

新宿区 中小企業の景況

(平成 25 年 10 月～12 月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (45 件)、印刷・同関連業 (38 件)、染色業 (16 件)、建設業 (41 件)、情報通信業 (43 件)、卸売業 (57 件)、小売業 (67 件)、飲食・宿泊業 (69 件)、不動産業 (47 件)、サービス業 (84 件)

※ () 内は有効回答数 合計 507 件

【調査方法】 郵送アンケート調査 【調査機関】 (株) 東京商工リサーチ 【調査実施時期】 平成 25 年 12 月下旬

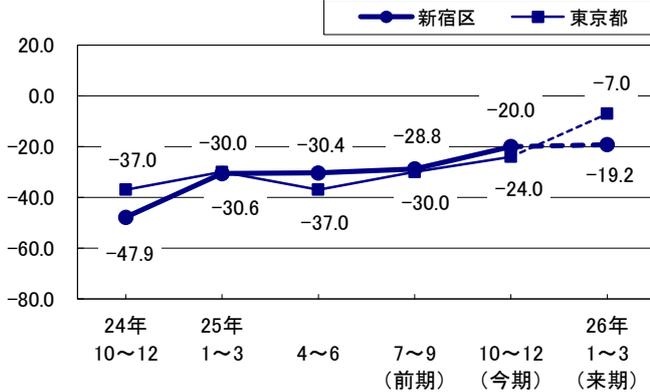
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

2. 全般的な業況、今期の特徴

業況 D.I (「良い」企業割合－「悪い」企業割合) は▲20.0 と、前期 (平成 25 年 7 月～9 月) の▲28.8 から改善した。来期 (平成 26 年 1 月～3 月) の見通しは▲19.2 と、わずかながら改善する見込みとなっている (図表 1)。

業況が「良い」理由と「悪い」理由の割合は、いずれも「国内需要 (売上) の動向」が最も高い。また、「同業者間の競争」が「良い」理由では前期より 10.4 ポイント増加し、同じく「悪い」理由でも 5.3 ポイント増加しており、業況への影響度が高まっている。

図表 1 業況 D.I の推移



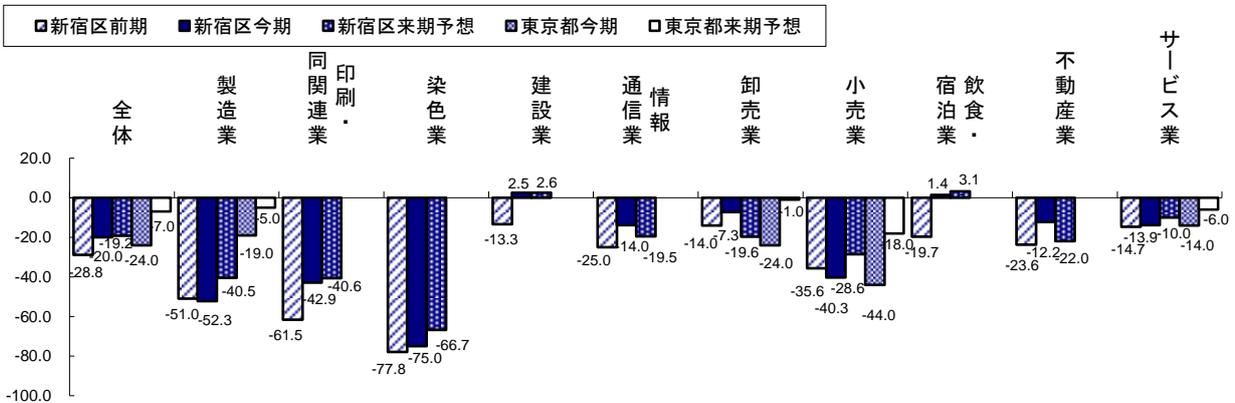
図表 2 今期業況 D.I の判断理由

項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達	株式・不動産等の資金価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況	85.2	9.0	27.9	21.3	7.4	17.2	7.4	4.9	9.8	22.1	4.1
良い	75.2	3.7	33.9	30.3	12.8	27.5	4.6	9.2	4.6	44.5	6.4
悪い											

※最大3つまで選択

業種別に見ると、建設業 (2.5)、飲食・宿泊業 (1.4) で調査開始以来初めて水面下を脱した。これら 2 業種と、印刷・同関連業、情報通信業、不動産業の計 5 業種で大幅に改善し、染色業、卸売業、サービス業も改善した。製造業と小売業は悪化したが、前述の 8 業種の改善が牽引し、全体も改善した。来期は、製造業と小売業で大幅に改善し、全体もわずかながら改善する見込みである (図表 3)。

図表 3 業況 D.I、見通し D.I



※東京都の数は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の 1 月発表の資料によるもの。

(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

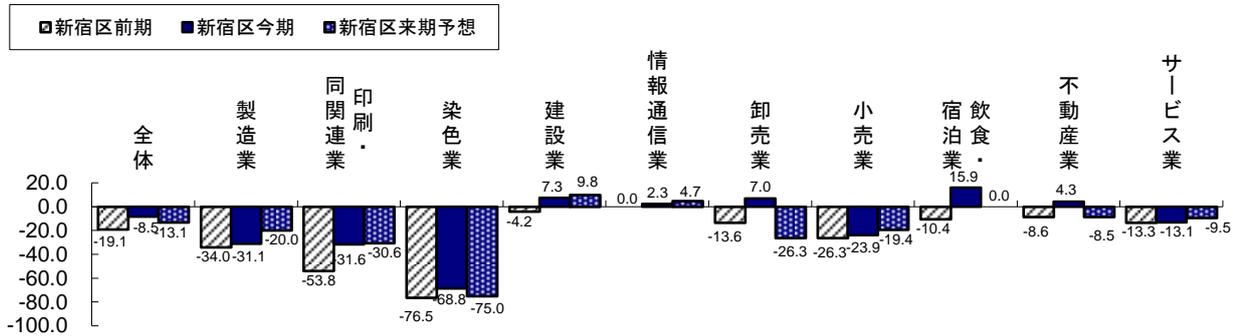
業況: 経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

D. I (ディーアイ): Diffusion Index の略で、増加 (又は「上昇」「楽」など) したと答えた企業割合から、減少 (又は「下降」「苦しい」など) したと答えた企業割合を差引いた数値のこと。不変部分を除いて増加したとする企業と減少したとする企業のどちらかの力が強いかを比べて時系列的に傾向をみようとするものである。

3. 業種別項目別 D.I

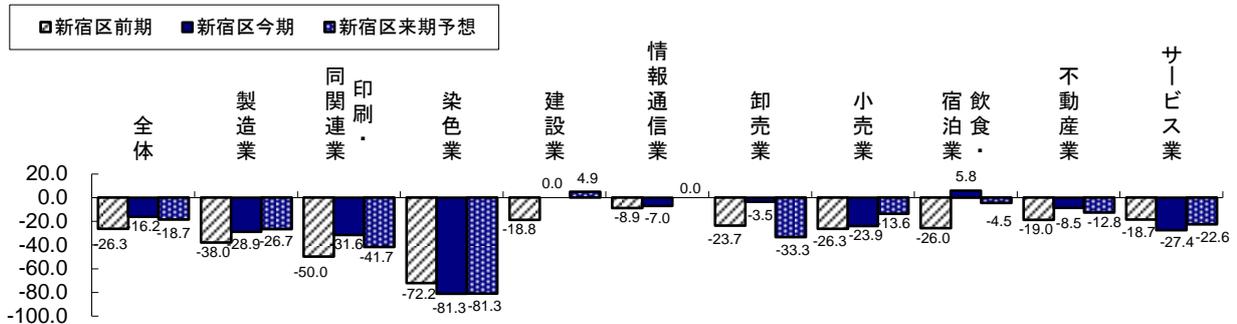
●売上額 D.I

今期は、情報通信業は回復基調で推移した。建設業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業の4業種で大きく改善し、水面下を脱した。また、水面下ながら、印刷・同関連業は大きく改善し、製造業、染色業、小売業、サービス業の4業種も改善した。来期は、染色業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業を除く6業種で改善する見込み。



