

# 新宿区 中小企業の景況

(平成27年7月～9月期)

## 1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (50件)、印刷・同関連業 (36件)、染色業 (17件)、建設業 (33件)、情報通信業 (44件)、卸売業 (47件)、小売業 (64件)、飲食・宿泊業 (81件)、不動産業 (48件)、サービス業 (76件)

※ ( ) 内は有効回答数 合計 496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27年9月下旬

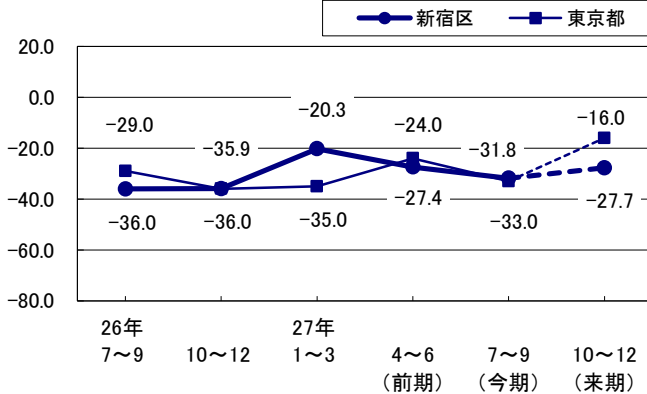
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

## 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▲31.8と、前期(平成27年4月～6月)の▲27.4から低迷した。来期(平成27年10月～12月)の見通しは▲27.7でわずかに上向くと見込まれている(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」が最も高いが、いずれも前期よりは影響度が弱まった。「良い」理由では、順番は4番目ながら「同業者間の競争」が前期より6.5ポイント増加し、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

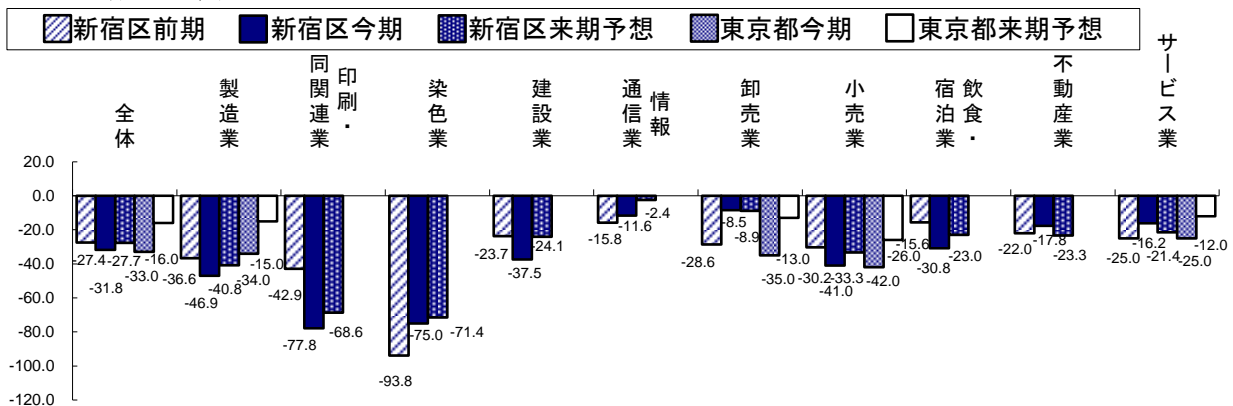
項目	国内需要(売上)の動向	海外需要(売上)の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の資金価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況											
良い	80.0	16.3	25.0	25.0	13.8	20.0	5.0	8.8	5.0	23.8	6.3
悪い	70.4	6.1	25.7	36.5	14.3	17.4	4.3	3.9	6.5	38.7	9.6

※最大3つまで選択

業種別に見ると、染色業、卸売業で水面下ながら大きく改善、情報通信業、不動産業、サービス業でも改善したが、製造業、印刷・同関連業、建設業、小売業、飲食・宿泊業で大きく低迷し、全体でも厳しさを増した。

来期は、卸売業、不動産業、サービス業を除く7業種で改善、特に建設業では厳しさが大きく和らぎ、全体でも上向く見込み(図表3)。

図表3 業況D.I、見通しD.I



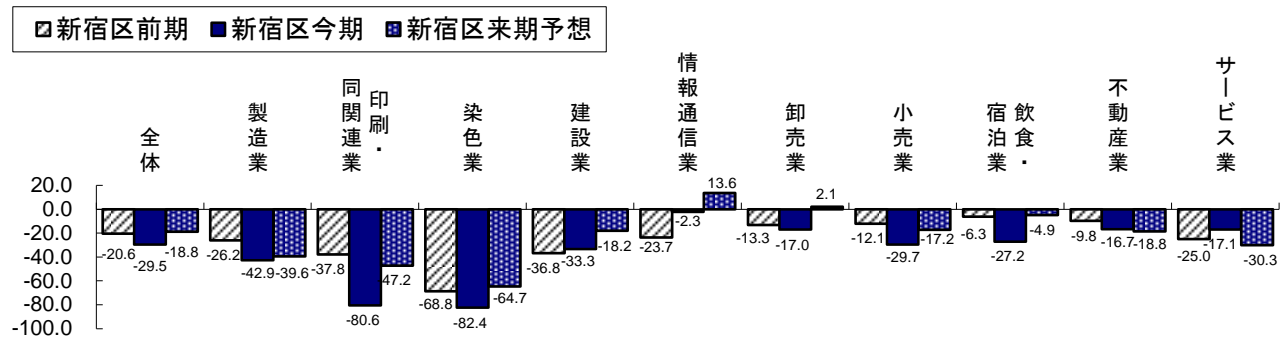
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の10月発表の資料によるもの。(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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(ディファイ): 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

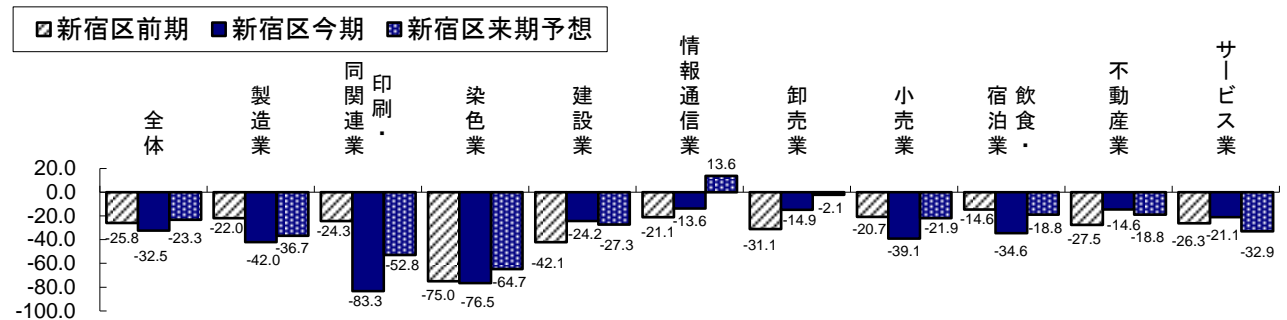
#### ●売上額 D.I

今期は、情報通信業で大きく改善し、建設業、サービス業で持ち直した。一方で、卸売業、不動産業で低迷し、製造業、印刷・同関連業、染色業、小売業、飲食・宿泊業で大きく低迷した。来期は、情報通信業、卸売業で減少から増加に大きく転じ、印刷・同関連業、染色業、小売業、飲食・宿泊業で減少に大きく歯止めがかかる見込み。



