

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、従業者数ともに減少

- ・平成 21 年から 26 年の 5 年間で、杉並区の事業所数は 5.4%減少しているが、従業者数も 3.5%減少している。
- ・隣接自治体では世田谷区のみが事業所数、従業者数ともに増加、武蔵野市は事業所数、従業者数ともに減少、中野区、練馬区、及び区部全体では事業所数は減少しているが、従業者数は増加している。

■図表 2-1 杉並区及び隣接自治体の事業所数・従業者数の推移

	事業所数 (所)			従業者数 (人)		
	平成 21 年	平成 26 年	増減率	平成 21 年	平成 26 年	増減率
杉並区	21,715	20,542	-5.4%	175,846	169,734	-3.5%
中野区	14,329	12,886	-10.1%	122,839	125,354	2.0%
世田谷区	24,679	28,906	17.1%	256,996	282,049	9.7%
練馬区	22,126	21,370	-3.4%	184,150	185,804	0.9%
武蔵野市	8,099	7,969	-1.6%	88,688	86,269	-2.7%
特別区部	552,349	525,404	-4.9%	7,695,399	7,854,417	2.1%

(注) 公務及び事業内容等不詳の事業所を除く

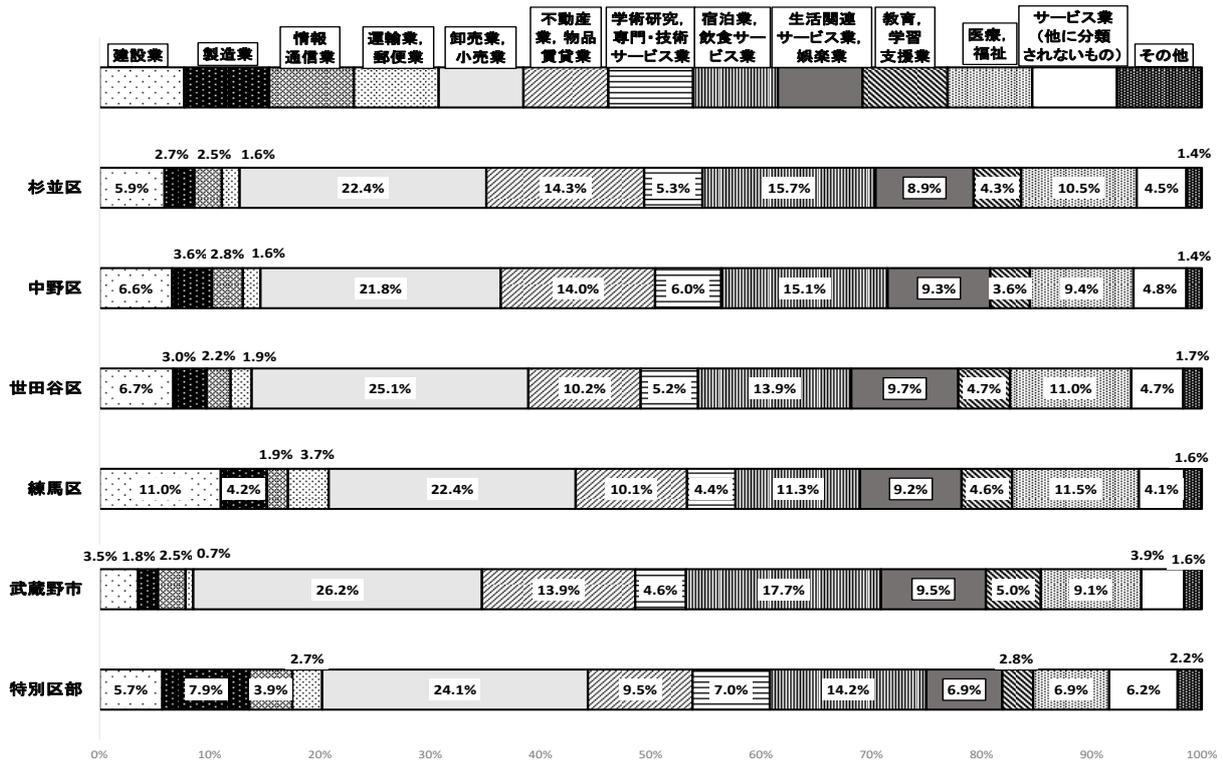
出典：総務省統計局「経済センサス基礎調査 平成 21 年 (参考表 2)・26 年 (参考表 3)」

2) 産業分類別の事業所数・従業者数の割合

○杉並区は事業所数、従業者数ともに「卸売業、小売業」の割合が最も高い

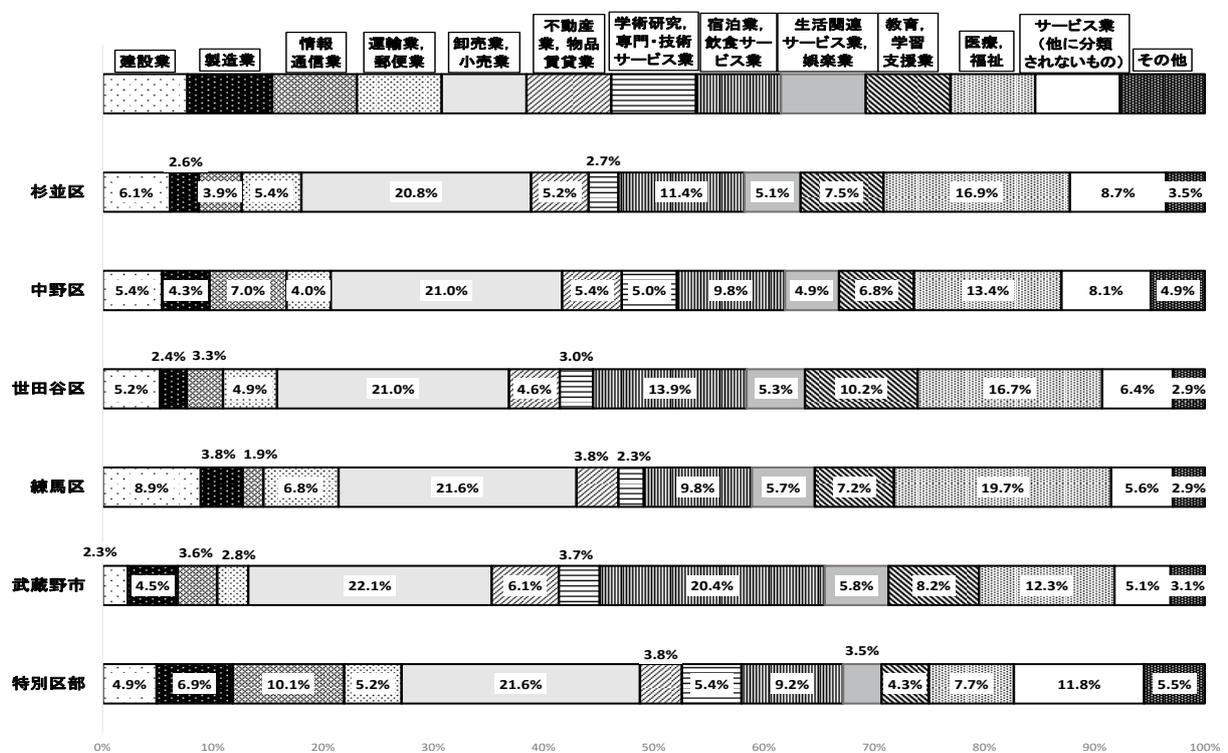
- ・区内では事業所数、従業者数ともに「卸売業、小売業」の割合が最も高く、事業所数は 22.4%、従業者数は 20.8%を占めている。
- ・「不動産業、物品賃貸業」は事業所数では 14.3%を占めるが、従業者数では 5.2%であり、他の業種に比べて、事業所あたりの従業者数は少ない。
- ・「医療、福祉」は事業所数では 10.5%であるが、従業者数では 16.9%であり、事業所あたりの従業者数は多い。
- ・「製造業」は事業所数、従業者数の割合がともに 3%未満であり、武蔵野市を除く隣接自治体、及び特別区部と比べて、事業所総数に占める割合は低い。

■図表 2-2 杉並区及び隣接自治体の産業分類別事業所数の割合



出典：総務省統計局「平成 26 年経済センサス基礎調査」(参考表 3)

■図表 2-3 杉並区及び隣接自治体の産業分類別従業者数の割合



出典：総務省統計局「平成 26 年経済センサス基礎調査 (参考表 3)」

3) 新設事業所数・廃業事業所数の推移

○平成 24 年から 26 年の 2 年間で、杉並区は新設より廃業が多く、事業所数は減少している

- ・杉並区は新設事業所より廃業事業所が多く、178 事業所が減っている。隣接自治体では中野区が新設事業所より廃業事業所が多くなっているが、他の世田谷区、練馬区、武蔵野市、及び特別区部全体では廃業事業所より新設事業所の方が多い。

■図表 2-4 杉並区及び隣接自治体の存続・新設・廃業事業所数の推移

平成 24 年～26 年 (単位：事業所)

	総数	存続事業所	新設事業所	廃業事業所	増減数
杉並区	20,301	16,813	3,488	3,666	-178
中野区	12,756	10,390	2,366	2,783	-417
世田谷区	28,562	22,468	6,094	4,269	1,825
練馬区	21,060	17,480	3,580	3,477	103
武蔵野市	7,902	6,139	1,763	1,584	179
特別区部	521,270	413,711	107,559	101,568	5,991

(注) 公務及び事業内容不詳の事業所を除く

出典：総務省統計局「平成 26 年経済センサス基礎調査 (第 36 表)」

○総数では、新設事業所より廃業事業所の方が多いが、新設事業所の方が多い業種もある

- ・「医療、福祉」は新設事業所数が廃業事業所数の約 1.8 倍で、事業所数は増えている。
- ・「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「サービス業 (他に分類されないもの)」では廃業は多いが、それを若干上回る新設があり、事業所数は増えている。

■図表 2-5 杉並区の存続・新設・廃業事業所の推移 (業種別)

平成 24 年～26 年 (単位：事業所)

業 種	総数	存続事業所	新設事業所	廃業事業所	増減数
建設業	1,222	1,093	129	200	-71
製造業	549	480	69	81	-12
情報通信業	519	403	116	118	-2
運輸業、郵便業	323	290	33	87	-54
卸売業、小売業	4,598	3,893	705	938	-233
不動産業、物品賃貸業	2,920	2,552	368	403	-35
学術研究、専門・技術サービス業	1,080	882	198	225	-27
宿泊業、飲食サービス業	3,219	2,491	728	700	28
生活関連サービス業、娯楽業	1,822	1,514	308	303	5
教育、学習支援業	780	637	143	150	-7
医療、福祉	2,058	1,562	496	274	222
サービス業 (他に分類されないもの)	928	776	152	127	25
その他	283	240	43	60	-17
合 計	20,301	16,813	3,488	3,666	-178

(注) 公務及び事業内容不詳の事業所を除く

出典：総務省統計局「平成 26 年経済センサス基礎調査 (第 32-3 表)」

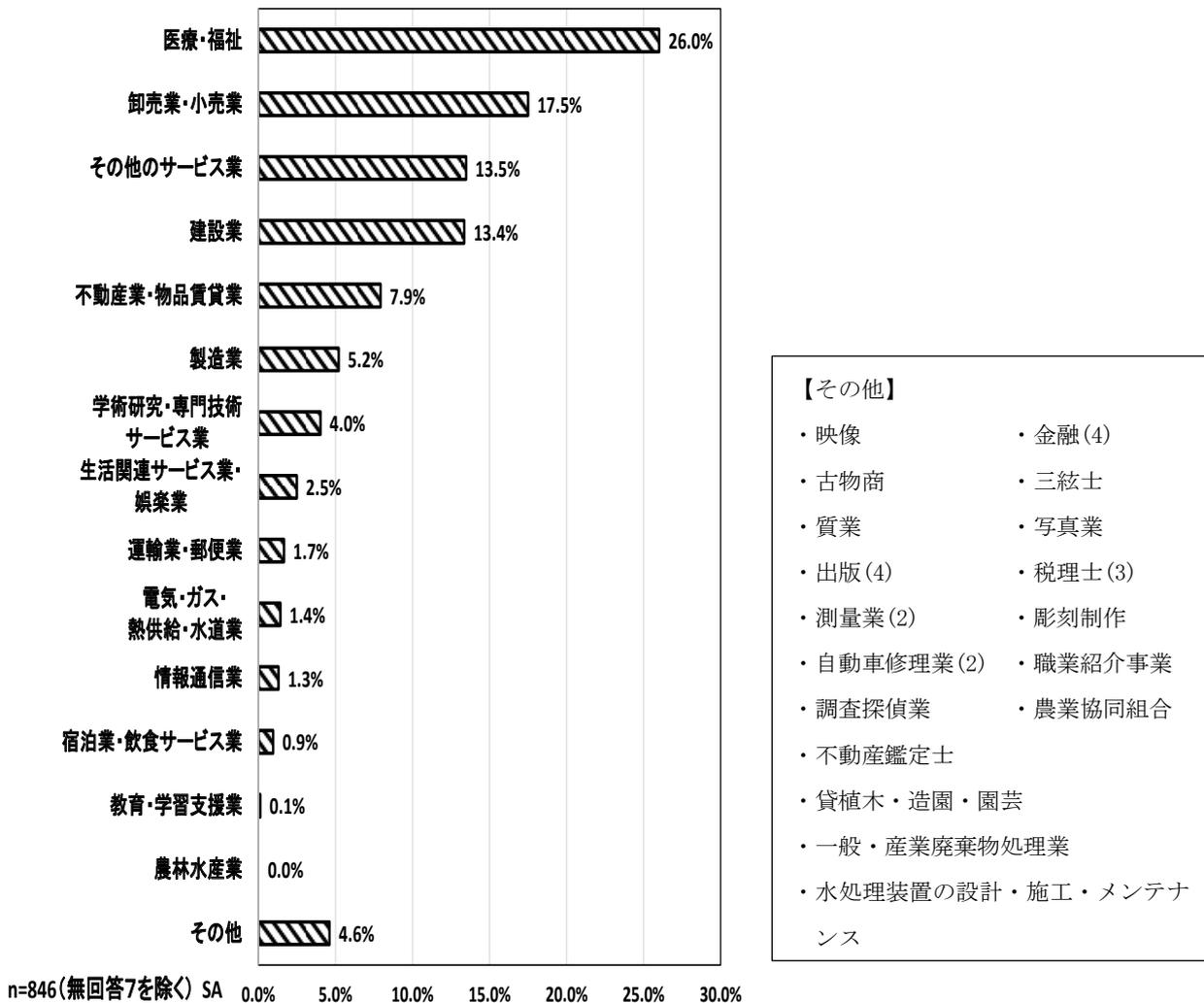
(2) 事業所の売上に関する現状と課題

1) アンケートに回答した事業所の業種別割合

○アンケートに回答した事業所の割合は上位6業種で80%以上を占める

・アンケートに回答した事業所の割合は「医療・福祉」26.0%、「卸売業・小売業」17.5%、「その他のサービス業」13.5%、「建設業」13.4%、「不動産業・物品賃貸業」7.9%、「製造業」5.2%であり、上位6業種で83.5%を占める。

■図表 2-6 アンケートに回答した事業所の業種別割合



資料：杉並区事業所実態調査 問2

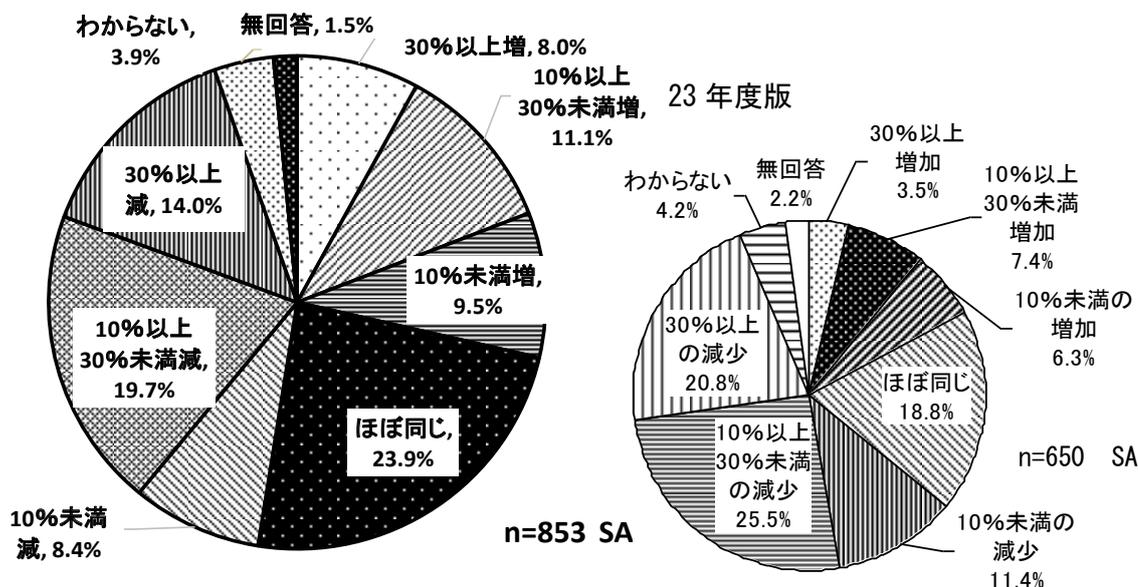
2) 売上高の動向

○過去5年間に売上高が増加した事業所の割合は、平成23年度調査に比べて増えている

- ・売上高が増加した事業所の割合をみると、30%以上が8.0%、10%以上30%未満が11.1%、10%未満が9.5%で、計28.6%である。
- ・売上高が減少した事業所の割合をみると、10%未満が8.4%、10%以上30%未満が19.7%、30%以上が14.0%、計42.1%であり、減少した事業所の方が増加した事業所より多い。
- ・しかし、平成23年度調査では、3年前と比較して売上高が増加した事業所が17.2%、減少した事業所が57.7%であり、平成23年度と比べると売上高が増加した事業所の割合は11.4ポイント増えており、減少した事業所の割合は15.6ポイント減っていることから、総じて業績は良くなっているとみられる。

(注) 売上高の比較(問5)については、今回の調査では5年前との比較であるが、平成23年度調査では3年前との比較であり、比較する期間の長さは異なる。

■図表 2-7 5年前との売上高の比較

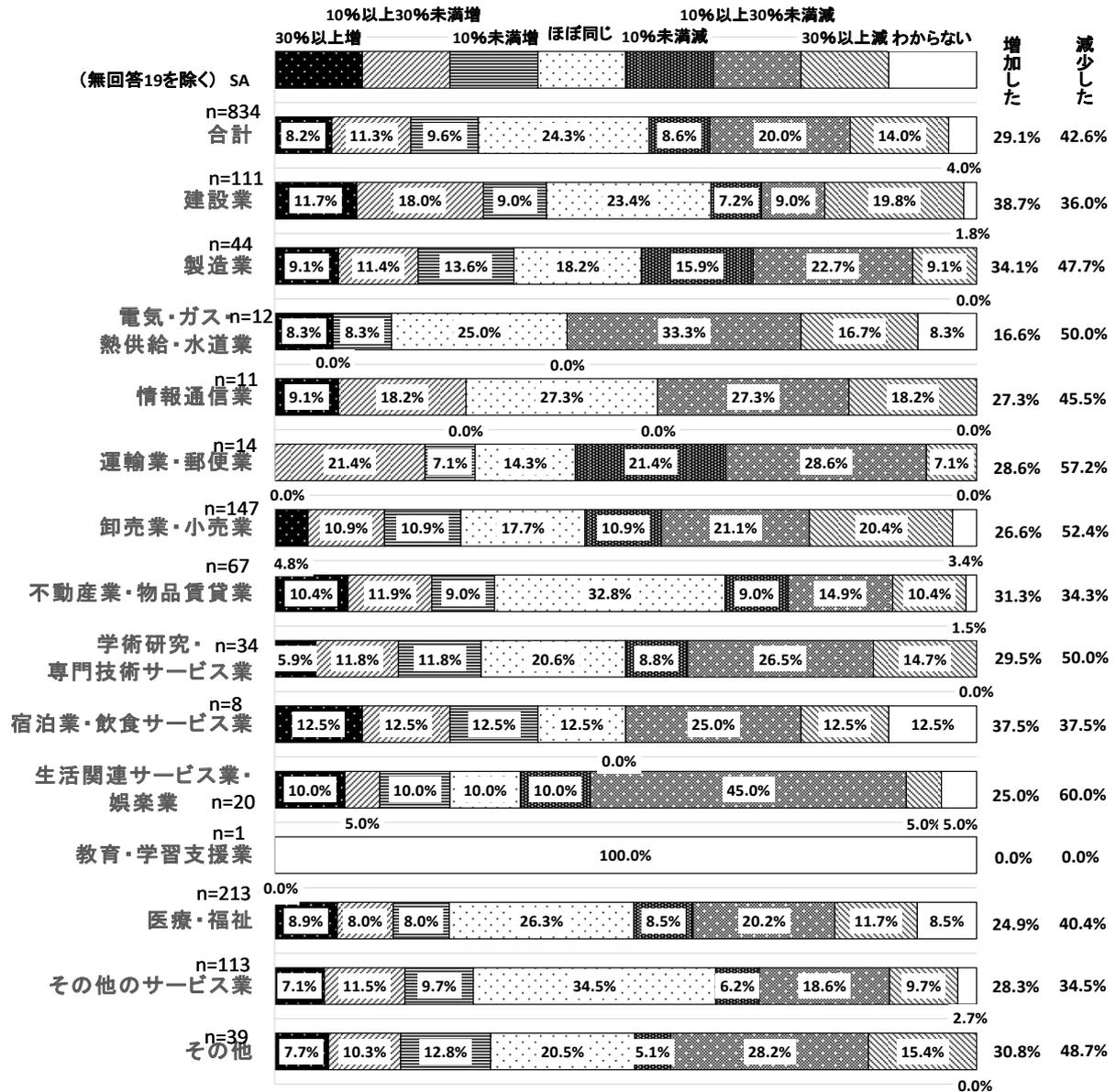


資料：杉並区事業所実態調査 問5

○5年前と比較して売上高を増やした事業所の割合は業種により異なる

- ・回答数の多い上位6業種について、5年前に比べて売上高が増加または減少した事業所の割合をみると、「建設業」は減少より増加した事業所が多い。「医療・福祉」は増加24.9%、減少40.4%、「卸売業・小売業」は増加26.6%、減少52.4%と増加に比べて減少の割合が大きいが、「その他のサービス業」、「不動産業・物品賃貸業」、「製造業」も増加よりも減少した事業所が多い。他の業種は「宿泊業・飲食サービス業」が増加・減少ともに同じであること以外は、どの業種も増加より減少した事業所の方が多い。

■ 図表 2-8 5年前との売上高の比較（業種別）



(※本調査では農林水産業の回答は0であった)

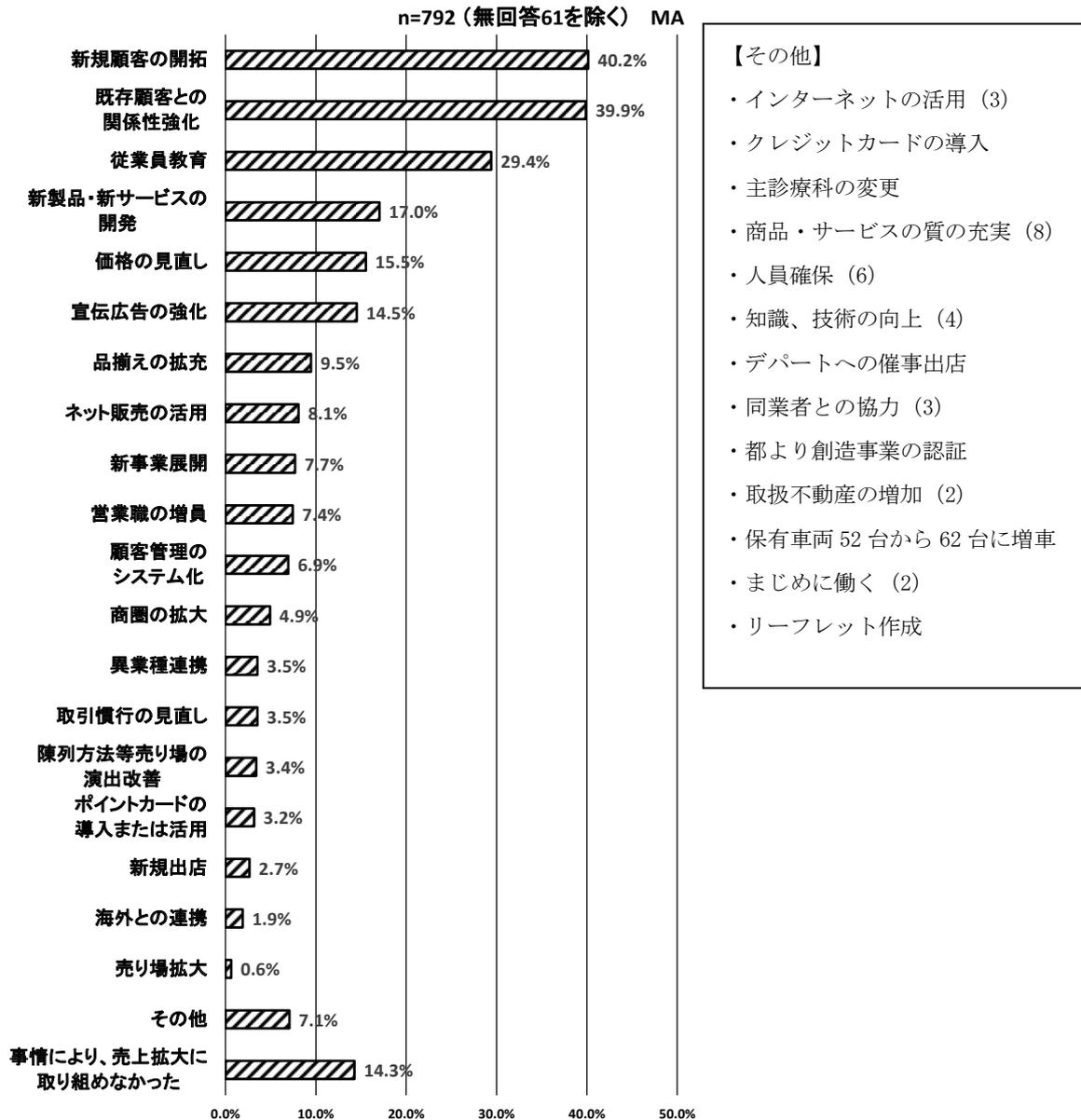
資料：杉並区事業所実態調査 問2・問5

3) 売上高を増やすための取組

○過去5年間に行った売上高を増やすための取組では顧客・人材教育に関するものが多い

・売上高を増やすための取組を行なった事業所は「新規顧客の開拓」40.2%、「既存顧客との関係性強化」39.9%、「従業員教育」29.4%等、顧客や人材教育に関する取組が多い。

■図表 2-9 過去5年間の売上高を増やす取組



資料：杉並区事業所実態調査 問 6

○「売上高を増やすための独自の取組」については、225件の多岐にわたる回答があった

- ・売上高を増やすために過去5年間に行なった独自の取組をテーマ別に区分すると下記のとおりであった。

■図表 2-10 売上高を増やすために過去5年間に行なった事業所独自の取組

テーマ	回答件数	テーマ	回答件数
商品開発	15	価格政策	6
海外との連携	3	商品政策	17
顧客開拓	7	社内体制の強化	13
広告宣伝	48	営業力の強化	15
顧客サービスの充実	15	技術力の強化	16
同業・異業種との連携	7	人材確保	6
新企画の導入	9	人材育成	15
顧客満足	18	仕事への姿勢	5
新事業展開	10	合計	225

資料：杉並区事業所実態調査 問 6-1

【今回の事業者ヒアリング調査により聴取した「過去5年間の売上増加に向けた取組」の主な内容】

- ① 新規顧客の開拓（「建設業」「製造業」「情報通信業」「卸売業、小売業」「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「その他のサービス業」）
 - ・商工会議所のセミナー、展示会等の各種イベント、交流会等を通じた人脈づくり
 - ・顧客紹介業者の利用
 - ・提案営業の徹底
 - ・WEBによる情報発信の強化
- ② 既存顧客との関係性強化（「建設業」「製造業」「情報通信業」「運輸業、郵便業」「卸売業、小売業」「不動産業、物品賃貸業」「生活関連サービス業、娯楽業」「医療、福祉」「その他のサービス業」）
 - ・技術力・品質への信頼性向上、顧客ニーズの充足、コンサルティング営業等
 - ・顧客視点での「商品・サービス」、「提供方法」の開発や改善
 - ・自社の強みである「商品・サービス」、「提供方法」の活用
 - ・業務効率化によるコストダウンの成果の一部を顧客に還元
- ③ 従業員教育（「建設業」、「製造業」）
 - ・従業員向け研修の徹底によるスキルアップの実現
- ④ その他（「建設業」「製造業」「卸売業、小売業」「生活関連サービス業、娯楽業」「その他のサービス業」）
 - ・設備投資による業務改善を図り、競争力を強化
 - ・成長性のある市場への集中
 - ・新商品・サービスの開発、仕入

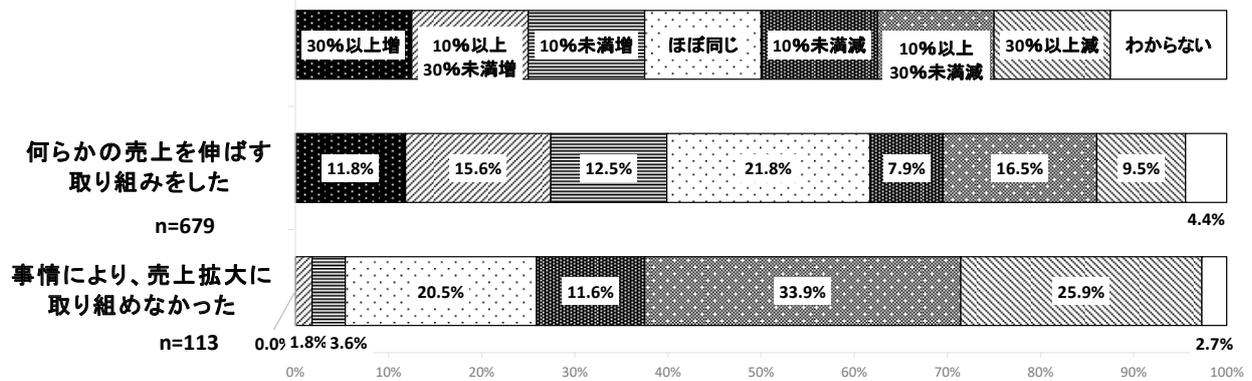
資料：杉並区事業所ヒアリング調査

○売上高を増やす取組を行なった事業所の売上高が伸びている

- ・売上を増やすための様々な具体的取組を実行した事業所の 39.9%は売上高を増やしているが、取り組めなかった事業所で売上高を増やしたのは 5.4%である。

■図表 2-11 「過去 5 年間の売上を増やす取組」（「5 年前との売上高の比較」別） SA

(無回答 61 を除く)



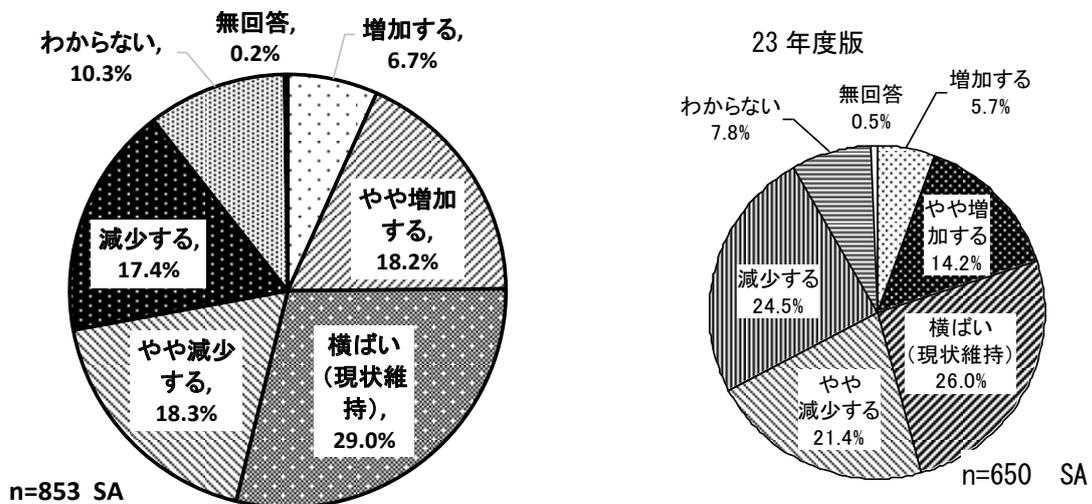
資料：杉並区事業所実態調査 問 5・問 6

4) 売上高の見込み

○平成 23 年度に比べて、今後の売上高について良い見通しを持つ事業所の割合が多い

- ・今後の売上高の見通しについては、増加予測は 24.9%の事業所、減少予測は 35.7%の事業所で、減少すると予測している事業所の割合の方が高い。
- ・しかし、平成 23 年度調査では、増加予測が 19.9%の事業所、減少予測が 45.9%の事業所であり、今回の方が増加予測の事業所の割合は 5.0 ポイント増えており、減少予測の事業所の割合は 10.2 ポイント減っていることからみて、良い見通しを持つ事業所は増えている。

■図表 2-12 今後の年間売上高の推移予測

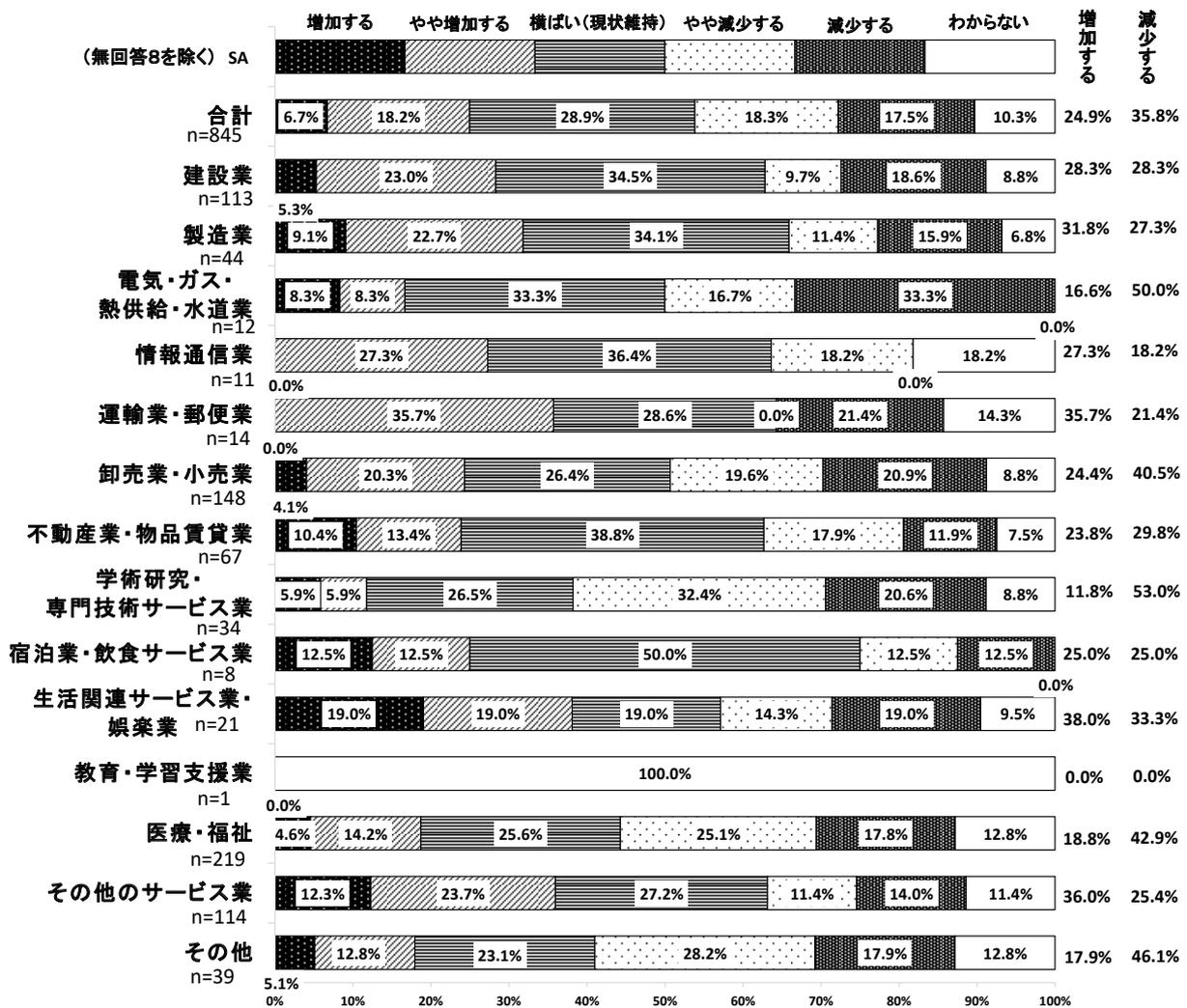


資料：杉並区事業所実態調査 問 7

○今後の売上高の変化の予測は、業種により異なる

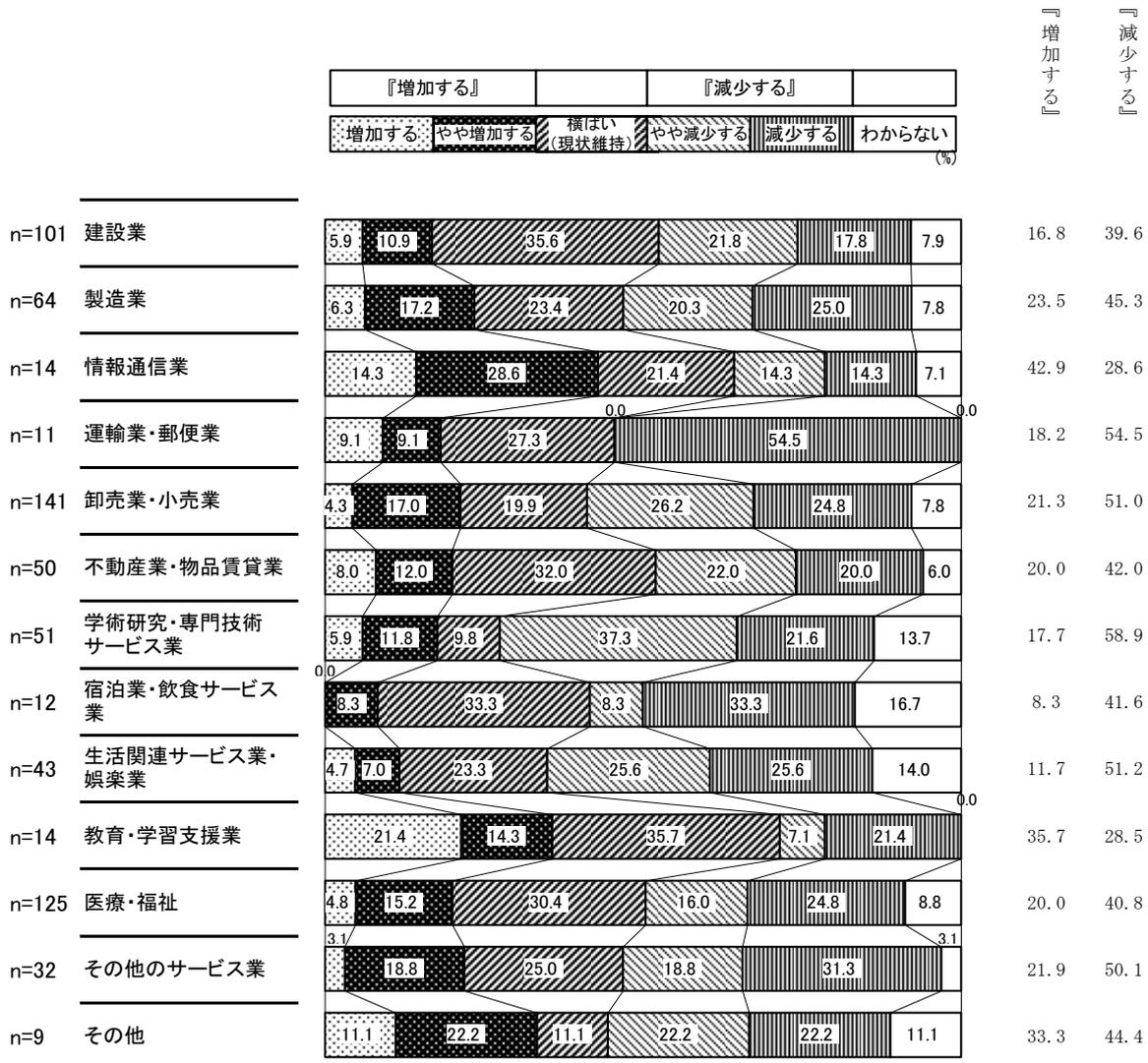
- ・今後の見通しで売上高が増加または減少すると予測している事業所の割合を業種別にみると、「製造業」、「情報通信業」、「運輸業・郵便業」、「生活関連サービス業・娯楽業」、「その他のサービス業」は増加が減少より多く、「建設業」、「宿泊業・飲食サービス業」は増加、減少が同じ割合であるが、それ以外の業種は減少の方が多い。
- ・平成 23 年度は「情報通信業」と「教育・学習支援業」は増加予測をする事業者の割合が高いが、他の業種は全て減少予測の事業者が多かったことから見て、今回の方が増加予測の割合が高い業種が増えている。

