

IV クロス集計結果

ここでは、「Ⅲ 基本集計結果」までに紹介した調査結果について、クロス集計によりさらに細かく分析する。その際、「一般業種」(1,047件)と「飲食業種」(459件)に区分したうえで、図表4-0-1で示す項目によって、クロス集計を行う。なお、これらのクロス集計項目は、分析結果に重要性があると予想されるものに限られている。「一般業種」と「飲食業種」ではクロス集計項目が異なる。

分析に当たっては、クロス集計項目ごとに調査票の全ての質問に対してクロス集計を行っているが、本報告書では、クロス集計結果のうち、 χ^2 (カイ二乗) 検定の下で有意水準5%で有意な差が認められ、かつデータ解釈上有用であると判断した項目を中心に掲載している。ここで取り上げることができなかったクロス集計結果の一部は、「Ⅵ 資料1 クロス集計結果」に掲載されているので、参照されたい。

χ^2 検定

χ^2 (カイ二乗) 検定とは、観測値と期待値のずれを測るための統計量である χ^2 値を用いて、クロス集計表における2つの変数が関連しているか否かを調べる検定方法のことである。本報告書では、 χ^2 検定の結果得られた検定統計量p値が0.05未満であれば、有意水準5%で統計学的に有意な差が認められると判断する。

【例】

商店街にある店舗に対して、その商店街が賑わっているかどうかを聞いたところ、次の結果を得た。

- ・個人経営・有限会社＝「賑わっている」22.7%、「賑わっていない」53.1%、「わからない」24.2%
- ・株式会社＝「賑わっている」39.2%、「賑わっていない」26.5%、「わからない」34.4%

このクロス集計結果について χ^2 検定を行うと、 χ^2 値は32.421、自由度は2、p値は0.000であった。p値が0.05より小さいことから、「個人経営・有限会社」か「株式会社」という違いが、商店街が賑わっていると感じるかどうかと関係があることが、統計学的に裏付けられる。

図表4-0-1 クロス集計項目

分析対象		クロス集計項目	設問番号
1 一般業種	1	資本金額	問3
	2	経営者の年齢	問5(1)
	3	経営者の性別	問5(2)
	4	主な事業	問6(1)
	5	採算状況	問7(3)
	6	クリエイティブ度	問9
2 飲食業種	1	資本金額	問3
	2	経営者の年齢	問5(1)
	3	経営者の性別	問5(2)
	4	採算状況	問7(3)

1 一般業種

(1) 資本金額による分析

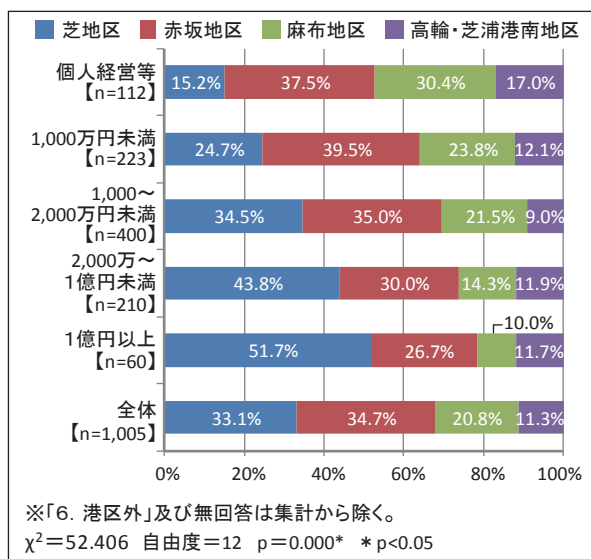
ここでは、「資本金額」(問3)別の集計結果を見る。

なお、「資本金額」については、「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」、「2,000万～1億円未満」、「1億円以上」で区分する。さらに、同じく調査票問3で聞いた「経営形態」で「1. 個人経営」又は「3. その他」と回答した事業所を、「個人経営等」として、比較を行う。

ア 資本金額と事業所の所在地及び概要

まず、資本金額別の「所在地」(問1)を、図表4-1-1-1で見る。なお、問1の「所在地」においては、「高輪地区」と「芝浦港南地区」では回答した事業所数が少ないため、両者をまとめて「高輪・芝浦港南地区」としてクロス集計を行う。「個人経営等」から資本金額が高くなるほど、「芝地区」の割合が高く、「麻布地区」の割合は低い。「赤坂地区」についても、「1,000万円未満」の方が「個人経営等」より割合が高い点で一部逆転はみられるものの、「1,000万円未満」以降では、資本金額が高くなるほど割合が低い傾向がある。「高輪・芝浦港南地区」について見れば、「個人経営等」では相対的に高い(17.0%)ものの、その他の資本金額グループにおいても9.0%～12.1%の範囲にあり、資本金額による違いはあまり認め

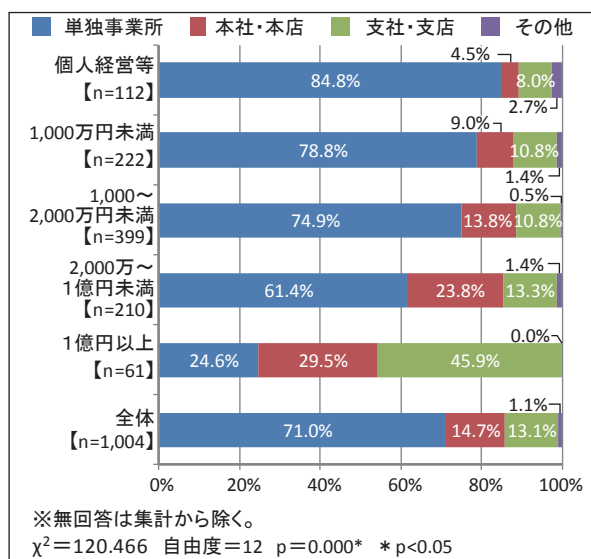
図表4-1-1-1 資本金額（問3）×所在地（問1）【4区分】



られない。

次に、資本金額別の「事業所の形態」（問2（1））を、図表4-1-1-2から見る。「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、「単独事業所」の割合が低くなり、「本社・本店」の割合が高くなる傾向がある。「支社・支店」について見れば、「個人経営等」、「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円未満」では1割程度であった（8.0～13.3%）一方、「1億円以上」では、45.9%と高い割合である。

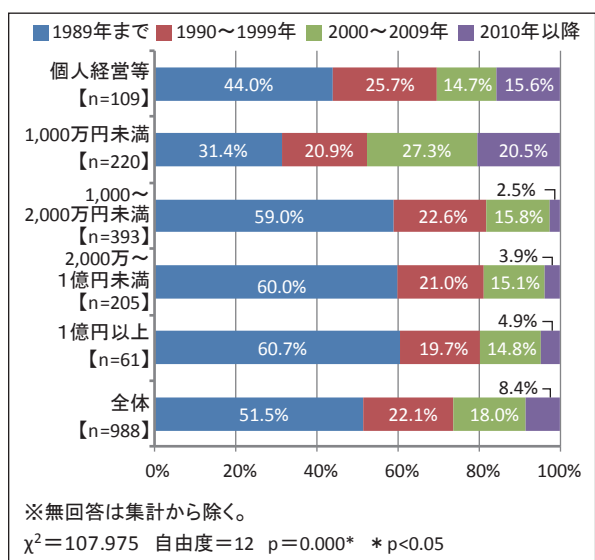
図表4-1-1-2 資本金額（問3）×事業所の形態（問2（1））



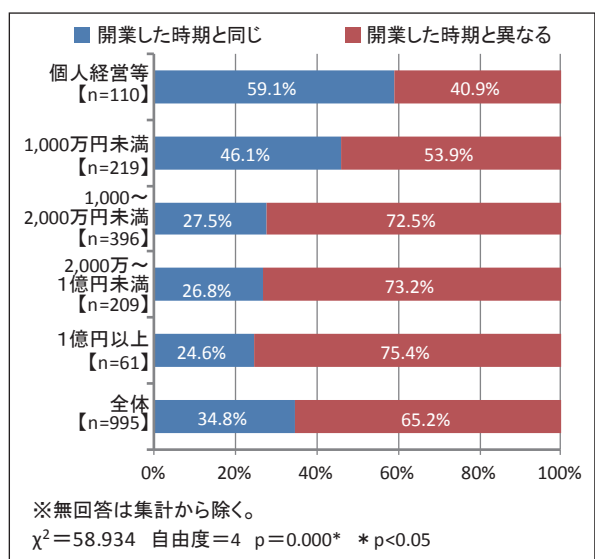
さらに、資本金額別の「開業時期」（問2（2）①）を見る（図表4-1-1-3）。「1,000～2,000万円未満」、「2,000万～1億円未満」及び「1億円以上」では、開業時期について、ほとんど差は見られないが、「個人経営等」では、「1989年まで」の割合が相対的に低く、「2010年以降」の割合が相対的に高い。「1,000万円未満」では、「1989年まで」の割合が最も高く（31.4%）、「2010年以降」の割合が最も低い（20.5%）。

図表4-1-1-4から、資本金額別の「現在の事業

図表4-1-1-3 資本金額（問3）×開業時期（問2（2）①）



図表4-1-1-4 資本金額（問3）×現在の事業所の開設時期（問2（2）②）

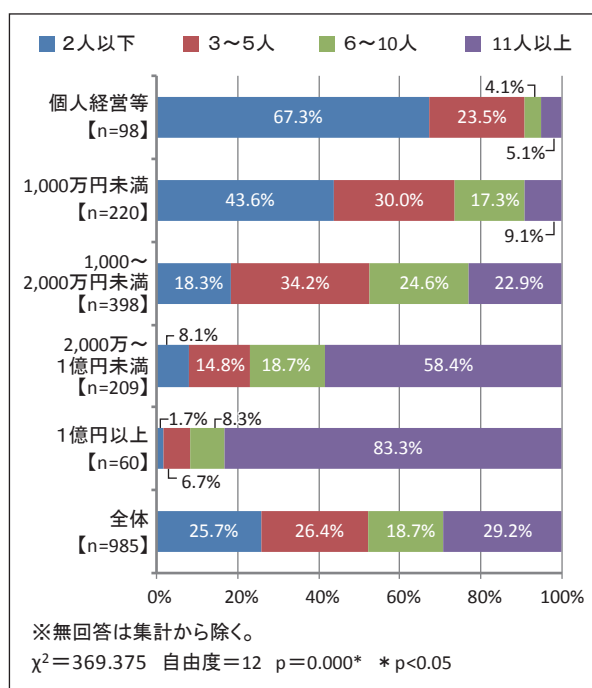


所の開設時期」(問2(2)②)を見る。「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、「開業した時期と同じ」の割合が低下する傾向がわかる。資本金額が大きな事業所ほど、(港区外を含む)別の場所で開業したのち、港区内にある現在の事業所へと移転してくる傾向があることが考えられる。

イ 資本金額と従業員数

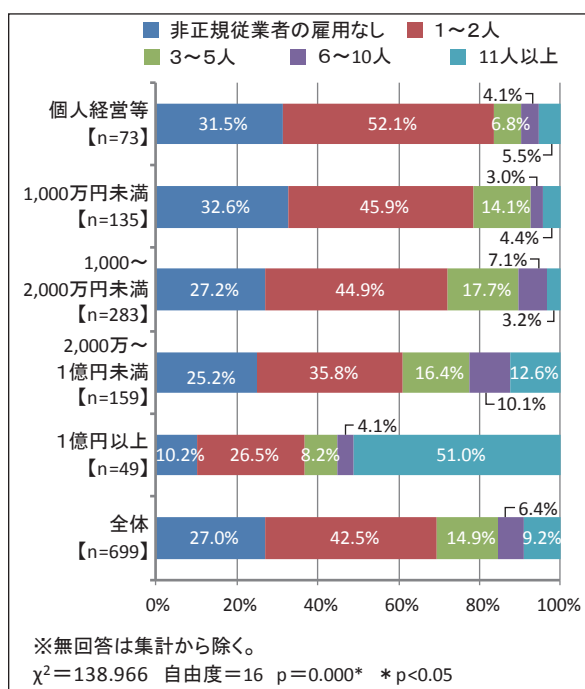
図表4-1-1-5・6により、資本金額別の「従業員数」(問4)を見る。まず、図表4-1-1-5で、資本金額別の「正規従業員数」(問4(1))を見ると、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、従業員数の規模も増大する傾向を確認できる。正規従業員数が「2人以下」の事業所は、「個人経営等」ではおよそ3分の2(67.3%)の割合であるが、資本金額が増大するにつれその割合を低下させ、「1億円以上」ではおよそ60分の1(1.7%)になる。他方で、「11人以上」の事業所は、「個人経営等」ではおよそ20分の1(5.1%)であったものが、資本金額が増大するにつれその割合を上昇させ、「1億円以上」ではおよそ5分の4(83.3%)になる。

図表4-1-1-5 資本金額(問3)×正規従業員数(問4(1))



次いで、資本金額別の「非正規従業員数」(問4(2))を、図表4-1-1-6で見る。前掲図表4-1-1-5で見た正規従業員数と同様に、非正規従業員数についても、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ従業員数の規模が増大する傾向を確認できる。非正規従業員数が2人以下の事業所の割合(「非正規従業員の雇用なし」と「1~2人」の合計)を見ると、「個人経営等」及び「1,000万円未満」では8割前後(それぞれ83.6%、78.5%)、「1,000~2,000万円未満」ではおよそ7割(72.1%)、「2,000万~1億円未満」ではおよそ6割(61.0%)、「1億円以上」では4割弱(36.7%)であり、資本金額が増大するにつれ割合が低下している。

図表4-1-1-6 資本金額(問3)×非正規従業員数(問4(2))

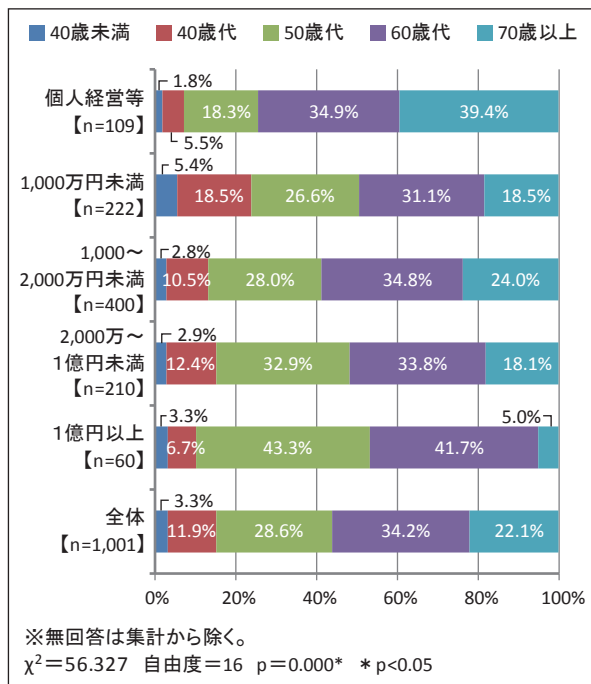


ウ 資本金額と経営者

まず、資本金額別の「経営者の年齢」(問5(1))を、図表4-1-1-7で見る。調査票問5の選択肢のうち、「30歳未満」及び「30歳代」は回答事業所数が少ないため、「40歳未満」としてまとめてクロス集計を行う。各資本金額グループの特徴について、「全体」(「40歳未満」3.3%、「40歳代」11.9%、「50歳代」28.6%、「60歳代」34.2%、

「70歳以上」22.1%）と比較しながら見ていく。「個人経営等」では、「50歳代」の割合が低く（18.3%）、「70歳以上」の割合が高い（39.4%）。「1,000万円未満」では、「40歳代」の割合が「全体」よりやや高い（18.5%）。「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円未満」は、「全体」

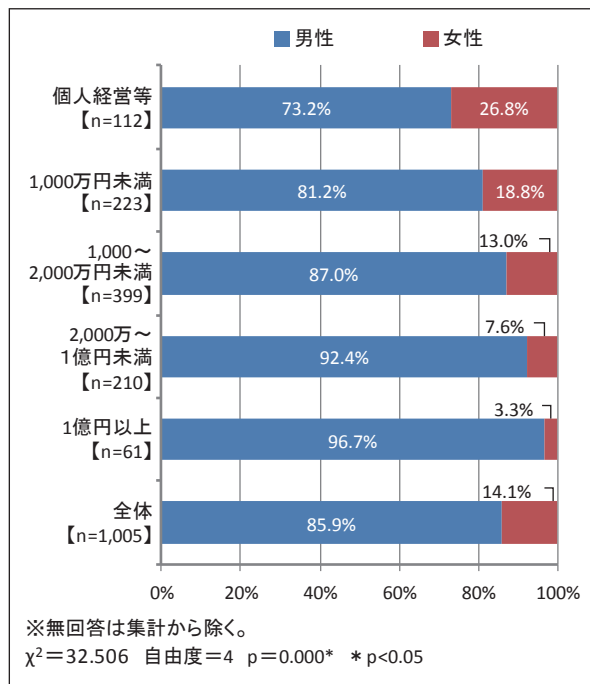
図表4-1-1-7 資本金額（問3）×経営者の年齢（問5（1））



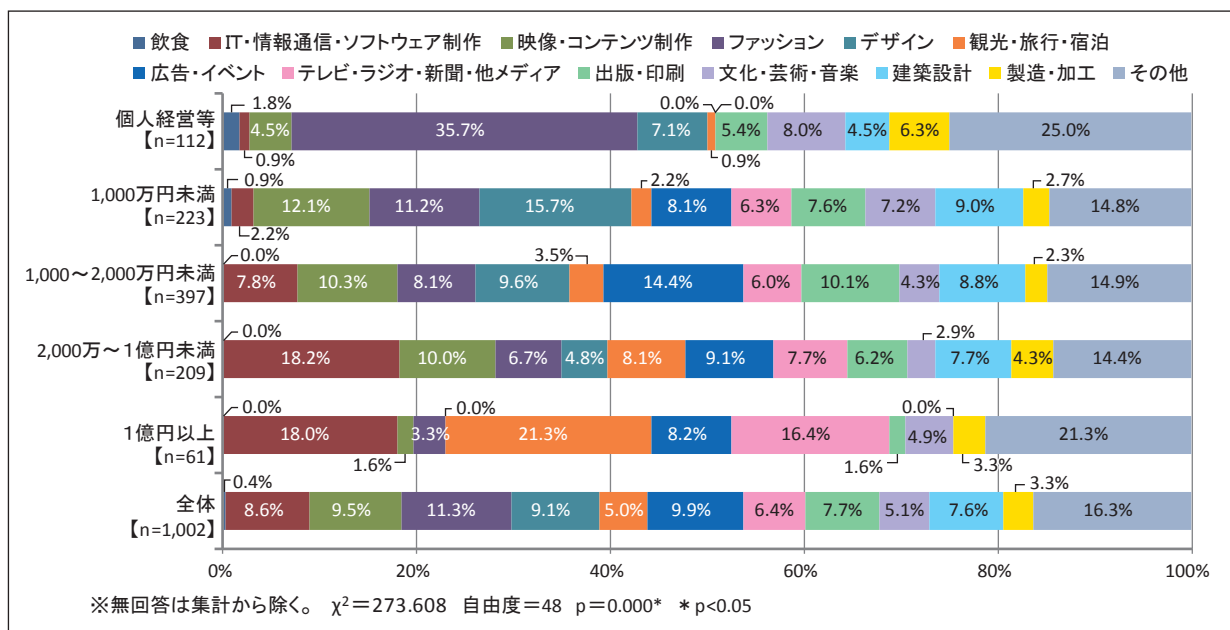
とおおむね同じ構成である。「1億円以上」では、「50歳代」の層が厚く（43.3%）、「70歳以上」の割合はかなり低い（5.0%）。

