

豊島区中小企業実態調査報告書
(製造業等)
〈概要版〉

平成14(2002)年3月

豊 島 区

目 次

1	豊島区産業の全体像	
1-1	産業の概況.....	1
1-2	製造業の状況	2
1-3	情報サービス業の状況.....	4
2	実態調査	
2-1	実態調査の方法等	6
2-2	製造業実態調査結果	7
2-3	情報関連業実態調査結果	27
3	企業ヒアリング調査	
3-1	調査実施要領.....	39
3-2	ヒアリング調査結果	40
3-3	ヒアリング調査のまとめ.....	73
4	課題の整理・方策検討への提案	
4-1	課題の整理.....	75
4-2	対応方策検討の方向性	76

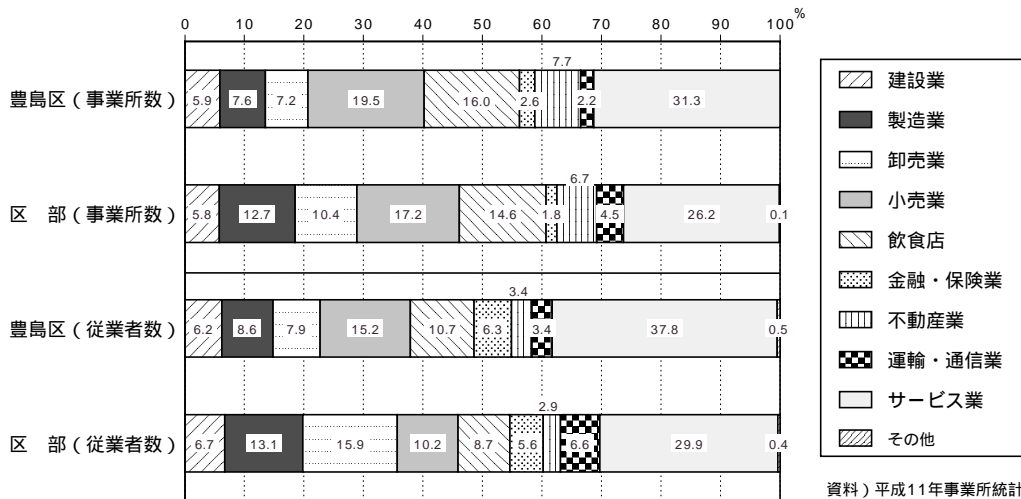
1 産業の全体像

1-1 産業の概況

産業構成比は商業とサービス業の割合が高く、製造業は事業所数・従業者数で7～8%
 平成11年の事業所統計によれば、区内産業の構成はサービス業と商業（小売業と飲食店）の占める割合が高く、サービス業が事業所数で31.3%、従業者数で37.8%と3割を超え、小売業・飲食店でも同様に事業所数で35.5、従業者数で25.9%となっている。これらの割合は、区部（23区）と比べてもかなり高く、豊島区産業の構成の特徴はサービス業と商業（小売業と飲食店）との比重が高い点にある。

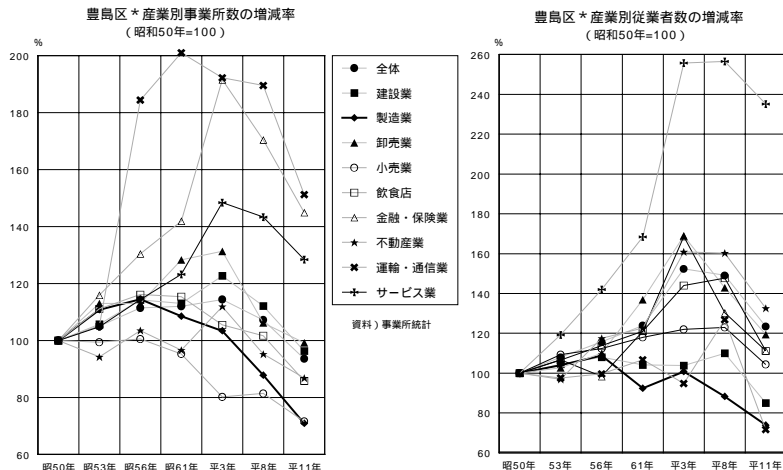
本調査の対象である製造業は、事業所数で7.6%、従業者数で8.6%を占めるに留まり、これらの比率は区部と比べると低くなっている。

産業別事業所数・従業者数の構成比の比較



資料)平成11年事業所統計

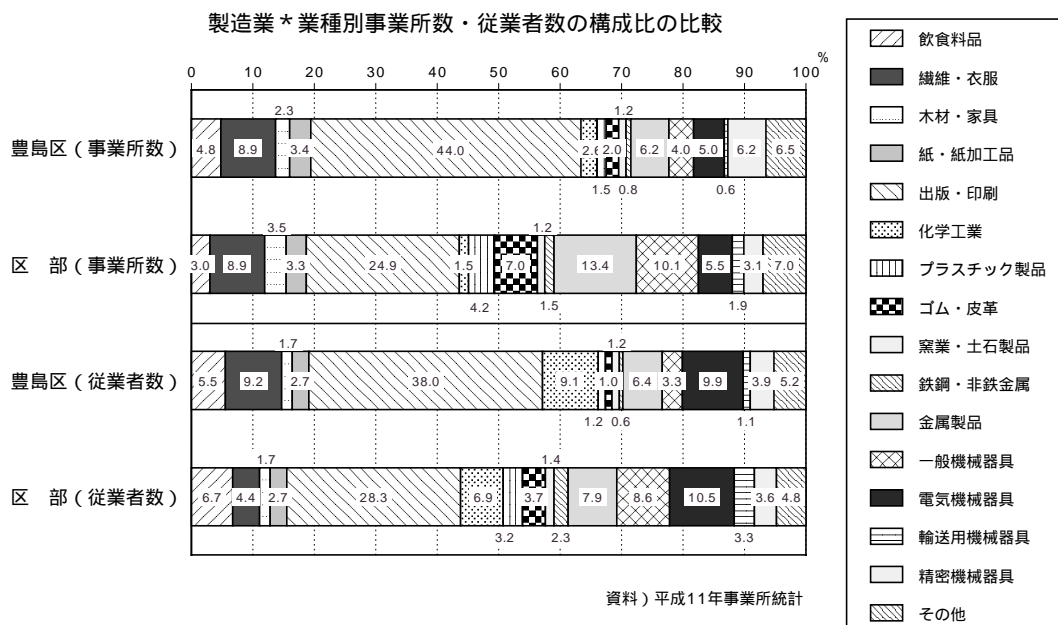
各産業とも事業所数はバブル崩壊以降急激な減少、商業や製造業はそれ以前から
 近年の産業の推移をみると、事業所数ではバブル経済が崩壊し始める平成3年以降、各産業とも減少傾向で推移しており、それまでかなりの伸びを示してきたサービス業も減少に転じている。区内での構成比の高い小売業と飲食店は、すでにそれ以前から減少に転じており、第一次石油危機（昭和48年）を挟む昭和56年から61年にかけて減少傾向となっている。製造業においても、同様に第一次石油危機以降減少に転じており、特にバブルが崩壊し始める平成3年以降は急激な減少傾向を示している。



1-2 製造業の状況

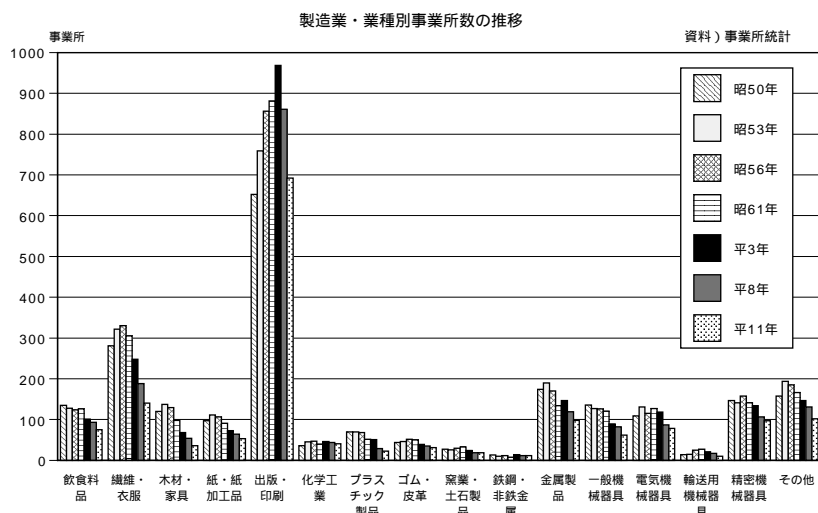
顕著な集積をみせる出版・印刷、このほかには繊維・衣服、精密機器、化学などに特徴
区内製造業の業種構成をみると、出版・印刷が顕著に高い比率を占め、事業所数では
44.0%、従業者数でも 38.0% と共に 4 割前後を占めており、製造業における「特化業種」
と言える。

区部と比べて比較的比率の高い業種は、出版・印刷のほかに、繊維・衣服(従業者数)、
精密機械器具、化学工業などが挙げられる。



増加業種は皆無、印刷関係はバブル崩壊以降、繊維や機械金属関係は昭和50年代半ば
から減少へ

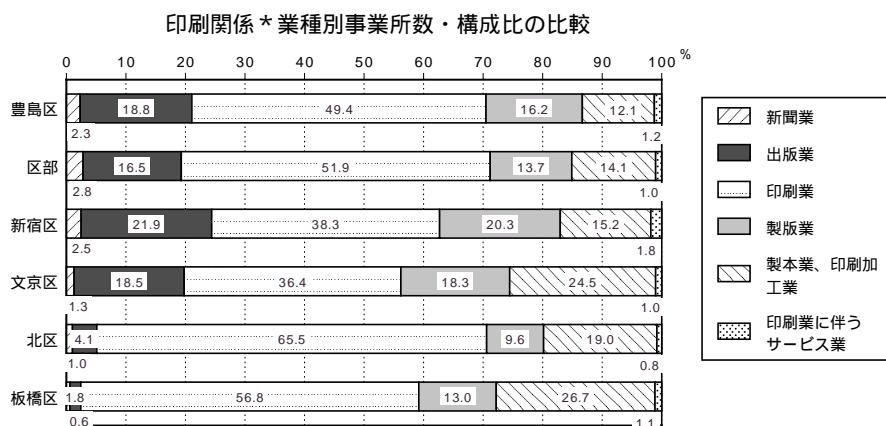
区内製造業の事業所数の推移を業種別にみると、「特化業種」である出版・印刷では平
成3年をピークに事業所数・従業者数ともに急激な減少を示し、最近その減少スピードは
さらに加速する傾向にある。バブル崩壊以降、豊島区から 300 事業所近く、2,000 人近く
が姿を消していることになる。繊維・衣服、精密機器・金属製品などの機械金属関係で
は、それ以前の昭和50年代半ば頃から減少傾向に転じており、飲食料品はさらにそれ以
前から減少傾向にある。



豊島区は印刷主体だが出版の比重が比較的高い都心部寄りの構造

区内における印刷関連業（産業中分類の出版・印刷）の業種内訳は、事業所数で見ると印刷業が49.4%とほぼ半数を占め、以下、出版業が18.8%、製版業が16.2%、製本業等が12.1%と続き、これら4業種が印刷関連業の主要業種と言える。

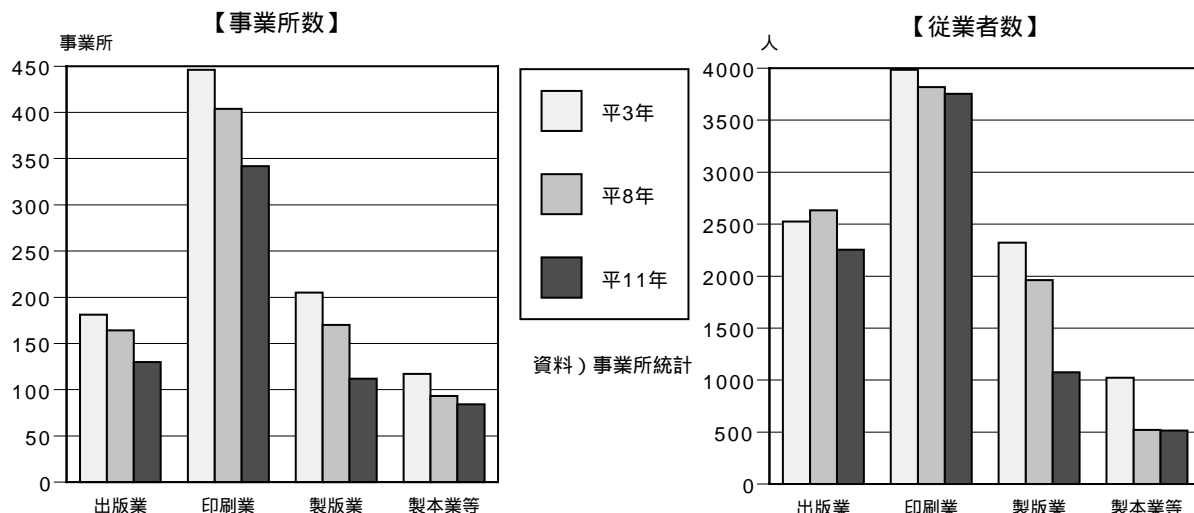
豊島区と区部全体及び周辺区（新宿・文京・北・板橋の各区）とを比較すると、豊島区の印刷関連業は、新宿区や文京区などの都心部寄りの業種構造（印刷のほか出版の比重が高い）を呈しており、北区や板橋区などの外縁部の業種構造（印刷のほか製本等の比重が高い）とはやや異なる。



「出版業と印刷業」は小規模事業所、「製版業と製本業等」は小規模のほか中規模クラスの減少率が高いとみられる

これら主要4業種の事業所数と従業者数の推移（事業所統計 / 平成3～11年）をみると、バブル経済崩壊以降、各業種とも減少傾向を示しているが、「出版業と印刷業」と「製版業と製本業等」との様相は異なる。「出版業と印刷業」は、事業所数の減少に比して従業者数の減少はそれ程でもない。対して、「製版業と製本業等」では、従業者数の減少率は事業所数の減少率をさらに上回っている。

豊島区＊印刷関係の業種別事業所数・従業者数の推移

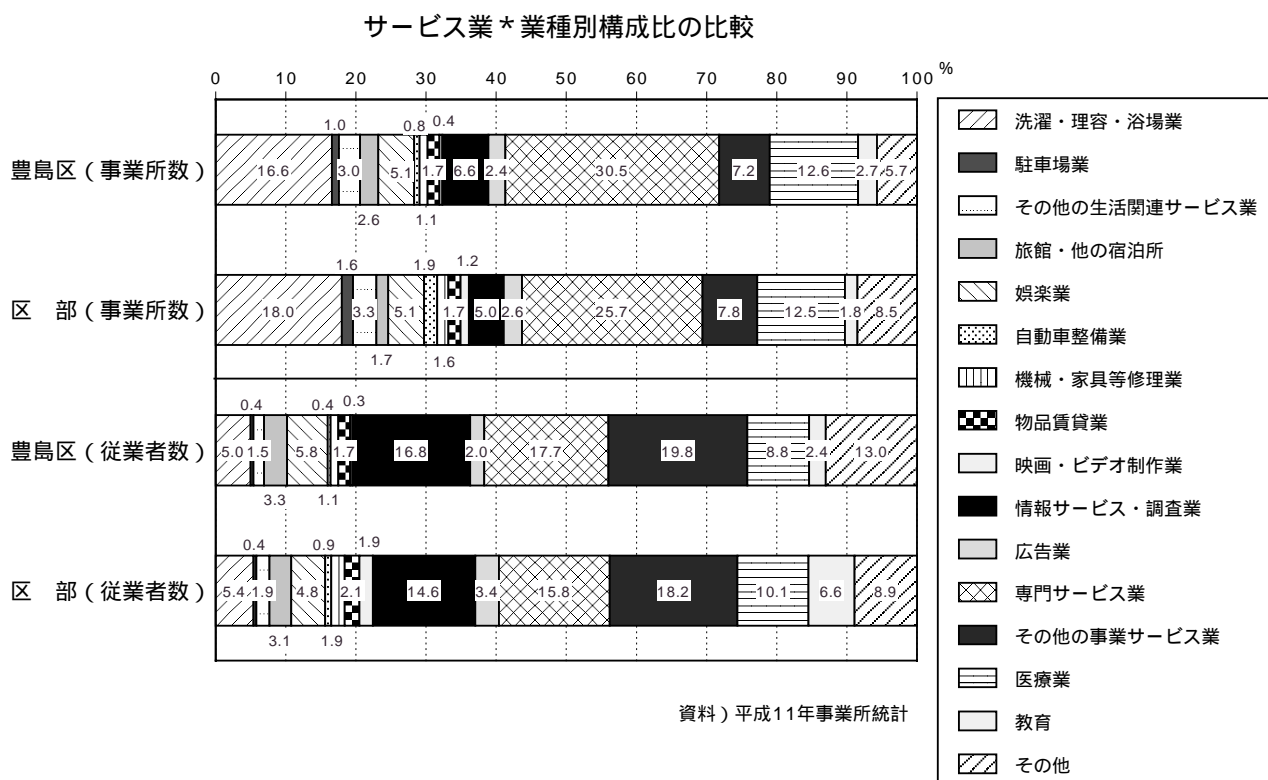


1-3 情報サービス業の状況

情報サービス業は事業所数で6.6%だが、従業者数では16.8%

サービス業の業種構成をみると、事業所数では専門サービス業(30.5%)や洗濯・理容・浴場業(16.6%)などの個人サービス業、医療業(12.6%)などの割合が高く、情報サービス業(調査業を含む)は6.6%となっている。しかし、従業者数では、情報サービス業は16.8%と割合が高く、専門サービス業(17.7%)やその他の事業サービス業(19.8%)とともにサービス業の軸を構成している。逆に、洗濯・理容・浴場業は5.0%に留まる。

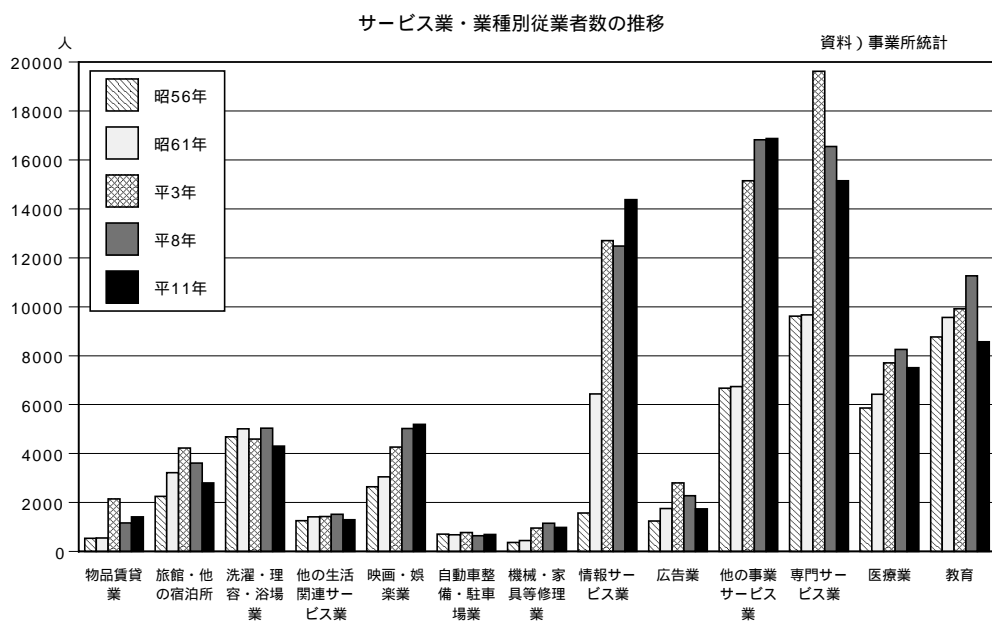
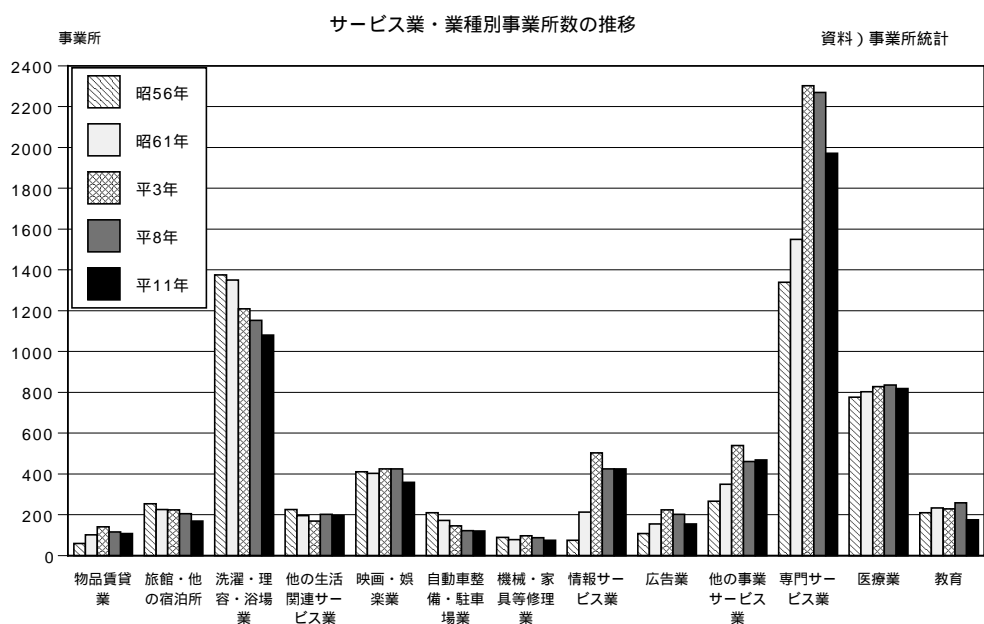
事業所数で6.6%に過ぎない情報サービス業が、従業者数では16.8%をも占めることは、区内における当業種の雇用吸収力の大きさを示している。



事業サービス関係はバブル経済崩壊の影響が顕著、その中で情報サービス業の従業者数の増加傾向が際立っている

サービス業の業種別の推移をみると、事業所数では洗濯・理容・浴場業を始めとする個人サービス関係は昭和50年代以降、減少傾向で推移しているが、専門サービスや情報サービス業を含む事業サービス関係は平成3年を境に増加から減少に転じており、バブル経済崩壊の影響が如実に現われている。

しかし、従業者数の推移をみると、情報サービス業は最近、増加傾向を強めており、他の事業サービス関係業種とは様相を異にする。



2 実態調査

2-1 実態調査の方法等

調査の目的

区内製造業および情報関連業の実態と動向を調査し、今後の施策展開の基礎資料とすることを目的とする。なお、とくに動向については、平成7年度に実施した「豊島区中小企業実態調査」の結果と比較対象することにより、より実態的な把握を行う。

調査対象と調査方法

実施した調査の調査対象、調査方法は以下のとおりである。

・調査対象

区内に立地する製造業および情報関連業に該当する事業所。

調査に当たって、製造業に関しては、平成7年度「豊島区中小企業実態調査」で把握した事業所リストを、また情報関連業については、平成13年6月時点のタウンページデータベースを活用した。

・調査方法

郵送配布、郵送回収によるアンケート調査。調査票は、各業種毎に異なるものを設定した。

・調査内容

所在地、事業内容、従業者数、事業所建物形態、事業所所有形態、経営者の年齢、後継者の有無、創業時期、開業時期、事業所の機能、受注先所在地、外注先所在地、仲間取引等の状況、IT利用状況、経営上の問題、立地上の問題、将来見通し、移転意向、今後の経営方針 等。

調査期間

平成13年7月上旬～8月下旬。

調査票回収結果

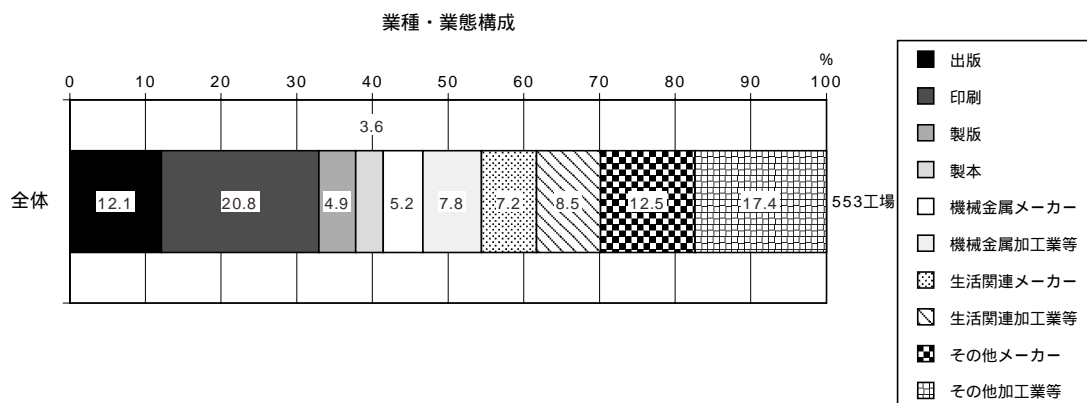
調査票回収結果は、以下のとおりである。

	調査設定数 A	調査対象外		有効対象数 C=A-B	有効回収数 D	有効回収率 (%) D/C*100	
		B	重複				移転・ 廃業等
製造業	2,127	280	3	277	1,847	553	29.9
情報関連業	552	12	0	12	540	178	33.0
全体	2,679	292	3	289	2,387	731	30.6

2-2 製造業実態調査結果

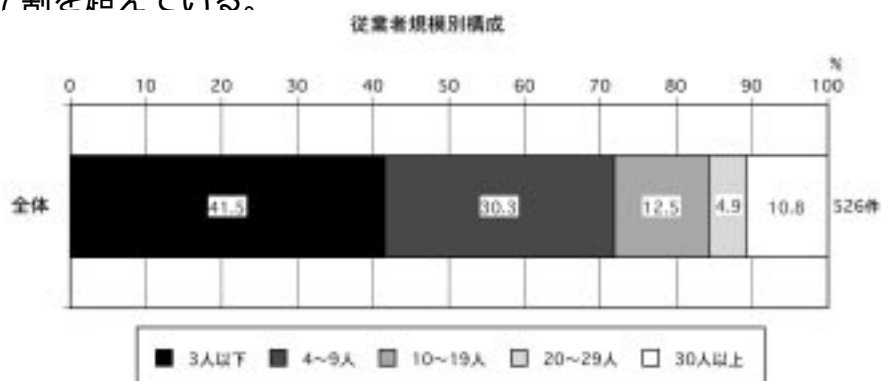
業種・業態

出版・印刷関連（出版、印刷、製版、製本）が41.4%、機械金属（金属製品製造業、一般機械器具製造業）メーカーが5.2%、加工業等が7.8%、生活関連（飲・食料品製造業や衣服・繊維製品製造業等）メーカーが7.2%、加工業等が8.5%、その他メーカーが12.5%、その他加工業等が17.4%となっており、自社製品を有するメーカーは、24.9%となっている。



