

2. 杉並区の産業の現状と課題

(1) 区の産業の構成

1) 区の事業所数・従業者数の推移

○事業所数、従業者数ともに近年は減少傾向

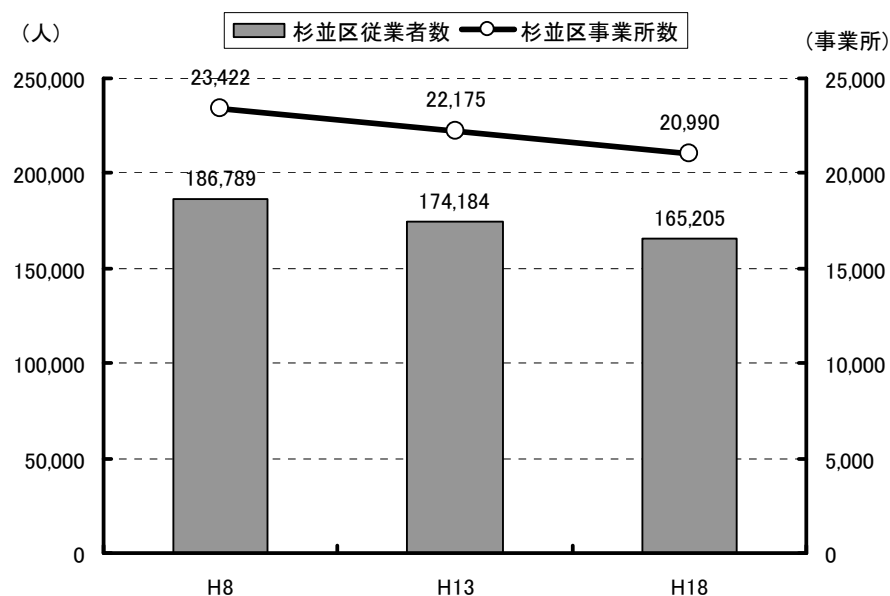
- ・杉並区の事業所数は、平成 21 年で 21,762 事業所であり、従業者数は 180,285 人となっている。杉並区の事業所数及び従業者数は、近隣自治体と比較すると練馬区と近似しており、世田谷区よりも小さく、中野区及び武蔵野市よりも大きい規模となっている。
- ・杉並区の事業所数及び従業者数は、近年減少傾向にあり、平成 8 年から平成 18 年までの 10 年間に約 1 割減少している。

■図表 2-1 杉並区の事業所数、従業者数

	事業所数	従業者数	1 事業所当たりの従業者数
杉並区	21,762	180,285 人	8.28 人
中野区	14,367	125,683 人	8.75 人
世田谷区	24,766	263,678 人	10.65 人
練馬区	22,183	194,976 人	8.79 人
武蔵野市	8,124	90,310 人	11.12 人

資料：平成 21 年経済センサス

■図表 2-2 事業所数、従業者数の推移



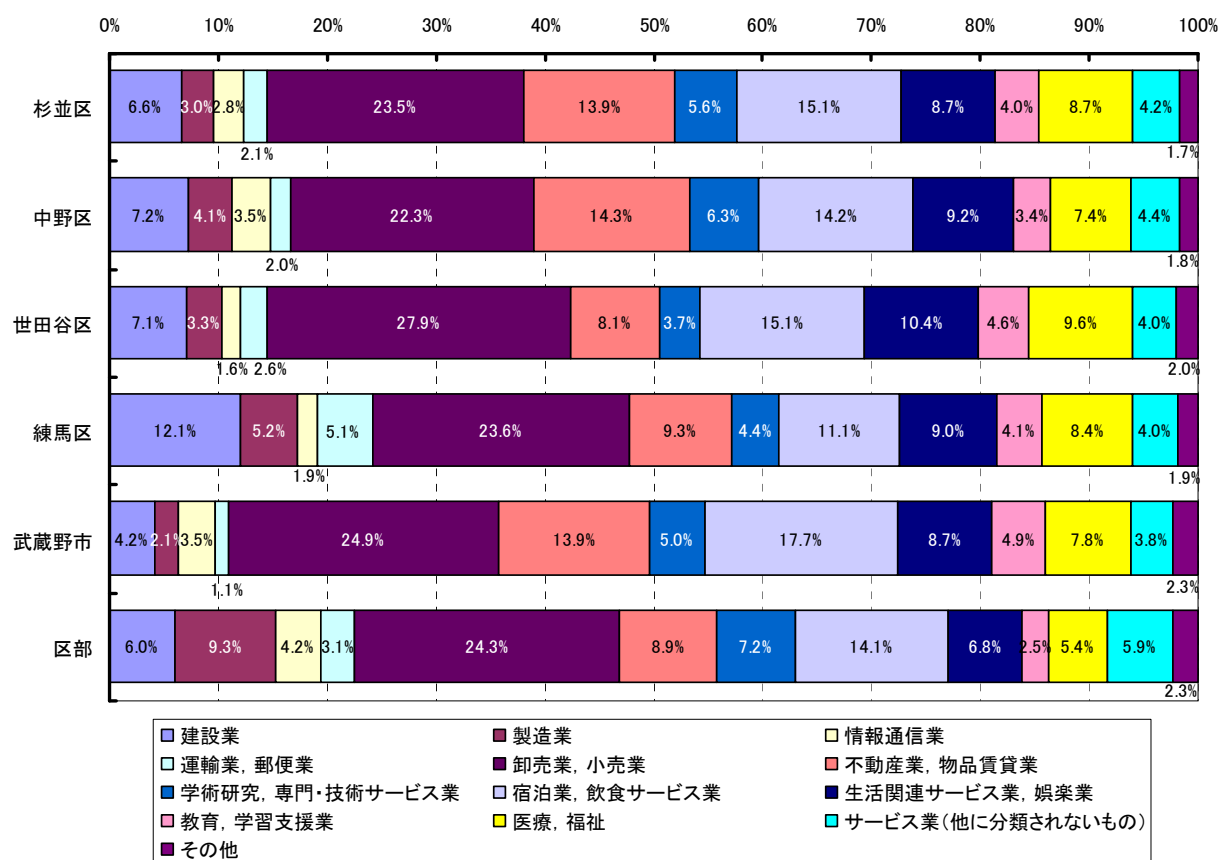
資料：事業所・企業統計

2) 産業分類別の事業所数・従業者数の割合

○不動産、生活関連サービス、医療、教育などの比率が高く住宅都市としての性格が現れている

- ・杉並区の産業構成を産業大分類でみると、最も比率が高いのは「卸売業，小売業」（23.5％）であり、次いで「宿泊業・飲食サービス業」（15.1％）、「不動産業，物品賃貸業」（13.9％）となっている。
- ・また、区部の平均と比較すると、杉並区の割合が高い業種は「不動産業，物品賃貸業」、「生活関連サービス業」、「医療，福祉」、「教育，学習支援業」などであり、一般消費者向けの事業を展開している業種が挙げられる。逆に区部の平均よりも低い業種は、「製造業」、「運輸業，郵便業」、「情報通信業」などである。
- ・「建設業」と「製造業」の第二次産業の割合を近隣自治体と比較すると、第二次産業の割合が高いのは練馬区（17.3％）であり、最も低いのは武蔵野市（6.3％）である。杉並区は 9.6％と中間に位置しており、第三次産業の構成をみると中野区と類似した産業構成となっている。世田谷区との比較では、杉並区の方が「不動産業，物品賃貸業」が高いことが特徴として挙げられる。

■図表 2-3 産業分類別の事業所数の割合（近隣区市との比較）



資料：平成 21 年経済センサス

3) 新設事業所の状況

○生活環境の向上に寄与する商業、生活支援産業など生活を支え生活環境の質的向上に寄与する産業が新設されている

- ・杉並区で平成 17 年から平成 21 年までの 5 年間で開業した事業所は、合計 2,973 事業所であり、創出された従業員数は 23,977 人となる。最も増えた業種は、事業所数、従業員数ともに「卸売業、小売業」(685 事業所、6,364 人)であり、次いで「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」の順となる。
- ・その他の分類で開業数が多い業種を細かくみると、アニメ制作が含まれる「映像・音声・文字情報制作業」、「不動産賃貸業・管理業」、「洗濯・理容・美容・浴場業」、「その他の教育、学習支援業」が挙げられる。
- ・このような杉並区で増えている業種は、区民生活を支える産業と同時に、住環境と共生できる産業であり、生活環境の質的な向上に寄与する産業と言うことができる。

■図表 2-4 平成 17 年から 21 年に開業した事業所の事業所数及び従業員数（その 1）

産業中分類		事業所数			従業員数		
		総数	新設事業所		総数	新設事業所	
			事業所数	割合		従業員数	割合
A～R	全産業（公務を除く）	21,467	2,973	13.8%	168,610	23,977	14.2%
A	農業、林業	18	2	11.1%	92	8	8.7%
01	農業	18	2	11.1%	92	8	8.7%
02	林業	-	-	-	-	-	-
B	漁業	-	-	-	-	-	-
03	漁業（水産養殖業を除く）	-	-	-	-	-	-
04	水産養殖業	-	-	-	-	-	-
C	鉱業、採石業、砂利採取業	-	-	-	-	-	-
05	鉱業、採石業、砂利採取業	-	-	-	-	-	-
D	建設業	1,435	100	7.0%	11,191	959	8.6%
06	総合工事業	495	36	7.3%	4,341	487	11.2%
07	職別工事業（設備工事業を除く）	525	34	6.5%	3,597	253	7.0%
08	設備工事業	415	30	7.2%	3,253	219	6.7%
E	製造業	651	51	7.8%	6,197	229	3.7%
09	食料品製造業	45	7	15.6%	921	35	3.8%
10	飲料・たばこ・飼料製造業	3	1	33.3%	5	2	40.0%
11	繊維工業	77	8	10.4%	419	38	9.1%
12	木材・木製品製造業（家具を除く）	7	-	0.0%	49	-	0.0%
13	家具・装備品製造業	34	1	2.9%	133	1	0.8%
14	パルプ・紙・紙加工品製造業	16	-	0.0%	155	-	0.0%
15	印刷・関連連業	129	11	8.5%	685	46	6.7%
16	化学工業	13	-	0.0%	186	-	0.0%
17	石油製品・石炭製品製造業	-	-	-	-	-	-
18	プラスチック製品製造業（別掲を除く）	14	1	7.1%	58	2	3.4%
19	ゴム製品製造業	6	1	16.7%	19	4	21.1%
20	なめし革・同製品・毛皮製造業	7	-	0.0%	31	-	0.0%
21	窯業・土石製品製造業	7	-	0.0%	37	-	0.0%
22	鉄鋼業	3	2	66.7%	21	17	81.0%
23	非鉄金属製造業	3	-	0.0%	20	-	0.0%
24	金属製品製造業	28	2	7.1%	128	14	10.9%
25	はん用機械器具製造業	7	-	0.0%	62	-	0.0%
26	生産用機械器具製造業	34	-	0.0%	252	-	0.0%
27	業務用機械器具製造業	44	4	9.1%	514	24	4.7%
28	電子部品・デバイス・電子回路製造業	18	2	11.1%	154	15	9.7%
29	電気機械器具製造業	42	2	4.8%	860	6	0.7%
30	情報通信機械器具製造業	18	1	5.6%	928	8	0.9%
31	輸送用機械器具製造業	11	1	9.1%	98	1	1.0%
32	その他の製造業	85	7	8.2%	462	16	3.5%
F	電気・ガス・熱供給・水道業	4	1	25.0%	514	13	2.5%
33	電気業	1	-	0.0%	249	-	0.0%
34	ガス業	2	-	-	252	-	-
35	熱供給業	-	-	-	-	-	-
36	水道業	1	1	100.0%	13	13	100.0%