■図表 2-13 今後の年間売上高の推移予測（業種別）



(※本調査では農林水産業の回答は0であった)

資料：杉並区事業所実態調査 問2・問7



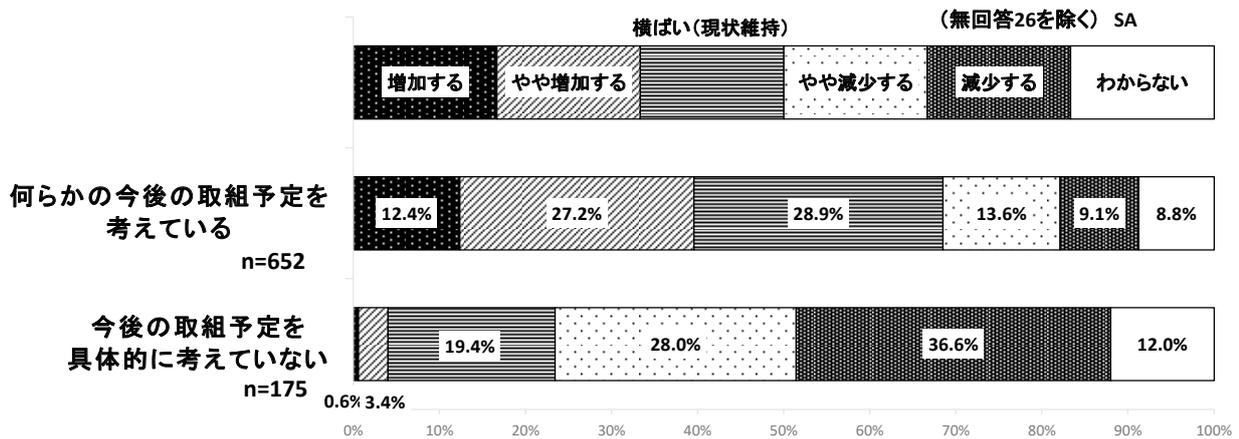
【今回の事業者ヒアリング調査により聴取した「売上が今後増加すると予測した根拠」の主な内容】

- ・成長分野の市場を対象とした事業を営んでいる（「建設業」「製造業」「卸売業・小売業」「その他のサービス業」）
- ・新商品・サービス、提供方法等の開発・改善を計画している（「不動産業・物品賃貸業」「医療・福祉」「その他のサービス業」）
- ・同業種連携、異業種連携の強化を実施する（「運輸業・郵便業」「医療・福祉」）
- ・技術力の向上、設備投資等による取引拡大が見込める（「製造業」「その他のサービス業」）
- ・顧客からの信頼性向上により取引拡大が見込める（「情報通信業」「その他のサービス業」）
- ・競争優位性の向上と競合の減少傾向がある（「製造業」「卸売業・小売業」「不動産業・物品賃貸業」「生活関連サービス業・娯楽業」）
- ・人材の確保・育成が進んでいる（「建設業」「その他のサービス業」）
- ・新規取引先が増えている（「情報通信業」「卸売業・小売業」）

資料：杉並区事業所ヒアリング調査

- 売上を増やすための具体的な取組を考えている事業所は、売上高が増加すると予測している割合が高い
- ・売上高を増やすための具体的な取組を考えている事業所の39.6%は売上高が増加すると予測している。一方、取組を考えていない事業所で売上高が増加すると予測している割合は4.0%である。

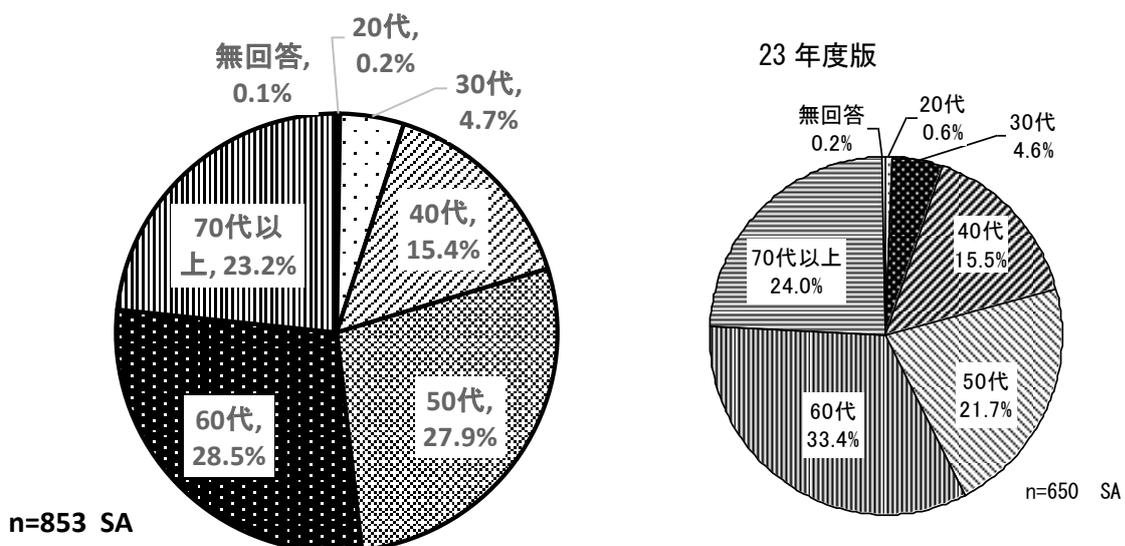
■図表 2-14 「今後の年間売上高の推移予測」(「今後計画している取組」別)



資料：杉並区事業所実態調査 問7・問10

- 代表者の年齢は平成23年度調査に比べて、50代の割合が増えている
- ・代表者の年齢は70代以上が23.2%、60代が28.5%であり、60代以上の割合が51.7%を占める。
- ・平成23年度調査に比べて、60代以上の割合が減り、50代の割合が増えている。

■図表 2-15 代表者の年齢

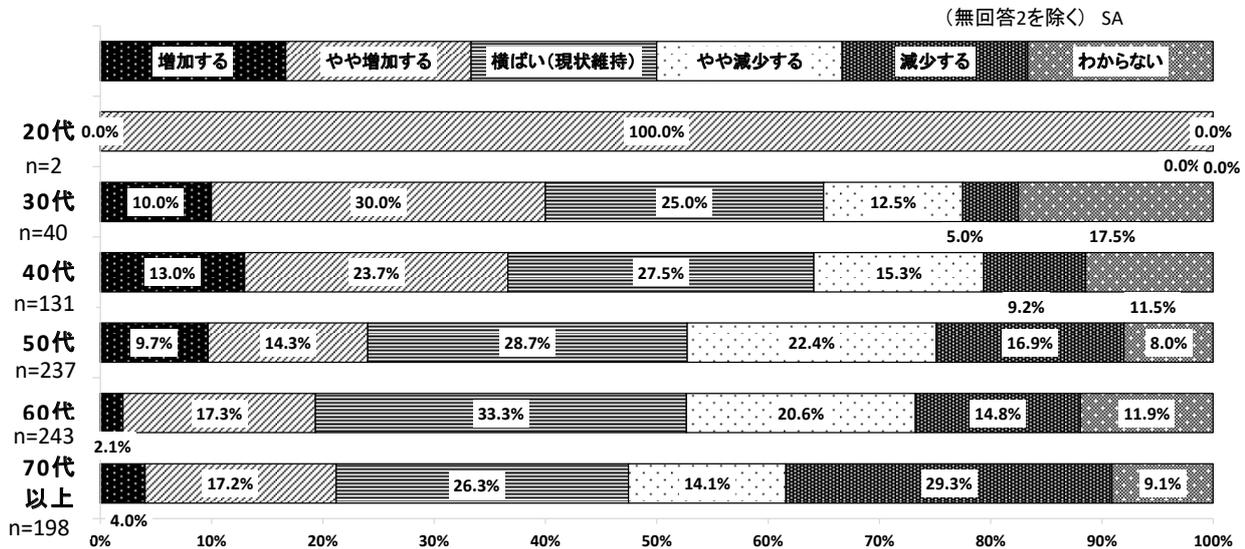


資料：杉並区事業所実態調査 問3

○若い代表者の方が、今後売上が増加すると予測する事業所の割合が高い

- ・今後売上が増加すると予測する事業所の割合は、20代が100.0% (n=2)、30代が40.0%、40代が36.7%、50代が24.0%、60代が19.4%、70代以上が21.2%で、代表者が20代から40代の事業所は売上増加を予測する割合が高い。

■図表 2-16 今後の年間売上高の推移予測（「代表者の年齢層」別）

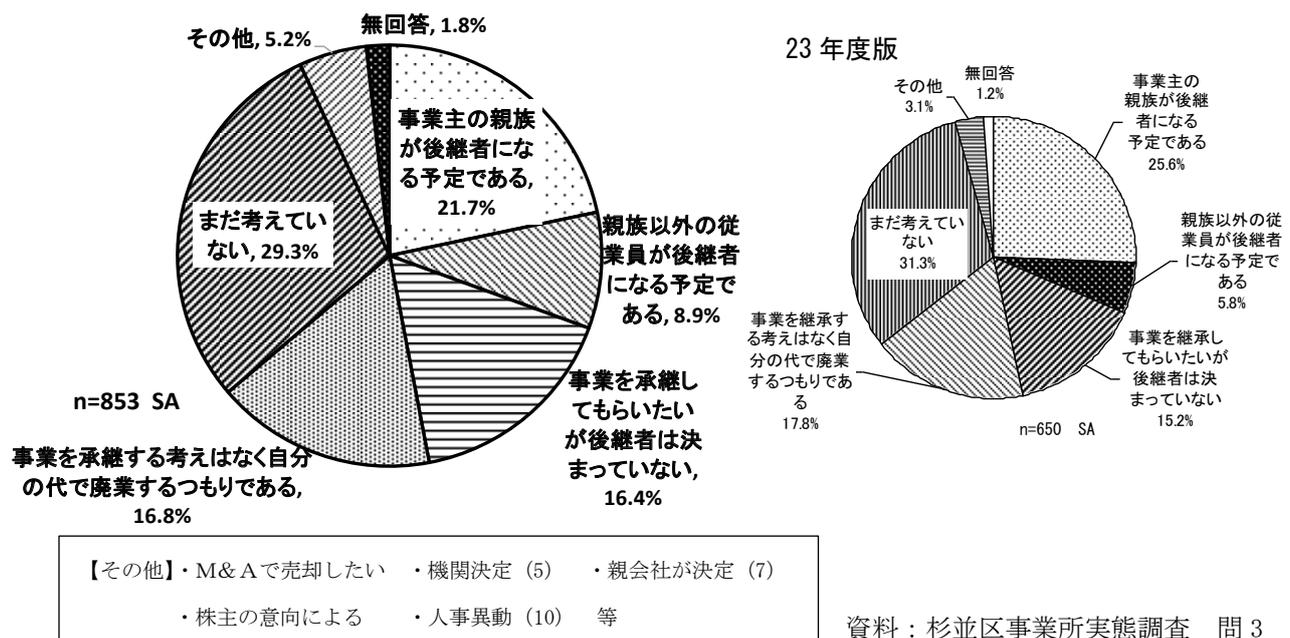


資料：杉並区事業所実態調査 問3・問7

○5割近い事業所は事業承継を考えており、約3割の事業所は後継者が決まっている

- ・代表者が事業承継を考えている事業所は47.0%あり、うち30.6%は後継者が決まっている。まだ事業承継を考えていない事業所は29.3%あるが、自分の代で廃業する予定の事業所も16.8%あり、この割合は平成23年度調査と大きくは変わっていない。

■図表 2-17 事業後継者の有無

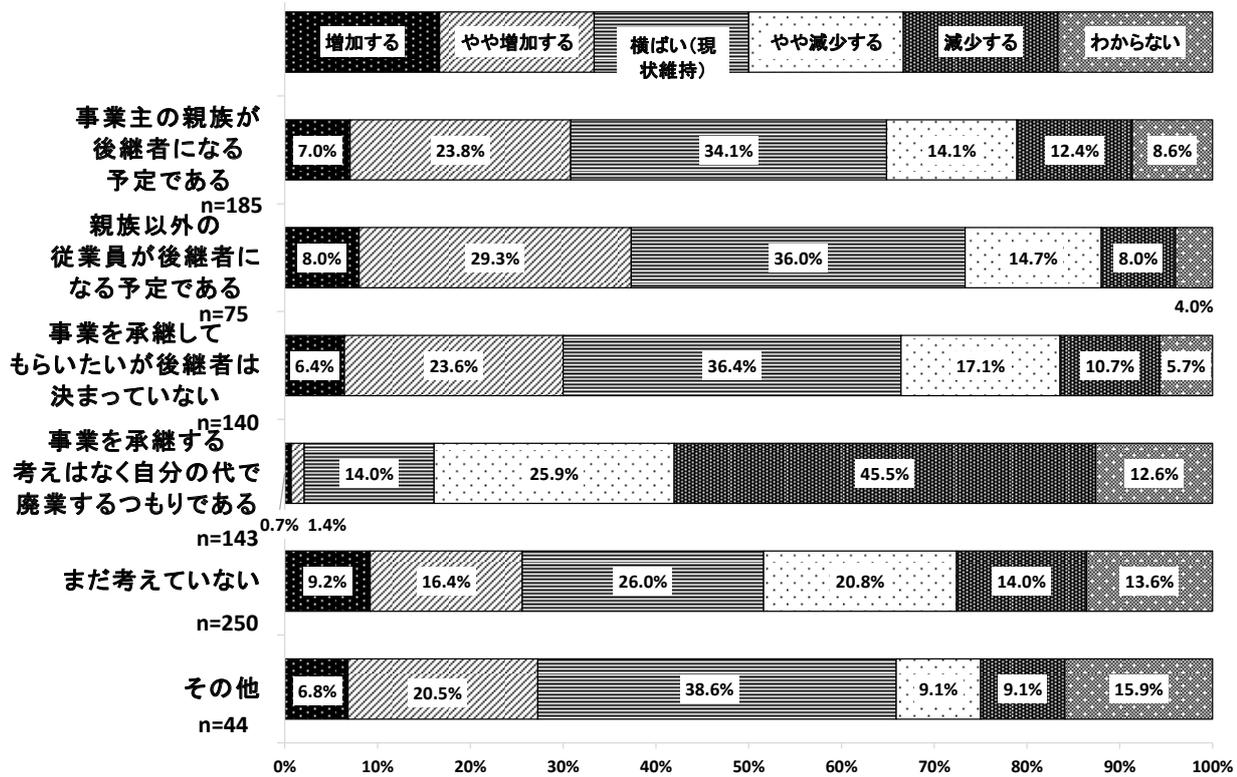


資料：杉並区事業所実態調査 問3

○後継者がいる、または経営者が事業承継の意向を持つ事業所は売上増加を予測する割合が高い

・「今後の年間売上高」が増加すると予測している事業所の割合は、「事業主の親族が後継者になる予定である」と回答した事業所では30.8%、「親族以外の従業員が後継者になる予定である」と回答した事業所では37.3%、「事業を承継してもらいたいが後継者は決まっていない」と回答した事業所では30.0%であるが、「まだ考えていない」と回答した事業所では25.6%であり、事業承継を考えている事業所の方が、売上高の増加を予測する割合が高い。

■ 図表 2-18 今後の年間売上高の推移予測（「事業後継者の有無」別） （無回答 16 を除く） SA



資料：杉並区事業所実態調査 問3・問7

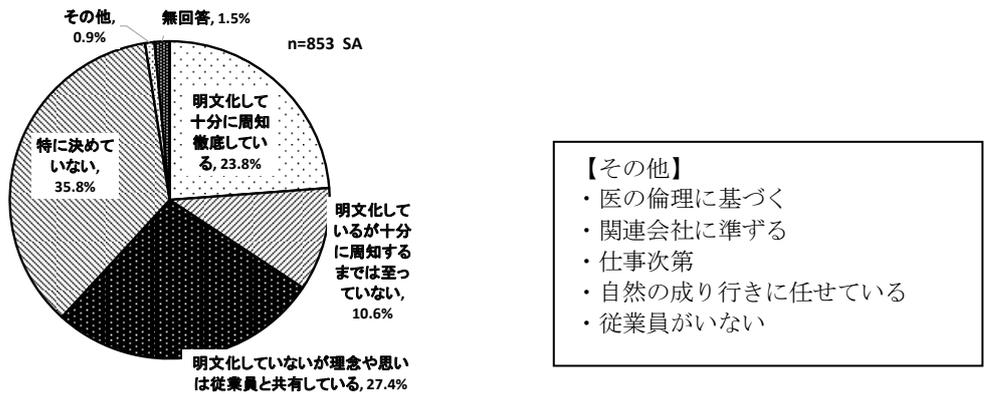
(3) 事業所の経営に関する現状と課題

1) 経営方針等の立案状況

○約6割の事業所が経営理念・基本方針等を明確にしている

・経営理念・基本方針等を明確にしている事業所は61.8%あり、内訳としては「明文化して十分に周知徹底している」事業所は23.8%、「明文化しているが十分に周知するまでは至っていない」事業所は10.6%、「明文化していないが理念や思いは従業員と共有している」事業所は27.4%である。

■図表 2-19 経営理念・基本方針等の策定状況

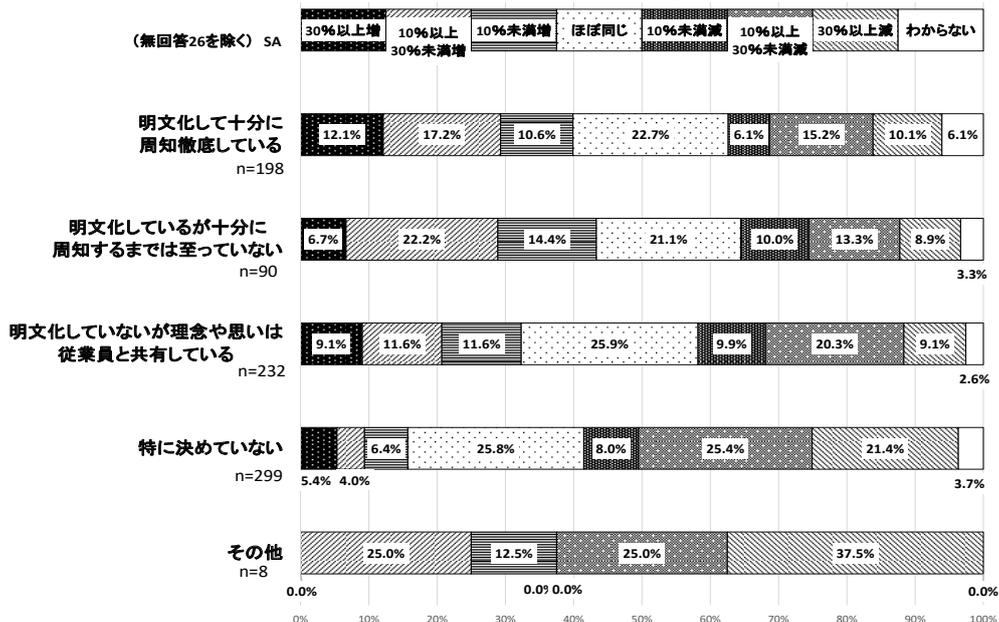


資料：杉並区事業所実態調査 問 8-1

○経営理念・基本方針等を明確にしている事業所は、売上高を増やしている事業所の割合が高い

・経営理念・基本方針等を「明文化して十分に周知徹底している」事業所は39.9%、「明文化しているが十分に周知するまでは至っていない」事業所は43.3%、「明文化していないが理念や思いは従業員と共有している」事業所は32.3%が5年前に比べて売上高が増加しているが、「特に決めていない」事業所で売上高が増加したのは15.8%である。

■図表 2-20 「5年前との売上高の比較」(「経営理念、基本方針等の明確化」別)

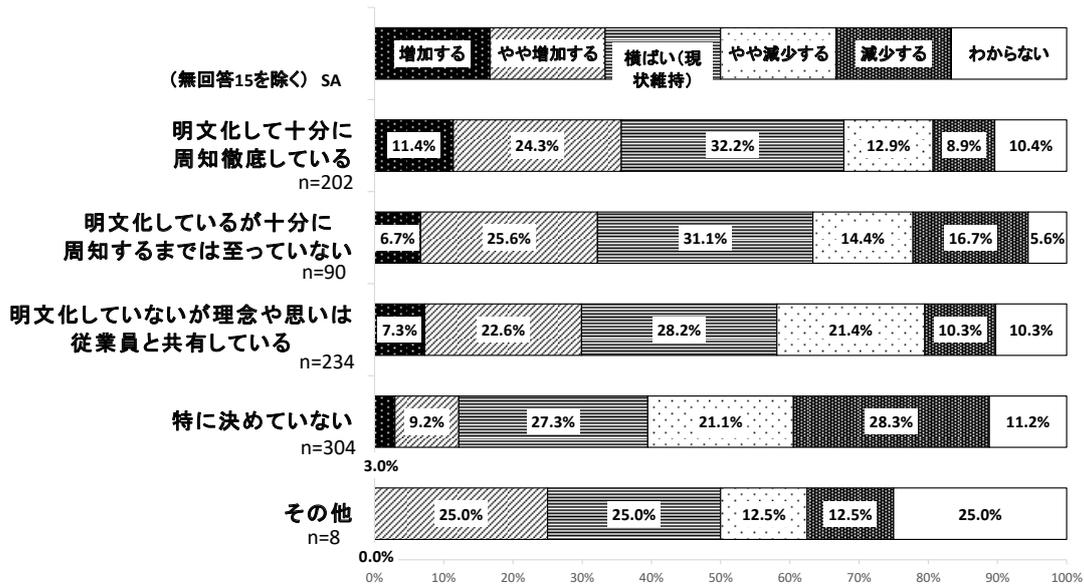


資料：杉並区事業所実態調査 問 5・問 8-1

○経営理念・基本方針等を明確にしている事業所は、今後売上高が増加すると予測している割合が高い

- ・経営理念・基本方針等を「明文化して十分に周知徹底している」事業所は 35.7%、「明文化しているが十分に周知するまでは至っていない」事業所は 32.3%、「明文化していないが理念や思いは従業員と共有している」事業所は 29.9%が今後売上高が増加すると予測しているが、「特に決めていない」事業所で売上高が増加すると予測している事業所の割合は 12.2%である。

■図表 2-21 「今後の年間売上高の推移予測」（「経営理念・基本方針等の明確化」別）

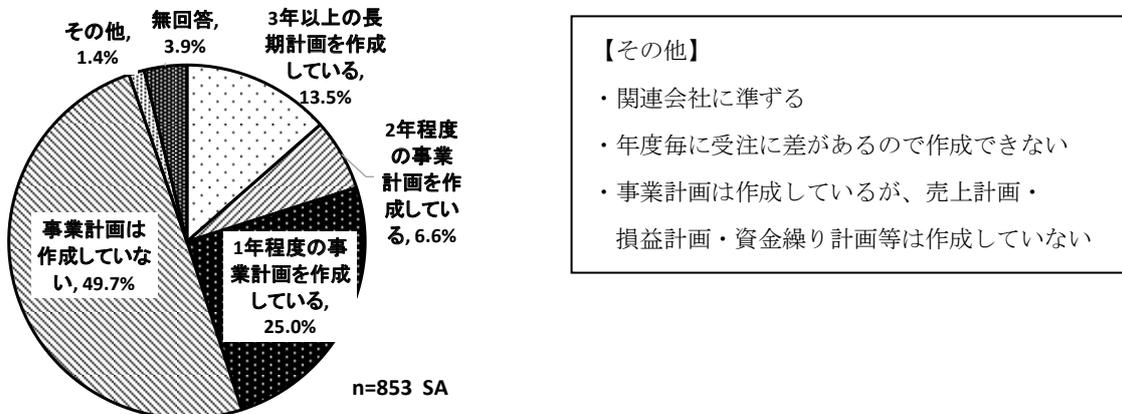


資料：杉並区事業所実態調査 問7・問8-1

○約 45%の事業所は事業計画を作成しているが、作成していない事業所も約 50%ある

- ・1年程度の事業計画を作成している事業所が 25.0%、2年程度の計画を作成している事業所は 6.6%、3年以上の計画を作成している事業所は 13.5%、合わせて 45.1%の事業所が事業計画を作成している。一方、作成していない事業所も 49.7%ある。

■図表 2-22 事業計画（売上計画・損益計画・資金繰り計画等）の作成状況

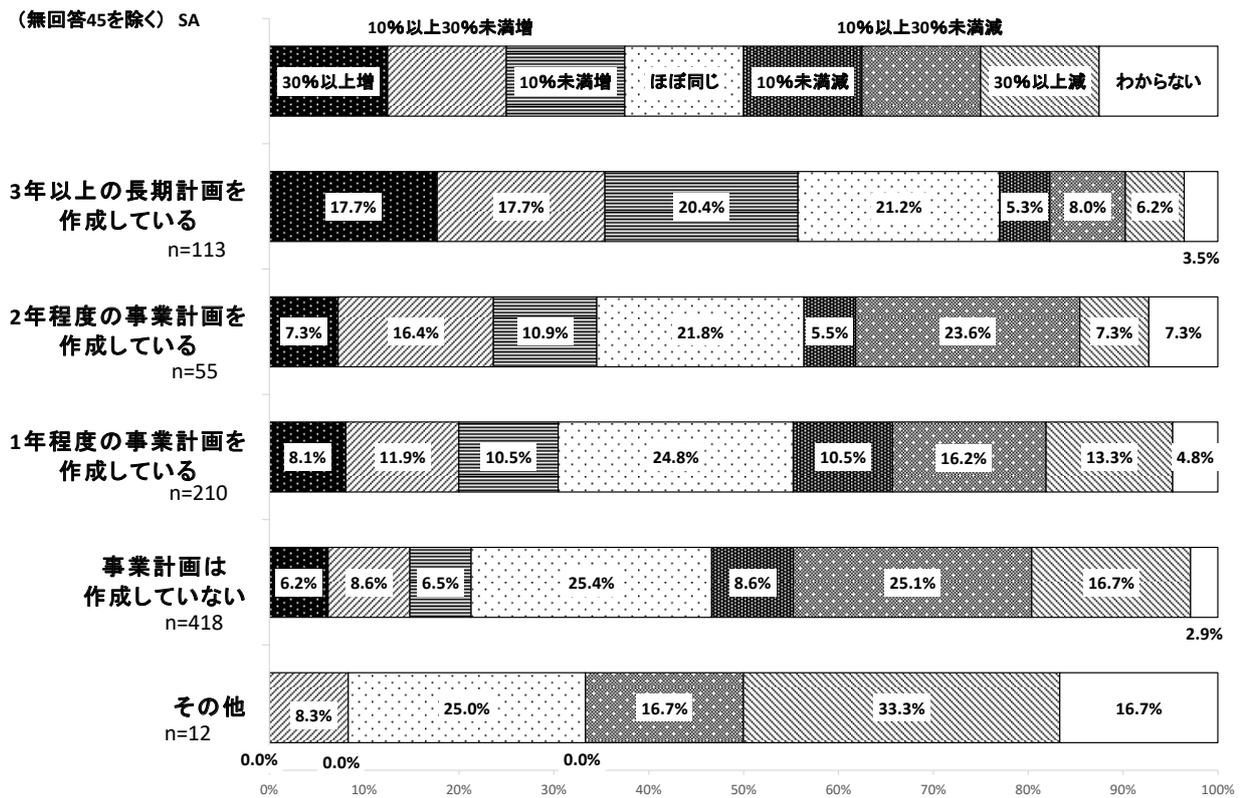


資料：杉並区事業所実態調査 問8-2

○事業計画を作成している事業所は売上高を増やした割合が高い

- ・事業計画を作成している事業所で、5年前と比較して売上高が増加した事業所の割合をみると、3年以上が55.8%、2年程度が34.6%、1年程度が30.5%である。作成していない事業所で売上高が増加しているのは21.3%であり、長期の事業計画を策定する事業所ほど、売上高が増加する割合が高い。
- ・一方、売上高が減少した事業所の割合は、事業計画を作成している事業所では3年以上は19.5%、2年程度は36.4%、1年程度は40.0%であるが、作成していない事業所は50.4%である。

■図表 2-23 「5年前との売上高の比較」(「事業計画の作成状況」別)

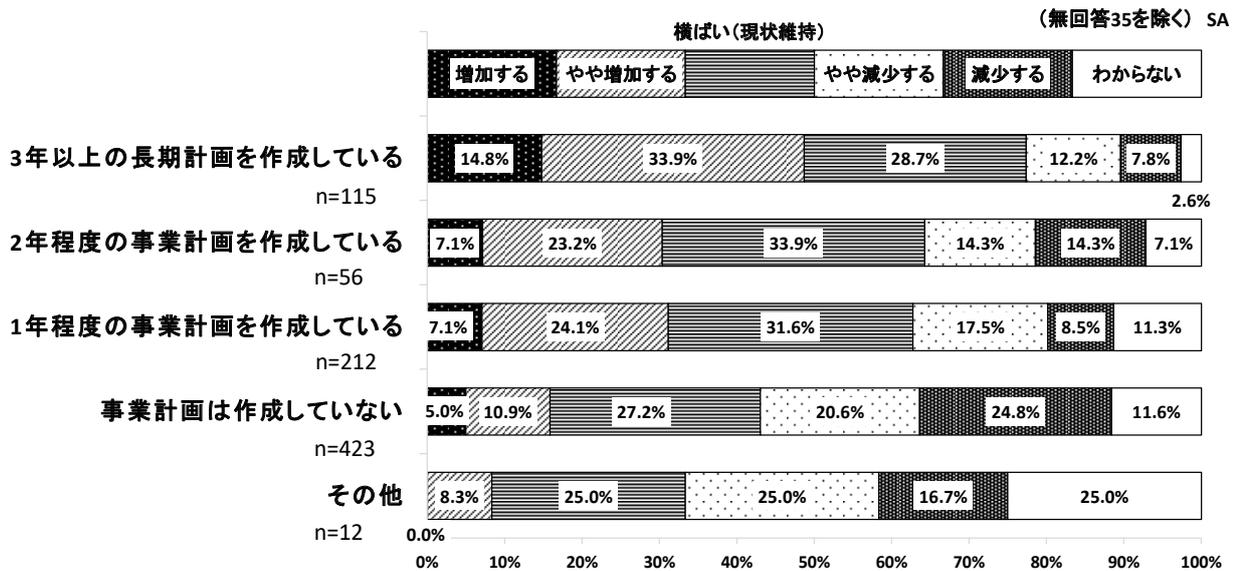


資料：杉並区事業所実態調査 問5・問8-2

○事業計画を作成している事業所は、今後売上高が増加すると予測している割合が高い

- ・3年以上の事業計画を作成している事業所の48.7%、2年程度の事業計画を作成している事業所の30.3%、1年程度の事業計画を作成している事業所の31.2%が、今後売上高が増加すると予測しているが、事業計画を作成していない事業所で売上高が増加すると予測している割合は15.9%である。
- ・一方、売上高が減少すると予測している事業所の割合は、事業計画を作成している事業所では3年以上は20.0%、2年程度は28.6%、1年程度は26.0%であるが、作成していない事業所は45.4%である。

■ 図表 2-24 「今後の年間売上高の推移予測」(「事業計画の作成状況」別)

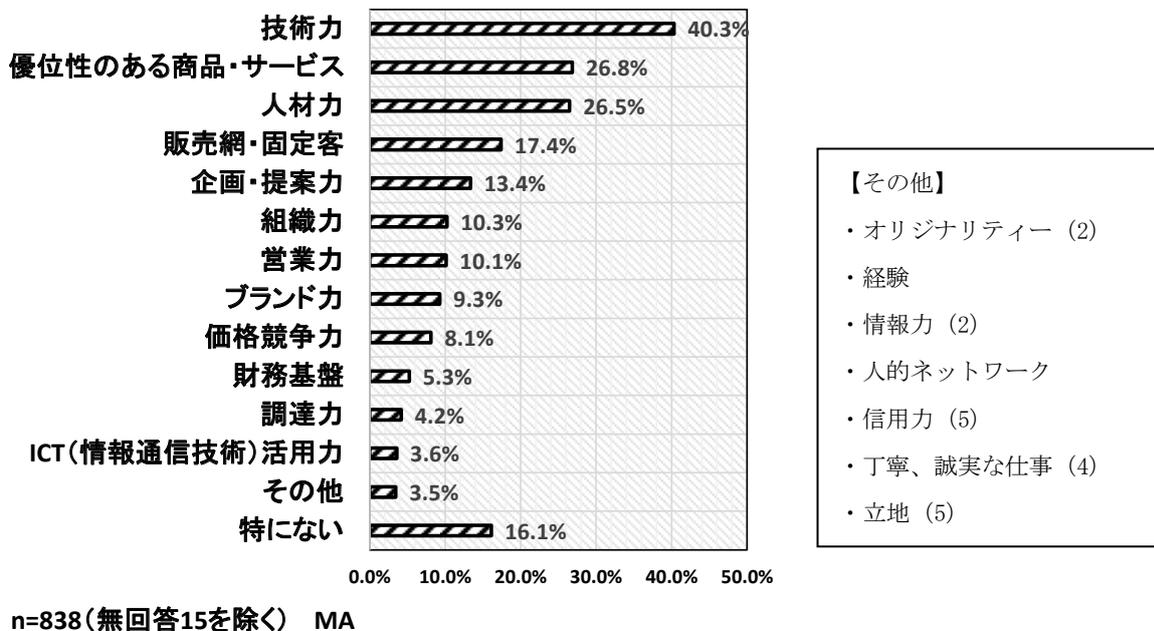


資料：杉並区事業所実態調査 問7・問8-2

2) 事業所の持つ強み

○事業所が認識している強みは「技術力」、「優位性のある商品・サービス」、「人材力」が多い
 ・事業所の40.3%が「技術力」を、26.8%が「優位性のある商品・サービス」を、26.5%が「人材力」を強みと認識している。

