

新宿区 中小企業の景況

(令和5年1月～3月期)

1. 調査内容の説明

【調査対象業種】 製造業 (33 件)、印刷・同関連業 (32 件)、染色業 (15 件)、建設業 (40 件)、情報通信業 (34 件)、卸売業 (34 件)、小売業 (73 件)、飲食・宿泊業 (72 件)、不動産業 (59 件)、サービス業 (72 件)

※ () 内は有効回答数 合計 464 件

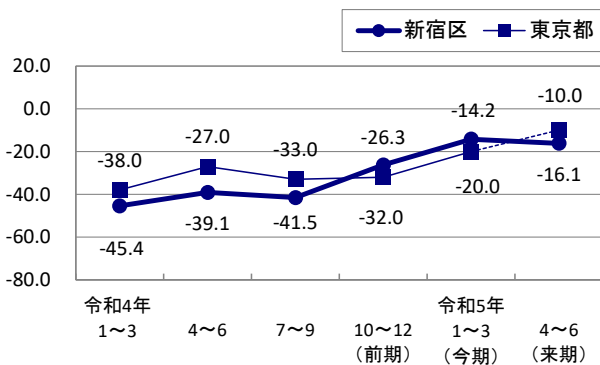
【調査方法】 郵送アンケート調査 【調査機関】 (株) 東京商工リサーチ 【調査実施時期】 令和5年5月上旬
※各設問の詳細 (調査票) については、産業振興課のホームページに掲載しています。

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▲14.2 と、前期 (令和4年10月～12月) の▲26.3 からかなり厳しさが和らいだ。来期 (令和5年4月～6月) の予想は▲16.1 とやや低迷する見込み (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、「国内需要 (売上) の動向」が前期より 9.8 ポイント増加し、悪い理由では「販売価格の動向」が 12.4 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

(%)

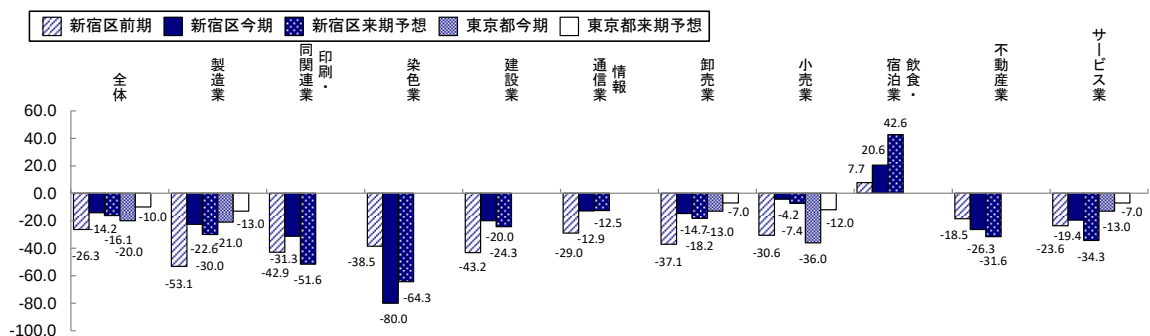
項目	国内需要 (売上) の動向	海外需要 (売上) の動向	販売価格の動向	仕入価格の動向	仕入れ以外のコストの動向	資金繰り・資金調達 の動向	株式・不動産等の価格の動向	為替レートの動向	税制・会計制度の動向	同業者間の競合	その他
業況											
良い	89.0	15.6	33.9	27.5	11.9	8.3	2.8	3.7	3.7	18.3	7.3
悪い	77.2	1.8	36.5	54.5	25.7	18.0	4.8	3.6	4.8	22.2	5.4

※最大3つまで選択

業種別では、飲食・宿泊業はかなり良好感が強まり、製造業、印刷・同関連業、建設業、情報通信業、卸売業、小売業はかなり改善し、サービス業は持ち直した。一方、染色業はかなり厳しさが増し、不動産業は低迷した。

来期は、飲食・宿泊業は大幅に良好感が強まり、染色業はかなり厳しさが和らぐ見込み。一方、印刷・同関連業、サービス業はかなり厳しさが増し、製造業、建設業、卸売業、不動産業は低迷し、小売業はやや厳しさが増し、情報通信業は今期並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)

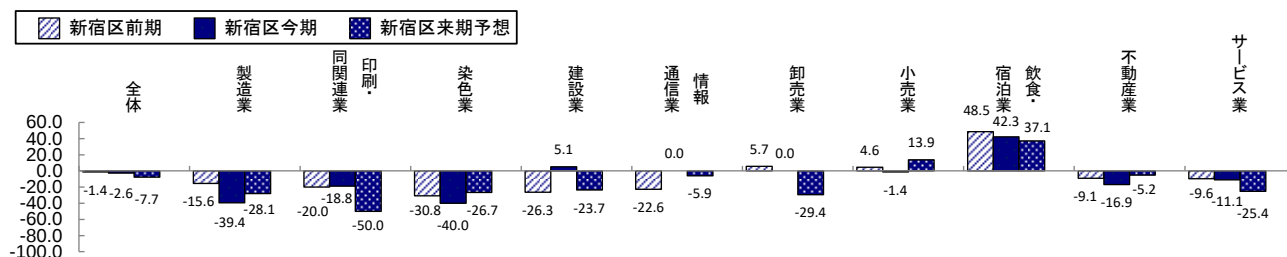
業況: 経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。

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

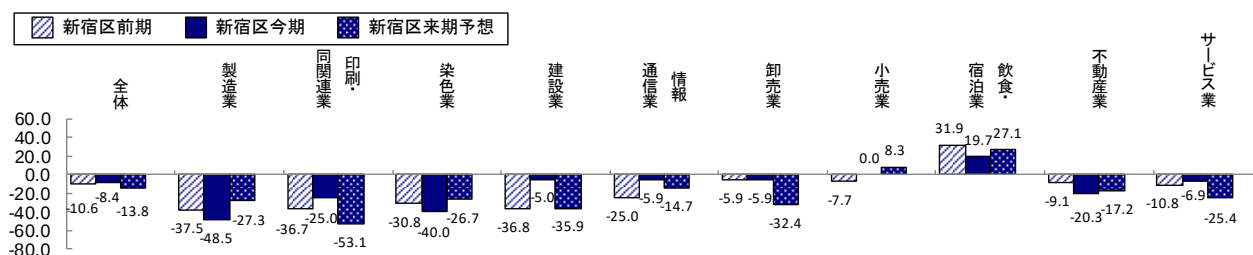
●売上額 DI

今期は、建設業は好転し、情報通信業は大幅に改善した。一方、小売業は水面下に転じ、製造業は大幅に低迷し、染色業、不動産業は厳しさが増し、サービス業はやや低迷し、印刷・同関連業は前期並の厳しさが続き、卸売業、飲食・宿泊業は好感度が弱まった。来期は、小売業は好転し、製造業、染色業、不動産業はかなり厳しさが和らぐ見込み。一方、建設業は水面下に転じ、印刷・同関連業、卸売業、サービス業はかなり厳しさが増し、情報通信業は低迷し、飲食・宿泊業は増加幅が縮小する見込み。



