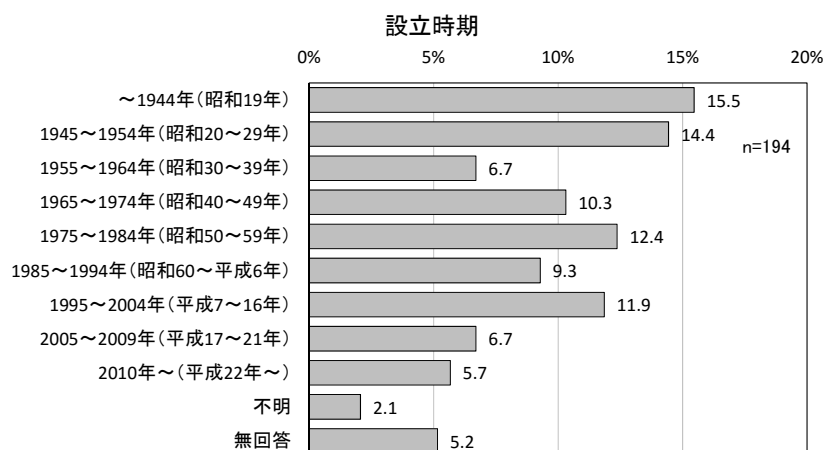


7 飲食サービス業調査結果

(1) 事業所の特性

① 設立時期

設立時期は、「～1944年（昭和19年）」が15.5%、「1945～1954年（昭和20～29年）」が14.4%と約3割が昭和20年代以前に設立しており、古くから営業している店舗が多い。一方で、「2005～2009年（平成17～平成21年）」が6.7%、「2010年～（平成22年～）」が5.7%と、ここ10年間の設立が12.4%を占め、新しい店舗も継続的に設立していることがうかがえる。



【地域別設立時期】

地域別にみると、「浅草・中部地域」、「北部地域」、「南部地域」では1954年以前に設立した事業所がそれぞれ3割を超えている。一方、「谷中地域」「根岸・入谷地域」では、2010年以降の設立がそれぞれ1割を超えており、新規出店が進んでいることがうかがえる。

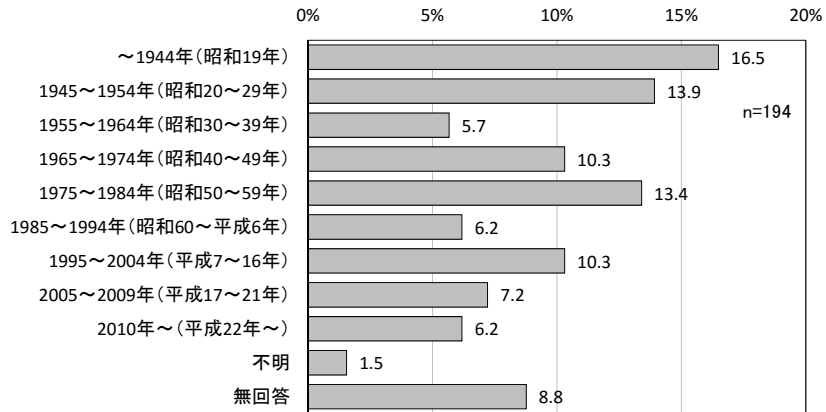
地域別設立時期 (%)

	～1944年	1945～1954年	1955～1964年	1965～1974年	1975～1984年	1985～1994年	1995～2004年	2005～2009年	2010年～	不明	無回答	合計
合計(n=194)	16.5	13.9	5.7	10.3	13.4	6.2	10.3	7.2	6.2	1.5	8.8	100.0
上野地域(n=34)	11.8	14.7	5.9	5.9	14.7	8.8	2.9	17.6	2.9	2.9	11.8	100.0
谷中地域(n=7)	0.0	0.0	0.0	28.6	14.3	14.3	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	100.0
浅草・中部地域(n=57)	15.8	21.1	10.5	10.5	10.5	7.0	10.5	3.5	8.8	1.8	0.0	100.0
根岸・入谷地域(n=29)	10.3	13.8	0.0	10.3	17.2	3.4	13.8	3.4	13.8	0.0	13.8	100.0
北部地域(n=47)	25.5	8.5	2.1	12.8	12.8	4.3	10.6	4.3	0.0	2.1	17.0	100.0
南部地域(n=20)	20.0	10.0	10.0	5.0	15.0	5.0	15.0	10.0	5.0	0.0	5.0	100.0
無回答	16.5	13.9	5.7	10.3	13.4	6.2	10.3	7.2	6.2	1.5	8.8	100.0

②台東区での事業開始年

台東区での事業開始年は、「～1944年（昭和19年）」が16.5%、「1945～1954年（昭和20～29年）」が13.9%と、設立年と同様に古くから営業している店舗が多く、そのうち19件は大正時代以前の歴史を持った老舗となっている。設立年と台東区での事業開始年が同じ年となる事業所が132件を数え、全体の68.0%が台東区で設立し事業を継続している。

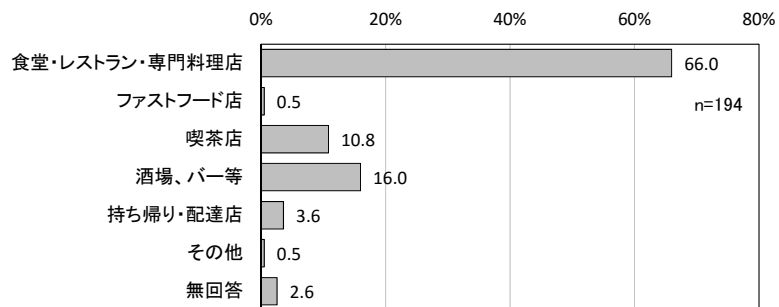
台東区での事業開始年



③業種

業種は、「食堂・レストラン・専門料理店」が66.0%を占めている。主な商品・サービスをみると、多種多様だがそのなかでも「日本そば」「寿司」「喫茶店」などが比較的多くみられた。各店舗のこだわり・強みについては、古くは江戸時代、明治時代からの老舗店であることや、アットホームな雰囲気、リーズナブルな価格など親しみやすさを挙げる事業所が複数みられた。