次に、資本金額別の「経営者の性別」（問5（2））を、図表4-1-1-8で見る。経営者の女性比率は、「個人経営等」では3割弱であるものが、

図表4-1-1-8 資本金額（問3）×経営者の性別（問5（2））



図表4-1-1-9 資本金額（問3）×主な事業（問6（1））



資本金額が増大するにつれ数値を低下させ、「1億円以上」では3.3%になる。

エ 資本金額と主な事業の内容

ここでは、資本金額別の「主な事業の内容」(問6)を検討する。まず、図表4-1-1-9から、資本金額別の「主な事業」(問6(1))を見る。「個人経営等」では、「ファッション」の割合が高く(35.7%)、「文化・芸術・音楽」の割合も相対的に高い(8.0%)。「1,000万円未満」及び「1,000～2,000万円未満」では、「映像・コンテンツ制作」、「デザイン」、「広告・イベント」、「出版・印刷」、「建築設計」等の割合が相対的に高い。「2,000万～1億円未満」及び「1億円以上」では、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」、「観光・旅行・宿泊」、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」の割合が相対的に高い。

次に、資本金別の「業界の特徴」(問6(3))を、図表4-1-1-10で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意味な結果を得た選択肢8件を抜粋している。

「3. 取引先が固定化されている」では、「個人経営等」が相対的に割合が低い(23.1%)一方、「1,000万円未満」(38.6%)及び「1,000～2,000万円未満」(37.0%)が相対的に割合が高い。

「4. 海外からの訪日客の取込みが課題である」では、「1億円以上」(26.3%)、「個人経営等」(10.2%)の順で割合が高く、「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円未満」は5%程度(4.1%～5.7%)である。

「5. 企画・提案力が問われている」では、「1億円以上」の割合が高く(57.9%)、「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円未満」も5割程度(46.4～50.0%)であるが、「個人経営等」は相対的に低い(28.7%)。

「7. 人材の確保が難しい」では、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、割合が上昇する。

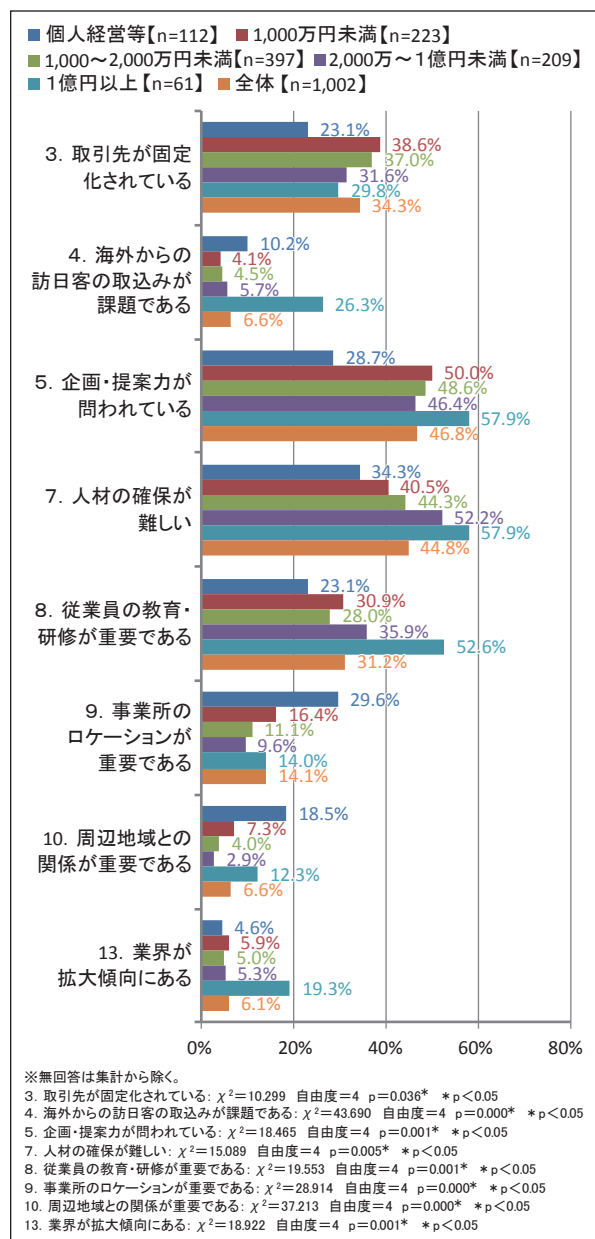
「8. 従業員の教育・研修が重要である」では、「1億円以上」の割合が高い(52.6%)。

「9. 事業所のロケーションが重要である」では、「個人経営等」(29.6%)が相対的に高い。

「10. 周辺地域との関係が重要である」では、「個人経営等」から「2,000万～1億円未満」において、資本金額が増大するにつれて割合が低下する。「1億円以上」では、「個人経営等」の2割弱(18.5%)ほどではないが、1割強(12.3%)の相対的に高い割合である。

「13. 業界が拡大傾向にある」では、「1億円以上」の割合が相対的に高く(19.3%)、他は5%程度(4.6～5.9%)である。

図表4-1-1-10 資本金額(問3)×業界の特徴(問6(3))【抜粋】



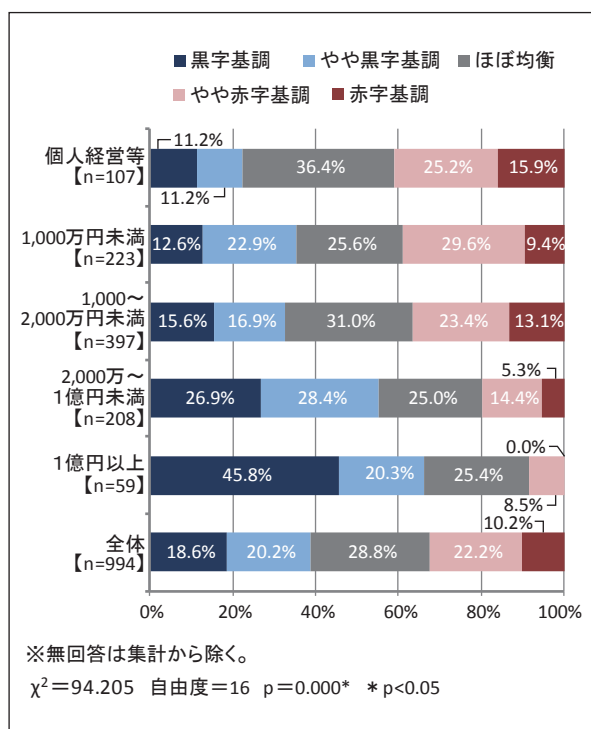
オ 資本金額と経営状況

資本金額別の「経営状況」（問7）を見る。「直近年度の売上高」（問7（1））、「最近の売上の推移」（問7（2））、「採算状況」（問7（3））、「今後の事業予定」（問7（4））に対して資本金額別に χ^2 検定を行ったところ、4件全てで統計上有意な結果を得た。ここでは、そのうちの「採算状況」（問7（3））及び「今後の事業予定」（問7（4））を見ていく。

まず、資本金額別の「採算状況」（問7（3））について見れば、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、採算状況も良くなる傾向がある（図表4-1-1-11）。「個人経営等」と「1億円以上」を比べると、「黒字基調」又は「やや黒字基調」と回答した事業所の割合では、前者が22.4%、後者が66.1%である。「やや赤字基調」又は「赤字基調」と回答した事業所の割合では、前者が41.1%、後者が8.5%である。

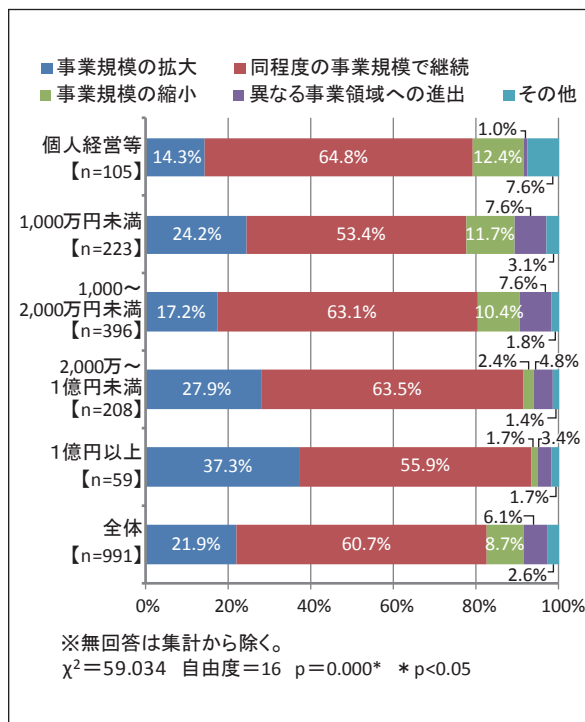
次に、資本金額別の「今後の事業予定」（問7（4））を、図表4-1-1-12から見る。「事業規模の拡大」と回答した事業所の割合は、「1億円以上」（37.3%）が最も高く、「個人経営等」（14.3%）が最も低い。「個人経営等」、「1,000万円未満」及

図表4-1-1-11 資本金額（問3）×採算状況（問7（3））



び「1,000~2,000万円未満」では、「事業規模の縮小」の割合がおよそ1割程度（10.4~12.4%）で相対的に高い。また、「1,000万円未満」及び「1,000~2,000万円未満」では、「異なる事業領域への進出」と回答した割合が相対的に高い（どちらも7.6%）。

図表4-1-1-12 資本金額（問3）×今後の事業予定（問7（4））



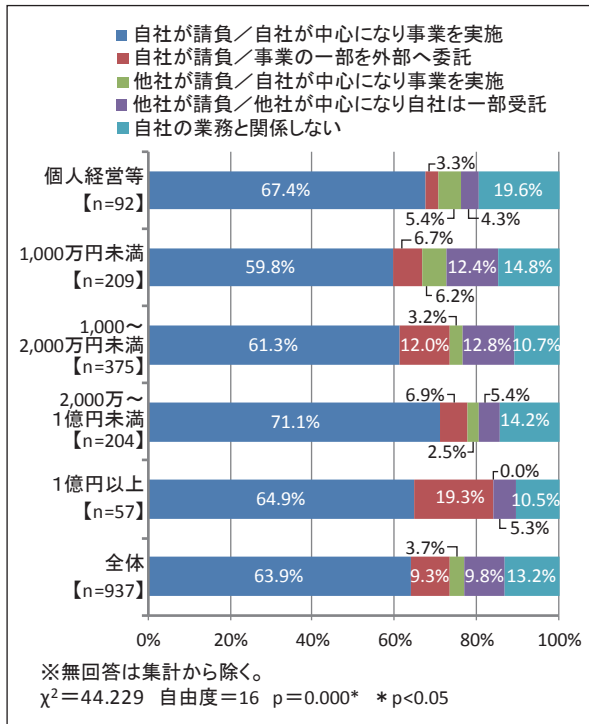
カ 資本金額と事業の実施状況

ここでは、資本金額別の「事業の実施状況」（問8）を、図表4-1-1-13~16から見ていく。

まず、資本金額別の「事業全体の企画立案」（問8（1））を、図表4-1-1-13で見る。「個人経営等」及び「2,000万~1億円未満」では、「自社が請負/自社が中心になり事業を実施」の割合が高い（それぞれ67.4%、71.1%）。「1,000万円未満」及び「1,000~2,000万円未満」では、「自社が請負/自社が中心になり事業を実施」の割合が相対的に低く（それぞれ59.8%、61.3%）、「他社が請負/他社が中心になり自社は一部受託」の割合が相対的に高い（それぞれ12.4%、12.8%）。また、「1億円以上」では「自社が請負/事業の一部を外部へ委託」の割合が比較的高い

(19.3%)。「1億円以上」では、「他社が請負／自社が中心になり事業を実施」と回答した事業所が皆無(0.0%)であることも特徴的である。

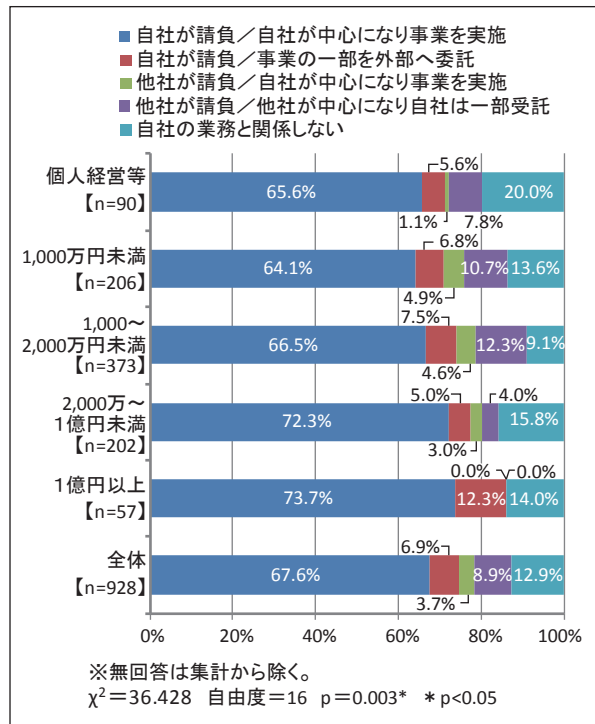
図表4-1-1-13 資本金額(問3)×事業全体の企画立案(問8(1))



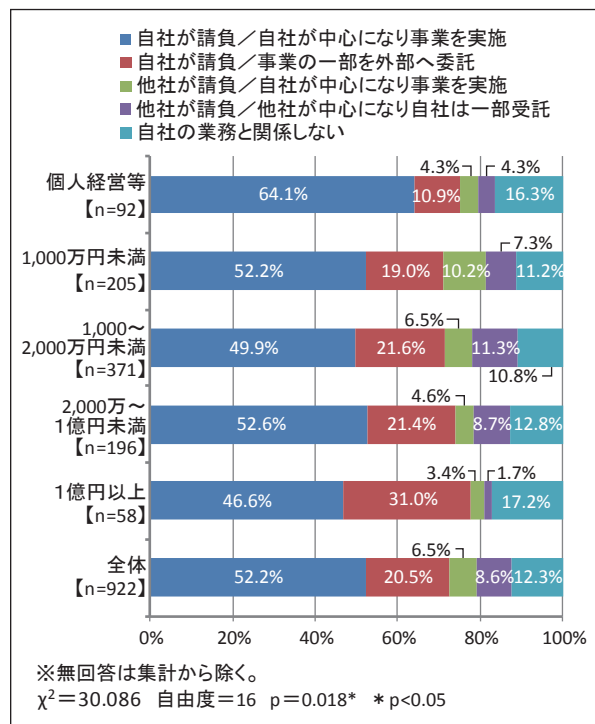
図表4-1-1-14から、資本金額別の「事業全体のマネジメント」(問8(2))を見る。「個人経営等」、「1,000万円未満」及び「1,000～2,000万円未満」では、「他社が請負／他社が中心になり自社は一部受託」の割合が相対的に高く(それぞれ7.8%、10.7%、12.3%)、「2,000万～1億円未満」及び「1億円以上」では、「自社が請負／自社が中心になり事業を実施」の割合が高い(それぞれ72.3%、73.7%)。「1億円以上」では、「自社が請負／事業の一部を外部へ委託」の割合が相対的に高い(12.3%)。

次に、資本金額別の「作品・商品・サービスの設計・デザイン」(問8(3))を、図表4-1-1-15から見る。「個人経営等」は、「自社が請負／自社が中心になり事業を実施」の割合が高く(64.1%)、「自社が請負／事業の一部を外部へ委託」の割合が低い(10.9%)。「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円

図表4-1-1-14 資本金額(問3)×事業全体のマネジメント(問8(2))



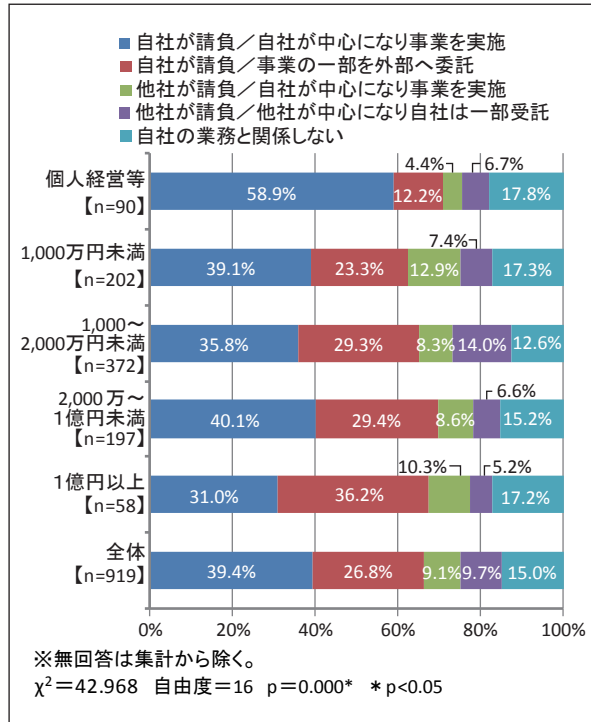
図表4-1-1-15 資本金額(問3)×作品・商品・サービスの設計・デザイン(問8(3))



未満」では、「他社が請負／他社が中心になり自社は一部受託」の割合が相対的に高い(7.3～

11.3%)。「1億円以上」では、「自社が請負／事業の一部を外部へ委託」の割合が相対的に高い(31.0%)。

図表4-1-1-16 資本金額(問3)×作品・商品・サービスの制作・生産(問8(4))