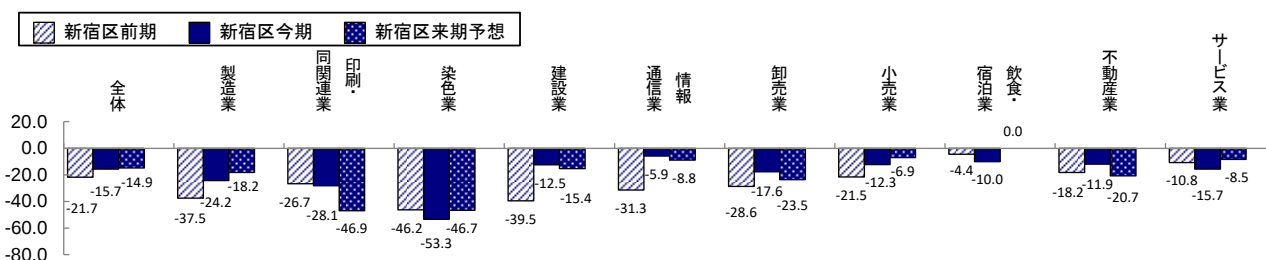
●収益 DI

今期は、印刷・同関連業、建設業、情報通信業は大幅に厳しさが和らぎ、小売業、サービス業は改善した。一方、製造業、不動産業はかなり厳しさが増し、染色業は低迷し、卸売業は前期並となり、飲食・宿泊業は大幅に好感度が弱まった。来期は、小売業、飲食・宿泊業は好感度が強まり、製造業、染色業は大幅に持ち直し、不動産業はやや改善する見込み。一方、印刷・同関連業、建設業、卸売業、サービス業では大幅に低迷し、情報通信業は厳しさが増す見込み。



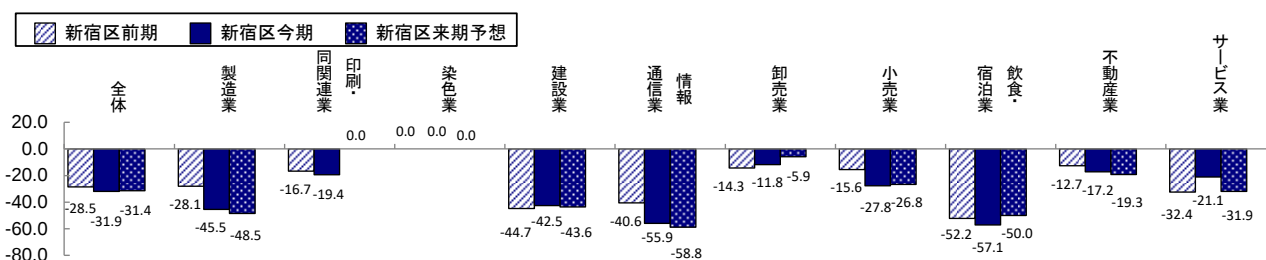
●資金繰り DI

今期は、製造業、建設業、情報通信業、卸売業はかなり苦しさが和らぎ、小売業、不動産業は持ち直した。一方、染色業、飲食・宿泊業、サービス業は窮屈感が強まり、印刷・同関連業は前期並の厳しさが続いた。来期は、飲食・宿泊業はかなり持ち直し、製造業、染色業、小売業、サービス業は改善する見込み。一方、印刷・同関連業は厳しさが大きく強まり、卸売業、不動産業は低迷し、建設業、情報通信業はやや窮屈感が強まる見込み。



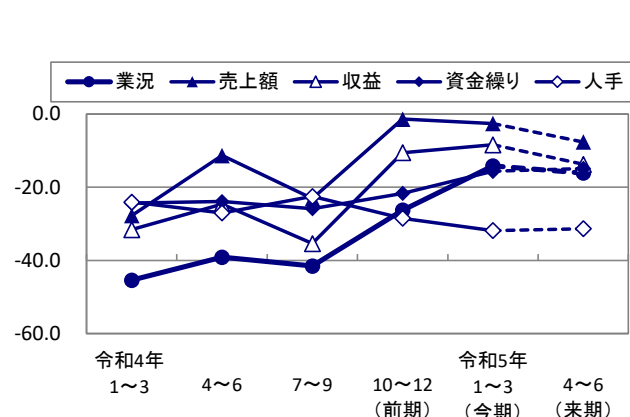
●人手 DI

今期は、染色業は適正となり、染色業以外の9業種では不足となった。建設業、卸売業、サービス業では不足感が緩和したが、製造業、印刷・同関連業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業では不足感が強まった。来期は、染色業は適正が続き、印刷・同関連業は適正となり、染色業、印刷・同関連業以外の8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、業況は大幅に持ち直し、資金繰りは改善し、人手は不足感が強まり、売上額は前期並みとなった。来期は、業況、売上額、収益は厳しさが増し、資金繰り、人手は今期並となる見込み。

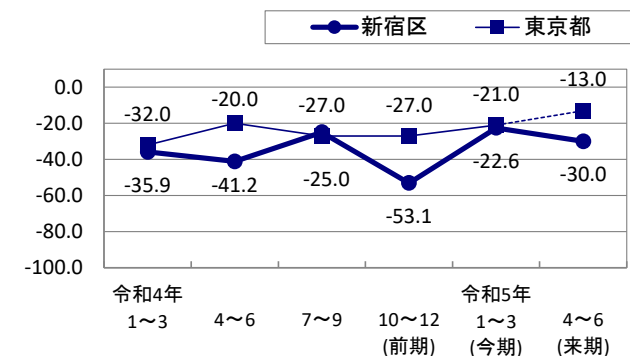


前期 → 今期 → 来期

	令和4年 1~3	4~6	7~9	10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-45.4	-39.1	-41.5	-26.3	-14.2	-16.1
売上額	-27.8	-11.3	-23.1	-1.4	-2.6	-7.7
収益	-31.6	-24.7	-35.4	-10.6	-8.4	-13.8
資金繰り	-24.4	-23.9	-25.9	-21.7	-15.7	-14.9
人手	-24.1	-27.0	-22.5	-28.5	-31.9	-31.4

5. 業種別における DI 推移

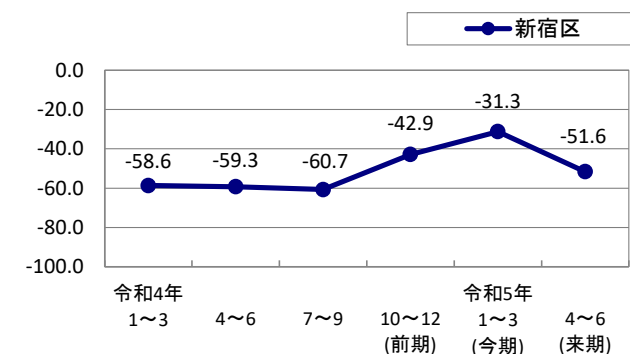
1) 製造業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-53.1	-22.6	-30.0	-21.0
売上額	-15.6	-39.4	-28.1	
収益	-37.5	-48.5	-27.3	
資金繰り	-37.5	-24.2	-18.2	
人手	-28.1	-45.5	-48.5	

