

新宿区 中小企業の景況

(平成29年1月～3月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (34件)、印刷・同関連業 (50件)、染色業 (18件)、建設業 (34件)、情報通信業 (38件)、卸売業 (38件)、小売業 (58件)、飲食・宿泊業 (71件)、不動産業 (40件)、サービス業 (74件)

※ () 内は有効回答数 合計 455 件

【調査方法】 郵送アンケート調査 【調査機関】 (株) 東京商エリサーチ 【調査実施時期】 平成29年5月中旬

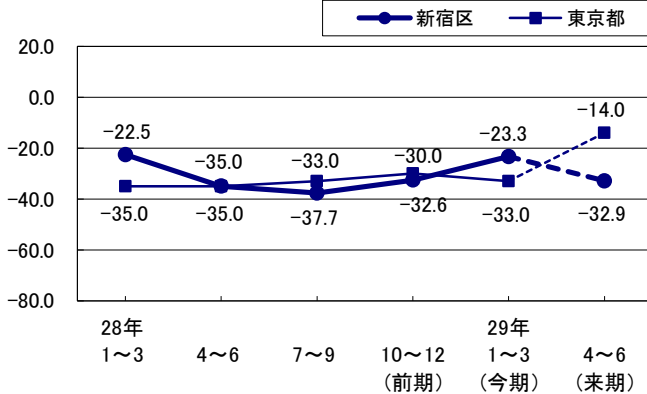
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲23.3 と、前期 (平成28年10月～12月) の▲32.6 から持ち直した。来期 (平成29年4月～6月) の見通しは▲32.9 で低迷する見込み (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。「悪い」理由では、「同業者間の競争」が前期より 9.7 ポイント増加し、影響度が高くなった (図表2)。

図表1 業況 D.I の推移



図表2 今期業況 D.I の判断理由

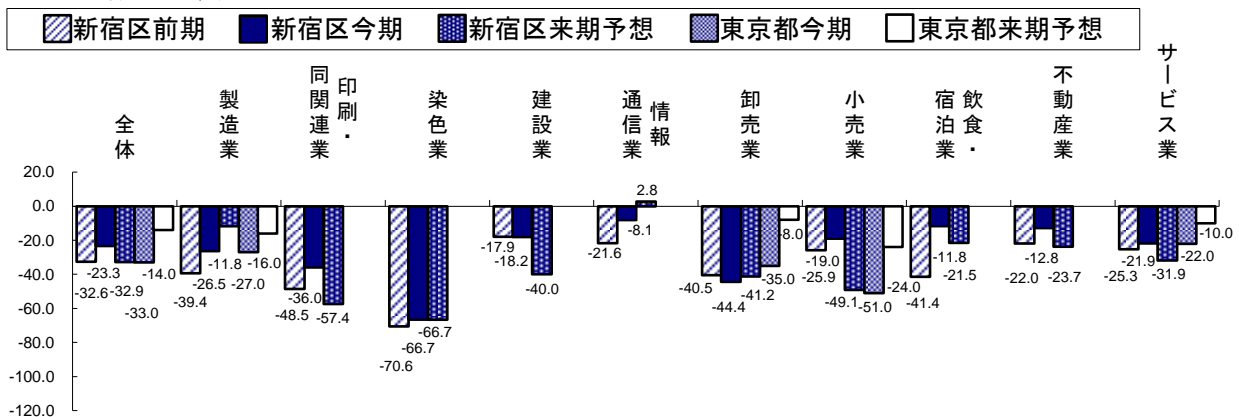
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況											
良い	81.3	6.7	24.0	17.3	13.3	13.3	8.0	9.3	4.0	22.7	6.7
悪い	77.7	3.4	30.9	29.7	14.3	20.6	2.9	5.1	3.4	44.6	10.3

※最大3つまで選択

業種別に見ると、製造業、印刷・同関連業、情報通信業、飲食・宿泊業で大きく改善し、染色業、小売業、不動産業、サービス業で持ち直した。建設業は前期並の悪化幅が続き、卸売業で低迷したが、前述の8業種が牽引し、全体では改善した。

来期は、情報通信業で大きく好調に転じ、製造業で大きく改善、卸売業で水面下ながら持ち直して、染色業で今期並の悪化幅が続く予測であるが、印刷・同関連業、建設業、小売業、不動産業、サービス業ではいずれも大きく低迷し、飲食・宿泊業で低調感を強めると予想されるため、全体では低迷する見込みである (図表3)。

図表3 業況 D.I、見通し D.I



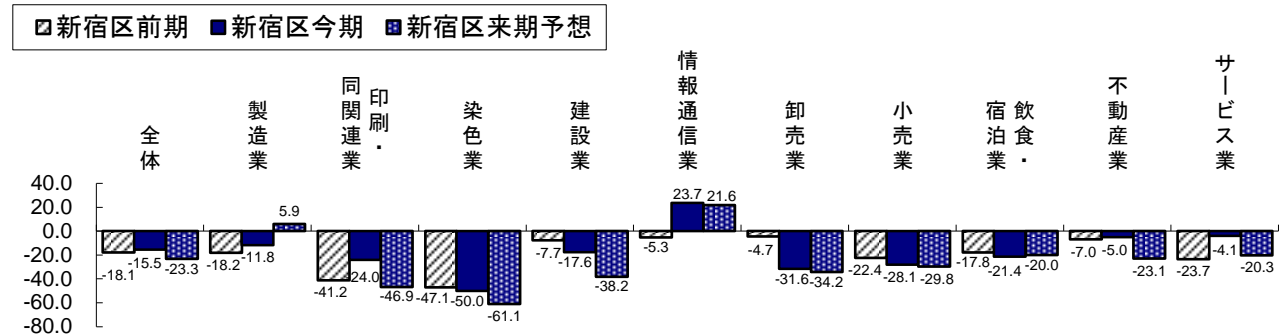
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の4月発表の資料によるもの。
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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

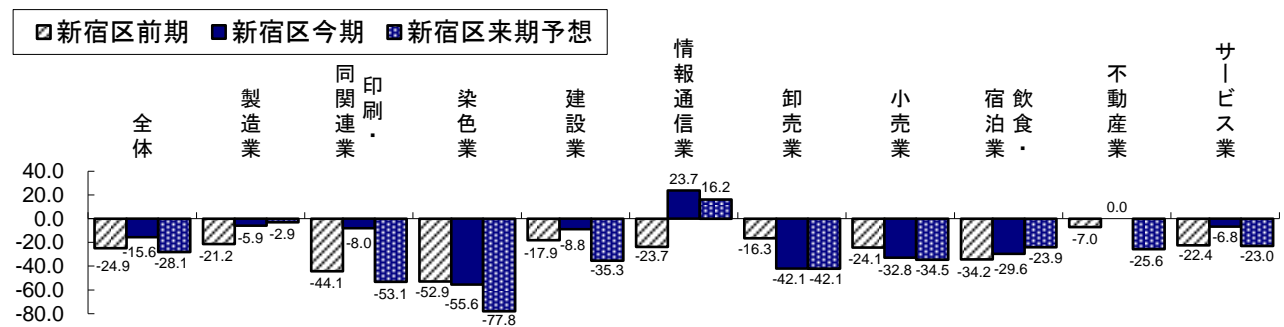
●売上額 D.I

今期は、情報通信業で水面下を脱して大きく好転し、印刷・同関連業、サービス業で大きく改善した。製造業、不動産業でも改善した。一方、卸売業で厳しさをかなり強め、染色業、建設業、小売業、飲食・宿泊業で悪化した。来期は、製造業で大きく好調に転じ、飲食・宿泊業で水面下ながら持ち直し、情報通信業は増勢が一服すると予想される。印刷・同関連業、染色業、建設業、不動産業、サービス業は減少をかなり強め、卸売業、小売業で低迷する見込み。