■ 図表 2-25 事業所が強みと認識していること

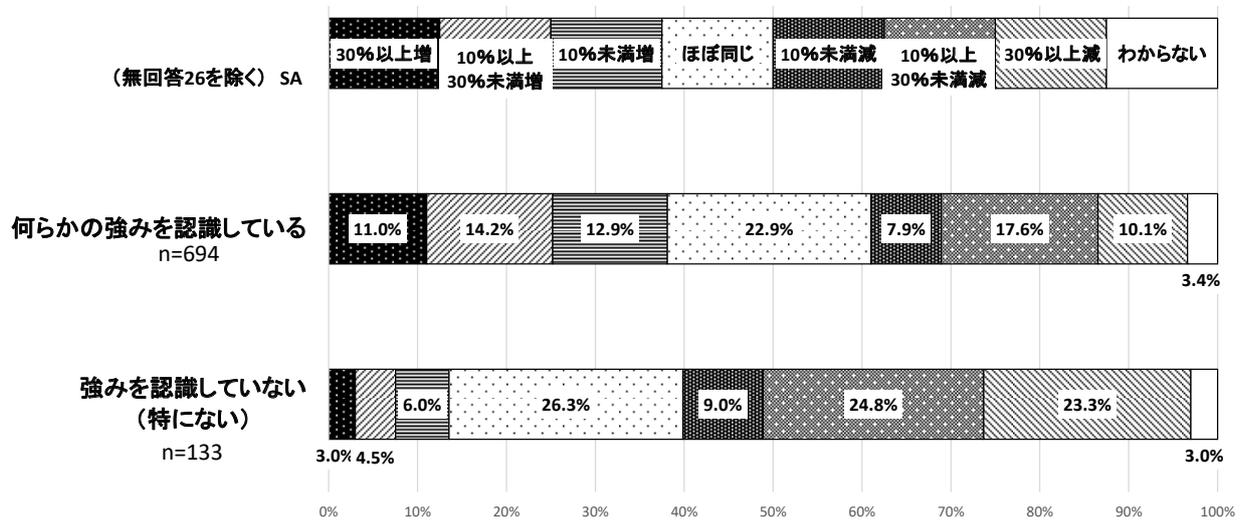


資料：杉並区事業所実態調査 問9

○強みを認識している事業所は、売上高が増加した割合が高い

- ・強みを認識している事業所の38.1%は売上高が増加しており、強みを認識していない事業所で売上高が増加したのは13.5%である。

■図表 2-26 5年前との売上高の比較（「認識している強みの有無」別）

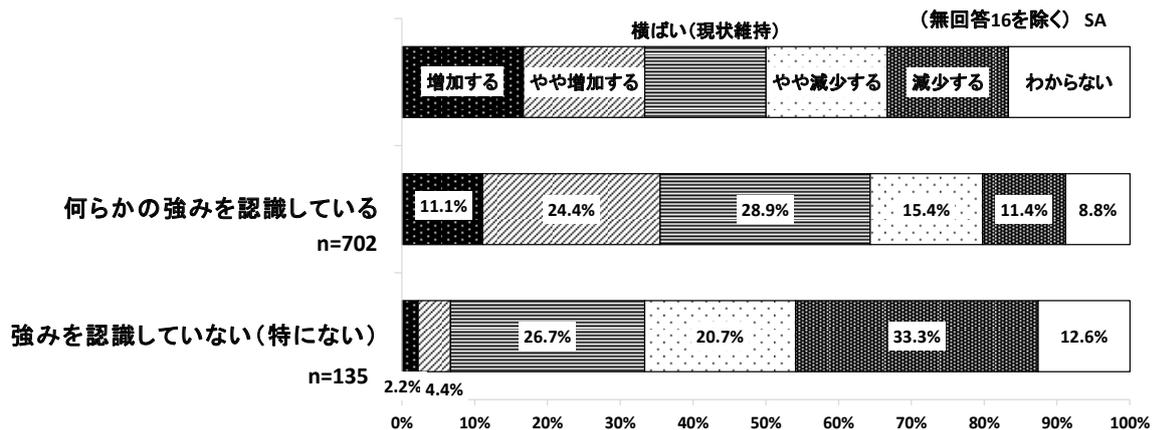


資料：杉並区事業所実態調査 問5・問9

○強みを認識している事業所は、売上高が増加すると予測している割合が高い

- ・強みを認識している事業所の35.5%は、今後売上高が増加すると予測しているが、強みを認識していない事業所で売上高が増加すると予測している割合は6.6%である。

■図表 2-27 今後の年間売上高の推移予測（「認識している強みの有無」別）



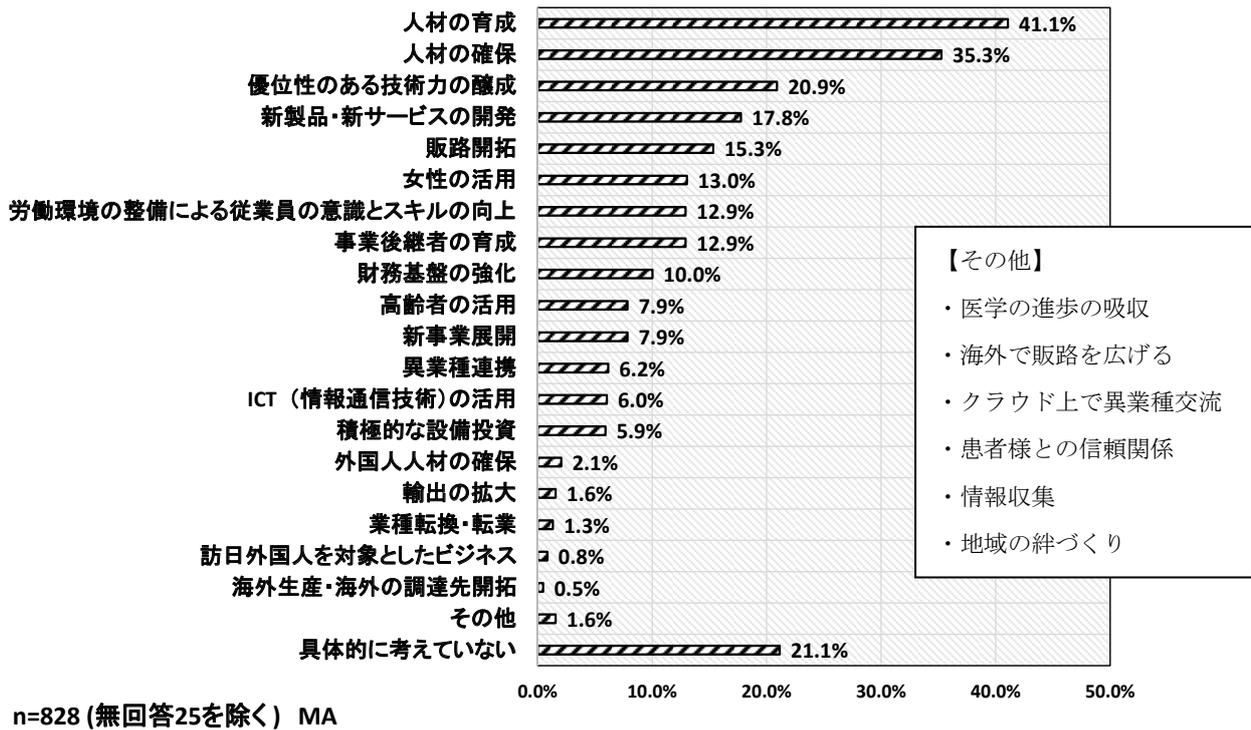
資料：杉並区事業所実態調査 問7・問9

3) 今後計画している取組

○今後計画している取組は人材に関するものが多く、次いで技術力の醸成、製品・サービスの開発がある

- ・今後計画している取組は「人材の育成」が 41.1%、「人材の確保」が 35.3%、「優位性のある技術力の醸成」が 20.9%で多く、次いで「新製品・サービスの開発」、「販路開拓」が続く。
- ・一方、具体的に考えていない事業所も 21.1%ある。

■図表 2-28 今後計画している取組（現在行っており、今後も継続する取組を含む）



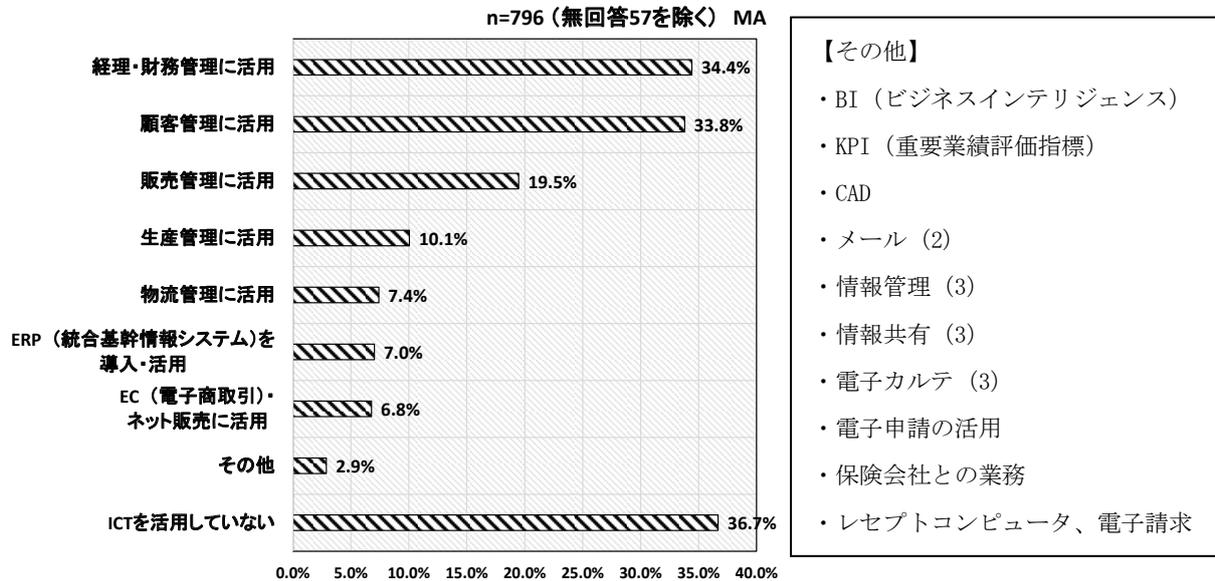
資料：杉並区事業所実態調査 問 10

4) ICT (情報通信技術) の活用状況

○6割の事業所がICTを活用している

- ・ICTの活用は経理・財務管理が最も多く34.4%、次いで顧客管理が33.8%、販売管理が19.5%である。一方、活用していない事業所も36.7%ある。

■図表 2-29 ICT (情報通信技術) の活用状況



資料：杉並区事業所実態調査 問 11

【今回の事業者ヒアリング調査により聴取した「ICT活用の具体例」の主な内容】

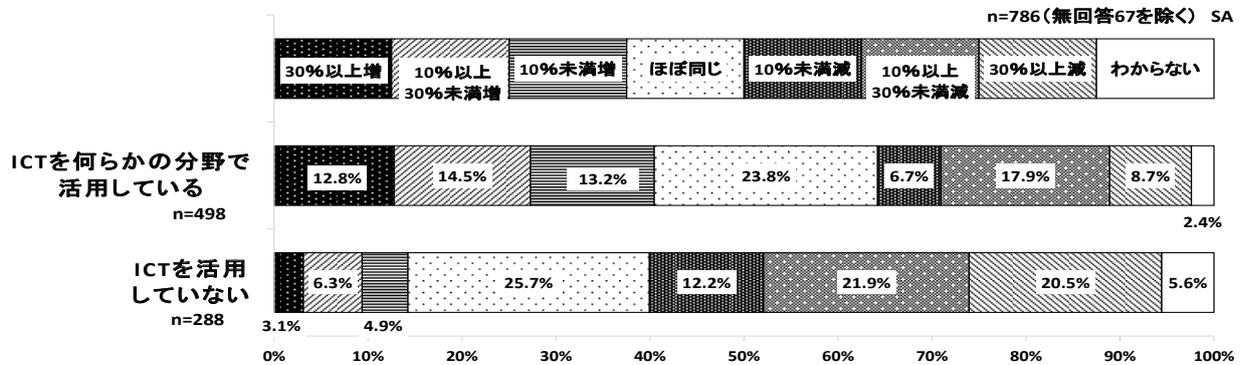
- ・ホームページによる情報発信と顧客開拓 (「建設業」「卸売業・小売業」「不動産業・物品賃貸業」)
- ・WEBによる顧客との交信 (「製造業」「情報通信業」「卸売業・小売業」)
- ・会計ソフトによる会計処理と財務管理 (「製造業」「生活関連サービス業・娯楽業」「医療・福祉」「その他のサービス業」)
- ・顧客情報の管理と活用、発注管理、業務管理等 (「建設業」「医療・福祉」「その他のサービス業」)
- ・スマートフォン対応の決済システムの導入と活用 (「運輸業・郵便業」)
- ・自動販売機の在庫管理 (「卸売業・小売業」)
- ・CADの活用 (「製造業」)
- ・クラウドシステムの活用 (「製造業」「情報通信業」)
- ・外勤社員とのデータ交換と行動管理 (「建設業」「その他のサービス業」)
- ・本業の業務に必要なアプリケーションの開発と販売 (「その他のサービス業」)
- ・ERP導入による統合管理 (「建設業」)
- ・ドローンを活用して人の行けない地域の測量 (「建設業」)

資料：杉並区事業所ヒアリング調査

○ICTを活用している事業所は、5年前と比べて売上高を増やした割合が高い

- ・ICTを活用している事業所の40.5%は売上高が増加している。一方、活用していない事業所で売上高が増加したのは14.3%である。

■図表 2-30 5年前との売上高の比較（「ICT活用の有無」別）



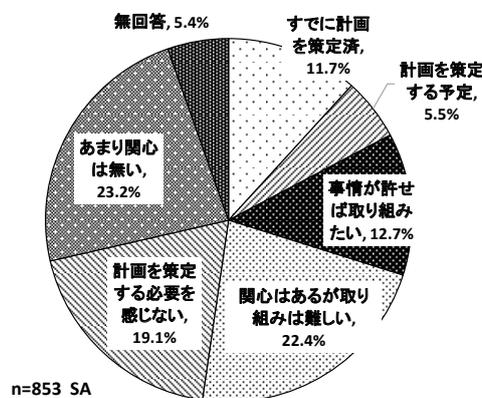
資料：杉並区事業所実態調査 問5・問11

5) BCP（事業継続計画）への取組状況

○計画策定している事業所は1割強である

- ・BCPを策定した事業所は11.7%、策定を予定している事業所は5.5%、事情が許せば取り組みたい事業所が12.7%である。取組予定がない事業所（「関心はあるが取り組みは難しい」「計画を策定する必要を感じない」「あまり関心は無い」）は合計64.7%である。

■図表 2-31 BCP（事業継続計画）への取組状況



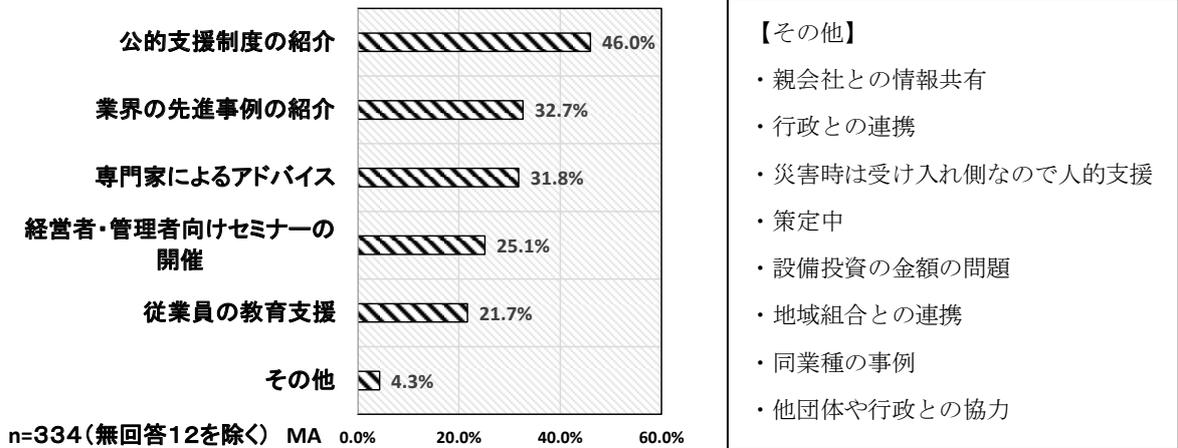
資料：杉並区事業所実態調査 問12

○BCPに関心はあるが策定していない事業所が望む支援は「公的支援制度の紹介」が最も多い

- ・BCP策定に関心はあるが策定していない事業所（「計画を策定する予定である」「事情が許せば取り組みたい」「関心はあるが取組は難しい」）が望む支援は、「公的支援制度の紹介」の46.0%が最も高く、次いで「業界の先進事例の紹介」が32.7%、「専門家によるアドバイス」が31.8%となっている。

■図表 2-32 BCP（事業継続計画）策定にあたって望む支援

（「計画を策定する予定である」「事情が許せば取り組みたい」「関心はあるが取組は難しい」と回答した事業所）



資料：杉並区事業所実態調査 問 12-1

【今回の事業者ヒアリング調査により聴取した「具体的なBCP」の主な内容】

- ・防災セットの配置（「建設業」）
- ・データの分散保管、業務が分散化できる仕組みづくり（「製造業」「卸売業、小売業」「医療、福祉」）
- ・在庫管理の工夫（「卸売業、小売業」）
- ・災害時に在宅勤務ができる仕組みの構築（「情報通信業」）
- ・災害時に対応した外注生産委託先の配置（「製造業」）
- ・データのクラウド管理（「建設業」「その他のサービス業」）
- ・非常時における社員の連絡網の構築、安否確認システムの採用（「建設業」「運輸業、郵便業」「その他のサービス業」）
- ・食糧の備蓄、社員が会社に宿泊できる体制づくり（「その他のサービス業」）
- ・クラウドシステムの活用（「建設業」）

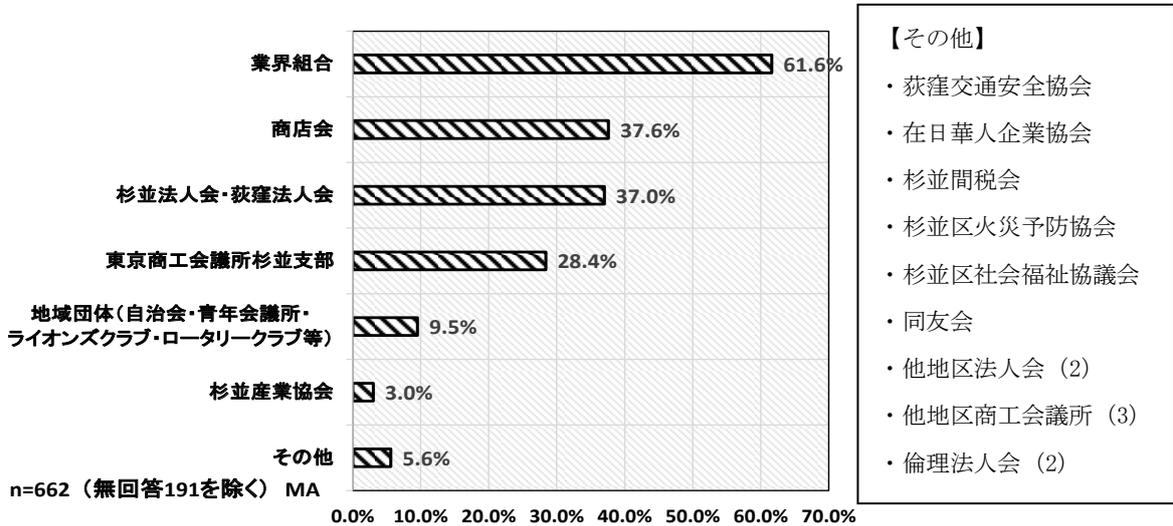
資料：杉並区事業所ヒアリング調査

6) 組織への加入状況

○加入している組織は、業界組合が多い

- ・業界組合が 61.6%で最も多く、次いで商店会が 37.6%、杉並法人会・荻窪法人会が 37.0%、東京商工会議所杉並支部が 28.4%と続いている。

■図表 2-33 加入している組織



資料：杉並区事業所実態調査 問 4

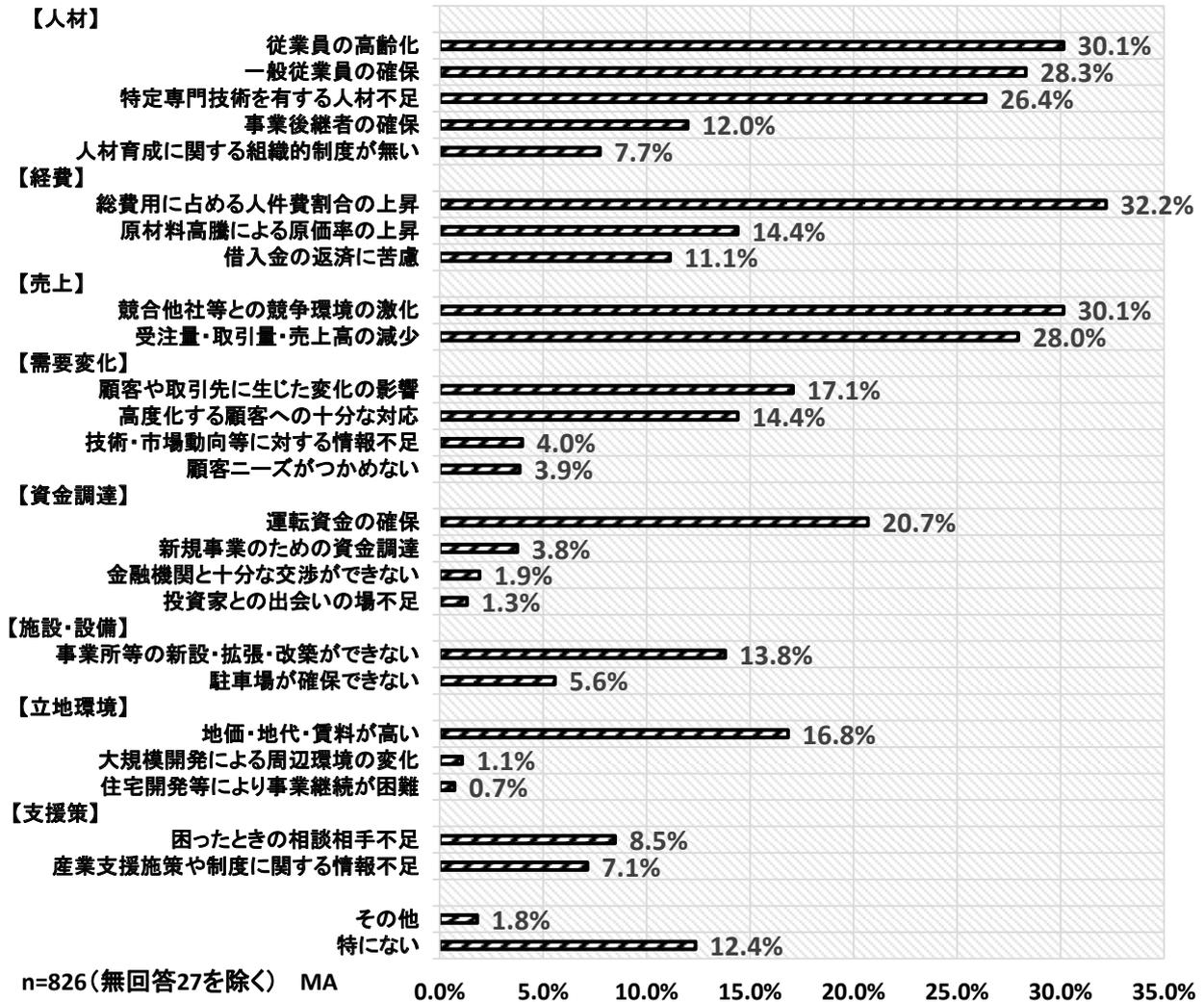
7) 経営に関する課題

○経営上抱えている課題では【人材】、【経費】、【売上】に関するものが多い

- ・【経費】に関する課題では「総費用に占める人件費割合の上昇」が 32.2%で最も多く、【売上】に関する課題では「競合他社等との競争環境の激化」が 30.1%、「受注量・取引量・売上高の減少」が 28.0%で、【人材】に関する課題を除くと、以上の3項目の課題の割合が高い。

注) 【需要変化】に関する課題については「(4) 市場に関する現状と課題」で、【人材】に関する課題については「(5) 事業所の人材に関する現状と課題」で、【施設・設備】、【立地環境】に関する課題については「(6) 事業所の立地場所に関する現状と課題」で取り上げる。

■図表 2-34 経営上抱えている課題



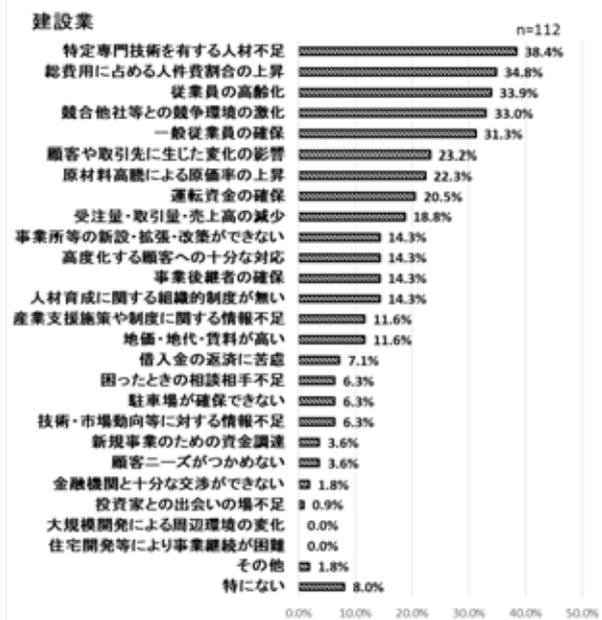
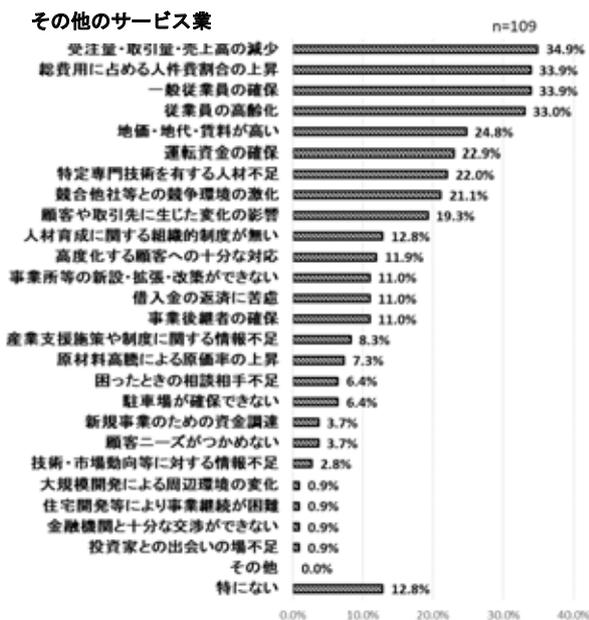
- | | | |
|---------------|-------------|------------------|
| 【その他】 | | |
| ・介護報酬の引き下げ | ・介護保険の法改正次第 | ・顧客ニーズの変化 |
| ・顧客の高齢化 | ・事業相続について | ・自己所有財産の売却 |
| ・精巧な偽物の増加 | ・ネット商法 | ・農地の減少、組合員の後継者問題 |
| ・販路拡大、新規顧客の獲得 | ・労務関連 | ・療養費請求に対する行政の考え方 |

資料：杉並区事業所実態調査 問 13

○経営課題は業種により異なる

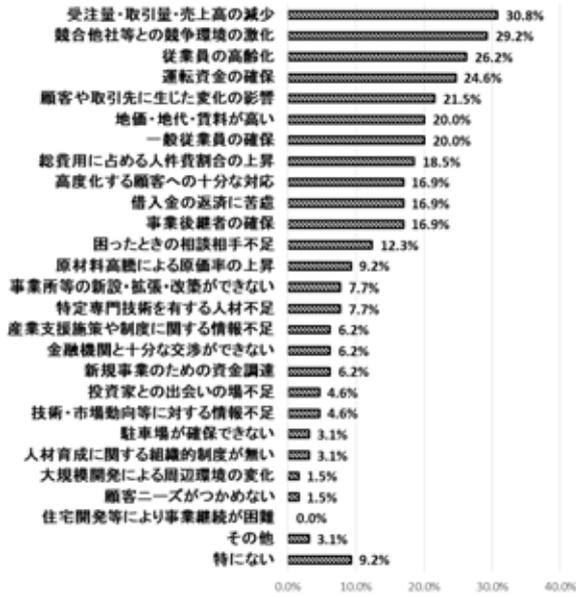
- ・「受注量・取引量・売上高の減少」が経営課題として最も多いのが、「卸売業・小売業」、「その他のサービス業」、「不動産業・物品賃貸業」、「製造業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」である。
 - ・「総費用に占める人件費の割合の上昇」は「運輸業・郵便業」で最も多いほか、「医療・福祉」、「卸売業・小売業」、「その他のサービス業」、「建設業」、「情報通信業」で多い。
- 注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-35 経営上抱えている課題（業種別） MA



不動産業・物品賃貸業

n=65



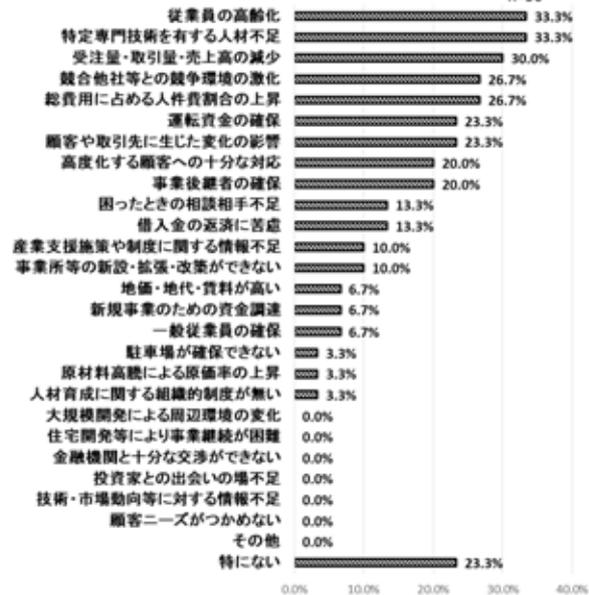
製造業

n=43



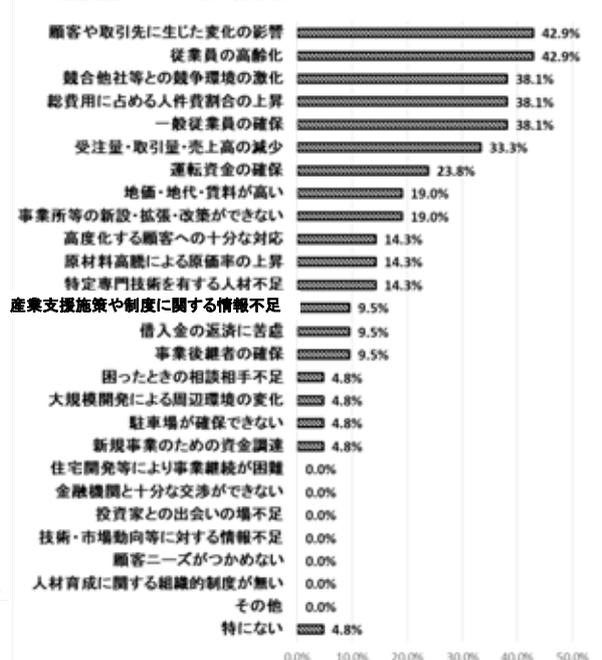
学術研究・専門技術サービス業

n=30



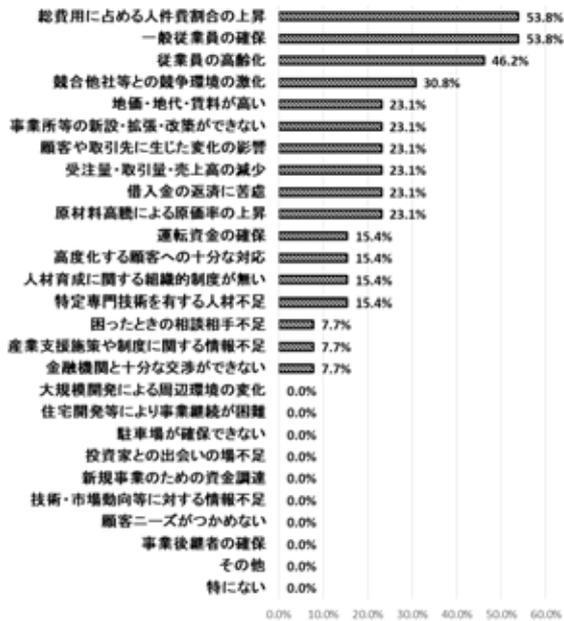
生活関連サービス業・娯楽業

n=21



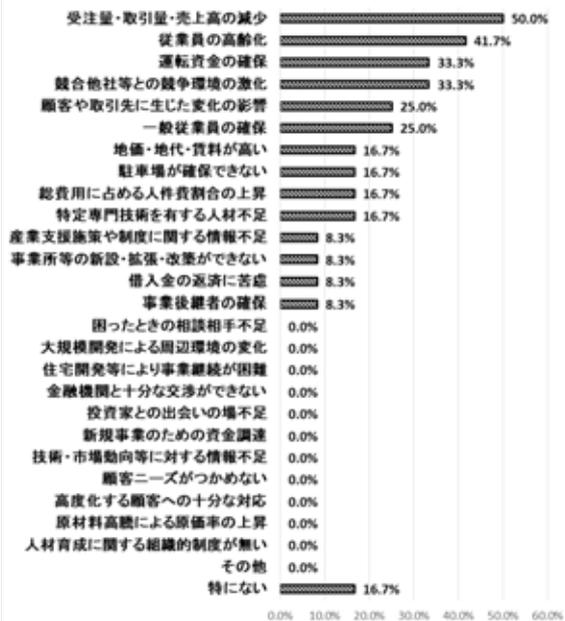
運輸業・郵便業

n=13



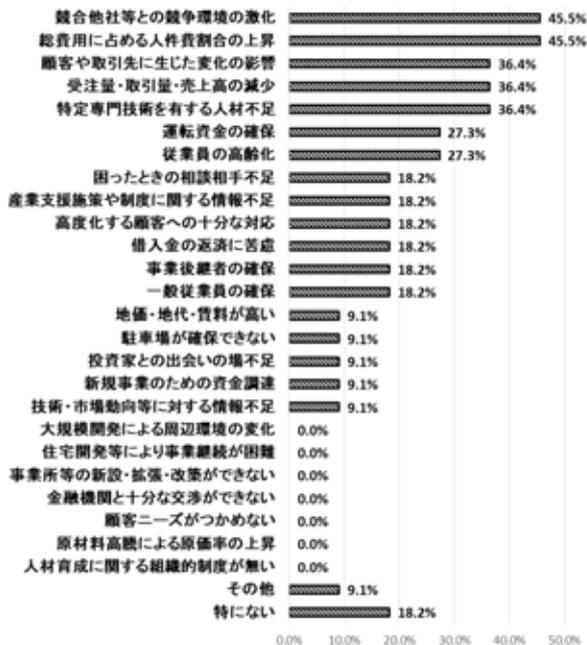
電気・ガス・熱供給・水道業

n=12



情報通信業

n=11



宿泊業・飲食サービス業

n=8



資料：杉並区事業所実態調査 問2・問13

【今回の事業者ヒアリング調査により聴取した「経営課題」の主な内容と対応状況】

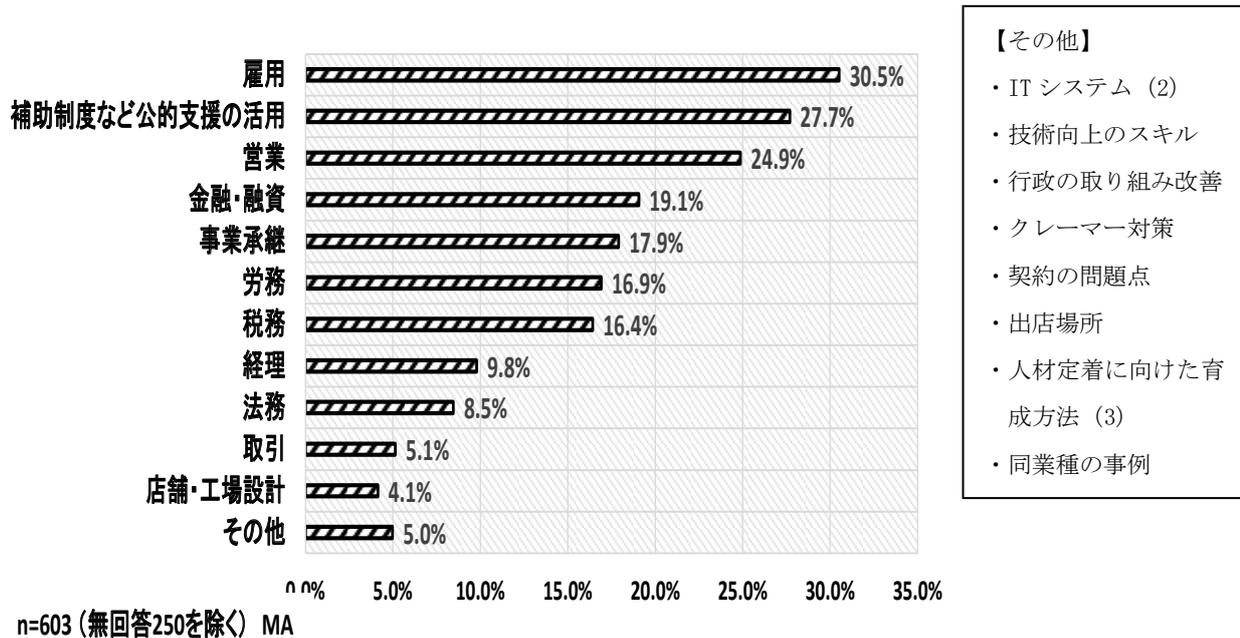
- ・ 事業承継：承継に向けた環境の整備、後継者人材の確保（「製造業」「不動産業、物品賃貸業」）
- ・ 人材確保：処遇の改善、労働環境の整備、積極的な求人活動、外部人材との連携（「建設業」「製造業」「卸売業、小売業」「不動産業、物品賃貸業」「生活関連サービス業、娯楽業」「医療、福祉」「その他のサービス業」）
- ・ 人材育成：従業員教育の強化、モチベーションの上がる組織づくり（「建設業」「製造業」「卸売業、小売業」「医療、福祉」「その他のサービス業」）
- ・ 会社の知名度向上と新規顧客開拓：ホームページの充実などの販売促進活動の強化（「情報通信業」）
- ・ 市場環境の急激な変化への対応、新規参入の懸念：強みの構築、経営体制の強化など（「建設業」）
- ・ 地域環境の変化による立地条件の悪化：移転を計画（「製造業」）

資料：杉並区事業所ヒアリング調査

○経営課題の解決や改善のために受けたいアドバイスは「雇用」、「補助制度など公的支援の活用」、「営業」が多い

- ・ 経営課題の解決や改善のために受けたいアドバイスは「雇用」が30.5%で最も多く、次いで「補助制度など公的支援の活用」が27.7%、「営業」が24.9%と続いている。

■図表 2-36 経営課題の解決や改善のために受けたいアドバイス分野



- 【その他】
- ・ IT システム (2)
 - ・ 技術向上のスキル
 - ・ 行政の取り組み改善
 - ・ クレーマー対策
 - ・ 契約の問題点
 - ・ 出店場所
 - ・ 人材定着に向けた育成方法 (3)
 - ・ 同業種の事例