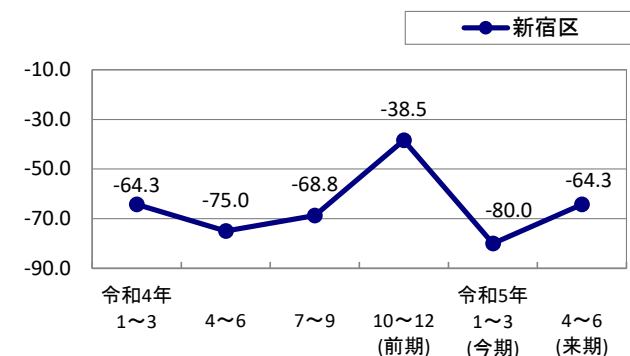
2) 印刷・同関連業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-42.9	-31.3	-51.6
売上額	-20.0	-18.8	-50.0
収益	-36.7	-25.0	-53.1
資金繰り	-26.7	-28.1	-46.9
人手	-16.7	-19.4	0.0

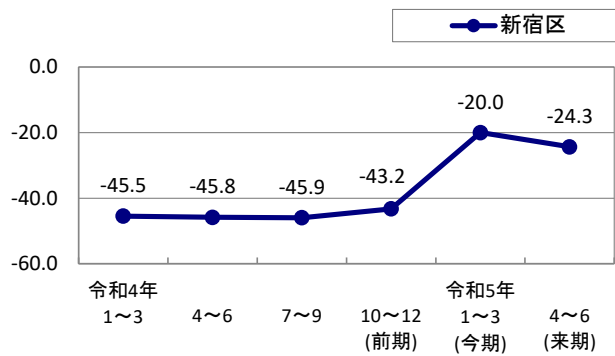
3) 染色業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-38.5	-80.0	-64.3
売上額	-30.8	-40.0	-26.7
収益	-30.8	-40.0	-26.7
資金繰り	-46.2	-53.3	-46.7
人手	0.0	0.0	0.0

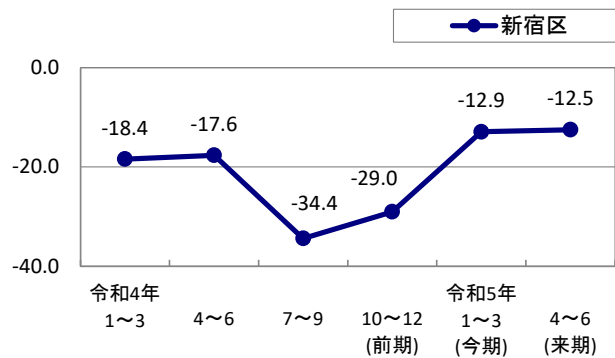
4) 建設業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-43.2	-20.0	-24.3
売上額	-26.3	5.1	-23.7
収益	-36.8	-5.0	-35.9
資金繰り	-39.5	-12.5	-15.4
人手	-44.7	-42.5	-43.6

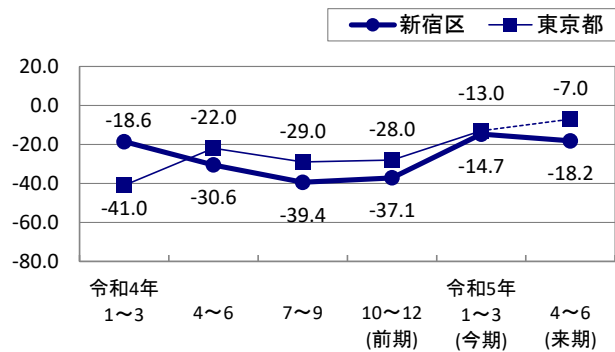
5) 情報通信業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-29.0	-12.9	-12.5
売上額	-22.6	0.0	-5.9
収益	-25.0	-5.9	-14.7
資金繰り	-31.3	-5.9	-8.8
人手	-40.6	-55.9	-58.8

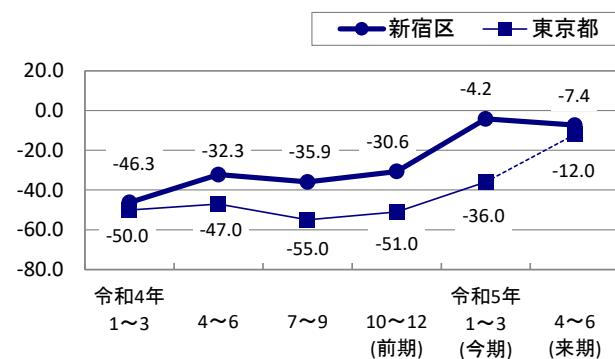
6) 卸売業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-37.1	-14.7	-18.2	-13.0
売上額	5.7	0.0	-29.4	
収益	-5.9	-5.9	-32.4	
資金繰り	-28.6	-17.6	-23.5	
人手	-14.3	-11.8	-5.9	

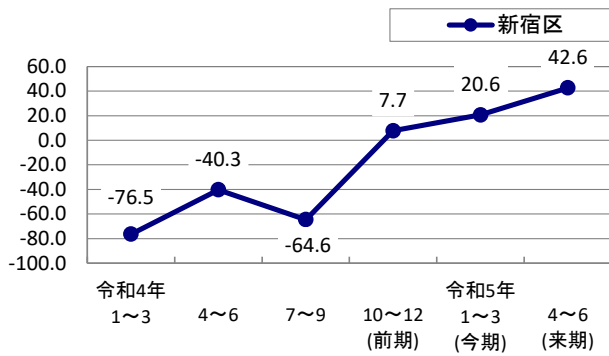
7) 小売業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-30.6	-4.2	-7.4	-36.0
売上額	4.6	-1.4	13.9	
収益	-7.7	0.0	8.3	
資金繰り	-21.5	-12.3	-6.9	
人手	-15.6	-27.8	-26.8	

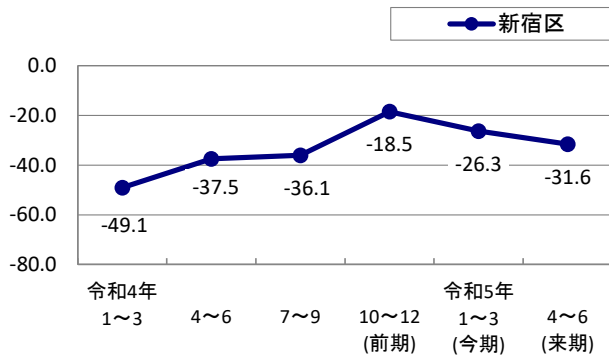
8) 飲食・宿泊業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	7.7	20.6	42.6
売上額	48.5	42.3	37.1
収益	31.9	19.7	27.1
資金繰り	-4.4	-10.0	0.0
人手	-52.2	-57.1	-50.0

