

平成 22 年度

東京の 中小企業の現状

サービス産業編

平成22年度 東京の中小企業の現状 サービス産業編

 東京都産業労働局

平成 22 年度

東京の中小企業の現状

(サービス産業編)

東京都産業労働局

平成22年度 「東京の中小企業の現状（サービス産業編）」 の発刊にあたって

平成20年秋から平成21年3月にかけて大きく落ち込んだ我が国経済は、一部に持ち直しの動きが見られるなど、回復に向けた明るさが見られるようになりました。東京都が毎月実施している「東京都中小企業の景況」では、業況、見通しともにリーマンショックの前の水準まで戻りつつあります。サービス業に限ってみると製造業ほど落ち込みは大きくなかったものの、回復は緩やかなものとなっており、平成22年に入ってからは一進一退の状況が続いています。

回復に力強さが欠ける背景には、デフレにより企業サービス価格の下落が続き、売上の回復が遅れていること、雇用調整助成金によって雇用を確保している中小サービス業が未だ多くあるなど、雇用情勢の悪化が懸念されていることなどが挙げられます。

一方、東京都におけるサービス業の比率は非常に高く、都内の経済発展を担う産業として重要性が高まっております。また、世界に誇るアニメや映像等のコンテンツ分野や、先端技術にはもはや欠かすことができないソフトウェア開発など、他の産業の高付加価値化を支える重要な産業が集積し、経済全体のけん引役として期待されています。

そして、厳しい環境の中で行われる新たな付加価値の創造や工夫、細分化するニーズを捉えた新サービスの提供など、中小企業の活躍の場が広がる可能性も高まっています。

今回の「東京の中小企業の現状（サービス産業編）」では、こうした他の産業の高付加価値化を支える重要な産業である対事業所サービスを対象とし、調査を実施いたしました。報告書では、経営実態や経営課題を明らかにするとともに、競争力向上、都内サービス業のもつ特性、環境対応の現状と課題をテーマとして取り上げました。都内中小企業の皆様にとりましては経営活動の一助として、また、関係機関の皆様には産業振興の基礎資料として、この「東京の中小企業の現状」をご活用いただければ幸いです。

最後に、本書につきましては、産業技術大学院大学が作成を担当し、同大学の教員の皆様が執筆しました。また、本書の作成に当たり、「東京の中小企業の現状」作成検討委員会の委員の皆様、中小企業及び関係団体等の方々に貴重なご意見とご協力をいただきました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。

平成23年3月

東京都産業労働局商工部長 山手 斉

目 次

第 I 編 都内サービス業の位置づけと動向（既存統計分析）

第 1 章 都内サービス業の位置づけ

第 1 節 経済の中でのサービス業	4
1 サービス業の特徴	4
2 サービス業の範囲	4
3 世界の中のサービス業	6
第 2 節 雇用・経済面の比重が高まる第 3 次産業	7
1 事業所数の変化	7
(1) 都内事業所数の推移	7
(2) 産業別構成比の推移	8
2 従業者数の変化	8
(1) 従業者数の推移	8
(2) 産業別構成比の推移	9
3 都内総生産額の変化	10
(1) 国内総生産額の推移	10
(2) 都内総生産額と国内総生産額比の推移	10
4 経済活動別の都内総生産額の変化	11
(1) 経済活動別構成比の推移	11
(2) 対前年度増加率の推移	12
第 3 節 対事業所サービスの業種と位置づけ	13
1 業種別構成比	13
(1) 事業所数の業種別構成比	13
(2) 従業者数の業種別構成比	14
2 情報通信業の業種構成	14
(1) 情報通信業の全国比	14
(2) 情報通信業における事業所数及び従業者数	15
3 サービス業の業種構成	16
(1) サービス業の全国比	16
(2) サービス業における事業所数及び従業者数	17

第 2 章 都内サービス業の特性と経営動向

第 1 節 都内サービス業の業種特性	20
1 開設時期	20
2 経営組織	21
3 従業者規模	22
4 雇用者の就業形態	23
5 企業支援サービスにおける売上高増加率の変化	24

6 企業支援サービスにおける売上高経常利益率の変化	25
第2節 都内サービス業の経営動向	26
1 全国のサービス業の活動状況	26
2 都内中小企業の景況	27
(1) 中小企業の業況推移	27
(2) 採算状況、資金繰り状況、雇用状況、設備投資動向	28
3 都内の対事業所サービス業の財務状況	31
(1) 財務比率	31
(2) 純売上高に対する人件費の割合	32

