

新宿区 中小企業の景況

(平成 29 年 7 月～9 月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (39 件)、印刷・同関連業 (44 件)、染色業 (16 件)、建設業 (37 件)、情報通信業 (38 件)、卸売業 (36 件)、小売業 (56 件)、飲食・宿泊業 (73 件)、不動産業 (44 件)、サービス業 (78 件)

※ () 内は有効回答数 合計 461 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 9 月中旬

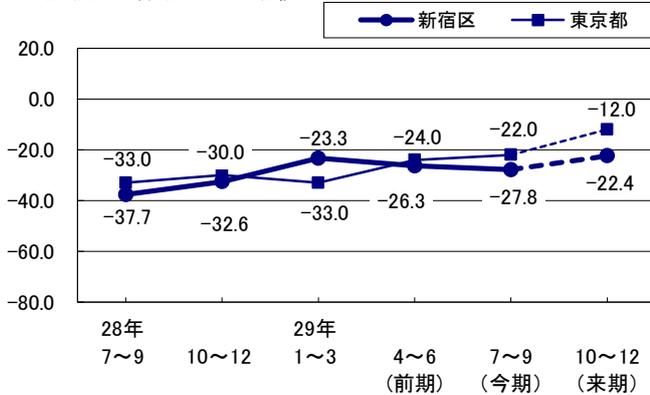
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲27.8 と、前期 (平成 29 年 4 月～6 月) の▲26.3 から悪化した。来期 (平成 29 年 10 月～12 月) の予想は▲22.4 で水面下ながらやや改善する見込み (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、「仕入れ以外のコストの動向」が前期より 14.7 ポイント増加し、影響度が強まった (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

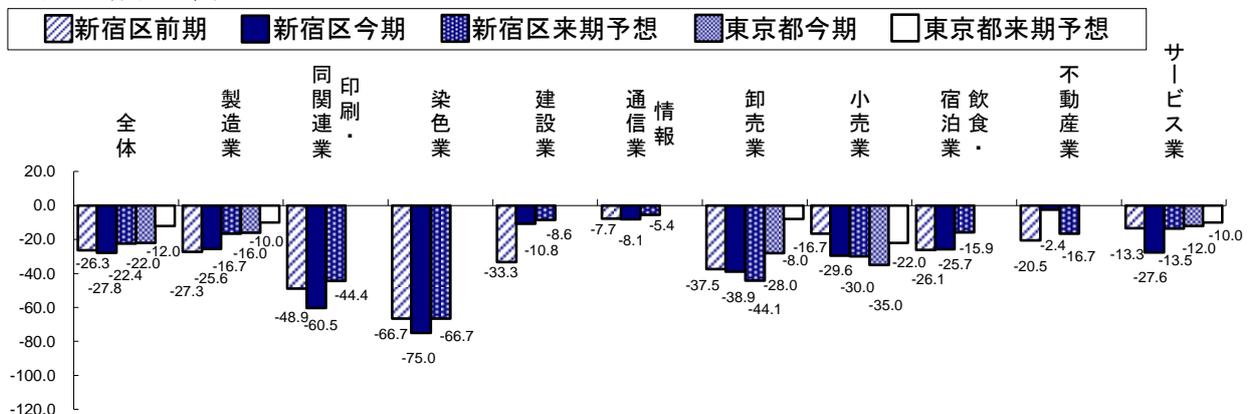
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競合	その他
業況	81.4	10.0	21.4	15.7	22.9	8.6	5.7	7.1	4.3	20.0	10.0
良い	76.7	1.1	25.4	33.9	13.2	21.7	3.2	2.6	3.7	36.5	11.1
悪い											

※最大3つまで選択

業種別に見ると、建設業、不動産業で大きく改善し、製造業ではやや持ち直した。一方、情報通信業、飲食・宿泊業では前期並の悪化幅となり、印刷・同関連業、小売業、サービス業では大きく低迷、染色業、卸売業でも厳しさを増し、全体でも悪化した。

来期は、印刷・同関連業、サービス業で大きく改善するほか、製造業、染色業、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業でも水面下ながら持ち直す見込み。一方、小売業は今期並の悪化幅で推移し、不動産業では大きく低迷、卸売業でも低調感を強める見通しであるが、全体では前述の 7 業種が牽引し、改善する見込みである (図表 3)。

図表 3 業況 DI、見通し DI



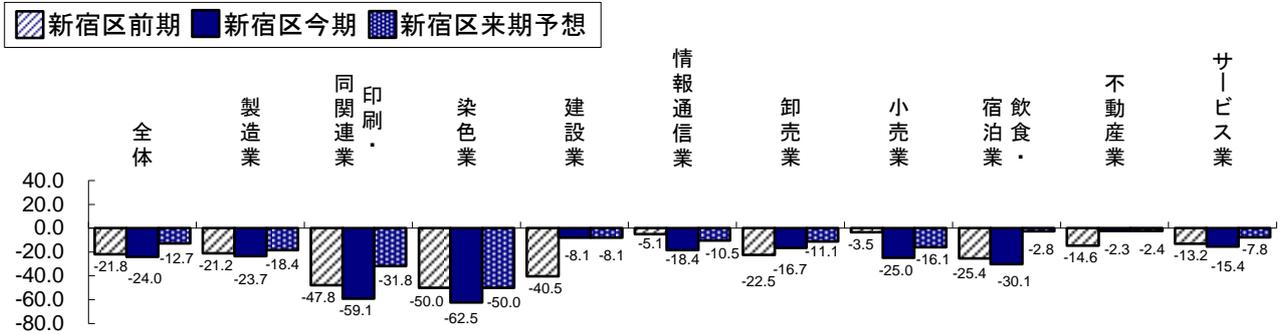
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の 10 月発表の資料によるもの。
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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。
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とするものである。

3. 業種別項目別 DI

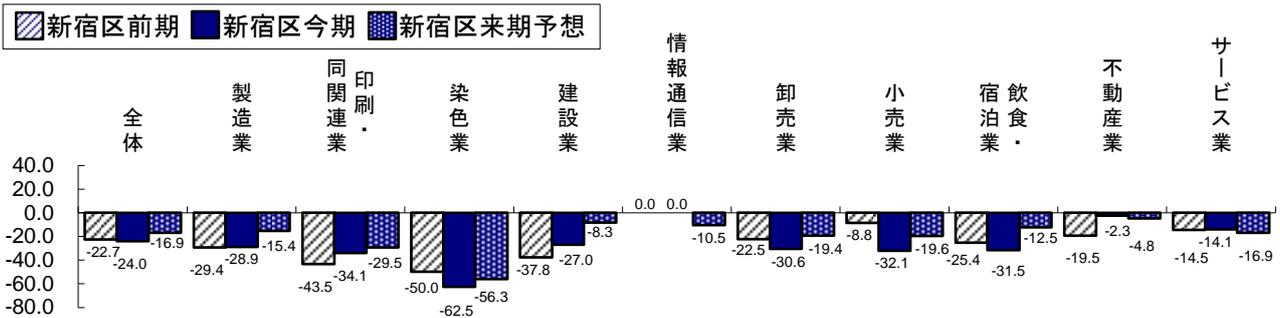
●売上額 DI

今期は、建設業、不動産業で大きく改善し、卸売業で持ち直した。一方、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、小売業では大きく悪化し、製造業、飲食・宿泊業、サービス業でも厳しさを強めた。来期は、印刷・同関連業、染色業、飲食・宿泊業で大きく持ち直し、製造業、情報通信業、卸売業、小売業、サービス業でも持ち直す見込み。建設業、不動産業では今期並の減少幅で推移する見通しであるが、全体では前述の8業種が牽引し、大きく持ち直す見込み。