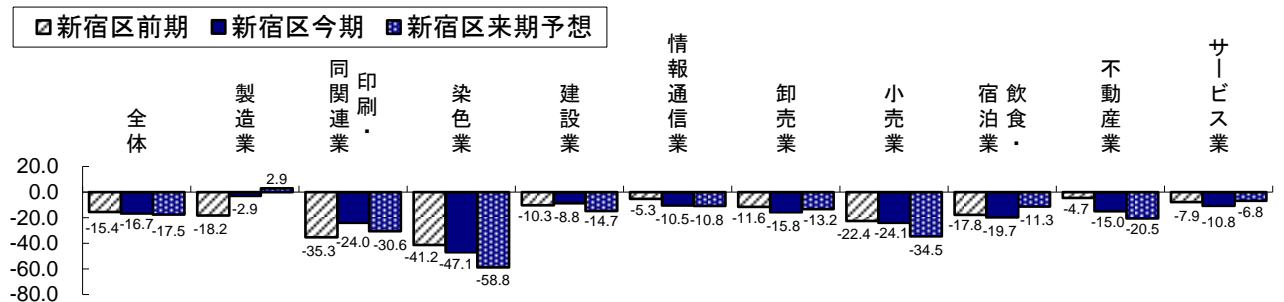
●収益 D.I

今期は、情報通信業で水面下を脱して大きく好転し、製造業、印刷・同関連業、サービス業で大きく改善したほか、建設業、飲食・宿泊業、不動産業でも改善した。一方で、卸売業は大きく低迷し、染色業、小売業で減少を強めた。来期は、製造業、飲食・宿泊業で持ち直すものの、情報通信業は増勢が一服し、卸売業で今期並の悪化幅となるほか、印刷・同関連業、染色業、建設業、不動産業、サービス業で大きく低迷し、小売業で減少を強める見込み。



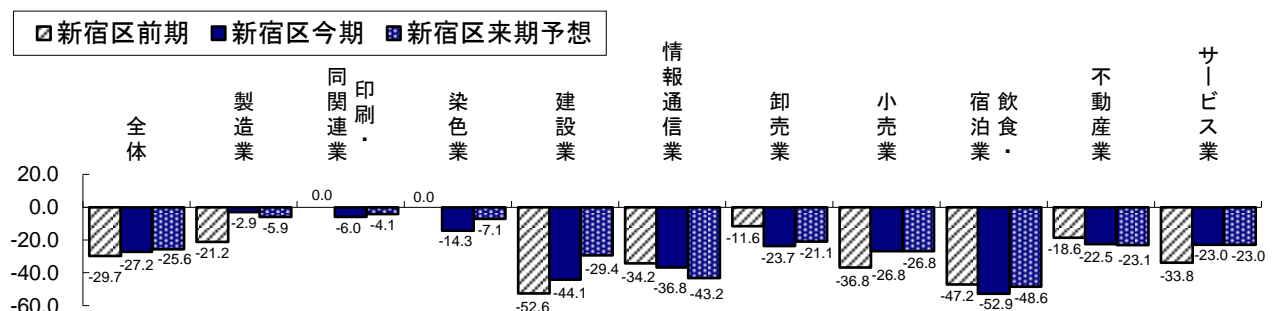
●資金繰り D.I

今期は、製造業、印刷・同関連業で厳しさが大きく和らぎ、建設業で改善した。一方、不動産業は苦しさがかなり強まり、染色業、情報通信業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、サービス業のいずれも厳しさを増した。来期は、製造業で窮屈感を脱し、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業で改善する見込み。



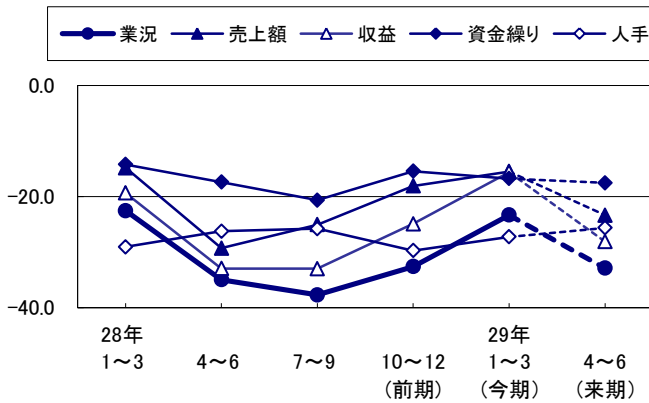
●人手 D.I

今期は、印刷・同関連業、染色業で適正から不足へ転じ、それ以外の8業種では引き続き不足感がでている。来期も、すべての業種で不足気味での推移となる見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 D.I 推移

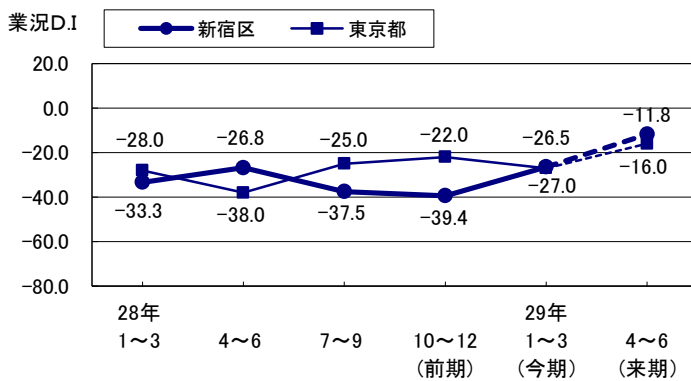
今期は、売上額、収益は減少・減益幅が縮小し、業況も持ち直した。資金繰りは窮屈感がわずかに強まり、人手は引き続き不足気味で推移した。来期は、収益は大きく低迷し、売上額は減少幅が拡大、業況も低調感を強めると予想されている。資金繰りは今期並の窮屈感で推移し、人手は不足感がやや緩和する見通し。



	28年 1~3	28年 4~6	28年 7~9	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	29年 4~6 (来期)
業況	-22.5	-35.0	-37.7	-32.6	-23.3	-32.9
売上額	-14.8	-29.3	-25.1	-18.1	-15.5	-23.3
収益	-19.3	-32.9	-33.0	-24.9	-15.6	-28.1
資金繰り	-14.2	-17.4	-20.6	-15.4	-16.7	-17.5
人手	-29.1	-26.2	-25.8	-29.7	-27.2	-25.6

