



文京博覧会（ぶんぱく）2008 開催のお知らせ	1
文京ビジネス塾（ビジネス実務法務講座）	2
産業交流展 2008	2
「江戸・TOKYO 技とテクノの融合展 2008」 ～技術・心の伝承とイノベーション～ 開催のお知らせ	2
サービス業・飲食業の顧客獲得	3
商店街に新しいお店がオープンしました！！	4
文京区今期の特徴点	5
特別調査「正規社員の採用状況等について」	6



文京産業ニュース **93**

編集・発行
 本紙掲載記事に関するお問い合わせ先
 文京区民部経済課
 〒112-8555 文京区春日 1-16-21
 TEL 5803-1173
 FAX 3818-2600
<http://www.bun-net.ne.jp/>

「Vigor/ビガール」とは、英語で元気・活力、またラテン語で生き生きしているという意味があります。

文京博覧会 (ぶんぱく) 2008開催のお知らせ (同時開催 消費生活展 物産展)

区内の産業を大集合させた文京博覧会 (ぶんぱく) を11月8日(土)～10日(月)10:00～18:00に文京シビックセンター1階・地下2階などで開催します。

今年も地場産業・区内企業・大学との産学官連携についてなど、区内産業を広く紹介すると共に、魚沼市・甲州市・盛岡市・福山市・福島県・石川県の物産展、また、消費生活・消費問題について広く周知する機会として開催している消費生活展も同時開催いたします。

物販や展示はもちろん、実演や製作体験が行えるブースも予定しております。ぜひ、お越しください。



お買い物は文京区で!!

文京ビジネス塾 (ビジネス実務法務講座)

—12月14日の検定試験合格をめざしたビジネス実務法務検定試験2級受験対策—

共催 東京商工会議所文京支部

企業には消費者・取引先企業等、さまざまな利害関係を持つ人々があります。

内部統制が求められる昨今、刑事責任・民事責任はもちろん社会からも厳しいペナルティーを受けます。このような時代環境だからこそ法令遵守能力が求められています。

本講座では、ビジネスに関係する実践的な法律知識を、体系的・効率的に学び知識レベルとしてのランクアップを図り検定試験合格を目指します。自己啓発の一環として、能力形成のためぜひご参加下さい。

【日 程】	9月25日～12月2日までの 火曜日・木曜日・土曜日(全12回)	【受講料】	38,000円 (テキスト代含む)
【会 場】	文京シビックセンター内 研修室等	【定 員】	40名(定員になり次第締切ります。) 受付後、受講券等を郵送いたします。
【時 間】	火曜日——18:45～20:45 木曜日——18:45～20:45 土曜日——10:00～16:30	【問合せ 申込先】	東京商工会議所 文京支部 TEL : 03-3811-2683 〒112-0003 文京区春日1-16-21 文京シビックセンター5階
【講 師】	藤本 修 氏 ((株)ワールド・ヒューマン・ リソーシス 法務部主任研究員)		

産業交流展2008

中小企業による国内最大級のトレードショー、「産業交流展2008」が開催されます。このイベントは、首都圏中小企業の「販路拡大」「商談件数の増加」を最優先の課題と捉え、出展企業の皆様に積極的にご商談いただくための場を提供しています。企業との交流の機会をもちたい、新製品開発のヒントを得たい、異業種のビジネスパートナーを見つけたいなど、貴社のさらなるステップアップにお役立てください。

【開催日時】	平成20年11月25日(火)・26日(水) 10:00～17:00	【同時開催】	2008年東京都ベンチャー技術大賞表彰式 東京デザインマーケット 八都府市合同商談会 ジェトロ海外企業出展ゾーン [日本でのビジネス拡大を目指す外国企業が多数出展]
【場 所】	東京ビッグサイト 西1・2ホール及びアトリウム		
【主 催】	産業交流展2008実行委員会		
【問 合 せ】	運営事務局 TEL : 03-5623-3945 http://www.sangyo-koryuten.jp		

