

新宿区 中小企業の景況

(令和3年7月～9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 (38 件)、染色業 (16 件)、建設業 (44 件)、情報通信業 (40 件)、卸売業 (41 件)、小売業 (72 件)、飲食・宿泊業 (69 件)、不動産業 (54 件)、サービス業 (79 件)

※ () 内は有効回答数 合計 487 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】 令和3年9月上旬

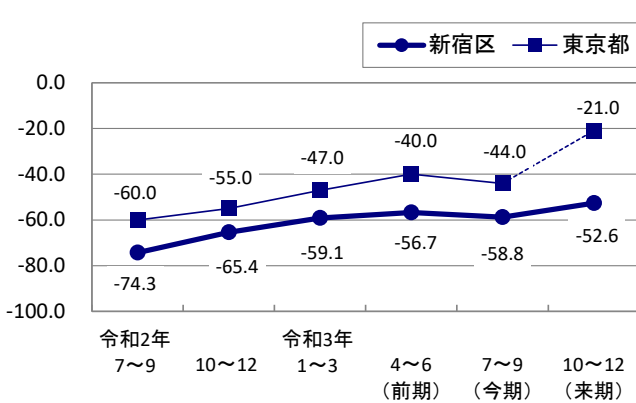
※各設問の詳細 (調査票) については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲58.8 と、前期 (令和3年4月～6月) の▲56.7 からやや低迷した。来期 (令和3年10月～12月) の予想は▲52.6 と改善する見込み (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 (図表2)。「良い」理由では、「海外需要 (売上) の動向」が前期より13.7ポイント増加し、悪い理由では「仕入価格の動向」が5.0ポイント増加した。

図表1 業況DIの推移



図表2 今期業況DIの判断理由 (%)

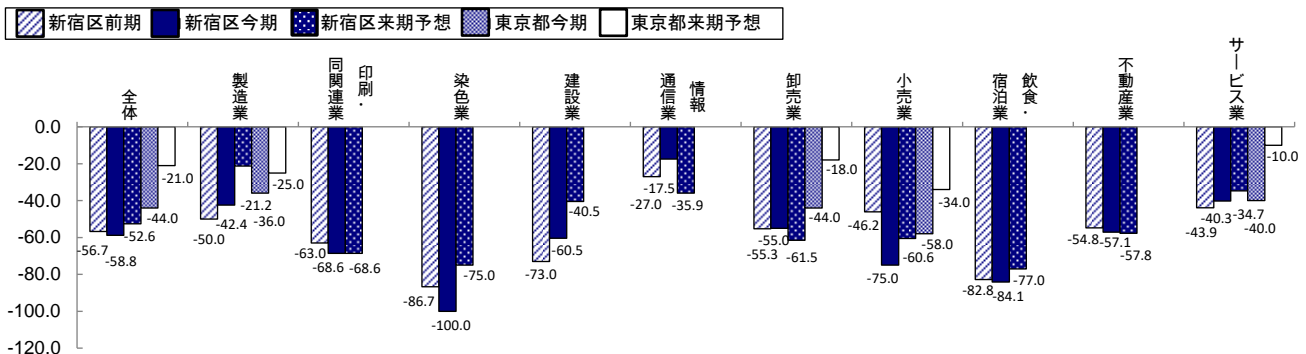
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況											
良い	90.5	21.4	9.5	16.7	4.8	7.1	7.1	7.1	0.0	21.4	4.8
悪い	84.5	8.4	15.2	28.5	11.7	20.4	2.6	2.6	2.3	24.6	21.7

※最大3つまで選択

業種別では、建設業が大きく持ち直し、製造業、情報通信業、サービス業でも改善した。一方、染色業、小売業では大きく低迷した。印刷・同関連業では厳しさが強まり、飲食・宿泊業、不動産業でもやや低迷した。また、卸売業では前期並みの厳しさが続いた。

来期は、製造業、染色業、建設業、小売業で大幅に改善し、飲食・宿泊業、サービス業でも持ち直す見込み。一方で、情報通信業では厳しさが大幅に強まり、卸売業でも低迷するほか、印刷・同関連業、不動産業では今期並みの厳しさが続く見込み (図表3)。

図表3 業況DI、見通しDI



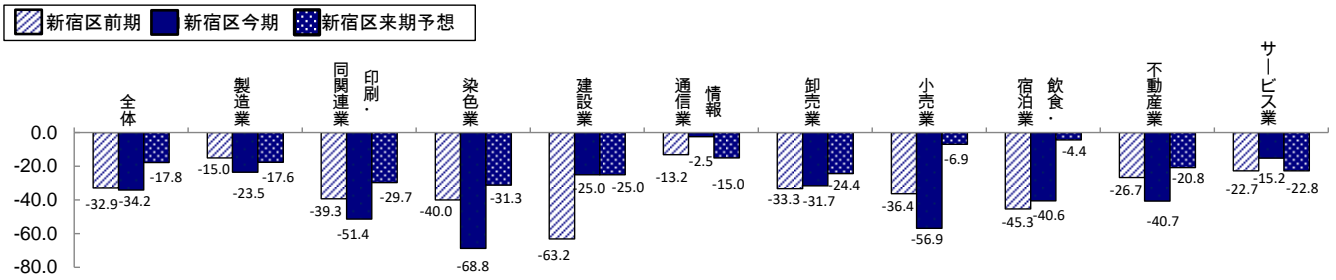
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の10月発表の資料によるもの。
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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うとするものである。

3. 業種別項目別 DI

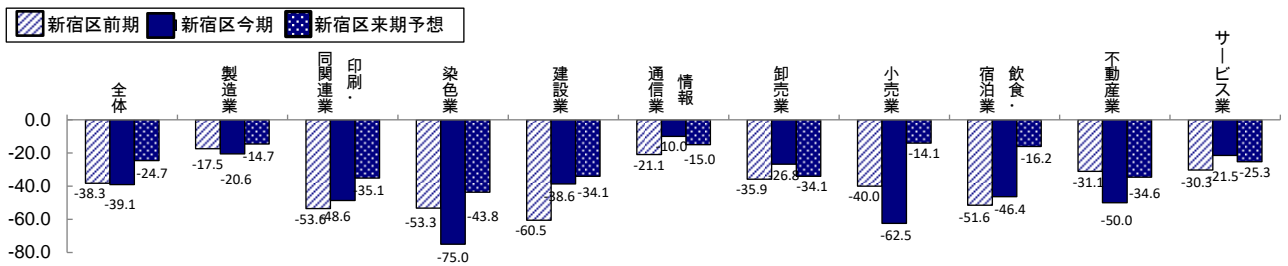
●売上額 DI

今期は、建設業、情報通信業で大幅に改善し、飲食・宿泊業、サービス業で改善したほか、卸売業でもやや持ち直した。一方、印刷・同関連業、染色業、小売業、不動産業では大きく低迷し、製造業でも厳しさを増した。来期は、印刷・同関連業、染色業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業で大きく持ち直し、製造業、卸売業でも改善する見込み。一方、情報通信業では大きく低迷し、サービス業では厳しさが強まり、建設業では今期並みの厳しさが続く見込み。