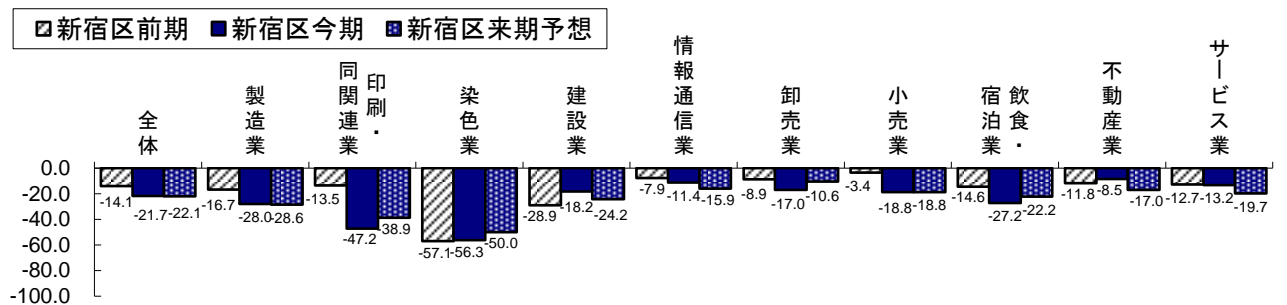
#### ●収益 D.I

今期は、建設業、卸売業、不動産業で減益幅が大きく縮小し、情報通信業、サービス業も減少に歯止めがかかった。一方で、製造業、印刷・同関連業、小売業、飲食・宿泊業で大きく減少を強め、染色業で低迷した。来期は、情報通信業で大きく好転し、印刷・同関連業、染色業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業で大きく改善する見込み。



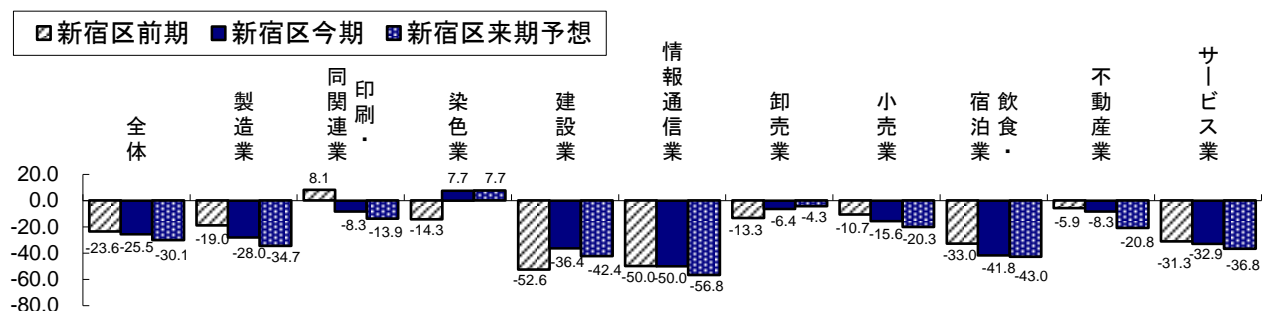
#### ●資金繰り D.I

今期は、建設業で厳しさが大きく和らぎ、染色業、不動産業で窮屈感が和らいだ。一方、製造業、印刷・同関連業、情報通信業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業で苦しさが強まった。来期は、印刷・同関連業、染色業、卸売業、飲食・宿泊業で厳しさが和らぎ、小売業で今期並の厳しさで推移するが、それ以外の5業種は苦しさが強まる見込み。



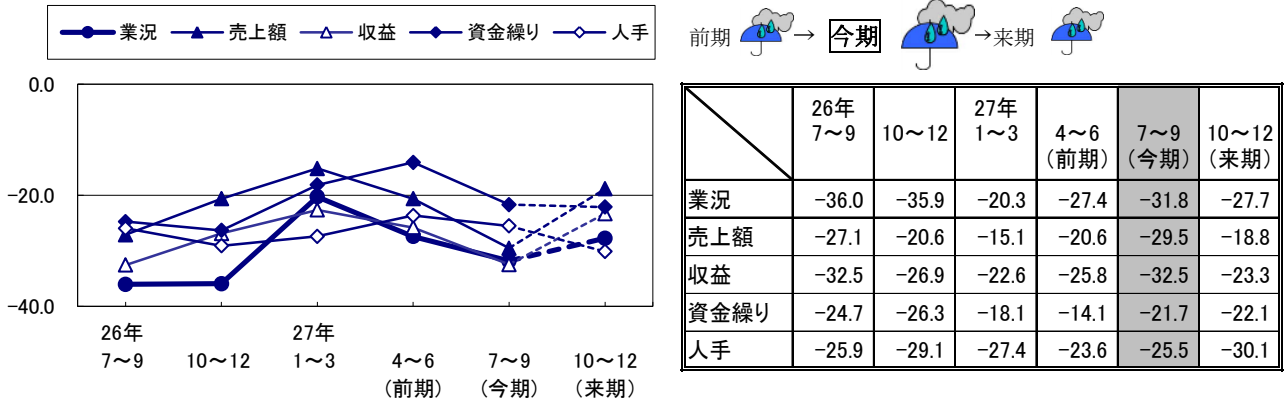
#### ●人手 D.I

今期は、染色業で不足から過剰に大きく転じ、印刷・同関連業で過剰から不足に大きく転じた。それ以外の8業種は引き続き不足感がでている。来期は、染色業は引き続き過剰で推移するが、それ以外の9業種は引き続き不足気味で推移する見込み。



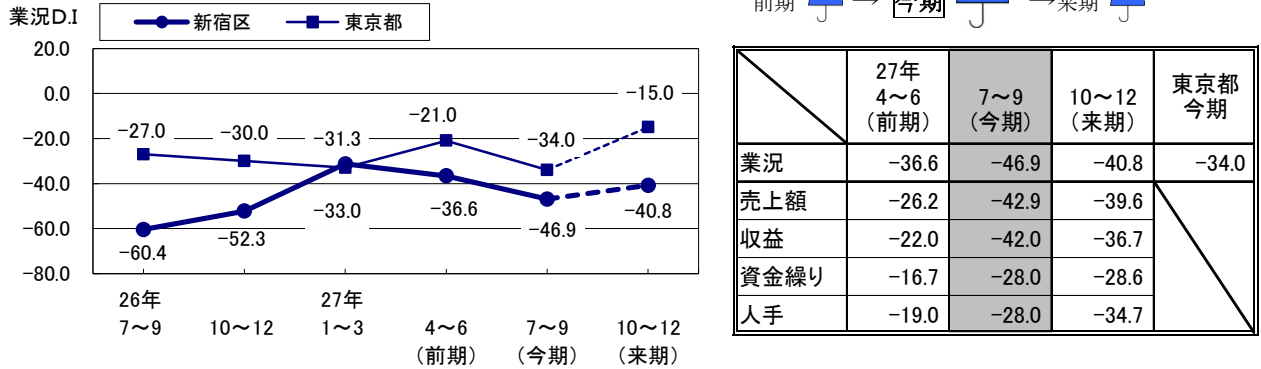
#### 4. 新宿区(全体)における項目別 D.I 推移

今期は、売上額、収益は減収・減益幅が拡大し、資金繰りは苦しさが強まり、業況も低迷した。人手は不足感が強まった。来期は、資金繰りは幾分厳しさを増し、業況は低迷するが、売上額、収益は持ち直すと予想されている。人手は不足感が強まる見込み。

