

# 新宿区 中小企業の景況

(平成26年10月～12月期)

## 1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (46件)、印刷・同関連業 (39件)、染色業 (16件)、建設業 (48件)、情報通信業 (49件)、卸売業 (59件)、小売業 (63件)、飲食・宿泊業 (74件)、不動産業 (61件)、サービス業 (83件)

※ ( ) 内は有効回答数 合計 538 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26年12月下旬

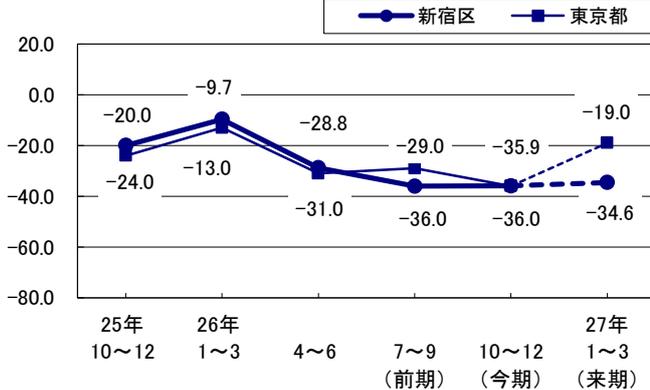
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

## 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▲35.9 と、前期 (平成26年7月～9月) の▲36.0 と同様の厳しさが続いた。来期 (平成27年1月～3月) の見通しは▲34.6 で、わずかに改善すると見込まれている (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」が最も高かった。なお、「良い」理由では、「仕入れ以外のコストの動向」が前期より 8.8 ポイント増加し、「悪い」理由では、「仕入価格の動向」が前期より 9.3 ポイント増加して、それぞれ影響度が高まった。

図表1 業況 D.I の推移



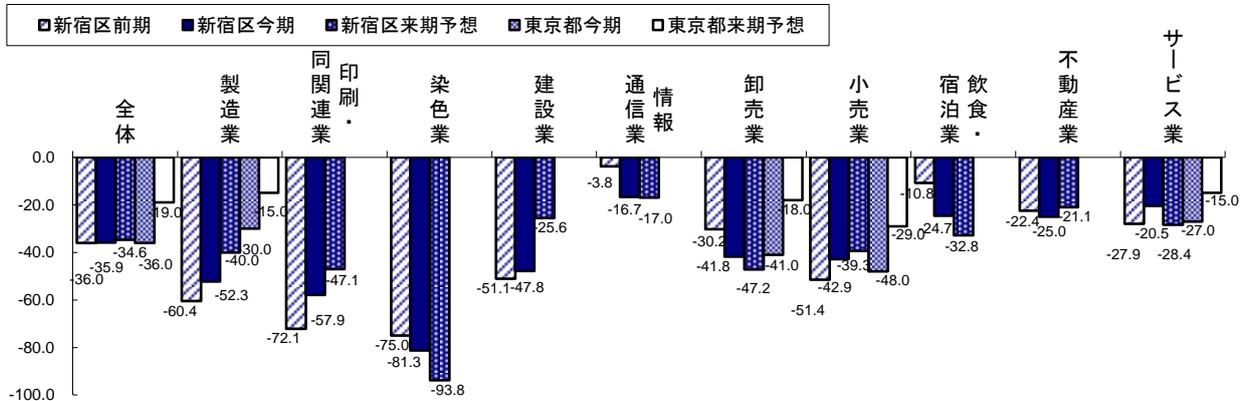
図表2 今期業況 D.I の判断理由 (%)

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											
良い	72.9	9.4	29.4	31.8	17.6	10.6	2.4	8.2	4.7	18.8	5.9
悪い	68.4	3.0	32.3	42.1	19.2	21.4	3.0	15.0	7.5	34.6	7.5

※最大3つまで選択

業種別に見ると、印刷・同関連業で大きく持ち直し、製造業、建設業、小売業、サービス業でも改善した。しかしながら、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業で低調感を大幅に強め、染色業、不動産業も悪化したため、全体では前期同様の厳しさが続いた。来期は、染色業で低調感を大幅に強め、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業で悪化するが、製造業、印刷・同関連業、建設業で大幅に改善し、小売業、不動産業も持ち直して、全体では改善する見込み (図表3)。

図表3 業況 D.I.、見通し D.I.



※東京都の数値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)

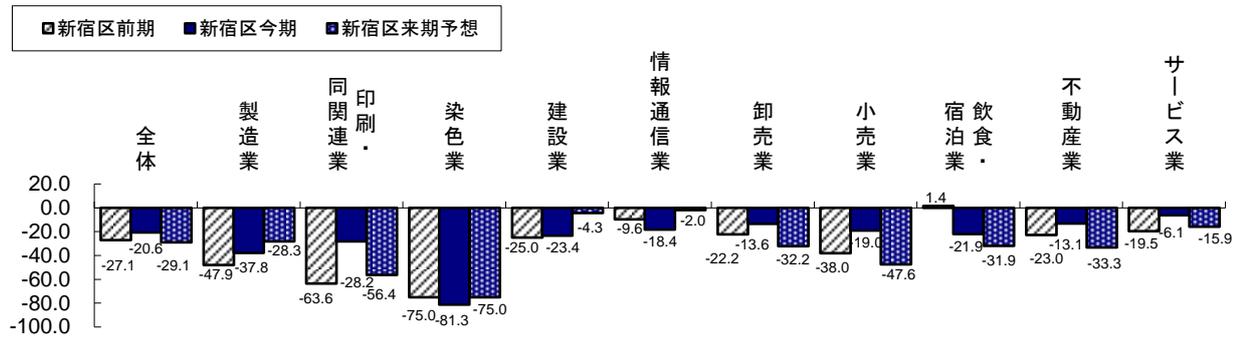
業況: 経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

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

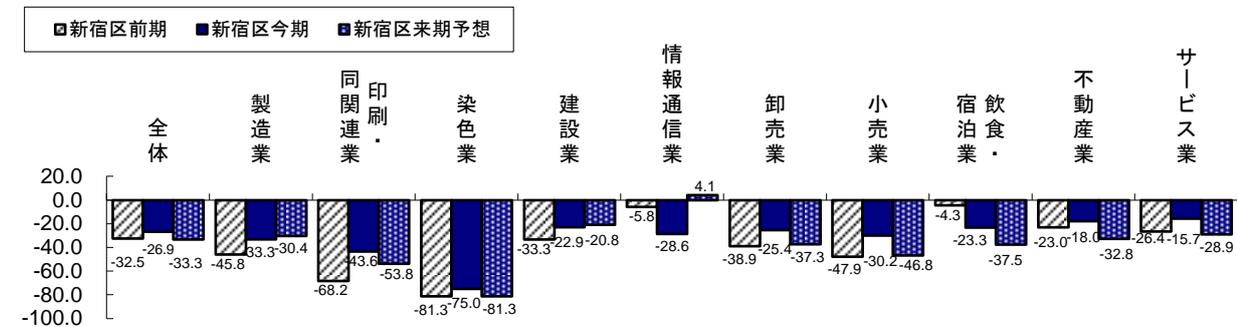
#### ●売上額 D.I

今期は、製造業、印刷・同関連業、小売業、サービス業で大きく持ち直し、建設業、卸売業、不動産業は回復基調で推移した。一方、飲食・宿泊業は悪化幅が大きく拡大し、染色業、情報通信業は低迷した。来期は、建設業、情報通信業で水面下ながら大きく改善し、製造業、染色業も悪化幅が縮小する見込み。