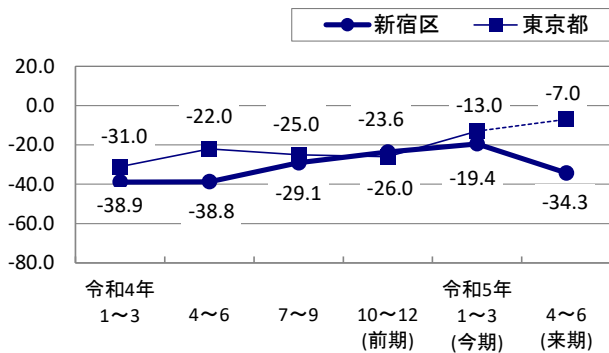
9) 不動産業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)
業況	-18.5	-26.3	-31.6
売上額	-9.1	-16.9	-5.2
収益	-9.1	-20.3	-17.2
資金繰り	-18.2	-11.9	-20.7
人手	-12.7	-17.2	-19.3

10) サービス業



前期 → 今期 → 来期

	令和4年 10~12 (前期)	令和5年 1~3 (今期)	4~6 (来期)	東京都 今期
業況	-23.6	-19.4	-34.3	-13.0
売上額	-9.6	-11.1	-25.4	
収益	-10.8	-6.9	-25.4	
資金繰り	-10.8	-15.7	-8.5	
人手	-32.4	-21.1	-31.9	

マーク								
	DI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」が52.5%、2位「人手不足」「利幅の縮小」が同率で25.2%、3位「人件費の増加」が23.2%となった。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業で「売上の停滞・減少」、情報通信業、飲食・宿泊業で「人手不足」がそれぞれ1位となった。

	全体	製造業	印刷・同関連業
1位	売上の停滞・減少 52.5%	売上の停滞・減少 63.6%	売上の停滞・減少 75.0%
2位	人手不足 25.2% 利幅の縮小 25.2%	仕入先からの値上げ要請 30.3%	利幅の縮小 40.6%
3位	人件費の増加 23.2%	人手不足 ※1 18.2%	仕入先からの値上げ要請 18.8% 取引先の減少 18.8% 材料価格の上昇 18.8%
	染色業	建設業	情報通信業
1位	売上の停滞・減少 75.0%	売上の停滞・減少 52.5%	人手不足 56.3%
2位	利幅の縮小 50.0%	人手不足 42.5%	売上の停滞・減少 40.6%
3位	顧客・ニーズの変化・減少 37.5%	材料価格の上昇 37.5%	人件費の増加 31.3%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業
1位	売上の停滞・減少 58.8%	売上の停滞・減少 49.3%	人手不足 43.9%
2位	仕入先からの値上げ要請 32.4%	人件費の増加 28.8%	利幅の縮小 38.6% 人件費の増加 38.6%
3位	利幅の縮小 26.5% 為替レートの変動 26.5%	仕入先からの値上げ要請 24.7%	売上の停滞・減少 35.1% 材料価格の上昇 35.1%
	不動産業	サービス業	
1位	売上の停滞・減少 40.7%	売上の停滞・減少 63.9%	※ 最大3つまで選択
2位	人件費以外の経費の増加 33.9%	人手不足 30.6%	※1 製造業では「人手不足」の他、「人件費の増加」「人件費以外の経費の増加」「顧客・ニーズの変化・減少」「材料価格の上昇」も同率3位であった。
3位	利幅の縮小 18.6%	同業者間の競争の激化 29.2%	

7. 今後の経営上の取組

全体では、1位「新しい取引先を見つける」が33.7%、2位「販路を拡大する」が33.3%、3位「人材を確保する」が28.0%となった。

業種別では、印刷・同関連業、染色業、サービス業で「新しい取引先を見つける」、製造業、小売業で「販路を拡大する」、建設業、飲食・宿泊業で「人材を確保する」、不動産業で「人件費以外の経費を節減する」、情報通信業で「新しい取引先を見つける」及び「人材を確保する」、卸売業で「販路を拡大する」及び「新しい取引先を見つける」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 33.7%	販路を拡大する 48.5%	新しい取引先を見つける 62.5%
2位	販路を拡大する 33.3%	技術力を強化する 24.2%	販路を拡大する 46.9%
3位	人材を確保する 28.0%	新しい取引先を見つける 21.2% 人材を確保する 21.2% 後継者を育成する 21.2%	既存事業で新商品・新サービスを開発(又は取り扱い)する 31.3%
	染色業	建設業	情報通信業
1位	新しい取引先を見つける 75.0%	人材を確保する 55.0%	新しい取引先を見つける 40.6% 人材を確保する 40.6%
2位	技術力を強化する 50.0%	人材育成を強化する 32.5%	販路を拡大する 34.4%
3位	販路を拡大する 25.0% 宣伝・広報を強化する 25.0%	販路を拡大する 25.0% 新しい取引先を見つける 25.0% 技術力を強化する 25.0%	技術力を強化する 28.1%
	卸売業	小売業	飲食・宿泊業
1位	販路を拡大する 41.2% 新しい取引先を見つける 41.2%	販路を拡大する 43.8%	人材を確保する 47.4%
2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 26.5%	新しい取引先を見つける 32.9%	人材育成を強化する 35.1%
3位	新しい事業を始める 23.5% 人材育成を強化する 23.5%	品揃えを改善する 26.0%	宣伝・広報を強化する 28.1%
	不動産業	サービス業	
1位	人件費以外の経費を節減する 25.9%	新しい取引先を見つける 50.0%	※ 最大3つまで選択
2位	新しい取引先を見つける 24.1% 不動産の有効活用を図る 24.1%	販路を拡大する 36.1%	
3位	後継者を育成する 20.7%	人材を確保する 29.2%	

8. コメント調査結果

1) 製造業

- ・ 2020 年にはコロナ禍で売上・利益ともに大幅に減少したが、様々なコスト削減、製造集約、商品のリニューアル等を行った結果、消費の回復とも相まって、コロナ以前の業績に戻りつつある。
- ・ 売上及び収益の減少については、業界の季節的な要因であり問題は無い。今期も期首予算を上回る実績を残しており資金繰りも楽な状況が続いている。
- ・ 収益の減少と経費の増加が同時に発生するなど、全体の改善にはなりにくい。
- ・ これからも紙製品は減っていく物なので、無理な拡大はせず、今の取引先を大切に、丁寧な仕事で応えていく事で、売上げを維持していく。
- ・ 売上の減少で資金繰りが厳しい。

2) 印刷・同関連業

- ・ 外資系企業との取引が多くなっており、売上額、営業利益共にコロナ禍以前に戻りつつある。
- ・ 雑誌の発行部数減少に歯止めが掛からず、定期誌以外の印刷業務の受注に注力し続ける必要があり、厳しい経営環境が続いている。
- ・ 売上は伸長しているが、原材料費、光熱費の高騰による利益減が課題。
- ・ ペーパーレス化が進み印刷物の需要が急速に減少。
- ・ 得意先の好不調に左右される。得意先の業界が良くならなければ自己で改善は遠い。
- ・ 電気と材料関係の大幅値上げで大変苦しい状況。価格を据え置く同業者に仕事が流れて困っている。
- ・ 仕事量の減少が長年続いており、加工賃が 20 年以上上がらない。

