

## 第3章 調査のとりまとめ

### 1 調査環境

前回調査を実施した2010年からこの5年間は、2008年のリーマンショックに端を発した世界同時不況で、急速に冷え込んだ経済情勢からの回復期となった。その間、2011年の東日本大震災、2014年の消費税の税率引き上げなどは、事業者の事業活動に大きな影響を与えたが、消費財産業では、インバウンドの増加やスカイツリーのオープンにより購買量の増加、まちのにぎわいが高まるなどの追い風となる動きもあった。そのような中、区内事業所の経営状況の変化をみると、依然として厳しい状況下にあるものの、前回調査結果と比較して好転がみられた。

総論としては前回調査結果と同様に、不安定な世界経済情勢のもと、経済のグローバル化による価格競争や国内需要の低迷、デフレ傾向が続く中、厳しい状態が続いている。

台東区の中小企業は、事業所数・従業者数、製造品出荷額等、商品販売額ともに、減少傾向にあり、経済規模が縮小している。そのような環境のもと、今回の調査においても、本区中小企業は人材確保の困難さ、経営者の高齢化、消費者の購買力の減退など、新たに時代に即した様々な課題が生じている実態が把握できた。

以下、今回の実態調査を踏まえた、現況と課題を全体と業種別に整理する。

### 2 横断的分析

調査対象の「製造業」「卸売業」「小売業」「サービス業」「飲食サービス業」「宿泊業」の6業種の調査結果を横断的に分析した。特に、近年の企業活動において主要課題の一つとなっている人材と事業継承について、産業分野を横断した共通課題として調査を行った。

～前回調査時と比較すると好転、業種別では卸売業・宿泊業が比較的好況、飲食サービス業・小売業が厳しい傾向～

全業種の経営状況について、現在の収支状況をみると、「収支均衡」が36.9%、「赤字基調」が34.8%と「黒字基調」の23.2%を上回っている。売上高の変化及び利益（営業利益）の変化は、前回調査結果から好転していた。現在の収支状況、売上高の変化及び利益（営業利益）の変化の3つの指標について業種別にみると、宿泊業と卸売業が他の業種と比較して好況で、飲食サービス業と小売業で若干厳しい傾向がみられる。

～全業種で、人材不足感があり、女性人材の活用には関心が高い～

人材は能力・人数ともに十分確保できている事業所が2割弱で、能力もしくは人数に不足を感じている事業所が多く、台東区産業においても人材が課題となっている。必要とされている人材は、必要とする技能を持った人材が最も多く、それぞれの業種に求められる技能が重視されている。また、外国人客が増えている宿泊業では語学ができる人材が特に求められていた。

女性従業者比率は、飲食サービス業（55.7%）と小売業（45.9%）の比率が高くなっている。今後の女性人材の活用に対しては全業種で高い関心を示している。

～BCP（事業継続計画）等の危機管理やワークライフバランス等の多様な働き方の推進に対する関心が高い～

必要なCSR（企業の社会的責任）活動や職場環境の取組みについては、BCP等の危機管理やワークライフバランス等の多様な働き方の推進に対する関心が高いことが明らかとなった。

中小企業 BCP 策定支援策の周知を高めるとともに、小規模な事業所が多い台東区では小規模事業所が負担をかけずに取り組めるようにすることが今後の課題である。

女性人材の活用促進、ワークライフバランス等の多様な働き方の推進に関しては、比較的経営の自由度が高い小規模事業者の特性を活かした多様な働き方の検討や、女性が就労を継続できる環境づくりとして、子育て支援と連携した施策展開についての検討が望まれる。

### 3 業種別分析

#### (1) 製造業の現況と課題

～経営状況は前回調査結果よりも改善がみられるものの厳しい状態が継続～

製造業は、事業所数・従業者数、出荷額ともに減少傾向が続いている。経営状況の変化（売上高・利益（営業利益））は、前回調査結果よりも改善しているものの、現在の収支状況は、黒字基調が2割、収支均衡が4割弱、赤字基調が4割弱と、依然として厳しい経営状態にある。