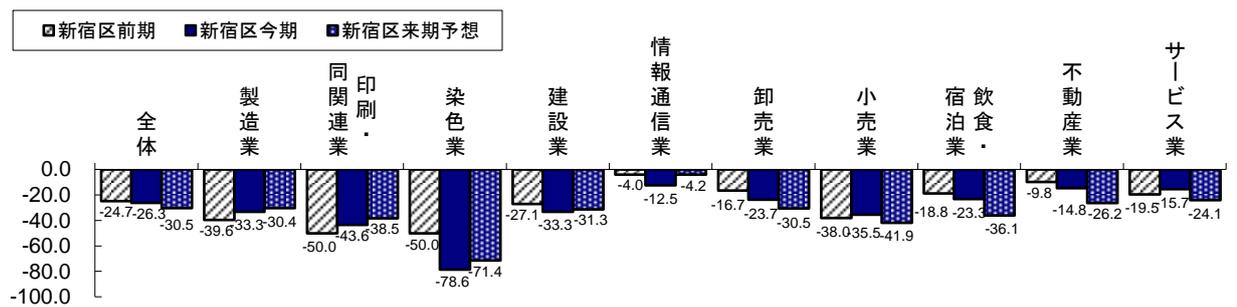
#### ●収益 D.I

今期は、製造業、印刷・同関連業、建設業、卸売業、小売業、サービス業で大幅に改善し、染色業、不動産業も持ち直したが、情報通信業、飲食・宿泊業は大きく落ち込んだ。来期は、情報通信業で大きく好転し、製造業、建設業で水面下ながら持ち直す見込み。



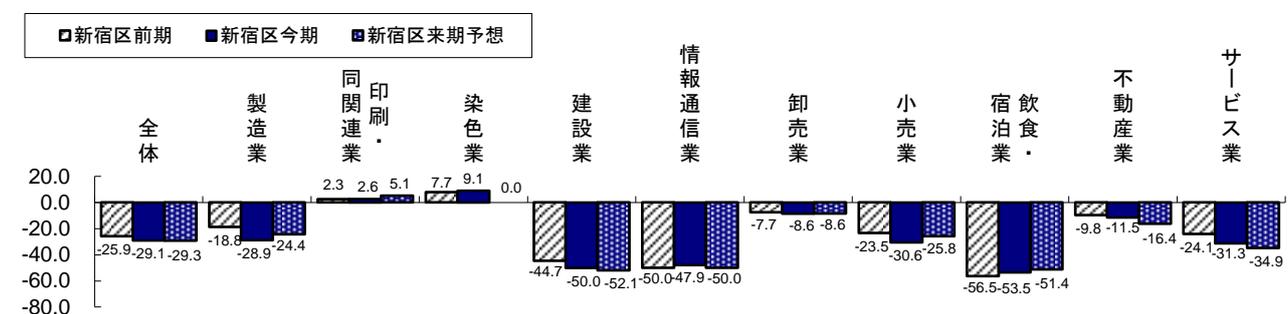
#### ●資金繰り D.I

今期は、製造業、印刷・同関連業、小売業、サービス業で改善した。しかしながら、染色業で窮屈感が大きく強まり、建設業、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業で厳しさが増した。来期は、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、情報通信業で改善する見込み。



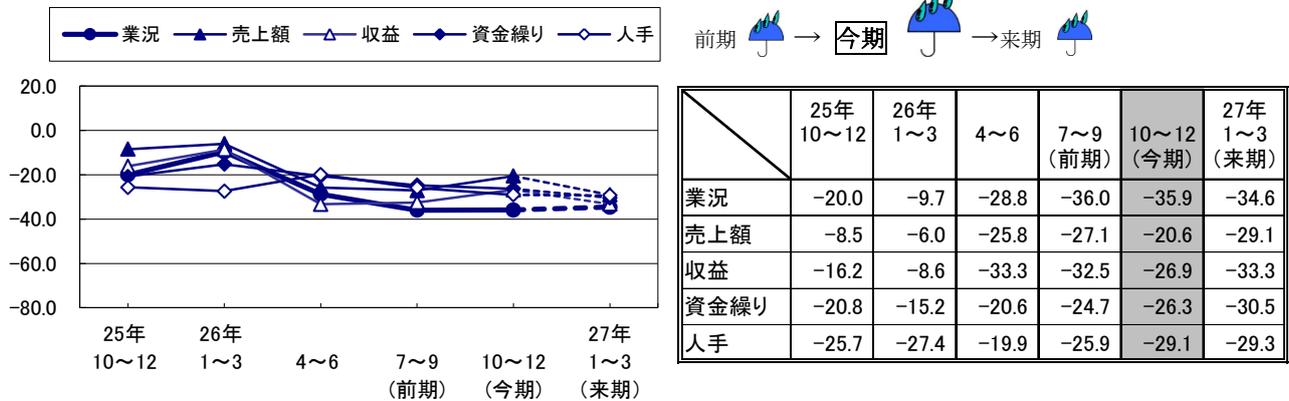
#### ●人手 D.I

今期は、印刷・同関連業、染色業で前期同様の過剰感が続いた。一方、製造業で大きく不足感を強め、それ以外の7業種は引き続き不足感がでている。来期は、染色業で適正となるが、印刷・同関連業は引き続き過剰で推移し、それ以外の8業種は引き続き不足気味で推移する見込み。



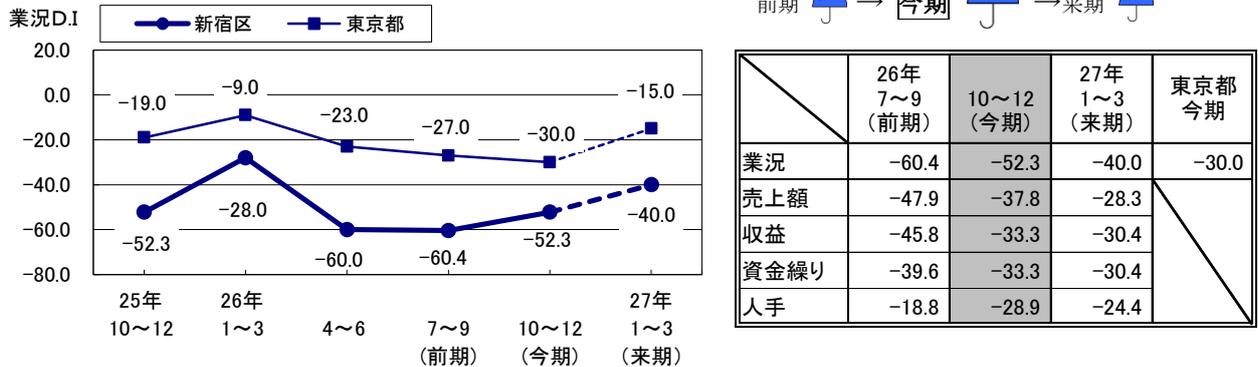
#### 4. 新宿区(全体)における項目別 D.I 推移

今期は、売上額、収益は改善したが、業況はほぼ前期並の悪化幅で推移した。なお、資金繰りは悪化幅が拡大し、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、業況はわずかに厳しさが和らぐと予想されている。人手は不足感がやや強まる見込み。

