

# 新宿区 中小企業の景況

(平成 25 年 1 月～3 月期)

## 1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (57 件)、印刷・同関連業 (40 件)、染色業 (16 件)、建設業 (57 件)、情報通信業 (46 件)、卸売業 (67 件)、小売業 (84 件)、飲食・宿泊業 (68 件)、不動産業 (61 件)、サービス業 (95 件)

※ () 内は有効回答数 合計 591 件

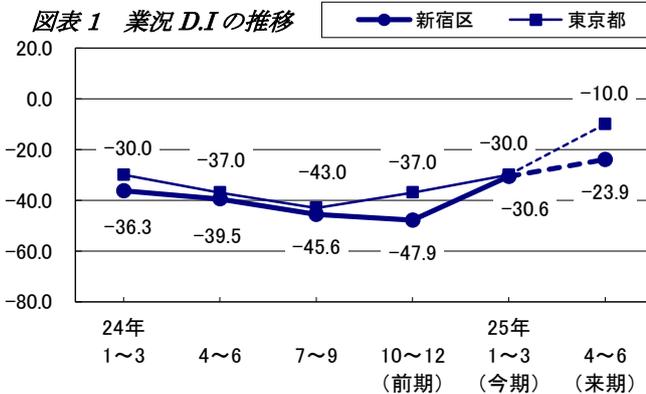
【調査方法】 郵送アンケート調査 【調査機関】 (株) 東京商工リサーチ 【調査実施時期】 平成 25 年 4 月下旬  
 ※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

## 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▲30.6 と、前期(平成 24 年 10 月～12 月)の▲47.9 から、水面下ながら大きく改善した。平成 24 年 1 月～3 月から平成 24 年 10 月～12 月にかけて 4 期連続で悪化していたが、今期は大幅に改善した。来期(平成 25 年 4 月～6 月)の見通しは▲23.9 と、引き続き持ち直し見込みとなっている(図表 1)。

業況が「良い」理由と「悪い」理由は、いずれも「国内需要(売上)の動向」が最も高い。「良い」理由は「資金繰り・資金調達の動向」が、また「悪い」理由は「仕入価格の動向」がそれぞれ前期より 10 ポイント以上高くなっており、影響度が高まっている(図表 2)。

図表 1 業況 D.I の推移



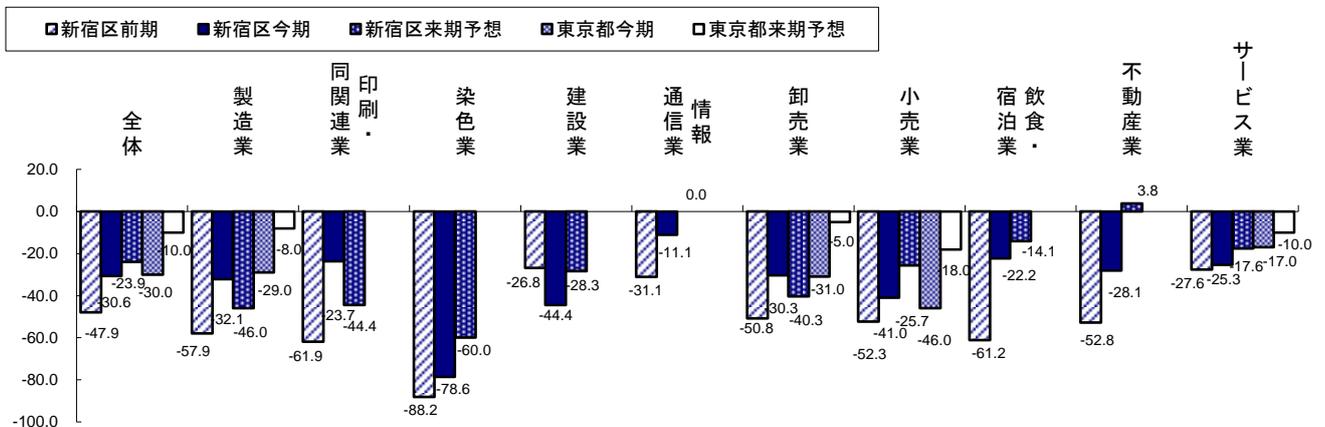
図表 2 今期業況 D.I の判断理由

項目	業況良い (%)	業況悪い (%)
国内需要(売上)の動向	84.1	68.5
海外需要(売上)の動向	8.4	5.4
販売価格の動向	14.0	37.7
仕入価格の動向	15.9	31.2
仕入れ以外のコストの動向	13.1	12.3
資金繰り・資金調達の動向	20.6	26.4
株式・不動産等の資金価格の動向	15.0	5.4
為替レートの動向	12.1	11.2
税制・会計制度の動向	5.6	3.6
同業者間の競争	26.2	44.2
その他	5.6	8.3