資料：杉並区事業所実態調査 問 14

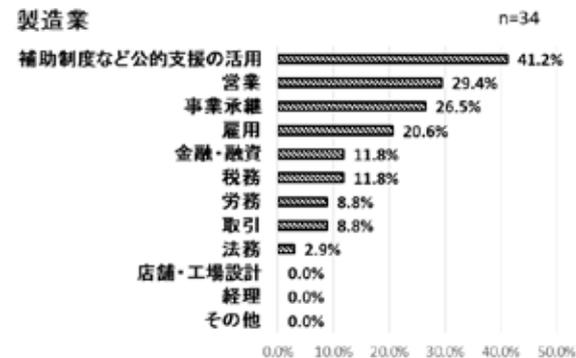
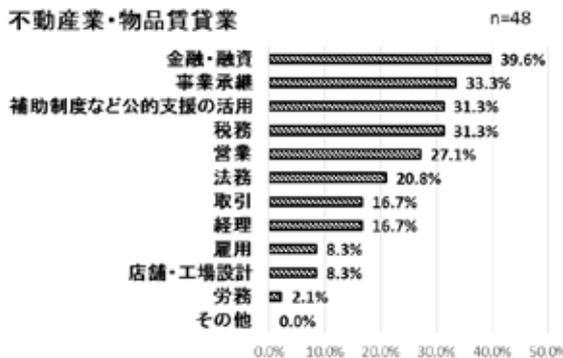
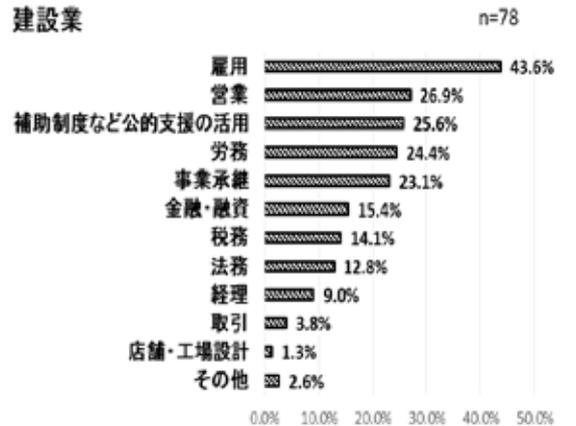
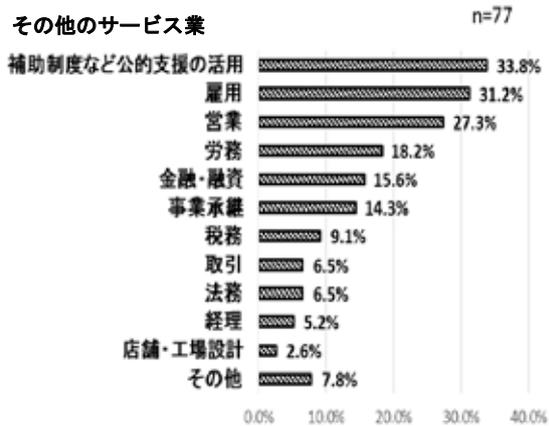
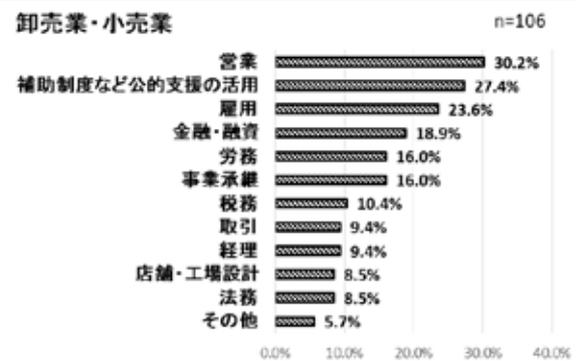
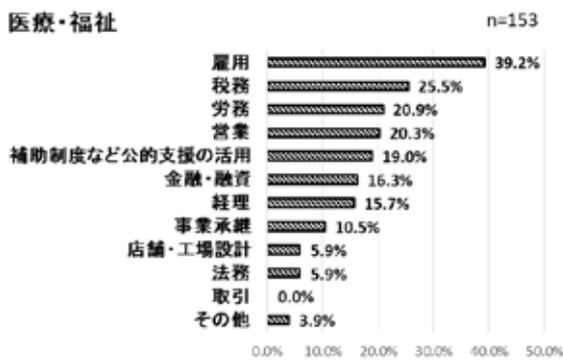
○受けたいアドバイスは業種により異なる

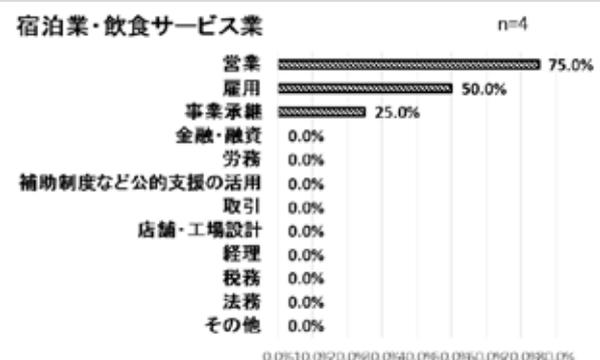
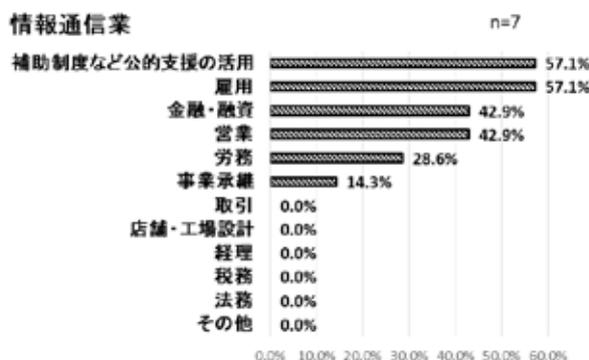
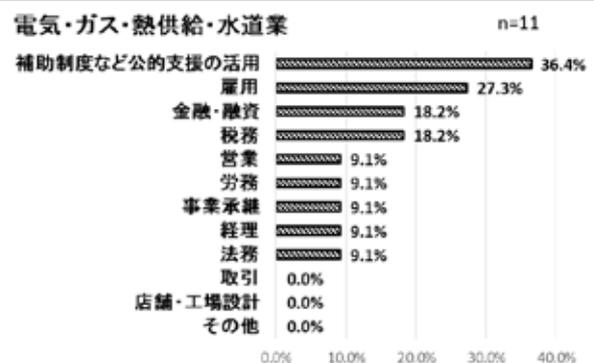
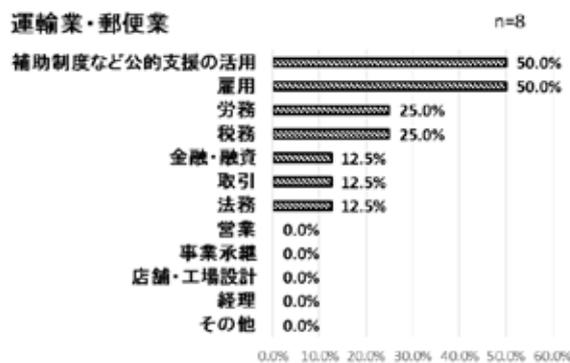
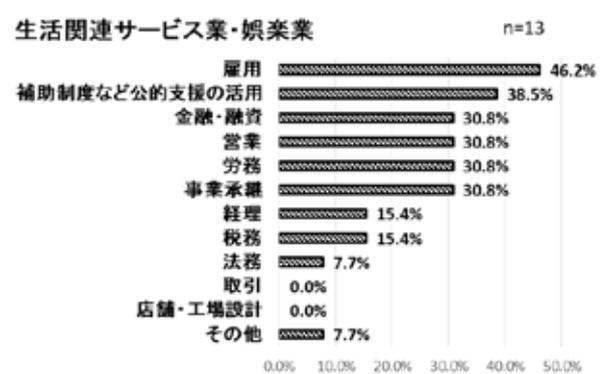
・「受けたいアドバイス」について、回答数の多い上位 6 業種別に最も回答が多かった内容を見ると、「医療・福祉」は「雇用」が 39.2%、「卸売業・小売業」は「営業」が 30.2%、「その他のサービス業」は「補助制度など公的支援の活用」が 33.8%、「建設業」は「雇用」が 43.6%、「不動産業・物品賃貸業」は「金融・融資」が 39.6%、「製造業」は「補助制度など公的支援の活用」が 41.2%となっている。

注)「教育・学習支援業」は回答数が 1 のため、分析対象としなかった。

■図表 2-37 経営課題の解決や改善のために受けたいアドバイス分野（業種別）

MA





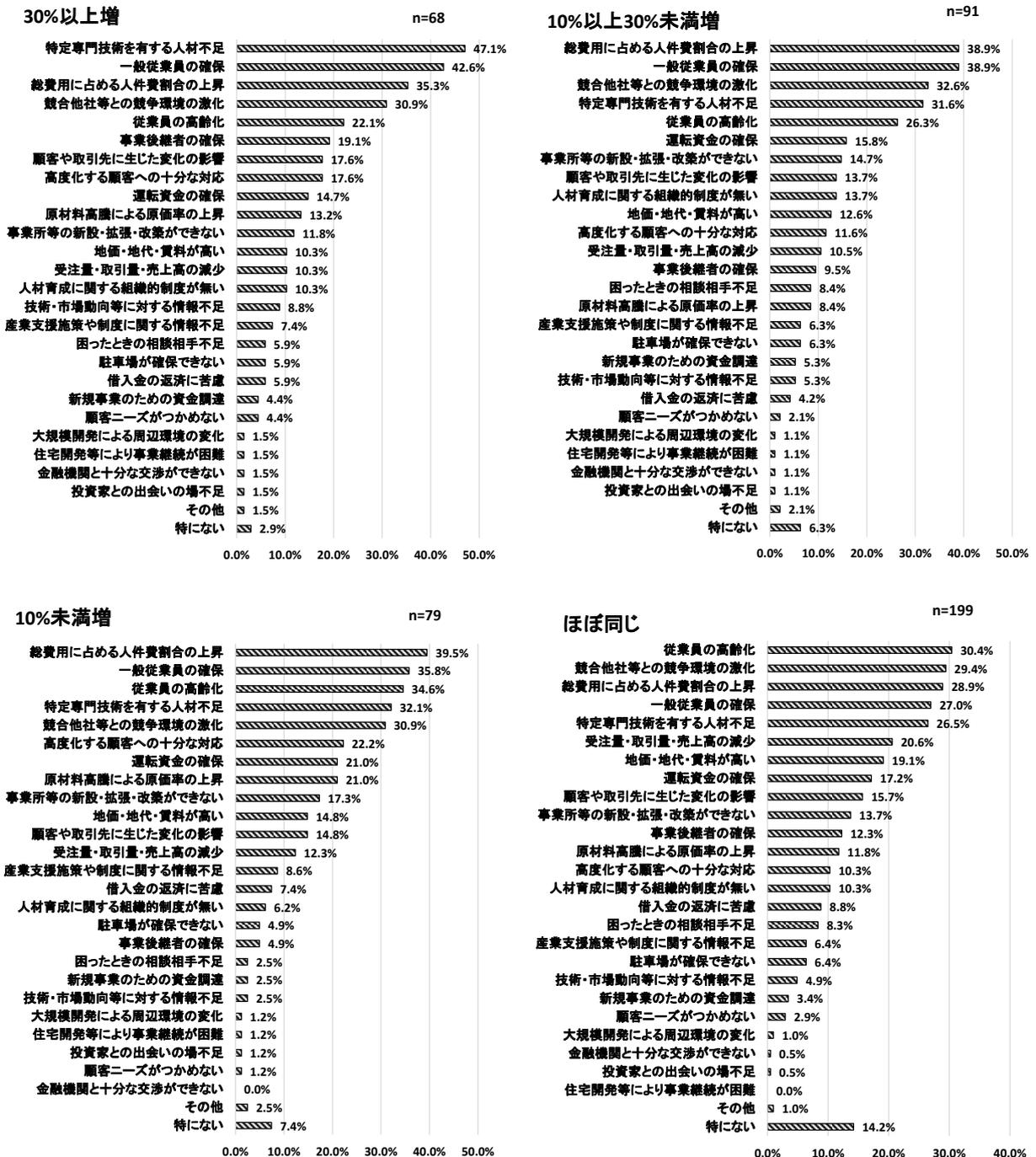
資料：杉並区事業所実態調査 問2・問14

〇5年前と比較して売上が変化した状況により経営課題は異なっている

- ・5年前と比べて売上が増加した事業所の経営課題は「特定専門技術を有する人材不足」、「一般従業員の確保」、「従業員の高齢化」、「総費用に占める人件費割合の上昇」、「競合他社などの競争環境の激化」の割合が高い。
- ・一方、売上が減少した事業所の経営課題は「受注量・取引量・売上の減少」の割合が高い。

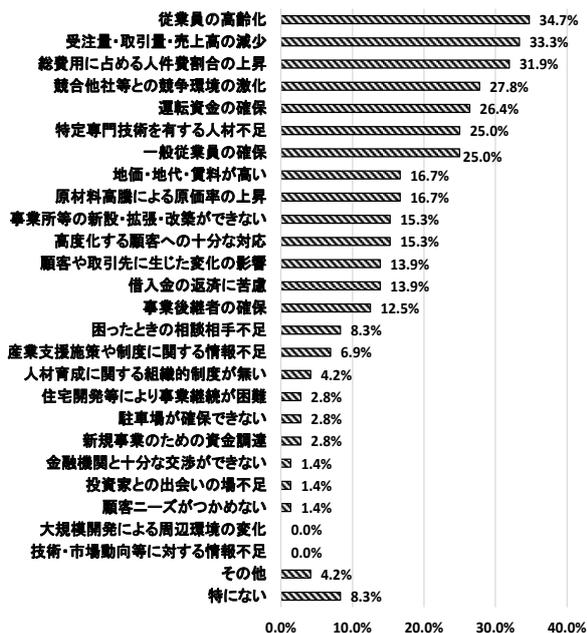
■図表 2-38 経営上抱えている課題（5年前との売上高の比較別）

MA



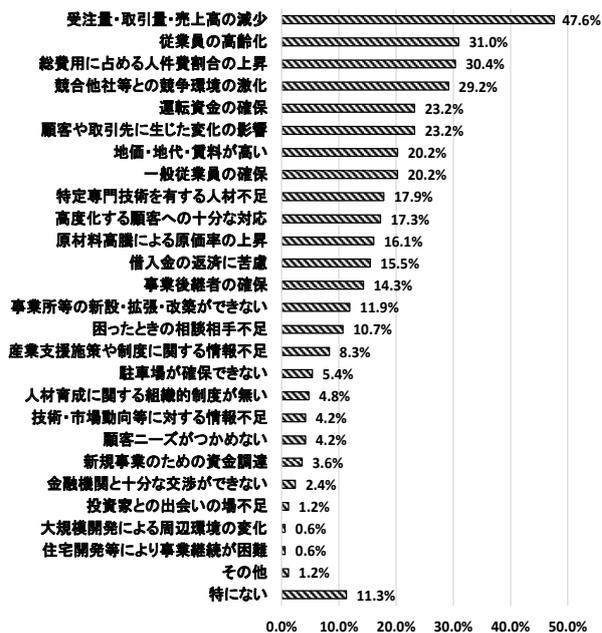
10%未満減

n=69



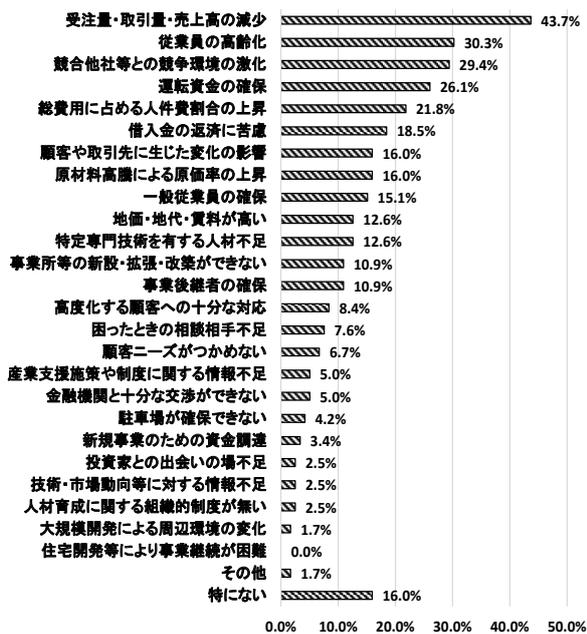
10%以上30%未満減

n=164



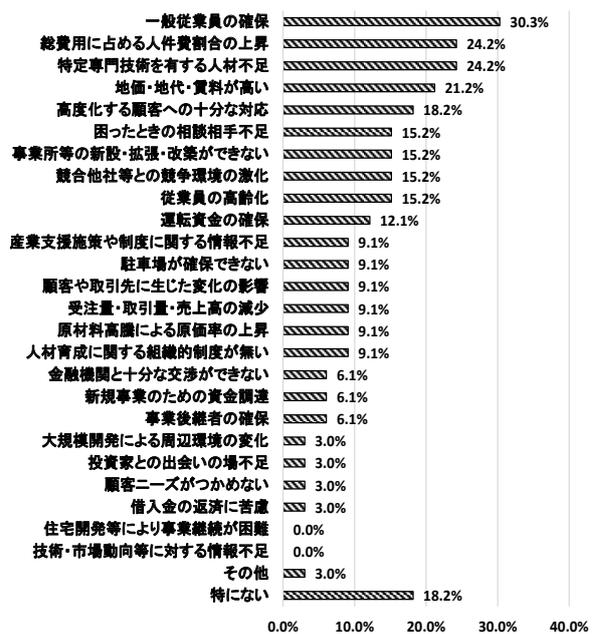
30%以上減

n=114



わからない

n=30



資料：杉並区事業所実態調査 問5・問13

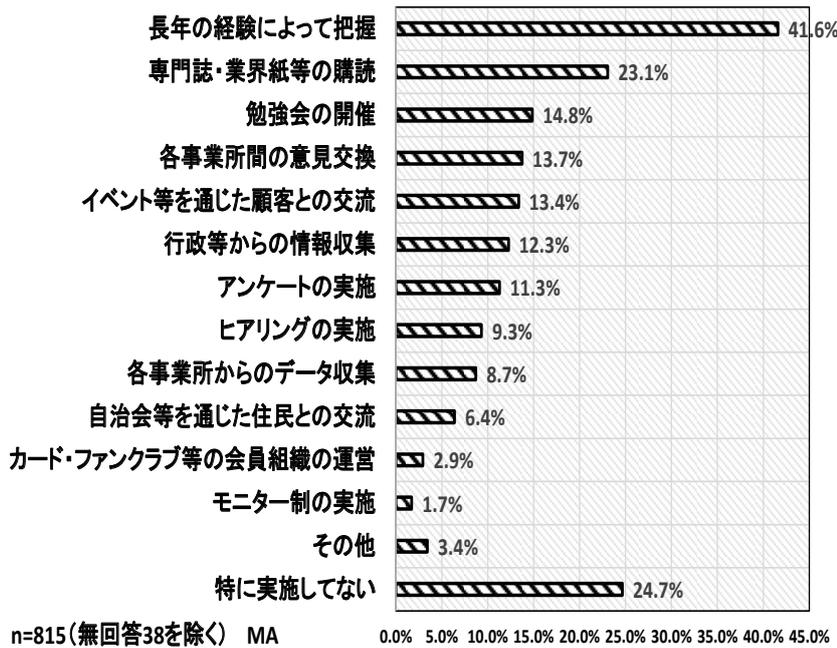
(4) 市場に関する現状と課題

1) 顧客ニーズの把握

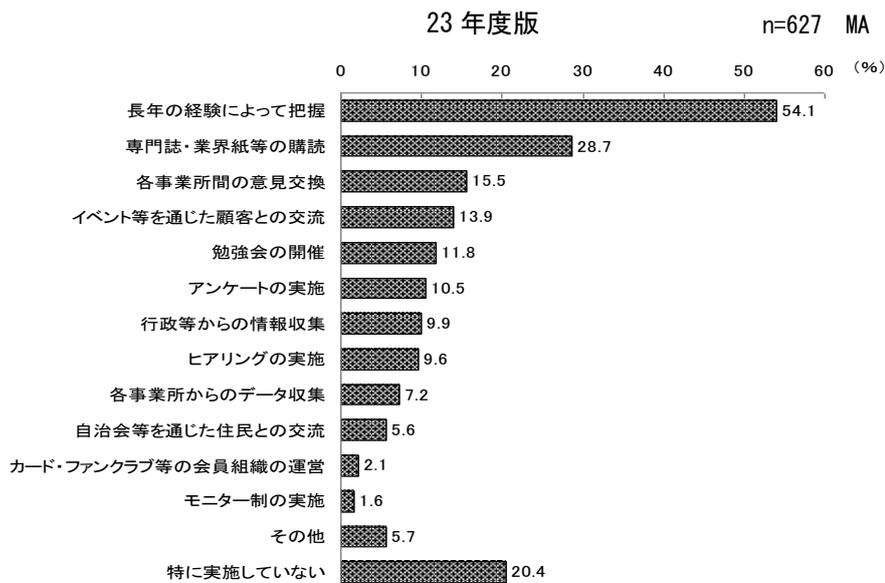
○顧客ニーズの把握方法は平成 23 年度調査時とほとんど変わっていない

- ・顧客ニーズの把握方法は「長年の経験によって把握」が平成 23 年度調査の 54.1%より 12.5 ポイント減少し 41.6%である。次いで、平成 23 年度調査と同じ「専門誌・業界紙等の購読」が続く。

■図表 2-39 顧客ニーズの把握方法



- 【その他】
- ・お客様の声の収集 (5)
 - ・会員間でニーズを共有
 - ・加盟団体からの情報提供 (2)
 - ・業界団体内交流
 - ・顧客とのつき合い
 - ・サンプルの作成
 - ・セミナーに参加 (4)
 - ・第三者評価
 - ・常に自分の頭で考える
 - ・定期的な連絡・訪問 (2)
 - ・同業者との情報交換 (2)
 - ・ネット検索
 - ・モーションスタディ



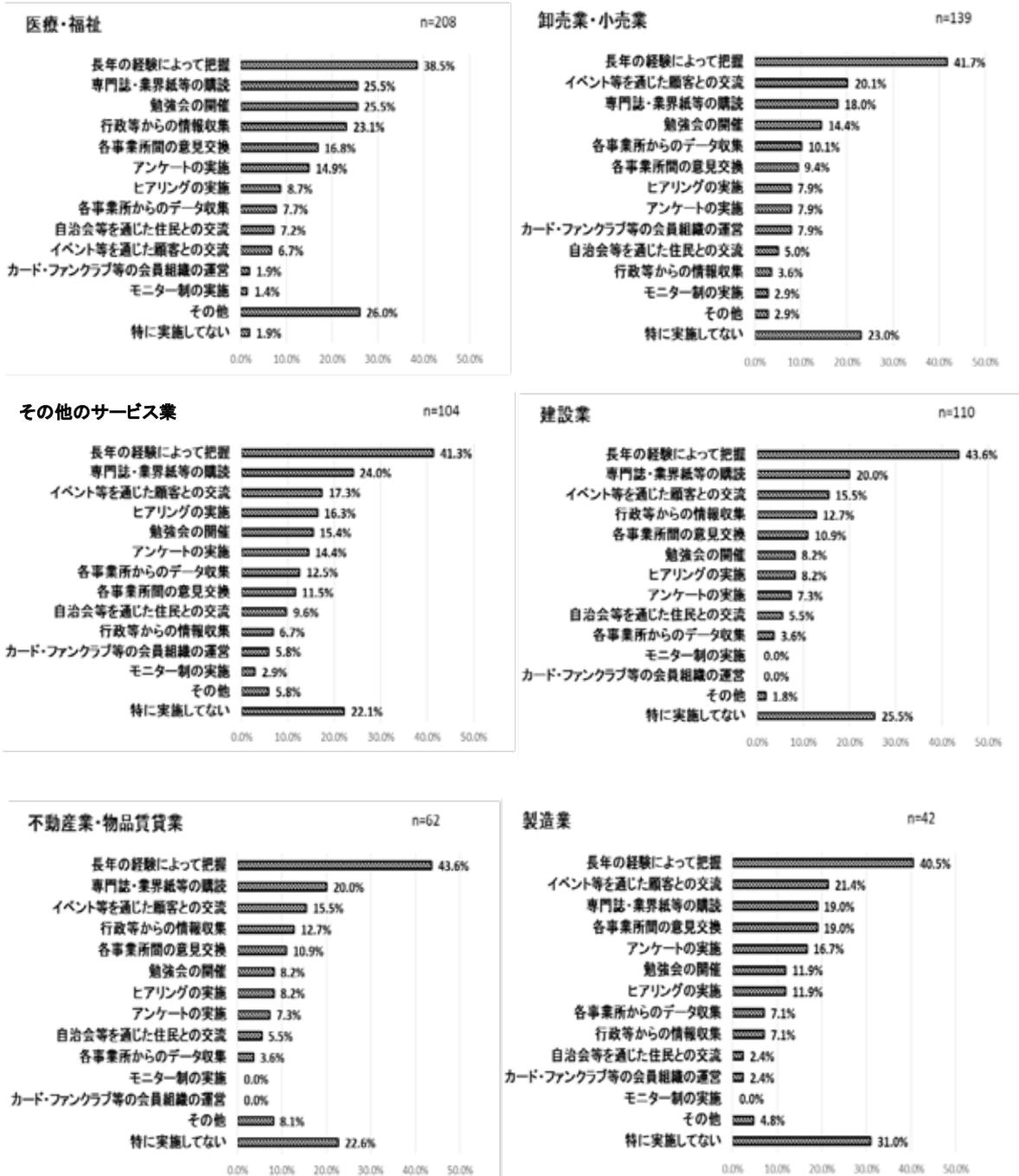
資料：杉並区事業所実態調査 問 15

○顧客ニーズの把握方法は「長年の経験によって把握」、「専門誌・業界紙等の購読」が共通して多い
 ・業種別の顧客ニーズの把握方法をみると、「運送業・郵便業」、「宿泊業・飲食サービス業」は「専門誌・業界紙等の購読」が最も多く、それ以外の業種は「長年の経験によって把握」が最も多いが、この二つの方法は全業種に共通して多い。

注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

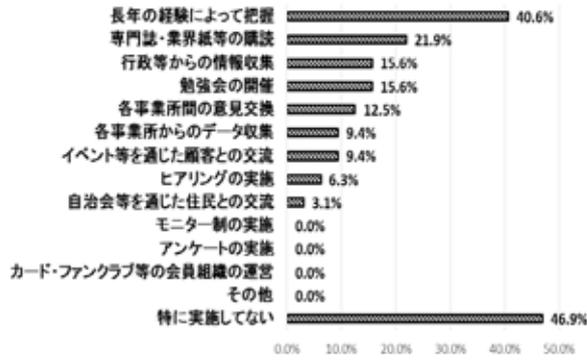
■図表 2-40 顧客ニーズの把握方法（業種別）

MA



学術研究・専門技術サービス業

n=32



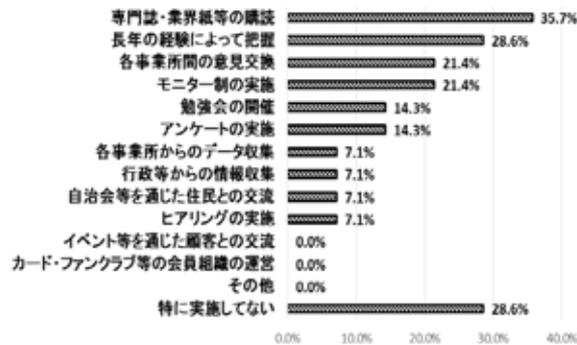
生活関連サービス業・娯楽業

n=20



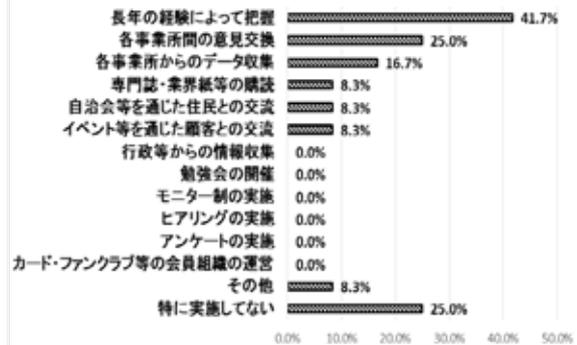
運輸業・郵便業

n=14



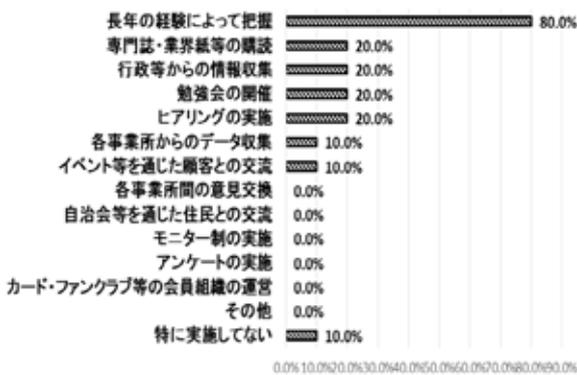
電気・ガス・熱供給・水道業

n=12



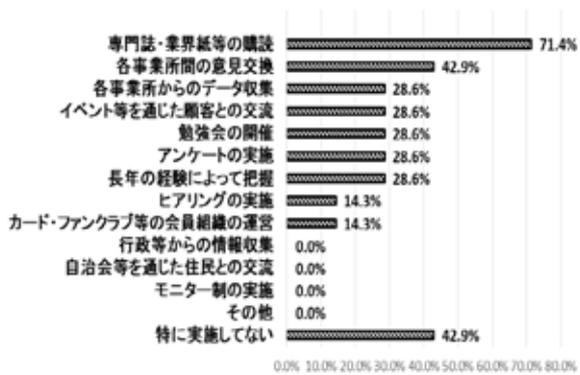
情報通信業

n=10



宿泊業・飲食サービス業

n=7

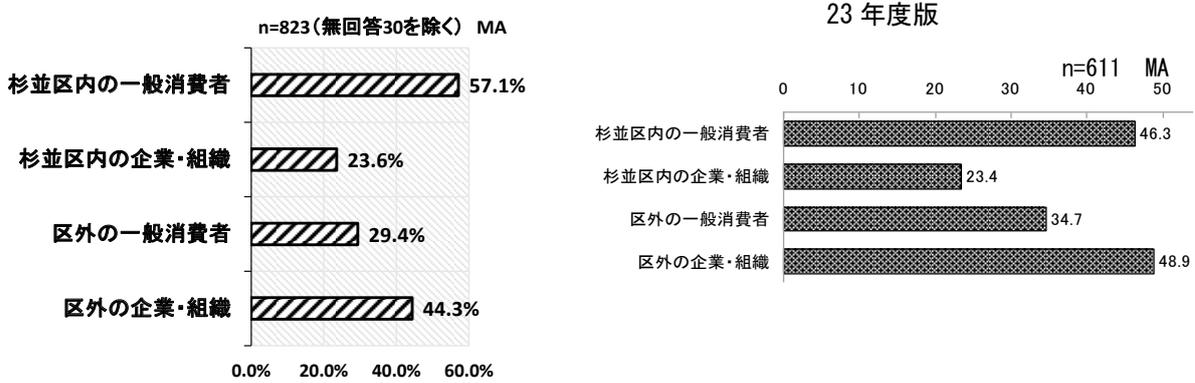


資料：杉並区事業所実態調査 問2・問15

○主な顧客は「杉並区内の一般消費者」が最も多く、次いで「区外の企業・組織」が多い

- ・「杉並区内の一般消費者」が主な顧客と答えた事業者の割合は57.1%であり、平成23年度調査と比べて10.8ポイント増加した。一方、「区外の一般消費者」、「区外の企業・組織」を主な顧客とする事業所の割合はそれぞれ減少している。

■図表 2-41 主な顧客



資料：杉並区事業所実態調査 問 16

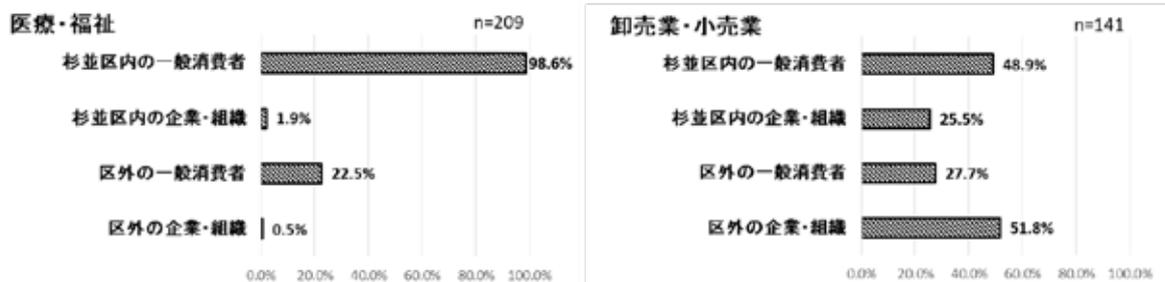
○「医療・福祉」の主な顧客は区内の一般消費者であるが、業種により、主な顧客が異なる

- ・主な顧客を「杉並区内の一般消費者」とする事業所の割合が高い業種は「医療・福祉」(98.6%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(85.0%)、「不動産業・物品賃貸業」(75.0%)、「宿泊業・飲食サービス業」(57.1%)である。
- ・「区外の企業・組織」を主な顧客とする事業所の割合が多い業種は、「製造業」(88.1%)、「学術研究・専門技術サービス業」(76.5%)、「情報通信業」(72.7%)、「建設業」(71.0%)などである。

注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

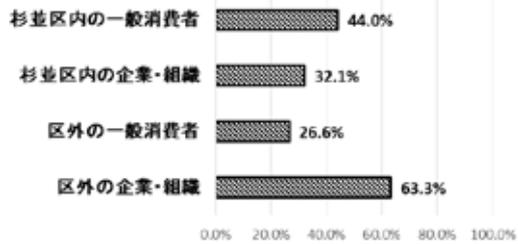
■図表 2-42 主な顧客（業種別）

MA



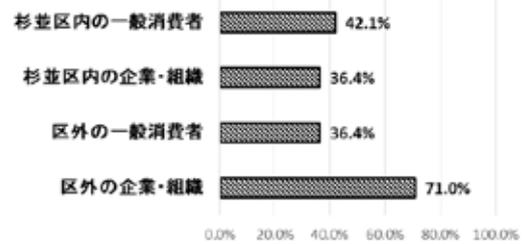
その他のサービス業

n=109



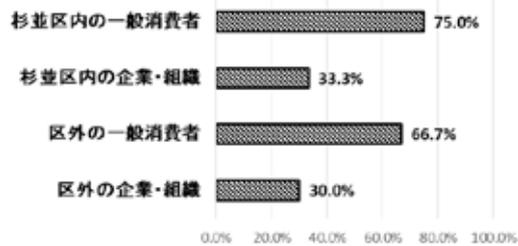
建設業

n=107



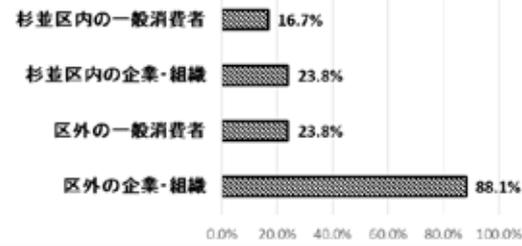
不動産業・物品賃貸業

n=60



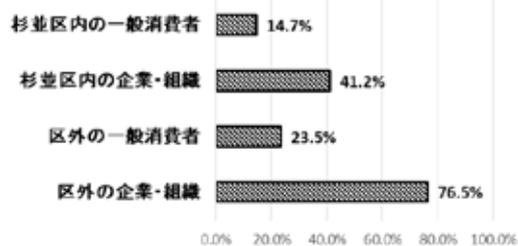
製造業

n=42



学術研究・専門技術サービス業

n=34



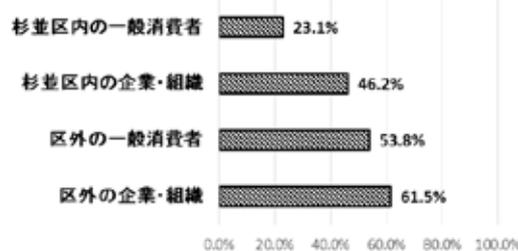
生活関連サービス業・娯楽業

n=20



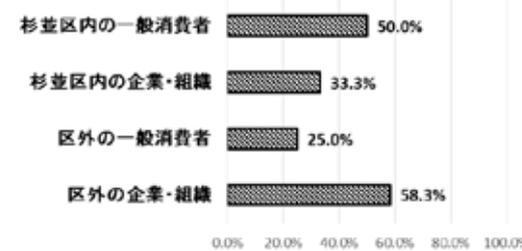
運輸業・郵便業

n=13



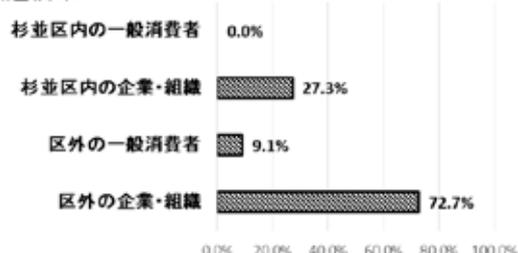
電気・ガス・熱供給・水道業

n=12



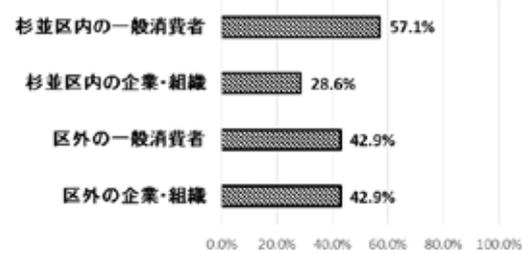
情報通信業

n=11



宿泊業・飲食サービス業

n=7



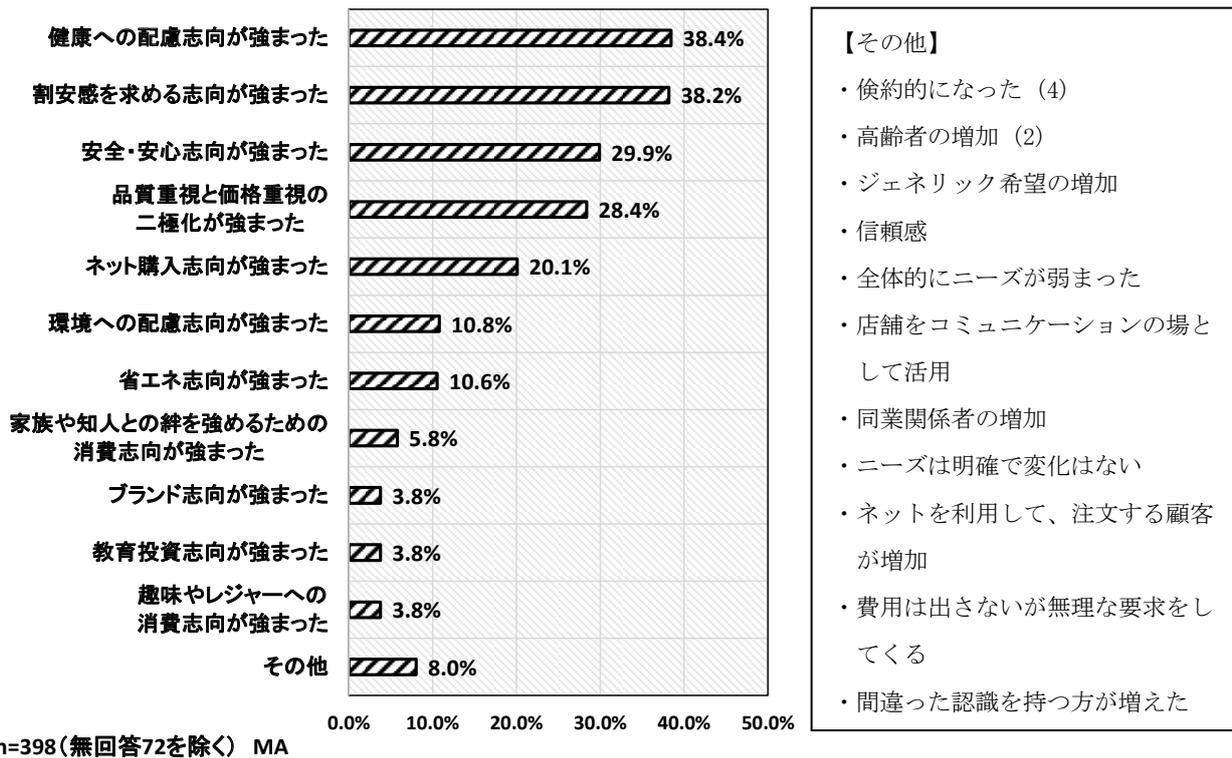
資料：杉並区事業所実態調査 問2・問16

2) 顧客ニーズへの対応

○杉並区内の一般消費者のニーズ変化について、健康への配慮志向、割安感を求める志向、安全・安心志向が強まり、品質重視と価格重視の二極化が強まったと認識する事業者の割合が高い

