

新宿区 中小企業の景況

(令和7年4月～6月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】製造業(40件)、建設業(42件)、情報通信業(33件)、卸売業(43件)、小売業(59件)、飲食・宿泊業(89件)、不動産業(49件)、サービス業(81件)、印刷・同関連業(30件)、染色業(12件)
※()内は有効回答数 合計 478件

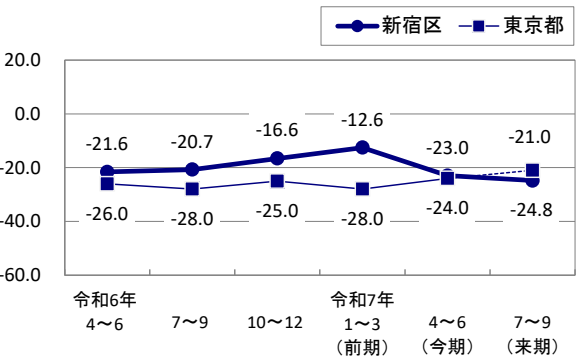
【調査方法】郵送アンケート調査 【調査機関】(株)東京商工リサーチ 【調査実施時期】令和7年6月上旬
※各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲23.0と、前期(令和7年1月～3月)の▲12.6からかなり厳しさが増した。来期(令和7年7月～9月)の予想は▲24.8とやや厳しさが増す見込み(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、「仕入価格の動向」が前期より8.2ポイント増加した。悪い理由では、「仕入価格の動向」が6.9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

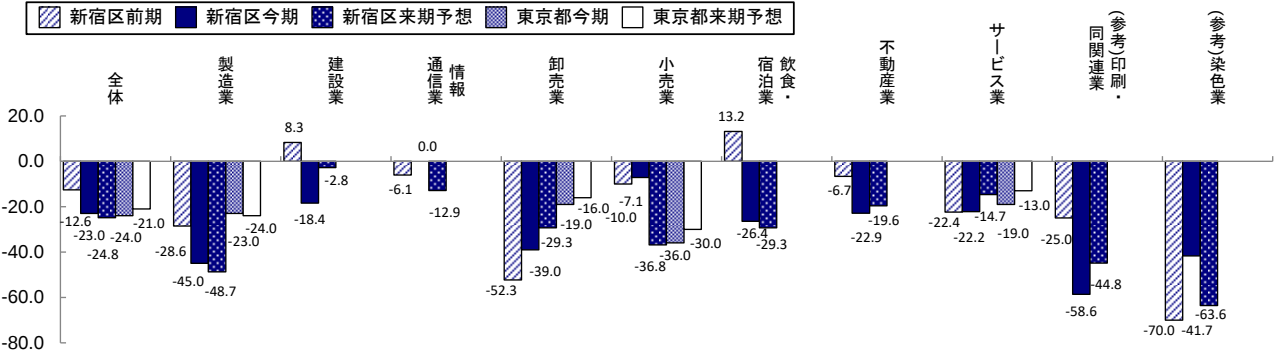
項目	国内需要(売上)の動向	海外需要(売上)の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競争	その他
業況											
良い	72.6	12.3	37.0	32.9	9.6	11.0	4.1	8.2	1.4	21.9	5.5
悪い	66.3	9.1	26.9	58.3	33.7	19.4	2.3	13.1	3.4	16.6	6.9

※最大3つまで選択

業種別では、卸売業はかなり厳しさが和らぎ、情報通信業は改善し、小売業はやや持ち直し、サービス業は前期並の厳しさが続いた。一方、建設業、飲食・宿泊業は水面下に転じ、製造業、不動産業はかなり厳しさが増した。

来期は、建設業、卸売業はかなり厳しさが和らぎ、サービス業は持ち直し、不動産業はやや改善する見込み。一方、情報通信業、小売業はかなり厳しさが強まり、製造業は低迷し、飲食・宿泊業はやや厳しさが強まる見込み。(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)

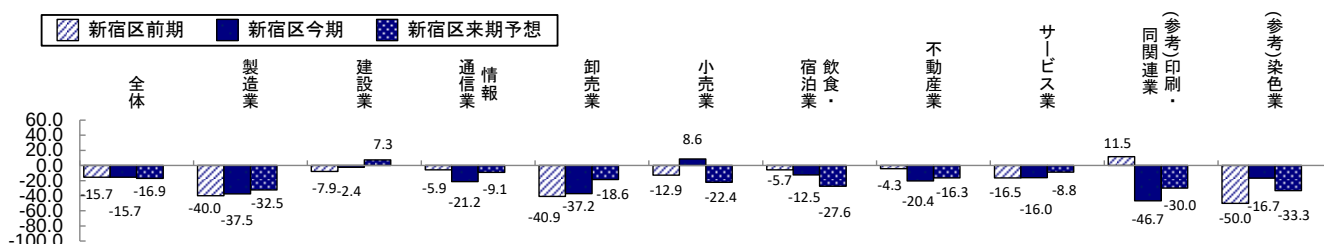
業況:経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

DI(ディーアイ): 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。全体DIに印刷・同関連業、染色業は含まないが、参考として個別に掲載する。

3. 業種別項目別 DI

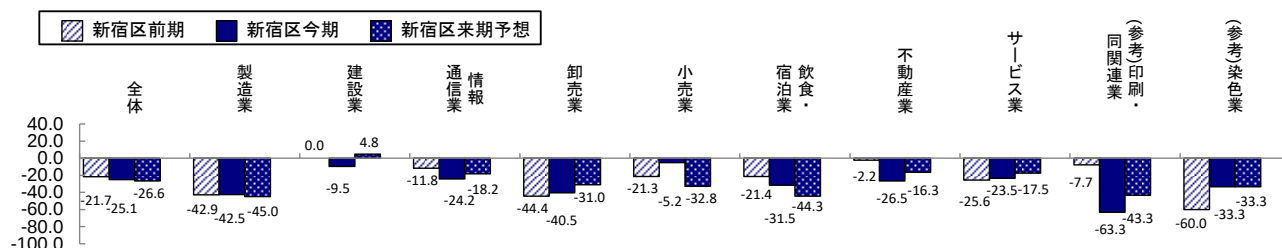
●売上額 DI

今期は、小売業は好転し、建設業、卸売業は厳しさが和らぎ、製造業はやや持ち直した。一方、情報通信業、不動産業はかなり厳しさが強まり、飲食・宿泊業は低迷し、サービス業は前期並の厳しさが続いた。来期は、建設業は好転し、情報通信業、卸売業は大幅に改善し、製造業、不動産業、サービス業は厳しさが和らぐ見込み。一方、小売業は水面下に転じ、飲食・宿泊業はかなり厳しさが強まる見込み。