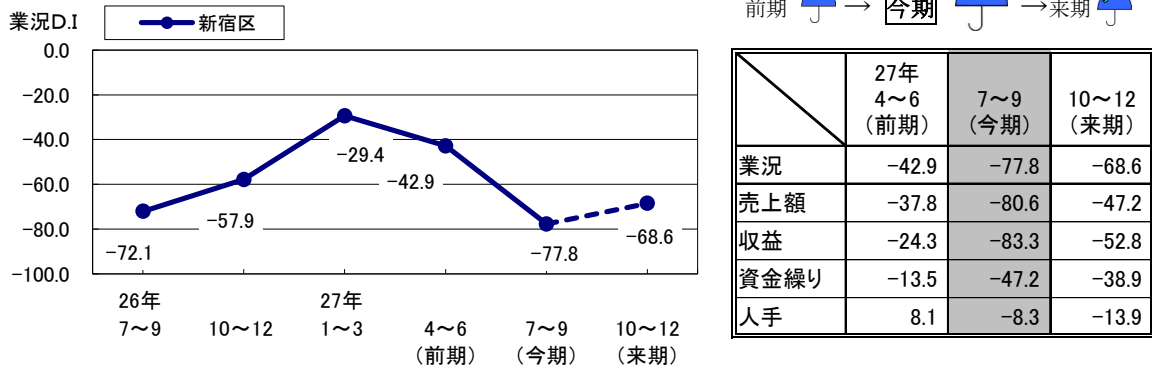


#### 5. 業種別における D.I 推移

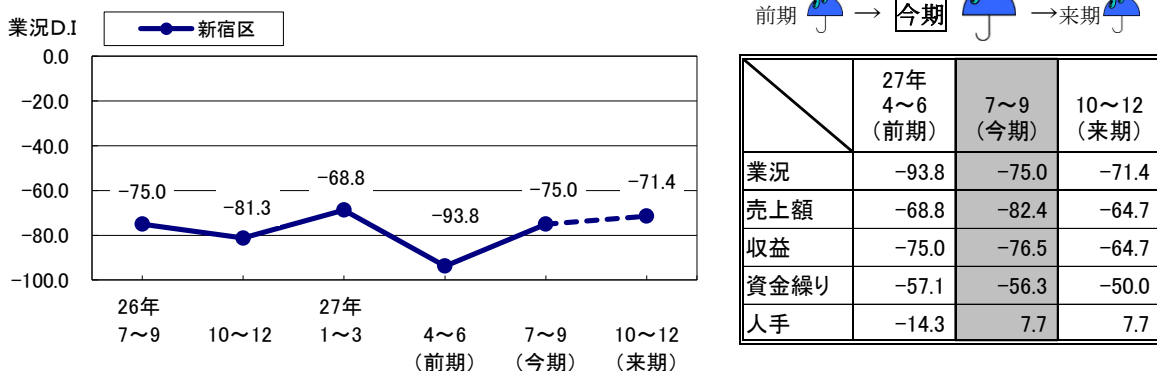
##### 1) 製造業



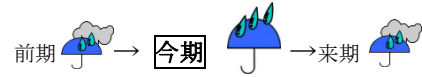
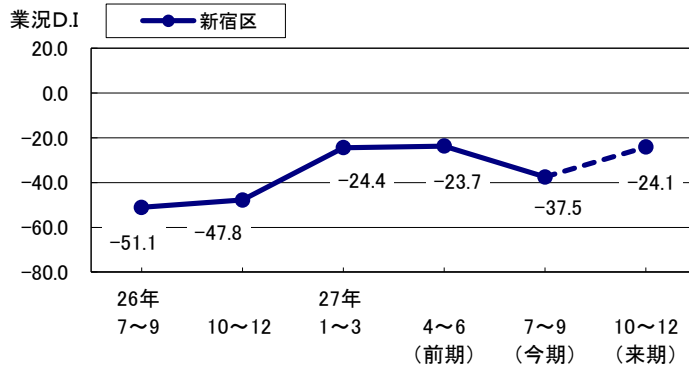
##### 2) 印刷・同関連業



##### 3) 染色業

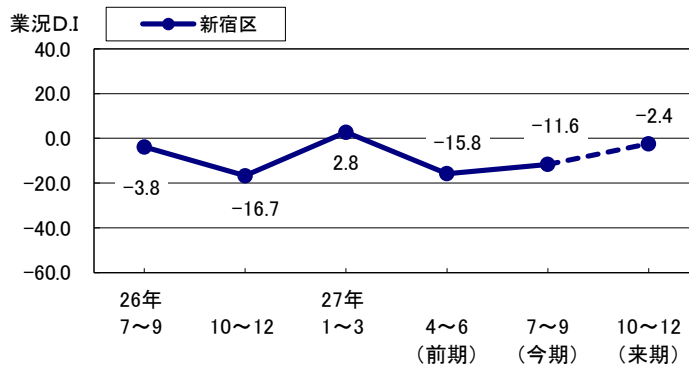


#### 4) 建設業



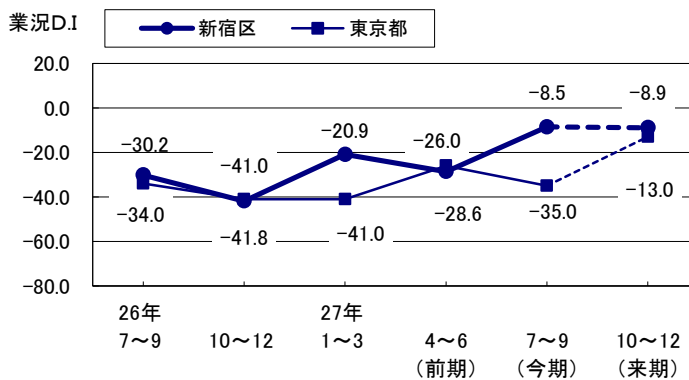
	27年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-23.7	-37.5	-24.1
売上額	-36.8	-33.3	-18.2
収益	-42.1	-24.2	-27.3
資金繰り	-28.9	-18.2	-24.2
人手	-52.6	-36.4	-42.4

