

平成 28 年度「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」(概要)

新宿区では、区内企業の現状や企業の抱える課題等を把握するため、「新宿区産業と企業等の事業活動に関する調査」を実施しました。「平成 26 年経済センサス-基礎調査」から調査対象企業を抽出し、2 回のアンケート調査（第 1 次・第 2 次）と、区内企業や商店会、業界団体等に対するヒアリング調査を行い、結果をとりまとめました。

1. 区内産業の特性

区内産業を構成する多様な企業

平成 26 年経済センサス-基礎調査における本区の事業所数は 33,602 所、従業者数は 693,036 人を数え、業種構成は、事業所数で「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「不動産業、物品賃貸業」が、従業者数では、「サービス業（他に分類されないもの）」「卸売業、小売業」「情報通信業」がそれぞれ上位 3 業種を構成しています。

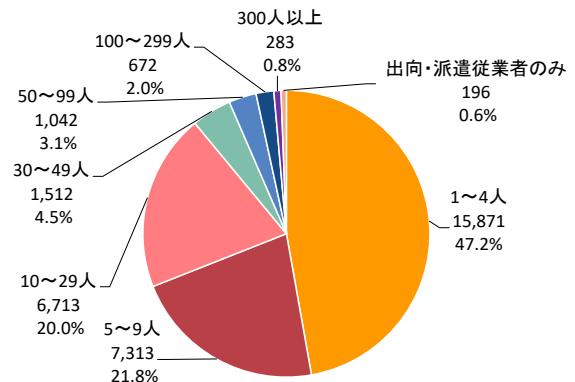
従業者数規模では、50 人未満が 93.5% を占め、小規模な企業が多いことがうかがえます。

図表 1 業種別事業所数・従業者数(上位 3 位)

事業所数 33,602 所		
第1位	卸売業、小売業	19.1%
第2位	宿泊業、飲食サービス業	18.3%
第3位	不動産業、物品賃貸業	11.5%
従業者数 693,036 人		
第1位	サービス（他に分類されないもの）	17.7%
第2位	卸売業、小売業	15.5%
第3位	情報通信業	12.6%

出典:「平成 26 年経済センサス-基礎調査」(総務省)

図表 2 従業者数規模別事業所数

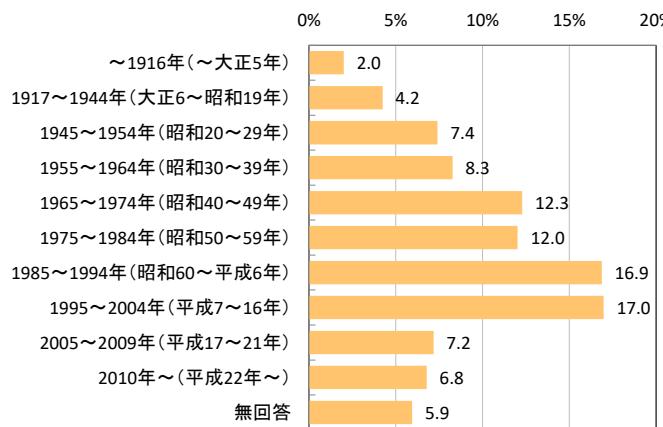


出典:「平成 26 年経済センサス-基礎調査」(総務省)

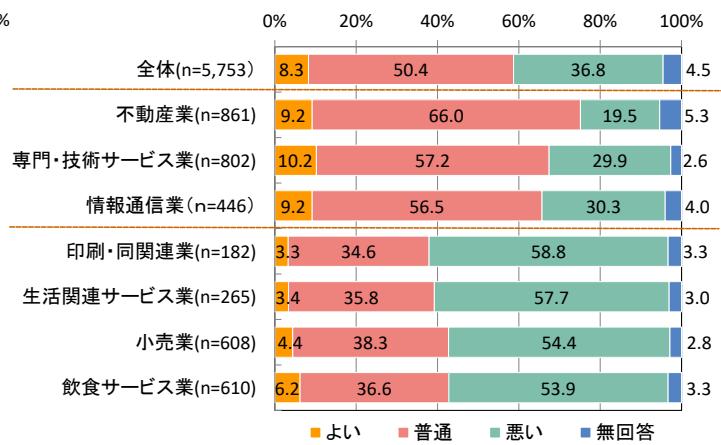
本調査結果から創業年をみると、これまで継続的に一定規模の事業所が事業を開始し、業歴 100 年以上の企業も 115 社存在していることから、業種だけではなく、操業年数においても多様な企業が区内産業を構成しています。