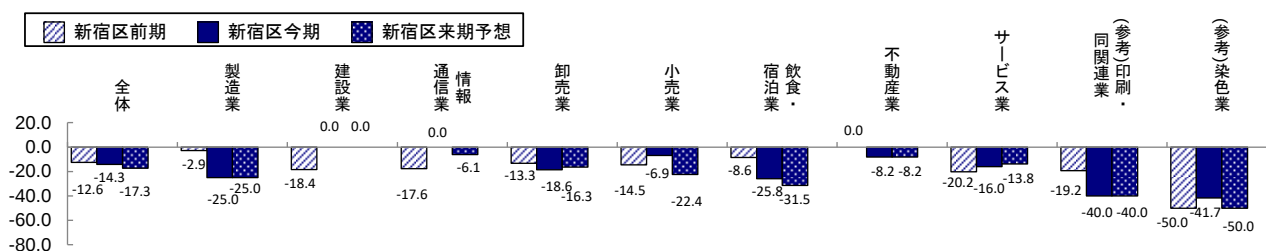
●収益 DI

今期は、小売業はかなり厳しさが和らぎ、卸売業は改善し、サービス業はやや持ち直した。一方、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業、不動産業はかなり厳しさが強まり、製造業は前期並の厳しさが続いた。来期は、建設業は好転し、不動産業はかなり厳しさが和らぎ、情報通信業、卸売業、サービス業は改善する見込み。一方、小売業、飲食・宿泊業はかなり厳しさが強まり、製造業はやや低迷する見込み。



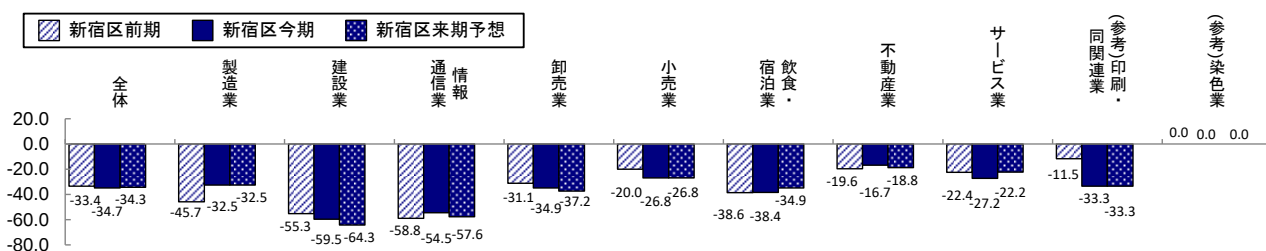
●資金繰り DI

今期は、建設業、情報通信業はかなり苦しさが和らぎ、小売業、サービス業は窮屈感が弱まった。一方、製造業、飲食・宿泊業はかなり窮屈感が強まり、不動産業、卸売業は苦しさが増した。来期は、卸売業、サービス業はやや窮屈感が弱まり、建設業は前期並で推移する見込み。一方、小売業はかなり窮屈感が強まり、情報通信業、飲食・宿泊業は苦しさが増し、製造業、不動産業は今期並の苦しさが続く見込み。



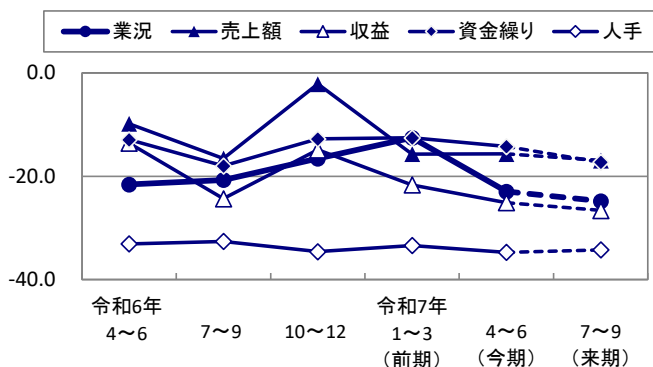
●人手 DI

今期は、製造業、情報通信業、不動産業は不足感が緩和したが、建設業、卸売業、小売業、サービス業は不足感が強まり、飲食・宿泊業は前期並の不足感が続いた。来期は、全ての業種で不足となる見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

今期は、業況はかなり厳しさが増し、収益はやや低迷し、資金繰りはやや窮屈感が強まり、売上額は前期並の厳しさが続き、人手は前期並の不足感が続いた。来期は、業況はやや厳しさが増し、収益はやや低迷し、資金繰りはやや窮屈感が強まり、売上額は前期並の厳しさが続き、人手は前期並の不足感が続く見込み。

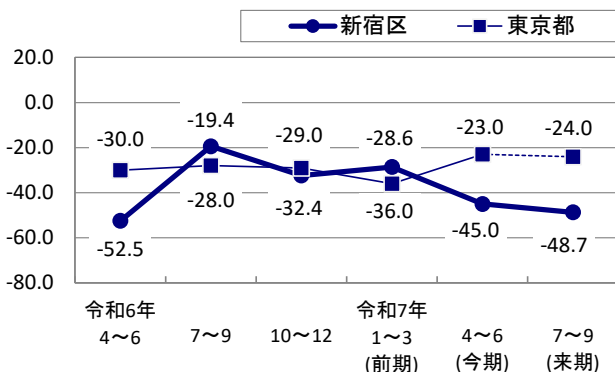


前期 → 今期 → 来期

	令和6年 4～6	7～9	10～12	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)
業況	-21.6	-20.7	-16.6	-12.6	-23.0	-24.8
売上額	-9.8	-16.5	-2.1	-15.7	-15.7	-16.9
収益	-13.6	-24.3	-14.9	-21.7	-25.1	-26.6
資金繰り	-12.9	-18.0	-12.8	-12.6	-14.3	-17.3
人手	-33.1	-32.6	-34.6	-33.4	-34.7	-34.3

5. 業種別における DI 推移

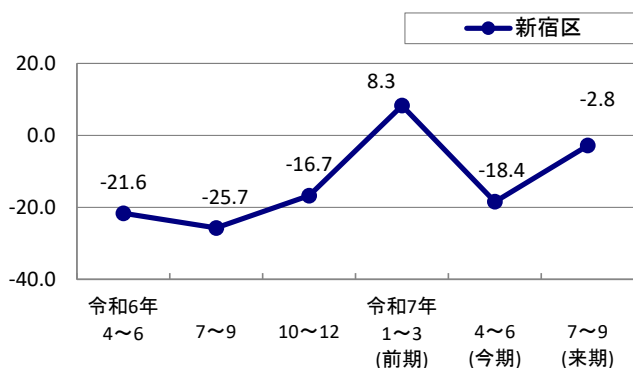
1) 製造業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)	東京都 今期
業況	-28.6	-45.0	-48.7	-23.0
売上額	-40.0	-37.5	-32.5	
収益	-42.9	-42.5	-45.0	
資金繰り	-2.9	-25.0	-25.0	
人手	-45.7	-32.5	-32.5	