資料：平成 21 年経済センサス

■図表 2-5 平成 17 年から 21 年に開業した事業所の事業所数及び従業員数（その 2）

産業中分類		事業所数			従業員数		
		総数	新設事業所		総数	新設事業所	
			事業所数	割合		従業員数	割合
G	情報通信業	613	126	20.6%	7,648	1,089	14.2%
37	通信業	21	6	28.6%	128	44	34.4%
38	放送業	4	1	25.0%	304	135	44.4%
39	情報サービス業	195	40	20.5%	3,055	208	6.8%
40	インターネット附属サービス業	35	11	31.4%	143	52	36.4%
41	映像・音声・文字情報制作業	358	68	19.0%	4,018	650	16.2%
H	運輸業、郵便業	461	32	6.9%	12,213	1,316	10.8%
42	鉄道業	21	-	0.0%	440	-	0.0%
43	道路旅客運送業	269	8	3.0%	5,456	71	1.3%
44	道路貨物運送業	132	15	11.4%	4,570	101	2.2%
45	水運業	3	-	0.0%	51	-	0.0%
46	航空運輸業	-	-	-	-	-	-
47	倉庫業	14	4	28.6%	238	22	9.2%
48	運輸に附帯するサービス業	19	2	10.5%	350	14	4.0%
49	郵便業（信書便事業を含む）	3	3	100.0%	1,108	1,108	100.0%
I	卸売業、小売業	5,117	685	13.4%	39,837	6,364	16.0%
50	各種商品卸売業	2	-	0.0%	15	-	0.0%
51	繊維・衣服等卸売業	79	15	19.0%	535	56	10.5%
52	飲食料品卸売業	168	16	9.5%	1,498	156	10.4%
53	建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	194	9	4.6%	1,549	36	2.3%
54	機械器具卸売業	290	30	10.3%	5,062	148	2.9%
55	その他の卸売業	308	32	10.4%	2,333	237	10.2%
56	各種商品小売業	13	-	0.0%	1,101	-	0.0%
57	織物・衣服・身の回り品小売業	641	123	19.2%	4,040	1,966	48.7%
58	飲食料品小売業	1,331	171	12.8%	12,271	2,264	18.5%
59	機械器具小売業	393	51	13.0%	2,356	287	12.2%
60	その他の小売業	1,650	228	13.8%	8,636	1,172	13.6%
61	無店舗小売業	48	10	20.8%	441	42	9.5%
J	金融業、保険業	242	33	13.6%	4,521	230	5.1%
62	銀行業	48	4	8.3%	1,502	59	3.9%
63	協同組織金融業	28	1	3.6%	511	10	2.0%
64	貸金業、クレジットカード業等非預金信用機関	24	3	12.5%	999	60	6.0%
65	金融商品取引業、商品先物取引業	37	10	27.0%	469	50	10.7%
66	補助的金融業等	2	-	0.0%	4	-	0.0%
67	保険業（保険媒介代理業、保険サービス業を含む）	103	15	14.6%	1,036	51	4.9%
K	不動産業、物品賃貸業	3,033	220	7.3%	9,508	1,042	11.0%
68	不動産取引業	589	95	16.1%	2,588	470	18.2%
69	不動産賃貸業・管理業	2,361	109	4.6%	6,119	403	6.6%
70	物品賃貸業	83	16	19.3%	801	169	21.1%
L	学術研究、専門・技術サービス業	1,224	170	13.9%	5,435	654	12.0%
71	学術・開発研究機関	22	5	22.7%	235	19	8.1%
72	専門サービス業（他に分類されないもの）	664	100	15.1%	2,340	400	17.1%
73	広告業	57	11	19.3%	326	53	16.3%
74	技術サービス業（他に分類されないもの）	481	54	11.2%	2,534	182	7.2%
M	宿泊業、飲食サービス業	3,280	658	20.1%	20,360	3,880	19.1%
75	宿泊業	78	5	6.4%	503	44	8.7%
76	飲食店	3,027	616	20.4%	18,052	3,490	19.3%
77	持ち帰り・配達飲食サービス業	175	37	21.1%	1,805	346	19.2%
N	生活関連サービス業、娯楽業	1,878	252	13.4%	9,446	1,357	14.4%
78	洗濯・理容・美容・浴場業	1,396	174	12.5%	5,089	639	12.6%
79	その他の生活関連サービス業	230	34	14.8%	1,446	115	8.0%
80	娯楽業	252	44	17.5%	2,911	603	20.7%
O	教育、学習支援業	764	88	11.5%	8,507	675	7.9%
81	学校教育	101	2	2.0%	4,227	31	0.7%
82	その他の教育、学習支援業	663	86	13.0%	4,280	644	15.0%
P	医療、福祉	1,771	396	22.4%	20,560	3,850	18.7%
83	医療業	1,386	267	19.3%	11,820	2,030	17.2%
84	保健衛生	14	5	35.7%	385	26	6.8%
85	社会保険・社会福祉・介護事業	371	124	33.4%	8,355	1,794	21.5%
Q	複合サービス事業	62	53	85.5%	634	509	80.3%
86	郵便局	53	53	100.0%	509	509	100.0%
87	協同組合（他に分類されないもの）	9	-	-	125	-	-
R	サービス業（他に分類されないもの）	914	106	11.6%	11,947	1,802	15.1%
88	廃棄物処理業	12	-	0.0%	126	-	0.0%
89	自動車整備業	60	2	3.3%	351	8	2.3%
90	機械等修理業（別掲を除く）	111	12	10.8%	567	96	16.9%
91	職業紹介・労働者派遣業	52	12	23.1%	1,115	481	43.1%
92	その他の事業サービス業	341	58	17.0%	7,413	1,092	14.7%
93	政治・経済・文化団体	107	18	16.8%	692	89	12.9%
94	宗教	217	2	0.9%	1,528	3	0.2%
95	その他のサービス業	14	2	14.3%	155	33	21.3%

※ ：事業所数 100 以上、または従業員数 500 人以上の産業分類

資料：平成 21 年経済センサス

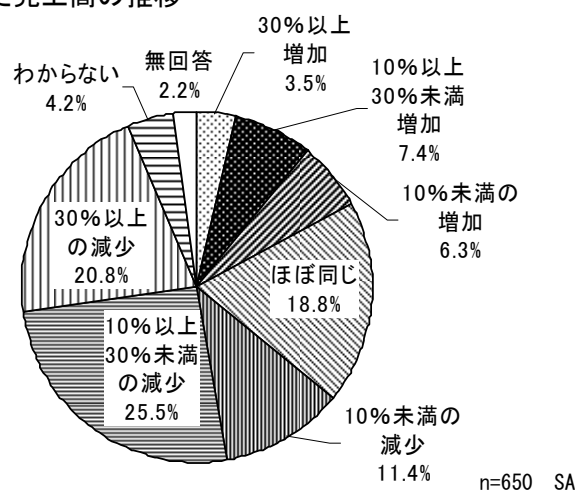
(2) 事業所の売上に関する現状と課題

1) 売上高の動向

○6割の事業所で売上高が減少しているが、教育、医療、情報通信などの産業は堅調

- ・事業所の最近3年間の売上高は、『増加した』とする事業所が17.2%、『ほぼ同じ』が18.8%、『減少した』とする事業所は57.7%となっている。
- ・業種別に売上高の変化をみると、『増加した』事業所の割合が他の業種に比べて高いのは「運輸業・郵便業」(27.3%)、「その他のサービス業」(22.6%)、「医療・福祉」(20.5%)が挙げられる。しかし、全ての業種で『増加した』事業所よりも『減少した』事業所の割合が高い。
- ・特に『減少した』事業所の割合が他の業種に比べて高いのは「卸売業・小売業」(70.5%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(69.0%)であり、ともに約7割となっている。
- ・業績が好調といえる業種分類は見当たらないが、『減少した』事業所の割合が5割を切っている「教育・学習支援業」(38.5%)、「医療・福祉」(46.0%)、「情報通信業」(46.2%)は、他の業種に比べると堅調とすることができる。

■図表 2-6 3年前と比較した売上高の推移



資料：杉並区事業所実態調査

【注1】記号の説明

- SA シングルアンサー（選択肢から1つ選択）
- MA マルチアンサー（選択肢から複数選択）
- NA ナンバーアンサー（数値で回答）
- FA フリーアンサー（文章で回答）

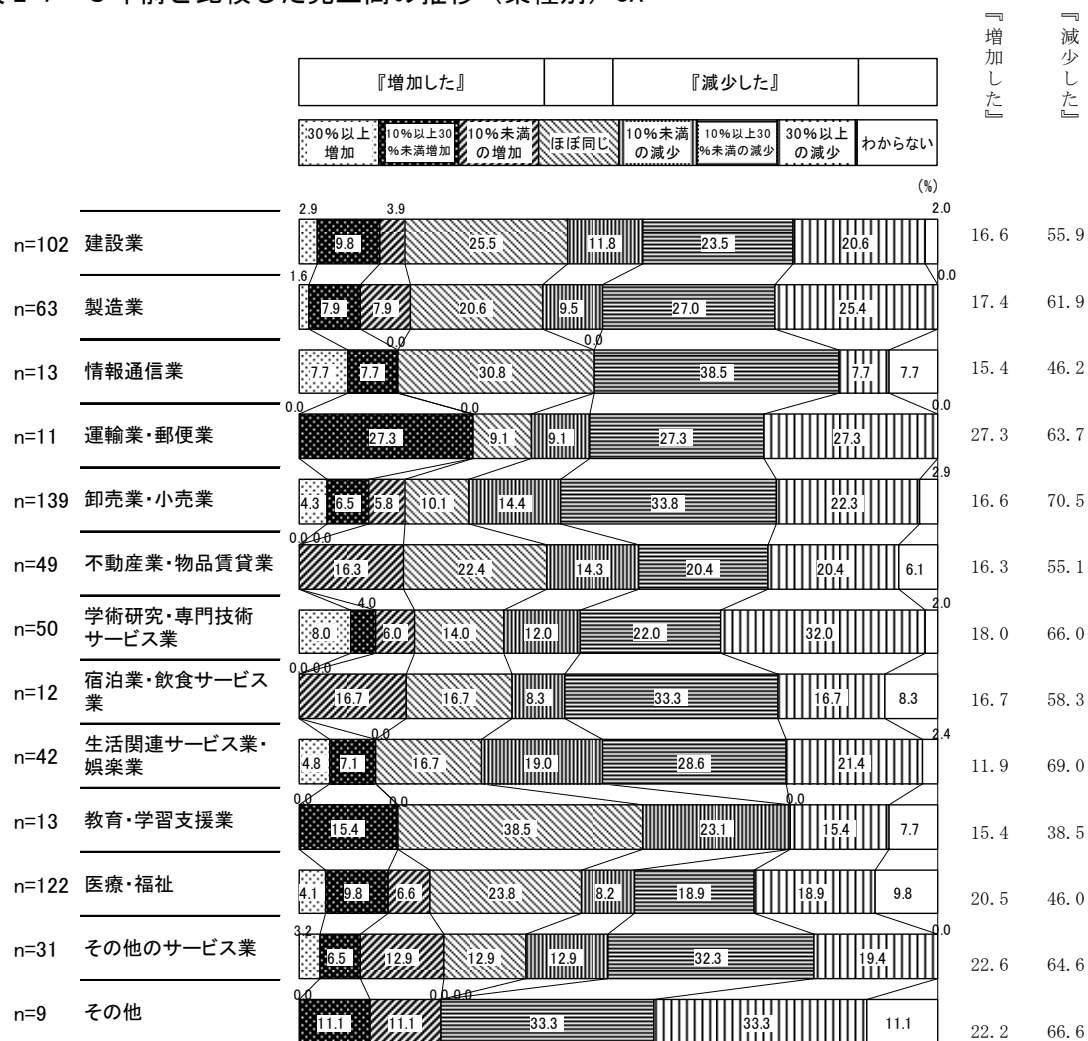
【注2】集計方法

- SA（シングルアンサー）は原則として無回答を加えて、どの程度の回答者の比率かがわかるようにする。
- MA（マルチアンサー）は原則として無回答を除き、回答者の中に占める比率を示す。

【注3】n値

- 「n=数字」と表現。数字はその設問に回答した人の数
- ※回答者数の少ない設問項目もあるので、グラフを読むときに注意を要する

■図表 2-7 3年前と比較した売上高の推移（業種別）SA



資料：杉並区事業所実態調査

【業種別のグラフの見方】

※アンケートを配布する際に、実際の業種数の比率を反映して配布票数を設定した。結果、比率の少ない業種においては有効なデータが極めて少なくなった。

※産業分類（大分類）において「農林水産業」（0件）、「電気・ガス・熱供給・水道業」（4件）、「金融業・保険業」（6件）、「その他」（3件）はデータが極めて少ないため業種別に見るクロス集計からは除外した。