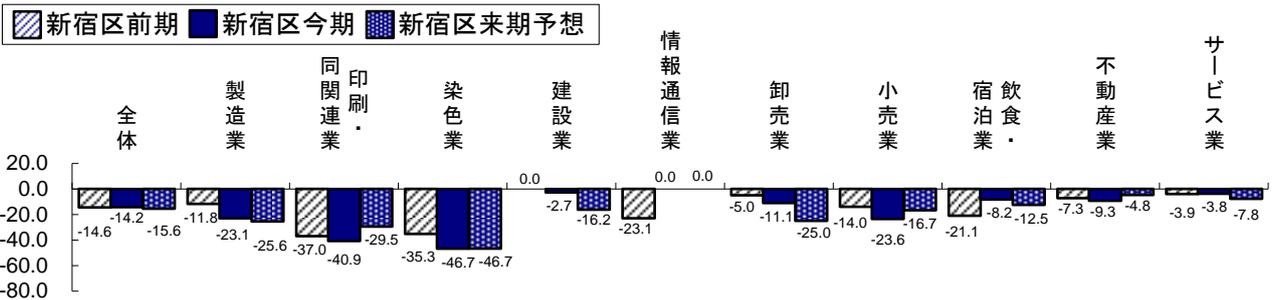
●収益 DI

今期は、建設業、不動産業で大きく改善し、印刷・同関連業でも持ち直した。一方、サービス業では前期並の悪化幅で推移し、染色業、小売業では大きく低迷、卸売業、飲食・宿泊業でも厳しさを強めた。来期は、製造業、建設業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業で大きく持ち直し、印刷・同関連業、染色業でも持ち直す見通しであるが、情報通信業では厳しさがかなり強まり、不動産業、サービス業でも悪化する見込み。



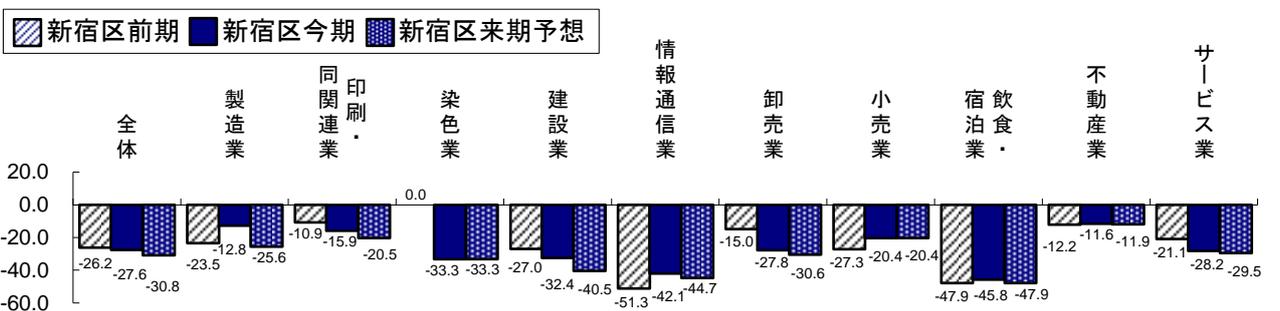
●資金繰り DI

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



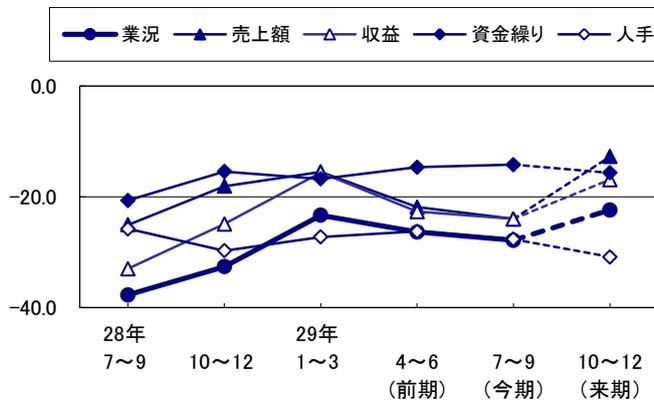
●人手 DI

今期は、染色業で適正から不足に転じ、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、すべての業種で不足気味の推移が続く見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

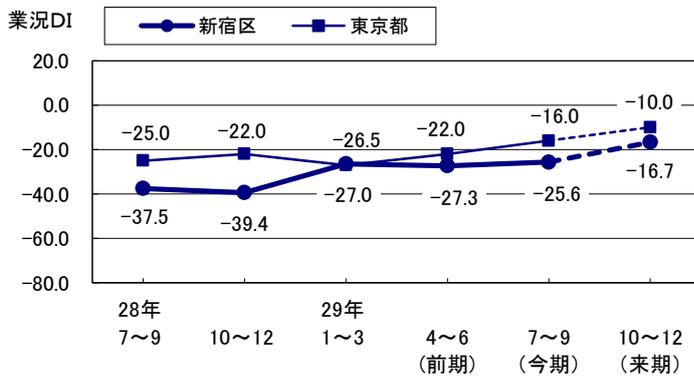
今期は、売上額、収益は減少・減益幅が拡大し、業況も悪化した。資金繰りは前期並の窮屈感が続き、人手は不足感を強めた。来期は、売上額は大きく持ち直すほか、収益も持ち直し、業況は改善する見込み。その一方で、資金繰りは窮屈感が強まり、人手は不足感が強まる見込みとなっている。



	28年 7~9	28年 10~12	29年 1~3	29年 4~6 (前期)	29年 7~9 (今期)	29年 10~12 (来期)
業況	-37.7	-32.6	-23.3	-26.3	-27.8	-22.4
売上額	-25.1	-18.1	-15.5	-21.8	-24.0	-12.7
収益	-33.0	-24.9	-15.6	-22.7	-24.0	-16.9
資金繰り	-20.6	-15.4	-16.7	-14.6	-14.2	-15.6
人手	-25.8	-29.7	-27.2	-26.2	-27.6	-30.8

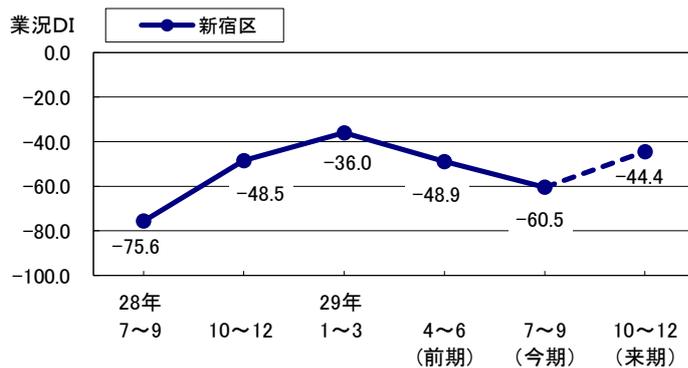
5. 業種別における DI 推移

1) 製造業



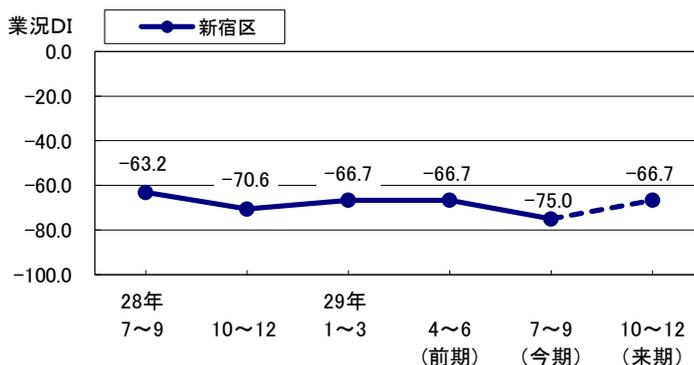
	29年 4~6 (前期)	29年 7~9 (今期)	29年 10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-27.3	-25.6	-16.7	-16.0
売上額	-21.2	-23.7	-18.4	
収益	-29.4	-28.9	-15.4	
資金繰り	-11.8	-23.1	-25.6	
人手	-23.5	-12.8	-25.6	