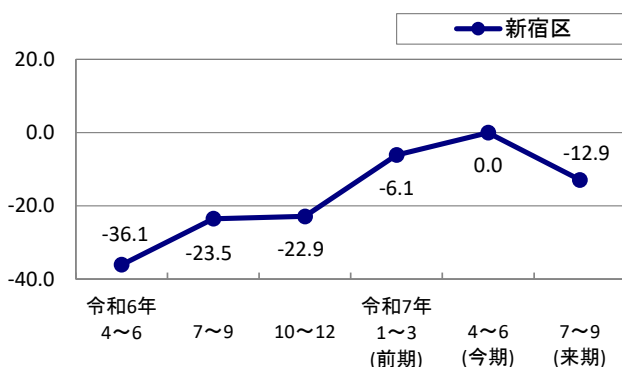
2) 建設業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)
業況	8.3	-18.4	-2.8
売上額	-7.9	-2.4	7.3
収益	0.0	-9.5	4.8
資金繰り	-18.4	0.0	0.0
人手	-55.3	-59.5	-64.3

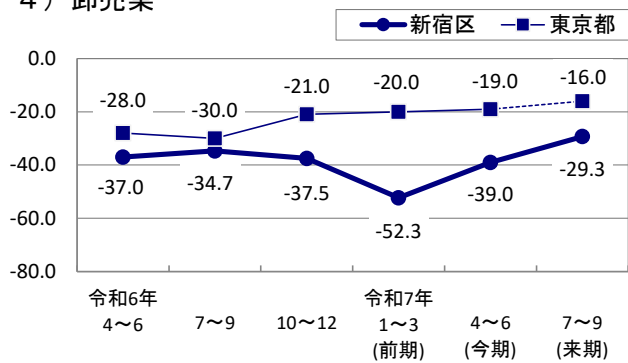
3) 情報通信業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)
業況	-6.1	0.0	-12.9
売上額	-5.9	-21.2	-9.1
収益	-11.8	-24.2	-18.2
資金繰り	-17.6	0.0	-6.1
人手	-58.8	-54.5	-57.6

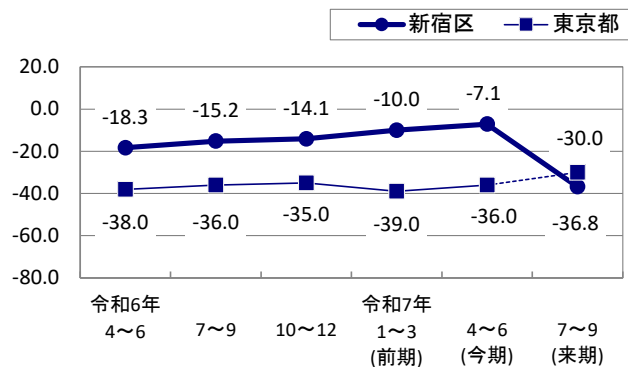
4) 卸売業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-52.3	-39.0	-29.3	-19.0
売上額	-40.9	-37.2	-18.6	
収益	-44.4	-40.5	-31.0	
資金繰り	-13.3	-18.6	-16.3	
人手	-31.1	-34.9	-37.2	

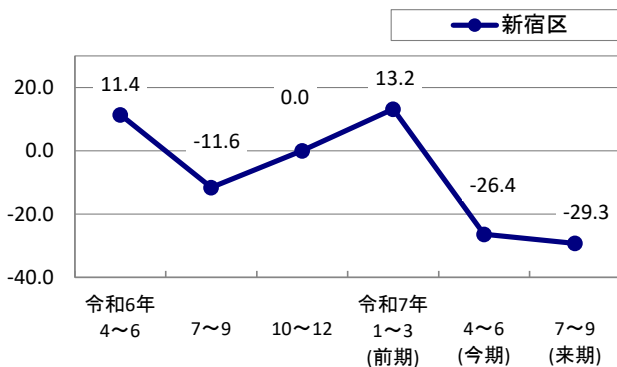
5) 小売業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-10.0	-7.1	-36.8	-36.0
売上額	-12.9	8.6	-22.4	
収益	-21.3	-5.2	-32.8	
資金繰り	-14.5	-6.9	-22.4	
人手	-20.0	-26.8	-26.8	

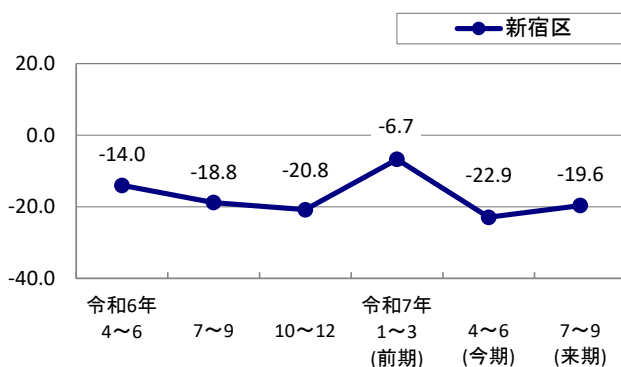
6) 飲食・宿泊業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	13.2	-26.4	-29.3
売上額	-5.7	-12.5	-27.6
収益	-21.4	-31.5	-44.3
資金繰り	-8.6	-25.8	-31.5
人手	-38.6	-38.4	-34.9

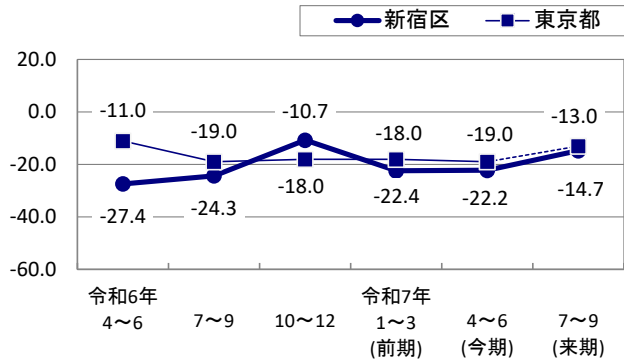
7) 不動産業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-6.7	-22.9	-19.6
売上額	-4.3	-20.4	-16.3
収益	-2.2	-26.5	-16.3
資金繰り	0.0	-8.2	-8.2
人手	-19.6	-16.7	-18.8