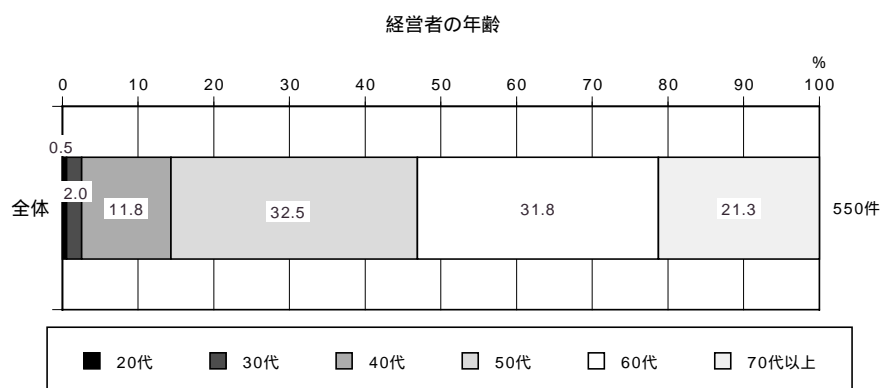
従業者規模

「3人以下」が41.5%と最も多く、次いで「4～9人」が30.3%となっており、従業者10人未満が7割を超えている。



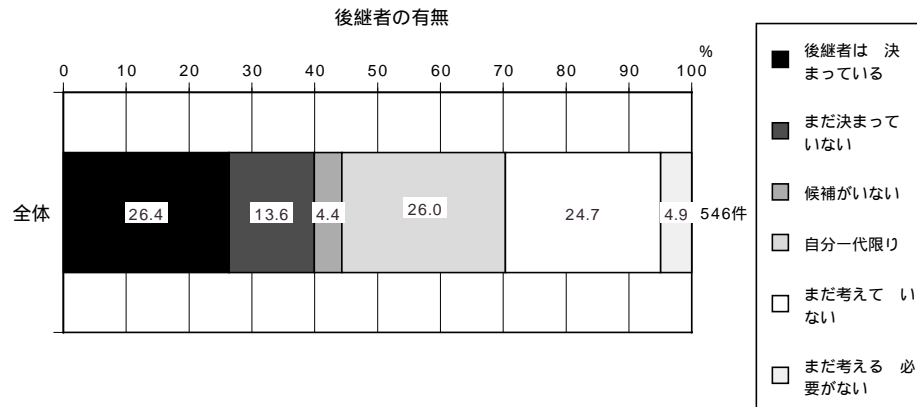
経営者の年齢

「50代」が32.5%と最も多いが、「60代」(31.8%)および「70代以上」(21.3%)が合わせて半数を超えており、高齢化傾向の強い結果となっている。

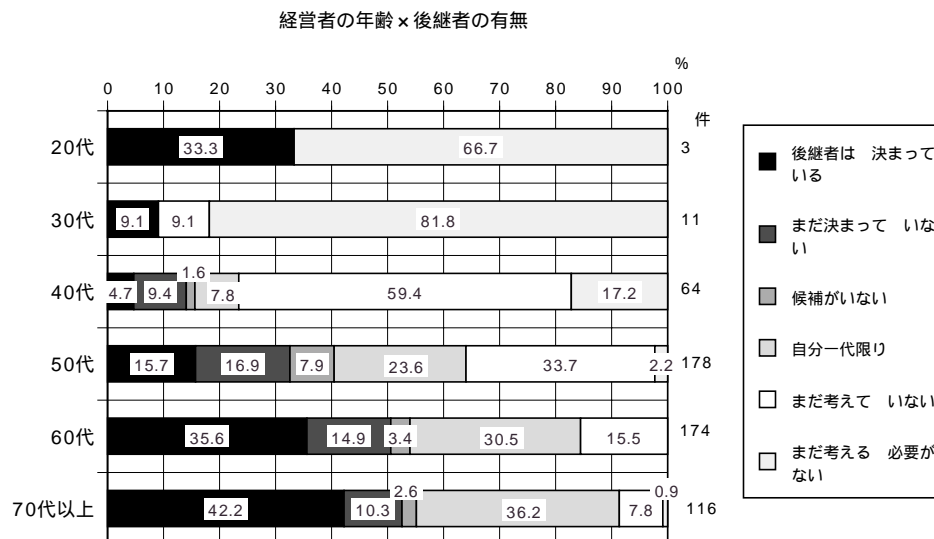


後継者の有無

「後継者は決まっている」という回答が26.4%と最も多いが、「自分一代限り」も26.0%と多い。

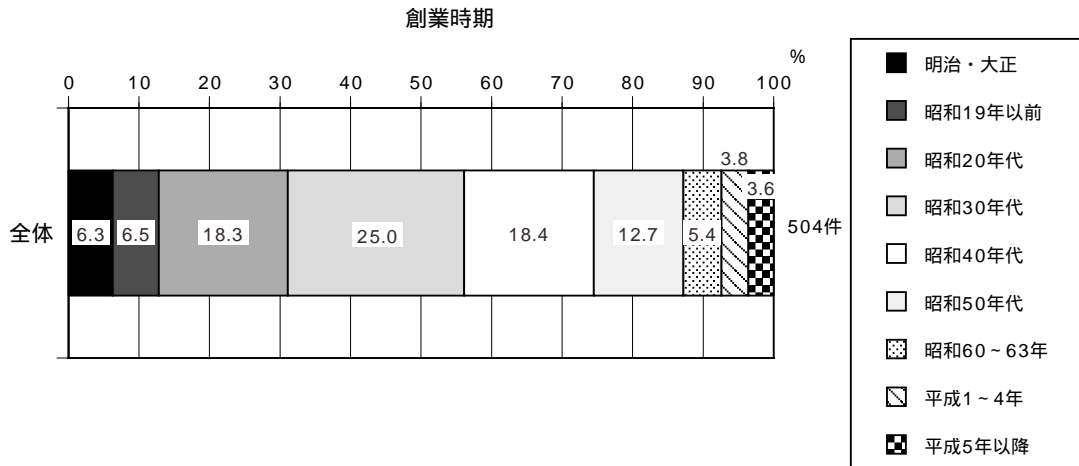


経営者年齢別にみると、「候補がいらない」、「自分一代限り」および「まだ考えていない」という回答が、60代の49.4%、70代以上の46.6%を占めている。これらの大半が、経営者の死去等により、近い将来ほぼ確実に消滅する層であるといえる。

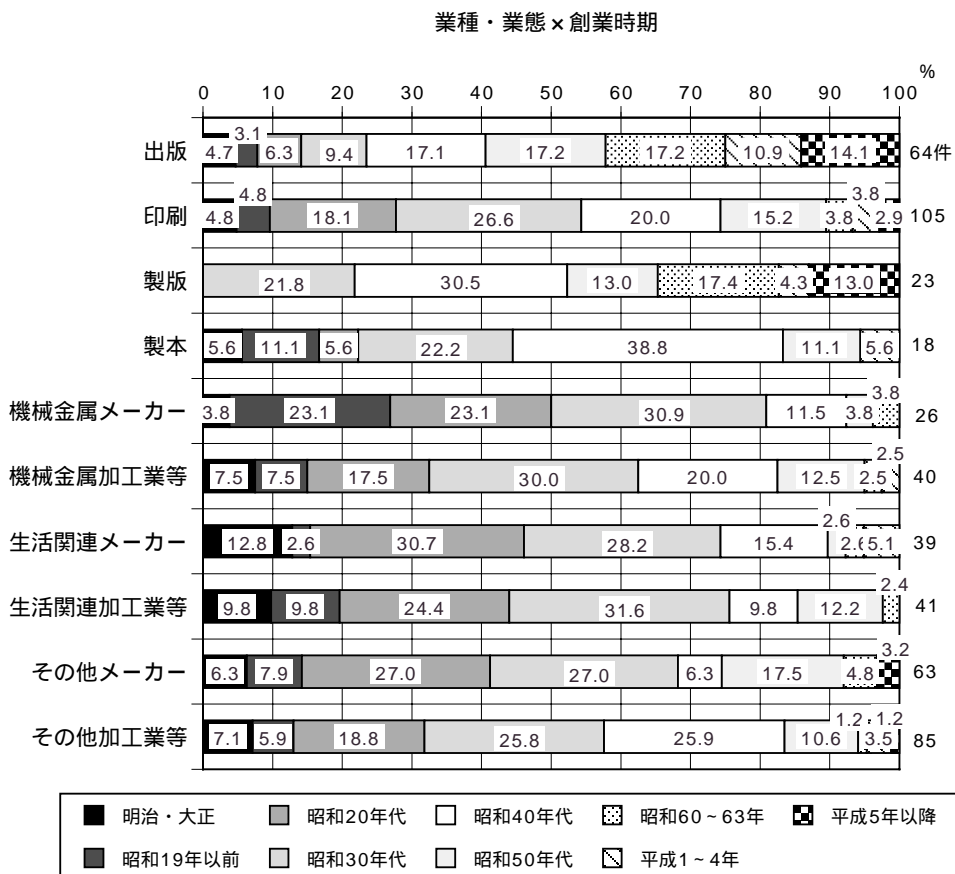


創業時期

「昭和30年代」が全体の4分の1を占めており、昭和30年代以前の創業が半数以上を占めるなど、比較的歴史の長い企業が多い印象が強い。一方、平成に入ってからからの創業は、合わせて7.4%と1割にも満たない。



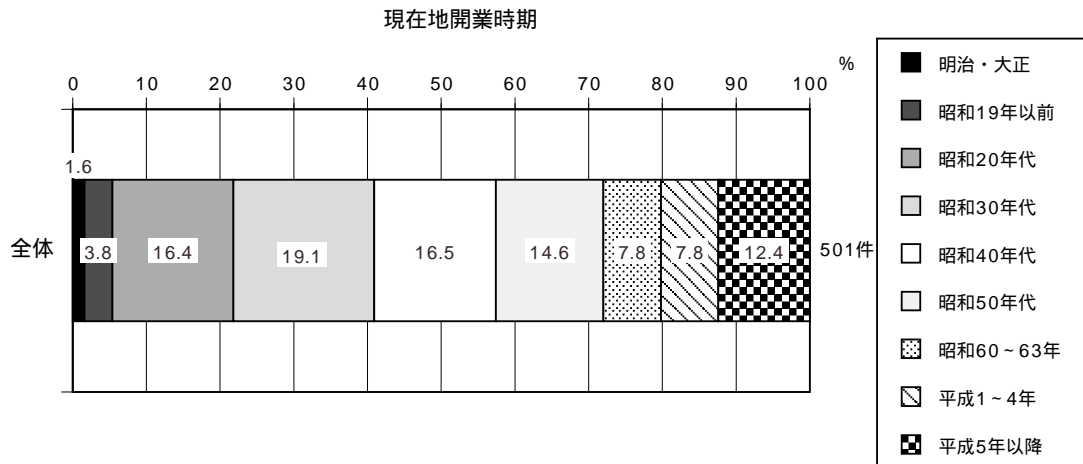
業種・業態別にみると、平成に入ってからからの創業は、出版で25.0%、製版で17.3%となっており、他の業種・業態に比較して、新しい企業の多さが目立つ。一方、機械金属メーカーで昭和20年代以前が半数に達するなど、各種メーカーでは業歴のある企業が多い傾向がうかがわれる。



現在地開業時期

平成に入ってから現在地で開業した企業は、全体の2割を占めている。

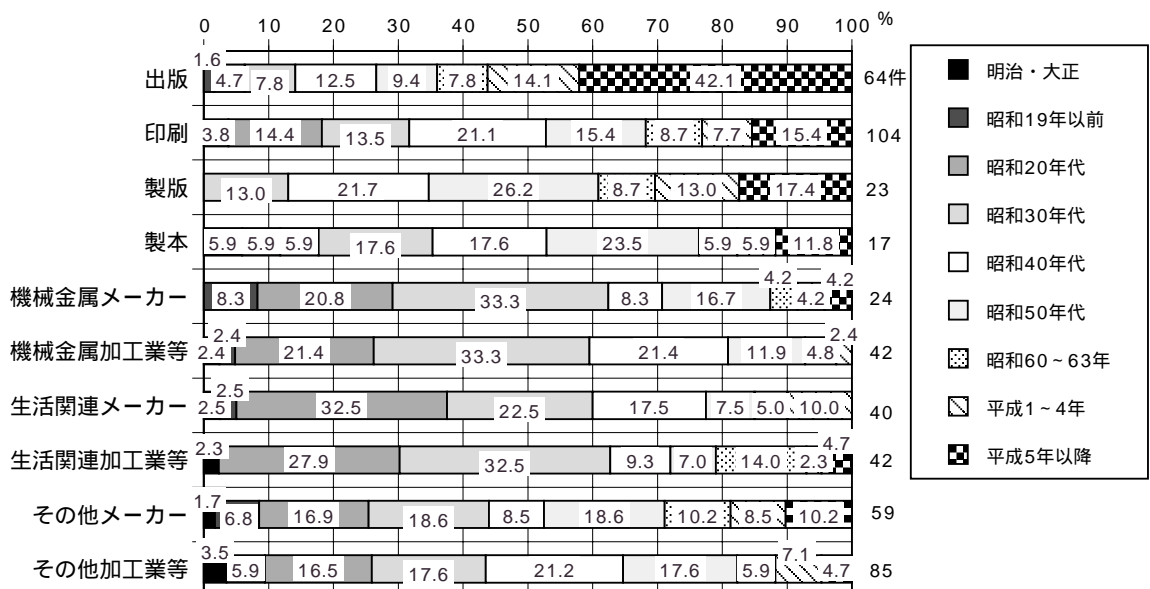
「昭和20年代」(16.4%)、「昭和30年代」(19.1%)、「昭和40年代」(16.5%)が比較的多くあり、前記『創業時期』と同様の傾向を示していることから、創業場所でそのまま現在まで操業を継続する企業の多いことがうかがえる。



業種・業態別では、平成に入ってからの開業が、出版では56.2%を占めており、とくに「平成5年以降」が42.1%を占めるなど最近の現在地開業が多く、他に比べとりわけ動きの早い業種であることをうかがわせる。

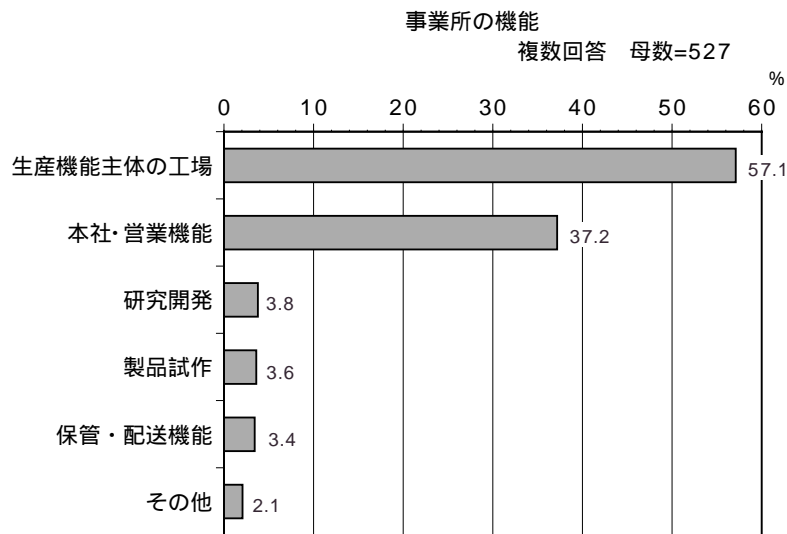
平成年間の開業は、「製版」(30.4%)や「印刷」(23.1%)、「製本」(17.7%)など印刷関連でも比較的多くを占めている。「昭和20年代」や「昭和30年代」が多数を占める機械金属や生活関連とは対照的な傾向を示している。

業種・業態×現在地開業時期



事業所の機能

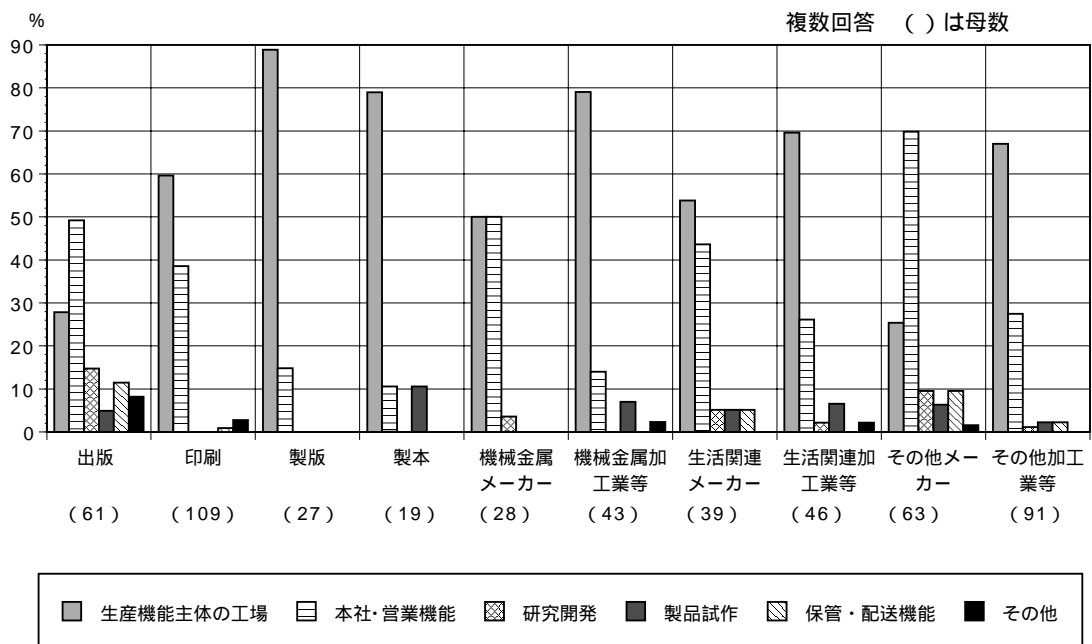
当該事業所の機能は、「生産機能主体の工場」(57.1%)が最も多く、次いで「本社・営業機能」(37.2%)となっている。



業種・業態別にみると、印刷関連業および各種加工業では「生産機能主体の工場」が、出版やその他メーカーでは「本社・営業機能」が多くなっている。

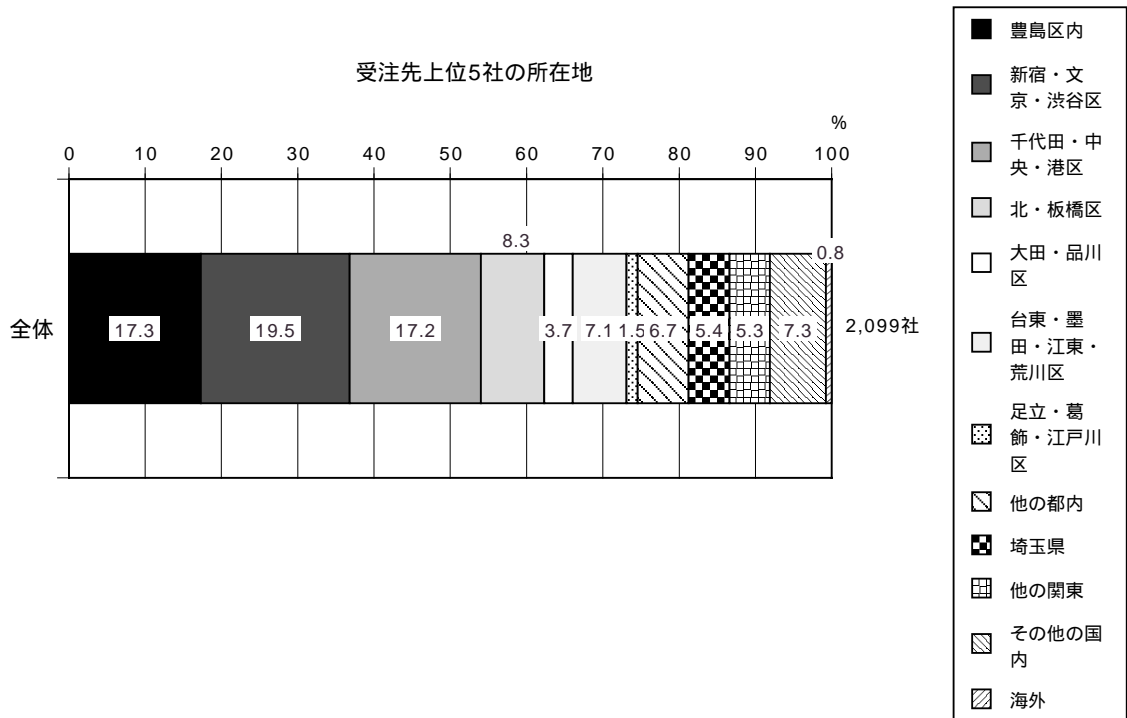
印刷で「本社・営業機能」が40%近くを占めていることは、各種メーカーのみならずこの業種でもファブレス化などをはじめとする業態転換が行われつつあることを示唆するものと考えられ、注目に値する。

業種・業態 × 事業所の機能



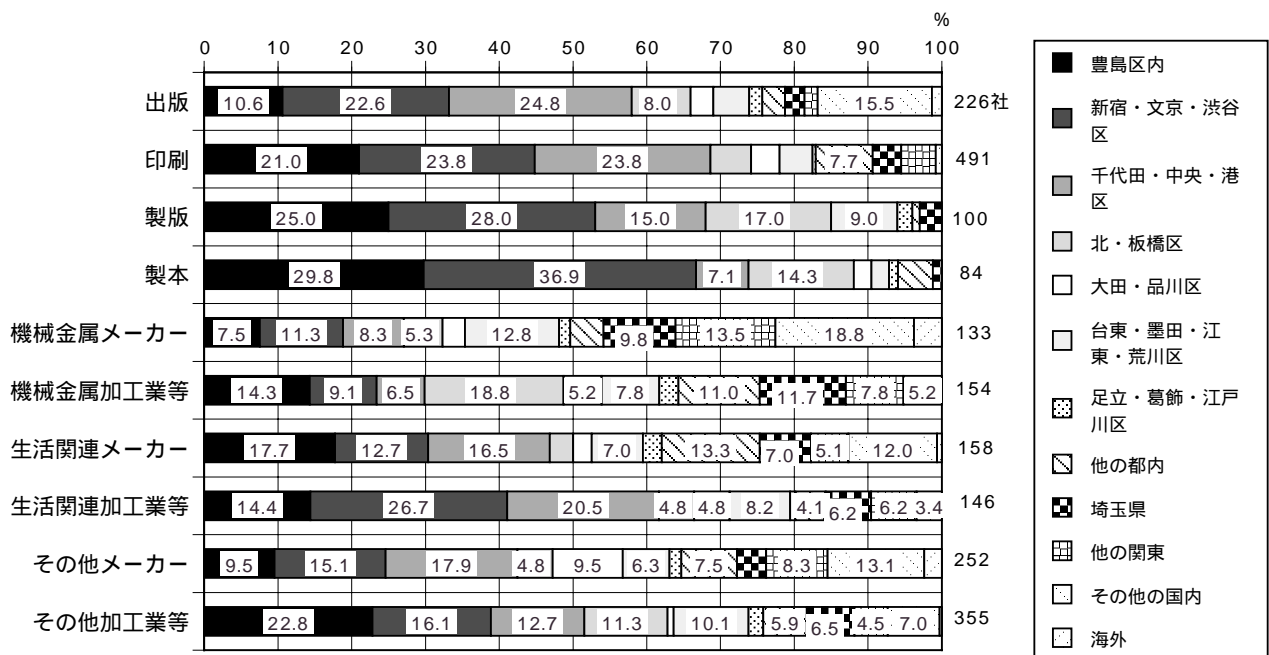
受注先上位5社の所在地

受注先は、近隣区（新宿・文京・渋谷区）区内、都心（千代田・中央・港区）の3地区がいずれも20%近くを占め、集中している。



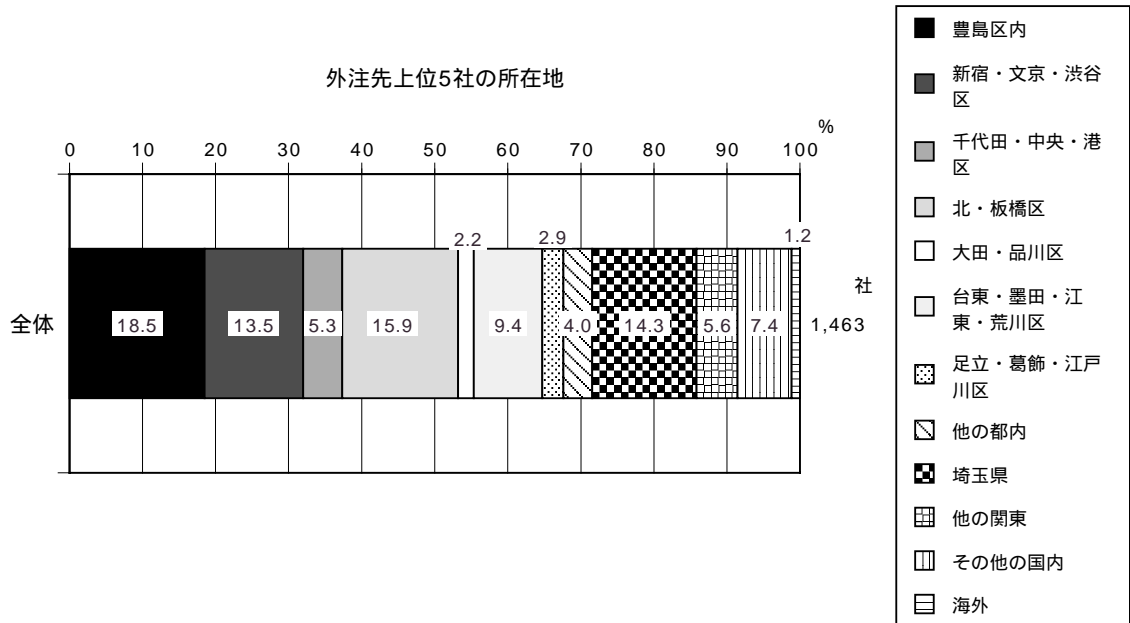
業種・業態別では、出版は都心および近隣区、印刷関連は近隣区および区内が受注先所在地の主なものとなっている。その他は、地域的に分散しており、かなりのバラツキがみられる。

業種・業態構成×受注先上位5社の所在地

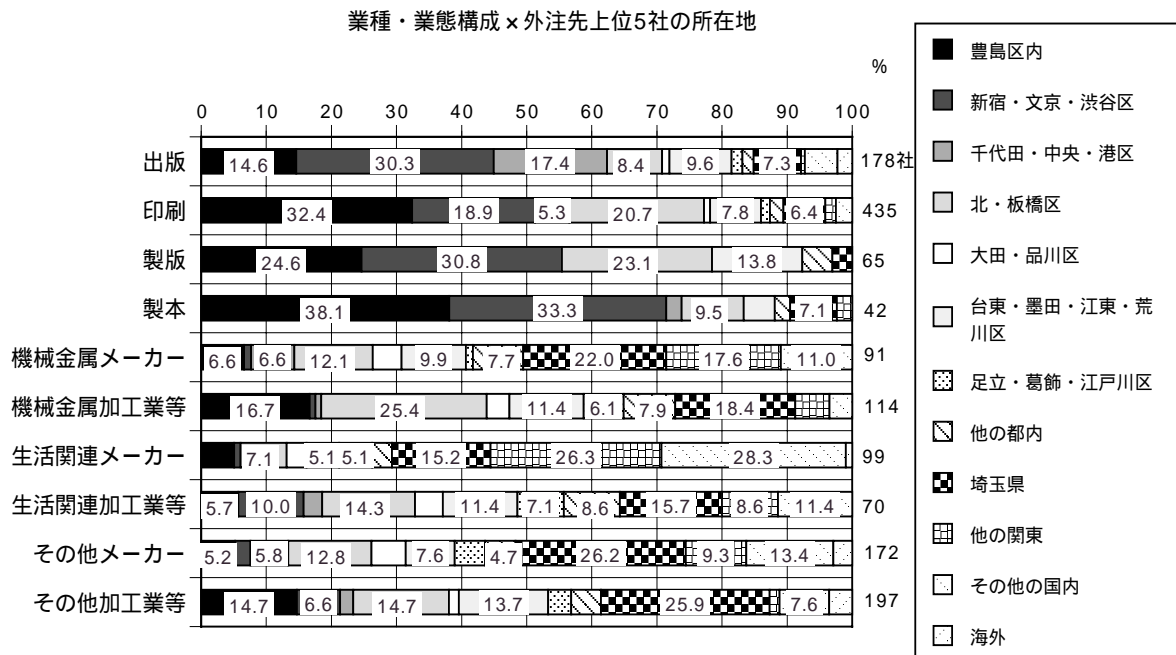


外注先上位5社の所在地

外注先は、区内、近隣区、隣接区(北・板橋区)、埼玉県がいずれも15%前後と多くなっている。

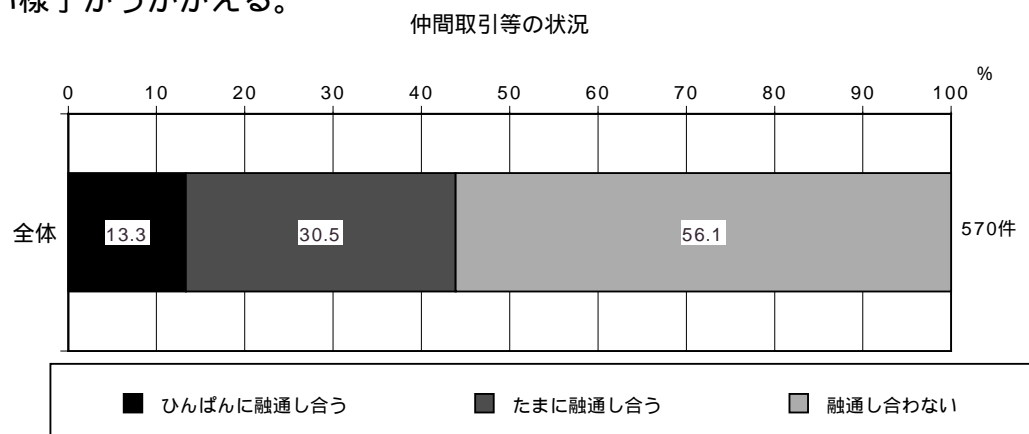


業種・業態別にみると、出版および印刷関連業では、区内や隣接区、都心が中心となっている。その他では、「埼玉県」や「他の関東」が多いなど、都外の比重が高くなっており、とくに生活関連メーカーでは「その他」が28.3%を占めるなど全国的な広がりがみられる。

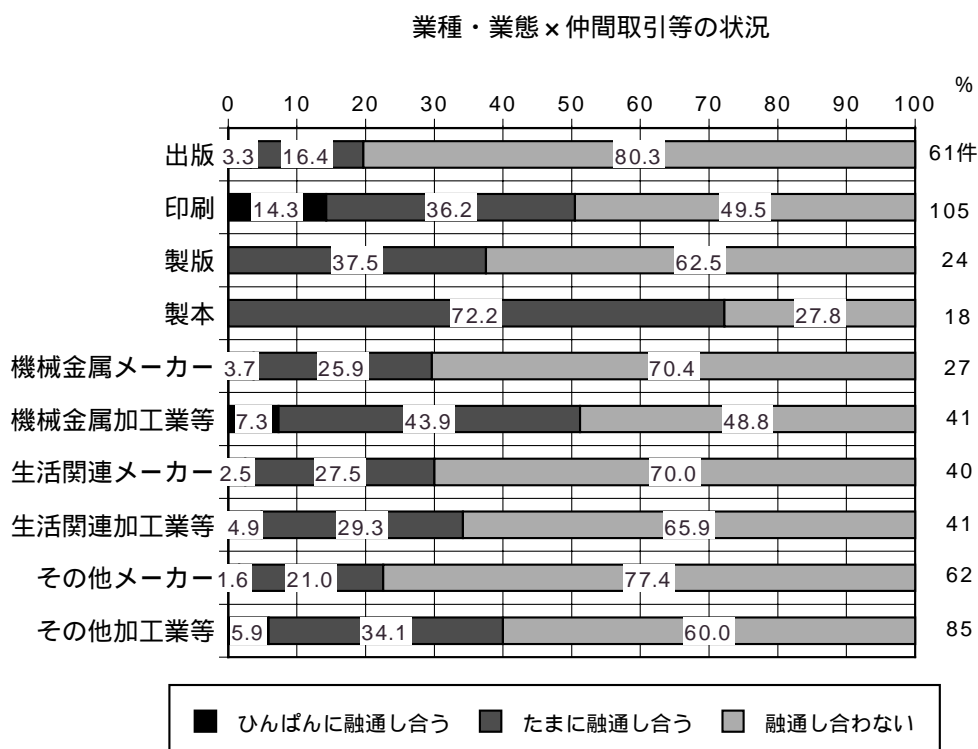


仲間取引等の状況

「融通し合わない」が56.1%と過半数を占めており、全体として仲間取引等はあまり活発でない様子が見えてくる。

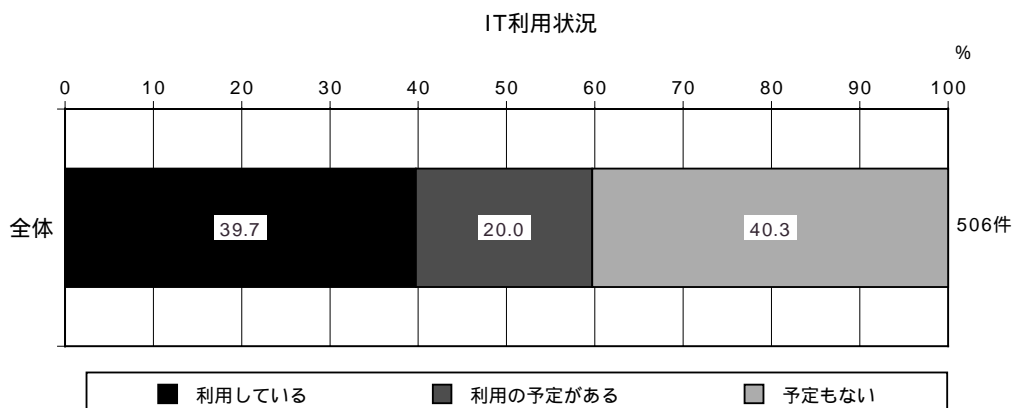


業種・業態別では、製本や印刷、機械金属加工業等で仲間取引等を行っている層(「ひんぱんに融通し合う」+「たまに融通し合う」)が過半数を超えており、その他の業種・業態との違いが明確である。