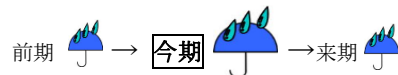
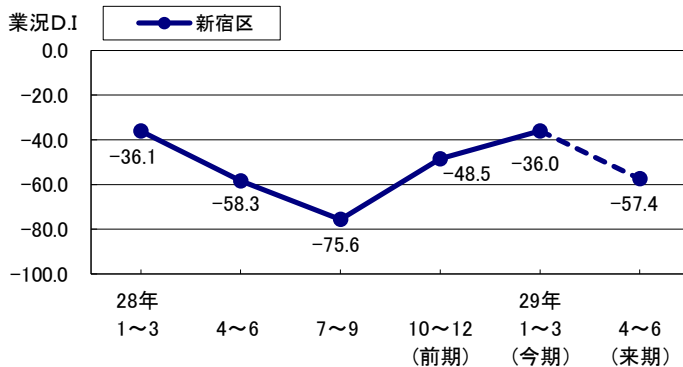
5. 業種別における D.I 推移

1) 製造業



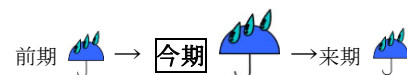
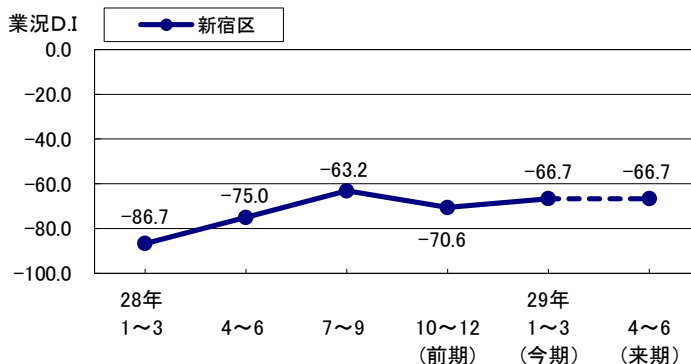
	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	29年 4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-39.4	-26.5	-11.8	-27.0
売上額	-18.2	-11.8	5.9	
収益	-21.2	-5.9	-2.9	
資金繰り	-18.2	-2.9	2.9	
人手	-21.2	-2.9	-5.9	

2) 印刷・同関連業



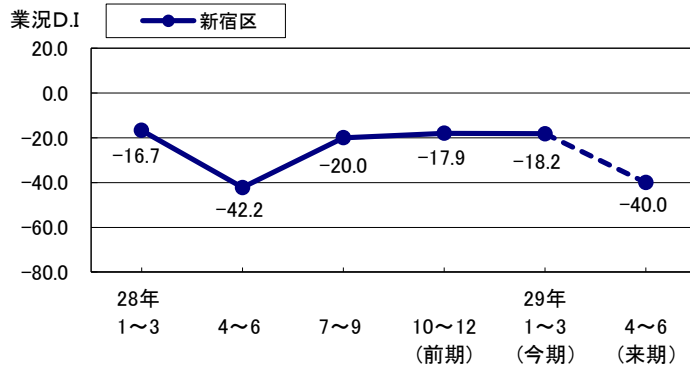
	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	29年 4~6 (来期)
業況	-48.5	-36.0	-57.4
売上額	-41.2	-24.0	-46.9
収益	-44.1	-8.0	-53.1
資金繰り	-35.3	-24.0	-30.6
人手	0.0	-6.0	-4.1

3) 染色業



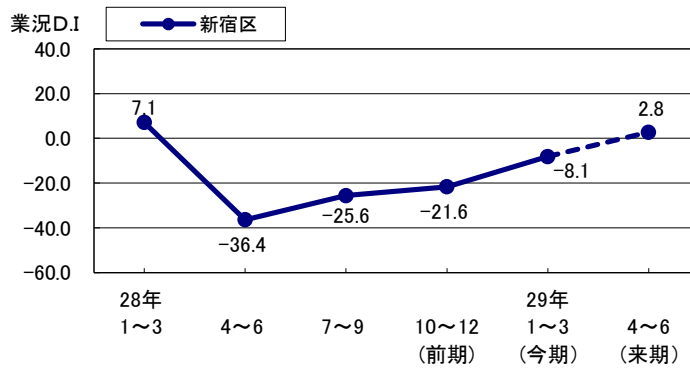
	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	29年 4~6 (来期)
業況	-70.6	-66.7	-66.7
売上額	-47.1	-50.0	-61.1
収益	-52.9	-55.6	-77.8
資金繰り	-41.2	-47.1	-58.8
人手	0.0	-14.3	-7.1

4) 建設業



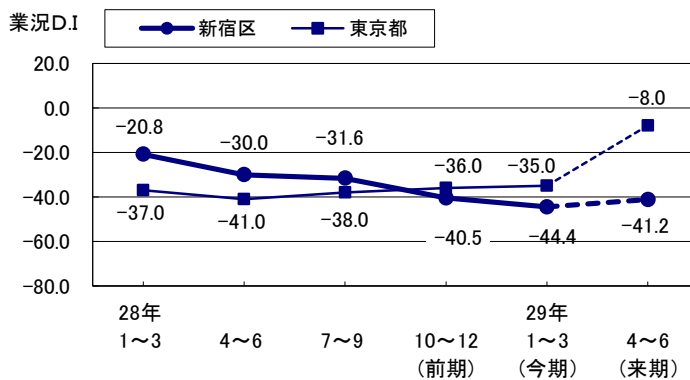
	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-17.9	-18.2	-40.0
売上額	-7.7	-17.6	-38.2
収益	-17.9	-8.8	-35.3
資金繰り	-10.3	-8.8	-14.7
人手	-52.6	-44.1	-29.4

5) 情報通信業



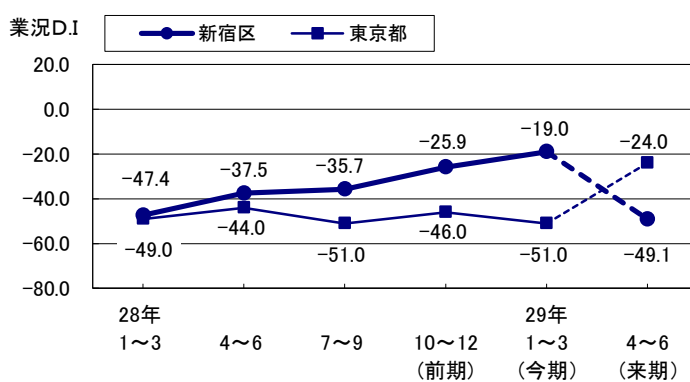
	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-21.6	-8.1	2.8
売上額	-5.3	23.7	21.6
収益	-23.7	23.7	16.2
資金繰り	-5.3	-10.5	-10.8
人手	-34.2	-36.8	-43.2