第Ⅱ編 都内サービス業の経営実態（アンケート調査結果）

第1章 企業概要

1 調査概要	37
(1) 回答企業数	37
(2) 業種構成	37
2 回答企業の概要	38
(1) 従業者数規模	38
(2) 立地	39
(3) 規模と立地の関係	39
3 創業	40
(1) 創業時期	40
(2) 現在の経営者の世代数	40
(3) 創業の経緯	41
(4) 創業の経緯と業績	43
(5) 創業時の場所	44
4 事業承継	45
(1) 経営者の年齢	45
(2) 事業承継の予定	45
(3) 後継者の状況	47

第2章 経営成果

1 直近の業績と3年前との比較	48
(1) 年間売上高	48
(2) 3年前と比較した売上高の変化	49
(3) 3年前と比較した「同水準の商品・サービス価格」の変化	50
(4) 特定8業種の売上高の変化と経常損益の変化	50
(5) 売上高経常利益率	52
(6) 3年前と比較した経常損益の変化	52
(7) 従業者の平均年齢と経常損益変化との関係	53
2 人件費	54

(1) 総人件費率	54
(2) 3年前と比較した総人件費額の変化	54
(3) 3年前と比較した総人件費額の変化の理由	55

第3章 顧客と取引状況

(1) 顧客件数	57
(2) 3年前と比較した顧客件数の変化	57
(3) 主要顧客の業種	58
(4) 主要顧客への売り上げ依存度	59

第4章 立地環境

(1) 東京立地のメリット内容	60
(2) 東京立地のメリットとデメリットの比較	61
(3) 今後の立地メリット変化	62

第Ⅲ編 都内サービス業に関するテーマ分析（アンケート調査結果）

第1章 サービス業としての競争力向上

第1節 現在の競争状況	68
1 競争状況およびその原因と対応策	68
(1) 3年前と比較した競争状況	68
(2) 売上高変化と競争状況	69
(3) 競争激化の原因	70
(4) 競争激化への対応策	71
(5) 業種ごとの売上高変化と競争激化への対応策	72
2 サービス提供側から見た取引理由	74
(1) 主要顧客が取引する理由	74
(2) 業種ごとの売上高変化と取引理由	75
3 広告・宣伝	77
(1) 広告・宣伝の具体的手法	77
(2) 顧客件数の変化と広告・宣伝手法	78
4 webサイトの利用	79
(1) 業種別、従業者数別	79
(2) 業績別	80
(3) 特定8業種	82
第2節 人材育成	83
1 従業者数	83
(1) 従業者の平均年齢	83
(2) 総従業者数の変化（業種、従業者数、所在地別）	85
(3) 総従業者数の変化（業績別）	87
(4) 部門別従業者数の変化	88
(5) 雇用の過不足状況	91

2	採用と育成	95
(1)	正規従業者に対する数と能力への満足度	95
(2)	正規従業者に対する数と能力への満足度(特定8業種)	97
(3)	平均勤続年数	99
(4)	平均勤続年数(特定8業種)	101
(5)	非正規従業者の正社員化の状況	102
(6)	非正規従業者の正社員化の状況(特定8業種)	103
(7)	採用したい人材	104
(8)	人材育成費用の変化	105
第3節	競争力向上への取り組み	107
1	事業活動上の困難点	107
(1)	事業活動上の困難点	107
(2)	売上高変化と事業活動上の困難点	108
2	独自の企画・開発	109
(1)	独自の企画・開発状況	109
(2)	売上高変化と独自の企画・開発の状況	110
3	他企業との連携	111
(1)	連携の実施状況と内容	111
(2)	連携目的	112
(3)	連携先業種	113
4	サービス提供にあたって今後重視する項目	114
(1)	価格の低さ	114
(2)	迅速さ	117
(3)	独自性	119
(4)	種類の多さ	121
(5)	ブランド力	124
(6)	顧客の要望・ニーズのくみ取り	126
(7)	新製品・新サービスの開発	128
(8)	電子商取引などインターネットの活用	130
5	競争戦略としての無料サービス	132
(1)	無料サービスの有無と業績との関係	132
(2)	無料サービスの効果	134
(3)	顧客件数の変化と無料サービスの効果	134
6	品質評価の方法	135
(1)	品質評価の方法	135
(2)	業績と品質評価の実施割合の関係	136
第2章 都内各企業のサービスの創り方に関する傾向		
第1節	業種別に見たサービスの調整の度合いに関する傾向	139
1	各企業のサービス内容の個別調整の度合いから見る業種別特性	139
(1)	企業独自の知識やノウハウを活かしたサービス製品の提供	139