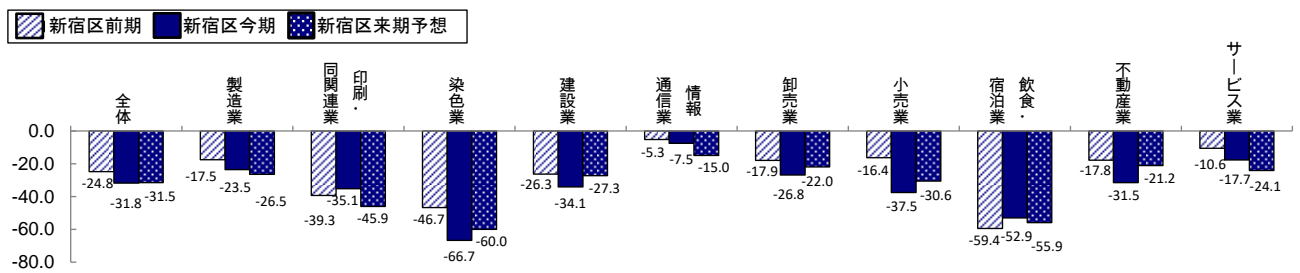
●収益 DI

今期は、建設業、情報通信業で大きく持ち直し、印刷・同関連業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業でも厳しさが和らいだ。一方、染色業、小売業、不動産業は大きく低迷し、製造業でも厳しさが強まった。来期は印刷・同関連業、染色業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業が大きく持ち直し、製造業、建設業でも厳しさが和らぐ見込み。一方、情報通信業、卸売業、サービス業では低迷する見込み。



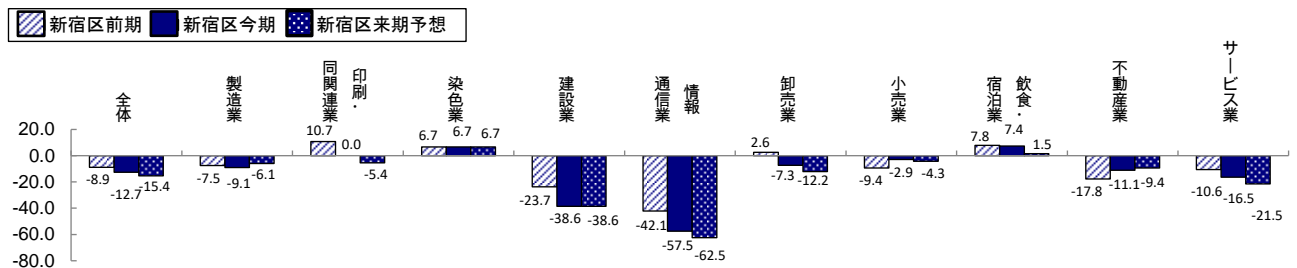
●資金繰り DI

今期は、印刷・同関連業、飲食・宿泊業で苦しさが和らいだ。一方、染色業、小売業、不動産業では苦しさが大きく増し、製造業、建設業、卸売業、サービス業でも窮屈感が強まったほか、情報通信業でも苦しさがやや増した。来期は、不動産業で苦しさが大きく和らぎ、染色業、建設業、卸売業、小売業でも窮屈感が弱まる見込み。一方、印刷・同関連業では窮屈感が大きく強まり、製造業、情報通信業、飲食・宿泊業、サービス業でも苦しが増す見込み。



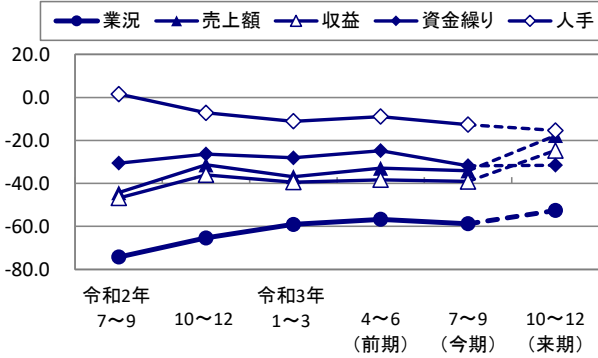
●人手 DI

今期は、製造業、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業で不足、染色業、飲食・宿泊業では過剰となり、印刷・同関連業では適正であった。来期は、製造業、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業で不足となり、染色業、飲食・宿泊業では過剰となる見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

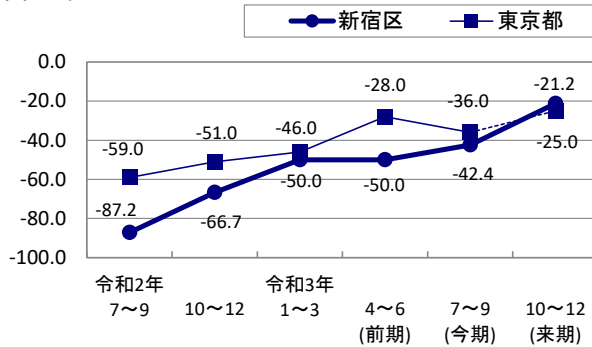
今期は、業況、売上額がやや低迷した。資金繰りで苦しさが強まり、人手は不足感が強まった。収益は前期並みの厳しさが続いた。来期は、業況が改善し、売上額が大幅に改善するほか、収益も大きく持ち直す見込み。人手は不足感がやや強まり、資金繰りは今期並みに厳しさが続く見込み。



	令和2年 7~9	10~12	令和3年 1~3	4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-74.3	-65.4	-59.1	-56.7	-58.8	-52.6
売上額	-44.3	-31.4	-36.9	-32.9	-34.2	-17.8
収益	-46.8	-36.0	-39.4	-38.3	-39.1	-24.7
資金繰り	-30.6	-26.4	-28.1	-24.8	-31.8	-31.5
人手	1.6	-7.2	-11.1	-8.9	-12.7	-15.4

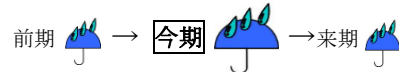
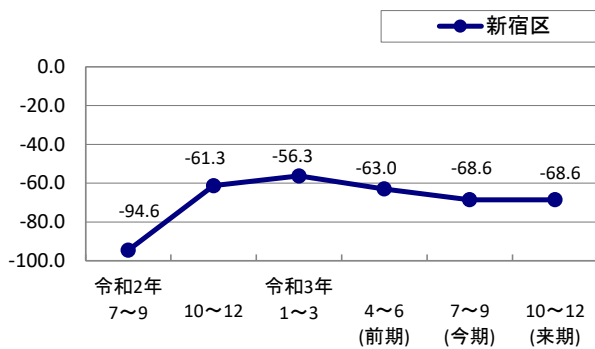
5. 業種別における DI 推移