3) 染色業

- ・ 仕事を増やす意味で、他店が断る仕事を受けるが、他店で断る仕事は難しい仕事であり、穴があいたり、うまく直らなかったりとリスクが大きく、少々の金額をいただいても割に合わない。噂を聞いて、ますます難しい仕事にくる。やればやるほど名誉はいただいても、儲からない矛盾に陥っている。
- ・ コロナの影響で、着物を着る機会が減ってしまっているが、今後少しずつ戻ってくると思う。
- ・ まだコロナの影響で注文に至ってない。

4) 建設業

- ・ 現在は良いが、5 年先、10 年先を見通した時の若い人材の確保が必要だと思っている。
- ・ 受注産業の為、工事受注の先行きがなかなか見通せない。仕入れ価格の上昇に伴う見積り金額の上昇で、発注者側の予算と、折り合わないケースが増加。
- ・ 難易度の高い工事が多いため、収益率悪く、材料費値上りもあり苦戦奮闘中。
- ・ 資材高騰による仕入コスト増に見合う価格転嫁が大手競合先との兼ね合いもあり、不十分(50%前後)で粗利率低下。ベア実施(7%)による人件費増加。
- ・ 今期は、売上、収益とも減少で、厳しい状況であったが、4 月～5 月はやや持ち直してきた。引き続き、人員の獲得と仕入れ価格の上昇を販売価格へ転嫁することに注力していきたい。

5) 情報通信業

- ・ コロナの影響はなく売上は好調。顧客のニーズは年々変化しており、今後はDX関連ニーズも大きく変わると予想され対応が大変。
- ・ 本業で獲得した資金を使って、新規事業を育成中。また新規事業を推進するにあたって必要となるシステム人材を募集している。新規事業の動向次第だが、前向きな取組を行えている。
- ・ 4～6 月は年間で売上が減少する期間で 1～3 月より減少していることは問題とはならない。前期を上回る見込みはあるが、それ以降については、具体的な話がなく、先行きが昨年より不透明。
- ・ 人材不足の影響が収益に出ている。
- ・ 1～3 月期はやや持ち直したものの、4 月以降は売上、資金繰りとも苦しい状況。引き続き新規開拓と新規開発に取り組んでいる。

6) 卸売業

- ・ コロナの影響で中止されていたプロジェクトの動きが出てきている。
- ・ 仕入値が 2022 年～23 年 5 月まで値上がりした結果、紙製品離れが進んでいる。デジタル化推進により、今まで大量に消費された紙の時代の終わりを理解は出来ても対応が出来ていない。
- ・ 前年度は売上及び損失があり、今年度は売上と利益率改善を目指している。
- ・ 値上げがスムーズに行えない。中小は厳しい。
- ・ 半導体不足が解消されてきており、売上増加が見込まれる一方、在庫が増加し運転資金が必要となる。
- ・ 原材料費、工賃の値上がりを安易に価格転嫁できない。消費者は品質と価格に非常にシビア。
- ・ 海外輸入品の仕入原価上昇、円安為替の影響による利益率減少で厳しい。

7) 小売業

- ・ コロナ収束により通常期の 6 割程まで売上げが回復している。
- ・ コロナ禍に行った経費削減により、収益改善が期待できる。4 月 5 月とインバウンドが急激に増加。
- ・ 不動産事業は、管理がメインなので通常通り。時計卸事業は、世界経済の減速、円安等環境悪化で今年は陰しい年になりそう。
- ・ 仕入先からの値上げが相次ぎ、企業努力だけでは現行の価格維持が困難。
- ・ 社員の高齢化のため、30～40 代の社員を採用したいが、現社員の賃金引上げで採用に踏み切れない。
- ・ 前年に引き続き各得意先の仕事量が不安定な為、苦勞している。
- ・ 顧客のニーズに合う商品開発が出来ず苦戦している。国内市場が減少し、改善目処がたたない。

8) 飲食・宿泊業

- ・ 3 月より通常営業再開。顧客はほぼ外国人。コロナ対策緩和により大幅な集客増になったと思われる。
- ・ 4 月中旬より売上が急速に回復しつつあり、5 月にはコロナ以前に戻ってきている。特にインバウンドの増加、既存客の回復が挙げられる。
- ・ コロナの影響を受ける業態だったが、コロナ前よりも少し上向いてきている。
- ・ コロナによる仕入価格、光熱費の高騰、人件費の高騰で従来の売上げでは全く追いつかず、先日値上げに踏み切ったところ、利益が伸び始めた。今後の諸々の高騰が、どこで止まるかが問題。
- ・ 量産弁当製造をしており、売上は増加したが、原材料物価上昇、人件費の増加による粗利益率は減少し、残るのは忙しさだけ。

9) 不動産業

- ・ 当社は貸しビル業でありテナントが埋まっていれば業績は通常である。
- ・ 人材の流出。研修後、即退職等の、求人コストに悩む。また戦力になった頃に独立など長く続かない。理念の説明や福利厚生の実施をはかるが、効果なし。チャット GPT やロボットなどの導入を検討中。
- ・ 電気、ガス、水道代、諸物価等の高騰が影響している。
- ・ コロナの不安レベルが下がった状況ではあるが客足が思うように戻っておらず、売上・利益が上がっていない。材料や人件費高騰だけが変化あって昨年並にも届いていない。

10) サービス業

- ・ 電気・ガス・材料すべてが 30%～50%値上りしているが、コロナの緩和で、お客様の来店は多くなった。このまま進めばほぼコロナ以前の売上げにもどるのでは。
- ・ 数年ぶりにまとまった額の黒字が達成できそうである。理由として、国際的なイベントの復活や、新たに企画された国際会議のコンペに勝てたことが挙げられる。
- ・ AI に仕事を取られる脅威がある。今期、来期は問題ないが、2～3 年後は不安がある。
- ・ 国内新築案件の減少による受注減少。
- ・ 取引先との関係は良好だが、業界全体の不景気で、値上げが難しい反面、人材不足で人件費が嵩む。
- ・ コロナ時の貸入れの返済が始まり、現状の収入だと返済が不安。
- ・ 業務提携先の大手企業より一方的に契約解除され、ダンピングで顧客を横取りされ、大幅な収益減。

【特別調査】物価高騰・価格転嫁・賃上げ状況について

【調査実施時期】
令和5年5月上旬

【調査結果概要】

物価高騰による収益への影響については「多少影響がある」が46.0%と最も多く、次いで「かなり影響がある」が36.2%、「ほとんど影響はない」が12.1%となった（問1参照）。

仕入単価の1年前との変化率については「10～20%程度の上昇」が45.3%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が19.2%、「現状のまま横ばい」が16.2%となった（問2参照）。

販売価格への転嫁については「ほとんど転嫁できていない（仕入れ単価上昇の0～20%程度）」が26.5%と最も多く、次いで「ある程度転嫁できている（仕入れ単価上昇の50～80%程度）」が19.0%、「多少転嫁できている（仕入単価上昇の20～50%程度）」が15.2%となった（問3参照）。販売価格に転嫁できていない理由については「顧客との関係で価格が上げられない」46.8%と最も多く、次いで「競合他社との価格競争が激しい」が42.6%、「市場自体が縮小しており、価格が上げられない」が28.4%となった（問4参照）。