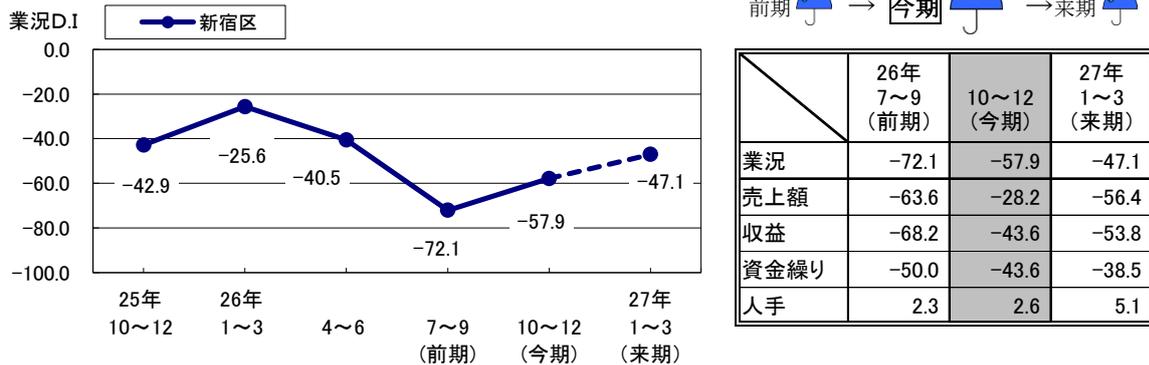


#### 5. 業種別における D.I 推移

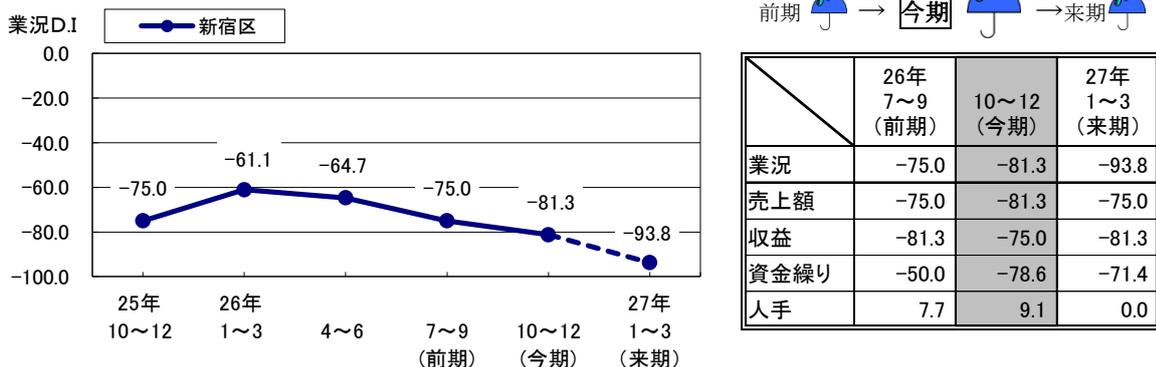
##### 1) 製造業



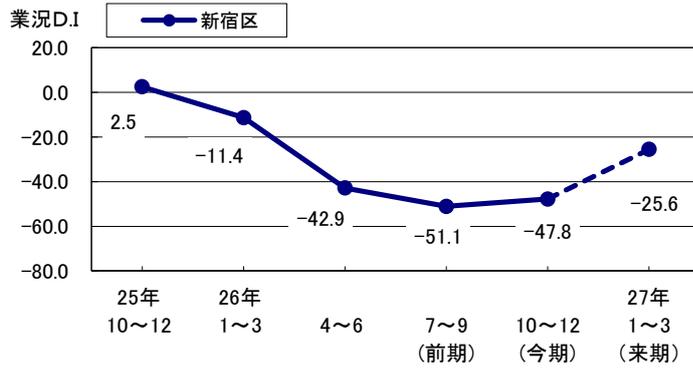
##### 2) 印刷・同関連業



##### 3) 染色業

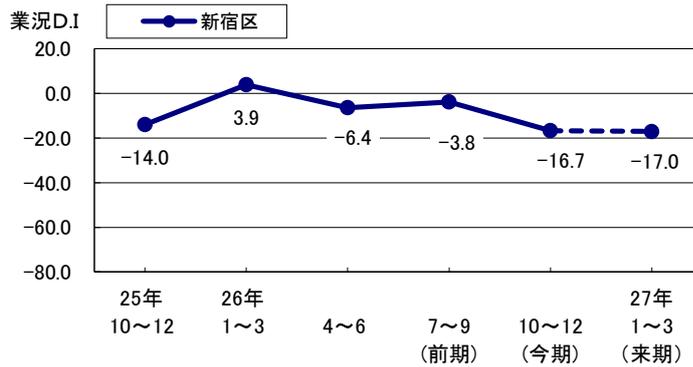


#### 4) 建設業



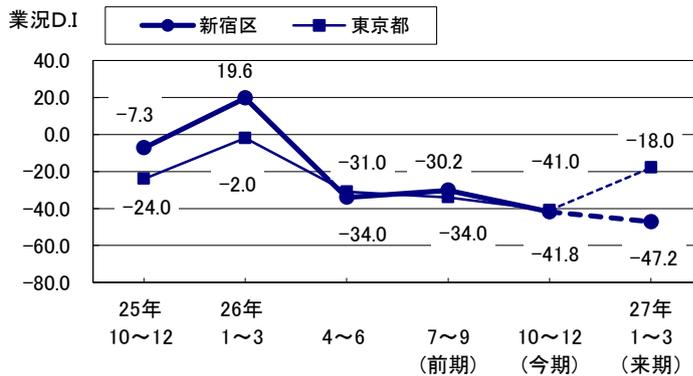
	26年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	27年 1~3 (来期)
業況	-51.1	-47.8	-25.6
売上額	-25.0	-23.4	-4.3
収益	-33.3	-22.9	-20.8
資金繰り	-27.1	-33.3	-31.3
人手	-44.7	-50.0	-52.1

#### 5) 情報通信業



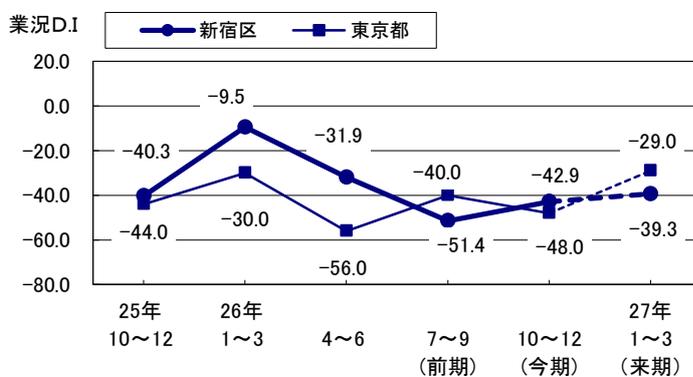
	26年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	27年 1~3 (来期)
業況	-3.8	-16.7	-17.0
売上額	-9.6	-18.4	-2.0
収益	-5.8	-28.6	4.1
資金繰り	-4.0	-12.5	-4.2
人手	-50.0	-47.9	-50.0