※最大3つまで選択

業種別に見ると、いずれの業種も水面下ではあるが、情報通信業が▲11.1 で最も高く、次いで飲食・宿泊業(▲22.2)、印刷・同関連業(▲23.7)の順となった。建設業は悪化したが、染色業、サービス業は改善、それ以外の 7 業種では大幅に改善し、全体としても大きく改善した。来期は、製造業、印刷・同関連業、卸売業の 3 業種で大きく悪化するが、染色業、建設業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業の 7 業種で改善し、全体の見通しも、改善すると見込まれている(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。

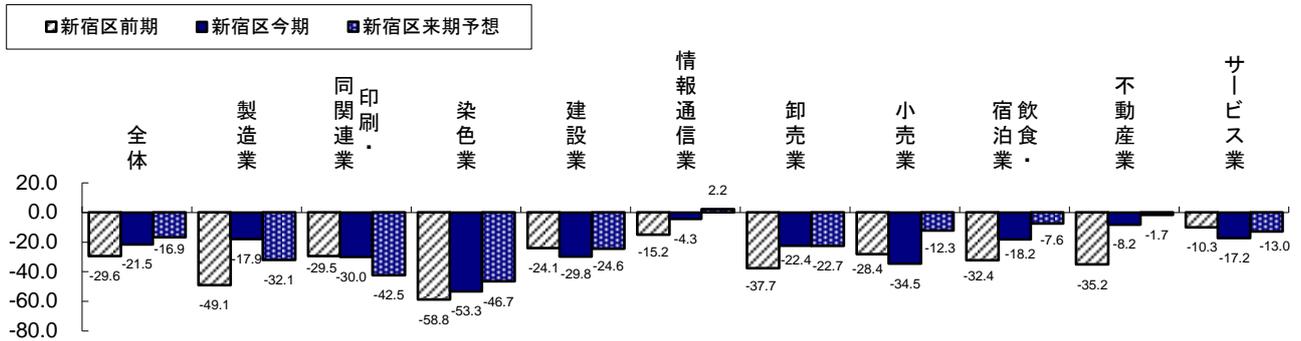
ディフュージョン インデックス

D. I(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 D.I

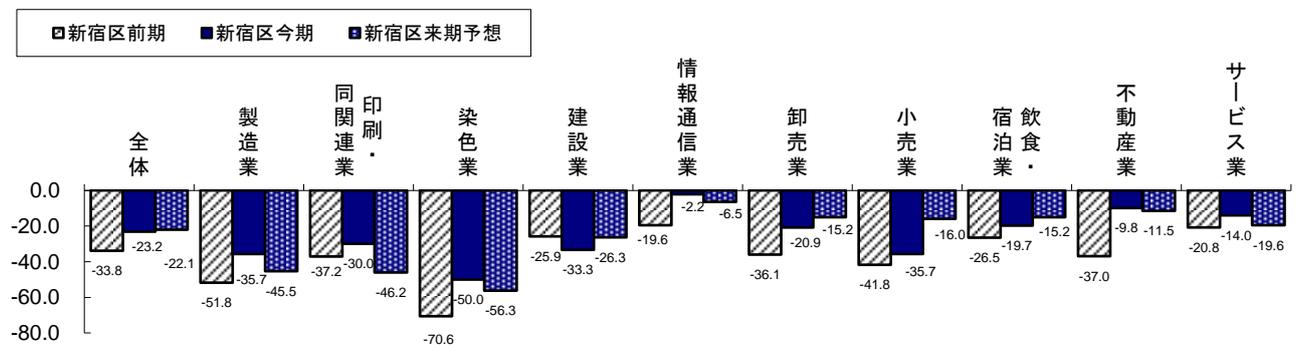
#### ●売上額 D.I

今期も全ての業種で水面下だが、製造業、染色業、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業の6業種で改善した。一方、印刷・同関連業、建設業、小売業、サービス業の4業種で悪化した。来期は、小売業と飲食・宿泊業で大きく改善するが、製造業と印刷・同関連業で大きく悪化する見込み。