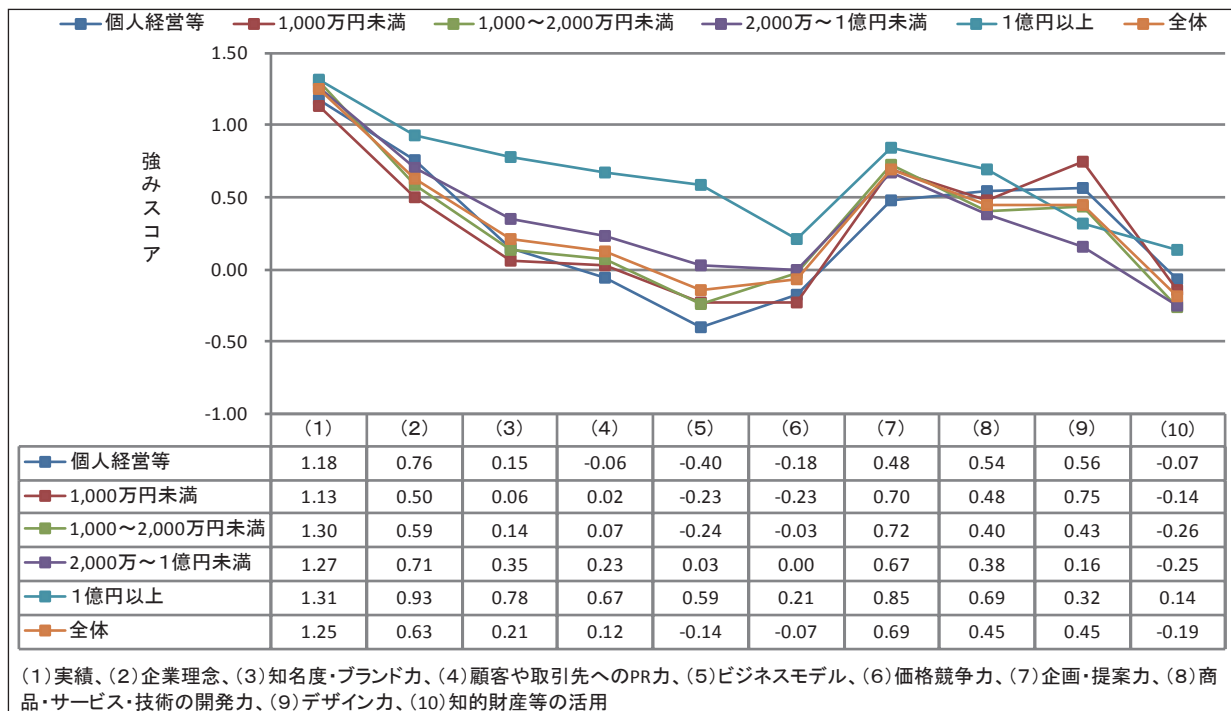


最後に、図表4-1-1-16から、資本金額別の「作品・商品・サービスの制作・生産」(問8(4))を検討する。「個人経営等」では、「自社が請負／自社が中心になり事業を実施」の割合が高く(58.9%)、「自社が請負／事業の一部を外部へ委託」の割合が低い(12.2%)。「1,000万円未満」では、「他社が請負／自社が中心になり事業を実施」の割合が相対的にやや高い(12.9%)。「1,000～2,000万円未満」では、「他社が請負／他社が中心になり自社は一部受託」の割合が相対的に高い(14.0%)。「1億円以上」では、「自社が請負／事業の一部を外部へ委託」の割合が高い(36.2%)。

キ 資本金額と事業所の強み

資本金額別に「現在の事業所の強み」(問9)を見る。その際、次のように定義する「強みスコア」を利用する。「強みスコア」とは、問9の項目(1)～(10)に対する評価「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値である(図表4-1-1-17)。

図表4-1-1-17 資本金額(問3)×現在の事業所の強み(問9)

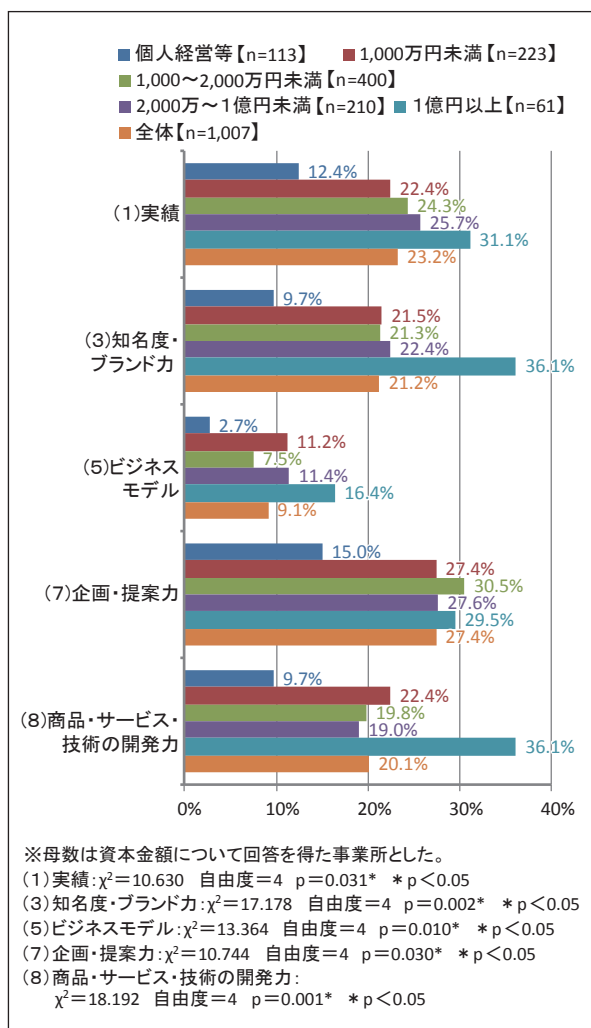


ほとんどの項目において、「1億円以上」のスコアが最も高い。「(9) デザイン力」のスコアについては、「2,000万～1億円未満」や「1億円以上」(それぞれ0.16ポイント、0.32ポイント)に比べて、「1,000万円未満」(0.75ポイント)や「個人経営等」(0.56ポイント)が高い。

次いで、「今後(も)強化したい強み」(問9)を、図表4-1-1-18で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢8件を抜粋している。

全ての項目において、「個人経営等」の割合が最も低い。「(1) 実績」、「(3) 知名度・ブランド力」、「(5) ビジネスモデル」及び「(8) 商品・サービス・技術の開発力」では、「1億円以上」が相対的に高い。

図表4-1-1-18 資本金額(問3)×今後(も)強化したい強み(問9)【抜粋】



ク 資本金額と事業所が重要視する課題

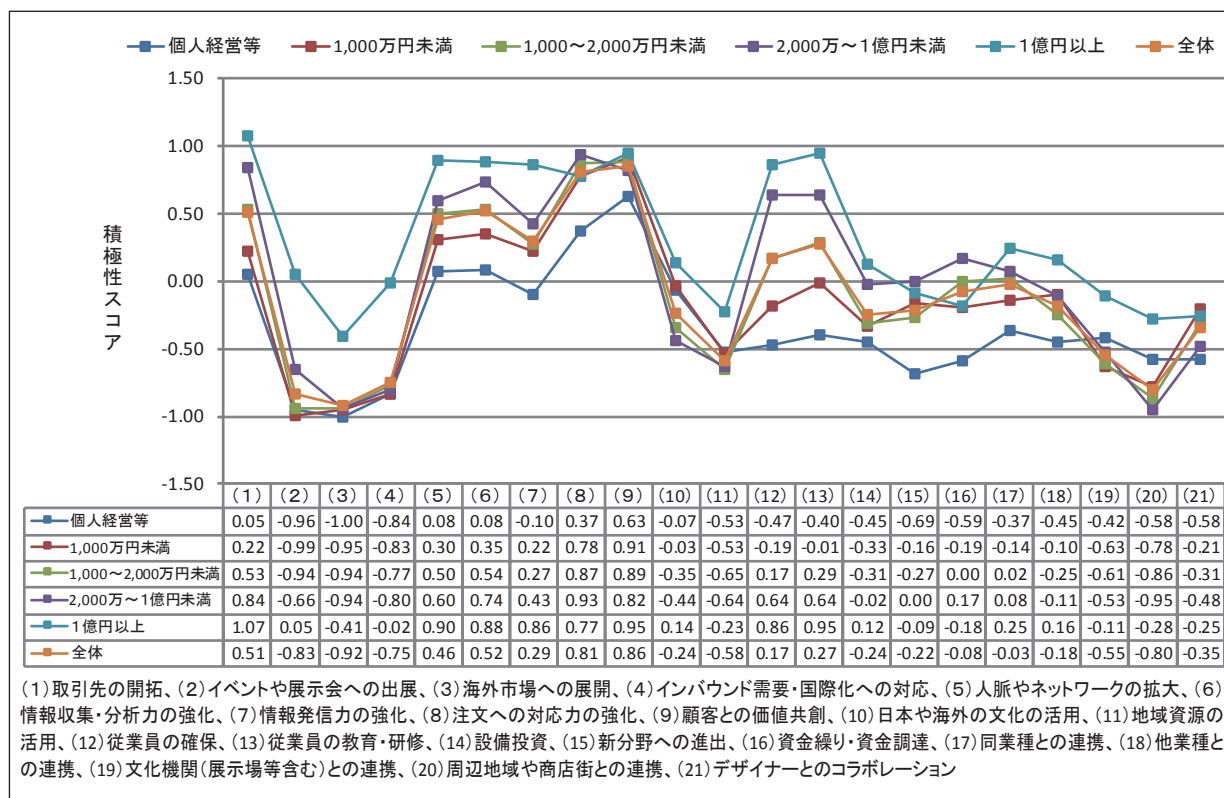
資本金額別に「現在重要視している課題」(問10(1))を見る。その際、次のように定義する「積極性スコア」を利用する。「積極性スコア」とは、問10(1)の項目(1)～(21)に対する評価「積極的」「やや積極的」「どちらともいえない」「やや消極的」「消極的」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値である(図表4-1-1-19)。

おおむね、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、「積極性スコア」が高くなる傾向がある。「(2) イベントや展示会への出展」、「(3) 海外市場への展開」及び「(4) インバウンド需要・国際化への対応」では、「1億円以上」と他のグループとの差が大きい。また、「個人経営等」は、多くの項目で最も「積極性スコア」が低いが、「(19) 文化機関(展示場等含む)との連携」及び「(20) 周辺地域や商店街との連携」では、全体の中で「1億円以上」に次いで2番目に高いスコアである。

次に、「今後(も)取り組んでいく課題」(問10)を、図表4-1-1-20で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢11件を抜粋している。

全ての選択肢において、「個人経営等」の割合が最も低い。「1,000万円未満」に注目すると、「(3) 海外市場への展開」(13.9%)、「(10) 日本や海外の文化の活用」(14.8%)、「(18) 他業種との連携」(17.9%)、「(21) デザイナーとのコラボレーション」(13.0%)において、資本金額グループ内で最も高い割合である。同様に、「1,000～2,000万円未満」では、「(15) 新分野への進出」(14.8%)で最も割合が高い。「2,000万～1億円未満」では、「(1) 取引先の開拓」(41.4%)、「(8) 注文への対応力の強化」(24.8%)、「(12) 従業員の確保」(29.0%)、「(13) 従業員の教育・研修」(27.1%)で最も割合が高い。「1億円以上」では、「(4) インバウンド需要・国際化への対応」(19.7%)、「(6) 情報収集・分析力の強化」(24.6%)、「(15) 新分野への進出」(14.8%)で最も割合が高い。

図表4-1-1-19 資本金額（問3）×現在重要視している課題（問10（1））



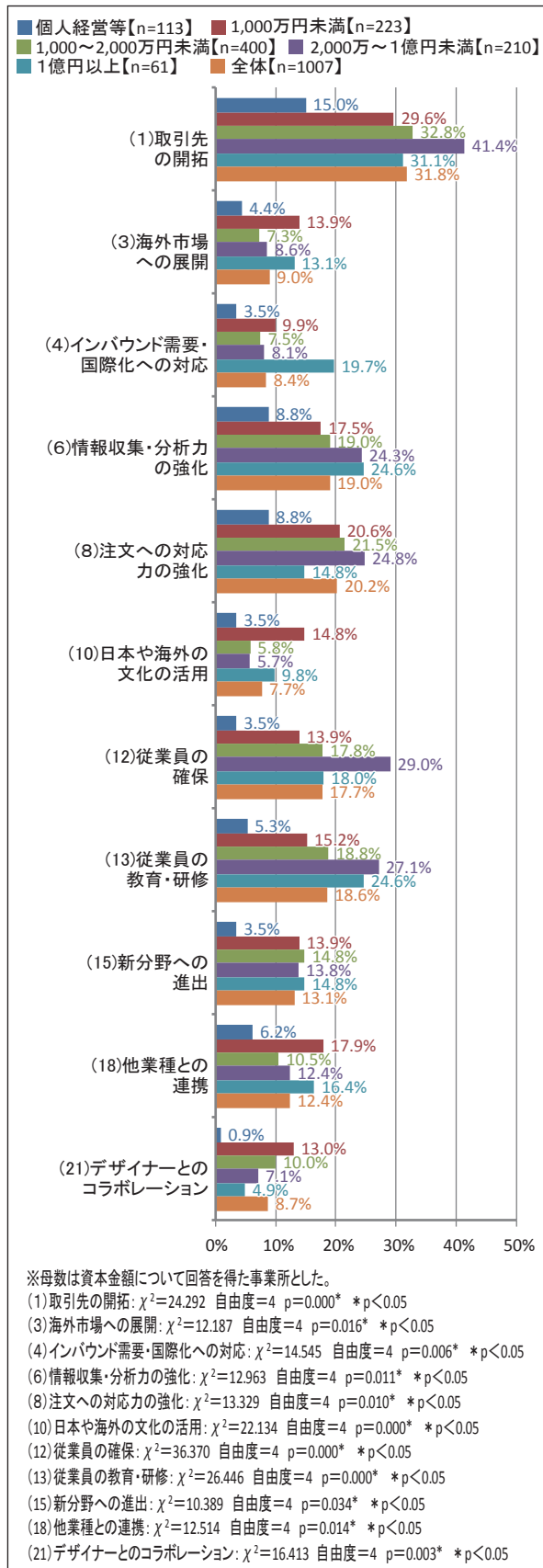
ケ 資本金額と人材に関する状況

資本金別の「人材に関する状況」（問11）を、図表4-1-1-21で見ると。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢5件を抜粋している。

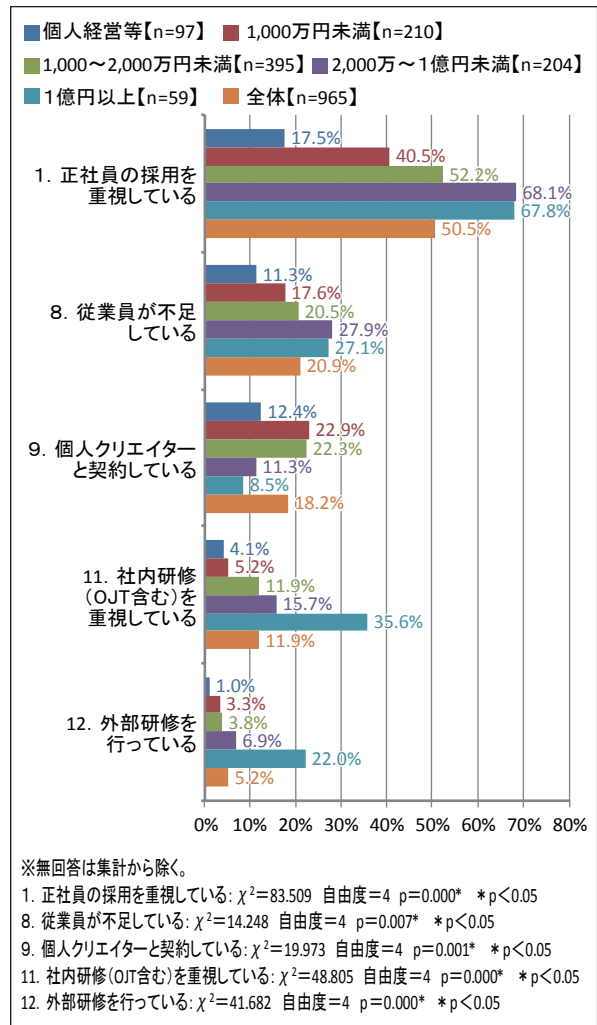
「1. 正社員の採用を重視している」及び「8. 従業員が不足している」では、「2,000万～1億円未満」及び「1億円以上」が相対的に高い数値で

ある。「9. 個人クリエイターと契約している」では、「1,000万円未満」及び「1,000～2,000万円未満」が相対的に高い。「11. 社内研修（OJT含む）を重視している」及び「12. 外部研修を行っている」においては、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、割合が高くなる傾向を確認できる。

図表4-1-1-20 資本金額（問3）×今後（も）取り組んでいく課題（問10（1））【抜粋】



図表4-1-1-21 資本金額（問3）×人材に関する状況（問11）【抜粋】



コ 資本金額と事業所及び設備に関する課題

資本金額別の「事業所及び設備に関する課題」（問12）を、図表4-1-1-22で見る。同図表では、 χ^2 検定により統計上有意味な結果を得た選択肢3件を抜粋している。

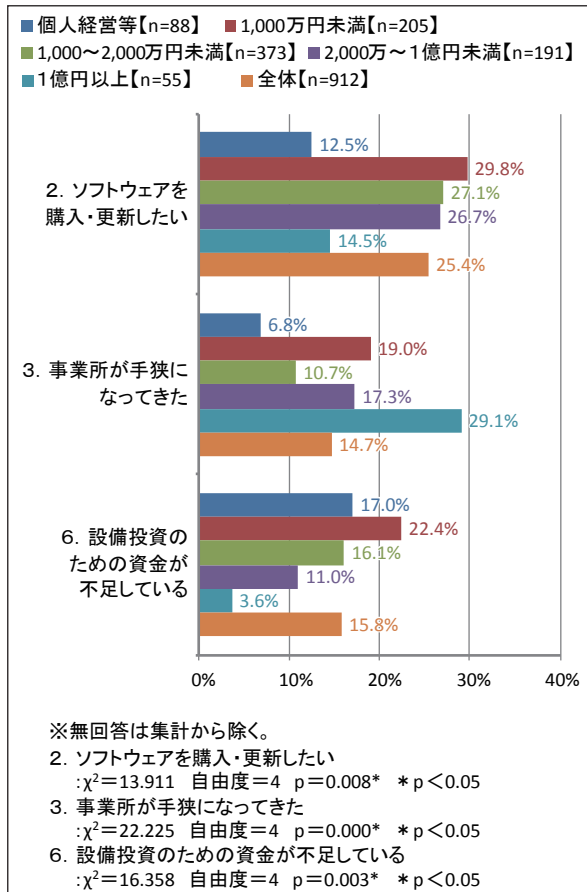
「2. ソフトウェアを購入・更新したい」では、「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円未満」が3割程度（26.7～29.8%）の一方、「個人経営等」及び「1億円以上」では1割強にとどまる（それぞれ12.5%、14.5%）。

「3. 事業所が手狭になってきた」では、「1億円以上」の割合が高く（29.1%）、「個人経営等」の割合が低い（6.8%）。

「6. 設備投資のための資金が不足している」

では、「1,000万円未満」(22.4%)、「個人経営等」(17.0%)、「1,000～2,000万円未満」(16.1%)の順で高い。資本金規模が比較的大きい「2,000万～1億円未満」及び「1億円以上」では、相対的に割合が低い(それぞれ11.0%、3.6%)。