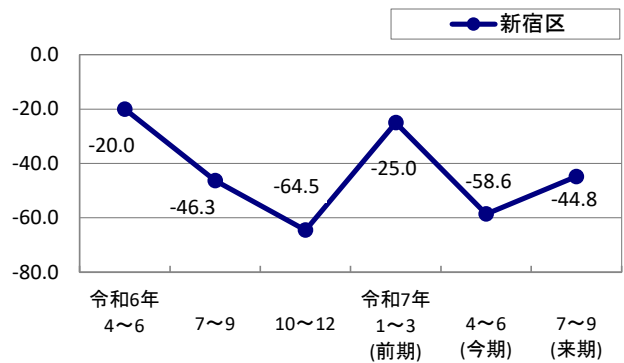
8) サービス業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)	東京都 今期
業況	-22.4	-22.2	-14.7	-19.0
売上額	-16.5	-16.0	-8.8	
収益	-25.6	-23.5	-17.5	
資金繰り	-20.2	-16.0	-13.8	
人手	-22.4	-27.2	-22.2	

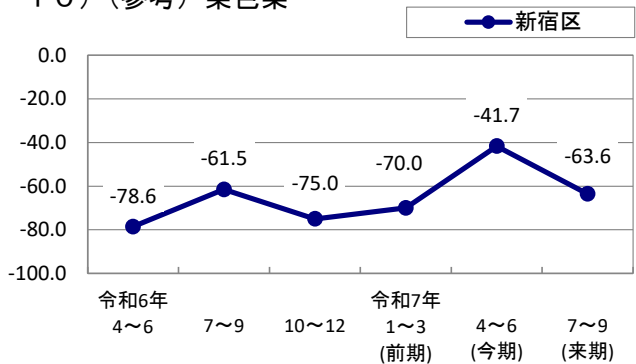
9) (参考) 印刷・同関連業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)
業況	-25.0	-58.6	-44.8
売上額	11.5	-46.7	-30.0
収益	-7.7	-63.3	-43.3
資金繰り	-19.2	-40.0	-40.0
人手	-11.5	-33.3	-33.3

10) (参考) 染色業



前期 → 今期 → 来期

	令和7年 1～3 (前期)	4～6 (今期)	7～9 (来期)
業況	-70.0	-41.7	-63.6
売上額	-50.0	-16.7	-33.3
収益	-60.0	-33.3	-33.3
資金繰り	-50.0	-41.7	-50.0
人手	0.0	0.0	0.0

マーク									
	D.I値								
全体	16	以上	15 ～ 6	5 ～ -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
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
(参考)印刷・同関連業	20	以上	19 ～ 10	9 ～ 0	-1 ～ -10	-11 ～ -20	-21 ～ -30	-31	以下
(参考)染色業	20	以上	19 ～ 10	9 ～ 0	-1 ～ -10	-11 ～ -20	-21 ～ -30	-31	以下

好調

普通

不調

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。全体 DI に印刷・同関連業、染色業は含まませんが、参考として個別に掲載しています。

6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」が49.8%、2位「人手不足」が28.3%、3位「利幅の縮小」が25.7%となった。

業種別では、製造業、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業は「売上の停滞・減少」、建設業は「人手不足」、飲食・宿泊業は「仕入先からの値上げ要請」が1位となった。

	全体	製造業	建設業
1位	売上の停滞・減少 49.8%	売上の停滞・減少 67.5%	人手不足 59.5%
2位	人手不足 28.3%	材料価格の上昇 30.0%	売上の停滞・減少 31.0%
3位	利幅の縮小 25.7%	人手不足 27.5%	人件費の増加 26.2%
	情報通信業	卸売業	小売業
1位	売上の停滞・減少 50.0%	売上の停滞・減少 46.5%	売上の停滞・減少 63.0%
2位	人手不足 42.9%	為替レートの変動 30.2%	人件費の増加 31.5%
3位	同業者間の競争の激化 39.3%	利幅の縮小 27.9%	利幅の縮小 27.8%
	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	仕入先からの値上げ要請 43.8%	売上の停滞・減少 44.7%	売上の停滞・減少 54.3%
2位	売上の停滞・減少 42.7%	利幅の縮小 34.0%	人手不足 30.9%
3位	利幅の縮小 36.0%	同業者間の競争の激化 31.9%	同業者間の競争の激化 30.9%
			人件費の増加 28.4%
	(参考)印刷・関連連業	(参考)染色業	※ 最大3つまで選択
1位	売上の停滞・減少 83.3%	売上の停滞・減少 50.0%	
2位	利幅の縮小 33.3%	利幅の縮小 40.0%	
		取引先の減少 40.0%	
3位	人手不足 26.7%	顧客・ニーズの変化・減少 30.0%	

7. 今後の経営上の取組

全体では、1位「販路を拡大する」が31.1%、2位「新しい取引先を見つける」が30.6%、3位「人材を確保する」が29.0%となった。

業種別では、製造業、卸売業、小売業は「販路を拡大する」、建設業は「人材を確保する」、情報通信業、サービス業は「新しい取引先を見つける」、不動産業は「不動産の有効活用を図る」が1位となり、飲食・宿泊業は「販路を拡大する」、「既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する」及び「人材を確保する」が同率で1位となった。

	全体	製造業	建設業
1位	販路を拡大する 31.1%	販路を拡大する 27.5%	人材を確保する 54.8%
2位	新しい取引先を見つける 30.6%	人材を確保する 25.0%	技術力を強化する 33.3%
3位	人材を確保する 29.0%	新しい取引先を見つける 22.5%	新しい取引先を見つける 31.0%
	情報通信業	卸売業	小売業
1位	新しい取引先を見つける 57.1%	販路を拡大する 48.8%	販路を拡大する 45.3%
2位	人材を確保する 46.4%	新しい取引先を見つける 41.9%	品揃えを改善する 35.8%
3位	販路を拡大する 32.1%	人材を確保する 39.5%	新しい取引先を見つける 28.3%
	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	販路を拡大する 24.1%	不動産の有効活用を図る 29.8%	新しい取引先を見つける 49.4%
	既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する 24.1%		
	人材を確保する 24.1%		
2位	宣伝・広報を強化する 23.0%	販路を拡大する 23.4%	販路を拡大する 32.1%
3位	品揃えを改善する 21.8%	新しい取引先を見つける 21.3%	人材を確保する 27.2%
		人件費以外の経費を節減する 21.3%	
	(参考)印刷・関連連業	(参考)染色業	※ 最大3つまで選択
1位	新しい取引先を見つける 66.7%	新しい取引先を見つける 66.7%	
2位	販路を拡大する 40.0%	販路を拡大する 44.4%	
		宣伝・広報を強化する 22.2%	
3位	人材を確保する 26.7%	技術力を強化する 22.2%	
		情報力を強化する 22.2%	