#### 5) 情報通信業



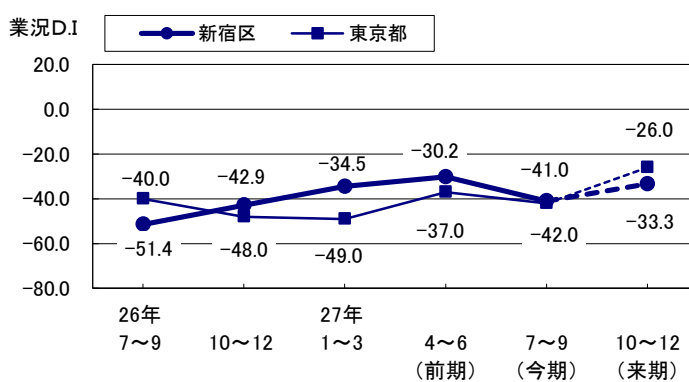
	27年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-15.8	-11.6	-2.4
売上額	-23.7	-2.3	13.6
収益	-21.1	-13.6	13.6
資金繰り	-7.9	-11.4	-15.9
人手	-50.0	-50.0	-56.8

#### 6) 卸売業



	27年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-28.6	-8.5	-8.9	-35.0
売上額	-13.3	-17.0	2.1	
収益	-31.1	-14.9	-2.1	
資金繰り	-8.9	-17.0	-10.6	
人手	-13.3	-6.4	-4.3	

#### 7) 小売業



	27年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-30.2	-41.0	-33.3	-42.0
売上額	-12.1	-29.7	-17.2	
収益	-20.7	-39.1	-21.9	
資金繰り	-3.4	-18.8	-18.8	
人手	-10.7	-15.6	-20.3	



## 6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」59.0%、2位「利幅の縮小」30.4%、3位「同業者間の競争の激化」29.0%で、前期同様の順位となった。

業種別では、情報通信業を除く9業種で「売上の停滞・減少」が1位、情報通信業は「人手不足」がわずかに上回った。2位は、印刷・同関連業、建設業、不動産業、サービス業で「同業者間の競争の激化」、情報通信業で「売上の停滞・減少」、染色業で「顧客・ニーズの変化・減少」、卸売業で「為替レートの変動」、それ以外の3業種で「利幅の縮小」となり、業種によって傾向が分かれた。卸売業では、「為替レートの変動」が前期に引き続き2位で、割合も高いことから、今後の動向が注目される。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	売上の停滞・減少	59.0%	売上の停滞・減少	70.0%	売上の停滞・減少	83.3%
2位	利幅の縮小	30.4%	利幅の縮小	26.0%	同業者間の競争の激化	47.2%
3位	同業者間の競争の激化	29.0%	同業者間の競争の激化	20.0%	利幅の縮小	30.6%
			人手不足	20.0%		
			顧客・ニーズの変化・減少	20.0%		
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	70.6%	売上の停滞・減少	48.5%	人手不足	50.0%
2位	顧客・ニーズの変化・減少	35.3%	同業者間の競争の激化	42.4%	売上の停滞・減少	45.5%
3位	取引先の減少	29.4%	人手不足	33.3%	利幅の縮小	40.9%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	50.0%	売上の停滞・減少	71.9%	売上の停滞・減少	56.8%
2位	為替レートの変動	41.3%	利幅の縮小	26.6%	利幅の縮小	34.6%
3位	利幅の縮小	37.0%	同業者間の競争の激化	25.0%	人手不足	32.1%
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	51.1%	売上の停滞・減少	52.0%		
2位	同業者間の競争の激化	31.9%	同業者間の競争の激化	40.0%		
3位	顧客・ニーズの変化・減少	21.3%	利幅の縮小	33.3%		

※ 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」41.1%、2位「販路を拡大する」34.1%と上位2位には前期から変動がみられなかったが、3位は「人材を確保する」23.2%で、前期4位から順位を上げた。

業種別では、染色業、卸売業で「新しい取引先を見つける」と「販路を拡大する」が同率1位、製造業、不動産業で「販路を拡大する」、建設業、飲食・宿泊業で「人材を確保する」、それ以外の4業種で「新しい取引先を見つける」が1位となった。建設業、情報通信業では「人材を確保する」が4割以上とともに高く、今度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	41.1%	販路を拡大する	60.0%	新しい取引先を見つける	66.7%
2位	販路を拡大する	34.1%	新しい取引先を見つける	44.0%	販路を拡大する	44.4%
3位	人材を確保する	23.2%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	26.0%	人件費以外の経費を節減する	19.4%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	40.0%	人材を確保する	42.4%	新しい取引先を見つける	50.0%
	販路を拡大する	40.0%				
2位	宣伝・広報を強化する	26.7%	技術力を強化する	33.3%	人材を確保する	45.5%
	特になし	26.7%	人材育成を強化する	33.3%		
3位	技術力を強化する	20.0%	後継者を育成する	30.3%	技術力を強化する	34.1%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	新しい取引先を見つける	43.5%	新しい取引先を見つける	40.6%	人材を確保する	36.4%
	販路を拡大する	43.5%				
2位	新しい事業を始める	30.4%	販路を拡大する	39.1%	品揃えを改善する	26.0%
	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	30.4%				
3位	人材を確保する	19.6%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	26.6%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	20.8%
	不動産業		サービス業			
1位	販路を拡大する	34.0%	新しい取引先を見つける	57.3%		
2位	新しい取引先を見つける	31.9%	販路を拡大する	28.0%		
3位	不動産の有効活用を図る	27.7%	人材を確保する	21.3%		
			人材育成を強化する	21.3%		

※ 最大3つまで選択

## 8. コメント調査結果

### 1) 製造業

- ・ 売上・利益共に増加傾向。事業開始から 6 年経過し、一定の評価と認知度をユーザー（顧客）から獲得している。仕入先と販売先も安定している。
- ・ 東南アジア向け輸出、オリンピックに向けて文化交流の事業を展開。
- ・ 業界全体としては拡大傾向にはない。その中でシェアアップが収益の安定には必要なこと。しかしながら、製品改良の遅れにより、海外製品にシェアを奪われているのが現状。それにより、ここ 1~2 年は収益ダウン。お客さまからの信頼はまだ厚いので、お客様からのご協力をいただきながら、製品改良に取り組み中。今まで以上に、要求品質が厳しく、時間を要しているが、着実に進展はしている。年内完成を目途に、まずは現業にて収益の改善を図る。その後新規事業へのチャレンジで、将来の業界変化に備えたい。
- ・ 外国産原料の食品を加工販売しているが、円安による原料高と国内景気が改善しないことによる外食機会の減少や販売価格低下が響いている。円安も景気も好転する兆しはなく、将来に不安を覚える。

### 2) 印刷・同関連業

- ・ 対前期では減益であるが、対前年の収益は同規模。
- ・ 得意先が出版社と印刷会社なので売上げが伸びない。しかし元々の技術を生かした特殊印刷で活路を見つけて現在は従来製品との売上げ比率が 6 対 4 程になり、業体変化に成功しつつある。
- ・ 同業者間の受注競争により、慢性的に赤字傾向にある。
- ・ 得意先の廃業、業界全体の仕事量の減少、仕事自体も少ない上に取引先からも値下げを要求される。

### 3) 染色業

- ・ 着物の需要減で年々生産が減少している。しかしここ 1、2 年は同業者の減少で、生産は少し安定している。更なる消費税率改正にて、来年以降はかなり厳しくなると思う。
- ・ 需要の減少（和服）には、手の打ち様がない。
- ・ 同業者間の相互競争等により、請負価格・販売価格が低下している。
- ・ 収入減にて、資金繰りが厳しい。

