

新宿区 中小企業の景況

(平成28年4月～6月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (42件)、印刷・同関連業 (37件)、染色業 (17件)、建設業 (46件)、情報通信業 (46件)、卸売業 (51件)、小売業 (57件)、飲食・宿泊業 (92件)、不動産業 (45件)、サービス業 (89件)

※ () 内は有効回答数 合計 522 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28年6月下旬

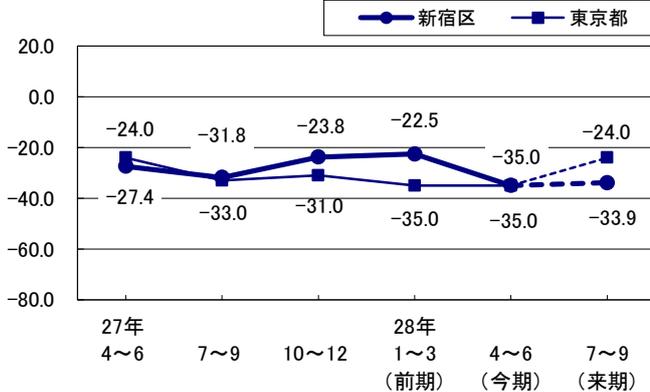
※ 各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲35.0 と、前期 (平成28年1月～3月) の▲22.5 から大きく悪化した。来期 (平成28年7月～9月) の見通しは▲33.9 でわずかに改善すると見込まれている (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、「販売価格の動向」が前期より 12.3 ポイント増加し、影響度が高まった。一方、「海外需要 (売上) の動向」は 10.5 ポイント減少し、影響度が低くなった。

図表1 業況 D.I の推移



図表2 今期業況 D.I の判断理由 (%)

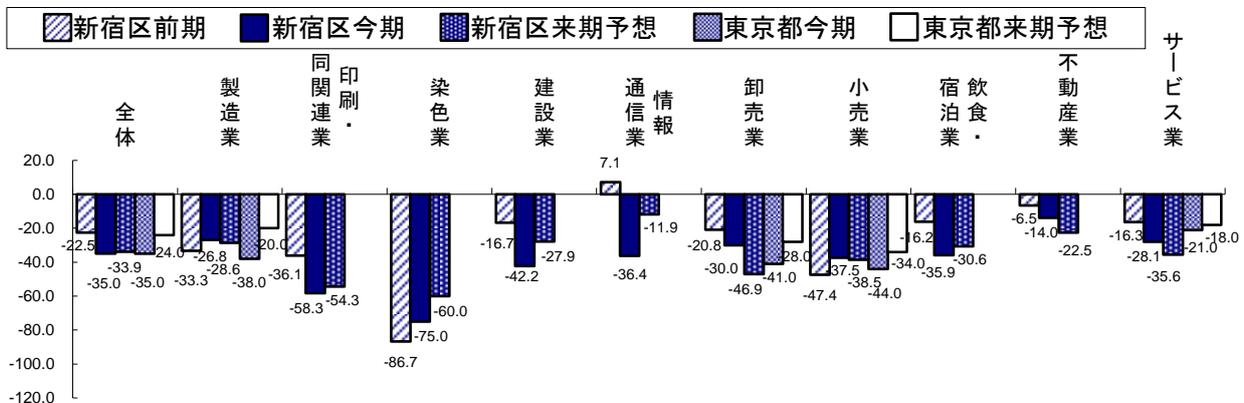
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競合	その他
業況 良い	83.8	7.5	31.3	27.5	16.3	28.8	5.0	10.0	0.0	20.0	1.3
業況 悪い	76.1	4.0	27.1	31.1	14.3	17.5	5.2	12.4	4.4	38.2	6.0

※最大3つまで選択

業種別に見ると、染色業で大きく改善し、製造業、小売業でも改善した。一方、情報通信業は好調から悪化に転じ、印刷・同関連業、建設業、飲食・宿泊業、サービス業で大きく厳しさを増し、卸売業、不動産業も厳しさを増し、全体としても大きく悪化した。

来期は、染色業、建設業、情報通信業で大きく改善し、印刷・同関連業、飲食・宿泊業も改善が見込まれ、それ以外の5業種は低調感を強めるが、全体ではわずかに改善する見込み (図表3)。

図表3 業況 D.I、見通し D.I



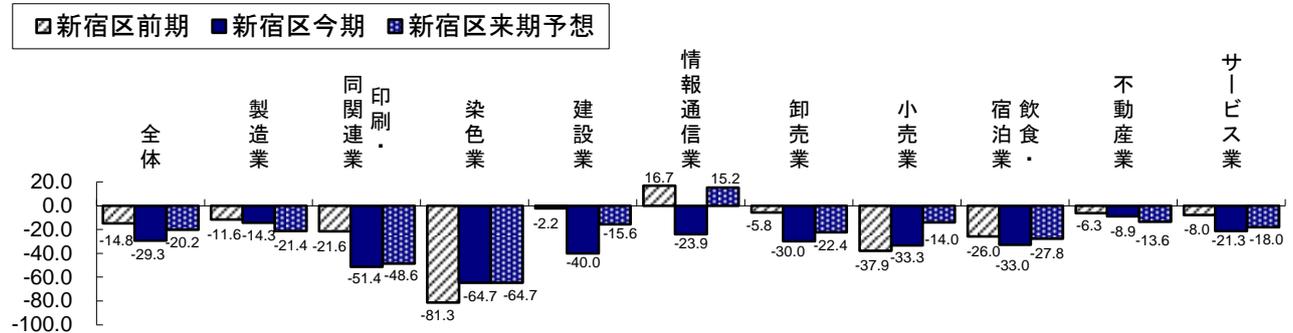
※東京都の数値は東京都産業労働局が毎月実施している景況調査の7月発表の資料によるもの。
(全体、製造業、卸売業、小売業、サービス業についてのみの比較となります)

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。
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

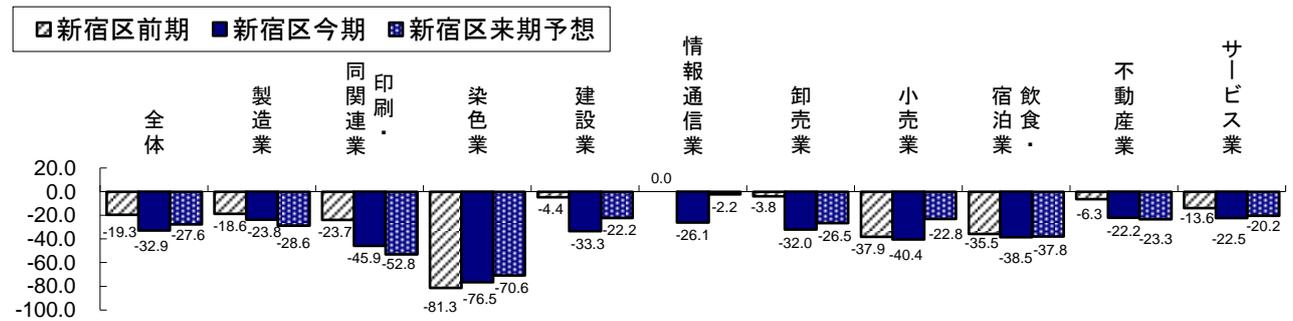
●売上額 D.I

今期は、染色業で大きく改善し、小売業で持ち直した。一方、情報通信業で好調から悪化に転じ、印刷・同関連業、建設業、卸売業、サービス業で大きく悪化し、製造業、飲食・宿泊業、不動産業で悪化した。来期は、情報通信業で再び好調に転じ、建設業、小売業で減少に大きく歯止めが掛かり、印刷・同関連業、卸売業、飲食・宿泊業、サービス業で改善する見込み。