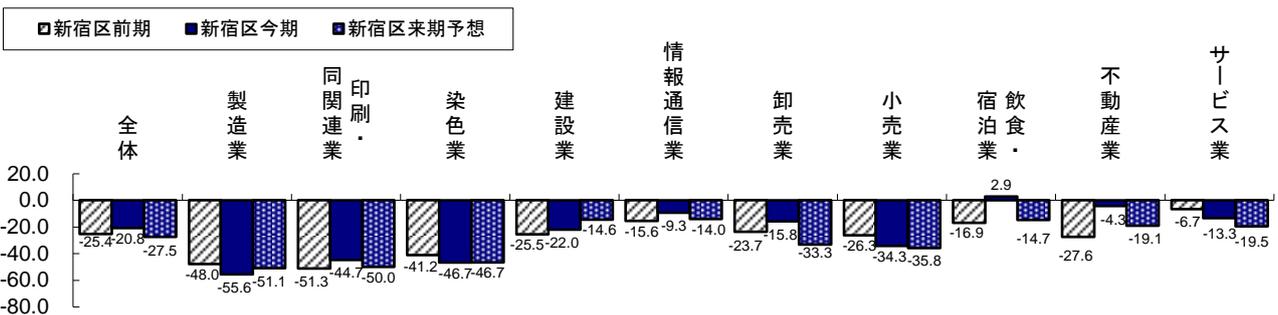
●収益 D.I

今期は、建設業、飲食・宿泊業で水面下を脱し、これら2業種と、印刷・同関連業、卸売業、不動産業の計5業種で、大きく改善した。また、製造業、情報通信業、小売業の3業種も改善した。来期は、印刷・同関連業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業で悪化し、染色業は今期並の減少が続くが、小売業で大きく改善し、それ以外の4業種も改善する見込み。



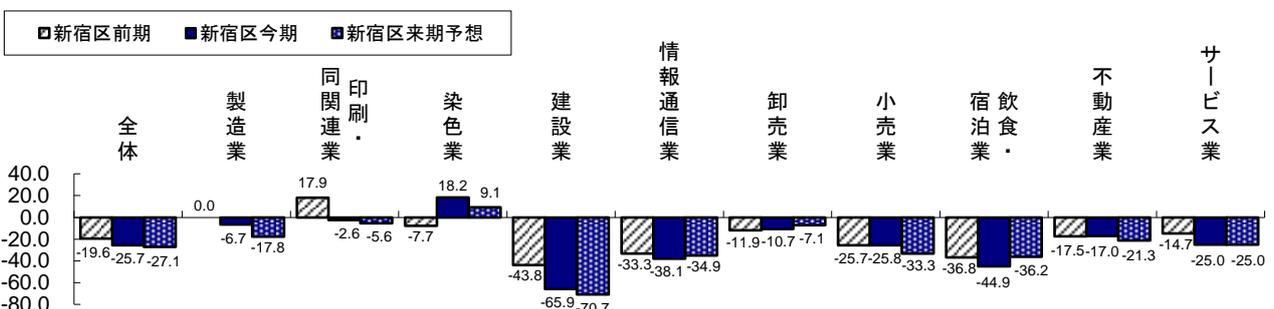
●資金繰り D.I

今期は、飲食・宿泊業で水面下を脱した。水面下ながら不動産業で大きく改善し、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、卸売業も改善した。来期は、製造業、建設業で窮屈感が和らぐが、染色業は今期並の窮屈感が続き、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業の3業種で大きく窮屈感が強まる見込み。



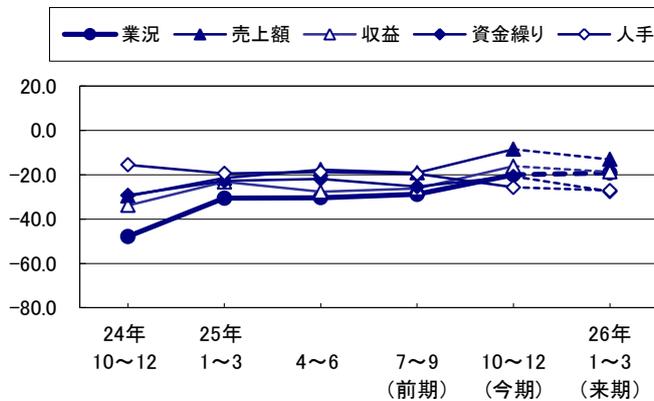
●人手 D.I

今期は、染色業では過剰感が出て、それ以外の9業種では不足感が出ている。来期は、染色業は過剰感が続き、それ以外の9業種では引き続き不足で推移する見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 D.I 推移

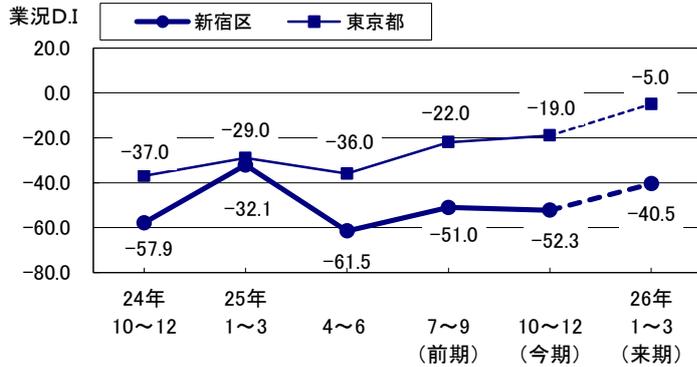
今期は、売上額、収益は大きく改善し、資金繰りも改善、業況も改善した。人手は不足感が強まった。来期は、売上額、収益、資金繰りのいずれも悪化するが、業況はわずかに改善すると予想されている。人手は引き続き不足感が強まる見込み。



	24年 10~12	25年 1~3	4~6	7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-47.9	-30.6	-30.4	-28.8	-20.0	-19.2
売上額	-29.6	-21.5	-17.7	-19.1	-8.5	-13.1
収益	-33.8	-23.2	-27.7	-26.3	-16.2	-18.7
資金繰り	-29.3	-22.8	-21.9	-25.4	-20.8	-27.5
人手	-15.6	-19.4	-18.8	-19.6	-25.7	-27.1

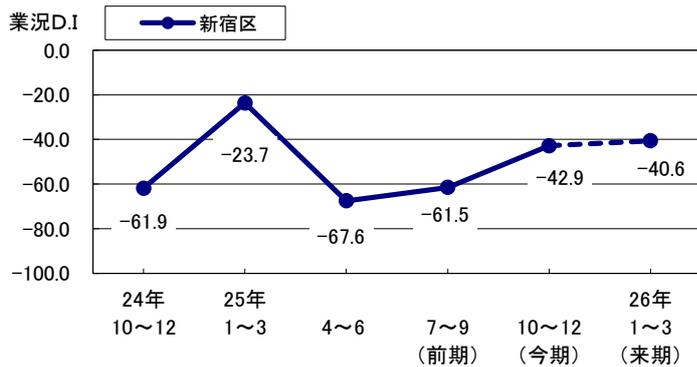
5. 業種別における D.I 推移

1) 製造業



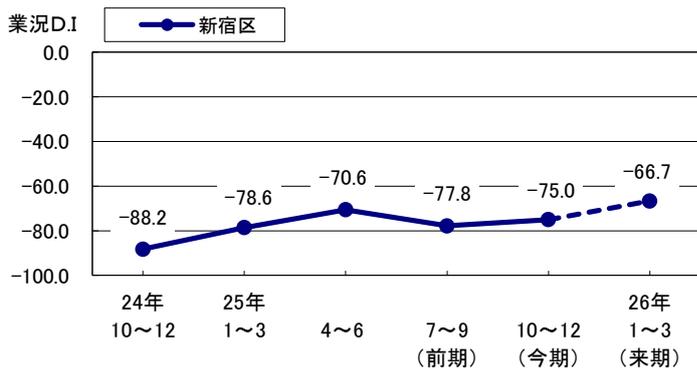
	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-51.0	-52.3	-40.5	-19.0
売上額	-34.0	-31.1	-20.0	
収益	-38.0	-28.9	-26.7	
資金繰り	-48.0	-55.6	-51.1	
人手	0.0	-6.7	-17.8	