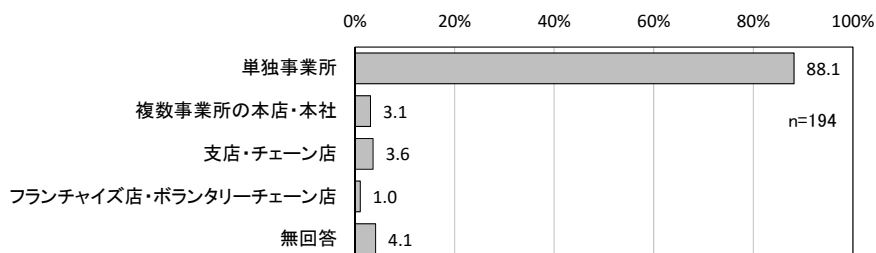
業種

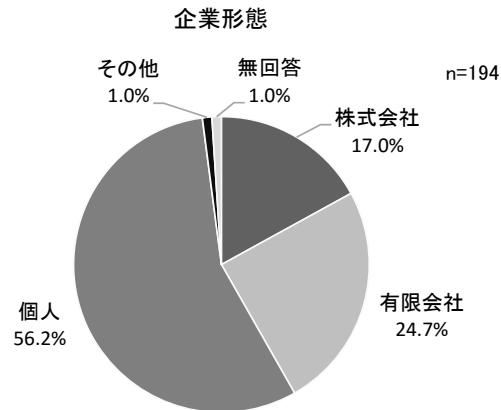


④経営形態・企業形態

経営形態は、「単独事業所」が88.1%を占めている。企業形態は、「個人」が56.2%を占め、次いで「有限会社」の24.7%、「株式会社」の17.0%と続いている。

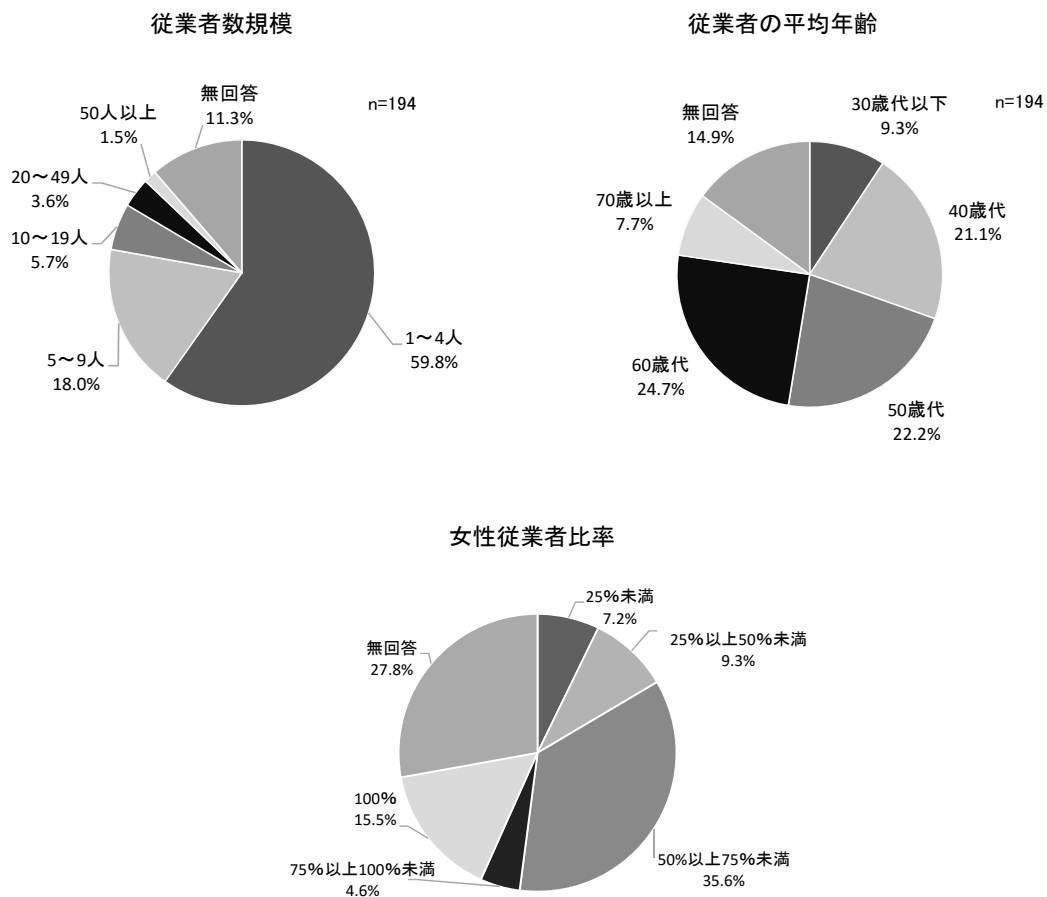
経営形態





⑤従業員の現況

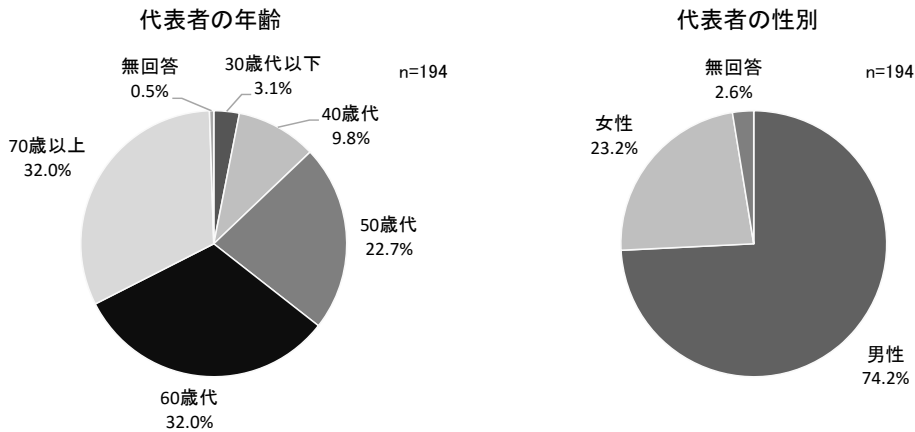
従業員数規模は、「1人～4人」が59.8%を占め、次いで「5人～9人」が18.0%と、<9人以下>が8割弱を占めている。従業員の平均年齢は、「60歳代」が24.7%と最も多く、高齢者が活躍していることがうかがえる。女性の従業員比率は、「50%以上75%未満」が35.6%と最も高く、<50%以上>が55.7%を占めているとともに、「100%」の事業所が15.5%となっていることから、女性従業員比率が高いことが当業種の特徴となっている。