※全体に印刷・関連連業、染色業は含まないが、参考として個別に掲載。

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ シーズンオフと国内需要の減少による売上減少の見込みではあるが、問題はない。
- ・ 半導体関連の市況（特に生成A I 関係）は上向きを見せており、弊社事業も後押しを受けている状況である。又、インフラ関係事業も堅調であり、年内は問題ないという見通しである。
- ・ コロナで取引先の廃業、倒産が増えてきている。新規取引先がここへきて増えてきて、来期以降は、ちょっとと良くなる傾向である。
- ・ 半導体関連が回復してくると聞いていたが、米国の関税対策により、予測が崩れてきている。
- ・ あらゆる経費が上昇しており、この状況が続くと販売価格の見直しが必要になる。
- ・ 売れ筋商品の生産状況が悪く、売上予想を下回った。

2) 建設業

- ・ 昨年に比べて現場件数も増加して仕事での遊びがなくなっている。
- ・ 材料高騰・地価上昇によるデベロッパーの計画見直し、人手不足によるゼネコン受注減少等により仕事数（現場数）の減少のため、売上が減った。
- ・ 何しろ資金繰り、消費税、インボイスが厳しい。
- ・ 販管費の増加（特に人件費）による営業利益の減少、ベアの実施を行なわないと人材確保、採用が難しい。
- ・ 人材不足が最大の課題、人材確保のための経費（広告代等）が増えそう。

3) 情報通信業

- ・ 経営状況は例年と変わらない状況で推移している。
- ・ 増収となったが、新サービスへの投資を継続しており、財務が悪化している。新サービスは販売を開始しているが、足りない機能も多く、契約に至っているものが少ない。
- ・ 現時点で即問題があるわけではないが、先の売上見込が少なく不安はある。有能な人材を取ることが難しいのが一番の課題
- ・ 安定しているが今後の受注活動が厳しいことが予想され、A I の動向による急激な変化の対応が懸念される。

4) 卸売業

- ・ 昨年より収益性は増加しているが、人材不足で1人1人の負担は増えている。
- ・ 取引形態の一部変更に伴う収益の減少
- ・ 物価上昇、人件費上昇分を価格転嫁できない状況
- ・ 人員不足による売上の停滞と諸経費の増加（物価高）により、収益が低下している。
- ・ 日系家電メーカーが海外メーカーに負けてきており電子部品商社としての立ち位置が厳しくなっている。

5) 小売業

- ・ SNSでの評価が高くなってきているので店の来客数が増えている。
- ・ 発注が減り、売上が減少したが、今後新商品と新事業で徐々に回復する予定
- ・ 為替レート変動や米国トランプ関税の影響で取引先の米国向け生産及び出荷調整により売上・収益減になっている。
- ・ 現在、国内市場の回復は見込めず、海外市場でどの程度市場を確保できるかが課題
- ・ ここ数年仕入価格の高騰に悩まされている。
- ・ 販売価格が上がり続けているので、お客様も必要最低限しか買わないので売上が伸びない。

6) 飲食・宿泊業

- ・ インバウンド増加に伴い売上は依然として好調に推移
- ・ 売上は前期と大きく変わっていないが、コロナ禍以降の外出頻度の減少、とくにサラリーマン層の利用減が影響している。加えて仕入れ価格が著しく上昇しており、利益率が大幅に低下している状況である。コスト増に価格転嫁が難しく、厳しい経営状況が続いている。
- ・ 令和の米騒動のダメージをもろに受けている。全ての原材料やエネルギーコストが上がっており利益を圧迫しているため、売上のチャンネルを増やしていく。
- ・ 昨年比で見ると、落ち込みが激しい。値上げ、物価高によるものと考えられる。”使えるお金”を増やす対策が急務だと思う。
- ・ 現金での売上が減った事で日々の資金が足りない事があり工面する事が難しい。
- ・ 定食の価格は仕入値が高かったからなどの理由で変動させるわけにはいかない。魚、野菜など高いときは特に厳しい。
- ・ 下請業者までなかなか単価アップしないため、給与も上げることができない。準大手に負けてしまう。

7) 不動産業

- ・ 金利上昇の影響から毎月のローン支払額が上がり、顧客の負担が増えていることから購買意欲が薄れつつあるように感じている。
- ・ 4月以降人の出入りが増え、経験者不足に陥り、作業スピードが鈍化している。物の値上げにより仕入れコスト上昇、売上に転換できず利幅が少しずつ減ってきている。
- ・ 国内のお客様の需要が減少。同業者間の取引も減少のため、収益が大幅に減少
- ・ 物価上昇のため、市場が動かず冷え込んでいる感じがある。
- ・ 金融機関の融資態度が厳しくなっている。

8) サービス業

- ・ 仕入先の値上げ要請をそのまま顧客へ転嫁できた。業界全体が値上げ基調でシビアな価格競争が起きていない。よって増収増益
- ・ 売上、利益共に大幅な増減なく、安定している。今後も安定推移するものと思われる。
- ・ 新規のお客様の増加、仕事の依頼はたくさんくるが、人手不足のため、対応できない。
- ・ コストUPによる案件の停滞。トランプ関税問題に対する対策で事案が停滞。事業案件が進まない。
- ・ 価格交渉には応じる企業が増えてはきたが、その後競合他社との相見積が増え、全体的に減少

9) 印刷・同関連業

- ・ 顧客である飲食チェーン店様が軒並み好調に推移しているため売上、利益共にアップ
- ・ 来期少しだけ増益が見込めるので、アルバイト、パート等の人員確保が急務となっている。
- ・ 同業者との業務提携を積極的に行い、受注量の増加、設備稼働率が向上し、収益増（昨対110%）となっている。一方、新しい人材の採用（特に営業職）が非常に難しく、高齢化が進んでいる。このままでは人手不足で倒産の可能性があるかと危惧している。
- ・ 業界が縮小している。
- ・ 値上げを認めてもらえない。

