

新宿区 中小企業の景況

(平成 29 年 4 月～6 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 (47 件)、染色業 (18 件)、建設業 (37 件)、情報通信業 (39 件)、卸売業 (40 件)、小売業 (57 件)、飲食・宿泊業 (71 件)、不動産業 (41 件)、サービス業 (76 件)

※ () 内は有効回答数 合計 460 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 7 月中旬

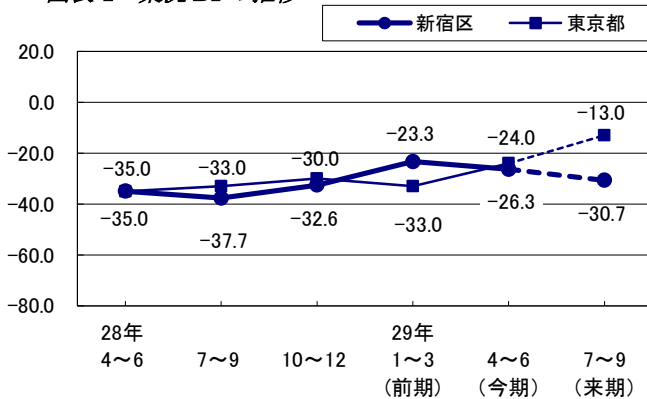
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

2. 全般的な業況、今期の特徴

業況 DI (「良い」企業割合 - 「悪い」企業割合) は▲26.3 と、前期 (平成 29 年 1 月～3 月) の▲23.3 から悪化した。来期 (平成 29 年 7 月～9 月) の見通しは▲30.7 で引き続き低迷する見込み (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。「良い」理由では、「仕入価格の動向」が前期より 6.0 ポイント増加し、影響度が高くなった (図表 2)。

図表 1 業況 DI の推移



図表 2 今期業況 DI の判断理由 (%)

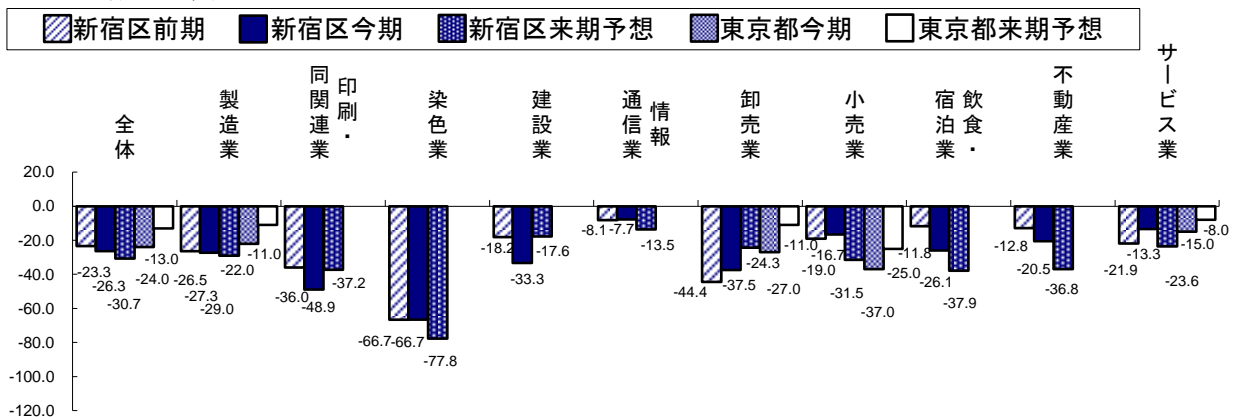
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況 良い	83.6	6.8	17.8	23.3	8.2	19.2	5.5	4.1	2.7	26.0	15.1
業況 悪い	75.4	1.1	27.8	31.0	15.5	22.5	4.3	5.3	3.7	44.9	10.2

※最大3つまで選択

業種別に見ると、卸売業、小売業、サービス業で改善し、製造業、染色業、情報通信業で前期並の悪化幅とした。一方、印刷・同関連業、建設業、飲食・宿泊業で大きく低迷し、不動産業でも厳しさを増して、全体としても悪化した。

来期は、印刷・同関連業、建設業、卸売業で大きく改善するが、染色業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業で大きく低迷し、製造業、情報通信業でも低調感を強めると予測されるため、全体では低迷する見込みである (図表 3)。

図表 3 業況 DI、見通し DI



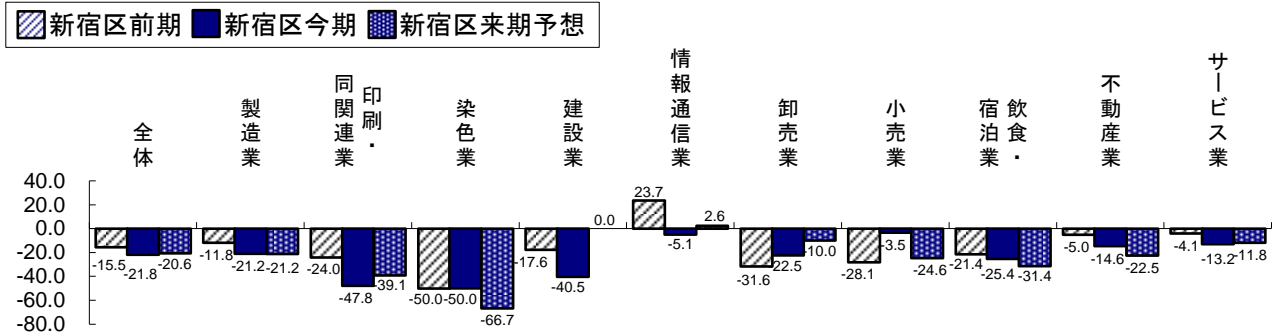
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の 7 月発表の資料によるもの。
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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。
DI (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 DI

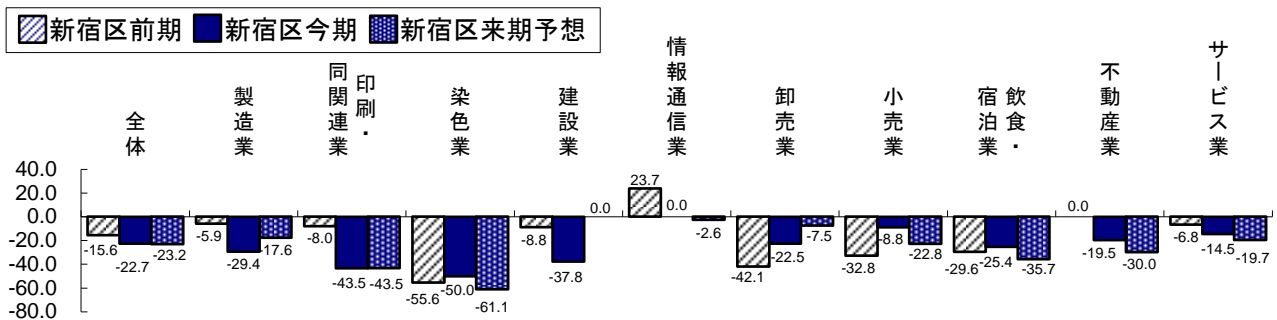
●売上額 DI

今期は、小売業で水面下ながら大きく改善し、卸売業で持ち直した。一方、印刷・同関連業、建設業、情報通信業で厳しさをかなり強め、製造業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業では悪化し、染色業は前期並の悪化幅で推移した。来期は、情報通信業は悪化から好調に転じ、建設業、卸売業で大きく持ち直し、印刷・同関連業、サービス業も持ち直す予想されている。その一方で、染色業、小売業は減少をかなり強め、飲食・宿泊業、不動産業はともに低迷し、製造業は今期並の減少幅で推移する見込み。