「江戸・TOKYO 技とテクノの融合展2008」 ～技術・心の伝承とイノベーション～ 開催のお知らせ

昔から脈々と伝わる職人の技から、最先端のテクノロジーまで総勢150もの企業が集う総合型のビジネスフェア。

各企業の高い技術力や、商品、サービス等を是非とも見て、触れて、感じて下さい。

【日 時】	平成20年10月7日(火) 10:00～17:00
【場 所】	新宿NSビル 地下1階 イベントホール 新宿区西新宿2-4-1 入場・講演会は全て無料
【問合せ】	東京信用保証協会 ビジネスフェア実行委員会事務局 TEL : 03-3272-2070 http://www.cgc-tokyo.or.jp



オマチシテ
イマス



サービス業・飲食業の顧客獲得

文京区経営相談員 加藤 毅

●どのように顧客を獲得しますか？

経営相談コーナーには多くの起業希望者が相談にいらっしやいます。最近、飲食店、美容室、マッサージなどサービス業での起業を希望する方が目立ちます。社会的にサービス経済化が進んでいることを実感します。

起業希望者の方には、「どのように顧客を獲得しますか？」という質問を投げかけています。消費者向けのサービス業では、思ったような顧客獲得ができず、つまりケースが多いからです。

●消費者の不安意識

小売店では陳列された商品を実際に見られるなど、消費者が購買を決定するための判断材料があります。しかしサービスは形がなく、购买前に見たり、触ったりすることはできません。購買を決定する判断材料が少ないため、消費者に不安を抱かせます。ひょっとしたら損をするのではないか、だまされるのではないか。こうした不安を感じて、消費者はサービスの利用をためらいます。サービスを利用する前に、消費者は自分の知覚をフル活用して、数少ない情報から店のサービスレベルを見極めようとしています。

こうした消費者の不安心理を考慮しなければ、新規顧客の拡大を狙って奮闘しても効果はできません。不安を払拭させられなければ、顧客は獲得できません。逆に、不安を払拭してあげれば顧客獲得の可能性がぐんと高まります。

●PRは信用されない

消費者はサービスに対して不安を抱いています。店が熱心に自店の良さをPRしても、信用してくれません。「うちの美容院はセンスがいい」と店が力説しても、消費者は正直に受け取りません。

しかし消費者は、第三者の意見に対しては、素直に耳を傾けます。知人の経験談、マスコミ・タウン誌などでの紹介、インターネットの書き込みなど、店側が関与していない（と消費者が判断する）情報には素直に耳を傾けます。

店側がPR活動をする際は、こうした消費者心理を考慮しましょう。マスコミからの紹介実績、コンテスト受賞歴、利用者の声、……。こうした第三者の評価や意見を核にしたPRが有効です。例えば、チラシにお客様の感想を掲載する、マスコミに掲載された記事を店頭に掲げる、などの方法があげられます。こうしたPR手法は、エステサロン、英会話教室、進学塾、飲食店などで多用されています。

●ファサード（正面外観）でアピールする

店舗のファサードは消費者の心理に大きく影響します。

飲食店を例にすると、消費者は、予算はどのくらいか、味付けはどうか、雰囲気はどうか、などをファサードから判断しています。店のファサードが店全体を表現しているわけではありませんが、消費者はファサードを見て判断してしまうものです。これは飲食店だけではなく、サービス業全般にあてはまります。

美味しくてサービスもいい店でも、店のファサードが悪ければ多くの顧客を逃してしまいます。繁盛している店は、店のインテリアはもちろんのこと、ファサードに配慮しています。集客に大きな影響を与えるからです。

店頭を今一度確認してください。品質、価格、店のポリシーなどが伝わっているでしょうか。店頭が清掃され、整理整頓されていることは当然です。不要なモノを置いていないか、ポスターを貼りすぎていないか、などもチェックしてください。また、店内の様子がわからない閉鎖的な雰囲気も避けるべきです。