10) 染色業

- ・ 取引先が高齢のため閉店。また後継がないため廃業してしまい、取引先が少なく大変である。

【特別調査】新宿区での事業活動・米国による追加関税について

【調査実施時期】
令和7年6月上旬

【調査結果概要】

新宿区で事業を行うメリットについては「交通アクセスが良い」が78.4%と最も多く、次いで「都市としてのブランド・知名度がある」が42.0%、「人の流れが多く、集客力が高い」が26.3%となった（問1参照）。新宿区で事業を行う上でのデメリットについては「家賃・物件費用が高い」が66.1%と最も多く、次いで「人件費が高い」が24.0%、「治安・安全面の不安」が22.2%となった（問2参照）。主要な顧客層については「法人・ビジネス客」が63.5%と最も多く、次いで「新宿区内の住民」が33.0%、「区外からの来街者」が25.6%となった（問3参照）。観光需要を活かした事業活動については「特に観光需要を意識した取組はない」が55.6%と最も多く、次いで「外国語対応」が20.5%、「観光客向けの商品・サービスの提供」が12.0%となった（問4参照）。今後の事業展開については「特に予定はない」が58.2%と最も多く、次いで「人材確保・育成の強化」と「販路拡大・新規顧客開拓」が同率で13.4%となった（問5参照）。今後の新宿区での事業継続については「今後も新宿区内で継続する予定」が87.6%と最も多く、次いで「未定」が7.7%、「新宿区外への移転を検討」が2.9%となった（問6参照）。新宿区で事業を継続する上での課題については「特になし」が35.6%と最も多く、次いで「仕入単価や人件費の上昇」が30.6%、「資金繰り」が30.3%となった（問7参照）。

事業主の居住地については「新宿区」が44.0%と最も多く、次いで「東京都内（新宿区以外）」が38.3%、「東京都外」が17.6%となった（問8参照）。事業主の年齢層については「50代」が29.6%、「70代以上」が27.4%、「60代」が24.3%となった（問9参照）。

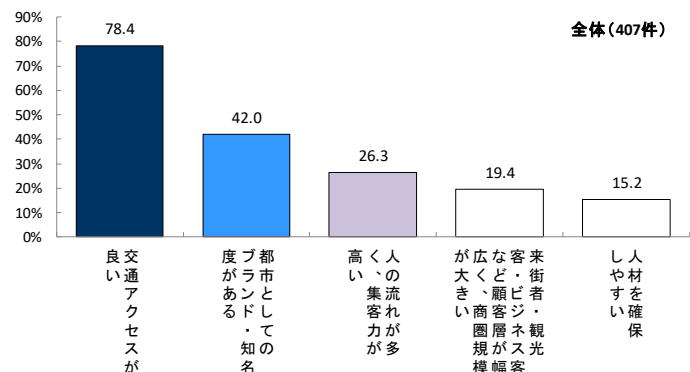
米国による追加関税の影響の有無については「わからない」が29.0%、「影響はない」が28.5%、「これから影響が出る可能性が少しある」が17.0%となった（問11参照）。米国による追加関税の具体的な影響については「輸入原材料の価格上昇」が52.3%と最も多く、次いで「消費者の購買力低下・需要減退」が41.3%、「物流コストの上昇」が40.1%となった（問12参照）。

問1 新宿区で事業を行うメリット

全体では、「交通アクセスが良い」が78.4%と最も多く、次いで「都市としてのブランド・知名度がある」が42.0%、「人の流れが多く、集客力が高い」が26.3%となった（図表特1）。

業種別では、全ての業種で「交通アクセスが良い」が6割半ばから9割弱とそれぞれ最も多くなった。

図表特1 新宿区で事業を行うメリット
(複数回答可・上位5項目)

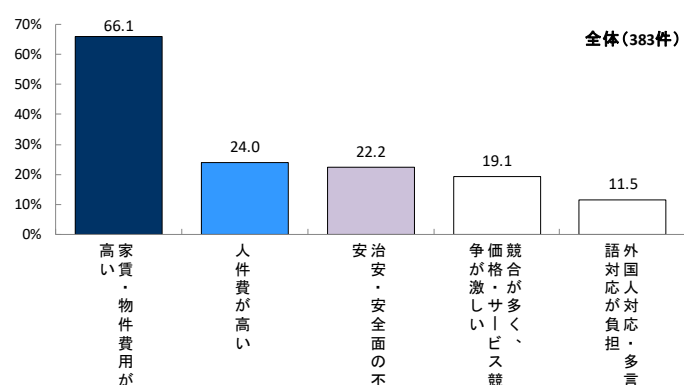


問2 新宿区で事業を行う上でのデメリット

全体では、「家賃・物件費用が高い」が66.1%と最も多く、次いで「人件費が高い」が24.0%、「治安・安全面の不安」が22.2%となった（図表特2①）。

業種別では、全ての業種で「家賃・物件費用が高い」が4割半ばから9割弱とそれぞれ最も多くなった（図表特2②）。

図表特2① 新宿区で事業を行う上でのデメリット
(複数回答可・上位5項目)



図表特 2② 新宿区で事業を行う上でのデメリット(複数回答可・業種別)

	製造業		建設業		情報通信業		卸売業	
1位	家賃・物件費用が高い	65.7	家賃・物件費用が高い	66.7	家賃・物件費用が高い	77.8	家賃・物件費用が高い	88.9
2位	人件費が高い	31.4	交通の混雑等による流通リスクがある	22.2	人件費が高い	29.6	人件費が高い	25.0
3位	治安・安全面の不安	20.0	人件費が高い	19.4	交通の混雑等による流通リスクがある	14.8	交通の混雑等による流通リスクがある	13.9

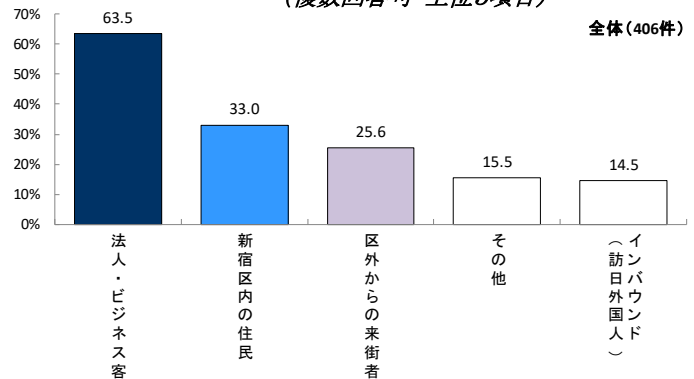
	小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業	
1位	家賃・物件費用が高い	67.3	家賃・物件費用が高い	66.3	家賃・物件費用が高い	45.5	家賃・物件費用が高い	61.6
2位	人件費が高い	20.4	人件費が高い	34.9	治安・安全面の不安	40.9	治安・安全面の不安	26.0
	競合が多く、価格・サービス競争が激しい	20.4	競合が多く、価格・サービス競争が激しい	34.9				
3位	治安・安全面の不安	18.4	治安・安全面の不安	25.3	競合が多く、価格・サービス競争が激しい	20.5	競合が多く、価格・サービス競争が激しい	20.5
	外国人対応・多言語対応が負担	18.4						