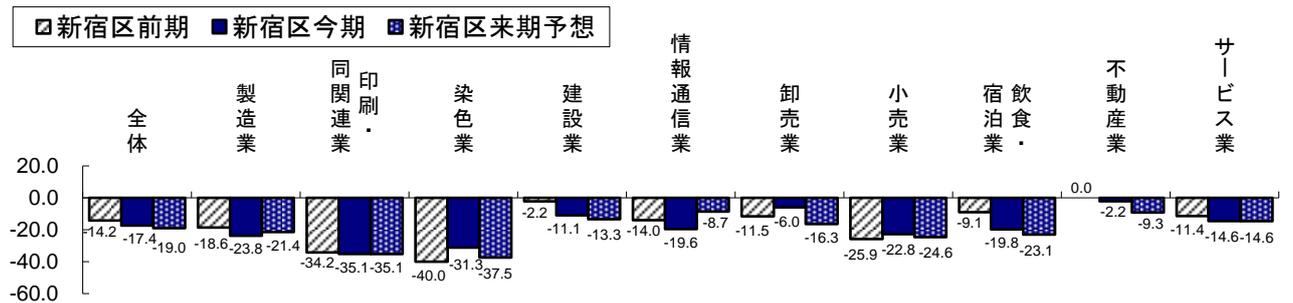
●収益 D.I

今期は、染色業で改善したが、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、卸売業、不動産業は大きく低迷し、製造業、小売業、飲食・宿泊業、サービス業も減少を強めた。来期は、建設業、情報通信業、小売業で大きく持ち直し、染色業、卸売業、サービス業も持ち直す見込み。



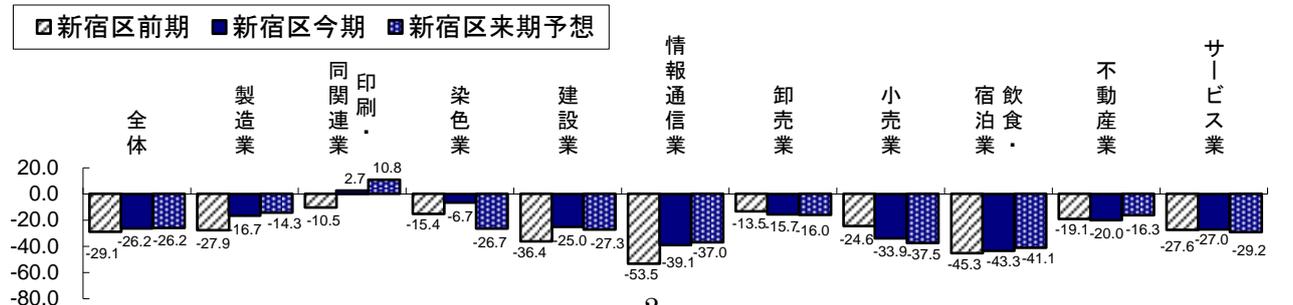
●資金繰り D.I

今期は、染色業、卸売業、小売業で厳しさが和らいだが、飲食・宿泊業で苦しさが大きく強まり、製造業、建設業、情報通信業、不動産業、サービス業も苦しさが強まった。来期は、情報通信業で大きく厳しさが和らぎ、製造業も厳しさが和らぐが、卸売業で苦しさが大きく強まり、染色業、建設業、飲食・宿泊業、不動産業も苦しさが強まる見込み。



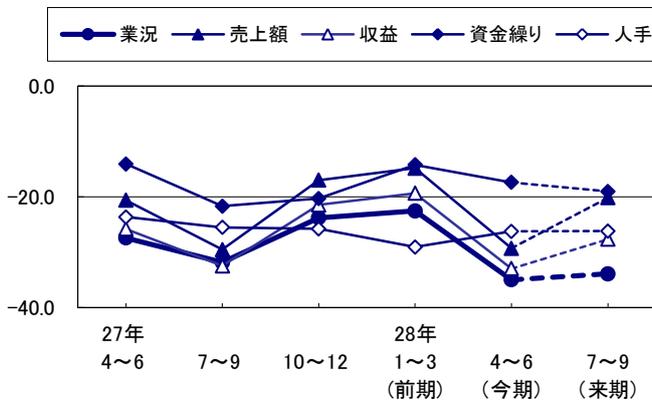
●人手 D.I

今期は、印刷・同関連業は不足から過剰に転じた。それ以外の9業種のうち、製造業、建設業、情報通信業は不足感が大きく改善し、染色業、飲食・宿泊業も改善がみられたが、引き続き不足感がでており、卸売業、小売業は不足感が強まった。来期は、印刷・同関連業は過剰感が強まり、それ以外の9業種は不足気味で推移する見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 D.I 推移

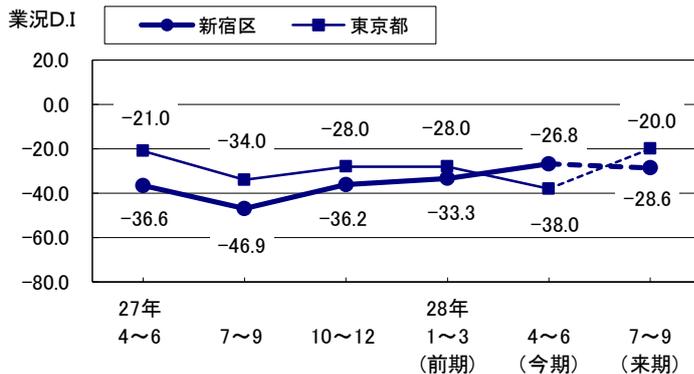
今期は、売上額、収益は減収・減益幅が大きく拡大し、業況も大きく悪化した。資金繰りは厳しさを強めたが、人手は不足感が緩和した。来期は、売上額、収益はともに改善し、業況もわずかに改善すると予想されている。資金繰りはわずかに厳しさを強め、人手は今期並の不足感が続く見通し。



	27年 4~6	7~9	10~12	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-27.4	-31.8	-23.8	-22.5	-35.0	-33.9
売上額	-20.6	-29.5	-17.0	-14.8	-29.3	-20.2
収益	-25.8	-32.5	-21.4	-19.3	-32.9	-27.6
資金繰り	-14.1	-21.7	-20.3	-14.2	-17.4	-19.0
人手	-23.6	-25.5	-25.8	-29.1	-26.2	-26.2