⑥代表者の年齢・性別

代表者の年齢は、「60歳代」「70歳以上」がともに32.0%を占め、『60歳代以上』が64.0%を占めている。前回調査では、「60歳代」が42.6%、「70歳以上」が21.0%と『60歳代以上』が63.6%を占めていた。今回調査と比較すると、『60歳代以上』の総数は大きな差異はないが、「70歳以上」が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。

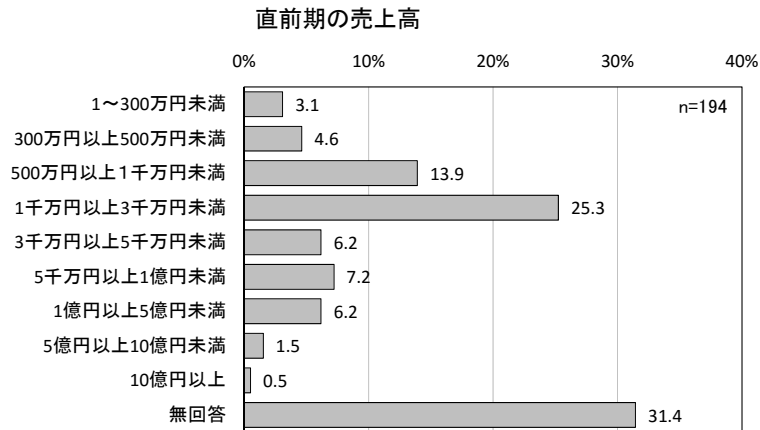
代表者の性別は、「男性」が74.2%、「女性」が23.2%と、他業種と比較すると女性の比率が高くなっている。



(2) 経営状況

①直前期の売上高

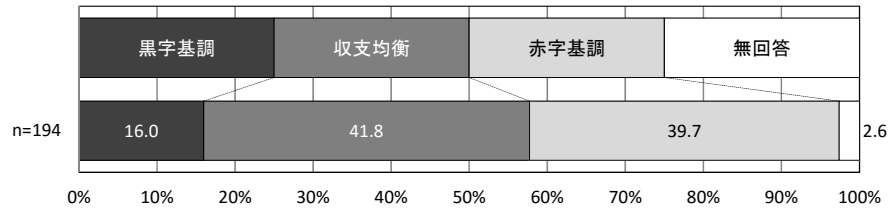
直前期の売上高は、「1千万円以上3千万円未満」が25.3%と最も高く、次いで「500万円以上1千万円未満」が13.9%と続いている。



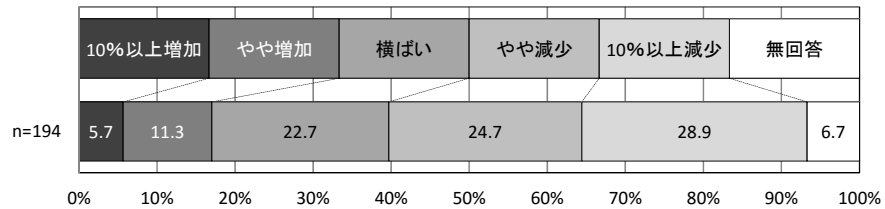
②収支状況・直近5年前と比較した経営状況の変化

現在の収支状況は、「収支均衡」が41.8%と最も高く、「黒字基調」が16.0%、「赤字基調」が39.7%と、「赤字基調」が「黒字基調」を上回っている。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』が半数を超えており、厳しい経営状況がうかがえる。

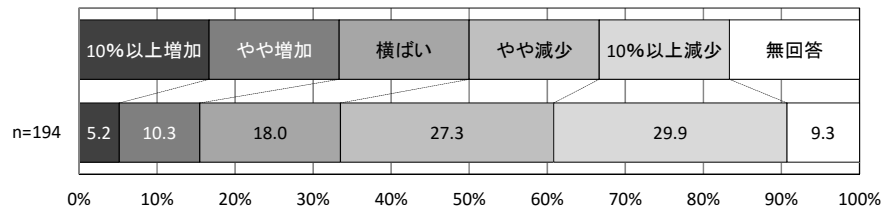
現在の収支状況



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

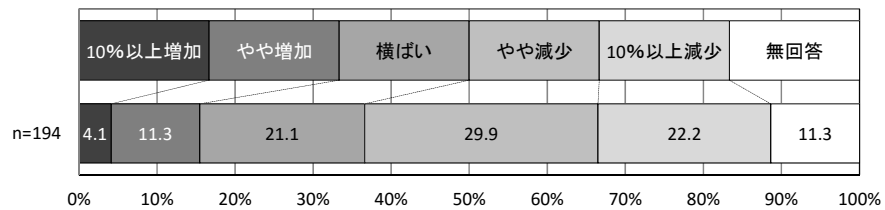


③直近5年前と比較した来店者数・顧客数の変化

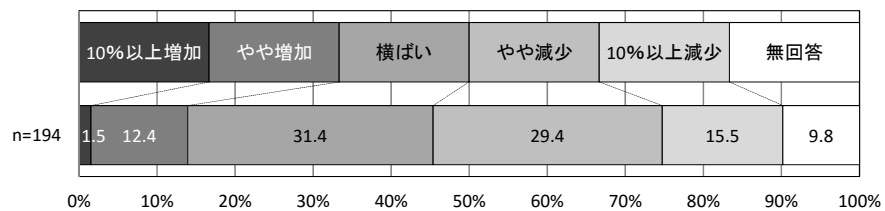
来店者数・顧客数は、「やや減少」が29.9%と最も多く、次いで「10%以上減少」が22.2%と続いており、『減少』が52.1%と半数を超えている。

客一人当たりの購買額は、「横ばい」が31.4%と最も多く、次いで「やや減少」が29.4%と続いており、『減少』が44.9%と、『増加』の13.9%を上回っている。