～国内需要が低迷する中、主要課題は販売・取引先の開拓～

取引形態は製造のみが46.7%、卸・小売等の他領域展開が44.7%と二分している。5年前と比較して、取引形態を変えた事業所は1割程度と大きな変化が見られなかった。

影響が大きい外部環境として、国内需要の低迷が大きな課題となっているが、海外に展開していない事業所が約6割を占め、海外展開を検討もしくは関心を持っている事業所は約1割にとどまっている。主な課題として、販売・取引先の開拓、人材不足、後継者問題が挙げられた。

～価格競争に陥らない製品の高付加価値化、独自商品の企画・開発～

今後の展開は、現状維持が半数弱、展開志向事業者は価格競争に陥らない製品の高付加価値化、独自商品の企画・開発、新市場（取引・販売先）の開拓を目指している。実際に、アンケート調査を通じて、製品企画機能を有している事業者には黒字比率が高い傾向がみられた。

東都製靴工業協同組合及び全日本革靴工業協同組合連合会では経済産業省及び日本皮革産業連合会の支援を受け、「足入れの良い靴型プロジェクト」事業を展開し、機能型製品の商品開発に取り組んでいる。このように、デザインだけでなく、製品の機能向上への展開による差別化は日本の技術を活用した強みとなると考えられる。区内に事業所集積がある印刷業では、発注者の下請け的な受注型製造業であるため、技術開発も含めて弱かった顧客への提案力を高める勉強会を開催している事例もみられた。

また、販売促進に向けては、製品が展示・PRできる場所や、台東区のものづくりを地場産業としてブランドを高めていくことを望む声も聞かれた。

～事業継承・人材育成・確保が課題～

5年前と比較して経営者、従業員の高齢化が進展しており、これまでの既存事業所の代表者がそのまま高齢化していることが推察される。ヒアリング調査では事業継承がスムーズに進んでいる業種もあったが、将来的には約25%の事業所が廃業を予定しており、そのなかには経営的には黒字基調もしくは収支が取れている事業所も含まれていることから、事業継承は大きな課題となっている。

人材育成・確保については、小規模な事業所では雇用及び人材育成の負担が大きく、人材が不足しているにも関わらず増員できないジレンマに陥っている。インターンシップの受け入れならば、大きな負担をかけず相互に体験ができるので可能性があるのではないかといった意見も聞かれた。また、業界団体に、PRも含めた教育プログラムを実施している団体もあった。

#### ～行政に期待する支援策～

行政への要望は、古くから操業している事業所が多いことなどから、「設備の更新・新規導入支援」への要望が最も高く、次いで「区融資制度の充実」、「人材の確保・育成」「技術・技能の伝承・後継者の育成・確保」となっている。

#### (2) 卸売業の現況と課題

##### ～他業種と比較して良好な経営状況～

卸売業は、機械器具や建築材料・金属材料の工業製品、繊維・衣服、区内に集積するジュエリー製品、皮革製品等、多種多様な業種の事業所が立地している。9割強が法人化しているが従業者数規模は4人以下が4割、9人以下が7割弱を占めており、中小規模卸売業事業所が多い。

卸売業の経営状況の変化（売上高・利益（営業利益））も、前回調査結果よりも改善している。現在の収支状況は、黒字基調3割、収支均衡4割弱、赤字基調3割弱と三分しているが、他業種と比較して良好な状況にある。

##### ～厳しい競争環境下において、主要課題は販売先の確保・開拓～

影響が大きい外部環境として、価格競争の激化や同業者間の競争といった、業界内での厳しい競争環境が挙げられた。経営上の主な課題として、販売先の確保・開拓が6割弱と最も多く、次いで、同業者に対する競争力の構築が挙げられていることから、市場縮小、小売店の廃業と販売先減少といったなかで競争が激化していることがうかがえる。

