新宿区 中小企業の景況

(令和4年1月~3月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】製造業(40件)、印刷・同関連業(30件)、染色業(16件)、建設業(45件)、情報通信業(38件)、 卸売業(43件)、小売業(69件)、飲食・宿泊業(72件)、不動産業(57件)、サービス業(73件)

※() 内は有効回答数 合計 483 件

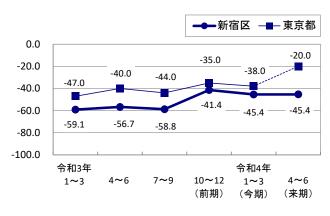
【調査方法】郵送アンケート調査 【調査機関】(株)東京商工リサーチ 【調査実施時期】令和4年4月上旬 ※各設問の詳細(調査票)については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲45.4 と、前期(令和3年10月~12月)の▲41.4 から低迷した。来期(令和4年4月~6月)の予想は▲45.4 と今期並みの厳しさが続く見込み(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、「同業者間の競合」が前期より 8.7 ポイント増加し、悪い理由は「仕入価格の動向」が 12.9 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

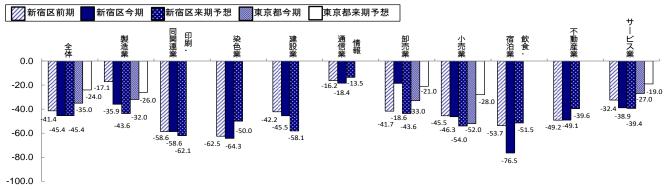
(%)

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	同業者間の競合	その他
良い	91.8	8.2	16.4	23.0	3.3	11.5	3.3	3.3	4.9	19.7	8.2
悪い	77.5	4.4	19.9	51.7	20.3	22.5	3.0	7.0	1.1	20.3	14.0

業種別では、卸売業はかなり改善した。一方、製造業、飲食・宿泊業は大幅に厳しさが増し、サービス業、建設業は低迷し、染色業、情報通信業でも厳しさがやや増した。印刷・同関連業、小売業、不動産業は前期並みの厳しさが続いた。

来期は、染色業、飲食・宿泊業で大幅に改善し、情報通信業、不動産業でも厳しさが和らぐ見込み。 一方で、建設業、卸売業では厳しさが大幅に強まり、製造業、印刷・同関連業、小売業でも低迷し、サ ービス業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)

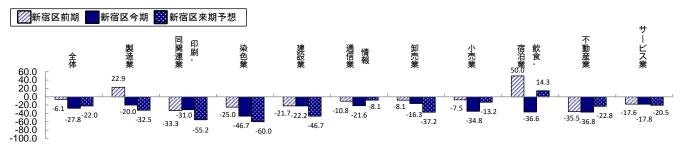
業況:経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

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

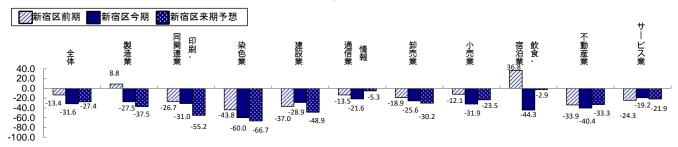
●売上額 DI

今期は、印刷・同関連業でやや改善した。一方、製造業、飲食・宿泊業は水面下に転じたほか、染色業、情報通信業、小売業では大幅に低迷し、卸売業、不動産業では厳しさが強まり、建設業、サービス業では前期並みの厳しさが続いた。 来期は、飲食・宿泊業で好転し、情報通信業、小売業、不動産業で大幅に改善する見込み。一方、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、卸売業は厳しさがかなり強まり、サービス業はやや低迷する見込み。



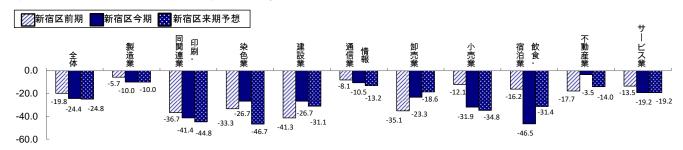
●収益 DI

今期は、建設業、サービス業で改善した。一方、製造業、飲食・宿泊業は水面下に転じ、染色業、小売業でかなり厳しさが強まり、印刷・同関連業、情報通信業、卸売業、不動産業で低迷した。来期は、情報通信業、飲食・宿泊業でかなり持ち直し、小売業、不動産業で改善する見込み。一方、製造業、印刷・同関連業、建設業で大幅に低迷するほか、染色業、卸売業でも低迷し、サービス業でやや厳しさが強まる見込み。