2) 印刷・同関連業



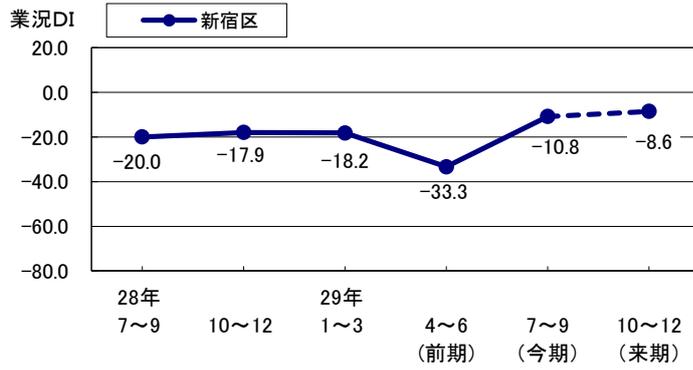
	29年 4~6 (前期)	29年 7~9 (今期)	29年 10~12 (来期)
業況	-48.9	-60.5	-44.4
売上額	-47.8	-59.1	-31.8
収益	-43.5	-34.1	-29.5
資金繰り	-37.0	-40.9	-29.5
人手	-10.9	-15.9	-20.5

3) 染色業



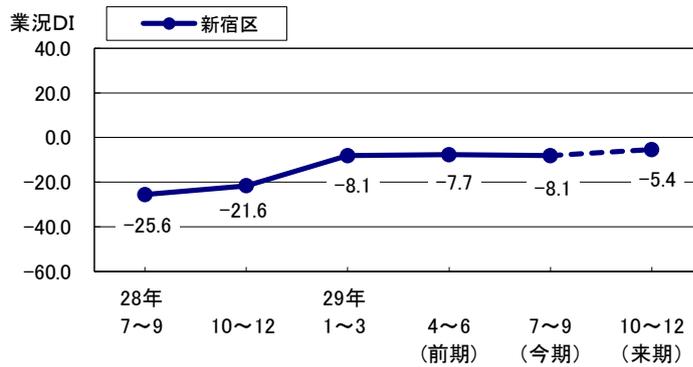
	29年 4~6 (前期)	29年 7~9 (今期)	29年 10~12 (来期)
業況	-66.7	-75.0	-66.7
売上額	-50.0	-62.5	-50.0
収益	-50.0	-62.5	-56.3
資金繰り	-35.3	-46.7	-46.7
人手	0.0	-33.3	-33.3

4) 建設業



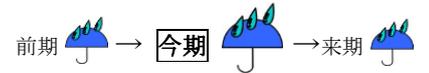
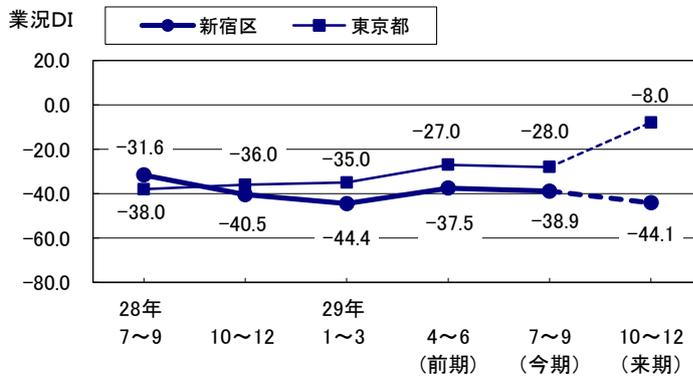
	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-33.3	-10.8	-8.6
売上額	-40.5	-8.1	-8.1
収益	-37.8	-27.0	-8.3
資金繰り	0.0	-2.7	-16.2
人手	-27.0	-32.4	-40.5

5) 情報通信業



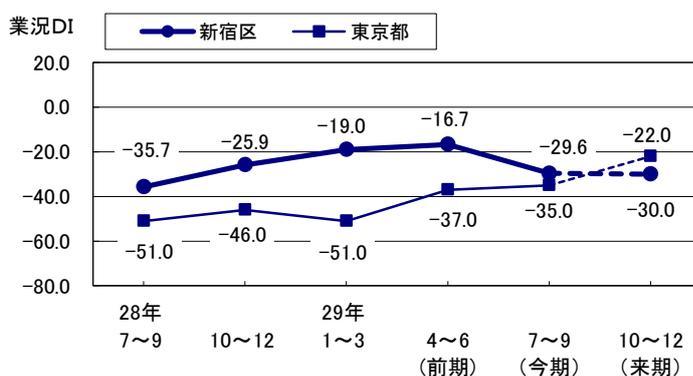
	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-7.7	-8.1	-5.4
売上額	-5.1	-18.4	-10.5
収益	0.0	0.0	-10.5
資金繰り	-23.1	0.0	0.0
人手	-51.3	-42.1	-44.7

6) 卸売業



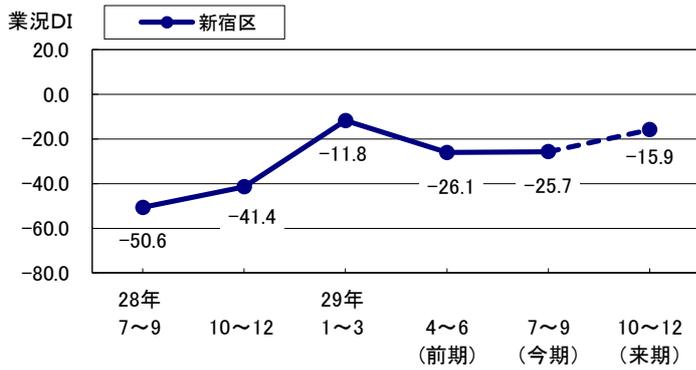
	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-37.5	-38.9	-44.1	-28.0
売上額	-22.5	-16.7	-11.1	
収益	-22.5	-30.6	-19.4	
資金繰り	-5.0	-11.1	-25.0	
人手	-15.0	-27.8	-30.6	