2) 印刷・同関連業



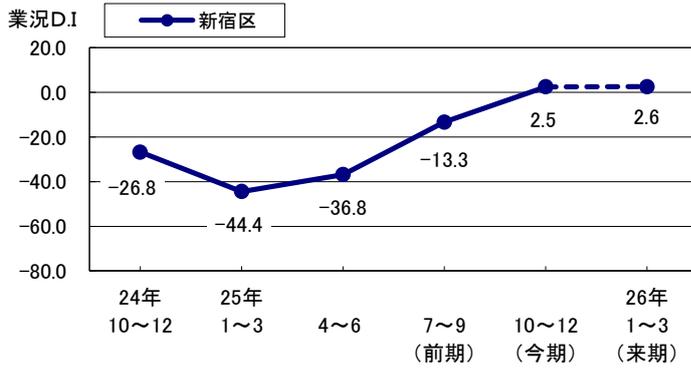
	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-61.5	-42.9	-40.6
売上額	-53.8	-31.6	-30.6
収益	-50.0	-31.6	-41.7
資金繰り	-51.3	-44.7	-50.0
人手	17.9	-2.6	-5.6

3) 染色業



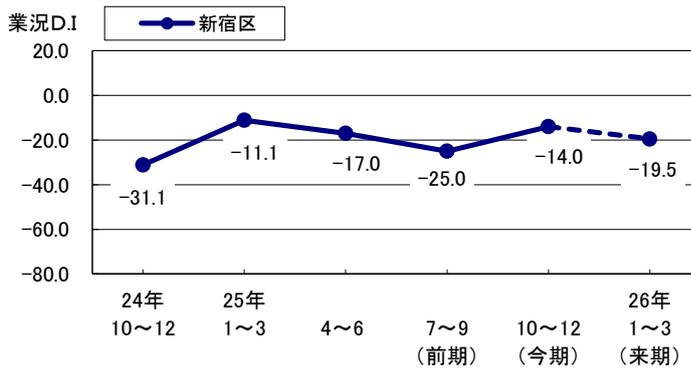
	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-77.8	-75.0	-66.7
売上額	-76.5	-68.8	-75.0
収益	-72.2	-81.3	-81.3
資金繰り	-41.2	-46.7	-46.7
人手	-7.7	18.2	9.1

4) 建設業



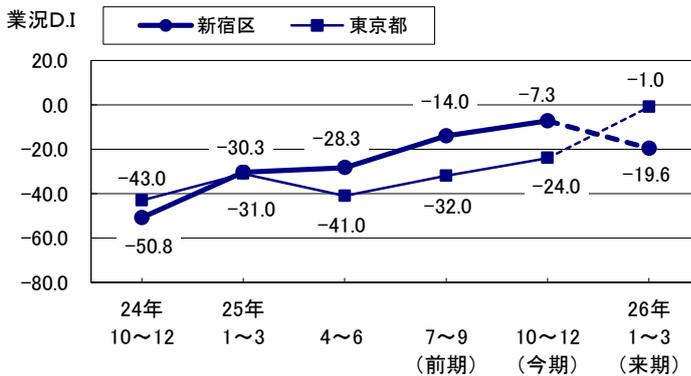
	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-13.3	2.5	2.6
売上額	-4.2	7.3	9.8
収益	-18.8	0.0	4.9
資金繰り	-25.5	-22.0	-14.6
人手	-43.8	-65.9	-70.7

5) 情報通信業



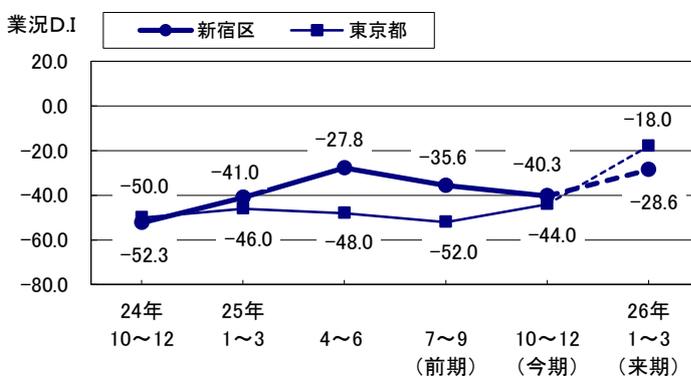
	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-25.0	-14.0	-19.5
売上額	0.0	2.3	4.7
収益	-8.9	-7.0	0.0
資金繰り	-15.6	-9.3	-14.0
人手	-33.3	-38.1	-34.9

6) 卸売業



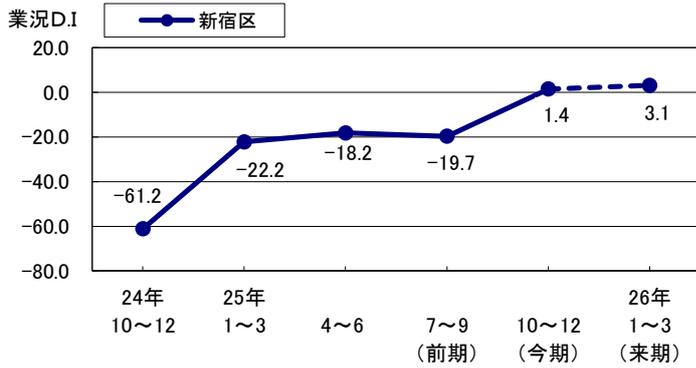
	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-14.0	-7.3	-19.6	-24.0
売上額	-13.6	7.0	-26.3	
収益	-23.7	-3.5	-33.3	
資金繰り	-23.7	-15.8	-33.3	
人手	-11.9	-10.7	-7.1	

7) 小売業



	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-35.6	-40.3	-28.6	-44.0
売上額	-26.3	-23.9	-19.4	
収益	-26.3	-23.9	-13.6	
資金繰り	-26.3	-34.3	-35.8	
人手	-25.7	-25.8	-33.3	

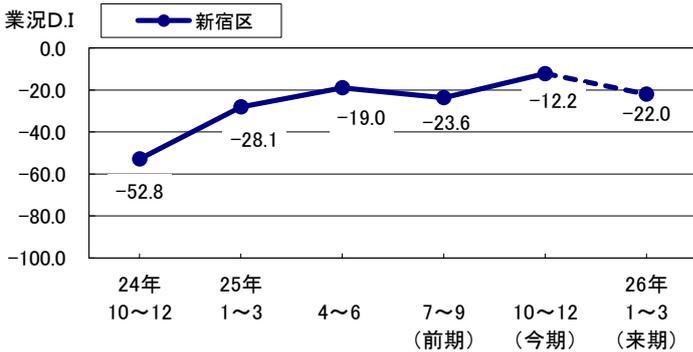
8) 飲食・宿泊業



前期 → 今期 → 来期

	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-19.7	1.4	3.1
売上額	-10.4	15.9	0.0
収益	-26.0	5.8	-4.5
資金繰り	-16.9	2.9	-14.7
人手	-36.8	-44.9	-36.2