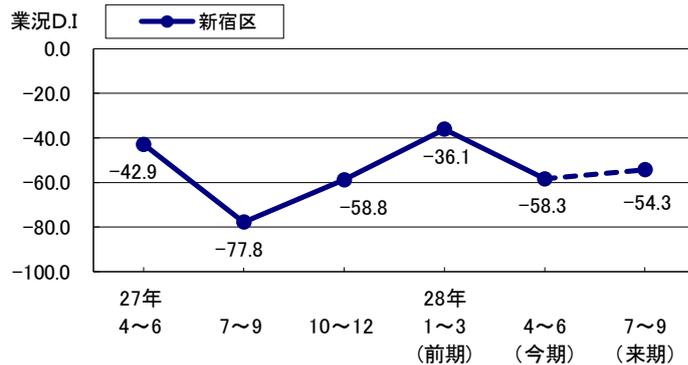
5. 業種別における D.I 推移

1) 製造業



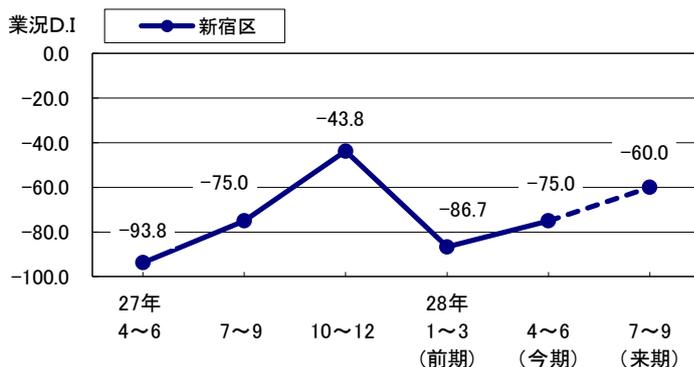
	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-33.3	-26.8	-28.6	-38.0
売上額	-11.6	-14.3	-21.4	
収益	-18.6	-23.8	-28.6	
資金繰り	-18.6	-23.8	-21.4	
人手	-27.9	-16.7	-14.3	

2) 印刷・同関連業



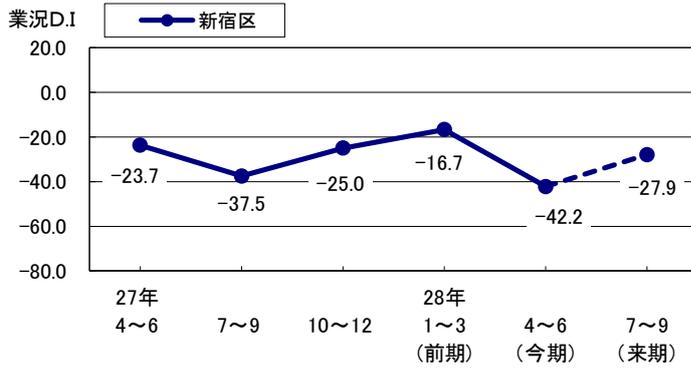
	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-36.1	-58.3	-54.3
売上額	-21.6	-51.4	-48.6
収益	-23.7	-45.9	-52.8
資金繰り	-34.2	-35.1	-35.1
人手	-10.5	2.7	10.8

3) 染色業



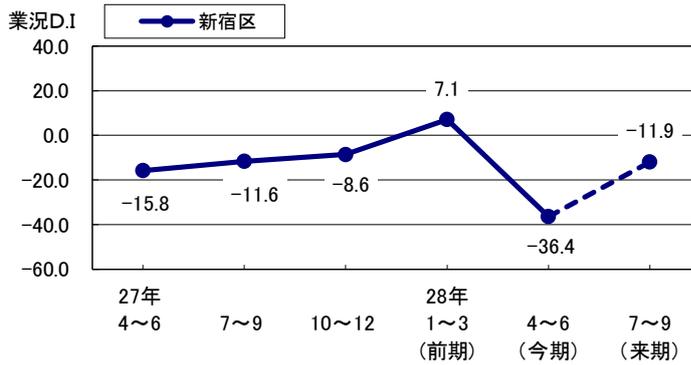
	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-86.7	-75.0	-60.0
売上額	-81.3	-64.7	-64.7
収益	-81.3	-76.5	-70.6
資金繰り	-40.0	-31.3	-37.5
人手	-15.4	-6.7	-26.7

4) 建設業



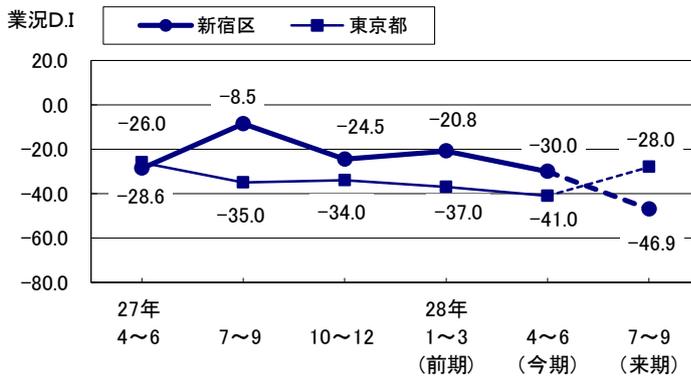
	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	-16.7	-42.2	-27.9
売上額	-2.2	-40.0	-15.6
収益	-4.4	-33.3	-22.2
資金繰り	-2.2	-11.1	-13.3
人手	-36.4	-25.0	-27.3

5) 情報通信業



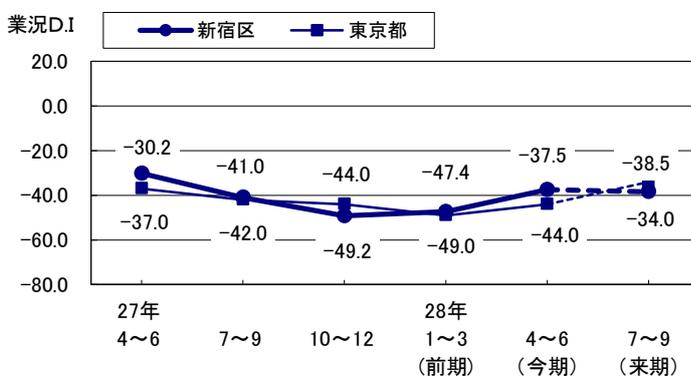
	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)
業況	7.1	-36.4	-11.9
売上額	16.7	-23.9	15.2
収益	0.0	-26.1	-2.2
資金繰り	-14.0	-19.6	-8.7
人手	-53.5	-39.1	-37.0

6) 卸売業



	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-20.8	-30.0	-46.9	-41.0
売上額	-5.8	-30.0	-22.4	
収益	-3.8	-32.0	-26.5	
資金繰り	-11.5	-6.0	-16.3	
人手	-13.5	-15.7	-16.0	

7) 小売業



	28年 1~3 (前期)	4~6 (今期)	7~9 (来期)	東京都 今期
業況	-47.4	-37.5	-38.5	-44.0
売上額	-37.9	-33.3	-14.0	
収益	-37.9	-40.4	-22.8	
資金繰り	-25.9	-22.8	-24.6	
人手	-24.6	-33.9	-37.5	