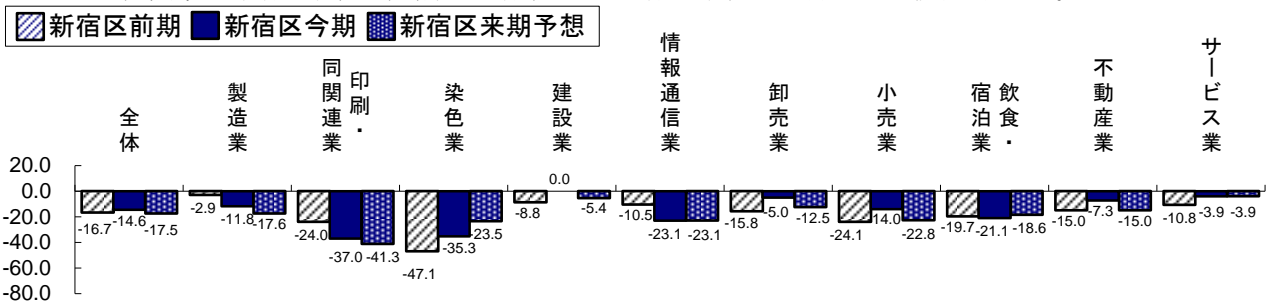
●収益 DI

今期は、卸売業、小売業で大きく改善し、染色業、飲食・宿泊業で持ち直した。一方、情報通信業で厳しさを強め、製造業、印刷・同関連業、建設業、不動産業で大きく低迷し、サービス業で減少を強めた。来期は、製造業、建設業、卸売業で大きく持ち直すものの、印刷・同関連業で今期並の悪化幅となるほか、染色業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業は大きく低迷し、情報通信業、サービス業は減少を強める見込み。



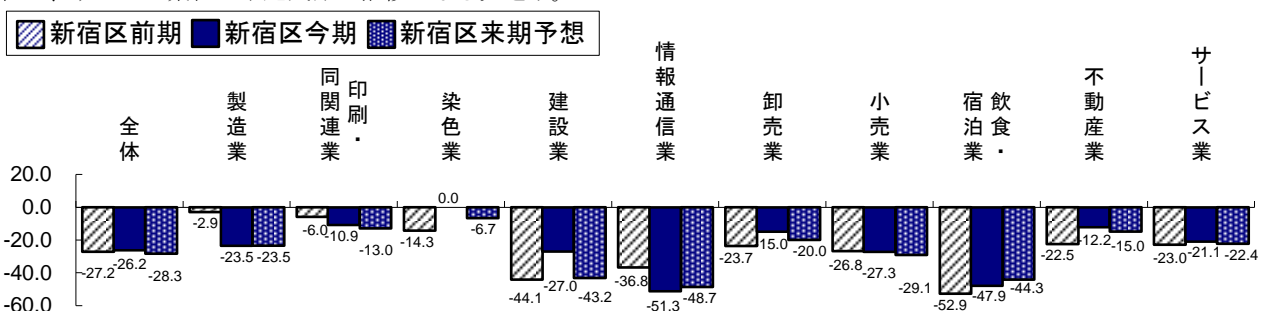
●資金繰り DI

今期は、染色業、卸売業、小売業で厳しさが大きく和らぎ、建設業、不動産業、サービス業で改善した。一方、印刷・同関連業、情報通信業で苦しさがかなり強まり、製造業、飲食・宿泊業で厳しさを増した。来期は、染色業で厳しさが大きく和らぎ、飲食・宿泊業で改善し、情報通信業、サービス業は今期並の窮屈感で推移する見込み。



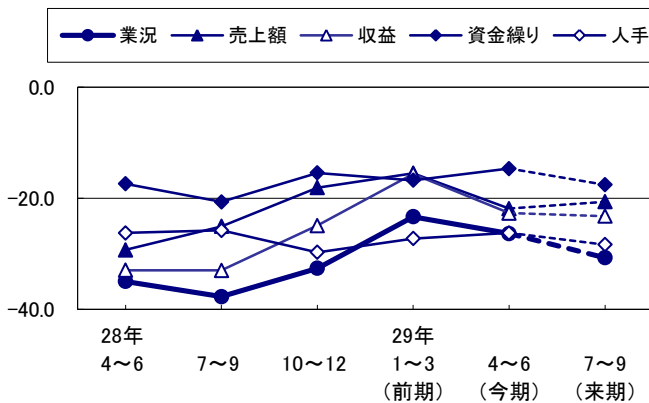
●人手 DI

今期は、染色業で不足から適正に転じ、それ以外の9業種では引き続き不足感がでている。来期は、染色業も不足に転じ、すべての業種で不足気味の推移となる見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

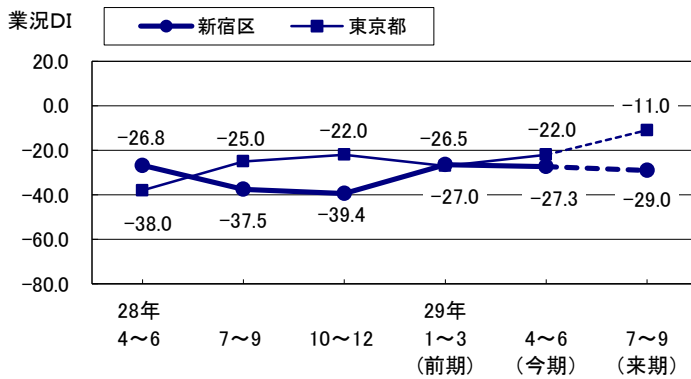
今期は、売上額、収益は減少・減益幅が拡大し、業況も悪化した。資金繰りは窮屈感が緩和し、人手は引き続き不足気味で推移した。来期は、売上額は持ち直すが、収益は今期並の減益幅で推移し、業況は低迷すると予想されている。資金繰りは窮屈感が強まり、人手は不足感が強まる見込み。



	28年 4~6	7~9	10~12	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-35.0	-37.7	-32.6	-23.3	-26.3	-30.7
売上額	-29.3	-25.1	-18.1	-15.5	-21.8	-20.6
収益	-32.9	-33.0	-24.9	-15.6	-22.7	-23.2
資金繰り	-17.4	-20.6	-15.4	-16.7	-14.6	-17.5
人手	-26.2	-25.8	-29.7	-27.2	-26.2	-28.3

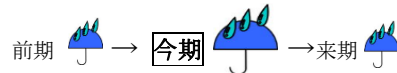
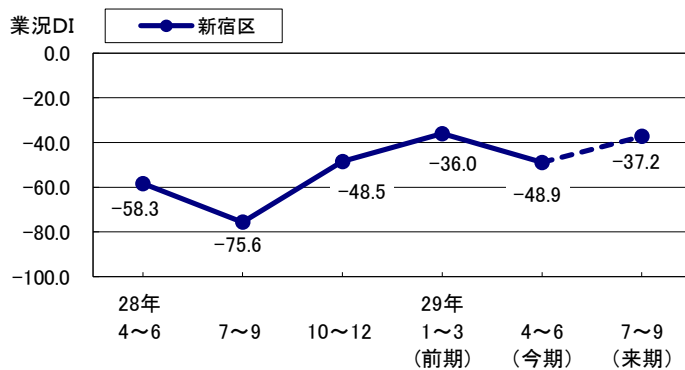
5. 業種別における DI 推移

