

# 新宿区 中小企業の景況

(平成 30 年 4 月～6 月期)

## 1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (43 件)、印刷・同関連業 (34 件)、染色業 (17 件)、建設業 (37 件)、情報通信業 (42 件)、卸売業 (38 件)、小売業 (59 件)、飲食・宿泊業 (76 件)、不動産業 (42 件)、サービス業 (72 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 30 年 7 月上旬

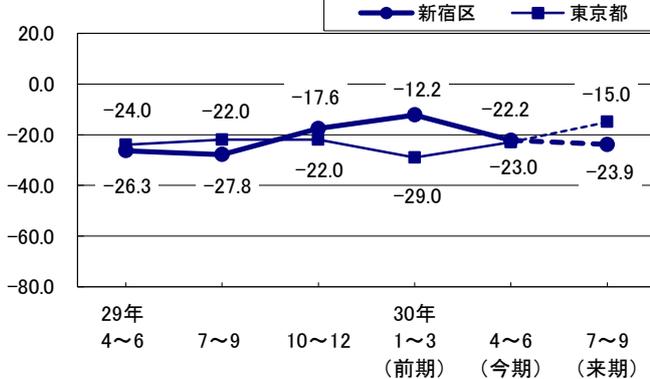
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

## 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▲22.2 と、前期 (平成 30 年 1 月～3 月) の▲12.2 から大きく低迷した。来期 (平成 30 年 7 月～9 月) の予想は▲23.9 で低調感をやや強める見込み (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 7.4 ポイント減少し、影響度が弱まった (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

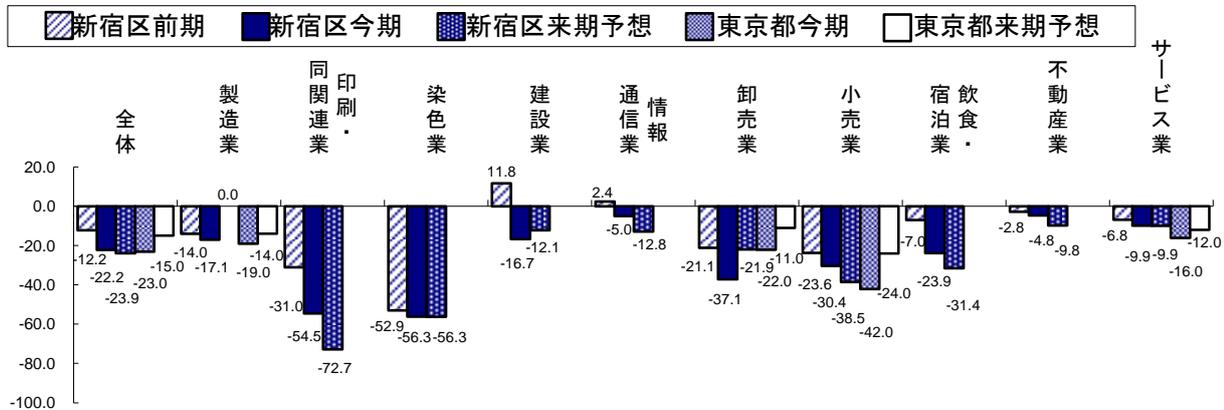
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況											
良い	77.5	14.6	27.0	16.9	11.2	13.5	6.7	9.0	3.4	19.1	9.0
悪い	70.7	3.3	27.7	34.2	26.6	22.3	3.8	3.8	1.1	37.5	10.9

※最大3つまで選択

業種別では、建設業で大きく悪化に転じ、情報通信業でも水面下に落ち込んだ。また、印刷・同関連業、卸売業、飲食・宿泊業は大幅に低調感を強め、製造業、染色業、小売業、不動産業、サービス業も厳しさを増して、全体でも大きく低迷した。

来期は、製造業、卸売業で大きく改善し、建設業も持ち直す見込み。一方、印刷・同関連業が大幅に悪化するほか、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業で低調感を強め、染色業、サービス業は今期同様の厳しさが続き、全体でもやや低迷する見込み。(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)

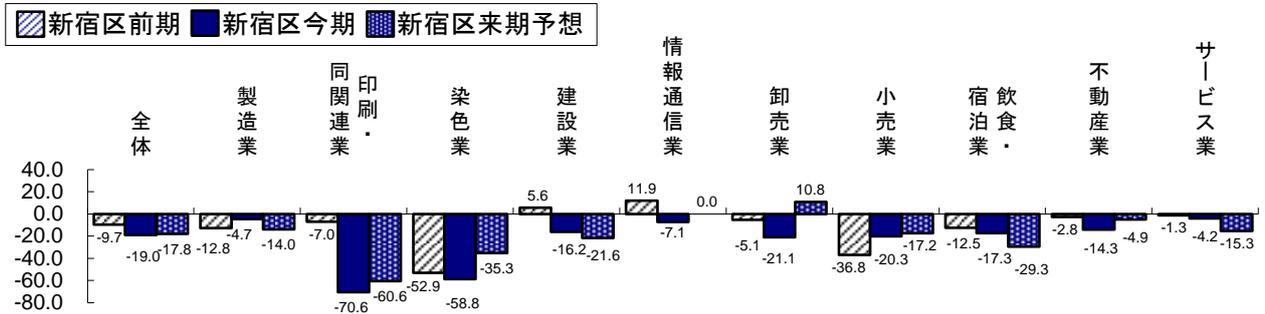
業況: 経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

DI(ディーアイ): ディフュージョン インデックス 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

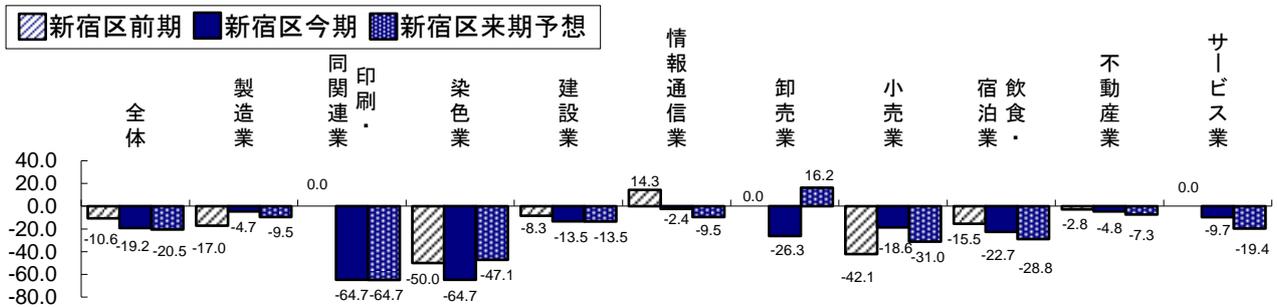
#### ●売上額 DI

今期は、小売業が水面下ながら大幅に改善したほか、製造業でも持ち直した。一方、建設業、情報通信業は大きく悪化に転じたほか、印刷・同関連業、卸売業、不動産業ではかなり厳しさを強め、染色業、飲食・宿泊業、サービス業もやや低迷した。来期は、卸売業で大きく好転するほか、印刷・同関連業、染色業で大きく改善し、情報通信業、小売業、不動産業でも持ち直す見込み。一方、飲食・宿泊業、サービス業は大幅に低迷し、製造業、建設業でも厳しさをやや強める見込み。