直近5年前と比較した来店者数・顧客数の変化



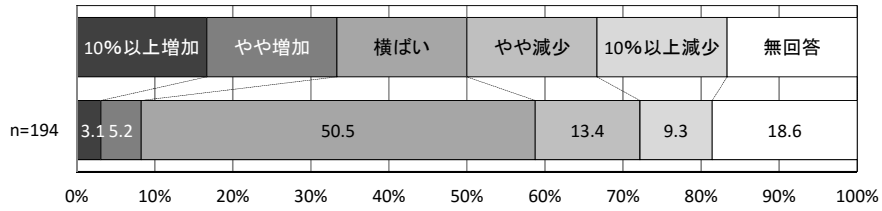
直近5年前と比較した客一人当たりの購買額の変化



④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50.5%を占めている。『減少』が22.7%と『増加』の8.3%を上回っている。

従業員数の変化

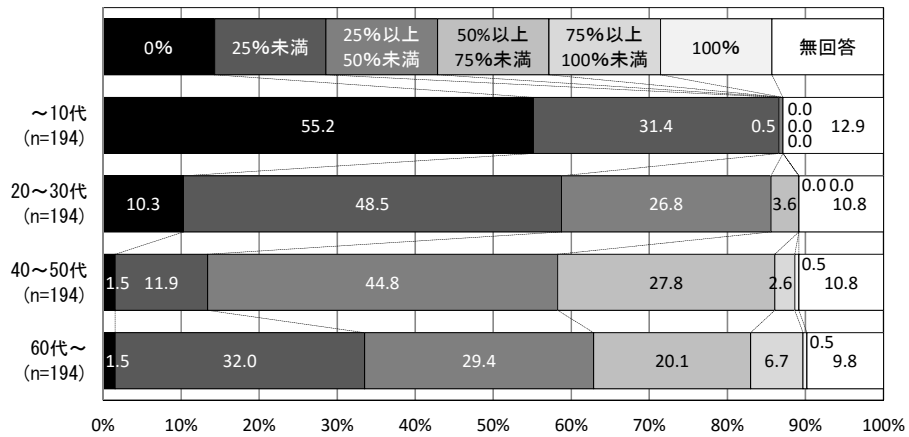


(3) 営業活動の状況

①顧客の年代層

顧客の年代層をみると、「40～50代」が50%以上を占める事業所が27.8%となっている。「～10代」は半数強の事業所が0%と回答、「20～30代」も<25%未満>が6割弱を占めており、若い顧客の比率が低くなっている。

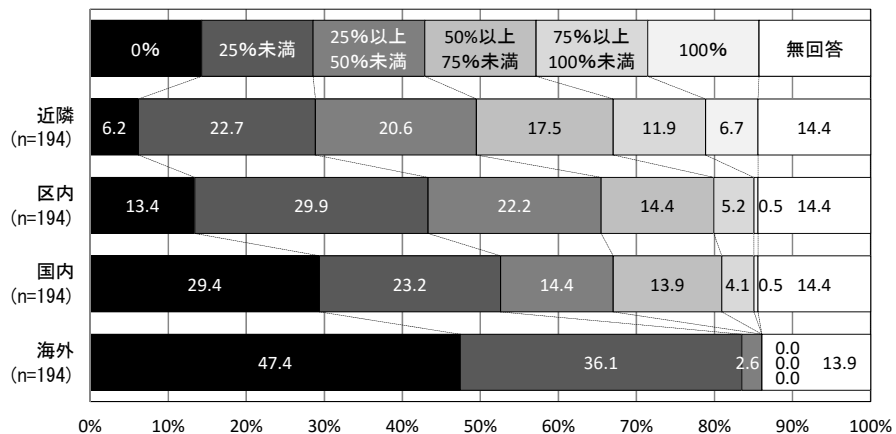
顧客の年代層



②顧客の居住地

顧客の居住地は、「近隣」が<50%以上>を占める事業所が36.1%、「区内」が<50%以上>を占める事業所が20.1%と、店舗から近い顧客の比率が高くなっている。

顧客の居住地

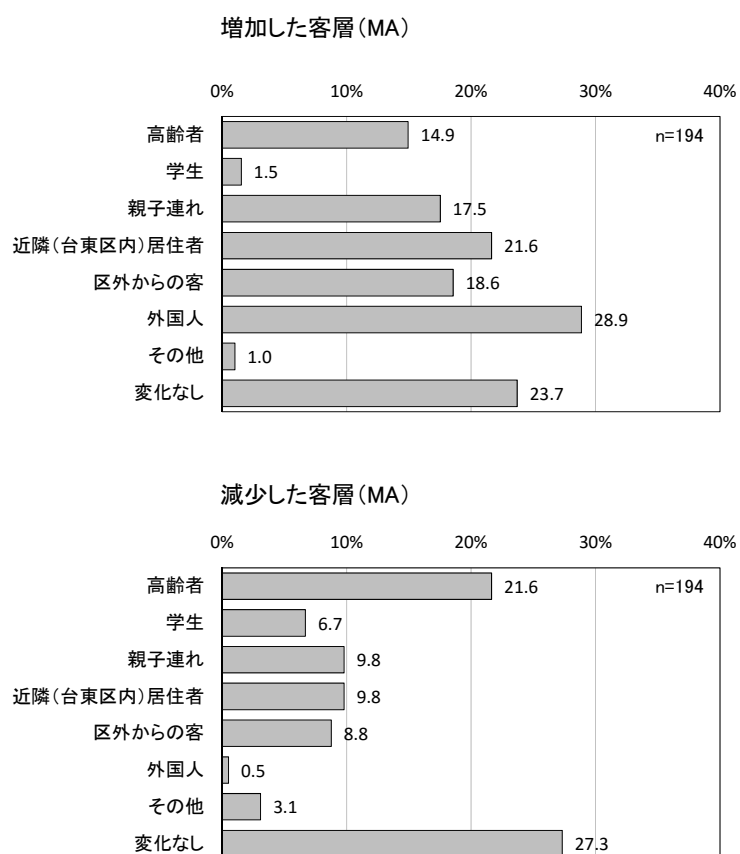


③客層の変化

客層の変化をみると、増加した客層は「外国人」が28.9%と最も多く、近年のインバウンドの増加を反映していることがうかがえる。ただし、前述の顧客の居住地では、「海外」は「0%」が47.4%、「25%未満」が36.1%と比率が低いことから、外国人客が増加したものの、全顧客数を占める割合は高くないことが推察される。