1) 製造業



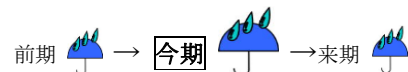
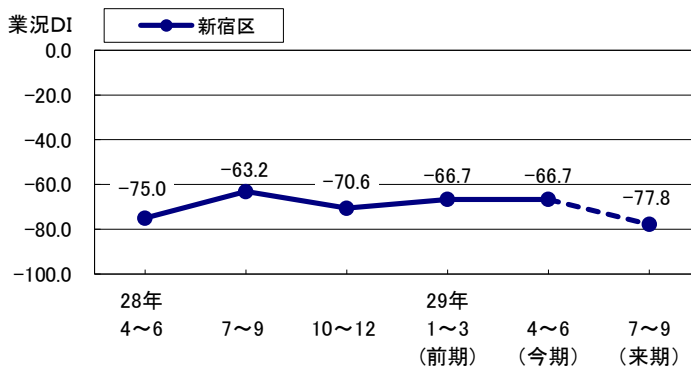
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-26.5	-27.3	-29.0	-22.0
売上額	-11.8	-21.2	-21.2	
収益	-5.9	-29.4	-17.6	
資金繰り	-2.9	-11.8	-17.6	
人手	-2.9	-23.5	-23.5	

2) 印刷・同関連業



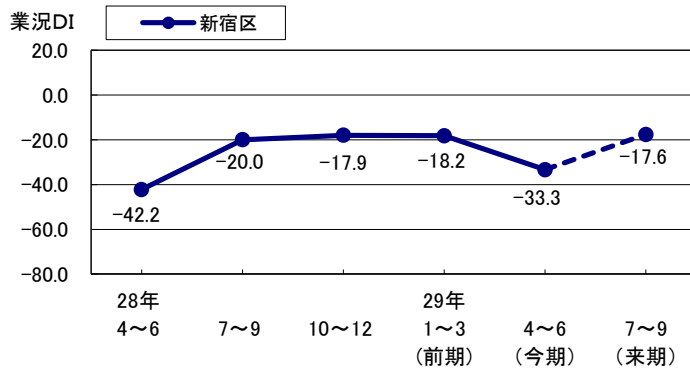
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-36.0	-48.9	-37.2
売上額	-24.0	-47.8	-39.1
収益	-8.0	-43.5	-43.5
資金繰り	-24.0	-37.0	-41.3
人手	-6.0	-10.9	-13.0

3) 染色業



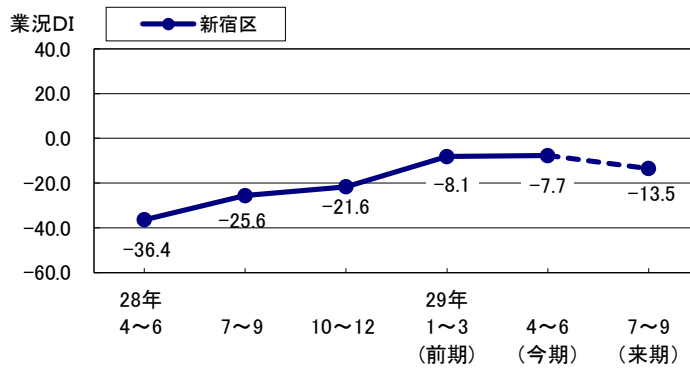
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-66.7	-66.7	-77.8
売上額	-50.0	-50.0	-66.7
収益	-55.6	-50.0	-61.1
資金繰り	-47.1	-35.3	-23.5
人手	-14.3	0.0	-6.7

4) 建設業



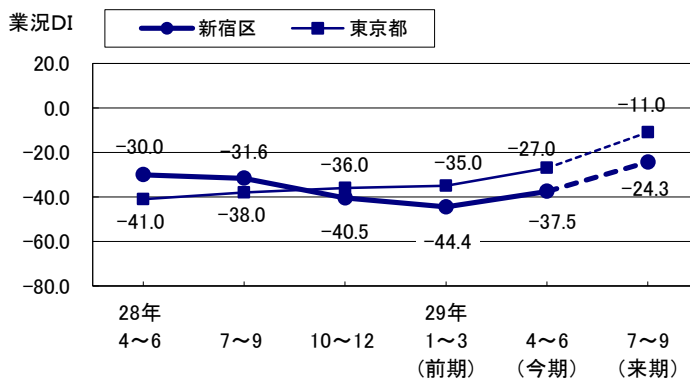
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-18.2	-33.3	-17.6
売上額	-17.6	-40.5	0.0
収益	-8.8	-37.8	0.0
資金繰り	-8.8	0.0	-5.4
人手	-44.1	-27.0	-43.2

5) 情報通信業



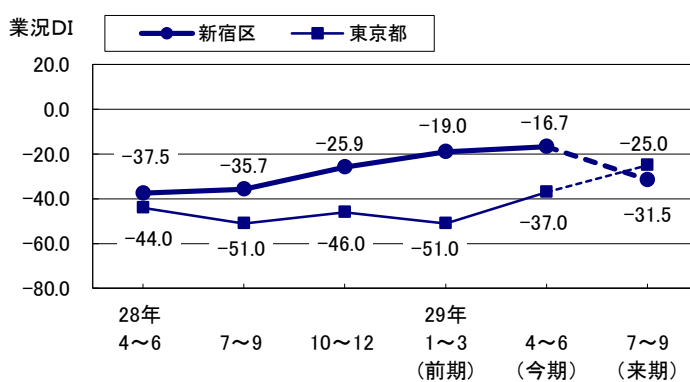
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-8.1	-7.7	-13.5
売上額	23.7	-5.1	2.6
収益	23.7	0.0	-2.6
資金繰り	-10.5	-23.1	-23.1
人手	-36.8	-51.3	-48.7

6) 卸売業



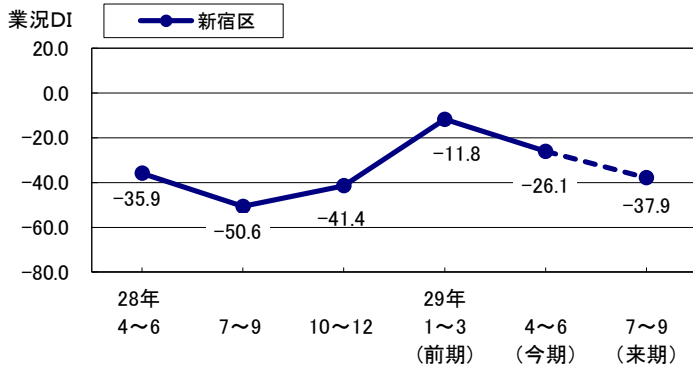
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-44.4	-37.5	-24.3	-27.0
売上額	-31.6	-22.5	-10.0	
収益	-42.1	-22.5	-7.5	
資金繰り	-15.8	-5.0	-12.5	
人手	-23.7	-15.0	-20.0	