7) 小売業



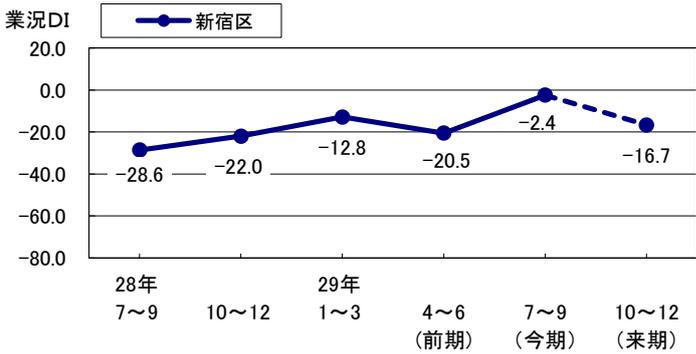
	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-16.7	-29.6	-30.0	-35.0
売上額	-3.5	-25.0	-16.1	
収益	-8.8	-32.1	-19.6	
資金繰り	-14.0	-23.6	-16.7	
人手	-27.3	-20.4	-20.4	

8) 飲食・宿泊業



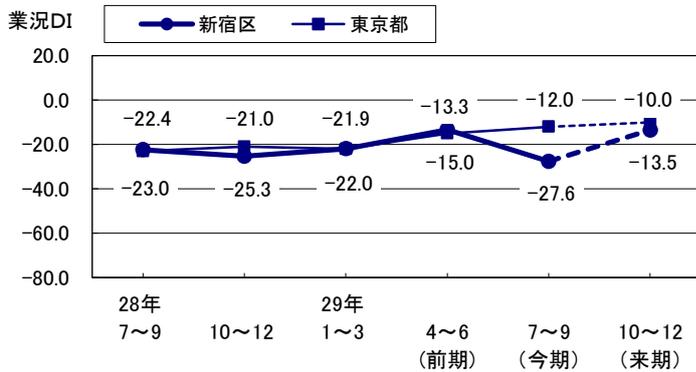
	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-26.1	-25.7	-15.9
売上額	-25.4	-30.1	-2.8
収益	-25.4	-31.5	-12.5
資金繰り	-21.1	-8.2	-12.5
人手	-47.9	-45.8	-47.9

9) 不動産業



	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-20.5	-2.4	-16.7
売上額	-14.6	-2.3	-2.4
収益	-19.5	-2.3	-4.8
資金繰り	-7.3	-9.3	-4.8
人手	-12.2	-11.6	-11.9

10) サービス業



	29年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-13.3	-27.6	-13.5	-12.0
売上額	-13.2	-15.4	-7.8	
収益	-14.5	-14.1	-16.9	
資金繰り	-3.9	-3.8	-7.8	
人手	-21.1	-28.2	-29.5	

業種名	マーク		業況																
	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	DI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	-12	~	-30	-31	~	-40	-41	以下
飲食・宿泊業	15	以上	14	~	5	4	~	-5	-6	~	-15	-21	~	-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」54.8%、2位「人手不足」28.6%、3位「同業者間の競争の激化」26.1%で、1位は前期と同じであったが、2位と3位の順位が入れ替わった。

業種別では、建設業および情報通信業を除く8業種で「売上の停滞・減少」が単独1位となり、情報通信業では「人手不足」が1位となった。また、建設業では「売上の停滞・減少」と「人手不足」が同率1位であった。2位は、情報通信業で「売上の停滞・減少」、小売業で「人手不足」、製造業で「顧客ニーズの変化・減少」、染色業で「取引先の減少」、卸売業で「利幅の縮小」となり、印刷・同関連業、不動産業、サービス業では「同業者間の競争の激化」、建設業、飲食・宿泊業では「人件費の増加」となって、業種によって回答が分かれた。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	売上の停滞・減少	54.8%	売上の停滞・減少	63.2%	売上の停滞・減少	63.6%
2位	人手不足	28.6%	顧客・ニーズの変化・減少	28.9%	同業者間の競争の激化	36.4%
3位	同業者間の競争の激化	26.1%	同業者間の競争の激化	21.1%	利幅の縮小	34.1%
					取引先の減少	34.1%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	75.0%	売上の停滞・減少	43.2%	人手不足	50.0%
2位	取引先の減少	41.7%	人手不足	43.2%	売上の停滞・減少	47.4%
3位	利幅の縮小	25.0%	人件費の増加	27.0%	利幅の縮小	28.9%
	顧客・ニーズの変化・減少	25.0%	利幅の縮小	21.6%		
	工場・店舗・設備等の狭小・老朽化	25.0%				
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	63.9%	売上の停滞・減少	62.3%	売上の停滞・減少	52.9%
2位	利幅の縮小	30.6%	人手不足	32.1%	人件費の増加	36.8%
3位	同業者間の競争の激化	27.8%	同業者間の競争の激化	28.3%	人手不足	35.3%
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	40.5%	売上の停滞・減少	50.6%		
2位	同業者間の競争の激化	35.1%	同業者間の競争の激化	29.9%		
3位	利幅の縮小	29.7%	人手不足	28.6%		

※ 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」39.8%、2位「販路を拡大する」33.6%、3位「人材を確保する」25.4%で、前期同様の順位となった。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、サービス業で「新しい取引先を見つける」が単独1位となり、卸売業では「新しい取引先を見つける」と「販路を拡大する」が同率1位であった。また、小売業で「販路を拡大する」、建設業、飲食・宿泊業で「人材を確保する」、不動産業で「不動産の有効活用を図る」がそれぞれ1位となった。なお、前期においては、建設業で「人材を確保する」が約4割であったが、今回は5割半ばまで上昇しており、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	39.8%	新しい取引先を見つける	47.4%	新しい取引先を見つける	61.4%
2位	販路を拡大する	33.6%	販路を拡大する	42.1%	販路を拡大する	54.5%
3位	人材を確保する	25.4%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	42.1%	新しい事業を始める	15.9%
			技術力を強化する	28.9%		
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	41.7%	人材を確保する	56.8%	新しい取引先を見つける	52.6%
2位	販路を拡大する	33.3%	新しい取引先を見つける	37.8%	人材を確保する	42.1%
3位	不動産の有効活用を図る	25.0%	技術力を強化する	27.0%	人材育成を強化する	36.8%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	新しい取引先を見つける	44.4%	販路を拡大する	40.0%	人材を確保する	34.3%
2位	販路を拡大する	44.4%	新しい取引先を見つける	26.0%	人材育成を強化する	25.4%
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	33.3%	品揃えを改善する	26.0%	既存事業で新商品・新サービスを	23.9%
			を開発(又は取り扱い)する	24.0%	を開発(又は取り扱い)する	
	不動産業		サービス業			
1位	不動産の有効活用を図る	29.7%	新しい取引先を見つける	56.4%		
2位	販路を拡大する	27.0%	販路を拡大する	30.8%		
3位	新しい取引先を見つける	24.3%	人材育成を強化する	26.9%		

※ 最大3つまで選択

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 今期の 9 月決算は、増収増益見込み。原材料、運賃等の値上げ圧力が強いものの、収支拡大により吸収できている。
- ・ 受注産業のため、市場の動きで売上・利益が大きく変動する。自社製品の品質を上げ、業界ハイエンド製品への特化を図り、ニッチな領域での **Only one** や **No.1** を実現することで安定ニーズを創造したい。
- ・ 腕時計等の小型通信機器の製造販売をしているが、1 年を通じて売上額の変動が激しく見通しを立てるのが難しい状態。市場で戦うために、製品は常に進化し続ける必要があり、開発費がかさむ。販売店として新宿は好立地だが、開発・製造には孤島のような状況にある。今後 IoT 化が進めば弊社の製品の需要が増すと期待している。
- ・ メーン顧客である地方市場をマーケットとする大手ベンダーや大手小売業は、縮小傾向にある。新市場に向けた新商品やマーケティング強化が課題。