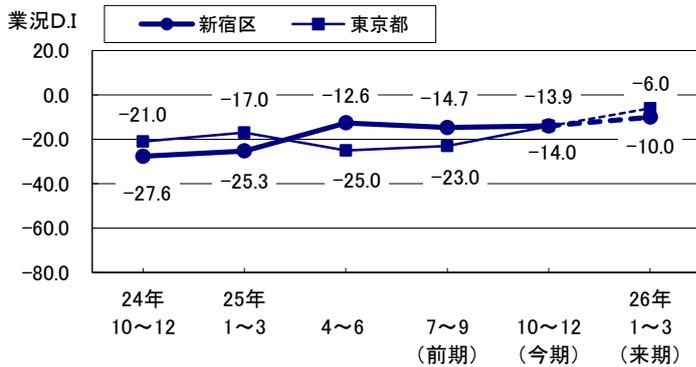
9) 不動産業



前期 → 今期 → 来期

	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)
業況	-23.6	-12.2	-22.0
売上額	-8.6	4.3	-8.5
収益	-19.0	-8.5	-12.8
資金繰り	-27.6	-4.3	-19.1
人手	-17.5	-17.0	-21.3

10) サービス業



前期 → 今期 → 来期

	25年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	26年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-14.7	-13.9	-10.0	-14.0
売上額	-13.3	-13.1	-9.5	
収益	-18.7	-27.4	-22.6	
資金繰り	-6.7	-13.3	-19.5	
人手	-14.7	-25.0	-25.0	

業種名	マーク		D.I.値						
全体	17	以上	16 ~ 7	6 ~ -4	-5 ~ -14	-15 ~ -24	-25 ~ -34	-35	以下
製造業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	以下
印刷・同関連業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	以下
染色業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	以下
建設業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	以下
情報通信業	15	以上	14 ~ 5	4 ~ -5	-6 ~ -15	-16 ~ -25	-26 ~ -35	-36	以下
卸売業	20	以上	19 ~ 10	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31	以下
小売業	10	以上	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 ~ -40	-41	以下
飲食・宿泊業	15	以上	14 ~ 5	4 ~ -5	-6 ~ -15	-16 ~ -25	-26 ~ -35	-36	以下
不動産業	10	以上	9 ~ 0	-1 ~ -10	-11 ~ -20	-21 ~ -30	-31 ~ -40	-41	以下
サービス業	15	以上	14 ~ 5	4 ~ -5	-6 ~ -15	-16 ~ -25	-26 ~ -35	-36	以下

好調

普通

不調

※「4. 新宿区(全体)における項目別 D.I.推移」及び「5. 業種別における D.I.推移」のマーク(前期・今期・来期)は、各 D.I.の小数点第一位を四捨五入して付与しています。

6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」58.2%、2位「同業者間の競争の激化」33.3%、3位「利幅の縮小」32.5%であった。本調査が始まった平成23年1月～3月期から前期までは、2位「利幅の縮小」、3位「同業者間の競争の激化」と続いていたが、今期は初めて順位が逆転した。

業種別では、建設業で「売上の停滞・減少」と「同業者間の競争の激化」が同率1位、それ以外の業種で「売上の停滞・減少」が1位であった。2位は、情報通信業と小売業で「利幅の縮小」、建設業で「利幅の縮小」と「人手不足」(同率)、染色業で「顧客・ニーズの変化・減少」、飲食・宿泊業で「人手不足」、それ以外の業種で「同業者間の競争の激化」が挙げられている。

全体			製造業		印刷・同関連業	
1位	売上の停滞・減少	58.2%	売上の停滞・減少	73.3%	売上の停滞・減少	78.9%
2位	同業者間の競争の激化	33.3%	同業者間の競争の激化	26.7%	同業者間の競争の激化	42.1%
3位	利幅の縮小	32.5%	利幅の縮小	24.4%	利幅の縮小	39.5%
染色業			建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	84.6%	売上の停滞・減少	41.0%	売上の停滞・減少	65.1%
			同業者間の競争の激化	41.0%		
2位	顧客・ニーズの変化・減少	46.2%	利幅の縮小	38.5%	利幅の縮小	37.2%
			人手不足	38.5%		
3位	利幅の縮小	23.1%	人件費の増加	20.5%	人手不足	34.9%
	取引先の減少	23.1%	下請の確保難	20.5%		
卸売業			小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	58.9%	売上の停滞・減少	61.2%	売上の停滞・減少	48.5%
2位	同業者間の競争の激化	37.5%	利幅の縮小	43.3%	人手不足	34.8%
3位	利幅の縮小	35.7%	同業者間の競争の激化	35.8%	材料価格の上昇	27.3%
不動産業			サービス業			
1位	売上の停滞・減少	43.2%	売上の停滞・減少	53.6%		
2位	同業者間の競争の激化	40.9%	同業者間の競争の激化	39.3%		
3位	顧客・ニーズの変化・減少	22.7%	利幅の縮小	38.1%	※ 最大3つまで選択	

7. 今後の経営上の取り組み

全体では、1位「新しい取引先を見つける」41.9%、2位「販路を拡大する」32.7%、3位「人材を確保する」24.0%であった。1位と2位は前期から変動がなかったが、3位の「人材を確保する」は前期5位から順位を上げており、今後の動向が注目される。

業種別では、染色業で「新しい取引先を見つける」と「販路を拡大する」(同率)、小売業で「販路を拡大する」、建設業で「人材を確保する」、飲食・宿泊業で「人材育成を強化する」、それ以外の業種で「新しい取引先を見つける」が最も多い結果となった。なお、「人材を確保する」および「人材育成を強化する」といった人材関連の項目は、建設業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業で3位以内に入っており、取り組みが特に強まっている。

全体			製造業		印刷・同関連業	
1位	新しい取引先を見つける	41.9%	新しい取引先を見つける	46.7%	新しい取引先を見つける	81.1%
2位	販路を拡大する	32.7%	販路を拡大する	37.8%	販路を拡大する	37.8%
3位	人材を確保する	24.0%	技術力を強化する	33.3%	人件費以外の経費を節減する	32.4%
染色業			建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	35.7%	人材を確保する	52.6%	新しい取引先を見つける	39.5%
	販路を拡大する	35.7%				
2位	宣伝・広報を強化する	28.6%	技術力を強化する	34.2%	新しい事業を始める	37.2%
3位	新しい事業を始める	21.4%	新しい取引先を見つける	28.9%	販路を拡大する	34.9%
	品揃えを改善する	21.4%	人材育成を強化する	28.9%		
卸売業			小売業		飲食・宿泊業	
1位	新しい取引先を見つける	51.8%	販路を拡大する	40.3%	人材育成を強化する	34.8%
2位	販路を拡大する	44.6%	新しい取引先を見つける	35.8%	人材を確保する	31.8%
3位	既存事業で新商品・新サービスを 開発(又は取り扱い)する	28.6%	品揃えを改善する	29.9%	販路を拡大する	22.7%
					既存事業で新商品・新サービスを 開発(又は取り扱い)する	22.7%
不動産業			サービス業			
1位	新しい取引先を見つける	37.0%	新しい取引先を見つける	56.0%		
2位	人材育成を強化する	21.7%	販路を拡大する	32.1%		
	不動産の有効活用を図る	21.7%				
3位	販路を拡大する	19.6%	人材を確保する	28.6%	※ 最大3つまで選択	
	人材を確保する	19.6%				