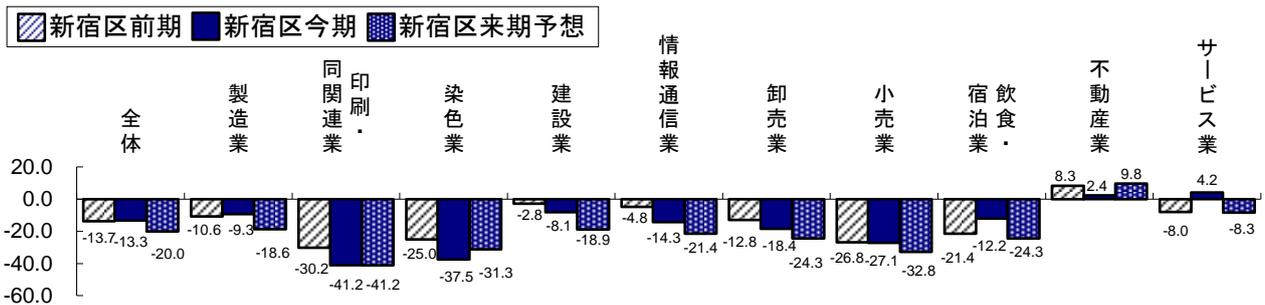
#### ●収益 DI

今期は、製造業、小売業で大幅に改善した。一方、情報通信業は大きく悪化に転じ、印刷・同関連業では前期調査の予想通り大幅に低迷したほか、染色業、卸売業でもかなり厳しさを強めた。また、建設業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業も低迷した。来期は、卸売業は大きく好転するほか、染色業でも水面下ながら大きく改善する見込み。一方、小売業はかなり低調感が強まり、製造業、情報通信業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業でも低迷する見込み。



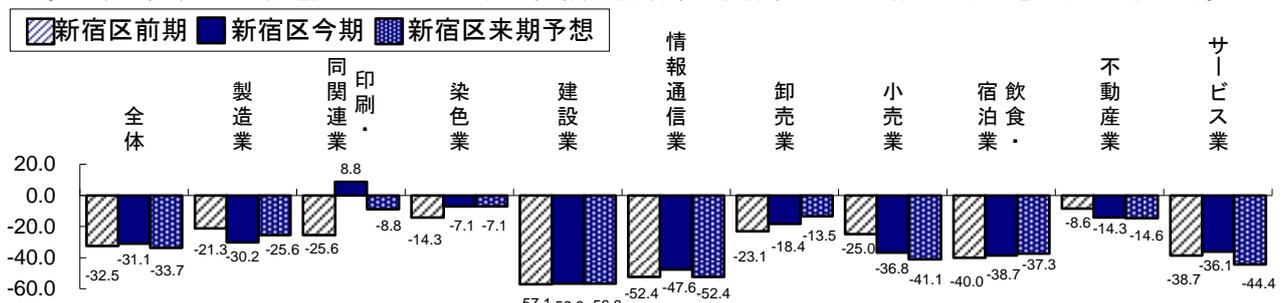
#### ●資金繰り DI

今期は、サービス業が大きく好転し、製造業、飲食・宿泊業でも苦しさが和らいだ。一方、印刷・同関連業、染色業では大幅に窮屈感が強まり、建設業、情報通信業、卸売業でも苦しさが増したほか、不動産業は良好感が後退、小売業は前期同様の苦しさが続いた。来期は、不動産業で良好感が強まり、染色業も厳しさが和らぐが、一方、サービス業では窮屈感が現れ、建設業、飲食・宿泊業では大幅に苦しさが強まり、製造業、情報通信業、卸売業、小売業でも厳しさが増す見込み。



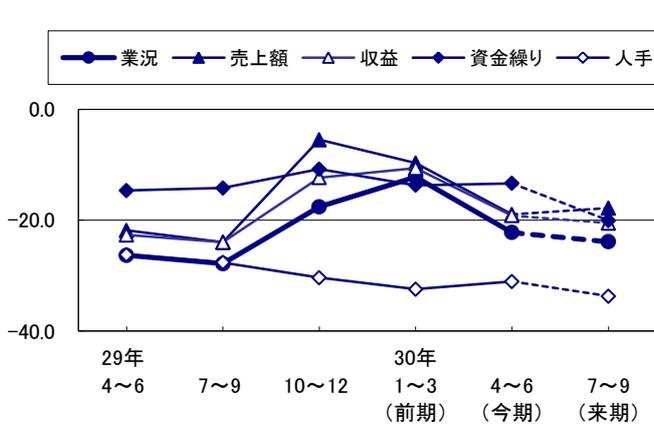
#### ●人手 DI

今期は、印刷・同関連業は不足から過剰に大きく転じた。それ以外の9業種では引き続き不足感がでており、染色業、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業では不足感が緩和したが、製造業、小売業、不動産業では不足感が強まった。来期は、印刷・同関連業は再び不足に転じ、情報通信業、小売業、サービス業では不足感が強まる見込み。



#### 4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

今期は、売上額、収益はそれぞれ減少、減益幅が拡大し、業況も大きく低迷した。資金繰りは前期並の窮屈感となり、人手はわずかに不足感が緩和した。来期は売上額がわずかに改善する一方、業況、収益はやや低調感を強める見通し。また、資金繰りは厳しさが増し、人手は不足感が強まる見通し。

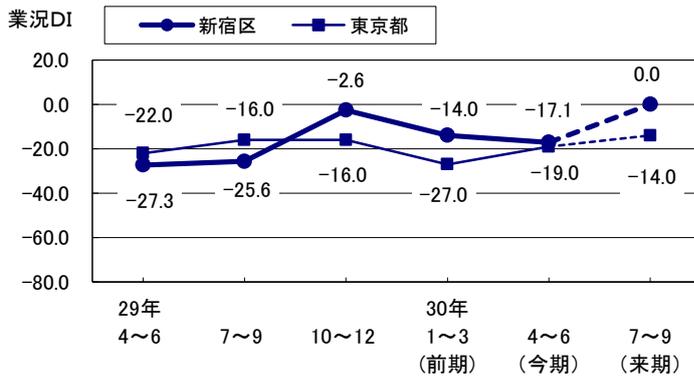


前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	29年 4~6	29年 7~9	29年 10~12	30年 1~3 (前期)	30年 4~6 (今期)	30年 7~9 (来期)
業況	-26.3	-27.8	-17.6	-12.2	-22.2	-23.9
売上額	-21.8	-24.0	-5.5	-9.7	-19.0	-17.8
収益	-22.7	-24.0	-12.3	-10.6	-19.2	-20.5
資金繰り	-14.6	-14.2	-10.8	-13.7	-13.3	-20.0
人手	-26.2	-27.6	-30.4	-32.5	-31.1	-33.7

#### 5. 業種別における DI 推移

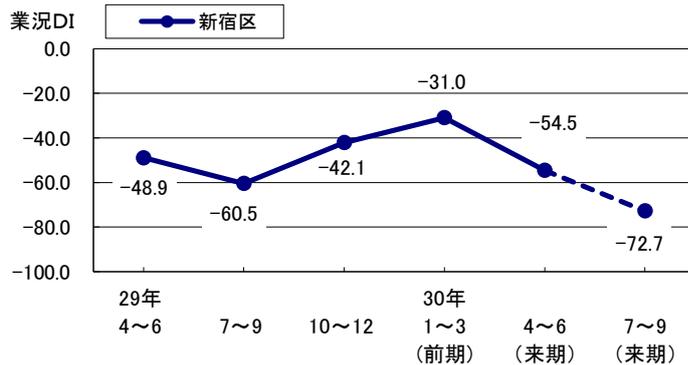
##### 1) 製造業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	30年 1~3 (前期)	30年 4~6 (今期)	30年 7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-14.0	-17.1	0.0	-19.0
売上額	-12.8	-4.7	-14.0	
収益	-17.0	-4.7	-9.5	
資金繰り	-10.6	-9.3	-18.6	
人手	-21.3	-30.2	-25.6	

