象別にみると、対事業所サービス業では、「販売先や取引先の開拓」が45.0%と最も高く、次いで「技術・技能の向上・継承」(41.7%)、「必要人材の不足」(38.3%)、「後継者の確保・育成」(30.0%)が続いている。

対個人サービス業では、「店舗・設備の老朽化」が30.7%と最も高く、次いで、「商品やサービスの魅力づくり」(22.7%)、「PR・情報発信」「顧客ニーズの把握」「後継者の確保・育成」がそれぞれ17.3%で続いている。

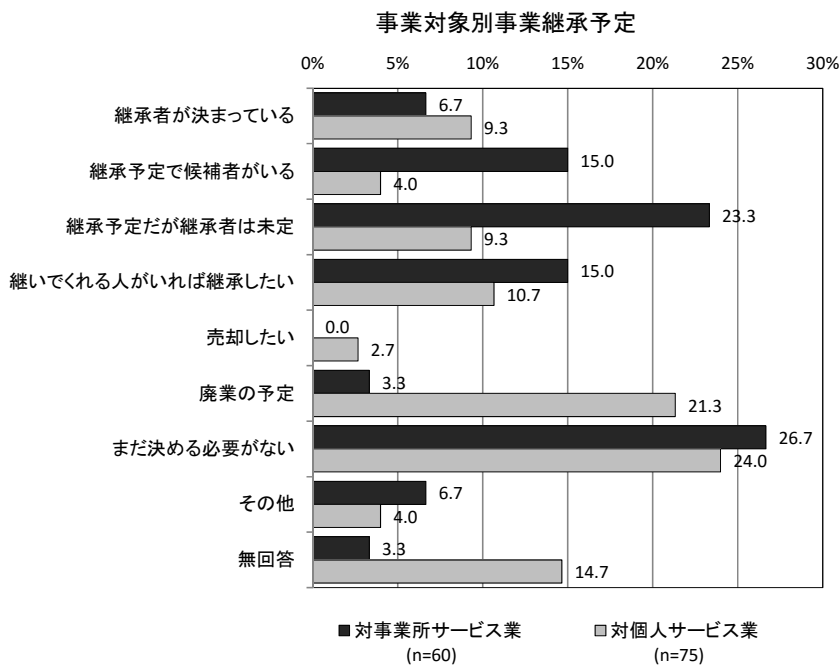
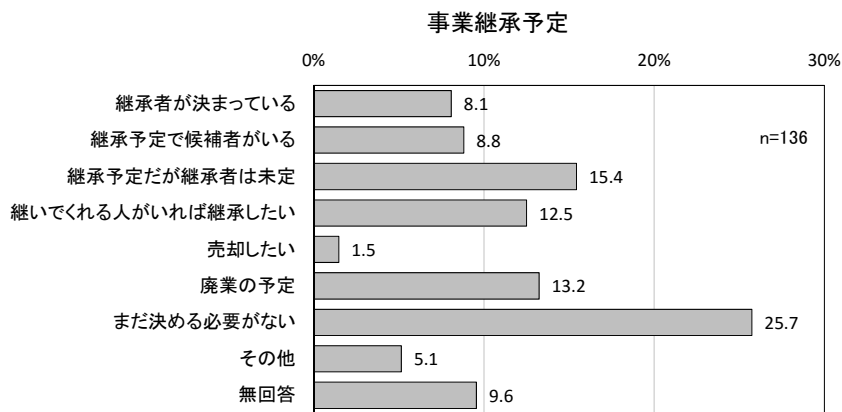