図表4-1-1-22 資本金額(問3)×事業所及び設備に関する課題(問12)【抜粋】



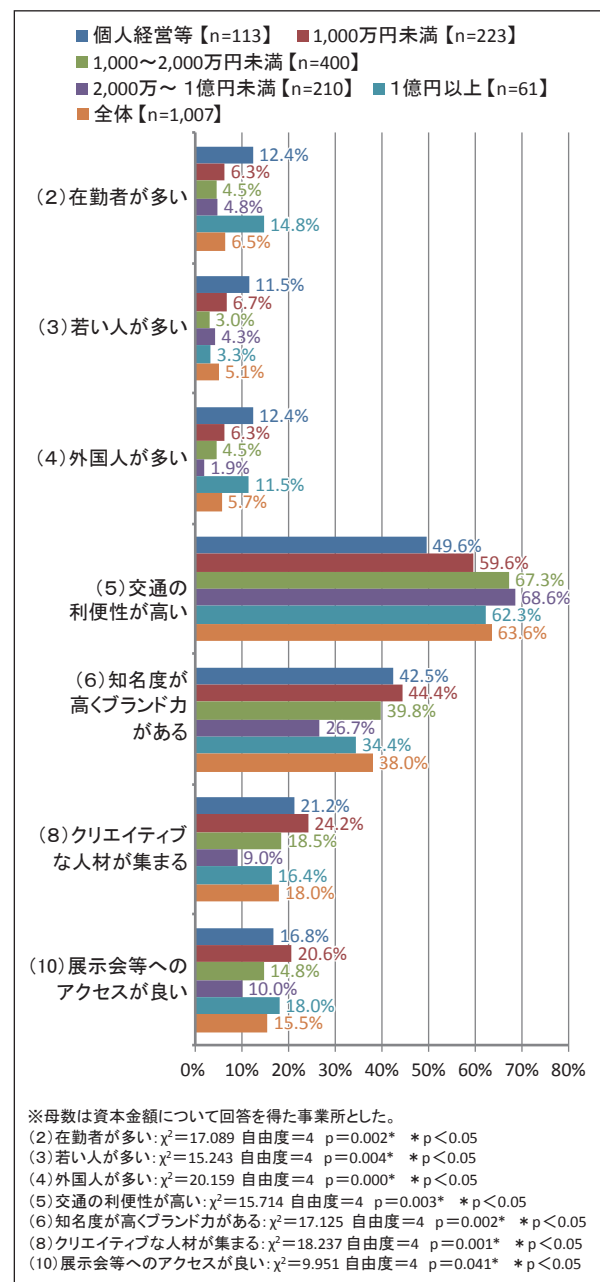
サ 資本金額と港区での事業環境

資本金額別の「港区での事業環境」(問13(1))を、図表4-1-1-23・24で見る。まず、「立地先の選定で重要視する項目」(問13(1)①)を、図表4-1-1-23で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢7件を抜粋している。

「個人経営等」は、「(3)若い人が多い」及び「(4)外国人が多い」において、資本金額グループ内で最も高い割合である。同様に、「1,000万円未満」は、「(6)知名度が高くブランド力がある」、「(8)クリエイティブな人材が集まる」及び

「(10)展示会等へのアクセスが良い」で最も高い割合である。「1,000～2,000万円未満」は、「(5)交通の利便性が高い」において、「2,000万～1億円未満」(68.6%)に続き2番目に高い(67.3%)。「2,000万～1億円未満」は、「(5)交通の利便性が高い」では最も割合が高いが、「(4)外国人が多い」、「(6)知名度が高くブランド力がある」「(8)クリエイティブな人材が集まる」及び「(10)展示会等へのアクセスが良い」では最も割

図表4-1-1-23 資本金額(問3)×立地先の選定で重要視する項目(問13(1)①)【抜粋】



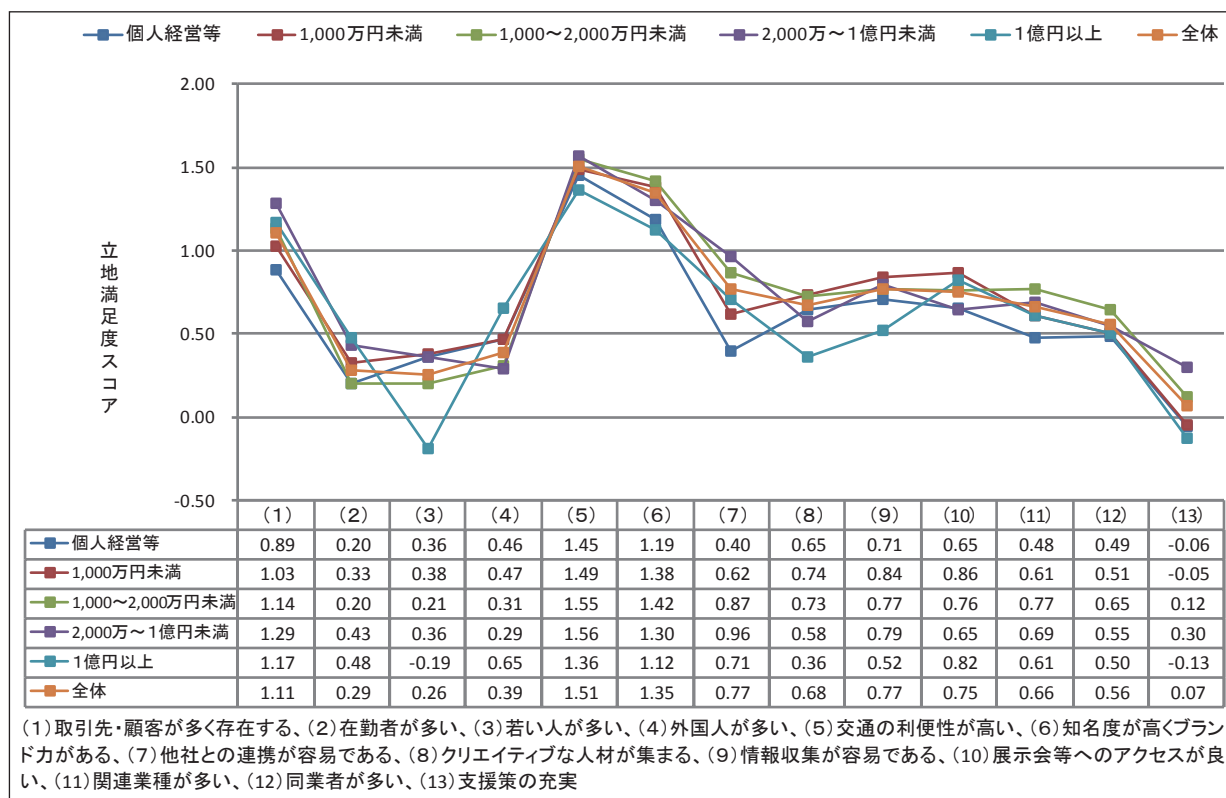
合が低い。「1億円以上」は、「(2) 在勤者が多い」で最も割合が高い。

次に、資本金額別の「港区での事業環境の評価」(問13 (1) ②)を見る。その際、次のように定義する「立地満足度スコア」を利用する。「立地満足度スコア」とは、問13 (1) の項目 (1) ～ (13) に対する評価「満足」「やや満足」「どちらとも言えない」「やや不満」「不満」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を

を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値である(図表4-1-1-24)。

項目ごとに資本金額別の評価が異なっている。中でも特徴的な点を述べると、まず「(3) 若い人が多い」に対する「1億円以上」の評価がとりわけ低く、マイナスの数値である。また、「個人経営等」は、「(7) 他社との連携が容易である」及び「(11) 関連業種が多い」に対して、相対的に低く評価している。

図表4-1-1-24 資本金額(問3) × 港区での事業環境の評価(問13 (1) ②)



シ 資本金額と今後の行政への期待

資本金額別の「今後の行政への期待」(問14)を、図表4-1-1-25で見ると、なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢8件を抜粋している。

「1. 経営相談」では、「1,000万円未満」の割合が最も高い(14.6%)。最も低いのは「1億円以上」で、3.4%にとどまる。

「5. 情報発信の場の提供」では、「1,000万円未満」(16.6%)、「個人経営等」(15.6%)、「1億円以上」(15.5%)が相対的に高い。

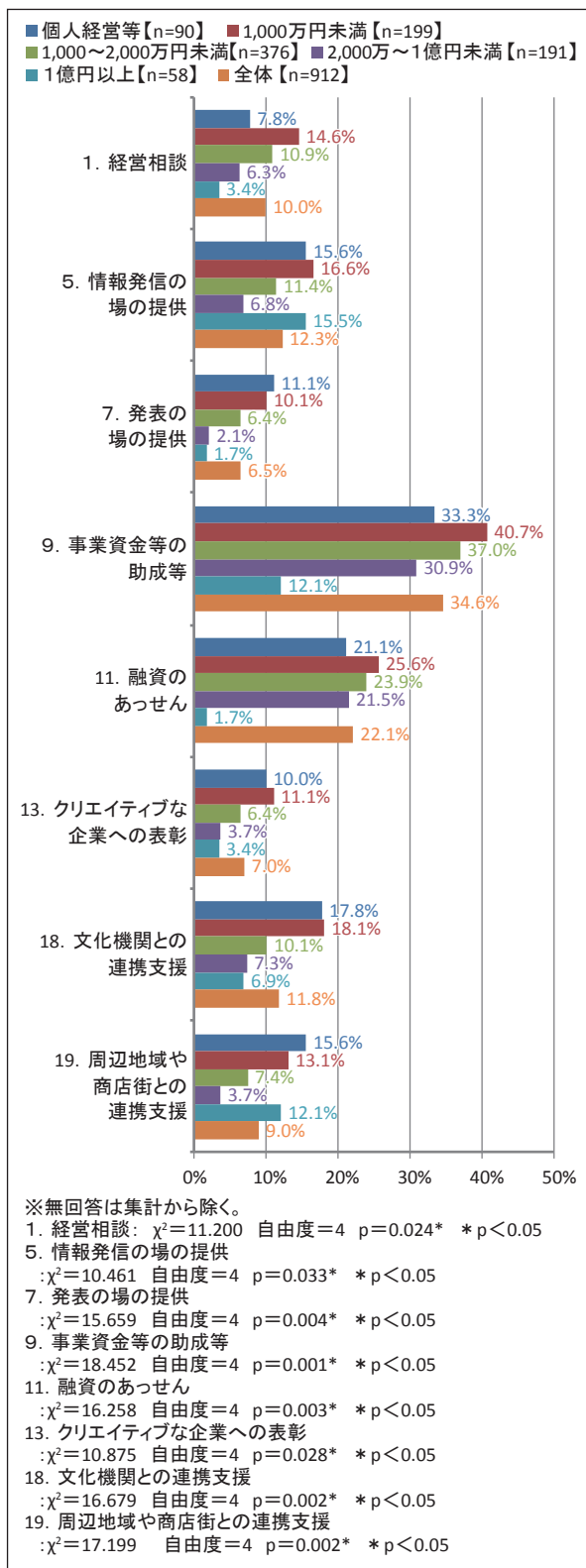
「7. 発表の場の提供」では、「個人経営等」から資本金額が増大するにつれ、割合が低下する。

「9. 事業資金等の助成等」では、「1,000万円未満」(40.7%)が最も高く、「1,000～2,000万円未満」(37.0%)、「個人経営等」(33.3%)、「2,000万～1億円未満」(30.9%)が続き、いずれも3割を超える高い数値である。他方で、「1億円以上」では、12.1%にとどまる。

「11. 融資のあっせん」では、「個人経営等」、「1,000万円未満」、「1,000～2,000万円未満」及び「2,000万～1億円未満」が2割台(21.1～25.6%)

で相対的に高い数値である一方、「1億円以上」では、1.7%にとどまる。

図表4-1-1-25 資本金額（問3）×今後の行政への期待（問14）【抜粋】



「13. クリエイティブな企業への表彰」では、「1,000万円未満」（11.1%）と「個人経営等」（10.0%）が相対的に高い。「18. 文化機関との連携支援」でも、「1,000万円未満」（18.1%）と「個人経営等」（17.8%）が高い数値である。

「19. 周辺地域や商店街との連携支援」では、「個人経営等」（15.6%）が最も高く、「1,000万円未満」（13.1%）、「1億円以上」（12.1%）が続く。

（2）経営者の年齢による分析

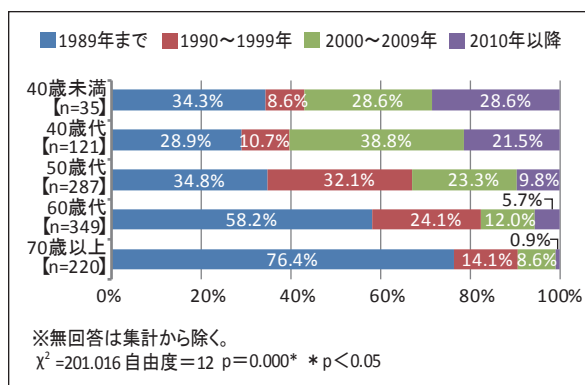
ここでは、「経営者の年齢」（問5（1））別の集計結果を見る。

なお、「経営者の年齢」（問5（1））の選択肢のうち、「1. 30歳未満」（3件）、「2. 30歳代」（33件）については、件数が少ないため、本節では、「1. 30歳未満」、「2. 30歳代」を選択した事業所を「40歳未満」に分類した上で、分析を行う。

ア 経営者の年齢と開業時期

経営者の年齢別に「開業時期」（問2（2）①）を見る（図表4-1-2-1）。経営者の年齢が高いほど、「1989年まで」の割合がおおむね高く、経営者の年齢が低いほど、「2000～2009年」、「2010年以降」の割合がおおむね高い。なお、「1990～1999年」は、「50歳代」が32.1%で最も高い。以上のことから、経営者の年齢が高い事業所ほど開業時期が古い傾向があることがわかる。

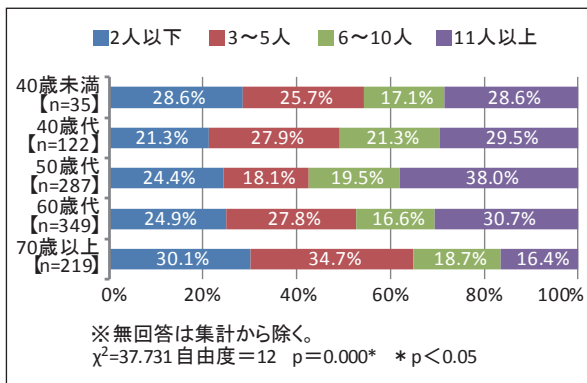
図表4-1-2-1 経営者の年齢（問5（1））×開業時期（問2（2）①）



イ 経営者の年齢と正規従業員数

経営者の年齢別に「正規従業員数」（問4（1））を見る（図表4-1-2-2）。正規従業員が6人以上である割合（「6～10人」及び「11人以上」の合計）に着目すると、「40歳未満」から「50歳代」をピークに上昇し、「50歳代」から「70歳以上」にかけて減少している。年齢別に「6～10人」、「11人以上」の合計を比較すると、最も高い「50歳代」（57.5%）と最も低い「70歳以上」（35.2%）では、22.3ポイントの差がある。

図表4-1-2-2 経営者の年齢（問5（1））×正規従業員数（問4（1））

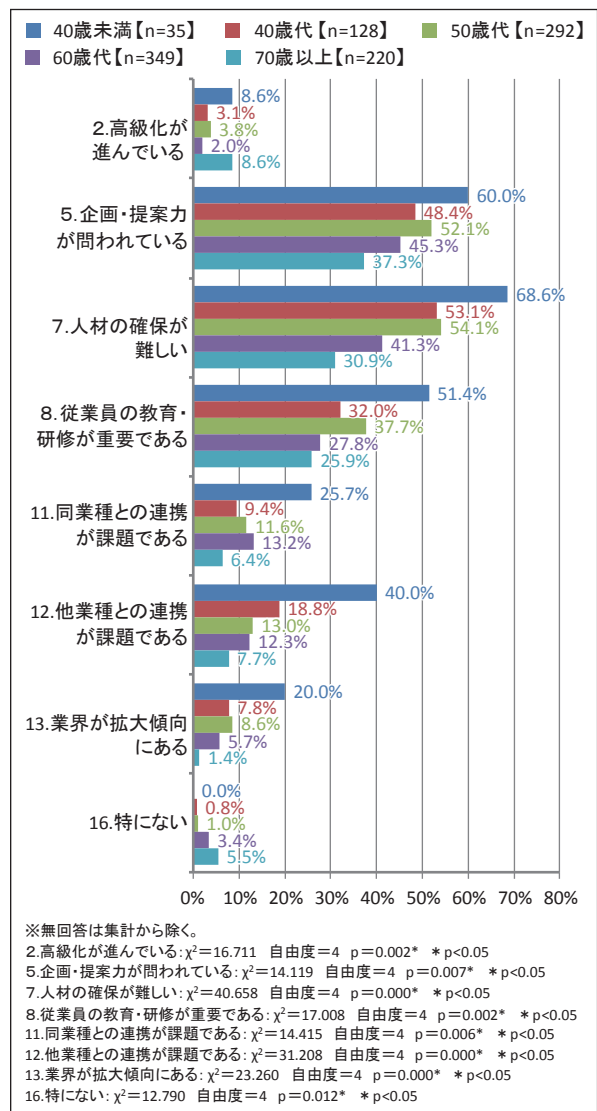


ウ 経営者の年齢と業界の特徴

経営者の年齢別の「業界の特徴」（問6（3））を、図表4-1-2-3で見ると、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢8件を抜粋している。

同図表より、「5. 企画・提案力が問われている」、「7. 人材の確保が難しい」、「8. 従業員の教育・研修が重要である」、「12. 他業種との連携が課題である」、「13. 業界が拡大傾向にある」では、経営者の年齢が低いほど回答割合が高い傾向があるが、「40歳代」は「50歳代」よりおおむね低い。「2. 高級化が進んでいる」では「40歳未満」及び「70歳以上」が8.6%で最も高い。「11. 同業種との連携が課題である」では「40歳未満」が25.7%で突出して高く、前述の「12. 他業種との連携が課題である」と併せて、若い経営者は連携を課題として捉えている割合が高いことが読み取れる。

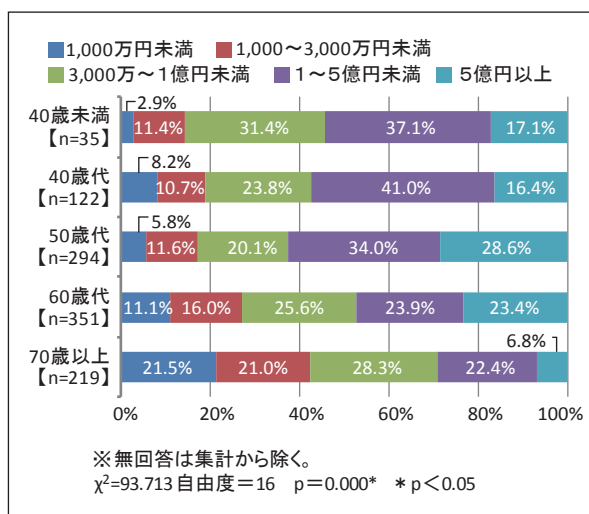
図表4-1-2-3 経営者の年齢（問5（1））×業界の特徴（問6（3））【抜粋】



エ 経営者の年齢と直近年度の売上高

経営者の年齢別に「直近年度の売上高」（問7（1））を見る（図表4-1-2-4）。「1,000万円未満」、「1,000～3,000万円未満」では、おおむね経営者の年齢が高いほどその割合が高い傾向がある。一方で「1～5億円未満」、「5億円以上」の合計を比較すると、「70歳以上」が突出して低い。最も高い「50歳代」（62.6%）と「70歳以上」（29.2%）では33.4ポイントの差が生じる。

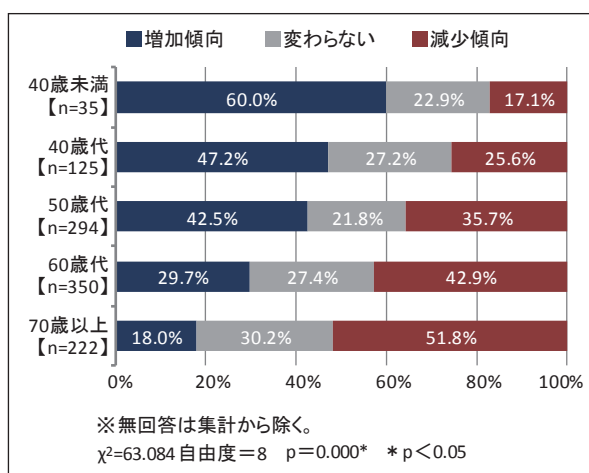
図表4-1-2-4 経営者の年齢（問5（1））×直近年度の売上高（問7（1））



オ 経営者の年齢と最近の売上の推移

経営者の年齢別に「最近の売上の推移」（問7（2））を見る（図表4-1-2-5）。なお、問7（2）では、選択肢のうち、「増加した」と「やや増加した」の合計を「増加傾向」、「減少した」と「やや減少した」の合計を「減少傾向」として集計した。直近年度の売上高が「増加傾向」と回答した割合は、経営者の年齢が低い事業所ほど高い。一方、直近年度の売上高が「減少傾向」と回答した割合は、経営者の年齢が高い事業所ほど高い。経営者の年齢が低いほど最近の売上げが良好であることがわかる。