#### 6) 卸売業



	26年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	27年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-30.2	-41.8	-47.2	-41.0
売上額	-22.2	-13.6	-32.2	
収益	-38.9	-25.4	-37.3	
資金繰り	-16.7	-23.7	-30.5	
人手	-7.7	-8.6	-8.6	

#### 7) 小売業



	26年 7~9 (前期)	10~12 (今期)	27年 1~3 (来期)	東京都 今期
業況	-51.4	-42.9	-39.3	-48.0
売上額	-38.0	-19.0	-47.6	
収益	-47.9	-30.2	-46.8	
資金繰り	-38.0	-35.5	-41.9	
人手	-23.5	-30.6	-25.8	



## 6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」59.3%、2位「利幅の縮小」33.3%、3位「同業者間の競争の激化」24.5%で、前期同様の順位となった。

業種別では、すべての業種で「売上の停滞・減少」が1位であった。2位は、不動産業で「同業者間の競争の激化」、染色業で「取引先の減少」、建設業、飲食・宿泊業で「人手不足」、情報通信業で「人手不足」と「人件費の増加」（同率）、それ以外の5業種で「利幅の縮小」であった。「人手不足」は建設業、情報通信業、飲食・宿泊業で2位（情報通信業は「人件費の増加」と同率）に挙げられており、今後も引き続き動向が注目される。

	全体	製造業	印刷・同関連業
1位	売上の停滞・減少 59.3%	売上の停滞・減少 57.1%	売上の停滞・減少 69.2%
2位	利幅の縮小 33.3%	利幅の縮小 38.1%	利幅の縮小 48.7%
3位	同業者間の競争の激化 24.5%	同業者間の競争の激化 26.2%	同業者間の競争の激化 30.8%
	染色業	建設業	情報通信業
1位	売上の停滞・減少 80.0%	売上の停滞・減少 51.1%	売上の停滞・減少 63.3%
2位	取引先の減少 40.0%	人手不足 40.4%	人手不足 30.6%
			人件費の増加 30.6%
3位	利幅の縮小 26.7%	利幅の縮小 31.9%	利幅の縮小 26.5%
	顧客・ニーズの変化・減少 26.7%		
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業
1位	売上の停滞・減少 63.2%	売上の停滞・減少 62.9%	売上の停滞・減少 54.9%
2位	利幅の縮小 42.1%	利幅の縮小 30.6%	人手不足 39.4%
3位	為替レートの変動 36.8%	同業者間の競争の激化 22.6%	材料価格の上昇 36.6%
	不動産業	サービス業	
1位	売上の停滞・減少 44.8%	売上の停滞・減少 62.7%	
2位	同業者間の競争の激化 31.0%	利幅の縮小 36.1%	
3位	利幅の縮小 27.6%	同業者間の競争の激化 28.9%	

※ 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」40.6%、2位「販路を拡大する」32.9%、3位「人材を確保する」23.6%で、前期からの順位に変動はみられなかった。

業種別では、卸売業、不動産業で「販路を拡大する」、飲食・宿泊業で「人材を確保する」、それ以外の7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。「既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する」は、飲食・宿泊業で2位、製造業、小売業で3位に挙げられており（製造業は「人材を確保する」と同率、小売業は「品揃えを改善する」と同率）、今後の動向が注目される。

	全体	製造業	印刷・同関連業
1位	新しい取引先を見つける 40.6%	新しい取引先を見つける 50.0%	新しい取引先を見つける 55.3%
2位	販路を拡大する 32.9%	販路を拡大する 40.0%	販路を拡大する 42.1%
3位	人材を確保する 23.6%	人材を確保する 25.0%	人件費以外の経費を節減する 28.9%
		既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する 25.0%	
	染色業	建設業	情報通信業
1位	新しい取引先を見つける 46.7%	新しい取引先を見つける 40.4%	新しい取引先を見つける 53.1%
2位	販路を拡大する 40.0%	人材を確保する 38.3%	販路を拡大する 34.7%
			人材を確保する 34.7%
			技術力を強化する 34.7%
3位	特になし 33.3%	技術力を強化する 31.9%	新しい事業を始める 26.5%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業
1位	販路を拡大する 45.6%	新しい取引先を見つける 40.3%	人材を確保する 37.7%
2位	新しい取引先を見つける 42.1%	販路を拡大する 33.9%	既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する 20.3%
3位	新しい事業を始める 26.3%	既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する 25.8%	人件費の見直しをする 17.4%
		品揃えを改善する 25.8%	
	不動産業	サービス業	
1位	販路を拡大する 35.1%	新しい取引先を見つける 57.8%	
2位	不動産の有効活用を図る 31.6%	販路を拡大する 30.1%	
3位	新しい取引先を見つける 26.3%	人材を確保する 26.5%	

※ 最大3つまで選択

## 8. コメント調査結果

### 1) 製造業

- ・ 売上は前期比で毎月減少しているが、人手が半分以下に減ったため、固定費の減少で利益は出ると思う。ただ、今の状態で欠員が出たら、お手上げ状態になる。
- ・ 既存事業が競争力低下で厳しい状況。それを補完するために、新規事業をスタートさせているが、資金力が乏しい。他にスタートしていない新規事業もあるが、状況は同じで、資金調達先を模索中である。
- ・ 医療機器事業に関しては、他と競合する製品が少ない為、あまり景気に左右されない事が幸いである。防災関係の仕事については、販売先は固定しているが大手も参入してきており、利益を出すことが難しい。赤字のまま続けるのか、悩むこの頃である。
- ・ 受注に大きな波があり、経営計画を立てにくい。

### 2) 印刷・同関連業

- ・ 取引先がほぼ安定しているので、大きな変化は現状ではない。
- ・ 今年の9月までは不調だったが、10月、11月と売上高が伸長している。得意先が出版社なので、業種としては良くないが、高付加価値の商品が喜ばれたことが要因である。
- ・ 個人情報取扱事業者として、お客様に安心して個人情報を委託していただくため、社内教育及び資格取得に力を入れている。時間やお金もかかることだが、先行投資として行っている。
- ・ 市場全体の印刷物が減少傾向の為、同業者の競争が激化している。それによって、受注全体が減少している。

### 3) 染色業

- ・ 新商品の開発を行い、旧来の事業とは別の事業を展開したことで、収益が上がった。
- ・ 現在の都市集中型の人口移動が、地方優先型に変化して行くための対策が必要。
- ・ 消費者の減少（着物、友禅）により、大変厳しい。

### 4) 建設業

- ・ 消費税率改正の反動で、4月～7月に売上が減少した。9月頃から良くなったが、税率10%になる時に受注減や売上減とならないか心配である。
- ・ 人手不足による人件費の増加が問題。
- ・ 人材確保、育成が難しい。賃金の上昇がない限りは、これから先の安定、保証がイメージできない。会社で人材を雇い入れることもできなくなり、技術力の低下、後継者の減少につながってしまうと考える。
- ・ 材料代の価格が値上がりしても、従前の価格で受注するので、利益が上がらない。