### 4) 建設業

- ・ 3 年ほど前から、売上、収益共増加傾向にある。世間の景気が少しずつ良くなっていることが要因だと考えている。
- ・ 厳しい経済状況ではあるが、着実に業務実績を延ばしている。大手百貨店・大手ディベロッパーをはじめ、方面の優良顧客から設計または施工までの業務を請け負っている。依頼を受けてもコンペ形式のため、受注額が増えても利幅は狭い。
- ・ 期により、売上の増減幅が大きくなりがちである。官公庁の工事が 60%程を締めるが、その受注次第になる。
- ・ 下請への無理な強要工事、期間短縮等による増員の強要がある。近隣との作業時間の制約がある。

### 5) 情報通信業

- ・ 前期と比較すると、取引先が増え、利幅も増えている。その反面、一括請負依頼の案件が増えているため、運転資金先行の問題も生じている。医療関係のシステム導入、開発を行っているため、外注ではなくプロパーを増やし、育成して行く方針であるが、今後の売上を考えると伸び悩みが生じる。人材の確保も難しくなっている。外注も検討はしているものの、利幅が減るため難しい。
- ・ システムの受託開発において協力会社を活用したいのだが、人手不足により確保が難しく、また大幅な条件見直し（単金のアップ）となってしまう。
- ・ 書籍販売が前期に引き続き低迷。業界全体として、マイナス基調から抜け出せない状況。電子書籍など新事業でカバーするも、全体としてはやや減。大手取次の民事再生などもあり、先行き不透明だが、堅実に売れる商品群はあるので、伸び代はまだあるとみている。

- ・ 昨今の大きな情報漏えい事件により、情報セキュリティ対策を強化する傾向があり、収益増の大きな要因となっている。各企業に情報セキュリティに投資する余裕が出てきている。ただ、大手保険会社の保守更新の終了（する予定）は減益の大きな要因となっている。

## 6) 卸売業

- ・ セキュリティ関係（マイナンバー制導入）の引き合いが好調で、経営に好影響を及ぼしている。
- ・ 大手電機メーカーが得意先であるが、生産の海外シフトが進み先細りの状態。産業機械・医療機器分野の得意先へ営業するも、商品力・品質が十分でなく苦戦している。商材は電子部品。
- ・ 販社が増えるにつれ増収傾向にあるが、人員が不足している。
- ・ 2年程前から検討していた新規事業が本格的に始動しているが、既存の事業で景気低迷の影響を受け全体的に下降気調。営業職の人員不足、また高齢者が多いため、将来性に不安を感じている。

## 7) 小売業

- ・ 手作業による製造販売をしている。現在は日本でトップクラスの技術力を持っているが、将来的には技術力の向上が必要。製品の販売力の確保も必要となると考えている。
- ・ 売上単価はやや上昇しているが、客数はやや減少。
- ・ 人手不足による売上減少が続いている。
- ・ 出版業界全体の不景気が下請である弊社へも影響し、経営は不透明な部分が多い。

## 8) 飲食・宿泊業

- ・ 訪日外国人旅行客の増加傾向が続いている影響により、全体の需要が増え、当社の利用者も増加、利益も増加している。
- ・ 資金繰りも問題なく、利益も出ているが、今後さらに売上・利益を増やすべく始めた通販が軌道に乗らない。
- ・ 収益は改善しているが、経費も増えるので、キャッシュフローを増やすのが難しい。
- ・ 何もしないと売上は少しずつ減少していくため、新規事業、新たなサービス提供で対応する予定。
- ・ 施設の老朽化に対する改修、修繕を現在は中断している。

## 9) 不動産業

- ・ 安定した収入基盤により収益は出ているものの、同業他社との競合は厳しく、大きな成長は出来ていない。今後も、安定的経営に努める。
- ・ 収益の状況は悪くない。無理せず現状を維持したい。
- ・ 主要テナントである居酒屋は二極化しており、既存の営業形態を維持継続しているテナントは若年層の居酒屋離れから苦戦しているようである。その一方で、多様なニーズに対応して、営業時間やメニューをフレキシブルに対応しているテナントの経営は順調な模様。綿密なマーケットリサーチとコマーシャルによる宣伝効果で、品数が豊富で季節ごとに目玉商品を陳列しているコンビニ（テナント）は売上好調を維持している。
- ・ 設備老朽化による支出が毎年あり、資金繰りに影響している。

## 10) サービス業

- ・ 前期同様に増収増益で、取引先との関係も概ね良好。
- ・ 今のところは得意先が安定しているのでよいが、このままでよいのかの不安は日々ある。広告業界では請負案件において不透明な部分は実際あり、求められること、スピード等が高くなっている。
- ・ 受注は増加しているが、人手不足で売上と利益がなかなか増加しない。下請の確保が急務である。
- ・ 主要顧客からの受注増にて、売上は伸長傾向にある。ただ人件費も増え、利益率は低くなりがちなので、仕入をおさえる努力をしなければならない。
- ・ 大手との新規取引にて増収基調にあるが、顧客の偏りがあるので、新しい取引先を見つける必要がある。



# 【特別調査】「訪日外国人旅行者への対応およびグローバル化」

【調査実施時期】  
平成 27 年 9 月下旬

## 【調査結果概要】

訪日外国人旅行者増加に対する今後の取り組みは、「行わない予定」が約 62%で最多、次いで「現時点では未定だが、関心はある」が約 24%であった（問 1 参照）。訪日外国人旅行者の増加に関連して現在実施している取り組みは、「商品・サービス提供の外国語スキル」が約 61%で最多、次いで「外国語によるネット上の情報発信」約 34%、「外国人社員の雇用」約 29%となった（問 1-1 参照）。既に行っている取り組みは、情報配信や雇用に関する項目の割合が高いのに対し、今後実施したい取り組みは情報収集やスキル習得への支援といった実践的な項目の割合が高い傾向にある。

訪日外国人旅行者の増加に関連して今後実施したい取り組みは、「商品・サービス提供の外国語スキル」が約 38%で最多、次いで「業界団体などを通じた情報収集」が約 25%、「社員の外国語スキル習得への支援」約 17%となった（問 1-2 参照）。

訪日外国人旅行者急増によるビジネスへの影響度合いは、「どちらでもない」が約 64%で最多、「わからない」が約 18%で続いた（問 2 参照）。訪日外国人旅行者急増により、自社のビジネスにプラスの影響が出ている企業にその内容を尋ねたところ、「売上額が増加した」が約 63%で最多、「販売数が増加した」約 24%、「問い合わせが増加した」約 19%と続いた（問 2-1 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 64%で最多、以下「人材の不足」約 18%、「情報の不足」約 14%と続いた（問 3 参照）。

企業経営の国際化は、「特に実施していない」が約 71%で最多、次いで「商品・サービス提供の外国語対応」約 14%であった（問 5 参照）。ビジネス上で対応している外国語は、「英語」が約 47%で最多、次いで「中国語」が約 20%であった（問 5-1 参照）。