※「情報通信業」、「運輸業・郵便業」、「宿泊業・飲食サービス業」、「教育・学習支援業」などもデータが10件強と少ないが、参考までに掲載する。

※「宿泊業・飲食サービス業」が実態に反してデータが少なくなっているのは、一連の調査として実施している商店実態調査との兼ね合いで、本調査においては個店ではなく、株式会社、有限会社等の会社組織のみを対象としたためである。

※業種別のクロス集計において、無回答は省略。

■図表 2-8 回収したアンケート票数

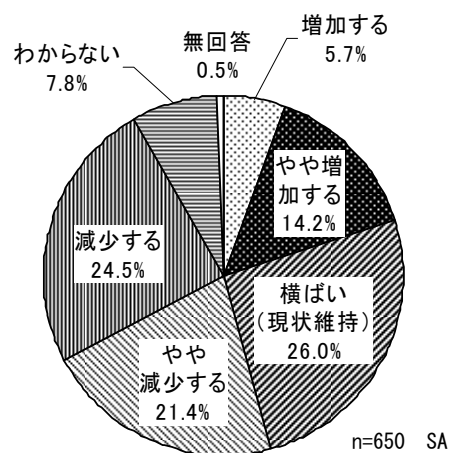
業種	件数(件)	割合(%)	割合(無回答除く)(%)
建設業	103	15.8	16.0
製造業	64	9.8	9.9
電気・ガス・熱供給・水道業	4	0.6	0.6
情報通信業	14	2.2	2.2
運輸業・郵便業	11	1.7	1.7
卸売業・小売業	141	21.7	21.9
金融業・保険業	6	0.9	0.9
学術研究・専門技術サービス業	51	7.8	7.9
不動産業・物品賃貸業	50	7.7	7.8
宿泊業・飲食サービス業	12	1.8	1.9
生活関連サービス業・娯楽業	44	6.8	6.8
教育・学習支援業	14	2.2	2.2
医療・福祉	125	19.2	19.4
その他のサービス業	32	4.9	5.0
その他	3	0.5	0.5
無回答	5	0.8	—
合計	650	—	—

2) 売上高の見込み

○情報通信、教育は、今後の成長産業として見通しが明るい

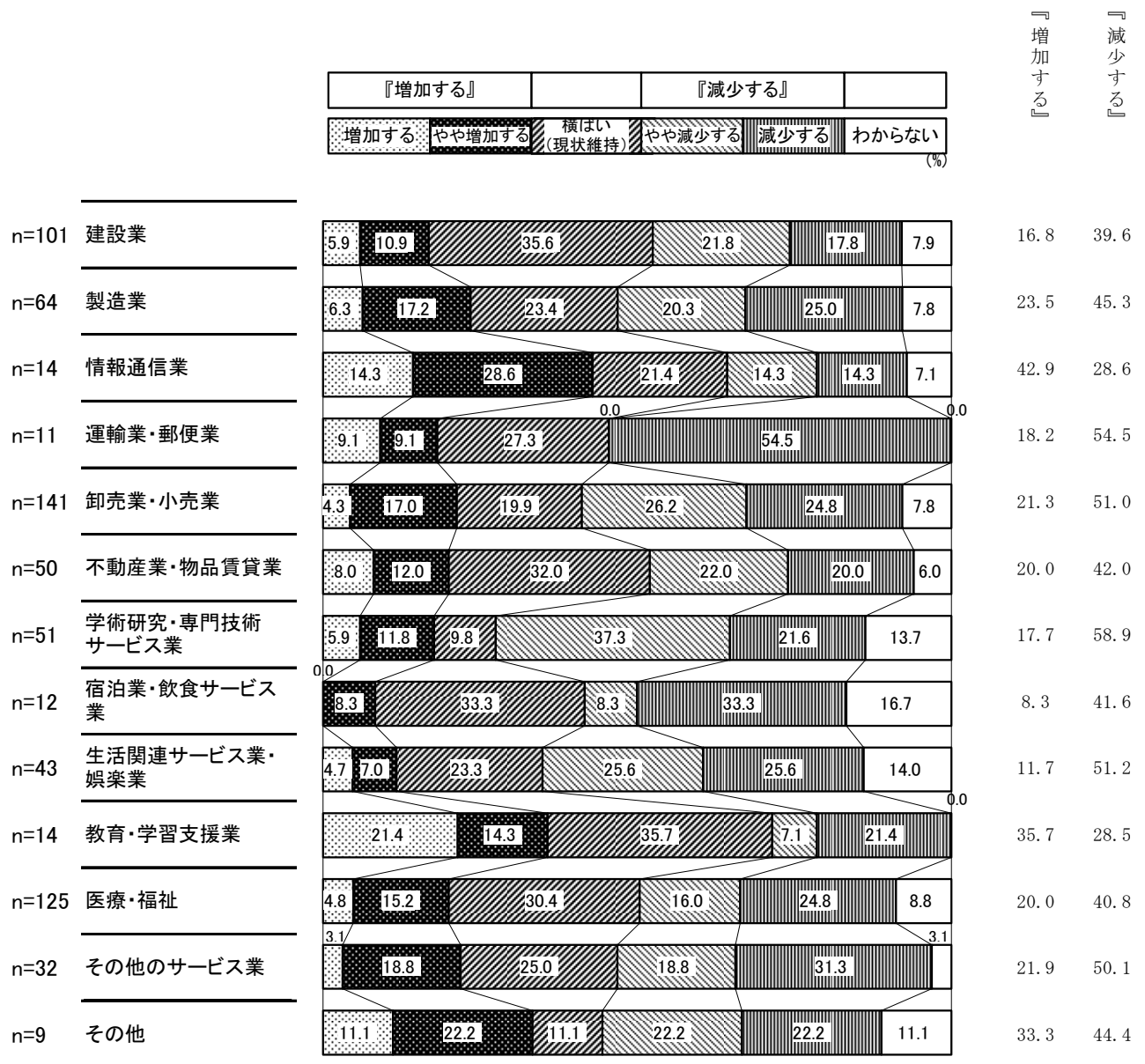
- ・事業所の今後の売上高は、『増加する』と見込んでいる事業所が 19.9%、『横ばい』が 26.0%、『減少する』と見込んでいる事業所は 45.9%となり、現状よりもいくらか回復すると予測されている。
- ・業種別にみると、『増加する』と見込んでいる事業所の割合が高い業種は「情報通信業」(42.9%)、「教育・学習支援業」(35.7%)が挙げられる。この2業種は、『増加する』割合の方が『減少する』割合よりも上回っており、また事業所数及び従業者数も増加傾向にあることから、杉並区での今後の成長産業と見ることができる。
- ・その他の業種では、『減少する』と見込んでいる割合が4～5割となっている。
- ・その中で、「宿泊業・飲食サービス業」は、『増加する』とする事業所が8.3%と低く、事業所数及び従業者数は近年増加している業種の中で、最も見通しが悪い業種と言える。

■図表 2-9 今後の売上高の見込み



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-10 今後の売上高の見込み（業種別）SA



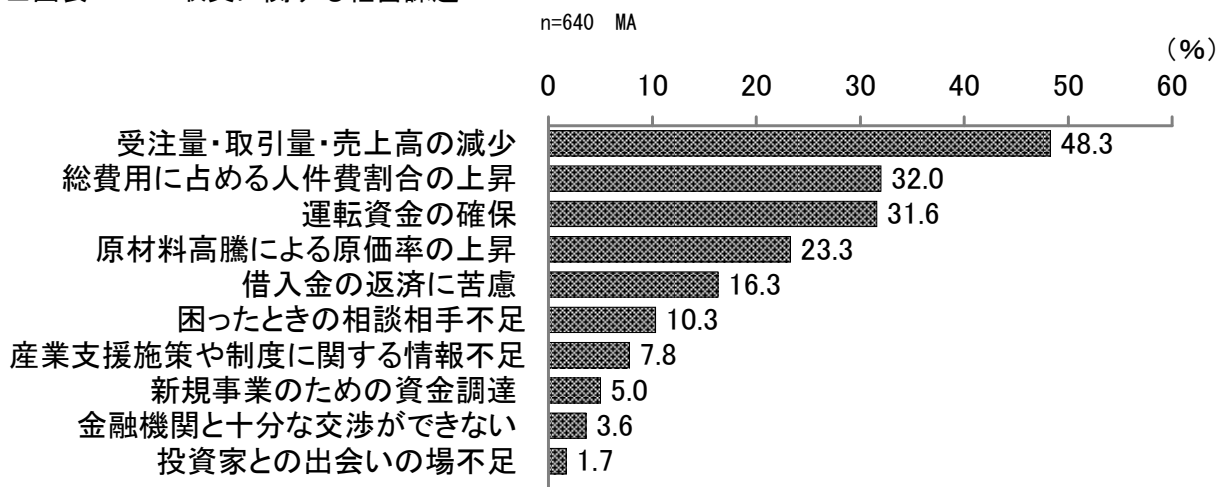
資料：杉並区事業所実態調査

3) 収支に関する経営課題

○売上高の減少、人件費の上昇、運転資金の確保が主な課題となっている

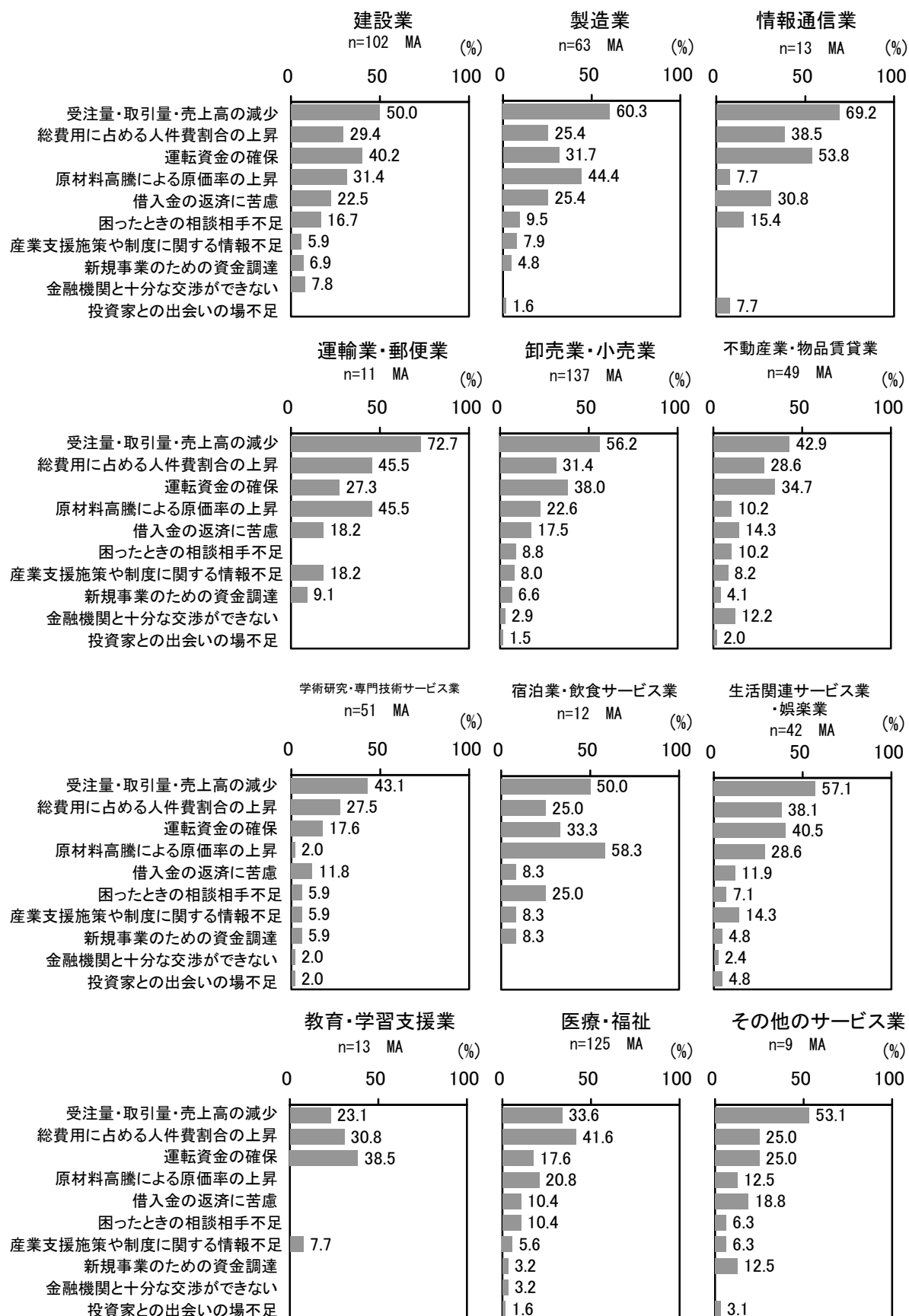
- ・売上高が減少している事業所が多い中で、事業所が抱えている収支に関する経営課題は、「受注量・取引量・売上高の減少」(48.3%)の割合が最も高く、次いで「総費用に占める人件費割合の上昇」(32.0%)、「運転資金の確保」(31.6%)、「原材料高騰による原価率の上昇」(23.3%)と続いている。
- ・業種別にみると、「受注量・取引量・売上高の減少」は、「運輸業・郵便業」(72.7%)、「情報通信業」(69.2%)、「製造業」(60.3%)で割合が高く、主に区外の企業・組織を顧客とする業種が挙げられる。
- ・「総費用に占める人件費割合の上昇」は、「運輸業・郵便業」(45.5%)、「医療・福祉」(41.6%)の割合が高く、「運転資金の確保」は、「情報通信業」(53.8%)の割合が高い。
- ・「原材料高騰による原価率の上昇」は、「運輸業・郵便業」(45.5%)、「製造業」(44.4%)、「宿泊業・飲食サービス」(58.3%)の割合が高く、原油・ガソリンや穀物類の高騰が影響していると考えられる。