7) 小売業



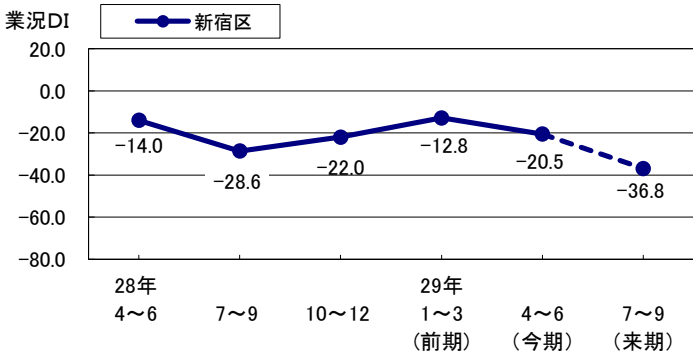
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-19.0	-16.7	-31.5	-37.0
売上額	-28.1	-3.5	-24.6	
収益	-32.8	-8.8	-22.8	
資金繰り	-24.1	-14.0	-22.8	
人手	-26.8	-27.3	-29.1	

8) 飲食・宿泊業



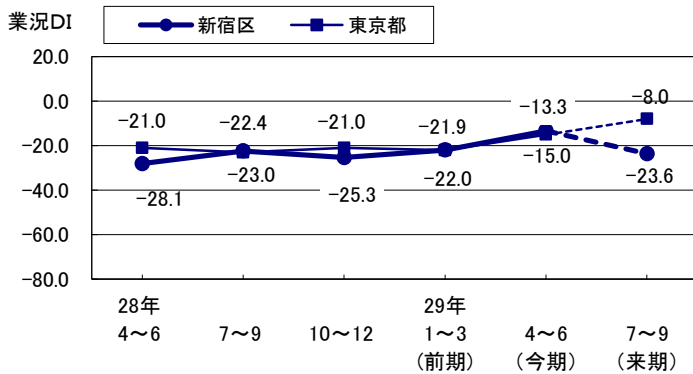
	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-11.8	-26.1	-37.9
売上額	-21.4	-25.4	-31.4
収益	-29.6	-25.4	-35.7
資金繰り	-19.7	-21.1	-18.6
人手	-52.9	-47.9	-44.3

9) 不動産業



	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-12.8	-20.5	-36.8
売上額	-5.0	-14.6	-22.5
収益	0.0	-19.5	-30.0
資金繰り	-15.0	-7.3	-15.0
人手	-22.5	-12.2	-15.0

10) サービス業



	29年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-21.9	-13.3	-23.6	-15.0
売上額	-4.1	-13.2	-11.8	
収益	-6.8	-14.5	-19.7	
資金繰り	-10.8	-3.9	-3.9	
人手	-23.0	-21.1	-22.4	

業種名	マーク						
	大きく上昇	上昇	やや上昇	横這い	やや下降	下降	大きく下降
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
飲食店・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 DI 推移」及び「5. 業種別における DI 推移」のマーク(前期・今期・来期)は、各 DI 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」58.6%、2位「同業者間の競争の激化」30.9%、3位「人手不足」27.0%で、前期同様の順位となった。

業種別では、建設業を除く9業種で「売上の停滞・減少」が1位となった。なお、染色業では「取引先の減少」も同率1位となった。建設業は、「同業者間の競争の激化」が1位となった。2位は、製造業、印刷・同関連業、卸売業、小売業、不動産業で「同業者間の競争の激化」、情報通信業、飲食・宿泊業、サービス業で「人手不足」、染色業で「顧客ニーズの変化・減少」、建設業で「売上の停滞・減少」および「人手不足」となった。

	全体	製造業	印刷・同関連業
1位	売上の停滞・減少 58.6%	売上の停滞・減少 59.4%	売上の停滞・減少 73.3%
2位	同業者間の競争の激化 30.9%	同業者間の競争の激化 28.1%	同業者間の競争の激化 40.0%
3位	人手不足 27.0%	利幅の縮小 25.0%	利幅の縮小 28.9%
	染色業	建設業	情報通信業
1位	売上の停滞・減少 70.0% 取引先の減少 70.0%	同業者間の競争の激化 37.8%	売上の停滞・減少 61.5%
2位	顧客・ニーズの変化・減少 30.0%	売上の停滞・減少 35.1% 人手不足 35.1%	人手不足 46.2%
3位	同業者間の競争の激化 10.0% 合理化の不足 10.0% 販売納入先から(又はサービス料金)の値下げ要請 10.0%	利幅の縮小 21.6%	人件費の増加 33.3%
	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 54.3%	売上の停滞・減少 68.1%
2位	同業者間の競争の激化 31.6%	同業者間の競争の激化 41.3%	人手不足 40.6%
3位	人手不足 15.8% 利幅の縮小 15.8% 顧客・ニーズの変化・減少 15.8% 為替レートの変動 15.8%	利幅の縮小 32.6%	人件費の増加 39.1%
	不動産業	サービス業	
1位	売上の停滞・減少 47.4%	売上の停滞・減少 55.3%	染色業は、「工場・店舗・設備等の狭小・老朽化」「仕入先からの値上げ要請」「商圏人口の減少」も同率3位。 ※ 最大3つまで選択
2位	同業者間の競争の激化 36.8%	人手不足 36.8%	
3位	顧客・ニーズの変化・減少 26.3%	同業者間の競争の激化 27.6%	

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」42.5%、2位「販路を拡大する」30.8%、3位「人材を確保する」24.5%で、前期同様の順位となった。

業種別では、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」がともに1位となり、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1位、製造業、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、卸売業、サービス業では「新しい取引先を見つける」が1位となった。前期においては、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業で「人材を確保する」が4割以上であったのに対し、今期は建設業のみが4割以上となり、建設業の人材動向が引き続き注目される。

	全体	製造業	印刷・同関連業
1位	新しい取引先を見つける 42.5%	新しい取引先を見つける 53.1%	新しい取引先を見つける 73.3%
2位	販路を拡大する 30.8%	販路を拡大する 43.8%	販路を拡大する 35.6%
3位	人材を確保する 24.5%	人材育成を強化する 31.3%	技術力を強化する 20.0%
	染色業	建設業	情報通信業
1位	新しい取引先を見つける 66.7%	人材を確保する 40.5%	新しい取引先を見つける 61.5%
2位	販路を拡大する 44.4%	新しい取引先を見つける 37.8%	技術力を強化する 38.5%
3位	情報力を強化する 22.2% 不動産の有効活用を図る 22.2%	技術力を強化する 32.4%	人材を確保する 33.3%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業
1位	新しい取引先を見つける 44.7%	新しい取引先を見つける 33.3% 販路を拡大する 33.3%	人材を確保する 36.8%
2位	販路を拡大する 42.1%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する 26.7% 人材育成を強化する 26.7%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する 25.0%
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 28.9%	品揃えを改善する 24.4%	品揃えを改善する 23.5%
	不動産業	サービス業	
1位	販路を拡大する 28.2%	新しい取引先を見つける 56.6%	※ 最大3つまで選択
2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 23.1% 人材育成を強化する 23.1%	人材を確保する 30.3%	
3位	新しい取引先を見つける 17.9% 新しい事業を始める 17.9%	販路を拡大する 28.9%	