2) 印刷・同関連業

- ・ 受注好調。
- ・ 本業は受注減のため、リストラと不動産の運用でしのいでいる。今後は新しい事業の検討も必要。
- ・ 同じ水準の受注金額で推移しているが、顧客の製品に対する質を見る目がどんどん厳しくなって、少しのミスも許されない状況にある。社員教育を含め、品質維持に取り組んでいる。
- ・ 売上、経常利益共に減収・減益推移。月別に見ると赤字の月も増えているかもしれない。
- ・ 業界全体の仕事量が少なく、どんどん悪化している。
- ・ ネット通販による価格破壊で利幅は減る一方。

3) 染色業

- ・ 着物の中でもフォーマルなものを作っているが、着物の着用者自体が減少しており、厳しい。
- ・ 新しく着物を作るにも高価で手が出ない、また自分で着ることができない人も多く、現在の生活ニーズに全く合わなくなっている。生活水準の高い人が着る民族衣装となりつつある。生活を保つ収入を得るには程遠く、次世代への引継ぎができない。

4) 建設業

- ・ クライアントに恵まれており、差し迫った課題はない。しかしながら、受注競争は激化し、利幅は今後徐々に縮小するものと予想される。
- ・ 新たな保守業務受託にて、売上増加につながった。ただし経費はかさんでいる。
- ・ 有資格者の人材不足。外部より技術者を確保しようと募集したが、求めている人材の応募はなかった。内部戦力の底上げのため、人材育成が重要だと改めて思う。
- ・ ここ 2~3 年の売上は横ばい。利益は赤字にならない程度。従業員の平均年齢が上がっている。
- ・ 受注の波があり、人手不足のときと過多のときがある。

5) 情報通信業

- ・ 景気が多少上向いていると感じている。2020 年以降に受注が増加すると見込んでおり、若手を中心に人材への投資を進めている。
- ・ 取引先の状況変化が大きく、計画が変更となるケースが多い。
- ・ 今期予算に関する大手企業、行政の取組は、去年のペースより 1 か月くらい早く進んでいる。
- ・ 各社の IT 投資は旺盛であるが、それが故の人材獲得競争の激化、従業員の流出が激しく、弊社もダイレクトに影響を受けている。
- ・ 人手不足、受注の競争において作業量の減少が起きている。人件費の増加の比率が高く、収益が上がらない原因となっている。

6) 卸売業

- ・ 直近1~2年は概ね順調である。取引先は少しずつだが増加している。
- ・ 輸入商社のため商権（代理店契約）の確保、新規獲得が重要。
- ・ 弊社は紙の卸売を事業としているが、雑誌、新聞等の発行部数の減少に伴う紙の需要の低下で減収基調にある。
- ・ 人気のあったブランドの販売終了が業績に影響している。今後は新規商品の販売で挽回を図りたい。

7) 小売業

- ・ スポーツウェアの製造・販売をしている。昨今の健康ブームやオリンピック、ワールドカップ等での日本選手の活躍もあり、業界自体に好況感はある。この先、2019年のラグビーワールドカップ、2020年の東京五輪をピークに上昇基調で推移すると予測。
- ・ 薬価報酬改定による減収と人件費の増加に伴う収益の縮小で、厳しい。
- ・ 紳士服のスーツを中心に展開している。今年は梅雨が短く、気温が高い日が多く、スーツが売れなかった。取引先との関係は良好。
- ・ 販売員の不足がなかなか解消できない。
- ・ 大型店や通販の影響を感じる。昔と違って品物が店頭で売れない。
- ・ 新聞販売店のため、新聞離れが経営悪化の最大要因となる。要因はネットニュースの充実であると考えており、今後も更に厳しい状況が続くと思う。

8) 飲食・宿泊業

- ・ 交通の便の良さが幸いし、遠くのお客様もリピーターとして来てくださる。高齢者宅への配達などのサービスもあり、順調推移。
- ・ 日本料理（会席）の売上縮小は、今後も続くと見込まれ、収益確保が難しい。来店顧客の高齢化に伴い、リピーターが減少しているが、新規顧客層の開拓ができていない。若い人は会席料理にあまり縁がないこと、また宴席が少ないことが要因と考えている。
- ・ 特定の人気メニュー目当ての来客が増加している。
- ・ そば屋を営んでいる。昼間は従来どおりにぎわっているが、夜間の来客が減少傾向にある。売上は、横ばいか、やや減収傾向にある。
- ・ 設備投資分だけ赤字になる予定。

9) 不動産業

- ・ 同業他社との競合により、厳しい環境が続いているが、安定した収益により継続的に成長していく。
- ・ 管理不動産（建物）のIT化等で設備・装備を充実させ、それによる賃料のコストアップが可能であれば実行していきたい。
- ・ 賃貸物件（マンション）と月極駐車場を運営しているが、ここ1~2年は、満室及び満車にならない。そのため、減益推移である。

10) サービス業

- ・ 本年10月より大口販売先の1社に運賃値上げを認めてもらった。もう1社についても値上げをある程度認めてもらえそうであり、長年続いてきた減収・減益に歯止めが掛けられると思っている。
- ・ 無理な拡大路線はとらず既存顧客へのサービス向上をモットーにしているので、業績面では大きな変動は生じていない。
- ・ 現状特段マイナス要素はないが、2019年10月に予定されている消費増税で更に個人消費が減退すると予想され、先行きは相当に不透明である。
- ・ 設計事務所を経営しているが、昨今の業界に対する風評被害（不適切コンサルタント）により、本業の信頼度が低迷し、弊社の受注も大幅に減少。弊社同様に、同業もコンサルタント業務をサービス提供するようになり、競争が激化していることも、受注減の要因。

【特別調査】「区内の街並みや活気および事業活動をする背景」

【調査実施時期】
平成 29 年 9 月中旬

【調査結果概要】

本社（または事業所）があるエリアは、「四谷」が約 16%で最多となり、以下「新宿駅西口・西新宿」約 15%、「新宿御苑」約 12%となった（問 1 参照）。

直近 5 年の街並みの変化は、「感じる」約 65%が、「感じない」約 27%を大きく上回った（問 2-1 参照）。変化したとを感じる要因は、「新しい建物や建替が目立つ」が 67%で最多となり、以下「閉めたり移転する店舗・事業所が増えた」約 37%、「新規開店や新規営業の事業所が増えた」約 27%となった（問 2-2 参照）。

直近 5 年の活気（活況・にぎわい）の変化は、「変わらない」が約 52%で過半数を占め、以下「活気が出てきたと感じる」22%、「活気が薄れてきたと感じる」約 17%と回答が分かれた（問 3-1 参照）。活気の変化に影響を与えた項目として、通行量（人通り）、若者、外国人観光客、街並みの変化の 4 項目は「プラスの影響を与えている」が最多となり、特に、通行量（人通り）では約 50%となったのに対し、交通量（車両）、住民の増減、子ども、高齢者の 4 項目では「影響はない」が最多であった（問 3-2 参照）。

事業活動において新宿区が魅力的と感じる部分は、「交通の便の良さ」、「人の多さや活気」、「企業の多さ」を挙げる企業が多かった。一方、魅力的ではないと感じる部分は、「特にない」が最多であったが、これ以外では「治安・マナーの悪さ」、「外国人の増加」、「雑多な街並み」との意見が多く挙げられた（問 4 参照）。