6. 経営上の問題点

全体では、1位「売上の停滞・減少」59.4%、2位「同業者間の競争の激化」29.0%、3位「利幅の縮小」26.9%で、前期同様の順位となった。

業種別では、すべての業種で「売上の停滞・減少」が1位となり、印刷・同関連業、染色業で8割を超えた。2位は、印刷・同関連業で「利幅の縮小」、染色業で「工場・店舗・設備等の狭小・老朽化」、情報通信業、飲食・宿泊業で「人手不足」、卸売業で「為替レートの変動」、またそれら以外の5業種では「同業者間の競争の激化」となり、業種により傾向が分かれた。「為替レートの変動」は、卸売業で前期3位から今期2位に順位を上げており、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	59.4%	売上の停滞・減少	59.5%	売上の停滞・減少	86.5%
2位	同業者間の競争の激化	29.0%	同業者間の競争の激化	28.6%	利幅の縮小	43.2%
3位	利幅の縮小	26.9%	顧客・ニーズの変化・減少	26.2%	取引先の減少	29.7%
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	売上の停滞・減少	82.4%	売上の停滞・減少	48.9%	売上の停滞・減少	68.9%
2位	工場・店舗・設備等の狭小・老朽化	35.3%	同業者間の競争の激化	33.3%	人手不足	46.7%
3位	取引先の減少	29.4%	人手不足	28.9%	同業者間の競争の激化	33.3%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	売上の停滞・減少	63.3%	売上の停滞・減少	58.5%	売上の停滞・減少	55.6%
2位	為替レートの変動	34.7%	同業者間の競争の激化	32.1%	人手不足	33.3%
3位	利幅の縮小	28.6%	人手不足	30.2%	人件費の増加	26.7%
	不動産業		サービス業			
1位	売上の停滞・減少	50.0%	売上の停滞・減少	51.1%		
2位	同業者間の競争の激化	40.9%	同業者間の競争の激化	30.7%		
3位	利幅の縮小	25.0%	人手不足	28.4%		
	顧客・ニーズの変化・減少	25.0%				

※ 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」39.9%、2位「販路を拡大する」34.0%、3位「人材を確保する」24.0%で、前期同様の順位となった。

業種別では、製造業、卸売業、小売業で「販路を拡大する」が最多となり、飲食・宿泊業では「人材を確保する」が、それ以外の6業種では「新しい取引先を見つける」が最多となった。「人材を確保する」は、建設業で2位、サービス業で3位となり、小売業でも「新しい事業を始める」、「既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する」とともに同率で3位になっており、今後の動向が注目される。

	全体		製造業		印刷・同関連業	
1位	新しい取引先を見つける	39.9%	販路を拡大する	50.0%	新しい取引先を見つける	78.4%
2位	販路を拡大する	34.0%	新しい取引先を見つける	35.7%	販路を拡大する	40.5%
3位	人材を確保する	24.0%	既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する	26.2%	技術力を強化する	29.7%
			品揃えを改善する	26.2%		
	染色業		建設業		情報通信業	
1位	新しい取引先を見つける	47.1%	新しい取引先を見つける	44.4%	新しい取引先を見つける	54.3%
2位	販路を拡大する	23.5%	人材を確保する	40.0%	販路を拡大する	39.1%
3位	品揃えを改善する 特になし	17.6% 17.6%	技術力を強化する	26.7%	人材を確保する	34.8%
	卸売業		小売業		飲食・宿泊業	
1位	販路を拡大する	48.0%	販路を拡大する	39.6%	人材を確保する	33.3%
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	28.3%	品揃えを改善する	28.7%
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	28.0%	新しい事業を始める	22.6%	人材育成を強化する	25.3%
			既存事業で新商品・新サービスを開発（又は取り扱い）する	22.6%		
			人材育成を強化する	22.6%		
	不動産業		サービス業			
1位	新しい取引先を見つける	36.4%	新しい取引先を見つける	47.7%		
2位	販路を拡大する	25.0%	販路を拡大する	36.4%		
3位	情報力を強化する	22.7%	人材を確保する	26.1%		

※ 最大3つまで選択

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 売上・収益ともに前年を5%程上回る状況。既存取引先および新規取引先ともに良い関係を維持しており、仕入先との関係も良好。
- ・ 海外との品質競争に負け、過去2年間苦しい状況ではあったが、取引先の協力で製品改良が進み好転の兆しが見えてきた。市場の動きも活性化が見られ、2016年後半以降は期待できそうな状況にある。
- ・ 海外への輸出が増えたため、増収。ただし、収益面ではコストの問題から国内向けより悪い。コンビニエンスストアへの納入が多いので、今後、合併等がどう影響してくるかを注視している。
- ・ 景気は踊り場にあると思う。2016年後半には売上が回復することを期待。この間に商品群の見直し、技術力、人材育成を行う。
- ・ リーマンショック以来、遅まきながら業績は回復推移にあったが、昨年末より大手顧客の業容転換による発注停止があり、現在創業以来の苦戦。英国のEU離脱の動向が、われわれ小企業にマイナスの影響のないことを願うばかりである。一部部品が輸入のため、値上がりしないことを願う。

2) 印刷・同関連業

- ・ 取引先の印刷会社と製本会社が次々と廃業。本の取扱いがどんどん減少している。
- ・ 業界全体が不況で喘いでいる中、独自の販路を探している。書店の倒産も今後は大型書店にまで及ぶと予測されるので、これまでの流通チャンネルは既に崩壊していると思わざるを得ない。
- ・ 紙製品の需要の減少や販売先の経費削減等により、仕事量は年々減っている。
- ・ インターネット通販業者による価格破壊があまりにもひどい。紙などの仕入もインターネット業者に対して値引きをしているのではないかと、勘ぐってしまう。
- ・ 新事業を始めるにあたり、資金調達が困難。

3) 染色業

- ・ 新しい業態(ストール等)への転換をスムーズに進める。個人店の開設であるため、課題がある。
- ・ 資金不足で新しい企画ができない。
- ・ 今までの取引先の減少に伴い、売上が下がる傾向にある。新たな販路と商品開発の必要性を感じる。

4) 建設業

- ・ 引き合いがあっても、人手不足のため受注できないものも相当数ある。元請仕事中心に受注している。
- ・ 従業員の高年齢化による、効率の低下。もっと受注を獲得しないといけない。
- ・ 既製品自体が増加しており、仕事が減ってきている。
- ・ 完成基準の売上計上のため、物件の長期化や大型化に伴い、年度をまたぐものが増え、数字上は売上が増えない。
- ・ 設備のメンテナンス関係は、技術の合理化が進行しているので収益が減少している。建設関係の工事は、オリンピック、震災等で設備投資が増加し収益が増収傾向にある。

5) 情報通信業

- ・ 非常に良好な経営状況。現在の経営規模での絶対的な安定は困難なため、先行投資タイミングを見誤って成長の機会を損なうことが最大のリスクと考えている。
- ・ 前期と比べると少しだけ仕事が増えた。
- ・ 出版事業であるので、メディアの多様化と進歩に追いつくのが大変である。
- ・ 出版業界そのものが低迷している。電子出版など新規事業にも取り組んでいるが思うような成果は上がっていない。都内の書店はここ10年で3割減少しており、直販などの別ルートの販売先を探すのが喫緊の課題。