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ ここ数年の懸案事項（製品改良）がクリアになり、また、市場の動きも相まって今期は順調。これにあぐらをかかず、さらなる製品開発・改良を心掛ける。また、そのベースとなる人材育成にも力を入れていく。
- ・ 現状はみえていないが、オリンピック景気に期待している。
- ・ クライアントの経費削減により、弊社の業務受注が激減。
- ・ 後継者の選択の失敗により、一時的に業績を落としている。再び創業者が陣頭指揮をとっているが、後継者問題の難しさを痛感している。

2) 印刷・同関連業

- ・ 既存業界ではそれなりに安定しているが、今後を担う新事業を模索中。
- ・ 売上の数字に毎月バラつきがあり、安定していない状況。確実に売上が計上できる定期的な受注を心掛けている。
- ・ 長引く業界全体の不振は深刻な問題。同業者の廃業も相次いでいる。
- ・ 売上が思うように伸びず苦勞している。新規の仕事が多少増えても、既存の仕事が減っているため売上が停滞している。紙媒体が減少して印刷の仕事が伸び悩んでいる。これにより、資金繰りが厳しくなっている。
- ・ 売上が減少している。短納期・小ロット等の対応に追われて、残業や休日出勤が増えている。
- ・ 投資有価証券の売却で資金繰りは好転し、不良債権処理も今期中で処理が完了。技術者の不足が今後の課題。
- ・ 従業員の長期休業を機に不採算部門を縮小した。

3) 染色業

- ・ 祭りの手ぬぐいなど、前年の在庫があり注文が減少している。新規注文はほとんどない。
- ・ 染色業に携わる者として、着物を着ることが日常でなくなり、日本の文化が遠くにいつてしまったと感じている。

4) 建設業

- ・ 社内のチームワークが良く、順調に推移している。
- ・ 既存事業にて収益は確保できているが、人材教育および新たな事業の構築が将来に向けて必須。
- ・ 前年より利幅は縮小しているが、売上推移は順調である。オリンピックまではこのまま行くことを期待している。
- ・ 主たる客先は個人顧客。個人住宅の工事全般が落ち込んでいる。

5) 情報通信業

- ・ 新しい企画にチャレンジし続けている状況。
- ・ 社員の高齢化が進んでいる。人件費との兼ね合いで若手を一気に増やせない。
- ・ マネージメント要員不足。取引先不足。
- ・ 顧客が多様化したことで、既存商品の改良や拡張の内容について、遅延やミスマッチとなる局面が散見される。
- ・ 公共系の取引については前年より早い契約手続きの見込みとなっている。大手通信事業者との取引が低調で、売上の拡大が図れるか不安。
- ・ 既存の取引先に限界を感じているので、新しい取引先の開拓に力を入れたい。

6) 卸売業

- ・ 当面の損益や資金繰りに問題はないが、将来に向けて新サプライヤーとの代理店契約拡大が重要。
- ・ 利益率改善等の効果にて、減収ではあるが、営業利益は前年並を確保。人件費、経費の増加が課題。

- ・ 売上の拡大を見込むよりも、収益性を見直しを図っている。取引先からの納品価格の見直し（同業者間での競争）が都度ある為、売上が伸びず、仕入値の高騰も重なり、経営は厳しい。
- ・ 前期末より地域を限定した営業活動を行っているが、その成果に期待したい。
- ・ 会社全体の高齢化が将来の不安。
- ・ 業界全体のマーケット（需要）の縮小が止まらない。今後も同様の動向が続くと思われる。

7) 小売業

- ・ 国際大会を控えマーケットに期待感があり、売上の伸張につながっている。東京オリンピックまでは業績は上向きで推移すると予測。
- ・ 4～5年前と比較して輸入製品の為替と海外企業の値上げなどで国内での売価に対し、コストが上昇し利益を圧迫している。付加価値の高いサービスや製品を市場に投入し、収益を安定させたい。
- ・ 新聞販売店のため、ペーパーレス化やIT化に伴い売上が激減。外国人も多い地域のため、売上が確保できない。情報入手先は新聞ではなくなっている。
- ・ 薄利多売の傾向があり、人手不足になっている。人材育成も急務か。
- ・ 新店舗展開で増収となっているが、収益的にはほぼ横ばい。利益率の減少が要因。
- ・ 店舗数拡大に向けて、人員確保が課題。
- ・ 調剤薬局業界の締めつけがきつい。薬価引き下げ、調剤報酬引き下げ。

8) 飲食・宿泊業

- ・ 店舗数の拡大による収益増を計画。フランチャイズ加盟店による事業のため本部からの1社購買にリスクを感じているが、店舗数拡大による収益を確保し、他業態への進出を検討中。
- ・ 周辺企業の業績低迷などの影響で、客足が減少するのは避けることができない。商品力を上げて客単価を上げるよう努力している。現在の人手は足りているが、今後不足するのは必至。募集の際は最低賃金を考慮した時給に設定しており、人件費の増加が懸念される。
- ・ 従来に比べ売上高の損益分岐点の上昇が顕著であり、変動費の削減に尽力せざるを得ない状況。
- ・ 家族経営なので、何とか営業できている状態。
- ・ 食材費、人件費、水道光熱費を見直し、徹底して無駄をなくし改善して、収益増に繋げていく。

9) 不動産業

- ・ 安定した収入源のため利益は一定水準を満たしているが、同業他社との競合により消費環境は厳しい状態が続いている。今後も安定した経営を続ける。
- ・ 経営環境の変化に対応しきれない部分あり。合理化、省力化を推進する必要あり。
- ・ 情報化社会においては、個人でも情報収集が可能となり、それ以上の情報を備える必要がある。従来は不動産屋に来店してもらうことで売上があがっていたが、お客さんが不動産屋に来店する価値を見いだせない場合、それが難しくなってくると思う。
- ・ 人材不足によるサービスの低下や売上の減少。

10) サービス業

- ・ 売上、利益共に前年対比110%で推移。若い社員の確保、育成に注力すべきと考えている。
- ・ 品質重視で無理な拡大はしない方針で臨んでいる。
- ・ 順調に進んでいる。事務所も100坪以上の所へ移転予定。人手不足もあり、依頼案件に応じることがスケジュール的に大変きつい状況。ルート営業や既存先の深掘りに成功している。
- ・ 2大得意先の内、1社については、本年10月より運賃値上げを認めていただいたが、もう1社は現在も交渉中。未決の1社の値上げ状況によっては、売上高及び利益の減少傾向に歯止めがかかる。
- ・ 売上、利益は少しずつ伸びているが、今後の販路拡大をどうしていくかを考えないといけない。
- ・ 従業員の高齢化が最大の問題だが、若者を育てるための資金がない。仕入率が上がり利益確保が難しい。

【特別調査】「中小企業におけるICT活用について」

【調査実施時期】
平成 29 年 7 月中旬

【調査結果概要】

現在導入している ICT は、「自社ホームページ」が約 62%で大半を占め、以下「クラウドサービス」約 25%、「特になし」約 24%となった（問 1①参照）。今後導入したい ICT は「特になし」が約 42%で最多、以下「クラウドサービス」約 13%、「タブレットやスマートフォン」約 12%となった（問 1②参照）。

ICT に関する情報の入手先は、「書籍やインターネット等」が 52%で最多、以下「取引先」50%、「同業者や知人」約 45%となった（問 2 参照）。ICT を導入する上での課題は、「導入の費用対効果がわからない」が約 53%で最多、以下「コスト負担が大きい」約 41%、「情報漏えい等、セキュリティ面の不安」約 33%となった（問 3 参照）。