6) 卸売業



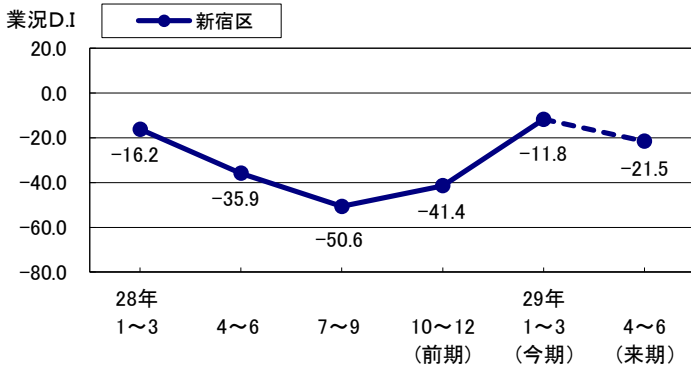
	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-40.5	-44.4	-41.2	-35.0
売上額	-4.7	-31.6	-34.2	
収益	-16.3	-42.1	-42.1	
資金繰り	-11.6	-15.8	-13.2	
人手	-11.6	-23.7	-21.1	

7) 小売業



	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-25.9	-19.0	-49.1	-51.0
売上額	-22.4	-28.1	-29.8	
収益	-24.1	-32.8	-34.5	
資金繰り	-22.4	-24.1	-34.5	
人手	-36.8	-26.8	-26.8	

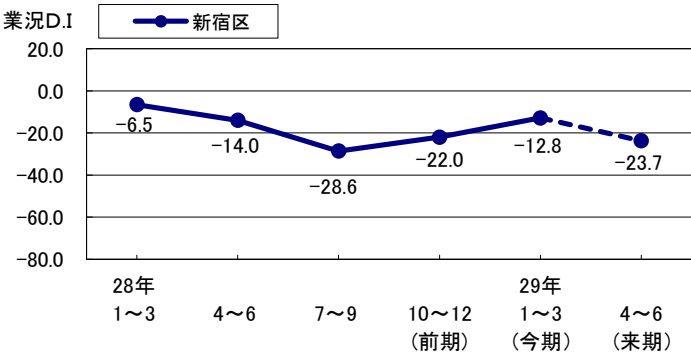
8) 飲食・宿泊業



前期 → 今期 → 来期

	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-41.4	-11.8	-21.5
売上額	-17.8	-21.4	-20.0
収益	-34.2	-29.6	-23.9
資金繰り	-17.8	-19.7	-11.3
人手	-47.2	-52.9	-48.6

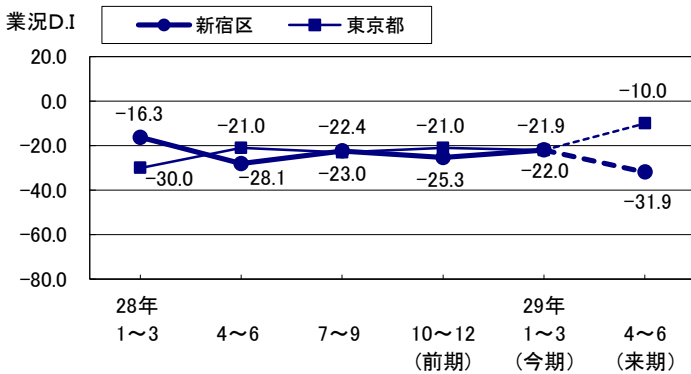
9) 不動産業



前期 → 今期 → 来期

	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-22.0	-12.8	-23.7
売上額	-7.0	-5.0	-23.1
収益	-7.0	0.0	-25.6
資金繰り	-4.7	-15.0	-20.5
人手	-18.6	-22.5	-23.1

10) サービス業



前期 → 今期 → 来期

	28年 10~12 (前期)	29年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-25.3	-21.9	-31.9	-22.0
売上額	-23.7	-4.1	-20.3	
収益	-22.4	-6.8	-23.0	
資金繰り	-7.9	-10.8	-6.8	
人手	-33.8	-23.0	-23.0	

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」30.6%、3位「人手不足」26.5%で、1位と2位は前期と同じだったが、前期4位の「人手不足」が3位に順位を上げた。

業種別では、前期と同様にすべての業種で「売上の停滞・減少」が1位となり、印刷・同関連業では8割となった。なお、不動産業では「同業者間の競争の激化」も同率1位となった。2位は、製造業、印刷・同関連業、卸売業、サービス業で「同業者間の競争の激化」、建設業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業で「人手不足」、染色業で「取引先の減少」、不動産業で「利幅の縮小」となった。「同業者間の競争の激化」は不動産業で4割以上、「人手不足」は建設業、飲食・宿泊業で4割以上と、他業種と比較してやや高い。

	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	55.9%	売上の停滞・減少	80.0%
2位	同業者間の競争の激化	30.6%	同業者間の競争の激化	35.3%	同業者間の競争の激化	38.0%
3位	人手不足	26.5%	利幅の縮小	29.4%	利幅の縮小	30.0%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	76.5%	売上の停滞・減少	45.5%	売上の停滞・減少	60.5%
2位	取引先の減少	29.4%	人手不足	42.4%	人手不足	36.8%
3位	顧客・ニーズの変化・減少	23.5%	同業者間の競争の激化	36.4%	同業者間の競争の激化	34.2%
	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	61.4%	売上の停滞・減少	52.9%
2位	同業者間の競争の激化	34.2%	人手不足	29.8%	人手不足	45.7%
3位	利幅の縮小	28.9%	同業者間の競争の激化	26.3%	人件費の増加	37.1%
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	41.7%	売上の停滞・減少	52.8%	※ 最大3つまで選択	
	同業者間の競争の激化	41.7%				
2位	利幅の縮小	22.2%	同業者間の競争の激化	33.3%		
	人手不足	19.4%				
3位	顧客・ニーズの変化・減少	19.4%	人手不足	26.4%		

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」43.0%、2位「販路を拡大する」35.2%、3位「人材を確保する」27.6%で、前期同様の順位となった。

業種別では、製造業、染色業で「販路を拡大する」、建設業、飲食・宿泊業で「人材を確保する」がともに最多となり、卸売業、小売業では「新しい取引先を見つける」と「販路を拡大する」が同率最多となって、印刷・同関連業、情報通信業、不動産業、サービス業で「新しい取引先を見つける」が最多となった。建設業、情報通信業、飲食・宿泊業では「人材を確保する」が4割以上と他の業種と比較して高く、当該3業種の人材動向が今後も注目される。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	新しい取引先を見つける	43.0%	販路を拡大する	50.0%	新しい取引先を見つける	64.0%
2位	販路を拡大する	35.2%	新しい取引先を見つける	41.2%	販路を拡大する	40.0%
3位	人材を確保する	27.6%	技術力を強化する	41.2%	技術力を強化する	26.0%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	販路を拡大する	47.1%	人材を確保する	48.5%	新しい取引先を見つける	63.2%
2位	新しい取引先を見つける	35.3%	新しい取引先を見つける	42.4%	人材を確保する	44.7%
3位	新しい事業を始める	17.6%	技術力を強化する	30.3%	販路を拡大する	34.2%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	新しい取引先を見つける	55.3%	新しい取引先を見つける	37.5%	人材を確保する	40.6%
	販路を拡大する	55.3%				
2位	新しい事業を始める	28.9%	人材を確保する	26.8%	販路を拡大する	27.5%
	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	28.9%				
3位	情報力を強化する	21.1%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	19.6%	宣伝・広報を強化する	23.2%
			品揃えを改善する	19.6%	人材育成を強化する	23.2%
	不動産業		サービス業			
1位	新しい取引先を見つける	43.2%	新しい取引先を見つける	47.3%	※ 最大3つまで選択	
2位	後継者を育成する	27.0%	人材育成を強化する	32.4%		
	不動産の有効活用を図る	27.0%				
3位	人材を確保する	24.3%	人材を確保する	31.1%		