- ・「健康への配慮志向が強まった」と「割安感を求める志向が強まった」がともに約38%で多く、次いで「安全・安心志向が強まった」が29.9%、「品質重視と価格重視の二極化が強まった」が28.4%と続いている。

■図表 2-43 杉並区内の一般消費者のニーズの変化
(問16で「杉並区内の一般消費者」と回答した事業所)



資料：杉並区事業所実態調査 問16-1

○杉並区内の一般消費者ニーズの変化に対して安心、健康、安全等の取組を始めた事業者が多い

- ・「安心感を与える商品・サービスの開発」を行った事業者が28.3%で最も多く、次いで「健康に配慮する商品・サービスの開発」を行った事業者が21.3%である。
- ・一方、「特になし」と回答した事業者は40.1%あるため、杉並区内の一般消費者のニーズ変化に対して新たに取り組んだ事業所は約6割である。

■ 図表 2-44 杉並区内の一般消費者のニーズの変化に対して、新たに取り組んだこと



n=399(無回答71を除く) MA

資料：杉並区事業所実態調査 問 16-2

【今回の事業者ヒアリング調査により聴取した「顧客ニーズの把握方法」の主なもの】

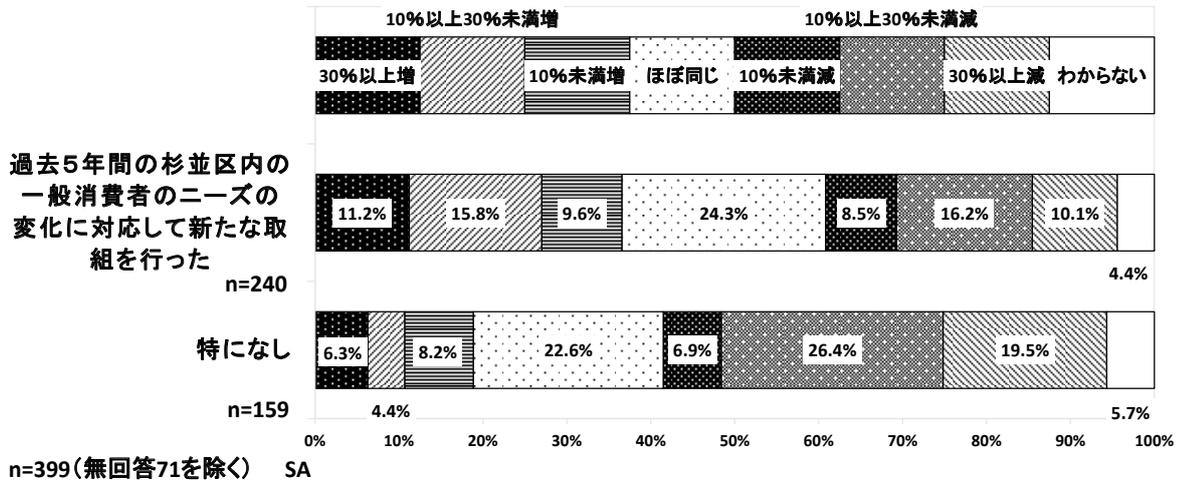
- ・取引先の要望やネットでの情報収集により把握（「情報通信業」「医療・福祉」）
- ・顧客との対話を深めて、ニーズや要望を聞き出す（「建設業」「不動産業・物品賃貸業」「医療・福祉」）
- ・セミナーや展示会等のイベントを通じて把握（「その他のサービス業」）
- ・商工会議所・産業団体等との交流を通じた情報収集（「その他のサービス業」）
- ・高齢者のニーズは、高齢者から十分に話を聞くことにより把握（「建設業」）
- ・顧客の様々な要望に可能な限り対応し、その中で重視すべきニーズを探る（「建設業」）
- ・需要先に対するコンサルティングサービスを行い、その過程でニーズを探る（「製造業」「その他のサービス業」）
- ・市場ニーズを分析する機器を導入し、技術の向上に努めている（「その他のサービス業」）
- ・提供する料理の食べ方を観察して、顧客の味覚ニーズや好き嫌いを把握する（「宿泊業・飲食サービス業」）

資料：杉並区事業所ヒアリング調査

○顧客ニーズの変化を把握して対応した事業所は、売上高が増加した割合が高い

- ・顧客ニーズの変化に対する新たな取組を行なった事業所の 36.6%は、5年前と比べて売上高が増加したが、取組を行なわなかった事業所で売上高が増加したのは 18.9%であった。

■図表 2-45 5年前との売上高の比較（「杉並区内の一般消費者のニーズの変化に対して新たに取り組んだ事業所」別）



資料：杉並区事業所実態調査 問5・問16-2

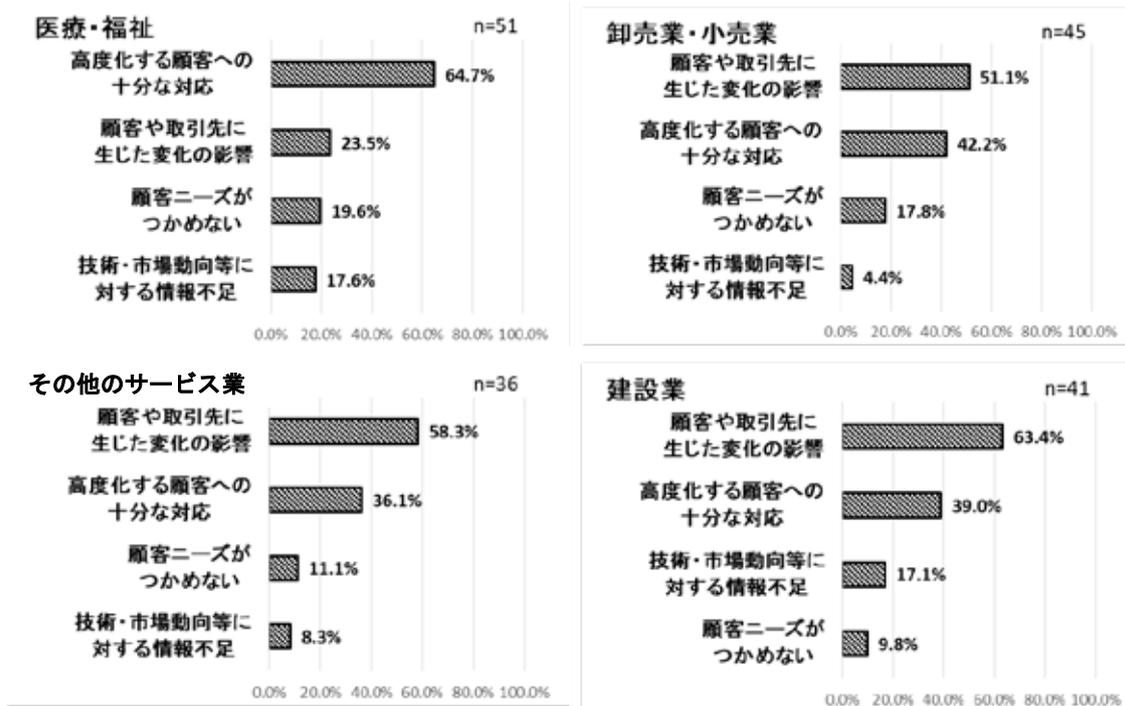
3) 需要の変化に対する経営課題

○需要の変化に対する主要な経営課題は「医療・福祉」と他の業種で異なる

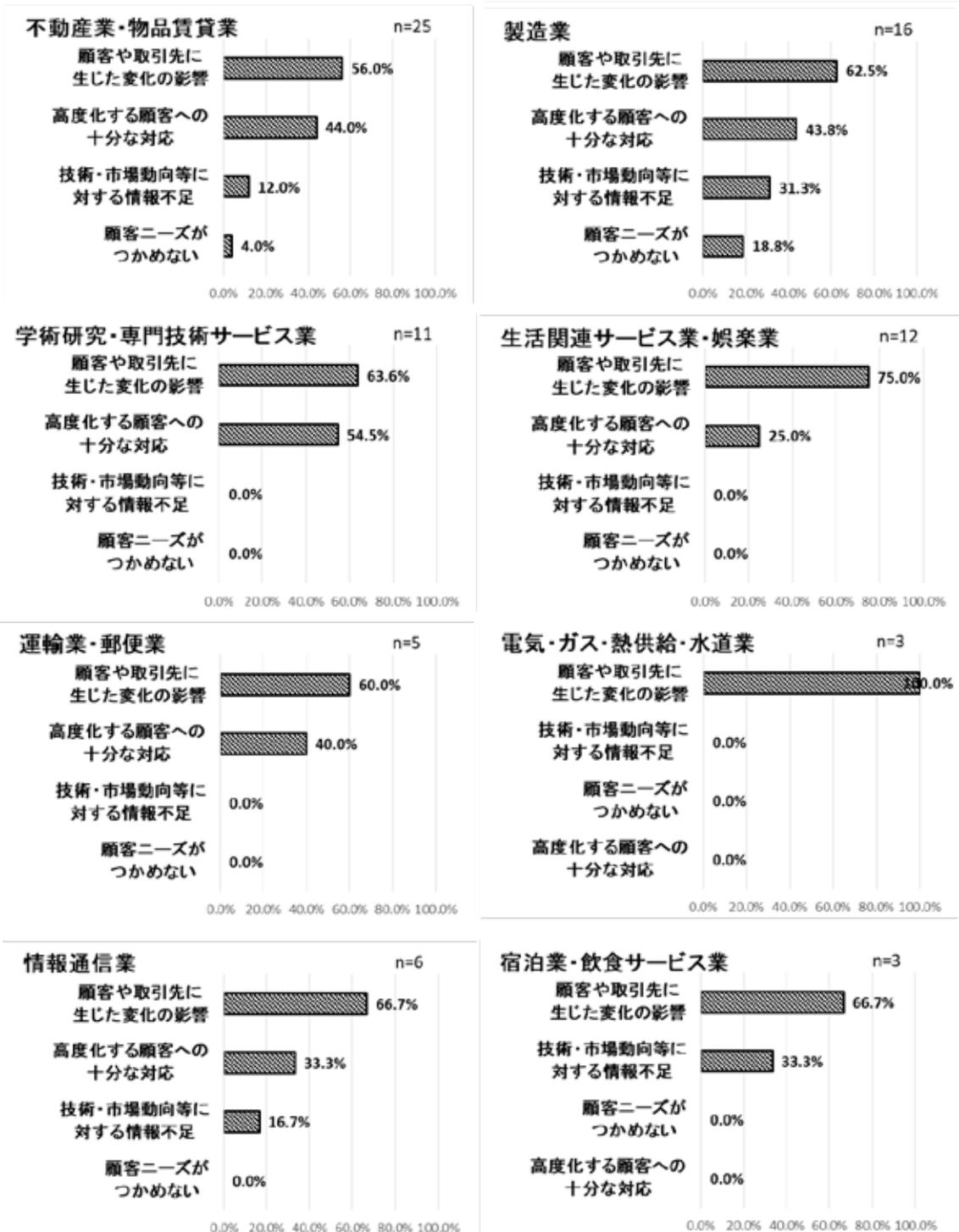
- ・需要の変化に対する経営課題では、「医療・福祉」は「高度化する顧客への十分な対応」が64.7%で最も多いが、それ以外の業種は「顧客や取引先に生じた変化の影響」が50%以上で最も多く、次が「高度化する顧客への十分な対応」となっている。
- ・製造業は「技術・市場動向等に対する情報不足」を経営課題に挙げる事業所も多い。

注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-46 経営上抱えている課題【需要変化】(業種別)



MA



資料：杉並区事業所実態調査 問2・問13

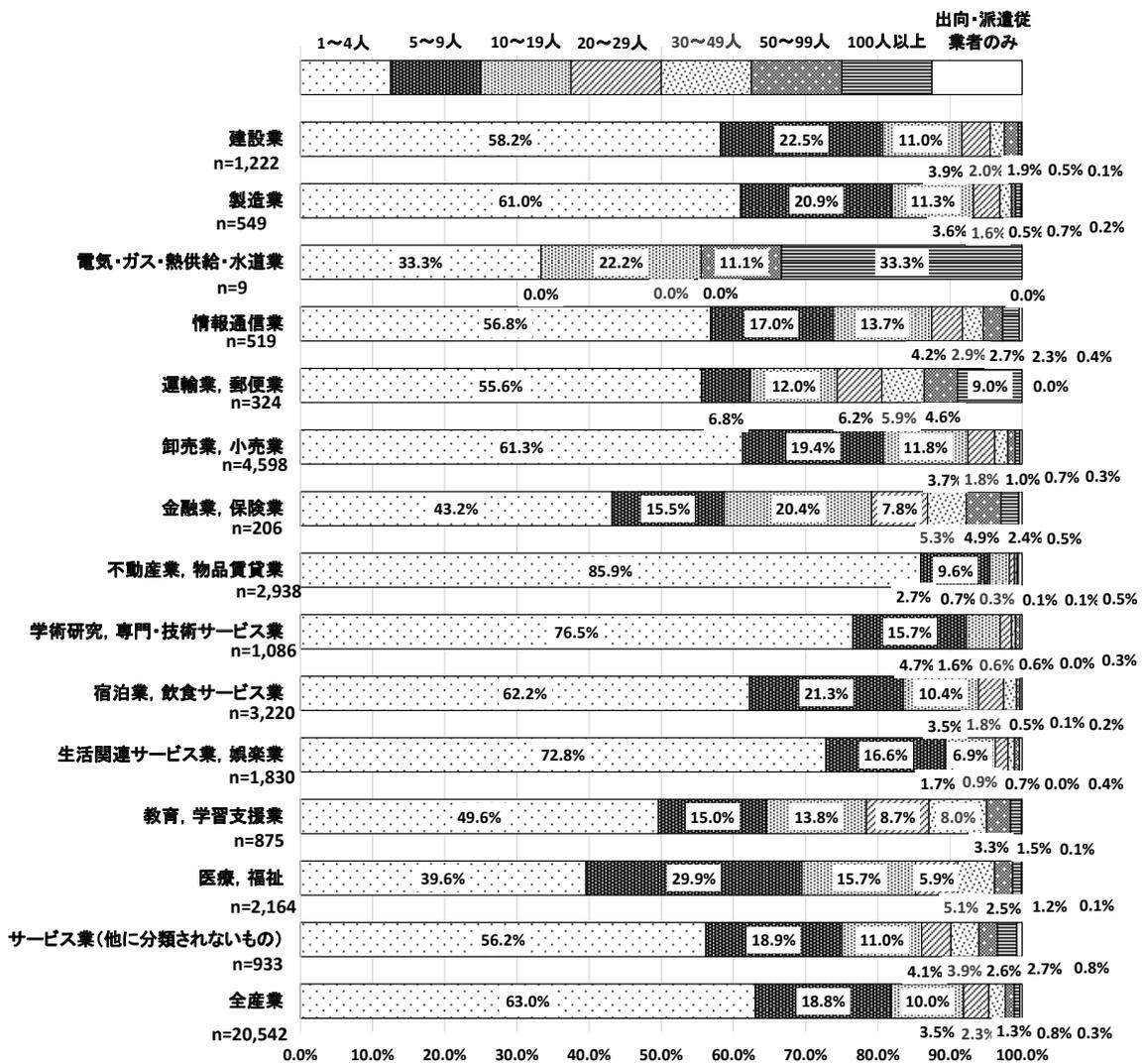
(5) 事業所の人材に関する現状と課題

1) 事業所の雇用状況

○区内の事業所は、従業者数10人未満の事業所が8割を超え、小規模な事業所が多い

- ・杉並区の事業所数は、平成26年経済センサスによると20,542事業所、従業者数は、169,734人であり、1事業所当たり平均8.26人である。従業者1~4人の事業所が63.0%、5~9人が18.8%で、10人未満の事業所が81.8%と小規模な事業所が多い。
- ・業種別にみると、4人以下の事業所が多いのは、「不動産業、物品賃貸業」(85.9%)、「学術研究、専門・技術サービス業」(76.5%)であり、一方、10人以上の事業所は、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「金融業、保険業」、「運輸業、郵便業」で多い。

■図表 2-47 従業者規模別の事業所数の割合（業種別）



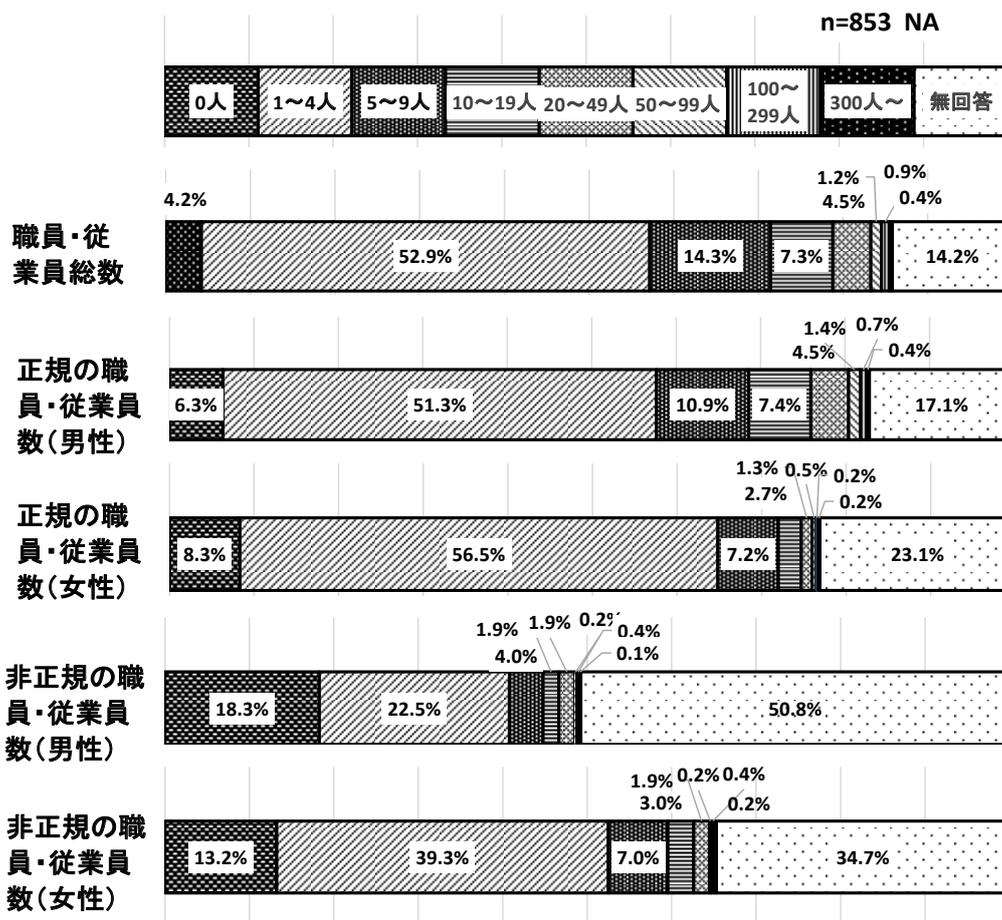
※業種別では農林漁業、複合サービス事業を除く

出典：平成26年経済センサス 第8表

○従業員総数で最も多いのは1～4人雇用の事業所である

- ・事業所で雇用する人数は、正規非正規別、男女別とも、無回答を除き1～4人の層の回答割合が最も多かった。この層では「正規の職員・従業員数」においては、男性が51.3%、女性が56.5%とその差は大きくはないが、「非正規の職員・従業員数」においては、女性（39.3%）が男性（22.5%）を大きく上回っている。

■図表 2-48 従業員数

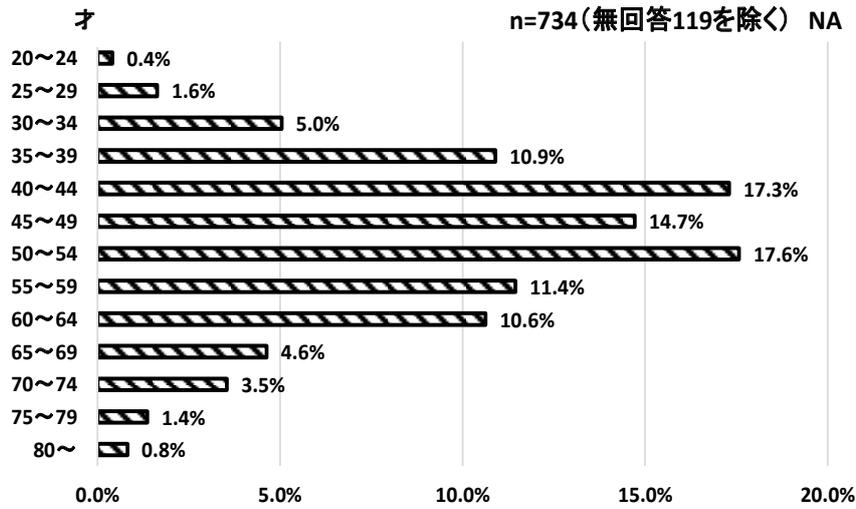


資料：杉並区事業所実態調査 問 20

○従業員の平均年齢は、40才から54才の年齢層の事業所割合が多い

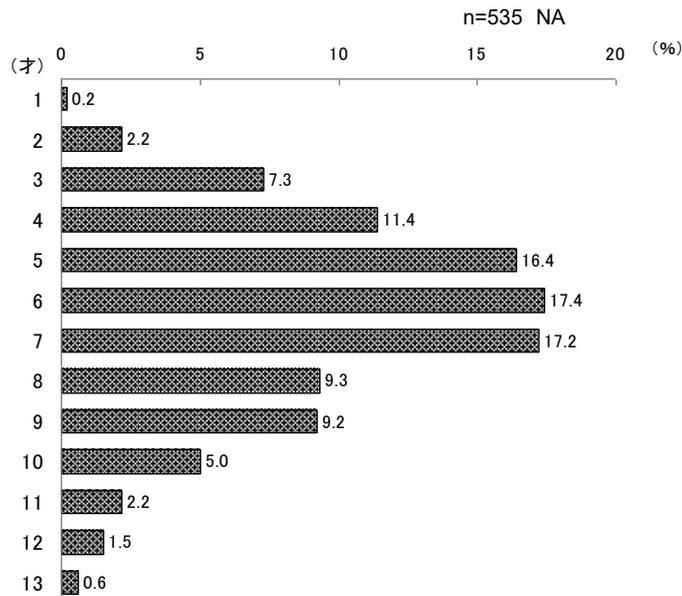
- ・従業員の平均年齢を、平成23年度調査と比べると、5才ごとの年齢区分で見ると、45～49才は減少し、40～44才、45～49才、50～54才の年齢層合計が49.6%と、前回調査の51.0%と同様に半数近くを占めている。

■図表 2-49 従業員の平均年齢



資料：杉並区事業所実態調査 問 20

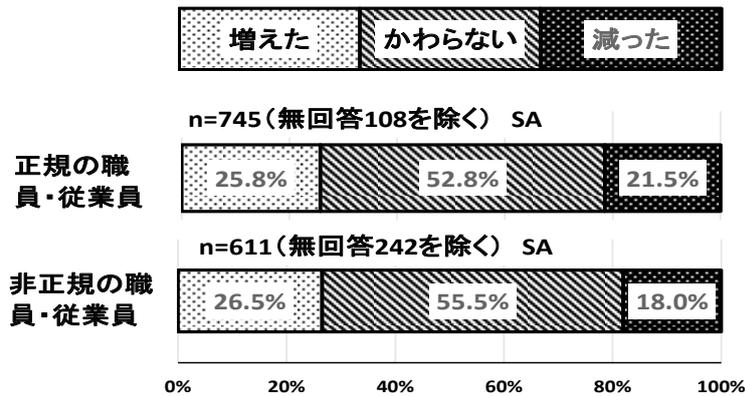
23 年度版



○正規も非正規も従業員数が過去 5 年間で「増えた」事業所の割合は増加

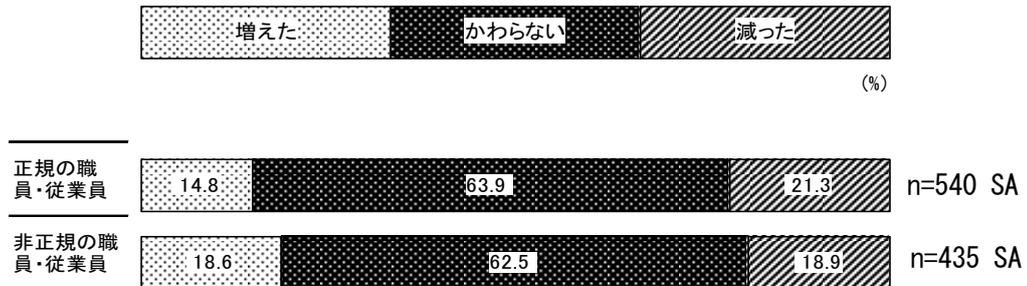
- ・平成 23 年度調査に比べると、従業員数が増えた事業所の割合は、「正規の職員・従業員」は 14.8%から 25.8%へ 11.0 ポイント、「非正規の職員・従業員」は 18.6%から 26.5%へ 7.9 ポイント、いずれも増加している。
- ・かわらない事業所の割合が「正規の職員・従業員」は、63.9%から 52.8%へ 11.1 ポイント、「非正規の職員・従業員」は 62.5%から 55.5%へ 7.0 ポイント減少しているが、減った事業所の割合にはあまり変化がみられない。

■図表 2-50 過去 5 年間（平成 24 年 4 月 1 日から平成 29 年 3 月 31 日まで）の従業員数の増減



資料：杉並区事業所実態調査 問 21

23 年度版（過去 3 年間の従業員数の増減）

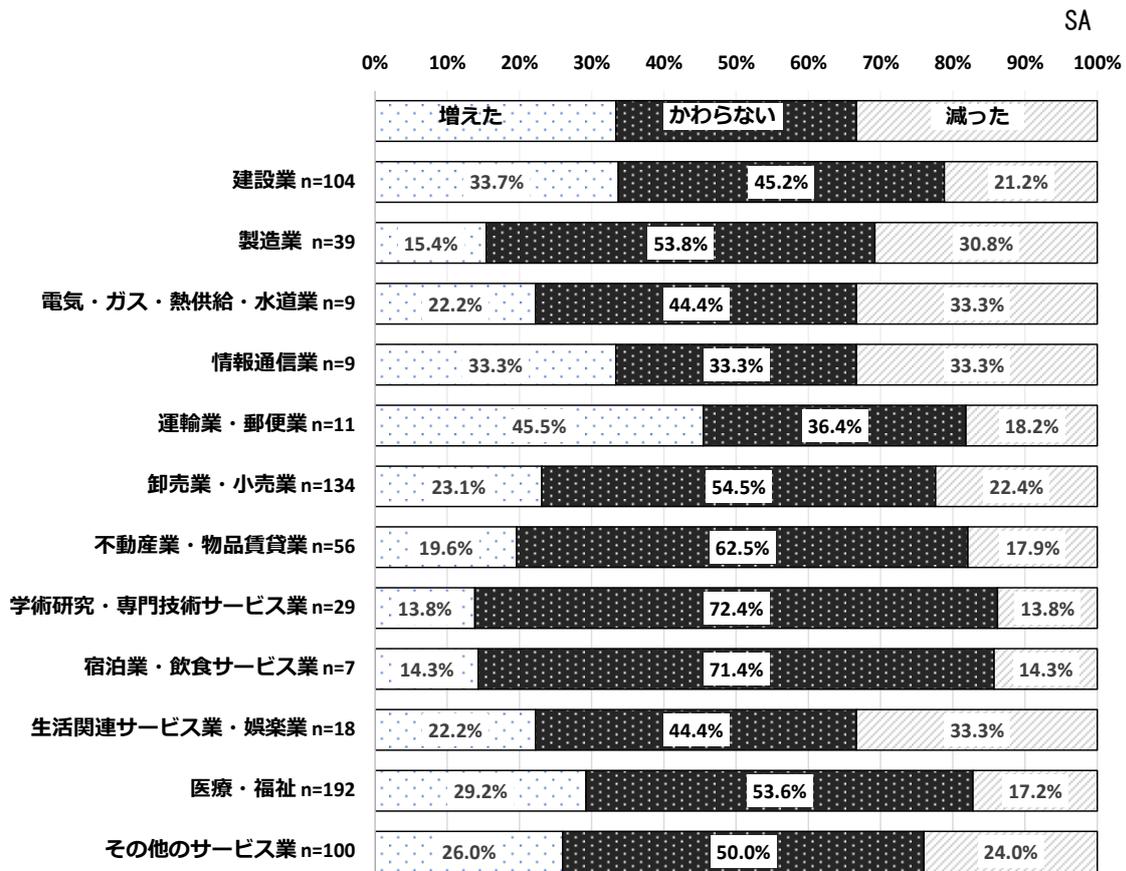


○業種別では、正規従業員数が増えたと答えた割合が 3 割を超えた事業所は「運輸業・郵便業」、「建設業」、「情報通信業」

- ・業種別の過去 5 年間で正規従業員数が増えた事業所は、「運輸業・郵便業」(45.5%)、「建設業」(33.7%)、「情報通信業」(33.3%) が 3 割を超えており、「医療・福祉」(29.2%) もほぼ 3 割となっている。
- ・減った事業所では、「生活関連サービス業・娯楽業」(33.3%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(33.3%)、「情報通信業」(33.3%)、「製造業」(30.8%) が 3 割を超えている。
- ・かわらない事業所では、「学術研究・専門技術サービス業」(72.4%)、「宿泊業・飲食サービス業」(71.4%)「不動産業・物品賃貸業」(62.5%) が 6 割を超えている。

注)「教育・学習支援業」は回答数が 1 のため、分析対象としなかった。

■図表 2-51 過去5年間の正規従業員数の増減（業種別）



資料：杉並区事業所実態調査 問2・問21

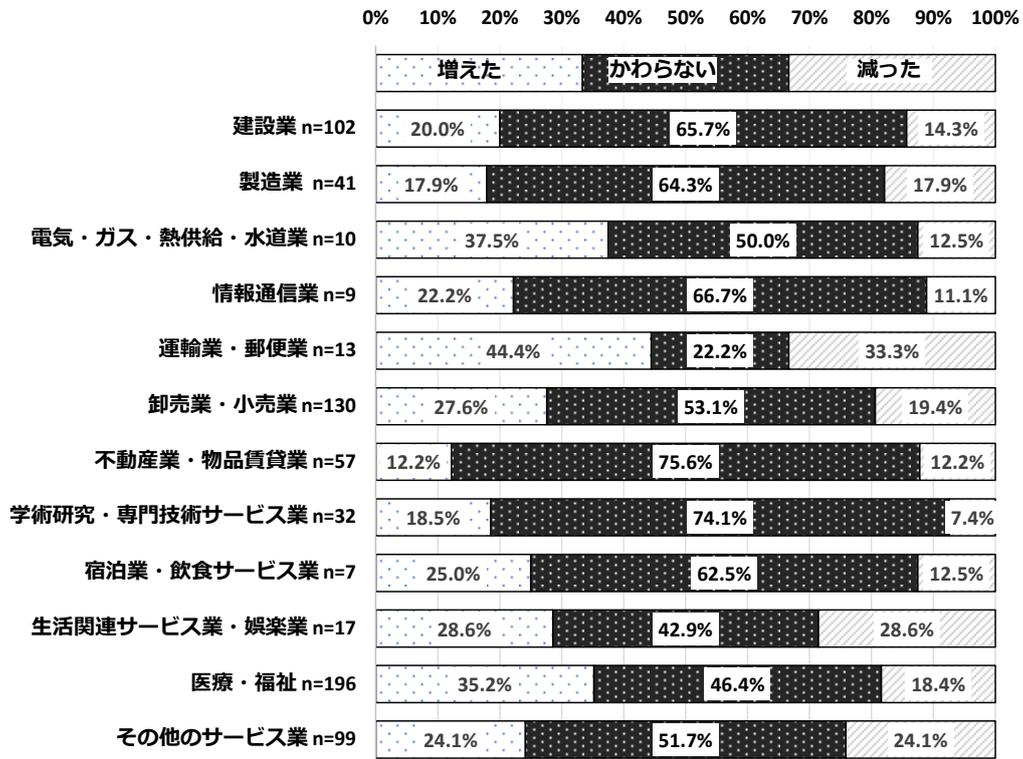
○業種別の非正規従業員数では、増えたと答えた割合が3割を超えた事業所は「運輸業・郵便業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「医療・福祉」

- ・業種別の過去5年間の非正規従業員数では、「運輸業・郵便業」(44.4%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(37.5%)、「医療・福祉」(35.2%)で3割以上増え、「生活関連サービス業・娯楽業」(28.6%)、「卸売業・小売業」(27.6%)も3割近くある。
- ・「減った」と答えた割合が3割を超えた事業所は、「運輸業・郵便業」(33.3%)であるが、「生活関連サービス業・娯楽業」(28.6%)、「その他のサービス業」(24.1%)も2割以上の事業所で減っている。
- ・「かわらない」と答えた割合が7割を超えている事業所は、「不動産業・物品賃貸業」(75.6%)、「学術研究・専門技術サービス業」(74.1%)である。

注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■ 図表 2-52 過去 5 年間の非正規従業員数の増減（業種別）

SA

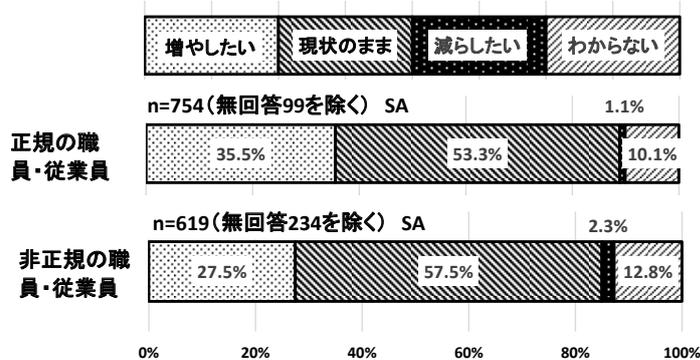


資料：杉並区事業所実態調査 問 2・問 21

2) 従業員の採用意向

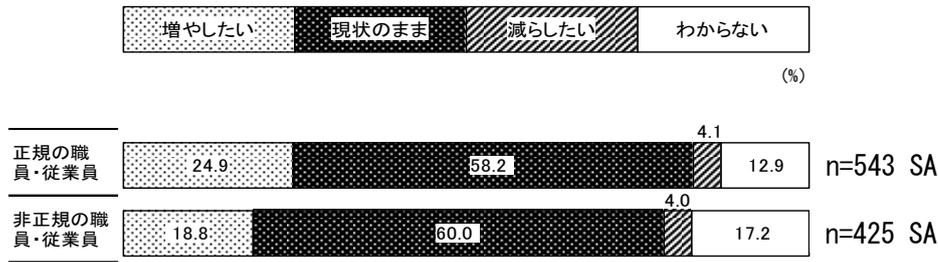
- 従業員の採用意向が強くなっており、特に正規の職員・従業員を増やしたい事業所の割合が増加
 - ・ 平成 23 年度調査に比べて、増やしたいとの回答が、「正規の職員・従業員」では 24.9%から 35.5%へ 10.6 ポイント、「非正規の職員・従業員」では 18.8%から 27.5%に 8.7 ポイント、ともに増加している。
 - ・ 減らしたいとの回答は、「正規の職員・従業員」で 1.1%、「非正規の職員・従業員」2.3%と低い割合で、平成 23 年度調査に比べてもさらに減少している。

■ 図表 2-53 今後の採用意向



資料：杉並区事業所実態調査 問 21

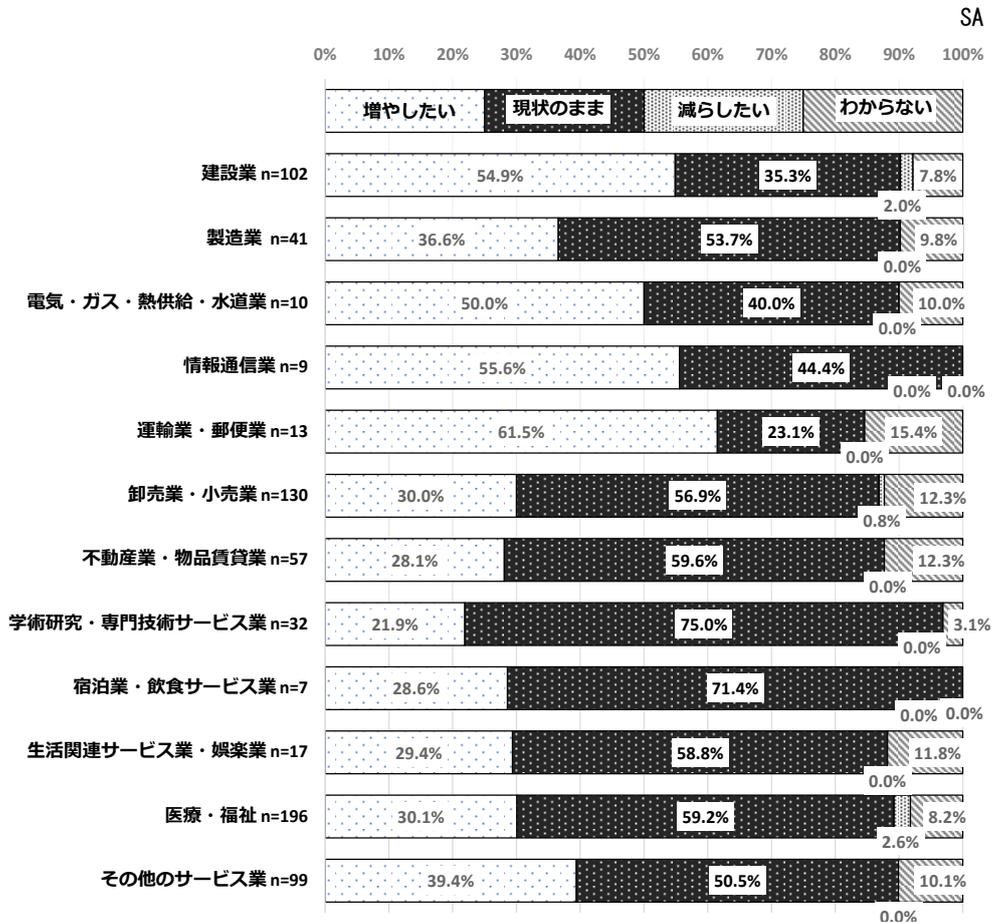
23 年度版



- 業種別の正規従業員の採用意向では、「運輸業・郵便業」をはじめ各業種で増やしたい意向が強まる
- ・業種別の正規従業員の採用意向は、多くの業種で平成 23 年度調査に比べて、増やしたい意向が強まった。「運輸業・郵便業」が 18.2%から 61.5%に 43.3 ポイント、「宿泊業・飲食サービス業」では 0%から 28.6%に 28.6 ポイント、「建設業」では 40.7%から 54.9%へ 14.2 ポイントと増加した割合が高い。
 - ・減らしたい意向の回答は全体的に少なく、「医療・福祉」(2.6%)、「建設業」(2.0%)、「卸売業・小売業」(0.8%)を除いて各業種で 0%である。