問 3 主要な顧客層について

全体では、「法人・ビジネス客」が 63.5%と最も多く、次いで「新宿区内の住民」が 33.0%、「区外からの来街者」が 25.6%となった(図表特 3)。

業種別では、飲食・宿泊業は「新宿区内の住民」が 7 割半ば、それ以外の業種は「法人・ビジネス客」が 5 割弱から 8 割強でそれぞれ最も多くなった。

図表特 3 主要な顧客層について
(複数回答可・上位5項目)

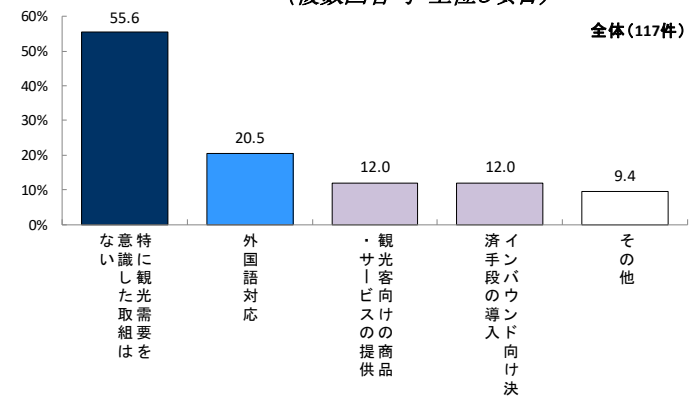


問 4 観光需要を活かした事業活動

全体では、「特に観光需要を意識した取組はない」が 55.6%と最も多く、次いで「外国語対応」が 20.5%、「観光客向けの商品・サービスの提供」と「インバウンド向け決済手段の導入」が同率で 12.0%となった(図表特 4)。

回答数が 10 件以上の全ての業種で「特に観光需要を意識した取組はない」が 5 割から 7 割でそれぞれ最も多くなった。

図表特 4 観光需要を活かした事業活動
(複数回答可・上位5項目)

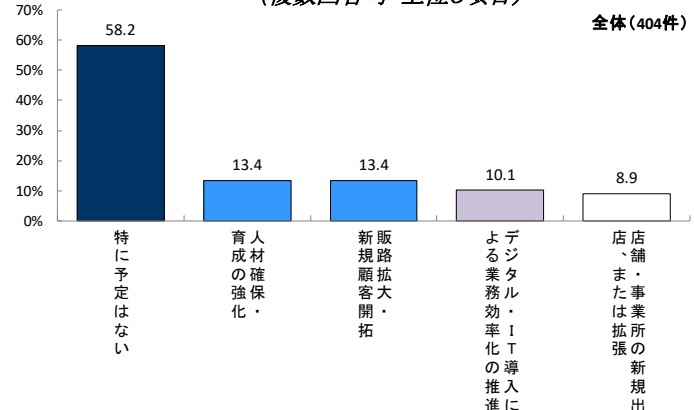


問 5 今後の事業展開について

全体では、「特に予定はない」が 58.2%と最も多く、次いで「人材確保・育成の強化」と「販路拡大・新規顧客開拓」が同率で 13.4%、「デジタル・IT 導入による業務効率化の推進」が 10.1%となった(図表特 5①)。

業種別では、全ての業種で「特に予定はない」が 4 割半ばから 7 割強でそれぞれ最も多くなった(図表特 5②)。

図表特 5① 今後の事業展開について
(複数回答可・上位5項目)



図表特 5② 今後の事業展開について(複数回答可・業種別)

	製造業		建設業		情報通信業		卸売業	
1位	特に予定はない	46.2	特に予定はない	69.4	特に予定はない	57.1	特に予定はない	65.1
2位	デジタル・IT導入による業務効率化の推進	17.9	人材確保・育成の強化	13.9	人材確保・育成の強化	28.6	販路拡大・新規顧客開拓	16.3
3位	店舗・事業所の新規出店、または拡張	10.3	事業承継・後継者問題への対応	11.1	新商品・新サービスの開発	14.3	人材確保・育成の強化	14.0
	オンライン販売・EC事業の強化	10.3						
	人材確保・育成の強化	10.3			販路拡大・新規顧客開拓	14.3		
	事業承継・後継者問題への対応	10.3						

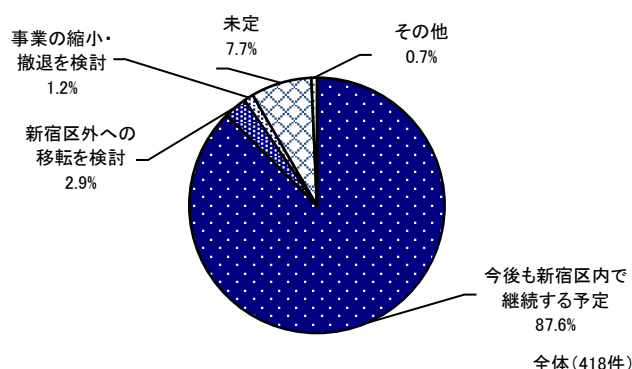
	小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業	
1位	特に予定はない	58.8	特に予定はない	51.2	特に予定はない	70.5	特に予定はない	55.8
2位	オンライン販売・EC事業の強化	15.7	店舗・事業所の新規出店、または拡張	16.3	デジタル・IT導入による業務効率化の推進	11.4	人材確保・育成の強化	22.1
	販路拡大・新規顧客開拓	15.7			販路拡大・新規顧客開拓	11.4	販路拡大・新規顧客開拓	22.1
					設備投資・リニューアル	11.4		
3位	新商品・新サービスの開発	9.8	新商品・新サービスの開発	14.0	事業承継・後継者問題への対応	9.1	デジタル・IT導入による業務効率化の推進	11.7
			設備投資・リニューアル	14.0				