調査時点での経営状況は、「不動産業」「専門・技術サービス業」「情報通信業」が比較的に好調で、「印刷・同関連業」「生活関連サービス業」「小売業」「飲食サービス業」は厳しい状況がみられました。

図表 3 創業年(回答企業: 5,753)



図表 4 業種別・経営状況(回答企業: 5,753)



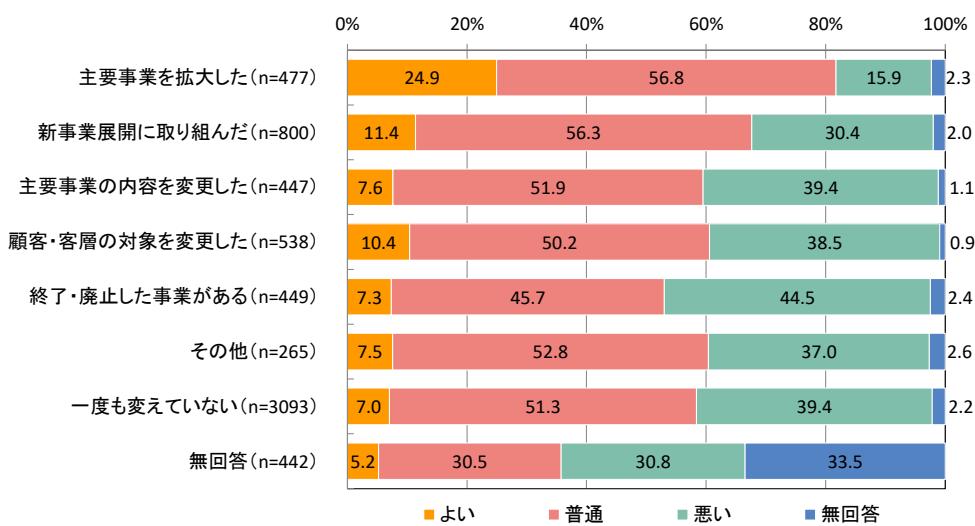
※n: アンケート回答企業数を表す

2. 区内企業が抱える主な課題

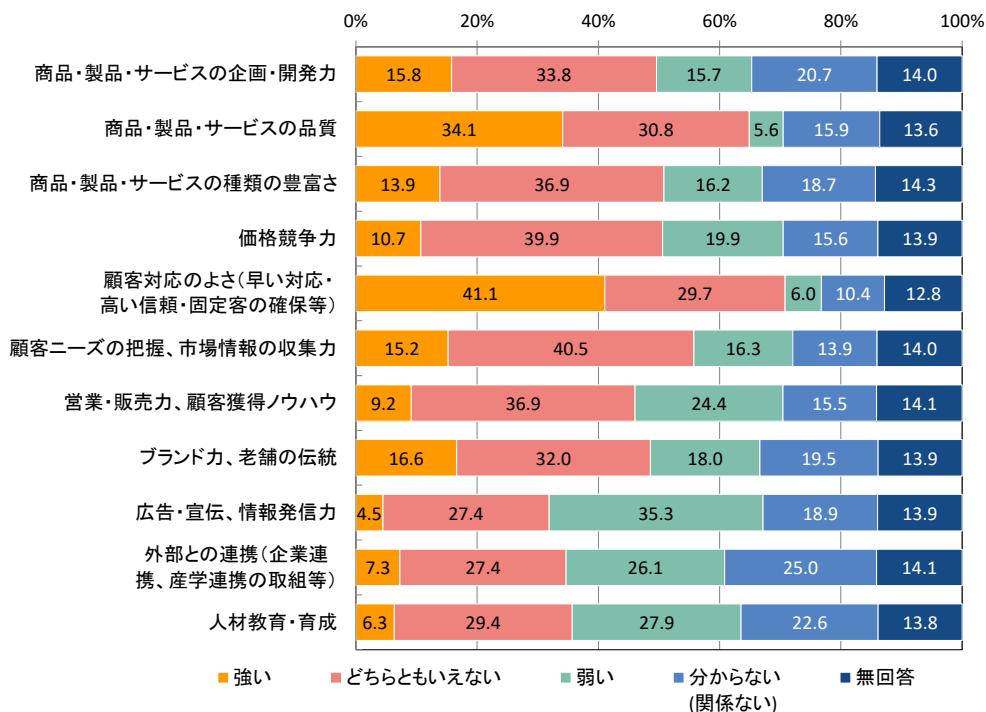
市場・顧客開拓

市場・顧客開拓に関しては、経済や社会が急速に変化していく中で、社会や顧客のニーズを捉えた事業を推進していくとともに、環境変化の中から新たな事業機会を捉え社会や顧客に新たな価値を提供していくことが重要となっています。本調査においても、事業内容の見直し・変更を行ったことがある企業では比較的に経営状況がよいという結果が得られました。また、「販売・顧客拡大における企業の強み」として、「強い」と評価している点は、「顧客対応のよさ」が41.1%、「商品・製品・サービスの品質」が34.1%である一方、「広告・宣伝、情報発信力」は4.5%と最も低く、課題として認識されています。