(5) 今後の展開

①事業継承の予定

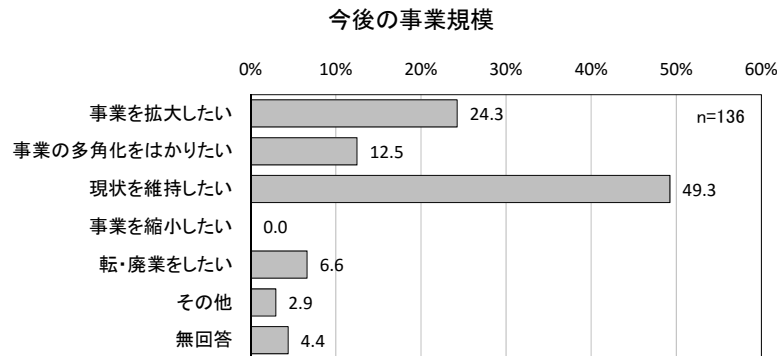
事業継承の予定は、「まだ決める必要がない」が25.7%を占めている。「継承予定だが継承者は未定」(15.4%)、「継いでくれる人がいれば継承したい」(12.5%)、「継承予定で候補者がいる」(8.8%)、「継承者が決まっている」(8.1%)を合わせた、継承意向がある事業所は、44.8%を占めている。「廃業の予定」は13.2%となっている。

事業対象別にみると、対事業所サービス業では「まだ決める必要がない」は26.7%、継承意向がある事業所は60.0%、将来的に「廃業の予定」は3.3%となっている。対個人サービス業では、「まだ決める必要がない」は24.0%、継承意向がある事業所は33.3%、「廃業の予定」は21.3%となっている。



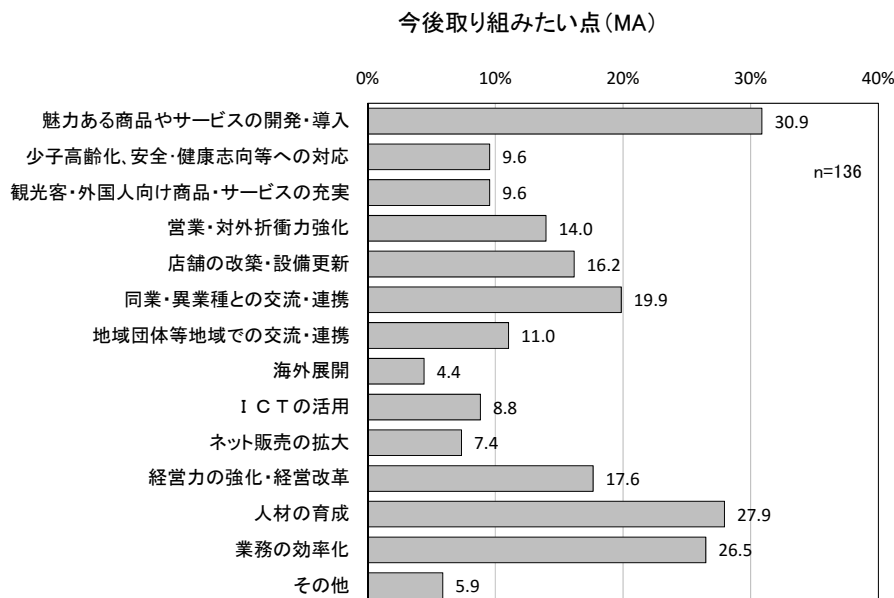
②今後の事業規模

今後の事業規模は、「現状を維持したい」が49.3%を占める。「事業を拡大したい」(24.3%)と「事業の多角化をはかりたい」(12.5%)を合わせた36.8%が、積極的な事業展開を検討している。