(2) 顧客ごとにサービス製品をカスタマイズする割合	139
2 サービス製品から見た調整の度合いに関する業種別特性	142
(1) 提供するサービス製品に対する細かい調整の必要性の有無	142
(2) 顧客の要望変更があった場合にサービス内容を細かく再調整する必要性の有無	142
第2節 東京都のサービス産業特性	144
1 売上高経常利益率とサービス内容の調整の度合いとの関係性	144
(1) 売上高経常利益率と企業独自の知識やノウハウを活かしたサービスの提供との関係性	144
(2) 売上高経常利益率とサービス内容の作り込みにおける外注利用の状況との関係性	145
(3) 売上高経常利益率と顧客ごとに特別なカスタマイズが必要とされる度合いとの関係性	146
(4) 売上高経常利益率と提供するサービスの内容を毎回細かく調整する必要性の関係性	147
(5) 売上高経常利益率とサービス製品に設計変更があった場合の細かい再調整の必要性との関係性	148
2 主要顧客に対する売り上げ依存度とサービス内容の調整の度合いとの関係性	149
(1) 独自のノウハウを活かしたサービスを提供する割合と主要な顧客への売り上げ依存度との関係性	149
(2) 設計変更時の細かい調整の必要性と主要顧客に対する売り上げ依存度との関係性	150
(3) 現在の主要事業における営業方針と独自の知識を活かしたサービスを提供する割合との関係性	151
3 主要顧客の取引理由とサービス内容の調整の度合いの関係性	152
第3章 中小企業の環境対応と環境ビジネス参入の現状と課題の検討	
第1節 環境対応への取り組みの現状	156
1 実施している環境問題への取り組み	156
2 環境問題に取り組む上での課題や問題点	157
3 環境問題に取り組む上で目標としていること	158
4 環境問題に取り組むにあたり期待する支援	159
第2節 中小企業の環境ビジネス参入状況と課題の検討	160
1 「環境ビジネス」への取り組み	160
2 当面取り組む予定がない理由	161
3 環境ビジネス事業の資金調達手段	162
4 環境ビジネス事業の課題点	163
5 期待する支援1【情報関連】	164
6 期待する支援2【人材関連】	165
7 期待する支援3【資金・販路】	166

凡 例

本報告書における調査では、業種、規模、地域を以下のように区分している。

(1) 業種区分

情報・コンテンツ業	ソフトウェア業、情報処理サービス業、情報提供サービス業、インターネット附属サービス業、映像情報制作・配給業、音声情報制作業、出版業、広報制作業、ニュース供給業、その他の情報・コンテンツ業
専門サービス業	法律事務所、特許事務所、公証人役場・司法書士事務所、公認会計士事務所、税理士事務所、デザイン業、広告業（総合企画、広告代理業）、建築設計業、測量業、土木建築サービス業、機械設計業、商品・非破壊検査業、計量証明業、写真業、その他の専門サービス業（※1）
事業サービス業	各種物品賃貸業、産業用機械器具賃貸業、事務用機械器具賃貸業、自動車賃貸業、一般廃棄物処理業、産業廃棄物処理業、自動車整備業、機械修理業（電気機械器具を除く）、電気機械器具修理業、職業紹介業、労働者派遣業、速記・ワープロ入力・複写業、建物サービス業、警備業、その他の事業サービス業（※2）

※平成19年改訂の日本標準産業分類による

※1 興信所、翻訳業、通訳業・通訳案内業、不動産鑑定業、その他の専門サービス業

※2 ディスプレイ業、産業用設備洗浄業、看板書き業、その他の事業サービス業

(2) 規模区分（従業者規模）

「1～4人」「5～9人」「10～29人」「30人以上」の4区分

ただし、他の調査結果からの引用についてはこの限りではない。

(3) 地域区分

都心 千代田区、中央区、港区

副都心 新宿区、文京区、渋谷区、豊島区

城東 台東区、墨田区、荒川区、江東区、足立区、葛飾区、江戸川区

城南 品川区、目黒区、大田区

城北 北区、板橋区

城西 世田谷区、中野区、杉並区、練馬区

多摩地域 多摩地域の市町村