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 販売先の業界が安定状況にあるため、生産意欲が高い。そのため弊社製品の消費も増加している。また、付加価値の高い製品の販売も順調である。
- ・ ここ数年は、売上の推移はとても良く、利益も確保できている。製品の優位性、対応の優位性のアピールにより、自社製品が認知されてきたと思う。これに甘えず、顧客サイドの問題点を積極的に吸い上げ、解決策の提案を続けることで、さらなる信頼アップに繋げたい。
- ・ 主要取引先からの新規商材受注があり、対前年度比で増収増益が見込める状況である。
- ・ 創業から18年経過し、今まで順調に推移してきたが、代表者高齢による後継者問題が浮上している。これに伴い、業績が低迷している。
- ・ 取引先の減収に伴い、受注減となっている。

2) 印刷・同関連業

- ・ 取引先が減収に伴い内製化を促進しており、当社への発注量が減少している。生産性の向上は図られているものの、仕事量の減少から労働分配率が上がり、収益の悪化をもたらしている。
- ・ 大手企業との競争はどうしても避けることは出来ないため、技術力・サービス面で大手よりも柔軟な対応を心がける必要があり、単価や納期等で多少の無理が必要となってくる。弊社は技術系なので作業工程を工夫してコストの節減をしている。利幅が縮小し、取引先を広げていかなければならない状態では、人件費の問題も大きくなって来るので、時短対策にはシステムへの対応が重要になっている。
- ・ 出版業界の低速による書籍・雑誌の衰退が大きな原因。また、人口減少に伴う教科書・学習参考書の伸び悩みも影響している。
- ・ 大手印刷会社からの受注生産のため、仕事量がコントロールできず、将来的に不安。突然仕事が減ることもあるが、規模が小さく資金繰りも大変なため、会社のビジョンを決めにくい。

3) 染色業

- ・ 手染友禅の仕事をしている。着物を着ている方が、年々減っているように思う。日本の文化である和服をもっと着てほしい。
- ・ 染めに対応できる工場の廃業が続き、仕事が集まってきた。
- ・ 呉服製品の需要減、製品の発注減。
- ・ 取引先の廃業が続き、取引先は減る一方である。
- ・ 直販しているため、新規のお客様の開拓が必要となる。

4) 建設業

- ・ 順調に推移しているが、デパートや百貨店業界に元気がないのが心配な要素。
- ・ お客様の決算期にあたり、駆け込み需要があった。

5) 情報通信業

- ・ 現況、特に増減は無い。商流改善、人材確保に努め、利益率改善、収益拡大を図りたい。
- ・ インターネット部門、マーケティング部門の強化で、人件費が増大することが確実。現在、それに見合った得意先の開拓と、コンペへの積極的参加を行っている。
- ・ これまで取引のあった顧客セグメントの市場成長が鈍化しつつあるなかで、新しい急成長セグメントの引合いが急速に増えつつある。しかしながら、タイプの違う顧客で評価される技術ベースが異なる為、技術の守備範囲を拡張せざるを得なくなっている。これらに柔軟、かつ素早く対応するエンジニア、組織体制の整備を適確に進めないと成長が鈍化していくため、難しい局面にいる。
- ・ 取引先とは上手くいっているが、人材不足で受注できない。資金繰りも厳しい。

6) 卸売業

- ・ 円安状況が続き、輸入商社として損益的に厳しい。
- ・ 減収傾向にある。以前と同じことをしているだけでは、打破が難しいため、SNS 使用等を検討中。
- ・ OEM（委託者ブランドでの製造）を行なう事によって、サポート衣料の新たな開発をしてきたが、OEM 自体の減少により開発資金が得られない。また、売上も減少するため、不安定である。
- ・ 自社不動産の売却等で、資金繰りはやや楽になってきた。売上拡大の無理をせず、従来分野の収益性確保のため、一部の不採算部門の整理も行う予定。

7) 小売業

- ・ 営業力の強化、人材育成、新規取引先の開拓に注力している。
- ・ 町の問題なのか、そのほかの問題なのか、体感ではあるが近隣の人口、働く人、企業が減っている。
- ・ 2015 年のラグビーワールドカップ後のラグビーブームで、市場が一時的に拡大したが、2016 年秋頃にはブームが終息。アパレル全体の市場冷え込みと相まって売上が鈍化した。
- ・ 調剤報酬の減少についての解決策がなかなかない。

8) 飲食・宿泊業

- ・ 開業から 3 年を過ぎ、知名度が少しずつ上がってきたことで、来店者が増えている。食材の輸入停止があり、食材価格が上がっているため、利益確保のためスポット食材を増やし販売数を向上させている。
- ・ 後継者の育成に負担がかかっている。
- ・ 観光バス料金値上げの影響で関西圏からの顧客が減少。
- ・ 人材不足による機会損失。最低賃金上昇による人件費の上昇。
- ・ 減収幅は大きくないが、人員不足により従業員の負担が増加している。以前に比べ求人への反応が薄く、これから更に人員不足になる可能性が高いので、人手を減らした働き方や経営を考えなければと思う。

9) 不動産業

- ・ 安定した収入基盤により利益を確保しているが、同業他社との競争は厳しいものがあり、十分な注意が必要である。
- ・ 契約ベースでは売買が順調にいったいるが、実際の資金化となると 7～8 月になりそうなので、そこまでの運転資金の見通しが今後の課題である。
- ・ 地価並びに工事費等の高止まりの影響で、不動産の流動が鈍化し厳しい状況。
- ・ 人手不足の為、収益を上げようにも上がらない。仕事量は増えているため、労働環境も良くならない。
- ・ 建物の建替等で多方面に利用可能な建物を考えているが、容積率や高度制限で今の建物より建築利用面積が狭くなるため、採算が取れない。地区・地域の用途等の変更更新が出来ないと、建替が出来ないのではないか。

10) サービス業

- ・ 既存取引先からの発注が減っているため、新規に人材を確保するのが難しい。新規事業で出来るだけ人件費をかけずに売上が伸長するように、受注を獲得したい。
- ・ 荷主の態度に変化がみられ、運賃の値上げに応じるようになってきているものの、重量の落込みには歯止めがかからない状態が続くことが予測され、利益の落込みをカバー出来るか予断を許さない。
- ・ 電力買取価格の制度変更に対応する経営戦略の変更を行っている。当社が行っている太陽光発電事業は年々競合先が減少。残存者利益を得られる段階まで来ている。1～3 月期は実績がなかったが、以前より営業をかけていた業界大手先の深耕に成功、下期の大型案件 2 件の受注ができ、今期は過去最高益が見込まれる。