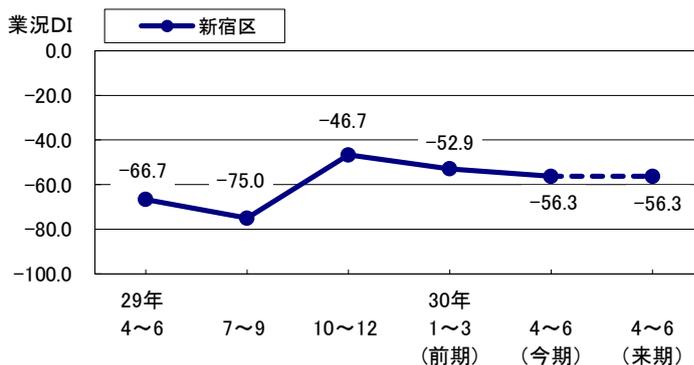
##### 2) 印刷・同関連業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

	30年 1~3 (前期)	30年 4~6 (今期)	30年 7~9 (来期)
業況	-31.0	-54.5	-72.7
売上額	-7.0	-70.6	-60.6
収益	0.0	-64.7	-64.7
資金繰り	-30.2	-41.2	-41.2
人手	-25.6	8.8	-8.8

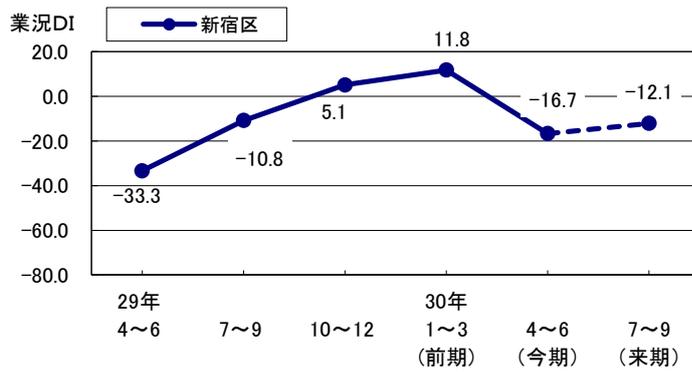
##### 3) 染色業



前期 ☁️ → 今期 ☁️ → 来期 ☁️

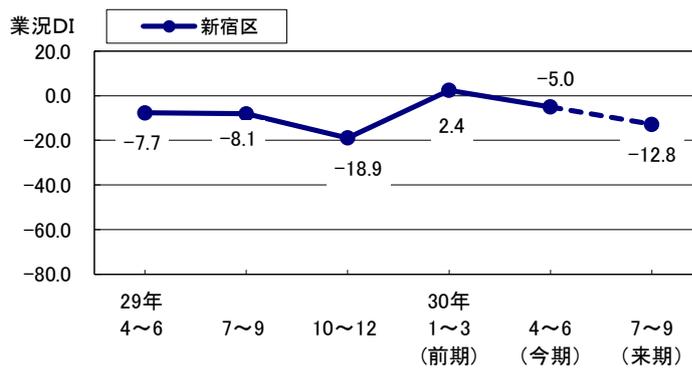
	30年 1~3 (前期)	30年 4~6 (今期)	30年 7~9 (来期)
業況	-52.9	-56.3	-56.3
売上額	-52.9	-58.8	-35.3
収益	-50.0	-64.7	-47.1
資金繰り	-25.0	-37.5	-31.3
人手	-14.3	-7.1	-7.1

#### 4) 建設業



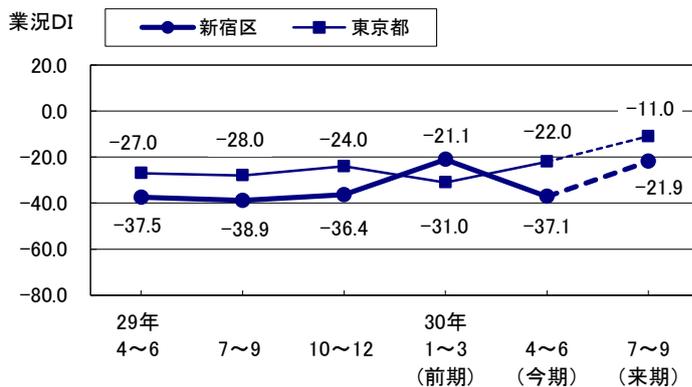
	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	11.8	-16.7	-12.1
売上額	5.6	-16.2	-21.6
収益	-8.3	-13.5	-13.5
資金繰り	-2.8	-8.1	-18.9
人手	-57.1	-56.8	-56.8

#### 5) 情報通信業



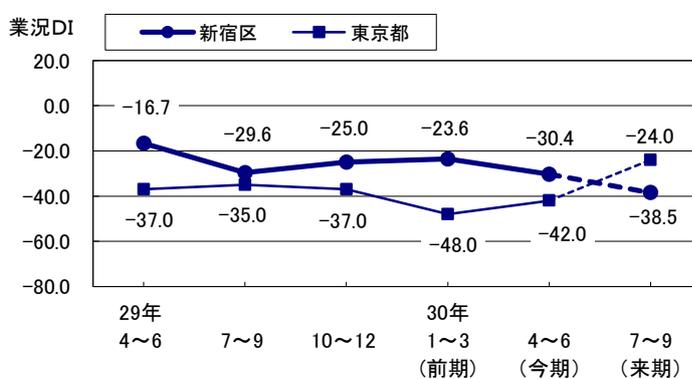
	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	2.4	-5.0	-12.8
売上額	11.9	-7.1	0.0
収益	14.3	-2.4	-9.5
資金繰り	-4.8	-14.3	-21.4
人手	-52.4	-47.6	-52.4

#### 6) 卸売業



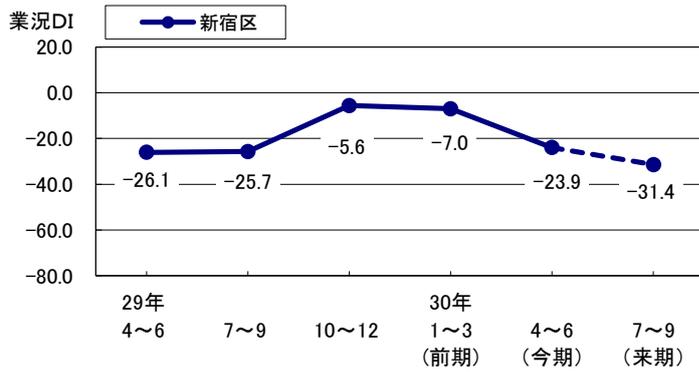
	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-21.1	-37.1	-21.9	-22.0
売上額	-5.1	-21.1	10.8	
収益	0.0	-26.3	16.2	
資金繰り	-12.8	-18.4	-24.3	
人手	-23.1	-18.4	-13.5	