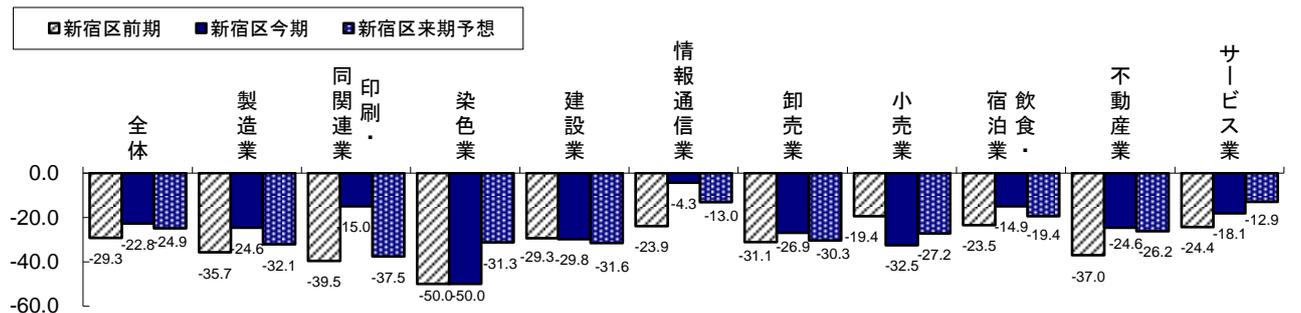
#### ●収益 D.I

今期も全ての業種で水面下だが、建設業以外の全ての業種で改善し、特に製造業、染色業、情報通信業、卸売業、不動産業の5業種で大きく改善した。来期は、建設業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業で改善するが、それ以外の6業種で悪化する見込み。



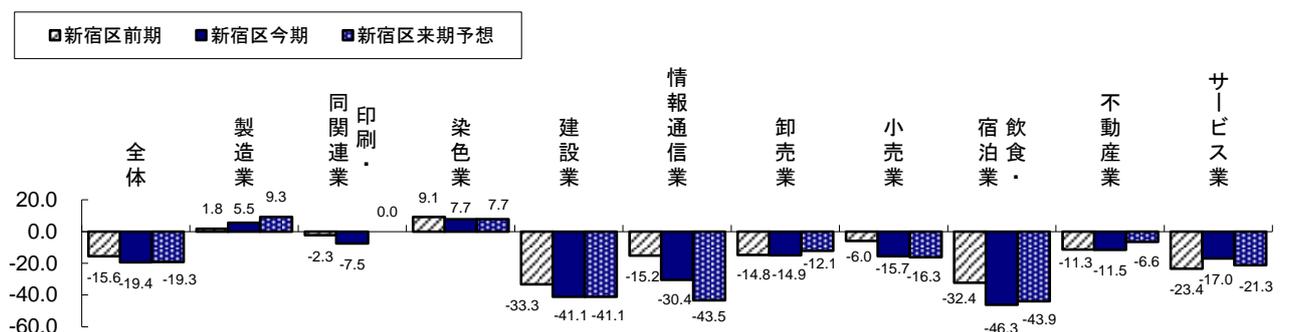
#### ●資金繰り D.I

今期も全ての業種において水面下で、建設業、小売業は窮屈感が強まり、染色業は前期並の窮屈感が続いたが、それ以外の7業種では窮屈感が和らいだ。来期は、染色業、小売業、サービス業で窮屈感が和らぐが、それ以外の7業種で窮屈感が強まる見込みである。



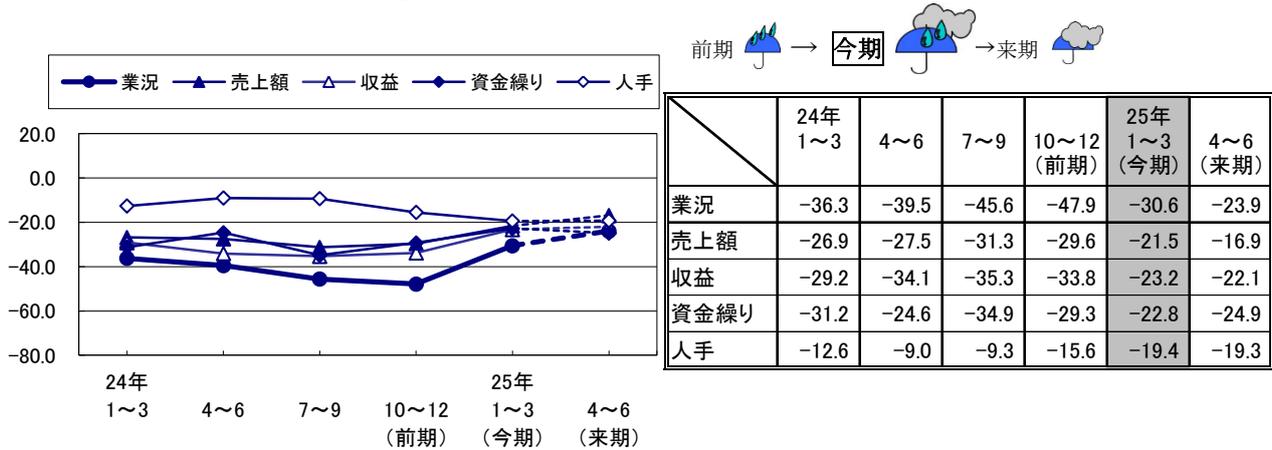
#### ●人手 D.I

今期は、製造業と染色業で過剰感が出て、それ以外の8業種では、不足感が出ている。来期は、情報通信業は不足感が大きく強まる一方、印刷・同関連業は適正範囲に推移する見込み。