### 5) 情報通信業

- ・ 漠然とした不安はあるものの、現状において問題はない。
- ・ 大手企業との取引が昨年5月から継続しており、安定した売上および収益を計上。業績としては上向きである。
- ・ 大手インターネット通販などの販売力により、既存店の営業成績が悪化している。専門店の販売上、一社だけが勢力を伸ばすのは嬉しくない。
- ・ 主要顧客であるメーカーの業績不振により需要が減り、売上の減少につながっている。顧客のニーズも変化してきており、それへの対応も必要。

### 6) 卸売業

- ・ 需要が増加したことにより、売上が多少向上した。総体的に、取引先に好景気感はほとんどなく、ごくわずかの取引先の需要増加に助けられているところがある。
- ・ 今期は新規事業の立ち上がりもあり、収益上は改善しているが、既存事業は全体に下方傾向にある。社員が高齢化の為、新規開発のリソースがない。

- ・ 仕事量がなかなか増加しない。世間の報道とずれがあるように感じる。
- ・ 当社は半導体を主とした電子応用機器の販売を行っている商社である。取扱商品のほとんどが輸入商品の為、円安による仕入原価の高騰で利益率が低下している。また、仕入原価高騰分を売上価格に転嫁出来ず、利益額も減少傾向にあるため、新規取扱商品を増やし、販路拡大に営業努力している状況である。
- ・ 医療機器の市場が飽和している。また、新規商品の売上計上までにタイムラグがある。

## 7) 小売業

- ・ 今年は新卒採用者の成長も早く、順調な1年であったと思われる。概ね順調である。
- ・ 専門店としての知名度が上がり、ブームの追い風を受けて好調。扱い品に輸入物が多い為、円安による価格上昇は大きな問題。1ドル100円ぐらいまでの円高が望ましい。輸入物価の上昇は消費にとって大きなマイナスになると思う。
- ・ 順調に成長中。
- ・ 競争激化による販売低下、また人材不足が顕著化している。取引先が区外に移転しており、取引先が減少している。
- ・ スポーツ人口の減少による売上減。

## 8) 飲食・宿泊業

- ・ 1年後に成果が出る取り組みを実施中である。経営は忍耐期であるが、期待をしながら日々活動している。
- ・ 売上は増加傾向にあるが、他同業者間との価格競争が激しく、販売単価が安くなってしまう。売上の増加になかなか結び付かないため、いかにして高く販売するかが課題。
- ・ 来客数が伸び悩む中、昨年11月にリニューアルを行い、客単価の上昇に成功した。客数は伸びない中でも売上、利益ともに改善した。今後も、メニューや商品等の品質向上を計り、来客数を増やしていきたい。
- ・ 現在の売上、収益は順調であるが、今後は材料費の値上げが問題である。
- ・ 家賃支払がないため、その分価格を低く設定している。利益の追求より地域におけるコミュニティ、人とのつながりを重視して経営している。付近の大手企業の移転があり、ランチタイムの来客が減少している。

## 9) 不動産業

- ・ 消費税率改正、前年に実施した周年事業に対する反動等による収益への悪影響が懸念されたが、度合いは軽微であった。同業他社との競争は厳しく、今後の経営環境も楽観視は出来ないが、安定した収入基盤を活かし、安定的経営を維持する。
- ・ 販売部分については、客単価の減少があるが、客数増を計り大きな変化はなく、今後も新客確保を計っていきたい。不動産管理部門は、数年変化なし。但し、今後改修工事等の資金準備が必要。
- ・ 同業者間の競争（特に大手業者）が激化しており、取引先の減少を招いている。結果として、売上・利益ともに減少・減益となっている。
- ・ 融資を受ける場合、信用保証協会を利用するのだが、最近審査が厳しくなったように感じる。

## 10) サービス業

- ・ 円安により、輸出型企業からの受注が増えている。特に自動車関連企業が好調である。国際貨物を取り扱う弊社にとって、空輸便による需要の拡大が増益に大きく影響した（特に北米、メキシコ、ブラジル向け貨物）。
- ・ 固定的な人材派遣（情報技術者）なので、大きな変動はない。但し、法改正にどう対応するかが最大のポイント。
- ・ 今年は良かったが、来年以降が不安である。
- ・ 平成26年度は、昨年の時点で売上の減少が予想されたので、積極的営業を行ったのが功を奏したと考えられる。12月現在、来期の状況が全く読めない。クライアントが厳しい状況におかれているのも、不安材料のひとつである。

# 【特別調査】「平成 27 年の経営見通・採用計画」と「経営者の能力開発」

【調査実施時期】  
平成 26 年 12 月下旬

## 【調査結果概要】

平成 26 年の自社の業況は、「普通」が約 28%で最多と、年初予想とほぼ同様であった（問 1 参照）。

平成 27 年の日本の景気見通しは、「やや悪い」が約 35%で最多だった（問 2 参照）。自社の同業況見通しは「普通」が約 31%で最多、以下「やや悪い」が約 30%と続いた（問 3 参照）。自社の同売上額の伸び率見通しは「変わらない」が約 33%で最多、以下「10%未満の減少」が 23%と続いた（問 4 参照）。

平成 27 年の自社の設備投資の予定は、「設備投資なし」が約 41%で最多、以下「未定」が約 30%と続いた（問 5 参照）。

平成 27 年の正規社員雇用は「現状維持の予定」が約 44%で最多、非正規社員雇用は「以前から当社にはいない」が約 31%で最多だった（問 6 参照）。

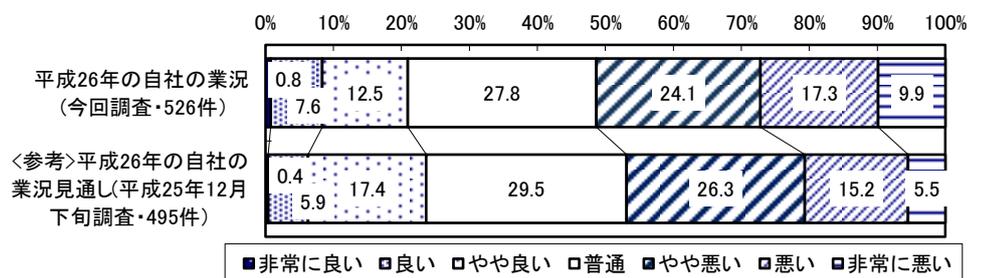
経営者として『必要とされる能力』は、「実行力」が約 44%で最多、以下「先見性」が約 39%であった（問 7 参照）。経営者として必要とされる能力を得るために自身で取り組んでいることは、「従業員と意見交換する」が約 43%で最多、以下「取引先と意見交換する」が約 42%であった（問 8 参照）。能力を得るために取り組んだ結果の課題は、「特になし」が約 29%で最多、以下「得た情報等が自社の状況に合にくい」が約 28%であった（問 8-1 参照）。なお、能力を得るための取り組みを行っていない理由は、「今のままで十分なので不要」が 45%で最多であった（問 8-2 参照）。