#### 7) 小売業



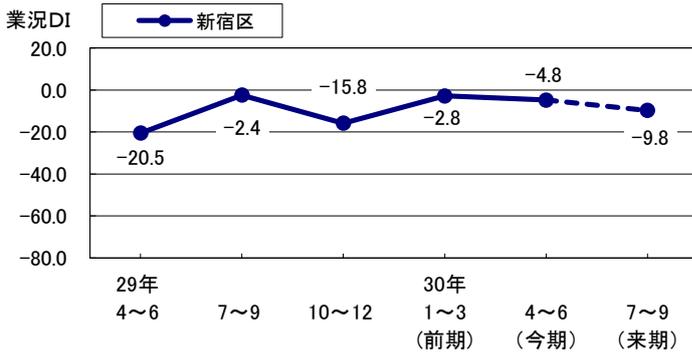
	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-23.6	-30.4	-38.5	-42.0
売上額	-36.8	-20.3	-17.2	
収益	-42.1	-18.6	-31.0	
資金繰り	-26.8	-27.1	-32.8	
人手	-25.0	-36.8	-41.1	

### 8) 飲食・宿泊業



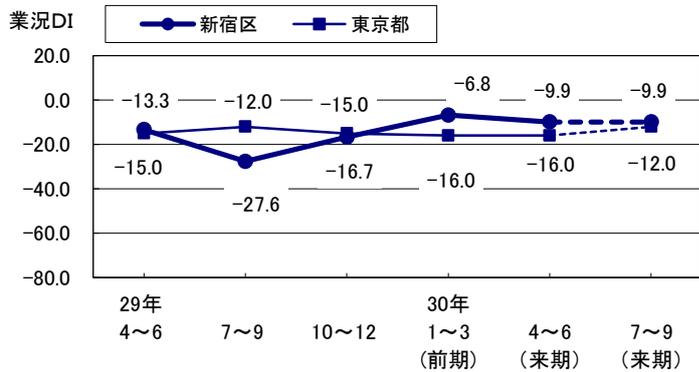
	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-7.0	-23.9	-31.4
売上額	-12.5	-17.3	-29.3
収益	-15.5	-22.7	-28.8
資金繰り	-21.4	-12.2	-24.3
人手	-40.0	-38.7	-37.3

### 9) 不動産業



	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-2.8	-4.8	-9.8
売上額	-2.8	-14.3	-4.9
収益	-2.8	-4.8	-7.3
資金繰り	8.3	2.4	9.8
人手	-8.6	-14.3	-14.6

### 10) サービス業



	30年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-6.8	-9.9	-9.9	-16.0
売上額	-1.3	-4.2	-15.3	
収益	0.0	-9.7	-19.4	
資金繰り	-8.0	4.2	-8.3	
人手	-38.7	-36.1	-44.4	

マーク	D.I値							好調	普通	不調
	☀	☁☀	☁☀☁	☁	☁☁	☁☁☁	☁☁☁☁			
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・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			

※「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」54.5%、2位「人手不足」31.2%、3位「同業者間の競争の激化」25.5%と、前期同様の順位となった。

業種別では、建設業、不動産を除く8業種で「売上の停滞・減少」が単独1位となり、建設業では「人手不足」が1位、不動産では「売上の停滞・減少」および「同業者間の競争の激化」が同率1位となった。2位は、情報通信業、サービス業では「人手不足」、印刷・同関連業、小売業では「同業者間の競争の激化」、卸売業、不動産では「利幅の縮小」となり、製造業では「人件費以外の経費の増加」、染色業では「顧客・ニーズの変化・減少」、建設業では「売上の停滞・減少」、飲食・宿泊業では「人件費の増加」と、業種により回答が分かれた。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	売上の停滞・減少	54.5%	売上の停滞・減少	53.5%	売上の停滞・減少	73.5%
2位	人手不足	31.2%	人件費以外の経費の増加	27.9%	同業者間の競争の激化	47.1%
3位	同業者間の競争の激化	25.5%	顧客・ニーズの変化・減少	25.6%	利幅の縮小	41.2%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	78.6%	人手不足	59.5%	売上の停滞・減少	57.1%
2位	顧客・ニーズの変化・減少	35.7%	売上の停滞・減少	45.9%	人手不足	47.6%
3位	取引先の減少	21.4%	人件費の増加	24.3%	同業者間の競争の激化	26.2%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	57.9%	売上の停滞・減少	67.8%	売上の停滞・減少	53.3%
2位	利幅の縮小	34.2%	同業者間の競争の激化	32.2%	人件費の増加	38.7%
3位	同業者間の競争の激化	28.9%	人手不足	30.5%	人手不足	33.3%
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	34.1%	売上の停滞・減少	44.4%		
	同業者間の競争の激化	34.1%				
2位	利幅の縮小	26.8%	人手不足	43.1%		
3位	顧客・ニーズの変化・減少	24.4%	同業者間の競争の激化	31.9%		
			人件費の増加	31.9%		

※ 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」39.1%、2位「販路を拡大する」32.2%、3位「人材を確保する」27.4%と、前期同様の順位となった。

業種別では、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、卸売業、小売業、サービス業で「新しい取引先を見つける」、建設業、飲食・宿泊業で「人材を確保する」、製造業で「販路を拡大する」、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、建設業で「人材を確保する」は6割弱であったが、今期は6割を超えており、建設業における人材の不足感はさらに強まっている。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	新しい取引先を見つける	39.1%	販路を拡大する	51.2%	新しい取引先を見つける	67.6%
2位	販路を拡大する	32.2%	新しい取引先を見つける	32.6%	販路を拡大する	47.1%
			既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する	32.6%		
3位	人材を確保する	27.4%	技術力を強化する	27.9%	人材を確保する	20.6%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	57.1%	人材を確保する	62.2%	新しい取引先を見つける	54.8%
2位	販路を拡大する	28.6%	新しい取引先を見つける	40.5%	人材を確保する	45.2%
3位	品揃えを改善する	21.4%	技術力を強化する	29.7%	販路を拡大する	38.1%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	新しい取引先を見つける	47.4%	新しい取引先を見つける	32.8%	人材を確保する	28.0%
2位	販路を拡大する	34.2%	販路を拡大する	31.0%	人材育成を強化する	26.7%
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%	人材育成を強化する	25.9%	品揃えを改善する	20.0%
	不動産業		サービス業			
1位	不動産の有効活用を図る	37.5%	新しい取引先を見つける	45.8%		
2位	新しい取引先を見つける	27.5%	人材を確保する	37.5%		
	販路を拡大する	27.5%				
3位	人材を確保する	22.5%	販路を拡大する	34.7%		

※ 最大3つまで選択

## 8. コメント調査結果

### 1) 製造業

- ・ 総じて業績は回復基調にある。今日の景気の継続を期待している。
- ・ 市場の動きが鈍い。引き合いはあるものの先送りになるケースが多い。外部環境を理由にしているだけではまずいので、内部的には人材育成と業務改善に注力している。その点では利益率のアップに繋がっている。市場はこの7月より動きが活発化しており、今後巻き返しが期待できる。
- ・ 市場悪化のため減収となりはじめたが、退職者が出たため人件費が減少して収益は前年並。原材料、運賃は上昇している。
- ・ 仕事量はあるが、人材の不足、働く意欲の低下を感じる。
- ・ 売上が伸びず、資金繰りが難しい。
- ・ 卸売先の販売代理店の売上が減少しており、代わりとなる個人ユーザーを拾い切れていない。多様なチャネルに対応し切れておらず、それに見合う販売品の開発も遅れている。

### 2) 印刷・同関連業

- ・ 堅調な推移であるが、将来的にアウトソーシングを考えに入れている。物理的な合理化は不可欠であると考えている。
- ・ 縮小均衡の状況から拡販への転換期。新規事業（人材ビジネス）への希望。
- ・ 既存顧客を中心に営業展開しているため、顧客の経営状況に左右されやすい。
- ・ ペーパーレスによる印刷物の減少。ネットによる価格の低下。
- ・ 需要がなくなってきている。