■図表 2-11 収支に関する経営課題



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-12 収支に関する経営課題（業種別）



資料：杉並区事業所実態調査

■売上向上に関する工夫【杉並区事業所ヒアリング調査より】

○セミナーや業界組織から情報収集を行い競争力の高い商品に着目

～建設・塗装業（その他のサービス業）

- ・セミナーに参加したり、業界の組織で情報収集したりすることで、中小企業でも競争力の高い商品を知ることができた。

○商品売るためのソフト事業を展開～マシン販売（卸売・小売業）

- ・マシンを販売するため、需要拡大につながる手芸教室を展開している。教室を行って店の中がにぎわっていると店舗の中にお客さんが入りやすくなる効果もある。

○世の中の動向を捉え商品の見直しを行い、売れ筋商品を開拓～雑貨屋（卸売・小売業）

- ・東日本大震災以降、高齢の方は都心などに出かけることに不安を抱いたり、億劫に感じたりしているようで、家族へのちょっとした贈り物などを近所で購入できるようにとギフト商品を揃えたところ、喜ばれ、顧客増加につながった。

○制度や仕組みの変化に対応して商品開発を行う

～製品販売（卸売・小売業）

- ・新たな JIS 基準が示された際に、他社に先駆けて基準に応じた商品開発を行っている。
～会計事務所（学術研究・専門技術サービス）
- ・規制緩和によってこれまでできなかった税理士の宣伝広告が可能となり、いち早くホームページを立ち上げた。

○効率的に興味のある人への営業を行う～不動産業

- ・反響営業（※）を行えるように、Web で会員登録を受付けるシステムを導入している。

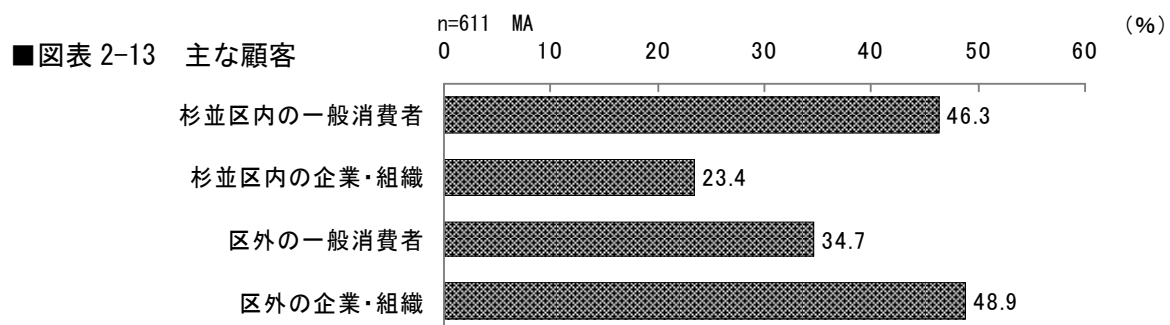
※広告宣伝を行い、興味をもった人に営業を行う効率的な営業方法

(3) 市場に関する現状と課題

1) 顧客ニーズの把握

○約5割の事業所が一般区民を顧客としており、最も区民と関わりの深い業種は医療・福祉

- ・事業所の顧客を区内か区外か、一般消費者向けか企業・組織向けかによって4つに分類すると、「区内の一般消費者」を顧客とする事業所は46.3%、「区内の企業・組織」は23.4%となる。
- ・これらを産業分類別にみると、「区内の一般消費者」は、「医療・福祉」(93.8%)が最も高く、次いで「宿泊業・飲食サービス業」(75.0%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(71.8%)、「教育・学習支援業」(66.7%)の順となる。
- ・「区内の企業・組織」を顧客とするのは、「情報通信業」(50.0%)が最も高く、次いで「運輸業・郵便業」(40.0%)、「建設業」(39.4%)、「不動産業・物品賃貸業」(33.3%)の順となる。



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-14 主な顧客（業種別）MA

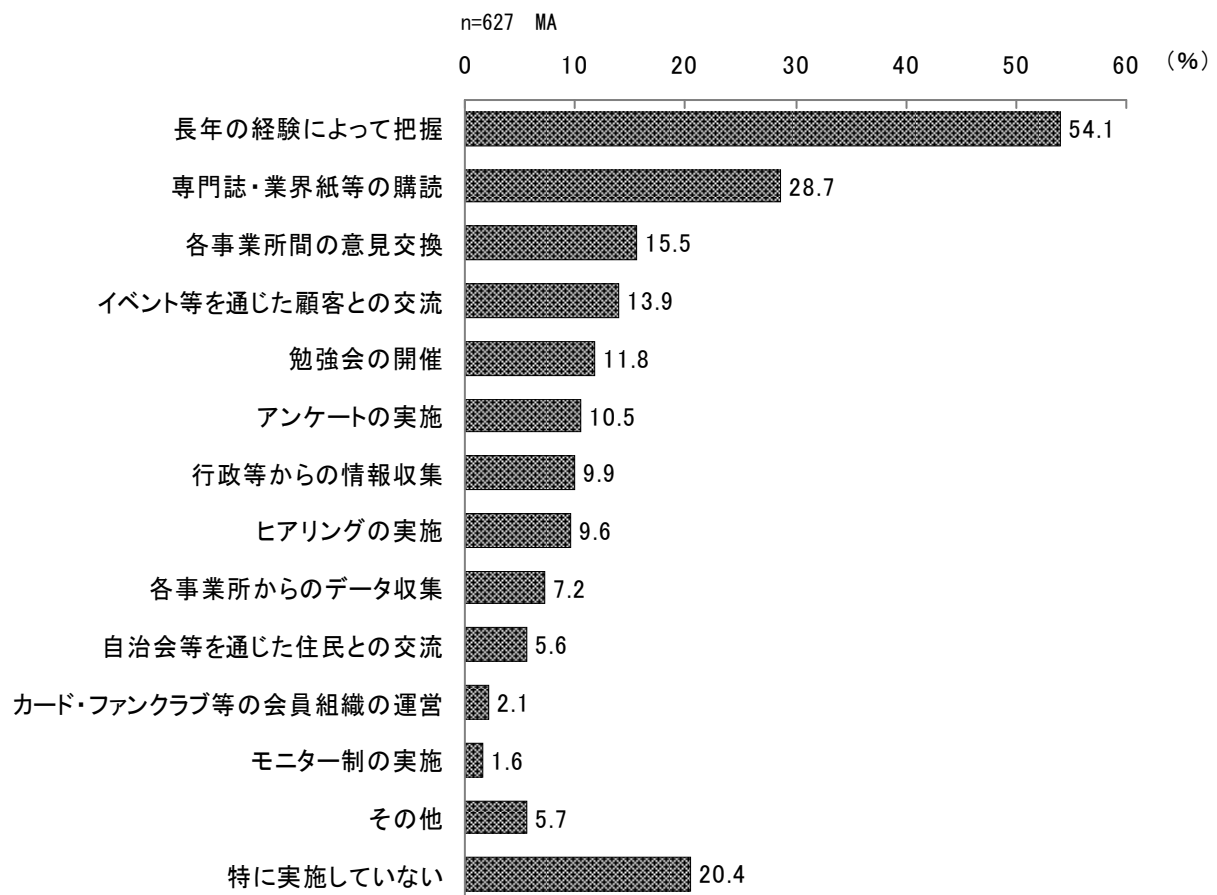
産業分類		杉並区内の 一般消費者	杉並区内の 企業・組織	区外の 一般消費者	区外の 企業・組織
建設業	n=99	36.4%	39.4%	32.3%	67.7%
製造業	n=63	11.1%	14.3%	25.4%	81.0%
情報通信業	n=14	21.4%	50.0%	28.6%	85.7%
運輸業・郵便業	n=10	30.0%	40.0%	40.0%	80.0%
卸売業・小売業	n=132	35.6%	25.0%	37.1%	56.1%
不動産業・物品賃貸業	n=45	51.1%	33.3%	51.1%	31.1%
学術研究・専門技術サービス業	n=50	16.0%	30.0%	26.0%	76.0%
宿泊業・飲食サービス業	n=12	75.0%	25.0%	33.3%	25.0%
生活関連サービス業・娯楽業	n=39	71.8%	10.3%	53.8%	15.4%
教育・学習支援業	n=12	66.7%	0.0%	41.7%	16.7%
医療・福祉	n=112	93.8%	4.5%	32.1%	2.7%
その他のサービス業	n=31	19.4%	32.3%	35.5%	71.0%
全産業		46.3%	23.4%	34.7%	48.9%

資料：杉並区事業所実態調査

○顧客ニーズは長年の経験で把握している事業所が半数を占めている

- ・顧客のニーズを把握する方法は、普段の業務とは別に実施することは少なく、半数の事業所では「長年の経験によって把握」（54.1%）している。また、「特に実施していない」事業所も約2割となっている。

■図表 2-15 顧客ニーズを把握する方法



資料：杉並区事業所実態調査

【その他】

<ITの活用>

- ・インターネット
- ・インターネット不動産運営サイト加入
- ・ブログやHPからメール等で意見を汲み上げ
- ・ツイッター

<顧客とのやりとり>

- ・顧客との希望の聞き取り・対話・協議
- ・顧客まわり
- ・顧客が海外のため、インターネットでの交流

<業界・同業者情報>

- ・業界・組合での情報交換
- ・業界会合、業界紙定期配布により収集
- ・看護学校協議会等にて意見交換
- ・同業者との交流・意見交換
- ・専門店での情報収集