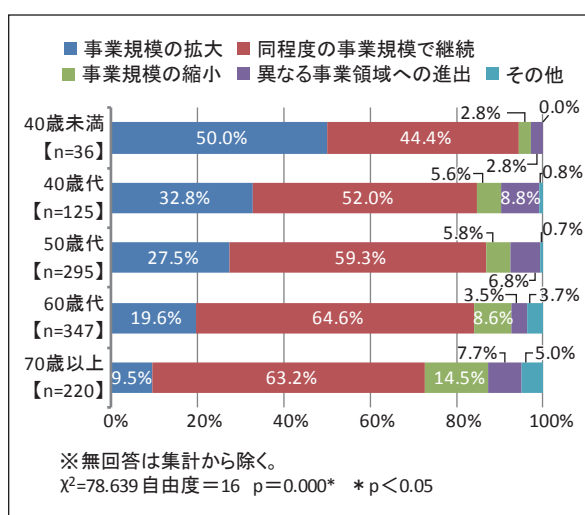
図表4-1-2-5 経営者の年齢（問5（1））×最近の売上の推移（問7（2））



カ 経営者の年齢と今後の事業予定

経営者の年齢別に「今後の事業予定」（問7（4））を見る（図表4-1-2-6）。経営者の年齢が低いほど、「事業規模の拡大」の割合が高く、「事業規模の縮小」、「同程度の事業規模で継続」の割合が低い傾向がある。「異なる事業領域への進出」については、経営者の年齢による差が小さい。全体として、事業の現状維持を考えている事業所が4割半～6割強を占め、そのうち経営者の年齢が低いほど、事業規模の拡大を考えている割合が高い傾向にある。

図表4-1-2-6 経営者の年齢（問5（1））×今後の事業予定（問7（4））

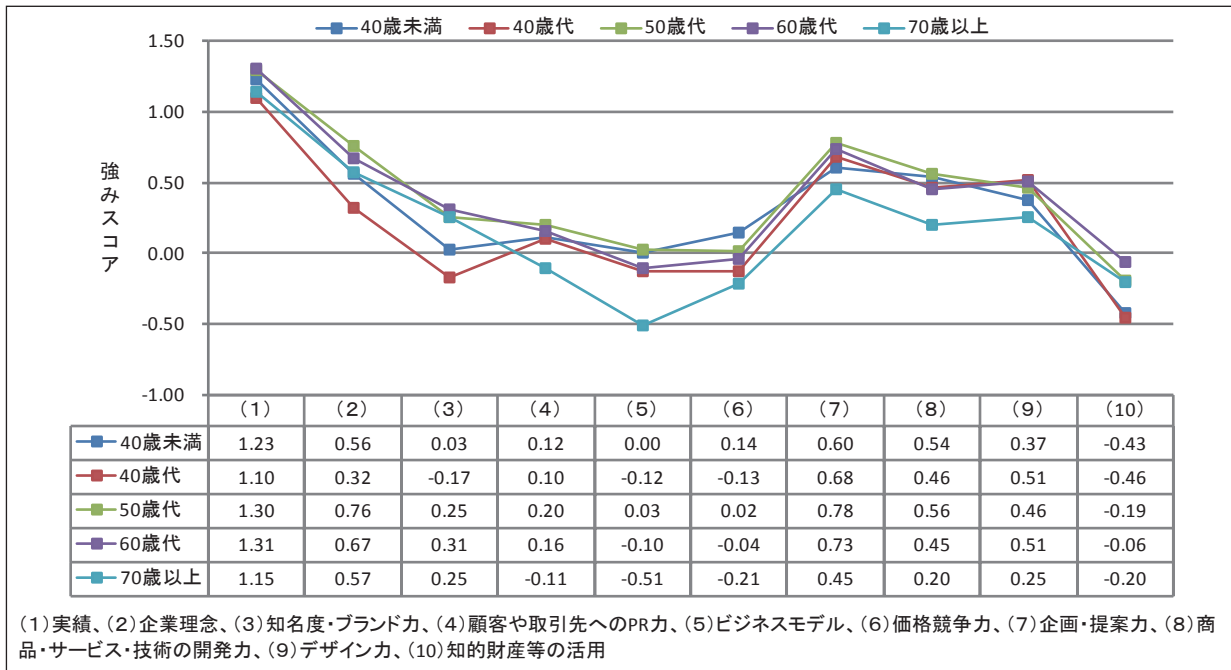


キ 経営者の年齢と事業所の強み

経営者の年齢別に「現在の事業所の強み」（問9）を見る。その際、次のように定義する「強みスコア」を利用する。「強みスコア」とは、問9の項目（1）～（10）に対する評価「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値である（図表4-1-2-7）。

本設問では、「（6）価格競争力」を除き、各項目の「強みスコア」が最も高いのは「50歳代」もしくは「60歳代」となっている。また「50歳代」にいたっては、「（9）デザイン力」を除いたすべての項目で、年齢別で1番目もしくは2番目に

図表4-1-2-7 経営者の年齢（問5（1））×現在の事業所の強み（問9）

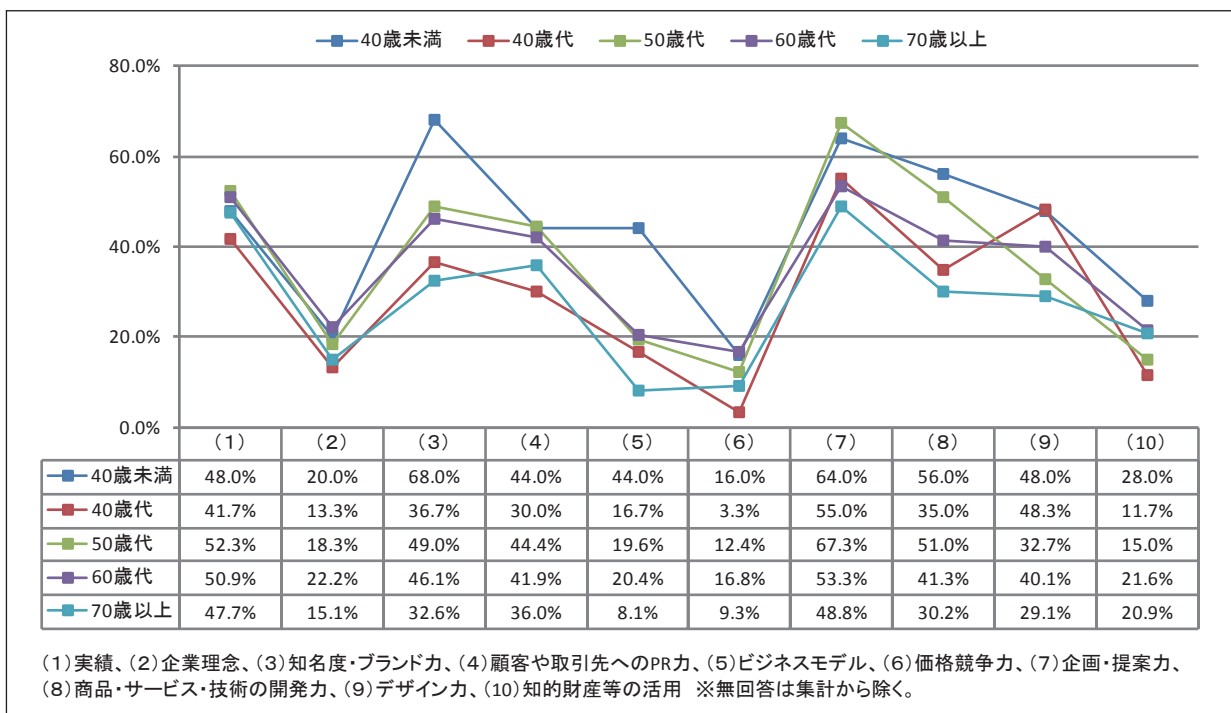


「強みスコア」が高い。このことから「50歳代」及び「60歳代」が多くの項目を強みとして認識していることがわかる。

次に、経営者の年齢別の「今後（も）強化したい強み」（問9）を見る（図表4-1-2-8）。経営者

の年齢別に一貫した傾向を読み取ることは困難であるが、年齢別の最大・最小値の差を求めると、「(5) ビジネスモデル」(35.9ポイント)、「(3) 知名度・ブランド力」(35.4ポイント)、が相対的に大きい。両者とも、「40歳未満」が突出して高

図表4-1-2-8 経営者の年齢（問5（1））×今後（も）強化したい強み（問9）



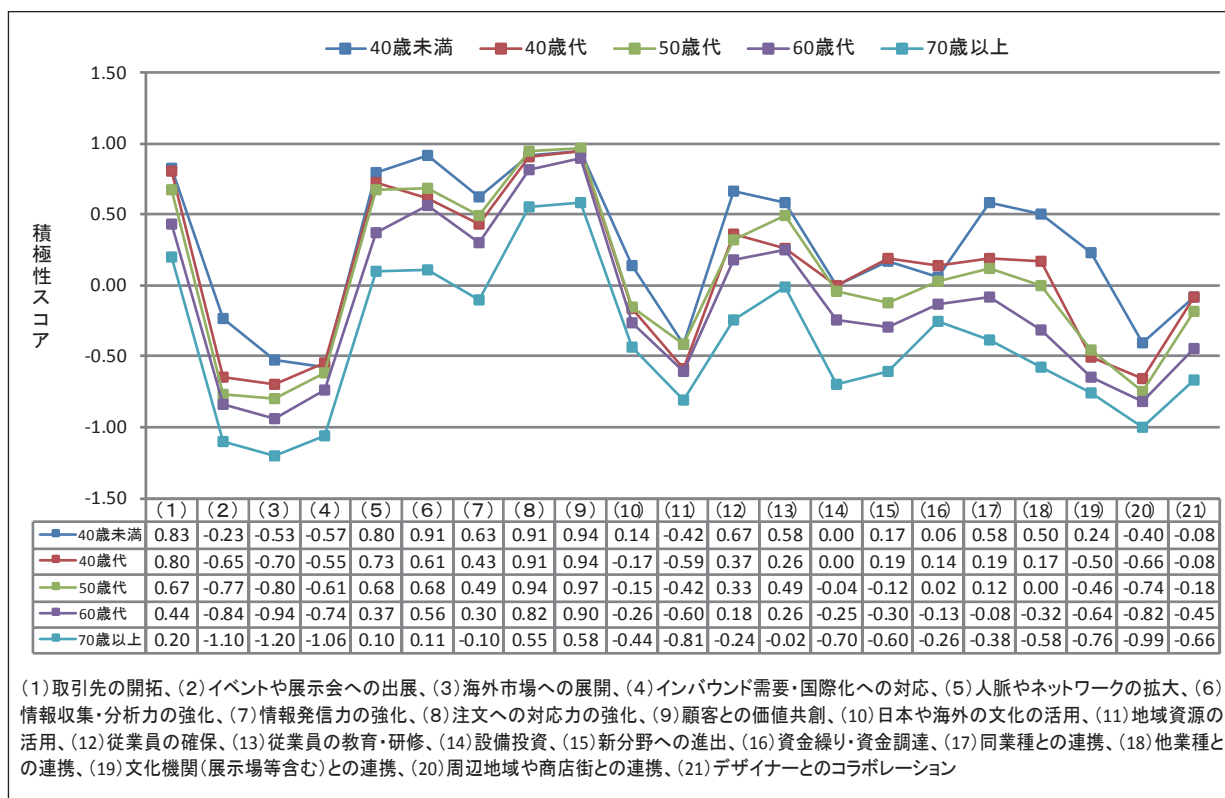
く、「70歳以上」が最も低い。「40歳未満」に着目して、「強みスコア」と比較すると、「(5) ビジネスモデル」は0.03ポイント、「(3) 知名度・ブランド力」は0.00ポイントであり、問9全体における「40歳未満」の平均「強みスコア」(0.32ポイント)を下回る。このことから、「40歳未満」の経営者においては、「(5) ビジネスモデル」、「(3) 知名度・ブランド力」を現在における強みと考えておらず、今後強化すべき課題として考えていることが読み取れる。

ク 経営者の年齢と事業所が重要視する課題

経営者の年齢別に「現在重要視している課題」(問10(1))を見る。その際、次のように定義する「積極性スコア」を利用する。「積極性スコア」とは、問10(1)の項目(1)～(21)に対する評価「積極的」「やや積極的」「どちらともいえない」「やや消極的」「消極的」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値である(図表4-1-2-9)。

項目によらず、経営者の年齢が低いほうが「積極性スコア」が高い傾向がある。一方で、「70歳以上」はすべての項目において、「積極性スコア」がもっとも低く、「60歳代」は次いで低い。年齢によるスコアの差が大きいのは、「(17) 同業種との連携」(0.97ポイント)、「(18) 他業種との連携」(1.08ポイント)、「(19) 文化機関(展示場等含む)との連携」(0.99ポイント)である。以上の3項目において、おおむね経営者の年齢が低いほど「積極性スコア」が高いことから、経営者の年齢が低い事業所ほど、多様な連携を求めていることがわかる。

図表4-1-2-9 経営者の年齢(問5(1))×現在重要視している課題(問10(1))



ケ 経営者の年齢と人材に関する状況

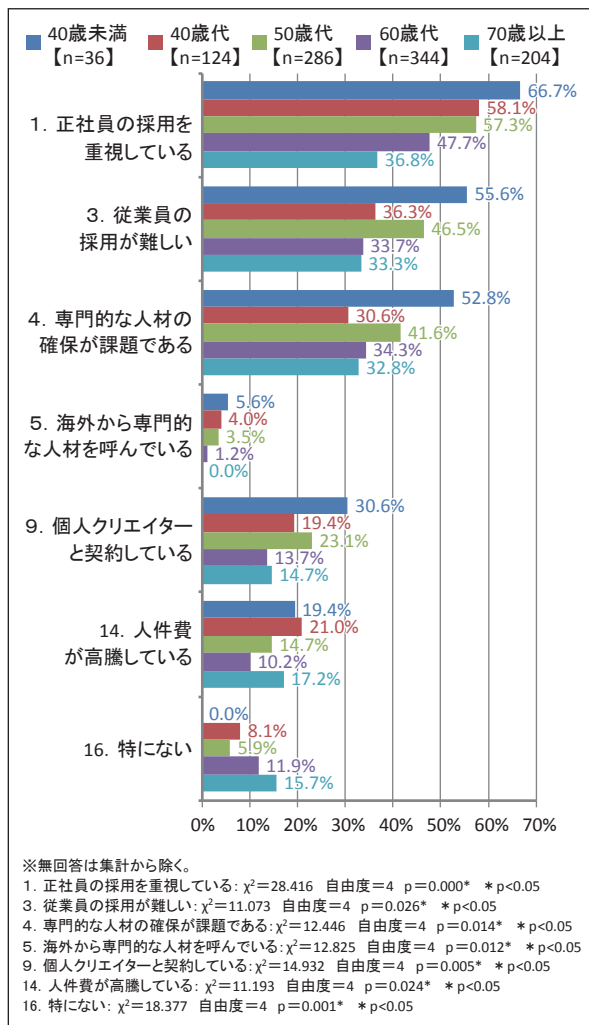
経営者の年齢別の「人材に関する状況」(問11)を、図表4-1-2-10で見る。なお、同図表では、

χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢7件を抜粋している。

同図表より、「1. 正社員の採用を重視してい

る」、「5. 海外から専門的な人材を呼んでいる」、「9. 個人クリエイターと契約している」では、おおむね経営者の年齢が低いほど回答割合が高い傾向がある。一方で、「16. 特にない」については、経営者の年齢が高いほど回答割合が高いことがわかる。「14. 人件費が高騰している」ではおおむね経営者の年齢が低いほど回答割合が高いものの、「70歳以上」は17.2%で、「50歳代」、「60歳代」より高く、特徴的である。「3. 従業員の採用が難しい」、「4. 専門的な人材の確保が課題である」、では、「40歳未満」が突出して高く、「50歳代」と続く。その他は同程度となっている。

図表4-1-2-10 経営者の年齢（問5（1））×人材に関する状況（問11）【抜粋】

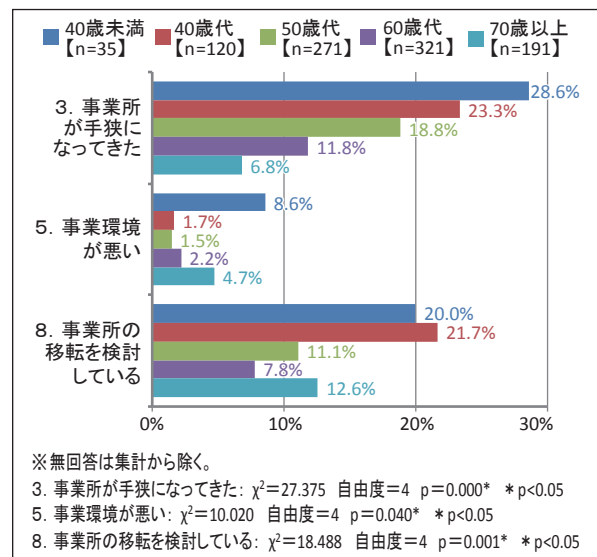


コ 経営者の年齢と事業所及び設備に関する課題
 経営者の年齢別の「事業所及び設備に関する課

題」（問12）を、図表4-1-2-11で見ると、なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢3件を抜粋している。

同図表より、「3. 事業所が手狭になってきた」では、経営者の年齢が低いほど回答割合が高いことがわかる。「5. 事業環境が悪い」では、「40歳未満」（8.6%）で突出して高く、「40歳代」から「60歳代」は軒並み低く、「70歳以上」は4.7%で相対的に高い。「8. 事業所の移転を検討している」では、「40歳未満」、「40歳代」が相対的に高い。

図表4-1-2-11 経営者の年齢（問5（1））×事業所及び設備に関する課題（問12）【抜粋】



サ 経営者の年齢と立地先の選定で重要視する項目

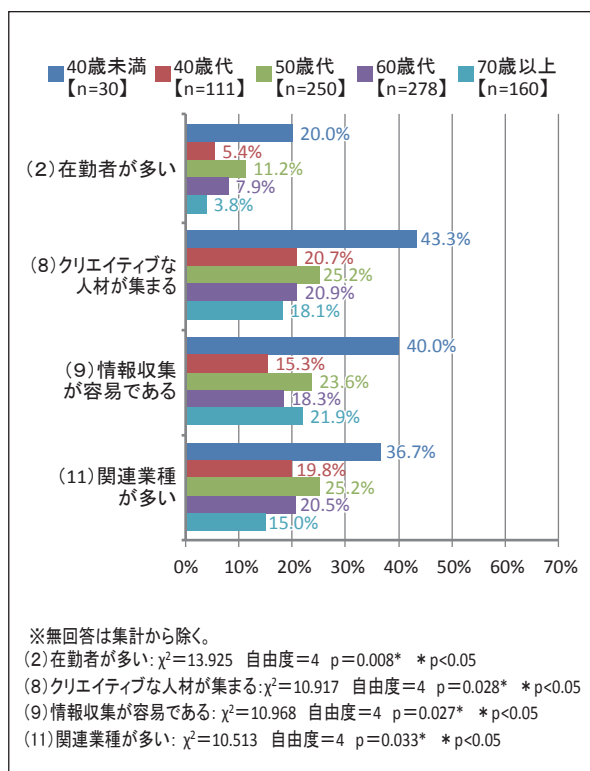
経営者の年齢別の「立地先の選定で重要視する項目」（問13（1）①）を、図表4-1-2-12で見ると、なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢5件を抜粋している。