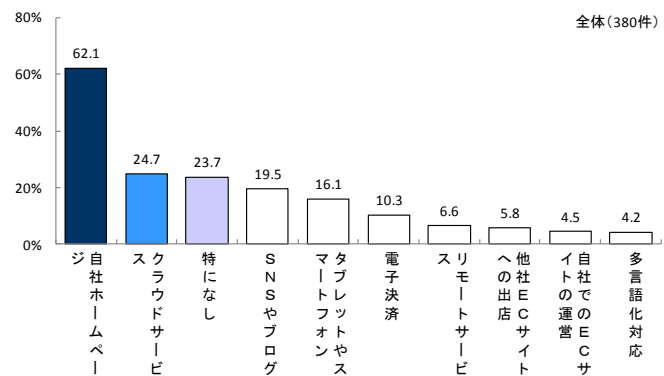
ICT の活用状況や意向について、IoT は「現在は活用していないが、関心がある」が約 48%で最多（問 4 ①参照）となり、ビッグデータは約 58%、AI（人工知能）は約 56%が「活用する予定はない（意向なし）」で、ともに最多となった（問 4②、問 4③参照）となった。

自社の今後の ICT 活用は、「特に活用を進める意向はない」が 35%、「活用を進めたい」約 33%、「わからない」約 32%と回答が分かれた（問 5①参照）。業界の今後の ICT 活用は「活用が進むと思う」が約 49%と、業界としては活用が進むとの見解が多く見られた（問 5②参照）。

問 1① 現在導入している ICT

図表特 1①-1 現在導入している ICT 複数回答可・上位 10 項目

現在導入している ICT について、全体では「自社ホームページ」が 62.1%で最多となって、6 割超を占めた。以下、「クラウドサービス」24.7%、「特になし」23.7%、「SNS やブログ」19.5%、「タブレットやスマートフォン」16.1%と続いた（図表特 1①-1）。



業種別では、染色業で回答のあった 5 件のうち 4 件が「特になし」となった。それ以外の 9 業種では「自社ホームページ」が最多で、情報通信業で 9 割弱、サービス業で 7 割半ばと高めであった（図表特 1①-2）。

図表特 1①-2 現在導入している ICT (複数回答可・業種別)

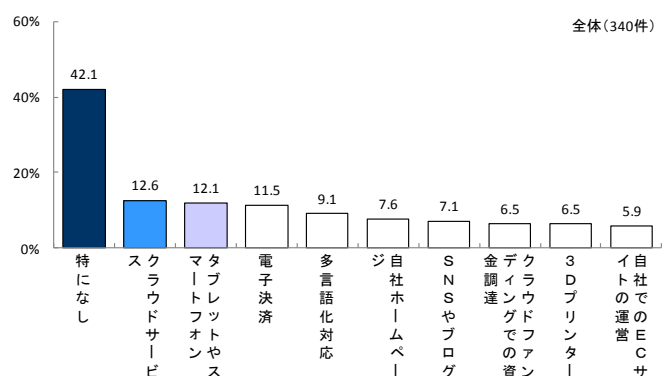
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	自社ホームページ 57.1%	自社ホームページ 61.9%	特になし 80.0%	自社ホームページ 50.0%	自社ホームページ 86.8%
2位	特になし 21.4%	タブレットやスマートフォン 28.6%	自社ホームページ 20.0%	クラウドサービス 35.3%	クラウドサービス 50.0%
	SNS やブログ 21.4%		SNS やブログ 20.0%		
3位	タブレットやスマートフォン 17.9%	特になし 23.8%		特になし 32.4%	SNS やブログ 23.7%

	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	自社ホームページ 52.8%	自社ホームページ 61.9%	自社ホームページ 58.2%	自社ホームページ 44.8%	自社ホームページ 74.6%
2位	特になし 36.1%	SNS やブログ 26.2%	SNS やブログ 41.8%	特になし 31.0%	クラウドサービス 31.0%
3位	クラウドサービス 19.4%	特になし 23.8%	特になし 27.3%	SNS やブログ 20.7%	特になし 15.5%
				タブレットやスマートフォン 20.7%	

問 1② 今後導入したい ICT

図表特 1②-1 今後導入したい ICT (複数回答可・上位 10 項目)

今後導入したい ICT について、全体では「特になし」が 42.1%で最多となった。以下、「クラウドサービス」12.6%、「タブレットやスマートフォン」12.1%、「電子決済」11.5%と続いた。これら以外の項目はいずれも 1 割未満となり、全体的に項目間の差はみられなかった（図表特 1②-1）。



業種別では、いずれも「特になし」が最多で、染色業、建設業、卸売業、不動産業では 5 割以上となった。回答のあった項目においては「クラウドサービス」が印刷・同関連業で 2 割超、「SNS やブログ」が小売業で 2 割超、「多言語化対応」が飲食・宿泊業で 3 割超となり、他の業種よりも高い。なお、「電子決済」は小売業で 2 割弱、「タブレットやスマートフォン」は情報通信業で 2 割弱と、他の業種よりもやや高めとなった（図表特 1②-2）。

図表特 1②-1 今後導入したいICT(複数回答可・業種別)

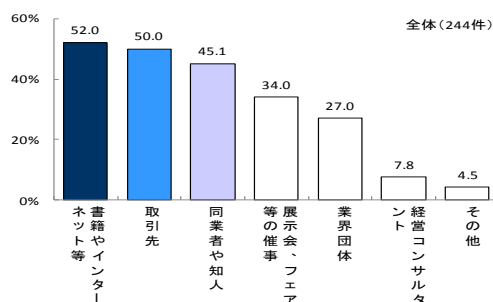
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	特になし 41.7%	特になし 31.6%	特になし 66.7%	特になし 60.7%	特になし 37.5%
2位	3Dプリンター 16.7%	クラウドサービス 21.1%	自社ホームページ 33.3%	クラウドサービス 10.7% タブレットやスマートフォン 10.7% 自社ホームページ 10.7%	タブレットやスマートフォン 18.8%
3位	タブレットやスマートフォン 12.5% 電子決済 12.5% 自社ホームページ 12.5% SNSやブログ 12.5%	タブレットやスマートフォン 13.2%		電子決済 7.1% 3Dプリンター 7.1%	クラウドファンディングでの資金調達 15.6% 自社でのECサイト運営 15.6%
	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 54.8%	特になし 29.7%	特になし 34.7%	特になし 50.0%	特になし 44.1%
2位	クラウドサービス 9.7% 多言語化対応 9.7%	SNSやブログ 21.6%	多言語化対応 30.6%	タブレットやスマートフォン 16.7% 自社ホームページ 16.7%	クラウドサービス 17.6%
3位	電子決済 6.5% 自社ホームページ 6.5% 自社でのECサイトの運営 6.5%	電子決済 18.9%	電子決済 16.3%	電子決済 13.3%	タブレットやスマートフォン 13.2% 電子決済 13.2%

問 2 ICT に関する情報の入手先

ICT に関する情報の入手先について、全体では「書籍やインターネット等」が 52.0%で最多、以下「取引先」50.0%、「同業者や知人」45.1%、「展示会、フェア等の催事」34.0%と続いた (図表特 2)。