## 問 1 平成 26 年の自社の業況

全体では、「普通」が 27.8%で最も多く、以下「やや悪い」24.1%、「悪い」17.3%と続いた。「やや悪い」「悪い」「非常に悪い」を合わせた『悪い』は 51.3%、「非常に良い」「良い」「やや良い」を合わせた『良い』は 20.9%となった。平成 25 年 12 月下旬に実施した「新宿区 中小企業の景況(平成 25 年 10 月～12 月期)」の[特別調査] (以降、前年調査) 問 3「平成 26 年の自社の業況見通し」では、「普通」が 29.5%で最も多く、『良い』は 23.7%、『悪い』は 47.0%となっており、ほぼ年初予想と同様であった（図表特 1）。

業種別では、『悪い』は染色業で 80.0%、印刷・同関連業で 78.9%と約 8 割を占めたのに対し、不動産業は 2 割台にとどまった。『良い』は、サービス業で 30.1%と唯一 3 割以上を占めた。なお、「普通」は不動産業で 5 割以上を占めたのに対し、それ以外の 9 業種は 4 割以下にとどまった。

図表特 1 平成 26 年の自社の業況

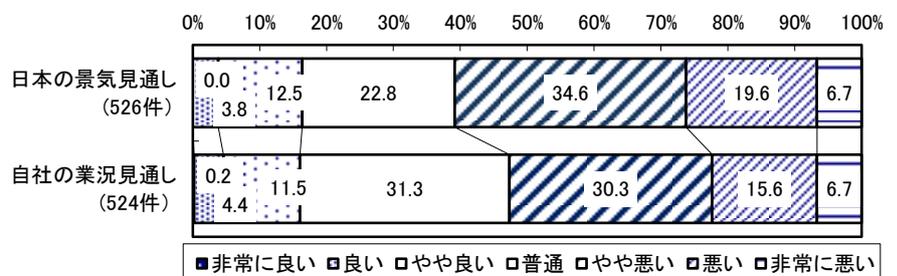


## 問 2 平成 27 年の日本の景気見通し

全体では、「やや悪い」が 34.6%で最も多く、以下「普通」22.8%、「悪い」19.6%と続いた。『悪い』という厳しい見通しは 60.9%であった（図表特 2）。

業種別では、『悪い』は、染色業で特に多く、8 割以上を占めた。『良い』は、サービス業で 22.8%と最も多く、情報通信業、不動産業も 2 割以上を占めた。

図表特 2 平成 27 年の日本の景気見通し・自社の業況見通し



## 問 3 平成 27 年の自社の業況見通し

全体では、「普通」が 31.3%で最も多く、以下「やや悪い」30.3%、「悪い」15.6%と続いた。『悪い』という厳しい見通しは 52.6%であった。『良い』は 16.1%と、明るい見通しを示したのは 2 割以下にとどまった（図表特 2）。

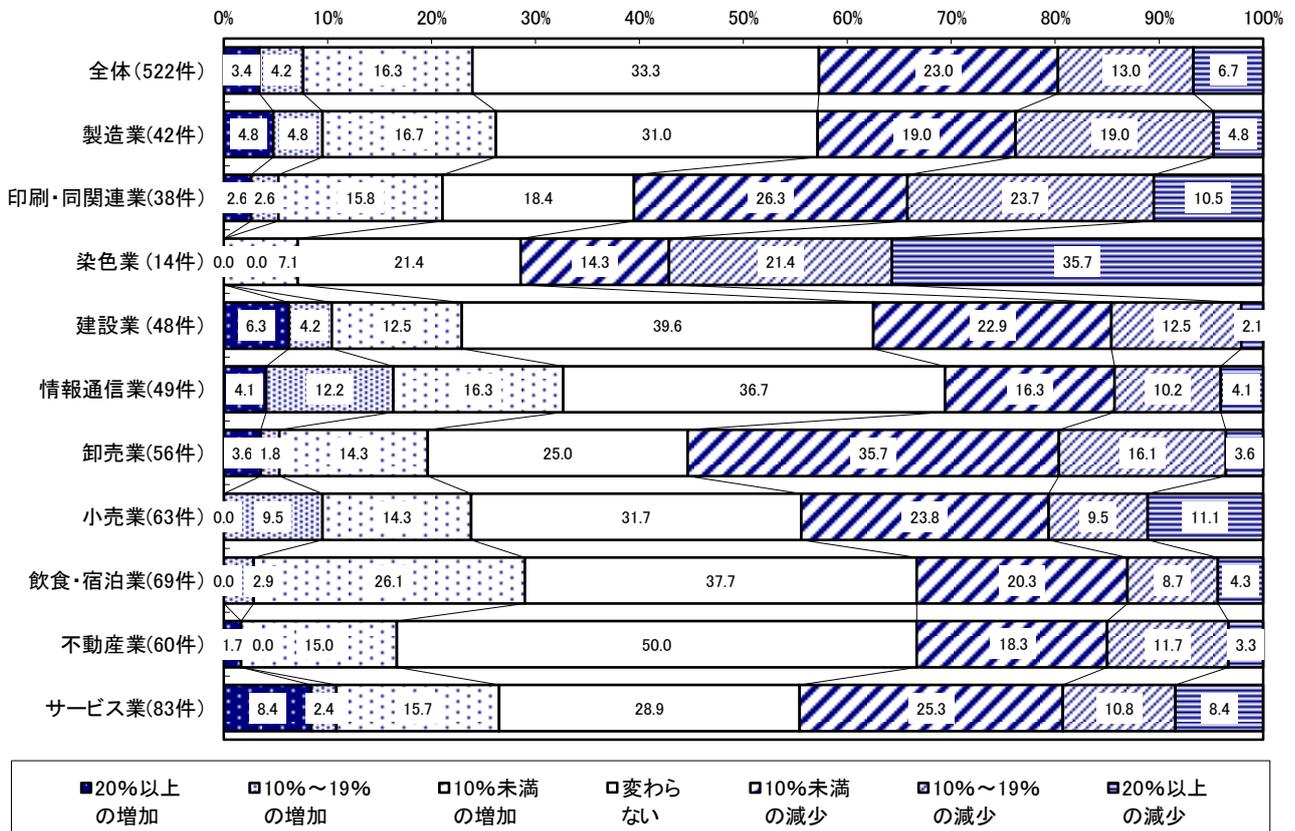
業種別では、『悪い』は染色業で 93.4%と最も多く、それ以外の業種は 4～6 割台であった。一方、『良い』はサービス業で 23.1%と最も多く、情報通信業も 22.5%と 2 割以上を占めたが、そのほかの 8 業種は 2 割以下にとどまり、染色業では『良い』との回答はなかった。

#### 問 4 平成 27 年の自社の売上額の伸び率の見通し

平成 26 年と比べた平成 27 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 33.3%で最も多く、以下「10%未満の減少」23.0%、「10%未満の増加」16.3%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 42.7%、「20%以上の増加」から「10%未満の増加」までを合わせた『増加』は 23.9%となって、『減少』が『増加』を上回った。

業種別に見ると、情報通信業で『増加』が『減少』をわずかに上回ったが、それ以外の 9 業種では逆に『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。なお、『減少』は染色業で 7 割以上を占め最も多く、そのほかでは印刷・同関連業で 6 割台、卸売業で 5 割台となって、高い割合を示した（図表特 3）。

図表特 3 平成 27 年の自社の売上額の伸び率の見通し(平成 26 年比)