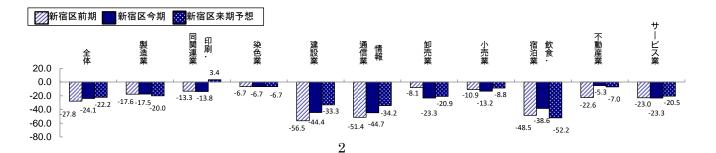
●資金繰り DI

今期は、建設業、卸売業、不動産業でかなり苦しさが和らぎ、染色業でも窮屈感が弱まった。一方、小売業、飲食・宿泊業では苦しさが大幅に増し、製造業、印刷・同関連業、サービス業で窮屈感が強まるほか、情報通信業でもやや窮屈感が強まった。来期は、飲食・宿泊業でかなり苦しさが和らぎ、卸売業で窮屈感が弱まる見込み。一方、染色業、不動産業では窮屈感が大きく強まり、印刷・同関連業、建設業で苦しさが増し、情報通信業、小売業でも苦しさがやや増し、製造業、サービス業は今期並みの厳しさが続く見込み。



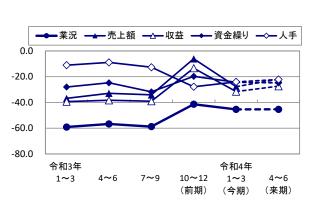
●人手 DI

今期は、全ての業種で不足となった。製造業、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業、不動産業では不足感が緩和したが、印刷・同関連業、卸売業、小売業、サービス業では不足感が強まった。来期は、印刷・同関連業では過剰となり、印刷・同関連業を除く9業種では不足となる見込み。



4. 新宿区(全体)における項目別 DI 推移

今期は、売上額、収益は大幅に悪化し、業況、資金繰りも厳しさが強まった。人手は不足感が弱まった。来期は、売上額、収益は持ち直し、人手は不足感がやや弱まる見込み。業況、資金繰りは今期並みの厳しさが続く見込み。

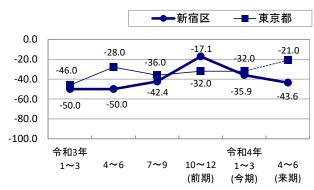


		,	J		J	
	令和3年 1~3	4~6	7~9	10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-59.1	-56.7	-58.8	-41.4	-45.4	-45.4
売上額	-36.9	-32.9	-34.2	-6.1	-27.8	-22.0
収益	-39.4	-38.3	-39.1	-13.4	-31.6	-27.4
資金繰り	-28.1	-24.8	-31.8	-19.8	-24.4	-24.8
人手	-11.1	-8.9	-12.7	-27.8	-24.1	-22.2

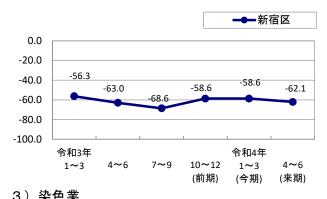
前期 → 今期 → 来期

5. 業種別における DI 推移

1)製造業



2) 印刷·同関連業



O / 木	亡木				→ 新	官区
0.0						
-20.0						
-40.0					-64.3	50.0
-60.0		- -86.7		,		
-80.0	93.8	00.7	100.0	-62.5		
-100.0						
-120.0						
	令和3年				令和4年	
	1~3	4 ~ 6	7 ~ 9	10~12 (前期)	1~3 (今期)	4 ~ 6 (来期)



	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都今期
業況	-17.1	-35.9	-43.6	-32.0
売上額	22.9	-20.0	-32.5	
収益	8.8	-27.5	-37.5	
資金繰り	-5.7	-10.0	-10.0	
人手	-17.6	-17.5	-20.0	

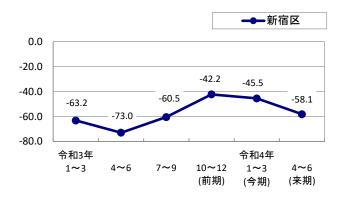


	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-58.6	-58.6	-62.1
売上額	-33.3	-31.0	-55.2
収益	-26.7	-31.0	-55.2
資金繰り	-36.7	-41.4	-44.8
人手	-13.3	-13.8	3.4



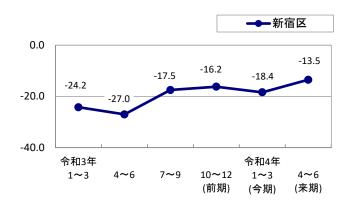
	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-62.5	-64.3	-50.0
売上額	-25.0	-46.7	-60.0
収益	-43.8	-60.0	-66.7
資金繰り	-33.3	-26.7	-46.7
人手	-6.7	-6.7	-6.7

4)建設業



	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-42.2	-45.5	-58.1
売上額	-21.7	-22.2	-46.7
収益	-37.0	-28.9	-48.9
資金繰り	-41.3	-26.7	-31.1
人手	-56.5	-44.4	-33.3