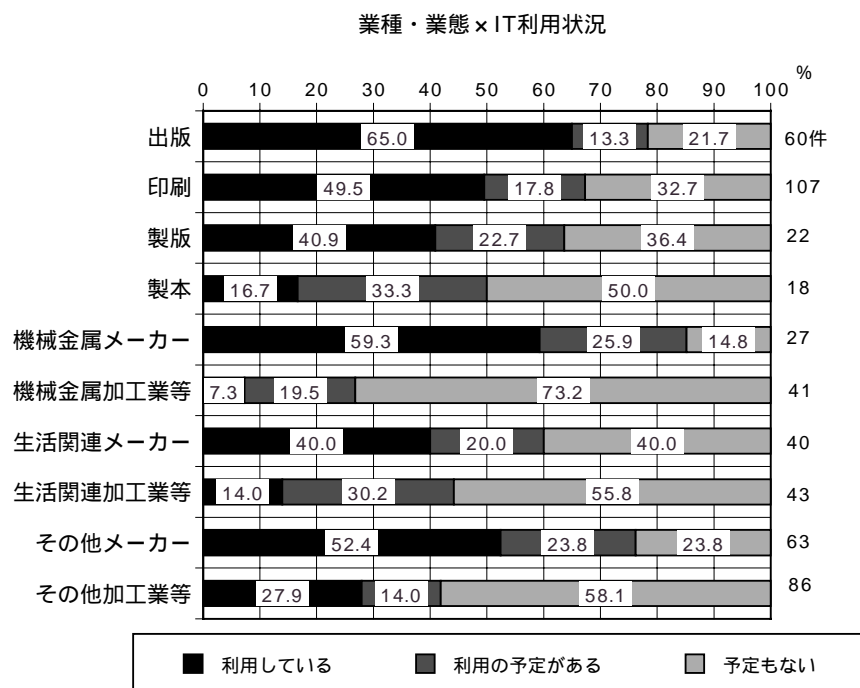


IT利用状況

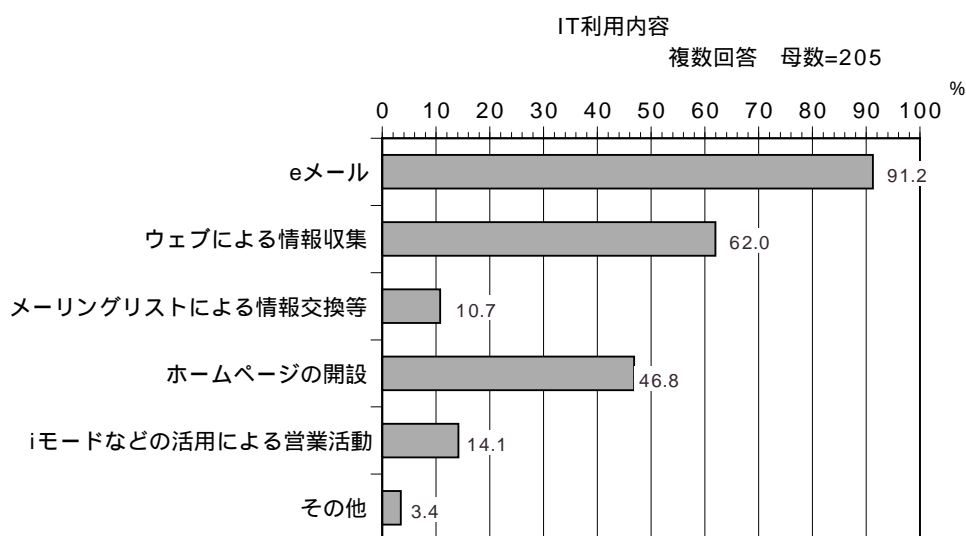
ITについては、「利用している」層が約4割、「利用の予定がある」層が2割となっている。



業種・業態別にみると、「利用している」は、出版で65.0%を占めているのをはじめとして、各種メーカーや印刷、製版などで多くなっている。一方、各種加工業や製本などIT化が即生産性の向上等につながりにくいと思われる業態では利用率が低く、対照的である。

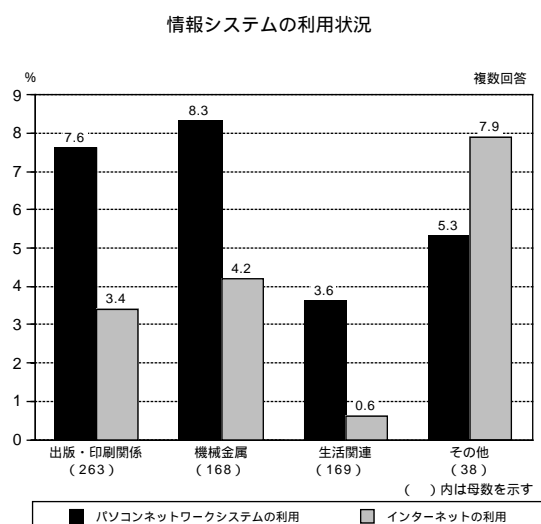


ITの利用内容は、「eメール」が91.2%、「ウェブによる情報収集」が62.0%となっており、情報収集ツールとしての利用が定着しつつあることをうかがわせる。また、「ホームページの開設」が46.8%に達しており、情報発信ツールとしての利用も少なくない。



IT利用の実態を、平成7年度調査の結果と比較すると、平成7年度では「インターネットの利用」が、最も多いその他の業種においても7.9%であり、今年度調査で全体の39.7%がITを利用と回答していることから比較すると、この6年間にIT利用状況が格段に改善されたことがわかる。

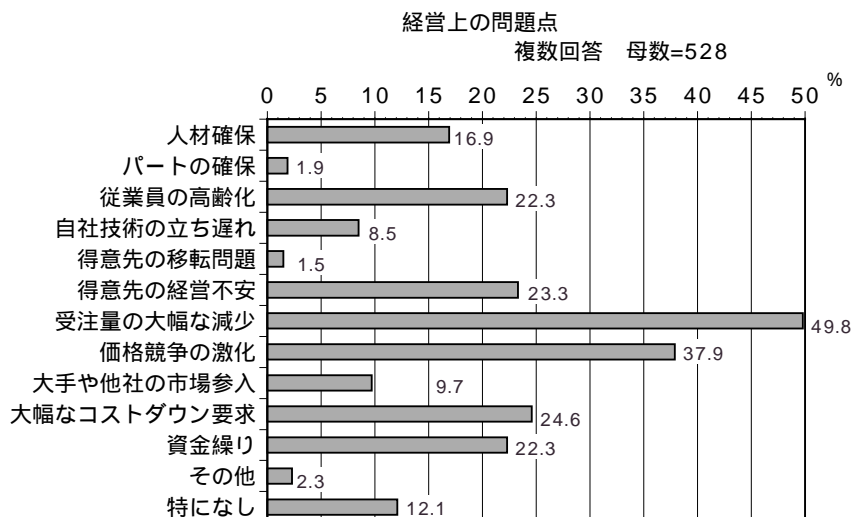
【参考】平成7年度実態調査結果



(3) 経営上の問題・立地上の問題

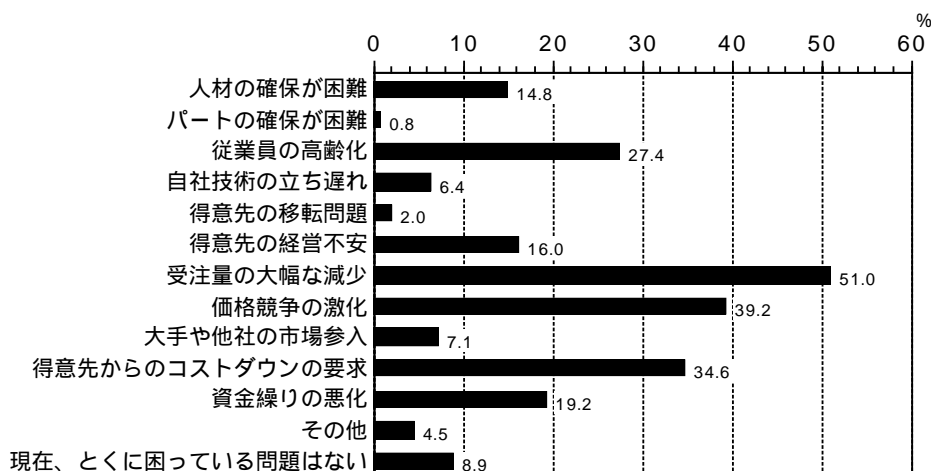
経営上の問題

「受注量の大幅な減少」(49.6%)、「価格競争の激化」(37.9%)の2つが他に抜きんでて多くなっている。



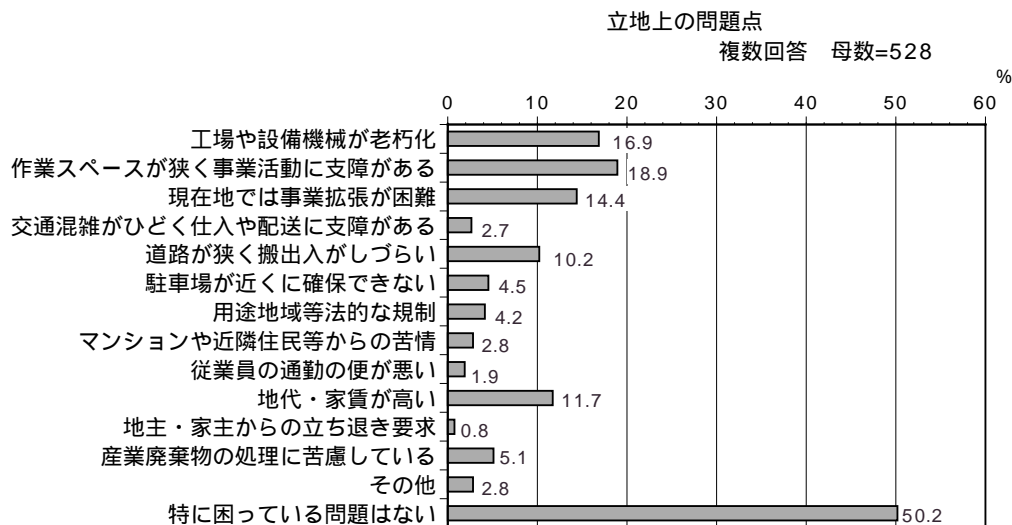
経営上の問題を、平成7年度実態調査の結果と比較すると、「受注量の大幅な減少」「価格競争の激化」「大幅なコストダウン要求」などが多くを占めており、大きな傾向は変わりないといえるが、「資金繰りの悪化」(平成7年度19.2% 平成13年度22.3%)や「得意先の経営不安」(平成7年度16.0% 平成13年度23.3%)、「大手や他社の市場参入」(平成7年度7.1% 平成13年度9.7%)など、割合が増えている項目もあることから、企業としての不安要因がさらに増えつつあることが推測される。

【参考】平成7年度実態調査結果 経営上の問題
(全体母数 = 661)



立地上の問題

「特に困っている問題はない」が50.2%を占め、その他の項目も20%に達しておらず、全体的に立地上の問題はあまり感じていないことがうかがえる。

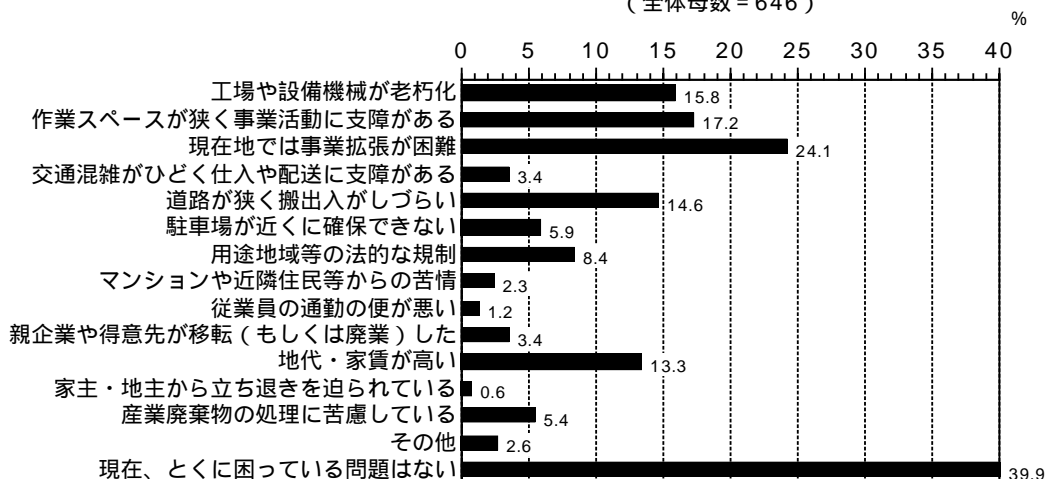


平成7年度実態調査の結果と比較すると、「特に困っている問題はない」が平成7年度39.9%に対し、平成13年度では50.2%と大きく増えている。一方、「現在地では事業拡張が困難」が平成7年度24.1%に対し平成13年度では14.4%と減っているなど、相対的に減っている項目が多い。この結果は、この6年間でこれらの問題が解消されたことを示すものではなく、企業存続の問題として、経営上の問題に比較して、立地上の問題はそう大きなものではないととらえられていることを示すものとしてみる方が妥当だとみられる。経営の逼迫が深刻化していることを裏打ちする結果であると考えられる。

【参考】平成7年度実態調査結果

現在地立地上の問題

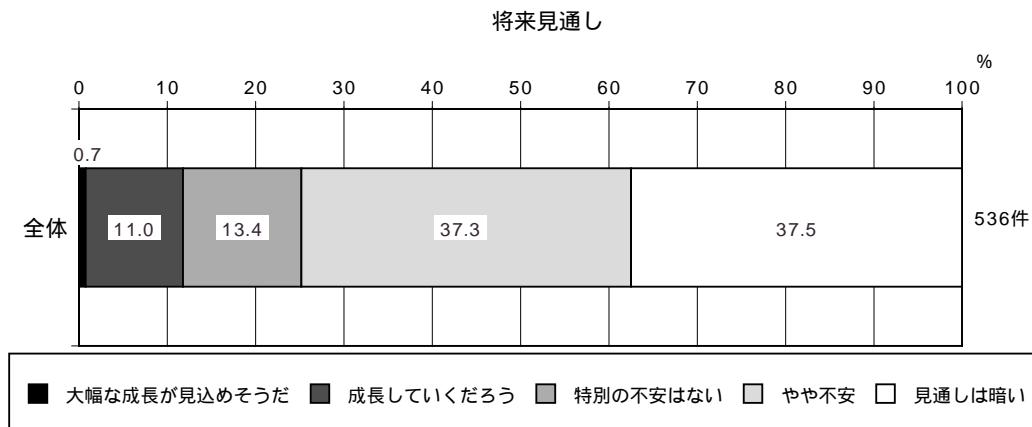
(全体母数 = 646)



(4) 今後の動向

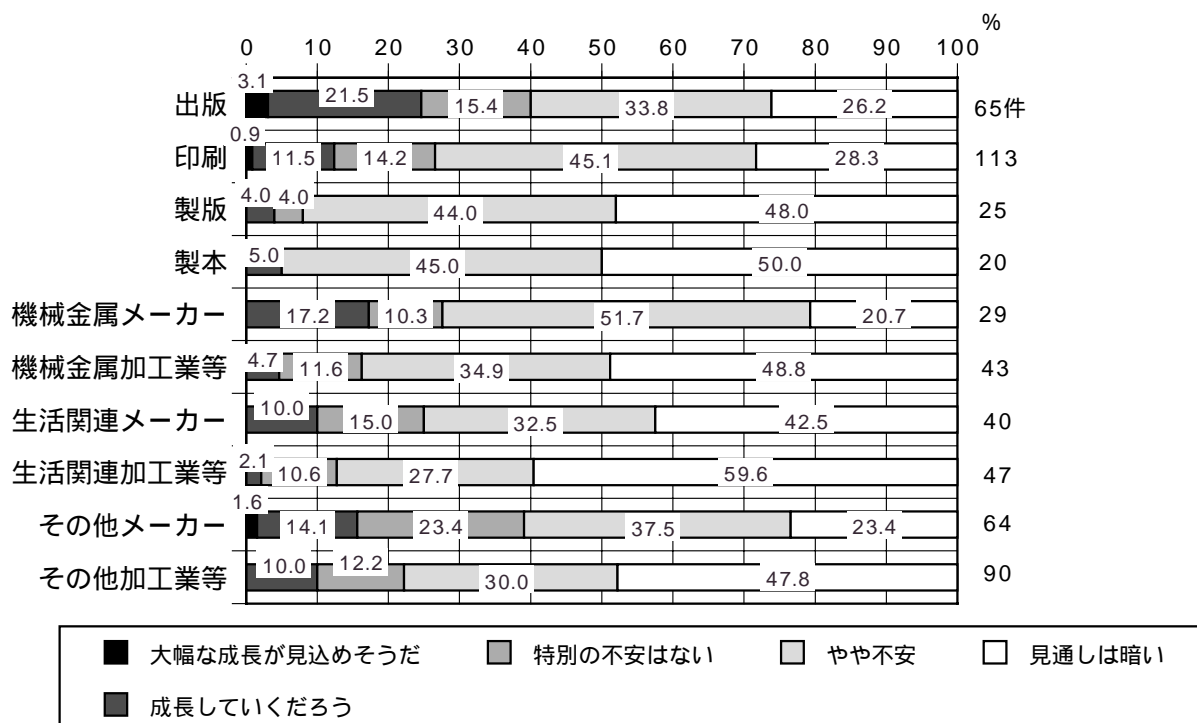
将来見通し

「見通しは暗い」と「やや不安」が合わせて74.8%を占め、全体的な見通しは明るいものとはいえないが、「成長していきだろう」とする企業も1割ほど存在する。



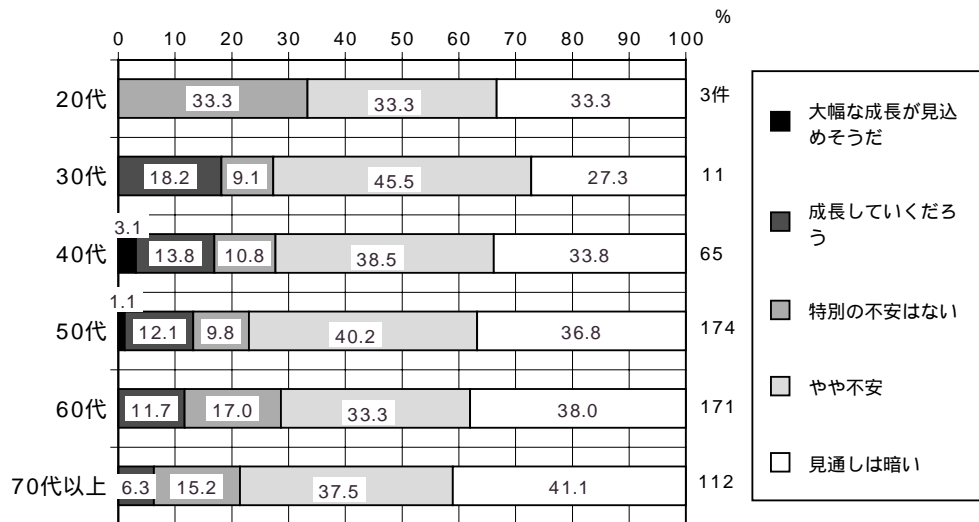
業種・業態別にみると、特に不安を感じていない層（「大幅な成長が見込めそうだ」+「成長していきだろう」+「特別の不安はない」）が、出版で40.0%、その他メーカーで39.1%を占めているほかは、各業種・業態とも不安な傾向が極めて強い。

業種・業態×将来見通し



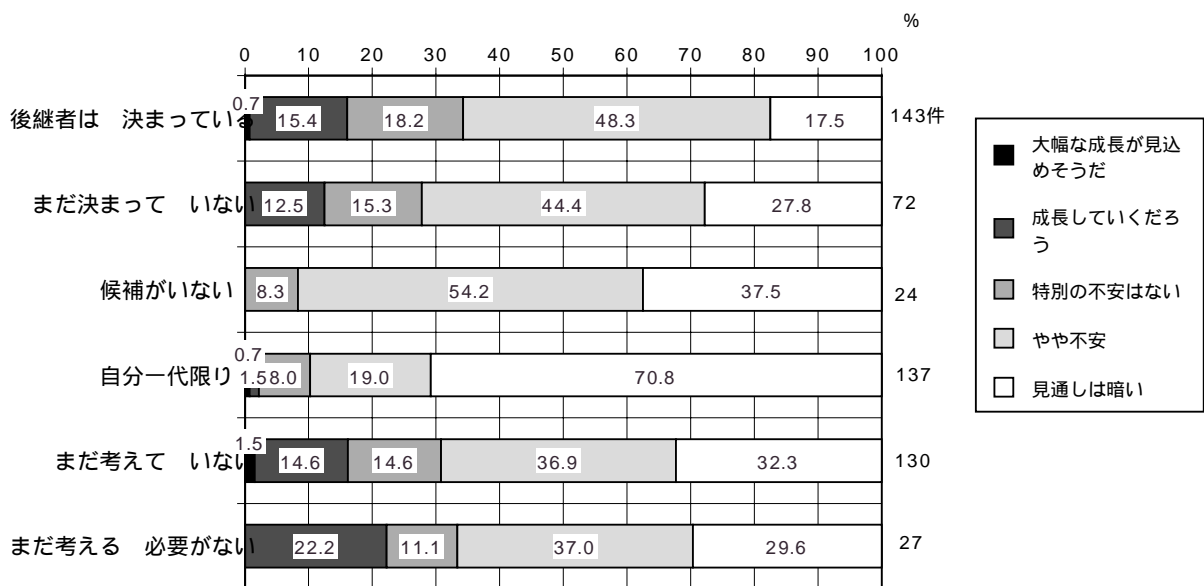
経営者の年齢別にみると、成長していくとする層（「大幅な成長が見込めそうだ」+「成長していくだろう」）が、30代で18.2%、40代で16.9%、50代で13.2%などとなっており、20代を除いて経営者年齢が若いほど、明るい将来見通しを持つ傾向が顕著にあらわれている。

経営者の年齢 × 将来見通し



後継者の有無別にみると、不安とする層（「やや不安」+「見通しは暗い」）は、候補がいないとする層の91.7%、自分一代限りとする層の89.8%を占めている。後継者が確保されている層もしくは確保に前向きな層ほど、将来見通しも前向きな傾向がうかがえる。

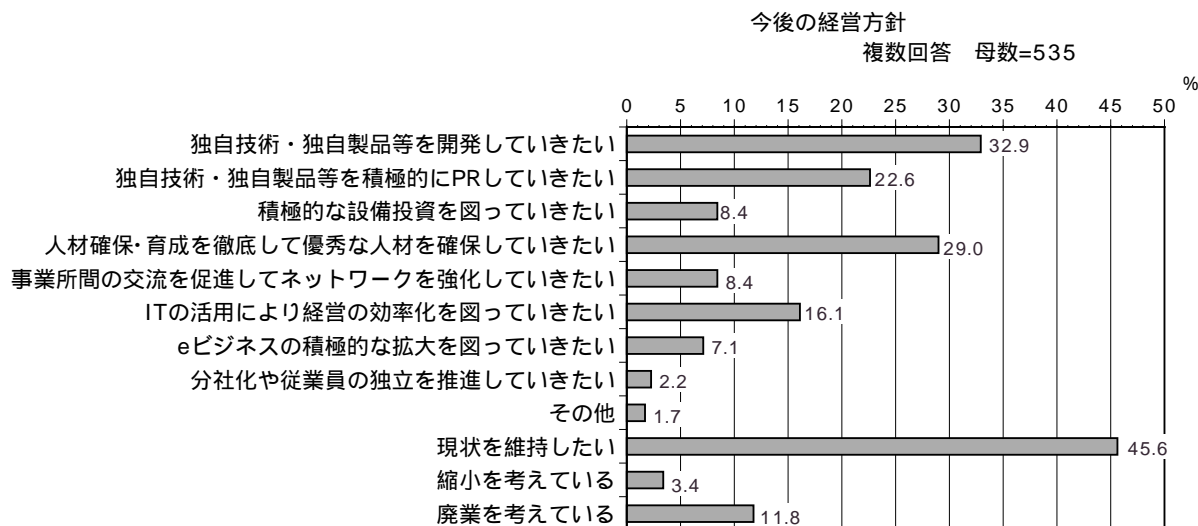
後継者の有無 × 将来見通し



今後の経営方針

「現状を維持したい」が45.6%と最も多くなっているが、独自技術・独自製品の開発(32.9%)、優秀な人材の確保(29.0%)、独自技術・製品の積極的PR(22.6%)など前向きな取り組みも比較的多くなっている。

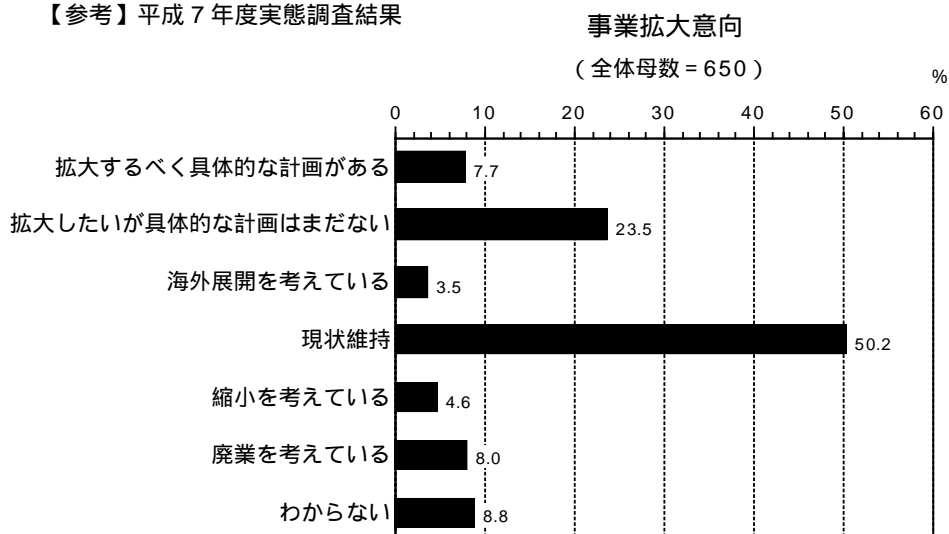
一方、「廃業を考えている」(11.8%)や「縮小を考えている」(3.4%)は、懸念されるほど多くはない。



平成7年度実態調査の結果と比較すると、「現状維持」が平成7年度50.2%に対し、平成13年度では45.6%とやや減っている。また、「縮小を考えている」が平成7年度4.6%に対し、平成13年度では3.4%とわずかに減っている。一方、「廃業を考えている」が平成7年度8.0%に対し、平成13年度では11.8%と増えている。

これらから、現状維持志向の層が、この6年間での経済環境の変化から、現状を維持できなくなり、積極展開を志向する層とリタイアを志向する層の二極分化を始めつつあることが読み取れる。

【参考】平成7年度実態調査結果



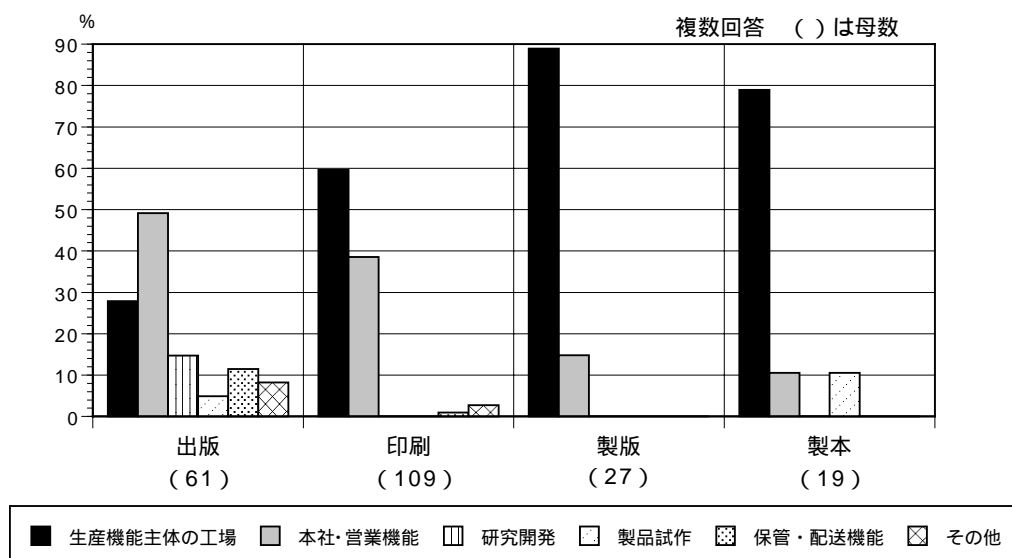
事業所の機能 < 出版・印刷関連業のみ >

区内集中業種である出版・印刷関連業の事業所の機能は、製版や製本のほとんどが「生産機能主体の工場」であるのに対し、印刷の4割近くが「本社・営業機能」と回答していることが注目される。