6) 卸売業

- ・ 新しく取り組んでいる事業が好調だが、従来からの事業は下降傾向にあり、全体としては横ばい推移。
- ・ 高額贅沢品かつ無名ブランドであるため、顧客の高齢化に伴い、販路が縮小してきた。今後は粘り強く宣伝し、ポテンシャルカスタマーの獲得に努める。また、ニーズに応じて価格帯を抑えた商品を取り扱って行く。
- ・ 現状維持をしているが、更なる発展拡大についてはなかなか難しい。
- ・ 仕入先の廃業が続き、製品の仕入環境が悪化している。

7) 小売業

- ・ 収益は自然増。新規取引先 2 社契約、また新たな展開を計画している。調剤中心から接客重視の販売に移行。
- ・ 四谷地区再開発の影響で、2019 年秋までの約 3 年間は売上の減少や資金調達等で厳しい状況下に突入していく。その対策を今から企てていく必要がある。
- ・ 第 1 四半期の売上は前年比 2 ケタ増で活況。第 2 四半期は前年同期売上を確保するもやや苦戦状況。今期に入り人手不足感が際立っており、人材確保、人材育成が急務。
- ・ 仕入材料は値上傾向にあり、受注競争は変わらない。不透明感は拭えないが、同業者との差別化、選別化を更に推進していく。

8) 飲食・宿泊業

- ・ 喫茶店人気の復活で収益が改善。
- ・ ビジネスホテル経営であるが、去年頃からゆるやかに減収、今年に入りやはり 1 割程減収傾向にある。経費の見直しを行う予定。
- ・ 仕入値低下にて原価は下がった。今期は来期の新事業に向けての投資が大きかったため、支出増により収益は一時的にしぼんだが、来期の売上は伸びる予定。
- ・ 増収傾向で推移しているが、目標には達していない。人材教育が進んでおらず、質のいいサービスが提供できていないため、今後はそこも課題となる。

9) 不動産業

- ・ 週末や土曜日の集客は見込めるが平日の集客に苦労しているテナント、ホームページを有効活用しリピーターを確保して経営が順調なテナント、外国人観光客に対応したメニュー・サービスを展開し新たな顧客を獲得しているテナントと、テナントにより経営状況に差が出ている。
- ・ 同業者間の競争が激しくなったこと、またネットで店舗を比較して来店されるお客様が当たり前となりつつあり、店舗ではより詳細な情報提供が求められると感じている。
- ・ 同業他社との競合により厳しい経営環境にあるが、安定した収益基盤を活かして安定的な経営を継続していく。
- ・ 一昨年よりダイレクトメールを送るようになり新しいお客さんが増えた。存在を知られた事が大きい。
- ・ 現在、社宅兼一般向けにマンションを 1 棟所有しているが、社員の転勤で空室となる部屋が多数発生。空室を早く埋めるために、一般入居者を募集中。満室にして収益の確保を目指す。

10) サービス業

- ・ 国内景気は、個人消費がネガティブであり回復する材料に乏しい。その中で、新たなニーズを喚起するようなサービスを提供するため、本業とシナジーの高い新規事業の展開にチャレンジする。
- ・ 当社のある高田馬場は日本語学校や専門学校が多く、就学している海外からの学生が多い。そういった就学目的の外国人が卒業後日本で就労し定住していく傾向があることから、彼らを顧客として取り込むことで収益の増加が見込める。
- ・ 経営環境の変化に対する対応や方策を模索中。中・長期経営の安定化のため、何が求められるか、目先の収益の増減より将来に対する取組み投資が重要と考えている。
- ・ 昨年、固定費を大幅に減少させたため、資金繰りは安定。再上昇を行うための戦略を立案中。

【特別調査】災害時の事業継続とBCPについて

【調査実施時期】
平成 28 年 6 月下旬

【調査結果概要】

熊本地震後の災害に対する事業継続の意識は、「意識するようになった」と「やや意識するようになった」を合算すると、約 43%が熊本地震以降により意識するように変化している（問 1 参照）。

災害時の事業継続における社内対策は、「従業員の安否確認・連絡手段の確保」が約 59%で最多、以下「従業員用の飲食料の備蓄」約 33%、「従業員用の防災用品（ヘルメット・毛布等）の準備」約 30%と続いた（問 2 参照）。こういった対策を災害時の防災計画として整備しているかについては、「防災計画として整備して従業員に周知・教育している」が約 31%で最多、次いで「防災計画として作成中または検討中」が約 29%となった（問 2-1 参照）。

災害時の従業員の安否確認方法は、「メール（従業員個人）」が約 69%で最多となった（問 2-2 参照）。災害時の従業員配置は、「一部従業員（帰宅困難者および災害対策要員）のみ待機」が約 41%で最多、次いで「全従業員待機」と「全従業員帰宅」がそれぞれ約 23%で続いた（問 2-3 参照）。

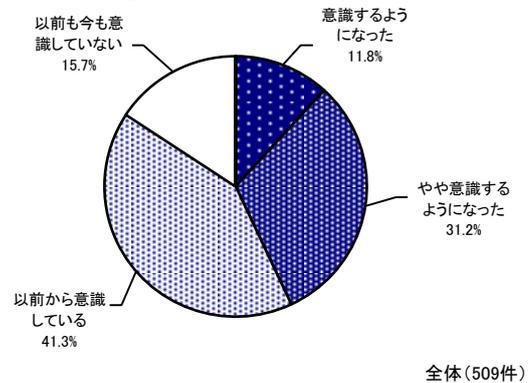
既に取り組んでいる企業間連携は、「特に連携はしていない」が約 71%となって、回答した 7 割が連携を行っていない（問 3 参照）。BCP（事業継続計画）の策定状況は、「策定する予定はない」が約 55%と 6 割弱を占めた（問 4 参照）。BCP を策定・検討していない理由は、「何をやればいいのか分からない」が約 34%、「どういうものなのかが分からない」がほぼ同率で続いた（問 5 参照）。

問 1 熊本地震後の災害に対する事業継続の意識の変化

熊本地震後の災害に対する事業継続の意識の変化について、全体では「以前から意識している」が 41.3%で最も多く、以下「やや意識するようになった」31.2%、「以前も今も意識していない」15.7%と続いた。「意識するようになった」と「やや意識するようになった」を合算すると、4 割強が熊本地震以降により意識するように変化している（図表特 1）。

業種別では、「意識するようになった」と「やや意識するようになった」を合算した『意識するようになった』は、染色業、小売業、飲食・宿泊業の 3 業種で 5 割以上と他の業種と比較して回答割合が高い。「以前から意識している」は、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、不動産業で 5 割弱を占めたが、突出して高い業種はなかった。