1) 製造業



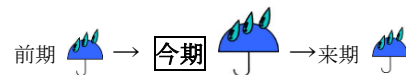
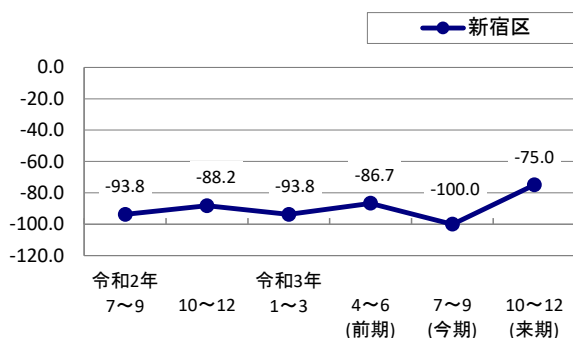
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-50.0	-42.4	-21.2	-36.0
売上額	-15.0	-23.5	-17.6	
収益	-17.5	-20.6	-14.7	
資金繰り	-17.5	-23.5	-26.5	
人手	-7.5	-9.1	-6.1	

2) 印刷・同関連業



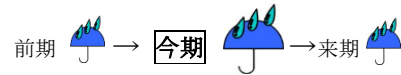
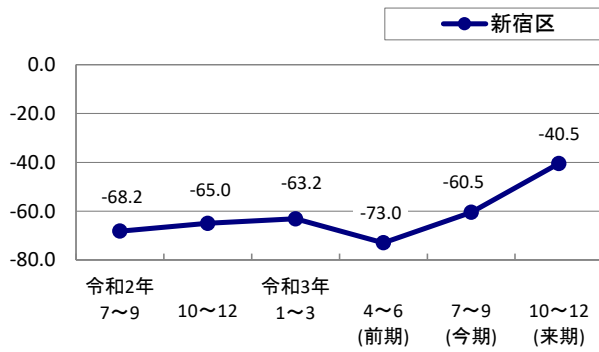
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-63.0	-68.6	-68.6
売上額	-39.3	-51.4	-29.7
収益	-53.6	-48.6	-35.1
資金繰り	-39.3	-35.1	-45.9
人手	10.7	0.0	-5.4

3) 染色業



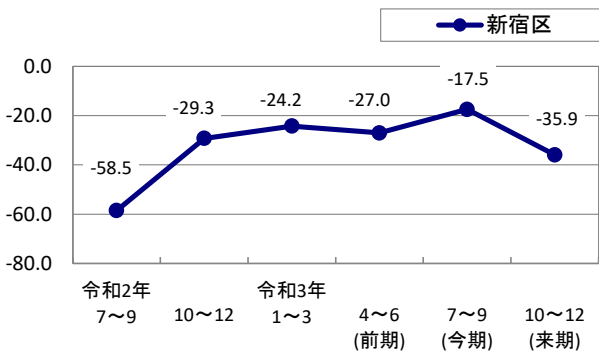
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-86.7	-100.0	-75.0
売上額	-40.0	-68.8	-31.3
収益	-53.3	-75.0	-43.8
資金繰り	-46.7	-66.7	-60.0
人手	6.7	6.7	6.7

4) 建設業



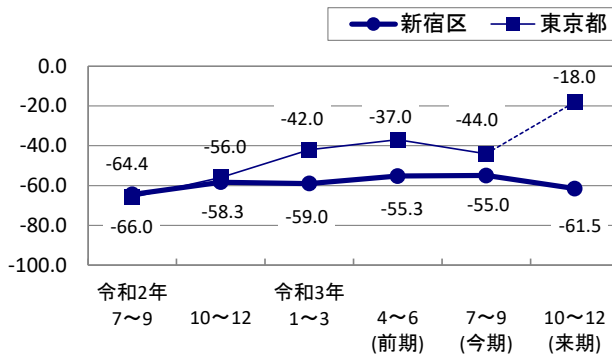
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-73.0	-60.5	-40.5
売上額	-63.2	-25.0	-25.0
収益	-60.5	-38.6	-34.1
資金繰り	-26.3	-34.1	-27.3
人手	-23.7	-38.6	-38.6

5) 情報通信業



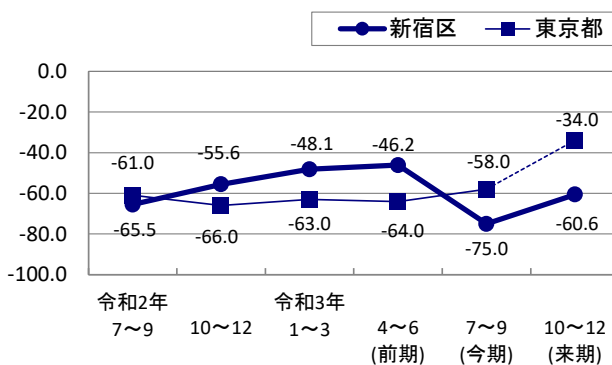
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-27.0	-17.5	-35.9
売上額	-13.2	-2.5	-15.0
収益	-21.1	-10.0	-15.0
資金繰り	-5.3	-7.5	-15.0
人手	-42.1	-57.5	-62.5

6) 卸売業



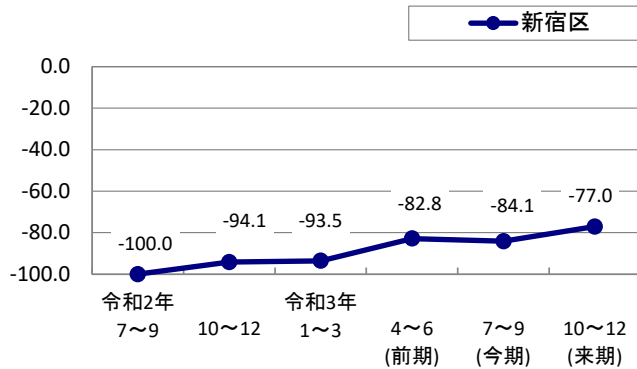
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-55.3	-55.0	-61.5	-44.0
売上額	-33.3	-31.7	-24.4	
収益	-35.9	-26.8	-34.1	
資金繰り	-17.9	-26.8	-22.0	
人手	2.6	-7.3	-12.2	

7) 小売業



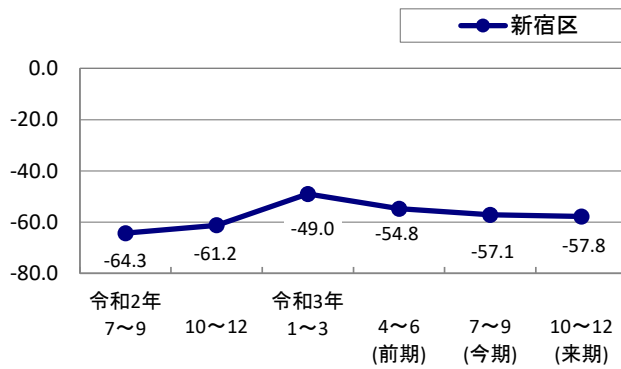
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-46.2	-75.0	-60.6	-58.0
売上額	-36.4	-56.9	-6.9	
収益	-40.0	-62.5	-14.1	
資金繰り	-16.4	-37.5	-30.6	
人手	-9.4	-2.9	-4.3	