業種別では、染色業、建設業、卸売業、飲食・宿泊業で「書籍やインターネット等」、印刷・同関連業、サービス業で「取引先」、製造業、情報通信業、不動産業で「同業者や知人」、小売業で「展示会、フェア等の催事」がそれぞれ最多となった。

図表特 2 ICT に関する情報の入手先(複数回答可)

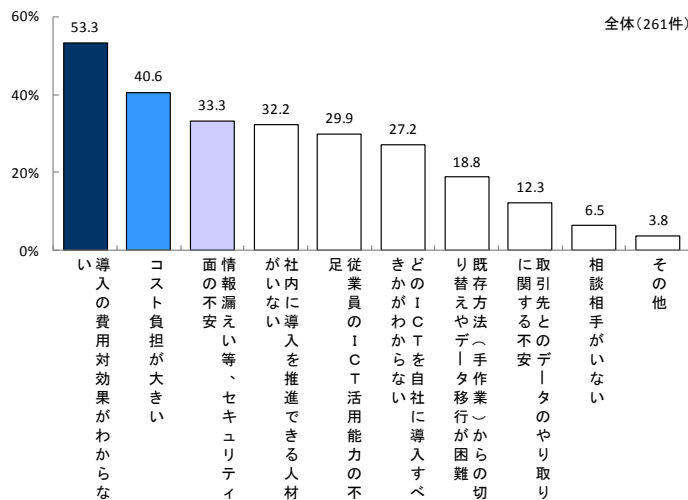


問 3 ICT を導入する上での課題

ICT を導入する上での課題について、全体では「導入の費用対効果がわからない」が 53.3%で最多、以下「コスト負担が大きい」40.6%、「情報漏えい等、セキュリティ面の不安」33.3%と続いた (図表特 3-1)。

業種別にみると、小売業では「コスト負担が大きい」が 6 割弱で最多となり、卸売業では「導入の費用対効果がわからない」と「社内に導入を推進できる人材がいらない」がともに 5 割で同率最多、製造業、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業は「導入の費用対効果がわからない」が 5 割弱から 6 割弱を占め、それぞれ最多となった (図表特 3-2)。

図表特 3-1 ICT を導入する上での課題(複数回答可)



図表特 3-2 ICT を導入する上での課題(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	導入の費用対効果がわからない 47.1%	導入の費用対効果がわからない 57.1%	社内に導入を推進できる人材がいらない 50.0% 従業員のICT活用能力の不足 50.0% どのICTを自社に導入すべきかわからない 50.0%	導入の費用対効果がわからない 50.0%	導入の費用対効果がわからない 54.8%
2位	コスト負担が大きい 41.2% どのICTを自社に導入すべきかわからない 41.2%	従業員のICT活用能力の不足 46.4%	コスト負担が大きい 25.0% 情報漏えい等、セキュリティ面の不安 25.0%	情報漏えい等、セキュリティ面の不安 36.4% 社内に導入を推進できる人材がいらない 36.4% 従業員のICT活用能力の不足 36.4%	情報漏えい等、セキュリティ面の不安 48.4%
3位	情報漏えい等、セキュリティ面の不安 29.4%	情報漏えい等、セキュリティ面の不安 39.3%		コスト負担が大きい 27.3% どのICTを自社に導入すべきかわからない 27.3%	コスト負担が大きい 32.3%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	導入の費用対効果がわからない 50.0% 社内に導入を推進できる人材がいらない 50.0%	コスト負担が大きい 57.1%	導入の費用対効果がわからない 53.3%	導入の費用対効果がわからない 57.9%	導入の費用対効果がわからない 57.4%
2位	コスト負担が大きい 35.0% 情報漏えい等、セキュリティ面の不安 35.0%	導入の費用対効果がわからない 53.6%	コスト負担が大きい 46.7%	コスト負担が大きい 42.1% 情報漏えい等、セキュリティ面の不安 42.1%	コスト負担が大きい 42.6%
3位	従業員のICT活用能力の不足 15.0% どのICTを自社に導入すべきかわからない 15.0% 既存方法(手作業)からの切り替えやデータ移行が困難 15.0%	従業員のICT活用能力の不足 46.4% どのICTを自社に導入すべきかわからない 46.4%	社内に導入を推進できる人材がいらない 31.1%	社内に導入を推進できる人材がいらない 26.3%	社内に導入を推進できる人材がいらない 36.2% 従業員のICT活用能力の不足 36.2%

問4 ICTの活用状況や意向について

① IoT

IoTの活用状況や意向について、全体では「現在は活用していないが、関心がある」が47.9%、「活用する予定はない（意向なし）」が44.8%で、回答を分けた。なお、「既に活用済（または活用予定）」は7.3%にとどまっている（図表特4①）。

業種別では、製造業、情報通信業、卸売業、小売業で「現在は活用していないが、関心がある」が、染色業、建設業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業では「活用する予定はない（意向なし）」がそれぞれ最多となった。印刷・同関連業では「現在は活用していないが、関心がある」と「活用する予定はない（意向はない）」が同率最多となった。

② ビッグデータ

ビッグデータの活用状況や意向について、全体では「活用する予定はない（意向なし）」が57.6%、「現在は活用していないが、関心がある」が39.6%となった（図表特4②）。

業種別では、情報通信業、小売業で「現在は活用していないが、関心がある」が5割超で最多、それ以外の8業種では「活用する予定はない（意向なし）」が6割弱から7割弱となり最多であった。

③ AI(人工知能)

AI(人工知能)の活用状況や意向について、全体では「活用する予定はない（意向なし）」が56.3%、「現在は活用していないが、関心がある」が42.1%となった（図表特4③）。

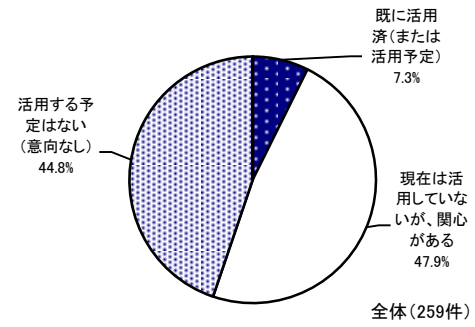
業種別では、情報通信業、小売業で「現在は活用していないが、関心がある」が5割超で最多、それ以外の8業種では「活用する予定はない（意向なし）」が5割強から7割強で最多となり、ビッグデータと同様、過半数を占めた。

問5① 自社の今後のICT活用について

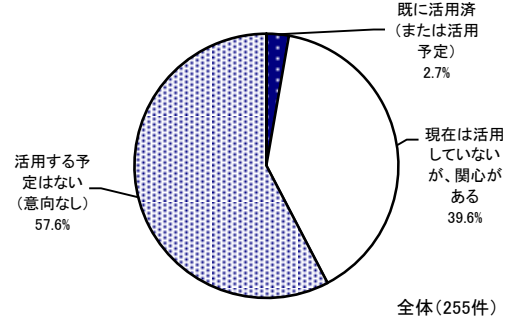
自社の今後のICT活用について、全体では「特に活用を進める意向はない」が35.0%、「活用を進めたい」が33.2%、「わからない」が31.9%で回答を分けた。