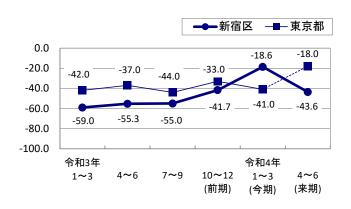
5) 情報通信業





	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-16.2	-18.4	-13.5
売上額	-10.8	-21.6	-8.1
収益	-13.5	-21.6	-5.3
資金繰り	-8.1	-10.5	-13.2
人手	-51.4	-44.7	-34.2

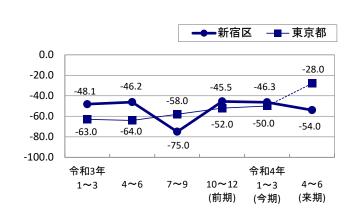
6) 卸売業

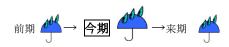




	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都今期
業況	-41.7	-18.6	-43.6	-41.0
売上額	-8.1	-16.3	-37.2	
収益	-18.9	-25.6	-30.2	
資金繰り	-35.1	-23.3	-18.6	
人手	-8.1	-23.3	-20.9	

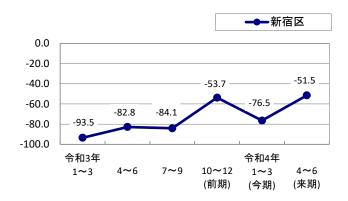
7) 小売業





	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都今期
業況	-45.5	-46.3	-54.0	-50.0
売上額	-7.5	-34.8	-13.2	
収益	-12.1	-31.9	-23.5	
資金繰り	-12.1	-31.9	-34.8	
人手	-10.9	-13.2	-8.8	

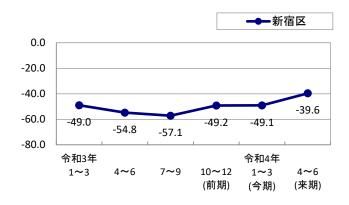
8)飲食•宿泊業



前期 → | 今期 → → 来期 →

	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-53.7	-76.5	-51.5
売上額	50.0	-36.6	14.3
収益	36.8	-44.3	-2.9
資金繰り	-16.2	-46.5	-31.4
人手	-48.5	-38.6	-52.2

9) 不動産業

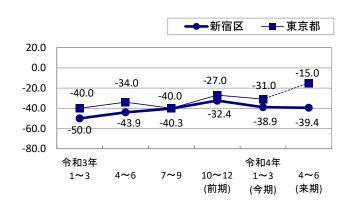


前期 ♣ → 今期 → 来期 →

	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-49.2	-49.1	-39.6
売上額	-35.5	-36.8	-22.8
収益	-33.9	-40.4	-33.3
資金繰り	-17.7	-3.5	-14.0
人手	-22.6	-5.3	-7.0

10)サービス業

好調





	令和3年 10~12 (前期)	令和4年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-32.4	-38.9	-39.4	-31.0
売上額	-17.6	-17.8	-20.5	
収益	-24.3	-19.2	-21.9	
資金繰り	-13.5	-19.2	-19.2	
人手	-23.0	-23.3	-20.5	

不調

マーク	-)	_		-		<u>}</u> -	\sim	7	4	7		7	<u>ot</u>	<u> </u>
							D.I值	<u> </u>						
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

※「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。

普通

6. 経営上の問題点

全体では、1 位「売上の停滞・減少」64.6%、2 位「利幅の縮小」23.3%、3 位「人手不足」22.7%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」、印刷・同関連業、不動産業で「利幅の縮小」、染色業で「取引先の減少」、建設業、情報通信業、飲食・宿泊業、サービス業で「人手不足」、卸売業、小売業で「仕入先からの値上げ要請」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 64.6%	売上の停滞・減少 52.5%	売上の停滞・減少 80.0%		
2位	利幅の縮小 23.3%	材料価格の上昇 45.0%	利幅の縮小 33.3%		
3位	人手不足 22.7%	仕入先からの値上げ要請 32.5%	材料価格の上昇 30.0%		
	染色業	建設業	情報通信業		
1位	売上の停滞・減少 80.0%	売上の停滞・減少 60.0%	売上の停滞・減少 57.9%		
2位	取引先の減少 60.0%	人手不足 35.6%	人手不足 39.5%		
3位	顧客・ニーズの変化・減少 50.0%	材料価格の上昇 33.3%	同業者間の競争の激化 28.9%		
	卸売業	小売業	飲食•宿泊業		
1位	売上の停滞・減少 67.4%	売上の停滞・減少 78.3%	売上の停滞・減少 69.8%		
2位		仕入先からの値上げ要請 29.0%	人手不足 34.9%		
3位	顧客·ニーズの変化·減少 20.9% 為替レートの変動 20.9%	利幅の縮小 26.1%	利幅の縮小 31.7%		
	不動産業	サービス業			
1位	売上の停滞・減少 53.6%	売上の停滞・減少 58.0%			
2位	利幅の縮小 25.0%	人手不足 24.6%			
3位	同業者間の競争の激化 21.4%	顧客・二一ズの変化・減少 21.7%	※ 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」37.1%、2 位「販路を拡大する」36.7%、3 位「人材を確保する」24.9%となった。