全ての項目で「40歳未満」が最も高く、「50歳代」が続く。「70歳以上」は、「（9）情報収集が容易である」を除いた全ての項目で、最も低い。

シ 経営者の年齢と港区での事業環境の評価

経営者の年齢別に「港区での事業環境の評価」（問13（1）②）を見る。その際、次のように定義する「立地満足度スコア」を利用する。「立地

図表4-1-2-12 経営者の年齢（問5（1））×立地先の選定で重要視する項目（問13（1）①）【抜粋】



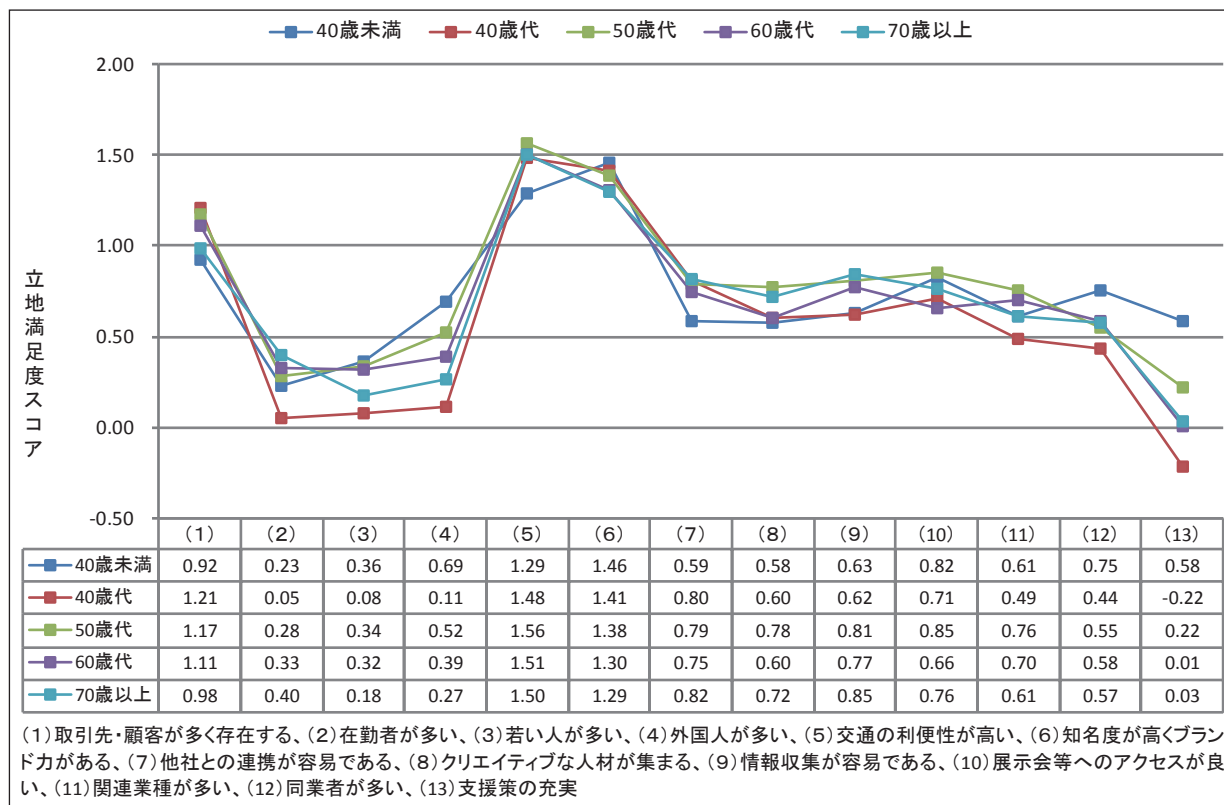
満足度スコア」とは、問13（1）の項目（1）～（13）に対する評価「満足」「やや満足」「どちらともいえない」「やや不満」「不満」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、グループ内の事業所の得点の平均値である（図表4-1-2-13）。

経営者の年齢別に一貫した傾向を読み取ることは困難であるが、「(6) 知名度が高くブランド力がある」、「(5) 交通の利便性が高い」はすべての年齢別において、最も高いもしくは次いで高い「立地満足度スコア」となっており、「(1) 取引先・顧客が多く存在する」はすべての年齢別において3番目に高い数値である。また、「立地満足度スコア」の最大・最小値の差が最も大きいのは「(13) 支援策の充実」0.80ポイントで、最大値は「40歳未満」0.58ポイント、最小値は「40歳代」マイナス0.22ポイントであった。

ス 経営者の年齢と今後の行政への期待

経営者の年齢別の「今後の行政への期待」（問14）を、図表4-1-2-14で見る。なお、同図表では、

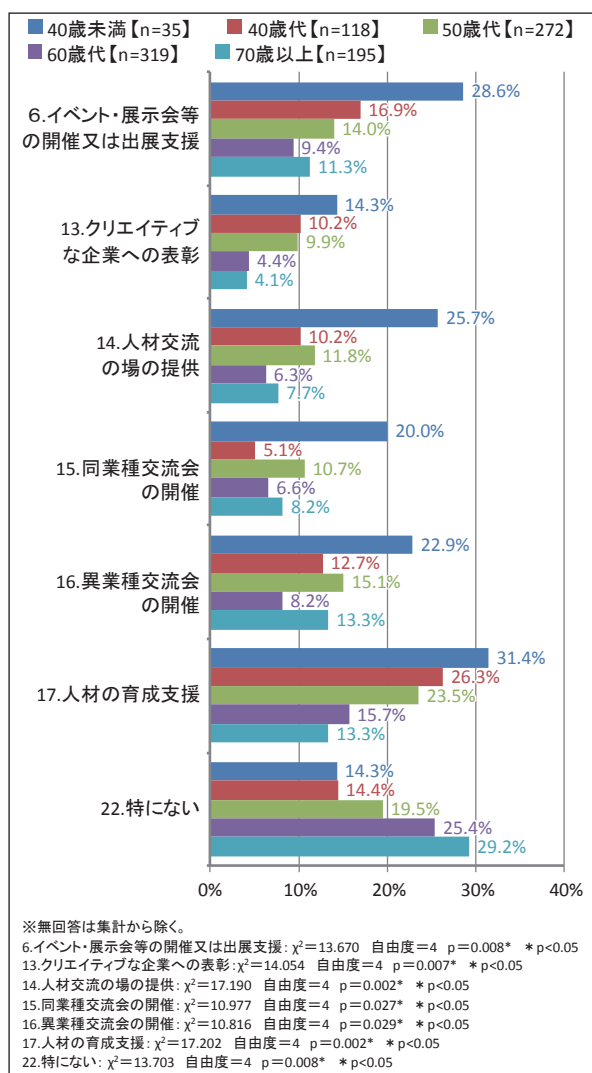
図表4-1-2-13 経営者の年齢（問5（1））×港区での事業環境の評価（問13（1）②）



χ^2 検定により統計上有意味な結果を得た選択肢7件を抜粋している。

同図表より、「6. イベント・展示会等の開催又は出展支援」、「13. クリエイティブな企業への表彰」、「14. 人材交流の場の提供」、「17. 人材の育成支援」では、おおむね経営者の年齢が低いほど回答割合が高い傾向がある。また、「15. 同業種交流会の開催」及び「16. 異業種交流会の開催」では、「40歳未満」が突出して高く、「14. 人材交流の場の提供」の結果と併せて、若い経営者は多様な交流の機会を求めていることが伺える。一方で、「22. 特にない」については、経営者の年齢が高いほど回答割合が高く、年齢の高い経営者ほど、行政に対して求めていることが希薄であることがわかる。

図表4-1-2-14 経営者の年齢（問5（1））×今後の行政への期待（問14）【抜粋】



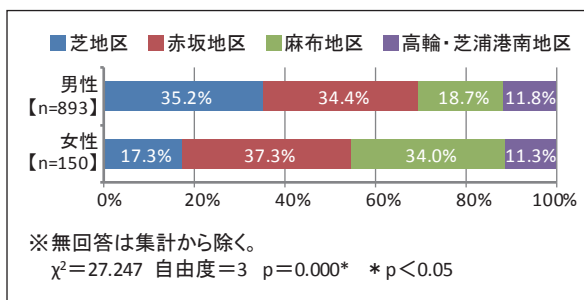
(3) 経営者の性別による分析

ここでは、経営者の性別（問5（2））による集計結果を見る。

ア 経営者の性別と所在地

経営者の性別と「所在地」（問1）を見る（図表4-1-3-1）。「男性」は「芝地区」の割合が高く、「麻布地区」の割合が低い。一方、「女性」は「芝地区」の割合が低く、「麻布地区」の割合が高い。また、「男性」、「女性」ともに、「赤坂地区」及び「高輪・芝浦港南地区」は同程度で、差があまりないことが確認できる。

図表4-1-3-1 経営者の性別（問5（2））×所在地（問1）

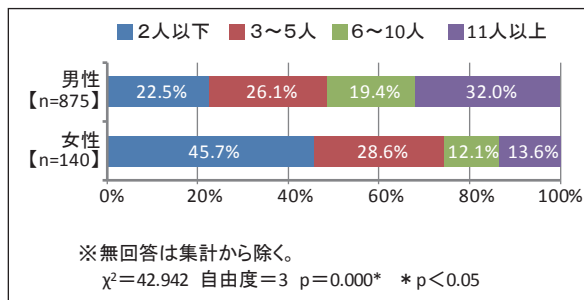


イ 経営者の性別と従業員数

(ア) 正規従業員数

経営者の性別と「正規従業員数」（問4（1））を見る（図表4-1-3-2）。「男性」は、「2人以下」、「3～5人」の合計と「6～10人」、「11人以上」の合計がそれぞれ約半数である。一方、「女性」は、「2人以下」、「3～5人」の合計が約7割半を占めている。「男性」より「女性」の方が、正規従業員数が少ない傾向がある。

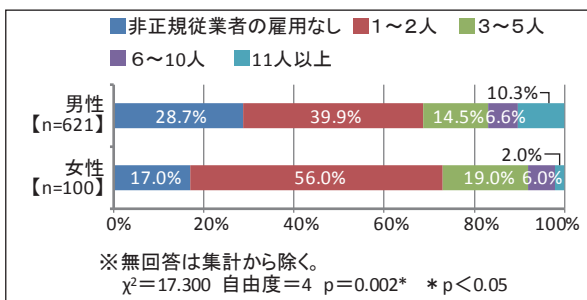
図表4-1-3-2 経営者の性別（問5（2））×正規従業員数（問4（1））



(イ) 非正規従業者数

経営者の性別と「非正規従業者数」(問4(2))を見る(図表4-1-3-3)。「男性」は、「非正規従業者の雇用なし」が約3割、「1~2人」が約4割で「男性」全体の約7割である。一方、「女性」は「1~2人」が6割弱、「3~5人」が約2割で「女性」全体の約8割を占めている。「男性」より「女性」の方が、非正規従業者数が多い傾向がある。

図表4-1-3-3 経営者の性別(問5(2))×非正規従業者数(問4(2))

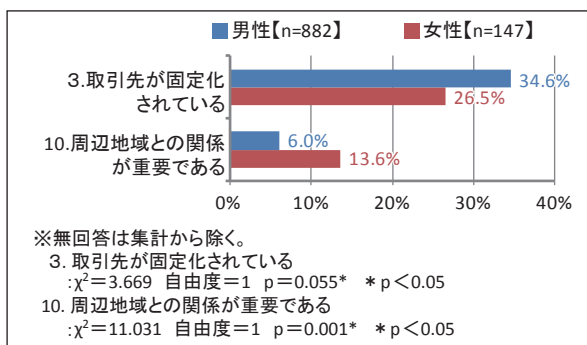


ウ 経営者の性別と業界の特徴

経営者の性別と「業界の特徴」(問6(3))を、図表4-1-3-4で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢2件を抜粋している。

「男性」、「女性」ともに、「3.取引先が固定化されている」の割合が高い傾向がある。さらに、「女性」は「10.周辺地域との関係が重要である」の割合が、「男性」と比べて倍以上であることが確認できる。「女性」が属している業界は、「男性」よりも「10.周辺地域との関係が重要で

図表4-1-3-4 経営者の性別(問5(2))×業界の特徴(問6(3))【抜粋】

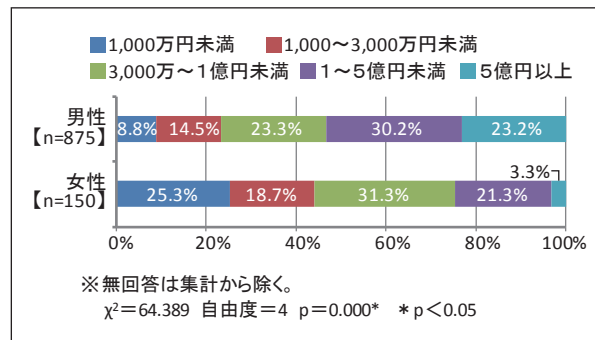


ある」業種であることが考えられる。

エ 経営者の性別と経営状況

経営者の性別と「直近年度の売上高」(問7(1))を見る(図表4-1-3-5)。「男性」は、「1~5億円未満」、「5億円以上」が約半数である。一方、「女性」は、「1,000万円未満」、「1,000~3,000万円未満」の合計が約半数である。なお、「5億円以上」を見ると、「男性」は23.2%なのに対し、「女性」は3.3%となっている。「女性」の方が「男性」よりも、直近年度の売上高が相対的に低いことが確認できる。

図表4-1-3-5 経営者の性別(問5(2))×直近年度の売上高(問7(1))

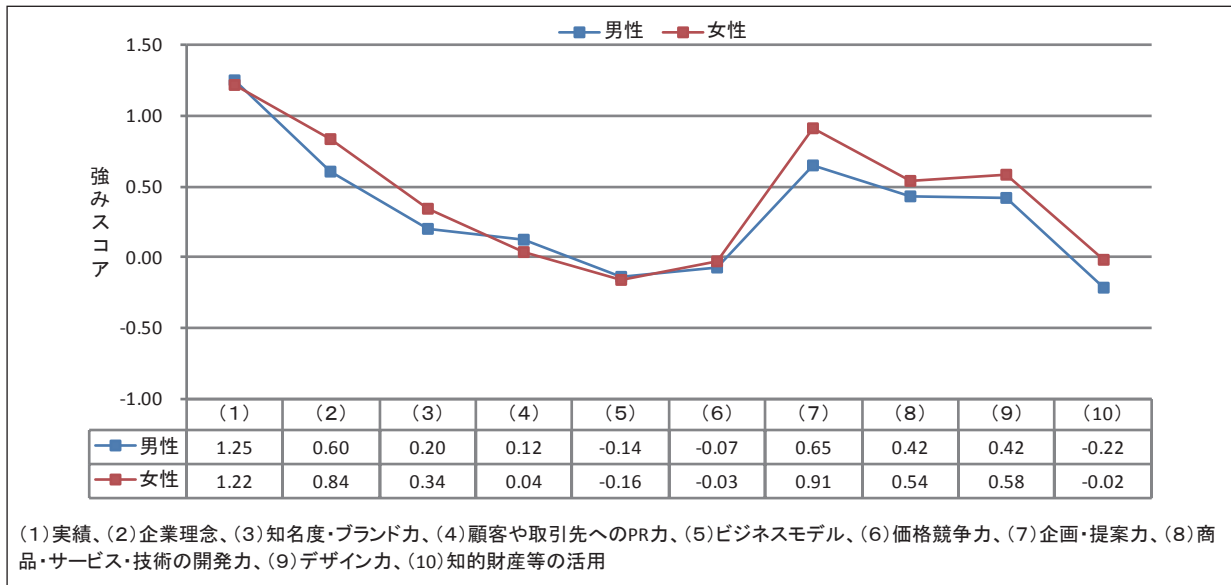


オ 経営者の性別と事業所の強み

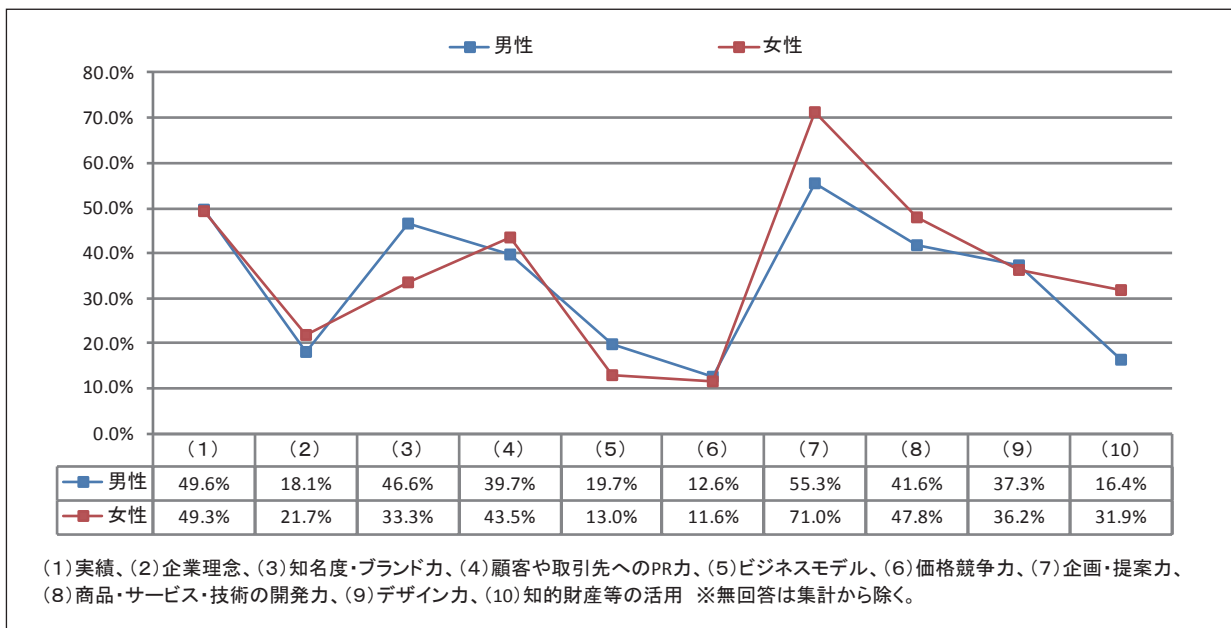
経営者の性別と「現在の事業所の強み」(問9)を見る。その際、次のように定義する「強みスコア」を利用する。「強みスコア」とは、問9の項目(1)~(10)に対する評価「あてはまる」「ややあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、男女別の得点の平均値である(図表4-1-3-6)。