[特別調査]「働き方を取り巻く環境について」

【調査実施時期】
平成29年5月中旬

【調査結果概要】

役員ではない従業員（パート・アルバイト等含む）の雇用状況は、「いる」が約78%で大半を占めた（問1参照）。労働時間短縮に関する取組は、「パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進」が約30%で最多、以下「特になし（必要なし）」約25%、「業務量に見合った人員配置（増員含む）やワークシェアの推進」24%となった（問2参照）。育児や介護と仕事の両立推進に関する取組は、「特になし（必要なし）」が約44%で最多、以下「時差出勤、短時間勤務を可能とする制度」約26%、「フレックスタイムの導入」約12%となった（問3参照）。女性従業員の割合は、「10%以上30%未満」が約33%で最多、以下「50%以上」約26%、「0%超10%未満」約17%となった（問4参照）。

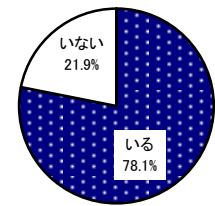
女性が活躍しやすい環境づくりのために必要だと思われる取組や施策は、「育児休暇（休業）制度の充実や取得推進」が54%で最多、以下「育児や介護で使用可能な時短勤務」約47%、「労働時間短縮」約37%となった。

問1 従業員の雇用状況

役員ではない従業員（パート・アルバイト等含む）の雇用状況について、全体では、「いる」が78.1%で大半を占めた（図表特1）。

業種別では、染色業以外の9業種で「いる」が6割以上を占めたが、染色業では2割強にとどまった。

図表特1 従業員の雇用状況



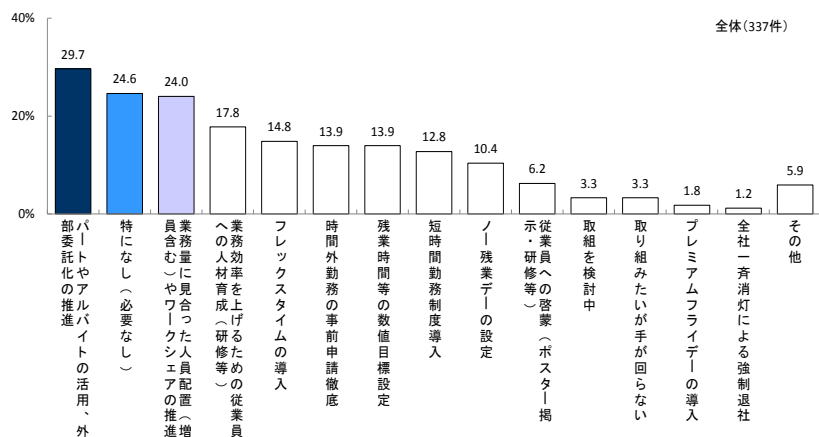
全体(434件)

問2 労働時間短縮に関する取組について

労働時間短縮に関する取組について、全体では、「パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進」が29.7%で最も多く、以下「特になし（必要なし）」24.6%、「業務量に見合った人員配置（増員含む）やワークシェアの推進」24.0%と続いた（図表特2①）。

業種別では、印刷・同関連業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業では「パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進」が最多となり、特に小売業および飲食・宿泊業で4割以上を占めた。サービス業では「業務量に見合った人員配置（増員含む）やワークシェアの推進」、情報通信業では「フレックスタイムの導入」がそれぞれ3割弱で最多となった。なお、製造業、染色業、建設業、不動産業では「特になし（必要なし）」が最多となった（図表特2②）。

図表特2① 労働時間短縮に関する取組について(複数回答可)



全体(337件)

図表特2② 労働時間短縮に関する取組について(複数回答可・業種別)

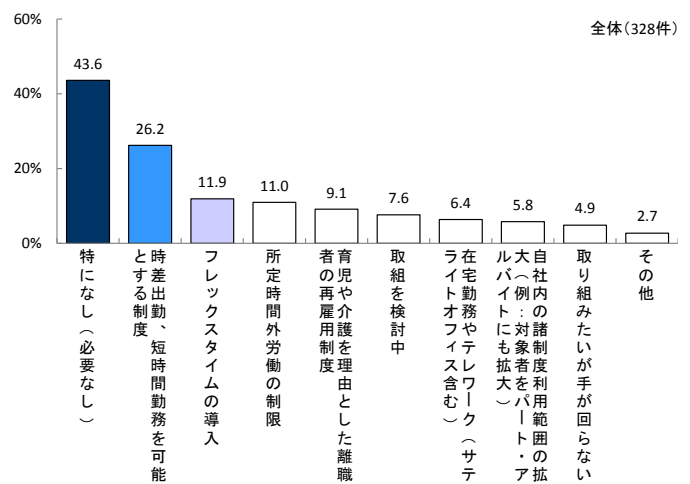
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	特になし(必要なし) 33.3%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 30.8%	特になし(必要なし) 50.0%	特になし(必要なし) 34.6%	フレックスタイムの導入 28.1%
2位	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 29.6%	業務量に見合った人員配置(増員含む)やワークシェアの推進 28.2%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 25.0%	業務効率を上げるための従業員への人材育成(研修等) 26.9%	業務効率を上げるための従業員への人材育成(研修等) 21.9%
	業務量に見合った人員配置(増員含む)やワークシェアの推進 24.0%		フレックスタイムの導入 25.0%		
3位	業務効率を上げるための従業員への人材育成(研修等) 25.9%	時間外勤務の事前申請徹底 25.6%	従業員への啓蒙(ポスター掲示・研修等) 25.0%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 19.2%	残業時間等の数値目標設定 18.8%
				短時間勤務制度導入 19.2%	
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 28.6%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 42.2%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 40.0%	特になし(必要なし) 40.0%	業務量に見合った人員配置(増員含む)やワークシェアの推進 29.5%
2位	特になし(必要なし) 25.0%	業務量に見合った人員配置(増員含む)やワークシェアの推進 26.7%	業務量に見合った人員配置(増員含む)やワークシェアの推進 27.3%	業務量に見合った人員配置(増員含む)やワークシェアの推進 30.0%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 27.9%
3位	時間外勤務の事前申請徹底 17.9%	特になし(必要なし) 22.2%	特になし(必要なし) 25.5%	パートやアルバイトの活用、外部委託化の推進 15.0%	業務効率を上げるための従業員への人材育成(研修等) 19.7%
				時間外勤務の事前申請徹底 15.0%	フレックスタイムの導入 19.7%
				業務効率を上げるための従業員への人材育成(研修等) 15.0%	

問3 育児や介護と仕事の両立推進に関する取組について

図表特3① 育児や介護と仕事の両立推進に関する取組について(複数回答可)

育児や介護と仕事の両立推進に関する取組について、全体では、「特になし(必要なし)」が43.6%で最多、以下「時差出勤、短時間勤務を可能とする制度」26.2%、「フレックスタイムの導入」11.9%と続いた(図表特3①)。