<勉強会・展示会>

- ・研修への参加
- ・専門的講演会
- ・展示会等への出展

<その他>

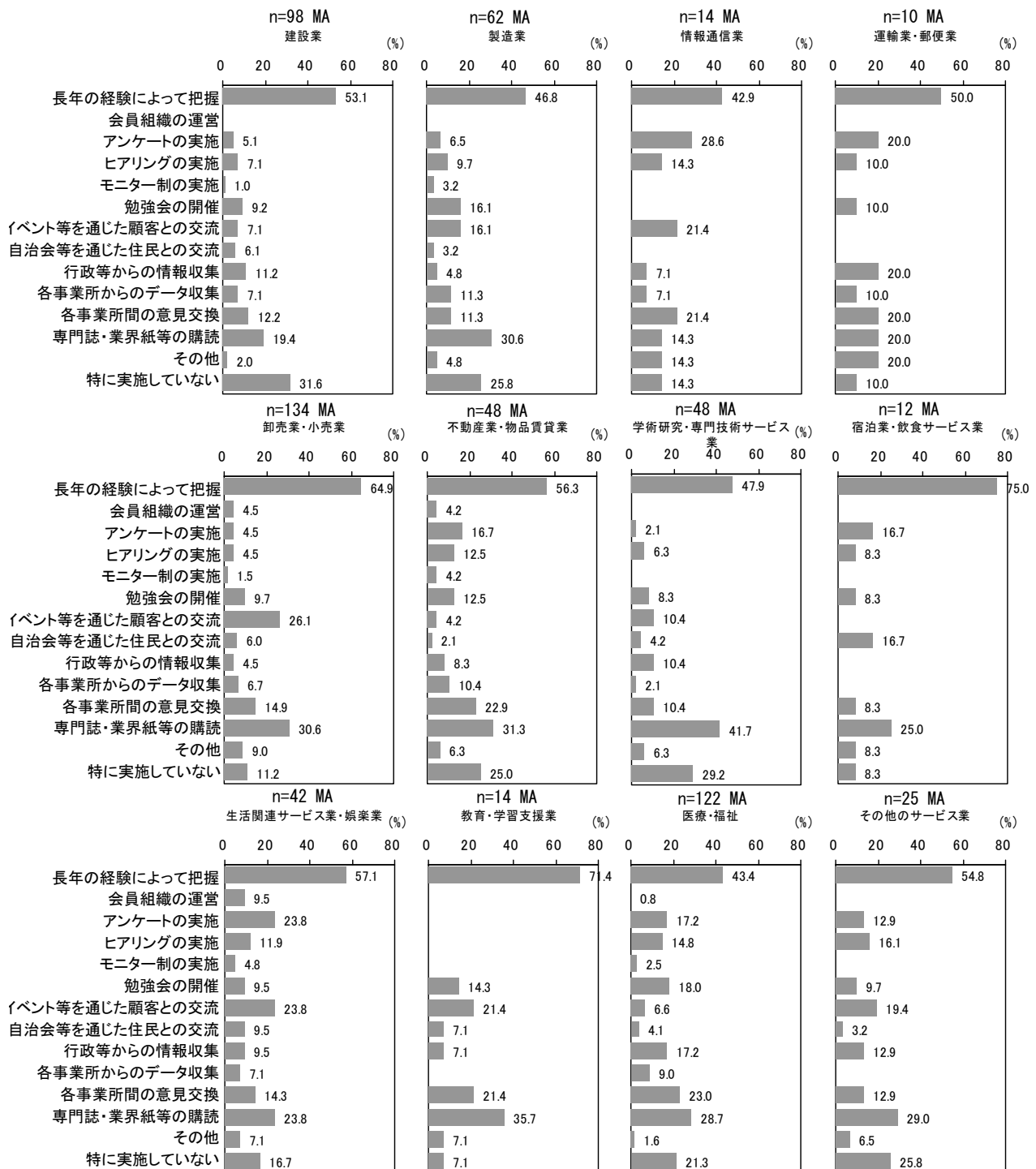
- ・本部からの情報
- ・新たな仕入れのチャレンジ
- ・電話で聞き取り調査
- ・区の移動サービス事業者公募への応募
- ・交友関係を中心に
- ・たくさん音楽を聴く（音楽業界）
- ・海外からの情報
- ・同業他社との差別化（ISO等）

○顧客ニーズ把握を「特に実施していない」の割合が最も多かったのは「建設業」次いで「学術研究・専門技術サービス業」

・「長年の経験によって把握」としている割合が高いのは、「宿泊業・飲食サービス業」(75.0%)、「教育・学習支援業」(71.4%)の順である。

・「特に実施していない」の割合が高いのは「建設業」(31.6%)、「学術研究・専門技術サービス業」(29.2%)の順である。

■図表 2-16 顧客ニーズを把握する方法（業種別）

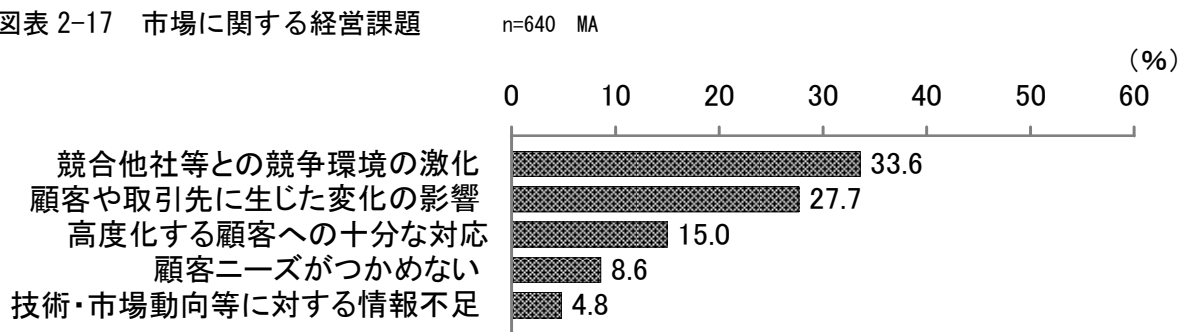


2) 市場に関する経営課題

○他社との競合激化、顧客や取引先に生じた変化への対応が求められている

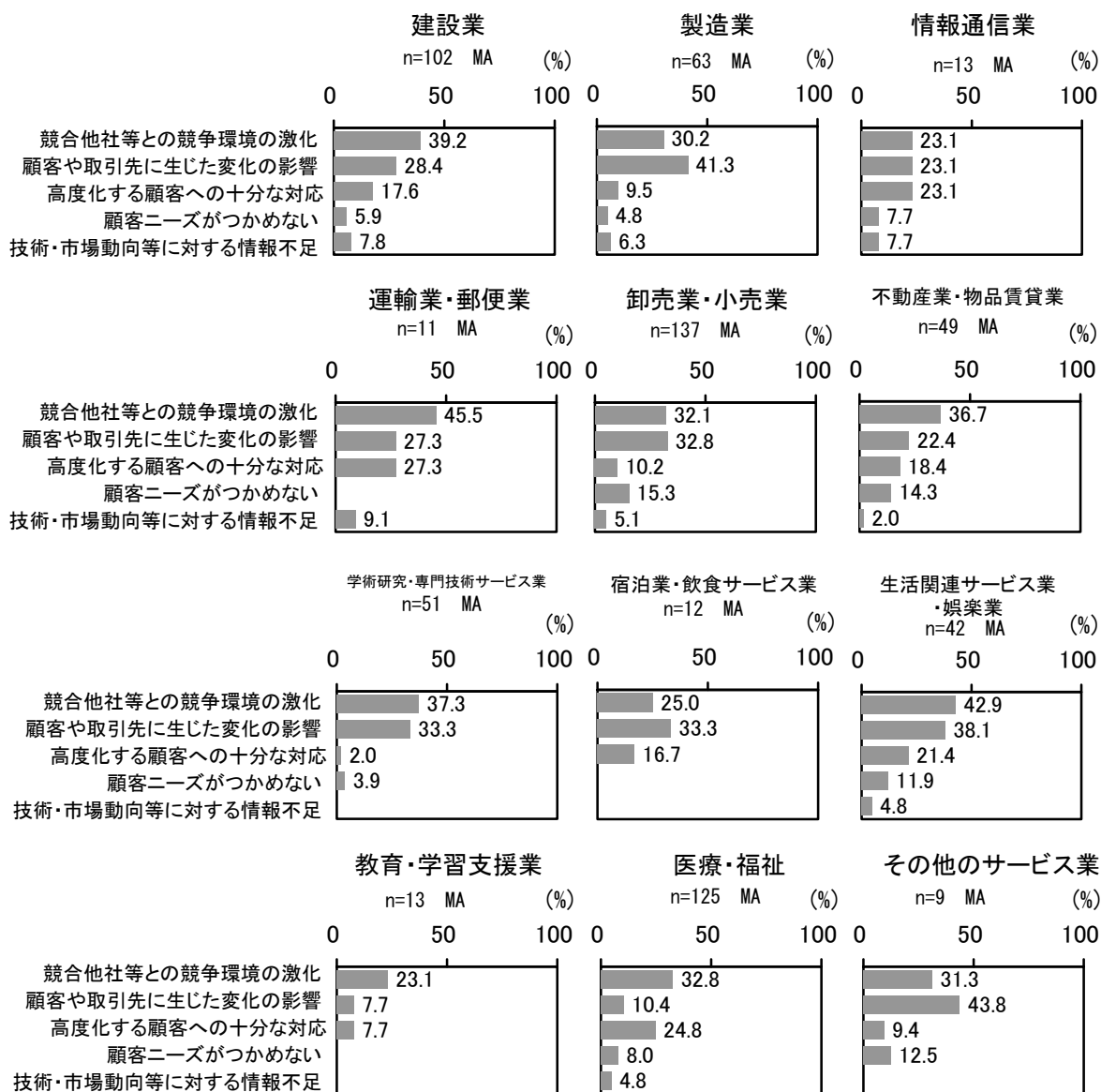
- ・事業所の売上に大きく影響する市場に関する経営課題は、「競合他社等との競争環境の激化」(33.6%)が最も高く、次いで「顧客や取引先に生じた変化の影響」(27.7%)、「高度化する顧客への十分な対応」(15.0%)の順となる。
- ・顧客ニーズの把握については、前述したように多くの事業所では「長年の経験によって把握」しており、積極的に実施している事業所は少ないが、「顧客ニーズがつかめない」(8.6%)ことや「技術・市場動向に対する情報不足」(4.8%)を経営課題として認識している事業所は少ない。
- ・業種別にみると、「競合他社等との競争環境の激化」は、「運輸業・郵便業」(45.5%)及び「生活関連サービス業・娯楽業」(42.9%)で4割を超えている。また、「顧客や取引先に生じた変化の影響」は、「その他のサービス業」(43.8%)及び「製造業」(41.3%)が同様に4割を超えている。
- ・それ以外の業種では、市場に関する経営課題の指摘割合は低く、特に、「教育・学習支援業」については他の業種に比べて顕著である。

■図表 2-17 市場に関する経営課題



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-18 市場に関する経営課題（業種別）



資料：杉並区事業所実態調査

■市場確保・市場把握に関する取り組み【杉並区事業所ヒアリング調査より】

○ニッチ（隙間）市場を狙う～紙業（製造業）

- ・紙の加工では、大型機械を導入している大手企業が生産効率の面でシェアを占めているため、大手が手を出さないフィルムや特殊インク等の珍しい技術を見つけて隙間を狙うようにしている。

○量販店で販売されていない商品に対するニーズに応える～照明機器製造（製造業）

- ・量販店で販売されていない商品を求めている消費者ニーズに応えられるように、多様なデザイン、素材によって、約 7,000 種類の商品ラインナップを揃えている。

○学会等の専門家が集まる機会の活用～食品販売（卸売・小売業）

- ・年 2 ～ 3 回開催される学会の企業展示コーナーに出展し、会社の取組みを紹介するとともに、専門家から最近の傾向について情報を得ている。

○試飲イベントで消費者ニーズを把握～酒類販売（小売業）

- ・商店街の来訪客が多い週末の晴れた日に、店舗で試飲できるイベントを行い、来店客の好みを把握している。

○大手との競合を避ける～会計事務所（学術研究・専門技術サービス）

- ・比較的規模が大きく営業力のある競争相手が山手線内に多いことから、杉並区で営業し、あえて荒れた海には出ないで静かな海で勝負するブルーオーシャン戦略をとっている。