向こう1年の仕入単価についての見通しについては「10～20%程度の上昇」が43.9%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が23.3%、「現状のまま横ばい」が18.2%となった（問5参照）。

賃上げの状況については「賃上げを行った」が58.9%、「賃上げを行っていない」が41.1%となった（問6参照）。実施した賃上げ内容については「定期昇給」が64.2%と最も多く、次いで「ベースアップ」が46.3%、「賞与の増額」が32.1%となった（問7参照）。実施した賃上げ率については「2%以上5%未満」が40.2%と最も多く、次いで「5%以上10%未満」が33.6%、「10%以上20%未満」が14.1%となった（問8参照）。賃上げを実施した理由については「従業員定着のため」が67.0%と最も多く、次いで「物価高騰への配慮のため」が48.6%、「業績の向上が見込めるため」が19.7%となった（問9参照）。賃上げの状況については「予定はある」が55.1%、「予定はない」が44.9%となった（問10参照）。賃上げを実施する上で必要なことについては「製品・サービスの受注拡大」が33.1%と最も多く、次いで「製品・サービスの値上げ」が25.5%、「従業員教育による生産性向上」が21.1%となった（問11参照）。

商工相談については「知らない」が55.4%、「知っている」が44.6%となった（問12参照）。

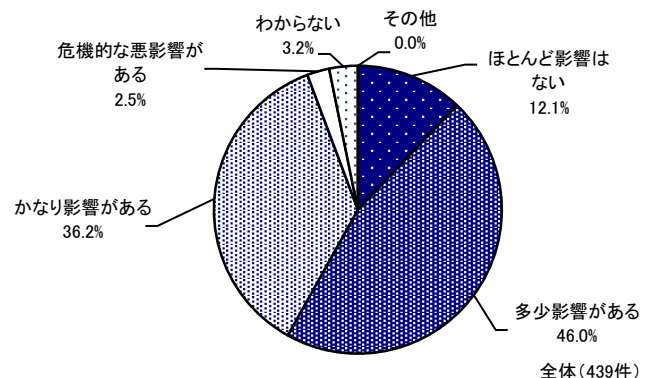
ビジネスアシスト新宿については「知らない」が81.1%、「知っている」が18.9%となった（問13参照）。

問1 物価高騰による収益への影響

全体では、「多少影響がある」が46.0%と最も多く、次いで「かなり影響がある」が36.2%、「ほとんど影響はない」が12.1%となった。「多少影響がある」「かなり影響がある」「危機的な悪影響がある」を合わせた『影響がある』は84.7%と8割を占めた。（図表特1）。

業種別では、全ての業種で『影響がある』が6割以上を占め、製造業、印刷・同関連業、染色業、建設業、飲食・宿泊業は9割を超えて特に多くなった。

図表特1 物価高騰による収益への影響

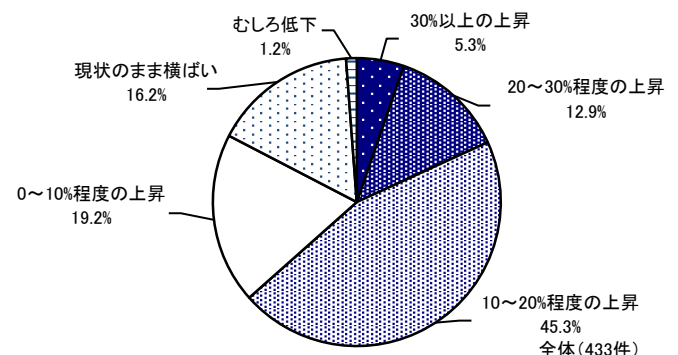


問2 仕入単価の1年前との変化率

全体では、「10～20%程度の上昇」が45.3%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が19.2%、「現状のまま横ばい」が16.2%となった。（図表特2）。

業種別では、情報通信業、不動産業はともに「現状のまま横ばい」が3割を占めて最も多くなった。その他の業種では「10～20%程度の上昇」が最も多く、染色業、飲食・宿泊業では6割と他の業種と比べて多い傾向であった。

図表特2 仕入単価の1年前との変化率

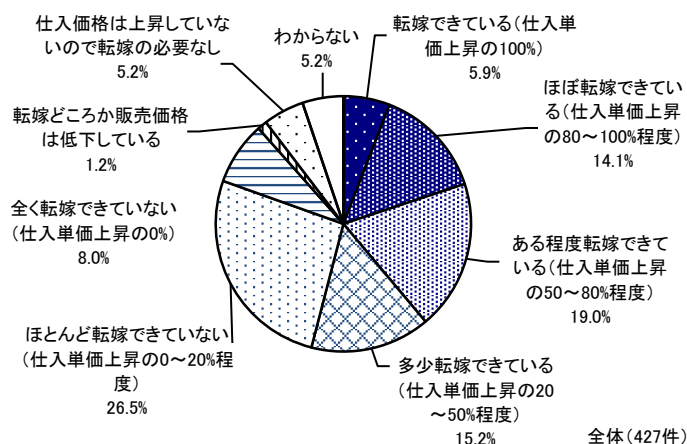


問3 販売価格への転嫁

全体では「ほとんど転嫁できていない（仕入れ単価上昇の0～20%程度）」が26.5%と最も多く、次いで「ある程度転嫁できている（仕入れ単価上昇の50～80%程度）」が19.0%、「多少転嫁できている（仕入れ単価上昇の20～50%程度）」が15.2%となった。

「転嫁できている（仕入れ単価上昇の100%）」「ほぼ転嫁できている（仕入れ単価上昇の80～100%程度）」「ある程度転嫁できている（仕入れ単価上昇の50～80%程度）」「多少転嫁できている（仕入れ単価上昇の20～50%程度）」を合わせた『転嫁できている』は54.2%で過半数を占めた。（図表特3）。

図表特3 販売価格への転嫁

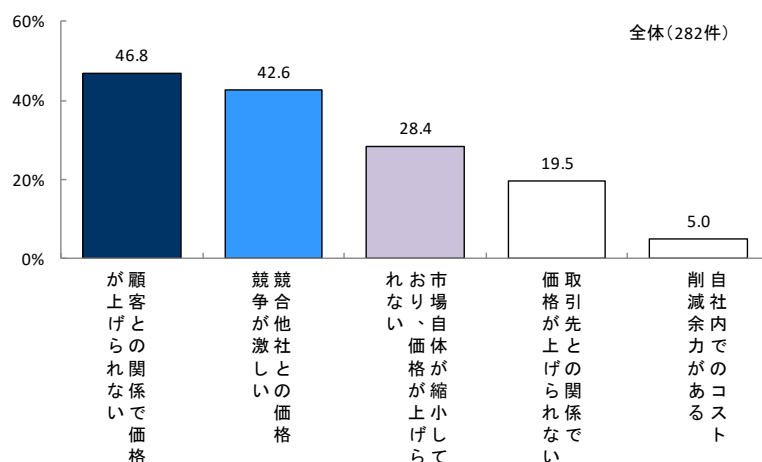


問4 販売価格に転嫁できていない理由

販売価格への転嫁が仕入れ単価上昇の80%以下と回答した企業に、販売価格に転嫁できていない理由について尋ねたところ、全体では「顧客との関係で価格が上げられない」46.8%と最も多く、次いで「競合他社との価格競争が激しい」が42.6%、「市場自体が縮小しており、価格が上げられない」が28.4%となった。（図表特4）。