●体験メニューを用意する

サービスが高額な場合、体験メニューのように低価格（または無料）で手軽に利用できるメニューを提供することも有効です。例えば、塾などの体験講座、化粧品店の無料カウンセリング、などです。

これらは、消費者にリスクを感じさせずにサービスを体験してもらい、不安を払拭してもらうことが狙いです。実体験できれば、消費者は多くの情報を得ることができます。提供されたサービスの内容や質、店員の態度、価格の妥当性、など判断材料が増えます。

高額な場合だけではなく、市場に認知されていない新サービスにも体験メニューは有効です。しかし、体験メニュー後にしつこい勧誘をすると逆効果になりますので、注意してください。

●顧客満足がなければ顧客開拓は無駄になる

新規顧客獲得について述べてきましたが、サービス業では既存顧客を満足させることがなによりも優先します。顧客のリピーター率を高めることが基本です。一度体験したサービスに対しては、消費者の不安は小さくなります。消費者は一度体験したサービスに満足すれば同じサービス業者を選びやすくなり、リピーターとなってくれやすいのです。

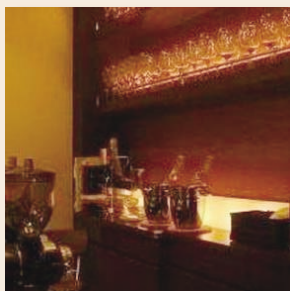
新規顧客開拓は必要です。しかし消費者の期待に応えられなければ、せっかく獲得した顧客も、ザルに水を注ぐように流出してしまいます。一方、顧客満足度が高ければリピーターとなり、口コミで新しい顧客を連れてきてくれることも期待できます。顧客拡大を図るには、①既存顧客を満足させる、②新規顧客を開拓する、という順番で進めてください。

商店街に新しいお店がオープンしました!!

～チャレンジショップ支援事業補助金交付決定店舗のご案内～

区は、商店街の空き店舗で「自分のお店を持つ」という夢にチャレンジする方に、家賃補助と無料で経営相談を行なう支援事業を行っています。今年度は2件の起業家に、交付決定を行ないました。

みのりCafe



根津神社から程近く、根津の町に合った和モダンの落ち着いた店内で、品質と鮮度にこだわり、コーヒーマイスターが丁寧にドリップしたスペシャルティ・コーヒーを提供します。夜はワインバーになります。ワインの種類も充実しており、気軽にグラスワインを楽しむことができます。

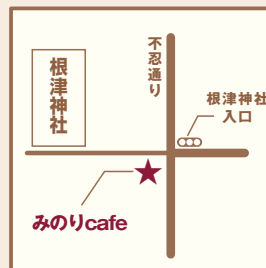
文京区根津 1-22-10

営業時間 11:30～21:00 (日祝 18:00)

定休日 月曜日

TEL/FAX 03-3821-3933

ホームページ <http://www.minori-cafe.com/>



gold and bouncy

昨年11月(平成19年)に千駄木2丁目、団子坂下交差点近く不忍通り沿いにOPENした婦人向けアクセサリーとバッグ、帽子その他服飾雑貨の専門店‘ゴールドアンドバウンシー’です。

アパレル会社勤務だった夫婦で、独立して店を持ちました。“心地よくひとひねり”をコンセプトに洗練されたなかにも遊び心を忘れないアイテムを国内外からセレクトしています。小さな店ですが、谷根千散策の際は、お気軽にお立ち寄りいただくと嬉しいです。

文京区千駄木 2-33-6

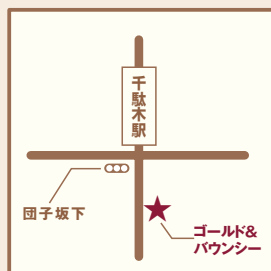
営業時間 11:30～20:00

定休日 火曜日

TEL/FAX 03-6313-6624

ホームページ

<http://www.goldandbouncy.com>



ご来店、お待ちしております!!