業種別では、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、サービス業で「新しい取引先を見つける」、製造業、卸売業、小売業で「販路を拡大する」、飲食・宿泊業で「人材を確保する」、不動産業で「不動産の有効活用を図る」、建設業で「新しい取引先を見つける」「技術力を強化する」「人材を確保する」がそれぞれ1位となった。

全体			製造業		印刷·同関連業		
1位	新しい取引先を見つける	37.1%	販路を拡大する	45.0%	新しい取引先を見つける	70.0%	
2位	販路を拡大する		新しい取引先を見つける		販路を拡大する	46.7%	
3位	立 人材を確保する 24.9%		既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する 人材育成を強化する	人材を確保する 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 技術力を強化する 人材を確保する	35.6% 35.6% 35.6%	新しい取引先を見つける	50.0%	
2位	販路を拡大する 27.3% 宣伝・広報を強化する 27.3%		販路を拡大する 33.3%		販路を拡大する 36.8		
3位	技術力を強化する 18.2%		人件費以外の経費を節減する	24.4%	人材を確保する 人材育成を強化する	34.2% 34.2%	
	卸売業		小売業	飲食・宿泊業			
1位	販路を拡大する	60.5%	販路を拡大する	45.6%	人材を確保する	36.1%	
2位	新しい取引先を見つける	48.8%	新しい取引先を見つける	36.8%	販路を拡大する	32.8%	
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	25.6%	既存事業で新商品・新サービスを開 発(又は取り扱い)する	25.0%	既存事業で新商品・新サービスを開 発(又は取り扱い)する	29.5%	
	不動産業		サービス業				
1位	不動産の有効活用を図る	26.8%	新しい取引先を見つける	40.6%			
2位	新しい取引先を見つける	25.0%	人材を確保する	31.9%			
3位	後継者を育成する	19.6%	販路を拡大する	30.4%	※ 最大3つまで選択		

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 昨秋より新型コロナウイルスの影響が減少し収益増となっているが、原油価格高騰などにより製造 上必要なものが全て価格上昇し、収益にどれだけの影響があるか懸念している。
- ・ 新型コロナウイルスの影響で中国からの仕入が滞り、売上・利益共にやや減少となった。
- ・ 地金の高騰で仕入価格が上がっているため、売上も上がっているが、利率が悪くなっている。又、急騰しているので、仕入れ値に対し、売りへの対応が追い付いていない。
- ・ 新型コロナウイルスの影響による祭礼・イベント等の中止で売上減少。
- 材料入手難で品不足の為、売上が減少。

2) 印刷・同関連業

- ・ 前年同期比で売上・利益共に改善傾向にあるが、ウクライナ問題も含めた環境変化による原材料費高騰傾向の状況に注視が必要。人手不足(特に商品開発系)も課題と考える。
- · 持続化給付金、事業復活支援金等、政府の支援制度で資金繰りの面で助かったが、全体的な売上不足解消が一番の課題。4月以降に新たな案件が発生しているので、今後の売上増加につなげたい。
- ・ 需要が減った上に取引先も仕事が減り、取引先の社内で終わらせてしまう為、仕事が回ってこない。
- · 人手不足で工場のフル稼働ができない。
- ・ 新型コロナウイルスの影響により、営業活動において来社制限や得意先のリモート体制があり、コミュニケーション不足となり、新規の仕事確保が難しい。
- ・ 仕入価格の上昇は非常に困る。原材料の上昇も同じ。
- · 3月から原材料費が値上げしているが、販売価格に転嫁できていない。

3) 染色業

- ・ 祭り関係の仕事注文なので、今年開催されないと大変苦しい。
- ・ 新型コロナウイルス等により、令和の時代に入ってか呉服業界が停滞・減少している。令和3年9月 から令和4年3月までの受注がない。

4)建設業

- · 安定している。
- 新設の大口プロジェクト現場が動きはじめている。
- ・ 年末から3月末までに工事が集中するため、この時期は他の月と比べ売上が急増するが4月からの 新年度は今のところ未定である。
- ・ 業界規模の縮小により他社との競争が激化している。材料価格の上昇や人手不足など問題点は多い。 元請からの品質向上、下請との連携強化など、要求が高くなる一方だが、それに対するコストの増加 は認められず、零細企業の負担は増加するばかりである。消費税、福利厚生費は計上出来るが、請負 の総額は決まっているため、名目にしかなっていない。
- ようやく新型コロナウイルスの影響が落ちついてきたが、売上は2年前までには戻らず、返済が苦しい。
- ・ 取引先の減少等により売上激減している。社内構造を根本的に改造計画中。