注)「教育・学習支援業」は回答数が 1 のため、分析対象としなかった。

■図表 2-54 正規従業員の今後の採用意向 (業種別)



資料：杉並区事業所実態調査 問 2・問 21

23 年度版

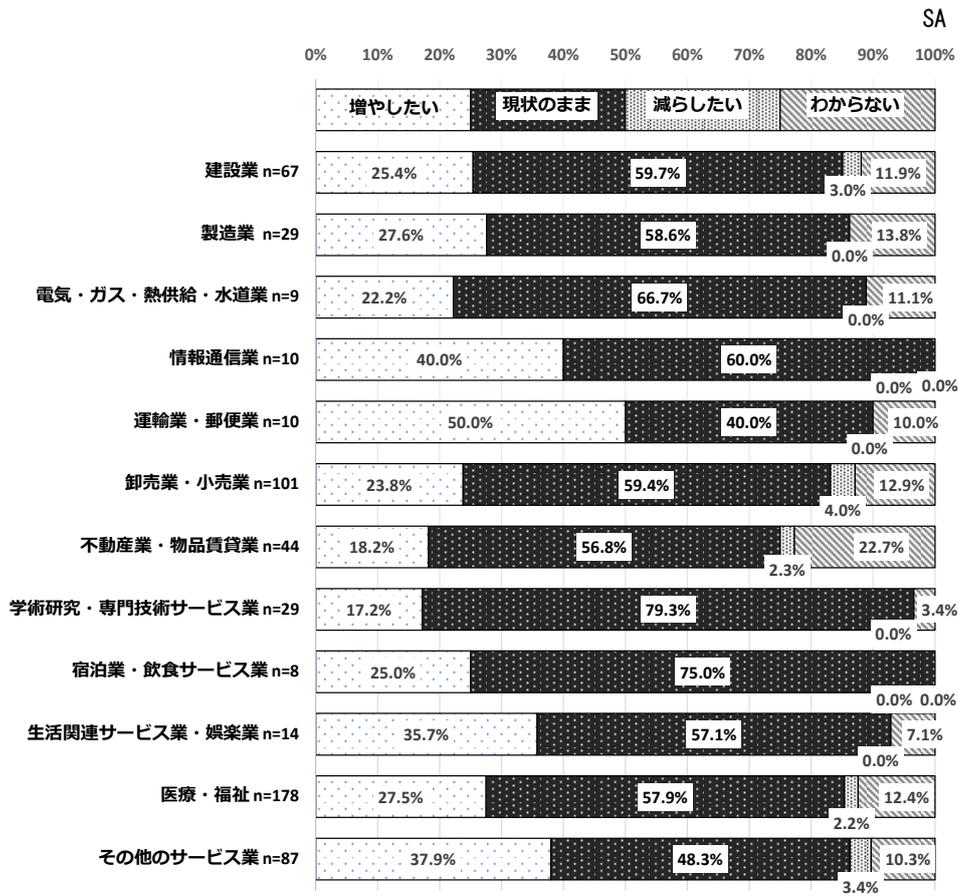


○業種別の非正規従業員では、「運輸業・郵便業」、「その他のサービス業」、「生活関連サービス業・娯楽業」の採用意欲が高まっている

- ・業種別の非正規従業員の採用意向に関しては、平成 23 年度調査に比べて、各業種とも増やしたい意向が強まっているが、特に「運輸業・郵便業」が 20.0%から 50.0%へ 30.0 ポイント、「生活関連サービス業・娯楽業」が 12.9%から 35.7%に 22.8 ポイント、「その他のサービス業」が 16.7%から 37.9%に、21.2 ポイントと増加率が高い。
- ・減らしたい意向の業種は少なく、「製造業」や「学術研究・専門技術サービス業」をはじめ、7 業種で 0%であった。

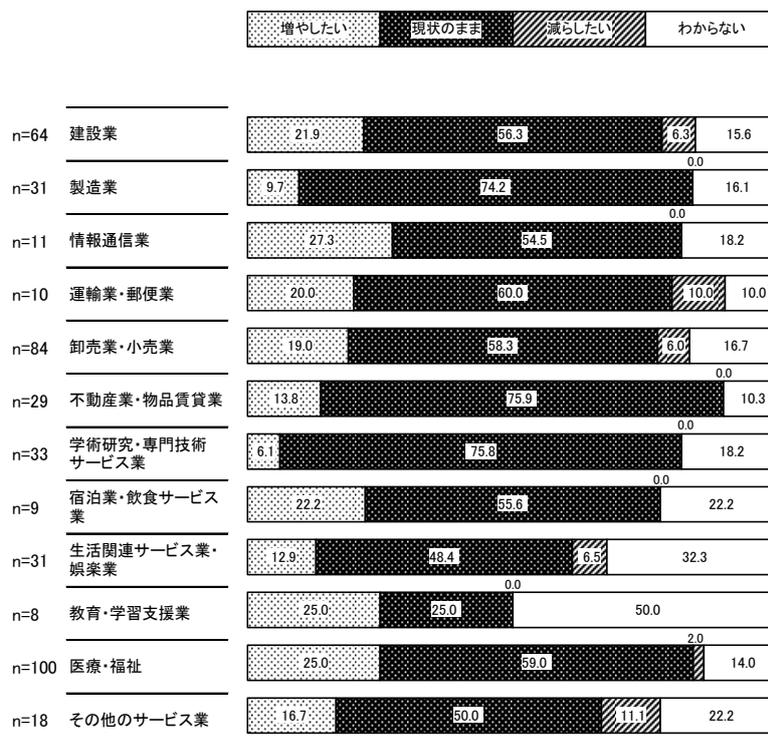
注)「教育・学習支援業」は回答数が 1 のため、分析対象としなかった。

■ 図表 2-55 非正規従業員の今後の採用意向（業種別）



資料：杉並区事業所実態調査 問2・問21

23 年度版

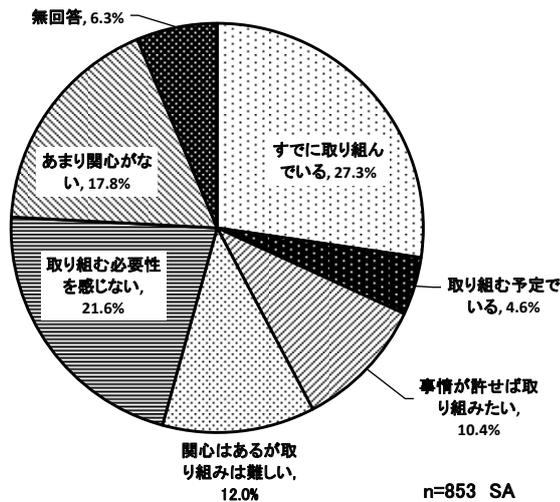


3) ワーク・ライフ・バランスについて

○ワーク・ライフ・バランスについて3割の事業所が取り組んでいるか取組予定である

- ・ワーク・ライフ・バランスの取組状況では、「すでに取り組んでいる」(27.3%)、「取り組む予定である」(4.6%)を合わせて、31.9%となっている。
- ・「事情が許せば取り組みたい」(10.4%)、「関心はあるが取り組みは難しい」(12.0%)事業所もあるが、一方、「取り組む必要性を感じない」(21.6%)、「あまり関心がない」(17.8%)が合わせて39.4%と最も多い。

■図表 2-56 ワーク・ライフ・バランスへの取組状況



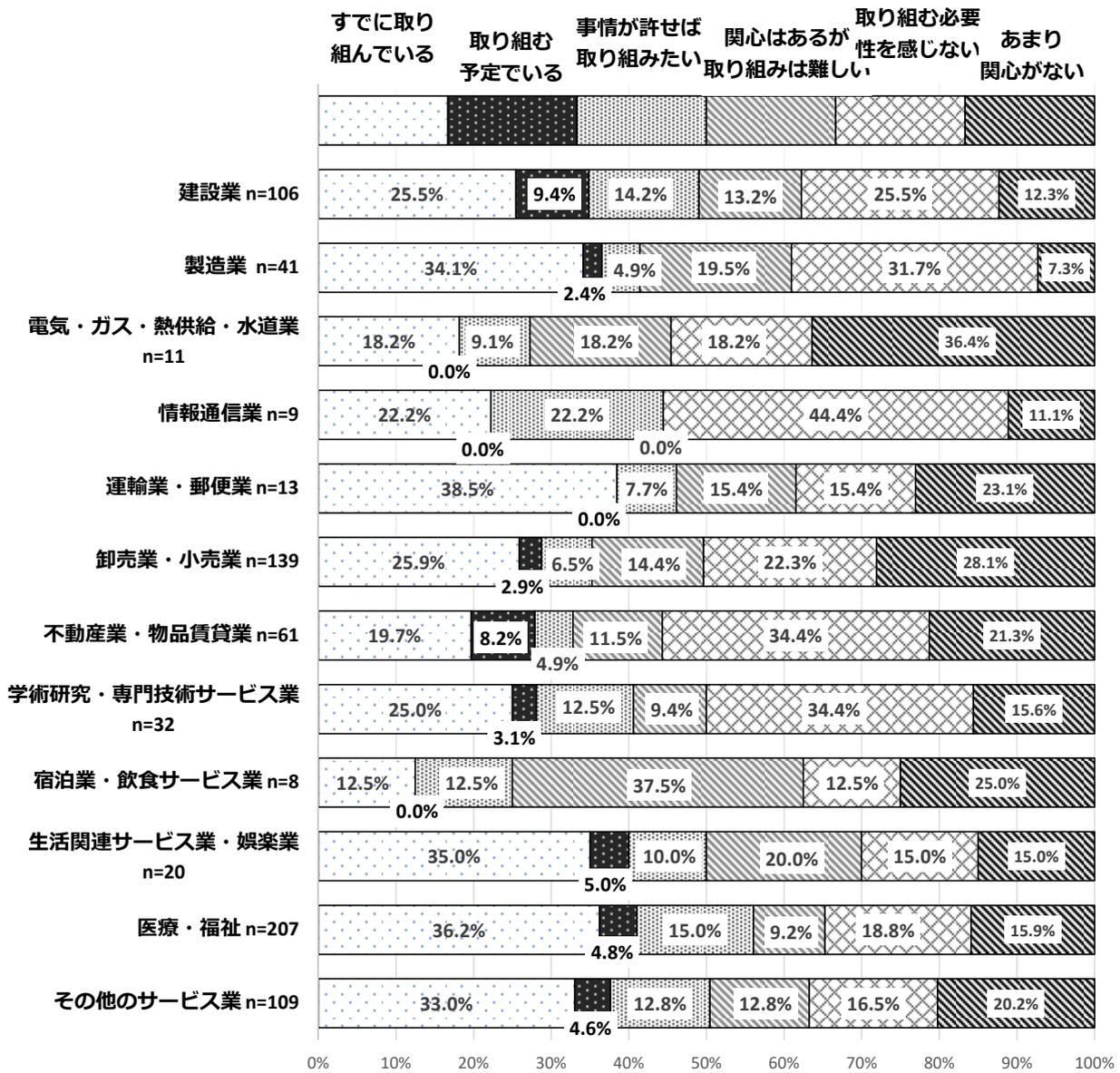
資料：杉並区事業所実態調査 問 22

- ワーク・ライフ・バランスに積極的な業種は「医療・福祉」、「生活関連サービス業・娯楽業」など
- ・業種別の取組状況は、「すでに取り組んでいる」、「取り組む予定である」を合わせると「医療・福祉」(41.0%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(40.0%)、「運輸業・郵便業」(38.5%)、「その他のサービス業」(37.6%)、「製造業」(36.5%)、「建設業」(34.9%)が3割を超えている。
 - ・「取り組む必要性を感じない」、「あまり関心がない」を合わせると、「不動産業・物品賃貸業」(55.7%)、「情報通信業」(55.5%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(54.6%)、「卸売業・小売業」(50.4%)、「学術研究・専門技術サービス業」(50.0%)で5割以上となっている。

注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-57 ワーク・ライフ・バランスへの取組状況（業種別）

SA



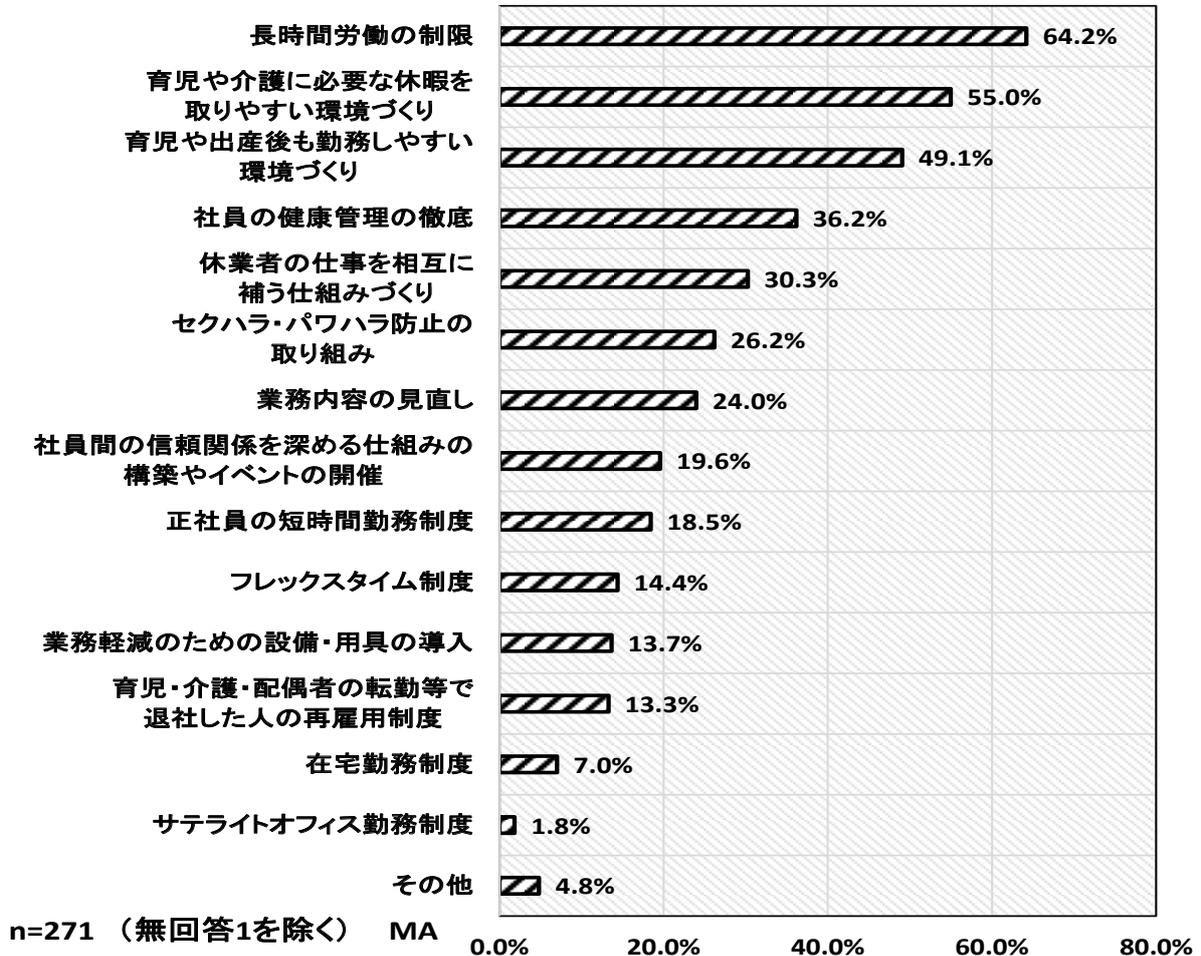
資料：杉並区事業所実態調査 問2・問22

○「すでに取り組んでいる」、「取り組む予定でいる」と回答した事業所では、長時間労働の制限と育児や介護に関する環境づくりに意欲的である

・「すでに取り組んでいる」、「取り組む予定でいる」と回答した事業所の取組内容としては、「長時間労働の制限」(64.2%)、「育児や介護に必要な休暇を取りやすい環境づくり」(55.0%)、「育児や出産後も勤務しやすい環境づくり」(49.1%)が多くあげられていた。その他「社員の健康管理の徹底」(36.2%)、「休業者の仕事を相互に補う仕組みづくり」(30.3%)なども3割以上の回答があった。

■図表 2-58 ワーク・ライフ・バランスについての取組内容（予定を含む）

（「すでに取り組んでいる」「取り組む予定でいる」と回答した事業所）



【その他】

- ・ 時間単位の年次有給休暇制度、連続休暇制度、有給休暇の取得促進、休日を増やす
- ・ 残業及び休出ゼロ
- ・ 出勤日時は本人次第、シフト制、稼働時間帯変更
- ・ 社員を増やす
- ・ 保育所との連携
- ・ コンサルティング会社を起用し、総合的な取り組みを実施

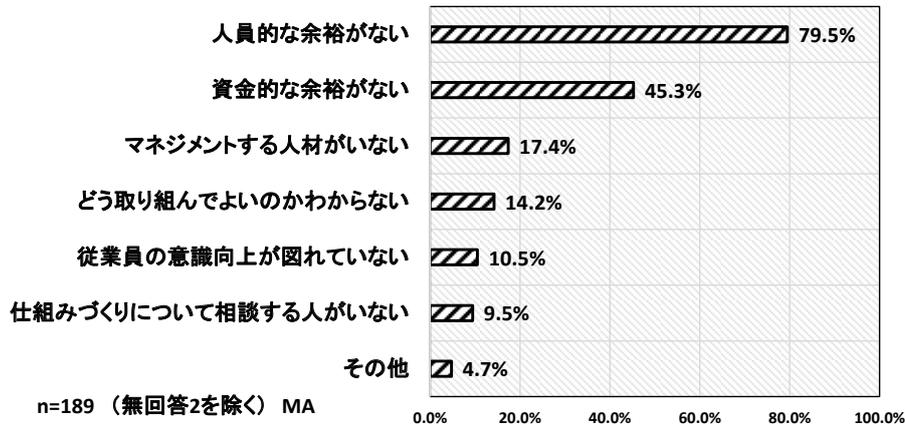
資料：杉並区事業所実態調査 問 22-1

○ 「事情が許せば取り組みたい」、「関心はあるが取り組みは難しい」事業所のネックは人員の問題

・ 「事情が許せば取り組みたい」、「関心はあるが取り組みは難しい」と回答した事業所が、取組のネックとして挙げたのは、「人員的な余裕がない」が 79.5%と最も多い。また 45.3%と半数近くの事業所は、「資金的な余裕がない」点を挙げている。

■図表 2-59 ワーク・ライフ・バランス取組のネック

(「事情が許せば取り組みたい」「関心があるが取り組みは難しい」と回答した事業所)



【その他】

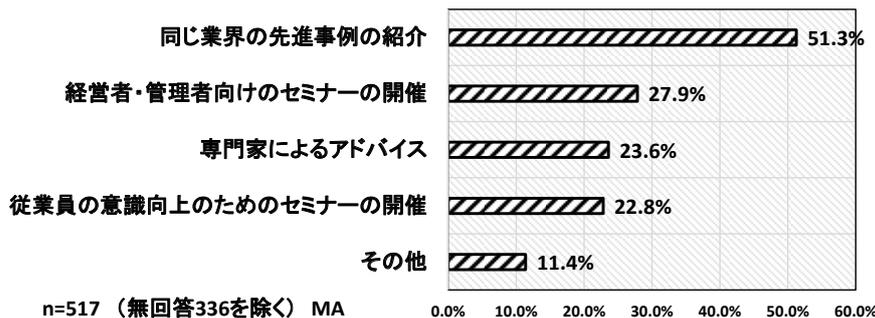
- ・ 売上に直結するため難しい
- ・ 業務の関係上
- ・ 全員高齢者
- ・ 業界の動向、性格
- ・ 本社の人間が執り行うことなので、わからない
- ・ 男性社員がいない
- ・ 9時から5時の勤務形態を取らない

資料：杉並区事業所実態調査 問 22-2

○ワーク・ライフ・バランスを進めるために必要な支援として、「同じ業界の先進事例の紹介」と回答する事業所が多い

・必要な支援として「同じ業界の先進事例の紹介」を望む事業所が、51.3%と半数を超えていた。また、その他の意見として、「取組に対する助成金・補助金制度等の支援」、「人材の充足やあっせん」などについての支援が必要だという意見がある。

■図表 2-60 ワーク・ライフ・バランスの取組に必要な支援



【その他】

- ・ 行政の支援
- ・ 取組に対する助成金・補助金制度等の支援
- ・ 社内教育用の資料・テキスト・ビデオ・フォーマット
- ・ 人材確保のための指導
- ・ 人材の充足やあっせん
- ・ 組織化支援
- ・ 業務効率化支援
- ・ 事業規模別の取組を知りたい
- ・ 取引先の受け入れ態勢

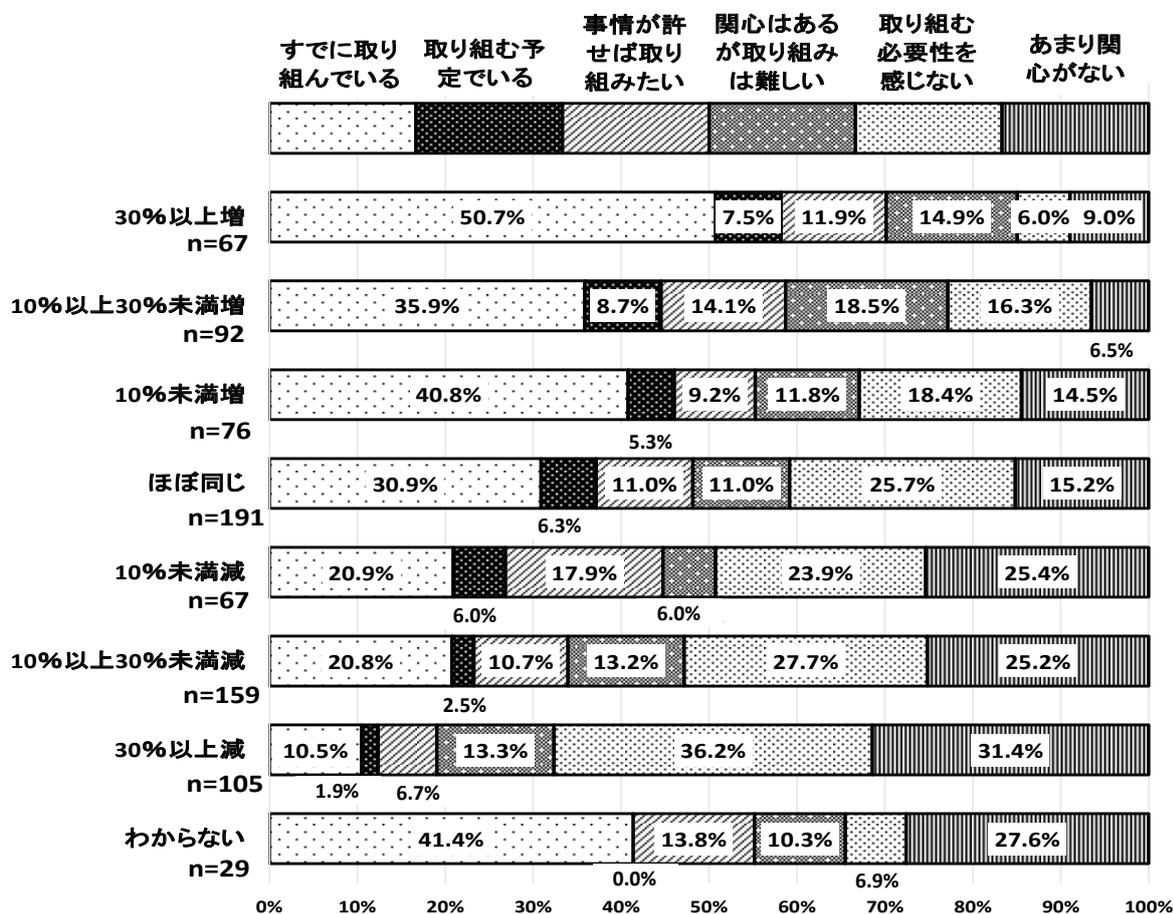
資料：杉並区事業所実態調査 問 23

○売上高の増減とワーク・ライフ・バランスの取組状況には相関する傾向が見られる

- ・売上高が増加した事業所でワーク・ライフ・バランスに「すでに取り組んでいる」、「取り組む予定でいる」と答えた割合は、「10%未満増」で46.1%、「10%以上30%未満増」で44.6%、「30%以上増」で58.2%となっている。
- ・一方、売上高が減少した事業所で「すでに取り組んでいる」、「取り組む予定でいる」と答えた割合は、「10%未満減」で26.9%、「10%以上30%未満減」で23.3%、「30%以上減」で12.4%と減少率が高いほど取組が進んでいない。
- ・さらに「取り組む必要性を感じない」、「あまり関心がない」と回答した事業所の割合は、売上高の増加率が高いほど低く、売上高の減少率が高いほど高くなっている。

■図表 2-61 ワーク・ライフ・バランスへの取組状況（5年前との売上高の比較別）

n=786（無回答 67 を除く） SA



資料：杉並区事業所実態調査 問5・問22

【事業所ヒアリング】

(ワーク・ライフ・バランスへの取組事例)

- ・有給休暇を申請しやすい雰囲気作りをしている。そのためにも多能工化を推進している（製造業）
- ・以前は22時だったパソコンのオフ時間を最近20時オフへと変更した（卸売業・小売業）
- ・過度の残業は発生しないように、パートナー企業との協調体制を取り仕事量のバランスを取っている。社外からもネットに入り、どこでも仕事ができる環境を構築している（情報通信業）
- ・特殊な技術・技能を要する仕事で、特定の人に負担がかかる場合があり、その平準化（技術保有者の拡大）に努めている（電気・ガス・熱供給水道業）
- ・ハラスメント等に対する相談窓口を社内に設けている（その他のサービス業）
- ・管理職が生産効率の上がる働き方を指導するように伝えている（その他のサービス業）

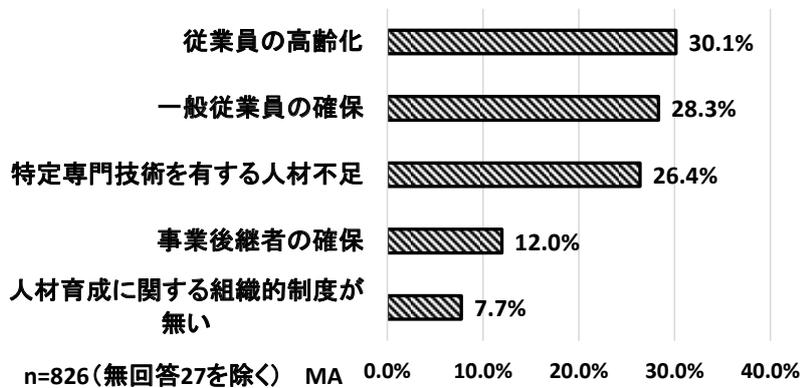
資料：杉並区事業所ヒアリング調査

4) 人材に関する経営課題

○人材に関する経営課題は、従業員の高齢化と人員確保が多い

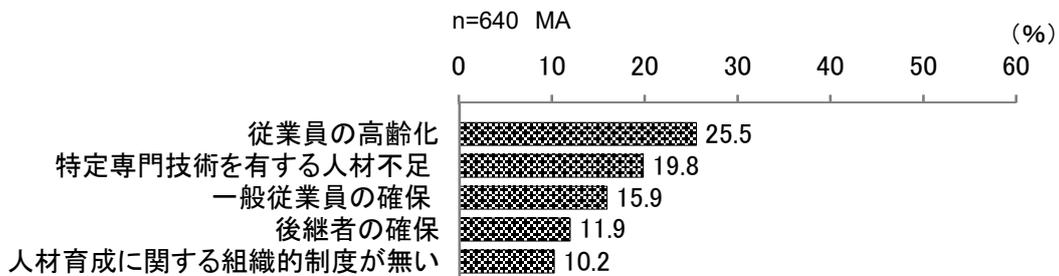
- ・平成23年度調査に比べて、「一般従業員の確保」が15.9%から28.3%に12.4ポイント、「特定専門技術を有する人材不足」が19.8%から26.4%に6.6ポイント、「従業員の高齢化」が25.5%から30.1%に4.6ポイントと、それぞれ増加している。

■図表 2-62 経営上抱えている課題【人材】



資料：杉並区事業所実態調査 問13

23年度版



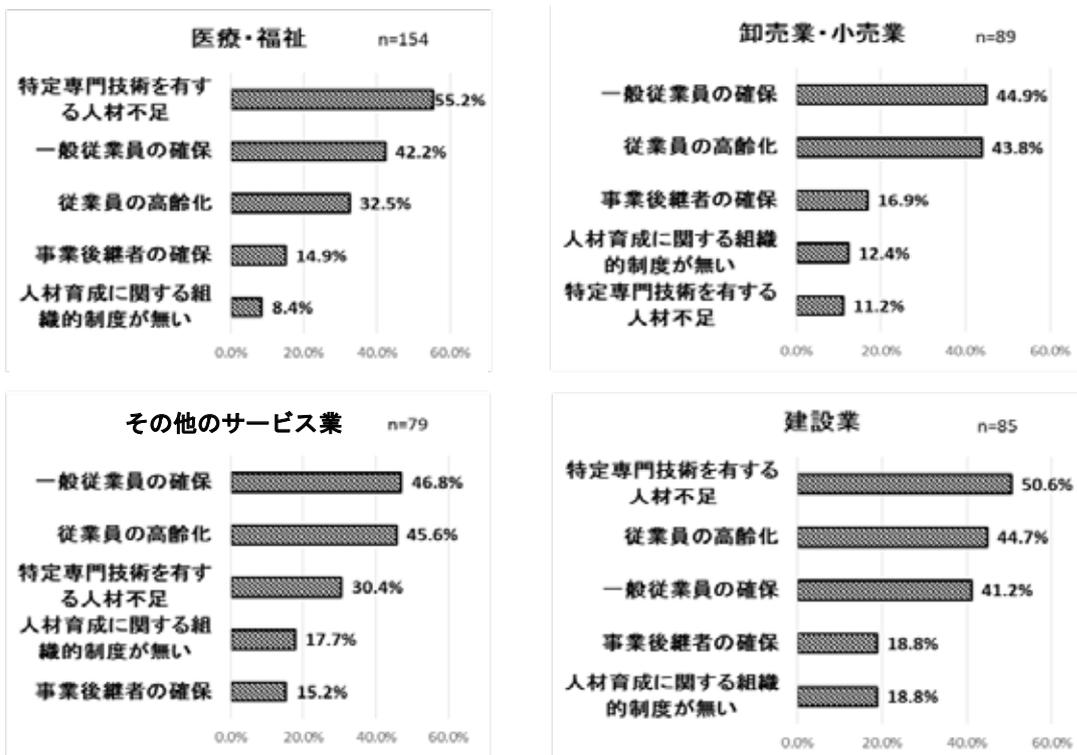
○業種別の【人材】に関する経営課題においても、従業員の高齢化と一般従業員の確保が多い

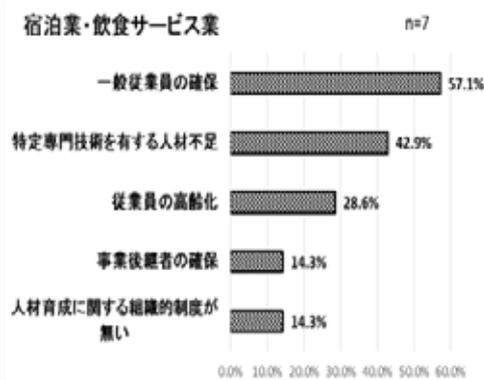
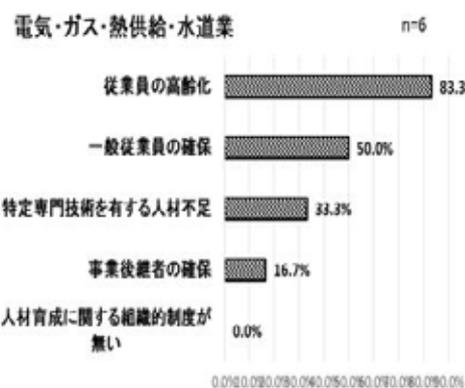
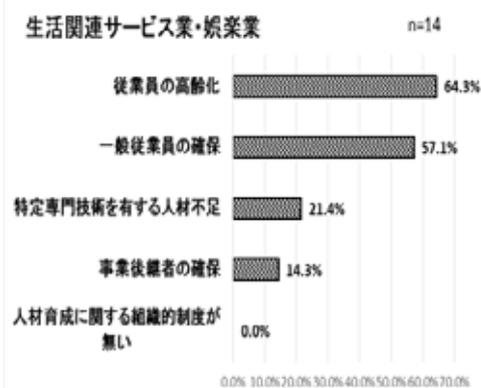
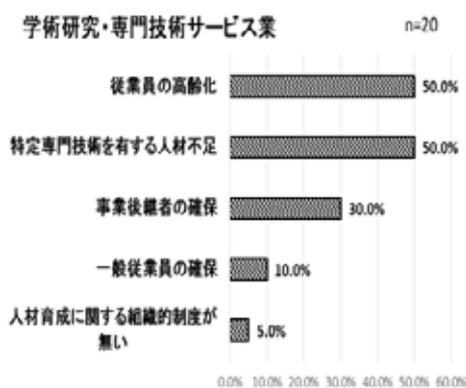
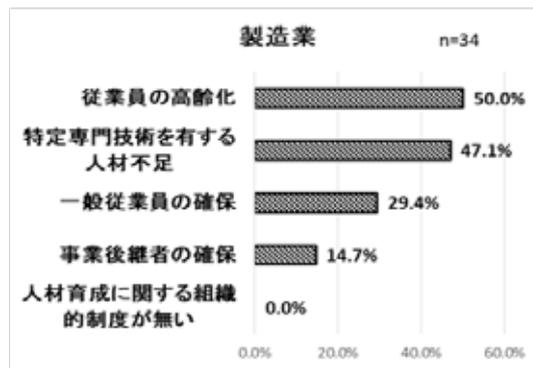
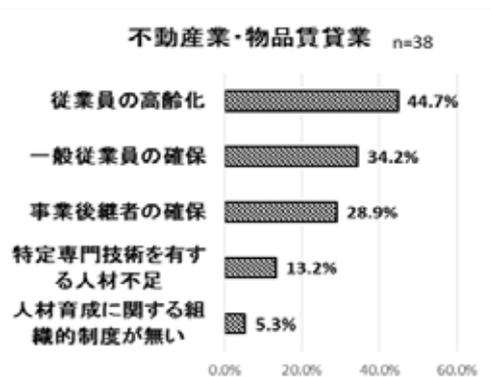
- ・業種別に経営課題を人材面でみると、「従業員の高齢化」を最上位に挙げているのが、「電気・ガス・熱供給・水道業」(83.3%)、「生活関連サービス業・娯楽業」(64.3%)、「製造業」(50.0%)、「学術研究・専門技術サービス業」(50.0%)、「不動産業・物品賃貸業」(44.7%)であった。最上位ではないが、「運輸業・郵便業」(54.5%)では、5割以上が課題として挙げている。
- ・「一般従業員の確保」を最上位に挙げているのは、「運輸業・郵便業」(63.6%)、「宿泊業・飲食サービス業」(57.1%)、「その他のサービス業」(46.8%)、「卸売業・小売業」(44.9%)であった。最上位ではないが、「生活関連サービス業・娯楽業」(57.1%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(50.0%)では、5割以上が課題として挙げている。
- ・「特定専門技術を有する人材不足」については、「医療・福祉」(55.2%)で最も多く、「建設業」(50.6%)、「学術研究・専門技術サービス業」(50.0%)、「情報通信業」(50.0%)、「製造業」(47.1%)が続いている。
- ・「事業後継者の確保」については、「学術研究・専門技術サービス業」(30.0%)で最も多く、「不動産業・物品賃貸業」(28.9%)、「情報通信業」(25.0%)が続いている。
- ・「人材育成に関する組織的制度がない」では、「建設業」(18.8%)、「運輸業・郵便業」(18.2%)など各業種で2割に満たない回答であった。

注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-63 経営上抱えている課題【人材】(業種別)