○お客さんとの会話を大切にする～食堂（飲食サービス業）

- ・お客さんとの会話の中で出てきた要望に応じて、日替わり定食のメニューや味付けを工夫している。以前あったメニューが食べたいと言われて復活させたこともある。

○社会の変化に併せた営業スタイルの変更～保険業（その他サービス業）

- ・顧客が法人から個人にシフトしたため、訪問営業をせずに店舗で来店を待つ営業スタイルに変更している。

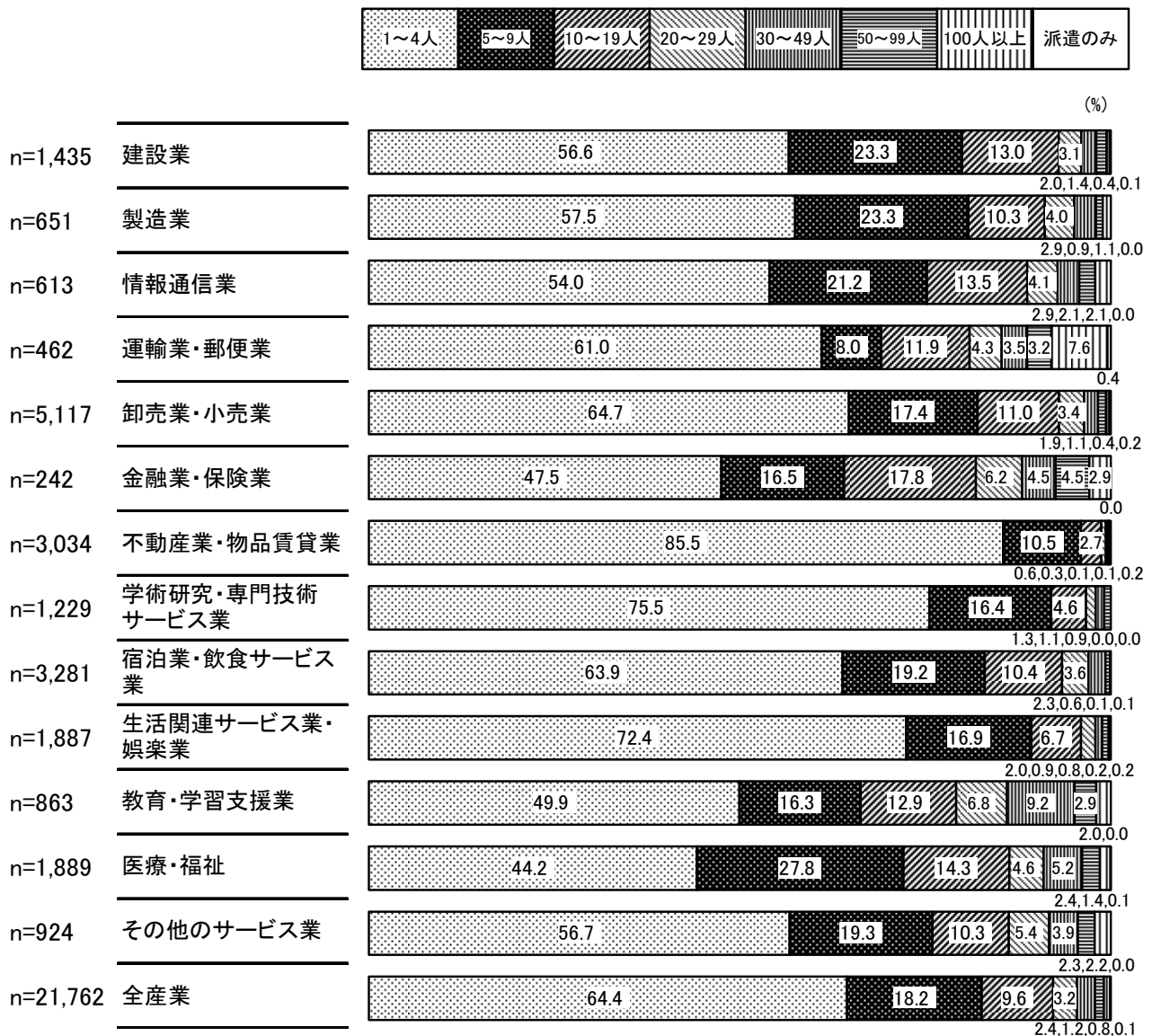
(4) 事業所の人材に関する現状と課題

1) 事業所の雇用状況

○区全体で 10 人以下の事業所が 8 割を超えており、特に規模が小さな事業所が多いのは不動産業

- ・ 杉並区の事業所数は、前述の通り平成 21 年で 21,762、従業者数は 180,285 人であり、1 事業所当たりでは 8.28 人となる。10 人以下の事業所が 82.6%であり、小規模な事業所が多い。
- ・ 業種別にみると、4 人以下は「不動産業・物品賃貸業」、「学研究・専門技術サービス業」で高く、区内では比較的大きな 10 人以上は「金融業・保険業」、「教育・学習支援業」、「運輸業・郵便業」、「医療・福祉」で高い。

■図表 2-19 従業者規模別の事業所数の割合



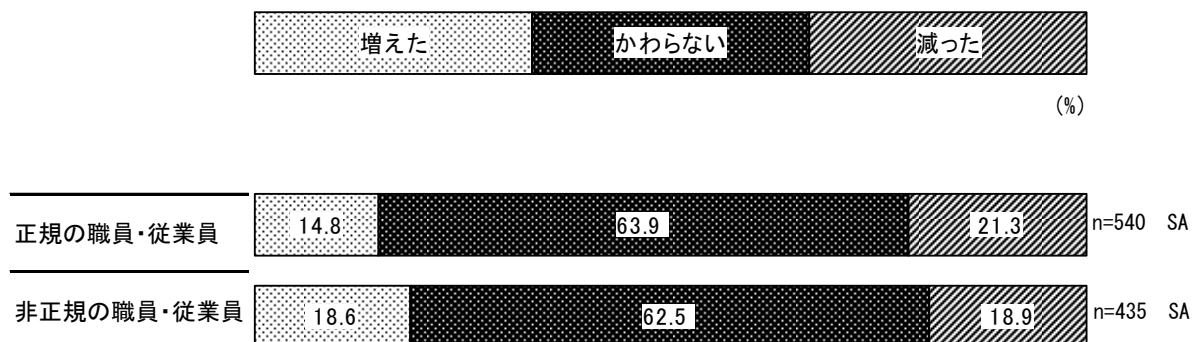
※全産業には「公務」を含む

資料：平成 21 年経済センサス

○建設業では人材が流出しているが、その他は売上が減少しても6割は雇用を維持している

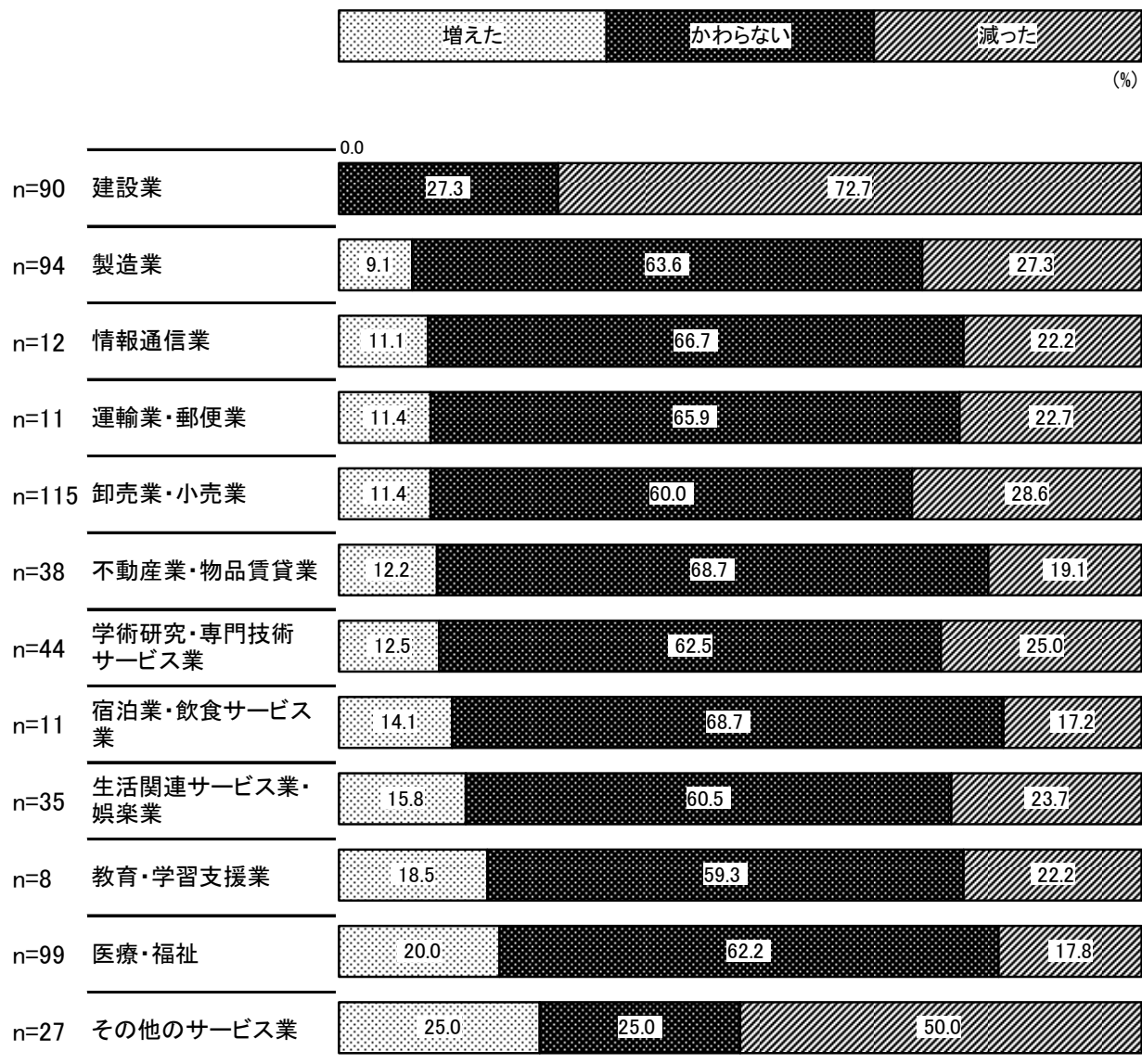
- ・過去3年間の従業者数の増減をみると、正規従業員の人数は「かわらない」事業所（63.9%）が多く、全体の6割の事業所で売上高が減少していても（8～9頁参照）従業員数が「減った」事業所は21.3%にとどまっている。非正規従業員も大きな違いはみられない。
- ・正規従業員の増減を業種別にみると、「増えた」事業所は最も高くても「医療・福祉」「その他のサービス業」の20%台であり、ほとんどの業種で60～70%が「かわらない」としている。その中で、「建設業」だけが「減った」事業所（72.7%）の割合が高く、売上高の減少以上に人材が流出していることが分かる。
- ・非正規従業員の増減を業種別にみると、「情報通信業」で増えた事業所がないこと、減った事業所の割合が「運輸業・郵便業」（50.0%）及び「宿泊業・飲食サービス業」（44.4%）で高いことが特徴として挙げられる。