「女性」は、10項目中7項目で「男性」よりポイントが高い。「男性」は、「(4)顧客や取引先へのPR力」が女性を0.08ポイント上回っている。男女とも「(1)実績」を一番の強みとし、その次に「(7)企画・提案力」を強みと評価している。一方、強みスコアがもっともマイナスになっているものは、「男性」は「(10)知的財産等の活用」、「女性」は「(5)ビジネスモデル」である

図表4-1-3-6 経営者の性別（問5（2））×現在の事業所の強み（問9）



図表4-1-3-7 経営者の性別（問5（2））×今後（も）強化したい強み（問9）



ことが確認できる。

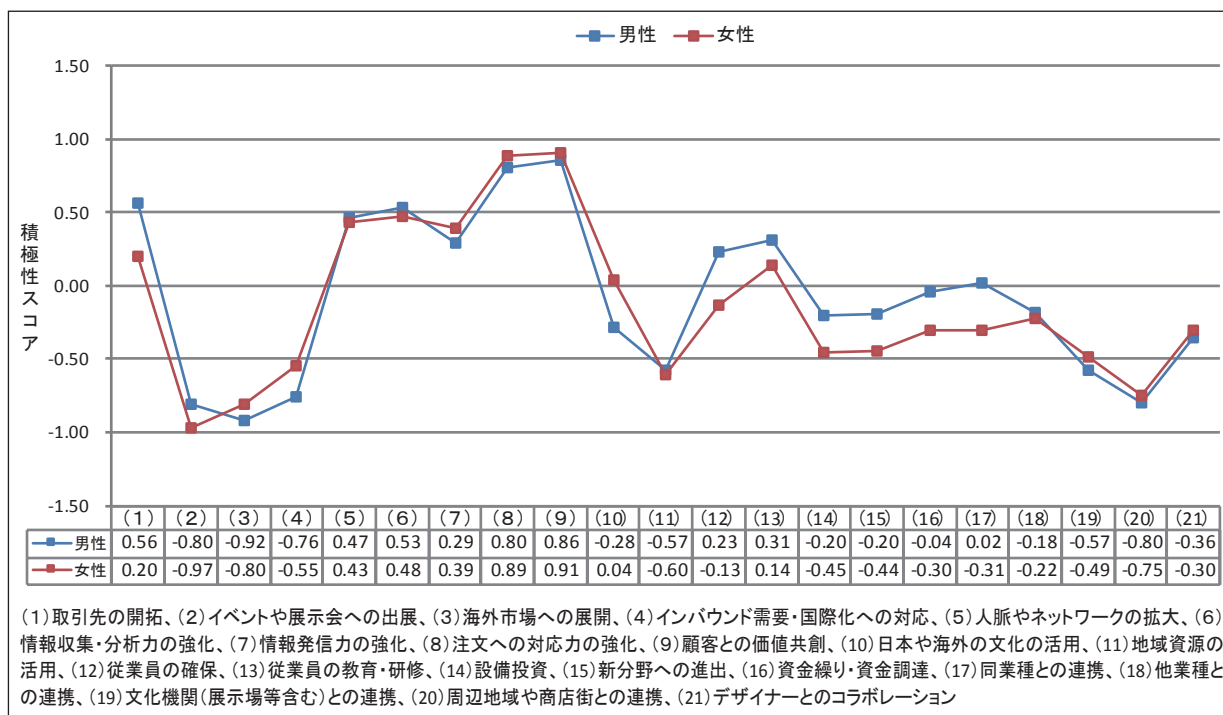
次に、経営者の性別と「今後（も）強化したい強み」（問9）を見る（図表4-1-3-7）。男女で比較すると、それぞれ5項目において、他方よりも割合が高い。その中で、男女ともに「(7) 企画・提案力」を今後（も）強化したい強みとして捉えている割合が一番高い。そのほかの項目では、「男性」は「(1) 実績」と「(3) 知名度・ブランド力」、「女性」は「(1) 実績」と「(8) 商

品・サービス・技術の開発力」を今後（も）強化したい強みとして捉えている。

カ 経営者の性別と事業所が重要視する課題

経営者の性別と「現在重要視している課題」（問10（1））を見る。その際、次のように定義する「積極性スコア」を利用する。「積極性スコア」とは、問10（1）の項目（1）～（21）に対する評価「積極的」「やや積極的」「どちらともいえない

図表4-1-3-8 経営者の性別（問5（2））×現在重要視している課題（問10（1））



い「やや消極的」「消極的」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、男女別の得点の平均値である（図表4-1-3-8）。

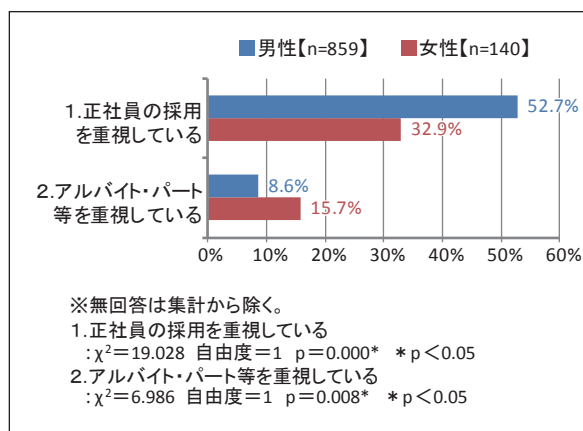
性別で大きな差は見られない。男女ともに「(8) 注文への対応力の強化」と「(9) 顧客との価値共創」、「(5) 人脈やネットワークの拡大」と「(6) 情報収集・分析力の強化」の「積極性スコア」が高く、項目ごとの数値は同程度となっている。一方、「(2) イベントや展示会への出展」と「(3) 海外市場への展開」は、男女ともに低いことがわかる。

キ 経営者の性別と人材に関する状況

経営者の性別と「人材に関する状況」（問11）を、図表4-1-3-9で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢2件を抜粋している。

「男性」、「女性」ともに、「1. 正社員の採用を重視している」の割合が高い。「2. アルバイト・パートを重視している」の割合は、「男性」は低いが、「女性」は比較的高いことが確認できる。これは、前掲「図表4-1-3-3 経営者の性別

図表4-1-3-9 経営者の性別（問5（2））×人材に関する状況（問11）【抜粋】



（問5（2）×非正規従業者数（問4（2））」で、「女性」の方が非正規従業者数の人数が「男性」より多かったことと整合性がある。

ク 経営者の性別と港区での事業環境 (ア) 立地先の選定で重要視する項目

経営者の性別と「立地先の選定で重要視する項目」（問13（1）①）を、図表4-1-3-10で見る。なお、同図表では、 χ^2 検定により統計上有意な結果を得た選択肢5件を抜粋している。

「男性」、「女性」とともに、「(6) 知名度が高くブランド力がある」の割合が高い。また、5項目全てにおいて、「女性」の割合が「男性」の割合よりも5～12%程度高く、「(6) 知名度が高くブランド力がある」及び「(8) クリエイティブ

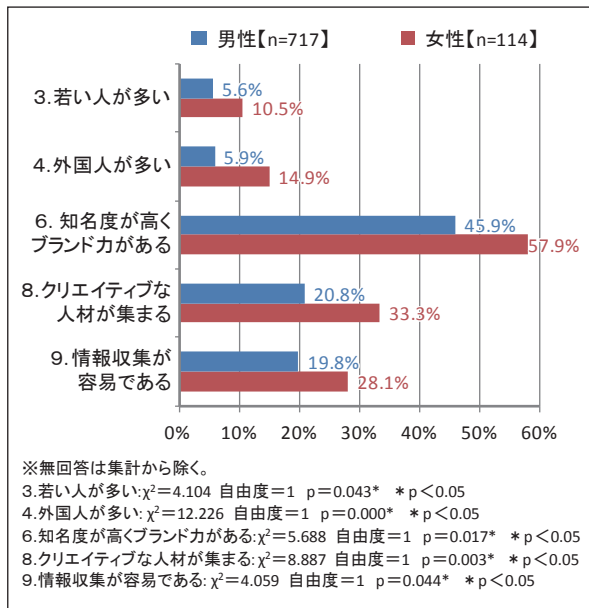
な人材が集まる」は10ポイント以上の差がある。「女性」の方が、立地先の選定で重要視する項目が「男性」より多い傾向がある。

(イ) 港区での事業環境の評価

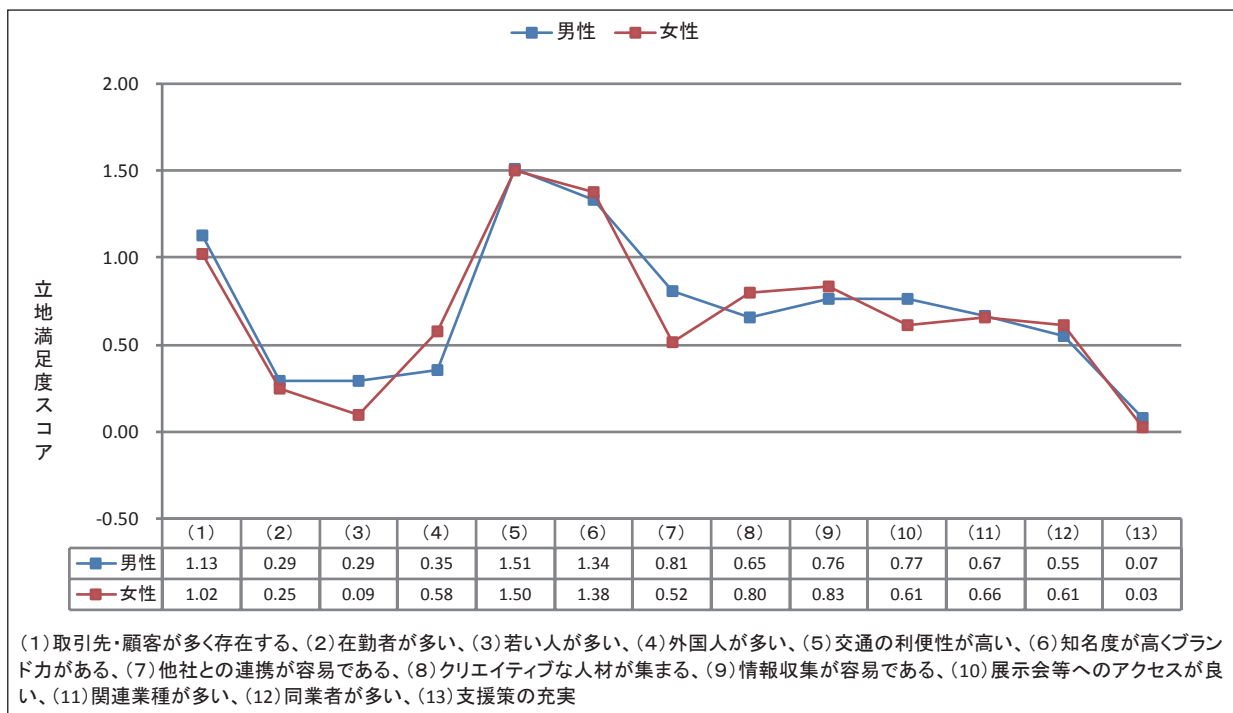
経営者の性別と「港区での事業環境の評価」(問13(1)②)を見る。その際、次のように定義する「立地満足度スコア」を利用する。「立地満足度スコア」とは、問13(1)の項目(1)～(13)に対する評価「満足」「やや満足」「どちらともいえない」「やや不満」「不満」について、それぞれ+2点、+1点、0点、-1点、-2点を配点したときの、男女別の得点の平均値である(図表4-1-3-11)。

男女ともに、「立地満足度スコア」が1番高い項目は「(5) 交通の利便性が高い」、次いで高い項目は「(6) 知名度が高くブランド力がある」である。男女で数値の差が大きい項目について、「男性」は「(7) 他社との連携が容易である」、「(3) 若い人が多い」、「(10) 展示会等へのアクセスが良い」でそれぞれ「女性」を0.29、0.19、0.16ポイント上回っている。一方、「女性」は「(4) 外国人が多い」、「(8) クリエイティブ

図表4-1-3-10 経営者の性別(問5(2))×立地先の選定で重要視する項目(問13(1)①)
【抜粋】



図表4-1-3-11 経営者の性別(問5(2))×港区での事業環境の評価(問13(1)②)



ブな人材が集まる」でそれぞれ「男性」を0.23、0.15ポイント上回っている。

(4) 主な事業による分析

ここでは、「主な事業」(問6(1))別の集計結果を見る。

なお、「主な事業」(問6(1))の選択肢のうち、「1. 飲食」(5件)、「12. 製造・加工」(34件)及び無回答(6件)については、件数が少ないため、それらの項目によるクロス集計を行うことは適当でない。本節では、「1. 飲食」、「12. 製造・加工」を選択した事業所又は無回答の事業所を「13. その他」に繰り入れた上で、分析を行う。

ア 主な事業と所在地

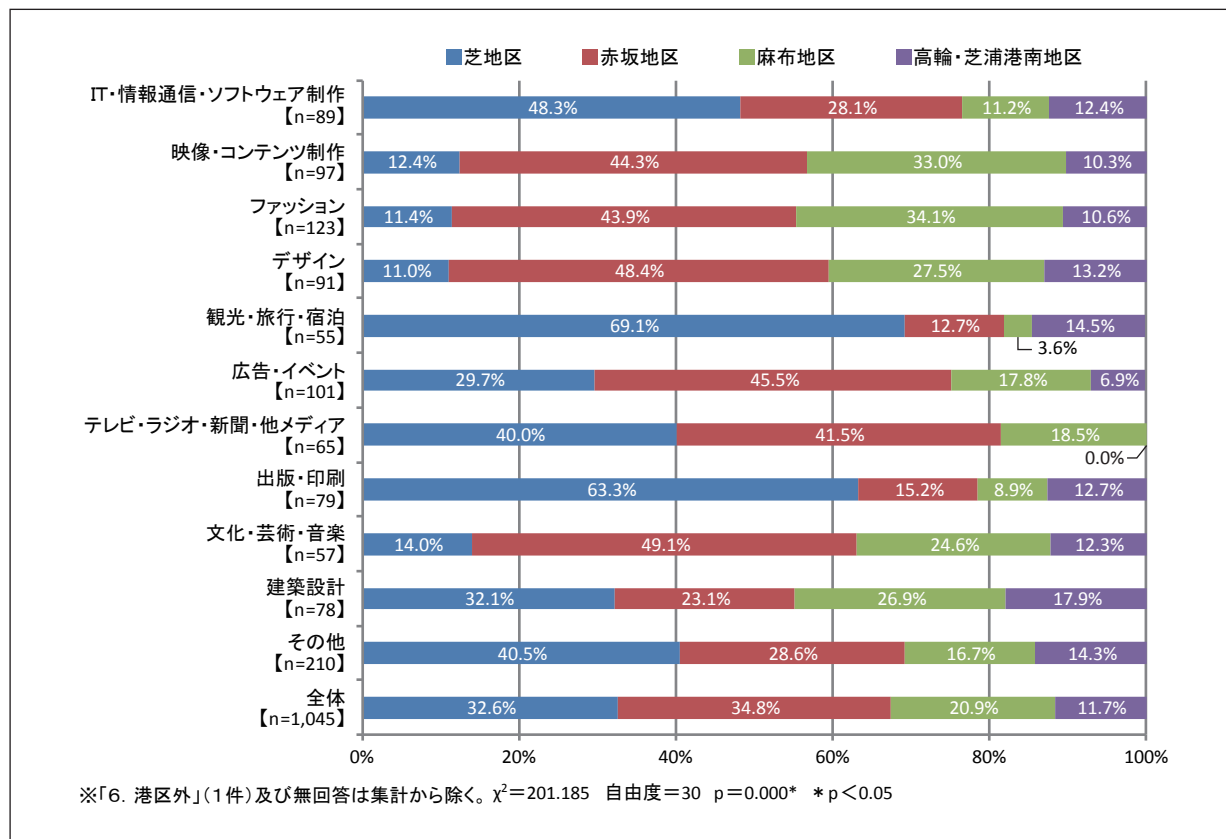
主な事業ごとの「所在地」(問1)を、図表4-1-4-1で見る。なお、問1の「所在地」においては、「高輪地区」と「芝浦港南地区」では回答した事業所数が少ないため、両者まとめて「高

輪・芝浦港南地区」としてクロス集計を行う。

いずれの事業においても、事業所の所在地として最も多いのは、「芝地区」または「赤坂地区」である。「芝地区」に事業所が集中しているのは、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」(48.3%)、「観光・旅行・宿泊」(69.1%)、「出版・印刷」(63.3%)、「建築設計」(32.1%)である。「観光・旅行・宿泊」と「出版・印刷」の「芝地区」への集中度は6割を超えており、すべての事業と地区の組み合わせの中でも最も高い。他方で、「赤坂地区」に事業所が集中しているのは、「映像・コンテンツ制作」(44.3%)、「ファッション」(43.9%)、「デザイン」(48.4%)、「広告・イベント」(45.5%)、「文化・芸術・音楽」(49.1%)である。「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」では、「芝地区」と「赤坂地区」の割合がそれぞれ40.0%と41.5%であり、均衡している。

「麻布地区」に集中している事業は特にないが、「映像・コンテンツ制作」(33.0%)、「ファッション」(34.1%)、「デザイン」(27.5%)「文化・芸

図表4-1-4-1 主な事業(問6(1))×所在地(問1)



術・音楽」(24.6%)、「建築設計」(26.9%)では、相対的に割合が高い。「高輪・芝浦港南地区」は、最も高い「建築設計」でも17.9%にとどまり、最も低い「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」では0.0%(該当事業所なし)である。

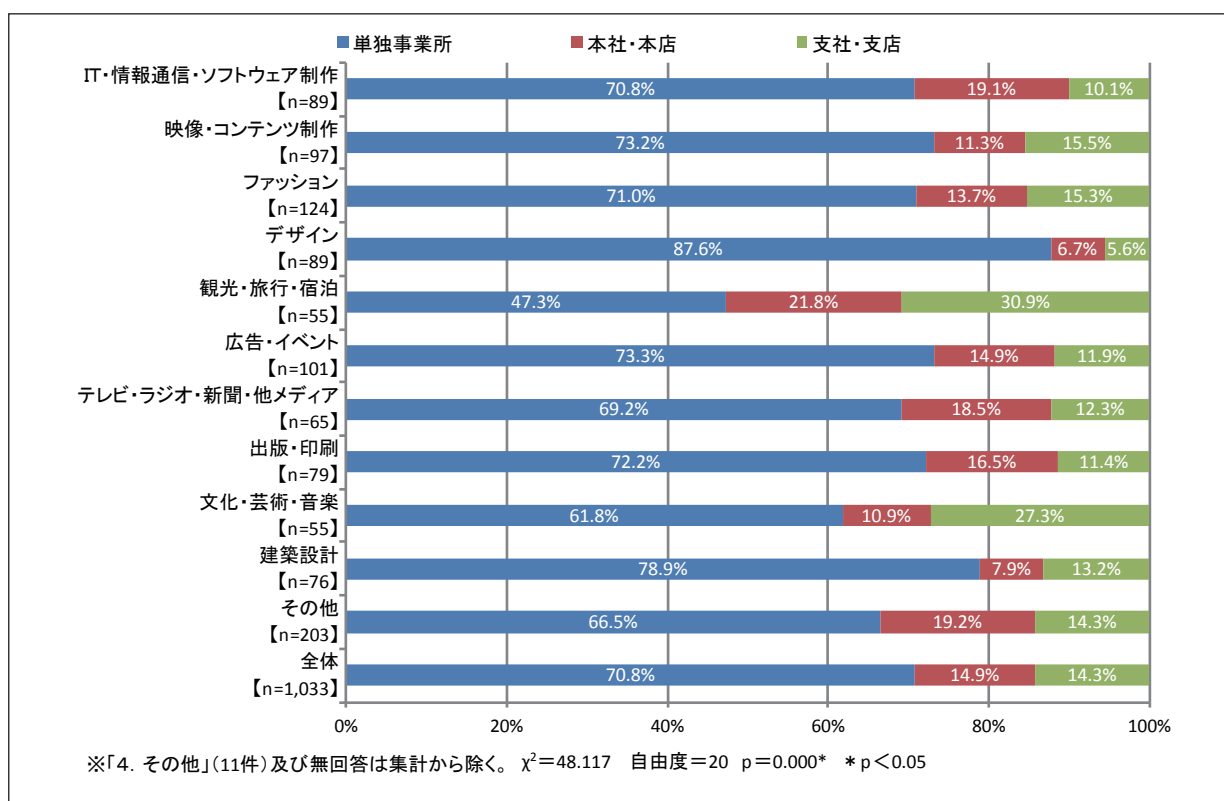
イ 主な事業と事業所の概要

図表4-1-4-2~4から主な事業別に「事業所の形態」(問2(1))、「開業時期」(問2(2)①)及び「現在の事業所の開設時期」(問2(2)②)