MA





資料：杉並区事業所実態調査 問2・問13

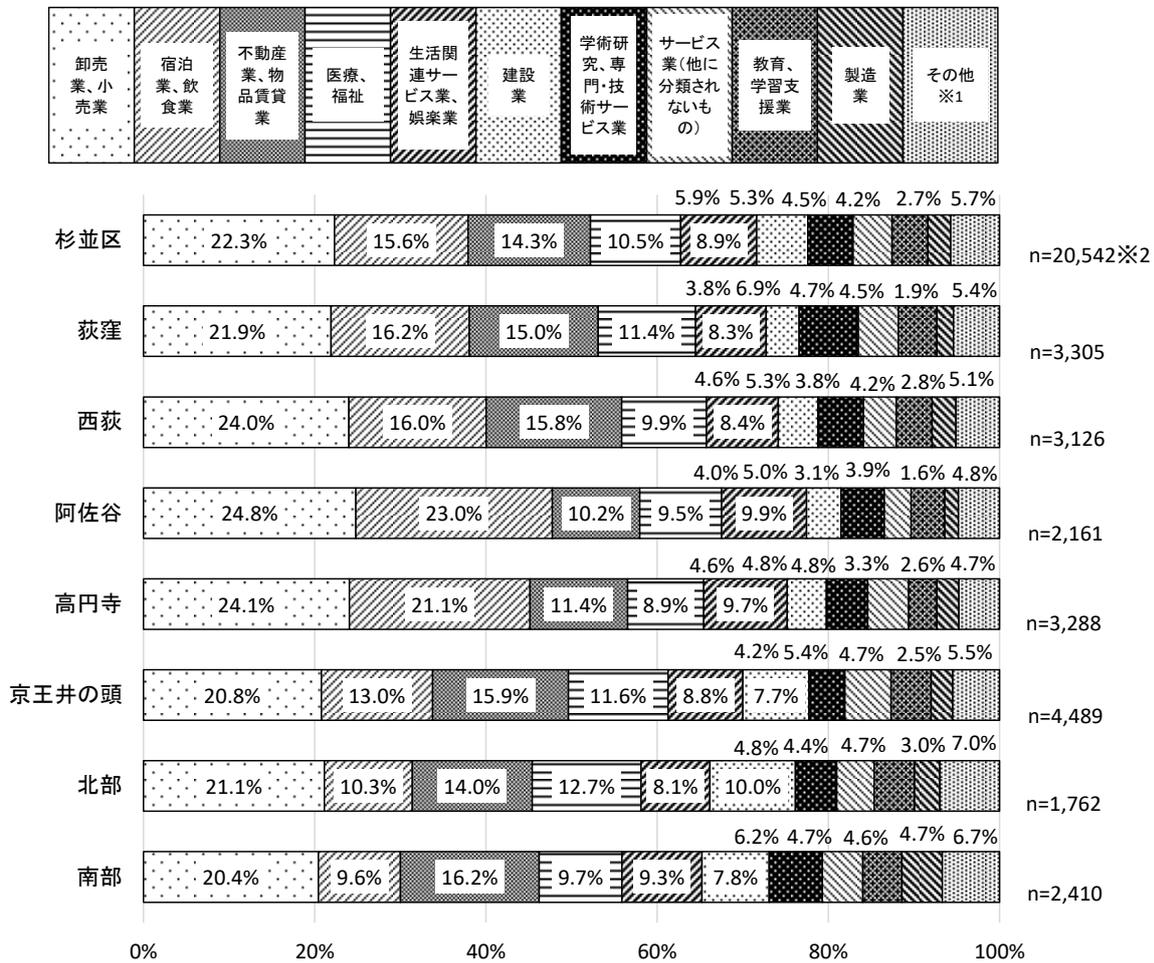
(6) 事業所の立地場所に関する現状と課題

1) 事業所の分布状況

○区全体でも地域別でも、「卸売業、小売業」の割合が一番高い

- ・平成 26 年の杉並区の事業所数を業種別で比較すると、「卸売業、小売業」(22.3%) が最も多い。以下、「宿泊業、飲食業」(15.6%)、「不動産業、物品賃貸業」(14.3%) と続く。
- ・地域別でみると、全ての地域で「卸売業、小売業」の割合が一番高い。荻窪・西荻・阿佐谷・高円寺の 4 地域では、上位 3 業種の割合の順番は区全体と同じであるが、京王井の頭地域では「卸売業、小売業」、「不動産業、物品賃貸業」、「宿泊業、飲食業」、北部・南部の 2 地域では「卸売業、小売業」、「不動産業、物品賃貸業」、「医療、福祉」の順となっている。

■図表 2-64 地域別の民営事業所数（業種別）



※1 「その他」に含まれる業種：「農業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業」、「運輸業・郵便業」、「金融業・保険業」、「教育・学習支援業」、「複合サービス業」

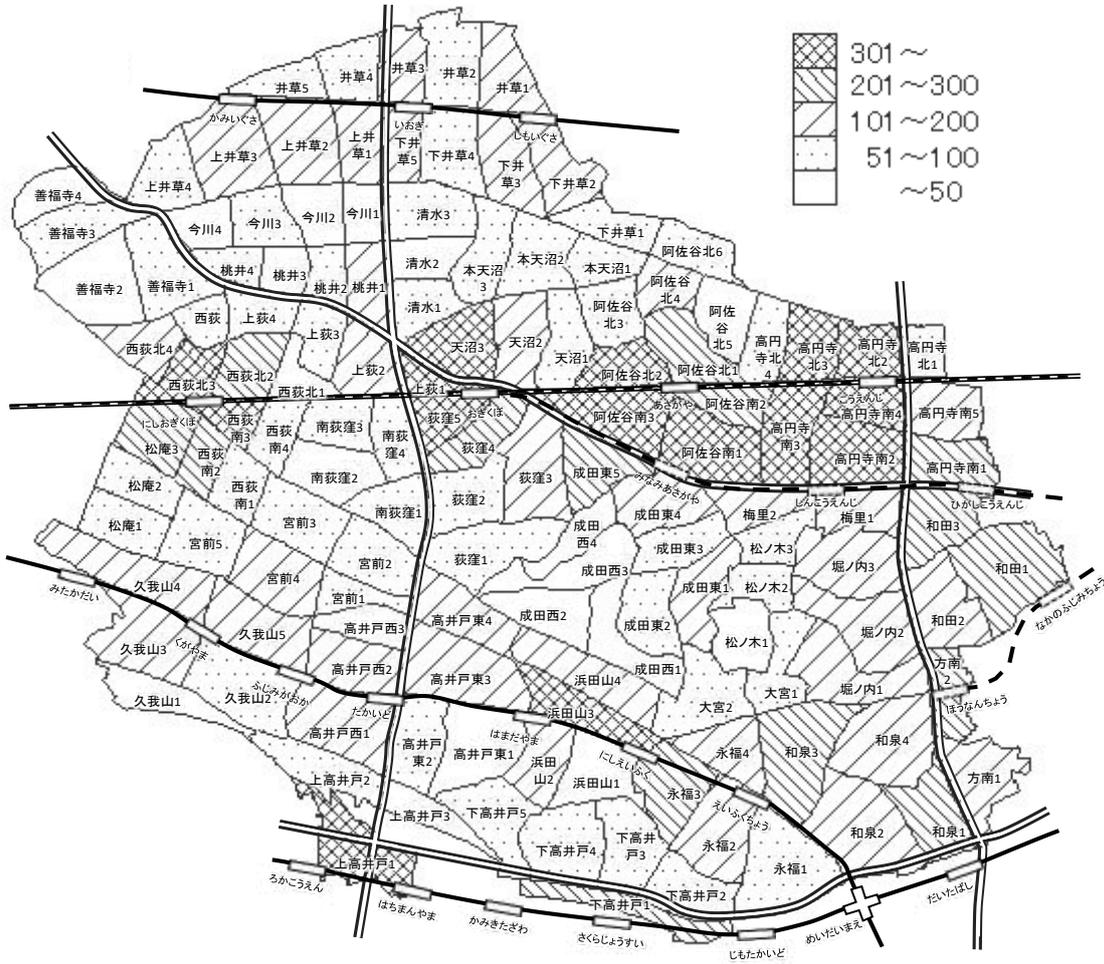
※2 杉並区の「n=20,542」には町丁名「その他」1を含む。

出典：総務省統計局「平成 26 年経済センサス基礎調査」

○事業所はJR中央線4駅周辺に多い

- ・区内事業所（全業種）の立地場所を町丁目別にみると、JR中央線の4駅周辺に多く、浜田山3丁目と上高井戸1丁目にも多い。

■図表 2-65 町丁目別の事業所数（全業種）



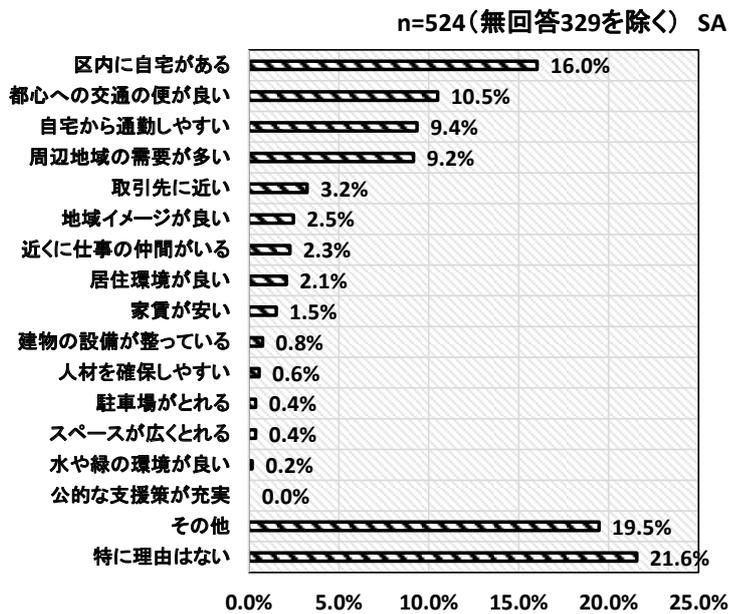
出典：総務省統計局「平成26年経済センサス基礎調査」

2) 杉並区で事業を開始した理由

○杉並区で事業を開始した最大の理由は、「区内に自宅がある」こと

- ・杉並区で事業を開始した最大の理由は、「区内に自宅がある」(16.0%)が最も高く、次に「都心への交通の便が良い」(10.5%)、「自宅から通勤しやすい」(9.4%)、「周辺地域の需要が多い」(9.2%)も比較的多い。
- ・平成23年度調査と比較して「区内に自宅がある」が、19.9%から16.0%へ3.9ポイント減少している。「都心への交通の便が良い」と「自宅から通勤しやすい」はそれぞれ1.0ポイント、1.6ポイント増加している。

■図表 2-66 杉並区で事業を開始した最大の理由

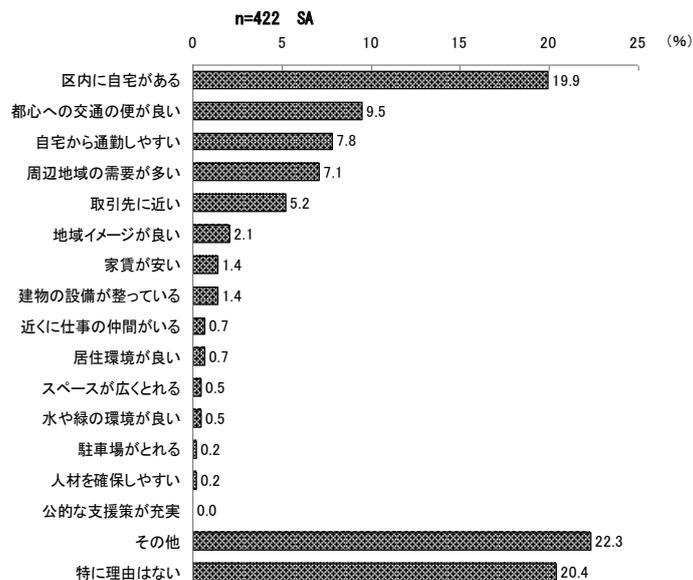


【その他】

- ・事業を承継(35)
- ・自宅を兼用(13)
- ・古くからの事業(9)
- ・紹介(6)
- ・親族、友人から賃貸(5)
- ・競合が少ない(4)
- ・手軽な物件(3)
- ・立地が良い(3)
- ・初代から開業(3)
- ・JR駅から近い(2)
- ・親会社が区内(2)

資料：杉並区事業所実態調査 問 17

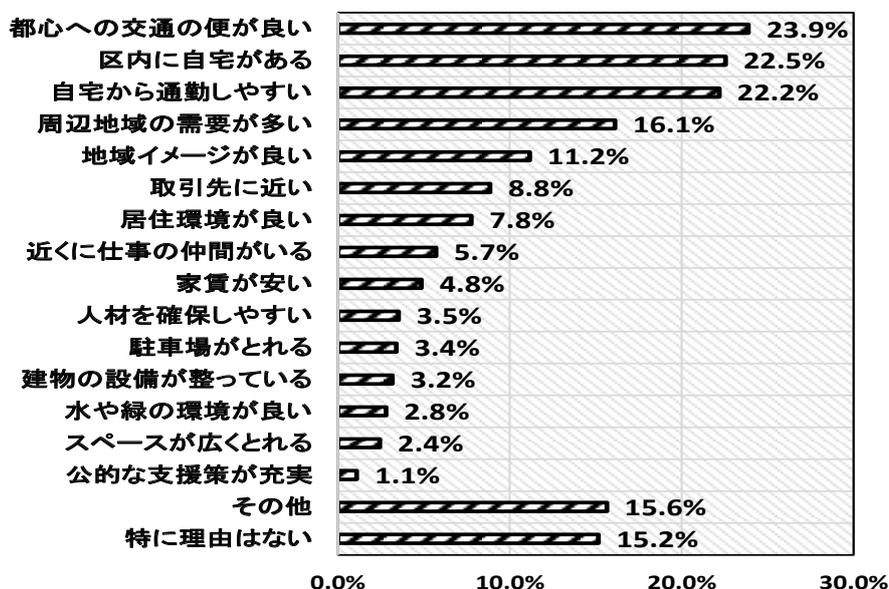
23年度版



○杉並区で事業を開始した理由で最も多いものは、「都心への交通の便が良い」こと

- ・杉並区を選んだ理由としては「都心への交通の便が良い」（23.9%）、「区内に自宅がある」（22.5%）、「自宅から通勤しやすい」（22.2%）が多く、次いで「周辺地域の需要が多い」（16.1%）、「地域イメージが良い」（11.2%）などが多い。

■図表 2-67 杉並区で事業を開始した理由



n=825 (無回答28を除く) MA

資料：杉並区事業所実態調査 問 17

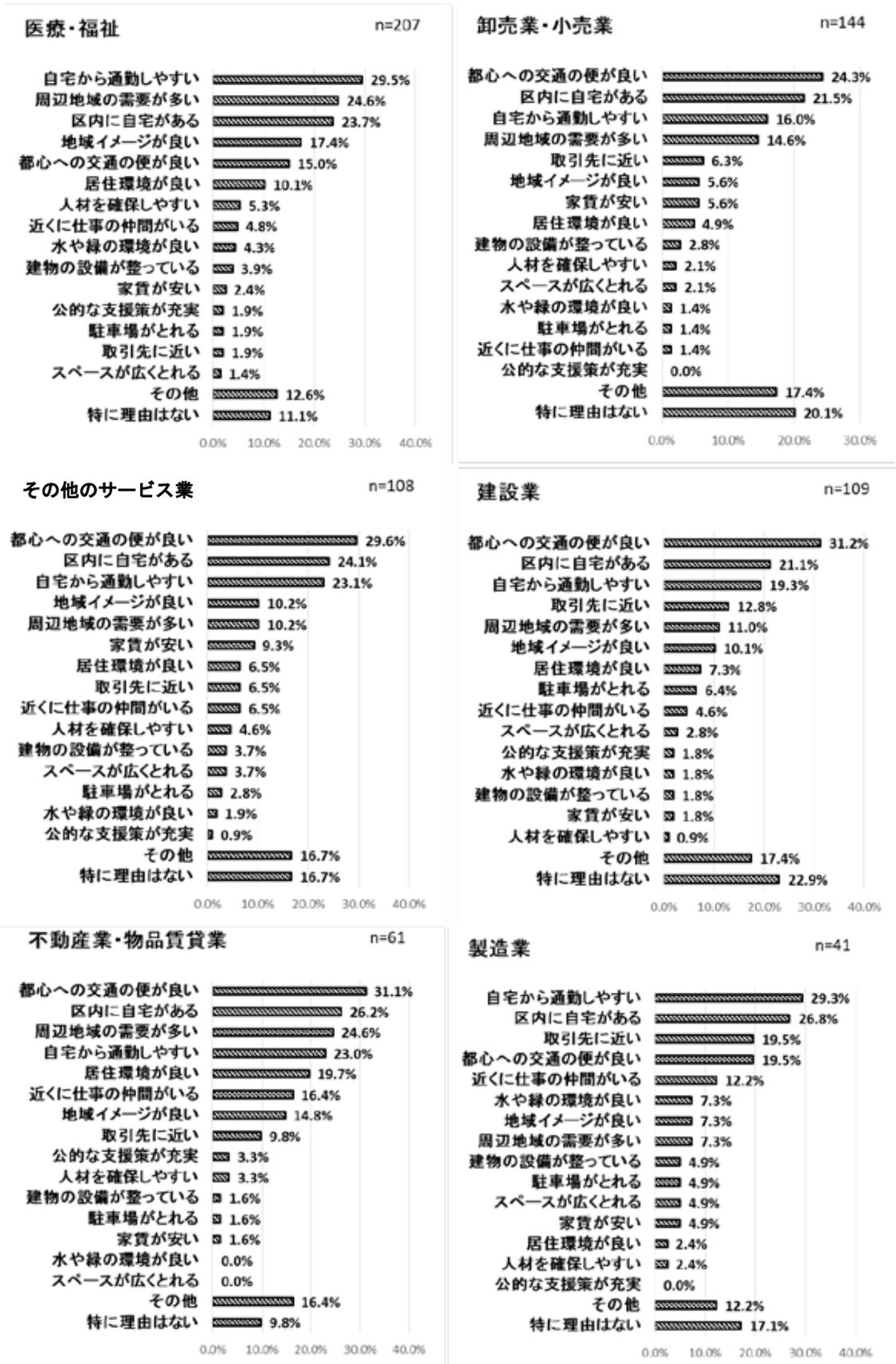
○杉並区を選んだ理由は、業種ごとに差異がある

- ・業種別における「都心への交通の便が良い」は、「情報通信業」（45.5%）、「運輸業・郵便業」（42.9%）、「宿泊業・飲食サービス業」（37.5%）で高い。
- ・「区内に自宅がある」は、「電気・ガス・熱供給・水道業」（33.3%）、「学術研究・専門技術サービス業」（30.3%）、「運輸業・郵便業」（28.6%）で高い。
- ・「自宅から通勤しやすい」は、「医療・福祉」（29.5%）、「製造業」（29.3%）で高い。
- ・「周辺地域の需要が多い」は、「宿泊業・飲食サービス業」（25.0%）、「医療・福祉」（24.6%）、「不動産業・物品賃貸業」（24.6%）で高い。

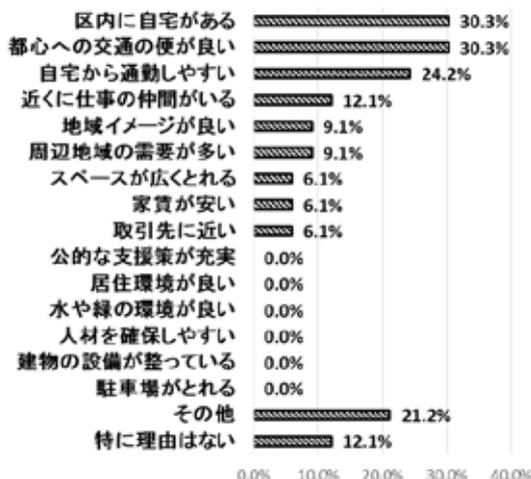
注）「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-68 杉並区で事業を開始した理由（業種別）

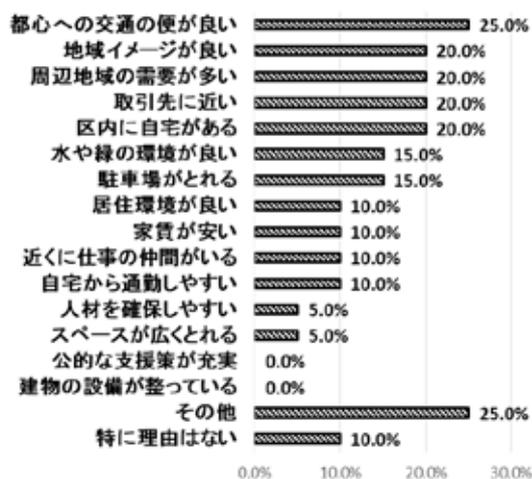
MA



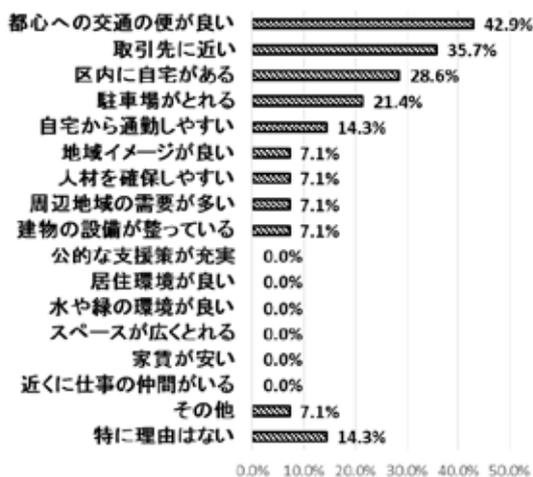
学術研究・専門技術サービス業 n=33



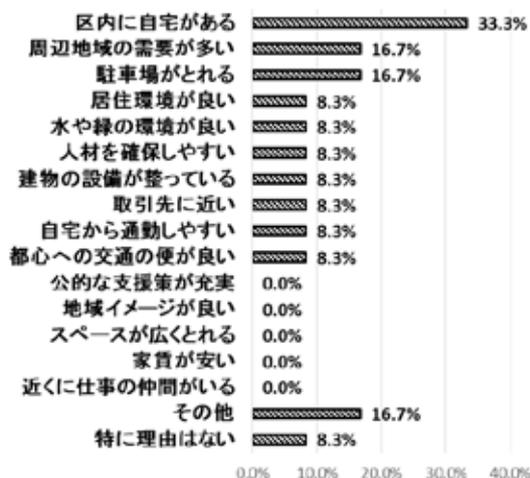
生活関連サービス業・娯楽業 n=20



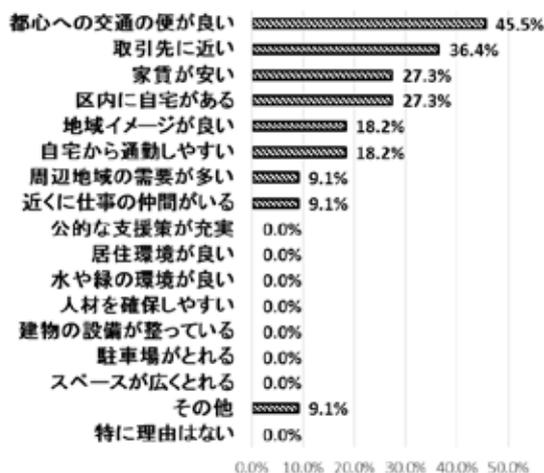
運輸業・郵便業 n=14



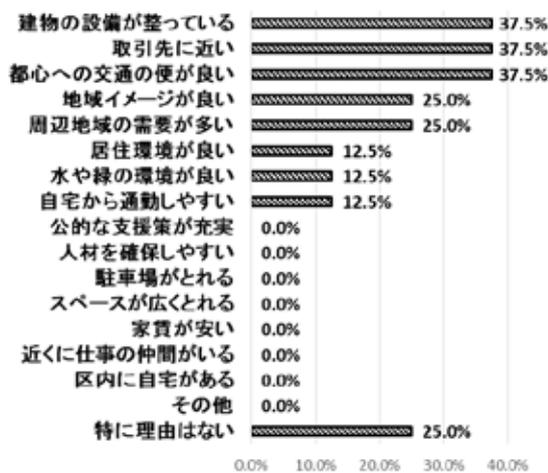
電気・ガス・熱供給・水道業 n=12



情報通信業 n=11



宿泊業・飲食サービス業 n=8



資料：杉並区事業所実態調査 問2・問17

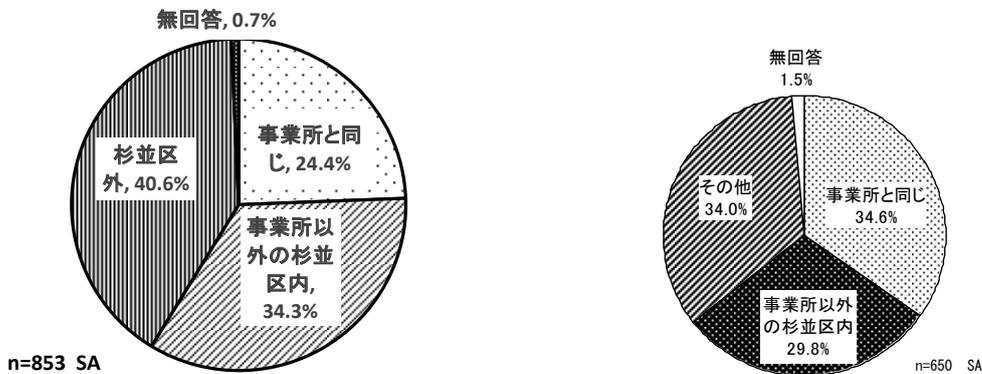
3) 代表者・従業員の居住地

○代表者の区内居住者は 58.7%、職員・従業員の区内居住者が半数以上の事業所は 41.9%

- ・事業所の代表者の区内居住状況を見ると、「事業所と同じ」(24.4%)と「事業所以外の杉並区内」(34.3%)を合わせた区内居住者は、58.7%である。
- ・平成 23 年度調査と比較すると、代表者の区内居住者の割合は、64.4%から 58.7%へ 5.7 ポイント減少している。
- ・職員・従業員の総数について、区内居住者の割合を見ると、「全て区内居住者」の事業所は 25.3%、半数以上が区内居住者の事業所は 41.9%である。また、「全て区内居住者」の割合は女性の方が高く、女性従業員の半数以上が区内居住者の事業所は、52.6%である。
- ・職員・従業員の総数について、平成 23 年度調査と比較すると、職員・従業員の区内居住者が半分以上の事業所は、47.5%から 41.9%へ 5.6 ポイント減少している。

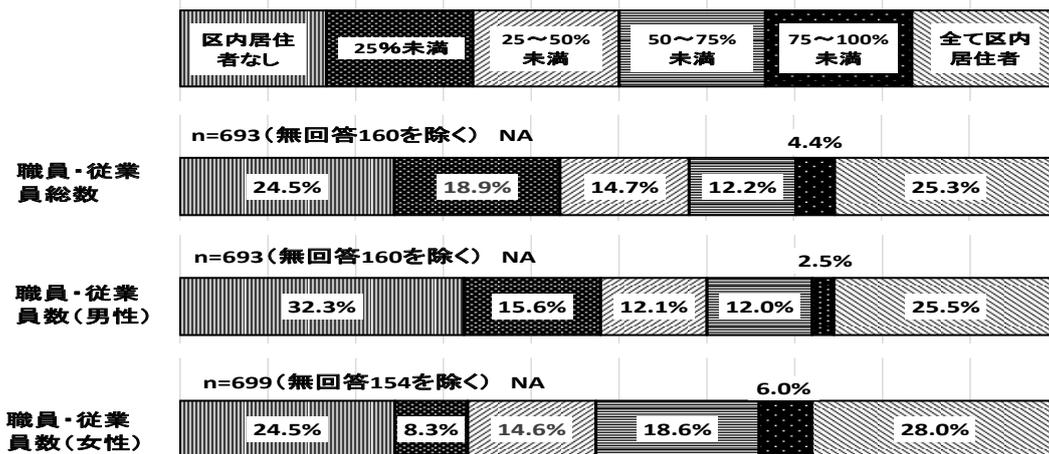
■図表 2-69 代表者の自宅住所

23 年度版

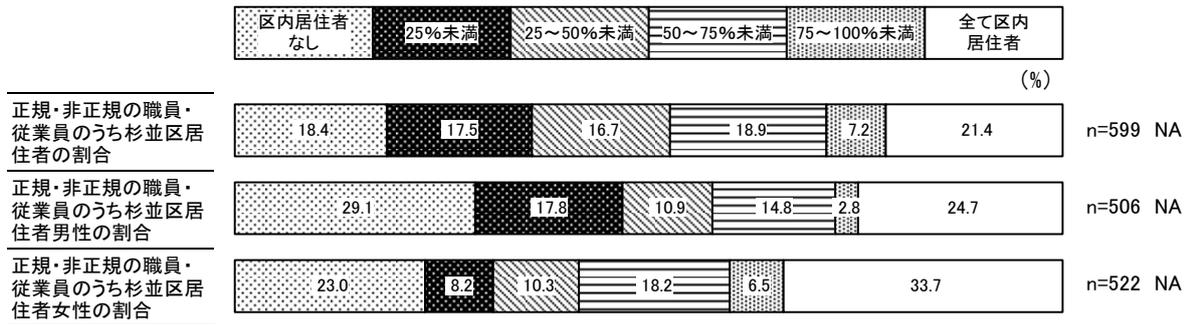


資料：杉並区事業所実態調査 問 3

■図表 2-70 職員・従業員の杉並区居住者の割合



資料：杉並区事業所実態調査 問 20

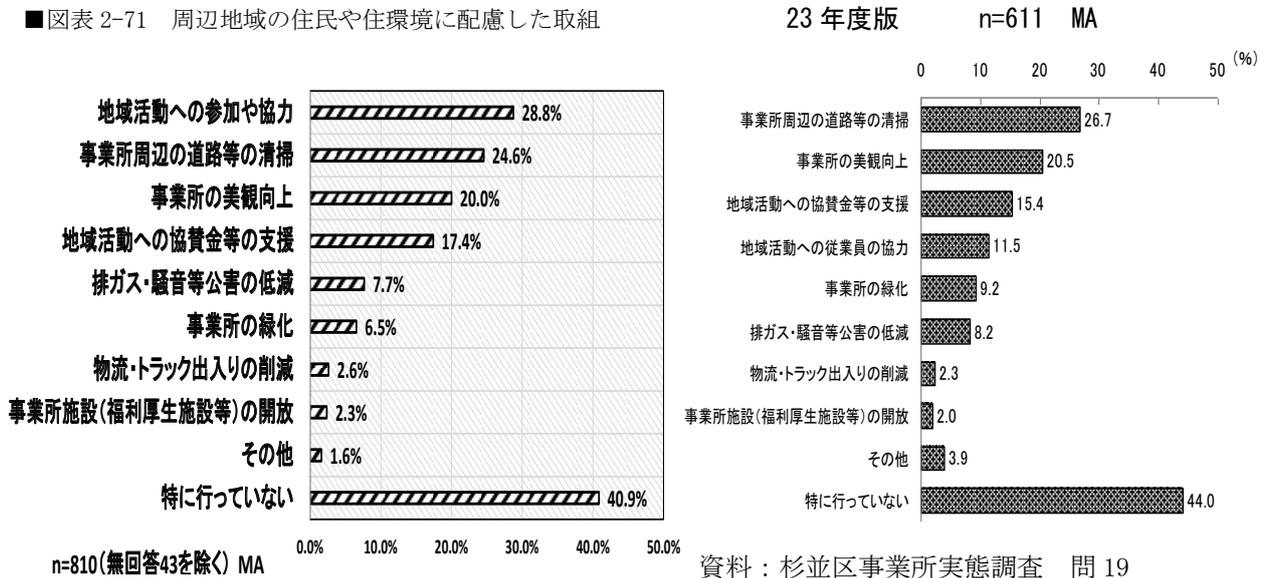


4) 周辺地域との調和

○6 割の事業所で周辺地域に配慮した取組を行っている

- ・周辺地域の住民や住環境に配慮して何らかの取組を実施している事業所は約 6 割、特に行っていない事業所は約 4 割となっている。
- ・具体的な取組は、「地域活動への参加や協力」の割合が最も高く (28.8%)、次いで「事業所周辺の道路等の清掃」(24.6%)、「事業所の美観向上」(20.0%)、「地域活動への協賛金等の支援」(17.4%)の順となっている。
- ・平成 23 年度調査の「地域活動への従業員の協力」に相当する、「地域活動への参加や協力」は、11.5%から 28.8%へ 17.3 ポイント増えている。

■図表 2-71 周辺地域の住民や住環境に配慮した取組



5) 施設・設備及び立地環境に関する経営課題

○地価、地代、賃料の高さを経営課題として挙げている事業所は 16.8%

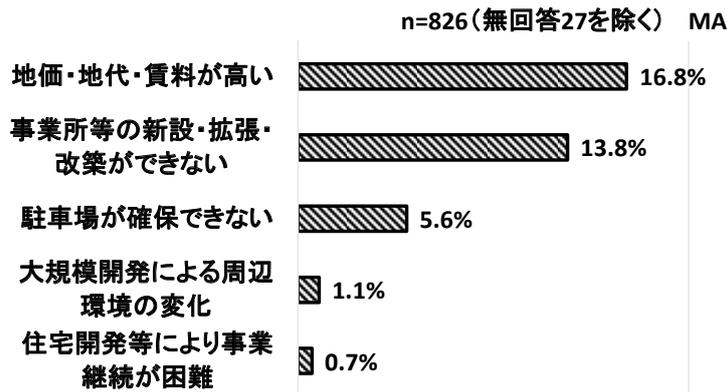
- ・事業所の施設・設備及び立地環境に関する経営課題で、比較的割合の高いものには「地価、地代、賃料が高い」(16.8%)、「事業所等の新設・拡張・改築ができない」(13.8%)がある。

- ・業種別における「地価・地代・賃料が高い」は、「その他のサービス業」(79.4%)、「不動産業・物品賃貸業」(76.5%)で高い。
- ・「事業所等の新設・拡張・改築ができない」は、「製造業」(85.7%)、「建設業」(66.7%)、「卸売業・小売業」(62.5%)で高い。

注1) 「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

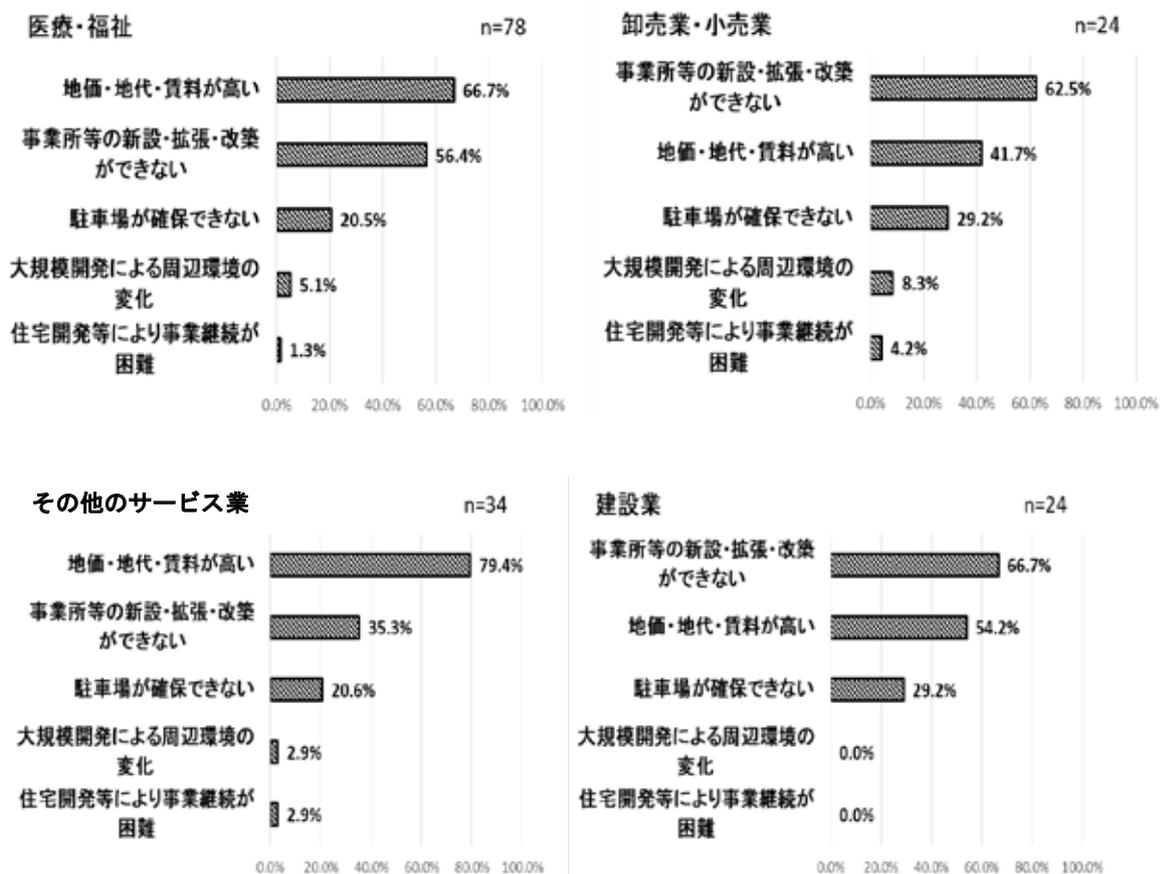
注2) 「情報通信業」は、【施設・設備及び立地環境】の回答では、n=1 であるので除いている。