5)情報通信業

- · 2021年10月、資本提携を実施して両社連携による営業展開を開始。これに伴い、売上増加へと繋がった。
- ・ 収益や資金繰り等について特段の問題はない。技術会社であるため技術力の向上(人材育成)は必至。
- 新型コロナウイルスの影響は受けてないが、ウクライナ問題は今後、材料の影響が出てきそうである。
- ・ 想定より受注が減少、商品のバージョンアップが必要。
- ・ 先行投資を実施している故に、資金繰りに苦しんでいるが、いずれ挽回できると考えている。
- ・ 案件の失注が続いているため売上が減少。新規開拓と自社製品開発を平行して実施中。
- · 人材不足により先細り。
- ・ 去年からの収益減少による資金繰りの改善がなかなか厳しい。

6) 卸売業

- · 今期も受注状況が良好なため、人材確保が課題。又、為替レートの急激な変動が不安である。
- ・ 新型コロナウイルスが収束に向い、展示会での反応も向上した。少しは上向いてくれるのではと期待 している。
- ・ 部品の調達難が続き、受注は増えるものの、売上につながらない状況が続いている。
- ・ コロナ禍で、売上が1割まで落ち込む。丸2年努力してきたが、昨年12月に工場を休業した。80名 近くいた従業員も整理しているので、今後再開となると人員確保が出来るか心配である。
- ・ 販売先の減少とファッション業界(アパレル業界)の低迷により、高額品が売れない。
- ・ 新型コロナウイルスの外食産業への規制により、需要減。雇用を維持できない。食品安全衛生や安全 運転管理など、企業の規模を考えない規制強化で商売どころではない。

7) 小売業

- ・ 新規商品の拡大により、売上・利益が伸びている。競合他社の急激な値上げを理由に当社に転注があった事も売上改善の要因である。
- ・ 霊園開発のオファーが多いが、開発資金調達に苦しんでいる。販売中の霊園は利益確保ができている。
- ・ 国主導のエコポイント事業が終了し、売上が減少。
- ・ 原材料費や石油価格の高騰が収支の圧迫要因となっている。2月以降厳しい状況。
- · 電子部品が不足している。素材の値上げが販売に転嫁出来ずに困っている。
- 新型コロナウイルスの影響で動きがとれない。年配のお客様の来店・訪問がない。

8) 飲食・宿泊業

- · 新型コロナウイルスの感染者数がかなり影響している。現状は落ち着き傾向。
- ・ 弁当事業拡大による売上が増しているが、食材仕入価格上昇と人件費の増加で利益が伸びにくい。
- · フランチャイズなので本部からの仕入が高い。年々指導がきつくなり休みがとれない。
- ・ 地下にあるライブレストランで、まだ今までの営業に戻すのが難しい状況。今までとは違うサービス を考え始めている。
- ・ 協力金でかろうじて生きながらえている。その協力金も終了しこれからが正念場。人を雇い、家賃を 払っての経営は厳しい。私 (69) やスタッフの高齢化 (60 歳以下はいない) で廃業が常に頭にある。
- ・ 新型コロナウイルスの影響で収益減少、物価高騰、人件費高騰等、借入金の肥大等、今後の商売の先 行が不透明。

9) 不動産業

- ・ 波はあるが、回復傾向。
- · コロナ禍の中、いくらか光が見えつつある。
- ・ 賃料収入と同管理費収入の減少が目立ってきた。
- ・ テナント募集しても入居が決まらない。
- ・ 業績が悪化している。

10) サービス業

- ・ 新型コロナウイルスの影響が昨年度と比べ軽減され、予定した事業が推進された。決算が大幅に改善 予定。
- ・ 大きな取引先の減少と小さい取引先の増加で、業務量が増加したが、売上は減少した。
- GoTo トラベルの復活を望む。
- ・ 部品入手困難・部品単価高騰により業界全体が悪い。特に半導体不足は国策として取り組んでほしい。
- ・ 社員募集の反響が良くない。以前(2年前)と比較して応募者が少ない。
- ・ 留学業なので、新型コロナウイルス禍の国際線運休が大きな収益減の要因となっている。
- ・ 集団での歯科検診を懸念する企業が多く、リモートワークが進み受診率も減少している。
- ・ 新型コロナウイルス以後のエンドユーザーの消費行動が戻らず一向に改善が見られない。取引先からの条件変更を強要され収益の低下も更に追い討ちとなっている。