業種別では、情報通信業、サービス業を除く8業種で「特になし(必要なし)」が最多で、建設業では6割を超えた。なお、染色業では、回答した4件すべてが「特になし(必要なし)」としている。情報通信業、サービス業は「時差出勤、短時間勤務を可能とする制度」が4割以上で最多となった。「在宅勤務やテレワーク(サテライトオフィス含む)」は卸売業で2割弱、「フレックスタイムの導入」は情報通信業で2割強、「所定時間外労働の制限」は製造業、不動産業で2割以上と、それぞれ他の業種よりもやや高めとなった(図表特3②)。



図表特3② 育児や介護と仕事の両立推進に関する取組について(複数回答可・業種別)

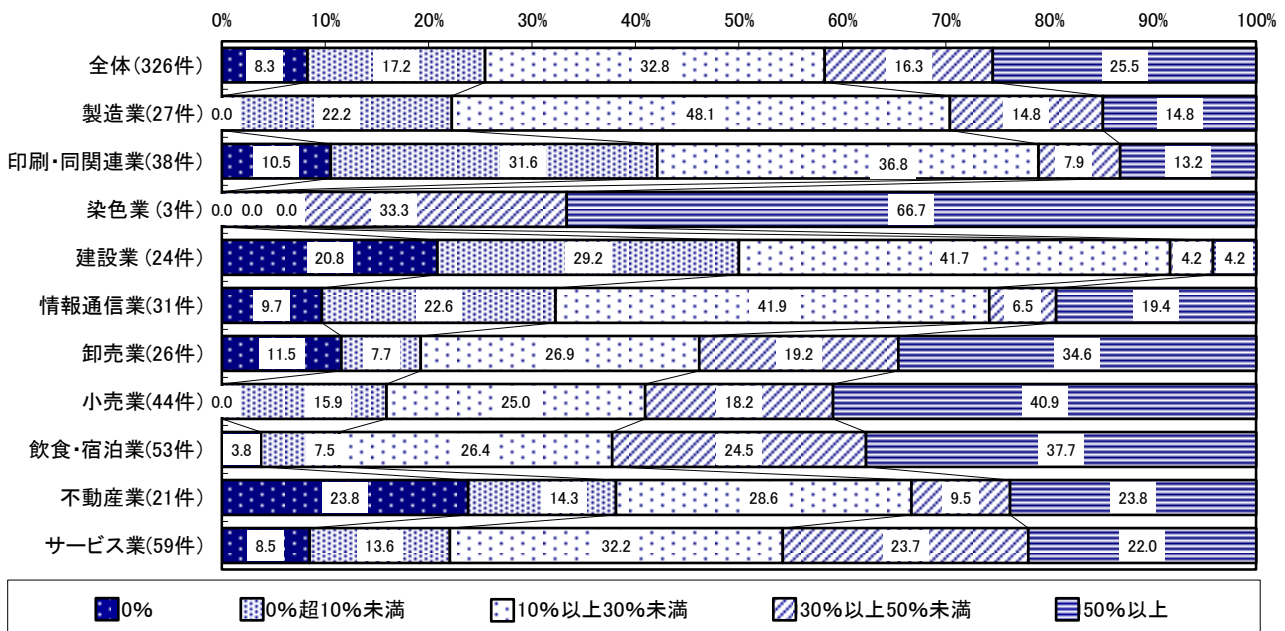
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	特になし(必要なし) 38.5%	特になし(必要なし) 55.3%	特になし(必要なし) 100.0%	特になし(必要なし) 62.5%	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 41.9%
2位	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 30.8%	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 21.1%		時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 16.7%	特になし(必要なし) 22.6%
3位	所定時間外労働の制限 23.1%	フレックスタイムの導入 10.5%		所定時間外労働の制限 16.7%	フレックスタイムの導入 22.6%
				在宅勤務やテレワーク(サテライトオフィス含む) 8.3%	取組を検討中 12.9%
				自社内の諸制度利用範囲の拡大(例:対象者をパート・アルバイトにも拡大) 8.3%	
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	特になし(必要なし) 33.3%	特になし(必要なし) 42.2%	特になし(必要なし) 48.1%	特になし(必要なし) 55.0%	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 40.7%
2位	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 29.6%	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 24.4%	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 11.1%	時差出勤、短時間勤務を可能とする制度 20.0%	特になし(必要なし) 35.6%
3位	在宅勤務やテレワーク(サテライトオフィス含む) 18.5%	フレックスタイムの導入 15.6%	フレックスタイムの導入 9.3%	フレックスタイムの導入 10.0%	フレックスタイムの導入 13.6%
		育児や介護を理由とした離職者の再雇用制度 15.6%	育児や介護を理由とした離職者の再雇用制度 11.1%	所定時間外労働の制限 20.0%	
			取組みたい手が回らない 9.3%	取組を検討中 10.0%	

問4 女性従業員の割合

女性従業員の割合について、全体では「10%以上30%未満」が32.8%で最多、以下「50%以上」25.5%、「0%超10%未満」17.2%と続いた。

業種別にみると、製造業、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、不動産業、サービス業では「10%以上30%未満」が最多、染色業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業では「50%以上」が最多となった(図表特4)。

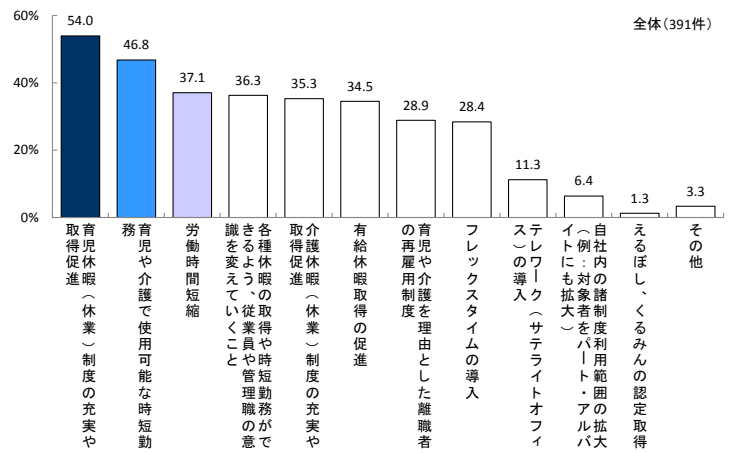
図表特4 女性従業員の割合



問5 女性が活躍しやすい環境づくりのために必要だと思われる取組や施策

図表特5① 女性が活躍しやすい環境づくりのために必要だと思われる取組や施策(複数回答可)

女性が活躍しやすい環境づくりのために必要だと思われる取組や施策について、全体では、「育児休暇(休業)制度の充実や取得促進」が54.0%で最多、以下「育児や介護で使用可能な時短勤務」46.8%、「労働時間短縮」37.1%、「各種休暇の取得や時短勤務ができるよう、従業員や管理職の意識を変えていくこと」36.3%、「介護休暇(休業)制度の充実や取得促進」35.3%、「有給休暇取得の促進」34.5%と続いた(図表特5①)。