##### ～過去5年間で取引形態を変更した事業所は1割弱、課題は経営の安定化～

我が国では、国内市場の縮小、メーカーの直販化など流通経路の短縮化・合理化が進み、卸売業の活動領域が縮小するなかで、小売、製造等への活動領域の拡大といった取引形態の変化や海外市場の開拓等の動きがみられる。

今調査結果から区内の事業者の動向をみると、この5年間で取引形態を変更した事業所は8.8%であった。その経営状況は赤字基調が4割を占めて低調だったことから、取引形態の変更に伴う経営の安定化支援が検討課題と考えられる。

##### ～海外展開は約3割が海外仕入れを、約4割は海外展開をしていない～

海外展開については、海外からの仕入れが最も多く、約3割の事業所が行っている。また、海外展開をしていない事業所が約4割を占め、検討・関心がある事業所が11.2%となっている。関心がある国は、中国・香港、ベトナムやタイ等のASEAN加盟国となっている。

##### ～今後の展開は、新たな市場（取引先・販売先）の開拓、独自商品の企画・開発等～

今後の展開については、拡大、多角化を合わせて4割強が規模拡大を志向している。今後、取り組みたい点は、経営状況を問わず、「新たな市場（取引先・販売先）の開拓」「独自商品の企画・開発」「経営力の強化」が上位に挙げられている。

#### ～行政に期待する支援策～

行政への要望は、「区融資制度の充実」が一番高い。黒字事業所では、次いで、「関連企業との交流機会の提供」、収支均衡及び赤字事業所では、「商品の企画・開発に対する支援」が続いている。

**(3) 小売業の現況と課題****～経営状況は前回調査結果よりも改善がみられるものの厳しい状態が継続～**

経営状況の変化（売上高・利益（営業利益））は、前回調査結果よりも改善しているものの、売上高・利益（営業利益）ともに減少が5割を超えており、また現在の収支状況は、黒字基調2割強、収支均衡4割弱、赤字基調4割弱と、依然として厳しい経営状態にある。

**～客層の変化では外国人客が増加～**

最近の客層は、インバウンドの増加等から外国人の増加が顕著となっている。一方、高齢者や近隣（台東区内）居住者が減少している。

**～海外展開している事業所は5%に達しておらず、関心も高くない～**

海外展開に取り組んでいる事業所は3.2%、検討・関心が9.7%と海外に意欲的な事業所は少ない。

**～販売促進につながる商品やサービスの魅力づくりが課題～**

影響が大きい外部環境として、消費税増税、消費・購買意欲の減退が大きい。

そのような中、主な課題は、購買行動をかきたてる「商品やサービスの魅力づくり」が最も多く、次いで「販売先や取引先の開拓」「品ぞろえの充実」といずれも販売促進が主な課題として挙げられた。

**～今後の展開も課題と同様に魅力ある商品やサービスの開発・導入に関心が高い～**

今後の展開は、半数強が現状維持、「拡大」と「多角化」が合わせて3割弱が規模拡大を目指す。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45.2%と最も高い。

**～行政に期待する支援策・個店の魅力づくりへの支援を希望～**

今後の展望ともに、競争力となる魅力づくりが志向されているなか、支援ニーズも同じく「個店の魅力づくり」が最も高くなっている。次いで「情報発信、宣伝・PR等の取組み」（黒字事業所ではトップ）が続いており、商品やサービスの魅力を高め、個店の魅力づくりが志向されている。

**(4) サービス業の現況と課題**

技術・専門サービスを主とした対事業所サービス業と、理容・美容等の生活にかかわるサービスを主とした対個人サービス業では動向が大きく異なった。

**～経営状況は対事業所サービス業が好況、対個人サービス業は低調傾向～**

対事業所サービス業の収支状況は、黒字基調4.5割、収支均衡4割弱、赤字基調1割強と好況であるのに対して、対個人サービス業は黒字基調1割弱、収支均衡3割弱、赤字基調5割弱と厳しい経営状態にある。