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 今まで比較的順調。ただ、今後油断が出来ない。
- ・ 消費税率改正前の駆け込みで一時的に調子は良いが、その後が心配である。
- ・ アベノミクスで超円高は解消しているが、既に国内産業は空洞化しており、景気の回復は中小企業では足踏み状態である。ただ、最悪期は脱出しており、今出来る事は、事業内容を見直し、一つ一つ再検討し、不採算部門は改善し、収益の改善に努める方法しかないと思う。生産性の向上の為、一部機械の導入もしている。品質の向上、コストの削減に努め、魅力ある会社に育てたい。
- ・ ユーザーや代理店の値引交渉がかなり厳しくなり、利幅の縮小の要因となっている。状況打開のため、新商品を開発し、取引拡大に邁進している。2020年オリンピックが東京開催に決まり、更なる景気上昇に繋がることを期待したい。

2) 印刷・同関連業

- ・ やや良好も、人員不足である。
- ・ 取引先から値下げ要請が多く、利益が減少している。
- ・ 印刷の構造的不況に加え、同業者で少ない市場に業者が集中して価格破壊が激化している。そのため、安定供給を受ける市場が極端に減少している。
- ・ コピー機の発達、電子書籍の出現で、業界市況は厳しい。

3) 染色業

- ・ 染色技術を生かしたストール等の新商品を開発した。
- ・ 友禅の仕事が主体となるが、需要が少ないので大変厳しい。
- ・ 定着した取引が無く、カルチャー教室が主体になっている。新規顧客の開拓が必要となっている。

4) 建設業

- ・ 多少の変動はあるが、特別に問題はない。
- ・ 来期は仕事量が大幅に増える予想。
- ・ 今年に入り、着工が予定されていた様々な工事の着工が夏場以降、もしくは秋以降へ先送りとなった。それにより、春先から低迷していた売上は年末年始を控え、徐々にではあるが、増加傾向にある。しかしながら、弊社の取引先からの工事代金の回収状況が悪化している。この為、立替先行払い等の資金がかさみ、銀行から融資を受けて下請業者等に支払を行う状況が続いている。数字上では、多少の利益は出ても、支払先行で資金繰りは厳しい。
- ・ 取引先からの受注件数は減らないが受注額が減少している。受注件数が減らないことから一定の技術者の配置は必要で、人件費の圧縮は出来ない。利益率はほぼ一定を確保しているが、受注額が増えないことから経営状況は厳しい。なお新規受注のためには新規雇用が必要だが、人材不足で難しい状況にある。

5) 情報通信業

- ・ 大手企業との取引開始により、好転の可能性はある。
- ・ 一定の売上と収益は確保できている。しかし、増加する受注機会を人手不足で逃している。
- ・ 顧客の経費削減圧力が弱まったことにより下降推移ではないが、根本的に顧客のビジネスが上向いているわけではないため、4月以降の動向は不透明である。
- ・ 仕事、売上も増えたが、減益であった。世間一般の消費マインドが上がるには至っていない（政治、マスコミの問題と考えている）。若者の消費が支えている業界であるため、当社の業界の景気回復はまだ先である。

6) 卸売業

- ・ 増収・増益が予想されるが、資金繰りが厳しくなる。
- ・ 取引先が固定しているので、新規取引先の確保に積極的に取り組む。

- ・売上は増加傾向にあるが、利益は横ばいである。今まで、中小規模の取引先に進出してこなかった大手企業各社がマーケットに参入してきたため、競争が激化している。
- ・主力の電子材料関連商材部門の売上は、客先の事業撤退、不振等により、大きく落ち込んだ。景気回復はあまり見込んでいないため、新規事業商品の取り組みに注力して行きたい。
- ・卸売業として、取引先小売店の減少が売上減の要因となっている。売上減をカバーするため、経費削減に取り組み、何とか利益を計上している。

7) 小売業

- ・先行きの不安が先行する。売上は現状維持。T P P、消費税率改正などをチャンスと捉え、行動したい。
- ・新規店舗出店により、売上・収益が増加。
- ・営業所の出店に伴い求人募集をしたが、思うように応募が伸びない。
- ・売上が停滞する中、同業者間の競争が激化し利幅が縮小している。そのような状況下、円安による材料価格の上昇により、仕入先から値上げ要請がきている。
- ・慢性的に販売スタッフの人材が不足している。経費節減で、待遇面でも厳しい状況が続き、優秀な人材の確保が難しい。更に、ぎりぎりの数でシフトを組んでいるため、新人教育に十分な時間が取れず、スタッフが成長する前に辞めて行くという悪循環に陥っている。

8) 飲食・宿泊業

- ・好景気といえる状況となりつつあるが、楽観は許せないものと思われる。特定職種の人材の確保が難しい。
- ・円安傾向となり、海外からのお客さんが増加した。また、国内の需要が活発になりつつあることで、増収推移である。
- ・新店舗の好調や、不良店舗の清算に伴い、今月から売上は回復している。来春スタートする新業態と、既存事業、店舗の基盤を整えることにより、安定した収益を確保したいと考えている。
- ・既存店は良かったが、新店が伸びず、苦戦となった。人材の確保が厳しい状況。
- ・食材の仕入値の高騰が一番の悩みで、今年度は米、肉、最近では海老などが上昇している。材料比率が上がっているため、利益幅は縮小となる。社会保険の負担も年々増えており、商品価格を上げたいが、他社との競争もあるので、なかなかできない状況である。大手以外の企業の給与が増えるまで、まだまだ厳しい。今年度は、店舗の改装を数店舗行い、また既存店の売上がとても良いことなど、良かったこともある。

9) 不動産業

- ・安定した収支構造により、経営は黒字を確保している。同業間の競争により厳しい商環境が続くが、安定的な経営を維持していく。
- ・賃料が変わらなければ収益は変わらない。各テナントの経営状況が悪化すれば、賃料の値下げにつながるが、4～5年前からほとんどのテナントの賃料を値下げしたので、現状は変動なし。
- ・弊社はディベロッパーである。建築費が以前より3割高いため、事業を進める上で注意をしているが、販売等を含め、リーマンショック以前と同じ状況にまでは回復したと思う。
- ・アベノミクスで不動産・建設は良いと言われているが、新築分譲マンション等すべて財閥系や大手の一人勝ちで、全体的な底上げは全く出来ていない。

10) サービス業

- ・需要の増加により単価（建築設計費）上昇が見込まれ、収益増が期待できる。
- ・取引先は減ったが、経営は安定している。新規取引先を開拓し、来期はさらに飛躍したい。
- ・一極集中のため、リスクヘッジが必要となるが、果たして多極化できるかが課題である。
- ・売上は伸びているが、利益率の減少により相殺されている状況である。自己資本規模が小さいために思い切った投資が出来ない。事業プランやイメージはあるものの、銀行からの借入が難しい状況にある。
- ・売上が減少し、収益の悪化が続いており、今期の赤字が決定的と思われる。

【特別調査】「平成 26 年の経営見通しと動向」

【調査実施時期】
平成 25 年 12 月下旬

【調査結果概要】

平成 25 年の自社の業況は、『良い』が約 28%と、当初予想の約 19%を上回った（問 1 参照）。

平成 26 年の日本の景気見通しは、「やや良い」が約 28%で最多だった（問 2 参照）。一方で、自社の業況見通しは「普通」が約 30%で最多、次いで「やや悪い」が約 26%と続いた（問 3 参照）。自社の売上額の伸び率の見通しは、『減少』が約 38%、『増加』が約 33%で、『減少』が『増加』をやや上回った（問 4 参照）。