### 3) 染色業

- ・ 着物の染色は横ばいだが、雑貨の販売が好調。
- ・ 売上金の回収が遅くなり、資金繰りに苦労している。

### 4) 建設業

- ・ 建設業界は景気が良いと思う。今後人手不足はより深刻化していくと思われるので、人材確保、育成を充実させていきたい。
- ・ 注文内容に特注が多く、当社としてのメリットとなっている。
- ・ 国内のエレベーター業界はオリンピック景気および建設ラッシュにより売上は上がるが、当社含めて人材不足は否めない。
- ・ 業界そのものは特に大きな動きはないと見ているが、将来的に新たな人材が欲しいところ。経営状況は今のところ悪化していない。
- ・ 取引先からの物件情報がなく、受注に関する見通しが悪い。新規取引先の開拓を行っている。また、高齢化による人材不足が問題。若い人材の確保が必須である。
- ・ 依頼増加に対応するための社員数が不足している。有資格者等募集をかけても応募が少なく、当社が望む人材が確保できない。若くてやる気のある社員を入れ教育して今後に対応していくようにするしかないと考えている。
- ・ 取引先の減少と人手不足のため売上が落ちている。

### 5) 情報通信業

- ・ 安定した大型案件の確定があり、数年は安泰。
- ・ 客先との受発注については良好に行われている。発注量の増加に伴い、下請けの人材やビジネスパートナーの確保に努め成果を出している。技術の向上に伴い単価が上昇した。
- ・ 行政や行政に関わる大企業との取引が増えたが、毎年4~6月の売上の確保に苦労している。早めに予算執行の手続きを進めてほしい。
- ・ メイン商材のCD、DVD等のメディアが売れなくなってきているので売上が減っている。

## 6) 卸売業

- 新たな資金調達先からの融資の遅れが原因で借入が加算されている。新しい仕事の発注が入ってくる矢先の資金不足が痛い。
- ペーパーレスによる需要激減。企業の経費削減。ドライバー不足。人材不足。
- 運送コストの増加が大問題。
- 今期、短期的（スポット）ビジネスはあるが、継続的なモデルが構築できない。新規顧客は少し増えたが、全体から見た利幅は少ない。仕入先、販売先との関係は良い。

## 7) 小売業

- 前期、今期ともに増収・増益ではあるが、もっと伸ばせると思っている。販売戦略、商品選定、サービス力向上などのレベルアップに努める。
- 2期連続で売上を伸ばしている。近年客先から大型物件の受注が多く、弊社の主力製品以外の協力工場の製品の販売も増えている。今期以降、2020年までに予定される大型物件の情報も多いことから今期、来期までは売上が期待される。
- 新規事業への体力集中のため、既存事業への人材が不足している。
- 人口減、市場規模の縮小、競合の増大、ネット事業者の増強等、物販ビジネスを取り巻く環境要因は悪化の一途をたどっている。さらに、人材確保の課題も含め、難問山積である。ジリ貧傾向の業績に加え、先が読めない環境の中でどうしていきべきか頭を抱える昨今である。

## 8) 飲食・宿泊業

- インバウンドの増加により稼働率が向上しているが、販売単価が低下する傾向があり、収益に一考が必要。
- 事業承継の時期を迎えている。大幅な改革をして次へ繋げなければと考えている。現状は横ばい状態のため、IT化など新規改革で効率化を考えている。
- 人材確保、人材育成および労働条件の改善を同時並行で進めているのでそれに伴うコストが大きい。セントラルキッチンも稼働して投資は大きいので、これからの効果に期待したい。
- 仕入価格が年々上昇して値上げを考えざるを得ない。
- 食材価格の上昇。消費者の節約傾向が著しい。国では国内産と食の安全をうたっているが、一方、コンビニ、スーパーなどでは安価な輸入ものを使うため価格が安く、商店では太刀打ち出来ない。

## 9) 不動産業

- 安定した収入源のため、利益は一定基準を満たしているが、同業他社との競合、顧客ニーズの変化により商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。
- 経費を節減し、利益の増加を試みる。
- 不動産賃貸専門であるが、おかげさまで順調に部屋もふさがっている。ビルの経過年数が増しているため、修理、清掃などに費用を使い、ビルの老朽化を防ぐことに力を入れている。維持、修繕費に費用がかかるのに頭を悩ませている。

## 10) サービス業

- 増収増益。自動車、スマホ、IT関連、半導体といった商材がさかんに欧州、米国、メキシコへ輸出されている。比較的為替も安定しているため、輸出入共に需要がある。
- 直近3期は売上、利益共に安定推移となっており、今後も大幅な増収は見込めないが、安定した経営が見込まれる。
- 得意先のグローバル化に伴う国内予算（広告・宣伝費）の減少で月売上の変動が激しくなっている。
- 業界内では「大規模修繕工事の不適切コンサルタント」が蔓延し、紙媒体のメディアにもたびたび取り上げられているのだが、顧客の安値好みは変わらずで、新たな手を考えないと生き残れない。
- 消費税率10%への改正は脅威。増税した場合、最低2年間は個人消費が相当落ち込むことが予想され、内需産業は更に厳しくなる。

# 【特別調査】「中小企業における事業承継」

【調査実施時期】  
平成30年7月上旬

## 【調査結果概要】

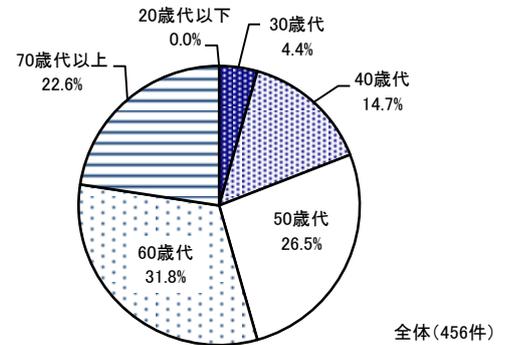
将来的な事業承継予定は、「現時点では未定」が約42%で最多であった（問3参照）。事業承継を行う際に課題となりそうな点は「事業の将来性」が約52%で最多、事業承継を行う上で取り組みたいことは「後継者育成」が約63%で最多であった（問5・問6参照）。事業承継に関する相談先は、「税理士・公認会計士等の専門家」が約37%で最多であった（問8参照）。円滑な事業承継のために行政に期待することは、「後継者育成のための支援」が約48%で最多であった（問10参照）。

### 問1 社長(代表者)の年齢階層

全体では、「60歳代」が31.8%で最も多く、以下「50歳代」26.5%、「70歳代以上」22.6%と続いた（図表特1）。

業種別では、染色業、不動産業で「70歳代以上」が、製造業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業で「60歳代」が、建設業では「50歳代」と「60歳代」が同率でそれぞれ最多となったほか、印刷・同関連業、情報通信業では「50歳代」が、小売業は「40歳代」と「60歳代」が同率で最多であった。特に、染色業は「70歳代以上」の割合が9割以上を占めており、他の業種と比較しても高齢化が顕著である。また、情報通信業では「50歳代」が4割半ばを占めており、他の業種と比較して若い代表者が多かった。