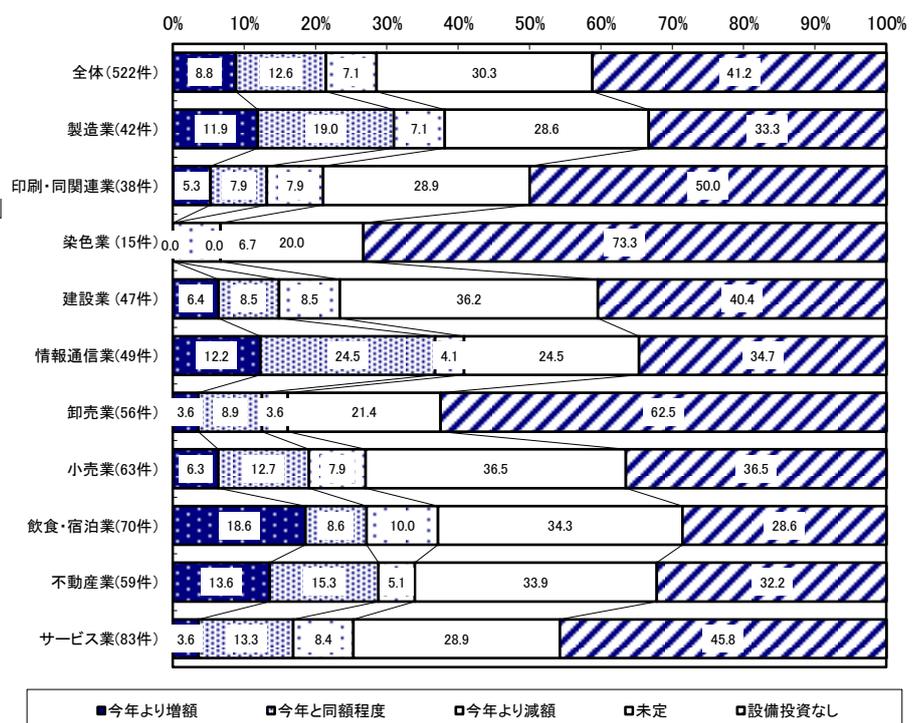


#### 問 5 平成 27 年の自社の設備投資の予定

平成 26 年と比べた平成 27 年の設備投資の予定について、全体では、「設備投資なし」が 41.2%で最も多く、以下「未定」30.3%、「今年と同額程度」12.6%と続いた。「今年より増額」は 8.8%にとどまった。

業種別に見ると、小売業は「設備投資なし」と「未定」が同率最多、飲食・宿泊業、不動産業は「未定」が最も多く、それ以外の 7 業種は「設備投資なし」が最も多かった。なお、「今年より増額」は、飲食・宿泊業で 18.6%と最も多く、そのほかでは製造業、情報通信業、不動産業で 1 割以上を占めた。「今年と同程度」は、情報通信業で 24.5%と唯一 2 割以上を占めた（図表特 4）。

図表特 4 平成 27 年の自社の設備投資の予定(平成 26 年比)

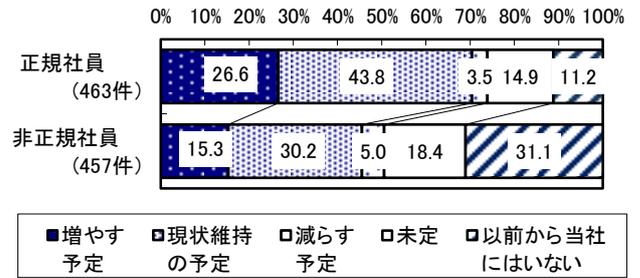


## 問 6 平成 27 年の正規社員・非正規社員雇用

正規社員雇用については、全体では「現状維持の予定」が 43.8%で最も多かった。以下「増やす予定」26.6%、「未定」14.9%と続いた（図表特 5）。正規社員雇用の業種別内訳は、染色業、情報通信業を除く 8 業種で「現状維持の予定」が最も多く、サービス業で 54.1%と唯一 5 割以上を占めた。情報通信業は「増やす予定」が 43.8%で最も多く、染色業は「以前から当社にはいない」が 63.6%で最も多かった。

非正規社員雇用については、全体では「以前から当社にはいない」が 31.1%で最も多く、以下、「現状維持の予定」30.2%、「未定」18.4%と続いた。「増やす予定」は 15.3%であった（図表特 5）。非正規社員雇用の業種別内訳は、印刷・同関連業、染色業、建設業、卸売業、不動産業で「以前から当社にはいない」が最も多かった。それ以外の 5 業種では「現状維持の予定」が最も多かった。

図表特 5 平成 27 年の正規社員・非正規社員雇用

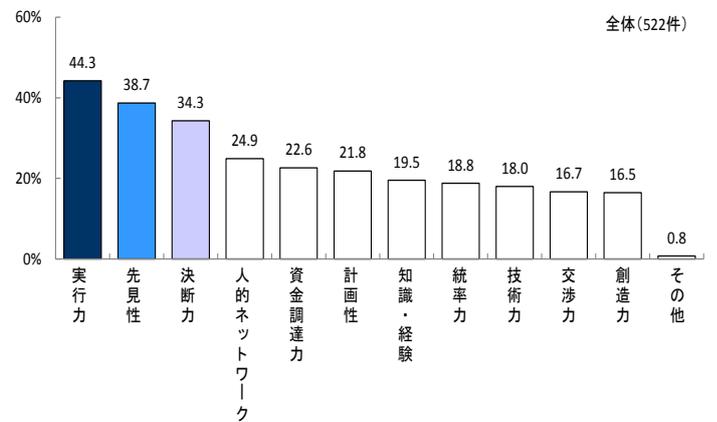


## 問 7 経営者として『必要とされる能力』(複数回答可)

経営者として『必要とされる能力』は、全体では「実行力」が 44.3%で最も多く、以下「先見性」38.7%、「決断力」34.3%と続いた（図表特 6①）。業種別では、情報通信業で「実行力」と「先見性」が同率最多、建設業で「決断力」が最も多く、染色業では「技術力」が、それ以外の 7 業種では「実行力」が最も多かった。「実行力」は染色業、建設業で 2 割台にとどまったのに対し、それ以外の 8 業種では 4 割以上を占めた。染色業は、「技術力」が 6 割以上を占め、他の業種よりも重視されている傾向がうかがえる（図表特 6②）。

※本調査での『必要とされる能力』とは、必要とされる（強化したい）能力を指します（以下同様）。

図表特 6① 経営者として『必要とされる能力』(複数回答可)



図表特 6② 経営者として『必要とされる能力』(複数回答可・業種別・上位 3 位)