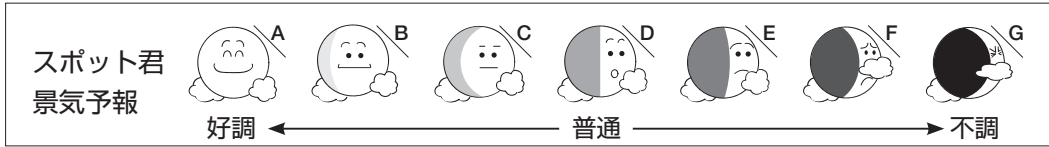
お買い物は文京区で!!

文京区今期の特徴点

平成20年4月～6月

調査時期 20年6月中旬

調査方法 面接聴取



有効回答事業所数

製造業 113

小売業 51

サービス業 45

製造業は悪化が続き、小売業もサービス業も厳しさが続く

製造業



製造業全体の業況は2期続いて悪化している。売上額は前期より若干改善したとはいえ、マイナス水準であり、受注残も前期同様に水面下にある。収益は更に落ち込んで、過去2年で最悪を記録した。一方で「精密機械器具」の好況感は続いており、過去2年で最高である。しかし、「繊維工業、衣服・その他の繊維製品」は再び大きく悪化し、前々期の水準に逆戻りした。「出版、印刷、製版、製本業」も大幅な悪化が続いている。

販売価格は下降傾向が続いているのに対し、原材料価格は上昇が続いている、前期に引き続いて、直近2年間で最高の水準である。原材料在庫は多少の減少は見られるが、引き続いて、適正水準にある。

資金繰りは若干緩やかになったが、窮屈である。借入れ難易度は厳しさを増したが、借りやすい水準である。しかし、「借入をした」企業割合は20%で、前期の26%より減少した。

経営上の問題点は、「売上の停滞・減少」が43%で1位、「同業者間の競争の激化」が38%で2位、「原材料高」が35%で3位、「利幅の縮小」は29%で4位、と順位は前期と全く変わっていない。

重点経営施策は、「経費を節減する」が10ポイント増の65%で1位となり、前期1位の「販路を広げる」は10ポイント減で2位となり、1位と2位が交替した。「新製品・技術を開発する」と「情報力を強化する」はともに16%で、同率3位である。

小売業



業況は前期より大幅に悪化し、スポット君はランクE、直近5期では最悪である。売上額も悪化して、直近5期では最悪である。収益も大幅悪化で、直近6期で最悪である。来期の予想もいずれの指標も低迷していて、厳しい状態が続くそうである。

分野別にみても「衣服・呉服・身の回り品」は大幅な悪化、「飲食料品」は変わらないものの、水面下に落ち込んだままであり、「家電・家電用機械」も大幅悪化で、来期予想も厳しいものが多い。

販売価格は持ち直して、DI値はプラスである。仕入価格は上昇傾向にあるが、その幅はやや小さくなっている。在庫数量は前期同等で適正水準にある。

資金繰りは前期と変わらないが、やや楽な状態が続いている。借入難易度は大幅に厳しくなり、「借入をした」企業の割合は10%と減少している。

経営上の問題点は、1位が前期と同じく「売上の停滞・減少」で39%である。「大型店との競争の激化」が31%で2位、「仕入れ先からの値下げ要請」が20%で3位である。

重点経営施策は、「経費を節減する」が37%で1位、「品揃えを改善する」が35%で2位、「売れ筋商品を取り扱う」が28%と順位はまったく変わっていない。

サービス業



業況はこの2年間、水面下での低迷が続いてきたが、今期もさらに悪化し、ついに直近8期で最悪を記録した。個別にみても売上額と収益は改善したが、依然として水面下のままである。

前期に上昇基調であった料金価格はふたたび低下した。一方で、材料価格は多少勢いが衰えたとはいえ、依然として上昇傾向にある。

資金繰りはやや厳しくなり、2年間引き続いて窮屈である。

経営上の問題点は、1位が前期と同じく「同業者との競争の激化」で56%、2位は「売上の停滞・減少」で31%、3位は「利幅の縮小」「材料価格の上昇」「人件費の増加」がいずれも13%で、同率である。