問 6 今後の新宿区での事業継続について

全体では、「今後も新宿区内で継続する予定」が 87.6%と最も多く、次いで「未定」が 7.7%、「新宿区外への移転を検討」が 2.9%となった(図表特 6)。

業種別では、全ての業種で「今後も新宿区内で継続する予定」が 7 割から 9 割を占めて最も多くなった。

図表特 6 今後の新宿区での事業継続について

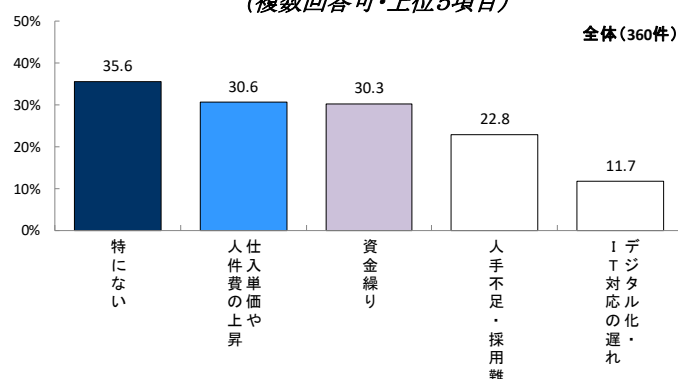


問 7 新宿区で事業を継続する上での課題

全体では、「特にない」が 35.6%と最も多く、次いで「仕入単価や人件費の上昇」が 30.6%、「資金繰り」が 30.3%となった(図表特 7)。

業種別では、飲食・宿泊業は「仕入単価や人件費の上昇」が 5 割半ば、それ以外の業種は「特にない」が 3 割から 4 割と最も多くなった。

図表特 7 新宿区で事業を継続する上での課題(複数回答可・上位5項目)

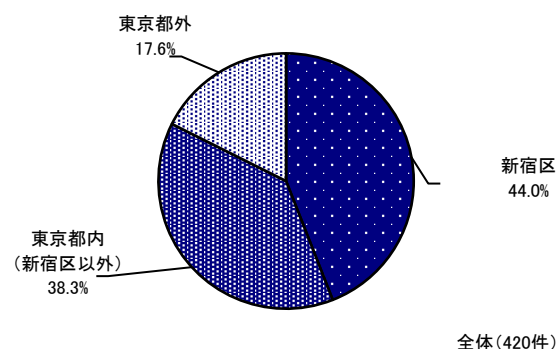


問 8 事業主の居住地

全体では、「新宿区」が 44.0%と最も多く、次いで「東京都内(新宿区以外)」が 38.3%、「東京都外」が 17.6%となった(図表特 8)。

業種別では、建設業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業は「新宿区」、製造業、情報通信業、不動産業、サービス業は「東京都内(新宿区以外)」が最も多くなった。

図表特 8 事業主の居住地

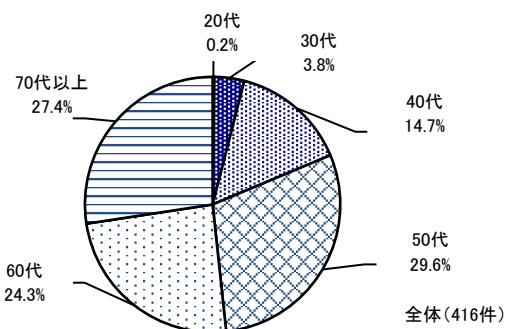


問 9 事業主の年齢層

全体では、「50代」が29.6%、「70代以上」が27.4%、「60代」が24.3%となった（図表特9）。

業種別では、製造業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業は「50代」、サービス業は「60代」、建設業、不動産業は「70代以上」がそれぞれ最も多く、情報通信業は「50代」と「60代」が同率で多くなった。

図表特 9 事業主の年齢層



問 10 新宿区の立地や環境を活かして成功したことや、独自の強みや工夫

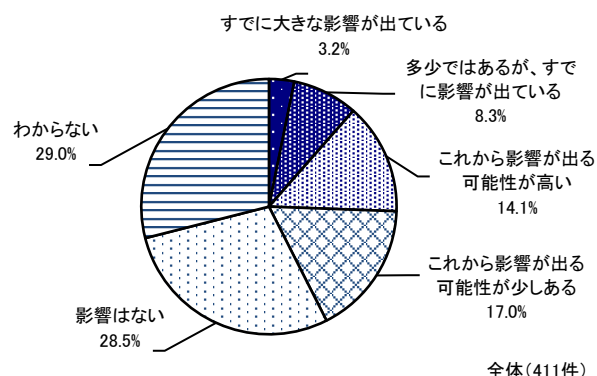
- ・採用で多方面からの応募がきている
- ・地域の知名度やブランド力を活かした商品開発
- ・土地の価値が高いため、銀行から借り入れしやすい
- ・関東6県の作業所に通勤（社用車）時間が計算できる
- ・ターミナル駅となり万人が知っている強み
- ・クライアントに近く便利
- ・顧客側からの来訪が多い
- ・主要仕入メーカーのショールームや事業拠点が近い
- ・印刷製本エリアによるネットワーク

問 11 米国による追加関税の影響の有無

全体では、「わからない」が29.0%、「影響はない」が28.5%、「これから影響が出る可能性が少しある」が17.0%となった（図表特11）。

業種別では、製造業、建設業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業は「わからない」、不動産業、サービス業は「影響はない」、卸売業は「これから影響が出る可能性が少しある」がそれぞれ最も多くなった。

図表特 11 米国による追加関税の影響の有無

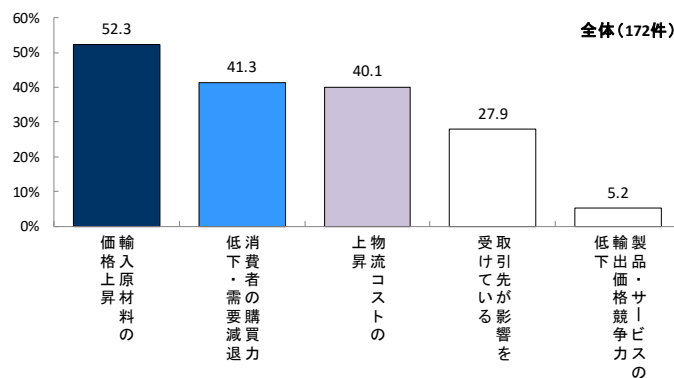


問 12 米国による追加関税の具体的な影響

全体では、「輸入原材料の価格上昇」が52.3%と最も多く、次いで「消費者の購買力低下・需要減退」が41.3%、「物流コストの上昇」が40.1%となった（図表特12）。

業種別では、製造業、建設業、小売業、飲食・宿泊業は「輸入原材料の価格上昇」、情報通信業、サービス業は「取引先が影響を受けている」、不動産業は「消費者の購買力低下・需要減退」がそれぞれ最も多く、卸売業は「輸入原材料の価格上昇」と「物流コストの上昇」が同率で多くなった。

図表特 12 米国による追加関税の具体的な影響
(複数回答可・上位5項目)



(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7年8月発行