図表5 事業内容の見直し・変更の取組み別・経営状況(複数回答、回答企業:5,753)



図表6 販売・顧客拡大における企業の強み(回答企業:5,753)



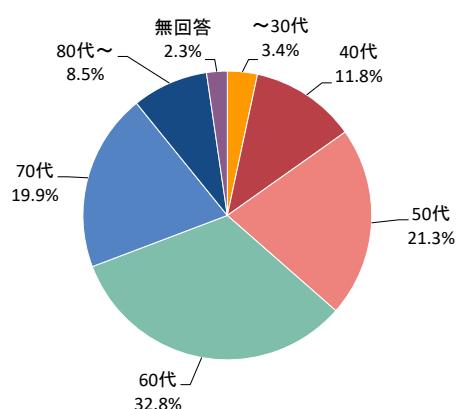
人材の確保・育成

今回の調査では、人材の採用・確保が困難になってきているという意見が多く聞かれました。特に、「情報通信業」では、慢性的に人手が不足しており、受注機会を逃しているといった意見もあり、また「卸売業」では、海外取引に必要なスキルを持った人材の確保が課題であるといった意見もありました。人材の確保や育成は、多くの中小企業が抱える課題となっています。

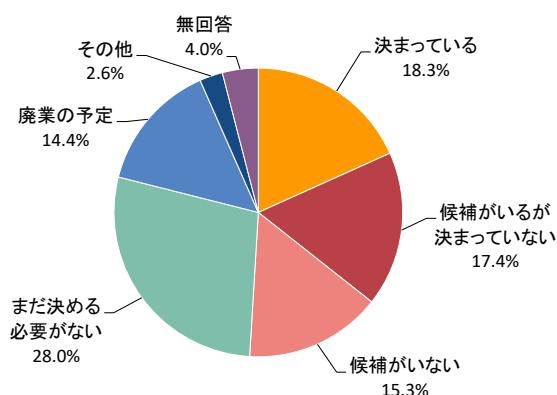
事業承継

代表者の高齢化が進み、約3割が70歳以上という現状があり、事業承継が課題となっています。後継者候補がいる場合でも、候補者の企業存続に対しての危機感が弱いため、意識啓発や教育の機会が必要とされています。また、廃業を予定している企業が14.4%を占めていますが、そのうち約3割は経営状況が悪くない企業であり、後継者がいれば事業継続が可能と考えられます。