【調查実施時期】 令和4年4月上旬

【調査結果概要】

事業承継の予定は、「現時点では未定」が 44.9%で最も多く、以下「後継者への事業承継」36.4%、「事業承継せず廃業する予定」12.0%と続いた(問 1 参照)。事業承継の予定があると回答した企業に、事業承継を考えたきっかけについて尋ねたところ、「社長の高齢化」が 69.2%で最も多く、「後継者が育ってきた」37.4%、「その他」7.7%と続いた(問 1①参照)。事業承継の後継者や承継先については、「後継者(承継先)了承済で公表前」が 28.0%で最も多く、以下「後継者(承継先)了承済で公表済」24.6%、「候補者(候補先)は未定」22.3%と続いた(問 1②参照)。後継予定の(または後継者にしたい)人材については、「子ども」が 52.7%で最も多く、「社内の役員・従業員(親族以外)」37.3%、「配偶者」6.0%と続いた(問 1③参照)。事業承継を行う際の課題点は、「事業の将来性」が 52.8%で最も多く、「後継者の力量」33.5%、「後継者が未定(不在)」30.2%と続いた(問 2 参照)。事業承継を行う上で、取り組みたいことは、「後継者育成」が 65.1%で最も多く、以下「販路開拓」31.5%、「新規事業への進出」18.8%と続いた(問 3 参照)。

事業承継せず廃業する予定と回答した企業に、廃業の理由を尋ねたところ、「自身の代限りでやめようと決めていた」が 47.2%で最も多く、「後継者候補がいない」41.5%、「経営状況が厳しい」28.3%と続いた。(問4参照)。

事業承継の相談先については、「自社の役員・従業員」が36.4%で最も多く、「税理士・公認会計士等の専門家」33.6%、「誰にも相談していない(予定もない)」32.0%と続いた(問5参照)。誰にも相談していない(予定もない)と回答した企業に、理由を尋ねたところ、「事業承継を深く検討していない」が57.7%で最も多く、「取組が十分であり相談する必要がない」14.1%、「まだ相談できる人を探していない」11.3%、「相談に足る人がいない」9.2%と続いた(問6参照)。

円滑な事業承継のために、行政に期待することについて尋ねたところ、「後継者育成のための支援」が38.2%で最も多く、「個別相談窓口の設置」27.0%、「専門家の紹介」19.6%と続いた(問7参照)。

ウクライナ情勢の影響については、「やや影響がある」が 27.1%で最も多く、「ほとんど影響はない」 25.4%、「わからない」 16.3%、「大きな影響がある」 13.9%と続いた。また、「大きな影響がある」と「やや影響がある」を合わせた『影響がある』は 41.0%「ほとんど影響はない」と「全く影響はない」を合わせた『影響がない』は 35.2%となった(問8参照)。

問1 事業承継の予定

事業承継の予定について尋ねたところ、「現時点では未定」が 44.9%で最多となり、以下「後継者への事業承継」36.4%、「事業承継せず廃業する予定」12.0%、「第三者への事業承継(M&A等)」4.1%と続いた(図表特1)。

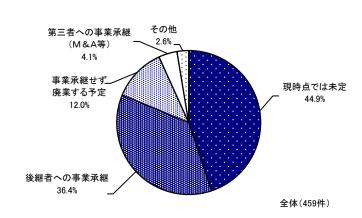
業種別では、製造業、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、卸売業、小売業、サービス業で4割以上が「現時点では未定」と回答し、飲食・宿泊業では5割を超えて最多となった。染色業では6割が「事業承継せず廃業する予定」、不動産業で4割が「後継者への事業承継」と回答した。

問1① 事業承継を考えたきっかけ

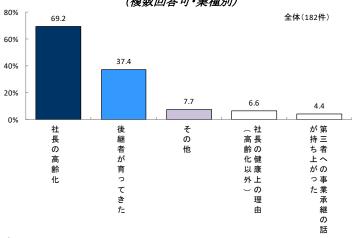
事業承継の予定について「後継者への事業承継」、「第三者への事業承継(M&A等)」と回答した企業に、事業承継を考えたきっかけについて尋ねたところ、全体では、「社長の高齢化」が69.2%で最多、以下「後継者が育ってきた」37.4%、「その他」7.7%と続いた。(図表特1①)。

業種別では、全ての業種で「社長の高齢化」が最も多く、印刷・同関連業で8割、製造業、建設業、卸売業、小売業、不動産業では7割以上となった。また、製造業、印刷・同関連業では5割が「後継者が育ってきた」と回答し、他の業種に比べて多い(染色業は回答件数5件未満のため割愛)。

図表特1 事業承継の予定



図表特 1① 事業承継を考えたきっかけ (複数回答可・業種別)



問1② 事業承継の後継者や承継先

事業承継の予定について「後継者への事業承継」、「第三者への事業承継(M&A等)」と回答した企業に、事業承継の後継者や承継先について尋ねたところ、全体では「後継者(承継先)了承済で公表前」が28.0%で最も多く、以下「後継者(承継先)了承済で公表済」24.6%、「候補者(候補先)は未定」22.3%、「複数の候補者(候補先)から選考中」7.4%となった(図表特1②)。

問1③ 後継予定の(または後継者にしたい)人材

事業承継の予定について「後継者への事業承継」と回答した企業に、後継予定の(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52.7%で最多、以下「社内の役員・従業員(親族以外)」37.3%、「配偶者」と「社外の人材(親族以外)」6.0%と続いた。(図表特1③)。