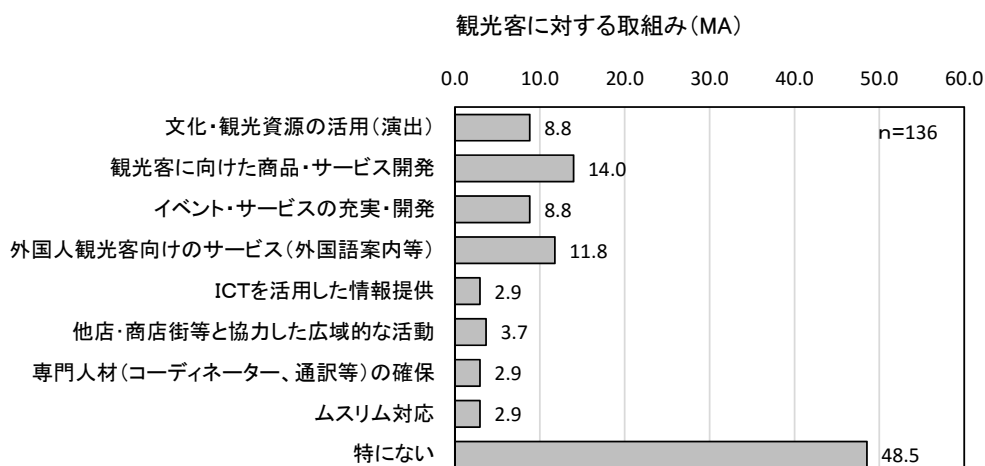
③今後取り組みたい点

今後取り組みたい点は、「魅力ある商品やサービスの開発・導入」が30.9%と最も高く、次いで「人材の育成」が27.9%、「業務の効率化」が26.5%と続いている。



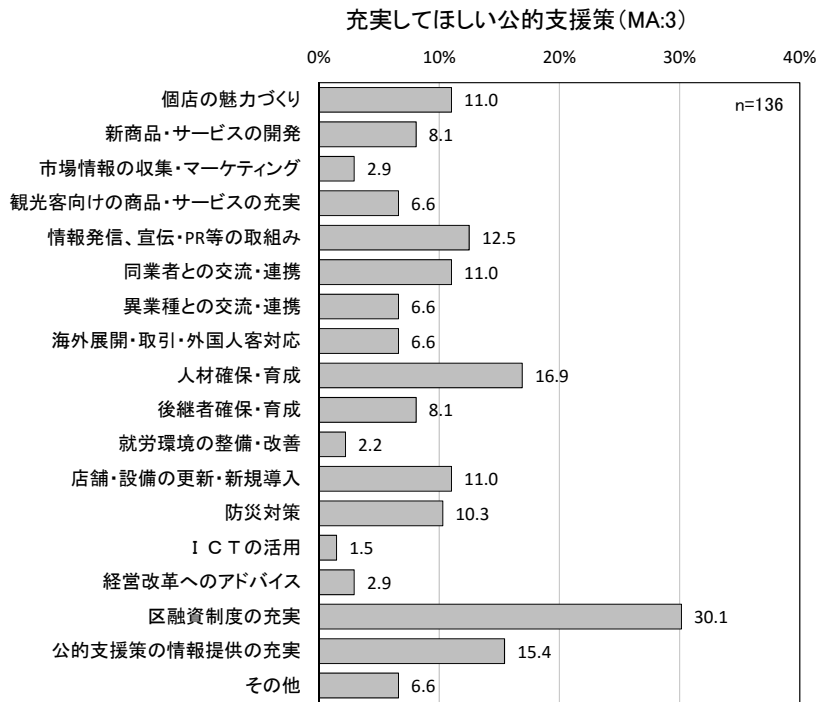
④観光客に対する取り組み

観光客に対して取り組みたいことは、「観光客に向けた商品・サービス開発」が14.0%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11.8%、「文化・観光資源の活用(演出)」「イベント・サービスの充実・開発」がそれぞれ8.8%と続いている。一方、「特にない」が48.5%を占めている。