8) 飲食・宿泊業



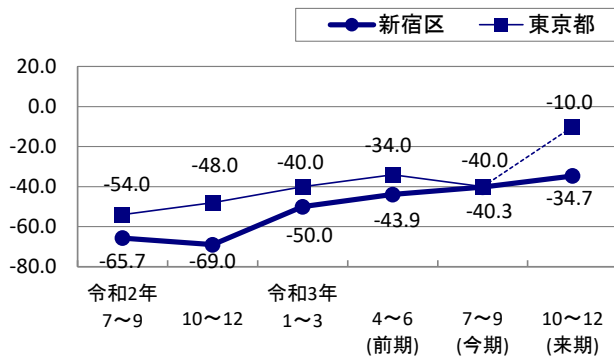
	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-82.8	-84.1	-77.0
売上額	-45.3	-40.6	-4.4
収益	-51.6	-46.4	-16.2
資金繰り	-59.4	-52.9	-55.9
人手	7.8	7.4	1.5

9) 不動産業



	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)
業況	-54.8	-57.1	-57.8
売上額	-26.7	-40.7	-20.8
収益	-31.1	-50.0	-34.6
資金繰り	-17.8	-31.5	-21.2
人手	-17.8	-11.1	-9.4

10) サービス業



	令和3年 4~6 (前期)	7~9 (今期)	10~12 (来期)	東京都 今期
業況	-43.9	-40.3	-34.7	-40.0
売上額	-22.7	-15.2	-22.8	
収益	-30.3	-21.5	-25.3	
資金繰り	-10.6	-17.7	-24.1	
人手	-10.6	-16.5	-21.5	

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 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」72.6%、2位「顧客・ニーズの変化・減少」25.5%、3位「同業者間の競争の激化」20.2%となった。

業種別では、全ての業種で「売上の停滞・減少」が1位となった。2位は、製造業で「材料価格の上昇」、染色業で「取引先の減少」、建設業、情報通信業、サービス業で「人手不足」、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業で「顧客・ニーズの変化・減少」、印刷・同関連業で「利幅の縮小」と「取引先の減少」となり、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	72.6%	売上の停滞・減少	56.3%	売上の停滞・減少	89.2%
2位	顧客・ニーズの変化・減少	25.5%	材料価格の上昇	28.1%	利幅の縮小	32.4%
					取引先の減少	32.4%
3位	同業者間の競争の激化	20.2%	顧客・ニーズの変化・減少	25.0%	同業者間の競争の激化	18.9%
					材料価格の上昇	18.9%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	90.9%	売上の停滞・減少	66.7%	売上の停滞・減少	61.5%
2位	取引先の減少	54.5%	人手不足	35.7%	人手不足	53.8%
3位	顧客・ニーズの変化・減少	45.5%	同業者間の競争の激化	21.4%	同業者間の競争の激化	25.6%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	58.5%	売上の停滞・減少	88.9%	売上の停滞・減少	91.0%
2位	顧客・ニーズの変化・減少	34.1%	顧客・ニーズの変化・減少	30.6%	顧客・ニーズの変化・減少	28.4%
3位	同業者間の競争の激化	24.4%	利幅の縮小	25.0%	利幅の縮小	22.4%
	取引先の減少	24.4%				
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	56.6%	売上の停滞・減少	64.9%		
2位	顧客・ニーズの変化・減少	24.5%	人手不足	29.9%		
3位	同業者間の競争の激化	20.8%	同業者間の競争の激化	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「販路を拡大する」39.5%、2位「新しい取引先を見つける」35.9%、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」22.7%となった。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、情報通信業、サービス業で「新しい取引先を見つける」、卸売業、小売業で「販路を拡大する」、飲食・宿泊業で「既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）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。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	販路を拡大する	39.5%	新しい取引先を見つける	40.6%	新しい取引先を見つける	52.8%
2位	新しい取引先を見つける	35.9%	販路を拡大する	31.3%	販路を拡大する	44.4%
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	22.7%	既存事業で新商品・新サービスを 開発(又は取り扱い)する	28.1%	技術力を強化する	27.8%
					技術力を強化する	28.1%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	50.0%	新しい取引先を見つける	42.5%	新しい取引先を見つける	46.2%
2位	販路を拡大する	40.0%	人材を確保する	37.5%	技術力を強化する	38.5%
3位	新しい事業を始める	20.0%	販路を拡大する	35.0%	販路を拡大する	35.9%
	宣伝・広報を強化する	20.0%			人材を確保する	35.9%
					人材育成を強化する	35.9%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	販路を拡大する	52.5%	販路を拡大する	50.0%	既存事業で新商品・新サービスを 開発(又は取り扱い)する	41.5%
2位	新しい取引先を見つける	40.0%	新しい取引先を見つける	38.9%	販路を拡大する	40.0%
3位	新しい事業を始める	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	27.8%	新しい事業を始める	32.3%
	不動産業		サービス業			
1位	不動産の有効活用を図る	39.6%	新しい取引先を見つける	44.7%		
2位	販路を拡大する	24.5%	販路を拡大する	38.2%		
3位	新しい取引先を見つける	18.9%	技術力を強化する	23.7%		

※ 最大3つまで選択

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 高額品は動きが良いが、これまでの主力価格帯が売れにくい。売上にバラつきがあり、不安定になっている。
- ・ 業種(取引先)の幅が出ており、売上の分散が目立つ。売上は現在のところ安定しているが、成長するにはIT化など変化が必要。
- ・ コロナによる贈答需要の減少による売上減は当面続くと思われる。贈答だけでなく、パーソナルユースを狙うとともに、固定費削減も同時に行い、コロナ禍でも収益確保できる体質へ転換をはかる。
- ・ コロナの影響で祭礼、イベントの中止や飲食店の自粛などで売上が減少している。
- ・ 売掛金の回収が遅れている。

2) 印刷・同関連業

- ・ 昨年より本年の推移(売上・利益)は改善しているが、一昨年ベースにはあと一歩。市場の停滞の影響が続くなら、今までとは違った商品・サービスの導入が必要。
- ・ コロナの影響もあり印刷物の減少、新規出版物の見送りなどで受注がやや減っている。
- ・ コロナの為、客先のテレワークが多く、営業にならない。
- ・ 取次流通の崩壊が起きている。しかしIT化導入には資金が足りない。零細には厳しい状況。
- ・ 受注委託の製造業である為、クライアント(出版、印刷業他)の業績に直結する。大変厳しい状況。