重点経営施策は、「経費を節減する」が51%で1位、「販路を広げる」が44%で2位、「技術力を強化する」が29%で3位である。

特別調査「正規社員の採用状況等について」

(2008年6月調査)

本調査結果の特徴

8割の企業が「過不足感」について「適正」と答えていて、この割合は従業員規模が小さくなるほど、高くなっている。「希望の人材を採用できている」と答えた企業は1割前後であるが、「新卒採用はしない」「中途採用はしない」という企業も7割以上であり、総体的に採用意欲は乏しい。

問1 ここ3年程度の新卒採用について

単位 %

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 学歴に関係なく採用	7.1	7.5	2.0	8.9
2. 主に中学・高校卒を採用	0.4	0.9	-	-
3. 主に専門学校・高校卒を採用	2.2	0.9	-	8.9
4. 主に短大・大学(院)卒を採用	3.5	3.7	-	2.2
5. 新卒採用なし	85.4	86.0	93.9	80.0
6. 希望の人材を採用できている	9.7	10.3	-	13.3
7. 希望の人材ではないが人員確保	4.9	4.7	-	8.9
8. 希望の人材が集まらず採用なし	3.1	3.7	2.0	2.2
9. 新卒採用はしない方針	79.2	77.6	91.8	75.6

問2 ここ3年程度の中途採用について

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 経験に関係なく採用	11.4	9.2	6.3	11.1
2. 主に経験者を採用	12.7	17.4	-	13.3
3. 主に未経験者を採用	-	-	-	-
4. 中途採用はなし	74.1	72.5	87.5	75.6
5. 希望の人材を採用できている	13.6	18.3	2.1	11.1
6. 希望の人材ではないが人員確保	7.5	3.7	2.1	13.3
7. 希望の人材が集まらず採用なし	3.9	6.4	-	2.2
8. 中途採用はしない方針	72.4	69.7	89.6	71.1

問3 人手の過不足感

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 現場作業関係で不足	4.8	6.3	2.0	4.4
2. 営業・販売関係で不足	6.9	9.0	4.1	4.4
3. 経理・財務・管理関係で不足	1.3	-	2.0	2.2
4. その他の職種で不足	2.2	3.6	2.0	-
5. 人員は適正	81.0	76.6	83.7	88.9
6. 現場作業関係で過剰	2.2	3.6	-	-
7. 営業・販売関係で過剰	0.9	-	4.1	-
8. 経理・財務・管理関係で過剰	-	-	-	-
9. その他の職種で過剰	0.9	0.9	2.0	-

問4 採用の課題

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 知名度の向上	10.0	6.4	10.4	15.6
2. 業務の魅力向上	13.5	12.7	8.3	22.2
3. 職場環境の改善	10.5	9.1	4.2	15.6
4. 給与面の待遇改善	14.8	15.5	10.4	17.8
5. 福利厚生面の待遇改善	5.2	7.3	2.1	2.2
6. 採用ノウハウの向上	5.7	6.4	6.3	4.4
7. 人材育成	18.8	26.4	4.2	15.6
8. 採用のタイミン	3.1	3.6	-	-
9. 特にない	53.3	50.0	64.6	48.9
10. その他	1.7	1.8	2.1	2.2

問5 今後の対応方針

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 新卒採用を増やす	5.7	6.4	-	6.7
2. 中途採用を増やす	8.7	10.0	4.1	11.1
3. 外国人の雇用を増やす	0.4	0.9	-	-
4. 非正規社員を増やす	5.2	6.4	6.1	2.2
5. 業務の一部を外部委託する	5.7	4.5	4.1	11.1
6. 省力化・機械化を進める	10.0	10.9	10.2	6.7
7. 採用を抑制する	4.8	4.5	2.0	4.4
8. 人員を削減する	2.6	3.6	-	-
9. 特に考えていない	70.4	65.5	77.6	75.6
10. その他	1.3	2.7	-	-