(6) 行政に期待する支援策

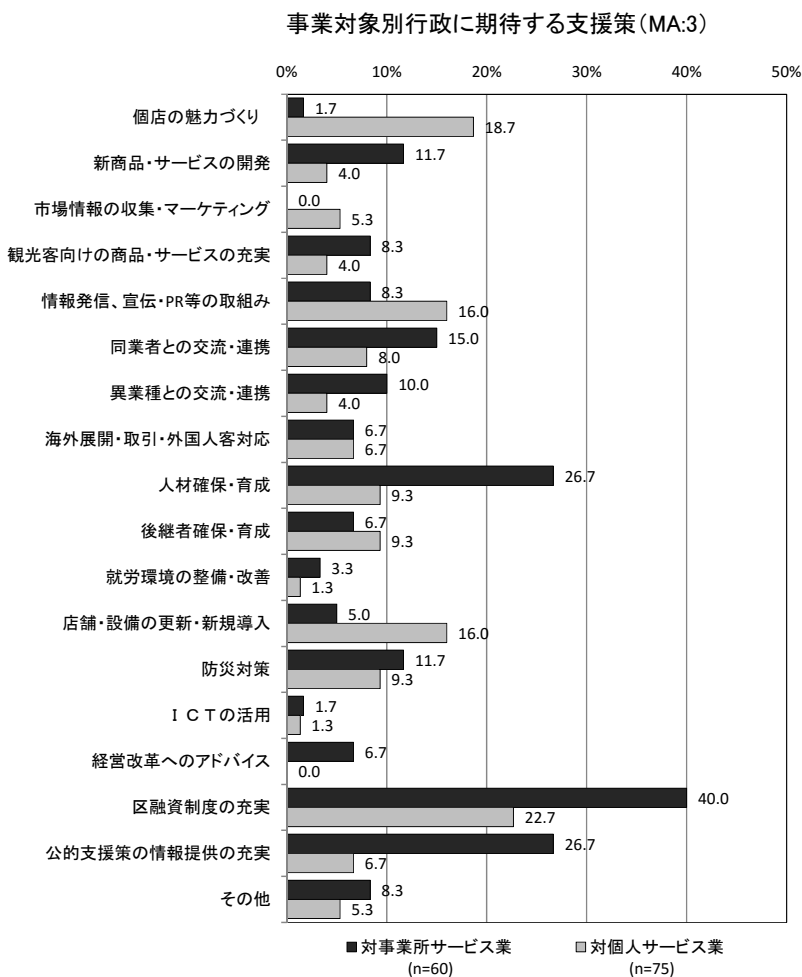
行政に期待する支援策は、「区融資制度の充実」が30.1%と最も高くなっている。次いで、「人材確保・育成」が16.9%、「公的支援策の情報提供の充実」が15.4%、「情報発信、宣伝・PR等の取組み」が12.5%と続いている。



【事業対象別行政に期待する支援策】

事業対象別にみると、対事業所サービス業では「区融資制度の充実」が40.0%と最も高く、次いで「公的支援策の情報提供の充実」(26.7%)、「人材確保・育成」(26.7%)が続いている。

対個人サービス業では、「区融資制度の充実」が22.7%と最も高く、次いで「個店の魅力づくり」(18.7%)、「情報発信、宣伝・PR等の取組み」(16.0%)、「店舗・設備の更新・新規導入」(16.0%)が続いている。



**(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、販路開拓支援、観光振興・まちづくり、後継者対策、融資制度の充実などに関して下記のような意見がみられた。

**【販路開拓支援】**

- ・インターネットや web サイトを活用した販路機会の創出支援。
- ・同業者との交流。新たなアイデアにつながり、具体的な考えにつながりやすい場になる。

**【観光振興・まちづくり】**

- ・東上野4・5丁目地区の未来に向けたドリームプラン（30～40年先のまちづくり）を広く区民より提案を募集し、優秀プランを選定して未来に大いなる夢を共有する。
- ・台東区ウェルカムシティ構想。外国のメディアが取材に来るほど（世界的ニュースになるほど）台東区を徹底的に“ウェルカムシティ”にする。外国人が全く“困らない街”にする。
- ・都内でもこれだけの観光客が多い地域は浅草の強み。浅草がもっとファッショナブルな街になってほしい。海外ブランドの招致、Duty Free Shop の招致等。伝統・歴史・ファッションが融合する街になると、より未来への強みも大きいと思う。
- ・商店街での呼び込み対策
- ・観光地の美観維持（ごみの散乱等）

**【後継者対策】**

- ・後継者の確保・育成

**【融資制度の充実】**

- ・老朽化した設備に対する対策
- ・店舗改築のための借入れ期間を長期にしてほしい。
- ・個人事業主が利用しやすい融資制度
- ・ものづくりだけでなく、サービス業を対象とした助成金などの支援を充実してほしい。
- ・サービス業に対する融資の拡大
- ・融資制度の充実

(注)原文から要点抽出のため編集を加えている