3) 染色業

- ・ 国と都の月次支援金、日本政策金融公庫からの借入で何とか持ちこたえている状況。
- ・ コロナにより教室に人が呼べない。12月に長野へ工房を移す予定。SNS、LINEを使った教室を計画している。
- ・ 取引先からの商品製作依頼が停滞、減少。

4) 建設業

- ・ エレベーターを据付・改販をしており、コロナ禍により2021年度は作業量が減少している。
- ・ 発注者の業績が悪化しているため、当社への受注量も減っている。人々の生活がコロナ以前に戻っても、売上は当時の8~9割程度にとどまると思われる。
- ・ 値引きをしないと受注が難しい。材料等の資金が反映できず利益率が悪い。消費税等の負担が大きい。
- ・ 受注予定の現場はある程度あるが、工程の遅れや計画の見直し等、様々な影響からなかなか受注に結びつかず、完工高が伸びない。このため月々の請求額も上がらず、資金需要が増加する年末を控え、財政状況はこれまでにない厳しいものとなっている。
- ・ 業界内での市場規模が縮小しているなかで、原材料の高騰、運送代の値上げが経費を圧迫している。社員の育成、人材の確保など通年の問題が未解決となっているため、業務の効率が悪い。
- ・ 当社は移動間仕切メーカーで、飲食店等と同様、人が集まる宴会場、集会場、結婚式場、葬祭場などの仕事が無い。

5) 情報通信業

- ・ 不動産業向けサービスを行っており、不動産業界全般が好調なため、事業環境は良好。
- ・ コロナの影響が和らぎ、新規投資意欲の高い飲食関係より、当社主力商品であるセルフオーダー・セルフレジの引き合いが好調。売上高、収益に寄与している。
- ・ まとまった受託作業が複数社から来ており、人出不足の状態。業務的にテレワークが可能な為、コロナの影響はほぼなし。
- ・ 優秀な人材確保が最大の課題。
- ・ 9月末で現在の取引案件が終了するため、次案件獲得の営業を行っている。コロナ禍で営業機会が減少しているのが課題となっている。
- ・ 1年間コロナ禍を理由に営業活動が滞ってしまい、売上の回復に至っていない。新サービスの開発に時間を要し、コストを回収できず、資金繰りに不安を抱えている。

6) 卸売業

- ・ 半導体関連が好調。
- ・ 仕入先の値上げによる取引先との調節問題がある。
- ・ 脱下請けを目標に4年前より準備してきたが、コロナ禍で展示会等は中止、広報をするタイミングも失する。ロットも単価も削られ、全く良い兆しが無い。
- ・ 電子工学業界に於ける国内需要(開発分野)が伸び悩み、非常に厳しい。
- ・ 度重なる緊急事態宣言で飲食店の自粛と補償は良いが、その仕入先への配慮がない政策により、赤字が積み上がる。

7) 小売業

- ・ 巣ごもり需要で小売販売の売上が増加し、今年9月まではコロナ禍以前の売上をほぼキープできていたが、10月以降、緊急事態宣言が解除され家飲みへの機会は減り、売上は減少が見込まれる。
- ・ 緊急事態宣言で営業活動に支障がでている。弊社の所在地が新宿区ということもあり、地方の顧客から訪問を受け入れて頂けないことがあった。
- ・ 半導体不足による商品供給の低下。
- ・ ホテルがメインの内装工事の為、売上が半減。
- ・ 既存取引先の取引額が減少し、売上、収益ともに苦しい。SNSを通じて新規取引先は月1~2件増えているが、大口の減少を補えていない。
- ・ コロナでパーティー等が全く無く会場装飾の仕事が0。慶事も無く、贈答花需要の落ち込みが厳しい。

8) 飲食・宿泊業

- ・ 飲食店経営の為、コロナ休業中。協力金によって固定費は何とか払えるので店の存続は可能。
- ・ 酒が売れないので夜営業はしていない。ランチは利益が少ないので資金不足になる。
- ・ 学生街が商圈なので大学の授業形態に大きく左右されている。イベント、飲み会が制限されているので、今後の見通しも暗い。
- ・ 緊急事態宣言等による休業や時短営業により大きく売上を落としている状況。また、仕入価格の値上げ、最低賃金の上昇により利益が悪化している。
- ・ 昨年度5億円の赤字。本年度も下期で1.5億赤字予測。先がまったく見えない状態である。

9) 不動産業

- ・ 不動産賃貸管理の会社で、入居者が安定しているので特に経営の不安はない。
- ・ 国内の景気が悪く賃料収入の増加が期待できない。
- ・ 賃借人の経営悪化のため、家賃滞納が多くなり、不動産賃貸収入が減少している。
- ・ 賃貸マンション経営をしているが、賃料に消費税が含まれておらず、消防点検、エレベーター点検などは10%増税され、利益が損なわれている。また、競合上、インターネット接続無料、宅配BOXなど経費増となるものがあり、賃料値上げにもタイムラグがあるため厳しい。
- ・ 景気の悪化、テレワークの推進によりビルの空室が激増し、家賃値上げなどでテナントを取り合うような状況になっている。この状況が続くと賃貸業はかなり厳しくなると思う。

10) サービス業

- ・ 経営コンサルタント業で、従来から無理な拡大はしない方針のため、大きな変動はない。
- ・ 一部オンライン講座を開始し、受講者や売上収益が増加したが、コロナ禍前の水準には戻っていない。
- ・ 報酬改定に伴う事務量の増加が、現場事業に影響を与えている。
- ・ 対個人サービス業(美容業)のため、顧客数確保が困難。19年度売上から2-3割減。諸経費抑制と客単価UPで収支バランスを取っている。
- ・ 主な売上は留学生の授業料。入国制限が続く生徒が入国することができず、売上に計上できない。
- ・ アトリエでサイズオーダーを営業しているが、緊急事態宣言中でお客様が来場を控え、オーダーがない。オンラインショップも始めたが、中々軌道に乗らず資金繰りが非常に厳しい。

【特別調査】「テレワークの実施状況と課題」

【調査実施時期】
令和3年9月上旬

【調査結果概要】

テレワークの実施状況は、全体では「実施していない」が60.9%で最も多く、「実施している」34.4%、「実施検討中」4.7%となった（問1）。

テレワークを実施していると回答した企業に活用している従業員の割合を尋ねたところ、「2割以上4割未満」が34.9%で最多、以下「6割以上8割未満」23.0%、「10割（ほぼ全員）」と「4割以上6割未満」が同率19.1%と続いた（問2）。テレワークを実施している理由は、「新型コロナウイルス感染症対策」が92.2%で最も多く、以下「ワーク・ライフ・バランスの向上」22.1%、「育児中・介護中の従業員への対応」14.3%と続いた（問3）。テレワークの課題は、「社内外のコミュニケーションが取りにくい」が66.7%で最も多く、次いで「契約書の押印や書類へのサインなど、紙書類の対応が難しい」34.0%、「テレワーク可能な業務が少ない」30.0%と続いた（問4）。導入しているツールは、「Web会議ツール」が77.7%で最も多く、以下「コミュニケーションツール（チャットツール）」62.8%、「勤怠管理ツール」28.4%と続いた（問5）。今後の実施方針は、「継続したい」が58.8%で最も多く、「どちらでもない」32.7%、「継続したくない」8.5%となった（問6）。