一般的に、製版や製本はエンドユーザーからの受注がほとんどない業態であるとされており、印刷業等からの発注を受け、中間加工もしくは最終加工を担うケースがほとんどであるものと考えられる。

一方、印刷業は、出版社や他の企業から発注を受け、写植や製版・製本など自社にない機能を外注下請に依存してきたことから、ネットワークの活用やファブレス化を行いやすい業態であるといえる。経済環境の変化や工場立地環境の変化などに応じて柔軟に変化する要素を本質的に持っている業態であるといえ、この差が結果としてあらわれたものとみられる。

事業所の機能 * 出版・印刷関連業のみ



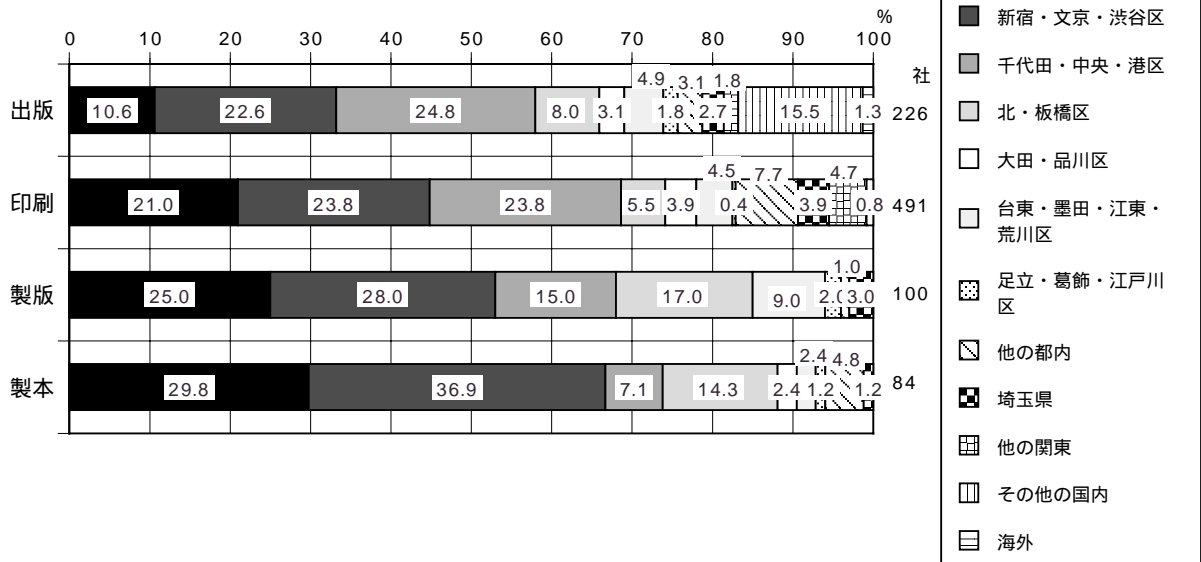
受注先・外注先等ネットワークの状況<出版・印刷関連業のみ>

出版社 印刷業者への外注の流れをみると、印刷では21.0%が「豊島区内」からの受注であるとしているのに対し、出版では「豊島区内」への外注がわずか14.6%にとどまっている。印刷の受注が出版印刷物だけではないことが影響しているものと推測されるとはいえ、ややミスマッチの傾向は否めない。

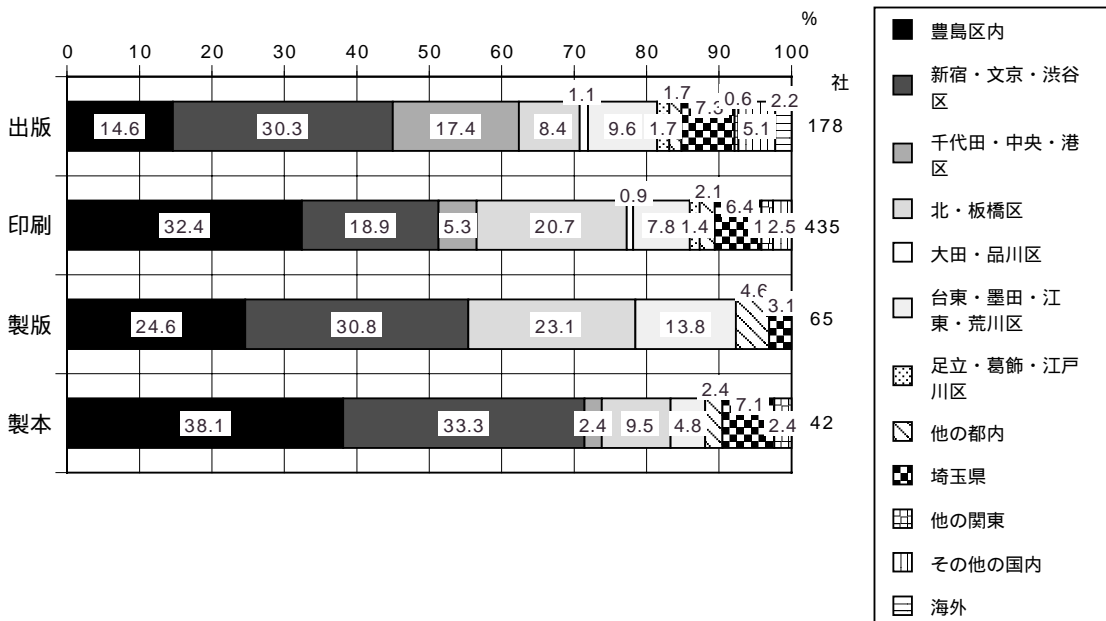
一方、印刷 製版もしくは印刷 製本の流れをみると、製版の25.0%、製本の29.8%が「豊島区内」からの受注であるとしているのに対し、印刷の32.4%が区内業者への外注としており、印刷物製造加工に関する区内の取引関係は比較的強固なものであるといえる。

また、製版や製本では、受注先における区内および周辺区への依存、ひいては発注先となる区内印刷業への依存が極めて高く、この意味で、区内印刷業の果たすべき役割は重大であるといえる。

受注先上位5社の所在地*出版・印刷関連業のみ



外注先上位5社の所在地*出版・印刷関連業のみ

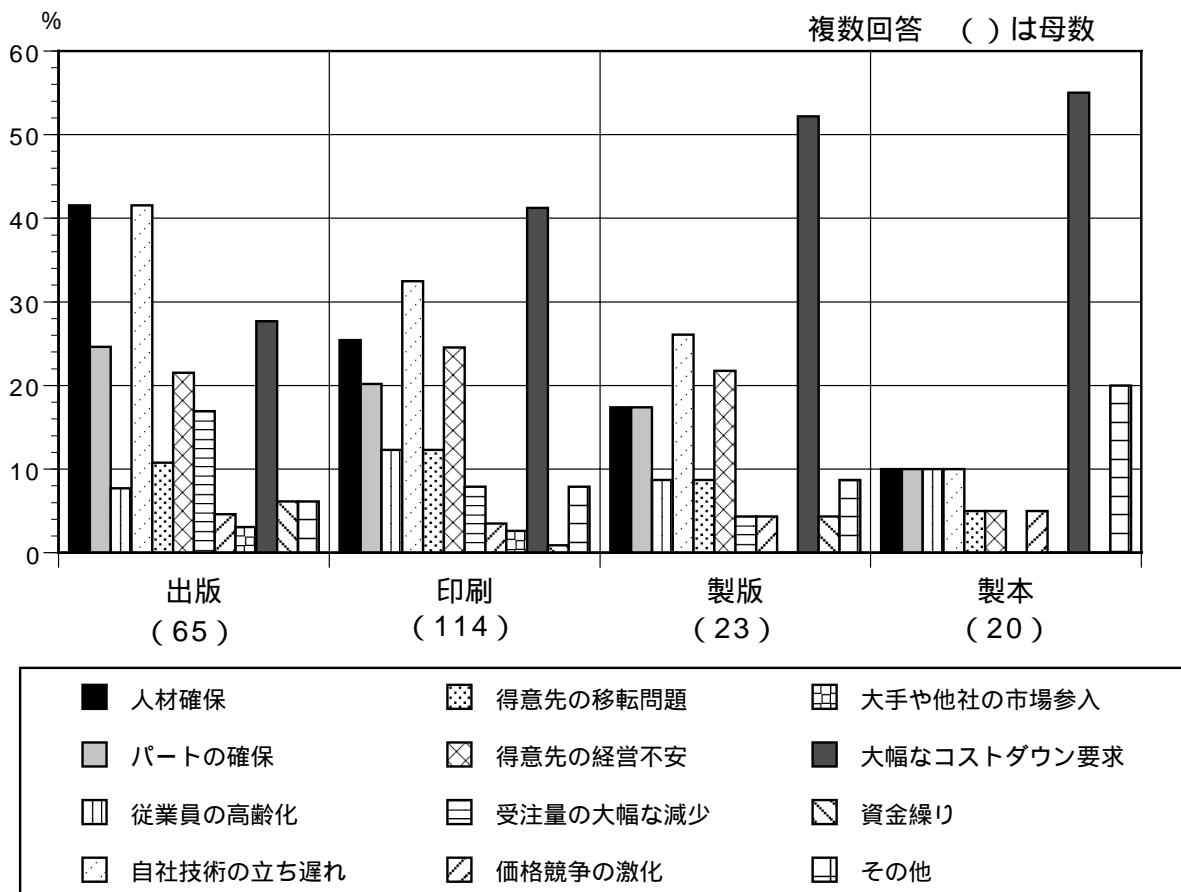


経営上・立地上の問題<出版・印刷関連業のみ>

経営上の問題として、印刷・製版・製本では「大幅なコストダウン要求」がそれぞれ第1位を占めている。出版ではこれらとはやや異なり、「人材確保」と「自社技術の立ち遅れ」が多くなっている。「自社技術の立ち遅れ」は、印刷や製版でも比較的多くなっているが、これは編集・版下作成・製版工程などのデジタル化にともなう、新規設備の導入や更新および新たな技術的ノウハウの修得などを指すものと考えられる。

製版や印刷などに関わるデジタル技術の進展はいまだとどまるところを知らない。新しい技術・設備の導入は、工程の短縮化や生産量の増大、単価の削減などに直結するため、企業の存亡を掛け必死になって設備機器の更新に取り組む企業も多いものとみられる。ただし、このまま推移すれば、経済的・人的体力のある企業しか生き残りの勝者となりえないことが目に見えており、力のない中小企業の多くは極めて厳しい状況に置かれつつあるものと推測される。

経営上の問題* 出版・印刷関連業のみ



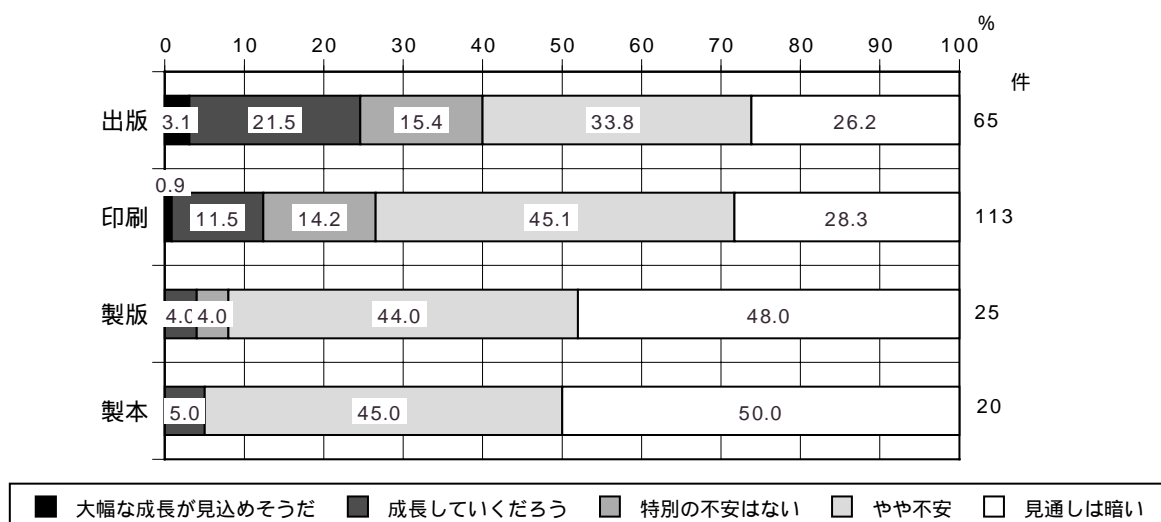
将来見通し・移転意向 < 出版・印刷関連業のみ >

将来について不安であるとする層（「やや不安」+「見通しは暗い」）は、出版で6割、印刷で7割以上、製版・製本では9割以上を占めており、全体的な見通しは明るいものとはいえない。出版や印刷に比べ、製版や製本の方がより悲観的であるのは、業態的に事業転換しづらいことが作用しているものと考えられる。

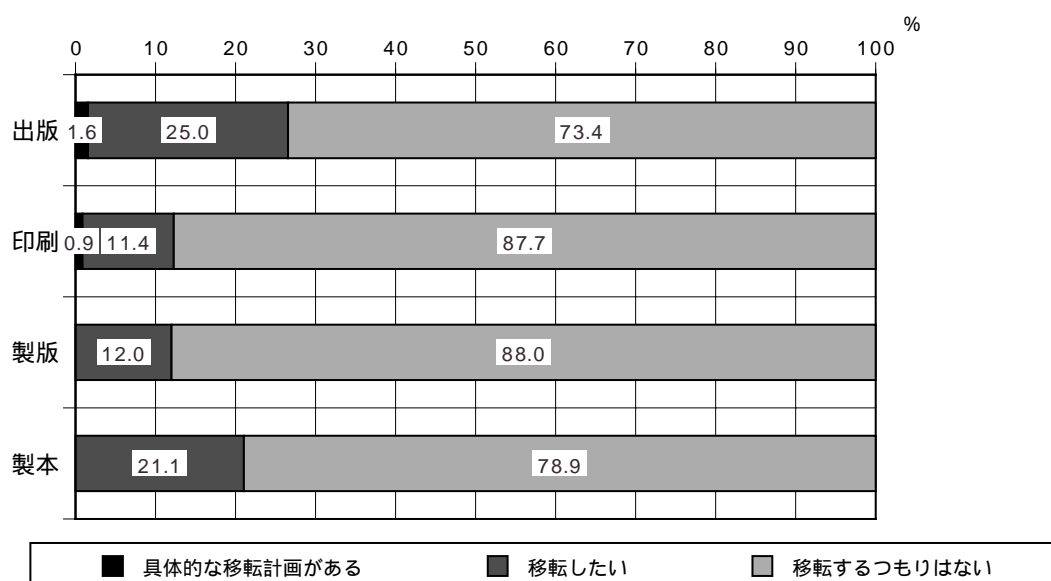
ただし、こうした厳しい状況下においても「大幅な成長が見込めそうだ」「成長していきだろう」という前向きな企業が、わずかながらでも存在することは見逃してはならない。

移転意向は、将来的な見通しを前提とするものであると考えられる。製本を除き、将来見通しの結果とほぼ呼応する傾向を示している。唯一製本では、「移転したい」が21.1%と比較的多くなっているが、実現性のある意向というより、希望を示したものであるとみたほうが妥当であろう。

将来見通し* 出版・印刷関連業のみ



移転意向* 出版・印刷関連業

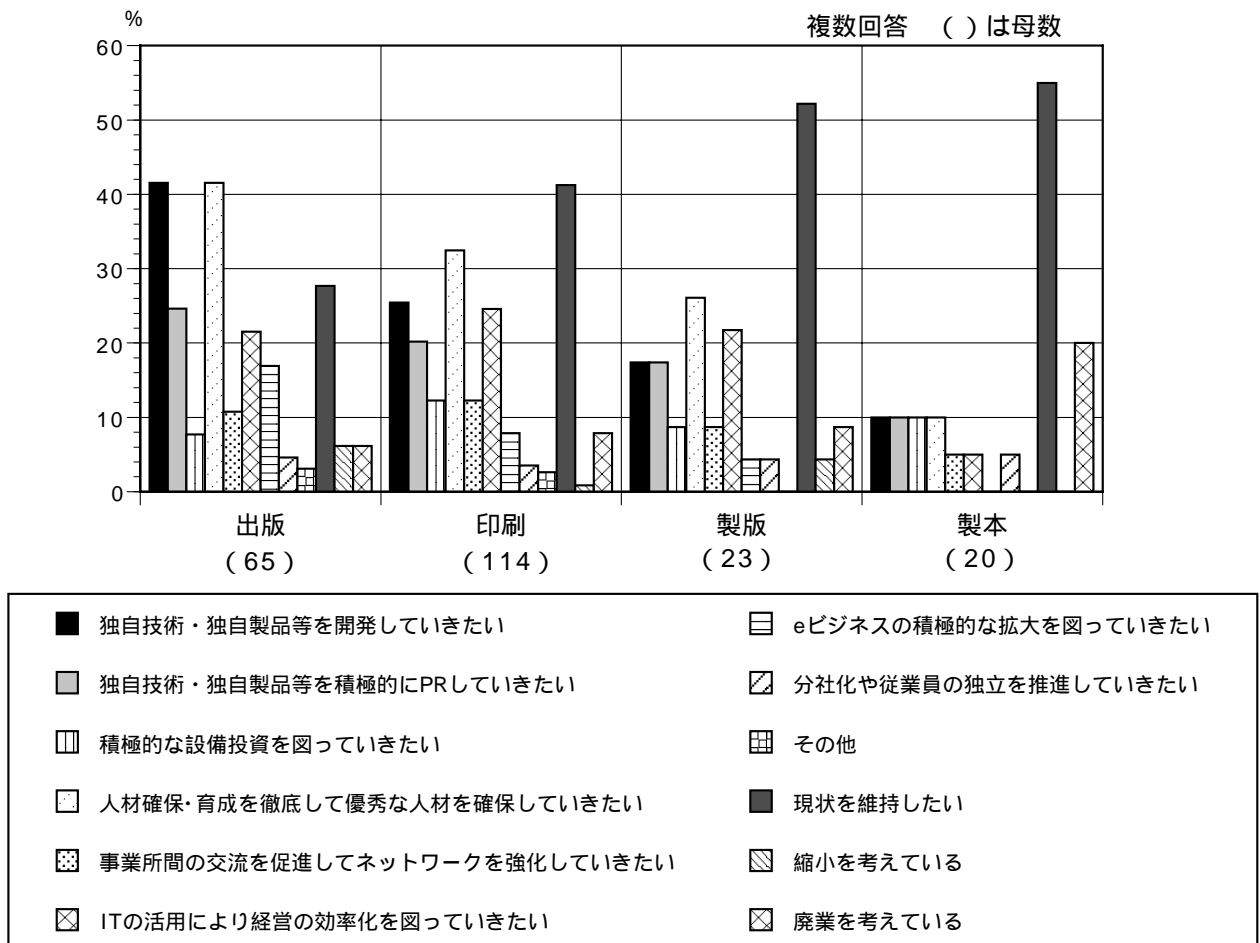


今後の経営方針 < 出版・印刷関連業のみ >

今後の経営方針は、出版とその他では、傾向が大きく異なる。出版では、独自技術・独自製品の開発、人材確保・育成など前向きな対応が多くなっているのに対し、印刷・製版・製本では、「現状を維持したい」が多数を占めている。ただし、印刷や製版では現状維持に次いで、人材確保やITの活用による経営の効率化などが比較的多く挙げられており、現状維持に次いで「廃業を考えている」が多くを占めている製本よりも積極的な姿勢がうかがえる。

前記「将来見通し」の結果と考え合わせると、区内製本業者は、現状どこにも突破口を見出せない、極めて厳しい状況にあるものが多いことが推測され、懸念される。

今後の経営方針 * 出版・印刷関連業のみ

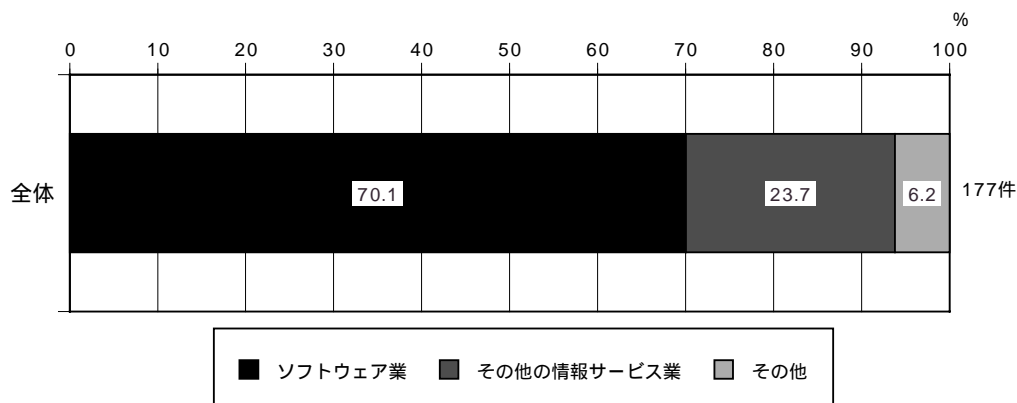


2-3 情報関連業実態調査結果

業種・業態

「ソフトウェア業」が70.1%、「その他の情報サービス業」が23.7%であり、合わせて93.8%が情報サービス業となっている。

業種・業態構成

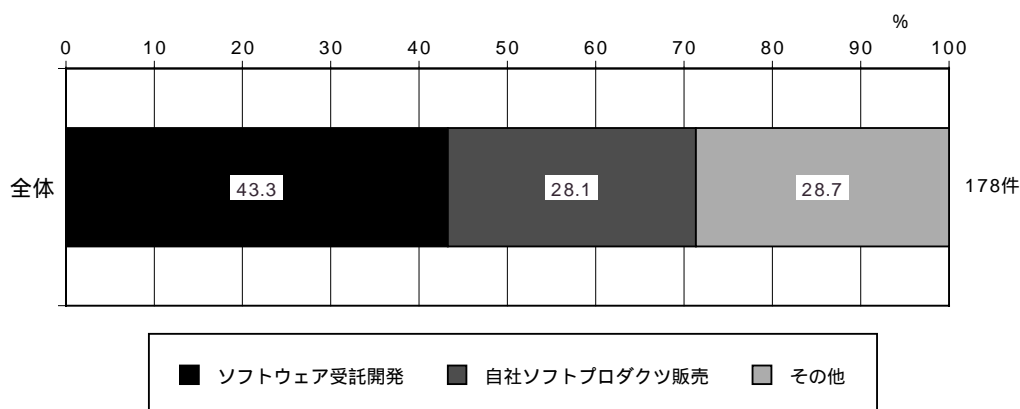


事業内容

事業内容で分類すると、「ソフトウェア受託開発」が43.3%、「自社ソフトプロダクツ販売」が28.1%、「その他」が28.7%となっている。

ソフトウェア開発でも、企画力や販売力を要する「自社ソフトプロダクツ販売」が3割近くを占めていることは、豊島区の情報サービス業を特徴づけるものとして特筆に値する。

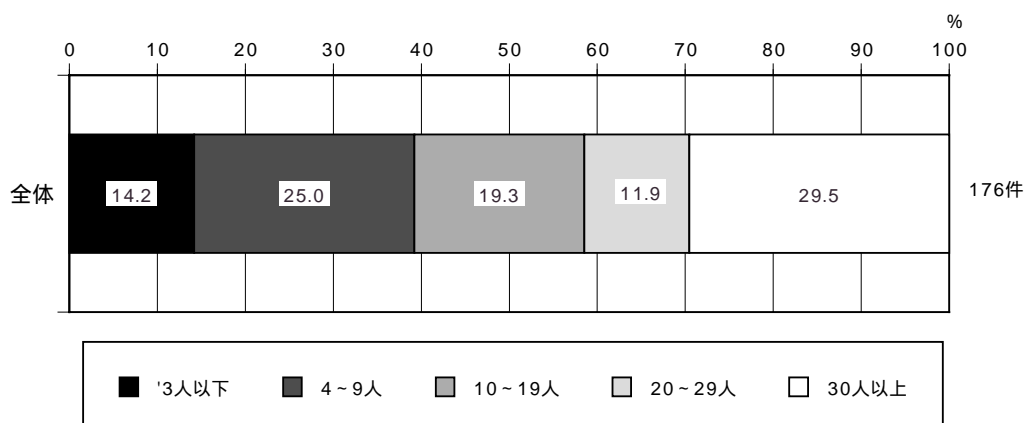
事業内容



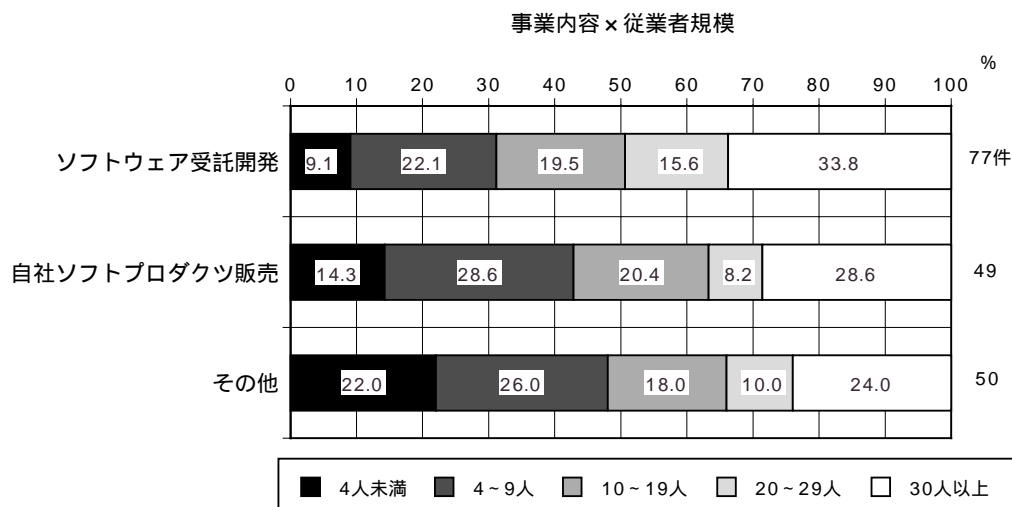
従業者規模

従業者規模は、「30人以上」が29.5%と最も多く、次いで「4～9人」(25.0%)、「10～19人」(19.3%)と続く。

従業者規模

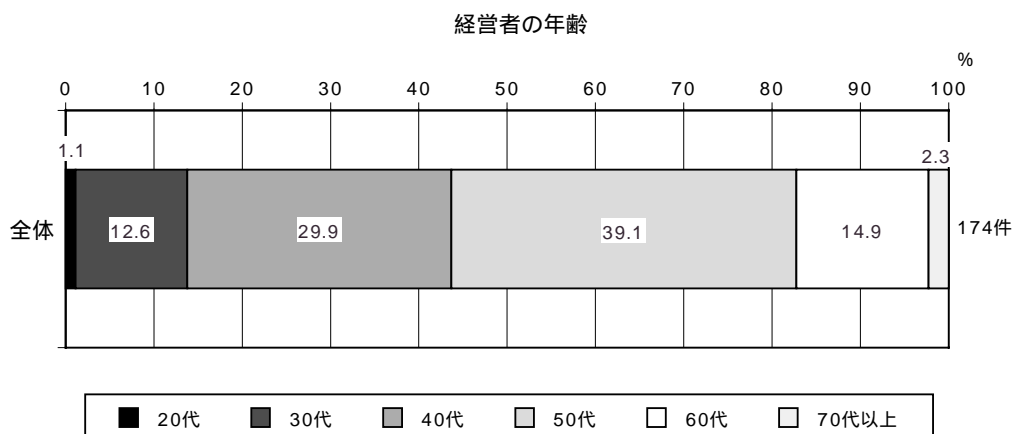


ソフトウェア受託開発で従業者20人以上が半数近くを占め、やや大規模傾向がみえるのに対し、自社ソフトプロダクツ開発では、「4人未満」が14.3%、10人未満が42.9%を占めるなど小規模傾向がみえ、業態による規模の違いがあらわれている。



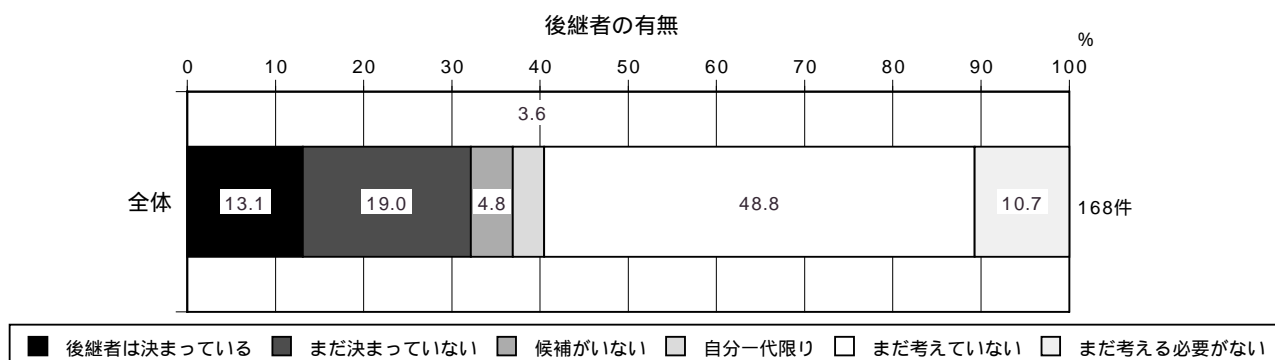
経営者の年齢

経営者の年齢は、「50代」が39.1%と最も多く、次いで「40代」(29.9%)、「60代」(14.9%)と続く。40代以前が全体の43.6%を占める一方、「70代以上」がわずかに2.3%に過ぎず、若年傾向が比較的強い。