**～影響のある外部環境は、対事業所サービス業では業界での競争環境の激化、対個人サービス業では消費者の変化や消費税増税～**

影響が大きい外部環境として、対事業所サービス業では「価格競争の激化」「業界市場の縮小」などの業界での競争環境の激化、対個人サービス業では、「少子高齢化」「消費者ニーズの多様化」といった消費者の変化や消費税増税の影響が大きくなっている。

**～対事業所サービス業では販路開拓、技術・技能の向上、人材不足、対個人サービス業では店舗設備の老朽化、商品やサービスの魅力づくりが課題～**

主な経営上の課題は対事業所サービス業では、業界での競争環境が厳しいなか、「販売先や取引先の開拓」「技術・技能の向上・継承」「必要人材の不足」など、対個人サービス業では、「店舗・設備の老朽化」「商品やサービスの魅力づくり」が上位に挙げられている。

#### ～今後の展開は、魅力ある商品やサービスの開発・導入、人材の育成～

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」「人材の育成」「業務の効率化」と「同業・異業種との交流・連携」となっている。

#### ～行政に期待する支援策～

対事業所サービス業では、「区融資制度の充実」「人材確保・育成」「公的支援策の情報提供の充実」、対個人サービス業では、同様に「区融資制度の充実」が最も高いが、次いで「個店の魅力づくり」「情報発信、宣伝・PR等の取組み」が上位に挙がっている。

#### (5) 飲食サービス業の現況と課題

##### ～経営状況は前回調査結果よりも改善がみられるものの厳しい状態が継続～

経営状況の変化（売上高・利益（営業利益））は、前回調査結果よりも改善しているものの、売上高・利益（営業利益）ともに『減少』が5割を超えており、また現在の収支状況は、黒字基調が2割弱、収支均衡が4割強、赤字基調が4割弱と、依然として厳しい経営状態にある事業所が多い。今回の調査対象分野のなかで、最も厳しい経営状況となっている。

##### ～客層の変化では外国人客が増加～

最近の客層は、インバウンドの増加等の影響から外国人が増加している。

##### ～仕入価格が高騰といった厳しい経営環境～

影響が大きい外部環境として、仕入価格が高騰していることが挙げられた。

##### ～店舗・設備の老朽化、商品やサービスの魅力づくりが主な課題～

古くは江戸時代、明治時代からといった老舗店が多いことから、「店舗・設備の老朽化」が課題となっている。また、同業者やチェーン店との競争環境の中、「商品やサービスの魅力づくり」が課題である。

##### ～行政に期待する支援策～

「個店の魅力づくり」や「情報発信、宣伝・PRの取組み」「区融資制度の充実」が上位に挙がっている。

#### (6) 宿泊業の現況と課題

##### ～経営状況は前回調査結果よりも大幅に改善、他業種と比較して最も良好～

簡易宿泊施設が6割を占める。経営状況は前回調査結果よりも大幅に改善しており、黒字基調が3割弱、収支均衡が半数強、赤字基調が2割強と、他業種と比較して最も良好である。

##### ～店舗・設備の老朽化、必要人材の不足が主な課題～

消費税増税と業界市場の縮小が影響の大きい外部環境となっている。「店舗・設備の老朽化」、「必要人材の不足」が主な課題である。戦後以降に開業が進み、古い事業所も多いことから、店舗・設備の老朽化が進んでいる。また、簡易宿泊施設では、一般客の受入れに向けた改装などのニーズもある。人材については、外国人観光客が増加している中、語学力があり外国人観光客に対応ができる人材が求められている。外国人観光客対応については、和食を食べたいという要望が多いといった意見が聞かれた。区内の飲食店の情報提供やケータリング等、飲食店との連携が期待される。

##### ～今後の展開は店舗の改築・設備更新、観光客・外国人向け商品・サービスの充実へ～

今後の展開は、「店舗の改築・設備更新」「観光客・外国人向け商品・サービスの充実」「経営力の強化・経営改革」が上位に挙がっている。また、観光客に対する取組みとしては「公衆無線LAN（Wi-Fi）環境の整備」「外国人観光客向けのサービス（外国語案内等）」「文化・観光資源の活用（演出）」等が挙げられた。