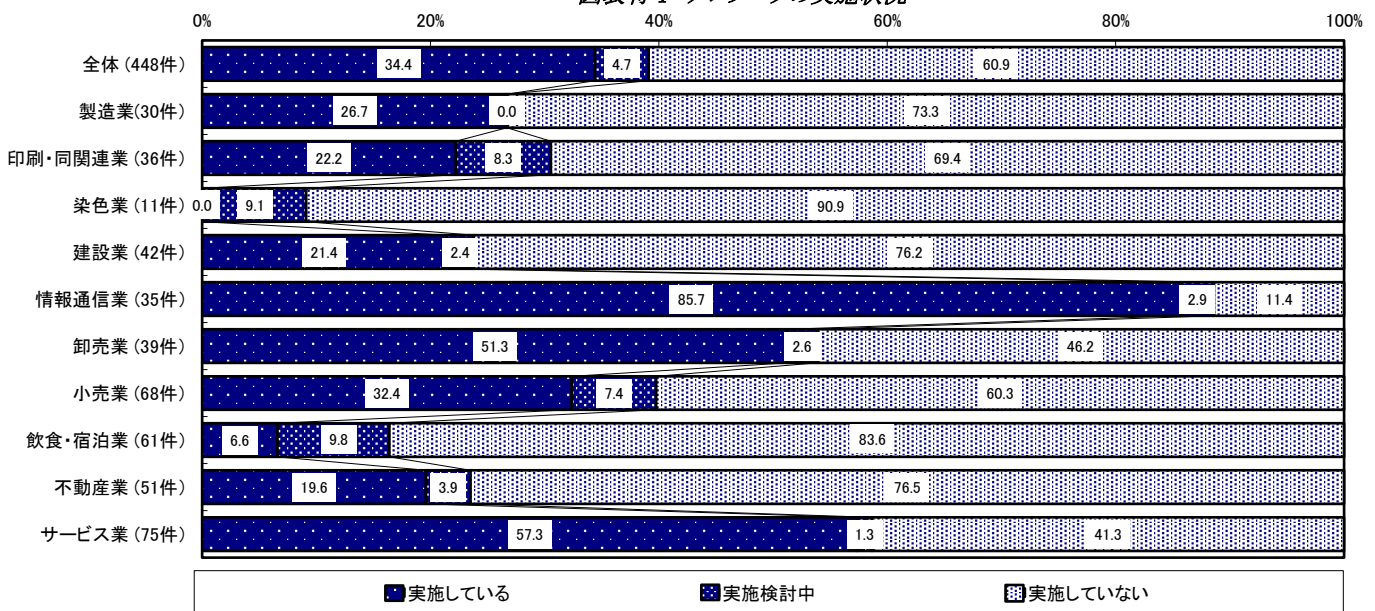
テレワークを検討中、または実施していない企業にテレワークを実施していない理由を尋ねたところ、「テレワークに適した業務がないから」が85.4%で最も多く、次いで「社内外のコミュニケーションに支障があるから」と「労務管理・評価などの社内体制が整っていないから」が同率10.1%、「実施するメリットがわからないから」8.4%と続いた（問7）。今後の導入については、「どちらでもない」が46.1%で最も多く、以下「導入したくない」38.6%、「補助金等の助成があれば導入を検討したい」8.6%、「導入したい」6.7%となった（問8）。

問1 テレワークの実施状況

テレワークの実施状況は、全体では「実施していない」が60.9%で最も多く、「実施している」34.4%、「実施検討中」4.7%となった。

業種別では、情報通信業で「実施している」が8割半ば、卸売業、サービス業で5割以上となった。製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業では「実施していない」が「実施している」を上回った（図表特1）。

図表特1 テレワークの実施状況

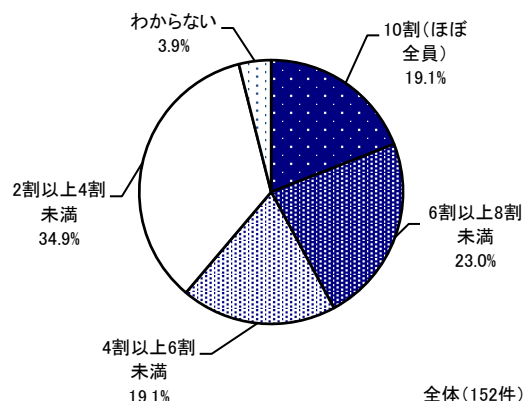


問2 テレワークを活用している従業員の割合

テレワークを実施していると回答した企業に活用している従業員の割合を尋ねたところ、「2割以上4割未満」が34.9%で最多、以下「6割以上8割未満」23.0%、「10割（ほぼ全員）」と「4割以上6割未満」が同率19.1%と続いた（図表特2）。

業種別では、「10割（ほぼ全員）」は、製造業で4割弱、情報通信業、卸売業で2割以上となった。（染色業、飲食・宿泊業は回答件数5件未満のため割愛）。

図表特2 テレワークを活用している従業員の割合

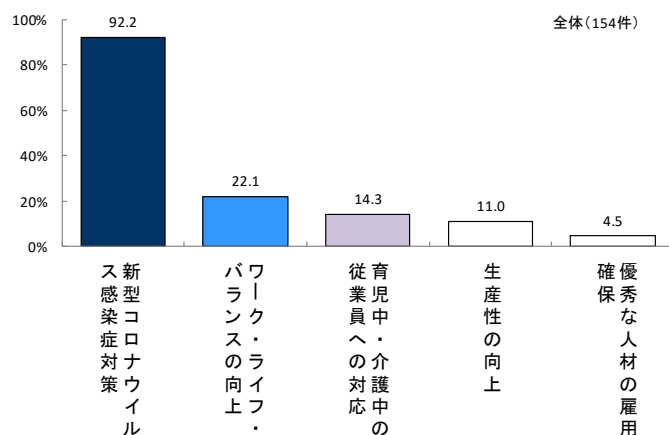


問3 テレワークを実施している理由

テレワークを実施していると回答した企業にテレワークを実施している理由を尋ねたところ、全体では「新型コロナウイルス感染症対策」が92.2%で最も多く、以下「ワーク・ライフ・バランスの向上」22.1%、「育児中・介護中の従業員への対応」14.3%と続いた(図表特3)。