図表特1 社長(代表者)の年齢階層

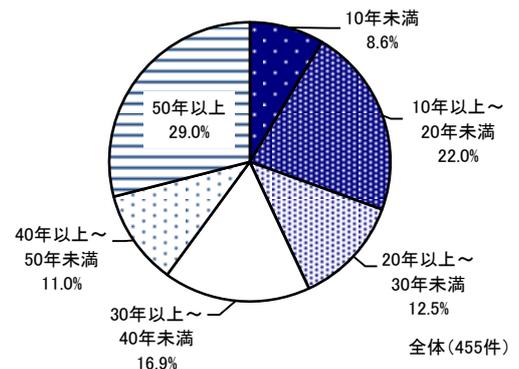


### 問2 業歴

全体では、「50年以上」が29.0%で最多、以下「10年以上～20年未満」22.0%、「30年以上～40年未満」16.9%と続いた（図表特2）。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業で「50年以上」が最も多く、特に染色業では8割弱を占めた。不動産業は「30年以上～40年未満」と「50年以上」が同率で最多であった。情報通信業、サービス業は「10年以上～20年未満」が最多となり、比較的業歴の短い企業の割合が多かった。

図表特2 業歴



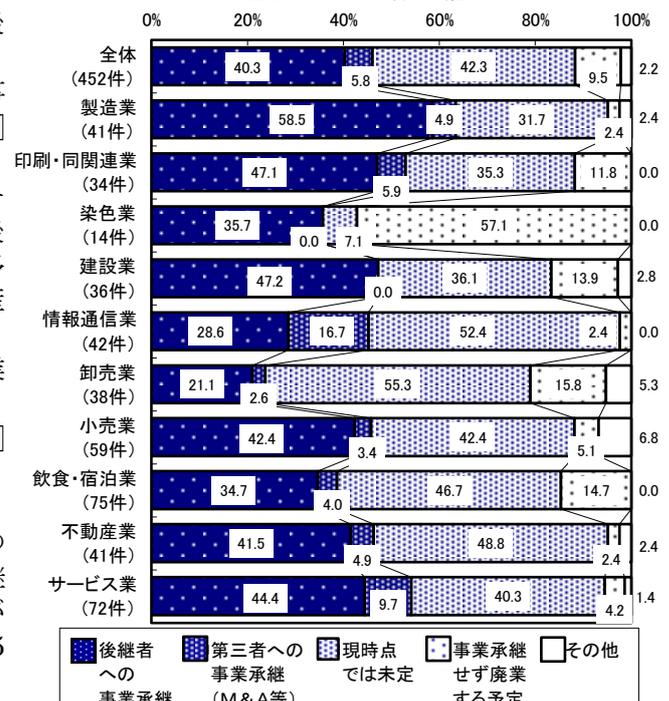
### 問3 事業承継の予定

全体では、「現時点では未定」が42.3%で最多、以下「後継者への事業承継」40.3%、「事業承継せず廃業する予定」9.5%と続いた。「後継者への事業承継」と「第三者への事業承継 (M&A 等)」5.8%を合算した『事業承継をする』は46.1%と4割半ばを占めた。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、建設業、サービス業は「後継者への事業承継」が最多、小売業は「後継者への事業承継」と「現時点では未定」が同率で最多であった。情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業では「現時点では未定」が最多で、特に情報通信業、卸売業では5割以上を占めた。また、染色業では「事業承継せず廃業する予定」が5割半ばを占めて最多となり、他の業種と比較して割合が高かった。『事業承継をする』が5割以上となった業種は、製造業、印刷・同関連業、サービス業の3業種であった（図表特3）。

平成26年度調査と比較すると、全体では「後継者への事業承継」が1.3ポイント増加、「第三者への事業承継 (M&A 等)」が1.9ポイント増加、「現時点では未定」が0.5ポイント減少、「事業承継せず廃業する予定」が3.5ポイント減少した。業種別では、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業以外の7業種で『事業承継をする』の割合が増加した。

図表特3 事業承継の予定

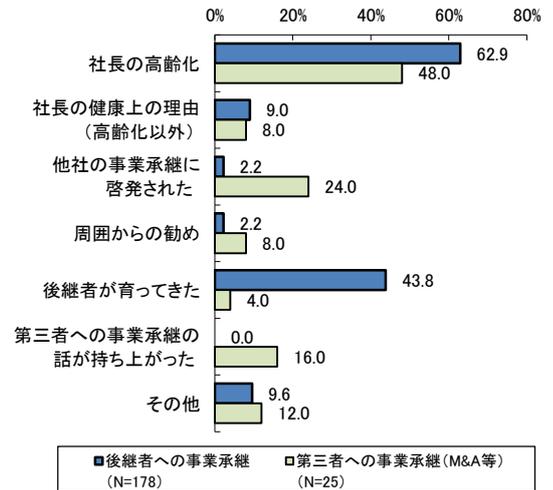


### 問 4① 事業承継を考えたきっかけ(複数回答可)

問3で『事業承継をする』と回答した企業に、事業承継を考えたきっかけを尋ねたところ、「後継者への事業承継」と回答した企業では「社長の高齢化」が62.9%で最多、次いで「後継者が育ってきた」が43.8%で続いた。「第三者への事業承継(M&A等)」と回答した企業では、「社長の高齢化」が48.0%で最多、次いで「他社の事業承継に啓発された」が24.0%で続いた(図表特4①)。

業種別にみると、「後継者への事業承継」と回答した企業では、染色業、飲食・宿泊業、不動産業を除く7業種で「社長の高齢化」が最多であり、特にサービス業では約8割を占めた(なお、卸売業は8件中6件で最多)。不動産業では「社長の高齢化」と「後継者が育ってきた」が同率で最多、飲食・宿泊業では「後継者が育ってきた」が最多となり、染色業でも「後継者が育ってきた」が5件中4件で最多であった。

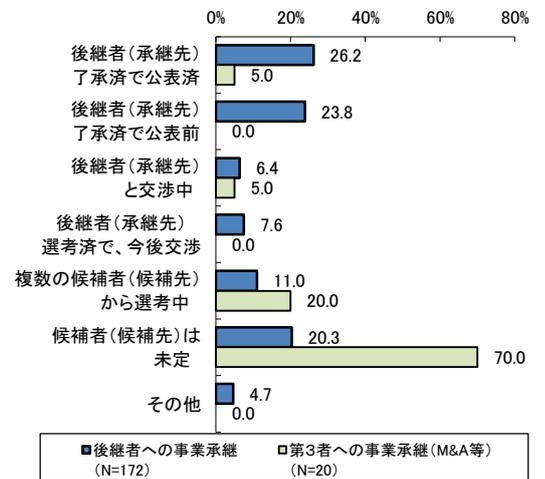
図表特 4① 事業承継を考えたきっかけ(複数回答可)



### 問 4② 事業承継の後継者や承継先

同じく問3で『事業承継をする』と回答した企業に後継者や承継先を尋ねたところ、「後継者への事業承継」と回答した企業では「後継者(承継先)了承済で公表済」が26.2%で最多、次いで「後継者(承継先)了承済で公表前」が23.8%で続いた。「第三者への事業承継(M&A等)」と回答した企業では、「候補者(候補先)は未定」が70.0%で最多、次いで「複数の候補者(候補先)から選考中」が20.0%で続いた(図表特4②)。