業種別では、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4割以上が「子ども」と回答し、不動産業は8割を超えて他業種より高くなった。情報通信業、卸売業では7割、サービス業で4割が「社内の役員・従業員(親族以外)」と回答した(染色業は回答件数5件未満のため割愛)。

問2 事業承継を行う際の課題点

事業承継を行う際の課題点は、全体では、「事業の将来性」が52.8%で最多、以下「後継者の力量」33.5%、「後継者が未定(不在)」30.2%と続いた。(図表特2)。

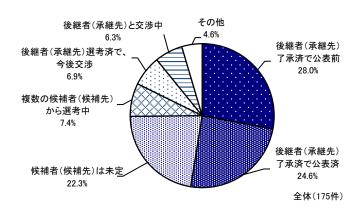
業種別では、染色業で10割、印刷・同関連業で7割半ば、小売業で6割半ば、製造業、飲食・宿泊業、不動産業、卸売業、サービス業で約5割が「事業の将来性」と回答した。建設業は4割で「取引先との関係維持」と回答し、情報通信業は「事業の将来性」と「後継者の力量」が同率で最多となった。

問3 事業承継を行う上で、取り組みたいこと

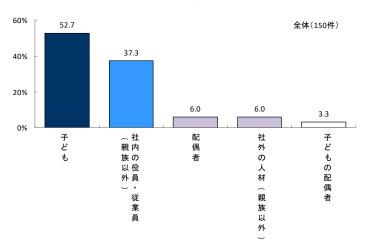
事業承継を行う上で、取り組みたいことは、 全体では、「後継者育成」が65.1%で最多、以 下「販路開拓」31.5%、「新規事業への進出」 18.8%と続いた(図表特3)。

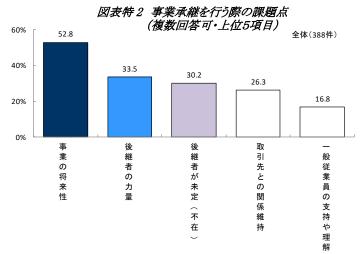
業種別では、全ての業種で5割以上が「後継者育成」と回答した。印刷・同関連業は「後継者育成」と「販路開拓」が6割で同率最多となった(染色業は回答件数5件未満のため割愛)。

図表特1② 事業承継の後継者や承継先



図表特 1③ 後継予定の(または後継者にしたい)人材 (複数回答可・上位5項目)





図表特3 事業承継を行う上で、取り組みたいこと (複数回答可・上位5項目) 80% 全体(352件) 65.1 60% 40% 31.5 18.8 12.8 9.9 0% 事 新規 路 & 者 転 Aに関する情報 拓 換 の

収

問4 廃業を予定している理由

事業承継の予定について「事業承継せず廃業する予定」と回答した企業に、廃業を予定している理由について尋ねたところ、全体では、「自身の代限りでやめようと決めていた」が47.2%で最多、以下「後継者候補がいない」41.5%、「経営状況が厳しい」28.3%と続いた。(図表特4)。

問5 事業承継の相談先

事業承継の相談先について、全体では、「自社の役員・従業員」が36.4%で最多、以下「税理士・公認会計士等の専門家」33.6%、「誰にも相談していない(予定もない)」32.0%と続いた。(図表特5)。

業種別では、建設業、情報通信業、卸売業、 小売業で4割以上が「自社の役員・従業員」と 回答し、建設業は唯一5割を超えて最多となっ た。一方、製造業で約4割、飲食・宿泊業、不 動産業で3割半ばが「税理士・公認会計士等の 専門家」、印刷・同関連業、染色業、サービス業 で4割前後が「誰にも相談していない(予定も ない)」が最多となった。

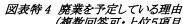
問 6 誰にも相談していない(予定もない)理由

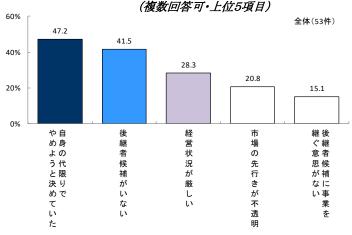
事業承継の相談先について「誰にも相談していない(予定もない)」と回答した企業に、理由を尋ねたところ、全体では「事業承継を深く検討していない」が57.7%で最も多く、以下「取組が十分であり相談する必要がない」14.1%、「まだ相談できる人を探していない」11.3%、「相談に足る人がいない」9.2%と続いた(図表特6)。

問7 円滑な事業承継のために、行政に期待すること

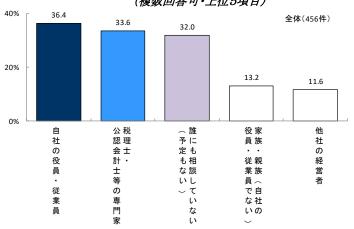
円滑な事業承継のために、行政に期待することについて尋ねたところ、全体では、「後継者育成のための支援」が38.2%で最も多く、以下「個別相談窓口の設置」27.0%、「専門家の紹介」19.6%と続いた。(図表特7)。