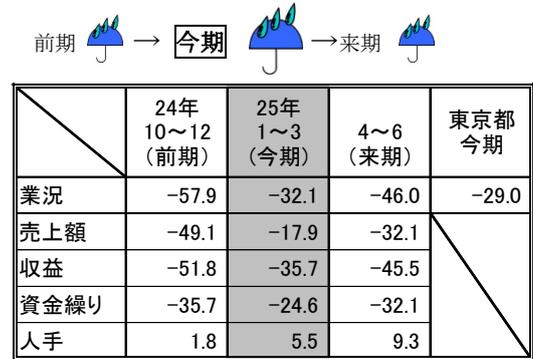
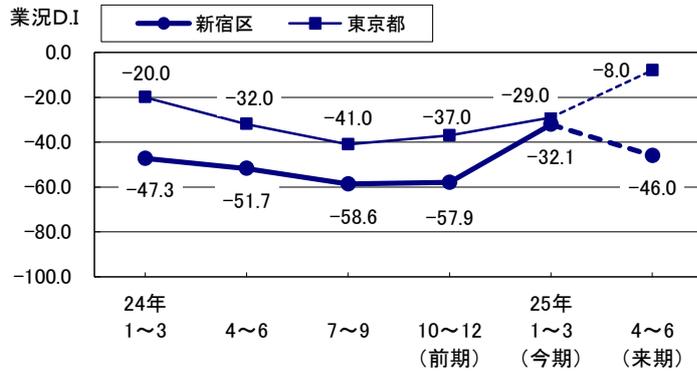
#### 4. 新宿区(全体)における項目別 D.I 推移

今期は、売上額・収益はともに改善し、資金繰りも窮屈感が和らぎ、業況も大きく改善した。人手は不足感が強まった。来期は、資金繰りは悪化するが、売上額・収益は改善し、業況も改善すると予想されている。人手は今期並の不足感が続く見込み。

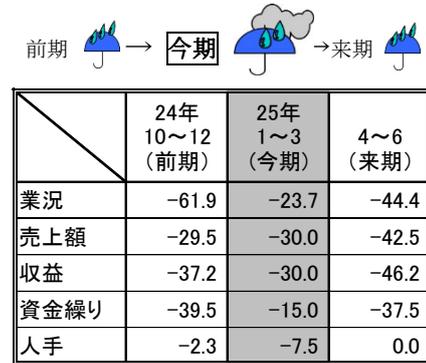
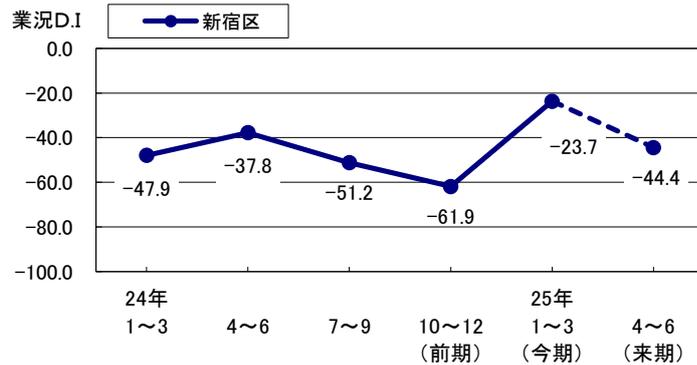


#### 5. 業種別における D.I 推移

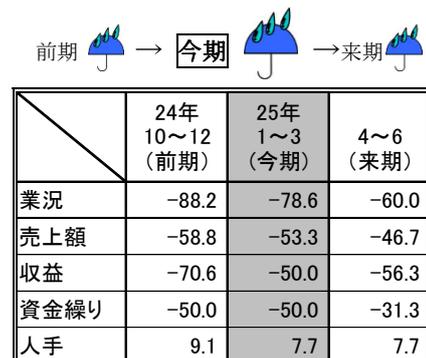
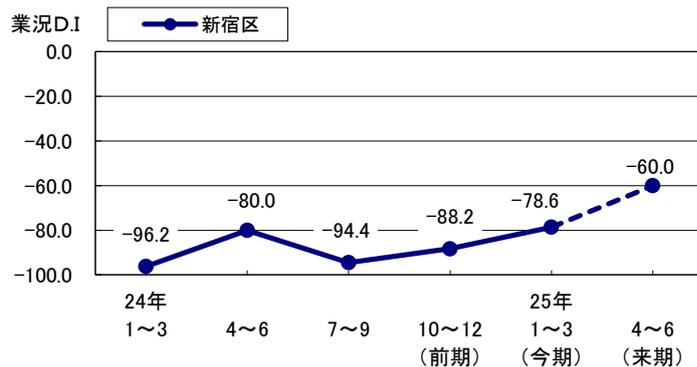
##### 1) 製造業