図表特 4② 事業承継の後継者や承継先



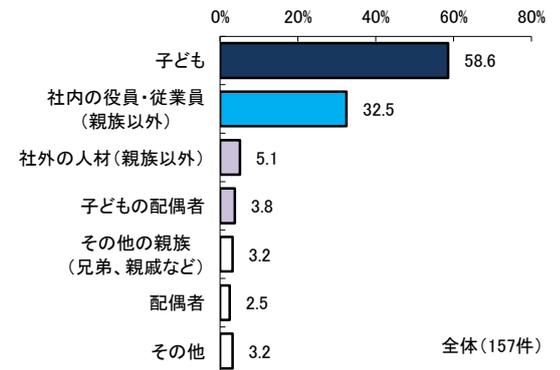
業種別にみると、「後継者への事業承継」と回答した企業では、建設業、不動産業、サービス業で「後継者(承継先)了承済で公表済」が最多であり、染色業でも「後継者(承継先)了承済で公表済」が5件中3件で最多であった。印刷・同関連業、情報通信業では「候補者(候補先)は未定」が、飲食・宿泊業は「候補者(承継先)了承済で公表前」がそれぞれ最多であった。このほか、製造業では「後継者(承継先)了承済で公表済」と「候補者(候補先)は未定」が、小売業では「候補者(承継先)了承済で公表前」、「後継者(承継先)選考済で、今後交渉」、「候補者(候補先)は未定」がそれぞれ同率で最多であった。卸売業では「後継者(承継先)了承済で公表済」と「候補者(承継先)了承済で公表前」がともに8件中3件で最多であった。

図表特 4③ 後継予定者の(または後継者にしたい)人材(複数回答可)

### 問 4③ 後継予定者の(または後継者にしたい)人材(複数回答可)

問3で「後継者への事業承継」と回答した企業に後継予定者の(または後継者にしたい)人材について尋ねたところ、全体では「子ども」が58.6%で最多、以下「社内の役員・従業員(親族以外)」32.5%、「社外の人材(親族以外)」5.1%と続いた(図表特4③)。

業種別では、情報通信業、サービス業を除く7業種で「子ども」が最多であり、特に不動産業では10割を占めた。また、情報通信業、サービス業は「社内の役員・従業員(親族以外)」が最多で、特に情報通信業では8割を占めた(卸売業は回答件数が5件未満につき割愛)。

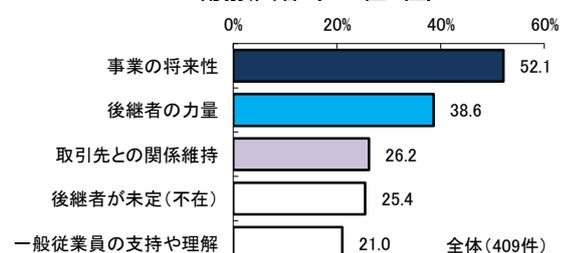


### 問 5 事業承継を行う際の課題点(複数回答可)

全体では、「事業の将来性」が52.1%で最も多く、以下「後継者の力量」38.6%、「取引先との関係維持」26.2%と続いた(図表特5-1)。

業種別では、染色業、建設業を除く8業種で「事業の将来性」が最多となり、特に印刷・同関連業、小売業では6割以上となった。建設業は「後継者の力量」が5割で最多、染色業は「事業の将来性」と「相続税などの税金対策」がともに6件中3件で最多であった。(図表特5-2)。

図表特 5-1 事業承継を行う際の課題点(複数回答可・上位5位)



図表特 5-2 事業承継を行う際の課題点(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	事業の将来性 55.0%	事業の将来性 76.7%	事業の将来性 50.0% 相続税などの税金対策 50.0%	後継者の力量 50.0%	事業の将来性 48.8%
2位	後継者の力量 45.0%	後継者の力量 60.0%	後継者の力量 33.3%	事業の将来性 47.1%	後継者の力量 46.3%
3位	一般従業員の支持や理解 22.5%	取引先との関係維持 36.7%	後継者が未定(不在) 16.7%	取引先との関係維持 35.3%	一般従業員の支持や理解 31.7%

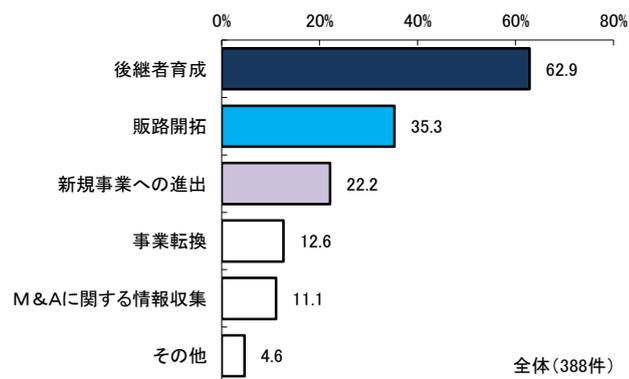
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	事業の将来性 51.6%	事業の将来性 65.5%	事業の将来性 45.9%	事業の将来性 43.6%	事業の将来性 43.5%
2位	後継者が未定(不在) 35.5%	後継者の力量 27.6%	後継者の力量 42.6%	後継者の力量 33.3%	後継者の力量 39.1%
3位	取引先との関係維持 25.8%	後継者が未定(不在) 24.1%	後継者が未定(不在) 21.3%	取引先との関係維持 30.8%	取引先との関係維持 36.2%

問 6 事業承継を行う上で、取り組みたいこと(複数回答可)

全体では、「後継者育成」が62.9%で最も多く、以下「販路開拓」35.3%、「新規事業への進出」22.2%と続いた(図表特6)。

業種別では、卸売業を除く9業種で「後継者育成」が最多となり、特に建設業では8割以上を占め、染色業でも5件中4件となった。卸売業では「販路開拓」が5割で最多となり、このほか印刷・同関連業でも5割を占めた。また、「新規事業への進出」は卸売業で3割以上と他の業種に比べて高めであった。

図表特 6 事業承継を行う上で、取り組みたいこと(複数回答可)

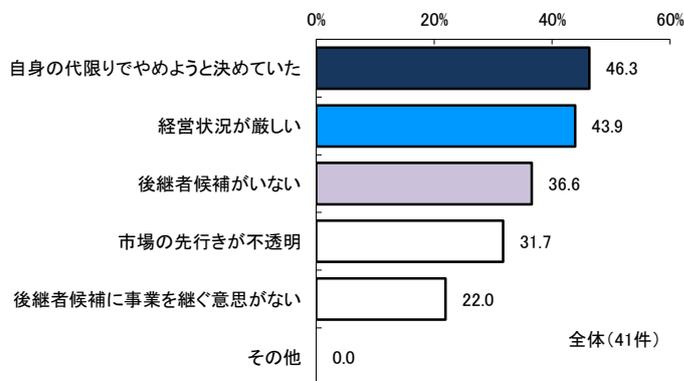


問 7 廃業を予定している理由(複数回答可)

問3で「事業承継をせず廃業する予定」と回答した企業に、廃業を予定している理由を尋ねたところ、全体では「自身の代限りでやめようとしていた」が46.3%で最も多く、以下「経営状況が厳しい」43.9%、「後継者候補がない」36.6%と続いた(図表特7)。

業種別では、染色業で「市場の先行きが不透明」が7件中4件で最多、卸売業で「自分の代限りでやめようとしていた」が6件中5件で最多、飲食・宿泊業で「候補者候補がない」が11件中6件で最多となった(それ以外の業種は回答数5件未満につき割愛)。

図表特 7 廃業を予定している理由(複数回答可)