■図表 2-20 過去3年間の従業員の増減



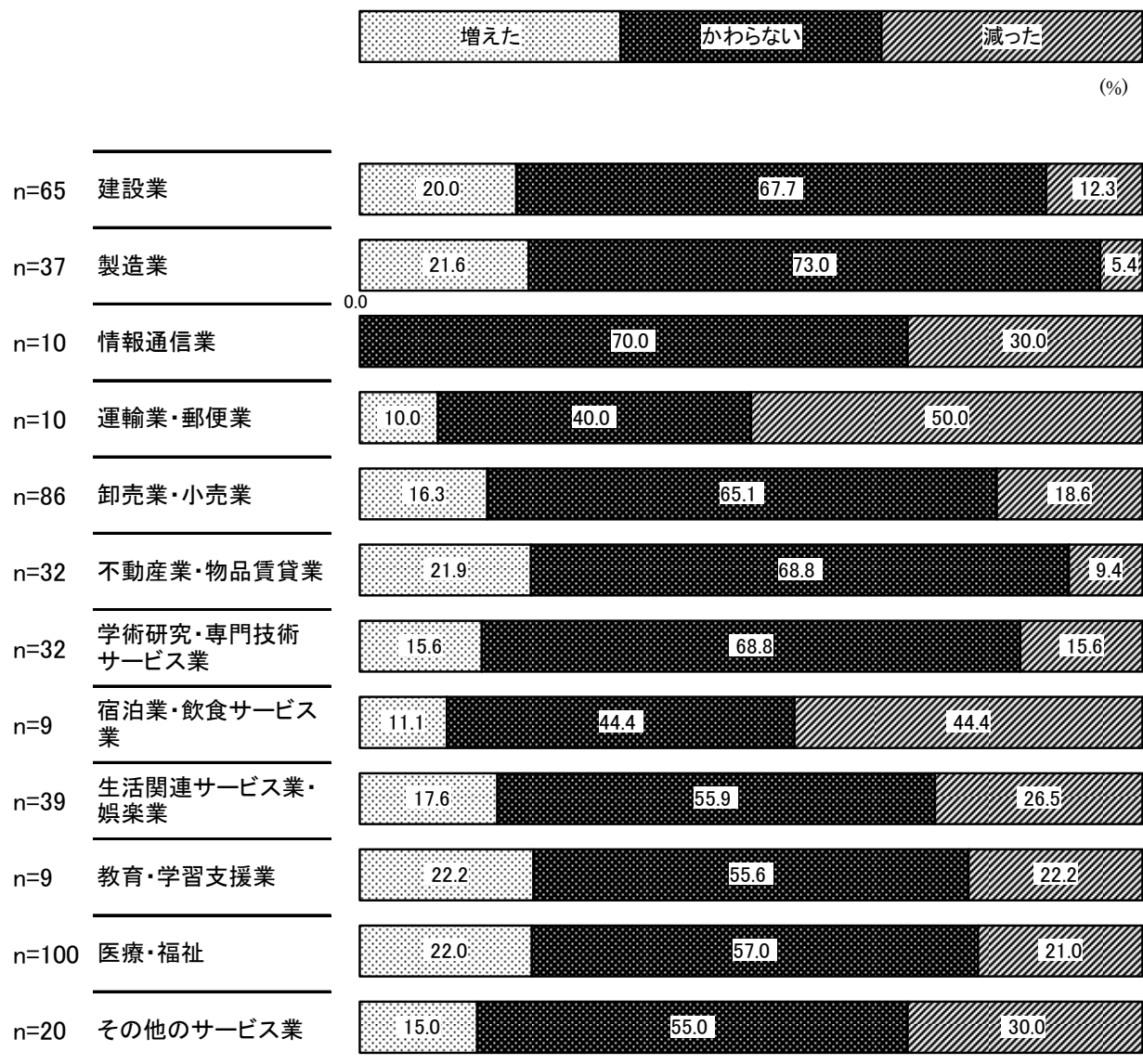
資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-21 過去3年間の正規従業員の増減（業種別）SA



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-22 過去3年間の非正規従業員の増減（業種別）SA



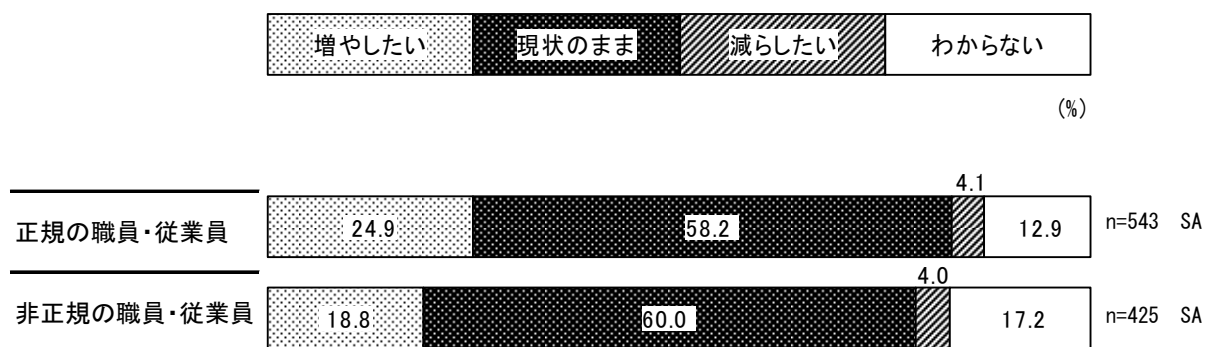
資料：杉並区事業所実態調査

2) 従業員の採用意向

○正規従業員を増やしたい事業所は2割半ばで、情報通信業と建設業の採用意欲が高い

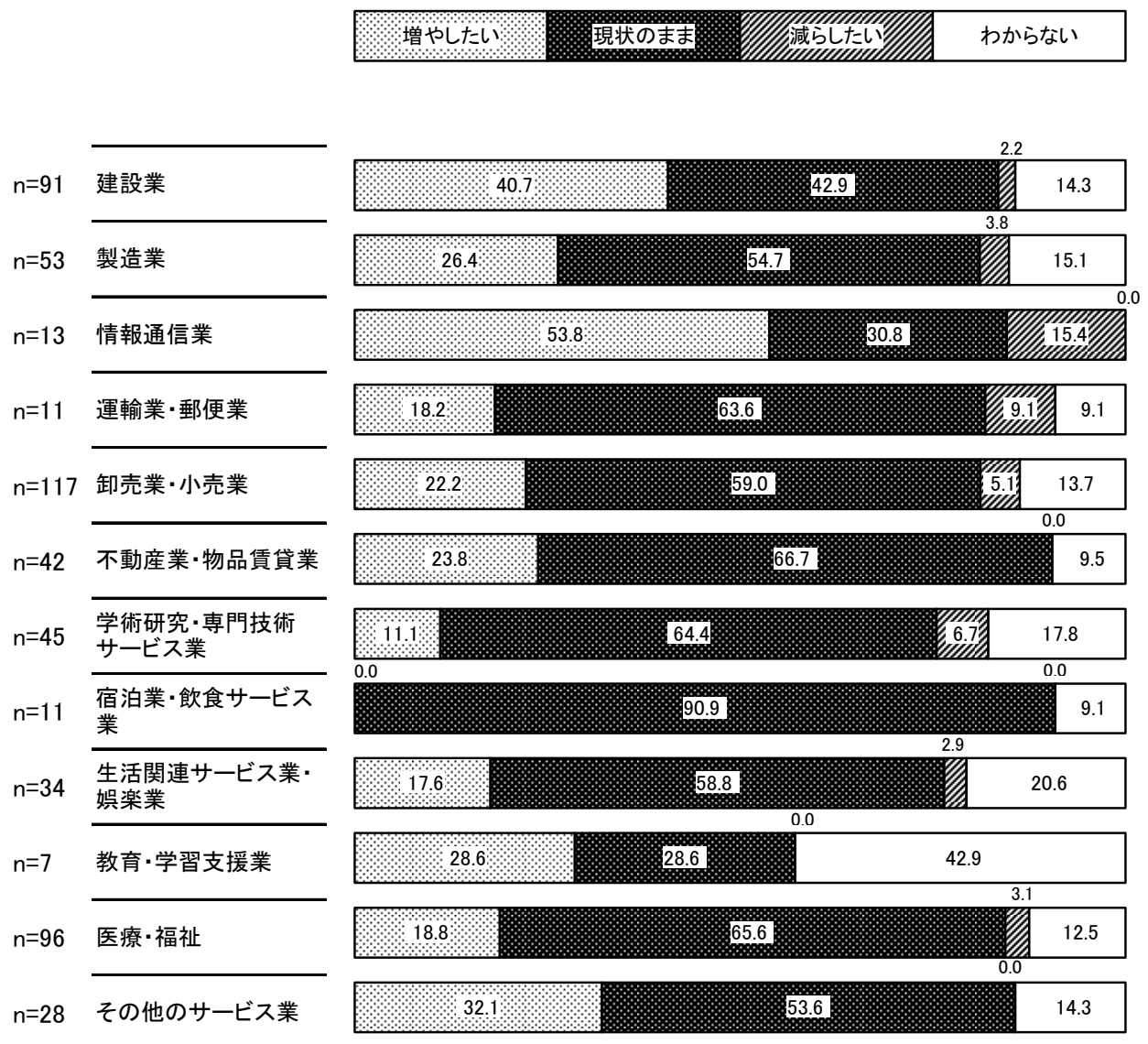
- ・過去3年間で従業員数が増えた事業所は、正規従業員で14.8%、非正規従業員で18.6%であったが、今後従業員数を「増やしたい」とする事業所は、正規従業員で24.9%、非正規従業員で18.8%となっている。約6割の事業所では「現状のまま」としており、「減らしたい」事業所の割合は約4%と少ない。
- ・正規従業員の採用意向を業種別にみると、「増やしたい」と考えている事業所は、「情報通信業」(53.8%)と「建設業」(40.7%)が他の業種に比べて高い。また、「情報通信業」は、「減らしたい」(15.4%)と考えている事業所の割合も他業種に比べて高い。
- ・非正規従業員の採用意向を業種別にみると、「増やしたい」とする事業所は、「情報通信産業」(27.3%)が最も高く、多くの業種で2割前後となっている。

■図表 2-23 従業員の採用意向



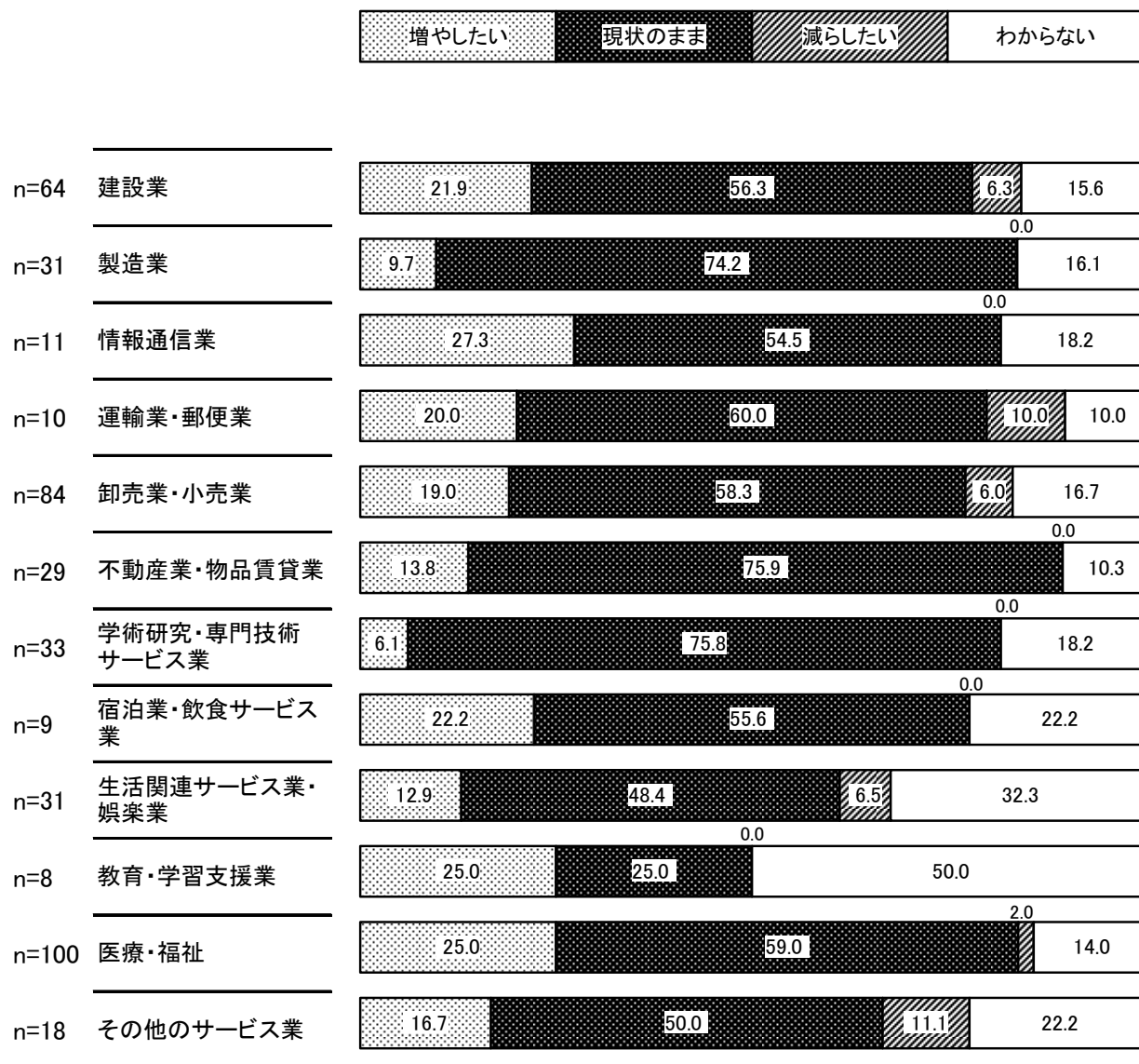
資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-24 正規従業員の採用意向（業種別）SA