平成 26 年の正規社員雇用は「現状維持の予定」が約 54%で最多、非正規社員雇用も「現状維持の予定」が約 36%で最多だった（問 5 参照）。

自社で行っている国際化は、「特に実施していない」が約 72%で最も多く、次いで「外国企業・顧客との取引」が約 11%、「商品・サービス提供の外国語対応」が約 9%と続いた（問 6 参照）。国際化施策を実施している企業のうち、ビジネス上で対応している、もしくは対応可能な言語は、「英語」が約 83%で最も多かった（問 6-1 参照）。

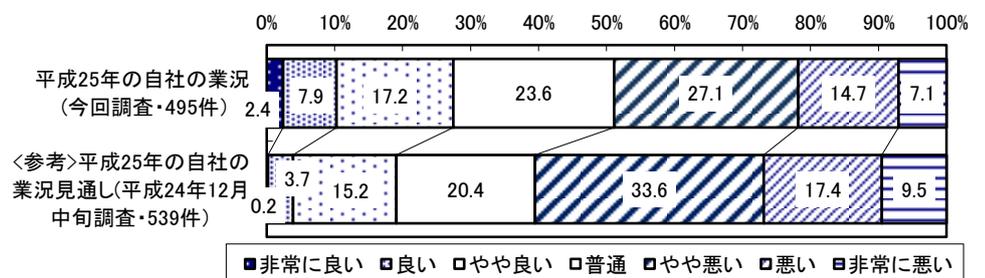
2020 年オリンピック・パラリンピックの東京開催決定などで予想される、訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みは、「行わない予定」が約 71%で最も多かった（問 7 参照）。訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みを実施する企業が、今後実施したい、もしくは強化したい取り組みは、「商品・サービス提供の外国語対応」が約 38%で最も多かった（問 7-1 参照）。訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みを行う場合の課題や問題点は、「特になし」が約 66%で最も多く、次いで「人材の不足」が約 16%と続いた（問 8 参照）。

問 1 平成 25 年の自社の業況

全体では、「やや悪い」が 27.1%で最も多く、次いで「普通」23.6%、「やや良い」17.2%と続いた。「非常に良い」「良い」「やや良い」を合わせた『良い』は 27.5%、「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」を合わせた『悪い』は 48.9%となった。平成 24 年 12 月中旬に実施した「新宿区 中小企業の景況（平成 24 年 10 月～12 月期）」の[特別調査]（以降、前年調査）問 3「平成 25 年の自社の業況見通し」では、『良い』は 19.1%、『悪い』は 60.5%となっており、当初予想よりは業況が良かったことがうかがえる（図表特 1）。

業種別では、『悪い』は染色業で 78.6%、製造業で 66.6%、印刷・同関連業で 62.1%、小売業で 59.7%と、5 割を上回ったが、それ以外の業種では 5 割を下回った。一方、『良い』は、飲食・宿泊業で 37.5%と最も多く、情報通信業、卸売業も 3 割を上回った。

図表特 1 平成 25 年の自社の業況

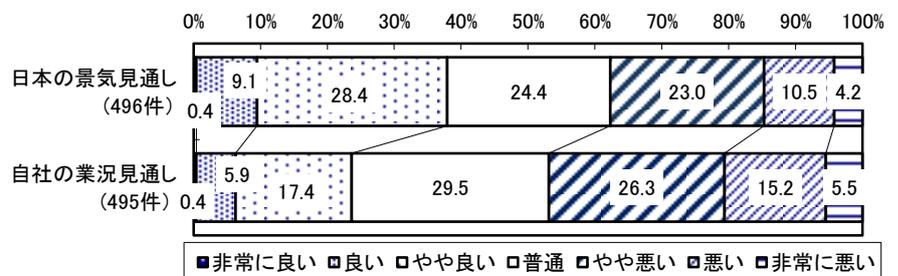


問 2 平成 26 年の日本の景気見通し

全体では、「やや良い」が 28.4%で最も多く、次いで「普通」24.4%、「やや悪い」23.0%と続いた。『良い』は 37.9%、『悪い』は 37.7%で同水準であった（図表特 2）。

業種別では、『悪い』は、染色業で 7 割台、小売業で 5 割台と多かった。一方、『良い』はサービス業で 47.6%と最も多く、建設業、情報通信業、不動産業も 4 割を上回った。

図表特 2 平成 26 年の日本の景気見通し・自社の業況見通し



問 3 平成 26 年の自社の業況見通し

全体では、「普通」が 29.5%で最も多く、次いで「やや悪い」26.3%、「やや良い」17.4%と続いた。『悪い』は 47.0%、『良い』が 23.7%で、『悪い』が『良い』を大きく上回った（図表特 2）。

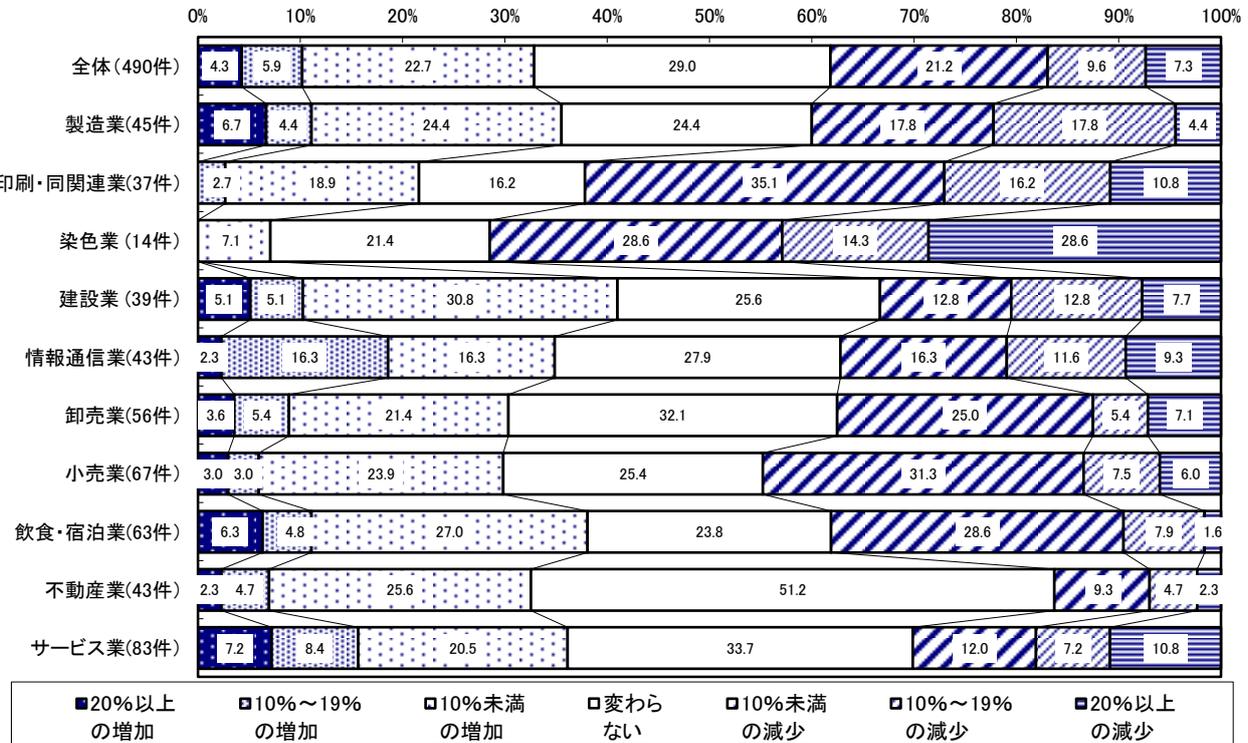
業種別では、『悪い』は染色業で 85.7%と最も多く、それ以外の業種は 3～6 割台であった。一方、『良い』は情報通信業、飲食・宿泊業、不動産業で 3 割以上と、他の業種と比較して割合が高い。