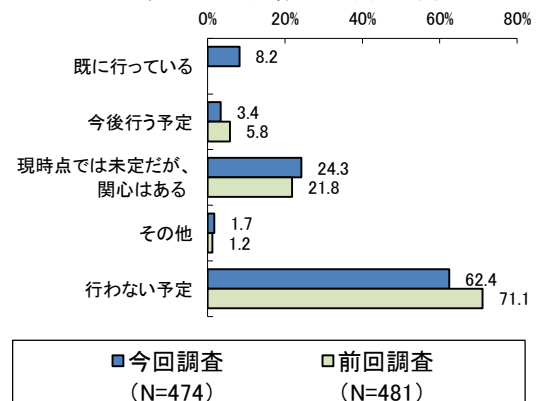
※本文中に掲載している前回調査は、平成 25 年 12 月下旬に実施したものである。

## 問 1 訪日外国人旅行者増加に対する今後の取り組み

図表特 1 訪日外国人旅行者増加に対する今後の取り組み

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、全体では「行わない予定」が 62.4%で最も多く、以下「現時点では未定だが、関心はある」24.3%、「既に行っている」8.2%と続いた。前回調査と大きな違いがみられないが、「行わない予定」との回答が減少傾向にある（図表特 1）。

業種別に見ると、飲食・宿泊業は「現時点では未定だが、関心はある」が 3 割以上を占め、「行わない予定」をわずかに上回り最多であった。それ以外の 9 業種は「行わない予定」が最多で、建設業では 9 割以上と、他の業種と比較して回答割合が高かった。「現時点では未定だが、関心はある」は小売業でも 3 割以上であった。なお、「既に行っている」は、いずれの業種も回答割合が低かったが、飲食・宿泊業で唯一 2 割以上を占めた。



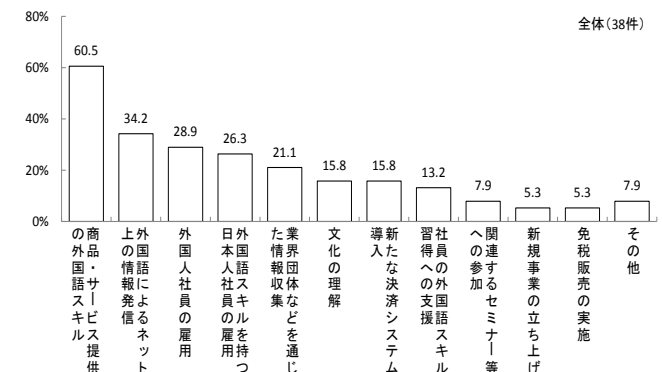
※前回調査においては、「既に行っている」の選択肢はなかった。  
※前回調査では「今後行う予定」は「行う予定」として聞いている。

## 問 1-1 訪日外国人旅行者増加に関連して現在実施している取り組み(複数回答可)

図表特 1-1 訪日外国人旅行者増加に関連して現在実施している取り組み(複数回答可)

問 1 で、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「既に行っている」と回答した企業に、現在実施している取り組みを尋ねたところ、全体では「商品・サービス提供の外国語スキル」が 60.5%で最も多く、以下「外国語によるネット上の情報発信」34.2%、「外国人社員の雇用」28.9%と続いた（図表特 1-1）。

業種別にみると、回答 38 件のうち 19 件が飲食・宿泊業で、内訳は「商品・サービス提供の外国語スキル」が 63.2%で最多、以下「外国語によるネット上の情報発信」47.4%、「外国人社員の雇用」31.6%と続いた。その他の業種については回答総数が 10 件以下のため参考となるが、「商品・サービス提供の外国語スキル」は、製造業、サービス業で各 3 件、情報通信業、不動産業で各 2 件、「外国語によるネット上の情報発信」は情報通信業、サービス業で 2 件、「外国人社員の雇用」はサービス業で 2 件、製造業、情報通信業、小売業でそれぞれ 1 件の回答があった。

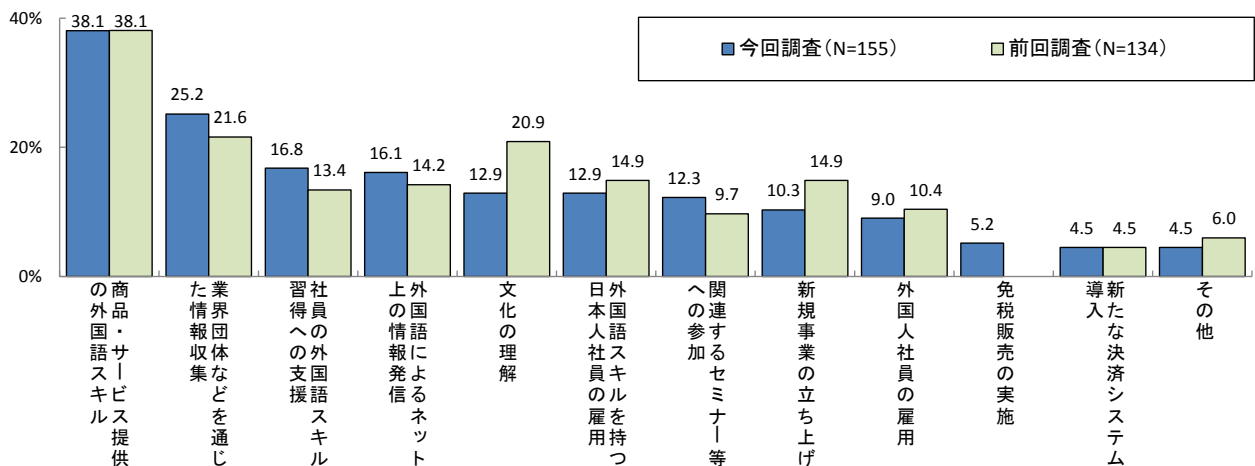


## 問 1-2 訪日外国人旅行者増加に関連して今後行いたい取り組み(複数回答可)

問 1 で訪日外国人旅行者増加に対する今度の取り組みについて「行わない予定」以外と回答した企業に、今後行いたい取り組みを尋ねたところ、「商品・サービス提供の外国語スキル」が 38.1%で最多、以下「業界団体などを通じた情報収集」25.2%、「社員の外国語スキル習得への支援」16.8%と続いた。上位 2 位は前回調査と同様であったが、前は「文化の理解」が 2 割以上を占め 3 位であったのに対し、今回は「社員の外国語スキル習得への支援」と「外国語によるネット上の情報発信」がわずかに上回っており、より具体的な手段への関心の高まりがうかがえる(図表特 1-2①)。

業種別にみると、製造業、小売業、飲食・宿泊業では「商品・サービス提供の外国語スキル」が最多で 5 割以上を占めた。卸売業、不動産業では「業界団体などを通じた情報収集」が最多となり、不動産業で 5 割であった。情報通信業では、「外国語スキルを持つ日本人社員の雇用」が最多、サービス業では「商品・サービス提供の外国語スキル」と「外国語によるネット上の情報発信」が同率最多となった。印刷・同関連業、染色業、建設業については回答総数が 10 件以下のため参考となるが、印刷・同関連業は「業界団体などを通じた情報収集」が 3 件で最多、染色業は「業界団体などを通じた情報収集」「文化の理解」「新規事業の立ち上げ」がそれぞれ 1 件、建設業は「業界団体などを通じた情報収集」「社員の外国語スキル習得への支援」が各 2 件で最多であった(図表特 1-2②)。