図表特 1 熊本地震後の災害に対する事業継続の意識の変化

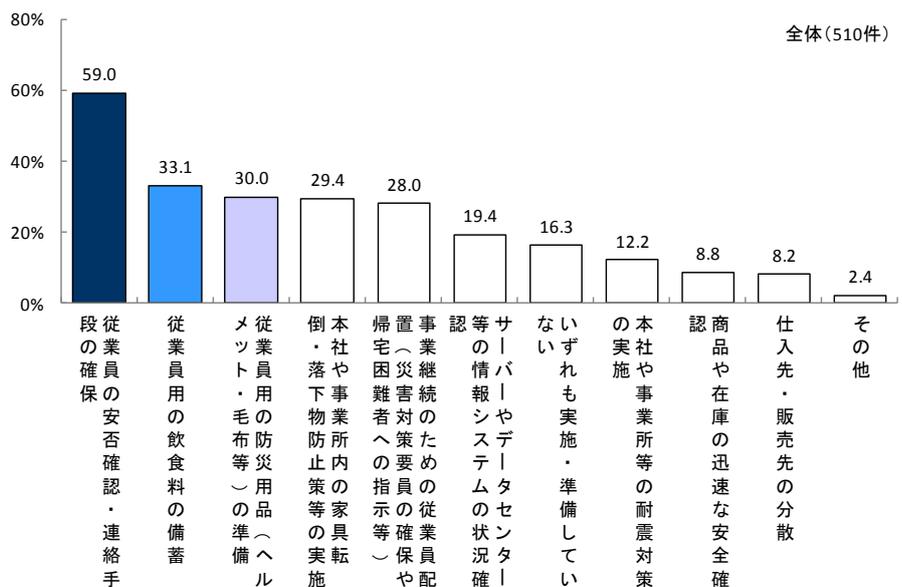


問 2 災害時の事業継続における社内対策（複数回答可）

災害時の事業継続における社内対策について、全体では「従業員の安否確認・連絡手段の確保」が 59.0%で最も多く、以下「従業員用の飲食料の備蓄」33.1%、「従業員用の防災用品（ヘルメット・毛布等）の準備」30.0%と続いた（図表特 2①）。

業種別では、染色業を除く 9 業種で「従業員の安否確認・連絡手段の確保」が最多となった。染色業は、「いずれも実施・準備していない」が「従業員の安否確認・連絡手段の確保」を上回った。その他業種毎の特筆すべき点としては、建設業と不動産業で「従業員用の飲食料の備蓄」と「従業員用の防災用品（ヘルメット・毛布等の準備）」がそれぞれ 4 割以上と高く、該当 2 業種は備蓄関連に対する意識が高いとみられる。情報通信業では、「サーバーやデータセンター等の情報システムの状況確認」が 5 割弱と、製造業やサービス業（3 割台）、印刷・同関連業（2 割台）等と比較して高く、業態としてのリスクマネジメントの傾向が表れている（図表特 2②）。

図表特 2① 災害時の事業継続における社内対策（複数回答可）



図表特 2② 災害時の事業継続における社内対策 (複数回答可・業種別・上位3位)

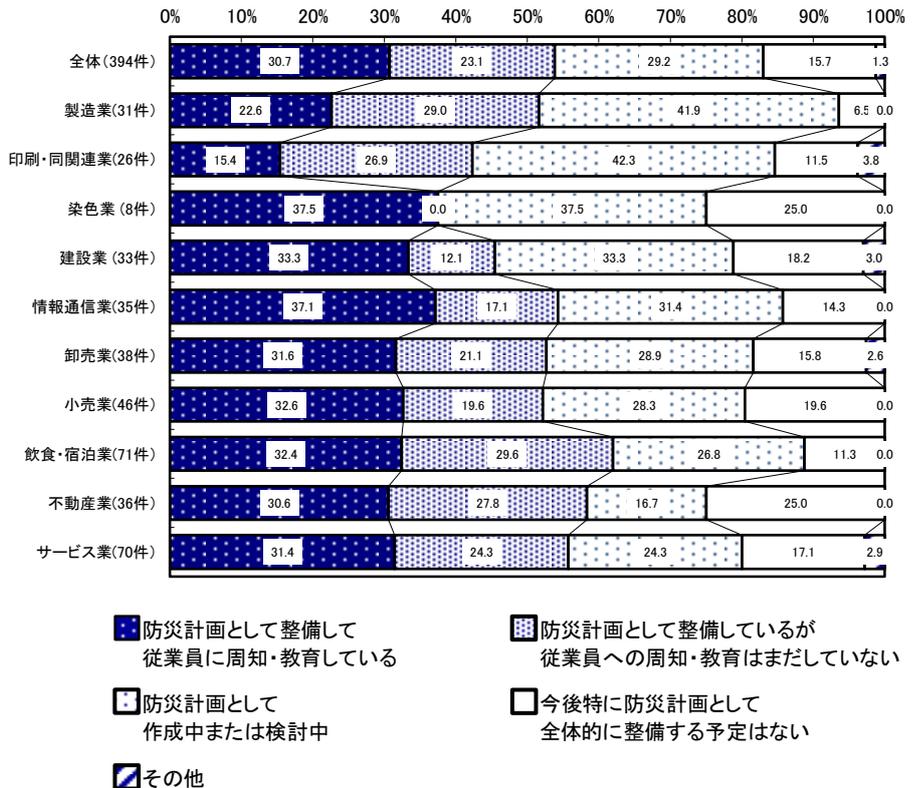
	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	従業員の安否確認・連絡手段の確保 61.9%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 63.9%	いずれも実施・準備していない 37.5%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 51.1%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 67.4%
2位	従業員用の飲食料の備蓄 38.1%	事業継続のための従業員配置 (災害対策要員の確保や帰宅困難者への指示等) 30.6%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 31.3%	従業員用の防災用品 (ヘルメット・毛布等) の準備 46.7%	サーバーやデータセンター等の情報システムの状況確認 47.8%
3位	従業員用の防災用品 (ヘルメット・毛布等) の準備 33.3%	サーバーやデータセンター等の情報システムの状況確認 27.8%	事業継続のための従業員配置 (災害対策要員の確保や帰宅困難者への指示等) 25.0%	従業員用の飲食料の備蓄 40.0%	本社や事業所内の家具転倒・落下物防止策等の実施 39.1%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	従業員の安否確認・連絡手段の確保 60.0%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 60.4%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 66.3%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 50.0%	従業員の安否確認・連絡手段の確保 56.2%
2位	従業員用の飲食料の備蓄 34.0%	従業員用の飲食料の備蓄 35.8%	事業継続のための従業員配置 (災害対策要員の確保や帰宅困難者への指示等) 32.6%	従業員用の飲食料の備蓄 40.9%	従業員用の飲食料の備蓄 37.1%
3位	本社や事業所内の家具転倒・落下物防止策等の実施 30.0%	本社や事業所内の家具転倒・落下物防止策等の実施 30.2%	従業員用の防災用品 (ヘルメット・毛布等) の準備 29.2%	事業継続のための従業員配置 (災害対策要員の確保や帰宅困難者への指示等) 31.8%	サーバーやデータセンター等の情報システムの状況確認 31.5%

問 2-1 防災計画の整備および周知・教育

防災計画の整備および周知・教育について、全体では「防災計画として整備し従業員に周知・教育している」が 30.7%で最も多く、以下「防災計画として作成中または検討中」 29.2%、「防災計画として整備しているが従業員への周知・教育はまだしていない」 23.1%と続いた。「防災計画として整備して従業員に周知・教育している」と「防災計画として整備して従業員への周知・教育はまだしていない」を合わせた『防災計画として整備済』は 53.8%で、半数以上が災害時の防災計画を整備している。