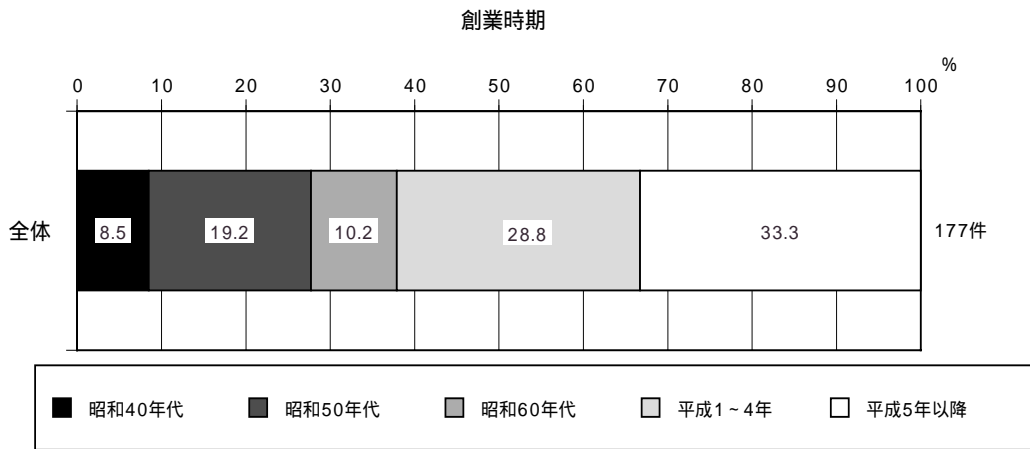
後継者の有無

後継者については、「まだ考えていない」が48.8%、「まだ考える必要がない」が10.7%を占めている。経営者年齢が40代・50代に集中するなど、比較的若いことから、こうした結果もうなずける。



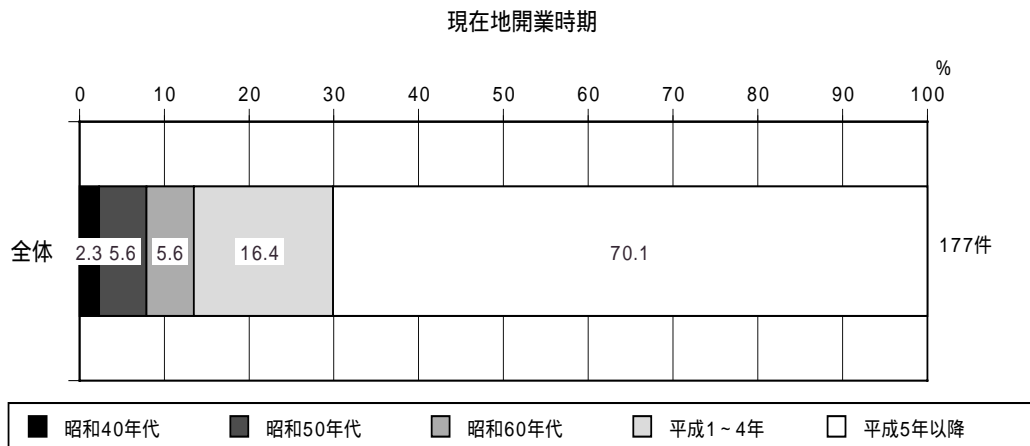
創業時期

平成に入ってからの創業が62.1%を占めている。とくに「平成5年以降」が全体の3割を占めていることは、情報関連業界の若さと勢いを示すものとして注目に値する。



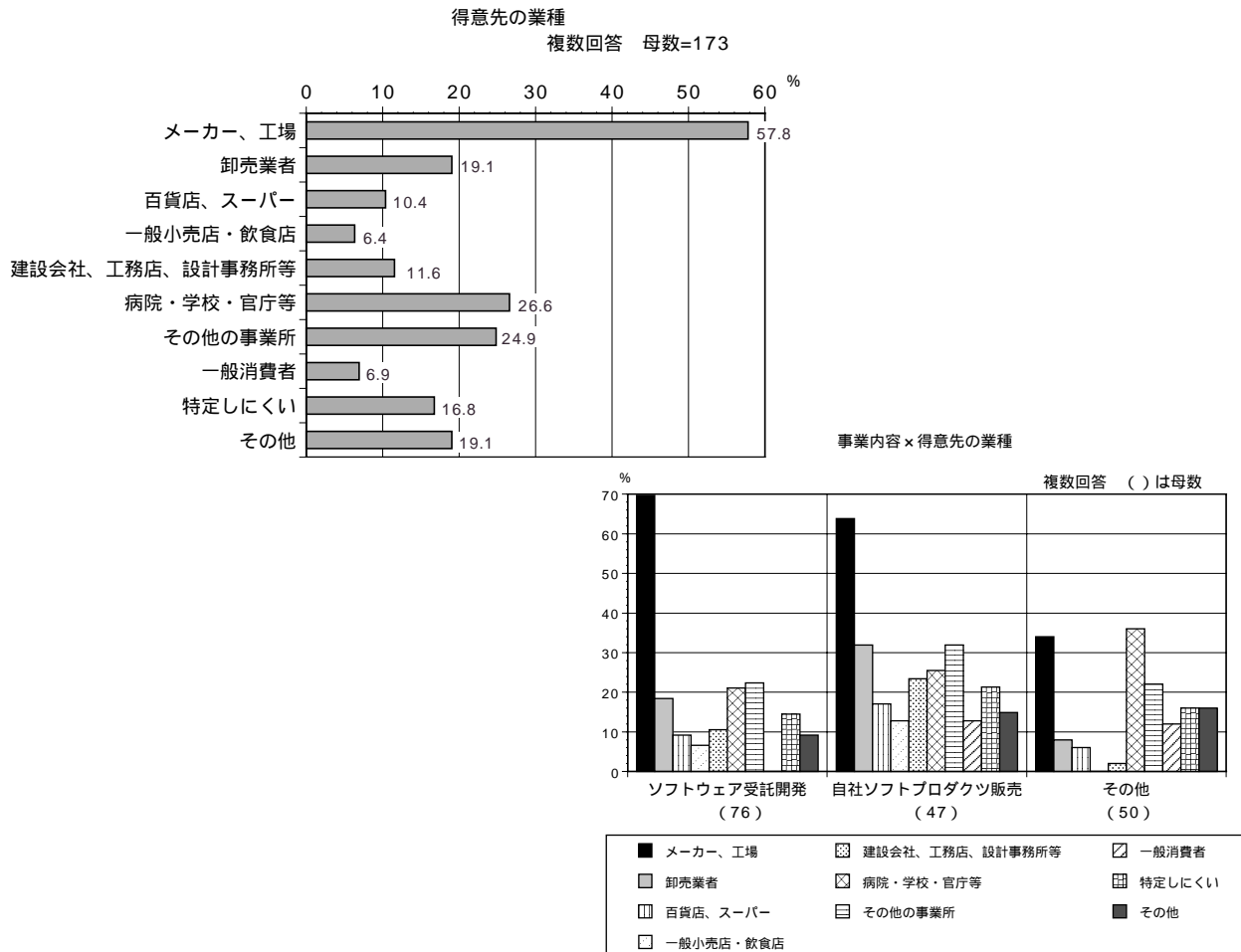
現在地開業時期

現在地開業時期は、「平成5年以降」が70.1%、「平成1~4年」が16.4%となっており、平成年間だけで全体の86.4%を占めている。事業所移転をしやすい業態であること、業績の伸び等により事業所が手狭になり移転を余儀無くされる事業所が多いこと、当区が操業場所として適切と判断する事業者が多いことなどが、この結果からうかがえる。



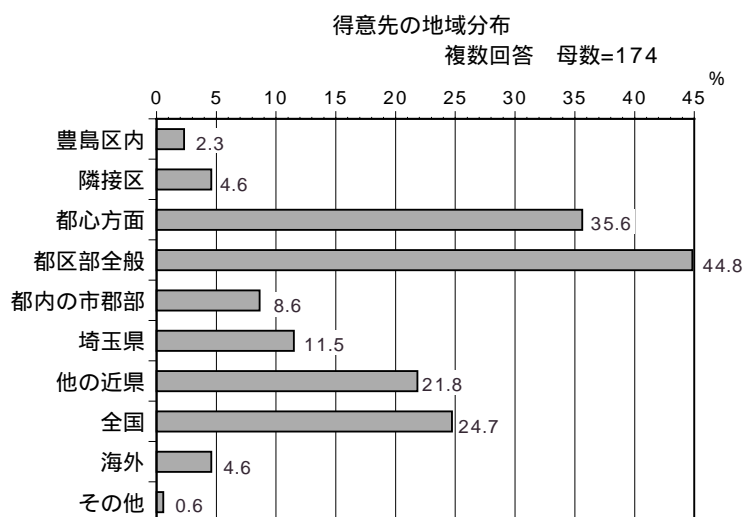
得意先の業種

得意先の業種としては、「メーカー、工場」が57.8%を占めており、他を抑え圧倒的に多くなっている。事業内容別では、ソフトウェア受託開発で「メーカー、工場」が約70%に達するなど顕著な傾向を示しているが、自社ソフトプロダクツ開発では、さらに「卸売業者」や「その他の事業所」も比較的多くなっており、事業内容による違いがあらわれている。



得意先の地域分布

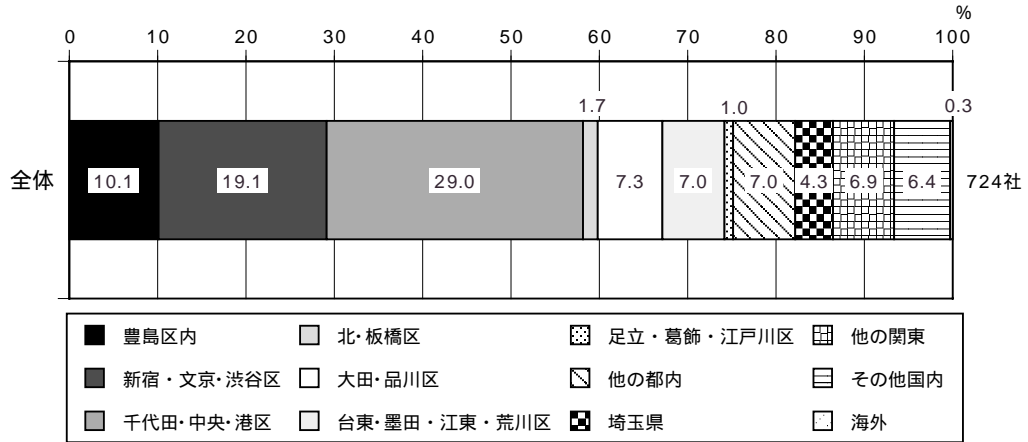
得意先は、「都区部全般」が44.8%と最も多く、「都心方面」(35.6%)、「全国」(24.7%)と続く。「豊島区内」はわずか2.3%となっている。



受注先上位5社の地域分布

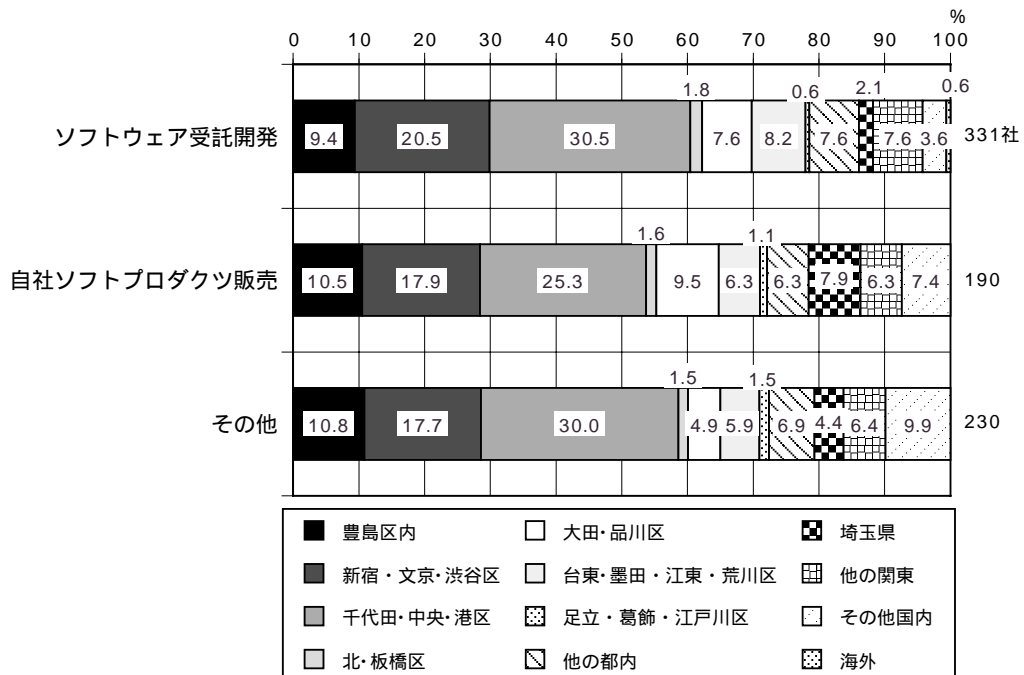
受注先の数で見ると、「千代田・中央・港区」が29.0%、「新宿・文京・渋谷区」が19.1%、「豊島区内」が10.1%などとなっており、都内が8割以上を占めている。

受注先上位5社の地域分布



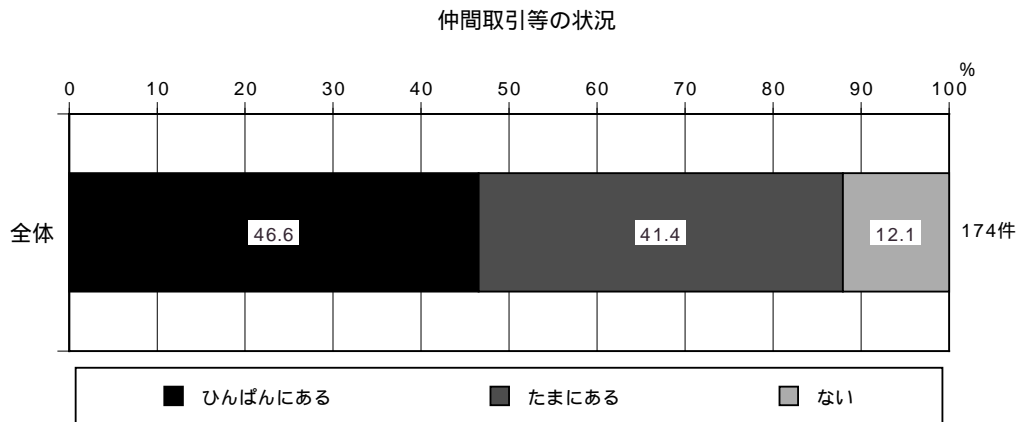
事業内容別では、ソフトウェア受託開発で、都内を中心とする傾向が強く、9割近くに達していることが特徴としてあげられる。

事業内容×受注先上位5社の地域分布

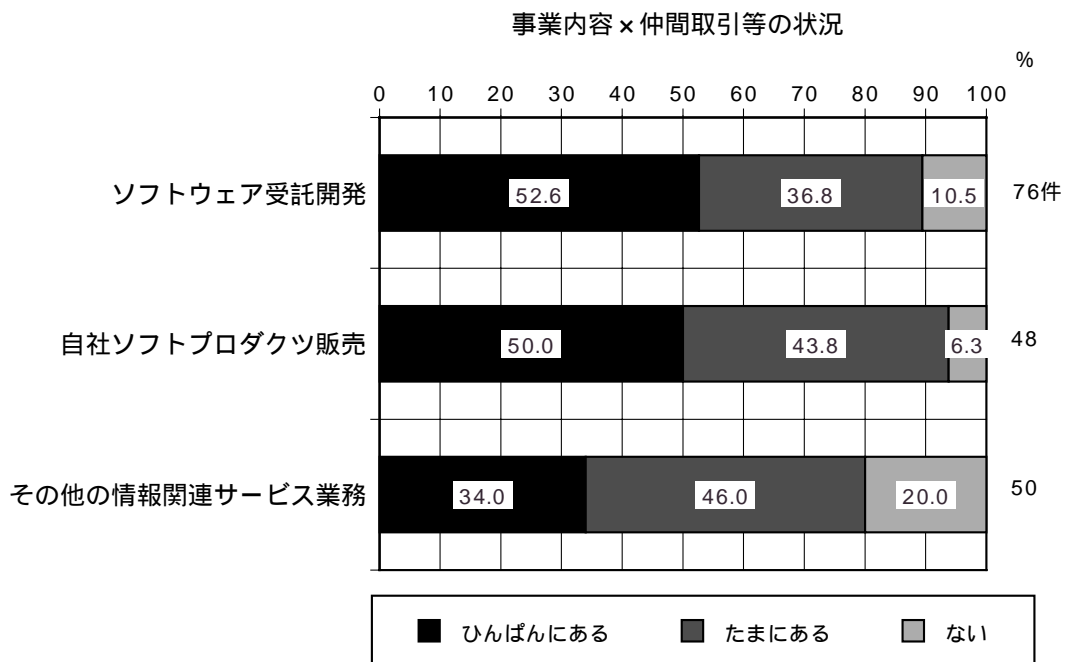


仲間取引等の状況

仲間取引等については、「ひんばんにある」が46.6%、「たまにある」が41.4%であり、全体の88.0%が何らかの形で仲間取引を行っていることがわかる。

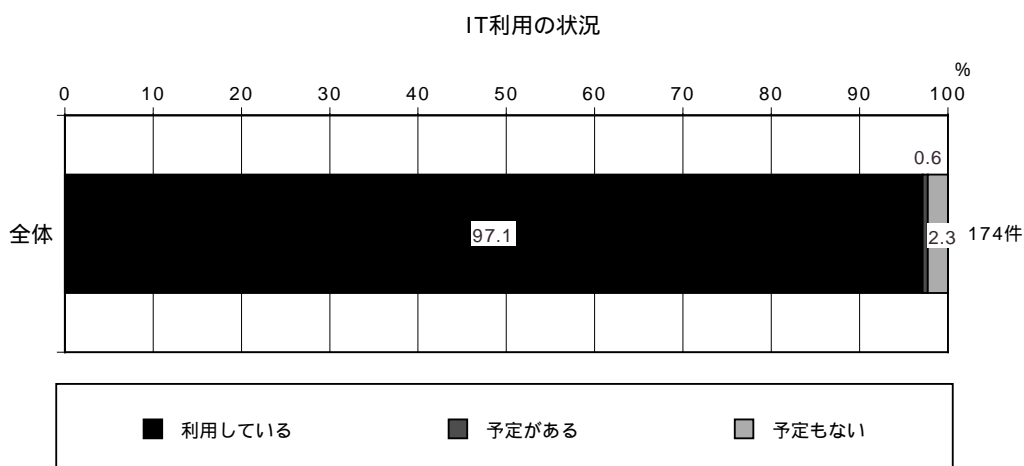


事業内容別にみると、自社ソフトプロダクト開発やソフトウェア受託開発では、仲間取引を行っている層が9割前後と極めて多い。これらが、技術等に関する情報交換や仲間内での仕事回し等を重視する傾向の強い業種であることを示唆している。

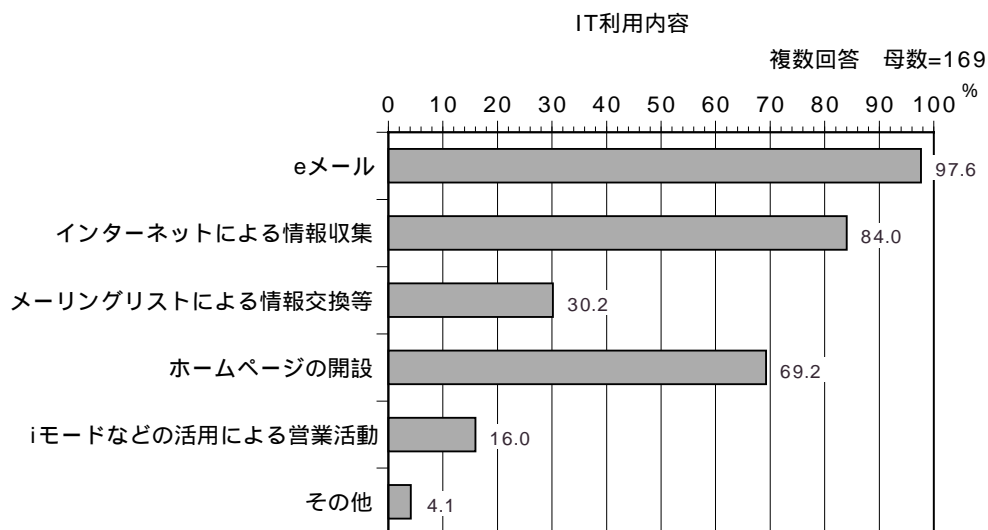


IT利用の状況

ITについては、97.1%が「利用している」としている。

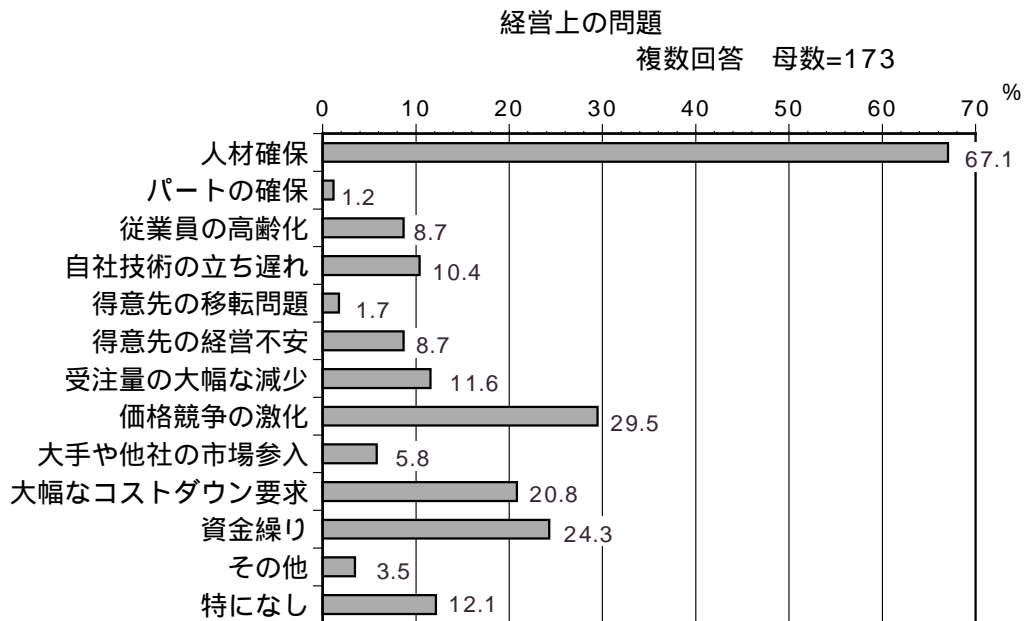


利用内容としては「eメール」が97.6%、「インターネットによる情報収集」が84.0%、「ホームページの開設」が69.2%など、いずれも高く、情報関連業ならではの結果となっている。

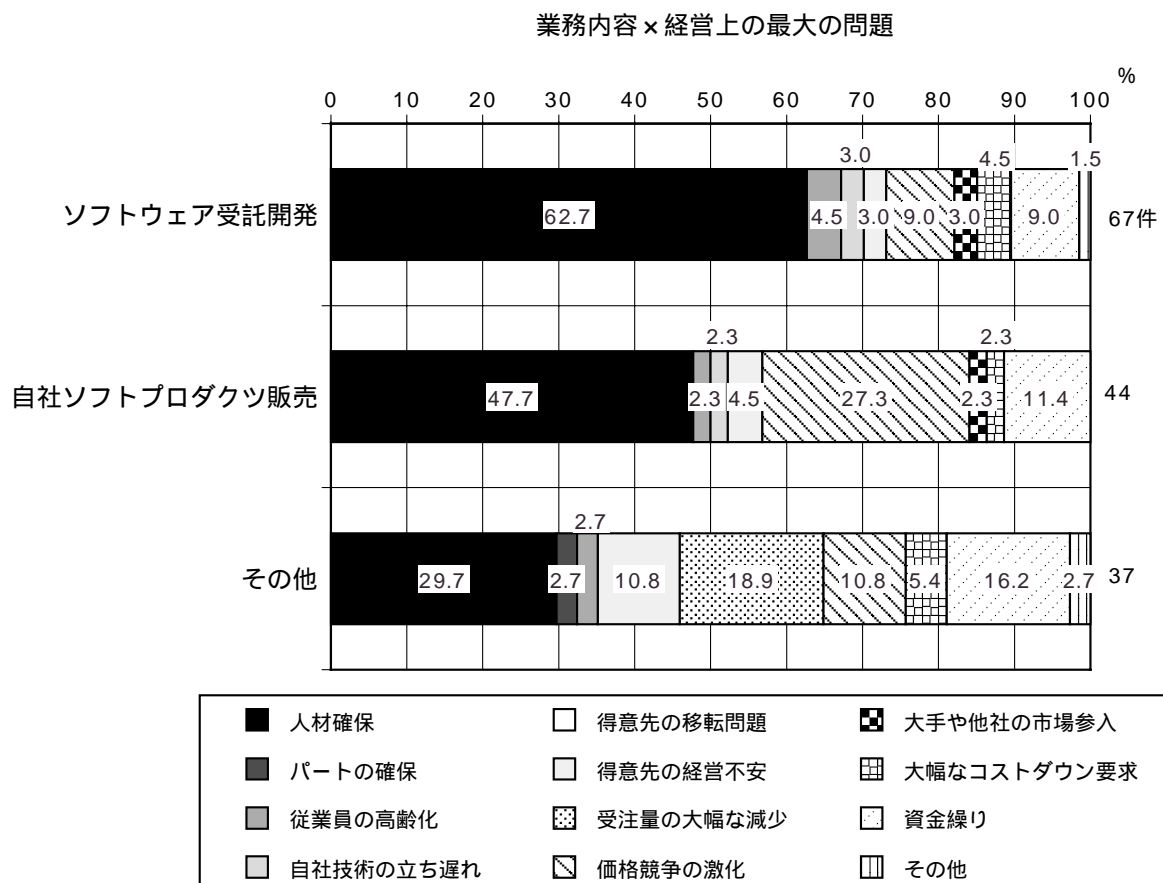


経営上の問題

「人材確保」が67.1%と突出して多くなっている。一方、「受注量の大幅な減少」や「得意先の経営不安」など業績に直結する項目は、いずれも1割前後と少ないことから、業界全体として比較的好調であることがうかがえる。

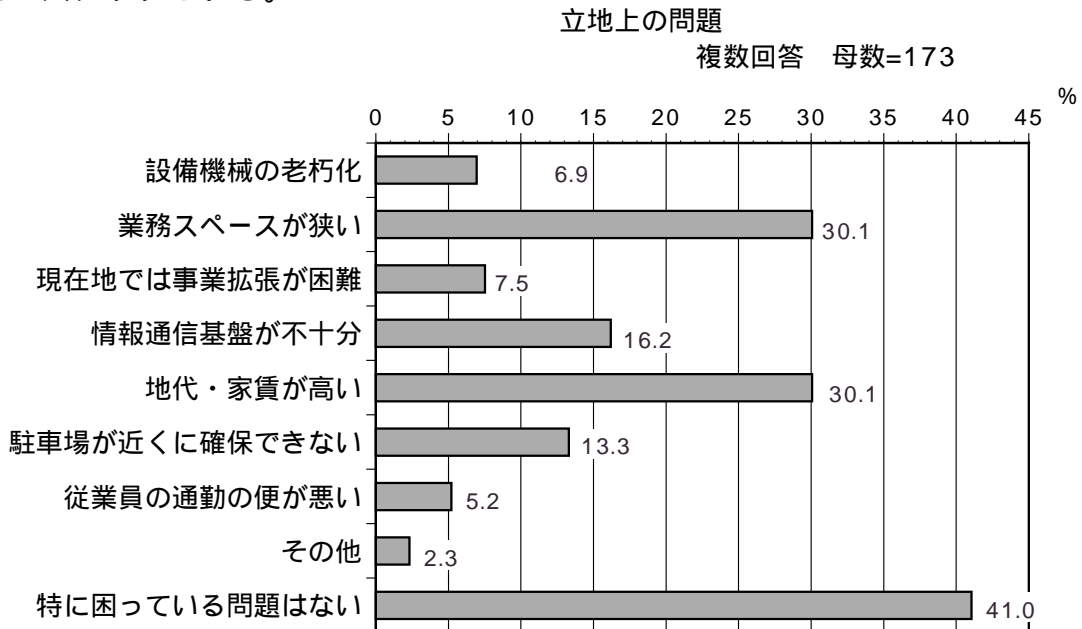


事業内容別にみると、開発面で多くの人材を要するとみられるソフトウェア受託開発で、「人材確保」が62.7%となっており、事態の深刻さをうかがわせる。そのほか、自社ソフトウェア販売で「価格競争の激化」(27.3%)が、またその他で「受注量の大幅な減少」(18.9%)がそれぞれ多くなっており、業態的特徴があらわれた結果となっている。