新宿区で事業を開始したのは、「1960 年代～1980 年代」が約 33%で最多となり、以下「1990 年代～2006 年まで」約 28%、「2007 年以降（直近 10 年以内）」約 21%となった（問 5 参照）。2007 年以降に新宿区で事業を開始した企業の理由は、「鉄道網が充実している・駅が近い」が約 56%と過半数を占めており、以下「販売先（企業や市場）が近い」約 31%、「居住地である（または近い）」約 19%となった（問 6 参照）。2006 年以前に新宿区で事業を開始した企業が、移転せず事業を続けている理由は、「創業地だから」が約 56%と過半数を占め、以下「鉄道網が充実している・駅が近い」約 33%、「居住地である（または近い）」約 28%となった（問 7 参照）。

今後の新宿区での事業継続意向は、「今後も続けたい」が約 74%で大半を占めたが、「現在転出の意向はないが、今後は不透明」が約 19%、「転出の意向はないが、事業継続は不透明」が約 7%と、今後の転出や事業継続については不透明との見解も一定数見られた（問 8 参照）。

問 1 自社エリア

本社（または事業所）があるエリアについて、全体では「四谷」が 15.6%で最多、「新宿駅西口・西新宿」が 14.7%、「新宿御苑」が 12.2%と続き、この 3 エリアで 4 割強を占めた。

業種別では、染色業で回答のあった 13 件のうち、6 件が「中井・落合・目白」、5 件が「高田馬場・西早稲田」と特定のエリアに集中している。また、印刷・同関連業では「早稲田大学周辺」および「神楽坂・飯田橋」が 2 割以上となり、他の業種に比べて高めであった（図表特 1）。

図表特 1 自社エリア

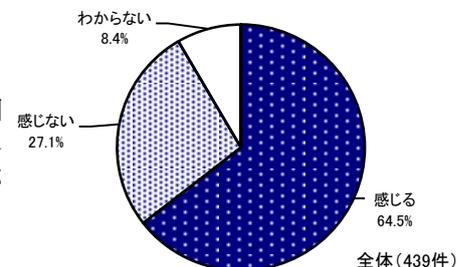
	回答件数	四谷	新宿駅東口	新宿駅西口・西新宿	新宿御苑	大久保・柏木	高田馬場・西早稲田	早稲田大学周辺	中井・落合・目白	牛込・若松河田	神楽坂・飯田橋	市谷	その他
全体	442	15.6	3.8	14.7	12.2	7.0	10.0	6.3	6.6	5.2	9.3	2.7	6.6
製造業	38	13.2	0.0	5.3	18.4	2.6	5.3	13.2	18.4	13.2	5.3	0.0	5.3
印刷・同関連業	44	6.8	0.0	2.3	9.1	0.0	11.4	20.5	11.4	6.8	22.7	2.3	6.8
染色業	13	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	38.5	7.7	46.2	0.0	0.0	0.0	0.0
建設業	37	13.5	5.4	16.2	13.5	8.1	18.9	2.7	5.4	8.1	2.7	0.0	5.4
情報通信業	38	21.1	5.3	18.4	18.4	10.5	7.9	7.9	0.0	0.0	2.6	2.6	5.3
卸売業	36	19.4	2.8	11.1	19.4	13.9	2.8	2.8	0.0	5.6	13.9	2.8	5.6
小売業	53	9.4	1.9	20.8	5.7	11.3	3.8	5.7	5.7	9.4	13.2	1.9	11.3
飲食・宿泊業	68	25.0	7.4	19.1	10.3	7.4	10.3	1.5	5.9	1.5	5.9	2.9	2.9
不動産業	37	13.5	10.8	16.2	10.8	5.4	13.5	0.0	2.7	8.1	8.1	0.0	10.8
サービス業	78	17.9	2.6	19.2	12.8	5.1	9.0	5.1	1.3	1.3	10.3	7.7	7.7

問 2-1 直近 5 年の街並みの変化

直近 5 年の街並みの変化について、全体では「感じる」が 64.5%と 6 割半ばを占め、「感じない」の 27.1%を大きく上回った（図表特 2-1）。

エリア別では、すべてのエリアで、「感じる」が「感じない」を上回り、特に、新宿駅東口、牛込・若松河田、神楽坂・飯田橋では、「感じる」が 8 割強を占めた。一方で、早稲田大学周辺では「感じない」が 4 割強となり、他のエリアに比べると高めであった。

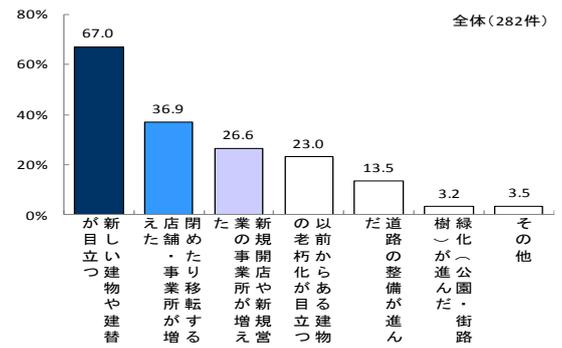
図表特 2-1 直近 5 年の街並みの変化



問 2-2 街並みが変化したと感ずる要因

図表特 2-2① 街並みが変化したと感ずる要因(複数回答可)

街並みの変化を「感ずる」と回答した企業に、その要因を尋ねたところ、全体では「新しい建物や建替が目立つ」が 67.0%で最多となり、以下「閉めたり移転する店舗・事業所が増えた」が 36.9%、「新規開店や新規営業の事業所が増えた」が 26.6%と続いた。新しい建物や店舗・事業所は多いものの、一方で、閉めたり移転する店舗・事業所も比較的多い様子が見られる(図表特 2-2①)。



エリア別では、大久保・柏木以外のすべてのエリアで、「新しい建物や建替が目立つ」が最多となり、いずれも 5 割以上となったが、大久保・柏木では「閉めたり移転する店舗・事業所が増えた」が最多で 6 割弱を占めている(図表特 2-2②)。

図表特 2-2② 街並みが変化したと感ずる要因(複数回答可)

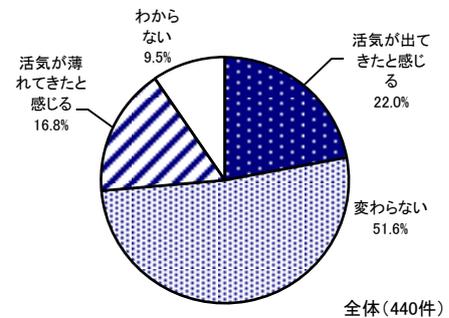
	四谷	新宿駅東口	新宿駅西口・西新宿	新宿御苑	大久保・柏木	高田馬場・西早稲田
1位	新しい建物や建替が目立つ 70.0%	新しい建物や建替が目立つ 64.3%	新しい建物や建替が目立つ 77.5%	新しい建物や建替が目立つ 71.9%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 57.9%	新しい建物や建替が目立つ 53.3%
2位	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 42.5%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 35.7%	新規開店や新規営業の事業所が増えた 30.0%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 37.5%	新規開店や新規営業の事業所が増えた 42.1%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 36.7%
3位	以前からある建物の老朽化が目立つ 35.0%	新規開店や新規営業の事業所が増えた 21.4%	以前からある建物の老朽化が目立つ 21.4%	以前からある建物の老朽化が目立つ 27.5%	新しい建物や建替が目立つ 28.1%	以前からある建物の老朽化が目立つ 20.0%