次いで、「近隣（台東区内）居住者」が21.6%、「親子連れ」が17.5%と続いている。高齢者は14.9%に留まっている。一方で「変化なし」が23.7%を占めている。

反対に、減少した客層は、「変化なし」が27.3%と最も多く、次いで「高齢者」の21.6%が続いている。高齢者は増加した客層でも比率が低く、減少していることがうかがえる。



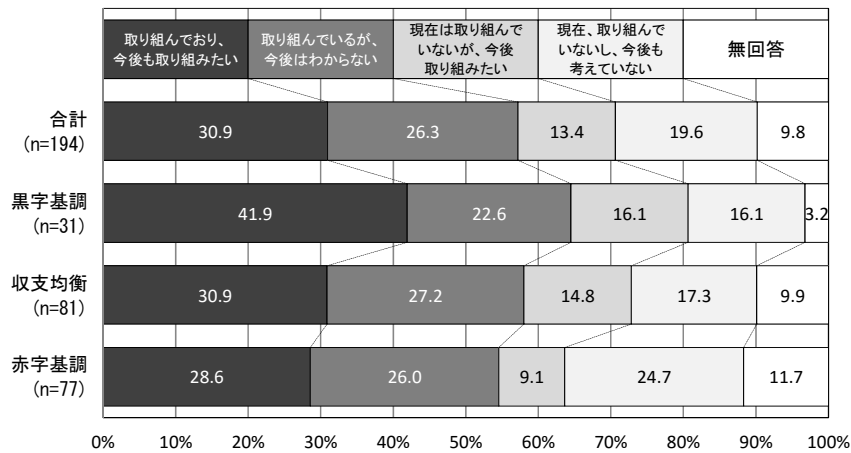
④売上・利益の増加や将来の発展に向けた取組み

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」(30.9%)、「取り組んでいるが今後はわからない」(26.3%)を合わせた57.2%が取り組んでいる。一方で、「現在、取り組んでいないし、今後考えていない」が19.6%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41.9%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、新しい商品やメニューの開発、インターネットを通じた情報発信、外国人向けのメニュー開発・受入れ対応、営業時間の延長等が多く挙げられている。また、「店専用のポイントカードをTポイントやNanakoポイントなど大手のポイントと交換できる本格的なものとして使用者を増やし、顧客管理の強化」といった大企業のサービスとの連携を考えている事業所もみられた。

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



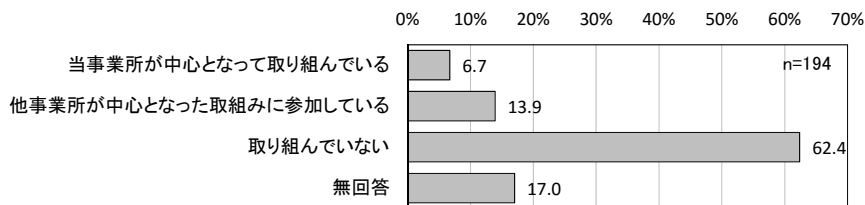
⑤他事業所や地域の団体等と連携した取組み

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62.4%を占めている。

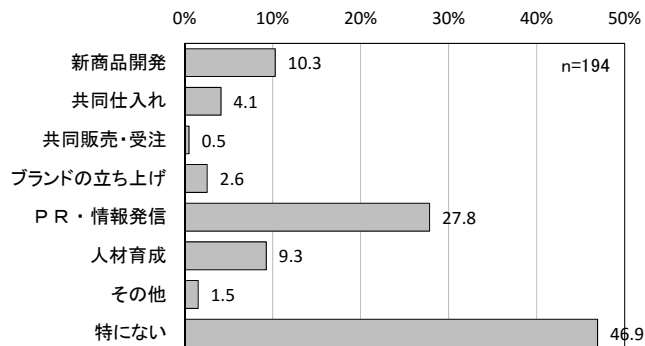
一方、取り組んでいる事業所は「当事業所が中心となって取り組んでいる」が6.7%、「他事業所が中心となった取組みに参加している」が13.9%と合わせて、20.6%が取り組んでいる。

今後の取組み意向を聞いたところ、「PR・情報発信」が27.8%と最も高くなっている。一方で、「特にない」が46.9%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)



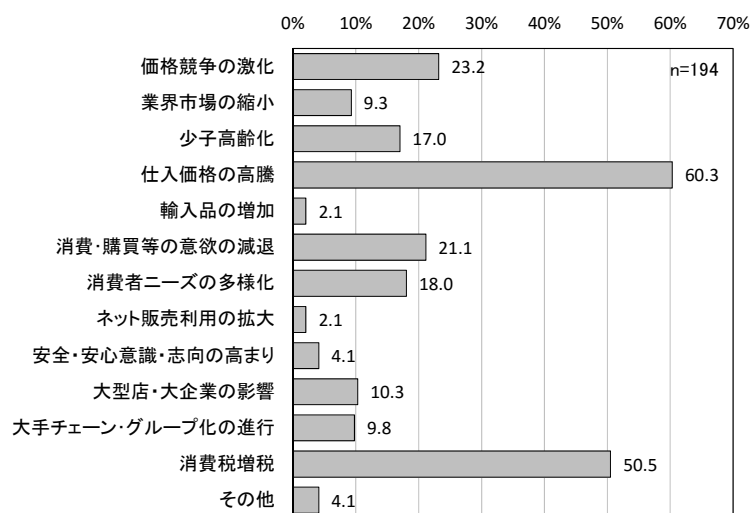
(4) 経営上の課題

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、「仕入価格の高騰」が60.3%と最も高く、次いで「消費税増税」の50.5%とどちらも5割を超えており、仕入・売上ともに、2014年4月に実施された消費税率の引き上げが大きな影響を与えていることがうかがえる。

収支状況別にみると、いずれも「仕入価格の高騰」と「消費税増税」が上位に挙がっており、大きな差異は見られない。

取り巻く外部環境の影響(MA:3)



収支状況別取り巻く環境(MA:3)

(%)