業種別では、卸売業で「新型コロナウイルス感染症対策」が10割を占め、情報通信業、サービス業でも9割以上となった。また、「ワーク・ライフ・バランスの向上」は不動産業で4割、製造業、卸売業で3割以上となった。「育児中・介護中の従業員への対応」は印刷・同関連業、建設業、卸売業で2割以上と他の業種と比べて多い傾向があった(染色業、飲食・宿泊業は回答件数5件未満のため割愛)。

図表特3 テレワークを実施している理由
(複数回答可・上位5位)

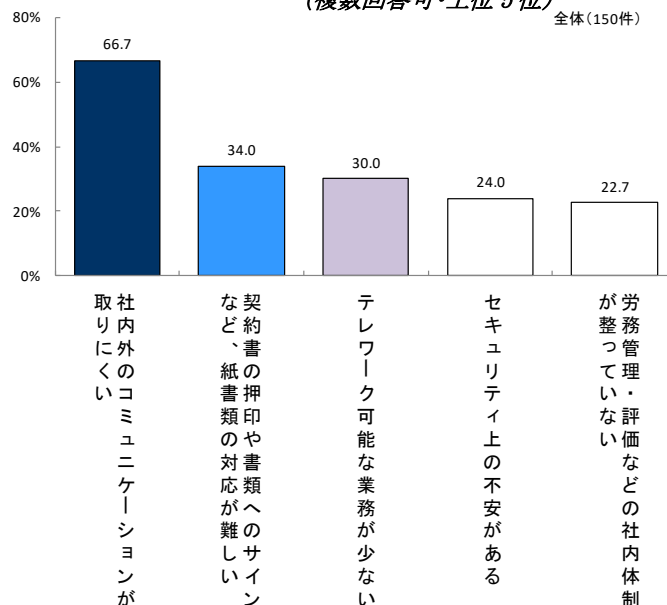


問4 テレワークの課題

テレワークを実施していると回答した企業にテレワークの課題を尋ねたところ、全体では「社内外のコミュニケーションが取りにくい」が66.7%で最も多く、次いで「契約書の押印や書類へのサインなど、紙書類の対応が難しい」34.0%、「テレワーク可能な業務が少ない」30.0%と続いた(図表特4)。

業種別では、印刷・同関連業以外では「社内外のコミュニケーションが取りにくい」が最多となり、製造業、情報通信業、卸売業、サービス業では7割を超えた。印刷・同関連業では「社内外のコミュニケーションが取りにくい」と「テレワーク可能な業務が少ない」と「セキュリティ上の不安がある」が同率で最多であった。卸売業、小売業、不動産業では「契約書の押印や書類へのサインなど、紙書類の対応が難しい」が4割以上と他の業種と比べて多い傾向があった。(染色業、飲食・宿泊業は回答件数5件未満のため割愛)。

図表特4 テレワークの課題
(複数回答可・上位5位)

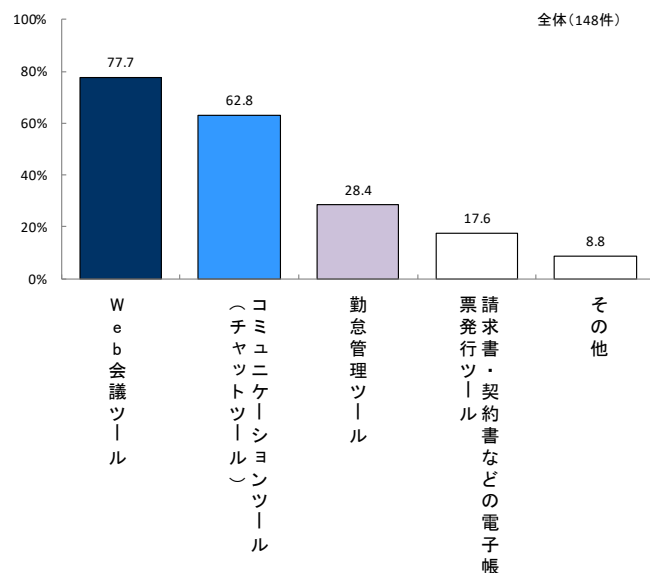


問5 テレワーク実施のために導入しているツール

テレワークを実施していると回答した企業にテレワーク実施のために導入しているツールを尋ねたところ、全体では「Web会議ツール」が77.7%で最も多く、以下「コミュニケーションツール(チャットツール)」62.8%、「勤怠管理ツール」28.4%と続いた(図表特5)。

業種別では、「Web会議ツール」は情報通信業で9割半ば、サービス業で8割強、製造業、印刷・同関連業、卸売業、小売業で7割以上が導入されている。「コミュニケーションツール(チャットツール)」は情報通信業、卸売業では8割以上、印刷・同関連業では7割半ばで導入されている(染色業、飲食・宿泊業は回答件数5件未満のため割愛)。

図表特5 テレワーク実施のために導入しているツール
(複数回答可)

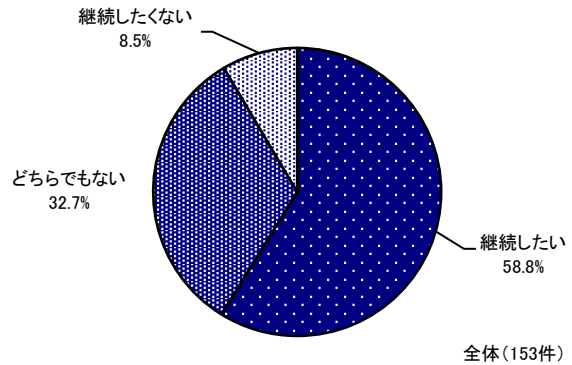


問6 今後の実施方針

テレワークを実施していると回答した企業に今後の実施方針について尋ねたところ、全体では「継続したい」が58.8%で最も多く、「どちらでもない」32.7%、「継続したくない」8.5%となった（図表特6）。

業種別では、卸売業で7割、製造業、建設業、情報通信業、小売業、不動産業で6割以上が「継続したい」と回答した（染色業、飲食・宿泊業は回答件数5件未満のため割愛）。

図表特6 今後の実施方針

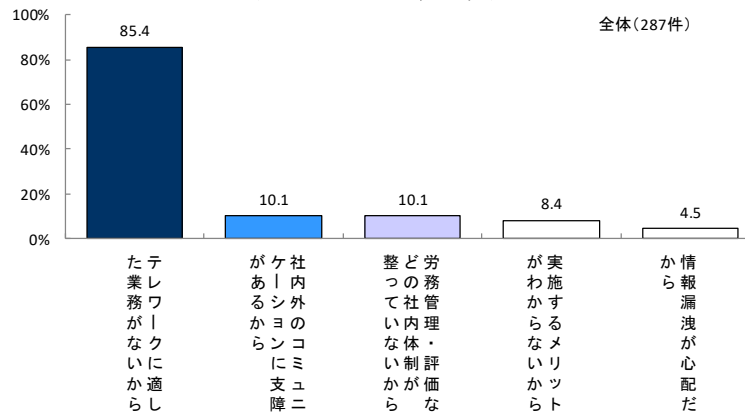


問7 テレワークを実施していない理由

テレワークを検討中、または実施していないと回答した企業にテレワークを実施していない理由を尋ねたところ、全体では「テレワークに適した業務がないから」が85.4%で最も多く、次いで「社内外のコミュニケーションに支障があるから」と「労務管理・評価などの社内体制が整っていないから」が同率10.1%、「実施するメリットがわからないから」8.4%と続いた（図表特7①）。