業種別では、染色業、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業で「育児休暇(休業)制度の充実や取得促進」が最多となり、情報通信業、サービス業では6割を超えた。製造業は、「有給休暇取得の促進」が5割半ば、飲食・宿泊業、印刷・同関連業では「育児や介護で使用可能な時短勤務」がそれぞれ6割弱、5割半ばで最多となった。「育児休暇(休業)制度の充実や取得促進」は、いずれの業種も4割以上が必要と考えている。一方で、「育児や介護で使用可能な時短勤務」は飲食・宿泊業で6割弱を占めたのに対し、建設業では3割、不動産業では2割強にとどまった。「労働時間短縮」は染色業、小売業、サービス業で4割以上、「各種休暇の取得や時短勤務ができるよう、従業員や管理職の意識を変えていくこと」は建設業で4割半ばと、それぞれ他の業種よりも高くなっている(図表特5②)。

図表特5② 女性が活躍しやすい環境づくりのために必要だと思われる取組や施策(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	有給休暇取得の促進 54.8%	育児や介護で使用可能な時短勤務 55.0%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 50.0%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 56.7%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 66.7%
2位	育児や介護で使用可能な時短勤務 51.6%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 47.5%	育児や介護で使用可能な時短勤務 42.9%	各種休暇の取得や時短勤務ができるよう、従業員や管理職の意識を変えていくこと 46.7%	介護休暇(休業)制度の充実や取得促進 42.4%
3位	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 48.4%	育児や介護を理由とした離職者の再雇用制度 45.0%	介護休暇(休業)制度の充実や取得促進 28.6%	介護休暇(休業)制度の充実や取得促進 40.0%	育児や介護で使用可能な時短勤務 36.4%
			各種休暇の取得や時短勤務ができるよう、従業員や管理職の意識を変えていくこと 28.6%		フレックスタイムの導入 36.4%
			育児や介護を理由とした離職者の再雇用制度 28.6%		
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 50.0%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 53.1%	育児や介護で使用可能な時短勤務 58.3%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 47.1%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 60.3%
2位	育児や介護で使用可能な時短勤務 40.6%	育児や介護で使用可能な時短勤務 51.0%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 53.3%	有給休暇取得の促進 38.2%	育児や介護で使用可能な時短勤務 54.4%
3位	フレックスタイムの導入 37.5%	労働時間短縮 40.8%	育児や介護を理由とした離職者の再雇用制度 46.7%	労働時間短縮 35.3%	労働時間短縮 44.1%
	各種休暇の取得や時短勤務ができるよう、従業員や管理職の意識を変えていくこと 37.5%				

問4の女性従業員の割合別では、いずれも「育児休暇(休業)制度の充実や取得促進」が最多で、『30%以上50%未満』では6割を超えた。次いで、『0%超10%未満』を除く全ての層で、「育児や介護で使用可能な時短勤務」が2位となっており、女性従業員の割合に関わらず、おおむねこれらが上位であった(図表特5③)。

図表特5③ 女性が活躍しやすい環境づくりのために必要だと思われる取組や施策(複数回答可・女性従業員の割合別)

	0%	0%超10%未満	10%以上30%未満	30%以上50%未満	50%以上
1位	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 54.2%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 52.3%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 57.7%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 67.3%	育児休暇(休業)制度の充実や取得促進 51.9%
2位	育児や介護で使用可能な時短勤務 45.8%	有給休暇取得の促進 47.7%	育児や介護で使用可能な時短勤務 51.5%	育児や介護で使用可能な時短勤務 53.8%	育児や介護で使用可能な時短勤務 46.8%
3位	労働時間短縮 37.5%	労働時間短縮 40.9%	介護休暇(休業)制度の充実や取得促進 42.3%	労働時間短縮 44.2%	有給休暇取得の促進 40.3%
				各種休暇の取得や時短勤務ができるよう、従業員や管理職の意識を変えていくこと 44.2%	

問6 働き方を取り巻く環境について(自由記述)

- ・ 単に制度として短時間労働や有給休暇の取得を可能にするだけでは、実態も意識も不公平感がなくなる。制度化と平行して、意識改革の必要性を強く感じる。「自分のため」ではなく、「周りのため」「お客様のため」という姿勢を持たせるべく、クレドカード(経営理念を持ち歩き可能なカードにしたもの)を導入している。また、ヘルプ要員の方に、繁忙工程への製造ライン参加、休む社員の交代要員として機能してもらっている。(製造業)
- ・ 子どものいる社員は家庭優先で働いてもらっている。社員の都合に合わせているので各自の事情により幅広い対応が可能である。(製造業)
- ・ 子育て支援をしていきたい。(印刷・同関連業)
- ・ 時差出勤、フレックスタイム、労働時間の短縮。育児をしながらでも働ける社会を作る為には、社会全体で女性に限らず男性も働きやすい環境にしていく必要がある。中でも、育児や介護に理解を深める必要があると思う。政府や行政等が啓蒙活動をした方が良いと思う。(建設業)
- ・ 育児等で使用可能な時短勤務、フレックスタイム制度を実施中。正社員かパート・アルバイトかというような区分ではなく、ある程度のスキルや経験の累積をその人の価値と認めて、キャリアが断続的であっても以前の処遇がある程度反映されるような賃率の認定、雇用慣行の変革や制度的工夫を考えていくことが必要だと思う。(情報通信業)
- ・ 女性部門長の登用、育児中の女性のテレワークを認める等。(情報通信業)
- ・ 女性が働きやすい環境作りは大事だが、中小企業にとっては産休ばかりの女性が増えても再雇用までの時間や、子どもの体調不良等の予期せぬ休みの際にいつから出勤できるか等、予測できないことが多いのは大変。補助金等の制度を充実させて欲しい。(情報通信業)
- ・ 復職後も待遇が変わらないことを休暇取得前に説明することで、育児休業をとることに不安を感じさせないようにしている。(小売業)
- ・ 働く人に合ったシフトを作り、必要な生活費を永続して受給できる環境を整えている。海外からのワーキングホリデー利用による労働力をサポーターとしてチームに加える。(飲食・宿泊業)
- ・ 女性、男性に限らず、技能のある者がより活躍できて、相応の待遇を得られる社会を目指すべきと考えている。(サービス業)
- ・ ここ数年の傾向として、新卒における女性割合が増加している。新卒も中途も応募の70~80%が女性。プライベートの時間を有意義に過ごせるように「フレックス制」や「ノー残業デー」等を設けていきやすい環境を作り出せるように努力している。(サービス業)
- ・ 待機児童問題の解決の方が重要。企業側がいくら受け入れようとしても、子供を預ける場所が無ければどうしようもない。(サービス業)
- ・ 繁忙期と閑散期が毎年はっきりしているので、閑散期には休みをとる様に指導している。繁忙期は通勤時間の節約のためテレワークを認めているほか、出勤時間や退勤時間を社員にゆだねている。(サービス業)
- ・ 一律でルールを決めるのではなく、従業員が求めるものは何かを考えることが必要なのではないかと。特に子どものいる女性社員の場合、「子どもとの時間が欲しいので給料は少なくとも大丈夫」なのか「子どもとの時間が犠牲になっても給料が高い方が良い」なのかの選択はしてもらっている。また、出産前の勤務条件(役職、給料、勤務時間)と出産後の条件について本人の希望を聞いて決定している。(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) 新宿区文化観光産業部産業振興課
〒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 29 年 6 月発行