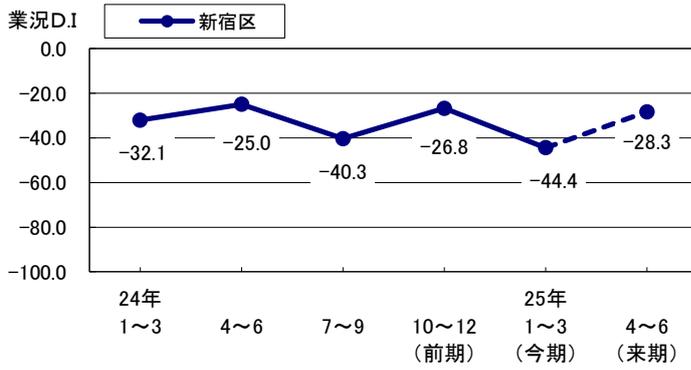
##### 2) 印刷・同関連業



##### 3) 染色業

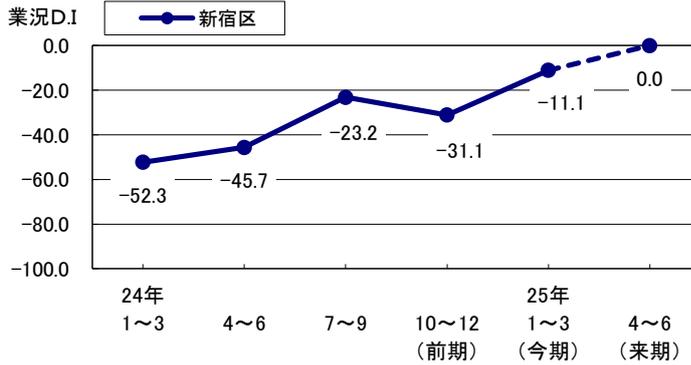


#### 4) 建設業



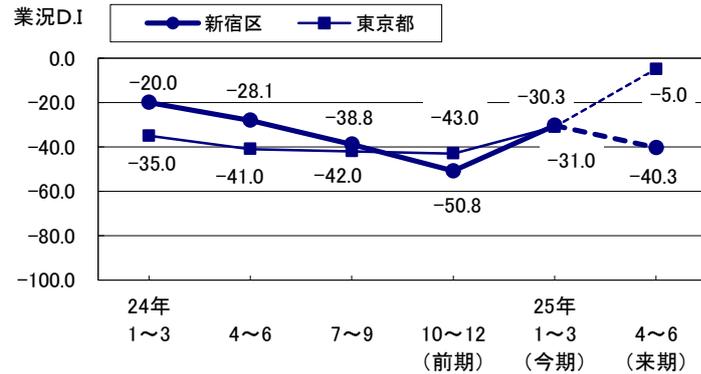
	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-26.8	-44.4	-28.3
売上額	-24.1	-29.8	-24.6
収益	-25.9	-33.3	-26.3
資金繰り	-29.3	-29.8	-31.6
人手	-33.3	-41.1	-41.1

#### 5) 情報通信業



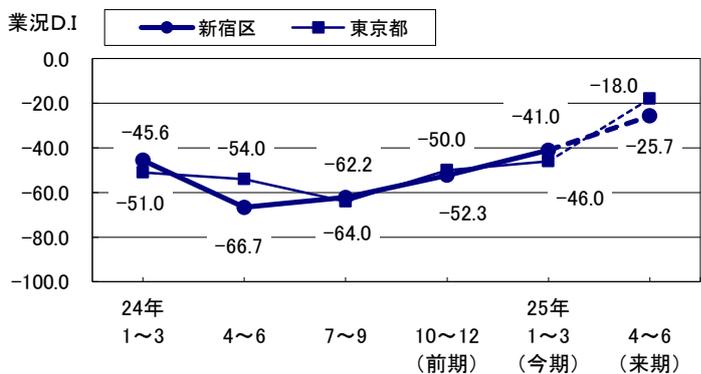
	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-31.1	-11.1	0.0
売上額	-15.2	-4.3	2.2
収益	-19.6	-2.2	-6.5
資金繰り	-23.9	-4.3	-13.0
人手	-15.2	-30.4	-43.5