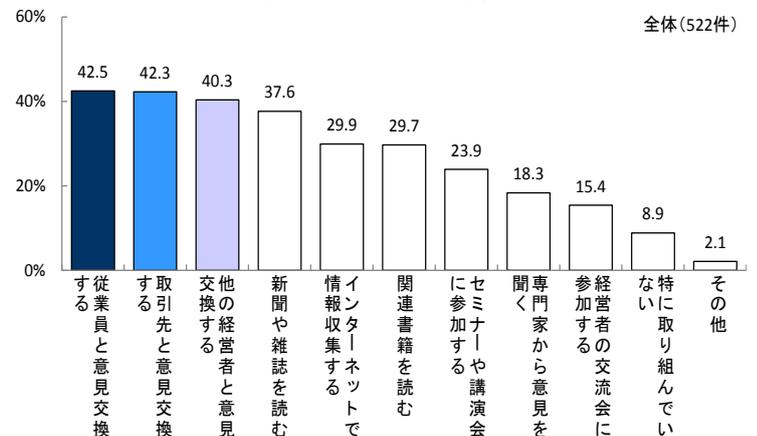
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	実行力 47.8%	実行力 44.4%	技術力 63.6%	決断力 36.2%	実行力 49.0% 先見性 49.0%
2位	先見性 45.7%	先見性 41.7%	人的ネットワーク 45.5%	実行力 29.8%	決断力 26.5% 計画性 26.5%
3位	技術力 37.0%	決断力 36.1%	交渉力 36.4%	技術力 27.7%	人的ネットワーク 24.5%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	実行力 49.2%	実行力 44.4%	実行力 47.1%	実行力 46.7%	実行力 42.0%
2位	先見性 40.7%	決断力 38.1%	先見性 38.6%	先見性 43.3%	先見性 39.5%
3位	決断力 39.0%	資金調達力 33.3%	決断力 37.1%	決断力 38.3%	人的ネットワーク 38.3%

## 問 8 経営者として必要とされる能力を得るために自身で取り組んでいること (複数回答可)

経営者として必要とされる能力を得るために自身で取り組んでいることは、全体では「従業員と意見交換する」が 42.5%で最も多く、以下「取引先と意見交換する」42.3%、「他の経営者と意見交換する」40.3%と続いた（図表特 7）。

- 業種別の最多項目は、以下のようになった。
- 「従業員と意見交換する」：印刷・同関連業、飲食・宿泊業
  - 「取引先と意見交換する」：製造業、卸売業、サービス業
  - 「取引先と意見交換する」「他の経営者と意見交換する」（同率）：小売業
  - 「取引先と意見交換する」「新聞や雑誌を読む」（同率）：染色業
  - 「他の経営者と意見交換する」：建設業、情報通信業
  - 「新聞や雑誌を読む」：不動産業

図表特 7 経営者として必要とされる能力を得るために自身で取り組んでいること (複数回答可)



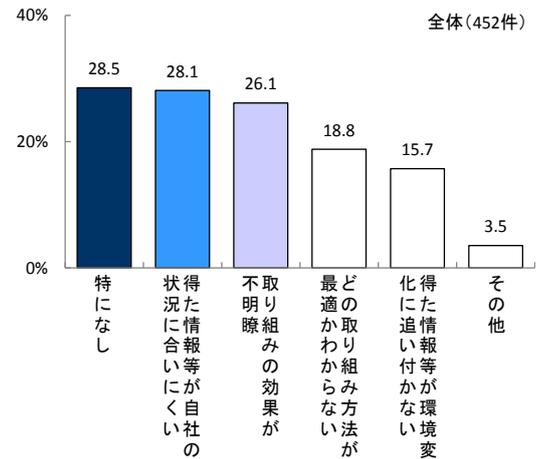
## 問 8-1 取り組んだ結果の課題(複数回答可)

取り組んだ結果の課題は、全体では「特になし」が 28.5%で最も多く、以下「得た情報等が自社の状況に合いにくい」が 28.1%、「取り組みの効果が不明瞭」が 26.1%と続いた(図表特 8)。

業種別の最多項目は、以下のようになった。

- ・「特になし」：建設業、情報通信業、不動産業、サービス業
- ・「特になし」「得た情報等が自社の状況に合いにくい」(同率)：製造業
- ・「得た情報等が自社の状況に合いにくい」：印刷・同関連業、飲食・宿泊業
- ・「得た情報等が自社の状況に合いにくい」「取り組みの効果が不明瞭」(同率)：卸売業
- ・「取り組みの効果が不明瞭」：小売業
- ・「どの取り組み方法が最適かわからない」：染色業

図表特 8 取り組んだ結果の課題(複数回答可)



## 問 8-2 取り組みを行っていない理由(複数回答可)

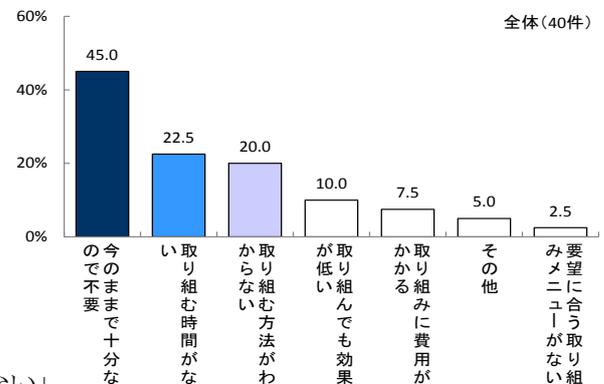
取り組みを行っていない理由は、全体では「今のままで十分なので不要」が 45.0%で最も多く、以下「取り組む時間がない」が 22.5%、「取り組む方法がわからない」が 20.0%で続いた(図表特 9)。

業種別の最多項目は、以下のようになった。

※ 業種ごとの回答件数が 10 件未満につき、件数も合わせて記載。

- ・「今のままで十分なので不要」：印刷・同関連業 (3 件)、建設業 (2 件)、卸売業 (2 件)、不動産業 (2 件)
- ・「今のままで十分なので不要」「取り組む時間がない」(同率)：サービス業 (各 4 件)
- ・「今のままで十分なので不要」「取り組む方法がわからない」(同率)：小売業 (各 1 件)、飲食・宿泊業 (各 3 件)
- ・「取り組む時間がない」「取り組んでも効果が低い」(同率)：製造業 (各 1 件)
- ・「取り組む方法がわからない」：情報通信業 (2 件)

図表特 9 取り組みを行っていない理由(複数回答可)



## 問 9 経営者の能力開発についての考え(自由回答)

- ・経営者と従業員の思考の違いや温度差は当然生じるが、その差をコミュニケーションで埋めて行くといった課題がある。この課題に取り組むことが、能力開発につながると考えている。(印刷・同関連業)
- ・顧客とのコミュニケーションをしっかりとることで、信頼性につながる。(建設業)
- ・世の中の動向に対してどのようなアプローチで仕事をしていくかを判断することにより、将来的にも安定した企業としたい。先見性が重要と考える。(情報通信業)
- ・人の意見を素直に聞くこと。自分の主張を明確に述べること。危機管理能力を高めること。(卸売業)
- ・新規顧客獲得の重要なツールであるため、経営者の交流会や勉強会にはなるべく参加している。(小売業)
- ・経験と自主努力を続けることが大切。課題を明確にすることで、能力も開発されるのではないかと。(飲食・宿泊業)
- ・企業の業態や規模に合った対策が必要。中小企業診断士等の専門家が、当該企業の経営者に能力開発のアドバイス等をする専門家派遣制度等が有用であると考えている。(不動産業)
- ・現場を周り、実際の現実から次の一手を見つけることが能力開発の第一歩だと考える。(サービス業)

(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 27 年 2 月発行