業種別では、情報通信業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業の 6 業種で「防災計画として整備して従業員に周知・教育している」が最多で、3 割以上を占めた。製造業、印刷・同関連業は「防災計画として作成中または検討中」が 4 割以上を占め最多、建設業はこれら回答が同比率であった (図表特 2-1)。なお、回答件数合計が 8 件と少ないため参考値にとどまるが、染色業も建設業同様に「防災計画として整備して従業員に周知・教育している」と「防災計画として作成中または検討中」の回答がともに 3 件ずつあり、最多であった。

図表特 2-1 防災計画の整備および周知・教育

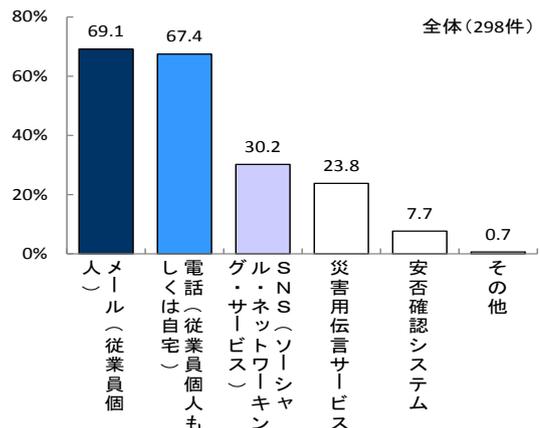


問 2-2 災害時の従業員の安否確認方法 (複数回答可)

災害時の従業員の安否確認方法について、全体では「メール (従業員個人)」が 69.1%で最も多く、以下「電話 (従業員個人もしくは自宅)」 67.4%、「SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス)」 30.2%と続いた (図表特 2-2)。

業種別では、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、サービス業で「メール (従業員個人)」が最多、製造業、印刷・同関連業、飲食・宿泊業、不動産業で「電話 (従業員個人もしくは自宅)」が最多となった。回答件数合計が 5 件と少ないため参考値にとどまるが、染色業も「電話 (従業員個人もしくは自宅)」が 5 件で最多となった。

図表特 2-2 災害時の従業員の安否確認方法 (複数回答可)

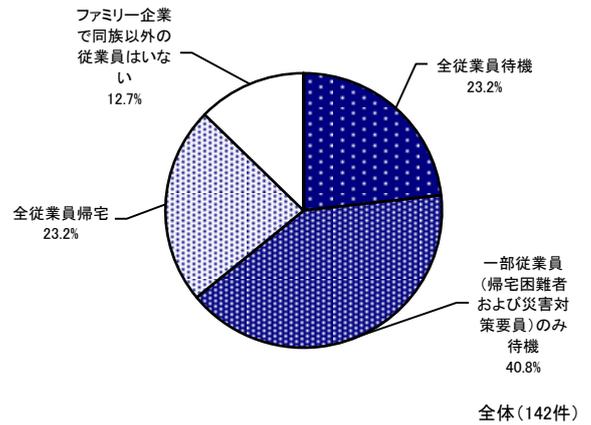


問 2-3 災害時の従業員配置

災害時の従業員配置について、全体では「一部従業員（帰宅困難者および災害対策要員）のみ待機（以降、一部従業員のみ待機と記載）」が 40.8%で最多、次いで「全従業員待機」と「全従業員帰宅」が 23.2%で同率 2 位となった。

業種別では、印刷・同関連業、小売業で「一部従業員のみ待機」と「全従業員待機」が同率最多、情報通信業、卸売業で「全従業員帰宅」がそれぞれ 3 割以上を占め最多、不動産業で「一部従業員のみ待機」と「ファミリー企業で同族以外の従業員はいない」が同率最多、製造業、建設業、サービス業で「一部従業員のみ待機」が最多、飲食・宿泊業で「全従業員待機」が最多であった。回答件数合計が 4 件と少ないため参考値にとどまるが、染色業では「一部従業員のみ待機」と「ファミリー企業で同族以外の従業員はいない」の回答がともに 4 件ずつあり、最多であった（図表特 2-3）。

図表特 2-3 災害時の従業員配置

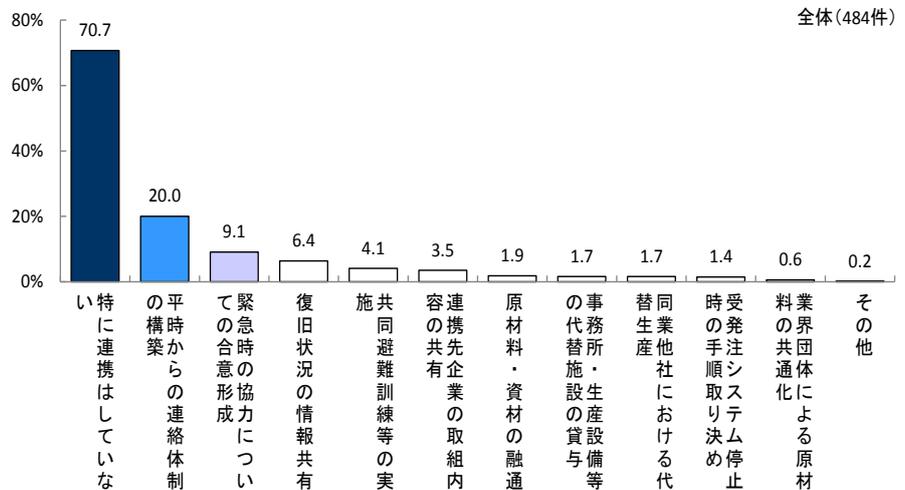


問 3 既に取り組んでいる企業間連携 (複数回答可)

図表特 3 既に取り組んでいる企業間連携(複数回答可)

既に取り組んでいる企業間連携について、全体では「特に連携はしていない」が 70.7%と、7 割強が連携をしていない。連携をしている中では、「平時からの連絡体制の構築」が 20.0%、「緊急時の協力についての合意形成」が 9.1%であった（図表特 3①）。

業種別では、全ての業種で「特に連携はしていない」が最多で、染色業で 9 割以上、製造業、印刷・同関連業、卸売業、不動産業、サービス業の 5 業種で 7 割以上を占めた。連携をしている中では、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業で「平時からの連絡体制の構築」が 2 割以上と高く、また「緊急時の協力についての合意形成」は建設業と小売業で 2 割弱と、他の業種と比較して回答割合が高い。



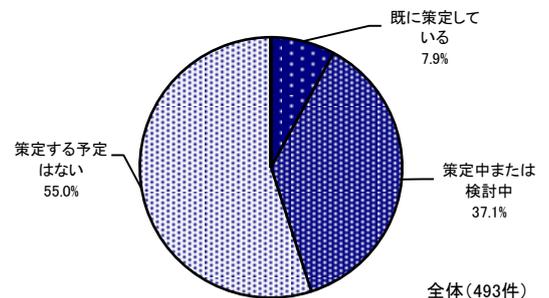
問 4 BCP(事業継続計画)の策定状況

BCP(事業継続計画)の策定状況について、全体では「策定する予定はない」が 55.0%で最も多く、以下「策定中または検討中」37.1%、「既に策定している」7.9%と続いた（図表特 4①）。