#### 6) 卸売業



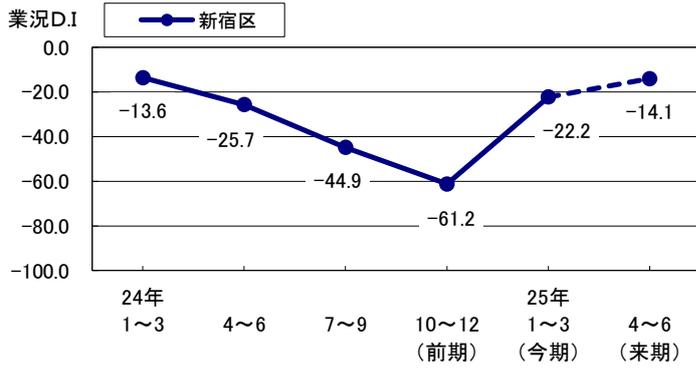
	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-50.8	-30.3	-40.3	-31.0
売上額	-37.7	-22.4	-22.7	
収益	-36.1	-20.9	-15.2	
資金繰り	-31.1	-26.9	-30.3	
人手	-14.8	-14.9	-12.1	

#### 7) 小売業



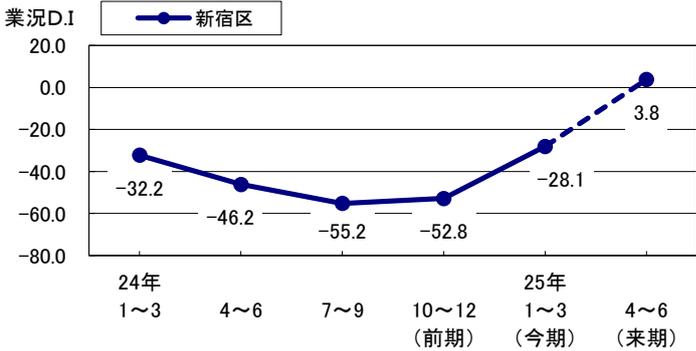
	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-52.3	-41.0	-25.7	-46.0
売上額	-28.4	-34.5	-12.3	
収益	-41.8	-35.7	-16.0	
資金繰り	-19.4	-32.5	-27.2	
人手	-6.0	-15.7	-16.3	

8) 飲食・宿泊業



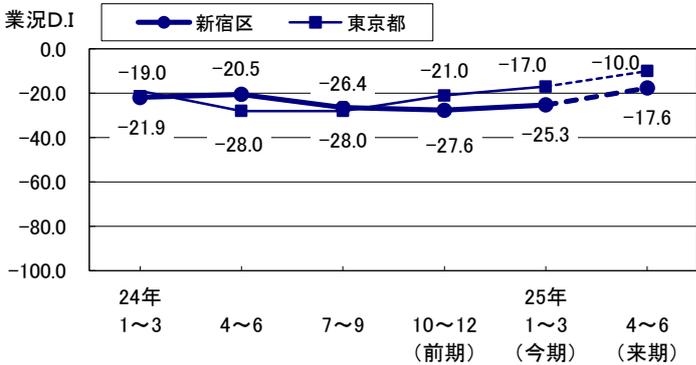
	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-61.2	-22.2	-14.1
売上額	-32.4	-18.2	-7.6
収益	-26.5	-19.7	-15.2
資金繰り	-23.5	-14.9	-19.4
人手	-32.4	-46.3	-43.9

9) 不動産業



	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-52.8	-28.1	3.8
売上額	-35.2	-8.2	-1.7
収益	-37.0	-9.8	-11.5
資金繰り	-37.0	-24.6	-26.2
人手	-11.3	-11.5	-6.6

10) サービス業



	24年 10~12 (前期)	25年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-27.6	-25.3	-17.6	-17.0
売上額	-10.3	-17.2	-13.0	
収益	-20.8	-14.0	-19.6	
資金繰り	-24.4	-18.1	-12.9	
人手	-23.4	-17.0	-21.3	

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」62.8%、2位「利幅の縮小」32.9%、3位「同業者間の競争の激化」31.0%と、前期からの順位に変動はみられなかった。

業種別では、全ての業種で「売上の停滞・減少」が最も多い結果となった。2位は、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」、飲食・宿泊業で「人手不足」、小売業で「同業者間の競争の激化」と「利幅の縮小」（同率）、それ以外の業種で「利幅の縮小」が挙げられている。また、今期は、製造業で「材料価格の上昇」が3位に挙げられており、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	62.8%	売上の停滞・減少	68.4%	売上の停滞・減少	64.1%
2位	利幅の縮小	32.9%	利幅の縮小	28.1%	同業者間の競争の激化	43.6%
3位	同業者間の競争の激化	31.0%	材料価格の上昇	22.8%	利幅の縮小	41.0%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	86.7%	売上の停滞・減少	57.9%	売上の停滞・減少	58.7%
2位	利幅の縮小	60.0%	利幅の縮小	36.8%	利幅の縮小	32.6%
3位	取引先の減少	46.7%	人手不足	35.1%	人手不足	26.1%
					同業者間の競争の激化	26.1%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	59.1%	売上の停滞・減少	72.6%	売上の停滞・減少	59.7%
2位	同業者間の競争の激化	31.8%	同業者間の競争の激化	36.9%	人手不足	37.1%
3位	利幅の縮小	30.3%	利幅の縮小	36.9%	利幅の縮小	24.2%
			顧客・ニーズの変化・減少	22.6%		
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	58.3%	売上の停滞・減少	58.5%		
2位	利幅の縮小	30.0%	同業者間の競争の激化	42.6%		
3位	同業者間の競争の激化	25.0%	利幅の縮小	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」41.9%、2位「販路を拡大する」38.1%、3位「人材育成を強化する」23.9%であった。1位と2位は前期と同様であったが、3位の「人材育成を強化する」は前期4位から順位を上げており、今後の動向が注目される。