問 4 平成 26 年の自社の売上額の伸び率の見通し

平成 25 年と比べた平成 26 年の売上額の伸び率の見通しについて、全体では、「変わらない」が 29.0%で最も多く、次いで「10%未満の増加」22.7%、「10%未満の減少」21.2%と続いた。「10%未満の減少」から「20%以上の減少」までを合わせた『減少』は 38.1%、「20%以上の増加」から「10%未満の増加」までを合わせた『増加』は 32.9%で、『減少』が『増加』をやや上回った。

業種別に見ると、建設業、不動産業、サービス業の 3 業種で『増加』が『減少』を上回り、特に建設業は『増加』が 41.0%と 4 割を上回った。また、飲食・宿泊業は『増加』と『減少』が同率であった。それ以外の 6 業種では『減少』が『増加』を上回り、厳しい見通しを示す結果となっている（図表特 3）。

図表特 3 平成 26 年の自社の売上額の伸び率の見通し(平成 25 年比)



問 5 平成 26 年の正規社員・非正規社員雇用

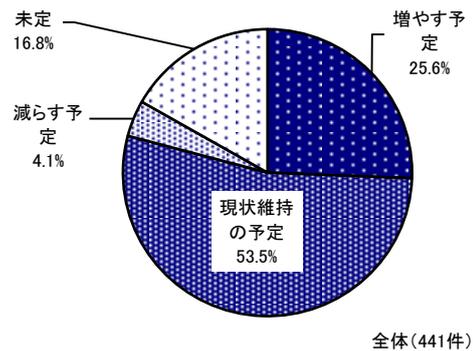
正規社員雇用については、全体では「現状維持の予定」が 53.5%で最も多かった。次いで「増やす予定」25.6%、「未定」16.8%と続き、4 社に 1 社の割合で増やす予定であった（図表特 4①）。

正規社員雇用の業種別内訳は、情報通信業を除く 9 業種で「現状維持の予定」が最も多かった。割合は、染色業が 66.7%で最多、製造業、印刷・同関連業、飲食・宿泊業も 6 割を上回った。情報通信業は、「増やす予定」が 46.2%で最も多かった。建設業と小売業も「増やす予定」が 3 割以上を占め、増員に前向きな傾向が見られた。

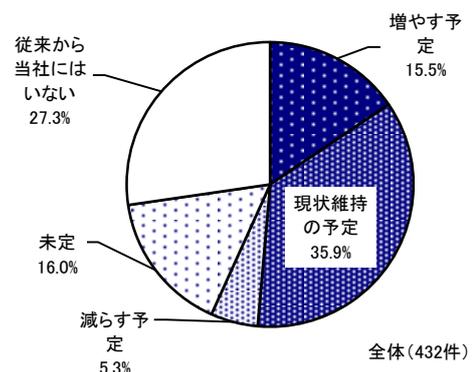
非正規社員雇用については、全体では「現状維持の予定」が 35.9%で最も多く、次いで、「従来から当社にはいない」27.3%、「未定」16.0%と続いた。「増やす予定」は 15.5%であった（図表特 4②）。

非正規社員雇用の業種別内訳は、印刷・同関連業、建設業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業で「現状維持の予定」が最も多かった。情報通信業は、「現状維持の予定」と「従来から当社にはいない」が同率、製造業、染色業、卸売業、サービス業は「従来から当社にはいない」が最も多かった。「増やす予定」は、飲食・宿泊業で 33.3%と唯一 3 割を上回り、非正規社員雇用による増員を予定している企業が他の業種に比べると多い傾向が見られた。

図表特 4① 平成 26 年の正規社員雇用



図表特 4② 平成 26 年の非正規社員雇用

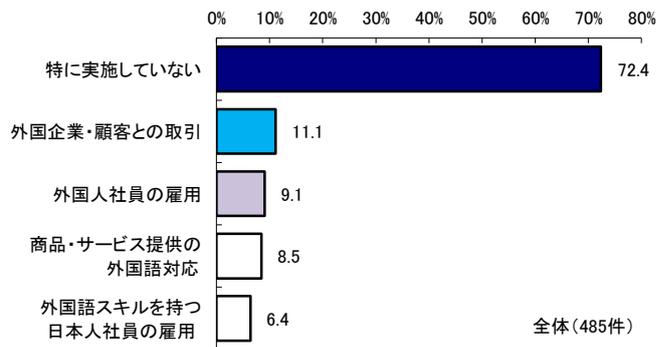


問 6 実施している国際化(複数回答可)

「特に実施していない」が72.4%で最も多く、次いで、「外国企業・顧客との取引」11.1%、「外国人社員の雇用」9.1%と続いた(図表特5①)。

業種別でもすべての業種で「特に実施していない」が最も多かった。「外国企業・顧客との取引」は、飲食・宿泊業と不動産業を除く8業種で3位以内に挙げられており、中でも卸売業は3割以上で高い傾向にある。「外国人社員の雇用」は、製造業、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業で3位以内に挙げられており、中でも飲食・宿泊業は2割を上回っており、割合が高い傾向にある。(図表特5②)

図表特5① 実施している国際化(複数回答可・上位5位)



図表特5② 実施している国際化(複数回答可・業種別)

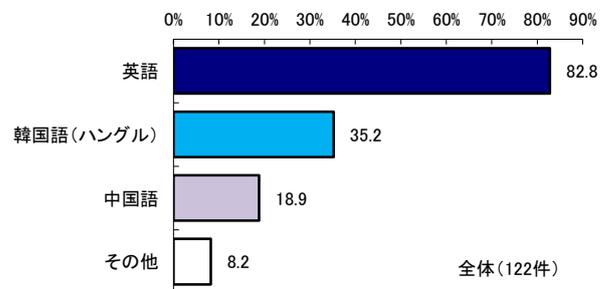
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	特に実施していない 60.5%	特に実施していない 80.0%	特に実施していない 90.0%	特に実施していない 77.5%	特に実施していない 75.0%
2位	外国企業・顧客との取引 18.6%	外国人社員の雇用 8.6%	外国企業・顧客との取引 10.0%	外国人社員の雇用 15.0%	外国企業・顧客との取引 15.0%
3位	外国人社員の雇用 14.0%	外国企業・顧客との取引 5.7%	商品・サービス提供の外国語対応 10.0%	外国企業・顧客との取引 7.5%	外国人社員の雇用 5.0%
		その他 5.7%			外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 5.0%
					商品・サービス提供の外国語対応 5.0%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	特に実施していない 57.1%	特に実施していない 81.0%	特に実施していない 48.5%	特に実施していない 89.1%	特に実施していない 83.3%
2位	外国企業・顧客との取引 30.4%	外国企業・顧客との取引 7.9%	商品・サービス提供の外国語対応 29.4%	商習慣・文化の理解 8.7%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 8.3%
3位	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 16.1%	生産拠点や直営店舗等を外国に設置 4.8%	外国人社員の雇用 27.9%	商品・サービス提供の外国語対応 6.5%	外国企業・顧客との取引 7.1%
		商習慣・文化の理解 4.8%			

問 6-1 ビジネス上で対応している外国語(複数回答可)

全体では、「英語」が82.8%で最も多く、次いで「韓国語(ハングル)」が35.2%、「中国語」が18.9%と続いた。なお、「その他」では、タイ語、ベトナム語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、ポルトガル語の回答があった(図表特6)。

業種別でもすべての業種で「英語」が最も多く、6割以上を占めている。特に、染色業、卸売業、サービス業は9割以上と割合が高い傾向にある。

図表特6 ビジネス上で対応している外国語(複数回答可)