図表特 1-2① 訪日外国人旅行者増加に関連して今後行いたい取り組み(複数回答可)



※前回調査においては、「免税販売の実施」の選択肢はなかった。

図表特 1-2② 訪日外国人旅行者増加に関連して今後行いたい取り組み(複数回答可・業種別・上位 1 位)

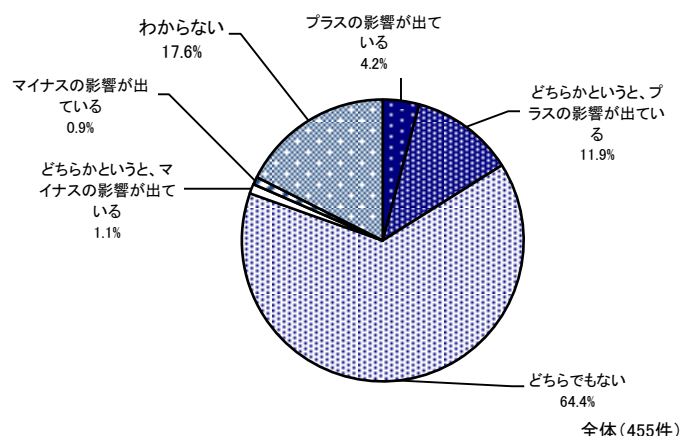
業種	1位	割合
製造業	商品・サービス提供の外国語スキル	57.1%
印刷・同関連業	業界団体などを通じた情報収集	33.3%
染色業	業界団体などを通じた情報収集	33.3%
建設業	業界団体などを通じた情報収集	66.7%
情報通信業	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用	35.7%
卸売業	業界団体などを通じた情報収集	30.8%
小売業	商品・サービス提供の外国語スキル	52.0%
飲食・宿泊業	商品・サービス提供の外国語スキル	54.3%
不動産業	業界団体などを通じた情報収集	50.0%
サービス業	商品・サービス提供の外国語スキル	25.0%
	外国語によるネット上の情報発信	25.0%

## 問 2 訪日外国人旅行者の急増によるビジネスへの影響度合い

訪日外国人旅行者の急増によるビジネスへの影響度合いについて、全体では「どちらでもない」が 64.4%で最多、以下「わからない」17.6%、「どちらかという、プラスの影響が出ている」11.9%と続いた。「プラスの影響が出ている」と「どちらかという、プラスの影響が出ている」を合算した『プラスの影響が出ている』は 16.1%にとどまった(図表特 2)。

業種別にみると、いずれの業種も「どちらでもない」が最多で、印刷・同関連業、染色業、卸売業、不動産業の 4 業種で 7 割以上を占めた。『プラスの影響が出ている』は、飲食・宿泊業で 3 割以上、小売業で 2 割以上を占め、それぞれ他の業種と比較して割合が高い。

図表特 2 訪日外国人旅行者の急増によるビジネスへの影響度合い

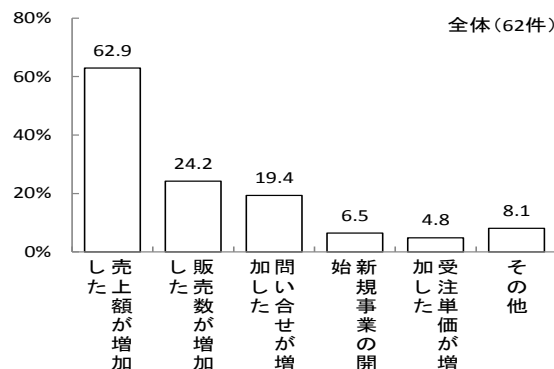


## 問 2-1 訪日外国人旅行者急増によるプラスの影響 (複数回答可)

問 2 で訪日外国人旅行者の急増によるビジネスへの影響度合いについて、「プラスの影響が出ている」もしくは「どちらか」といって、プラスの影響が出ていると回答した企業に、プラスの影響について尋ねたところ、「売上額が増加した」が 62.9%で最多、以下「販売数が増加した」24.2%、「問い合わせが増加した」19.4%と続いた(図表特 2-1)。

業種別にみると、小売業、飲食・宿泊業で「売上額が増加した」が最多で、飲食・宿泊業では 8 割以上を占めた。回答総数が 10 件以下のため参考となるが、製造業では 3 件、不動産業、サービス業では各 4 件が「売上額が増加した」と回答し、それぞれ最多であった。

図 2-1 訪日外国人旅行者急増によるプラスの影響  
(複数回答可)

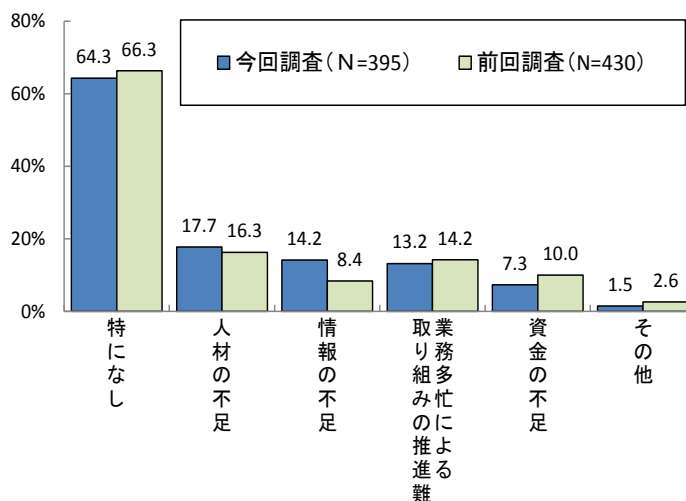


## 問 3 訪日外国人旅行者増加への取り組みを行う場合の課題や問題点(複数回答可)

訪日外国人旅行者増加への取り組みを行う場合の課題や問題点について、全体では「特になし」が 64.3%で最多、以下「人材の不足」17.7%、「情報の不足」14.2%と続いた。上位 2 位は前回調査と同様であったが、前回は「業務多忙による取り組みの推進難」が「情報の不足」を上回っていたが、今回はほぼ同水準であった(図表特 3)。

業種別では、飲食・宿泊業を除く 9 業種で「特になし」が最多で、建設業で 9 割以上を占めた。飲食・宿泊業は「人材の不足」が 3 割以上を占め最多、また「特になし」も唯一 3 割台にとどまった。回答総数が 10 件以下のため参考となるが、染色業では「人材の不足」(3 件)、「情報の不足」(2 件)との回答が多かった。

図表特 3 訪日外国人旅行者増加への取り組みを行う場合の課題や問題点(複数回答可)