	販売先や取引先の開拓	商品やサービスの魅力づくり	品ぞろえの充実	PR・情報発信	大型店・大企業との差別化	顧客ニーズの把握	必要人材の不足	後継者の確保・育成
合計	9.3	26.8	6.7	21.1	13.9	17.0	21.1	12.9
黒字基調(n=31)	16.1	29.0	9.7	35.5	19.4	3.2	29.0	19.4
収支均衡(n=81)	3.7	27.2	2.5	18.5	7.4	18.5	25.9	18.5
赤字基調(n=77)	13.0	26.0	9.1	18.2	18.2	22.1	14.3	5.2

	技術・技能の向上・継承	店舗・設備の老朽化	経営力の強化	資金調達	ICT活用や情報化への対応	生産性の向上・効率化	その他	無回答
合計	9.3	42.8	13.9	17.0	2.6	2.6	2.1	12.4
黒字基調(n=31)	12.9	41.9	9.7	9.7	3.2	6.5	3.2	0.0
収支均衡(n=81)	9.9	44.4	13.6	19.8	2.5	0.0	1.2	14.8
赤字基調(n=77)	6.5	41.6	16.9	16.9	2.6	3.9	2.6	13.0
無回答(n=5)	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	40.0

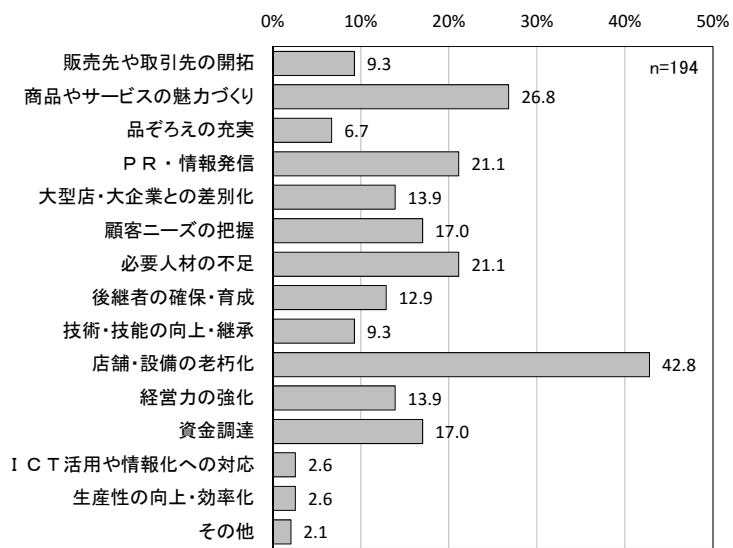
②経営上の課題

経営上の課題は、「店舗・設備の老朽化」が42.8%と最も高く、次いで「商品やサービスの魅力づくり」が26.8%、「PR・情報発信」の21.1%、「必要人材の不足」の21.1%と続いている。区内には古くから営業している店舗が多いことから、店舗・設備の老朽化が進んでいることがうかがえる。

収支状況別にみると、「黒字基調」では、「店舗・設備の老朽化」(41.9%)に次いで、「PR・情報発信」が35.5%と高く、次に、「商品やサービスの魅力づくり」(29.0%)と並んで「必要人材の不足」(29.0%)が挙げられている。「収支均衡」及び「赤字基調」はどちらも、「店舗・設備の老朽化」に次いで、「商品やサービスの魅力づくり」が続いている。

組織形態別にみると、「法人」では、「店舗・設備の老朽化」が45.7%を占め、次いで「商品やサービスの魅力づくり」が38.3%、「必要人材の不足」が32.1%と続いている。

経営上の課題(MA:3)



収支状況別経営上の課題(MA:3)

(%)

	販売先や取引先の開拓	商品やサービスの魅力づくり	品ぞろえの充実	PR・情報発信	大型店・大企業との差別化	顧客ニーズの把握	必要人材の不足	後継者の確保・育成
合計	9.3	26.8	6.7	21.1	13.9	17.0	21.1	12.9
黒字基調(n=31)	16.1	29.0	9.7	35.5	19.4	3.2	29.0	19.4
収支均衡(n=81)	3.7	27.2	2.5	18.5	7.4	18.5	25.9	18.5
赤字基調(n=77)	13.0	26.0	9.1	18.2	18.2	22.1	14.3	5.2

	技術・技能の向上・継承	店舗・設備の老朽化	経営力の強化	資金調達	ICT活用や情報化への対応	生産性の向上・効率化	その他	無回答
合計	9.3	42.8	13.9	17.0	2.6	2.6	2.1	12.4
黒字基調(n=31)	12.9	41.9	9.7	9.7	3.2	6.5	3.2	0.0
収支均衡(n=81)	9.9	44.4	13.6	19.8	2.5	0.0	1.2	14.8
赤字基調(n=77)	6.5	41.6	16.9	16.9	2.6	3.9	2.6	13.0

組織形態別経営上の課題(MA:3)

(%)

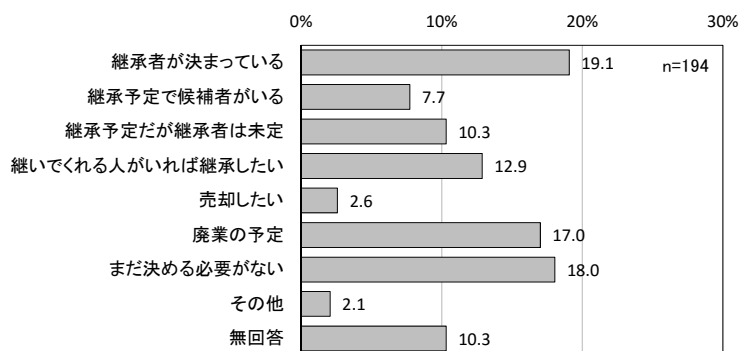
	法人 (株式会社、有限会社) (n=81)	個人 (n=109)	その他 (n=2)	無回答 (n=2)
合計	100.0	100.0	100.0	100.0
販売先や取引先の開拓	9.9	8.3	0.0	50.0
商品やサービスの魅力づくり	38.3	18.3	50.0	0.0
品ぞろえの充実	3.7	7.3	100.0	0.0
PR・情報発信	21.0	22.0	0.0	0.0
大型店・大企業との差別化	14.8	13.8	0.0	0.0
顧客ニーズの把握	19.8	15.6	0.0	0.0
必要人材の不足	32.1	13.8	0.0	0.0
後継者の確保・育成	18.5	7.3	50.0	50.0
技術・技能の向上・継承	11.1	8.3	0.0	0.0
店舗・設備の老朽化	45.7	40.4	100.0	0.0
経営力の強化	17.3	11.9	0.0	0.0
資金調達	13.6	19.3	0.0	50.0
ICT活用や情報化への対応	0.0	4.6	0.0	0.0
生産性の向上・効率化	3.7	1.8	0.0	0.0
その他	2.5	1.8	0.0	0.0