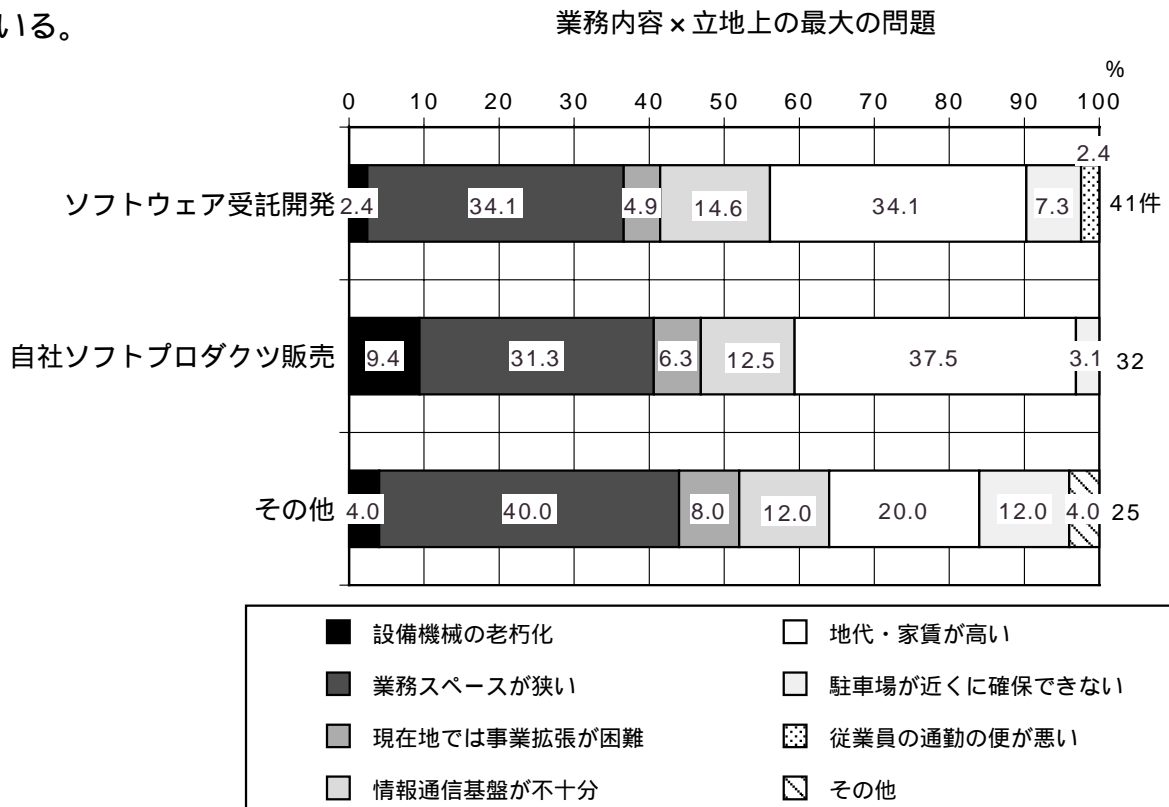


立地上の問題

立地面では、「特に困っている問題はない」が41.0%を占めており、全体として深刻な立地上の問題があまりないことをうかがわせる。ただし、「業務スペースが狭い」(30.1%)、「地代・家賃が高い」(30.1%)も比較的多く、この2点が立地上の大きな問題としてクローズアップされる。

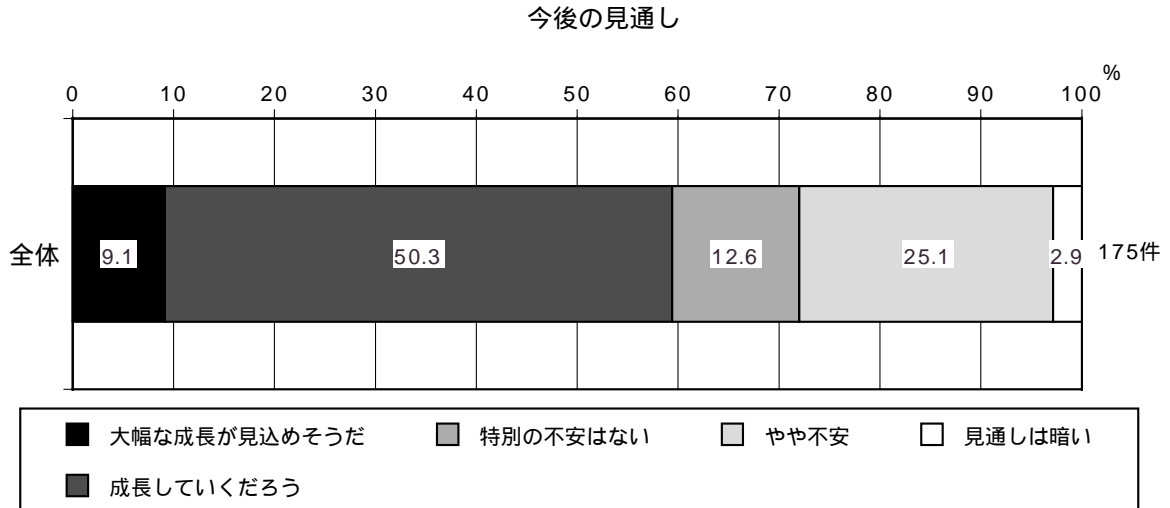


業務内容とのクロスでは、ソフトウェア受託開発で「情報通信基盤が不十分」、自社ソフトプロダクツ販売で「設備機械の老朽化」「地代・家賃が高い」、またその他で「業務スペースが狭い」が他の2者よりもやや多くなっており、業態的な特徴の違いがあらわれている。

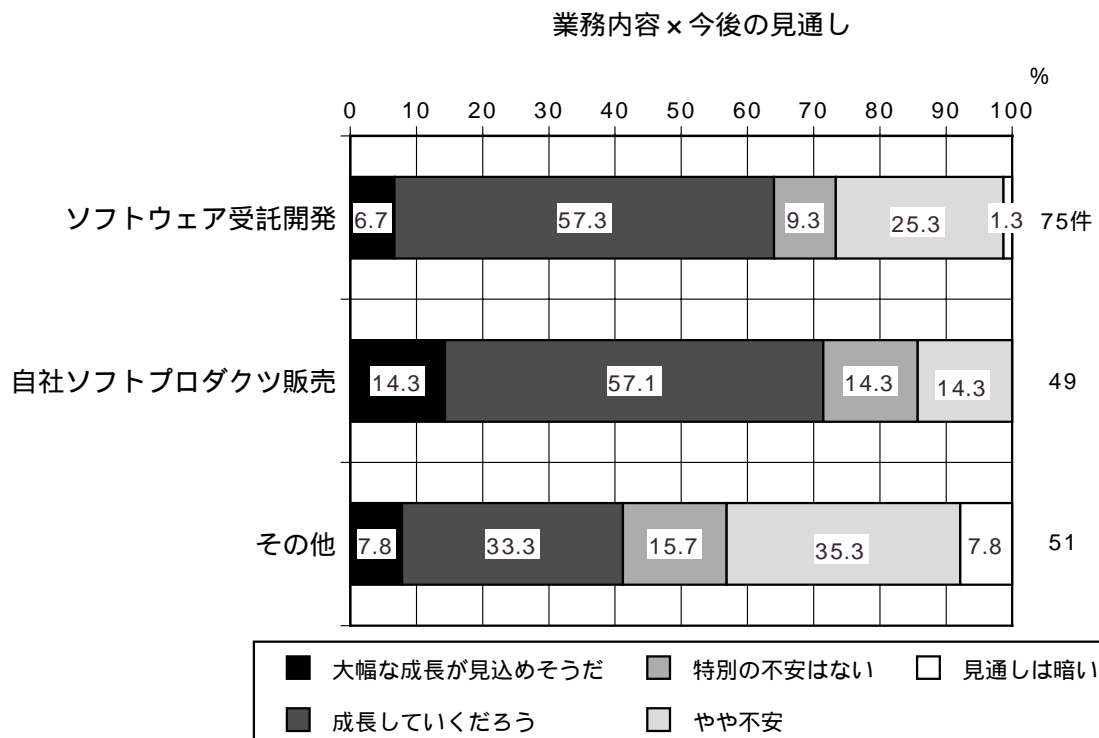


今後の見通し

今後の見通しとしては、成長していくとする層（「大幅な成長が見込めそうだ」+「成長していくだろう」）が全体の59.4%を占めている。他業種の多くが不況にあえいでいるとみられることを考え合わせると、情報関連業の好調さが際立っていることがわかる。

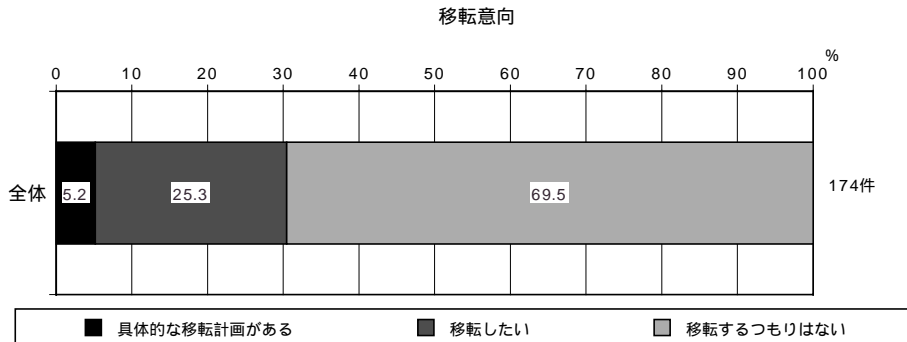


事業内容別にみると、ソフトウェア受託開発および自社ソフトプロダクツ販売では、ソフト開発機能を有する強みからか、成長していくとする層が6割～7割にも達している。一方、「やや不安」はその他の35.3%、ソフトウェア受託開発の25.3%を占めており、不安を感じる層も少なくはない。

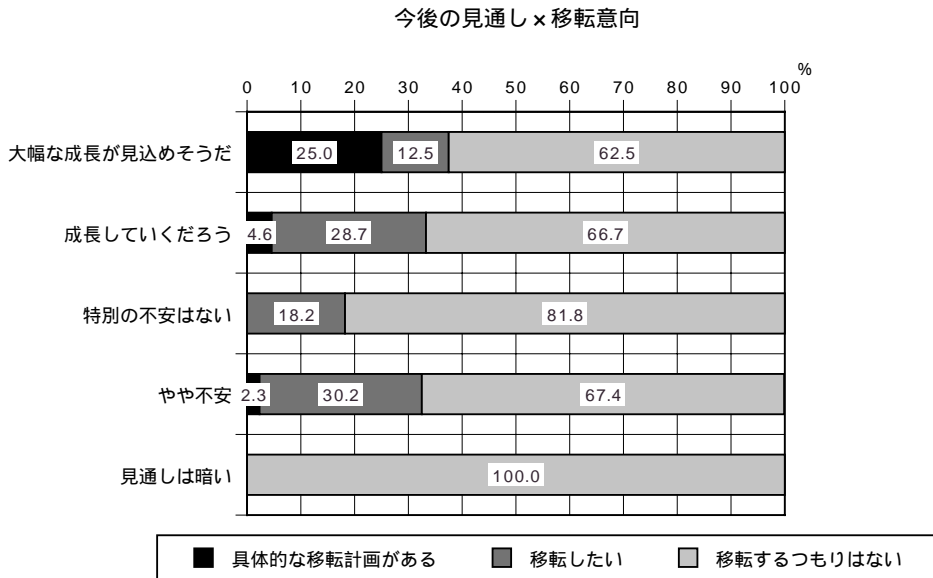


移転意向

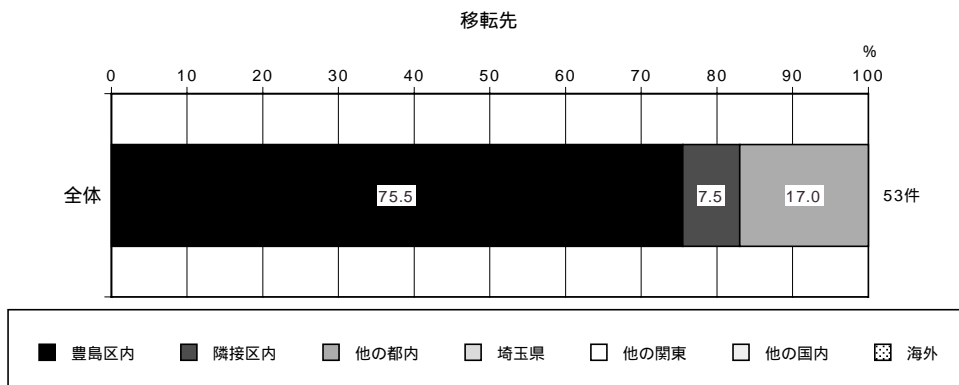
移転意向を持つ層（「具体的な移転計画がある」+「移転したい」）が30.5%を占めており、比較的元気な業界であること、移転しやすい業態であることなどを考え合わせると、今後実際に移転する企業は少なくないものと考えられる。



今後の見通しとのクロスで見ると、明るい見通しのある企業ほど移転意向が強い傾向がうかがえる。

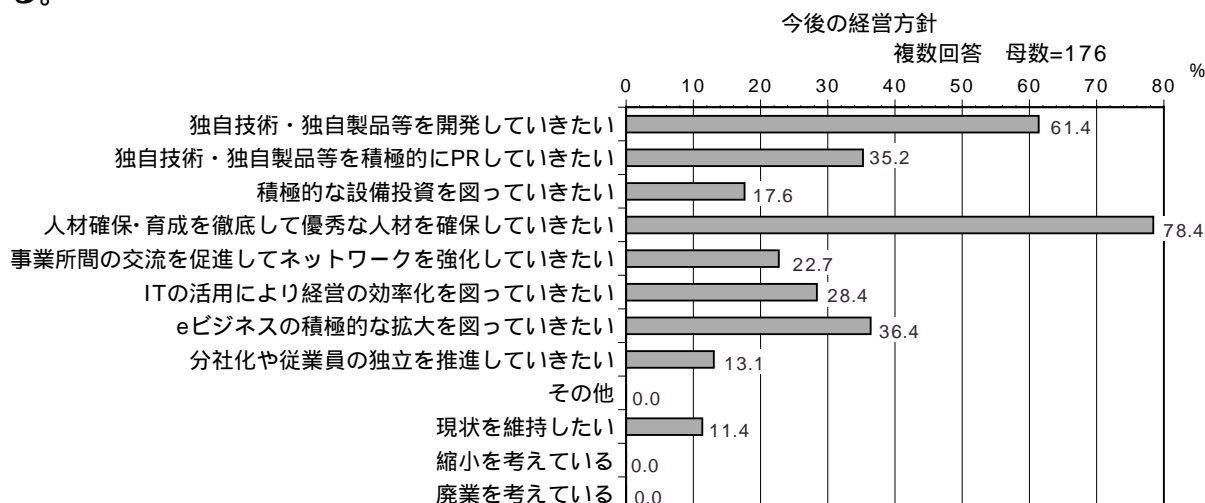


移転先としては、「豊島区内」が75.5%と圧倒的に多く、本区での立地が事業経営上有利であると考える事業者が多いことを示している。



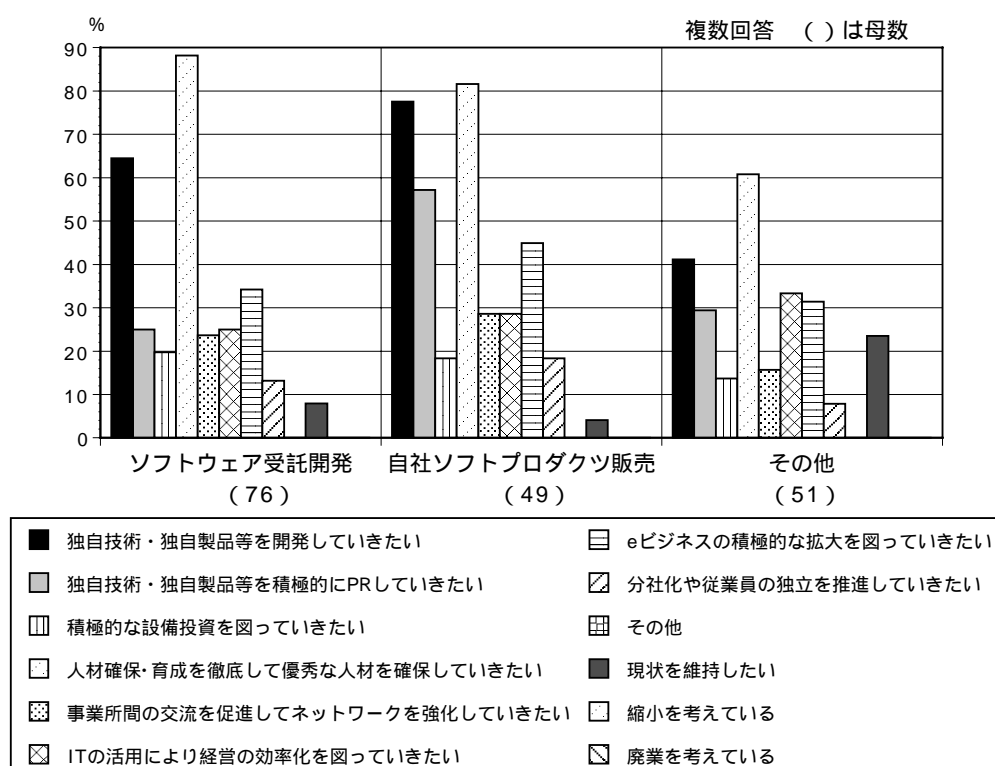
今後の経営方針

今後の経営方針としては、「人材確保・育成を徹底して優秀な人材を確保していきたい」78.4%、「独自技術・独自製品等を開発していきたい」が61.4%となっており、事業意欲の高さがうかがわれる。人材確保が多数を占めていることは、前記『経営上の問題』でみた結果と呼応する。また、縮小や廃業はなく、業界の勢いを示すものとして注目に値する。



事業内容別にみると、人材確保および独自技術・製品開発以外の項目としては、自社ソフトプロダクツ開発で「独自技術・独自製品の積極的なPRを図っていきたい」が、またソフトウェア受託開発および自社ソフトプロダクツ開発で「eビジネスの積極的な拡大を図っていきたい」が比較的多数を占め、特徴的である。また、その他で「現状を維持したい」が多くなっており、やや消極的な姿勢がみられる。

事業内容×今後の経営方針



3 企業ヒアリング調査

3-1 調査実施要領

以下の要領で企業ヒアリング調査を実施した。

- ・調査対象

アンケート調査回収企業の中から、30企業（製造業25社、情報関連業5社）を抽出。なお、製造業では、当区の主要産業である出版・印刷関連産業をやや多め（25社中15社）にした。

- ・調査期間

平成13年11月初旬～下旬。

- ・調査内容

主に以下の項目について、質問した。

事業内容、現在の経営状況、経営上の問題点、今後の方針、
区等に対する意見・要望 等

調査結果を次ページ以降に掲載する。

3-2 ヒアリング調査結果

企業名	A社 <出版業>						NO.1
所在地	池袋	従業者数	2名	創業年次	昭和63年	現在地開業年次	昭和63年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・理工系図書とくに数学を中心とした専門書や解説書の出版社。 ・大手教育出版社の取締役兼編集長を長年務めた後退職、自分の本当に作りたい本を作るため、当社を設立した。 ・読者は、学生や教師、研究者が中心。図書館にも多数納められている。部数は、7~8000部売れたものもあるが、通常は1000部も出ればよい方だ。 ・大学の先生や研究者との個人的なつながりが多く、「こんな本を出したい」というみんなの思いを企画として実現させている。 ・競合出版社は少なくないが、著者のネットワークが充実しているため、他社にはないクオリティを自負している。 ・販売は、通常の手取次を通さない形で行っている。注文は書店から直接来るケースが多い。 ・印刷業者は、昔からつきあいのある千代田区や新宿区、文京区の業者を使っている。豊島区の業者は使っていない。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・前々期、大幅な赤字を出し、銀行からの融資を止められるなど苦労した。前期はなんとか黒字に転換し、今期は前期の倍ほどの売上となる予想で、ホッとしている。 ・売上を大幅に伸ばし、大もうけしたいとは考えていない。家族の者から文句を言われながらも、好き勝手にやらせてもらっているという感じだ。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・やりたいようにやっており、現在はそこそこに順調であるため、とくに問題はない。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・多くの人に数学の面白さや楽しさを伝えていきたい。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資は利用させてもらっている。とくに意見はない。 							

企業名	B社 <出版業>						NO.2
所在地	北大塚	従業者数	4名	創業年次	平成11年	現在地開業年次	平成11年

事業内容							
<p>・ 俳画関連書籍や写真集などさまざまな分野の書籍を出版する。企画は、著者から持ち込まれるケースがほとんど。内容によって、製作費・宣伝費の負担や書店への配本、著者への印税支払など一切を当社が負担する企画出版、初版製作費を著者が負担し、書店への配本等は当社が行う協力出版、製作費の全てを著者が負担する自費出版の3タイプの出版形態に分けられる。</p> <p>・ 大手取次店を通さないこと、新聞広告は打たないこと、大出版社と比較して人件費や製作費が抑えられることなどから、他社に比べて相対的にコストをかけずにクオリティの高い出版物を出すことができることが、当社のセールスポイント。</p> <p>・ 世間には自分の本を作りたい人が数多く存在し、自費出版のニーズは年々増えているものと思われる。同業他社も多いが、あまり行儀のよくない出版社に当たると、著者が法外な負担を要求されることもよくある。当社はその点比較的良心的だと自負している。</p> <p>・ 業界では、新聞広告を打てる本はどうさん臭く見られる傾向がある。よく見られる医療系の本などは、薬などのスポンサーから広告料が出ている場合が多い。1件50万～100万円もする新聞広告料を負担すると、通常は元がとれないはずだ。</p> <p>・ 当社の場合、DMや著者周辺へのPR、web上での宣伝で本を売っていく場合がほとんどである。</p> <p>・ また、当社では制作をすべて内部で行うため、経費を安く抑えられるというメリットがある。3000部製作しても50万程度の製作費で済んでしまう。この点も他社にはない特徴であろう。</p>							
現在の経営状況							
<p>・ 今年で3年目になるが、初年度に赤字を出し、昨年で赤字分を解消し、今年度からようやく軌道に乗るようになってきた。これまでは高い勉強代を払って勉強したことになる。</p> <p>・ 今年度売上は昨年度の70%増程度になる見込み。現在はほぼ月1冊ペースで出版しているが、もう少し増やせるようにしていきたい。</p>							
経営上の問題点							
<p>・ よい人材が欲しい。ハローワークなどの利用でいろいろと試してみたが、使い物にならないケースが多かった。小規模なので、ひとり何役もこなせる融通性のある人でないと務まらない。現在残っている人材はいずれも印刷会社のDTP(*1)オペレーター出身の者で、みな有能だ。スタッフに恵まれたと感謝している。</p>							
今後の方針							
<p>・ よい人材を入れて、月産点数をもう少し増やしていきたい。1点ごとの採算を黒字にするような目標で、地道に展開していきたい。</p>							
区等に対する意見・要望							
<p>・ 創業時は、各区の創業資金融資制度を比較検討し、豊島区のものが最も有利だと判断し利用した。豊島区は、中小企業が使える融資制度が豊富で、中小企業にやさしい区であるとの認識をいまだに持っている。</p> <p>・ よくあるベンチャー交流会といったものに参加していたこともあったが、まったく意味のないものだとな</p>							

では考えている。毎回同じメンバーで、同レベルにある者たちがお互いの苦勞を話し合っても得られるものは少ない。

- ・起業経験者として言わせてもらおうと、創業後1～2年の資金繰りが非常に厳しく、この点をなんとかしないと起業家は増えていかないと思う。創業資金だけではなく、たとえば起業後3年間は税制面を優遇したり、区が起業者のためのファンドを創立するなどの施策が有効だと考える。

- ・新鮮なメンバーが参加する異業種交流会があれば参加してみたい。何かひとつのテーマを決めて開催すれば面白いと思う。

- ・全く違う業界の人を講師にした講演会なども場合によっては参加してみたい。

- ・よい印刷業者や製本業者を常に探している。単価や生産管理面、支払条件などが外注選択のポイントとなるが、情報が少ないため、選択が限られている現状だ。下請け情報に関するデータベースがあればありがたい。

- ・周辺の印刷業者が営業に来ることがよくあるが、チラシ1枚を置いていくだけで、その後は音沙汰なしというケースが多い。せめて2度3度と足を運んでくれれば、話を聞いてみようかという気にもなるのに。営業努力と粘りが足りないのではないか。

*1)デスクトップパブリッシングの略。パソコンやスキャナーなどのデジタル機器を駆使して、原稿の入力や編集、レイアウト、製版用フィルム出力など印刷の前工程処理を行うシステム。

企業名	C社 <出版業>						NO.3
所在地	池袋	従業者数	5名	創業年次	昭和61年	現在地開業年次	平成5年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・ 心霊書、健康書、教育書、実用書、文芸書など多様なジャンルの出版を手掛ける出版社。 ・ かつて大ヒットしたのは、「いじめがなくなる」童話シリーズ。全国から大反響だったという。現在は、「ドキュメンタル犬童話」シリーズが好評。 ・ 販売は、通常取次ルートも利用するが、半分は付き合いのある企業や生協などを通して行う。 ・ 企画は基本的に当社で行い、人的ネットワークでテーマに合った著者を探す。 ・ 現在のところ、月あたり単行本を2冊、ミニ文庫を1冊のペースで刊行。 ・ 広告は、通常、新聞を利用するが、余裕がないとなかなか出せない。最近では、webで小口の注文が来ることもある。まだ全体の数%程度だが、今後もっと伸びることが期待される。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上は、96年を頂点として下がり続ける一方だったが、昨年からは上向きに転換しはじめ、今年はずでに96年のレベルを上回っている。とくにベストセラーがあるわけではないのだが。 ・ 出版業界全体は、空前の不況である。大出版社等で人を多く抱えずぎているうえ、社員の給料も高すぎる。他のものの価格が下がっている中、高収入を維持し続けるのは無理なはず。今すぐに倒産してもおかしくない有名大出版社は少なくない。 ・ 大手出版社と大手取次店、大手出版社はみな一蓮托生で、体質が古すぎる。変化の激しい時代にあって、未だに体質を変えようとならないことがこの不況を招く大きな要因となっている。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・ 人材募集は求人情報誌で。応募は多いが、よい人材となるとなかなか見つからない。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・ 大手のまねでは小出版社が存在する意義はない。当社は、社会の声なき声に応えるため、日常生活の中からヒントを得、企画してきた。小さな出版社なればこそ、こうした柔軟なやり方が可能となるものと自負している。 ・ 今の「ドキュメンタル犬童話シリーズ」も、捨て犬が多いと聞き、発案・企画したものだ。捨て犬問題に関心を持つ全国の読者から熱烈な反響がある。 ・ 企画面で社員の力をいかに引きだすかが今後の課題。よい著者を探すことも重要であると考えている。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・ 区の融資は利用したことがあるが、手続きが面倒なため、簡略化すべきだ。現在では市中銀行を利用している。 ・ 東京商工会議所の交流会やセミナーはときどき利用している。

企業名	D社 <出版編集プロダクション>						NO.4
所在地	西池袋	従業者数	3名	創業年次	平成13年	現在地開業年次	平成13年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・編集プロダクション。主に就職希望者向けのビジネス書を作成している。その他、広告、音楽プロデュース、就職関連イベントプロデュースなども手掛ける。 ・社長が出版社を退職して、今年創業。編集の仕事は、この出版社から受注している。 ・仕事を通して、大学生など若者と交流する機会が多い。いろいろ話してみると、職の問題と性的問題が彼らにとって生きるうえでの重要な課題となっていることがわかる。 ・就職してもすぐにやめてしまうなど、職業に適合できない若者が多いのは、彼らが職業に関する知識やしっかりした職業観を持っていないせいである。大人としては、若者に必要な情報を与える義務があるのではと感じている。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・創業したばかりなのでまだなんともいえない。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・家賃が高い。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・ベンチャー育成は社会的な課題であり、またベンチャーを目指す若者も増えつつある。しかし、ベンチャー立ち上げ以前に知っておくべき情報をまとめて教えたりするしくみは今のところない。当社では、現在ベンチャー教育に使えるテキストの作成に取り組んでいるところである。幸い多くの企業経営者とのネットワークがあるため、協力を得ながら作業を進めているところだ。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・豊島区は交通のアクセスがよく、さまざまな層の人々が集まる場である。こうしたメリットに着目し、豊島区を人材育成教育の場として全国に発信していったらどうか。 ・そのためには、人材教育のソフト面をきちんと整備することはもちろん、若者が集まれる場、スペースを提供することが必要だ。いわばベンチャー希望者のためのインキュベータ施設といったものである。こうした場があれば、学生と企業者が交流でき、また職業に関する教育イベントなども行うことができる。ぜひ真剣に考えてもらいたい。

企業名	E社 <印刷物制作>						NO.5
所在地	上池袋	従業員数	3名	創業年次	平成11年	現在地開業年次	平成11年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 商業印刷の企画・制作。企画および編集は社内で行い、デザイン・製造は外注で。 ・ 得意先は、ホテル関係が多く、ハガキやチラシ、チケット、リーフレットなど。 ・ 複雑な折りなどは、近隣の主婦をパートとして使い、内部でやってしまうこともある。 ・ 製造部門を抱えていないことは強みだと考えている。 ・ 顧客開拓は、さまざまな人的交流の中から生まれてくることが多い。 ・ 従業員は、妻および息子。息子は、昨年春に入社。 ・ 新宿の印刷会社に30数年勤務の後、いろいろな不満があり独立。兄弟もみな独立しており、独立の気質のある家系なのかもしれない。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 一昨年からの売上は、100 75 75と、今年も去年並か。 ・ 得意先に他社が何社も入り込んでくるようになり、単価も抑えられ、厳しくなりつつある。営業展開をより強化しないといけない。 ・ 現在の景気状況はこれで当たり前の状況だと認識している。この状況の中で、いろんな知恵を出し比べ、競争するのが産業活動の正常なありようだと思う。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 価格競争が激しくなりつつある。もっとも、行くところまで行き、より企業淘汰が進めばよいとも思う。 ・ 資金繰りも厳しい。自転車操業に近い状態、いろんな形でやりくりしており、大変だ。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 新規顧客の開拓と既存顧客の掘り下げを強化したい。 ・ 常に新しいものを生み出していかねばならない仕事だから、夢のある仕事だと思っている。紙媒体の仕事は、今後もなくなることはないのだから、知恵を出し、常に夢をもって前向きに臨むことが大事だと考えている。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 息子を異業種交流会に参加させたいが、これまで区等からは何の情報もない。 ・ 区の産業情報をホームページに掲載するのもよいが、もっと目立ちやすい方法、たとえばDMやe-メールで広報してくれたほうがありがたい。 ・ 区とは直接関係はないが、価格破壊が進み、単価はみな切り下げられる一方なのに、JRや地下鉄などの鉄道や高速道路の料金はなぜ下がらないのだろう。下げてくれれば、流通が活性化し、区が産業施策を講じるよりもずっと効果があると思うのだが。 							