	早稲田大学周辺	中井・落合・目白	牛込・若松河田	神楽坂・飯田橋	市谷	その他
1位	新しい建物や建替が目立つ 71.4%	新しい建物や建替が目立つ 61.1%	新しい建物や建替が目立つ 73.7%	新しい建物や建替が目立つ 67.6%	新しい建物や建替が目立つ 80.0%	新しい建物や建替が目立つ 76.5%
2位	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 42.5%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 38.9%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 42.1%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 29.4%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 20.0%	新規開店や新規営業の事業所が増えた 52.9%
3位	以前からある建物の老朽化が目立つ 14.3%	以前からある建物の老朽化が目立つ 27.8%	道路の整備が進んだ 36.8%	新規開店や新規営業の事業所が増えた 23.5%	道路の整備が進んだ 20.0%	閉めたり移転する店舗・事業所が増えた 41.2%

問 3-1 直近 5 年の活気の変化

直近 5 年の活気(活況・にぎわい)の変化について、全体では「変わらない」が 51.6%で過半数を占めたが、これ以外では「活気が出てきたと感ずる」が 22.0%、「活気が薄れてきたと感ずる」が 16.8%と回答が分かれた(図表特 3-1)。

図表特 3-1 直近 5 年の活気の変化

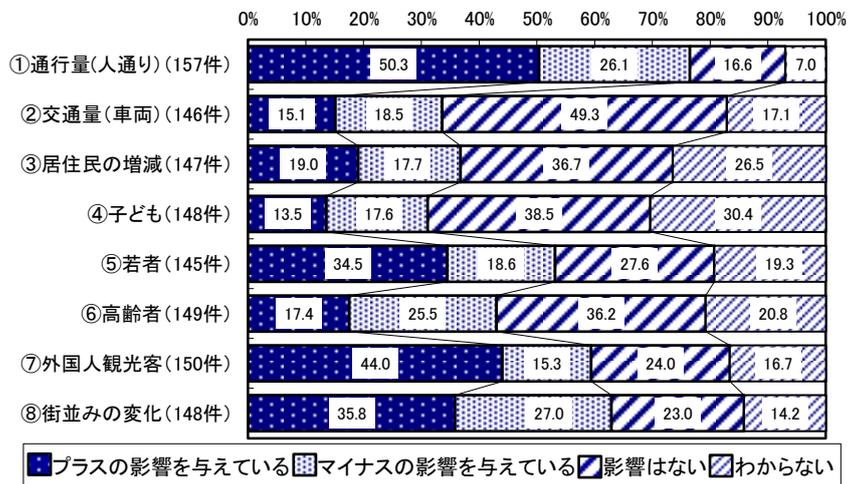


エリア別にみると、新宿駅東口以外のすべてのエリアで、「変わらない」が最多となり、特に、新宿御苑、早稲田大学周辺、市谷では 6 割以上となった。新宿駅東口では「活気が出てきたと感ずる」が最多で 5 割弱となった。また、新宿駅西口・西新宿、神楽坂・飯田橋では「活気が出てきたと感ずる」が 3 割以上を占めており、他のエリアに比べると高めであった。

問 3-2 活気の変化に影響を与えた項目

図表特 3-2 活気の変化に影響を与えた項目

活気の変化について、「活気が出てきたと感ずる」もしくは「活気が薄れてきたと感ずる」と回答した企業に、①通行量(人通り) ②交通量(車両) ③居住者の増減 ④子ども ⑤若者 ⑥高齢者 ⑦外国人観光客 ⑧街並みの変化の 8 項目が自社エリアの活気の変化にどう影響しているかを尋ねたところ、「通行量(人通り)」、「若者」、「外国人観光客」、「街並みの変化」の 4 項目は、「プラスの影響を与えている」が 3~5 割台で最多となった。これ以外の「交通量(車両)」、「居住者の増減」、「子ども」、「高齢者」の 4 項目では、「影響はない」が 3~4 割台で最多となった。



問 4 事業活動において新宿区が魅力的、または魅力的ではないと感じる部分

事業活動において、新宿区が魅力的と感じる部分について、自由回答で尋ねたところ、回答のあった 209 件のうち、「交通の便の良さ」を挙げた企業が 82 件と最多で、以下「人の多さや活気」が 40 件、「企業の多さ」が 16 件と続いた。このほか、「都市部にあること」、「知名度・ブランド」や「利便性」を挙げる声も多かった。一方で、新宿区が魅力的ではないと感じる部分については、回答のあった 159 件のうち、「特にない」が 28 件で最多であったが、これ以外では「治安・マナーの悪さ」が 26 件、「外国人の増加」が 20 件、「雑多な街並み」が 18 件、「家賃の高さ」が 11 件と続いた。

<魅力的だと感じる部分>

- ・ 西口の都庁を中核とする都心地区、東口の商業地区、そして歌舞伎町の多国籍地域を囲む住環境と多様な地区構成になっている。利便性は最高である。(製造業／中井・落合・目白)
- ・ 同業・関連業が狭い範囲に集中しているため、情報が得られ、連携が取れる。また、下請が多い。(印刷・同関連業／早稲田大学周辺)
- ・ 人・企業が多く、学校もある。また、中小企業に対する施策が多く、都庁を利用しやすい。(情報通信業／新宿駅西口・西新宿)
- ・ 地域によるブランド、歴史。区内でも地域色が明確。(小売業／牛込・若松河田)
- ・ 来店客の年齢、職業、住居等に片寄りがなく、店の雰囲気と和やか。(飲食・宿泊業／新宿駅東口)
- ・ 人、企業を吸引する力を有しており、事業が成り立つ。(不動産業／神楽坂・飯田橋)

<魅力的でないと感じる部分>

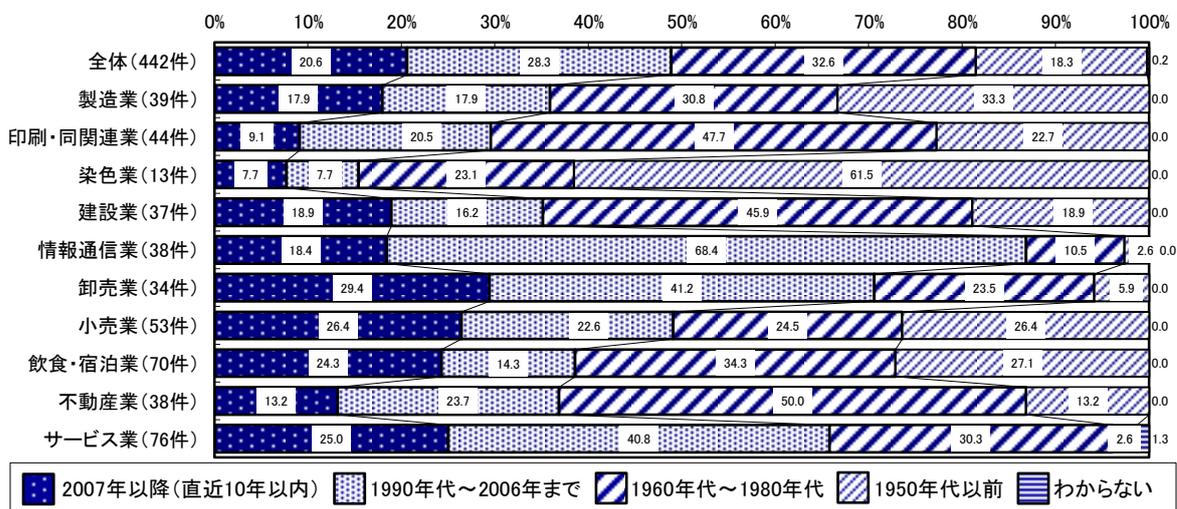
- ・ 工業に向かない環境になりつつある。(印刷・同関連業／早稲田大学周辺)
- ・ 建設関係の労働力が集まらない。(建設業／その他)
- ・ 子どもや子どもの遊び場が少ない。若い住民が参加できるイベント、地域活動する人が少ない。高齢化に対応していない。(飲食・宿泊業／新宿御苑)
- ・ 店や街並みが普通すぎて、変化がない。(不動産業／高田馬場・西早稲田)
- ・ 駅が巨大すぎるため、南と東西を循環する交通が必要。(サービス業／新宿駅西口・西新宿)