(5) 今後の展開

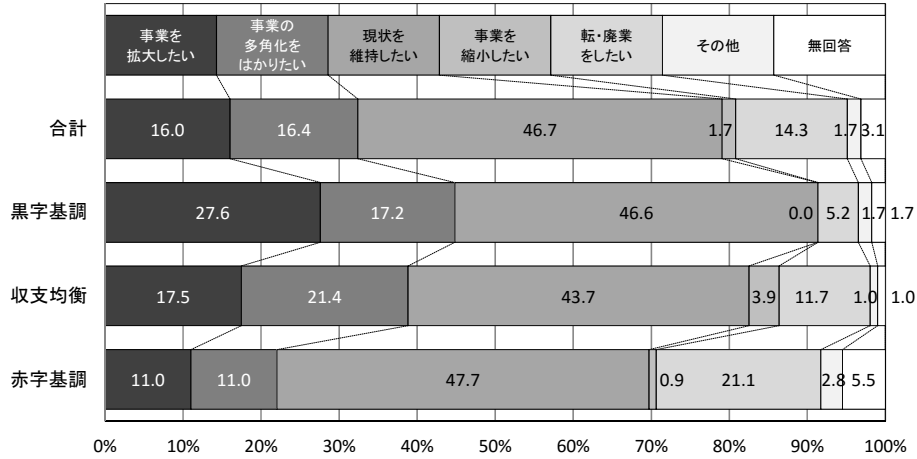
①事業継承の予定

事業継承の予定は、「継承者が決まっている」は19.1%となっている。「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、半数を占めている。将来的に「廃業の予定」は17.0%で33件、その収支状況を見ると、「黒字基調」が2件、「収支均衡」が11件と、13件(約4割)が収支を合わせられる状態で廃業を検討していることから、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。

事業継承の予定



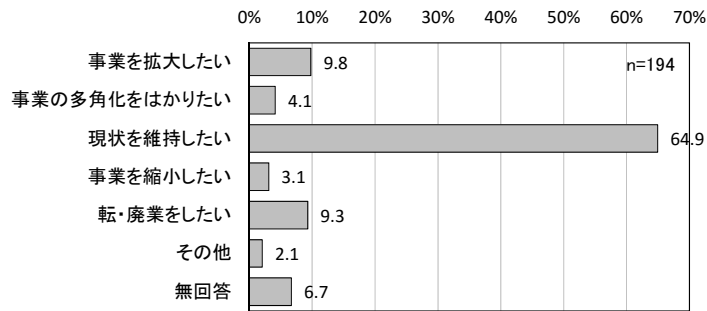
収支状況別事業継承の予定



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64.9%を占める。「事業を拡大したい」(9.8%)と「事業の多角化をはかりたい」(4.1%)を合わせた13.9%が、積極的な事業展開を検討している。

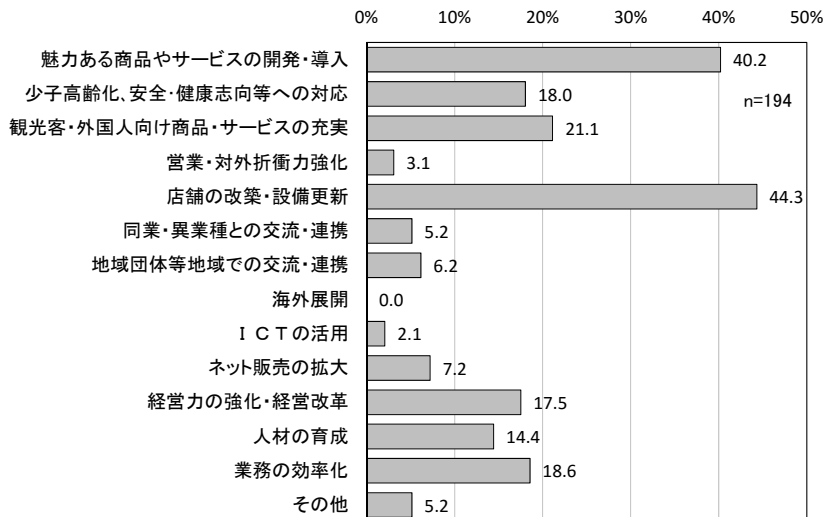
今後の事業規模



③今後取り組みたい点

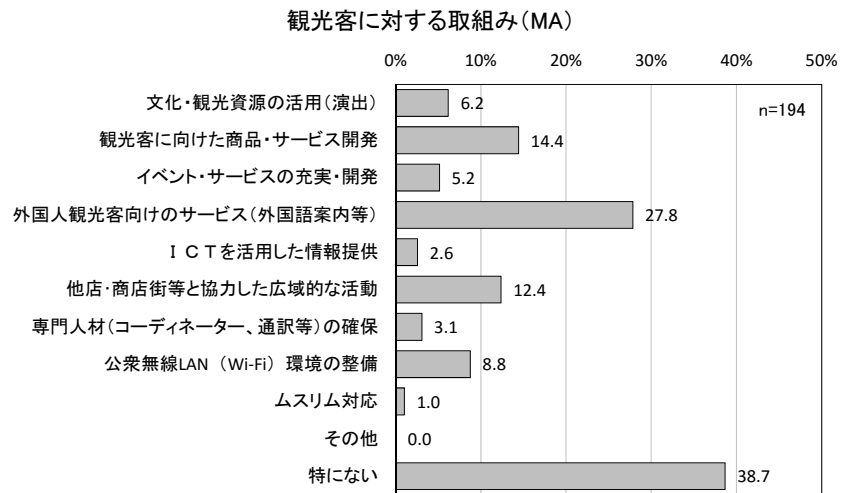
今後取り組みたい点は、経営上の課題においても上位に挙がっていた「店舗の改築・設備更新」が44.3%と最も高く、次いで「魅力ある商品やサービスの開発・導入」が40.2%と続いている。