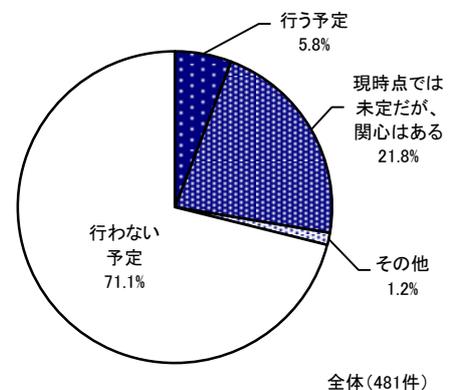


問 7 訪日外国人旅行者増加に対する今後の取り組み

全体では、「行わない予定」が71.1%で最も多く、次いで「現時点では未定だが、関心はある」が21.8%、「行う予定」が5.8%と続いている。なお、「その他」では、「未定」や「販売先の動向次第」といった回答があった(図表特7)。

業種別では、飲食・宿泊業を除く9業種で、「行わない予定」が最も多く、6割以上を占めている。中でも、製造業、印刷・同関連業、建設業、サービス業は8割を上回っており、他の業種と比較して割合が高い傾向にある。飲食・宿泊業は、「現時点では未定だが、関心はある」が38.2%で最も多く、「行わない予定」の32.4%を上回った。また、飲食・宿泊業は「行う予定」も唯一2割を上回っており、訪日外国人旅行者増加に対する今後の取り組みについて前向きである。なお、それ以外の9業種では「行う予定」は1割以下にとどまっている。

図表特7 訪日外国人旅行者の増加に関する今後の取り組み

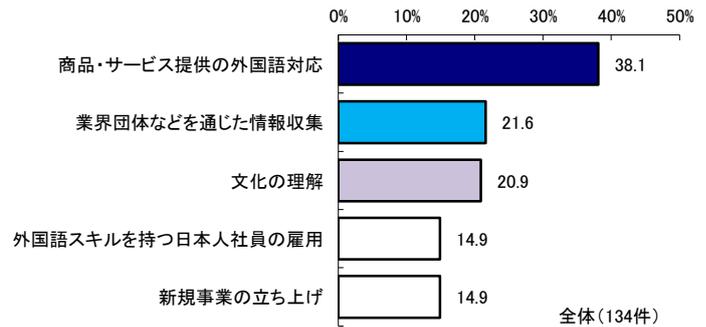


**問 7-1 訪日外国人旅行者の増加に関して
行いたい取り組み(複数回答可)**

問 7 で、訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みについて「行わない予定」以外を回答した企業に、今後実施・強化したい取り組みについて尋ねたところ、「商品・サービス提供の外国語対応」が38.1%で最も多く、次いで「業界団体などを通じた情報収集」が21.6%で続いた。(図表特8①)。

業種別では、卸売業、小売業、飲食・宿泊業で「商品・サービス提供の外国語対応」が、製造業と不動産業で「業界団体などを通じた情報収集」が、印刷・同関連業、染色業とサービス業で「文化の理解」が最も多かった。なお、建設業と情報通信業は「新規事業の立ち上げ」が最も多かった(図表特8②)。

**図表特 8① 訪日外国人旅行者の増加に関して
行いたい取り組み(複数回答可・上位5位)**



図表特 8② 訪日外国人旅行者の増加に関して行いたい取り組み(複数回答可・業種別)

	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	業界団体などを通じた情報収集 57.1%	文化の理解 50.0%	文化の理解 66.7%	新規事業の立ち上げ 33.3%	新規事業の立ち上げ 54.5%
2位	関連するセミナー等への参加 28.6%	業界団体などを通じた情報収集 25.0%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 33.3%	業界団体などを通じた情報収集 16.7%	商品・サービス提供の外国語対応 27.3%
	新規事業の立ち上げ 28.6%	その他 25.0%	新規事業の立ち上げ 33.3%	(上記の他、3項目)※1 16.7%	文化の理解 16.7%
3位	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 14.3%				その他 18.2%
	社員の外国語スキル習得への支援 14.3%				
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	商品・サービス提供の外国語対応 46.2%	商品・サービス提供の外国語対応 42.9%	商品・サービス提供の外国語対応 63.0%	業界団体などを通じた情報収集 50.0%	文化の理解 36.4%
2位	社員の外国語スキル習得への支援 30.8%	業界団体などを通じた情報収集 19.0%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 21.7%	文化の理解 33.3%	業界団体などを通じた情報収集 27.3%
	文化の理解 23.1%	文化の理解 19.0%	文化の理解 21.7%	関連するセミナー等への参加 27.3%	新規事業の立ち上げ 27.3%
3位	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 23.1%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 14.3%	文化の理解 17.4%	商品・サービス提供の外国語対応 16.7%	商品・サービス提供の外国語対応 18.2%
	新規事業の立ち上げ 23.1%	社員の外国語スキル習得への支援 14.3%	外国人社員の雇用 17.4%	外国人社員の雇用 16.7%	外国人社員の雇用 18.2%
		外国語によるネット上の情報発信 14.3%		(上記の他、2項目)※2 16.7%	外国語によるネット上の情報発信 18.2%

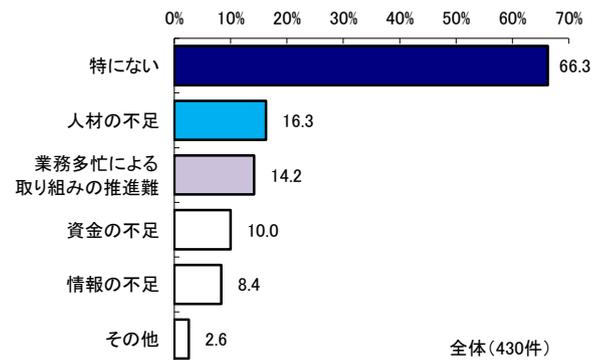
※1 建設業の第2位は、「業界団体などを通じた情報収集」「文化の理解」の他、「社員の外国語スキル習得への支援」「外国人社員の雇用」「関連するセミナー等への参加」の3項目で、計5項目。
 ※2 不動産業の第3位は、「商品・サービス提供の外国語対応」「外国人社員の雇用」の他、「外国語によるネット上の情報発信」「関連するセミナー等への参加」の2項目で、計4項目。

問 8 訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みを行う場合の課題や問題点(複数回答可)

訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みを行う場合の課題や問題点は、「特にない」が66.3%で最も多く、次いで「人材の不足」が16.3%、「業務多忙による取り組みの推進難」が14.2%、「資金の不足」が10.0%と続いた(図表特9)。

業種別では、飲食・宿泊業以外の9業種で「特にない」が最も多く、いずれの業種も6割を上回った。飲食・宿泊業は「人材の不足」が37.9%と最も多く、この項目で唯一3割を上回った。飲食・宿泊業は、「業務多忙による取り組みの推進難」も唯一2割を上回った。

図表特 9 訪日外国人旅行者の増加に対する取り組みを行う場合の課題や問題点(複数回答可)



問 9 訪日外国人旅行者の増加による影響に関して(自由回答)

- ・ 外国人向けの品物を取りそろえること。また英語で対応できるよう、語学力を磨く必要もある。外国人市場の開拓も必要となってくる。
- ・ 来客数の上昇が望めるのは嬉しいことである。メニュー等も分かりやすくして、外国語表記も増やしていきたい。
- ・ 日本に旅行した際に良いイメージを持ち、日本在住を検討するケースも想定される。その場合、外国人の住宅需要は増えるかもしれない。

(寄せられたコメントから一部抜粋して掲載)

(発行) 新宿区地域文化部産業振興課
 〒160-0023 東京都新宿区西新宿 6-8-2 BIZ 新宿
 TEL 03-3344-0701 (直通)
 平成 26 年 2 月 発行