企業名	F社 < 出版業 (出版物卸売業) >						NO.6
所在地	目白	従業者数	10名	創業年次	昭和59年	現在地開業年次	平成元年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・洋書絵本の輸入卸を中心とし、海外洋書の翻訳出版も手掛ける。 ・取引先は、取次店や書店など。取次店は、買いりの取次店であるため、大手ではない。 ・書籍だけではなく、絵本キャラクタのグッズも。これは雑貨店や本屋、通販会社などと取引がある。 ・海外の出版社等からの情報で、輸入物件を選別している。 ・読者は、洋書好きの主婦や学校の先生など。 ・埼玉の倉庫業者と取引があり、在庫はそこで管理している。 ・日本で当社と競合する会社は、2社程度。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・売上は、一昨年から100 120 95と推移。不況の影響に加え、インターネット販売の影響を被っている。 ・書籍が6割でグッズが4割。本当は、書籍の割合を増やしたいのだが。 ・洋書には定価がないので、海外為替レートが価格に反映される。現状は円安なので、厳しい。 ・当社のwebで情報を収集し、大手書店のサイトで注文する人が増えているようだ。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・売上が減少ぎみであること以外は、とくに問題はない。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・webからの注文は現在でもあるが、より増える可能性はあるものと考えている。 ・英語やドイツ語など欧米の絵本を中心に扱ってきたが、中国語やハングルのものも増やし、幅を広げたい。 ・国際教育の教材としての可能性は大いにある。学校の総合学習の時間で使えるような教材を、絵本を題材にし加工して提供すれば、面白く楽しい授業ができるだろう。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・学校や教師との接点を持ちたい。接触のサポートをして欲しい。 ・絵本の展示会をやれる、比較的安価なスペースがあれば教えて欲しい。 ・図書館にももっと海外の絵本を置くようにして欲しい。 							

企業名	G社 <製版業>						NO.7
所在地	巣鴨	従業者数	12名	創業年次	昭和57年	現在地開業年次	昭和57年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・ポスターや折り込み広告などの製版。得意先は全部で20～30件ほど。印刷業者やデザイナーだが、現在はデザイナーからの仕事が多くなっている。 ・大型のインクジェットプリンタを導入したことで、マンションの売り出し現場に掲示する広告の仕事が印刷業者を通さずに入るようになってきた。 ・この業種は、デジタル化への対応が欠かせない。現時点で対応していない企業は、将来的な見込みはないものと考えたほうがよい。 ・当社のデジタル対応は5年ほど前から。社員がみな熱心だったため、比較的スムーズに転換できた。設備投資は3～4千万円ほどかかった。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・受注は7月頃まで比較的順調に推移したが、9月頃からやや低下しつつある。 ・受注量よりも単価の切り下げが厳しい。デジタル化により生産性は向上したが、同時に単価はどんどん下げられる傾向にある。 ・ホームページを設置したことで、1件だけ仕事きた。今後さらなる期待ができるかも。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・失業者が増えているとはいえ、人材確保は相変わらず困難だ。製版技術とデジタル技術の双方に通じた人材が欲しいのだが。 ・設備の更新等にかかる経費負担が大変。技術進化の早い分野だけに、乗り遅れると事業の存続に関わるという危機感が常にある。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・CTP（*1）への対応が今後の課題。将来的に導入を行うべく当社ではすでに研究を始めている。導入にはかなりの設備投資が必要だが、時代の流れでやむを得ない。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資は利用したことがある。印刷を含め、この業界はIT化への対応が避けられないものと考えられるため、企業のIT化に特化した融資などがあれば利用したい。 ・異業種交流会などに参加したいと考えているが、区からの情報はほとんど入ってこない。産業情報誌などをくれるならもらいたいが。 ・受注先の情報があれば欲しい。 							

*1) デジタル印刷システムのひとつ。製版フィルムを作成することなく、刷版をコンピュータからダイレクトに出力する方式。コスト面や工期面で、従来方式よりメリットが大きいとみられている。

企業名	H社 < 帳票類印刷・製造 >						NO.8
所在地	北大塚	従業者数	12名	創業年次	昭和52年	現在地開業年次	昭和61年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・コンピュータ用帳票類メーカー。得意先は、主に市や区などの官公庁及び文具店が中心。 ・工場は区内にあったが、今年6月に所沢へ移転。 ・官公庁などに入り込んでいるコンピュータメーカーや文具店の営業についていき、帳票類の営業も合わせて行う形が多い。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・もともと景気にあまり左右されない業態なのだが、この2～3年はさすがに影響が出てきている。 ・売上は4年ほど前から、ほぼ横ばいで推移している。売上だけはなんとか確保しているが、利益はあまり上がらないのが現状だ。 ・単価が落とされる傾向にあることに加え、業界内で価格の叩き合いが激化しつつある。百万円程度の案件でも、半額近くで落とす業者が現れつつある。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・不景気を反映して、手形の期間が長くなりつつあり、経営上のリスクは増すばかりだ。 ・従業員に対しこれまで比較的良心的に対応してきたためか、やめる人がおらず、年々高齢化していく一方にある。今後新たな展開を図っていくうえで若く新しい力が欲しいところなのだが。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・仕事の取り方を改めていく必要がある。eコマースへの展開とか。 ・帳票類だけだと先行きが見えない。都内に数百社のエンドユーザーを持っていることを武器にして、カレンダーやチラシなどの一般印刷も手掛けていきたい。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・ほとんど接触がないので、意見などはなにもない。

企業名	I社 <名刺、ハガキ等印刷業>						NO.9
所在地	池袋	従業者数	9名	創業年次	平成6年	現在地開業年次	平成6年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・名刺及びハガキ印刷。客先に、通信回線につながった名刺プリンタを設置し、必要に応じて当社でデータを作成、通信で伝送するという独自の名刺・はがき作成システムで業務を展開している。 ・得意先は、大企業や文房具店など都内約200社。通常の印刷屋に出すよりもコストがかからず、納期も短いため好評である。 ・機器はこれまで有償借り上げの形でやってきたが、無償レンタルに切り替えつつある。無償でも、半年使ってもらえれば十分にペイするとの判断からだ。 ・平成8年頃、大手企業で独自に名刺プリンタを導入する動きがあったが、固定費がペイしないこと、データ作りの手間がかかることなどから、結局外注に戻っていった経緯がある。 ・データ作成ソフトは、当社で開発。機器のメンテナンスは、メーカーとのメンテ契約で行っている。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・一昨年からの売上は、70 100 90といったところ。昨年の伸びは、顧客の新規開拓によるもの。今年は、昨年の横ばいで推移している。 ・景気悪化の影響で、設備投資を凍結する企業がほとんどである。営業展開を図るには、顧客の新規開拓しか手がない。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・客先の名刺フォーマットに自動対応するため、データ作成ソフトをカスタマイズする必要があるが、そのための資金調達が大変だ。 ・人件費も高騰しつつある。 ・営業力を強化してきたが、さらに新規顧客を開拓していかなばならない。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・来年は、関西に進出する。近い将来全国的に展開していきたい。 ・ホームページと自動組版システムとの組み合わせで、一般の顧客も獲得していきたい。 ・競合会社はみな印刷業。こうした形態で展開しているのは当社だけである。名刺はいつの時代でも必要で、今後もなくなりはない。ただし近い将来、より安くて早い業者だけが生き残ることになるだろう。当社は生き残りに勝つ自信を持っている。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資を利用したことがある。使用目的がはっきりしている案件に対しては、返済期間を伸ばす、融資限度額を拡大するなどの配慮が欲しい。 ・ベンチャーとして立ち上げ、一定期間実績を上げてきた企業に対しては、その実績を評価し、区が投資するなどのしくみが欲しい。 ・客先を紹介してくれるシステムがあれば。 							

企業名	J社 <印刷業>						NO.10
所在地	南池袋	従業者数	30名	創業年次	昭和35年	現在地開業年次	昭和51年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・長野県松本市に本社を置く印刷業。当事業所は、東京支社であり、基本的に営業部門のみである。 ・得意先は旅行代理店や通販会社など。車のチラシや墓地の折り込み広告なども比較的多い。 ・長野県塩尻に工場があり、印刷はすべて自社で行う。東京では、製版工程までを行う。外注でフィルムを作成し、塩尻まで輸送して印刷している。 ・現在、本社工場を拡大し、機械設備の新規導入を行っている最中である。これにともない、当事業所に独自の衛星回線設備を設けた。稼働すれば、東京と塩尻のタイムラグが大きく軽減され、さらなる短納期化が図れるものと期待される。 ・極端に短納期で小ロットの仕事は、周辺の同業者に外注することがある。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・売上は比較的好調であり、アップしつつある。ただし、米国の同時多発テロの影響により旅行関連業界の冷え込みが予想されるため、予断は許さない。 ・営業の力と徹底した内製化を図っていることが当社の強み。 ・最近では、取引先の経営不安も懸念されることから、受注の際にはその点に十分注意するよう心がけている。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・人材の確保は常に課題だ。当社では、女性社員が比較的長続きするものの、男性社員が1～2年でやめてしまうケースもある。社内での人間関係などさまざまな原因が考えられるが、戦力になった途端にやめられるのは大きな痛手だ。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・売上状況は比較的良好で、設備面の更新も行っているところなので、当面新たな取り組みを行うなどは考えていない。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・かつてシルバー人材を使ったことがある程度で、豊島区との関わりはほとんどない。当事業所は、営業部門だけなので、区に対する意見などはとくにない。 ・現在外注は区内および周辺区の業者を使っている。一般的にみなPRをあまりやっていないように見受けられる。当社の仕事とは規模的に合わないケースも考えられるが、より積極的に営業活動をしてもらえば、話を聞かないとも限らないのだが。 							

企業名	K社 <印刷業>						NO.11
所在地	目白	従業者数	5名	創業年次	昭和35年	現在地開業年次	昭和45年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレットや伝票、名刺などを中心とする印刷業。 ・得意先は、近隣の料理屋や飲食店など。 ・従業員はみな家族。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・売上はいいころの3分の1まで落ち込んでいる。極めて厳しい。 ・得意先では、近年ちょっとしたものならパソコンとプリンタだけで済ませるようになっている。この影響が小さいようで意外と大きい。 ・営業活動を行っても、なかなか仕事は取れない。現在は、知り合いのコネで受注している。 ・当社は、DTPの流れに乗り遅れてしまった。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・受注量が減っていることに加え、銀行の貸し渋りの影響で、資金繰りが極めて厳しい。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・今はともかくじっと耐えるしかない。 ・ITへの対応を考える必要があるかもしれない。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資は利用したことがある。融資枠をもっと広げて欲しい。 ・かつて、区の指名参加業者になるべく手続きをしたが、連絡があるとの返答があったにも関わらず、その後何の返答もない。いったいどうなっているのか。

企業名	L社 < 製版業 >						NO.12
所在地	巢鴨	従業者数	10名	創業年次	昭和36年	現在地開業年次	昭和38年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル製版業。マンションのチラシなどいわゆる端物を中心に扱う。 ・5～6年前まで、アナログで製版を行っていた。当社では、デジタル対応を徐々に進める中で、既存の職人をやめさせることができた。デジタル対応が遅れた同業者の多くは廃業か倒産の憂き目に遭い、対応しようとしている同業者でも既存の職人をやめさせることができず困っているところが多い。 ・デジタル設備を導入した同業者でも、機械メーカーの選択を誤ったところは設備の更新などの面で苦労が多いようだ。 ・最近では、製版だけでなく制作の仕事も入ってくるようになった。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・2年前、仕事がなくそれまでより売上が大幅に落ち込んだが、昨年よりすこしずつ戻しつつあり、今期は昨年の1割増くらいになりそうだ。 ・完全にデジタル対応にしたため、仕事は比較的コンスタントにとれるようになった。ただし、得意先の経営不安があるため、注意が必要だ。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・息子が現在大学4年生であり、当社に入社するかどうかは今のところわからない。入社してくれれば、後継者問題が解決するのだが。 ・よい人材が欲しい。求人誌や人材派遣で求人しているが、待遇をよほどよくしない限りすぐやめてしまう。これまでの経験では、30代の経験者が比較的長続きするようだ。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・CTPへの流れは避けようがないため、当社のような小規模でも対応するべく検討している。 ・営業面を強化し、幅広く受注を受けていきたい。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・デジタル製版に関する知識は各社でかなり差がある。業界としては、講習会などを開き、知識を広め深める努力をする必要があるが、区がなんらかの助力をしてくれればと思う。 ・今後も技術革新が激しく、設備更新を常に迫られることが明らかな業界である。設備に関わる融資枠などをさらに拡充して欲しい。 ・同業者の中には、従業員をリストラなどして事業規模を縮小したいと考えている者がいる。リストラする場合でも経費がかかり、その経費が負担できないために、そのままの事業規模で事業を続けなければならない。この状況が続くと、早晚倒産に追い込まれてしまう危険性が高い。こうした事業者のために「事業縮小対策資金」といったものを手当てしてくれるとありがたい。 							

企業名	M社 <製本業>					NO.13	
所在地	高田	従業者数	15名	創業年次	昭和43年	現在地開業年次	昭和48年

事業内容						
<ul style="list-style-type: none"> ・学習参考書や企業カタログ、カレンダー等の製本。得意先は、新宿や文京等近隣の出版社や印刷業者を中心に60社ほど。 ・業界では、大部数をこなす比較的大きな製本工場は、すでに埼玉等の郊外に移転し終わっており、都心に立地する業者はいわゆる端物を中心とした、短納期小ロットの仕事を中心に行っている。業態的な棲み分けはほぼ完了しているものとみてよい。 						
現在の経営状況						
<ul style="list-style-type: none"> ・バブル期に比べて全体の売上は10分の1程度。 ・不況の影響等で印刷業の倒産や廃業が相次ぎ、大手印刷会社が製本工程を内製化する方向に転換するなど、製本業者にとっては極めて厳しい状況に置かれている。 ・同業組合の会合でも打開策が議論されるが、よい知恵もなく悲観論ばかりが先立っている現状だ。 ・機械化の進展により、技術的な側面が昔に比べて極端に少なくなっており、企業を差別化する要素が単価の低減だけに絞られざるを得ないことが、今般の苦境を招く大きな一因となっているものと思う。 ・あえていえば、「乱丁・落丁監視システム」を導入しているか否かが生き残りのポイントとなっている。現時点で導入していない企業は、たぶんほとんど仕事に来ていない状況にあるものと思われる。 						
経営上の問題点						
<ul style="list-style-type: none"> ・単価の切り下げ、受注量の減少、得意先の経営不安などともかく手の打ちようがないほど厳しい状況にある。 ・通常の不景気では、同業者の廃業がメリットとして作用することが多いのだが、今回の不況ではそれさえもない。 						
今後の方針						
<ul style="list-style-type: none"> ・ともかく手の打ちようがない。なんとかやりくりしながらじっと耐え忍ぶしかない。 ・息子が2人入社し、そろそろ引き継ぎしようかと考えていた矢先に、急速に不景気に落ち込んでしまった。引き継ぎの際には、ある程度借金等を整理しておきたいと考えているが。 						
区等に対する意見・要望						
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資を一度だけ利用したことがあるが、新宿や文京に比較して使える融資制度が少ないという感じがした。 ・融資条件や融資枠などを拡充した融資制度を創設して欲しい。このままだと区内の業者はほとんどつぶれるという危機感を持っている。 						

企業名	N社 <ビニール製本業>						NO.14
所在地	高田	従業者数	4名	創業年次	昭和32年	現在地開業年次	昭和32年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・書籍、カタログ等のビニール貼り加工。大型のビニール貼り加工機で加工を行う。 ・ビニール貼り加工業者は都内で約30社。うち豊島区では当社のみ。 ・得意先は出版社や印刷業者など。 ・昔は手作業で行っていたが、昭和28年、他社で働いていた社長が機械メーカーに働きかけ、加工機を初めて作らせ、業界が自動化するきっかけとなった。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・一昨年、昨年、今年と売上高約1割減で推移している。不況の影響が強く、出版社が出版する本にビニール貼りをほどこすのをためらうようになってきたようだ。 ・この業種は、比較的付加価値が高く、この不況が訪れる前はかなり儲けになったものだ。現在は、受注量が減っているためどうしようもない。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・銀行の貸し渋り問題が最も大きく、資金繰りが厳しい。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・よいお客を増やすことが肝心。むやみに営業展開するよりも、口コミが堅実。東京商工会議所の会合に参加するなどして、ネットワークを広げるべく努力はしている。 ・それ以外では、とりあえずじっと耐えるしかない。 ・長期的にみれば、ビニール貼り加工の需要は絶対にあると考えている。業界としても、無鉛化したインクを開発するなど環境にも配慮しつつある。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・まちを活性化して、みなが元気になるような施策を。たとえば、区役所そばの公園で商業のおまつりを月1回開催するとか。工業はもちろん商業までも元気がない今の状況をなんとか打開する必要がある。カラに閉じこもらず、できることはいろいろやってみるのがよいのでは。 ・零細企業の資金繰り悪化対策として、返済期間をより長期化した融資を創設して欲しい。

企業名	O社 <製本業>						NO.15
所在地	南大塚	従業者数	15名	創業年次	昭和43年	現在地開業年次	昭和43年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・製本業。得意先は、雑誌出版社1社のみ。 ・8年前、先代から後継し、それまでの古くさい体質を改善するべく、さまざまな部分に手を付けた。 ・たとえば、従来型の職人をやめさせた。機械化の進展により、この業界ではほとんどいわゆる職人芸は必要とされなくなった。普通の人でも、機械を動かす技術は身に付けることができる。紙の上を土足で歩くなど通常では考えられないことが職人の世界では当たり前であった。その上人件費も高いため、会社の将来を考えると、百害あって一利なしと判断し、徐々にパートさんに切り替えていった。 ・古い体質は、製品の品質にも影響を与える。一般にはあまり知られていないことだが、製本機にかけてしまえばすべてOKというだけの仕事ではない。検品をいかにやるかが大きな問題で、同業者の中にはそのことに関心がない者が少なくない。 ・センサーの導入を行えば、それですむかということそんなことはない。会社として検品システムをちゃんと持っているかどうか問題となる。当社では、乱丁や落丁は1件もない。しっかりしたシステムを作るべく、ノウハウを蓄積してきたからだ。 ・職人体質は、いいかげんな仕事を野放しにしていたところがあり、1件や2件の不良が出て当たり前という感覚を今でも持っているようだ。7～8年前からコンビニエンスストア業界が、店舗に置く雑誌の製本の品質を問題にしはじめ、ようやくQCの概念が云々されるようになってきた有り様だ。 ・一事が万事であり、この業界全体の意識改革は急務である。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・昨年との売上比較だと今年は5～10%減くらいか。業界の中ではまだましな方だと思っている。 ・大手印刷業者が製本を内製化する方向で仕事を受注しつつある影響が大きい。結局は外注するのだが、当然より利幅が少ない形での発注となるため、それを請ける業者は泣かされることになる。 ・したがって、仕事量はあるが利益が少ないというのが、業界全体の状況だろう。 ・この業界の景気は紙の値段に左右される。また、一般の不況より5年遅れで不況がやってくるといわれている。今後さらに厳しくなるものと予想される。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・特にない。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・しっかりした業者間ネットワークを作り、お互いに仕事を回しあいながら、この苦境に対処していかねば。クオリティ重視という前提ははずせないが。

区等に対する意見・要望

- ・業界の意識改革を行うため、講習会やセミナーの開催など、区が手助けできる部分はいろいろある。苦境を救うため、ぜひ手を貸して欲しい。
- ・製本機は1台6千万円ぐらい。現行の区の融資では少額過ぎて、設備投資時にあまり使えない。出来れば現行の倍額程度の融資を作って欲しい。
- ・ただし、機械を替えることで大幅な生産性の向上や品質の向上が図れるものではない。当社では、7年前の機械をきちんとメンテナンスしながら大事に使用している。

企業名	P社 <製本業>						NO.16
所在地	南長崎	従業者数	3名	創業年次	昭和20年	現在地開業年次	平成9年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・チラシやDMの折り、小冊子など小ロットの、いわゆる端物を中心とする製本業。 ・得意先は、区内の印刷業者が中心。 ・従業員は母を含み、全て家族。 ・質よりもコストを重視する仕事が多い。 ・業界組合などには所属していないので、業界の情報はほとんど入ってこない。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・今年の売上は、昨年の半分くらいになりそう。この6月くらいから急速に落ち込み始めた。 ・オフィスでのパソコン導入が印刷業に悪影響し、それが当社などにも波及してきたという感じた。 ・印刷業者に対する営業活動をもっとやろうとはしている。6月以前はそれも少し効果があったのだが。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・受注量の落ち込みは深刻。それに加えて、単価の切り下げが厳しい。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・得意先である印刷業者から独自に仕事を取ってこい、といわれている。営業活動を強化して、一括受注の仕事が取れば、今度は逆に印刷業者を下請けとして使う立場になれる可能性がある。 ・コンピュータやITについてより勉強し、今の流れに追いついていきたい。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・たとえば豊島区役所の仕事を他区の業者が取るのは、どうも納得がいかない。区内業者の育成の観点に立てば、区内中小企業を保護してくれてもよいと思うが。 ・区のIT講座の受講申し込みを何度もしているが、一度も当たったことがない。こちらは趣味ではなく、仕事に役立てるつもりで勉強しようと考えているのだが。事業者専用の枠や、事業者だけを対象にしたIT講習があればうれしい。 							

企業名	Q社 < 電気機器設計・製造 >						NO.17
所在地	高田	従業者数	22名	創業年次	昭和56年	現在地開業年次	昭和63年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・電気計測器メーカー。アナログ・デジタル変換を中心とした計測器やLANに接続するリアルタイム処理システム等を開発・製造している。 ・得意先は、自動車メーカーや通信機メーカーを中心に、大学の実験室や官庁の研究所、天文台など。最近では、自然災害のシミュレーションや震動実験などの分野での引き合いが多くなっている。 ・創業当時から、アナログ・デジタル変換の分野の可能性に着目し、製品を開発してきた。業界は、最先端分野でより専門化しつつあるが、競合他社より一歩先を行くことで対処してきた。アフターフォローや特注などへの対応もしっかりやってきているため、この点でも評価を得ているものと考えている。 ・製造はすべて外注に。人からの紹介や広告などで見つけた、関東近郊の数十社と取引しているが、確実にやれる業者は限られているのが実状だ。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・一昨年から今年までの売上の推移は、4億円 5.5億円 5億円。 ・民間企業では、研究テーマは年々増えているが研究・開発予算がつかない状況にある。一方、官公庁の研究所では防災関係の予算が増えつつある。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・いずれの企業でも同様だろうが、資金繰りは厳しい。 ・人材確保は難しくなりつつあるが、今のところはあまり問題はない。今年も、求人情報紙のwebサイトで募集をかけ、20代、30代、40代の社員をひとりずつ採用した。当社は、比較的定着率が高く、その点での心配は今のところない。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・これまで雑誌広告を中心としてPRしてきたが、ホームページにも力を入れ営業展開のさらなる充実を図っていくつもりだ。 ・同業者のネットワークをより活用していきたい。将来的に共同事業ができればよいと思う。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・豊島区にもものづくりは少ないとはいえ、区の経済を支える重要な産業であることは間違いない。当社もものづくりの一員であり、ものづくり全般を一般の人々に理解してもらおう場などがあればよいと考えている。たとえば、ものづくり体験教室など、区が旗を振り、あまり金をかけずにできることはいろいろあるのでは。 							

企業名	R社 < 歯車製造 >						NO.18
所在地	西巣鴨	従業者数	40名	創業年次	昭和30年	現在地開業年次	昭和30年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・ OA機器用の小型歯車の製造。金属歯車は当工場、プラスチック成形歯車は志木工場で製造している。 ・ 得意先は大手OA機器メーカー。なかでもC社とは、最近まで全売上の約80%を依存していたが、東南アジアへの製造シフトを打出し、国内の下請けを切る方向に転換したため、大きな影響を被っている。 ・ プラスチック歯車は、耐摩耗性などの面で金属より劣るとされてきたが、樹脂にガラスを混入するなどの技術改良が進み、現在ではほぼ遜色ないものができるようになった。金属切削とプラスチック成形とは加工内容が全く違うが、生産性の面ではプラスチックの方が優れているため、今後金属からプラスチックへと移行していく傾向が強まるものとみられる。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 全体的には受注減の状況にあり、先の見通しが立たず厳しい。 ・ C社の方向転換で大きな痛手を受けたが、対応策として営業展開をより広く強化した。その結果、高齢福祉機器の部品の注文などが、別の大手メーカー2社から来るようになった。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 現在、志木工場との一本化を検討中だが、状況が不安定であるため決断できずにいる。 ・ 新たな得意先を新規開拓したいが、型をひとつ作るだけで約3000万円もかかってしまう。外注への支払などで資金繰りが大変だ。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 志木工場への一本化を早く実現させたい。 ・ さらに営業展開を強化し、受注の間口を広げていきたい。 ・ 人材面では、現在はとくに問題はない。当社に入社した社員はみな定着率が良く、勤続年数の一番短い者でも10年である。当面新規雇用は考えていない。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社は、「豊島区内の優良企業110社」に毎年入っている。区に対する貢献については自負している。 ・ 区の不況対策融資を、より拡充して欲しい。 							

企業名	S社 <小型歯車等製造>						NO.19
所在地	池袋本町	従業者数	12名	創業年次	昭和23年	現在地開業年次	昭和34年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな分野の小型歯車を製造。その他、空き缶・ビンプレス機的设计・製造・販売も手掛ける。 ・先代からの後継は15年前。先代のころは、自動車キャブレターメーカーに1社依存していたが、将来性を考えて空き缶・ビンプレス機も手掛けるようになった。 ・プレス機は現在のところ売上の約2割。得意先は、飲料水メーカーや大型スーパーなど。 ・先代からの引き継ぎ以前から、都市型工業への転換を図ってきた。設備投資を先代のころから手掛け、職人をあまり使わない方向に転換した。また、得意先も増やすべく努力し、ニッチ市場で多品種・小ロット、小回りを生かす方向を目指した。この結果、現在ではうまく都市型へと転換できたと思っている。 ・ITの発達で、生産現場はどこにあってもよいと一般的にはされているが、やはり商売は顔を見せることが原則。東京周辺の得意先にこまめに対応できることが現在地の強み。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・不況の波はあまり受けにくい業種だといわれている。売上は、一昨年からほぼ横ばいといったところか。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・人材問題がやや深刻化している。現在60代の社員が3名もあり全体的に高齢化しつつある。 ・今年、技術系求人情報誌で募集し、30才の従業員を1名採用することができた。半年しっかりやれば、なんとかものになるものと思う。期待している。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・空き缶・ビンプレス機をコンスタントに売りたい。ホームページを開設し、大手メーカーや商社とも付きあって、販路を拡大していくつもりだ。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資は利用したことがあるが、それ以外ではあまり接触はない。 ・かつて板橋区の産業セクションを通して仕事の依頼が来たことがあった。板橋区は、外注下請け斡旋業務などにかなり熱心な様子だ。豊島区もがんばって欲しい。

企業名	T社 < 金型製造 >						NO.20
所在地	千川	従業者数	2名	創業年次	昭和63年	現在地開業年次	昭和63年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・ダイカスト金型製造。弱電、自動車、光学機器関係の部品を中心とする。 ・得意先は、商社1社のみ。長いつきあいである。 ・金型は、ほんの最近まで日本の独占分野だったが、現在は中国でもかなり高度なものは製造でき、仕事の相当量が中国に流れつつある。日本の企業は、勢いより高度なものを目指そうとしているが、NCやMC(*1)などにかかる設備投資が大変なうえ、技術進歩がそこまで追いついていかない。将来的には、人件費の安い中国にすべて持っていかれるのではないか。 ・従業員は妻のみ。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・バブル崩壊以後ずっと下降ぎみだ。とくにこの5月・6月は仕事がなくて困った。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・腕には自信があったため、NCの導入が立ち遅れたのが響いているかも。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・CAD化まではできたが、CAM(*2)まではまだできていない。近い将来対応していきたい。 ・加盟する彫刻業組合の方で、4年ほど前から、情報交換ツールとしてメーリングリストを開設している。まず初めは半分遊びのつもりで始めたようだ。当社では、実際に始めたのは1年ほど前から。いろんな情報をやりとりする中で、仕事に結びつく情報、アイデアなどが得られるかもしれないと期待している。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・隣の板橋区では、産業展を開くなどものづくりに関しては熱心にとりくんでいるようだ。対して、豊島区ではものづくりを対象にした施策はないようで、区内で操業する事業者としては、ものづくりに冷たい区との印象を持っている。 ・その他ではとくにいうべきこともない。

*1) マシニングセンター。NC複合工作機械。多数の工具を迅速に交換できる機能を備えたNC加工機のこと。

*2) コンピュータ援用製造システム。CADデータを介して、設計と加工をダイレクトに結合できるようにしたもの。

企業名	U社 <釣装品製造>						NO.21
所在地	巣鴨	従業者数	4名	創業年次	平成6年	現在地開業年次	平成6年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・フライフィッシング専用釣装品メーカー。製造は外注で、当社は企画及び販売を行う。 ・釣装品メーカーは多いが、完全にフライ専門は当社だけかも。 ・全国のフライプロショップ約300店のうち250店と取引契約がある。その他は問屋数件とも取引がある。 ・問屋は商品の勉強が足りず、今となってはあまり役に立たないが、取引を全くやめるわけにもいかず、困っている。 ・PRは、フライ専門雑誌への広告掲載やwebの掲載、「フライフィッシングフェスタ」への参加など。いわばマニアに近い人達を対象にしているため、現状はとくに問題を感じていない。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・日本のフライ人口は20～25万人程度といわれている。業界には周期的なブームがあり、ヘラブナや鮎釣り、ルアーなどがブームになるが、フライだけはブームがないといわれていた。今から3～4年前に初めてのフライブームが起き、大手が参入してきた。売上としてそれ以前の10分の1ほどに落ち込んだ。現在はブームはひと段落している。 ・売上は、一昨年、昨年と2割ずつ減少している。1品目のロットは500～1000程度だが、業界全体として現在供給過剰の状態にあるため、数量を少し限定していこうと考えている。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・売上がやや落ちていることを除けば、現状は特にない。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・近々webを公開する予定。ゆくゆくは、エンドユーザーへ直接販売できるよう、eコマース環境を整えていきたいと考えている。 ・アウトレット商品など、問屋やショップでは対応できない部分が補えることや、ユーザーへのインフォメーションなどを通し、商品理解が促進されるなど、web利用のメリットは大きいものと考えている。 ・来年か再来年には、米国での展示会に進出、出品したい。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・製造外注のまとまった情報がなく、よい外注を探すために日本全国を飛び回っている。工場のデータベースなど、情報支援が欲しい。 ・区の安定化資金を利用したことがある。事業計画通りに事業展開した場合に融資枠が拡充されるなどの措置が欲しい。現状では、がんばる企業とそうでない企業との差別化ができないと思う。 ・区の産業施策がどんなものかあまり伝わってこない。なんとなく「知っててあたりまえ」という対応のような気がする。