業種別では、小売業、不動産業、サービス業以外の業種で「後継者育成のための支援」の回答が最も多く、特に染色業は6割と他の業種と比べて多い傾向となった。なお、不動産業は「後継者育成のための支援」と「個別相談窓口の設置」が3割で同率最多であった。小売業は3割半ばが「個別相談窓口の設置」、サービス業は3割半ばが「専門家の紹介」とそれぞれ最多となった。

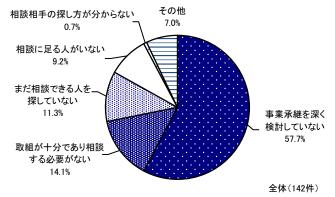




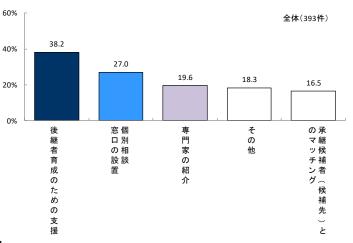
図表特 5 事業承継の相談先 (複数回答可・上位5項目)



図表特 6 誰にも相談していない(予定もない)理由



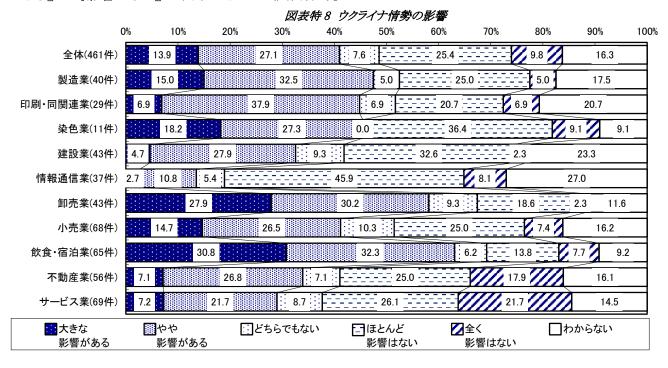
図表特 7 円滑な事業承継のために、行政に期待すること (複数回答可・上位5項目)



問8 ウクライナ情勢の影響

ウクライナ情勢の影響について、全体では、「やや影響がある」が 27.1%で最多、以下「ほとんど影響はない」25.4%、「わからない」16.3%、「大きな影響がある」13.9%と続いた。また、「大きな影響がある」と「やや影響がある」を合わせた『影響がある』は 41.0%「ほとんど影響はない」と「全く影響はない」を合わせた『影響がない』は 35.2%となった。

業種別にみると、製造業、印刷・同関連業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業は、『影響がある』が『影響がない』を上回り、特に飲食・宿泊業は6割を超えて高くなった。一方、建設業、情報通信業、不動産業、サービス業は『影響がない』が『影響がある』を上回り、情報通信業は5割以上を占めた。染色業では『影響がある』と『影響がない』は同率であった(図表特8)。



問9 ウクライナ情勢によって、受けている影響(自由記述)

- ・ 円安、原油高、穀物等原料高により生産資材すべてが値上りした。製品に価格転嫁すべく考えている が、実現できていない(製造業)。
- 材料の値上げ、品不足(印刷・同関連業)。
- ・ ウクライナ情勢によって原材料が値上りしている。6 月からアルミ板の 20%値上りの要請がきている (印刷・同関連業)。
- ・世の中が不安定だと着物を着る気分にならない方もおり、購買も控えられてしまう(染色業)。
- · アルミニウムの値が高騰するので、金物の値上がりが必至(建設業)。
- ・ 希望する商品の不足、納期に日数がかかる(建設業)。
- 海外売上が多いユーザーが多く、国内新規プロジェクトが停滞している(情報通信業)。
- ・ 半導体不足(ウクライナのガス不足)による、納品遅延と客先の業績(情報通信業)。
- ・ 輸入業だが、国内のユーザーからロシア製品の購入を中止されることが増えている (卸売業)。
- ・ 輸送コストが上がっている (卸売業)。
- ・ 本社 (ドイツ) が資材購入で大きく影響をうけており、生産が減少している (小売業)。
- ・ 水産物、サーモン (ノルウェー産)、ウニ (ロシア産) が入って来ない (小売業)。
- · 材料費の高騰、電気、ガス等の高騰をすべて売価に反映しにくく、利益が圧迫される(飲食・宿泊業)。
- ・ 小麦の高騰などで不安がある(飲食・宿泊業)。
- · 資材高騰による、工事費用の増額(不動産業)。
- ・ 電気・ガス・水道等の公共料金の引上げ(不動産業)。
- ・ 日本から海外へ出ることへの不安が高まり、渡航申込数が減っている(サービス業)。
- ・ 取引先が木材をロシアから仕入れているので仕事の進捗に影響がある(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 4 年 6 月発行