業種別では、製造業、建設業、卸売業で「競合他社との価格競争が激しい」、印刷・同関連業、情報通信業、小売業、飲食・宿泊業、不動産業、サービス業で「顧客との関係で価格が上げられない」、染色業で「市場自体が縮小しており、価格が上げられない」がそれぞれ最も多くなった。

図表特4 販売価格に転嫁できていない理由（複数回答可・上位5項目）

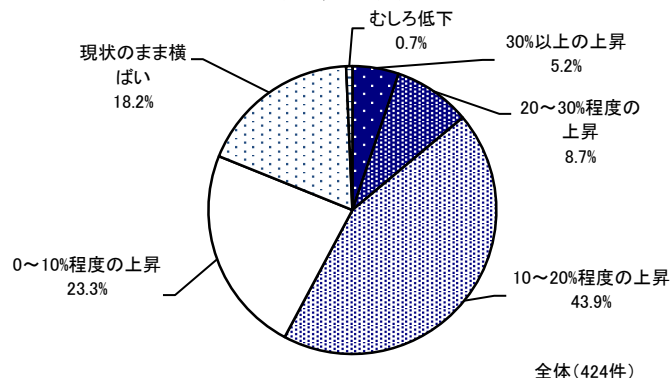


問5 向こう1年の仕入れ単価についての見通し

全体では「10～20%程度の上昇」が43.9%と最も多く、次いで「0～10%程度の上昇」が23.3%、「現状のまま横ばい」が18.2%となった。（図表特5）。

業種別では、不動産業を除く業種で「10～20%程度の上昇」が3割を超えており、情報通信業では「現状のまま横ばい」も同率で最も多くなった。不動産業では「現状のまま横ばい」が3割で最も多くなった。

図表特5 向こう1年の仕入れ単価についての見通し

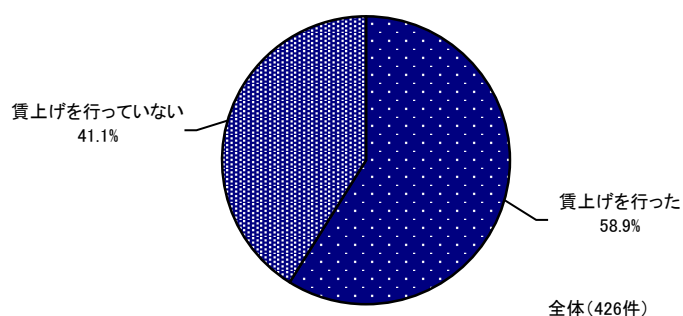


問6 賃上げの状況

全体では、「賃上げを行った」が58.9%、「賃上げを行っていない」が41.1%となった。（図表特6）。

業種別では、染色業、不動産業を除く業種で「賃上げを行った」が多くなった。一方、染色業では「賃上げを行っていない」が8割を超えて特に多くなった。

図表特6 賃上げの状況

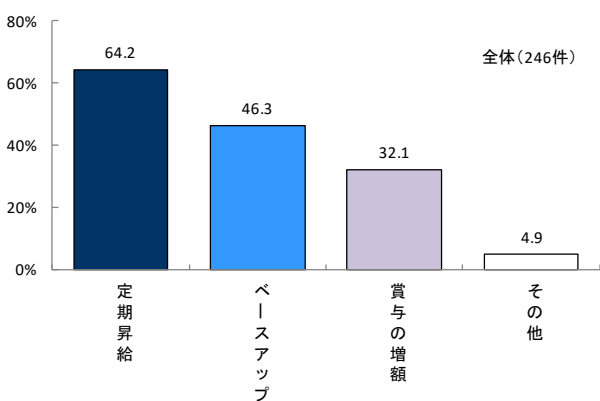


問 7 実施した賃上げ内容

この 1 年間に賃上げを行ったと回答した企業に、実施した賃上げ内容について尋ねたところ、全体では、「定期昇給」が 64.2%と最も多く、次いで「ベースアップ」が 46.3%、「賞与の増額」が 32.1%となった。(図表特 7)。

業種別では、飲食・宿泊業を除いて「定期昇給」が最も多く、情報通信業で 81.8%と特に多くなった。飲食・宿泊業では「ベースアップ」が 69.7%と最も多くなった。(染色業は回答件数 5 件未満のため割愛)。

図表特 7 実施した賃上げ内容(複数回答可)

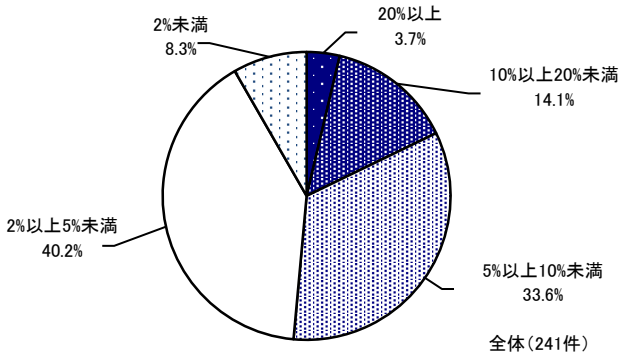


問 8 実施した賃上げ率

全体では、「2%以上 5%未満」が 40.2%と最も多く、次いで「5%以上 10%未満」が 33.6%、「10%以上 20%未満」が 14.1%となった。(図表特 8)。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、卸売業、小売業、不動産業、サービス業はいずれも「2%以上 5%未満」が最も多く、印刷・同関連業、サービス業は 5 割を超えて特に多くなった。建設業、情報通信業、飲食・宿泊業では「5%以上 10%未満」3 割から 4 割で最も多くなった。(染色業は回答件数 5 件未満のため割愛)。

図表特 8 実施した賃上げ率

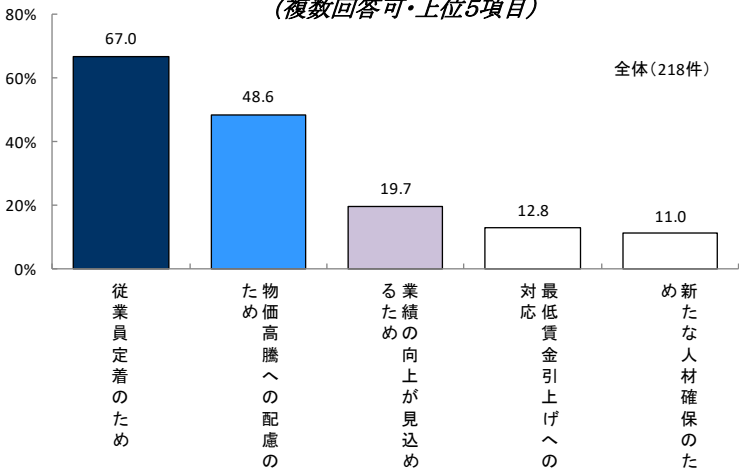


問 9 賃上げを実施した理由

この 1 年間に賃上げを行ったと回答した企業に、賃上げを実施した理由について尋ねたところ、全体では、「従業員定着のため」が 67.0%と最も多く、次いで「物価高騰への配慮のため」が 48.6%、「業績の向上が見込めるため」が 19.7%となった。(図表特 9①)。