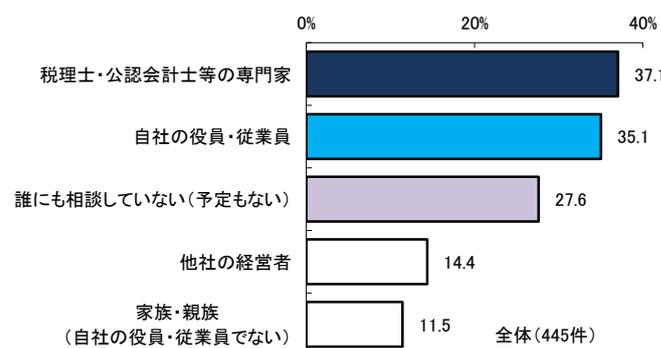


問 8 事業承継の主な相談先(複数回答可)

全体では、「税理士・公認会計士等の専門家」が37.1%で最も多く、以下「自社の役員・従業員」35.1%、「誰にも相談していない(予定もない)」27.6%と続いた(図表特8-1)。

業種別では、建設業、サービス業で「自社の役員・従業員」が最多であり、染色業、情報通信業では「誰にも相談していない(予定もない)」が最も多かった。製造業では「税理士・公認会計士等の専門家」と「自社の役員・従業員」が同率で最多となり、不動産業では「税理士・公認会計士等の専門家」と「誰にも相談していない(予定もない)」が同率で最多となった。それ以外の4業種では「税理士・公認会計士等の専門家」が最多であった(図表特8-2)。

図表特 8-1 事業承継の主な相談先(複数回答可・上位5位)



図表特 8-2 事業承継の主な相談先(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	税理士・公認会計士等の専門家 46.5%	税理士・公認会計士等の専門家 44.1%	誰にも相談していない(予定もない) 41.7%	自社の役員・従業員 51.4%	誰にも相談していない(予定もない) 40.5%	自社の役員・従業員 46.5%	誰にも相談していない(予定もない) 20.9%	誰にも相談していない(予定もない) 29.4%	組合や業界団体 25.0%	税理士・公認会計士等の専門家 40.5%	自社の役員・従業員 33.3%
2位	誰にも相談していない(予定もない) 20.9%	誰にも相談していない(予定もない) 29.4%	家族・親族(自社の役員・従業員でない) 25.0%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	他社の経営者 23.8%	金融機関 14.0%	自社の役員・従業員 26.5%	商工会議所 16.7%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	他社の経営者 23.8%	誰にも相談していない(予定もない) 20.9%
3位	金融機関 14.0%	自社の役員・従業員 26.5%	商工会議所 16.7%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	他社の経営者 23.8%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	自社の役員・従業員 26.5%	商工会議所 16.7%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	他社の経営者 23.8%	誰にも相談していない(予定もない) 20.9%

卸売業		小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業			
1位	税理士・公認会計士等の専門家 45.9%	税理士・公認会計士等の専門家 52.6%	税理士・公認会計士等の専門家 32.9%	税理士・公認会計士等の専門家 34.1%	自社の役員・従業員 40.6%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	誰にも相談していない(予定もない) 21.1%	自社の役員・従業員 17.8%	他社の経営者 14.6%	誰にも相談していない(予定もない) 27.5%	
2位	自社の役員・従業員 37.8%	自社の役員・従業員 43.9%	誰にも相談していない(予定もない) 26.0%	家族・親族(自社の役員・従業員でない) 26.0%	自社の役員・従業員 31.7%	税理士・公認会計士等の専門家 30.4%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	誰にも相談していない(予定もない) 21.1%	自社の役員・従業員 17.8%	他社の経営者 14.6%	誰にも相談していない(予定もない) 27.5%
3位	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	誰にも相談していない(予定もない) 21.1%	自社の役員・従業員 17.8%	他社の経営者 14.6%	誰にも相談していない(予定もない) 27.5%	誰にも相談していない(予定もない) 27.5%	誰にも相談していない(予定もない) 24.3%	誰にも相談していない(予定もない) 21.1%	自社の役員・従業員 17.8%	他社の経営者 14.6%	誰にも相談していない(予定もない) 27.5%

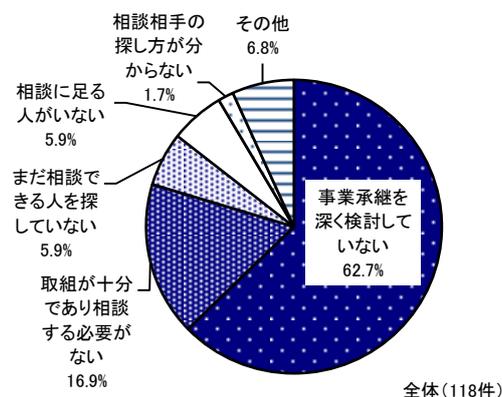
なお、問 3 の回答別では、「後継者への事業承継」と回答した企業は「自社の役員・従業員」、「税理士・公認会計士等の専門家」の順に続き、ともに 4 割以上を占めた。「第三者への事業承継 (M&A 等)」と回答した企業は「他社の経営者」、「税理士・公認会計士等の専門家」の順に続き、それぞれ 4 割以上を占めた。「現時点では未定」と回答した企業は、「税理士・公認会計士等の専門家」が 36.9%で最多、「誰にも相談していない(予定もない)」が 34.2%で続いた。「事業承継せず廃業する予定」と回答した企業は、「誰にも相談していない(予定もない)」が 52.5%で最多、「自社の役員・従業員」と「税理士・公認会計士等の専門家」が同率 20.0%で続いた。

### 問 9 事業承継について誰にも相談していない(予定もない)理由

事業承継について「誰にも相談していない(予定もない)」と回答した企業に、その理由を尋ねたところ、全体では「事業承継を深く検討していない」が 62.7%で最多、以下「取組が十分であり相談する必要がない」16.9%、「まだ相談できる人を探していない」と「相談に足る人がいない」が同率 5.9%と続いた(図表特 9)。

業種別では、製造業で「取組が十分であり相談する必要がない」が 8 件中 3 件で最多、染色業では「取組が十分であり相談する必要がない」と「その他」がともに 5 件中 2 件で最多となった。それ以外の 8 業種では「事業承継を深く検討していない」が最多となり、特に飲食・宿泊業では 9 割弱と、他の業種よりも割合が高かった。

図表特 9 事業承継について誰にも相談していない(予定もない)理由

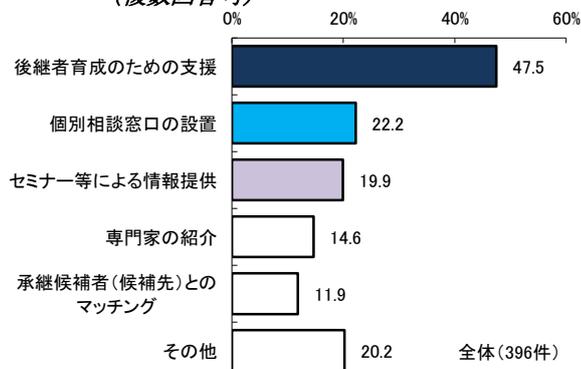


### 問 10 円滑な事業承継のために、行政に期待すること(複数回答可)

全体では、「後継者育成のための支援」が 47.5%で最も多く、以下「個別相談窓口の設置」22.2%、「セミナー等による情報提供」19.9%と続いた(図表特 10)。

業種別では、すべての業種で「後継者育成のための支援」が最多となった。特に、建設業では 6 割以上、印刷・同関連業、卸売業、小売業では 5 割以上を占め、染色業でも 8 件中 4 件で最多であった。このほか、卸売業では「個別相談窓口の設置」が 3 割以上と他の業種に比べて高めであった。

図表特 10 円滑な事業承継のために、行政に期待すること(複数回答可)



(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 30 年 8 月発行