今後取り組みたい点(MA)



④観光客に対する取組み

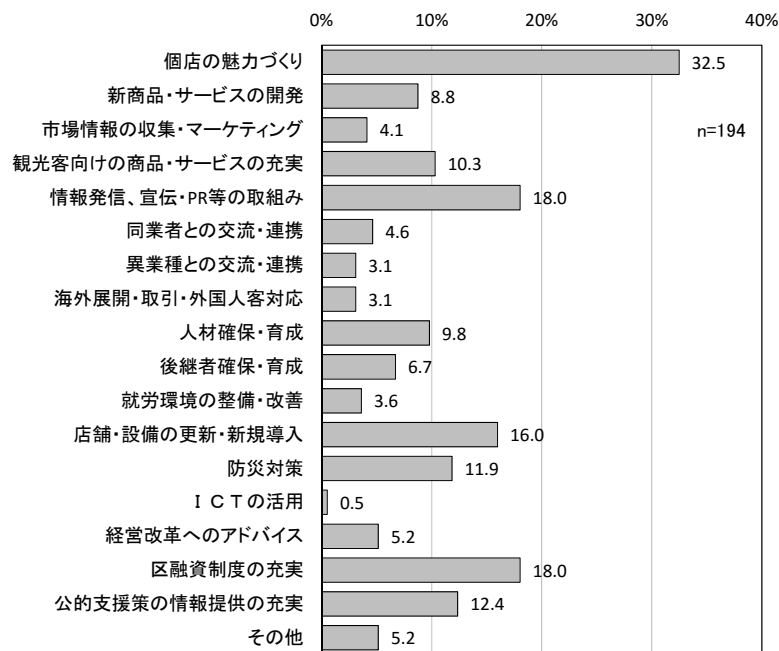
観光客に対して取り組みたいことは、「外国人観光客向けのサービス（外国語案内等）」が27.8%と最も高く、次いで「観光客に向けた商品・サービスの開発」が14.4%、「他店・商店街等と協力した広域的な活動」が12.4%と続いている。一方で、「特にない」が38.7%を占めている。



(6) 行政に期待する支援策

行政に期待する支援策は、「個店の魅力づくり」が32.5%と最も高くなっている。次いで、「情報発信、宣伝・PR等の取組み」が18.0%、「区融資制度の充実」が18.0%、「店舗・設備の更新・新規導入」が16.0%と続いている。

図表 充実してほしい公的支援策(MA:3)



収支状況別にみると、「黒字基調」では「情報発信、宣伝・PR等の取組み」が29.0%と最も高くなっている。「収支均衡」及び「赤字基調」では、「個店の魅力づくり」がそれぞれ3割を超えており、最も高くなっている。

収支状況別行政に期待する支援策(MA:3) (%)

	黒字基調 (n=31)	収支均衡 (n=81)	赤字基調 (n=77)	無回答 (n=5)
合計	100.0	100.0	100.0	100.0
個店の魅力づくり	22.6	32.1	33.8	80.0
新商品・サービスの開発	12.9	8.6	6.5	20.0
市場情報の収集・マーケティング	6.5	2.5	3.9	20.0
観光客向けの商品・サービスの充実	16.1	11.1	6.5	20.0
情報発信、宣伝・PR等の取組み	29.0	16.0	16.9	0.0
同業者との交流・連携	6.5	6.2	2.6	0.0
異業種との交流・連携	0.0	2.5	3.9	20.0
海外展開・取引・外国人客対応	3.2	3.7	2.6	0.0
人材確保・育成	16.1	12.3	5.2	0.0
後継者確保・育成	3.2	11.1	3.9	0.0
就労環境の整備・改善	6.5	3.7	2.6	0.0
店舗・設備の更新・新規導入	19.4	16.0	15.6	0.0
防災対策	16.1	12.3	9.1	20.0
ICTの活用	0.0	1.2	0.0	0.0
経営改革へのアドバイス	3.2	4.9	6.5	0.0
区融資制度の充実	19.4	16.0	19.5	20.0
公的支援策の情報提供の充実	16.1	9.9	14.3	0.0
その他	6.5	3.7	6.5	0.0

(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近隣型商店街の活性化や観光振興、まちの魅力づくり、夜間にぎわいづくりの推進、起業支援の充実、人材確保や女性の就労環境整備、行政からの情報発信の方法に関して下記のような意見がみられた。

- 【近隣型商店街の活性化】**
 - ・大型イベントだけでなく、区内在住・在勤者が利用する小路の商店街などの活性化に協力してほしい。
- 【観光振興、まちの魅力づくり】**
 - ・新たな散歩コースやお店を取り上げた情報ツールができるとよい。
 - ・寺社と協力して、観光客をもっと誘致するとか、かっぱ博物館を作るとか、商店街だけでなく、街全体をもっと魅力あるものにしてほしい。
 - ・スカイツリーの効果が生まれていない。
 - ・上野・浅草地域に比べて台東区北部や他の地域はどんどん遅れをとっているように思う。
- 【夜間にぎわいづくり】**
 - ・浅草の夜を沢山の方々に楽しんでもらうために、「浅夜市夜(せんやいちや)」をオリンピックに向けて区と連携しながらPRしたい。
 - ・夜の営業は難しい。(浅草寺が早く終わるため、夜7時以降の人・観光客が激減)
 - ・もう少し夜の閉店時間を遅くしてほしい。
- 【起業支援の充実】**
 - ・後ろ盾がない新規起業家への支援を充実してほしい。
- 【人材確保】**
 - ・社員が産休や育休を取る際、代替りの人材確保が難しい。産休・育休をいつでも取れるように、余裕のある人員配置を平素からするにも難しい。産休・育休時に速やかに代替りの人材に来てもらえるような、人材派遣のシステムがあるとよい。台東区は行事やイベントが多く、その時だけ忙しくなったりするので、そういう時の人員補充にも活用できて便利だと思う。
 - ・大変な採用難の状況である。特に、浅草の飲食店は土日勤務となるので、人材確保が難しい。土日に営業する保育所を作るなどの就労支援があるとよい。
- 【情報の提供方法】**
 - ・業界団体以外からの情報伝達の方法も必要である。

(注)原文から要点抽出のため編集を加えている