業種別では、製造業、卸売業、不動産業で「物価高騰への配慮のため」が 5 割を超えて最も多くなった。その他の業種では「従業員定着のため」が最も多く、建設業、情報通信業は 9 割を超えて特に多くなった。(図表特 9②)。(染色業は回答件数 5 件未満のため割愛)。

図表特 9① 賃上げを実施した理由(複数回答可・上位5項目)



図表特 9② 賃上げを実施した理由(複数回答可・業種別)

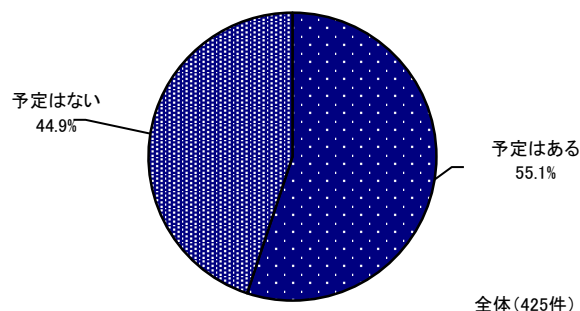
製造業		印刷・同関連業		染色業		建設業		情報通信業	
1位	物価高騰への配慮のため 71.4	従業員定着のため 75.0		物価高騰への配慮のため 100.0		従業員定着のため 95.5		従業員定着のため 94.7	
2位	従業員定着のため 50.0	物価高騰への配慮のため 50.0				物価高騰への配慮のため 45.5		物価高騰への配慮のため 31.6	
3位	新たな人材確保のため 14.3	その他 16.7				新たな人材確保のため 13.6		業績の向上が見込めるため 21.1	
	業績の向上が見込めるため 14.3								
	最低賃金引き上げへの対応 14.3								
	その他 14.3								
卸売業		小売業		飲食・宿泊業		不動産業		サービス業	
1位	物価高騰への配慮のため 70.0	従業員定着のため 51.4		従業員定着のため 69.0		物価高騰への配慮のため 57.1		従業員定着のため 69.8	
2位	従業員定着のため 60.0	物価高騰への配慮のため 43.2		物価高騰への配慮のため 44.8		従業員定着のため 47.6		物価高騰への配慮のため 41.9	
3位	新たな人材確保のため 15.0	業績の向上が見込めるため 32.4		最低賃金引き上げへの対応 34.5		業績の向上が見込めるため 14.3		業績の向上が見込めるため 30.2	
	業績の向上が見込めるため 15.0					最低賃金引き上げへの対応 14.3			

問 10 賃上げの状況

全体では、「予定はある」が 55.1%、「予定はない」が 44.9%となった。(図表特 10)。

業種別では、印刷・同関連業、染色業、不動産業はいずれも「予定はない」が多く、それ以外の業種は「予定はある」が多かった。

図表特 10 賃上げの状況

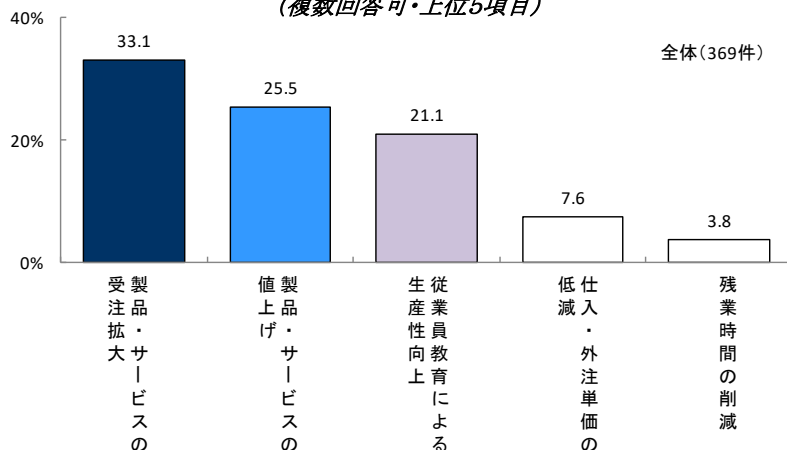


問 11 賃上げを実施する上で必要なこと

全体では、「製品・サービスの受注拡大」が 33.1%と最も多く、次いで「製品・サービスの値上げ」が 25.5%、「従業員教育による生産性向上」が 21.1%となった。(図表特 11)。

業種別では、製造業、印刷・同関連業、情報通信業、卸売業、小売業、サービス業で「製品・サービスの受注拡大」が最も多く、建設業、飲食・宿泊業では「製品・サービスの値上げ」、染色業で「仕入・外注単価の低減」がそれぞれ最も多くなった。不動産業は「従業員教育による生産性向上」と「エネルギーコストの削減」が同率で多くなった。

図表特 11 賃上げを実施する上で必要なこと
(複数回答可・上位5項目)

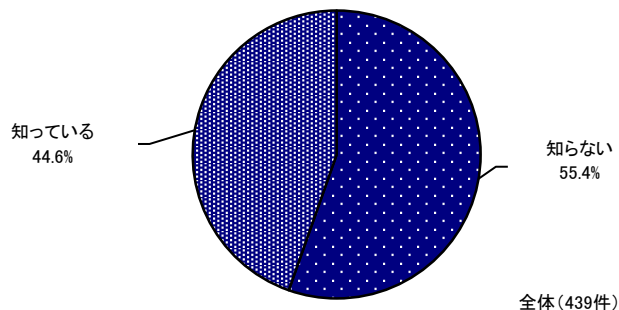


問 12 商工相談について

全体では、「知らない」が 55.4%、「知っている」が 44.6%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、不動産業、サービス業で「知らない」が多く、印刷・同関連業、染色業、情報通信業、卸売業は「知っている」が多くなった。

図表特 12 商工相談について

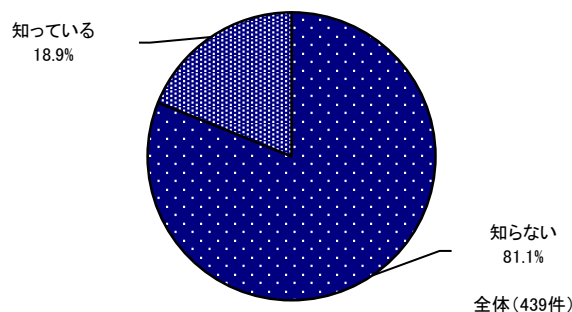


問 13 ビジネスアシスト新宿について

全体では、「知らない」が 81.1%、「知っている」が 18.9%となった。(図表特 13)。

業種別では、全ての業種で「知らない」が高く、建設業は9割を超えて特に多くなった。

図表特 13 ビジネスアシスト新宿について



(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 5 年 7 月発行