問 5 新宿区で事業を開始した時期

新宿区で事業を開始した時期について、全体では「1960年代～1980年代」が 32.6%で最多となり、以下「1990年代～2006年まで」が 28.3%、「2007年以降(直近10年以内)」が 20.6%と続き、『1960年代以降』で 8割強を占めている。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、飲食・宿泊業で「1960年代～1980年代」と「1950年代以前」が 1位または 2位となり、これら 5業種では『1980年代以前』が 6～8割と高い割合を占めた。また、不動産業では「1960年代～1980年代」が 5割で最多、サービス業では「1990年代～2006年まで」が約 4割で最多であった。一方、情報通信業、卸売業ではともに「1990年代～2006年まで」が 1位、「2007年以降」が 2位となり、『1990年代以降』で 7～8割と高い割合を占めた。小売業ではいずれの年代も 2割台となり、事業開始時期は分散していた(図表特 5)。

図表特 5 新宿区で事業を開始した時期

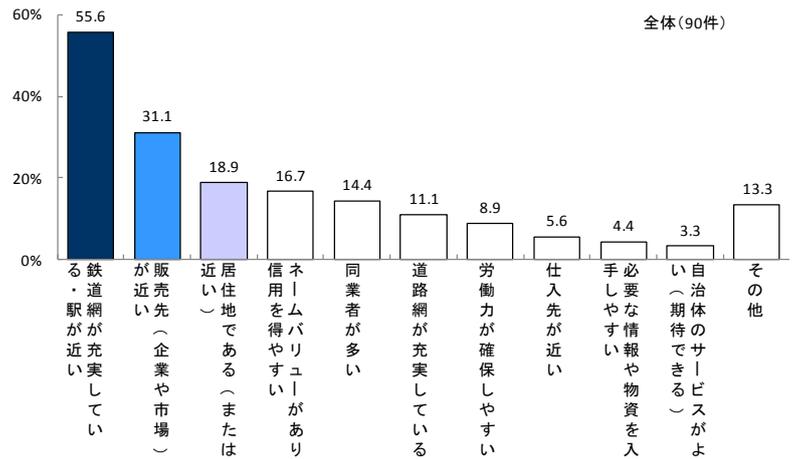


問6 新宿区で事業を開始した理由

2007年以降（直近10年以内）に新宿区で事業を開始した企業に、その理由を尋ねたところ、全体では「鉄道網が充実している・駅が近い」が55.6%と過半数を占め、以下「販売先（企業や市場）が近い」が31.1%、「居住地である（または近い）」が18.9%と続いた（図表特6）。

業種別では、卸売業、サービス業で「鉄道網が充実している・駅が近い」が7割台で最多、小売業、飲食・宿泊業では「販売先（企業や市場）が近い」が3~4割台で最多となった（回答件数が10件以上の業種のみ掲載）。

図表特6 新宿区で事業を開始した理由（複数回答可）

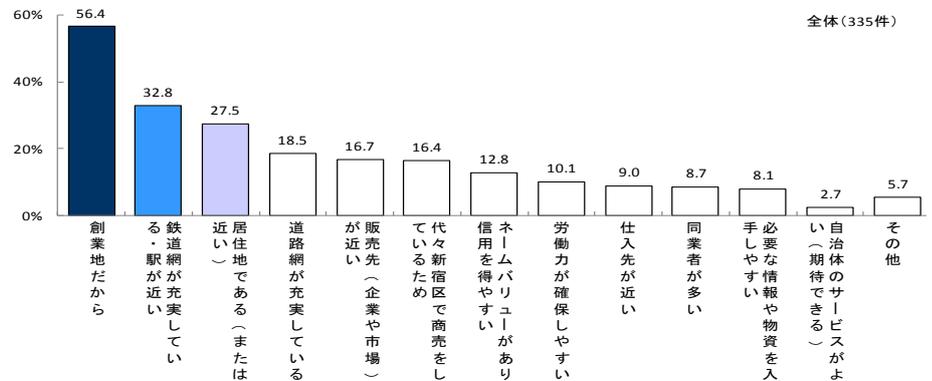


問7 新宿区で事業を続けている理由

2006年以前に新宿区で事業を開始した企業に、移転せず新宿区で事業を続けている理由を尋ねたところ、全体では「創業地だから」が56.4%と過半数を占め、以下「鉄道網が充実している・駅が近い」が32.8%、「居住地である（または近い）」が27.5%と続いた（図表特7）。

業種別では、情報通信業およびサービス業以外の8業種で「創業地だから」が最多となり、情報通信業およびサービス業では「鉄道網が充実している・駅が近い」が最多となった。このほか、染色業では「同業者が多い」および「代々新宿区で商売をしているため」が4割以上、印刷・同関連業では「販売先（企業や市場）が近い」が4割強と他の業種に比べて高めであった。

図表特7 新宿区で事業を続けている理由（複数回答可）

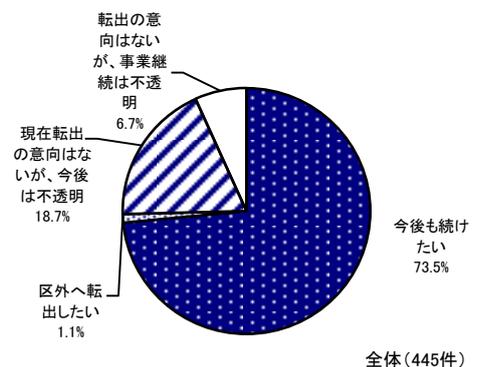


問8 新宿区での事業継続意向

新宿区での事業継続意向について、「今後も続けたい」が73.5%と大半を占めた。以下「現在転出の意向はないが、今後は不透明」が18.7%、「転出の意向はないが、事業継続は不透明」が6.7%と、今後の転出や事業継続については不透明との見解も一定数見られた（図表特8）。

業種別では、すべての業種で「今後も続けたい」が6~8割台で最多となった。以下、染色業では「転出の意向はないが、事業継続は不透明」が2割強で、「現在転出の意向はないが、今後は不透明」を上回ったが、これ以外の9業種では「現在転出の意向はないが、今後は不透明」が「転出の意向はないが、事業継続は不透明」を上回り、「転出の意向はないが、事業継続は不透明」は1割以下に留まった。

図表特8 新宿区での事業継続意向



（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11月発行