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-25 非正規従業員の採用意向（業種別）SA



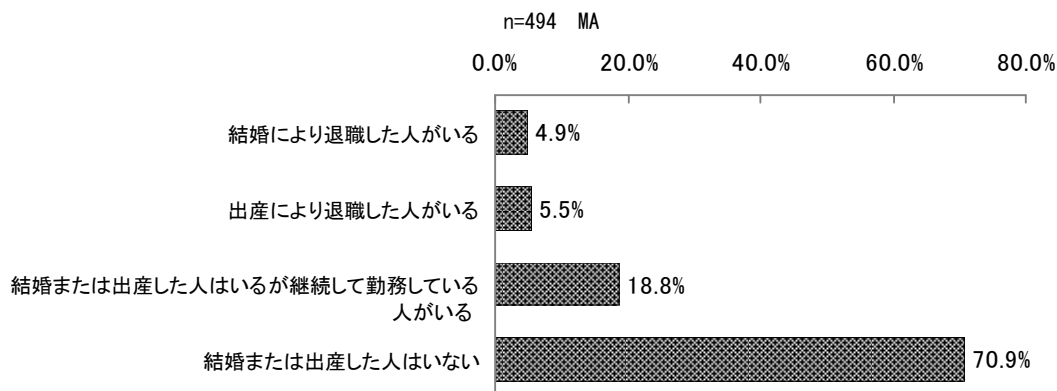
資料：杉並区事業所実態調査

3) ワークライフバランスについて

○ワークライフバランスに関心がある事業所は4割、取組みを行っていない事業所は5割に及ぶ

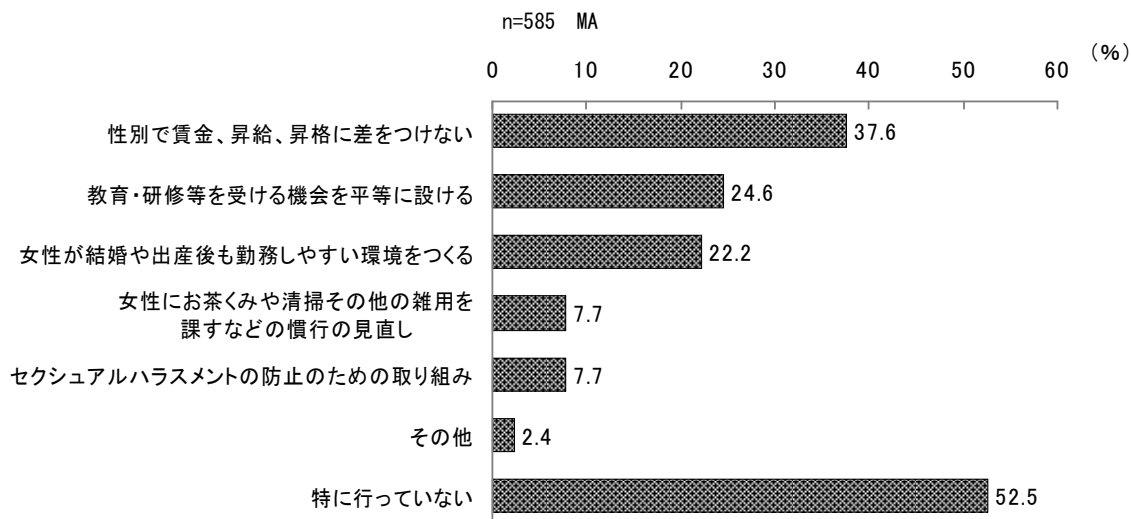
- ・ワークライフバランスに関する現状と意向を聞いたところ、過去1年間に「結婚を理由に退職した人がある」事業所は4.9%、「出産により退職した人がある」事業所は5.5%である。また、「結婚または出産した人はいるが継続して勤務している人がある」事業所は18.8%であり、退職よりも継続勤務を選択している割合が高い。
- ・働きやすい職場づくりのための取組みは、「特に行っていない」事業所が半数以上を占めている。行っている取組みの中では、「性別で賃金、昇給、昇格で差をつけない」(37.6%)が約4割と高い。
- ・ワークライフバランスへの関心度は、「関心がある」(18.2%)と「どちらかといえば関心がある」(21.4%)を加えた『関心がある』事業所は39.6%であり、「関心がない」(13.7%)と「どちらかといえば関心がない」(11.7%)を加えた『関心がない』事業所は25.4%となる。

■図表 2-26 結婚や出産を理由にした退職の有無



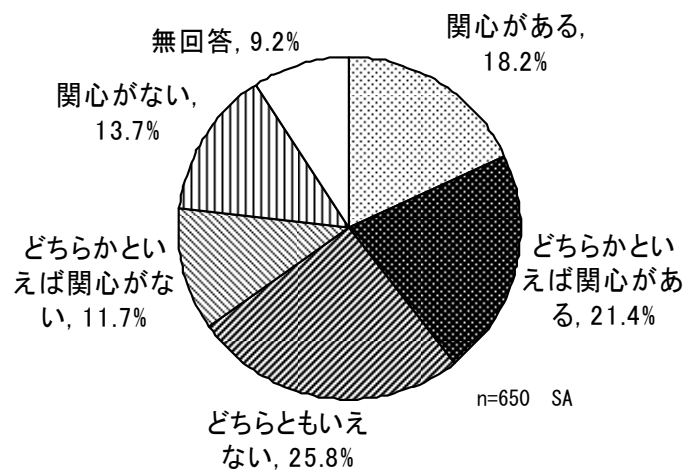
資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-27 働きやすい職場づくりの取組み



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-28 ワークライフバランスに対する考え



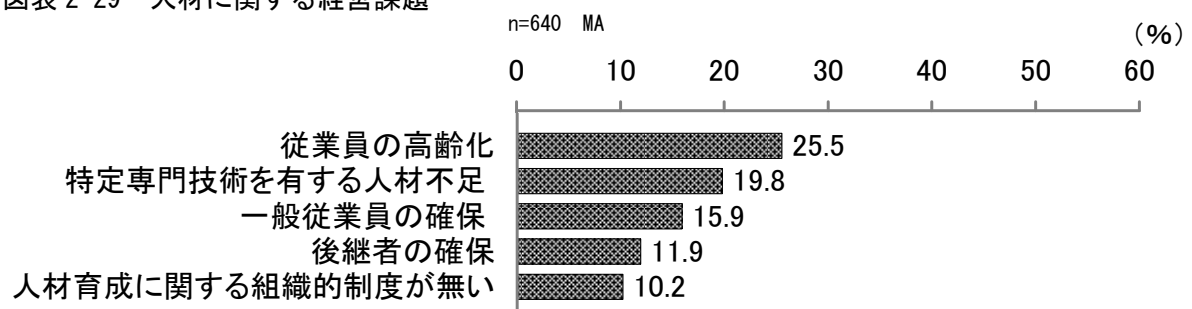
資料：杉並区事業所実態調査

4) 人材に関する経営課題

○人材に関しては、高齢化、特定専門技術を有する人材不足が主な課題

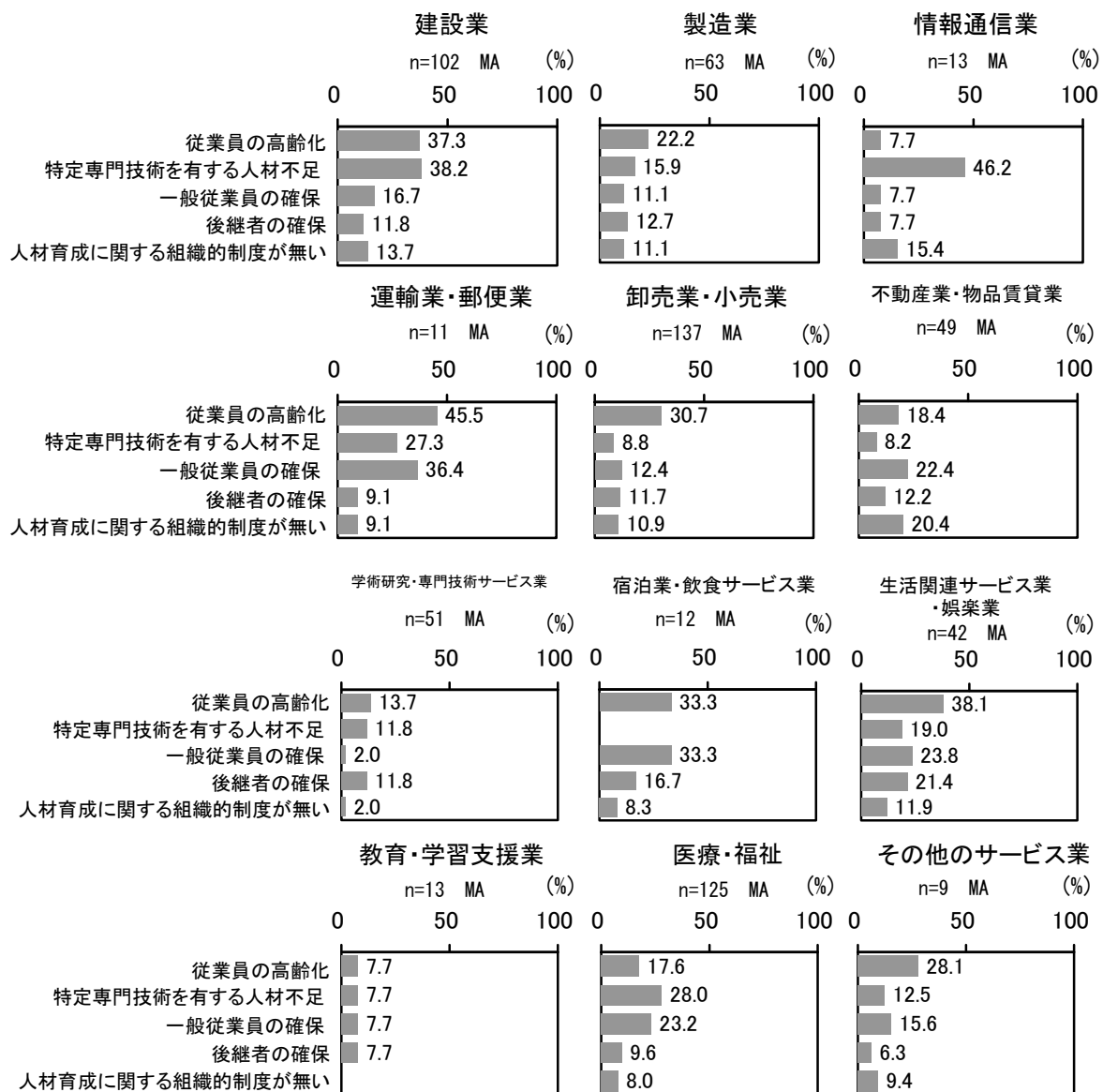
- ・事業所の活力源となる人材に関する経営課題は、「従業員の高齢化」(25.5%)が最も高く、次いで「特定専門技術を有する人材不足」(19.8%)、「一般従業員の確保」(15.9%)の順となる。
- ・業種別にみると、「従業員の高齢化」は、「運輸業・郵便業」(45.5%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(38.1%)、「建設業」(37.3%)で高い。「建設業」では、高齢化の影響で従業員数が減少していると推察できる。
- ・「特定専門技術を有する人材不足」は、正規職員の採用意欲が高い「情報通信業」(46.2%)及び「建設業」(38.2%)が高い。また、「一般従業員の確保」は、「運輸業・郵便業」(36.4%)が高くなっている。
- ・「教育・学習支援業」は、市場に関する経営課題と同様に、人材に関する経営課題も指摘する事業所の割合が低い。

■図表 2-29 人材に関する経営課題



資料：杉並区事業所実態調査

■図表 2-30 人材に関する経営課題（業種別）



資料：杉並区事業所実態調査

■人材確保・人材育成に関する取り組み【杉並区事業所ヒアリング調査より】

○企画提案のできる人材の確保～照明機器製造（製造業）

- ・販売先にプランを企画提案できる人材を確保するため、新規採用を予定している。

○ＩＴに対応できる人材の確保～不動産業

- ・自社ホームページの更新や業務効率化のためのＩＴ化を進めるため、新規に人材を採用している。

○業界団体の研修で技術向上～クリーニング店（生活関連サービス業）

- ・業界組合で新技術等の研修を行っており、積極的に参加している。組合の月刊誌で、技術情報も得ている。