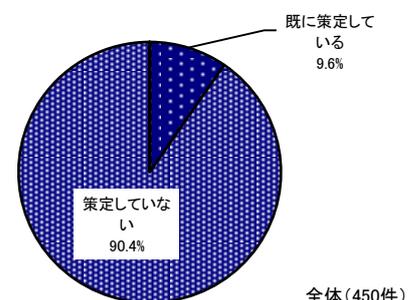
業種別では、いずれの企業も「策定する予定はない」が最多で、染色業で 9 割以上を占めた。「策定中または検討中」は、建設業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業の 4 業種で 4 割以上を占め、「既に策定している」は、情報通信業、小売業で 1 割を超えた。

なお、平成 23 年 6 月に実施している調査においては、「既に策定している」企業は 9.6%、「策定していない」企業は 90.4%であった（図表特 4②）。区内中小企業における BCP 策定は、5 年経過後もあまり進んでいないことがうかがえる結果となった。なお、平成 23 年 6 月の調査においては、策定しているきっかけは「取引先からの要請」や「東日本大震災での自社被害」との回答が多かった。

図表特 4① BCPの策定状況



図表特 4② BCPの策定状況(平成 23 年 6 月調査)

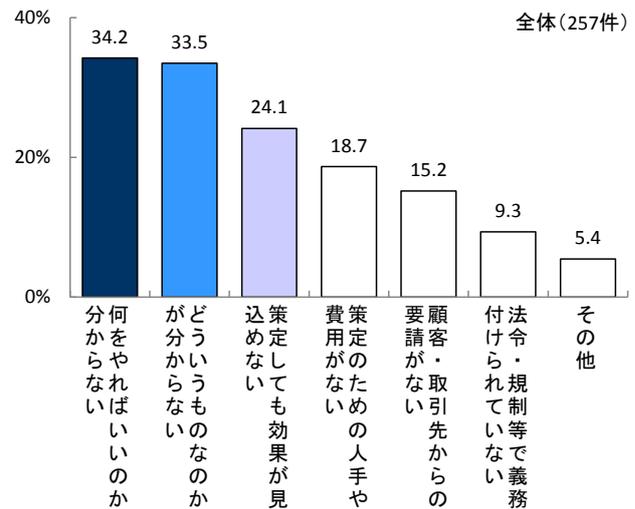


問5 BCPを策定・検討していない理由(複数回答可)

BCPを策定・検討していない理由について、全体では「何をやればいいのか分からない」が34.2%で最も多く、以下「どういうものなのかが分からない」33.5%、「策定しても効果が見込めない」24.1%と続いた(図表特5①)。

業種別では、情報通信業、卸売業、飲食・宿泊業、不動産業の4業種で「何をやればいいのか分からない」と「どういうものなのかが分からない」が同率最多、小売業、サービス業で「何をやればいいのか分からない」、印刷・同関連業、建設業で「どういうものなのかが分からない」が最多と、これら2つに回答が集中している。特に建設業では、「どういうものなのかが分からない」が5割と高く、業界でBCPがあまり認知されていないことが伺える。一方で、製造業では「策定のための人手や費用がない」が4割弱を占め最多であるのに対し、「どういうものなのかが分からない」は唯一2割以下にとどまっており、認知度は高い。染色業では「策定しても効果が見込めない」が5割以上で最多となった(図表特5②)。

図表特5① BCPを策定・検討していない理由(複数回答可)



図表特5② BCPを策定・検討していない理由(複数回答可・業種別・上位3位)

	製造業	印刷・同関連業	染色業	建設業	情報通信業
1位	策定のための人手や費用がない 38.1%	どういうものなのかが分からない 36.8%	策定しても効果が見込めない 53.8%	どういうものなのかが分からない 50.0%	何をやればいいのか分からない 36.4%
2位	何をやればいいのか分からない 33.3%	策定しても効果が見込めない 31.6%	どういうものなのかが分からない 30.8%	何をやればいいのか分からない 40.9%	策定しても効果が見込めない 27.3%
3位	策定しても効果が見込めない 23.8%	何をやればいいのか分からない 26.3%	何をやればいいのか分からない 23.1%	策定しても効果が見込めない 22.7%	策定のための人手や費用がない 22.7%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業	不動産業	サービス業
1位	何をやればいいのか分からない 33.3%	何をやればいいのか分からない 37.9%	何をやればいいのか分からない 37.5%	何をやればいいのか分からない 36.8%	何をやればいいのか分からない 31.3%
	どういうものなのかが分からない 33.3%		どういうものなのかが分からない 37.5%	どういうものなのかが分からない 36.8%	
2位	策定のための人手や費用がない 20.8%	どういうものなのかが分からない 34.5%	策定しても効果が見込めない 20.0%	策定しても効果が見込めない 26.3%	どういうものなのかが分からない 25.0%
			法令・規制等で義務付けられていない 26.3%		
3位	策定しても効果が見込めない 16.7%	策定しても効果が見込めない 17.2%	策定のための人手や費用がない 12.5%	策定のための人手や費用がない 15.8%	策定しても効果が見込めない 22.9%
	顧客・取引先からの要請がない 16.7%	策定のための人手や費用がない 17.2%	顧客・取引先からの要請がない 12.5%	顧客・取引先からの要請がない 12.5%	策定のための人手や費用がない 22.9%

問6 災害対策およびBCPについて(自由回答)

- ・ 経営規模が小さいため BCP は他人ごとであったが、昨今の自然災害の多発やマスコミでの報道のされ方等から、従業員の安全と家族の生活保障のためにも最善の準備は怠るべきでないと感じ、社内会議で BCP を提案する予定である。(製造業)
- ・ 必要性は認識しているので、今後整備を進めていきたい。(印刷・同関連業)
- ・ まずは従業員の安否確認が重要と考えている。(染色業)
- ・ 災害時には当社の様な建設業者は、仮設住宅関連等の協力体制を計画していかなければならないと思いい、検討中である。(建設業)
- ・ BCP についてこれまで聞いたことがなかった。(建設業)
- ・ BCP は ISMS*によって計画・策定されている。(情報通信業)
- ・ メールサーバーはクラウド化し、ファイルサーバーは東京と大阪に同じものを設置することで、どちらか破損しても1つが残るようにしている。(卸売業)
- ・ 同業者・業界内での取り決めを行っている。(小売業)
- ・ テナントを含めたビル全体で実施する消防訓練を年2回実施している。非常放送訓練、避難誘導訓練のような実地訓練に加え、専門家による電気等ビル設備および消防設備・防災に関する訓話・諸注意を訓練参加者に聞いてもらい、参加者の防災意識の向上を図っている。(不動産業)
- ・ 社内でも BCP チームを作り、2~3カ月に1回メンテナンスの会議を行っている。(サービス業)

*ISMS…情報セキュリティマネジメントシステム

(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 28 年 8 月発行