業種別では、すべての業種で「テレワークに適した業務がないから」が最も多く、卸売業で10割、建設業では9割強となった（情報通信業は回答件数5件未満のため割愛）（図表特7②）。

図表特7① テレワークを実施していない理由（複数回答可・上位5位）



図表特7② テレワークを実施していない理由（複数回答可・業種別）

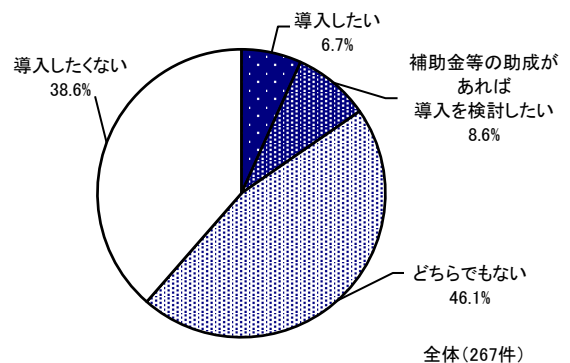
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	テレワークに適した業務がないから 77.3%	テレワークに適した業務がないから 81.5%	テレワークに適した業務がないから 70.0%	テレワークに適した業務がないから 93.5%	テレワークに適した業務がないから 50.0%
2位	実施するメリットがわからないから 13.6%	社内外のコミュニケーションに支障があるから 14.8%	実施するメリットがわからないから 30.0%	労務管理・評価などの社内体制が整っていないから 16.1%	社内外のコミュニケーションに支障があるから 50.0%
3位	従業員が希望していないから 9.1%	情報漏洩が心配だから 7.4%	実施するメリットがわからないから 9.7%	実施するメリットがわからないから 9.7%	実施するメリットがわからないから 25.0%
	労務管理・評価などの社内体制が整っていないから 9.1%	労務管理・評価などの社内体制が整っていないから 7.4%			

	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	テレワークに適した業務がないから 100.0%	テレワークに適した業務がないから 80.4%	テレワークに適した業務がないから 89.3%	テレワークに適した業務がないから 87.5%	テレワークに適した業務がないから 84.4%
2位	社内外のコミュニケーションに支障があるから 15.8%	労務管理・評価などの社内体制が整っていないから 15.2%	労務管理・評価などの社内体制が整っていないから 8.9%	社内外のコミュニケーションに支障があるから 12.5%	社内外のコミュニケーションに支障があるから 15.6%
3位	実施するメリットがわからないから 10.5%	社内外のコミュニケーションに支障があるから 13.0%	情報漏洩が心配だから 5.4%	情報漏洩が心配だから 7.5%	実施するメリットがわからないから 12.5%

問8 今後の導入

テレワークを検討中、または実施していないと回答した企業に今後の導入について尋ねたところ、全体では「どちらでもない」が46.1%で最も多く、以下「導入したくない」38.6%、「補助金等の助成があれば導入を検討したい」8.6%、「導入したい」6.7%となった（図表特8）。

図表特8 今後の導入



問9 テレワーク実施に対する行政支援について(自由記述)

- ・ 新型コロナへの対応が100%だと思っている。コロナ収束後は全社員通常に戻すつもりである(製造業)。
- ・ 行政機関が率先してデジタル化を進め、範を示してくれると、古参社員のデジタル化への抵抗感が減ると思う(製造業)。
- ・ システム投資に対する助成等をより促進しやすい制度を望む。テレワークへの取組に対する給与面もしくは税制の優遇措置を提案して欲しい。これらに対して長期的な運用が可能な制度であって欲しい(製造業)。
- ・ 新型コロナの感染対策によって、設備拡充する費用が限界。感染再拡大した際、さらなる追加の助成金対策を講じてくれるのか不安である(印刷・同関連業)。
- ・ 補助金などの支援があるが、内容が複雑でわかりづらく、なかなか手が出せない状況である(印刷・同関連業)。
- ・ 現状、メールでの送受信で対応。テレワークまで必要としていない(建設業)。
- ・ テレワークに適した業務でないが、テレワークが可能な業務に対する行政支援は前向きに行って欲しい(建設業)。
- ・ IT導入補助金の継続と拡大(建設業)。
- ・ 請求書等の書類は郵送しなければならないお客様がほとんどである。そういった書類はデータ化してメール等でのやりとりだけで対応が完結するようにならない限り、完全テレワークは難しいと思われる(情報通信業)。
- ・ テレワークできない業種もあるのに、テレワークできる業種ばかり優遇するべきではない(情報通信業)。
- ・ テレワーク手当分の補助や奨励金、手当分の非課税の計算が難しいせいで導入できていない。簡略化や個人での手続きを行えるようにしてほしい(情報通信業)。
- ・ 非常に便利で効率性のある分野であるが、Wi-Fi環境にネックがある。Wi-Fi環境を強化する対策を求めたい(小売業)。
- ・ 飲食業でテレワークは無理である(飲食・宿泊業)。
- ・ 一つの働き方として有りだと思うが、向く企業や業種などある為、必要以上の推奨や支援は不必要。企業や団体が考えることであって、過度の予算や経費を使う程のことではない(不動産業)。
- ・ デスクトップパソコンにデータが入っているので、ラップトップパソコンを社外に持ち出しデータを共有できる環境を構築しなければならないし、ウイルス対策など費用が掛かる。その辺りの助成を期待したい(不動産業)。
- ・ テレワークによりマイナスの影響を受ける業種に対しても、何らかの支援が欲しいと思う(不動産業)。
- ・ テレワークの実施は本来、多様な働き方のひとつの手段であり、それを行政が支援していくことについて異論はない。しかしコロナ禍において「人流を減らす」ことを主目的としたテレワークの実施の仕方にはたいへん違和感がある。このような発信をしていると、かえって「テレワークの」本質を誤って理解する人々が増えると思う(サービス業)。
- ・ すでにテレワークを実施しているが、まだやりづらさもある。支援があればさらに良い環境でリモートワークができるようになると思う(サービス業)。
- ・ 業種、職種によってテレワークのしやすいものとしにくいものがある。官庁の提出書類のデジタル化を急ぎ、民間企業のDX化のリーダーシップをとっていただきたい(サービス業)。
- ・ 押印不要、書面での郵送不要など、効率化を望む(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)
令和3年11月発行