業種別では、製造業、卸売業で「販路を拡大する」、染色業で「宣伝・広報を強化する」、飲食・宿泊業で「人材育成を強化する」、小売業で「販路を拡大する」と「新しい取引先を見つける」（同率）、それ以外の業種で「新しい取引先を見つける」が最も多い結果となった。なお、飲食・宿泊業は「人材を確保する」が2位に入り、特に人材面での取り組みを視野に入れた動きが強まっている。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	新しい取引先を見つける	41.9%	販路を拡大する	45.6%	新しい取引先を見つける	70.0%
2位	販路を拡大する	38.1%	技術力を強化する	36.8%	技術力を強化する	32.5%
3位	人材育成を強化する	23.9%	新しい取引先を見つける	31.6%	販路を拡大する	30.0%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	宣伝・広報を強化する	46.2%	新しい取引先を見つける	50.9%	新しい取引先を見つける	56.5%
2位	新しい取引先を見つける	38.5%	販路を拡大する	38.6%	販路を拡大する	43.5%
3位	販路を拡大する	30.8%	人材を確保する	38.6%	既存事業で新商品・新サービスを 開発(又は取り扱い)する	37.0%
			技術力を強化する	28.1%		
			新しい事業を始める	30.8%		
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	販路を拡大する	61.2%	販路を拡大する	41.5%	人材育成を強化する	48.4%
			新しい取引先を見つける	41.5%		
2位	新しい取引先を見つける	41.8%	既存事業で新商品・新サービスを 開発(又は取り扱い)する	28.0%	人材を確保する	38.7%
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	28.4%	品揃えを改善する	19.5%	販路を拡大する	24.2%
	不動産業		サービス業			
1位	新しい取引先を見つける	31.7%	新しい取引先を見つける	55.3%		
2位	販路を拡大する	26.7%	販路を拡大する	31.9%		
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	23.3%	人材育成を強化する	29.8%		

※ 最大3つまで選択

## 8. コメント調査結果

### 1) 製造業

- ・平成25年1月～2月は例年より受注が少なく、4月から増加する見込みである。
- ・建設業界の一部では停滞を脱した感があるが、我々の業界では、まだ停滞中である。一部材料価格が上昇してきたが、製品の値上は出来ない状況である。
- ・納入した装置も使えるだけ使って、駄目になって初めて買換えを検討する傾向が強い。やっと予算取りをしてもらっても凍結されたり、他に廻されたりで売上に繋がらず、非常に厳しい状況である。
- ・天然素材の仕入等に頼らず、安定生産のできる新製品の開発に努める。需要はあり、国内外の取引先との関係は問題ない。

### 2) 印刷・同関連業

- ・売上額は順調だが、収益が縮小している。取引先を増やし、無駄のない営業を心がける。
- ・今期は新しい得意先の確保ができ、売上額・収益ともにやや増加した。ただし、原材料代が上がる心配は多少ある。
- ・同業との差別化で売上額の増加へ動いている。特殊性が受け入れられている。
- ・主要顧客である大企業の設備投資が今後進むと必然的に弊社の受注が増えて、売上額増加に繋がると思うが、あと1年位は時間がかかると思われる。

### 3) 染色業

- ・新しい着物を作る人がいなくなり、また古着が安く300円より買えることで需要が減っている。着る人の変化例を挙げると、洋服感覚で着るケース、洋服に仕立てるケース、小物に作り変えるケース、ミシンで縫う素材（化繊等）への需要に切り替わっているケース等がある。
- ・着物業界全体が落ち込んでいる状況で売上が減少している。次のステップとして、伝統工芸品としての技術力の向上等を考えなくてはならない。また、染色技術を生かして洋装・雑貨への転換を図りたい。
- ・腕の良い職人さんがいなくなってしまい、気が付いたときには遅い。