企業名	V社 < 機器筐体等試作開発 >						NO.22
所在地	東池袋	従業者数	10名	創業年次	昭和34年	現在地開業年次	昭和41年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・自動車メーターや携帯電話の筐体等の試作品製作。ゴム型等への流し込み成形が主だが、最近導入した光造形システムで加工するものもある。 ・主な得意先は、長年付き合いのある自動車用計器などの大手メーカー。当社の競合は4社で、価格面等での競争はいつも厳しい。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・単価は下げられる傾向にあり、競合との競争は激化しつつある。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・人材確保が極めて困難だ。いつもハローワークを利用している。この1年間で3~4名を入社させたが、長い者でも半年しか持たなかった。光造形技術の修得など、仕事として難しい面があると思うが、粘り強く続けていこうという意志がみな弱く、続かないようだ。 ・この仕事は、もともと彫刻加工が発展したものだ。ひと昔前までは、職人技術がなければやっていけなかったものだが、現在ではNCやCADなどの導入で、さして重視されなくなった。ただし今でも彫刻機で加工しなければならぬ局面がたびたびあり、全く必要ないかといえばそんなことはない。息子にもある程度の技能をつけさせようと教えたが、まだまだである。 ・ものづくりの技術が消滅していくことは悲しむべきことだが、時代の流れからしょうがないことだ。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・得意先と長年付き合いしてきたこともあり、先方のニーズをいち早く汲み取ることで負けていないため、その点でアピールしていくことが重要になりそう。 ・最近導入した光造形システムも大きなセールスポイントになりそう。極端に納期が短い場合、従来の方法では間に合わないため、光造形でないと対応できない。他社に先んじて導入したことにより、技術的ノウハウも一歩先を行くことになるのではないかと考えている。 ・当社は、特別に優れた技術を有する企業ではない。当社で製造する程度の物は、他社でもそう苦労せずにできてしまうだろう。新しい設備等の導入など一定の技術的対応は当然必要だが、技術的に深めていく方向よりも、対応力を強化することによって生き残っていきたい。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・区の融資は利用したことがあるが、その他では接触がない。したがって、要求や意見もとくに思い浮かばない。

企業名	W社 <特殊電球製造>						NO.23
所在地	高松	従業者数	5名	創業年次	昭和22年	現在地開業年次	昭和24年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・漁船用電球や耐震性電球、車両用電球、舞台照明など特殊電球の設計・製造。 ・ガラス部分を外注に出しているほかは、全部当社で製造。 ・製造工程は、電球製造機によりすべて全自動だが、現在はあまり稼働していない。 ・都内での競合会社は、品川区などに2~3社ある程度。おそらく、中国や韓国、東南アジアなどの影響で、国内企業はみな厳しくなっているものと思う。 ・取引は、専門の卸問屋数件と行っている。この6月に漁業用照明を扱っていた問屋が相次いで2件廃業し、かなりの影響を被っている。 ・より特殊で納期の少ないものだけしか仕事にならなくなっている。特殊なものは、当社で設計する。ガラスの組成や曲面の設計などについてはかなりの経験を必要とする。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・現在は、舞台照明の仕事くらいしかない。大手メーカーからたまに見積もり依頼があるが、単価の面で折り合いがつかない。もう大企業のいいなりになるのは、やめようと考えている。 ・ここ4~5年厳しくなっており、売上は、毎年半分づつくらい減少しつつある。 ・照明が蛍光灯やハロゲンに向かう傾向もあり、このことも受注減に大きく影響しているかもしれない。 ・最盛期は、従業員は20名ほどいた。17~18年前に息子も入社した。今では家族しか残っておらず、息子も2ヶ月ほど前より薬問屋に働きに出るようになった。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・受注量の大幅な減少が最も大きい。 ・製造工程で、ガラスの絞りがあり、その際に出るガラスクズの処理に困っている。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・今はじっと様子を見るほかはない。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・特になにもない。 							

企業名	X社 <製パン業>					NO.24	
所在地	長崎	従業者数	14名	創業年次	昭和24年	現在地開業年次	昭和24年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・製パン業。大手メーカーの菓子パン等のOEMや学校給食用パンなどを製造。 ・昭和62年に先代から後継。 ・従業員のほとんどは、周辺住民の主婦のパート。パートとはいえ、若干の技能が要求される部分もある。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・平成4～5年頃から状況が徐々に悪化傾向にある。 ・一昨年から今年の売上の推移は、100 110 120。仕事を選ばないというスタンスのため、売上だけを見ると増加はしている。単価切り下げの傾向にあるため、実際はあまり儲かっていない。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・工場が老朽化しているため、建替えを検討しているが、都市計画道路の沿道にあるため用途地域が変えられ、工場としては建替えができなくなった。 ・パートの確保が困難になりつつある。密集住宅地なので、従来は確保が容易だったが、古い住民が多く、高齢化するに連れ、難しくなってきた。個人のスキルに頼る部分が大きい仕事なので、比較的若い方を求めているが、なかなか来ない。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・若いパートを採用するなどし、当面これまでどおりやっていくしかない。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・区融資の額を増やして欲しい。 ・区の産業広報誌は見たことがない。保健所などに置いてもらいたいが。 ・工場のある場所を、商業系の用途地域に変えるということは、区は工場を追い出しにかかっているとみられてもおかしくない。その一方で、産業のため工場は大事だという。担当課によって言い分が違うというのは納得できない。 							

企業名	Y社 < 食肉加工品製造販売 >						NO.25
所在地	長崎	従業者数	34名	創業年次	昭和48年	現在地開業年次	昭和48年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・ハムや焼豚など食肉加工品や食肉惣菜の製造直売、製造卸。 ・6年前に先代を引き継ぎ、それまでの製造卸という販売形態を、製造直売という形にシフトするために苦労してきた。 ・百貨店の地下での直売を目論んだが、当初はコネがないため、飛び込み営業ばかりだった。地下の売場にすぐに場所を確保できるわけではなく、催事などの際に出店させてもらい、そこで実績を上げていくしかない。現在では成果が実りつつあり、都心を中心とした有名デパートの多くに入れるようになり、常設店は2件確保できた。 ・そもそも販売形態を変えたのは、都心に近い立地条件が製造卸という形態には不利だと気づいたからだ。自分で料理をすることがない小売業者を相手にするよりも、より消費者に近づき、小まめな対応をしていく方が、全ての面において効率的だと判断した。 ・現在地の工場を地方などへ移転するには経費がかかるし、顧客からも遠のく。移転できなくなれば、立地面の不利さをメリットに転化させる発想が必要だ。冷静になって現在地を見てみると、半径30km以内に国内小売ベスト42が集結しているということ、つまりは日本一の消費地であることがわかった。 ・百貨店にしてみれば、近くで出来立ての焼豚を製造しているということは、いくなればセントラルキッチンを外部に設けたようなものである。お互いにとってメリットが大きいと判断し、百貨店進出を推進したところ、現在のところは非常にうまくいっている。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・最近、狂牛病や口蹄疫などの影響で、豚肉の原料は高騰しつつある。まったく食肉加工業者泣かせの状況である。 ・一昨年の売上を100とすると100 85 85と現在はほぼ昨年の横ばいで推移している。昨年やや落ち込んだのは、効率の悪い部分を削除した影響である。今のところこれでよいと考えている。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・百貨店で働く人材を確保するのが極めて難しい。求人情報誌や折り込み広告で募集をかけているが、なかなか集まらない。百貨店の営業時間も10時開店9時閉店のところが増え、1日10時間を超える労働時間となってしまった。借金があるなど本当に稼がねばならない事情のある人しか応募してこないのが現状だ。 ・工場建物3棟のうち2棟が昭和40年代の建築で、老朽化が激しいため、建替えたい。5年前建替えようとしたが、0157の影響で沙汰止みになった。それ以後いつやれるかのタイミングを図っている状態だ。 ・近隣からの苦情は未だにある。クマネズミが増えたなど、区の担当課で調べてもらってもそんな事実はないのに言いがかりをつけられてしまうことがある。当社は、衛生問題に関しては人一倍努力していると考えているのだが。 							

今後の方針

- ・現在は百貨店の常設店は2件だが、5年後には8店舗となるべく努力をしている。
- ・「あれもない、これもない」ではなく、自分のいい部分を合わせればなんとかなるものだ、と社員にはいつもハツパをかけている。
- ・現状顧客層の年齢層が高いことが問題である。そこで、幅広い年齢層からのニーズを吸収するため、ホームページを開設した。これは、商品売る場ということではなく、現実商売の補完として位置づけている。

区等に対する意見・要望

- ・行政がどんな取り組みをしているのかが、まったくわからない。
- ・当社は、銀行からの評価は比較的高いが、地価が下がるに連れ担保価値も下がっているため、融資可能額が必要額を下回っている。
- ・区の安定化資金を借りたが、返済期間が短すぎる。もっと長期にできないか。
- ・また、区としても融資よりも投資を重視したほうがよいのではないか。
- ・やる気のある企業と投資家をお見合いさせるような場があれば利用したい。

企業名	Z社 <データ処理等企業向けサービス業>						NO.26
所在地	池袋	従業者数	16名	創業年次	平成3年	現在地開業年次	平成9年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・webを使用した調査業務やセミナー、カンファレンス等の事務局業務、顧客管理業務等。 ・もともと営業企画や販売促進業務を行っていたが、企業におけるコンピュータソフトのバージョンアップ及びユーザ登録業務を皮切りに、顧客管理業務等へと進み、さまざまな業務を行うようになった。 ・わかりやすいところでは、得意先の顧客DB(データベース)を利用した、DM発送業務などがある。 ・得意先は、都心を中心としたさまざまな事業所。DB処理業務で大手印刷会社から仕事を受けたり、ペットフードや居酒屋チェーンなどからの受注も。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・一昨年からの売上の推移は、1億5千万 1億6千万 1億6千万。今年は、不景気の影響からかやや厳しく、売上では昨年の横ばいとなる見込み。 ・「DB」「マーケティング」「セミナー及び受付業務」「情報処理」の4本を当社の柱として業務を展開している。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・ソフトのバージョンアップ業務など、以前は大手が全く相手にしなかった分野にも最近は大手が進出しつつある。どの業界もみな状況は厳しいということだろうか。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・さまざまな機会をとらえて、ビジネスチャンスとしていきたい。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・商店街が厳しい状況に置かれているといわれるが、現実に顧客管理などをきちんと行っている個店は少ないものとみえる。DBを含めたITを導入することにより、新たな展開ができる可能性がある。 ・商店街とITというと、ヴァーチャルモールがすぐに思い浮かぶが、ヴァーチャルモールで儲けようとする失敗するケースが多い。ITを商店街の活性化に寄与するとして考えるなら、ヴァーチャルモールは現実の商店街に引っ張るためのツールだとして位置づけるべきである。 ・当社は、中小の事業所や店舗、商店街に対して提案できるノウハウがある。区が場を用意してくれるなら、相談に応じてよい。 ・三鷹市のシニアSOHOのようなしくみが豊島区でもできないか。区が音頭をとり、インターネット上の場を作り、さらに現実の場も用意すれば比較的容易にできる。これからは、高齢者の技術や技能をいかに活用するかが重要なテーマとなる。高齢者が自主的・自発的に持てる技術を社会に提供できる場づくりが豊島区でも必要であろう。

企業名	AA社 <ソフトウェア業>						NO.27
所在地	駒込	従業者数	1名	創業年次	平成11年	現在地開業年次	平成11年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・ webデザインなどを中心業務とするソフトウェアハウス。社長はもとデザイナーだが、もともとコンピュータにも興味があり、両方の要素が必要なwebデザインなどの仕事を手掛けるようになった。 ・ web以外では、企業内のイントラネット構築業務や、プログラム開発支援システムの構築など。仕事は口コミで受注している。小さな会社であり、もともと商売がうまくやれる性格ではないため、これでよいと考えている。 ・ 得意先は、医者や伝統産業（鹿児島のお菓子屋や貸衣装屋）が多い。 ・ 病院間の患者データの疎通に障害がある問題が、大阪の開業医である友人から指摘され、その友人とチーム医療システムの構築に取り組んできた。今では大阪の4つの病院と連携してシステムが作られており、今後さらに広がっていくものと期待されている。 ・ 伝統産業は、あくまでも個人的な趣味である。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・ 今年は去年に比べ、売上20%増といったところだろう。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・ webの求人サイトに掲示し人材募集を行っているが、技術者はまず来ない。技術があり、会社への忠誠心はなくても野心がある人材が欲しいのだが、なかなかそうした人材はいないようだ。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・ プログラム開発支援システムを独自に作り、大手メーカーなどに売り込みを掛けているところだ。相手先の評価は比較的良好であり、期待できそうな感触だ。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・ 東京と地方とを比較すると、さまざまな面での技術的格差は未だに相当ある。たとえば、デザインなどの分野では地方には人材が極端に少ないため、東京に比べ単価が高いという現実がある。都市との格差を縮めるためには、しっかりした人材育成システムを作る必要がある。 ・ また、ソフトウェアの分野をみても、英語のできる優秀な人材はごく限られている。このままでは、海外との競争や海外からの人材流入に耐えられず、日本のコンピュータ産業は将来危ういのではないかと考えざるを得ない。 ・ 日本人の多くには、今将来の夢が失われている。日本が世界との厳しい競争で生き抜いていくためには、日本独特の文化を伸ばしていく方向しかなく、その方向で若い人材を育てていかないと、日本の将来は見えてこない。 ・ 以上から、若く優秀な人材を育成するための学校を作って欲しい。こうした、ビジネスとは離れ、夢のあるテーマでさまざまな人々と交流できる場もあればうれしい。夢を持って取り組みれば、豊島らしい面白い学校ができるだろう。

企業名	AB社 <ゲームソフト企画・開発>					NO.28	
所在地	東池袋	従業者数	27名	創業年次	平成4年	現在地開業年次	平成4年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・家庭用テレビゲーム機専用ゲームソフトの企画・開発。ゲームソフトメーカーのクライアントからの受託業務。 ・メーカーの違う3つのメジャーなゲーム機のそれぞれに対応できるソフトウェアハウスはあまりなく、当社の特長となっている。 ・現在は、年間1～2本。1本の開発期間は1年半から2年程度かかり、開発費用の手当てが大変である。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・3年前の売上高を100とすると、100 80 50 150とやや激しく推移している。昨年はかなり厳しかったが、今年はゲーム機に新規参入してきた大手ソフトメーカーと直接契約を結ぶことができ、なんとか盛り返しつつある。 ・プロジェクト毎に赤字を出さないことを目標にやっているが、現実にはうまくいかないことも多い。一昨年、やや下降ぎみになったため、それまでの一社依存をやめ、クライアントを増やすよう努力した。今になってそれが実を結びつつある。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・人材の育成には費用がかかる。当社は、求人情報誌やwebの求人サイトなどを利用し人材募集を行っており、応募数は非常に多い。3ヶ月の研修期間を経て正社員として登用することになるが、この間の経費負担が大変である。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・クライアントからの委託からではなく、企画・開発・販売までを一貫してやれるようになりたい。そのためには、人材育成やさまざまなノウハウの蓄積と同時に企業体力をつけることが重要だと考えている。これまで、企画等のプロを社内で育てるべく人材育成の努力をしてきたが、ようやく実を結びつつある。 ・デザインセンスがあり、向上心のある優秀な人材を確保していきたい。 ・少数精鋭態勢を維持しつつ、年間数本程度いいものを開発できるような会社にしていきたい。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・人材育成に関わる助成や従業員の住宅手当に関わる助成などがあればうれしい。 ・豊島区の産業政策がどうなっているのか知りたいがあまり伝わってこない。産業情報紙があるのなら欲しい。 							

企業名	AC社 <ソフトウェア業>						NO.29
所在地	池袋	従業員数	35名	創業年次	平成9年	現在地開業年次	平成9年

事業内容							
<ul style="list-style-type: none"> ・ソフトウェア受託開発。システム設計者ばかりを集めた高度技術者集団であり、プログラミングレベルの作業は外注する。 ・得意先は、大手の総合商社系情報処理会社1社のみ。 ・得意分野は、電子商取引、会計処理など。エンドユーザは、流通、卸、物流などが多い。 ・社長、役員がスピンオフで設立。みな技術者としての経験が長いベテランばかり。 ・社員も、40代・50代というベテランが多い。経験がないと務まらない。 							
現在の経営状況							
<ul style="list-style-type: none"> ・平成9年創業時点から、売上は毎年ほぼ25%くらいの伸びで推移している。 ・得意先からの融資で資金繰りをまかなっている。市中銀行や区などの融資よりも早いので、今のところ問題はない。 ・当社は、社員の実績評価を透明にし、年俸性にしている。 							
経営上の問題点							
<ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクト管理ができ、客先との交渉ができる優秀な人材が欲しい。当社はインターネット上で求人を行っている。一次選抜などある程度までのセレクションはeメールで行えるので、効率はよい。 ・得意先の業務内容を知らないと仕事にならないため、入社後一定期間、得意先の商社グループで研修として働かせることにしている。 ・今のところ、人材の定着率は極めてよい。 ・現在地は、賃貸ビルということもあって情報インフラ整備に対応しづらく、困っている。 							
今後の方針							
<ul style="list-style-type: none"> ・新規顧客を開拓していきたい。 ・企業としての技術的ノウハウをより蓄積するため、web技術などの先端技術に関する研究部門を設立した。 							
区等に対する意見・要望							
<ul style="list-style-type: none"> ・起業時の資金確保には苦労した。区に相談したが、創業に関わる融資は、創業1年後以降の企業でないと利用できないといわれた。その他のことでもいろいろと相談したが、区はあくまでも人ごととしてしか対応してくれず、冷たかった。その時点で区には大変失望した。 ・起業時の苦労は、経験した者でないとわからない。起業登記前だと、事務所を借りようにも貸してくれないところが多く、非常に苦労した。資金面だけでなく、こうしたスペース確保の面でも廃校を利用するなどして、区が支援できる余地はあるはず。 							

企業名	AD社 <ソフトウェア業>					NO.30	
所在地	東池袋	従業者数	10名	創業年次	平成12年	現在地開業年次	平成12年

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> ・ web関連およびDTP関連を得意とするソフトウェアハウス。 ・ 得意先は、NTT関連企業。webでの航空機予約システムなど、納期の短い単価の高い仕事が多い。 ・ web関連は、ソフトウェアの中でも知識と技術を要する分野で、対応できるところはまだ少ないものとみられる。 ・ ITバブルの崩壊や米国同時多発テロの影響で、飛ぶ鳥を落とす勢いだったソフトウェア業界も急速に下降局面に入った。C言語のプログラマは解雇されつつあり、市場にはだぶついている。現在唯一儲かっているのはweb関連をやっているところだけだといわれている。 ・ 現在は、正社員10名と契約社員5名の態勢。 ・ ずっとひとりでやっていたが、いい顧客が得られたのをきっかけに昨年6月創業した。
現在の経営状況
<ul style="list-style-type: none"> ・ 昨年はさすがに赤字だった。今年は比較的順調だと思う。
経営上の問題点
<ul style="list-style-type: none"> ・ 運転資金の調達が難しい。区の融資も利用しているが、当社の実績がまだ足りないためか、使える額は多くない。 ・ たびたび人材募集を行っているが、本当の即戦力は今まだ市場には余っていない。人材紹介業者に頼んだことがあったが手数料がやたらに高いため、すぐにやめた。ハローワークの利用は、人材のクオリティではやや落ちるものの、これまでに3名採用した。
今後の方針
<ul style="list-style-type: none"> ・ よい人材を確保していきたい。ソフトウェアハウスとして適正な従業者規模は20名台だと思う。あと10名くらいは増やしたい。
区等に対する意見・要望
<ul style="list-style-type: none"> ・ 融資枠を広げてもらいたい。月末の支払が大変であるため、1日だけの超短期融資制度でもあるとかなり助かるのだが。 ・ 東京都で実施している人材育成に関わる補助金を利用しようとしたが、申請書類が煩雑で、忙しい人間は応募する気になれない。なんとかならないものか。 ・ ゴミのリサイクルは、もっとシビアにやるべき。

3-3 ヒアリング調査のまとめ

現在の経営状況

各社程度の差こそあれ、不況のあおりを受け、経営状況は厳しい。とくに「出版不況」といわれ、とりわけ厳しい状況にあるといわれる出版・印刷関連業、なかでも製本業はとくに厳しい状況にあるようだ。この「出版不況」は、現下の不況の影響もさることながら、デジタルメディアの普及や旧態依然とした体質からの脱却がうまくいっていないことなど、構造的な要因によるものであると指摘する向きも少なくない。

経営上の問題点

経営上の問題点として、受注量の減少、単価の切り下げ、資金繰り、得意先の経営不安などを挙げる企業が多い。

売上については、「良いころの10分の1」「毎年50%ずつ減少」などかなり悲観的なものもみられるが、当調査では近年横ばい程度で推移しているものが多くみられた。ただし、得意先からの単価の切り下げなどの影響で、全体の仕事量そのものはあまり減っていないものの、利益はあまり上がっていないとする事業所がほとんどである。

資金繰りについては、各社一様に「厳しい」との意見であった。区の融資を利用する事業所が多いが、融資枠の拡大や返済期間の延長、手続きの簡略化、新規融資の創設などの要望が多くみられる。

得意先の経営不安も深刻化しつつある。同業者が得意先の倒産の影響を受け瀕死の状態にあるとか、経営不安がありそうな受注先であった場合その仕事を断るなどの話を聞いた。

その他、人材の確保を挙げる企業も少なくない。「人手」ではなく「人材」のイメージは、主婦のパートから高度な技術者まで、各社それぞれ異なっており千差万別である。また募集方法も「口コミ」「駅などへの張り紙」「新聞の折り込み広告」「ハローワーク」「人材情報誌」など多様であるが、出版や情報関連を除き、募集が効果的に行われているとは言い難い状況にある。

今後の方針

今後の方針としては、「現在の状態のままでじっと耐え忍ぶしかない」とする企業もあるが、「営業活動を積極化し、新規顧客の獲得を目指す」「人材の獲得・育成により新たな展開を図る」「同業者間ネットワークを強化し互いに助け合いながら苦境を乗り切る」などの積極的な取り組みを志向する企業が多い。

区への意見・要望

区への意見や要望は、全体的にみるとやや少ない。日常的に区と接しておらず、あまり意識していないということもさることながら、区からの情報が少なく、また意識して情報収集しようとも考えていないことが原因である。折りにふれて区の産業情報誌である「しなやかビジネス通信」の存在について尋ねたが、わずか1社を除いてその存在を知るものはなかった。

そのほかでは、外注情報・受注情報の提供を望むものや人材育成システムの提案なども比較的多い。

起業育成や人材育成について

起業家に対する区の対応について、「冷たく、失望した」とする厳しい意見、起業融資について「創業1年後以降でないと思えない」(現在の起業資金創設前)と批難する意見がある一方、「豊島区は起業家にとってやさしい区である」との意見もあり、起業資金創設前と後とで評価は一変する。

起業とも関連して、「豊島はさまざまな人材が集まる有利な条件があり、今後起業家が増える可能性がある」とし、こうした可能性をより現実的なものとするため、「起業家のインキュベータ」を作り、よい人材をしっかりと育成するシステムを構築すべきとの意見もある。

積極的事業展開の方向性と豊島区産業人の可能性

現実の経営状況が厳しい反面、市場のすき間に狙いを定める企業や立地上のデメリットをメリットとして発想を転換し新たな事業展開を図る企業、営業面を強化し「使われる立場から使う立場」への転換を目指す企業、IT技術を通して新しい産業や社会のあり方を模索する企業など、前向きで意欲的な企業が多い。

また、経営面へプラスに影響するとは言い難い社会貢献性の強い方向性、たとえば人材育成への関与やシルバーSOHOへの参加などを目指す企業も何社かみられた。こうした企業は、たんに利潤追求だけでなく、事業経営を通じて地域や社会をよい方向へ持っていきたいという意志を一様に持っていることが特徴である。こうした事業者にとって、事業経営は、生きるための手段であるばかりでなく、社会との接点を見出すための方法のひとつとして認識されているように見受けられた。地域産業にとって貴重なこうした人材が多いことは、豊島区産業の大きな特徴であるといってもよいだろう。

4 課題の整理・方策検討への方向性

4-1 課題の整理

以上の調査で得た製造業および情報関連業の課題について、以下に整理する。

豊島区製造業の課題

価格競争の激化や単価の切り下げ等による受注量の減少

収益性の悪化で、企業としての将来見通しが立たず、金融機関等からの評価も悪化し、資金繰りが困難な状況に陥っている企業が少なくない。近い将来、企業としての存続が困難な状況に陥りそうな危機的な企業がかなり多いものと見られる。

人材確保や後継者の確保が困難

経営状況が比較的良い事業所においても、後継者難や人材確保難に困惑するものは少なくない。企業としての経営上の後継者や保有する技術・技能の後継者がいないということは、企業としての存続問題に直結する重要な問題であるといえる。

印刷関連業ではデジタルへの対応が企業の存続のポイントに

豊島区の集中業種である印刷関連業は、デジタル化の激しい波にさらされている。単にDTPのみならず、CTPへの流れや、インターネットの普及など対応すべき事項が多様化しつつある。また、これらに対応するためには設備機器等の導入や更新、新しい技術や知識の習得など必要となり、経済面やマンパワーの面で、中小企業にとってますます対応が難しくなりつつある状況にある。

先行きが見えず事業経営意欲が減退傾向

上記のさまざまな要因により、個々の事業者の事業経営意欲が総体的に減退しつつある。区の施策は、個々の事業者に「やる気」が残っていることが大前提となるため、この点が最も本質的かつ重要な問題となろう。

豊島区情報関連業の課題

深刻な人材確保問題

情報関連産業の人材確保問題は、製造業以上に深刻である。技術者志望の若者が多く、比較的人気の高い業界であるにも関わらず、個々の企業に適した「人材」があまりいないということは、単に技術力だけの問題ではない、本質的な問題が作用しているものと推測される。

予断を許さない業界の景気動向

アンケート項目「今後の見通し」の結果を見るかぎり、事業者の経営状況は全体として好調で、製造業ほど深刻な状況に陥っている事業者は少ないものと推測される。ただし、「ITバブル崩壊」のみならず、アンケート調査後に発生した米国の同時多発テロの影響で、全体として下降局面に入ったとする向きもあり、予断を許さない状況にあるといえる。

常に懸念される区外への転出

アンケートでは、移転意向のある事業所でも、ほとんどが区内での移転を望んでおり、区内立地のメリットがあることがうかがえる。しかし、景気の動向や人材確保の面で、新宿や渋谷等他地区への移転を希望する事業者が今後増えてこないとも限らない。区内への定着を図るためには、目に見える何らかのメリットが必要である。

4- 2 対応方策検討の方向性

前記した課題を解決するための方策を検討するうえで、有効と考えられる方向性について、以下に提案する。

事業経営者の「やる気」を鼓舞する

「やる気」を鼓舞する施策こそが、区の行う支援として今、最も有効で必要なものである。とくに製造業の場合、経営状況の悪化が意欲の喪失を招き、また意欲の喪失が経営状況をますます悪化させるという悪循環に陥っている事業所が少なくないものとみられる。

「住民を含めた地域全体で地域の産業を支える」ということを区が明示する、産業活動がひとつの地域貢献活動であるということを知民にもわかりやすくPRするなどの方法が考えられる。

ものづくりの新たなニーズを掘り起こすための場や情報を提供する

「売れる」ものづくりへの転換を図るためには、個々の事業者が、保有する技術・技能を生かして、これまでにない新たなニーズを掘り起こし、ビジネスを開拓する知恵や工夫をこらすことが必要である。区はこうした事業者に、場や情報を提供し、自助努力をサポートする。

各種交流会への参加呼びかけやITを使用した情報の提供、技術・技能の高度化を図るための講習会やセミナーの開催などの方法が考えられる。

豊島区らしい人材を育成する

豊島の産業を将来につなげるため、豊島区らしい人材の確保や育成に力を傾注することが今必要とされている。

「豊島区ものづくりスクール」の運営、学校とタイアップした「親子ものづくり教室」の開催、産学交流の推進、学生等を対象とした「豊島区職業人育成セミナー」の開催などさまざまな方法が考えられる。

ものづくりと情報関連業との連携を図る

製造業と情報関連業との産業的な接点は通常少ないが、本区に集積する情報関連業の頭脳を、製造業の活性化に活用しない手はない。両者の情報交流が行いやすい環境を提供すれば、これまでにない豊島区らしいビジネスモデルを創造できる可能性がある。

「豊島区製造業データベース」「豊島区情報関連業データベース」の構築、「ものづくり - 情報関連業ヴァーチャル交流会」の設定などが考えられる。

豊島区中小企業実態調査報告書
(製造業等)

< 概要版 >

平成 14 年 3 月発行

編集発行 東京都豊島区区民部生活産業課
〒 170-0013 豊島区東池袋 1-18-1
電話 (5992)7013
調査機関 (株)都市計画同人