## 問 4 訪日外国人旅行者の増加による影響(自由回答)

- ・ 工房見学、体験等を検討中。(染色業)
- ・ 創業より 45 年にわたり、国内の情報を英文で発信している英文雑誌出版社である。外国人旅行者および居住者の増加により、売上、問い合わせともに大幅に増加している。主に飲食店の英語での販促を行っており、英文レストラン検索サイトも運営している。(情報通信業)
- ・ 弊社は語学学習書の発行が主要事業のため、需要増を期待している。(情報通信業)
- ・ 出張で訪日する人たちのホテルの予約が取りにくい。(情報通信業)
- ・ サービスの多言語化を図り、一早く提供を行ってきたが、競合も増えたことで差別化・区別化に苦心している。(情報通信業)
- ・ 訪日外国人旅行者のホテル宿泊が増加するとホテル納品関連の需要が拡大するが、ホテル納品業務に携わる人員が不足する。(卸売業)
- ・ 既存の国際物流(通関等)の混乱。(卸売業)
- ・ 急増している訪日外国人旅行者に対し、人材の確保等の対応が追いつかない。(飲食・宿泊業)
- ・ 日本人のお客様と比べると、接客の手間(時間および労力)が増える。少ない従業員数で運営しているため、外国人客への対応を行うと業務が滞る恐れがある。ゴミ・悪臭・大声で騒ぐなど、利用マナーも良くないため、外国人客を積極的に取り込むことはしていない。(飲食・宿泊業)
- ・ 路上喫煙禁止やポイ捨て禁止等のマナーやルールを理解していない訪日外国人旅行者が多数いるため、当社(当ビル)の周りに落とされるゴミの量が増加している。(不動産業)
- ・ きっかけはスポーツ観戦であっても、日本の文明・文化・民族を理解してもらうチャンスである。2020 年以降でも、「又、来日したい」と思ってもらえるように、弊社管理の博物館の充実を検討しているが、予算の上位化が必須となる。(サービス業)

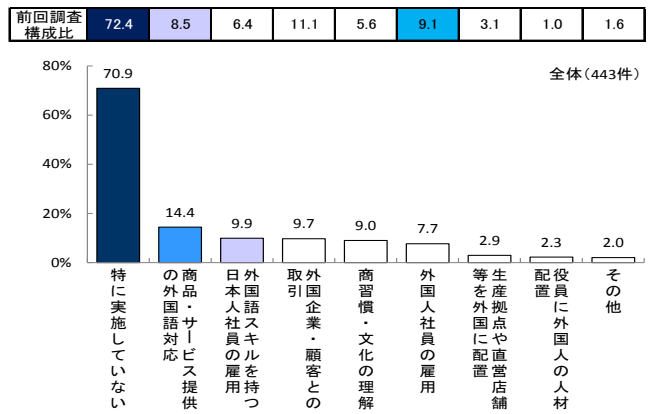
(寄せられたコメントから一部抜粋して掲載)

## 問 5 企業経営の国際化(複数回答可)

図表特 5 企業経営の国際化(複数回答可)

企業経営の国際化について、全体では「特に実施していない」が70.9%で最も多く、以下「商品・サービス提供の外国語対応」14.4%、「外国語スキルを持つ日本人社員の雇用」9.9%と続いた(図表特 5)。

業種別でもすべての業種で「特に実施していない」が最も多く、製造業、建設業で8割以上、染色業で9割以上を占めた。具体的に回答のあった中では、飲食・宿泊業で「商品・サービス提供の外国語対応」が3割以上、卸売業で「外国企業・顧客との取引」と「外国語スキルを持つ日本人社員の雇用」が2割以上と、それぞれ高い割合を占めた。



図表特 5② 企業経営の国際化(複数回答可・業種別・上位 3 位)

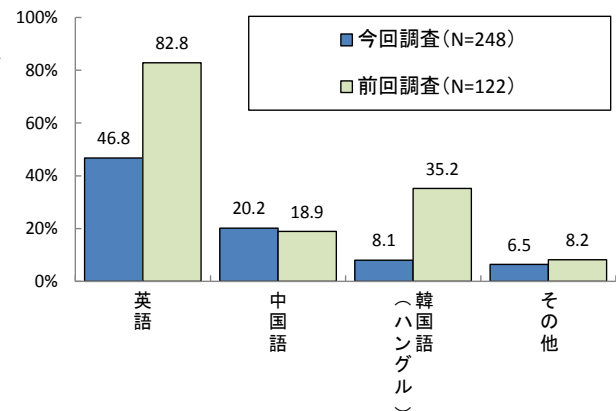
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	特に実施していない 80.0%	特に実施していない 77.4%	特に実施していない 90.9%	特に実施していない 86.7%	特に実施していない 66.7%
2位	外国企業・顧客との取引 13.3%	外国人社員の雇用 9.7%	その他 9.1%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 10.0%	外国人社員の雇用 17.9%
3位	商品・サービス提供の外国語対応 8.9%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 6.5%		外国企業・顧客との取引 3.3%	商品・サービス提供の外国語対応 15.4%
	商習慣・文化の理解 8.9%	外国企業・顧客との取引 6.5%		商習慣・文化の理解 3.3%	生産拠点や直営店舗等を外国に配置 3.3%
		生産拠点や直営店舗等を外国に配置 6.5%		外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 3.3%	外国人社員の雇用 15.4%
	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 52.3%	特に実施していない 73.3%	特に実施していない 59.4%	特に実施していない 78.6%	特に実施していない 70.8%
2位	外国企業・顧客との取引 25.0%	商品・サービス提供の外国語対応 15.0%	商品・サービス提供の外国語対応 36.2%	商習慣・文化の理解 11.9%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 15.3%
3位	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 22.7%	商習慣・文化の理解 11.7%	外国語スキルを持つ日本人社員の雇用 11.6%	商品・サービス提供の外国語対応 9.5%	外国企業・顧客との取引 13.9%
			外国人社員の雇用 11.6%		

## 問 5-1 ビジネス上で対応している外国語 (複数回答可)

図表特 5-1 ビジネス上で対応している外国語 (複数回答可)

企業経営の国際化について「特に実施していない」以外と回答した企業に、ビジネス上で対応している外国語を尋ねたところ、全体では「英語」が46.8%で最も多く、次いで「中国語」が20.2%、「韓国語(ハングル)」が8.1%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、ロシア語、アラビア語等の回答があった。前回調査では、韓国語(ハングル)が中国語を大きく上回ったが、今回は逆転した(図表特 5-1)。

業種別でもすべての業種で「英語」が最も多く、3割以上を占めている。特に、製造業、建設業、飲食・宿泊業は5割以上と割合が高い傾向にある。



## 問 6 訪日外国人旅行者向けを含む商品・サービスのグローバル化について行政に望む施策(自由回答)

- ・ 地域でインバウンド消費(訪日外国人旅行者を含む)を取り込むためのプロジェクトを企画して欲しい。地元企業がプロジェクトに参加・協力することでビジネスとして成立する仕組作りを考えていけたらと思う。(印刷・同関連業)
- ・ 工房の見学等に通訳を付けて欲しい。(染色業)
- ・ 市場調査や新たな取組に対する助成制度を拡大してほしい。(情報通信業)
- ・ 英語の習得をバックアップしてほしい。(飲食・宿泊業)
- ・ 災害対応等の非常時対応をしっかりとやってもらいたい。(不動産業)
- ・ Wi-Fi フリーエリアを拡大して欲しい。(不動産業)

(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 11 月発行