を見る。

まず、「事業所の形態」(問2(1))について「単独事業所」の割合を見ると、多くの事業では7割程度であるのに対して、「デザイン」(87.6%)及び「建築設計」(78.9%)ではとりわけ高い(図表4-1-4-2)。また、「観光・旅行・宿泊」(47.3%)及び「文化・芸術・音楽」(61.8%)では「単独事業所」の割合が相対的に低い。これらの事業では、「支社・支店」の割合がそれぞれ30.9%、27.3%あり、全体14.3%の約2倍の高さである。

図表4-1-4-2 主な事業(問6(1))×事業所の形態(問2(1))

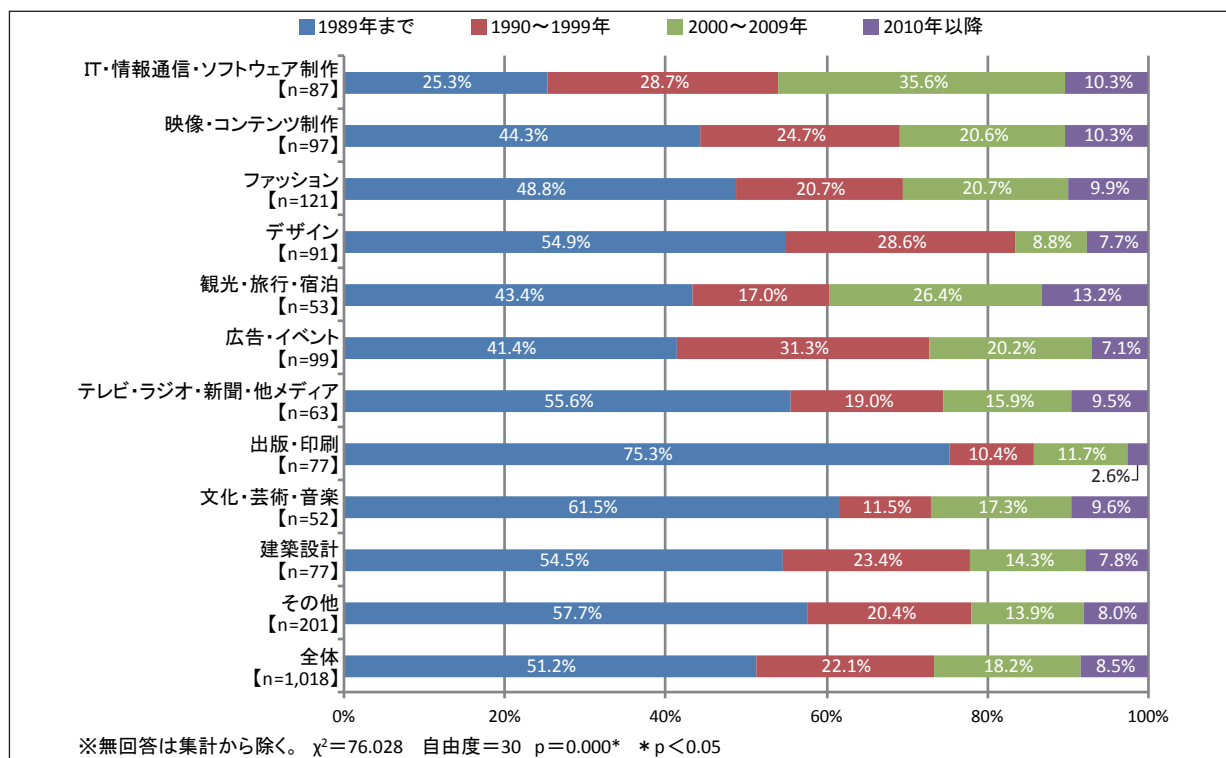


次に、図表4-1-4-3により「開業時期」(問2(2)①)を確認すると、「出版・印刷」及び「文化・芸術・音楽」では、「1989年まで」の割合がそれぞれ75.3%、61.5%であり、全体の51.2%を大きく上回っている。一方、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」では、「1989年まで」の割合が25.3%であり全体の中で最も低く、「2010年以降」の割合10.3%は、「映像・コンテンツ制作」と並び、「観光・旅行・宿泊」の13.2%に次いで2番目に高い。「2000~2009年」の割合35.6%は全体

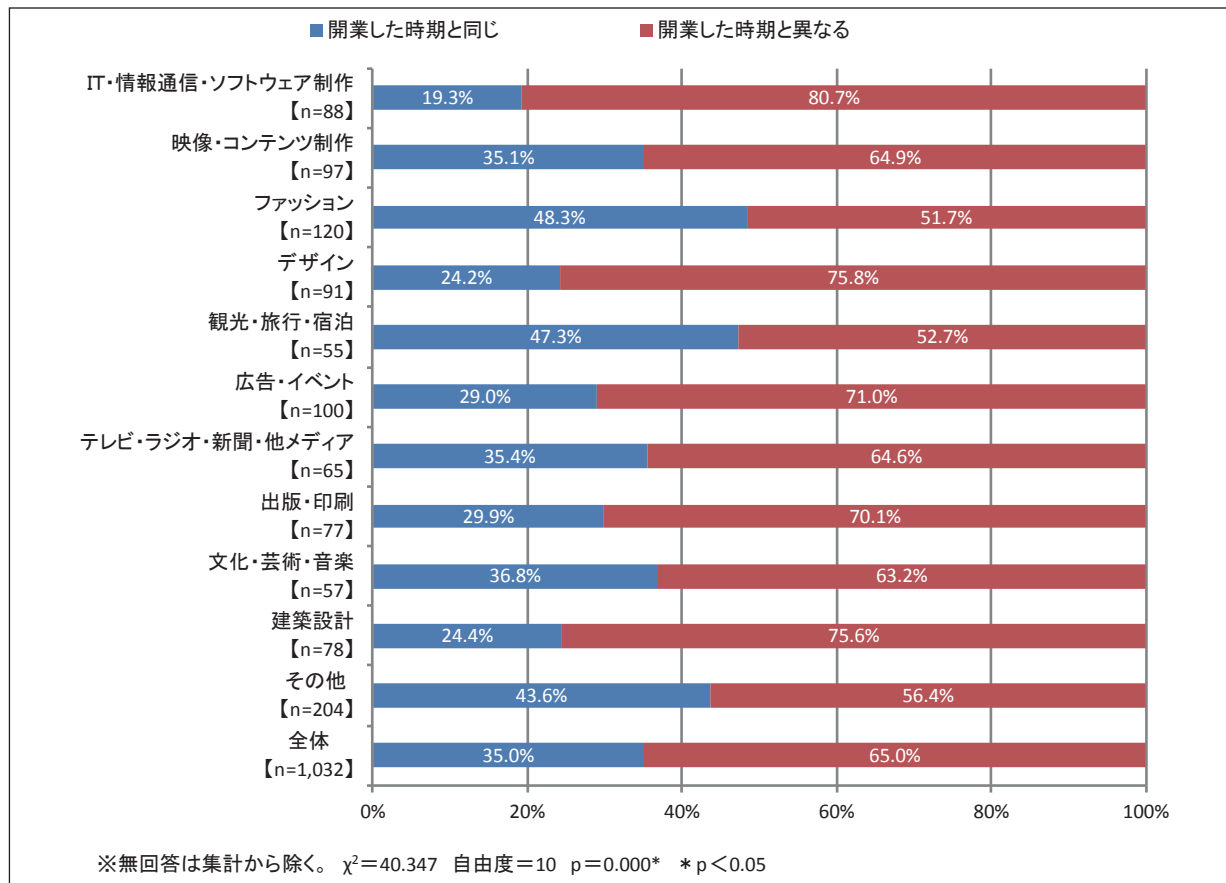
の中で最も高く、全体の18.2%の2倍近い。「IT・情報通信・ソフトウェア制作」は、比較的最近開業した事業所の割合が高いことが窺える。

主な事業別の「現在の事業所の開設時期」(問2(2)②)を、図表4-1-4-4で見る。「開業した時期と同じ」を選択した割合は、「ファッション」(48.3%)、「観光・旅行・宿泊」(47.3%)で相対的に高い。一方、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」(19.3%)、「デザイン」(24.2%)、「建築設計」(24.4%)は低い。「ファッション」や「観

図表4-1-4-3 主な事業（問6（1））×開業時期（問2（2）①）【4区分】



図表4-1-4-4 主な事業（問6（1））×現在の事業所の開設時期（問2（2）①）



光・旅行・宿泊」では、開業時から移動していない事業所が比較的多いことに対して、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」、「デザイン」、「建築設計」では、他の場所（港区外を含むと考えられる）で開業したのち、現在の事業所へ移転または現在の事業所を開業したことが考えられる。

ウ 主な事業と資本金額

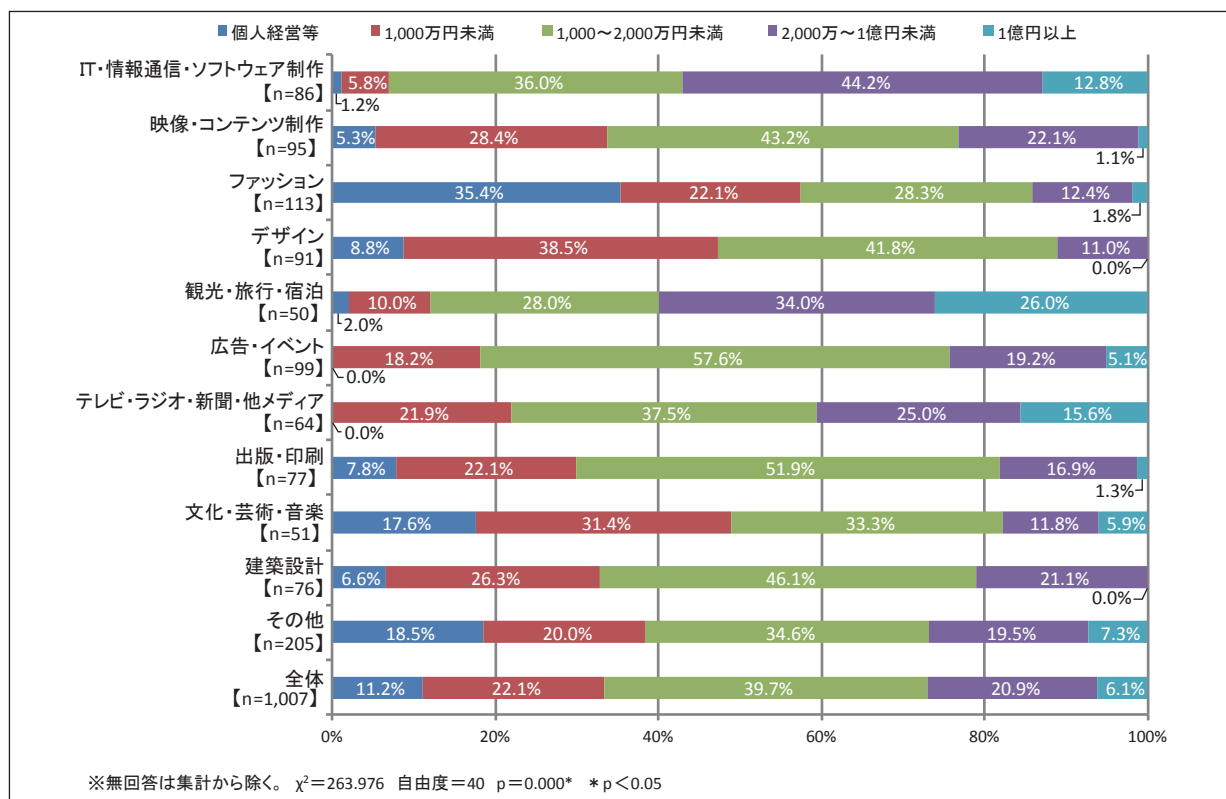
「主な事業」（問6（1））と「資本金額」（問3）のクロス集計結果を見る。「資本金額」（問3）については、同じ調査票で聞いた「経営形態」（問3）の結果と合わせて、「個人経営等」（10.8%）、「1,000万円未満」（21.3%）、「1,000～2,000万円未満」（38.2%）、「2,000万～1億円未満」（20.1%）、「1億円以上」（5.8%）、無回答（3.8%）に再集計したものを利用する。

図表4-1-4-5で、主な事業別の「資本金額」（問3）を見る。まず、「個人経営等」の割合は全体では11.2%であるが、そのうち、「ファッション」（35.4%）及び「文化・芸術・音楽」（17.6%）が全体（11.2%）を押し上げる一方、「広告・イベ

ント」及び「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」では該当事業所がない（0.0%）。

資本金額についてさらに見ると、「1,000万円未満」では、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」（5.8%）及び「観光・旅行・宿泊」（10.0%）が相対的に低く、「デザイン」（38.5%）、「文化・芸術・音楽」（31.4%）、「映像・コンテンツ制作」（28.4%）が相対的に高い。また、全体の約4割が「1,000～2,000万円未満」であるが、「広告・イベント」（57.6%）、「出版・印刷」（51.9%）では過半を超え、高い割合である。「2,000万～1億円未満」の割合は、高い順に、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」（44.2%）、「観光・旅行・宿泊」（34.0%）、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」（25.0%）である。「1億円以上」では、「観光・旅行・宿泊」（26.0%）、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」（15.6%）、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」（12.8%）の順である。「IT・情報通信・ソフトウェア制作」、「観光・旅行・宿泊」、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」では、資本金額が相対的に高い傾向があるといえる。

図表4-1-4-5 主な事業（問6（1））×資本金額（問3）【5区分】



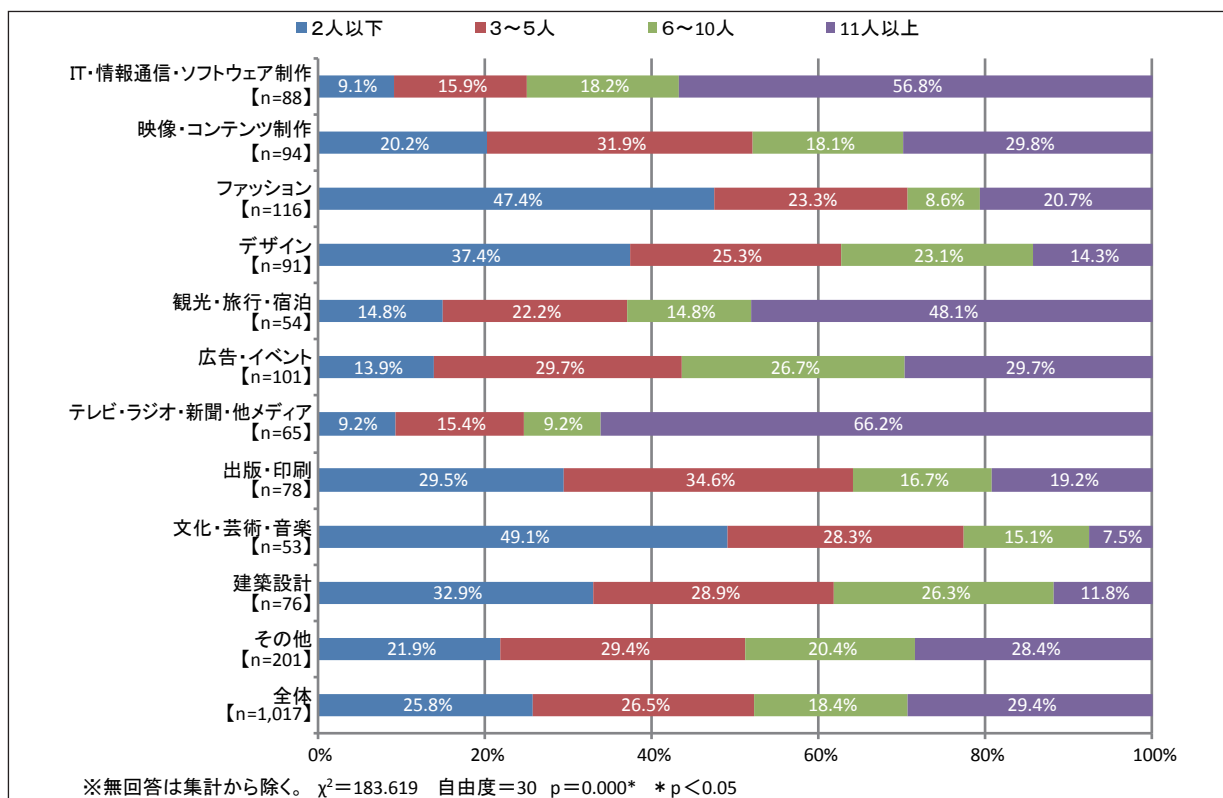
エ 主な事業と従業者数

(ア) 正規従業者数

図表4-1-4-6から、主な事業別の「正規従業者数」(問4(1))を見る。「2人以下」の割合が相対的に高いのは、「文化・芸術・音楽」(49.1%)、「ファッション」(47.4%)、「デザイン」(37.4%)である。一方、「11人以上」の割合が相対的に高いのは、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」

(66.2%)、「IT・情報通信・ソフトウェア制作」(56.8%)、「観光・旅行・宿泊」(48.1%)である。特に、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」及び「IT・情報通信・ソフトウェア制作」は、「2人以下」の割合もそれぞれ9.2%、9.1%で低い。これらは、正規従業者数が最も多い業種であるといえる。

図表4-1-4-6 主な事業(問6(1))×正規従業者数(問4(1))



(イ) 非正規従業者数

図表4-1-4-7から、主な事業別の「非正規従業者数」(問4(2))を見る。「非正規従業者の雇用なし」と「1~2人」を合計した割合を見ると、全体が約7割(69.3%)に対して、「デザイン」(86.5%)、「ファッション」(83.1%)、「出版・

印刷」(82.5%)、「文化・芸術・音楽」(81.1%)、「建築設計」(80.8%)が相対的に高い。一方、非正規従業者数が「6人以上」の割合が高いのは、「テレビ・ラジオ・新聞・他メディア」(38.5%)、「観光・旅行・宿泊」(26.2%)である。