図表7 代表者の年齢(回答企業:5,753)



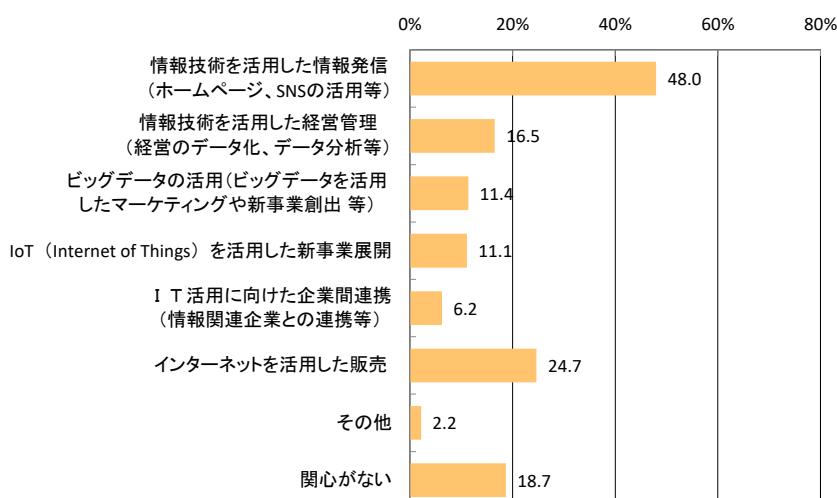
図表8 後継者の有無(回答企業:5,753)



情報化の推進

第2次アンケート調査から情報化の推進に対しての関心度は高いことが明らかとなりました。その内容をみると、「情報技術を活用した情報発信（ホームページ、SNSの活用等）」が半数弱を占めており、情報発信力強化の必要性から情報化の推進を重要視していることがうかがわれます。「飲食サービス業」からは、訪日外国人の増加を背景として、外国人対応が課題となるという意見が聞かれ、ICTを活用した多言語対応にも取り組んでいく必要があります。

図表9 情報化の推進についての関心(複数回答、回答企業:369)



3. 商店会が抱える課題

今回ヒアリング調査をした商店会では、役員の高齢化が進み担い手不足が大きな課題となっていました。一方、大手飲食チェーン店から地域の活性化に向け連携したいという申し出や、商店街での高校生のフィールドワークについて地元高校からの申し出があり、連携に向けた取組みが始まっています。このような多様な主体との連携を推進していくことで、商店街の活性化や魅力づくりを図っていくことが重要と考えられます。また商店街は、比較的小規模な事業所で構成されているため、商店街が賑わいを維持していくためには、「小売業」「飲食サービス業」「生活関連サービス業」等の活性化が重要となります。しかし、これらの業種では、「廃業の予定」が20%を超え、経営状況でも「悪い」と回答した企業が50%を超えるなど、厳しい経営状況の企業が多いことがうかがわれるため、個々の事業所の持つ課題に対応していくことが必要です。

4. 今後の産業振興の視点

新宿区内には業種や事業所規模、操業年数など非常に多様な企業が事業活動を営んでおり、企業の持つ課題もさまざまです。第1次アンケート調査の「新宿区の支援の方向性に関する関心度」では、「とても関心がある」「やや関心がある」とした関心の高い項目として、「防犯・防災に対応した地域づくり」「まちのブランド力向上」「働きやすい就労環境づくり」「事業承継への支援」が挙がっています。

今後の産業振興の視点としては、まちづくりと一体となった「防犯・防災に対応した地域づくり」や「まちのブランド力向上」を進めながら、個々の企業の持つ課題に対応し、企業活動の礎である人材の確保・育成と働く環境の向上等の事業基盤の強化を図り、社会や経済の変化に柔軟に対応し、顧客ニーズを的確に捉えて取り組む企業、自助努力に基づく事業活動を行う企業をサポートしていくことが重要となっています。

図表10 新宿区の支援の方向性に関する関心度(回答企業:5,753)