### ～行政に期待する支援策～

店舗・設備の老朽化が進んでいる中、「防災対策」が4割強と最も多く、次いで「区融資制度」の充実となっている。

#### (7) 商店街の現況と課題

##### ～商店街全体の売上の変化をみると、近隣型は厳しく、広域型・観光型は好調～

商店街全体の売上は、過去5年前と比較すると、増加した商店街が3割強、横ばいが3割強、減少が3割弱と回答が分かれた。近隣型では厳しく、来街者・観光客を対象とした広域型・観光型は比較的好調である。

##### ～外国人客、高齢者、区外からの客などの来街者が増加、今後呼び込みたい客層は区外からの来街者～

来街者は近隣型を除いて外国人客、高齢者、区外からの客等が増加している。今後呼び込みたい客層は、区外からの来街者が半数弱と最も多い。インバウンドは減少する可能性があり、着実に国内からの来街者の入り込みを図りたいとの意見も聞かれた。

##### ～後継者不足が主な課題。近隣型は商店街の魅力・集客力の低下、広域型は防犯対策、観光型では駐車場・駐輪場の不足～

全体では後継者不足が主な課題である。商店街タイプ別でみると、近隣型では「商店街に集客の核となる店舗がない又は少ない」等、商店街の魅力・集客力の低下が挙げられた。また、広域型では「防犯対策」が最も多く、来街者の増加・多様化に対する対策が課題となっている。また、チェーン店や支店の店舗が増える中、道路での商品陳列等、道路法や商店街のルールを破る事業者への対策が課題として挙げられた。観光型では観光客の増加に伴い、駐車場・駐輪場の不足が課題となっている。また、ごみの散乱など商店街の美観維持が課題になっているといった意見もあり、まちづくりとしての環境整備も課題である。

### ～行政に期待する支援策～

行政への要望は、商店街活動の主要取組みである「イベントやサービスの充実への支援」が最も多く、観光型では、「設備や環境整備に対する支援」への要望も高かった。近隣型は、厳しい環境にあるが地域コミュニティにおいて重要な機能を有していることから、存続・発展に向けた支援が必要である。

#### (8) 伝統工芸の現況と課題

##### ～収支状況は黒字基調と収支均衡、赤字基調とわかれている～

収支状況は、黒字基調が2割、収支均衡が3割強、赤字基調が3割弱と回答が分かれた。

##### ～主な販売先は一般消費者、海外への販売、ネット販売の取組みも見られる～

製品づくりだけでなく、販売まで手掛けないと厳しくなっていることから一般消費者が主な販売先となっている。最近では、区外からの客、外国人客が増加している。ホームページは4分の3の事業所が開設しており、情報発信やネット販売に取り組んでいる。

海外展開は4者が取り組んでおり、「海外の事業者販売している」が2者、「海外向けネット販売をしている」が2者となっている。

##### ～販売促進と店や事業の魅力づくりが課題～

取り巻く環境は、原材料の減少、仕入価格の高騰が事業に影響を与えている。また、生活様式の変化で利用が減少しており、製品の販売促進と店や事業の魅力づくりが課題となっている。販売促進に当たっては、主な販売先の一般消費者だけでなく、外国人購入者が増加しているマンション等の住宅メーカーやホテル等の宿泊業等を対象としたB to Bの販売先の開拓も検討していくことが考えられる。

#### ～今後の展開は商品やサービスの開発の推進～

魅力ある商品やサービスの開発・導入や観光客・外国人向け商品・サービスの充実などが考えられている。

#### ～行政に期待する支援策～

「情報発信、宣伝、PR等の取組み」が最も多い。江戸下町伝統工芸館では、常設展示のほか職人による実演、手づくり教室や特別展等、様々な事業を行っている。また、展示品に興味を持った方に、各職人の工房へ来てもらうためのゲート的な機能を持っている。今後さらにゲートの機能を果たすために来館者を増やす工夫や充実が期待される。