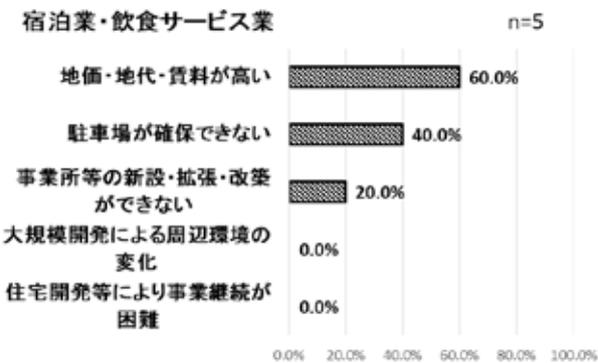
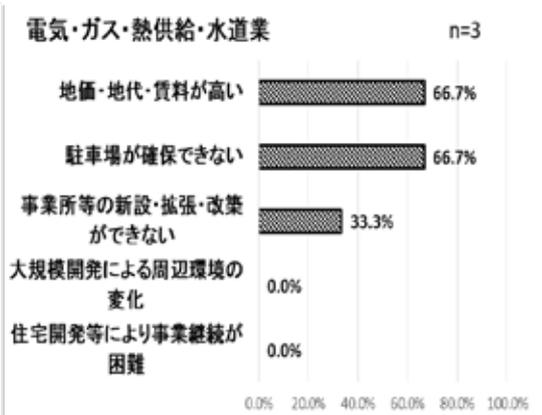
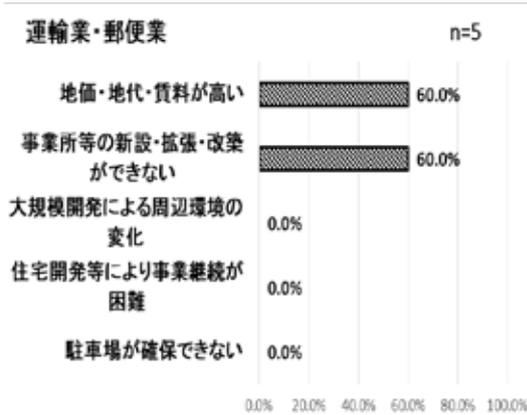
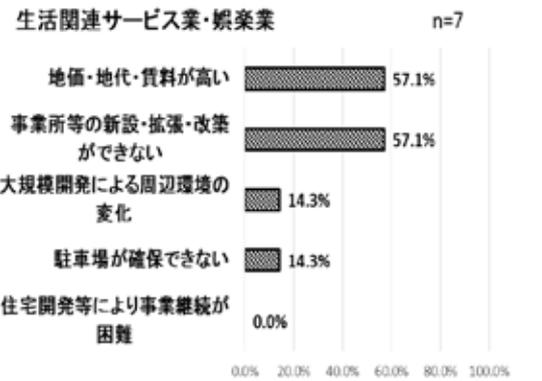
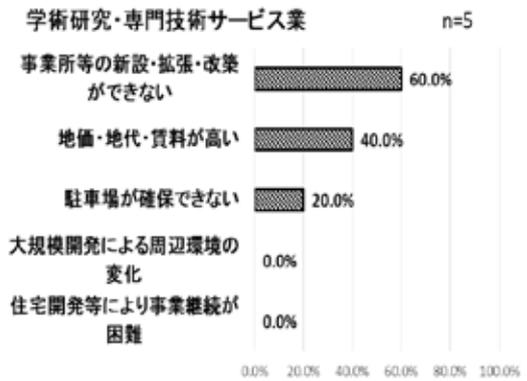
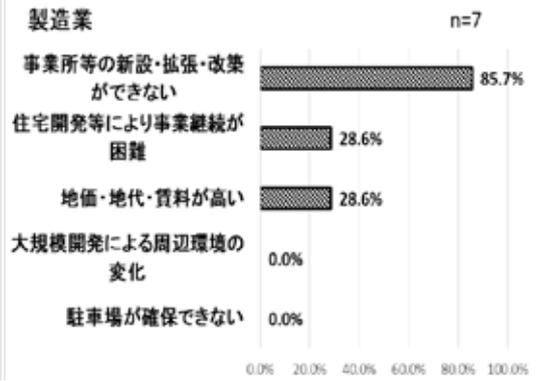
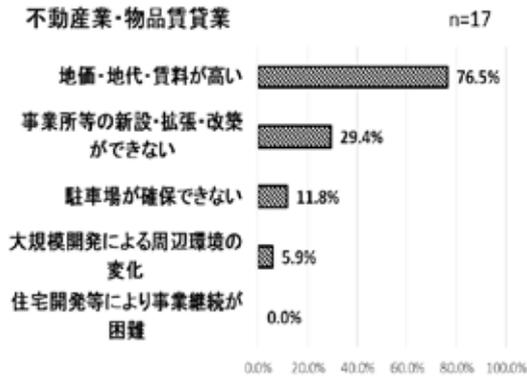
■図表 2-72 経営上抱えている課題【施設・設備及び立地環境】



資料：杉並区事業所実態調査 問 13

■図表 2-73 経営上抱えている課題【施設・設備及び立地環境】(業種別)





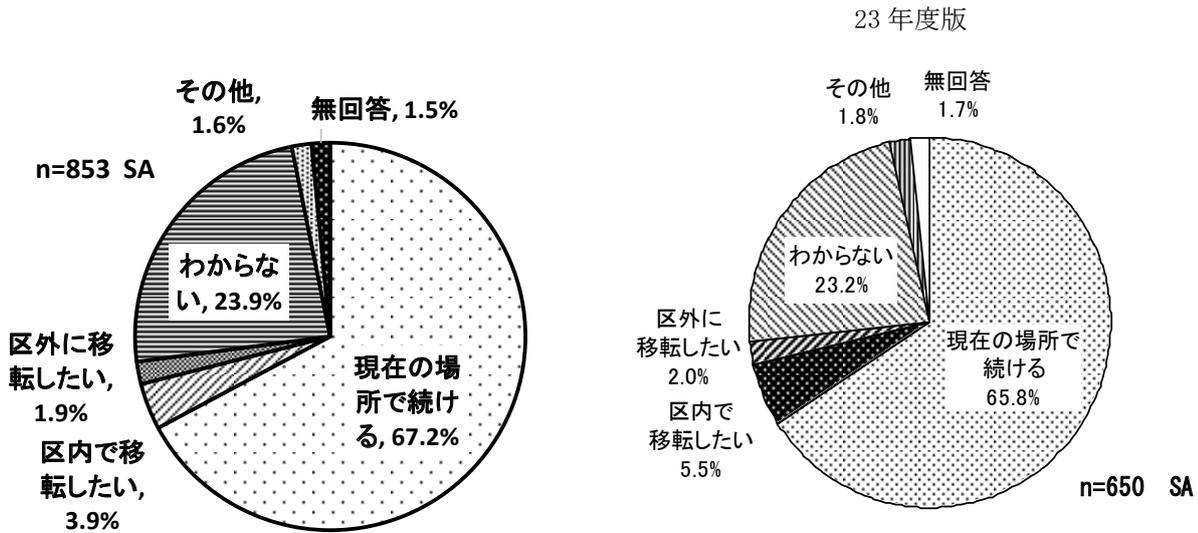
資料：杉並区事業所実態調査 問2・問13

6) 事業所を移転する意向

○区外移転を希望している事業所はわずかで、多くの事業所が現在の場所で続ける意向

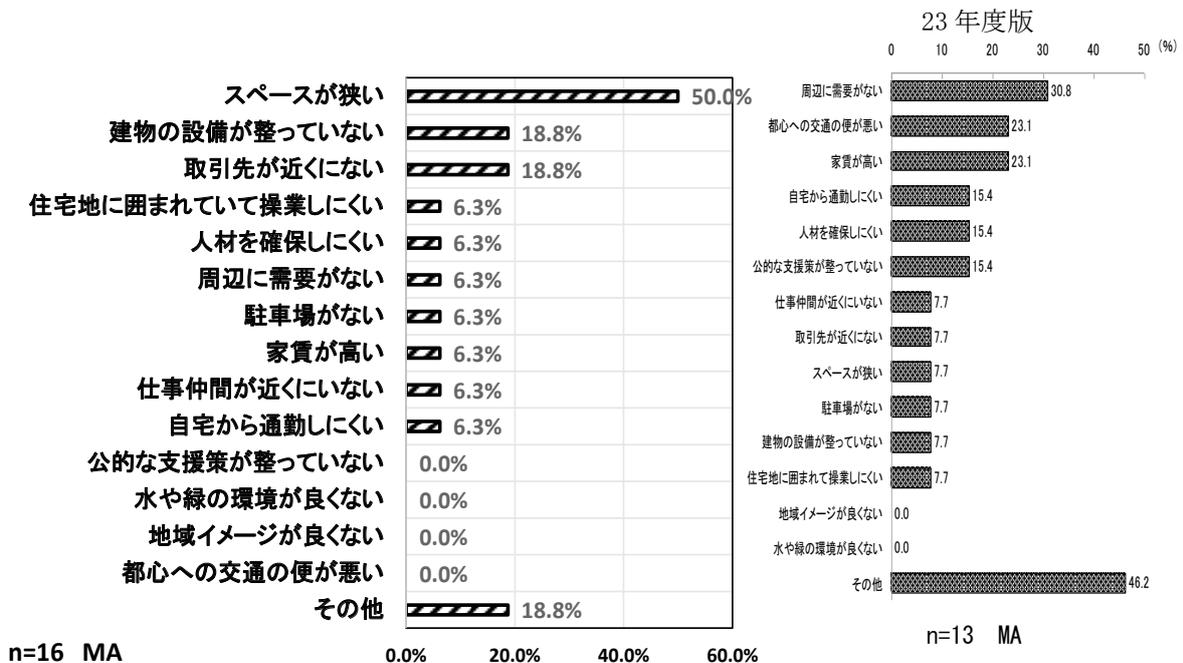
- ・約7割の事業所で「現在の場所で続ける」と回答した。移転を希望する事業所は、「区内で移転したい」が3.9%、「区外に移転したい」が1.9%で、「わからない」は23.9%である。
- ・「区外に移転したい理由」の最も多い回答は、平成23年度調査では「周辺に需要がない」(30.8%)であったが、今回は「スペースが狭い」(50.0%)である。

■図表 2-74 将来の移転意向



資料：杉並区事業所実態調査 問 18

■図表 2-75 区外に移転したい理由（区外に移転したいと回答した事業所）

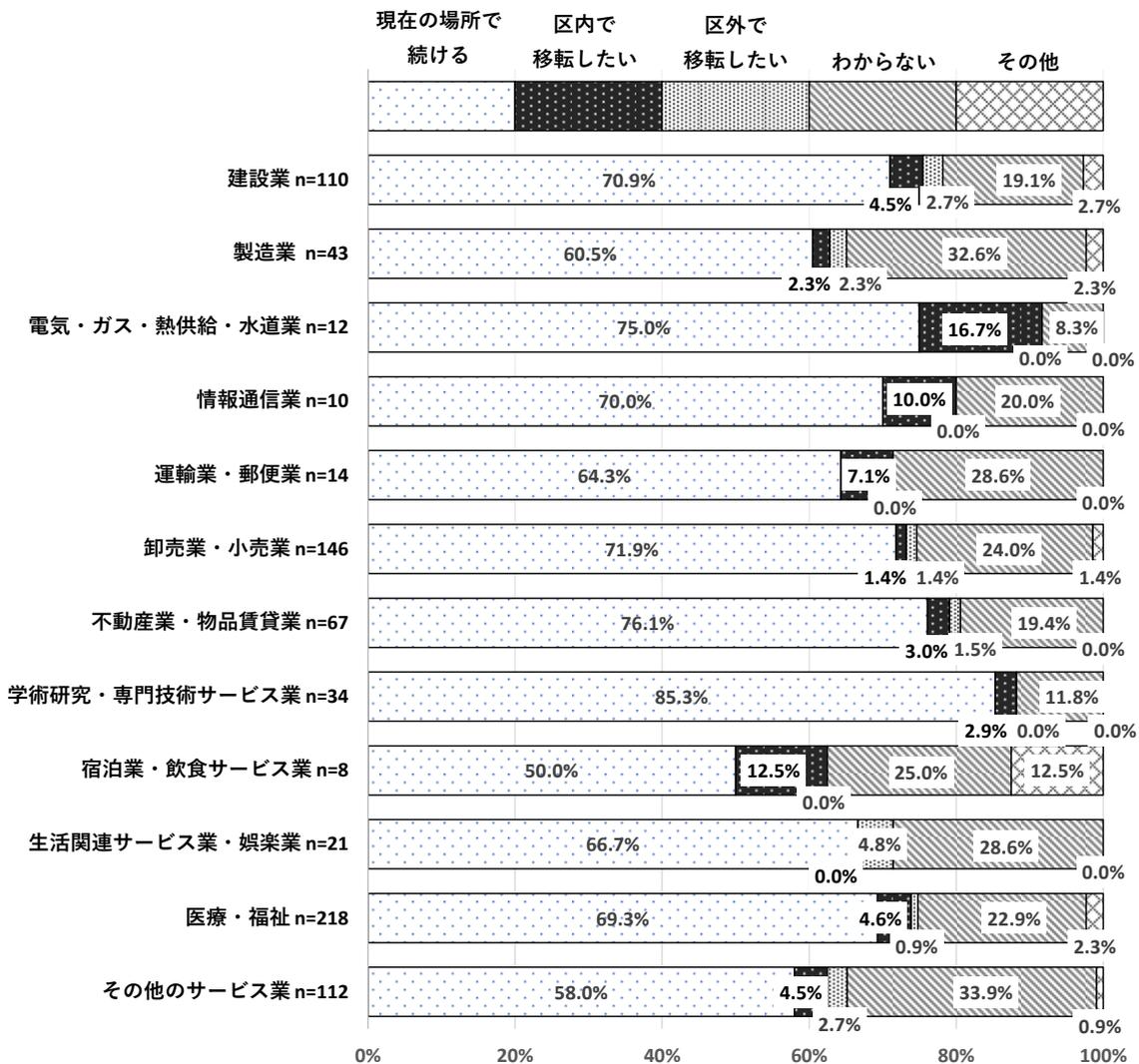


資料：杉並区事業所実態調査 問 18-1

○業種別の事業所の移転意向では、「現在の場所で続ける」が5割以上

- ・業種別において「現在の場所で続ける」は、「学術研究・専門技術サービス業」(85.3%)、「不動産業・物品賃貸業」(76.1%)、「電気・ガス・熱供給・水道業」(75.0%)、「卸売業・小売業」(71.9%)で高い。
 - ・「区内で移転したい」は、「電気・ガス・熱供給・水道業」(16.7%)が最も高く、次いで「宿泊業・飲食サービス業」(12.5%)、「情報通信業」(10.0%)が比較的高い。
 - ・「区外に移転したい」と回答している事業所は、少数である。「区外に移転したい」と回答している事業所が無い業種も多い(「学術研究・専門技術サービス業」「運輸業・郵便業」「電気・ガス・熱供給・水道業」「情報通信業」「宿泊業・飲食サービス業」)。
 - ・「わからない」の割合は、「その他のサービス業」(33.9%)、次に「製造業」(32.6%)で高い。
- 注)「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-76 将来の移転意向(業種別)



資料：杉並区事業所実態調査 問2・問18

(7) 区の産業施策に対する意識

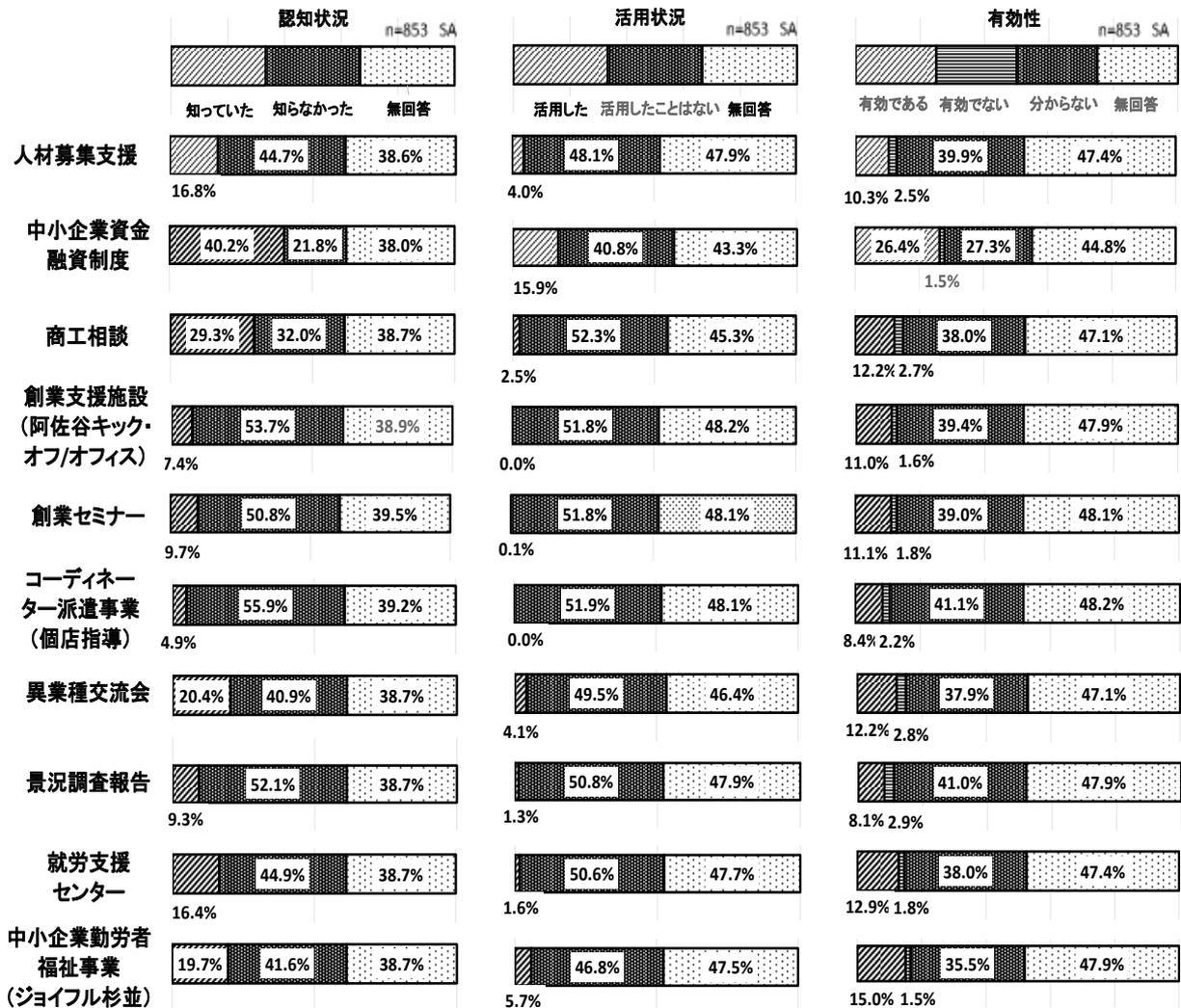
1) 区の産業施策に対する認知度・活用状況・有効性

○「中小企業資金融資制度」が認知度、活用状況、有効性ともに高い

- ・区の産業施策の中で、「中小企業資金融資制度」は、事業所の認知状況（40.2%）、活用状況（15.9%）、有効性（26.4%）ともに最も高い。認知状況では、「商工相談」（29.3%）が二番目に高く、次が「異業種交流会」（20.4%）となっている。
- ・「中小企業資金融資制度」の有効性について業種別にみると、「情報通信業」（70.0%）、次に「不動産業・物品賃貸業」（67.9%）と「学術研究・専門技術サービス業」（67.9%）で高く、全ての業種で30%以上となっている。

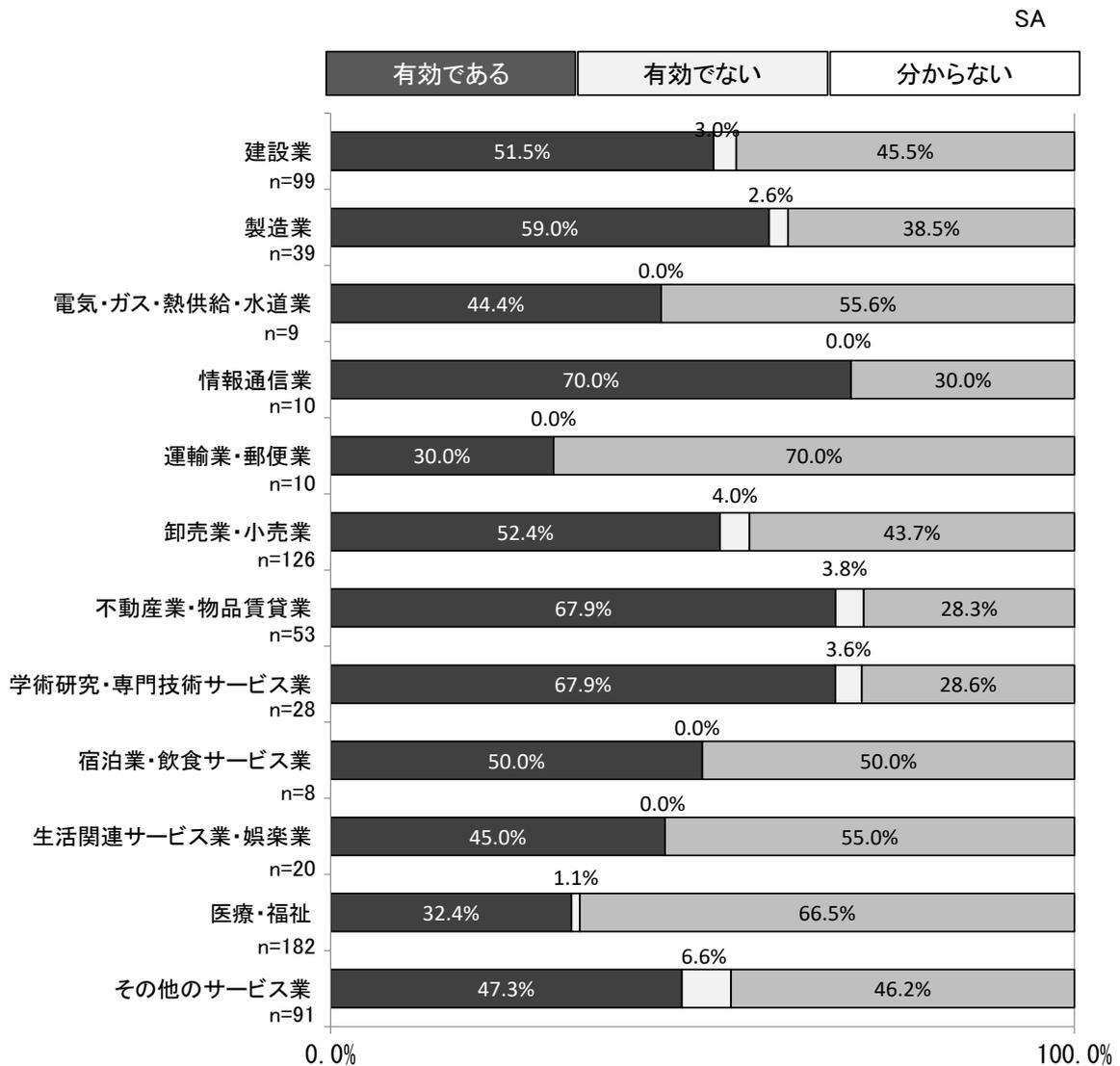
注）「教育・学習支援業」は回答数が1のため、分析対象としなかった。

■図表 2-77 杉並区の産業施策について



資料：杉並区事業所実態調査 問 24

■図表 2-78 中小企業資金融資制度の有効性（業種別）



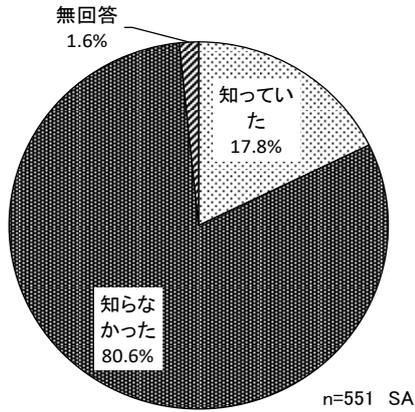
資料：杉並区事業所実態調査 問2・問24

○杉並区就労支援センターの事業を認知している区民は「有効である」と答える割合が高い

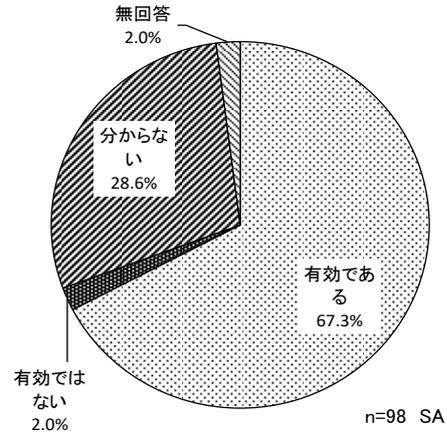
- ・杉並区就労支援センターの事業の区民の認知状況を見ると「ハローワークコーナー」（47.2%）は5割近くが知っているが、「若者就労支援コーナー」（17.8%）、「ジョブトレーニングコーナー」（14.9%）を知っている区民は2割以下となっている。
- ・「知っている」と答えた区民で「有効である」と答えた人の割合は、「ハローワークコーナー」（80.0%）が最も高く、「ジョブトレーニングコーナー」（70.7%）、「若者就労支援コーナー」（67.3%）となっている。

■ 図表 2-79 若者就労支援コーナーの認知状況と有効性

(a) 認知状況

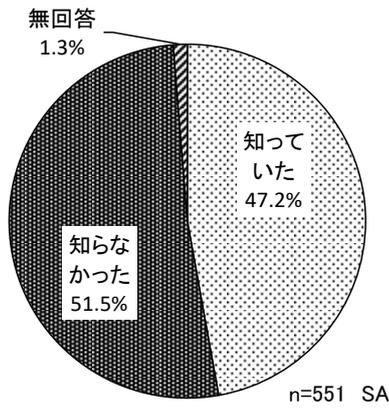


(b) 有効性 (知っていた方の回答)

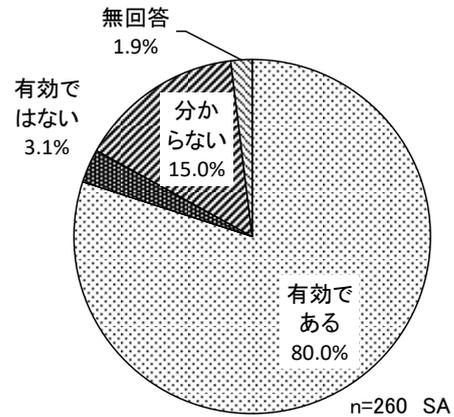


■ 図表 2-80 ハローワークコーナーの認知状況と有効性

(a) 認知状況

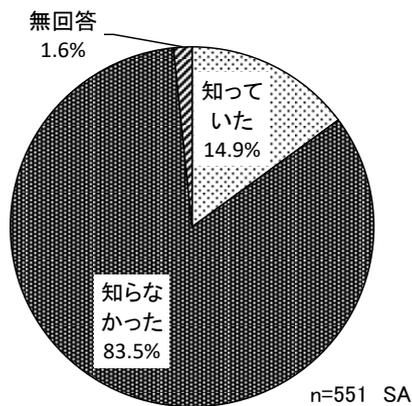


(b) 有効性 (知っていた方の回答)

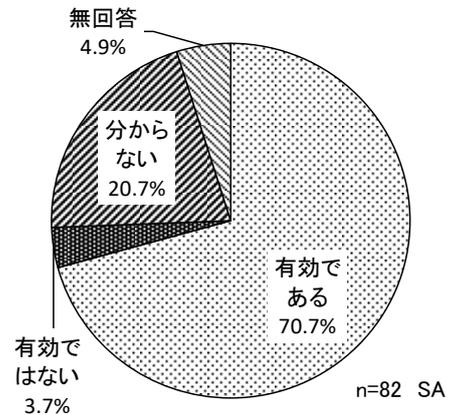


■ 図表 2-81 ジョブトレーニングコーナーの認知状況と有効性

(a) 認知状況



(b) 有効性 (知っていた方の回答)

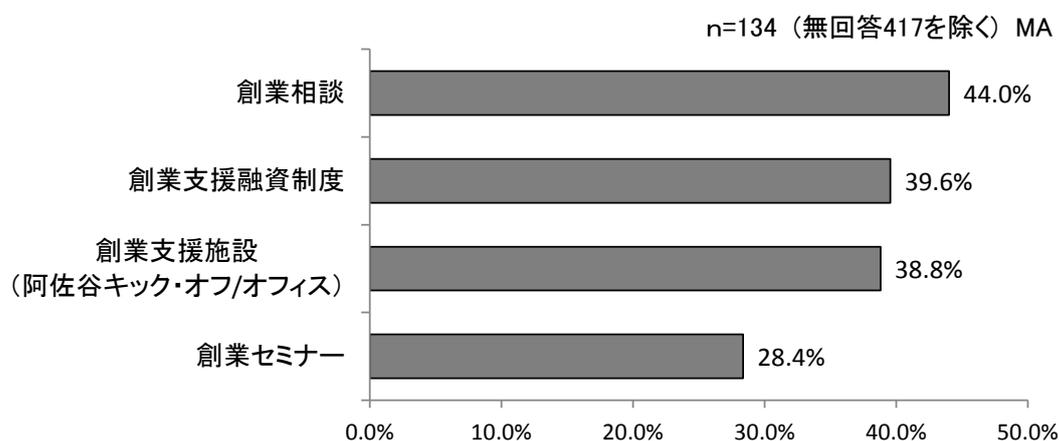


(図表 2-79～図表 2-81) 資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 23

○創業支援事業の中で区民の認知度は「創業相談」が最も高い

- ・杉並区の「創業支援事業」に対する区民の認知状況は、「創業相談」（44.0%）が高く、次いで「創業支援融資制度」（39.6%）、「創業支援施設」（38.8%）、「創業セミナー」（28.4%）と続く。

■図表 2-82 創業支援事業の認知状況



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 24

2) 事業者の意見

①資料：杉並区事業所実態調査 問25

〇区の産業施策について

<融資制度を活用している>

- ・中小企業資金融資制度ではとても有利な条件で融資いただきありがとうございました。今後もよろしくお願ひいたしたい。

<異業種交流会に積極的に参加したい>

- ・地域を細分化した異業種交流会をどんどん開いてほしい。
- ・地元の零細企業が世界をマーケットに出来るような仕組みをIoT、AI、ビッグデータを使いクラウド上で活用できるようなサービスを展開できるように着手している。できれば杉並区内で意欲的な企業と出合いができるような場を作してほしい。

<公共施設の開放>

- ・会議室等を区内の法人でも使えるようにしてほしい。

<施策の活用>

- ・小規模企業には、区の支援策は手厚いものになっていると思う。今まで産業施策についてはほとんど知りませんでした。今後活用できたらと思っています。会社を継続していくために常に経費を節減し、少しでも売上を増やしたいと努力を続けています。体力と気力の続く限り、なんとか頑張っていきたいと思っています。

〇産業施策への希望

<支援策の手続きの簡素化>

- ・企業支援といっても複雑な手続きや審査による高いハードル等があり、利用したくてもその時間と労力が確保できないため、なかなか利用しがたい印象があります。名ばかりの支援で残念な思いをすることが今まで多かった。労働者等への様々な条件や待遇が向上される中、事業主、経営者にとって厳しい条件ばかり要求されることが多く、優遇制度等の必要性を経営者は切に

願っていように感じる。

<事業承継の相談に乗ってほしい>

- ・区は、事業承継の様々な事例紹介のセミナーを行って欲しい。また、M&Aのマッチングサイトを区が運営するなど、本当に必要な取組をしてほしい。
- ・事業を承継するにあたって、設備の老朽化をカバーできる補助金を希望します。
- ・長年の努力により事業所の整備拡張、設備等取り揃えたが後継者無しの私の代で終わることはもったいない。やる気がある人であれば賃貸でもしたいと思うが、相談窓口を利用したい。
- ・色々な支援がある事を知りませんでした。難しい問題に対してどの様な所でどの様に相談したら良いかわからない。本当に親身になっていただけのでしょうか。会社の株の継承方法等、表に出したくない情報をどの様に相談できるのか相談に乗ってほしい。

<研究開発等に助成や融資を受けたい>

- ・婦人関連製品を企画・販売しているが、商品開発のために人間工学や医学についても勉強、研鑽している。そういった研究費等に対して助成や融資をしてもらいたい。

〇その他の意見

<情報収集>

- ・定期的に区の産業施策をアナウンスして欲しいと思います。

<人材を確保できない>

- ・とにかく人材確保が出来ない。店舗回転率が低く売上が伸びない（人手不足のため）。
- ・人材募集支援を利用した事がありますが、測量士という特殊な資格を持った人は、難しいようであきらめました。そのような資格・技術を持った人も利用されているようだととても助かる。
- ・建設業では深刻な人材難にある。特に現場における作業には一定以上の技術と経験が必要であるが、募集の際に希望者の多くの身元が不明確

なことが多い。半分以上が、連絡もなく退職してしまうため、社会保険の加入等、会社側のリスクが大きい。また現場の管理者に至っては、現場常駐が義務付けられるが、現場解放後に彼らは書類仕事をしなければならず、これにより発注者に間接的に強制される形で残業や休日出勤を余儀なくされている。

- ・介護職を目指す者が少なくなっており、人材確保の難しさは深刻です。学校教育の現場などに仕事の内容、やりがいなどを伝え、目指す若者が増えることを期待します。新たに介護職となる者を育成していく、創出していくことを区独自でも始めてほしいと思います。
- ・区がマッチングサイトを作成してほしい。繁忙期に一時的（数週間から数か月）に働いてくれる人が見つかるようなサイトがあると助かる。

②資料：杉並区事業所ヒアリング調査

○区の産業施策について

＜融資制度を活用している＞

- ・大型印刷等の機器の性能が良くなり定期的に入れ替えせざるを得ず、資金調達が必要になる。中小企業資金融資制度は良い制度なので継続してほしい。
- ・先般、区の制度融資を使わせていただいて大変助かっている。資金繰りは、どこの中小企業でも緊急課題になるため、短期間で融資いただける制度があると助かる。
- ・区の制度融資を使い、設備資金を借りたこともある。試作部品が主力製品ですので、随時、より精度が出る機械への買い替えが発生する。補助金等が発表された時もサポートをお願いしたい。

＜異業種交流会に積極的に参加したい＞

- ・杉並区内の企業と取引を増やしたいと考えているが、現状なかなかきっかけがない。異業種交流会などには積極的に参加したい。

3) 区民の意見

資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問27

○産業振興の方向性

＜子育てに特化した産業振興＞

- ・子育て環境が向上し、本当にうれしく思っており、アピールすべきです。しかし、子どもが遊べる大きなプールや魅力的な施設があまりないと感じている。子育てに特化した産業振興を実施してほしい。（北部）

＜創業支援＞

- ・創業支援はぜひ力を入れていただきたい。杉並区にしかないこだわりの個性的なお店は杉並ブランドを高めると思う。（西荻）

○事業所への支援

＜新産業の育成＞

- ・新産業の育成やPRを積極的にやってほしい。区のホームページ等に各社のPRを載せ、地元の信金、信組と協力関係を強化した取組、地元企業との協力関係の強化などの情報も紹介してほしい。（北部）

○その他

＜産業振興と住居との調和＞

- ・産業振興と静かな住環境の両立は難しい課題と思う。（西荻）

(8) 区民が望む杉並区の産業の姿

○杉並区が目指す産業の姿として望ましい将来像は、「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が各地域で最多

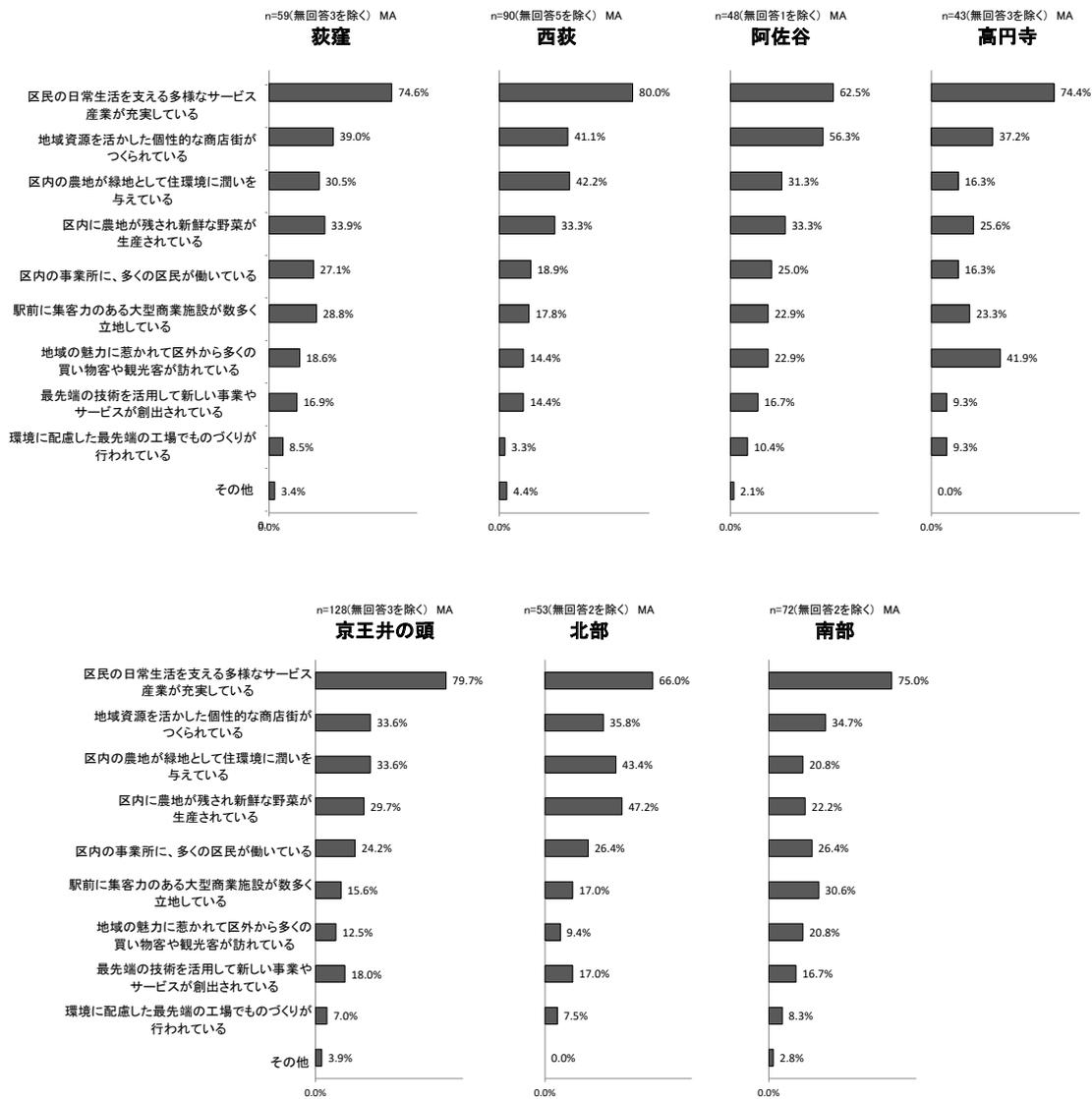
- ・「区民の日常生活を支える多様なサービス産業が充実している」が全体で75.4%となっており、地域別にみても全ての地域で最も多い。次いで、地域差はあるが「地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている」(37.4%)が続く。
- ・農業に関しては、「区内の農地が緑地として住環境に潤いを与えている」(32.1%)、「区内に農地が残され新鮮な野菜が生産されている」(31.0%)が3割を超え、地域別では、西荻、北部で多い。
- ・商業に関しては、「地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている」(37.4%)、「駅前に集客力のある大型商業施設が数多く立地している」(20.8%)が多い。
- ・地域別の特徴では、「地域資源を活かした個性的な商店街がつくられている」は、阿佐谷(56.3%)で多く、「駅前に集客力のある大型商業施設が数多く立地している」は南部(30.6%)、荻窪(28.8%)で多い。「地域の魅力に惹かれて区外から多くの買い物客や観光客が訪れている」は、全体では少ないが(17.4%)、高円寺地域では41.9%と他の地域の約2倍となっている一方、北部は9.4%と最も少ない。

■図表 2-83 杉並区が目指す産業の姿として望ましい将来像



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問 12

■ 図表 2-84 杉並区が目指す産業の姿として望ましい将来像（地域別）



資料：杉並区の産業に関する区民意向調査 問12・問26