業種別では、情報通信業、小売業で「活用を進めたい」が最多となっており、ICT活用への積極性がうかがえる結果となった。一方、染色業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業で「特に活用を進める意向はない」が最多、製造業、印刷・同関連業、建設業で「わからない」が最多となり、業種によって傾向が分かれた。更に詳しくみると、染色業、卸売業、不動産業、サービス業では「特に進める意向はない」がいずれも4割以上で、かつ「活用を進めたい」とのポイント差も大きかった。製造業、飲食・宿泊業は「活用を進めたい」「特に活用を進める意向はない」「わからない」がそれぞれ3割ずつと、同一業種内で回答が分かれた（図表特5①）。

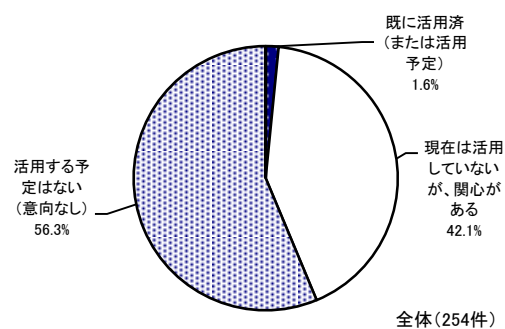
図表特4① ICTの活用状況や意向について IoT



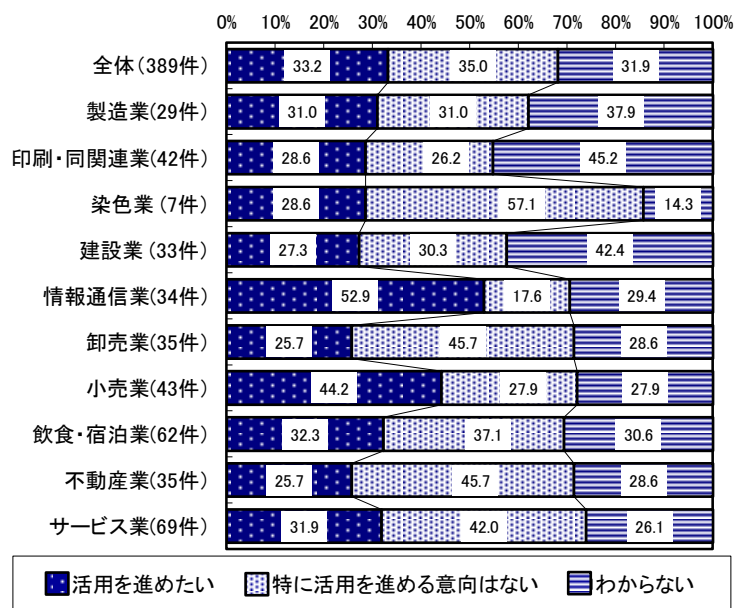
図表特4② ICTの活用状況や意向について ビッグデータ



図表特4③ ICTの活用状況や意向について AI(人工知能)



図表特5① 自社の今後のICT活用について



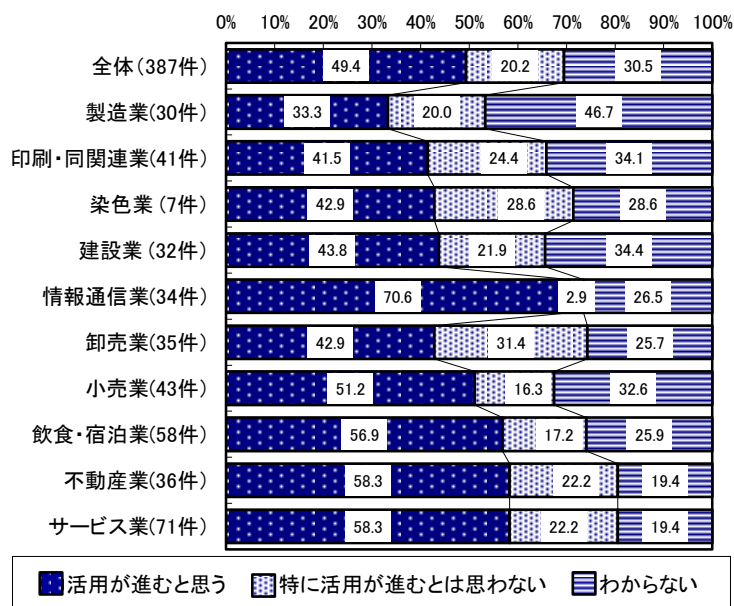
問 5② 業界の今後の ICT 活用について

図表特 5② 業界の今後の ICT 活用について

自社と同業の業界における今後の ICT 活用について、全体では「活用が進むと思う」が 49.4%、「わからない」が 30.5%となった。

「活用が進むと思う」は自社の場合において（問 5①）の 33.2%よりも、16.2 ポイント高く、業界としての進展性は感じ取っている状況がうかがわれる。

業種別では、製造業以外の 9 業種で「活用が進むと思う」が最多となり、特に情報通信業では 7 割強を占めた。製造業は、「わからない」が 5 割弱で、「活用が進むと思う」を上回った。自社については業種によって傾向が分かれたが、業界での活用については、すべての業種で自社での活用予測を上回った（図表特 5②）。



問 6 自社事業における ICT 活用について(自由記述)

- ・ 受注、納期確認を電話や FAX のみでなく、スマートフォン（スマホ）などのモバイル端末でも 24 時間可能とし、省力化と顧客サービス向上に役立てたい。IC タグなどを活用し、製品の在庫管理やクレーム対応、利用状況把握、カスタマーニーズの把握に活かしたい。行政にて、ICT リテラシーが不足している企業でも利用しやすい ICT ツールのひな型、業界インフラなどをご提供いただけると、導入に取り組みやすくなると考えている。（製造業）
 - ・ 社員間の情報共有、行動管理等で ICT を活用している。（製造業）
 - ・ 導入の費用対効果がわからない。（印刷・同関連業）
 - ・ 物品を売る業務ではないので、ICT に直結するかどうかは取引先の動向によって変わってくる。現状は、データのやり取りなど、サーバーを介して行っている程度である。（印刷・同関連業）
 - ・ インターネットで商品を PR してもなかなか売上に結び付かないと思っている。（染色業）
 - ・ 当店で ICT 活用できる分野が思いつかない。（染色業）
 - ・ 取引先の動向によって必要になることもあると思う。作業補助のロボット活用等は今後増えていくと思う。（建設業）
 - ・ ICT 基盤の統合・連携ができていないため、業務プロセスの効率化に限界がある。安全性の高い ICT 環境を構築するため、外部の SaaS*等のサービスを駆使した効率の良い業務プロセスの統合・連携を図っていききたい。（情報通信業）
- *SaaS…提供者であるサーバー側で稼働しているソフトウェアを、ネットワーク経由で利用者がサービスとして利用している状況。
- ・ これまで低い IT リテラシーに支配された環境であったため、まずは一般的な IT 基盤の導入を進めている状況。（小売業）
 - ・ 他業種との関わりが出来るよう、情報交換の場を作ってもらいたい。他業種にもお伝えできることも多いと思う。（小売業）
 - ・ 現在は独自のホームページ (HP) と商店会の HP 等を活用しているが、今後はスマホ専用の HP や、SNS での情報発信などをやっていきたい。それ以上になると、商店会、地域など広いエリアとの連携が必要で、1 店舗のみで行うのは負担である。（飲食・宿泊業）
 - ・ 当社の業務に活用できる技術を研究し、今後の発展につなげたい。（不動産業）
 - ・ ICT システム導入における助成金制度の確立に期待する。（サービス業）

(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 8 月発行