### 4) 建設業

- ・得意先の福利厚生施設の閉鎖及び縮小による更新修理の減少。社会全般にわたって先行き経済の動向がつかめず、新規得意先を開拓するにも与信管理が非常に厳しい状況にあり、しばらくは匍匐前進営業を心がけたい。
- ・ゼネコン企業からの工事の撤退を決めてから、個人事業及び個人家屋の工事を手掛けている。当然事業の縮小、売上額の減少など苦しくなっているが、大手企業からの手形がなくなり、経営はむしろ安定している。
- ・電話設備の販売、工事等を受注している。今年に入り、受注は増えたが、ここ数年、売上額が伸び悩んでいたため、資金繰りはまだ厳しい状況である。
- ・前期から売上額が上昇、今期もその流れでよくなってきて、来期にも期待している状況。

### 5) 情報通信業

- ・システムの受託開発部門において、既存顧客からの受注拡大及び新規顧客増加により、売上額と収益は大幅に向上した。また、新規事業の販売開始による売上額及び収益への上積みもプラス材料である。
- ・自社製品の市場での評価が高まり、新規顧客からの問合せ、受注等大幅に増えている。加えて、海外でのサービス提供も要請されている。しかしながら、製品は代金回収前の納品となるため、人件費を含めた経費が大幅に増加し、資金繰りは悪化している。
- ・製造業が上向いているのに合わせて、業況は上向いているが、これがいつまで続くのかが、今一見えない。
- ・顧客の環境変化に対応できる商品づくりが肝要であり、新商品開発・企画部門の人材が不足している現状。

### 6) 卸売業

- ・同業者間の競争で収益の減少が予想される。それをカバーする為の人材の育成が急務である。
- ・輸入業のため、為替レートに関心が一番高い。情報のIT化は必須である。

- ・取引先が増えている。仕入先から値上げ要請があり、今後円安と共に収益圧迫要因になるのではと懸念している。
- ・主たる取引先が中国の造船所、船舶エンジンメーカーであるため、造船業界の景気自体の悪化及び中国造船業界の固有の問題等で売上がかなり減少し続けてきた。ただし造船業不況は底を打ちつつある兆しが見られ、取引先との契約数が徐々に回復しつつあるため、より一層の販路の開拓と新規事業への取組を進めたいと考えている。

## 7) 小売業

- ・年末から景気が良くなっている気がする。12月から1月、2月も売上が下がらない。
- ・大手企業の工場(業態変化)縮小で売上額が伸びず、新しい事業を検討中。
- ・取引先、仕入先とも固定化しているので、極端な増減が発生しない。新規取引先の確保は難しいので、仕入先を見直し、活発化をはかる。
- ・3年ほど前から、価格を重視し、海外・国内からインターネットで購入する顧客が増加している。

## 8) 飲食・宿泊業

- ・株式の価格上昇により、個人株主が消費にお金を廻してくれると売上増加に結びつくと思うが、6ヶ月くらいのタイムラグが必要だと思う。
- ・目先の状態は前期とほとんど変わりなし。不採算店の閉店が完了したので今期の収益は昨年以上となりそうである。消費税増税は困る。
- ・まだ、営業の数値自体は上ってこない。でも、世の中の的には良くなって来ていると思う。具体的には、人通りが増加したこと、使う金額は少ないが、客数は前年より少しずつ増加している点である。
- ・今年の3月から売上額がかなり改善している(前年比130%)。景気の「気」が上向いている気がする。

## 9) 不動産業

- ・同業他社との競争は厳しさが続いているが、安定した売上額・収益を継続している。引き続き、安定的経営を目指していく。
- ・当社(不動産賃貸業者)のテナントである飲食店(主に居酒屋)については、1月は新年会、3月中旬以降は歓送迎会等が行われる関係で、客入り状況は順調であるが、年中行事がない2月は客入りが伸びない状況にある。今後の経営状況の不安要素としては、来年4月からの消費税増税による消費マインドの抑制である。
- ・不動産賃貸業が主な業種で、今のところ収益に大きな差はない。今度、建物の老朽化が進み、新築物件との競争になりリスクを抱えることになるかと想像している。古くなったビルの先行きは不安である。
- ・顧客ニーズの掘り起こしに期待する。

## 10) サービス業

- ・得意先が安定している為、景気の影響はさほどないが、今後新しい取引先が必要だと思われる。
- ・消費税が上がる前の駆け込み需要があり、前期より営業は比較的楽であった。3年後が心配である。就職難とも世間では言われているが、こちらにまでは優秀な人材が回ってこない様に感じる。
- ・今年3月の駆け込み需要は例年にないもので、当社の創業以来最大の月次売上高となった。
- ・既存の大手取引先の受注金額が、年々目減りしている。一方で新規得意先の受注件数は増えているものの、まだ売上の柱となっていない。代理店であるため、仕入物の仕様改善や価格変更が難しい。業績が横ばいのため、新たに人材を雇用できず、社員の平均年齢が非常に高くなっている。

(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 25 年 5 月発行