

産業実態調査

1. 産業実態調査の目的

他の統計調査では分からない企業活動の現状や企業の抱える課題を把握することで、今後の産業振興施策の基礎資料とし、区内産業の活性化に結び付ける。

- ・ 伸びている企業が持つ強みと、その企業が新宿で事業を行う理由
- ・ 経済センサスの産業分類では把握することができない、企業の事業活動（業種）の実態

(1) 新宿の特性を活かした事業活動、ビジネスチャンスの捉え方を把握する

⇒新宿区の地域特性に対する認識

環境の変化に対応した取り組みの把握

区の考えるテーマで事業に取り組む企業の発掘

(2) 企業の事業活動の現状と展望を把握する

⇒企業の抱える課題の把握

企業の成長に向けた事業展開の把握

事業活動とその成果の把握

(3) 企業に今後の事業展開の可能性を提示する

2. 他の調査から把握できる項目

(1) 経済センサス

<事業所に関する事項>

名称、電話番号、所在地、開設時期、従業員数、事業の種類、業態、

単独事業所・本所・支所の別、年間総売上（収入）金額

<企業に関する事項>

経営組織、資本金等の額、外国資本比率、決算月、持株会社か否か

親会社の有無、親会社の名称、親会社の所在地及び電話番号

子会社の有無及び子会社の数、法人全体の常用雇用者数

法人全体の主な事業の種類、国内及び海外の支所等の有無及び支所等の数

本所の名称、本所の所在地及び電話番号、年間総売上（収入）金額

(2) RESAS（リーサス）

- ・産業マップ（特許分布、海外への企業進出動向、企業間取引状況など）
- ・観光マップ（滞在人口、滞在人口率、流動人口、外国人の訪問状況、滞在状況など）

(3) 景況調査（平成23年度から実施、四半期ごと、有効回答数 毎期約500件）

- ・景況感
- ・経営上の問題点、今後の経営上の取り組み
- ・経営見通しおよび採用計画（毎年度第4期調査のみ）

3. 産業実態調査で把握したい内容

(1) 基本情報

- ・創業年、新宿区での事業開始年
- ・代表者の年代、事業後継者の有無
- ・現在の事業内容（年間売上（収入）の割合において上位5つまで）
- ・事業内容の変遷（拡大した事業、終了した事業、事業転換等）

(2) 新宿の特性を活かした事業活動、ビジネスチャンスの捉え方

- ・新宿区に事業所があるメリット（事業に有効な新宿区の特徴）
- ・他の地域にない新宿区の魅力（特性、地域資源）
- ・今後発展が期待できる（特性や地域資源となり得る）新宿の要素
- ・新宿区が考える地域資源に対するの関心度
- ・新宿区が考える地域資源に対するのビジネスチャンスと捉えての取り組み状況
- ・新宿区が考える地域資源に対するの今後の活用の意向
 - 来街者増加の影響
 - 来街者増加に対する期待とビジネスチャンス
 - 東京オリンピック・パラリンピック開催後の展望
 - 訪日外国人増加に関する対応

(3) 事業活動の現状と展望

- ・企業、団体、教育機関等との連携状況（区内、区外、海外／分野／時期／成果）
- ・希望連携先
- ・自社の強み
- ・新事業への進出の状況（国内向け、海外向け／分野／時期／成果）
- ・連携、新事業への進出にあたっての問題点・課題
- ・上記問題点・課題への解決策
- ・連携・新事業への進出をしない・できない理由
- ・今後進出したい新事業の分野

(4) その他

- ・ヒアリング調査への協力の可否
- ・区からの情報提供の可否

4. その他

(1) 調査名

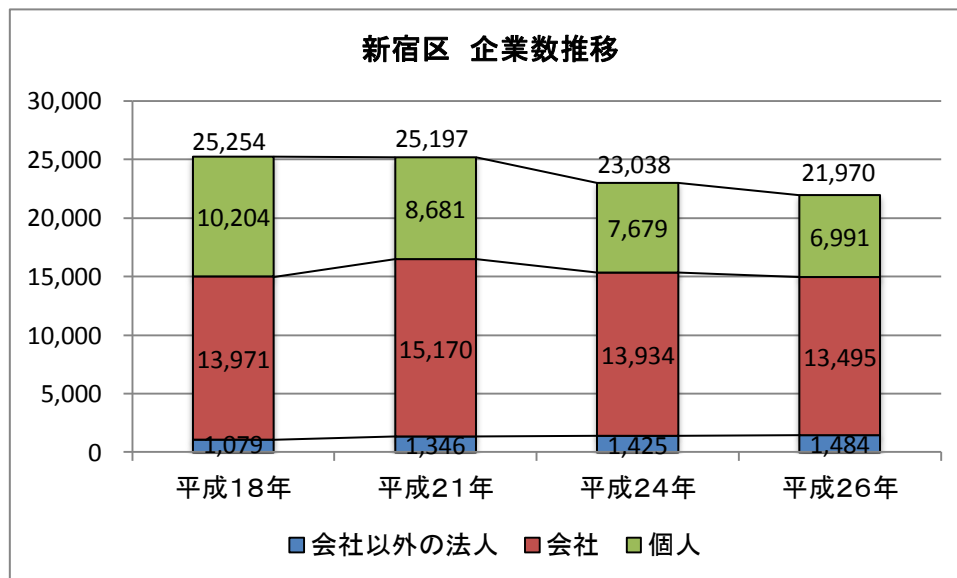
「区内産業と企業の事業活動に関する調査」

(2) ヒアリング調査

アンケート調査時点で、ヒアリング調査の受け入れが可能か確認する
アンケート調査終了後、平成 28 年度内に実施する

(3) 調査対象

- ①平成 26 年経済センサス基礎調査データ（平成 26 年 7 月 1 日時点）
- ②個人経営、新宿区に本所（本社・本店）がある会社・会社以外の法人
- ③業種や規模による抽出を行わない



※事業所・企業統計調査と平成 21 年から開始の経済センサスの調査対象は同様だが、調査手法が異なることから、平成 18 年事業所・企業統計調査と平成 21 年経済センサスの差数が全て増加・減少を示すものではない。

平成 18 年 事業所・企業統計調査報告 事業所編（東京都）

平成 26 年 経済センサスー基礎調査 東京都調査結果（東京都）

(4) 現在の産業振興施策の周知

施策の案内を同封する